

Hekikai Report

Hekishin Business Report quarterly Winter 2017

vol.
33
新春号

企業訪問 地域の躍動企業

株式会社ユニソン 代表取締役社長 浅岡 直人 氏
取締役 高柳 重樹 氏

地域の景気動向 平成28年12月調査

特別調査 平成29年の経営見通し

ビジネスリポート

上司と部下のギャップを探れ! 19

職場にまん延する軽率な「パワハラ」発言の先にあるもの

へきしんディスクロージャー

2016年度第3四半期

碧海信用金庫

企業訪問
地域の躍動企業

名古屋支店お取引先

株式会社ユニソン

代表取締役社長 浅岡 直人 氏

取締役 高柳 重樹 氏



エクステリア資材メーカーでありながら、ものづくりにとどまらず、ガーデン文化やライフスタイルの提案まで幅広い分野で企業活動を展開している株式会社ユニソン。常に社会の変化に目を向け業界の枠を越えた積極的なアプローチで未知なる領域への挑戦を続けています。ユニークで独創的な視点と、強みである「機動力」を用いて未来へのビジョンを描く浅岡代表にお話を伺いました。

左から高柳取締役、浅岡代表、名古屋支店池田支店長

ブロックメーカーから、ライフスタイルの提案・創造企業へ

製造から総合的なプラン提案まで
「ガーデンエクステリア事業」

1962(昭和37)年、豊田のブロック工場「高岡ブロック工業所」から、(株)ユニソンの歴史は始まりました。高度経済成長期の恩恵を受けて、コンクリートブロックの製造で売上を伸ばし、工場の拡張・設備機器の更新などに努める一方で、当時関西エリアで高いシェアを誇っていた笹原ブロック工業株式会社(後の笹原メーソンリー株式会社)と業務提携を結ぶなど、資材メーカーとして自立するための生産能力アップと品質向上にも尽力。後の市場に大きな影響を与えることとなる化粧ブロック「シャモティ」を生み出すなど、新商品開発にも力を入れていきました。1992年のバブル経済崩壊後は、それまで外向きであった人々の意識が内向きになり、さらに当時のイングリッ



▲化粧ブロック「シャモティ」

シュガーデンブームで拍車がかかり、ガーデンやエクステリアへ関心が高まりました。「シャモティ」はもとより外国産のレンガや天然石などをラインナップに加えたことで圧倒的な支持を受け、短期間にシェアを伸ばすきっかけになりました。

化粧ブロックの製造からスタートした商品領域も、今ではポ

ストや門柱、ライトまで広がり、総合的にガーデンやエクステリアのプラン提案ができるようになりました。近年、住宅着工数が減少し市場の縮小が叫ばれる中、インクジェットプリンターによる彩色ブロック「ステラシリーズ」、透水・保水・遮熱などの機能性舗装材をはじめとする新たな商品開発や、配送時間をお客様がWeb上で予約できる「De-Line」システムなど独自のサービスを提案し、お客様から選ばれるメーカーを目指しています。



▲エコルトウォールライト



▲壁付けポスト「テラ」



▲ウォータースタンド「スプレ」

安心・安全な生活環境づくりを目指す
「景観エクステリア事業」

創業以来、個人邸などのプライベート市場を中心に事業展開してきましたが、最近の公共施設や商業施設などでは、意匠性の高い舗装材などを採用する案件が増えてきており、弊社がこれまで培ってきた開発技術や製品の意匠性を、設計事務所やデベロッパーなど新たなお客様に提案しています。分譲マンションの共有スペース・商業施設の広場・公園など、まちの景観を整備し、快適さと楽しさ、美しさ、そして安心・安全な空間づくりを



▲施工実績：文化の丘公園(愛知県稲沢市)

自然と寄り添う賢い暮らし
「パッシブデザイン事業」

2011年の東日本大震災の影響で、できるだけ電気を使わない生活を目指そうという意識が高くなり、官民をあげて新たな仕組みづくりが進められるようになりました。その中で、冷暖房を中心とした住宅のエネルギー消費は最も関心が高くなり、経



▲彩色ブロック「ステラシリーズ」施工例

目指す「景観エクステリア事業」は、プライベート市場との相乗効果を目的にスタートした事業であり、提案活動を進めていくうちに、人々の価値観が多様化し、公共施設や商業施設などにも生活の場としての意匠性や機能性が求められていることが分かり、弊社商品が注目されるようになりました。

今後、生活空間のコンパクト化が進んでいくと思われます。生活環境の問題に積極的に関わっていくことで事業を多角化していきたいと考えています。我々のポジショニングでのチャンスは、多々あると考えています。



▲ラ・スイート神戸オーシャンズガーデン(兵庫県神戸市)

済産業省と国土交通省が連携して住宅の温熱環境の性能を厳しく設定、2020年には改正省エネ基準義務化を打ち出した結果、今までの住宅づくりを根本から見直すことが求められるようになり、ビルダーや工務店だけでなく、建材メーカーなども含めた業界全体が対策を講じる必要が出てきました。

弊社では、光や風など自然からもたらされるエネルギーを上手に採り入れ、快適な環境づくりと心地よい暮らしの実現を目指す「パッシブデザイン」に着目。「自然と寄り添う賢い暮らし」を

テーマに、地域や季節、住まい方も含めた視点で住宅の温熱環境を提案すべく取り組んでいます。住宅の外皮性能を高める「現場発泡ウレタン施工」を行い、2020年に義務化される省エネ基準に適合させるために、サッシ窓や換気などの住宅設備を含めてトータルに温熱計算し工務店やビルダーに提案することが事業の中核です。キャッチフレーズは、「真冬に起きたときに、無暖房で15度以下にならない住宅の温熱環境」。高齢者のヒートショック(急激な温度変化による血圧変化)による健康被害を軽減することにもなります。今まではデザインや耐震性などの構造計算が住宅建築の中心でしたが、これからは一年間を通じて快適な住環境を実現することも求められるようになります。ガーデンやエクステリアで培った快適な環境づくりのノウハウを活かし、新たな事業領域へと挑戦をしています。

弊社は化粧ブロックなどのものづくりを得意としている資材メーカーでもあります。資材だけではなくガーデン文化やライ

フスタイルに伴うサブカルチャーを創っていきたいという思いがあります。3つの事業を柱とし、社会の変化に対応し、未知なる領域への挑戦を続けてきたのです。



▲総合カタログで提唱した「自然と寄り添う暮らし」

変革の時代にも、強みである「機動力」を最大限に発揮

社会の変化に対応し 事業の変革に果敢に挑む

ガーデンエクステリア事業と景観エクステリア事業が縮小傾向にあるなか、私には新しい事業を創っていくという目標があります。今の成熟した社会においては全く新しいことというのはそれほどなく、新しい発見をすることがまずスタートとなりますが、新しいことを始める・変えていくことには抵抗感がつきもの。既存の事業や業績など守らなくてはいけないものが目に入り、まだ変わらなくてもいいのでは、というムードや言葉が出てきます。新しく始めることというのは、当初は手がかかるばかりで魅力が無いように感じるものですが、ある程度育ってくるとそのおもしろさがわかってきます。将来にまで目を向けて取り組めるようにすることが、私の仕事だと思っています。

毎年4月に全社研修会がありますが、そこでメッセージ性のある動画などを用いてパフォーマンスを行っています。2016年の全社研修会では、「事業の変革」をするうえでの思いや教訓を示すものとして、童話作家・新美南吉の「おじいさんのランプ」という物語を用いて演出を行いました。「おじいさんのランプ」は、行灯からランプ・ランプから電気へと、人々の暮らしを照らす「あかり」が時代とともに移り変わっていくことを背景に、主人公が仕事と人生を変革していく話です。主人公は、苦勞してランプ屋の仕事を軌道に

乗せたものの、世の中が変わって時代遅れになったことで社会を逆恨みます。が、そこで時代の流れを顧みて己と仕事を見つめ直し、新しく本屋という情報産業を始めるのです。そして物語のラストでは、孫から「おじいさんはえらかったんだね」と賞賛の言葉をかけられるのです。事業の変革はいつの時代にもあります。ランプから電気が変わるというようなわかりやすい事例がなかなかいだけで、よく見ればポイントとなる事例はあり、それに気付かなければ取り残されてしまいます。研修会でのパフォーマンスだけを見ると、お遊びだと受け止められてしまうこともあるのかもしれない。しかし若い人たちには、こうしたアプローチを受け止める素地がある。お決まりの言葉を聞くよりも印象に残るのではと考えています。この先を背負っていく若い社員のために、やり続けることが大切だと感じています。私も、後の社員に「浅岡社長はえらかったんだね」と言ってもらうべく頑張っているということです。

設立の頃は、お客様のニーズになんとかお応えしたいということとでがむしゃらにやってきましたが、会社が成長してくると、どうしてもセクショナリズムが蔓延してきます。変わらなくてはいけない今の時代にこれではいけない、原点に戻ろう、では原点はどこにあったのかと考えたときに、かつて成長の原動力としていた「機動力」が衰えていると思ったのです。私たちの強みは、業界を越えて果敢に挑んできた機動力にあります。原点回帰し、各自・各部署が役割・目的を持って課題を解決し、強い機動力をもって持続可能な会社にしていきたいと考えています。

多彩な価値観で、成熟社会に適したライフスタイルを提案

「IoT」など 成熟社会での新たな事業展開への挑戦

日本がどんどん発展していく時代には、どんなことをやっても成長は得られたと思いますが、今の成熟した社会においては見極めが難しいところです。この先の事業展開について興味深いことは多々ありますが、事業として儲かるかどうか、求心力がありどんどん発展成長していくような内容であることが重要です。そんな中で、昨今注目の集まっている「IoT」の分野には可能性があると感じています。

