

かけはし

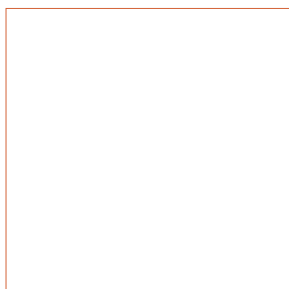
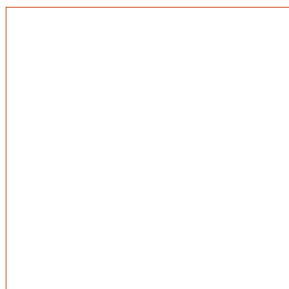
10

October

2016 vol.187

かけはしマネジメント対談

キタイ設計株式会社



企業・強みの研究

株式会社ゼロサン

企業・強みの研究

株式会社佐野テック

地域が変わる—地域活性化の現場

多賀町【開運!近江の地獄めぐり】

02 **ビジネストーク**
「シリコンバレー」

14 **アジア&ワールド**
タイの日本食事情

03 **かけはしマネジメント対談**
キタイ設計株式会社
代表取締役 梶 雅弘氏



16 **アナリストレポート** 県内景気天気図
弱含みの緩やかな回復基調

07 **企業・強みの研究**
株式会社ゼロサン



18 **ズームアップ** 県内経済情報
製造業の景況感悪化でマイナス幅拡大
(滋賀県内企業動向調査)

09 **企業・強みの研究**
株式会社佐野テック



11 **地域が変わる—地域活性化の現場**
多賀町
開運！近江の地獄めぐり



22 **着眼大局**
「勝負どころ」
取締役本店営業部長 森本 勝

しがぎんトピックス
「しがぎんジュニア探検隊」を初めて開催

BUSINESS

ビジネストーク

TALK

「シリコンバレー」

頭取 高橋 祥二郎

「オーブンイノベーション」や「フィンテック」などの最新事情を探り、今後の経営戦略に生かそうと、8月中旬、米国カルフォルニア州にある「シリコンバレー」を視察しました。大手ファンドマネージャーや起業家を支援するインキュベーション施設「Plug and Play TechCenter」で働く日本企業駐在員の生の声を聞き、シリコンバレーの熱気と新たなビジネスの鼓動を体感いたしました。世界最先端ビジネスの現場で繰り広げられる新しい挑戦を、本号ならびに次号の2回にわたりお伝えしたいと思います。

シリコンバレーでは、多くのベンチャー企業がさまざまなサービスをスタートさせています。例えば、配車アプリサービスを提供する「UBER(ウー

バー・テクノロジーズ)社。スマホからたった2タップでタクシーを配車できる利便性と乗り合いができる経済性が受け、地元大手タクシー会社の座を奪いました。また、民泊サイト「Airbnb(エアビーアンドビー)」社は、地元ホテル業に壊滅的ダメージを与えました。いずれも「スマホビジネス」など、インターネットで「モノ」や「サービス」を貸し借りする「シェアリングエコノミー」として、創業からわずか数年で既存のビジネスモデルを凌駕し、世界を席巻する勢いであることに大変驚きました。規制等が緩和されれば、日本でも急速に普及するシステムである、と確信した次第です。

また、「フィンテック」の分野では、住宅ローン審査を数分で完了するシステムや人々の支出習慣をチェックして自動的に貯蓄する自動貯蓄アプリ、そしてスタンフォード大学の学生により完全無料の株取引アプリが開発されています。インターネット上の複数のコンピューターで取り引きの記録を互いに共有し、検証し合いながら正しい記録を鎖のようにつないで蓄積する「ブロックチェーン」も実証実験が進められています。本格的な動きはこれからですが、「フィンテック」は近い将来、私たちの生活を一変させる可能性を秘めています。

そして、これらの企業を支えているのが長期的視点に立つた米国のベンチャー投資です。週に何度か開催される投資家へのプレゼンテーションは、1企業あたり2〜3分。その後、投資家からさまざま

まな厳しい質問が浴びせられます。プレゼンテーション能力はもちろん、シーズやアイデアとともに人間力も厳しく評価されます。ある大手ベンチャーファンドでは、1年間で面談した2600社のうち、投資が決定した先はわずか46社です。しかし、何度も「チャレンジ」できる土壌があることや、一度投資すれば財務や法律、マーケティングなどのあらゆる専門家が起業家を支える仕組み(エコシステム)が構築されています。

「ファンドが『儲ける』とのスタンスが前面に出ると投資先は育たない」。あるファンドマネージャーの言葉に「シリコンバレー」の奥深さを感じるとともに、米国から新たな企業が生まれ続ける理由を垣間見ました。



大手ベンチャーファンド「Draper Nexus」のインキュベーション施設

※自社だけでなく他社や大学、地方自治体、企業家などが持つ技術やアイデア、サービスなどを組み合わせ、革新的なビジネスモデルや製品・サービスの開発につなげるイノベーションの方法論。



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。

キタイ設計株式会社 代表取締役 梶 雅弘氏

▶ interviewer 頭取 高橋 祥二郎 安土支店長 秋野 浩一

豊かな感受性で自然や景観を感じ取り
「人の営み」につなぐコンサルタント。

「社会の姿」をデザインし、カタチにしていけるのが建設コンサルタント。快適性、利便性の追求だけでなく、自然との共生、文化的景観との調和が求められる。そんな企業哲学を貫いているのが、キタイ設計株式会社だ。



キタイ設計株式会社 代表取締役 梶 雅弘(かじ・まさひろ)氏

1961年生まれ。84年、立命館大学文学部地理学科卒業。企画課長、企画部長、取締役企画本部長、専務取締役統轄本部長等を経て、2011年にキタイ設計株式会社代表取締役に就任。12年、滋賀県立大学大学院環境科学研究科修了。技術士(建設部門、農業部門、環境部門、総合技術監理部門)、測量士、APECエンジニア、1級ビオトープ計画管理士。(一社)滋賀県建設コンサルタント協会副会長、(一社)日本補償コンサルタント協会近畿支部幹事、(公社)近江八幡納税協会理事等の公職を務める。15年度農業農村整備事業優良工事表彰(農林水産省関東農政局長表彰)を受ける。

農業土木の測量設計から始まり
都市計画などの多様な事業に発展

高橋 建設コンサルタントとして、国、地方公共団体から道路や橋梁等の社会資本整備やまちづくりを託されているキタイ設計さん。当行でも安土支店や南草津駅前支店南草津パーソナル出張所の設計に携わっていただきました。

梶 当社は1951年に創業。初代社長の北居直次郎は滋賀県の農業土木技

術職員として勤めた後、戦後の復興の中で「農は国の基なり」と考え、農業土木部門を柱とする測量設計事務所を開設しました。そこに新しい息吹をもたらしたのが、71年に二代目を継いだ先代社長の北居仙之助です。一級建築士として創造性とエンジニアリングの融合を追求し、ランドデザインの概念を持ち込んで、事業分野を建築や都市計画、造園といった多様な領域に広げました。

高橋 2005年にかけてはし対談で先

代社長にご登場いただいた際、土木と建築の融合こそが、キタイ設計さんの求めるところだとおっしゃってました。公園等の設計は土木の領分ですが、建築士が参画することで、景観デザインに統一性が与えられる。そんな磨かれた設計センスや自然・景観に対する見識を生かすことで、業績を伸ばされたようですね。

梶 全国各地で、まちづくりのマスタープラン(基本計画)を策定するコンサルタントに当社がなり得たのは、深い洞察に基づく景観設計を追求した先代社長の功績です。さらに、1974年から当時の国

土庁が全国総合開発計画を推進し、農村地域の資源を生かしながら農村地域の生産、生活、自然環境を一体的に整備・保全する市町村農村総合整備計画の策定が進められました。これが農業土木からまちづくりへと領域を広げる契機になりました。それ以降、都市部の発展と秩序ある整備をサポートする都市計画、後継者不足等に悩む農村地域の振興を促す農村計画といった「まちづくり分野」で実績を重ねてきました。また、PFI事業や指定管理事業などの公民連携にも取り組んできました。現在では地方創生に関する総合戦略や人口ビジョンづくりにも参画しています。

最新の地質探査技術を取り入れ
災害発生リスクを読み解く

高橋 2011年に就任された梶社長は、建設・農業・環境等の技術士や、1級ビオトープ計画管理士といった多様な資格を取得され、文明や経済活動といった人間の営みとそれを取り巻く自然の営みをどう共存させるかについて、深い見識をお持ちと伺っています。

梶 現在のキタイ設計の事業分野は広範囲ですが、防災分野や自然環境保全、循環型社会づくり分野も、水辺や公園の計画設計も、全てが「自然との共生」とい

うテーマで結びつきます。新名神高速道路の甲南パーキングエリア営業施設などの建築設計でも、周辺の環境・景観との調和を考えずには取り組めません。

秋野 例えば防災分野では、どのような点に留意されますか。

梶 地球規模の気候変動や大災害では、私たちは自然が秘めた荒ぶる力に直面します。当社は水害や土砂災害を防ぎ、道路・橋梁を地震や土砂崩れ等から守る事業の計画設計を手掛けていますが、重要なのは専門的な調査技術によつて災害発生リスクを的確に読み解くことです。私どもはこの分野での多くの経験から地盤・地下水の診断力には強い自信があります。地下水による地温の変化を測って、地下水の現状を診断する地温探査法もその一つです。京都第二外環状道路では道路設計に先駆けて、この探査法で地下水脈の位置を予測。適切な排水計画につながりました。

高橋 高度な調査能力をお持ちだからこそ、計画立案段階からの提案ができるわけですね。

社会資本の損傷を事前診断
予防保全で社会負担を分散

高橋 橋梁や道路、公園の長寿命化、農業水利施設や漁港施設等の補修・機能保



キタイ設計本社から安土山を望む、右から高橋頭取、梶雅弘社長、秋野支店長

企業理念

当社は、社員一人ひとりが社会の一員（企業市民）として社会の様々な課題を解決することを目指し、常に心にとどめ、実行していく事項を、企業行動基準として制定しております。

