

かけはし

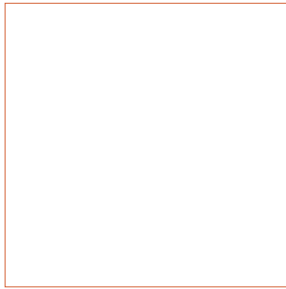
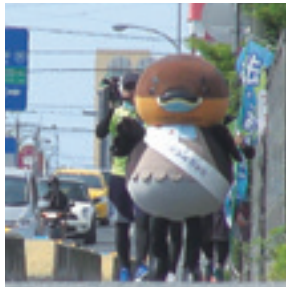
10

October

2015 vol.175

かけはしマネジメント対談

滋賀県製薬株式会社



企業・強みの研究

株式会社まちおこし

企業・強みの研究

三晃商事有限会社

地域が変わる—地域活性化の現場

草津【みなくさまつり】



C O N T E N T S

- 02 **ビジネストーク**
「環境保全」と「経済発展」
- 03 **かけはしマネジメント対談**
滋賀県製薬株式会社
代表取締役社長 吉川 治樹氏
- 07 **企業・強みの研究**
株式会社まちおこし
- 09 **企業・強みの研究**
三晃商事有限会社
- 11 **地域が変わる—地域活性化の現場**
草津
みなくさまつり
- 14 **アジア&ワールド**
香港小売市場の変化
- 16 **アナリストレポート 県内景気天気図**
足踏み状態から上向きはじめた
- 18 **ズームアップ 県内経済情報**
具体的に対応している企業は2割を下回る
滋賀県内企業動向調査
特別項目「マイナンバー制度について」
- 20 **主要経済指標**
- 21 **イチ押し! pick up**
株式会社スリーケー
「部屋干しバイオくん」と「排水洗浄液」
- 21 **しがぎんとピックス**
「環境人づくり企業大賞2014」で最優秀賞
- 22 **着眼大局**
「ふるさと納税」
常務取締役 今井 悦夫
- 22 **県内データあれこれ**
宿泊旅行統計調査



03



07



09



11



21

「環境金融」で低炭素社会へ



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。



当行は、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製(コピー)・複製(転載)を禁じます。



ビジネストーク

「環境保全」と「経済発展」

頭取 大道 良夫

「滋賀県湖南省経済交流団」の一員として、8月9日から12日まで中国・湖南省を訪問しました。短期間でしたが、密度が濃く、得るところが多い有意義な訪問でした。

滋賀県と湖南省は、琵琶湖と洞庭湖の「湖」を取り持つ縁で1983年(昭和58年)に友好関係を結んで以来、環境、観光、青少年、経済など多方面で相互交流を深めてきました。

今回は、友好交流の一層の促進を目的に、滋賀県代表団(三日月知事、西村県議会議長)をはじめ、経済交流団、県民友好交流団、高校生交流団など総勢約100名が訪問しました。

互いに国を代表する湖を有する滋賀県と湖南省は、今日までの産業発展構造も類似、ともに豊富な水資源を生かした農業振興からはじまり、水陸交通の要所という利点を活かした工業へと発展してきました。

しかし今、琵琶湖の4倍以上の面積を有する洞庭湖では、流域一帯の経済発展に伴い、工業排水、農業排水に起因する水質汚濁が進み、漁業などに深刻な影響が出ています。

今回の交流では、湖南省側から「経済発展と環境保全のどちらを重視すべきか」「経済と環境はいかに両立できるか」との発言が相次ぎました。この「古くて新しい」質問に接するたび、事態の深刻さを思い、琵琶湖で培ってきた水質浄化の技

術・知恵で今こそ洞庭湖の「水質改善モデル作り」の支援を、と願った次第です。

一方、「経済発展」については、湖南省側から「重点産業の自動車部品関連や精密機械、省エネ・省資源、農業加工の分野に力と力を注ぎたい」と発言がありました。この分野では、当行のお取引先が「強み」とされる技術も多く、今後、連携を一層深めていける可能性を強く感じました。

3日目には、交流団ごとに交流会が持たれ、私が出席した「湖南・滋賀県経済貿易交流会」では、双方のメンバーの間で活発な意見交換が展開されました。

なかでも、湖南省工商連・湯書記は「滋賀には琵琶湖の水質を改善した世界の手本となる技術がある。学ばねばならない」、同省商務庁・羅副庁長は「大手自動車メーカーの進出に伴い自動車部品製造分野の地場中小企業の発展が著しい。この分野で連携ができればお互いにメリットは大きい」「湖南省は農産物、畜産物が豊富だが、加工技術はまだまだ。この方面でも滋賀県を重要なパートナーとして期待している」とそれぞれ発言、これからへの熱い思いを感じました。

この訪問を終え、32年間の友好交流を基本に今後、県の行政と経済界の連携で両県省の経済交流のさらなる実を、と改めて心した次第です。皆さんもぜひ湖南省の「熱気」を感じられては。

BUSINESS TALK

滋賀県製薬株式会社

代表取締役社長

吉川 治樹氏

▶ interviewer

頭取 大道 良夫

大原支店長 柚木 俊夫

「暮らしに近く、健康に優しい」。 一錠の医薬品に人の思いを込める。

配置薬からOTC(一般用医薬品)の製造販売や受託製造へ転換。市場構造の変化に合わせて柔軟に変化しながら、滋賀県製薬の事業を貫く「世の中の笑顔と健康を守りたい」との思いに揺らぎはない。



滋賀県製薬株式会社 代表取締役社長
吉川 治樹(よしかわ・はるき)氏

1990年、滋賀県製薬株式会社入社。2006年、取締役営業部長に就任。2010年、代表取締役社長に就任。

事業者統合からスタート 先進技術を武器に海外へ進出

大道●甲賀地域で多くの製薬会社が集積する「製薬の里」となったのは、生薬の原料となる薬草が自生する自然環境に恵まれていたからだそうですね。また、この地に育った修験道文化に起源があるなど諸説があるようです。今回お訪ねした滋賀県製薬さんも、1943年の設立以来、この甲賀の地に根差しながら、「もつと暮らしに近く、もつと健康に優しい」をテーマに、私たちの健康を支え続けておられます。

吉川●頭取がお話しされた修験道文化は、甲賀忍者の誕生に結びつくとともに、そこで修行する山伏や修験者たちが、独自に開発した常備薬などを持ち歩き、全国を売り歩いたとされています。江戸末期には売薬業を営む事業者が登場し、明治以降、製薬・売薬を生業とする事業者がこの地に多数あったようです。戦時中の統制経済の下、多くの県内事業者が統合される形で当社が発足しました。滋賀県製薬の社名はそんな事情を物語っています。戦後になると、海外の先進的な技術を貪欲に吸収して、飲みやすい糖衣錠の製造に挑戦。ヒット商品の総合感冒薬「スパーク糖



長年のノウハウが生きる栄養剤や胃腸内服液剤のライン工程で、左から大道頭取、吉川治樹社長、柚木支店長

衣錠」につなげました。

大道●御社は、甲賀の地が育んだ生薬づくりの伝統技法を継承されながらも、時代が求める薬を積極的に追究されてきました。鋭い時代感覚と研究開発への熱意が、その後の成長につながりました。その一つがアジア諸国向け総合胃腸薬「胃仙」^{ワイセン}ですね。56年にマレーシアやシンガポール、タイや香港で発売され、今なお、アジア圏で愛されています。続けているロングセラー商品になっています。

配置薬で一時代を築き 流通の変化に合わせて方向転換

吉川●当時の社長、私の祖父にあたる吉川治右衛門がアジア諸国を視察した際に、現地の薬局でさまざまな医薬品を収集。そこから学んだものを「胃仙」に込めて、当時は日本製品よりレベルが高かった現地の医薬品と競争するために進出し、好評をいただいたようです。現在、香港の代理店経由で販売しています。日本国内では販売していません。日

本を訪れたアジアの旅行者が、ドラッグストアで「胃仙はないのか」とおたずねいただくこともあるようです。

大道●56年にアジア市場に輸出されたとは、素晴らしい先取の気概ですね。一方、国内市場では配置薬を柱にして全国に販売網を広げ、一時代を築かれました。吉川●配置薬の花形商品「総合かぜ薬スパーク」の看板が街を彩った風景を懐かしく思われる方も多いようです。配置薬は当社の一時代を築きましたが、ドラッグストアの普及によって医薬品の流通形態は大きく変わりました。当社も新たなチャネルに合わせた医薬品づくりへ方向転換しました。その一つがドラッグストア向けOTC(一般用医薬品)です。柚木●OTCとは、お医者さんに処方してもらった医療用医薬品ではなく、薬局やドラッグストアで販売している薬のことですね。

ドラッグストア向け市場に さまざまなOTC商品を提供

吉川●かつては市販薬、大衆薬とも呼ばれていましたが、いまはOTCと総称されています。この分野での一番のヒット商品は「葛根湯液」^{かっこんとう}です。高いシェアを誇る商品で、大きなドラッグストアへ行けば、ほとんどの店で「滋賀県製薬の葛根湯

