

## 第 7 4 回 ファインビット通信

中村 中

ファインビット通信の読者である  
税理士・公認会計士・士（サムライ）族の皆様へ

### 緊急提言！（号外）

皆様は、日経新聞 10/26(木)「金融機関の収益悪化」、10/29(日)「大リストラ」、10/31(火)「経費重荷」、11/1(水)「金融庁、早期退場も選択肢」これらの記事を目にされましたでしょうか？

金融機関は、ゼロ金利マイナス金利施策と過当競争で、収益が悪化し大リストラを施行、もしも費用削減等の対策を講じなければ、金融庁は早期退場も選択肢にするようです。

支店は統廃合し、中小企業へのコンサルティング・サービスなどは低下し、逆に、中小企業に寄り添う税理士・公認会計士・その他の士族の先生に支援を求めることとなります。金融機関の融資担当者は、手間と時間がかかるリレバン対応は持続できず、早急に情報開示資料を取引先に要求するようになると思います。

顧問先や関与先から、「金融機関の求める情報開示資料の作成支援」が求められ、その対応が出来ない場合は、別の税理士・公認会計士・士族の先生に依頼するようになります。逆のケースもあります。コンサルティングは税理士会の綱紀規則第 25 条には拘束されません。

### 1、早急に、事務所内での“ワンポイント DVD（小冊子付）勉強会”を実施してください。

これまで地道に勉強されてきた「財務金融アドバイザーの認定者の皆様には、早急に、平成 27 年 3 月発売の『金融機関との連携・交渉 ワンポイント講演 DVD（小冊子付）』を使い、事務所内での勉強会開催をおすすめしています。

この DVD は、まさに今の状況を打開するものとなっています。

今回は、ファインビット通信読者の方々にも是非ともご覧いただき、勉強会を開催していただきたく、「ワンポイント講演 DVD」販売をご案内いたします。

事務所内でご覧いただき、金融機関取引を、今一度、振り返ることが大きな収穫を得ることと思います。



この勉強会は、2時間以内で終わりますので、是非とも、早期に実施してください。

関与先・顧問先の情報開示資料の作成支援は、ファイビット通信の読者である 税理士・公認会計士・士（サムライ）族である皆様でこそ、可能であると確信しています。

※ お申込はこちらより

◎ 『金融機関との連携・交渉 ワンポイント講演 DVD（小冊子付）』

<https://www.openskyschool.jp/oss3a/entry/zaimu-onepoint-dvd-entry!input:jsessionid=DDA264F75E5D09BAFD4ECA1CD8AEDBOD-n1>

注) 現在、この DVD は、財務金融アドバイザー 通信講座のテキスト4でもあります。受講をご検討の方は、以下にご案内の資金調達支援センターよりお申し込みください。

2、更に、ローカルベンチマークも勉強してください。

前記の DVD は、平成 27 年 3 月に作成しましたが、平成 28 年 3 月には、この DVD で述べた「情報開示資料」の一部である「会社説明書」のフォーマットが、経済産業省から「ローカルベンチマーク」として公表され、同省のホームページに掲載されました。この「ローカルベンチマーク」については、財金 A 通信の他に私が毎月配信しています「ファイビット通信」平成 29 年 10 月号に記載しております。

“DVD 勉強会”に加え、「ローカルベンチマーク」勉強会を行う場合は、「ファイビット通信」10月号の記事（巻末に掲載）を、皆様で読み合せてください。

くれぐれも、他の税理士・公認会計士・士族の方々に、先を越されないようにお願いします。

なお、周知のことではあると思いますが、財務金融アドバイザーの通信講座は、資金調達支援センター、日本税理士会連合会・関東信越税理士会が旗振りで会計参与導入時に開講した通信講座であります。まだ、受講されていない事務所の職員の方々は、ぜひご受講されることをお勧めします。

※ お申込はこちらより

◎ 財務金融アドバイザー 通信講座

<https://www.openskyschool.jp/oss3a/entry/zaimu-entry-list>

※ 詳細・お問合せ : 一般社団法人資金調達支援センター サポートセンター

受付時間 : 月曜～金曜 9:00-17:00 (祝日、年末年始を除く)

