

かけはし

SHIGAGIN BUSINESS WATCHING

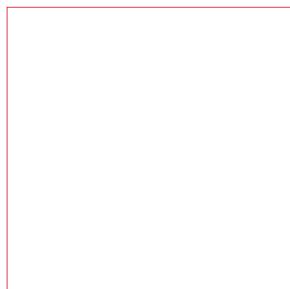
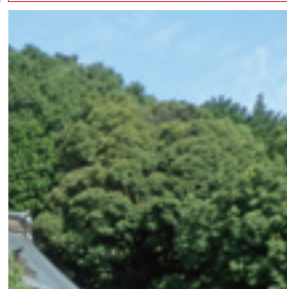
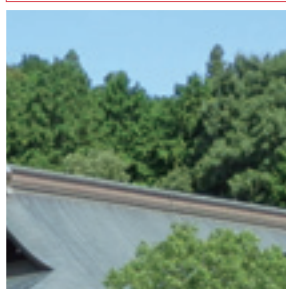
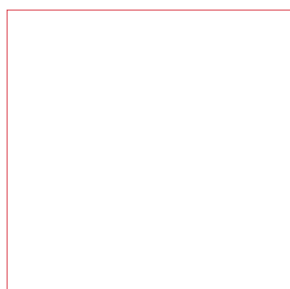
1

January

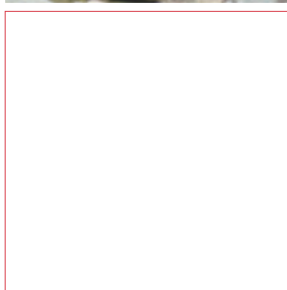
2016 vol.178

かけはしマネジメント対談

近江神宮



Blue Green
Outdoor style in Biwako Takashima



企業・強みの研究

株式会社ニシザキ

企業・強みの研究

株式会社木屋長工務店

地域が変わる— 地域活性化の現場

高島【公益社団法人びわ湖高島観光協会】



ビジネストーク

「価値創造」

頭取 大道 良夫

明けておめでとうございます。皆さまにおかれましては、お健やかに新しい年をお迎えになられたこととお慶び申し上げます。

当行は今年のキーワードを「価値創造」といたしました。毎年、新年にける意気込みや目標を端的な言葉で表し、役員全員が努力するとの決意を込めて今年のキーワードを定めています。

「価値創造」とは英語で「Value Creation」「[Value]の語源はラテン語「強」を「Create」は「生み、育てる」を意味します。自ら積極果敢に変革に挑戦し、新たな「強み」を生み、育てる、との思いを3つの「価値創造」に込めました。

1点目は「地域社会」の価値創造です。地方創生は、地方版総合戦略の「策定」から、具体的な事業の「実行」や「成果」が求められるフェーズへとステージが移りました。これまでの取り組みをさらに進化させ、地域資源の価値を高めるブランディング、地域経済を支える産業の育成、魅力ある雇用の創出、そして各市町が策定した総合戦略のKPI達成への貢献を通じて、私たちが地方創生を成し遂げる、との強い決意を込めました。

2点目は「お客さま」の価値創造です。お客さまのさまざまな課題にコンサルティング機能を發揮して、お客さまとともに悩み、考え、解決する。究極はお客さま基点の取り組みをさらに深化させていくことです。お客さまの期待を上回る「価値」を創造し、ご提供することで、何かあれば、まず当

行にご相談いただける信頼関係の構築に取り組んでまいります。

3点目は「強固な経営基盤」の価値創造です。地方銀行の役割は、円滑な資金供給を通じて地域社会の発展に貢献することにあります。そのためには、さらなる効率化による生産性向上、収益力の強化による資本の充実により、いかなる場合も地域経済を支え得る強固な経営基盤の確立が必要です。そして3つの価値創造を実現するために、自己研鑽や地域社会への積極参加を通じて、役員一人ひとりの価値を高めてまいります。

米国の科学史家トーマス・クーンは、その時代や分野において当然のことと考えられていた認識や思想、社会全体の価値観が、革命的にもしくは劇的に変化する「パラダイムシフト」を提唱しました。時代は今、新しい価値観を求めて揺れ動いており、まさに「パラダイムシフト」があらゆる分野で起こる可能性が高まっています。

地域社会や企業がこのような激変する環境を乗り越え永続的に発展するためには、常に時代の一歩先を見据えて変革し、他にはない新たな価値を創造しなければなりません。

当行は地域金融機関としての使命を胸に、全役員あげて3つの「価値創造」に全力を尽くしている所存です。

本年も、ご支援を賜りますよう、よろしく願い申し上げます。

※KPI/Key Performance Indicatorの略。企業などの組織において目標の達成度合いを定量的に評価するための指標。

BUSINESS TALK

C O N T E N T S

- 02 **ビジネストーク**
「価値創造」
- 03 **かけはしマネジメント対談**
近江神宮
宮司 佐藤 久忠氏
- 07 **企業・強みの研究**
株式会社ニシザキ
- 09 **企業・強みの研究**
株式会社木屋長工務店
- 11 **地域が変わる—地域活性化の現場**
高島
公益社団法人びわ湖高島観光協会
- 14 **アジア&ワールド**
「クールジャパン」
- 16 **アナリストレポート 県内景気天気図**
回復に向けた動きが続いているものの、全体的に弱含みで推移
- 18 **ズームアップ 県内経済情報**
景況感は2四半期連続で持ち直すも、先行きには不透明感
(滋賀県内企業動向調査)
- 20 **主要経済指標**
- 21 **イチ押し! pick up**
株式会社ジェー・ピー・シー
「ワンストップスタジオ」
- 21 **しがぎんとピックス**
お客さまとの新たなコミュニケーションを築くため、「Pepper(ペッパー)」を採用
- 22 **着眼大局**
「マネーボール理論」
常務取締役 大野 恭永
- 22 **県内データあれこれ**
商業統計調査—2014年速報



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写(コピー)・複製(転載)を禁じます。

近江神宮

宮司

佐藤 久忠氏

▶ interviewer

頭取 大道 良夫

神社に詣でて心を清める風習は

清廉を尊ぶ日本人が育てた伝統文化。

近江神宮は全国に16社しかない勅祭社の一つ。昭和の創建ながら春日大社や出雲大社と同様の格式を持つ。この近江を代表する神域は、大津の街が生まれた起源と深く関わり、いまも滋賀の発展を担っている。

近江の発展につながった
大津宮ゆかりの神社

大道●新年明けましておめでとうございます。元日の午前0時、厳かに打ち鳴らされる新年初太鼓の響きの中で年が改まるとともに、大勢の参拝者でいっぱいになる近江神宮の初詣風景。湖国の初春を飾るにふさわしい華やいだ雰囲気になります。産業・文化・学芸の神様として崇敬を集める近江神宮には、県内企業の方々も初詣して一年間の弥栄を祈念されたとお聞きしています。私たち滋賀県民にとって、近江神宮は格別の存在であり、滋賀全体を見守っておられるように感じています。

佐藤■そうお思いの方が多くおられるのはありがたいことだと感じています。当社は宮中より勅使が来られる県内唯一の勅祭社であることに加え、ご祭神が近江大津宮を造営された天智天皇であることも大きな理由だと思われまます。大津宮は別名「志賀の都」と歌われているように、滋賀県の発展の礎となりました。

大道●飛鳥からの遷都の理由は諸説ありますが、友好関係にあった百済が新羅と唐の連合軍に攻められ、そこに援軍を送ったものの白村江で敗れ、新羅や唐がわが国にも襲来するという危機感と関

連しているようですね。

佐藤■この国難に際して、天智天皇は湖と山に囲まれた要害の地である大津への遷都を決断されたとの説もあります。時は667年。琵琶湖の眺望も美しいこの地に大津宮が築かれ、ここで正式にご即位なされました。また、祖国滅亡により渡来した百済の先進文化が高いレベルで開花しました。そんな往時の大津に思いを馳せてみてください。大津の街や滋賀の地への愛着がこれまで以上に深まるはずですよ。

大道●滋賀に生まれ育った身として誇らしいのは、古代朝廷による最初の法令とされる近江令がこの地で施行されたことです。佐藤宮司がお話しされた渡来

人との交流といい、法治国家の基盤整備といい、「国の骨格づくり」がこの大津で始まったことを、私たちはもつと誇りに思っています。こんな歴史認識にこそ、湖国の未来を紡ぐヒントがあるように思えます。

滋賀県民の熱い思いが

近江神宮の創建につながる

佐藤■天智天皇の遷都から近江の発展が始まったという認識は、地域の人々に脈々と受け継がれ、1908（明治41）年の大津市制10周年を機に、滋賀県民の間から大津宮跡に天智天皇を祀る神宮の創建運動が高まり、昭和になつてから近江神宮創建のご勅許を賜

ることになります。当時、当社創建に寄せる国の思いは並々ならぬものがあり、1940（昭和15）年のご鎮座に先立つ構想では、明治神宮に匹敵する広大な境内地を有し、琵琶湖を一望する高台に社殿や楼門を広げる壮大なプランだったようです。

大道●近江神宮の創建はある種の国家プロジェクトだったわけですね。

佐藤■その後、激動の時代の中で初期構想は遂行されなかったのですが、建築美への思いを凝らして建造された社は美しく、建築家など専門家の方からは「希に見る名建築」と称賛されています。

