

かけはし

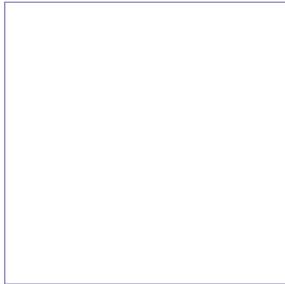
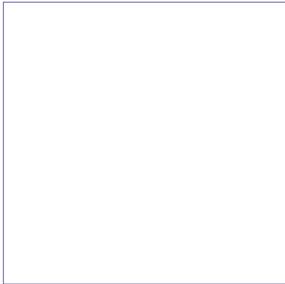
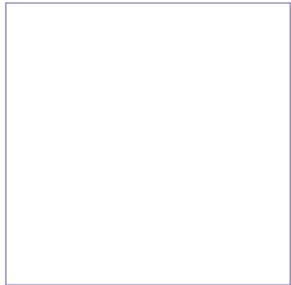
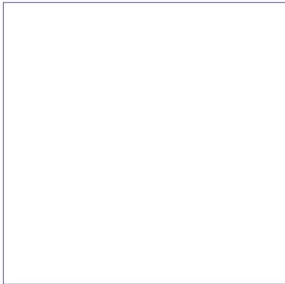
6

June

2014 vol.159

かけはしマネジメント対談

株式会社やまじょう



企業・強みの研究

甲賀電気設備株式会社

企業・強みの研究

株式会社キョークロ

地域が変わる—地域活性化の現場

木之本【長浜北商工会きのもと情報の館「あるやん木之本」】

BUSINESS TALK



ビジネストーク

エコビジネス マッチングフェア

頭取 大道良夫

本年も7月3日(木)、「しがぎん」エコビジネスマッチングフェア2014」を琵琶湖ホテルで開催します。同フェアは、当行ネットワークを活用して先駆的な環境ビジネスに取り組まれる取引先企業さま同士の相互連携(ビジネスマッチング)を図る一方、ご来場の皆さまに新規ビジネスへのヒントを得ていただく場、商談の場を、との願いを込めて2008年に開始し、今年で7回目となります。

「新エネルギー」「省エネルギー」「リサイクル」「環境土木建築」「浄化(水・土壌・大気)」「環境サポートソリューション」の6分野と「アジア進出サポートコーナー」に加え、今年は「滋賀健康創生特区コーナー」を新設し、合計86社・団体に「出展いただきます」。

昨年は1780名の皆さまにご来場いただき、678件の商談が行われました。手前味噌で恐縮ですが、当行各支店の担当者が各ブースの展出内容を事前に勉強し、本部でまとめて支店に還元することも「ご来場のお取引先さまには、ニーズや直面しておられる課題をお伺いして、ご希望に合うブースへご案内するなどの周到な準備が効果を上げました。毎年、初めてご紹介の新製品や新技術に目を見張っている次第です。また、熱心に質問し、メモを取りながら視察される方々で熱気が会場にあふれますが、果たして今年はどのような新製品、新技術

が登場するのか、またどのような素晴らしい出会いが生まれるか、今から楽しみです。

4月号の本欄で紹介した「サタデー起業塾」にご参加の企業さまも多数出展され、その成果が実際の商談にまで発展するのを拝見するたび、準備の疲れも吹き飛びます。

安倍政権の成長戦略「戦略市場創造プラン」では、「医療」「農業」「インフラ」とともに、「クリーン・経済的なエネルギー需給の実現と省エネルギー促進の「エネルギー」が4本柱として掲げられています。

画期的な研究・開発成果を製品化・事業化するまでには、「知の分水嶺」(つまり探求の対象としての「知」から社会経済的価値としての「知」への転換の分岐点)を乗り越え、「魔の川」(研究成果を製品化・事業化する過程における基礎研究と開発研究の間に存在するギャップ)を渡り、「死の谷」(応用研究からニュービジネスあるいは製品化までの間の難関・障壁)を這い上がり、そして、「ダーウィンの海」(ニュービジネスあるいは製品化から事業化までの間の難関・障壁)を航海しなければならず、まさに至難の業と言われます。

しかし、なんとしても当行のお取引先にそのような大きな成功例を生み出していただきたく、さらにご支援する所存です。

それでは当日会場でお待ち申し上げます。

CONTENTS

かけはし

vol.159 **6** June

02 ビジネストーク
エコビジネスマッチングフェア

03 かけはしマネジメント対談
株式会社やまじょう
代表取締役 上西 宗市氏



07 企業・強みの研究
甲賀電気設備株式会社



09 企業・強みの研究
株式会社キョークロ



12 地域が変わる—地域活性化の現場
木之本
長浜北商工会 きのもと情報の館「あるやん木之本」



14 アジア&ワールド
中国人の購買商品の変化

16 アナリストレポート 県内景気天気図
緩やかな回復が続くものの、先行きは不透明

18 ズームアップ 県内経済情報
安定志向でコミュニケーションを重視
(「2014年新入社員意識調査」より)

20 主要経済指標

21 イチ押し! pick up
株式会社吉廻家
「おとぎ草紙」

21 しがぎんトピックス
『しがぎん成長戦略ファンド』(出資型)を設立
~ニュービジネスの創出をサポート~

22 着眼大局
「今、未来を拓く」
専務取締役 吉田 郁雄

22 県内データあれこれ
平成24年経済センサス—活動調査(小売業)



滋賀銀行は、環境省認定の「エコ・ファースト企業」として、「環境経営」に取り組んでいます。

本誌「かけはし」は、<http://www.keibun.co.jp/>でもご覧いただけます。
※「かけはし」の名称は、(株)しがぎん経済文化センターが商標登録しています。
本誌掲載の記事、写真、イラスト等の無断複製(コピー)・複製(転載)を禁じます。

地元滋賀に愛される近江地漬のお店へ。 湖国の土が育む伝統野菜から始まる やまじょうのブランド戦略。



株式会社やまじょう
代表取締役 上西 宗市氏
interviewer
頭取 大道 良夫 岩根支店長 小林 靖隆

「近江つけもの」のブランド発信に挑んで6年。しっかりと漬け込む技術と、湖国の伝統野菜を中心に、「おいしさ」にこだわる漬物直営店が好評だ。商品を進化させようと挑戦する日々々に、夢見る力が宿るやまじょうをお訪ねした。

自社の商品をさらに超えようと 独自の味わいを追求する

大道 ● やまじょうさんのお漬物を、いつもおいしくいただいています。みぶな、千枚漬、日野菜漬、下田なす。野菜の姿や彩りを損なわず、淡味で上品な味わいに仕上げているところが、やまじょうさんのお漬物の醍醐味ですね。

上西 ■ ありがとうございます。「やまじょうの漬物」の味わいを醸す一つの要素が、しっかりと漬けるということです。野菜の持ち味を最大限引き出すには、やはりしっかりと漬ければなりません。歩留まりを気にせず、とにかくどうすればおいしく漬け上がるのか。この追求こそが、私どもが目指す味わいであり、製法なのです。大道 ● 1910(明治43)年に「桃や味噌の加工業」として創業。漬物を手掛けるようになったのは1936年とのことですが、当初は京都の漬物店の協力会社からでしたね。

上西 ■ 当社は日本一のブランド力を誇る

京漬物に、繊細で丁寧、素材を生かす漬け方を学び、京近江漬物として育てていただきました。その技術を生かし、下田なすなど湖国の伝統野菜などにも挑戦するようになりましたが、やはり当初はうまくいかず、苦戦の日々が続いています。しかし、粘り強く商品ごとに目標を提示し、日々の歩みは遅くともそのハードルを越えることで、気付けば各商品が手ごたえのある進歩を成し遂げていました。その商品力を背景に、決して安価とは言えない商品売価でのご提案でも量販店さまに採用していただき、拡販につながった

ことは、大きな自信となっています。小林 ● 量販店向けでは「ゆず仕立て」「しそ仕立て」など、バリエーション豊富な大根漬の人氣が根強いですね。

自社技術と地元野菜を生かし 「近江つけもの」を立ち上げる

上西 ■ 昨年、大根商品が売り上げトップになりました。それに続いて、みぶなや千枚漬もご好評をいただいています。量販店向けは今も当社の経営の基盤ですが、パブル崩壊以降には「それだけでは将来を見通しにくい」と感じるようになったのも事実です。やまじょう独自の技術が着実に育ち、地元の近江野菜「下田なす」の品質も向上したということもあって、「自社ブランドで勝負したい」との思いから、6年前から独自販路の構築と専門店にふさわしい商品の開発に踏み出しました。

大道 ● いよいよ本格的な「近江つけもの」の登場ですね。下田なす、日野菜といった四季折々の近江伝統野菜を用い、長年培ったやまじょうの流儀で心を込めて漬けた逸品。それらに「近江つけもの」とブランドインゲして、近江牛や近江米と並ぶ近江産品に育てる、いわば「近江活性化ムーブメント」の一つだと理解しています。

上西 ■ まだまだこれからですが、意気込みは相当熱いです。2008年オープンの「山上本店」を皮切りに、現在は「山上日牟禮店」「山上金亀城町店」の三つの直営店で、当社オリジナルの「近江つけもの」をご提供しています。特に、近江八幡と彦根の人氣エリアに出店できたのは、滋賀銀行さんのお力添えのおかげです。