IoTというのは電気や水道といったインフラと一緒に、インターネットの回線を繋いだ先に、パソコンやプリンターだけでなくさまざまな機器や装置をつなげて、スマートフォンからエアコンで温度調節を行うというような技術を従来は意味していました。しかし本当の意味でのIoTは、もっと人間ライクな、人間の感覚に近いコミュニケーションを可能にするもの。例えば、鍵を忘れた子どものために、お母さんが遠隔で鍵を開けてあげられるというような技術ですが、今はインフラはあってもコンテンツがないという状態なんです。弊社の商品に、宅配ボックスがあります。百貨店の売上を超えたというインターネットショッピングが好調ですが、ネット通販などに利用される宅配ボックスの売上が、東京や大阪などの都市部をメインに伸びてきています。弊社では、エクステリア商品として販売していたわけですが、この宅配ボックスには、不在時や手が離せない



▲宅配ポスト「コルディア」

いとき、子どもだけの留守番時などでも、安心して荷物を受け取ることのできるいくつかの仕組みがあり、ものの受け渡しを介してコミュニケーションが発生するところに注目が集まっています。商品がコミュニケーションを図るためのコンテンツになる、これからのIoTの形を実感したトピックでした。

日本は成熟社会でとても恵まれています。かつて日本より後進であると思っていた国々でも、いまや経済大国となつているところもあります。我々は価値観を変えていかななくてはなりません。常に社会の変化に対応し、成熟社会に適したライフスタイルを提案していくこと。創成期への原点回帰、強みである機動力をもって、さらなる挑戦をしていきたいと思っています。

■企業プロフィール

社 名	株式会社ユニゾン
本 社	〒473-0925 愛知県豊田市駒場町藤池 17-1
T E L	0565-57-1775
F A X	0565-57-1830
設 立	平成3年11月
資 本 金	4億5千万円
主 な 業 務 内 容	ガーデンエクステリア事業 景観エクステリア事業 パッシブデザイン事業
ホ ー ム ペ ー ジ	http://www.unison-net.com

■企業沿革

昭和37年	高岡ブロック工業所として創業
昭和55年	有限会社高岡ブロック工業に改組
平成3年	有限会社高岡ブロック工業製品等の販売会社として、株式会社ユニゾンを設立
平成5年	有限会社高岡ブロック工業の製造部門を株式会社ユニゾンに吸収し、株式会社ユニゾンとしてスタート
平成9年	名古屋事業所・名古屋ショールームを開設
平成10年	三重営業所を開設
平成12年	岐阜営業所を開設
平成13年	福岡支店を開設
平成14年	株式会社ユニゾン西日本を設立 静岡営業所を開設
平成17年	広島支店・広島ショールームを開設
平成18年	新経営体制発足 浅岡直人 代表取締役就任 BGS(会員制卸販売システム)を関東以北地域に展開
平成20年	大阪ショールーム開設
平成22年	化粧ブロック「ジャステイ」発売
平成26年	彩色ブロック「ステラシリーズ」発売
平成27年	パッシブデザイン事業スタート 「De-Line/スマートオーダー」サービススタート
平成28年	サテライトショールーム(大名古屋ビルディング)を開設

全業種
回答数365社

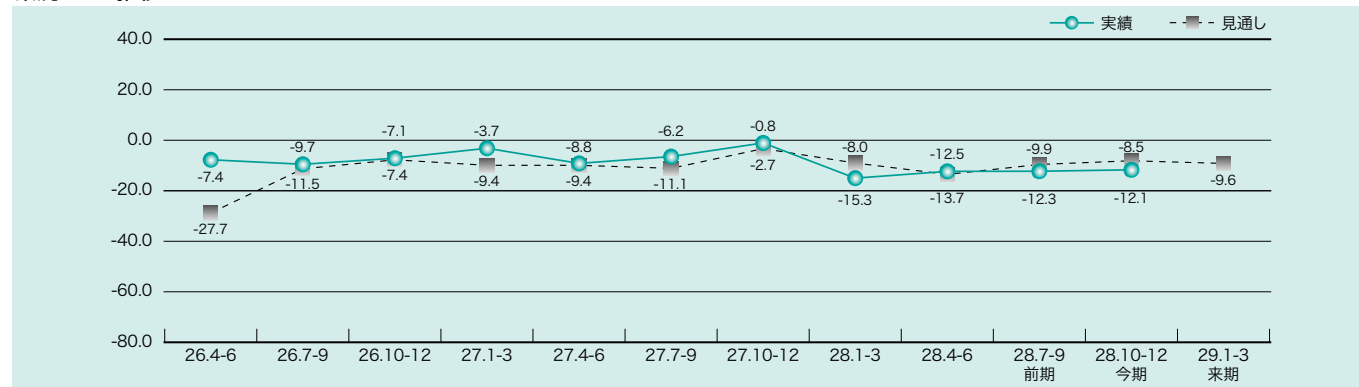
今期の実績(10-12月期)

業況D・Iはほぼ横這いの▲12.1。11期連続でマイナス。

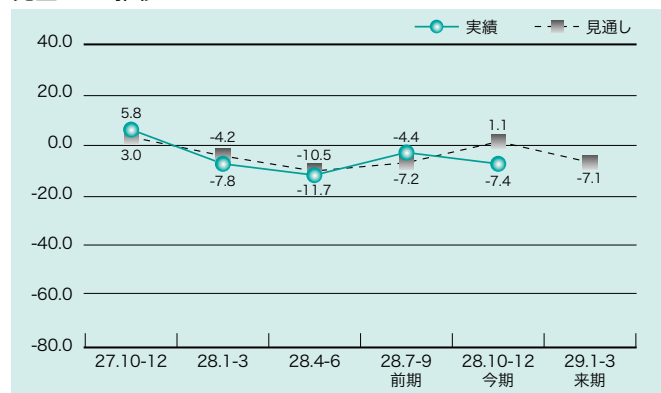
来期の見通し(1-3月期)

業況D・Iは▲9.6。来期は若干改善の見通し。

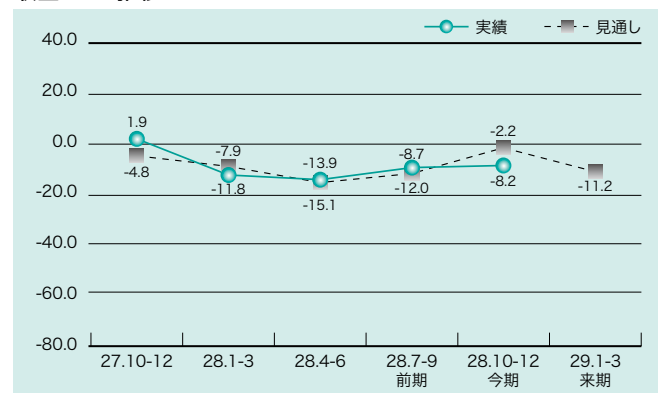
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 4-6月	7-9月	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
業況	▲8.8 ☁	▲6.2 ☁	▲0.8 ☁	▲15.3 ☂	▲12.5 ☂	▲12.3 ☂	▲12.1 ☂	▲9.6 ☁
売上	▲6.6	7.0	5.8	▲7.8	▲11.7	▲4.4	▲7.4	▲7.1
収益	▲10.3	0.0	1.9	▲11.8	▲13.9	▲8.7	▲8.2	▲11.2
資金繰り	▲6.4	▲7.8	▲10.3	▲11.8	▲7.7	▲9.0	▲12.9	▲11.8
在庫	1.7	1.8	2.6	3.8	7.5	▲2.4	2.4	0.0
設備	▲7.3	▲6.8	▲11.8	▲11.4	▲6.8	▲8.4	▲6.3	▲8.1
人手	▲20.2	▲25.0	▲30.2	▲29.0	▲23.8	▲26.3	▲27.7	▲34.5

(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134社

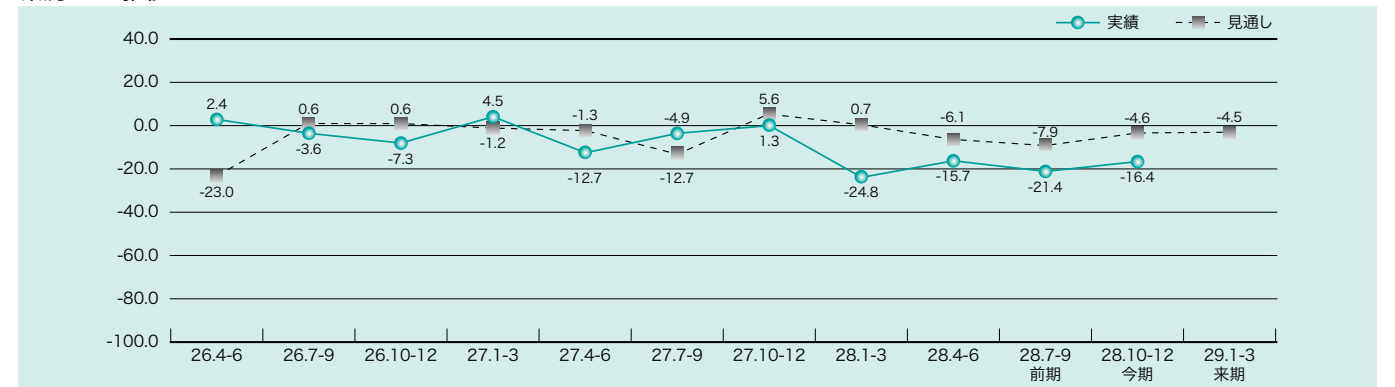
今期の実績(10-12月期)

