

「経営診断ツールの認知・活用状況及び、決済・資金調達の  
実態に関する調査」

調査報告書

2019 年 2 月



## 目次

I. 背景・目的	- 1 -
II. アンケート調査の実施要領	- 2 -
III. アンケート調査の結果	- 3 -
1. 回答企業概要	- 3 -
Q1. 代表者年齢分布	- 3 -
Q2. 取引形態	- 4 -
2. 経営診断について	- 4 -
Q3. 経営相談をする相手	- 4 -
Q4. 金融機関や支援機関に会社の経営状況を相談する際に困ること	- 8 -
Q5. ローカルベンチマークの認知度	- 8 -
Q6. ローカルベンチマークを認識したきっかけ	- 11 -
Q7. ローカルベンチマークの活用状況	- 14 -
Q8. ローカルベンチマークの利用内容	- 15 -
Q9. ローカルベンチマークを使ったことによるメリット	- 16 -
Q10. ローカルベンチマークの問題点	- 17 -
Q11. ローカルベンチマークを使っていない理由	- 18 -
Q12. ローカルベンチマークを使う可能性	- 19 -
Q13. ローカルベンチマークの活用検討	- 20 -
3. FinTech について	- 21 -
Q14. Fintech 認知度・活用状況	- 21 -
Q15. FinTech において関心のある分野	- 23 -
4. 資金調達について	- 25 -
Q16.17 資金調達に要する時間・理想的な時間	- 25 -
Q18. 資金調達時の審査資料ボリューム	- 27 -
Q19. 資金調達の際に評価してほしい項目	- 28 -
Q20. 過去1年間における短期資金需要の有無	- 30 -
Q21. 短期資金用途	- 32 -
Q22. 短期資金調達が不可であった経験の有無	- 35 -
Q23. 理想的な短期資金融資返済方法	- 37 -
Q24. 長期資金調達が不可であった経験の有無	- 37 -
Q25. クラウド会計を使用した融資サービス利用経験の有無	- 39 -
Q26. クラウド会計を使用した融資サービス利用/利用検討理由	- 39 -
Q27. クラウド会計を使用した融資サービス利用の障害	- 40 -

Q28. EC サイト運営事業者からの融資サービスの利用経験の有無.....	- 40 -
Q29. EC サイト運営事業者からの融資サービスの利用/利用検討理由 .....	- 41 -
Q30. EC サイト運営事業者からの融資サービス利用の障害.....	- 41 -
Q31. クラウドファンディング認知度・利用状況.....	- 41 -
Q32. クラウドファンディング利用上の課題.....	- 43 -
Q33. クラウドファンディングによる資金調達における決算情報開示について ...	- 43 -
Q34. クラウドファンディングによる資金調達使途.....	- 44 -
Q35. クラウドファンディングを利用した/利用したい理由 .....	- 44 -
Q36. クラウドファンディング利用上の障害.....	- 45 -
Q37. クラウドファンディング利用形式・金額.....	- 46 -
5. 決済手段について.....	- 47 -
Q38. 受発注方式.....	- 47 -
Q39. 受発注業務上の課題.....	- 53 -
Q40. 中小企業共通 EDI について.....	- 56 -
Q41. 決済業務上の課題.....	- 57 -
Q42. 全銀 EDI システム (ZEDI) の認知度.....	- 60 -
Q43. 中小企業共通 EDI、ZEDI 導入の助けとなるサポートやサービス.....	- 61 -
<b>IV. 企業における実態調査.....</b>	<b>- 63 -</b>
1. 調査の手順.....	- 63 -
2. 対象企業の選定.....	- 63 -
3. ローカルベンチマークを税理士や現場部門との認識共有に活用している事例 ...	- 63 -
3. 1. 株式会社つかもと .....	- 63 -
3. 1. 1. 事業内容.....	- 63 -
3. 1. 2. ローカルベンチマーク利用のきっかけ、作成の流れ .....	- 63 -
3. 1. 3. ローカルベンチマーク活用の効果.....	- 64 -
4. ローカルベンチマークを社内の対話ツールとして活用している事例.....	- 65 -
4. 1. 株式会社 A 社 .....	- 65 -
4. 1. 1. 事業内容.....	- 65 -
4. 1. 2. ローカルベンチマーク利用のきっかけ、作成の流れ .....	- 65 -
4. 1. 3. ローカルベンチマーク活用の効果.....	- 66 -
<b>V. 参考資料.....</b>	<b>- 67 -</b>

## 1. 背景・目的

我が国は、総人口が減少に転じていく人口減少社会を迎えた。特に地方では、急激な人口減少が進んでおり、地域経済の縮小が、住民の経済力の低下につながり、生活の様々な基盤を維持することが難しくなっている。

こうした状況に対して、地域経済を活性化すべく、地域の企業が付加価値を生み出し、雇用を創出し続けていくよう、生産性向上を実現していくことが重要である。

こうした問題意識のもと、経済産業省では、2016年3月に企業の健康診断ツールであるローカルベンチマークを公表した。その後、金融機関、支援機関等関係者をメンバーとする「ローカルベンチマーク活用戦略会議」での議論を中心として、活用事例の発掘、共有やユーザー視点に立ったツールの充実等を行ってきており、金融機関等における活用は着実に拡大してきている。

また近年では、企業の成長力強化、生産性向上に資する多様な資金調達手法や FinTech サービスが登場している。前年度は、金融機関に対し、ローカルベンチマークや FinTech を活用した融資等に関する活用状況、課題等について調査を行った<sup>1</sup>。今年度は、供給側（＝金融機関）の実態のみならず、需要側（＝企業）の状況を把握することも重要であるとの認識から、企業を対象に、経営診断や決済・資金調達の実態及び「ローカルベンチマーク」や「FinTech サービス」の認知・活用状況及び課題についてアンケート調査、ヒアリング調査を実施した。

---

<sup>1</sup>企業の多様な資金調達手法に関する 実態調査

[http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei\\_innovation/sangyokinyu/itakuhoukoku/04.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/itakuhoukoku/04.pdf)



## II. アンケート調査の実施要領

- ・ 調査名称：「経営診断ツールの認知・活用状況及び、決済・資金調達の実態に関する調査」
- ・ 調査対象：中小企業 10,000 社
- ・ 調査方法：郵送送付、郵送及びメールによる回収
- ・ 調査期間：2018 年 11 月 26 日（発送）～2018 年 12 月 12 日
- ・ 有効回答：2,832 社（回答率 28.3%）

調査対象企業の業種と従業員数別内訳を図表 1 に示す。

本調査では層化無作為抽出法を用い、中小企業基本法に基づく中小企業を抽出した後、業種分類、従業員数規模による層化抽出を行った。次に、所在都道府県に按分して 10,000 件を抽出した。

図表 1 調査対象企業の業種×従業員数区分

	①1名～ 5名	②6名～ 10名	③11名～ 20名	④21名～ 30名	⑤31名～ 40名	⑥41名～ 50名	⑦51名～ 100名	⑧101名～ 200名	⑨201名～ 300名	⑩301名～ 400名	⑪401名～ 500名	⑫501名～ 1,000名	⑬1,001名～	総計
D_ 鉱業	1	2	3	3	1	1	1	0	0	0	0	0	0	12
E_ 建設業	885	815	830	374	189	120	189	75	21	7	3	3	2	3,513
F_ 製造業	151	183	305	227	168	126	312	187	75	17	7	10	3	1,771
G_ 卸売・小売、飲食店	612	438	501	277	179	127	270	101	25	9	4	6	2	2,551
H_ 金融・保険業	7	7	9	7	5	5	10	6	3	0	0	0	0	59
I_ 不動産業	107	60	51	27	15	14	22	12	5	1	0	1	1	316
J_ 運輸・通信業	24	33	63	58	42	34	89	54	21	7	4	5	3	437
K_ 電気・ガス・水道・熱供給業	3	1	2	1	1	1	2	2	1	0	0	0	0	14
L_ サービス業	215	180	242	158	110	88	211	73	24	11	5	7	3	1,327
<b>総計</b>	<b>2,005</b>	<b>1,719</b>	<b>2,006</b>	<b>1,132</b>	<b>710</b>	<b>516</b>	<b>1,106</b>	<b>510</b>	<b>175</b>	<b>52</b>	<b>23</b>	<b>32</b>	<b>14</b>	<b>10,000</b>

### Ⅲ. アンケート調査の結果

#### 1. 回答企業概要

回答企業の内訳を図表 2 に示す。

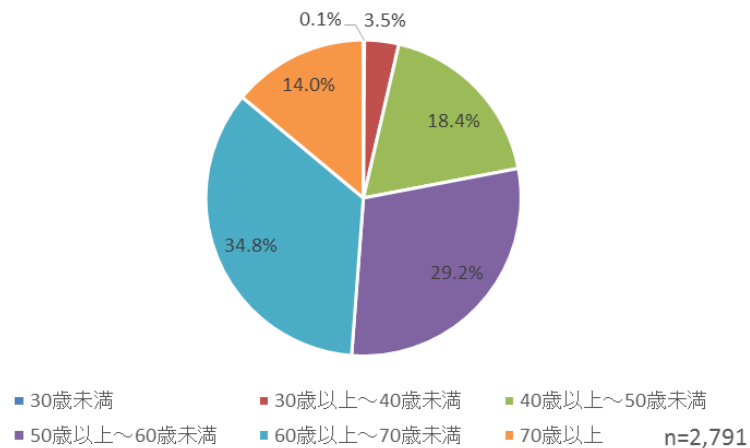
図表 2 回答企業の業種×従業員区分

	①1名～5名	②6名～10名	③11名～20名	④21名～30名	⑤31名～40名	⑥41名～50名	⑦51名～100名	⑧101名～200名	⑨201名～300名	⑩301名～400名	⑪401名～500名	⑫501名～1,000名	⑬1,001名～	総計
D_ 鉱業		1		1	1	1								4
E_ 建設業	159	199	257	124	75	44	68	28	7			1	1	963
F_ 製造業	40	55	87	85	53	51	100	59	16	6	1		1	554
G_ 卸売・小売、飲食店	149	129	159	101	50	39	68	36	6	3	1	2		743
H_ 金融・保険業		1	2	1		1	3		1					9
I_ 不動産業	25	14	11	7	2	3	4	3	2	1				72
J_ 運輸・通信業	6	13	24	18	11	10	28	20	7	5			1	143
K_ 電気・ガス・水道・熱供給業		1	1											2
L_ サービス業	56	50	66	37	29	20	53	23	2	4	1		1	342
総計	435	463	607	374	221	169	324	169	41	19	3	3	4	2,832

#### Q1. 代表者年齢分布

回答企業における代表者の年齢は、「60歳以上～70歳未満」が最多で34.8%、次いで「50歳以上～60歳未満」が29.2%という結果であった。

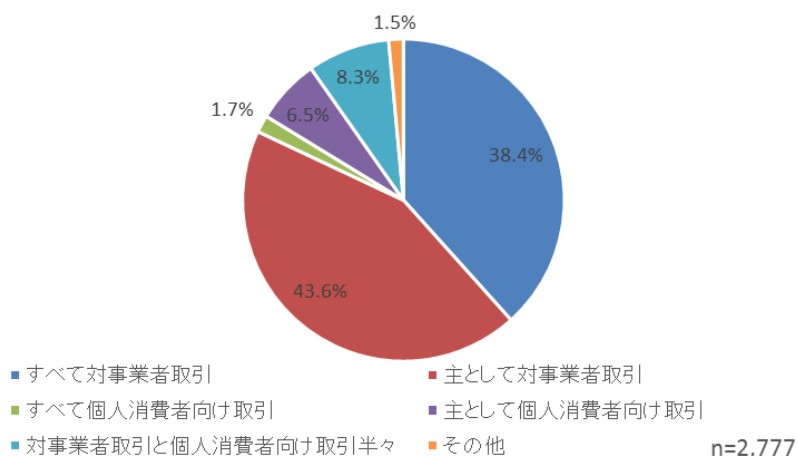
図表 3 回答企業代表者年齢分布



## Q2. 取引形態

回答企業の取引形態を確認したところ、「主として対事業者取引」、「すべて対事業者取引」で82%を占めた。

図表 4 回答企業の取引形態



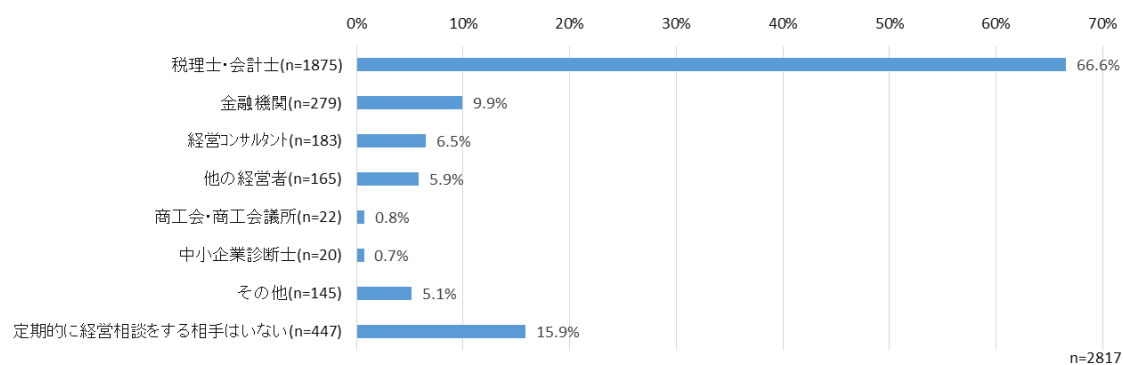
## 2. 経営診断について

### Q3. 経営相談をする相手

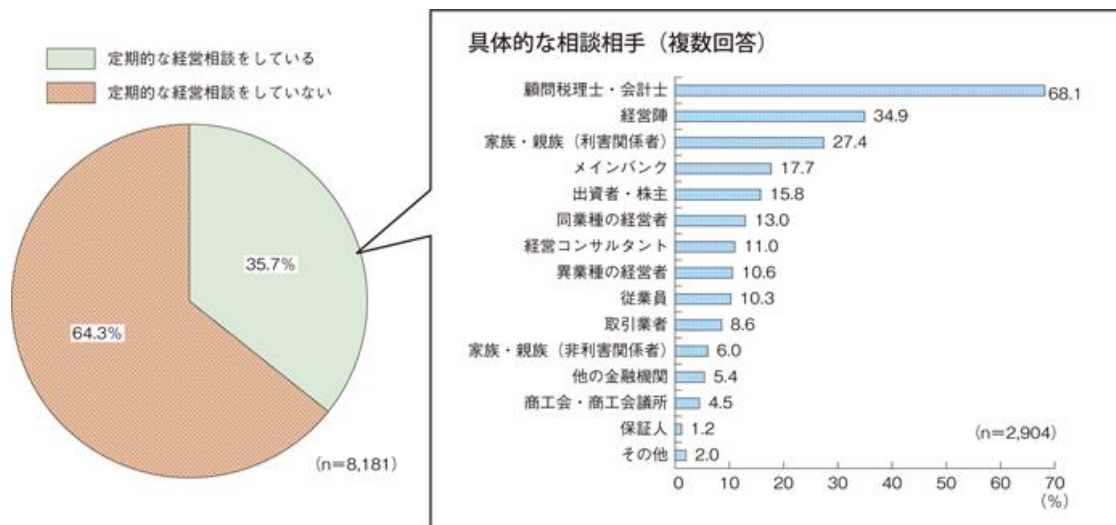
企業が経営相談をする相手を確認したところ、「税理士・会計士」が66.6%、「金融機関」が9.9%、「経営コンサルタント」が6.5%と続いており、「税理士・会計士」が多くの企業の経営相談相手となっている。なお、平成24年版中小企業白書においても同様の設問がされており、定期的な経営相談の相手として「税理士」が68.1%と、本調査と同程度に高い割合を占めている（図表5、図表6）。

従業員規模別では、規模が増加するにつれて、経営相談の相手として「税理士・会計士」の占める割合が低下し、「金融機関」が増加する傾向にある。

図表 5 経営相談をする相手

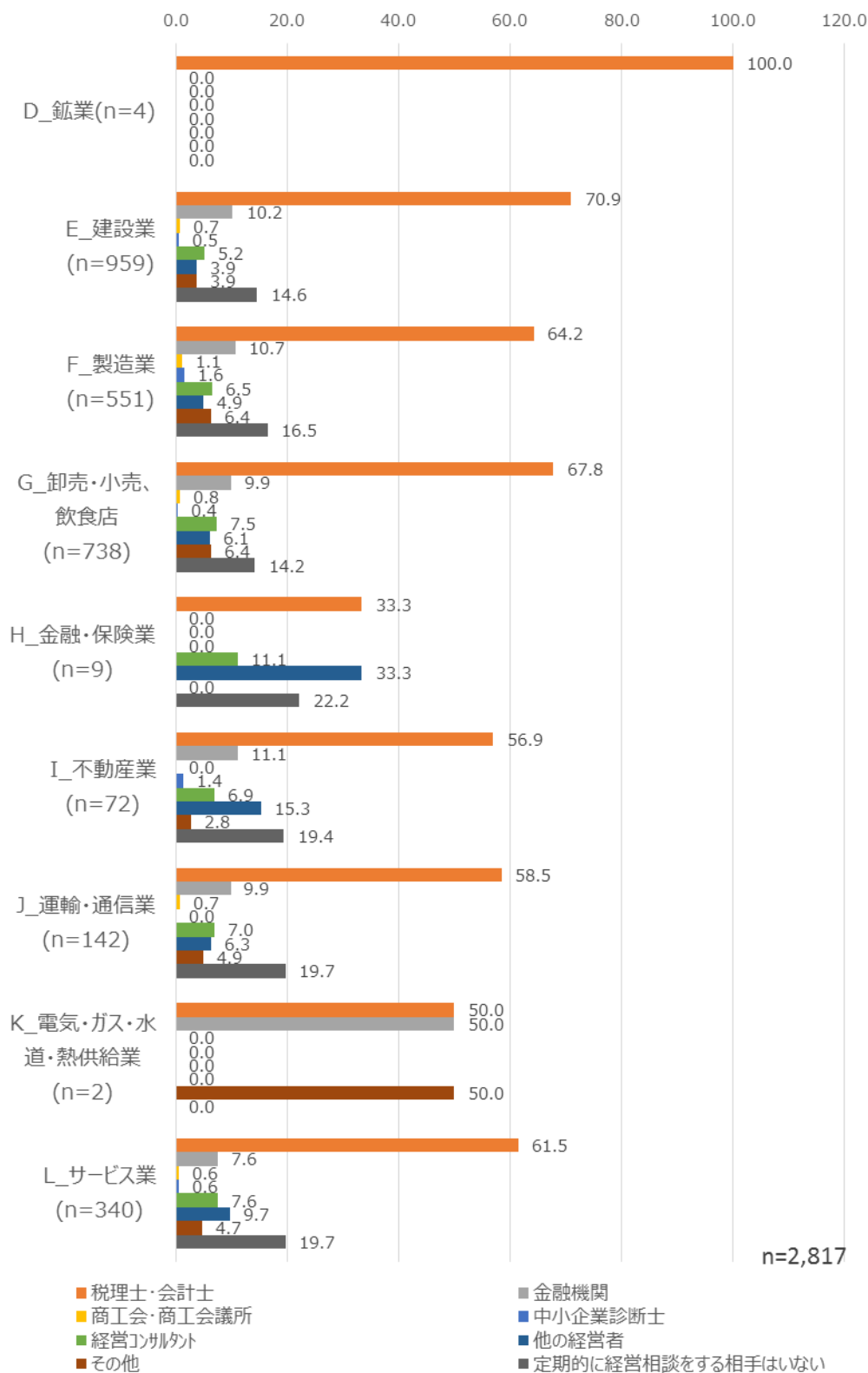


図表 6 (参考) 平成 24 年版中小企業白書

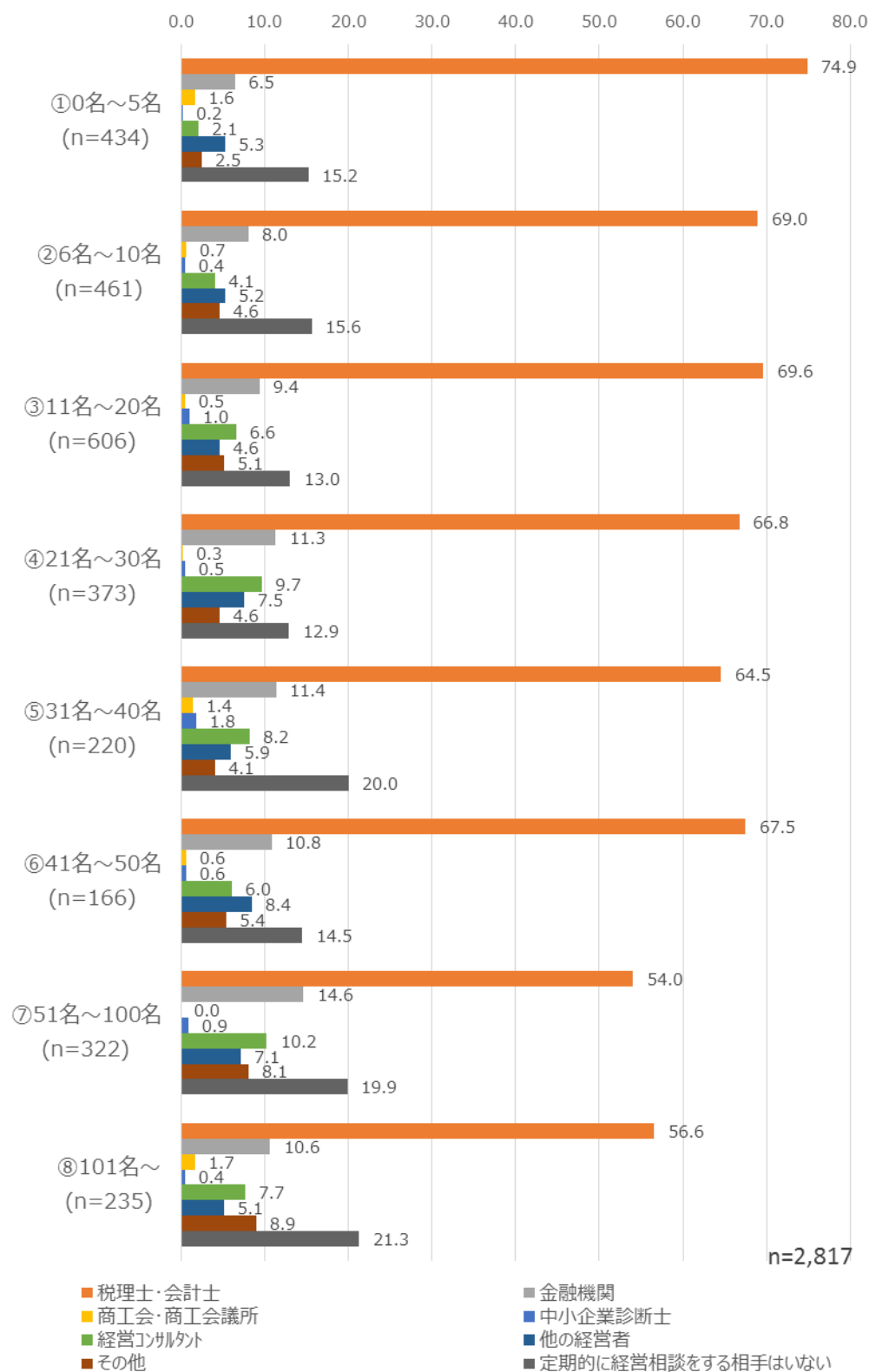


資料：中小企業庁委託「中小企業の経営者の事業判断に関する実態調査」(2011年12月、(株)野村総合研究所)  
 (注) ここでいう利害関係者とは、経営陣、従業員、出資者・株主、保証人をいう。

図表 7 業種×経営相談をする相手



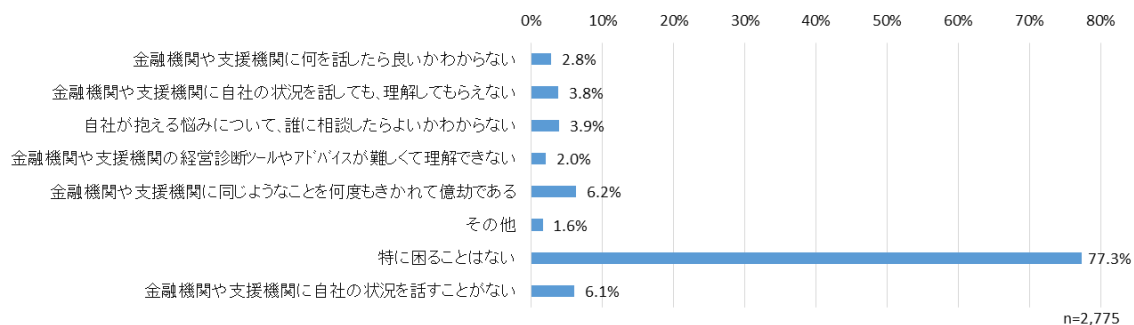
図表 8 従業員規模×経営相談をする相手



#### Q4. 金融機関や支援機関に会社の経営状況を相談する際に困ること

金融機関や支援機関に会社の経営状況を相談する際に困ることを確認したところ、「困ることは特にない」が77.3%となり、「誰に相談したらよいかわからない」、「話しても理解してもらえない」といった回答は一部にとどまっている。

図表 9 金融機関や支援機関に会社の経営状況を相談する際に困ること



#### Q5. ローカルベンチマークの認知度

企業におけるローカルベンチマークの認知度は「知っている」が13.5%、「初めて聞く」が86.5%となった。

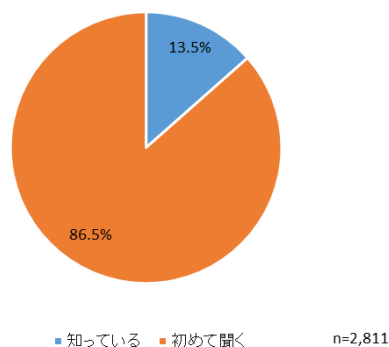
内訳を見ると、回答企業全体と「知っている」と回答した企業の経営者年齢を比較しても、大きな差はないことがわかる。

業種別に見ると、製造業が17.2%と最も高い割合となっているが、業種別に大きな差は無い<sup>2</sup>。

都道府県別に見ると、幅広く地方においてローカルベンチマークが認知されている。

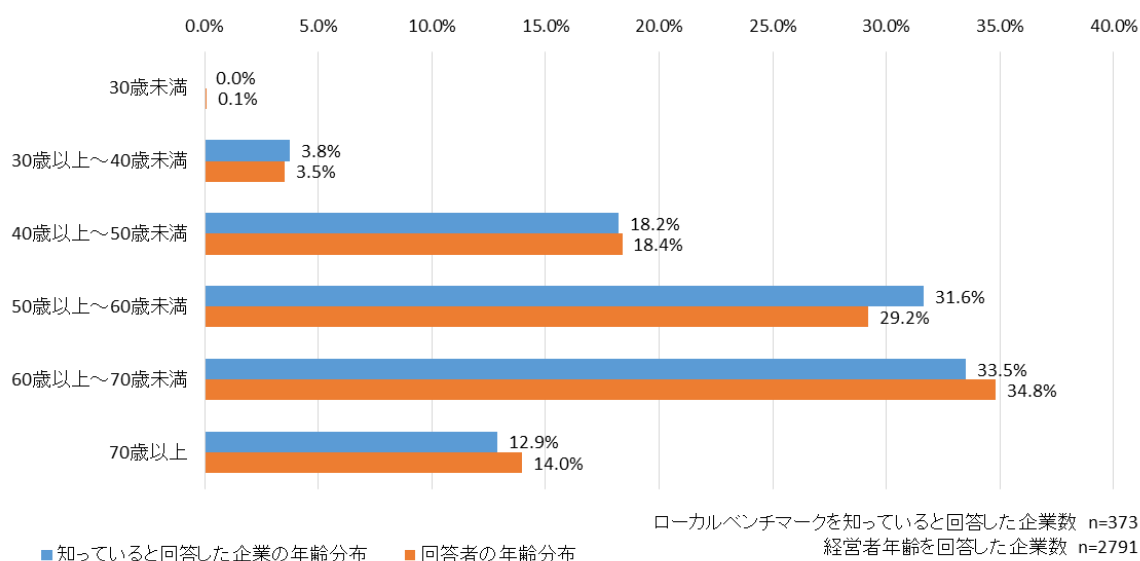
従業員規模別では21名～200名程度の従業員数においてローカルベンチマークの認知度が高いことがわかる。

図表 10 ローカルベンチマークの認知度

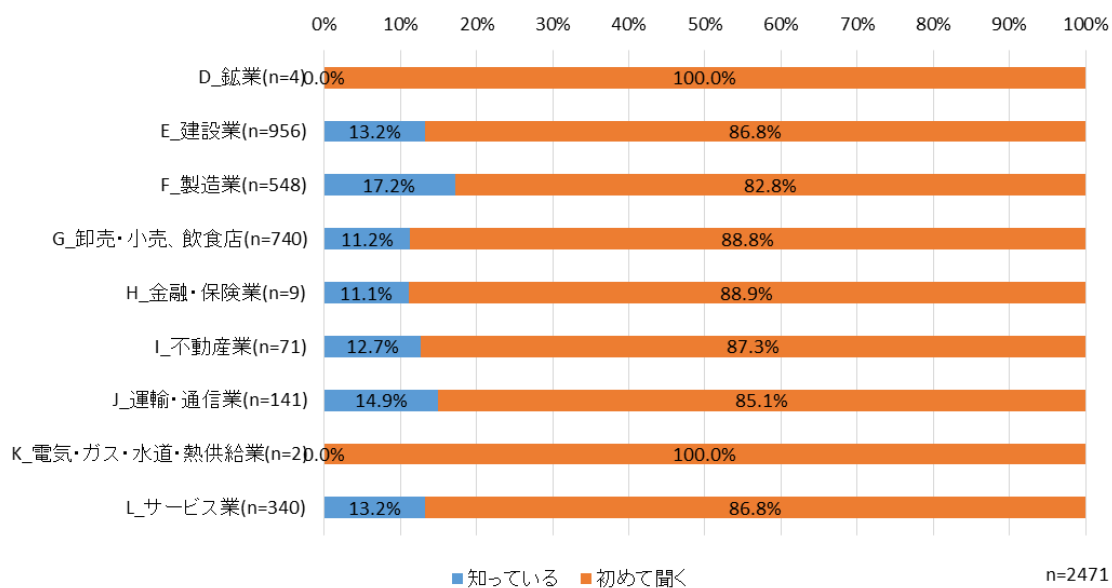


<sup>2</sup> 「D\_鉱業」、「K\_電気・ガス・水道・熱供給業」は有効回答数が少ないため比較の対象とはしていない。

図表 11 経営者年代別に見たローカルベンチマークの認知度



図表 12 業種別に見たローカルベンチマークの認知度





図表 13 都道府県別に見たローカルベンチマークの認知度

No	都道府県	n	知っている	初めて聞く	No	都道府県	n	知っている	初めて聞く
1	24 三重県	33	24.2	75.8	25	12 千葉県	83	13.3	86.7
2	46 鹿児島県	25	24.0	76.0	26	35 山口県	38	13.2	86.8
3	32 島根県	17	23.5	76.5	27	11 埼玉県	108	13.0	87.0
4	39 高知県	17	23.5	76.5	28	17 石川県	31	12.9	87.1
5	38 愛媛県	22	22.7	77.3	29	02 青森県	32	12.5	87.5
6	05 秋田県	31	22.6	77.4	30	26 京都府	64	12.5	87.5
7	30 和歌山県	18	22.2	77.8	31	13 東京都	429	12.4	87.6
8	20 長野県	59	22.0	78.0	32	09 栃木県	49	12.2	87.8
9	21 岐阜県	56	21.4	78.6	33	19 山梨県	17	11.8	88.2
10	03 岩手県	19	21.1	78.9	34	25 滋賀県	17	11.8	88.2
11	01 北海道	111	20.7	79.3	35	36 徳島県	17	11.8	88.2
12	45 宮崎県	15	20.0	80.0	36	27 大阪府	258	11.2	88.8
13	34 広島県	72	19.4	80.6	37	40 福岡県	98	11.2	88.8
14	29 奈良県	16	18.8	81.3	38	31 鳥取県	9	11.1	88.9
15	06 山形県	44	18.2	81.8	39	10 群馬県	37	10.8	89.2
16	18 福井県	22	18.2	81.8	40	22 静岡県	84	9.5	90.5
17	04 宮城県	57	17.5	82.5	41	47 沖縄県	22	9.1	90.9
18	07 福島県	59	16.9	83.1	42	14 神奈川県	148	8.8	91.2
19	16 富山県	43	16.3	83.7	43	41 佐賀県	13	7.7	92.3
20	37 香川県	26	15.4	84.6	44	33 岡山県	54	7.4	92.6
21	15 新潟県	61	14.8	85.2	45	28 兵庫県	89	6.7	93.3
22	23 愛知県	168	14.3	85.7	46	43 熊本県	34	2.9	97.1
23	全国	2,811	13.5	86.5	47	08 茨城県	38	0.0	100.0
24	44 大分県	15	13.3	86.7	48	42 長崎県	36	0.0	100.0