大道 ● 恐縮です。日牟禮店にお伺いしたことがあります。近江八幡観光の中心ゾーンにあり盛況ですね。日野菜は種類が多く、糠漬、浅漬、酢漬とバリエーションが豊富。また、甲賀の伝統野菜「鮎河菜」、幻の野菜だった近江八幡の北之庄菜といった希少な近江野菜も見事な漬物に仕上げられています。

近江の伝統野菜を 「近江つけもの」へと商品化

上西 ■ 県内原産で明治以前から栽培されている特産的な野菜を「近江の伝統野菜」



地元の新鮮な野菜を使った「近江つけもの」



自社農園で育てた近江の伝統野菜「下田なす」



株式会社やまじょう 代表取締役社長

上西 宗市氏 (じょうにししげいち)

1954年生まれ。76年、東京農業大学を卒業。77年、株式会社やまじょうに入社。91年、代表取締役社長に就任。滋賀県漬物協同組合理事長を経て理事。全日本漬物協同組合連合会評議員。湖南ロータリークラブ副会長。一般社団法人湖南市観光協会副会長。

経営理念

1. 最高の品質を追求し、価値ある商品づくりに徹し、伝統を守り、常に新たな漬物文化の創造をめざす。
2. 社会の発展に貢献し、お客様と地域を愛し、愛されるやまじょうをめざす。
3. 社業を通じて人間性の向上に努め、企業の永続と、共に携わる全てに人々の繁栄と幸福をめざす。

会社概要

株式会社やまじょう

- 資本金 / 4,500万円
- 従業員数 / 98名
- 事業内容 / 漬物の製造販売
- 本社所在地 / 湖南市下田3335
- URL / <http://www.yamajou.co.jp>

プロフィール

- 1910年 糀(こうじ)・味噌加工業として創業
- 1936年 漬物加工業を始める
- 1962年 株式会社やまじょう設立
- 1987年 新社屋・工場完成
- 2003年 ISO9001認証取得
- 2007年 滋賀県食品自主衛生管理認証制度(S-HACCP) 認証取得
- 2008年 直営店「山上海店」オープン
- 2010年 直営店「山上海日牟禮店」(近江八幡市)オープン
- 2012年 直営店「山上海亀城町店」(彦根市)オープン



山上海店



湖南市とタイアップしたゆるキャラ「下田なすにゃん」も活躍中

続けています。彦根の金亀城町店は、夢京橋キャスルロードという好立地ながら、観光客の多さが必ずしも販売に結びつかず、オープン当初の業績は想定内ではありましたが、大きな期待を抱けるものではありませんでした。ところが2年目に販売方法を変えると様子は一変しました。店の前で試食を勧めたり、「お茶だけでもどうぞ」と店内へご案内したり。ちょっとした積

極策から売り上げが前年比5割以上も伸びました。商売の難しさ、おもしろさを学べた貴重な経験でした。
小林 ●各店舗とも観光客の来店が多いようですね。
上西 ●ありがたいことです。ただ、やはり地元あつてのやまじょうです。今後今以上に「これぞ近江の逸品」と贈答用にも選ばれるブランドになりたいですね。
大道 ●新たな「近江つけもの」開発のため、昨年は試作品を4〜1回も試食されたとか。
上西 ●商品開発にゴールはありません。常に「よりおいしく」を求める姿勢こそが、当社のモットーですね。
大道 ●商品開発への社長の熱意が伝わります。

「おいしい深い」「近江つけもの」が「おいしい感動」を届ける
上西 ●今後は直販の比率を30%まで高めていきたいですね。直営店での販売を目指して、豚肉や牛肉、魚を使った味噌漬けも考案中。味噌の商いから始まった当社がルーツに戻る思いも込め、新ブランドで展開する予定です。県内の老舗味噌店と共同開発していますが、将来は自社での味噌づくり復活も検討しています。もちろん、これからもずっと「おいしい」と感動していただける漬物をつくり続けたい。漬物は1300年の歴史を持ち、野菜の繊維やミネラルを効率的に摂取できるヘルシーな食品です。今は家庭で冷蔵保存ができるので

塩分は低く、商品によっては酸性に傾きがちな血液をアルカリ性に戻す作用を持つ乳酸発酵独特の酸も豊富に含まれています。
大道 ●和食がユネスコの無形文化遺産に登録されましたが、和食のしめはやはりお漬物ですね。
上西 ●日本食の文化を豊かにするために、伝統食の漬物を発展させたいですね。おいしい漬物は全国にたくさんありますが、「近江つけもの」もひとりでも多くの方に見た目にも味にも「うまい！」と感動していただけるような地元を誇れるブランドになればと思っています。
大道 ●近江の認知度アップにもつながる取り組みに期待しています。本日はありがとうございました。



こぶ仕込み大根の仕上げ・包装工程で、左から上西宗市社長、大道頭取、小林支店長

な食感に。その後味付けし、さらに両端を切り落として美しい姿に包装されています。よい漬物に仕上げるためには手間暇を惜しまない。そのこだわりが感動しました。
上西 ●鮮度のよい良質な野菜をしっかりと漬けることが基本です。千枚漬は薄切りしたかぶらを四斗樽よんとくに並べて漬けますが、下層の塩分が濃くなったり端のほうがかかりにくかったりとムラが出るので、途中で上下、端と中央を漬け替えます。結構手間のいる仕事ですが、やまじょうが目指す商品にならなければ、お客さまの支持は得られません。そう思うと手間暇は惜しめませんね。
大道 ●「近江つけもの」に注ぐ思い、妥協しない姿勢は相当なものです。日野菜漬では、濃い塩水に軽い重石を使用することで、ほどよい塩味と素材の美しい姿を保つようですね。高級化、高付加価値化で格別な逸品を目指すこだわりの一例です。

良質な野菜づくりを支える農家とのパートナーシップ

上西 ●自然からの贈り物である「近江つけもの」は、野菜づくりの段階からこだわっています。その端的な例が、自社農園。私も自身の手で下田なすを栽培しています。
小林 ●現在、約2万㎡の農地で下田なすが栽培されていて、そのうち約5千㎡がやまじょうさんの畑ですね。

上西 ●下田なすは水不足に弱く、土を乾かさないように常に冠水が必要ですし、日の光を届けるために下葉を取る作業も欠かせません。たいへん手がかかる野菜なので、強い気概がなければ育てられませんね。
大道 ●手がかかる分、水分を多く含んでアクが少なく、ほんのり甘みもあっておいしいですね。
上西 ●天ぷらや煮炊きものにしてもおいしいですよ。手前味噌ですが、日本一のですだと思えます。ただ、連作ができず、一つの畑では5年おきにしか栽培できないのが難点です。連作できるようにいろいろと試みましたが、かなり難しい。成功すれば下田なすは全国に広がっていくでしょう。
大道 ●野菜を栽培される生産者とのパートナーシップが、「やまじょうの漬物」の基盤をつくっているように思えます。
上西 ●ご指摘の通り、当社は県内のほか徳島や長野など全国の農家で契約栽培していただいています。暑さや寒さに耐えて野菜づくりに励んでおられ、私どもはその努力に支えられています。自分たちで下田なすを栽培して野菜づくりの難しさを痛感しました。農家の皆さんのご苦勞に報いるとともに、栽培技術の向上を目指して環境整備も重ねています。例えば、生産者さん同士が互いの畑を視察して技術を磨き合える機会を設けたり、優



県内の指定農家で収穫された日野菜を塩水に漬け込む

秀農家を発表してモチベーションを高めた。より突っ込んだ情報交換や本音をぶつけられる。飲みニケーションも重要です。
近江の逸品といわれる
地元を選ばれる贈答品に
大道 ●よい野菜を育てるため、農家の皆さんは私たち消費者からはうかがい知れない努力を積み重ねておられます。「近江つけもの」の生産を通して、後継者不足や高齢化が進む農業を少しでも元気にしていただきたいと思います。
上西 ●そのためにも、「近江つけもの」のブランドを揺るぎないものへ育てていきたいです。
大道 ●直営3店舗の状況はどうですか？
上西 ●本社前の山上海店はオープン当初から堅調です。日牟禮店はロケーションが抜群とあって年に10%以上販売を伸ばし

あらゆるエネルギーをトータルに監視して 見えないムダを見える化する「エコルーペ」。

省電力だけが省エネではない

先進的発想で水道や化石燃料も監視

地球環境保全や経費節減のため、省エネに取り組まない企業はないだろう。電力使用量の「見える化」システムの普及も進む。

「だが、省電力だけが省エネではない。化石燃料（ガス、灯油、重油など）、水、温水、蒸気など、オフィスや工場で使用されるエネルギー全ての使用状況を可視化しないと真の省エネは実現できない。化石燃料は燃焼時に二酸化炭素が発生し、水道の送水にも電力が使われる。あらゆる「もったいない」事象の排除に取り組み企業が増えれば、コスト削減のみならず地球環境にも貢献できる。」

そう熱く語るのは甲賀電気設備株式会社の西谷敏雄社長。近江商人の経営哲学「三方よし（売り手よし、買い手よし、世間よし）」に「環境よし」を加えた「四方よし」の企業理念を実践しようと、あらゆるエネルギーの使用状況を見える化できるシステム「エコルーペ」を開発した。

