

かけはし

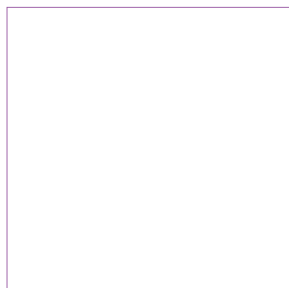
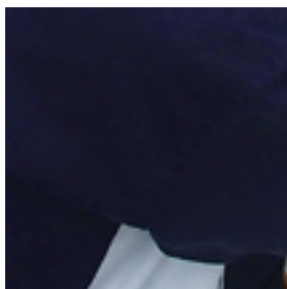
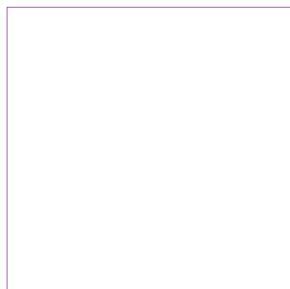
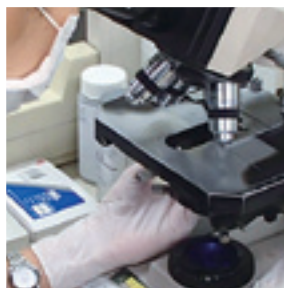
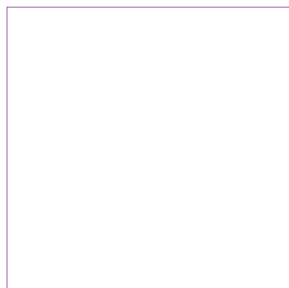
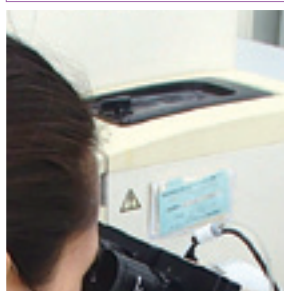
2

February

2016 vol.179

かけはしマネジメント対談

株式会社近畿予防医学研究所



企業・強みの研究

株式会社魚松

企業・強みの研究

株式会社カナオカ機材

地域が変わる— 地域活性化の現場

近江八幡【有限会社リバーフィールド】



02 ビジネストーク
「クールチョイス」

03 かけはしマネジメント対談
株式会社近畿予防医学研究所
代表取締役 広田 周一氏

07 企業・強みの研究
株式会社魚松

09 企業・強みの研究
株式会社カナオカ機材

11 地域が変わる—地域活性化の現場
近江八幡
有限会社リバーフィールド

14 アジア&ワールド
近江のお茶と文化を世界へ
～「丸安茶業」の挑戦～

16 アナリストレポート 県内景気天気図
一部で伸び悩みがみられるが、
緩やかな回復の動きが続いている

18 ズームアップ 県内経済情報
滋賀県農業の活性化に向けて
(農業経営の大規模化、6次産業化の動き)

20 主要経済指標

21 イチ押し! pick up
丸中醤油株式会社
「丸中醸造醤油」

21 しがぎんとピックス
「ユニセフ外国コイン」35.6kgを贈呈
～全店で募金活動を展開～

22 着眼大局
「明治維新の女性活躍」
取締役副頭取 高橋 祥二郎

22 県内データあれこれ
ホテル・旅館客室数推移



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。



ビジネストーク

「クールチョイス」

頭取 大道 良夫

フランス・パリで開催された「国連気候変動枠組条約第21回締約国会議(COP21)」は、条約加盟の196か国・地域が参加する2020年以降の地球温暖化対策の新たな国際的な枠組み「パリ協定」を採択し、昨年12月12日閉幕しました。

同協定では、温暖化の悪影響回避のため、産業革命前からの気温上昇を2℃未満に抑えることを目標に明記するとともに1.5℃未満に収まるよう努力することも併記。世界全体の温室効果ガス排出量を今世紀後半には「実質ゼロ」にすることも掲げました。各国は国連に提出した削減目標を5年ごとに見直し、世界全体の進捗状況を検証する義務を負います。

日本政府は、地球温暖化対策推進本部(首相官邸内)が昨年7月17日、「日本の約束草案」を決定し、2030年度に温室効果ガスを2013年度比26%削減する目標を掲げました。しかし、京都議定書の基準年である1990年度比でみると18%減に過ぎず、欧州連合(EU)の40%減に見劣りし、今後さまざまな圧力がかかってくることも予測され、最低限の約束と受け止めています。また、海外ではエネルギー転換をむしろビジネスチャンスと捉え、官民あげて再生可能エネルギーの普及や省エネ技術の開発を進めていると聞きます。

「日本の約束草案」では削減目標を、「産業部門」9.1%、オフィスビルや百貨店、スーパーなどの「業務その他部門」36.0%、「家庭部門」25.6%、「運輸部門」20.1%、「エネルギー転換部門」9.1%と示しました。また、それぞれに「発電効率の改善」「省エ

ネ型や高効率の設備、照明、空調、OA機器の導入」「住宅の断熱性向上」「高効率の給湯器、照明の導入」「家庭用エネルギー管理システムやスマートメーターの導入」「自動車の燃費改善」「次世代自動車の普及」「再生可能エネルギーの最大限の導入促進」などの対策や施策を示しています。

そして、政府が削減目標達成のための切り札として7月から始めたのが、新たな国民運動「COOL CHOICE(クールチョイス)」「賢い選択」です。企業や人々が製造者・生産者・提供者として、また、購入者・消費者・使用者として、さまざまな場面でよりエコな製品・商品・食料品・サービスなどを選択することで、国全体の温室効果ガスの削減を図ろうとするものです。キャッチコピーも「これから目線、で選んでみませんか?」とちよつとおしゃれに。

私は、この国民的な「賢い選択」運動に期待しています。滋賀の経済界では、京都をはじめ近隣他府県の企業さまとともに1998年から「びわ湖環境ビジネスメッセ」を毎年開催。また当行も2008年から「エコビジネスマッチングフェア」を開催し、各企業さまが環境ビジネスで「ニッチでもオンリーワン、ナンバーワン」を目指してこられました。

中小企業こそ、大企業にはできない、個々の取引先、消費者のニーズにきめ細かに応える環境に優しい製品・サービスの提供が可能です。この機に、各企業さまに大輪の花を咲かせていただきたいと期待します。そして、「クールチョイス」を国民的運動として盛り上げていくべく、全力を尽くしてまいります所存です。

BUSINESS TALK

株式会社近畿予防医学研究所

代表取締役

広田 周一氏

▶ interviewer

頭取 大道 良夫
石山支店長 辰巳 禎

臨床検査と調剤薬局、高齢者福祉で 地域社会の健康増進に取り組む。

「セルフメディケーション」「健康寿命」といったキーワードにいち早く取り組み、「滋賀の健康」を支えてきた近畿予防医学研究所。多面的な事業を貫くのは、予防医学の観点から地域のヘルスケアを担う意気込みだ。



株式会社近畿予防医学研究所 代表取締役
広田 周一（ひろた・しゅういち）氏

1950年生まれ。75年、株式会社近畿予防医学研究所に入社。84年、取締役役に就任。85年、代表取締役副社長に就任。87年、代表取締役社長に就任。

医療機関や健康診断機関から 幅広い臨床検査を受託する

大道 ●かつての医療は病気になってから治す治療医学が中心でしたが、高齢化が進む現在では、病気を未然に防ぐ予防医学への社会ニーズが急速に高まっています。今回伺ったのは、その名も近畿予防医学研究所さん。最近の言葉とばかり思っていた予防医学というテーマを1962年の創業時から掲げられ、地域社会の健康増進に半世紀以上にわたり取り組んでこられました。

広田 ■私どもが現在、手掛けている事業は、各種医療機関や健康診断機関から受託する「臨床検査事業」、地域のヘルスケアをトータルサポートする「調剤薬局事業」、在宅介護支援やサービス付き高齢者向け住宅に取り組む「ライフケア事業」の3分野です。臨床検査業務の受託は、お医者さんに医療行為に専念していただくため、廣田浩三先代社長が創業時から始めた検尿や血液分析等の検体検査業務です。

大道 ●臨床検査業務の受託は、当時としては珍しかったものではありませんか。
広田 ■近畿エリアでも、滋賀・京都・大阪に当社を含めて5社程度しかなかったようですね。時代に先駆けした事

業でしたが、当初は赤字続きだったようです。地域医療の質の向上のために必死になって取り組んだおかげで、早期のうちに軌道に乗せることができました。

大道 ●法定の施設基準や検査体制を満たし、各都道府県知事に認定された施設を「臨床検査センター」と呼び、2012年時点で全国に874施設あるようです。近畿予防医学研究所さんもそんな施設の一つなのですね。

広田 ■おっしゃる通りです。私どもは地域を拠点とする病院から個人開業のクリニックまで、あらゆるタイプの医療機関や健康診断機関等から検体をお預かりし、臨床化学検査や免疫血清検査、血

液検査、微生物検査、遺伝子検査といった多様な検査を行っています。

大道 ●血液や尿などに含まれるタンパク質などの成分を測定するのが臨床化学検査ということですが、私もお世話になっています。微生物検査や遺伝子検査は先進的なイメージがしますね。

広田 ■感染症の原因となる細菌の検出が微生物検査のメインミッションです。当社の検査センターでは、O・157等の病原微生物や毒素を検出する検査を実施しています。遺伝子検査では、細菌やウイルスなどの感染症を引き起こす病原微生物の遺伝子を用いて原因となる菌を検出します。現在、結核菌やC型肝炎ウイルスなどの検査を行っています。

