鬼みち（おにみち）
高浜市観光協会提供

【場 所】
名鉄高浜港駅から三河高浜駅を結ぶ約4.5kmの散策コース

【問い合わせ】
TEL:0566-52-2288
（高浜市観光協会）

高浜の文化的シンボルである瓦の歴史やさまざまな表情を発見することができる「鬼みち」。
寺社や民家の屋根、道路や壁面を彩るさまざまな鬼瓦・飾り瓦を楽しむことができます。見どころとして特におすすめなのは、高浜港駅前にある高さ・幅が約4mの「巨大鬼面」、かわら美術館北にある高さ8mの「衣浦観音像」、瓦を焼成していた窯が保存されている「サロン赤窯」などです。
名所・旧跡や地場産業、自然の魅力資源の有無などが審査基準となる“美しい日本の歩きたくなるみち500選”のひとつにも選ばれています。

「ちょっと」に、ちゃんと。
碧海信用金庫

愛知県安城市御幸本町15番1号
http://www.shinkin.co.jp/hekishin

〈企画・編集〉総合企画室 広報調査課
TEL0566(77)8102

2013年8月発行

Hekikai Report

Hekishin Business Report quarterly Summer 2013

vol. 19 夏号

企業訪問
地域の躍動企業（団体編）

高浜とりめし学会 高浜とりめし学会代表　石川　伸　氏
高浜市商工会会長　石原 順二　氏
高浜市商工会事務局次長　中川 豊文　氏

地域の景気動向 平成25年6月調査

ビジネスリポート
上司と部下のギャップを探れ! 5
「なぜドリルが欲しいのか?」顧客のニーズを掘りさげろ!

経営のヒントとなる言葉 長嶋茂雄

へきしんディスクロージャー
2013年度第1四半期

トピックス
NISA（少額投資非課税制度）のご案内
教育資金専用口座のご案内
ローンプラザ豊明を新設
刈谷北支店を新築オープン

碧海信用金庫

Special Interview

企業訪問 地域の躍動企業

高浜中央支店お取引先　（団体編）

高浜とりめし

高浜とりめし学会

高浜とりめし学会代表
石川 伸　氏

高浜市商工会会長
石原 順二 氏

高浜市商工会事務局次長
中川 豊文 氏

三州瓦で有名な高浜市では古くから養鶏業も盛んであり、郷土料理として戦前から伝わる「とりめし」は昔から各家庭で愛され、祭りや法事など皆が集まる場にはかかせない存在。この郷土料理である「とりめし」を高浜名物として全国に広めていくため、平成22年6月に「とりめしでまちを盛り上げよう」と商工会の仲間で発足した「高浜とりめし学会」。

今回、「とりめし」で地元、愛知で開催されるB－1グランプリ全国大会に出展する高浜とりめし学会の石川代表ならびに高浜市商工会の石原会長、高浜市商工会の中川事務局次長にお話をうかがいました。

左から高浜中央支店為井支店長、高浜市商工会石原会長、高浜とりめし学会石川代表、高浜市商工会中川事務局次長、高浜支店成瀬支店長

戦前から伝わる高浜の味

高浜市のとりめしについて教えてください。

今から約100年前、明治37年の日露戦争に従軍した加藤弥七氏が養鶏の知識を持ち帰り、その将来性に着眼し、地元高浜で養鶏業を始めました。家の庭先でにわとりを飼い、自家消費があたりまえであった時代に養鶏研究を重ねた結果、にわとりの人工孵化に成功し、卵の量産化の礎を築きました。当時、卵はとても高価なものであり、養鶏業は農家の現金収入の副業として広まり、多い時は高浜市内で50万羽ものにわとりが飼われていました。

三州瓦にならぶ高浜市の地場産業となり、卵の生産が盛んになると同時に、卵を産まなくなった老鶏を貴重なタンパク源として食べる文化が始まりました。その代表的なものが「とりめし」です。卵を産まなくなった老鶏の肉は硬いため、薄くスライスし、具材はとり脂でいため、たまりと砂糖で、水を使わずに具を炊き、炊き込みではなく混ぜご飯にするのが特徴です。

食べ方にも特徴があり、先ずはそのまま食べて、とりめし本来の味を楽しみ、次は白湯をかけて、好みで薬味をのせてサラッと食べる。鶏肉は、たんぱく質が非常に多く含まれており、低カロリーでビタミンA、ビタミンBも豊富なため、子どもからお年寄りまで安心して食べられます。手軽でおいしく、栄養がつまっているのが「高浜とりめし」なのです。

地区によってレシピが異なるのですね。

養鶏業が盛んな高浜市吉浜地区内の神社には昔から代々とりめしのレシピが伝わっているのですが、吉浜八幡社のある上地区と吉浜神明社のある下地区ではレシピの内容が異なるのです。上地区では、米と鶏肉を中心としたシンプルなとりめしです。一方、下地区では、米、鶏肉に加え、しいたけやにんじん、油揚げなどが入った具の多いとりめしです。とりめしは地域や家庭によって特徴があり、歴史を感じさせる食文化となっています。昔は、企業食ではなく、お店で積極的に食べられていたものでもなく、各家庭で食べられているものであり、まさしく高浜のソウルフードなのです。

現在は多種多様なとりめしがありますね。

今日では、とりめしを盛り上げるため、「とりめし＝混ぜご飯」の概念にとらわれず、自由な発想で市内の飲食店の皆さまにも協力していただき、さまざまなとりめしが誕生しました。ハンバーガー風や寿司などにアレンジしたものもあります。また、味のバリエーションも増え、昔から伝わるしょうゆ味に加え、みそ味、さらにはスパイスを効かせたインド風、イタリアン、フレンチなど多種多様なとりめしがあります。これらのとりめしはそれぞれの協力店で味わうことができます。

現在の高浜のとりめしの定義は、「①鶏肉と米を使った料理である。」、「②食材は、できる限り地元調達とする。」の2つのみとしました。だからこそ自由な発想でバリエーション豊富となったのです。また、地域の優れた資源として「愛知県地域産業資源」に認定されています。

高浜とりめしお田植え祭

学会設立2年目で、見事「B－1グランプリ」に初出展!

高浜とりめし学会設立のきっかけについて教えてください。

高浜とりめし学会はB－1グランプリに出展することを目的として設立されたわけではありません。とりめし学会の前身は、今から3年前に商工会の食品部会と女性部の連合で設立した地域活性化を目指した会なのです。当初から、まちおこしにとりめしを使おうとしたわけではなく、高浜の特産品で何か名物料理を創りたいという思いから始まりました。

以前に、にわとりの卵を使った料理でまちおこしをしようと取り組んだことがあります。まちを盛り上げ、市民の全員で楽しんでいただこうと、一般の市民の方から飲食店の方まで幅広く卵を使った創作料理を募集しました。当時は、それなりに盛り上がりはしましたが、高浜の名物料理といえるほどまでは浸透しませんでした。

3年前、「もう一度、食べ物でまちおこしがしたい。」という思いから、食品部会と女性部の取り組みとして再スタートしたのです。そのとき、何があるのかなと考えた末、2つの案が挙がりました。1つ目は「たまごかけご飯のまち、高浜。」、2つ目は「とりめしのまち、高浜。」です。たまごかけご飯に関しては料理ではないとの意見から不採用となりましたが、とりめしに関しては多くの方からさまざまな意見が述べられたのです。これだけ多くの意見が述べられるということは、市民の方はとりめしに対してさまざまな思いがあり、関心が高いということです。その時、「とりめしでイケる。」と確信しました。とりめしでのまちおこしに女性部も協力していただき、先ずは地区や家庭によって異なるとりめしの統一メニューを作ろうと始まったのが高浜とりめし学会設立のきっかけです。

B－1グランプリとの出会いは?

毎年、春と秋に、高浜の文化的シンボルである「瓦」の原料の粘土を使ったランプシェードとその歴史や旧海岸筋の旧跡をたどることができる「鬼みち」を主点として「鬼みちまつり」が開催されます。この鬼みちまつりでとりめしのPR活動を始めました。とりめしを多くの人々にPRすることで、高浜のまちを知っていただこうとさまざまなイベントで活動する中、B－1グランプリの存在を知り、平成22年9月に厚木で開催されたB－1グランプリに視察に行きました。B－1グランプリ厚木大会は43万人を超える来場者数を誇り、テレビ中継も行われ、私たちの想像をはるかに超える規模でとても驚きました。自分たちもこのような大規模なイベントで高浜のとりめしをPRしたいと考え、B－1グランプリについていろいろ調べました。

私たちの高浜とりめし学会は、そもそもとりめしを売るのではなく、とりめしを媒体として人と人のつながりを作り、まちおこしができればよいと考えています。私たちの考えは、「料理を通じて地域をPRすることで、地域活性化を目的としたまちおこしのためのイベント」であるB－1グランプリの目的と全く同じであったのです。

B-1グランプリに出展するには愛Bリーグの正会員である必要があります。早速、私たちはB－1グランプリへの出展資格を得るために入会手続きを行い、引き続きとりめしによるまちおこしの活動に努めた結果、最速の2年という期間で正会員として承認され、B－1グランプリ全国大会への資格を獲得し、昨年開催された北九州大会に初出展を果たしたのです。

高浜とりめし学会

高浜とりめし学会代表　石川 伸 氏
高浜市商工会会長　石原 順二 氏
高浜市商工会事務局次長　中川 豊文 氏

いざ、B−1グランプリin豊川

前回の北九州大会出展後の反響は？

県下の会合に出席した時などに、皆さまから「とりめしでがんばっていますね！」、「高浜市のようにB－1グランプリ全国大会に出展できるようになるには？」など、よく声をかけられるようになりました。また、昨年はサークルKサンクスでとりめしおにぎりを商品として10日間で10万個を販売しました。このことからみても、経済波及効果はかなり出てきているのではないかと推測されます。しかし、我々の思いは経済波及効果だけではなく、その地域の中で人のつながりなどプライスレスの価値観をどのように形成していくのかが、重要なのではないでしょうか。

大会に向けてとりめしのお米作りから始められましたね。

今年の5月25日に、11月に開催されるB－1グランプリin豊川大会で出展するとりめし用のお米を作ろうと「高浜とりめしお田植え祭」と称し、子どもから大人まで約120人が参加して田植えを行いました。自分たちがお客さまをお迎えするのであれば、何が最高のおもてなしの料理になるのかなと考えた時に、「よそで作ったものではなくて自分たちが作ったものでおもてなしをすることが最高のご馳走となる」との思いから地元産のお米を約2000平方メートルの田んぼで一から作ることにしたのです。

参加者で横一列となり、県を代表する味やつやの良い「あいちのかおり」の苗を植えました。田んぼの脇には「高浜とりめしのお米を栽培しています。」の立て看板も設置しました。肥料には鶏ふんを使用しており、まさににわとりによる循環型農業となっています。秋にはB－1グランプリで使う1万2000食分のお米を収穫する収穫祭を予定しています。引き続き、市民の皆さまに興味を持っていただき、楽しんでいただける活動を行っていきます。

高浜とりめしお田植え祭

他にも市民の方々が楽しめるさまざまな活動をしていますね。

先にも述べたとおり、とりめしは地区によって特性があります。B－1グランプリ豊川大会への出展に向けて、今回出展するとりめしを1種類に絞る必要があります。ここで、上地区タイプのシンプルなとりめしと下地区タイプの具の多い2種類のとりめしを1000人分用意し、春の鬼みちまつりで1000人による食べ比べイベントを行いました。市民からの投票により、豊川大会にはシンプルなとりめしで出展することを決定しました。何事も市民の皆さまに興味を持っていただき、楽しんで参加していただくことを心掛けています。

全国大会（11月9日、10日）へ向けて!

