

金融高度化セミナー「企業評価の高度化」

企業評価の課題と対応

2017年7月3日
金融機構局
金融高度化センター



Bank of Japan





目次

I . 従来の企業評価の課題

1. 従来の融資の課題
2. 企業の声

II . 企業評価の新たな手法

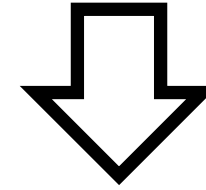
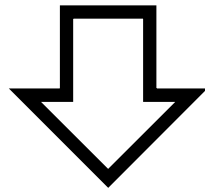
1. 企業評価
2. ソリューション提供



I. 従来の企業評価の課題

1. 従来の融資の課題

財務実績による企業の格付
(担保、保証による保全)



財務実績で評価される
(もしくは保全が厚い)
企業への融資の集中
⇒ 金融機関にとっては
貸出金利の下押し圧
力

財務以外の情報の不足
⇒ 財務的な蓄積のない
企業の資金調達は
困難

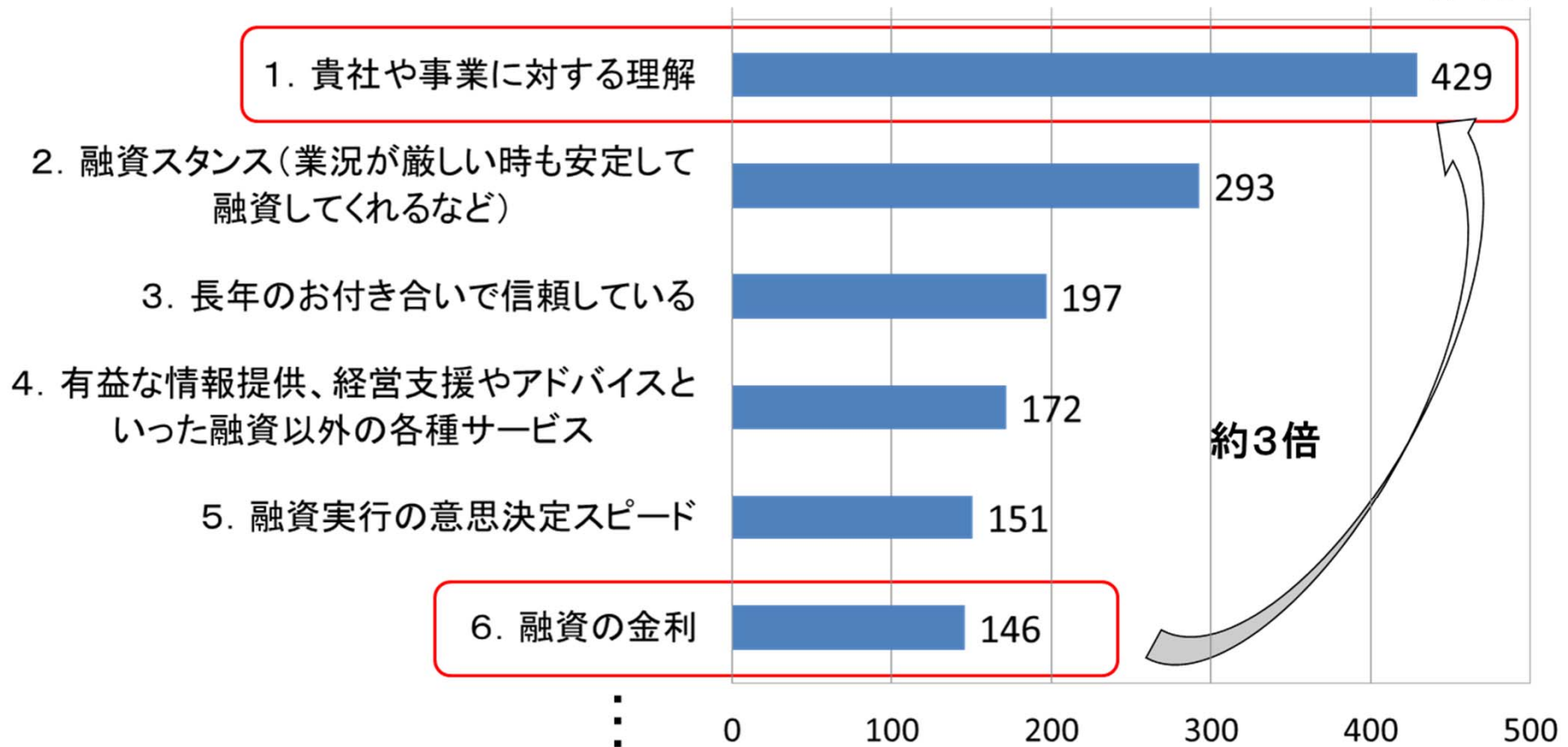
2. 企業の声

(1) 企業がメインバンクに求めるもの

Q メインバンクを選択している理由は何ですか(複数回答可)。

【企業ヒアリング】

N=751

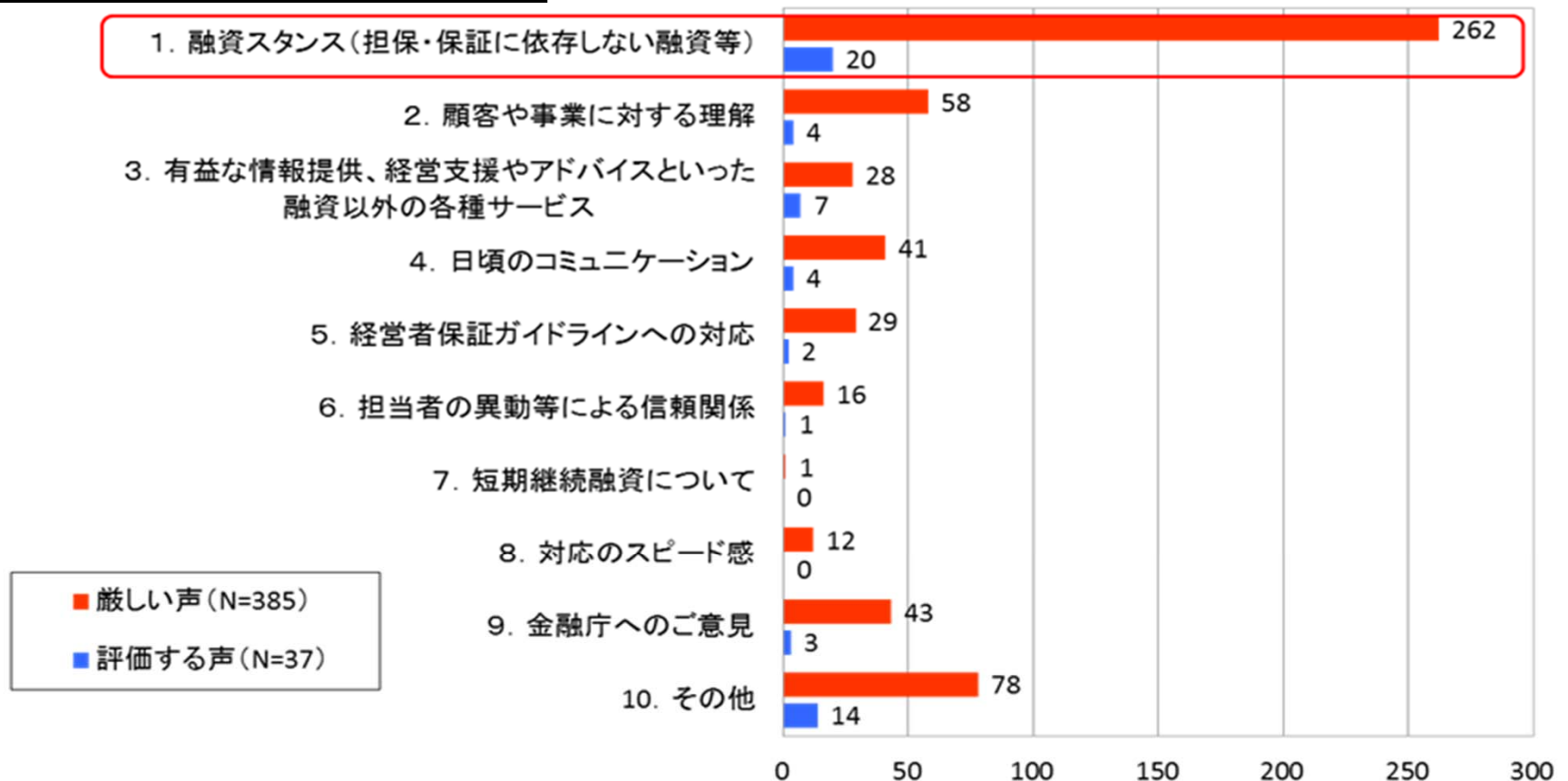


(出所)金融庁「企業ヒアリング・アンケート調査の結果について～融資先企業の取引金融機関に対する評価～」(2016年5月23日付)

