

週刊 企業経営

MAGAZINE

**WEBマガジン**

発行 税理士法人優和

**ネットジャーナル****Weeklyエコノミスト・レター 2015年3月6日号**日銀追加緩和の可能性を考える
～金融市場の動き(3月号)**経済・金融フラッシュ 2015年3月6日号**法人企業統計14年10-12月期
～企業収益好調も、設備投資、人件費の抑制姿勢は変わらず**経営TOPICS****統計調査資料**景気動向指数
平成27年1月分(速報)**経営情報レポート****ジャンル:経営**「話し方」で業績が変わる!
「できる社員」の話し方**経営データベース****ジャンル:企業運営 サブジャンル:信用管理**信用調査
与信管理と貸倒れ予防対策

日銀追加緩和の可能性を考える ～金融市場の動き(3月号)～

要旨

1 (トピック) 今後の日銀の追加緩和について、筆者は「追加緩和有り」だと見ている。期限内の物価目標達成の見込みが低いためだ。目標時期を延期する手もあるが、日銀への信認低下を招き、その後の政策効果を阻害してしまうリスクがある。最終的には延期せざるを得なくなるにせよ、何もせずに延期するとは考えづらい。緩和のタイミングは、展望レポート発表時(1・4・7・10月)になるだろう。近年の緩和は展望レポートの発表時に行われる傾向が強まっている。物価目標を明確化したため、展望レポート時に乖離が目立つときには、同時に緩和を行うことで説明力を持たせる誘因が働くと考えられる。ただし、4月末の展望レポート発表時は、物価や賃上げの情報が不足しているという点でやや早すぎる。一方、10月末になると、物価目標達成が危ぶまれる状況が明確化するため、市場の追加緩和期待が高まってしまい、追い込まれる形での緩和になりかねない。従って、タイミングは7月と考えている。ただし、その時点で追加緩和期待が大いに高まっていないことが条件になるだろう。7月に緩和予想が集中する事態が予想される場合には、サプライズ演出のために前後に若干ずらす可能性がある。

緩和の内容については、国債買入れの増額余地を計りつつ、ETFの買入れ増額と、その他の買入れ資産(地方債、財投債、金など)への拡大を検討すると見ている。

日銀緩和回数まとめ(2008年～)

	追加緩和回数	うち、展望レポート発表時	(割合)
2008年～	20回	7回	(35%)
うち、2012年～	8回	4回	(50%)

(注) 貸出支援策ならびに各施策の延長を除く
(資料) 日銀ホームページより作成

2 (日銀金融政策) 日銀は2月の決定会合で現行の金融政策を維持した。会見では原油価格そのものではなく、「物価の基調」の重要性を強調。目先の追加緩和は否定する一方で、物価上昇期待を損なわないように、将来の可能性には含みを持たせた。

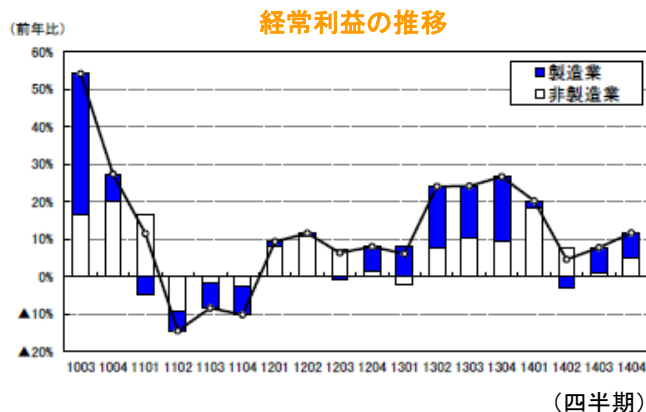
3 (金融市場の動き) 2月は円安ドル高、ユーロは小動き、長期金利は上昇した。当面の為替は米雇用統計次第だがFOMC後は利上げ早期化観測が強まり、ドルが円、ユーロに対して上昇すると予想。長期金利はしばらく0.4%を挟んだ展開が続くと見ている。