また、今年6月の食育の日の19日には、市民の皆さまに計2万食のとりめしを食べていただこうというイベント「チャレンジ20000食とりめし」を開催しました。高浜市の人口4万6千人の半分近くの2万食を目指し、学校給食や工場の食堂、飲食店、各家庭で食されました。市内の中学校では地域の人を招き、生徒と楽しく味わうことができました。結果、目標の2万食には達しませんでしたが、とりめしにより地域の人と人のつながりが広がり、とてもうれしく思います。

高浜とりめし学会のマスコットキャラクター「めしどりちゃん」も市民からの公募により平成22年6月に誕生し、今年4月1日には、市の特別住民に登録されました。めしどりちゃんは高浜市の味の宣伝係としてさまざまなイベントなどを通じて、とりめしをはじめ高浜市の歴史や文化を多くの人に伝える活動に一役買っています。他にも、とりめしを提供するお店を紹介した「高浜とりめしMAP」を作成したり、とりめしの応援ソング「とりめしの唄」や市内の高校生から一般市民で結成された「TCG48（高浜チキンガール）」でイベントを盛り上げています。また、市のクールビズの一貫としてとりめしポロシャツを市職員の方々が着用してくださるなど、サポーターとして応援していただき、今や、市民全体でまちおこしを行い、皆さまが楽しめるまちづくりに取り組んでいます。

チキンヘッドを被ったTCG48

ボトムアップで我らのまちをつくり、子どもたちによいまちを残したい。

「まちおこし」の先にある「まちづくり」に目を向けているのですね。

高浜市は碧海5市の中心に位置しながら、県内の人でも高浜市から少し離れたところになると「高浜市ってどの辺だっけ？」などとよく言われる小さな市です。県外になると高浜市と言っても知らない人も多く、「三州瓦のまち、高浜です。」と言わなければなかなか分かっていただけません。そこで、高浜市では、三州瓦に加え、他のものでもまちおこしをしたいと考え、昨年は堤幸彦監督の監修のもと、市民の皆さまが出演した映画「タカハマ物語」が製作されました。「三州瓦」、「タカハマ物語」に次ぎ、今回は3本目の矢となる「とりめし」で高浜の名を全国に知っていただき、さらなるまちおこしを目指します。

まちおこしは商工会などがトップダウンで進めてもなかなか上手くいかないと考えています。ボトムアップで市民のみんなが「我らのまちをどのようにつくり上げるべきか」を考え、市民のみんなで協力し、楽しみながら参加できる「まちおこし」を行うことで、理想とする「まちづくり」ができると考えています。

どのようなまちを目指しているのですか？

例えば、子どもの頃によく食べた地元の郷土料理を東京の銀座で食べることができたのならば、そこで育った人たちにとってはお国自慢となり、それはとても大切なことだと思います。子どもたちが大きくなって、自分たちのふるさとを自慢に思う気持ちを我々がつくることができれば、たとえ、そのまちが小さくてもそのまちの人口は減ることなく、栄えていくと考えています。

高浜は小さなまちであるがゆえに、まとまりも良く、大きなまちに先んじてやれることがいろいろあります。小さなまちであるという弱みを逆に強みとし、このような強みを探し出していくことが我々の仕事だと思っています。子どもたちが将来誇れる楽しいまち。小さなまちが大きなまちの憧れとなる。まさにブータンのようにみんなが「憧れるまち」を子どもたちに残したいと考えています。

特別住民「めしどりちゃん」

団体プロフィール

団　体　名　高浜とりめし学会
事　務　局　愛知県高浜市湯山町6-7-3
　　高浜市商工会内　TEL：0566-53-1827
ホームページ　http://torimesi.com/

平成25年11月9日（土）、10日（日）に、豊川稲荷周辺で開催される
「B－1グランプリin豊川」へ出展します。
応援よろしくおねがいします。

高浜とりめしレシピ

●材料（4人分）

- 米……3合
- 醤油……65cc
- 水・煮汁……米と同量
- 酒……30cc
- 鶏肉（廃鶏）…200ｇ
- みりん…… 30cc
- 人参……300ｇ
- 砂糖 ……60ｇ
- 油揚げ……1.5枚
- 干し椎茸 …… 15ｇ

※シンプルなとりめしは人参、油揚げ、干し椎茸を使用しません。

●作り方

①米は洗米して30分置く。
②干し椎茸は戻しておく。人参・油揚げ・椎茸は短冊、鶏肉は小口切りにする。
③鶏肉は、とり脂で炒める。鶏肉の色が変わったらみりんを入れる。砂糖・醤油・酒・人参・椎茸・油揚げを入れて煮る。
④煮た材料をざるでこし、出た汁で米を炊く。
⑤炊き上がったところへ、具材を入れて数分蒸らす。
※ご家庭で調理される際には、お好みの味に加減してください。

全業種 D·I　業況D·I　2期連続で改善

- 平成25年4-6月（今期）のへきしん取引先業況D·I全業種は、前期▲13.6より改善し▲9.8であった。円安や海外需要の持ち直し、株高の進行などによる消費者マインドの好転が寄与した。
- 平成25年7-9月（来期）の見通しは、▲5.3と若干の改善が予想されている。先行きに対しての見方は慎重なものの、景気回復への期待感がうかがえる。
- 日銀短観（平成25年6月調査）によると、中小企業（5,421社）の業況判断指数（D·I）は3月実績▲12、6月実績▲8と4ポイント改善した。先行き予想も▲5と3ポイントの改善が予想されており、へきしん取引先業況D·Iと同様に先行きに対する見方は改善傾向にある。
- 前期に比べ、売上D·Iは若干悪化したものの、収益D·Iは僅かに改善した。来期は両項目ともに改善が予想されており、先行きに対しても景気回復の見方が示されている。
- 人手D·Iは8期連続マイナスとなった。来期見通しも▲11.4と人手不足感の高い状態が依然続く。

業種別 D·I　自動車部品製造業は、今期は僅かに悪化したものの、来期はプラスに転じる見込み

- 製造業は、前期▲17.8から改善して▲7.9となった。来期も▲2.4と予想され3期連続で改善する見通しである。景気回復への期待感がうかがえる。
- 中でも、地域の基幹産業である自動車部品製造業は、大幅に改善した前期実績▲1.5から今期▲3.0へと僅かに悪化したものの、円安基調や景気回復への期待感から、来期は1.5とプラスに転じる見込みである。
- 非製造業全般では、建設·不動産業、卸売業は前期に比べ良化したものの、小売業、サービス業は前期に比べ悪化した。
- 建設·不動産業は前期▲3.9から6.4ポイント良化して2.5となった。5年9カ月ぶりにプラスに転じた。
- 来期見通しは卸売業を除く全ての業種で改善が予想されている。
- 人手D·Iは全ての業種でマイナスとなり、全業種で人手不足感の高い状態が依然続く。

へきしん取引先景況調査とは

本調査は、地域および業種の景気実態および景気予測（景況）を把握するため、四半期ごとに当金庫の取引先企業様にアンケート調査を実施し、回答をいただいたものです。

調査概要

■調査実施時期　平成25年6月3日～7日
■調査対象企業　397社
■調査対象地域　西三河および尾張南部を中心とした当金庫の営業エリア

■業種構成

	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設·不動産業	その他	合計
企業数(社)	164	30	84	36	80	3	397
構成比(%)	41.3%	7.6%	7.6%	9.1%	20.2%	0.8%	100.0%

天気図の見方 ▶▶▶

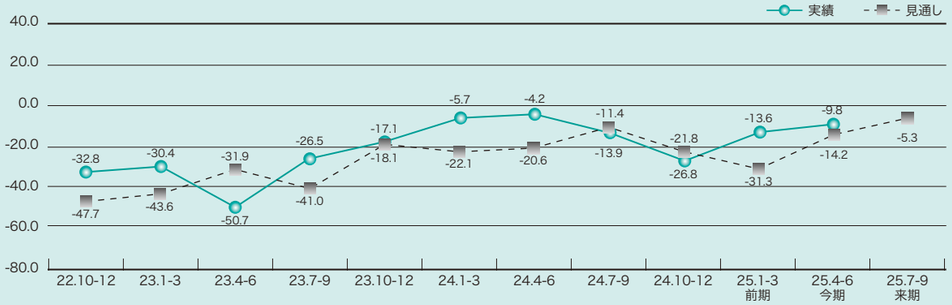
大雨	雨	曇り	うす曇り	薄日	晴	快晴
D·I ～▲25.0	～▲10.0	～▲3.0	3.0～	10.0～	25.0～	

<D·Iとは>　D·Iとは業況（業界の景気）を判断するための指数であり、次の計算式で求められます。
D·I(ディフュージョン·インデックス) ＝業況判断指数＝〈良い又はやや良いと答えた割合〉−〈悪い又はやや悪いと答えた割合〉

