

回収管理マニュアル

目 次

1. 回収管理の重要性	528
2. 販売方針の明確化	528
3. 回収管理の基本	530
4. 回収計画とチェック	533
5. 債権管理のチェックポイント	537

1. 回収管理の重要性

「販売とは商品を資金化することである」と言われており、販売活動が無利子・無担保の貸付行為ではないことを、全員が認識すべきである。

多くのセールスマンは、モノを売った時点で販売が終了したと考えがちですが、その時点ではまだ販売が終了していないわけです。代金を回収し、手形であれば手形が現金化された時点で初めて、販売が完了したことになるわけです。

従って販売活動の使命は、つくったり仕入れたりした商品を早くお金に換えるということに尽きます。回収がうまくいっているかどうかは、販売活動の効率化を左右するばかりでなく、経営にも影響を及ぼす大事なことです。

販売成績の良いセールスマンほど回収成績も良く、成績の悪いセールスマンほど回収をないがしろにしがちなものです。

「回収が済むから販売できる」のであり、顧客の側からすると「買掛金が少ないから仕入れができる」ということを忘れてはならない。

2. 販売方針の明確化

何を、いつ、どこに、どの顧客が、いくら販売して、どれだけの販売目標を達成するのか、その為にどのような方法を取るのか、回収はいつまでに、どのような条件で行なうのか、という具体的な『販売方針』をもつことである。

セールスマンまかせ、成り行きまかせの販売をやっていたのでは、たとえ方針を発表しても、貸倒れ・回収遅延の原因を生んでいくことになります。

(1) 留意点

- ① 取引先の信用についての注意を払わず販売した。
- ② 取引先の内容を過信し、悪化に気がつかなかった。
- ③ 販売基盤の確立していないところに無計画販売をした。
- ④ セールスマンがルーズで判断が甘かった。
- ⑤ 回収管理がズサンで、債権残高の急増に気がつかなかった。
- ⑥ セールスマンが取引先に籠絡され、情実・私利的取引を行なった。
- ⑦ セールスマンの報告が遅れ、債権保全がまに合わなかった。

(2) 回収期間と金利負担

販売した商品の代金回収期間が長くなればなるだけ、金利負担が多くなり、販売努力や仕入交渉、管理経費の節減によって得た利益から、金利が外部へ流出するのである。

次頁の例は、売上高に対して8.1%である。粗利益率は22%で、営業利益率2.5%であり、それから金利負担率を差し引くと赤字になる。

こうならないためにも、回収期間と金利負担の早見表を作成して、常に金利に対する関心と、強い認識の上にとった回収活動を行なうことである。