図表 14 従業員規模別に見たローカルベンチマークの認知度

従業員規模	n	知っている	初めて聞く
①0名～5名	428	9.1%	90.9%
②6名～10名	462	8.4%	91.6%
③11名～20名	605	13.1%	86.9%
④21名～30名	372	14.5%	85.5%
⑤31名～40名	219	17.4%	82.6%
⑥41名～50名	165	18.2%	81.8%
⑦51名～100名	322	18.6%	81.4%
⑧101名～200名	167	18.6%	81.4%
⑨201名～300名	41	12.2%	87.8%
⑩301名～400名	19	21.1%	78.9%
⑪401名～500名	3	0.0%	100.0%
⑫501名～1,000名	3	0.0%	100.0%
⑬1,001名～	4	0.0%	100.0%
総計	2,810	13.5%	86.5%

※網掛けは平均を上回る認知度を示している。

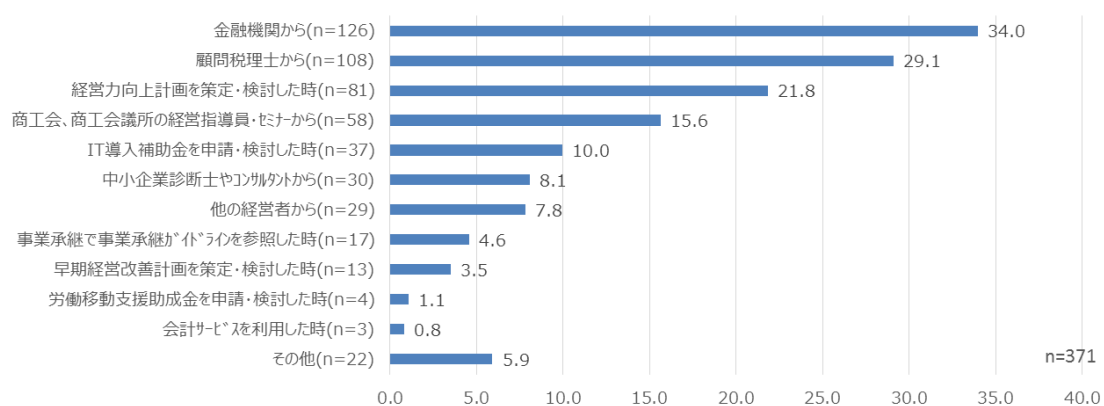
Q6. ローカルベンチマークを認識したきっかけ

ローカルベンチマークを「知っている」と回答した企業に対し、認識したきっかけを確認したところ、「金融機関から」が34.0%、「顧問税理士から」が29.1%、「経営力向上計画を策定・検討した時」が21.8%と続いている。

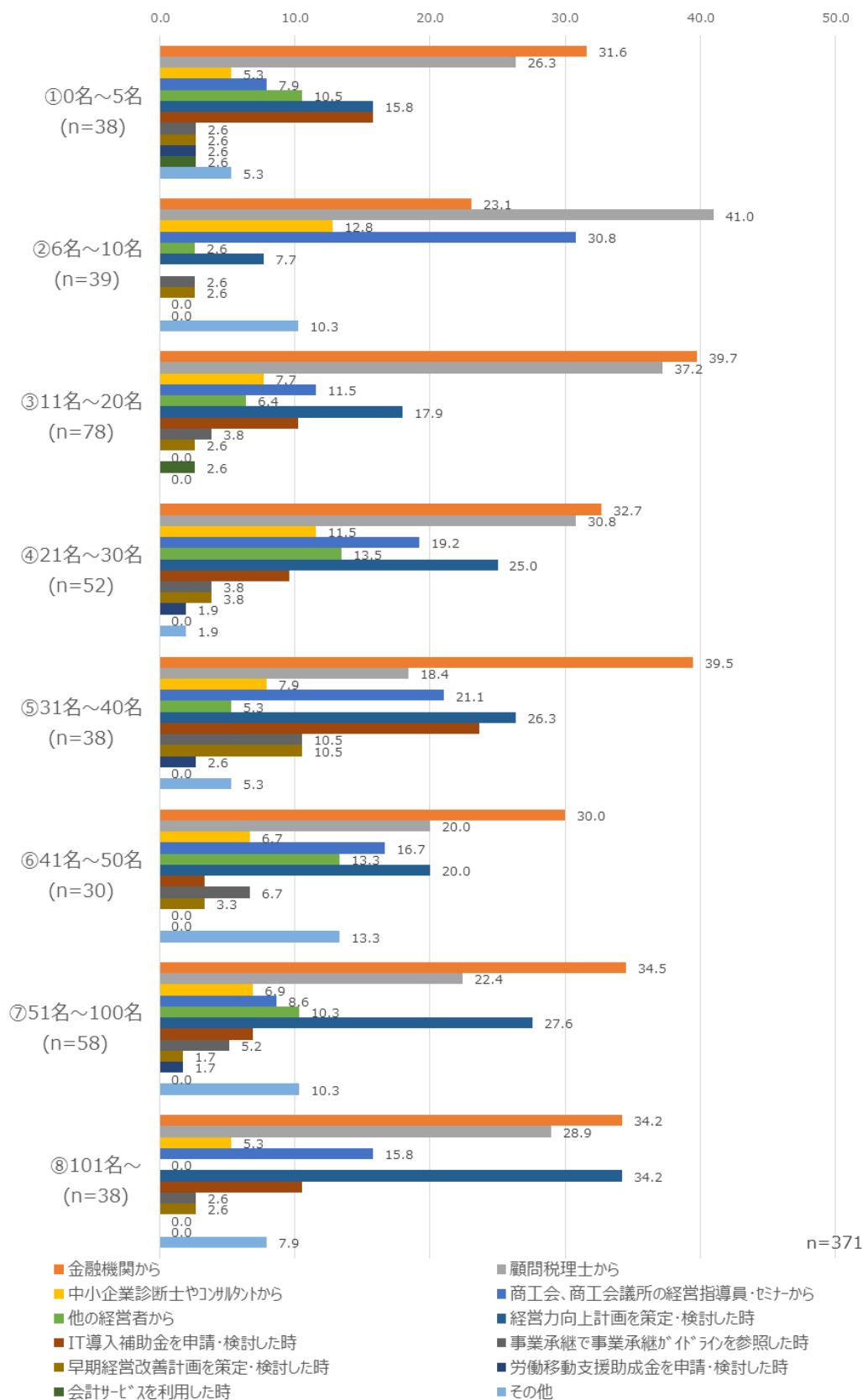
図表5において、企業の経営相談の相手としては9.9%であった金融機関が、66.6%であった税理士・会計士よりも割合が高い。金融庁による金融仲介機能のベンチマークにおいてローカルベンチマークの活用が推奨されていること等も背景として考えられる。

業種別にみると「G\_卸・小売、飲食店」において「金融機関から」、「J\_運輸・通信業」において「税理士から」の割合が高い結果になったものの、全体的には大きな差が見られていない。

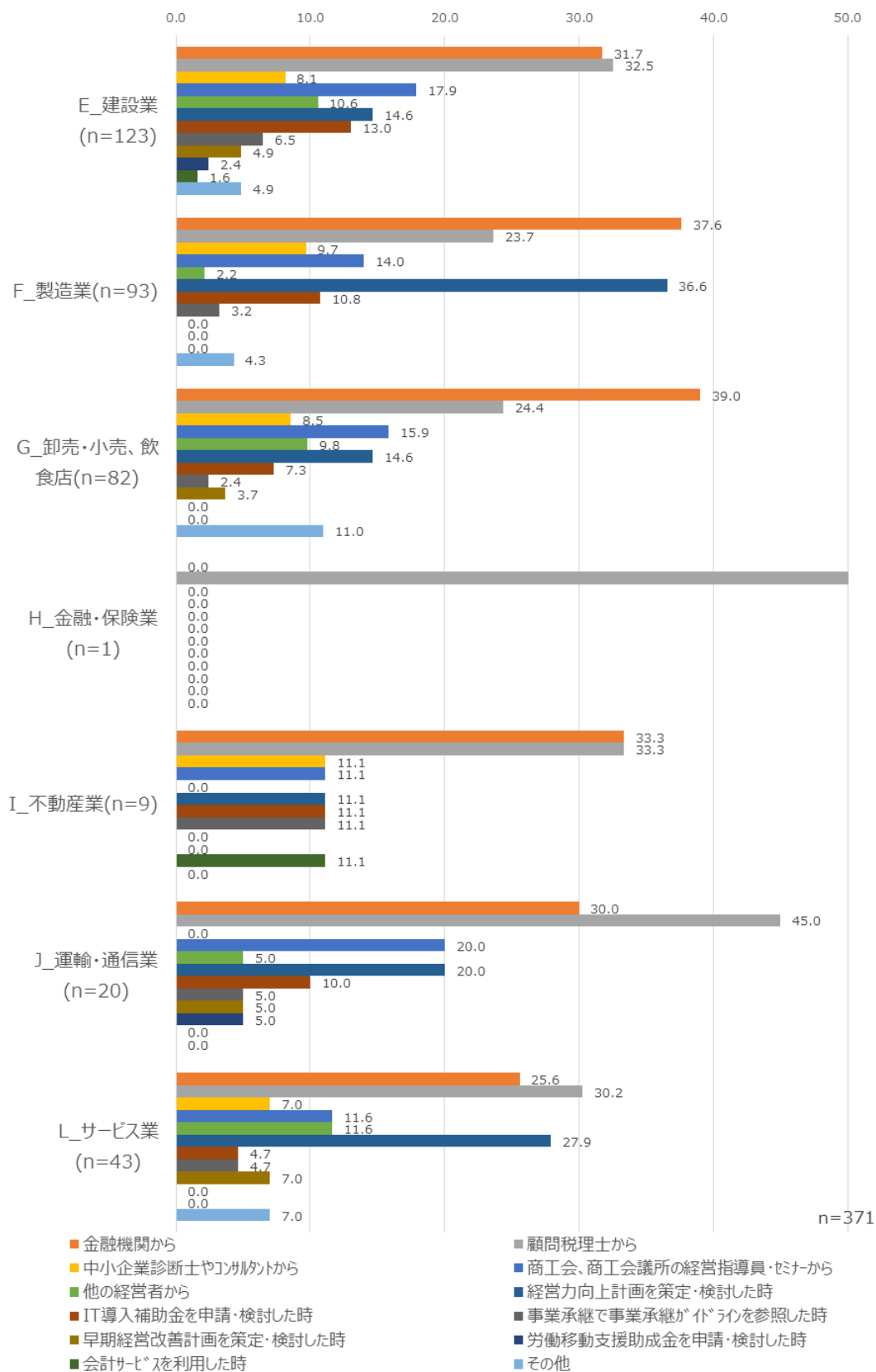
図表 15 ローカルベンチマークを認識したきっかけ



図表 16 従業員規模別に見たローカルベンチマークを認識したきっかけ



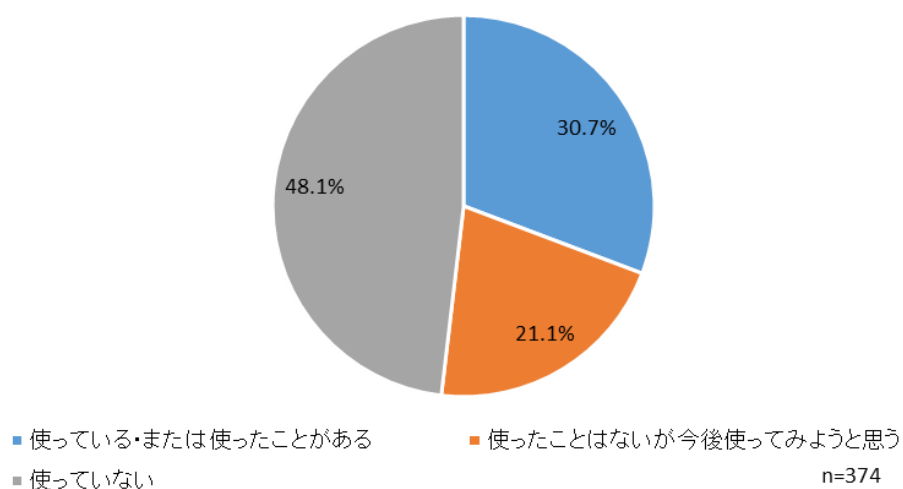
図表 17 業種別に見たローカルベンチマークを認識したきっかけ



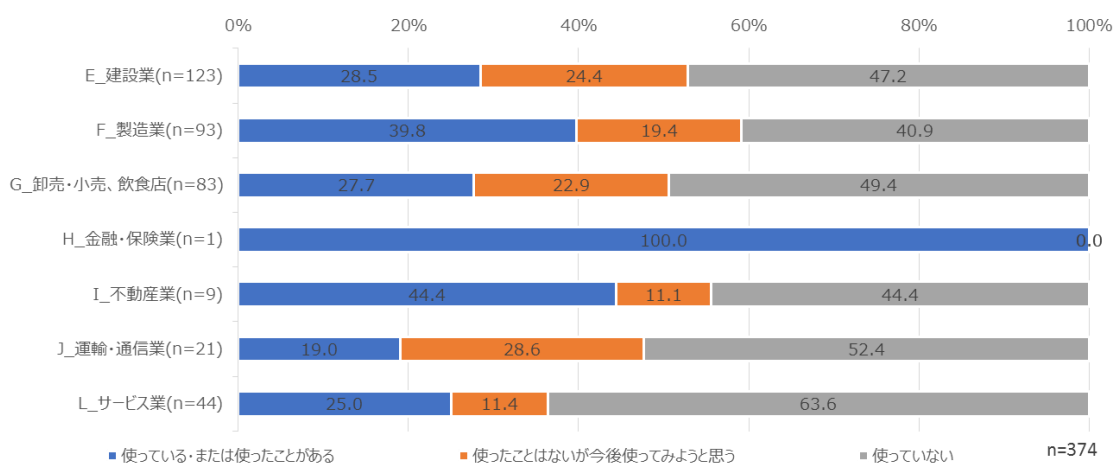
### Q7. ローカルベンチマークの活用状況

ローカルベンチマークを「知っている」と回答した企業のうち、ローカルベンチマークを実際に使ったことがあるかどうかを確認したところ、「使っている・または使ったことがある」が30.7%、「使ったことはないが、今後使ってみようと思う」が21.1%、「使っていない」が48.1%となった。ローカルベンチマークを認識している企業のうち、5割程度は実際の利用および利用意向があることが明らかとなった。

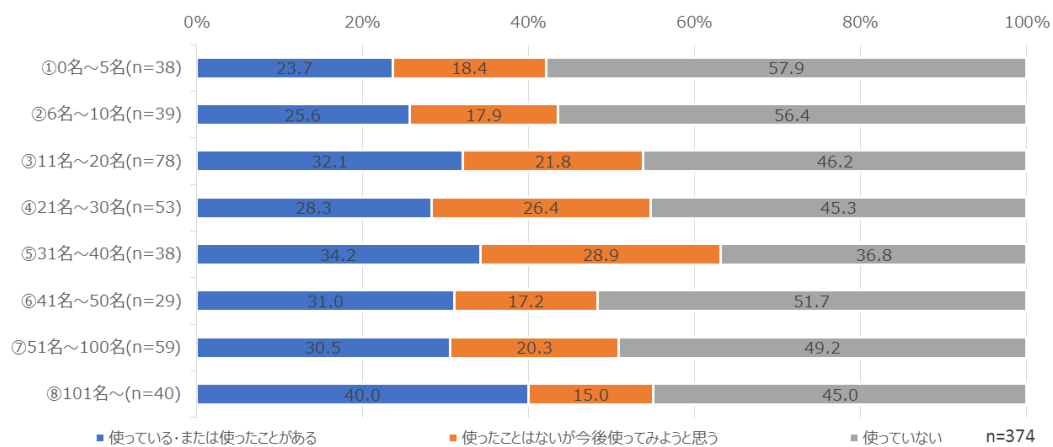
図表 18 ローカルベンチマークの活用状況



図表 19 業種別に見たローカルベンチマークの活用状況



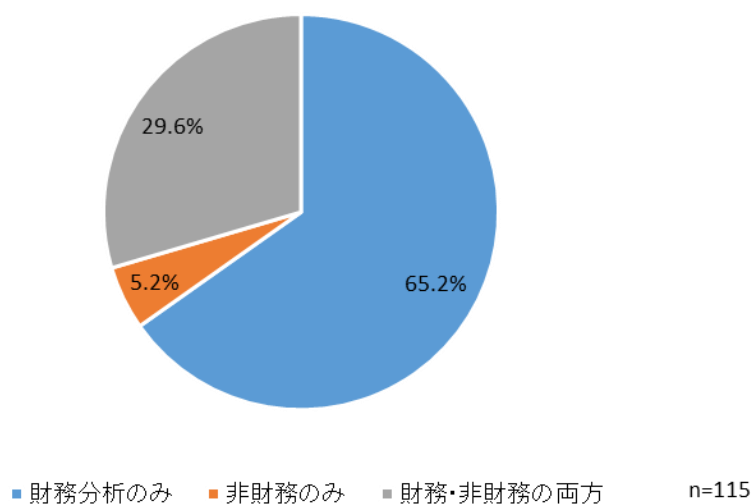
図表 20 従業員規模別に見たローカルベンチマークの活用状況



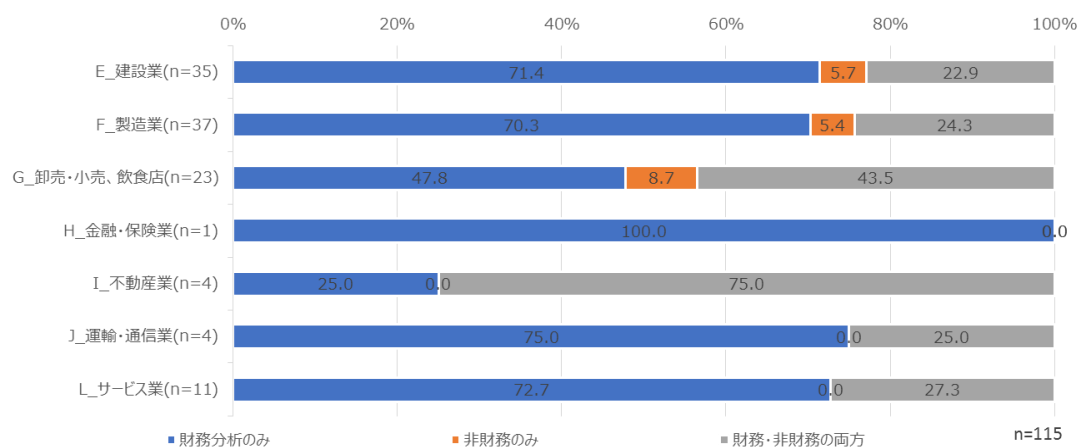
Q8. ローカルベンチマークの利用内容

ローカルベンチマークを「使っている・または使ったことがある」と回答した企業のうち、ローカルベンチマークのどの内容を使ったことがあるかを確認したところ、「財務分析のみ」が65.2%、「非財務のみ」が5.2%、「財務・非財務の両方」が29.6%であり、財務分析の利用にとどまっている企業が3分の2程度存在していることが明らかとなった。

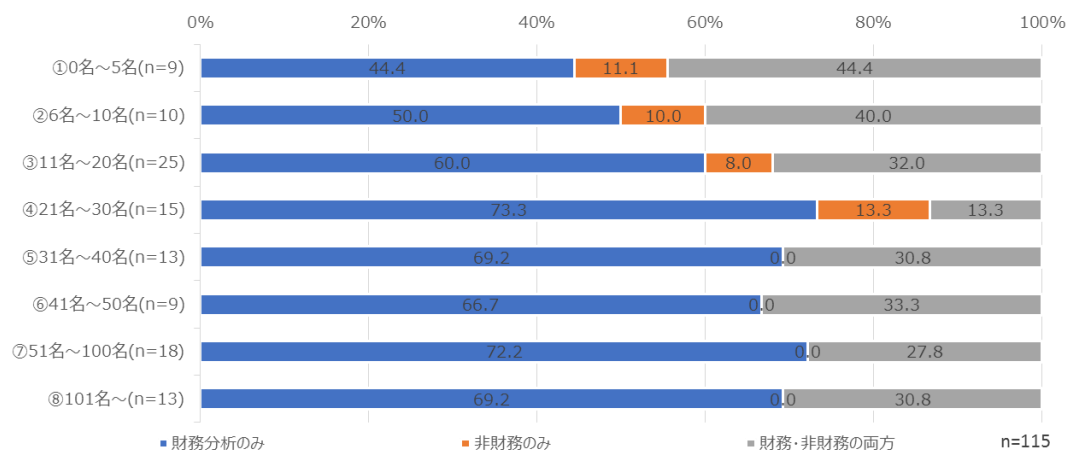
図表 21 ローカルベンチマークの利用内容



図表 22 業種別に見たローカルベンチマークの利用内容



図表 23 従業員規模別に見たローカルベンチマークの利用内容



Q9. ローカルベンチマークを使ったことによるメリット

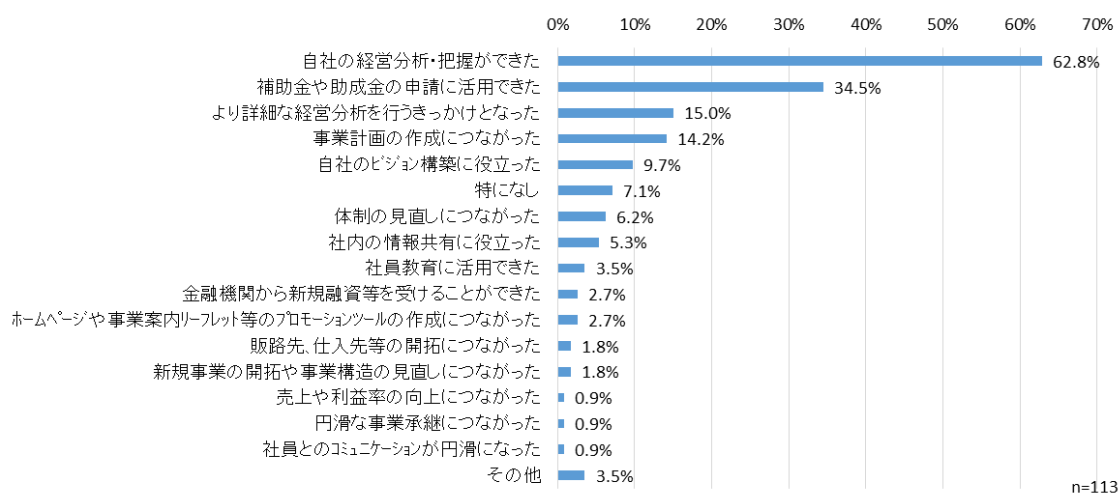
ローカルベンチマークを「使っている・または使ったことがある」と回答した企業のうち、使ったことによるメリットを確認したところ、「自社の経営分析・把握ができた」が62.8%、「補助金や助成金の申請に活用できた」が34.5%、「より詳細な経営分析を行うきっかけとなった」が15.0%、「事業計画の作成につながった」が14.2%と続いた。

ローカルベンチマークを活用したことにより自社の現状や課題、取り組み内容を把握するだけでなく、助成金の申請や事業計画の作成等、次のステップに繋がっており、ローカルベンチマークの活用により経営改善を進めている様子がうかがえる。

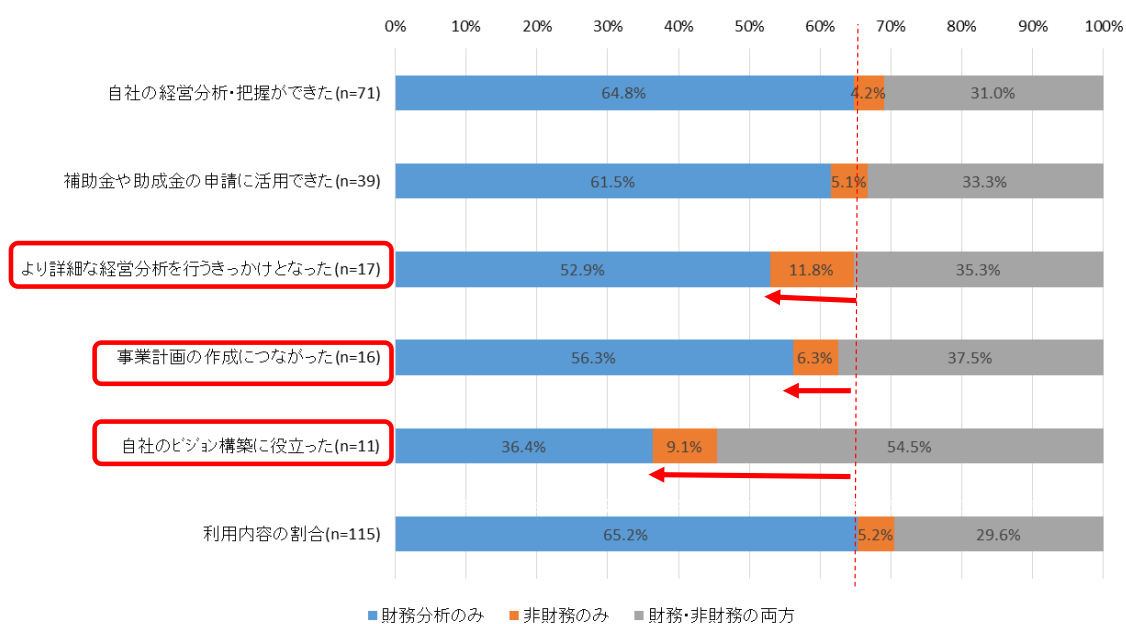
また、ローカルベンチマークの利用内容別にメリットを確認すると、非財務を利用した企

業の方がメリットを感じている割合が高いことがわかる。

図表 24 ローカルベンチマークを使ったことによるメリット



図表 25 利用内容別にみたメリット

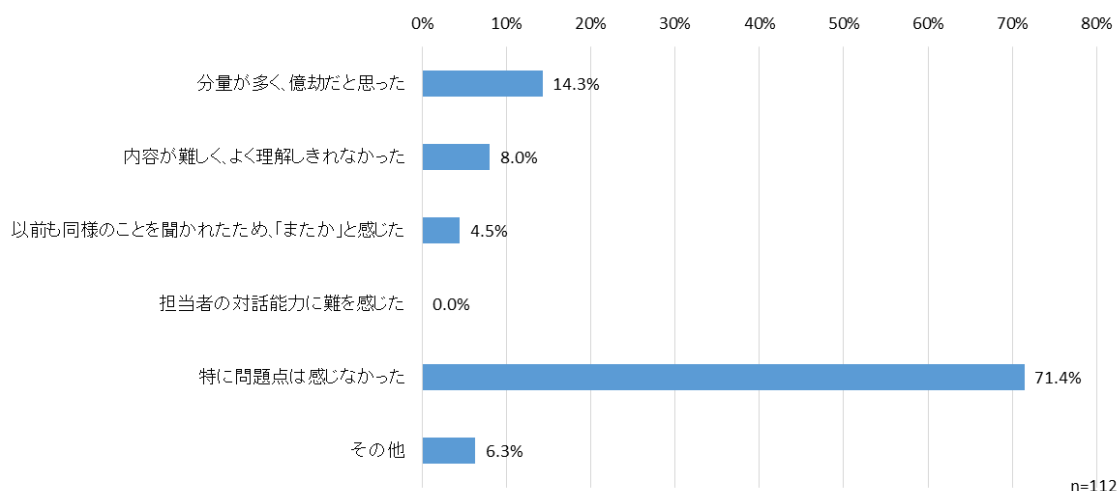


#### Q10. ローカルベンチマークの問題点

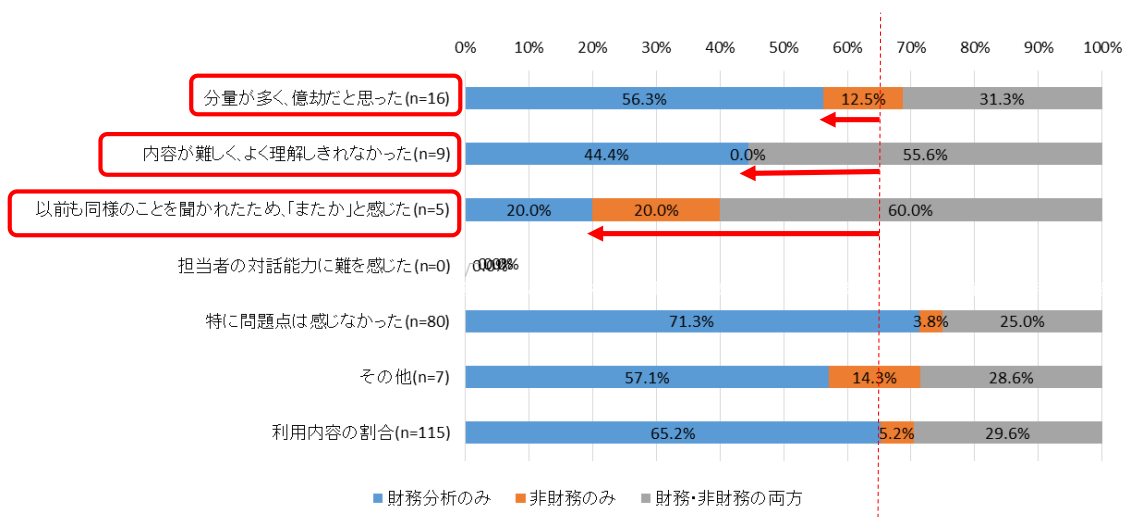
ローカルベンチマークを「使っている・または使ったことがある」と回答した企業のうち、使った際に感じた問題点について確認したところ、「特に問題は感じなかった」が71.4%と最も多く、「分量が多く、億劫だと思った」が14.3%、「内容が難しく、よく理解しきれなかった」が8.0%と続いた。



図表 26 ローカルベンチマークの問題点



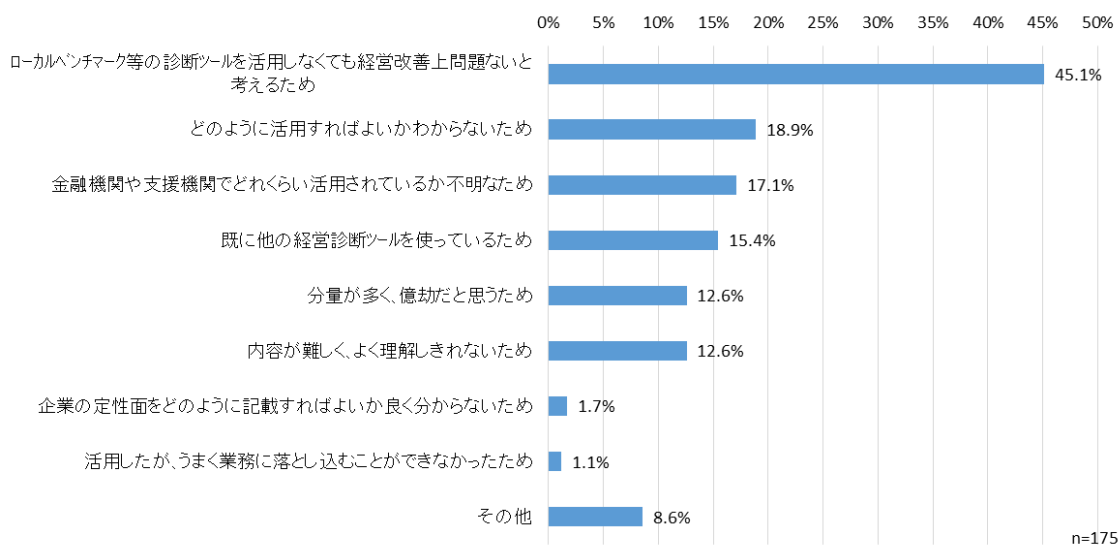
図表 27 利用内容別にみた問題点（参考：有効回答数に注意）



Q11. ローカルベンチマークを使っていない理由

ローカルベンチマークを「使っていない（予定していない）」と回答した企業に対し、使ってない理由を確認したところ、「ローカルベンチマーク等の診断ツールを活用しなくても経営改善上問題ないと考えるため」が45.1%と最も多く、「どのように活用すればよいかわからないため」が18.9%、「金融機関や支援機関でどれくらい活用されているか不明なため」が17.1%と続いた。

