

## 事例 2-5-1

## 株式会社エルテス（東京都港区）

## 事業内容を丁寧に説明することで、金融機関との良好な関係を構築している企業

東京都港区に本社を構える株式会社エルテス（従業員70名、資本金5億489万円）は、Webリスクマネジメントのコンサルティングを行う企業である。具体的には、インターネット上の批判・誹謗中傷等の否定的なコメントの殺到（いわゆる「炎上」）といったソーシャルリスクを検知し、SNS<sup>13</sup>をはじめとするビッグデータから、顕在化したソーシャルリスクに対して講ずべき対策を提案するサービスを展開している。また、内部要因による情報セキュリティ事故予防に着目した内部不正検知サービスも提供している。

2013年に現在本社のある港区に移転した際に、みずほ銀行新橋中央支店と取引を開始し、他の金融機関からの過去の借入れを条件のよいものに組み直した。取引を開始する際には同社は赤字であったものの、同社のビジネスモデルを丁寧に説明することで、同行からの理解を得られた。

同社が自社のビジネスモデルを説明する際には、社長のアイデアを理解してもらうための場を何回も設定し、どのようなものを作って、どのように回収するのか、会社としての今後の方針を丁寧に説明した。また、同社が計上した赤字が一過性のものであることについての理解しやすい説明資料を作成し、銀行内の稟議書に添付してもらい、読めば理解してもらえるように工夫した。こうした守りとしての「黒字体質の説明」と、攻めとしての「社長による事業説明」を実施することで、同社のビジネスモデルを同行に理解してもらった。

同社の菅原貴弘社長は金融機関との取引について、「一般的に『銀行は中小企業にお金を貸してくれない』との批判があるが、伝え方が間違っているケースが結構あるのではないかと。銀行の言葉に直して説明することが重要であり、思いだけを語ってもなかなか伝わらない。」と語り、金融機関が企業の事業内容を理解できないことにつ

て、企業側にも改善すべき点があると指摘している。

こうした自社についての丁寧な説明を行う姿勢が、同行を介したビジネスマッチングにも効果を表している。同社では、自社の事業が目に見えないサービスであるため、任せきりでは銀行としても対応できないことを理解している。そのため同社への理解を更に深めるための戦略会議に参加してもらい、受注に成功した例や、顧客へのアプローチ方法等、成功した営業手法を共有し、狙っている業界・業種などを示している。そうすることで、銀行としてもマッチング先を探ることが容易になり、顧客紹介が商談に繋がる頻度が高くなっている。

このように、企業が金融機関との関係性を深めるには、同社が取り組むように、自社の事業を丁寧に説明することが重要である。そうした取組が、金融機関による企業の深い理解、さらに、金融機関による精度の高い経営支援サービスの提供につながり、企業の収益力を高めると期待される。



同社の菅原社長がフォーラムで講演する様子

13 「SNS」は、ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士が交流できるwebサイトの会員制サービスのことを指す。