電話番号 : 050-3803-2262 Fax 番号 : 050-3730-5237

e-mail : [info-zaimu@openskyschool.jp](mailto:info-zaimu@openskyschool.jp)



### 3、ローカルベンチマークについて

#### 《市民権を得た「ローカルベンチマーク」》

「中小企業等経営強化法」によって、零細中小企業に対して、行政の支援策を講じてきましたが、平成29年8月から中堅中小企業に対して、「地域未来投資促進法」が施行されることになりました。これで、零細・中小・中堅企業に対する全ての支援策が整うことになりましたが、その双方の法律につきましては、ローカルベンチマークやRESASのビッグデータが活用されることになっています。

#### 1) ローカルベンチマークの活用が広がる

##### (1) 地域未来投資促進法

この法律の基本計画のガイドラインでは、地域経済を牽引する企業（事業者）に対して、支援する支援機関は、以下のように「ローカルベンチマーク」を活用することを勧奨しています。

#### 【基本計画のガイドラインの一部】

地域経済牽引支援機関が事業者と効果的な「対話」を行い、効果的な経営改善等を促すためには、地域経済牽引事業の共通理解、認識共有を図るための共通のツールとしてローカルベンチマークを活用することなどが有効である。また、ローカルベンチマークは、地域経済牽引支援機関間で、地域経済牽引事業についての共有認識を図るためのツールとしても有効である。

