

SHIGAGIN BUSINESS WATCHING

かけはし

5

May 2012

Vol.134

かけはしマネジメント対談

株式会社文教スタヂオ

代表取締役社長 一圓 泰成氏

イチ押し!開発ヒストリー

大湖産業株式会社

丸和繊維工業株式会社

社会とかかわる—企業のCSR活動

今津サンブリッジホテル



CONTENTS

02 ビジネストーク
「広域連携」



03

03 かけはしマネジメント対談
株式会社文教スタジオ
代表取締役社長 一圓 泰成氏

07 イチ押し!開発ストーリー
大湖産業株式会社



07

09 イチ押し!開発ストーリー
丸和繊維工業株式会社

11 社会とかかわる—企業のCSR活動
今津サンブリッジホテル

13 琵琶湖の記憶
行行子。
—今森 洋輔



09

14 しがぎんトピックス
「地域密着型金融」の取り組みで顕彰される
地銀初の中国本土向け人民元建て融資を実現

15 アジア&ワールド
中国で急拡大するオンラインショッピング市場

17 アナリストレポート 県内景気天気図
再び、持ち直しの動き

19 ズームアップ 県内経済情報
欧州債務危機による中国との取引減少を懸念
(県内企業動向調査特別項目)

21 主要経済指標



11



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。

しがぎんビジネスウォッチング「かけはし」は、<http://www.keibun.co.jp/>でもご覧いただけます。*本誌「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。

cover essay



雨森の鯉のぼり (長浜市)

写真・文/寿福 滋

雨森地区に、江戸時代の儒学者・雨森芳洲は生まれた。誠信外交とは「互いに欺かず争わず真実を持って交わることである」と説き、日朝友好の架け橋となった。ここに暮す人たちはその教えをまねづくりに生かし、町をきれいにしていた。そして、町はふるさとを花で飾り美しくしたとして様々な賞を受賞している。薫風の頃、高時川の堤には鯉のぼりが泳ぎ、町は花でいっぱいになり、旅人を心やさしく迎えてくれる。

Profile

1953年、神戸市生まれ。文化財カメラマンを目指して森昭氏に師事。関西を中心に美術・文化財、風景写真を専門に撮影。平成23年度滋賀県文化賞を受賞。

4月1日から、大津商工会議所会頭の大役を務めさせていただくことになりました。慣例により、同時に県下7商工会議所連合会会長もお引き受けすることになります。もとより微力であり、商工会議所活動についても経験不足でございますが、諸先輩が築かれた基盤を受け継ぎ、商工業振興・発展のため全力を尽くす所存でございます。

新年度早々から明るい話題が相次いでいます。4月1日の「新名神高速道路の完全開通を求める会議」で、2003年に凍結された大津―城陽間(25.1km)と八幡―高槻間(10.7km)について前田国土交通相が「今月中にも着工したい」と述べられ、国土交通省から6日に正式に発表されました。

利便性の向上や渋滞の緩和、名神の改修期間の代替道路として、また、災害に対する備えとして、沿線の自治体、住民、経済界の大勢が待望していた事業の再開です。大いに歓迎するところであり、京阪神と東海地区の中間に位置する滋賀の存在を更に高める絶好のステップ台として参りたいと考えます。

4月6日には、11月に京都市内で開催予定の「世界遺産条約採択40周年記念最終会合」

ビジネストーク

「広域連携」

滋賀銀行頭取 大道良夫



(ユネスコ主催)に向け、「記念事業京都実行委員会」が設立されました。同委員会は、世界遺産に指定された17の寺社や城がある京都、宇治、大津の3市長と京都府、滋賀県の両知事、経済界のトップで構成されます。京都市、宇治市など各自治体、団体が力を合わせて京滋地区の世界遺産の魅力を世界に発信したいと夢がふくらみます。

6月には、関西2府4県の商工会議所が連携して、中国の上海、広州で広域観光の誘客プロモーションを実施します。府県を越えて広域観光ツアーの海外誘客事業に取り組むのは初めての試みです。

大津商工会議所では、琵琶湖を前面に打ち出し、湖上遊覧やスキー、温泉が楽しめる豊かな自然、近江牛や鮎ずしなどの地産食品を大いにアピール、中国をはじめとする海外からの観光客誘致に全力を注ぎます。

地域の商工業を振興し、地域を元気にしたいとの願いは、まさに商工会議所も私どもの銀行も同じであり、横に広がる連携により新たな展開ができればと期待しております。

皆さまのご指導、ご支援をよろしくお願ひ申し上げます。

思い出と感動をクリエイトするプロ集団。 さらに上を目指す努力が 全国の人気観光スポットを網羅する。

「人材教育と誰にも負けない努力。それが観光写真事業で国内トップクラスになれた一番の理由だ」と、文教スタチオの一圓泰成社長は話す。全国80カ所の人気観光地、観光スポットを網羅する営業規模に目を見張るが、「営業権取得後、さらに高いサービスオリエンターティの持続が重要。スタッフの誰もが撮影のプロであり、エンターティナーでありクリエイターでなくてはならない」。単なる記念写真ではなく、その一枚から撮影時の感動や興奮が生き生きとよみがえる「思い出創りを目指す。写真表現のプロでもある一圓社長に、写真事業に注ぐロマンをお聞きしよう。

株式会社文教スタチオ

代表取締役社長

一圓 泰成氏 (いちえんたいせい)

1962年生まれ。84年、大阪芸術大学芸術学部写真学科卒業。87年、(株)文教スタチオ入社。取締役、取締役副社長を経て97年に(株)文教スタチオ代表取締役社長に就任。(株)一圓興産代表取締役社長、(株)ビッグバン文教取締役、(株)ガルド文教代表取締役社長を兼務。

(interviewer)
滋賀銀行

取締役頭取 大道 良夫 彦根支店長 大野 恭永

のオープンなどの商機をつかめば仕事量は減りません。絶えずアンテナを張っておくことが肝要です。商機を嗅ぎつけたならミツバチが蜜を求めて移動するように動く。こんな攻めの姿勢を私たちは「ミツバチ商法」と呼んでいます。例えば、彦根城の桜が終われば愛知県にある芝桜の名所へとスタッフを迅速にシフトさせるのも「ミツバチ商法」の一例です。花が咲く場所、場所へ転々と飛びまわる様子はまさにミツバチです。

大道●「ミツバチ商法」は、創業者の一圓泰三会長が唱えられたそうですね。

一圓■私の解釈ですが、父である会長がこれを唱えたのは店にじっと居て来客を待つだけの単商法へのアンチテーゼ(反対の主張)だったのでないでしょうか。昔は写真館に限らず多くの商売がそうだったようですが、父は「これではあかん」と発想を大転換して外へと攻める現在の事業スタイルを苦心して確立しました。このスタイルが街の写真館だった文教スタチオを「企業」へと発展させたと思います。70年の大阪万博へ180人もスタッフを派遣した経験も大きな転機になったようです。世界中から集まった観光客への対応を学ぶ好機となり、その時のスタッフが、その後の文教スタチオ発展の軌道を敷いてくれました。

「思い出創り」が 写真は撮るだけでなく感動を創る

大道●なるほど。生業と事業の違いは外へ攻めるか否かなのですか。

一圓■余談ですが、私は大阪芸術大学で写真を学んだ後、2年間老舗の写真館で修業をしました。その技術力は本当にすごくて鍛えられました。その経験がなければ今の私もなかったでしょう。

大道●今は誰もがデジタルカメラやカメラ機能付き携帯電話を持ち歩く時代です。本格的な一眼レフカメラを持つ観光客も増えているため、観光写真で「プロの価値」を訴えにくい時代ではありませんか？

一圓■ベストポジションで家族やグループ全

員をフレーム中にバランスよく収め、最良の構図露出で撮るにはプロの腕前が必須です。見事な紅葉も携帯電話のカメラ機能では美しく撮れません。「見たままの感動」をフィルムに焼き付けるには奥深いテクニックが求められます。そのためプロの技を当社のフォトスタッフは常に研鑽し続けています。

でも、技術力だけではまだ不十分です。撮影の場をなごませる話術や笑顔、心地よさを感じていただける接客法。そういった総合的な価値を提供すれば、写真を撮るだけでなく、感動や思い出さえも創造できる。私たちはそう考え、フォトスタッフ全員が「思い出創り」を目指して現場に立っています。こんな考え方を「思い出創造研究所」という事業コンセプトに託しました。

街の写真館を企業に変えた 攻めの経営「ミツバチ商法」

大道●伊豆箱根、飛騨高山、黒部峡谷、南紀勝浦、鳥取砂丘、湯布院、石垣島…。全国各地の名高い観光地やテーマパーク等の観光施設80カ所で「思い出写真」を撮影しておられる文教スタチオさん。社名をご存じでない読者の方でも、それらの観光地を訪れた人がアルバムを探せばこちらのスタッフさんに撮ってもらった写真がきっと見つかることでしょう。

一圓■一枚の写真を手取るだけで、私たちはあの日あの時の感動を鮮やかによみがえらせることができます。そんな大切な「人生の記憶」をいかに印象深く、心地よくお客さまへ提供できるかが私どもの永遠のテーマです。

大道●観光地だけでなく1970年の「日本万国博覧会」、90年の「国際花と緑の博覧会」、2005年の「愛・地球博」といった多数のイベントに営業参加されてきたほか、昨年の「江・浅井三姉妹博」など県内のイベントにも毎回参加され、湖国活性化の一翼を担っておられます。ところで最近団体旅行件数が年々減っていますが、影響などは受けていらっしゃいませんか？

一圓■影響は当社も確かに受けています。しかし、高速道路の開通や大型施設

最善の「上」を目指す 「Make Better」

大道●身近な所では彦根城や多賀大社、黒壁ガラス館、琵琶湖汽船のミシガン、嵯峨野トロロコ列車などにも御社スタッフが常駐されていますね。お客さまへ提供される「感動」は場所によって違うのですか？