図表 28 ローカルベンチマークを使っていない理由

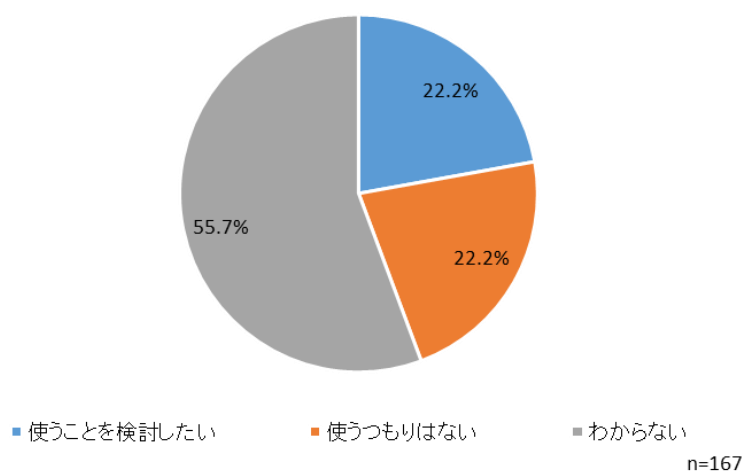


### Q12. ローカルベンチマークを使う可能性

ローカルベンチマークを「使っていない（予定していない）」と回答した企業に対し、当該企業が関心のある補助金や助成金の申請に役立つ場合の使用可能性について確認したところ、「使うことを検討したい」が 22.2%、「使うつもりがない」が 22.2%、「わからない」が 55.7%となっており、使う可能性が全くない企業は少数派である。

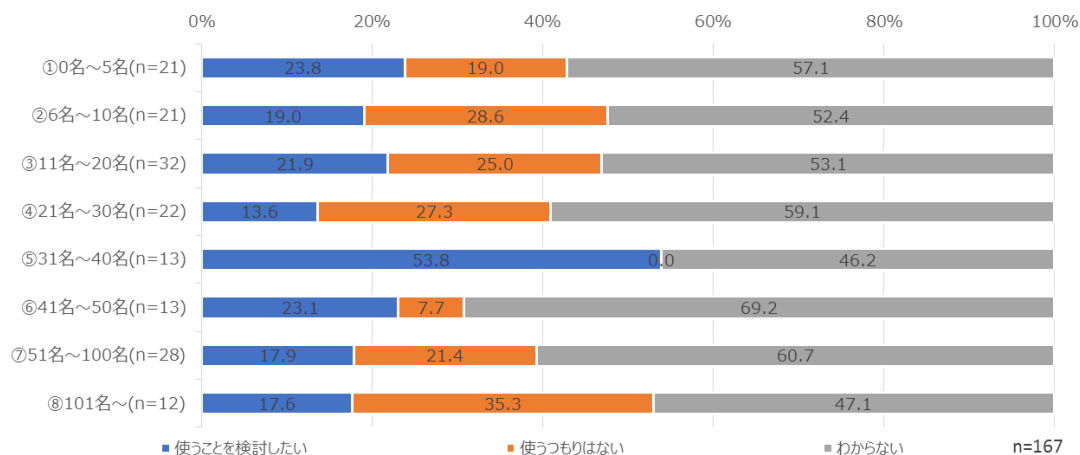
また、業種別に見ても、ローカルベンチマークを使う可能性について大きな差は見られなかった<sup>3</sup>。

図表 29 ローカルベンチマークを使う可能性

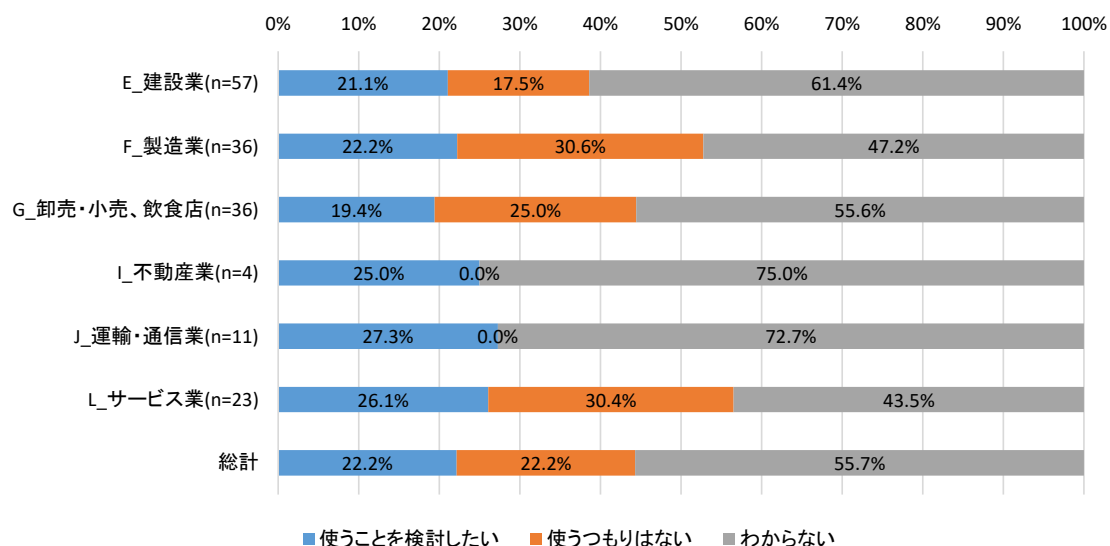


<sup>3</sup> 「I\_不動産業」、「J\_運輸・通信業」は有効回答数が少ないため比較の対象とはしていない。

図表 30 従業員規模別に見たローカルベンチマークを使う可能性



図表 31 業種別に見たローカルベンチマークを使う可能性

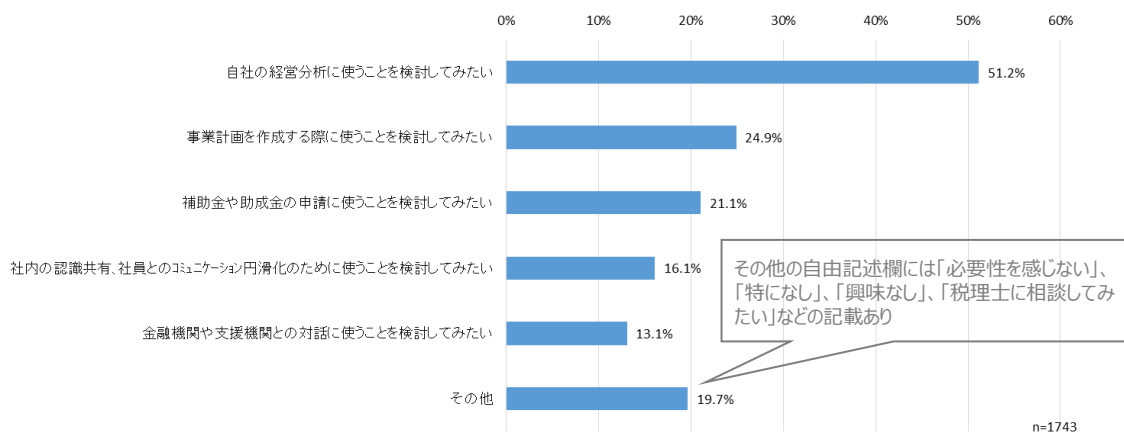


### Q13.ローカルベンチマークの活用検討

ローカルベンチマークを「初めて聞く」と回答した企業に対し、将来的にどのような活用が検討できるか確認したところ、「自社の経営分析に使うことを検討してみたい」が 51.2%、「事業計画を作成する際に使うことを検討してみたい」が 24.9%、「補助金や助成金の申請に使うことを検討してみたい」が 21.1%と続いた。

また、都道府県別にみると、岩手県や和歌山県を始めとして幅広い地域において、潜在ニーズが存在している。

図表 32 ローカルベンチマークの活用検討



図表 33 都道府県別に見たローカルベンチマークの活用検討<sup>4</sup>

都道府県	n	自社の経営分析に使うことを検討してみたい	金融機関や支援機関との対話に使うことを検討してみたい	事業計画を作成する際に使うことを検討してみたい	社内の認識共有、社員とのコミュニケーション円滑化のために使うことを検討してみたい	補助金や助成金の申請に使うことを検討してみたい	都道府県	n	自社の経営分析に使うことを検討してみたい	金融機関や支援機関との対話に使うことを検討してみたい	事業計画を作成する際に使うことを検討してみたい	社内の認識共有、社員とのコミュニケーション円滑化のために使うことを検討してみたい	補助金や助成金の申請に使うことを検討してみたい
01 北海道	69	50.7	15.9	18.8	15.9	15.9	25 滋賀県	11	45.5	9.1	18.2	27.3	27.3
02 青森県	16	62.5	6.3	18.8	25.0	18.8	26 京都府	41	43.9	2.4	29.3	22.0	19.5
03 岩手県	11	63.6	9.1	36.4	45.5	45.5	27 大阪府	166	54.8	19.3	25.9	16.3	19.9
04 宮城県	32	28.1	15.6	31.3	18.8	18.8	28 兵庫県	59	52.5	13.6	28.8	13.6	20.3
05 秋田県	18	72.2	16.7	27.8	5.6	27.8	29 奈良県	11	54.5	18.2	18.2	18.2	9.1
06 山形県	23	56.5	13.0	34.8	13.0	30.4	30 和歌山県	11	45.5	27.3	45.5	27.3	45.5
07 福島県	37	37.8	27.0	24.3	16.2	16.2	31 鳥取県	5	80.0	20.0	0.0	0.0	0.0
08 茨城県	31	51.6	16.1	19.4	6.5	19.4	32 島根県	8	62.5	12.5	25.0	37.5	12.5
09 栃木県	29	65.5	13.8	6.9	10.3	13.8	33 岡山県	35	57.1	8.6	51.4	20.0	17.1
10 群馬県	28	35.7	14.3	32.1	7.1	28.6	34 広島県	42	38.1	14.3	19.0	19.0	21.4
11 埼玉県	70	48.6	12.9	27.1	12.9	24.3	35 山口県	26	57.7	11.5	23.1	11.5	38.5
12 千葉県	52	44.2	9.6	9.6	15.4	15.4	36 徳島県	7	42.9	0.0	14.3	28.6	28.6
13 東京都	264	47.0	10.2	22.7	12.1	18.2	37 香川県	15	53.3	13.3	6.7	26.7	20.0
14 神奈川県	104	58.7	11.5	26.9	14.4	17.3	38 愛媛県	13	61.5	23.1	23.1	23.1	38.5
15 新潟県	42	54.8	11.9	26.2	16.7	28.6	39 高知県	8	37.5	12.5	12.5	12.5	37.5
16 富山県	27	48.1	3.7	22.2	18.5	29.6	40 福岡県	62	54.8	8.1	33.9	22.6	32.3
17 石川県	21	28.6	23.8	42.9	28.6	14.3	41 佐賀県	7	42.9	28.6	57.1	28.6	14.3
18 福井県	12	91.7	8.3	8.3	16.7	8.3	42 長崎県	24	58.3	12.5	37.5	12.5	16.7
19 山梨県	11	72.7	0.0	18.2	36.4	18.2	43 熊本県	23	60.9	4.3	13.0	34.8	21.7
20 長野県	33	72.7	9.1	27.3	24.2	21.2	44 大分県	7	71.4	42.9	28.6	14.3	42.9
21 岐阜県	26	38.5	19.2	30.8	15.4	11.5	45 宮崎県	10	70.0	20.0	20.0	0.0	30.0
22 静岡県	50	40.0	20.0	24.0	14.0	14.0	46 鹿児島県	10	30.0	0.0	10.0	0.0	40.0
23 愛知県	103	54.4	9.7	21.4	13.6	23.3	47 沖縄県	15	40.0	13.3	46.7	20.0	20.0
24 三重県	18	50.0	16.7	16.7	16.7	22.2	全体	1743	51.2	13.1	24.9	16.1	21.1

3. FinTech について

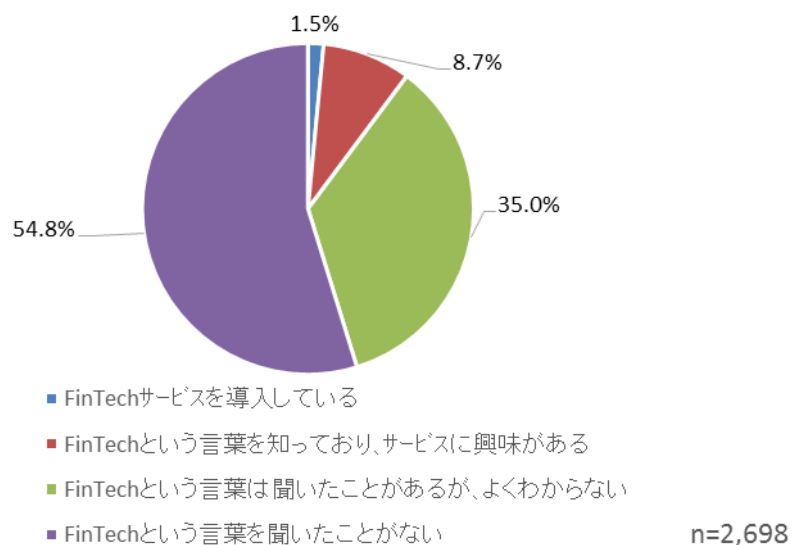
Q14.Fintech 認知度・活用状況

FinTech の認知度は、「FinTech という言葉を聞いたことがない」、「FinTech という言葉を聞いたことはあるが、よくわからない」という回答で 89.8%を占めており、「FinTech」という言葉と内容を知っている企業は 10%程度にとどまった。従業員規模別にみると、小規模であるほど「FinTech という言葉を聞いたことがない」と回答する企業が多い。また、

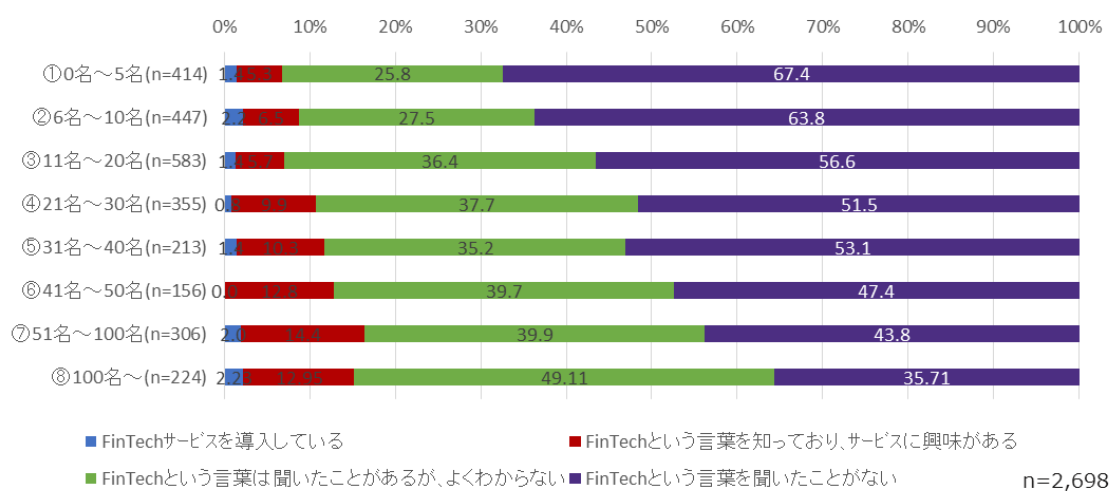
<sup>4</sup>各活用検討内容につき、上位 10 都道府県を赤字として示している。

経営者年齢が若いほど FinTech に対する認知度が高いことが伺える。

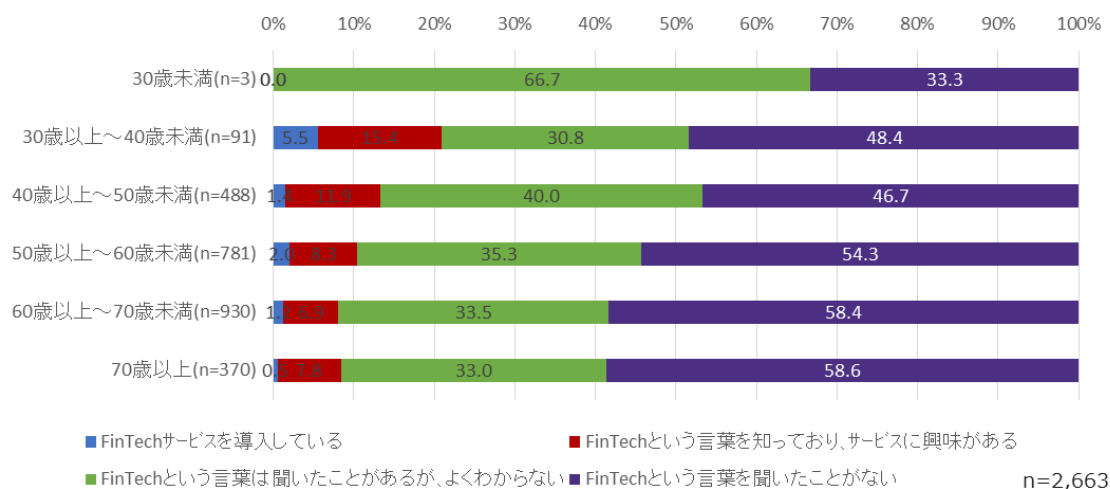
図表 34 FinTech 認知度・活用状況



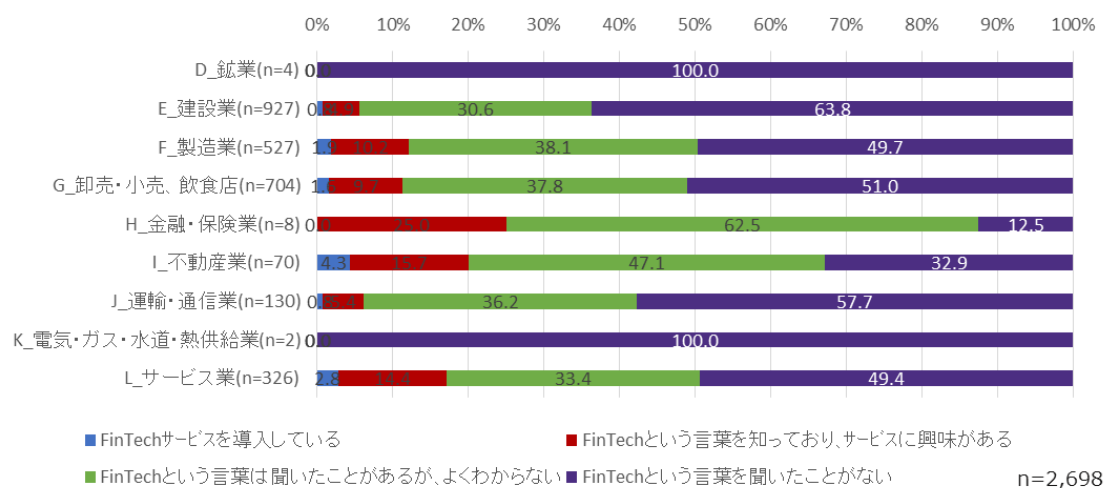
図表 35 FinTech 認知度・活用状況×従業員数



図表 36 FinTech 認知度・活用状況×経営者年齢



図表 37 業種別に見た FinTech 認知度



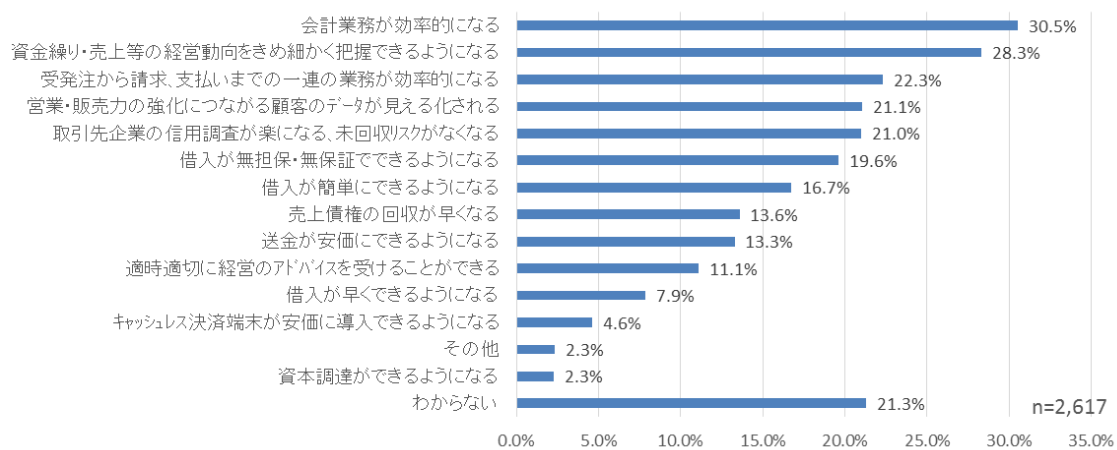
### Q15.FinTech において関心のある分野

問 14 の FinTech の認知度に関わらず、FinTech サービスにおいて関心のある分野を質問したところ、「会計業務が効率的になる」が 30.5%で最多となり、次いで「資金繰り・売上等の経営動向をきめ細かく把握できるようになる」が 28.3%、次いで「受発注から請求・支払までの一連の業務が効率的になる」が 22.3%、「営業・販売力の強化につながる顧客のデータが見える化される」が 21.1%と続いた。

問 14 で FinTech サービスの内容に対する認知度は回答の 10%程度にとどまったが、多くの企業で幅広い分野における FinTech サービス活用の潜在ニーズが確認された。

図表 38 FinTech において関心のある分野

FinTech では、様々な分野で、企業の経営力や生産性を向上させることが可能になると言われています。貴社が特に関心のある分野はどこですか。【上位3つ】

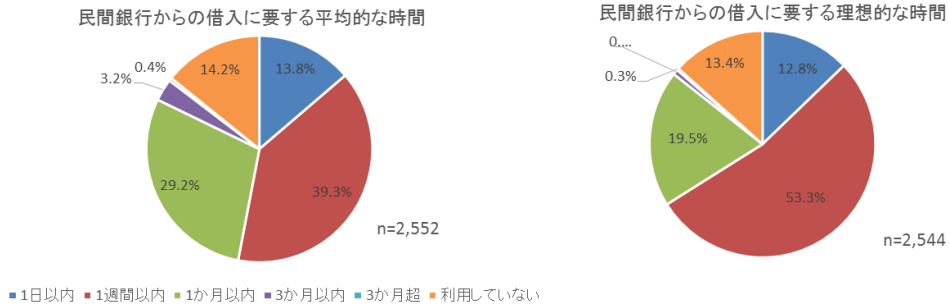


#### 4. 資金調達について

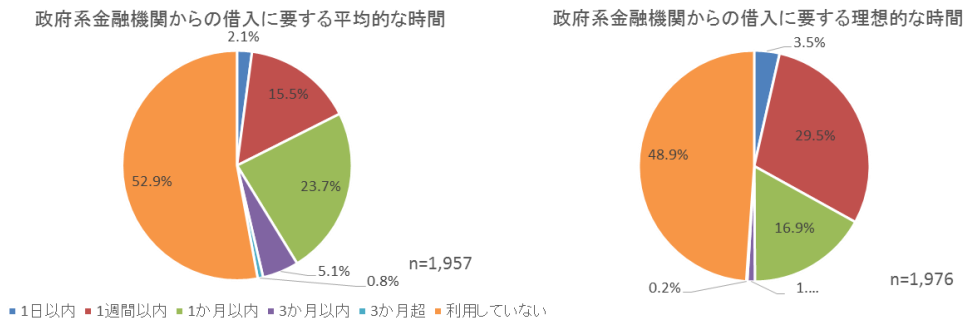
##### Q16.17 資金調達に要する時間・理想的な時間

民間銀行からの資金調達に要する理想的な時間について、6割超が1週間以内と回答している一方、実際に1週間以内で借入を行っている企業は5割程度。

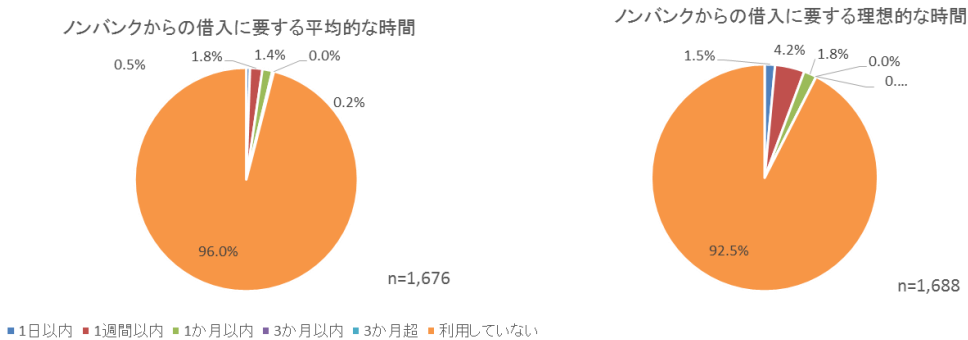
図表 39 民間銀行からの借入に要する平均的な時間と理想的な時間



図表 40 政府系金融機関からの借入に要する平均的な時間と理想的な時間

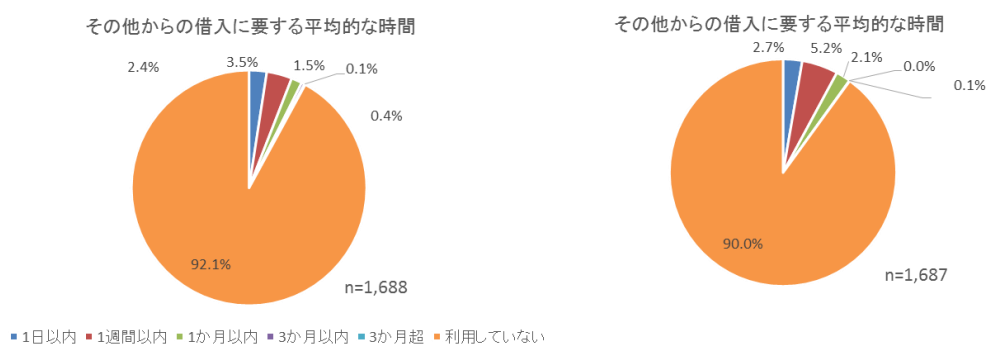


図表 41 ノンバンクからの借入に要する平均的な時間と理想的な時間

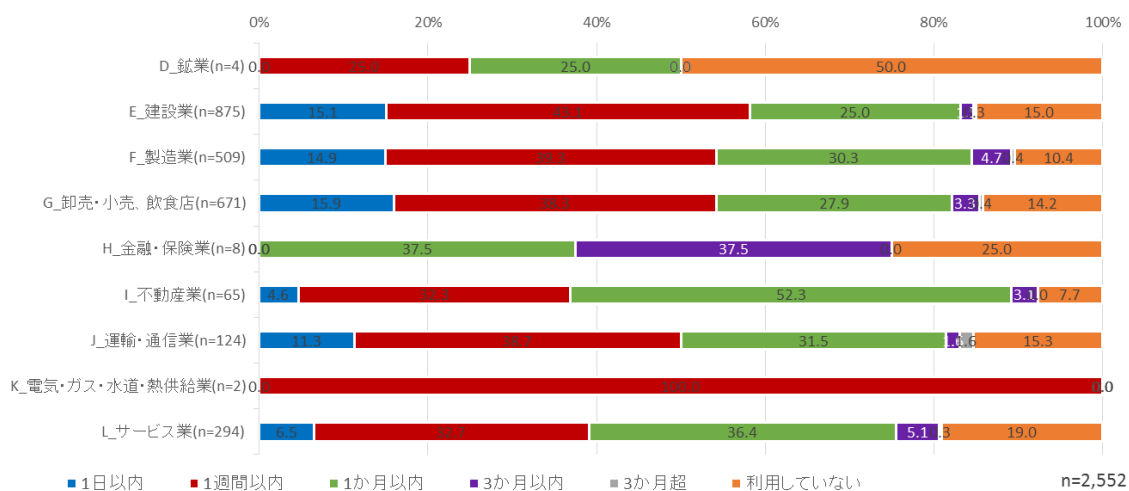




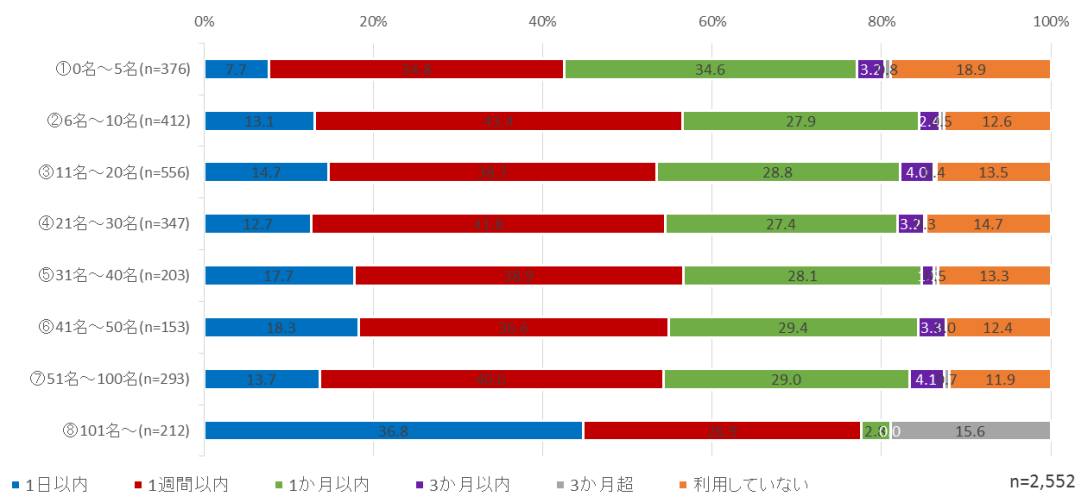
図表 42 その他からの借入に要する平均的な時間と理想的な時間



図表 43 業種別に見た民間銀行からの資金調達に要する時間



図表 44 従業員規模別に見た民間銀行からの資金調達に要する時間

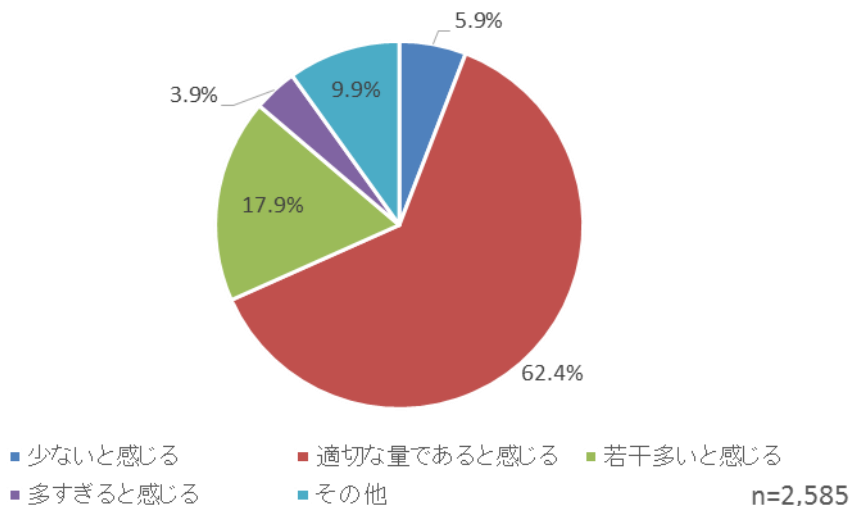


### Q18.資金調達時の審査資料ボリューム

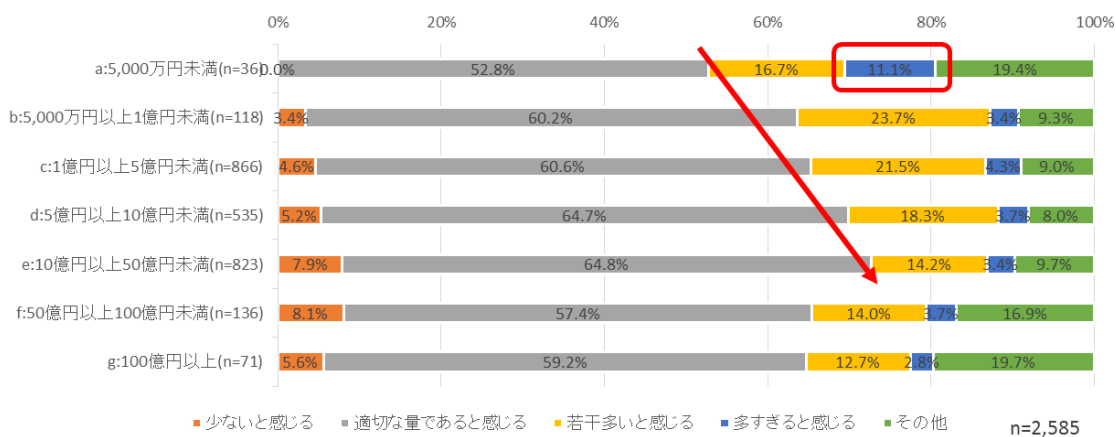
資金調達を行う際に金融機関より求められる審査資料のボリュームについては、62.4%が「適切な量であると感じる」と回答しており、「若干多いと感じる」が17.9%と続く。