##### (2) 充実するローカルベンチマークのインフラ

ローカルベンチマークのインフラの一つであるRESASのメニューは、徐々に充実して使い勝手の良いものになっております。

**地域経済分析システム (RESAS) マップ一覧【81メニュー】**

1. 人口マップ	2. 地域経済指標マップ	3. 産業構造マップ	4. 企業活動マップ	5. 観光マップ
1-1. 人口構成	2-1. 地域経済指標	3-1-1. 産業別構造 (一部)	4-1-1. 企業別売上 (H)	5-1-1. 観光客数
1-2. 人口増減	2-2. 産業分析	3-1-2. 専攻力分析	4-1-2. 企業別利益 (H)	5-1-2. 観光客消費 (観光客)
1-3. 人口自然増減	2-3. 分配分析	3-1-3. 企業数	4-1-3. 企業別雇用 (H)	5-1-3. 観光客消費
1-4. 人口社会増減	2-4. 変化分析	3-1-4. 事業別数	4-1-4. 業種比率	5-2-1. 外国人観光客分析
1-5. 新卒就職率・進学率	2-5. 労働生産性等の動向分析	3-1-5. 従業員数 (事業別単位)	4-1-5. 経営者平均年齢 (H)	5-2-2. 外国人滞在分析
1-6. 若年人口推計		3-1-6. 社労者数 (企業単位)	4-1-6. 高学歴企業比率	5-2-3. 外国人消費
1-7. 人口マップ		3-1-7. 労働生産性 (企業単位)	4-1-7. 中小・小規模企業財務比較	5-2-4. 外国人労働者分析
1-8. 若年人口マップ			4-1-8. 海外売上	5-2-5. 外国人移動経路分析
			4-2-1. 海外への企業進出意向	5-2-6. 外国人消費の比較 (観光客別)
			4-2-2. 観光客消費	5-2-7. 外国人消費の構成 (観光客別)
			4-2-3. 企業の海外取引分析	5-2-8. 外国人消費の比較 (観光客別)
			4-3-1. 研究開発費の比較	5-2-9. 外国人消費の構成 (観光客別)
			4-3-2. 特許分析	
			4-4-1. 産業別売上 (H)	
			4-4-2. 企業別利益 (H)	
			4-4-3. 業種比率	
			4-4-4. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-5. 高学歴企業比率	
			4-4-6. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-7. 海外売上	
			4-4-8. 海外への企業進出意向	
			4-4-9. 観光客消費	
			4-4-10. 企業の海外取引分析	
			4-4-11. 研究開発費の比較	
			4-4-12. 特許分析	
			4-4-13. 産業別売上 (H)	
			4-4-14. 企業別利益 (H)	
			4-4-15. 業種比率	
			4-4-16. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-17. 高学歴企業比率	
			4-4-18. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-19. 海外売上	
			4-4-20. 海外への企業進出意向	
			4-4-21. 観光客消費	
			4-4-22. 企業の海外取引分析	
			4-4-23. 研究開発費の比較	
			4-4-24. 特許分析	
			4-4-25. 産業別売上 (H)	
			4-4-26. 企業別利益 (H)	
			4-4-27. 業種比率	
			4-4-28. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-29. 高学歴企業比率	
			4-4-30. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-31. 海外売上	
			4-4-32. 海外への企業進出意向	
			4-4-33. 観光客消費	
			4-4-34. 企業の海外取引分析	
			4-4-35. 研究開発費の比較	
			4-4-36. 特許分析	
			4-4-37. 産業別売上 (H)	
			4-4-38. 企業別利益 (H)	
			4-4-39. 業種比率	
			4-4-40. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-41. 高学歴企業比率	
			4-4-42. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-43. 海外売上	
			4-4-44. 海外への企業進出意向	
			4-4-45. 観光客消費	
			4-4-46. 企業の海外取引分析	
			4-4-47. 研究開発費の比較	
			4-4-48. 特許分析	
			4-4-49. 産業別売上 (H)	
			4-4-50. 企業別利益 (H)	
			4-4-51. 業種比率	
			4-4-52. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-53. 高学歴企業比率	
			4-4-54. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-55. 海外売上	
			4-4-56. 海外への企業進出意向	
			4-4-57. 観光客消費	
			4-4-58. 企業の海外取引分析	
			4-4-59. 研究開発費の比較	
			4-4-60. 特許分析	
			4-4-61. 産業別売上 (H)	
			4-4-62. 企業別利益 (H)	
			4-4-63. 業種比率	
			4-4-64. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-65. 高学歴企業比率	
			4-4-66. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-67. 海外売上	
			4-4-68. 海外への企業進出意向	
			4-4-69. 観光客消費	
			4-4-70. 企業の海外取引分析	
			4-4-71. 研究開発費の比較	
			4-4-72. 特許分析	
			4-4-73. 産業別売上 (H)	
			4-4-74. 企業別利益 (H)	
			4-4-75. 業種比率	
			4-4-76. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-77. 高学歴企業比率	
			4-4-78. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-79. 海外売上	
			4-4-80. 海外への企業進出意向	
			4-4-81. 観光客消費	
			4-4-82. 企業の海外取引分析	
			4-4-83. 研究開発費の比較	
			4-4-84. 特許分析	
			4-4-85. 産業別売上 (H)	
			4-4-86. 企業別利益 (H)	
			4-4-87. 業種比率	
			4-4-88. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-89. 高学歴企業比率	
			4-4-90. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-91. 海外売上	
			4-4-92. 海外への企業進出意向	
			4-4-93. 観光客消費	
			4-4-94. 企業の海外取引分析	
			4-4-95. 研究開発費の比較	
			4-4-96. 特許分析	
			4-4-97. 産業別売上 (H)	
			4-4-98. 企業別利益 (H)	
			4-4-99. 業種比率	
