

かけはし

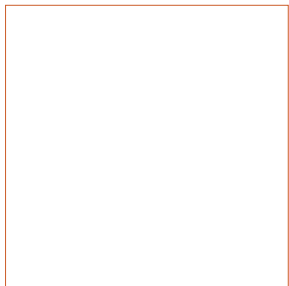
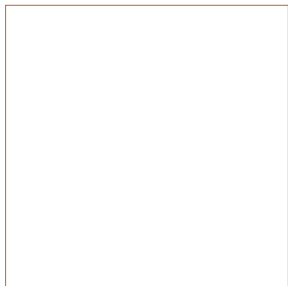
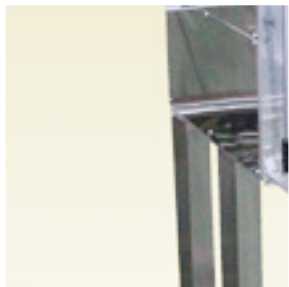
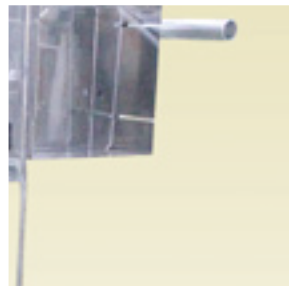
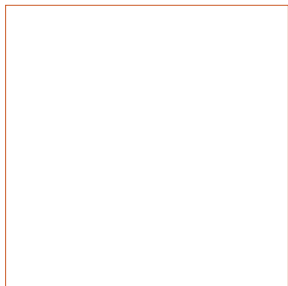
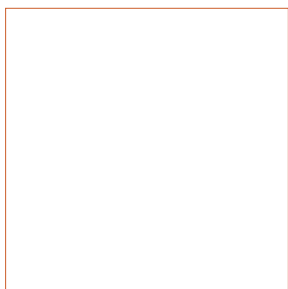
10

October

2014 vol.163

かけはしマネジメント対談

株式会社三橋製作所



企業・強みの研究

株式会社f-プランニング

企業・強みの研究

株式会社セルツ・コミュニケーションズ

地域が変わる——地域活性化の現場

甲 賀【農業法人有限会社甲賀もち工房】

BUSINESS TALK



ビジネストーク

「矜持」

頭取 大道 良夫

映画「柘榴坂の仇討」(浅田次郎原作、若松節朗監督)が9月20日から公開されています。それに先立ち、彦根で試写を鑑賞しました。

「『桜田門外の変』で敬愛する主君・井伊直弼を失い、仇を追いつける男。大老を暗殺した後、身を隠し孤独に耐える男。そして二人を陰で支える心優しい女たち……。江戸から明治へ激変する時代のなか、13年の時が流れ、ついに二人の男は巡りあう。しかしそこには、思いがけない運命が待ちうけていた……」(パンフレットより)

映画では「矜持」(誇り、自負)がテーマとして全編に流れます。死守すべき主君を目前で暗殺された武士が、明治維新で「負け組」になった後も長屋暮らしを続けながら、武士としての「矜持」を捨てずに生きる姿。

私は試写後、久しぶりに本物の時代劇を見た。気持ちの高ぶりが、しばらくの間、治まりませんでした。武士の「矜持」と覚悟、そして日本人の魂が、少ない台詞とアクションながら、物腰や表情、ちょっとした動作に見事に表現されています。

彦根藩士・志村金吾を演じた主演の中井貴一さんは、滋賀県広報誌「滋賀プラスワン」で「私たちが今何をすればいいのか、日本を思うって何だろうか、考える機会となれば」と述べています。また試写

後の舞台挨拶で中井さんは「生きることの美しさと大切さを訴えたかった」、酌婦をしながら志村を支える妻を演じた広末涼子さんは「言葉が無くても思いが伝わる素晴らしい日本映画」とも語りました。

井伊直弼の歴史上の評価はさまざまです。独断で調印した「日米修好通商条約」、強権で反対勢力を粛清した「安政の大獄」などで、よくないイメージをお持ちの方も多いかと思います。しかし、私がこの映画で見た井伊大老は、今もなお彦根で敬愛される通りの偉大な人物でした。映画を通じて全国の皆さんに井伊大老の真の姿を、と願います。

原作の「柘榴坂の仇討」など6編を収録した「五郎治殿御始末」の巻末で、中村吉右衛門さん(映画では井伊直弼役)と対談の浅田次郎さんは、井伊大老の「矜持」について「御三家に対し積極的なぶつかつていく。それは譜代筆頭としての誇りだと思ふ。会社で言えば、生え抜き社員の筆頭と経営者一族の角逐(かくそく)(競争)」と語っています。

映画が描き出した井伊直弼と志村金吾の「矜持」。それを受けた私の思いは「経営者としての矜持を持つて臨むべし」ということでした。まだまだ至りませんが、努力してまいる所存です。ご指導ご鞭撻のほど、よろしくお願い申し上げます。

C O N T E N T S

かけはし

vol.163 10 October



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。

「環境金融」で低炭素社会へ



気候変動キャンペーン「Fun to Share」に賛同しています。

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写(コピー)・複製(転載)を禁じます。

02 ビジネストーク
「矜持」

03 かけはしマネジメント対談
株式会社三橋製作所
代表取締役 三橋 宏氏

07 企業・強みの研究
株式会社fープランニング

09 企業・強みの研究
株式会社セルツ・コミュニケーションズ

12 地域が変わる—地域活性化の現場
甲 賀
農業法人有限会社甲賀もち工房

14 アジア&ワールド
中国・内モンゴルの光と影

16 アナリストレポート 県内景気天気図
反動減の影響が長引き、全体に弱含み

18 ズームアップ 県内経済情報
景況感は増税の影響が残り、低水準が続く
(滋賀県内企業動向調査)

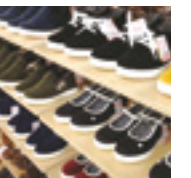
20 主要経済指標

21 イチ押し! pick up
スマック株式会社
「ユニバーサルインバートドライバ」

21 しがぎんトピックス
「大阪東法人営業部」を守口市に移転オープン

22 着眼大局
琵琶湖の宝
常務取締役 今井 悦夫

22 県内データあれこれ
在留外国人統計より



ニッチ分野に的を絞り開発した自社製品。 「入れる・揃える・巻く・拡げる」技術で 世界に挑む。



株式会社三橋製作所

代表取締役 三橋 宏氏

▶ interviewer

頭取 大道 良夫

九条支店長 成宮 康宏

大手メーカーの協力会社としての安定期から自社製品開発に注力し、自己革新を成し遂げた三橋製作所。即席麺製造現場での包装関連装置やコンバーティング関連機器でシェアを広げ、グローバル市場を目指す。

事業の先を見つめて 「自社製品での独り立ち」へ

大道 ●今日は社員食堂で昼食を一緒にさせていただき、ありがとうございます。出来たてで温かく、とてもおいしかったです。一時閉鎖されていたのをこの4月に再オープンしたと伺いましたが、社員の皆さんがテーブルを囲む食堂を、三橋社長はとても大切な場所と考えてこられたのですね。

三橋 ■毎日の昼食の場であるとともに、新入社員歓迎会や懇親会など社員交流の場として活用してきましたが、11年前にやむなく閉鎖しました。当社は京都の大手精密機器メーカーの協力企業として歩んできましたが、自社製品を開発して独り立ちする道へと大きく舵を切った頃でした。第二の創業を自社製品だけでとの意気込みでしたが、業務の変更に適応できず去って行った社員も少なくありませんでした。当然、食堂の維持もできなくなったのです。

大道 ●社員食堂の変遷にも、そんな転換期のドラマが秘められているのですね。三橋製作所さんは現在、「入れる」「揃える」「巻く」「拡げる」をキーワードに包装関連、コンバーティング関連の装置を手掛けていらっしゃいます。

三橋 ■包装関連装置のほとんどが即席麺、カップ麺製造現場向けの省力化装置。主力の小袋を入れるパウチ投入機のほか、箱詰整列機、カード投入機、巻取機など、どれも「入れる」ための機械です。

大道 ●先ほど工場で見えたパウチ投入機は、粉末・液体スープや調味油、乾燥具

材等が入った小袋を1袋ずつ即席麺の上に投入していく機械ですね。

即席麺・カップ麺製造現場で高シェア 多彩で多機能な「入れる」装置

三橋 ■スープや乾燥具材の小袋は、一列に長く連なった「連包」の状態で即席麺メーカーに納品されます。昔は小袋を手作業で一つずつ切り分け、麺の上に置いていました。単調で効率も良くないことから「自動化できないか」と大手の即席麺メーカーさんから課題をいただき、1971年に当社独自のパウチ投入機を開発しました。

大道 ●そんなに早くから独自の製品開発を手掛けていたのですか？

三橋 ■当社は1944年に創業し、それから5年ほど後に大手精密機器メーカーと出会い、医療用X線装置などの製作を請



カード投入機CD-861型(左)と、両面テープ貼り付け装置SMFシリーズ(右)

け負うことで経営を安定軌道に乗せました。その大手メーカーの流儀は外注先に一切を任せること。機械加工が本業だった当社にも電機製品を組み立てや部材の購入時には設計までこなせる体制が求められ、そのおかげでものづくり企業としての力を蓄えることができました。創業者で父の三橋要先代社長にはもともと強いメーカー志向があり、協力会社として安定していた時代から製品開発チームを育成していました。だからパウチ投入機が開発できたのです。連包を切り分けながら、機械アームの吸着で麺に投入するパウチ自動投入機を国内で手掛けているのは当社ともう1社ありますが、即席麺市場で当社は6割のシェアを占めています。

成宮 ●即席麺以外でも、お菓子の袋などに乾燥剤や鮮度保持剤を入れる用途にも使われていますね。

三橋 ■他にも生菓子を個装する際に乗せるシート状の台紙投入でも使われています。カード等を1枚ずつ定位位置に自動投入するもので、医薬品の効能等を記した能書（のうがき）を封入するといった用途も増えています。指定された個数をきっちりカウントして箱へ入れる箱詰整列機、連包状の小袋を折りたたんで箱詰めするパウチローダー、連包を巻き取るパウチワインダーなどパウチ類の輸送業務を効率化する



「入れる・揃える・巻く・拡げる」をキーワードにした製品群



株式会社三橋製作所 代表取締役

三橋 宏
(みつはしひろし)

1946年生まれ。70年、早稲田大学商学部を卒業、株式会社三橋製作所に入社。77年、取締役に就任。83年、常務取締役に就任。88年、代表取締役に就任。

企業理念

会社の目的

会社に関わる人々が、豊かな生活を得、誇りと希望をもち、仕事を通じて社会に貢献し、適正な利潤を得て、発展して行ける企業で、あり続ける事。

経営理念

付き合って良かったなと喜んでいただける企業づくり。
使って良かったなと喜んでいただける商品づくり。
勤めていて良かったなと喜んでいただける企業風土づくり。

会社概要

株式会社三橋製作所

- 資本金/1億円
- 従業員数/100名
- 事業内容/パウチ投入機・カード投入機等の包装関連装置、LPC・エアージャフト・しわ取りロール等のコンバーティング関連機器の製造・販売
- 本社所在地/京都市右京区山ノ内赤山町1
- URL/http://www.mitsuhashi-corp.co.jp/

