

から1250万円、合計で2250万円の融資を受けることに成功したのです。信用金庫からは信用保証協会付融資となりましたが、初回ながら高額融資に成功したのは、Kさんが同信金をメインバンクにしたことも挙げられます。支払や入金を行う会社のメイン口座を信金にすることで、結果的に高額な融資を受けられるケースは珍しくありません。創業後の融資においては、融資の審査でプラスに評価される決算書の条件を押さえた上で、しっかりと利益を出し、納税義務を果たす。さらに、公庫とのパイプ作りに注力することで、保証協会付融資のハードルもグッと下がるのです。

第3章

複数の金融機関からの借入れが、 「そう簡単には潰れない会社」 をつくる

「融資をしたい」と言われる会社であり続けるために

経営を継続していくには、時代や成長ステージに合わせた人員や設備への新たな投資が欠かせません。そのためには、少しでも右肩上がりを目指していくための不断の努力、ここぞと思ったときに迷わずチャレンジするための軍資金を常に貯えていくことが必要条件となります。

その基盤づくりとして、創業から2年間で、三行の金融機関と付き合いをスタートし、融資を受けるコツ、ノウハウについて解説してきました。ここまで読んできて既にご承知のとおり、融資には決してウルトラCのようなワザがあるわけではありません。

金融機関が「貸したい」と判断する条件を知り、準備をし、貸したいタイミングを外すことなく行動を起こす。その地道な積み重ねが肝要となります。私が創業してから3年以内で6つの金融機関から合計で8200万円の融資に成功したのも、その原則に則り、コツコツと関係を築いてきた結果でしかありません。

金融機関の生命線は、融資実行数を増やし、預金残高を増やしていくことにあります。

だからこそ、貸し倒れの可能性が低く、利益を長期的に出す事が見込める会社には、継続的に融資をしたいというのが基本スタンスです。

では、世のなかから必要とされるビジネスを提供し続けるとともに、金融機関からも「融資をしたい」と言われる会社であり続けるためには何が大事なのか。

会社を経営しながら、さまざまな会社の融資サポートをしてきた観点から、社長が心得るべき7つのポイントについて解説していきます。

ポイント1 売上・利益を上げるための「仮説」を元に「行動計画」を立てる

融資のキモとなるのは、創業融資においては、「自己資金＋経験値＋信用情報」、その後は先手必勝で借りられるときになるべく多く借り、「資金調達→投資→売上・利益アップ」のサイクルを回していくことがさらなる好循環を生み出すこととなります。

そこで欠かせないポイントが「計画性」です。

「斬新なアイデアを思いついたので、起業したい」

「セミナーで聞いたこのビジネスモデルなら、絶対に成功するはず」

私の元には少なからずこうした山っ気のある相談が持ち込まれます。

しかし、残念ながら、ぱっと浮かんだアイデアや第三者の言うことをうのみにしたビジネスモデルで成功するほど世のなかは甘くありません。

もし、「思いつきで行動してみたらたまたま成功した」というケースがあるとしたら、それは一握りの天才によるものか、たまたま運が良かったかのいずれかでしょう。私がこれまで見てきたケースを考えても、一時期はうまくいっても、そのまま10〜20年と生き延びることは難しいと言わざるを得ません。

PDCAを高速で回し、行動計画を常に見直す

少し話は変わりますが、私自身、税理士資格を取るために勉強を続け、資格の学校で講師をしていた経験から言って、学生時代のテスト程度ならば、行き当たりばったりの一夜

漬けでなんとかなっても、一生のキャリアがかかった国家資格の試験で、たまたま受かる」ということはあり得ません。

「いつまでに資格をとって、実務経験を経て、30歳までに独立する」と決めたら、そこから逆算して、計画性を持って勉強をしていかない限り、資格取得は遠い道になりえます。税理士事務所勤めながら、資格取得を目指す方も大勢いますが、仕事と勉強の両立は予想以上に難しいものです。

また、資格が取れたとしても、独立し、さらに成功するとなるとよほどの強い意志と計画性がなければなし得ないものでしょう。

特に資格が必要でないビジネスでも、基本は同じです。「飲食で独立する」と考えたならば、その数年前から成功している店で修業をし、ノウハウを盗む。店舗の設備資金として、お金を貯める。融資を受けるために、各種支払いをしっかりとし、信用情報をキレイにしておくなどの順を追った備えが肝心です。

こうした「行動計画」、自分なりのいわば「カリキュラム」を作り、しっかりと実践できるかどうかがビジネスの成功を左右します。

さらに、ビジネスと机上の勉強が違うところは、「正解」が分からないということです。よって、常に自分なりに「仮説」を立て、一度立てた行動計画を常に見直すことも大事な作業となります。