安全・安心、快適で美しい地域社会づくりに貢献できるよう、統合マネジメントシステムを活用し、全社員一丸となって取り組んでまいります。

会社概要

キタイ設計株式会社

- 資本金/9,000万円
- 従業員数/189名
- 事業内容/建設コンサルタント業（農業土木・農村環境、道路、鋼構造及びコンクリート、河川・砂防及び海岸・海洋、上水道及び工業用水、下水道、都市計画及び地方計画、建設環境、造園、廃棄物、土質及び基礎、地質）、測量業、一級建築士事務所、補償コンサルタント業、地質調査業、システム開発、PFI事業、指定管理事業
- 本社/近江八幡市安土町上豊浦1030
- URL/http://www.kitai.jp/

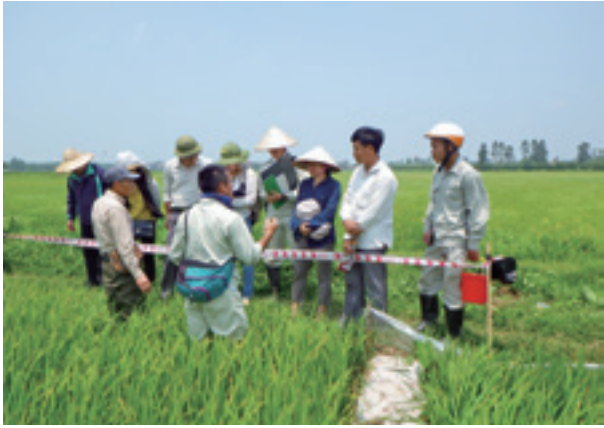
沿革

1951年	北居測量設計事務所開設
1966年	北居設計株式会社設立
1982年	姫路事務所が西日本支社に昇格
1983年	京都事務所が京都支社に昇格
1990年	和田山事務所を開設
1996年	大阪事務所が大阪支社に昇格 山口事務所が山口支社に昇格
1998年	ISO9001認証取得
2000年	ISO14001認証取得
2001年	キタイ設計株式会社に社名変更
2004年	本社・社屋移転
2011年	ISO27001認証取得
2012年	東北支社開設 プライバシーマーク付与認定 関東事務所が関東支社に昇格



地域住民の合意形成は ファシリテーターの姿勢

高橋 14年に開園した京都府長岡京市の「恵解山古墳公園」の整備では、CL A（一般社団法人ランドスケープコンサルタンツ協会）から設計部門優秀賞を受賞されたそうですね。



技術支援でベトナム農業にふさわしい改良型水管理モデルの構築を目指す

梶 損傷の大きな事後保全では補修費

高橋 具体的には、どのような提案をされているのですか。

梶 環境への影響は実施しないと分

高橋 史跡といえば、わが国の石垣築城のルーツともされる観音寺城跡の石垣を整備する「観音寺城跡石垣の見える化プロジェクト」にも地元企業として参画されていますね。当行の安土支店、五個荘支店も一緒に汗を流させていた

高橋 当行もそうありたいですね。キタイ設計さんの仕事は「状況への豊かな感受性」にあふれていますね。その視点から、滋賀の地方創生には何が大切だと思われ

かけはし 2016.10



地下水の状況を判断する「地温探査法」の説明を聞く

がかさむので、事前に傷みを診断する予防保全を推奨しています。社会資本は戦後から高度成長期に造られたものが多く、2024年には建設後50年を経過する橋梁の割合は42%を占めるなど老朽化が進んでいます。全てを一気に修理するのは市町の財政負担が大きい。予防保全によって、そのピークの分散を提示することも私どもの役割です。

高橋 道路整備や公園、河川改修計画に関わる事例をご紹介します。

梶 道路の実績では、新東名高速道路神奈川県秦野東地区の詳細設計があります。公園で最近の事例は、守山市の焰魔堂公園（表紙写真）があります。水辺（ホタル）・桜といった地域の四季を映すゾーンや、近江富士の借景や豊富な地下水など地域の資源を活用しました。河川の整備では、魚道整備や魚道モニタリング調査、オオサンショウウオ等の生物調査を行うなど、生物多様性の保全に係る業務も増えています。

高橋 余呉湖での外来魚調査、兵庫県豊岡市での「コウノトリ等を含む生態系調査」など、自然環境保全を目的とした事業も多数手掛けられています。滋賀県内6地域での棚田保全ネットワーク推進業務など、創業者の遺志を継いだ「農は国の基なり」への取り組みも目を引きます。

梶 環境への影響は実施しないと分らないところも多いのですが、建設コンサルタ

かけはし 2016.10

整備と環境保全の両立に マスタープラン段階で配慮

梶 滋賀県の棚田保全ネットワークでは、湖西や甲賀、湖北にある棚田地域で耕作放棄地の草刈り、獣害防止柵の設置などの活動企画や、保全活動を推進するボランティアの募集などでお手伝いしました。水辺や水田の環境保全に取り組む中で感じるのは、この国の文化がいかに水に依存して成り立ってきたかです。洪水や氾濫など自然の攪乱（かくらん）によって形成された水辺の生態系は、水稻栽培を通じて人の手が加わり、棚田や里山に象徴される「自然と人が相互依存する生態系」が形成されます。私たちが守るべきはこのような「二次的自然」であり、現代の社会システムに適合させながら保全していかなくてはなりません。

高橋 1972年からの琵琶湖総合開発では農道整備、かんがい排水、農業集

梶 受賞案件は農業水利に関わるポンプ場のストックマネジメント業務ですが、農業土木と建築の両方に精通していないと適切に診断できないため、私どもの強みを生かした象徴的な業務だと思います。

かけはし 2016.10

東京から発信する、滋賀県産食材の魅力。 水産業、農業、飲食業が夢を結ぶ「6次産業化」。



滋賀を愛する若手事業家たちが「東京出店構想」を実現する

近江の水と土が育んだ湖魚や米、野菜の魅力をもっと広く知ってもらいたい。東京で新しい形の飲食店をオープンし、滋賀のファンを増やしたい。そんな夢を描く3人の若い事業家が出会った。水産業（株式会社鳥塚取締役）の鳥塚康弘氏、農業（吉田農園代表）の吉田道明氏、そして飲食業（株式会社nadeshico社長）の細川雄也氏だ。共に長浜地域の生まれ。年齢も近く、「ふるさと滋賀のため、長浜のために汗を惜しまない」という気持ちも同じだ。

この3人が共同し昨年11月、株式会社ゼロサンを設立した。「飲食店の東京出店を通じて近江の食材の普及を図ること」が目的だ。「ゼロサン」の社名には、0と3を「オーミ」と読ませる遊び心を

添えた。3人の代表者が近江の魅力を全国に発信し、「三方良し」を実践するとの意だ。

**湖国を、長浜を実感できる
東京・渋谷の「ご当地居酒屋」**

事業化の第一歩として間もなくオープンさせる新店舗のイメージはこうだ。東京の山手線沿線に開く和テイストのご当地居酒屋。渋谷の表通りから、一筋入った店内に入ると、奥にしつらえた囲炉裏が目に入る。そこでは鳥塚が丹精を込めた子持ち小鮎やビワマスをはじめとする「旬の近江の食材」が薪で炙られている。小さな土鍋で一人前ずつ炊き分けて供される吉田農園の無農薬米。グリルで香ばしく焼かれる近江牛。

東京の一隅に出現した小さな居酒屋。そこにナデシコが培ってきた「近江の食材から新しい食文化を生む」ための創意



新鮮さが人気の株式会社nadeshicoの「近江野菜のパーニャカウダ」



稚魚の人工孵化から成魚育成まで手掛ける株式会社鳥塚の養殖場

そして、吉田農園の吉田代表。消費者と交流できる直接販売にこだわり、代表銘柄「長寿米」をヒット商品に育てた。「低コスト・増収・外観品質の向上」に重きを置く在来米づくりと異を唱え、「おいしくて感動できる」無農薬米の生産に力を注いでいる。

ゼロサン設立までを細川氏はこう振り返る。「発端は鳥塚さんが直面する課題だった。琵琶湖産の稚魚から育てた上質な鮎でさえ、その価値を市場で正

が注がれる。滋賀や

長浜の色を外装や店内に出そうとすると渋谷の街に似合わない。「そういえば今日のメニューは滋賀県産のものばかり」と、食事を楽しんだお客さまが気付く仕掛けをゼロサンは施す。

自社の鮎やビワマス、無農薬米の高付加価値化を目指すこの6次産業化構想は農林漁業の成長産業化、地域経済の活性化につながる「地方創生」の好事例として、2014年に設立された「しが6次産業化ファンド」の初めての出資案件にも採択されることになった。



滋賀の食材が供される新店舗（イメージパース）

**それぞれの強みを結集
ゼロサン設立への期待**

それぞれに強みを持つ、この3人を紹介しよう。まず、ゼロサンの代表取締役を

当に認めてもらえない現状があり、その打開策を考える中で私たちと出会った。思いが通じあったというか、事業プランはトントン拍子でまとまった。いつか東京に店を出したいという私の思い、吉田さんの農産物販路開拓への思い。3人の思いが東京出店というひとつの目的へ昇華するのに、あまり時間はかからなかった」。

「東京の繁盛店で使われる食材というステータスが獲得できれば、当社の鮎やビワマスの市場での評価もぐんと高まる。京都や大阪に比べて、東京の市場の体質がオープンなもの魅力だ。嗜好の変化のためか、鮎の需要自体は減少傾向にあるが、東京出店を成功させて、この閉塞感を打破したい」と、鳥塚氏は期待を寄せる。

一方、吉田氏は「心血を注いだお米をどう食べてもらうかまで提案できる点が、農業生産者が飲食店経営に参加す

る魅力だ」と話す。これまで接点があまりなかった「飲食の現場」と接する機会が増えることに思いを馳せている。

**新しい食文化を提案できるが
東京での成功の鍵を握る**

「その街に新しい食文化を提案できるか。この追求を怠らなかつたことが、滋賀県内でナデシコが成功できた理由だ」と思う。新店舗が東京で成功できるかどうか、そこが決め手だ。「最先端の食」に馴染んだお客さまに、満足いただけるメニューや空間をいかに提案できるか。私が積み重ねた経験の真価が問われている」と、細川氏は決意を新たにしている。