売上高規模が小さいほど、「適切な量であると感じる」と回答する割合は減少し、売上高5,000万円未満の企業の11.1%が「多すぎる」と回答する結果となった。

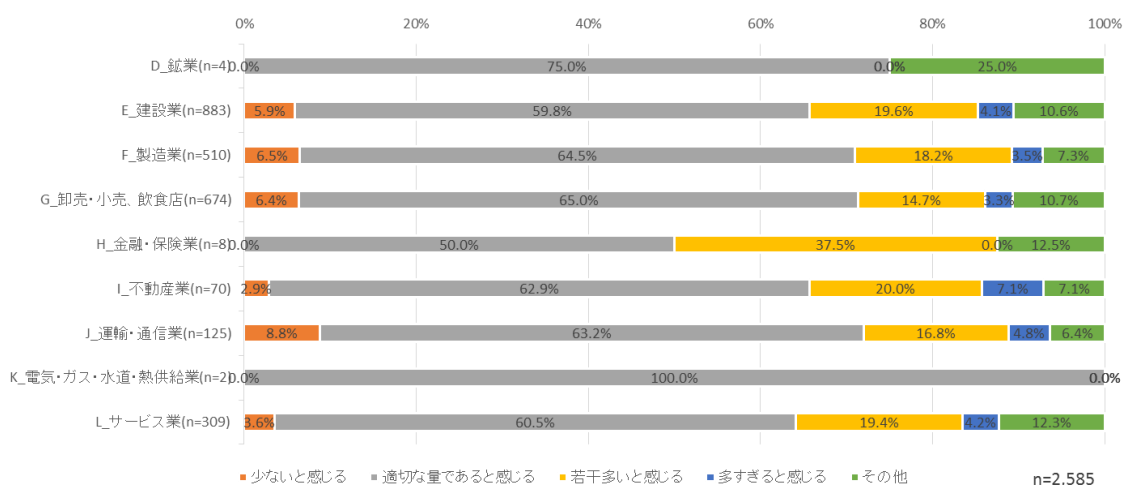
図表 45 審査資料ボリューム



図表 46 審査資料ボリューム×売上高規模



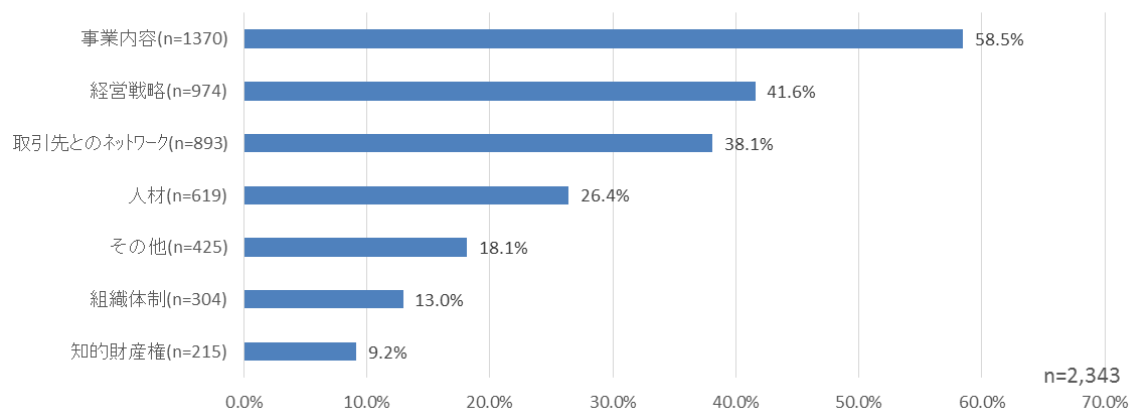
図表 47 審査資料ボリューム×業種大分類



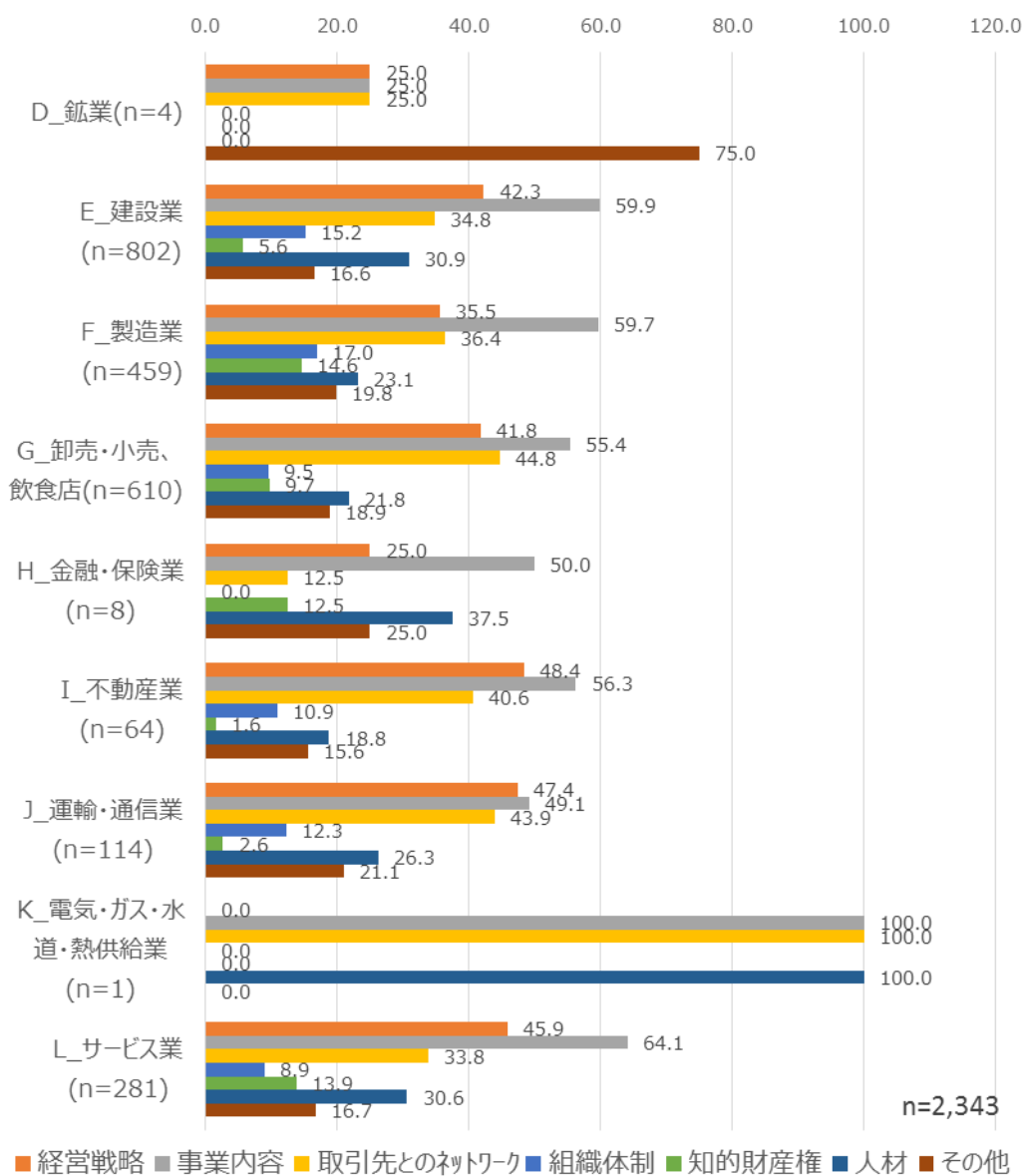
Q19.資金調達の際に評価してほしい項目

資金調達の際に、現在は評価されていないが、今後評価してほしい項目は、「事業内容」が58.5%で最多となり、6割弱の企業が事業内容を評価されていないと感じているということが確認された。次いで「経営戦略」が41.6%、「取引先とのネットワーク」が38.1%、「人材」26.4%と続いた。

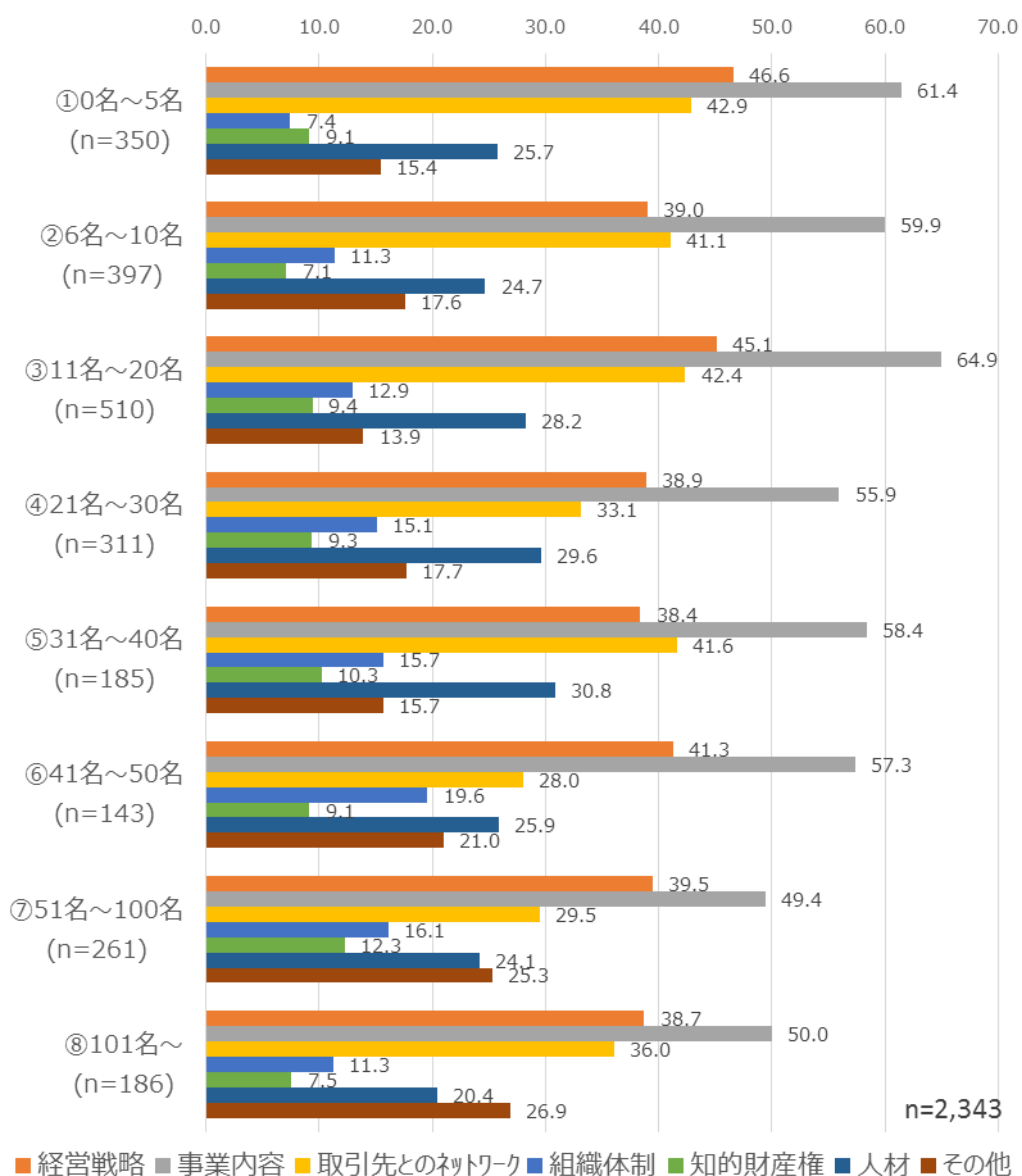
図表 48 資金調達の際に評価してほしい項目



図表 49 業種別にみた資金調達の際に評価してほしい項目



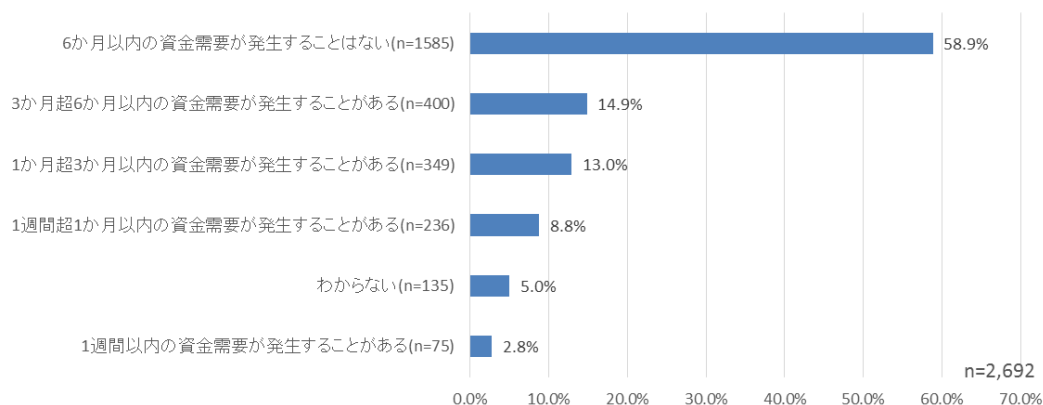
図表 50 従業員規模別に見た資金調達の際に評価してほしい項目



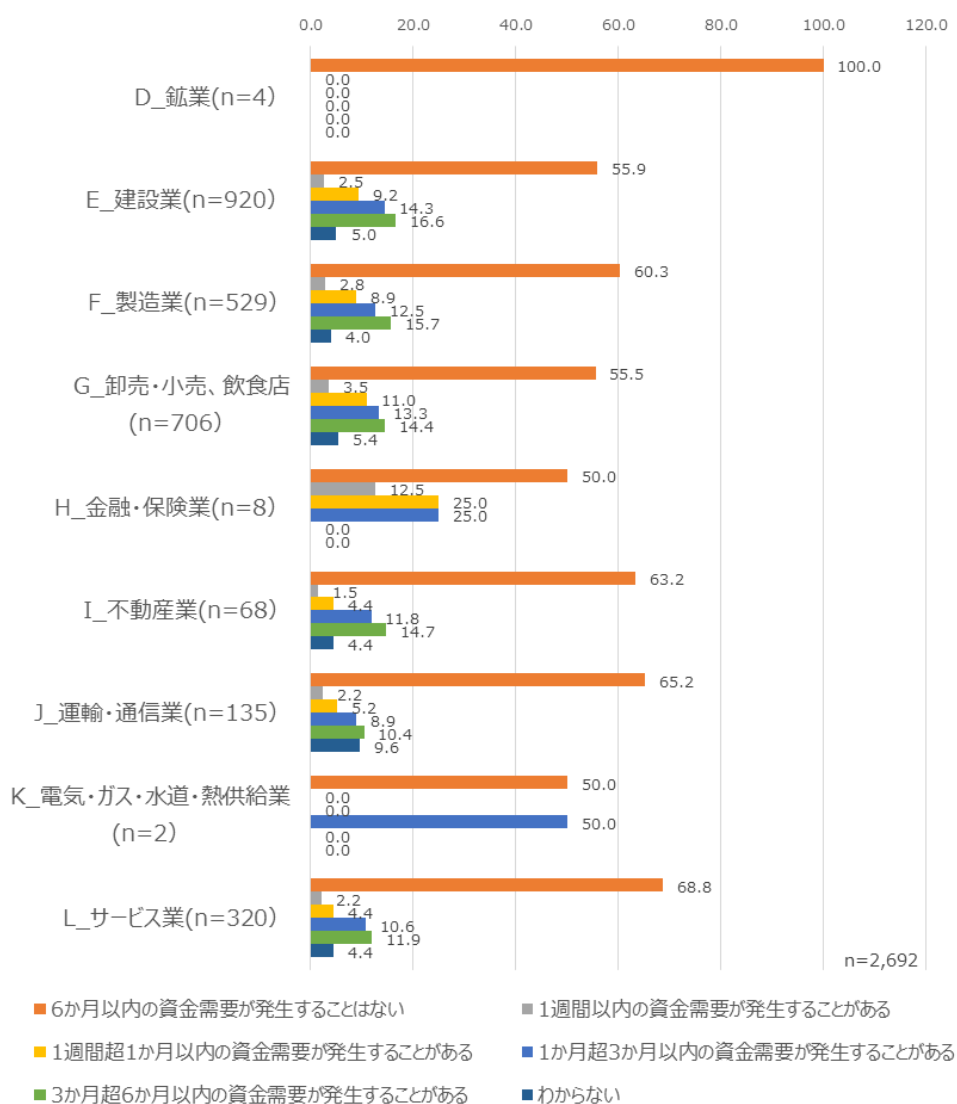
Q20.過去1年間における短期資金需要の有無

過去1年間において、「6か月以内の資金需要が発生したことはない」と回答した企業は58.9%、6か月以内の資金需要が発生したことがある企業は39.4%となった。

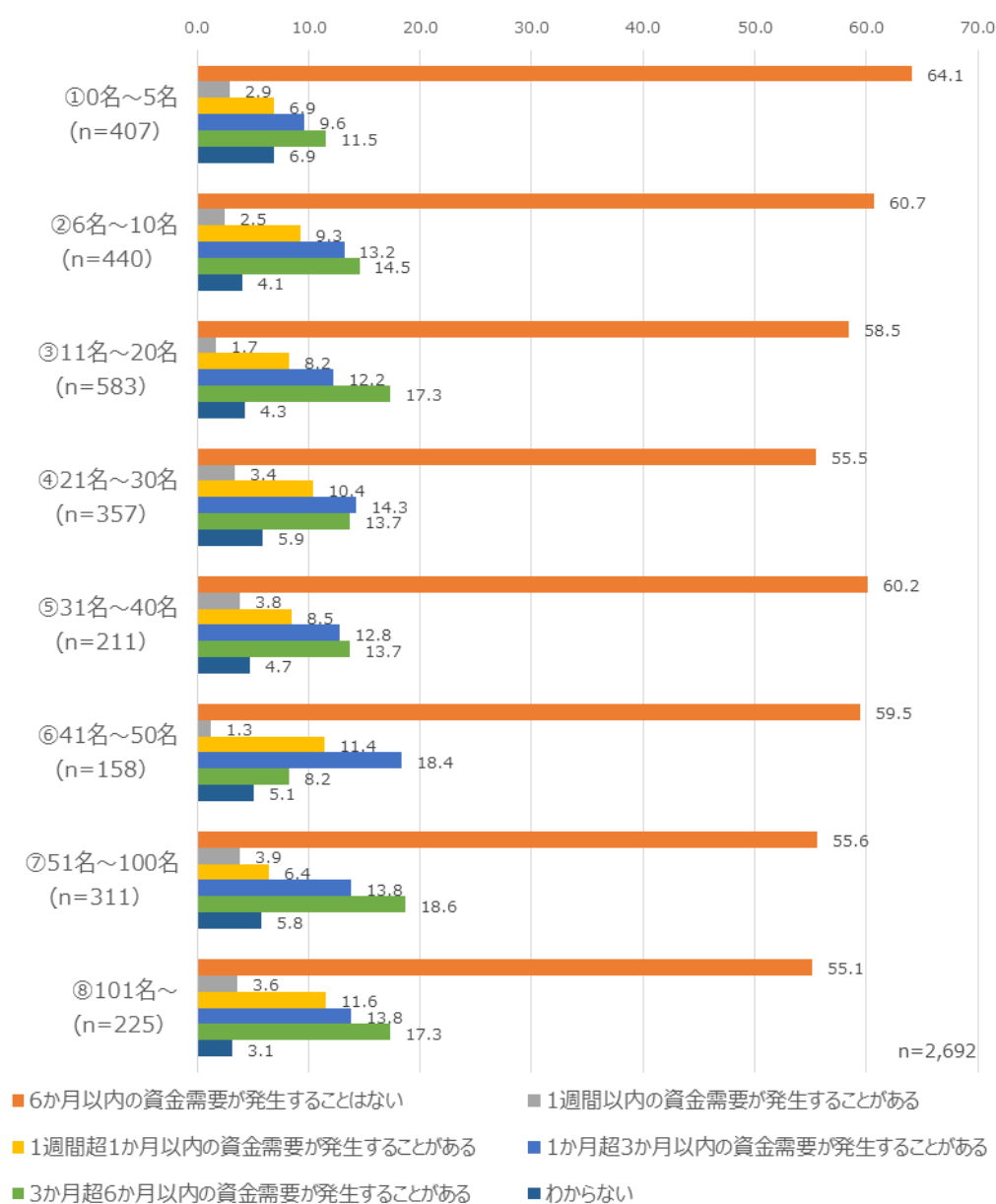
図表 51 過去1年間における短期資金需要の有無



図表 52 業種別にみた短期資金需要の有無



図表 53 従業員規模別に見た短期資金需要の有無

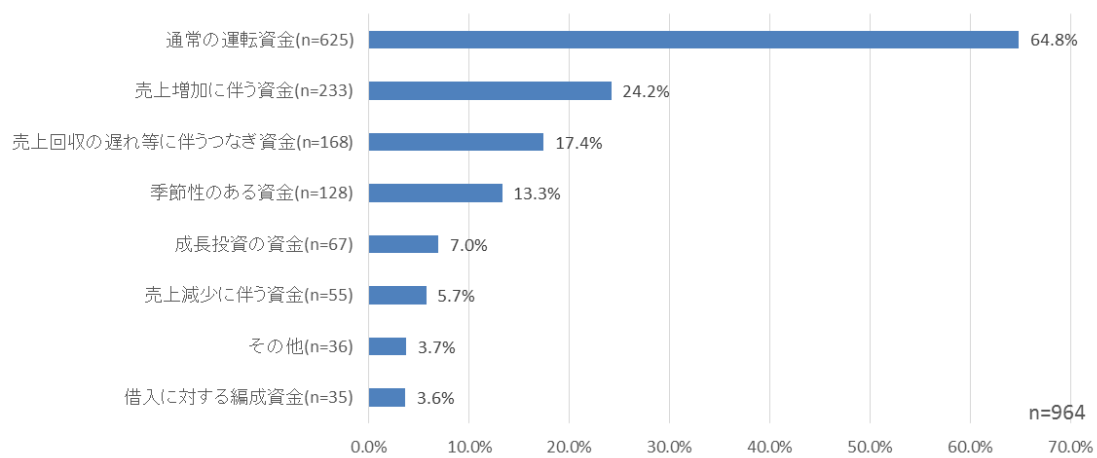


### Q21.短期資金使途

Q20で「短期資金需要が発生する<sup>5</sup>」と回答した企業に、短期資金の主な資金使途を確認したところ、「通常の運転資金」が64.8%と最多となり、「売上増加に伴う資金」が24.2%、「売上回収の遅れに伴うつなぎ資金」が17.4%、「季節性のある資金」が13.3%という結果となった。

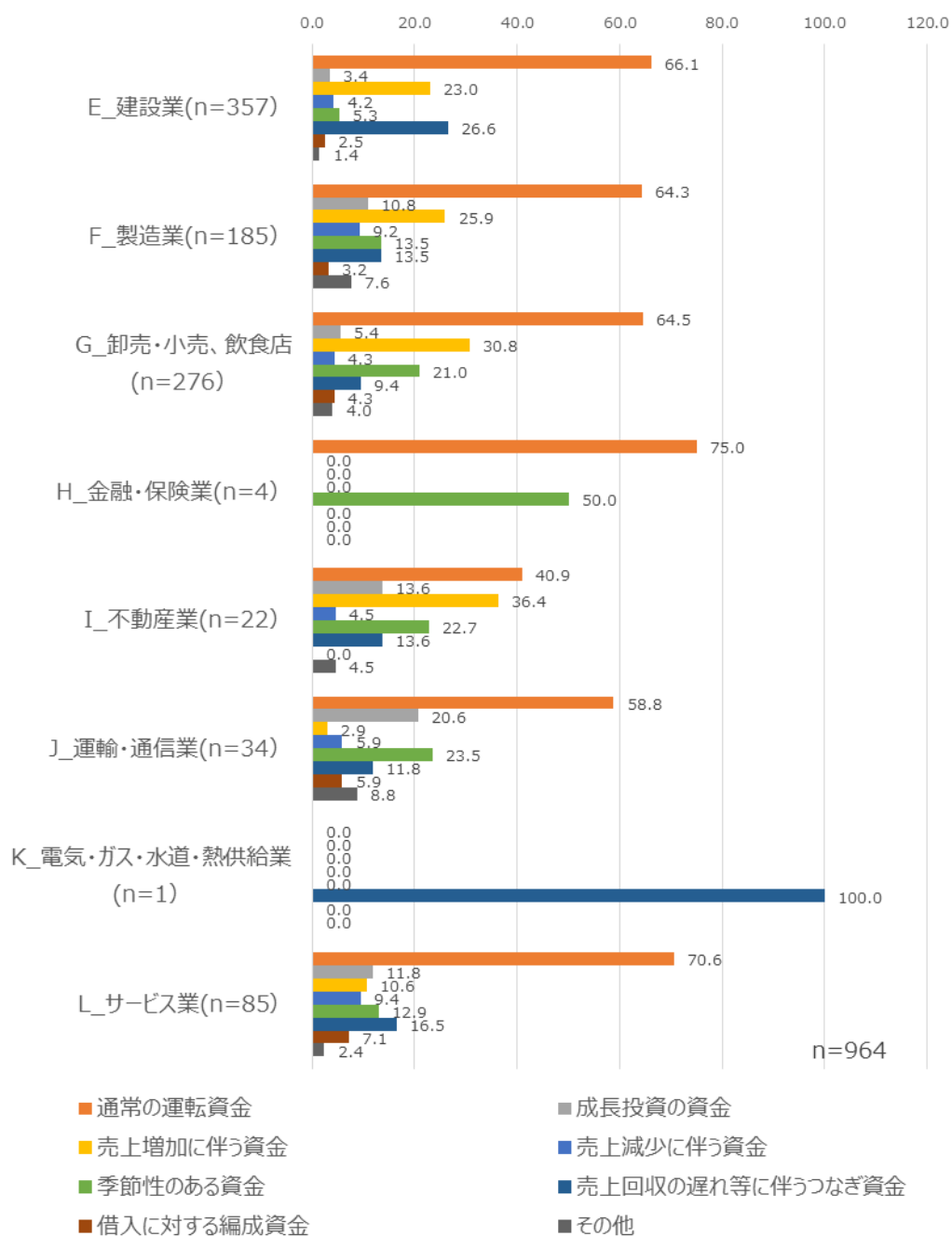
<sup>5</sup>ここでは、6か月以内の借入を短期資金と定義する。

図表 54 短期資金使途

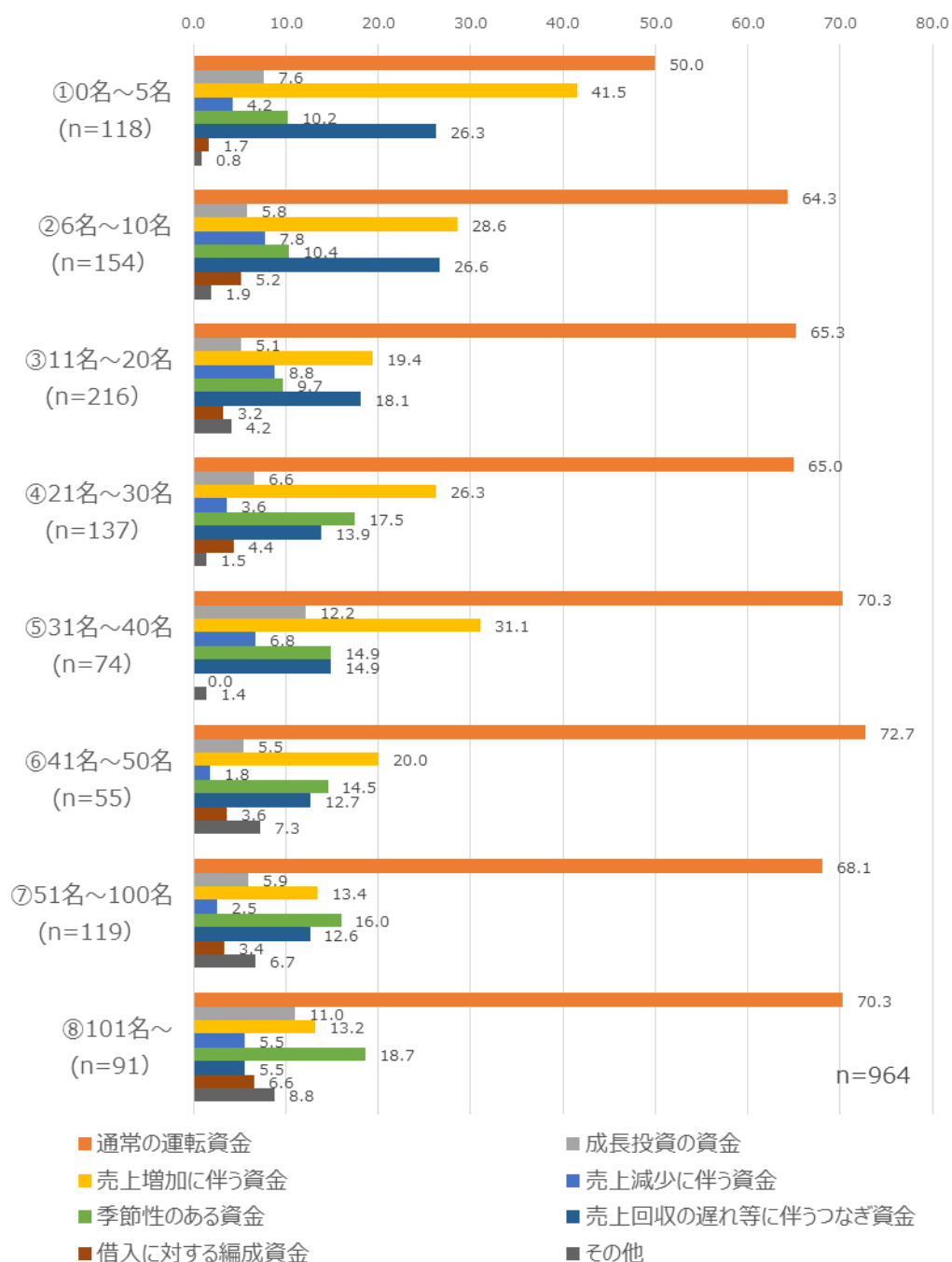




図表 55 業種別にみた短期資金使途



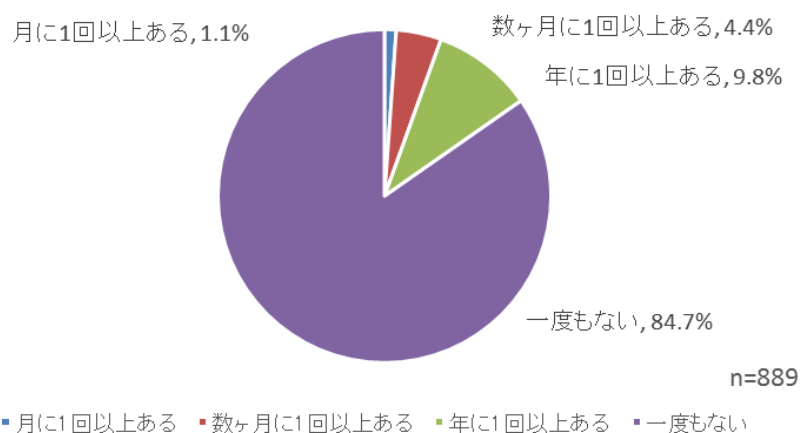
図表 56 従業員規模別に見た短期資金使途



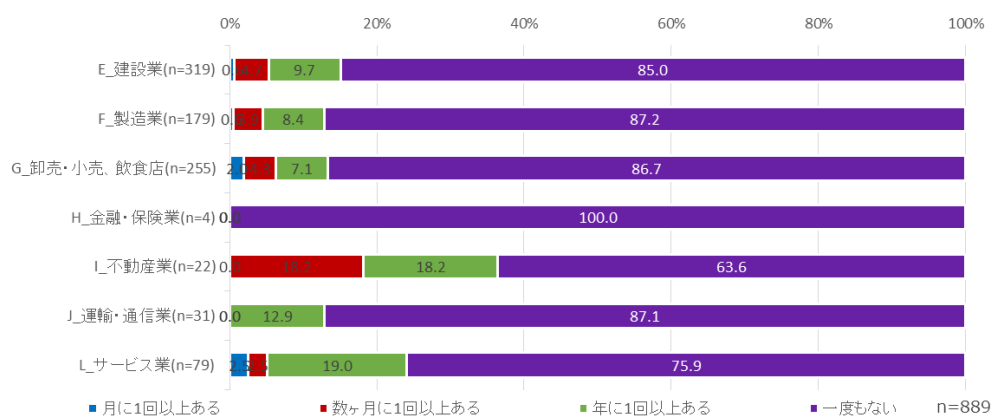
Q22.短期資金調達が不可であった経験の有無

問 20 で「短期資金需要が発生する」と回答した企業に、事業成長の機会につながりそうな短期資金需要があるにもかかわらず、調達できないためにあきらめた経験があるかを確認したところ、短期資金調達がかなわず事業成長の機会損失があった企業が約 15%いることが判明した。