プロフィール

- 1944年 精密機械部品の生産を開始し創業
- 1946年 株式会社三橋製作所に社名変更
- 1953年 繊維業界の自動省力化分野に進出
- 1963年 LPCを開発
- 1971年 食品業界に進出、パウチ自動投入機を開発
- 1977年 連包パウチ自動投入機を開発
- 1979年 系列会社サンブリッジ工業株式会社を創業
- 1996年 ニッケル水素電池用巻取機を開発
- 2005年 しわ取りロールの製作・販売を開始
- 2014年 創立70周年を迎える



に吊るして販売するいわゆる「ハンガー商品」の製造工程でも採用されており、即席麺以外の現場でもビジネスチャンスがあると感じています。蛇行制御装置も海外展開を強化していますが、中国では欧州メーカーの攻勢が激しく、さらなるグローバル対応が必要です。

大道●「第二創業」として、それまで事業の中心だった大手精密機器の受託業務から完全撤退されました。相当の覚悟が要ったことでしょう。

三橋■90年代後半から大手精密機器メーカーの仕事が減り、コストダウンの要請もあつて、選択の余地はありませんでした。しかし、受託業務を通じてメーカーとしての総合力を着々と蓄え、早期から製

品開発に注力したことは、現在に至る大きな原動力になりました。

若者の就労支援への思いも込め11年ぶりに社員食堂を再開

大道●今春、念願の社員食堂を再開する日を迎えられました。この11年間の、新生への道を抜け、前途に太陽が注ぎ込むようです。

三橋■食堂が復活でき、苦労を共にした従業員、支えてくださった皆さまに心から感謝します。引きこもりの若者の就労支援をされている京都の一般社団法人ムーンライトさんとのご縁もあつて、厨房では長期離職や引きこもりからの自立就労を目指している方に働いてもらつていま



若者の就労を支援する社員食堂「川のとき」で

す。社名の三橋の、橋につながるよう、食堂は「川のとき」と名づけました。

大道●食堂の運営はコストがかかりますが、社員のコミュニケーションの場になるなど、さまざまな効果があります。併せて社会貢献も行つていける素晴らしい取り組みです。最後に、日本のものづくりの現状についてお聞かせください。

三橋■岡山の系列会社、三橋サンブリッジでは半導体や電機関連の生産を担っていますが、リーマンショック以降、仕事がいぶん減った時期もありました。ものづくりを志望する若者が減っているという現状もあります。それでも、私も中小企業を含む国内製造業の底力をもう一度信じてもらいたいですね。この国のパワーは決して失われてはいません。私たちもその一端を担っていきたいと思っています。

大道●ものづくりの力で独立独歩の道を歩み、果敢に世界市場へ挑まれる三橋社長のお言葉だけに胸に響きます。本日はありがとうございました。

る機械も揃え、包装関連装置で売り上げの約6割を占めています。

ニッチ分野で力を発揮する現場対応の技術力

大道●即席麺の製造工程では、御社の機械が担う「入れる」の前に粉末スープ類の充填工程、後に包装工程。この二つの工程には大手メーカーの機械や装置が導入されています。御社の機械は全て、その隙間を狙ったもの。巧みなニッチ戦略ですね。

三橋■父が「自社製品での独り立ち」を目指そうと決意した時から、大手メーカーが

手掛けないニッチ分野に的を絞ってきました。当社の技術力で対応でき、大企業と競合せず、しかも自社で営業フォローができる。その範囲こそ私どもが考えるニッチです。「入れる」と同様に、その考えから生まれたのがコンバーティング関連機器でした。

大道●コンバーティングとはフィルムや紙、不織布などの薄い基材に付加価値を与えるものづくりの総称ですから、それらの生産効率化に「揃える」「巻く」「拡げる」で貢献する装置を、コンバーティング関連機器と呼んでおられるんですね。

「揃える」「巻く」「拡げる」コンバーティング関連装置

三橋■この分野での主力製品は、LPC（蛇行制御装置）、エアージャフト、しわ取りロールです。带状の薄い基材は巻かれた状態から巻き出して加工ラインに流すと、途中でズレが生じ、再び巻き取った後のエッジ（端）が不揃いになります。そのズレを光や超音波で検出し、蛇行しないよう制御するガイドシステムがLPCです。

成宮■蛇行を制御するシステムではEPCと呼ばれるものもありますね。

三橋■そこらは大手企業が開発した蛇行検出システムで、基材のエッジを基準に蛇行を検出する方式です。検出精度では、基材上のラインを基準にする当社の方式

が高いと自負しています。反物用に開発した技術を基礎にしながら、時代ニーズに応じて印刷紙用やゴム用、フィルム用と用途を広げました。現在の高機能フィルムはまだまだ伸びていく分野なので、今後の販売にも期待しています。

大道●蛇行制御装置が「揃える」の代表格なら、「巻く」の代表格はフィルムや紙のロール着脱をとっても楽にするエアージャフトですね。

三橋■内部のゴムチューブを空気圧で膨らませると、ツメが突き出てロールをクランプし軸芯をロックします。「巻く」分野では他にもゴムチューブを使わないメカニカルシヤフトやエアージャックもご用意しています。また、加工中のフィルム等に生じるしわを「拡げる」のがしわ取りロール。このように「揃える」「巻く」「拡げる」をトータルで製造しているのは当社だけです。高性能フィルムや不織布など高価な基材を使う分野で材料ロスが少なくなったと評価いただいています。

即席麺の市場は中国から東南アジアへ、全世界へ

大道●海外での売上比率が伸びていますね。

三橋■現在、全製品の35%が海外向けで、包装関連装置では50%になっています。世



生菓子の個包装や医薬品の効能書封入に用途が広がる「カード投入機」の前で



用途に合わせてカスタマイズされる「連包パウチ投入機」の組立ライン。左から成宮支社長、三橋宏社長、大道頭取

界で消費される即席麺、カップ麺は年間約1千億食。その半分が中国で生産され、それにタイ、インドネシアが続きます。当社製品の販売先もそれらの国々が中心となります。中国には即席麺の4割、カップ麺の7割を生産する台湾の大手食品会社がありますが、「最先端の設備を採用する」という方針により20数年前から当社の包装関連装置を導入され、私どもの海外展開の要になっています。

大道●遠くない将来、世界の即席麺消費量は倍増する試算もあるそうですから、御社の包装関連装置には大きな成長ポテンシャルがありますね。

三橋■そのとおりです。インドネシアでは、小袋の商品を台紙に並べて貼り、店頭

界で消費される即席麺、カップ麺は年間約1千億食。その半分が中国で生産され、それにタイ、インドネシアが続きます。当社製品の販売先もそれらの国々が中心となります。中国には即席麺の4割、カップ麺の7割を生産する台湾の大手食品会社がありますが、「最先端の設備を採用する」という方針により20数年前から当社の包装関連装置を導入され、私どもの海外展開の要になっています。

大道●遠くない将来、世界の即席麺消費量は倍増する試算もあるそうですから、御社の包装関連装置には大きな成長ポテンシャルがありますね。

三橋■そのとおりです。インドネシアでは、小袋の商品を台紙に並べて貼り、店頭

界で消費される即席麺、カップ麺は年間約1千億食。その半分が中国で生産され、それにタイ、インドネシアが続きます。当社製品の販売先もそれらの国々が中心となります。中国には即席麺の4割、カップ麺の7割を生産する台湾の大手食品会社がありますが、「最先端の設備を採用する」という方針により20数年前から当社の包装関連装置を導入され、私どもの海外展開の要になっています。

大道●遠くない将来、世界の即席麺消費量は倍増する試算もあるそうですから、御社の包装関連装置には大きな成長ポテンシャルがありますね。

三橋■そのとおりです。インドネシアでは、小袋の商品を台紙に並べて貼り、店頭

半導体・液晶関連事業の幅を広げて

「食と癒しと健康」をテーマに第二創業を目指す。

半導体製造の重要プロセスを担う

洗浄装置のユニット組み立て

f-プランニングの日野町と多賀町、それぞれの工場内にあるクリーンルームは、クラス500からクラス100の清浄度が保たれている。「ハイレベルな塵埃管理」とされる極めて高い清浄度だ。ルーム内では防塵服姿の作業者たちが複雑な機械・電装部品を手際よく装置に組み込んでいる。

半導体製造では、ウエハーにわずかな汚れでもあれば不良品になるため、洗浄プロセスが重視される。同社が手掛けているのは、半導体を洗浄する装置に組み込まれるさまざまなユニットの組み立て。洗浄液をコントロールするユニットなど得意としている。

池田定夫社長は34年間勤めた半導体・液晶製造装置の大手メーカーを52歳で退職。「起業して地元貢献したい」との思いから、郷里の愛荘町でf-プランニングを2005年に創業した。売り上げのほとんどを占める半導体洗浄装置組立事業は退職した大手メーカーからの仕事だ。洗浄装置を構成するユニットを設計図通りに組み立

てたうえで、デリケートな調整や検査およびエンドユーザーへの搬入も行う。

「半導体の世界は進化が速く、タイムリーにフォローアップできる協力会社は多くはない」と池田社長は話す。「当社では、納期間際の仕様変更にもフレキシブルな作業体制で対応できる。その柔軟な対応力で、得意先の手メーカーから貢献度の高い協力会社社に授与される賞を2回も受けることができた」。



半導体洗浄装置の組み立てを行う、高い清浄度のクリーンルーム

従業員の高い作業環境意識が「ハイレベルな塵埃管理」を実現

半導体業界の最近のトレンドは微細化と効率化。1枚のウエハーにより多くのチップを形成するために、回路パターンの微細化とコストダウンを競っている。必然的にパーティクル（微細な異物）の混入防止が極限まで求められるようになる中で、f-プランニングが以前から取り組んできた「ハイ

レベルな塵埃管理」は大きな強みになっている。

従業員の意識こそが清浄な作業環境を実現させる。そう考えて「整理・整頓・清掃の3S」に努め、「安全衛生委員会による工場内巡回」や「リーダーによる職場改善」などを実施してきた。その結果、クリーンルームでの作業ルールが徹底的に順守され、清浄度を高めることに成功。半導体に関わるものづくりの現場にとって貴重な財産になった。同社では、さらに「ハイレベルな塵埃管理」が求

められ、液晶パネルの製造に使用されるフォトマスク（回路パターンの原板）の搬送ケースの製造も行っている。この分野でも、従業員の高い作業環境意識が強みになったことは言うまでもない。

