



スケジュール管理& 店内連携のこんなとき どうする？



まずは、支援に充てる時間の確保や店内連携など、店内・自行庫内における活動の悩みについて、解決策を解説する。

1 本業支援というとハードルが高く難しく感じる…



したがって、独力で取引先の経営課題の解決、本業支援を行おうとせずに、金融機関の本部専門部署のノウハウ、各分野のコンサルティング機関や専門家の力を借りるのが近道であり、担当者自身の精神的な負担を軽減するポイントでもある。

1 コーディネーターを意識

自らは取引先の経営課題・ニーズを引き出し、それを解決できそうな外部機関・専門家や本部専門部署につなぐ、つまり「コーディネーター」として動くことが効果的であり現実的な対応である。商工団体のセミナー等で専門機関やコンサルタントの存在を知識としては知っていても、実際に相談するなど具体的な行動には移せない経営者も多い。

そこで、経営者と対話を重ねることを通じて、取引先にとのような経営課題・ニーズがあるかを把握し、最適と考えられる専門機関・部署を選択してソリューションの提供に向けて動くことが本業支援の入り口である。

金

融機関の担当者は財務には精通しているが、他の専門知識、経営ノウハウ等については誰もが十分に備えているというわけではない。

取引先の経営者は、中小零細企業といえどもその道のプロである。対して金融機関の行職員といえば、業種別審査ガイドに記載された内容や同業他社の動向、ヒアリングした内容程度の浅い知識しか持ち合わせていない。そのような状況において取引先の本業支援というと、高度なことを要求されているような気がして自信を持てなくなるのは無理もない。

2 他の業務に追われ本業支援に充てる時間がとれない…



行うためには、やみくもに動いてしまっても時間のロスが発生する。したがって、取引先のニーズを調べて支援効果や難易度、取引先の意向や緊急性を考慮し、活動に優先順位をつける必要がある。その際のポイントは、欲張って多くの取引先支援に取り組もうとしないこと。最初は少ない先数で構わないので、中途半端な活動にならないように留意したい。

融資課と二人三脚で行う

効率的な支援活動を行うためには、店内における他の行職員との連携も重要である。渉外担当者を中心に取引先の現場に赴いて経営者等との対話や現場の観察・調査等を行うが、ソリューションの策定や本部、他の連携機関との調整等のデスクワークに割ける時間が不足しがちである。

そこで、内勤の融資課職員にデスクワークを肩代わりしてもらったり、二人三脚で本業支援にあたると、効果的かつ効率的な活動を行うことができる。

3 対象が複数あり支援の優先順位が分からない…



効

率的な支援活動には、対象となる取引先に優先順位をつけることが不可欠だが、その基準や考え方は様々である。

第一の基準が、取引先にとっての緊急性と支援効果である。これは、すでに窮境に陥りつつあり何らかの本業支援を行わなければ経営破綻につながる懸念が高い取引先や、支援活動が成功すれば収益性が大きく改善することが見込まれる取引先から優先的に対象とする考え方である。

第二の基準は、支援期間だ。本業支援活動の中でも、①ビジネス

得意分野から優先する策も

第三の基準は、担当者自身にある。支援活動でも自分の得意分野と苦手分野、あるいは過去に経験のある分野と初めての分野があるはずだ。どうしても苦手分野や初めての分野になると尻込みをして支援活動の推進力が落ちる結果、支援先も増えず成果も出ないという状況になりかねない。そこで、まずは得意分野の取引先を優先して支援することによって、支援活動の歯車を回すことも方法の一つである。

融行は地域金融機関に対し「取引先の本業支援による顧客満足度の向上を通じて貸出金の計数増加につなげる」ことを強く要請している。しかし、実際には計数目標の達成に向けた推進活動と本業支援活動を並行することが必要となるため、現場では時間的に相当厳しい対応を強いられる。

効率的な支援活動を行うには、

取引先のニーズや経営課題を的確に把握して、事前にスケジュールを組んでおくことが第一である。働き方改革が進む中、限られた時間で本業支援と推進活動を並行し