経営理念

四者発展

誠実・感謝・愛情の
精神により、
顧客・社員・会社・社会の
四者発展をめざす。

会社概要

滋賀県製薬株式会社

- 資本金/1億9,000万円
- 従業員数/110名
- 事業内容/医薬品・医薬部外品・健康関連商品の製造販売及び輸出入業
- 本社所在地/甲賀市甲賀町滝879番地
- URL/http://www.shigaken-pharm.co.jp/

沿革

- 1943年 総合医薬品メーカーとして営業開始
- 1956年 マレーシア、シンガポールに総合胃腸薬「胃仙」を輸出
- 1957年 タイ、香港等へ販路拡大
- 1970年 第一液剤工場を新築
- 1976年 興和株式会社と業務提携
- 1979年 ロート製薬株式会社と業務提携
- 1984年 健康関連事業へ進出
- 1994年 OTC部門へ進出
- 2005年 第二固形剤工場増築
- 2006年 第二包装工場改築
- 2007年 固形剤工場改築、高速瓶充填ライン導入
- 2011年 医療用包装ライン導入



ます。「現場力」は、製造設備のオペレーターに多様な研修を繰り返して、習熟度をアップさせ、さらに一人でいくつもの製造機械を扱えるよう多能工化も図るなど、「人の成長」を促します。そんな日々の堅実な取り組みが、スピードと正確さを伴う「対応力」と結び合って大きな強みを発揮するのだと思います。

大道●なるほど。やはり医薬品をつくる現場でも、決め手となるのは「人の力」だったんですね。

吉川■私は「人の良いところを見つけたら褒めよう」と育てようとしていますが、感謝したい気持ちになったら、「サンキューカード」と名付けた用紙にその思いを書いて相手に渡す。こんな仕掛けによって、相手の美点を素直に認め合うことで、社員間の信頼感やコミュニケーションを深められます。こういった小さな

な取り組みの積み重ねが、多くのお客さまからの信頼につながっています。

大道●製造工程での「現場力」に加え、包装での高い技術力も委託元から高い評価をいただかれているようですね。開封するまで品質を薬剤単位で維持する「両面アルミシート」はその代表例だとお聞きしています。

吉川■錠剤やカプセル剤などでは、ドーム状のプラスチックフィルムをベースにアルミフィルムを被せて薬剤を包み込むPTP包装が広く用いられています。しかし、なかには吸湿しやすい性質の薬剤もあるため、プラスチックフィルムの部分をアルミフィルムに変えて吸湿の遮断性を高めたものが「両面アルミシート」です。一般用医薬品での採用に事例がなく、包装機器メーカーとの共同開発で、国内で初めて実用化にこぎつけました。

**今後とも強まる医療費抑制
一般用医薬品には追い風に**

大道●医薬品の製造販売元となると、販売後の安全性保証を含む品質管理や情報提供にも一層注力されているのですね。

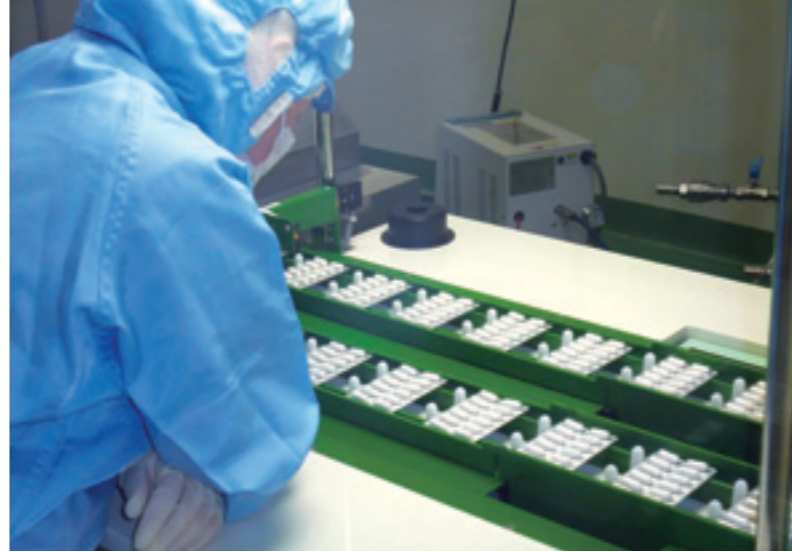
吉川■改正薬事法では製造販売業者の負う責任が以前より増えていますから、私たちは製造時から販売後の品質や安全性を保証しなくてはなりません。当社では医薬品の原料・製造・販売後の品質を確保する「品質保証室」、販売後の安全性を確保する「安全管理室」を設けるほか、お客さまがより安全に使用していただくためのサポートをする「くすり相談室」も用意しています。例えば、「授乳中なのですが、葛根湯液を飲んでもいいのですか」など、妊婦さんや育児

中のお母さんなどからのお問い合わせが多いようです。

大道●国の医療費抑制がさらに強まると思われる将来をどう展望されますか？

吉川■予防医療につながるセルフメディケーションが奨励されているため、一般用医薬品に携わる当社にとっては追い風になると思います。葛根湯液に匹敵する次の看板商品を育てたいですし、受託製造については医療用医薬品や健康食品にも幅を広げていきたいですね。厚労省が推進するジェネリック医薬品には特に注目しています。

大道●今後とも、私たちのQOL(クオリティ・オブ・ライフ)を支える「暮らしに近く、健康にやさしい」医薬品づくりに期待しています。本日はありがとうございました。



生産された薬剤は全品検査される



受託製造の「液キャベ」シリーズ(左上)とOTCとして販売している「葛根湯液」(右上)、目薬の「ワコーリス」シリーズ(下)

液」が置いてあります。他にも目薬、風邪薬、鼻炎薬、ドリンク剤などさまざまなOTCを製造しています。

大道●多くのドラッグストアに販路をお持ちのようですが、御社への信頼性が高いからでしょうか。

吉川■お客さまが何を求めているのか。市場ニーズをつぶさにキャッチし、製剤設計や処方方の組み立て方を的確にスピーディーに進め、販売する。これが私たちのOTC開発の基本姿勢です。市場ニーズはドラッグストアのバイヤーさん等から入手しています。やはり、お客さまの思いを一番ご存じですからね。

「葛根湯液」では30ミリリットル6本入りの「お得感がある商品」も、ドラッグストアの要望から生まれました。新しい処方の商品を積極的に提案し、採用が決まった後の製品化も迅速かつ正確に行う。これが私たちの考え方です。

大道●そうやって自社ブランドのOTCに力を注がれるとともに、大きな柱である医薬品の受託製造も近年大きく伸びておられます。

**改正薬事法施行を機に
医薬品の受託製造が急増**

吉川■医薬品の受託製造を始めたのは76年です。当時の厚生省がGMP(医薬

品の製造管理および品質管理に関する基準)を作成・公表したのに合わせて、当社はGMP適合工場の認証を取得しました。それがきっかけで、大手製薬メーカーとの業務提携がスタート。その頃、滋賀県製薬が誇っていた最新の液剤製造設備をフルに生かして栄養剤や胃腸内服液の受託製造を始めました。当時は配置薬の製造販売が収益の中心だったため、リスクヘッジする目的だったようです。

大道●受託製造の歴史は長いんですね。委託先や委託種類が急速に増えたのは、2005年の改正薬事法施行以降だとお聞きしています。

吉川■改正薬事法では、従来の製造承認制度から製造販売承認制度に移行され、医薬品製造の全面委託が可能になりました。これにより、大手製薬メーカーでは経営資源を新薬創出の研究開発に集中するようになりました。

柚木●医薬品業界に大きな構造変化を促す「大波」になったようですね。

吉川■折しも、当社は得意分野だった液剤を維持しながら、固形剤の受託製造を強化するため、最新の大規模製造設備を導入していました。偶然か必然か、それと薬事法改正が重なったおかげで「大波」からの恩恵を得ることができました。以降、受託製造は勢いよく伸



製品の品質を長く保つための錠剤の包装工程

び、現在では売り上げの半分以上を占めるまでになっています。

**信頼に欠かせない「人の力」
もの言う「現場力」と「対応力」**

大道●16社の委託元には大手製薬メーカーも多く、誰もが商品名を知っている総合風邪薬や口腔・咽喉薬など50品種ほどを受託製造されておられます。信頼性、安全性を問われる医薬品の製造を大手メーカーから委ねられる要因は何だとお考えですか？

吉川■新規の医薬品を委託される場合、さまざまな課題をクリアしなくてはなりません。当社の強みは「現場力」と「対応力」、それに「人の力」だと考えてい

滋賀が好き。その熱意を込めたコンテンツ群で 「滋賀おこし」の風を興すクリエイターズ。



ホテルで行われた「甲賀戦士忍ジャガー」のディナーショー



「アミンチュ(淡海人)のための アミンチュ」が発信する元気な番組

「アミンチュプロジェクト」のコンセプトのもと、BBC(びわ湖放送)が放映する多彩なコンテンツ群が、滋賀県を元気にする「風」を起している。

滋賀県各地の「地域のニュース」を県鳥カイツブリがモチーフの着ぐるみキャラクターがレポートする「知ったかぶりカイツブリにゆーす」。地域密着ヒーロー総登場のフラッシュアニメ「滋賀ツツマン」。スタイリッシュな特撮ヒーロー「甲賀戦士忍ジャガー」。どれも滋賀県のローカリティ

