

「コミュニケーションツール活用による付加価値創出機会の確保」の概要 ~ 地域の関係機関との連携深化 ~

事業の内容

1. 施策の目的

- ・中小企業を取り巻く経営環境は、厳しさを増しており、特に小規模事業者を主要顧客とする信用金庫においては、顧客との「**フェーストゥフェース**」による**付加価値創出機会の確保が重要**となります。
- ・顧客との接点頻度、面談時間を捻出するため、**コミュニケーションツールを導入**し、信用保証業務の効率化を図ります。

2. 成果目標

(1) 信用保証業務の効率化、高度化（保証協会⇔信用金庫）

- ・保証申込、審査（不足書類、確認事項等）時における担当者間の空費時間、二度手間の解消により、迅速かつ円滑な保証決定を図ります。
- ・信用金庫における顧客との接点頻度、対面時間の増大により、事業性理解、早期予兆把握等、連携支援の高度化を図ります。

(2) 付加価値創出機会の確保（信用金庫）

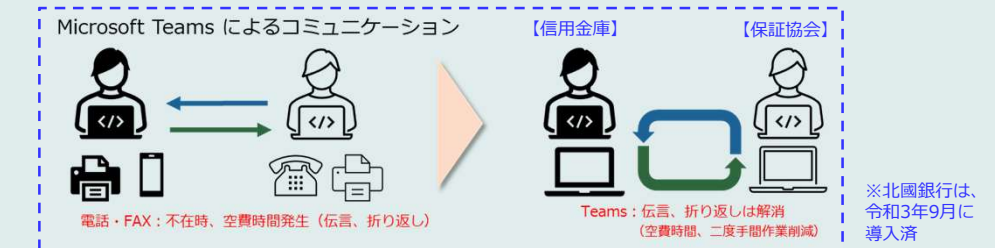
- ・信用保証業務の効率化により捻出された時間を顧客とのフェーストゥフェース時間に充てることにより、顧客とのリレーション深化が図られます。

3. 施策の背景と経緯

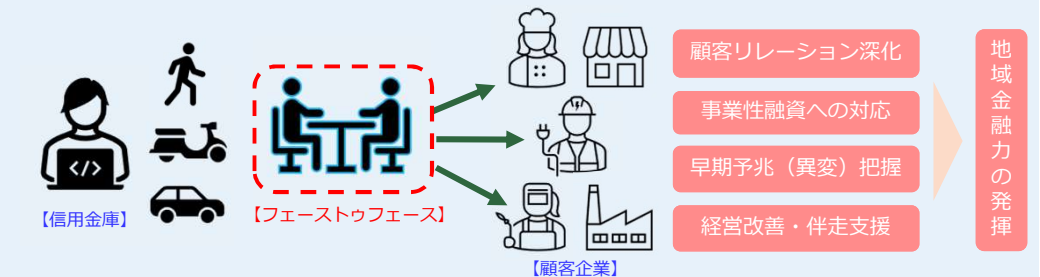
- ・金融機関においては、店舗統廃合や人員集約化等、業務の効率化が進展し、融資担当、渉外係の担当顧客数が増加しました。その結果、顧客との接点頻度、対面時間が縮減され、**顧客とのリレーション希薄化が課題**となっています。
- ・令和7年7月16日開催した第5回「県内4信用金庫トップとのラウンドテーブル」（コロナ禍の資金繰り支援から経営支援フェーズへの移行等の認識共有、意思疎通を目的に令和3年8月より毎年開催）において、信用金庫トップより「事業者支援を充実させる上でも、**保証協会とのコミュニケーション高度化を検討**いただきたい。」とのご意見をいただき、信用保証業務における空費時間、二度手間作業を削減するため、システム環境を構築し、コミュニケーションツールを導入するものです。

事業イメージ

【県内4信用金庫とのコミュニケーションツール導入】《デジタル》



【フェーストゥフェース＝「付加価値」創出の源泉】《アナログ》



金融機関における
業務の効率化

担当顧客先増加に伴う
リレーション希薄化

コミュニケーションツール導入で
事業者との対面時間を捻出

フェーストゥフェースによる
付加価値創出機会の確保

地域経済の活力ある発展