大道●神社建築には大社造り、春日造りなどさまざまな様式がありますが、近江神宮の建築はその枠ではなく、独自の様式で、近江造りとも昭和造りとも呼ばれているそうですね。近代神社建築の代表作と伺っています。

佐藤■外拝殿と内拝殿を中庭で隔てて、周囲に回廊を配する空間構成の優美さ。回廊に連なる細めの丸柱等への配慮や、曲線美によって醸し出される繊細な情緒。内外拝殿に設けられた絢爛たる格天井。細やかな美意識が細部にまで凝らされていますので、ご参拝の折にはその美しさもお楽しみいただければと思います。



朱色が美しい楼門を背景に

近江神宮 宮司

佐藤 久忠（さとう・ひさただ）氏

1935年、秋田県生まれ。59年、國學院大學神道専攻科卒業。明治神宮の禰宜（ねぎ）、教学部長を経て、88年、近江神宮宮司に着任。社会福祉法人近江神宮仁愛会理事長、財団法人天智聖徳文教財団理事長、近江時計眼鏡宝飾専門学校校長等を兼務。



概 要

近江神宮

■所在地/大津市神宮町1-1

■創建/1940年

■ご祭神/天智天皇

■ご神徳/時の祖神、開運・導きの大神、

文化・学芸・産業守護

■参拝時間/6:00~18:00

■最寄駅からの所要時間/

・JR「大津駅」から徒歩20分、タクシー3分

・京阪電車「近江神宮前駅」から徒歩9分



天智天皇が設置された水時計にちなんで、毎年「時の記念日」に行われる「漏刻祭」



「歌かるたの聖地」として崇敬を集める

『ちはやふる』の聖地は 大津の観光まちおこしを担う

大道●境内に多くの句碑や歌碑がた
たずむ風情にも心が洗われます。私が
特に好きなのは、柿本人麻呂が詠んだ
「淡海の海 夕波千鳥汝が鳴けば 情もし
のに古思ほゆ」の歌碑で、この地から望む
琵琶湖の儚げな夕景が目に見え、心
が洗われます。天智天皇が詠まれた
「秋の田のかりほの庵の苫をあらみわが
衣手は露にぬれつつ」の歌が、13世紀初
めに藤原定家が編んだ「小倉百人一首」
の第一番に選ばれていることから、近江
神宮は「歌かるたの聖地」として崇敬を
集められ、それにちなんだ「競技かるた」
も盛んに行われています。

佐藤■近江神宮のかるた行事は、1月
のかるた名人位・クイーン位決定戦、か
るた開きの儀を執り行う近江神宮かる
た祭、高松宮記念杯 近江神宮全国競技
かるた大会に始まり、2月には県のか
るた大会、3月は小・中学生、7月は全国
高等学校かるた選手権、8月は全国大
学かるた選手権大会など、年間を通じ
てさまざまな大会が催され、境内は若い
熱気であふれます。

大道●競技かるたを題材にした少女漫画
『ちはやふる』のブレイクによって、競技か

佐藤■時の流れは137億年前に宇宙
が誕生した時から現在に至るまで1秒
も狂いません。その揺るぎなさや概念は
まさに論理思考の根幹であり、社会文
化発展の源であると考えます。人類は歴
史の中で科学技術を生み出しましたが、
平和な世の中をつくるためにも、この
「時の大切さ」を見直して科学技術を戦
争に使わないという考えにつながってい
けばと考えています。

日本人の心に宿る 「敬神崇祖」の教え

大道●深遠なお考えですね。近江神宮
境内にある「時計館宝物館」ではわが国
最古の懐中時計や貴重な和時計など
2300点が収蔵されています。さら
には、機械時計の技術等を教える「近江
時計眼鏡宝飾専門学校」を境内に設け、

るたが一躍若い世代の注目を集め、作品の
舞台として登場する近江神宮がファンに
とっての「聖地」にもなったことから、観光
まちおこしの気運が盛り上がりつつあります。
2012年には、びわ湖大津観光協会等
を中心に「ちはやふる・大津」キャンペーン
実行委員会が設立され、京阪電車が石山
坂本線でラッピング電車を走らせるなど、
熱心な取り組みが続いているそうです。

人間を正す「時」は 社会や科学の発展につながる

大道●境内で「ちはやふる」名場面総選
挙・複製原画展」が催され、ヒロインの袴
姿コスチュームを貸し出されるなど、
ブームの中心地にふさわしく大津の観
光まちおこしに貢献されておられます。
このブームはまだ続きそうですか。

佐藤■実写版の映画が今春公開されま
すから、さらに加熱すると思います。昨

佐藤■宮司が校長を務めておられます。
佐藤■かつて社会の要請に応えるため、
時計職人を育てるために時計組合の
要望で設立しました。いまでは機械時
計の技術を守る最後の砦（とりで）になっ
ています。科学技術といえば、昨年、ノー
ベル賞生理学・医学賞を受賞された大村
智・北里大学特別荣誉教授が、お弟子
さんに贈呈された色紙を報道陣に披
露しているのを見て、心打たれました。
記されていた言葉は「敬神崇祖」。神を
敬い、祖先を崇めるという神道の根幹
精神です。最先端に挑まれる科学者が
日本人の継承してきた「心の在り方」
を踏まえておられると知り、うれしく
思いました。

大道●自然や宇宙など人知を超えた存
在への謙虚さ。先人からの恩恵に感謝す
る素直さ。敬神崇祖の念は、宗教を超え

年、その撮影が当社や県内の宿泊施設、
学校などで1週間ほど行われて話題に
なりました。この熱気を滋養の観光振興
に役立てていただけるよう、当社もでき
る限り協力したいと思っています。

大道●古代に大津の礎を築かれた天智
天皇ゆかりの近江神宮が、21世紀の大
津の振興を担われる。不思議なご縁を
感じます。私は近江神宮に事務局を置
く「時を守る会」の会長を務めさせてい
ただき、時間の大切さを啓蒙する活動
に取り組んでいます。これも、日本初
の時計である漏刻をお造りになられた
天智天皇の偉業がご縁です。

佐藤■漏刻は一定速度で流れ落ちる水



時計館の展示用漏刻の前で

て私たちの本能のようなものだと感じ
ます。ただ、現代を生きる私たちにとつ
て、神道が「清く明るく正しい」理想
の生き方はなかなか実現できません。

佐藤■日本人は清浄、清廉を尊び、心身
の不浄を浄化する「禊ぎ」の文化を育て
ました。「心は形を現し、形は心を規制
する」と神道は教えます。身を常に清め
る文化が水に恵まれた国ならではの朝
の洗顔、夜の入浴の風習であるように、
神社への参拝は心を清めるための文化
だといえます。心が清らかであれば、美
しい言葉しか口から発せず、争いも起き
ません。皆さまもぜひ、この一年を清ら
かな正しい心でお過ごしください。

大道●身にしみるお言葉です。2016
年も当行は清く、明るく、正しく務めて
まいります。本日はありがとうございます。

乳幼児の眠りを優しく包むベビー寝具。 受託生産を柱に自社ブランドの構築に挑む。



高島ちぢみを使ったベビー寝具が
「ココクール」に選定される

オーガニックコットンのしなやかな肌ざわり、飽きのこないシックな色づかいが人気の「Copain」と「Soleil」。米国人作家の人気絵本のカラフルな世界を再現した「はらぺこあおむし」。布団カバーでは難しかった淡いパステルカラーの彩りが美しい「VOYAGE」。自社のオリジナルデザインで森の動物たちを散りばめた「ともだち」。

株式会社ニシザキがオリジナル商品として打ち出すベビー寝具は、現在8ブランド。若い家族のインテリアにマッチし、さまざまな嗜好を持つお母さんから選ばれることを考えて、多彩なテイストの複数ブランドを展開しているが、優しく赤ちゃんの眠りをそっと包み込む持ち味は共通している。



重量やサイズなどをもとに中綿を生産する製綿工程

ベビー寝具への絞り込みが
大手からの受託生産につながる

ベビー寝具の市場は新規参入しにくいですが、一般寝具のように冬忙しく夏は暇というシーズン性がないため、年間を通

近江の伝統素材・高島ちぢみを使った新ブランド「Coccone」では、独特なシボ（しわ）を使って赤ちゃんのためにふんわりと柔らかな布団を開発。サラッとした肌ざわりと吸水性を巧みに生かして、汗かきの赤ちゃんにとって最適な寝具に仕上げた。さらに琵琶湖と県花しやくなげ、葦を連想させるブルー、ピンク、ベージュのトリコロール（3色）ボーダーをあしらって、「湖国＋眠り」のネーミングとともに湖国のイメージを強調。滋賀の地域資源を有効に活用したことが評価され、滋賀のとっておきの商品やサービスを集めた「ココクール マザーレイク・セレクション2014」にも選ばれた。

洗濯機で洗える敷布団
新しい機能にもチャレンジ

デザイン性と企画力だけがニシザキのベビー寝具ではない。「当社が開発した

じて安定生産を見込める点が魅力だったという。西崎社長はダクロンの特性を生かして、それまで不可能とされていた「家庭用洗濯機で丸洗いできる敷布団（2008年特許取得）」を開発。いつも清潔に保てるところをアピールポイントに、ベビー寝具「サラゼーション」を95年に発売した。

当初はそう売れなかったが、サラゼーションに注ぐニシザキのもののづくりに業界の関心が集まり、また、ISO9001認証取得に伴い、ベビー用品や保育用品を総合的に扱う複数の大手企業から寝具製造を任されるようになった。「現在、ベビー寝具の受託生産は当社の経営を支えるまでに育った。生産量はそう大きくない市場だが、良質な素材にこだわりの、丹念に仕上げる寝具製造業者として確かなポジションを獲得できたと思う」と、西崎社長は力強く語る。