			4-4-100. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-101. 高学歴企業比率	
			4-4-102. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-103. 海外売上	
			4-4-104. 海外への企業進出意向	
			4-4-105. 観光客消費	
			4-4-106. 企業の海外取引分析	
			4-4-107. 研究開発費の比較	
			4-4-108. 特許分析	
			4-4-109. 産業別売上 (H)	
			4-4-110. 企業別利益 (H)	
			4-4-111. 業種比率	
			4-4-112. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-113. 高学歴企業比率	
			4-4-114. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-115. 海外売上	
			4-4-116. 海外への企業進出意向	
			4-4-117. 観光客消費	
			4-4-118. 企業の海外取引分析	
			4-4-119. 研究開発費の比較	
			4-4-120. 特許分析	
			4-4-121. 産業別売上 (H)	
			4-4-122. 企業別利益 (H)	
			4-4-123. 業種比率	
			4-4-124. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-125. 高学歴企業比率	
			4-4-126. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-127. 海外売上	
			4-4-128. 海外への企業進出意向	
			4-4-129. 観光客消費	
			4-4-130. 企業の海外取引分析	
			4-4-131. 研究開発費の比較	
			4-4-132. 特許分析	
			4-4-133. 産業別売上 (H)	
			4-4-134. 企業別利益 (H)	
			4-4-135. 業種比率	
			4-4-136. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-137. 高学歴企業比率	
			4-4-138. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-139. 海外売上	
			4-4-140. 海外への企業進出意向	
			4-4-141. 観光客消費	
			4-4-142. 企業の海外取引分析	
			4-4-143. 研究開発費の比較	
			4-4-144. 特許分析	
			4-4-145. 産業別売上 (H)	
			4-4-146. 企業別利益 (H)	
			4-4-147. 業種比率	
			4-4-148. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-149. 高学歴企業比率	
			4-4-150. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-151. 海外売上	
			4-4-152. 海外への企業進出意向	
			4-4-153. 観光客消費	
			4-4-154. 企業の海外取引分析	
			4-4-155. 研究開発費の比較	
			4-4-156. 特許分析	
			4-4-157. 産業別売上 (H)	
			4-4-158. 企業別利益 (H)	
			4-4-159. 業種比率	
			4-4-160. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-161. 高学歴企業比率	
			4-4-162. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-163. 海外売上	
			4-4-164. 海外への企業進出意向	
			4-4-165. 観光客消費	
			4-4-166. 企業の海外取引分析	
			4-4-167. 研究開発費の比較	
			4-4-168. 特許分析	
			4-4-169. 産業別売上 (H)	
			4-4-170. 企業別利益 (H)	
			4-4-171. 業種比率	
			4-4-172. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-173. 高学歴企業比率	
			4-4-174. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-175. 海外売上	
			4-4-176. 海外への企業進出意向	
			4-4-177. 観光客消費	
			4-4-178. 企業の海外取引分析	
			4-4-179. 研究開発費の比較	
			4-4-180. 特許分析	
			4-4-181. 産業別売上 (H)	
			4-4-182. 企業別利益 (H)	
			4-4-183. 業種比率	
			4-4-184. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-185. 高学歴企業比率	
			4-4-186. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-187. 海外売上	
			4-4-188. 海外への企業進出意向	
			4-4-189. 観光客消費	
			4-4-190. 企業の海外取引分析	
			4-4-191. 研究開発費の比較	
			4-4-192. 特許分析	
			4-4-193. 産業別売上 (H)	
			4-4-194. 企業別利益 (H)	
			4-4-195. 業種比率	
			4-4-196. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-197. 高学歴企業比率	
			4-4-198. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-199. 海外売上	
			4-4-200. 海外への企業進出意向	
			4-4-201. 観光客消費	
			4-4-202. 企業の海外取引分析	
			4-4-203. 研究開発費の比較	
			4-4-204. 特許分析	
			4-4-205. 産業別売上 (H)	
			4-4-206. 企業別利益 (H)	
			4-4-207. 業種比率	
			4-4-208. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-209. 高学歴企業比率	
			4-4-210. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-211. 海外売上	
			4-4-212. 海外への企業進出意向	
			4-4-213. 観光客消費	
			4-4-214. 企業の海外取引分析	
			4-4-215. 研究開発費の比較	
			4-4-216. 特許分析	
			4-4-217. 産業別売上 (H)	
			4-4-218. 企業別利益 (H)	
			4-4-219. 業種比率	
			4-4-220. 経営者平均年齢 (H)	
			4-4-221. 高学歴企業比率	
			4-4-222. 中小・小規模企業財務比較	
			4-4-223. 海外売上	
			4-4-224. 海外への企業進出意向	
			4-4-225. 観光客消費	
			4-4-226. 企業の海外取引分析	
			4-4-227. 研究開発費の比較	
			4-4-228. 特許分析	