一圓■ミシガンにはスタッフも乗り込み、食事風景や移りゆく風景のシャッターチャンス逃さずキャッチして、「乗船中の一番楽しかった瞬間」を記録します。トロロコ列車にも同乗しますが、狭い車内で家族全員をフレームに収めるのは苦労します。流れ去る景色を背景に入れて躍動感を演出するなど、特にカメラマンの技術が求められます。当社では喜んで大変なことをする企業文化を追求して「Make Better(もっとよくなれ)」をモットーにしています。お客さまに喜んでいただくため、最善のさらに上を目指す努力を続けています。

大道●創業時から記念写真をその場で持ち帰っていたサービスに努めてこられたそうですね。フィルムの時代には大変だったでしょう。これこそ喜んで大変なことをするという文化のルーツですね。

一圓■当時は撮影すると即座に現像して印画紙に露光し、水洗して乾かしながら写真を売っていたとか。当時の写真館では常



滋賀銀行 取締役頭取
大道 良夫 (だいいちろう・よしお)



写真館として6店舗目「PHOTOSTUDIO BIRTHDAY-ROOM」(横浜)



海遊館の撮影スポット(ジンベエザメのレプリカ)

一圓 ■ 2年間で岐阜、静岡、富山、石川、神奈川の各県に6店舗を展開しました。親御さんの「期待値」がとても高く、それを超えなくてはならない点が難しいですね。できれば、そのお子さんの誕生から成人、結婚までずっとお付き合いしたい。長期間のデータを蓄積して、何かの折に「あの日の姿」をお届けする新事業に挑みたいと考えています。でも、お付き合いが長くなるほどお客さまの期待値は高まるものですから、常に感動してもらうための工夫が必要です。「子ども写真館」では私も現場でシャッターを切っていますが、親御さんが「うわあ綺麗！」と歓声をあげられた瞬間、心にストンと落ちますね。

大道 ● グループ企業の一圓興産さんは、彦根キャッスルホテルの運営やレストラン事業を展開されていますが、献上伊吹そば「つる亀庵」が繁盛していますね。一圓 ■ 「愛地球博」に秋田の比内地鶏の親子丼などのお店を出店し、大成功を収め、その時学んだのが素材の重要性。農家さんと対話し、稀少食材の比内地鶏を育てていってやる苦労話を聞くうちに、厳選した素材を大切に生かしようと思えるようになりました。その後、彦根城築城400年祭を機に、地元のために何かお役に立つことができたいかと社員が「井伊の殿様は蕎麦好きで、伊吹の蕎麦を諸国の大名にふるまっていた」ことを文献で見つけました。地元の素材にこだわり、そば栽培農家さんをお願いして商品化しました。

是 社
誠実 友愛 奉仕

- 一、文教は、親和の心で結ばれ高い人格とすぐれた知能によって運営される。
- 一、文教は、強い責任感を以て各自の職分を達成する。
- 一、文教は、技術の練達と執務の習熟を重んずる。
- 一、文教は、独立の精神を基調とし創意を高める。
- 一、文教は、品位の高い写真をつくり、つねに社会に奉仕することを忘れない。
- 一、文教は、高い社格と美しい社風を誇りとする。ここで働く人が、ここに関係のある人々が幸福になる会社しよう。

大野 ● 一圓興産さんが東京に出店された比内地鶏専門店「日乃本比内や」も人気上昇中ですね。大道 ● 観光を熟知されている一圓社長から滋賀の観光振興への提言をいただけませんか？一圓 ■ 滋賀の観光をさらに高めるには、常に旅行者の期待を超えるサービス力と隠れた素材を掘り起こすことだと思います。体験を通して新たな発見や学習をしていただくなど、旅行者のニーズに合う観光を高められたら、素晴らしい観光マーケットが広がると思います。大道 ● 幅広いサービス業の皆さまにとって示唆に富むお話を聞かせていただきありがとうございました。ありがとうございます。



株式会社文教スタジオ

■ 資本金/2億3,000万円 ■ 従業員数/700名

■ 事業内容/写真撮影・営業写真(婚礼、スタジオ、学校アルバム、商品、建築、料理等) 観光写真(観光地、テーマパーク、遊園地、博覧会、イベント等)

■ 本社所在地/彦根市佐和町6-15

■ URL/http://www.bunkyostudio.co.jp/

Profile

1950年 文教スタジオ創業	2001年 ユニバーサル・スタジオ・ジャパン内の写真営業受託
1956年 大津営業所開設。観光写真始める	2011年 江・浅井三姉妹博に営業参加
1961年 (株)文教スタジオに改組	2012年 東京スカイツリー内の写真営業受託
1970年 日本万国博覧会に営業参加	
1997年 彦根キャッスルホテル創業(運営:(株)一圓興産)	



訪問時に記念撮影。下は背景を合成したもの

「撮りたくなる場」を演出するUSJの営業受託で発想

大道 ● 全国の人気観光地、集客施設になぜ御社が営業網を広げられたのか、その理由が分かったような気がします。御社のような姿勢を継続できる業者はそう多くはないでしょう。一圓 ■ ご指摘の通り、営業権の取得後、さらに高いサービス品質を持続するのは難しいですね。大勢のお客さまと接するうちに

予期せぬトラブルもあります。現場スタッフのモチベーションを維持するのも大変です。時には「業者扱いされて現地の人と馴染むのに時間がかかる場合もあります。岐阜県の白川郷でもそうでしたが、降雪シーズン中、当社スタッフが雪かきボランティアを続けた結果、地元の祭りに招かれるまでに受け入れられるようになりました。大野 ● 外からは見えないそんな「苦労」であるですね。高収益な事業モデルだと思っていました。一圓 ■ 高収益事業と考えて異業種から参入する企業も最近増えてきました。その「社から」記念写真は儲かると思われていたが思いうほど収益があげられない」と相談されたことも。原価率は低いものの人件費をはじめとした間接費が高いビジネスです。なぜ儲かると思われているかが不思議でなりません。大道 ● でも、御社は堅調に事業を拡大されています。御社独自の戦略があるのですか？一圓 ■ 人材教育と誰にも負けない努力の賜物、そう言うほかありません。沖縄のある施設の方から「文教スタジオのスタッフの皆さんの、常に上を目指す姿勢には感服します。その姿をうちの職員にも見せて、学ばせたい」と思って居てもらっているのですよ」という言葉をいただいたことがあります。当社がなぜ多数の施設と契約できているか、収益をあげられるかはこの逸話が物語っている気がします。大野 ● 大阪の海遊館では、かなりの巨費を投じて本格的な撮影スポットを制作されたそうです。大道 ● 撮影スポットは施設側の企画と



写真の加工画面を前に、左から大道頭取、一圓泰成社長、大野支店長

写真の加工画面を前に、左から大道頭取、一圓泰成社長、大野支店長

「子ども写真館」事業で感動を与え続けたい

大道 ● 最近「子ども写真館」事業に注力されていますね。一圓 ■ 1階団体エリアと第1展望台の展望デッキ、ガラス床の3カ所に100人のスタッフを配置して、最大で1日9000件の撮影を見込んでいます。大道 ● 今月開業する「東京スカイツリー」でも営業権を取得されたそうですね。一圓 ■ 1階団体エリアと第1展望台の展望デッキ、ガラス床の3カ所に100人のスタッフを配置して、最大で1日9000件の撮影を見込んでいます。大道 ● 最近「子ども写真館」事業に注力されていますね。

思っていました。撮りたくなる場面の演出を御社で創造されるのは、「想い出創造」の意味が理解できました。観光地や施設の中で、想い出に残る場面創りは、文教スタジオさんならではのですね。一圓 ■ 海遊館など集客力の高い施設で成功しているのは、01年にUSJ(ユニバーサル・スタジオ・ジャパン)からの営業受託が大きな要因になっています。開業準備段階でフロリダ州のUSF(ユニバーサル・スタジオ・フロリダ)まで行き、どこがシャッターチャンスを調べ上げました。USFではカメラマンを配置していない場所でしたが、USJでは、「JAWS」前に吊っていたハンキングJAWSとゲストを撮影して大成功しました。これを機に新しいレプリカ製作を海遊館で始め、現在も水族館や動物園での新規展開を進めています。大道 ● 最近「子ども写真館」事業に注力されていますね。

イチ押し!
開発ヒストリー

大湖産業株式会社

すだれメーカーが窓回りを快適に演出する
超軽量・薄型の木製ブラインド。薄さわずか0.8ミリ
木製なのにこの軽さ

強い陽射しをさえぎり、涼しい風を通す「すだれ」は、昔から日本の住まいで愛用されてきた。大湖産業はこのすだれの製造からスタート。今ではブラインド、カーテン、ロールスクリーンなどすだれ以外の窓回り製品まで手掛ける。

創業以来、大切にしているのは、竹、木、ヨシなどの独特のぬくもりのある自然素材を使うこと。同社のイチ押しである超軽量で薄型の木製ブラインド「レラース」もそのこだわりから誕生した。

従来品の木製ブラインドは重いために上げ下げの負荷が大きく、羽根を全部たたみ上げても厚みがかさばって、窓の多くを占めてしまうという難点があった。30年近く前にブラインドの製造に乗り出し、当時人気であった金属製やプラスチック製には手をつけず、木製だけをつくってきた同社としては、それはどうしても改善したいポイントだった。



羽根の薄さわずか0.8ミリの木製ブラインド「レラース」

木材メーカーと4年をかけた
軽く強い多層構造を開発

レラースの薄さと軽さの秘密は、羽根の構造にある。0.2ミリにまで薄く加工した北海道産のカバ材2枚の間に和紙を挟んで圧着。薄くて

開発されたレラースは羽根の薄さがわずかに0.8ミリ。軽さも従来品の30%程度しかない。

女性や子どもでも軽々と上げ下げでき、たたみ上げたときも従来品よりもずっとコンパクトなので、視界がぐんと広がる。しかも木の使用量を抑えているため、自然環境にもやさしいという。