法人企業統計14年10-12月期 ～企業収益好調も、設備投資、人件費の抑制 姿勢は変わらず

要旨

1 製造業の経常利益(季節調整値)が過去最高

財務省が3月2日に公表した法人企業統計によると、14年10-12月期の全産業（金融業、保険業を除く、以下同じ）の経常利益は前年比11.6%と12四半期連続の増加となり、7-9月期の同7.6%から伸びを高めた。非製造業が前年比8.4%（7-9月期：同1.4%）と伸びを高めたことに加え、製造業が前年比16.4%と7-9月期（同19.2%）に続き二桁増益となった。売上高は国内需要の回復力の弱さを反映し、7-9月期の前年比2.9%から同2.4%へと伸びが鈍化（製造業～7-9月期：前年比0.9%→10-12月期：同0.1%、非製造業～7-9月期：前年比3.8%→10-12月期：同3.4%）したが、原油安の影響などから売上高経常利益率が13年10-12月期の4.9%から5.3%へと改善したことが収益を押し上げた。

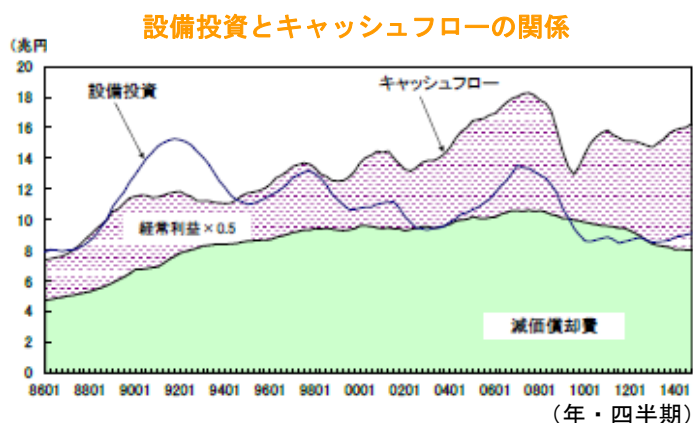


(資料) 財務省「法人企業統計」

2 設備投資、人件費の抑制姿勢は変わらず

設備投資（ソフトウェアを含む）は前年比2.8%と7四半期連続で増加したが、7-9月期の同5.5%からは伸びが鈍化した。製造業（7-9月期：同10.8%→10-12月期：同8.0%）、非製造業（7-9月期：前年比2.7%→10-12月期：同0.3%）ともに前期から伸びが低下した。

季節調整済の設備投資（ソフトウェアを除く）は前期比0.6%（7-9月期：同3.0%）の増加となったが、経常利益の伸びが大きく高まっているのとは対照的に伸び率は大きく鈍化した。製造業は前期比1.8%（7-9月期：同10.1%）と増加を維持したが、非製造業が同▲0.1%（7-9月期：同▲0.5%）と小幅ながら減少となった。企業収益は消費増税後も好調を維持しているが、設備投資は依然として力強さに欠けるものとなっている。



(注) キャッシュフロー＝経常利益×0.5+減価償却費。
数値は全て4四半期合計

(資料) 財務省「法人企業統計」

景気動向指数 平成27年1月分(速報)

1 概要

1 1月のC I（速報値・平成22年=100）は、先行指数：105.1、一致指数：113.0、遅行指数：120.3となった。^(注)

先行指数は、前月と比較して0.2ポイント下降し、2か月ぶりの下降となった。3か月後方移動平均は0.27ポイント上昇し、4か月ぶりの上昇、7か月後方移動平均は0.04ポイント上昇し、2か月連続の上昇となった。

一致指数は、前月と比較して2.4ポイント上昇し、2か月連続の上昇となった。3か月後方移動平均は0.96ポイント上昇し、5か月連続の上昇、7か月後方移動平均は0.52ポイント上昇し、8か月ぶりの上昇となった。

遅行指数は、前月と比較して0.9ポイント下降し、2か月連続の下降となった。3か月後方移動平均は横ばい、7か月後方移動平均は0.09ポイント上昇し、23か月連続の上昇となった。

2 一致指数の基調判断

景気動向指数（C I一致指数）は、改善を示している。

3 一致指数の前月差に対する個別系列の寄与度は以下の通り

寄与度がプラスの系列	寄与度	寄与度がマイナスの系列	寄与度
C6：投資財出荷指数(除輸送機械)	0.66	C7：商業販売額(小売業)(前年同月比)	-0.19
C4：耐久消費財出荷指数	0.62	C11：有効求人倍率(除学卒)	-0.13
C10：中小企業出荷指数(製造業)	0.51	C8：商業販売額(卸売業)(前年同月比)	-0.09
C1：生産指数(鉱工業)	0.48		
C2：鉱工業生産財出荷指数	0.44		
C3：大口電力使用量	0.04		
C5：所定外労働時間指数(調査産業計)	0.02		
C9：営業利益(全産業)	0.05		