2社で共同設立した 「開かれた検査施設」

大道 ●先ほど微生物検査室を案内していただきましたが、検査サンプルに識別シールを貼る作業で最先端のロボット機器が活躍している光景に目を奪われました。あのような最新機器やシステムが「精度の高い検査」を支えているのでしょうか。

広田 ■お預かりした大切な検体を厳格・正確に検査し、迅速に結果を報告するためには、高性能なハードは確かに大きな役割を担いますが、それ以上に重要なのは、検査スタッフが精度管理に注ぐ努力の積み重ねでしょうね。機器やシステムはお金をかければ導入できますが、「患者さまの大切な情報をお預かりしている」という意識は一朝一夕では育ちません。半世紀余りも予防医学に取り組んできた当社だからこそ、品質の高い検査を提供できていると自負しています。

大道 ●現在は、大阪府茨木市にある関連会社のオー・ピー・エルにほとんどの検体検査を委託されています。

広田 ■オー・ピー・エルは06年に設立した西日本トップ規模の検査センターで、1日に2万名を超える患者さまの検体の臨床検査ができます。検査項目でみれば



細菌培養装置を使ったシャーレ細菌検査の説明を行う精度管理責任者の山本氏と、大道頭取、広田周一社長、辰巳支店長

経営理念

なによりも社員とその家族が幸せに働け暮らせること。
会社の繁栄はその延長線上にあります。

地域医療の充実と、皆様との信頼関係をより深めること
を念頭に、事業・研究活動に専念します。

未来研究所として、医療・福祉・地球環境をも含めた
トータルヘルスの追求を目指します。

会社概要

株式会社近畿予防医学研究所

- 資本金/1,800万円
- 従業員数/405名
- 事業内容/医療機関から受託する臨床検査全般、
食品衛生検査事業、調剤薬局事業、福祉用具、
介護用品の販売、レンタル事業、サービス付き
高齢者向け住宅の事業 他
- 本社所在地/大津市湖城が丘19-9
- URL/http://www.kinkiyoken.co.jp/

沿革

- | | |
|-------|---|
| 1962年 | 株式会社近畿予防医学研究所設立 |
| 1969年 | 彦根臨床検査センター開設 |
| 1972年 | 登録衛生検査所の認定を受ける |
| 1998年 | 調剤薬局1号店「ふれあい薬局・守山」
開局 |
| 2006年 | (株)ピー・エム・エルとの共同出資で
(株)近畿予研BMLを設立 |
| 2008年 | (株)近畿予研BMLを(株)オー・ピー・
エルに社名変更 |
| 2011年 | 「リ・ロゼ」を開設 |
| 2013年 | サービス付き高齢者向け住宅「ここあ
守山」オープン
デイステーション「ここあ勝部」開業 |
| 2014年 | 「シニアフィットネスここあ」開業 |



状態になられたことだとお聞きしてい
ます。

広田 ■30年ほど前に自分が介護する立
場に立った時、「医療に関わってきた私
が介護についてなんて無知なのだろう」
と気づかされました。褥瘡※じよくそうの知識もない。
この気づきが高齢者福祉分野へ目を向
ける契機となり、福祉用具・レンタル等を
手掛け始めたのです。参入してみても
なかったことが、「福祉分野では利益を先
に求めたら失敗する」。高齢者や家族の
笑顔を思い、他人のために尽くす気持ち
がなくては踏み込めない分野だと思い
ました。

大道 ●守山市勝部にケアプランステ
ーション、ヘルパーステーション、通所型
支援のデイステーションを開設される
など介護サービスを展開されてきまし
た。2013年にオープンしたサービ

ば1日当たりの能力は約45万項目。こ
の施設ができてからは、預かった検体検
査の結果を翌日から翌々日には報告でき
るようになり、多くの医療機関からご好
評をいただいています。

辰巳 ●大手臨床検査会社と2社での共
同設立でしたね。

広田 ■高額な分析機器の導入や、数年ご
とに実施するコンピュータシステムの
更新など、高いコスト負担が臨床検査セ
ンターの経営を圧迫しています。20年ほ
ど前にそう予見した私は、単独運営の限
界と共同運営の必要性を同業者に話して
まわり、その趣旨に賛同いただいた会社
と設立したのがオー・ピー・エルなのです。
目指すのは「オープン・プラットフォーム・
ラボラトリー」。設立に携わった2社はも
ちろん、最新機器やシステムの導入に悩
んでおられる他の検査会社にも自由に活
用していただき、業界全体の「検査の質」
を向上させたい。その思いは徐々に広が
り、西日本の共同プラットフォーム・ラボ
として育ちつつあります。

県内に広がる薬局が目指す 地域のトータルヘルスケア拠点

大道 ●調剤薬局事業に話題を転じま
しょう。最初の薬局を守山に開局され
たのが1998年。いまでは売上額で臨床

検査事業を上回る規模に育っています。

広田 ■医薬分業の進展を支え、地域の
医療機関や患者さまに貢献したいとの
思いで調剤薬局事業に取り組んできま
した。現在は「ふれあい薬局グループ」と
して、滋賀・京都に25店舗を展開してい
ます。調剤薬局の基本的な使命は処方
箋に基づいて誤りなく調剤すること
ですが、何種類かの薬をまとめて袋に入れ
る一包化を望まれる方が増える中で、
調剤のリスクが高まり、その対応が大き
な課題になっています。当社では各薬局
と本部のホストサーバーをLANでつな
ぐ「薬局業務支援システム」を強化して、
調剤のリスクを低減するとともに、業務
等の効率化を図っています。

辰巳 ●薬科大学の6年制移行や調剤薬
局併設のドラッグストア増加などに
よって、薬剤師不足でお困りの薬局が急
増しています。特に地方の小規模薬局ほ
ど深刻です。

広田 ■そういった事業継続が難しい薬
局と提携して、今後の店舗展開を図って
いこうと考えています。調剤薬局は、病
院の前にある門前薬局から患者さんの
生活圏に近い「かかりつけ薬局」への転
換が進むなど、取り巻く環境は流動的
ですが、今後も地域の皆さまから愛され
る薬局であり続けることが大切です。

健康増進と交流の場に シニア向けフィットネス

大道 ●今年7月、J R石山駅近くに新
たなサービス付き高齢者向け住宅「ここ
あ石山」がオープンします。また、「ここ
あ守山」内に開設されたシニア向け
フィットネスが、「滋賀県健康創生特区」
の利子補給制度の対象となりました。

広田 ■車椅子の方がフィットネスに通
って歩行機能を回復された例もあるよう
に、何歳になっても筋肉は鍛えれば発達
します。「シニアフィットネスここあ」は健
康チェック、フィットネス、リラクゼー
ションの3点からシニア世代の健康維
持・増進を支援していきます。理学療法士
の指導に基づき、利用者に合った最適な
フィットネスを提案しています。トレーニ
ング後には野菜たっぷりのスムージーで

大道 ●彦根駅前のふれあい薬局では、メ
ディカルリンパケアを提供するサロン
「Re・ROSE」を併設されています。

広田 ■「耳たぶ返し」をすることですリン
パの流れを促すメディカルリンパケア。
これも、患者さんとの予防の段階からお
付き合いための取り組みです。また、
健康指標の測定機器を設置した測定
コーナーを併設する薬局など、滋賀・京
都に広がる薬局網が「地域のトータルヘ
ルスケアの拠点」になるように努めてい
きたいと考えています。

快適と安心を提供する サービス付き高齢者向け住宅

大道 ●高齢者向け各種福祉サービスに
取り組むライフケア事業に参入された
きっかけは、広田社長のご親族が要介護



預かった検体を血液検査用の分析機にかけ、検査を行う

ほつとひと息。気軽に通え、地域の皆さん
が交流できる場になればと思っています。

大道 ●私も以前フィットネスクラブに通
ていましたが、なかなか長続きしません。シ
ニアフィットネスなら継続して続けられそ
うです。健康寿命を延ばすのにも効果的
ですね。今年7月、このシニアフィットネスに
調剤薬局とクリニックを組み合わせた医
療モールを「ここあ守山」近くに開設され
るそうですね。最後に、健康を維持して病
気を未然に防ぐヒントを教えてください。

広田 ■クヨクヨせず、悩みをためないこ
とです。家族と楽しく過ごし、たまには
料理を作る、これが私の発散法ですが、
皆さんも自分なりの方法を見つけて、悩
みを吹き飛ばされてはいかがでしょうか。
大道 ●悩みをためないように、明日から
心掛けましょう。本日はありがとうございました。

人気沸騰、松茸と近江牛が食べ放題。 名物「あばれ食い」が観光客を呼ぶ。

株式会社魚松



高級食材が存分に楽しめる贅沢メニュー
休日は広い駐車場が埋まる人気ぶり

「二分生の松茸と近江牛が食べられる」のキャッチフレーズを裏切らず、ともかく豪快だ。かご一杯に盛りつけられた山盛りの松茸と特選近江牛。それを鍋に投

入してすき焼きで賞味する。松茸や近江牛などおかわり自由、笑顔と笑い声が店内に溢れる。甲賀市で本店、信楽店の2店舗を営む「魚松」の名物メニュー「あばれ食い」だ。一人前7千円（税別）の価格設定にも驚かされる。

