

いま実践する！

ものづくり

企業

への

融資提案

取引につなげる

課題発掘とアプローチ法

製

製造業は、国内GDPの約2割を占めており、日本経済の基幹産業の一つとなっている。特にエレクトロニクスや自動車の部素材は世界的な競争力を誇り、多くの分野で世界シェアの上位に位置する。

そうした製造業の9割以上の事業所数を占める中小製造業は、独自性のある多様な技術力で、日本のものづくり産業を支えてきた。ひと口に製造業と言っても、その業種は食品製造業、プラスチック製品製造業、自動車部品製造業等と多岐にわたる。地域の特産や産業構造に合わせ、それぞれの業種が立地。雇用や税収等の面で地域経済に大きく

取引先の課題を発掘して 融資提案につなげよう

貢献している。

こうした製造業は原材料の仕入れに加え、機械設備の更新や新規導入が必要であり、各金融機関にとっても主要な融資取引先であろう。

ただ近年、中小製造業は原材料・エネルギー価格の高騰や賃金の引上げ、人手不足、技術職人の高齢化、技術伝承問題等と多くの経営課題に直面。金融機関としては、地域の中小製造業への支援が重要な役割となっている。従来の金融支援にとどまらず、一歩踏み込んだ本業支援が強く求められるところだ。

中小製造業が様々な課題を克服するためには、デジタル化への取組みが大きなカギを

握っている。最新機器の導入による高付加価値化や生産性の向上は、もはや避けては通れない。

そのためには、ものづくり補助金をはじめとした各種補助金の活用が有効である。

補助金は原則、すべての経費の支払いが完了してから支給されるため、取引先は機械購入代金などを補助金受給前に支払う必要がある。つなぎ資金が必要となる。金融機関の担当者は、設備資金計画作成の段階からサポートを行い、円滑な融資提案につなげていきたい。

双方にメリットのある マッチングを提案

受注先の拡大や製品の販路開拓のためには、ビジネスマッチングの提案に積極的に取り組む必要がある。

特定の企業への受注依存度が高い中小製造業の場合は、

発注元の経営戦略の見直しや自社の経営に大きな影響を与えかねない。発注先の切換えなどのリスクを低減していくには、新たな取引先の開拓が求められる。

ここで特に注意したいのは、マッチングを行う双方の企業にメリットがある提案を行うことだ。

そのためには、マッチング希望企業の技術力や製品の強み・特徴だけでなく、社長の経営方針やビジョン等もしっかりと理解しておくことが重要である。いくら技術力に優れた企業の紹介であっても、経営方針が折り合わない会社同士の取引は長く続かないだろう。

このほか、事業承継など金融機関がソリューションを提供することで、融資提案につながる分野は幅広い。ものづくり企業を積極的に支援し、地域に活力をもたらそう。