東京での1号店をまず軌道に乗せ、渋谷以外では滋賀や長浜色を前面に出すなど次の店舗展開も見据える。

この事業は滋賀における6次産業化への挑戦の大きな第一歩となり、後に続く人たちに励ますに違いない。

次は、株式会社鳥塚の鳥塚取締役。同社は湖魚の付加価値をいかに高めるかに向き合ってきた湖魚養殖業者大手だ。種苗鮎（稚魚）や成魚の養殖場を全国に持つことでも知られている。「幻の子持ち小鮎」の復活に成功し、さらに希少魚のビワマスを養殖により普及させた取り組みも話題になった。

Profile

株式会社ゼロサン

- 本社/長浜市八幡東町185-1
- 設立/2015年
- 資本金/3,000万円
- 従業員数/3名
- 事業内容/飲食事業



代表取締役

細川 雄也氏（写真中央）

鳥塚 康弘氏（写真左）

吉田 道明氏（写真右）

Voice

「しが6次産業化ファンド」の初出資事業となり、私たちの東京出店構想に期待が寄せられています。微力ながらも地方創生にお力添えできるよう、全力を尽くして事業成功を目指します。

企業強みの研究

橋梁や道路の安全性を支える「ゴム支承」。

国内工事に使われる3割近くを製作する。



<http://www.sano-tec.jp/>

株式会社佐野テック

橋のたわみを吸収して

橋梁の破損を防ぐ「免震支承」

鈴鹿山脈の東山麓に広がる三重県菰野町。御在所岳や湯の山温泉で知られるこの穏やかな地域で、株式会社佐野テックは橋梁や高速道路、一般道路の安全性や耐久性の維持・向上に欠かせない金属加工部品を製作している。

代表的な製品は「支承」と呼ばれる橋梁部品だ。橋の主桁や橋台は温度変化や風、地震の影響で伸縮や変形が起きる。そのたわみを吸収するのが支承の役割。主桁や橋台と橋脚の間に取り付け橋梁の破損を防ぐ。

「支承を設けずに、主桁と橋台・橋脚を一体化した構造の橋をラーメン橋と呼ぶが、1995年の阪神淡路大震災で多くのラーメン橋が倒壊し、ゴムパッドを使用した橋が被害を免れた。これを機に、



多くの免震支承が使われたラックフェン国際港アクセス道路（ベトナム）

橋梁の耐震設計が大幅に見直され、それまでは鋳造品による固定型が多かった支承も、積層ゴムを用いて高い免震性を実現したゴム支承（免震支承）が主役になっていく。この変化は、当社が支承を手掛ける大きなきっかけになった。

佐野明郎社長はそう振り返る。1932年に創業し、四日市富田港で使われる船舶用器具を作っていた同社が道路・橋梁部品を手掛けるようになったのは67年頃。独自のゴムファイバー製造技術を持ち、社会インフラ整備を手掛ける大手企業T社と出合い、橋梁ジョイント部品の製作を頼まれたことから始まる。伸縮継手と呼ばれるこの部品は、大きな橋などの道路面を横切るギザギザした黒い帯状のものだ。

妥協のない丹念な仕上げで群を抜く加工品質を生み出す

佐野テックの売り上げの8割を占める道路・橋梁部品。その全てがT社に納入されている。T社が扱うゴム支承の金属部品は、ほとんど佐野テックが製作しているというから、重要パートナーとしての信頼の高さがうかがえる。ゴム支承も伸縮継手も、主桁などがたわもうとするエネルギーを吸収するもの。T社のゴム製造技術と佐野テックの金属部品加工技術、互いが高いレベルで支え合っ

てこそ力が発揮できるのだ。阪神・淡路大震災までの佐野テックは、大きな加工設備を持たずに東海4県で使われる伸縮継手を手作業で作っていた。震災後に起こったゴム支承に対する高いニーズは、当社にとって劇的な上昇気流になった。支承を扱っていな

鉄の加工技術をフル稼働して橋梁の部品を一貫加工する

強みはもう一つある。「板金や溶接、マシニングセンターによる機械加工など、あらゆる鉄の加工技術を総動員しないと支承部品は製作できない。ゴム支承に関わる鉄工所は国内に多数あるが、一貫加工できるのはおそらく当社だけだろう。この業界では、加工種類別に分散発注するのが一般的。工程の全てを一貫して加工できるのは当社の強みだ」。

G7伊勢志摩サミットで脚光を浴びた賢島大橋を筆頭に、佐野テックが製作した支承は、全国の橋や道路を文字通り支え続けている。滋賀県では、日野川橋や栗東水口道路に採用された。今後、国内では橋梁や道路の新設には多くを望めないものの、安定した付け替え需要が見込まれる。国外ではベトナムなど新興国の社会インフラ需要が依然として

意外な建築事業も展開
木造住宅もオフィスも建てる

旺盛だ。最近になって、鉄道用レールの締結装置の組み立てという新事業も受注できた。事業スペースを確保するために新社屋を今年7月に新設したが、なんと佐野社長自身が設計したという。

佐野社長は長年建築業界で働いてきた経歴の持ち主。佐野テックでも橋梁事業と並行させながら、戸建て住宅やオフィス・工場の建設を数多く手掛けてきた。鉄骨建築はもちろん、木造住宅も扱う。「現在、建築事業は売り上げの20%。

橋梁部品を作る会社がなぜ住宅を、との違和感を拭い去ろうと、口コミでの信頼を広げながら実績を積み重ねている。佐野社長は「佐野の家」を周辺地域に広めていきたいと意気込む。

佐野テックの従業員は来訪客への接遇姿勢が良いと評価が高く、三重県が



設計・施工を手掛ける「佐野の家」

推進する「おもてなし経営企業」にも選ばれた。佐野社長によれば、異業種交流を目的にした「カイゼン見学会」に取り組んできた成果だそう。見学会は異業種企業が互いに会社を訪問し、業務改善を現場から学ぶもの。これを通じて、自社と異なる考え方を理解し、来訪客への対応の仕方を身につけてきた。

この「おもてなしの力」で地域から愛される道を歩み続け、100年企業を目指すことが佐野社長の夢だ。



ラックフェン国際港道路・橋梁（ベトナム）に使用された免震支承

Profile

株式会社佐野テック

- 本社/三重県三重郡菰野町大字千草5051-9
- 設立/1983年
- 資本金/3,000万円
- 従業員数/66名
- 事業内容/一般道路・高速道路・橋梁に関する部品等の製作・設置・施工、鉄骨建築・木造建築の設計・施工
- スカイライトチューブ三重 特約店



代表取締役社長
佐野 明郎氏

Voice

今夏に落成した新社屋には、滋賀県の企業が考案した太陽光照明「スカイライトチューブ」を30数基設置。高い省エネ効果を実現しました。住まいと事業所の快適性と効率性を高めるなら電力を使わない太陽光照明がおすすめです。



多賀町

「開運!近江の地獄めぐり」

パワースポット・多賀大社の門前で「地獄めぐり」? ユニーク企画で集客し、商店街のにぎわい創出を目指す。



左上) 割引券や参加店の地図を掲載している「サービスマップ」 中列1～3) 参加店の店頭に、その店の特長を掲げる鬼の木彫り 右上) 多賀大社前駅にある「叶♡多賀門」
右下) 情緒ある「絵馬通り」をあらわす石標

近江鉄道・多賀大社前駅から多賀大社まで続く表参道絵馬通りを舞台に、
「類落し地獄」の糸切餅店や「猫舌地獄」と称するなべ焼きうどんの店などの“地獄”を巡り、
最後は多賀大社で“開運”のお参りをする「開運!近江の地獄めぐり」というユニークな企画を実施中だ。
運営のまとめ役、一般社団法人多賀観光協会の土田雅孝事務局長にお話をうかがった。

参道各所の「地獄」を巡り
お多賀さんで、開運のお参り

「開運!近江の地獄めぐり」の楽しみ方を教えてください。

多賀観光協会が運営する観光案内所が、多賀大社前駅と多賀町役場近くの国道307号沿いにあるので、ここでもサービスマップを500円で購入してもらいます。このマップは、片面は多賀大社前駅から多賀大社まで続く、多賀大社表参道絵馬通りの店舗などが載った地図、もう片面は「地獄めぐり」の参加店の一覧と割引などのサービスを紹介しています。「叶♡多賀門」の絵馬札引換券「真如寺の地獄絵図観覧券」「多賀大社のおみくじ引換券」「近江鉄道の乗車引換券」も付いています。

この券を使って、駅前の叶♡多賀門で絵馬札を奉納した後、参道の商店の散策や、途中にある真如寺の地獄絵図の特別公開を観覧しながら、多賀大社に着いたら、社務所で券をおみくじに引き換えて、運試ししていただく、というのが楽しみ方です。お帰りは引換券利用で、彦根駅まで100円で近江鉄道に乗り、かなりお得になっています。2014年3月にスタートし、今年で3年目。お盆の3日間と年末年始1週間を除いて、1年中実施しています。

でも開かれます。

また、県では、18年に大型観光キャンペーンを開催するという目標を掲げています。これらの、広域の観光事業とも連動して、誘客を働きかけていきたいと考えています。

――表参道・絵馬通りの今後に向けた、抱負と課題をお聞かせください。

最終的な目標は、それぞれの店が元気になるって、商売を継続していただくことです。商売を継ぐ人、新しく始める人もいて、永く活気のある通りになってほしい。そのために、少しでも多くの人に訪れていただけるように、私たちは「地獄めぐり」のお手伝いをしています。この企画を活用して、意欲的に新しい試みやサービス向上に取り組まれる店もありますが、全体としてはまだまだ。もっと各店が積極的に取り組んで、前向きな意見がたくさん出てくるようサポートしたいと思っています。

一般社団法人多賀観光協会

▼滋賀県犬上郡多賀町多賀389-1
<http://www.taga-kankou.com/>



事務局長
土田 雅孝氏
(つちだ・まさたか)