高級食材、松茸の豪華な食感、高貴な



「あばれ食い」とは「お腹がはち切れそうになるくらい食べてもらいたい」との意味がある田舎の言葉。「おもてなし」への思いが込められている

香りを存分に楽しめる贅沢は、おそらくここでしか体験できないかもしれない。「あばれ食い」そのものの魅力と、テレビや雑誌などで取り上げられた認知度が相まって、ここ4、5年、名物メニューの生みの親である廣岡利重社長も驚くほどの盛況ぶり。いつでも松茸料理が食べられるとあって、甲賀市や近江八幡市、東近江市など周辺の観光スポットを巡るツアーの目玉として、タイアップも増える一方だ。新名神高速道路からのアクセスが良い信楽店は、2014年に信楽高原鐵道信楽駅前から店舗を移転し拡張した。5千坪の敷地を誇るが、広い駐車場も休日にはツアーバスで埋まってしまう。

松茸と近江牛をブランド化
仕掛人の原点は「松茸屋」

「京阪神や中京圏など遠方からのお客様さまの比率が高く、そのほとんどがリ

ピーターだと思う。松茸と近江牛を思う存分に堪能できる、そんな新鮮なサプライズが人気を集めている。いつのまにか県外のあちこちに模倣する店ができているが、簡単にはいかないだろう。松茸は扱いにくく、神秘的な食材だからだ」。松茸と近江牛のブランド化を仕掛ける廣岡社長は松茸と縁が深い。魚屋、仕出し屋として1924（大正13）年に初代が「魚松」の暖簾を揚げた現在の本店の近くで、89年に30歳の廣岡社長は居酒屋を開業した。同じころ父親の吉重氏から「松茸屋の仕事を引き継ぐ。松茸山の権利を買って、シーズンの40日間ほど松茸狩りを運営する往時ならではのビジネスは、地元企業が京阪神等の顧客の接待に多く利用したという。

「甲賀の大原ダム近くのアカマツ林がわが家のテリトリーで、魚松の経営と」松茸屋を兼務する生活をしばらく続けた。

テレビのワイドショーに、当時すでに珍しかったのでしよう、松茸屋として取材されたこともある。旬の時期に創意を凝らした松茸料理を提供し、魚松のファンを増やしたが、思い通りの国産松茸の入手が難しくなっていた。

高度成長期の建築ブームの影響で、建材に適した杉や檜の人工林が全国の山々を覆うようになると、松茸を育むアカマツ林が減少。薪など山林資源の利用が減ったことも、松茸の発育環境を悪化させ、庶民の味だった松茸が贅沢品になってしまった。

厳選した大量仕入れで
「松茸食べ放題」を実現

そうした中、廣岡社長は時期を問わず「良質な松茸を気軽に食べてもらう道」を懸命に探り、海外産に着目した。「メキシコやノルウェー、ブータン、ミャンマーといった意外な産地」を自分で訪ね歩き、山の環境をチェックする丹念なりサーチを重ねた。満足できる松茸だけを厳選し、まとまった量の買い付け契約を商社と結ぶことで、好条件での調達に成功した。細胞を壊さず、旬の鮮度を保つCAS急速冷凍技術が95年頃に登場するといち早く注目。この技術を導入したことで、日持ちがしないデリケートな食材、松茸の大量買い付けと鮮度保持という二律背反を解消できた。

魚松が「あばれ食い」を2000年に

始めた背景には、こうした努力が隠されていた。だから、国産品に遜色のない食感、香りを持つ松茸を一年中ふんだんに提供できる。松茸を知り尽くした廣岡社長でなければ実現できなかっただろう。

その一方で、早くから旅行会社タイアップを働きかけるなど、営業面で努力を重ねたことが、現在のバスツアーのにぎわいにつながった。「あばれ食い」にはもれなく、自家製佃煮の松茸昆布などをお土産としてプレゼントするなど、「接客の心を尽くしたサービス」も怠らず、お客さまの心をつかんでいる。提供する近江牛も良質で、県内の畜産家たちが魚松で食事を楽しむこともよくある。

多面的な努力を重ねた結果、魚松のビジネスには好循環が生まれた。大量仕入れが良質な松茸や近江牛の有利な調達につながり、回転の速さが鮮度の良さを支える。心を尽くしたサービス・おもてなしが、高い満足度を生み出し、流行もので



「海外産松茸」を旬の鮮度で一年中提供する

はない「本物の人気」にいつそうの拍車をかける。

クラウドファンディングを活用し
国産松茸の再生に乗り出す

「商いの一部を地元産の松茸再生のために還元したい」。廣岡社長はそう考え、縁が深い大原ダム近くのアカマツ林の整備も構想する。雑木の間伐や落ち葉掻きで松茸が発生しやすい状態に戻す狙いだ。



CSR私募債「つながり」の発行記念品贈呈先に、地元の甲賀中学校を指定（中央：廣岡社長）

※CAS／Cells Alive System。磁気を利用した瞬間冷凍技術。

Profile

株式会社魚松

- 本社/甲賀市甲賀町神2376
- 信楽店/甲賀市信楽町牧1044
- 設立/1976年
- 資本金/1,500万円
- 従業員数/13名(パート含む)
- 事業内容/飲食店経営

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



代表取締役社長
廣岡 利重氏

Voice

甲賀の観光振興にひと役買う思いで2002年に信楽店をオープン。14年に現在地に移転しました。新たな集客スポットとしてポテンシャルが高まる当店が、地域のにぎわい創出をお手伝いできれば幸いです。

「顧客満足」を徹底して最優先。 絶大な信頼を得る東大阪の元気な設備商社。



株式会社カナオカ機材

廉価で高品質の冷水ユニットなど
顧客メリット追求の商品群

スーパーや外食産業、高齢者福祉施設、カラオケ店といった「食を扱う場所」「人が集まる場所」へ多様な空調機器や厨房設備、冷凍・冷蔵機器を販売している東大阪市の株式会社カナオカ機材。国内多数のメーカーと結ばれた信頼関係を生かして、幅広い業態のさまざまなニーズに対応できることが強みの一つだ。

数多い扱い品目の中で、特に販売数が伸び続けているものに、冷却装置の心臓部にあたる冷水ユニットがある。創業者の金岡重雄会長は価格競争力がある韓国製冷水ユニットにいち早く着目。1999年に釜山のメーカーと日本総代理店契約を結んだ。

「当時、韓国製品はもとにも相手にしてもらえなかった時代だが、性能は国産品と



日本でいち早く着目し、日本総代理店となった「韓国製冷水ユニット」

身がプライベートを捨てる覚悟でいつも電話対応やメーカーへの緊急依頼ができる暮らしに切り替えた。この姿勢に従業員も自ずと共感し、顧客を最優先に考える社風が徐々に育った。このような積み重ねで創業以来36年間ずっと24時間営業を堅持することができた。これが当社の一番の強みだと思う」

実際に「24時間営業が魅力でカナオカ機材を選んだ」という顧客は少なくないようだ。現在もメーカーや全国各地の協力会社と連携しながら、この営業体制を継続。「人が嫌がることを率先して行う奉仕精神」という金岡会長の信条がそれを支えている。

用地探しから店舗設計まで
新規出店をトータルコーディネート

高度成長期に成功した中間流通という業態も、時代の移ろいの中で存在意義

Profile

株式会社カナオカ機材

- 本社/大阪府東大阪市御厨東2-10-1
- 設立/1984年
- 資本金5,000万円
- 従業員数/22名
- 事業内容/冷凍・冷蔵・空調・厨房・店舗関連機器、同関連部品の販売および企画・設計・施工

<http://kanaoka-gr.co.jp/>



代表取締役会長 兼 CEO

金岡 重雄氏

Voice

早期に自宅周辺の清掃や座禅を30年間継続。損得にとらわれず、顧客や世の中のためになる存在であり続けるよう、自分を磨き続けています。近江商人の「三方よし」の精神にも共感。今後も社会に貢献いたします。

遜色がないうえ、低コスト等好条件で導入できるメリットがあった。これを広めようと懸命に努めた結果、ロングセラー商品にまで育った」と金岡会長は話す。価格競争力のある冷水ユニットを扱うようになった強みは、それまで食に関わる顧客が主流だったのが、厳密な温度管理が求められる電子デバイス製造現場等の各種製造業へと販路を広げる転機になったようだ。

低価格の輸入冷媒ガスの普及に努めるのは、空調設備導入後のランニングコストでも顧客満足を追求める姿勢の表れだ。昨年末には自社ブランド品も発売した。どうすれば顧客に貢献できるかを常に考える姿勢に共感する人は多い。

創業時から36年間続ける
「年中無休24時間営業」

厨房用冷凍・冷蔵機器を扱う大阪の商社に25年間勤めた金岡会長が、蓄えた商



昨年12月に販売開始した自社ブランド「業務用冷媒ガス」

を問われるようになった。金岡会長はそんな「潮目の変化」をいち早く感じ取り、ある時期から「店舗・施設開発事業」に乗り出した。飲食店、スーパーなどが新規出店する際、関連会社の株式会社カナオカエステートによる用地探しのサポートに始まり、店舗の設計・施工までの一切をコーディネート。顧客にすれば、窓口を一本化できるのでなにかと都合だ。

このビジネスモデルは堅調に育ち、いまでは機器・設備販売と並ぶ事業の柱と

材知識と業界内ネットワークを背景にして80年に創業。「やるからには顧客満足を最優先に考えたい」との信念から、「年中無休24時間営業」に取り組んだ。

「食品業界の冷凍・冷蔵機器に不調が生じたら、食の安心・安全を損なう事態にもつながる。深夜だろうと当社の休業日だろうと、顧客からのお問い合わせにはジャストタイムで対応できなくてはならない。それが、当社が果たすべき責務だと考え、私自