4年ほど前からは、自社ブランドの育成に本腰を入れ始めた。受託生産事業

「二枚式敷布団」は、敷布団が二枚構成になっていることから家庭用洗濯機で丸洗いができる。さらに、さらっとした肌ざわりのメッシュ素材と保温性の高いフリース素材を組み合わせたことで、夏用と冬用を一つの敷布団で兼用できるところも画期的だと思う。これらのアイデアでキッズデザイン賞（特定非営利活動法人キッズデザイン協議会が主催）や実用新案も取得している」。西崎英治社長はそう胸を張る。



赤ちゃんに優しい風合いに、ベビー布団をミシンでキルティング加工

は順調だが、将来を見据えると次の柱が必要と考えたからだろう。そのためにテキスタイルデザイナーを採用して彦根オフィスを開設。現在、個性豊かなブランドを展開している。

目指すは滋賀の認知度アップと
伝統産業の復興

14年11月に「Coccone」での経験を生かした新ブランドを発表した。高島ちぢみと湖東の麻織物を使った巾着や手拭い、ハンカチといったお洒落な生活雑貨。梅花藻、琵琶湖の水鳥、近江妙蓮など滋賀の風物柄で彩った「1/6 fabric」だ。「暮らしに、琵琶湖の心地よさを」をコンセプトにし、デザイン、生地、織り、プリント加工、縫製加工、検品に至る全ての工程を県内で完結させることにこだわっている。目指すのは、滋賀の認知度アップと伝統産業の復興。初めて発表した展示会での反響は予想以上で、今後の販売に期待が高まる。小売事業者等・ふ



滋賀の伝統産業の復興を目指して開発された「1/6 fabric」の生活雑貨

るさと名物開発等支援事業事務局が運営する「ふるさと名物応援事業」の補助金を使ったプロジェクトで、全国のインテリアショップでの取り扱いを推進するとともに、県内を訪れる観光客に広めることで「滋賀の新しい土産物」に育てようと、地域の活性化に力が入る。

Profile

株式会社ニシザキ

- 本社/滋賀県犬上郡多賀町土田480
- 設立/1962年
- 資本金/1,000万円
- 従業員数/24名（パート含む）
- 事業内容/寝具等の製造・委託加工・販売及び寝具類のリース・レンタル・リネンサプライ

<http://www.e-sleep.co.jp/>



代表取締役

西崎 英治氏

Voice

少子化の中でも、良質なベビー寝具を作り続けられ
必ず道は開けると考えています。
良い素材と丁寧な製法で安心・安全、快適な寝具を作り
赤ちゃんの健やかな眠りを優しく包み込みます。

伝統の技と創造性豊かなデザインで建てる家。 滋賀県産材の活用で林業活性化にも思いを注ぐ。



木造建築にこだわり

施主の夢を形に

「私たちが守り、生かすもの。それは近江の豊かな暮らしと大工の伝統技術。自らの手で新たに紡ぎだすもの、それは創造性豊かな設計デザインで描く現代の暮らし」。八日市の地に1世紀以上も根差して、施主の夢を形にしてきた株式

会社木屋長工務店の目指す「家づくりの心だ。

「自らの夢が実現するということは、その人にとって人生最大の喜びであると確信している。それが『家を建てる』ということであるならば、私たちの仕事は『夢を形にする』ことのお手伝いだと思う」。老舗工務店の4代目を継ぐ和田孝浩社長は熱く語る。



木の特性を生かした心地よい住まいを提供

「木屋長」の名は材木業がルーツであることを物語る。建築業を始めたのが1903（明治36）年で、31（昭和6）年に近代様式で当時評判になった八日市の宮路病院（国の登録有形文化財に指定）を建てたのを皮切りに、地域社会に数多くの足跡を残す。平成になってからも、土山の森林文化ホールなどのランドマークとなる数々の建築を施工してきた。伊藤忠兵衛旧邸茶室の改修等の実績からは、営々と蓄えてきた「匠の技」がうかがえる。

「地域で名高い建築を手掛けてきた一方で、主軸は常に戸建て住宅において、お施主様のライフスタイルに合った住まいを1軒ずつ丁寧に建ててきたのが当社の1世紀余りの歴史。現在も年に三十数棟の「創造性豊かな家」を手掛けている。木造建築にこだわりを貫くのは、設計の自由度が高く、将来の改築もしやすいうえ、鉄骨造では表現しにくい「木のぬく

もりがある家」を建てられるからだ」と和田社長は話す。

手間を惜しまず、細部にまで行き届く匠の技。増える「木屋長ファン」

木の特性を知り尽くし、木造建築に関する知識と経験豊富な大工を十数名も自社で抱えているのが強みであり大きな特長だろう。全国的に職人不足が叫ばれている昨今、同社は15年以上前から若手大工の育成にも取り組み、各年代にバランスよく職人を擁している。木目、柃目、木表、木裏など細かな木の特長を使い分け、木を生かし手間を惜しまない家づくりをこだわる。格子を組む場合は仕上りの美しさを考え、辺材の白太をなるべく周辺に配し、心材の赤みを中央部に用いる。

「ふさわしい場所にふさわしい木を使う」。施主が気づかない配慮を細部にま

で凝らす職人の技が、ひいては「心地よい住まい」に結実している。

施工面で「匠の仕事」にこだわる一方、設計においても高い意識をもって空間と環境をデザインしている。形状、色彩、素材にとどまらず、施主の生活様式やアイデンティティの具現化までも追求。これらを総合して、デザインすることにより世代を超えて受け継がれる家が生まれ、持続可能な地域の創造にもつながると同社は考えている。このような技の継承と価値の創造」のどちらをも真摯に追求する姿勢が評価され、リーマン・ショック以降、県内の新設住宅着工戸数は消費増税前の駆け込み需要が発生した13年を除いて心理的な節目となる1万戸割れが続くなか、木屋長工務店の施工実績は上昇基調を維持してきた。「手間を惜しまず、良い結果を常に残そうとする努力がお施主様に評価され、徐々に口コミで広がり、「木屋長ファン」になってくださったのではないか」。和田社長はこう分析する。

魅力ある地域資源による

「鈴鹿材プロジェクト」

林業の衰退で山が荒れ、保水力低下が災害リスクを招く。滋賀の山林を覆うこの現状を改善したい。そんな思いから、地域材の活用促進にも積極的に動く。

2010年から取り組む「鈴鹿材プロジェクト」は土山から多賀までの山林資源

を鈴鹿材と名づけて、その保護と活用を広く呼びかけるもの。新聞折込チラシで参加者を募り、伐採や製材の現場にふれてもらいう見学ツアーを主催したり、啓発誌「おうみクノチ」（クノチは神話に登場する木の神）を発行するなど、自社PRの枠を超えたアクションを重ねてきた。

その思いは、県産材利用に熱心な滋賀の住宅建築関連業者が設立した一般社団法人「滋賀でいい暮らし いえづくりの会」（会長は和田社長）でも引き継がれ、山林見学ツアーや間伐材を使った住まいの構造見学会という形で滋賀全域に広がっている。

間伐材を有効利用する

ユニットハウスを海外で推進

間伐材を利用したユニットハウスを設計考案した滋賀県立大学教授から海外展開の話が持ち掛けられた。和田社長はこれをアジア圏等の海外市場へ広めれば、間伐材利用が進む上、日本の木造建築物



熟練の職人による材加工風景

の良さを伝えられると考えた。「ユニットハウスは9cm角の角材と構造用合板を組み合わせ、屋根に張った角材が引張り合って加重を4辺の壁に分散される仕組みで、内部に柱がなくても強度を保つことが可能。材を加工しておけば、建物だけでなく1日の施工で建てられる」。

その構想の実現のため、木屋長工務店と滋賀県立大学教授を中心に、木材建材流通業者や貿易会社等がネットワークを結成。「小売事業者等・ふるさと名物応援事業」の14年度補助金の採択や、新技術の開発や新分野への進出をサポートする



中国昆明に建築したユニットハウス

「ニュービジネスサポート資金」の活用など、国や地元金融機関からの金融面でのバックアップを得て、プロジェクトが進行していった。デモンストレーション用物件を建てる候補地を探し、見つけたのが中国昆明の観光農園。昨年11月に同社の大工が渡航し、海外施工を実現するとともに、ユニットハウスの構造展示会を開催した。

「来訪客の多い場所なのでPR効果を期待できる。セカンドハウスや災害時の仮設住宅用にも有効だと思われるので、他のアジア圏でも普及させてみたい」と滋賀の林業復興にも意欲と情熱を燃やす。

Profile

株式会社木屋長工務店

- 本社/東近江市栄町7-1
- 設立/1967年
- 資本金/1,000万円
- 従業員数/25名
- 事業内容/住宅の設計・施工、リフォーム・増改築、古民家再生、店舗・事務所的设计・施工、公共建築物の設計・施工

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

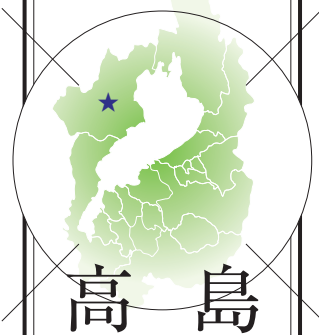


代表取締役

和田 孝浩氏

Voice

施工後も末永くおつきあいできる地域密着の工務店だからこそ、お施主様の思いを深く受け止められます。今後は伝統工法で建てられた住まいのリフォーム技術を磨き、地域資産としての建築物の継承にも取り組みます。



