

これでうまくいく！

## 新規融資開拓ガイドンス

下調べの第一段階は、取引先の決算書の確認である。取引先概要表などの仕入先・販売先欄から紹介を受けた先のリストを作る方法もあるが、記載内容が更新されていないこともあるので、常に最新の決算書で下調べを行っている。

決算書の売掛先・受取手形先、買掛先・支払手形先を調べることになるが、売掛先・受取手形先は販売先、買掛先・支払手形先は仕入先となる。紹介元からすれば、販売先は商品を「買ってもらった」という立場にあるので、第三者である金融機関には積極的な紹介をしにくい先といえる。

それに対して仕入先・発注先は、紹介元からすれば「仕入れている・発注している」立場にあるので紹介をしやす。したがって、紹介をお願いするのは仕入先・発注先が

中心となる。

下調べの第二段階は、仕入先・発注先のリストができた後に帝国データバンクや東京商工リサーチなどの外部データを使い、業況をチェックすることである。業況が悪い先や調査会社の点数が低い先は、リストから外す。

次に、訪問先のホームページなどで何を行っている会社か、取引先金融機関はどこかを調査する。そうして紹介してほしい先をあらかじめ調査し、決めておくことがポイントとなる。

### 紹介依頼を切り出すタイミングが重要

取引先に紹介をお願いする場合、「社長、いつもお世話になっております。本日は、御社と取引のある仕入先や発注先をご紹介いただけませんか」と思い、訪問いたしました。などといきなり依頼をすると

悪い印象を与えてしまい、紹介を受けられなくなるので注意が必要である。誠実で丁寧な対応は言うまでもないが、話を切り出すタイミングも重要となる。

取引先社長と面談し紹介を依頼する際には、まずはあらかじめ紹介してほしい会社の話題をさりげなく出してもらう。紹介の依頼をするタイミングは、話が盛り上がったときである。

「御社は〇〇社と取引があるのですね。おそらく良い取引をされていると思いますか、いかがですか」「そうですか、〇〇社の社長とは仲がよろしいですね」と話を切り出す。

次に「社長、いまの私は新規のお取引先を獲得することが一番の仕事でして、これがなかなか苦戦しております。いまのお話を聞き限り、〇〇社は御社の取引先だけあって

## POINT

- まずは紹介元を下調べし、紹介してほしい会社を決める
- 社長と話が盛り上がったタイミングで紹介依頼を切り出す

# 紹介による新規アプローチは このように進めよう

黒木正人  
行政書士事務所長  
岐阜県よろず支援拠点  
チーフコーディネーター

ここでは、取引先から仕入先や発注先を紹介してもらい新規開拓を進める方法やコツを解説する。

## メソッド 1

# 取引先から仕入先・ 発注先を紹介してもらおう方法

**融** 資取引先を開拓するために手当たり次第新規先を訪問しても、それは非効率である。飛び込み営業での新規開拓は難易度が高く、多くの時間を費やす。そのうえ営業店のテリトリー内には金融機関の競合も多く、新規取引先の取り合いによる他行庫との競争は激しい。

そのような環境において円滑に新規訪問につながる方法に、取引先からの仕入先・発注先の紹介がある。

新規先にいきなり訪問しても門前払いとなったり、たとえ話を聞いてもらえても、実権者である社長にはなかなか会わせてもらえなかったりするものだ。

### 紹介を依頼するのは仕入先や発注先が中心

しかし紹介があれば、紹介元社長の人脈から普段会えない実権者の社長に直接会わせてもらえる確率が高まる。紹介元社長の顔もあるため、紹介先企業の社長も断ることなく面談してもらえる。

紹介による新規開拓は、紹介元となる社長と親密かつ信頼している社長を紹介してもらえる可能性が高く、当事者間の信頼関係に基づいているため、確度が高く取引につなげやすい。そのため、担当者としても安心して訪問できる。

このように、紹介は新規訪

問において成果につながりやすい新規開拓方法である。

取引先の社長にただ「取引先を紹介してください」と依頼するのは、勧められない。「どこでもいいので紹介してください」とお願いし、紹介された先が決算内容の悪い先であった場合を考えてみよう。その場合は融資をお断りすることになるが、そうなれば紹介元と紹介先の両方の顔をつぶすことになる。

特に紹介元の社長と良好な関係を構築していた場合、その関係に亀裂が入りかねない。したがって、紹介を受ける場合であっても、あらかじめ十分な下調べをしておく必要がある。