厨房機器の導入事例。顧客ニーズに合わせて、図面作成段階から提案を行う

なっている。こういったコーディネート型事業の成功の陰には、「三方よし」の心を尊ぶ金岡会長の人柄が引き寄せた、極めて潤沢なヒューマンネットワークがあるようだ。

金岡会長は禅の道にも造詣が深く、自己の利益よりも他者の利益を優先する人柄。これまで紹介した「24時間営業」「店舗・施設開発事業」もそこから生まれたものだ。

異業種交流会を主宰して
新たなビジネスを創出する

関西経済全体への貢献を志して92年から金岡会長が始めた異業種交流会「CS研究会」は、あらゆる業種の人々が自由に参加できる「学びと気づきと出会いをつくる場」。文化人や宗教家など各界の著名人の講演やフリートークを通じて、「これまで出会えなかった人と出会える」のが魅力で、24年間で関西を代表する異業種交流会へと発展した。



24年間で、多くのビジネスが生まれた「CS研究会」

参加者同士による多くの新しいビジネスが生まれ、また、ここで育てたつながりは同社にとっても貴重な経営資源になっている。

金岡会長の胸中には「高齢者に夢を与える新事業、空調設備の関連技術を教える学校」といった「新しい夢」が泉のように湧いてくる。



有限会社
リバーフィールド

本格手づくり革靴「八幡靴」の復活を目指す 伝統の技と最新IT技術の融合で活路を開く

近江八幡市で明治から伝統の手縫いで製作されてきた「八幡靴」。建築家・ヴォーリスも愛用し、彼が修理を依頼した米国シカゴの靴店が「こんなに素晴らしい靴を見たことがない」と感嘆したという逸話もある。しかし、今ではその伝統を受け継ぐ業者はリバーフィールドなど数社のみ。同社は八幡靴の復活を目指し、果敢に挑戦する。

軽くしなやかな極上の履き心地
伝統の手縫いは、今や数社に

近江八幡市はかつて、多くの製靴職人が集まる革靴の一大産地だった。ここで製作される「八幡靴」は、天然の皮革の裁断から仕上げまですべて手づくりが特徴。その軽くしなやかな履き心地で高級靴として知られ、1950～60年代に全盛期を迎えた。しかし、やがて安価な大量生産品や輸入品に押されて低迷、高齢化もあつて職人は激減した。今では八幡靴の伝統を守って、手づくりの革靴の製作を続けるのは、川原勲氏が社長を務める有限会社リバーフィールドなど数社のみになった。

存亡の危機を何度も乗り越切る
Webで靴のオーダー

近江八幡市内で靴販売店をしていた川原社長が八幡靴を知ったのは、2002年のことだった。「地元には八幡靴」という靴のブランドがあることを知り、作ってもらいたいと製靴業者を探してみると、1社しか残っていないことが分かった。とりあえず、製品を1年間置いてみたが、デザインが古く、売れたのは1足だけだった」と当時を振り返る。

「もつと八幡靴に合った売り方があるのではないか？」と考えた川原社長は、技術力の高さを生かして、顧客の足にぴったりの注文靴を作って売ること

いついた。しかも、販売チャネルはインターネット。来店しなくても靴を作れるオーダーメイドの仕組みを開発したのだ。

購入者はまず、同社のホームページで靴のデザイン、革の素材、色を選ぶ。注文を受けた同社は、スポンジ状の材質の中に足を入れて足の型を取る「足型計測道具一式」を送る。これは、川原社長のアイデアで医療器具用を転用したものだ。同社には長年の靴づくりで足型の在庫が数百ある。顧客から返送されてきた足のデータを元に、最も近い足型を選び、靴を作る。



オーダーメイドならではの履き心地はもちろん、天然皮革の風合いが人気の「八幡靴」

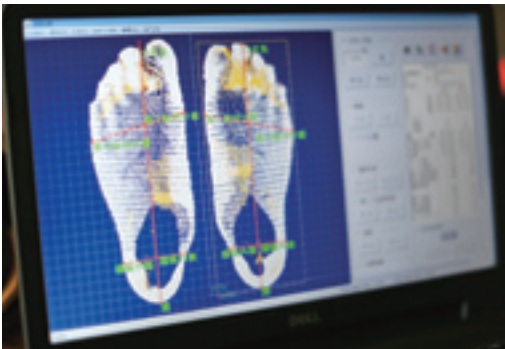
「既成靴が合わない」と悩んでいた方、自分だけのこだわりの1足を作りたいという方など、お客さまの注文理由はさまざま。毎年必ず注文していただける方も徐々に増えてきました」。

固定ファンが順調に増える中、突然、危機が訪れた。八幡靴唯一の製靴業者が廃業したいと言いだしたのだ。

そこで、08年、川原社長はその業者の設備と職人をまるごと自社の工房として引き受けることにした。これで、八幡靴の製作はとりあえず継続できるはずだった。だが、その3年後、今度は2人の職人のうち、革を靴底に貼り付ける底付け師が他界する。八幡靴では革を切り出し、縫い合わせる製甲師と底付け師の分業で製作している。どちらが欠けても、



1足1足丁寧に手づくり。職人が一人前になるまで数年かかる



フルオーダーメイドシューズの製作に導入した足型の設計ソフト

靴が作れない。「今度はダメかもしれない」と覚悟したが、現役を離れていた底付け師2人が復帰することで、何とか難局を切り抜けた。

3Dプリンターによる靴づくり
近江牛の革靴も話題に

存亡の危機を何度も瀬戸際で踏みとどまった八幡靴は、現在、次々と新しい試みに挑戦する同社の積極的な経営戦略で認知度を高めている。

15年10月からは、最新IT(情報技術)を用いたフルオーダーメイドシューズの販売を始めた。他社と共同開発した3次元足型自動計測器で、顧客の足の型を正確に測定。そのデータを元にパソコンで足型を設計し、設計データを3Dプリン



他の革より柔らかいため、作るのに苦労したという近江牛の革靴

ターに移して足型を立体プリントするものだ。顧客の足の形状をそのまま再現した足型で作るのだから、拔群のフィット感の靴が完成する。足の測定は、八幡町の工房とは別にJR近江八幡駅前に設けた店舗で行う。

また、近江牛の皮革を使用した靴づくりに挑戦し、話題を呼んだ。開発にあたっては、有名スポーツ選手をはじめ多くの著名人がモニターとして協力したことも注目度アップにつながった。

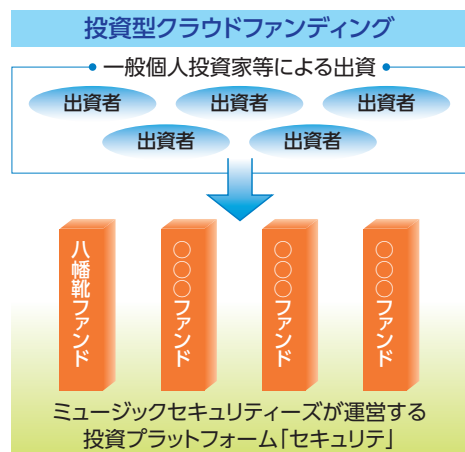
インターネットで資金調達
未来へ、若き職人を育てる

川原社長は、滋賀銀行からのサポートを受けて、資金調達の新しい手法も取り入れた。インターネットで広く一般から資金を募るクラウドファンディングを活

用し、特殊な縫製をするためのミシンの購入資金などに充てたのだ。

リバーフィールドでは、13年から靴づくりの技術を身につけたいという若者を社員として採用。現在、20代～30代前半の3人が見習い職人として、平均年齢75歳以上のベテランと共に働いている。

「伝統技術を将来に継承するためには、次世代の担い手を育てなければならぬ。同時に新しいチャレンジもしていきたい。伝統だけで買ってくれるほど、消費者は甘くないからだ。若手には独立して自分の店を出すぐらいにまで、早く成長してほしい。そして、また次の新人が入ってくる流れをつくりたい。そのために、安定して売れる仕組みをつくっていくのが私の役目。八幡靴をブランドとして早く確立したい」と、川原社長は使命感をにじませた。



近江のお茶と文化を世界へ ～“丸安茶業”の挑戦～

text by 滋賀銀行 香港支店 宮内 康誠

製茶・卸小売業の丸安茶業株式会社(本社・甲賀市)は、関西圏を中心に百貨店、スーパー、高速道路サービスエリアなどでお茶製品を販売している。国内の人口減少、コーヒー・紅茶市場の拡大や飲料産業の多様化などによる緑茶市場の縮小に危機感を覚え、海外での販路開拓を決意し、香港での展示会出展を手始めにシンガポール、サンフランシスコなどへ展開している。グローバルにチャレンジする同社の海外戦略をレポートする。

甘い緑茶

丸安茶業の海外挑戦は4代目社長・前野安司氏のひらめきが発端だ。あるテレビ番組で見た「増加するアジアの肥満」で、中国のペットボトル緑茶は加糖で甘いという事実を知り、違和感を覚えたのだ。日本のお茶は、最澄が唐の時代に茶の種を比叡山麓に持ち帰ったことが発祥とされている。以降、“近江のお茶”は人々に妙薬として重宝され、近年では嗜好品としてはもちろん、健康ブームに乗ってお茶の持つ有効成分の効能が注目されるなど、健康食品としても親しまれてきた。そして、日本だけでなく世界各国でダイエット、健康志向が注目されはじめていたこともあり、前野社長は「日本のお茶は世界でも需要が



真剣な眼差しでお茶の入れ方を聞く現地飲食店経営者

あるはず」と2014年8月、「香港インターナショナル・ティー・フェア」に初出展した。

文化の違い

同フェアには、世界各地からさまざまなお茶が出展され、来場者も海外バイヤーからお茶好きの一般客まで幅広い。同社は最高級の緑茶をメインに3種類を出展したが、来場者からは「緑茶の味が薄い」「香りが少ない」と指摘されることが多く、緑茶本来の味そのものがまだまだ知られていない状況だった。一方で、日本人以外の来場者のほとんどがお茶の味とともに、お茶の入れ方に関心が深いことにも驚かされた。