仮説の元、計画を立て、行動し、その効果・成果を検証し、次に活かしていく。いわゆるPDCAを、変化の早い時代にあっては高速で回し続け、ビジネスの最適化をはかっていかねばなりません。

私の会社でも、融資サポートに加え、相続や助成金に関するサイト運営のほか、さまざまな事業を複数走らせ、時代のニーズに合った新たなチャレンジを続けています。

仮説のもと新たな投資をし続けるのは、リスクテイクにつながる行為のようであり、「この事業がダメになったら、こちらを軸にしよう」といった、リスクを分散させる意味合いもあります。

複数の金融機関から融資を受け続けることも同じです。借入先の選択肢を増やすことで、スピード感を持って「借りられるときに、借りられる金融機関から、借りられるだけ借りる」ことが倒産リスクを大きく減らすことにつながるのです。

ポイント2 集客の選択肢を増やし続ける

事業を継続していく上で、最も必要な「力」は何か。

技術力、企画力、発想力など、さまざまな才能を持つに越したことはありませんが、一番大事なのは集客力ではないかというのが私の考えです。

いくらい商品、サービスを生みだしても、世に知られなければ意味がありません。いくら素晴らしいビジネスモデルを構築できても、お客が来なければ「宝の持ち腐れ」で終わってしまいかねないのです。

私は税理士の資格も持っていますが、今や資格を持っていても、黙ってクライアントがついてくるような時代でもありません。土業のような比較的恵まれているように映るビジネスでも、「集客」こそが命綱となっているのです。

私の会社では、融資のサポートがメイン業務となっていますが、「創業計画書」の作成などのお手伝いをする際に、特に注力しているのがビジネスモデルを確立すると同時に、創業後も売上を上げ続けるための集客の仕組みを一緒に考え、支援することです。

創業計画書を元に融資の審査が行なわれる場合も、設備資金は見積もり通りとしてブレが少なくても、掲げた売上目標が立つかどうかは本人の頑張り次第です。

さらに言うならば、創業時に挙げた見込み客、既存客に加え、新規顧客を増やし続けていけない限り、いつか事業は停滞していきます。

しかも、少子高齢化の時代にあつて、市場そのものが縮小していくなか、限られたパイの奪い合いは今後も熾烈さを極めていくことが予想されます。

激しい生存競争を生きぬくには従来のやり方、今、成功している集客法、営業スタイルに満足するのではなく、顧客候補との新たな接点を増やし続けていく必要があります。つまり、集客の選択肢を増やしていくことが何より大事なのです。

開業から時間が経つほどに、「もうやれることはやり尽くした」「自分の成功パターンはコレだ」などと、昔取った杵柄で自分流のスタイルに固執してしまうような人もいます。こうしたあきらめや慢心こそが命取りです。

「今のやり方でいい」と創意工夫をあきらめた時点で、途端に会社が傾くことはなくて

も、ゆっくりと業績は右肩下がりの一途を辿り、倒産リスクに少しずつ近づいていくことを覚悟するべきです。

万策尽きて、コンサルタント会社などが開催する集客セミナーなどに新しい道を求める人もいます。セミナーに行くこと自体が悪いことではありませんが、他人が上手い方法が自分にも当てはまるとは限りません。そのまますべてを真似るのではなく、参考程度にするべきでしょう。

最新テクノロジーを活用した集客にもチャレンジすべき

また、昨今、集客の選択肢を増やす上では、最新のテクノロジーを活用したデジタルツールの活用も欠かせません。従来の集客メディアと比較し、コストが低く、成果が見えやすいデジタルツールは、小さな会社や個人が大手と肩を並べていくための強力な武器にもなり得るものです。

私の会社でも、集客のために複数の自社サイトを運営していますが、運営サイト数、コ

ンテンツ量を増やし続け、SEO対策も実践。その他、FacebookなどのSNS、リスティング広告、動画やメール配信など、さまざまなデジタルツールを駆使し、会社の認知度アップに注力しています。

Webを活用した集客モデルに関しては、SEO関連の会社から営業を受けることも多いのですが、「イけるかもしれない」と思った施策については、あえてリスクをとってトライしてみることにしています。

なぜなら、今、効果が出ている集客手法やうまくいっているビジネスモデルが時代の変遷とともに衰退する可能性も大いにあるからです。

Airbnb（エアビーアンドビー）やUber（ウーバー）が従来のホテル業界やタクシー業界のあり方を大きく揺るがしたように、今後も新たなイノベーションを活用したビジネスの「破壊者」は、続々と登場してくるでしょう。

融資でお世話になる金融機関においても、ITやAIを活用した融資審査の効率化が進むなど、金融（Finance）とIT技術（Technology）を融合させた「Fintec（フィンテック）」

