

かけはし

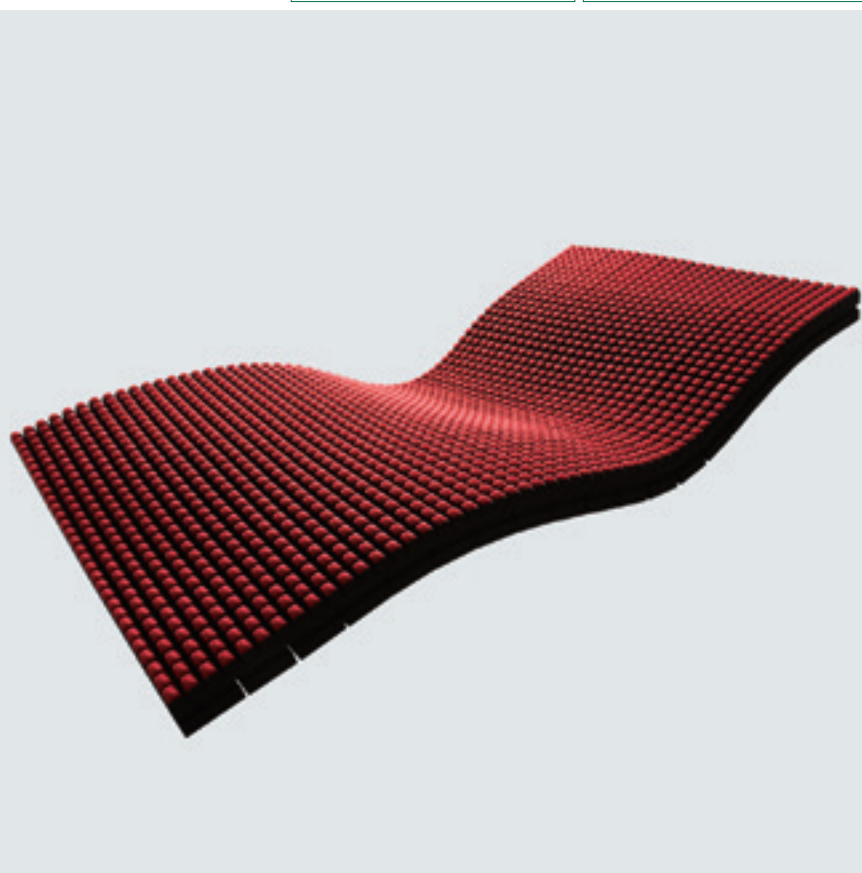
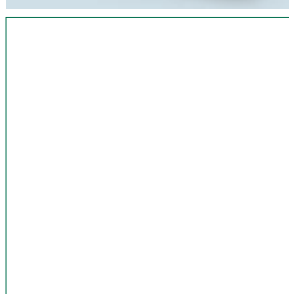
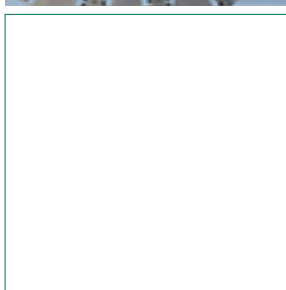
12

December

2016 vol.189

かけはしマネジメント対談

西川産業株式会社



企業・強みの研究

有限会社至誠庵

企業・強みの研究

株式会社サン機工

地域が変わる——地域活性化の現場

米原【オリテ米原】

かけはし

vol.189 12 December

C O N T E N T S

02 ビジネストーク 「循環型・共有型社会」

03 かけはしマネジメント対談 西川産業株式会社 代表取締役社長 西川 八一行氏

07 企業・強みの研究 有限会社至誠庵

09 企業・強みの研究 株式会社サン機工

11 地域が変わる—地域活性化の現場 米 原 オリデ米原

14 アジア&ワールド ベトナム北部の潜在力 ～投資環境の整備が進む红河デルタ～

16 アナリストレポート 県内景気天気図 引き続き力強さに欠けた足踏み状態

18ズームアップ EC(電子商取引)のすすめ

20 主要経済指標

21 戦略で探る近江の城—玄蕃尾城 研ぎ澄まされた縄張りの城

22 着眼大局 「年賀状」 取締役審査部長 西藤 崇浩

.....
滋賀銀行からのお知らせ
ATMなど一時休止のお知らせ

BUSINESS ビジネストーク TALK

「循環型・共有型社会」

頭取 高橋 祥二郎



日本では「Reduce(リデュース:廃棄物等の発生抑制)」「Reuse(リユース:再利用)」「Recycle(リサイクル:再生利用)」の「3R」の考え方が導入されています。形成すべき「循環型社会」の姿を明確にした「循環型社会形成推進基本法」(2001年施行)で提示されました。「3R」は一気に普及・拡大とはなりませんでした。最近、リユース市場の活況という形で社会に浸透しています。家具、宝飾品、古民家などの「再利用」は、住宅リフォームも含めて大きな市場を形成し、近い将来には10兆円市場、との予測もあります。

一方で、物を所有することなく共有し合う「共有型ビジネス」も、物の所有に魅力を感じ

ない若者を中心に急拡大しています。「それでは新しい物が作れない、売れない」「経済が成長しない」との声が聞こえてきそうですが、安全・安心・便利・豊かさを求める社会的ニーズは無限にあり、資源を無駄遣いすることなく応えられる点においても「共有型ビジネス」は、今後ますます成長、拡大するものと思っています。

20世紀はまさに物を作り、費消することで成長、発展した「大量生産・大量消費・大量廃棄」の経済社会でした。しかし、環境問題が山積する現代にあつては、物を活かしながら豊かさを享受する「持続可能な社会」の実現が求められています。

これまでも、その実現を目指したさまざまな取り組みが行われてきましたが、時間の経過とともに少なからずその意識が希薄化しているのでは、と私は危惧しています。眼前の「少子高齢化」「東京一極集中」「社会の格差拡大」などの深刻な問題を克服するには、今こそ「生活者視点」はもちろん、未来を生きる「若者視点」からも、「持続可能な社会」の実現を徹底的に考え抜く必要があると考えます。

「持続可能な社会」の実現には、未来を拓く新しい物づくりや斬新なサービスの開発につながるイノベーションが必要です。IT(情報技術)でスマホが生まれ、eコマース(電子商取引)の普及で革新的な物流システムなどが進化したからこそ、リユース市場の拡大や共有型社会の実現につながっていることを、私たちは忘れてはなりません。

また、「持続可能な社会」を目指して、物を「大切に」「活かす」「魂を込める」「供養する」など、日本人が誇るべき「精神」が活かされる時代が到来したともいえます。

自戒を込めて敢えて申し上げるなら、新たな視点をもって、今一度経営資源たる「ヒト・モノ・カネ」を活かし(あるいは「生かし」)、その力や魅力、価値をよみがえらせる、そのような経営センスが問われている時代かも知れません。

「環境金融」で低炭素社会へ



当行は、気候変動キャンペーン「Fun to Share」に賛同しています。



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。

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)しがざ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。

西川産業株式会社

代表取締役社長 西川 八一行氏

▶ interviewer

頭取 高橋 祥二郎

取締役東京支店長 小八木 一男

「眠りの質」を高めて、日本を変えよう。 その鍵は、地域の寝具店との共存共栄。

近江で創業し450年。西川産業株式会社は、寝具業界を巡る変化に対応し顧客層を広げる新商品などを投入して市場を切り開いていく。強みは蓄えた睡眠に関する豊富な知見とデータベース。全国に「眠りの相談所」を展開する構想も動き出した。

社会ニーズが高まる予防医療にも
眠りは大きな役割を持つ

高橋 CSR経営の原点として、海外からも注目される近江商人の「三方よし」。東京に本社を置かれる西川産業さんは、450年もの長い歴史を刻みながらも、近江商人の心を今に伝えておられます。
西川 近江国蒲生郡に生まれた西川家初代の仁右衛門が、商いを始めた永禄9（1566）年を創業の年と定めています。



「AiR」の特許立体構造を体験する高橋頭取、西川八一行社長、小八木支店長



利益を三分する近江商人の「三ツ割銀制度・預り帳」

目、甚五郎氏は当行の前身となる八幡銀行設立に助力され、取締役を務められるなど深いご縁があります。現在の西川産業さんは「二人ひとり」がもつと手軽に、自分に合った寝具を正しく選び、眠りの質を高めることのできる社会へ」を

テーマとされていますが、「眠りの質」はなぜ大切なのでしょう。

西川 睡眠は脳の進化とともに発達してきました。他の動物よりも脳を多く使う人類にとって、睡眠による脳の休息は極めて大きな意味を持ちます。ぐっすりと眠る質の良い睡眠は疲労回復やストレス緩和に役立ちますし、免疫力の向上などアンチエイジング（抗老化）につながる働きもあります。

高橋 医療費に国の財政が圧迫される中で、病気を未然に防ぐ予防医療への期待が高まっていますが、「眠りの質」はそこにも関わるわけですね。

西川 西川産業は1958年に打ち直し不要の「合繊安眠デラックスわた」を開発して寝具革命を起こしました。私たちは長年培った寝具製造技術を基盤に据えながら、良質で心地良い寝具の提供に尽力してきました。さらに、お客さま一人ひとりに最適な寝具を選んでいただくお手伝いや、香りや光といった眠りに関わる要素を包括的に提案するなど、睡眠に対しての意識を高めることで日本の眠りを変えようと努めています。スローガンは「眠りの革新が、明日を変える」です。