同社は初出展にも関わらず緑茶部門で金賞を受賞し、日本に戻ってから数



同社の抹茶を使った抹茶ラテ(左)と、現地飲食店で出されていた抹茶ラテ(右)。色、泡立ちなど違いが鮮明にわかる

多くの海外バイヤーから引き合いがあったが商談がまとまることはなかった。しかし前野社長は、現地で百貨店、スーパーを訪問した際、店頭に並ぶ日本のお茶を見て、「海外にはまだまだ日本のお茶の潜在ニーズがある」と確信し、翌年度の同フェアへの出展と海外市場への挑戦の決意を新たにした。

「郷に入れば郷に従え」

2年目の出展では前年度の経験を生かし、緑茶のほかに、緑茶と比べて味ははっきりしていて香りの強いほうじ茶や、香港市場の空前の抹茶ブームを意識して抹茶も出展した。出展ブースには「NIPPON」をより強く印象づけるため、同社の暖簾を掛け、雰囲気づくりに励んだ。言葉の壁がネックにならないよう現地日系商社とも事前に代理店契約を結んだ。

同フェアでのほうじ茶、抹茶への評判は予想以上に高く、出展ブースで即商談になるケースも少なくなかった。また、空き時間にはブース来場者が経営する飲食店に足を運び、一緒に商品開発のアドバイスや、各店が出す料理に最適なお茶の提案を行い、自社製品の品質を伝えながら現地の嗜好をマーケ



「MARUYASU From NIPPON」を強く印象づけた同社の出展ブース

ティングできただけでなく、契約を結ぶことにも成功した。ある高級寿司店では、「あがり」に使われている粉末の緑茶を香りの強いほうじ茶に変えることで「口直し」になり、すしネタの味を一層楽しむことができると提案、店の信頼を得た。また、すでに同社のお茶を使っているカフェでは、抹茶を使ったラテだけでなく、ホット抹茶チョコレートや、抹茶アップルジュース、抹茶ソーダなど、現地の人々の嗜好に合った多彩な商品を提案し、抹茶ラテは女性を中心に、抹茶ソーダは男性を中心に、それぞれ人気メニューになった。ほうじ茶や玄米茶も抹茶のように粉末にしてほしいという要望に応じるなど、現地の嗜好に合わせた商品開発も続けている。

課題と展望

15年11月にシンガポール、16年1月にサンフランシスコで開催された食品展示会にも出展し海外展開を加速させているが、一方で課題もある。香港やシンガポールでは折からの日本食ブームで抹茶や日本のお茶が注目されるようになったが、「文化」としてのお茶を根付かせることができなければ一過性の流行として終わり、やがてマーケットは縮小

してしまうだろう。また、ニューヨーク、ロンドンなど欧米は、食品に関して「オーガニック(有機栽培)」という言葉に非常に敏感で、消費者の安心感を大きく左右する。しかし、有機栽培にするとどうしても味が落ちてしまうため、輸出国別に農業基準に合格したお茶を販売している。今後、それをいかに正しく理解してもらうかが、欧米市場での展開の課題ともなるだろう。

前野社長は「香港に出展して、日本のお茶文化を理解してもらうことができてよかった。今後は、各国、各地域のマーケットに合わせながら日本のお茶を伝え、日本のお茶文化に対する理解を広げたい」と願う。

各地のマーケットで得た“人々の好み”が逆に国内向け商品の開発で重要なヒントになることも少なくないという。今後とも日本のお茶の本質を守るとともに、各国のマーケット事情に柔軟に対応しながら、丸安茶業の海外展開は続く。

会社概要	
丸安茶業株式会社	
■ 所在地	甲賀市土山町267
■ 代表者	前野 安司(日本茶インストラクター)
■ 創業	1872(明治5)年
■ 事業内容	製茶、茶の卸売・小売
■ U R L	http://www.oumi-maruyasu.co.jp/

AEC元年

ASEAN(東南アジア諸国連合)の各首脳が2015年11月、クアラルンプールで「2015年12月31日ASEAN経済共同体(AEC)発足宣言」に署名をした。16年は「AEC発足元年」となる。域内総人口6億人、名目GDP1.8兆ドルのASEANが域内の流動性を高めることで、製造業拠点・サービス提供拠点として、グローバルマーケットでより強力な存在となることが期待される。しかし、AEC発足を境に、域内のビジネス環境が大きく変化するわけではない。09年にAECブループリント(行程表)が出されて以降、単一の市場・生産基地に向け、主に3つの分野で自由化の取り組みが行われてきた。

項目	主な成果、進捗状況
物品	関税撤廃(全品目の96%) 原産地規則の簡素化 貿易・通関手続きの電子化・一元化の試験運用開始
サービス	実質的な進捗なし 各国の外資規制緩和に大きなばつつきあり
人	熟練労働者に限定、取り組みがようやく開始された段階 査証および労働許可証の発給の運用は各国に委ねられている

上表の通りサービスや人の移動の自由化は、各国の運用に委ねられており、ほとんど進捗していないのが実情だ。一方で物品については、関税撤廃の品目が96%と各国の取り組みが着実に進捗している。輸入関税の未撤廃品目として注目されたベトナムの自動車も、15年50%から毎年引き下げられ、18年には0%となる。ベトナムは自動車の新車販売台数が前年対比50%以上のハイペースで増加している。ベトナムでは、現在、各自動車メーカーは部品を輸入し、組立生産をしている。しかし、自動車関税が撤廃されれば、ベトナムでの生産を停止し、すでに自動車生産拠点となっているタイやインドネシアから完成車を輸出することが予想される。このようにASEAN地域への進出企業は、ASEAN域内で生産拠点の選択と集中を図ることができ、効率化と新たな市場への販売拡大が可能になる。

AECには一人当たり名目GDPが5万ドルを超えるシンガポールのような国がある一方で、1千ドルに過ぎないカンボジアも加盟している。宗教は世界最大のイスラム教国インドネシア、上座部仏教国タイ、大乘仏教国ベトナム、キリスト教国フィリピンなど多様だ。このようなさまざまな加盟国が今後いかに連携し、どのような経済圏が創出されるか注目される。

「しがきんアジア月報」1月号より
バンコク駐在員事務所長 河村 正弘



彦根から見る伊吹山



一部で伸び悩みがみられるが、緩やかな回復の動きが続いている

県内景気の動向

現状 県内製造業の生産活動を鉱工業生産指数でみると、窯業・土石製品と食料品は大幅に低下したものの、はん用・生産用・業務用機械や輸送機械、化学などが上昇したため、原指数は前月に続きマイナスだが、季節調整済指数は2か月ぶりのプラスとなった。この結果、季節調整済指数の3か月移動平均値も2か月ぶりに再び前月を上回った。

需要面では、新設住宅着工戸数は分譲住宅が3か月ぶりの大幅マイナスとなったものの、持家が2か月連続、貸家が3か月連続のそれぞれ大幅のプラスとなったため、全体では3か月連続で大幅に増加した。また、公共工事の請負件数は10か月ぶりに前年を大きく上回り、金額も2か月ぶりの大幅プラスとなった。一方、百貨店・スーパー販売額については、飲食料品は微増ないし微減となり、衣料品をはじめ、家電機器、身の回り品、家庭用品などほとんどの品目で前年を下回ったため、全店ベースでは8か月ぶり、既存店ベースでは5か月ぶりのそれぞれマイナスとなった。また、乗用車の新車登録台数は4か月ぶりに前年を下回り、軽乗用車も2か月連続の大幅マイナスとなった。さらに、民間設備投資の指標である民間非居住用建築着工床面積は商業用が伸び率は高いものの低水準で、鉱工業用が2か月ぶりのマイナス、サービス業も2か月連続のマイナスとなったため、全体では3か月連続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低下し、一進一退で推移している。

また、昨年11月に実施した「県内企業動向調査」によると、今回調査(15年10-12月期)での自社の業況判断DIは-4で、前回(7-9月期)の-9から5ポイント上昇し、2四半期連続で持ち直した。しかし、3か月後は5ポイント低下の-9と、一転、悪化に転じており、先行きは依然不透明である。

これらの状況をまとめると、製造業の生産活動は全体的に弱含みのなか、一部の業種で好調なものがみられる。需要面では住宅投資や公共投資で前向きの動きがみられるが、個人消費や民間設備投資の一部で一服感がみられる。したがって県内景気の現状は、一部で伸び悩みや一服感がみられるが、緩やかな回復の動きが続いているものと考えられる。

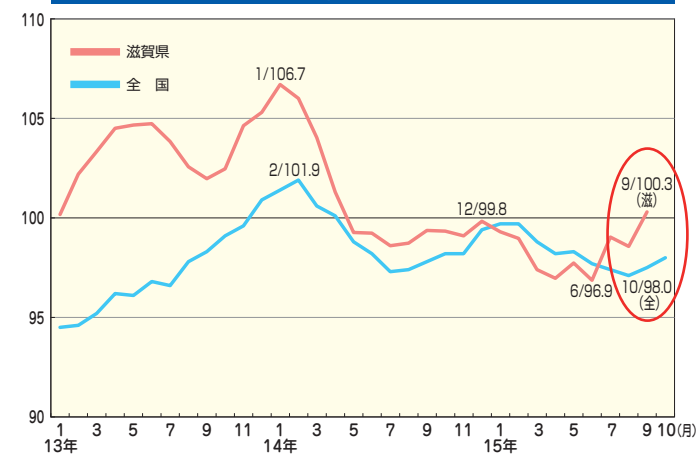
今後の動向 県内製造業の生産活動については、国内景気の緩やかな回復と米国景気の堅調な動きを受けて、全体に堅調に推移するものと思われるが、中国経済減速の影響から減産の可能性が懸念される。また、需要面では、個人消費については物価上昇や景気の不透明感といった懸念材料はあるものの、家計収入の増加や原油安による消費マインドの良化などから、全体に底堅いと考えられる。一方、民間設備投資や新設住宅着工などの投資関連では一部で前向きの動きがみられるものの、先行きの不透明感から全体に弱含みで推移するものと思われる。

