

かけはし

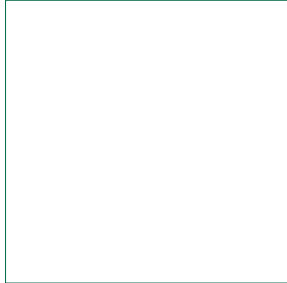
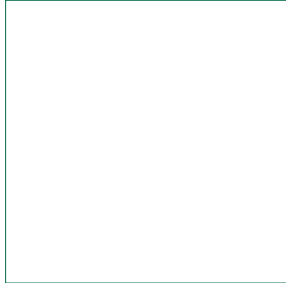
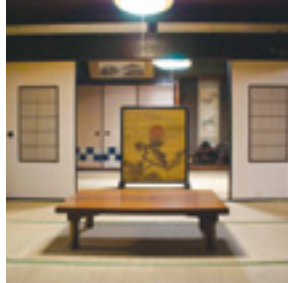
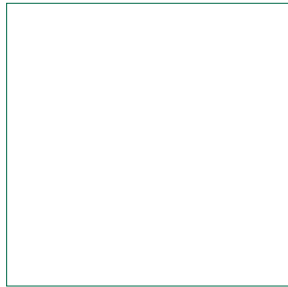
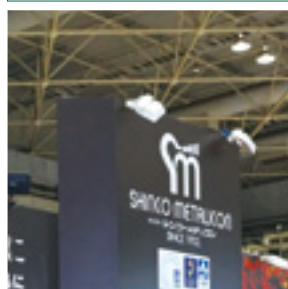
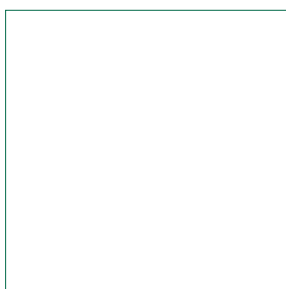
12

December

2014 vol.165

かけはしマネジメント対談

株式会社シンコーメタリコン



企業・強みの研究

株式会社駒月

企業・強みの研究

学校法人京都黎明学院(京都芸術高等学校)

地域が変わる——地域活性化の現場

近江八幡【おうみはちまん町家情報バンク】

ビジネストーク

「走り始めた巨象」

頭取 大道 良夫

11月初めの3連休をはさんで6日間、滋賀県経済団体連合会の6団体の皆さんと北インドを視察してきました。

訪れたのはデリーとアグラ、ジャイプールの3都市。伊藤忠インド会社、JETROニューデリー事務所、マルチ・スズキ・インディア社を訪問しました。また、世界遺産であるアグラのタージマハルとアグラ城、ジャイプールのアンベール城とジャントルマンタル(天文台)を見学。4泊6日、デリー発着で約1千kmに及ぶ、まさに強行軍でした。

インドは人口が日本の約10倍、面積で約9倍。わずかな日数垣間見ただけで語るのは至難の業ですが、真つ先に浮かんだ言葉は「混沌」。人と高級外車、動物(牛、馬、象、ヤギなど)、現代と古代、テクノロジーと篤い宗教心などが混在、同居しているとの印象です。

長い間、日本企業のインド進出は低迷しました。水と食べ物(全てカレー味)に馴染めない、慣習上、宗教上の違いなどが主な理由だったそうです。

しかし、自動車産業がいち早く進出し、2004年にインドを含む新興5大国を指す「BRICS」という呼称が世界に浸透して流れが一気に加速しました。13年10月時点では、日本企業1072社が2542拠点を構え

ています。加えて、今年5月に投資促進等を掲げるモディ政権が誕生するなか、政府による「Make in India(インドでものづくりを)」プロジェクトがスタートし、さらに多くの日本企業がインド進出を検討、開始しています。

デリーから約100km地点で開発中の「ニムラナ日本企業専用工業団地」では、著名企業が名を連ね、日本人専用のマンションや日本料理店も。今回訪問できなかったムンバイは最先端の経済・工業都市に成長しているとのこと。最近では新興国戦略商品開発、つまり「現地化」のため、日本企業、とくに製造業で研究開発拠点を現地に設ける動きが広がり、日本企業のインド進出はますます加速の勢いです。

今回の視察には、当行バンコク駐在員事務所の河村所長も同行しました。インド経済の発展には当行も注目しており、河村所長は約2カ月ごとにインドを訪問して最新の経済動向を調査しています。

中国やASEANとは、ひと味違う可能性を秘めたインド。同行の皆さんと一致した、その印象は、まさに「走り始めた巨象」でした。

インドをはじめ、さまざまな可能性を持つアジアでのビジネス展開は、ぜひ「しがきん」にご相談ください。



マルチ・スズキ・インディア社を訪問

C O N T E N T S

かけはし

vol.165 12 December



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)しがき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
「走り始めた巨象」

03 かけはしマネジメント対談
株式会社シンコーメタリコン
代表取締役社長 立石 豊氏

07 企業・強みの研究
株式会社駒月

09 企業・強みの研究
学校法人京都黎明学院
(京都芸術高等学校)

12 地域が変わる—地域活性化の現場
近江八幡
おうみはちまん町家情報バンク

14 アジア&ワールド
「消費」主導による新たな経済成長に向けて

16 アナリストレポート 県内景気天気図
緩やかな回復基調にあるものの、足踏み状態が続いている

18 ズームアップ 県内経済情報
個人消費は底堅く推移するも、住宅着工で大幅な反動減が発生
(消費増税後の県内景気の動向)

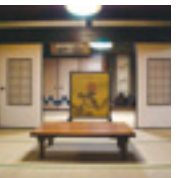
20 主要経済指標

イチ押し! pick up
21 株式会社近江園田ふあーむ
「えんこう米」

21 しがきんトピックス
「ふるさと投資」連絡会議へ参画
～クラウドファンディングを活用し地域活性化～

22 着眼大局
被災地を忘れず
専務取締役 吉田 郁雄

22 県内データあれこれ
平成24年経済センサスー活動調査



「夢を叶える魔法の技術」で 日本を機械長寿の国にする。 溶射のパイオニア企業が未来を拓く。



株式会社シンコーメタリコン

代表取締役社長

立石 豊氏

▶ interviewer

頭取 大道 良夫

甲西中央支店長 松山 宏

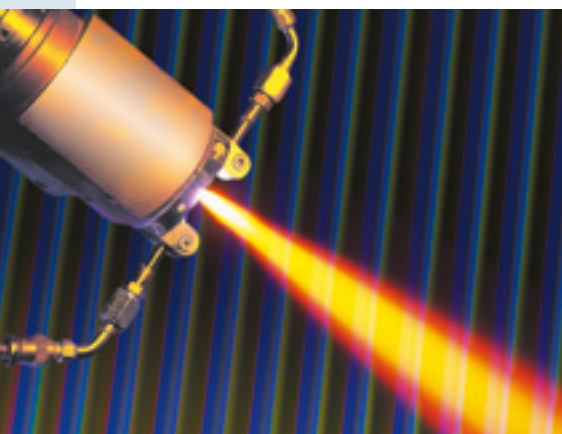
表面改質法の一つ「溶射」の専門メーカーであるシンコーメタリコンは、日本に溶射を根付かせたパイオニアであり、溶射の未来を拓くチャレンジャーでもある。奥深い溶射の世界を立石豊社長にご案内いただきます。

環境に優しい表面改質法「溶射」は 皮膜の自在な形成で基材を長寿命化

大道 ●溶射という表面改質法の魅力について、「夢を叶える魔法の技術だ！」と立石社長が会社案内の中で答えておられるのが印象的でした。

立石 ■表面改質とは、金属などの基材を錆びや、摩耗、熱などから守るため、あるいは強度向上のために施される機械的処理で、まずメッキを思い浮かべる方も多いでしょう。1933年の創業以来、当社が手掛けてきた溶射も表面改質法の一つ、極めて興味深く、また奥深い技術です。

大道 ●基材の表面に異なる素材の皮膜を形成することで、機械や設備は過酷な環境や条件下でも耐えられるようになるのですね。



大容量プラズマ溶射装置

は樹脂まで、多様な材料を皮膜化します。幅広い皮膜材料が選べ、付加したい性質の選択肢が広い表面改質法ですね。耐摩耗性、耐食性、耐酸化性、耐熱性などの特性を高めて基材を長寿命化するのももちろん、絶縁性や密着性、装飾性や美観といった元の基材にない機能性を加えることもできます。

大道 ●メッキは基材を溶けた亜鉛や錫に浸けるため熱による歪みが生じるおそれがありますが、溶射はどうですか？

立石 ■材料を高温で溶かしますが、基材には熱を与えません。皮膜の厚みを自在に調整できるのも溶射の魅力です。長期

間のメンテナンスフリーが求められる高速道路の電光掲示板は、全て防錆溶射されています。また、他の表面改質法では扱えない大型の鉄鋼構造物にも溶射でき、廃液が出ないので環境にも優しい施工法です。

洗堰の水門や四条大橋の高欄 ゴルフクラブでも溶射が活躍

大道 ●御社は、瀬田川洗堰の水門でわが国初の本格的な防食溶射をされていますが、溶射のオーソドックスな用途や難易度の高い応用例を教えてください。

立石 ■先ほどの電光掲示板のほか、防錆、防食を目的にした鉄鋼構造物、橋梁や道路橋などの社会インフラ、屋外キュービクル（高圧受電設備）などに幅広く使われています。難易度の高い例では、不純物混入を極度に嫌う半導体製造装置関連、高い耐熱性が求められる航空機エンジン