アウトドアを高島で〴〵のブランド化により、観光振興 山と里と湖の〴〵の場所で、気持ちよく過ごしてもらおう

「山ガール」や「女子キャンプ」が流行し、ファッション誌が特集を組むなど、アウトドアが新たな形で盛り上がりつつある。そんなトレンドを捉えるかのように、滋賀県高島市では、アウトドアに焦点を絞って、地域のイメージを高めようという動きが起きている。びわ湖高島観光協会は、その中心となって奔走する。

アウトドア推進協議会を核に 着地型の発想で、観光商品開発

「アウトドアを高島で」をキャッチフレーズに、高島市は地域の新たなイメージを確立し、観光客を拡大しようと、力を入れている。2012年には市内のキャンプ場やアウトドア関連の事業者が参加して「たかしまアウトドア推進協議会」が発足。この協議会の事務局が置かれているのが、公益社団法人びわ湖高島観光協会だ。

びわ湖高島観光協会は、旧高島郡のマキノ、今津、新旭、安曇川、高島の5町と朽木村が合併し高島市となったのを受け、合併から2年後の07年に、それまで

各町村にあった観光協会を統合する形で設立された。

同協会は、各種催事の企画立案、地元

Blue Green Outdoor style in Biwako Takashima



山と里と湖、自然の豊かさを生かした地域のブランド化を推進

発。着地型の発想で企画・販売・運営を行っているのが、同協会の持ち味だ。

県内有数の豊かな自然生かし アウトドアの聖地を目指す

「高島の観光」の多角化を進める同協会は、15年度の事業計画の最重点課題に「アウトドア」を位置づけた。

「協会として、これまでは市内の観光

情報をまんべんなく発信してきた。しかし、それだけでは十分な成果を得られなかった。高島の最大の魅力は何かを考えた中から、アウトドアで地域のブランド化を進め、その波及効果を他の分野へも広げていく方向になった。キャンペーン

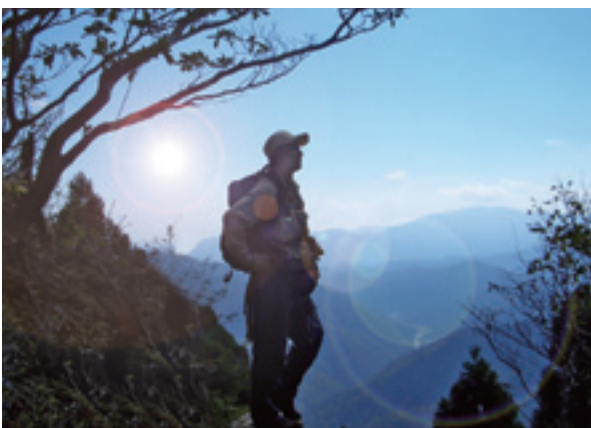
テーマは『Blue Green Outdoor style in Biwako Takashima』。『Blue』は琵琶湖や川の水や空を、『Green』は山や森の自然を表している。高島は自然の豊かさでは県内でもトップクラス。近畿、西日本におけるアウトドアの聖地と認知されるレベルまでブランド化できれば」と、坂井田智宏チーフコーディネーターは夢を膨らませる。

四季を通じ、遊びと癒やしで、 愛好者を惹きつける多彩な魅力

高島市は確かに、アウトドア愛好者を惹きつける魅力にあふれている。山と里と湖の自然に恵まれ、整備されたキャンプ場、水泳場、スキー場には関西一円から多くの利用者が訪れる。海津大崎の桜、マキノのメタセコイア並木など絵になる景勝地も多い。カヤック、ウインドサーフィン、サーフボードの上に立ったまま乗りオールを使って漕ぐスタンドアップパドルボード(SUP)、スノーシューなど、四季を通じてアウトドアのスポーツとレジャーを堪能できる。



「びわ湖高島体験交流ツアー“たびのこ”」のプログラムの一つ「鯖ずしづくり体験」



80kmにも及ぶ「中央分水嶺・高島トレイル」

近年注目されているのが、マキノから朽木に至る80kmに及ぶ「中央分水嶺・高島トレイル」。このトレイルは中央分水嶺の中央部にあたり、随所で若狭湾と琵琶湖を望みながら歩くことができる。トレイルランニングも人気で、14年から「FAIRY TRAIL びわ湖高島トレイルランニングinくつき」と題した大会が11月に開催されるようになった。

また、特定非営利活動法人森林セラピーソサエティからセラピーロードと認定されたコースがマキノ、今津、朽木にあり、健康づくりや癒やしの空間として森林浴を楽しむ人も多い。

こうした豊富な自然素材を、今後、どのように発信していくかが、観光協会の大きな課題だ。

今秋、アウトドアフェスを開催 認知度向上を仕掛ける

「遊びや体験などのアウトドア・アクティビティをたくさん揃えることばかりを追いかけては、北海道や長野などの先進地に対抗できない。それよりも、高島の自然の中で『気持ちよく過ごす』アウトドアを訴求していきたい」と坂井田さん。

16年秋には、市内で2日間の大規模なアウトドアイベント「Blue Green FES」の開催を計画している。15年11月、たか



15年11月に開催された「第1回 びわ湖ウォータートレイルSUP駅伝レース」

しまアウトドア推進協議会の主催で「第1回 びわ湖ウォータートレイルSUP駅伝レース」が開催され、その販促物には「Blue Green」のロゴが初めてプリントされた。観光協会では今後もさまざまなアウトドアイベントに協力し、「Blue Green」の浸透と秋のフェスに向けた期待感を高めていく計画だ。

「地域をどのように売り出していくかが、私たちの役目。高島にはさまざまな観光資源がある。歴史文化財や発酵食品など一見つながらのことも、観光協会が間に入ることでアウトドアの切り口からつながりをつくることができるかもしれない。地域の人と一緒になって、高島エリアの活性化にしっかりとつなげていきたい」と仁賀久宣事務局長は力を込めた。

「クールジャパン」



Japan.
Cool Japan.

text by 滋賀銀行 国際部 太田 憲嗣（㈱国際協力銀行にて研修中）

「クールジャパン」―“カッコいい日本”として、日本がコンテンツや文化を海外へ発信・輸出を始めて10年以上が経過した。この間にアニメや漫画、ゲーム、ファッションといったポップカルチャーや和 문화、工芸品などが幅広く海外に発信され、「クールジャパン」現象が世界の各地で広がっている。海外の人たちを惹きつけるその魅力と効果を紹介する。

「クールジャパン」戦略

日本では1990年代ごろから文化面やソフト面の輸出に力を入れ始め、2010年6月には経済産業省製造産業局に「クール・ジャパン室」を開設。コンテンツや伝統文化を積極的に海外に売り込む「クールジャパン」戦略を策定し、文化産業の海外展開支援、輸出の拡大や人材育成、知的財産の保護などを官民一体で行っている。

その後押しもあって、民間企業が行った「アジア主要都市における日・韓・欧米コンテンツ普及度」調査(14年)では、「日本、韓国、欧米のコンテンツ

(アニメ・漫画、ドラマ、音楽など)のうち、どの国のものが好きか」との問いに対し、日本はアニメ・漫画の項目でアジア7都市から支持を受けた。今では、好きな日本アニメのキャラクターに扮装したコスプレイヤーを海外でも目にするほどで、日本コンテンツが人気を博していることが分かる。

世界に広がる「和食」

13年12月に「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録され、日本食文化も世界から「クール(カッコいい)」と注目されている。13年には約5.5万店舗あった海外の日本食レストランも15年には約8.9万店舗と1.6倍も増加し

ている。

また、15年開催のミラノ国際博覧会・日本館で「日本の食と食文化」が紹介されると、四季折々の農村風景や「いただきます」「もったいない」という日本人の「食」への感謝の精神、農林水産技術の体験型展示物を見ようと、連日多くの人々が訪れた。期間中の総来場者数は228万人と全館の総来場者数(2,150万人)の約1割も占め、海外の人たちの「和食」への関心の高さをうかがわせた。

「オタク文化」にみる日本人気質

では、海外の人々を惹きつける「クールジャパン」の魅力とは何か。その



色彩豊かで見た目美しい和食は海外でも人気

答えは日本独自の文化と、そこに流れる精神性だといわれる。珍しさや目新しさといった外見上の理由もちろんあるが、一つのモノを洗練していく、他にないものを創り出していく、そんな日本人の内面性が付加価値となって、魅力の源泉になっている。

「匠の技」といわれるように、日本人は一つの技術を徹底的に磨き、物事や道を究めることを良しとするところがある。これは趣味の分野にも共通し、何かを好きになったら、その興味の対象について全部を知りたいし、全部を集めたいと願う。それに熱中する人を表す「オタク」という言葉も生まれ、世界に広がった。海外から見ると日本人はこのこだわりを持った「オタク気質」、つまり、物事を「究める」ことを尊重する精神を持っていると考えられている。

先日訪問した製造業社長の言葉からもこの「オタク気質」を感じた。同社は長年タイでモノづくりに携わっているが、社長は「日本人は元来、モノづくりにこだわりを持ち、常に新しい付加価値を生むようにアイデアを出し合って、工夫・改善を行ってきた。ペル