ティーに深く根差した視点から発想されたものだけに、中央発信型コンテンツにはない魅力を持ち、コミュニティ内でのみ共有されている話題や生活がそのまま番組化されている身近さが特色。多くの県民から愛されているのもうなずける。これらを制作しているのが、実写作品の監督や楽曲の作詞・作曲も手掛ける西川興社長を筆頭に、イラストレーターやストーリーテラーなど、滋賀県在住の気鋭のクリエイターたちが集まる株式会社まちおこし(守山市)だ。

を深めたり、地域をアクティブにするための「滋賀を盛り上げるプロジェクト」だ。「コンテンツ制作にこだわらず、さまざまなおもてなし」を仕掛ける西川社長たちはコンテンツ制作にとどまらない。「カイツブリにゆーす」の人気キャラ「野洲のおっさん」が児童虐待防止キャンペーンや滋賀県産米粉のPRにひと役買うなど、放映で人気を得たキャラクターをさまざまな地域貢献活動などへ拡大。他にも湖国のご当地キャラ総出演の劇場版映画「笑ってパッカード」の制作、普通の少女たちのアイドル化プロジェクト「アミンチュガール」といった地域活性化ムーブメントにも力を注ぐ。7月1日の「びわ湖の日」の告知のために、2011年から続ける「野洲のおっさん」のびわ湖一周行脚は、毎年、大勢の県民から応援され、「滋賀はひとつ」とい

※フラッシュアニメ「Adobe Flash」というソフトで作成されたアニメ。

う心情をさざ波のように広がってきた。「私たちが売るのはコンテンツやキャラクターではなく、滋賀を動かす『風』なのだと思う。すべての取り組みを滋賀の元気につなげたい」。西川社長のこの思いがすべてを物語る。

「東京と違う滋賀流でやりたい」 それが地域密着型「コンテンツ」の原点

スポンサー料やキャラクター商品販売という点で、市場規模が小さな地方を対象にするコンテンツビジネスは成り立ちにくいとされてきた。この会社が独自色の濃いローカルコンテンツビジネスを成り立たせたのは、地域に役立ちたいと願う「熱」の賜物。徹底した「ローカルの目線」に加え、一連の事業が「地域経済循環創造事業交付金」の採択や、新技術の開発や新分野への進出をサポートする「ニュービジネスサポート資金」の融資、ニュービジネス奨励金である「しがぎん野の花賞」の受賞など、滋賀県や地元金融機関からの金融面でのバックアップを得られたのも大きな要因であろう。

コピーライターだった西川社長が仲間たちと一緒に起業したのは2000年。当初はモバイルマーケティングやWeb漫画など多様な仕事を手掛けていたが、インターネット動画共有サービスの出現を機にフラッシュアニメの可能性に着目し、毎月100本もの動画をつくって自

社サイトにアップ。東京の有名なクリエイティブ集団の目にとまり、連携の誘いも受けた。「ありがたかったが、能力主義の東京流に呑み込まれるのは嫌だった。もともと自分たちらしく、滋賀流でやりた。そう考えたことが、地域密着型コンテンツに目を向けるきっかけになった」。

こんな経緯から、08年に初の番組企画をBBCへ持ち込む。平和堂のカードを持つと大人になった気分になる「そんな滋賀県民だけが共有できる」あるあるネタを歌とアニメで表現する「知ったかぶりカイツブリ」だ。これが大きな共感を呼び大ヒットとなった。

もって滋賀を元気づけよう 新ツールも意欲的に導入中

西川社長は「地域メディアや行政等の情報発信をカバーするための『すぎま』を、私たちが埋めていく。県民が待ち望む『楽しくて共感できる番組』をつくる」とともに、それを地域おこしへと発展さ



車から手を振って応援を受ける、びわ湖1周行脚中の「野洲のおっさん」



滋賀県庁に投影されたプロジェクションマッピング

せることができれば、真のローカルコンテンツビジネスが生まれる」と気づき、統一コンセプト「アミンチュ」を立案。以降は、前述のような「コンテンツとムーブメントの統合」を特色とする活動を継続している。

「ソーシャルネットワークのように県民みんなで創造する番組」「受け手が一緒に盛り上がるからムーブメントになる」「地域が動き、企業も動くからビジネ

スになる」など、この会社の成功の理由はさまざまだが、原点は「滋賀愛」だ。

「最近、プロジェクションマッピングも手掛け始めた。例えば、安土城天守閣が毎週末の夜に映像でよみがえる。そういった発想で、夜間観光の魅力に乏しい滋賀に元気を広げていきたい」と抱負を語る西川社長。そのコンテンツ制作の手腕は県外や海外からも注目され始めている。

Profile

株式会社まちおこし

- 本社/守山市吉身4-1-23
- 設立/2000年
- 資本金/1,000万円
- 従業員数/6名
- 事業内容/テレビ番組企画・制作、テレビアニメ企画・制作、楽曲制作。まんが制作、イベント企画・制作、ゲーム制作その他

<http://www.okosu.jp/>



代表取締役社長
西川 興氏

Voice

琵琶湖を一周する「野洲のおっさん」への声援。児童虐待防止啓蒙のプロジェクト「アミンチュ」に注がれる視線。私たちのムーブメントが、滋賀の心をつなぎ始めた実感がありません。今後の活動にご期待ください。

さまざまな樹脂塗料をきれいに除去する技術で 製造現場の悩みに応えるプロフェッショナル。



塗装ハンガーの塗膜を除去して 部品の品質を支える

自動車や家電製品等の複雑な形状をした部品の塗装では、塗料で満たした槽に電気を流す電着塗装が用いられる場合が多い。塗料には絶縁性があり、塗装する部品を吊り下げるハンガーや治具類に樹脂の塗膜層が残ると、電着作用が妨げられてムラが生じるなどの品質不良につながる。

そのため、塗装ハンガーを使用する工場では、溶剤による洗浄やショットブラスト処理（鉄粉による洗浄処理法）で塗膜除去を行ってきた。しかし、塗料の技術が進化する中で有機溶剤不使用の粉体塗料などは、自社の設備や技術では思うように除去できなくなってきた。

こんな状況を背景にして「塗装ハンガーや治具類の塗装剥離を専業とする



剥離処理能力が格段に高まった「流動床によるガス化システム」

を頼りに多くの塗装不良の部品が持ち込まれてくる。

「3方式の中でも、流動床ガス化システムが当社の一番の強みだろう。米国製の特殊な設備を使うため、国内でのシステムを導入している専門業者は5社程度。おそらく関東と九州以外で導入しているのは当社だけ。しかも国内2番目という設備規模で、1日に4トン車2〜3台分のハンガーを処理できる」。吉川徹社長はそう胸を張る。

ニーズへの対応力と技術研鑽が 事業の安定化につながる

60年前に吉川社長の父親が創業。当初は日用雑貨やセメント等を商い、その後プロックなどのコンクリート成型品を製造・販売していたが、当時、社員だった吉川社長は将来性に疑問を抱いた。そこで新

ビジネス」で業績を伸ばしているのが、高島市の三晃商事だ。西日本エリア唯一の塗装剥離のプロフェッショナル企業として、滋賀・大阪・京都など近畿一円の自動車部品や家電部品を中心とした製造現場から、多くの依頼が持ち込まれている。

国内第2位の設備規模で 高効率な処理能力を発揮する

塗料を剥離するには、同社では三つの方法を使用している。まず、塗装剥離を手掛けるようになってから20数年にわたって技術を磨いてきた「密閉槽による無酸素樹脂交換システム」。完全に密閉された槽の中で500℃程度の加熱処理で塗膜を炭化させる方式で、ほとんどの塗料を除去できる。母材である金属部分を変質させない点も特長の一つだ。

そして次が、2013年に導入した「流動床によるガス化システム」。流動床と呼



塗装剥離処理前(左)と処理後(右)

しいビジネスを求めて廃プリント基板からレアメタル（希少金属）を取り出すための前処理工程の「低温樹脂分解装置」を購入した。レアメタル事業は断念したが、この装置が塗装剥離に使えるという興味深い情報が耳に入った。また、塗装ハンガー剥離の専門業者がいることも分かった。これが転機になり、手持ちの樹脂分解装置を生かせる密閉槽方式で塗装剥離事業をスタートさせた。「需要がありそ

ばれる槽の中でプロパンガスを燃焼させて420〜450℃に加熱した石英砂の微粒子を攪拌しながら処理製品を温め、その放射熱で樹脂を燃焼させる。ほとんどの樹脂を除去でき、母材を変質させない点は「密閉槽方式」と同じだが、樹脂を

燃やし尽くすため、仕上がりの品質が一層高まるうえ、処理速度は格段に速くなる。最後は、手作業による「溶剤を使った剥離システム」。前の方式ほど大量に処理できないが、母材が薄い、加熱に適さないなどの場合には重宝され、同社の技術



