

地域の特性を活かした独自の目利き資料の作成

令和5年度の取組内容

当協会では、以前から地域の金融機関と同じ目線で事業者支援をしていかなければならないと感じていた。そこで「着眼点」を一つのモノサシとし、地域の金融機関にも浸透を図ることで、連携して事業者寄り添った効果的な支援ができると考えた。このため、令和5年度は協会内部向けや外部向けに、以下の取組を実施した。

- ① 協会内部の若手職員向けに、出向経験者の知見を活かした「スーパーマーケットの着眼点」を独自に作成。これを研修等のグループワークの事例とすることで、職員が事業に関心を持つきっかけにしている。
- ② 事業者訪問前に、関係部署で支援の方向性を議論する“スタンス会議”において「着眼点」を活用している。
- ③ 地域の金融機関や支援機関が参加する、協会外部向けの「あいち企業力強化連携会議」において「着眼点」をテーマに取り上げた。

令和5年度からの進展内容

- ① 「スーパーマーケット」に加え、「海上コンテナの陸上輸送業」に関する独自の目利き資料を作成した。
- ② “スタンス会議”において、訪問時に「着眼点」を参考とした確認ポイントの整理を、習慣化している。
- ③ 外部との合同勉強会で、事業者の生の声を反映した実践的なケーススタディを作成している。

担当者ヒトコトコメント

「着眼点」をきっかけに成功体験を積み重ねていくことで、金融機関とも連携して事業者支援に取り組んでいきます。

令和6年度の新たな取組内容

- ① 「海上コンテナの陸上輸送業」にかかる独自の目利き資料を作成した背景には、2024年問題に加え、名古屋港湾の貨物取扱量が21年連続日本1位と地域の中心産業であるといった事情がある。業界内の専門的な用語の説明や海上コンテナ輸送特有の目利きポイント等を取りまとめたことで、職員からは事業への理解が深まったほか、経営者との共通言語として活用でき、関係性が向上したとの声が寄せられた。
- ② “スタンス会議”で、「着眼点」(訪問時編)の確認ポイントを整理してから経営者と対話することで、真の課題を掘り起こすことができ、効果の高い支援につながる事例がみられた。
【事例】現場単位の採算性が大きく異なる事業者に対しては、「キーマンの把握」を参考に、現場監督の状況を丁寧にヒアリングすることとした。その結果、現場監督の入れ替わりが激しく、社内に予算管理の知見が蓄積されないことから、採算性のばらつきが生じていたことが分かった。当初は「原価管理の徹底」に向けたアドバイスを求めていたが、「キーマンの把握」に努めたことで人材の定着という課題の真因を特定することができ、正鵠を得た具体的な支援につながった。
- ③ 協会外部も含め「着眼点」を浸透させるために、東三河地区の複数の金融機関と合同勉強会を開催。20代から30代の事業者支援の経験の浅い職員を対象に、地元金融機関による業種の地域特性についての講義のほか、ケーススタディを用いたグループディスカッションを行った。ケーススタディは、「着眼点」をベースに運送業者の業績推移から経営状況の変化を読み取るものであり、実践的なものにするため事業者の生の声を聞き、現場の特殊事情も事例に反映した。参加者からは、「担当先の経営状況を把握する際に「着眼点」が有効なツールであることが理解できた。是非活用したい」と前向きな声が寄せられた。



今後の取組み（活用）について

今後、尾州地域の地場産業である繊維工業の理解を目的とした独自の「着眼点」を作成するため、地元の信用金庫や商工会・商工会議所等とワークショップ形式の合同研修を企画している。繊維工業は、当地の企業数の約7%を占めることから、現場職員が「着眼点」を活用する場面は多く、定着につながると考えている。また、金融機関との合同勉強会や新たな研修などを通じ、「着眼点」を共通言語として浸透させることで、金融機関と保証協会が同じ目線で事業者支援に取り組んでいきたい。



「着眼点」活用の “新”ポイント

01

訪問前の「着眼点」活用の習慣化

訪問前に、「着眼点」(訪問時編)を参考に、確認するポイントを整理することで訪問時に課題を深掘りしている。

02

事業者の生の声を反映したケーススタディ

金融機関との合同勉強会では、事業者の現場の特殊事情を事例に反映した実践的なケーススタディを実施し、受講生の実務での活用を促す。

03

地場産業の独自の「着眼点」追加作成

「着眼点」と地域の特性を組み合わせることで、現場職員が業務で活用する場面を増やし、定着を図る。

協会内外の目線合わせへの活用と独自の「着眼点」資料作成

取組みの背景と実施内容

当協会では、以前から県内の金融機関と同じ目線で事業者支援を行っていかねばならないと感じていた。その中で「業種別支援の着眼点」を一つのモノサシとし、外部にも「着眼点」の浸透を図ることで、地域の金融機関と信用保証協会がともに事業者に寄り添った支援ができると考えた。