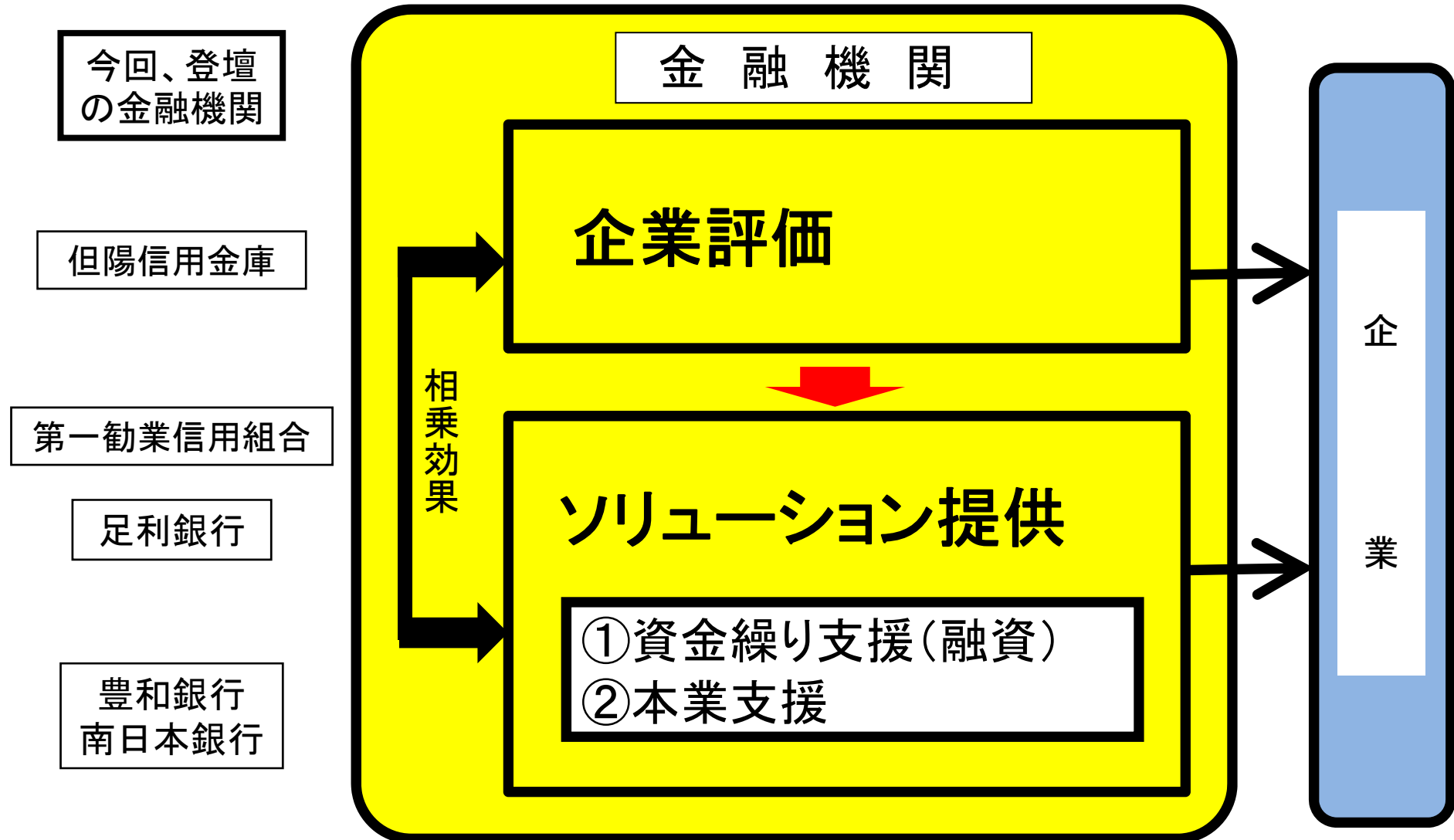
(2) 融資スタンスへの批判

- 融資スタンス(担保・保証に依存しない融資等)に対する厳しい声が多い。

金融機関に対する意見・要望



Ⅱ. 企業評価の新たな手法





1. 企業評価

(1) 企業評価の基本

【経営者との対話】

⇒ 取引先を訪問し、経営者をよく知る。

【現場の確認】

⇒ 工場や倉庫などの現場訪問で、操業状況や在庫等を把握する。

【周辺情報の収集】

⇒ 業界や地域の内情等をよく知る者の声を収集し、活用する。

(2)事業性評価シート

①事業性評価シート

事業性評価シート(Ver.1.0)

店番	店名	債務者名	信用格付	作成日
CIF番号		融資先番号	債務者区分	経営改善支援活動

1.ライフステージ

2.事業内容

業種	メイン	(サブ)
業種詳細	具体的な業種内容、及び兼業を記入(※医療～診療項目)	
事業内容特徴	特徴的事項(特殊資格、特許有無、人的財産、高度な技術等) ※診療時間、ベッド数、定員等	

3.業界動向

主力市場・業界 (地域・対象層)	主要マーケットや主要顧客層を踏まえた業界情報
業界地位	
売上高ランキング	位 / 社中
業界動向	りゅうざんネット 業種別審査辞典、経済・産業情報等より転記

4.経営者情報

代表者氏名	氏名	年齢
後継者	氏名	年齢
経営資質	現経営者の経営資質、事業承継予定等(後継者の続柄・いない場合今後の予定)	

5.サプライチェーン分析(ビジネスモデル俯瞰図)

仕入れ: 例:A社(サイト2ヶ月) 例:B生産業者(現金仕入) 例:C社(卸売り市場) サイト3ヶ月

業務支援: 例:●●事務所 例:▲▲開発研究所 ××銀行

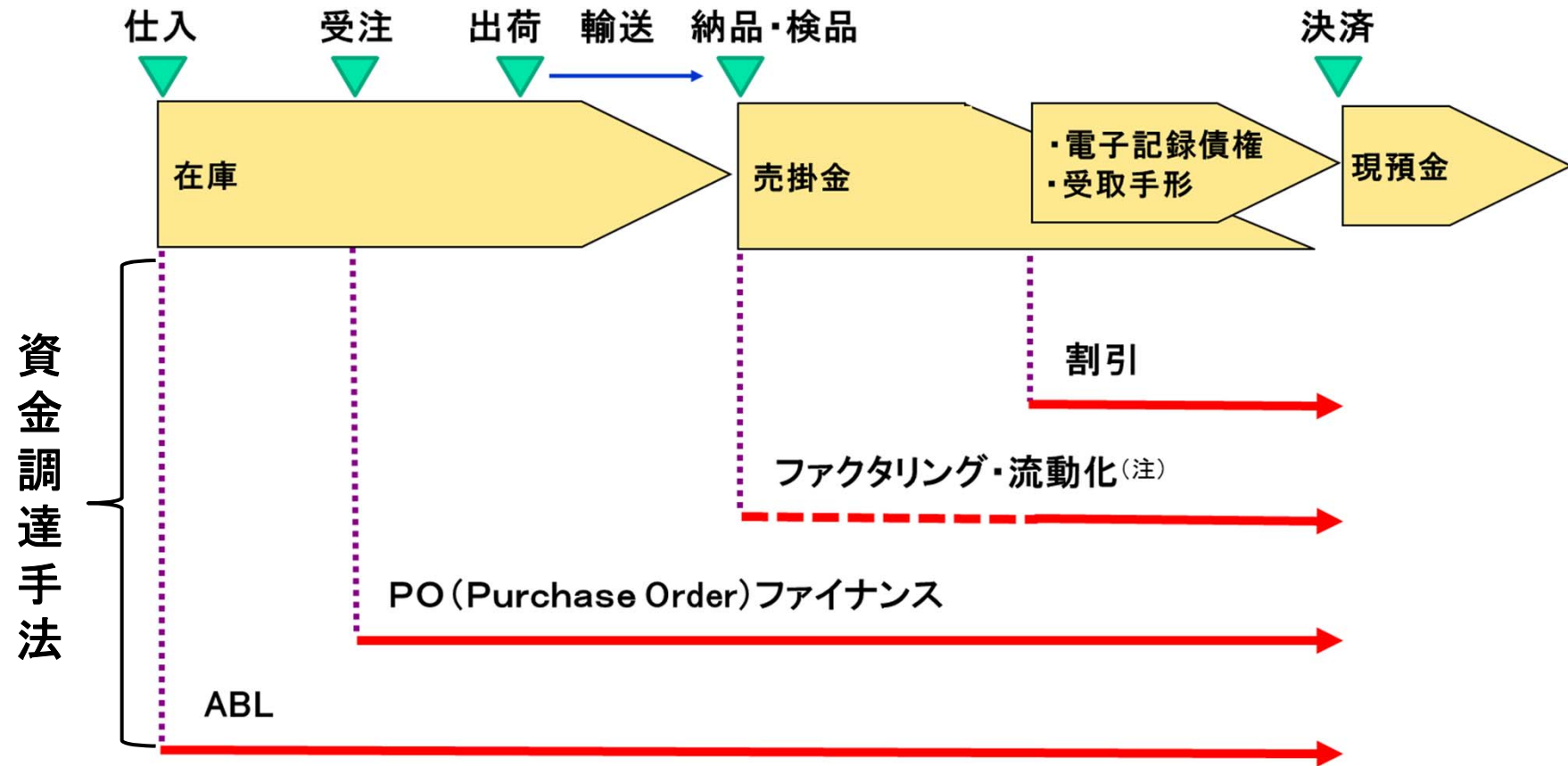
販売: 例:D大手スーパー(30%、サイト3ヶ月) 例:ネット通販(40%、サイト4ヶ月) 例:病院・介護施設等(20%、サイト2ヶ月)