使用電力量を監視する仕組みは電力の見える化と同じだが、そこに水道やガスなどの流量

まで監視する仕組みをプラスした点がポイント。この発想は2009年の販売開始時には極めて先進的だった。

問題点に気づき、改善することが コスト削減につながる

例えば、複数の工場のエネルギーを別棟の事務所等で管理したい場合、各工場にある空調機や水道、蒸気ボイラー、コンプレッサ等それぞれエアや水量、蒸気量を測る流量計を取り付け、分電盤など電力を測りたいユニットには電流計を取り付ける。すべての計測データは即座に事務所のパソコンに伝送される。「どの工場のどの設備で、どんなエネルギーがどれくらい使われているか」まで詳細に計測でき、気づかなかつたムダが見える化されるわけだ。

「あくまでも、見えなかったロスに気づいてもらうための見



「エコルーペ」で複数の工場や事務所のエネルギー消費量を一元管理し、「見える化」を実現

んですか？暑いのを我慢しても私の給料上がりませんよ」と言われたことが強く印象に残っている。コスト削減とともに関係者への還元も行わなければ、本当の省エネは続かない。」

「見えないロス」を探す力を 設備工事の現場経験が育てた

社名に反して電気設備工事ひと筋ではなく、水まわりと呼ばれる水道施設工事や、上水道管敷設工事等の土木工事も幅広く手掛けてきたことが甲賀電気設備の特長だ。通常、電気設備と水道設備工事は別々の業者が請け負う場合が多いが、両方をこなせる同社なら施工管理コストを抑えて工程も円滑化できる。

こんな強みを生かして甲賀市域の街づくりを担ってきた会社とエコルーペはどう結びついたのでろう。「設備工事に長く携わるうちに、工場やオ



トンネル内の照明のLED化工事のようす



互版「笑増利」やエコアンケートで顧客のニーズを掘り起こす

フィスにある「見えないロス」の多さに気づくようになった。例えば機器の小さなエア漏れがもたらす消費電力ロスや、保温機能の劣化、空調熱の逃げによる熱エネルギーのロス。工場や大型施設では余裕を見て大きめの口径で水道管が設計されていて、普段の利用では水道使用料金のムダが起ることも。こういった状況をなんとかしたいという気持ちでエコルーペの出発点になった。」西谷社長はそう振り返る。

電気だけでなく水道、ガスなども扱い慣れているからこそ発想できた「トータルエネルギーの監視」。今では大手電子機器メーカー等も類似システムを販売しているが、設備工事の現場で経験を積んだ同社が手掛ければその強みがある。導入する企業の現場を隅々まで巡回し、経験を生かして「ムダの発生源」の目星をつける。そこへ重点的に流量計を設置すれば、くまなく計

える化システムだが、ある廃プラスチックリサイクル工場では、エコルーペで分かった問題点の改善に取り組み、年間約20%のエネルギーコストを削減。従業員さんの省エネ意識も高まった」と西谷社長。とはいえ、経営者が省エネを進めようとしても、多くの事業所では現場との温度差があるのも事実。「省エネ相談を受けてある会社の工場内を見て回っていたときのこと。女性従業員の方から「節電の調査ってことは、エアコンの温度が上がる

測するよりシステム導入費を抑えられるわけだ。エコルーペを運用するソフトは導入先に設計して必要な要素だけで構成するので、コストを安くでき、使いやすい。こんな地域密着型企業らしい小回りを効かせ、小規模な事業所でも手軽に導入できる点が同社ならではの魅力といえる。

製造環境の監視データを蓄える 「リスク回避システム」を開発

ほかにも電力のデマンドコントローラー、エアコン室外機用日よけ等のエコ関連商品を扱い、「環境よし」を真つす目指す同社。省エネコンサルティングと呼ぶべき取り組みも始めた。長年蓄えた現場の知恵による省エネアイデアや商品を紹介する互版「笑増利」の発行。取引先を集めて省エネ先進工場を訪問する研修会の主催。職場に潜むムダに企業全体で気づいてもらうための詳細なアンケートの作成と配布。いずれも無償での提供だが、「エコルーペ」等のエコ商品販売につながるケースも少なくないという。

最近、エコルーペの経験を踏まえたリスク回避システム「トラブルーペ」を新たに開発した。工場でもーター等の温度や振動、電流等を計測して設備の運転状況を監視するほか、食品や医薬品の製造現場、倉庫などシビアな環境管理が求められる場所の湿度や風速等を測り、そのデータを蓄積することでトレーサビリティを高め、トラブルがあった際などのリスク回避に役立てるものだ。「生産設備のコンディションを随時監視することで、ムダなメンテナンスなどにもお役立ていただける。」

Voice 代表取締役社長 西谷 敏雄氏

真の省エネを目指すためには経営者と従業員の「意識の温度差」の解消が不可欠。
当社はエコルーペなどで「気づき」と「意識向上」をお手伝いします。
7月3日開催の「ししがきん」エコビジネスマッチングフェア2014」でお待ちしています。

Profile 甲賀電気設備株式会社



- 本社/甲賀市甲賀町相模197
- 設立/1971年
- 資本金/2,000万円
- 従業員数/22名
- 事業内容/電気工事業、良環境システム工事業、管工事業、水道施設工事業、土木工事業

<http://www.kohga.info/>

大量生産拠点の海外移転というピンチを転機に！ 難題の試作品に挑んで、表面処理の未来を探る。

難易度の高いねじに特化した 表面加工技術の幅を広げる

京都市山科区に本社を置くキョークロは、ねじをはじめとする金属部品の表面処理に特化し、多くの企業から厚い信頼を得てきた。

数ある表面処理分野の中でも、ねじの表面処理は特に高い技術力を要する。ねじの精度を維持するために皮膜が薄くなければならず、それでいて高い防錆性や耐摩耗性が必要だからだ。その一方で、微小な部品であるためコスト削減を求められる、困難の多い分野だと言える。「厳しい条件を求められる分野に注力し、独自の地位を確立したい。そう考え、当社は創業者の代からねじの表面処理に特化してきた。直径2〜4mmといったマイクロねじ・微小部品の表面処理を手掛けられることも強みの一つだ」と寺田理社長は語る。ねじの表面処理は今も売り上げの大半を占め、自動車や車載電装品、建築資材に使用する部品の表面処理が主力部門となっている。

この強みを支えるのが、同社が開発し1986年に特許を取得した「キョークロバレル」だ。バレル

とは小さな穴が無数に開いた箱型の容器で、処理をする製品を薬液に浸漬して回転することで小型部品を効率的にめっきする機器である。「従来のバレルはふたが側面にあり、開閉の労力を要するとともに、ふたの隙間に製品が挟まってしまう良が生じる問題を抱えていた。この問題の解消だけでなく、お客さまのニーズが「多品種少ロット」に移行したことも大きな要因だった。1回あたりのロットに対してバレルが大きすぎると、皮膜の厚みのばらつきが増幅され、品質の安定が困難になる。小さい部品の処理であればなおさらだ」。

こうして誕生した「キョークロバレル」はふたのないタイプだ。従来よりも滑らかなフォルムで薬液の流動性・通電性が向上し、高品質な表面処理を実現。同社はこのバレルの導入により生産ラインを自動化し、24時間体制を確立した。

高付加価値の製品を求め 新技術を導入・開発

当時、めっき業者がバレルの開発を行うことは異例のことだった。この挑戦をおそれない開拓精神こそが、同社の持ち味だと寺田社長は語る。

技術を組み合わせることで可能性は無限に広がるだろう。すでに同社は樹脂塗装技術を取り入れ、多彩な色に塗装ができ、衝撃にも強い「マイコート」、薬品に強く綺麗な黒色に仕上がる「ポリシール」などの処理法を次々と開発している。

大量生産拠点の海外移転を機に 「日本に残る仕事」を目指す

一方で、寺田社長は新たな戦略を見据えている。「きっかけとなったのは98年、お客さまに技術指導を依頼され、中国でのめっき工場設立に協力したこと。この依頼を受けるということは、当社の技術を中国に移転することを意味していた。社内でも反対は多かったが、生産拠点が海外へシフトしていく流れは見えていた。ならば国内に残って井の中の蛙^{かみず}であるよりも現地の様子を見たいと考え、数名の社員と中国へ渡った」。

現地へ赴いた寺田社長は、従来の大量生産では



「キョークロバレル」を中心とした生産ライン

中国に価格競争で勝てないということを実感し、これからは「日本に残る仕事」に特化する必要があると考えた。「研究試作を通して新たな技術や製品を生み出していくこと。これこそが『日本に残る仕事』であり、地域に根ざして仕事を続けるために必要だと感じた。当社が参画する中小企業の若手経営者の組織『京都機械金属中小企業青年連絡会』を原点とする勉強会でもこのテーマに取り組んだ。そのうちの有志で創設したのが、新たなニーズと出会う『京都試作ネット』だ。『京都試作ネット』は、京都に拠点を置くコア企業30社が専門技術を持ち寄り、Web経由で世界中のニーズに対応する組織だ。同社では、この『京都試作ネット』をはじめ、さまざまな窓口から難題を集めて研究開発に挑んでいる。

試作開発で直面する困難が 企業を成長させていく

同社が掘り起こした案件は、ネオノアが試作実行にあたる。マグニ処理などの環境対応技術をはじめ、セラミックや樹脂塗装など集積してきた技術を生かし、600℃の高温にも耐えられるコーティングの開発にも成功してきた。