剥離処理した塗装用ハンガー

うな工場に飛び込んでみると、ニーズは予想以上に多く、当社の処理量が追いつけるか心配になるほど受注が入った」と吉川社長は振り返る。

近畿圏に同業者はなかったが、それだけで事業を軌道に乗せられたわけではない。吉川社長は品質にこだわり、既製品を超える性能を求めてオリジナルで設計して装置を作り、炭化した樹脂を洗い落とすためのショットブラスト工程にも創意工夫を注いだ。いつも顧客の顔を思い浮かべ、職人として妥協のない技術研鑽を積んできた。その賜物か、これまで品質へのクレームは無く、常に処理能力を超える受注量を確認することができた。

塗装剥離だけでなく 用途開発にも大きな可能性

創業地の海洋工場の処理能力を補うため、2009年にメタセコイア並木の近くの白谷に新工場を建てた。そこには、「処理能力さえ増やせば」次のステップが

に進める」という確信があった。1年前に発生したリーマン・ショックの経験から、多少の外的要因だけでは揺るがない強固な事業基盤を目指すことを決意し、流動床ガス化システムの導入につながった。大きな投資だったが、生産性は桁違いに高まり、受注量のスケールアップを目指す体制が整えられた。

「用途開発も広がりつつあり、医療器具用の金型の中に詰まった樹脂を除去する依頼もきた。当社の処理技術を使えば、組み立てた複雑なユニット内にある樹脂でも、ユニットを分解することなく除去できる。これまでの塗装剥離とは違う、幅広い樹脂の分解・除去ニーズに応えられるだろう。樹脂コーティング製品の再利用や、母材が髪の毛ほどの線材でも剥離処理できる技術を使えば精密な電子部品にも対応できる」。

苦難を乗り越えた末に獲得した強固な事業基盤、そこから紡ぎ出される可能性は大きい。

Profile

三晃商事有限公司

- 本社/高島市マキノ町白谷218
- 設立/1955年
- 資本金/300万円
- 従業員数/9名
- 事業内容/塗装ハンガー・治具等の塗装剥離、アルミ製品・ダイキャスト製品等の塗装製品剥離、ショットブラスト加工、ハンガー製作

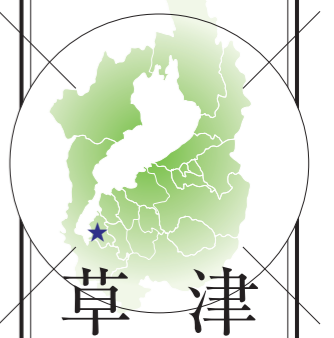
<http://www.hakuri.co.jp/>



代表取締役
吉川 徹氏

Voice

塗装剥離の技術はもちろん、母材を変質させずに樹脂を除去する当社独自の技術が、さまざまな樹脂の分解・除去ニーズにお応えします。塗装や樹脂に関することなら、お気軽にご相談ください。



草津

みなくさまつり

発展する南草津に生まれた新しい祭り 住民間の交流を生み、絆を深める

毎年11月、「みなくさまつり」が開催される日曜日、南草津駅周辺は大変な人出でにぎわう。南草津は近年、駅前にマンションが林立し、人口は急増しているが、その影で地域のつながりの希薄化が懸念されている。みなくさまつりは、住民間のコミュニケーションを深めてほしいという期待を込めて始められた新しい祭りだ。

乗降客数県内1位なもの 新旧住民のつながり薄く

南草津は中世の頃から、萩の名所「野路の玉川」で知られ、多くの歌人が和歌に詠んだ、歴史ある場所である。1980年頃までは、田畑が広がるのどかな地域だったが、94年にJR南草津駅が設置され、立命館大学びわこ・くさつキャンパス（BKIC）が開学すると、一気に宅地開発が拡大。駅前には大型マンションが次々と建設され、新たな住民が急速に増加した。そして、南草津駅とBKICが20周年を迎えた2014年度には、南草津駅は草津駅を抜いて1日の平均乗降客数が県内1位、土地公示価格でも駅前のマン

ション街区が住宅地としては県内最高となった。

その理由は、11年に新快速が停車するようになり、京阪神へのアクセスがさらに良くなったこと、大学があり、大企業の製造拠点多いことなどが考えられる。人口減少に悩む地域が多い中、南草津は全国的に見ても、目立って勢いのある街の一つといえる。

しかし、増え続ける新たな住民と以前から居住する住民のコミュニケーションが乏しく、新しい居住者は自治会への参加も少なく、街とのつながりが薄いとといった問題点も指摘されている。このような南草津の状況に対して、世代を超えて広く住民間のふれあいの機会をつく

食店で、多数の応募の中から抽選で選ばれた16店が出店。また、地域の和洋スイーツ店がこの日のために用意した自慢のスイーツを販売し、購入者の投票でグランプリを決める「スイーツグランプリ」も開催される。何軒もはしごして購入する客が続出する人気企画になっている。

草津青年会議所は、「わくわく広場」で、子供たちのために、クラフト教室やもづくり体験などを提供。毎年千人近い参加者を集めている。立命館大学は「立命館大学ブース」で、さまざまなサークル、団体が日頃の成果を展示。また、同大学の学生や一般応募による出演者が、演奏やパフォーマンスを披露する「みなくさまつり」の運営も担当。第2回出演の「川嶋あいさんなど、プロミュージシャンのスペシャルライブも毎回行われている。他にも、東北地方の産品を販売し、収益を

被災地の復興のために寄付している「震災復興支援市」を第1回から続けている。「地域の自治会が一つとなって行うイベントはこれまでなく、地域の住民に一体感が生まれた。さらに企業や大学との交流もよい刺激となっている」と田中香治運営本部長は、祭りの成果を語る。

祭りの原点は地域のふれあい 方向性を模索中

そもそも第1回は、11年3月12日に南草津駅に新快速が停車することを記念するイベントとして開催される予定だった。それが、前日に東日本大震災が起きたため、中止に。「半年後の秋にあらためて開催するにあたり、震災を通じて地域の絆の大切さを感じたことから、『えんどうつなぐ』をテーマとした。この趣旨に賛同いただけたのか、多くの来場者と反響をいただき、翌年以降も継続して開催されることになった」と竹川和貴事務局長は説明する。



11月22日に開催する、今年のポスターデザイン

来場者は毎年1万人を超え、大々的な告知はしていないのに、遠方から訪れる人も多い。動員力のある地域の祭りとして、まだまだ成長していける高いポテンシャルを

ろうと毎年開催されているイベントが「みなくさまつり」だ。

自治会、市、企業、大学が協力 ステージ、飲食、販売で大盛況

みなくさまつりは、地元の六つの町の自治会と草津市、草津商工会議所、（公社）草津青年会議所、立命館大学からな

る「みなくさまつり実行委員会」の主催で、毎年11月に南草津駅西口付近の特設会場で開催される。六つの自治会は「地域ブース」で模擬店を出店。草津市は地域で活動する企業や団体が展示を行う「企業ブース」を運営する。草津商工会議所が担当する「飲食ブース」には、草津周辺で営業する飲



クラフト教室やもづくり体験など、子供たちが楽しめる「わくわく広場」



立命館大学の学生や一般応募で演奏やパフォーマンスを披露する「みなくさまつりステージ」



家族連れを中心に、毎年大勢の人でにぎわう

秘めているように思われる。しかし、「大きくすることは考えていない」と話すのは田中運営本部長。「みなくさまつりの原点は地域のふれあい。集客だけを指すイベントにはしたくない。原点を忘れずにできる、イベントとしての適正サイズはどれぐらいか。それを考えていくためにも、この祭りによって、住民のコミュニケーションがどの程度深まったのか、地域とのつながりはよくなったのかなど、その効果を測ることも考えていきたい」と続けた。

次代につながる「コミュニティー」を 継続することの意義を求めて

第5回目の今年は11月22日に開催予定だ。「さらなる内容のステップアップを考え、準備を進めている。スタッフの人数

も100人以上となり、各団体の枠を超えて取り仕切るのも簡単ではなくなってきた。しかし、次の世代にも「南草津の良さ」を感じてもらえるためにも、交流の場としてみなくさまつりを続けていきたい」と田中運営本部長は思いを語る。「世代や立場を超えての交流は、時として大変なこともある。けれど、人と関わることのしんどさや、それゆえの面白さを次の世代の人々が学ぶ機会としてほしい」と竹川事務局長。住民間のつながりが、防災や防犯対策、地域の活性化にとって重要な要素であるのは間違いない。住民間のコミュニケーションを深めるための祭りという原点に立ち返りながら、地域のにぎわいづくりに取り組む、みなくさまつりの今後が注目される。

香港小売市場の変化

text by 滋賀銀行 香港支店 宮内 康誠

ヒト・モノ・カネが自由に行き来し、世界有数の金融・貿易の拠点として成長を続けてきた香港。しかし、2015年に入り、その経済を支えてきた小売業の減速感が強まっている。為替環境の変化、「爆買」を支えてきた中国本土からの越境者に対する査証(ビザ)規制、テナント料高騰など、香港経済のマイナス要因が嘆かれるが、消費の新しいトレンドも生まれている。香港の小売市場とその可能性をレポートする。