6.事業性評価(SWOT分析)

内部環境	S(強み): 自社の強み、武器、得意分野等	W(弱み): 自社の弱み、課題、苦手領域等
	O(機会): 市場チャンス、法改正、競合撤退等	T(脅威): 外都要因、法改正、競合参入等
外部環境		
将来性・成長性	各ヒアリングおよびSWOT分析による評価(自社のニーズ:販路拡大、事業承継、節税等)	

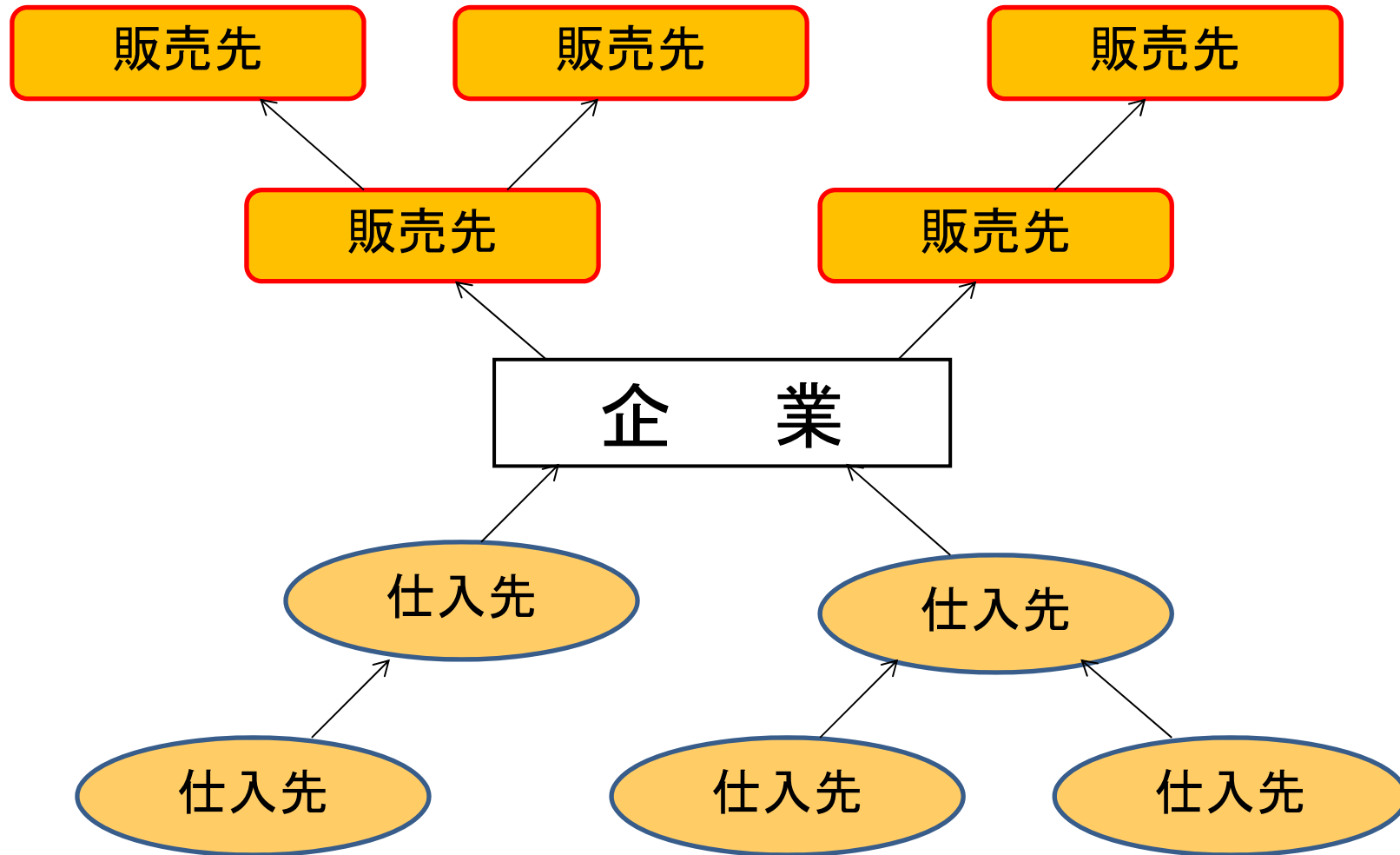
(出所)全国地方銀行協会「地域密着型金融の取組み状況(平成26年度)」の「『成長段階における更なる飛躍が見込まれる取引先へのサポート』の事例」における琉球銀行による「『事業性評価』に係る取組み」(2015年9月16日付)

②商流の把握<事業の流れとしての商流>



(注)ファクタリング・流動化は、検品直後に行われるものも一部にあるが、手形発行と同じタイミングで行われるケースが多い。

②商流の把握<ネットワークとしての商流>





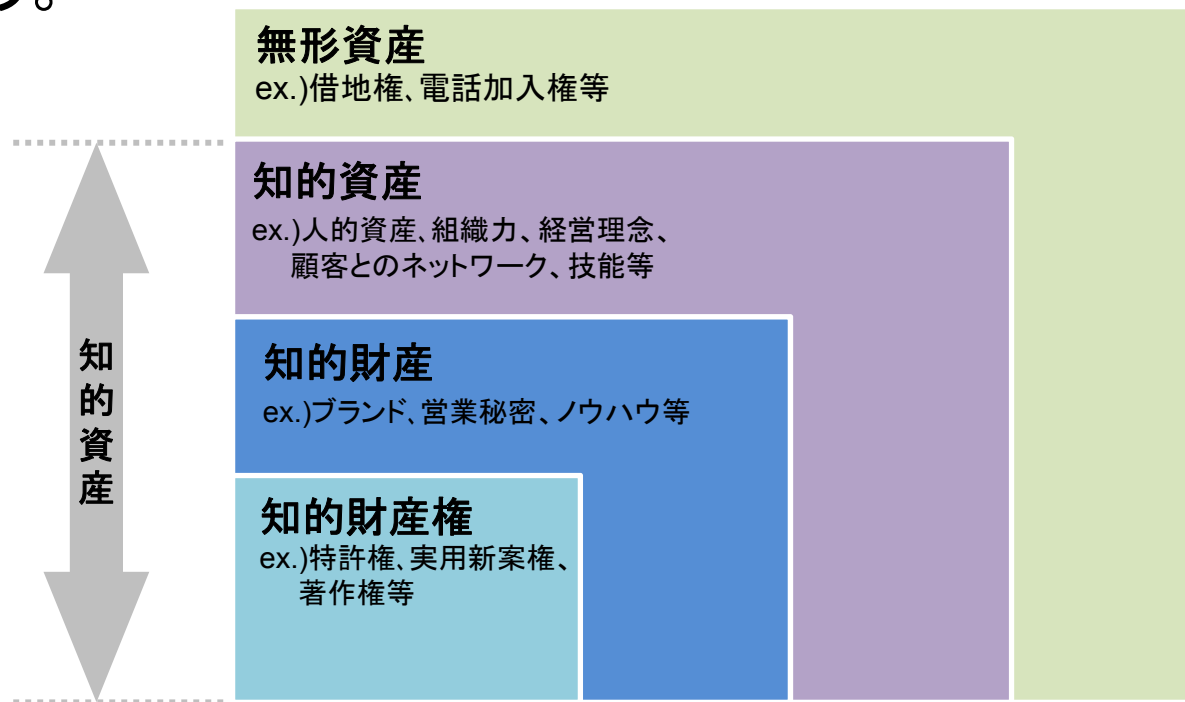
③SWOT分析

<p>強み (Strength)</p> <p>競合企業と比較して 優れている経営資源</p>	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>当社にとって有利な 事業環境</p>
<p>弱み (Weakness)</p> <p>競合企業と比較して 劣っている経営資源</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>当社にとって不利な 事業環境</p>

(3) その他の様々なアプローチ

① 知的資産

- 「知的資産」とは、「知的財産権」(特許権等)のほかに、人的資産、顧客とのネットワークなどを含む概念。
- 知的資産を活用して収益につなげる経営を「知的資産経営」という。



(注)上記の無形資産は、貸借対照表上に計上される無形固定資産と同義ではなく、企業が保有する形の無い経営資源全て。

(出所)経済産業省「知的資産・知的資産経営とは」

②技術の評価(知財金融)(その1)

・特許庁では、金融機関が融資・本業支援を行う際の参考資料として「知財ビジネス評価書」等の活用を推進。

▽「知財ビジネス評価書」のイメージ

保有特許 / 製品の評価

○新規性、独自性

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

○競合他社との優位性

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
A社 : □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
B社 : □□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