業況D・Iは▲16.4。前期より若干良化。

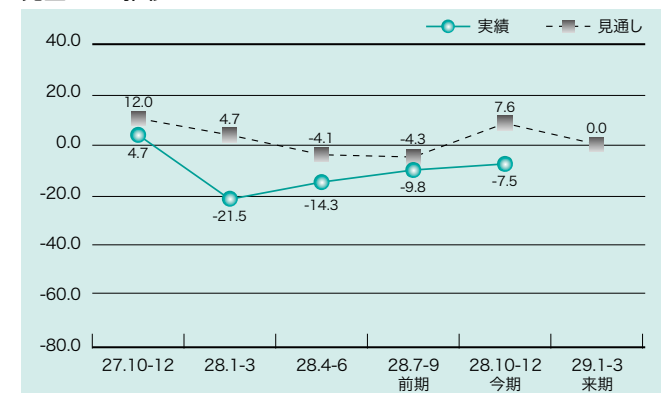
来期の見通し(1-3月期)

業況D・Iは▲4.5。来期は大幅改善の見通し。

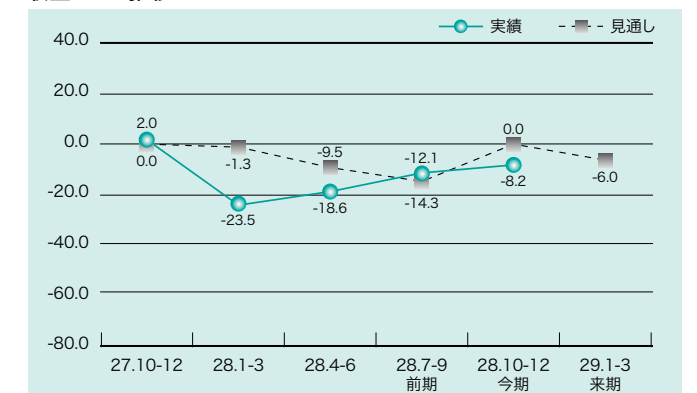
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 4-6月	7-9月	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
業況	▲12.7 ☂	▲4.9 ☁	1.3 ☁	▲24.8 ☂	▲15.7 ☂	▲21.4 ☂	▲16.4 ☂	▲4.5 ☁
売上	▲6.0	11.3	4.7	▲21.5	▲14.3	▲9.8	▲7.5	0.0
収益	▲14.0	0.0	2.0	▲23.5	▲18.6	▲12.1	▲8.2	▲6.0
資金繰り	▲9.3	▲7.7	▲8.1	▲12.1	▲7.1	▲10.6	▲11.9	▲9.7
在庫	1.3	0.7	2.7	4.7	8.6	▲1.5	6.0	5.2
設備	▲10.7	▲7.0	▲14.8	▲10.1	▲7.9	▲7.6	▲4.5	▲6.7
人手	▲14.7	▲22.5	▲28.9	▲24.8	▲16.5	▲22.7	▲20.1	▲28.4

(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。

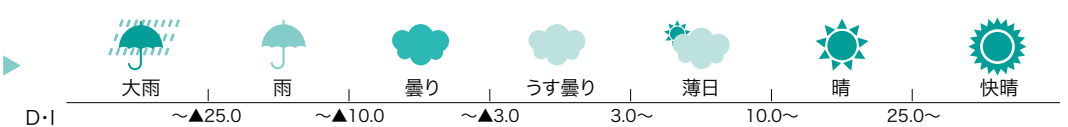
調査概要

- 調査実施時期 平成28年12月1日～7日
- 調査対象企業 365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)	134	37	74	35	84	1	365
構成比(%)	36.7%	10.1%	20.3%	9.6%	23.0%	0.3%	100.0%

天気図の見方



<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37社

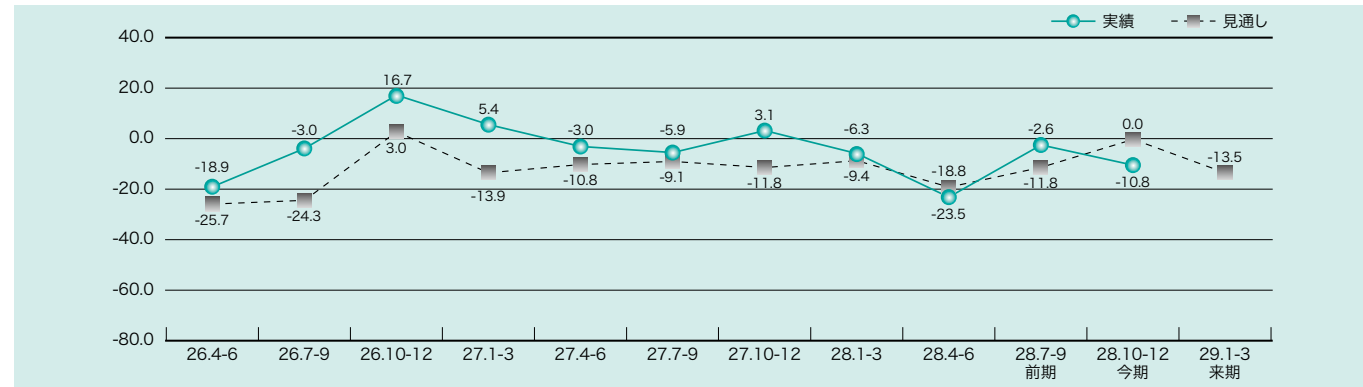
今期の実績(10-12月期)

業況D・Iは▲10.8。前期より悪化。

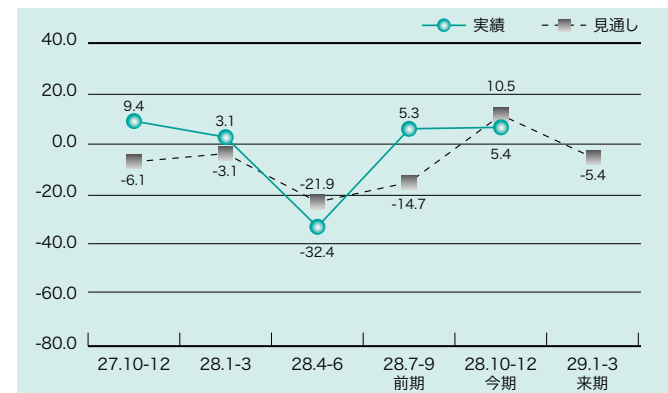
来期の見通し(1-3月期)

業況D・Iは▲13.5。来期はさらに悪化の見通し。

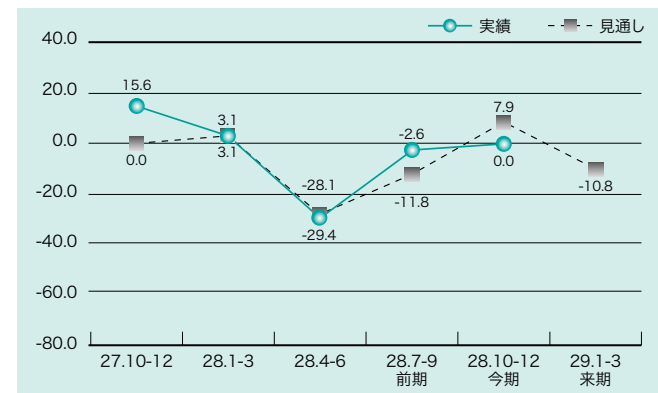
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 4-6月	7-9月	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
業況	▲3.0 	▲5.9 	3.1 	▲6.3 	▲23.5 	▲2.6 	▲10.8 	▲13.5
売上	▲9.1	▲17.6	9.4	3.1	▲32.4	5.3	5.4	▲5.4
収益	▲15.2	▲2.9	15.6	3.1	▲29.4	▲2.6	0.0	▲10.8
資金繰り	▲3.0	▲2.9	▲12.5	▲9.4	▲5.9	▲13.2	▲5.4	▲2.7
在庫	3.1	14.7	12.5	9.4	14.7	▲15.8	▲2.8	▲8.3
設備	▲6.5	2.9	▲6.3	▲16.1	▲5.9	▲2.6	▲2.7	▲2.7
人手	▲12.1	▲20.6	▲43.8	▲34.4	▲17.6	▲15.8	▲18.9	▲29.7

(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。

小売業
回答数74社

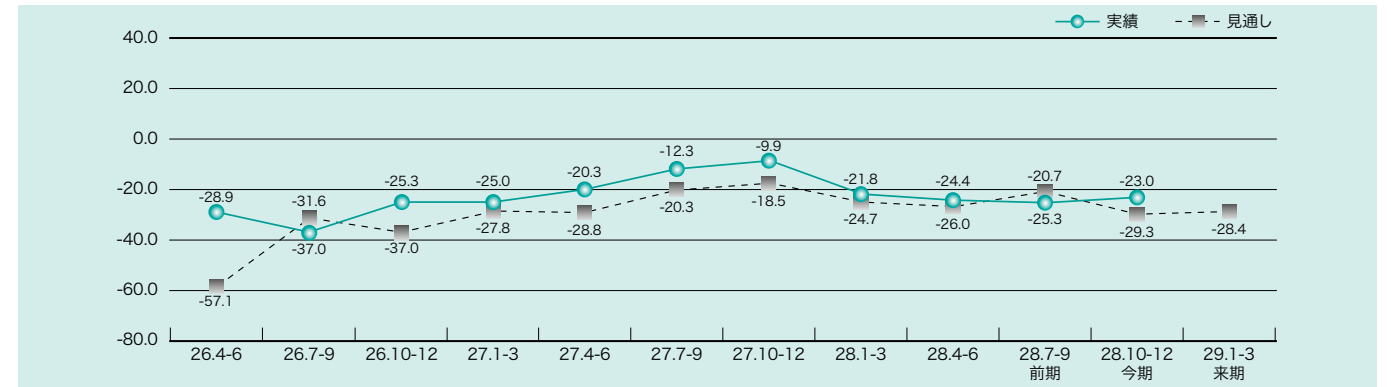
今期の実績(10-12月期)

