

# かかけはし

2017 Spring | V o 1.282  
Business and Culture Magazine  
kakehashi

地域ブランドを  
もっと豊かに



かかけはし

2017年春号 発行/株式会社滋賀銀行  
企画・編集/株式会社しがぎん経済文化センター 〒520-0041 大津市浜町1-38 TEL:077-526-0005 FAX:077-526-3838 URL:http://www.keibun.co.jp/



SHIGA BANK

『しがぎん』ビジネスフォーラム2017  
**サタデー起業塾**  
あす 未来を担う次世代ビジネスの創造

年会費：一般/30,000円 学生/5,000円  
定員：100名  
主催：滋賀銀行「野の花応援団」事務局

平成29年**5月27日**～  
平成30年**2月24日**  
(年5回土曜日開催)

**しがぎん野の花賞 エントリー募集!**  
エントリー企業に対し株式会社リバネスや野の花応援団と連携して、  
ビジネスプラン策定やブラッシュアップを個別にサポートします!  
(個人事業者・学生含む、チームでの申込も可)  
また、提携できる可能性がある企業とのマッチングの場を提供します。

ECO FIRST  
当行は、環境省認定「エコファースト企業」です。

「環境金融」で低炭素社会へ  
Fun to Share  
当行は、環境省認定キャンペーン「Fun to Share」に参加しています。

SHIGA BANK

エコでつながる。  
ビジネスがひろがる。

しがぎん 10th Anniversary  
**エコビジネス  
マッチングフェア  
2017 in 京都**

入場無料

日時 2017 **6/16** (金) 10:00～17:00  
会場 京都市勤業館みやこめっせ  
3階 第3展示場

主催/株式会社滋賀銀行  
株式会社しがぎん経済文化センター

後援/滋賀県、公益財団法人滋賀県産業支援プラザ、  
一般社団法人滋賀経済産業協会、滋賀経済同友会、  
滋賀県中小企業団体中央会、大津市、京都市

To The World From SHIGA

「環境金融」で低炭素社会へ  
ECO FIRST  
当行は、環境省認定「エコファースト企業」です。

「環境金融」で低炭素社会へ  
Fun to Share  
当行は、環境省認定キャンペーン「Fun to Share」に参加しています。

時空をつなぐ  
要衝



本誌は本号より、最新の経済・経営情報に地域文化や歴史情報を加え、装いも新たに内容をさらに充実して、地域総合情報誌「かけはし」として新しく発刊いたしました。題字は、滋賀県在住の書師・秀蓮さんに、琵琶湖にかかる虹をイメージし、本誌が当行とお客さまとの「希望のかけはし」となることを祈念し揮毫いただきました。皆さまには、新しく生まれ変わりました「かけはし」を、末永くご愛顧いただきますようお願い申し上げます。

先日、ふと立ち寄った書店で一冊の本を手に取りました。京都府出身の文学博士・今谷明著『近江から日本史を読み直す』（講談社現代新書）です。

本書は、継体天皇誕生から大津宮・紫香樂宮への遷都、比叡山延暦寺の開創、戦国武将の天下統一に向けた動静や明治の大津事件など、日本史を近江から捉え、文学博士としての幅広い知見と緻密な現地取材により考証されています。

特に、脚光を浴びることが少ない中古・中世（平安・鎌倉・室町時代）は、延暦寺の興隆や宗派の争い、近江商人の発祥に加え、現代に伝わる古刹や仏像、伝統文化などの成り立ちが、甲賀大工など市井の人々の活躍とともに詳細な筆致で記述されており、新たな発見に胸が躍りました。

今谷氏は「近江は、古くから地政学上の要の位置にあり、近江史を書くことは日本通史を著すのと同義である」とし、湖国が交通の要衝だけではなく、政治・経済・文化など、日本史の表舞台として重要な役割を担ってきたと述べています。また、一大

交通機能として物資の輻輳を可能にした琵琶湖の存在が、進取の精神に富む近江人の気風を育んだ、とも指摘しています。

近江商人の「三方よし」の精神は、近江が日本の東西を結ぶ交通・交易の拠点であったことや延暦寺の「忘己利他」の思想に影響を受けたように思います。また、時の権力者に翻弄されながらも、強く、しなやかに生き抜くことで、近江商人のバイタリティーが醸成されたのではないかと考えます。

現代においても滋賀県は、日本の東西を結ぶ交通、物流の要衝となっており、多くのグローバル企業のマザー工場や研究開発拠点、大学などの学術拠点が集積しています。また、満々と水を湛える琵琶湖や緑豊かな山々などの自然に恵まれるとともに、多くの国宝・重要文化財が近代的な町並みの中で息づくなど、先人から引き継がれた歴史遺産や文化、精神と共生しています。

湖国は、まさに「時空をつなぐ要衝」です。常に歴史の覇者が通り過ぎる「回廊」で、近江人は進取の精神を発揮し、強かに生き抜き、そして社会を創り上げてきました。そして、この「要衝」に生きる私たちは、時代の変化に柔軟に対応し、弛みない変革で新たな時代を築き上げていく大きな役割を担っているのではないかと思います。

欧米にみられる新たな保護主義的な潮流や日本における人口減少社会の本格化など時代の大変革期を迎えている昨今、先人の偉業と「時空をつなぐ要衝」としての役割に思いを致し、新たな未来の創造に向けて、失敗を恐れず、積極果敢に挑戦していかなければならないと、改めて心した次第です。



表紙／彦根駅前  
豊かな自然環境と歴史遺産に恵まれた彦根市。また、交通の便が良いことから、滋賀県北東部の中核都市として発展し続けてきた。彦根駅前には60年にわたり県内の消費流通をリードしてきた平和堂の店舗が、通りの突き当たりには名城彦根城がそびえている。

●本誌掲載の写真・イラスト・記事の無断複写・転載を禁じます。  
●本誌内情報は特に記載のない場合、2017年4月現在のものとなります。

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。



当行は、環境省認定「エコ・ファースト企業」です。



当行は、気候変動キャンペーン「Fun to Share」に賛同しています。

題字/秀蓮

01 ビジネストーク 時空をつなぐ要衝

03 「地域ブランドをもっと豊かに」



— マネジメント対談 —  
株式会社平和堂  
代表取締役社長 夏原 平和氏  
地域密着が  
育てた  
ブランド力

13 湖国の街道 「御代参街道」

15 「再発見する滋賀」

彦根城を  
攻める！



21 滋賀人アーティスト sebuhiroko (世武裕子)

23 アジアレポート インドネシア

25 知の泉 滋賀の大学研究最前線

27 滋賀大学 データサイエンス学部

29 本当は大切なお金の話。

ニュース&トピックス

09 滋賀のビジネスパーソン

株式会社岡喜商店／上原酒造株式会社

11 ブームアップ 県内経済情報

地域ブランドをもっと豊かに

# 地域密着が 育てた ブランド力

地域を大切にして、地域から信頼を得ることで、業容を拡大してきた株式会社平和堂。京阪神、北陸、東海から海外は中国にまで商圈を広げ、自社カード発行数およそ355万枚という現在、地域密着のマーケティングはさらに細やかにそれぞれのニーズを拾い上げてブランド力を確かなものにしていく。



株式会社平和堂  
代表取締役社長 夏原 平和氏

Interviewer  
頭取 高橋 祥二郎

新しい本部ビルのエントランスにて。

始まりは1957年。  
地域に密着した店舗戦略、  
商品戦略で一大チェーンへ。  
そして、不動の地域ブランドへ。

顧客をつかんだ  
HOPカード



**高橋** 平和堂さんは今年3月1日に創業60周年を迎えられました。創業以来、地域に根差した営業展開で「平和堂」ブランドを築いてこれたわけですが、この間のさまざまな取り組みについてお話しいただけますか。

**夏原** 先代の創業者が何よりも大切にしてきたことは、やはり地域密着。それが経営理念の大きな柱です。滋賀県には当時、百貨店がなかったの、品ぞろえを豊富にして、ワンストップショッピングができる店をつくりたい、という考えでした。地域の一番良い場所に、一番大きな店を、ということと駅前には大きな店を出して、地域一番店をめざしました。

**高橋** 販売手法もそれまでとは違ったのですか。



上／昨年11月に新規オープンした「フレンドマート長浜平方店」。地元産の野菜がふんだんに。  
下／滋賀県外にも進出する大型店。ショッピングセンター「ファボール」と「アル・プラザ富山」。

**夏原** 創業当時の小売業というのは、値引きをするのが常識でしたが、あるセミナーで学んだ「商人は正人」であるという考えから「正札販売」、つまり値引きをしない商売に変えました。その代わり「ハトの謝恩券」というのをつくりました。

**高橋** 懐かしいですね、ハトの謝恩券。あのシールを台紙に貼るのは、家では子どもの役割でした。

**夏原** 私が社長に就任した時、その謝恩券をPOSシステムと連動させて自社カード「HOPカード」を導入したんです。これでお客さまがいつでもこの店で、何を買われたかが分かる。これは平和堂の大きな強みです。もちろん、カードを持って来ていただいたお客さまにはいろいろな利便性があります。昨年、電気小売事業に参入しましたので、平和堂で電気を買っていただいても、HOPカードにポイントが付きまます。

**高橋** 滋賀県の人ほとんど持つていらっしゃるんじゃないですか。

**夏原** カードの発行枚数は現在、355万枚くらい。約80%の方が買い物をするときにカードを提示していただきます。滋賀県に限ると83%強です。

**高橋** 私も持っています。その他にも、地域との連携強化のためにさまざまな取り組みをされていますね。

地元の味を、  
地元で楽しむ。



「平和堂を育てていただいたお客さまに、  
ご恩返しをしたい」

### 感謝の気持ちで、サポートサービス

**夏原** 2010年に「平和堂ホーム・サポートサービス」を始めました。お年寄りや小さなお子さんを持つお母さんはなかなか買い物に行けず、不便な思いをしておられます。特に高齢の方は、ネットで注文するのも難しいので、電話やファクスで注文していただいて、商品をお届けすると喜んでいただけるんじゃないかと。それから、電球が切れても自分で替えられない、夏に扇風機を出したり冬に暖房器具を出したりするのも大変だ、というように、買い物以外にもいろいろ困っておられるお年寄りもたくさんいらっしゃいます。そういう困りごとに対してもお手伝いできるようにしようと。一般の買い物サービスでは荷物を玄関先に届けて終わりですが、「平和堂ホーム・サポートサービス」では、「冷蔵庫に入れて」と言われれば靴を脱いで家にあがって、冷蔵庫を開けます。サポートサービスにあたるスタッフの中には平和堂に30〜40年勤めた元社員もいます。そういう人が「平和堂です」となると、みなのお客さまの家にいくので、「どうぞ、あがつてください」となる。長年、平和堂を利用していただき、育てていただいたお客さまにご恩返しをしよう、感謝の気持ちでサポートしよう、と。これはサービスにあたるスタッフ共通の思いです。