このネオノアが手掛けた中でも困難を極めた案件の一つが、リニアモーターカーの摺動部品の表面処理だ。防錆分野から機能分野への展開を図る中で、「超高速摺動という過酷な環境から部品を守る耐摩耗性と絶縁性」という要望に応えられる薬剤や処理法が最大の課題だった。精度を要する微小部品であるため、求められる機

同社は創業当初から多様な処理法を積極的採用してきた。従来の処理法をしのぐ耐食性を実現した「ダクロダイズド」が米国で開発されると、74年には関西で初めて導入。さらに、人体に有害な六価クロムを使用しない「マグニ処理」に関しても、六価クロムをはじめ環境負荷物質の規制が国内で広がるよりも早く、導入に踏み切った。

しかし、この新技術の導入には障害があった。ダクロダイズドのライセンストについては、当時この技術と競合するとして、めっき業者へは許可が下りなかったのだ。またマグニ処理についても、同社がマグニ処理と競合する技術のライセンスを取得している点に開発者が難色を示した。この二つの問題に対して、同社は別会社を設立してライセンスを移管することで解決し、国内初の認定工場となった。この時に立ち上げた関連会社ネオノアは、今も環境にやさしい技術を集積するとともに、試作開発部門を担っている。「お客さまの製品に高い付加価値をつけるためには労力を惜しまない。その信念から技術の幅を広げてきた。近年は、耐熱性・耐薬品性などの特長を備えた樹脂が次々と登場している。この樹脂とめっき処理

※ダクロダイズド/亜鉛フレークを主成分とする、耐塩害性・耐熱性に優れた処理法



さまざまな処理法や技術を開発する研究室

能性のほかにも皮膜が薄く、低コストであるという厳しい条件を伴っている。ハードな要望と条件を満たす技術を求め、開発メンバーは奔走し、ようやく完全無機質のセラミックコート（PICコーティング）にたどり着くことができた。

同社の元には、1カ月に100件近くの試作依頼が持ち込まれる。こうした案件の発掘には、営業担当者のみならず寺田社長も自ら乗り出しているという。「難しい仕事を持ち帰ることこそが社長の仕事。従来の仕事よりも手間やコストはかかるが、基本的には断らないことを信条としている。困難な案件であるほど、クリアすることで社員が成長し、これまでになかった処理法や技術が習得できる。このような好循環を繰り返すことで、自社にしかできない仕事を積み重ねていきたい」と寺田社長は今後の目標を語る。



Voice 代表取締役社長 寺田 理氏

長年蓄積されてきた表面処理技術と、挑戦を続ける開拓精神が強みです。「常にお客さまにいいものを提供したい」という思いをもって既存の技術や処理法にとらわれず、困難な案件に取り組むことで「キョークロにしかできない仕事」をつくりあげます。

Profile 株式会社キョークロ



- 本社/京都市山科区東野舞台町5-5
- 設立/1960年
- 資本金/3,200万円
- 従業員数/54名
- 事業内容/各種金属部品の表面処理及び技術サービス

<http://www.kyochro.co.jp>

地域が変わる

地域活性化の現場

木之本

©長浜北商工会 きのもと情報の館「あるやん木之本」▶ <http://aruyankinomoto.jp>

空き町家・店舗で商売始めたい人、求む！ 街並みを守りながら、新しい力を生み出していく



「あるやん木之本」の第1号店となった本格手打ちそば店「夢創庵」。オープン初日は多くの人々が詰めかけた

長浜市木之本町は北陸と京阪神を結ぶ北国街道の宿場町として栄えた街。古い町家が今も数多く残り、懐かしい風情のある街並みを形成している。今この街で、商店街の空き店舗や空き町家を利用して新たに事業を行う個人・企業を募るプロジェクトが地域に新たな活力を与えようとしている。

人口減少を見据え 生き残りビジョンを描く

木之本には街道沿いに広がる「北国街道商店街」と、木之本地蔵院からJR木ノ本駅方向に伸びる「地藏坂商店街」がある。木之本地蔵院を交点にして丁字形に接続する2つの商店街は、木之本の中心として大いにぎわった。しかし人口減少、高齢化、商店の後継者不足などから、往時の活気は失われ、現在、両商店街で営業中の店舗は48

軒、空き店舗・町家が24軒と、空き店舗がかなり目立つ状況だ。

そんな中、旧伊香郡の4商工会（西浅井・余呉・木之本・高月町）が参画する長浜北商工会が始めた「あるやん木之本プロジェクト（木之本の空き町家を活用して“働く場”をつくらうプロジェクト）」が、商店街に新しい活気を呼び始めている。

商工会を束ねる西村豊和会長は背景を語る。「人口減少、高齢化の傾向は全国的にもさらに加速していくでしょう。

この状況を打開する策を講じなくては、商店街の消滅、地域コミュニティの崩壊は避けられません。特に長浜市では合併後、中心部へ人や物資が集中する傾向が顕著に表れています。長浜北商工会では地域が生き残るために、第一次産業の再生やエネルギーの自給、観光戦略などさまざまな分野で包括的に連携を行うビジョンを描いています。その一環として、市外からの移住の促進を目的に立ち上げたのが『あるやん木之本』です」。

空き店舗が目立つ商店街 町家活用で活性化を図る

「あるやん木之本」は、商店街の空き店舗・空き町家を活用して新たに商売を始める個人や企業を募るプロジェクトだ。国の緊急雇用創出事業による補助金を利用し、商工会が家主から物件を借り受けることで、今年3月末まで無償での貸出を実施した。

昨年春の発足時にまず着手したのは、空き店舗や空き家の発掘。特に古い町家を確保することに力を入れた。築100年を超える物件もある町家は若い世代の関心と呼ぶ上、歴史にまつわる物語の豊富な木之本らしさを発信することにつながるからだ。

物件の確保後は、借り手の募集に注力した。地元の住民や事業者、商工会会員に集中的に呼びかけ、チラシの配布やホームページの開設、記者会見も実施。さらに内覧会を開催し、町家の中を見学して魅力を肌で感じ、理解を深める機会を設けた。

積極的な情報発信により、県内だけでなく遠方からも相談や内覧会には多数の人が訪れた。しかし、木之本が長浜の中心市街からやや離れている点が響いてか、成約にはなかなか至らなかった。

第1号店のオープンにより プロジェクトが前進

プロジェクト第1号となる店舗が成約したのは昨年10月。長浜市出身の武藤



空き家の内覧会を兼ねて開かれた焼き物市

しげかず重和さんが「木之本の活性化に役立ちたい」と決意し、今年1月に本格手打ちそば店「夢創庵」を開いた。

この契約がまとまると、プロジェクトは一気に好転。長浜市の企業が運営するゲストハウス、焼き物の実演販売、ブリザードフラワーのギャラリー兼販売店など、次々と成約が続いた。5月には長浜市シルバー人材センターが、全国的にも珍しい直営の交流型店舗をオープン。高齢者やさまざまな世代の交流を目的として、喫茶スペースや健康推進スペースなどを展開する。現在は計8件の契約が成立、年内に順次開業する見込みだ。

「あるやん木之本」始動から1年余り。プロジェクトの中心メンバーを務める小森康子さんは、とりわけ強い思いを抱いている。「プロジェクトの実現にあたって最も心を砕いたのは、貸し手と借り手双方の信頼を得ること。私自身も木之本で暮らしているため、いい加減な気持ちでプロジェクトを進めることは許されません」。貸出の際には借り手に綿密な説明を行い、条件に合う物件を借り手とともに検討する。その後、借り手が提出した事業計画書をもとに、商工会で審査をするというプロセスを設けた。一方で、運営には苦労も多かったという。「例えば物件の中には、所有者が木之本を離れてしまっているケースも少なくありません。その場合、近隣住民や事業者所有者の消息を聞き込み、連絡先をたどっていきます。所有者にたどり着いても、すぐに貸出ができるわけではありません。商



空き町家内部。奥行きがあり、さまざまな使い方ができる



観光客でにぎわう官兵衛饅頭の販売店

店街にある物件ですから、近隣の商店に影響が出る可能性があるのです。所有者や近隣の商店に何度も説得を続け、納得していただいた上で貸出を実施しています」と小森さん。

追い風を味方に 地域が動き始めた

今年、木之本には大きな追い風が吹いている。NHK大河ドラマ「軍師官兵衛」の黒田家ゆかりの地として、観光客が大幅に増加した。1月に「あるやん木之本」を利用して官兵衛饅頭の販売店が開店したのを皮切りに、黒田家にちなんだ商品を販売する店舗が増え始めた。「黒田家に関わる商品開発だけでなく、店舗の改装や商品のリニューアルなど、新しい変化が既存の店舗にも起こっています。新店舗が既存の店舗にも刺激を与えているのです」と西村会長。

今年4月からは、「あるやん木之本」での家賃を無料にする補助はなくなった。今後は行政や各団体と連携し、所有者と借り手の個別契約という形で継続。賃貸対象も増え、現在は町家以外の物件も幅広く扱っている。プロジェクトは次の段階に入ったと言える。

「あるやん木之本」の成功を受け、商工会では次のプロジェクトを開始した。それが6月に開店するアンテナショップ「Ika's(イカス)」だ。旧伊香郡4町で開発した商品や地域内外の特産品を販売する。「あるやん木之本」の成果と官兵衛ブームの力を次につなげる取り組みは、すでに始まっている。

