

2025年7月発表

工務店の診断業務について

藤本 隆

今回、工務店の簡易な経営診断を実施しましたので、利用したツールと内容、診断終了後に感じたことについて簡単にお伝えします。

1 診断対象

- (1) 対象企業は小規模工務店
- (2) 要望は、経営改善・資金繰り・営業強化など

2 使用ツール ローカルベンチマーク

診断にあたり、ヒアリングするためのツールが必要と思い、経済産業省が提供しているローカルベンチマークを活用しました。

(1) 財務分析のパート

確定申告書類の損益計算書や貸借対照表などから該当する数値を入力していくと、売上持続性（売上増加率）、収益性（営業利益率）、生産性（労働生産性）、健全性（EBITDA有利子負債倍率）、効率性（営業運転資本回転期間）、安全性（自己資本比率）を計算します。自社の経営状態が、同業種の企業と比べてどのような位置にあるのかを点数化し、チャートで表示します。企業訪問前に損益計算書や貸借対照表などのデータを入手しましたので、これらを分析してヒアリングに臨みます。

■基本情報

商号	株式会社〇〇
所在地	東京都〇〇
代表者名	〇〇 〇〇
業種_大分類	13 観光業
業種_小分類	1301 観光業
事業規模	中規模事業者
売上高	5,130,250(千円)
営業利益	15,000(千円)
従業員数	30(人)

■財務指標(最新期)

指標	2022年3月		
	算出結果	貴社点数	業種基準値
①売上増加率	7.8%	4	-4.2%
②営業利益率	0.3%	3	0.0%
③労働生産性	500(千円)	4	-379(千円)
④EBITDA有利子負債倍率	-0.1(倍)	5	13.7(倍)
⑤営業運転資本回転期間	0.8(ヶ月)	3	0.5(ヶ月)
⑥自己資本比率	35.4%	4	15.3%

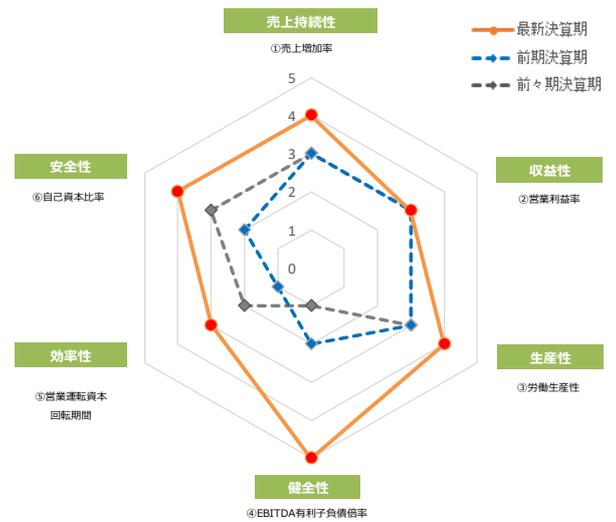
総合評価点 23 B

■財務指標(過去2期)

指標	2021年3月			2020年3月		
	算出結果	貴社点数	業種基準値	算出結果	貴社点数	業種基準値
①売上増加率	-2.4%	3	-4.2%	-1.2%	3	-4.2%
②営業利益率	-0.3%	3	0.0%	0.0%	3	0.0%
③労働生産性	-393(千円)	3	-379(千円)	0(千円)	3	-379(千円)
④EBITDA有利子負債倍率	61.2(倍)	2	13.7(倍)	-	1	13.7(倍)
⑤営業運転資本回転期間	2.8(ヶ月)	1	0.5(ヶ月)	1.1(ヶ月)	2	0.5(ヶ月)
⑥自己資本比率	2.1%	2	15.3%	24.2%	3	15.3%
	総合評価点	14	C	総合評価点	15	C

※総合評価点のランクはA: 24点以上、B: 18点以上24点未満、C: 12点以上18点未満、D: 12点未満

財務分析結果



※ 1 各項目の評点および総合評価点は各項目の業種基準値からの乖離を示すものであり、点数の高低が必ずしも企業の評価を示すものではありません。非財務情報も含め、総合的な判断が必要なおことにご留意ください。

※ 2 レーダーチャートで3期分の財務分析結果の推移が確認できるため、各指標が良化(あるいは悪化)した要因を非財務の対話シートを活用しながら把握することで、経営状況や課題の把握に繋がります。