業況D・Iは若干良化の▲23.0。状況は依然厳しい。

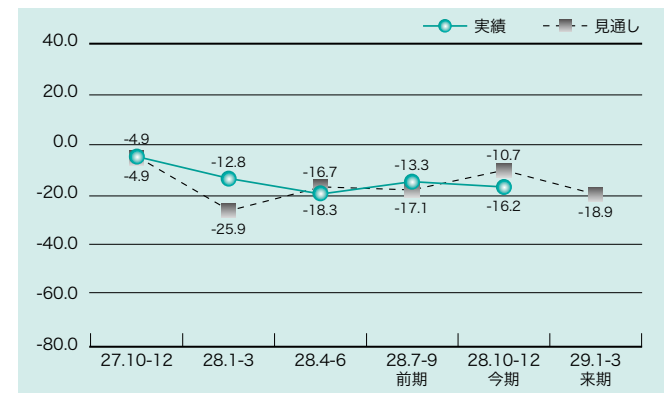
来期の見通し(1-3月期)

業況D・Iは▲28.4。来期は悪化の見通し。

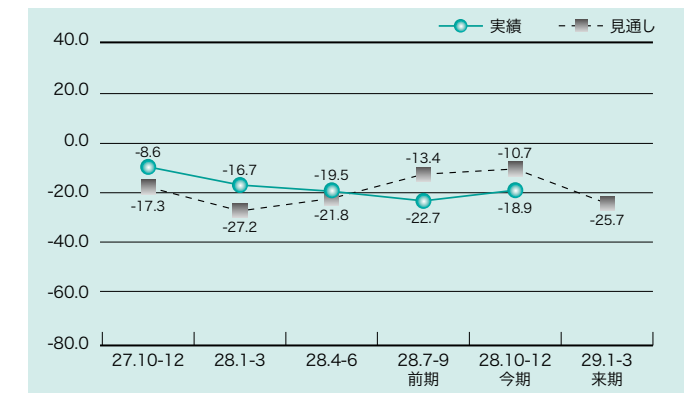
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 4-6月	7-9月	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
業況	▲20.3 	▲12.3 	▲9.9 	▲21.8 	▲24.4 	▲25.3 	▲23.0 	▲28.4
売上	▲19.0	7.4	▲4.9	▲12.8	▲18.3	▲13.3	▲16.2	▲18.9
収益	▲17.7	2.5	▲8.6	▲16.7	▲19.5	▲22.7	▲18.9	▲25.7
資金繰り	▲20.3	▲16.0	▲18.5	▲24.4	▲23.2	▲20.0	▲28.4	▲23.0
在庫	7.6	8.6	9.9	10.3	12.3	5.3	8.1	4.1
設備	▲7.6	▲4.9	▲11.1	▲11.5	▲8.5	▲13.3	▲14.9	▲14.9
人手	▲22.8	▲21.0	▲18.5	▲17.9	▲19.5	▲28.0	▲36.5	▲36.5

(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

回答数35社

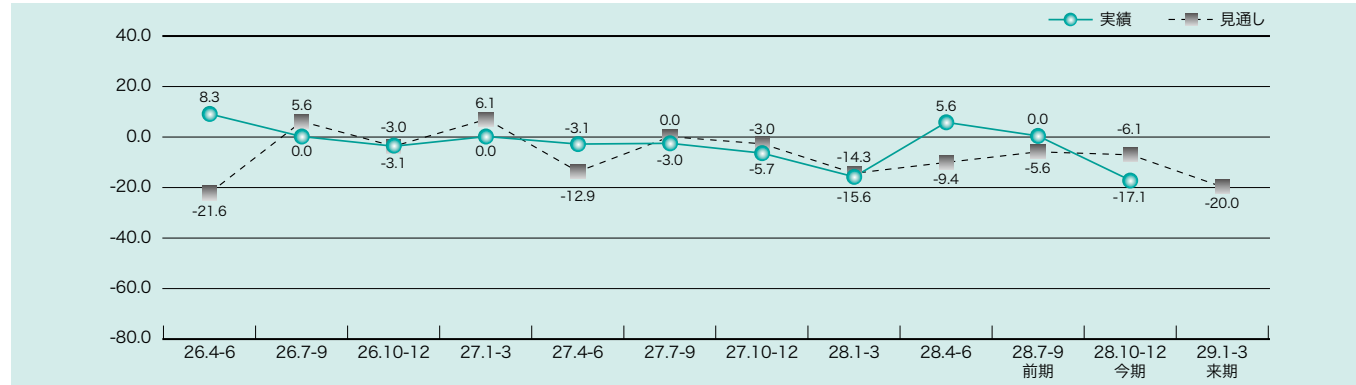
今期の実績(10-12月期)

業況D・Iは▲17.1。前期より大幅に悪化。

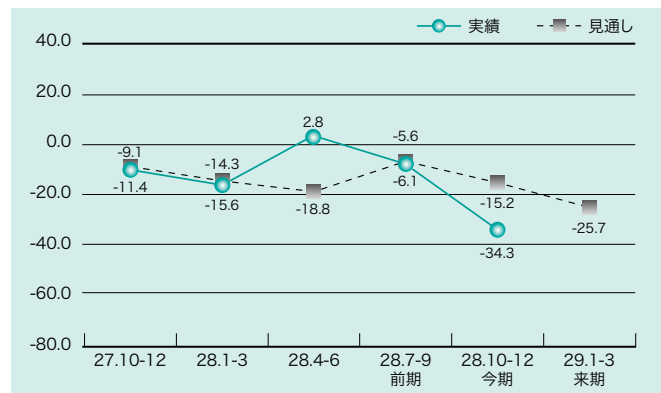
来期の見通し(1-3月期)

業況D・Iは▲20.0。来期はさらに悪化の見通し。

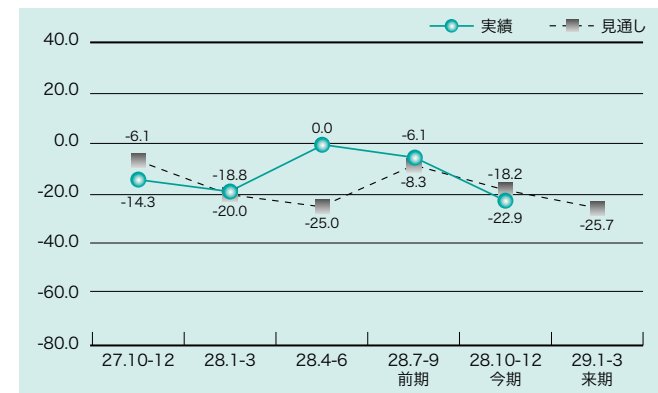
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 4-6月	7-9月	10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	前期実績 7-9月	今期実績 10-12月	来期見通し 平成29年 1-3月
業況	▲3.1 	▲3.0 	▲5.7 	▲15.6 	5.6 	0.0 	▲17.1 	▲20.0
売上	▲15.6	6.1	▲11.4	▲15.6	2.8	▲6.1	▲34.3	▲25.7
収益	▲6.3	0.0	▲14.3	▲18.8	0.0	▲6.1	▲22.9	▲25.7
資金繰り	3.1	▲6.1	▲14.3	▲9.4	5.6	6.1	▲17.1	▲25.7
設備	▲3.1	▲21.2	▲12.1	▲13.8	▲15.2	▲12.9	▲2.9	▲2.9
人手	▲28.1	▲39.4	▲34.3	▲40.6	▲41.7	▲34.4	▲37.1	▲37.1

(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84社

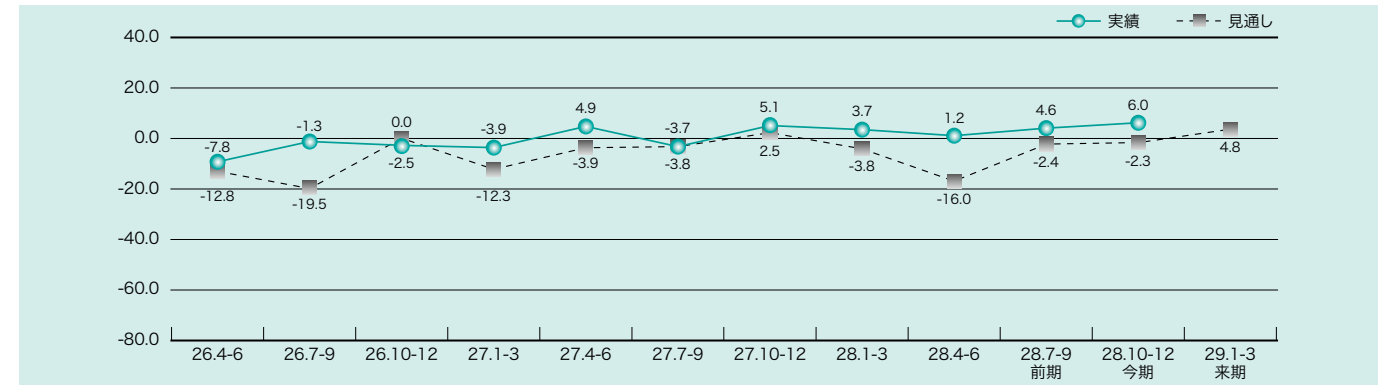
今期の実績(10-12月期)

