Hekikai Report

Hekishin Business Report quarterly Summer 2017

vol. 35 夏号

企業訪問 地域の躍動企業

神杉酒造株式会社　代表取締役社長　杉本 多起哉 氏
製造部 杜氏　野々垣 高雄 氏

地域の景気動向 平成29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! 21

「聞いてないよ～」“朝令暮改”はプラスかマイナスか

経営のヒントとなる言葉

本田技研工業株式会社創業者
本田 宗一郎

へきしんディスクロージャー
2017年度第1四半期

トピックス

- 「THE LINK SQUARE HEKIKAI」が完成
- へきしんフォトコンテストのお知らせ

碧海信用金庫

Special Interview

企業訪問 地域の躍動企業

本店営業部お取引先

神杉酒造株式会社

代表取締役社長　杉本 多起哉 氏
製造部　杜氏　野々垣 高雄 氏

水にこだわり、米にこだわり、老舗の造り酒屋ならではの技術で、多くの日本酒ファンを魅了している神杉酒造株式会社。酒造りへの熱い思いと伝統を守りつつも、時代の変化を読み、ニーズを捉えて、新たな商品を生みだし続けています。そのユニークな発想で多彩な事業展開の鍵を握る、杉本代表にお話を伺いました。

左から本店営業部坂部長、杉本代表、野々垣氏

妥協せずより上を目指して、地産地消で日本酒造り

物流と「良い水」を求めて 安城の水と米で造る日本酒

弊社は、江戸時代の文化2年に豊田市鴛鴨町で創業し200年余となります。私で17代目ですが、酒造りを始めた7代目から数えると11代目になります。当時の社長が、今後は物流がネックになる、鉄道沿線に移りたいということで移転を考えたようです。酒造りは水が命ということもあり、鉄道沿線で何ヶ所かボーリング調査を行い酒造りに合う水が出る場所を探しました。鉄道の近くというのはどうしても鉄粉が飛びます。酒造りにとって鉄分は好ましくない成分のため、鉄道に近すぎず遠すぎず、且つ水質の合う場所ということで選ばれたのが、今の本社です。本社にある大きな木造の蔵も、豊田から移設したもの。昭和十年代、当時はそれほど大きなトラックもありませんので、4、5年かかって移転してきたと聞いています。

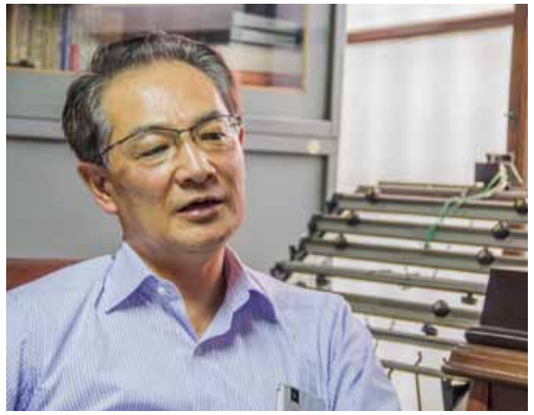
20年ほど前までは、台風の被害により米の調達が出来なくなるリスクを回避するため、北陸4県、長野から西は広島あたりまで、日本全国から原料米を調達していました。ところが東海地方は台風は来るものの大きな被害が少ないと気がついたのです。安城市は田もたくさんあり、昭和63年頃から「若水」という酒米も作っていました。酒は口に入るもの、信頼のおける方が作った米を調達したいということで、2003年頃から徐々に地産地消にシフトしてきました。今年の造りからは、日本酒に関しては安城市以外の米は一切使っていません。酒好きにはよく知られている兵庫県の「山田錦」という米も仕入れていましたが、代替えとなる米「夢吟香（ゆめぎんが）」で今年で5シーズン目になる試験醸造を行ってきて、匹敵する出来になったということで切り替えを行ってきました。「夢吟香」は若水と山田錦を掛け合わせいいとこ取りで造られた米ですが、米の育種には時間がかかり、すぐに変えたりやめたりといったことが出来ません。米の切り替えは10年ほど前から計画していました。そしていい米が出来ても酒にしたときの味などは自分で確かめないとわかりません。試験醸造の結果、出来た酒をエイジング（貯蔵）してみて、弊社の判断では3年以上寝かさないと味が安定しないと判断し、ようやく今年の秋くらいに商品を出そうかなというところです。

酒を造るときに米を削りますが、固いと欠けたり割れてしまう。酒造好適米は、飯米より一回りほど大きく米質がやわらかいため上手に削れます。米の中心には白く濁った「心白（しんぱく）」があります。米はデンプン質が密なほど透明度が高く、濁っている心白の部分は密度が低く隙間がある。酒造りで大事な「麹」は一般的にはカビで、菌糸を伸ばして増えます。米の固い部分にはなかなか菌糸が入りませんが、心白の部分は隙間があるので菌糸が入りやすく、麹が造りやすい。麹には、表面にしか菌糸が入らない「総破精型（そうはぜがた）」と、心白にまで菌糸が入っていく「突破精型（つきはぜがた）」などの種類があります。突破精型は、酵素の効き目を表す酵素力価が高く良質の麹が出来るため、雑味の少ない味わいになり吟醸酒造りに適しているとされます。心白を多く使うには米を多く削らなくてはならないため、より高い精米技術が必要になり、突破精型の麹を造るのが得意な杜氏ほど名杜氏と言われています。麹造りは、機械ではなかなか出来ない工程。弊社では、吟醸系の酒は麹をはじめすべての工程で手造りをしています。

弊社は、「若水」と「夢吟香」という2種類の原料米で、どのような商品が出来るかを常に考えています。同じ原料米でもまったく違った味の酒も造れます。蔵によっては、目指す酒の味に合う水を調達してきて造るというところもありますが、私はそうした手法ではなく、米は地元・水は地下から汲み上げた水しか使わない、それが本当の地酒の姿だという考えで酒造りを行っています。

酒は人の手で造る「生き物」 米を見極め酒を生む杜氏の腕

昔は、杜氏や蔵人など「酒造り集団」と呼ばれる人々が農閑期に出稼ぎでやってきて酒造りを行っていました。弊社の杜氏や蔵人は、新潟県の頸城（くびき）から、最盛期には50名ほどが来ていたと聞いています。私が小学生くらいの頃までは、アウトソーシングだったわけです。やがて時代の流れとともに出稼ぎの必要がなくなり、酒造り集団だった人々は高齢化し、後継者となる人もいなくなってしまった。そこで、地元で杜氏や蔵人を採用したり機械化するなど、さまざまな方法がとられてきました。今は杜氏が社員である蔵が多くなってきています。



弊社では、平成3年に工場を立て替え、コンピューター制御で温度管理が出来る設備も一部導入しましたが、すべての工程を全自動で行う機械はなく、どこかで人の手が携わる設備ばかりです。機械化というと、「ボタンを押せば酒が出来る」などと思われがちですが、酒の原料の米は、年によって出来不出来がある。酒は生き物、工業製品ではありませんから、毎年同じ工程を踏むだけでは同じ酒は造れません。米を見ながらどういう品温経過をとらせるか、どういう酒になるかを見極めるのが杜氏の仕事であり腕です。杜氏の描いた設計図に沿って指示通りに動いてくれるのが機械なのです。

弊社はある程度原料米を限定しているので、毎年データを積み重ねていけば参考にはなりますが、人がいなくては酒は造れない。技術者は妥協したら終わり。手を抜くと必ず商品に出る。これは間違いありません。より上を目指していかなければ、時代にも乗り遅れいい酒も造れないのです。

神杉酒造株式会社

代表取締役社長　杉本 多起哉 氏
製造部　杜氏　野々垣 高雄 氏

伝統と伝承、そして試行錯誤から生まれる個性的な商品

声を聞き、ニーズを読む 独自のカラーで商品開発

弊社の商品ラインナップには他メーカーとは違うところがある、最大公約数的な万人受けする酒造りではなく、どれも個性的な商品になっていると思っています。例えば、蔵見学に来たお客様が、発酵している醪（もろみ）を見て「これが飲みたい」と言われたことをヒントに造られた、純米生酒の「濁（nigo 2nd）」。米粒が残るようにしぼってあるため透明ではなく濁っていて、炭酸ガス圧が強く、シャンパンのような噴くタイプになっています。この「濁」は、展示会などに持っていくと外国のお客様に大変受けがいい。海外の方の「日本酒＝透明なお酒」というイメージを覆すことと、強いガス圧で飲み口に刺激があることも好まれるポイントのようです。そして強いガス圧を逃すため、少しずつ栓を開け閉めしてガスを逃す操作を何回も行わないと飲めず、完全に栓を開けるまでに10～15分かかり、イベント会場などでは人だかりが出来るほど注目を集めます。噴き出すこととアルコール度数が18%と高いため、遊び心で「危険なお酒」というキャッチフレーズを付けたのですが、インターネットなどでは「飲みたくてもすぐに飲めない」ため「ドSの酒」と言われています（笑）。主力商品ではありませんし予想もしていませんでしたが、支持されるようになった商品のひとつです。