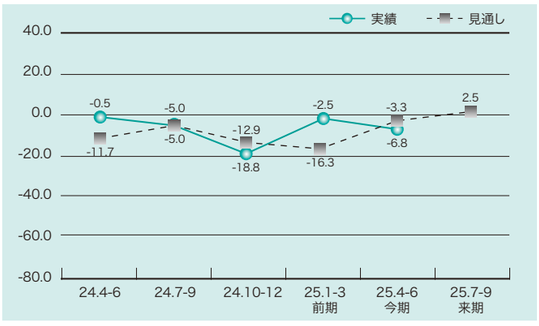
全業種（回答数397社）

今期の実績（4-6月期）　業況D·Iは▲9.8。2期連続で改善。
来期の見通し（7-9月期）　業況D·Iは▲5.3。来期も若干だが改善見通し。

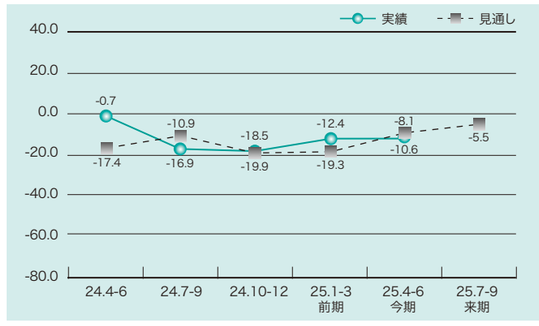
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	前期実績		今期実績			来期見通し		
	平成23年 10-12月	平成24年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成25年 1-3月	4-6月	7-9月
業況	▲17.1	▲5.7	▲4.2	▲13.9	▲26.8	▲13.6	▲9.8	▲5.3
売上	2.0	3.2	▲0.5	▲5.0	▲18.8	▲2.5	▲6.8	2.5
収益	▲10.3	▲7.7	▲0.7	▲16.9	▲18.5	▲12.4	▲10.6	▲5.5
資金繰り	▲12.6	▲10.9	▲4.5	▲10.0	▲9.9	▲10.8	▲8.5	▲11.3
在庫	2.1	▲2.8	2.8	3.7	▲1.4	0.0	▲1.7	▲2.2
設備	▲4.9	▲12.0	▲5.7	▲3.9	▲4.2	▲6.1	▲6.1	▲6.4
人手	▲12.6	▲17.4	▲10.1	▲13.9	▲9.0	▲10.6	▲7.7	▲11.4

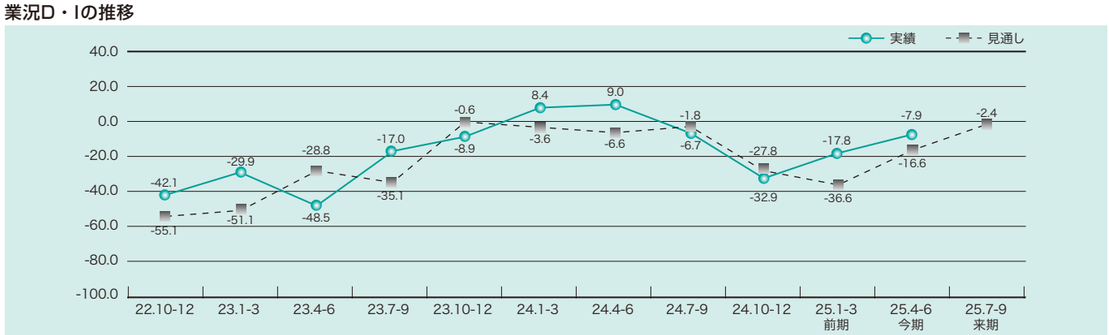
（注）在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

製造業

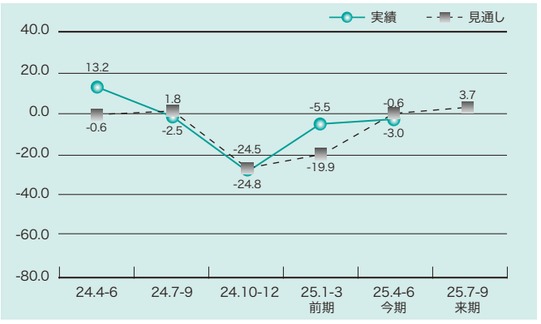
製造業
回答数164社

今期の実績（4-6月期）　業況D･Iは▲7.9。2期連続で改善。
来期の見通し（7-9月期）　業況D･Iは▲2.4。来期も改善見通し。

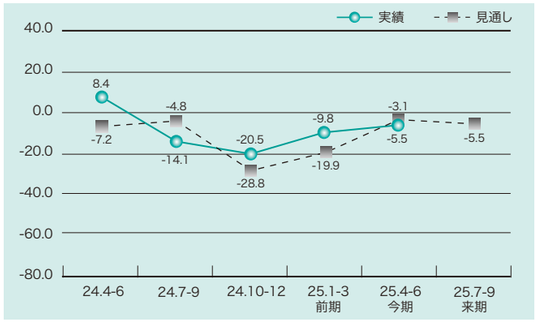
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成23年 10-12月	平成24年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	前期実績 平成25年 1-3月	今期実績 4-6月	来期見通し 7-9月
業況	▲ 8.9	8.4	9.0	▲ 6.7	▲ 32.9	▲ 17.8	▲ 7.9	▲ 2.4
売上	16.7	15.0	13.2	▲ 2.5	▲ 24.8	▲ 5.5	▲ 3.0	3.7
収益	1.2	3.0	8.4	▲ 14.1	▲ 20.5	▲ 9.8	▲ 5.5	▲ 5.5
資金繰り	▲ 6.0	▲ 3.0	2.4	▲ 6.7	▲ 6.2	▲ 7.4	▲ 4.3	▲ 8.5
在庫	6.0	0.0	8.4	3.1	▲ 1.9	0.6	0.0	0.0
設備	▲ 7.7	▲ 15.6	▲ 4.2	▲ 5.5	0.6	▲ 2.5	▲ 7.3	▲ 7.9
人手	▲ 11.3	▲ 21.0	▲ 15.0	▲ 12.3	▲ 5.0	▲ 8.0	▲ 3.0	▲ 8.6

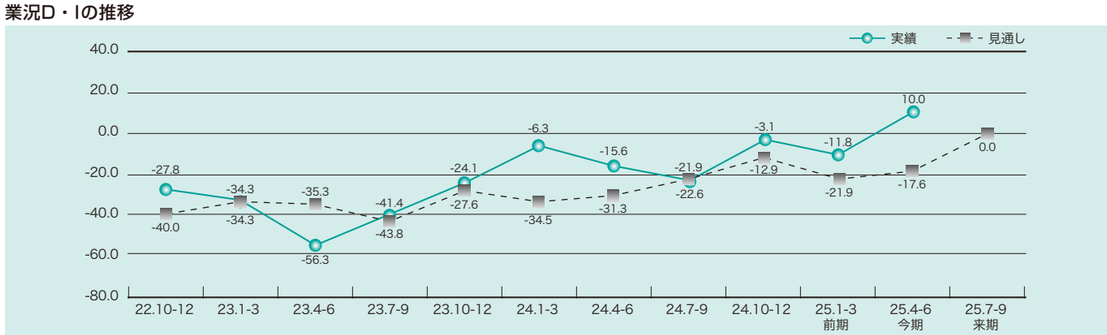
（注）在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

卸売業

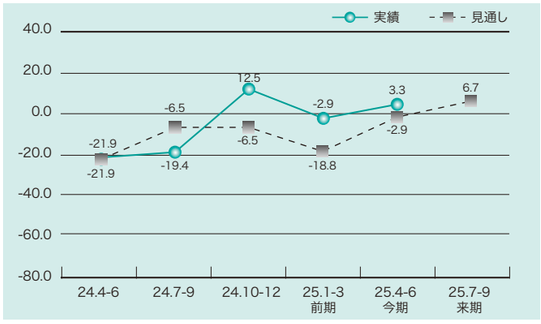
卸売業
回答数30社

今期の実績（4-6月期）　業況D･Iは10.0。前期より大幅に良化。
来期の見通し（7-9月期）　業況D･Iは0.0。先行きに対する見方は慎重。

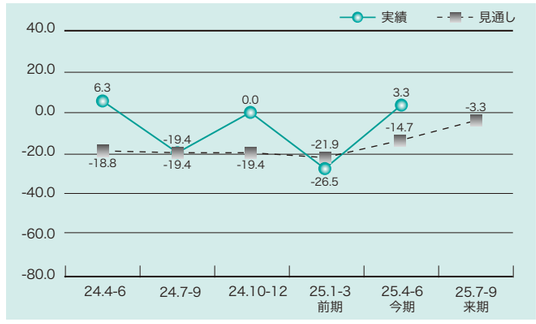
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成23年 10-12月	平成24年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	前期実績 平成25年 1-3月	今期実績 4-6月	来期見通し 7-9月
業況	▲ 24.1	▲ 6.3	▲ 15.6	▲ 22.6	▲ 3.1	▲ 11.8	10.0	0.0
売上	▲ 3.4	0.0	▲ 21.9	▲ 19.4	12.5	▲ 2.9	3.3	6.7
収益	▲ 13.8	▲ 9.4	6.3	▲ 19.4	0.0	▲ 26.5	3.3	▲ 3.3
資金繰り	▲ 17.9	▲ 3.2	▲ 9.4	▲ 16.1	▲ 6.5	▲ 12.1	▲ 6.9	▲ 3.4
在庫	13.8	9.4	0.0	16.7	▲ 9.4	0.0	▲ 3.3	▲ 10.0
設備	▲ 6.9	▲ 18.8	▲ 21.9	0.0	▲ 15.6	▲ 14.7	0.0	0.0
人手	▲ 25.0	▲ 20.0	▲ 15.6	▲ 19.4	▲ 12.9	▲ 21.2	▲ 10.3	▲ 10.3

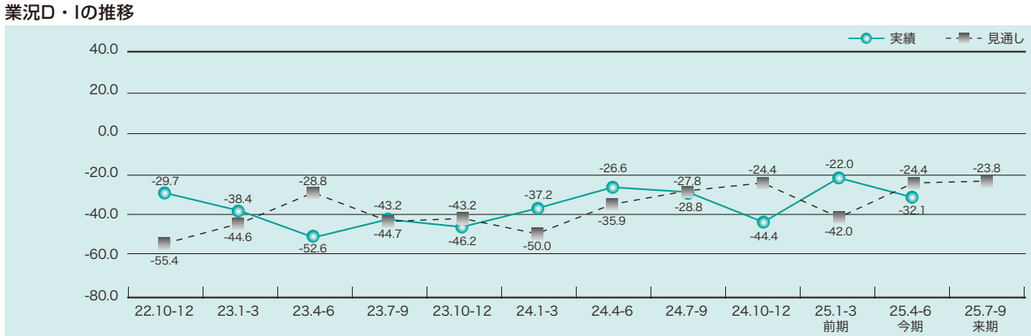
（注）在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