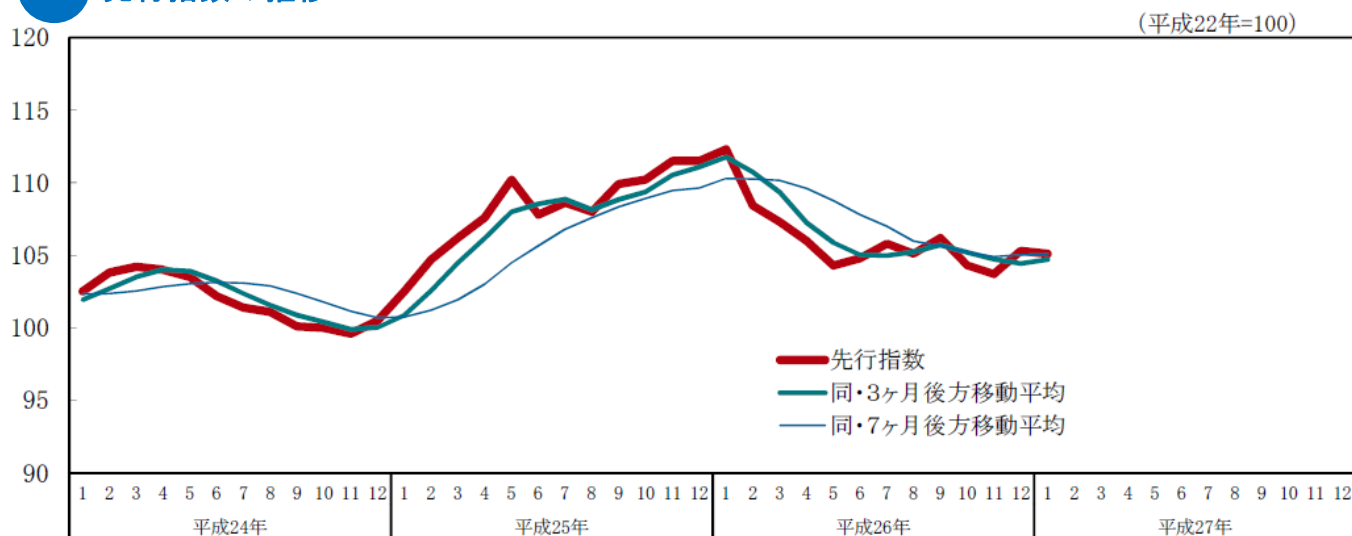
「C9 営業利益(全産業)」は現時点では算出に含まれていないため、トレンド成分を通じた寄与のみとなる。なお、各個別系列のウェイトは均等である。