ク」の取り組みが加速しています。審査の基本は変わらないとしても、スタイルが変わっていくことも想定に入れつつ、私の会社でも時代の変化にしっかりとキャッチアップしていく必要があると考えています。

融資によって、余剰資金を持つておく必要性は、未知の分野に思い切った投資をするためでもあります。

もちろん、効果測定がまだ明確でないビジネスモデルへの新たなトライアルには、投資がムダになってしまうリスクもつきまといまいます。しかし、リスクをとってでも、新たな集客法を増やしていかない限り、気づいたら時代の波に乗り遅れてしまうことにもなりかねません。

私も特に創業1年目は、さまざまな広告施策にトライし、ムダになってしまったものも少なくありません。しかし、これも創業時に800万円の融資を受けられたからこそそのチャレンジです。成功すれば継続的に活用すればいいですし、失敗しても授業料と捉えれば、次に活かすことが可能です。

そのためには、実践するしないに関係なく、つねに新しい情報に触れ、アンテナを張っ

ておく感度も必要です。決算時など、金融機関の担当者と直接会ってコミュニケーションをとることをお勧めするのは、情報入手の上でも大事なプロセスと考えているからなのです。

ポイント3 人材採用に向けて早めのアクションが売上を左右する

事業を継続していく上では、自分ひとりでは、あるいは家族で事業を回していくというスタイルも、リスクを最小限にする一つの選択肢ではあります。

しかし、融資をしたいと思われる会社であるためのミッションとして「売上を上げ続ける」ことを追求していくならば、限られた人員では早々に限界にぶつかることになるでしょう。

では、どのタイミングで人を増やすことを検討すべきなのでしょう。これも私の考えでは、融資の備えと同様で、どうしても人員が必要になった時点で始めて、採用活動をスタートしていたのでは手遅れになりかねません。

空前の人手不足時代を迎え、大企業として激しい人材争奪戦を繰り広げているなか、ヒト、モノ、カネという経営資源が限られている中小企業が、いい人材を獲得するのはそう一筋縄ではいきません。

ただし、逆に発想するならば、中小企業ならではのアドバンテージもあります。一定数の人員が必要な大企業に対して、中小企業こそが少数精鋭でより良い人材の獲得に注力できるという点です。

ならば、事業の展開プランを立てたら、人の採用に関しては思い切って先行投資で臨むことも大事だと思います。

例えば、腕利きの成果を出せる営業マンを雇えば、たとえ給料50万円を払ったとしても、月100万円の売上を稼いでくれればコストを上回る大きなリターンを手に入れることも可能となります。

無論、人材を雇うには、雇用後の給料だけでなく、採用コストも相応にかかります。人を雇えば、その教育・トレーニングに時間や人手が必要となることから、一時的に売上が下がる事態もありえます。

それでも、いい人材を獲得できる機会が到来したときに迷うことなく行動を起こし、しかも事業を安定的に継続していくために、余剰資産が大事なのです。

事業を拡大し、売上を上げ続ける原動力は人材

いい人材の獲得を左右するのは、オフィスの環境や給与、休日といった物理的な条件だけではありません。例えば、飲食店ならば若い人ほど「人気の店、流行っている店で働きたい」といいます。

ならば、求人広告の出稿だけに注力するのではなく、「食ベログ」などの口コミサイトの評価を上げる努力も必要でしょう。インスタグラムなどのSNSで店や料理のオシャレな写真をアップするなど、いわゆるWEBを活用したブランディングも必須といえます。今は「一人でソコソコも稼げればいい」と思っている人も、本業としてビジネスをスタートし、永続的にやっていると腹を決めたら、いずれかのタイミングで「人を雇って、チャレンジしたい」と思うときがやってくるでしょう。

私の会社でも、No.2の「右腕」として人材会社で働いていた社員を獲得できたことで、戦略的に人材採用を進められるようになりました。今、事業を拡大し、売上を上げ続けられているのは人材の力が大きいと考えています。

「いざ人が欲しい」と思ったときのために、雇用の仕方や採用コストぐらいは知っておき、心の準備とともに、資金的備えもしておくことも肝要なのです。

ポイント4 消費税負担など、2〜3年先を見据えて動く

事業を継続していく上では、成長ステージに合わせて、考慮すべき選択肢も増えてきます。例えば、最初は個人事業主でスタートしたとして、法人化するべきか。するならば、いつ踏み切るか。

私のお客様の場合、飲食店などB to C向けの店舗ビジネスの方が多いため、個人事業主でスタートする方が大半です。融資の審査は、個人であろうと法人であろうと、どちらが