真如寺にある「地獄絵図」

自動車での参拝が増加し、
人の流れが激変。絵馬通りに
再びにぎわいを取り戻すために

――どのような経緯でこのような取り組みを始めたのですか？

絵馬通りはかつて、全国から電車でお越しになる多賀大社の参拝客で、年中にぎわっていました。しかし、近年は自動車での参拝が増え、人の流れが大きく変わり、絵馬通りは活気を失いました。

ここになんとかにぎわいを取り戻したいと、00年に町が策定した中心市街地活性化基本計画に基づき、ファサード整備などを行いました。しかし、活気を取

り戻すまでには至りませんでした。そこで、町、商工会、門前町共栄会、私ども観光協会などが協力し、オール多賀で活性化に取り組むために、「絵馬通りの活性化を考える会」を発足させ、人を呼び込むための知恵を絞りました。その中から出てきたのが「地獄めぐり」です。

「地獄」を観光資源として活用
楽しい&お得でメディアも注目

――多賀大社の門前で「地獄」というのは、意外ですが？

絵馬通りにある桜町延命地藏尊には閻魔大王や、地獄の様子を表した像があります。真如寺には江戸時代に描かれた地獄絵図もあります。私が小さな時にはお参りの途中で、これらを見せられて「悪いことしたら、こういう地獄に落ちる」と戒められたものです。これらを観光資源として利用できないかという発想から、「地獄めぐり」が生まれました。

――反響が大きかったようですね。

テレビや雑誌などメディアの取材がすごかったですね。「地獄」を題材にしたのは正解でした。実際に参加した観光客からは、「おもしろい」「お得感があった」という感想をいただいています。ただ、せっかく来たのに店が休みだったという声もあり、その点は大きな反省材料です。毎日店を開けてもらうのが、理想ですが、

店主の高齢化や後継者不足など、できない事情もあります。休日しか営業しない店や不定休の店もあるのが現状です。

多賀町の産業振興策に呼応
広域の観光事業と連動し誘客を図る

――「地獄めぐり」以外にも、活性化の取り組みはありますか？

駅前から多賀大社まで、絵馬通りを5年掛けて、アスファルトから石畳にする町の事業が、今年から始まったところ。多賀大社らしい、歩いてみたくなるような魅力のある景色になると期待しています。

町では「多賀そば」や「多賀にんじん」の特産化を進めています。「地獄めぐり」の参加店の中で、多賀にんじんを使ったソフトクリームを開発して提供しています。多賀そばの店もあります。このような、町の産業振興の動きと、連動した仕掛けをもっと考えていきたいと思っています。

今月からは「彦根・多賀連携事業」として、「光とアートで発信する付加価値創造（ブランディング）事業」が始まり、彦根市と多賀町でさまざまなイベントが開催予定です。多賀町では、「神あかり Dramatic Legacy 多賀町」として、10月1日から11月末まで、多賀大社や絵馬通りがライトアップされます。多賀大社の能舞台で和楽器のコンサートな

タイの日本食事情

text by 滋賀銀行 バンコク駐在員事務所 大西 健介

タイ人の約7割が好み、タイの中で外国料理として、最も人気が高いといわれる日本食。数多くの日本食レストランが outlets し、しのぎを削る市場の現状と進出のポイントについてレポートする。

高まる日本食需要

2013年、和食がユネスコ(国連教育科学文化機関)の無形文化遺産に登録され、和食をはじめとする日本食の人気の世界的に高まっている。タイにおいても16年度(15年7月～16年6月、JETRO・JRO調査)の日本食レストラン新規出店数は297店舗、総数は2,713店舗と外国レストラン最多であり、タイ人の食生活に日本食が溶け込み、なじんでいる。そのジャンルも日本食全般を扱うチェーン店からラーメン、とんかつ、寿司といった専門店と多彩で、数多くのレストランがひしめき合っている。

タイで日本食が一般的に普及し始めたのは、90年代後半に低価格帯の大衆向け日本食レストランがオープンしたことがきっかけと言われている。それまでタイで日本食というと日本人駐在員をターゲットとしたものであったが、中間層の所得拡大を好機とみたタイローカル資本が次々と店舗展開を行い、タイ国内で日本食の認識が広まった。

また、2013年のビザ取得要件緩和をきっかけに訪日客が増加。15年のタイ人の訪日客数は約80万人、16年には約100万人にまで増加すると予想されている。日本で本場の味を堪能した層が増加したことで、近年ではさらに日本食への関

心が高まっている。「日本で食べた本物の味をタイでも味わいたい」とのニーズが拡大し、タイ風にアレンジされたものではなく、より本物志向の日本食を求める人が増えている。

3つの障壁

とはいえ、日本食をタイにそのまま持ち込むだけで成功することは難しい。タイで飲食店を運営するにあたり「知名度」「原材料」「スタッフ」で苦労することがほとんどである。

タイ人が数多くある飲食店の中から選択する際に重視するのは「日本で流行していて、タイでも知名度のあるもの」だ。タイで無条件に注目してもらうには、すでに日本でも成功し、一定の知名度を誇るようなものでないと難しい。日本で知名度の高い店であれば、タイでもすぐに有名店になれる可能性は高いが、細かな味の違いだけで認識してもらうのは難しく、知名度の向上に苦労する。

また、本場日本の味を再現するためには日本から食材を輸入する必要がある。当然、輸入品であれば高コストとなり、日本

で経営する以上に原材料費率が上がることも念頭に置く必要がある。

「タイは日本に比べて人件費が安く、日本の飲食店で大部分を占める人件費の圧縮が容易である」といった考えを持つ人も少なくない。しかし、タイの飲食店に足を運ぶと店舗面積に対し、数多くのスタッフが働いている。失業率が1%以下のタイでは、スタッフの離職は日常茶飯事であり、苦勞して仕事を教えることも継続的に機能しない。そういったリスクを避けるため、結局は日本の3倍の従業員を常時雇用して店舗運営を行う飲食店が大半であり、人件費を低く抑えることは難しい。また、日本の味を維持するために日本人を常駐させる必要もあり、固定費がかさむ点も忘れてはならない。

タイに出店を考えている人の中には、



日本食の店が立ち並ぶレストラン街。ラーメン、居酒屋など種類も豊富だ



日本食ブームの先駆けとなったタイローカル企業が営む日本食レストラン

日本食の人気ぶりに、「タイにあれば何とかなる」と、楽観的な見通しを持つ人もいる。しかし、多くのレストランが開店から1年もしないうちに店を閉じていくのが現実である。

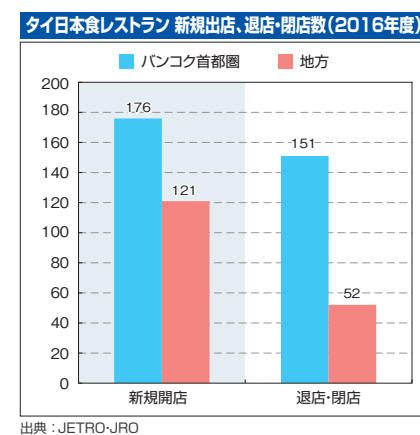
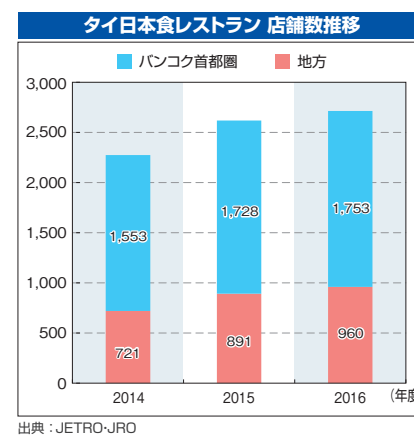
飲食店成功のポイント

タイで飲食店を成功させるためにすべきことは何か。第一にマーケティングが鍵となる。タイでは、口コミの影響が大きく知名度を左右する。訪日旅行でも、タイの人々は、PANTIPと呼ばれるインターネット掲示板の情報を参考にすることが多い。新規出店の際、人気ブロガーに有料で記事にしてもらい、知名度を向上させるなどの手法が有効だ。

また、タイへの出店となるとバンコクに注目が集まるが、バンコク以外の地方へ

活路を見いだすのも一つである。日本食レストラン2,713店舗のうち、バンコク首都圏には1,753店舗が集まる。昨年1年間の新規出店数は176店舗に対し、退店も151店舗と競合が激しい。一方、地方では日本食レストランは960店舗、昨年の新規出店数121店舗、退店52店舗だ。純増店舗数は69店舗と地方への進出が増加し、なかでも大型商業施設の需要は著しく伸びている。価格帯をうまくマッチさせれば、競合の少ない地方商業施設での出店も成功が見込める。

たやすく成功することは難しいが、タイで飲食店を成功させることができれば、タイから周辺諸国への展開も見えてくる。AEC(ASEAN経済共同体)発足によりさらに一体感を増すアセアン市場への試金石として、タイ市場への進出を検討してもらいたい。



上海の駐車場事情

雨の日や週末の上海は、自動車通常1時間程度の距離でも、2時間近くかかることがある。街中に自動車が溢れており、台数制限のため自動車のナンバーは入札制で、当選後も数百万円支払わないと取得できない。一方、街中で駐車場を見ることはほとんどない。上海市民は自動車をどこに停めているのだろうか。

駐車場不足は中国の各都市で大きな問題となっているが、特に上海は深刻な都市の一つと言える。公安・交通・住宅当局によると、駐車場は総数約78万台分確保されているものの、需給ギャップは最大36.7万台、中でも居住地における夜間時のギャップは27.2万台に上る(上海市中心部のみの統計)。

中国では、日本と異なり、自動車購入時に車庫証明(駐車場の事前確保)を取得する必要はなく、多くの自動車がマンションの敷地内の道に駐車している。マンション区域外の公道における違法な駐車も多く、公安警察が取り締まりを強化しているが、あまり効果がみられない。

