

参加者が4つのグループに分かれ、事業者支援に関するグループディスカッションを行いました。前半のパートでは、自身が感じている事業者支援の課題や経験談、「業種別支援の着眼点」（以下「着眼点」）を活かして今後どのように事業者支援に取り組んでいきたいかを共有しました。後半のパートでは、事業や商売に関する事業者へのインタビュー動画を見た後、事業の着目すべき点や事業者との対話方法などについて意見交換しました。

### 【参加者からの意見】

#### 1. 事業者支援の課題や経験談について

- ・ 時間の確保が難しく、事業者1先にかかる時間が短くなってしまい、事業内容をあまり深掘りできていない状況。
- ・ 事業展開の意向や事業承継に関する考えについて、事業者の本音を聞き出すためには、金融機関側の誠意を分かってもらえるように接することが大切。
- ・ 焼き肉店を支援した際、月100kg程度の食品ロス（部位にこだわっており、使わない部位はまだ食べられても廃棄していた）が発生している点に着目し、廃棄食材を活用した加工販売を提案したところ、お弁当や食用油が人気を博し、売上が大幅に改善した。

#### 2. 「業種別支援の着眼点」を活かして今後どのように事業者支援に取り組んでいきたいか

- ・ 製造業などは現場を知らないと分からないことが多いと感じるため、「着眼点」を端緒として現場を知っていきたい。
- ・ 知識や経験が足りず、ヒアリング能力が不足していると感じるため、「着眼点」で学んだことを活かし、事業者に寄り添った提案をしたい。
- ・ 事業者ごとに状況は異なるため、「着眼点」を土台にして各自で応用を利かせることが大切。

#### 3. 事業者へのインタビュー動画から得られた、事業の見方や気付きについて

- ・ 希少価値を高めるための経営戦略や手厚いアフターフォローにより、他社との差別化を図っている点が着目点として挙げられる。

- ・ 小売業は、店頭販売やサポートサービスなど接客サービスの質が売上に影響する点でサービス業に類似。一方、商品を製造するための設備投資が生産性向上に寄与する点は製造業に類似。
- ・ 時代の変化に対応し、今後はインターネットやSNS等を活用した宣伝が有効ではないか。
- ・ 技術の伝承や若手職員の人材育成、事業承継については、今後の重要な課題と思われるので、対話の際に事業者の考えをしっかりと確認しておきたい。
- ・ 対話の内容と方法について、決算の内容や設備の状況のほか、会社のストーリーや商品に対するこだわりをヒアリングし、まずは事業者の考えや商品を知ることが大切だと感じた。

#### 【講師及びオブザーバーからの講評】

- ・ 小規模小売店は、ターゲット層を絞った品揃えや行き届いたサービスなど、大手競合他社との差別化を図るためにどのような工夫をしているか、が着目すべきポイントとして挙げられる。また、家族経営においては、事業承継が長期的な課題となる。
- ・ 小売業と製造業の類似点として、製造技術や設備投資に着目した点は素晴らしい。小売業においても製造業と同様に、商品製造の際に使用する設備の老朽化は、今後の資金需要の見通しを立てる上で重要なポイントとなる。
- ・ 出店店舗の地域性に着目し、例えば観光地であれば、観光客の動向を踏まえたSNSの活用は有効な宣伝手段となる。売り子とのコミュニケーションはリピーター客を増やす効果が期待され、この点においては小売業とサービス業が類似している。
- ・ 普段馴染みのない業種であっても、身近な題材を参考にすると日頃から目利き力を磨くことができ、まず事業者を知ることが事業者支援の第一歩に繋がる。ぜひグループワークで得られた事業の見方や新たな気づきを大切にしてもらいたい。
- ・ 「着眼点」が現場職員の知見となり、更に事業者支援に生きていくことが目的であり、本会で学んだことを日々の業務に活かしてもらいたい。



【講師を務めた金融庁 地域金融企画室 汐崎室長補佐（左）、加藤室長補佐（右）】

グループワーク概要



【グループワークの様子】