有利、不利ということはありません。むしろ、融資を受ける際には、個人のほうが手続きが簡単で、タイミングもはかりやすいため、大企業を相手にするようなB to Bビジネスでなければ、ムリに最初から法人にする必要はないと思います。

ただし、創業から2〜3年を経ると、法人化が焦点に入ってくるタイミングが訪れます。例えば、売上が1000万円以上になると、消費税の納税義務が発生しますが、創業後2年間は売上ににかかわらず消費税の支払いが免除となります。よって、1年(期)目で売上が1000万円を超した場合、創業3年(期)目からは消費税課税事業者になり、消費税を払う義務が発生します。

しかし、創業3年を迎える前に個人事業主から法人化すれば、資本金1000万円未満という条件つきで、売上ににかかわらずさらに2年間は消費税免除の特典が受けられます。つまり、法人を活用することで、最大4年間、消費税が免除となるわけです。

その他にも、法人にすると社長も会社から給与を受け取る立場になるため、「給与所得控除が使える」「決算の時期を自由に設定できる」などのメリットが生まれます。

一方で、赤字でも「法人住民税の均等割を納める必要がある」、社員がいなくとも「社会保険料の加入が義務付けられる」さらに社員がいる場合は、会社負担(半額折半)も増えます(個人事業の場合、社員5人以上で要加入)。

創業後に融資を受ける場合は、決算後が最大のチャンスになります。

法人設立には、相応のコストと時間、手間がかかります。創業時には個人で申し込んだとして、2年目、3年目はどうするか。数年先を見据え、法人にして得られるメリット、デメリットも考えながら、タイミングを外すことなく準備を進めていくことが何より大事です。

ポイント5 融資における信用獲得のため、いい税理士に依頼する

会社の成長ステージに合わせて考えるべきもう一つの選択肢が、顧問税理士を依頼すべきか否かです。

お金のことはプロに任せ、本業に集中したいと考えるならば、個人事業主、法人にかか

わらず創業時から依頼するのも一つのやり方でしょう。しかし、帳簿の記帳や申告などの手間が省ける一方で、売上に関係なく固定費として顧問料や決算料がかかってくるため、売上が安定的でない創業時から依頼するのはリスクもあります。

日本には「申告納税制度」というルールがあり、その制度に則り、納税者自らが納税の申告を行なえば問題はありません。

確定申告のやり方は税務署で相談すれば教えてくれますし、便利な会計ソフトもあります。事業を始めたばかりで時間があるならば、自分で記帳や決算、申告をするのも会社の数字への感度を高める上でも勉強になるでしょう。

税務の業務以外に気軽に相談できない税理士にまつわるリスク

では、本業が忙しくなってきた、餅は餅屋に任せたいと考えるならば、どういう基準で税理士を選ばいいのでしょうか。税金の計算や申告を代理でもらうというだけなら、誰に頼んでも同じなのではと思われるかもしれませんが、実はそうとも言いきれない

のです。

一般的に税理士の仕事と言われるのは、「税務書類の作成」「税務代理」「税務相談」の3つになります。これらは税理士の資格がなければできない独占業務となります。

しかし、事業を成功させるには、その時点でのお金の管理や節税対策をすればいいというものではなく、数年先を見据えて物事を判断していく必要があります。

先にも挙げたような「消費税の課税事業者になるべきか」「社長の借入金をどう処理するか」「資本金をいくらにするか」など、経営においては判断が迫られるさまざまな課題が発生します。

また、今ならば「この選択肢を選ぶのが正しい」と判断しても、5年先を考えるならば、「違う選択肢を選ぶべき」となることもあります。

例えば、目先の節税を考えるならば「積極的に経費を計上すべき」と考えても、融資を考えるならば、「経費をなるべく入れずに利益を出し、きちんと税金を払うべし」と判断するべきです。決算の時期についても、なるべく預金残高が多い時期を狙い、大きな設備投資を控えているならば、「今年は一カ月前倒しにしよう」というチョイスをするべきと

きも出てきます。

こうした会社の成長ステージや経営スタンスに応じて、長期スパンで個々のニーズに合わせた相談に乗ってくれる税理士ならば、「顧問料を払っても依頼する価値あり」という判断もできると思います。

しかし、経営の右腕として期待していたら、「疑問があっても相談しにくい」「税務以外のことを依頼すると、追加料金がかかりそうで不安」ということでは、相談すべきチャンス逃がし、重要な経営判断を間違えるリスクも高まります。

税理士だからといって、融資に詳しいわけではない

「税金の計算だけをやってくればいいのか」あるいは「幅広く会社の数字についてアドバイスも欲しいのか」など、自分が税理士に何を求めるかを明らかにすることを大前提に、融資アドバイザーであり、かつ税理士事務所で働いていた経験も持つ立場として注意点を申し上げるならば、「税理士だからといって、会社のお金のことにすべて精通してい

