

# 取引先の情報収集

**Q.** 取引先の状況がなかなかわからないが、どのようにして取引先の業績に関する情報を収集すればよいか？

**要旨** 取引先の与信に関する変化の兆候をキャッチすることは重要です。変化の兆候をより早くつかむことは、日常的に取引先に接している営業担当の大切な業務です。リスクにより早く気づくほど他社に先んじて対応が可能となります。また、取得経路によって、与信リスクをキャッチした時の対応も重要なポイントになります。

## 解説

### 1. 与信リスクの兆候の取得

もっとも重要なものは、実際に訪問して取得する情報です。営業担当者などが訪問した際の雰囲気、電話の鳴る回数が少ない、社員の顔色や話す内容など変化の兆候を見逃さないようにします。継続して訪問していれば普段との様子の違いを感じることもできます。そのほか、取引先の社員や同業者などとの会話の中から入手したり、その時は見逃していたものが、あとから考えてみれば、あれが兆候だった、と思うことはよくあります。気づいたことを記録し、関係部署で共有する仕組みが重要になります。

外部の信用調査会社から入手するなどの方法もあります。外部情報も随時更新し変化がないか、訪問時に兆候を感じた場合は早めにチェックを行います。また当該取引先が属する業界の情報は、ニュースなどで得られます。大幅減益、リストラなど目につきます。業界、取扱製品、最終ユーザーに関する情報は新聞、一般雑誌、業界紙などからも取得できます。取得した情報からより迅速に対応することが大切です。

一般的に倒産した会社はどのような兆候があったかを知ることでリスクに関する感度を高めます。社内勉強会や外部研修など

知識を蓄積し、倒産原因と兆候の関連性について理解しクロスさせることで精度が高まります。

### 2. 取得経路と管理

得られた情報が周知のものか、自社だけしか知らないものかによって対応が異なります。新聞など周知なものであれば他社も対応しています。関係部署で連携して迅速に対応することが必要です。

自社だけが気付いた兆候であれば、迅速に行動することはもちろんですが、他社に知られないようにすることも重要です。外部の訪問者の目だけでなく、社内からの無意識の漏洩などが発生しないよう、情報共有にも注意を払うとともに伝え方にも注意する必要があります。

# 与信リスクの兆候 ～つかみ方と対応～

## ＜ご提案のポイント＞

- ・与信に関する兆候、情報にはどのようなものがあるかを理解します。
- ・取得の経路にはどのようなものがあるか。
- ・取得した時の対応方法は周知のものであるか、自社しかつかんでいないものかによって異なります。

## 1. どのような兆候があるか

兆候には、①取引に関するもの、②人に関するもの、③企業に関するものが挙げられます。①の例として、製品のクレーム、返品が増加、設備投資後の売上不振、取引先の変更、取引先の業況、支払条件の変更などがあります。②の例として、理由のない経営者の交代、幹部社員の退職、社内の雰囲気の変化などがあります。③の例として、社名変更や事務所移転、担保状況の変化、業界内のウワサなどがあります。

一つひとつの情報の積み重ねがリスクの早期発見につながります。それぞれの情報をクロスさせることでリスクの緊急度、重要性の精度を高めます。

## 2. 取得経路

情報の取得経路には、①周知のものと、②自社だけが入手できるものがあります。①の経路として、新聞・雑誌・業界紙などが挙げられます。また、商業登記簿、不動産登記簿なども裏付け資料として活用できます。②には、営業担当者の訪問時の会話、訪問時の雰囲気、該当企業と自社との取引状況の変化、同じ取引先や金融機関などとの何気ない会話の積み重ね、などがあります。取引先の取引先（最終ユーザーや販社など）の倒産なども取引先の与信にかかわる情報になります。また、一つの情報源だけでなく、視点を変えて読み取ることで早期発見につながります。

## 3. 取得後の対応

取得後の対応はどのように取得したかによって変わってきます。①周知のものであれば、他社も知っていることが前提となりますから、スピードが重要になります。信用調査会社などもつかんでいることが考えられます。全社で共有して対応します。②自社だけ、あるいは限られた情報源で得られたものについては、情報源の秘匿はもちろん、外部への漏洩も気を付ける必要があります。経営者自らが動くことで他社に先んじることができる場合もあります。場合によっては顧問弁護士に相談することも有効です。

いずれにしても情報が適正に管理されていることで迅速で適切な対応につながります。