また、愛知県には味噌文化があるということで、八丁味噌や八丁味噌系の食事に合う酒も造りました。食事と一緒に楽しめる酒というのは、消費者のニーズに合わせて最近増えている酒のタイプだと思います。酒イベントなどでは、今から10年ほど前では男女比がおよそ9：1だったのが、最近東京では男女比4：6ほど、しかも20・30代の若い女性が多くなってきています。そして商品の中で「一番変わっているお酒はどれ？」と聞かれることが多い。これは、女性はお酒だけでなく食事にもこだわるため、「自分の好きな食事に合う酒を探している」ということなのだと考えています。白身魚など合う食事を限定する吟醸系・淡麗タイプのお酒だけでなく、いろいろな食事に合う個性的な酒が求められているわけです。

三河が本場の味醂に着目した商品もあります。味醂は江戸時代には飲まれていましたが、今はお正月のお屠蘇にしか風習は残っていません。もともと飲まれていたものなら、より飲んでおいしい味醂を造ろうということで出来たのが「本格拾年超熟成本みりん」です。仕込みから10年以上寝かせ、シロップのような風味があるのですが、パッケージにそのまま「熟成みりん」と書いたら、お客様に「みりんというと調味料を想像する。飲みたくなるのか」と言われてしまった（笑）。それを踏まえて次に出したのが、紫黒米本みりん「Cremisi（クレミシ）」です。原料は紫黒米という古代米でルビー色、パッケージも洋酒のようなデザインで味醂には見えません。この「Cremisi」で、優良ふるさと食品中央コンクールの農林水産大臣賞をいただきました。主流にはならない商品ですが、話題づくりにはなったかなと思っています。

個性の強い酒は人によって合う合わないがあります。個性の強い酒をいくつか造っていると商品ラインナップがバラバラにも見えますが、好みに合う方にはとてもファンになっていただける。こうした尖った部分があるのが、弊社のカラーだと思っています。

米と水への絶対のこだわりと 先を見据えて変えていく試行錯誤

常に試行錯誤をし、アンテナを張り巡らせていますが、原料の米や水は安城のものというこだわりがあり、それは絶対守らなくてはと思っています。安城市は水に恵まれている土地で、夏季でも節水制限をするようなことがあまりなく、弊社の井戸も枯れたりすることはありません。水に恵まれていない土地などでは水道水を加工して仕込み水としているところもあり、水にコストがかかります。弊社ではよい水質の井戸水を素濾過して使えますので、これを使わない手はありません。また安城市の農家さんは、平均して40代という若い後継者がしっかりといて、腕もあります。彼らは研究熱心で、田の管理もきちんとしていて、誇りを持って米作りをしている。ですから信頼して米を作ってもらっています。

私がよく話をするのは、「伝統と伝承」、守らなくてはいけないものは守りつつ、変えていくべきものは変えるということです。私たちの業界では、少し前までは「石橋を叩いても叩いても渡らない」というような風潮も多かった。杜氏も職人気質なところがあり、新しい酵母や麹菌が出てきても、年配の方ほど新しいものを使いたがらないということも多かった。ですが、時代の変化、好みや習慣の変化などがある中で守っているだけでは何も始まりません。弊社の野々垣杜氏は40代ですが、彼は案外新しいもの好き。「大損しない程度に挑戦してみよう」という私の考え方とも波長が合っています。そして、常に積極的に情報収集をしています。日本酒は「國酒」ということで、国を挙げていろいろな催しが増えてきていますが、酒好きの集まりにはすぐに出かけていって密にお付き合いをしています。名古屋あたりでは飲食店と蔵元がタイアップして食べ歩き飲み歩きが出来るイベントも増えてきました。イベントでは酒好きでトレンドにも敏感な方に出会えます。酒税法というルールはありますが、ルールの中で出来ることを見つけていくのが大切。何事もやってみないとわからない。じっと考えていてもわからないから積極的にやってみようという方針で、新しいものも取り入れつつ試行錯誤をしています。

米農家の方々と

さらなるブランディングと多彩な展開でこの先へ

商品はもちろん、ラベルや パッケージにも独自のこだわりを

今後は、会社や商品について、他メーカーと明確に差別化出来るようイメージを創り付加価値を高めるなど、ブランドの構築や管理にもよりこだわっていこうと考えています。剣菱さんというメーカーがありますが、あのマークを見れば誰でもすぐに剣菱さんの商品だなとわかる。あれがブランディングのベースであり基本だと思っています。弊社でもラベルを安城の書家の先生に書いていただいたり、文字フォントではなく杉板に彫刻刀で彫って社名を印字したり、法被の社名を著名な書家に指文字で書いていただいたりしてきました。パッケージでは、例えば2005年に出した「大吟醸　碧海野（おうみの）」。酒はメインラベルにアルコール度数など必要事項を記載するルールがありますが、これをそのまま何も考えずに入れたのではデザインもなにもあったものではありません。そこでラベルと帯とをひとつのパッケージとしてデザインし、瓶の背面にあたる帯のところへ記載事項を入れるようにしてデザイン性を高めたほか、インプロ瓶という磨りガラスで色目の美しいものを採用し、高級感を感じられるように仕上げてあります。実はこの「碧海野」の封緘と帯は、自社のプリンターで印刷して造ったもの。商品名も安城市の主婦に書いてもらい私がレイアウトをしました。ブランディングもお金をかければキリはありませんが、自社で出来ることもある。ルールの中でいかに頭を使ってクリアするかが大切だと思っています。

他にも、愛知県の農林水産物をもっと食べることで、消費者と生産者が一緒になって農林水産業を支えようという県の取り組み「いいともあいち運動」に賛同して商品にマークを付けたり、安城警察とタイアップして飲酒運転防止の標語を商品ラベルに入れたり、いろいろな展開をしています。最近はトレンドの移り変わりが早く、商品サイクルも早い。時間をかけて開発をしてやっと商品にしてもすぐに流れが変わってしまうので、私たちにはデメリットも多い。そうしたことも考えながら、この先の時代を動いていかなければと考えています。

■企業プロフィール

社名	神杉酒造株式会社
本社	〒446-0062　愛知県安城市明治本町 20-5
TEL	0566-75-2121
FAX	0566-76-0050
設立	昭和15年
資本金	3,000万円
主な業務内容	清酒、本みりん、焼酎、合成清酒の製造・販売 清涼飲料の販売
ホームページ	http://www.kamisugi.co.jp

■企業沿革

文化2年	愛知県豊田市で創業
昭和12年	愛知県安城市へ移転
昭和46年	全国酒類調味食品品評会にて、最高賞「ダイヤモンド賞」受賞
昭和58年	名古屋国税局主催の新酒鑑評会にて、吟醸酒で首位賞を受賞
平成13年	全国日本酒コンテスト普通吟醸・純米吟醸部門にて、「純米吟醸・杉の舞」がグランプリ受賞
平成14年	名古屋国税局主催の新酒鑑評会にて、吟醸酒で首位賞を受賞
平成21年	優良ふるさと食品中央コンクールにて、「紫黒米本みりん Cremisi」が農林水産大臣賞受賞
平成25年	なごや美酒欄（中部ニュービジネス協議会おもてなし向上部会主催）・5年連続金鯱賞（首位賞）受賞