(注) 公表日の3営業日前(平成27年3月3日(火))までに公表された値を用いて算出した。

2 速報資料

1 CI先行指数の動向

1 先行指数の推移



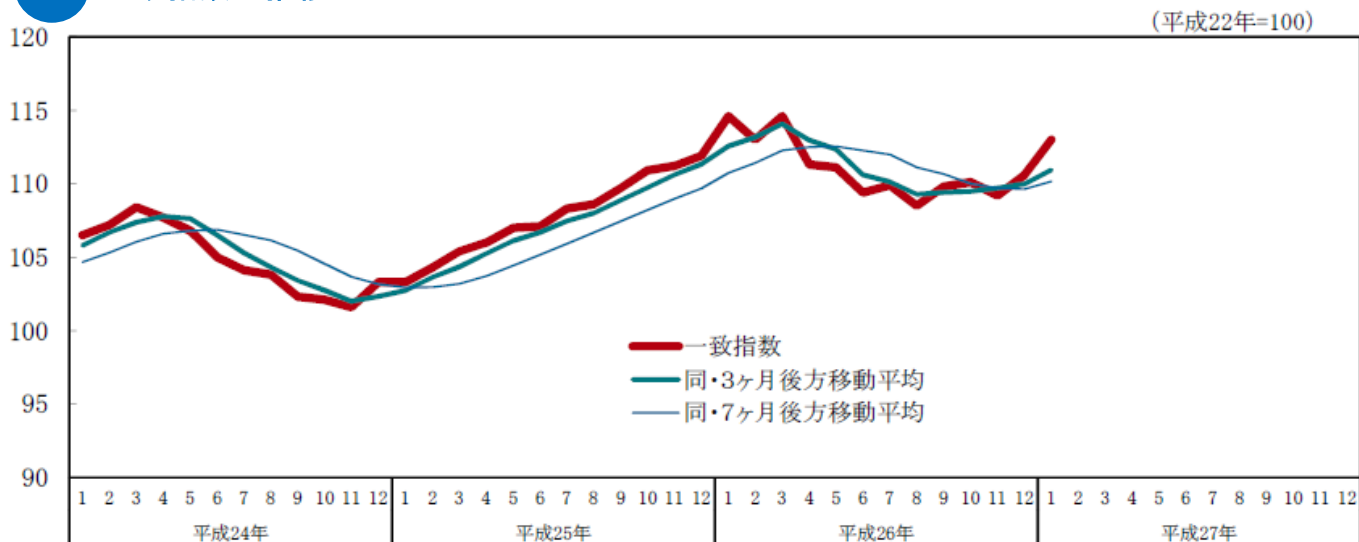
2 先行指数採用系列の寄与度

		平成26年(2014)				平成27年(2015)	
		8月	9月	10月	11月	12月	1月
CI先行指数	前月差(ポイント)	105.1	106.2	104.3	103.7	105.3	105.1
		-0.7	1.1	-1.9	-0.6	1.6	-0.2
L1 最終需要財在庫率指数	前月差	9.3	-8.0	-0.2	4.7	-5.8	-3.3
	寄与度(逆サイクル)	-0.58	0.54	-0.01	-0.51	0.60	0.37
L2 鉱工業生産財在庫率指数	前月差	9.1	-5.9	1.8	4.7	-5.8	-3.2
	寄与度(逆サイクル)	-0.58	0.59	-0.23	-0.54	0.77	0.50
L3 新規求人数(除学卒)	前月比伸び率(%)	-0.3	0.5	-0.4	1.6	2.9	0.4
	寄与度	-0.12	-0.03	-0.15	0.10	0.25	-0.06
L4 実質機械受注(船舶・電力を除く民需)	前月比伸び率(%)	4.4	2.7	-6.7	1.3	8.3	
	寄与度	0.15	0.09	-0.31	0.04	0.33	
L5 新設住宅着工床面積	前月比伸び率(%)	0.7	1.6	-0.7	-1.3	1.6	-0.8
	寄与度	0.01	0.07	-0.07	-0.10	0.08	-0.07
L6 消費者態度指数	前月差	-0.6	-0.9	-1.8	-1.1	0.8	0.9
	寄与度	-0.25	-0.35	-0.72	-0.44	0.29	0.37
L7 日経商品指数(42種総合)	前月比伸び率(%)	-0.1	-0.6	-0.5	0.6	-2.1	-3.8
	寄与度	-0.10	-0.19	-0.17	0.06	-0.51	-0.83
L8 長短金利差	前月差	-0.04	0.04	-0.06	-0.02	-0.09	-0.04
	寄与度	-0.04	0.07	-0.08	-0.02	-0.12	-0.05
L9 東証株価指数	前月比伸び率(%)	-0.3	3.3	-4.5	10.5	1.9	-1.6
	寄与度	-0.04	0.14	-0.30	0.53	0.06	-0.15
L10 投資環境指数(製造業)	前月差	0.18	0.11				
	寄与度	0.11	0.06				
L11 中小企業売上げ見通しD.I.	前月差	7.8	-2.5	-1.6	3.1	-4.2	-5.5
	寄与度	0.43	-0.18	-0.14	0.17	-0.31	-0.44
一致指数トレンド成分	寄与度	0.29	0.28	0.24	0.18	0.17	0.16
3ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	105.2	105.7	105.2	104.7	104.4	104.7
		0.26	0.47	-0.50	-0.47	-0.30	0.27
7ヶ月後方移動平均	前月差(ポイント)	106.0	105.6	105.2	104.9	105.0	105.1
		-1.03	-0.32	-0.43	-0.32	0.14	0.04

(注) 逆サイクルとは、指数の上昇、下降が景気の動きと反対になることをいう。「L1 最終需要財在庫率指数」及び「L2 鉱工業生産財在庫率指数」は逆サイクルとなっており、したがって、指数の前月差がプラスになれば、CI先行指数に対する寄与度のマイナス要因となり、逆に前月差がマイナスになれば、プラス要因になる。