小八木 たしかに、日本人はそれほど睡眠を大切にしていないように思います。



日本睡眠科学研究所では、一人ひとりの体圧分散状態を測定する

30年余りも蓄えてきた
睡眠に関する科学データ

西川 経済協力開発機構（OECD）による先進国の平均睡眠時間ランキングでは、トップのフランスの1日当たり530分に対して、日本は韓国に次いで短い470分と8時間を切っています。寝ないで働くことを美德とする価値観がこの国には残っていますが、睡眠不足のままの良い仕事ができるのでしょうか。眠りへの意識を変える。そこが私たちの挑戦の出発点なのです。

高橋 「眠りの質」を追求する日本睡眠科学研究所を84年に設立されています。

西川産業株式会社 代表取締役社長 西川 八一行（にしかわ・やすゆき）氏

1967年生まれ。95年西川産業株式会社入社、2006年代表取締役社長に就任。新感覚のオーダー枕ショップ「PILLOWY café」や、「スポーツ×睡眠」を切り口にした「AiR」など、新しいコンセプトの商品やサービスを次々と生み出す、攻めの経営を展開。創業450周年を迎える老舗企業でありながら、海外への事業展開など、常に革新を続けながら快適で健康な睡眠を追及し続けている。

社 是

「誠実」「親切」「共栄」。

この西川産業のモットーは、お客様、販売店、仕入先をはじめ西川産業をとりまくすべての人々に対する姿勢に表れています。「共栄」の実現は人間性の尊重を基本とした人間関係の中で、「誠実」「親切」を通してのみ実現できるものと考えています。

会社概要

西川産業株式会社

■本社/東京都中央区日本橋富沢町8-8
■資本金/9億150万円
■従業員数/971名
■事業内容/寝具・寝装品・インテリア用品・ベビー用品等の製造卸売業、介護用品・介護機器・健康機器の製造卸売業、その他
■URL/http://www.nishikawasangyo.co.jp

沿革

1566年

初代仁右衛門が蚊帳・生活用品販売業を開始

1615年

江戸日本橋に出店

1750年

京都に京店(現・京都西川)を開設

1876年

大阪本町に大阪店(現・西川リビング)を開設

1958年

「合繊安眠デラックスわた」を開発

1960年

「西川チェーン」結成

1970年

新合繊わた「ファロン」を開発・販売

1971年

海外デザイナー エマニエル・ウングロと提携

1984年

日本睡眠科学研究所を設立

2009年

コンディショニングマットレス「AiR」を開発・販売

2010年

中国法人・東家西川(上海)商貿有限公司を設立

2015年

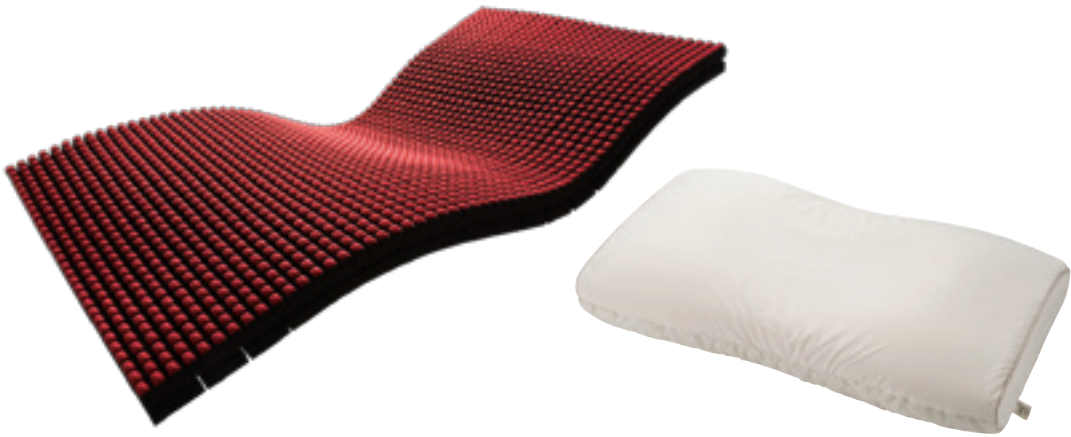
新トータル寝具ブランド「&Free」を開発・販売

2016年

創業450年を迎える



西川 良い寝具づくりを裏付ける科学データの必要性を感じたからですが、世界的にみても先進的な取り組みだったと思います。30年以上にわたって、室内環境の変化が睡眠状態とどう関わるか、どんな条件が眠りにとって最適ななど、豊富な知見とデータを蓄えてきました。



眠りを深化させる特殊立体構造の「AiR」

きめ細やかな測定とコンサルティングから生まれる「オーダー枕」

高橋 先ほど見学させていただきましたが、マットレスに横たわって体圧分散状態を測る装置がありました。

西川 就寝中の身体にかかる圧力は筋肉の負担、血液やリンパ液の循環と関わり、心身を爽快に維持するうえで重要なバロメーターになります。基本は「立っている状態の自然な姿勢」を睡眠時にも保てるのがベスト。快適な眠りを提供するマットレスを作るために、一人ひとりの体圧分散状態を測っているのです。体調維持が常に求められるアスリートの方にもよく来られ、測定されています。枕についても最適な商品を提案するため、後頭部の形を測るフィッティングを行います。

高橋 従来の寝具に「フィッティング」という価値を加え、満足度を高められているのですね。

高機能マットレス「AiR」は
新世代への新たなチャレンジ

西川 当社では「商品に価値を付加して提供する」手法を重視し、フィッティングや眠りに関するカウンセリングなどのサービスを寝具と同等の価値と考えて、コンセプトである「眠りの質」を追求してきました。過去に西川家二代目の甚五郎氏が春先に萌え出る若葉のような萌葱色に染めた近江蚊帳を考案し大ヒット

させましたが、そこには彩りという感性の部分で価値を加えた先達の知恵があります。

高橋 御社の知恵はその当時から受け継いで来られているのですね。

西川 いま、この手法を重視する背景には「良品さえあれば売れる時代」の終焉もあります。寝具業界全体の現在の市場規模は1兆3千億円弱とされていますが、家族構成やライフスタイルの変化によって縮小が続き、当社のような品質を重視する商品はとりわけ厳しい環境にあります。この状況を切り開く新たなチャレンジが、社長就任後、私のテーマになりました。

高橋 若い世代や男性など、新しい顧客層を意識した高機能マットレス「AiR」も、その一つですね。

西川 特殊立体構造で体圧分散や姿勢保持の機能を高めた「AiR」は、日本睡眠科学研究所が蓄えたデータがあればこそ開発できた商品です。「スポーツ」を切り口として有名アスリートをプロモーションに起用。若年層や男性への訴求・浸透を図りました。2009年に発売したところ、予想以上の大ヒットとなり、それまで女性や高齢者が中心だった西川ファンの層が広がったこと、眠りに関する科学的知見を生かしたことで、大きく

的に担います。特に注力するのが、カウンセリング能力を身につけてもらう仕組みです。眠りに関するさまざまな資格制度を設け、寝具店さんに受講していただきます。「スリープマスター」や「ピロアッドバイザー」などと呼ばれる「眠りのプロ」がすでに8千人以上育っています。

小八木 寝具需要の縮小に加え、小売りチャネルが多様化したことでも、地方の寝具店の多くが打撃を受けておられます。御社の「眠りの相談所」構想は、地域経済に好循環をもたらす起爆剤になりそうですね。

科学的データを活用して
予防医療や海外市場を開拓

西川 1960年に国内初のボランタリーチェーンである「西川チェーン」を設立して以来、加盟店さんに販売を委ねて

きました。その販売チャネルを現在に対応するように変化させながら、共存共栄の道を目指しています。そのカギになるのが「眠りの相談所」。ITを活用すれば、当社が蓄えた知見やデータを加盟店さんに活用してもらえます。地方経済が厳しい状況にあると言われていますが、「西川チェーン」加盟店の皆さんは元気ですね。当社で資格を取得された加盟店さんの中には、快適睡眠と最適寝具を勉強したことで、店舗展開など事業意欲を高めた方も少なくありません。

高橋 「眠り」は奥が深いですね。国も「世界に伝えたい日本の知見」の一つに睡眠を選び、筑波大学・国際統合睡眠医科学研究機構がプロジェクトを推進されていますが、御社はそちらにも関わっておられますね。

西川 機構が進める基礎研究を側面支

ステップアップできたと思っています。**高橋** 良質な寝具で睡眠をとる若者が増えることは、未来への期待にもつながりますね。ただ、若者には若干高価なように思えます。

西川 そのフォローのため、ローンなどファイナンスの利用制度も始めています。「AiR」は発売後6年で100億円を目指すヒット商品に成長しました。

地域社会に活力をもたらす
寝具店「眠りの相談所」構想

高橋 新たなマーケットを意識した新ブランドを最近立ち上げられたそうですね。

西川 「&Free」という名前です。コンセプトは「本来持っている、チカラを引き出す」。自分に合った質の高い眠りで、



快眠空間を創造する新ブランド「& Free」コーナーで

援するべく、臨床面でお手伝いしています。それ以外にも大学との共同研究を進め、当社の寝具の効用を示すエビデンス(科学的根拠)を収集しています。今後期待される予防医療領域で頼もしい強みになっていくと思います。また、長年の臨床研究が評価され、日本の文化・産業を海外へ発信する国の「クール・ジャパン」プロジェクトでは、10月にクアラ Lumpur に出店したジャパンストアで、「AiR」「&Free」の展開ができました。ここで、「健康と癒やしに役立つ商品で、世界の人々の心をとらえる」ことに挑んでいきたいと思っています。**高橋** 時間をかけて蓄えられた睡眠の科学データが、多様な花を咲かせ始めたようですね。本日は眠りの大切さを学べました。どうもありがとうございました。