したがって今後の県内景気は、中国経済減速の影響が懸念されるなど、全体に弱含みではあるが、緩やかな回復の動きが続くものと考えられる。

「鉱工業生産指数」(3か月移動平均値)は2か月ぶりに再びプラス

2015年10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98.5、前年同月比-1.1%で前月に続きマイナスだが、「季節調整済指数」は100.9、前月比+3.2%で2か月ぶりのプラスとなった。この結果、季節調整済指数の3か月移動平均値(9月)は100.3、前月比+1.7%と2か月ぶりに再びプラスとなった。業種別(中分類)に季節調整済指数の水準をみると、「鉄鋼」や「窯業・土石製品」「プラスチック製品」などの水準は低いが、「電気機械」や「化学」「パルプ・紙・紙加工品」「繊維」「その他」などは高水準となった。前月と比べると、「窯業・土石製品」と「食料品」は二ケタの大幅マイナスとなったが、「はん用・生産用・業務用機械」や「輸送機械」「化学」「その他」などはプラスとなっている。

鉱工業生産指数の3か月移動平均値の推移(季節調整済値、2010年=100)



「百貨店・スーパー販売額」(全店ベース)は8か月ぶりのマイナス

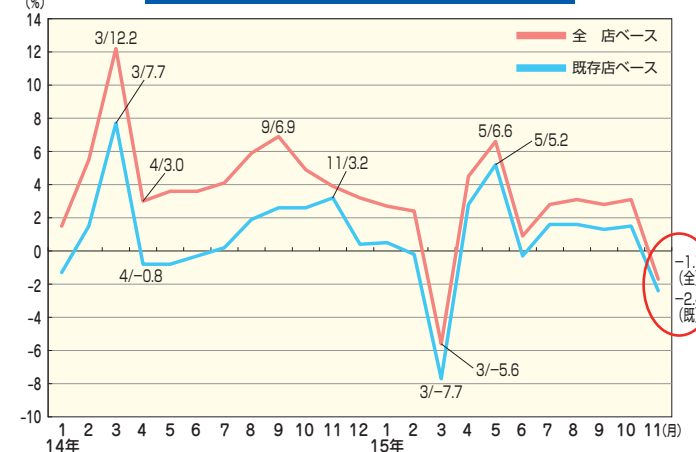
11月の「百貨店・スーパー販売額(全店ベース=店舗調整前、対象店舗数は95店舗)」は22,781百万円、前年比-1.7%で、8か月ぶりのマイナスとなった。品目別にみると、ウエイトの高い飲食料品は30か月連続で増加しているものの微増にとどまり(同+0.5%)、衣料品(同-9.8%)をはじめ、家電機器(同-5.6%)、身の回り品(同-3.1%)、家庭用品(同-2.9%)などがマイナスとなった。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高も飲食料品(同-0.3%)をはじめほとんどの品目でマイナスとなり、全体では5か月ぶりに前年を下回った(同-2.4%)。

「家電大型専門店・ドラッグストア・ホームセンター販売額(全店ベース=店舗調整前)」によると、10月の「家電大型専門店」(37店舗)は2,700百万円、前年同月比-3.8%で2か月連続のマイナスと伸び悩んだものの、「ドラッグストア」(161店舗)は4,716百万円、同+13.9%で7か月連続のプラス、「ホームセンター」(63店舗)は3,221百万円、同+0.8%で2か月ぶりのプラスとなった。な

お、これらの対象店舗は「百貨店・スーパー販売額」の中のスーパーの対象店舗とは重複しない。

11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)」が4か月ぶり(1,285台、前年同月比-1.2%)、「普通乗用車(3ナンバー車)」も2か月ぶりのともにマイナスとなったため(1,272台、同-3.7%)、2車種合計では4か月ぶりに前年を下回った(2,557台、同-2.4%)。また、「軽乗用車」は昨年4月からの増税の影響が長引き、2か月連続の大幅マイナスとなった(1,794台、同-18.8%)。

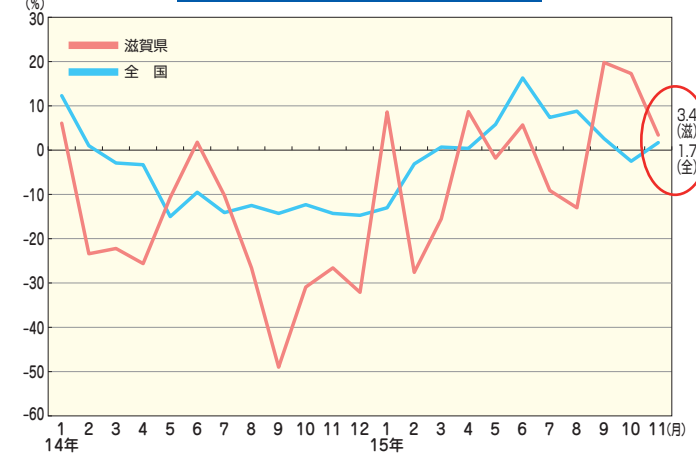
百貨店・スーパー販売額の推移(前年同月比)



「新設住宅着工戸数」は3か月連続のプラス

11月の「新設住宅着工戸数」は720戸、前年同月比+3.4%で、3か月連続のプラスとなった。利用関係別でみると、「持家」は383戸、同+12.0%(大津市78戸など)で前月に続き大幅のプラスとなり、「貸家」は237戸、同+63.4%(大津市61戸など)で3か月連続の大幅プラスとなっている。一方、「分譲住宅」は99戸、同-50.5%(大津市34戸など)で3か月ぶりの大幅マイナスとなった。分譲住宅の内訳をみると、「分譲マンション」は4か月連続で申請がなく(0戸、前年差-91戸)、「一戸建て」も4か月ぶりに前年を下回った(99戸、同-10戸)。なお、「給与住宅」は1戸(東近江市)。

新設住宅着工戸数の推移(前年同月比)



滋賀県農業の活性化に向けて

text by しがぎん経済文化センター 鷹羽 晃

農業は地域の基幹産業として、その活性化が地方創生の実現に向けての重要なテーマとなっている。農業従事者の減少と高齢化、耕作放棄地の増加等、農業の現状は、厳しさを増している。TPPの大筋合意や2018年度の減反廃止が農業に与える影響も懸念されるところだ。そんな中、政府は、15年度の日本再興戦略において、①農林水産業の経営力の強化に向けた支援体制の整備、②農地集積・集約化に向けた取り組みの加速、③農林水産物・食品の輸出促進 等の施策を掲げている。農業を取り巻く環境は今後大きく変化する。今回は、滋賀県の農業の現状、6次産業化の活動を概観することにより、県内の農業活性化に向けた動きを検証してみたい。

農業産出額はピーク時と比べ4割減に

2013年の生産農業所得統計によると、滋賀県の農業産出額は618億円で、全国でのシェアは0.7%となっている。時系列推移でみると1984年の1,089億円をピークに低下し、13年時点で84年と比べ43.3%減少している。ただ、ここ数年の産出額は10年をボトムに横ばいの展開となっている(図1)。

品目別に同期間の増減要因をみると、米の減少が384億円と大方を占め、乳用牛(生乳)26億円減、鶏(鶏卵)16億円減、麦10億円減も主要な減少要因だ。野菜、花き、豆類等の減少は限定的であった。一方で、肉用牛は15億円増と唯一増加した品目となっている。

兼業農家は大幅に減少、法人化の動きは活発

滋賀県の農家数は、85年に69,359戸あったものが、15年には29,022戸まで減少(58.2%減)している。一方で、農家にカウントされない「土地持ち非農家数」は85年の9,635戸から、15年には35,988戸となり、直近5年間で農家数を上回った。

農家の中でも、販売農家数(経営耕地面積が30a以上または農産物販売金額が50万円以上の農家数)の動きをみると、10年から15年の5年間で、兼業農家の大幅な減少が影響し、22.2%減と

全国平均以上の減少率となっている(図2)。

一方で、法人化の動きは活発だ。法人化した経営体は、10年の246社から15年には433社と76.0%増となっており、全国でトップの増加率となっている。

経営耕地面積の減少に底打ち感、農家の大規模化に向けた動き

滋賀県の販売農家の経営耕地面積は、85年の52,046haから10年の44,530haまで一貫して減少してきたが、15年では44,607haと上昇に転じた。一方で、耕作放棄地は、兼業農家数の減少と土地持ち非農家数の増加に伴い、85年は813haだったが、15年は2,276haと大幅に増加している(図3)。

農業所得は耕作面積の規模に比例する。政府は、増加する耕作放棄地を集約して、農家の大規模化を図る「農地中間管理機構」(農地バンク)の事業を14年度に開始し、16年度には、農地バンクに農地を貸し出した場合の減税措置も実施する。

滋賀県の場合、1経営体当たりの経営耕地面積をみると2.2haで、15年時点で全国平均(除く北海道)以上の規模となっており、大規模化に向けた一定の動きは認められる(図4)。但し、販売農家に占める兼業農家の比率は依然79.8%と全国平均(66.8%)に

