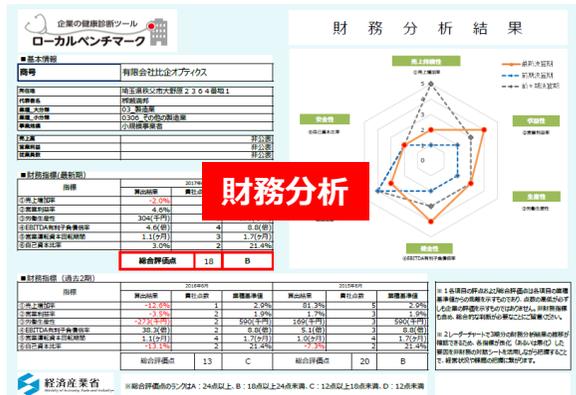


活動レポート（ローカルベンチマーク）とは

- ローカルベンチマークは財務と非財務の両面から経営全般を見直し、これまで見えていなかった自社の魅力に気づき、さらに魅力を高めていくための課題と取り組みを整えることのできる企業の健康診断ツールです
- ローカルベンチマークでは、皆様の会社に当たり前に存在することについて、問いかけていきます。問いかけを繰り返すうちに、当たり前になりすぎて気づかなかったことや、これまで考えたことがなかったことが明らかになってくるはずです。
- ローカルベンチマークの全体像は以下の図のとおりです。「Ⅰ．財務分析（BILレポート）」と「Ⅱ．非財務（業務フロー・商流、4つの視点、まとめ）」のパートに分かれます。ローカルベンチマークの特徴は「Ⅱ．非財務」にあります。ローカルベンチマークはたった3枚のシートで構成されていますが、考える範囲は経営全般であり、非財務と財務の関連性や非財務の特長を見える化できるツールであり、多くの気づきが得られる構成になっています。

Ⅰ．財務分析（BILレポート）



Ⅱ．非財務

企業健康診断ツール
ローカルベンチマーク

＜業務フロー＞

■ 業務フロー
 1. 営業活動
 2. 生産・製造
 3. 物流・配送
 4. 顧客対応

＜商流＞

■ 仕入
 ■ 仕組
 ■ 販売

4つの視点

まとめ

活動レポート（ローカルベンチマーク）の「BIレポート」（財務分析）

- 財務分析診断結果が表、6つの指標について業種の中央値との乖離を把握できます。



■ 基本情報

商号	株式会社〇〇
所在地	東京都〇〇
代表者名	〇〇 〇〇
業種_大分類	03 製造業
業種_小分類	0301 食料品・飼料・飲料製造業
事業規模	中規模事業者
売上高	5,250,128(千円)
営業利益	10,000(千円)
従業員数	40(人)

■ 財務指標(最新期)

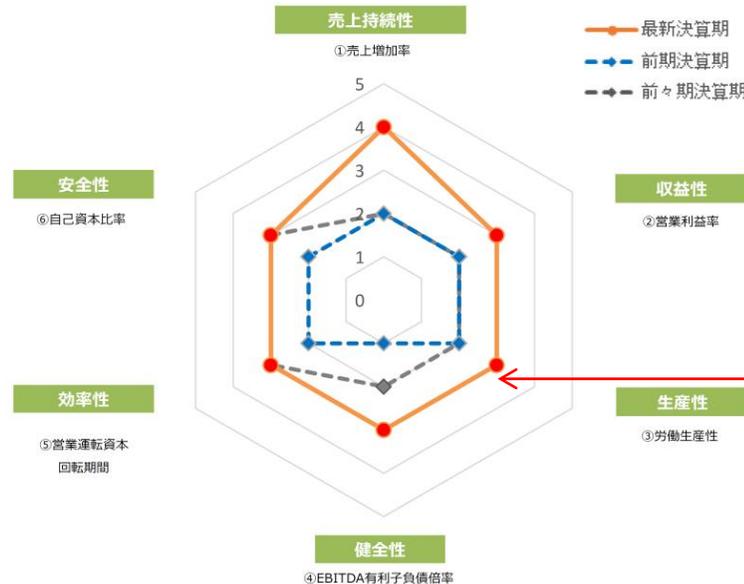
指標	2016年3月		
	算出結果	貴社点数	業種基準値
①売上増加率	10.4%	4	2.3%
②営業利益率	0.7%	3	1.4%
③労働生産性	913(千円)	3	541(千円)
④EBITDA有利子負債倍率	2.7(倍)	3	4.5(倍)
⑤営業運転資本回転期間	1.2(ヶ月)	3	1.6(ヶ月)
⑥自己資本比率	35.4%	3	26.7%