2 CI一致指数の動向

1 一致指数の推移



2 一致指数採用系列の寄与度

		平成26年(2014)				平成27年(2015)	
		8月	9月	10月	11月	12月	1月
CI一致指数		108.5	109.8	110.1	109.2	110.6	113.0
	前月差(ポイント)	-1.4	1.3	0.3	-0.9	1.4	2.4
C1 生産指数(鉱工業)	前月比伸び率(%)	-1.9	2.9	0.4	-0.5	0.8	4.0
	寄与度	-0.22	0.30	0.05	-0.07	0.10	0.48
C2 鉱工業生産財出荷指数	前月比伸び率(%)	-0.8	4.6	-0.2	0.6	1.6	3.4
	寄与度	-0.10	0.31	-0.03	0.07	0.20	0.44
C3 大口電力使用量	前月比伸び率(%)	-0.2	-0.8	0.4	0.9	-0.1	0.2
	寄与度	-0.04	-0.15	0.08	0.16	-0.02	0.04
C4 耐久消費財出荷指数	前月比伸び率(%)	-2.9	7.7	-3.3	-5.4	7.0	10.1
	寄与度	-0.16	0.42	-0.21	-0.36	0.43	0.62
C5 所定外労働時間指数(調査産業計)	前月比伸び率(%)	-1.2	0.7	0.2	0.7	0.9	0.2
	寄与度	-0.18	0.08	0.02	0.09	0.12	0.02
C6 投資財出荷指数(除輸送機械)	前月比伸び率(%)	-6.0	3.0	4.0	-3.0	0.5	10.6
	寄与度	-0.48	0.24	0.35	-0.26	0.04	0.66
C7 商業販売額(小売業)(前年同月比)	前月差	0.6	1.1	-0.9	-0.9	-0.4	-2.1
	寄与度	0.05	0.09	-0.08	-0.08	-0.03	-0.19
C8 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	前月差	-2.7	4.1	-1.4	-4.0	2.1	-1.4
	寄与度	-0.14	0.26	-0.08	-0.25	0.14	-0.09
C9 営業利益(全産業)	前月比伸び率(%)	-0.2	-0.2				
	寄与度	0.00	-0.00	0.06	0.05	0.05	0.05
C10 中小企業出荷指数(製造業)	前月比伸び率(%)	-0.2	-1.1	2.1	-4.5	2.5	4.3
	寄与度	-0.03	-0.13	0.24	-0.34	0.32	0.51
C11 有効求人倍率(除学卒)	前月差	0.00	0.00	0.00	0.02	0.02	0.00
	寄与度	-0.11	-0.11	-0.12	0.11	0.10	-0.13
3ヶ月後方移動平均		109.3	109.4	109.5	109.7	110.0	110.9
	前月差(ポイント)	-0.86	0.13	0.07	0.23	0.27	0.96
7ヶ月後方移動平均		111.1	110.7	110.0	109.7	109.6	110.2
	前月差(ポイント)	-0.88	-0.45	-0.65	-0.30	-0.07	0.52

(注) CIはトレンド(長期的趨勢)と、トレンド周りの変化を合成し作成されるが、トレンドの計算に当たっては、現時点で未発表の系列(前月比伸び率(%)又は前月差が未記入である系列)についても、過去のデータから算出(60ヶ月から欠落月数を引いた後方移動平均)した長期的傾向(トレンド成分)を使用している。そのため、現時点で未発表の系列にもトレンドによる寄与度を表示している。

「話し方」で業績が変わる！ 「できる社員」の話し方

ポイント

- 1 相手に好印象を与える「話し方の基本」
.....
- 2 相手を納得させる「論理的な話し方」
.....
- 3 成約に結びつける「共感話法」
.....