栽培ノウハウとセットで売る

「植物育成プラント事業」

「半導体、液晶ともに世界的な視野で見れば今後も需要は増加する。技術の蓄積で仕事の幅を広げ、生産効率も高めてきた。これら第一創業の事業を拡大しながら、第二創業として事業を創り上げなければと考えてきた」。その第二創業として目指しているのが「食と癒しと健康」をテーマに2012年から始めた「植物育成プラ



栽培ノウハウとセットにした野菜栽培機販売で第二創業の柱を目指す

ント事業」だ。

温度・湿度等が制御された室内で、LED光により栄養価の高い無農薬野菜を育てる。そんな植物工場ビジネスを展開してきた京都のベンチャー企業から、縁があつて人材を引き継いだのが発端だった。池田社長は「工場をつくる安全な無農薬野菜の販売」という在来ビジネスモデルから、「栽培ノウハウとセットにした野菜栽培機の販売」「モデルへと転換。「EKEDA」ブランドとして4タイプの野菜栽培機を販売している。家庭で野菜の成長を楽しむ「サテライト」、インテリア性を重視した飲食店やブティック向けの「スタベジ」、レストランの厨房に設置する「デイルイト」、本格的な植物工場へ展開できる「ミニベジ」だ。



f-プランニングが描く事業の将来像

海外での植物工場ビジネスへ 中東にシヨールームを開設

2年半前から始めた植物育成プラント事業ではさまざまな野菜を栽培。LED照明機器も手掛けている製薬会社、興和株式会社と提携し、8月に合弁会社、興和アグリテクノ株式会社を設立するなど、それぞれの野菜に適した光源や肥料の開発を進めている。野菜栽培に関するノウハウを蓄えてきた専門スタッフを擁すればこそ取り組みだ。ユーザーが求める野菜に最適な栽培機や肥料を提案できる。そのうえ、長年積み重ねてきたデータに基づく「てんしの光やさい」づくりのさまざまなアドバイスも提供できる。

「安心・安全でおいしい野菜を料理に添えたい」と導入した老舗料亭。植物の放つ輝きをインテリアとして導入したブティックやカフェ。おいしさや美しさを重視するユーザーを中心に、国内での販売数を着実に伸ばしている。

また、中東では9月にシヨールームを開設した。ドバイを中心に周辺諸国への販路開拓の拠点を構築するという。「国内では野菜のコスト競争力が課題だが、中東などではいい野菜をつくる植物工場ビジネスが成り立つだろう。今後、植物育成プラント事業の主舞台は海外になるかもしれない」と、池田社長は今後の展開を描く。

さらに、リラクゼーション「feel-a」も昨年からは長浜で運営。半導体関連事業を基軸に、第三次産業（食と癒しと健康）にも目を向けたf-プランニングの第二創業が本格的に始まった。



Voice 代表取締役 池田 定夫氏

半導体・液晶事業では「提案できる企業」を目指し、植物育成プラント事業では「安心・安全な野菜栽培装置の提供」を。「共存共栄の経営」「信用、信頼こそ利益」の理念でお世話になった地元への貢献に努めたい。

Profile

株式会社f-プランニング

<http://www.f-plan.ecweb.jp/>



- 本社/滋賀県愛知郡愛荘町安孫子710
- 設立/2005年
- 資本金/5,000万円
- 従業員数/90名
- 事業内容/半導体洗浄装置の組立・電装・調整・検査、据付、液晶基板搬送ケース製造、植物育成プラント事業、リラクゼーション事業

ファストファッションから健康増進シューズへ

常に時代の一步先を行く靴メーカー

商品構成、得意先までも一新

大胆な事業転換で生まれ変わる

大手ファッション量販店向けに婦人靴のODM（相手先ブランドによる製品の設計・生産）で堅調に業績を伸ばし続けてきたのが、長浜市の株式会社セルツコミュニケーションズだ。年間約100万足の靴を供給している。

前身は草履（さうり）の鼻緒の製造販売からサンダルの企画製造へ転じた立見商店。1964年の創業当時、製造は韓国企業に委託し、自社では工場を持たないファブレス形態を貫いてきた。

「私が営業をしていた90年代、主な販売相手は地域密着型の問屋さん。100軒以上の得意先は全国に散らばっていて、1軒ずつ訪ねて回る営業形態はとても非効率だった。約束手形での支払いなど商習慣も旧態依然として先行きに不安を感じていた。そこで事業モデルの転換を当時の社長だった父（立見光夫現会長）へ提案した。取り扱う商品を婦人靴全般に広げる、販売先を大手ファッション量販店へと変えるなど、思い切った業態の一新だったが父も承諾。92年から

は〓心を込めて商売をさせていただく〓の意味を込めた新社名セルツ（SELLTS=sell with all our hearts）で新生を図った」と立見嘉洋社長。

流行サイクルの短い商品は

生きた市場情報の取得がカギ

新生後のセルツを待っていたのは長期間に及ぶデフレ経済だった。価格破壊をキーワードに衣料業界のトレンドはファストファッションへと急速に傾斜。セルツもそのゾーンに狙いを定め、若い女性向けの靴に特化した。「流行に敏感な大手ファッション量販店から選ばれるデザインを打ち出す。それだけでも高いハードルだが、ファストファッションは商品のサイクルが極めて短く、数シーズン先の流行を先読みできる力が必要な難しい市場だった。さらに生産面でも、高品質なものをなるべく低コストで、多大な量を短納期で作れる能力が求められた」。

こうした厳しい条件を一つひとつクリアすることで、セルツは得意先からの信頼を勝ち取り、短期間で受注量を大きく伸ばしてきた。また、同社は商品企画部や営業部を埼玉県



婦人靴を中心に幅広い商品アイテム

さいたま市に設置。ここにはメインの取引先本社があり、先方バイヤーと密度の濃い情報交換を可能にするためだ。「エンドユーザーの嗜好（しこう）や売れ筋の変化といった〓生きた市場情報〓を一番持つているのは流通側のバイヤーで、新商品はそ

の情報を生かした企画やデザインでなくてはならない。そうした姿勢で企画することで、セルツの靴は順調に採用され、店頭でも好評だ」。

同時に、ミラノやニューヨークといった流行発信地から最新情報を得る仕掛けづくりに努めたことで、デザインの洗練度を高めてきた。

低コスト・短納期の難条件も

中国への委託生産でクリア

生産面では、創業以来のファブレス形態を継承し、中国のパートナー企業に委託することで、得意先から求められる、低コスト・短納期・安定生産〓に応えた。「当初は上海の企業へ全量を委託。途中からは安徽省にもパートナーを増やし、沿海部での人件費高騰等の現地事情をその都度クリアしてきた。不良品の発生という大問題にも直面したが、再発防止を図る中で相互理解がさらに深まり、短期間で製品の質は安定した。海外生産を成功に導くものは〓現地の思い〓を尊重する謙虚さだと思う」。

現在、ファストファッションブームはすでにピーク

「健康増進シューズ」で靴のイノベーションを起こす

「それはミドル層以上を意識した〓健康増進シューズ〓だ。ヒントをくれたのは、介護施設などで高齢者に愛用されているケアシューズを展開する香川県のメーカー。ODM供給するうちに健康増進シューズづくりを思い立った」。

立見社長が想定するのは、病気というほどではないが病気に向かいつつある「未病」状態の人に向けた、病気の予防につながるような商品だ。快適な歩行を助けながら、ファッション性の高い靴。「足にやさしい靴」「心身の健康をサポートする靴」を目指し、既存の得意先への提案商品のほかに自社ブランドによる商品化も考えている。そのため、エナジーデザインというグループ



香川県の靴メーカーにODM供給しているケアシューズ

会社を今春設立。現在、健康増進用にデザインした特殊なインソール（中敷き）を介護施設の入居者に使ってもらい、使用感などのデータを収集している。「今後は〓ミドル層以上の健康〓を強く意識した商品展開へシフトしたい。予防医学という観点から『足にやさしい靴』で高齢者が元氣になれば、医療費削減にも貢献できる。機能性に加えて、20年間培った企画力、デザイン力で〓靴のイノベーション〓を起こしたい」。また、エナジーデザイン社では靴だけでなく、食事・睡眠など幅広い健康サポート事業を模索している。セルツが起こす新しい風が、足元のファッションをどう変えていくか、注目したい。



Voice 代表取締役社長 立見 嘉洋氏

2001年から盛和塾で経営哲学を学び、

何よりも人を重んじる経営を心掛けています。

中国生産の成功、従業員の士気の高さもその賜物。

今後も世の中から喜ばれる靴づくりと従業員満足実現に全力を注ぎます。

Profile

株式会社セルツ・コミュニケーションズ

<http://www.sellts-scm.com/>



- 本社/長浜市末広町2-26
- 創業/1964年
- 資本金/3,000万円
- 従業員数/20名
- 事業内容/靴の企画および製造・輸入卸、OEM・ODM製品の企画開発および受託生産業務

地域が変わる――

地域活性化の現場

甲賀

©農業法人有限会社甲賀もち工房 ▶ <http://www.koka-mochi.jp/>

挑戦するコミュニティビジネス。6次産業化の先駆者として最高級のもちでまちおこし



甲賀もち工房の商品。よもぎあんもち(左上)、つきたてもち(右上)、忍者もち(左下)、米粉たいやき(右下)

「日本一のもち米」とも称される滋賀羽二重糯の生産地、甲賀市小佐治地区では、「もちを特産品に!!」を合い言葉にまちおこしが行われている。中心となっているのは、農業法人有限会社甲賀もち工房。良質なもち米の生産から、加工、販売まで一貫して手がけ、地域も農家も元気にするコミュニティビジネスを展開している。

古代の琵琶湖の土壌から生まれた滋賀羽二重糯

約300万年前、甲賀市のこの地域は琵琶湖の底だった。湖底に堆積した泥は、ミネラル分を豊富に含む重粘土質の土壌を形成した。この土壌が最高級のもち米と称される「滋賀羽二重糯」の栽培に最適だった。小佐治地区で作られたものは、「粘り」「コシ」「伸び」の三拍子が揃い、きめが細かく甘みが

あると評され、1952年から88年まで皇室に献上された。

しかし、滋賀羽二重糯は栽培が難しく手間がかかるため、生産者が減少。近年は市場にほとんど流通しなくなり、「幻のもち米」とも呼ばれるようになった。伝統あるこの良質のもち米に着目し、もち加工品を特産品として製造、販売することにより、地域のまちおこしに取り組んでいるのが農業法人有限会社甲賀もち工房だ。

いち早く6次産業化を確立商品は数々の賞に輝く

地元農家を中心に61名が出資して2006年に設立された甲賀もち工房。地元の契約栽培米を原料に、昨年関西のテレビ番組で「上半期和スイーツベスト1」に選ばれた「よもぎあんもち」をはじめ、よもぎ・ゆず・しそ・ごま・山芋の五つの味が楽しめる、甲賀ブランド第1号にも選定された「忍者もち」など、昔ながら