警察宿舎の趣を残すPMQには、公募で選ばれた香港発の新進ブランドやクリエイターが数多く入店。おしゃれなカフェやレストランもあり、1日中楽しめる

低迷する小売市場

香港生産力促進局や大手外資系金融機関による香港の中小企業ビジネス先行指数の調査で、香港の製造業、貿易・卸売業、小売業に対する今後の先行きを不安視しているという結果が発表された。2014年第4四半期からの推移では、今年の第1四半期から第2四半期にかけて小売業回復への期待を示していたが、現在では第3四半期以降の売上げが大幅に下落するのではないかという見方が強まっている。

その要因として、「本土からの旅行者数のさらなる減少」「不動産価格上昇に伴うテナント料の高騰」「中国本土における一部の輸入消費財の関税引き下げ」などが挙げられている。13年以降、各国通貨に対して円安が一気に進んだ結果、中国本土や香港のみならず、成長著しい東南アジア諸国の旅行者も香港より日本を買

中小企業ビジネス先行指数の推移			
項目	2014年4Q	2015年1Q	2015年2Q
総合ビジネス指数	47.9	50.1	49.0
製造業	48.3	48.7	46.4
貿易・卸売業	44.9	50.1	47.8
小売業	51.9	47.6	49.9

出典：HKPC ※数値は50が中立の基準値で、50よりは景気見通しの「楽観」、50未満は「悲観」を示す。

物の拠点として選ぶようになった。それに拍車を掛けるように香港の物価指数は毎年3～4%上昇。一方、日本では首都圏だけでなく地方でも免税の取扱い店舗を積極的に増やす等インバウンド戦略を強化しており、香港での購買メリットは急速に薄れている。

嗜好の変化

前述の調査では、これら外的要因以外にも香港の小売業に大きな影響を与えている内的要因があるとしている。それは、消費者が購入するモノが高級品から低価格品にシフトする“嗜好の変化”である。宝飾品やブランド品など「高級品ならなんでもそろっている」といわれる香港だが、いまや高級品は若い世代を中心に「どこにでもあるもの」という意識に変わりつつあり、“自分だけ”のモノ、“他人が持っていない”モノに対する需要が高まっている。また、安心・安全を求める消費者が増えたことで、日本製だけでなく他国の商品も品質が向上。買い手がコストパフォーマンスを重視する傾向も強くなっているようだ。

経済成長により「モノ」を見る目が養われ、さらなる付加価値を求める人々のニーズは日々変化している。

PMQとオンラインショッピング

このような状況の中、香港の小売業界の活性化になると注目される取り組みがある。一つ目は、新ランドマークとして注目を集めているPMQである。「Police Married Quarters」の頭文字をとったもので、1950年代から既婚者向けの警察宿舎として利用されていた建物だ。昨年、香港政府によってデザイナーやクリエイターたちが情報発信する複合商業施設として生まれ変わった。

建物内部はほとんど当時のまま残されており、ひと部屋の広さは約40平方メートル。デザイナーズアパレルの他、オリジナル雑貨やアクセサリーの販売店、レストラン、コーヒーショップ等さまざまなテナントが入居し、各店のオーナーは個性豊



デザイナーとのコミュニケーションを通して、自分だけのデザインをつくるアパレルショップ

かに部屋をデザインしている。また、デザイナーやオーナーは積極的に他の店舗と交流し、新しいデザインや商品を生み出している。今後は他国のデザイナーも受け入れる計画で、香港だけでなく海外も含めたデザイン・アートのプラットフォームとして、消費者の新しいニーズやトレンドをさらに創り出していくだろう。

もう一つ、小売業活性化に欠かせないのがオンラインショッピング市場の拡大だ。オフィスや家を出ればすぐに買い物ができる利便性から、香港では実店舗やアーケードでのウィンドーショッピングは一種の娯楽になっている。また、偽物やコピー商品が多く出回っているため、店頭購入に安心とステータスを感じる人も多く、これまでオンラインショッピング市場の成長は鈍かった。しかし、インターネットが身近な20代、30代の消費者によって、その価値観は見直



真空加工でさまざまな“モノ”の形を生地に型取ってデザインするバッグの店

されている。さらに日系の物流企業の進出により時間指定や再配達などのサービスも大きく改善されてきた。地元テレビ局がショッピングサイト運営を積極的に進めるなどの動きもあり、今後はオンラインショッピング市場が小売業を支える柱の一つに成長すると期待されている。

今後の可能性

実店舗のPMQとオンラインショッピングは全く異なる小売形態であるが、どちらも香港人に受け入れられ、消費者の新しい需要につながっている。商品のオリジナル性や唯一性を求める消費者の増加に伴い、PMQのように、たとえ知名度が高くなくともデザイナーや製作者が消費者と直接接することで、商品やサービスに新たな付加価値が生まれている。一方、オンラインショッピング市場の成長・拡大が、外国企業の香港市場への参入を後押しすることになれば、市場はさらに活性化されるだろう。

小売業は減速感が否めないが、不動産価格は依然上昇傾向が続いていることから購買力が低下したわけではないと思われる。モノがあふれる香港において、いかに新しい価値を消費者に提供できるかが、小売市場復活の一つのポイントになるだろう。

新しい商流を創造する

毎年恒例の香港最大級の国際総合食品見本市「Food Expo」が8月13～17日、香港コンベンション&エキシビジョンセンターで開催された。今年は外務省主催の「東日本の美味しい魅力展」も開かれ、温泉や県産品など東日本の観光地や食材の魅力をブースで紹介。初日には林芳正農林水産大臣が来場し、JETRO設置のジャパンパビリオンに出展する企業・団体のブース(出展数223社)を中心に訪問したほか、アイドルグループ「AKB48」のメンバーがイベントに参加して会場を盛り上げた。

毎年、継続的に参加して新しい商流を生み出す企業もあれば、市場調査を目的に初めて出展する企業もあるなど参加目的はさまざまだが、どのブースも多くの来場客でにぎわっていた。

同時に「International Tea Fair」も開催された(8月13～15日)。2度目の参加となるある企業では、昨年好評だった「緑茶」に加え、今年は「抹茶」「紅茶」「ほうじ茶」も持参品揃えを充実。話を伺うと、抹茶は香港ですでに根強い人気があるが、今回、特に来場客の関心が高かったのが「ほうじ茶」だったという。香港では、ほうじ茶は抹茶に比べ商品の流通量が少ない。そのため、試飲用のカップから漂う香ばしい匂いにつられた人が多かったとのこと。新しいもの好きの香港人バイヤーの心をつかんだようだ。次いで注目を集めたのが、緑茶葉から精製した「紅茶」。中国で一般的な「セイロンティー」に比べずっさりした味わいと、中国大陸からのバイヤーの評判も上々。出展者も手応えを感じたようだ。

エキスポ全体では、約1,200社が出展し、47万人以上が来場した。品質が良くおいしい食品を見つけようと、世界中から訪れたバイヤーや来場客で会場は熱気に満ちていた。香港のみならず、海外で新たにビジネス展開を検討される際には、まずは見本市参加などで現地の熱気を感じてみてはいかがだろうか。

「しがぎんアジア月報」9月号より
香港支店研修生 小野 康宏



20年以上の歴史があり、世界中から「食」関係者が集まるFood Expo



朽木古屋集落の秋 / 高島市

県内景気

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

足踏み状態から上向きはじめた

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、原指数は8か月ぶりのプラス、季節調整済指数も再びプラスとなり、この結果、季調済指数の3か月移動平均値は4か月ぶりに前月を上回り、弱含みではあるが上向いている。

需要面では、大型店売上高については、「プレミアム付き商品券」の消費喚起効果が一部で出ているものと考えられ、全店ベース、既存店ベースともに飲食料品をはじめほとんどの品目で前年を上回り、全体に堅調な伸びとなった。また、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はサービス業用が大幅のマイナスにとどまったものの、鉱工業用と商業用が高水準かつ大幅の増加となったため、全体では3か月ぶりの大幅プラスとなり、トラックの新車登録台数も3か月連続の二ケタ増で堅調に推移している。一方、乗用車の新車登録台数は4か月ぶりのマイナス、軽乗用車も軽自動車税増税の影響などから7か月連続の大幅マイナスとなり、新設住宅着工戸数は分譲住宅が大幅プラスとなったものの、持家と貸家が3ないし4か月ぶりのマイナスとなったため、全体では2か月ぶりに前年を下回り、一進一退の推移となっている。また、公共工事の請負件数は6か月連続で前年を下回り、金額も2か月ぶりのマイナスとなった。このような中、雇用情勢をみると、求人倍率は新規、有効ともに前月に比べ低下したが、有効求人倍率は7か月連続の1倍超と

なっている。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引き続き厳しい状況がみられ、全体に弱含みではあるが上向いている。また、需要面では個人消費と民間設備投資は前向きな動きが出はじめている。しかし、住宅投資や公共投資は一進一退ないし一服感がみられる。したがって県内景気の現状は、一部で弱含みの状態が続いているものの、前向きな動きがみられるようになり、全体に足踏み状態から上向きはじめたと考えられる。