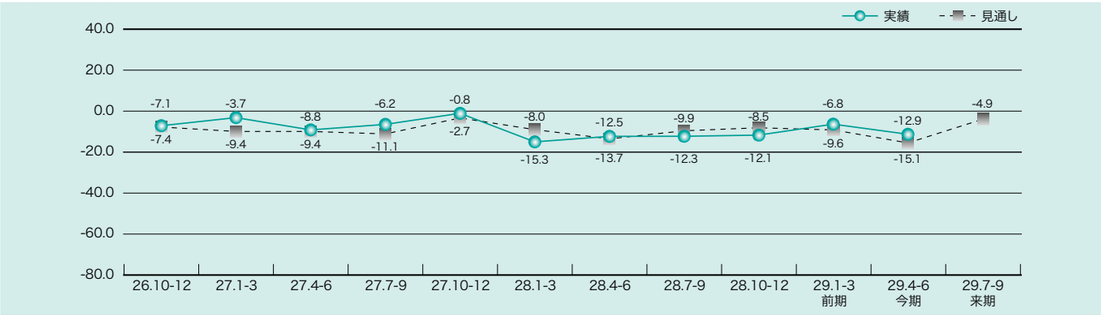
地域の景気動向 | 平成29年6月調査

全業種
回答数364社

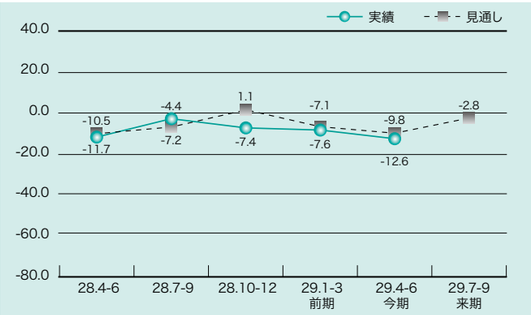
今期の実績(4-6月期) **業況D･Iは▲12.9。前期より悪化。**

来期の見通し(7-9月期) **業況D･Iは▲4.9。来期は改善の見通し。**

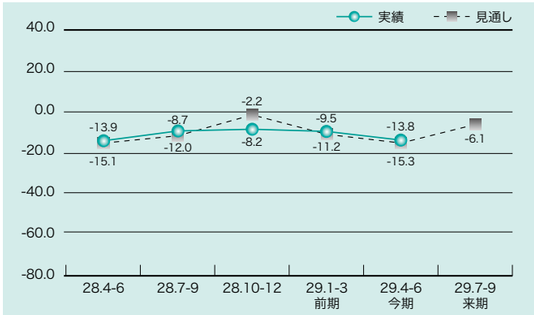
業況D･Iの推移



売上D･Iの推移



収益D･Iの推移



D･I判断指数

	平成27年 10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成29年 1-3月	4-6月	7-9月
						前期実績	今期実績	来期見通し
業況	▲ 0.8	▲ 15.3	▲ 12.5	▲ 12.3	▲ 12.1	▲ 6.8	▲ 12.9	▲ 4.9
売上	5.8	▲ 7.8	▲ 11.7	▲ 4.4	▲ 7.4	▲ 7.6	▲ 12.6	▲ 2.8
収益	1.9	▲ 11.8	▲ 13.9	▲ 8.7	▲ 8.2	▲ 9.5	▲ 13.8	▲ 6.1
資金繰り	▲ 10.3	▲ 11.8	▲ 7.7	▲ 9.0	▲ 12.9	▲ 13.4	▲ 6.4	▲ 3.9
在庫	2.6	3.8	7.5	▲ 2.4	2.4	4.6	2.3	▲ 0.6
設備	▲ 11.8	▲ 11.4	▲ 6.8	▲ 8.4	▲ 6.3	▲ 3.7	▲ 5.8	▲ 10.1
人手	▲ 30.2	▲ 29.0	▲ 23.8	▲ 26.3	▲ 27.7	▲ 35.0	▲ 28.7	▲ 31.5

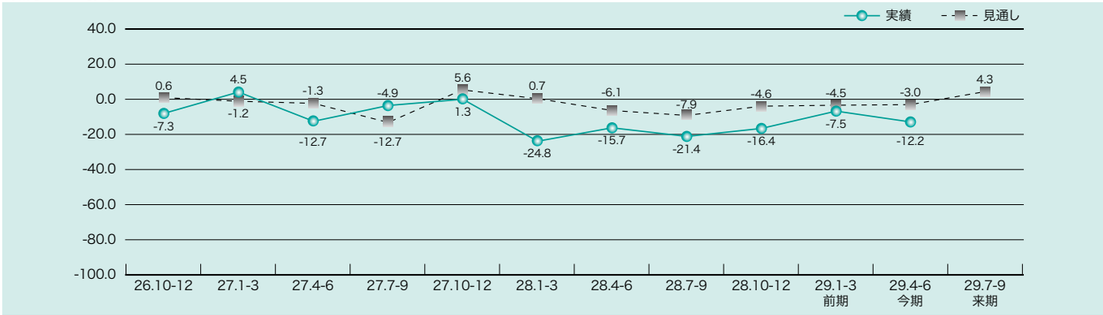
(注)在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

製造業
回答数139社

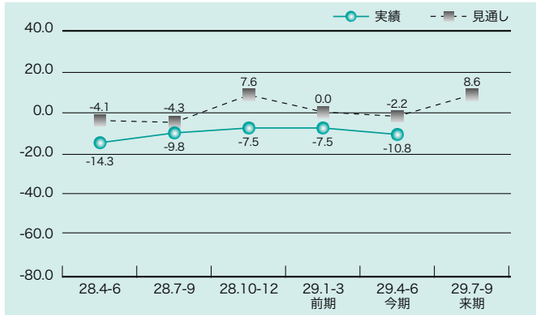
今期の実績(4-6月期) **業況D･Iは▲12.2。前期より若干悪化。**

来期の見通し(7-9月期) **業況D･Iは4.3。来期は大幅に良化の見通し。**

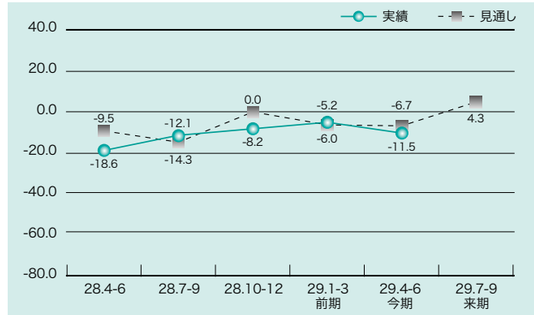
業況D･Iの推移



売上D･Iの推移



収益D･Iの推移



D･I判断指数

	平成27年 10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成29年 1-3月	4-6月	7-9月
						前期実績	今期実績	来期見通し
業況	1.3	▲ 24.8	▲ 15.7	▲ 21.4	▲ 16.4	▲ 7.5	▲ 12.2	4.3
売上	4.7	▲ 21.5	▲ 14.3	▲ 9.8	▲ 7.5	▲ 7.5	▲ 10.8	8.6
収益	2.0	▲ 23.5	▲ 18.6	▲ 12.1	▲ 8.2	▲ 5.2	▲ 11.5	4.3
資金繰り	▲ 8.1	▲ 12.1	▲ 7.1	▲ 10.6	▲ 11.9	▲ 8.2	▲ 4.3	0.7
在庫	2.7	4.7	8.6	▲ 1.5	6.0	6.7	2.2	▲ 2.2
設備	▲ 14.8	▲ 10.1	▲ 7.9	▲ 7.6	▲ 4.5	3.7	0.0	▲ 10.1
人手	▲ 28.9	▲ 24.8	▲ 16.5	▲ 22.7	▲ 20.1	▲ 30.6	▲ 25.9	▲ 32.4

(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。

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29年6月1日～7日
■調査対象企業　364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)	139	34	74	32	83	2	364
構成比(%)	38.2%	9.3%	20.3%	8.8%	22.8%	0.5%	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～	

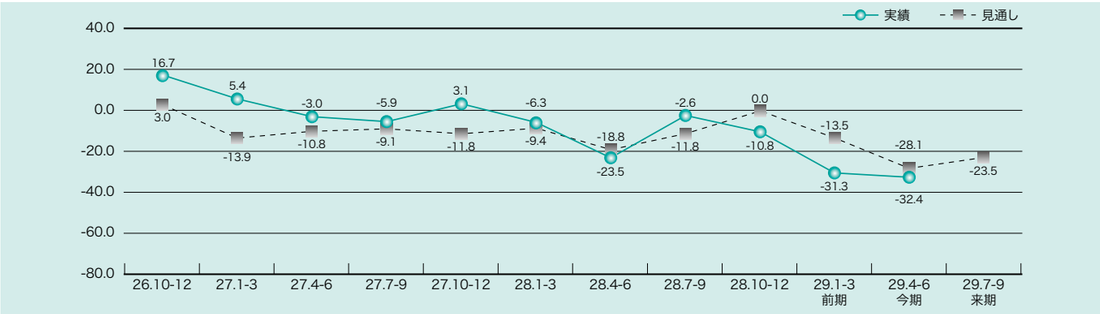
<D･Iとは>　D･Iとは業況(業界の景気)を判断するための指数であり、次の計算式で求められます。
D･I(ディフュージョン･インデックス) ＝業況判断指数＝〈良い又はやや良いと答えた割合〉−〈悪い又はやや悪いと答えた割合〉

