

はやぶさ 第297号 2018年07月27日(金)

####free1####

####name#### 様

■MSDN セミナー第8回 理念経営のすすめ方・アマゾン版

8/16(木) 16:00~18:00 中小企業マスターズクラブ・研修室 1,000円

詳しくはURL: http://www.keiei-tokkunshi.jp/data/mls723/pdf_1_134.pdf

=====

金融機関による事業性評価の現状

6回シリーズ 第5回 事業性評価制度について(その3)

著者:(株) I & C・HosBizセンター

品質、環境ISO、プライバシーマーク認証取得支援、IT活用支援

石川 昌平

=====

平成26年(2014年)9月に金融庁が発表した「金融モニタリング基本方針」の中で従来の融資方針を「事業性評価」という指針に変更するように求めた。

事業性評価の内容を具体化したのが、「ローカルベンチマーク」(通称:ロカベン)である。

経済産業省と金融庁が連携して作成した。資料として以下の2点がある。

2016年に初版が発表され、毎年改訂され、最新版は2018年である。

①ローカルベンチマーク「参考ツール」利用マニュアル:②項のツールの利用方法説明、PDF
http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/manuaru201805.pdf

②ローカルベンチマークツール:データ入力、結果表示、基準指標で構成。エクセル

「ローカルベンチマークツール」で検索し、「ローカルベンチマーク(通称:ロカベン)・・・」を選択、さらに「【最新】ローカルベンチマーク(2018年5月ツール改訂版・・・)」を選択すると、画面右下に「tool20182017r.xlsm」と表示される。

=====

第5回 事業性評価制度について(その3)

(6) ロカベン(ローカルベンチマークの通称)における事業性評価(2):非財務情報の評価

(定性評価) その1

1) 1つの業務フローと4個の視点で評価する。

経営者、経営幹部、従業員へのヒアリングにより、以下の内容を聞き出す。

1-1) 商流、業務フロー・提供価値

①商流：取引先とそこを選択した理由を洗い出して整理し、どのような流れで顧客提供価値が生まれているかを以下のような項目で把握。

仕入先・協力先（下請等）：社名、取引金額及び内容、選定理由 → 当社 →

販売先及びエンドユーザー：属性（消費者、企業、その他）。社名、取引金額及び内容
質問項目

仕入先：強固な調達先か？、協力先：どのような関係か？、販売先は何社あり、その割合は？、エンドユーザーは何社あり、その割合は？

②業務フロー

◆製品製造・商品販売、サービス提供などにおける業務フロー（例）

・企画開発 → 仕入 → 製造 → 販売 → 物流サービス（製造業）

・商品企画 → 試作開発 → 量産化 → 生産 → 出荷（部品製造業）

・商品企画 → 試作 → テスト販売 → 商品化 → 販売（製造卸・小売業）

◆提供内容／顧客提供価値、選ばれる理由

製品・商品・サービス内容、提供している付加価値、当社が選ばれる理由を記載する。

1-2) 4つの視点

①経営者自身、②事業内容、③企業を取り巻く環境・関係者、④内部管理体制
内容については次回最終回（第6回）で解説する。

2) 1) 項

今回は「(6) ロカベン（ローカルベンチマークの通称）における事業性評価（2）：非財務情報の評価（定性評価） その2」のテーマで記述します。

=====

一般社団法人 経営特訓士協会（略称：KTGA）

URL <http://keiei-tokkunshi.jp/?mail>

アドレス：happy@keiei-tokkunshi.jp

発行責任者： 理事長 平本 靖夫、 編集長：鈴木 香織

配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

http://1lejud.com/stepmail/dela.php?no=xxewhs&a_mail=###mail###