のを揃えて暮らしたいという方々に支持していただけると思っている」と小寺敏夫社長は話す。

すだれの新用途を提案
居酒屋や新幹線にも広がる

同社の出発点であるすだれの新たな用途の提案や販路の開拓にも取り組んできた。

例えば、今、居酒屋などの多くの店舗で、同社のすだれが間仕切りや装飾品として用いられている。すだれをインテリアとして利用することを建築設計士やデザイナーに提案してきた、同社の営業の成果だ。



インテリアをシンプルに、魅力的に。コードのないブラインド「コードフリー」



JR九州新幹線「つばめ」に採用された桜材の車両用すだれ

鉄道車両のデザインで有名な工業デザイナーの水戸岡鋭治氏に出会ったことも幸運だった。すだれの魅力を知った同氏の力添えもあって、九州新幹線の一部の車両で窓の日よけに同社のすだれが採用された。新幹線とすだれという意外な組み合わせは評判を呼び、和歌山電鐵のいちご電車、富士急行の富士登山電車などでも採用された。各地のローカル線、観光バスなどからの引き合いも相次いでいる。

さらに、海外展開も進めている。ニューヨークに昨年開店した「新感覚和モダン」をテーマとする日本製品の専門ショップ「和技WAZA」を通じてすだれや木製ブラインドの販売を始めた。「日本の繊細な文化に海外からの関心が高まっている。今だから、すだれも受け入れられると思っっている。省エネやエコに対する意識の高まりにも大きなチャンスがあり、伝統的な日本人の住まい方が時代に合わせて新しい形でよみがえる、そんな時代の匂いも感じる。時代のニーズをしっかりと捉え、新しい市場をつくり出すオリジナル製品づくりに挑戦していきたい」と小寺社長。

その言葉を裏付けるように、レラースに続く新製品の販売も開始する。わずらわしいコードを取り払い、片手で簡単に上げ下げできるという日本初の本格的な機構を取り入れたブラインド「コードフリー」だ。すでに国際ホテル、レストラン、ショールームなどの見本市でも大きな反響を呼んでいる。大湖産業はこれからも独創的な商品で市場の活性化に挑み続ける。

地方からの発信に世界が注目する今、
滋賀を押し上げるきっかけとなる製品を
提案していきたい。



代表取締役社長 小寺敏夫氏

大湖産業株式会社 <http://www.big-lake.co.jp>

- Profile
- 本社/滋賀県東近江市種町1736
 - 設立/1971年
 - 資本金/1000万円
 - 従業員数/31名
 - 事業内容/すだれ、ブラインド、スクリーンなどの製造販売

イチ押し!
開発ヒストリー驚きの着心地を実現したニットシャツ。
東京下町が育てた「匠の縫製技術」が息づく。着れば必ず欲しくなる
「INDUSTYLE TOKYO」

着た瞬間、体にフィットする着心地に驚く。生地のだぶつきが一切なく、着た人のシルエットが美しく表現される。

動いてみるとさらに驚く。腕を上下に動かしても裾の位置がほとんど動かず、着崩れすることがないのだ。

体の動きにフィットするニット素材のドレスシャツ。東京都墨田区のニット製品メーカー丸和繊維工業のイチ押し商品「INDUSTYLE TOKYO」(インダスタイル トウキョウ)だ。綿100%など、3種の素材、3種の襟デザインを取り揃えるメンズシャツのほか、レディースシャツもラインナップされている。東京や大阪、名古屋、京都などの百貨店、セレクトショップなどで昨年春から発売され、「試着した人はほぼ全員が買っていく」という。着心地の感動が購買につながっている。丸和繊維工業のある墨田区は江戸情緒を色濃く残す街。昔からニット縫製業の集積地で、

同社も1956年の創業以来、この地とともに歩んできた。現在の基幹事業はアパレルメーカーからの委託でカジュアルウエアやスポーツウエアを縫製するOEM生産が中心だ。

「すみだの街」が育てた東京のニットには匠の技と呼ぶべき縫製技術が数多くある。しかし、近年は海外製品に押されて業界の淘汰が進んでいる。カジュアルウエアの市場は伸びてはいるが、その大半は輸入品が占めているのが現状だ。国内で流通するニット製品のうち日本製は3%ほどにすぎない」と深澤隆夫社長は業界の状況を語る。

卓越したパターン(型紙)技術と縫製技術を持つ同社の業績は堅調だが、OEM中心の事業では、長年磨き上げた技術力を存分に発揮する製品づくりが難しい。品質の良い製品をリーズナブルな価格で世に出すには自社ブランドを立ち上げるほかに考えた。



オンタイム、オフタイム、2つのライフシーンをスタイルアップする「INDUSTYLE TOKYO」

これがINDUSTYLEを生むモチベーションとなったのだが、実は2004年にも同じブランド名でニット生地シャツを手掛けたことがある。布帛製ウエアをニットに置き換えることで潜在需要を掘り起こそう、受注体質から脱しよう、同じ思いを持つ同業者仲間とともに自社ブランド創造に挑んだ。「だが、当時は提案力をアピールすることでOEM受注を増やす意図が大きかった。自社製品を市場に問う思いがまだなかったのかもしれない」。

スペースシャツルで採用された
「動体裁断」のポロシャツ

ところでINDUSTYLEはなぜ体の動きにフィットするのだろうか。製品づくりに、機能系被服デザイナーの中澤愈氏が考案した「動体裁断」を採用していることだ。

中澤氏は快適な着心地を求めらるうちに「筋



山崎直子宇宙飛行士が着用したポロシャツ

肉の動きに常にフィットする皮膚」に着目。解剖学を勉強し皮膚の構造を分析する中から「皮膚の展開図を衣服の型紙に応用する」という手法を確立したという。これが動体裁断の技術だ。既存の立体裁断でも体にフィットする服を作れるが、腕や肩の動きが生地全体に伝わりやすくなる着崩れを起こすため、INDUSTYLEのような着心地は実現できない。フィット感とスムーズな動作を同時に実現できるのは動体裁断だけなのだ。

縁があつて中澤氏と出会った丸和繊維工業は高い縫製技術と優れた技術を伝えたいという思いが一致し、一緒に動体裁断を高度化していくパートナーに選ばれた。タイミンクよく2010年打ち上げのスペースシャツルに搭乗する山崎直子宇宙飛行士の船内服を宇宙航空研究開発機構(JAXA)が公募。深澤社長たちは動体裁断を用いて「無重力下での作業に好適なポロシャツ」を開発、見事に採用された。

「この成功体験によって動体裁断と自社の縫製技術への自信が深まった。今度こそ自社ブランドを世に問うてみよう。その確信が持った」と深澤社長。こうして昨年ついにINDUSTYLEの発売に踏み切った。ブランド名に込めたのは、アパレルメーカー発とは異なるインダストリー(工場)発のウエアであるというこだわりだ。レディスシャツに付く「一針入魂」のロゴマークには、「すみだの街」が育んだ丹念かつ誠実な縫製技術の灯を絶やさないという覚悟を託した。

職人スピリットが息づく逸品として
墨田区が「すみだモダン」に認定

「動体裁断のシャツは型紙が通常より多く、裾などに微妙なカーブラインを多用することから極めて高い縫製技術が求められる。どこでも縫える製品ではない。当社は高齢化が進む業界を憂慮してかねてから若い人材の育成に注力し、新しい技術継承の手法も採り入れてきた。この姿勢が厳しい事業環境の下でOEM生産を支え、新製品INDUSTYLEの開発にも結実した」と深澤社長は胸を張る。

縫合部分を巻き合わせる「巻き縫い」をふんだんに使うなど、よく見ないと見えない手間が随所に凝らされている。フォルムの美しさ、着心地の良さもこの手間から生まれる。まさに日本のものづくり技術を生かした製品だ。

東京スカイツリーの開業を機に地域のものづくり活性化を図る墨田区。すみだらしさを象徴する商品を認証する「すみだモダン」ブランドのひとつにINDUSTYLEが選ばれた。東京下町が育てた職人スピリットが息づく逸品と評価されたのだ。

「ニットの優位性は、接触冷感性(ひんやりした着心地)、蓄熱保温性などさまざまな機能を付加しやすい点。動体裁断の魅力でこれらのプラス要素を重ねていけば大きな潜在需要を掘り起こせるだろう。ニットの可能性を広げたことでニット業界からも期待されている。高品質、高感度の製品をつくり続けたい」。深澤社長は今後の展望を熱く語る。

丸和繊維工業株式会社 <http://www.maruwa-tex-ind.co.jp/> 代表取締役社長 深澤隆夫氏付加価値の高い、日本の「ものづくり技術」を凝らした衣類を世に提供したい。
そんな思いを込めて作る「INDUSTYLE TOKYO」。
驚きの着心地をぜひご体験ください。

Voice

- 本社/東京都墨田区亀沢1-8-6
- 設立/1958年
- 資本金/4,500万円
- 従業員数/56名
- 事業内容/ニット製品の製造販売及びOEM生産(紳士、婦人、スポーツ、ゴルフ、カジュアルウエア)

Profile

社会とかわる 企業のCSR活動 今津サンブリッジホテル

温室効果ガス削減で得た収入を 地域や環境のために活用したい。 合言葉は「人と環境にやさしいホテル」。

「人と環境にやさしいホテル」のコンセプトに基づき地元の特別養護老人ホームへの慰問、高島産食材にこだわった「地産馳走」メニューの展開、エコキャップ運動の旗振りなど、CSR活動に取り組む今津サンブリッジホテルが「第7回滋賀CSR経営大賞」を受賞しました。CSR活動になぜ取り組み、ホテル経営がどう変わったのかを紹介します。