駐車場不足の解消に向けて、上海ではさまざまな取り組みが始められている。そのうちのひとつが、一部の公共建物やテナントビル、デパートなどの駐車場を、夜間は市民に開放するというものだ。面白い取り組みだが、店舗の営業時間後に利用開始ということもあり、「定時に帰宅した人には使い勝手が悪い」と、残念ながら市民には不評。普及のハードルは高そうだ。

広大な国土を持つ中国が駐車場というわずかなスペースの確保に悩んでいるという矛盾は奇異に感じるが、都市計画の重要性を改めて認識できる事象だ。自動車を販売するだけでなく、その後の快適なカーライフまで考えたモータリゼーション政策が必要である。

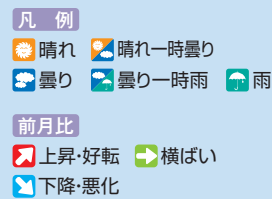
「しがきんアジア月報」9月号より
上海駐在員事務所 福永 昭弘



マンション敷地内の道路には多くの車両が停められている

弱含みの緩やかな回復基調

県内景気 天気図



湖北夕景 遠くにエリとつづら尾崎を望む／長浜市

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、電気機械や化学、プラスチック製品、食料品などで堅調なため、原指数、季節調整済指数の両指数ともに上昇した。また、季節調整済指数の3か月移動平均値は前月に続きプラスとなり、水準は8か月ぶりに100の水準を超えた。

需要面では、百貨店・スーパー販売額はウエートの高い飲食料品をはじめほとんどの品目で前年を上回ったため、全店ベースでは3か月ぶり、既存店ベースでも2か月ぶりのプラスとなった。また、大型店の中のドラッグストアの販売額は引き続き好調に推移し、乗用車の新車登録台数は4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4か月連続、貸家が4か月ぶり、分譲住宅も3か月連続のそれぞれプラスとなったため、全体では2か月ぶりに前年を大きく上回った。一方、民間設備投資の指標である民間非居住用建築物着工床面積は2か月連続の低水準かつ大幅マイナスと伸び悩み、公共工事の請負金額は2か月ぶりに前年を大きく下回った。

このような中、雇用情勢をみると、新規求人倍率は前月に比べ上昇したものの、有効求人倍率は3か月間、同じレベルにとどまっている。

これらの状況をまとめると、製造業の生産活動は一部の堅調な業種がけん引し、全体の水準はやや上向いている。一方、需要面では個人消費や住宅投資では堅調な動きがみら

れるものの、民間設備投資や公共投資では引き続き力強さに欠けた状態にある。したがって県内景気の現状は、引き続き弱含みの緩やかな回復基調にあ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、猛暑効果から関連業種では前向きな動きがみられるものの、円高水準の定着と新興国の景気低迷の影響から輸出関連業種を中心に生産調整に入るなど弱含みの動きとなるため、全体的に横ばいの展開が続くものとみられる。また、需要面では、一部で堅調な動きがみられるものの、家計収入の伸び悩みや景気の先行き不透明感などから、全体的に力強さに欠けた状態が続くと思われる。したがって今後の県内景気は、緩やかな回復基調にあるものの、足踏みの状態が続くものと考えられる。

京滋の景気動向

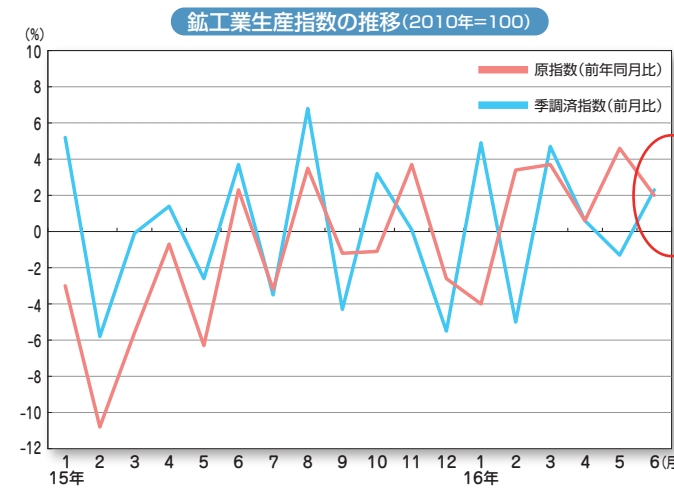
京都府・滋賀県の景気は、基調としては回復を続けている。

個人消費は、一部に弱めの動きがみられるものの、全体としては底堅く推移している。設備投資は、緩やかに増加している。住宅投資は、持ち直しつつある。公共投資は、減少している。生産は、緩やかに増加しつつある。輸出は、横ばい圏内の動きとなっている。労働需給は引き続き改善しており、雇用者所得も緩やかに増加している。

【日本銀行京都支店：「管内金融経済概況」（9月8日発表）より】

「鉱工業生産指数」は 両指数とも上昇

2016年6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111.6、前年同月比+2.0%で5か月連続の上昇、「季節調整済指数」は101.2、前月比+2.3%で2か月ぶりに上昇し、両指数ともに上昇となった。季節調整済指数の3か月移動平均値(5月)は100.1、前月比+0.5%で前月に続きプラスとなり、水準は8か月ぶりに100を超えた。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」などは引き続き低水準となっているものの、「化学」や「食料品」「その他」などは高水準が続いている。また、前月と比べると、「金属製品」や「はん用・生産用・業務用機械」「輸送機械」などは低下したが、「電気機械」や「プラスチック製品」「食料品」などは上昇した。



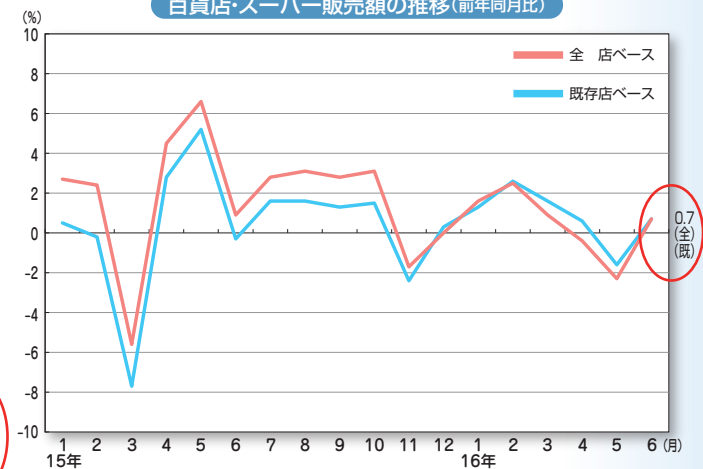
「百貨店・スーパー販売額」(全店ベース)は 3か月ぶりのプラス

6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22,631百万円、前年比+0.7%と、3か月ぶりのプラスとなった。品目別にみると、ウエートの高い飲食料品が再びプラス(同+0.9%)になったことに加え、衣料品(同+1.2%)は8か月ぶり、家庭用品(同+3.6%)と身の回り品(同+2.9%)はともに3か月ぶり、家電機器(同+8.5%)は2か月連続のそれぞれプラスとなった。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高は、家庭用品が9か月連続のマイナスとなっているものの(同-0.9%)、他の品目が比較的堅調に推移したため、全体では2か月ぶりのプラスとなった(同+0.7%)。

また、「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、6月の「ドラッグストア」(165店舗)は4,997百万円、前年同月比+11.5%で15か月連続のプラスとなり、好調に推移している。一方、「家電大型専門店」(38店舗)は3,105百万円、同-0.3%、「ホームセンター」(63店舗)も3,222百万円、同-2.9%で、ともに2か月連続のマイナスとなり、伸び悩んでいる。

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)」が4か月ぶりに前年を下回ったものの(1,621台、前年同月比-1.1%)、「小型乗用車(5ナンバー車)」が2か月ぶりのプラスとなったため(1,456台、同+4.2%)、2車種合計では4か月連続のプラスとなっている(3,077台、同+1.4%)。「軽乗用車」は昨年4月からの増税の影響に燃費改ざんの影響が加わり、10か月連続のマイナスとなっているが、マイナス幅は大きく縮小した(1,617台、同-0.1%)。

百貨店・スーパー販売額の推移(前年同月比)

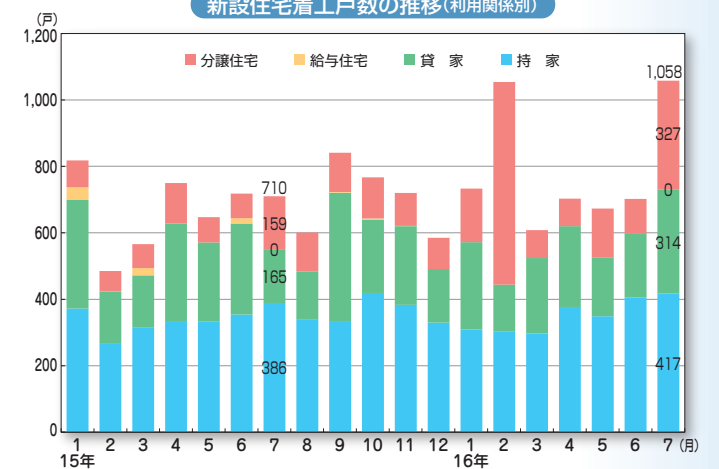


「新設住宅着工戸数」は 2か月ぶりの大幅プラス

7月の「新設住宅着工戸数」は1,058戸、前年同月比+49.0%で、2か月ぶりの大幅プラスとなった。

利用関係別でみると、「持家」は417戸、同+8.0%(大津市86戸、彦根市50戸、東近江市47戸など)で4か月連続のプラス、「貸家」も314戸、同+90.3%(守山市64戸、大津市56戸、草津市54戸、東近江市47戸など)で4か月ぶりの大幅プラスとなった。さらに「分譲住宅」は327戸、同+105.7%(大津市263戸など)で3か月連続の大幅プラスとなっている。分譲住宅の内訳をみると、「一戸建て」は3か月ぶりに前年を下回ったが(88戸、前年差-6戸)、「分譲マンション」が5か月ぶりの大幅増となった(239戸、同+174戸)。なお、「給与住宅」は8か月連続で申請がなかった。

新設住宅着工戸数の推移(利用関係別)