の杵つき製法にこだわって、商品開発から加工、販売まで自社で行っている。

「6次産業」という言葉が使われ始めるもっと前から、もち米の生産から加工、販売までの一連の流れを自前で行うことを意識して取り組んできました。1960年代の地元農家の女性グループによるもちの委託加工に始まり、それからの活動の積み重ねの上に現在の当社の事業があります」と説明する河合定郎社長。

原点ともいえる女性グループの活動は、88年「長寿もち」が滋賀県の「手づくり味コンクール」で知事賞を受賞したことを契機に、地区をあげたまちおこしの活動に発展。94年にはもち加工の拠点として、甲賀もちふる里館を建設。翌年、加工作業を女性グループから「もち工房運営委員会」へと移し本格的な事業化を進めた。

98年には消費者や次世代を担う子供たちへのもち文化の伝承と交流を目的にした催し「甲賀もちふる里まつり」を開始した。今では県内外から4千～5千人を集める秋の恒例イベントに成長し、17回目の今年は11月16日に開催の予定だ。

地域で農業法人を設立しコミュニティビジネスを

こうして、もち米の生産管理と加工の体制の確立が進む中、2003年頃から組織検討委員会を立ち上げ、地区の全戸に呼びかけて会社設立に向けた準備を進めた。



「甲賀もちふる里まつり」でのもちつきの様子

「法人化にあたって、関係する人たちが、喜びや楽しさを感じ、社会に貢献できるコミュニティビジネスを目指した。そのためには、従来の農家にはないビジネス感覚を持つことが大事だ。しかし、一部の者だけ先走ってしまうのではなく、地域や関係する人たちの意見を聞き、認識を共有するコミュニティ感覚も欠かせない」と河合社長。

06年に法人化を果たすと同時に、新しい加工場を建設、さらに甲賀もちふる里館をリニューアルして掲き立てのもちが味わえる「もちもちハウス」を開設した。

また、夏場はもちの消費が弱いことから、07年より米粉を使った新商品の開発にも挑戦。甲賀産「キヌヒカリ」の米粉を使ったロールケーキ「KOKA ROLL」「米粉たい焼き」「米パスタ」、小麦粉を一切使わずにうるち米ともち米の米粉を独自に配合した新食感の麺「近江米めん」など、ユニークな商品を次々と開発した。これらの取り組みにより「米粉の取り組みを通して食糧自給率向上に寄与した」として、農林水産省が創設したフード・アクション・ニッポンアワード^{*}2010プロダクト部門に入賞した。

「1年に一つの新商品を開発することを目標にやってきた。現状に甘んじず次の手、次の手と新しい試みを続けたことがよかった」と河合社長は話す。

夏にも強いもち屋を目指す生き生きと働く新3K農業

昨年度の売り上げは法人化初年度の2倍となるまでに成長した。12年には「全国農業コンクール」で優秀賞に選ばれるなど、甲賀もち工房を核にした小佐治地区の取り組みは、農村のコミュニティビジ



商品販売のショップと軽食を提供する「もちもちハウス」

ネス、6次産業化の成功事例として、各地から視察が訪れるほど注目されるようになった。

「直接販売することにより、お客さまの生の声を聞くことができる。おいしいと言ってもらえることに生産者は自信を持ち、前向きな気持ちを強くしたように思う。6次産業化は、加工、流通、販売のこれまで知らなかった苦勞も引き受けることになり、決して楽なことではないが、やりがいもある」と河合社長。

現在、従業員は12名だが、繁忙期の年末には40名以上に増える。これだけの雇用を生み出したことから、同社の地域の活性化への貢献は大きい。しかし、企業として雇用を維持し安定した経営を継続するためには、売り上げの落ち込む夏にも売れる新商品の開発が課題になっている。

「商品開発には研究開発のための設備や人材も必要だ。今後は、全国の6次産業の仲間や流通の専門家の力を借り、農商工連携を推進していきたい。夏にも強いもち屋を目指す。農業は、きつい、汚い、危険と悪い印象の3Kだが、これを新3Kに、つまり『感動があり、格好が良く、稼げる』に変えたい。担い手が働くことに喜びと感動を感じられるものにしたい」と、河合社長の夢は膨らむ。

※フード・アクション・ニッポンアワード／国産農産物等の消費拡大に寄与する事業者・団体等の優れた取り組みを表彰し、その活動を広く社会に浸透させることによって、私たちや未来の子供たちが安心しておいしく食べていける社会の実現を目指す。

中国・内モンゴルの光と影

texted by 滋賀銀行 上海研修生 大羽 千尋



どこまでも続く大草原に見えるのはパオ(移動式住居)に颯爽と走る馬、夜になると満天の星が輝く遊牧民の地・内モンゴル。自然の恩恵を受けた生活の営みを思い描くが、2000年以降、国家プロジェクト「西部大開発」や石炭価格の高騰によって経済が急速に発展し、都市化が進んだ。しかし、12年に入り石炭価格が下落すると一転、ゴースタウンが目立つようになる。内モンゴルの「光と影」を紹介する。

内モンゴル自治区

内モンゴル自治区(以下、内モンゴル)は、中国北部に位置し、東西に2,392km、日本の約4倍の面積に約2,400万人が住む。一方、横綱白鵬、元横綱朝青龍など多くの大相撲力士を輩出するのはモンゴル国で、内モンゴルの隣に位置する独立国家。かつて内モンゴルとモンゴル国は長く清朝の統治下にあったが、20世紀前半にモンゴル国だけが独立し、今の形になった。中国の土地を「内モンゴル」と呼ぶのに対し、モンゴル国は「外モンゴル」と呼ばれ、それぞれ400万人、280万人のモンゴル人が暮らしている。

内モンゴルの中心都市・フフホト市は近代的な建物や高層マンション、高級百貨店が立ち並び、北京、上海など主要都市の街並みと変わらない。都市開発が進ん

で車も増え、夏の観光シーズンになると草原に向かう車で幹線道路が渋滞する。砂漠の黄砂や石炭燃焼、工場排気などで大気汚染は深刻だ。対策として、2014年に入り鉄鋼やセメント、アルミ、板ガラスなど生産過剰な産業の、増産を目的とする投資プロジェクトについては、認可しない方針を決めている。

「中国一豊かな都市」 オルドスの栄華と転落

内モンゴルに、1人あたりGDPが、07年に北京、上海を超え、10年に香港を抜いて中国第1位になった街がある。オルドス市(以下、オルドス)だ。

オルドスは、内モンゴルの西南部に位置し、石炭採掘業を主要産業とする人口約150万人の地方都市。古代の英雄チンギス・ハン陵がある。かつては、農民や遊牧民が多く、羊毛産業しかない貧しい地

域だった。しかし、2000年に始まった「西部大開発」によって転機を迎える。炭鉱開発のために内モンゴルへ巨額の資金が投資されたことで、鉱山が多いオルドスも恩恵を受け石炭業が急成長。石炭生産量が全国トップになったほか、中国経済の高度成長により石炭価格が急騰した。そのため、市全体が豊かになり、人々は巨額の富を得た。当時のオルドスでは1億元(約17億円)を超える富豪の数が7千



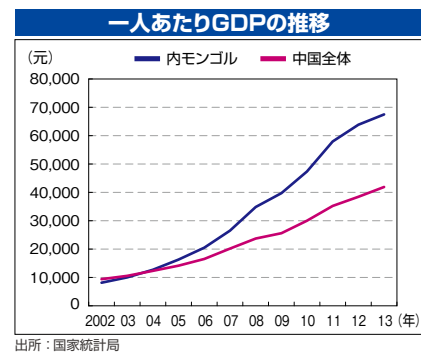
街の看板は必ずモンゴル語と中国語を併記。モンゴル語は縦書きが特徴だ

人を超え、資産総額100万元(約1,700万円)では所得が低いとみなされたほどだ。都市開発も活発で不動産価格も上昇、人々は潤沢な資金を積極的に不動産分野へ投資した。

しかし、オルドスの栄華は長くは続かなかった。10年に中央政府が不動産取引規制を打ち出したほか、12年以降、中国経済の減速や輸入石炭の増加によって石炭市場は供給過剰になり、価格が大幅に下落する。赤字の拡大や在庫増加に起因し、13年4月末までに市全体の炭鉱の21%、65カ所が生産を停止したため、税収入は大幅に減少。13年1月～5月の税収は前年同期比15.8%も減少した。税収の大部分を石炭産業に頼っているため、業界不振により、財政危機の可能性が高まっている。

「鬼城」への変貌

オルドスの栄華と転落を象徴するのが、カンバシ新区だ。ここでは、「100万人の生活空間を造ろう」と、50億元(約850億円)を投入し、巨大ニュータウンの開発が進められた。しかし、住宅の多くは投資目的で購入されたため、実際の居住者は11年時点で3万人、現在も10万人程度と、計画の10分の1にしか満たない。今では資金繰りが厳しく、建設の途中で放置された大型ビルが目立ち、昼間でも人の姿はなく無人の病院や学校が点在する。実需に基づかない都市開発のツケが「鬼城(ゴースタウン)」を生み出した。皮肉な話だが、米誌「TIME」や英BBCが「現



代の鬼城」「中国最大の鬼城」などと報道したことで知名度が上昇し、今では「鬼城を見よう」と観光客が集まっている。

「中国夢」か「美夢」か

中国の街中を歩くと「中国夢(チャイナドリーム)」という言葉を見かける。これは習近平国家主席が掲げるスローガンで、第12期全人代のスピーチ「中華民族の偉大な復興を実現することは我々の中国の夢」に由来する。

チャイナドリームの実現を目指す中国は将来、今以上に経済的な豊かさを手に入れるだろう。しかし、その先はどうか。経済発展の代償として環境汚染問題や経済格差、高齢社会の進行など社会問題は多い。栄枯盛衰の道を進むオルドスの現状は、中国経済の抱える問題の縮図にも見える。この苦い経験を教訓とし、チャイナドリームが「一場美夢(はかない夢)」にならないよう、回避することはできるだろうか。



「中国夢在前頭」—中国の夢はこの先にある



インドネシアで広がる 電子マネー決済

首都ジャカルタの市民の足トランスジャカルタ(バス高速輸送システム)主要路線では、今年8月から乗車料金の支払いは全てICカードになった。来年1月には全線でICカードに統一される予定である。ICカードはトランスジャカルタ運行開始当初の2004年に導入されたが、運営面の問題で利用が停止されていたところ、バンク・ネガラ・インドネシア、バンク・セントラル・アジア、DKI(ジャカルタ特別州)銀行などと連携して再開にこぎ着けた。ICカードは各銀行が5万ルピア(約440円)で発行しており、トランスジャカルタの乗車料金は3,500ルピア(約30円)。発行銀行が提携している飲食店等の支払いでも使用できる。トランスジャカルタの狙いは、キャッシュレスによるコスト削減メリット。乗車券購入の手間が省け、スムーズに乗車できると利用者にも好評だ。