る人ばかりではない」ということです。

とくに、税金についてはプロであっても、融資に関しては実績も経験値があまりないがために、クライアントが求めるがままに節税ばかりに注力する税理士もいます。法に則った事務処理、対応はできても、実態に合った助言をフレキシブルにできるかも個人差があります。

また、特定の保険会社の代理店業務を兼ねている税理士も多いため、手数料目当てだけではないとしても、節税策として保険の加入を薦めるようなケースもあり得るのです。

「税理士の先生がおっしゃることだから」と疑うこともなく、節税に励んだ結果、融資を受けたときに受けられないというリスクも発生します。

融資のサポートを受ける際にも、認定支援機関を謳っていたとしても、実際に融資サポートの経験値がどの程度あるかは、事前に確認しておくのがベターでしょう。

持続的に融資を受け続ける上で、税理士を依頼するポイントとして、とある金融機関の融資担当者からこんな話を聞いたことがあります。

それは、「優秀な税理士をつけると、信用アップにつながる」ということ。金融機関からの信用を獲得するコストだと考えて、しっかりとしたプロに税務申告をやらせてもらうべきだといえます。

最初のうちは個人でやるのも、青色申告会や組合のサポートを受けるのもいいでしょう。しかし、自分で申告しているうちは、どうしても自己流となり、本業の忙しさにかまけて「どんぶり勘定」ともなりかねません。金融機関の担当者としても、数字の信ぴょう性にどうしても疑いの目を向けざるを得ないというケースも出てきます。

融資をエンジンに、会社を成長させたいと考えるならば、ある段階で自分に合った税理士を検討し、自己流から脱することも必要不可欠な「投資」と考えるべきでしょう。

ポイント6 毎月末5分間の預金残高チェックで倒産リスクを減らす

優秀な税理士と顧問契約を結んだとしても、「会社の数字のことはすべて税理士に任せているから大丈夫」「税理士とのやりとりは経理担当にすべて任せている」という方がい

たとしたら、それはリスク大と言わざるを得ません。

実は税理士が作成した毎月の試算表や、決算書を見て、「売上も利益も順調に出ている」と安心していたら、思わぬ落とし穴にはまるリスクも大きくなります。会計上の数字では利益が出ていたとしても、預金残高はマイナスになっていることがあるからです。

簡単な例でご紹介しましょう。

「現金売上100万円、現金仕入れ50万円、支払った経費40万円、借入金返済15万円」の会社があったとします。

本業の取引だけを計算すれば、「売上100万円ー仕入れ50万円ー経費40万円＝利益10万円」。利益が10万円出ているので問題ないのようにも見えます。

しかし、利益が10万円あっても、借入金の返済が15万円ありますので、「利益10万円ー借入金の返済15万円＝マイナス5万円」となります。

結果的に手元の現金は5万円減少することになり、この状態が継続すれば、どんどんマイナス額が蓄積していくことになります。

このように会計では「利益が出ているから大丈夫」と思っている、結果として預金残高が減少。気づけば「会社にお金がまったくない」と、倒産寸前まで追い込まれるようなケースは決して少なくありません。

キャッシュがなければ会社はつぶれる。
これが会社存続の法則です。現預金とは会社の実態を表す何より大事な項目でもあるのです。

メモ帳に預貯金の増減とその理由を付記するだけでOK

では、利益が出ているのに倒産するという、悲しい黒字倒産をどうしたら食い止められるのか。

実はカンタンな方法があります。それが、私が勧めている、毎月末の預金残高の増減をチェックすることです。

会社のお金の流れを示す財務諸表に「キャッシュ・フロー計算書」がありますが、事業を始めたばかりの忙しい時期に、わざわざ時間を割いて小難しい会計の勉強に取り組む必要は必ずしもありません。

最初に見るのは、預貯金の増減だけでOKです。やることは、通帳の預金残高のみを毎月月末にメモする。次に増減した理由について考え、コメントとして付記する。それで完了です。月末の営業日の仕事終了時に習慣づければ、ものの5〜10分もあれば誰でもできるのではないのでしょうか。

記載するのはノートでも、メモ帳でも、エクセル表でもなんでも構いません。最初は明確な増減理由が分からなくても、大体的感覚で「これが理由かな」と気づいたポイントを書いていくだけで問題ありません。

例を使って解説しましょう。

(2月末 預金残高合計500万円)