### (3) 金融仲介機能ベンチマーク

金融庁は金融検査マニュアルを凍結することになっていますが、平成28年9月15日に、金融仲介機能ベンチマークを公表して「ローカルベンチマーク」の活用を明記しています。(選択ベンチマークの5)。

#### 2. 選択ベンチマーク

項目	選択ベンチマーク
(1) 地域へのコミットメント・地域企業とのリレーション	1. 全取引先数と地域の取引先数の推移、及び、地域の企業数との比較(先数単体ベース)
	2. メイン取引(融資残高1位)先数の推移、及び、全取引先数に占める割合(先数単体ベース)
	3. 法人担当者1人当たりの取引先数
	4. 取引先への平均接触頻度、面談時間
(2) 事業性評価に基づく融資等、担保・保証に過度に依存しない融資	5. 事業性評価の結果やローカルベンチマークを提示して対話を行っている取引先数、及び、左記のうち、労働生産性向上のための対話を行っている取引先数
	6. 事業性評価に基づく融資を行っている与信先の融資金利と全融資金利との差
	7. 地元の中小企業と信先のうち、無担保与信先数、及び、無担保融資額の割合(先数単体ベース)
	8. 地元の中小企業と信先のうち、根拠当権を設定していない与信先の割合(先数単体ベース)
	9. 地元の中小企業と信先のうち、無保証のメイン取引先の割合(先数単体ベース)
	10. 中小企業向け融資のうち、信用保証協会保証付き融資額の割合、及び、100%保証付き融資額の割合
	11. 経営者保証に関するガイドラインの活用先数、及び、全与信先数に占める割合(先数単体ベース)

#### 2) ローカルベンチマークの「健康診断」の位置づけは更に高まる

個人における「健康診断」は自由選択の色彩が強いものですが、もはや中堅・中小企業におけるローカルベンチマークは、必須ツールである「パスポート」の位置づけになり、情報開示資料の欠かせないものになっています。

以下のローカルベンチマークの概要説明やその活用計画における説明は、公表から約1年半が経過した今日では、中堅・中小企業にはかなり定着し、各企業では作成することが当然のようになっていきます。また、顧問税理士や関与税理士などの専門家も、これを作成支援することが経営相談・助言の一部になっています。これらの概要説明・活用計画は、1年半前のローカルベンチマーク導入時のものですが、現在では、この方向性は不変であるものとして取り組み施策はかなり定着し、必須施策になりつつあります。

#### (1) ローカルベンチマークの概要説明

ローカルベンチマーク (通称: ロカベン)

---

## 会社が 病気になる前に。



企業の健康診断ツール  
ローカルベンチマーク

ローカルベンチマークは、企業の経営状態の把握、いわゆる「健康診断」を行うツール(道具)として、企業の経営者等や金融機関・支援機関等が、企業の状態を把握し、双方が同じ目線で対話を行うための基本的な枠組みであり、事業性評価の「入口」として活用されることが期待されるものです。

具体的には、「参考ツール」を活用して、「財務情報」(6つの指標※1)と「非財務情報」(4つの視点※2)に関する各データを入力することにより、企業の経営状態を把握することで経営状態の変化に早めに気づき、早期の対話や支援につなげていくものです。

## (2) ローカルベンチマークの活用計画（平成 28 年 5 月）

経済産業省 経済産業政策局

### 1. 基本的な考え方

- ローカルベンチマークは、地域企業の経営課題の把握・分析や金融機関や支援機関との対話のための手段、ツールであり、それらの分析や対話も、個社の経営改善や成長、金融機関や支援機関等の目的達成、ひいては地域経済の振興のための手段である。
- ローカルベンチマークは、より深い対話や相互理解の「入口」であり、企業や金融機関、支援機関において、各機関の既存の手法との連携を含め、活用する際はこれをどのように組み込むことができるか検討し、それぞれの目的に応じてより使いやすいものにしていく。

### 2. 行動計画の目的

- 本行動計画は、企業の健康診断ツールである「ローカルベンチマーク」の普及に向けた活動の指針である。本行動計画に基づき、関係機関において、ローカルベンチマークの活用を促進する取組を行うとともに、有効事例の紹介などのフォローアップを行う。そのような活動を通じて、不断の検証と見直しを行い、活用を広げ、内容を深めていくことを目的とする。

### 3. 関係施策との連携

- 政府が検討している「中小企業等経営強化法」に基づき、中小企業等が作成する「経営力向上計画」における、企業による計算書類の自己診断にローカルベンチマークを活用。また、計画策定において参考とする事業分野指針の策定においてもローカルベンチマークの考え方を参考とする。
- 地方創生関連施策、各中小企業施策(よろず支援拠点、経営革新等認定支援機関、事業承継、税制、補助金等)とつなげる。
- 金融庁が金融行政方針等で促進している「金融機関と地域企業との深度ある対話」の「入口」としてローカルベンチマークを活用。

