

# 『業種別支援の着眼点』について

- 地域金融機関等の現場職員が円滑に事業者支援に着手できるよう、支援のノウハウ・知見を業種ごとに整理した「業種別支援の着眼点」を取りまとめ。令和4年度は5業種（建設、飲食、小売、卸売、運送）の「着眼点」を整理。
- 令和5年度は新たに3業種（製造、サービス、医療）、令和6年度は新たに2業種（介護、宿泊）の「着眼点」を追加。動画や勉強会等を通じて、地域金融機関等の現場の浸透に向けた普及を促進。

『業種別支援の着眼点』PDF版・PowerPoint版及び動画については、以下にて公表。URL：<https://www.fsa.go.jp/policy/chuukai/gyousyubetu.html>

## 「業種別支援の着眼点」のコンセプト

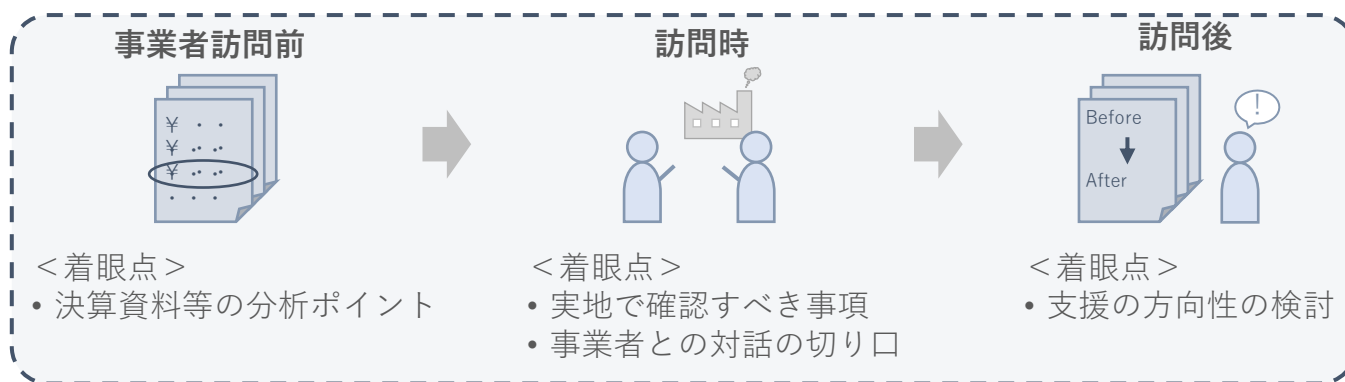
Concept 1 事業者支援の着手（初動）を適切に実施するための**基礎的**な着眼点

Concept 2 金融機関等の現場職員が**手に取りやすい分量/レベル**

Concept 3 フロー図や写真等による**直感的に理解しやすいビジュアル**

➡ 「教科書」や「正解」を示すものではなく、それぞれの組織・個人において、用途に応じた工夫を加えながら活用できる「出発点」としての役割を期待

## 想定される活用場面（イメージ）：着手する際のポイント



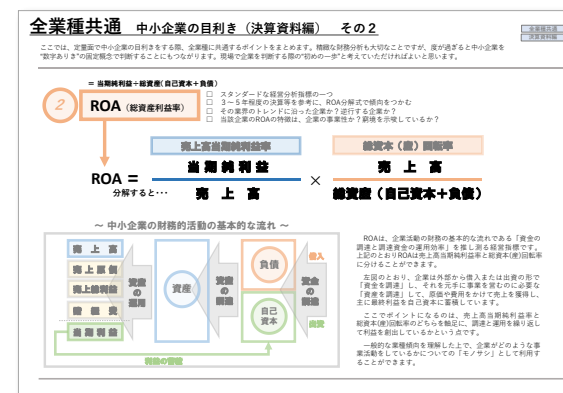
## 事業者支援の具体化

初動対応後のフェーズへ

- ・ 事業者等との経営課題の認識共有
- ・ 経営課題に応じた支援策の検討・実施

など

『業種別支援の着眼点』ページ例



(※) 令和4年度は公益財団法人日本生産性本部を委託先とする委託調査事業（「業種別の経営改善支援の効率化に向けた委託調査」）、令和5年度はメディアラッグ株式会社を委託先とする委託事業（「業種別支援の着眼点の拡充や普及促進に向けた委託事業」）、令和6年度は株式会社帝国データバンクを委託先とする委託事業（「業種別支援の着眼点の拡充や普及促進に向けた委託事業」）として実施

## 中小飲食業の「着眼点」の例

『業種別支援の着眼点』31ページより抜粋

必ずしも数字に表れないポイントなど、指標を理解するための背景情報も提供

1

### 原価率

- 同業種の業界平均に必ず着目し確認
- 原価率20%・30%・35%という目安を押さえる
- 原価率 = 売上原価 ÷ 売上高
- 原価の構成にも着目する（深掘りポイント）

売上高は「客数×客単価」に起因し、実態把握をヒアリングで行う必要があります（後述）ので、まずは、原価率を決算資料等で確認しましょう。業種と原価率の関係に着目し、専門書等を参考に確認してみましょう。商品別・業態別の大まかな目安は下図のとおりです。

どのような材料で構成されているかについても、原価を構成する重要な要素です。例えば焼肉であれば、ほぼ肉で構成されますが、かつ丼であれば種類もより増えます。どの材料が原価に大きく影響しているかについても、併せてヒアリングできるとよいと思います。

ドル箱商材

20%

ドル箱商材

30%

平均的飲食業  
30%弱～30%強に収めたい

35%

高級・こだわり

かき氷  
ハイボール・サワー

餃子

ショートケーキ

ラーメン  
ビール

普通の飲食業なら  
ここ辺りが一つ目安

中小飲食業の場合「原価＝材料費」と考えて捉える場合が多く、一般に飲食業は、様々なメニューの組み合わせで粗利益を確保しています。例えば、ラーメン餃子セットを頼んでもらうと、原価率の低い餃子が提供できるので利益が残りやすくなります。居酒屋では「乾杯のビール」のあとの2杯目からは、サワー等にさりげなく誘導すると、売価に大きな差はなくても、原価率の違いから利益は変化します。また、高級感やこだわりを“売り”にしていないような飲食店の原価が異常に高い場合は、売上や材料費の計上が不適切である可能性もあります。お店のイメージと原価率の均整にも注目してください。

経営改善支援に向けた具体的なイメージも記載