中国人の購買商品の変化

texted by 滋賀銀行 香港支店次長 山岡 剛

香港を訪れる中国人の購買力は年々高まっており、香港の観光業や小売業に大きな恩恵をもたらしている。以前は高級品を購入する団体客が多かったが、最近では安心・安全な日用品を求め、一般市民が香港を訪れている。来訪者数の増加による商業施設の混雑、マナーの悪さに対し一部の香港人の不満を招くこともあるが、ビジネスチャンスは確実に広がっており、多くの人が訪れる「駅」や「港」に小売店舗を構える日系企業も出てきた。



香港ホンナム駅発の中国本土との境界駅(羅湖・落馬洲)行きは1~3分間隔。それでも電車は満員だ

タイの自動車販売と生産

タイの自動車販売台数が低迷している。2012年末が申請期限だったファーストカー減税策の反動と長期化するデモが影響している。14年第一四半期は前期比45.8%減の22万4千台と、11カ月連続で前年同月を割り込んだ。特殊要因が重なったとはいえ、人口約6千万人で少子化進むタイは自動車市場が大きく拡大するとは考えにくい。

一方、生産台数も国内販売低迷により減少しているが、第一四半期は前期比28.3%減の51万7千台と販売に比べ減少率は小さい。輸出向けの生産が伸びているため、前期比0.6%増の28万7千台と生産全体の55%を占めた。一人当たりGDPが3千米ドルを超えると自動車市場が急速に拡大するといわれるが、ASEAN諸国で2番目に人口が多いフィリピンは2,790米ドル、3番目のベトナムは1,901米ドルと、その段階に近づいている。両国とも14年第一四半期の販売台数は前期比20%以上の伸びで、国内市場は着実に拡大している。

しかし生産は、両国とも国内市場の需要を満たす環境ではない。フィリピンは昨年、生産台数でベトナムに抜かれASEAN主要国で最下位となった。トヨタ自動車や三菱自動車などが現地生産の拡大を表明しているが、まだ市場を満たす規模ではない。ベトナムは第一四半期の生産台数が前期比24%増となっているが、輸入車の販売台数が前期比98%増とそれ以上に伸びている。ASEAN経済共同体など市場開放に向けた輸入拡大の動きが鮮明になっている。

タイではホンダが国内市場の低迷を理由に新工場の稼働を6カ月延期すると発表した。関係する企業にとっては厳しい状況であるが、国内市場の低迷はタイの自動車産業がASEAN地域の生産拠点へ大きく飛躍するチャンスでもある。

(しがきんアジア月報5月号より バンコク事務所 河村正弘)

販売	2013	2012	増減
タイ	1,330,672	1,436,334	-7%
インドネシア	1,229,901	1,116,212	10%
マレーシア	655,793	627,753	4%
フィリピン	181,738	156,654	16%
ベトナム	98,649	80,453	23%
シンガポール	34,111	37,247	-8%
ブルネイ	18,642	18,634	0%
合計	3,549,506	3,473,287	2%

生産	2013	2012	増減
タイ	2,457,057	2,453,717	0%
インドネシア	1,208,211	1,065,557	13%
マレーシア	601,407	569,620	6%
ベトナム	93,630	73,673	27%
フィリピン	79,169	75,143	5%
合計	4,439,474	4,237,980	5%

出典：ASEAN自動車連盟

中国本土からの旅行者拡大の経緯

新型肺炎(SARS)の影響で景気が落ち込んでいた香港経済への刺激策として、香港政府は2003年に中国からの個人旅行を解禁した。その結果、03年に約850万人だった中国からの来訪者数は昨年4千万人を超え、香港の観光業や小売業は大いにその恩恵を受けている。

一方で、東京都の約半分の面積しかない香港で、来訪者急増による

商業施設や道路の混雑、物価上昇などが一部の香港人の対中感情悪化の一因となっており、香港中心部の繁華街で反中デモが起こることもある。

香港政府は、旅行客数の増加を制限する対応策として、電車等の陸路で中国から香港へ入境する場合、香港居住者以外から100香港ドル(約1300円)を徴収する案を検討しているが、恩恵を受けている小売業界等からの反発は必至であり、実現は難しいだろう。

購入商品の変化 ～高級商品から一般商品へ

香港政府が公表している来訪者数には、1日に3~5回程度往来している人も含まれているようだ。電車で行き来ができるアクセスの良さ中国にはない商品、特に「食に対する信頼性」から、中国で根強い人気のある「メイドインチャイナ以外の商品」を求め、毎日多くの中国人が香港を訪れる。富裕者層が香港で高級品を購入する従来のトレ

ンドは衰えていないが、一般市民が安心・安全な粉ミルクや薬、菓子等の日用品を購入するケースが増加している。

日系企業のチャンス

九龍半島にあるホンナム駅。電車で香港と隣接する広東省の深圳、広州との玄関口だ。その駅に今年、日本の洋菓子店がオープンした。商品は全て日本国内で生産したものを輸入しており、店舗は高級感が感じられる。ターゲットは中国からの旅行者だという。ホンナム駅は陸路で帰る多くの中国人が訪れるところであり、商品を手にしてもらうにはうってつけの場所である。

ホンナム駅で日系商品を持っていた中国人旅行者に聞いてみると、お目当ての日系商品は化粧品や食品とのこと。特に一昨年、香港であまりの売れ行きのため品切れになったヤクルトは今も人気の商品

の一つだ。

特に「日本ブランド」の食品は中国人にとって人気の高いブランド商品の一つ。ただ、日本から商品を輸出しても、知名度の低い商品の場合すぐには売れない可能性が高い。日本国内である程度の商品認知度を高めた上で、投入するほうがより良い効果が得られるであろう。

従来の百貨店や繁華街での販売から、香港と中国本土とを結ぶ駅や港で日本の商品を提案する店舗が増加している。比較的海外でも知名度のある洋菓子店の売れ行きに注目したい。

香港への旅行客数 単位:万人			
国	2012年	2013年	増加率
1 中国本土	3,491	4,074	16.7%
2 台湾	208	210	1.0%
3 アメリカ	118	110	-6.8%
4 韓国	107	108	0.9%
5 日本	125	105	-16.0%
その他	812	822	1.2%
合計	4,861	5,429	11.7%
(中国本土除く合計)	1,370	1,355	-1.1%

出典：香港政府観光局



香港で買い物した中国人が帰りの電車を待つ



駅にある日本の洋菓子店。中国人への販売が好調だ

緩やかな回復が続くものの、先行きは 不透明

ア
ナ
リ
ス
ト
レ
ポ
ー
ト

県内景気
天気図

現在の景気



生産活動



個人消費



民間設備投資



住宅投資



公共投資



雇用情勢



3か月後の景気



凡例

- ☀️ 晴れ
- ☁️ 晴れ一時曇り
- ☁️ 曇り
- ☁️ 曇り一時雨
- 🌧️ 雨

前月比

- 📈 上昇・好転
- ↔️ 横ばい
- 📉 下降・悪化



賤ヶ岳より／長浜市

県内景気の動向

現状 住宅投資などの一部で駆け込み需要の反動減という動きが出ているものの、製造業の生産活動が堅調に推移し、ほとんどの需要面で3月まで活発な駆け込み購入がみられるため、全体的には緩やかな回復が持続していると考えられる。

県内製造業の生産活動の現状を鉱工業生産指数でみると、引き続き窯業・土石は低水準で、はん用・生産用・業務用機械と繊維は低下したものの、金属製品や電気機械、輸送機械、化学などは高水準となり、前月に比べると、鉄鋼や金属製品、化学、食料品などは上昇したため、原指数、季節調整済指数ともに5か月連続のプラスとなっている。

需要面では、家計の消費支出は消費税増税直前の駆け込み購入が食料品をはじめさまざまな品目にみられ、大型店売上高はほとんどの品目で前年を大きく上回ったため、全店ベースでは5か月連続、既存店ベースでも2か月連続のそれぞれ大幅のプラスとなった。また、乗用車新車登録台数は上記の駆け込み購入が続き、7か月連続の大幅プラス、軽乗用車も8か月連続かつ大幅のプラスとなっている。さらに、民間非居住用建築着工床面積のみ民間設備投資は3業用計で2か月連続の大幅プラス、トラックの新車登録台数も6か月連続のプラス、公共工事の請負金額も3か月連続の大幅プラスとなっている。一方、新設住宅着工戸数は上記の駆け込みによる着工がなくなってきたため、持家は3か

月連続、貸家と分譲住宅は2か月連続のそれぞれマイナスとなり、全体では2か月連続で前年を大きく下回っている。このような状況下、雇用情勢をみると、新規求人倍率は2か月ぶりに上昇し、常用雇用指数は4か月連続のプラスとなるなど、引き続き改善傾向がみられる。

今後の動向 生産活動面は再び回復に向かい堅調に推移すると考えられるが、需要面では増税後の反動減などから弱含みの動きとなり、全体的に不透明感のある、せい弱な動きにとどまるものと思われる。

詳しくみると、県内製造業の生産活動は、米国景気は堅調が持続するものの、中国をはじめとする新興国景気の減速懸念による減産などから、海外需要向けは伸び悩むものと考えられるが、国内需要向けは消費税増税後の反動減に伴う生産調整が一時的なものにとどまるとみられるため、全体的には再び回復に向かうと思われる。