今、インドネシアでは若者を中心に電子マネーの利用が急速に伸びている。利用可能な場所はマクドナルド、カルフル(仏・総合スーパー)といった外資企業から、現地流通大手の店舗、タクシーにまで広がっている。

インドネシアにおける1日あたりの電子マネー取引額は、09年は14億ルピア(約1,300万円)であったが、昨年には67億ルピア(約6千万円)にまで増加し、ICカード発行枚数は3,622万枚(人口の約15%)に達している。利用増加の背景には、桁数の多いルピア通貨で小額紙幣を持たずに済むという利便性がある。銀行や飲食店は電子マネー利用による割引プロモーションを積極的に展開しており、価格面でもメリットがあることが普及をさらに後押ししている。

また、インドネシア中央銀行は電子マネーなどデジタル決済事業に関する新規定を今年4月に発布し、電子マネー市場への企業の参入をしやすくした。同国の銀行口座保有者数は人口の4分の1に過ぎないが、電子マネーは口座を持たない若者や低所得層へも手軽な決済手段として急速に普及している。

(しがぎんアジア月報9月号より インドネシア研修生 大西 健介)



トランスジャカルタ改札

反動減の影響が長引き、全体に弱含み



県内景気の動向

現状 製造業の生産活動は一部の業種で増産の動きがみられるものの、全体に在庫調整が長引いているものと考えられ、弱含みで推移している。また需要面では、消費増税に伴う駆け込み需要の反動減の影響が耐久消費財の消費や住宅などの投資関連で根強く残っている。したがって県内景気の現状は、緩やかな回復基調が続いているものの、反動減の影響が長引き、全体に弱含みで推移していると考えられる。

項目別にみても、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、水準は電気機械や輸送機械、食料品などで引き続き高いものの、前月に比べると鉄鋼や電気機械、化学などで大幅低下したため、原指数は9か月連続のプラスとなっているが、季節調整済指数は2か月ぶりのマイナスとなった。また、出荷と製品在庫の状況を見ると、引き続き意図せざる在庫増加局面にある。

需要面では、大型店売上高はウエイトの高い食料品が堅調に推移し、他の品目もマイナス幅が縮小したため、全店ベース、既存店ベースともに前年を上回り、軽乗用車の新車販売台数も好調が続く。公共工事の請負件数は6か月連続、金額も7か月連続の大幅プラスとなっている。しかし、消費増税に伴う駆け込み需要の反動減の影響は根強く、乗用車の新車登録台数は再びマイナスに戻り、トラックの新車登録台数は10か月ぶりのマイナスとなり、新設住宅着工戸数も貸家は好調が続いているものの、持家と分譲住宅が伸び悩み、全体では再び前年を下回った。さらに、民間設備投資の指標である民間非居住用建築着工床面積の3業用計は3か月ぶりの大幅マイナスとなり、雇用情勢

も、新規求人倍率は高水準が続いているものの前月に比べると低下し、有効求人倍率も前月に続き1倍を下回っている。

また、このような状況下、8月に実施した「県内企業動向調査」によると、今期(7-9月期)の自社業況判断DIは、駆け込み需要の反動減の影響が残り、前期(4-6月期)の-9と同水準の-10となった。次期(10-12月期)は8ポイント上昇の-2となり、回復方向にはあるものの、依然マイナス水準にとどまる見通し(P.18の《ズームアップ》をご参照)。

今後の動向 生産活動面では在庫調整が長引き、引き続き弱含みで推移するものとみられ、需要面では消費マインド、投資マインドともに厳しい状態が今しばらくは続くものと考えられるため、全体的には緩やかな回復基調が持続するものの、弱含みの状況にとどまるものと思われる。

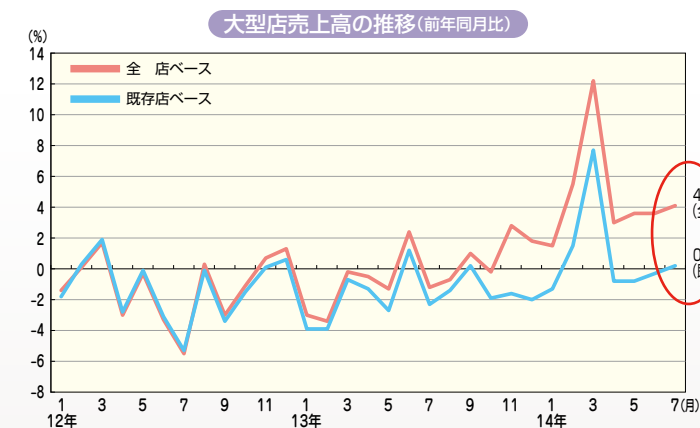
詳しくみると、県内製造業の生産活動については、海外需要は米国景気の本格的な回復期待から堅調に推移するとみられるが、国内需要で駆け込み需要の反動減の影響が根強く残っているため、在庫調整が長引き、弱含みの動きが続くものと考えられる。

需要面では、個人消費については、賃上げや残業代の増加などによる家計収入の増加が見込まれるものの、消費増税に加え光熱費や物価の上昇といったマイナス要因から消費マインドは引き続き厳しいと考えられる。また、新設住宅着工などの投資関連需要についても、駆け込み需要が大きかった分、持ち直しが遅れるとみられ、回復に向けての足取りは重いと考えられる。

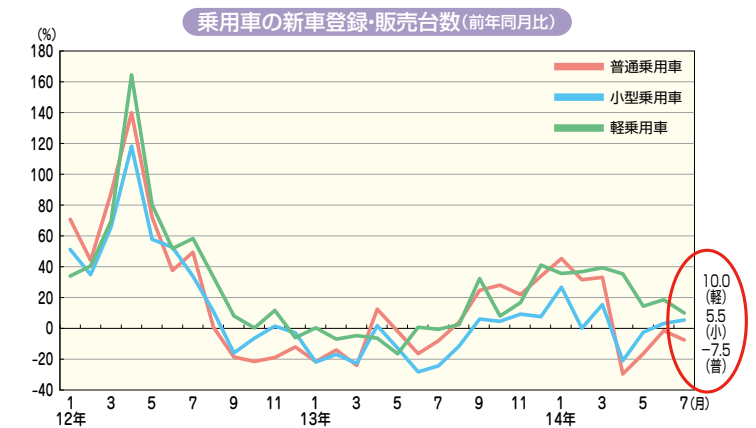
「大型店売上高」は両ベースともプラス

2014年7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102.8、前年同月比+3.1%、前月比+0.2%となり、前年比では15か月連続のプラス、前月比でも再びプラスとなった。これは、エネルギー(電気代、ガス、灯油、ガソリン)の上昇が続いている(前年同月比+8.0%、前月比+0.8%)ことに加え、消費増税の影響からほとんどの品目で上昇し、なかでも調理食品や飲料、室内装飾品、交通、教養娯楽サービス、身の回り用品などが大きく上昇したためとみられる。「可処分所得(同)」は10か月連続のプラスとなり(前年同月比+9.1%)、「家計消費支出(同)」は3か月連続のプラスとなっている(同+12.0%)。品目別にみると、教養娯楽用耐久財や同用品、自動車等維持などの費用は前年比大幅のマイナスとなったものの、肉類や外食をはじめとする食料、住宅設備の修繕や維持のための工事、自動車等購入、補習教育などの費用やバック旅行費、交際費などが大きく前年を上回った。なお、「毎月勤労統計調査」における6月の「名目現金給与総額(事業所規模30人以上、2010年=100)」は148.8、同+1.2%で、3か月連続のプラスとなっている。今後の動向が注目される。

このような所得・消費環境のなか、消費増税後4か月目となる7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94店舗)」は+4.1%となり、前月までの3%台から4%台に上昇した。品目別でみると、「家電機器」(同-9.6%)や「家庭用品」(同-4.7%)、「家具」(同-3.6%)をはじめ「衣料品」(同-6.1%)などは引き続き前年を下回っているが、ウエイトの高い「食料品」が14か月連続で増加し、全体をけん引している(同+7.0%)。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高は「食料品」が14か月連続のプラス(同+2.4%)となっているのに加え、「衣料品」や「身の回り品」「家庭用品」などでマイナス幅が縮小したため、全体では4か月ぶりの微増となった(同+0.2%)。消費増税の影響については、食料品では比較的軽微にとどまっているものの、他の品目では引き続き悪影響がみられる。今後の動向を注視する必要がある。

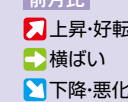
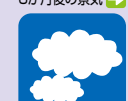
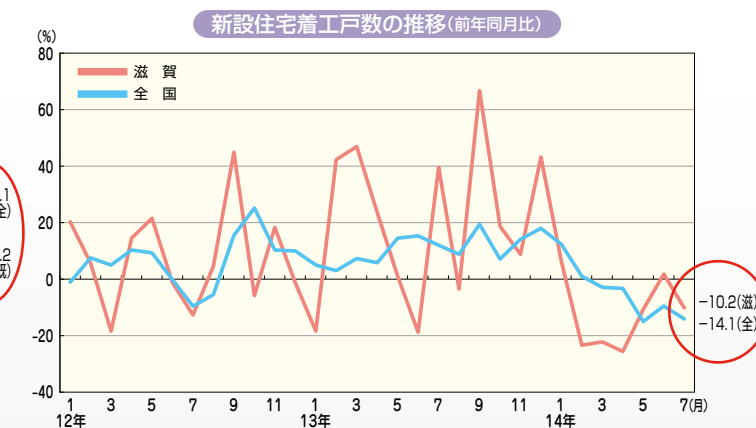


7月の「乗用車新車登録台数(登録ナンバー別)」をみると、「小型乗用車(5ナンバー車)」は前月に続き前年を上回ったが(1,566台、前年同月比+5.5%)、「普通乗用車(3ナンバー車)」のマイナス幅が拡大したため(1,569台、同-1.5%→同-7.5%)、2車種合計では再びマイナスに戻った(3,135台、同-1.5%)。引き続き反動減の影響がみられる。一方、「軽乗用車」は12か月連続かつ大幅のプラスとなっている(2,573台、同+10.0%)。消費増税の影響は軽微にとどまり、引き続き好調に推移している。



新設住宅着工戸数は再びマイナス

7月の「新設住宅着工戸数」は781戸、前年同月比-10.2%で、再び前年を下回った。駆け込み需要の反動減の影響が引き続き出ているとみられる。利用関係別でみると、「貸家」は270戸、同+9.8%(東近江市79戸、草津市61戸など)で3か月連続のプラスとなっているものの、「持家」が396戸、同-22.0%(大津市79戸、東近江市46戸など)で7か月連続の大幅マイナス、「分譲住宅」も114戸、同-0.9%(大津市31戸など)で再びマイナスとなった。分譲住宅の内訳をみると、「一戸建て」はほぼ前年並みだが(114戸、前年差-1戸)、「分譲マンション」は3か月ぶりに再びゼロとなった(0戸、同0戸)。なお、「給与住宅」は1戸。