小売業

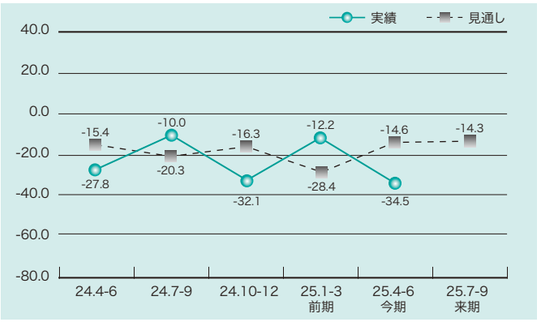
小売業
回答数84社

今期の実績（4-6月期）　業況D･Iは▲32.1。前期より悪化。
来期の見通し（7-9月期）　業況D･Iは▲23.8。改善見通しだが依然厳しい。

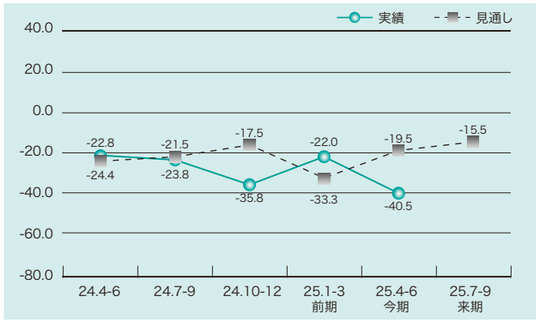
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成23年 10-12月	平成24年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	前期実績 平成25年 1-3月	今期実績 4-6月	来期見通し 7-9月
業況	▲46.2	▲37.2	▲26.6	▲28.8	▲44.4	▲22.0	▲32.1	▲23.8
売上	▲30.8	▲16.7	▲27.8	▲10.0	▲32.1	▲12.2	▲34.5	▲14.3
収益	▲38.5	▲28.2	▲22.8	▲23.8	▲35.8	▲22.0	▲40.5	▲15.5
資金繰り	▲20.5	▲25.6	▲26.6	▲17.5	▲19.8	▲13.4	▲19.0	▲17.9
在庫	2.6	▲1.3	▲6.3	2.5	▲1.3	6.1	▲1.2	▲2.4
設備	0.0	▲7.8	▲7.6	▲11.3	▲4.9	▲11.0	▲6.0	▲6.0
人手	▲3.8	▲3.8	▲8.9	▲10.0	▲18.5	▲7.3	▲10.7	▲9.5

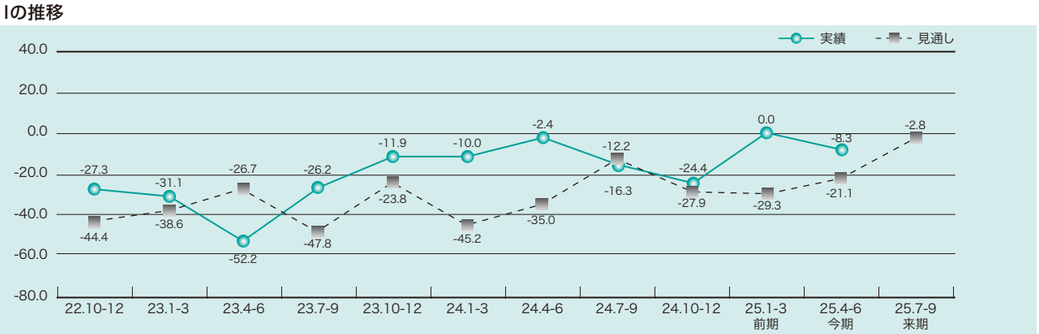
（注）在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

サービス業

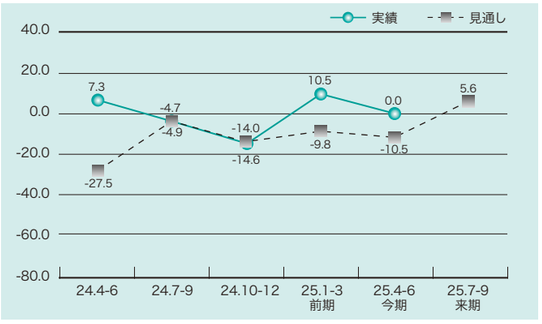
サービス業
回答数36社

今期の実績（4-6月期）　業況D･Iは▲8.3。前期より悪化。
来期の見通し（7-9月期）　今期悪化するも、来期は再び改善見通し。

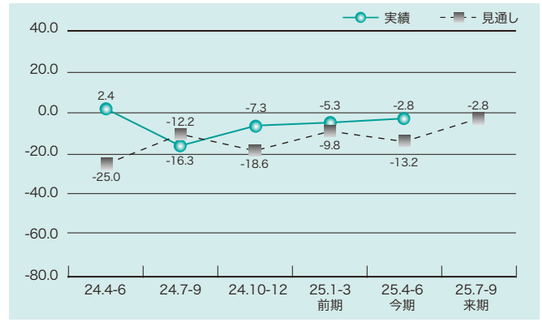
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成23年 10-12月	平成24年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	前期実績 平成25年 1-3月	今期実績 4-6月	来期見通し 7-9月
業況	▲11.9	▲10.0	▲2.4	▲16.3	▲24.4	0.0	▲8.3	▲2.8
売上	▲2.4	▲12.5	7.3	▲4.7	▲14.6	10.5	0.0	5.6
収益	▲19.0	▲20.0	2.4	▲16.3	▲7.3	▲5.3	▲2.8	▲2.8
資金繰り	▲15.8	▲8.3	5.4	0.0	▲2.7	▲5.9	▲6.3	0.0
設備	▲2.5	▲5.4	▲7.5	7.1	▲15.0	▲10.5	▲11.1	▲8.3
人手	▲16.7	▲21.1	▲2.4	▲11.6	9.8	▲18.4	▲8.3	▲13.9

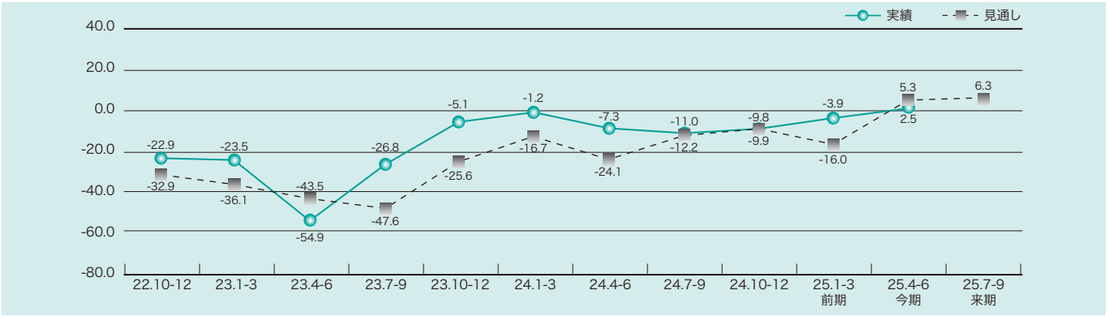
（注）設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

建設・不動産業
回答数80社

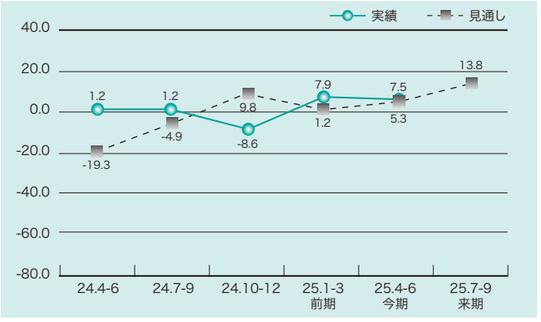
今期の実績（4-6月期）　**業況D・Iは2.5。3期連続で改善。**

来期の見通し（7-9月期）　**業況D・Iは6.3。先行きに対する見方も良化。**

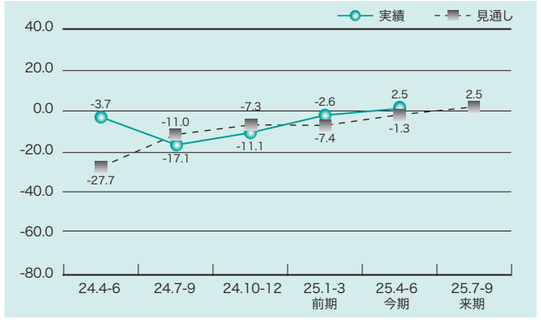
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成23年 10-12月	平成24年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成25年 1-3月	前期実績 4-6月	今期実績 7-9月	来期見通し
業 況	▲ 5.1	▲ 1.2	▲ 7.3	▲ 11.0	▲ 9.9	▲ 3.9	2.5	6.3	
売 上	7.7	7.2	1.2	1.2	▲ 8.6	7.9	7.5	13.8	
収 益	1.3	▲ 1.2	▲ 3.7	▲ 17.1	▲ 11.1	▲ 2.6	2.5	2.5	
資金繰り	▲ 14.7	▲ 16.0	▲ 1.3	▲ 13.4	▲ 13.9	▲ 17.6	▲ 7.7	▲ 19.2	
在 庫	▲ 9.2	▲ 11.0	2.4	1.3	2.5	▲ 7.9	▲ 5.1	▲ 3.8	
設 備	▲ 2.9	▲ 6.3	3.3	0.0	▲ 3.2	▲ 1.8	▲ 3.3	▲ 4.9	
人 手	▲ 17.1	▲ 20.0	▲ 2.7	▲ 19.5	▲ 15.1	▲ 13.2	▲ 12.5	▲ 18.1	