滋賀県内企業動向調査

2016年7－9月期の実績見込みと10－12月期の見通し

製造業の景況感悪化で
マイナス幅拡大

text by しがぎん経済文化センター(産業・市場調査部)

今回の調査によると、現在(16年7－9月期)の自社の業況判断DIは－15となった。前回(16年4－6月期)から2ポイント低下してマイナス幅が拡大し、依然大幅のマイナス水準にある。需要低迷による売上減少が多く、業種でみられた。円高による利益率低下を指摘する企業も多く収益面の厳しさが増しているようだ。

3カ月後の業況判断DIは、現在から2ポイント上昇して－13となる見通しで、先行きも不透明である。

【調査概要】

- 調査名:「滋賀県内企業動向調査」
- 調査時期:2016年8月4日～25日 ●調査方法:郵送による配布、回収
- 調査対象:滋賀県内に本社を置く企業および県外からの進出企業 940社
- 有効回答数:404社(有効回答率43%)
- うち製造業: 176社(有効回答数の構成比 44%)
- うち非製造業:228社(有効回答数の構成比 56%)

【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
…製造業の悪化でマイナス幅が拡大

①全体の動向(図表1)

今回の調査(16年7－9月期)での自社の業況判断DIは前回(16年4－6月期)の－13から2ポイント低下の－15となり、マイナス幅は拡大し、依然大幅なマイナス水準にある。消費増税が実施された14年4－6月期以降、10四半期連続で「悪い」と答えた企業の割合が「良い」を上回った。

業況判断の個別コメントでは、繊維、木材・木製品、窯業・土石、食料品、精密機械、一般機械、建設、卸売、小売、運輸・通信、サービスなど多くの業種で「売上減少」がみられた。「円高の影響で利益率悪化」(電気機械、輸送用機械)、「新規事業部の赤字」(その他の製造業)、「猛暑による消費量減少」(小売業)といった厳しい

意見が多くみられた。また、「熊本地震による受注減少」(輸送用機械)を指摘する企業もある。一方、「猛暑による受注増加」(その他の製造業、小売、運輸・通信)、「円高等で利益率改善」(その他の製造業)、「新規出店効果による売上増加」(食料品)、「公共工事増加(耐震補強工事)」(建設)といった好調なコメントもみられた。

3カ月後は2ポイント改善の－13と、マイナス幅がやや縮小する見通しであるが、依然マイナス水準である。

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30.4%と約3割になり、「9月まで」(4.6%)を合わせると35.0%と約3分の1に上った。一方で半年以上先の「17年4月以降(不明を含む)」も約4割(38.8%)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28.7%に対し非製造業は31.7%

と、前回とは逆に非製造業の方が回復の割合が高くなった。

②業種別の動向(図表2)

業種別にみると、製造業は、前回の－11から7ポイント低下の－18となった。前回プラス水準に回復した電気機械(+8→+21)はプラス幅が拡大し好調を維持、その他の製造業(－14→+19)もマイナス水準からプラス水準に回復した。一方、金属製品(+5→－17)はプラス水準からマイナス水準に悪化、前回もちあいに回復した化学(±0→－11)は再びマイナス水準に低下。繊維(－12→－30)、木材・木製品(－29→－46)、食料品(－9→－40)、一般機械(－13→－36)、輸送用機械(－50→－63)、精密機械(－50→－100)などはマイナス幅が拡大した。3カ月後の製造業全体は、8ポイント良化の－10となる見通しである。

非製造業は、前回の－14から1ポイント上昇し－13となった。建設(－12→－14)、運輸・通信(－6→－19)はマイナス幅が拡大。卸売(－23→－21)、小売(－30→－29)は3四半期連続でマイナス水準と低迷している。前回もちあいに回復した不動産は+8とプラス水準に上昇。前回プラス水準に回復したサービス(+4→+5)はプラス水準を維持している。3カ月後は、現在から2ポイント低下の－15となる見通しである。

その他のDI…売上、経常利益はマイナス幅が拡大
仕入価格は大幅に低下

●調査結果(図表3)

売上DI(前回:－9→今回:－13)は前回から4ポイント低下。製造業は－7から－11に低下し、非製造業も－10から－14に低下した。全体では8四半期連続でマイナス水準(「減少」超過)が続いている。

その他、経常利益DI(－11→－14)は3ポイント低下し、10四半期連続でマイナス水準となった。製・商品の在庫DI(+7→+7)は前回と同水準、製造業(+8→+13)は過大感が強まるも、非製造業(+7→+1)は過大感が大幅に弱まった。販売価格DI(－6→－8)は2ポイント低下。製造業は1ポイント低下(－9→－10)、非製造業は3ポイント低下(－4→－7)した。仕入価格DI(+10→

+2)は8ポイント低下した。製造業(－3→－5)はマイナス幅拡大、非製造業(+21→+8)はプラス幅が縮小した。

生産・営業用設備DI(+1→－3)は、前回12四半期ぶりにプラス水準となったが、再びマイナス水準に低下した。雇用人員DI(－18→－21)は、17四半期連続のマイナス水準で人手不足が続いている。

設備投資の状況…2四半期連続で5割割れ、
「生産・営業用設備の更新」は10四半期連続トップ

①設備投資の実施予定

今期(7－9月期)に設備投資を実施した(する)企業の割合は45%と2四半期連続で50%を下回った。

業種別にみると、製造業は49%で、前回(46%)から3ポイント上昇。うち繊維(35%→44%)、窯業・土石(50%→80%)、食料品(46%→53%)、精密機械(0%→50%)などで上昇、化学(63%→56%)、電気機械(42%→36%)、その他の製造業(53%→43%)などが低下した。非製造業は41%(前回43%から－2ポイント)で、建設(43%→37%)、卸売(54%→46%)、小売(37%→33%)などが低下。運輸・通信(47%→56%)、サービス(53%→55%)その他の非製造業(13%→50%)などが上昇した。

3カ月後の設備投資実施予定の割合は、製造業が44%、非製造業が34%で全体では38%と、やや低下する見通しである。

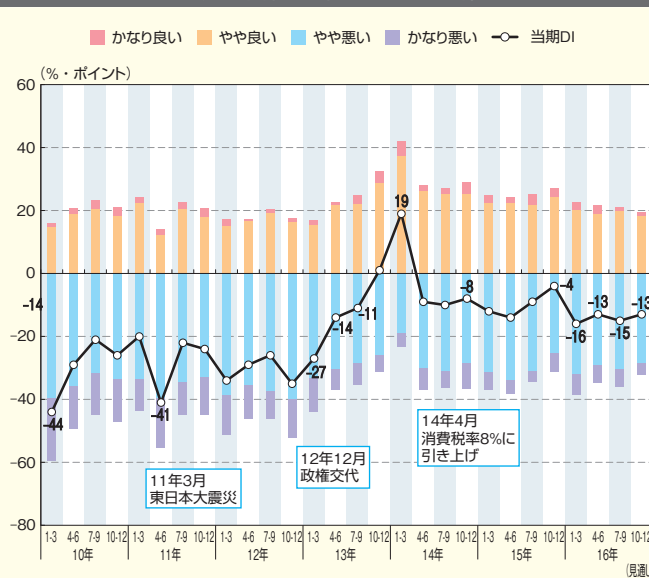
②設備投資の主な内容(図表4)

設備投資を実施した(する)企業のうち、設備投資の主な内容をみると(複数回答)、「生産・営業用設備の更新」(43%)が10四半期連続で最も多かった。次いで「車両の購入」(30%)、「生産・営業用設備の新規導入」(「OA機器の購入」(ともに22%)と続いた。

業種別にみると、製造業は「生産・営業用設備の更新」(62%)、非製造業は「車両の購入」(46%)が最も多かった。

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

図表1 自社の業況判断DIの推移



図表2 自社の業況判断DI(業種別)

業種(※1)	今回の回答社数	16年4-6月期 今回	16年7-9月期 今回(※2)	16年10-12月期 見通し
全体	395	-13	-15 (-17)	-13
製造業	176	-11	-18 (-15)	-10
繊維	23	-12	-30 (-35)	-31
木材・木製品	11	-29	-46 (0)	-9
化学	9	0	-11 (33)	-11
窯業・土石	10	-17	-10 (-33)	-30
食料品	15	-9	-40 (-27)	0
金属製品	18	5	-17 (-44)	-17
一般機械	14	-13	-36 (-7)	-7
電気機械	14	8	21 (0)	0
輸送用機械	8	-50	-63 (-25)	-75
精密機械	4	-50	-100 (-25)	-50
その他の製造業	37	-14	19 (-3)	14
非製造業	219	-14	-13 (-18)	-15
建設	72	-12	-14 (-15)	-13
不動産	12	0	8 (27)	9
卸売	34	-23	-21 (-40)	-27
小売	42	-30	-29 (-42)	-38
運輸・通信	16	-6	-19 (6)	-6
サービス	36	4	5 (7)	3
その他の非製造業	6	-38	17 (-63)	17

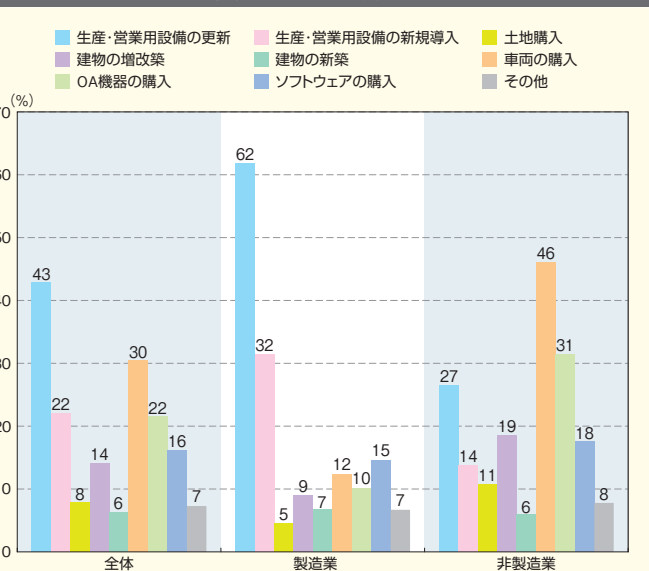
(※1) 回答数が3社以下の業種(紙・パルプ、石油・石炭、鉄鋼、非鉄金属、電気・ガス、リース)は非表示
(※2) ()内の数値は前回調査時点での7-9月期の見通し