**高橋** 平和堂さんとお客さまとの間に強い信頼関係があればこそ



マネジメント  
対談  
Interview with  
top management

夏原社長の案内で、ビバシティ平和堂の店内を見学。お客さまに喜んでいただけるよう、こだわりの商品が並ぶ。



できません。実際、お年寄りが多い地域と若い世代が多い新興住宅街とでは、買い物の傾向がまったく違っています。これはHOPカードのデータからも一目瞭然です。

**高橋** 消費者の多様化に合わせて、平和堂さんの店舗も多様化しているんですね。

**夏原** 先に申し上げた通り、かつては駅前には大きな店をつくらせてきました。1990年代には、大店法（大規模小売店舗法）の緩和や豊富な品ぞろえに対してお客さまのニーズの高まり、車社会への変化などから、郊外型の大型店「アルプラザ」を積極的に出店しました。それと並行して、毎日の生活に必要な食品中心のスーパーマーケット業態「フレンドマート」にも力を入れています。現在は「平和堂」「アルプラザ」「フレンドマート」の3業態ですが、それぞれが地域の特性に対応した品ぞろえや内装で特長を出している、こうしています。

**高橋** 滋賀県から京阪神、北陸、東海へと出店されていますね。

**夏原** 私たちは、昔から「ドミナント戦略」をとっています。広範囲に無作為に出店するのではなく、一定地域に集中的に出店し、そこから隣接した商圈へと順次店舗網を広げていきます。その方が知名度もあがるし、販促や物流のコストを低く抑えられ、地域ごとのニーズに合わせてきめ細かな品ぞろえができます。

「平和堂さんとお客さまとの間に  
強い信頼関係があるのですね」

のサービスですね。まさに「奉仕、創造、感謝」そのものの取り組みだと思えます。また、地産地消にも積極的に取り組んでおられますね。

**夏原** 食の安全、安心が叫ばれている中で、地元の農家の皆さんが丹精込めたものを、顔の見える商品としてお客さまにお届けしています。農協さんだけでなく、農家さんが直接持つてこられるケースもありますので、その売り場をつくらせたいと思っています。

**高橋** 関連会社のサニリーフさんでも、地産地消の取り組みをされています。

**夏原** これも食の安全、安心を追求する中で、太陽光型植物工場（水耕栽培）による野菜を自社で生産し、お客さまにお届けしたいと考えました。さらに、障がいのある方々にそこで働いていただけたということも分かってきた。仕事の8〜9割は彼らに担当してもらえますし、植物が種から成長していく喜びを感じて、働く励みにもなる。サニリーフの農場は今はまだ彦根だけですが、軌道にのれば他の地域にも展開していきたいですね。

### 多様化する市場に対応する店舗

**高橋** 創業以来、地域密着を第一に店舗づくりを進めてこられたわけですが、この60年、市場もずいぶん変化し、平和堂さんの店舗戦略も変わってきた面があると思うのですが、いかがでしょうか。

**夏原** チェーンストアとして全ての店舗を標準化すれば効率的かもしれませんが、そうなるのと店舗ごとに異なるお客さまのニーズには対応



上／サニリーフでの太陽光型植物工場（水耕栽培）による野菜づくり。安全で安心な野菜の安定供給をめざす。  
下／「平和堂ホーム・サポートサービス」を担当するのは、ベテランのOB・OG社員が中心。利用者に安心感をお届けする。

## 「奉仕、創造、感謝。これは近江商人の精神、三方よしと同じです」



[取材後記]  
彦根支店長 土田 博士  
平和堂は今や地域の方々の暮らしを支える、なくてはならないインフラ機能といっても過言ではありません。その要因がどこにあるのか、今回、改めて知ることができました。それは徹底した理念の追求や地域の豊かな暮らしのための取り組みであり、その原動力となっているのはお客さまやお取引先さま、そして従業員の皆さまへの「感謝」にほかなりません。その気持ちが「奉仕」「創造」へとつながる。そんな夏原社長の思いに深く感銘を受けました。

**高橋** 最後に「平和堂ブランド」とは何か、社長のお考えをお聞かせください。

**夏原** 当社は「平和堂」「アル・プラザ」「フレンドマート」を基本業態として店舗を展開しています。お客さまとの直接的な関わりは店舗でということになりますが、実際は、日常生活で買い物に行くとなれば「ハトのマーク」が頭の中に浮かんでくる方や、ご家族やお友達との会話の中で「平和堂さん」という言葉が出てくる方、親子3代にわたりご利用いただいているお客さまもたくさんいらっしゃると思います。これこそ、私たちの地域密着であり「平和堂ブランド」そのものなんです。

**高橋** 平和堂さんがこの地域にとつてなくてはならない企業だということ強く認識しました。100年企業に向けて、さらに力強く発展されることをお祈りしています。本日はありがとうございました。



## 「100年企業に向かうための新本部ビルなのですね」

**高橋** じわじわと広がっていくのが平和堂流、ということですね。一方で、中国の湖南省は早くから出店され、5カ店目の出店も計画されているとか。

**夏原** 私どもは海外に出ないと利益が上げられない、というような業種ではありません。中国への出店は、滋賀県の姉妹都市である湖南省から「日本式の大規模商業施設をつくってほしい」と要請があり、先代の会長が現地を見に行つたんです。そうしたら、現場はまだ社会主義そのもの、ひとりで言うて、お客さまが気の毒。サービスの良い、楽しい買い物ができる店をつくりたい。つくらなアカン。これは、商人魂と言つていいかもしれません。

**高橋** 心意気で始まった中国進出だったのですね。現地では高級百貨店として認知され、平和堂で買い物をするのは市民のステータスにもなつていとお聞きします。

**夏原** 買い物だけではなく、平和堂で働くことも大きなステータスです。第1号店は1998年の開店ですが、その当時のスタッフが12名残つていて、今は幹部職員です。人の出入りが激しい中国で、これはとても珍しいことです。このように地元の人々が活躍できるようになつていけば、中国でもドミナント戦略で出店していくことができます。

## 中国でもドミナント戦略

## 100年企業に向かう、平和堂ブランド

**高橋** 60周年を迎え、今後の展望や方針などについてお聞かせいただけますか。

**夏原** 大きな転換期という意識で60年を考えます。次は100年企業をめざす。そこをめざして、いろいろなことを変えてきました。2015年には「平和堂グループ憲章」を制定しました。平和堂には「商業を通じて豊かな暮らしと文化生活の向上に貢献し、より多くの消費者に貢献する」という社是があります。100年企業には平和堂グループとしての一体感が必要です。従業員に力を出してもらわなければならない。グループ憲章には「全従業員の物心両面の幸福を追求するとともに、お客様と地域社会に貢献し続ける企業となる」と、従業員を一番に考えることをはつきりと謳いました。

**高橋** このたび竣工された新本部も、100年企業に向かうためのものなのですね。

**夏原** 「100年を向いた本部」ということで計画をしました。ちよつと愛称を考えようと、最終的にこれだと思つたのは「H.A.T.O.C.」(ヘッドオフィス・アンド・トレーニング・オモテナシ・コミュニケーション)です。おもてなしは誠心誠意、心から喜んでほしいと思う気持ち。お客さまに対しても、従業員同士もそういう態度で働きましょう、というメッセージです。建物の構造も、仕切りの壁を取り払っています。心の壁もなくしたい。みんなが一緒に100年に向かふ、平和に向かふて行こう、と。

**高橋** 当行もどうあるべきかな、と改めて思いました。

**夏原** 100年企業をめざすには、人も大切に。平和堂の経営理念を継承していくため、2014年12月から「経営者育成塾」を開講しています。私自身が講師となつて、次世代を担う幹部候補生に創業者の思いや経営理念を直接伝えることを実践しています。これまでに200名ほどが参加し、働く意識が変わつてきたと感じています。また、60周年を機に感謝の気持ちを表すため、平和堂の原点でもある「明るい挨拶」を本年のスローガンにしました。

## 株式会社平和堂

1957年3月1日、滋賀県北東部の中核都市彦根で創業。地域密着の経営方針を貫き、県内の消費流通において中心的な役割を担ってきた。独自のドミナント戦略により、京阪神、北陸、東海地方にも出店。中国湖南省では、高級百貨店としてのステータスを築いている。また、「平和の緑づくり」活動をはじめとする環境保全活動や、平和堂財団による各種助成事業など、幅広い分野でのさまざまなCSR活動に取り組んでいる。



【社是】  
商業を通じて豊かな暮らしと文化生活の向上に貢献し、より多くの消費者に貢献する。なくてはならない店になる。

【平和堂グループ憲章】  
全従業員の物心両面の幸福を追求するとともに、お客様と地域社会に貢献し続ける企業となる。

本部所在地/  
滋賀県彦根市西今町1番地  
TEL:0749-23-3111  
URL:www.heiwado.jp/

Profile	
1957年	彦根市銀座街に「靴とカバンのお店・平和堂」創業。
1961年	正札販売をスタート。
1963年	彦根店ビル(ジュニアデパート平和堂)完成。
1966年	彦根店に「食品スーパーマーケット」開設。 衣料、雑貨、食品販売の総合スーパーとなる。
1968年	草津市に2号店開店。
1976年	流通センター完成。
1979年	アル・プラザ平和堂(現アル・プラザ彦根)オープン。
1981年	大阪証券取引所第二部、京都証券取引所に株式上場。
1983年	食品センター稼働。
1984年	大阪証券取引所第一部上場。
1989年	POSシステム全店導入。HOPカード導入。 平和堂財団設立。
1990年	東京証券取引所第一部上場。
1995年	多賀流通センター開設。「湖南平和堂実業有限公司」設立。
1998年	中国に湖南平和堂1号店オープン。
2004年	環境マネジメントシステムISO14001を取得。 リサイクルセンター設立。
2005年	株式会社ナゲン、株式会社ナゲン・エアーの事業譲渡。東海地域へ進出。
2006年	平成17年度消費者志向優良企業等の経済産業大臣表彰を受ける。
2010年	平和堂ホーム・サポートサービス開始。
2013年	滋賀県と地域密着連携協定締結。株式会社リーフ設立。
2014年	「平和の緑づくり」活動スタート。 平和堂ストアブランド「E-WAI」シリーズデビュー。
2016年	電気小売事業、オリジナル電子マネー「HOPマネー」サービススタート。