○保有する知財の有効性

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

特許等の技術の強さを評価

○市場規模と成長見通し

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

○知財や事業に関する課題

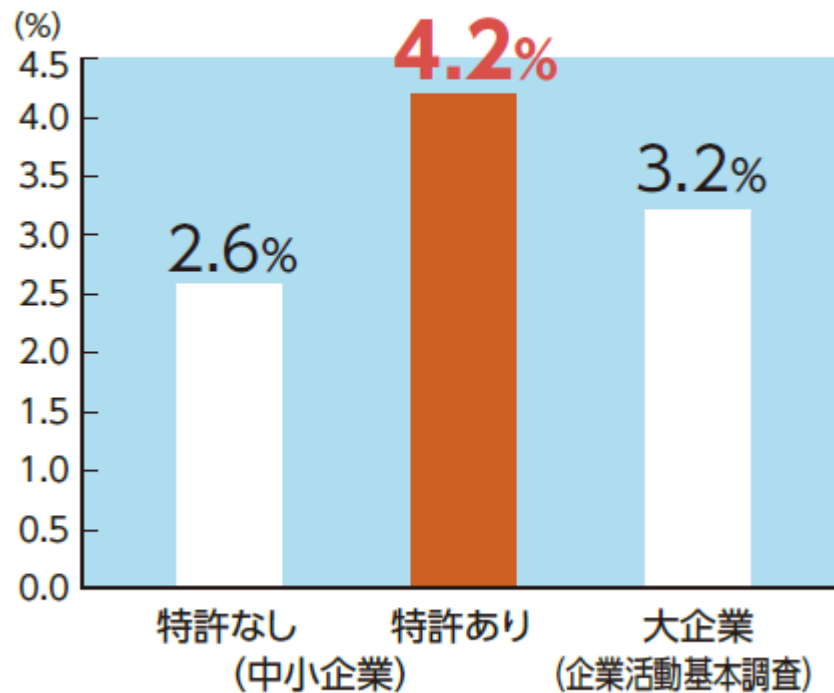
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□

今後の事業の成長性を評価

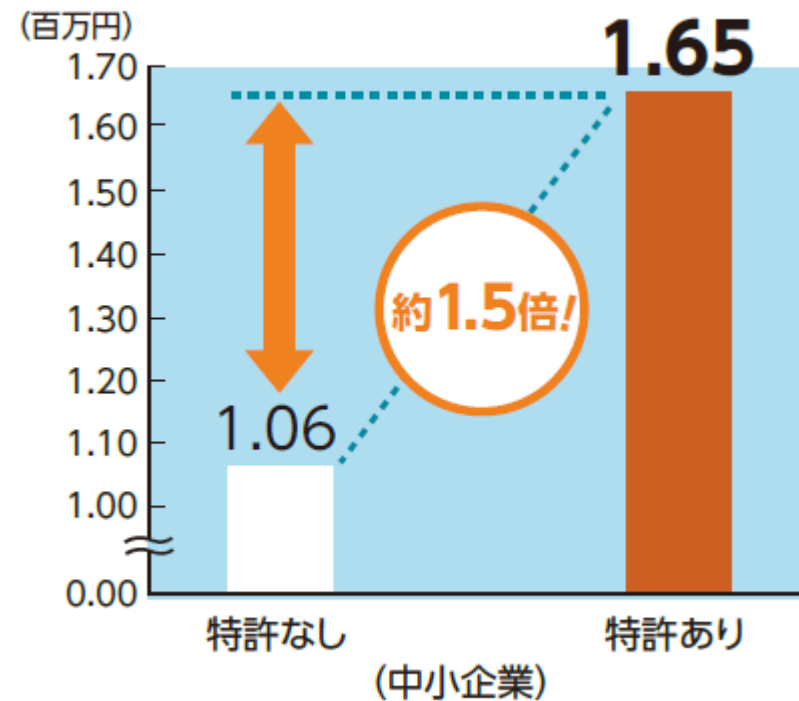
知財や事業に関する課題を指摘

(出所)特許庁「2017 中小企業の強みを評価しませんか？」を加工。

■特許権所有の有無と
売上高営業利益率



■特許権所有の有無と
従業員一人当たり営業利益



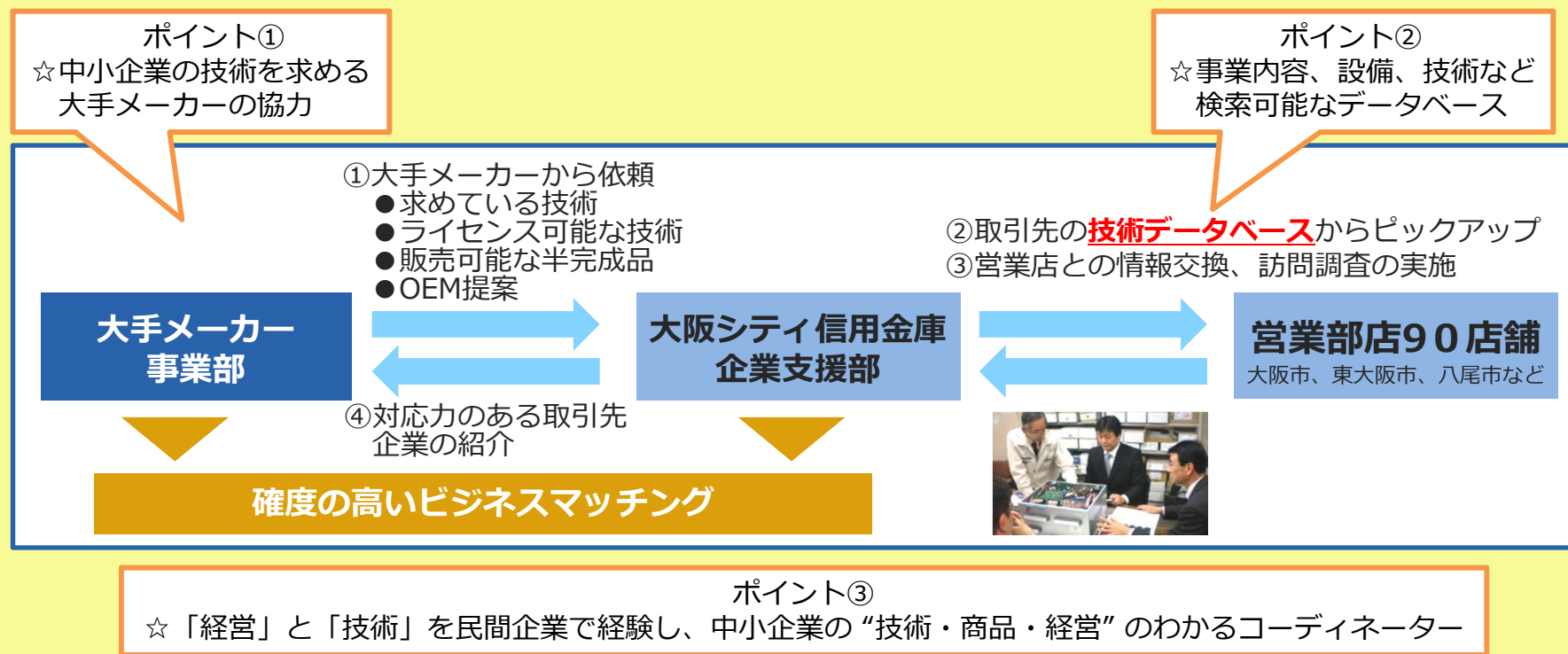
「平成27年度中小企業実態基本調査」(中小企業庁)、「平成27年度企業活動基本調査速報」(経済産業省)から作成

(出所)特許庁「2017 中小企業の強みを評価しませんか？」

②技術の評価(大阪シティ信用金庫)(その2)

- ・当金庫は、工学的知見に基づき、中小企業の事業内容・技術・設備・ノウハウのデータベースを構築。大手メーカーから2~3年以内に製品化を目指すための技術的課題をヒアリングし、ビジネスマッチングを実施。

シティ信金PLUS事業のスキーム図(販路拡大事業)

