

新規 既存

取引先情報の活用術

流通の確認は「基本中の基本」

電話帳で会社存在もチェック

前回までは、営業戦略や総務部門などに提出

上の重要なフアクターとして信用調査会社に

今回は、自社で行う取引先調査を依頼します。取引先調査を依頼します。取引先調査を依頼します。

新規取引の場合、時間的余裕がない場合がある。情報が不足しがちです。

ここで新規取引を始める上で必ずチェックしなければならない重要な点を挙げておきます。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

現在の、取引先が卸す先市場はどこか、と得意先がどのような市場に商品を提供しているか、その市場シェアはどの程度か、と

2点目は、得意先が卸す先市場はどこか、と得意先がどのような市場に商品を提供しているか、その市場シェアはどの程度か、と

表1 与信申請書の例

得意先与信申請書		年月日	
下記取引につき与信の申請を行います。		所属名	申請者
(新規・定期・増枠・減枠)			
得意先名	得意先コード	取引銀行	
住所		主たる仕入先	
代表者名		主たる販売先	
業種	設立年月日	従業員数	年商
資本金			
経営方針			
経営資源			
マーケット			
最近6ヶ月間の取引実績	月	日	合計
売上高			
売掛残高			
手形残			
債権残高			
取引商品名	本件契約高	支払条件	手形サイト
格付	動向	特別条件	希望限度額
申請理由			担保
			その他特記事項

調査によって明らかに

新規取引、既存取引の

拡大すべき方向性も探る

さらに、自社が戦略上

このように、得意先情

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

売上だけでなく売掛債権で判断

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

が近づいている、と注意する。自社格付けを行って

損益計算書に現れる売上や利益以外に、バランスシートの資産状況や借

入状況などの変化、自己資本の充実などを数年にわたるデータから、経済的な課題や伸びを見ることができるといいます。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけではなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。



あさの まこと (株)フォーサイツコンサル

ルディング代表取締役社長。1963年生まれ。丸井商品本部からブルデンシャル生命を経て経営コンサルタントとして独立。リスクマネジメントを中心に大手企業、中小企業、医療機関、福祉施設、行政などを対象にコンサルティング活動を行っている。主な著書「得意先管理・与信管理の実務」(日本実業出版社)。リスクマネジメント協会理事。

新規 既存

取引先情報の活用術

流通の確認は「基本中の基本」

電話帳で会社存在もチェック

前回までは、営業戦略や総務部門などに提出して与信管理を解説いたしました。(表1)

今回は、自社で行う与信管理について、新規で取引を始める場合のステップと既存の取引において注意すべき点、さらに、得られた得意先情報から考えられる戦略のポイントについて解説したいと思います。

新規取引の場合、時間的余裕がない場合があり、情報が不足しがちです。ステップとしては、まず申請者(営業部門など)による与信調査を経て、与信希望や新規取引に至った経緯を記入した申請書類を審査部署(経理)

これらは営業戦略や商品企画にも活用できる重要な情報です。特に、取引直後6ヶ月は「要注先」と同等に、情報履歴を残して管理する必要があります。大口の注文が入って納品したら、翌月の決済日に入金されないということ

ここで新規取引を始める上で必ずチェックしなければならない重要なポイントを挙げておきます。

既存取引の場合ですが、長年の取引企業だからといって、得意先管理の面で安心してよいとは限りません。企業の寿命

「104」の番号案内は、登録後すぐ、本店所在地と実際の

表1 与信申請書の例

得意先与信申請書		年月日	
下記取引につき与信の申請を行います。		所属名	申請者
(新規・定期・増枠・減枠)			
得意先名	得意先コード	取引	
住所		主たる	
代表者名		仕入先	
業種		主たる	
資本金	設立年月日	従業員数	年商
			販先
経営方針			
経営資源			
マーケット			
取引内容			
取引商品名	本件契約高	支払条件	手形サイト
格付	動向	特別条件	その他特記事項
申請理由			

調査によつて明らかに高得先については、重要度の高い取引先の見極め方としては、取引金額、シェア、市場性、営業戦略上の位置づけ、取引年数、会社の安定度などを考えてランク付けをすることが大切です。毎年データを必ず取つていけば時系列で得意先の経営の変遷も把握でき

売上だけでなく売掛債権で判断

調査によつて明らかに高得先については、重要度の高い取引先の見極め方としては、取引金額、シェア、市場性、営業戦略上の位置づけ、取引年数、会社の安定度などを考えてランク付けをすることが大切です。毎年データを必ず取つていけば時系列で得意先の経営の変遷も把握でき

マーケティング情報として有効

さらに、自社が戦略上拡大すべき方向性も探ることが出来ます。例えば、自社の部品Aを取引して、他社が部品Bを納品しているとしたら、A部品とB部品を組み合わせたものを、自社で提供すれば取引シェアは拡大するといったような場合が考えられます。



あさの まこと
㈱フォーサイツコンサル
マーケティング代表取締役社長
1963年生まれ。丸井商品本部からブルデンシャル生命を経て経営コンサルタントとして独立。リスクマネジメントを中心に大手企業、中

まず、詐欺に備えて会社が実在するかどうかのチェックです。実に簡単な方法なのですが、重要なことは電話帳で会社が存在するかをチェックすることです。

①本店所在地と実際の所在地が一致するか。
②得意先が支店や工場にある場合に、支店登記されているか。
③資本金額の変遷。
④取引内容が会社の目的に合っているか。
⑤変更箇所(役員の変更履歴、会社所在地の変更履歴、定款の変更履歴など)。

これらの要素をチェックしておかしいと思う点があれば、より深く調査する必要があります。

また、こちらの取引姿勢をアピールし、現場からマーケティング情報を得るために、事務所だけでなく倉庫や在庫の保管場所もきちんと見せてもらいたいものです。

経営が悪化してきたと聞き、管理の方法も異なるのは当然のことです。現在、取引をしている得意先の取引条件をすべて洗い出し、平均売掛金額を出し、得意先データとして定性的な情報で一元管理をすることをお勧めします。

その場合、売上で判断するのではなく、「売掛債権が1カ月に平均どれくらいか」という視点でとらえます。つまり、1カ月にいくらの資金を得意先に貸しているか、という考え方をするわけです。

市場が拡大しているにもかかわらず、得意先が供給する商品数が少ないような場合には、自社の商品戦略として次の開発商品のヒントになります。

さらに、成熟市場では価格競争力を高めるための早めの措置を講じる必要が出てくるかもしれません。

このように、得意先情報は与信管理として捉えるだけでなく、マーケティングや営業戦略、商品戦略にも応用させたいものです。