比べ非常に高い。兼業農家のような小規模農家はどうしてもコスト高となり、今後も非農家に転じる傾向は続く。放出された農地をいかに新たな「担い手」につなげていくなか、農地の仲介機能強化が県農政に課された大きな課題といえよう。

「6次産業化法」施行後5年が経過

6次産業化は、農林水産業の活性化の鍵を握る重要な施策であり、10年12月に公布された「地域経済を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」(6次産業化法)に基づき、11年3月に施行され、今年3月で5年が経過する。

そもそも、6次産業化とは、1次産業、2次産業、3次産業が総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出すことを目指した取り組みである。6次産業化を目指す農林漁業者は「総合化事業計画」を作成し、農林水産大臣より6次産業化法の認定を受ければ、次のような支援策が用意されている。

- ・農業改良資金の特例措置(償還期限及び据置期間の延長等)
- ・6次産業化プランナーの派遣による新商品の販路開拓や加工技術の習得等に関するアドバイス
- ・6次産業化ネットワーク活動交付金として新商品開発、販路開拓等に対する補助
- ・(株)農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)による事業者への出資等

従来のように、農業だけをやっていればよいというわけにはいかず、農作物と商品の品質管理や、工場での製造員や直営店での販売員などの人材が必要となる。満足いく事業展開のためには、法人化のうえ、相応の資金調達も必要であり、綿密な事業計画のもとで進めていくことが重要となる。

6次産業化への積極的な取り組み

総合化事業計画の認定件数は、全国で2,130件(16年1月14日現在)、うち、滋賀県は68件と全国第7位となっている。近畿では兵庫県に次ぐ高水準だ。もともと、滋賀県には、消費地に近接している地の利を生かし、「農業生産関連事業」(自己生産農産物を利用した加工、直販や観光農園等農業経営に付帯する事業)を

営む農家が多い。10年の農林業センサスによると、販売農家の約4割が農業生産関連事業を営んでおり、全国平均の2倍の比率だ(図5)。滋賀県には、6次産業化が進展する下地があったといえよう。

県内市町別の認定件数をみると、認定件数68件中、甲賀市が31件と2位の近江八幡市5件を大きく引き離している。これは、豊富な地域特産品もさることながら、甲賀市による積極的な取り組みが功を奏したようだ。

さらなる6次産業化の進展には地域一体となった取り組みが不可欠

総合化事業計画の期間は最長5年と設定されている。施行時に認定された事業はそろそろ計画満了を迎える。5年間の事業計画の達成状況は、今後の集計を待つことになるが、農林水産省が14年度に実施した認定事業者に対するフォローアップ調査によると、事業期間3年間で計画通りに進捗している事業者は28%という。売上高の増減では、有効回答数の66%が「増加」となっている一方で、売上高経常利益率の増減では、「増加」と「減少」でほぼ半数に分かれた。

売上高減少の主な要因としては、「加工施設整備の遅れや技術的課題等により新商品開発が進展しない」、「販路開拓のための営業、PR活動等の販路戦略不十分」などが挙げられ、利益率減少の主な要因としては、「新たな事業の開拓に伴う人件費や減価償却費等の固定費増加」等がある。

農林水産省では、計画が終了する事業者に対し、計画認定の更新を実施するなど、サポートを継続する。6次産業化は、5年で結果を出すのはなかなか困難であり、さらなる長期的なサポートが必要となろう。これまで各事業者が個別対応で進めてきたものを、今後は、グリーンツーリズムに代表されるように、地域全体で6次産業化に取り組む姿勢が欠かせない。加えて、事業者の経営力を高めるため、経営体制整備、販路拡大、輸出強化、ICT対応に資するプロフェッショナル人材の確保等も重要な戦略だろう。

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

図1 農業産出額(滋賀県)

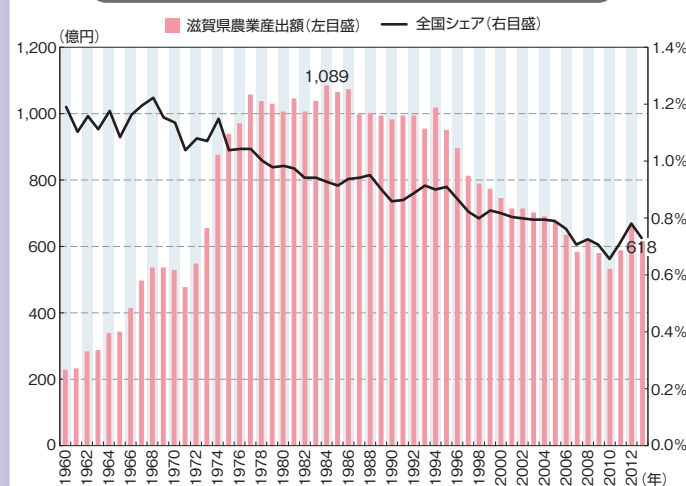


図2 農家数、土地持ち非農家数推移(滋賀県)

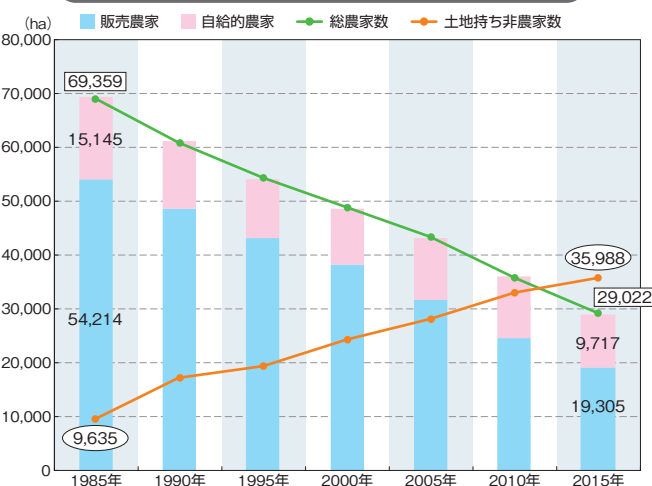


図3 耕作放棄地推移(滋賀県)

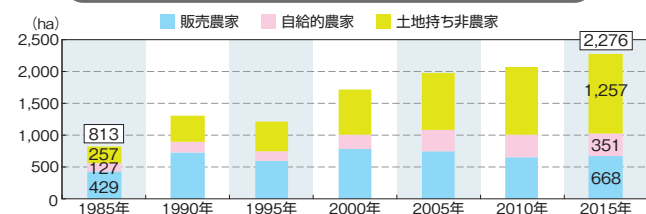


図4 1経営体当たりの経営耕地面積推移

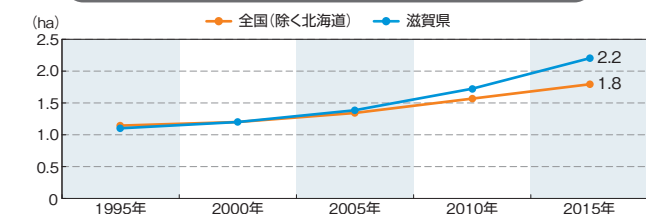
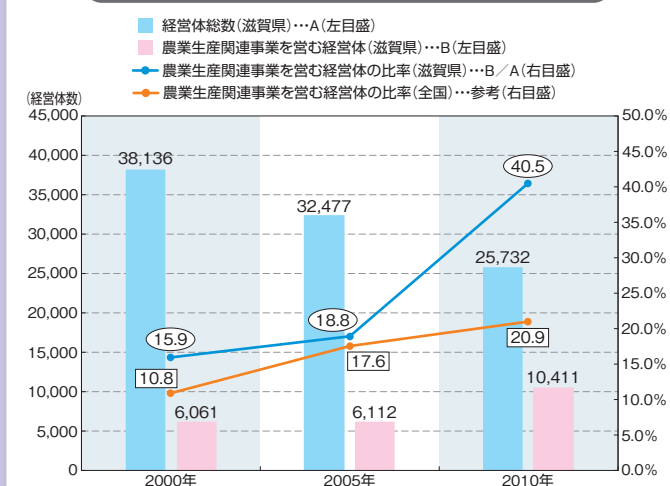


図5 農業生産関連事業を営む経営体数



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	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)	※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. 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	97.8	▲4.3	▲1.2	▲6.0	▲4.5	▲0.4	▲5.4	103.7	▲0.2	0.8	394,069	8.6	273,741	▲18.4	2.8	1.3
10	P100.9	P3.2	P▲1.1	P5.2	P▲2.4	P1.3	P▲4.2	103.8	0.1	0.7	399,524	▲4.5	342,718	▲0.4	3.1	1.5
11								103.8	0.0	0.9	330,820	▲5.5	248,498	▲26.8	P▲1.7	P▲2.4
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 前 年 比	店舗調整後 前 年 比
	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		
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. 11	97.9	▲0.6	▲3.7	▲0.7	▲4.8	1.1	6.6	103.4	▲0.2	2.7	352,340	▲1.1	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	4.0	2.9
11	97.9	▲0.9	1.7	▲2.4	0.7	0.4	▲0.4	103.4	0.0	0.1	345,012	▲2.1	294,905	▲3.7	▲0.8	▲1.5
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	
	台	前年比	㎡	前年比	合 計		持家		分譲	百万円	前年比	倍		人	前年比
					戸	前年比	前年比	前年比				新規	有効		
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. 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	*17.3	12.0	17.6	42.5	8,344	▲23.8	1.68	1.09	5,520	▲6.3
11	2,557	▲2.4	35,227	▲21.2	720	3.4	12.0	63.4	▲50.5	6,474	43.1	1.57	1.07	5,363	1.1
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		新規		倍	有効	%
									戸	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. 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	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					
11	202	▲0.5	1.2	▲6.0	3,330	▲4.3	79,697	1.7	3.5	2.6	2.5	8,720	3.3	1.93	1.25	3.3					
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				