滋賀県内企業動向調査
2014年7-9月期の実績見込みと10-12月期の見通し

景況感は増税の影響が残り、 低水準が続く

Text by しがぎん経済文化センター 中村 雅臣

今回の調査によると、現在(14年7-9月期)の業況判断DIは前回(4-6月期)から-1ポイント(-9→-10)で、同水準となった。消費増税による駆け込み需要の反動減が一部に残ったうえ、天候不順などの影響により、2四半期連続のマイナスとなった。3か月後は、+8ポイント(-10→-2)と上昇するも、依然マイナス水準にとどまる見通しだ。

【調査の概要】

- 調査名:「滋賀県内企業動向調査」
- 調査時期:2014年8月11日～8月29日
- 調査方法:郵送による配布、回収
- 調査対象先:滋賀県内に本社を置く企業
または県外からの進出企業 940社
- 有効回答数:476社(有効回答率51%)
うち製造業: 209社(有効回答数の構成比 44%)
うち建設業: 77社(有効回答数の構成比 16%)
うち非製造業:190社(有効回答数の構成比 40%)

【用語の説明】

- DI(ディフュージョン・インデックス)
質問における回答の選択肢「プラス(良い、増加等)」「中立(不変、適正等)」「マイナス(減少、下落等)」のうち、「プラス」の回答割合から「マイナス」の回答割合を差し引いた指数。

自社の業況判断DI…

非製造業が特に低調、低水準が続く

①全体の動向(図表1)

現在(14年7-9月期)の**自社の業況判断DI**(「かなり良い」「やや良い」と回答した企業の割合から「かなり悪い」「やや悪い」と回答した企業の割合を引いた値)は-10で、前回(4-6月期)の-9から1ポイントの下落となった。

消費増税による駆け込み需要の反動減の影響が一部に残って

いることに加え、円安による原材料や燃料の価格の上昇、人件費の高騰、天候不順などの要因が重なり、景況感は前回調査時点での見通し(-2)を大きく下回り、引き続き低水準にとどまっている。

3か月後は、+8ポイント(-10→-2)と、再び上昇するが、依然マイナス水準にとどまる見通しである。

なお、**自社の業況回復の時期**については、「すでに回復」(34%)を含めた「年内」までの合計の回答割合が63%となり、4割近くの企業が来年以降となる見通しだ。

②業種別の動向(図表2)

業種別にみると、**製造業**は、前回の-8から1ポイント下落し、-9となった。化学(±0→+8)がプラス水準に転じた他、15業種中7業種が上昇した一方で、窯業・土石(+60→+21)、金属製品(+13→-4)など6業種が悪化した。自動車や太陽光関連の部材が好調である一方、住宅関係の部材では増税の反動減が続いており、また人手不足で売上げが減少しているとのコメントもみられた。

建設業は、前回の+11から14ポイント上昇し、+25となった。消費増税の影響はあるものの、公共工事の入札や民間の設備投資案件が好調とのコメントが目立った。

非製造業は、前回の-19から6ポイント下落し、-25となった。卸売(-13→-28)、サービス(-7→-18)など、8業種中5業種で悪化した。消費増税の影響が残った他、台風や天候不順が景況感の悪化に大きく影響し、全体の回復の遅れにもつながった。

3か月後は、**建設業**が一転し-26ポイント(+25→-1)と下落するものの、**製造業**は+16ポイント(-9→+7)、**非製造業**は+14ポイント(-25→-11)と上昇する見通しだ。

その他のDI項目…人手不足が深刻化、
売上・経常利益は2四半期連続のマイナス

●調査結果(図表3 ①～⑦)

売上DI(+2→±0)は、2四半期連続の下落となった。建設業(+24→+29)は堅調だが、非製造業(-4→-12)のうち不動産、小売、卸売、サービスなど個人消費に関連する業種が低調だった。**仕入価格DI**(+38→+38)は、建設業(+36→+45)で上昇しており、全体として高水準が続いている。一方で、**販売価格DI**(+2→+4)の上昇幅は、わずかにとどまった。その結果、**経常利益DI**(-3→-10)も非製造業(-8→-16)など多くの業種で下落し、全体では2四半期連続の下落となった。

人員判断DI(-17→-18)は、ニケタのマイナスが続いている。建設業(-25→-30)を筆頭に、製造業(-9→-10)では輸送

用機械や食料品、非製造業(-23→-21)では小売、運輸・通信、サービスなどで不足感が特に強くなっている。今後、建設業ではさらに不足感が強まる見通しである。

売上げが伸び悩むなか、**製・商品在庫DI**(+9→+12)は、過剰感が強まった。また、**生産・営業用設備DI**(-2→-2)は、前回調査と同じく、やや不足で推移している。

増税や円安などの影響で仕入価格が高止まりしているものの、販売価格への転嫁は進まず、また天候不順や人手不足の影響などで売上げが伸び悩んでいるため、利益があがりにくい状況が続いているようだ。

設備投資の状況…5割近くが実施予定も、
3か月後は意欲低下の見通し

①設備投資の実施予定(図表3 ⑧)

今期(7-9月期)に**設備投資を実施した(する)企業**の割合は47%で、前回(48%)に続き高水準となった。業種別にみると、製造業が52%、建設業が44%、非製造業が43%で、製造業が他を上回った。

3か月後の設備投資実施予定の割合は、製造業が47%、建設業が18%、非製造業が34%で、全体では今期より10ポイント低下の37%となり、設備投資意欲は低下する見通しである。

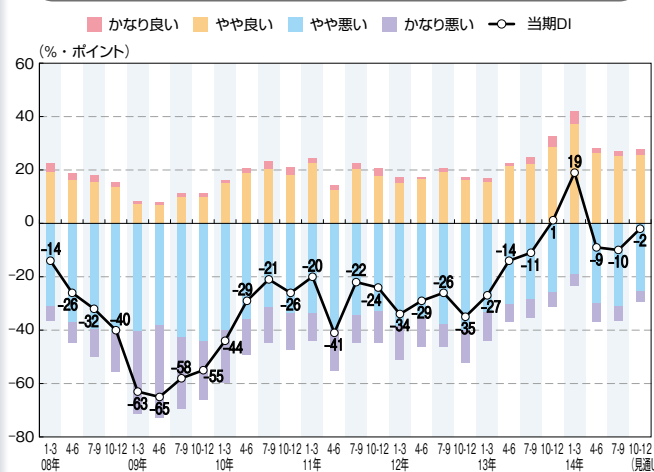
②設備投資の主な内容(図表4)

今期の**設備投資の主な内容**をみると(複数回答)、「生産・営業用設備の更新」(41%)が最も多く、次いで「生産・営業用設備の新規購入」「OA機器の購入」(それぞれ30%)、「車両の購入」(27%)などが続いた。

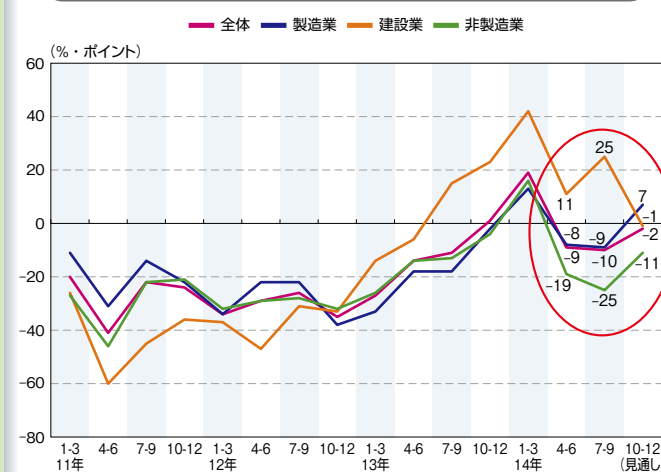
業種別にみると、製造業では「生産・営業用設備の更新」(62%)が最も多く、6割を超えた。建設業と非製造業では「OA機器の購入」(それぞれ32%、41%)が最も多かった。

本調査結果の詳細を、当社ホームページ「滋賀ビジネスレポート」にて掲載予定。
URL:<http://www.keibun.co.jp/economy/business-report/>

図表1 自社の業況判断DI



図表2 自社の業況判断DI(業種別)

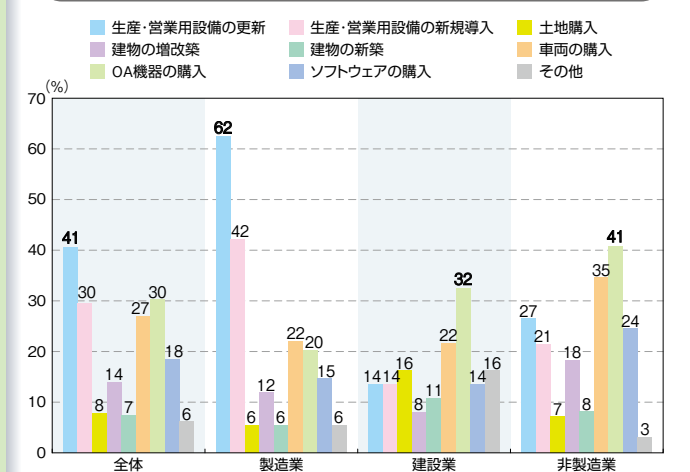


図表3 その他の調査項目

調査項目(※)	2013年 10-12月期	2014年 1-3月期	4-6月期	7-9月期		10-12月期	
				前回調査 での 見通し	今回調査 4-6期から の変化幅	前回調査 での 見通し	今回調査 7-9期から の変化幅
① 売上 (増加-減少)	7	26	2	-4	0	-2	-2
② 仕入価格 (上昇-下落)	34	37	38	33	38	0	34
③ 販売価格 (上昇-下落)	-3	3	2	2	4	2	3
④ 経常利益 (増加-減少)	1	9	-3	-6	-10	-7	-12
⑤ 人員判断 (過剰-不足)	-18	-21	-17	-16	-18	-1	-20
⑥ 製・商品の在庫 (過大-不足)	6	7	9	6	12	3	5
⑦ 生産・営業用設備 (過剰-不足)	-5	-7	-2	-3	-2	0	-4
⑧ 設備投資 (実施企業の割合)	44	49	48	37	47	-1	37

※①～⑦…DI、⑧…実施企業の割合(単位:%)

図表4 設備投資の主な内容(複数回答、業種別)