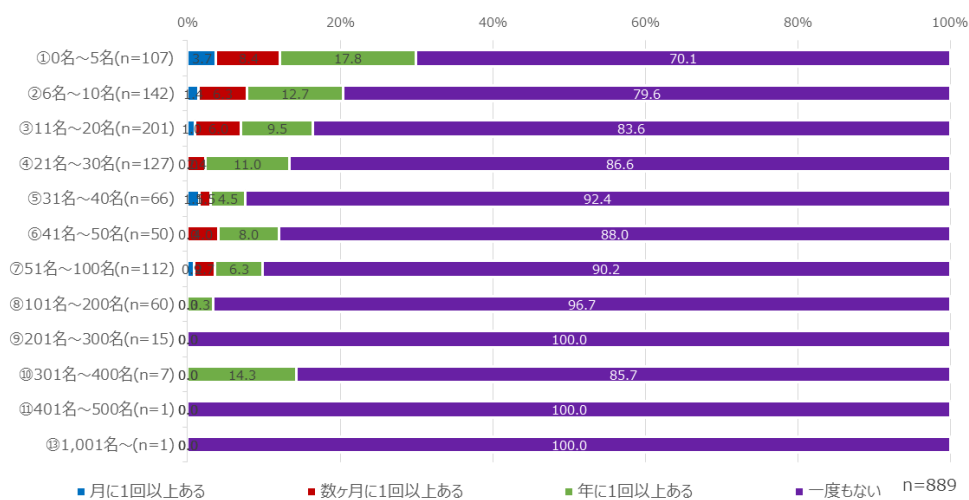
図表 57 短期資金調達が不可であった経験の有無



図表 58 業種別にみた短期資金調達が不可であった経験の有無



図表 59 従業員規模別に見た短期資金調達が不可であった経験の有無

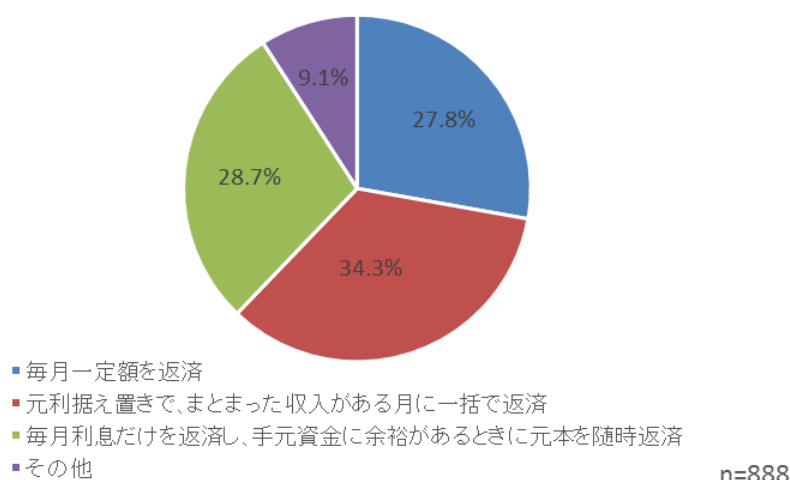


### Q23.理想的な短期資金融資返済方法

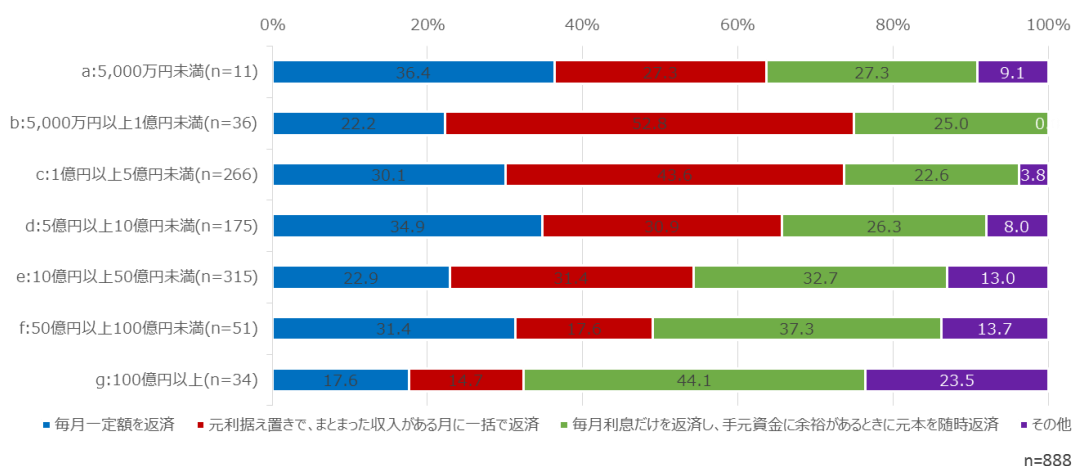
問 20 で「短期資金需要が発生する」と回答した企業に、短期資金融資の理想的な返済方法を確認したところ、「元利据え置きでまとまった収入がある月に一括で返済」が 34.3%、次いで「毎月利息だけを返済し、手元資金に余裕のある時に元本を随時返済」が 28.7%、「毎月一定額を返済」が 27.8%となった。63%の企業が、手元資金があるときにまとめて返済したいと考えていることが判明した。

「その他」と回答した内容は、期日一括返済という回答が過半であった。

図表 60 理想的な短期資金融資返済方法



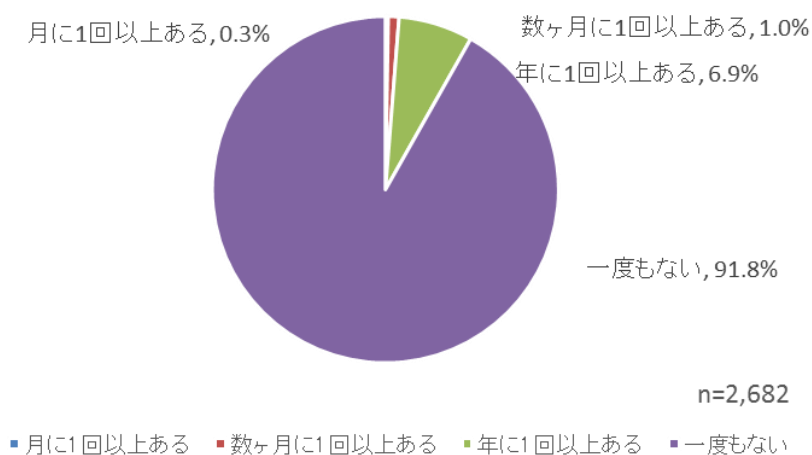
図表 61 売上高規模×理想的な短期資金融資返済方法



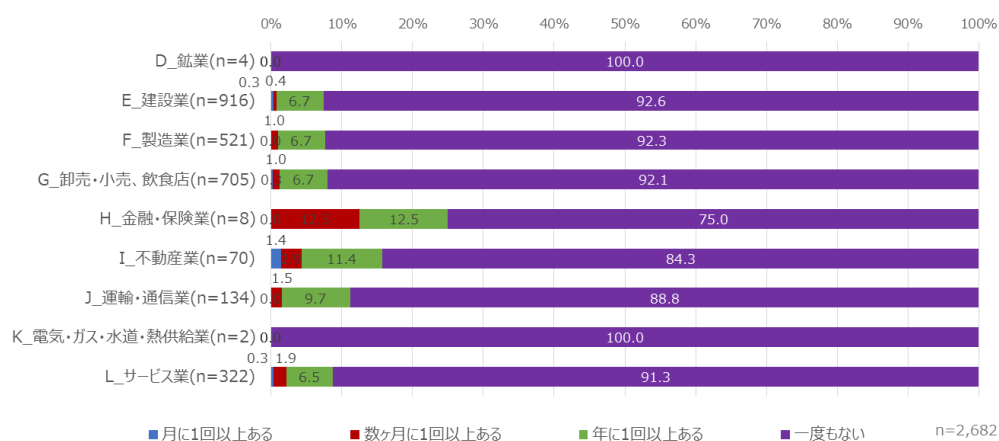
### Q24.長期資金調達が不可であった経験の有無

事業成長の機会につながりそうな長期資金需要があるにもかかわらず、調達できないためにあきらめた経験を尋ねたところ、「一度もない」が 91.8%、「年に 1 回以上ある」が 6.9%という結果となった。

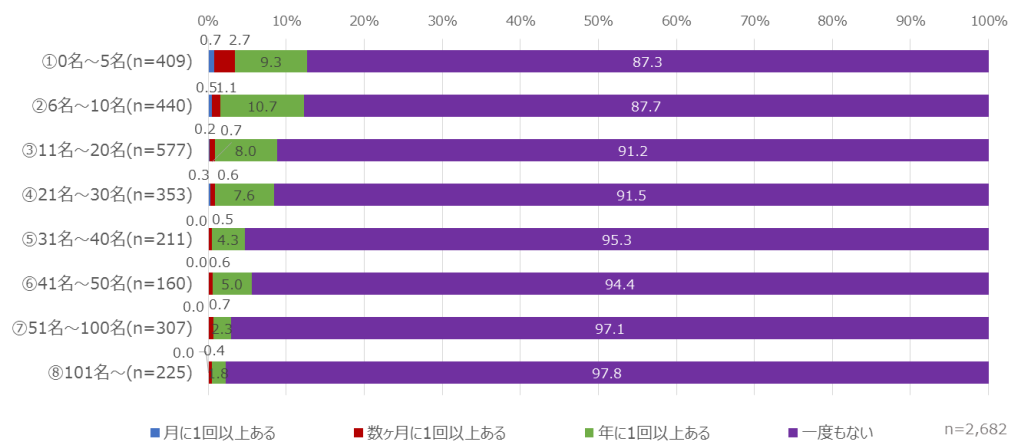
図表 62 長期資金調達が不可であった経験の有無



図表 63 業種別に見た長期資金調達が不可であった経験の有無



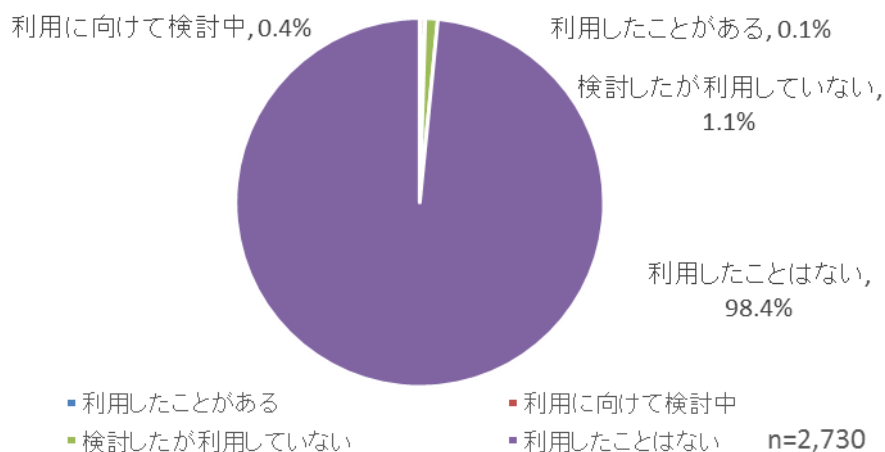
図表 64 従業員規模別に見た長期資金調達が不可であった経験の有無



Q25.クラウド会計を使用した融資サービス利用経験の有無

クラウド会計を使用した融資サービスの利用経験は 98.4%が「利用したことはない」と回答している。

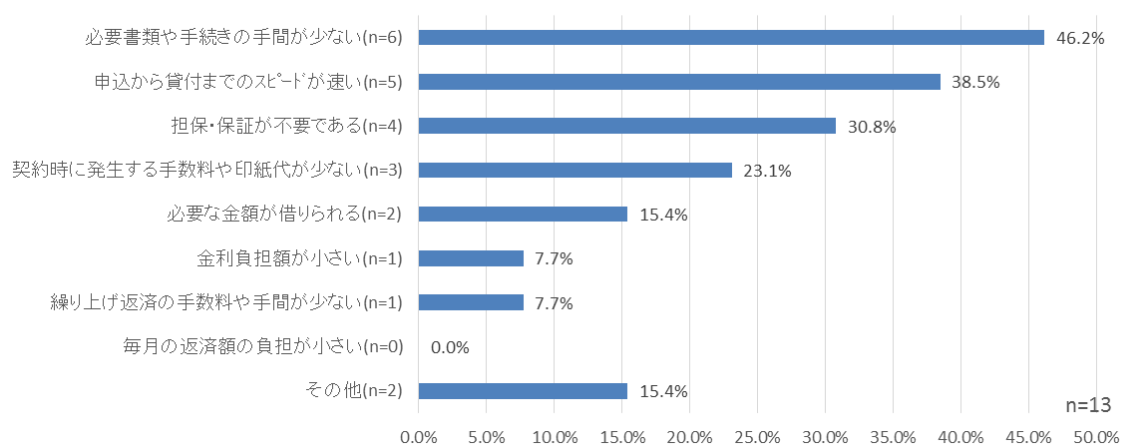
図表 65 クラウド会計を使用した融資サービス利用経験の有無



Q26.クラウド会計を使用した融資サービス利用/利用検討理由

問 25 で「1. 利用したことがある」「2. 利用に向けて検討中」を選択した企業に、利用したことがある理由、利用を検討した理由を尋ねたところ、「必要書類や手続きの手間が少ない」が 46.2%、「申込から貸付までのスピードが速い」38.5%、「担保・保証が不要である」30.8%、「契約時に発生する手数料や印紙代が少ない」23.1%という回答を得た。

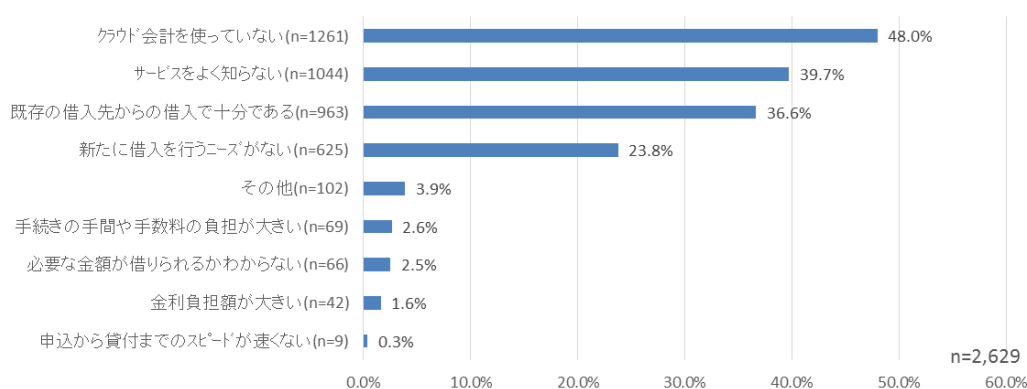
図表 66 クラウド会計を使用した融資サービス利用/利用検討理由



## Q27.クラウド会計を使用した融資サービス利用の障害

Q25 で、クラウド会計を使用した融資サービスを「3. 検討したが利用していない」「4. 利用したことはない」を選択した企業に、利用しない理由、利用の障害となる点を確認したところ、そもそも「クラウド会計を使っていない」と回答した企業が 48.0%と半数弱に上った。次いで、「サービスをよく知らない」39.7%、「既存の借入先からの借入で十分である」36.6%、「新たに借入を行うニーズがない」23.8%と続いた。

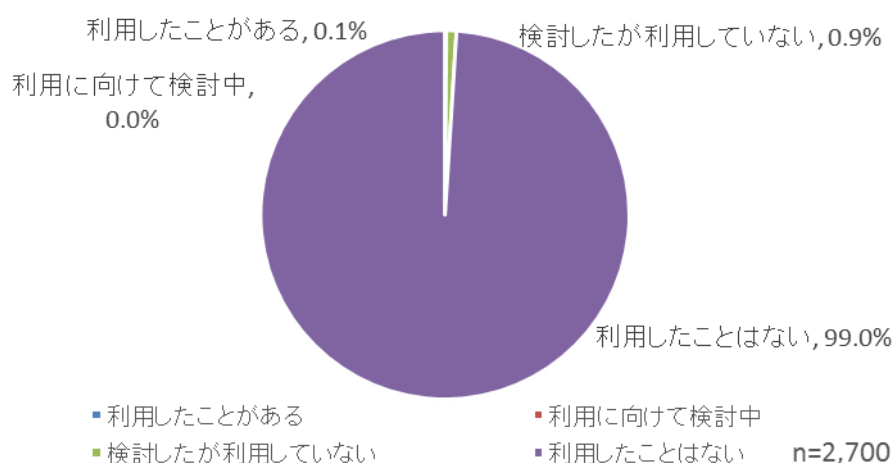
図表 67 クラウド会計を使用した融資サービス利用の障害



## Q28.EC サイト運営事業者からの融資サービス<sup>6</sup>の利用経験の有無

EC サイトへ出店した場合の EC サイトの運営事業者からの融資サービスの利用経験を確認したところ、99%が「利用したことがない」との回答であった。

図表 68 EC サイト運営事業者からの融資サービスの利用経験の有無

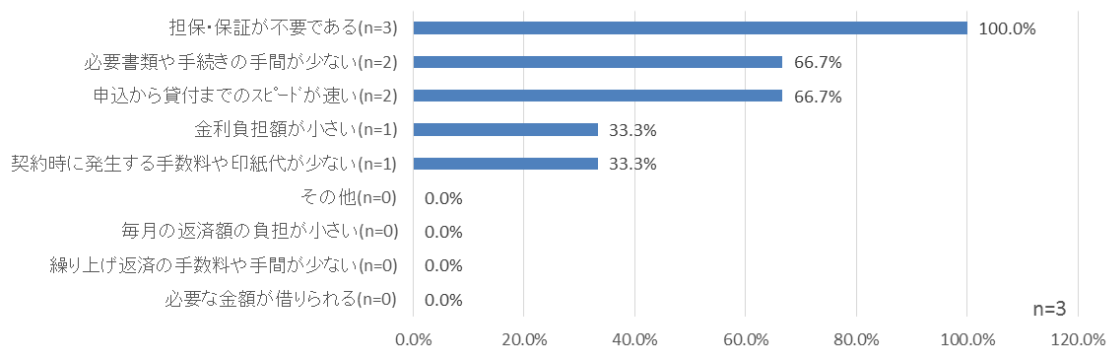


<sup>6</sup> 一例を示すと、アマゾンジャパン合同会社の「Amazon レンディング」、ヤフオク!出展者向けにジャパンネット銀行が提供する「ビジネスローン」等。

### Q29. EC サイト運営事業者からの融資サービスの利用/利用検討理由

問 28 で「1. 利用したことがある」「2. 利用に向けて検討中」を選択した企業に利用した理由、利用を検討した理由を確認したところ、以下の図表の結果となった。

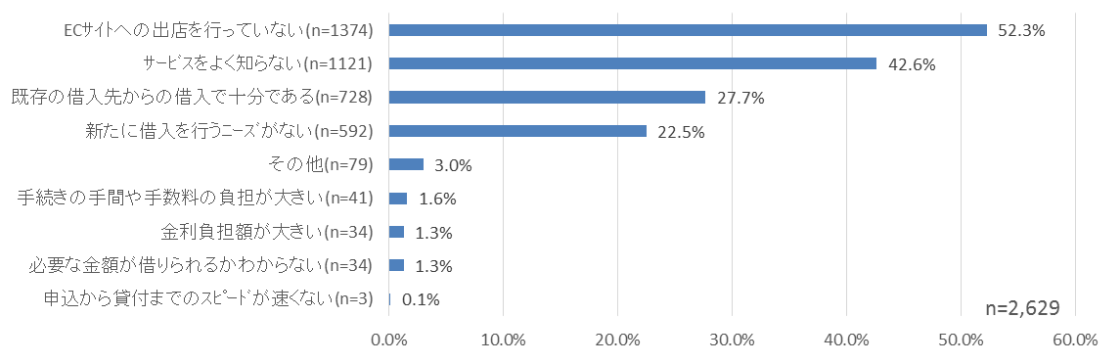
図表 69 EC サイト運営事業者からの融資サービスの利用/利用検討理由



### Q30. EC サイト運営事業者からの融資サービス利用の障害

問 28 で EC サイト運営事業者からの融資サービスを「3. 検討したが利用していない」「4. 利用したことはない」と回答した企業に、利用しない理由、利用の障害となる点を確認したところ、「EC サイトへの出店を行っていない」が最多で 52.3%となった。これは、問 2 で確認した通り、回答企業の取引形態は BtoB が 82%を占めることによると考えられる。次いで「サービスをよく知らない」42.6%、「既存の借入先からの借り入れで十分である」22.7%、「新たに借入を行うニーズがない」22.5%と続いた。

図表 70 EC サイト運営事業者からの融資サービス利用の障害

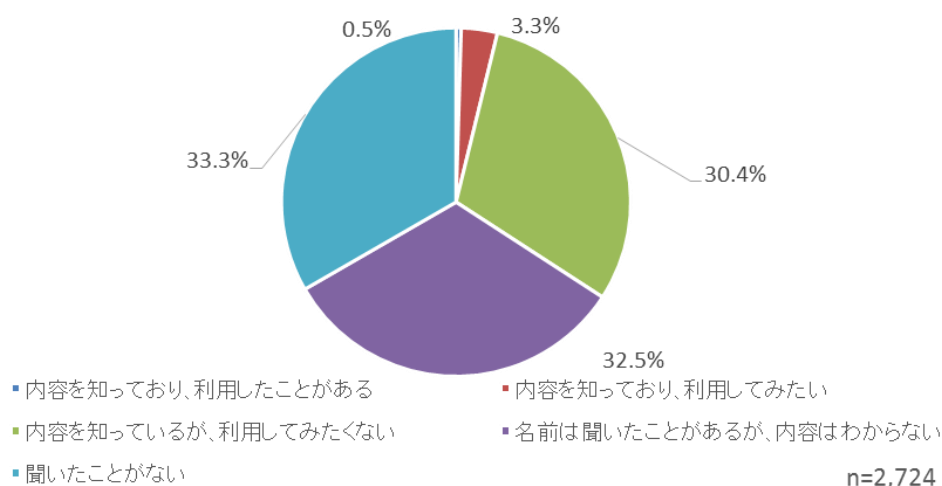


### Q31. クラウドファンディング認知度・利用状況

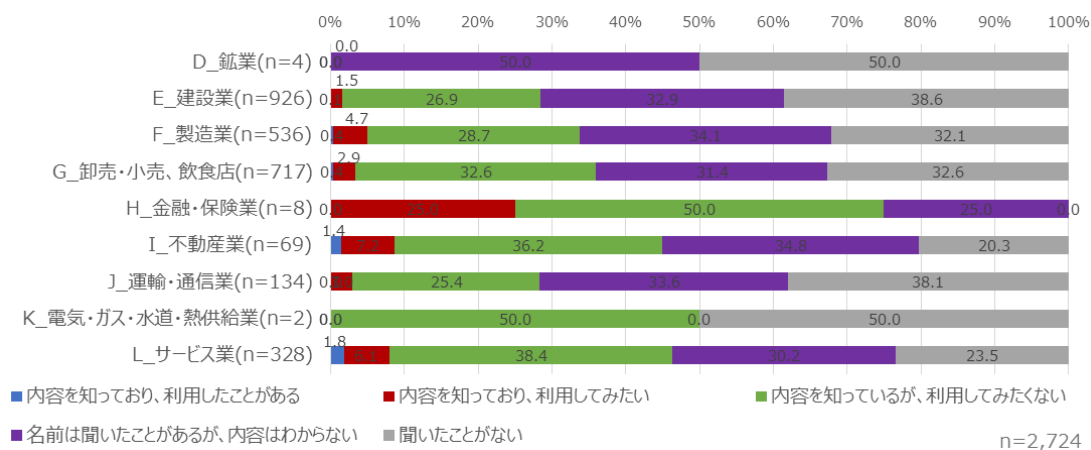
クラウドファンディングの認知、利用状況について確認したところ、「聞いたことがない」が 33.3%、「名前は聞いたことがあるが内容はわからない」が 32.5%、「内容を知っているが利用してみたくない」が 30.4%となった。



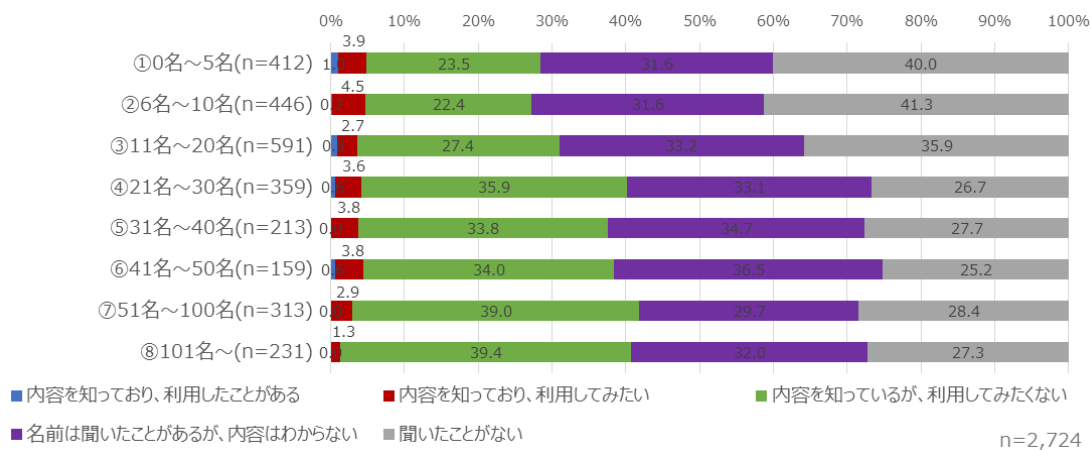
図表 71 クラウドファンディング認知度・利用状況



図表 72 業種別に見たクラウドファンディング認知度・利用状況



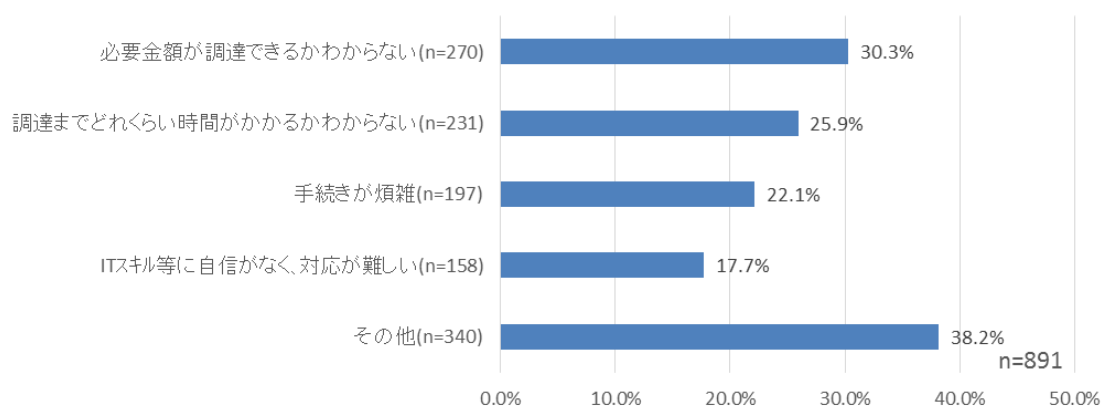
図表 73 従業員規模別にみたクラウドファンディング認知度・利用状況



### Q32.クラウドファンディング利用上の課題

Q31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」「2. 内容を知っており、利用してみたい」「3. 内容を知っているが、利用してみたくない」と回答した企業に、クラウドファンディング利用上の課題を尋ねたところ、「必要金額が調達できるかわからない」30.3%、「調達までどれくらい時間がかかるかわからない」25.9%、「手続きが煩雑」25.9%、「ITスキルに自信がなく、対応が難しい」17.7%という結果となった。「その他」の内訳は、「必要性を感じない」というものが過半、次いで「関心がない」という内容であった。

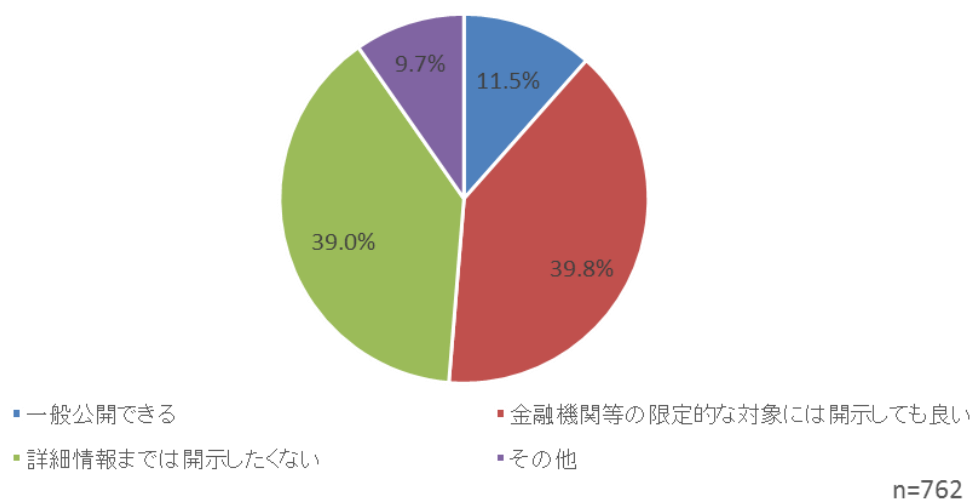
図表 74 クラウドファンディング利用上の課題



### Q33.クラウドファンディングによる資金調達における決算情報開示について

問 31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」「2. 内容を知っており、利用してみたい」「3. 内容を知っているが、利用してみたくない」と回答した企業に、クラウドファンディングによる資金調達において、詳細な決算情報をどの程度開示できるかを尋ねたところ、「金融機関等の限定的な対象には開示しても良い」が最多の39.8%、次いで「詳細情報までは公開したくない」39.0%、「一般公開できる」11.5%という結果となった。