3月末 預金残高550万円

・50万円増加したのは、●●の販売が好調で、売上、利益がアップ。結果的に預金も増

加。

4月末 預金残高合計450万円

・100万円減少した理由は、新しい集客ツールに投資したことが原因

5月末 預金残高合計400万円

・50万円減少の理由は人材採用の広告費を支出したこと。
といった具合です。

大事なのは会社の現金が増えているのか、減っているのかを把握すること。そして、もっと大事なのは、なぜ預金が増減したのを考えることです。

現預金が減ったのが「将来への投資」というプラス要因ならばいいですが、「売上が下がった」といったマイナス要因であれば対策が必要となります。さらに売上の減少が季節要因なのか、突発的な要因があったのかによっても対応は異なります。

また、2カ月、3カ月と連続して現預金が減っているとしたならば、速やかなアクションが必要となります。売上が下がっているならば、新たな集客を考えてみる。ムダな経費があれば削る。こうして危険信号を早めに察知し、手を打つことで、いつの間にか手元の

現金が枯渇してしまうリスクを軽減できるのです。

中国で代表取締役を「総経理」と表す理由

預金残高のチェックについては、融資の相談に見えたお客様にも必ず実践していただけるよう助言をしています。

その大きな理由は預金枯渇した状況に追い込まれると、事業存続に向けてとれる対策が限られてくるからです。

とくに資金調達の一つの手段である融資は、これまでも申し上げてきたように、お金があれば比較的借りやすいものの、いざなくなって、資金需要が高まってからは、借りるハードルがグッと上がります。

私の元にも、どうにも資金繰りが回らなくなってから相談に見える方が数多くいらっしゃいます。そこまで切羽詰まってしまうと、残念ながら私の会社でもできることは限られてしまいます。

会社が倒産するリスクは、ビジネスの行方以上に、融資を受けられるか否かにもかかっています。そのタイミングを逃さないためにも、預貯金の額をしっかりとウォッチしていただきたいのです。

現預金チェックを勧めるもう一つの理由としては、自分にプレッシャーをかけ続けるためでもあります。

例えば、私の会社では合計で8200万円の借入れをしていて、今現在、預金として4000万円ほどの残金があります。それは余剰資金もありますが、借入で得た負債でもあります。毎月、その額を見ることで、「これだけの負債があるのだから、怠けず頑張らなくては」と自分にカツを入れる契機にもなっています。

現預金のチェックをスタートし、作業に慣れてきたら、「キャッシュ・フロー計算書」の考えに則って、売上やコストもメモしていくと、お金の流れがさらにクリアに見えてきます。

その際には、売掛、買掛ベースではなく、売上は入金された時点、コストは支払った時

点でメモし、リアルタイムで手元資金を確認するようにしましょう。

ちなみに、お隣の国、中国では「総経理」と書いて代表取締役を意味します。そこには「経理ができる人が経営者であるべきだ」という意味合いが込められています。

無論、最初からハードルを上げ、簿記や会計について勉強しようとしても、三日坊主で終わりがねません。

まずは簡単な家計簿感覚で、毎月お金がいくら残っているかをチェックしていただきたい。それも他人任せにせず、会社の代表者、事業を担う本人が実践することが肝要なのです。

ポイント7 デキる経営者は10億円の融資を見据えて動く

「将来的に医療法人を設立し、ゆくゆくは10億円ぐらいの融資を受けたいと考えていますが、果たして可能なのでしょうか？」

創業1年目でこんな大胆な質問をされた社長がいらっしゃいます。

P215のコラムで紹介した整骨院の経営者Mさんです。その目標に向けて、創業時から積極的に融資を受け、創業3年間で3450万円もの融資を引き出し、2店舗を展開しているやり手経営者ですが、Mさんの夢はそこに留まるものではありません。

掲げるコンセプトは「地域の健康を支えていくこと」。

そのためには、自分が経営する整骨院だけでなく、地域の健康を支えているような企業とパートナーシップを結んでいくことも必要なのではないか。その信念のもと、将来的にはビル一棟を建て、医療関係の会社にテナントで入ってもらおう構想を立て、ワンストップで健康をトータルでサポートしていきけるサービス展開を考えています。

これは、単なる夢物語ではなく、まずはスモールスタートで近隣にある薬膳料理のレストランと提携。食と身体の両方からのアプローチで、お互いに情報を交換し、顧客を紹介しあうなどの取り組みを既に進めています。

5年先を見据え、融資も戦略的に進める

いつ、いくら融資を受けていくかは、最終的にビジネスをどのような形にしていきたいかでも変わってきます。その上では、「なるべく多く、好条件で融資を受けたい」といった短期的な考えだけではなく、Mさんのケースに見習って、おぼろげでもいいので「5年先にどうなっていたいか」といった中長期的目標を立て、融資についても戦略的視点で考えることが大事です。