※ボランタリーチェーン／独立小売店が同じ目的を持った仲間と組織化し、チェーンオペレーションを展開している団体

滋賀の文化「ふなずし」の魅力を県外へ届けたい。 クラウドファンディングの活用が注目を集める。



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

有限会社至誠庵

観音霊場、石山寺の門前で お土産処と志じみ茶屋を営む

本尊・如意輪観世音菩薩にお参りし、季節の花や紅葉を愛でる人々でにぎわう石山寺。至誠庵は、その門前で自家製のふなずしや琵琶湖産湖魚の佃煮を製造・販売するお土産処だ。

弘法大師ゆかりの三站の松に守られるように建つ店舗では、素材や製法にこだわったふなずしの他、ホンモロコやアユ、ワカサギなどの佃煮が店先を飾り、全国から訪れた参拝客を引き寄せる。このお土産処と、すぐ横に隣接する「志じみ茶屋湖舟」を営むのが有限会社至誠庵だ。

井上裕子社長は京都生まれ。創業者の井上誠六氏のご子息、誠氏との結婚を機にふなずしと出会い、14年前に誠氏が亡くなってからは、文字通り女手一つで

至誠庵の看板を守り続けてきた。それは二人の子どもを育てながらのシングルマザー奮闘記でもあった。

「周りからは苦労の連続のように見えたでしょうが、無我夢中だったためか、苦労と感じた記憶がない。当家に伝わるふなずしの味を守ると共に、その魅力を若い世代や県外へも伝えていきたい。その思いで頑張ってきただけ」

子育てのように愛情を注ぎ マイルドなふなずしに仕上げる

県外出身の井上社長は、外の視点を持つだけに、絶えず「変えてはいけないもの、変えるべきもの」を意識してきた。変えてはいけないものの筆頭は、至誠庵の財産である「ふなずしづくりの相伝の技」だ。琵琶湖産のニゴロブナを吟味し、鱗や内臓を丹念に取る春の塩漬け。その作業で心を配るのは丁寧な水洗いで、



滋賀土産の定番の一つになった「ふなずしパイ」のほか、琵琶湖の恵みを使った商品を提供している



琵琶湖産の天然ニゴロブナだけを使用

くふなずしを仕込む資金と新商品開発資金を調達すること。

滋賀銀行に勧められ、この手法を決断した背景を、井上社長はこう話す。「子育てが一段落し、余裕ができたので県外の異業種交流会へ参加してみると、ふなずしへの関心は想像以上に高く、扱いたいという百貨店やスーパーのバイヤーさんとも出会えた。増産さえできれば、至誠庵のふなずしを県外の大勢の人に紹介できるチャンスをつかめそうだった」。

クラウドファンディングで 集めた資金から広がる夢

3月18日に募集を開始。3カ月間の期間だったが、予想外にも2週間で目標の462万円が集まった。出資者165人のうち143人が県外の人だったことにも驚いた。「ふなずしの県外での認知度は滋賀県民が思う以上に高く、興味を持たれているようだ。シングルマザー

なふなずしにならなかった。以降は琵琶湖産の天然もの以外は使わない。ふなずしが滋賀県にしかない理由が分かった経験だった」

本漬け後の1年間、桶に寝かせて発酵させる期間中も、桶に張った水を小まめに換えるなどの心配りが欠かせない。井上社長は「ふなずしづくりは子育てと同じ。絶えず桶内の状態を肌感じながら、



素材と製法にこだわった「至誠庵のふなずし」

が頑張る姿も好感されたのでしよう」。

集まった資金を使い、至誠庵はこの春、例年の倍の800kgのニゴロブナを仕込むとともに、「ふなずしパイ」のパッケージをより美しくリニューアル。おかしやクッキーなど新商品開発にも着手した。

「増産分は大阪など県外の百貨店やスーパーで扱ってもらうほか、ワインバーやダイニングなどにも販路を広げたい。今年のペースで増産を続けるとなると、マンパワーが課題になるが、魚の加工に慣れた業者さんと提携して解消するつもりだ。軌道に乗れば、将来製造工場を建てたいと思っている」と語る井上社長。そこにはこんな夢があった。

「その工場では子育て世代の主婦に働いてもらって、子どもたちが学校の帰りに立ち寄り、女性が安心して働ける環境にしたい。シングルマザーとしてやってきた私の経験が、少しでも役に立てばと考えている」

愛情を注ぎ続けるしかない」と作業の難しさを明かす。

「母の慈愛」が込められた至誠庵のふなずしは香りが柔らかく、マイルドだと好評だ。家族だけで漬けるため、年に300kg(約1500匹に相当)ほどしか製造しないので、品切れでやむなく注文を断る年もあったという。

ふなずしの楽しみ方を広げた 人気商品「ふなずしパイ」

その一方で「変えるべきもの」への挑戦にも熱心だ。ふなずしは一匹単位での販売という業界の慣例を覆した切り身販売はその一例。これでふなずし未体験の観光客が試しに買える価格を実現した。さらに、2004年に考案した「ふなずしパイ」は、ふなずしの可能性を広げる画期的な試みとしてマスコミからも注目を集めた。

「琵琶湖の裕子お母さん」を意味する「mam HIR0」ブランドを冠した「ふ

●Profile●

有限会社至誠庵

- 本社/大津市石山寺3-2-30
- 設立/1997年
- 資本金/300万円
- 従業員数/3名
- 事業内容/ふなずし・琵琶湖産湖魚佃煮の製造・販売、飲食業(志じみ茶屋湖舟の経営)



代表取締役

井上 裕子氏

●Voice●

今、石山観光協会副会長を拝命していますが、石山寺もふなずしも千年の歴史を持つ湖国の財産。石山の地でふなずしを商うご縁に思いを馳せながら、貴重な二つの歴史遺産を後世へ伝える責務の重さを感じます。

企業強みの研究

トンネル工事に欠かせない掘削機の「刃先」は 卓越した技術力とノウハウから生み出される。



<http://sun-kiko.com>

株式会社サン機工

シールドマシンの「刃先」で 大きな実績を占める

シールドマシンは、鉄道や高速道路のトンネル、地下鉄といった土木工事で活躍する掘削機。そのフォルムと機能は、往年のSFドラマに登場する未来を連想させる。巨大な円筒形マシンの先端に取り付けられた超硬合金の刃先、カッ



直径14.14メートルもあるシールドマシンのカッターフェイス



カッターフェイスに取り付けられたカッタービット

タービットと呼ばれるこの工具が土砂を削り、地盤を水平方向に掘り進む。

株式会社サン機工は、大型土木プロジェクトに欠かせないシールドマシン用カッタービットを製造できる国内で数少ない企業の一つだ。土木建設機械分野で高いシェアを持つ大手掘削工具メーカーから製造委託を受けるなど全幅の信頼が寄せられている。青井春夫

社長は胸を張る。

轟然と回転しながら、激烈な土中の圧力に耐え、堅い岩盤を掘り進むカッタービット。過酷な条件下でも機能をフルに発揮できるよう、超硬合金（タングステンとコバルトの合金）の強靱な刃先を、スチール製の台金（だいがね）が支える構造になっている。サン機工はさまざまな加工設備を駆使しながら、ブロック状の特殊鋼から台金を手際よく削り出す。

機械加工のポイントとは、どこまで生産コストを抑えられるかだ。「シールドマシン本体とカッタービットは、工事ごとに設計・生産されるため再使用することはない。そのため、全てその都度受注生産になるにもかかわらず、品質・コスト・納期に対して厳しい生産が求められる。この要求に応えられる技術の蓄積とノウハウが、当社の財産の一つといえるだろう」と青井社長。

ネジ加工から掘削加工工具へ 実現した、飛躍的な生産性

ネジの二次加工で1955年に創業したサン機工が、土木用掘削工具に進出したのは70年代前半。掘削ドリルに取り付けるロックビットの台金を、創意を凝らして「他社ではできないコスト」で作ったことが始まりだった。その評判が加工工具メーカーに広まり、取引先を次々と獲得した。72年に持ち込まれた岩石に穴を開ける加工工具、クローラービットには、当時は画期的だった「微い旋盤」を導入。飛躍的な生産性を実現し、土木用加工工具分野でのサン機工のポジションを揺るぎないものにした。

「微い旋盤は加工品の模型金型の形状を触針でなぞりながら、その動きを切削工具に連動させねじを切る加工などに用いる。当社はクローラービット生産の

ためにドイツ製の機械を国内で初めて導入するとともに、当社独自の仕様を鉄工所と共同開発した。従来よりも格段に早く、低コストでクローラービットを作れるようになった。この「創意工夫の遺伝子」は現在のカッタービット生産にも受け継がれている」

時代を追って進化を続ける土木用掘削機。「より大口径な掘削を、大深度の現場で」という社会のニーズが生んだ最先端シールドマシンに、サン機工は大きな役割を果たしている。