需要面では、消費税増税後の個人消費については、家計収入の動向が注目されるなかで、物価や光熱費の上昇、消費税増税といったマイナス要因から節約志向は根強く、全体に伸び悩むものとみられる。また、民間設備や新設住宅着工などの投資関連需要については、建築価格の高騰懸念からの前倒し発注や着工の動きはみられるものの、上記の駆け込み需要の反動減により、力強さはなく盛り上がりには欠けた状態が続くものと考えられる。

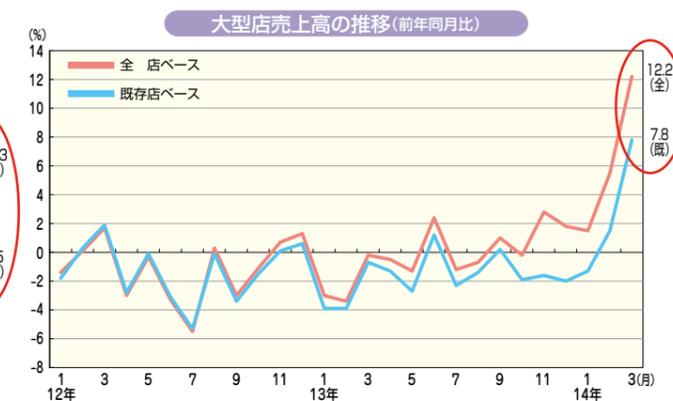
「鉱工業生産指数」は、原指数、季節調整済指数ともに5か月連続のプラス

2014年2月の県内製造業の生産状況は、鉱工業生産指数(2010年=100)の「原指数」が104.3、前年同月比+12.3%、「季節調整済指数」も111.4、前月比+3.5%で、ともに5か月連続のプラスとなっている。また、鉱工業全体の季節調整済指数の3か月移動平均値(1月)は107.8、前月比+2.3%で、5か月連続のプラスとなっている。業種別(中分類)に季節調整済指数の水準をみると、引き続き「窯業・土石」などは低いものの、「金属製品」や「電気機械」「輸送機械」「化学」「その他」などは高水準となっている。また、前月に比べると、「はん用・生産用・業務用機械」と「繊維」は低下したが、「鉄鋼」や「金属製品」「化学」「食料品」などは上昇した。



電機器(同+40.8%)、「家庭用品」(同+27.0%)が大幅のプラスとなり、全体では2か月連続かつ大幅のプラスとなった(同+7.8%)。

3月の「乗用車新車登録台数(登録ナンバー別)」は、「普通乗用車(3ナンバー車)」が8か月連続かつ大幅のプラス(2,973台、前年同月比+33.1%)、「小型乗用車(5ナンバー車)」も再びニケタ増加となったため(2,647台、同+15.4%)、2車種合計では7か月連続の大幅プラスとなり、好調に推移している(5,620台、同+24.2%)。消費税増税前の駆け込み購入が増税実施直前まで続いているためとみられる。また、「軽乗用車」も8か月連続かつ大幅のプラスとなっている(4,117台、同+39.3%)。これも消費税増税前の駆け込み購入によるもの。



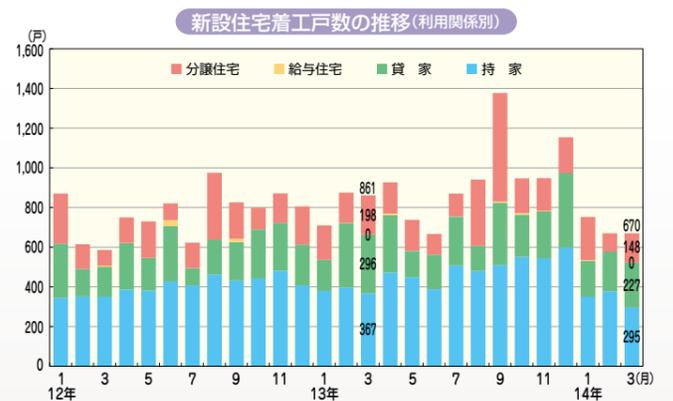
「大型店売上高」は、大幅のプラス

3月の「消費者物価指数(生鮮食品を除く総合/大津市/2010年=100)」は100.1、前年同月比+1.4%、前月比+0.2%となり、前年比では11か月連続かつ大幅のプラスとなり、前月比でも2か月連続のプラスとなった。これは、エネルギー(電気代、ガス、灯油、ガソリン)が前年比で大幅上昇となり、前月比でもプラスとなっている(前年同月比+8.9%、前月比+0.6%)ことに加え、シャツ・セーター類や保健医療用品・器具、教養娯楽用品、同サービスなどが大幅に上昇したためとみられる。「可処分所得(同)」は6か月連続かつ大幅のプラスとなり(前年同月比+37.4%)、「家計消費支出(同)」は2か月連続の大幅プラスとなっている(同+22.8%)。

このような所得・消費環境のなか、3月の「大型店売上高(全店ベース=店舗調整前、対象店舗数は100店舗、前年は92店舗)」は前年同月比+12.2%となり、5か月連続かつニケタの大幅増加となった。品目別でみると、ウエイトの高い「飲食料品」が10か月連続で増加(同+9.0%)しているのに加え、「家具」(同+30.8%)、「家電機器」(同+47.5%)、「家庭用品」(同+27.5%)が大幅のプラス、「衣料品」と「身の回り品」(ともに同+5.7%)も2か月連続のプラスとなった。さらに、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高はほとんどの品目でプラスとなり、なかでも、「家具」(同+26.5%)、「家

「新設住宅着工戸数」は、前月に続きマイナス

3月の「新設住宅着工戸数」は前月と同じ670戸、前年同月比-22.2%で、前月に続きマイナスとなった。消費税増税前の駆け込み着工がなくなってきたためとみられる。利用関係別でみると、「持家」は295戸、同-19.6%(大津市46戸など)となり、3か月連続のマイナス、「貸家」は227戸、同-23.3%(近江八幡市93戸、栗東市56戸など)で2か月連続、「分譲住宅」も148戸、同-25.3%(大津市67戸、草津市41戸など)で、ともに2か月連続の大幅マイナスとなった。内訳をみると、「分譲マンション」は前年を若干上回ったものの(68戸、前年差+3戸)、「一戸建て」は前月に続き大幅マイナスとなった(80戸、同-53戸)。なお、給与住宅は前月に続き0戸。





「2014年新入社員意識調査」より

安定志向でコミュニケーションを重視

Text by しがぎん経済文化センター 吉川 友

昨年の就職活動は改善の兆しが見えるといわれたものの、リーマン・ショック以前のように未だ回復しておらず、依然厳しい就職活動となった。そのような厳しい就職活動を終えた多くの新入社員が、この春から社会人生活の第一歩を踏み出している。当社では毎年3月から4月にかけて、県内企業の新入社員を対象にアンケート調査を実施している。今年の調査結果(有効回答数679名)から、今年の新入社員の意識を探ってみたい。

調査の概要

- 調査名:「新入社員意識調査」
- 調査時期:3月20日(木)~4月11日(金)
- 調査対象:当社開催の新入社員研修に参加した新入社員(679名)
(男性367人(54.1%)、女性312人(45.9%))

入社動機、「企業イメージがよい」は3年ぶりに下落

『入社を決めた主な動機は何か』(複数回答)と尋ねたところ(図1)、「自分の資格や能力が発揮できそう」(38.1%)が最も多く、6年連続でトップとなった。次の「企業イメージがよい」は3年ぶりに下落に転じ(29.9%→30.9%→26.7%)、大企業から中小企業へ目を向ける傾向が見て取れる。一方、「先生に勧められた」(12.2%)、「通勤の都合」(11.7%)、「親戚、知人などの紹介」(7.6%)が昨年より1ポイント以上増加した。自分の能力を十分に発揮できるかという点に注目して就職活動に臨む学生が多い一方で、少数ながら受身的に就職活動を展開する学生も増加傾向にあるようだ。

「職場の雰囲気」「理解してくれる上司」を重視

『どのような時に働きがいを感じると思うか』(複数回答)と尋ねたところ(図2)、「仕事が面白いと感じる時」(68.4%)が最も多いものの、昨年(73.4%)より5.0ポイント低下。

一方で、「職場の雰囲気が良いと感じるとき」(43.7%→45.6%)、「給料・ボーナスをもらう時」(24.0%→26.0%)、「自分を理解してくれる上司がいる時」(16.5%→17.7%)が上昇。今年の新入社員は雰囲気やコミュニケーションといったソフト面とともに、給料など仕事に対する評価なども重視する傾向があるようだ。

「管理職になりたい」は男性増加、女性低下

『社会人としてどのような道を進みたいか』と尋ねたところ(図3)、「いろいろな仕事を体験したいが、管理職にはこだわらない」(34.2%)が最も多く、次いで「いろいろな仕事を体験し、部下を持つような管理職になりたい」(25.8%)、「ひとつの分野を勉強し、その道の専門職になりたい」(20.8%)と続いた。男女別で見ると、男性では「管理職になりたい」「ひとつの分野を勉強し、その道の専門職になりたい」が昨年より増加(それぞれ38.0%→38.7%、19.7%→20.3%)。一方、女性は「管理職にも専門職にもならず、一般社員でよい」「特に考えていない」が昨年より増加し(それぞれ6.7%→8.9%、12.7%→16.5%)、その他の3項目は昨年より減少した。