Profile ホテル支配人 永田久弥氏

「高島を育てた先人」へ敬意を払い特別養護老人ホームを慰問

「人と環境にやさしいホテル」というコンセプトを掲げるきっかけは何ですか？

永田 ● 2009年秋から空調や給湯設備の改修を実施し、温室効果ガス排出量を約70%も削減できました。設備改修をまかされた電力会社からの提案でこの成果を「国内クレジット制度（大企業が中小企業の削減を支援する制度）」に申請すると、県内承認の第一号となりました。設備改修の目的はランニングコストの削減。

国内クレジット制度に承認されたことで環境への意識が高まり、「人と環境にやさしいホテルを目指す」というコンセプトに従業員みんなで共有するきっかけになったのです。

以前はそこまで意識が高くなかったのですか？

永田 ● 1994年の開業以来、地元高島市で「地域の皆さんが出会い、心をつなぐ場」でありたいと心掛け、社会貢献への意志も持ち続けてきたのですが、具体的な行動に踏み切れずにいました。しかし承認がきっかけで一歩を踏み出すことができた。国内クレジット制度では削減

したCO₂を売却できるので、その収入で地域や環境のために何か貢献できることはないかと考え始めました。

りに合わせた最高のおもてなし。料理を召し上がるお年寄りの満面の笑みが忘れられません。

高島産食材にこだわった「地産馳走」に取り組む想い

永田 ● 一般職社員を軸にした「コン

セプト委員会」から、「高島を育ててくれた先人への恩返し」をしようとして発案されました。料理長など17人が出向いて「ピワマスのパイ包み焼き」「朽木産牛肉のハンバーグ」など高島の食材を使ったお料理6品とデザート2種をコース料理形式でもてなしました。心掛けたのは一人ひと

先方と何度も打ち合わせするなど入念に準備されたよつです。

永田 ● 咀嚼力や消化力が衰えたお年寄りが対象ということで、一人ひとりの食事のとり方を職員さんから情報収集するのに時間をかけました。一般食、きざみ食、流動食の3種に対応し、折り鶴の箸置きの色で分かるようにその方にあったお料理

を配膳しました。お粥も三分粥や五分粥など、個別に濃さを変え、普段とは別の細やかな配慮が随所に必要でした。苦労はありましたが、通常業務では得られない充実感が参加スタッフ全員の心を満たし、言葉にできない喜びを得られたことが最大の収穫だったと思います。同様の取り組みを今後も年2〜3回続けたいですね。

以前はメニューを決めてから電話で欲しい食材を調達してきましたが、いまは畑をまわって折々に穫れる野菜を確かめ、入手できる食材にあわせてメニューを考えるようになりました。手間は増えましたが、スタッフのやる気はかえって高まっています。同時に地元産の良質な素材と生産者の紹介にも力を入れていきたいと思っています。「地産馳走」のキャッチフレーズのもと、私どもの手で高島の魅力をどんどん発信していきたいですね。

CSRが従業員のやる気を高め収益力向上の結果をもたらした

永田 ● これもコンセプト策定後の意識変化の表れですね。「当ホテルを地場産品の発信拠点にしたい」と考えて無農薬・減農薬野菜をつくる市内の生産者さんと契約し、関わりを大切にしながら食材を仕入れています。

高島周辺の名所・史跡を訪ねる「湖彩倶楽部」、地元の酒造元で銘酒を楽しむ「酒楽会」を催すのも高島ブランド発信のためですか？

永田 ● ペットボトルの使用済みキャップを回収し、NPO法人へ送って途上国向けポリオワクチン購入資金にしてもらうのがエコキャップ運動です。高島市内の企業や学校等に協力を

呼びかけ、当初目標にしていた高島市の人口と同数（5万4千個）を11年3月に達成しました。現在は県人口と同じ140万個を目指しています。回収したキャップを洗うなどの作業も全セクションの従業員が参加しています。

CSRの取り組みでホテル経営に変化はありますか？

永田 ● 「人と環境にやさしいホテル」という姿勢に対し、周りから少しずつ良い評価をいただけるようになり、従業員の意識が大きく変わりました。やり甲斐を得ると人は変わります。実際、業務効率が目に見えて良くなり経営にも良い結果が出ています。気持ちの力はすごいものです。今後も地域の方、従業員と共に活動していきたいと思っています。



綿密な打ち合わせの結果、実現した特別養護老人ホーム「ふじの里」への敬老祝賀会慰問



「地産馳走」の実践には欠かせない契約農家との打ち合わせ



思いをメッセージで表したエコキャップ運動



近江商人の「三方よし」(売り手よし、買い手よし、世間よし)の精神に「環境配慮型経営」「社会貢献型経営」「地域特性型経営」「LOHAS型経営」を融合させた滋賀ならではのCSR経営。このコーナーでは、独自のCSR活動に取り組む企業を紹介します。

今津サンブリッジホテル <http://www.sunbridge-hotel.co.jp/>

- 所在地/高島市今津町今津1689-2
- 従業員/45名
- 開業/1994年
- 概要/客室総数55室、宴会場(和洋3会場)、会議室(大小3会場)、結婚式場(神殿・チャペル)、レストラン(和食・洋食)
- 経営母体/杉橋興産株式会社
- 代表取締役 杉橋和彦

行行子。

文・絵◎今森洋輔

オオヨシキリはウグイスの仲間、4月の後半から8月頃まで日本のほとんどのヨシ原で見ることができ、夏鳥である。夏鳥は繁殖のために南の国から渡って来て、夏を日本で過ごし、繁殖期が過ぎると再び南の国へと帰って行く鳥のことである。毎年、4月下旬になると琵琶湖畔にも東南アジア方面からオオヨシキリたちが渡ってくる。ただし、この時点ではオスの姿しかなく、メスはオスより1〜2週間ほど遅れて渡ってくる。メスの到着が遅い理由はわからないが、ひと足早くヨシ原にたどり着いたオスは「ギョ、ギョ、ギョ、ギョ」と活発にさえずり、まず、ヨシ原に縄張りを確保する。しかし、ヨシ原の面積は限られており、オスの渡来数が増えてくると1羽あたり縄張り面積が狭くなり、場所によってはその範囲が直径30mほどになるそうである。

そんなオスの縄張り事情を知ってか知らずか、後から現れたメスは複数のオスの縄張りを訪れ、品定めをしてから気に入ったパートナーを決めるのである。また、オスはメスに見初められた途端にさえずりが不活発になり、巣づくりをすべてメスに任せてしまふ。そして、メスが巣づくりを終えようとする頃、

オスは独身期のように再び活発にさえずり始め、一部の体力的余裕のあるオスは2羽目のメスを獲得し一夫多妻となることも珍しくないようだ。やがてメスが卵を産み、ヒナが孵化すると、巣づくりに無関心だったオスはメスに協力してエサを運ぶようになる。しかし、この時期、巣内の卵やヒナは、ヘビやイタチに襲われたり、カッコウに托卵されたりとさまざまな危険にさらされ、無事に巣立てるヒナは半数ほどである。

オオヨシキリは昔から身近な鳥で、その存在はよく知られていた。行行子ぎょうぎょうしから先に生まれたかは小林一茶の句で、オオヨシキリは夏の季語として「行行子」の名でしばしば登場する。漢字では大葎おおたし（葎り）切と表すが、その名の通り葎に対する依存度が極めて高い鳥だ。このユニークな鳥のためにもヨシ原がもつと増えることを願うばかりだ。



オオヨシキリ

今森洋輔 ●いまもりようすけ

画家、イラストレーター。1962年、滋賀県大津市に生まれる。幼少より、琵琶湖とその周辺に広がる里山で遊び育つ。87年よりフリーランス、ネイチャー・イラストレーションの分野で活躍。博物画の西洋的伝統と日本の画法を巧みに融合させ、新しい境地を開いた。主な著書に「森のアトリエから」、「琵琶湖の魚」、「琵琶湖の水鳥」、「水草の森」。共著に「むしむしだあれ」、「すきすきどうぶつ」、「琵琶湖里山ふるさと散歩」。成安造形大学非常勤講師。2002年に第49回産経児童出版文化賞推薦、03年に第16回大津市文化奨励賞を受賞。

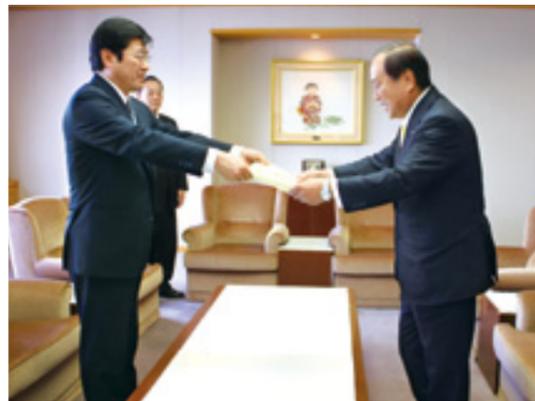
Prize

「地域密着型金融」の取り組みで顕彰される

滋賀銀行の「ネットワークのしがぎん」への取り組みが、平成23年度の優れた「地域密着型金融」の取り組みであるとして、3月12日に近畿財務局から顕彰されました。

当行は、平成22年4月からスタートさせた“第4次長期経営計画”において、「3つのブランド戦略」(①「ネットワークのしがぎん」②「アジアに強いしがぎん」③「CSRのしがぎん」)を掲げ、多面的な“知恵と親切の提供”に努めています。今回顕彰の対象となった「ネットワークのしがぎん」では、お取引先の企業価値向上を目指して、しがぎんネットワーク(店舗網、グループ、商品等)を活用し、“お取引先の成長なくして、当行の成長なし”の気概のも