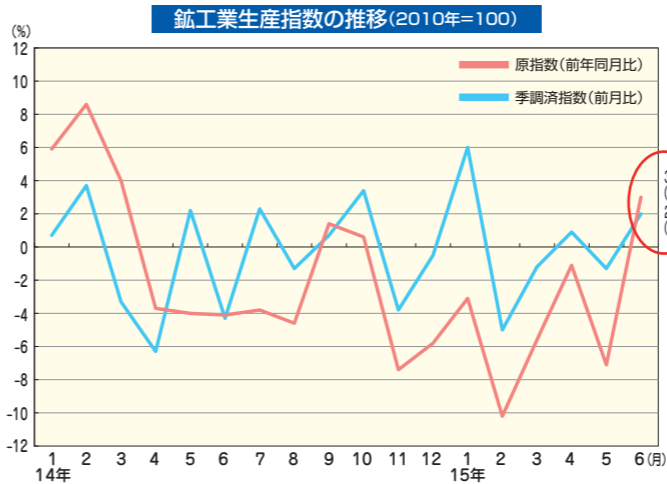
今後の動向 県内製造業の生産活動については、海外需要は新興国、とくに中国の景気減速の影響が懸念されるものの、国内需要は緩やかな回復基調を受けて徐々に回復に向かうものと思われ、全体的には在庫調整の動きから増産に向かうことが予想される。また、需要面では、個人消費については円安等による物価上昇の影響などがあるものの、家計収入の増加、原油安や「プレミアム付き商品券」による消費マインドの良化などから、全体に底堅く推移するものと考えられる。また、新設住宅着工や民間設備投資などの投資関連では慎重さが引き続き残るものの、徐々に前向きな動きが出てくると思われる。

したがって今後の県内景気は、弱含みの状態から回復に向けた状態に移行しはじめるため、全体に底堅く推移するものと考えられる。

「鉱工業生産指数」は両指数ともプラス

2015年6月の県内製造業の生産状況を見ると、鉱工業生産指数(2010年=100)の「原指数」は111.6、前年同月比+3.0%で8か月ぶりのプラス、「季節調整済指数」も100.2、前月比+2.0%で、再びプラスとなった。この結果、季調済指数の3か月移動平均値(5月)は99.3、前月比+0.5%と4か月ぶりのプラスとなった。業種別(中分類)に季調済指数の水準をみると、「鉄鋼」や「金属製品」「輸送機械」「窯業・土石製品」などの水準は引き続き低いものの、「電気機械」や「パルプ・紙・紙加工品」「食料品」「その他」などは高水準が続いている。前月と比べると、「鉄鋼」や「窯業・土石製品」「その他」などはマイナスだが、「金属製品」や「化学」「プラスチック製品」「食料品」などはプラスとなった。

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、出荷は前月に続きマイナスで(原指数109.6、前年同月比-1.7%)、在庫は再び前年を上回った(同130.5、同+1.1%)。今後の動向が注目される。

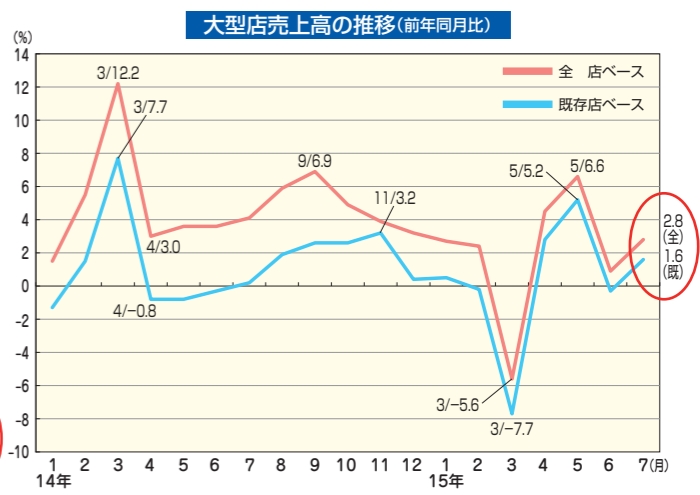


「大型店売上高」は両ベースともプラス

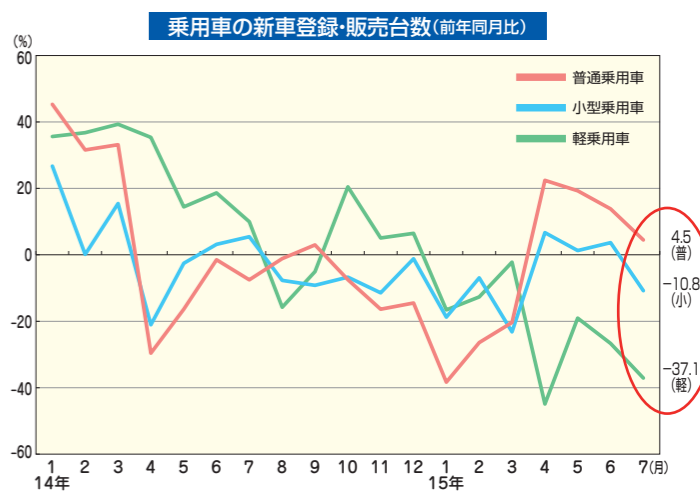
7月の「消費者物価指数(生鮮食品を除く総合/大津市/2010年=100)」は103.8で、前年同月比+1.0%、前月比+0.1%となり、前年比では27か月連続、前月比でも5か月連続のプラスとなっている。これは、ガス代やシャツ・セーター類、家庭用耐久財などは大きく低下したものの、肉類や飲料、履物類、教養娯楽用耐久財、身の回り用品などで大幅に上昇したためとみられる。また、「可処分所得(大津市・勤労者世帯)」は8か月連続のプラスとなっているものの(前年同月比+9.3%)、「家計消費支出(同)」は5か月ぶりのマイナスとなった(同-19.6%)。なお、「毎月勤労統計調査」における6月の「名目現金給与総額(事業所規模30人以

上、2010年=100)」は150.0、同-2.7%で、3か月ぶりのマイナスとなった。

このような所得・消費環境のなか、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96店舗)」は22,330百万円、前年比+2.8%で、4か月連続のプラスとなり、伸び率も大幅に上昇した。品目別にみると、ウエイトの高い「飲食料品」は26か月連続で増加していることに加え(同+3.3%)、家電機器が再び大幅に増加し(同+26.5%)、身の回り品も2か月ぶりのプラス(同+2.0%)となった。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高も飲食料品(同+1.7%)をはじめ、ほとんどの品目でプラスとなり、全体では2か月ぶりに前年を上回った(同+1.6%)。これは、県内各市町で発行している「プレミアム付き商品券」による消費喚起効果が一部で出ているものと考えられる。



7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4か月連続のプラスとなっているものの(1,639台、同+4.5%)、「小型乗用車(5ナンバー車)」が4か月ぶりに前年を大きく下回ったため(1,397台、前年同月比-10.8%)、2車種合計でも4か月ぶりのマイナスとなった(3,036台、同-3.2%)。一方、「軽乗用車」は7か月連続かつ大幅のマイナスとなっている(1,619台、同-37.1%)。これは、軽自動車税増税の影響とこれに伴う駆け込み需要の反動減によるものとみられる。



具体的に対応している企業は 2割を下回る

text by ししがぎん経済文化センター 吉川 友

2016年1月から運用が開始される予定の「マイナンバー制度」。企業側ではシステム変更および厳格な情報管理体制の構築が必須であるものの、周知・理解不足が懸念されている。当社では県内企業の同制度への対応状況を把握するため「滋賀県内企業動向調査(7-9月期)」の特別項目として調査を行った。この結果、同制度に対する対応への遅れが浮き彫りになった。

【調査概要】

- 調査名:「滋賀県内企業動向調査(特別項目)」
- 調査時期:2015年8月10日~8月28日
- 調査対象先:935社
- 有効回答数:400社(有効回答率43%)
うち製造業:182社(有効回答数の構成比46%)
うち非製造業:218社(有効回答数の構成比54%)

「今後対応」が7割

マイナンバー制度への対応状況をたずねたところ(図1)、「現在対応している」は15.5%と、2割弱にとどまった。「今後対応していく」は68.0%で、全体の約7割となった。調査時点の8月では同制度に対する情報収集が中心で具体的な作業まで及んでいない企業が大半のようだ。

一方、「全く対応できていない(予定もない)」(12.0%)、「準備が必要なことを知らなかった」(3.0%)と全体の1割強の企業で全く対応が進んでいないという結果となった。「その他」(1.5%)の具体的な内容としては、「親会社の指示待ち(鉄鋼)」等の県外に親会社を持つ企業の回答が目立った。

表1は対応状況(その他を除く)を従業員規模別にみたものだが、「101人以上」の企業では「現在対応している」が33.3%と3割を超え、「今後対応していく予定」は63.9%と、対応中もしくは対応の準備段階とする企業が大半を占めた。一方で、「10人以下」の

企業では「現在対応している」は4.2%にとどまり、「全く対応できていない(予定もない)」(25.0%)、「準備が必要なことを知らなかった」(6.9%)と全く準備が進んでいない企業が3割を超えた。企業規模により対応、情報収集の面で大きく差がつく結果となった。

表1 マイナンバー制度への対応状況(従業員区別)

	現在対応している	今後対応していく予定	全く対応できていない(予定もない)	準備が必要なことを知らなかった
10人以下(n=72)	4.2	63.9	25.0	6.9
11~50人以下(n=165)	13.3	69.7	13.0	3.6
51~100人以下(n=69)	14.5	82.6	2.9	0.0
101人以上(n=72)	33.3	63.9	2.8	0.0