例えば、私が掲げているビジョンは、国が掲げる成長戦略の一つである「開業率10%達成」のうちの1%に私の会社で寄与するというものです。

目標がクリアになると、「やるべきこと」だけでなく、「やるべきではないこと」も見えてきます。

私の場合は、開業率アップとともに、安易に独立し会社を潰してしまうような廃業率の減少もミッションに掲げています。

そうすると、自然と手数料目当ての集客、営業はしない。新規事業の話やセミナーなどの話を持ちかけられても、自分の事業構想、ミッションにそぐわないものには一切手を出さないなど、自分なりのスタンスが定まってきます。融資サポートの料金設定について

も、着手金ナシの完全成功報酬制にしているのも、先に挙げたミッションがあるからです。

目先の利益を優先すると目標がブレてしまう

「儲ける」ことを優先課題に掲げるならば、もっと違うビジネスモデルのほうが最適という考え方もできます。しかし、逆説的に聞こえるかもしれませんが、「儲けたい」という気持ちの先に立っている人ほど、「やるべきこと」「やるべきでないこと」が見えないまま、さまざまな儲け話、眉唾モノの新規ビジネスの話に飛びつき、結局、失敗しているケースが多いように感じます。

「ウマイ話はないか」「ひと山あてられるビジネスはないか」と、常に目先の利益を優先に動いていると、目標がブレてしまう。結果、手を出すべきでない話にもつい手を出し、だまされてしまうのです。

もちろん売上を上げ続けることが大事なのは、再三申し上げたとおりです。

しかし、だからといって、「誰かを蹴落として、売上を奪う」のではなく、今のビジネストレンドとしても、先の整骨院のMさんが描くように、他の会社とも連携しながらwin-winでビジネスを実践していくようなパートナーシップの構築が重視されるようになっていきます。

私の会社でも、先の開業率アップに寄与する上で、より良い融資サービスを提供していく世のなかを作るために、今まさに税理士の方々との関係構築を強化していく施策も進めています。

これも創業支援に関わるプロと広く手を組むことこそが、私たちが目指す目標に到達する近道だと考えているからです。

読んでくださっている方々にも、ぜひ長期スタンスでビジネスプランと達成したいミッションをまずはしっかり練り、そのエンジンとして融資を上手に活用していただきたい。

融資サポートを実践するプレイヤーの一人として、独立・開業によって夢をかなえ、生き生きと働く人が続々登場するような世のなかが到来することを心から願っています。

おわりに

今、日本において待ったなしで取り組まねばならないミッションは何か。その一つが、国の成長戦略にも掲げられている「2020年までに、現在5%程度の企業の開業率を英米並みの10%に倍増させる」というものです。

少子高齢化が深刻化し、労働人口も減少していくなか、地域経済を再生させ、世界に向けて国際競争力を底上げしていくには、新産業の創出、新陳代謝が欠かせません。現在、日本に存在する会社は約380万社。開業率アップにより、その約10%、38万社を増やし、雇用を創出し、産業を活性化させる。これが、国が描くロードマップです。

しかし、この戦略が掲げられた13年以降の開業率の推移を見ると、微増傾向にあるものの、4〜5%。16年には5・2%まで改善しましたが、10%前後を示す他の先進諸国と比べて、依然、低水準で推移しています。

その理由はさまざまですが、最も大きな課題として挙げられているのが「創業における資金調達ハードルが高い」。リスクや歴史的背景から「創業に踏み切ろうとする人そのものが少ない」というものです。

17年に創設された公庫の「新創業融資制度」を含め、地方自治体との連携強化や、信用金庫・組合、地銀との協調融資の拡大、兼業・副業を通じた創業支援などが進められているものの、国や自治体任せでは、先に挙げた目標を達成することは困難と言わざるを得ません。

国の命運を賭け、中小企業・小規模事業者を身近に支える土業、民間企業、投資家との橋渡し役となる仲介企業、さらに金融機関などの支援機関が一体となって、本気でこの目標に取り組む必要があります。

私は自分の会社を立ち上げるにあたって、事業のミッションとして「国が掲げる開業率10%のうち、1%アップに貢献する」ことを掲げました。

融資サポートを生業とする以上は、国が掲げる目標と現実とのギャップを埋め、資金調達に困っている多くの人々の少しでも力になりたい。

そのためには、具体的な数値目標を掲げ、その達成に注力することこそが自分の使命ではないかと考えたのです。

そして、現場の課題を見据え、創業を志す人々の思いに寄り沿い、夢を実現するために、自分自身も積極的に融資を実践。実地の経験から蓄積したノウハウ、知見で融資のサポート、アドバイスを行なってきました。

こうして創業から3年。ビジネスは順調に拡大しており、とくに公庫からの融資実績は800件以上と、日本最大レベルにまで到達するに至りました。これまでサポートをした会社のなかで、廃業したのは1社のみと廃業率減少においても一定の成果を挙げています。