卸売業
回答数34社

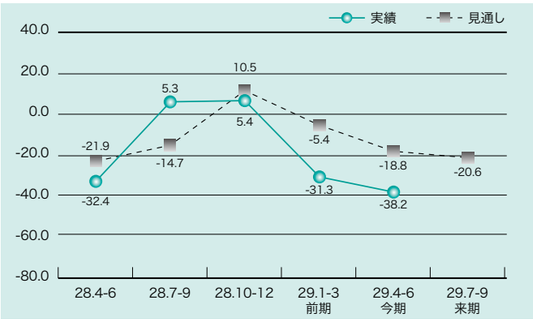
今期の実績(4-6月期) **業況D･Iは▲32.4。前期より僅かに悪化。**

来期の見通し(7-9月期) **業況D･Iは▲23.5。来期は改善の見通し。**

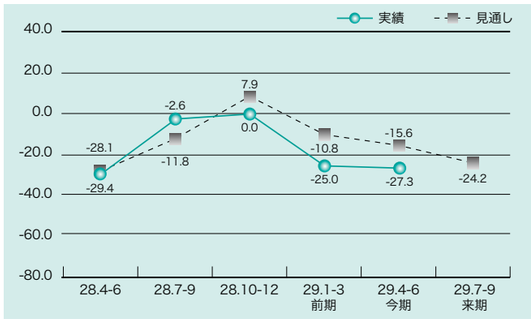
業況D･Iの推移



売上D･Iの推移



収益D･Iの推移



D･I判断指数

	平成27年 10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成29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	3.1	▲ 6.3	▲ 23.5	▲ 2.6	▲ 10.8	▲ 31.3	▲ 32.4	▲ 23.5	
売上	9.4	3.1	▲ 32.4	5.3	5.4	▲ 31.3	▲ 38.2	▲ 20.6	
収益	15.6	3.1	▲ 29.4	▲ 2.6	0.0	▲ 25.0	▲ 27.3	▲ 24.2	
資金繰り	▲ 12.5	▲ 9.4	▲ 5.9	▲ 13.2	▲ 5.4	▲ 25.0	▲ 11.8	0.0	
在庫	12.5	9.4	14.7	▲ 15.8	▲ 2.8	3.1	3.0	0.0	
設備	▲ 6.3	▲ 16.1	▲ 5.9	▲ 2.6	▲ 2.7	▲ 9.7	▲ 14.7	▲ 11.8	
人手	▲ 43.8	▲ 34.4	▲ 17.6	▲ 15.8	▲ 18.9	▲ 18.8	▲ 20.6	▲ 26.5	

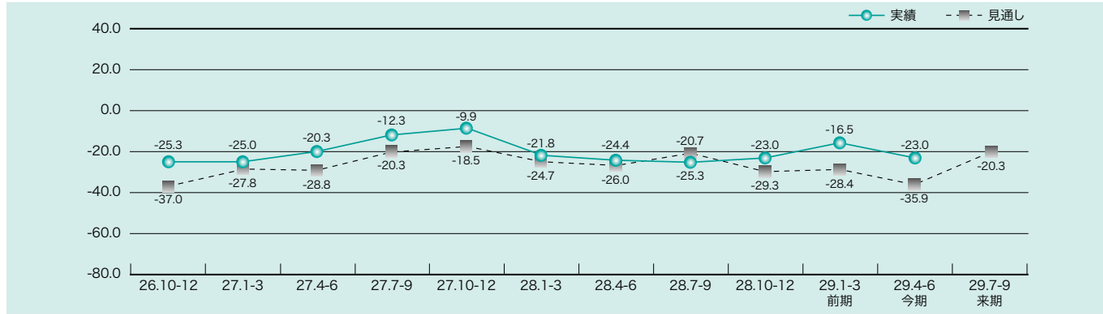
(注)在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

小売業
回答数74社

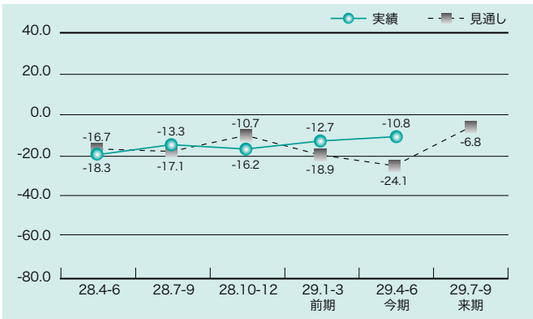
今期の実績(4-6月期) **業況D･Iは▲23.0。前期より悪化。**

来期の見通し(7-9月期) **業況D･Iは▲20.3。来期は若干改善の見通し。**

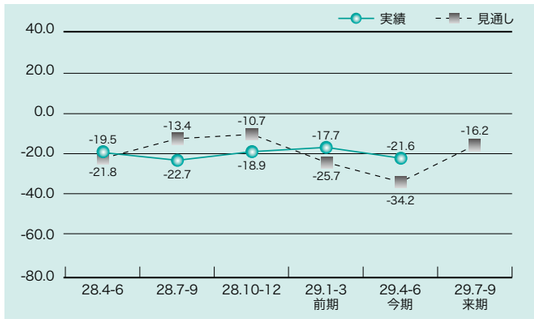
業況D･Iの推移



売上D･Iの推移



収益D･Iの推移



D･I判断指数

	平成27年 10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成29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	▲ 9.9	▲ 21.8	▲ 24.4	▲ 25.3	▲ 23.0	▲ 16.5	▲ 23.0	▲ 20.3	
売上	▲ 4.9	▲ 12.8	▲ 18.3	▲ 13.3	▲ 16.2	▲ 12.7	▲ 10.8	▲ 6.8	
収益	▲ 8.6	▲ 16.7	▲ 19.5	▲ 22.7	▲ 18.9	▲ 17.7	▲ 21.6	▲ 16.2	
資金繰り	▲ 18.5	▲ 24.4	▲ 23.2	▲ 20.0	▲ 28.4	▲ 21.5	▲ 14.9	▲ 12.2	
在庫	9.9	10.3	12.3	5.3	8.1	11.4	10.8	6.8	
設備	▲ 11.1	▲ 11.5	▲ 8.5	▲ 13.3	▲ 14.9	▲ 10.1	▲ 9.5	▲ 8.1	
人手	▲ 18.5	▲ 17.9	▲ 19.5	▲ 28.0	▲ 36.5	▲ 30.4	▲ 29.7	▲ 25.7	

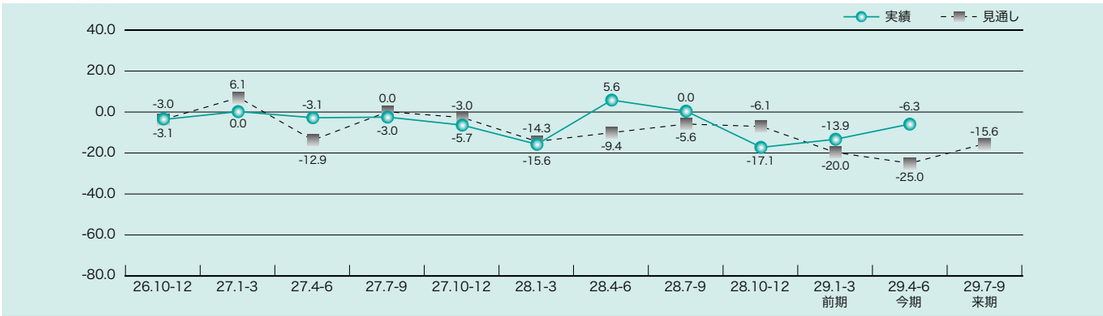
(注)在庫／設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

