

渉外担当インストラクター講座

「渉外活動の基本を指導する、担当者養成のポイント」

I. 現在の環境認識と監督官庁等の動向

1. 取り巻く環境と状況について
2. 中小企業金融円滑化法の最終延長について
3. 地域密着型金融推進に関する監督指針の改正

II. 地域金融機関の対応

1. リレーションシップ・バンキングの意義
2. 第2次「しんきん『つなぐ力』発揮」(全信協)

III. 信用金庫の渉外活動の基本と方向

1. 信用金庫の営業戦略の基本

- (1)先数・口数主義(小口多数)
- (2)狭域高密度による地域密着営業(シェア重視)
 - ①重点地区の設定による**市場シェア**の拡大(地域管理重視)
 - ②複合取引の推進による**顧客シェア**の拡大(顧客管理重視)

2. 訪問活動・訪問計画の基本

- (1)集金活動の効率化
定例集金の見直し(コスト、期待・見込みにより見直し)
- (2)定期積金の位置づけ
位置づけの明確化(積立目的、掛け金・契約額、集金エリアにより見直し、法人先への方針)
- (3)顧客管理型営業
集金、満期管理、定例訪問→顧客層別(重点顧客、年金・給振・住宅ローン・企業先など)
- (4)新規開拓の重要性
重点エリア、ターゲットの設定、見込み客づくり
- (5)計画的な訪問活動
訪問の優先順位と時間予算の配分(年間、半期、四半期、月間、週間、日時)

3. 渉外担当者に期待される役割

- (1)セールスからマーケティングへ(販売志向→顧客志向)
御用聞き→課題解決型金融へ(情報提供、課題解決支援)
- (2)担当地区の把握・分析(地域を知る)
地域内の顧客環境、地域特性、他行競合など
- (3)お客様のことを知ること(観ること、聴くことが大切)
実態把握・分析、課題発見、解決策の支援
- (4)各種渉外担当の役割
目標、活動内容、ターゲット、商品、時間予算・行動計画、やり方、(業績評価)

4. リスク管理の重要性

- (1)金融検査マニュアルのポイント
 - ①金融円滑化編「取引先である中小・零細企業等に対する経営相談・経営指導及び経営改善計画の策定支援等の取組み等」
 - ②法令等遵守態勢「本人確認」「疑わしい取引」「反社会的勢力への対応」
 - ③顧客保護等管理態勢「顧客説明」「顧客サポート等」「顧客情報管理」

IV. 信用金庫で活用できるマーケティング戦略の基本

1. マーケティング活動のプロセスと基本知識

SWOT分析→ポジショニング→ターゲット→コンセプト→マーケティングミックス(4P)

2. 活用されるマーケティング戦略

- (1) エリア・マーケティング (狭域高密度)
- (2) ランチェスターの法則(弱者の戦略)
- (3) ABC分析(パレートの法則(による重点顧客の設定))
- (4) リレーションシップ・マーケティング

3. やる気を引き出すモチベーション理論

- (1) マズローの欲求の5段階説
- (2) マクレガーのX理論Y理論
- (3) ハーズバーグの衛生理論 など

V. 課題発見・解決力の発揮

1. 課題発見・解決型金融とは

現状把握→課題発見→課題解決支援

2. 訪問活動等による顧客企業の経営課題・ニーズの把握

顧客管理型営業、訪問計画、ローンレビュー態勢の強化

VI. 中小企業のニーズへの対応

1. 課題解決型金融の3つの形

金融相談、経営相談、営業支援

2. 企業ライフサイクルのニーズへの対応

創業期、経営基盤拡大期、成長期、成熟期、衰退期

VII. コンサルティング機能の発揮・・・金融相談、経営相談

1. 目利き能力の必要性

2. カネの面からニーズをつかむ (SWOT分析の活用)

- (1) 比率分析の着眼ポイント(安全性、収益性、成長性等)
- (2) 収益構造をつかむ (小売業、製造業などの業種特性等)

3. 資金繰りの改善提案 (キャッシュフロー分析)

4. 設備投資計画の検討

5. 業種の着眼点(小売業、製造業)

6. 経営計画のポイント (SWOT分析、経営戦略、マーケティング戦略等)

7. 経営改善計画の策定と進捗管理

業務リストラ、財務リストラ、事業リストラ

8. 事業承継(所有の承継、経営の承継、経営そのものの承継)

VIII. コーディネート力の発揮・・・営業支援

1. マッチング支援の進め方

2. 本部、中小企業支援機関等や土業等専門家との連携

まとめ