総合評価点	19	B
--------------	-----------	----------

■ 財務指標(過去2期)

指標	2015年3月			2014年3月		
	算出結果	貴社点数	業種基準値	算出結果	貴社点数	業種基準値
①売上増加率	-2.4%	2	2.3%	-1.2%	2	2.3%
②営業利益率	-0.3%	2	1.4%	0.1%	2	1.4%
③労働生産性	-383(千円)	2	541(千円)	140(千円)	2	541(千円)
④EBITDA有利子負債倍率	61.2(倍)	1	4.5(倍)	26.3(倍)	2	4.5(倍)
⑤営業運転資本回転期間	2.8(ヶ月)	2	1.6(ヶ月)	1.1(ヶ月)	3	1.6(ヶ月)
⑥自己資本比率	2.1%	2	26.7%	24.2%	3	26.7%
	総合評価点	11	D	総合評価点	14	C

財務分析結果



過去3期分の業績推移が反映されます

※ 1 各項目の評点および総合評価点は各項目の業種平均値からの乖離を示すものであり、点数の高低が必ずしも企業の評価を示すものではありません。非財務指標も含め、総合的な判断が必要なことにご留意ください。

※ 2 レーダーチャートで3期分の財務分析結果の推移が確認できるため、各指標が良好（あるいは悪化）した要因を非財務の対話シートを活用しながら把握することで、経営状況や課題の把握に繋がります。

活動レポート（ローカルベンチマーク）の「商流・業務フロー」

- 「業務フロー」については実施内容と差別化ポイントを把握し、「商流」は取引先と取引理由を整理し、どのような流れで顧客提供価値が生み出されているかを把握します。



企業の健康診断ツール
ローカルベンチマーク

<製品製造、サービス提供における業務フローと差別化ポイント>

商号	株式会社〇〇
売上高	5,130,250(千円)
営業利益	15,000(千円)
従業員数	30(人)

業務フロー

業務①

■実施内容

■差別化ポイント

⇒

業務②

■実施内容

⇒

業務③

■実施内容

⇒

業務④

■実施内容

⇒

業務⑤

■実施内容

業務プロセスを分解し、価値を生み出すために行っている工夫・他社との差別化ポイントを記載します。

企画開発→仕入調達→製造→販売→物流サービス
 商品企画→試作開発→量産化→生産→出荷
 新規開拓→商品開発→製造→営業拡販→出荷
 企画→開発→営業活動→コンサルティング→導入 など

提供内容／顧客提供価値

■製品・商品・サービスの内容

業務プロセスを経て生み出された、製品・商品・サービスの内容を記載します。

■どのような価値を提供しているか

提供している付加価値、自社が選ばれている理由などを記載します。

<商流把握>

商流

仕入先

■社名・取引金額・内容等

■選定理由

→

当社

→

得意先

■属性（消費者・企業等）
※社名・取引金額・内容等

→

エンドユーザー

■属性（消費者・企業等）
※社名・取引金額・内容等

提供内容／顧客提供価値

■属性（消費者・企業等）
※社名・取引金額・内容等

■選定理由

<聞く理由>

仕入先は強固な調達基盤となっているか、協力先とどのような関係か、販売先は集中しているのか、エンドユーザーは誰かなど取引関係の強みや課題を確認します。

提供内容／顧客提供価値

■属性（消費者・企業等）
※社名・取引金額・内容等

■選ばれている理由

活動レポート（ローカルベンチマーク）の「4つの視点」

- 「4つの視点」に基づく非財務情報について具体的に記載し、「まとめ」として、現状認識と将来目標を明らかにし、課題と対応策を明らかにします。



商号	株式会社〇〇
売上高	5,130,250(千円)
営業利益	15,000(千円)
従業員数	30(人)