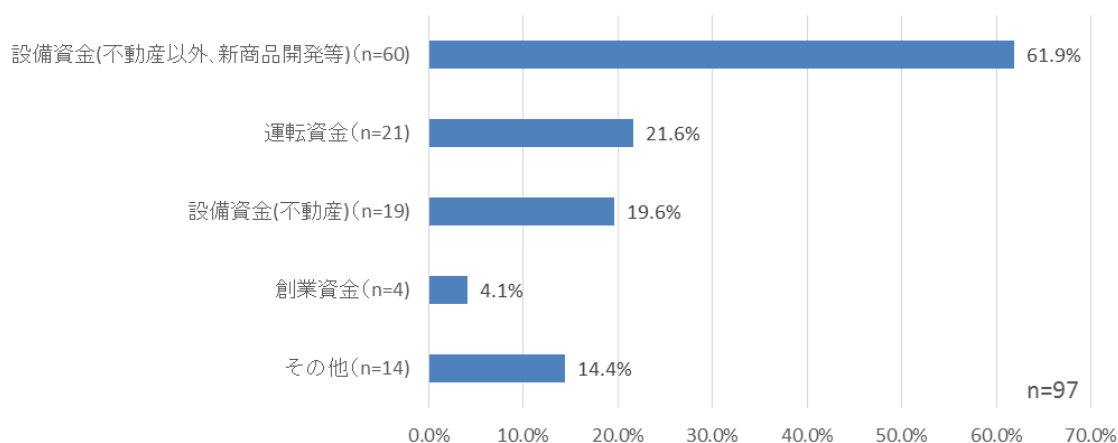
図表 75 クラウドファンディングによる資金調達における決算情報開示



Q34.クラウドファンディングによる資金調達使途

問 31 で「1. 内容を知っており、利用したことがある」「2. 内容を知っており、利用してみたい」と回答した企業に、調達資金の使途を確認したところ、「設備資金」が最多で 61.9%、次いで「運転資金」21.6%、「設備資金」19.6%という結果となった。

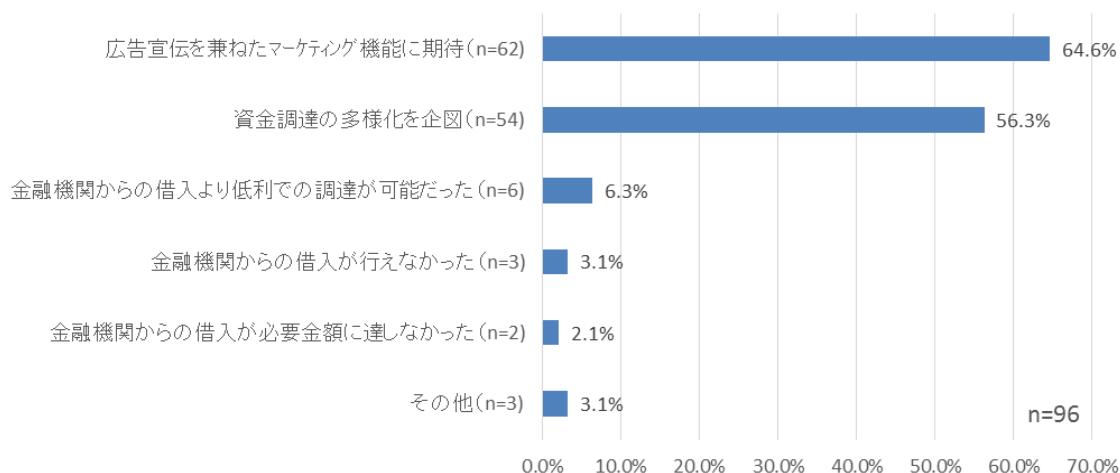
図表 76 クラウドファンディングによる資金調達使途



Q35.クラウドファンディングを利用した/利用したい理由

問 31 で「1. 内容を知っており、利用したことがある」、「2. 内容を知っており、利用してみたい」と回答した企業に、クラウドファンディングを利用して/利用してみたい理由を尋ねたところ、「広告宣伝を兼ねたマーケティング機能に期待」が最多の 64.6%、「資金調達の多様化を企図」が 56.3%で主回答となった。

図表 77 クラウドファンディングを利用したい理由

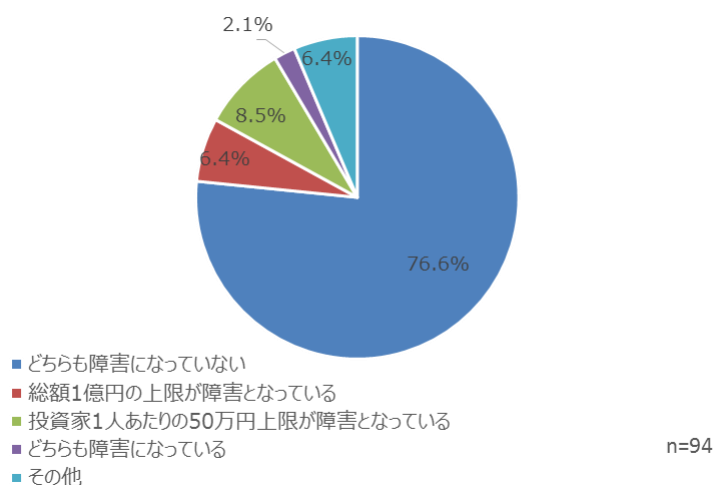


Q36.クラウドファンディング利用上の障害

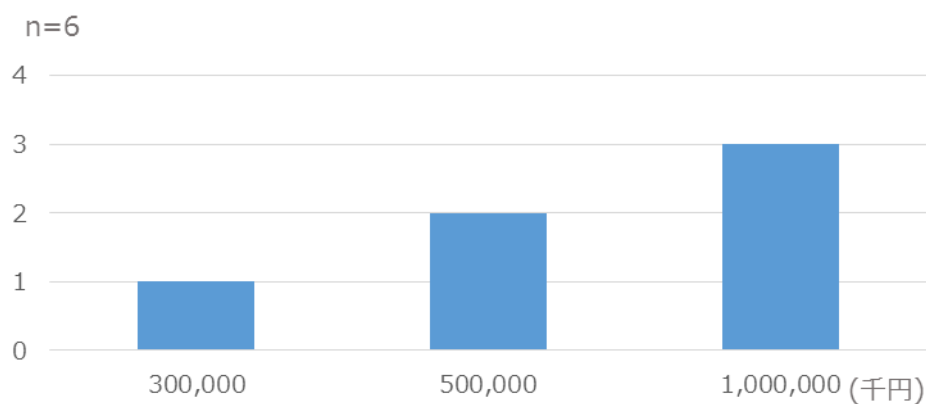
問 31 で「1. 内容を知っており、利用したことがある」、「2. 内容を知っており、利用してみたい」と回答した企業に、株式型クラウドファンディングを利用して資金調達を行う場合利用上の障害を確認した。具体的には、①上限が発行価額の総額 1 億円、投資家 1 人あたり 50 万円となっていることが必要な資金ニーズを満たす上での障害になっているか、また、上限が障害になっていると回答した企業に対して、②どのくらいの金額が調達できれば必要な資金ニーズを満たすかという 2 点である。

回答は、上限が発行価額の総額 1 億円、投資家 1 人あたり 50 万円となっていることの「どちらも障害になっていない」が 76.6%で最多となった。次いで、「投資家 1 人あたり 50 万円上限が障害となっている」が 8.5%、「総額 1 億円の上限が障害となっている」が 6.4%という結果となった。

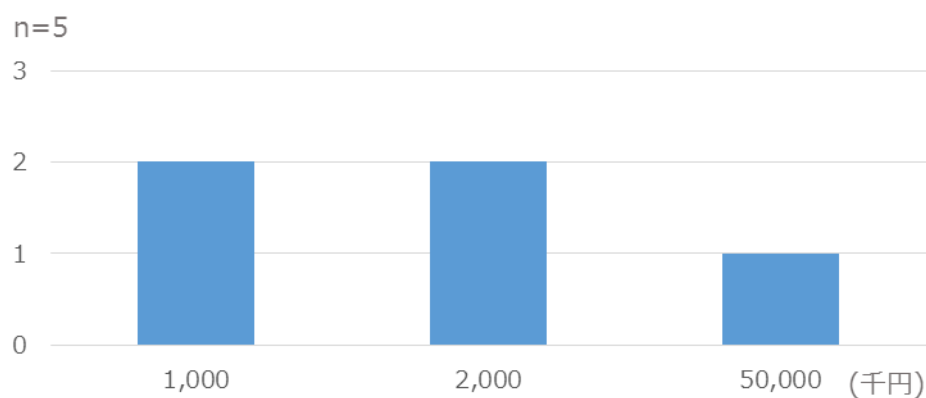
図表 78 クラウドファンディング利用上の障害



図表 79 「総額1億円の上限が障害となっている」と回答した企業が必要な額



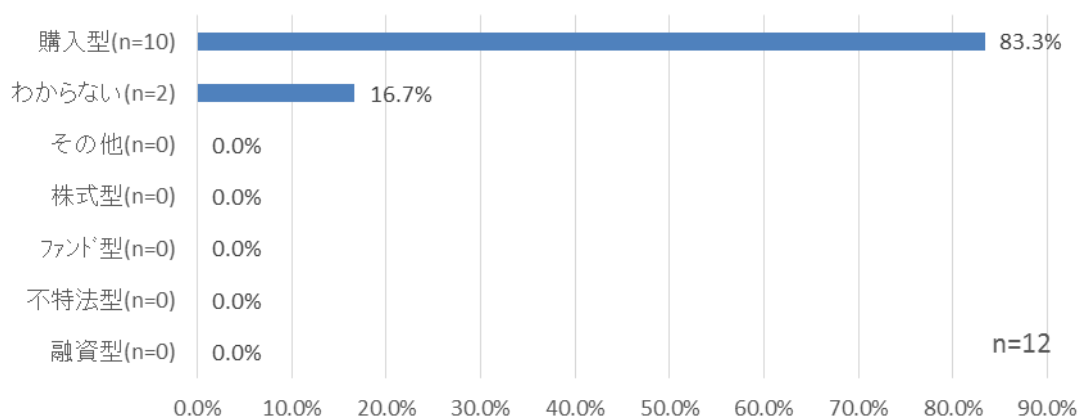
図表 80 「投資家1人当たり50万円上限が障害となっている」と回答した企業が必要な額



#### Q37.クラウドファンディング利用形式・金額

問 31 で「1. 内容を知っており、利用したことがある」と回答した企業に利用した形式と調達した1回あたりの最大金額について尋ねたところ、83.3%が「購入型」と回答し、それ以外の形式の回答は0であった。調達した1回あたりの最大金額は30,000円～7,200,000円となり、中央値は700,000円であった (n=8)。

図表 81 クラウドファンディング利用形式・金額

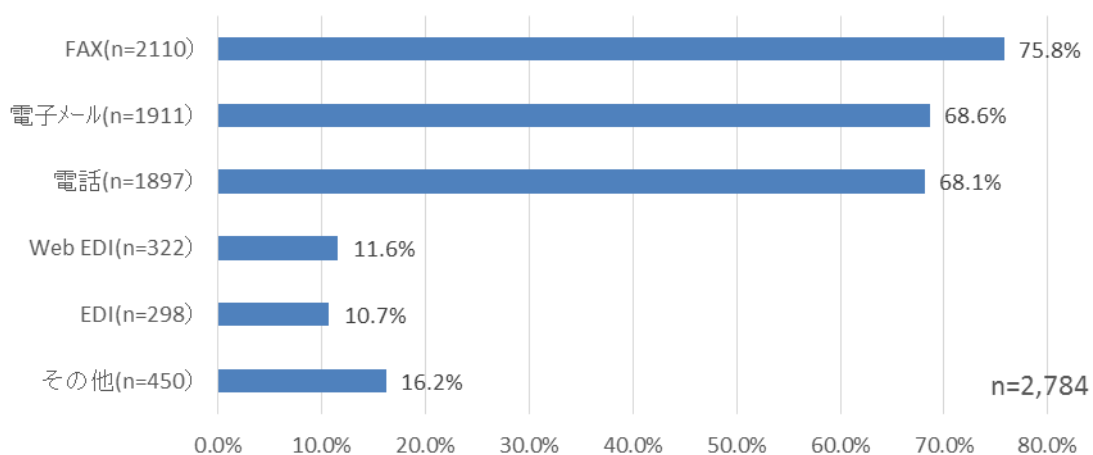


5. 決済手段について

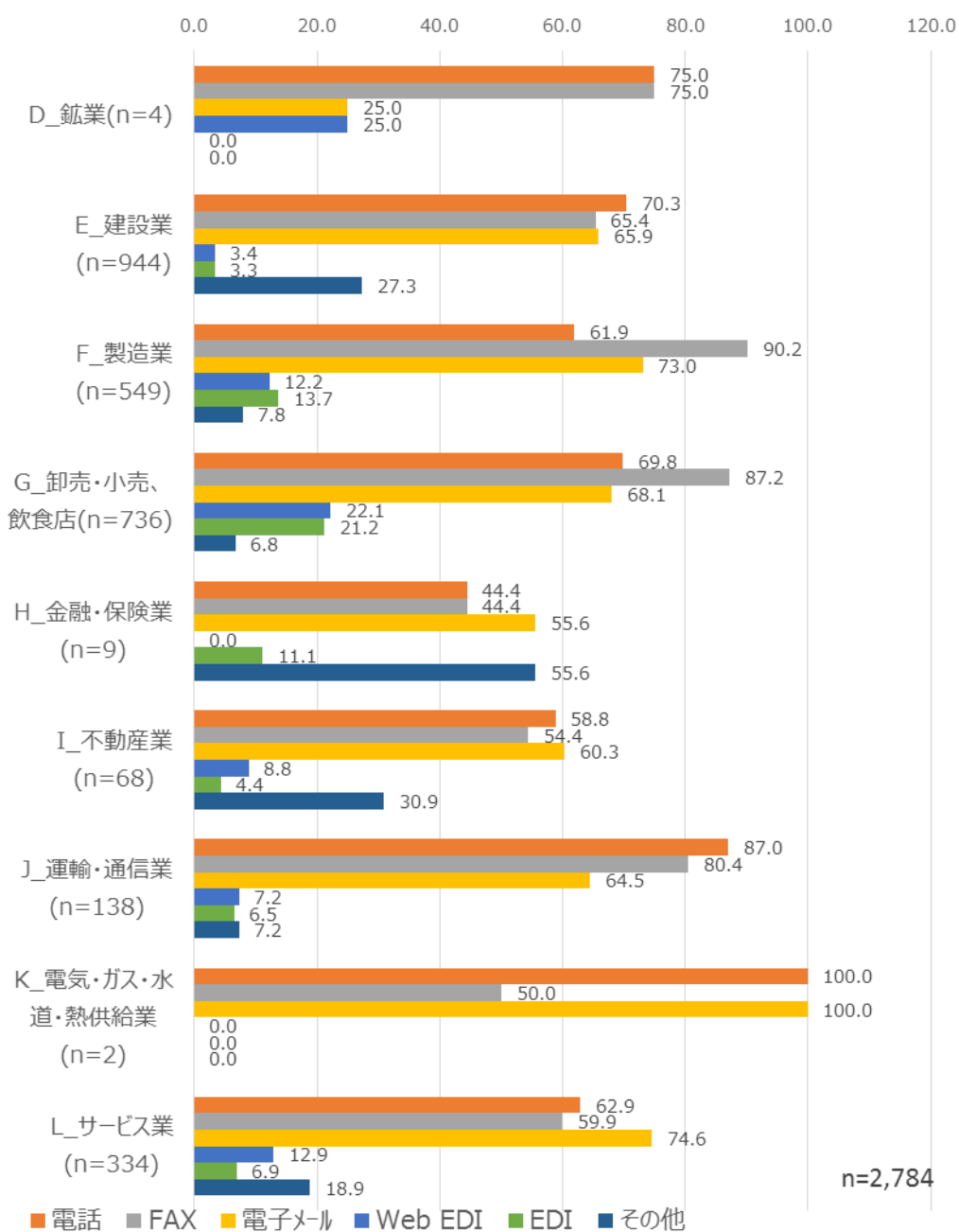
Q38.受発注方式

現在行っている受発注方法を確認したところ、受発注ともに FAX が最多、次いで電子メール、電話という結果となった。EDI/Web EDI はいずれも 10%台にとどまった。従業員規模別でみると、従業員数が多くなるにつれ、EDI/Web EDI の利用割合が増加していることがうかがえる。

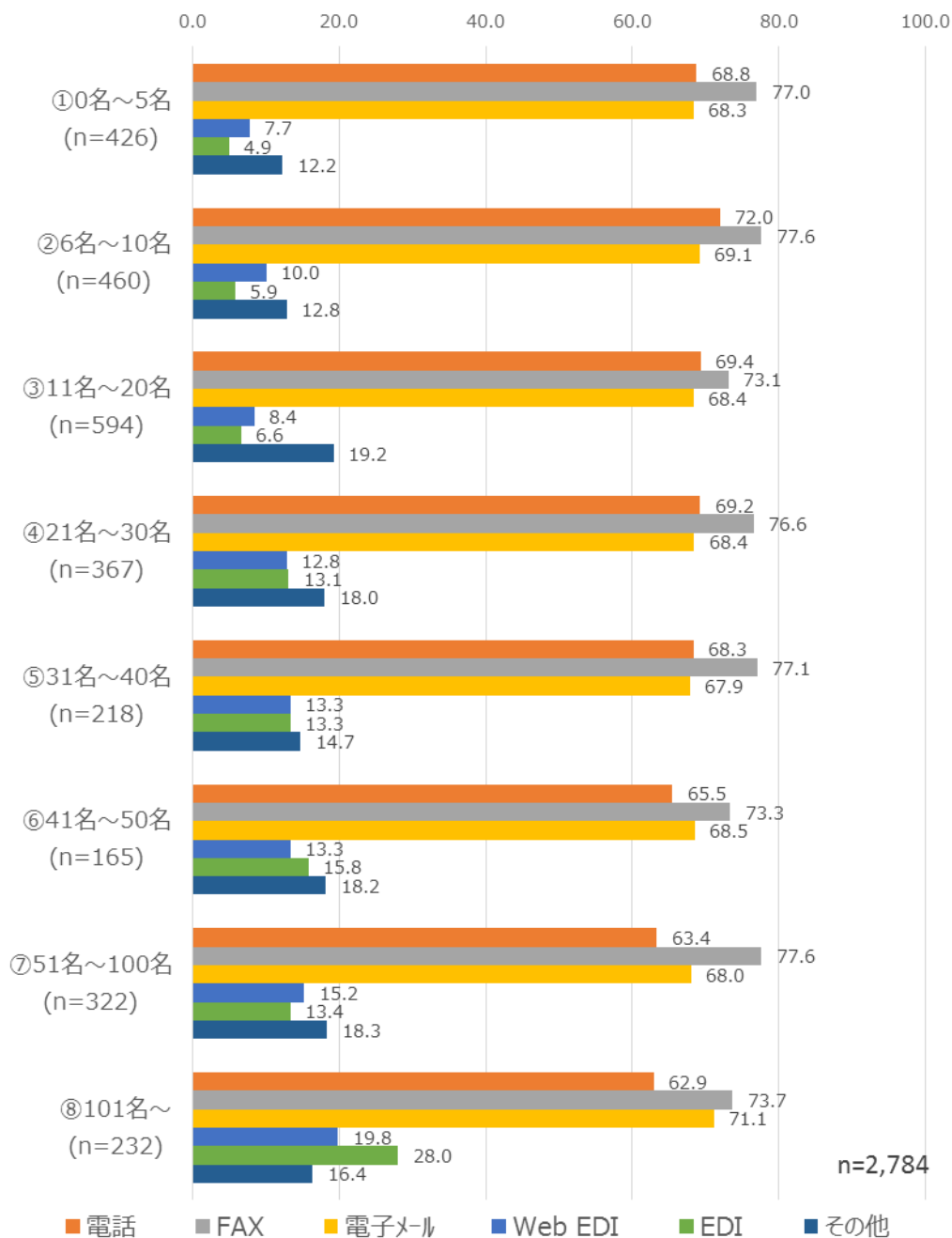
図表 82 発注方法



図表 83 業種別に見た発注方法

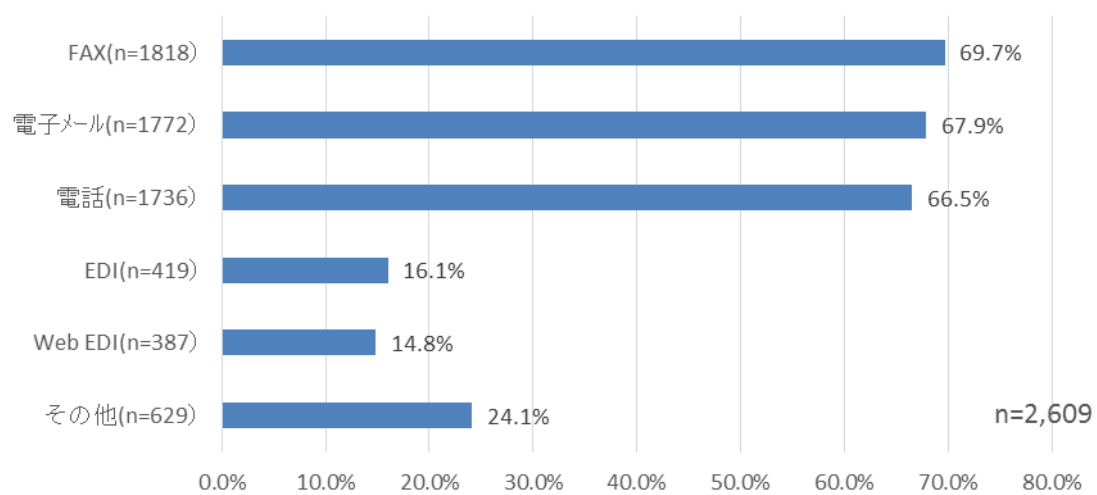


図表 84 従業員規模別に見た発注方法

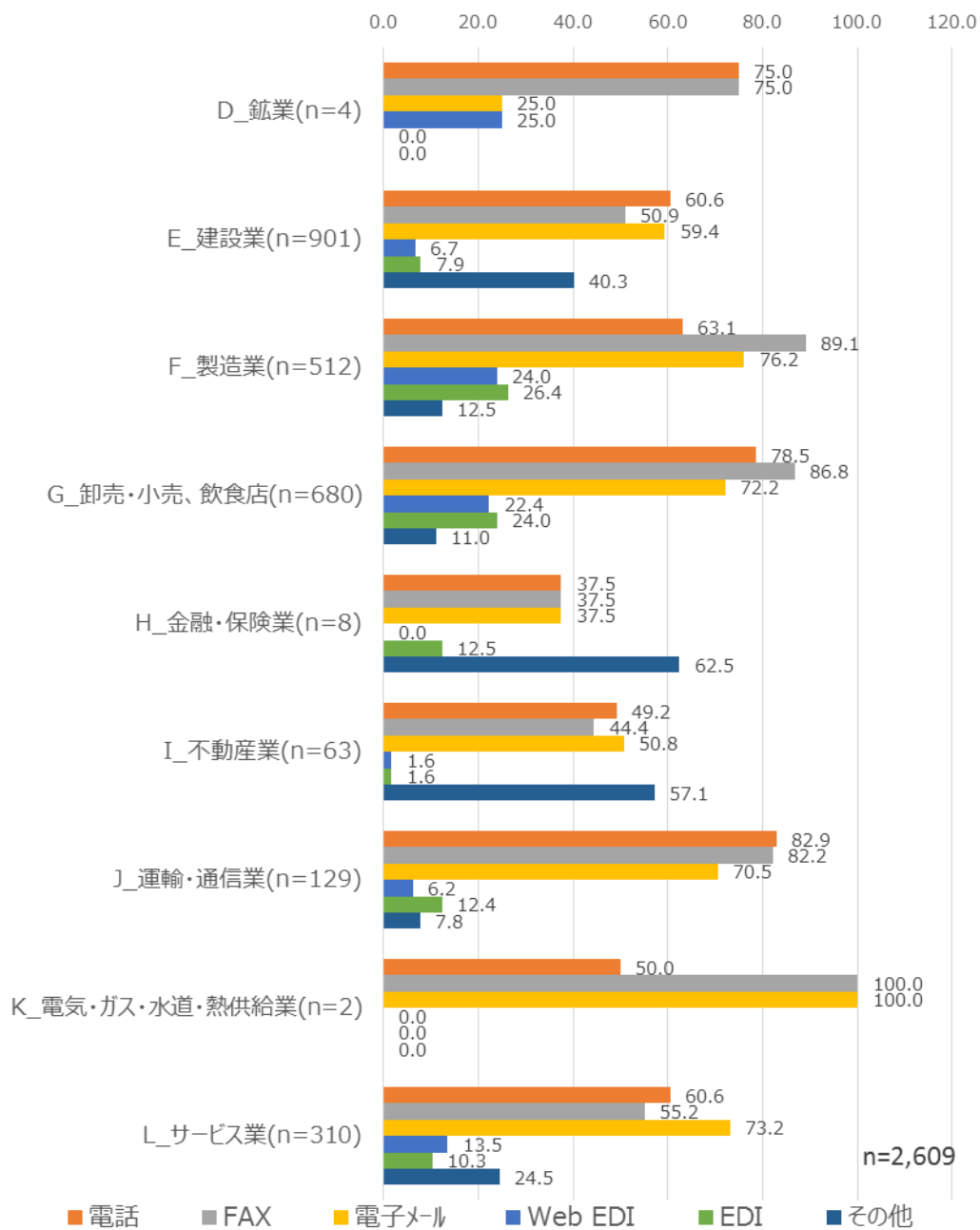




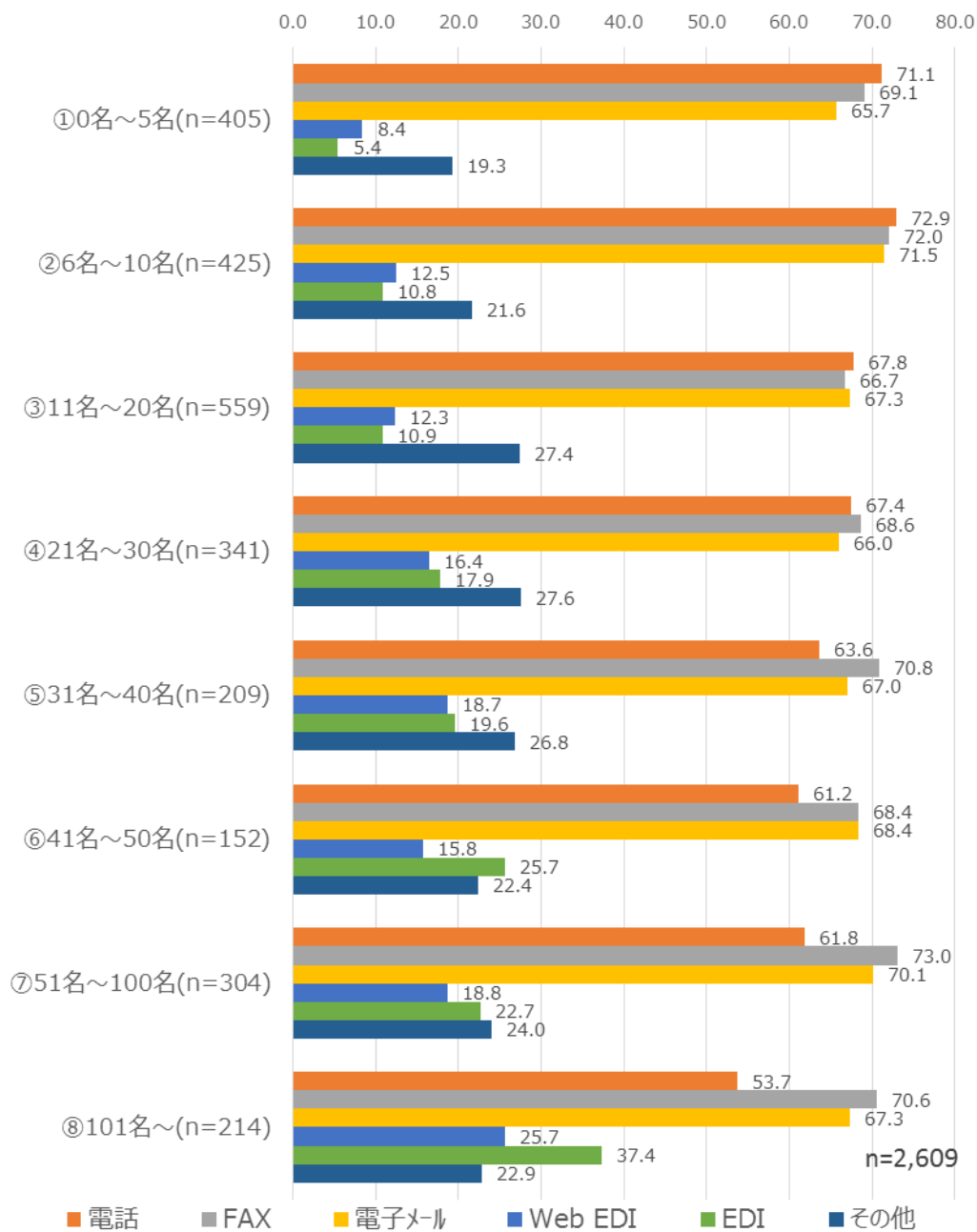
図表 85 受注方法



図表 86 業種別に見た受注方法



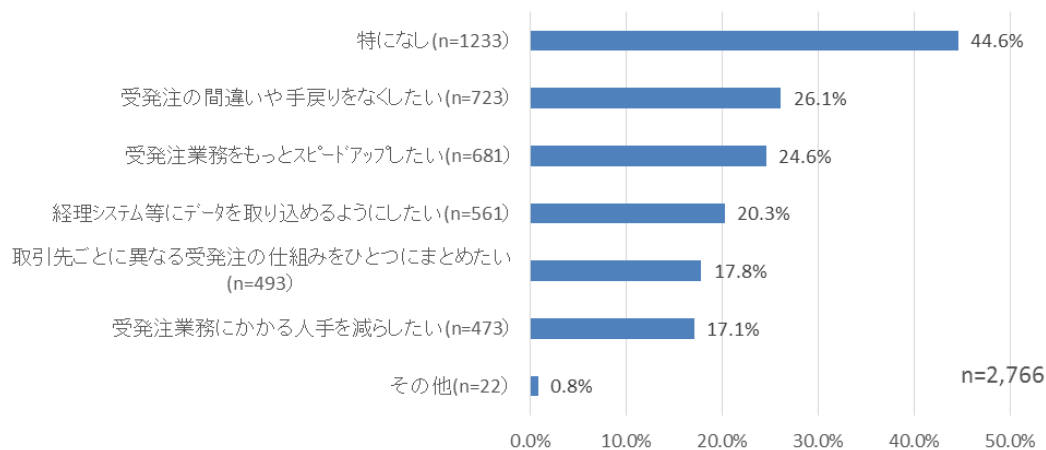
図表 87 従業員規模別に見た受注方法



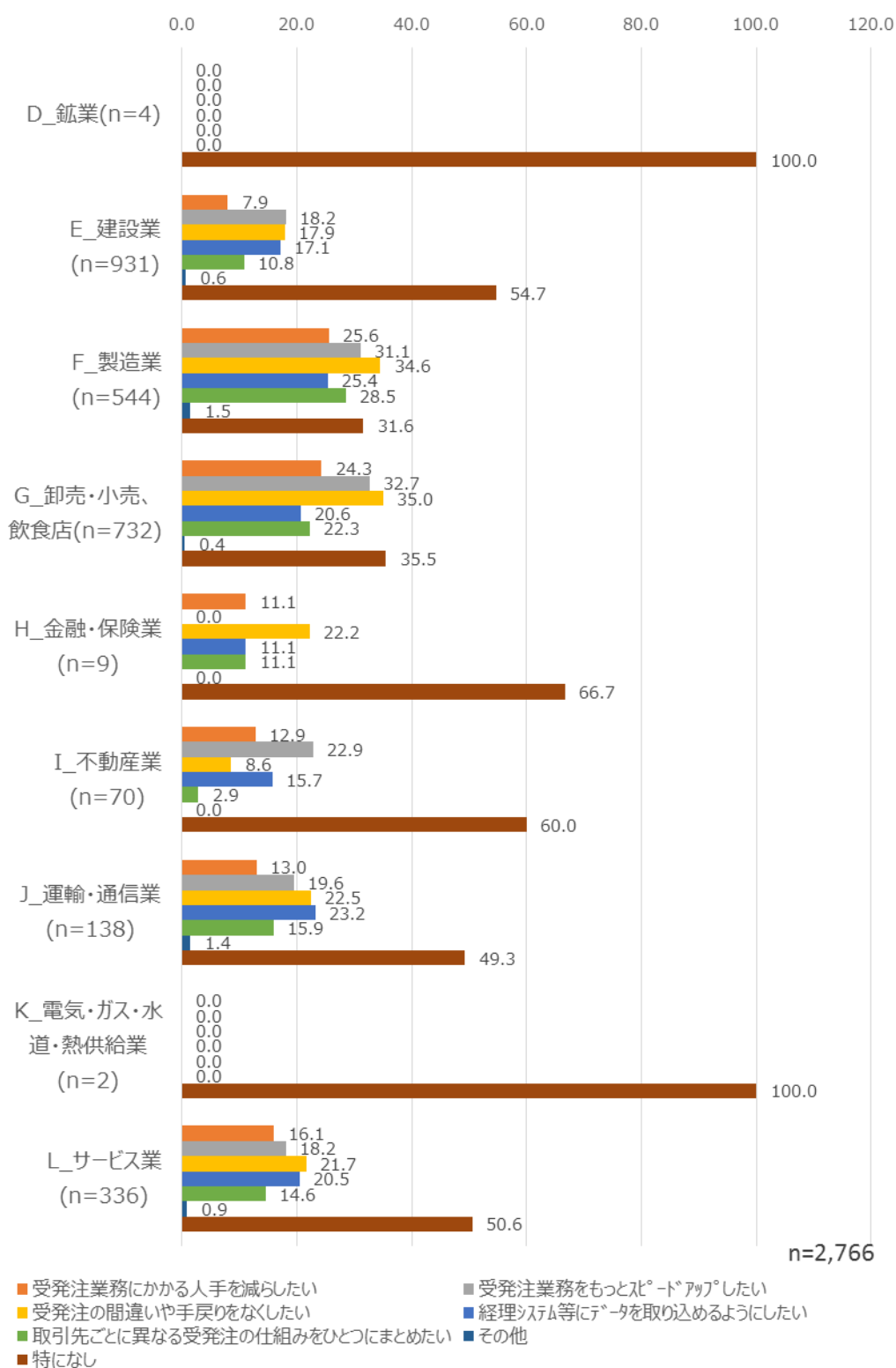
### Q39.受発注業務上の課題

受発注業務で課題・改善点を確認したところ、「特になし」が最多の 44.6%となったが、「受発注の間違いや手戻りをなくしたい」が 26.1%、「受発注業務をもっとスピードアップしたい」が 24.6%、「経理システム等にデータを読み込めるようにしたい」20.3%といった課題を抱えていることが明らかとなった。