（注）在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

業種別 業況D・I

前期実績　今期実績　来期見通し

	平成22年 10-12月	平成23年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成24年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成25年 1-3月	4-6月	7-9月
全業種	▲ 32.8	▲ 30.4	▲ 50.7	▲ 26.5	▲ 17.1	▲ 5.7	▲ 4.2	▲ 13.9	▲ 26.8	▲ 13.6	▲ 9.8	▲ 5.3
製造業	▲ 42.1	▲ 29.9	▲ 48.5	▲ 17.0	▲ 8.9	8.4	9.0	▲ 6.7	▲ 32.9	▲ 17.8	▲ 7.9	▲ 2.4
食料品製造	▲ 69.2	▲ 50.0	▲ 36.4	▲ 41.7	0.0	▲ 18.2	▲ 10.0	▲ 30.0	▲ 30.0	▲ 11.1	▲ 11.1	0.0
繊維品製造	▲ 63.6	▲ 36.4	▲ 50.0	▲ 30.0	▲ 40.0	▲ 10.0	55.6	▲ 20.0	▲ 20.0	▲ 30.0	44.4	11.1
金属製品製造	▲ 58.8	0.0	▲ 41.2	▲ 26.7	12.5	6.7	▲ 6.7	0.0	▲ 7.1	▲ 33.3	▲ 7.7	▲ 23.1
一般機械器具製造	▲ 11.1	▲ 61.5	▲ 40.0	▲ 5.9	▲ 40.0	▲ 20.0	0.0	0.0	0.0	▲ 6.7	▲ 26.7	6.7
自動車部品製造	▲ 44.6	▲ 25.0	▲ 74.3	▲ 16.2	▲ 8.7	35.3	30.9	6.3	▲ 52.4	▲ 1.5	▲ 3.0	1.5
瓦製造	▲ 46.7	▲ 73.3	40.0	15.4	30.8	▲ 38.5	▲ 41.7	▲ 7.7	▲ 30.8	▲ 66.7	▲ 30.8	▲ 38.5
卸売業	▲ 27.8	▲ 34.3	▲ 56.3	▲ 41.4	▲ 24.1	▲ 6.3	▲ 15.6	▲ 22.6	▲ 3.1	▲ 11.8	10.0	0.0
小売業	▲ 29.7	▲ 38.4	▲ 52.6	▲ 43.2	▲ 46.2	▲ 37.2	▲ 26.6	▲ 28.8	▲ 44.4	▲ 22.0	▲ 32.1	▲ 23.8
繊維・衣服・身の回り品小売	▲ 12.5	0.0	▲ 50.0	▲ 62.5	▲ 50.0	▲ 33.3	16.7	▲ 42.9	▲ 37.5	▲ 37.5	▲ 62.5	▲ 62.5
飲食料品小売	▲ 38.9	▲ 50.0	▲ 47.1	▲ 47.6	▲ 28.6	▲ 22.7	▲ 36.4	▲ 39.1	▲ 47.8	▲ 26.1	▲ 30.4	▲ 17.4
飲食店	▲ 58.3	▲ 72.7	▲ 72.7	▲ 45.5	▲ 80.0	▲ 70.0	▲ 60.0	▲ 40.0	▲ 70.0	▲ 60.0	▲ 33.3	▲ 25.0
自動車小売	▲ 16.7	0.0	▲ 41.7	▲ 23.1	▲ 35.7	▲ 7.1	0.0	13.3	▲ 33.3	31.3	▲ 6.3	▲ 6.3
サービス業	▲ 27.3	▲ 31.1	▲ 52.2	▲ 26.2	▲ 11.9	▲ 10.0	▲ 2.4	▲ 16.3	▲ 24.4	0.0	▲ 8.3	▲ 2.8
自動車整備	▲ 14.3	0.0	▲ 37.5	▲ 16.7	0.0	▲ 33.3	▲ 33.3	▲ 66.7	▲ 66.7	▲ 33.3	▲ 60.0	▲ 60.0
運輸	▲ 36.4	▲ 27.3	▲ 80.0	▲ 11.1	11.1	▲ 11.1	▲ 11.1	▲ 11.1	▲ 66.7	0.0	0.0	14.3
建設・不動産業	▲ 22.9	▲ 23.5	▲ 54.9	▲ 26.8	▲ 5.1	▲ 1.2	▲ 7.3	▲ 11.0	▲ 9.9	▲ 3.9	2.5	6.3
総合工事	▲ 32.4	▲ 39.4	▲ 71.9	▲ 45.7	▲ 18.8	▲ 10.8	▲ 12.5	▲ 9.1	▲ 14.7	3.4	▲ 5.9	5.9
職別工事	▲ 33.3	▲ 30.0	▲ 68.4	▲ 6.3	▲ 5.3	0.0	▲ 31.6	▲ 42.1	▲ 11.1	▲ 25.0	0.0	0.0
設備工事	▲ 30.0	▲ 7.1	▲ 45.5	▲ 8.3	33.3	20.0	11.1	27.3	▲ 40.0	12.5	12.5	0.0
不動産	11.1	0.0	▲ 20.0	▲ 21.1	0.0	5.3	13.6	▲ 5.3	15.8	0.0	15.8	15.8

上司と部下の間にあるギャップがコミュニケーションを妨げる

「なぜドリルが欲しいのか?」顧客のニーズを掘り下げろ!

今回の登場人物

山田課長(営業一課　課長)

入社18年目の営業一課課長。
大学時代まで野球部に所属していた
バリバリの体育会系。部下には厳しく接することもあるが、
その後のフォローには人一倍心を砕いている。
情に厚く、周囲から信頼されている。

真一(営業一課所属)

入社5年目。物怖じしない明るい性格で、
課のムードメーカー的存在。
ただし、物事を楽観的に考える傾向があり、
少しそそっかしく、「お調子者」的な部分が
顔を出すのがタマにきず。

一平(営業一課所属)

入社2年目。仕事に対するやる気は旺盛で、
努力をいとわない。
座右の銘は「成せばなる」。
正直で素直だが、少々短絡的で突き詰めたり
論理的に考えることが苦手。
トップセールスマンになりたいという夢を持つ。

あらすじ

- 「ありがとうございます。それでは来週の木曜日、14時にお伺いさせていただきます。宜しくお願いいたします」そう言って一平は受話器を置き、満足げな顔でスケジューラーに予定を入力している。
- 営業一課の山田課長は、そんな一平の姿を複雑な心境で眺めていた。
- 一平は営業一課の若手で、とても元気がいい。プロジェクトリーダーである真一の直属の部下であるが、真一は忙しく、なかなか一平を指導する時間がとれないようだ。ただ、そうした中でも、一平は自主的に新規見込み先の獲得に努めている。
- 山田課長は、「一平のような若手が育つのはよいことだ!」と思う一方で、心配でもあった。
- よく頑張っているわりに一平の活動の成果が上がっていないのだ。一平は電話によるアポイント、提案資料の作成、訪問など、毎日一生懸命だ。しかし、一向に新規顧客が獲得できていない。にもかかわらず、一平はあまり真一にも相談していないようだ。
- 山田課長が一平の様子を見てみると、電話口で一方的に話していたり、資料作成に時間がかかり過ぎている。初期の営業では、相手の要望を聞くことが大事だし、提案資料もある程度簡単なものでいい。真一は、この辺りのことを一平に教えていないのだろうか。
- そう考えた山田課長は、真一と一平に営業活動の状況を確認することにした。
- すると、その会話から上司と部下のギャップが見えた……。

山田課長が一平に営業活動の状況を確認する会話

課長　お疲れ様。一平はかなり張り切っているじゃないか。
とても頼もしいぞ!

一平　ありがとうございます!

真一　そうでしょう。何たって、一平は私の一番弟子ですから。
ははは。

一平　ようやく新規へのアプローチに慣れてきたところです。
先月は30件の新規見込み先に訪問しました。

課長　ほぉ〜。それはなかなかのものだ。

真一　うんうん。いいペースだね。

課長　その調子で頑張れ、一平!
それで、成果は上がっているの?

一平　……。
まだ、訪問活動を開始したばかりなので、具体的な成果が上がってくるまでには、もう少し時間がかかると思います。

課長　といっても、先月は30件訪問したんだよね。その中で、話が前向きに進みそうな先は1件もないの?

一平　いずれも訪問先の担当者は話をよく聞いてくれますが、なかなかその先に進むことができません。

真一　でも、来週の木曜日には業界大手の○×商事のアポイントが取れたよね。そのときは僕も同行するよ。

一平　宜しくお願いします。
○×商事には、当社の新商品を提案する予定です。あの商品は、我が社の一押しですから!
うまくいけば大きな取引になりますよ〜。頑張ります!

真一　へ?
新商品を提案する予定だなんて、聞いていないぞ。

課長　なんだ、一平。ちゃんと上司の真一に報告しないとダメじゃないか。

一平　すいません。でも、新商品は当社の一押しですから。

課長　そもそも、○×商事は当社の新商品に
興味を持っているの?

一平　それは分かりませんが……。

課長　……。
もしかして、他の訪問先もこんな感じで進めているの?
しっかり相手の要望を聞かないとダメじゃないか。

一平　……。

課長　忙しいのは分かるが、こんな基本的なことは、真一が一平にきちんと教えてくれ!!

真一　はい。申し訳ございませんでした。
とにかく、○×商事に連絡して、先方の要望を確認します。
その他の訪問先もフォローします。

課長　宜しく頼むよ。一平は、真一の指示に従ってくれ。

一平　はい(何がまずかったのかな?)。

上司と部下、それぞれの思いや考え

- 通常、人は自分が欲しいと思うものしか買いません。そのため、上司は商談の場において、相手が求めているものを探り、それに応える提案をしようと、相手の話に神経を集中させています。この努力を怠り、相手が求めているものを無視した提案を繰り返してしまうと、相手の機嫌を損ね、最後は会ってもらえなくなります。
- 例えば、真夏にジョギングをして、「喉がカラカラなので、何でもいいから飲みたい」という人がいたとします。「何でもいい」とはいうものの、熱いお茶を差し出したらがっかりするでしょう。冷たいスポーツドリンクなどを求めているはずです。
- 実際のビジネスでは、この例ほど簡単に相手が求めているものを読み取ることはできません。そのため、上司は繰り返し相手に質問することで、少しずつ相手が求めるものの核心に迫ろうとするのです。
- 部下も、相手が求めていることを明らかにしなければならないと考えています。しかし、キャリアの違いもあり、上司ほど多面的に状況を把握することができません。
- 例えば、「飲み物を求めている人がいる」と聞くと、「売れそうな気がする!」と喜び、それ以外の情報を確認せずに、自分が主観的に選んだ飲み物を提案します。
- しかし、相手は真夏にジョギングをした後かもしれませんし、真冬のカフェでほっと一息つきたいのかもしれません。相手の状況次第で提案する飲み物は変わります。もしかすると、入手困難な年代もののワインを求めているかもしれず、その場合には提案を諦めざるを得ないこともあります。
- 部下は、営業機会に巡り合えたことを純粋に喜び、早速行動に移そうとします。これは良いことですが、もう少し深く考える必要がありそうです。

