

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

調査頻度を変える方法を選択します。重要度の高い得意先については、常に目を光らせるとい

意味があります。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っている。得意先の特

性が掴めてきます。その中で、与信管理上の情報

調査によって明らかに

なった定性的な情報と、

売掛額から捉えた数値情報

を照らし合わせると、

まず1点目は、得意先

が他にどのような取引先

を持っているか、という

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			
売上高	月	日	合計
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			

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。

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。必ず行います。特に、取引直後6カ月は「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

が時として起こるからです。

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

調査頻度を変える方法を選択します。重要度の高い得意先については、常に目を光らせるとい

意味があります。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っている。得意先の特

性が掴めてきます。その中で、与信管理上の情報

調査によって明らかに

なった定性的な情報と、

売掛額から捉えた数値情報

を照らし合わせると、

まず1点目は、得意先

が他にどのような取引先

を持っているか、という

情報です。得意先が仕入

れる先として、自社以外

にどのような会社と取引

をしているかを知ること

は、競合先を調査すること

にも繋がってきます。

もちろん、品質や生産

もの

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

調査頻度を変える方法を選択します。重要度の高い得意先については、常に目を光らせるとい

意味があります。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っている。得意先の特

性が掴めてきます。その中で、与信管理上の情報

調査によって明らかに

なった定性的な情報と、

売掛額から捉えた数値情報

を照らし合わせると、

まず1点目は、得意先

が他にどのような取引先

を持っているか、という

情報です。得意先が仕入

れる先として、自社以外

にどのような会社と取引

をしているかを知ること



あさの まこと (株)フォーサイトン社長

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ティングとして独立。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。

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。

経営が悪化してきたと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

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

月間にいくらの資金を得るかを考えているか、と

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

ために拡大し損なっているような場合には、自社の商品戦略として次の開発商品のヒントになり得

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。

また、得意先が卸

先の市場はどこか、と

得意先がどのような市

場に商品を生産している

か、その市場シェアはど

れくらいであるかが把握

できれば、エンドユー

ザーに近いところのマー

ケティング情報が入って

きます。

市場が拡大しているに

にもかかわらず、得意先

が供給する商品数が少ない

ために拡大し損なっている

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得

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。

また、得意先が卸

先の市場はどこか、と

得意先がどのような市

場に商品を生産している

か、その市場シェアはど

れくらいであるかが把握

できれば、エンドユー

ザーに近いところのマー

ケティング情報が入って

きます。

市場が拡大しているに

にもかかわらず、得意先

が供給する商品数が少ない

ために拡大し損なっている

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得

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

