

信用調査の方法

1. 取引先を見る。

中小企業を見る場合は、経営者、幹部、従業員、設備、資本をみることになります。調査のウエイトのかけ方ですが、経営者が70%、資本が20%、その他で10%といった見方です。よく、生き馬の目を抜く、と言いますが、優良企業の社長は他企業なり業況をよく見て行動しています。幹部の指導力や従業員の販売力、設備の生産力といったものは調査をする側の人間がその業界についての知識がないと、なかなかつかめません。

把握するためには、その業界に自社自分の知り合いをつくっておき頭に入れておくことです。たとえば、縫製業を例にとってみましょう・・・自分の頭にある知人のところは従業員45人、現場には35人の女子社員がいた。たしか3列に並んでいて後ろから前へと布を送っていた。工場長は生産ピッチタイムは2分45秒位、ロット数は1,000グラムを超えるものをなるべく取るようにしている。女子社員が3日位でやっと慣れ、4日目以降から作業能率が上がってくるので、収益が出ると言っていた・・・そのようなイメージを持っていると簡単です。

資本については利益重視の経営をしているか否かが、調査のポイントでしょう。

2. 資料を集める

取引先会社の信用度の裏づけ資料としては、取引先の商業法人登記簿をみるか、または謄本の写しを取ることです。次に、取引先会社の土地・建物の不動産登記簿と代表者の住んでいる土地・建物の不動産登記簿を見るか、謄本の写しを取ることです。

また、有料となりますが一定規模以上の取引会社は帝国データバンク等のインターネット信用調査書からも有力な情報が得られます。

3. 関係のある人・会社から聞く

取引先の信用度を、その取引先と関係のある人や会社から聞くのは取引先が新規の場合とか、すでに取引のある会社に不安な点が見られる場合に行います。

聞くポイントは、取引先を見たり、資料を集めてできた不安材料について、正確な事情を知っていると思われる人に会って聞くことです。したがって聞く相手は、退職した役員とか下請業者、仕入先、販売先、同業者、銀行といろいろですが、要は問題によりの的をしぼることでしょう。