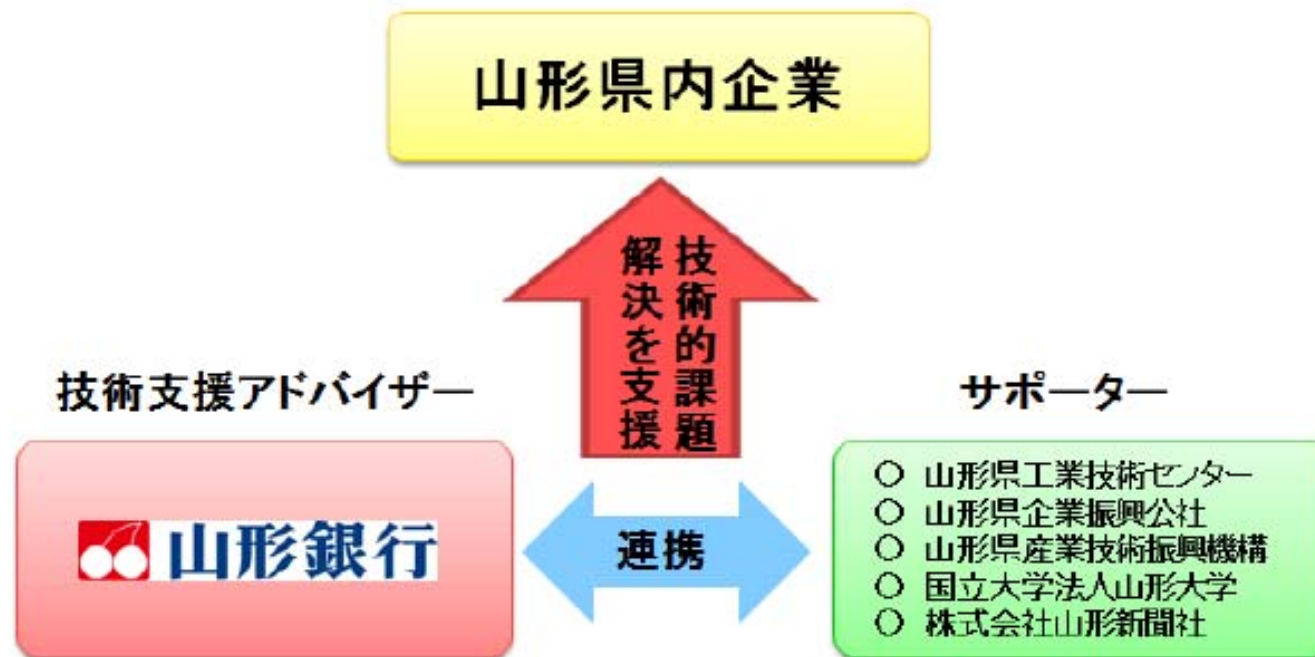


(出所)大阪シティ信用金庫

②技術の評価(山形銀行)(その3)

▽「ものづくり技術力向上支援プログラム」の概要

- ・当行は、(ア)工業技術センターOBを採用し、県内企業の技術を評価
(イ)官学等と連携し、技術的課題の解決や補助金申請を支援。

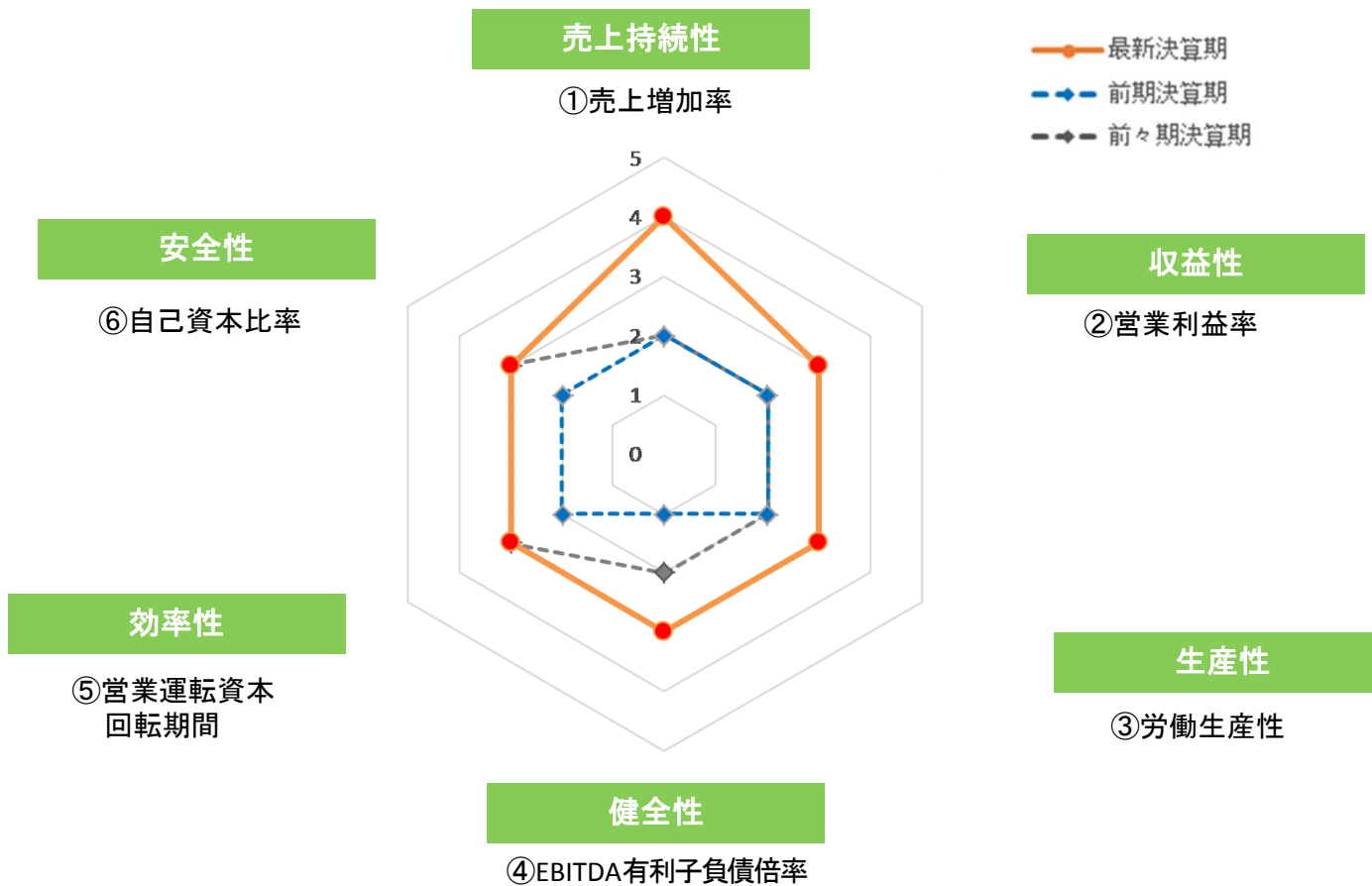


(出所)山形銀行

③ローカルベンチマーク





・ ローカルベンチマークは、企業経営者や金融機関が、企業の状態を把握して対話を行うための枠組み。

【定量分析】



(出所) 経済産業省「ローカルベンチマークについて」(2017年4月27日付)

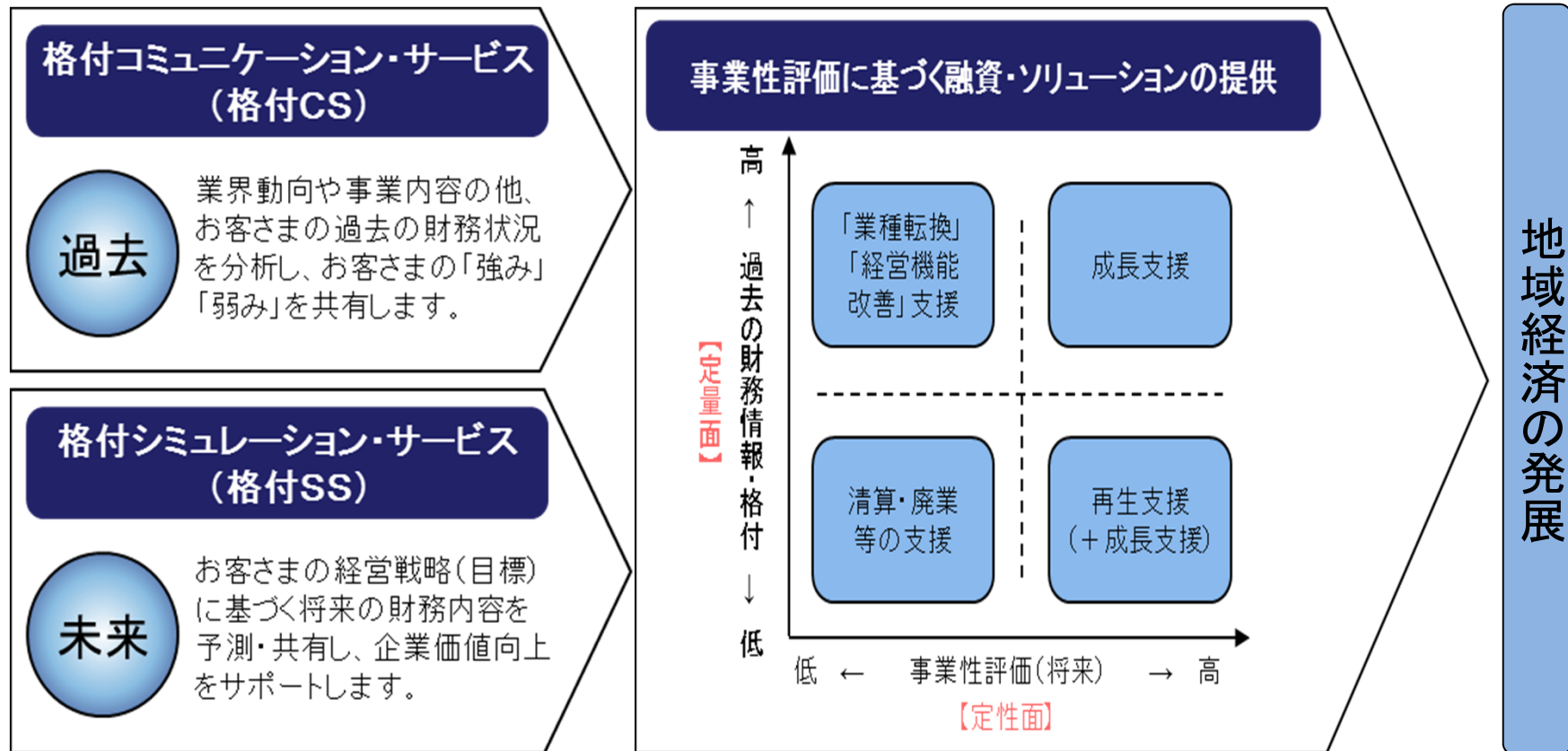
【定性分析】

01	経営者への着目	<ul style="list-style-type: none">◆ 経営者自身のビジョン、経営理念◆ 後継者の有無	
02	事業への着目	<ul style="list-style-type: none">◆ 事業の商流◆ ビジネスモデル、製品・サービスの内容、製品原価◆ 市場規模・シェア、競合他社との比較◆ 技術力、販売力の強み／弱み◆ ITの能力：イノベーションを生み出せているか	
03	関係者への着目 企業を取り巻く環境	<ul style="list-style-type: none">◆ 顧客リピート率、主力取引先企業の推移◆ 従業員定着率、勤続日数、平均給与◆ 取引金融機関数とその推移、金融機関との対話の状況	
04	内部管理体制への着目	<ul style="list-style-type: none">◆ 組織体制◆ 社内会議の実施状況◆ 経営目標の共有状況◆ 人事育成システム	