業況D・Iは6.0。若干良化し5期連続でプラス。

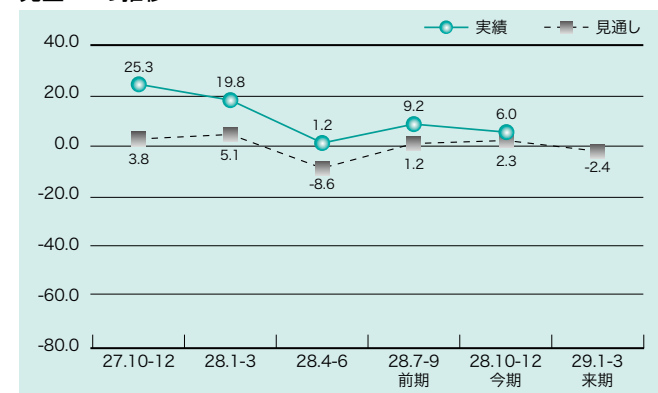
来期の見通し(1-3月期)

業況D・Iは4.8。来期は若干悪化の見通し。

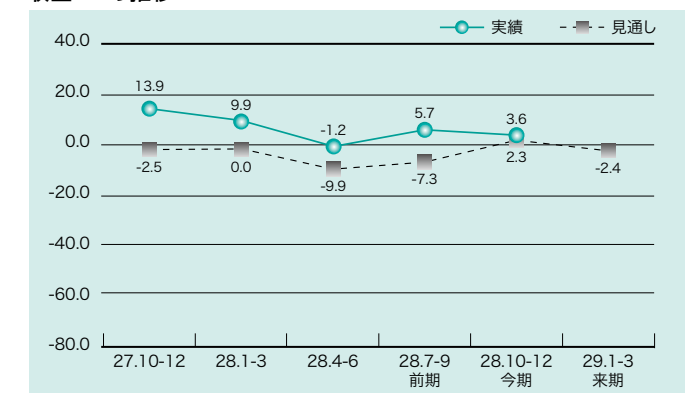
業況D・Iの推移



売上D・Iの推移



収益D・Iの推移



D・I判断指数

	平成27年 4-6月	7-9月	10-12月	平成28年 1-3月	4-6月	前期実績 7-9月	今期実績 10-12月	来期見通し 平成29年 1-3月
業況	4.9 	▲3.8 	5.1 	3.7 	1.2 	4.6 	6.0 	4.8
売上	8.6	8.8	25.3	19.8	1.2	9.2	6.0	▲2.4
収益	3.7	▲2.5	13.9	9.9	▲1.2	5.7	3.6	▲2.4
資金繰り	7.4	▲2.5	▲3.8	▲2.5	▲1.2	▲1.1	▲2.4	▲3.6
在庫	▲3.8	▲8.8	▲9.1	▲6.3	▲2.5	▲6.0	▲6.0	▲8.4
設備	▲1.6	▲6.6	▲8.3	▲9.7	1.6	▲5.9	▲4.5	▲9.1
人手	▲28.4	▲30.0	▲38.0	▲39.5	▲35.4	▲31.0	▲31.0	▲42.9

(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。

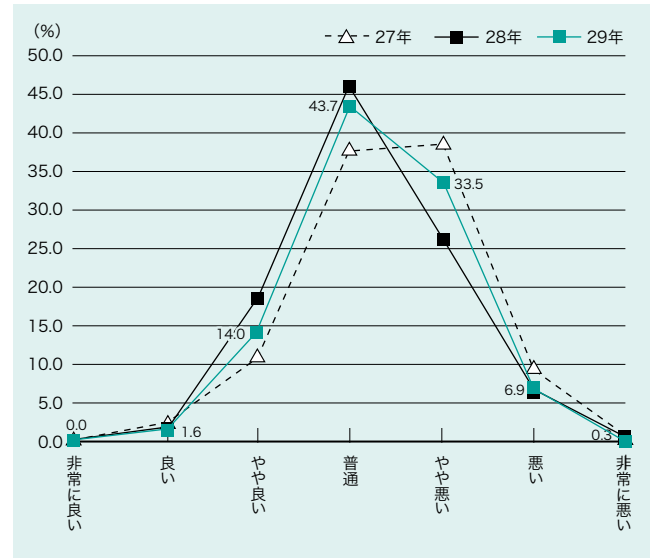
へきしん取引先景況調査の一環として、今回は「平成29年の経営見通し」に関する特別調査を実施しました。昨年、一昨年の同時期に実施した「平成28年の経営見通し」「平成27年の経営見通し」と比較のうえ、調査結果を検証しました。

1 日本の景気見通し

～昨年の調査に比べやや悪化、先行きに慎重な見方～

- 平成29年の日本の景気をどのように見通しているかについて調査したところ、「普通(43.7%)」が最も多く、次いで「やや悪い(33.5%)」「やや良い(14.0%)」との回答が続いた。
- 平成28年と比較すると、「非常に良い」「やや良い」「普通」との回答が減少し、「やや悪い」「悪い」との回答が増加した。昨年の調査に比べやや悪化し、景気の先行きに慎重な見方をしていることがうかがわれる。

図表1-1 日本の景気見通し(回答率)



～小売業、卸売業、サービス業は依然厳しい見方～

- 図表1-2は、平成29年の日本の景気見通しについて業種別に比較したものである。
- 小売業を除いた全ての業種で「普通」との回答が最も多く、小売業では「やや悪い」との回答が最も多い結果となった。
- 独自に算出した指数は全ての業種でマイナスとなり、昨年と比較しても全ての業種で先行きの見通しは慎重である。各業種を比較すると小売業(▲58.3)、卸売業(▲32.4)、サービス業(▲28.5)では景気見通しについて依然厳しい見方をしている。

図表1-2 業種別 平成29年の日本の景気見通し(回答率) (単位: %)

	非常に良い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	非常に悪い	指数
全業種	0.0	1.6	14.0	43.7	33.5	6.9	0.3	▲31.0
製造業	0.0	1.5	13.5	48.9	31.6	4.5	0.0	▲24.1
卸売業	0.0	0.0	10.8	54.1	27.0	8.1	0.0	▲32.4
小売業	0.0	1.4	13.5	23.0	51.4	9.5	1.4	▲58.3
サービス業	0.0	5.7	8.6	48.6	25.7	11.4	0.0	▲28.5
建設・不動産業	0.0	1.2	19.0	47.6	26.2	6.0	0.0	▲16.8

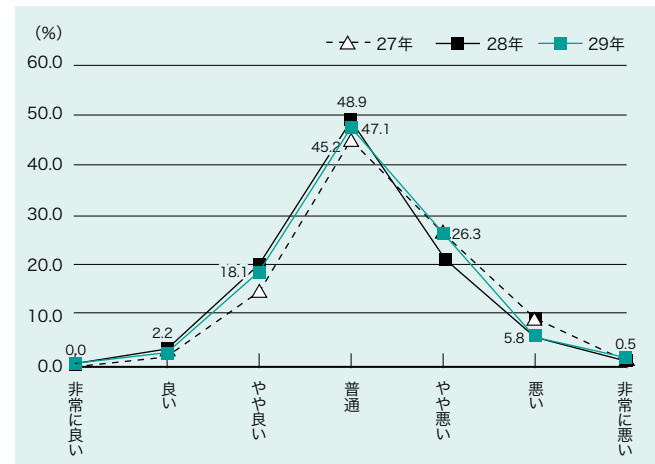
注) 指数の算出方法: (非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)−(やや悪い×1)−(悪い×2)−(非常に悪い×3)

2 個別企業の業況見通し

～先行きに対する見方は昨年より若干悪化～

- 平成29年における個別企業の業況見通しについて調査を行った結果、「普通(47.1%)」が最も多く、「やや悪い(26.3%)」「やや良い(18.1%)」の順となった。

図表2-1 個別企業の業況見通し(回答率)



- 平成28年と比較すると、平成29年は「やや良い」「普通」の回答が減少し、「やや悪い」の回答が増加した。昨年に比べ若干悪化し、先行きに対する見方は慎重なものとなった。
- 前述した日本の景気見通しと個別企業の業況見通しを比較すると、日本の景気見通しの方が「やや悪い」「悪い」との回答が多い。経営者は、自社の業況に比べて日本の景気見通しをより厳しめに見ていることがうかがわれる。

～全ての業種で「普通」との回答が最多～

- 業種別にみると、全ての業種で「普通」との回答が最も多かった。
- 独自に算出した指数をもとに比較すると、業況見通しが最も良いのは建設・不動産業(▲1.1)、次いで製造業(▲7.4)となった。
- 一方、最も悪いのはサービス業(▲48.6)、次いで小売業(▲35.4)となった。
- いずれの業種も指数はマイナスとなり、昨年と比較しても卸売業を除く全ての業種で悪化している。

図表2-2 業種別 平成29年の個別企業の業況見通し(回答率) (単位: %)

	非常に良い	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	非常に悪い	指数
全業種	0.0	2.2	18.1	47.1	26.3	5.8	0.5	▲16.9
製造業	0.0	1.5	29.1	38.8	22.4	7.5	0.7	▲7.4
卸売業	0.0	0.0	5.4	67.6	27.0	0.0	0.0	▲21.6
小売業	0.0	2.7	10.8	44.6	33.8	6.8	1.4	▲35.4
サービス業	0.0	0.0	5.7	48.6	37.1	8.6	0.0	▲48.6
建設・不動産業	0.0	4.8	17.9	52.4	21.4	3.6	0.0	▲1.1

