

『業種別支援の着眼点』について

- 新型コロナウイルス感染症や物価高等の影響は幅広い業種・多数の事業者にとり及ぶことから、地域金融機関等には、そうした事業者に対する経営改善等の支援を効果的・効率的に進めていくことが期待される。
- このため、金融機関の現場職員が経験に関わらず円滑に事業者支援に着手できるよう、事業者支援のニーズが予想される業種を中心に、有識者の知見を踏まえつつ、事業者支援に当たっての業種別の着眼点を整理する取組みを実施。
- 今般、5業種（建設、飲食、小売、卸売、運送）の『業種別支援の着眼点』を取りまとめた。

(※1) 本取組み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」）として実施。

(※2) 『業種別支援の着眼点』PDF版・PowerPoint版及び動画については、以下のリンク先にて公表。

URL: <https://www.fsa.go.jp/policy/chuukai/index.html#gyouusyubetu>

「業種別支援の着眼点」のコンセプト

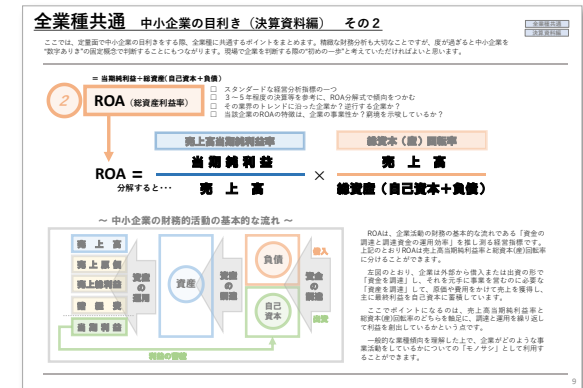
Concept 1 事業者支援の着手（初動）を適切に実施するための基礎的な着眼点

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。

『業種別支援の着眼点』ページ例



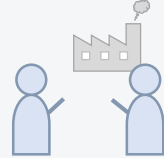
想定される活用場面（イメージ）：着手する際のポイント

事業者訪問前



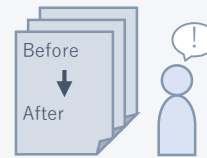
- < 着眼点 >
- ・ 決算資料等の分析ポイント

訪問時



- < 着眼点 >
- ・ 実地で確認すべき事項
 - ・ 事業者との対話の切り口

訪問後



- < 着眼点 >
- ・ 支援の方向性の検討

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

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 餃子 ショートケーキ
ハイボール・サワー

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