中国・湖南省の平和堂。2012年の反日デモでは甚大な被害を受けたが、現地スタッフの奮闘や地元政府のサポートもあり、見事に復旧。連日、大変なごきわいを見せている。



肥育から外食まで手掛ける、近江牛の老舗

# 【株式会社岡喜商店】

## 3兄弟による一貫体制を築く

口の中でフワッと溶ける脂と、舌にじんわり残る旨み。「岡喜」の近江牛は柔らかく、豊かに香る。評判が高い背景には、肥育から、加工卸、調理販売までを一貫して手掛ける強みがありそうだ。株式会社岡喜商店では、これら3つの業務カテゴリーを岡山家の3兄弟が分担している。牧場を担当するのは長男・健喜氏、育てた肉牛を加工し、卸すのは三男・和弘氏、極上の一皿を創り出し提供するのには、料理人の二男・俊明氏の役割だ。それぞれがグループ会社を代表し、責任を果たすことで、手頃な価格で高品質な「岡喜」ブランドの近江牛を生み出している。



近江牛の「岡喜」は、初代庄七氏が1839(天保10)年から家畜商を営んだ



こと始まり、以来代々家業を継承してきた。1975年、兄弟の父健次氏が法人化をはかり、食肉販売、レストラン経営などへと事業を広げていった。順調に業績は伸び、一時は現在の倍近い900頭もの近江牛を肥育していたという。しかし98年、大黒柱だった父が急逝。当時は、バブル崩壊の影響で、いくつかの金融機関が破綻するというニュースが世間を騒がせており、リスクを回避しようと自身の生命保険を解約した矢先の出来事だった。肥育していた肉牛は相続財産として扱われ、課税対象となった。残ったのは借金と牧場。「兄弟が力を合わせるようにと、父が残した遺言なのかもしれない。老舗を守るため3人は、それぞれの持ち味を発揮して危機を乗り越えた。逆境が生んだ兄弟による一貫体制は、「岡喜」ブランドの源泉となった。

## 完全自家生産への挑戦

役割分担が整う一方で、事業の核である肥育経営は年々厳しさを増している。繁殖農家の高齢化やリタイヤによって、供給

される素牛が減少し、市場価格が高騰しているのだ。肥育経営の逼迫は、後工程の加工卸や調理販売にも影響をおよぼす。



左から健喜氏、俊明氏、和弘氏

「何とかしなければ」。そう感じた兄弟は3年前、繁殖事業への進出を決断。60頭以上もの母牛を購入して繁殖を始めた。生まれた子牛は順調に成長し、今年いよいよ出荷の時を迎える。「先々は完全自家生産したい」と和弘氏。かなえば、今よりさらに安心・安全、低価格でお客さまに喜んでいただけると思気込む。

## 近江牛の「岡喜」を確固たるものに

販売チャネルの拡大も進んでいる。2010年の「三井アウトレットパーク滋賀竜王」への出店を皮切りに、昨年10月にJR大津駅ビル「ビエラ大津」に出店、今後

Business Person of Shiga

# ブランディングに挑む、滋賀のビジネスパーソン



## 山廃仕込み、天秤しぼりの酒蔵 【上原酒造株式会社】 昔ながらの手法にこだわる

白の漆喰壁に黒い焼き杉板、軒下に吊るされたスギ玉。辺りから聞こえてくるのはせせらぎの音のみ…。つい時を忘れそうな景色の中に、上原酒造の蔵はある。琵琶湖の西岸、新旭町に創業して150余年。生産規模は500石ほどだが種類に富み、こだわりは全国でも群を抜く。

代表的な銘柄「不老泉」は、日本酒好きの間では知られたブランドだ。特徴は、蔵にすむ天然酵母を利用した「山廃仕込み」で造るところにある。一般的な酒造りは、仕込みの初期に雑菌の繁殖を防ぐ乳酸を添加し、さらにその後、純粋培養した酵母を加える。一方、上原酒造では、天然の乳酸菌で雑菌を抑制し、蔵にすむ酵母



## 求めたのは濃醇でクリアな味

酒蔵の長男として生まれた上原社長は、発酵学の権威、小泉武夫・東京農業大学名誉教授に学んだ後、流通の会社に就職。会社員時代にさまざまな酒を飲んで舌を肥やし、1992年、蔵に戻った。同時期、偶然にも「山廃仕込み」の技術に精通する杜氏が新たに就任。自噴する比良山系の伏流水の水質が「山廃に合う」と杜氏が判断し、始めることにした。「淡麗全盛の時期に、濃い味の山廃仕込みは異端児扱いだった。しかし今では『この味でなくては』と言ってくれるファンがいるまでに

なった」。クセのある味わいは肉料理や中華料理に合うという。



頑固なまでのこだわりは、仕込みだけではない。酒袋が並べられた木槽に天秤棒で少しずつ加圧をしながら酒をしぼる「木槽天秤しぼり」。機械でしぼる3倍の日数がかかり、しぼれる量は90%しかない。しかし、雑味が混じらず、しぼり順(荒走り、中波み、責め)も明確に分かるため、味わいの種類も増える。他にも、タンクはステンレスではなく保温性の高い木桶、原材料米は全て自社の全自動精米機を使用し、米の出来栄えに合わせて磨くなど、こだわりをあげればきりがなし。

## 伝統を守るために進化する

古式伝来の手法にこだわりを見せる

も守山駅前など県内への出店計画があるという。商圏の拡大をめざす一方で「地元」に愛されることが大切」と語るのは、健喜氏。米、野菜、魚など食材はあくまで地元産にこだわる。近江牛のおいしさを最大限引き出すメニューは俊明氏が考案する。大阪や東京など都市圏への出店を見据えながらも、まずは足場固め、ブランドイメージの確立に注力する。

東南アジアを中心に牛肉の輸出にも精力的に取り組む、世界に向けて近江牛を発信している。「岡喜」ブランドを確固たるものにするべく、3兄弟は先代からの教えを守りつつ、新たな取り組みに果敢にチャレンジしている。

DATA



### 株式会社岡喜商店

竜王町山之上と安土町大中に自社牧場を持ち、繁殖、肥育、加工、卸、輸出、食肉販売、レストラン経営も手掛け、多様な消費者のニーズに合わせて質の良い近江牛を提供している。

代表取締役社長 岡山和弘  
蒲生郡竜王町山之上5294  
TEL.0748-57-0568  
http://www.okakihonten.jp/

一方で、上原社長は、時代に即した事業展開への意識も高い。昨年、さらなる生産性の向上を目的に設備を更新。その際、クラウドファンディングで出資を募ったところ、3〜4日で800万円の資金を集めた。また、良い酵母ができれば県の工業技術総合センターで保存し、新たなブランド開発も試みている。消費者の声を聞くことも忘れない。夏に行う「初呑み切り」では、冬に仕込んだ酒を一般に公開し、アンケートを取って出荷の参考にするという。「中途半端なものはお客さまは買わない。良いものだけが伸びて行く」。常に質を追求し、飲み手を満足させ続ける。上原社長は、その積み重ねがブランドを築くと確信している。

DATA



### 上原酒造株式会社

全国でも稀(まれ)な、酵母無添加の山廃仕込み、全量木槽天秤しぼりを実践する蔵元。「不老泉」ブランドのほか、爽やかな後味が女性に人気の「杣の天狗(そまのてんぐ)」が有名。

代表取締役社長 上原績  
高島市新旭町太田1524  
TEL.0740-25-2075  
平日10時~17時(土・日・祝日を除く)  
http://furosenshi.com/



# 滋賀県内企業動向調査 2017年1-3月期の実績見込みと4-6月期の見通し

## 景況感は小幅改善するも マイナス水準

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(17年1-3月期)の自社の業況判断DIは-10となった。前回(16年10-12月期)から3ポイント上昇し、小幅改善するも依然マイナス水準にある。需要低迷等による売上減少が多くの業種でみられた。円高や競争激化、コスト上昇による利益率低下を指摘する企業も多く、収益面の厳しさが続いているようだ。また、米大統領の動向を不安視する意見もあった。

3カ月後(17年4-6月期)の業況判断DIは、現在から4ポイント上昇し小幅改善する見通しであるが、マイナス水準であり依然先行きは不透明である。

- 【調査概要】
- 調査名：「滋賀県内企業動向調査」
  - 調査時期：2017年1月30日～2月14日
  - 調査方法：郵送による配布、回収
  - 調査対象先：滋賀県内に本社を置く企業および県外からの進出企業 936社
  - 有効回答数：311社(有効回答率33%)  
うち製造業：145社(有効回答数の構成比 47%)  
うち非製造業：166社( 53%)
  - 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。

### 1. 自社の業況判断DI …2四半期連続で改善も、マイナス水準

①全体の動向(図表1)  
今回の調査(17年1-3月期)での自社の業況判断DIは前回(16年10-12月期)の-13から3ポイント小幅改善の-10となった。マイナス幅は2四半期連続で縮小したが、依然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、12四半期連続で「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、「売上・受注減少」(繊維、窯業・土石、食料品、一般機械、その他の製造業)、「売上No.2の取引先の5%減収」(化学)、「既存製品の売上低迷」(食料品)、「得意先の販売減少」(金属製品)、「公共工事減少」「民間は安価受注」(建設)、「円高の影響で減収」(一般機械)、「積雪による売上減少」(小売、運輸・通信、サービス)、「人材不足による減収」(電気機械、サービス)など多くの業種で「売上減少」がみられた。「大手企業進出による値下げ競争」(その他の非製造業)、「市場環境の急激な変化と消費者ニーズの低迷」(卸売、小売)といった厳しい意見も多くみられた。また米国大統領の経済政策を不安視する意見もあった。