トコンベヤー上の部品の置き方や伝票整理の仕方から作業工具の使い方、従業員の目標管理方法まで、あらゆる場面で工夫を重ね、手直ししてきた。この『カイゼン』の積み重ねが現在の日本製造業の礎であり、『カイゼン』を突き詰めていく気概を持つことで人も企業も成長する」と、分析。何かを究めようとする「オタク気質」なくしては、カイゼンすべきポイントを見出せず、単なる流れ作業になってしまうのだ。

「クールジャパン」が生み出す効果

「クールジャパン」現象をきっかけとして日本のモノや文化に接し、日本に関心を持つ外国人が若者を中心に増えている。彼らがSNS(ソーシャルネットワーキングサービス)などを通して日本のモノや文化を情報発信してくれれば、海外でも日本商品の購買につながる。さらに日本へ観光に来てくれれば日本の国内消費も増加する。情報発信はインバウンド(訪日外国人旅行)につながる。「クールジャパン」が生み出すホットな経済効果を期待したい。

ソムキット副首相の訪日

タイ軍事政権が昨年8月下旬に大規模な内閣改造を行った。上向かない国内景気にしびれを切らした形で、経済閣僚を一新。そのトップに、タクシン政権時代に「タクシノミクス」と呼ばれた経済政策を主導したソムキット氏(62歳)が就任した。副首相として、財務省、工業省、商務省などの経済関連省だけでなく外務省も統括する異例の抜擢だ。経済政策と外交政策がソムキット副首相を中心に展開されることになる。

タイは労働力コストの上昇により経済成長の「踊り場」にある。タイが持続的な経済成長を遂げるための柱が「産業高度化」だ。ソムキット副首相は就任後、矢継ぎ早に地方の内需活性化支援策や中小企業支援策を実施。地方の内需活性化の投資総額1,360億バーツ(約4,500億円)と大きな規模で、その効果により産業景況感指数は就任後約2カ月(10月末時点)で2.3ポイント改善した。また「クラスター政策」として、特定の産業に対して土地所有や税優遇を新たに付与する政策も打ち出し、産業集積の高度化を促進している。

副首相は最初の外遊先に日本を選び、11月25日~28日に3大臣およびタイ投資委員会(BOI)長官等を引き連れ訪日した。「産業高度化」のパートナーとして日本を最優先国と位置づけていることの表れだ。日本の製造業が得意とする高い技術への優遇は、進出する日系企業にとって追い風となる。

訪日での大きな動きは「南部経済回廊に関する日タイ鉄道協力覚書」の締結だ。南部経済回廊は、ホーチミン~プノンペン~バンコク、そしてミャンマーのダウエーへとつながる路線である。新興国のインフラ事業で日本と中国は激しい争奪戦を繰り広げている。中国は、価格競争力と相手国の輸出品購入などで政府間交渉を優位に進めていた。しかし、この覚書により、今後タイは日本をパートナーとして計画を進めることになる。ソムキット氏の副首相就任は、日本の製造業そしてインフラ事業にとって絶好の機会であると期待したい。

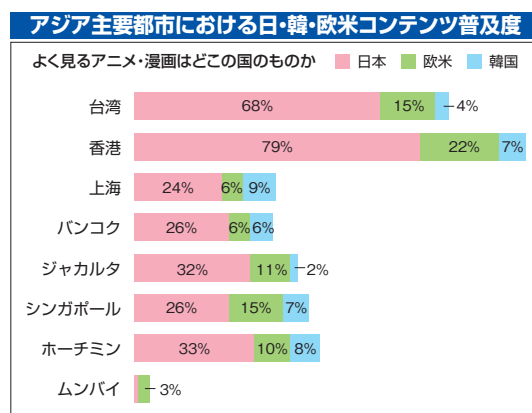
「しがきんアジア月報」12月号より
バンコク駐在員事務所長 河村 正弘



日系企業を前に講演するソムキット副首相(バンコク)



アニメや漫画、ゲームの専門店が立ち並ぶ街、秋葉原。「クールジャパン」の影響で世界から注目を集めている



出典：2014年博報堂Global HABIT調査(経産省資料より)(複数回答)



雪の菅山寺山門／長浜市



回復に向けた動きが続いているものの、 全体的に弱含みで推移

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、金属製品や食料品などは上昇したものの、輸送機械や窯業・土石製品、化学、その他などは大幅に低下したため、原指数、季節調整済指数ともに2か月ぶりのマイナスとなった。この結果、季調済指数の3か月移動平均値も2か月ぶりに前月を下回り、一進一退の動きとなっている。

需要面では、百貨店・スーパー販売額については、身の回り品や家庭用品などは伸び悩んだが、飲食料品や衣料品、家電機器などで前年を上回り、全店ベースでは7か月連続、既存店ベースでは4か月連続のそれぞれプラスとなり、全体に堅調に推移している。また、軽乗用車は2か月ぶりの大幅マイナスとなったものの、乗用車の新車登録台数は3か月連続で前年を上回っている。さらに、新設住宅着工戸数は持家が2か月ぶりの大幅プラスとなり、貸家と分譲住宅も前月に続き前年を大きく上回ったため、全体では2か月連続の大幅プラスとなった。一方、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鉱工業用が2か月ぶりのプラスとなったものの、商業用とサービス業用が低水準かつ大幅のマイナスとなったため、全体では前月に続き大幅のマイナス。また、公共工事の請負件数は9か月連続で前年を大きく下回り、金額は3か月ぶりの大幅マイナスとなった。このような中、雇用情勢をみると、両求人倍率は前月に比べ上

昇し、とくに有効求人倍率は10か月連続の1倍超となっている。

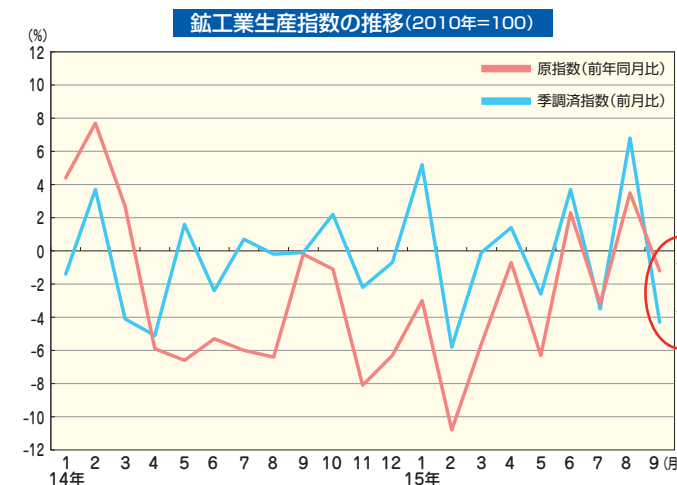
これらの状況をまとめると、製造業の生産活動は一部の業種で好調なものもみられるが、全体的に弱含みの動きとなり、一進一退で推移している。需要面では個人消費と住宅投資は前向きの動きがみられ、堅調に推移しているが、民間設備投資と公共投資で一服感がみられる。したがって県内景気の現状は、回復に向けた動きが続いているものの、一部で伸び悩みの動きがみられ、全体的に弱含みで推移している。

今後の動向 県内製造業の生産活動については、国内景気の緩やかな回復や米国景気の堅調な動きを受けて回復基調に向かうものと思われるが、中国経済減速の影響から一部の業種では生産調整が長引き、減産の可能性が懸念される。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や景気の不透明感といった懸念材料はあるが、家計収入の増加や原油安による消費マインドの良化などから、全体に底堅いと考えられる。一方、民間設備投資や新設住宅着工などの投資関連では一部で前向きの動きがみられるものの、慎重さが残り、全体に弱含みで推移するものと思われる。

したがって今後の県内景気は、回復に向けた状態が続くものの、中国経済減速の影響も懸念され、全体に弱含みで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 2か月ぶりのマイナスで一進一退

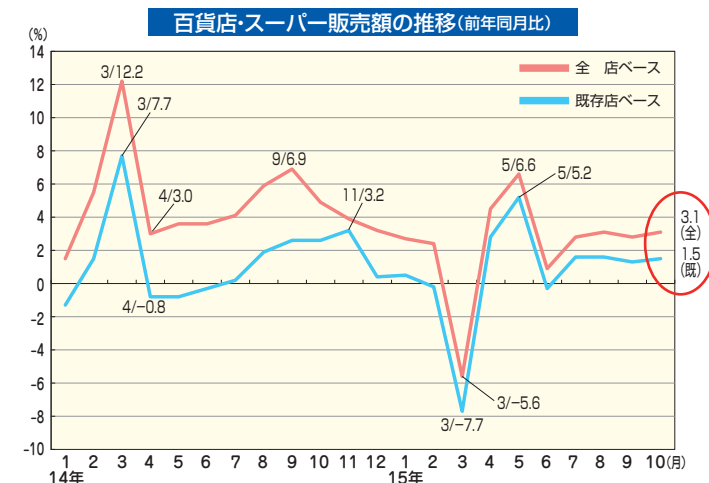
2015年9月の県内製造業の生産状況をみると、鉱工業生産指数(2010年=100)の「原指数」は100.9、前年同月比-1.2%で2か月ぶりのマイナス、「季節調整済指数」も97.8、前月比-4.3%で、これも再びマイナスとなった。この結果、季調済指数の3か月移動平均値(8月)は98.6、前月比-0.4%と2か月ぶりのマイナスとなり、一進一退の動きとなっている。業種別(中分類)に季調済指数の水準をみると、「電気機械」や「化学」「パルプ・紙・紙加工品」「食料品」などは高水準が続いているが、「鉄鋼」や「輸送機械」「窯業・土石製品」などの水準は低い。前月と比べると、「金属製品」や「食料品」などはプラス、一方、「輸送機械」や「窯業・土石製品」「化学」「その他」などは二ケタのマイナスとなった。