項目 年 月	鉱工業指数(2010年=100)							消費者物価指数 (大津市、2010年=100) (生鮮食品を除く総合)				大津市勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)				大型小売店販売額	
	生 産			出 荷		製品在庫		指数	前月比	前年比	可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後	
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比				円	前年比	円	前年比	前 年 比	前 年 比	
2011年度(年)	102.7	—	2.7	—	1.8	—	17.3	※99.3	—	※▲0.7	※329,558	※▲13.8	※279,021	※▲5.7	※0.3	※▲1.4	
2012年度(年)	101.1	—	▲1.6	—	1.5	—	▲4.0	※99.2	—	※▲0.1	※347,541	※5.5	※264,306	※▲5.3	※▲1.1	※▲1.3	
2013年度(年)	100.9	—	▲0.2	—	0.7	—	▲1.1	※99.5	—	※0.3	※354,132	※1.9	※294,675	※11.5	※▲0.2	※▲1.7	
2013. 7	101.0	2.0	▲0.1	0.1	0.5	▲0.2	▲3.8	99.7	0.1	0.6	478,131	14.0	323,167	18.3	▲1.2	▲2.3	
	102.9	1.9	2.0	▲2.0	▲3.5	1.6	▲0.7	100.0	0.3	0.8	319,249	▲6.0	241,047	▲4.2	▲0.7	▲1.4	
	98.0	▲4.8	▲0.1	▲4.6	▲2.9	0.8	0.6	100.0	0.0	0.5	287,579	▲6.9	267,035	0.5	1.0	0.2	
	101.5	3.6	2.5	5.3	2.2	▲0.4	0.6	100.2	0.2	0.9	307,180	2.3	280,607	▲2.7	▲0.2	▲1.9	
	104.3	2.8	7.9	4.6	6.9	▲1.3	0.2	100.1	▲0.1	1.0	357,470	22.5	335,020	29.7	2.8	▲1.6	
	104.4	0.1	8.4	1.1	8.8	▲3.1	▲1.1	100.0	▲0.1	1.2	625,193	10.3	305,413	0.7	1.8	▲2.0	
	107.6	3.1	10.1	0.7	6.8	▲2.5	▲0.7	99.8	▲0.2	1.2	305,567	12.7	296,152	▲7.4	1.5	▲1.3	
2014. 1	111.4	3.5	12.3	1.6	8.5	0.1	1.1	100.0	0.1	1.3	351,425	22.0	289,760	10.9	5.5	1.5	
2	106.9	▲4.0	7.7	▲1.0	4.4	2.6	3.8	100.1	0.2	1.4	381,057	37.4	364,090	22.8	12.2	7.8	
3	101.9	▲4.7	0.1	▲7.4	▲4.7	5.1	5.6	102.1	2.0	3.1	388,630	13.5	303,755	▲9.5	3.0	▲0.8	
4	104.8	2.8	0.4	2.4	▲3.7	6.9	10.2	102.6	0.4	3.0	298,882	8.2	313,685	8.5	3.6	▲0.8	
5	P99.0	P▲5.5	P0.9	P▲2.8	P▲1.2	P2.1	P11.7	102.6	0.0	3.0	627,615	49.6	297,663	5.8	3.6	▲0.3	
6								102.8	0.2	3.1	521,640	9.1	362,028	12.0	P4.1	P0.2	
7																	
資料出所	滋賀県統計課							滋賀県統計課				総務省				経済産業省	

項目 年 月	鉱工業指数(2010年=100)※							消費者物価指数 (2010年=100) (生鮮食品を除く総合)			全国勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)				大型小売販売売額		
	生 産			出 荷		製品在庫		指数	前月比	前年比	可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後	
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比				円	前年比	円	前年比	前 年 比	前 年 比	
2011年度(年)	※97.2	—	※▲2.8	—	※▲3.7	—	※2.0	※99.8	—	※▲0.3	※420,500	※▲2.2	※308,826	※▲3.0	※▲0.9	※▲1.8	
2012年度(年)	※97.8	—	※0.6	—	※1.2	—	※5.2	※99.7	—	※▲0.1	※425,005	※1.1	※313,874	※1.6	※▲0.0	※▲0.8	
2013年度(年)	※97.0	—	※▲0.8	—	※▲0.6	—	※▲4.3	※100.1	—	※0.4	※426,132	※0.3	※319,170	※1.7	※0.6	※▲0.4	
2013.	7	97.6	2.7	1.9	1.6	1.4	0.7	▲2.8	100.1	0.1	0.7	454,329	1.3	310,387	▲0.7	▲0.7	▲1.6
	8	97.1	▲0.5	▲0.6	0.1	▲1.4	▲0.7	▲3.4	100.4	0.3	0.8	388,907	▲0.3	312,622	0.6	0.9	▲0.1
	9	98.6	1.5	5.3	1.7	4.6	▲0.1	▲3.5	100.5	0.1	0.7	349,578	1.0	315,443	5.2	1.7	0.7
	10	99.2	0.6	5.4	1.3	6.3	▲0.3	▲3.6	100.7	0.2	0.9	401,139	0.0	316,555	0.4	0.8	▲0.1
	11	99.5	0.3	4.8	0.1	6.6	▲1.4	▲5.1	100.7	0.0	1.2	356,208	0.5	300,994	0.3	1.2	0.6
	12	100.0	0.5	7.2	0.2	6.4	▲0.2	▲4.3	100.6	0.0	1.3	754,307	▲0.1	358,468	▲0.3	0.9	0.2
	2014.	1	103.9	3.9	10.6	5.1	9.3	▲0.4	▲3.9	100.4	▲0.3	1.3	358,398	1.2	325,804	1.5	0.7
2		101.5	▲2.3	7.0	▲1.0	6.5	▲0.9	▲3.4	100.5	0.1	1.3	398,281	0.6	294,509	▲1.4	2.4	1.3
3		102.2	0.7	7.4	▲0.2	6.5	1.4	▲1.4	100.8	0.3	1.3	358,682	▲1.3	384,680	9.6	17.0	16.1
4		99.3	▲2.8	3.8	▲5.0	2.4	▲0.5	▲1.9	103.0	2.2	3.2	373,090	▲3.2	329,976	▲3.1	▲6.1	▲6.7
5		100.0	0.7	1.0	▲1.0	▲0.8	3.0	0.8	103.4	0.4	3.4	320,940	0.8	293,050	▲4.8	▲0.5	▲1.2
6		96.6	▲3.4	3.1	▲1.9	2.2	2.0	2.8	103.4	0.0	3.3	568,874	▲3.9	295,738	▲0.3	▲1.2	▲1.8
7		97.0	0.4	▲0.7	0.7	▲0.1	0.9	2.9	103.5	0.1	3.3	448,429	▲1.3	311,693	0.4	P0.3	P▲0.6
資料出所	経 済 産 業 省							総 務 省							経済産業省		

項目 年 月	乗用車新車登録台数 (軽を除く) (登録ナンバー別)		民間非居住用 建築物床面積 (3業用計)(注)③		新設住宅着工					公共工事請負金額		求人倍率 (含パート、季節済)		雇 用 保 険 受給者実人員	
					合 計		持家	貸家	分譲			新規	有効		
	台	前年比	m	前年比	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	百万円	前年比	倍	倍	人	前年比
2011年度(年)	※30,368	※▲18.6	※486,440	※19.4	※8,726	※▲9.9	※▲3.1	※▲17.9	※▲11.6	97,226	3.2	0.99	0.62	6,975	▲8.2
2012年度(年)	※38,450	※26.6	※544,001	※11.8	※9,271	※6.2	※0.7	※7.5	※19.5	94,176	▲3.1	1.08	0.68	7,395	6.0
2013年度(年)	※35,986	※▲6.4	※570,921	※4.9	※11,015	※18.8	※15.8	※20.6	※26.0	122,893	30.5	1.34	0.85	6,605	▲10.7
2013. 7	3,182	▲16.4	58,638	▲9.5	870	39.6	24.8	182.8	▲10.2	12,549	7.4	1.25	0.81	7,685	▲2.9
8	2,455	▲3.9	34,501	▲24.4	941	▲3.5	3.7	▲27.4	▲0.9	11,194	63.2	1.25	0.82	7,097	▲8.4
9	3,418	15.2	62,189	▲23.7	1,377	66.7	18.1	61.9	198.9	14,577	68.7	1.29	0.82	6,761	▲6.2
10	2,969	15.3	39,447	27.1	947	18.7	24.9	▲14.1	60.6	10,205	17.9	1.41	0.87	6,883	▲8.1
11	3,048	15.5	42,477	40.5	948	8.8	13.1	▲2.1	10.7	8,547	39.4	1.38	0.91	6,128	▲19.4
12	2,824	20.7	89,377	62.8	1,154	43.2	46.9	82.0	▲6.2	5,141	▲19.3	1.42	0.94	5,948	▲18.2
2014. 1	3,229	36.1	23,757	▲48.9	753	6.1	▲7.4	14.6	25.3	10,816	155.8	1.44	0.93	5,899	▲22.2
2	3,812	16.3	44,891	42.6	670	▲23.4	▲4.5	▲38.8	▲39.2	6,953	69.6	1.41	0.94	5,473	▲22.7
3	5,620	24.2	57,622	116.0	670	▲22.2	▲19.6	▲23.3	▲25.3	9,050	26.4	1.47	0.93	5,237	▲23.3
4	2,002	▲25.4	38,472	▲37.2	690	▲25.6	▲23.5	▲19.0	▲45.2	18,480	32.7	1.53	0.99	5,511	▲23.2
5	2,164	▲9.9	60,727	35.3	659	▲10.7	▲28.5	62.6	▲21.0	13,335	4.0	1.51	1.04	6,284	▲17.9
6	2,847	0.7	48,776	45.5	679	1.8	▲16.2	15.5	47.1	8,925	25.4	1.45	0.98	6,224	▲14.9
7	3,135	▲1.5	28,969	▲50.6	781	▲10.2	▲22.0	9.8	▲0.9	14,574	16.1	1.43	0.97	6,478	▲15.7
資料出所	(一社)自販連		国 土 交 通 省					西日本建設業保証(株)					滋賀労働局		

