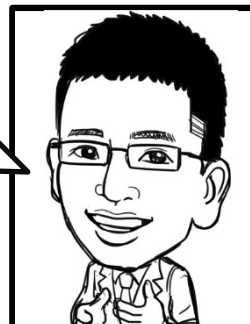


大澤賢悟です。コロナワクチン接種が始まりました。しかし、強い副反応等、リスクも高く、集団免疫獲得には時間がかかります。そのため、今年の夏もマスク生活が続きます。日本は高温多湿なため、夏のマスクは熱中症のリスクが高く危険です。屋外等の換気された場所では距離を取れば感染リスクはありません。距離を保ちつつマスクを外す等、夏対策を進め、健康に注意してください。



中小企業の融資は事業性が重視されます

平成26年から金融庁が事業性評価に基づく融資を推し進め、徐々に金融機関でもその考え方が浸透してきました。コロナを経て経営環境が大きく変わるため、今後の融資では事業性が今まで以上に重視されます。経営者としては、このような傾向に対応しなくてはなりません。金融機関が事業性評価をする際に注目する例を挙げると、「経営計画、戦略的な経営、理念や哲学、ビジネスモデル・製品・サービスの強み弱み、今後の展望やビジョン、新分野や新技術への取り組み方針、市場環境や競合環境、業界内での立ち位置、ライフステージ、業績見込みや中期・長期計画」です。つまり勘と経験の経営では良い評価になりません。計画や戦略に見える化し時代に合わせた経営を行っていきましょう。

金融機関の職員は忙しい

ここ数年、事業者回りを減らす金融機関が増えてきました。背景には資金的な理由や経営的な理由など、様々な理由がありますが、一番の理由は忙しいからです。このような中で、効果的な融資を行ってもらうには、金融機関に自社のことをもっと知ってもらい、円滑に事業性評価してもらう必要があります。そのためには、こちらから金融機関に情報提要・資料提供を行えるようになることが効果的です。自社の経営計画書や事業計画書を金融機関に提供し、見てもらうが一番良いのですが、それらを作っていない会社が大半です。つまり、このようなものを作成し、金融機関に自社を理解してもらうことが、他社との差別化になり、もっとも近道です。金融機関との関係は「隠すより伝える」姿勢が重要です。

メガバンクには縁がない

金融機関から資金の借入が必要になることがあります。事業性評価による融資が中心になると、説得力のある経営計画や戦略的で数字的根拠のある資料が必要です。とはいえ、間違えてもメガバンクへ行ってはいけません。なぜならメガバンクが大事にするお客様は大企業です。メガバンクほどの資金量があると、小さな会社を相手にしても儲けになりません。さらに、メガバンクにとっての事業性はすべて財務諸表の数字です。社長のやる気などは二の次です。このような点を重視してサポートしてくれるのが信用金庫・信用組合です。中小企業はメガバンクではなく小さな金融機関とお付き合いしてください。