と、地域経済・地域社会の発展に向け、「ニュービジネスサポート」や「企業再生支援」などに取り組んでいます。



近畿財務局の池田篤彦局長(左)から大道頭取へ顕彰状が贈られました

Topics

地銀初の中国本土向け人民元建て融資を実行

当行香港支店は3月1日、上海草津電機有限公司に人民元建て融資を実行しました。香港から中国本土向けの人民元建て融資は、地方銀行初の取り組みです。

従来、人民元は中国本土のみで流通する規制通貨でしたが、中国経済の発展とともに規制緩和が進み、特に香港は人民元のオフショアマーケット(域外市場)として、取引量が増加しています。

当行では、近畿地銀唯一の海外支店・香港支店の優位性を活用し、多様化する中国現地法人の資金調達を積極的にご支援してまいります。

融資の概要	
取引内容	中国本土向け人民元建て融資
金額	1,000,000人民元(邦貨約1,280万円)
融資先	上海草津電機有限公司 ※草津電機株式会社中国・上海現地法人

※人民元建て融資のご利用にあたっては、中国現地法人の所在地を管轄する当局の認可が必要となります。あわせて、人民元建て決済及び人民元建て融資は、中国当局による試行の段階であり、制度変更等に伴い取引が制約される可能性があります。



契約書を手にする草津電機株式会社の北村嘉英社長(左)と当行の西川常務

中国で急拡大する オンラインショッピング市場

text by 滋賀銀行 上海駐在員事務所長 戸簾 和俊



デジタル製品売場は週末、スマートフォンなどを買い求める人達でにぎわう

インターネット人口が2011年現在5億人で、世界一の中国。その普及率こそ38.3%と、80%にせまる日本やアメリカなどと比較すると大きく下回るものの、今後とも着実に拡大していくことが予想される(図1、図2参照)。所得水準の向上、オンライン決済のインフラ整備等により急激に拡大する中国オンラインショッピングビジネス市場についてレポートする。

中国でネット利用者が急増

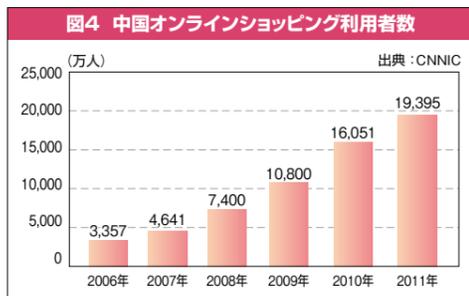
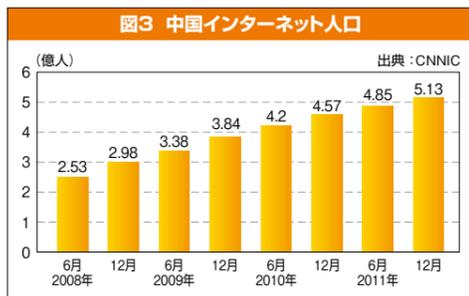
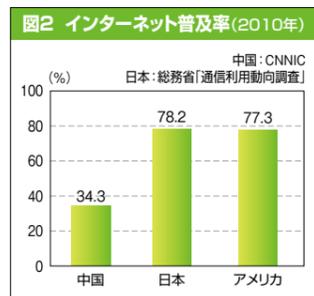
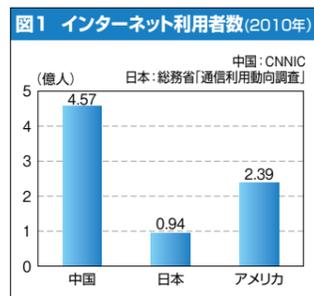
中国インターネット情報センター(CNNIC)の資料によると、中国のインターネット利用者は2011年末で5億1,300万人となった。08年末の2億9,800万人と比較すると、3年間で1.7倍に急増した(図3)。スマートフォンやタブレット携帯、パソコンが街中に溢れ、週末にはアップルの店舗は大勢の人でにぎわっている。インターネットの利用を年代別で見ると、「一人っ子政策」のもとで生まれてきた10代~30代が7割強を占めている。1990年代以降の高度経済成長により所得水準が向上した中国の若者にとって、インターネットは生活の一部となっている。

中国の オンラインショッピング市場

中国のオンラインショッピング利用者は、06年の3,357万人から11年の1億9,395万人へと急激に増加(図4)。また、取引金額も06年の312億元から11年の7,700億元へ急増。この5年間で利用者は6倍、取引額は25倍となった。

中国のオンラインショッピング市場の大半は、「C to C」と呼ばれる一般消費者同士の取引である。その中でも圧倒的なシェアを持つのがアリババグループの「淘宝网(タオバオワン)」である。「淘宝网」のC to Cモデルは出店料や売上手数料が不要で、簡単に开店できる。そのため、事業主が個人で登録して新しい商品を販

売しているケースも多い。最近では「B to C(企業と一般消費者の取引)」市場も成長速度を高めてきており、各企業の市場参入は激化していくと思われる。



オンラインショッピングモール「銀聯在線商城日本館」のホームページ

インターネットのメイン利用者である「80后、90后」と呼ばれる20代~30代の若い世代が就職、結婚をする中、共稼ぎが当たり前の中国では、時間に縛られず買い物ができるオンラインショッピングが広く浸透している。また、中国のネット通販大手「京东商城」は北京地下鉄内のコンビニで商品の受け取りを可能にするなど、利便性の向上により裾野は一層広がっていくだろう。

オンラインショッピング ビジネスの留意点

中国でオンラインショッピングのビジネスを行う場合、次の4パターンでの参入が考えられる。参入する難易度が高い順に、①自社のEC(電子商取引)モールを開設、運営②自社サイトを開設し、自社製品をネットで販売③タオバオなど他社のECモールに开店し、自社製品を販売④日本から中国の他社のECモールを利用して自社製品を販売、となる。

中国のオンラインショッピング市場は日系

企業にとっても魅力ある市場だが、日本でのオンラインショッピングビジネスとは異なるリスクがあり、市場に参入する際にルールを十分理解しておく必要がある。前述の販売チャネルごとに異なる行政部門が管理しており、ICP(Internet Content Provider: 中国語サイトの管理制度)ライセンスの取得でも、中国商務部や中国工業情報部などへの許可申請が必要かどうかは異なる。また、申請地域によって規制や必要書類が異なるケースや、偽物やコピー商品対策、代金決済・物流・通関・コールセンターなど各種機能の整備、中国の輸入制限・禁止品目等についても事前確認が必要だ。

「銀聯在線商城日本館」 ~当行が出店をサポート~

当行は昨年9月から、お取引先の中国での販路開拓のため、中国銀聯グループが運営するB to Cオンラインショッピングモール「銀聯在線商城」内に設けられた日本商品専用のショッピングサイトへの出店サポートを行っています(写真参照)。中国に販売拠点を設けることなく、日本に居ながらにして中国市場へ参入するツールとして注目されています。

日中両国の自治体間交流 ~滋賀県と湖南省の取り組み~

今年は「日中国交正常化40周年記念事業」による交流拡大が展開される年である。今回は、滋賀県と中国湖南省の交流について紹介する。

滋賀県は1983年3月25日、琵琶湖の遊覧船「ミシガン」の船上で中国湖南省と友好県省協定を締結した。その後、両県省は経済、教育、農業、文化交流等を定期的に行ってきた。滋賀県と滋賀経済産業協会は、友好交流で培われた知名度と信頼関係を生かし、2010年より「湖南省商談ミッション」を開催している。

今年3月22日、滋賀県と湖南省政府による「湖南省商談ミッション」の事前協議会が省都・長沙市で開催された。その中で湖南省政府より、「滋賀県企業の環境保護技術を積極的に誘致したい」という要望が出た。湖南省は中国政府より両型社会(環境友好型・資源節約型)のモデル地域に選ばれており、環境保護政策に重点を置いている。特に湖南省最大の川「湘江」の浄化政策に力を入れており、滋賀県企業の高水準な環境保護技術(廃水等の浄化技術)を取り入れ、持続可能な社会づくりの実現を目指している。

環境関連産業は、中小企業にとって大きなビジネスチャンスとなることが期待される一方、大企業に比べて資本力・情報力がないため、販路・市場開拓で大きな壁がある。そのため、行政のサポートによるビジネスマッチングは、販路拡充を望む中小企業にとって重要な機会である。今回の事前協議会でお互いのニーズを把握でき、今年も一層活発な商談会が期待できる。

(しがぎんアジア月報4月号より 武漢研修生 西尾)



湖南省工商業連合会との面談会

再び、持ち直しの動き

(安曇川上流/大津市)

しがぎん経済文化センター 志賀 文昭

県内景気天気図



国内景気の動向

現状 鉱工業生産指数の推移から県内製造業の生産活動の現状をみると、水準は「繊維」や「食料品」「その他」などで低いものの、引き続き堅調な「精密機械」や「窯業・土石」「化学」に加え「一般機械」などで高く、前月に比べ「金属製品」や「一般機械」「精密機械」などで上昇しているため、全体的に持ち直しの動きがみられる。

需要面をみると、民間非居住用建築着工床面積のみ民間設備投資の動向はサービス業用が堅調に推移しているものの、鉱工業用と商業用が低水準かつ大幅マイナスとなり、また、貸家の新設住宅着工戸数が再び大幅マイナスとなるなど、一部の投資関連項目で伸び悩んでいる。しかし、普通・小型乗用車や大型・小型四輪トラック、軽乗用車の新車登録・販売台

数が引き続き前年比大幅のプラスで推移していることに加え、大型店売上高が微増とはいえず7か月ぶりのプラスとなり、また、持家と分譲住宅の着工戸数が大幅に増加し、公共工事の請負件数、金額ともに前月に続きプラスとなるなど、堅調な動きがみられるようになってきた。ただ、このような状況の中で雇用情勢は、有効求人倍率が10か月連続で全国レベルを下回るなど、改善の足取りは依然鈍い。

これらの状況をまとめると、県内景気の現状は、今までの総じて厳しい状況から再び持ち直しの動きがみられる。

今後の動向 県内製造業の生産活動は、中国の景気減速による海外需要の低迷などの懸念材料はあるものの、エコカー補助金により好調な自動車関連需要、スマートフォンやタブレット端末といった情報端末機器関連需要、東日本大震災の復興需要などの国内需要拡大により、全