各種溶射施工機械部品

や自動車エンジン、チタン合金の人工骨など。意外なところではゴルフクラブや金属バットへの溶射も手掛けています。

松山 ●クラブのフェースに溶射して反発力を高めるのですか？

立石 ■いえ、ソールに比重の重い皮膜を付けて低重心にするのです。珍しいところでは、京都四条大橋の高欄にも私たちの溶射技術が役立っています。

大道 ●創業者で祖父の立石亨三初代社長が溶射技術を日本に根付かせたそうですね。

あらゆる溶射技術を持つことで どんなニーズにも応える

立石 ■溶射技術をスイスから持ち帰った貴金属商との出会いがきっかけです。その方は溶射を美術工芸品に応用するつもりだったのですが、祖父は工業製品で役立てようと考え、1933年に「合名会社メタリコン工作研究所」を開設して当社の礎を築きました。それを大きく育てたのが父で2代目社長の立石善通です。京都山科からこの湖南市へ本社・工場を移し、業容を拡大しました。

大道 ●御社の歩みを拝見して注目したのが、71年にセラミック溶射装置、75年にプラズマ溶射装置、85年にはHVOF溶射（高速フレーム溶射）装置を導入されています。常に溶射の先端技術を研究してこ



株式会社シンコーメタリコン 代表取締役社長

立石 豊氏
(たていし ゆたか)

1961年生まれ。83年、大阪芸術大学映像計画学科卒業。85年、株式会社シンコーメタリコン入社。94年、代表取締役社長就任。日本溶射工業会会長。日本溶射学会理事。防食溶射協同組合理事。

ブランドスローガン

＜私たちが願う社会＞

日本を、機械長寿の国に。

＜私たちのありかた＞

機械に、未来を溶射する。

会社概要

株式会社シンコーメタリコン

- 資本金/3,000万円
- 従業員数/75名
- 事業内容/各種金属およびセラミックス、サーメットの溶射施工、これらに付帯関連する一切の事業
- 本社所在地/湖南省吉永405
- URL/http://www.shinco-metalcon.co.jp/

プロフィール

- 1933年 合名会社メタリコン工作研究所として創業
- 1935年 合資会社新興メタリコン工業所を設立
- 1952年 新興メタリコン株式会社に改組
- 1967年 株式会社シンコーメタリコンに社名変更
- 1971年 セラミック溶射装置を導入
- 1975年 プラズマ溶射装置を導入
- 1985年 HVOF溶射装置を導入
- 2003年 溶射技術研究所を開設
- 2009年 経済産業省「戦略的基盤技術高度化支援事業」に採択
- 2010年 コールドスプレーを導入
- 2011年 「関西IT百撰」最優秀企業に選ばれる
- 2013年 創立80周年



温めた材料を衝突させて皮膜を形成する「コールドスプレー溶射装置」の前に、左から大道頭取、立石豊社長、松山支店長

業務管理ソフトで情報を共有

ーIT化とビジュアル化を推進する

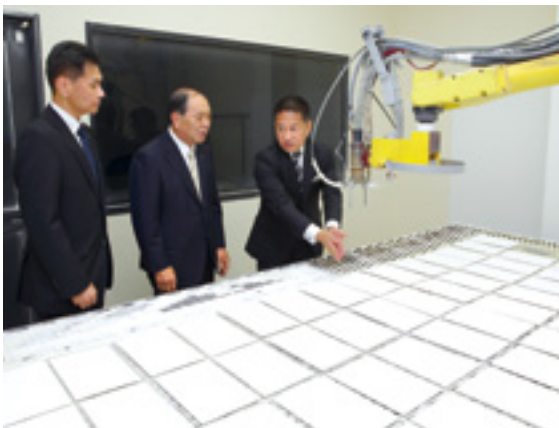
られたんですね。
立石■バイオニアの誇りからか、祖父も父も技術進歩のフォロアアップに熱心に取り組み、「あらゆる溶射法に精通した企業」という強みを得ました。ガスで溶射材料を溶かすフレーム溶射、ワイヤー状の2本の金属材料を通電しシートさせて溶かすアーク溶射、プラズマジェットに粉末状の溶射材料を投入するプラズマ溶射、超硬材料の溶射に適したHVOFなど、溶射にはさまざまな施工法があります。溶射施工業者はいずれかの溶射法に特化するのが一般的ですが、当社はほぼ全ての溶射法を扱う技術を持っているので、どのような要望をいただいても必ず期待にお応えします。

大道●94年に33歳で経営を継がれた立石社長。その若々しい感性は、タブレット端末を業務に利用するなど、「IT活用とビジュアル化」をキーワードにした数々の施策で経営に新風を吹き込んでおられます。**立石**■現在の顧客数は約2900社。リピート受注までの期間が長くなりますので、いつも新規顧客の開拓に努めなければなりません。新規開拓に有効な手法の一つが、実際の溶射作業の映像を見てもらうこと。私たちが撮影した動画を使い、タブレット端末でプレゼンテーションしています。

「家族以上に濃密な絆」で心を結ばれた経営者と従業員

大道●全ての社員が自由に閲覧できるそうです。
立石■営業スタッフはタブレット端末で案件の進捗度や原価等を細かくチェックできます。資材の在庫状況も逐管理しています。重視したのは「見える化」による情報の共有。どこで利益が生まれているか誰でも分かるようになり、経営意識を持つて働く社員が増えました。

大道●そのような取り組みによって、御社は「中小企業経営力大賞」のIT経営実



「プラズマ溶射ロボット」での溶射加工

からのメッセージを書いて「両親にお送りし、さらに社員の結婚記念日には、奥さまにご主人の近況や、時には「お小遣い上げてやってください」と書いたカードにホテルの食事券を添えて送っています。

大道●お小遣いアップはいいですね(笑)。御社のWebサイトにはアイドルグループのヒット曲を社員総出で踊る動画がアップされており、そこからも「家族以上の濃密な絆」がうかがえます。あの動画も立石社長が企画されたんですね。

立石■コンテ原画を描いて、56カット撮影するのに1カ月かかりました(笑)。うちは「仕事も全力、イベントも全力」がモットーです。

大道●こんなホットな立石社長のもと、滋

今後も溶射の未来を拓く

バイオニア企業であり続けたい

賀県の「おうみ若者マイスター」に認定される有能な若手技能者が次々と育っています。また、「おうみの名工」「現代の名工」など熟練技能者の層も厚く、技術継承の充実ぶりが際立ちます。立石社長が全社員と対話を重ねて編まれた『私たちの会社 私たちのコトバ』という冊子を拝読しました。これには「私たちのありかた」は「機械に、未来を溶射する」、「私たちが願う社会」は「日本を、機械長寿の国に」とあり、御社の社会的役割を見事に示されています。

立石■溶射で日本の製造業を支え続けて80年。ほぼ全ての溶射技術を保有するま

松山●立石社長が自ら撮影されるそうですね。

立石■大学で映像制作を学んだので、根拠からの映像好きなんです(笑)。IT化ではオリジナル業務管理ソフト「シン魂」の開発に最も力を注ぎました。溶射は一品生産に近い多品種少量で、5年ぶり10年ぶりのリピート受注も多いですから、お客さまから「前と同じに仕上げて」と言われることもあります。幸い、先代からの作業指示書が残っていましたので、これをデータベース化し、さらに溶射作業のデータや在庫管理機能も加えるなどして、工程管理、原価計算、作業分析もできる一元管理システムを2年かけて構築しました。

実践認定企業や、「関西IT百撰」最優秀企業などに選ばれました。IT化の推進も素晴らしいですが、私が特に惹かれるのは「人間の思い、人間の熱を尊ぶ社風です。昨年の創立80周年イベントのDVDを拝見しましたが、立石社長は社員の皆さんに「ありがとう」と頭を下げておられました。そんな社長を社員みんなで胴上げされた。何て心がつながった会社なのかと感動しました。

立石■家族主義は創業以来のものです。が、私の代でさらにバージョンアップしたように思います。新入社員には採用面接の時から「うちの社内は人のつながりが濃い家族同然のような環境。社員旅行は全員参加だよ」などとにかくくらしい説明しますし、初任給では必ずご両親にプレゼントするよう勧めています。また、社員の誕生日には、本人と一緒に撮影した写真に私

レー等の先端プロセスも導入できました。
大道●コールドスプレーとは、溶射材料を溶かさず、少し温めて吹き付ける画期的な溶射法ですね。

立石■材料を溶かすことなく皮膜形成できる最大のメリットは、溶射の歩留まりが98%以上という高さにあります。通常の溶射法で皮膜化できるのは25〜50%ほど、まさに驚きの生産効率です。半面、材料の粒度が細かいものに限定される、高価なガスを大量に使うなど制約もあり、ニーズはまだ限定されています。もっと広い分野に役立つように研究を重ねているところです。
大道●新しい溶射技術を拓く御社の未来に期待しています。本日はありがとうございました。

「対応力、具現化力、設計力」の強みを生かして 高度な自動車部品切削で実績を積む。

バリ削り取りの手作業に始まり 精密旋盤切削加工へと成長

昨年の創立50周年を機に「新分野開拓プロジェクト」を立ち上げた株式会社駒月。お家芸は自動車用トランスミッションギアの旋盤切削加工だ。自動車業界で鍛えられた技術力をさらに幅広い用途に生かそうと、若手を中心にプロジェクトメンバーを選抜した。同社が持つ「強み」をまとめた資料を携え、彼らは新規顧客の開拓に挑んでいる。

その資料によると、駒月は「対応力、具現化力、設計力」の三つの強みを持ち、それらを駆使して、製品の不良品率がPPMレベル（百万個に数個の割合）という高い加工オリティーを実現するという。この「三つの強み」とは具体的にどのようなものなのか、いかに培われたのかを岸村源治社長にお聞きした。

「社名は発祥の地である日野町上駒月の地名にちなんでいる。地域振興の一環として1963年に農家の納屋で金属切削を始めたのがルーツで、66年に法人化した」と岸村社長は振り返る。