4つの視点

① 経営者	経営理念・ビジョン 経営哲学・考え・方針等	地域企業においては、経営者が与える影響が大きく、経営者の優劣が企業の優劣を左右する面が強いといえます。そのため、経営者との対話に際して、まずは「経営者」自身について知ることが重要です。
	経営意欲 ※成長志向・現状維持など	経営者が自社のことをどのように捉えているのか、今後どのような事業展開を考えているかを把握します。
	後継者の有無 後継者の育成状況 承継のタイミング・関係	事業の持続性を推し量る観点から、経営者が高齢の場合は事業承継の方針を確認することも欠かせません。
② 事業	企業及び事業沿革 ※ターニングポイントの把握	沿革は企業の歴史であり、過去をたどれば企業の現状ならびに将来を推測出来ます。
	強み 技術力・販売力等	企業の強み、弱み（例えば技術力はあるが、販路開拓が苦手等）がわかれば、今後その企業が成長する要素があるのかどうかの判断基準になります。
	弱み 技術力・販売力等	
	ITに関する投資、活用の状況 1時間当たり付加価値（生産性） 向上に向けた取り組み	IT投資などにより、付加価値向上（生産性）に向けてどのような取り組みを実施しているかを把握します。

③ 企業を取り巻く環境・関係者	市場動向・規模・シェアの把握 競合他社との比較	企業、経営者が外部情報収集に対する意識があるか、外部環境に対する戦略、リスクマネジメントが出来ているかを確認することは企業の持続的な成長のために必要です。
	顧客レポート率・新規開拓率 主な取引先企業の推移 顧客からのフィードバックの有無	企業が提供する価値が、顧客に受け入れられているかどうかを判断するために有効です。
	従業員定着率 勤続年数・平均給与	企業の従業員満足度を判断するために有効です。企業の持続性という観点からは、従業員の年齢構成を把握することも重要です。
	取引金融機関数・推移 メインバンクとの関係	取引金融機関がどの程度企業のことを理解しているかを把握する意味で、金融機関との程度、財務諸表や事業内容について会話をしているかを聞くことは重要です。
④ 内部管理体制	組織体制 品質管理・情報管理体制	品質管理や情報管理において、どのような内部管理体制が整備されているかを把握することは重要です。また、同族企業であれば、外部の声を取り入れている仕組みがあるかの把握も必要です。
	事業計画・経営計画の有無 従業員との共有状況 社内会議の実施状況	経営計画が従業員にまで浸透しているかを把握し、会社全体のベクトルが揃っているかを確認することは重要です。また、会議実施状況を把握することで、現場への権限委譲度が確認できます。
	研究開発・商品開発の体制 知的財産権の保有・活用状況	企業の持続的な成長に必要不可欠である新たな商品・サービスの開発体制の確認は必須です。また、製品やその製造方法、サービスの強み等が権利化できているか、知的財産権について把握します
	人材育成の取り組み状況 人材育成の仕組み	企業の持続性を確保する上で、従業員間の技術・ノウハウの継承、発展は欠かせません。また、人事育成のPDCAを回すためにもシステム化されていることが望ましいです。

対話内容の総括

現状認識	対話内容を踏まえ、当社の現状認識（現在の好調・不調の要因は何なのか等）や、特に注目すべき点を記載します。	将来目標	現状認識を踏まえ、企業として考えている将来目標を記載します。売上〇〇円という定量的な記載だけでなく、定性的な記載も検討することが重要です。
------	--	------	---