■参考文献

- ・『論理的な話し方が面白いほど身につく本』（中経出版）
- ・『「セールストーク」の基本と実践テクニック』（フォレスト出版）
- ・『上手な話し方が面白いほど身につく本』（中経出版）

1 相手に好印象を与える「話し方の基本」

■ ここが違う! 「できる社員」の話し方

同じ内容の話をしているのに「何故あの社員は、良い営業成績を残しているのだろうか、何故お客様から評価されるのだろうか」と、日頃そんなことを感じてはいないでしょうか。魅力的な条件提示も優れたアイデアも、相手に良さが理解されて初めて価値を持ちます。つまり、相手に伝わる正しい「話し方」を身につけ、好感度や評価をアップさせる必要があるということです。

「できる社員」は、話し方を工夫して、人の心を動かしています。ビジネスでは、「話し方」が重要であるということを十分理解し、それを磨く努力をしています。このような「できる社員」が身につけている話し方は以下の3点です。

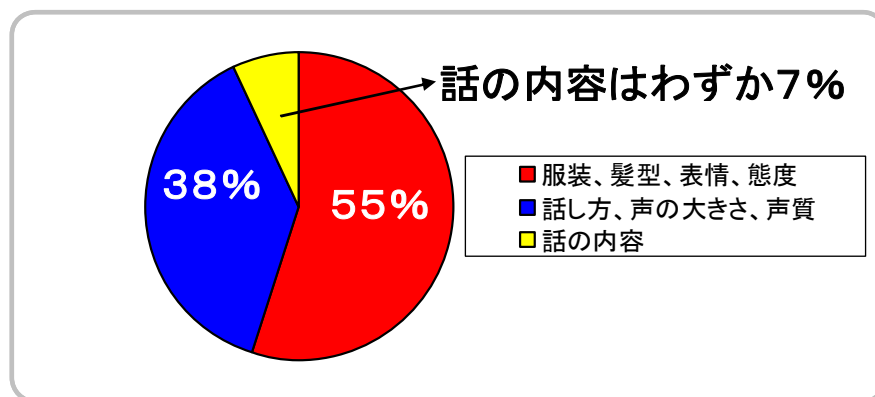
- 「話し方の基本」を押さえている ⇒ 話すスピード、声の大きさ、トーンを相手に合わせている
- 「論理的な話し方」ができる ⇒ 話が相手を納得させるための論理展開で構成されている
- 「共感する話し方」ができる ⇒ 相手の立場に合わせて話すことで相手が気持ちよく話せている

■ 話す「スピード」「声の大きさ・トーン」は相手に合わせる

十分気を配って資料を準備しても、実際に会話をする時に、どのような話し方をするかで、印象は全く異なってしまいます。メラビアンの法則によれば、人が相手を受け入れるためには、服装や態度などの視覚情報が55%、話し方が38%を占めますが、準備した資料の説明（話の内容）はわずか7%に過ぎません。

■ メラビアンの法則

アメリカの心理学者アルバート・メラビアンが提唱した、人の第一印象は初めて会った時の、3から5秒で決まり、また、その情報のほとんどを「視覚情報」から得ているという概念。



■「話す」が3割、「聞く」が7割を心がける

人の会話は、「話す」と「聞く」という「刺激」と「反応」によって成り立っています。相手の話していることを聞き、理解した上で話をしなければ、会話は成立しません。1対1で話す場合、相手が話す時間を7割にすることを意識する必要があります。つまり、自分が話す時間を3割に抑え、聞く時間を7割にするということです。営業の場面においても、お客様の話を真摯に聞くよりも、買っていただきたいために、話しすぎてしまうことがあります。

「できる社員」は、話す時間と聞く時間のバランスを無意識に取りながら、深い信頼関係を構築しています。厳密に考えると、相手の心を”知る”ことは難しいですし、相手に自分の心を知ってもらうことはできませんが、深い信頼関係にある場合、相手の心を心で感じようとするスイッチが自動的にオンになります。

深い信頼関係にない場合においては、「話す」が3割、「聞く」が7割と意識しながら話し合いをすると、心に余裕が生まれ、相手の話に集中することができるようになります。以下は、人の話をどのくらい聞いているかのチェック表です。話し上手は、聞き上手であり、自分と違う意見に出会えることを喜べる人とも言えます。