協会内部では、例えば、若手職員向けに、実際のスーパーマーケットや飲食店の事例を取り上げ、商圏分析や棚割りをテーマとしたグループワークを実施し、活発な意見交換が展開された。加えて、支援要請を受けた事業者への訪問時に開催する関係部署が支援の方向性を議論するスタンス会議においては、「着眼点」を活用している。

協会外部向けには、他組織との間でお互いを意識し合い足並みをそろえて事業者支援に取り組んでいく目的で、金融機関や支援関係機関が参加する、あいち企業力強化連携会議において、第一部の全体会議で「着眼点」をテーマに取り上げ、第二部の分科会ではグループワークを実施した。その際には議論の充実を図るため、参加者に予めアンケートを実施し、特に建設業・運送業・飲食業の事業者支援に関して工夫している点などについて出された意見を使いながら円滑に議論を進めることができた。

スーパーマーケットの目線き（図解） No.02

① 肉の見分け方

肉の品質を判断するポイントとして「色」「臭い」「触感」が重要であるとされている。肉の色は鮮やかな赤色であることが一般的に好まれるが、肉質や部位によって異なる。また、肉の臭いは新鮮な肉特有の臭いであることが一般的に好まれるが、肉質や部位によって異なる。また、肉の触感は柔らかく弾力があることが一般的に好まれるが、肉質や部位によって異なる。

② 魚の見分け方

魚の新鮮さを判断するポイントとして「目」「鱗」「匂い」が重要であるとされている。魚の目は大きく透明であることが一般的に好まれるが、魚の種類によって異なる。また、魚の鱗は光沢があり剥がれやすいことが一般的に好まれるが、魚の種類によって異なる。また、魚の匂いは新鮮な魚特有の臭いであることが一般的に好まれるが、魚の種類によって異なる。

③ 野菜の見分け方

野菜の新鮮さを判断するポイントとして「色」「匂い」「触感」が重要であるとされている。野菜の色は鮮やかであることが一般的に好まれるが、野菜の種類によって異なる。また、野菜の匂いは新鮮な野菜特有の臭いであることが一般的に好まれるが、野菜の種類によって異なる。また、野菜の触感は硬く弾力があることが一般的に好まれるが、野菜の種類によって異なる。

独自の「着眼点」の目利き資料を作成。事業者のビジネスに興味を持つきっかけとして好評を得ている。協会外部向けには「着眼点」をテーマに取り上げ、グループワークを実施。他組織との事業者支援の足並みをそろえるねらい。



独自の「着眼点」作成

スーパーマーケットに出向経験のある職員の知見をベースに、チーム内のメンバーと話し合いながら、「業種別支援の着眼点」のフォーマット（パワーポイント）を利用して、協会オリジナルのスーパーマーケットの目利き資料を作成した。

具体的には、レジ1台当たりの日商や、食品の鮮度の見分け方など、事業者支援の初動対応（事業者訪問時）の際に参考にしていただける情報をわかりやすくまとめた。協会職員向けにイントラネットに掲載するとともに、各種研修や勉強会等の題材として使用し、協会職員が事業者支援に関して議論・学習し、事業者のビジネスに関心を持つきっかけ・材料として好評となっている。今回のスーパーマーケットの例をファーストステップとして、他業種の着眼点について複数人のチーム等で作成に取り組むことも検討中である。

今後の取組

協会の職員と金融機関の営業店の職員が、事業者支援の方向性について、「着眼点」を活用して一緒に議論を行うような、より効果的な事業者支援につなげていくことを目指す。

「着眼点」を活用した好事例があればどんどん発信をしていくが、一方での情報提供ではなく、今後はインタラクティブな活用を目指し、例えばある業種の目利き資料に自由に職員が知見を書き込み共有できるような仕組みを実現していきたい。



担当者ヒトコトコメント

事業者支援の実効性向上を目指し、今後も「着眼点」を活用していきます。

「着眼点」活用のポイント

01

工夫を凝らした会議・研修

「着眼点」を活用する会議や研修に際し、テーマ設定や具体的なグループワーク、事前アンケートなど、効果を上げる工夫をしている。

02

協会オリジナルの「着眼点」づくりと共有

職員の知見を独自の「着眼点」という形にしてイントラネットに配置し、職員に共有・活用できるようにしている。

03

金融機関との目線合わせ・事業者支援プロセスへの活用

「着眼点」を一つのモノサシとして金融機関と連携した事業者支援を志向しているほか、事業者支援プロセスの中で方向性検討等に活用している。