一方、「医療、自動車、セラミック関係に引合いが活発」「自動車の金型増加」「海外向け生産増加(対前年比18%増)」(金属製品)、「昨夏の猛暑の影響で40%売上増」(その他の製造業)、「寒冬等の影響で売上増加」(小売)、「冬期による主要商品(燃料)の需要増加」(卸売)、「大型設備工事」「利益率の高い元請工事の受注」(建設)といった好調なコメントもみられた。

3カ月後(17年4-6月期)は4ポイント上昇の-6と、引き続き小幅改善の見通しであるが、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34.5%と3割超になり、「3月まで」(7.6%)を合わせると42.1%と4割超に上った。一方で半年以上先の「17年10月以降(不明を含む)」も約4割(38.2%)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、製造業は34.0%、非製造業は35.0%と、ほぼ同水準となった。

②業種別の動向(図表2)  
業種別にみると、製造業は、前回の-9から1ポイント改善の-8となった。木材・木製品(-29→+11)、輸送用機械(-14→+50)、その他の製造業(-3→+3)はマイナス水準からプラス水準に回復した。電気機械(0→+33)はもちあいからプラス水準に上昇した。金属製品(+13→+16)はプラス水準を維持した。一方、化学(+27→-21)はプラス水準からマイナス水準に低下した。繊維(-35→-54)、一般機械(-13→-54)はマイナス幅が拡大した。3カ月後の製造業全体は、7ポイント改善の-1となり、もちあいに近づく見通しである。

非製造業は、前回の-16から5ポイント改善し-11となった。不動産(-7→+9)はマイナス水準からプラス水準に、卸売(-53→0)は、マイナス水準からもちあいに回復。運輸・通信(0→0)はもちあいを維持。一方、建設(0→-10)はもちあいからマイナス水準に低下、小売(-29→-32)、サービス(-3→-8)、その他の非製造業(-40→-71)は、マイナス幅が拡大し厳しい状況が続いている。3カ月後は、現在と同水準の-11となる見通しである。

### 2. その他のDI …売上DIは10四半期連続でマイナス水準、 経常利益DIも12四半期連続マイナス水準

●調査結果(図表3)  
売上DI(前回-13→今回-9)は4ポイント改善するも、10四半期連続でマイナス水準(「減少」超過)が続いている。製造業は-13から-2に大幅に改善するも、非製造業は-14から-14と同水準となった。その他、経常利益DI(-10→-7)は3ポイント改善するも、12四半期連続でマイナス水準となった。製・商品の在庫DI(+10→+8)は前回から2ポイント低下、製造業(+14→+7)は大幅に低下するも、非製造業(+8→+9)はほぼ横ばいとなった。販売価格DI(-6→-6)は前回と同水準となった。製造業(-11→-11)、非製造業(-2→-1)とも前回と同水準であった。仕入価格DI(+5→+16)は11ポイントの大幅な上昇となった。製造業(0→+17)はもちあいからプラス水準に上昇し、非製造業(+10→+14)はプラス幅が4ポイント拡大した。

生産・営業用設備DI(-3→-2)は、前回とほぼ同水準になった。雇用人員DI(-22→-30)は、マイナス幅が拡大し、19四半期連続のマイナス水準で人手不足が続いている。

### 3. 設備投資の状況 …4四半期連続で5割割れ、「生産・営業用設備の 更新」は12四半期連続トップ

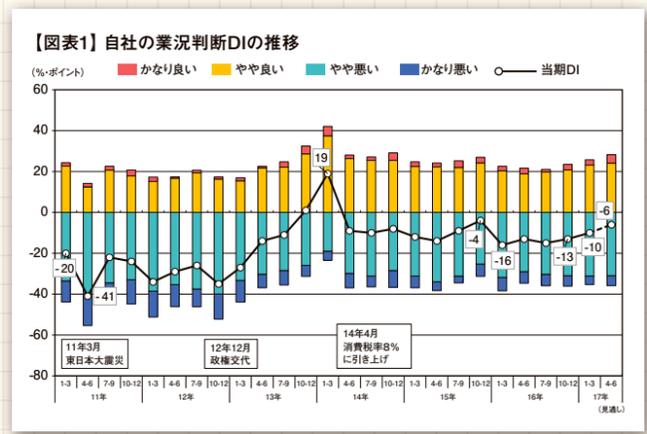
①設備投資の実施予定  
今期(1-3月期)に設備投資を実施した(する)企業の割合は49%で、3四半期連続で上昇するも、4四半期連続で50%を下回った。

業種別にみると、製造業は55%で、前回(50%)から5ポイント上昇。うち木材・木製品(43%→44%)、化学(55%→57%)、食料品(50%→63%)、金属製品(56%→58%)、一般機械(56%→62%)、電気機械(46%→50%)、その他の製造業(45%→50%)などで上昇。繊維(40%→39%)、窯業・土石(100%→75%)、輸送用機械(86%→83%)などが低下した。非製造業は43%(前回44%から1ポイント低下)で、建設(37%→39%)、卸売(40%→43%)、小売(41%→50%)、その他の非製造業(20%→29%)などが上昇。不動産(40%→18%)、運輸・通信(67%→50%)、サービス(61%→54%)などが低下した。

3カ月後の設備投資実施予定の割合は、製造業が54%、非製造業が41%で全体では47%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見ると(複数回答)、「生産・営業用設備の更新」(45%)が12四半期連続で最も多かった。次いで「生産・営業用設備の新規導入」(31%)、「車両の購入」(30%)、「OA機器の購入」(27%)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」(61%)、非製造業は「車両の購入」「OA機器の購入」(ともに37%)が最も多かった。



【図表2】自社の業況判断DI(業種別)

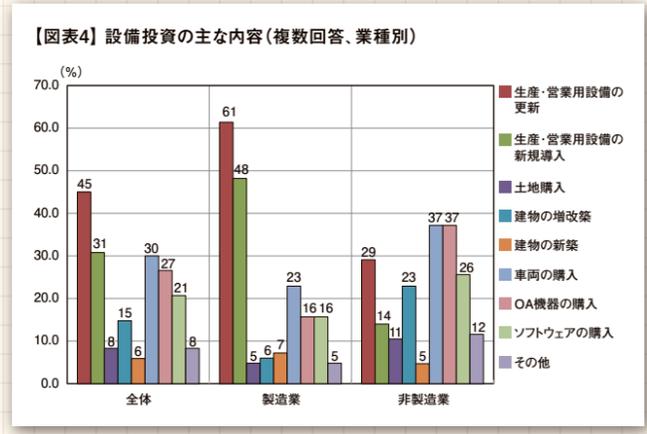
業種(※1)	今回の回答社数	16年10-12月期(前回)	17年1-3月期(今回※2)	17年4-6月期(見通し)
全体	311	-13	-10 (-12)	-6
製造業	145	-9	-8 (-5)	-1
繊維	13	-35	-54 (-15)	-62
木材・木製品	9	-29	11 (-14)	0
化学	14	27	-21 (-9)	0
窯業・土石	8	25	0 (25)	38
食料品	8	-42	-38 (-17)	-50
金属製品	19	13	16 (-20)	5
一般機械	13	-13	-54 (-6)	-31
電気機械	12	0	33 (-9)	25
輸送用機械	6	-14	50 (0)	17
その他の製造業	32	-3	3 (0)	25
非製造業	166	-16	-11 (-18)	-11
建設	49	0	-10 (-6)	-24
不動産	11	-7	9 (-33)	9
卸売	27	-53	0 (-45)	-4
小売	22	-29	-32 (-33)	-24
運輸・通信	12	0	0 (25)	0
サービス	38	-3	-8 (-10)	3
その他の非製造業	7	-40	-71 (-20)	-29

(※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、精密機械、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1-3月期の見通し

【図表3】その他のDI項目

項目	16年4-6月期	16年7-9月期	16年10-12月期(前回)	17年1-3月期(今回※)	17年4-6月期(見通し)
売上(増加-減少)	-9	-13	-13	-9 (-13)	-10
経常利益(増加-減少)	-11	-14	-10	-7 (-12)	-11
製・商品の在庫(過大-不足)	7	7	10	8 (8)	6
販売価格(上昇-下落)	-6	-8	-6	-6 (-7)	-4
仕入価格(上昇-下落)	10	2	5	16 (12)	21
生産・営業用設備(過剰-不足)	1	-3	-3	-2 (-3)	-1
雇用人員(過剰-不足)	-18	-21	-22	-30 (-22)	-25

(※) ( )内の数値は前回調査時点での1-3月期の見通し



※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/>

# 湖国の街道



## 【御代参街道】

個性豊かな街道の情緒を味わう旅。  
 初回となる一本目は、京の皇族が伊勢神宮と  
 多賀大社へ名代(御代参)を派遣したことから  
 この名がついた「御代参街道」と、  
 その周辺を巡ります。

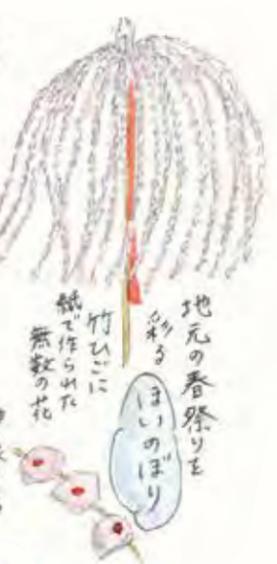
松浦 すみれ  
 ルポ&イラストレーター。お酒の神様  
 を祀る、京都・松尾大社の巫女(みこ)  
 を経て現職。日本酒の楽しさを若い世  
 代に伝えたいと「日本酒ガール」と  
 して活動中。著書に「日本酒ガールの  
 関西ほろ酔い蔵さんぽ」(コトコト)。



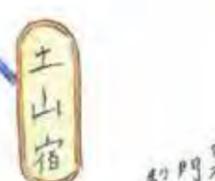
日野の  
 観天室内処  
**日野まちかど  
 感応館**  
 日野商人の  
 行商の主力商売で  
 あた合津  
 「万病感応丸」の  
 創始者・正野法眼さまの  
 薬店だった場所



