

これでうまくいく！

# 新規融資開拓ガイダンス



共有して「関係構築」など明確な目的を持つとう。  
 目的に応じてアプローチも変える。情報収集・関係構築には質問中心の傾聴スタイル、具体的な融資提案には企業の課題解決につながるメリットを強調したプレゼン手法が効果的である。  
 事前準備の質向上のカギは「仮説を立てる」ことだ。企業情報に基づき、相手が関心を持つであろう話題や課題を予測し深掘りする。

仮説に基づくシナリオでは雑談から商談への自然な移行を心がけよう。例えば、「御社の成長戦略に興味があります。最近の設備投資についてお聞かせください」と質問を準備しておくことで、相手のニーズを引き出し、新規融資提案へとつなげやすくなる。

## 課題解決を重視してアプローチしよう

仮説を持つことで会話を円滑に進め、相手に深い理解を示すことができ、信頼関係の構築にもつながる。  
 仮説構築には経営情報（帝国データバンクなどの詳細レポート、ホームページ等）や業界動向（業種別審査事典、業界地図、AIツール等）を多角的に活用する。  
 例えば、業績好調の企業には「新たな設備投資のニーズがあるのでは」と仮説を立てるのである。

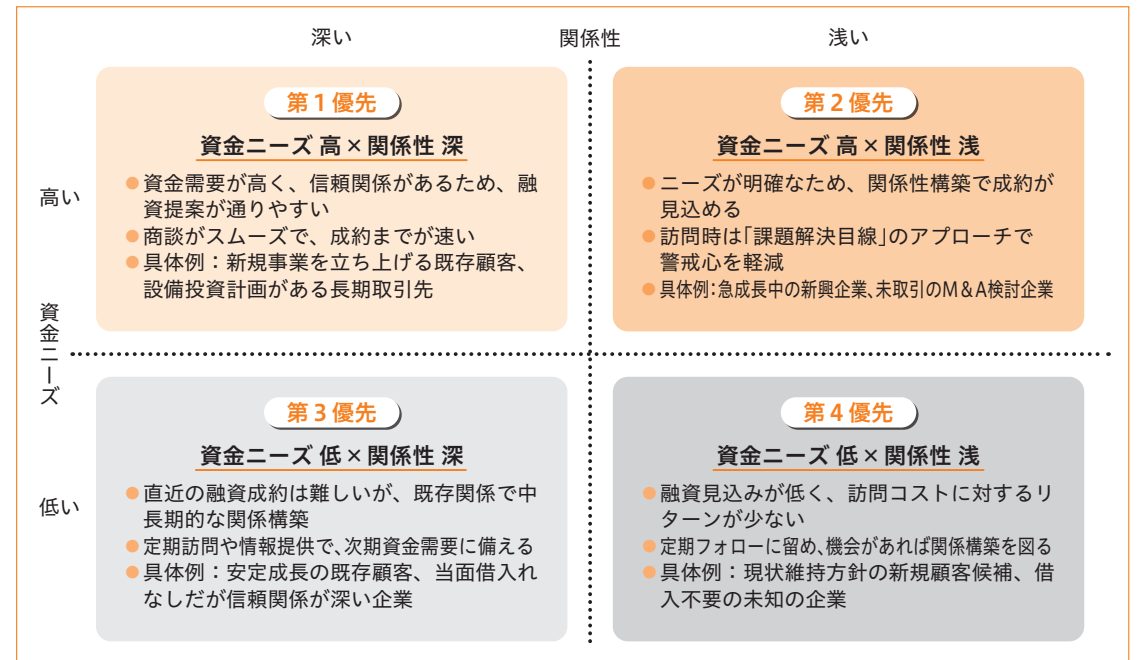
## POINT

まずは内部データと外部データを組み合わせ、精度の高いターゲット企業リストを作成する  
 ▼マトリクス分析で訪問の優先順位付けを行ったうえで、新規訪問先の経営課題の仮説を立てる

新規融資開拓では、課題解決を重視したアプローチが特に重要だ。いきなり商品の売込みをするのではなく、まず相手の「ありたい姿」を聞き出し、「現状」とのギャップを明確にすることで、相手自身に「課題」を認識してもらう。そのうえで、課題に対する「解決策」を次回訪問時に提示することで、「課題解決パートナー」としての信頼を築ける。  
 相手の関心を引く情報を用意することも、心理的ハードルを下げるうえで重要だ。例えば、業界動向や他社事例など有益な情報を提供することで、会話のきっかけを作りやすくなる。

このように「課題解決パートナー」と「有益な情報提供」の2点を意識することで商談成功率を高められる。  
 ● 新規融資開拓の成功率は、データ活用によるターゲット企業リストの作成、資金ニーズと関係性のマトリクス分析による訪問優先順位の決定、そして明確な目的と仮説に基づく効果的な事前準備の徹底という3ステップで飛躍的に向上する。  
 まずは明日、1社にアプローチを取ってみよう。完璧な準備より、行動が成長への第一歩だ。新規融資開拓は皆さんの成長と成功への道を広げてくれる。

図表2 マトリクス分析による訪問優先順位付け



(出所) 筆者作成

横軸に「関係性の深浅」を設定。各企業をマトリクス分析の4象限に分類し、訪問の優先順位を決める(図表2)。  
 このように「資金ニーズ×関係性」のマトリクス分析を活用すると、訪問の優先順位が明確になる。  
 特に「資金ニーズ高×関係性深」の第1優先ターゲットに集中すると、高い成功率が期待できる。  
 一方で「資金ニーズ低×関係性深」の第3優先ターゲットについては、間隔を空けた中長期的な視点で定期的な訪問することが重要だ。  
 現時点では資金ニーズが低くても、関係性が深い企業との接点を維持することで、将来的な資金ニーズ発生時に真っ先に相談される金融機関としてのポジションを確立できるからだ。このような信頼関係の構築が、長期的な融資開拓の成功につながる重要な要素といえる。

## 事前準備のカギは仮説を立てること

③訪問前の事前準備  
 新規融資開拓の成功には、具体的な訪問目的が必要だ。「とりあえず挨拶」「何か提案できないか」という漠然とした目的ではなく、「企業の成長戦略を理解して最適な資金調達法を提案」「業界動向を