過酷な施工でも刃先が剥落しない 高度な「ロウ付け技術」

カッタービット台金の加工コストに話を戻そう。「刃先を取り付けるチップ座など高い加工精度が要求される箇所と、そうでない所を見極める。メリハリのある加工法を追求することで生産コストを抑えられる。それには掘削加工工具と長く向きあってきたノウハウの裏付けが必要だ」。そう話す青井社長は、充実した金属加工設備を強みの一つにあげる。80年代に導入し改良を加えてきた設備から最新鋭のものまで、11台のマシニングセンタが加工ラインに並ぶ。自慢は複雑な加工をこなせる3台の5軸マシニングセンタだ。

■Profile■
株式会社サン機工
■本社/湖南省石部口3-6-11
■設立/1955年
■資本金/3,000万円
■従業員数/40名
■事業内容/建設・鉱山工具製造、土木・鉱山・都市および地下の開発等の機械用切削工具製造



代表取締役社長
青井 春夫氏

■Voice■

建設用シールドマシンのカッタービットをはじめ、多様な建設用切削工具の製造で都市インフラ構築や国土整備の一翼を担ってきました。この技術力とノウハウをさらに広い用途で役立てられれば幸いです。



複雑な加工をこなす「5軸マシニングセンタ」



11台のマシニングセンタ等が並ぶ加工ライン

「銀ロウ付け」。銀を用いたハンダ付けともいえる接合工程もサン機工が持つ強みの一つだ。過酷な抵抗に耐え、地下50メートルもの大深度施工でも、刃先が剥がれ落ちてはならない。ロウ付けは極限の接合強度が求められることになる。

「深部まで加熱できるように高周波を用いるが、刃先と台金の膨張率が異なるなど、デリケートな調整が常に求められる。銀ロウの品質、温度、高周波の周波数、処理時間。大型部品の加工は特に難しく、あらゆる要素への繊細な配慮を怠

れない」。万が一にも刃先が剥落すれば、大規模工事は中断しその損害は計り知れない。そんな事態を招くことのない、サン機工のロウ付け技術の高さが評価されている。

「リニア需要」の先を見据えて 新たな分野に挑み始める

ロウ付けする前に錆や汚れを丹念に洗浄するホーニング、岩や石による摩耗から台金を守る硬化肉盛り溶接など、「都市インフラの構築や鉄道・高速道路

トンネル工事を担う信頼性の高いカッタービット」を実現するための配慮は細部にわたる。高い技術力と長年のノウハウの積み重ねが必要だ。

リニア新幹線の開通に伴う多くのトンネル工事、東京五輪に関連する首都圏交通網の再整備などで、カッタービットの需要は増加し、サン機工の事業も力強さを増すことだろう。「その先を展望すると、都市のインフラ整備は縮小に転じる。それに備えるため、製鉄関連など土木・建設以外の市場での取引先開拓はすでに始まっている」。

“多面化”を目指す青井社長は、設計スキルを持つエンジニアの育成といった新たな挑戦に踏み出した。これまであまり要求されなかった設計力や企画力を磨くことで、多様な取引先と出会うためだ。もちろん、ホームグラウンドである土木・建設市場でのさらなる需要掘り起こしにも注力していく。



米原
オリテ米原

特産品販売が好調、全国の自治体注目のECショップ 新幹線だけじゃない、降りたくなる魅力を発信



左上) オリジナル商品の開発風景 中上) オリテ米原のネットショップのトップページ 右上) 「SHIBUYA WANDERING CRAFT 2015」の様子 左下) アウトドア用寝具・衣料品メーカーとコラボしたオリジナル商品のシュラフ 右下) 切り絵作家・早川鉄兵さんのデザインによる紙袋

米原市は、県内で唯一の新幹線駅があるまち。しかし、乗り換えや通過はしても、降りたことがないという人が多い。

特産品販売の自治体ネットショップの成功事例として注目を集める「オリテ米原」は、
米原の良いものを全国に届けながら、地域の魅力を発信。米原で“降りて”くれる人の拡大を目指す。

初年度から好調な売り上げ
売れるサイトに出品多数

—— オリテ米原は、どんなネットショップですか？概要を教えてください。

オリテ米原は「米原の特産品を販売するネットショップを立ち上げたい」という、平尾道雄市長の意向を受け、2015年4月に開設されました。「Yahoo!ショッピング」と「BASE」という2つのインターネットモールに店があり、オリテ米原のホームページから買い物ができるようになっています。

初年度は米原市の委託を受け、米原市商工会が運営していましたが、現在は、市からの資金を受けずに、商工会が独立採算で運営しています。

現在、市内の企業及び個人42事業者が生産する、特産品・工芸品・農林水産物など計260品目以上を取り扱っています。開設当初は、25社90品目程度でしたが、今は商品を出したいというお申し出がたくさん寄せられており、その対応に追われている状況です。

—— 出品希望の事業者がどんどん集まってくるということは、売れるサイト、だということですね。

15年度の売り上げは、約1200万円でした。初年度からこんなに売れるとは思っていませんでした。昨年度は7月

データを分析し、今後の商品開発などに活用していただけるように提供していくことも、私たちの今後の宿題だと思っています。

—— 独自商品開発もされていますね。

米原に本社を構える人気のアウトドア用寝具・衣料品メーカーと米原市のコラボ商品として、昨年7月、米原オリジナルシュラフ「AURORA350 LIMITED EDITION “Milky Way”」を発売しました。今後も第2弾、3弾と米原にしかない、オリテ発の特産品を出して行きたいと考えています。

—— 今後の抱負をお聞かせください。

買うだけでなく、米原で“降りて”触れて“体験して”いただけるように、おいしい店やアウトドアスポーツなどの情報を紹介するウェブマガジンの機能を充実させていきたい。米原を通過せずに、“降りて”もらうためのポータルサイトに育てていきます。

米原市商工会 オリテ米原

▼ 米原市下多良3-1-1
<http://orie.net>



運営責任者
高木 静江氏
(たかき しずえ)

おばあちゃんの手づくり品も
売るためにしっかりサポート

—— スタッフの仕事を教えてください。

ホームページ制作会社の協力をいただきながら、商品紹介の文章作成や注文の処理、顧客情報の管理、発送作業など私たち商工会のスタッフが行っています。

出品の申し込みをいただくと、まず、取材に行き、商品を作っている様子や商品撮影をします。

商品在庫は持たず、お客さまから注文をいただくと、私たちが各事業者を回つ



出品に向けての取材をする様子



商品販売と米原のPRのため、イナズマロック2016会場内の「おいで～なしが体感フェア」に出店

商品の物語を伝える情報発信
年間50力以上の出張展示でPR

—— 運営上、大切にしていることは？

消費者の方に、商品のストーリーを伝え、米原を知ってもらい、魅力を感じてもらえるような情報発信を心掛けています。

市内在住の切り絵作家・早川鉄兵さんデザインによる専用の箱・袋も製作しま

地元住民も名産を再発見

独自商品もコラボ開発

—— 利用者、事業者の反響は？

利用者からは「米原にこないものがあつたのか!」という声を、県外だけでなく地元の方からもいただきました。都会では、おしやれなジャムなどよりも、むしろ、おばあちゃんが手作業で作る「乾燥かきもち」などに反応する方がいます。地元でしか売っていなかったものなので、都会の若い人が買ってくれるというのは、作る側にとってはうれしい発見だったと思います。

事業者の中にはオリテに出品するために、ネットに合った新しい商品を考案したり、パッケージを変えたり、新たにホームページを開設するところもあります。オリテが新しい売り方を試すきっかけになっています。ネット販売で得た

ベトナム北部の潜在力 ～投資環境の整備が進む紅河デルタ～

text by 滋賀銀行 バンコク駐在員事務所 所長 河村 正弘

中国雲南省からベトナム北部の山岳地帯を流れ、ハノイ市を通り抜け南シナ海に流れ出る紅河。この川の堆積作用によって、肥沃な土壌に恵まれた「紅河デルタ」が広がっている。世界的な米の産地であり、人口2千万人を抱えるベトナム北部の最新の投資環境をレポートする。

南北の経済格差

ベトナムの歴史は「北属南進」である。紅河デルタの周辺で暮らしていたキン族が、北の中国の圧力を受けながら、南方へ勢力を拡大していった。そのため国土は南北に細長く、南と北では気候も人の気質も違う。

経済規模は、資本主義経済の経験がある南が北を圧倒しており、一人当たりGDPは、南のホーチミン市の5,365米ドルに対し、北のハノイ市は3,554米ドルである。さらに一人当たりの年間消費額は、ホーチミン市の4,106米ドルに比べ、ハノイ市は約半分の2,048米ドルしかない。そのためホーチミン市が経済の中心、ハノイ市は政治の中心と呼ばれている。日系企業の進出数も南部が多く、北部は政府主導で誘致した大企業を中心である。

進むインフラ整備

ノイバイ国際空港の新ターミナル、そして空港とハノイ市内を結ぶ「ニャットン橋（世界最大級の全橋長3,755m）」が2015年1月に完成した。これまで空港から市中心部へ向かうには街を大きく迂回する老朽化した道路しかなく、利用者数も急増し、交通インフラの整備が求められていた。この架橋工事プロジェクトには、国際

協力機構（JICA）を通じた有償資金協力（円借款）が利用され、日本の企業を中心となって建設工事を行った。

また同年12月5日には、ベトナム北部で首都ハノイ市とハイフォン市を結ぶ高速道路が開通した。全長105.5km、平均幅員100m、6車線と緊急用2車線からなる自動車専用道路だ。総工費が約20億ドル、08年5月の着工から約7年半にわたる工事を経て完成した。これまでハノイ市内からハイフォン市まで、車で3時間を要していたが、開通後はその半分の1時間半ほどで到着する。ハイフォン市には北部最大の貿易港があり、ベトナム北部の物流が大幅に改善された。