しかし、今、日本に存在する約380万事業者のうち、開業率10%を達成するには、年間38万社ほどの新たな会社を生み出す必要があります。その1%に寄与するとすると、年間3万8000社ほどの創業をサポートしていく必要があるだろうと試算しています。

となれば、現状に甘んじることなく、もっと多くの方々に融資サポートを提供できる仕組みを作っていかなければなりません。

そのためには、私の会社単独でビジネスを推進しているのでは限界があります。税理士を始めとする土業の方々や経営コンサルタント、金融機関とのネットワークをさらに強化する必要があると考え、新たなサイト、ビジネスもスタートしています。

今年、リリースした新たなサイトは、土業の方々に登録していただき、社長や個人事業主、独立を考えている方々には融資を始め会社の数字に関する疑問を、土業の方々が無料で質問できるプラットフォームになります。融資サポートの一環として、融資に精通する土業を組織し、「将来的に土業に依頼したい」と考えるユーザーとの出会いの場としても活用していただいています。

また、現在、業界最低水準の完全成功報酬制で融資サポートを実践していますが、それも単純にサポート数を増やすだけではなく、開業した上で、しっかりと事業を継続できる方のみをしっかりと永続的に支援していきたいという考えからです。

お問い合わせを頂戴したなかで実際に会ってお話を進めさせていただくのは約2割とい

う「狭き門」となっていますが、それも安易に創業を薦めて、事業を畳むような辛い思いをしてほしくないからです。

会社を潰したらそのダメージは相当に大きいものとなります。自身が多額の債務を抱えたり、自己破産に追い込まれたりするだけでなく、社員を路頭に迷わせるような状況にもなりかねません。

だからこそ、しっかりと準備をしていただき、最初の融資に成功したら、創業1〜2年もスムーズに融資を実践していただけるよう随時、相談にもお答えしています。

おかげさまで、創業時から継続的にサポートさせていただくりピーターのお客様も増えてきました。多くのお客様が融資で得た資金を元に事業を拡大し、さらなる高みを目指していらっしゃる様子をかたわらで応援できることは、この上なくうれしく、この仕事を続けていく大きなモチベーションとなっています。

お客様と同様、私もここまで行けばゴールということはありません。広告事業を手掛けてきたキャリアも活かし、集客や人材獲得、ブランディングのサポートなど、まだまだ手

掛けたい事業プランは頭の中に山ほどあります。

目指すは、「社会の創業支援の一大インフラ」になること。このインフラを上手に活用し、会社を立ち上げる人が増えて行けば、日本はもっと活気づき、面白くなるのではないのでしょうか。

働き方改革の推進や副業の推進など、国の政策の後押しもあり、独立開業者が少ないと言われてきた日本でも、ようやく多様な働き方が認められる世のなが到来しています。また、開業率アップに向け、金融機関の創業支援の取り組みもさらなる拡大が期待されます。これから独立し、事業を立ち上げようとしている人にとっては、追い風の時代といっているでしょう。

だからこそ独立の夢を描いているならば、「自分になんかムリなのは」とあきらめることなくぜひトライしていただきたい。私が独立開業によって、自分らしい生き方を手に入れたように、どうか多くの方に理想とする仕事のスタイルを実現していただきたい。

本書が、独立独歩の道を考える多くの人の背中を押す一助になるならば、こんなふうに

しいことはありません。

あなたも「夢」を「目標」に変えるべく、一歩を踏み出してみませんか。

一緒に「夢」を「目標」に変えていくわけではありませんか。

さあ、あなたも融資で「夢」を「目標」に変えてみませんか？

2018年9月吉日

田原広一

独立開業から事業を軌道に乗せるまで 賢い融資の受け方35の秘訣

2018年11月1日 第1刷発行

著者 田原 広一
発行人 久保田貴幸
発行元 株式会社 幻冬舎メディアコンサルティング
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-9-7
電話 03-5411-6440(編集)

発売元 株式会社 幻冬舎
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-9-7
電話 03-5411-6222(営業)

印刷・製本 シナノ書籍印刷株式会社
装丁 菅野 南

検印廃止

©KOICHI TAHARA, GENTOSHA MEDIA CONSULTING 2018 Printed in Japan
ISBN978-4-344-91946-4 C2034
幻冬舎メディアコンサルティングHP
<http://www.gentosha-mc.com/>

※落丁本、乱丁本は購入書店を明記のうえ、小社宛にお送りください。
送料小社負担にてお取替えいたします。
※本書の一部あるいは全部を、著作者の承諾を得ずに無断で複写・複製することは禁じられています。
定価はカバーに表示してあります。