図表3 その他のDI項目

項目	15年10-12月期	16年1-3月期	16年4-6月期 (前回)	16年7-9月期 今回(※)	16年10-12月期 見通し
売上 (増加-減少)	-6	-16	-9	-13 (-15)	-14
経常利益 (増加-減少)	-7	-15	-11	-14 (-16)	-14
製・商品の在庫 (過大-不足)	6	9	7	7 (6)	5
販売価格 (上昇-下落)	-3	-8	-6	-8 (-5)	-7
仕入価格 (上昇-下落)	14	4	10	2 (11)	5
生産・営業用設備 (過剰-不足)	-5	0	1	-3 (-1)	-5
雇用人員 (過剰-不足)	-21	-16	-18	-21 (-21)	-22

(※) ()内の数値は前回調査時点での7-9月期の見通し

図表4 設備投資の主な内容(複数回答、業種別)



項目 年 月	鉱工業指数(2010年=100)								消費者物価指数 (大津市、2015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				可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	指数	前月比	前年比	円	前年比	円	前年比	前 年 比	前 年 比		
2013年度(年)	※103.4	—	※2.3	—	※▲0.6	—	※▲1.0	※96.3	—	※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	※98.7	—	※2.5	※433,981	※22.5	※323,740	※9.9	※4.8	※1.4		
2015年度(年)	※98.4	—	※▲2.2	—	※▲3.4	—	※▲0.1	※100.0	—	※1.4	※459,259	※5.8	※319,207	※▲1.4	※1.7	※0.3		
2015. 7	95.7	▲3.5	▲3.2	▲1.6	▲5.2	▲0.8	▲0.9	100.2	100.1	11.0	570,300	9.3	291,182	▲19.6	2.8	1.6		
	102.2	6.8	3.5	7.6	1.7	▲3.6	▲5.2	100.3	100.1	11.0	420,566	3.0	312,407	12.7	3.1	1.6		
	97.8	▲4.3	▲1.2	▲6.0	▲4.5	▲0.4	▲5.4	100.2	100.1	0.8	394,069	8.6	273,741	▲18.4	2.8	1.3		
	100.9	3.2	▲1.1	5.2	▲2.4	1.3	▲4.2	100.3	0.1	0.7	399,524	▲4.5	342,718	▲0.4	3.1	1.5		
	101.0	0.1	3.7	▲1.7	2.1	1.7	▲3.5	100.3	0.0	0.9	330,820	▲5.5	248,498	▲26.8	▲1.7	▲2.4		
2016. 1	95.4	▲5.5	▲2.6	▲4.4	▲4.4	1.6	▲0.1	100.1	100.2	0.9	709,932	▲10.5	327,905	▲9.3	▲0.0	0.3		
	100.1	4.9	▲4.0	3.7	▲5.1	▲5.0	▲5.4	99.7	100.5	10.5	440,343	24.7	353,119	8.1	1.6	1.3		
	95.1	▲5.0	3.4	▲5.7	▲0.4	▲3.3	▲7.3	99.4	▲0.2	10.2	420,374	▲0.5	318,531	19.5	2.5	2.6		
	99.6	4.7	3.7	7.4	4.3	▲0.5	▲9.5	99.7	0.2	10.1	388,853	▲4.8	306,176	▲21.7	0.9	1.6		
	100.2	0.6	0.6	▲2.2	▲3.3	1.7	▲6.3	99.9	10.3	100.1	465,706	10.1	351,781	3.1	▲0.4	0.6		
	98.9	▲1.3	4.6	0.7	0.9	1.7	1.5	100.1	10.2	10.0	315,588	▲5.5	315,274	▲15.1	▲2.3	▲1.6		
	101.2	2.3	2.0	1.5	0.2	0.9	100.2	0.0	100.2	0.4	642,031	▲13.8	337,523	▲10.6	0.7	0.7		
								99.8	▲0.3	▲0.4	497,884	▲12.7	291,975	0.3				
	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 (2015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		(生鮮食品を除く総合)			可処分所得		家計消費支出		店舗調整後	
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	指数				前月比	前年比	円	前年比	円	前年比
2013年度(年)	※97.0	—	※▲0.8	—	※▲0.6	—	※▲4.3	※96.9	—	※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	※99.5	—	※2.6	※430,141	※0.9	※318,755	※▲0.1	※1.7	※0.9	
2015年度(年)	※97.8	—	※▲1.2	—	※▲1.3	—	※0.0	※100.0	—	※0.5	※427,270	※▲0.7	※315,379	※▲1.1	※1.3	※0.4	
2015. 7	97.4	▲0.9	▲0.6	▲0.6	▲1.0	▲0.6	2.7	100.1	100.1	0.0	472,058	5.3	314,788	1.0	3.2	2.1	
	96.7	▲0.7	▲0.9	0.2	0.7	0.2	1.9	100.1	0.0	▲0.1	391,352	2.1	317,195	3.7	2.6	1.8	
	97.0	0.3	▲1.2	▲0.3	▲2.0	▲0.1	2.0	100.1	0.0	▲0.1	338,098	▲1.1	298,733	▲1.6	2.6	1.7	
	98.2	1.2	▲1.6	2.6	▲0.8	▲1.2	0.2	100.1	0.1	▲0.1	404,876	0.0	309,761	▲2.0	4.0	2.9	
	97.1	▲1.1	1.4	▲2.4	0.7	0.4	▲0.4	100.1	0.0	0.1	345,012	▲2.1	294,905	▲3.7	▲0.8	▲1.6	
2016. 1	95.9	▲1.2	▲2.1	▲1.4	▲2.5	0.4	0.0	100.0	100.1	0.1	751,540	▲2.9	340,474	▲4.8	0.9	0.0	
	98.3	2.5	▲4.2	2.0	▲5.4	▲0.3	0.2	99.5	100.6	100.1	355,700	▲0.9	312,331	▲2.6	2.1	0.9	
	93.2	▲5.2	▲1.2	▲4.1	▲1.6	▲0.2	▲0.9	99.4	100.1	0.0	394,411	▲3.0	297,662	2.2	3.3	2.2	
	96.7	3.8	0.2	1.8	▲0.7	2.9	1.8	99.5	0.1	▲0.3	369,306	1.3	334,609	▲4.9	▲0.2	1.2	
	97.2	0.5	▲3.3	1.6	▲3.4	▲1.7	0.1	99.8	0.3	100.4	388,135	0.9	338,001	1.1	▲0.1	▲0.7	
	94.7	▲2.6	▲0.4	▲2.6	▲1.0	0.4	0.8	99.9	0.0	▲0.4	313,379	▲4.4	306,721	▲3.3	▲1.9	▲2.2	
	96.9	2.3	▲1.5	1.7	▲1.7	0.0	0.0	99.8	0.0	100.4	589,676	1.4	276,602	▲5.6	100.7	100.5	
	96.5	▲0.4	▲4.2	0.7	▲4.0	▲2.4	▲1.8	99.6	▲0.2	▲0.5	468,137	▲0.8	302,422	▲3.9			
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、季節済)		雇 用 保 険 受 給 者 実 人 員	
					合 計		持家	貸家	分譲			新規	有効		
	台	前年比	m	前年比	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	百万円	前年比	倍	倍	人	前年比
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	※8,429	※▲23.5	※▲25.2	※▲12.2	※▲33.0	127,694	3.9	1.47	0.98	5,703	▲13.7
2015年度(年)	※34,167	※▲6.3	※439,342	※▲12.0	※8,208	※▲2.6	※▲1.3	※9.3	※▲27.4	114,848	▲10.1	1.60	1.08	5,418	▲5.0
2015. 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	1.50	1.05	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	1.63	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	1.64	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	1.59	1.09	5,363	1.1
12	2,458	▲4.8	19,003	▲27.2	585	▲25.4	▲18.3	▲25.8	▲42.0	5,167	2.9	1.59	1.10	5,174	▲2.8
2016. 1	2,578	12.9	59,259	▲2.0	733	▲10.4	▲16.9	▲19.8	98.8	3,618	▲31.3	1.77	1.10	4,982	▲5.6
2	2,952	▲5.3	33,887	249.7	1,054	117.3	13.4	▲10.3	916.7	2,182	▲67.7	1.67	1.12	5,033	▲1.1
3	4,327	▲1.7	22,845	▲32.8	608	7.4	▲6.0	45.5	16.7	6,840	▲63.0	1.58	1.11	4,861	▲2.3
4	2,573	12.4	41,820	▲7.8	703	▲6.3	13.6	▲17.9	▲32.0	17,509	▲39.2	1.85	1.19	4,764	▲9.0
5	2,523	5.9	48,469	162.4	673	4.0	4.5	▲25.7	94.7	5,865	▲24.4	1.73	1.18	5,476	▲4.3
6	3,146	1.5	22,559	▲53.1	702	▲2.2	14.4	▲29.2	39.2	10,655	13.0	1.66	1.18	5,424	▲7.0
7	3,077	1.4	27,016	▲59.7	1,058	49.0	8.0	90.3	105.7	7,430	▲15.2	1.69	1.18	5,354	▲9.2
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)				
							合 計		持家	貸家	分譲									
	千台	前年比	前年比	前年比	千㎡	前年比	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	億円	前年比	新規 倍	有効 倍	%				
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				
2015年度(年)	※2,698	※▲5.7	4.1	7.9	※44,804	※▲1.7	※909,299	※1.9	※▲0.7	※4.6	※1.6	139,678	▲3.8	1.86	1.23	3.3				
2015. 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	1.82	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	1.84	1.22	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	1.83	1.23	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	1.86	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	1.90	1.26	3.3				
12	204	3.0	▲3.6	30.0	3,435	5.1	75,452	▲1.3	▲5.4	3.9	▲3.5	8,086	▲9.6	1.90	1.27	3.3				
2016. 1	209	1.0	8.4	▲23.1	3,000	▲14.6	67,815	0.2	▲0.1	5.3	▲5.7	6,535	▲2.6	2.07	1.28	3.2				
2	239	▲4.0	▲0.7	▲11.8	3,689	▲10.6	72,831	7.8	0.8	12.5	9.6	6,968	▲2.2	1.92	1.28	3.3				
3	346	▲2.9	3.2	20.1	3,542	13.6	75,744	8.4	4.3	1.1	26.0	13,395	5.0	1.90	1.30	3.2				
4	184	8.2	▲8.2	▲24.8	3,221	▲26.9	82,398	9.0	1.2	16.0	9.0	20,301	10.6	2.06	1.34	3.2				
5	193	7.2	▲11.7	51.9	4,452	20.2	78,728	9.8	4.3	15.0	7.9	11,453	1.4	2.09	1.36	3.2				
6	248	3.8	▲0.9	1.9	4,175	10.0	85,953	▲2.5	1.1	3.7	▲15.2	15,278	▲1.8	2.01	1.37	3.1				
7	243	▲0.8	5.2	▲5.8	3,300	▲22.5	85,208	8.9	6.0	11.1	9.1	13,618	▲6.9	2.01	1.37	3.0				
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