かわい  
 ストラップの  
 お土産  
**用心下馬**  
 商人の  
 本宅で留守を  
 守る女房が  
 玄関に男物の  
 下駄を置いた  
 風習があった



地元の春祭り  
 彩る  
 ほりのほり  
 竹ひごに  
 紙で作られた  
 無数の花  
 神の依りしろ  
 とまをのける



田村神社の  
 門前には  
 製造元  
**かにが坂  
 手造り**  
 昔ながらの  
 手造り  
 天然の  
 素材は  
 甘みが広がる

「蟹が坂」の伝説が由来  
 昔々、ヨメイトルにもなる  
 大かきが出没し、旅人たちを困せ  
 ました。その一部の高僧が訪れて  
 カニに説法を授け、悪業を戒めた  
 カニの甲羅が八つに割れ、浮いて  
 しまいました。甲羅を集めて坂を  
 建てると思議とカニの甲羅国まで  
 船になり、厄除けに効くと信じた



天然  
 記念物  
**鎌掛の  
 屏風石**  
 切り立った谷に  
 巨岩がそびえる



近江鉄道は  
 通称「カチャコン」  
 と呼ばれ、親しまれている



**見送り稲荷**  
 昔、長谷野の  
 原野であった頃、  
 旅人を賊から救った  
 とされる白狐の  
 伝説が伝わる

初代中兵衛翁が  
 飛脚をしていた時  
 京都で伏見人物に  
 出会ったその製法を  
 修得したのが起り  
 以後30年続く伝統を  
 守り伝えている

色鮮やかに  
 愛くらしい表情

縁起  
 ものや  
 民話を元にした人形  
 ヒトツヒトフ  
 手造り

初代から  
 代々伝わる  
 人形の列

九代目当主  
 細居源悟さん

八日市宿

ご当地名物!  
 飛び出し坊や  
 八日市が  
 発祥の地と  
 言われている

街道のほいほいに  
 道標

石京みち

昔々の  
 映える彩色

地元の村々が  
 互いの風の大きさを  
 競い合うように  
 巨大化  
 迫力ある  
 展示

毎年、  
 新成人を祝う大風は  
 年の干支と  
 文字を組み  
 合わせた  
 絵柄が  
 描かれます  
 副館長  
 鳥居勝久さん

逆立ちの狼犬「十」  
 (トウクウダク)と  
 フロッドラック  
 実際  
 揚げるサイズは  
 20厘の  
 大きさ

東近江大風会館

100厘の  
 サイ  
 八日市の大風揚げ習俗は  
 国の無形民俗文化財に  
 選ばれている

●日野まちかど感応館  
 住所/蒲生郡日野町村井1284  
 電話/07485216577  
 開館時間/午前9時~午後5時  
 定休日/毎週月曜日

●かにが坂製造販売所「いこい」  
 住所/甲賀市土山町南土山甲1301  
 電話/0748661426  
 営業時間/午前9時~午後6時  
 定休日/毎週火曜日

●鎌掛の屏風岩  
 住所/蒲生郡日野町鎌掛  
 電話/07485216577

●見送り稲荷  
 住所/東近江市今堀町

●世界風博物館東近江大風会館  
 住所/東近江市八日市東本町3-5  
 電話/074830081  
 開館時間/午前9時~午後5時(入館は午後4時30分まで)  
 定休日/毎週水曜日、毎月第4火曜日、祝日の翌日

## 彦根城

数少ない現存天守が残る山城で、井伊氏の居城。1603年直継が築城に着工し、約20年を費やして全工事を完了。彦根山上に本丸、西の丸、鐘の丸、山下に二の郭、三の郭を置き、西は琵琶湖に臨み、三方に三重の堀を巡らす。

# 彦根城

# THE ONE Castle

# 攻めろ！

「国宝五城」のひとつとして人気の彦根城。

かの昔、ここが超戦略的軍事拠点で

あったことをご存知だろうか。

戦国時代「最強」とも称される彦根城、

その強さの謎を解くためには

「彦根城を攻めてみる」しかない。

幾重にも張り巡らされた、

トラップに太刀打ちできるのか。

いざ出陣！

Navigator



滋賀県立大学教授  
中井均先生

Profile  
1955年生まれ。小学5年生から城郭探検を始め、現在は日本各地の中世・近世城郭の発掘調査・整備の委員を務める。講師を務めるKEIBUN文化講座は、毎回満席の人気である。先生の研究で、戦国時代の合戦の知られざる実像が明らかに！

斜面を移動する者  
全てを阻止!

## 登り石垣

山腹を登るように築造された、高さ1〜2mの石垣を「登り石垣」といいます。斜面を移動する敵の侵入を阻止することが狙いで、彦根城にはこの登り石垣が5カ所にあります。これだけの数を備えているのは全国の城の中でもここだけ。いかに軍事戦略的に重要であったかがうかがえます。

登り石垣のルーツは、豊臣秀吉が朝鮮出兵時に朝鮮半島に築いた倭城。水軍の戦力では圧倒的に劣る秀吉軍が、港湾に登り石垣を造って迫り来る敵を防御。「これはすごいぞ」とばかりに、技術を日本に持ち帰った大名たちが築城の際にこぞ取り入れたといわれます。



苦勞して山腹を登ったら、この石垣ですよ。

心が折れますよね〜。



登ることを許さない  
垂直の壁で城を包囲

## 山切岸

城が築かれた彦根山の山裾部分を人工的に削り取り、垂直に切り落として造った絶壁を「山切岸」と呼びます。「低いところでも4m、最大では18m。城の周囲360度に、圧倒的な高さの垂直壁を築いています。攻め登ることなんてできませんよ」と中井先生。

この山切岸と登り石垣で攻めてくる敵を完全にシャットアウト。城内に一歩たりとも踏み入れさせないという構造は、日本最強の城と言っても過言ではありません。



天下分け目の戦いが影響  
彦根築城の意図はいかに?

実は一度も実戦経験のない彦根城。何故こんなにも厳重に守りを固めたのか。それは、関ヶ原合戦以降の乱世に關連する。

慶長5(1600)年、関ヶ原合戦の戦功により佐和山城を賜った井伊直政は、新城の築城を構想するものの翌年に亡くなってしまふ。その遺志は息子直継によって進められる。築城に際しては徳川幕府が各地の大名を動員し、佐和山城をはじめとする近江周辺の城の建物や石垣が再利用された。

また、天下を二分した戦いは、あらゆるところに火種を残し、戦国時代最大の緊張関係を生み出した。天下普請として築城された彦根城。その狙いは、西国の外様大名にらみをかきかせておくこと。そして大坂への包囲網として、いつまた勃発するかもしれない次の戦に向けて、鉄壁の要塞を備えたのである。彦根城は井伊家の城でありながら、徳川幕府の戦略基地として長きにわたり機能していたのである。



彦根市教育委員会文化課提供

攻め入る者は  
撃つて撃ちまくる

## 天秤櫓

大坂側にあたる大手門橋と表門橋は、敵陣に対峙する際の戦略的要所でした。この守りで大きな役目を果たしたのが「天秤櫓」です。上から見ると「コ」の字型をしており、両隅に二階建ての櫓を備えています。

天秤櫓に向かう道は3〜4人が横列を組める一直線の通路。勇んで突き進めば門に突き当たります。では、どうなるのでしょうか?

「門の前で足止めを食らう敵を高い二重櫓の上から撃ちまくるんです」と中井先生。それは地獄さながらの光景ではありませんか! 前列から順々に倒れ、後列

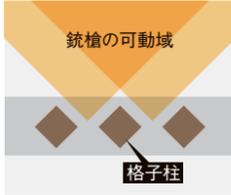


は退却せざるを得ない状況に。万が一にでも「鐘の丸」に攻め込む猛者が現れたとして、「その防衛もぬかりありませんよ。天秤櫓からは鐘の丸の全てを見通せます。ここでも櫓の上から撃ちまくります」と非情な宣告。



櫓の中の壁は、床から2mほどを境に上部は薄く、下部は厚く造られている。敵の銃弾が人の高さのところまでは壁を貫通しないようにする工夫である。

さらに技巧派たるゆえんは、天秤櫓の中にも、窓に設置されている格子柱は、45度傾けてひし形状に固定。「銃槍の可動域が広がるため、鐘の丸を目掛けてパノラマに撃ち放題です。」「ここまでくると「心憎い」を通り越して「憎たらしい」としか言いようがありません。



琵琶湖、堀、石垣…  
本丸に攻め込む前に、  
相当やられてしまいますね。



## 総構え構造で防御。武田家ゆかりのグラウンドプランとは

城造りに関して重要なのが天守にたどり着くまでの「縄張り」(※)である。そのグラウンドプランを考案したのは、武田信玄の流れをくむ甲州流軍学者の早川弥惣左衛門といわれている。彦根城が武田家の城郭の特徴である「馬出」を備えているのは、弥惣左衛門の影響であるとか。井伊家は武田家滅亡後、その遺臣を家臣として抱えており、それが赤備えになった。

彦根城は、町全体が城郭として防御の備えをもつ「総構え」構造がとられている。内堀と中堀、外堀があり、南側の芹川も堀の役割を果たしていた。また、西側と北側は琵琶湖に面しており、こちら側も自然の堀が防衛線となっていた。恵まれた地理を生かしながら、敵が攻めてきたときには城下町全体を要塞化させる、戦略的かつ効率の良い城の縄張りを完成させたのである。

※縄張り：曲輪や堀、門、虎口等の配置のこと。城の最重要項目。



## 実戦に備えたやる気に満ちた裏の顔

### 五 天守の裏側

天守の裏側に位置する黒門橋。そこに続く黒門登城道は、両側に石垣が迫っていて、一人一人が通れるほどの細い道です。実は、この山道を抜けた先は天守から丸見え。進行してきた敵は、一人ずつ撃破するのみ。照準を定めて撃ち込めるため、効率の良い攻撃を仕掛けることができます。

本丸側からの天守は優雅で絢爛豪華な姿を見せませんが、天守の裏側は、大変質素な造りになっています。この時代の城は戦うための軍事施設であり、住居用として使用されたのは織田信長の安土城ぐらいなのだとか。実戦用に装備された、やる気満々の「裏の顔」に思わず背筋が凍ります。