は得意先が求めるレース（旋盤）加工を一手にこなし、強い信頼関係が築かれていたため2社協働で難題に挑むことになった。

技術的な難しさだけでなく、自動車部品は24時間稼働の量産体制が前提で、急な品種変更への対応力なども求められる。岸村社長はレース加工ラインに最新のNC（数値制御）ロボットを導入した。「身の丈に余る投資だった」という。これにより旋盤へのワーク（切削対象物）の着脱が自動化でき、24時間の連続加工が可能になった。

「当社は、月産数百個から数万個までどんな生産条件でも柔軟に対応できる。NC旋盤のほか、マシニングセンター等の高性能な加工機械を本社工場と甲賀工場に合わせて100台以上も保有している。冷間プレス（塑性加工）とレース加工を



NC自動盤やマシニングセンター等の高性能加工機械が並び

草創期は建設車両部品の切断・切削加工時に生じるバリを削り取るなどの手作業が中心だったが、精密鍛造部品で知られる県内大手メーカーと69年に出会ったのが転機になり、このメーカーが手掛けた鍛造品を旋盤で仕上げるレース精密切削へとシフトしていった。「この頃から蓄え始めたのが『対応力』。熟練工がいなくても得意先が求める精度を常に実現できるよう、刃物の移動距離や送り速度を数値で指示できるNC旋盤を積極的に導入した。木造工場に高価なNC旋盤が増えていく様子に周囲は驚いていました」。

自動車部品を手掛けることで 二重、三重の対応力が備わる

89年頃、「トランスミッションギアを鍛造と機械加工で造れないか」との相談が、大手自動車会

組み合わせた一貫生産にも応えられる。また、設備の異常時に備えて代替ラインを準備するなど、リスク管理も二重、三重の対応力を具えている。

見えないバリを除去してこそ 精度の高いギアが造れる

現在は年間400万個ものトランスミッションギアを加工し、国内ほとんどの自動車メーカーに納入している。加工量が大きいうえ、扱いも極めて多品種。営々と積み上げてきた「対応力」があればこそ生産体制だ。

「具現化力」は、その製品に最適な加工手順を指示するプロセス設計力。鍛造段階でかなりの精度を実現したギアの外周を旋盤で削り、ミクロン単位の寸法精度を造り込む。自動車業界



国内の自動車メーカーに納入される「トランスミッションギア」の検査ライン



精密旋盤切削加工で仕上げられた「自動車用トランスミッションギア」

※バリ／加工面に生ずる不要な突起

が求める精度の実現は容易ではない。「NC旋盤なら誰が削っても同じ製品になる」と思われますが、実際はその製品に適した機械と刃物を選び、どこからどう削るかを分かていないとうまくいかない。幅広い切削ノウハウの蓄積こそ当社の財産といえる。

切削面が断続的に連なるギアでは連続面の切削に比べてバリ処理が格段に難しいが、駒月はこの条件下でPPMレベルの不良品率を実現させた。豊富な切削ノウハウを持つ駒月ならではの業界を驚かせた。「目に見えないバリまで取る。そこまでこだわつてこそ、自動車の精密走行を支えるギアが生まれます」。

自動車依存からの脱却を目指し 新分野開拓にチャレンジ

ワークを保持するチャック部の当金や子爪を製品特性に合わせて自社設計し、製品の噛み合いを確認するための検査治具を設計・製作することができる「設計力」。駒月が「三つの強み」を「新分野開拓」へ生かそうと挑み始めたのは、事業の幅を広げ、自動車だけに依存するリスクを軽減するためだ。すでに産業用ロボットの部品加工という新たな分野に進出している。

「自動車部品の精密加工を続けてきたおかげで製品は高い評価をいただいています。今後は、基礎知識をベースにした発想力を磨いて、未来を開く優秀な技能者を育成していきたい」。そう考える岸村社長は、これまでも重視してきた若手育成にさらに注力する構えだ。



Voice 代表取締役 岸村 源治氏

当社は「人の力」を尊重。若い技能者の育成に注力するほか、地域の共同作業所からの人材受け入れにも努め、平成25年度の滋賀県障害者雇用優良事業所表彰も受けました。当社の技術力を皆さまの事業にお役立てください。

Profile 株式会社駒月



甲賀工場

<http://www.komazuki.com/>

- 本社/甲賀市土山町大野3960-7
- 設立/1966年
- 資本金/2,510万円
- 従業員数/110名
- 事業内容/自動車・産業部品等の機械加工業

技能を深め、感性を磨き、広い視野を養う。

近畿で、ただひとつの私立美術科単科高校。

伸び伸びと創作に専念できる環境が
素直で思いやりある子を育てる

中国様式の建築で名高い黄檗山萬福寺(宇治市)。その寺域に隣接して、京都芸術高等学校はある。夕日が学舎を染める放課後、どの教室にも自発的に居残り、創作に打ち込む生徒たちの姿がある。

未来のプロ表現者を目指して技能を磨き、時を惜しんで創作に熱中する。美術科単科高校ならではの光景といえるだろう。専門コースは「絵画表現」「マンガ文化表現」「造形表現」「視覚デザイン表現」「映像メディアデザイン表現」の5コース。1年次は美術の基礎となる技術や技法を学びながら自分の適性を探し、2年次からそれぞれのコースで専門性を深めていく。

各コースの先生の指導は丁寧で熱心だと評価が高い。芸術科を非常勤教員にゆだねる高校も少なくないが、この学校では美術科の先生全員が専任の常勤教員。だからこそ放課後生徒たちとじっくり向き合い、生徒20人に1人という比率の教員数が「距離の近い指導」を可能にしている。

「生徒たちの表情が明るく、アットホームな学校だといわれる。本校に通うのは京都府を中心に滋賀県、大阪府など近隣府県の公立中学出身者で、中学校では美術に興味があっても取り組める時間が少なく、目立たない子も多い。彼らのチャレンジする心を大きく育ててあげるのが本校の役割。入学後に見違えるほど明るくなったと驚かれる保護者さんも多い。好きな道に伸び伸びと専念できる環境だからこそ、素直で思いやりのある子に育つ」と加藤達二校長は話す。

専修学校から全日制高校へ
変遷を経ながら貫いた信念

加藤校長は、同校を経営する学校法人京都黎明学院の理事長でもある。私立高校では教育と経営を分離する傾向が顕著だが、あくまでも教育・経営一体体制を貫くのは、創設から78年にわたって培ってきた「特色ある校風」を揺るぎなく継承するためだ。

前身は地域の女性が通う裁縫学校として1936年に創立された洛南報徳技芸女学校。66年の商業デザイン科増設を機に男女共学と



パソコンを使ったデザイン制作に取り組む

なり京都高等工芸学校と改称、現在に続く実践的な美術教育へ踏み出した。専修学校だったが、専門教科・普通教科ともに教育レベルは高く、美術工芸科を持つ公立高校と並ぶ受験者・入学者を集めたという。



対象をよく観察し、描く技術力と創造力を高める

「教育の充実ぶりとともに、心育でを重視する校風に対しても評価をいただいた。地域社会の期待の高まりにお応えするためにも、高等学校化は避けて通れない道だった」。96年にそれまでの個人経営から脱すべく学校法人京都黎明学院を設立。2001年に昼間定時制の京都芸術高等学校となり、11年、念願の全日制課程として5コース2学期制をスタートさせた。

「運動場や体育館等の整備をはじめ全日制課程になるには多くの条件をクリアせねばならず、まさに艱難辛苦の道のりだった」。そう振り返る加藤校長を支えたのは「小さくてもキラリと光る学校をつくりたい」との信念だった。

「社会に貢献するプロ表現人」を
数多く育てる教育方針

同校では、礼儀正しく、他者を尊重する生徒を育てようと、さまざまな活動に取り組んでいる。例えば、宇治市植物公園主催の「紅葉フェスタ」では同校の生徒が講師役を務め、幼児らに工作を教える。他にも「宇治橋通りまるごと文化フェスタ」「おうばくまつり」等の地域イベントにボランティア参加する生徒が多いのは、「人育ては心育で」「地域・社会と関わりながら人間性を高める」という教育方針の結実だろう。最寄り駅の清掃ボランティアにも熱心だ。

京都市立芸術大学をはじめレベルの高い芸術系大学への進学者を毎年大勢輩出するほか、その後にはマンガ家等のプロ表現者として活躍する卒業生も多く、そこに「芸術表現で社会に貢献できる人材の育成」を貫く同校の真骨頂が見て取れる。

「まんが甲子園」出場など
個性と特色で評価を高め続ける

毎年全国のマンガ強豪校が火花を散らす「まんが甲子園(全国高等学校漫画選手権大会)」(高知県など主催)には通算11回もの出場を果たし、「マンガといえは京芸高」との定評を得ている。「まんが甲子園で問われるのは表現、発想、オリジナリティの総合力。本選に出るより校内予選を勝ち抜くほうが難しいといわれるくらい例年ハイレベルで、生徒たちの発想力に



表現の基本である手で描くことを鍛えるマンガ実習

は私たちも舌を巻く」。これまで紹介してきた多様な特色、個性が同校への評価を高めている結果、毎年、定員を大きく上回る受験者が集まり、専願率は7割を超す。国公立大学進学のための進学強化学習も行うなど、幅広い入学動機のパフォーにも努め、近畿でただひとつの私立美術科単科高校としての社会的役割を担う。

近畿の中学生を招き、バルーンアートやアニメ制作などで創作の喜びを伝える毎年恒例のワークショップ、山城地域の人に美術にふれてもらおうと催す巡回展など、「地域の芸術的な環境づくり」の取り組みも数え切れない。

「少子化はどの学校も直面する課題だが、日々の教育に真剣であれば本校は必ず選んでもらえると確信している」。加藤校長の信念は時代変化の中でも揺るがない。

Voice 学校法人京都黎明学院理事長 京都芸術高等学校校長 加藤 達二氏

技能・学力・個性の伸張とともに「心育で」を重視。

地域・社会への奉仕活動を通して「礼儀正しく品格のある芸高生」を育てています。

自発性に富む卒業生は創作や後進育成で社会に貢献。

校是「ただひとつ」の心を広めます。



Profile 学校法人京都黎明学院(京都芸術高等学校)