「明治維新の女性活躍」

滋賀銀行 取締役副頭取 高橋 祥二郎

昨今、マスメディアや普段の会話で「女性活躍」という言葉をしばしば耳にします。NHKの大河ドラマや連続テレビ小説では、篤姫、新島八重、杉文、広岡浅子など明治時代を生きた女性が政治・経済・教育など、さまざまな分野で活躍する姿が鮮やかに描かれています。明治維新という激動の時代を乗り越え、今日の日本に影響を与えたヒロインたちの活躍は、現代に生きる私たちに勇気や希望を与えてくれました。

いずれの女性も開拓者精神に富み、傑出した行動力とその意識の高さには目を見張るものがありますが、封建的な時代にあって、彼女たちの行動を受け入れる「土壌」が当時の社会にあったことにも驚きを覚えます。事実として、近代国家を目指したこの時代には、そのほかにも多くの女性が活躍しています。

現在の日本社会は、急速な少子高齢化と人口減少により、経済・財政・福祉・教育など、さまざまな社会的課題を抱えており、その課題克服のためには、女性や高齢者、障がい者など多様な人材の活用・活躍が欠かせません。政府も本年4月施行の「女性活躍推進法」を成長戦略の柱に位置付けるなど、女性活躍の場を広げようとの社会的機運も高まってきました。

私たちの周りにも、結婚、子育て、介護を乗り越えて、活躍される女性が増えています。あえて「土壌」を作らなくても良いのでは、といった議論もありますが、女性のライフイベントを踏まえたさらなる態勢整備と機会均等への理解が必要です。明治維新で女性が活躍したように、女性の個性と能力が十分に発揮できる社会の実現こそが、日本成長の“エンジン”となる、と考える次第です。

県内データ あれこれ

ホテル・旅館客室数推移

宿泊施設確保が今後の課題に ～客室数の増加を上回る宿泊需要～

インバウンド（訪日外国人旅行）の増加や近年の円安による国内旅行回帰により、都市圏においては宿泊施設の不足が大きな問題となっている。滋賀県内においても、直近のホテル客室稼働率が予約をとりにくいとされる80%を超えるなど、一部では宿泊施設不足が発生しているものと考えられる。

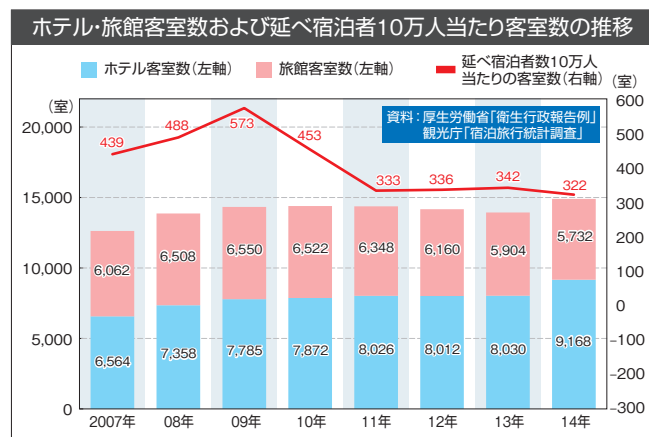
図はホテル・旅館客室数および延べ宿泊者10万人当たりの客室数の推移を表したものだ。直近2014年のホテルと旅館を合わせた客室数は1万4,900室で、07年との比較で2,274室の増加となった。内訳をみると旅館は07年との比較で330室の減少。一方、ホテルについては2,604室の増加となり大きな伸びをみせた。

延べ宿泊者10万人当たりのホテル・旅館客室数をみると、延べ宿泊者数が大きく増加に転じた10年頃より大きく低下し、直近の14年では322室となった。これは全国平均（326室）を下回り、全国でも37位の低水準だ。県内の宿泊者数は足元でも増加基調にあり、水準はさらに低下しているものと推察され、県内においても大都市同様

に宿泊施設の確保が課題となりつつある。

旺盛なインバウンド需要の取り込みや、24年の国体向け、政府がルールづくりを進める民泊等も含め宿泊施設の整備が求められる。

しがぎん経済文化センター 吉川 友



イチ押し！
Pick Up

伝統の技が織りなす極上醤油 約3年かけて“育てる” 「丸中醸造醤油」

会社DATA 丸中醤油株式会社

- 本社／滋賀県愛知郡愛荘町東出229
- 設立／1968(昭和43)年
- 代表／中居 真和
- 従業員数／9名
- 事業内容／醤油の製造販売、醤油加工製品の製造販売、調味用食品の販売
- 問い合わせ先／TEL:0749-37-2719 ■URL／http://www.s-marunaka.com/

創業は寛政末期(1800年頃)。200年以上脈々と受け継がれてきた伝統の技で醤油造りを続けているのが、愛知郡愛荘町にある丸中醤油株式会社だ。江戸時代後期に建てられた「大蔵」をはじめ、今も使われている同社の蔵は、国の登録有形文化財に指定されている。

その蔵で約3年かけて熟成され、出来上がるのが「丸中醸造醤油」だ。「時間をかけるものこそ価値がある」と断言する中居社長は、「古式製法」という自然の営みに任せた醤油造りを続けている。3年熟成を基本に、温度管理を一切せず、蔵人の五感と江戸時代から蔵に棲

みつく醸造菌により醤油を“育て”いる。

その工程は、麴を塩水に漬けこむ際に吊るした袋に塩を入れ少しずつ時間をかけて溶かす「塩吊り」という同社独自の製法や、「舟絞り」といわれる袋の重みでもろみから醤油を搾り出していく製法等、代々受け継がれてきた伝統の技のみを用いている。

時間をかけて醸造された醤油は味わい深い旨みと香りに優れ、さまざまな料理を引き立たせると、有名料理人等も絶賛。古来の製法を守り、この味を造り続けてほしいとの声が寄せられる。

SHIGAGIN TOPICS

「ユニセフ外国コイン」35.6kgを贈呈 ～全店で募金活動を展開～

当行は1月18日、「ユニセフ外国コイン」贈呈式を開催しました。旅行や出張等で海外に行かれたお客さまから募金いただいた外国コイン35.6kgを、世界の子どもたちに役立てていただくため、公益財団法人滋賀県国際協会を通して公益財団法人日本ユニセフ協会へ寄贈しました。

これは社会貢献活動の一環として、全店の店頭にて「ユニセフ外国コイン募金箱」を設置して、ご来店いただいたお客さまを対象に募金活動を実施し、集まったものです(実施期間:2014年7月1日～9月30日、2015年7月1日～9月30日)。

日本ユニセフ協会に集められた外国コインは、世界150以上の国と地域で、安全な飲み水や衛生施設の普及、初等教育の普及、過酷な状況下にある子どもの保護、緊急救援などの活動に大切に使われます。ご協力いただいたお客さまのご厚意に感謝いたします。誠にありがとうございました。

当行は、CSR(企業の社会的責任)を「社会の持続可能な発展のために、社会の一員である当行が果たすべき責任」と位置付け、「環境」「福祉」「文化」を3本柱としたCSR活動を今後も展開してまいります。



大道頭取(左)から(公財)滋賀県国際協会 甲斐常務理事(右)へ、目録と外国コインが贈呈されました

私たちは、しがぎんグループの一員として、高度化・多様化する
お客さまのニーズにお応えします。

私たちは、これまで、お客さまの必要な時に、タイムリーに設備機器・事務機器・車両等の導入をお手伝い
する総合リース業や、ベンチャー企業の育成・支援のための投資事業にも携わって参りました。
これからも、地域の皆さまのよきビジネスパートナーとして、お客さまの効率的な
企業経営を応援させていただきたいと考えております。



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

B r a h m s & T c h a i k o v s k y

4月17日(日)

午後3時(午後2時15分開場)

滋賀県立芸術劇場
びわ湖ホール
大ホール

〈篠崎靖男プロデュース・オーケストラ・シリーズ 第6弾〉

ヴァイオリン独奏 漆原啓子(第8回ヴィニャフスキ国際コンクール最年少優勝)
篠崎靖男(指揮) 日本センチュリー交響楽団(管弦楽)



浪漫爛漫

ブラームス&チャイコフスキー



ロマン派の巨匠作曲家ブラームスとチャイコフスキー
日本を代表するヴァイオリニストの一人、
漆原啓子の協奏曲(ブラームス)
篠崎靖男が得意とする、スラヴの情熱を奏でる
交響曲第4番(チャイコフスキー)
二つの傑作による王道プログラムに、
第65回日本音楽コンクール第一位、
滋賀を拠点に活躍する
期待の作曲家若林千春が
待望の世界初演作品で華を添える

【KEIBUN友の会会員】

同時
入会可

S席5,500円 A席4,500円
B席3,000円

【一般】

S席6,000円 A席5,000円 B席3,500円



©篠原栄治



©Benjamin Ealovega

- ♪ 若林千春
「飛び出し小僧 II」
〜オーケストラのために〜
(委嘱作品世界初演)
- ♪ ブラームス
ヴァイオリン協奏曲 二長調 作品77
- ♪ チャイコフスキー
交響曲 第4番 へ短調 作品36



若林 千春(作曲)

©s.yamamoto

k3 KEIBUN

〈主 催〉
株式会社しがぎん経済文化センター

お申込み・お問合せ

TEL 077-526-0011 (平日9:30~17:00)
Web <http://www.keibun.co.jp/>