

これでうまくいく！

新規融資開拓ガイドンス

図表1 ターゲット企業リストの作成に用いる内部データ

No.	データ種類	活用法	具体例	実践 難易度	期待 効果	ポイント（気付き）
1	預金口座の履歴	新規口座開設先の抽出	開設後3カ月以内の法人を訪問リストに追加	★☆☆	高	新規口座開設は資金需要の兆候。期間を区切ることで効率的な訪問が可能
		大口預金取引の特定	定期的な大口入金先との関係性を探る	★★☆	中	大口取引先との関係性を探り、資金繰り安定化のための資金提案が効果的
		入出金の動向チェック	売上入金サイクルや特定時期の支出増減を確認	★★☆	低	事前に資金繰りの山谷を把握し、季節変動や事業拡大の兆しをとらえ、先手の提案が可能
2	総合振込依頼書	振込先を新規開拓先として検討	★★☆	低	既存取引先との信頼関係を活かした紹介営業で成約率向上が期待できる	
3	手形・小切手の取立依頼書	手形取引頻度の变化分析	★★★	中	手形から電子決済への移行ニーズを察知し、新たな決済サービス提案が可能	
4	融資取引解消先の情報	過去の取引経緯を踏まえた質問準備	過去の課題・懸念事項が改善されているか確認	★☆☆	高	過去の取引経緯を把握することで、的確な提案が可能となり、再取引の可能性が高まる
		完済後の収益性チェック	売上や利益が増加・回復傾向にある企業を抽出	★★☆	中	完済＝取引終了ではなく、次の成長ステージの始まりととらえる視点が重要
		決算書上の問題点を分析	設備投資の状況、株主構成などを確認	★★★	中	想定される設備投資や事業承継の課題について仮説を立てて訪問
5	過去の新規開拓ターゲット企業リスト	交渉履歴の確認	★☆☆	高	前回ヒアリング内容の確認で、再訪チャンスや資金ニーズの対応タイミングを逃さない	
6	既存融資先の決算書科目明細	取引先（仕入先・発注先）の見込み客化	買掛金・売掛金に記載された取引先を特定して紹介を依頼	★★☆	中	既存融資先の商流や資金流の実態把握を行いつつ、紹介を依頼する

(出所) 筆者作成

データをフル活用！ ターゲット企業の選定と 事前準備の進め方

澤村信夫 澤村 中小企業診断士 事務所代表
社会保険労務士

新規融資開拓を行う際の第一歩となるターゲット企業リストの作成方法を見たうえで、訪問の優先順位付けと事前準備について解説する。

新 規融資開拓は、ロールプレイングゲームのような冒険の世界だ。新しい街に踏み出すように、未知の企業との出会いが待っている。

金融機関の新規訪問は断られるに近く、安心して挑戦できるのも魅力の一つといえる。新規融資開拓の醍醐味は、「人との出会いを自ら作り出せること」だ。ビジネスパートナーとしてのつながりを築き、信頼関係を構築する過程はやりがい満ちている。

新規融資開拓を「単なるノ

ルマ」ではなく、「新たな出会いを作る冒険」ととらえることで、楽しさが何倍にも広がるだろう。

ここでは、データを活用して訪問先を選定し、事前準備を万全にすることで、成果が上がるだけでなく、毎日の訪問がより充実する方法を紹介する。

内・外部データ活用で選定の精度が向上

①ターゲット企業リストの作成

成功率の高い新規融資開拓の第一歩は、有望な訪問候補企業を効率的にリストアップすることだ。内部データと外部データを組み合わせ、精度の高いリストを作成しよう。

新規融資開拓の成功には、自社の内部データの活用が不可欠だ(図表1)。活用できる主な内部データには、預金取引履歴、過去の接触履歴、決算書科目明細等がある。

これらデータの詳細な分析により、融資未取引先との関係深化による「既存顧客への

融資取引拡大」と、新規口座開設先の抽出、取引先の関連会社や仕入先・発注先の紹介による「新規ターゲットの発掘」が可能になる。

特に、過去の商談記録を見返し、接触が途絶えた企業に再アプローチすることは非常に効果的だ。過去に面識があるためアポイントが取りやすく、商談への心理的ハードルも下がり成功率が高まる。

内部データだけでなく、外部データも活用することで、ターゲット選定の精度が格段

に向上する。

帝国データバンク等の企業の信用情報、業績推移、関連会社情報等を分析し、信用リスクの低い優良企業を選定することにより、新規融資の安全性を高め、効率的な融資開拓を実現できる。

企業のホームページも有効な情報源だ。経営理念や最新のニュース、採用情報等から企業の経営方針や成長意欲を把握できる。特に、採用活動が活発な企業は資金ニーズが見込まれ、訪問価値が高いといえる。

業界動向調査には、金融財政事情研究会の「業種別審査事典」が非常に有効だ。業界ごとの動向や分析のポイントが詳細に記載されており、業界特有の課題を深く理解したうえでのアプローチを可能にする。

無料の業界調査として、日本製AI「Eco」や検索特化

型AI「Perplexity」も活用できる。これらはインターネット上の最新情報の効率的な収集・整理を可能にし、情報収集をサポートする。

こうした内部・外部データを組み合わせることで、多角的な視点から情報が得られるため、精度の高いターゲット企業リストを作成できる。このリストをベースに、次の訪問優先順位の判断へ進む。

4家現に分類して優先順位を決定

②訪問優先順位の決定方法

作成したターゲット企業リストを活用し、限られた時間で最大の成果を上げるには、訪問の優先順位付けが重要である。成果につながりやすい訪問順序を決めるには、「資金ニーズ×関係性」のマトリクス分析が有効だ。

このマトリクス分析では縦軸に「資金ニーズの高低」、