<http://www.kyoto-geikou.ed.jp/>



- 所在地/京都府宇治市五ヶ庄西浦6-2
- 学校法人京都黎明学院設立/1996年
- 京都芸術高等学校設置/2001年
- 美術科(全日制・共学)/絵画表現コース、マンガ文化表現コース、造形表現コース、視覚デザイン表現コース、映像メディアデザイン表現コース
- 1学年定員/175名

地域が変わる—— 地域活性化の現場

近江八幡

◎おうみはちまん町家情報バンク ▶ <http://8machiya.com/>

空き町家を再生利用、街並みの魅力高める 伝統的なコミュニティに新たな活力を加える



対象町家を見学する様子

近江八幡市を訪れる観光客は年間300万人を超える。しかし、高齢化、人口減少が進み、街の中には空き町家が目立つようになった。そんな中、空き町家の再生・活用を促進しようと立ち上げた「おうみはちまん町家情報バンク」が、近江商人の文化と暮らしを伝える街並みの維持と地域の活性化に成果を上げている。

空き町家の実態を調査 情報バンクが活動開始

近江八幡市の街並みの形成は、豊臣秀次が1585年、八幡山城を築いたことから始まる。秀次の下で城下町が発展、城下の商人はやがて全国を舞台に活躍する近江商人に成長した。それら近江商人の本宅であった町家が今も残り、町の一部は重要伝統的建造物群保存地区に選定されている。しかし、高齢化やクルマ中心の生活の進展

とともに、古くからの市街地が衰退。空き町家の増加、地域コミュニティの機能の低下が深刻な問題となりつつある。このような状況の課題解決に向け、町家の実態調査が行われたのは2007年のことだった。調査の結果、中心市街地エリアには430軒余りの町家があり、約70軒が空き家であることが明らかになった。この結果を受け、空き町家の活用による町の活性化とコミュニティの充実を図るため、09年に地元自治会、商工会議所、NPO、大学などによる任

意団体「おうみはちまん町家再生ネットワーク」が設立された。その事業の一つとして「おうみはちまん町家情報バンク」を開設した。

持ち主と活用希望者を結び 丁寧なマッチング

おうみはちまん町家情報バンクは、空き町家のオーナーと利用・定住を希望する人との橋渡しを行う。取り扱う物件は、旧市街地である市立八幡小学校の学区内にある、1945年以前に建

築された空き町家だ。09年に活動を開始し、14年6月に新たに設立されたまちづくり会社「株式会社まっせ」に運営を引き継ぎ、これまで10軒の空き町家の活用に結びつけてきた。

町家情報バンクを通じて空き町家の利用が決まるまでの流れは、空き町家を貸したい・売りたいオーナーが、まっせに連絡。これを受け、まっせでは、物件の状態を調査。条件や注意事項を確認した上で、ホームページや市の広報に情報を掲載する。一方、町家を借りたい活用希望者は随時登録することができ、新しい情報が入れれば連絡が入ってくる。新しい物件は必ず現地見学会を行い、活用希望者が確認した上で、申し込み書を提出する。

そして、近江八幡商工会議所不動産部会所属の仲介業者がオーナーと活用希望者双方の条件を調整し、合意に達すれば契約成立となる。

「現在は、町家を借りたい登録者が100人近くあり、物件が出れば即成約の状態。古いものでは150年前、江戸末期のものもある。活用希望者は20代の若者から会社をリタイアした年配まで幅広い。住居兼工房もしくは店舗として借りて、ものづくりや小売店、カフェがしたいという方が目立つ」とまっせの田口真太郎マネージャーは説明する。



町家に入り説明を聞く

長所短所を見極めて 自分流の町家活用

まっせも空き町家だった旧奥村邸を借りて、事務所にしている。敷地面積は約300平方メートル。東京在住の方が相続したものの、管理の手が回らず、まっせが入居したときにはかなり荒れた状態だった。田口さんは1人住み込んで広い家の中を少しずつ片付け、草木の伸び放題だった庭の手入れは地元のシルバー世代のボランティアグループの手を借りることができた。

これまでに空き町家を活用して、ベーグル店、カフェ、ギャラリー、手作りの工房などがオープンし、町に新風を吹き込んできた。

「利用者には事前に包み隠さずご説明するが、それでも、『寒さがこんなに厳しいとは思わなかった』など、住んでみて初めてわかる問題点もある。古い建物だから、メンテナンスの手間やランニングコストがかかることはわかっていても、これまでの生活との違いに戸惑うのでしょうか。私自身移り住んできたので苦労はよくわかる。少しでも生活のサポートができるように新たに住人になった者同士が情報交換できるネットワーク作りにも取り組んでいます」と田口さん。



専門家による町家の調査



近江商人の町家を楽しむお茶会

和のマナー教室など多彩に 町家の有効活用を提案

まっせでは町家情報バンクの活動だけでなく、旧奥村邸をイベント、交流会、講座などの会場としても貸し出し始めた。近江八幡商工会議所が、忘れられようとしている日本の礼儀作法や立ち居振る舞いを学ぶ「町家商い手習い塾〜空き家を活用したビジネスマナー講座」を今年9月から開催するなど、多様な利用が広がっている。

また、昨年11月に、市内の若手経営者が中心となって運営された、飲食店を食べ歩くイベント「おうみはちまん町家 de バル」が開催された際には、庭をライトアップして邸内を無料で開放、甘酒をふるまった。

「町家情報バンクの認知度も高まって、空き町家についてご相談に来られる方も増えている。一方で取り壊される町家も増えており、10年、20年たって高齢化がさらに進んだときに、町が活力を維持できているか、街並みを守ることができるか、今が分かれ目ではないかと思う。今後は入居するテナントの業種なども考えてコーディネートし、町のプロデュースにも取り組んでいきたい」。

街の資産である町家をさらに有効に活用しようと、近江八幡市には、積極的な動きがある。

「消費」主導による 新たな経済成長に向けて

texted by 滋賀銀行 上海駐在員事務所副所長 倪 美華

「投資」と「輸出」を中心に世界屈指の高成長を遂げてきた中国。しかしながら、この成長モデルはいよいよ限界を迎え、今後の経済成長を支えるのは「消費」を主体とした内需主導型の成長モデルだ。安定成長実現の鍵を握る中国の国内消費動向を探ってみたい。



集客に工夫を凝らした火鍋屋。顧客前での手打ち麺ショー

経済成長モデルの変化

中国はこれまで「投資」と「輸出」が牽引役となり高い経済成長を実現してきた。「投資」の代表的なものは「4兆元（約75兆円）の景気刺激策」だ。リーマンショックが起きた2008年、前国家主席・胡錦濤が「中国の内需拡大は世界経済への最大の貢献」と述べ、全国のインフラ整備や省エネ関連、社会事業に対して総額4兆元の投資を実施した。しかし経済成長の一方で、インフレや、実需を伴わない乱開発による地方の財政悪化を生んだとして、改革開放以来の失敗策の一つだとされている。また、「輸出」をみても、人件費高騰や元高による

コスト高により中国の対外輸出は鈍化している。このような中、個人消費主導による内需拡大型の経済成長への転換が求められており、いかに個人の消費意欲を高めるかが成長率維持の焦点となっている。

価格よりサービス重視へ

今年9月29日に設立1周年を迎えた上海自由貿易試験区（以下、自貿区）は、中国の一層の「市場化」を狙うパイロットエリアとして、主に金融、投資、貿易面での改革を進め、区内と海外のモノ・カネの流れを自由化することを目指している。

この自貿区内に7月、輸入品販売の

スーパーがオープンした。通関時間の短縮や港湾隣接地による流通コスト削減により、自貿区外に比べて半額という商品もある。オープンの日こそ長蛇の列ができたが、客足はすぐに鈍くなり、2号店の評判もいまひとつ。ネットショッピングの普及によりモノの流通が豊かになった上海の人にとって、もはや「輸入品」という言葉に魅力はなく、また、品質や高サービスを求める消費者が増えたことで、もはや「低価格」だけでは集客できないことを象徴している。

「儉約令」で変わる消費

中国では中秋節になると、お世話になった人に中国菓子「月餅」を贈る習

慣がある。例年は、政府関係者や国有企業から多くの注文が入り、販売業者にとっては売上が伸びる時期だ。ところが、12年末に国家公務員および国有企業への商品券、商品カードの配布、懇親会、新年会の開催、公用車の使用など、公費による消費が禁止された「八項規定、六項禁令」、いわゆる「儉約令」が公布されて以来、月餅や月餅引換券の売上が激減した。長らく恒例の贈答品として重宝されてきたこれらの販売業者は大きな打撃を受けている。

「儉約令」による消費の冷え込みが懸念される一方で、恩恵を受けているのが一般消費者だ。国家公務員や国有企業が財布の紐を締めたことによって、これまで営業努力の必要もなく一定の売上を保っていた企業が、不特定多数の一般顧客をターゲットに、消費者目線に立った商品、サービスを拡大している。

中国式サービスも登場

上海に「中国らしからぬ高サービス」を提供する人気の火鍋チェーン店がある。「海底撈^{ハイティーラオ}」だ。ここでは、待ち時間に無料でネイルサービスや靴磨き

をしてくれるほか、食事中も手打ち麺のパフォーマンスや中国伝統芸能の変面ショーを披露するなど、来店客を飽きさせない工夫を行っている。入店時から退店時まで、従業員が気持ちの良い接客をしてくれるため、リピーターも多い。ここで働く従業員の人事評価は顧客満足度が重視されており、従業員もサービス向上のために意見を出したり、行動したりと積極的だ。飲食店なら「味」で勝負するところを、味に加えて「サービス」で顧客の心をつかんで離さない、中国でも新しいタイプの飲食店だ。