この2大プロジェクトの完成により、ハノイ市を中心としたベトナム北部のインフラは南部に引けを取らないものとなった。

2018年問題への危機感

ベトナムに進出する日系製造業の原材料・部品の現地調達率は33.2%（14年）と低い。ベトナム政府は工業化のスピードを速めるため、外国企業、特に裾野産業を支える中小企業の投資環境の改善を進めている。その理由の一つがASEAN経済共同体（AEC）発足だ。これにより後発加盟国であるベトナムは18年までに全品目の関税を撤廃しなければならなくなった。域内で競争力のない産業は、衰退する可能性

が高い。その中で特に政府が不安視しているのが自動車産業だ。現在、完成車には域内からの輸入でも関税が課せられている。そのため各自動車メーカーは部品を輸入してベトナム国内で組み立て生産をしている。しかし完成車の域内関税が撤廃されればタイなどの国から完成車を輸入する方が低コストであり、自動車メーカーは組み立て生産をやめ、撤退する可能性がある。

日系企業誘致に取り組む ハナム省

ハノイ市の南約40kmに位置するハナム省。日本がインフラ開発、投資誘致を集中して支援する省に選定された。JICAはハナム省の道路交通、電力、給水、下水処理等のインフラ整備事業に円借款を供与する。

一方でハナム省政府は、裾野産業の工業団地としてベトナム政府から特別優遇の認



ベトナム北部に位置するハノイ市街。政府主導でインフラ整備が進行中だ

定を受けたドンヴァンIII工業団地を開発している。入居企業は裾野産業と認定されれば、15年間の法人所得税優遇※などの恩典を受けることができる。さらにハナム省政府は省内にジャパンデスクを設置し、日系企業の誘致に積極的に取り組みをしている。なおこの工業団地の最初の入居企業は、滋賀県長浜市に本社を置く大塚産業マテリアル（株）（自動車内装部品製造）だ。

ハナム省の取り組みに代表されるように、ベトナム北部ではインフラだけでなく経済特区の整備や投資優遇政策を行い、中小企業が進出する投資環境が整いつつある。そして裾野産業の発展のため日系企業の誘致に特に積極的である。

自由貿易協定により 世界の生産拠点へ

ベトナムは環太平洋連携協定（TPP）に

参加する。参加12カ国のなかで、経済発展の水準は群を抜いて低く、社会主義国家という点でも唯一である。また欧州連合（EU）との自由貿易協定（FTA）にも調印した。巨大市場である北米及びEUとFTAを締結することで、輸出に対するFTAカバー率は44%から83%（2013年ベースで試算）へと大きく跳ね上がる。これは輸出拠点として大きな魅力となる。

ベトナム北部は、人件費の高騰などを理由に中国から生産移転を行う企業数が増え、ASEAN域内で最多となっている。移転をする企業が裾野産業にまで広がれば、部品の国内調達率も改善が見込まれる。紅河デルタの肥沃な土地の恵みにより、労働力は豊富である。日系製造業にとって、今のベトナム北部は、ASEANの中で潜在力ある投資先の一つだ。



工事が進められるドンヴァンIII工業団地



ハナム省党委員会・党書記のグエン・ディン・カン氏（右）と意見交換を行う日本貿易振興機構（JETRO）担当者

※法人所得税優遇／4年間免税、後9年間5%、後2年間10%

自転車シェア「Mobike」

今、上海ではスマートフォンを利用したレンタル自転車「Mobike」が市民の間でひそかに注目を浴びている。

中国では以前より各地でレンタサイクルの設置が進められ、公共自転車を見ることがあった。しかし、使い勝手の悪さを理由に普及は進んでいなかった。上海市を例にとると、公共自転車は専用駐輪場に配置され、利用後も専用駐輪場に返す必要があった。返却場所が決められているため利用できる場所や移動可能距離が限定されてしまう。駅ターミナル付近の駐輪場などは常に混んでおり、満車で自転車を返却できない、利用したいのに1台もないといったことが起きているなど利用が制限され不便な点が多い。

最近導入されたレンタル自転車「Mobike」は、このような市民の不満を改善してくれるサービスだ。最大の特徴は、専用駐輪場がないことだ。レンタルする自転車は街の至るところにある一般の駐輪場に駐車されているため、乗降場所を選ばない。使い方は簡単で、専用のスマホアプリを利用し、GPSにより近くの自転車を呼び、バーコードをスキャンすれば自転車が開錠されるという仕組みで、まさにIoT（Internet of Things）を見現化しているといえる。筆者も利用してみたが、所在地の近くで見つけた自転車をスムーズに確保でき、また停車場もどこでも良いため、非常に便利だと感じた。支払い（全てスマホで完結、料金は30分1元（約16円））であり、地下鉄最低運賃3元、バス一律2元であることを考えると、近場移動に有効な手段ではないだろうか。

「Mobike」が市民に浸透することは、渋滞緩和や環境保護にも貢献するものだと大いに期待する。日本においてもそう遠くない将来、「IoT」を身近なところで感じることができる日が訪れるのではないかと。

「しがぎんアジア月報」11月号より
国際部上海研修生 福永 昭弘



街中の至るところで見かける「Mobike」

引き続き力強さに欠けた

足踏み状態



長等神社／大津市

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、鉄鋼や金属製品、窯業・土石製品などは低水準となっているが、化学やパルプ・紙・紙加工品、繊維などが大幅に上昇したため、原指数は前月に続き低下したものの、季節調整済指数は2か月ぶりの上昇となった。

需要面では、ドラッグストアやコンビニエンスストアの販売額は引き続き堅調に推移し、乗用車の新車登録台数は6か月連続で前年を上回り、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前月に続きプラスとなり、公共工事の請負金額は3か月ぶりに前年を大きく上回った。

一方、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すべての品目で前年を下回ったため、2か月連続のマイナスとなり、家電大型専門店とホームセンターの販売額は2か月ぶりに前年を下回り、新設住宅着工戸数も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、新規求人倍率は高水準ながら前月に比べ低下し、有効求人倍率も5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で堅調な業種がみられるものの、全体としては、弱含みの状態が続いている。需要面では比較的堅調な動きの項目と伸び悩んでいる項目の両面がみられ、全体としては横ばいないし下降局面に移行しはじめてい

る。したがって県内景気の現状は、緩やかな回復基調にあるものの、引き続き力強さに欠けた足踏み状態にあるものとみられる。

今後の動向 県内製造業の生産活動については、内需関連の一部業種では堅調な動きが続くとみられるものの、輸出関連業種を中心に為替相場の不透明感と新興国の景気低迷の影響から生産調整に入るなど、全体としては弱含みの動きから横ばいないし下降局面に向けての展開になるものと考えられる。また、需要面では、一部では引き続き堅調に推移するとみられるが、家計収入の伸び悩み、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ものと思われる。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、減速感が出てくるものと考えられる。なお、今般の米国大統領選挙の結果を受け、今後の日本経済および金融市場等への影響を注視する必要がある。

京滋の景気動向

京都府・滋賀県の景気は、基調としては回復が続けている。

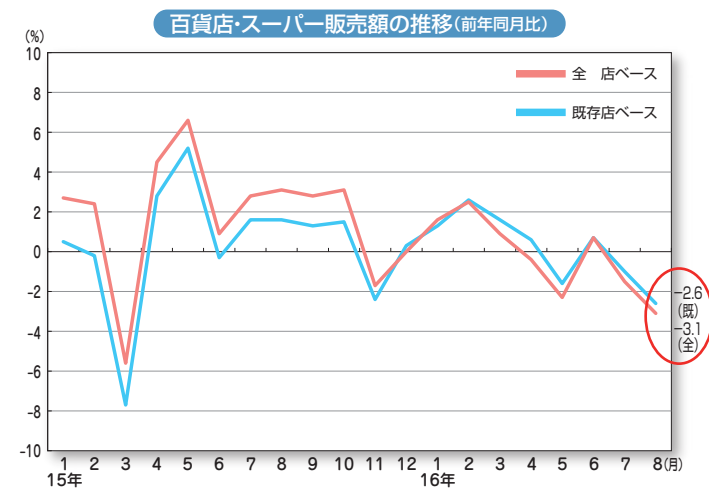
個人消費は、一部に弱めの動きがみられるものの、全体としては底堅く推移している。設備投資は、緩やかに増加している。住宅投資は、持ち直している。公共投資は、下げ止まりつつある。生産、輸出は、緩やかに増加しつつある。労働需給は引き続き改善しており、雇用者所得も緩やかに増加している。