「百貨店・スーパー販売額」は 4か月連続で両ベースともプラス

2015年10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+0.7%、前月比+0.1%となり、前年比では30か月連続のプラス、前月比でも再びプラスとなった。「可処分所得(大津市・勤労者世帯)」は11か月ぶりのマイナスとなり(前年同月比-4.5%)、「家計消費支出(同)」は前月に続き前年を下回った(同-0.4%)。

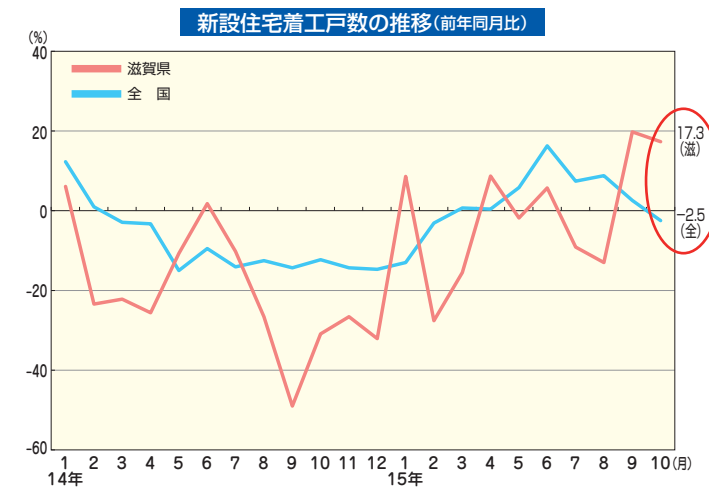
このような所得・消費環境のなか、10月の「百貨店・スーパー販売額(全店ベース=店舗調整前、対象店舗数は96店舗)」は21,937百万円、前年比+3.1%で、7か月連続のプラスとなり、堅調に推移している。品目別にみると、身の回り品(同-1.1%)と家庭用品(同-4.3%)が再びマイナスとなったものの、ウエイトの高い飲食料品は29か月連続で増加していることに加え(同+3.9%)、衣料品が再びプラス(同+1.6%)、家電機器も4か月連続の大幅プラスとなっている(同+13.6%)。「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高も全体では4か月連続で前年を上回っている(同+1.5%)。



10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3か月連続のプラスとなっているのに加え(1,392台、前年同月比+2.1%)、「普通乗用車(3ナンバー車)」が3か月ぶりのプラスとなったため(1,431台、同+2.6%)、2車種合計では3か月連続のプラスとなっている(2,823台、同+2.4%)。一方、「軽乗用車」は今年4月からの増税の影響が長引き、2か月ぶりの大幅マイナスとなった(1,656台、同-22.9%)。

「新設住宅着工戸数」は 前月に続き大幅のプラス

2015年10月の「新設住宅着工戸数」は767戸、前年同月比+17.3%で、前月に続き大幅のプラスとなった。利用関係別でみると、「持家」は419戸、同+12.0%(大津市91戸、守山市56戸など)で2か月ぶりの大幅プラスとなり、「貸家」は221戸、同+17.6%(大津市63戸など)で前月に続きプラスとなった。さらに「分譲住宅」も124戸、同+42.5%(大津市50戸など)で前月に続き大幅のプラスとなった。分譲住宅の内訳をみると、「分譲マンション」は3か月連続で申請がなかったものの(0戸、前年差0戸)、「一戸建て」は3か月連続で前年を大きく上回った(124戸、同+37戸)。なお、「給与住宅」は3戸(東近江市2戸など)。



滋賀県内企業動向調査

2015年10-12月期の実績見込みと2016年1-3月期の見通し

景況感は2四半期連続で持ち直すも、先行きには不透明感

text by しがぎん経済文化センター 長山 真由美

今回の調査によると、現在(15年10-12月期)の自社の業況判断DIは-4となった。前回(7-9月期)から5ポイント上昇し、2四半期連続で持ち直したものの、7四半期連続でマイナス水準にとどまった。原油価格の下落は仕入価格の低下につながっているが、一部業種ではマイナスに働いた。中国経済減速の影響も引き続き懸念されている。一方、サービス業を中心にインバウンド(訪日外国人旅行)や国内旅行需要増などが好影響をもたらした。

3カ月後の業況判断DIは、現在から5ポイント低下して-9となる見通しで、先行きは不透明である。

【調査概要】

- 調査名:「滋賀県内企業動向調査」
- 調査時期:2015年11月9日～11月27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 939社
- 有効回答数:368社(有効回答率39%)
うち製造業: 171社(有効回答数の構成比 46%)
うち非製造業:197社(有効回答数の構成比 54%)
- 【分析手法】
- 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…

2四半期連続で持ち直すも、マイナス水準

①全体の動向(図表1)

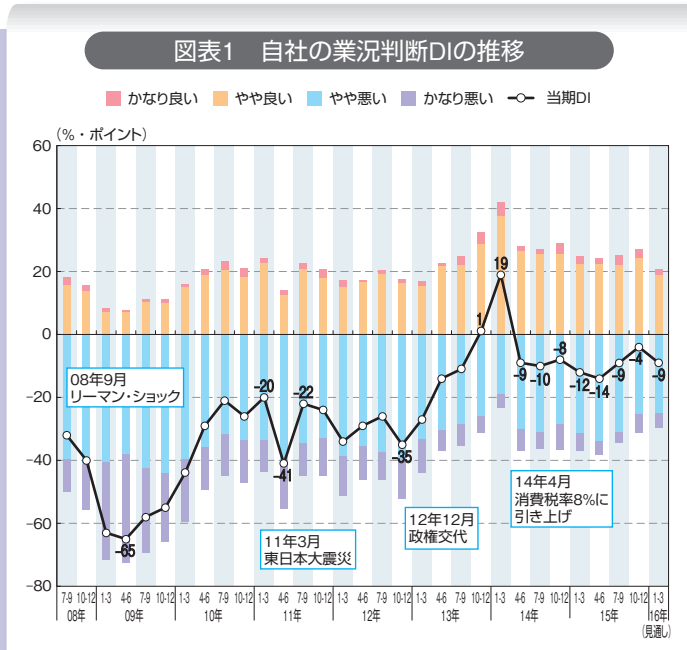
今回の調査(15年10-12月期)での**自社の業況判断DI**は前回(7-9月期)の-9から5ポイント上昇の-4となり、2四半期連続で持ち直した。一方で、消費増税が実施された14年4-6月期以降、7四半期連続で「悪い」と答えた企業の割合が「良い」を上回り、マイナス水準にとどまった。

14年4月の消費増税の影響は一部に残るものの、多くは和らいているようだ。下落が続く原油価格は仕入価格の低下をもた

らす一方で、一部業種ではマイナスに働いた。また、中国経済減速の影響を指摘する企業もあった。サービス業を中心にインバウンドや国内旅行需要増などによる好影響もみられた。

3カ月後は5ポイント低下の-9と、3四半期ぶりに回復の歩みが止まり、一転悪化する見通しである。

なお、**自社の業況回復の時期**については、「すでに回復(好調維持を含む)」した企業の割合は33.5%と3分の1に。「12月まで」(5.6%)を合わせると39.1%と約4割に上った。一方で半年以上先の「来年7月以降(不明を含む)」も3分の1(34.4%)を占め、一部では業績不振が続くとみられる。業種別では、「すでに回復」した企業の割合は、製造業の31.0%に対し非製造業は35.8%と、非製造業の方が回復の割合が高くなった。



