リスクマネジメント事業

RM第一線からの報告

伊集院 剛史 ▶▶85

売掛債権を担保に借入れ

国が推進する債権流動化策 融資時に信用保証協会が保証

売掛債権担保融資保証

売掛債権担保融資保証制度（以下、売債保証）は中小企業の資金調達の多様化を図るために、平成13年に創設され、国が積極的に促進しています。売債保証は、中小企業が保有する売掛債権を早期に現金化し資金繰りを改善することが目的です。

売債保証は、中小企業者が保有している売掛債権を担保として、金融機関から融資を受ける際に、信用保証協会が保証を行います。商品やサービスの提供を行い、実際に売掛債権が発生した段階で、それを引当に融資を受けることになります。売掛債権が回収不能となり、中小企業者が返済をできない場合には借入残高の90％を信用保証協会が中小企業者に代わって金融機関に返済します。

担保となる売掛債権は継続的な取引によるものだけではなく、取引信用保険では対象とならないスポット契約も対象となります。建設請負契約などはスポット契約の場合が多いのですが、売債保証では対象債権となります。

例えば、建設業者が「支払条件・建物完了引渡し後」という建設請負契約を結んだとします。次々と建設資材の購入代金や労務費などの支払いが発生しますが、請負代金の支払いは工事完成後ですから、それまでの資金は自前で調達しなくてはなりません。資金が潤沢であれば問題はありませんが、何らかの要因で資金がショートすればいわゆる「黒字倒産」にもなりかねません。従来であれば、不動産等を担保にして銀行などから借り入れを行って急場をしのぐという手段が一般的でした。しかし、売債保証を活用すれば請負代金債権そのものを担保にして資金調達することが可能です。

金融機関が申込窓口になります。借入限度額は1億1100万円。売掛債権の回収期間は1年間です。取引信用保険（決済サイトが180日まで）よりサイトの長い債権も対象となります。保証料も0・85％と低いことが特徴です。利用件数は17年度末累計で約4万件ですが、今後ますます利用が増加すると思われます。

【事務所】
リスクサービス株式会社
【TEL】078-327-3922
【FAX】078-334-1241
【E-MAIL】
ijuin@risk-services.co.jp

売掛債権回収リスクをヘッジする2制度

「保証」と「買取」 2つのファクタリング

ファクタリングはファクタリング会社が行う新しい金融サービスとして注目を集めています。元々は14世紀後半にイギリスで生まれ、その後アメリカで発展した金融手法で、現在は欧米を中心に世界各国で利用されています。日本では、ファクタリング会社は大手金融機関の子会社として生まれています。

ファクタリングには「保証ファクタリング」と「買取ファクタリング」の2種類があります。

「保証ファクタリング」とは、契約者が保有する売掛債権をファクタリング会社が保証するものです。保証希望先リストに基づきファクタリング会社が1社ごとに保証枠を設定し、その保証枠内で売掛債権の保証を行います。

取引信用保険と性格が似ていますが、異なる点は①保証限度枠内で売掛債権の100％保証ができること（取引信用保険は90％の縮小てん補方式）②対象とする売掛先企業を選択することが可能だということです。取引信用保険では原則として契約者の全取引先が対象でした。一方、保証ファクタリングではどの取引先企業を対象とするかは自由に選ぶことが可能です（保証枠がとれるか否かはもちろん審査次第ですが）。

「買取ファクタリング」とは、ファクタリング会社が売掛債権を買い取り、その回収を代行するものです。取引信用保険や保証ファクタリングでは、売掛債権の回収は保証されますが、回収の時期は早くなりません。買取ファクタリングでは、売掛債権の回収リスクがなくなると同時に債権の早期資金化が可能になります。手形を銀行で割り引くことに似ていますが、手形割引では決済されない場合には銀行にお金を返さなくてはなりません（償還請求権がある）。一方、買取ファクタリングでは償還請求権なしでファクタリング会社が買い取りを行うことが最大の特徴です。

ファクタリングには統一された約款はありませんので、保証料や内容はファクタリング会社によって異なることになります。決済サイトや保証枠の設定条件などは取引信用保険よりも弾力的な運用が可能なようです。ただし、原則として継続的商取引が対象となります。この点は取引信用保険と同じスタンスです。