体に回復の動きが出てくるものと考えられる。

また、個人消費では、将来の増税に備えた節約志向の一層の強まりなどから、消費マインドの低迷は続くものの、スマートフォンなどの情報端末機器に加え、エコカー補助金の効果がみられる乗用車、省エネ、節電機能の家電機器や日用品などが堅調に推移するとみられるため、概して底堅く推移するものと思われる。また、民間設備や住宅着工などの投資関連では、円高や株安による企業業績の悪化、景気の先行き不透明感などから、弱含みではあるものの、省エネや新エネ対応の部分では前向きな動きがみられよう。

したがって、今後の県内景気は全体的に力不足ではあるものの、回復に向けた底堅い動きが出てくるものと考えられる。

「鉱工業生産指数」は、前月に続きプラス

2012年1月の県内製造業の生産状況は、鉱工業生産指数(2005年=100)の「原指数」が89.5、前年同月比-4.5%と、5か月連続のマイナスとなっているものの、「季節調整済指数」は104.4、前月比+5.1%で、大幅のプラスとなった。この結果、鉱工業全体の季調済指数の3か月移動平均値(2011年12月)は101.0、前月比+2.0%で、前月に続きプラスで推移している。

業種別(中分類)に1月の季調済指数をみると、水準が高いのは「一般機械」や「精密機械」「窯業・土石」「化学」などで、逆に「繊維」や「その他」などは低い。また、前月に比べると、「金属製品」や「一般機械」「精密機械」「その他」などは上昇したが、「化学」や「食料品」などは低下した。

鉱工業生産指数の3か月移動平均値の推移(季節調整済値、2005年=100)



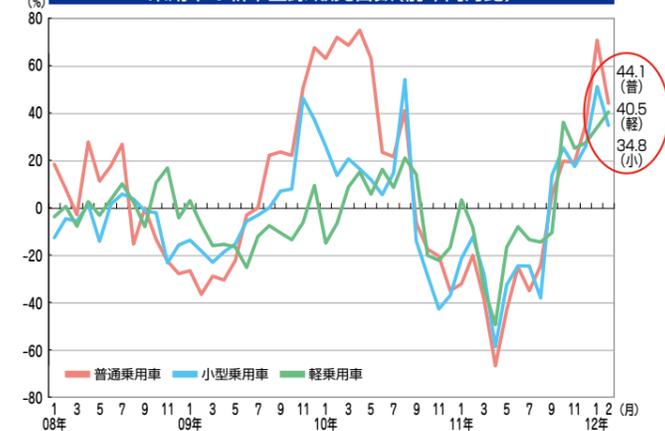
「乗用車新車登録台数」は、6か月連続の大幅プラス

2月の「大型店売上高(全店ベース=店舗調整前、対象店舗数は昨年から92店舗に対し今年91店舗)」は前年同月比+0.1%で7か月ぶりのプラスとなった。品目別では、「身の回り品」(同-3.7%)が26か月連続、「家庭用品」(同-7.0%)が11か月連続でともに前年を下回り、「家電機器」は7か月連続かつ大幅のマイナス(同-17.5%)、「衣料品」全体も前月に続き前年を下回った(同-3.5%)ものの、ウエイトの高い「飲食品」は19か月連続のプラス(同+1.4%)、寝装具類などの「その他の衣料品」は12か月連続のプラス(同+2.3%)となっている。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高も全体では7か月ぶりのプラスとなった(同+0.3%)。

2月の「乗用車新車登録台数(登録ナンバー別)」は、「普通乗用車(3ナンバー車)」(1,956台、同+44.1%)、「小型乗

用車(5ナンバー車)」(1,921台、+34.8%)ともに伸び率は二ケタのプラスで、2車種合計では6か月連続の大幅プラスとなっている(3,877台、同+39.4%)。「軽乗用車」も5か月連続の大幅プラスとなり、回復傾向がみられる(2,433台、同+40.5%)。これらの動きは、エコカー補助金が後押ししているためとみられる。

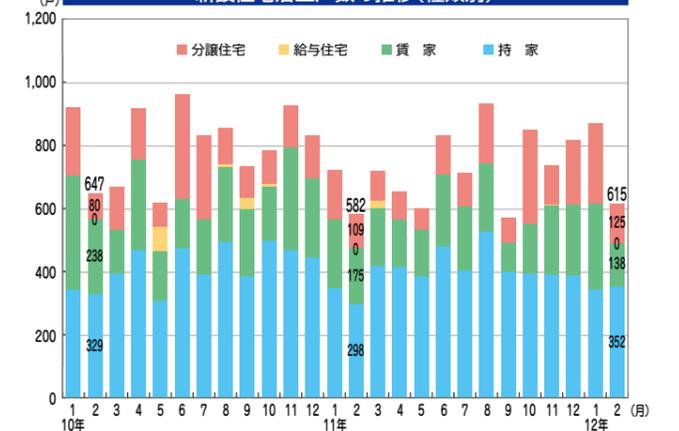
乗用車の新車登録・販売台数(前年同月比)



「新設住宅着工戸数」は、前月に続きプラス

2月の「新設住宅着工戸数」は615戸、前年同月比+5.7%で、前月に続きプラスとなった。種類別でみると、「貸家」は138戸、同-21.1%で、再び大幅マイナスとなったものの、「持家」は352戸、同+18.1%で、5か月ぶりのプラス、「分譲住宅」も125戸、同+14.7%で、3か月連続の大幅プラスとなった。分譲住宅の内訳をみると、「一戸建て」(75戸、前年差+12戸)、「分譲マンション」(50戸、同+14戸)ともに前年を上回った。

新設住宅着工戸数の推移(種類別)



欧州債務危機による中国との取引減少を懸念

Text by しがぎん経済文化センター 三宅 大吾

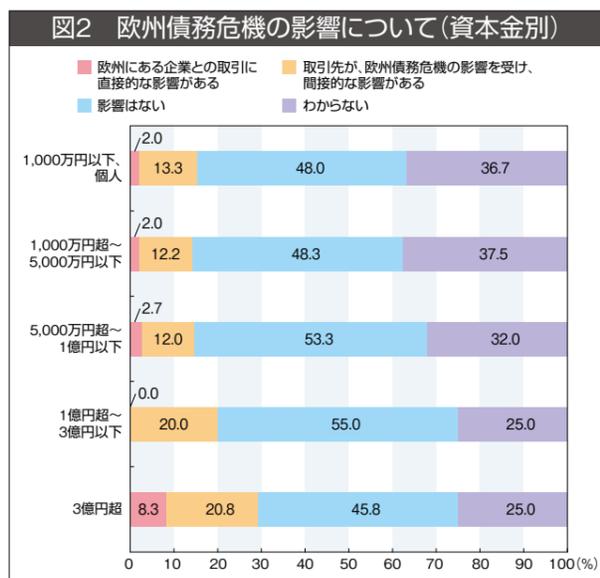
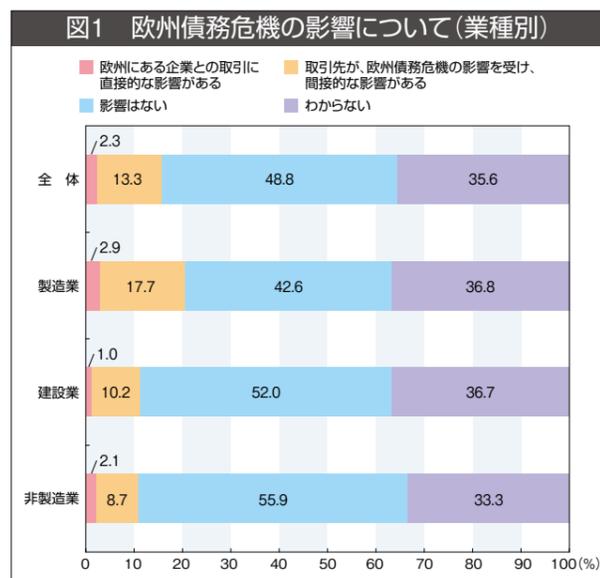
ユーロ圏の財政危機に端を発した欧州債務危機によって、景気の減速が懸念されている。また、欧州債務危機だけでなく、企業経営に影響があると思われる問題が多くみられる。それらの問題による経営環境の変化は、県内企業にも影響を及ぼしていると考えられる。そこで、2月の「県内企業動向調査」(調査対象先:1,000社、有効回答数:603社、有効回答率:60%)の中で、欧州債務危機などによる経営環境変化の影響について特別アンケートを行った。

欧州債務危機の影響について… 製造業では約2割の企業で影響あり

『欧州債務危機の影響』について尋ねたところ(図1)、「欧州にある企業との取引に直接的な影響がある」(以下、「直接的な影響がある」)が2.3%、「取引先が、欧州債務危機の影響を受け、間接的な影響がある」(以下、「間接的な影響がある」)が13.3%となり、15.6%の企業(「直接的な影響がある」と「間接的な影響がある」の合計)が何らかの影響を受けていることがわかった。また、「影響はない」とした回答が48.8%と最も多かったものの、「わからない」とした回答が35.6%あることから、今後、影響が出てくることも懸念される。

業種別にみると(図1)、製造業では「直接的な影響がある」が2.9%、「間接的な影響がある」が17.7%となり、約2割(20.6%)の企業で何らかの影響を受けていることがわかった。建設業では「直接的な影響がある」が1.0%、「間接的な影響がある」が10.2%となり、「影響はない」が52.0%、「わからない」が36.7%となった。非製造業では「直接的な影響がある」が2.1%、「間接的な影響がある」が8.7%となり、10.8%の企業で何らかの影響を受けていることがわかった。また、「影響はない」とした回答が55.9%と最も多かったものの、「わからない」とした回答が33.3%あることから、今後、影響が出てくることも懸念される。

