

# 課題解決提案 いま新規

# が決め手！ 融資開拓は こう進める

## 経営環境の変化を踏まえた アプローチ法

適切な課題解決提案で  
新規融資開拓を成功に導く

☐ コロナ前に経済活動が戻りつつある中、売上が回復基調にある地域企業は多い。しかし、その一方で原材料価格やエネルギーコストの上昇に伴い、収益面を経営課題にあげる事業者が少なくないのも事実だろう。

金融機関サイドに目を向けると、実質無利子・無担保のコロナ関連融資の返済が本格的に始まり、返済圧力が高まっている。手をこまねいていると、貸出残高や収益力は低下の一途だろう。実質無利子となる期間が終了した時点で、一括返済を申し出る事業者も少なくないという。

こうした中、いま金融機関の渉外担当者に求められる重要なミッションの1つが、課題解決提案を切り口とした新規融資開拓だ。

営業エリア内に拠点を置く中小・零細企業は、コロナ禍以前から人口減少によるマーケット縮小や生産年齢人口の流出など様々な経営課題を抱えていた。それに加えて、昨今の原材料価格の高騰等は経営に大きな影響を与える。インボイス・電帳法への対応やキャッシュレス決済の導入、DXなど新たな経営課題も出ている。

### 仕入れた情報を糸口に 経営課題をキャッチ

適切なソリューションを提案するには、まず新規訪問先の事前調査を余念なく行いたい。ホームページを見れば、会社概要、店舗（支店）網から会社の経営理念や沿革等まで、実態把握の土台となる多くのことが分かる。取扱商品から主要なターゲット層も推察できるだろう。

ここで仕入れた情報を手掛かりに社長と面談して、新規

訪問先の経営課題を浮彫りにしていく。事前調査は、あくまでも面談時の話材を見つけることに過ぎず、適切なソリューション提案には丁寧なヒアリングが不可欠だ。

そのためにも、事前調査に加え、地域のニュースや各種情報に目を配り、新規訪問先の社長から経営課題を引き出す会話の引出しを数多く持ち合わせておきたい。

経営課題がキャッチできたら、その解決をサポート。資金が必要な場合は、補助金・助成金の活用を含めて新規融資を提案する。適切な課題解決のサポートができれば、自ずと融資はついてくる。

地域企業を取り巻く経営環境は、ここへ来て大きく変化している。事業者の抱える経営課題も様々だ。新規訪問先を凝らして見てみよう。アプローチの糸口は必ず見つかるはずだ。