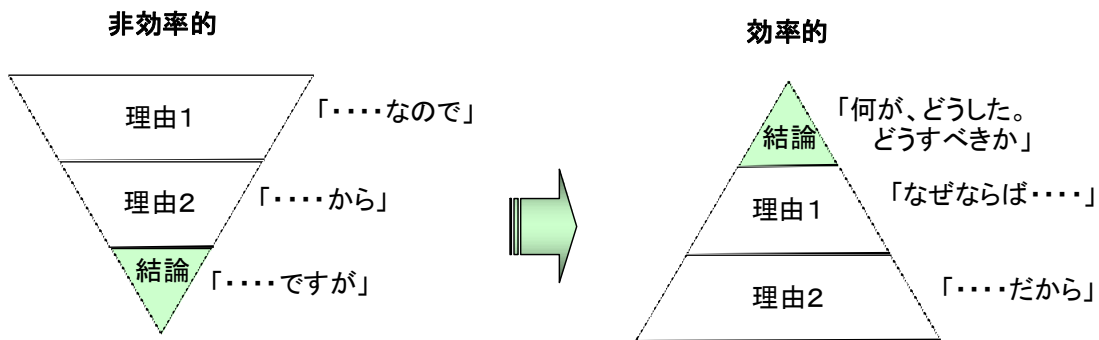
■人の話を聞いているかのチェックと心構え

☑自分の話すことを考えていて相手の話が聞けなかったことはないか？	➡	まずは、相手の話をよく聞くことが先決
☑自分が先に話したくて、相手の話を遮ることはないか？	➡	相手に不快感を与えては、こちらの要求は聞き入れられない
☑話に興味が無くて、聞く気になれなかったことはないか？	➡	相手から学んで自分の器を大きくする
☑自分とは考えが違くと判断すると、頑として聞かなくなることはないか？	➡	「会話」とは、自分と違う考えを知る楽しさ
☑話している相手が苦手なタイプの場合、心を閉ざしてしまうことはないか？	➡	苦手なタイプでも気持ち良く接することが礼儀
☑早合点、早とちりで話を聞き間違えたことはないか？	➡	確かめることが肝要
☑相手の話し方が下手なために、聞こうとしなかったことはないか？	➡	逆に自分の聞き方が下手ということでもある

2 相手を納得させる「論理的な話し方」

■ 話のストーリーを結論から組み立てる

言いたいことを明確に伝える1つの方法は、結論志向で話すことです。これは、結論や大事なことを最初に述べたり、早めに結論を明確にしたりすることです。具体的な理由は結論の後に述べるようにすれば、より効果的な会話になります。



■ 論理的に話すことの効果

論理的に話をすることは誰しも訓練をすれば習得できます。しかし、どんな論理で話すかとなると、その前提として合理的な考え方や判断力が無ければ単なる「自己正当化」のための自己主張で終わってしまいます。以下に論理的に相手に伝わるための方法と効果をまとめます。常に検証し、「話し方」が重要なスキルであると認識する必要があります。

■ 論理的に話す方法とその効果

論理的に話すには？	相手に与える効果
総論と各論をわきまえる	全体像が理解され要所のポイントがわかる
具体的な事例、客観的な統計数値を示す	イメージや数字が頭に焼きつき、記憶に残る
結論を明確に伝える	何がどうなるのかがわかる
筋道立てて、話につながりをもたせる	ブレがないことから一貫性をもたせる
相手の立場に立って話す	気持ちよく話すことができる

3 成約に結びつける「共感話法」

■ 歩調を合わせるペーシング話法

ペーシング話法とは、相手の行動、声の調子や声のトーン、話し方を相手に合わせて一体感を演出し、相手の立場に立って話すことでお互いの距離を縮める手法です。相手の話し方や立場に合わせて対話することで、ビジネスパートナーとして相応しい人物である印象を与えます。

■ ペーシング話法のポイント

- ① 相手の話し方やスピード、間のとり方に合わせる
- ② 相手の声の大きさや表現方法を合わせる
- ③ 相手の価値観に合わせる
- ④ 相手の感情に合わせる

■ 反論意見を話すのに有効なクッション話法

人はできる限り自分の発言に同意を得たいと考えます。そのため反論をされると身構えてしまうものです。そのためビジネスの世界でもできる限り相手の発言には同意をする、もしくは同意をしたかのように見せる必要があります。これをクッション話法と呼びます。

相手の意見に対して反対意見を伝えるのに、直接的なものから婉曲的なものまで並べると以下の3つになります。

- ノー（違います）
- イエス、バット（そうですね。でも・・・）
- イエス、アンド（そうですね。そして・・・）

「ノー」は、真正面から「それは違います」と自分なりの意見を伝えるやり方です。もちろん相手は否定された気分になります。

「イエス、バット」は、一旦、相手の意見に同調しながら、「でも」以下に反対意見を伝える方法です。「イエス」と賛同されたようでありながら、使い方次第では否定された印象が残る場合があります。