現在対応中、今後対応予定とした企業の具体的には作業としては、「従業員への周知方法の徹底」「従業員やその家族のマイナンバーの登録・管理体制の構築」とする回答が多かった。一方、対応を行っていない理由としては、「具体的な作業が理解できていない」「制度の内容、法令等が理解できていない」と同制度に対する周知・理解不足があがった。

課題は「個人情報の管理体制の強化」が6割超

制度に対応する上での課題についてたずねたところ(図2)、「個人情報の管理体制の強化」が64.6%と、6割を超えた。次いで、「制度・法令の理解」(51.5%)、「従業員からのマイナンバーの収集」(41.8%)が続いた。「課題とは感じていない」は8.2%とわずかで、多くの企業で同制度に対してさまざまな課題を感じているようだ。「その他」の具体的な意見としては「制度そのものが理解できておらず、課題がなにかわからない(卸売)」等の回答があった。

情報漏えいリスクの発生に懸念

制度の運用開始による影響についてたずねたところ(図3)、「情報漏えいリスクの発生」が67.8%と7割近くとなった。次いで、「業務量の増加」(54.2%)、「コストの増加」(28.9%)が続いた。一方、「特に影響はない」とする企業は14.8%となった。

情報漏えいした際には民間事業者や個人についても罰則規定が設けられ、個人情報保護法よりも罰則の種類が多く、法定刑も重くなることから、「情報漏えいリスク」を警戒していることがうかがえる。また業務量・コスト面での負担増加などマイナス面での影響を懸念しているようだ。

想定費用は50万円未満が最多

対応にかかる費用についてたずねたところ(図4)、現段階では「未定」とする企業が43.1%と4割を超えた。調査時点の8月では費用の想定まで進んでいない企業が多かった。具体的に想定している企業では「10万円以上50万円未満」が19.0%と最多となった。次いで、「10万円未満」(16.4%)、「費用はかけない」(10.3%)が続いた。

表2は想定される費用(未定を除く)を従業員規模別にみたものだが、「10人以下」の企業では「10万円未満」「費用はかけない」が最多となったのに対し、「11~100人以下」では「10万円以上50万円未満」が最多となった。「101人以上」の企業では「100万円以上」が4分の1を超えた。

上」が4分の1を超えた。

企業ごとに対応内容は異なるものの、相対的に従業員規模が大きくなるにつれて費用は高くなる傾向がみとれる。

表2 制度への対応にかかる費用(従業員区別)

	10万円未満	10万円以上50万円未満	50万円以上100万円未満	100万円以上	費用はかけない
10人以下(n=31)	38.8	16.1	3.2	3.2	38.7
11~50人以下(n=105)	30.5	38.1	9.5	2.9	19.0
51~100人以下(n=38)	26.3	39.5	18.4	10.5	5.3
101人以上(n=43)	20.9	23.3	16.3	27.9	11.6

漏えいリスク、事務・コスト負担への懸念が多数

マイナンバー制度について自由に意見を求めたところ、企業側への負担の大きさや、周知・理解不足による対応への遅れを懸念する声が多く見受けられた。

マイナンバー制度への意見(抜粋)

- ・個人にマイナンバーを付与すること自体は有益であると考えているが、運用方法、オペレーションなどが民間企業に委ねられる部分が多く、疑問を感じる部分もある。(繊維)
- ・これだけ重要な制度変更であるにもかかわらず、国民への周知が不足している。(電気機械)
- ・制度は決定されているものの、帳票等の細部が決まっておらず、システムの改修が遅れている。(電気機械)
- ・収集業務、漏えいリスク等、企業の負担が大きすぎる。(紙・パルプ)
- ・良い制度だとは思いますが、全ての企業が厳格な管理ができるかという疑問である。(建設)
- ・時間・コストの費用対効果についてまだ理解不足のため、優先順位が上がらない。(建設)
- ・情報漏えいに対する罰則が厳しく、情報セキュリティに対する費用も高額なものになる。企業メリットが少ない。セキュリティ強化に対する優遇措置を望む。(運輸・通信)
- ・実際動いてみないと分からない点が多すぎる。研修やセミナーでも不確かな情報を話されることが多く、ある意味商売のタネのように感じている。(サービス)

※本調査の詳細は、当社ホームページ「滋賀ビジネスレポート」にて掲載中

<http://www.keibun.co.jp/economy/business-report/>

図1 マイナンバー制度への対応状況(n=400)

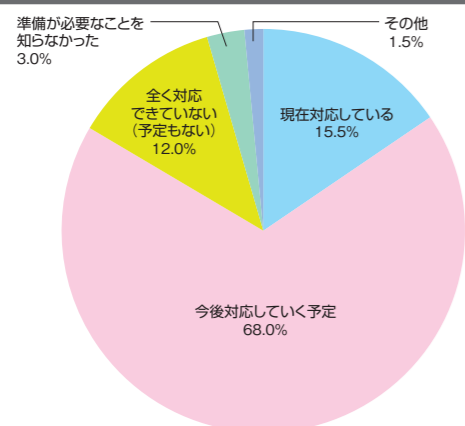


図2 制度に対応する上での課題(複数回答、n=390)

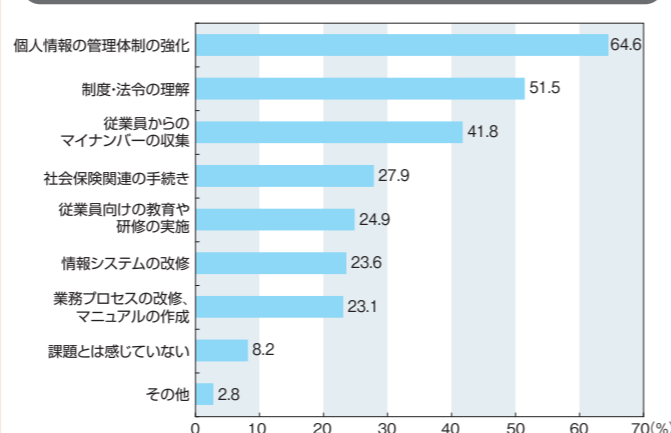


図3 マイナンバー制度による影響(複数回答、n=391)

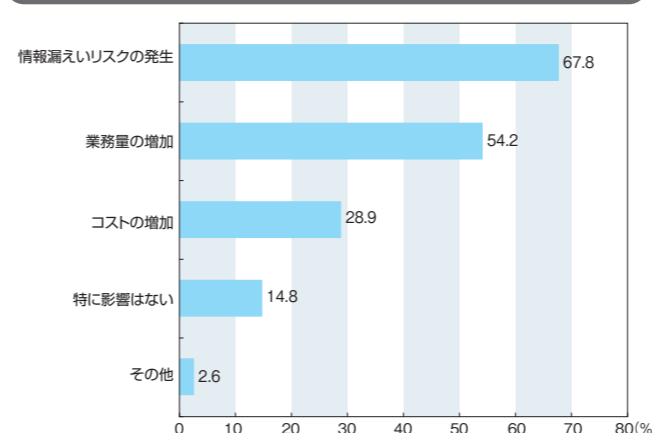


図4 対応にかかる費用(n=390)

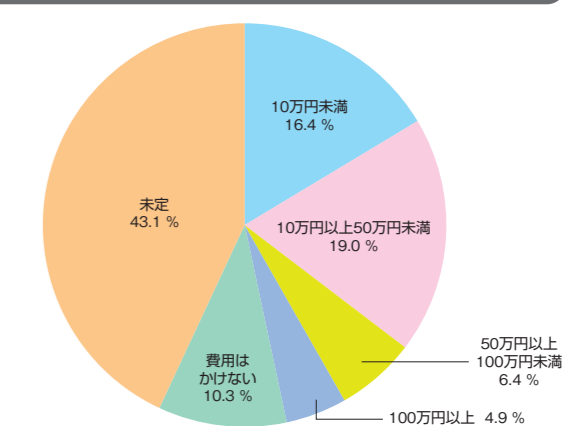


Table with 16 columns: 項目, 生産, 出荷, 製品在庫, 消費者物価指数, 大津市勤労者世帯, 大型小売店販売額. Includes monthly data from 2012 to 2015.

Table with 16 columns: 項目, 乗用車新車登録台数, 民間非居住用建築物着工床面積, 新設住宅着工, 公共工事請負金額, 求人倍率, 雇用保険受給者数. Includes monthly data from 2012 to 2015.

Table with 16 columns: 項目, 常用雇用指数, 所定外労働時間, 常用労働者の賃金指数, 企業倒産, 手形交換高, 不渡手形発生高, 銀行取引停止処分, 業況判断DI. Includes monthly data from 2012 to 2015.

今月の注目データ: 民間非居住用建築物着工床面積は2カ月ぶりのプラス. Includes a bar chart showing construction trends from 2014 to 2015.

Table with 16 columns: 項目, 生産, 出荷, 製品在庫, 消費者物価指数, 全国勤労者世帯, 大型小売店販売額. Includes monthly data from 2012 to 2015.