(2) 非財務パートからの経営診断

次に、業務フロー・商流・4つの視点から、企業の経営状況を把握し、強みや課題の発見、課題を解決するための対応策の策定につなげていきます。このパートは事前にホームページや予備調査から分かる範囲は記入しておきますが、ヒアリングで質問をして埋めていくこととなります。

① 業務フロー

業務フローと差別化ポイントを記入します。商流把握は仕入先・協力先の社名・取引金額・内容等と選定理由をヒアリングして記入します。

② 商流

商流把握は仕入先・協力先の社名・取引金額・内容等と選定理由をヒアリングして記入します。また、得意先・エンドユーザーの属性や選ばれている理由を同じように記入します。

③ 業務フロー

業務フローと差別化ポイントを記入します。商流把握は仕入先・協力先の社名・取引金額・内容等と選定理由をヒアリングして記入します。また、得意先・エンドユーザーの属性や選ばれている理由を同じように記入します。

商号	株式会社〇〇
売上高	5,130,250(千円)
営業利益	15,000(千円)
従業員数	30(人)

企業の健康診断ツール
ローカルベンチマーク

<製品製造、サービス提供における業務フローと差別化ポイント>

業務1

■実施内容

■差別化ポイント

業務2

■実施内容

■差別化ポイント

業務3

■実施内容

■差別化ポイント

業務4

■実施内容

■差別化ポイント

業務5

■実施内容

■差別化ポイント

提供内容/顧客提供価値

■製品・商品・サービスの内容

■どのような価値を提供しているか

<商流把握>

仕入先

■社名・取引金額・内容等

■選定理由

協力先

■社名・取引金額・内容等

■選定理由

当社

得意先

■属性(消費者・企業等)
※社名・取引金額・内容等

■選ばれている理由

エンドユーザー

■属性(消費者・企業等)
※社名・取引金額・内容等

■選ばれている理由

経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

経済産業省作成 ローカルベンチマーク(商流・業務フロー)転載

④ 4つの視点

経営者、事業、取り巻く環境、内部管理体制の4つの視点からヒアリングを行います。全てを記入する必要はありませんが、企業の強み・弱みを把握できるように務めます。ここから現状を認識して、将来の目標とのギャップから課題を見つけ、その対応策を検討します。

企業の健康診断ツール ローカルベンチマーク		商号	株式会社〇〇
		売上高	5,130,250(千円)
		営業利益	15,000(千円)
		従業員数	30(人)
① 経営者	経営理念・ビジョン 経営哲学・考え・方針等	③ 企業を取り巻く環境・関係者	市場動向・規模・シェアの把握 競合他社との比較
	経営意欲 ※成長志向・現状維持など		顧客リピート率・新規開拓率 主な取引先企業の推移 顧客からのフィードバックの有無
	後継者の有無 後継者の育成状況 承継のタイミング・関係		従業員定着率 勤続年数・平均給与
② 事業	企業及び事業沿革 ※ターニングポイントの把握	④ 内部管理体制	取引金融機関数・推移 メインバンクとの関係
	強み 技術力・販売力等		組織体制 品質管理・情報管理体制
	弱み 技術力・販売力等		事業計画・経営計画の有無 従業員との共有状況 社内会議の実施状況
	ITに関する投資、活用の状況 1時間当たり付加価値（生産性） 向上に向けた取り組み		研究開発・商品開発の体制 知的財産権の保有・活用状況
			人材育成の取り組み状況 人材育成の仕組み
対話内容の総括			
現状認識		将来目標	
		現状と目標のギャップ	
	課題	対応策	

経済産業省作成 ローカルベンチマーク（4つの視点）転載

3. 診断を終えて

ヒアリングは3日間、各々2時間程度と短いため、ローカルベンチマークをヒアリングで利用する機会は初日だけでした。ただ、短時間でその企業の姿を十分に捉えることは難しいため、ヒアリングとヒアリングの間（2週間程度）にメモをまとめることで、報告書作成に利用しました。ローカルベンチマークは診断始めの糸口として、定型の分析には十分利用できると感じました。

一方、建設業という業種特有の受注から入金までのサイクルが長いことから、事前に資金繰り表や工事一覧表を財務諸表とともに入手しておく、財務分析がより深く実施できたのではと感じた次第です。

以上