業種別にみると(図1)、製造業では「直接的な影響がある」が2.9%、「間接的な影響がある」が17.7%となり、約2割(20.6%)の企業で何らかの影響を受けていることがわかった。建設業では「直接的な影響がある」が1.0%、「間接的な影響がある」が10.2%となり、「影響はない」が52.0%、「わからない」が36.7%となった。非製造業では「直接的な影響がある」が2.1%、「間接的な影響がある」が8.7%となり、10.8%の企業で何らかの影響を受けていることがわかった。また、「影響はない」とした回答が55.9%と最も多かったものの、「わからない」とした回答が33.3%あることから、今後、影響が出てくることも懸念される。



が2.1%、「間接的な影響がある」が8.7%となり、「影響はない」が55.9%、「わからない」が33.3%となった。

何らかの影響を受けている企業(「直接的な影響がある」と「間接的な影響がある」の合計)を資本金別にみると(図2)、1,000万円以下、個人では15.3%(順に2.0%、13.3%)、1,000万円超～5,000万円以下では14.2%(順に2.0%、12.2%)、5,000万円超～1億円以下では14.7%(順に2.7%、12.0%)となった。資本金1億円超の企業をみると、1億円超～3億円以下では20.0%(順に0.0%、20.0%)、3億円超では29.1%(順に8.3%、20.8%)と急増した。これは、大手企業ほど海外との取引が多く、影響が大きくなったものと思われる。

欧州債務危機の影響の 具体的内容について… 中国向け輸出の減少など、 中国との取引に影響あり

影響があったとした企業に、「その影響は具体的にどのようなものか」と尋ねたと

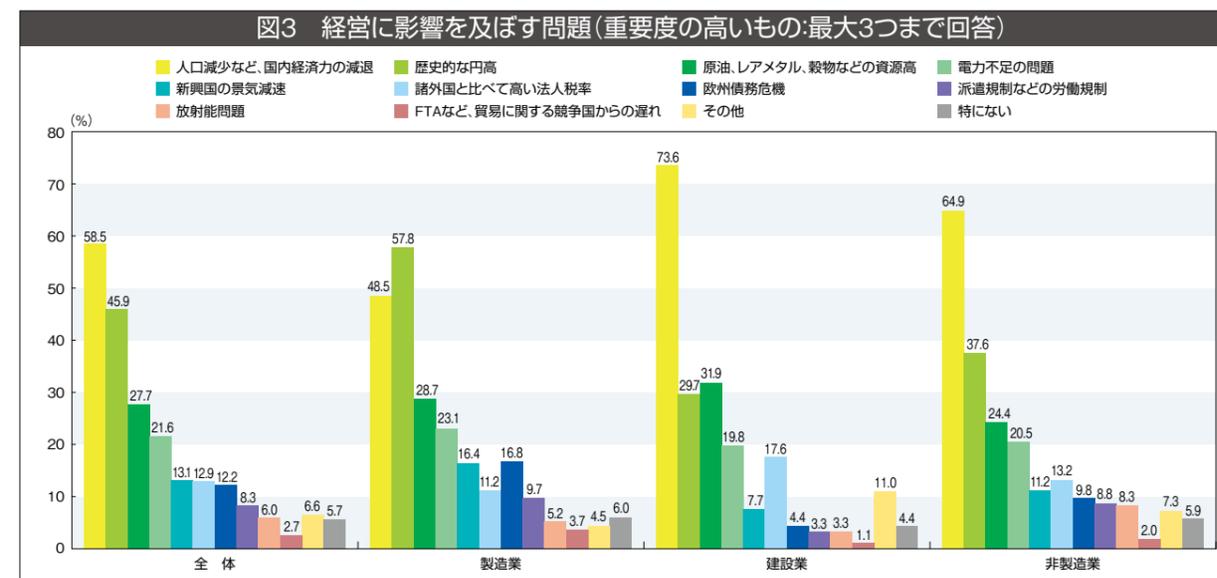
ころ、「直接的な影響」では欧州企業への輸出の減少、ユーロ安による差損などの回答が多くみられた。また、欧州からの商品が輸入しやすくなったとした企業も一部ではみられた。「間接的な影響」では、中国向け輸出の減少など、中国との取引が減少しているとした回答が多く、その他、中国景気の減速感から販売価格の下落、消費マインドの冷え込みなどを懸念する回答も多くみられた。

経営に影響を及ぼす 重要度の高い問題について… 「人口減少など、 国内経済力の減退」を懸念

欧州債務危機だけでなく、企業経営に影響があると思われる問題が多くみられるなか、「経営に影響を及ぼす重要度の高い問題はなにか」(最大3つまで回答)と尋ねたところ(図3)、「人口減少など、国内経済力の減退」が58.5%と最も多く、次いで「歴史的な円高」が45.9%、「原油、レアメタル、穀物などの資源高」が27.7%と続いた。「人口減少など、国内経済力の減退」が58.5%と最も多く、次いで「歴史的な円高」が45.9%、「原油、レアメタル、穀物などの資源高」が27.7%と続いた。

業種別にみると(図3)、製造業では「歴史的な円高」が57.8%と最も多く、他の業種を大きく上回った。次いで「人口減少など、国内経済力の減退」が48.5%、「原油、レアメタル、穀物などの資源高」が28.7%と続いた。「欧州債務危機」とした回答も16.8%と全業種で最も多くなり、円高の影響も含め、県内製造業の海外取引の影響の強さがうかがえる。また、「電力不足の問題」が23.1%と、他の業種より高くなったのは特徴的である。建設業では「人口減少など、国内経済力の減退」が73.6%と最も多く、次いで「原油、レアメタル、穀物などの資源高」が31.9%、「歴史的な円高」が29.7%と続いた。非製造業では「人口減少など、国内経済力の減退」が64.9%と最も多く、次いで「歴史的な円高」が37.6%、「原油、レアメタル、穀物などの資源高」が24.4%と続いた。

今後も企業経営を取り巻く環境は、引き続き厳しさが予想される。特に、重要度が高いとした問題については、今後の動向に引き続き注意が必要である。



滋賀県主要経済指標

数字で見る滋賀県経済

項目 年月	鉱工業指数(2005年=100)						消費者物価指数 (大津市、2010年=100) (生鮮食品を除く総合)			大津市勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)				大型小売店販売額		
	生産		出荷		製品在庫		指数		前年比		可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	指数	前月比	前年比	円	前年比	円	前年比	前年比	前年比
2009年度(年)	※88.3	-	※▲15.7	-	※▲17.8	-	※▲12.5	※101.5	-	※▲0.8	※391,992	※▲8.7	※362,080	※7.6	※▲1.6	※▲7.4
2010年度(年)	※101.3	-	※14.7	-	※12.7	-	※▲10.7	※100.0	-	※▲1.5	※382,263	※▲2.5	※295,747	※▲18.3	※▲2.2	※▲3.4
2011年度(年)	※103.0	-	※1.7	-	※0.5	-	※22.0	※99.3	-	※▲0.7	※329,558	※▲13.8	※279,021	※▲5.7	※▲0.3	※▲1.4
2011. 2	108.4	▲1.8	9.2	▲3.2	5.9	2.1	▲5.4	98.9	▲0.3	▲1.2	363,999	6.5	270,738	▲10.9	2.9	▲0.3
3	103.4	▲4.6	6.7	▲7.5	1.1	6.5	1.9	99.6	0.7	▲0.5	328,441	7.1	376,274	13.4	1.2	▲2.0
4	101.5	▲1.8	0.0	1.0	▲2.4	▲3.1	▲3.2	99.9	0.3	▲0.3	299,632	▲7.4	331,263	18.5	▲0.0	▲2.6
5	107.1	5.5	8.9	5.7	8.3	1.1	▲5.3	99.9	0.0	▲0.5	216,407	▲23.2	270,226	0.5	▲0.8	▲2.7
6	107.3	0.2	6.8	5.0	8.1	3.2	▲4.3	99.3	▲0.6	▲1.1	317,680	▲38.6	227,758	▲2.9	0.9	▲0.9
7	102.8	▲4.2	▲1.2	▲4.2	▲0.8	4.0	7.7	99.1	▲0.2	▲0.9	363,142	▲4.8	261,047	9.2	4.7	3.4
8	104.9	2.0	3.8	▲1.3	1.6	9.3	22.0	99.3	0.2	▲0.6	282,341	▲9.8	261,871	▲21.0	▲0.1	▲1.4
9	96.7	▲7.8	▲7.4	▲6.8	▲6.0	▲2.6	21.8	99.2	▲0.1	▲0.7	277,797	▲8.0	238,249	▲13.1	▲1.8	▲3.2
10	98.4	1.8	▲0.9	0.9	▲1.5	▲0.6	23.4	99.4	0.2	▲0.4	299,920	▲10.7	225,240	▲26.7	▲0.8	1.9
11	99.4	1.0	▲5.9	0.9	▲8.0	1.3	25.2	99.1	▲0.3	▲0.3	274,239	▲20.4	231,339	▲19.4	▲2.0	▲2.8
12	99.3	▲0.1	▲8.0	4.0	▲6.9	▲3.2	22.0	98.8	▲0.3	▲0.6	581,341	▲27.8	348,249	3.0	▲0.5	▲0.9
2012. 1	P104.4	P5.1	P▲4.5	P6.3	P1.3	P▲1.4	P17.0	98.8	0.0	▲0.3	279,473	▲20.1	248,406	▲18.8	▲1.4	▲1.8
2								99.0	0.2	0.1	323,279	▲11.2	227,399	▲16.0	P0.1	P0.3