ビジネスリポート｜上司と部下のギャップを探れ! 5

上司と部下の間にあるギャップがコミュニケーションを妨げる

上司と部下のギャップの根底は「ニーズ」と「ウォンツ」

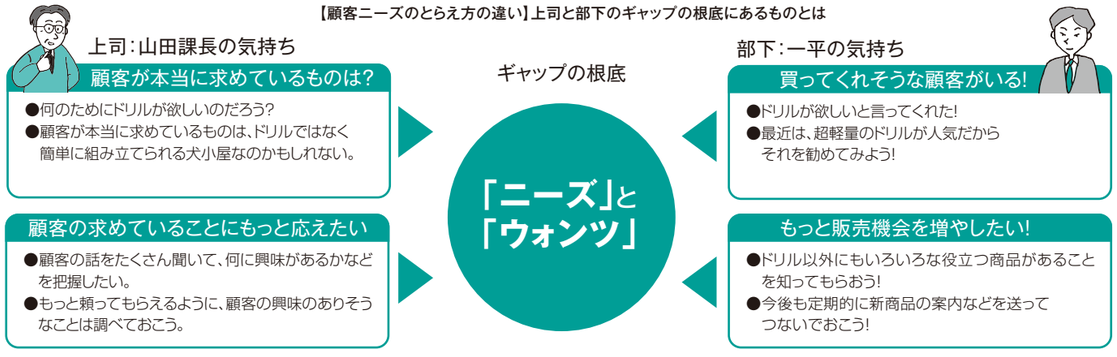
■ マーケティングの分野では、ドリルを買いにきた顧客を例に、「ニーズ」と「ウォンツ」の違いを説明することがあります。

■ ある顧客が、「ドリルが欲しい」と店を訪ねてきました。この場合、相手の「表面的な欲求＝ニーズ」はドリルです。ただしニーズをとらえるだけでは、相手が本当に求めていることに応えられないかもしれません。

■ 例えば、ドリルを欲する理由が、「プラモデルを作りたい」「犬小屋を作りたい」「家庭菜園を作りたい」のいずれであるかによって提案すべきドリルの大きさは変わってきます。さらに、こうしたニーズの源泉となっている「より根本的な欲求＝ウォンツ」を知ることが重要です。また、ウォンツはどんどん掘り下げることができます。もしかすると、顧客は不器用で、本当は手軽に犬小屋を建てたいと考えているかもしれず、この場合、ドリルではなく組立式の犬小屋を提案したほうが喜ばれるかもしれません。

■ 上司と部下のギャップは、相手のニーズだけを見るか、ウォンツまで探ろうとしているかによって生じています。

【顧客ニーズのとらえ方の違い】上司と部下のギャップの根底にあるものとは



ギャップを埋める処方せん

1 上司は部下に3 つの視点を授ける

■ 上司は、部下に、営業に関する3つの視点を授けましょう。

■ 1つ目は、ウォンツの視点です。営業の基本は、相手が本当に求めているものの把握です。ニーズの奥底にはより本質的なウォンツが存在します。ウォンツを探る視点を授けましょう。

■ 2つ目は、利益の視点です。相手のウォンツに応えることが大事とはいえ、自社の利益にならなければ意味がありません。相手のウォンツと自社の利益のバランスを取る視点を授けましょう。

■ 3つ目は、押し引きの視点です。有力な見込み先には全力で、それ以外には適度に営業しますが、いずれも期限を設けます。ずるずる続けても成果が上がりません。攻めどきと引き際の視点を授けましょう。

2 部下は想像し、質問し、創造する

■ 営業担当者の思考は、「想像」「質問」「創造」というサイクルで回っています。

■ 「想像」とは、相手が求めていることを想像する段階です。経験を重ねると、ある程度は相手の欲求が把握できるようになりますが、目に見える範囲で思考を止めずウォンツまで突き詰めることが大切です。

■ 「質問」とは、自分の想像が正しいか否かを確認したり、より深く相手を知るための段階です。お金の話が苦手だという人が少なくありませんが、顧客に予算のことを質問するのは、失礼なことではありません。

■ 「創造」とは、相手のウォンツを満たし、なおかつ自社の利益にもつながる提案を創造する段階です。上司に相談しながら、提案を練り込んでいくとよいでしょう。提案の有効期限を設けることも忘れてはなりません。

ギャップ克服!上司力・部下力チェックシート

■ 以下は、営業活動で重要な「相手のニーズを探る」ということをめぐって生じる上司と部下のギャップを埋める際に参考となるチェックシートです。

■ 上司力チェックシートと部下力チェックシートがあるので、互いに自己評価と相手評価を行い、その結果を見せ合ってコミュニケーションを取るのもよいでしょう。

上司力チェックシート

■自己評価の場合：上司が自分自身についてチェックしてみる。
■相手評価の場合：部下からみた上司についてチェックしてみる。

□ 「1カ月で見込先を○○件獲得」など、具体的な営業目標を示している
□ 「相手のニーズやウォンツを掘り下げる」ことが最重要であると、繰り返し部下に指導している
□ 営業情報や提案資料の共有を図り、資料作成などの時間を短縮するよう部下に指導している
□ 営業活動の進ちょくを把握し、適切な人員配置、時間配分を行っている
□ 部下に、自社商品の原価、利益構造などを伝えている
□ そのときどきの提案内容の背景（自社の利益率、過去の取引実績など）を部下に伝えている
□ 部下と共に営業先を訪問し、ニーズやウォンツの掘り下げ方を実践して見せている
□ 部下に、営業の進ちょく状況を定期的に報告させている
□ 部下と相談しつつ、攻める先と撤退する先を決め、見込み先の数が増えすぎないようにしている
□ 質問する相手に応じて、質問の内容とタイミングに注意するよう部下に指導している

チェックの数によるギャップ回避力の目安

7～10個：ギャップ回避力⇒90%
4～6個：ギャップ回避力⇒50%
1～3個：ギャップ回避力⇒10%

部下力チェックシート

■自己評価の場合：部下が自分自身についてチェックしてみる。
■相手評価の場合：上司からみた部下についてチェックしてみる。

□ 先方から問い合わせがあったときでも、一度冷静になり、状況の把握に努めている
□ 今の相手に対して、どれだけの時間・労力・コストを注ぐべきか、上司に相談するようにしている
□ 顧客の基本情報（売上高や業界動向など）を事前に収集している
□ 「押し売り」にならないよう、相手のニーズやウォンツを探ることに努め、上司にも相談している
□ 今の自分の提案は、相手のニーズやウォンツをとらえたものだといえる
□ 自分なりの営業プランを立てている
□ 常に、自分の考えと相手のニーズやウォンツが合っているかを確認している
□ 相手と話すときは、事前に質問事項をリストアップしている
□ 相手の部門長などが同席するときは、自分の上司にも同行をお願いするようにしている
□ 営業活動において、相手のニーズやウォンツと自社の利益のバランスを常に意識している

チェックの数によるギャップ回避力の目安

7～10個：ギャップ回避力⇒90%
4～6個：ギャップ回避力⇒50%
1～3個：ギャップ回避力⇒10%

以　上

本リポートは、当金庫の情報サービスの一環として外部機関にて作成したものであり、本リポートに基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当方は一切の責任を負いません。なお、本リポートは無断で複写・転載することは禁じられております。

経営のヒントとなる言葉

長嶋茂雄

元プロ野球選手

長嶋はなぜ野球をやるのか。こう聞かれれば、迷うことなくこう答えます。自分のためじゃない。ファンのためだと。

出所：「日経ビジネス（1123）」（日経BP社）

Shigeo Nagashima

冒頭の言葉は、

「仕事ぶりを認めてくれる顧客がいるからこそ、自らの仕事が成り立つ」

ということを表しています。

長嶋氏は読売ジャイアンツ入団1年目から、最優秀新人（新人王）のほか、打点・本塁打の二冠に輝くなど華々しい成績を収め、その後も数々のタイトルを獲得するなどして、スター選手として活躍しました。

また、長嶋氏は記録を残しただけでなく、記憶に残る華やかなプレーをする点でも、人気を集めました。代表的なものとしては、守備で三塁から一塁へボールを投げた際に、右手をひらひらと動かすもので、これは歌舞伎の動きを取り入れたものです。こうしたプレーの演出は勝敗に関わるものではありません。むしろ、エラーの危険性をはらんでおり、素人目には楽しめるものの、プロの視点からすれば避けるべき類のプレーだという見方もできます。しかし、長嶋氏は「ファンに試合を楽しんでもらいたい」と、ファンを魅了する、華やかなプレーを意識的に心掛けていました。

その活躍ぶりなどから、長嶋氏は「天才」と評されることも少なくありません。こうした評価に対して、長嶋氏は次のように述べています。

「私は、天才肌でもなんでもない。夜中の一時、二時に苦闘してバットを振っている。人がいないところでは、自分との技への血みどろの格闘を一人で必死にやっていた。」（＊＊）

長嶋氏は自らのことを天才ではないと感じ、必死の努力を重ねていました。一方で、報道陣の前では、あまり練習している素振りを見せないなどして、世間が作り上げた華やかなイメージを壊さないように「天才」を演じていました。

プロ野球の世界は、明確な勝ち負けがあることに加えて、選手個人としてはいかに良い個人成績を残すかが問われるなど、「結果」が重視されるシビアな世界です。そのため、ライバルチーム・ライバル選手との戦いに加えて、自分自身との戦いといったものに意識がとらわれがちで、ファンの重要性は理解していても、常に「ファンが喜ぶプレーをする」という気持ちで試合に臨むのは難しいことでしょう。

しかし、長嶋氏を物語る数々のエピソードからは、「チームが勝利すればよい」「個人成績を残せばよい」といった考えではなく、勝利や成績にプラスアルファして、ファンの期待に応え、喜んでもらおうとする姿勢が感じられます。

長嶋氏が常にファンの視点を持ってプレーすることができたのは、「自分がプロ野球選手であるゆえんは、応援してくれるファンがいてくれるからだ」という思いであり、それが高いプロ意識につながっていたといえるでしょう。

長嶋氏の高いプロ意識は、試合に臨む心構えを語った次の言葉にも表れています。

「全知全能を傾けながら3時間ないしは3時間半、もう没入しなきゃいけません。没入ですよ。集中をはるかに超えて、没入。」（＊）

長嶋氏のいう「試合に没入する」とは、ビジネスの場面に置き換えれば、「顧客の前でベストのパフォーマンスを発揮（技術やサービスを提供）できるよう全力を傾ける」といえるかもしれません。