世界の「工場」から「市場」へと変遷してきた中国。消費者の好みやニーズは多様化し、市場は売り手から買い手主導に変わりつつある。一昔前のように「安からう、悪からう」ではモノが売れないだけでなく、情報化社会の中でネットを介して広がる口コミが企業の存続を脅かしかねない。中国で消費意欲をかきたて、売上を伸ばすためには、企業はまず原点に戻り、消費者の立場でサービスを考えなければならない。国内消費の拡大が中国の持続的な経済成長を維持するための大きな鍵となっており、中国の小売・サービス業は今、新たな局面を迎えている。



自由貿易区のスーパー、人がガラガラ



火鍋屋の待合室では無料でネイルや靴磨きのサービスが受けられ、好評だ

中国の携帯電話・スマホ市場

2014年10月17日（金）、この日は中国国民にとって、待ちに待った一日になっていた。

1カ月前の9月19日、日本で米アップル社のiPhone6が発売された。当日は大勢の中国人バイヤーが各地のアップルストアに押し寄せ、一時トラブルになったという報道を耳にした人も多いだろう。その後、中国国内で「インターネットオークションで2万人民元（約37万円）以上の高値で取引されている」「浦東国際空港で大量のiPhone6を中国国内に持ち込もうとして摘発された」等の報道が続き、中国でのiPhone6への関心の高さをうかがわせた。

そして中国での発売日の10月17日、上海屈指の高級ブランドが立ち並ぶ「淮海中路」にあるアップルストアに行ってみると、行列はあるものの数十人規模で、日本発売日ほどの熱気は全くない。もともと10月10日の予約開始日から3日間で予約が2,000万台に達したという報道もあり、売れていないわけではないが、日本での熱狂ぶりとのギャップに物足りなさを感じた。実はアップル社の中国市場でのシェアは決して高くなく、下記表の上位5位には顔を見せず6.9%で6位。上位10社では、サムスンとアップル以外は全て中国勢が占めている。

ここ数年で中国携帯電話市場は様変わりした。年間販売台数は06年の1.1億台から13年には3.9億台と大幅に増加。販売数の9割以上がスマートフォン（スマホ）となっている。過去の中国での携帯といえばノキアとモトローラ。しかし中国の技術レベルが向上すると同時にスマホへの転換が進み、一気に中国勢が台頭。サムスンは健闘しているように見えるが、実は前年同期比マイナス3.2%とシェアを落とし苦戦している。

日本の人口の3倍ものスマホが1年間で売れる中国。魅力的な市場ではあるが、現在の上位メーカーが5年後も存在するかわからないような厳しい市場でもある。

（しがぎんアジア月報11月号より 上海駐在員事務所長 宮木 暢久）

2006年のメーカー別シェア		
1	ノキア（フィンランド）	31.0%
2	モトローラ（米）	20.0%
3	サムスン（韓）	9.0%
4	レノボ（中）	7.0%
5	ソニーエリクソン（日）	6.0%

※中国情報産業部資料より

2014年4月～6月のメーカー別シェア		
1	サムスン（韓）	15.4%
2	小米（中）	13.5%
3	レノボ（中）	10.8%
4	クールパッド（中）	10.7%
5	華為（中）	8.3%

※易観国際調べ

緩やかな回復基調にあるものの、足踏み 状態が続いている



県内景気の動向

現状 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、前月に比べ輸送機械や化学は高い伸びとなったが、金属製品やはん用・生産用・業務用機械が大幅のマイナスとなったため、原指数は5か月連続のマイナス、季節調整済指数も2か月ぶりのマイナスとなった。また、季節調整済指数の3か月移動平均値は19か月ぶりに100の水準を下回るなど、弱含みで推移している。

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ているのに加え、衣料品が6か月ぶりのプラスになったため、全店ベース、既存店ベースともに3か月連続のプラスとなっていることが前向きな動きとしてみられるが、他の項目では引き続き厳しいものや伸び悩みがみられる。まず、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か月連続の大幅マイナスとなり、新設住宅着工戸数も今まで好調だった貸家が5か月ぶりの大幅マイナスとなり、持家と分譲住宅は引き続き伸び悩み、全体では3か月連続で前年を大きく下回っている。また、乗用車と軽乗用車の新車登録・販売台数は2か月あるいは3か月連続のマイナス、公共工事の請負件数と金額は前月に続きそれぞれマイナスとなった。また、雇用情勢では新規求人数が24か月ぶりに前年を下回り、有効求人倍率は5月をピークに低下し、製造業の所定外労働時間指数は前月に続き前年を下回った。

これらの状況をまとめると、製造業の生産活動は一部の業種では増産の動きがみられるが、全体的には在庫調整が長引き、弱含みで推移している。また需要

面では、大型店売上高で消費増税に伴う反動減の影響が薄れてきたため比較的堅調に推移しているが、他のほとんどの項目ではその影響が長引いているものや消費増税の影響が懸念されるものがみられる。したがって県内景気の現状は、緩やかな回復基調にあるものの、反動減や消費増税の影響により足踏みの状態が続いているものと考えられる。

今後の動向 県内製造業の生産活動については、海外需要は中国をはじめとする新興国景気は伸び悩みが続くとみられるものの、米国景気の本格的な回復期待から引き続き堅調に推移すると考えられるが、国内需要は長引く反動減に加え消費増税の影響がみられるため、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、消費増税や物価の上昇といったマイナス要因から引き続き厳しいと考えられるが、食料品や日用品などの必需品を中心に底堅く推移するものとみられる。一方、乗用車や家電品などの耐久消費財の販売、新設住宅着工、民間設備投資などの投資関連の需要は、反動減に加え、消費増税の影響がみられ、回復に向けての足取りは重いと考えられる。

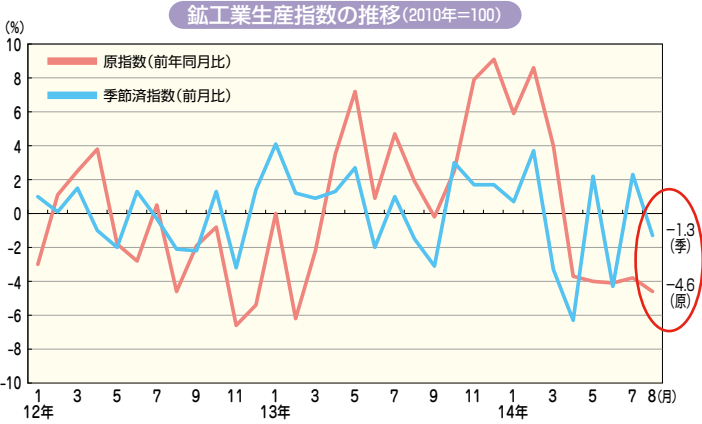
したがって今後の県内景気は、生産活動面では在庫調整が長引き、引き続き弱含みで推移するものとみられ、需要面では一部を除きほとんどの項目で厳しい状態が今しばらくは続くものと考えられ、さらに、このところの急激な円安による消費マインドや企業マインドへの悪影響が加わり、全体的には現状の足踏み状態から下振れの可能性があると思われる。

「鉱工業生産指数」は 原指数、季節調整済指数ともにマイナス

2014年8月の県内製造業の生産状況については、鉱工業生産指数(2010年=100)の「原指数」は92.8、前年同月比-4.6%で5か月連続のマイナス、「季節調整済指数」も99.4、前月比-1.3%で2か月ぶりのマイナスとなり、一進一退で推移している。季節調整済指数の3か月移動平均値(7月)は99.5で、12年12月以来19か月ぶりに100の水準を下回り、前月比伸び率は-1.1%と再びマイナスとなり、弱含みで推移している。業種別(中分類)に季節調整済指数の水準をみると、「食料品」や「繊維」「その他」などは比較的高水準で推移しているものの、「窯業・土石製品」や「金属製品」などは低水準が続いている。前月に比べると、「輸送機械」や「化学」は高い伸びとなったが、「金属製品」や「はん用・生産用・業務用機械」は大幅のマイナスとなった。

生産状況の先行きをあらわす「出荷指数」と「在庫指数(製品在庫)」を前年比でみると、出荷は5か月連続のマイナスとなり(原指数92.7、前年同月比-3.0%)、在庫は7か月連続かつニケタの大幅プラスとなっている(同121.3、同+14.0%)。

(注:「滋賀県鉱工業指数」は年間補正が行われ、13年1月分から改定されています)



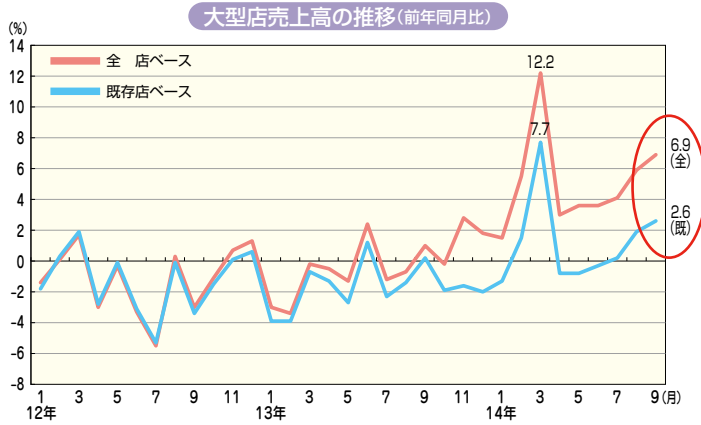
「大型店売上高」は 3か月連続で両ベースともにプラス

9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3か月同じの102.8で、前年同月比+2.8%、前月比0.0%となり、前年比では17か月連続のプラスとなっている。費目別にみると、エネルギー(電気代、ガス、灯油、ガソリン)は高水準が続いているものの2か月連続で低下している(前年同月比+4.9%、前月比-0.6%)。一方、消費増税の影響からほとんどの品目で上昇し、なかでも教養娯楽用耐久財や室内装飾品、洋服、シャツ・セーター類、飲料、酒類などで大幅の上昇となっている。