サービス業
回答数32社

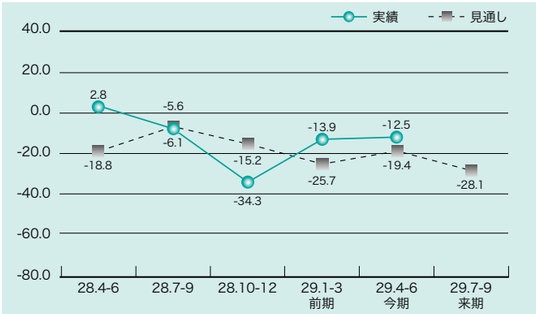
今期の実績(4-6月期) **業況D・Iは▲6.3。前期より改善。**

来期の見通し(7-9月期) **業況D・Iは▲15.6。来期は悪化の見通し。**

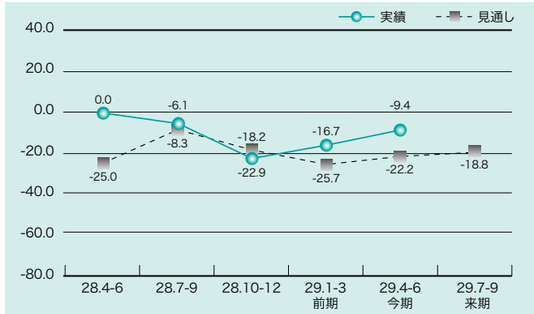
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成29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	▲ 5.7	▲ 15.6	5.6	0.0	▲ 17.1	▲ 13.9	▲ 6.3	▲ 15.6
売 上	▲ 11.4	▲ 15.6	2.8	▲ 6.1	▲ 34.3	▲ 13.9	▲ 12.5	▲ 28.1
収 益	▲ 14.3	▲ 18.8	0.0	▲ 6.1	▲ 22.9	▲ 16.7	▲ 9.4	▲ 18.8
資金繰り	▲ 14.3	▲ 9.4	5.6	6.1	▲ 17.1	▲ 19.4	▲ 9.7	▲ 12.9
設 備	▲ 12.1	▲ 13.8	▲ 15.2	▲ 12.9	▲ 2.9	▲ 8.8	▲ 10.3	▲ 13.8
人 手	▲ 34.3	▲ 40.6	▲ 41.7	▲ 34.4	▲ 37.1	▲ 44.4	▲ 40.0	▲ 40.0

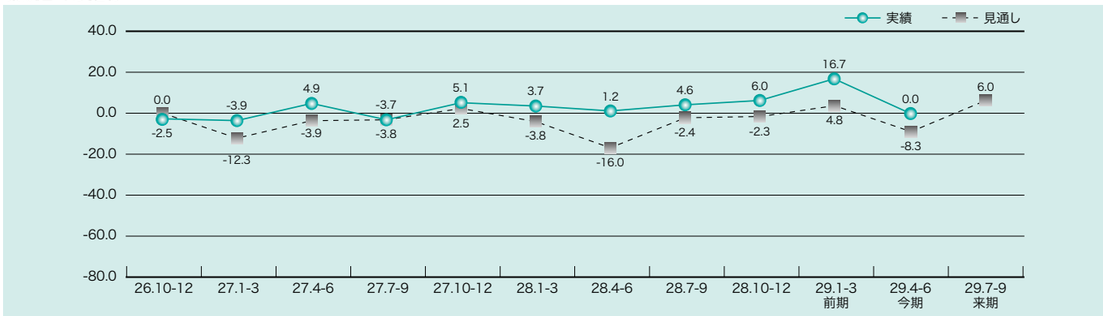
(注)設備／人手はプラスになるほど過剰、マイナスになるほど不足。

建設・不動産業
回答数83社

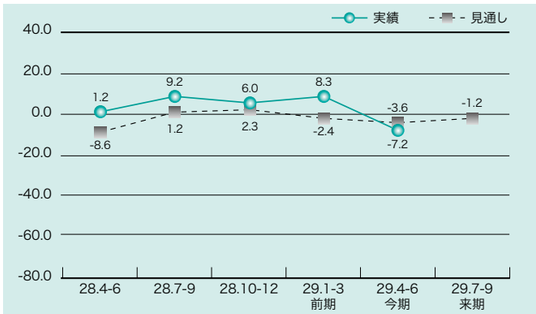
今期の実績(4-6月期) **業況D・Iは0.0。前期より大幅に悪化。**

来期の見通し(7-9月期) **業況D・Iは6.0。来期は良化の見通し。**

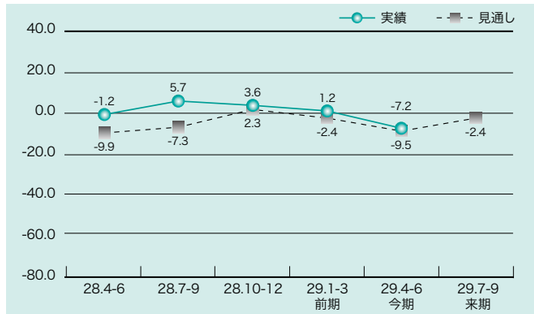
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	平成29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	3.7	1.2	4.6	6.0	16.7	0.0	6.0
売 上	25.3	19.8	1.2	9.2	6.0	8.3	▲ 7.2	▲ 1.2
収 益	13.9	9.9	▲ 1.2	5.7	3.6	1.2	▲ 7.2	▲ 2.4
資金繰り	▲ 3.8	▲ 2.5	▲ 1.2	▲ 1.1	▲ 2.4	▲ 4.8	1.2	▲ 2.5
在 庫	▲ 9.1	▲ 6.3	▲ 2.5	▲ 6.0	▲ 6.0	▲ 8.8	▲ 7.4	▲ 7.4
設 備	▲ 8.3	▲ 9.7	1.6	▲ 5.9	▲ 4.5	▲ 6.1	▲ 8.2	▲ 11.5
人 手	▲ 38.0	▲ 39.5	▲ 35.4	▲ 31.0	▲ 31.0	▲ 48.2	▲ 31.3	▲ 33.7

(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。

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

「聞いてないよ～」“朝令暮改”はプラスかマイナスか

今回の登場人物

轟室長（とどろき）
（経営改革室　室長）
入社25年目の経営改革室室長。
数々の部門長を歴任し、社内事情に明るい。
何事にも前向きで、前例の無いアイデアほど
重視する柔軟な思考の持ち主。
一方、戦略には、数字の裏付けを求める
社内きっての理論派という側面もある。

真一
（経営改革室　所属）
入社6年目。物怖じしない明るい性格で、
少しのことではめげない。
どこに行ってもムードメーカー的存在になる。
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。

あらすじ

- 「……というわけで、部長の“鶴の一声”で考え直すことになったんだ。時間があまりなくて大変なんだよ」。久しぶりに会った営業一課時代の同僚（以下「元同僚」）は、そう言ってご飯をかきこんだ。真一は珍しく、情報交換がてら、元同僚と昼食をともにしていた。聞けば、ほぼ完成済みで来週からスタートする予定だった営業プランを、部長の意向でほとんど一から考え直すことになったと言う。別れ際、「部長に営業プランを覆されたときには、正直『まいったな』と思ったけど、とにかく頑張ることにした」と、元同僚は笑顔で真一に軽く手を振った。
- そういえば、轟室長も完了間近になっている仕事であっても、“鶴の一声”で覆すときがたまにあるな、と思いながら真一が経営改革室に戻ると、とたんに轟室長の声が飛んできた。「真一、ちょっと来てくれ」。
- 轟室長は、アクションプラン策定のために真一が仕切って行う予定の会議の議題や、それぞれの役割分担などが良くないと言う。真一が思うに、轟室長の指示通りに考え直すとなると、経営改革室の他のメンバーに作成してもらった資料が無駄になってしまう。真一自身が昨日遅くまでかかって準備した資料も作成し直すことになるだろう。そもそも真一は、轟室長には事前に会議の議題や役割分担などを相談し、了解を得ていたつもりだった。
- 先ほど聞いたばかりの元同僚の「部長に完成間近の営業プランを覆されて一から考え直すことになった」という話が頭をよぎり、これから費やす労力を憂えた真一は、意を決して轟室長に異議を唱えることにした。そこから始まった轟室長と真一の会話の中に、上司と部下のギャップが見えた……。

真一が轟室長の指示に異議を唱えようとした会話

真一　すみません、室長。いささか私、混乱してきました。
室長　どこが混乱する？　どこが分からない？
真一　えーと、すみません、混乱というのとは
違うかもしれません。
なんだか腹落ちしない点があって……。
室長　ここでお互いの認識に相違が出て、
またやり直しになったら大変だ。
今この場で解決しよう。
で、何が腹落ちしないんだ？
真一　先日、この会議の議題や役割分担などについては、
室長に相談したつもりだったのですが……。
室長　ああ、聞いたよ。　それで？
真一　私はそのとき室長と相談して決めた通りに
進めたつもりだったんです。この認識は合っていますか？
室長　うん。細かいところは覚えていないけど、
真一の作ってくれた計画はだいたい
以前話した通りだと思うよ。
真一　そうですよね。それを良くないって言われてしまうと、
いったいどうしたらいいのか……。
正直に言って、室長とちゃんと話し合って決めたことを、
今になって覆されたような気がしてしまうんです。
室長　確かに、今、私が指示したことは以前決めたこととは
違うよ。それが真一の腹落ちしない点なのか？
真一　はい。

