

リスク管理

信用リスクは、取引先の倒産などにより売掛金や貸付金などの債権が回収できなくなるリスクであり、企業活動で最も一般的なりスクの一つである。信用リスクの発生は資金繰りに直接的な影響を及ぼすとともに、「風評」による自社の信用低下という間接的な影響も加わり、会社の存続に重大な結果を与える。

◇ 信用リスクのマネジメントが難しいのは、他の多くのリスクと異なり、リターン（売り上げなどの収益拡大）との結びつきが強く、リスクとリタインのバランスの中で、コントロールしていくことが求められるからである。

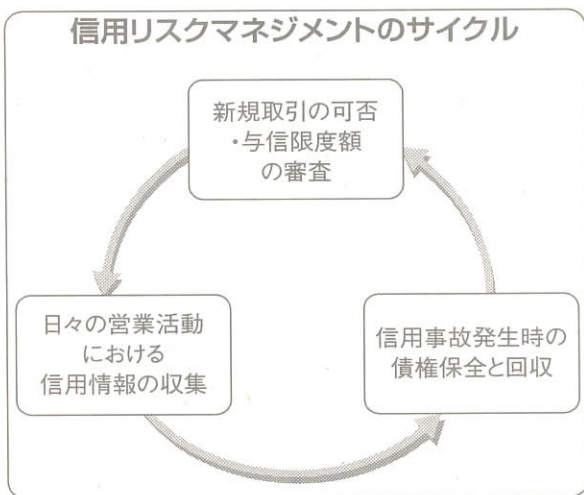
信用リスクのマネジメントは、①新規取引開始や与信限度額見直しの審

リスクマネジメント

ABC

信用リスク

信用リスクマネジメントのサイクル



取引先の変化に注意

査②日々の営業取引のなかでの信用情報の収集③緊急時（信用事故発生時）の債権保全と回収の三つのステージにおける信用情報の収集が求められるからである。

売上げ拡大を優先する営業部門と信用事故の信用判断のために結果とし

てビジネスチャンスを逃してしまつた」、「営業部に押し込まれて過大な与信限度額を設定したため大きな不良債権を抱えてしまった」などという禍根を残さないためにも、客観的で合理的な審査基準の設定とその厳格な運用が求められる。財務諸表を中心とした信用調査の評点化や、取引先の仕入ボリュームと自社のシェアの妥当性の検証などが審査基準となる。

与信限度額が決定すれば信用リスクのマネジメントが終了するわけでは、信用リスクのマネジメントの最も重要なプロセスは、日々の営業取引のなかでの信用情報の収集である。「与信限度額さえ守れば、たとえ信用事故が発生しても営業の責任ではない」などというスタンスではなく、営業マンは常に取引先の変化をキャッチする必要がある。取引条件の変更、取引銀行の変更などの客観的な事実だけでなく、会社の雰囲気、経営者の言動、業界の評判などにも注意を払い、取引先の信用力の変化を見逃さないことも営業マンの基本スキルである。

最後に、実際に信用事故が発生したときの債権保全と回収は、営業部門と審査（あるいは法務）部門が協力して行うことが原則であるが、重要なことは、債権保全と回収の過程での経験と学んだノウハウを組織のなかに定着させ、与信判断や信用情報の収集に活かしていく体制を築くことである。（日本総合研究所）