「勝負どころ」

滋賀銀行 取締役本店営業部長 森本 勝



今年はスポーツの話題満載の夏でした。「リオ・2016」。地球の反対側で繰り広げられる、日本から言えば“未明の熱戦”に「少々寝不足」という人も多かったのではないのでしょうか。滋賀県や県内企業出身選手の活躍にテレビの前でつい声をからしてしまいました。

4年に一度の“一発勝負”の大舞台では、平常心では到底戦えません。しかし、大舞台だからこそ出る力、本人も気づかなかった力が出るものと考えます。もちろん、この背景には、ある選手が前回オリンピック以後を「地獄の日々」と振り返ったように、苦しい練習の積み重ねがあつてのことだと思います。

加えて私は、選手の戦う姿に「選手たちは、技能はもちろん、果たして『勝負どころ』をどう見極めているのか」ということに関心を持ちました。そして、それぞれが持つ“強み”と“弱み”を凝視し、戦術を選び、組み立て、実戦で徹底できた選手こそが試合に勝てるのだ、と思

いました。

この夏のもう一つの話は、42歳で大リーグ3千本安打を達成したイチロー選手。「投高打低」のなか、数々の「勝負どころ」を支え続けたのは強い精神力と言われます。ゼネラルマネージャーは偉業達成の決め手を「崩れない精神力」としています。

オリンピックで、過去に出したことも無い好記録を出す若い選手たち。記録を次々と塗り替えるイチロー選手。その活躍ぶりに、日々の練習で培った実力を「勝負どころ」に集中できる気迫の重要性を思いました。

私たち金融機関はもちろん、すべての企業は激動の時代に入っています。そして、日ごろの努力を重ね、今こそ目指すべき目標、いわば「勝負どころ」にしっかり向かうことの大切さを改めて思う今年の夏でした。

しがぎん TOPICS

「しがぎんジュニア探検隊」を初めて開催

当行役職員の子どもたちが銀行のしくみを学び、仕事を体験する「しがぎんジュニア探検隊」を8月19日、初めて開催しました。

これは、子どもたちが親の仕事を知り、親子のコミュニケーションを深めるためのきっかけづくりと、「働くこと」や「社会」に触れ、銀行やお金の役割を学んでもらう金融教育の場として企画したものです。当日は、小学生1年生から6年生までの40人が参加しました。

初めに銀行の役割について学んだ後、札勘定に挑戦。1万円の模擬紙幣100枚を手に取り、行員に指導を受けながら、数回に分けて数え上げました。また、当行のイメージキャラクター「しがの助」、行員の一人「ペッパー」との交流や記念撮影の後、貨幣資料室で貨幣や銀行の歴史について学びました。最後は、本店営業部など実際に親の働いている場所を見学し、終了となりました。

参加した子どもたちからは、「お札を数えるのは難しい。お父さんは速く数えられると聞いてすごいと思った」「楽しかった、あつという間だった」などの感想を聞くことができました。

当行は「役職員一人ひとりの動きがいのある職場づくり」を目指すとともに、CSR憲章（経営理念）にある「地域社会」「役職員」「地球環境」との共存共栄に今後も努めてまいります。



参加した子どもたち。楽しい夏休みの1日となったようです

戦略で探る 近江の城 膳所城

地震で崩れ落ちた湖中の城

滋賀県立大学教授 中井 均



寛文2（1662）年、近江高島を震源とするマグニチュード7.6の大地震が発生し、琵琶湖に築かれた膳所^{ぜぜじょう}城では天守が北西に大きく傾き、本丸の三重櫓は土台もろとも湖中に崩れ落ちるなど甚大な被害を受けました。滋賀県立図書館にはこのときの被害の状況と、修復計画を示した絵図が残されています。この絵図によると地震で崩れる以前の膳所城は人工島として築かれた本丸と二の丸が琵琶湖中に浮かんでいました。まさに琵琶湖の浮城といった形状です。ところが地震後に再建された膳所城ではこの本丸と二の丸をひとつにした構造で、浮城には違いないのですが、島のように浮かぶ形状ではなく、琵琶湖に突出した半島状の形状になってしまいました。天守の位置も築城当初は本丸の北西隅部に突出していたものが、本丸と二の丸間の堀が埋め立てられてしまったことにより、本丸北辺墨線の中央に位置することとなりました。

さて、この膳所城は慶長5（1600）年の関ヶ原合戦後に徳川家康が最初に築いた城ということはあまり知られていません。関ヶ原合戦に勝利した徳川家康は、翌日には大津城に入城し、その修築を急務としました。しかし、家康の側近本多正信は大津城が長等山からの砲撃によって開城したことより、大津の地での再建に反対し、新城の築城を膳所にすべきと進言しました。『家忠日記』には「天下普く治め給ふ後、城を築かしむるの始也」と記されています。

こうして慶長6（1601）年6月に膳所での築城が決定すると、その工事に家康は8人の奉行を派遣し、諸国の大名を手伝い役として動員した、天下普請としておこなわれました。また、その縄張り^{なわば}には藤堂高虎があたりました。こうした築城からいかに大津の地が徳川方にとって重要視されていたかを窺うこと

ができます。関ヶ原合戦後、大坂を睨む最前線として膳所城が築かれたわけです。当時の記録ではこの築城に際して大津城の城門や石材が持ち運ばれたとあり、大坂城攻めを想定する家康にとって膳所築城がいかに急務であったかを物語っています。そして早くも同年中には城主となった戸田一西^{かずあき}が膳所城に入城します。実は一西は関ヶ原合戦直後に家康によって大津城主に任じられていますが、それも大津が王城で枢要の地であり、武勇にすぐれ、且つ天性誠実な人柄が買われてのことでした。大津という要衝に琵琶湖に浮かぶ新城が築かれたのですが、そこには家康が最も頼りにしていた一西が城主として入れ置かれたのでした。

ところで4月の熊本大地震により熊本城の石垣が大きく崩れました。加藤清正によって築かれた熊本城の石垣が地震で崩れたことに大きな衝撃が走りましたが、石垣は決して地震対策で築かれたものではありません。実際、日本の城の石垣は江戸300年の間に地震で崩れると修理し、また崩れると修理の繰り返しでした。膳所城も同様で、絵図が多く残されているのですが、これらの絵図は地震で崩れた石垣の修理願のために描かれたものです。特に寛文2年の大地震では城の縄張り^{うかが}そのものを改修しなければならなかったのです。

中井 均（なかい ひとし）

1955年大阪府生まれ。龍谷大学文学部史学科卒業。（財）滋賀県文化財保護協会、米原市教育委員会、長浜城歴史博物館館長を経て現職。びわこ学院大学、金沢大学非常勤講師。NPO法人城郭遺産による街づくり協議会理事長。専門は日本考古学。特に中・近世城郭の研究。

「こんなことに悩んでいませんか？」

- ☑ 社員が会社の方針を理解しているか不安
- ☑ 継続して教育したいが、業務が忙しくて教育がままならない
- ☑ どんな教育をすれば良いのか分からない
- ☑ 社員のマナーが悪いとクレームを受けることがある

★ 貴社に ★
講師を派遣
いたします! ★



経営者の方、必見です!!

KEIBUN 講師派遣オリジナルプラン 3つの強み!

強み1

32年間の
歴史と伝統で
積み重ねたノウハウ

強み2

年間**140回**
5,116名さまの実績

強み3

豊富な講師陣が、
お取引先の教育ニーズに
合わせて実施

研修
までの
流れ

① 現状把握

まずは、ご担当者さまの
お悩みやご要望をしっかり
お聞きます。

② ご提案

ご要望をもとに、貴社に
合わせた研修のご提案を
いたします。

③ 実施

ご希望の日時や会場で
実施いたします。

④ フォローアップ

研修ご担当者さまと
打ち合わせの上、フォローアップの
ご提案もいたします。

研 修
テーマ

階 層 別 … 新入社員、中堅社員、管理職、全社員合同

テ ー マ 別 … ビジスマナー、電話応対、接客応対、コミュニケーション、簿記入門、決算書の見方、手形小切手
部下指導、問題解決・リーダーシップ等

「研修は必要ない」
と思いませんか?
～受講企業さまの声～

職場の雰囲気明るくなり、「お客さまアンケート」の結果がよかった。
(不動産会社)

定期的にマナー研修を行うことで、社員が意識的に取り組めるようになり、お客さまからお褒めの言葉をいただいた。
(カー用品販売)

社員も多くの“気づき”があり、会社としても今後の課題が明確になりました。
(医薬品製造販売)

まずはお電話かメールでお気軽にご相談ください。

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 FAX.077-526-3838

E-mail : jinzai@keibun.co.jp

★年間のセミナースケジュールは、弊社HPでご覧いただけます。
<http://www.keibun.co.jp/>

KEIBUNビジネスセミナー

検索