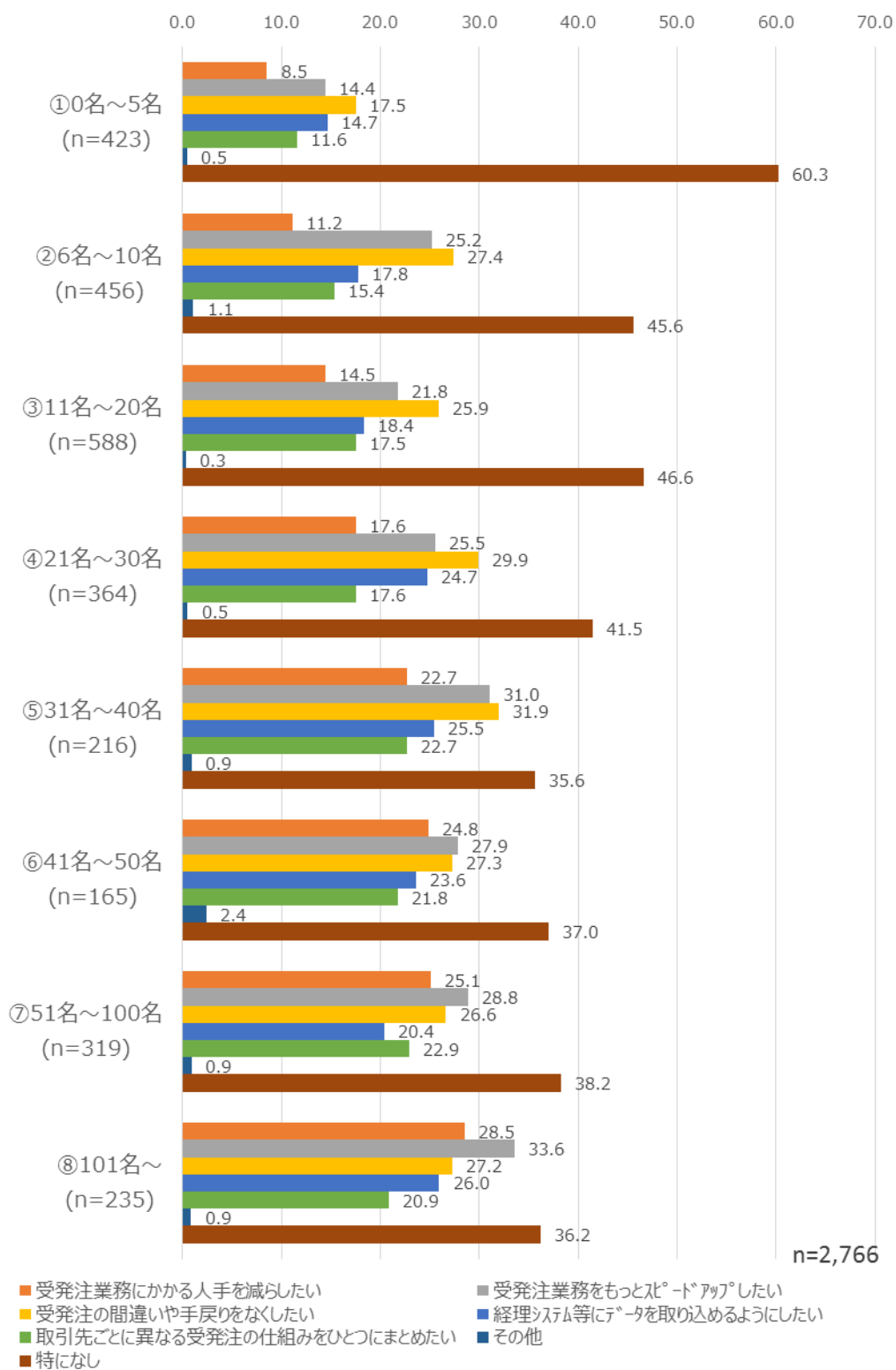
図表 88 受発注業務上の課題



図表 89 業種別に見た受発注業務上の課題



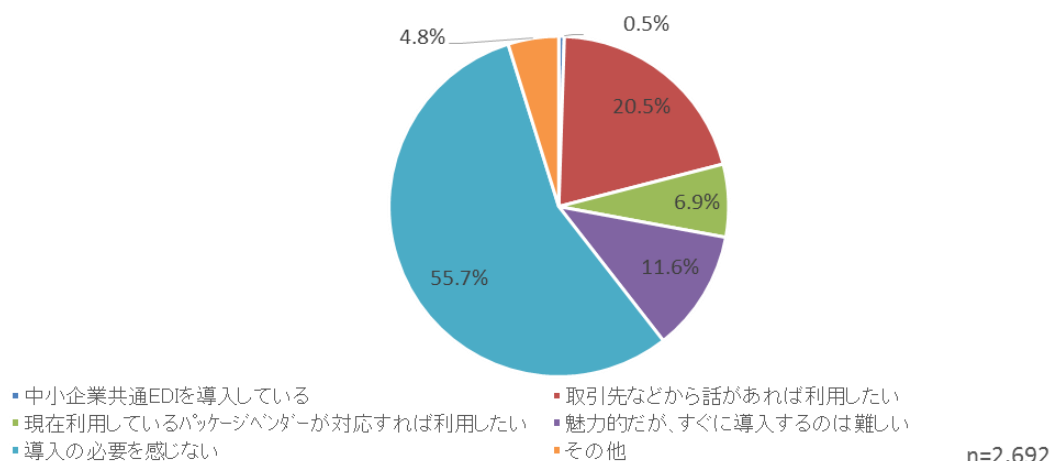
図表 90 従業員規模別に見た受発注業務上の課題



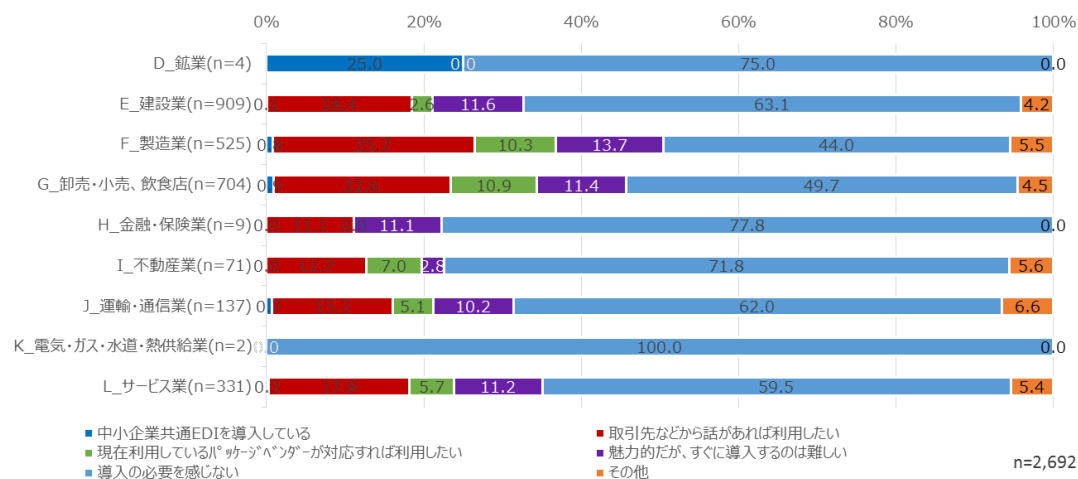
### Q40. 中小企業共通 EDI について

中小企業共通 EDI については半数以上の企業が「導入の必要を感じない」と回答した(55.7%)。しかしながら、「取引先などから話があれば利用したい」と考えている企業が20.5%、「現在利用しているパッケージベンダーが対応すれば利用したい」と考えている企業が6.9%となった。

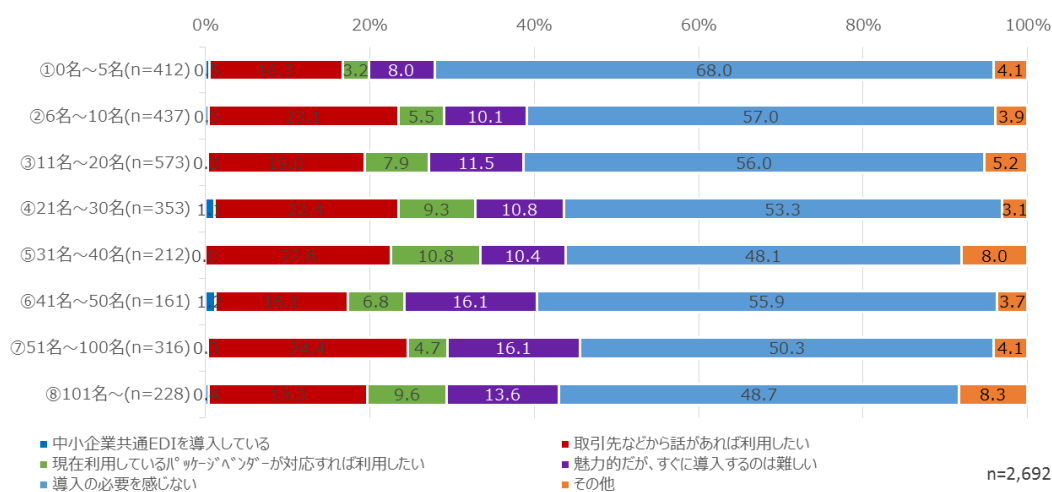
図表 91 中小企業共通 EDI について



図表 92 業種別に見た中小企業共通 EDI について



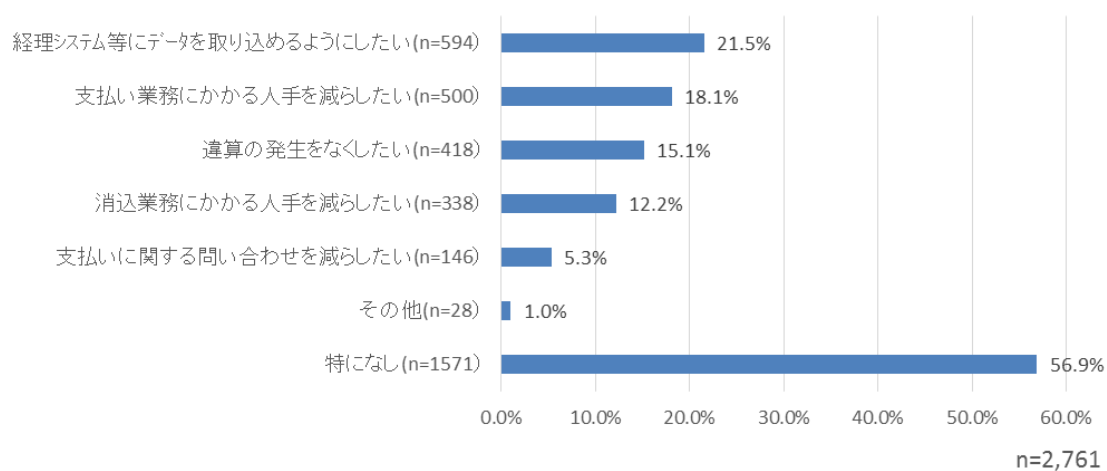
図表 93 従業員規模別に見た中小企業共通 EDI について



Q41. 決済業務上の課題

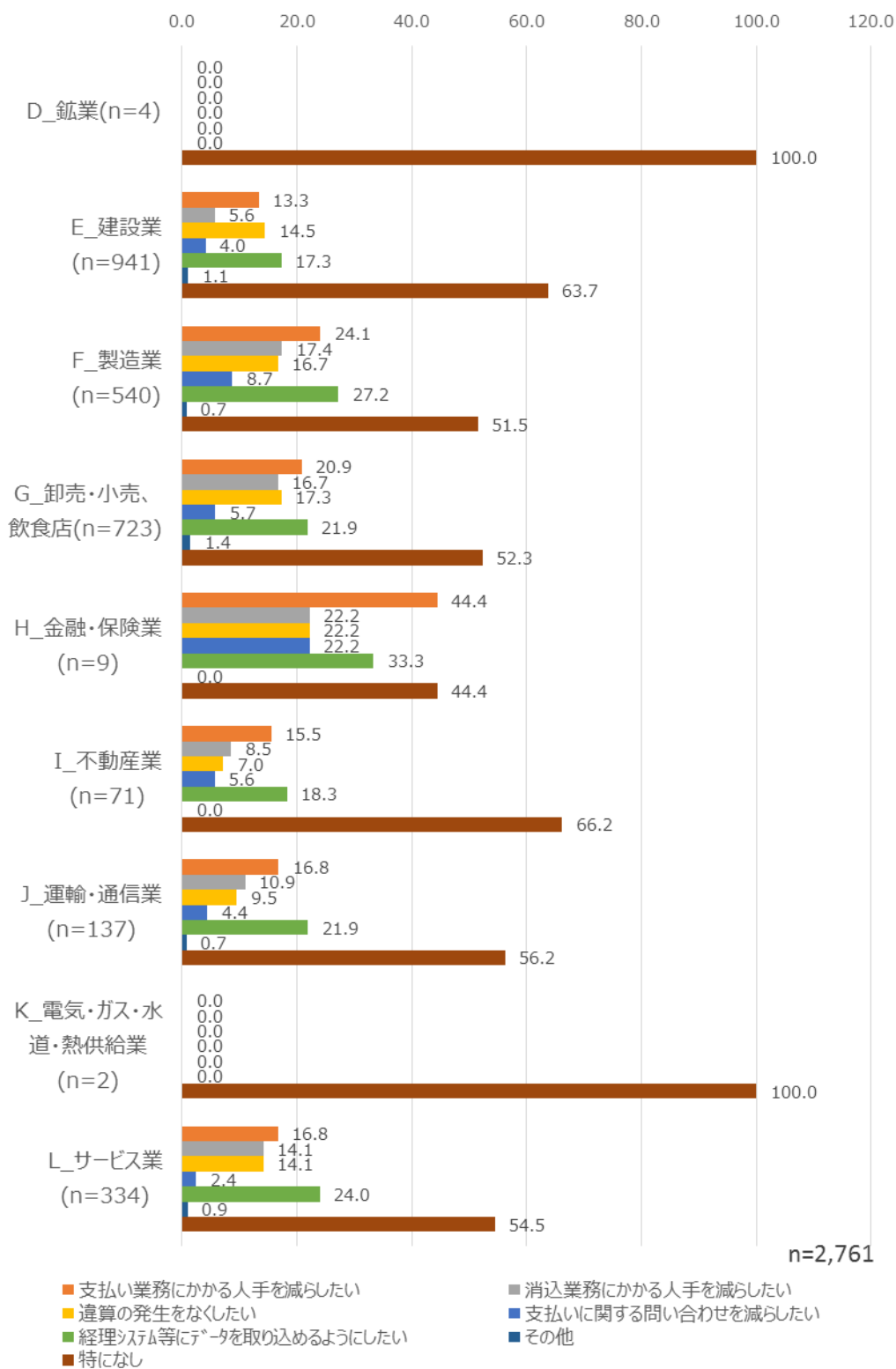
決済業務における課題・改善を尋ねたところ、「経理システム等にデータを取り込めるようにしたい」が 21.5%で最多となり、次いで「支払業務に係る人手を減らしたい」18.1%、「違算の発生をなくしたい」15.1%、「消込業務に係る人手を減らしたい」12.2%という結果となった。

図表 94 決済業務上の課題

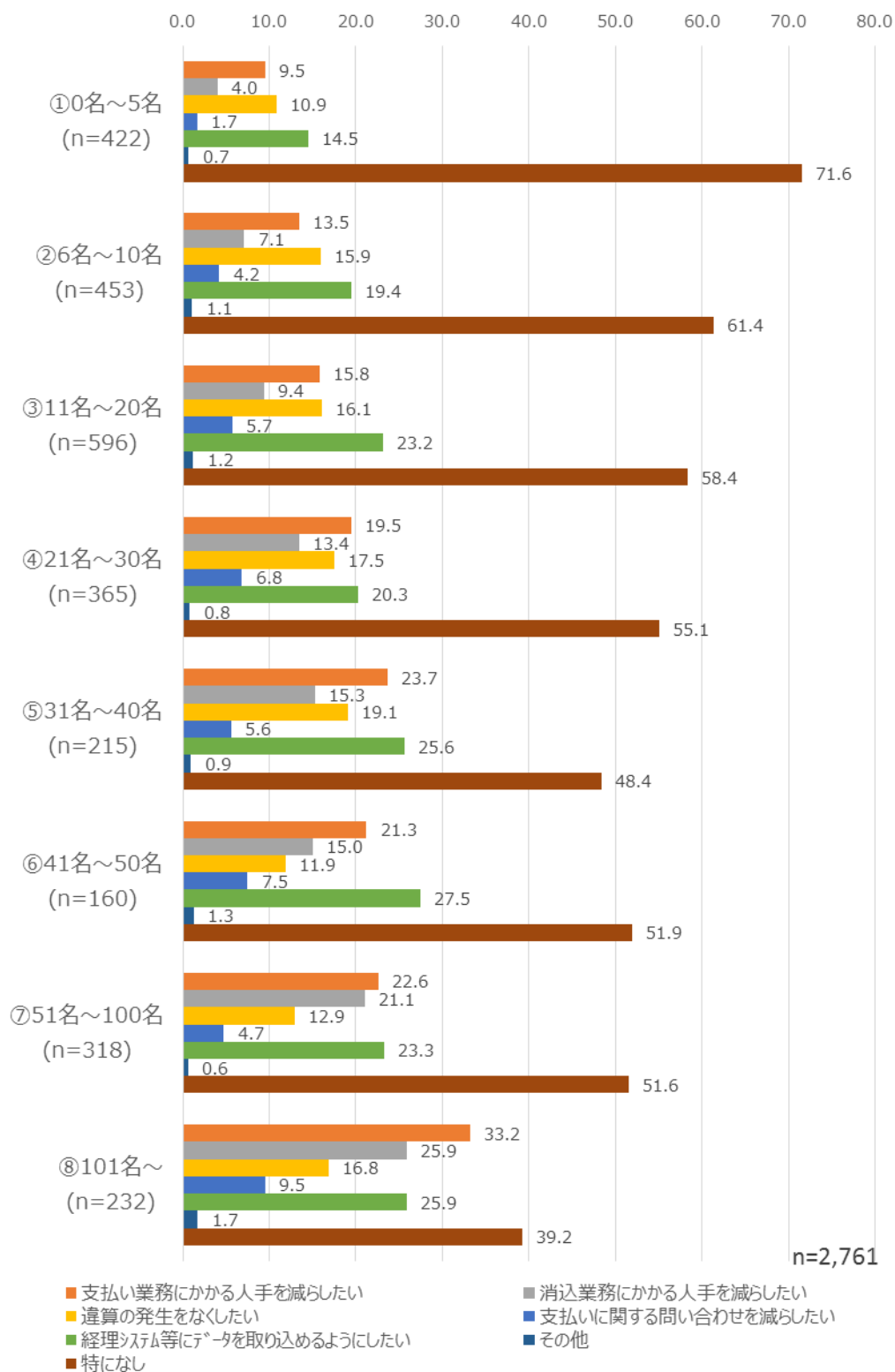




図表 95 業種別にみた決済業務上の課題



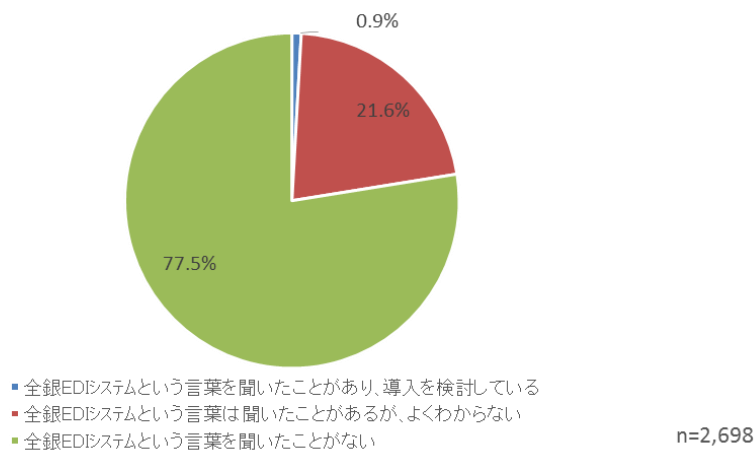
図表 96 従業員規模別に見た決済業務上の課題



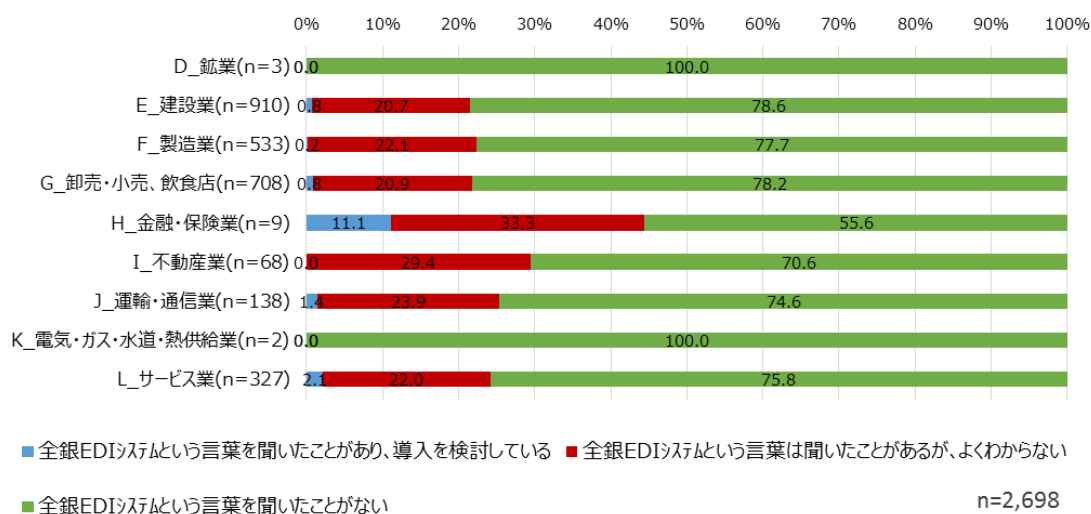
#### Q42.全銀 EDI システム (ZEDI) の認知度

ZEDI の認知度は、77.5%が「ZEDI という言葉を聞いたことがない」と回答しており、認知度は 22%にとどまった。

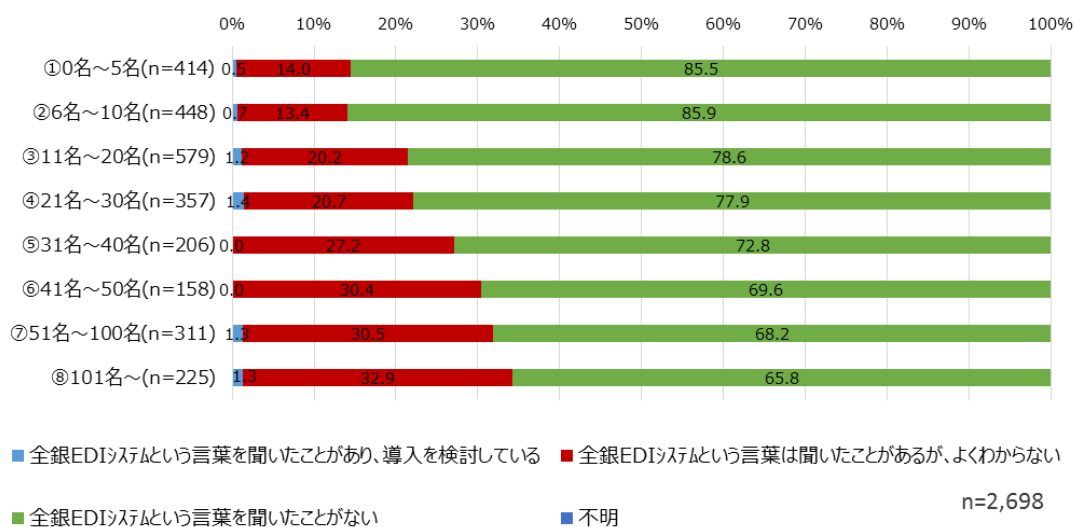
図表 97 全銀 EDI システム (ZEDI) の認知度



図表 98 業種別に見た全銀 EDI システム (ZEDI) の認知度



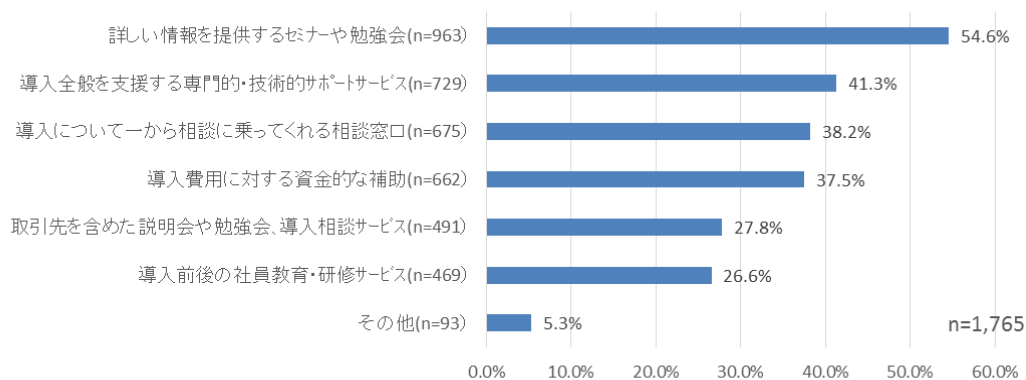
図表 99 従業員規模別に見た全銀 EDI システム (ZEDI) の認知度



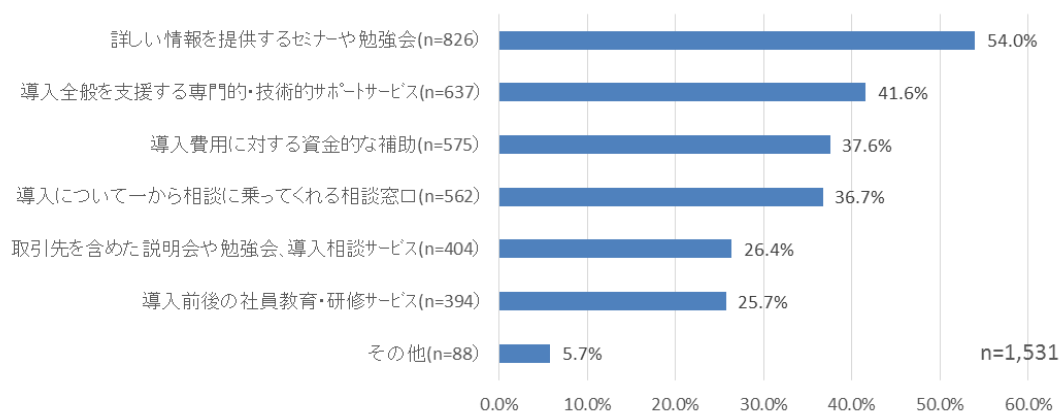
Q43. 中小企業共通 EDI、ZEDI 導入の助けとなるサポートやサービス

中小企業共通 EDI、ZEDI について、導入の助けになるサポートやサービスを確認したところ、中小企業共通 EDI、ZEDI ともに「詳しい情報を提供するセミナーや勉強会」が最多、次いで「導入全般を支援する専門的・技術的サポート・サービス」となった。

図表 100 中小企業共通 EDI 導入に当たり期待するサポート・サービス



図表 101 ZEDI 導入に当たり期待するサポート・サービス



## IV. 企業における実態調査

### 1. 調査の手順

ローカルベンチマークの活用や Fintech に対する認知度、活用の実態を把握するためヒアリングを実施。

### 2. 対象企業の選定

「経営診断ツールの認知・活用状況及び、決済・資金調達の実態に関する調査」において、ローカルベンチマークを活用している企業を優先的に選定し、その中でも「非財務」も利用している企業から対象先を選定した。

### 3. ローカルベンチマークを税理士や現場部門との認識共有に活用している事例

#### 3. 1. 株式会社つかもと

企業名	株式会社つかもと
所在地	愛知県春日井市柏井町 2 - 5 9
設立	昭和 37 年 6 月
資本金	25,000 千円
事業内容	土地区画整理の計画、交渉を主として、補償コンサルタント、測量業等

#### 3. 1. 1. 事業内容

当社は、土地区画整理の計画、交渉を主として補償コンサルタント、測量業等を行っている。主力の区画整理については、愛知県内を主力エリアとして土地区画整理に伴った事業計画、調査、組合運営業務を主力事業として、それに伴った補償コンサルタントを行っており、各市町村の区画整理組合からの受注が大半で、区画整理に伴った土地再評価等を一般個人から受注することもあるほか、僅少なながら同業他社からの下請受注もある。

#### 3. 1. 2. ローカルベンチマーク利用のきっかけ、作成の流れ

当社の顧問税理士はローカルベンチマークの推進に積極的に取り組んでいる T K C 全国会に加盟しており、当該税理士よりローカルベンチマークの利用を勧められ、2017 年 6 月に、初めてローカルベンチマークに取り組んだ。ツールとしては、財務および非財務の両方のシートを作成した。