「イエス、アンド」は、もっとソフトで、相手の意見を受け入れた上で、「そして」と転換しながら自分の意見を添える方法です。このやり方をすると、「相手の意見＋自分の意見＝第三の考え方」が生まれてきます。「それはいい考えですね。それと私の考える方法を組み合わせると、もっと良くなりますよ」という話し方です。いずれのクッション話法も、一旦「イエス」で受け止めことが大前提の話し方です。

経営データベース 1

ジャンル: 企業運営 > サブジャンル: 信用管理



信用調査

取引のない会社と新たに取引をする場合、どんな点に注意すれば良いでしょうか。



1 取引を制限する

B to B（企業間取引）の場合、受注⇒納品⇒検収⇒請求と流れていって、売上の締め日から支払日までが売掛金となりますが、代金引換納品または前受金取引とすることで売掛債権を発生させなければ、決済リスクは生じません。

2 資料で検討する

(1) 財務状況

取引開始にあたっては、取引先ごとの与信管理ファイルを作成することをおすすめします。財務状況を調べるには決算書類が必要です。できれば2、3年分の納税申告書コピーをもらってファイルに保管してください。簡単なチェックポイントについては以下の通りです。

- もうかっている会社は概して決算にゆとりがあるのでチェック
 - ・売上／利益が伸びていて、適正な配当をしている
 - ・繰延資産が過大でない
- 堅実な会社は概して資金繰りに余裕があるのでチェック
 - ・現預金が多い（または流動資産が流動負債より相当多い）
 - ・借入金が少ない（または自己資本÷総資産＝自己資本比率が相当高い）
- 正直な会社は書類にウソがないのでチェック
 - ・税務申告書に税務署収受印がある
 - ・決算書の当期利益と税務申告書の当期利益が一致している
 - ・その他流動資産のような「その他科目」が過大でない

(2) 会社の概況

会社案内や求人パンフレットなども要請し、相手先の内容把握が必要です。また、内容の判らない新規取引先と大きな取引を開始する場合は、商業登記簿謄本を取ることもおすすめします。謄本で、本社移転、代表者や事業目的の大幅な変更などが判明したら注意が必要です。

3 実際に会ってみる

取引の内容によっては、やはり現地を訪問して相手先の業況を確認するくらいの慎重さが必要です。社員がヒマそうにしていないか、通路などに余剰在庫を積み上げていないか、逆に企業規模から見て変に事務所が立派過ぎないか、などは行ってみて初めて得られる情報です。

経営データベース ②

ジャンル: 企業運営 > サブジャンル: 信用管理



与信管理と貸倒れ予防対策

与信管理と貸倒れ予防対策の方法を教えてください。



1 与信管理の手法

(1) 与信管理の目的

与信管理の目的は、①取引の安全の確保と債権保全②不良債権の発生を防止し、発生時には出来る限り多くの債権回収を図ることです。

(2) 与信管理のプロセス

与信計画 ⇒ 与信調査 ⇒ 与信管理 ⇒ 債権回収

2 貸倒れを予防する企業法務の3つのレベル

(1) 臨床法務（与信管理の社内規定なし）

倒産事故が起きてからの後始末が中心でリスク管理機能はなく、問題発生が日常的で、その解決に四苦八苦しているドタバタ型法務。

(2) 予防法務（与信管理の社内規定はあるが、戦略なし。）

問題の発生予防に焦点を当て、ローリスク・ローリターンに徹している守備型法務。

(3) 戦略法務（機能的な与信管理のシステム化を採用）

戦略性を持ち、ときとして戦略的にハイリスク・ハイリターンを採用する攻撃型法務。

3 取引先の危険な兆候とその例示

チェックポイント	例
社内の様子に変化はないか	<ul style="list-style-type: none">● 経営者の言動に焦りが出る● 幹部社員が不在がち又は相次いで辞める● 商品（在庫）がなくなる
出入りしている人に変化はないか	<ul style="list-style-type: none">● 出入りしている人がガラリと変わる● 取引銀行が変わる、数が増える● 高利の金融業者と取引を始める
取引量に急激な変化はないか	<ul style="list-style-type: none">● 注文が急にキャンセルされる（資金繰り、生産量の縮小のため）● 注文が急に増加する（担保商品確保のため、他社からの供給ストップ）