

社長のための債権管理 与信管理と信用調査

ここでは、経営者のための債権管理の基本として、与信管理と信用調査について紹介します。

与信管理とは

与信とは、文字通り取引相手に信用を与えることをいい、与信管理とは、取引相手を評価（与信限度額を設定）し、与信限度額を基準とした売上債権残高を管理することをいいます。

取引先が倒産して債権の回収が困難になれば、会社は大きな損害を被ることになるため、取引相手ごとに適切な与信限度額を設定し、リスクを極力少なくする必要があります。

与信限度額の設定

新規の取引先に対して与信限度額を設定するためには、いわゆる信用調査を行います。信用調査では、取引先の名称、住所、業歴、会社規模、財務状況等を把握します。さらには、

- 新規の取引先のお客様、同業者、金融機関等に問い合わせる
- 会社年鑑や業界紙などで調べる
- 登記簿謄本や不動産登記を取り寄せる
- 企業調査会社の調査データを利用する

といった方法で情報を入手することも検討します。このようにして把握した情報や取引予定額、支払条件等を総合的に勘案して与信限度額を設定します。

与信限度額は、取引を開始したときだけでなく、既存の取引先に対しても定期的に見直す必要があります。たとえば、支払条件変更の打診があった場合、取引金額に急激な変化が生じた場合、取引先の財務状況が著しく悪化した

場合には、その原因を調べて、取引可能金額を変更していくことになります。

信用調査の目的

取引先の信用調査の目的は、取引先の安全性の確認と、積極的な販売促進活動が挙げられます。

(1) 取引先の安全性の確認

信用調査の1つ目の目的は、債権を確実に回収できるよう取引先の安全性を確認することです。取引先の信用度が高ければ安心して取引を継続することができますが、信用度が低ければ取引を中止する、あるいは与信限度額を決めて、その範囲内で取引を行うこととなります。

(2) 積極的な販売促進活動

信用調査の2つ目の目的は、売上増大を図るために積極的な販売促進活動を行うことです。新規の取引先と取引を開始する前に信用調査を行い、取引の有無を決め、1社でも多くの優良先を開拓し、取引基盤を強化することで、売上高の増大を図っていくことができます。

企業経営において「取引先の安全性の確認」と「積極的な販売促進活動」は車の両輪のようなものです。取引先の安全性を確認し、債権を確実に回収することは資金繰りに重大な影響を与えます。また、積極的な販売促進活動は、売上収益の源泉として非常に重要です。どちらか一方でも支障を来すと、経営という車はまっすぐに進まなくなってしまいます。しっかりと管理していきましょう。