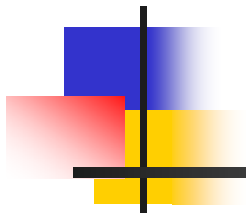
(出所) 経済産業省「ローカルベンチマークについて」(2017年4月27日付)

④格付シミュレーション(滋賀銀行)

・当行は、取引先に行内格付を開示してきた。最近は、さらに、取引先の事業計画を基に、将来の格付をシミュレーションして、取引先が「将来どうなるのか」を一緒に検討。



(出所)滋賀銀行

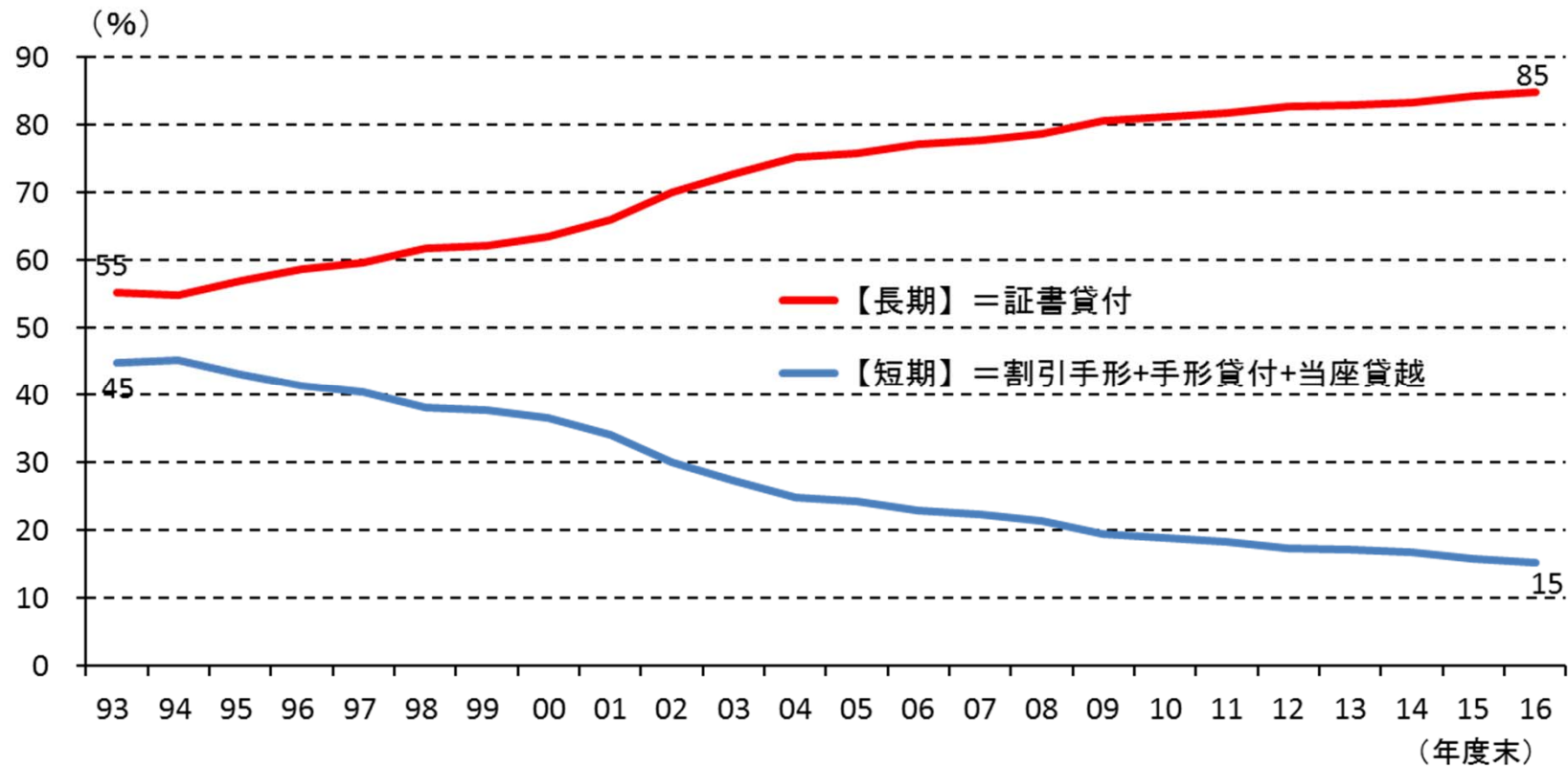


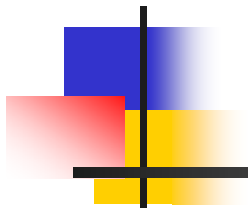
2. ソリューション提供

(1) 資金繰り支援(融資)

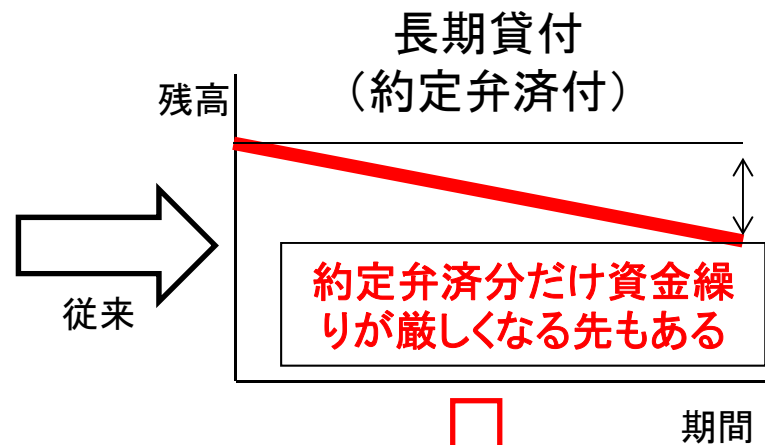
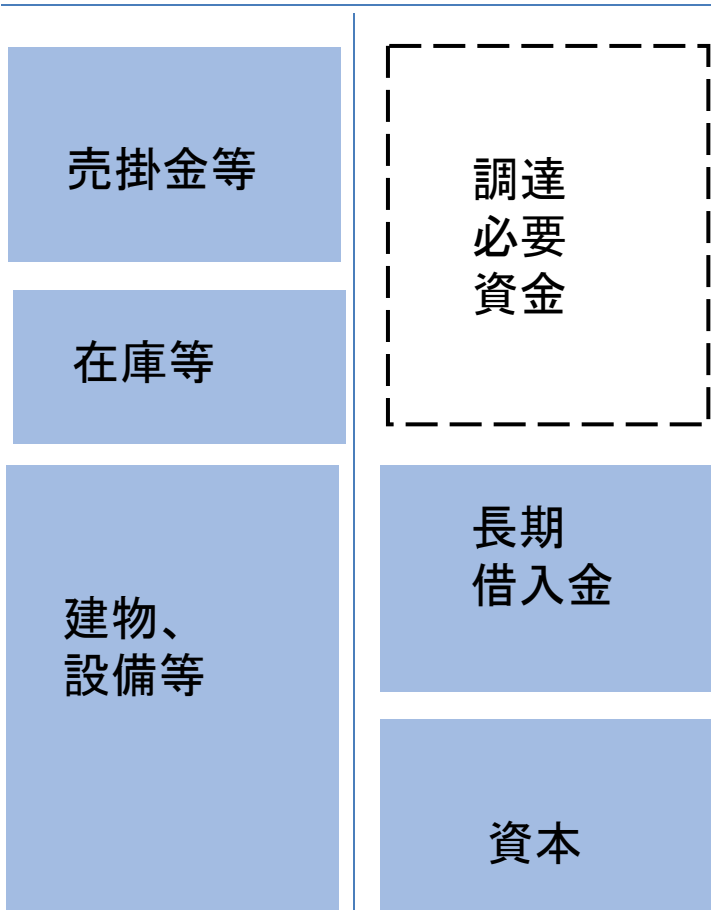
① 短期継続融資