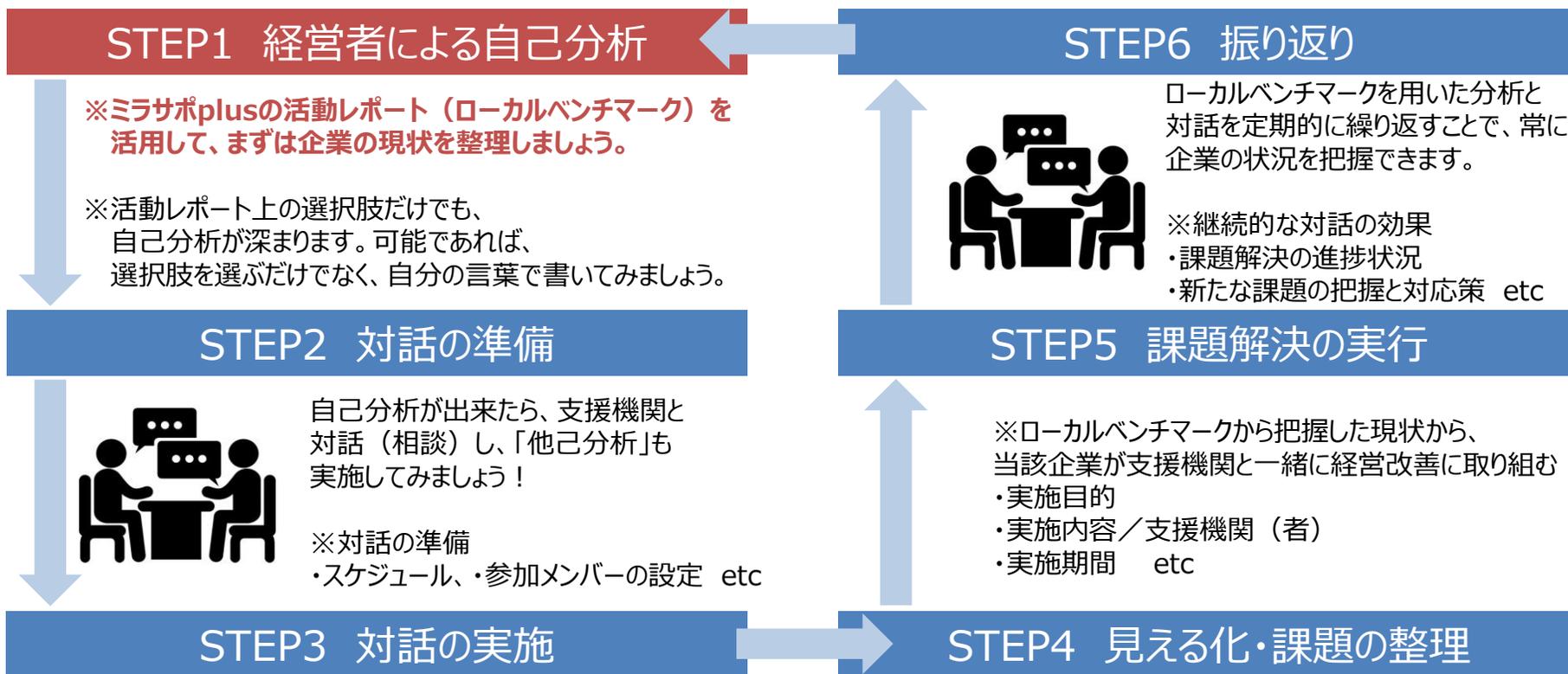
まとめ

現状と目標のギャップ

課題	将来目標を達成するにあたって、現状取り組みなければ行けない課題点を記載します。	対応策	記載した課題点の対応策を記載します。金融機関等の支援機関と対話することで、様々な提案を受けられる可能性があります。
----	---	-----	---

ローカルベンチマーク活用の流れ(例)

- ローカルベンチマークは「企業の健康診断ツール」として、企業自身に使うだけでなく、企業と金融機関等の支援機関の対話ツールとしての活用も想定しています。



※対話の実践段階

項目	内容
財務傾向の把握	要決算書の把握
商流や業務フローの把握	業務フローの把握
非財務4視点の把握	環境、社会、ガバナンス、経済の把握

※対話の実践段階
・財務傾向の把握（要決算書）
・商流や業務フローの把握
・非財務4視点の把握 etc

※対話結果の共有段階

項目	内容
強みや課題の把握	強みや課題の把握
経営者と当該機関の認識の共有	認識の共有
経営見直しのツールとして活用	経営見直しのツールとして活用

※対話結果の共有段階
・強みや課題の把握
・経営者と当該機関の認識の共有
・経営見直しのツールとして活用