資料出所 滋賀県統計課 滋賀県統計課 総務省 経済産業省

全国主要経済指標

数字で見る日本経済

項目 年月	鉱工業指数(2005年=100)						消費者物価指数 (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)				大型小売店販売額		
	生産		出荷		製品在庫		指数		前年比		可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	指数	前月比	前年比	円	前年比	円	前年比	前年比	前年比
2009年度(年)	※81.1	-	※▲21.9	-	※▲21.3	-	※▲14.6	※101.0	-	※▲1.3	※427,912	※▲3.4	※319,060	※▲1.8	※▲5.6	※▲7.0
2010年度(年)	※94.4	-	※16.4	-	※16.7	-	※3.8	※100.0	-	※▲1.0	※429,967	※0.5	※318,315	※▲0.2	※▲2.1	※▲2.6
2011年度(年)	※92.2	-	※▲2.3	-	※▲3.5	-	※▲3.8	※99.8	-	※▲0.3	※420,500	※▲2.2	※308,826	※▲3.0	※▲0.9	※▲1.8
2011. 2	98.5	▲1.1	9.4	▲1.9	9.4	▲0.9	9.4	99.4	0.0	▲0.8	396,810	1.5	283,611	▲0.6	▲1.1	0.5
3	92.5	▲16.2	9.4	▲14.5	9.4	▲11.9	9.4	99.7	0.4	▲0.7	351,258	▲3.1	314,117	▲10.9	▲6.5	▲7.4
4	94.5	▲2.4	9.4	▲12.7	9.4	▲16.0	9.4	100.0	0.3	▲0.2	375,329	▲2.3	324,744	▲2.1	▲0.9	▲1.9
5	98.4	5.5	8.9	5.7	8.3	1.1	▲5.3	99.9	0.0	▲0.5	216,407	▲23.2	270,226	0.5	▲0.8	▲2.7
6	107.3	0.2	6.8	5.0	8.1	3.2	▲4.3	99.3	▲0.6	▲1.1	317,680	▲38.6	227,758	▲2.9	0.9	▲0.9
7	102.8	▲4.2	▲1.2	▲4.2	▲0.8	4.0	7.7	99.1	▲0.2	▲0.9	363,142	▲4.8	261,047	9.2	4.7	3.4
8	104.9	2.0	3.8	▲1.3	1.6	9.3	22.0	99.3	0.2	▲0.6	282,341	▲9.8	261,871	▲21.0	▲0.1	▲1.4
9	96.7	▲7.8	▲7.4	▲6.8	▲6.0	▲2.6	21.8	99.2	▲0.1	▲0.7	277,797	▲8.0	238,249	▲13.1	▲1.8	▲3.2
10	98.4	1.8	▲0.9	0.9	▲1.5	▲0.6	23.4	99.4	0.2	▲0.4	299,920	▲10.7	225,240	▲26.7	▲0.8	1.9
11	99.4	1.0	▲5.9	0.9	▲8.0	1.3	25.2	99.1	▲0.3	▲0.3	274,239	▲20.4	231,339	▲19.4	▲2.0	▲2.8
12	99.3	▲0.1	▲8.0	4.0	▲6.9	▲3.2	22.0	98.8	▲0.3	▲0.6	581,341	▲27.8	348,249	3.0	▲0.5	▲0.9
2012. 1	95.9	▲0.9	9.4	▲1.6	9.4	▲1.1	9.4	99.3	▲0.2	▲0.1	355,793	1.5	309,483	▲2.6	▲0.1	▲1.2
2	94.4	▲1.6	1.5	0.3	1.5	▲0.5	1.0	99.5	0.2	0.1	405,588	2.2	292,949	3.3	P1.2	P0.2

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 建築物床面積 (3業用計)(注)③		新設住宅着工				公共工事請負金額		求人倍率 (含パート、季調済)		雇用保険 受給者数(人)		
	台	前年比	m	前年比	戸	前年比	持家	貸家	分譲	百万円	前年比	新規	有効	人	前年比
	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
2009年度(年)	※33,911	※▲1.7	※542,409	※▲36.9	※9,771	※▲33.4	※▲18.7	※▲42.5	※▲54.4	104,316	▲14.3	0.76	0.38	11,573	70.9
2010年度(年)	※37,306	※▲10.0	※407,340	※▲24.9	※9,688	※▲0.8	※7.0	※▲24.4	※58.0	94,252	▲9.6	0.94	0.54	7,602	▲34.3
2011年度(年)	※30,368	※▲18.6	※486,440	※19.4	※8,726	※▲9.9	※▲3.1	※▲17.9	※▲11.6	-	-	-	-	-	-
2011. 2	2,782	▲16.3	21,668	▲2.3	582	▲10.0	▲9.4	▲26.5	36.3	3,413	▲35.9	0.96	0.60	6,504	▲25.4
3	3,354	▲33.5	32,640	28.6	718	7.5	6.1	33.8	▲30.9	8,648	▲36.8	1.01	0.61	6,471	▲23.8
4	1,099	▲62.9	44,709	48.5	655	▲28.5	▲11.5	▲47.4	▲44.7	10,398	▲9.6	0.98	0.62	6,600	▲20.8
5	1,574	▲38.2	31,741	56.1	601	▲2.9	24.7	▲6.3	▲11.8	11,954	23.0	0.97	0.60	7,144	▲13.9
6	2,517	▲24.8	34,903	34.9	831	▲13.6	1.3	44.9	▲62.8	6,887	▲24.4	0.97	0.61	7,556	▲11.6
7	2,701	▲29.8	38,564	1.8	714	▲14.1	2.8	17.7	▲60.0	7,814	▲8.9	0.96	0.60	7,584	▲10.4
8	2,415	▲31.8	76,014	20.4	932	9.1	6.7	▲8.5	63.5	8,133	▲17.9	0.98	0.62	7,771	▲8.5
9	3,588	9.5	27,458	▲1.1	570	▲22.2	4.7	▲57.4	▲22.2	11,686	16.8	1.01	0.61	7,202	▲9.3
10	2,992	22.5	34,784	▲51.2	847	8.2	▲20.7	▲8.8	185.6	8,353	▲8.1	0.86	0.59	6,955	▲5.7
11	2,923	18.4	34,879	▲0.7	736	▲20.5	▲16.6	▲32.3	▲5.3	10,591	74.7	0.97	0.60	6,804	▲6.4
12	2,534	30.8	88,808	450.9	817	▲1.6	▲13.2	▲8.8	50.4	4,438	▲12.9	1.04	0.61	6,431	▲6.4
2012. 1	3,031	60.5	26,849	32.4	870	20.3	▲0.3	25.1	60.5	5,897	89.2	1.00	0.63	6,671	0.2
2	3,877	39.4	20,253	▲6.5	615	5.7	18.1	▲21.1	14.7	4,469	30.9	1.06	0.65	6,590	1.3

資料出所 (社)自販連 国土交通省 西日本建設業保証 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	戸	前年比	持家	貸家	分譲	億円	前年比	倍	倍	%	
	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	倍	倍	%	
2009年度(年)	※2,635	※▲5.7	▲20.4	▲15.3	※34,433	※▲30.1	※788,410	※▲27.9	※▲10.6	※▲30.8	※▲43.7	123,776	4.9	0.79	0.45	75.2	
2010年度(年)	※2,928	※▲11.1	9.1	▲2.6	※36,515	※▲6.0	※813,116	※3.1	※7.2	※▲7.3	※19.6	112,827	▲8.8	0.93	0.56	5.0	
2011年度(年)	※2,386	※▲18.5	-	-	※38,513	※▲5.5	※834,127	※2.6	※0.1	※▲4.1	※16.2	-	-	-	-	-	
2011. 2	226	▲16.0	11.5	21.8	2,565	▲7.9	62,252	10.1	6.0	▲3.8	44.2	6,034	4.2	1.01	0.61	74.6	
3	243	▲39.6	9.1	▲1.4	3,304	▲3.1	63,419	▲2.4	4.0	▲9.5	4.6	12,942	▲3.5	0.96	0.62	4.7	
4	97	▲51.5	▲0.2	33.5	3,452	24.4	66,757	0.3	0.2	▲9.3	12.4	11,797	▲11.2	0.97	0.62	4.7	
5	128	▲38.2	10.5	20.2	3,223	15.4	63,726	6.4	▲2.9	▲5.0	42.9	6,355	▲14.1	1.01	0.62	4.6	
6	202	▲23.8	17.9	13.1	3,825	20.1	72,687	5.8	▲2.6	4.6	21.6	9,984	▲3.4	1.02	0.63	4.6	
7	215	▲30.0	4.0	12.0	3,621	4.3	83,398	21.2	19.1	18.5	33.2	9,597	▲15.9	1.07	0.65	4.6	
8	188	▲29.6	2.1	5.7	3,595	11.6	81,986	14.0	6.9	9.8	31.2	9,536	3.5	1.07	0		

『しがぎん』エコビジネスフォーラム2012 サタデー起業塾

グリーン&ライフ イノベーション
～ジャパンブランド(環境技術・文化)の創造～

Green&Life Innovation

平成24年 6月23日～平成25年 2月16日 (年5回土曜日開催)

- 第1回 平成24年 6月23日 ☎ 14:00～18:00 ●会場 しがぎん草津ビル
- 第2回 平成24年 7月28日 ☎ 14:00～17:00 ●会場 しがぎん草津ビル
- 第3回 平成24年 9月 1日 ☎ 14:00～17:00 ●会場 コラボしが21
- 第4回 平成24年11月17日 ☎ 14:00～17:00 ●会場 しがぎん草津ビル
- 第5回 平成25年 2月16日 ☎ 14:00～18:00 ●会場 しがぎん草津ビル

年会費：一般/20,000円 学生/10,000円

定員：100名 ※定員になり次第、締め切らせていただきます。

主催：滋賀銀行「野の花応援団」事務局

お問い合わせ：滋賀銀行 営業統轄部ビジネスサポート室

TEL.077-523-4831 (平日9:00～17:00)

FAX.077-523-4850

『しがぎん』ホームページでもご覧いただけます。

<http://www.shigagin.com>