(図表) 貸出金の長短ウェイト<国内銀行>

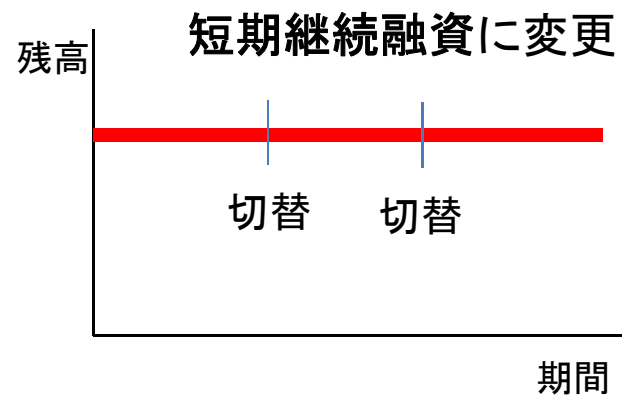




B/S



そうした先
への対応





②ABLの活用

・ABL (Asset Based Lending)とは


ABLとは、動産や売掛債権を担保とし、その評価・モニタリングを通じ企業実態を把握しながらリスク管理を行う融資手法。

・日本のABLの市場規模(億円)

年度	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
融資実行額	2,748	2,133	2,739	1,921	1,875	4,986	9,327	8,965	9,963
年度末残高	2,346	4,436	4,764	4,338	3,324	9,643	14,800	19,341	24,477

(出所)経済産業省

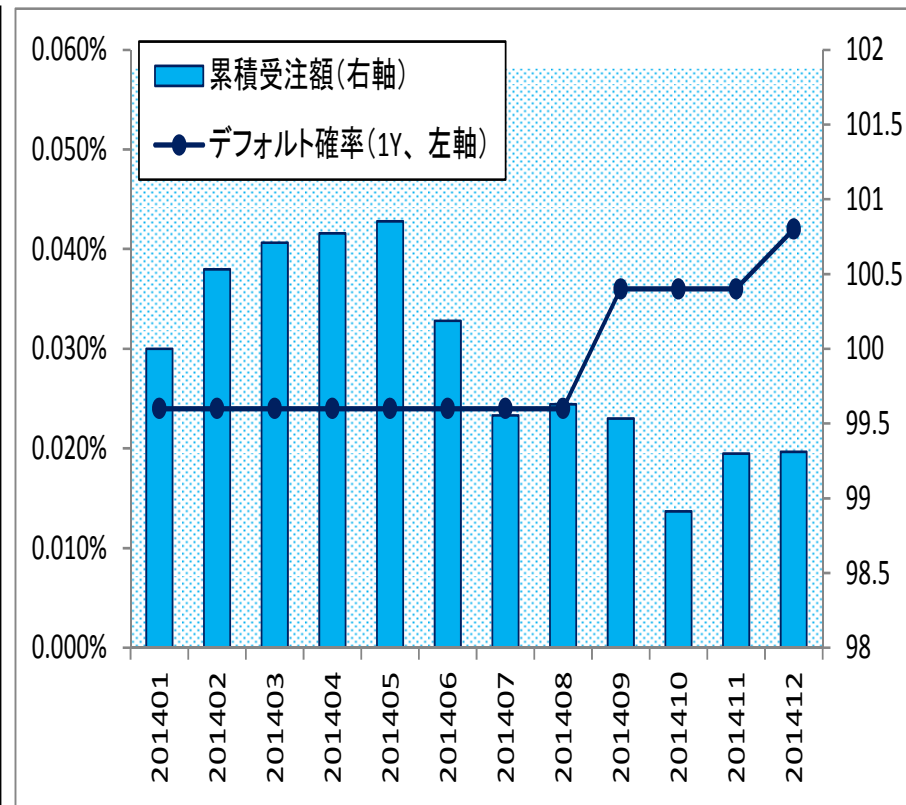
③ その他の商流情報の活用(その1) < 受注情報を活用した信用リスク評価 >



日本銀行ワーキングペーパーシリーズ

企業の受注情報の貸出業務への活用可能性
 の検討
 —受注情報を用いた企業評価というFinTech的試みと事例研究—

山中卓*
 Suguru.yamanaka@boj.or.jp

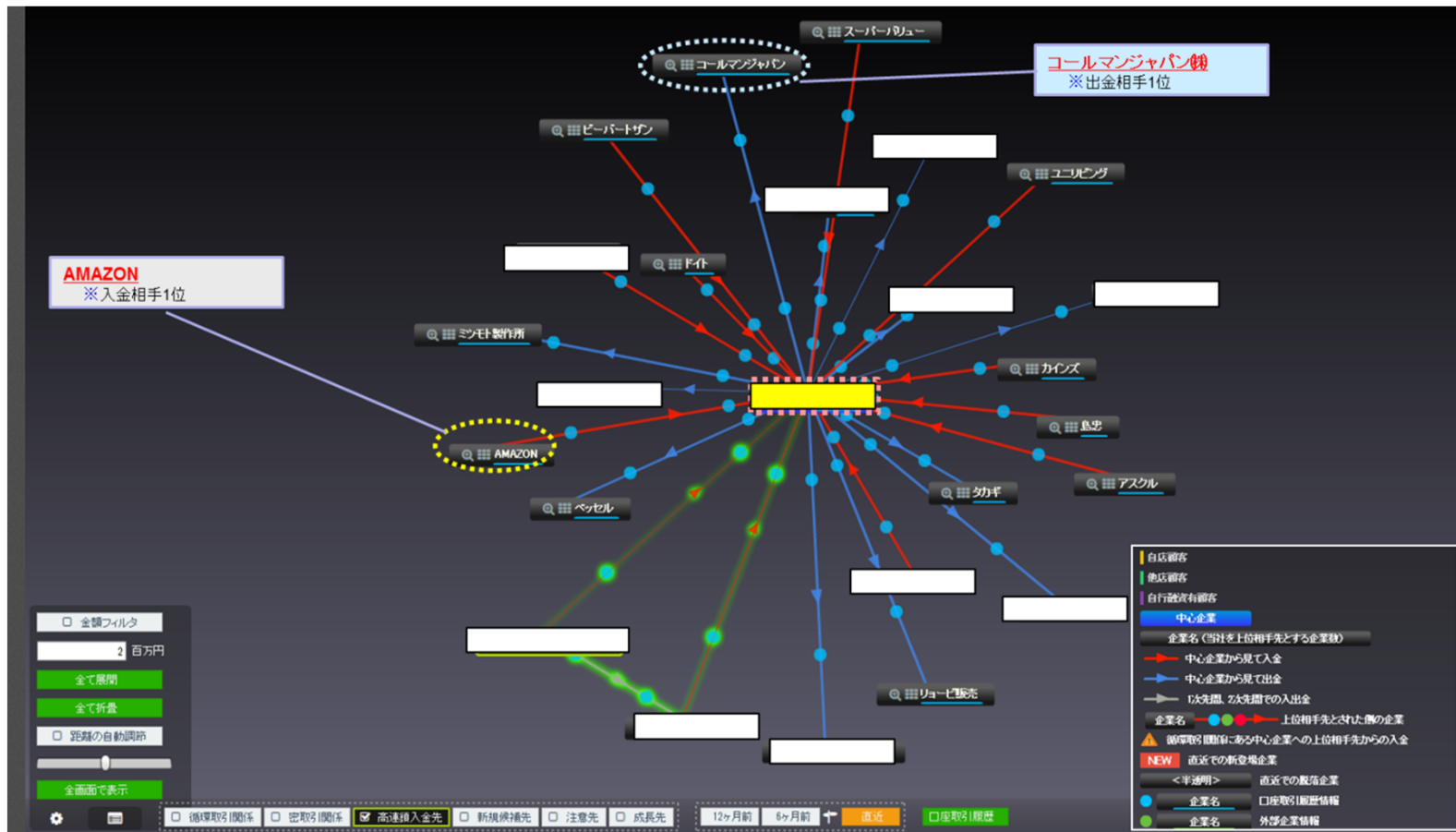


No.16-J-10 (2016 年9月)

図: 小島プレス工業(株)のデフォルト確率(1年)の試算結果. 実線(左軸)がデフォルト確率, 棒グラフ(右軸)は過去1年間の累積受注額であり, 累積受注額は2014年1月時点をもとに100としてスケールした。

③ その他の商流情報の活用(その2) ＜金融機関口座情報の活用＞

- 入出金情報を利用して商流ネットワークを把握。



(出所) 日本リスク・データ・バンク(ITを活用した金融の高度化の推進に向けたワークショップ第4回資料)