表



裏

唐破風や切妻破風、花頭窓、高欄などを備えた優雅な表側に比べ、黒門側は石垣も高く、見るからに難攻不落。いくつも開いた窓からは「撃つぞ!」という無言の圧力が。ちなみに、高欄はダミーで、城主がここから城下を眺める、ということはないようだ。



### 問答無用の迎撃ロード

### 四 西の丸堀切

天守の北西に隣接する西の丸三重櫓は、深い堀切に面して築かれています。敵がここに侵入するには、この堀切を突破しなければなりません。木橋を落として、経路を断つた上で三重櫓からの集中砲火。逃げるために堀伝いを進んでも上から容赦なく撃たれてしまいます。

堀切を越えられたとしても、その先には最大三方向から狙われる死のロードとなる枅形が待ち構えています。屈曲した道の上にある高堀からズドンッ! どう進んでも撤退しても撃たれてしまう、超攻撃型の戦闘仕様なのです。

「攻めだけじゃない彦根城のこんなところも見逃さない!」



### 【石垣いろいろ】

#### 時代変われば石積み技術も進化



天秤槽の石垣は、廊下橋を境にして東側と西側では石垣の積み方が異なります。東側の積み方が、自然の石をそのまま用いて積み上げる「野面積み」。西側は石を下方に落とし込んで積み上げる十九世紀の技術「落とし積み」が施されています。長い年月の間に、何度も修理が重ねられたことが分かります。



### 【鏡石】

#### 見栄っぱりなドヤ顔の巨石

天秤槽へ向かう坂道、突き当たりの石垣にある大きな石。「鏡石」と呼ばれ、城の壮大さや城主の権力、財力を見せるため、門の両側や周辺の石垣に意図的に置かれたといわれています。城を訪れる客を威圧するものでした。「ドヤ、うちはすごいねんで!」と言いたいがための巨石に彦根城の威信がかけられていたのです。

### 【月見櫓】

#### 名月鑑賞スポットは監視場所としての機能も



城内の中でも最も見晴らしの良いこの場所に、「月見櫓」がありました。ここでは美しい月を鑑賞できることから、この名を冠していますが「着見櫓」とも記され、彦根城内外の全方向を見渡す監視業務を行っていました。

大坂夏の陣以後は、佐和口の城門に到着する参勤交代の行列をいち早く城内に伝えるなどの任務を拝命。明治時代に櫓は取り壊されてしまい、その姿を見ることはできませんが、今も往時と変わらぬ素晴らしい眺めを望むことができます。

### 彦根城、攻めてはみたが…

スタッフ「彦根城って、美しくて優雅なイメージしかなかったのですが、こんな軍事的側面があったなんて驚きでした!」

中井「彦根城が観光化したのは、近現代のことです。今では鐘の丸は桜の名所ですが、これは明治以降のこと。元は何もないただの広場ですから。木があるものなら、敵を撃ちにくくて仕方がない(笑)」

スタッフ「それだけ、築城された当時は緊迫した時代であったということなんです!」  
中井「池田、藤堂、そして井伊など関ヶ原合戦で名を上げた大名たちが、豊臣秀頼のいる大坂城を包囲するわけです。慶長年間には各地で天下普請の築城が行われています。彦根は大坂に加勢しようとする敵をここで食い止める砦の役割も果たしていました」

スタッフ「まさに戦略拠点! 城を攻める視点で見ると、これまでは違う面を知ることができました!」



中井「本来、城は戦うための施設。先人たちの英知と技術には驚かされるばかりです。今年、彦根城築城四一〇年祭も催されます。皆さん、彦根城にぜひ行ってみてください!」



音楽はこれまでも  
 やつてきたこと。  
 やるべき仕事で  
 これからもやつていくもの。

— 20歳でバリのエコールノルマル音楽院で映画音楽科に進まれ、首席で卒業されました。

「映画監督になりたい」と思っていたくらい映画が好きだったので、映画音楽を勉強できる学校を見つけて入学しました。1年目は最低点で落第しているんです(笑)。突拍子もない作品を発表したら「理解できない」と先生たちに言われてしまいました…。それが納得いかず学長に抗議したんです。当時の審査員たちは映画の専門家ではなかったので、専門家が審査するべきだって(笑)。そうしたら、2年目には映画音楽を生業としている有名な方々に聴いていただき、評価していただきました。

— それは、何ともアグレッシブ！帰国後もその調子で突き進んでこられたのですか？

それが、日本の音楽業界に伝手もなければ、知り合いもない状態で。「サントラ(※)をやりたいです！」と言っても、日本で実績がないので門前払い。音楽関連の会社の問い合わせ用メールアドレスに自分の音源を何通送っても返事なし…。そんなことの繰り返しでした(笑)。その後、音楽を気に入ってくれたレーベル(レコード会社)からCDデビューが決まり、そのCDを聴いてくれた映画プロデューサーからサントラのお話をいただいて。そこから仕事がどんどんつながって、ここ2〜3年でさまざまな映画やドラマのサントラを担当させていただけるようになりました。

— ご自身の作品とサントラ、手掛ける上での違いは？

自分の作品は、好きなものを研ぎ澄まして突き詰めるような作り方ですが、サントラの場合は、誰に向けられた作品なのかを考えて、作品の求められているものを深めていきます。例えば、映画の場合は「ここはこうしよう」とか、シーンを見ながら話し合いを重ねて進めていきます。俳優の呼吸を見ながらの作業は共演



photo by Kenju Uyama

# アーティスト sébuhiroko 世武裕子

滋賀を愛し  
 滋賀に根差し  
 滋賀を想う  
 Vol.1  
**滋賀人**  
 SHIGAMAN



シンガー・ソングライター、映像音楽作曲家。1983年東京都葛飾区に生まれ、幼い頃にピアノの才能を見いだされ、20歳でバリのエコールノルマル音楽院映画音楽科へ進学。これまでに手掛けた作品はドラマ「好きな人がいること」「恋仲」、映画「ストロボエッジ」など多数。昨春秋には、sébuhiroko名義でアルバム「L/GB」も発表。

NHK朝の連続テレビ小説「べっぴんさん」をはじめ、数多くの映像音楽を手掛けている世武裕子さん。また、シンガー・ソングライターとして自身の作品もこれまでに多数発表しています。そんな多岐にわたる活躍で注目を集めている世武さん。実は高校卒業までを滋賀で過ごした「滋賀人」です。今回は音楽や滋賀への思いなどをお聞きしました。

— 音楽の道に進んだきっかけは？

子どもの頃通っていたピアノ教室の先生に「この子はピアノを極めた方がいい」と言われたことを母が真に受けちゃって。そこから熱心なクラスでレッスンを受けるようになりました。その時は将来、建築家や映画監督、画家になりたいな…って思っていましたね。



photo by Kenju Uyama

— 世武さんにとって「音楽」とは？

子どもの頃からやるべき「仕事」だと思っていました。好き嫌いではなく、練習することも将来のための準備期間だと。これからもやっていくものですし、今は「天職」だと思っています。

— そんな世武さんの世界観を、ぜひ滋賀で！と期待しています。

滋賀の皆さんに聴いていただきたいのはもちろんのこと、県外の人たちにも来てもらって、滋賀の良いところを知ってもらいたいし、私の音楽を聴いてもらう機会をつくれたらいいと思います。いつか実現できる日まで、皆さん待っていてください。

※サントラ「サウンドトラックの略」般的に映画、ドラマ、アニメ、ゲームなどの挿入曲のこと。

# インドネシア

「BHINNEKA TUNGGAL IKA (多様性の中の統一)」

Indonesia



多種多様な文化、言語、宗教が混在するインドネシア共和国。国のスローガンは「BHINNEKA TUNGGAL IKA」。訳せば「多様性の中の統一」ということになるのか。長い歴史の中でさまざまな民族や国から影響を受け、インドネシアの「多様性」は培われてきた。その魅力に迫る。

滋賀銀行 国際部 大羽千尋

## 多民族・多言語国家

インドネシアは約1万3500の島々からなる世界最大の島嶼国家で、人口は約2億5千万人と世界第4位だ。約6000の島々にジャワ人やスンダ人をはじめ約300もの民族が暮らす多民族国家である。首都ジャカルタの日常風景は他の国の大都市と変わらないが、違う都市に行くと、同じ国でも言語や生活習慣、食事、気質が異なる人々と出会う。公用語のインドネシア語を母語とするインドネシア人は3000万人程度といわれ、300とも700ともされる言語が、生活の場に飛び交っている。

## 多宗教

インドネシア国民の約9割はイスラム教徒(ムスリム)で、その数は世界一。そのため、世界18億人市場とされる巨大なムスリム経済圏への「玄関口」として注目されている。

しかし、イスラム教はインドネシアの国教ではない。イスラム教、キリスト教(プロテスタント、カトリック)、ヒンドゥー教、仏教、儒教が国の公認宗教だ。憲法で宗教の自由を保障する一方、国民にはいずれかの宗教を信仰するよう定めている。17歳以上の住民には「KTP (Kartu Tanda Penduduk)」と呼ばれる身分証明書の保持

が義務付けられ、顔写真とともに氏名や生年月日、住所などに加えて、信仰する宗教名が表示されている。まさに多宗教国家である。

## 融合による歴史的傑作

ジャワ島中部南岸に位置する古都シヨグジャカルタ。「平和の町」を意味し、豊かな自然と長い王朝の歴史を持つこの町を地元の人々は「シヨグジャ」と呼ぶ。シヨグジャが所属するシヨグジャカルタ特別州は伝統的な宮廷文化や歴史的遺産を数多く有することから、1985年に京都府と友好提携した。

この町には2つの世界遺産がある。「ポロブドゥール寺院遺跡群」と「プランバナン寺院遺跡群」。いずれもインドネシアを代表する観光名所で、毎年、世界中から観光客が訪れる。この地は9世紀、北部は仏教王国シャイレンドラ王朝、南部はヒンドゥー教国マタラム朝が統治。両国は王族同士の結婚により縁戚関係にあり、友好的に交流していた。現存する両遺跡、特にプランバナン寺院遺跡群は仏教と