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)				百貨店・スーパー 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 前 年 比	店舗調整後 前 年 比
	季節調整指数	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		
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	—	※2.3	—	※▲0.6	—	※▲1.0	※99.5	—	※0.3	※354,132	※1.9	※294,675	※11.5	※▲0.2	※▲1.7
2014年度(年)	※100.6	—	※▲2.7	—	※▲1.5	—	※9.8	※102.0	—	※2.8	※433,981	※22.5	※323,740	※9.9	※4.8	※1.4
2014. 10	100.8	2.2	▲1.1	1.2	▲0.8	0.0	10.1	103.0	0.3	2.8	418,144	36.1	344,192	22.7	4.9	2.6
11	98.6	▲2.2	▲8.1	▲2.9	▲9.6	1.0	12.0	102.8	▲0.2	2.7	350,202	▲2.0	339,638	1.4	3.9	3.2
12	97.9	▲0.7	▲6.3	0.3	▲5.8	▲1.9	9.8	102.7	▲0.1	2.7	793,166	26.9	361,354	18.3	3.2	0.4
2015. 1	103.0	5.2	▲3.0	2.8	▲5.5	0.3	10.0	102.4	▲0.3	2.6	353,056	15.5	326,632	10.3	2.7	0.5
2	97.0	▲5.8	▲10.8	▲4.8	▲10.0	▲1.2	8.1	102.5	0.0	2.5	422,519	20.2	266,635	▲8.0	2.4	▲0.2
3	96.9	▲0.1	▲5.6	0.0	▲6.5	1.9	11.3	102.9	0.5	2.8	408,350	7.2	390,794	7.3	▲5.6	▲7.7
4	98.3	1.4	▲0.7	2.0	0.7	▲1.7	6.0	103.2	0.3	1.1	422,910	8.8	341,065	12.3	4.5	2.8
5	95.7	▲2.6	▲6.3	▲0.1	▲3.6	▲6.2	▲4.5	103.5	0.3	0.9	333,857	11.7	371,212	18.3	6.6	5.2
6	99.2	3.7	2.3	▲2.5	▲2.0	7.6	1.8	103.8	0.3	1.2	745,206	18.7	377,694	26.9	0.9	▲0.3
7	95.7	▲3.5	▲3.2	▲1.6	▲5.2	▲0.8	▲0.9	103.8	0.1	1.0	570,300	9.3	291,182	▲19.6	2.8	1.6
8	102.2	6.8	3.5	7.6	1.7	▲3.6	▲5.2	103.8	0.0	1.0	420,566	3.0	312,407	12.7	3.1	1.6
9	P97.8	P▲4.3	P▲1.2	P▲6.0	P▲4.5	P▲0.4	P▲5.4	103.7	▲0.2	0.8	394,069	8.6	273,741	▲18.4	2.8	1.3
10								103.8	0.1	0.7	399,524	▲4.5	342,718	▲0.4	P3.1	P1.5
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)				百貨店・スーパー 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
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
2014年度(年)	※99.0	—	※2.1	—	※1.3	—	※6.2	※102.7	—	※2.6	※430,141	※0.9	※318,755	※▲0.1	※1.7	※0.9
2014. 10	98.5	0.4	▲0.5	0.1	▲0.6	▲0.1	3.9	103.6	0.1	2.9	404,682	0.9	316,154	▲0.1	1.0	0.0
11	97.9	▲0.6	▲3.7	▲0.7	▲4.8	1.1	6.6	103.4	▲0.2	2.7	431,543	21.1	306,230	1.7	1.9	1.1
12	98.1	0.2	▲0.1	▲0.2	▲0.1	▲0.1	6.2	103.2	▲0.2	2.5	773,622	2.6	357,772	▲0.2	0.7	0.1
2015. 1	102.1	4.1	▲2.6	5.5	▲2.1	▲0.4	5.6	102.6	▲0.6	2.2	359,029	0.2	320,674	▲1.6	0.6	▲0.0
2	98.9	▲3.1	▲2.0	▲4.4	▲2.9	1.1	7.0	102.5	▲0.1	2.0	406,800	2.1	291,387	▲1.1	2.0	1.3
3	98.1	▲0.8	▲1.7	▲0.6	▲2.3	0.4	6.2	103.0	0.4	2.2	364,614	1.7	351,974	▲8.5	▲12.3	▲13.0
4	99.3	1.2	0.1	0.6	0.2	0.4	6.6	103.3	0.3	0.3	384,710	3.1	334,301	1.3	9.5	8.6
5	97.2	▲2.1	▲3.9	▲1.9	▲3.2	▲0.8	3.9	103.4	0.2	0.1	327,875	2.2	317,317	8.3	6.3	5.3
6	98.3	1.1	2.3	0.6	1.8	1.5	4.0	103.4	0.0	0.1	581,279	2.2	293,042	▲0.9	0.6	▲0.3
7	97.5	▲0.8	0.0	▲0.4	▲0.8	▲0.8	2.7	103.4	0.0	0.0	472,058	5.3	314,788	1.0	3.2	2.1
8	96.3	▲1.2	▲0.4	▲0.7	0.6	0.3	2.1	103.4	0.0	▲0.1	391,352	2.1	317,195	3.7	2.6	1.8
9	97.4	1.1	▲0.8	1.4	▲1.5	▲0.4	2.1	103.4	0.0	▲0.1	338,098	▲1.1	298,733	▲1.6	2.6	1.7
10	98.8	1.4	▲1.4	2.1	▲0.8	▲1.9	0.2	103.5	0.1	▲0.1	404,876	0.0	309,761	▲2.0	P4.0	P2.9
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、季節調整)		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
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
2014年度(年)	※36,446	※1.3	※499,029	※▲12.6	※8,329	※▲23.5	※▲25.2	※▲12.2	※▲33.1	127,694	3.9	1.47	0.98	5,703	▲13.7
2014. 10	2,758	▲7.1	59,573	51.0	654	▲30.9	▲32.1	▲11.7	▲50.3	10,944	7.2	1.51	0.96	5,888	▲14.5
11	2,621	▲14.0	44,707	5.2	696	▲26.6	▲37.1	▲38.6	21.2	4,525	▲47.1	1.34	0.95	5,307	▲13.4
12	2,583	▲8.5	26,099	▲70.8	784	▲32.1	▲32.4	▲42.1	▲10.5	5,021	▲2.3	1.47	0.99	5,323	▲10.5
2015. 1	2,284	▲29.3	60,492	154.6	818	8.6	6.0	82.2	▲62.8	5,263	▲51.3	1.59	1.00	5,275	▲10.6
2	3,116	▲18.3	9,690	▲78.4	485	▲27.6	▲29.1	▲21.6	▲35.5	6,750	▲2.9	1.53	1.00	5,088	▲7.0
3	4,400	▲21.7	33,978	▲41.0	566	▲15.5	7.1	▲31.3	▲51.4	18,465	104.0	1.63	1.03	4,977	▲5.0
4	2,289	14.3	45,365	17.9	750	8.7	▲8.0	26.0	41.9	28,805	55.9	1.55	1.02	5,237	▲5.0
5	2,383	10.1	18,473	▲69.6	647	▲1.8	4.0	11.3	▲38.7	7,759	▲41.8	1.48	1.07	5,724	▲8.9
6	3,099	8.9	48,092	▲1.4	718	5.7	8.9	36.3	▲51.6	9,428	5.6	1.60	1.06	5,833	▲6.3
7	3,036	▲3.2	67,011	131.3	710	▲9.1	▲2.5	▲38.9	39.5	8,764	▲39.9	1.58	1.05	5,898	▲9.0
8	2,368	0.7	39,719	77.5	601	▲13.0	9.4	▲35.4	▲23.5	12,911	42.6	1.46	1.06	5,704	▲6.1
9	3,354	0.9	18,293	▲57.5	841	19.8	▲8.5	69.1	8.3	14,556	17.8	1.61	1.07	5,686	▲5.4
10	2,823	2.4	43,999	▲26.1	767	17.6	12.0	17.6	42.5	8,344	▲23.8	1.68	1.09	5,520	▲6.3
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、季節調整)		完全失業率 (季節調整)			
	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			
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			
2014年度(年)	※2,860	※▲0.4	0.8	4.8	※45,582	※1.6	※892,261	※▲9.0	※▲19.6	※1.7	※▲10.0	145,222	▲0.3	1.69	1.11	3.5			
2014. 10	206	▲11.2	▲4.9	▲2.2	4,757	49.5	79,171	▲12.3	▲28.6	▲4.1	1.6	13,161	▲7.3	1.69	1.10	3.5			
11	203	▲16.1	▲14.6	32.0	3,479	▲8.9	78,364	▲14.3	▲29.3	▲7.4	▲6.0	8,437	▲10.4	1.69	1.12	3.5			
12	198	▲10.8	11.4	4.6	3,268	▲15.0	76,416	▲14.7	▲25.5	▲8.9	▲10.5	8,944	0.9	1.77	1.14	3.4			
2015. 1	207	▲21.6	1.9	43.6	3,514	▲4.4	67,713	▲13.0	▲18.7	▲10.3	▲11.2	6,708	▲13.7	1.77	1.14	3.6			
2	249	▲16.7	5.9	49.6	4,127	18.2	67,552	▲3.1	▲9.1	▲7.5	11.2	7,122	2.3	1.63	1.15	3.5			
3	356	▲14.4	2.6	39.3	3,117	▲7.6	69,887	0.7	▲1.4	4.6	▲4.9	12,755	▲12.4	1.72	1.15	3.4			
4	170	3.0	3.0	33.6	4,405	9.8	75,617	0.4	▲2.1	▲1.8	7.2	18,361	4.4	1.77	1.17	3.3			
5	180	1.1	19.3	10.2	3,705	10.0	71,720	5.8	1.1	2.8	18.1	11,294	▲14.0	1.78	1.19	3.3			
6	239	4.4	16.6	21.4	3,794	▲15.6	88,118	16.3	7.2	14.6	31.3	15,564	▲1.8	1.78	1.19	3.4			
7	245	▲2.0	2.8	12.2	4,260	3.7	78,263	7.4	8.0	18.7	▲9.0	14,632	▲10.1	1.83	1.21	3.3			
8	180	1.7	▲3.5	7.7	3,722	▲6.4	80,255	8.8	4.1	17.7	2.6	11,132	▲1.3	1.85	1.23	3.4			
9	259	▲3.4	▲1.7	13.4	3,561	▲0.5	77,872	2.6	2.4	13.3	▲10.1	12,461	▲10.9	1.86	1.24	3.4			
10	206	0.0	10.3	▲19.8	3,831	▲19.5	77,153	▲2.5	2.4	▲2.6	▲9.5	12,530	▲4.8	1.83	1.24	3.1			
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