消費増税後6か月目となる9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)」は前年比+6.9%となり、堅調に推移している。品目別にみると、「家電機器」(同-5.0%)と「身の回り品」(同-0.5%)は再びマイナスとなったが、ウエイトの高い「食料品」が16か月連続で増加し(同+8.2%)、全体をけん引しているのに加え、「衣料品」(同+3.6%)と「家庭用品」(同+0.3%)がともに6か月ぶりのプラスとなった。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高も「食料品」が16か月連続のプラス(同

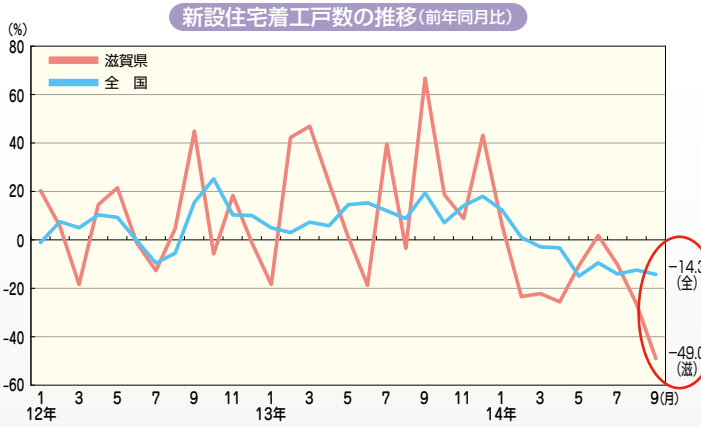
+3.3%)となっているのに加え、「衣料品」が6か月ぶりのプラス(同+2.9%)となったため、全体では3か月連続のプラス(同+2.6%)。

9月の「乗用車新車登録台数(登録ナンバー別)」をみると、「普通乗用車(3ナンバー車)」は6か月ぶりのプラスとなったものの(1,861台、前年同月比+3.0%)、「小型乗用車(5ナンバー車)」が前月に続き前年を下回ったため(1,463台、同-9.2%)、2車種合計では3か月連続のマイナスとなっている(3,324台、同-2.8%)。反動減の影響が長引いているのと消費増税の影響が出ているものとみられる。また、「軽乗用車」は前月に続きマイナスとなっている(2,345台、同-5.1%)。今まで消費増税の影響は軽微にとどまり、比較的好調に推移していたが、ここにきて息切れ感がみられる。



「新設住宅着工戸数」は 3か月連続の大幅マイナス

9月の「新設住宅着工戸数」は702戸、前年同月比-49.0%で、3か月連続で前年を大きく下回っている。引き続き駆け込み需要の反動減の影響が出ているとみられる。利用関係別でみると、今まで好調に推移していた「貸家」が230戸、同-26.8%(彦根市81戸、大津市64戸など)で5か月ぶりの大幅マイナスとなったのに加え、「持家」が363戸、同-28.8%(大津市69戸、近江八幡市40戸など)で9か月連続の大幅マイナス、「分譲住宅」も109戸、同-80.1%(大津市27戸など)で3か月連続のマイナスとなった。分譲住宅の内訳をみると、「一戸建て」は3か月連続で前年を下回り(109戸、前年差-85戸)、「分譲マンション」も申請がなかった(0戸、同-353戸)。なお、「給与住宅」はなかった。





消費増税後の県内景気の動向を確認する

個人消費は底堅く推移するも、住宅着工で大幅な反動減が発生

Text by しがぎん経済文化センター 中村 雅臣

11月17日に発表された7-9月期の国内総生産(GDP)速報値は、物価変動の影響を除いた実質ベースで前期比▲0.4%(年率換算▲1.6%)と、2四半期連続のマイナス成長となった。4月の消費増税後、全体の約6割を占める個人消費で回復が遅れ、住宅投資や設備投資でマイナスが続いている。このような中、滋賀県内の景気動向を確認するため、今回は関連する景気指標を用いて前回(1997年)の増税時および全国の状況と比較してみたい。

【本文およびグラフ上の表記について】

- 増税時期
 - ・「前回」…1997年4月(3%→5%)
 - ・「今回」…2014年4月(5%→8%)
- 四半期
 - ・「Ⅰ期」…第1四半期(1-3月期)
 - ・「Ⅱ期」…第2四半期(4-6月期)
 - ・「Ⅲ期」…第3四半期(7-9月期)
 - ・「Ⅳ期」…第4四半期(10-12月期)

大型小売店販売状況…前年比プラス、全国より高水準で推移

まず、個人消費の面からの大型小売店(売場面積1,500㎡以上百貨店及びスーパー)の販売状況をみてみたい(図1)。店舗数の増減を加味しない全店ベースでは、前回1997年の5%への消費増税時には引き上げ直前の1-3月期に前年同期比10%以上の駆け込みが発生した(+10.9%)が、直後の4-6月期も同+3.1%と売り上げを維持した。その後、全国(同▲1.9%)と比べて高い水準を維持したが、99年の4-6月期に逆転し、その後は一進一退が続いた。

今回の8%への増税直前期である2014年1-3月期の販売額は685億円で、同+6.2%と前回より駆け込みは小幅だった。また、直後の4-6月期は、同+3.4%と前回同様にプラスを維持し、全国(同▲2.5%)を上回った。

直近の7-9月期の販売額は671億円(同+5.6%)で、4四半期

連続でプラスの水準を維持している。内訳をみると、衣料品が7月、8月と低調だったため、3カ月間での販売額は5,416百万円(同▲2.4%)にとどまったが、ウエートの高い飲食品が好調を維持した(同48,352百万円、同+7.7%)。全体としては、全国や近畿圏内の平均(ともに同+1.5%)と比べて、影響は軽微におさまっているようだ。

新車登録・販売台数…マイナスとなるも、全国より影響は少ない

次に、耐久消費財である自動車について、普通乗用車(3ナンバー車)と小型乗用車(5ナンバー車)の登録台数および軽乗用車の販売台数の状況について確認したい(図2)。前は97年1-3月期に前年同期比+17.1%の駆け込みの後、4-6月期には同▲9.2%の反動減が発生した。さらに下落が続き、98年1-3月期には同▲20.8%まで落ち込んだ。その後は軽自動車を中心に徐々に回復し、99年1-3月期に全体でプラスに転じた(同+1.8%)。

今回は、14年1-3月期に前年同期比で約3割増の駆け込みが発生した(販売・登録台数の合計で22,465台、同+29.8%)。増税直後の4-6月期には全国では▲2.0%のマイナスに転じた。一方で、滋賀県は乗用車(同▲11.4%)の落ち込み分を軽自動車(同+22.9%)でカバーし、合計ではプラスを維持した(同14,437台、同+3.5%)。

直近の7-9月期は、合計15,278台で同▲2.7%とマイナスに転じたが、全国(同▲4.8%)より影響は少ないようだ。内訳をみると、乗用車で8,810台、軽乗用車で6,468台(ともに同▲2.7%)となっている。乗用車は増税直後の4月は同▲25.4%と大幅減だったが、9月のマイナス幅は▲2.8%まで縮小してきている。軽自動車は7月までプラスで推移してきたが、8月から2カ月連続でマイナスとなっている(8月:▲15.8%、9月:▲5.1%)。今秋メーカー各社では新車を投入してきており、持ち直しが期待される。

新設住宅着工戸数…7-9月期に大幅な落ち込み

新設住宅着工戸数をみると(図3)、前回の駆け込みのピークは増税1年前の96年4-6月期で、前年同期比+23.9%にのぼった。増税直後の97年4-6月期まで同+3.0%とプラスを維持したものの、7-9月期には同▲3.5%のマイナスに転じ、10-12月期には2割以上の下落となった(▲23.3%)。その後、プラスに回復したのは、99年7-9月期(同+6.8%)で、増税から2年以上を要した。

今回の駆け込み需要の発生時期は前回より遅かった。13年の8月に草津市、9月に大津市と草津市で大型マンションの着工があり、7-9月期にピークを迎えた(総着工戸数は3,188戸、同+31.5%)。そこから、14年1-3月期には同2,093戸(同▲14.4%)と、前回より早い時期にマイナスに転化した。

直近の7-9月期の着工戸数は2,174戸で、同▲31.8%と減少幅は更に拡大している。なお、上記マンションの着工を考慮し、過去5年間の平均と比べた場合でも、全体で▲15%となり、前回(同▲3.5%)や全国(同▲13.6%)よりも落ち込みは大きい。内訳をみると、貸家は15年1月の相続税法改正を見越してか、4-6月期からプラスを維持し、7-9月期は726戸(同+5.7%)と堅調に推移している。一方で、持家と分譲住宅は1-3月期以降マイナ

スが続き、7-9月期は持家が1,068戸(同▲28.7%)、分譲住宅が376戸(同▲62.2%)となっている。

鉱工業指数…生産は全国より高水準も、在庫が大幅増

最後に供給面から、県内産業において高いウエートを占める製造業の生産活動についてみてみたい。鉱工業指数(季節調整済、3カ月移動平均、2010年=100)をみると、前は93年末頃から、97年4月(94.7)まで上昇基調が続いた。しかし、5月(94.4)から下がり始め、翌98年5月には83.3と10ポイント以上下落した。全国と比べても低調に推移し、増税前の水準まで回復したのは、7年後の2004年2月(94.8)だった。

今回をみると、生産指数は増税前の14年2月(108.5)がピークで、直近の7月は99.5と100を下回り、やや弱含みで推移している。前回と異なり全国(96.3)を上回っているが、一方で、景気の先行指数である在庫指数は2月から上昇を続けている。7月は123.6と、全国(111.6)と比較して高水準で推移している。出荷指数も99.9(全国は95.0)と底堅く推移しているが、在庫の積み上がりには注意が必要だ。

