

地域の「人脈」づくり

各業界の知識や販路など
金融面以外の知識も

ではそもそも、「人脈」とはいつい何だろうか。異業種交流会などで名刺を交換した、相手を知っている、ということを入脈だと思っている人を目にする。だが、それは果たして意味があるものだろうか。

人脈構築術① 相手にどう認識してもらおうか

自分の存在価値を知ってもらうための「武器」を持つとう

地域金融機関に求められる役割が増している現在、営業担当者の業務も格段に多様化している。M&Aやビジネスマッチング、販路拡大などといった金融面以外の支援に関する要望も、

今後ますます増えていくことだろう。このような環境の中で、担当者一人ひとりが金融のプロとして地域に必要とされる人材になるには、これまでとはまったく異なる

た考え方や行動で自分のキャリアを磨く必要が出てくる。

その際、必要となってくるものとは何か——それはやはり「人脈」だ。それも、お互いに協力し合える「良い人脈」は、担当者としての価値を必ず向上させてくれるはずである。筆者も、困難にぶつかった際には人脈に助けられたし、人脈から次の飛躍のチャンスを得てきた。

本連載では、筆者が銀行員時代に学んだことや、これまでコンサルタントとして経験したことを元に、金融機関の担当者が地域で人脈をつくるための極意を伝授していきたい。

筆者の場合は、人脈とは「自分が必要とするときに時間を作ってくれる」「自分のためにアドバイスまたは協力してくれる」ということを定義にしている。こちらが相手を知っているだけでは人脈とは言えず、「自分が相手に知られている」「こと、さらに「どう知られているか」がとて重要なポイントとなる。

特に、企業経営者や、ビジネスの世界におけるキーパーソンといえる人は、自分にメリットがない、興味が無いことに時間を使うことを嫌う。単に「〇〇銀行の△△さん」では、相手に自分のことを覚えてもらうのは難しい。これらの人と関係を構築してい

くには、自分を覚えてもらうための「武器」を持つ必要がある。

金融担当者であれば、金融はもちろん、財務・会計の知識などは必須である。さらに今後は、ビジネスマッチングを行うための各業界の知識や販路についてのノウハウも必要になってくるだろう。つまり、相手に「□□のことなら何でも△△さんに聞こう」と思われるくらいになっていなければならぬのだ。

ちなみに筆者は、独立当初は「事業承継、財務、金融に強い元銀行員」というテーマを持って異業種交流会で自己紹介をしていた。この切り口が後々広がっていった。テーマに沿った人脈が自然と形成されていった。経営者が財務が苦手な後継者の方を紹介してくれるケースが最も多くなり、結果としてお客様になっていただけのケースが多かった。

人脈の形成に 肩書きは重要ではない

さらに、担当者が人脈をつくるうえで、もう一つ心得てほしいことがある。

よく、「自分は会社員だから」などと言って、所属している組織を気にする人がいるが、人脈形成には、所属している組織の規模や年齢、肩書きは重要ではないということだ。

長く続く人脈を形成していくには、「人間としての魅力」が基本的な素養として必要になる。自分の信用で人を紹介するケースも出てくるため、人脈を紹介されるケースになると、相手からかなり信頼されており、かつ自分の持っている知識やスキルが高いということがいえるだろう。

筆者のこれまでの経験では、一人の経営者からの紹介から、数年

で家系図のように人脈が形成されていったこともある。企業の経営者は、少なくとも20〜100名ぐらいの経営者、または様々な分野のプロフェッショナルとの人脈を形成している。この人脈の輪に入ることができれば、貴重な情報を得ることができ、通常の営業活動ではアプローチできない経営者と接点を持つことも可能になる。

「人脈形成といっても、何から始めればよいのですか?」と質問されることもある。そんなときは「まずは、会社で一番の業務・サービスを行うことを目指しましょう。お客様に感動していただけるレベルまで突き詰めるのです」と答えている。人は、目の前の相手が、思わず感動するようなサービススキルや知識を持っているれば、その相手を誰かに紹介したくなるもの。そうした積み重ねで人脈は広がっていくのだ。

ポイント

- 困ったときに一番に頼られる存在を目指そう
- 相手に感動を与えるサービススキルや知識の習得を



profile
みずぬま・ひろゆき
株式会社サクシード代表取締役。栃木銀行勤務を経て、財務・金融・事業承継を専門に支援するコンサルティング会社を設立。宇都宮市を中心に地域に密着したコンサルティングを行う。法政大学地域研究センター客員研究員、とちぎ経営人財塾代表。

担当者としては、相手が感動するほどのサービスを日々提供できるようになるまでは、とにかく営業のスキル、商品知識を磨いていくことが第一歩だ。自分のことを、会社名ではなく「どんな存在だと認識してもらおうか」が、人脈を培ううえでとても重要である。今回は「人脈形成に必要な武器を築くための自己投資方法」について述べていきたい。

▼本連載は毎月1日号に掲載します。