

業種別支援の着眼点～事業性の理解と経営改善の視点～の公表

- 金融機関等の現場職員の事業者支援・事業性評価・企業価値把握に向けて、実務者の支援ノウハウ・知見を業種ごとに整理した「業種別支援の着眼点」を取りまとめた。令和4年度より業種を拡充し、令和6年度までに**10業種**※を公表。

※10業種（飲食業、小売業、卸売業、建設業、運送業、製造業、サービス業、医療業、介護業、宿泊業）

- 令和7年度は補足資料（資金別・業種別に融資相談時のポイントをまとめた「逆引き着眼点」、支援事例など）を公表
- これまで実務者向け研修を複数年で開催、延べ800名以上が参加。また、これまで全国100以上の勉強会に参加

「業種別支援の着眼点」のコンセプト

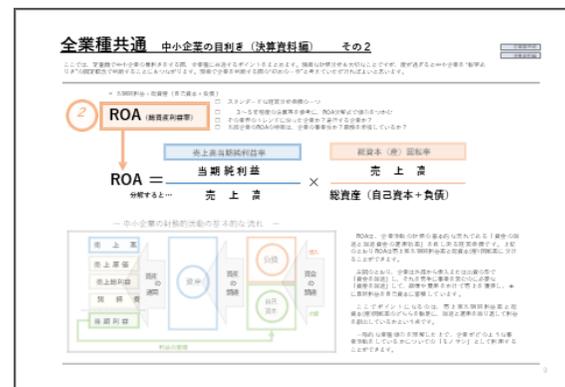
Concept 1 事業性の理解・事業者支援に関する**基礎的**な着眼点

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

『業種別支援の着眼点』ページ例



想定される活用場面（イメージ）：着手する際のポイント

事業者訪問前

- ・ 決算資料等の基礎分析ポイント
- ・ 業種の特性理解

訪問時

- ・ 実地で確認すべき事項
- ・ 事業者との対話の切り口
- ・ 事業性の把握

訪問後

- ・ 事業者支援
- ・ 金融支援
の方向性の検討

事業者支援・事業性融資の具体化

- ・ 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

(※) 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」）、令和7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

業種別支援の着眼点の特色

中小飲食業の「着眼点」の例

『業種別支援の着眼点』18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