再増税のほか、経営環境の変化に注意

以上をまとめると、自動車や大型小売店販売などの個人消費は堅調に推移し、また鉱工業生産指数も全国を上回る水準が続いている。しかし、新設住宅着工戸数は持家と分譲住宅で大幅な反動減が続いており、また製造業で在庫が積み上がってきていることは今後の懸念材料である。今回の消費増税による県内企業への影響は、前回増税時や全国と比べると決して軽微とは言えないだろう。

今後、消費税率10%への再引き上げによる影響もさることながら、従業員の人手不足や円安による燃料・原材料価格の高騰、取引先企業の海外進出、県人口の減少など、足元では前回増税時にはなかった経営環境の変化が起きている。引き続き、これらの動向に注意したい。

図1 大型小売店販売状況(全店ベース、前年同期比)

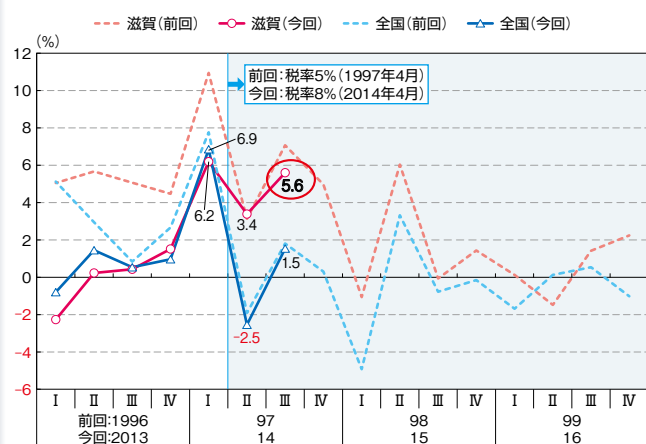


図2 新車登録・販売台数(前年同期比)

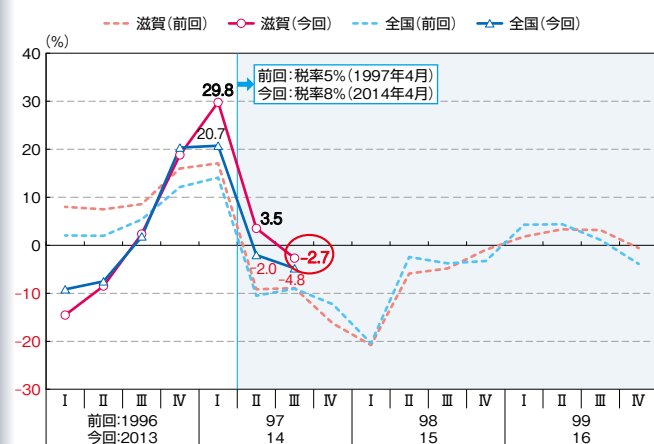


図3 新設住宅着工戸数(前年同期比)

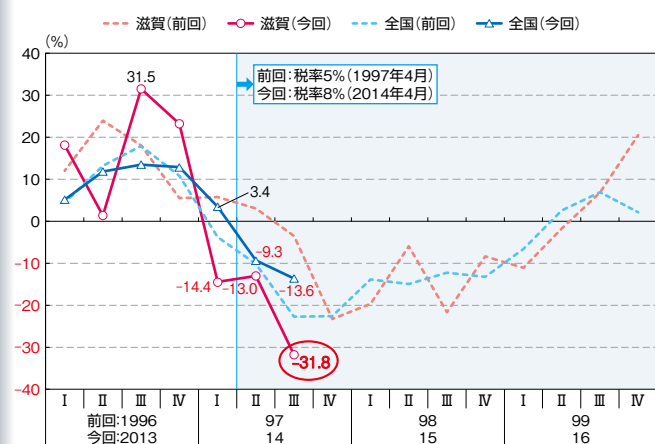
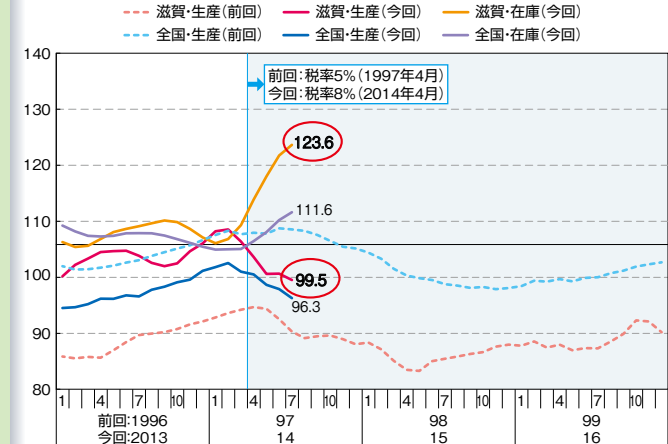


図4 鉱工業指数(3か月移動平均値、季節調整済、2010年=100)



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						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	指数	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)	103.4	—	12.3	—	1▲0.6	—	1▲1.0	※99.5	—	※0.3	※354,132	※1.9	※294,675	※11.5	—	※▲0.2	※▲1.7
2013. 9	199.9	1▲3.1	1▲0.2	1▲2.9	▲2.9	1▲2.8	100.0	0.0	0.5	287,579	▲6.9	267,035	0.5	—	1.0	0.2	
10	102.9	13.0	2.5	14.5	2.2	1▲1.8	1▲0.5	100.2	0.2	0.9	307,180	2.3	280,607	▲2.7	▲0.2	▲1.9	
11	104.6	11.7	7.9	12.8	17.0	1▲0.9	100.1	▲0.1	1.0	357,470	22.5	335,020	29.7	2.8	▲1.6		
12	106.4	11.7	19.1	11.7	19.4	13.3	1▲1.9	100.0	▲0.1	1.2	625,193	10.3	305,413	0.7	1.8	▲2.0	
2014. 1	107.1	10.7	15.9	1▲0.1	16.9	12.4	1▲1.4	99.8	▲0.2	1.2	305,567	12.7	296,152	▲7.4	1.5	▲1.3	
2	111.1	13.7	18.6	12.0	18.6	10.7	100.0	0.1	1.3	351,425	22.0	289,760	10.9	5.5	1.5		
3	107.4	1▲3.3	14.0	1▲2.1	4.4	1▲0.2	100.1	0.2	1.4	381,057	37.4	364,090	22.8	12.2	7.8		
4	100.6	1▲6.3	1▲3.7	1▲7.8	1▲4.8	11.6	13.3	102.1	2.0	3.1	388,630	13.5	303,755	▲9.5	3.0	▲0.8	
5	102.8	12.2	1▲4.0	12.7	1▲3.4	10.8	16.0	102.6	0.4	3.0	298,882	8.2	313,685	8.5	3.6	▲0.8	
6	198.4	1▲4.3	1▲4.1	1▲2.1	▲1.2	1▲0.4	11.7	102.6	0.0	3.0	627,615	49.6	297,663	5.8	3.6	▲0.3	
7	100.7	2.3	▲3.8	0.6	▲2.3	▲1.3	2.0	102.8	0.2	3.1	521,640	9.1	362,028	12.0	4.1	0.2	
8	199.4	1▲1.3	1▲4.6	1▲0.3	1▲3.0	1▲3.1	11.0	102.8	0.0	2.9	408,513	28.0	277,245	15.0	5.9	1.9	
9								102.8	0.0	2.8	362,931	26.2	335,319	25.6	16.9	12.6	
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)				大型小売店販売額	
	生 産			出 荷		製品在庫					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	指数	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. 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	▲0.0
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	0.3	▲0.6
8	95.2	▲1.9	▲3.3	▲2.1	▲3.7	0.9	4.6	103.5	0.0	3.1	383,294	▲1.4	305,836	▲2.2	2.8	1.6
9	98.0	2.9	0.8	4.4	1.7	▲0.7	4.0	103.5	0.0	3.0	341,855	▲2.2	303,614	▲3.7	11.7	10.5
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 建築物着工床面積 (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)		雇 用 保 険 受給者実人員	
	合 計				持家				分譲				新規		有効		新規	
	台	前年比	㎡	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	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. 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			
8	2,351	▲4.2	22,380	▲35.1	691	▲26.6	▲35.6	78.0	▲54.2	9,051	▲19.1	1.36	0.97	6,072	▲14.4			
9	3,324	▲2.8	43,056	▲30.8	702	▲49.0	▲28.8	▲26.8	▲80.1	12,361	▲15.2	1.41	0.93	6,012	▲11.1			
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 建築物着工床面積 (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	
			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. 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	▲7.7	16,273	3.5	1.66	1.10	3.8
8	177	▲6.3	▲3.3	▲16.1	3,976	10.9	73,771	▲12.5	▲22.7	▲3.8	▲10.3	11,276	▲8.1	1.62	1.10	3.5
9	268	▲5.6	7.3	▲45.2	3,578	▲16.7	75,882	▲14.3	▲23.4	▲5.7	▲15.3	13,984	▲8.2	1.67	1.09	3.6
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 専務取締役
吉田 郁雄

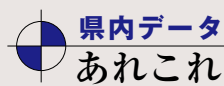
被災地を忘れず

この秋、福島県を訪れ、福島第一原発から6kmに位置する富岡町を視察いたしました。JR郡山駅から東に向かい、避難指示が10月に一部解除されたばかりの川内村を経由し、居住制限区域の富岡町に入りますと、セイタカアワダチソウに占拠された農地が広がっていました。さらに東に進みJR常磐線の夜ノ森駅まで来ますと、そこからは帰還困難区域で立入り禁止区域となっていました。人が住めない、入れない街です。夜ノ森駅周辺は桜の名所で、樹齢100年を超えたソメイヨシノを含め約1500本の桜並木があります。毎年4月に「夜ノ森さくら祭」が開催され、夜ノ森公園付近には出店が立ち並んで夜には桜がライトアップされ、各地からのお花見客によって宴が開かれていたと、ご案内いただいた