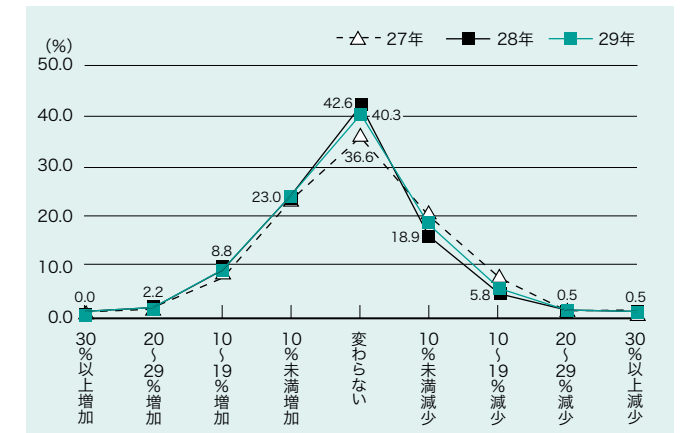
注) 指数の算出方法: (非常に良い×3)+(良い×2)+(やや良い×1)−(やや悪い×1)−(悪い×2)−(非常に悪い×3)

3 売上額の伸び率

～昨年に比べ若干悪化、売上減少を懸念する経営者が散見される～

- 平成29年における売上額の伸び率について調査を行った結果、「変わらない(40.3%)」が最も多く、「10%未満増加(23.0%)」「10%未満減少(18.9%)」と続いた。
- 平成28年に比べ「10%未満減少」「10～19%減少」との回答が増加した一方、「変らない」「10～19%増加」との回答が減少しており、売上額の減少を懸念する経営者が散見される。

図表3-1 売上額の伸び率(回答率)



～建設・不動産業、製造業では売上の回復が見込まれる～

- 独自に算出した指数をもとに比較すると、最も良いのは製造業(18.8)、次いで小売業(16.2)であった。一方、最も悪いのはサービス業(▲17.0)であった。
- 建設・不動産業、製造業では売上が増加する見通しの回答割合が高く、売上の回復が見込まれる。
- 一方、サービス業では売上が減少する見通しの回答が全体の約3割を占めており、売上回復への期待感が薄い。

図表3-2 業種別 平成29年の売上額の伸び率(回答率)(単位: %)

	30%以上増加	20～29%増加	10～19%増加	10%未満増加	変わらない	10%未満減少	10～19%減少	20～29%減少	30%以上減少	指数
全業種	0.0	2.2	8.8	23.0	40.3	18.9	5.8	0.5	0.5	13.2
製造業	0.0	1.5	11.2	28.4	34.3	16.4	6.0	0.7	1.5	18.8
卸売業	0.0	0.0	8.1	18.9	51.4	18.9	0.0	2.7	0.0	8.1
小売業	0.0	4.1	5.4	21.6	44.6	20.3	4.1	0.0	0.0	16.2
サービス業	0.0	0.0	2.9	20.0	45.7	20.0	11.4	0.0	0.0	▲17.0
建設・不動産業	0.0	3.6	10.7	19.0	38.1	21.4	7.1	0.0	0.0	15.6

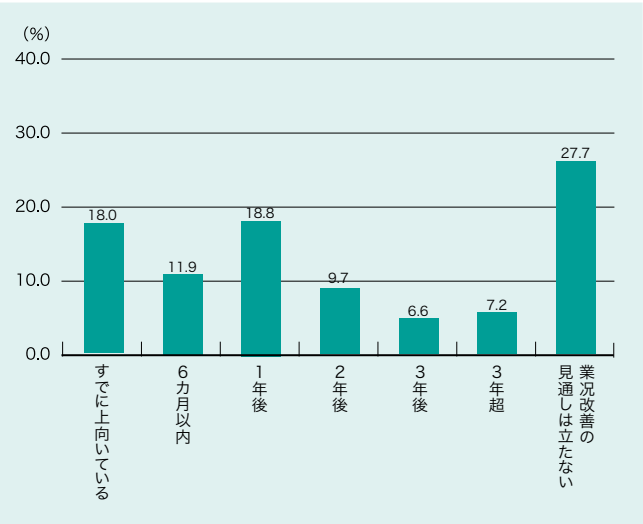
注) 指数の算出方法: (30%以上増加×4)+(20～29%増加×3)+(10～19%増加×2)+(10%未満増加×1)−(10%未満減少×1)−(10～19%減少×2)−(20～29%減少×3)−(30%以上減少×4)

4 業況が上向く転換点

～半数近くの企業が1年以内に業況が上向くと考えている～

- 自社の業況が上向く転換点について調査を行った結果、前年、前々年に引き続き「業況改善の見通しは立たない(27.7%)」との回答が最も多く、先行きに対して厳しい見方の企業が依然多い。
- 一方、「すでに上向いている(18.0%)」「1年後(18.8%)」と回答した企業も多く、「6カ月以内(11.9%)」を含む1年以内との回答が48.7%に達する。つまり半数近くの企業が1年以内に業況が上向くと考えていることとなる。
- 昨年と比較すると、転換点が1年以内との回答率が昨年の52.3%から▲3.6%となっている。一方で、転換点が2年以上先との回答率も昨年の25.1%から▲1.6%となり、見通しの不確実性に警戒感が強まっている結果となった。

図表4-1 業況が上向く転換点(回答率)



～業況が上向く転換点は2.3年後と予想～

- 業種別では、製造業では「すでに上向いている」との回答が「業況改善の見通しは立たない」とともに最も多く、卸売業では「1年後」との回答が「業況改善の見通しは立たない」とともに最も多い。その他の業種では「業況改善の見通しは立たない」との回答が最も多い結果となった。
- 建設・不動産業では、24.7%の企業がすでに上向いていると回答する一方、サービス業では45.7%の企業が業況改善の見通しは立たないと回答している。サービス業での業況改善の見通しが立てづらい状況がみてとれる。
- 独自に予想転換点を算出すると、全業種の予想転換点は「2.3年後」ということになる。業種別では建設・不動産業が「1.9年後」となり最も早く、一方、サービス業が「3.2年後」となり最も遅い結果となった。
- 全業種の予想転換点を昨年と比較すると、+0.2年後となり若干悪化している。

図表4-2 業種別の業況が上向く転換点(回答率) (単位:%、年)

	すでに上向いている	6カ月以内	1年後	2年後	3年後	3年超	業況改善の見通しは立たない	予想転換点(年後)
全業種	18.0	11.9	18.8	9.7	6.6	7.2	27.7	2.3
製造業	19.5	15.0	16.5	14.3	4.5	10.5	19.5	2.1
卸売業	13.5	8.1	27.0	16.2	0.0	8.1	27.0	2.3
小売業	14.9	6.8	16.2	5.4	13.5	8.1	35.1	2.8
サービス業	8.6	8.6	14.3	2.9	14.3	5.7	45.7	3.2
建設・不動産業	24.7	14.8	23.5	6.2	2.5	1.2	27.2	1.9

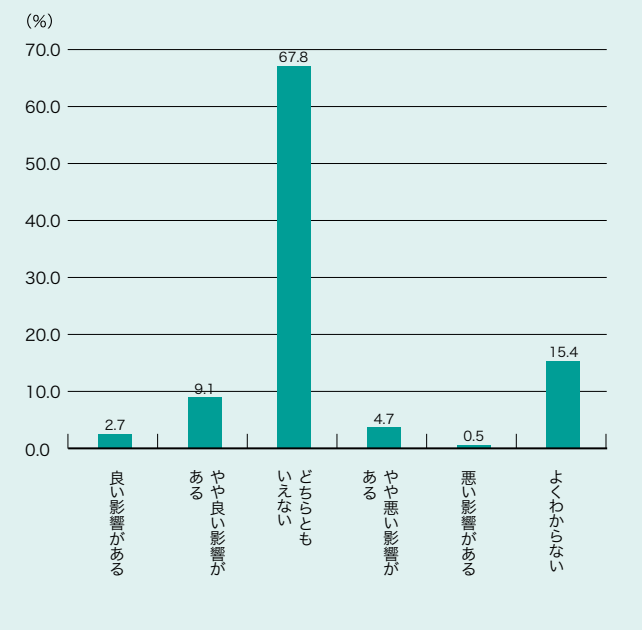
注) 予想転換点の算出方法: (すでに上向いているとの回答率×0)+(6カ月以内との回答率×0.5)+(1年後との回答率×1)+(2年後との回答率×2)+(3年後との回答率×3)+(3年超との回答率×4)+(業況改善の見通しは立たないとの回答率×5)

5 マイナス金利政策の影響度合い

～8割を超える企業では政策の効果に実感がない～

- マイナス金利政策について、「日本銀行は、景気を押し上げる目的で、マイナス金利政策を実行しています。貴社では、経営上、どのような影響を受けていますか。」と尋ねた。
- 調査の結果、「どちらともいえない(67.6%)」との回答が最も多く、「よくわからない(15.4%)」「やや良い影響がある(9.1%)」との回答が続いた。
- 「どちらともいえない」と「よくわからない」の回答を合わせると、8割を超える企業が、マイナス金利政策の効果に対して実感がなく、うかがわれる。

図表5-1 マイナス金利政策 影響度合い(回答率)



～小売業では『悪い影響』の割合が上まわる～

- 業種別では、全ての業種で「どちらともいえない」との回答が6～7割と最も多い。
- 「良い影響がある」「やや良い影響がある」の合算割合と、「悪い影響がある」「やや悪い影響がある」の合算割合を比較すると、小売業を除く業種で『良い影響』が上まわる結果となった。中でも、建設・不動産業は『良い影響』の割合が17.9%と比較的高い。
- 小売業では、『良い影響』の割合が2.7%、『悪い影響』の割合が8.1%で、『悪い影響』の割合が『良い影響』を上まわり、悪い影響を受ける企業が散見される結果となった。

図表5-2 業種別マイナス金利政策 影響度合い(回答率) (単位:%)