「マネーボール理論」

滋賀銀行 常務取締役 大野 恭永

「企業は人なり」といわれます。生産年齢人口の減少などにより日本経済の低成長が続くなか、「ひと」という経営資源は企業経営のますます重要な要素になると考えます。

さて、米大リーグの「アスレチックス」は2002年、球団年俸総額は28位でしたが、勝利数は103勝、全球団最高の勝率を記録。その陰にはピリー・ビーン・ゼネラルマネージャーの「マネーボール理論」があったとされています。

例えば、投手の評価では、得点される可能性を下げ、アウトを稼ぐ能力を重視。具体的には「与四球」（打者がアウトにならない四球は与えず、敬遠も認めない）、「奪三振」（最も確実にアウトを稼げる）、「被長打」（失点を低く抑えるために長打を打たれない）などの率を評価したのです。

良い選手を集めるには巨額の費用が必要で「もはや野球は金銭ゲームになった」との批判があるなか、この理論は「低予算でいかに強いチームを作りあげるか」との考えに根差し、年俸の安い選手で勝つために、この「逆転の発想」が導入されました。結果、4年連続でプレーオフにこぎつけたのです。

企業が限られた投資で業績向上を達成するために、最重要の経営資源「ひと」をいかに最大限活用するかを考える時、この「マネーボール理論」は実に多くのことを示唆しています。

そして一貫して流れる考えは、現状を正確に分析し、正しい結論を得て実行することではないかと考えます。

当行は、今後ともお客さまに正確な情報をお伝えし、経営に少しでもお役にたてるよう微力ながら努力してまいります。

県内データ あれこれ

商業統計調査－2014年速報

小売業の県内販売シェア、大津・南部が5割を超える ～2004年－14年比較で大津・南部のシェア高まる～

先般、経済産業省ならびに滋賀県が発表した「2014年商業統計調査（速報）」から、滋賀県内の小売業の地域別のシェアをみると、人口増加圏である大津・南部地域のシェアの高まりがみてとれる。

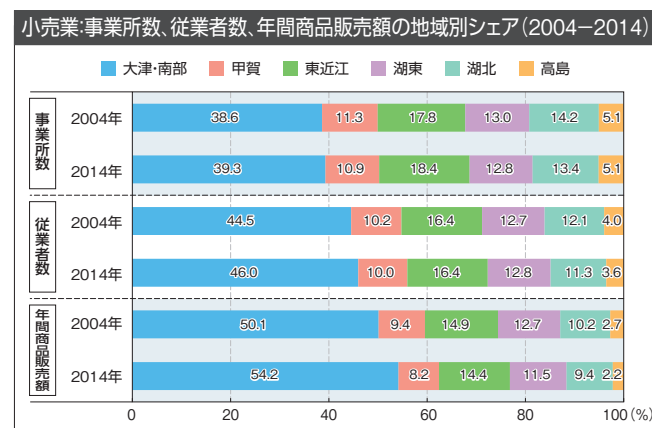
図は小売業の「事業所数」「従業者数」「年間商品販売額」を地域別（6地域）に分類し、10年前の04年と直近14年のシェアを比較したものだ。

3区分ともプラスとなったのは「大津・南部」地域のみで「事業所数」では0.7ポイント増、「従業者数」では1.5ポイント増となった。最も大きくシェアを伸ばしたのが「年間商品販売額」で4.1ポイント増加の54.2%となり、シェアは5割を超える。金額ベースでは他の5地域でマイナスとなったが、同地域は、04年対比153億円増加の1兆2,770億円で、唯一のプラスとなった。県内の「南北格差」が指摘される中、これを如実に表すものとなった。

同期間（04－14年）の人口（各年1月時点）をみると同地域の人

口は57,990人増、県内総人口に占めるシェアは2.6ポイント増加しており「商業統計調査」が人口動態と密接に結びついていることがうかがえる。引き続き人口動態とともに注目していきたい。

（株）しがぎん経済文化センター 吉川 友



（左）モデル、大型商品の撮影・映像（同録）対応の白ホリゾントスタジオ
（右上）クロマキー対応の4面デジタルグリーンを常設採用
（右下）あらゆる生活シーンの撮影をカバーする大型ハウススタジオを併設

株式会社ジェー・ピー・シーは、「ワンストッププロモーション」を掲げる広告プロダクションだ。カタログやDMなどのグラフィックデザインからスタートし、現在はWeb制作、店頭ディスプレイ、映像制作に至るまで、プロモーションに必要な全てを自社内で手掛ける。

さらに広告の出来を左右する「画像」へのこだわりを追求し続けた結果、2014年、「ワンストップスタジオ」を立ち上げた。最新技術を駆使した映像&スチール（写真）の複合型スタジオとして注目を集め、広告代理店や大手企業などからの利用予約も殺到、連日フル稼働している。

スチール × 映像を ワンストップで実現する 「ワンストップスタジオ」

会社DATA 株式会社ジェー・ピー・シー

■本社／京都市下京区恵美須屋町193 ■設立／1994（平成6）年
■代表／山本 修司 ■従業員数／50名
■事業内容／Web制作、Web広告運用、カタログ制作、映像制作、撮影スタジオ運営
■問い合わせ先／TEL：075-365-0571
■URL／本社：http://www.jpcc-ltd.co.jp/
ワンストップスタジオ：http://www.1stop-studio.jp/

自社撮影スタジオだからこそ、映像収録後すぐに編集・配信でき、スチール撮影後もすぐにWeb更新やカタログ、ディスプレイ制作へとスピードが格段に向上。よりコストパフォーマンスの高いプロモーションを生み出すことができるようになった。撮影後に、CM、Web、紙媒体、店頭ディスプレイが全て同時進行できる利便性は、企業のプロモーション戦略にとって大きなメリットで、「うまい、安い、早い」と好評だ。昨年11月にはスタジオを拠点に、モデル事務所「トリニティ」を設立。同社のサービス革新はとどまるところを知らない。

SHIGAGIN TOPICS

お客さまとの新たなコミュニケーションを築くため、 「Pepper（ペッパー）」を採用

当行は、ソフトバンクロボティクスが開発・提供する人型ロボット「Pepper（ペッパー）」^{*}を近畿の地方銀行で初めて採用。入行式が2015年12月3日、本店で行われました。

さまざまな研修を受けた後、「Pepper」は本店営業部に配属。来店されたお客さまへのご挨拶や、キャンペーン・商品のご案内を中心とした業務を行っています。今後、草津支店、京都支店にもそれぞれ配属する予定で、セミナーや各種イベントにも出張します。

当行は「Pepper」を活用して、今後もお客さまとの新しい接客・コミュニケーションの実施や、ロボット・AI（人工知能）を活用したより良いサービスをご提供し、お客さまが快適に過ごせる店舗づくりに取り組んでまいります。



入行式後、「Pepper」は本店営業部へ移動し、お客さまのお迎えなどの実習を行いました

^{*}これは「Pepper」の法人モデル「Pepper for Biz」を活用したものです。
^{*}本件は、ソフトバンクロボティクスの「Pepper」を活用し、当行が独自に実施しているものです。

かけはし
●かけはし通巻267号●平成28年1月号●毎月1回発行
●発行/株式会社滋賀銀行●企画・編集/株式会社しがぎん経済文化センター
●URL: <http://www.keibun.co.jp/>
5200041 大津市浜町1番38号 077-5260005 FAX 077-5263838

2016年 KEIBUN ビジネスセミナー 新入社員研修

KEIBUN
business seminar

例年好評の新入社員研修! お申し込みはお早めに!!

基礎

1日
コース

社会人としての
心構えからマナーまでを
1日で習得!

日時・会場 各回とも9:30~16:30

毎年人気の
草津会場を
2回開催!!

3月30日(水) ▶ 大津会場
(しがぎん浜町研修センター)

4月4日(月) ▶ 草津会場
(ホテルボストンプラザ草津)

4月6日(水) ▶ 大津会場
(しがぎん浜町研修センター)

4月6日(水) ▶ 草津会場
(ホテルボストンプラザ草津)

4月11日(月) ▶ 京都会場
(第8長谷ビル)

4月13日(水) ▶ 水口会場
(サントピア水口)

※申込締切日は各開催日の1週間前です。なお、定員になり次第締め切らせていただきます。

定員

各会場 **50** 名

受講料

9,720 円(税込)

※受講料にテキスト・昼食代を含みます。

実践

2日
コース

社会人としての
心構えからマナーまでを
ロールプレイングを中心に徹底習得!

日時・会場 各回とも9:30~16:30

◎ 大津会場 (しがぎん浜町研修センター)

▶ 3月28日(月)・29日(火)

▶ 4月4日(月)・5日(火)

▶ 4月7日(木)・8日(金)

▶ 4月12日(火)・13日(水)

◎ 守山会場 (ライズヴィル都賀山)

▶ 4月5日(火)・6日(水)

▶ 4月7日(木)・8日(金)

▶ 4月11日(月)・12日(火)

※申込締切日は各開催日の1週間前です。なお、定員になり次第締め切らせていただきます。

定員

各会場 **30** 名

受講料

18,360 円(税込)

※受講料にテキスト・昼食代を含みます。

KEIBUN新入社員研修は、「基礎1日コース」と「実践2日コース」の2講座ございます。両コースとも、受講者に作成いただく研修レポートは、後日教育担当者の方にフィードバックします! 貴社のご要望に合わせて、どちらかのコースをお選びください。

お問い合わせ
お申し込み

株式会社しがぎん経済文化センター 人材開発部

〒520-0041 大津市浜町1番38号

TEL.077-526-0005

E-mail: jinzai@keibun.co.jp

KEIBUNビジネスセミナー

検索