室長　そうか……。それじゃあ、会議の議題や
役割分担について、今、
私が指摘した点についてはどう思う？
真一　それは室長の言う通りだと思っています。
ちゃんと納得しています。
室長　じゃあ問題ないじゃないか。
過ぎたことにはこだわらず、さっさと前に進もう、と
言いたいところだけど。
要するに、前に決めたことを私が覆した、
という“朝令暮改”がひっかかっているんだろう。
真一　はい。実は友人（真一は気を使って「友人」と言った）
から、上司に決まったことを覆されたという話を
聞いたので、私も同じだ、と
感じてしまったのかもしれません。
室長　あのな、真一。その上司の意図はよく分からないが、
私は“朝令暮改”をいとわない。一度決まったことだって
状況を見て変えることもある。
ビジネスは常に速いスピードで
動いているんだから、
そんなことで納得できないと
言っていないで、
どうしたら前に進めるかを
考えるようにしてくれ。
真一　はい（でも、ひっかかる……）。

上司と部下、それぞれの思いや考え

- 上司は、ビジネスにおいて状況は変化するものであり、その時々のリソースや考えられるリスクなどを考慮して、最も良い方法を選択したいと考えています。そのため、「より生産性が高い」「よりリスクが低い」などのプラスになる方法があれば、一度決めたことであっても変更して構わないと思っています。こうした上司は、“朝令暮改”を、“覆す”というマイナスのイメージではなく、“進化する”というプラスのイメージで捉えています。
- このように考える上司は、部下にも自分と同じように、常により良い仕事の進め方などを考えたり、それを受け入れたりしてほしいと思っています。上司は部下に、“朝令暮改”という変化を“進化”と捉える姿勢を期待しているのです。
- 一方、“朝令暮改”をプラスに捉えられない部下は少なくありません。特に、経験を積んだ部下ほど、その傾向が強くなります。経験を積んだ部下は、上司から、リソースや考えられるリスクなどを考慮した仕事の進め方を期待されていると自負しています。そしてその期待に応えようと、必要なタイミングで上司に相談し、そこで決まったことは責任を持って実行したいと考えています。
- 上司から期待されているという自負、応えたいという責任感が強いほど、部下は上司の“朝令暮改”を、「あのときちゃんと相談して決めたことなのに」と不満に思ってしまいます。時には、「どうせ決めても“朝令暮改”で変わってしまうから」と、自分で決められなくなることもあります。

ビジネスリポート | 上司と部下のギャップを探れ! 21

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

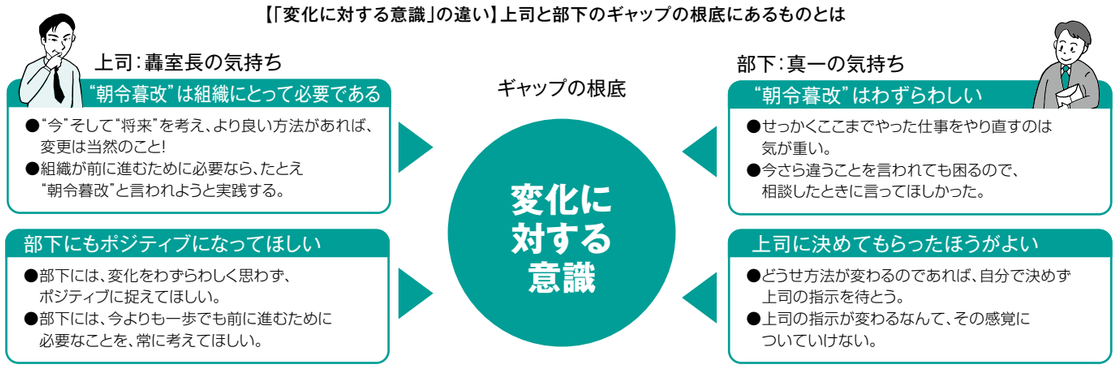
上司と部下のギャップの根底は「変化に対する意識」

■ 上司が“朝令暮改”を“進化”とプラスのイメージで捉えることができるのは、常に組織全体が「前に進むこと」を一番に考えているからです。上司が思う「前に進むこと」とは、実際に目に見える成果が上がることだけではありません。部下が自ら、今よりももっと前に進むことを考え、活発に意見を出してくれる風土も求めています。そのため、上司は、組織の中では変化を恐れず、率先して常にポジティブであろうとします。

■ 一方、多くの部下は変化を好みません。経験を積み、ある程度仕事を任されている部下は、上司の思いを実現したいと考えてはいます。しかし、実務を進めるうちに、目の前の仕事をつつがなく完了させることで頭がいっぱいになることがあります。その場合、“朝令暮改”が「仕事をやり直す面倒なこと」とネガティブに映ることがあります。

■ こうしたギャップは、上司と部下で「変化に対する意識」が異なるために生じます。

【「変化に対する意識」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

上司に処方される“ギャップ解消薬”

1.“朝令暮改”の理由をハッキリ言う

■ 経験を積んだ部下の多くは、もともとは上司の考えを理解したいという気持ちがあるため、“朝令暮改”の理由が明確であれば動くことができます。上司は、“朝令暮改”のときは、特にプラスの理由が分かるように部下に示しましょう。そのとき、部下が変化に混乱してネガティブにならないよう、理解度を確認しながら話をすることが大切です。

2.たまには部下の話をガッチリ聞く

■ たまには、「こうした考えでここまで進めていた」という部下の“苦労話”をしっかり聞いてみましょう。部下はそれだけで気持ちが晴れ、「わずらわしい」というネガティブな思考が吹き飛ぶことがあります。部下が変化に対してポジティブな思考になるかどうかは、上司の部下との関わり方次第です。

部下に処方される“ギャップ解消薬”

1.「あのときはこう言った」を禁句にする

■ ビジネスにおいて、状況は常に変化しています。部下は、“朝令暮改”に対して、つい「あのときはこう言いましたよね」と口走ってしまうことがありますが、上司からしてみれば、“あのとき”と“今”は違います。「あのときは……」という過去を振り返る言葉ではなく、「今後は……」という未来に向かう言葉を使うように心掛けましょう。

2.「良くなる点」をまず第一に考える

■ 部下は、“朝令暮改”のとき、まず第一に変わった後に実現される「良い点は何か」を考える癖をつけましょう。“朝令暮改”の際の論点は、「上司が以前言ったこと（決めたこと）を変えた」という点ではありません。大切なのは「変えることによって、どのような良いことがあるか」ということなのです。

ギャップ克服!上司力・部下力チェックシート

■ 以下は、「変化に対する意識」について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。

- □ 仕事の進め方や組織のモチベーションの高め方について、今よりも良い方法を常に考えている
- □ 考えを言葉に出し、常に今よりも良い方法を考えている姿勢を部下に見せている
- □ 必要なことは、たとえ“朝令暮改”と言われようと変えている
- □ “朝令暮改”のときは、部下に、変える理由を明確に伝えている
- □ “朝令暮改”のときは、部下に、変えることで良くなる点を特に明確に伝えている
- □ “朝令暮改”の指示を出した後、部下に、今後の仕事の手順を確認している
- □ “朝令暮改”のときは、部下の表情や反応を見て、ネガティブな思考になっていないかを確認している
- □ 部下がネガティブな思考になっているときは、部下に疑問に思う点を聞いている
- □ 仕事の進め方などについて定期的に話し合う場を設け、部下が自ら考えを提案する機会を作っている
- □ 常にポジティブな言動を心掛けている

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。

- □ 定期的に一つ一つの仕事の進め方を振り返り、今よりも良い方法はないかを考えている
- □ 自社の商品やサービスについて、もっと良くなるために改善できることはないかを考えている
- □ 上司が“朝令暮改”したときは、その理由を聞くようにしている
- □ 上司が“朝令暮改”したときは、まず、変えることで良くなる点を考えるようにしている
- □ 上司が“朝令暮改”したときは、変えたことをしっかり実現する方法を考えるようにしている
- □ 上司が“朝令暮改”したときは、理解できない部分があれば質問して解決するようにしている
- □ 上司に対して「あのときはこう言いましたよね」など、過去を問いただすような質問はしていない
- □ 「できない」などの言い方ではなく、「こうすればできる」などの肯定的な言い方を心がけている
- □ 上司からの指示に対しては、まず、「はい」と素直に答えている
- □ 常にポジティブな言動を心掛けている