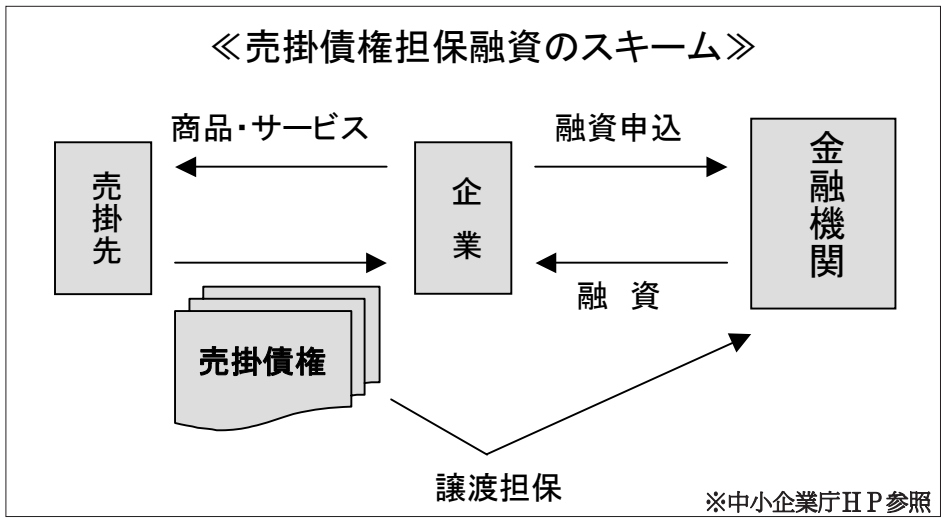
保証ファクタリングの保証料は条件で異なりますが、概ね保証額に対し4～6％程度で、一般的には取引信用保険（概ね2％前後）よりも高めであると言えます。買取ファクタリングについては資料が公表されていませんでしたが、保証ファクタリングに割引金利を上乗せするような考えになるのだと思われます。

前後2回にわたって取引信用保険を中心に売掛債権回収リスクをヘッジする商品を概観してきました。

取引信用保険の特徴としては、①全取引先が対象②決済サイトに制限あり③継続的取引が対象債権④保険料が低廉であることが挙げられると考えます。我々は類似の商品と比較をしながらそのクライアントに適した商品選択のアドバイスができるようにならなくてはならないと思います。

（執筆＝小野 力）

≪売掛債権担保融資のスキーム≫



※中小企業庁HP参照

営業支社長奮闘記

大北 翔 ▶9◀

失われていく「地域アドバイザー」

お客様に身近な代理店の育成を

先日、当社の事務ミスによりお客様に謝罪しなければならないことが起こった。通常であれば、代理店がお客様のことをわかっているので確認してから対応することになるが、本件は契約が5年以上前のことで、当時の代理店が廃業してしまっているため、どのようなお客様なのか聞くことなく、まずは電話で事情の説明を行った。すると、お客様は電話越しに激昂するばかりで、とても話ができる状態ではなかった。何とか訪問して説明させていただくことになったが、訪問するまでの間、さらに気が重たかった。

しかし、訪問すると、予想外にもお客様のほうが恐縮していたのである。一通り説明をし、謝罪すると、お客様は即座に納得し解決した。電話の様子だと極めて難航することが予想されたが、どうしてこのような結末になったかというと、当初お客様は、全く覚えのない「保険会社」からの電話を新手の振込詐欺と思い込んだからだとのことだ。

なんとも笑い話みたいな話ではあるが、笑いごとではない。今後このような話が頻繁に起こる可能性があるからだ。それは第一に代理店の高齢化や合理化、M&A等により契約自体が流動化していることにある。一度も対面したことがないお客様の契約を扱う機会が増え、お客様が代理店のことを全く知らないということも十分あり得るのである。

また、契約方式の多様化も要因となる可能性が高い。インターネットによる募集や電話による募集が急速に増えており、非対面型募集が主流になってくると、この現象が顕著になってくるばかりか、お客様の家族構成の変化等、保険契約のメンテナンスや新たなリスクをカバーする提案などに支障が出てきてしまう懸念がある。

代理店制度や募集形態の変化は時代の流れと言ってしまえばそれまでだが、お客様と身近に接し、その変化を肌で感じ、守っていくという代理店の存在が失われつつあることに少し寂しさを感じるとともに、危機感を覚えてしまうのは筆者だけであろうか。

消費者の自己責任とよくいわれるが、責任を問うのであれば、もう少し商品を簡素化する必要があるだろう。だが、一方で簡素化し過ぎるとニーズの多様化に対応できないということも出てくる。いずれにしてもお客様と対面する地域アドバイザーたるよき保険代理店を育成していくことが当面の責務である。