「結婚、出産を機にやめる」女性は3年連続で減少

『定年まで働きたいか』を尋ねたところ(図4)、男女とも「そうしたい」が最も多く、3年連続での上昇となった(53.8%→55.0%→56.8%)。男女ともに安定志向が高まっているようだ。男性では「他により仕事があれば転職する」は昨年より増加し、男女全体でも若干増加(14.8%→15.8%)。女性では「子供ができたならやめる」「結婚したらやめる」は3年連続で減少し、男女全体でも減少となった(それぞれ9.2%→8.0%→7.3%、5.9%→5.4%→4.9%)。結婚、出産後も働くという女性の割合が徐々に増えており、意識の変化が進んでいるようだ。

理想の上司は「イチロー」と「天海祐希」が人気

『理想とする上司像を有名人に例えると』と尋ねたところ(表)、男性の上司としては、米大リーガーの「イチロー」が62人(男性46

人、女性16人)で9年連続の1位となった。女性の上司では女優の「天海祐希」が63人(男性20人、女性43人)で5年連続の1位となった。

『その有名人を選んだ理由』では、「イチロー」は「頼りになりそう」「率先して手本を見せてくれそう」が各24人で最も多く、次に「仕事ができそう」が18人で続いた。「天海祐希」を選んだ理由は、「頼りになりそう」が32人で最も多く、「仕事ができそう」が23人で2番目に多い回答となった。仕事ができると頼りになるのが理想の上司像のようである。

理想とする上司像

男性の上司	回答数(人)	順位	女性の上司	回答数(人)
イチロー	62	1	天海 祐希	63
森田 一義	38	2	江角 マキコ	21
明石家さんま	19	3	真矢 みき	17
本田 圭佑	13	4	澤 穂希	12
堺 雅人	10	5	ベッキー	11
松岡 修造				

「定年まで働く」意識高まる

昨年の就職活動も、回復の兆しはみえつつあるものの、未だ厳しい状況が続いていた。これを反映してか入社動機において、「企業イメージがよい」が3年ぶりに低下した。一方で、縁故、紹介、通勤等の理由で就職先を決定する新入社員も増加傾向にあるようだ。働きがいという点においては、「職場の雰囲気」や「理解してくれる上司」等、コミュニケーションを重視する傾向にあるようだ。また、男性、女性ともに「定年まで働く」という意識が高まっており、生涯一企業という安定志向、結婚・出産後も働くという女性の意識の変化が見て取れる。今年の新入社員の特徴を踏まえ、コミュニケーションを重視した上司、先輩の関わりによって、新入社員の社会人としての活躍を期待したい。

図1 入社を決めた主な動機 上位10項目(複数回答)

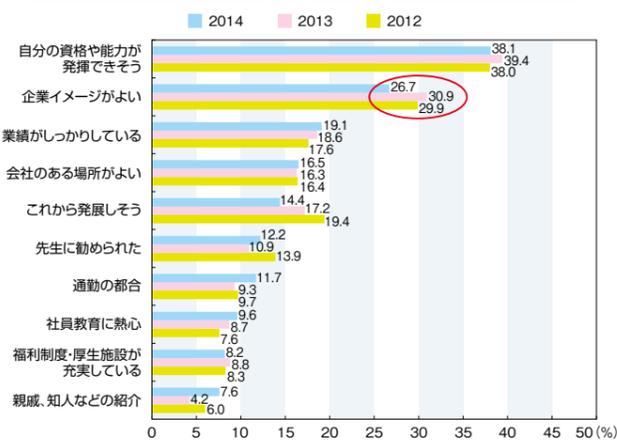


図2 どのような時に働きがいを感じるか(複数回答)

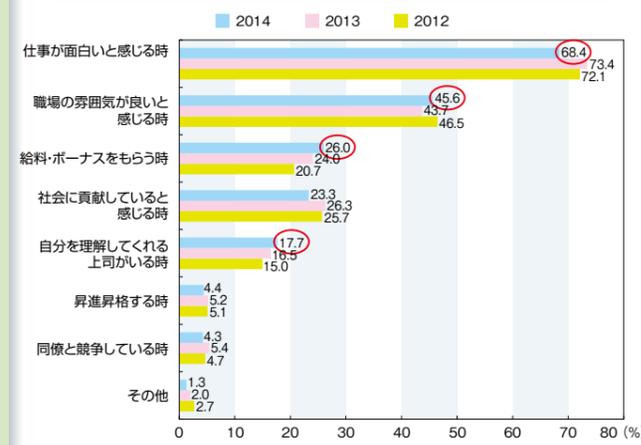


図3 社会人としてどのような道を進みたいか

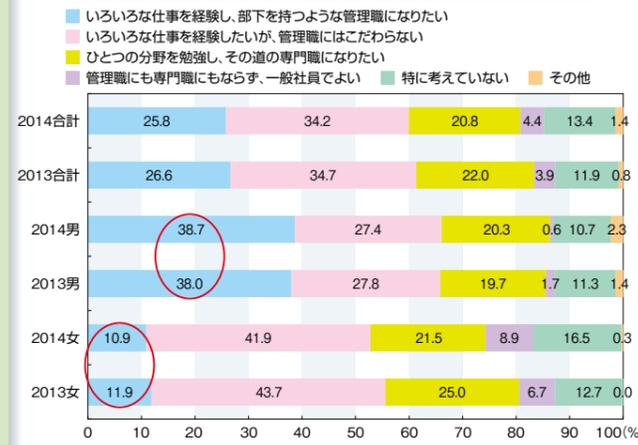


図4 定年まで働きたいか

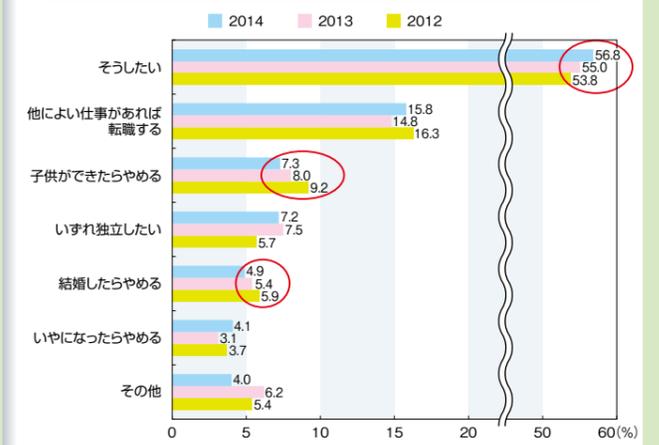


Table with columns for 項目 (Year, Month), 生産 (Production), 出荷 (Exports), 製品在庫 (Inventory), 消費者物価指数 (CPI), 大津市勤労者世帯 (Tsuji City Workers), 大型小売店販売額 (Large Retail Sales). Includes data for 2011-2014 and monthly breakdowns.

Table with columns for 項目 (Year, Month), 乗用車新車登録台数 (New Car Registrations), 民間非居住用建築物床面積 (Private Non-residential Building Area), 新設住宅着工 (New Housing Starts), 公共工事請負金額 (Public Works Contract Value), 求人倍率 (Job Vacancy Rate), 雇用保険受給者数 (Unemployment Insurance Beneficiaries). Includes data for 2011-2014 and monthly breakdowns.

Table with columns for 項目 (Year, Month), 常用雇用指数 (Regular Employment Index), 所定外労働時間 (Overtime Hours), 常用労働者の賃金指数 (Real Wage Index), 企業倒産 (Corporate Bankruptcy), 手形交換高 (Bill Exchange Volume), 不渡手形発生高 (Non-payment of Bills), 銀行取引停止処分 (Bank Transaction Suspension), 業況判断DI (Business Sentiment DI). Includes data for 2011-2014 and monthly breakdowns.

今月の注目データ (Key Data of the Month). Text: 滋賀県の14年3月の乗用車新車登録台数は5,620台、前年比+24.2%と、7ヵ月連続で前年を大幅に上回った。消費増税前の駆け込み購入が直前まで続いたとみられる。... (Graph: 乗用車新車登録台数の推移 (乗用車新車登録台数の推移) showing monthly trends from 2013 to 2014.)

Table with columns for 項目 (Year, Month), 生産 (Production), 出荷 (Exports), 製品在庫 (Inventory), 消費者物価指数 (CPI), 全国勤労者世帯 (All Japan Workers), 大型小売店販売額 (Large Retail Sales). Includes data for 2011-2014 and monthly breakdowns.

Table with columns for 項目 (Year, Month), 乗用車新車登録台数 (New Car Registrations), 機械受注額 (Mechanical Order Value), 建設工事受注額 (Construction Order Value), 民間非居住用建築物床面積 (Private Non-residential Building Area), 新設住宅着工 (New Housing Starts), 公共工事請負金額 (Public Works Contract Value), 求人倍率 (Job Vacancy Rate), 完全失業率 (Unemployment Rate). Includes data for 2011-2014 and monthly breakdowns.