※ ローカルベンチマークの活用計画（経済産業省） 全文は以下の URL をご参照下さい。

[http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/sansei/local\\_bench/pdf/koudoukeikaku\\_01.pdf](http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/sansei/local_bench/pdf/koudoukeikaku_01.pdf)

### 3) ローカルベンチマークはアベノミクスの第3の矢であることを再認識するべき

実は、ローカルベンチマークは経済産業省や金融庁、中小企業庁の施策の補助ツールではありません。その上位に位置する、アベノミクスの第3の矢であり、民間企業の活性化である「グローバルとローカルの生産性向上革命」の2本柱の一つです。その内容は、以下の図のとおりであり、各省庁のこのローカルベンチマークに対する本気度はかなりのものです。

# 日本の「稼ぐ力」創出研究会とりまとめの概要

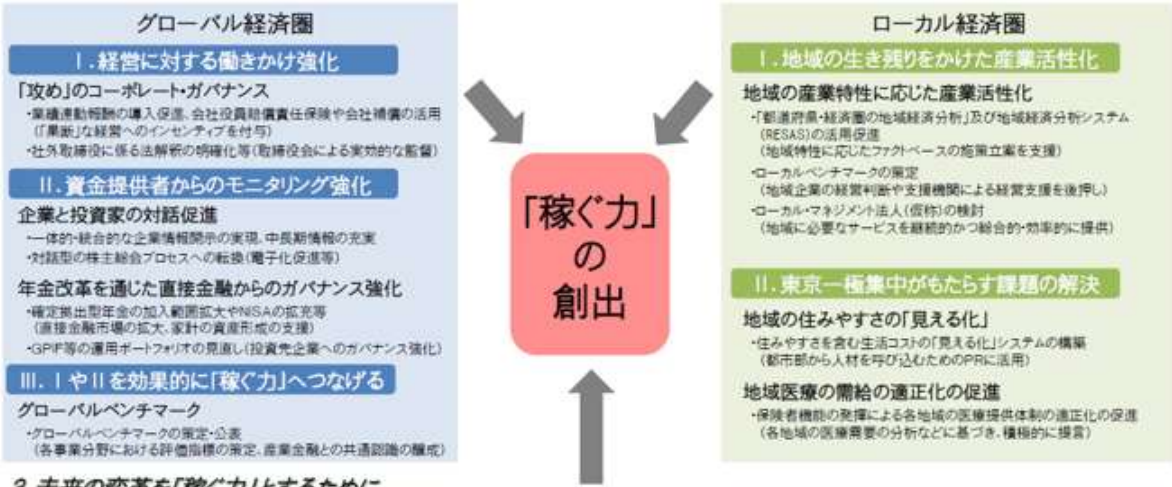
## 1. アベノミクスは第2ステージへ

アベノミクス3本の矢により、経済の好循環が始動。

事業環境整備のフェーズは一巡。今が、企業から具体的な行動を引き出す「第2ステージ」のスタートライン。

企業や地方自治体が、自律的に、本来の潜在力を発揮し、「稼ぐ力」を高める「生産性向上革命」を実現。

## 2. グローバル経済圏・ローカル経済圏における「生産性向上革命」



## 3. 未来の変革を「稼ぐ力」とするために

### 人工知能・ビッグデータがもたらす変革の見極めと処方箋の提示

#### 人工知能・ビッグデータによる変革

- 人工知能・ビッグデータ等は、産業構造、就業構造を含め、幅広い経済社会システムを一変させる可能性。
- その技術は指数関数的に進化、変革は想像を超えるスピードでもたらされる。
- 対応を誤れば、高付加価値部門を根こそぎ失う危険。

#### 日本の課題を解決する可能性

- 他方で、企業にとっては、新たな価値創造パターンを生み出すチャンス。
- また、人口減少・少子高齢化に伴う労働力の減少、社会保障費の増加等による財政負担の増大といった、我が国が直面する社会課題を解決に導く可能性。

#### 処方箋の提示

- ①変革の時間軸、②ビジネスチャンスや社会課題の解決策、③投資その他の必要な対応、等について、グローバル競争に勝ち抜くための処方箋を、官民挙げて、具体的に検討すべき。

以上