【日本銀行京都支店：「管内金融経済概況」（11月17日発表）より】

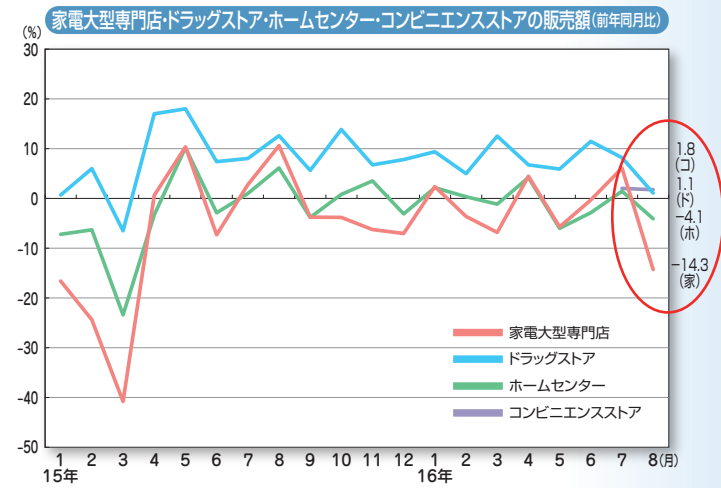
「百貨店・スーパー販売額」は 2か月連続のマイナス

2016年9月の「消費者物価指数（生鮮食品を除く総合／大津市／2015年＝100）」は99.9で、前年同月比－0.3%、前月比＋0.1%となり、前年比では4か月連続で下落しているが、前月比では4か月ぶりの上昇となった。「可処分所得（大津市・勤労者世帯）」は2か月ぶりのマイナスとなったものの（前年同月比－1.5%）、「家計消費支出（同）」は2か月ぶりのプラス（同＋3.8%）。なお、「毎月勤労統計調査」における7月の「名目賃金指数（現金給与総額、事業所規模30人以上、2010年＝100）」は128.1、同－0.1%で、わずかながら、6か月ぶりのマイナスとなった。

このような所得・消費環境のなか、8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22.828百万円、前年比－3.1%と、2か月連続のマイナスとなった。品目別にみると、すべての品目でマイナスとなり、ウエートの高い飲食料品が前月に続きマイナス（同－1.6%）になったことに加え、家電機器（同－13.8%）や衣料品（同－9.8%）が大幅のマイナスとなった。また、「既存店ベース（＝店舗調整後）」の売上高も、すべての品目で前年を下回り、飲食料品（同－1.1%）をはじめ、家電機器（同－16.0%）や衣料品（同－8.9%）が大幅のマイナスとなったため、全体では2か月連続で前年を下回った（同－2.6%）。



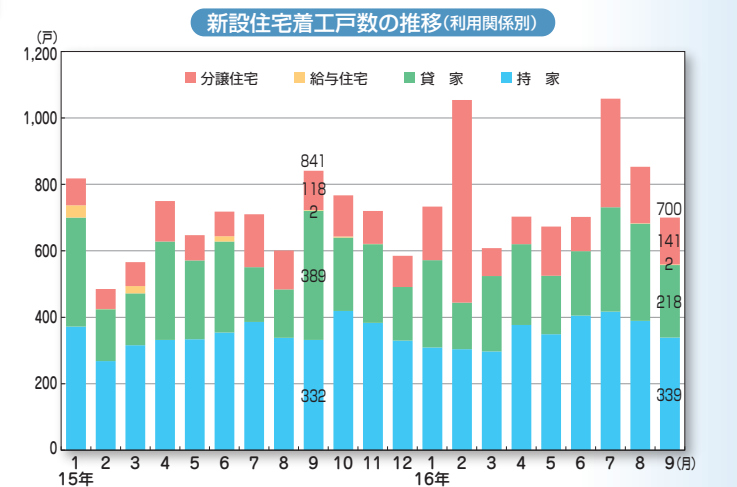
「家電大型専門店・ドラッグストア・ホームセンター販売額（全店ベース＝店舗調整前）」によると、8月の「ドラッグストア」（167店舗）は5.032百万円、前年同月比＋1.1%で、伸び率は鈍化したものの17か月連続のプラスとなり、堅調に推移。一方、「家電大型専門店」（38店舗）は3.282百万円、同－14.3%、「ホームセンター」（61店舗）も3.270百万円、同－4.1%で、ともに2か月ぶりに前年を下回り、とくに前者は大幅のマイナスとなった。また、前月から都道府県別の前年同月比伸び率が公表された8月の「コンビニエンスストア販売額」（556店舗）は、10,404百万円、同＋1.8%で前月に続きプラスとなった。



9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か月ぶりのマイナス（1,493台、前年同月比－4.0%）となったものの、「普通乗用車（3ナンバー車）」が前月に続き前年を大きく上回ったため（1,975台、同＋9.8%）、2車種合計では6か月連続のプラスとなっている（3,468台、同＋3.4%）。一方、「軽乗用車」は昨年4月からの増税の影響と燃費改ざんの影響が長引き、12か月連続かつ大幅のマイナスとなっている（1,929台、同－17.8%）。

「新設住宅着工戸数」は 3か月ぶりの大幅マイナス

9月の「新設住宅着工戸数」は700戸、前年同月比－16.8%で、3か月ぶりの大幅マイナスとなった。利用関係別でみると、「持家」は339戸、同＋2.1%（大津市79戸など）で6か月連続のプラスとなったが、「貸家」は218戸、同－44.0%（彦根市54戸、大津市42戸など）で3か月ぶりの大幅マイナスとなった。「分譲住宅」は141戸、同＋19.5%（大津市51戸など）で5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2か月ぶりに前年を下回ったが（114戸、前年差－4戸）、「分譲マンション」は前年に申請がなかったためプラスとなった（27戸、同＋27戸）。なお、「給与住宅」は2戸（同0戸、高島市2戸）。



EC(電子商取引)のすすめ

text by しがぎん経済文化センター 川副 郷一郎

スマートフォン(スマホ)のサイトやアプリを通じて欲しい商品を購入する姿が目立つ。いつでもどこでも簡単にアクセスできるスマホは消費者にとって商品購入の選択幅が広がる強い味方だ。事業者の参入と電子機器やアプリの発達とともにEC(Electronic Commerce、電子商取引)は身近なものになり、市場は順調に伸びている。ECの現状についてレポートする。

拡大を続ける国内のEC市場

経済産業省が今年6月に公表した「2015年度 我が国経済社会の情報化・サービス化にかかる基盤整備(電子商取引に関する市場調査)」結果によると、国内のEC市場は、BtoC-EC(消費者向け電子商取引)が13.8兆円(前年比7.6%増)、BtoB-EC(企業間電子商取引)は203兆円(前年比3.5%増)と拡大を続けている(図1、2)。

増え続けるネットショッピング利用者

総務省の2015年「家計消費状況調査」によると、ネットショッピングを利用した世帯の割合(2人以上の世帯)は27.6%にのぼり、実に4世帯に1世帯が利用していることになる。同調査が開始された02年の5.3%から13年間で実に5.2倍と急伸している。

では、どのような年代層の世帯が利用しているのだろうか。世帯主の年齢階級別ネットショッピングを利用した世帯割合は、若年世代ほど高く、30代以下では2人以上の全世帯の45.2%にも上っている(図3)。

これらの世帯の年間消費額はいかほどになるのか。ネットショッピングを利用した世帯に限定した1年間のネットショッピングを利用した支出総額は、50代が最も多く40万円超、次いで60代の世帯、70歳以上の世帯と続いている(図4)。平均でも月3万円程度の買い物をしていることになり、30代以下の世帯が40代、50代へとシフトしていく頃にはネットショッピング市場はますます拡大することになる。

ネットショッピング急伸の背景 ～ミレニアル世代の消費態度を押さえておく～

博報堂買物研究所は、00年以降に成人を迎えた20歳～35歳を「ミレニアル世代」と呼び、ミレニアル世代が生まれ育った時代

背景の特徴として、「男女平等・共働き当たり前」「デジタルネイティブ(IT・スマート化)で情報爆発時代に成長し効率的情報収集が得意」「失われた20年、リーマンショック、大震災時代に成長する中で身近な中に幸せを見いだす現実的ポジティブ思考」の3点を挙げている。この世代がすぐに消費の中心になろうとしている。

既存の消費動向や固定概念にとらわれていると、市場が見えなくなり、ややもすると市場の縮小と映ってしまう。事業者はWeb上にサイトを有して情報を掲載しなければ、この世代の消費にはつながらないことを肝に銘じなければならない。

ECへの勇気ある挑戦

ECには、誰でも、時間や場所の制限を受けることなく利用できるという最大の特徴がある。消費者にとって時間や場所を有効に使えることであり、企業にとっては時間や場所を味方につける事業プロセスの仕組みを自らが構築できるということである。

BtoC-ECに成功した事業者から得ることは①危機感を持ち勇気をもって新たな領域に踏み出すこと②自分自身のECに対する不得意感を払拭するため、ECの購入体験を繰り返したりセミナー等に飛び込み他のサイトのまね、ネットワーク作りに努めたこと③自社製商品やスキルに自信を持ち根気よく作り続けることなどで、特別なスキルではなく経営者自身が誰にも負けない情熱をもって踏み出せるかどうかポイントだと思われる。

確かに、EC独特の課題解決には時間と労力とコストがかかる。例えば、HPの管理運営では、検索上位にあげるにはどうすればよいか、微に入り細に入る親切的取扱説明書、写真・イラスト技術

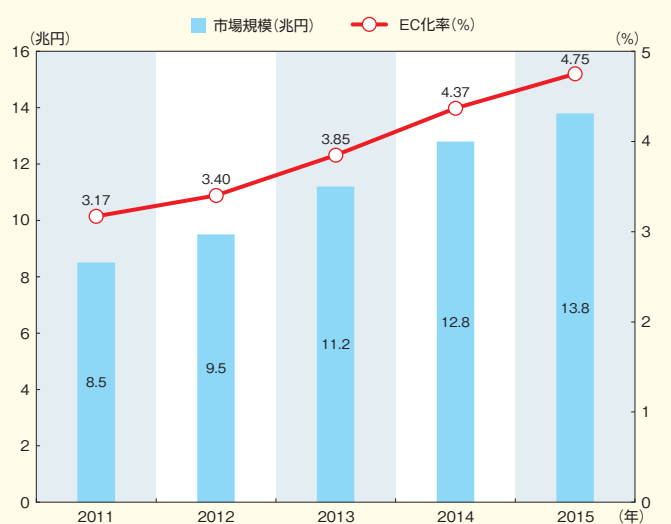
等の注目を受けるサイトスキル、SNSやブログ・メルマガ等のサブサイトの運営、高い更新頻度、申し込み&決済管理等々挙げればきりが無い。経営には突き崩さなければならぬさまざまな壁があるが、ECの取り組みも壁の一つと考え果敢に挑戦してほしい。