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

本田宗一郎

本田技研工業株式会社創業者

能率とは、プライベートの生活をエンジョイするために、時間を酷使することである（＊）

出所：「本田技研工業株式会社ウェブサイト」（本田技研工業株式会社）

冒頭の言葉は、

「効率化を実現させることで、仕事もプライベートも充実させることができる」

ということを表しています。

独自の技術で二輪車や自動車を手掛け、世界における日本製の評価を高めた本田氏。

世にない製品を作り、人々を喜ばせたいという本田氏の精神は、本田技研に脈々と受け継がれており、現在はロボットや飛行機などの分野においても存在感を示しています。

本田氏は終生人材育成に情熱を注ぎ、組織づくりに成功しました。本田氏は社員に対して、仕事に向き合う際の考え方を数多く残しており、冒頭の言葉もその1つです。この言葉は今風の働き方改革のような、長時間労働を削減し、プライベートを充実させるという、社員に優しい働き方を説いているように思えます。

しかし、この言葉には、仕事にしっかりと取り組むという前提があります。「仕事を終わらせた上で、プライベートを充実させてください」という厳しさも感じることができます。

とはいえ、「時間を酷使する」ほどの効率化に取り組むのは簡単なことではありません。効率化を図るためには、仕事について深く考える必要があります。社員は効率化について考えていないわけではありませんが、自らの役割を理解し、経営者が求めるレベルで行動できる社員はどれくらいいるでしょうか。

本田技研の場合も、本田氏が満足できるほど仕事を深く理解していた社員ばかりではなかったようです。本田氏は仕事に対する理解が浅い社員に対して、容赦なく叱責したというエピソードが残っています。本田氏は研究所を見回っては「今、何をやってるんだ」「昨日話した件、どうなった」と質問し、社員が答えるとすかさず「なぜそうやるんだ」「どうしてそれをやるんだ」と尋ね、これに答えられないと雷を落としたそうです。研究所は大部屋であり、毎日このやり取りが繰り返されるのを社員は目にするので、自分がいつ質問されてもいいように、仕事の内容を整理し、何のためにその課題に取り組んでいるのかを深く考える習慣が根付いたといわれています。

もう1つ、効率化に取り組む際、経営者は根拠を示して社員に行動を促すことが大切です。経営者の指示に対して、とにかくがむしゃらに頑張るという社員や、考えを持っていても、間違いや失敗を恐れて行動できない社員がいます。それでは課題を解決することはできません。

こうした社員に対して、本田氏の次の言葉の意味を伝える必要があります。

「『根性』というのは、科学的な理論の上に成り立っているんだよ」（＊＊）

経営者は根拠なく、社員に効率化を指示しているわけではなく、勝算があるからこそ社員に指示しています。しかし、社員は根拠があるからこそ指示しているという点や、経営者が何に着目し、根拠があると考えているのかなどの点に考えが至りません。

そのため、経営者が効率化を図れると判断を下した根拠を示すことが大切です。その上で、背中を押せば、社員は頑張り方を理解し、徐々に自分から行動するようになります。

自ら行動することに楽しさを知った社員は、効率化だけでなく、積極的に新しい挑戦に踏み出すようになります。こうした各社員の挑戦が蓄積されることで、組織としても成長することができるでしょう。

【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】

ほんだそういちろう（1906～1991）。静岡県生まれ。二俣尋常高等小学校卒。1946年、本田技術研究所（現本田技研工業株式会社。本稿では「本田技研」）設立。

【参考文献】

（＊）「本田技研工業株式会社ウェブサイト」（本田技研工業株式会社）
（＊＊）「本田宗一郎からの手紙　現代を生きるきみたちへ」
（片山修編、ＰＨＰ研究所、2007年7月）
「得手に帆あげて　本田宗一郎の人生哲学」
（本田宗一郎、三笠書房、1992年4月）
「本田宗一郎夢を力に　私の履歴書」
（本田宗一郎、日本経済新聞社、2001年7月）

以　上

※上記内容は、本文中に特別なことわりがない限り、2017年4月時点のものであり、将来変更される可能性があります。

■本リポートは、当方の情報サービスの一環として、情報提供を目的として信頼のおける外部機関により作成・編集されたものです。■本リポートは、情報提供のみを目的とするものであり、本リポートにおいて提供されるいかなる情報も、本リポート利用者の皆様に対し、取引の申し込みや勧誘、あっせん、推奨、助言、金融商品を含む商品やサービスの販売等を目的として提供されるものではありません。
■本リポートに記載された情報を利用または参考として行われた経営上の判断や行為・結果等について、当方および外部機関は一切責任を負いません。本リポートに記載された情報を利用または参考として行われる経営上の決定については、本リポート利用者ご自身の責任の下でのご判断によって行われますようお願い申し上げます。■本リポートを通じて提供される情報は、執筆時点の法令および社会情勢等に基づいて記載されていますが、その正確性・完全性を保証するものではなく、今後予告なく本リポートの内容の更新、追加、変更等がなされることがあります。■本リポートは著作物であり、著作権法により保護されております。本リポートを無断で複写、複製することを禁じます。

2017年度第1四半期（平成29年6月末現在）

当金庫の 2017年度第1四半期の 業況をお知らせいたします。

第67期通常総代会の開催（6月19日）

業務報告の様子

平成29年度入庫式（4月3日）

フリーキャスター 伊藤聡子氏による基調講演

安城市市政施行65周年へ寄附（4月24日）

当金庫の概要（平成29年6月末現在）

創業	昭和25年10月25日
預金	2兆132億円
貸出金	1兆302億円
出資金	12億60百万円
会員数	78,386先
店舗数	77店舗（うち出張所1カ所）
駐在員事務所	1カ所（バンコク）
店舗外ATMコーナー	58カ所（共同ATMコーナー含む）
役職員数	1,339名
長期発行体格付	A+（JCR）

開示項目

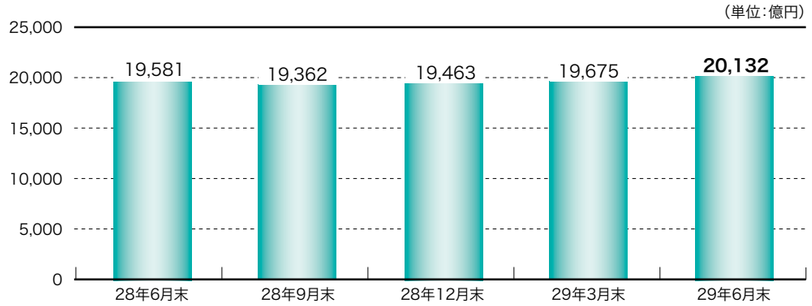
- ■預金・貸出金の状況
- ■貸出金業種別内訳
- ■金融再生法に基づく開示債権
- ■有価証券の時価情報
- ■トピックス

（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。

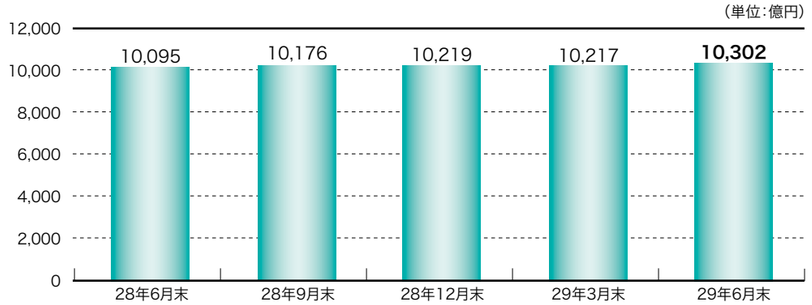
預金・貸出金の状況

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



貸出金残高の推移



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）

	28年6月末	28年9月末	28年12月末	29年3月末	29年6月末	
						構成比
製造業	1,578	1,580	1,569	1,571	**1,571**	**15.2%**
不動産業 （うち個人による貸家業）	1,910 (1,359)	1,899 (1,355)	1,895 (1,352)	1,880 (1,334)	**1,910** **(1,342)**	**18.5%** **(13.0%)**
サービス業	1,050	1,054	1,049	1,023	**1,027**	**9.9%**
卸売・小売業	772	775	767	742	**736**	**7.1%**
建設業	527	546	572	578	**545**	**5.2%**
個人	3,230	3,306	3,363	3,430	**3,451**	**33.4%**
その他	1,026	1,013	1,001	992	**1,059**	**10.2%**
合計	10,095	10,176	10,219	10,217	**10,302**	**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。