Table with columns for 項目 (Year, Month), 常用雇用指数 (Regular Employment Index), 所定外労働時間 (Overtime Hours), 常用労働者の賃金指数 (Real Wage Index), 貿易 (Trade), 経常収支 (Current Account), 円相場 (Yen Exchange Rate), 日経平均株価 (Nikkei Average Stock Price), 長期プライムレート (Long-term Prime Rate), M2 (平残) (M2 (Average)), 業況判断DI (大企業) (Business Sentiment DI (Large Enterprises)). Includes data for 2011-2014 and monthly breakdowns.

(注) ① P印は速報値、R印は修正値、※は暦年。 ② 「前月比」は季節調整値、「前年比」は原数値の前年比増減(▲)率、%。 ③ 「民間非居住用建築物床面積」は、鉱工業用、商業用、サービス業用の合計。 ④ 「業況判断DI」=「かなり(やや)良い」の回答割合 - 「かなり(やや)悪い」の回答割合。 ⑤ 「常用雇用指数」「所定外労働時間指数」「常用労働者の賃金指数」は事業所規模30人以上。 ⑥ 「機械受注額」は船舶・電力を除く民間。 ⑦ 「建設工事受注額」は大手50社の民間工事。 ⑧ 「円相場」は東京・銀行間直物中心・平均。 「滋賀県・全国の主要経済指標」は、KEIBUNホームページ(http://www.keibun.co.jp/)の「経済情報」でご覧いただけます。

着眼大局



滋賀銀行 専務取締役
吉田 郁雄

「今、未来を拓く」

日本経済は長年のデフレから脱却し、ベクトルが変わろうとしています。今後、すべてが「明るい時代」に、とは限りませんが、いつまでも下を向いているわけにはいきません。いよいよ私たち民間の出番です。確かな方向性を持ち、果敢に挑戦する時と実感します。

10年余前にNHKから放映されたテレビ番組に「プロジェクトX～挑戦者たち～」がありました。ほとんどが無名の日本人リーダーと、それを支えた人々による挑戦と努力の記録で、田口トモロヲさんの淡々としたナレーションが印象的です。

私は自らを鼓舞するため、番組の録画を見返しては、人々が失敗を恐れず、挑戦し続けた姿に感動しています。後から振り返

れば「なるほど」とはなりますが、当時、道なき道を勇氣と情熱で切り拓いた人々の心境はいかばかりか、と思わざるを得ません。逃げることも出来ない状況下で直面した大きな壁。突破を可能にするのは、リーダーの熱意と執念、チームワークだったのです。

さて、政府の成長戦略では、今後の10年間の実質GDP成長率を2%程度と設定し、市場創造プランの具体的戦略として「健康長寿」「エネルギー」「次世代インフラ」「地域資源」を挙げています。

その成否の鍵は、まさに私たち民間の“取り組み”にあります。地域に根ざします当行は、地元経済の活性化を願って事業者の皆さまを支え、熱意と執念をもって「今、未来を拓く」との気概を新たにしています。

県内データ あれこれ

● 平成24年経済センサス—活動調査(小売業)

1事業所当たりの年間商品販売額は、全国10位の1億4,317万円

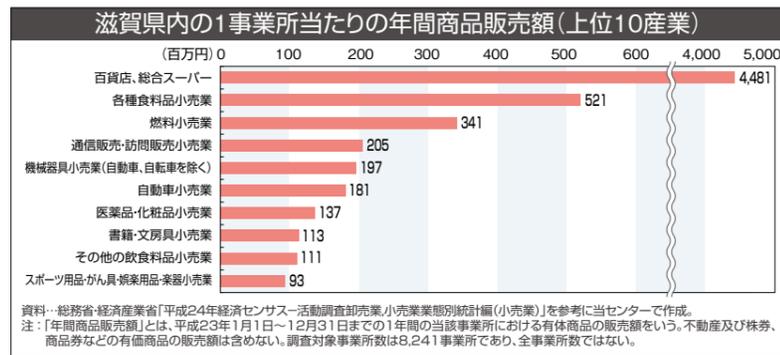
産業別でのトップは、「百貨店、総合スーパー」の約45億円

今回は総務省・経済産業省が公表している「平成24年経済センサス活動調査」から、県内の小売業についてみてみたい。

滋賀県の小売業の事業所数は10,779事業所で、「年間商品販売額」(注)の合計額は1兆1,798億円だった(平成24年2月1日現在)。それぞれ全国の1%程度を占めている。

次に、販売効率を示す「1事業所当たりの年間商品販売額」をみると、全産業の平均は1億4,317万円だった。全国平均の1億4,114万円をわずかに上回り、都道府県別では10位と、上位に入った(1位は東京都、2位は神奈川県、3位は埼玉県)。また近畿では6位の大阪府、9位の京都府に続く3番目だった。

最後に、産業小分類別にみると(下図)、29産業中でトップは「百貨店、総合スーパー」の44.8億円となり、他の産業に大差をつけた。次いで、「各種飲食品小売業」(5.2億円)、「燃料小売業」(3.4億円)



などが続いた。少子高齢化社会に対応するため、全国的に店舗の小型化や複合化などさまざまな動きが出始めている。滋賀県は数少ない人口増加県であり、優良なマーケットとしてさらなる競争激化が予想される。今後の動向に注目したい。
(株)しがぎん経済文化センター 中村 雅臣



《イチ押し! pick up》

会社DATA よしのや 株式会社吉廼家

- 本社/京都市北区北大路室町西入ル
- 設立/1926(昭和元)年
- 代表/岸本 弘介
- 従業員数/7名
- 事業内容/和菓子製造業
- 問い合わせ先/TEL:075-441-5561
- URL/http://www.kyoto-yoshinoya.co.jp/

多様な楽しみが詰まった、甘くかわいい和菓子「おとぎ草紙」

京都洛北の北大路通沿い南側にある京菓子処「吉廼家」。昭和元年の創業から「移りゆく四季を自然の美しさを和菓子に」をモットーの一つひとつ丁寧に手作りする和菓子を提供してきた。名物は「一休餅」。その昔、近くの大徳寺で住職だった一休和尚の「一」を形にした素朴で親しみあるお菓子で、店の看板にも刻まれている。

そんな吉廼家の中で、京都の四季を大いに感じさせ楽しませているお菓子が「おとぎ草紙」だ。一口サイズに作られた色鮮やかでかわ

いらしい上生菓子は、季節ごとにその内容とデザインが変わり、毎回40種以上のお菓子を詰め合わせている。また、詰め合わせの箱にも演出があり、お菓子の数によっては重箱入りを選ぶことができる。48個入りなら三段の重箱になり、開けたときの感動と喜びは格別だ。

ほかにも、四季折々の京都の風情をさっぱりとした味に仕上げた「和菓子豆腐」や、黒く丸いヒオウギの実を連想させる黒砂糖菓子の「ぬば玉」など、ひと工夫された和菓子が並んでいる。

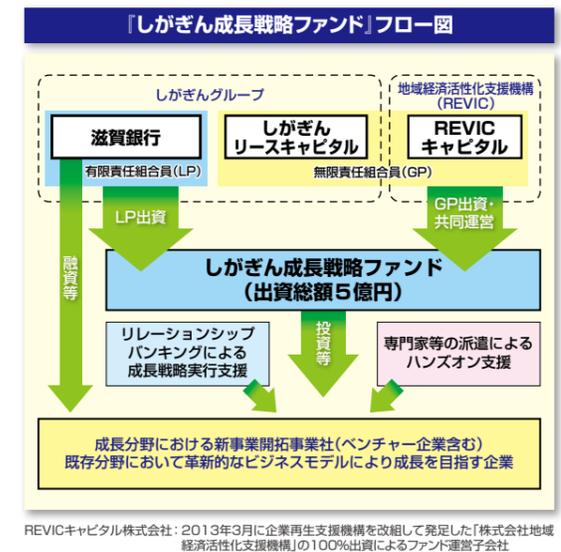
SHIGAGIN TOPICS

『しがぎん成長戦略ファンド』(出資型)を設立 ～ニュービジネスの創出をサポート～

当行は4月30日、しがぎんリース・キャピタル株式会社(本社・大津市)、株式会社地域経済活性化支援機構のファンド運営子会社であるREVICキャピタル株式会社(本社・東京都千代田区)とともに、事業成長ファンド『しがぎん成長戦略ファンド投資事業有限責任組合』を設立しました。本組合の設立目的は、ファンドによる「出資」を通じて、成長を目指すお取引先へのサポートを一層強化することです。地域経済活性化支援機構と地域金融機関が連携した事業成長ファンドの設立は、全国で2例目となります。

投資対象は、成長分野における新事業開拓事業者(ベンチャー企業含む)、既存分野において革新的なビジネスモデルにより成長を目指す企業です。詳しくはお取引店の担当者までお問い合わせください。

当行は、これからもお取引先に対して「新たな成長を実現するニュービジネスの創出」を強力にサポートしてまいります。



『しがぎん』 エコビジネス マッチングフェア2014

入場無料

日時 2014 7/3(木) 10:00~17:00

会場 琵琶湖ホテル 3階「瑠璃」の間

主催/株式会社滋賀銀行 株式会社しがぎん経済文化センター

後援/滋賀県、公益財団法人滋賀県産業支援プラザ、一般社団法人滋賀経済産業協会、
滋賀経済同友会、滋賀県中小企業団体中央会

エコでつながる。
ビジネスがひろがる。



SHIGA BANK



滋賀銀行は、環境省認定の「エコファースト企業」として、「環境経営」に取り組んでいます。