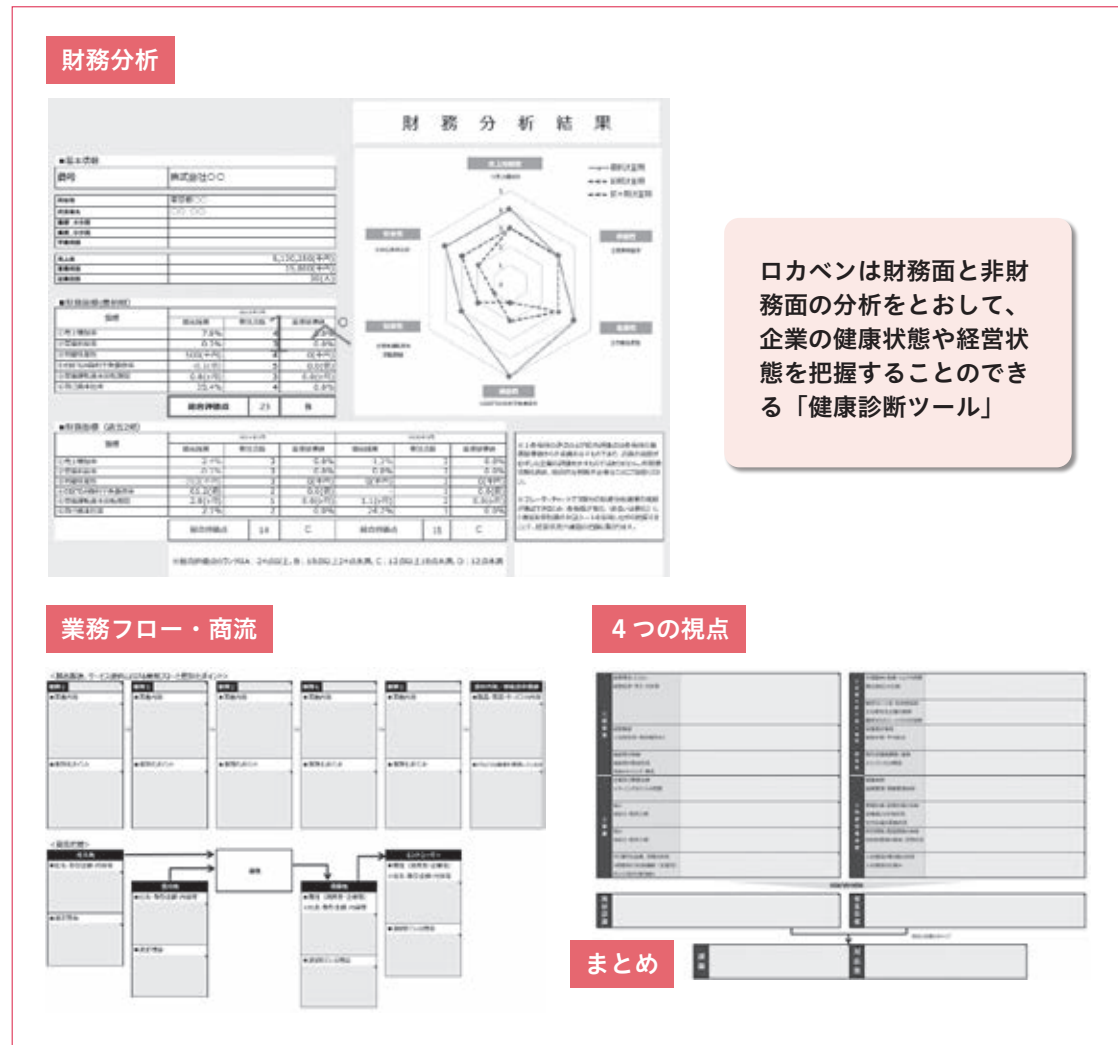


図表1 ローカルベンチマークの概要



ロカベン¹は財務面と非財務面の分析をとおして、企業の健康状態や経営状態を把握することのできる「健康診断ツール」

(出所) 経済産業省「ローカルベンチマークシート」の雛形を基に筆者一部加工

同業他社との比較をリーダーチャートで可視化することで、自社の立ち位置が具体的に理解できる。これら6つの指標は、金融機関の融資審査に使う指標と重なることが想定されており、取り入れやすいものとなっている。

ロカベンでは、財務分析の結果、例えば営業利益率が同業他社に比べ低かった場合、ただ単に一般管理費販売費が多いということ結論付けるのではなく、その原因を後述する非財務情報と関連付けて

非財務情報と
関連付けて分析

加率（売上持続性）、②営業利益率（収益性）、③労働生産性（生産性）、④EBITDA有利子負債倍率（健全性）、⑤営業運転資本回転期間（効率性）、⑥自己資本比率（安全性）という6つの経営指標が計算される。

1

ロカベン作成のポイントとヒアリング方法

取

引先への業務推進に当たっては、取引先情報をいかに集め、それをどのように活用するかがポイントとなる。自行庫にある過去の取引記録をまとめ、取引先概要表を充実させることも必要だが、それだけでは新たな情報を見つけることはできない。

そこで、ローカルベンチマーク（以下、ロカベン）を活用した取引先の経営情報全般の収集方法と、販路開拓への活かし方を紹介する。

ロカベンは中小企業と金融機関の対話のツールとして、経済産業省が提供している。ロカベンを用いて企業の経営者や金融機関等が企業の「健康診断」を行うことで、双方が同じ目線で対話できる。いわば事業性評価の「入口」としての活用が期待されているのだ。

ロカベンは図表1にあるとおり、財務分析と非財務のパートに分かれている。財務では経営指標の分析、非財務で

ロカベンの「財務分析」

ロカベンの財務分析は、直近3期の決算情報を表にインプットすることで、①売上増

は業務フロー・商流や4つの視点（経営者、事業、企業を取り巻く環境・関係者、内部管理体制）といった情報を押さえたうえで、企業の実態を把握しより詳細に課題や取組みを考えていくものだ。

1 岡田光史 中小企業診断士

2 伊藤一彦 アナタの財務部長合同会社代表社員

販路開拓の前準備！

経営者とともに取引先情報を整理してみよう