宮本町長は当時を懐かしむように話されていました。

富岡町は東日本大震災で震度6強、津波の高さは21.1m、そして原発事故を経験しました。今年10月現在、福島県では今なお12万7千人の方が避難されており、そのうち帰還困難区域の方が2万5千人、居住制限区域の方が2万3千人もおられます。一刻も早い復旧と復興が求められますが、3年半を経過した今も復旧さえ手がつけられない地域があることを知りました。

しかし、富岡町はもちろん福島県の訪問先では「震災や原発事故を乗り越え復興させる」という強い意志を感じました。遠隔地の私たちも日本人として、経済人として、被災地のためにできることを実践していきたいとあらためて痛感した次第です。


 県内データ
あれこれ

● 平成24年経済センサスー活動調査

4分の1以上が製造業に従事

事業所数では「卸売業、小売業」がトップ

今回は総務省の「平成24年経済センサスー活動調査」から、県内の事業所数および従業者数についてみてみたい。県内の総事業所数(出向・派遣従業者のみは除く)は55,265事業所、従業者数は590,842人で、全国に占める割合は、事業所数、従業者数ともに1%程度だ。業種別にみると、事業所数では「卸売業、

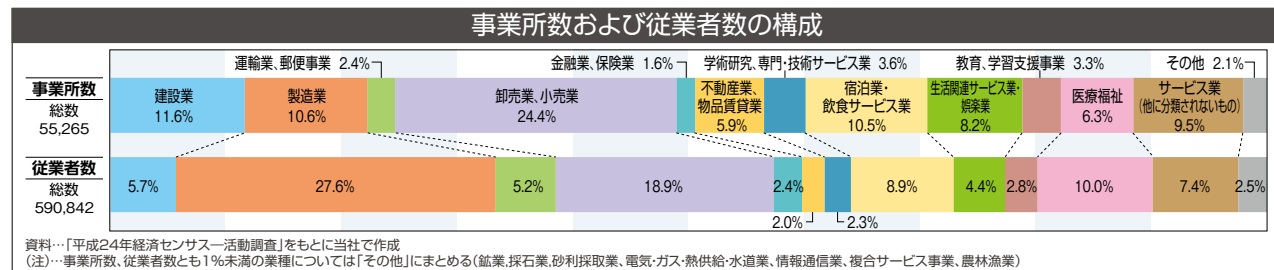
小売業」が13,461事業所と最も多く、全体の24.4%を占める。次いで、「建設業」(11.6%)、「製造業」(10.6%)となっている。一方、従業者数では、「製造業」が163,329人と最も多く、全体の27.6%を占め、4分の1以上の従業者が「製造業」に従事している。次いで「卸売業、小売業」(18.9%)、「医療、福祉」(10.0%)な

どが続いている。

全国では事業所数、従業者数ともに「卸売業、小売業」がトップであるが、県内では従業者数で「製造業」がトップと、「ものづくり県」である滋賀県の特徴といえる。

製造業の活動動向をあらわす、「鉱工業指数」は、足元では弱含みで推移しているものの、県内の経済活性化には高いウェイトを占める製造業の活況が必要不可欠であり、今後の製造業の動向に注目したい。

(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

株式会社近江園田ふぁーむ

■本社／近江八幡市野村町2504-1
■設立／2013(平成25)年
■代表／園田 耕一
■従業員数／11名
■事業内容／農産物の生産・販売
■問い合わせ先／TEL:0748-36-8586

環境にやさしい農業から生まれた、安全でおいしい「えんこう米」

「届けよう、一つ上のご満足。活かした土が生命を育てる」をモットーに、安全でおいしい米づくりを実践しているのが株式会社近江園田ふぁーむだ。できるだけ農業・化学肥料を使わないように、手作業での畦の強化や草刈りなどさまざまな取り組みを行っている。

また、環境にやさしい農業にもいち早く取り組み、NPO法人与自然連携して、企業の社員食堂などから出る生ごみと自社の米ぬか、大豆くず等で年間約150トン堆肥として再利用している。これらの活動が評価され、

認定農業者※1やエコファーマー※2などの認定を受けている。

そんな農業法人から生まれたお米が「えんこう米」だ。品名は代表者の名前に由来するが、【縁幸米】の意味も込められている。肥料には、海中に堆積した昆布類などの抽出液で作られた天然ミネラル(MR-X)を使用。お米のおいしさを評価する食味値※3では、平均が「72」程度のところ「80～90」を算出し、科学的にもおいしさが証明された。コシヒカリの他に古代米の黒米、赤米など多様な品種で展開中だ。

※1 意欲と能力のある農業者が自らの経営を計画的に改善するため、「農業経営改善計画」を作成し、市町村が認定する制度。

※2 持続性の高い農法(堆肥による土づくり、化学肥料・農業の低減技術を組み合わせた農業生産)を実践している農業者。都道府県認定。

※3 お米に含まれる各成分の含有量を測定し、お米のおいしさを総合的に評価した数値。数値が高いほどおいしいお米。

SHIGAGIN TOPICS

「ふるさと投資」連絡会議へ参画
～クラウドファンディングを活用し地域活性化～

当行は、内閣官房地域活性化統合事務局が設立する「ふるさと投資」連絡会議に構成員として参画しました。

本連絡会議は、地域資源を活用したプロジェクトを支援し、クラウドファンディング等の手法を用いた「ふるさと投資」の普及・促進を図るため、関係省庁や地方公共団体、地域金融機関などが連携するものです。

連絡会議設立シンポジウムが10月31日、東京都内で開催され、当行は参画する地方銀行を代表しパネリストとして参加。当行が取り組むふるさと投資の事例として、2011年5月に設立した「滋賀の魅力発信ファンド」を紹介しました。本ファンドは、滋賀県ならではの「自然」「食」「歴史」「産業」等の地域資源を「観光」と融合させ、地域ブランドの魅力向上と地域資源を活用した新商品や

サービスに取り組む事業者をサポートするものです。これまで「黒壁ガラス工房ファンド」「琵琶パールファンド」などに投資しています。



地方銀行の代表として当行の取り組みを紹介

ふるさと投資／地域資源の活用やブランド化など、地域活性化に資する取り組みを支えるさまざまな事業に対するクラウドファンディング(インターネットを通じて広く一般から投資を募る仕組み)等の手法を用いた小口投資で、地域の自治体や地域づくり団体の活動と調和が図られるもの。

私たちの企業活動は、環境保全と繋がっている。

しがぎんリース・キャピタルは、近畿の水がめ、琵琶湖の畔に本拠を置く総合リース・投資会社として、環境にやさしい商品、省エネルギー物件への取り組みや、環境にやさしい企業のベストパートナーとして、高度化・多様化するお客さまのニーズにお応えしております。



しがぎんリース・キャピタル株式会社

●本 社●

〒520-0041 大津市浜町4番28号 浜町ビル4F
TEL (077) 522-6391 (代表) FAX (077) 526-0822
HPアドレス: <http://www.shigagin-slc.co.jp>
Eメールアドレス: sb-lease@gamma.ocn.ne.jp

- 湖西・堅田営業所 〒520-0242 大津市本堅田5丁目18番12号 滋賀銀行堅田駅前支店内
TEL (077) 573-5911 FAX (077) 573-5977
- 湖 南 営 業 所 〒525-0032 草津市大路1丁目14番26号 しがぎん草津ビル4F
TEL (077) 563-8668 (代表) FAX (077) 563-8669
- 八 幡 営 業 所 〒523-0873 近江八幡市正神町1番地 滋賀銀行八幡支店2F
TEL (0748) 36-7986 (代表) FAX (0748) 36-7988
- 彦 根 営 業 所 〒522-0075 彦根市佐和町11番21号 滋賀銀行彦根駅前支店3F
TEL (0749) 26-6501 (代表) FAX (0749) 26-6521
- 湖 北 営 業 所 〒526-0037 長浜市高田町9番10号 滋賀銀行長浜支店内
TEL (0749) 68-1021 FAX (0749) 68-1161
- 水 口 営 業 所 〒528-0013 甲賀市水口町宮の前1番7号 滋賀銀行水口支店2F
TEL (0748) 63-1320 FAX (0748) 63-1321
- 京 都 営 業 所 〒600-8411 京都市下京区烏丸通四条下ル水銀屋町630番地 京都滋賀ビル4F
TEL (075) 351-8655 FAX (075) 351-8660
- 三 重 営 業 所 〒518-0873 伊賀市上野丸之内51番地の1 滋賀銀行上野支店2F
TEL (0595) 21-2530 FAX (0595) 21-2535

各地で感動を呼び 待望の滋賀初公演！BS日テレでおなじみ フォレストコンサート in 滋賀

2015年3月1日(日) 14:00開演 ▶野洲文化ホール(JR琵琶湖線・野洲駅南口より250m)
【全席指定】一般5,500円 3階親子席3,500円

プログラム

日本叙情歌・昭和名曲・ポップス曲・オペラ歌曲 等

出演予定メンバー

男声……大野隆、横山慎吾、澤田薫、堀込功司
女声……白石佐和子、中安千晶、吉田静、上沼純子、内海万里子
ピアノ……南雲彩、吉野翠、山元香那子

清楚で、凛々しく、そして、たおやか・・・
日本の美しい風土に生まれ、時の流れに育まれた
数々の名歌を歌い継ぐ人気混声コーラスグループ
「フォレスト」による滋賀初のコンサート。
童謡、唱歌、叙情歌、歌謡曲、クラシック歌曲など
幅広いジャンルの名曲を歌い上げる。
メンバー全員が音楽大学出身で、
素晴らしいハーモニーを多くの心に届けようとの志を持つ

“日本の名曲の伝道師達”
名曲は美しい風土に生まれ、
名歌は時の流れに育まれて
かけがえのない思い出に寄り添いながら
いつまでも生き続けます。
歌い継ぎたい素晴らしい詩と旋律・・・
それは、日本のこころ

写真提供: BS日テレ