## 「多様性」の先に

ヒンドゥー教が融合した寺院遺跡群で、宗教の違いを超えた「共生」が悠久の歴史からも読み取れる。「JKT48」の成功の要因は、日本式のノウハウを現地にうまく溶け込ませる形で展開したことにあるだろう。ここに、インドネシアの「多様性」に対する考え方があってこそ。つまり、多民族・多言語・多宗教の国家として、「異なるものを自国の文化と融合させ、さらなる発展の原動力にする」との考えである。インドネシアは「多様性」を旨としながら今後ますます国内外での連携を深め、発展していく。そんな思いを強くした。

日本のAKB48の姉妹グループ「JKT48」が首都ジャカルタで活躍している。「総選挙」「握手会」など日本式のアイドル活動を展開、国民的存在になった。同グループは今年1月、北海道函館市の観光大使に任命され、今後、東南アジアで開催する観光イベントなどで函館の魅力をPRする。



シヨグジャカルタの一番の繁華街マリオボ口通り。いつも観光客や地元市民でにぎわう。



インドネシアの日本語学習者数は世界第2位。小学生たちも「こんにちは」と声を掛けてきてくれた。

世界最大級の仏教遺跡「ポロブドゥール」。8～9世紀にかけて建造されるが、王朝の盛衰や火山噴火により、1814年に発見されるまで1000年以上もの長い間、密林の中に埋もれていた。今だ多くの謎が残る遺跡だ。

# 知の泉 滋賀の大学 研究最前線

滋賀大学  
データサイエンス学部

Shiga University  
Faculty of  
Data Science

01

## 「情報を科学するデータサイエンス」 データが持つ 力を解き放つ。

膨大なデータから価値を創造する科学「データサイエンス」が注目されている。IoT／ビッグデータ時代の新知識は、情報を「宝の山」に変えていく。

### データから価値を創造するデータサイエンティスト

近年の情報通信技術や機器の進化によって、大量のデータが生成、集積されるようになった。いわゆる「IoT／ビッグデータ」時代が到来しており、ビジネス界では、集まったデータを生かせるところが優位になりつつある。Amazonなど欧米のネット企業はその代表格で、データを元にしてクライアントに最適化されたサービスは、多くが知るところだろう。「あなたにおすすめの商品」「これを購入した人は、こんな商品も」。レコメンドの裏側では、膨大なデータが解析され、個人ごとの属性に合わせてメッセージが自動で送られるようプログラムされている。日本でもデータをビジネスに生かそうとする動きがあるが、欧米に比べると遅れているのが現状だ。その理由のひとつが人材不足。滋賀大学データサイエンス(DS)学部長の竹村彰通教授は「日本

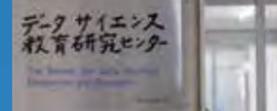
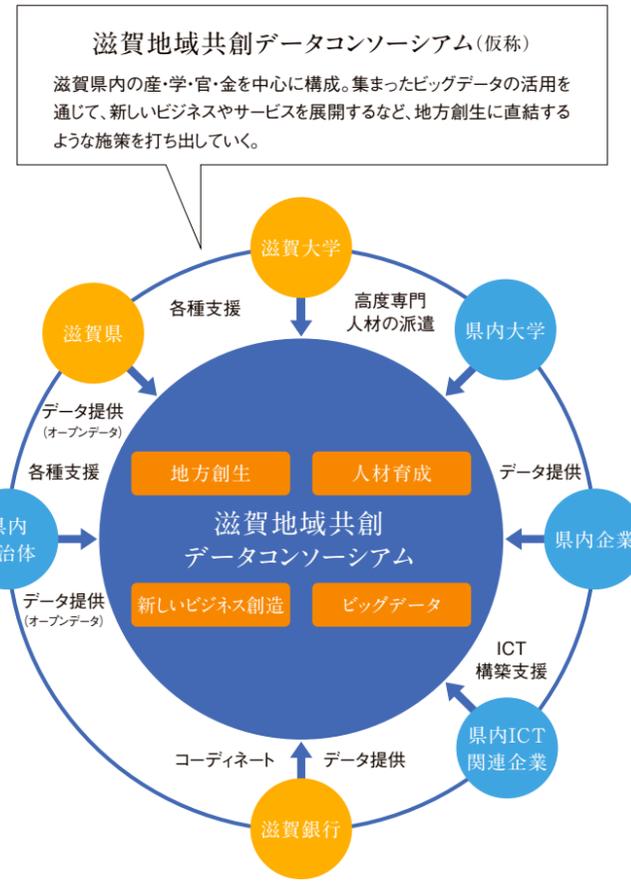
は、データサイエンティストといえる専門家が圧倒的に足りない」と警鐘を鳴らす。あらゆるデータが蓄積されていく今後は、ネット通販に限らず、どの企業、どの分野でもDSの必要性が高まるのは想像に難くない。実際、データを利活用できるデータサイエンティストは、ビジネス界をはじめ、医療、教育、行政などあらゆる領域で求められているという。無秩序に並ぶ膨大なデータ群の中から、隠れた法則性や因果関係を見つけ出すのは容易ではない。裏を返せば、データから独自の知見を引き出すことができれば、新しい価値が生まれる可能性は大きい。

### 地方創生に向けた構想、滋賀をDSのシリコンバレーに

本質的にグローバルな視野を持つDSだが、滋賀県内では、地方創生を目的にDSを利活用する取り組み「滋賀地域共創デー

タコンソーシアム(仮称)の構想が進められている。これは、県内の企業をはじめ大学、自治体、地域金融といったいわゆる産・学・官・金が連携して保有するデータを持ち寄り、滋賀大学DS学部のノウハウ提供を受けながら、地域の課題解決や新たな価値創

造をめざすというもの。「将来的には、滋賀がDSのシリコンバレーと呼ばれるような地域になれば」と竹村教授。コンソーシアムの取り組みを進めることで、若いデータサイエンティストが集まる土壌をつくり、そこからさらに技術革新が生まれる好循環も期待される。



### データサイエンスを学ぶ データサイエンスを冠する日本初の 専門学部が今春、滋賀大学に誕生

2017年4月、データから価値を創造する「データサイエンティスト」の育成を目的とした日本初の専門学部が滋賀大学においてスタートする。データサイエンティストに求められる基本スキルは、高度なデータ処理能力と分析力。入学後はまず統計学や情報学・コンピュータ科学を中心に学ぶ。理系に思われがちだが、行動履歴などのデータから引き出した知見を応用する先は、マーケティングやファイナンス、企業会計、医療、環境、教育など社会的な領域になる。そのため、DS学部は本質的に文理融合の学問で、高校で文系クラスを選択した生徒でも入学は可能。企業や自治体との連携にも力を入れ、ケーススタディ、フィールドワークなど、ビジネス界のニーズを反映した実践教育を多く採用していることも特徴だ。

竹村 彰通 教授 | DS学部長／DS教育研究センター長  
Message from Professor

### この国の未来を切り拓く若きデータサイエンティストを養成します

DSの面白さのひとつはその幅広さにあります。対象とするデータを限定しないのであらゆる領域に応用ができるのです。現在は人の行動履歴が取れるようになったため、DSの活用先は飛躍的に増えました。データサイエンティストの最大の役割は、何よりも集めたデータから新たな価値を生み出すことです。例えば、大学の隣にある彦根城の観光客を増やしたい場合、高速道路の利用状況を調べ、そこから見える滞在時間をもとに「対策を盛り込んだ観光キャンペーンを打つ」といった結果を得るところまで考えます。DSはポテンシャルを秘めた学問です。滋賀大学が先陣を切って、データサイエンティストやその教員を増やし、日本のDS学をリードしていきたいと思えます。

### カリキュラムマップ

基礎科目(必修)		統計手法の スペシャリスト	
<b>統計分野(基礎)</b> 統計の基礎 分析ツールの使い方等	<b>統計分野</b> 高度な統計分析手法に 関する授業		
<b>情報分野(基礎)</b> プログラム、ネットワーク OS関連の基礎等	<b>情報分野</b> 画像分析、AI、モバイル等の 高度な情報関連技術		
<b>応用分野(基礎)</b> プレゼンテーション等の コミュニケーションスキル 様々な分析事例の紹介	<b>応用分野</b> 経済学・経営学等の 基礎知識、各種応用分野の データを用いた演習	分析経験 豊富なデータ コンサルタント	
データ演習			
実データを使った実習など	企業との共同プロジェクト卒業研究		
1年	2年	3年	4年

1学年100名の精鋭データサイエンティストを育成するカリキュラム。統計学と情報学・コンピュータ科学を土台に、実習であらゆる分野のデータを扱う。

〒522-8522  
滋賀県彦根市馬場1丁目1-1

「湖国から世界へ、知の21世紀を切り拓く」をスローガンに、幅広い教養と高度な専門知識やグローバルな視野を養成。2017年4月、日本で初めて統計学を教育・研究の核とする「DS学部」を本部彦根に設置。





本当は大切な

お金の話。

年金や相続対策、保険の見直し、投資信託など、ライフイベントに合わせて知っておきたい資産運用について分かりやすくお伝えします。

# 今話題のiDeCo 会社員・専業主婦： いくらまで拠出できる？

## iDeCoのメリット

あなたはいくらまで拠出できる？

個人型確定拠出年金(以下iDeCo)の主なメリットは3つ。簡単にいうと、「掛け金が全額所得控除されるので所得税や住民税が安くなる」「運用益が非課税である」「60歳以降に受け取る時にも税制優遇措置がある」です。

iDeCoに加入する期間は、長期にわたるケースが多く(例えば30歳から加入すると29年間加入することになります)、こうした税制優遇を利用するかしないかで、いざ老後を迎えた時に大きな差となります。

注意したいことは、掛け金は60歳になるまで引き出せないということ。拠出する掛け金は、60歳まで使わずに済む余裕資金として見積もっておきましょう。

掛け金は50000円から100000円単位で自分で設定できますが、掛け金には上限が決められています。上限額は、自営業・会社員・公務員・主婦(夫)：それぞれの働き方によって異なります(図参照)。

自営業やフリーランスの方は、年間81万6000円(月6万8000円)です(国民年金基金に加入している場合は合算されません)。厚生年金や企業年金がないため、会社員の方よりも上限額が高く設定されています。