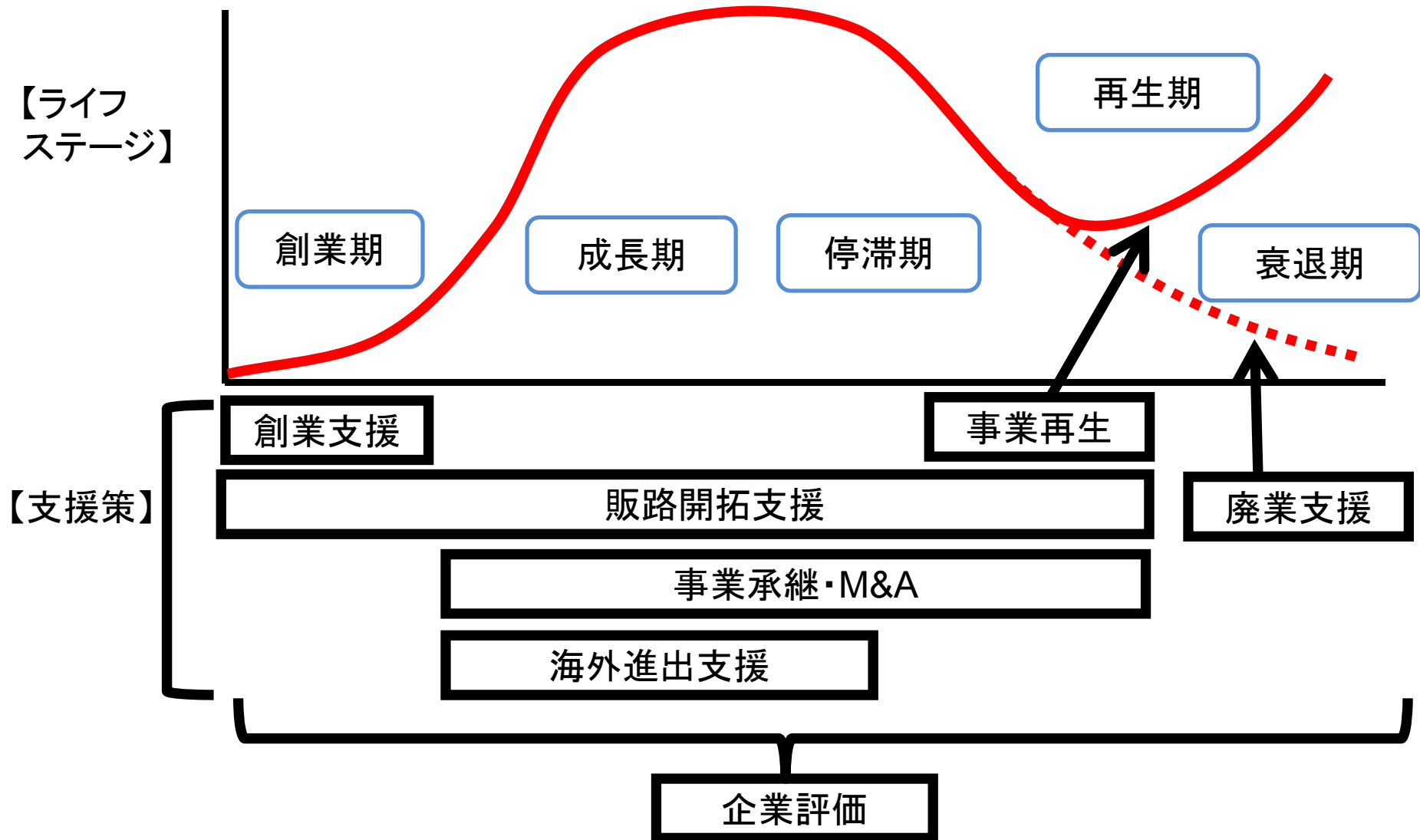
- ・口座情報に基づく動態スコアリング (DynaMIC RANK) の利用により、財務ランクが低い中でも、与信できる先の抽出が可能。

財務 ランク	DynaMIC RANK										総計	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
2	0.00%	0.20%	0.34%	0.00%	0.00%	0.00%	1.67%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.14%
3	0.00%	0.00%	0.31%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.43%	0.00%	0.00%	3.85%	0.14%
4	0.00%	0.00%	0.00%	0.71%	0.42%	0.00%	0.65%	2.38%	0.00%	0.00%	4.65%	0.36%
5	0.00%	0.00%	0.34%	0.34%	0.00%	0.79%	1.46%	2.38%	1.96%	0.00%	7.14%	0.77%
6	0.00%	0.00%	0.81%	0.41%	0.00%	1.03%	1.18%	1.07%	3.60%	0.00%	9.17%	1.23%
7	0.00%	0.00%	0.53%	0.89%	1.63%	0.95%	2.26%	1.63%	1.07%	0.00%	6.21%	1.51%
8	0.00%	1.53%	2.03%	1.68%	1.93%	2.71%	3.79%	1.71%	5.22%	0.00%	8.14%	3.19%
9	0.00%	0.00%	1.18%	0.74%	3.02%	3.94%	3.24%	3.32%	5.77%	0.00%	10.05%	4.46%
10	7.41%	0.00%	7.32%	3.95%	3.94%	5.38%	6.74%	8.90%	9.82%	0.00%	18.86%	10.88%
総計	0.06%	0.11%	0.60%	0.64%	1.06%	1.77%	2.79%	3.30%	5.12%	12.40%	0.00%	2.28%

(出所) 日本リスク・データ・バンク作成資料

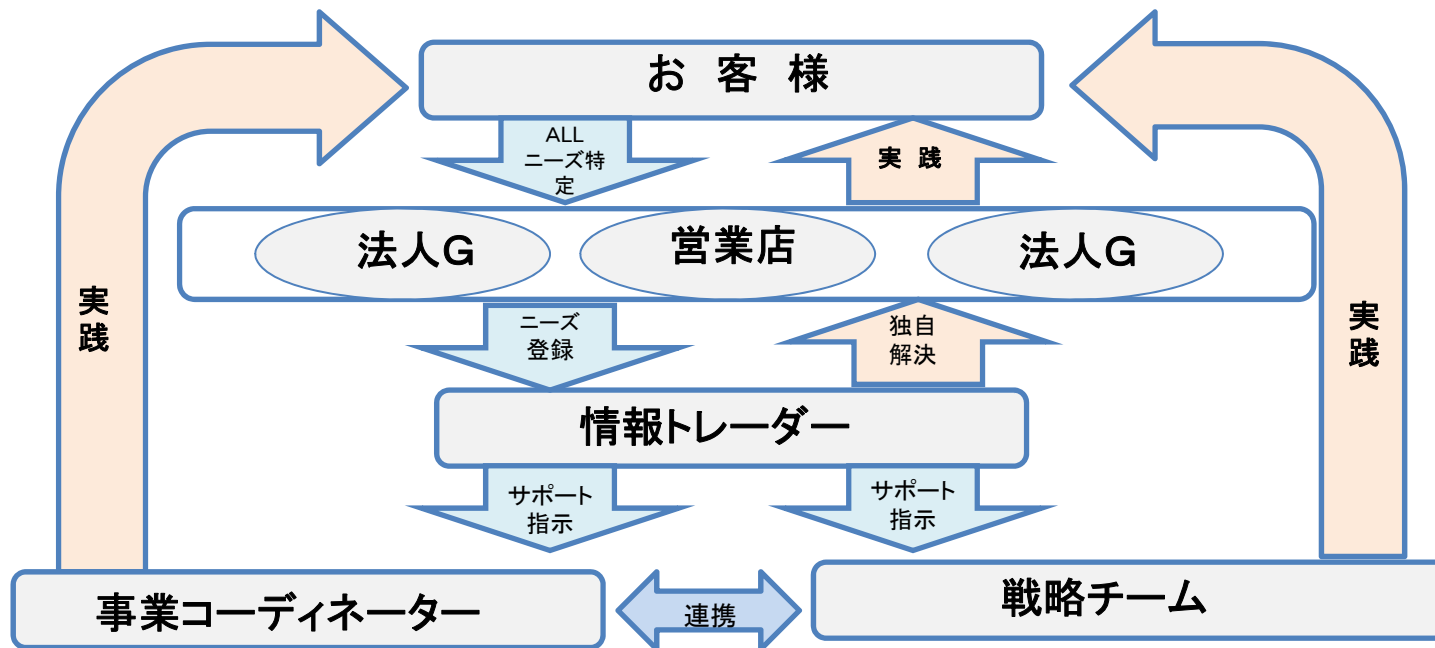
(2) 本業支援

① 企業のライフステージに合わせた支援



②本業支援の体制整備(きらやか銀行)

- 取引先に対する「本業支援」を前面に掲げた営業を展開。



(出所)きらやか銀行

- ①営業店の担当者が、顧客の課題を「統合顧客管理システム」に入力。
- ②本部は、入力された課題のうち、本部の支援が必要かどうかを判断。支援が必要な案件に対しては、事業コーディネーター等がサポート。
- ③顧客から示された課題には、3営業日以内のレスポンスが原則。

③ 営業店主導による事業等の分析(みちのく銀行)

・「戦略ミーティング」は、部店長や法人営業担当者が参加し、営業店全体で「本業支援」の具体策を検討する場。担当者だけでは気づきにくい課題や解決策の発見が可能。

- 一 商流情報等を蓄積した「KeyMan」システムを戦略ミーティングに活用。



(出所)みちのく銀行



本資料に関する照会先

日本銀行金融機構局金融高度化センター

電話 03-3277-1135

email caft@boj.or.jp

- 本資料の内容について、商用目的での転載・複製を行う場合は予め日本銀行金融機構局金融高度化センターまでご相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。
- 本資料に掲載されている情報の正確性については万全を期しておりますが、日本銀行は、利用者が本資料の情報をを用いて行う一切の行為について、何ら責任を負うものではありません。