プロ野球、ビジネスを問わず、ファンや顧客が「当然」として期待しているものを提供するだけでは、一流のプロとはいえません。ファンや顧客が「当然」として期待するものにプラスアルファを提供できてこそ、一流のプロといえます。

一流のプロになるための近道はなく、「自らの仕事は顧客がいるからこそ、成り立つ」という当たり前のことを常に意識し、日々、自らの技術やサービスを磨くことでしかなり得ません。加えて、顧客にとってのベストを提供するためには、何が求められているのかを考え続けることが必要です。

その際、プロの視点ばかりにとらわれていては、顧客にとってのベストを提供することはできません。「当然」として期待されるものを提供しながら、その上で、長嶋氏が見せたような、ファンを魅了する華やかなプレーのように、プロの視点からは非常識と思われることが、顧客の心をつかむ可能性もあります。

言うなれば、素人の視点を持って、プロの技術やサービスを提供することによって、顧客の期待を超えていくことが、一流のプロの仕事といえるでしょう。

【本文脚注】

本稿は、注記の各種参考文献などを参考に作成しています。本稿で記載している内容は作成および更新時点で明らかになっている情報を基にしており、将来にわたって内容の不変性や妥当性を担保するものではありません。また、本文中では内容に即した肩書を使用しています。加えて、経歴についても、代表的と思われるもののみを記載し、全てを網羅したものではありません。

【経歴】

ながしましげお（1936～）。千葉県生まれ。立教大学卒。1958年、読売ジャイアンツ入団。1974年、現役引退。2013年、国民栄誉賞受賞。

【参考文献】

（＊）「日経ビジネス（1123）」（日経BP社、2002年1月）
（＊＊）「読売巨人軍終身名誉監督長嶋茂雄氏（15）苦悩―プロは命懸けで練習（私の履歴書）（日本経済新聞　朝刊（2007年7月15日付））」（日本経済新聞社、2007年7月）
「日本プロ野球名球会公式ホームページ」（一般社団法人日本プロ野球名球会）
「日本野球機構オフィシャルサイト」（一般社団法人日本野球機構）

※上記内容は、本文中に特別なことわりがない限り、2013年5月時点のものであり、将来変更される可能性があります。

以　上

本リポートは、当金庫の情報サービスの一環として外部機関にて作成したものであり、本リポートに基づくお客様の決定、行為、およびその結果について、当方は一切の責任を負いません。なお、本リポートは無断で複写・転載することは禁じられています。

当金庫の2013年度第1四半期の業況をお知らせいたします。

海外子会社向け直接融資に関する認可を取得(6月26日)
写真左:当金庫 福田理事長　写真右:東海財務局 初行理財部長

有松絞りまつりに浴衣姿でボランティア参加(6月1、2日)

当金庫の概要(平成25年6月末現在)

創業	昭和25年10月25日
預金	1兆6,742億円
貸出金	9,020億円
出資金	12億33百万円
会員数	72,835先
店舗数	75店舗(うち出張所1カ所)
店舗外ATMコーナー	55カ所(共同ATMコーナー含む)
役職員数	1,348名
長期発行体格付	A+(JCR)

開示項目

- ■預金・貸出金の状況
- ■貸出金業種別内訳
- ■金融再生法に基づく開示債権
- ■有価証券の時価情報
- ■トピックス

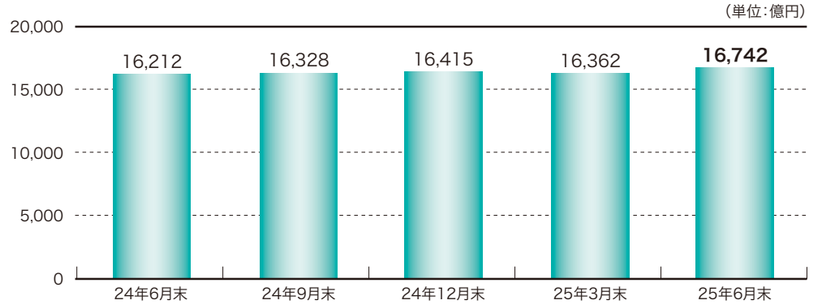
(注1)本資料に掲載している計数は、会計監査人の監査を受けておりません。
(注2)本資料に掲載している計数は、単位未満を切り捨てて表示しています。

預金・貸出金の状況

地域の皆さまのご愛顧により、安定した経営規模で推移しています。

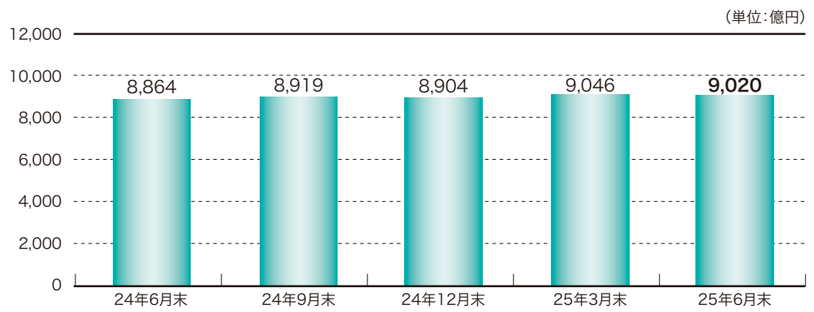
預金積金残高の推移

(単位:億円)



貸出金残高の推移

(単位:億円)



貸出金業種別内訳

地域の皆さまからお預かりした大切なご預金は、地域のさまざまな業種の皆さまにご利用いただいています。

業種別貸出金残高の推移

(単位:億円)

	24年6月末	24年9月末	24年12月末	25年3月末	25年6月末	
						構成比
製造業	1,407	1,425	1,416	1,420	**1,414**	**15.6%**
不動産業	1,810	1,778	1,754	1,756	**1,725**	**19.1%**
(うち個人による貸家業)	(1,258)	(1,256)	(1,240)	(1,244)	**(1,254)**	**(13.9%)**
サービス業	921	930	926	929	**945**	**10.4%**
卸売・小売業	749	764	757	765	**754**	**8.3%**
建設業	517	527	535	558	**531**	**5.8%**
個　人	2,698	2,723	2,752	2,769	**2,793**	**30.9%**
その他	758	768	760	844	**855**	**9.4%**
合　計	8,864	8,919	8,904	9,046	**9,020**	**100.0%**

(注)個人とは、会社にお勤めのお客さまなど、非事業者のお客さまを指します。

2013年度第1四半期（平成25年6月末現在）

金融再生法に基づく開示債権

不良債権については、地域経済への影響を十分に考慮し、計画的な削減に努める方針です。

金融再生法開示債権の状況

（単位：億円）

	24年6月末	24年9月末	24年12月末	25年3月末	25年6月末
金融再生法ベースの不良債権（A）	416	422	408	403	**395**
破産更生債権及びこれらに準ずる債権	38	36	32	28	**27**
危険債権	324	332	322	325	**316**
要管理債権	53	53	53	49	**51**
正常債権	8,486	8,529	8,533	8,676	**8,664**
合　計（B）	8,902	8,952	8,941	9,080	**9,059**
不良債権比率（A）／（B）	4.68%	4.72%	4.56%	4.45%	**4.36%**

（注）平成25年6月末の計数は、「金融機能の再生のための緊急措置に関する法律施行規則」第4条に規定する各債権のカテゴリーにより分類しています。債務者区分は、平成25年3月末時点における当金庫自己査定による債務者区分を基準としています。ただし、4月1日から6月30日までに倒産、不渡り、延滞等の客観的な事実並びに内部格付による債務者区分の変更等があった債務者については、当金庫の定める基準に基づき債務者区分を見直すことにしています。従って、平成25年3月末の計数とは算出方法が異なるため、計数は連続していません。

※正常債権及び合計については、平成24年6月末202百万円、平成24年9月末177百万円、平成24年12月末177百万円を減額訂正しています。

債務者区分と債権区分との関係

破産更生債権及びこれらに準ずる債権	破綻先・実質破綻先に該当する債務者に対する債権の合計額
危険債権	破綻懸念先に該当する債務者に対する債権の合計額
要管理債権	貸出条件緩和債権及び3カ月以上延滞している債権の合計額
正常債権	上記いずれにも該当しない債権

※当金庫は、債務者に対する債権のうち、回収可能性がないと判断した部分について、直接貸借対照表から減額する「部分直接償却」を実施しています。（なお、6月末、12月末については、当該年度分の部分直接償却を実施していません。）

有価証券の時価情報

1. 売買目的有価証券

（単位：百万円）

種　類	平成25年6月末	
	時　価	評価差額
国　債	―	―
地方債	5	△0
合　計	5	△0

(注)時価は、期末日における市場価格等に基づいています。

2. 満期保有目的の債券

（単位：百万円）

	種　類	平成25年6月末		
		取得原価	時　価	差　額
時価が取得原価を超えるもの	地方債	―	―	―
	社　債	250	259	9
	その他	3,000	3,080	80
	小　計	3,250	3,340	90
時価が取得原価を超えないもの	地方債	―	―	―
	社　債	―	―	―
	その他	701	672	△29
	小　計	701	672	△29
合　計		3,951	4,012	61

(注1) 時価は、期末日における市場価格等に基づいています。
(注2)「その他」は外国証券です。
(注3) 時価を把握することが極めて困難と認められる有価証券は本表には含めていません。

3. 子会社・子法人等株式及び関連法人等株式

―　該当ありません。

4. その他有価証券

（単位：百万円）

	種　類	平成25年6月末		
		取得原価	時　価	差　額
時価が取得原価を超えるもの	株　式	2,506	5,288	2,782
	債　券	340,315	348,717	8,402
	国　債	76,464	78,845	2,380
	地方債	83,282	85,464	2,182
	社　債	180,567	184,407	3,839
	その他	34,048	35,419	1,370
	小　計	376,869	389,426	12,556
時価が取得原価を超えないもの	株　式	1,185	1,093	△92
	債　券	127,305	126,189	△1,115
	国　債	12,010	11,866	△143
	地方債	45,366	44,949	△416
	社　債	69,929	69,373	△555
	その他	34,163	33,692	△471
	小　計	162,654	160,975	△1,679
合　計		539,524	550,401	10,877