項目 年 月	乗用車新車登録台数 (軽を除く) (登録ナンバー別)		機 械 受注額	建設工事 受 注 額	民間非居住用 建築物床面積 (3業用計)(注)③		新設住宅着工					公共工事請負金額		求人倍率 (含パート、季調済)		完全失業率 (季調済)			
	千台	前年比	前年比	前年比	千㎡	前年比	合 計		持家	貸家	分譲	億円	前年比	新規 倍	有効 倍	%			
							戸	前年比									前年比	前年比	前年比
2011年度(年)	※2,386	※▲18.5	6.2	3.7	※38,513	※5.5	※834,117	※2.6	※0.1	※▲4.1	※16.2	112,249	▲0.5	1.11	0.68	4.5			
2012年度(年)	※3,015	※26.4	▲3.0	2.6	※39,745	※3.2	※882,797	※5.8	※2.0	※11.4	※5.2	123,820	10.3	1.32	0.82	4.3			
2013年度(年)	※2,872	※▲4.7	11.5	14.2	※44,885	※12.9	※980,025	※11.0	※13.9	※11.8	※6.9	145,711	17.7	1.53	0.97	3.9			
2013. 7	249	▲15.6	6.5	1.6	3,929	15.1	84,801	12.4	11.1	19.4	6.0	15,725	29.4	1.46	0.94	3.8			
8	189	▲7.8	10.3	23.0	3,585	3.8	84,343	8.8	11.2	7.0	8.5	12,267	7.9	1.48	0.95	4.1			
9	284	12.7	11.4	127.1	4,295	20.7	88,539	19.4	14.2	21.5	23.5	15,235	29.4	1.51	0.96	4.0			
10	232	18.4	17.8	67.0	3,181	▲9.8	90,226	7.1	17.6	3.3	▲2.7	14,205	3.5	1.57	0.98	4.0			
11	242	13.6	16.6	▲14.7	3,819	18.8	91,475	14.1	22.6	17.1	▲1.0	9,416	4.9	1.55	1.01	4.0			
12	222	19.4	6.7	▲3.5	3,843	8.9	89,578	18.0	19.1	29.8	2.1	8,860	7.5	1.61	1.03	3.7			
2014. 1	264	28.2	23.6	6.2	3,674	18.9	77,843	12.3	5.9	21.5	8.6	7,776	28.8	1.63	1.04	3.7			
2	299	14.6	10.8	▲18.4	3,491	▲5.4	69,689	1.0	▲0.4	24.7	▲20.9	6,959	3.7	1.67	1.05	3.6			
3	416	12.7	16.1	▲27.4	3,375	▲10.6	69,411	▲2.9	▲13.0	11.3	▲8.5	14,568	18.1	1.66	1.07	3.6			
4	165	▲11.8	17.6	35.2	4,013	4.6	75,286	▲3.3	▲16.1	12.0	▲7.8	17,583	10.0	1.64	1.08	3.6			
5	178	▲7.3	▲14.3	▲6.0	3,367	▲13.6	67,791	▲15.0	▲22.9	3.1	▲27.1	13,126	21.1	1.64	1.09	3.5			
6	229	▲1.7	▲3.0	3.6	4,495	14.0	75,757	▲9.5	▲19.0	1.8	▲11.9	15,855	14.3	1.67	1.10	3.7			
7	250	0.4	1.1	22.8	4,109	4.6	72,880	▲14.1	▲25.3	▲7.7	▲17.9	16,273	3.5	1.66	1.10	3.8			
資料出所	(一社)自販連		内閣府	国 土 交 通 省													東日本建設業保証(株)	厚生労働省	総務省

着眼大局



滋賀銀行 常務取締役
今井 悦夫

琵琶湖の宝

滋賀県でこの夏(8月18日～20日の3日間)、「ESD・KODOMOラムサール(琵琶湖)」が開催されました。NGO(非政府団体)ラムサールセンターが滋賀県、草津市と共催したもので、湿地で環境活動を行う全国の子供たちが滋賀県に集まり、さまざまな体験、交流を行いました。

最終日には「琵琶湖の宝」として「県民の琵琶湖に対する愛情」「琵琶湖の水」「沖島」「固有種」「琵琶湖を守る人々のとりくみ」「湖魚食文化」の六つの宝を決定されました。琵琶湖の恩恵を受けながら生活している者として、いずれも印象深いキーワードとして心に刻まれたので、紹介させていただく次第です。

当行も「琵琶湖を守る人々のとりくみ」の当事者として、また「湖魚食文化」の地域資源発展を応援するサポーターとして、「ヨシ刈り」や「ニゴロブナ・ワタカの放流」「外来魚駆除」など生物多様性の保全活動を展開しています。また、10月1日から各店で掲示する「秋」のメインポスターのサブタイトルは「琵琶湖の恵みを未来に引き継ぐために。」とし、環境と生態系保全への想いを込めています。

今回、世界中の「ESD」の思想と活動を子供たちのものとして広げる「KODOMORAMSAAL」を初めて知り、自然の豊かな恵みを次世代に引き継ごうとするこの取り組みを、まさに「宝」としなければならぬと肝に銘じたところです。

※ESD/ Education for Sustainable Developmentの略。持続可能な社会づくりの担い手を育む学習や活動のこと。
ラムサール条約/ 広く水辺の自然生態系を保全することを目的とする国際条約で、1993年に琵琶湖が登録され、2008年に西の湖が拡大登録された。

県内データ あれこれ

● 在留外国人統計より

在留外国人は減少傾向に反転の兆し

全国では増加に転じる

今回は、法務省が公表している「在留外国人統計」についてみてみたい。2013年12月末現在、県内には2万4,712人の外国人が住み、全国の外国人の約1.2%を占めている(全国計206万6,445人)。

グラフは全国と県内の在留外国人の推移を表したものだ。08年に発生したリーマン・ショックを境に減少傾向であったものの、全国では、13年に増加に転じ、県内でも下げ止まりの傾向がみられる。これは、企業業績が回復傾向にあり、製造業を中心に、再び外国人労働者の雇用が増加していることが背景にあるようだ。

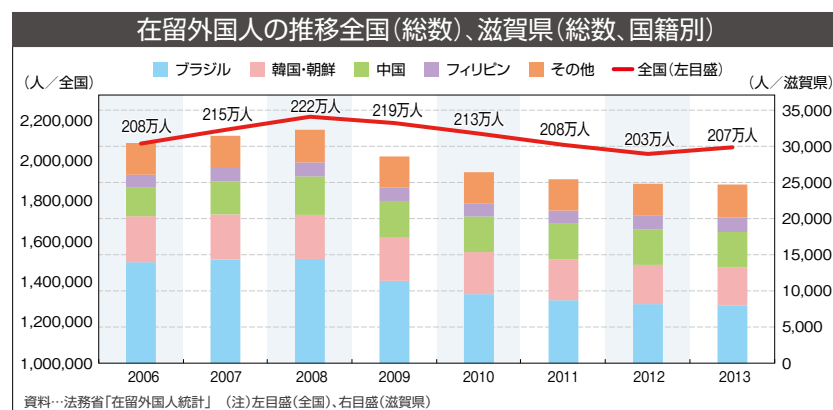
県内の在留外国人を国籍別でみると、ブラジル(7,945人)が最も多く、約3

割を占めている。次いで韓国・朝鮮(5,339人)、中国(4,869人)、フィリピン(1,978人)などが続いている。

全国的に人手不足が大きな経営課題

となっている昨今、人手不足の打開策の一つとして外国人労働者の活用が期待されている。女性、シニアの労働力活用と並行して、外国人労働者の受け入れ促進を進め、雇用促進による経済活性化に期待したい。

((株)しがぎん経済文化センター 吉川 友)



《イチ押し! pick up》

会社DATA スマック株式会社

■本社/大阪市中央区城見2-1-61 ■設立/2003(平成15)年
■代表/河原 定夫 ■従業員数/30名
■事業内容/1.パワーエレクトロニクス機器の開発・量産供給、2.スマックオリジナル商品(開発ツール)の製造販売、3.技術支援および技術コンサルティング事業
■問い合わせ先/TEL:077-526-8815(開発センター/大津市)
■URL/http://www.smack.jp/

どんなモータでも駆動できる「ユニバーサルインバータドライバ」

モータの省エネ駆動制御を中心にパワーエレクトロニクス技術で製品開発・技術開発サービスを提供するスマック株式会社。そのイチ押し製品が「ユニバーサルインバータドライバ」だ。

うたい文句の「どんなモータもぐるぐるん回します」の通り、スマックの技術を集約し、どんなモータでも駆動できるモータドライバである。カスタマイズ性を考慮した回路構成は、量産開発の先行検討ドライバとして力を発揮。カスタマイズ時には、スマックの技術ノウ

ハウや提案力をプラスすることで、高度な開発リクエストにも対応する。また、モータドライバ技術の経験が浅い技術者でも使いこなせるよう、使いやすさを追求した操作用パソコンソフトを搭載している。

これまでの活用事例としては、汎用インバータドライバとして商品に搭載されたり、モータ特性評価装置の試験用インバータとして使われたり、量産開発のプリプロトドライバとして開発コストの改善や納期の短縮に役立っている。

SHIGAGIN TOPICS

「大阪東法人営業部」を守口市に移転オープン

当行は9月5日、大阪東法人営業部を現在の牧野支店(大阪府枚方市)内から地下鉄谷町線守口駅直結の守口CIDビル(守口市本町)に移転しました。

同法人営業部は、昨年6月の開設以来、皆さまのご愛顧により順調にお取引が増加してまいりました。今回の移転により、門真市、寝屋川市、守口市、大東市等の地域における営業基盤の強化を図り、お取引先のより一層の利便性向上を目指します。開所式で大道頭取は「成長マーケットである当エリアと滋賀県とのかけはしとなり、お取引先との共存共栄を目指してまいります」と挨拶しました。

当行は、昨年4月から展開中の第5次長期経営計画

(期間:3年)で「マーケットに対応した店舗戦略～にじみ出し戦略の展開～」を掲げており、地域密着型金融のさらなる機能強化を目指して取り組んでまいります。



オープンを記念してテープカットする大道頭取、株式会社大日商会 中田裕久会長、菅井大阪東法人営業部長(右より)



びわ湖環境

BIWAKO BUSINESS MESSE

日本最大級の環境産業総合見本市

ビジネスメッセ2014

2014 10/22(水)~24(金)

10:00~17:00

[最終日16:00まで]

入場無料

会場: 滋賀県立 長浜ドーム 滋賀県長浜市田村町1320 JR田村駅徒歩5分

びわ湖から世界へ広がる
ビジネスチャンス!

びわ湖メッセ2014 5つの魅力

- 1 過去最多の **316企業・団体** うち **新規102企業・団体** が出展!
- 2 **過去16年連続開催** の実績!
- 3 昨年の商談件数は **27,208件!**
※一般的な相談・商談件数
- 4 **水環境ビジネスゾーン新設!**
- 5 **次世代エネルギー 水環境ビジネス 海外ビジネス展開** を
テーマにした環境ビジネスの最新情報を発信する多彩な **セミナー17本** と、
ビジネス直結の **プレゼンテーション20本** を一挙開催!

びわ湖メッセ 主催セミナー

セミナー、プレゼンテーションの詳しい内容は、
びわ湖メッセホームページをご覧ください。

10/22[水] 10:30▶12:45

グリーン購入フォーラム2014 in 滋賀
[里山資本主義と地域ビジネス ~企業のCSR活動を考える~]

10/22[水] 13:30▶15:30

次世代エネルギー

~メタンハイドレートの実用化に向けて~

10/23[木] 13:30▶17:00

世界の水環境課題の現状と
国際技術協力・ビジネス展開の可能性

来場事前登録は
Webから!

びわ湖メッセ

検索

www.biwako-messe.com

びわ湖メッセへは JR&シャトルバスで!

- ・JR田村駅西口より徒歩約5分
- ・JR長浜駅西口、JR米原駅東口から無料シャトルバス運行!



会場周辺には駐車場がありません!! びわ湖メッセには公共交通機関でお越し下さい。