Table with 16 columns: 項目, 乗用車新車登録台数, 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, 新設住宅着工, 公共工事請負金額, 求人倍率, 完全失業率. Includes monthly data from 2012 to 2015.

Table with 16 columns: 項目, 常用雇用指数, 所定外労働時間, 常用労働者の賃金指数, 貿易, 経常収支, 円相場, 日経平均株価, 長期プライムレート, M2, 業況判断DI. Includes monthly data from 2012 to 2015.

- (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着工床面積」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・電力を除く民需。
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。



「ふるさと納税」

滋賀銀行 常務取締役 今井 悦夫

今、注目を集めている「ふるさと納税」を昨年から始めています。ふるさと納税とは、自分の選んだ地方自治体に寄附した金額とほぼ同等の税控除を受けられるとともに、地域の特産品やチケットなどの返礼品をもらえるのが特徴です。今年から寄附金控除額が2倍になり、この制度はますます広がりを見せています。

ふるさと納税は、ヒト・モノ・カネの好循環を創り出す力を秘めています。その力を引き出すためには納税者の支持が得られる魅力ある政策を打ち出し、地域活性化のために寄附金をどのように活用するか、まさに自治体の知恵と創意工夫が求められています。

一方では、本来の趣旨に反して、特典内容の高額化による「返礼品合戦」がエスカレートするなど、過熱する自治体間の税金の「奪い合い」を危惧する声も聞かれます。

滋賀県では、納税者の意思を尊重し、その使い道について「琵琶湖に関する事業」か「歴史的文化的資産に関する事業」のいずれかを選択できます。加えて、特典の「県立近代美術館と県立琵琶湖博物館のペア招待券」は、県内外の人々に滋賀県の自然や文化、伝統など多彩な魅力を知っていただく機会になる良いアイデアだと思いました。

さて、かくいう私も、果物や肉類など、その地域ならではの特典を楽しむに、自分の「ふるさと」ではない自治体に寄附をしています。いざさか心情的にじっくりこないところも感じますが、地域の「贈り物」を待ちながら、寄附金がどのように生かされるのかを考えつつ「ふるさと」の未来に思いを馳せるのも悪くないと思っています。

県内データ あれこれ

宿泊旅行統計調査

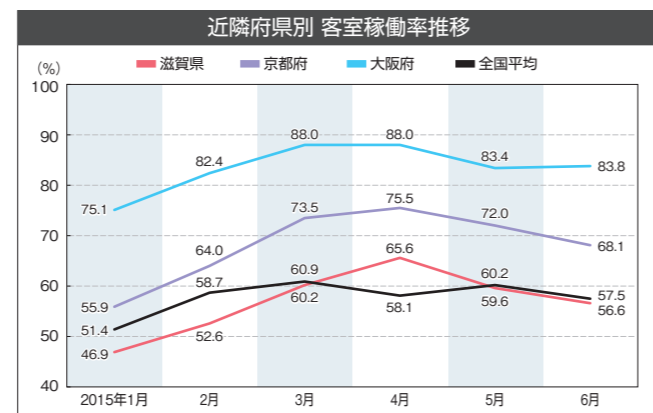
4月以降の客室稼働率 近畿で3位 チャンスを捉えた魅力発信の取り組み必要

観光庁が毎月発表する「宿泊旅行統計」によると、滋賀県内宿泊施設の客室稼働率は今年1月以降のピークである4月に65.6%となり、近畿2府4県では大阪府(88.0%)、京都府(75.5%)に次いで第3位、全国でも11位の高さとなった。前年同月と比較すると、滋賀県は+10.9ポイント(2014年4月:54.7%)と、近畿の府県では最も伸びが大きくなった。宿泊施設タイプ別で見ると、「シティホテル」が82.2%、「ビジネスホテル」は81.7%と、一般に予約が取りにくくなるといわれる80%を超え、それぞれ全国第11位と第6位。5月、6月の稼働率は50%台に下がったものの、前年を上回る状態で近畿3位を維持しながら、全国平均とほぼ同じレベルで推移している。

高い稼働率は当然、宿泊者の増加によって支えられている。滋賀県の延べ宿泊者数は、稼働率がピークの4月で45万3,540人と前年比+7.4%増加し、5月は同+20.1%、6月は同+23.8%と高い伸び率が続く。日本人宿泊者も増えているが、外国人宿泊者の増加が著しく、特に5月と6月は前年の2倍を超えた。一方で、宿泊者に占める外国人の割合は約10%と、全国平均(15%前後)に比べて低い。

このような宿泊者の増加が即、滋賀の観光客増加につながっているとは言いきれない。近隣の京都・大阪で予約が取れない客が流入しているとみられるからだ。訪日外国人客(インパウンド)も含めた好調な宿泊需要を、滋賀の魅力発信にしっかり繋げていく工夫が求められる。

(株)しがぎん経済文化センター 長山 真由美



自然素材で高い効果 「部屋干しバイオくん」と 「排水管洗浄液」

会社DATA 株式会社スリーケー

- 本社/滋賀県蒲生郡日野町西大路1613
- 設立/1998(平成10)年
- 代表/岸田 千代子
- 従業員数/10名
- 事業内容/バイオ剤製造・卸、産業廃棄物処分・収集運搬、一般廃棄物収集運搬、浄化槽維持管理
- 問い合わせ先/TEL:0748-52-2446
- URL/http://www.suri-k.com/

近江商人の「三方よし」を企業理念に、特殊な土壌に生息する有用微生物を使用した独自の技術力で、安全、安心、快適な商品を提供する株式会社スリーケー。その中でも、今話題になっているのが「部屋干しバイオくん」と「排水管洗浄液」の二つの商品だ。

洗濯物消臭剤「部屋干しバイオくん」は、部屋干しのイヤな臭いや汗の臭い、加齢臭などもなくなると評判で、消費者の満足度96%以上*の高い支持を得ている。汚れ分を落ちやすくする天然酵素と雑菌の繁殖を抑制する善玉微生物の効果で、臭いの原因となる、大腸菌など雑菌へ

*株式会社スリーケー調べ。

の抗菌力が24時間以上持続。洗濯物が乾燥してからも悪臭の発生を抑制するという。その優れた除菌・消臭力で、クリーニング工場の消臭剤としても活用されている。

一方「排水管洗浄液」は、人や環境に配慮した100%天然成分で、汚れを根元からはがしとる効果がある。定期的に利用すれば排水管内全体を洗浄し、さらに新たな汚れが付きにくくなるので、きれいな状態が長期間持続すると一般消費者はもちろん大手住宅メーカーからも高く評価されている。

二つの商品はホームセンターやネット店舗等で購入可能だ。

SHIGAGIN TOPICS

「環境人づくり企業大賞2014」で最優秀賞

当行は8月20日、「環境人づくり企業大賞2014(主催:環境省、環境人材育成コンソーシアム)」において、最優秀賞を受賞しました。

本賞は、地球環境と調和した企業経営を実現し、環境保全や社会経済のグリーン化をけん引する人材の育成を目的に、社員を対象に優良な環境教育を行っている事業者を表彰する制度です。2014年に創設され、今回が初めての表彰式となりました。

この度の受賞は、地域社会の課題である琵琶湖の環境問題に対する各活動にストーリー性を持たせた「『いきものがたり』活動*」を展開するとともに、本業を通じた環境対応型金融商品・サービスを先駆的に開発・提供する「環境金融」の推進により、役職員の環境保全意識の向上に長年にわたって取り組んできたことが評価されたものです。

当行は、今後も経営に環境を取り込んだ「環境経営」を銀行経

営の要諦と位置づけ、「エコオフィスづくり」、「環境金融」、「環境ボランティア」活動を展開する中で、環境保全や経済のグリーン化をけん引する環境人材の育成に積極的に取り組んでまいります。



(左より)北村茂男環境副大臣、高橋祥二郎取締役副頭取(環境省にて)

*「いきものがたり」活動/魚の産卵場所であるヨシ群落を守り育て、琵琶湖の固有種で絶滅危惧種のニゴロブナ、ワタカを保護・育成・放流し、侵略外来魚を駆除する滋賀ならではの活動。



日本最大級の環境産業総合見本市

びわ湖環境

BIWAKO BUSINESS MESSE

ビジネスメッセ 2015

10/21水 ~ 23金 10:00 ~ 17:00
(最終日16:00まで)

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 **入場無料**



世界とつながる、環境ビジネスが集結!

「特別企画・主催者コーナー」を設置

1. クリーンエネルギーのむこうに未来が見える!

2. 水素エネルギーほか
クリーンエネルギー関連の展示、セミナー

3. 燃料電池自動車
MIRAIがやってくる!



燃料電池自動車MIRAI

同時開催!

多彩な「セミナー」17本

専門家や講師をお招きし、環境技術の最新動向等を発信。

「出展者プレゼンテーション」23本

新たなビジネスチャンスにつながる、最新の環境配慮型製品・技術をご紹介します。

「グリーン物流ゾーン」を新設

今年新たに設立した「グリーン物流」ゾーン。今年も多くのビジネスチャンスが待っています。

- ・来場事前登録
- ・出展者一覧
- ・お申し込み(商談予約、セミナー参加等)は

Webから!

びわ湖メッセ

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ございません

