

導入・利用を促すには こんなトークが効果的

～でんさい未導入・未利用先へのアプローチ～



新渡戸 信

「まだでんさいの利用契約をしていない企業」「契約はしたものの利用していない企業」に対しては、金融機関からの声かけが欠かせない。ここでは、導入・利用促進のアプローチトークを紹介する。

TALK1

あまり利用されていない
ようですがメリットや
活用法を説明しますよ



アプローチトークの展開例

担当者：でんさいのご利用登録を
いただいておりますが、発生記録
請求がほとんどないようですね。
改めてメリットや詳しい使い方
について説明いたしますようか
社長：手形を廃止すると合理化で
きると言われて登録したんだが、
使い方がよく分からないんだ
担当者：手形と違い分割譲渡が可
能である、印紙税がかからない、
事務コスト等が削減できるなどの
メリットがあります。操作方法な
どもご説明しますよ

とから、改めてメリットなどの説
明も必要となる。そのうえで具
体的な活用の方向性を提案するこ
とによって利用促進を図りたい。
資金調達での利点も説明

メリットの説明に加え、活用企
業の実例の紹介も効果的である。
なお、自社がでんさいに対応でき
るということは、取引先に対して
一定の銀行信用を得ていること、
反社会的勢力ではないこと、ほ
か、期日支払意思が確実であるこ
とや一定のシステム対応力を示す
ことになることも伝えたい。

活用の方向性については、事務
の合理化の視点は当然のこと、債
権者の譲渡記録申請の簡便性と、
割引やA・B・Lといった円滑な資金
調達に利用できることのメリット
は重要な訴求点である。

TALK2

こちらの業界ではでんさいの
普及が進んでいるようですが
御社も検討していませんか



平

成26年9月現在、でんさい
の発生記録件数と金額が多
いのは製造業となっている。しか
し、利用契約件数は12万4912
件と卸売業・小売業が最も多い。
これは、卸売業が多くのメーカー
や一次卸から商品を仕入れ、多く
の小売業や二次卸に納品する問屋
機能を持っており、物流と同様、
支払いも数多く発生するという特
性によるものだ。

また、建設業もこれに次いで
でんさいの利用契約件数が多い（企
業数からみて利用度は高く各建設
業団体の後押しもある）。

これらの業界はこれまで手形
の支払いが多かったため、手形発
行業務（発行、押印、照合、発
送）と印紙税負担の課題を抱えて

アプローチトークの展開例



いた。これらの解決のため、でん
さいへの切替えが進んでいる。
取引量の大きい企業に訪問
すでにでんさいに切り替えてい

る企業は徐々に成果が上がってい
る。それらの企業が導入した手順
やポイントは次のとおりである。
これらを参考に、導入検討先の規
模等を十分考慮して提案につなげ

- ① 取引金融機関のフォローにより
説明会を実施する
- ② 参加企業の興味の有無を聞くた
めのアンケートを実施する
- ③ 取引量・金額の大きいオピニ
オンリーダー企業にアプローチ。通
知ではなく訪問し、丁寧に説明
④ 説明時には、強制するような表
現を避ける
- ⑤ 手数料メリットを強調する（＝
参加企業の「手形金融」を意識さ
せない。手形金融は金融機関から
提案する）

建設業界では昔から
手形での決済を重視して
きたからねえ

うーん

確かにそうですが
実は建設業界でも普及が
進んでいるんですよ

でんさいでの決済を希望する
お取引先もあるでしょうから
一度アンケートを実施
してみませんか？

そうだなまずは
意向を確認してみよう