図 iDeCoに加入 どのタイプ?	拠出限度額	
自営業 フリーランス (第1号被保険者)	81万6,000円/年 (6万8,000円/月)	
会社員 (第2号被保険者)	勤務先に 企業年金がない方	27万6,000円/年 (2万3,000円/月)
	企業型確定拠出年金に 加入している方	24万円/年 (2万円/月)
	企業年金(確定給付型)に 加入している方	14万4,000円/年 (1万2,000円/月)
	企業年金(確定給付型)と企業型 確定拠出年金に加入している方	14万4,000円/年 (1万2,000円/月)
公務員 (第2号被保険者)	14万4,000円/年 (1万2,000円/月)	
専業主婦(夫) (第3号被保険者)	27万6,000円/年 (2万3,000円/月)	



ファイナンシャルプランナー 社会保険労務士  
井戸美枝

CFP®、社会保険労務士。神戸市生まれ。講演や執筆、テレビ、ラジオ出演などを通じ、生活に身近な経済問題をはじめ、年金・社会保障問題を専門とする。社会保障審議会企業年金部会委員。経済エッセイストとして活動し、人生の神髄はシンプルライフにあると信じる。近著に(株)マネーフォワード協力の「なぜ、お金の貯まる人は「家計簿」を大切にしているのか」(東洋経済新報社)など。

## 企業型確定拠出年金に

### 加入している方は要確認

会社員の方は、勤め先によって異なります。勤め先に企業年金がない方は、年間27万6000円(月2万3000円)。企業年金があり、それが確定給付型(確定給付企業年金や厚生年金基金など)であれば、年間14万4000円(月1万2000円)の掛け金を拠出することができます。

ただし、勤め先が「企業型確定拠出年金」を採用していて、それに加入している方は、規約などによってiDeCoに加入できないこともあります。一度、人事や総務の担当者に確認しましょう。

公務員の方の上限額は、年間14万4000円(月1万2000円)です。

## 専業主婦(夫)の方は

### メリットが少ない…?!

主婦(夫)の方も加入することができます。掛け金の上限額は年間27万6000円(月2万3000円)。ここで注意したいことは、収入がない、もしくは所得税・住民税を支払っていない主婦の方は、メリットのひとつである所得控除を受けることができません。そのため、専業主婦はiDeCoに加入するメリットはな

い、という意見もあります。

ですが、運用益が非課税になるメリットは享受できますし、iDeCoの金融商品は一般の商品と比べて手数料が安く設定されていることも多々あります。

将来受け取る年金を一般よりも有利な条件で積み立てる、と考えれば、主婦の方も加入するメリットは十分あるでしょう。

## 老後の資産づくり

### 積極的に利用しましょう

さて、皆さんの掛け金の上限はいくらでしたでしょうか？会社員の方は「意外に積み立てられないな…」と感じていらっしゃるかもしれません。が、塵も積もれば山となります。

例えば、企業年金のある会社員の方が、年間の掛け金を上限の14万4000円拠出して、25歳から60歳まで35年間加入したとすると、元本だけで約504万円です。仮に年3%の運用益が毎年出た場合、884万円になります(運用益を元本に加えて計算、運用益の組み込みは期初めに設定した場合)。

さらに、ここに所得控除の節税メリットがあります。節税をしながら、これだけのお金を60歳以降受け取れる制度は他にありません。老後の資産づくりに積極的に利用したいところですね。

## iDeCo(イデコ)の申し込みは滋賀銀行へ

詳しくは滋賀銀行確定拠出年金(個人型)プラン説明書をご覧ください。

### 滋賀銀行 確定拠出年金コールセンター

フリーダイヤル



0120-066-401

【受付時間】 月～金/9:00～17:00 (祝日、振替休日及び年末年始の銀行窓口休業日を除く)  
土 日/9:00～17:00

〒151-8790 東京都渋谷区本町一丁目3番4号 初台ダイヤビル5階・MUCC



## 1/ CSR関連の取り組みで各賞を受賞しました

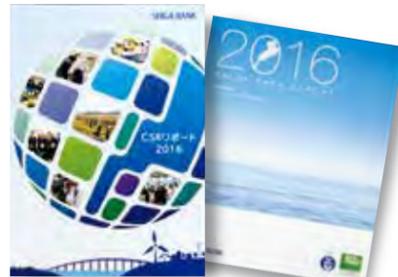


### 「サステナブルファイナンス大賞」で地域金融賞

2014年より取り扱いを開始した「CSR私募債『つながり』」が、「2016年サステナブルファイナンス大賞」(主催:一般社団法人環境金融研究機構)で「地域金融賞」を受賞しました。独自の環境評価による環境格付(PLB格付)を組み込んだ、当行ならではの取り組みが高く評価されました。

### 「環境コミュニケーション大賞」環境報告書部門で優良賞

当行の「統合報告書(ディスクロージャー誌2016)」と「CSRレポート2016」が、「第20回環境コミュニケーション大賞」(主催:環境省、一般財団法人地球・人間環境フォーラム)の環境報告書部門で「優良賞」に選ばれました。16年7月、他の地方銀行に先駆けて発刊した「統合報告書」では、環境等への取り組みを経営の重要課題に位置付け、中長期の経営戦略と統合させて実践し、持続可能な環境・社会の実現をめざす



▲「第20回環境コミュニケーション大賞」優良賞の「CSRレポート2016」(左)と「統合報告書」

◀「しが生物多様性大賞」表彰式(左から三日月大造滋賀県知事、奥博専務)

CSRの方向性や戦略を一元化。一方、「CSRレポート2016」は当行の活動を分かりやすくお伝えできるよう、イラストや写真などを多用して制作。両冊子のバランスが良く、社会的課題解決に向けた「戦略的CSR」への取組内容が優れている、と評価いただきました。

### 「いきものがたり活動」に「しが生物多様性大賞」

当行の「いきものがたり活動」が、2016年度「しが生物多様性大賞」の企業部門で「大賞」に輝きました。琵琶湖の生物多様性保全への取り組みとして、活動をストーリー仕立てにして行っている点や、活動を通じて行員自身が生物多様性保全、琵琶湖の環境保全のために「自分ならどうするか」と自発的に考え、当行主催の活動のみならず各地域活動にまで参加が広まっている点が「支店というネットワークを生かし、地域に根差した課題の解決をサポートしている」と評価されました。

## 2/ 近藤寛子選手、「ロンドンマラソン」に出場!

滋賀銀行陸上部の視覚障がい者マラソン選手・近藤寛子(しがぎんキャッシュサービス株式会社所属)が、4月23日にイギリスで開催される「2017 World Para Athletics Marathon World Cup」(ロンドンマラソン)に日本代表として初めて出場します。リオ・パラリンピックの成績(5位



入賞)以上をめざしますので、皆さま、温かいご声援をよろしくお願いいたします。



しがぎんの最新情報をお届け

## 3/ 「かけはし」の題字を一新しました!

地域総合情報誌「かけはし」の発行にあたり、題字を一新。制作いただいた書師・秀蓮さんよりメッセージをいただきました。

「書師としての心と 自然の力の



photographer 山崎 純敬

結晶を創りたい」

筆を持ち、心に見える光景は、雨上がりの琵琶湖に浮かぶ虹のかけはしでした。私もこの「かけはし」の題字に一人でも希望を感じてほしい…。その思いが筆を動かし、書き終えた瞬間に風が吹くのを感じました。希望を感じてくださると嬉しいです。希望は人の心を動かし、身体を動かすと信じて一。秀蓮

秀蓮/書師。福岡県生まれ。滋賀県在住。6歳より筆を持ち、12歳の時に「秀蓮」の名を授かる。19歳より自問自答。1998年より書師として活動開始。作品は上海日本総領事館「桜」、東福寺「一華院」など。県内外の企業の題字なども手掛けている。www.shu-ren.jp ※6月27日~7月2日 京都「法然院」にて個展を開催予定

## 4/ ニュービジネス奨励金「しがぎん野の花賞」「協賛企業賞」を贈呈

事業性評価を通じた本業支援でビジネスプラン策定をサポート

ニュービジネス奨励金「しがぎん野の花賞」と「協賛企業賞」の最終選考会と贈呈式を2月18日、しがぎん草津ビルで開催しました。

当行では旺盛な起業家精神をサポートするため、2000年より「サタデー起業塾」を開講。受講生の中から特に優秀なニュービジネスへの取り組みを「しがぎん野の花賞」として表彰してきましたが、16年度はそれを一新。滋賀県内の上場企業7社に協賛いた

新規性や実現可能性など「事業性評価」を通じた本業支援の観点から、株式会社リバネス(本社:東京)と協力してエントリー企業を個別にサポート。複数回の選考を経て、最終選考会では8社が自社の製品や商品開発への取り組みなどをプレゼンテーションし、厳正な審査の結果、各賞が決まりました。

受賞企業の取り組みを、各賞の協賛企業とともに今後も支援してまいります。

### 2016年度「しがぎん野の花賞」「協賛企業賞」受賞者一覧(五十音順)

協賛企業賞	受賞者	テーマ
オブテックス賞	株式会社サンキコー(近江八幡市)	見えなかった超高速領域の可視化
三東工業社賞	株式会社SCC(甲賀市)	忍者Sending base in 甲賀
タカラバイオ賞	東近江市地域おこし協力隊 前川真司(東近江市)	東近江ムラサキ 紫縁プロジェクト
フジテック賞	株式会社ナスカ(栗東市)	地域包括ケアをIoTの視点から推進する「ゆいシステム」
平和堂賞	株式会社ドリーム・ジーピー(大阪府)	3Dデータを用いた足から出来る育成年代における障害予防
日本電気硝子賞	株式会社サンキコー(近江八幡市)	見えなかった超高速領域の可視化
メタルアート賞	甲西陸運株式会社(湖南市)	荷主様専用車輛でのバイオ燃料(B100)運行
リバネス賞	高杉昭吾デザイン事務所 高杉昭吾(彦根市)	自信を持って治療を続けるためのデザイン
しがぎん野の花賞	日本アドバンスアグリ株式会社(長浜市)	次世代の農業から「健康と美容」を科学します



ビジネスフォーラム サタデー起業塾