(注1) 時価は、期末日における市場価格等に基づいています。
(注2)「その他」は投資信託・外国証券等です。
(注3) 時価を把握することが極めて困難と認められる有価証券は本表には含めていません。

5. 時価を把握することが極めて困難と認められる有価証券

（単位：百万円）

区　分	平成25年6月末
子会社・子法人等株式	49
非上場株式	619
合　計	669

トピックス（平成25年4月1日～6月30日）

4 月 1 日	平成25年度入庫式（新入職員33名）
4 月 4 日	インドネシア国際銀行との業務提携
4 月 12日	スマートフォン向け専用サイトを新設
4 月 19日	「へきしん年金友の会日帰りバスツアー」を実施
5 月 20日	綜合警備保障株式会社との海外セキュリティ分野における業務提携
5 月 20日	セコム株式会社との海外セキュリティ分野における業務提携
5 月22～24日	陸上自衛隊豊川駐屯地で新入職員研修を実施
5 月 31日	地元警察署の署員の皆さまを対象にマナー講習を実施
6 月1,2日	有松絞りまつりに浴衣姿でボランティア参加
6 月 7 日	「へきしん事業承継セミナー」を開催
6 月 10日	「笑顔の定期2013夏」の取扱開始
6 月 17日	「へきしんドリームぷらす定期積金」の取扱開始
6 月 18日	第63期通常総代会の開催
6 月 18日	2013年3月期（平成24年度）決算発表
6 月 24日	刈谷北支店を新築オープン
6 月 25日	名古屋市とのがん対策に関する協力協定書の締結
6 月 26日	東海財務局より海外子会社向け直接融資に関する認可を取得

「へきしん事業承継セミナー」を開催（6月7日）

陸上自衛隊豊川駐屯地で新入職員研修を実施（5月22～24日）

当金庫では、主要な経営情報を四半期ごとに開示しております。今後とも、積極的な情報開示に努めてまいります。

TOPICS

NISA(少額投資非課税制度)のご案内

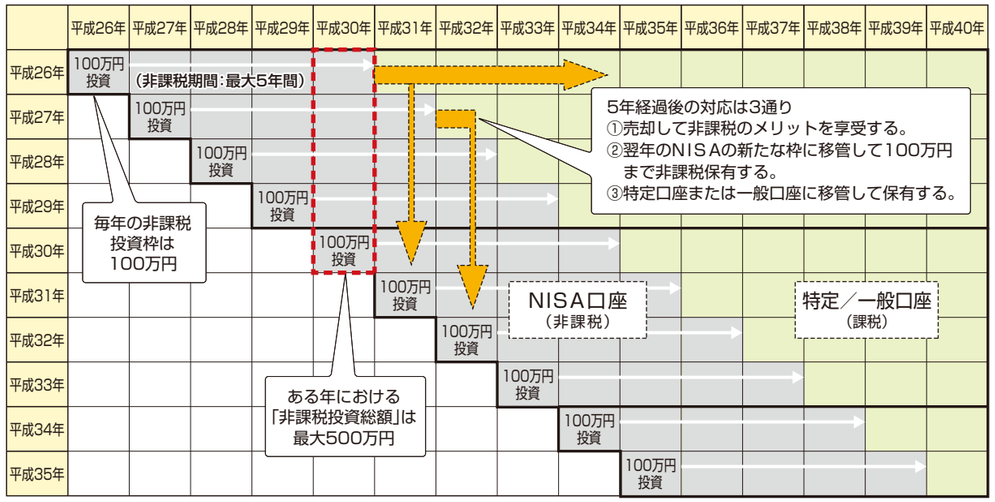
平成26年1月より NISA(少額投資非課税制度)がスタートします

NISAの概要

NISA口座を開設し、NISA口座で毎年100万円まで上場株式、株式投資信託等を購入することができ、その配当金や売買益等が最長5年間非課税となるものです。

①対　象	満20歳以上の日本国内にお住まいの方
②非課税対象	株式投資信託や上場株式の配当金や売却益等
③非課税投資枠	新規投資資金で毎年上限100万円
④非課税期間	最大5年間(非課税投資総額は最大500万円)
⑤口座開設可能期間	平成26年1月1日～平成35年12月31日まで(10年間)
⑥口座開設	お一人様1口座まで(1金融機関のみ)

【NISAイメージ図】



NISA利用時の留意事項

- NISA口座を開設した金融機関が取り扱っていない商品(株式・投資信託等)は対象外となります。
  ※当金庫のNISA口座でご購入できるものは、公募株式投信のみとなります。
- NISA口座は、課税口座と明確に区分され、NISA口座の損益と他の課税口座の間で損益通算はできません。
- 現在保有している投資信託をNISA口座に移管することはできません。

教育資金専用口座のご案内

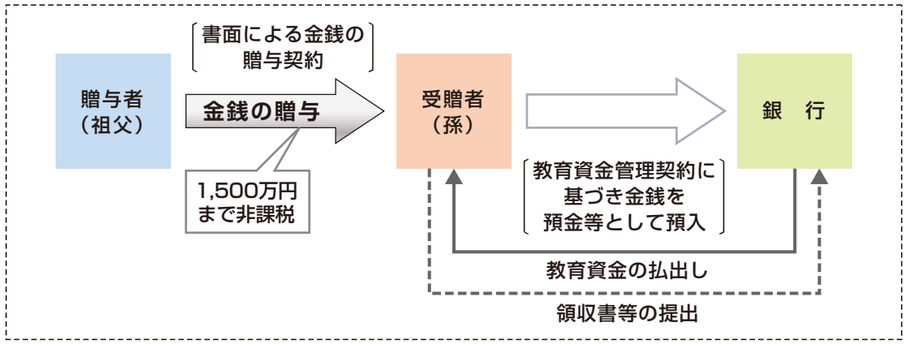
教育資金の一括贈与に係る非課税措置に対応した「教育資金専用口座」の取り扱いを開始しました

平成25年7月1日(月)より、「教育資金専用口座」の取り扱いを開始しました

○教育資金の一括贈与に係る非課税措置とは

祖父母などが教育資金をまとめて贈与した場合の贈与税が非課税となる制度です。

【金融機関の場合のイメージ図(国税庁HPより)】



○「教育資金専用口座」の概要

- ●対象のお客様　直系尊属(曾祖父母、祖父母、父母等)から贈与契約により教育資金を受贈した30歳未満の個人の方
- ●預入期間　平成25年7月1日～平成27年12月30日
- ●預金の種類　普通預金　＊毎日の店頭表示の利率を適用します。
- ●手数料　無料
- ●預入方法　預入日までに贈与契約書および教育資金非課税申告書等の提出が必要です。
- ●払出方法　原則、預金者の教育資金の支払いにあてる場合に限り払い戻しできます。
  ※専用口座から払い出す資金が教育資金としてご利用されることを確認するため、学校等からの領収書等を提出いただきます。
- ●税金　利息には20%(国税15%、地方税5%)の税金がかかります。
  ※平成25年1月1日から平成49年12月31日までの間にお受け取りになる利息には「復興特別所得税」が課税されますので、20.315%(国税15.315%、地方税5%)の税金がかかります。

詳しくはお近くのお取引店までお問合せください。

TOPICS

ローンプラザ豊明を新設

「ローンプラザ豊明」オープン

平成25年7月1日（月）に、当金庫で2番目となる「ローンプラザ」が豊明支店2階にオープンしました

ローンプラザでは、住宅ローンをはじめ、ローンに関するさまざまなご相談にお応えします。平日にお忙しくてご来店いただけないお客さまも、土曜・日曜にご利用いただけます。
また、土曜日には「年金相談会」を開催しますのでお気軽にお立ち寄りください。

＜ローンプラザ豊明＞

- ●住　　所　豊明市前後町善江1657番地10
  豊明支店２階
- ●電話番号　0120-512-516
- ●F　A　X　0562-97-0022
- ●営 業 日　月･火･木･金･土･日
  9:00～17:00
  ※水曜日・祝日（土日を除く）・振替休日・年末年始等はお休みさせていただきます。
- ●お取扱業務　住宅ローン、各種個人ローン
  年金相談会（毎週土曜日）

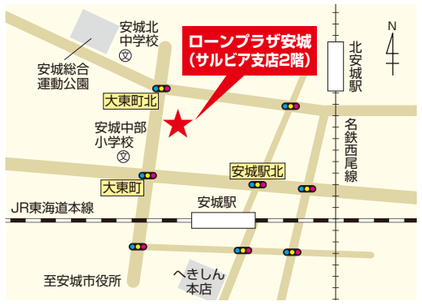
※土・日曜日にご来店の際は、予めご予約をお願いいたします。

ローンプラザ安城もお気軽にご利用ください

＜ローンプラザ安城＞

- ●住　　所　安城市大東町17番11号サルビア支店２階
- ●電話番号　0120-501-635
- ●F　A　X　0566-77-0513

※営業日、お取扱業務については上記「ローンプラザ豊明」と同様です。



刈谷北支店を新築オープン

「刈谷北支店」が新しく生まれ変わりました

装いも新たに、より明るく、より便利に新築オープン

平成25年6月24日（月）に、開設以来31年間にわたり地元の皆さまと共に歩んできた刈谷北支店が、「人にやさしい店舗づくり」をコンセプトとして、建て替えにより新築オープンいたしました。

所在地　刈谷市高倉町1丁目207番地
ＴＥＬ　0566-24-2711

開店セレモニーのテープカット

○人にやさしい店舗づくり

お客さまに安心してご利用いただける店舗づくり

多目的トイレや、視覚障がい者誘導マーカー、段差のないスロープを設置するなど、バリアフリー対応としました。
また、ＡＥＤ（自動体外式除細動器）１台を設置しました。

全自動貸金庫の設置

お客さまの大切な財産をお守りするため、より便利性・安全性の高い「全自動貸金庫（178函）」を新たに設置しました。

○環境に配慮した店舗づくり

環境へ配慮した取り組み

屋上に太陽光発電パネル（10kW）を設置し、発電した電力を店内で利用します。また、店舗内外の照明に節電効果の高いＬＥＤ照明を積極的に採用しています。

店内に設置された発電量がわかるモニター

濵島支店長

刈谷北支店は、開設から31年が過ぎ、このたびリニューアルオープンいたしました。
人に、環境にやさしい店舗として生まれ変わり、地域の皆さまにいままで以上に愛され、地域の発展に貢献できるよう職員一同、精一杯活動に努めてまいります。