

情報収集から仮説の立て方まで

新規先訪問前に行いたい「下準備」のポイント



木内清章 産業能率大学講師

ここでは、融資先から紹介された仕入先・販売先等を訪れる前に、どのような「準備」を行えばよいか、3つの情報源および「商流図」を挙げて解説する。

新

規先への訪問前に行いたい「下準備」について、①企業のホームページのチェック、②自行車との預金取引のチェック、③外部データベースのチェックという観点から解説したい。また、融資先の商流を踏まえて新規先にアプローチするということから、④商流図の作成とそれを踏まえた仮説の立て方につ

いても見ていく。それぞれの項目では、以下に挙げる2つのケース例を設定して、具体的なノウハウを解説していきたい。

〈ケースA〉融資先である鮮魚店から「イタリア料理店」を紹介されたケース
 〈ケースB〉融資先である結婚式場から「銀製品店」を紹介されたケース

1 企業の「ホームページ」をチェックする
 売上規模や主力商品などを確認し
 他社との違いなどをヒアリング



新 規先への訪問にあたっては、必ずホームページをチェックしよう。
 ①イタリア料理店であれば、メニューはいくらの価格帯が中心か、店の規模や座席数はどのくらいかなどを確認しておきたい。これによって、およその売上規模を推察することができる。

店舗へのアクセスなどを見れば、駅前にあるのか、もしくは住宅街やロードサイドに

あるのかが分かるとともに、固定客が多い店か、それとも一見客を積極的に取り込もうとしているのか——なども分かってくる。

紹介を受けて実際に面談したときには、こうした情報を話題にすることで経営課題を把握できる。

近隣の同業他社とも比較して違いを質問

⑧銀製品店についても、ホームページで商品構成と価格帯を見ることによって、高価な商品を少量販売しているのか、それとも比較的手ごろな商品を多数販売しているのかなど、企業が捉えている客層が見えてくる。

また、ネット販売や販売代理店の有無もホームページで確認できるだろう。これらの情報をベースに面談することで、銀製品店の販売戦略などを話題にしていくことも可能

になる。

併せて、近隣の同業他社のホームページもチェックしてみるとよい。そこで把握した内容について、新規先との面談時に質問してみることで、集客方法や商品構成、他社と

の違いなどを話してもらいやすくなるだろう。
 特に割引クーポンやキャンペーンの有無などは、経営者の考え方もうかがえるため、面談時に聞いてみたい話題の1つだ。

2 取引があれば履歴を確認し
 なければ自行車での口座開設を推奨

次 に、新規先は自行車に預金口座を持つているのかを確認しておこう(当然、僚店にもあるかを確認)。

①イタリア料理店は自行車に預金口座を持っていたとしても、この場合、現在の預金残高もさることながら、「口座開設はいつか?」「入出金の頻度はどのくらいか?」も確認したい。

口座開設がかなり前で、かつ入出金の動きがほぼない場合は、可能な範囲でその当時



の経緯(融資の検討をしていたのかなど)までチェックしておくとうい。

一方で、ここ数年内に口座を開設している場合は、イタリア料理店側が自行車との取引に前向きであると考えられ

るため、面談時に話題にできるだろう。
 特に近年は、マネー・ローディング防止対策の観点から法人は預金口座の新規開設が難しくなっており、先方も取引金融機関を増やしたい、開設済みの預金口座を大切にしたいと考えている可能性もある。

入出金の頻度についても、年に数回、スポット的な取引が発生するだけなのか、それとも断続的に入出金や振込が行われているのかを確認しよう。

後者のように、断続的に入出金があれば、仕入先・販売先といった商流の一端が読み取れる。もちろん、自行車の預金口座内における資金の流れは、イタリア料理店の商流の一部に過ぎないだろう。それでも面談時の話材としては役に立つ。
 なお、たとえ自行車で入出