

# 大阪信用金庫が展開する「だいしんなんでもネット」による取引先の支援



大阪信用金庫が独自に展開する会員制SNSサービス「だいしんなんでもネット」が今年4月、経済産業省が発表した「ソーシャルメディア活用ベストプラクティス」において、先進事例の一つとして紹介された。本レポートでは、同サービスを活用した取引先支援の取組みについて見ていく。

やツイッターなどソーシャルメディアの利用が急増。これを活用した低コストでの情報提供やマーケティングは企業側の大きなテーマとなっている。

## マッチングを支援するSNSサービスを構築

こうした中で、大阪信用金庫は他に先駆けてSNSサービスの取組みを開始。取引先同士のマッチングを支援する目的から、平成23

## フェイス・トゥ・フェイスの

活動を信条とする信用金庫だが、対面の営業活動・相談活動には時間的な制約等があることも事実。その一方で、スマートフォンの普及に伴い、フェイスブック

年10月に独自の会員制SNSサービス「だいしんなんでもネット」を立ち上げた。

同サービスの開発に携わった高井嘉津義・副理事長（当時はCSR推進部長）は、そのときの思いについて次のように語る。

「とにかくメイド・イン大阪をもっと情報発信したかったのです。

ご存じのとおり、大阪は産業の裾野が非常に広く、身の回りの日用品を取り扱う会社から最先端の航空・宇宙関連の部品を製造する企業まで、多種多様な業種が集積しています。そんな中小企業の町、ものづくりの町・大阪で活躍する企業の姿を積極的に情報発信していけば、お取引先同士を結び付けることにもつながり、CSR、すなわち地域金融機関としての社会的責任を果たしていくことになる

# 対面支援とネットを活用したSNSサービスを効果的に融合 会員企業同士が商談までできるマッチングサイトを展開

と考えたのです」

もちろん、当時から取引先の間では販路開拓や企業連携などビジネスマッチングのニーズも強く、営業担当者のマンパワー以外も活用して、より広範にニーズへ対応できる手立てがないかを検討しているところでもあった。

それとともに、情報提供のツールとして平成7年から発行・配布している「だいしんなんNOW（ナウ）」のリニューアルの時期にも差し掛かっており、取引先の経営者にターゲットを絞った情報提供の方法について検討を始めていたところだったという。

このような検討を並行して重ね

ていた中、いまの若手経営者には

ITリテラシーが高く、ソーシャルメディアを自在に使いこなしている人が多いことに着目。IT技術を活用した情報提供の手段として「だいしんなんでもネット」の開発に至る。

大阪信用金庫では、従来から取引先企業をメンバーとした異業種交流会「だいしんなんオーナーズクラブ」や、経営者の奥様・子女をメンバーとする「カトレアフレンド」などの会員組織を運営して、取引先同士の交流促進を図ってきた。

また、「この街のホームドクター」を合言葉に、「巡回相談」や「出前相談」を実施したり、産学連携支援により専任スタッフが個別の「相談訪問」を行ったりして、積極的な経営支援を展開している。

こうしたフェイス・トゥ・フェイスによる支援活動とネットを活用したバーチャルな支援を融合することで相乗効果を生み出し、一段と実効性の高い経営支援を目指しているのである。

## 会員同士の取引を活性化し資金需要を掘り起こす

だいしんなんでもネットは、取引先同士の商談や情報交換、金庫からの情報提供などができるSNS。現在の月間アクセス数は約3000〜4000件である。

利用を希望する企業は、登録申込書をネットからダウンロードして、取引店経由で申し込む。初期登録料は5400円（税込）、利用料金は初年度が無料で、2年目以降が2160円（税込）となっている。

開発から数年間はCSR推進部がサイトの運営管理に携わってきたが、平成25年11月から担当はだいしん総合研究所に移った。

「開発当時、商品PRのためのサイトは他にも多数ありましたが、私どもが目指した商談まで行うマッチングサイトは見当たりませんでした。したがって、手探りの部分も大きかったのですが、情報発信を望むお取引先も多かったの

してネットで交流や商談をしていただくために、不特定多数が参加できる形式ではなく、当金庫との取引を前提とした会員制としたことも特徴の一つといえます」

CSR推進部で開発に参加し、現在、だいしん総合研究所の常務取締役を務める畑正文さんはこう話す。

平成28年6月現在、会員数は約1500社。大阪信用金庫と取引の長い企業がメンバーの中心となっており、業種を見ると製造業や建設業が多いが、情報通信業、卸売業、小売業、医療・福祉業、サービス業など多岐にわたる。

会員企業間で双方向のコミュニケーションを実現できる場をネット上に提供し、いつでも自由に交流できる利点を活かして、取引の活性化を促進することが狙い。こうした活動を通じて、資金ニーズの掘り起こしにもつながっていきたい考えを持つ。



▶高井嘉津義・大阪信用金庫副理事長