

地域の「人脈」づくり

人脈構築ノウハウ② ビジネスマッチングでの人脈構築

これまで築いてきた ネットワークを活用し スピード感溢れる対応を

ビジネスマッチングと聞く
と、ある金融機関の支店長
が取引先の商品である「そば粉」
を訪問先で紹介して回っていたこ
とを思い出す。支店長曰く「取引
のない飲食店や観光事業者、行政

機関にもお客様の代わりにPRし
ている」――まさに目の前の数字
や業績にとられない営業スタイ
ルだと感服した。
業績面から考えればなんとも遠
回りではと思ってしまうが、その

活動が奏功してか、支店の業績も
好調とのこと。つまり、闇雲に
「融資のニーズはありませんか」
と営業するよりも、「地元産のそ
ば粉を使用してはいかがでしょうか」
か「お客様からこんなニーズが
あるのですが、こういった商品を
作ってみませんか」と提案するほ
うが、企業の関心や満足度は高ま
っていくのだ。
とはいえ、日々忙しい担当者にと
っては、ビジネスマッチングに
取り組む時間を作るのは難しいと
いうのが現実であろう。そこで今
回は、どうビジネスマッチングに
着手し、どのように人脈構築につ
なげていくかについて、3ステッ

プで考えてみる。

**成約に至らなくても
取組みは無駄にならない**

(ステップ1) 考え方、ポジショ
ンを変える

①資金供給以外での経営への貢献
を考える

まずは「担当者の仕事は融資で
期待に込めること」との思い込み
を払拭することが必要だ。多くの
経営者は、金融機関に融資以外の
サービスの提供を期待している。
「お客様の経営にどう役立てる
か」を念頭に置いて話をしたい。
②お客様の商品を販売するという
スタンスで挑む

自分が担当するお客様の商品・
サービスは、日々訪問していれば
当然知識がついてくるが、さらに
ネット等で情報収集をして「経営
者と一緒になって販売していく」
という気持ちで挑むと行動が変わ
ってくる。ネットに出ている情報
が十分とはいえないが、経営者と
の面談の内容がより深い話になっ
ていく。

③成約をゴールにはしていない

ビジネスマッチングは決してノ
ルマではない。むしろ楽しんでや
ることが大切である。通常、10件
の中で1件が商談から成約につな
がれば良いほうだろう。成約にな
らなければ無駄な労力だと思っか
もしれないが、お客様は取り組ん
だプロセスを確実に見ている。商
談が断られたとしても、その理由
などから商品改善・開発の次なる
発見にもつながっていく。

(ステップ2) 社内人脈を含め、
これまで構築したリソースを活用

①金融機関の信用とネットワーク
を最大限活用する

金融機関の信用とネットワーク
は、地域のビジネスマッチングに
とって有効な資源である。しかし
最大限に活用できている金融機関
は少ない。これまで社内で培った
人脈や本部担当などを駆使して対
応することが必要になる。またこ
れまで取り上げてきた土業や支援

機関とのつながりがこの場面にお
いても活かしてくる。

②スピードを重視して人に任せる

ビジネスマッチングはスピード
が命。話があった段階ですぐに行
動に移し、互いが良いイメージで
出会えるようにセッティングして
いく。話が進む中で専門部署、専
門家、従業員などを巻き込み、そ
れぞれの役割を「餅は餅屋」の要
領で任せていくことがポイント
だ。仕事でつながると、人脈と呼
べる関係性が築ける。ビジネスマ
ッチングに巻き込んだ人々が、そ
の後の自分の人脈になっていくは
ずである。

**交流会の開催で
形成した関係性を継続する**

(ステップ3) ビジネスマッ
グからの人脈をさらに広げる

①成功モデルを横展開する
一度うまくいけば、「この商品

はどのような顧客とマッチングし
やすいか」が具体的に理解でき
る。その後は、同じような見込客
を自行車や支援機関のネットワー
クを活用してどんどん紹介してい
けばよい。当然、1回目より業務
にかかる時間は少なくて済む。

②交流会(飲み会)の開催

ビジネスマッチングでせっかく
形成した関係性をどのように継続
していくか。気が合いそうな社長
同士を引き合わせるなど互いのビ
ジネスの拡大を目的に、少人数の
交流会や飲み会を開催すれば、自
然に人脈は広がっていく。

以上、三つのステップを見てき
たが、継続して取り組む秘訣は、
楽しんで取り組むこと。ビジネス
マッチングはいま最もお客様に喜
ばれるサービスであり、値決めや
商談のコーディネートなどの経営
の感覚を、担当者自身が肌で感じ
るチャンスでもある。

ポイント

- 専門部署や専門家を巻き込むことで、その後の人脈に
- マッチングは、経営の感覚を肌で感じるチャンス



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。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。著書に『「地域一番コンサルタント」になる方法』(同文館出版)。

▼本連載は毎月1日号に掲載します。