16年度の「小規模企業白書」によると、インターネット経由の受注が多い企業ほど売上高が増加傾向にあるという。これからも効果的な販促手段として大企業から中小企業、小規模事業者までネット環境を活用していこう。そこには新たに「スピード」と「鮮度」というファクターが加わった競争が生まれるだろう。今まで体験したことのない新たな経営環境に身を投じるような感覚になろう。

特にBtoC-ECでは、ネットショッピングが進めば進むほど事業者には人間の五感を研ぎ澄まし、消費者の行動・動態・生活様式の変化に敏感になることが求められる。そのような経営感覚と消費者に近い若い世代や女性、高齢者の感覚を従業員に取り入れることが重要となる。雇用環境や社内体制の見直しも求められ、会社の総合力、即ち経営者はじめ従業員全員の感性もあわせて求められるのである。店頭に並べておけば顧客自身が自分の五感で選んでいた時代から供給側の感性が試される時代に入ったと言える。

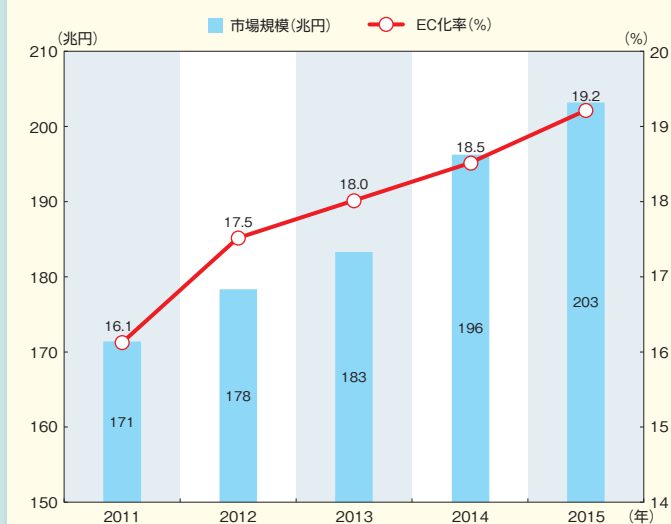
実はその壁に経営者は知らぬ間に突き当たっているのではない。見えそうで見えない消費者像、自己の感性をどう磨くか、従業員の感性をどのように引き出しアイデアを伸ばしていくか、社内体制を変えていくか等、個々の経営者の感性、能力がものを言う時代になった。もしかすると、感性さえ保有し活用する能力があれば、小規模企業にこそ商機が口を開けて待っているのかもしれない。今必要なのは固定概念や過去からの成功体験を捨てる勇気かもしれない。

図1 消費者向け電子商取引(BtoC-EC)市場規模の推移



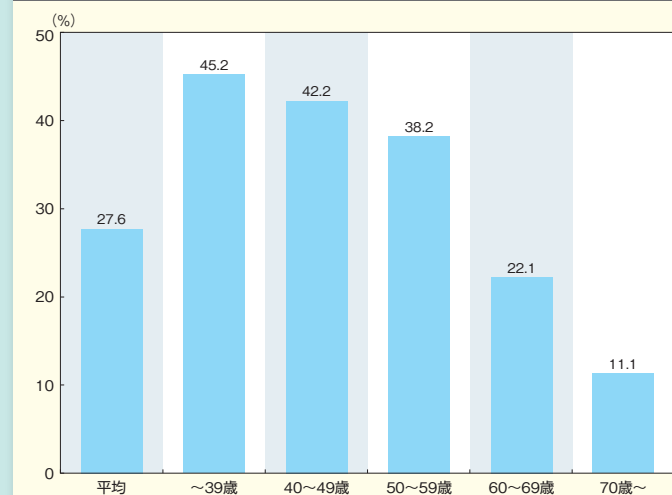
※電子商取引に関する市場調査(経済産業省)より

図2 企業間電子商取引(BtoB-EC)市場規模(狭義)の推移



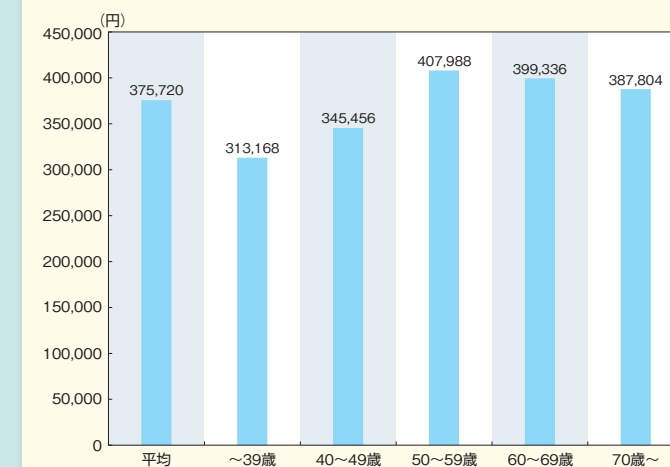
※電子商取引に関する市場調査(経済産業省)より

図3 世帯主の年齢階級別ネットショッピングを利用した世帯割合(2人以上の世帯、2015年)



資料:総務省統計局「家計消費状況調査結果」

図4 ネットショッピングを利用した世帯における、世帯主の年齢階級別1世帯当たりの年間のネットショッピングを利用した支出総額(2人以上の世帯、2015年)



資料:総務省統計局「家計消費状況調査結果」

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)	※100.8	—	※10.2	—	※▲2.0	—	※12.8	※100.0	—	※1.4	※459,259	※5.8	※319,207	※▲1.4	※1.7	※0.3		
2015. 9	103.5	11.4	1.5	12.7	12.9	12.2	10.3	100.2	▲0.1	0.8	394,069	8.6	273,741	▲18.4	2.8	1.3		
	101.5	11.9	1.3	10.3	12.8	10.6	11.4	100.3	0.1	0.7	399,524	▲4.5	342,718	▲0.4	3.1	1.5		
10	100.2	16.0	10.4	13.9	11.5	10.4	10.9	100.3	0.0	0.9	330,820	▲5.5	248,498	▲26.8	▲1.7	▲2.4		
11	94.6	10.4	14.1	13.0	13.5	12.8	10.5	100.1	▲0.2	0.9	709,932	▲10.5	327,905	▲9.3	▲0.0	0.3		
2016. 1	88.3	14.0	13.7	15.0	12.6	15.7	15.2	99.7	▲0.5	0.5	440,343	24.7	353,119	8.1	1.6	1.3		
2	96.9	12.6	14.2	10.7	13.5	17.6	12.7	99.4	▲0.2	0.2	420,374	▲0.5	318,531	19.5	2.5	2.6		
3	113.3	12.3	13.6	13.5	15.7	10.3	11.7	99.7	0.2	0.1	388,853	▲4.8	306,176	▲21.7	0.9	1.6		
4	101.3	10.0	10.5	13.0	12.8	16.9	12.4	99.9	0.3	▲0.1	465,706	10.1	351,781	3.1	▲0.4	0.6		
5	97.1	13.5	10.2	11.0	11.1	10.5	12.5	100.1	0.2	0.0	315,588	▲5.5	315,274	▲15.1	▲2.3	▲1.6		
6	113.1	10.9	11.2	10.5	11.0	14.7	10.1	100.2	0.0	▲0.2	642,031	▲13.8	337,523	▲10.6	0.7	0.7		
7	104.1	▲4.9	▲6.0	▲3.6	▲2.0	▲6.1	▲0.9	99.8	▲0.3	▲0.4	497,884	▲12.7	291,975	0.3	▲1.5	▲1.0		
8	P94.3	P▲1.5	P3.8	P▲0.7	P2.2	P▲2.7	P0.8	99.9	0.0	▲0.4	442,019	5.1	295,356	▲5.5	P▲3.1	P▲2.6		
9								99.9	0.1	▲0.3	388,018	▲1.5	284,166	3.8				
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					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)	※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. 9	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
10	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
11	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
12	95.9	▲1.2	▲2.1	▲1.4	▲2.5	0.4	0.0	100.0	▲0.1	0.1	751,540	▲2.9	340,474	▲4.8	0.9	0.0
2016. 1	98.3	2.5	▲4.2	2.0	▲5.4	▲0.3	0.2	99.5	▲0.6	▲0.1	355,700	▲0.9	312,331	▲2.6	2.1	0.9
2	93.2	▲5.2	▲1.2	▲4.1	▲1.6	▲0.2	▲0.9	99.4	▲0.1	0.0	394,411	▲3.0	297,662	2.2	3.3	2.2
3	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
4	97.2	0.5	▲3.3	1.6	▲3.4	▲1.7	0.1	99.8	0.3	▲0.4	388,135	0.9	338,001	1.1	▲0.1	▲0.7
5	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
6	96.9	2.3	▲1.5	1.7	▲1.7	0.0	0.0	99.8	0.0	▲0.4	589,676	1.4	276,602	▲5.6	▲0.7	▲1.5
7	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	0.9	0.6
8	97.8	1.3	4.5	▲1.1	1.6	0.3	▲1.6	99.6	0.0	▲0.5	391,693	0.1	301,442	▲5.0	P▲3.2	P▲3.6
9	98.4	0.6	1.5	1.8	0.7	▲0.5	▲2.0	99.6	0.0	▲0.5	347,541	2.8	296,387	▲0.8		
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. 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
8	2,571	8.6	57,695	45.3	853	41.9	15.1	100.7	45.3	8,369	▲35.2	1.83	1.18	5,685	▲0.3
9	3,468	3.4	26,334	44.0	700	▲16.8	2.1	▲44.0	19.5	16,186	11.2	1.80	1.18	5,387	▲5.3
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		有効
									戸	前年比							前年比	前年比	
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. 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			
8	190	5.6	11.6	9.7	4,407	18.4	82,242	2.5	4.3	9.9	▲12.7	12,473	21.0	2.02	1.37	3.1			
9	269	3.9	4.3	▲9.2	3,861	8.4	85,622	10.0	1.4	12.6	17.0	14,716	18.1	2.09	1.38	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			