ローカルベンチマークの非財務シートは、当社代表の塚本兼之氏が主体的に記入し、不明

な点や記載に迷う部分を税理士と相談しながら埋めていく要領で進めていった。当社側では代表1人だけで作成するのではなく、営業部門の責任者や担当者とも対話しながら、当社の現場感覚での強みや弱みの部分、外部環境等に関しても盛り込んだ上で作成したため、より実態に則した深みのある非財務部分のシートとなった。

初回のシート作成の後、2018年3月の決算結果を踏まえて財務部分のシートを更新しているが、非財務部分においても、年に一度は見直しを実施する方針で、初回作成時と状況が変化した部分を中心に、内容の修正を実施、最新版にアップデートすることで、変化への気づきや対応策の検討などにも利用している。

### 3. 1. 3. ローカルベンチマーク活用の効果

財務部分は一覧でわかりやすく、自社の数字面を一目で把握でき便利である。複雑すぎずに必要十分な項目が網羅されている印象で、こうしたツールは意外と少なく、数値面での自社の状況、また立ち位置を認識する上でも、大変重宝している。

非財務部分は、数値に表れない部分について、客観的に自社を見ることができ、改めて現状の再認識ができたことが大きい。非財務に関しては、税理士から入手した事例サンプルも参照しながら作成したが、従来から代表自身が独自に取りまとめていたものをシートに当てはめていったため、項目を埋めていく作業自体には大きな負担は感じなかった。また、独自に取りまとめをしていたシートでは、網羅されていない項目や、認識していなかったリスク要因などもあり、非財務部分のシートを作成してこうした点が浮き彫りになった。このため、独自作成したシートをブラッシュアップする意味でも、大変有用であった。

また、ローカルベンチマークのシートは他者と共有できる点が非常に大きいと感じている。当社では、税理士のほか営業部門ともシートを共有している。これは税理士との自社の課題共有にも役立つほか、営業部門との認識合わせやコミュニケーションツールとしても活用できている。また、実務面での社内業務フローのマニュアルは存在するものの、会社全体や取引先も含めた業務フロー、商流を俯瞰するような資料は存在していなかったため、新たに採用した人材の社内研修や、事務関係の業務担当者に対する全体図の説明などにも利用している。

今後の構想としては、新たな分野に新規参入を検討する際、想定している業務フローや商流を事前確認する時に使用、不足している部分や外からは見えにくいリスクなどを把握する際にも、役立てられるのではないかと考えている。

#### 4. ローカルベンチマークを社内の対話ツールとして活用している事例

##### 4. 1. 株式会社A社

企業名	株式会社A社
所在地	－
設立	昭和27年
資本金	50,000千円
事業内容	室内レイアウトのトータルコーディネート、事務用品・機器・オフィス家具の卸、小売業

##### 4. 1. 1. 事業内容

同社は、室内レイアウトのトータルコーディネートを特長として、事務用品・機器・オフィス家具の卸、小売業を手がけている。従業員数は100名を超え、複数の拠点を有するなど、比較的規模の大きい企業である。

事務用品・OA機器・オフィス家具卸は、事務用品40%、OA機器20%、オフィス家具40%の売上構成となっている。また、OA機器やオフィス家具の設置に伴う内装工事、フロアのレイアウト変更工事なども手がけており、施工については外注業者を利用している。仕入は、事務用品・OA機器・オフィス家具のメーカーや商社から仕入れ、ユーザーとなる中～大手企業および官公庁を得意先としている（民間向け70%、官公庁向け30%）。

##### 4. 1. 2. ローカルベンチマーク利用のきっかけ、作成の流れ

3年ほど前に代表取締役が、経済関係の会合に出席した際にローカルベンチマークの存在を知った。代表自身が、ローカルベンチマークの仕組みに対して非常に興味を持ち、半ばトップダウンに近い形でローカルベンチマークの活用が決まった。実際には、2016年9月期の決算処理が終了した2016年11月頃から、シートの作成に取り掛かった。

シートの作成にあたっては、非財務シートから作業を開始させた。具体的には、代表のほか、経理部門、営業部門等の幹部10名程度が定期的に会議を開催し、部門横断的な体制でシートの作成にあたった。これは、当社が比較的規模の大きな企業である点、支援機関との共同作業でのシート作成ではなく、あくまでも当社内の人員体制で作成する、といった環境に依る部分が多い。

財務シートは経理部門だけでも作成できる内容であったため、当該部門のみで作成し、財務および非財務両方のシートの完成に、3か月程度の時間を要した。

作成に当たっては、税理士などの支援機関には全く手を借りていないため、どの項目に何



を落とし込んでいけば良いのかの理解が十分に進まず、また部門横断的な体制で各人がシートを作成したため、それぞれの温度差やニュアンスの違いなどもあるとあって、記入した内容に齟齬や差異が生じるケースも多く、そのすり合わせにも時間を要した。

しかし、代表をはじめ各部門も連携して複数人で対応してシートを作成したため、途中で記入が難しい部分があっても、意見交換しながら枠を埋めていくことが可能であった。代表者が1人で作り上げるのは難しかったかもしれない。

#### 4. 1. 3. ローカルベンチマーク活用の効果

全社的な課題を俯瞰する形で見える化した結果、営業部門の人員配置に関する体制の見直しにつながった。日常業務に追われる状況が続いていると、自らが所属する部門のみに視野が狭まる傾向に陥りがちだが、視野を全社に広げ考えるための土台作りとしてローカルベンチマークが有効に機能した。また作成した非財務シートを社内で共有したことにより、当社の商流や業務フロー、また強み・弱み、現状の課題等の、社内での共有に活用できている。

ローカルベンチマークは、通常経営者と支援者間の対話ツール、課題等の共有化のためのツールとして位置付けられているが、当社の場合は、社内の部門間の対話ツールとして、対話を始めるきっかけとして大変有用であった。今まで部門間で対話をする機会があっても、言いつばなしのその場限りで終わっていたが、ローカルベンチマークシートを活用すると記録として残り、その内容の共有や振り返りもできるなど、さまざまな効果が見られた。

今後は、変化があった部分、外部環境の状況なども反映させ、毎年ブラッシュアップしていけるよう、さらなる活用を検討している。

## V. 参考資料

### 「経営診断ツールの認知・活用状況及び、決済・資金調達の実態に関する調査」ご回答票

#### ■回答期日

本アンケート調査票は平成30年12月12日(水)までに同封の返信用封筒にてご返送をお願いします。

#### ■返送先

〒107-8680

東京都港区南青山2-5-20

株式会社帝国データバンク データソリューション企画部 宛

#### ■アンケートの内容についての照会先

◇調査実施機関 : 株式会社帝国データバンク データソリューション企画部  
政策支援課 担当: 吉岡(よしおか)、入沢(いりさわ)

電話 : 0120-531-865 ※受付時間[平日(月~金) 9:00~17:00]

Eメール : [sangyo-shikin@mail.tdb.co.jp](mailto:sangyo-shikin@mail.tdb.co.jp)

#### ■調査実施主体

◇調査実施主体 : 経済産業省 経済産業政策局  
産業資金課



**経済産業省**

Ministry of Economy, Trade and Industry

#### <基本項目>

はじめに、ご回答いただく方の会社名およびご氏名等についてご教示ください。

会社名	
法人番号	
部署	
役職	
ご氏名	
電話番号	
メールアドレス	

## 1. 会社の概要等

貴社の概要についてお伺いします。

問1. 貴社の代表者の年齢は次のどれにあてはまりますか。あてはまるものに○をつけてください。 【○は1つ】	1. 30歳未満 2. 30歳以上～40歳未満 3. 40歳以上～50歳未満 4. 50歳以上～60歳未満 5. 60歳以上～70歳未満 6. 70歳以上
問2. 貴社の取引形態で最もあてはまるものに○をつけてください。【○は1つ】	1. すべて対事業者取引(企業間取引) 2. 主として対事業者取引(企業間取引) 3. すべて個人消費者向け取引 4. 主として個人消費者向け取引 5. 対事業者取引と個人消費者向け取引半々 6. その他( )



<p>(問6の続き)</p> <p>※IT 導入補助金を申請するためには、経営診断ツール(ローカルベンチマーク)の結果が必要とされています。その他、経営力向上計画や早期経営改善計画策定等の様々な補助金や助成金に置いてローカルベンチマークの利用が推奨されています。</p>	<p>7. IT 導入補助金を申請・検討した時(経営診断ツール)</p> <p>8. 事業承継で事業承継ガイドラインを参照した時</p> <p>9. 早期経営改善計画を策定・検討した時</p> <p>10. 労働移動支援助成金を申請・検討した時</p> <p>11. 会計サービスを利用した時 (具体名: )</p> <p>12. その他( )</p>
<p>問7. 問5で「1. 知っている(聞いたことがある)」を選択した方にお伺いします。</p> <p>ローカルベンチマークをこれまでに使ったことがありますか。もしくはこれから使ってみようと思いませんか。【〇は1つ】</p>	<p>1. 使っている・または使ったことがある →問8へ</p> <p>2. 使ったことはないが今後使ってみようと思う →問14へ</p> <p>3. 使っていない(予定していない) →問11へ</p>
<p>問8. 問7で「1. 使っている・または使ったことがある」を選択した方にお伺いします。</p> <p>ローカルベンチマークで使ったことのある内容に当てはまるものはどれですか。【〇は1つ】</p>	<p>1. 財務分析のみ</p> <p>2. 非財務(商流・業務フロー/4つの視点)のみ</p> <p>3. 財務・非財務の両方</p>
<p>問9. 問7で「1. 使っている・または使ったことがある」を選択した方にお伺いします。</p> <p>ローカルベンチマークを使った結果、どのようなメリットがありましたか。【〇はいくつでも】</p>	<p>1. 自社の経営分析・把握ができた</p> <p>2. 補助金や助成金の申請に活用できた (補助金名: )</p> <p>3. 金融機関から新規融資等を受けることができた</p> <p>4. より詳細な経営分析を行うきっかけとなった</p> <p>5. ホームページや事業案内リーフレット等のプロモーションツールの作成につながった</p> <p>6. 売上や利益率の向上につながった</p> <p>7. 販路先、仕入先等の開拓につながった</p> <p>8. 事業計画の作成につながった</p> <p>9. 新規事業の開拓や事業構造の見直しにつながった</p> <p>10. 円滑な事業承継につながった</p> <p>11. 体制の見直しにつながった</p> <p>12. 自社のビジョン構築に役立った</p> <p>13. 社員とのコミュニケーションが円滑になった</p> <p>14. 社内の情報共有に役立った</p> <p>15. 社員教育に活用できた</p> <p>16. その他( )</p> <p>17. 特になし</p>

<p>問10. 問7で「1. 使っている・または使ったことがある」を選択した方にお伺いします。 ローカルベンチマークを使い、どのような問題を感じましたか。【〇はいくつでも】 →回答後、問14へ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分量が多く、億劫だと思った</li> <li>2. 内容が難しく、よく理解しきれなかった</li> <li>3. 以前も同様のことを聞かれたため、「またか」と感じた</li> <li>4. (支援者との対話によりローカルベンチマークを作成した場合)担当者の対話能力に難を感じた</li> <li>5. 特に問題点は感じなかった</li> <li>6. その他( )</li> </ol>
<p>問11. 問7で「3. 使っていない(予定していない)」を選択した方にお伺いします。 ローカルベンチマークを使っていない理由をお教えてください。【〇はいくつでも】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分量が多く、億劫だと思うため</li> <li>2. 内容が難しく、よく理解しきれないため</li> <li>3. ローカルベンチマーク等の診断ツールを活用しなくても経営改善上問題ないと思えるため</li> <li>4. 既に他の経営診断ツールを使っているため</li> <li>5. 活用(試用)したが、うまく業務に落とし込むことができなかったため</li> <li>6. 企業の定性面をどのように記載すればよいか良く分からないため</li> <li>7. 金融機関や支援機関でどれくらい活用されているか不明なため</li> <li>8. どのように活用すればよいか分からないため</li> <li>9. その他( )</li> </ol>
<p>問12. 問7で「3. 使っていない(予定していない)」を選択した方にお伺いします。 ローカルベンチマークが、関心のある補助金や助成金の申請に役立つ経営診断ツールである場合、どのように思われますか。【〇は1つ】 →回答後、問14へ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 使うことを検討したい (関心のある補助金・助成金: )</li> <li>2. 使うつもりはない (その理由: )</li> <li>3. わからない</li> </ol>
<p>問13. 問5で「2. 初めて聞く」を選択した方にお伺いします。 <u>ローカルベンチマークの説明をご覧ください、</u> <u>どのように使おうと思われましたか。</u> 【〇はいくつでも】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自社の経営分析に使うことを検討してみたい</li> <li>2. 金融機関や支援機関との対話に使うことを検討してみたい</li> <li>3. 事業計画を作成する際に使うことを検討してみたい</li> <li>4. 社内の認識共有、社員とのコミュニケーション円滑化のために使うことを検討してみたい</li> <li>5. 補助金や助成金の申請に使うことを検討してみたい</li> <li>6. その他( )</li> </ol>

2016年3月4日、経済産業省は「ローカルベンチマーク」を策定しました。



## ① ローカルベンチマークとは

- 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）です。活用によって企業が抱える課題の早期発見が可能になります。
- 企業の経営者等と金融機関、支援機関等が、対話を通じて現状や課題を理解し、個々の企業の経営改善に向けた取組を促す手段となります。



## ② ローカルベンチマークの内容

「6つの指標」による分析

### ● 財務情報…企業の過去の姿を映す

- ① 売上高増加率…売上持続性
- ② 営業利益率…収益性
- ③ 労働生産性…生産性
- ④ EBITDA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



「4つの視点」による把握

### ● 非財務情報…企業の現在の姿を映し、将来の可能性を評価

- ① 経営者への着目
- ② 事業への着目
- ③ 関係者への着目
- ④ 内部管理体制への着目



モデルシート（上：財務、下：非財務）



## ③ ローカルベンチマークの活用事例

健康診断はもとより、様々な目的でローカルベンチマークは活用できます。ローカルベンチマークを活用した以下のような事例があります。

### 事業承継

- まだ事業承継の必要性に気付いていない経営者に事業承継の必要性を気付かせた事例

### IT導入

- 経営状態を把握したうえで、経営課題を解決するためのIT導入を実施し、生産性を向上した事例

### 事業計画

- ローカルベンチマークを活用した早期経営改善計画を作成することで、数字の羅列だけではなく地に足のついた内容となり、金融機関へ説明することで事業性を理解してもらえた事例



★活用事例はロカベンHPで

問合せ先：

経済産業省 経済産業政策局 産業資金課

Tel：03-3501-1676 Mail：locaben@meti.go.jp

詳しくはこちら →



ロカベン

検索





### 3. FinTech について

FinTech についてお伺いします。

<p>問14. 貴社の FinTech の認知度・活用状況にあてはまるものに○を付けてください。【○は1つ】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. FinTech サービスを導入している (サービス名: _____)</li> <li>2. FinTech という言葉を知っており、サービスに興味がある</li> <li>3. FinTech という言葉は聞いたことがあるが、よくわからない</li> <li>4. FinTech という言葉を聞いたことがない</li> </ol>
<p>問15. FinTech では、右記のような様々な分野で、企業の経営力や生産性を向上させることが可能になると言われています。貴社が特に関心のある分野はどこですか。【上位3つにあてはまるものに○をつけてください】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 借入が早くできるようになる</li> <li>2. 借入が無担保・無保証でできるようになる</li> <li>3. 借入が簡単にできるようになる(提出書類が減る)</li> <li>4. 資本調達ができるようになる(株式等)</li> <li>5. 会計業務が効率的になる</li> <li>6. 資金繰り・売上等の経営動向をきめ細かく把握できるようになる</li> <li>7. 取引先企業の信用調査が楽になる、未回収リスクがなくなる</li> <li>8. 売上債権の回収が早くなる</li> <li>9. キャッシュレス決済端末が安価に導入できるようになる</li> <li>10. 送金が安価にできるようになる</li> <li>11. 受発注から請求、支払いまでの一連の業務が効率的になる</li> <li>12. 営業・販売力の強化につながる顧客のデータが見える化される</li> <li>13. 適時適切に経営のアドバイスを受けることができる</li> <li>14. その他(_____)</li> <li>15. わからない</li> </ol>



**4. 資金調達について**

貴社の資金調達の状況についてお伺いします。特別な指定がない限り、直近2～3年の資金調達についてお答えください。

問16. 貴社が借入を行う際、金融機関等へ相談してから、その可否がわかるまで、平均的にどれくらいの時間を要していますか。【○は資金調達方法につきそれぞれ1つ】

資金調達方法	資金調達に要する時間					
	1. 1日以内	2. 1週間以内	3. 1か月以内	4. 3か月以内	5. 3か月超	6. 利用していない
1. 民間銀行からの借入						
2. 政府系金融機関からの借入						
3. ノンバンク(金融機関以外の事業者)からの借入						
4. その他(知人など)からの借入 ( )						

問17. 問16でお答えいただいた時間について、貴社にとってどれくらいの時間が理想的ですか。【○は資金調達方法につきそれぞれ1つ】

資金調達方法	資金調達に要する時間					
	1. 1日以内	2. 1週間以内	3. 1か月以内	4. 3か月以内	5. 3か月超	6. 利用していない
1. 民間銀行からの借入						
2. 政府系金融機関からの借入						
3. ノンバンク(金融機関以外の事業者)からの借入						
4. その他(知人など)からの借入 ( )						

問18. 貴社が資金調達を行う際に、金融機関より求められる審査資料のボリュームについて、どのように感じますか。【○は1つ】

1. 少ないと感じる	
2. 適切な量であると感じる	
3. 若干多いと感じる	
4. 多すぎると感じる	
5. その他( )	

<p>問19. 資金調達の際に、現在は評価されていないが、今後評価してほしい項目はありますか。【上位3つにあてはまるものに○をつけてください】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 経営戦略(経営理念・経営者の経歴・経営意欲等)</li> <li>2. 事業内容(技術力や販売力の強み・独自性など)</li> <li>3. 取引先とのネットワーク(販路、仕入れ先、リピート率、新規開拓率等)</li> <li>4. 組織体制(品質管理・情報管理体制等)</li> <li>5. 知的財産権(保有・活用状況、研究開発・商品開発体制等)</li> <li>6. 人材(技術・販売部門担当者実績、人材育成の取り組み、人材定着率等)</li> <li>7. その他( )</li> </ol>				
<p>問20. 過去1年間において、借入期間6か月以内の短期の資金需要が発生することがありましたか。【○はいくつでも】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 6か月以内の資金需要が発生することはない →問24へ</li> <li>2. 1週間以内の資金需要が発生することがある →問21へ</li> <li>3. 1週間超1か月以内の資金需要が発生することがある →問21へ</li> <li>4. 1か月超3か月以内の資金需要が発生することがある →問21へ</li> <li>5. 3か月超6か月以内の資金需要が発生することがある →問21へ</li> <li>6. わからない →問24へ</li> </ol>				
<p>問21. 問20で2～5を選択した方にお伺いします。借入期間6か月以内の短期資金の主な資金用途について教えてください。【○はいくつでも】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通常の運転資金</li> <li>2. 成長投資の資金(広告宣伝、人員採用、設備改修等)</li> <li>3. 売上増加に伴う資金(仕入れ資金等)</li> <li>4. 売上減少に伴う資金(経費支払い等)</li> <li>5. 季節性のある資金(一括仕入れ等)</li> <li>6. 売上回収の遅れ等に伴うつなぎ資金</li> <li>7. 借入に対する編成資金</li> <li>8. その他( )</li> </ol>				
<p>問22. 問20で2～5を選択した方にお伺いします。事業成長の機会につながりそうな短期資金需要があるにもかかわらず、調達できないためにあきらめた経験はどれくらいの頻度でありますか。【○は1つ】</p>	<table border="0"> <tr> <td>1. 月に1回以上ある</td> <td>2. 数ヶ月に1回以上ある</td> </tr> <tr> <td>3. 年に1回以上ある</td> <td>4. 一度もない</td> </tr> </table>	1. 月に1回以上ある	2. 数ヶ月に1回以上ある	3. 年に1回以上ある	4. 一度もない
1. 月に1回以上ある	2. 数ヶ月に1回以上ある				
3. 年に1回以上ある	4. 一度もない				
<p>問23. 問20で2～5を選択した方にお伺いします。短期資金融資の返済方法として、どのようなものが理想ですか。【○は1つ】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 毎月一定額を返済</li> <li>2. 元利据え置きで、まとまった収入がある月に一括で返済</li> <li>3. 毎月利息だけを返済し、手元資金に余裕があるときに元本を随時返済</li> <li>4. その他( )</li> </ol>				

<p>問24. 事業成長の機会につながりそうな長期資金需要があるにもかかわらず、調達できないためにあきらめた経験はどれくらいの頻度でありますか。 【〇は1つ】</p>	<p>1. 月に1回以上ある      2. 数ヶ月に1回以上ある 3. 年に1回以上ある      4. 一度もない</p>
<p>問25. クラウド会計のデータを使って、融資を受けることができるサービスが登場しています。利用したことはありますか。【〇は1つ】</p>	<p>1. 利用したことがある(サービス名 ) →問26へ 2. 利用に向けて検討中(サービス名 ) →問26へ 3. 検討したが利用していない →問27へ 4. 利用したことはない →問27へ</p>
<p>問26. 問25で「1. 利用したことがある」「2. 利用に向けて検討中」を選択した方にお伺いします。 利用したことがある理由、利用を検討した理由は何ですか。【〇はいくつでも】</p>	<p>1. 必要な金額が借りられる 2. 申込から貸付までのスピードが速い 3. 担保・保証が不要である 4. 必要書類や手続きの手間が少ない 5. 契約時に発生する手数料や印紙代が少ない 6. 繰上げ返済の手数料や手間が少ない 7. 毎月の返済額の負担が小さい 8. 金利負担額が小さい 9. その他( )</p>
<p>問27. 問25で「3. 検討したが利用していない」「4. 利用したことはない」を選択した方にお伺いします。 利用しない理由、利用の障害となる点は何ですか。【〇はいくつでも】</p>	<p>1. クラウド会計を使っていない 2. サービスをよく知らない 3. 新たに借入を行うニーズがない 4. 既存の借入先(金融機関等)からの借入で十分である 5. 必要な金額が借りられるかわからない 6. 申込から貸付までのスピードが遅くない 7. 金利負担額が大きい 8. 手続きの手間や手数料の負担が大きい 9. その他( )</p>
<p>問28. EC サイトへ出店した場合、EC サイトの運営事業者から、融資を受けることができるサービスが登場しています。利用したことはありますか。【〇は1つ】</p>	<p>1. 利用したことがある(サービス名 ) →問29へ 2. 利用に向けて検討中(サービス名 ) →問29へ 3. 検討したが利用していない →問30へ 4. 利用したことはない →問30へ</p>
<p>問29. 問28で「1. 利用したことがある」「2. 利用に向けて検討中」を選択した方にお伺いします。 利用した理由、利用を検討した理由は何ですか。【〇はいくつでも】</p>	<p>1. 必要な金額が借りられる 2. 申込から貸付までのスピードが速い 3. 担保・保証が不要である 4. 必要書類や手続きの手間が少ない</p>

<p>(問29の続き)</p>	<p>5. 契約時に発生する手数料や印紙代が少ない  6. 繰り上げ返済の手数料や手間が少ない  7. 毎月の返済額の負担が小さい  8. 金利負担額が小さい  9. その他( )</p>
<p>問30. 問28で「3. 検討したが利用していない」「4. 利用したことはない」を選択した方にお伺いします。  利用しない理由、利用の障害となる点は何ですか。  【〇はいくつでも】</p>	<p>1. EC サイトへの出店を行っていない  2. サービスをよく知らない  3. 新たに借入を行うニーズがない  4. 既存の借入先(金融機関等)からの借入で十分である  5. 必要な金額が借りられるかわからない  6. 申込から貸付までのスピードが遅くない  7. 金利負担額が大きい  8. 手続きの手間や手数料の負担が大きい  9. その他( )</p>
<p>問31. クラウドファンディングの認知、利用状況についてお伺いします。【〇は1つ】</p>	<p>1. 内容を知っており、利用したことがある →問32へ  2. 内容を知っており、利用してみたい →問32へ  3. 内容を知っているが、利用してみたくない →問32へ  4. 名前は聞いたことがあるが、内容はわからない →問38へ  5. 聞いたことがない →問38へ</p>
<p>問32. 問31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」「2. 内容を知っており、利用してみたい」「3. 内容を知っているが、利用してみたくない」を選択した方にお伺いします。  クラウドファンディングを利用するうえでの課題は何ですか。【〇はいくつでも】</p>	<p>1. 必要金額が調達できるかわからない  2. 調達までどれくらい時間がかかるかわからない  3. 手続きが煩雑  4. IT スキル等に自信がなく、対応が難しい  5. その他( )</p>
<p>問33. 問31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」「2. 内容を知っており、利用してみたい」「3. 内容を知っているが、利用してみたくない」を選択した方にお伺いします。  クラウドファンディングによる資金調達において、詳細な決算情報をどの程度開示できますか。  【〇は1つ】</p>	<p>1. 一般公開できる  2. 金融機関等の限定的な対象には開示しても良い  3. 詳細情報までは開示したくない  4. その他( )</p>

<p>問34. 問31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」「2. 内容を知っており、利用してみたい」を選択した方にお伺いします。 調達された(調達を希望する)資金の用途をお教えてください。【〇はいくつでも】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 創業資金</li> <li>2. 設備資金(不動産)</li> <li>3. 設備資金(不動産以外、新商品開発等)</li> <li>4. 運転資金</li> <li>5. その他 ( )</li> </ol>
<p>問35. 問31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」、「2. 内容を知っており、利用してみたい」を選択した方にお伺いします。 クラウドファンディングを利用して見た、利用してみたい理由は何ですか。【〇はいくつでも】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 金融機関からの借入が行えなかった</li> <li>2. 金融機関からの借入が必要金額に達しなかった</li> <li>3. 金融機関からの借入より低利での調達が可能だった</li> <li>4. 資金調達の多様化を企図</li> <li>5. 広告宣伝を兼ねたマーケティング機能に期待</li> <li>6. その他( )</li> </ol>
<p>問36. 問31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」、「2. 内容を知っており、利用してみたい」を選択した方にお伺いします。 株式型クラウドファンディングを利用して資金調達を行う場合、上限が発行価額の総額1億円、投資家1人あたり50万円となっていますが、必要な資金ニーズを満たす上での障害になっていますか。また、どのくらいの金額が調達できれば必要な資金ニーズを満たしますか。【〇は1つ】</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. どちらも障害になっていない</li> <li>2. 総額1億円の上限が障害となっている 総額( )円</li> <li>3. 投資家1人あたりの50万円上限が障害となっている 投資家1人あたり( )円</li> <li>4. どちらも障害になっている 総額( )円 投資家1人あたり( )円</li> <li>5. その他( )</li> </ol>
<p>問37. 問31で「1. 内容を知っており、利用したことがある」を選択した方にお伺いします。 利用した形式と調達した1回あたりの最大金額についてお教えてください。【記入はいくつでも】</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>【クラウドファンディングの5類型の内容】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 購入型: 事業が実現した際に、その成果である商品やサービスをリターンする方法。</li> <li>2. 融資型: 投資のリターンを目的に貸付を行う方法。</li> <li>3. 不特法型: 不動産特定共同事業者法を利用した不動産投資型クラウドファンディング。</li> <li>4. ファンド型: クラウドファンディング業者を通じて匿名の投資家がプロジェクトや事業に対して投資する方法。</li> <li>5. 株式型: 株を購入する形で資金調達に寄与する方法。</li> </ol> </div>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 購入型(寄付型含む) ( )円</li> <li>2. 融資型 ( )円</li> <li>3. 不特法型 ( )円</li> <li>4. ファンド型 ( )円</li> <li>5. 株式型 ( )円</li> <li>6. その他 ( )円 (利用した会社: )</li> <li>7. わからない ( )円 (利用した会社: )</li> </ol>

## 5. 決済手段について

貴社の決済手段についてお伺いします。

<p>問38. 貴社では、次のどの方法で発注・受注を行っていますか。【〇はいくつでも】</p>	<p>【発注】</p> <p>1. 電話 2. FAX 3. 電子メール 4. Web EDI 5. EDI(システムでの発注) 6. その他</p> <p>【受注】</p> <p>1. 電話 2. FAX 3. 電子メール 4. Web EDI 5. EDI(システムでの受注) 6. その他</p>
<p>問39. 貴社の受発注業務で課題になっていること、改善したいとお考えのことはありますか。【〇はいくつでも】</p>	<p>1. 受発注業務にかかる人手を減らしたい 2. 受発注業務をもっとスピードアップしたい 3. 受発注の間違いや手戻りをなくしたい 4. 経理システム等にデータを取り込めるようにしたい 5. 取引先ごとに異なる受発注の仕組みをひとつにまとめたい 6. その他(具体的に: ) 7. 特になし</p>
<p>問40. 中小企業庁委託事業で策定された、中小企業共通 EDI を利用すれば、取引先がそれぞれ異なる受発注仕様でも、同じフォーマットで取引が可能となります(詳細は、同封資料「中小企業共通 EDI」をご覧ください)。中小企業共通 EDI について、どのように思われますか。【〇は1つ】</p> <p>*中小企業が抱える受発注業務の IT 化に係る問題を解決するために2018年3月に制定された、中小企業のプラットフォームとして策定された電子データ交換 (EDI) の標準仕様です。</p>	<p>1. 中小企業共通 EDI を導入している 2. 取引先などから話があれば利用したい 3. 現在利用しているパッケージベンダーが対応すれば利用したい 4. 魅力的だが、すぐに導入するのは難しい (理由: ) 5. 導入の必要を感じない 6. その他( )</p>
<p>問41. 貴社の決済業務で課題になっていること、改善したいとお考えのことはありますか。【〇はいくつでも】</p>	<p>1. 支払い業務にかかる人手を減らしたい 2. 消込業務にかかる人手を減らしたい 3. 違算の発生をなくしたい 4. 支払いに関する問い合わせを減らしたい 5. 経理システム等にデータを取り込めるようにしたい 6. その他(具体的に: ) 7. 特になし</p>



<p>問42. 本年12月に稼働予定の「全銀 EDI システム (ZEDI)」*についてご存知ですか。【○は1つ】</p> <p>*全銀 EDI システムとは、総合振込の際に、さまざまな情報の添付を可能にするシステムです。例えば、請求書番号等の商流情報を添付することで、複数の請求がまとめて振り込まれた場合でも、どの請求に対する振込かが明確になり、売掛金の消込作業等の経理業務が効率化されます。<u>詳細は、同封パンフレット(四つ折り)をご覧ください。</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 全銀 EDI システム (ZEDI) という言葉を聞いたことがあり、導入を検討している</li> <li>2. 全銀 EDI システム (ZEDI) という言葉は聞いたことがあるが、よくわからない</li> <li>3. 全銀 EDI システム (ZEDI) という言葉を聞いたことがない</li> </ol>																								
<p>問43. 中小企業共通EDI、ZEDIについて、どのようなサポートやサービスがあれば、導入の助けになると思われますか。それぞれについて教えてください。【○はいくつでも】</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>中小企業 共通 EDI</th> <th>ZEDI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>詳しい情報を提供するセミナーや勉強会</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>導入について一から相談に乗ってくれる相談窓口</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>取引先を含めた説明会や勉強会、導入相談サービス</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>導入全般を支援する専門的・技術的サポートサービス</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>導入前後の社員教育・研修サービス</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>導入費用に対する資金的な補助</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>その他 (具体的に: )</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		中小企業 共通 EDI	ZEDI	詳しい情報を提供するセミナーや勉強会			導入について一から相談に乗ってくれる相談窓口			取引先を含めた説明会や勉強会、導入相談サービス			導入全般を支援する専門的・技術的サポートサービス			導入前後の社員教育・研修サービス			導入費用に対する資金的な補助			その他 (具体的に: )		
	中小企業 共通 EDI	ZEDI																							
詳しい情報を提供するセミナーや勉強会																									
導入について一から相談に乗ってくれる相談窓口																									
取引先を含めた説明会や勉強会、導入相談サービス																									
導入全般を支援する専門的・技術的サポートサービス																									
導入前後の社員教育・研修サービス																									
導入費用に対する資金的な補助																									
その他 (具体的に: )																									

設問は以上で終了です。お忙しいところご回答いただき、ありがとうございました。

平成30年12月12日(水)までに、同封の返信用封筒にてご返送をお願いします。