	良い影響がある	やや良い影響がある	どちらともいえない	やや悪い影響がある	悪い影響がある	よくわからない
全業種	2.7	9.1	67.6	4.7	0.5	15.4
製造業	3.7	10.4	69.4	4.5	0.7	11.2
卸売業	0.0	10.8	67.6	0.0	2.7	18.9
小売業	0.0	2.7	63.5	8.1	0.0	25.7
サービス業	2.9	5.9	70.6	5.9	0.0	14.7
建設・不動産業	4.8	13.1	66.7	3.6	0.0	11.9



<調査概要>

対象企業 当庫取引先企業365社
調査期間 平成28年12月1日～7日
調査方法 当金庫担当者訪問によるアンケート形式
(4半期ごとに実施する「へきしん取引先景況調査」の特別調査として実施)

ビジネスリポート | 上司と部下のギャップを探れ! 19

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

Hekikai Report

職場にまん延する
軽率な「パワハラ」発言の
先にあるもの今回の
登場人物

とどろき
轟室長
(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。

あらすじ

- 「ふう〜」。社長室を出た轟室長は、一つ大きなため息をついた。
- 社長の話によると、とうとうこの会社でも「パワーハラスメント」(以下「パワハラ」)に関する上司と部下のトラブルが起こってしまった。幸いにして深刻な労使トラブルにはならず済みそうだが、世間でパワハラ問題が連日のように報じられる中で、社長がこの問題に敏感になるのも分かる。
- 人事部によると、「行為者」とされる上司にパワハラを意識はなかった。今回は珍しく部下を厳しく叱責したが、普段は部下を気遣っていると主張している。一方、「被害者」の部下は、普段は温厚な上司に厳しく叱責されたことに戸惑い、上司の叱責の中に「度を過ぎた発言」もあったので会社に相談したと主張している。しかし、肝心の「度を過ぎた発言」に関する記憶は曖昧だという。



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、
少しそっかしく、「お調子者」的な部分が
顔を出すのがたまにきず。

- 今は双方とも落ち着いており、これ以上、事を荒立てたくないとのことだ。会社としては、課長職以上に「部下を叱責するときは、言動に注意すること」との通達を出して一応の決着をつけた。
- 今回のトラブルはこれで解決するだろう。しかし、轟室長は背後にもっと大きな問題があると感じていた。最近、部下が上司に「パワハラです」などと軽口をたたき姿を見かけるが、冗談だとしても軽率だ。こうした発言を容認すればパワハラが軽々しく扱われ、ちょっとしたことで騒ぎ立てる組織になりかねない。轟室長は、最近の上司と部下の関係が無秩序に緩くなっている気がしていた。
- 経営改革室に戻った轟室長は、真一の意見を聞いてみることにした。その会話の中に、上司と部下のギャップが見えた……。

轟室長が真一の心境を聞こうとする際の会話

室長 お疲れ様。忙しいところ悪いね。今日は真一とざっくばらんに話がしたくて時間を取ってもらったんだ。

真一 ざっくばらんと言われると、逆に怖い気がします……。

室長 ははは。
説教されると思っているのか？

真一 えっ！私、何かやらしましたっけ？

室長 いやいや、冗談だよ。

真一 もう〜、やめてくださいよ。
そういうの「パワハラ」ですよ！
パ・ワ・ハ・ラ！

室長 ……。
その「パワハラ」って言葉を聞くと、
上司はドキッとするものだぞ。

真一 え、本当ですか？単なる冗談なんです……。

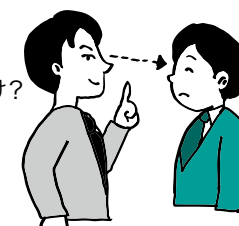
室長 冗談なのは分かっているよ。
しかし、上司に対して適切な表現ではないぞ！

真一 す、すみません。

室長 「パワハラ」という言葉に限らず、最近、部下の
上司に対する態度に違和感を覚えることが多い。
同時に、そうした部下をたしなめることが
できない上司のことも情けなく感じる。

真一 う〜ん……。私は、部下の発言を受け流してくれる
上司の優しさを感じますが。

室長 確かに、時代の流れとともに上司と部下の関係も
変わってきている。イマドキは、上司と部下が歩み寄り、



知恵を出し合って仕事を進めるスタイルが推奨される
傾向にあるから、そうした意味で上司は
優しくなったのかもな。

真一 そう考えると、うちの会社はイマドキということですよね？

室長 今時点の状況を表面的に見れば、そういう面もある。
問題は、当事者の考えと「その先の上司と部下の姿」だよ。

真一 当事者の考えと「その先」ですか？

室長 極端な例だが、上司は「パワハラ」を回避するために
部下を甘やかし、部下は上司が優しくなったと
勘違いしている、としたらどうだろう。

真一 それは考え過ぎですよ……。

室長 これは極端な例だからね。しかし、
イマドキのフラットな関係を目指すなら、
上司も部下も自身の役割を
しっかりと認識し、それぞれ責任を持って
それを遂行しなければならない。
フラットな組織は、各自の責任が明確なんだよ。

真一 ……(考えたこともなかった)。

室長 フラット型への移行は、一人ひとりの責任が
明確になるだけに、上司にとっても部下にとっても
大いなるチャレンジだ。そこを認識せずに、
表面上だけ仲良くしているとしたら、
いずれ上司と部下の関係がうまくいかなくなって
しまうよ。私は、部下の軽率な「パワハラ」発言とそれに
対する上司の態度に、その兆候を感じてしまうんだ。



上司と部下、それぞれの思いや考え

- イマドキの上司は、上下関係をあまり意識せず、部下と気軽に意見が言い合える関係を築こうとする人が少なくありません。これは時代の流れでもあり、「パワハラ」問題や、「部下のメンタルヘルス」問題を回避するための上司の処世術でもあるといえるかもしれません。
- 一見、フラットで良好な関係に見えるイマドキの上司と部下ですが、上司は、どこまで部下に配慮すべきか悩んでいます。
- 例えば、「それはパワハラです」などと言う部下の軽率な発言に対して、上司には「この部下は何か勘違いしているようだ。ここはたしなめておくべきだろう。しかし、言い方に気を付けしないと、せっかく築いてきた関係を壊してしまいかねない。どうしよう?」といった葛藤があります。

- 一方、部下は、気軽に接することができるイマドキの上司を好ましいと感じています。“報連相”などの際でも相手がイマドキの上司であれば、「リラックスして話ができる」ことを歓迎し、上司の葛藤にまで思いが至らないことが少なくありません。
- 部下が不要なプレッシャーを受けず、伸び伸びと仕事するのは良いことです。しかし、上司の葛藤を知る由もない部下は、はめを外し過ぎることもあります。
- 例えば、部下が上司に対して「それはパワハラです」などと軽口をたたいたとしても、部下に悪気はありません。部下からしてみれば、心を許している上司だからこそ、そのような冗談が言えるのであり、そうした冗談を受け流してくれる上司と自分との関係は良好であると思っています。

ビジネスリポート | 上司と部下のギャップを探れ! 19

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

Hekikai Report

上司と部下のギャップの根底は「フラットな関係」に対する認識

■ 上司は、部下と意見を交換し協力して良い仕事をするためには、上司も部下も意見を言えるフラットな関係が必要であると考えています。ただし、フラットな関係の中で部下の信頼を勝ち取るには、自らの人柄と能力が大切であることも認識しており、上司は、能力向上に努めると同時に、部下に自分を理解してもらうための努力をしています。しかし、職場の雰囲気や重圧をあまり、部下に言いたいことを我慢することもあります。

■ 一方、部下は上司とのフラットな関係を、「自分の意見が聞いてもらえる」といった点で評価しています。フラットな関係の中で自分が果たすべき役割や責任の重さに気付くことができない部下は、「意見を言いやすい」雰囲気や流されて、時に不適切な言動を取ってしまうことがあります。

■ こうしたギャップは、上司と部下で「フラットな関係」に対する認識が違うために生じます。



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. 信念を持って教育する

■ 最も重要なことは、上司が信念を持って部下を指導できる関係を築くことです。上司と部下の関係に、唯一絶対の正解はありません。最終的な形が、厳しい上下関係でも、フラットな関係でもいいのです。そして、叱責しなければならないときは、きちんと叱責しましょう。それが部下のためです。ただし、言い方やタイミングなどには注意します。

2. 上司力が試されていると自覚する

■ 人柄が良く、高い能力を持った上司は部下から尊敬されます。部下は、尊敬する上司に軽口をたたこうなどとは思いません。また、厳しく叱責されても、部下は素直に聞き入れます。上司にとって「パワハラ」対策は、部下を甘やかすことではなく、真に部下から尊敬される上司になることです。

部下に処方される“ギャップ解消薬”

1. 勘違いをしない

■ 極端に堅苦しく考える必要はありませんが、ビジネスシーンでは最低限、守るべきマナーがあります。正式な宴席で「無礼講でいい」と言われたからといって、本当に「無礼講」な言動が許されるとは限りません。上司がフレンドリーに接してくれるからといって、どんな言動でも許されるわけではない、ということを十分に注意しましょう。

2. フラットな関係の厳しさを知る

■ フラットな関係は、各自、役割を正しく認識し、一定の責任を持ってそれに取り組むことで成り立ちます。フラットな関係においては、部下は、これまで以上に真摯に仕事に取り組み、主張した分、責任ある行動が求められるのです。部下は、フラットな関係こそ、厳しいものだとも認識しなければなりません。

ギャップ克服! 上司力・部下力チェックシート

■ 以下は、「フラットな関係」に対する認識について、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：部下から見た上司についてチェックしてみる。