2017年度第1四半期（平成29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つつ減少に努めています。

金融再生法開示債権の状況

（単位：億円）

	28年6月末	28年9月末	28年12月末	29年3月末	29年6月末
金融再生法ベースの不良債権（A）	328	328	328	322	**316**
破産更生債権及びこれらに準ずる債権	44	41	36	34	**32**
危険債権	208	208	210	205	**207**
要管理債権	75	79	81	81	**77**
正常債権	9,799	9,874	9,920	9,923	**10,016**
合　計（B）	10,128	10,202	10,249	10,245	**10,332**
不良債権比率（A）／（B）	3.24%	3.22%	3.20%	3.14%	**3.07%**

（注）平成29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29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29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。

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29年6月末		
	取得原価	時　価	差　額
国　債	—	—	—
地方債	35	35	0
合　計	35	35	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29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	—	—	—
	その他	—	—	—
	小　計	—	—	—
時価が取得原価を超えないもの	地方債	—	—	—
	社　債	—	—	—
	その他	1,000	999	△ 0
	小　計	1,000	999	△ 0
合　計		1,000	999	△ 0

(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

ー　該当ありません。

4. その他有価証券

（単位：百万円）

	種　類		平成29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		4,324	10,544	6,220
	債　券		510,771	526,589	15,817
		国　債	78,670	81,961	3,290
		地方債	166,150	172,093	5,943
		社　債	265,950	272,534	6,583
	その他		55,296	57,150	1,853
	小　計		570,392	594,284	23,891
時価が取得原価を超えないもの	株　式		2,260	2,026	△ 234
	債　券		56,181	55,372	△ 808
		国　債	3,932	3,756	△ 176
		地方債	1,459	1,443	△ 16
		社　債	50,789	50,173	△ 615
	その他		70,786	69,330	△ 1,455
	小　計		129,228	126,730	△ 2,498
合　計			699,620	721,014	21,393

(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）

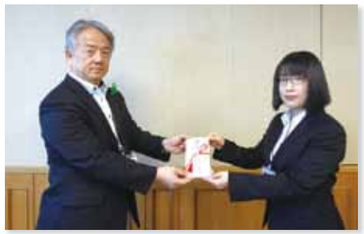
区　分	平成29年6月末
子会社・子法人等株式	878
非上場株式	980
合　計	1,859

トピックス（平成29年4月1日～6月30日）

4 月 3 日	平成29年度入庫式（新入職員 67名）
4 月 3 日	リンカーズ株式会社との業務提携によるメーカーマッチングサービスの開始
4 月 6～27 日	「へきしん年金友の会　日帰りバスツアー」を実施（8班編成）
4 月 20日	インターネットによるWEB完結ローンの取扱い開始
5 月 1 日	スマートフォンによる口座開設サービスの取扱い開始
5 月 31日	預金量2兆円を達成
6 月 1 日	へきしんフォトコンテストの募集開始
6 月 3、4 日	有松絞りまつりにボランティア参加
6 月 12～16 日	「信用金庫の日」にちなんで全店で地域の清掃活動を実施
6 月 12日	「緑の募金」を実施
6 月 19日	第67期通常総代会の開催
6 月 19日	2017年3月期（平成28年度）決算発表
6 月 19日	へきしんミニディスクロージャー２０１７の発行
6 月 19日	「笑顔の定期２０１７夏」の取扱開始
6 月 20、21 日	女性活躍推進に関するセミナーを開催
6 月 23日	お客さま本位の業務運営（フィデューシャリー・デューティー）に関する取組方針の策定・公表
6 月 27日	御園支店の竣工

インターネットによるWEB完結ローンの取扱い開始（4月20日）

スマートフォンによる口座開設サービスの取扱い開始（5月1日）


「緑の募金」を実施（6月12日）

「信用金庫の日」にちなんで全店で地域の清掃活動を実施（6月12日～16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

「THE LINK SQUARE HEKIKAI」が完成

名古屋市中区に「THE LINK SQUARE HEKIKAI」が完成

～お客さまと地域をつなぐ架け橋～

平成29年7月18日、「THE LINK SQUARE HEKIKAI」が完成「御園支店」「パーソナルプラザ」「名古屋営業部」を新設オープン

平成29年7月18日、「THE LINK SQUARE HEKIKAI」が完成し、「御園支店」を新設オープンいたしました。御園支店のほか「パーソナルプラザ（土曜・日曜日も営業）」および「名古屋営業部」も新設いたしましました。これもひとえに、お客さまや地域の皆さま方のあたたかいご支援、ご愛顧の賜と、深く感謝申し上げます。
7月18日の開店以来、暑い中、連日多くのお客さまにご来店いただいております。これからも、お客さまの課題解決や地域経済の活性化のお役に立てるよう、精一杯努めてまいります。

開店セレモニーのテープカット

店舗の特徴

「THE LINK SQUARE HEKIKAI」3階 パーソナルプラザの新設

お仕事帰りやショッピングのついでにお立ち寄りいただけるよう、平日は19時まで、土曜・日曜日も営業いたします。
また、お子様連れのお客さまにも安心してご利用いただけるようキッズスペースを設置しています。

「THE LINK SQUARE HEKIKAI」4階 ギャラリー・セミナールーム

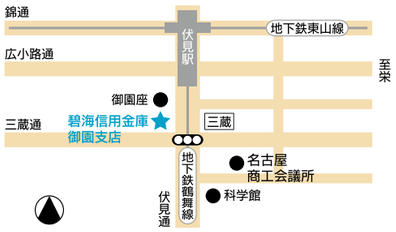
お客さまの生活に役立つセミナーなどを開催するセミナールームを設置しています。また、地域の文化活動を支援できるよう、ギャラリールームを設置しています。

全自動貸金庫の設置

利便性・安全性の高い「全自動貸金庫（400函）」を設置しています。お客さまの大切な書類や思い出の品などを火災や地震、盗難からお守りします。

タッチ伝票端末機、電子記帳台の設置

伝票記入の手間を省き、お客さまのご負担を減らすため、「タッチ伝票端末」「電子起票台」を設置しています。



地下鉄東山線・鶴舞線「伏見」駅下車 6番出口より徒歩3分

所在地：名古屋市中区栄1丁目11番15号
御園支店　TEL 052-228-9010
パーソナルプラザ TEL 0120-501-625

へきしんフォトコンテスト

へきしんフォトコンテスト

最優秀賞、優秀賞、佳作の作品は当金庫御園支店のギャラリーで「へきしんフォトコンテスト展」を開催し、表彰状を授与させていただきます。（平成29年11月）

7月18日（火）OPEN!

あなたの自信作を応募してください。

テーマ

「心に残った“愛知の風景”」

（写真には題名をつけてください。）

募集期間

平成29年6月1日（木）～平成29年9月29日（金）必着

応募資格

●愛知県内にお住まいの方

応募方法

郵送にて応募してください。
※店頭での応募受付はいたしません。
※郵送料は応募者様にてご負担ください。

〒446－8686 安城市御幸本町15番1号
碧海信用金庫総務部　フォトコンテスト係

賞金

最優秀賞（1名）5万円
優秀賞（5名）3万円
佳作（15名）1万円

※18歳未満の方が受賞した場合は、賞金金額の同等品に替えさせていただく場合があります。

世界遺産「街」シリーズ⑤

ドゥブロヴニク（クロアチア）

ドゥブロヴニクはクロアチア南部のアドリア海に面した要塞都市。13世紀ごろから地中海交易の拠点として繁栄。大火や大地震など度重なる災禍に見舞われ、その都度再建され、1979年には世界遺産に登録。1991年の内戦で壊滅的な被害を受け一時は危機遺産リストに登録されますが、市民の手で復元され「アドリア海の真珠」と謳われました。ドゥブロヴニク旧市街は「自由と自治」を守るために築かれた、堅固な城壁に囲まれ、ピレ門の脇などから上ることができ、南回り、北回り合わせて2～3時間ほどで一周できる城壁巡りは絶景の散策コースです。城壁には4つの要塞があり、北の角のミンチェタ要塞からは、赤瓦屋根の旧市街と青くきらめく海が、海を臨む聖イヴァン要塞からは、かつて多くの交易船でにぎわった旧港が見渡せます。また、ジブリの名作「魔女の宅急便」の舞台の参考にされた街としても有名です。

碧海信用金庫

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

〈企画・編集〉総合企画部 企画グループ
TEL0566(77)8102

2017年8月発行