「年賀状」

滋賀銀行 取締役審査部長 西藤 崇浩



師走に入り、年賀状の準備など気忙しい季節となりました。年賀状の起源は古く、7世紀頃までさかのぼります。江戸時代の「飛脚制度」の充実で庶民にも普及し、明治時代の「郵便ハガキ」の登場により、今日の「年賀状を送る」という習慣が徐々に広がった、とのこと。

この「年賀状」スタイルは日本独自のもので、世界に誇る日本文化の一つだと考えます。最近では「あけましておめでとう」を省略した「あけおめ」メールやラインで済ませる若者が多くなりました。その結果、限られた時間にメールが殺到し、携帯電話がつながりにくくなるケースもあるようです。

昨今の職場や学校では、コミュニケーション不足が深刻となって

いますが、手書きの年賀状は、紙媒体による“アナログ”のコミュニケーションツールとして、無味乾燥の「あけおめ」にはない温かみがあります。元日の朝に郵便受けから年賀状を取り出す“楽しみ”と“ワクワク感”は、新年を肌で感じる瞬間ではないでしょうか。つつい頼りがちなパソコン印刷の年賀状でも、ひとこと手書きの言葉を添えることで、温かい気持ちを相手に届けることができます。

金融業界もデジタル化が進み、IT技術による新しい金融サービス「フィンテック(Fintech)」の流れが加速しています。しかし、私たち滋賀銀行は、今こそ温かみのある“アナログ”精神を忘れずに、来る2017年も未来創造銀行「The・ちぎん」を目指して精進してまいりたいと思います。

滋賀銀行からのお知らせ

ATMなど一時休止のお知らせ

滋賀銀行では、サービスの向上、およびシステムの安全性をより高めるため、2017年1月に新たなオンラインシステムへの移行を予定しております。つきましては誠に勝手ながら、下図のように、当行カードでのATM取引をはじめとする全てのオンライン取引を休止させていただきます。

お客さまには大変ご迷惑をおかけいたしますが、何卒ご理解賜りますよう、お願い申し上げます。

なお、2017年1月4日(水)は午前7時からオンライン取引を再開させていただきますが、店舗、提携金融機関、商品サービスにより、ご利用可能日、ご利用可能時間が異なります。詳しくは『しがぎん』HPをご覧ください。



※1 通常通り23:55からサービス休止となります。 ※2 店舗により営業時間が異なります。

戦略で探る 近江の城 玄蕃尾城

研ぎ澄まされた縄張りの城

滋賀県立大学教授 中井 均

織田信長亡き後の織田家の跡目相続で柴田勝家と羽柴秀吉は敵対します。そしてついに天正11(1583)年に賤ヶ岳合戦が勃発します。この賤ヶ岳合戦といえ七本槍が著名ですが、実は両軍が2カ月にわたって湖北でにらみ合う対峙戦であったことはほとんど知られていません。余呉の山並みには両軍が構築し、帯陣した陣城と呼ばれる城郭遺構が20カ所以上にわたって残されています。そのなかでもっとも大規模なものが玄蕃尾城です。

越前北ノ庄城を出発した柴田勝家が本陣としたのがこの玄蕃尾城で、その位置は柴田軍の最後尾にあたります。城は内中尾山と呼ばれる山頂に選地し、眼下には北国街道を望むことができます。注目されるのはその構造です。中心の曲輪となる本丸の隅部には土壇があり、天守台に相当します。この土壇には礎石が残されており、実際に望楼が建てられていたことがわかります。さらに本丸の周囲には高い土塁と深い横堀が巡らされています。戦国時代の山城では曲輪を階段状に配置して防御しますが、玄蕃尾城では横堀を巡らせることによって完全な遮断線を設定しています。これは近世の城郭を水堀で囲む構造の山城版といってもよいでしょう。

玄蕃尾城の構造の真骨頂はこの中心の曲輪に付属して構えられた曲輪群です。土塁を巡らす角馬出と呼ばれる小曲輪が幾重にも構えられ、敵の直進を妨げています。特に本丸の南方には多くを配置しています。それは秀吉軍に対する正面を意識していることを示しています。一方、北方には本丸よりも広い扇形の曲輪が配置されています。これは勝家の領国の越前からの軍事物資や兵糧を入れ置く兵站基地として構えられたものです。このように玄蕃尾城は大手となる南面と、搦手となる北面をはっきりと意識して構えた城であることがわかります。もちろん



これらの曲輪は敵を迎え撃つための施設であり、人が駐屯できるのは本丸しかありません。大半の兵は城外で露営をしていたものと考えられます。

さらに戦国時代の山城は自然地形を最大限に利用して築かれた防御施設ですが、玄蕃尾城では設計図をもとに寸法まで計算して築いた城郭といえます。おそらく現地で測量したうえで築いたものと考えられます。賤ヶ岳合戦を目前にして、自然地形を頼りにするのではなく、人智を尽くして設計された縄張りで築かれたのです。玄蕃尾城の研ぎ澄まされた縄張りは戦国時代の築城の到達点を示すものです。

賤ヶ岳合戦では玄蕃尾城と同様に設計図によって築かれたような発達した縄張りの城がいくつも築かれています。そこに布陣して両軍が睨み合って対峙していたのです。柴田勝家も羽柴秀吉も織田信長の旗下として戦ってきた、いわば同門同士の戦いであったわけです。そこで構えられた陣城も同じ築城思想によって築かれたものでした。両軍ともに手の内を知った戦いであり、そこで対峙戦となったのでしょう。その同門の城跡が今も人知れず湖北の山並みに累々と残されているのです。そして玄蕃尾城はその頂点に位置付けけるのです。

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。

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

しがぎんホール・コンサートシリーズ2016-2017 《2nd season》 クラシック名曲シリーズ

滋賀県文化賞創設
40周年記念
歴代受賞者を中心に

会場: 3公演すべて しがぎんホール(滋賀銀行本店2階) 京阪浜大津駅下車徒歩5分 JR大津駅下車徒歩12分

2017年 1/28 (土) 14:00開演

平成27年度滋賀県文化奨励賞受賞記念

若林かをり (フルート)

モーツァルト/フルート四重奏曲全曲演奏会

出演: 若林かをり(フルート)、佐藤一紀(ヴァイオリン)
小峰航一(ヴィオラ)、北口大輔(チェロ)

- ◆モーツァルト/フルート四重奏曲全曲(第1番~第4番)
- ◆J.S.バッハ/インヴェンションとシンフォニア より 他



若林かをり

佐藤一紀 (ヴァイオリン)
いずみシンフォニエッタ

小峰航一 (ヴィオラ)
京都市文芸楽団首席

北口大輔 (チェロ)
日本センチュリー管首席

2017年 2/26 (日) 14:00開演

平成27年度滋賀県文化賞受賞記念

南千勢子 ピアノ・リサイタル

“音の魔術師・リストの魅力”

【オール・リストプログラム】

- ◆シューマン=リスト/献呈
- ◆ラ・カンパネラ
- ◆バラード第2番
- ◆「リゴレット」による演奏会用
パラフレーズ
- ◆巡礼の年第2年「イタリア」から
ペトラルカのソネット第47番、
第104番、第123番、
ダンテを読んで〜ソナタ風
幻想曲



2017年 3/19 (日) 14:00開演

高岸卓人 平成27年度滋賀県次世代文化賞受賞記念

4 violins フォー・ヴァイオリンズ

湖国ゆかりの4人のヴァイオリニスト

出演: 玉井葉採、西川茉莉奈、高岸卓人、堀内星良

- ◆エネスコ/村のヴァイオリン弾き
- ◆バルトーク/44の二重奏曲より
- ◆フェルド/4つのヴァイオリンのためのセレナーデ
- ◆モーツァルト/ 歌劇「魔笛」より
~4つのヴァイオリンのための 他



玉井葉採 西川茉莉奈 高岸卓人 堀内星良
平成9年度 滋賀県文化奨励賞 平成24年度 滋賀県次世代文化賞 平成27年度 滋賀県次世代文化賞 東京藝大在学中

各公演(税込)【自由席】 ▶一般3,500円 ▶KEIBUN友の会会員3,000円 ▶学生2,000円

お得な3公演セット発売中! (KEIBUN友の会会員限定) 6,000円もございます。



〈主催・お申し込み・お問い合わせ〉

株式会社しがぎん経済文化センター

077-526-0011 (平日9:30~17:00)

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