- ☐ 発言内容、指示の出し方など、常に上司としてふさわしい言動を心がけている
- ☐ 部下の3倍働き、また勉強している
- ☐ 積極的に部下に話しかけ、どの部下とも良好な関係を保っている
- ☐ 部下の意見も聞き、協力して仕事に取り組む姿勢を見せている
- ☐ 部下を甘やかすようなことはしていない
- ☐ 必要なときは、毅然とした態度で叱責している
- ☐ 叱責するときは、言い方、タイミング、場所などに注意している
- ☐ 「パワハラ」問題について、主要な判例などを確認し、勉強している
- ☐ 「部下のメンタルヘルス」問題について、法令や事例などを確認し、勉強している
- ☐ フラットな関係における部下の役割と責任を、部下に認識させている

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：上司から見た部下についてチェックしてみる。

- ☐ 上司に対する礼儀やマナーを忘れていない
- ☐ 3年後の自分をイメージしながら、常に自分を磨いている
- ☐ 職場にふさわしくない軽率な言動を取らないように注意している
- ☐ 職場では、周りで起きていることに気を配るように心がけている
- ☐ 主張すべきところは、礼儀とマナーを守った正しい表現で上司に主張している
- ☐ 積極的に上司の教を請うようにしている
- ☐ 厳しく叱責されても、感情的にならず、素直に受け止めるよう努力している
- ☐ フラットな関係における、自分の役割と責任をきちんと理解している
- ☐ 主張したことは、責任を持って実行しようと努めている
- ☐ 上司と相談しながら、業務範囲の拡大に努めている

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。

当金庫の
2016年度第3四半期の
業況をお知らせいたします。



平成28年度上半期経営報告会の開催(11月22日)



経営報告の様子

「相続・遺言セミナー」を開催(10月13日)



安城市と見守り事業者ネットワーク事業に関する協定を締結(11月18日)



野球評論家 村田兆治氏による基調講演

当金庫の概要(平成28年12月末現在)

創	業	昭和25年10月25日
預	金	1兆9,463億円
貸	出	1兆219億円
出	資	12億57百万円
会	員	77,811先
店	舗	76店舗(うち出張所1カ所)
駐	在	1カ所(バンコク)
店	舗	58カ所(共同ATMコーナー含む)
役	職	1,303名
長	期	A+(JCR)

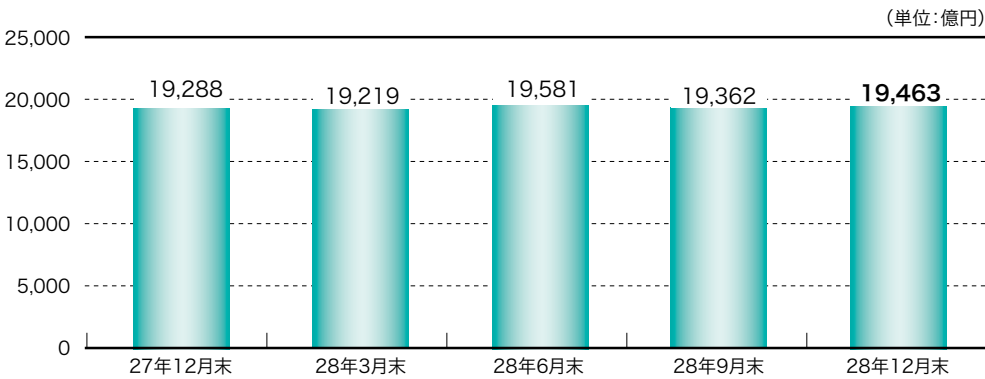
開示項目

- 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

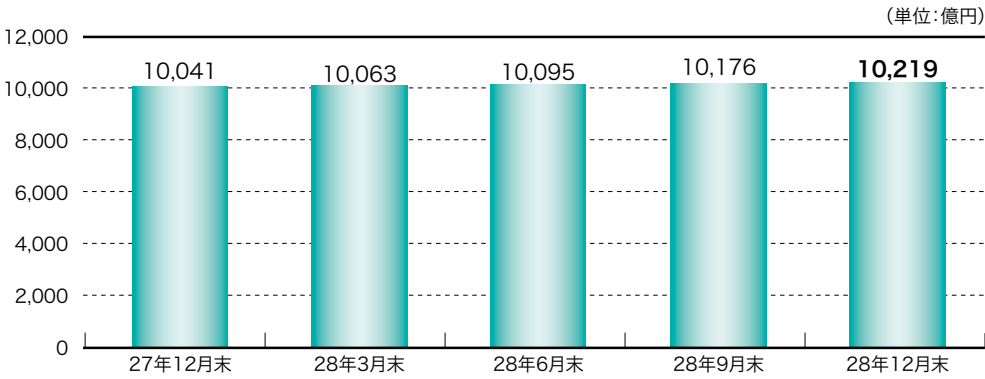
預金・貸出金の状況

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)

	27年12月末	28年3月末	28年6月末	28年9月末	28年12月末	
						構成比
製造業	1,590	1,588	1,578	1,580	1,569	15.3%
不動産業	1,860	1,888	1,910	1,899	1,895	18.5%
(うち個人による貸家業)	(1,334)	(1,347)	(1,359)	(1,355)	(1,352)	(13.2%)
サービス業	1,059	1,055	1,050	1,054	1,049	10.2%
卸売・小売業	799	775	772	775	767	7.5%
建設業	559	563	527	546	572	5.5%
個人	3,121	3,172	3,230	3,306	3,363	32.9%
その他	1,050	1,020	1,026	1,013	1,001	9.8%
合計	10,041	10,063	10,095	10,176	10,219	100.0%

(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。

(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。

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)

	27年12月末	28年3月末	28年6月末	28年9月末	28年12月末
金融再生法ベースの不良債権(A)	321	335	328	328	328
破産更生債権及びこれらに準ずる債権	36	42	44	41	36
危険債権	214	215	208	208	210
要管理債権	69	77	75	79	81
正常債権	9,755	9,759	9,799	9,874	9,920
合計(B)	10,077	10,094	10,128	10,202	10,249
不良債権比率(A)／(B)	3.19%	3.33%	3.24%	3.22%	3.20%

(注)平成28年12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28年9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、10月1日から12月31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28年9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28年12月末		
	取得原価	時 価	差 額
国 債	—	—	—
地方債	36	36	0
合 計	36	36	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28年12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

— 該当ありません。

4. その他有価証券

(単位:百万円)

	種 類	平成28年12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	3,609	8,927	5,317
	債 券	518,469	537,157	18,687
	国 債	79,941	83,764	3,822
	地方債	178,661	185,934	7,272
	社 債	259,866	267,459	7,592
	その他	44,417	46,189	1,771
時価が取得原価を超えないもの	小 計	566,497	592,275	25,777
	株 式	2,042	1,778	△ 264
	債 券	43,722	42,714	△ 1,007
	国 債	5,435	5,238	△ 197
	地方債	1,603	1,590	△ 12
	社 債	36,683	35,885	△ 797
合 計	その他	53,857	52,499	△ 1,358
	小 計	99,622	96,992	△ 2,629
合 計		666,119	689,267	23,147

(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28年12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28年10月1日～12月31日)

10 月 3 日	「笑顔の定期2016秋冬」の取扱開始
10 月 5 日	安城市市民協働推進基金への寄附に対し安城市より感謝状を受領
10 月 8 日	「旧東海道・ナゴヤドーム周辺清掃活動」を実施
10 月 13 日	「相続・遺言セミナー」を開催(11/14、12/12の計3回開催)
11 月 1 日	平準払終身保険の取扱開始
11 月 6 日～	「台湾周遊満喫の旅」観光旅行を実施
11 月 9 日	株式会社日本格付研究所(JCR)より長期発行体格付「A+」を据置取得(12年連続)
11 月 12 日	「矢作川クリーン作戦」清掃活動を実施
11 月 14 日	「金融円滑化にかかる取組状況(平成28年9月末現在)」を公表
11 月 15 日	「補助金・助成金活用セミナー」を開催
11 月 16 日	「地域密着型金融の取組状況(平成27年4月～平成28年9月)」を公表
11 月 18 日	安城市と見守り事業者ネットワーク事業に関する協定を締結
11 月 22 日	「平成28年度上半期 経営報告会」を開催
11 月 24 日	「へきしん2016年度半期ディスクロージャー」を発行
11 月 30 日	東海市と地域見守り活動に関する協定を締結
12 月 1 日	生命保険(特定保険商品)の代理店販売手数料の開示を開始
12 月 1 日	振り込み詐欺防止のためのキャッシュカードを使用した振込の利用制限を開始
12 月 9 日	「第16回 全国障害者芸術・文化祭あいち大会」に参加
12 月 15 日	「特殊詐欺被害防止キャンペーン(愛知県信用金庫協会主催)」に参加
12 月 15 日	中日新聞「年末助け合い運動」で役職員による募金を実施

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。



「補助金・助成金活用セミナー」を開催(11月15日)



東海市と地域見守り活動に関する協定を締結(11月30日)



特殊詐欺被害防止キャンペーンに参加(12月15日)



中日新聞「年末助け合い運動」で役職員による募金を実施(12月15日)



世界遺産「街」シリーズ③

白川郷 (日本)

白川郷(世界遺産白川郷合掌造集落)は、岐阜県(飛騨国)内の庄川流域の呼称。大野郡白川村と旧荘川村(現高山市)に相当し、前者を「下白川郷」、後者を「上白川郷」といいます。今日では白川村のみを指します。その中心である合掌造り集落群は村の中央やや北側に位置する荻野地区にあり、五箇山(相倉地区、菅沼地区)と共に独特の景観をなす集落が評価され、1995年にユネスコの世界遺産(文化遺産)に登録されています。「世界遺産白川郷合掌造り保存財団」などがその保存にあたっています。白川郷の集落は、年間140万人が訪れる人気の観光スポットで民家、民宿、食事処など多くの合掌家屋が一般公開しています。



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2月発行