

かけはし

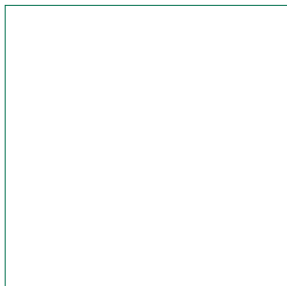
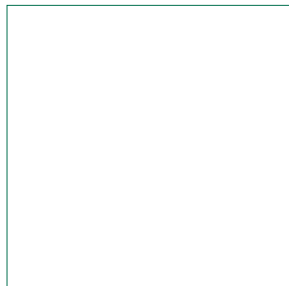
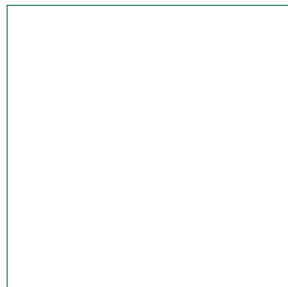
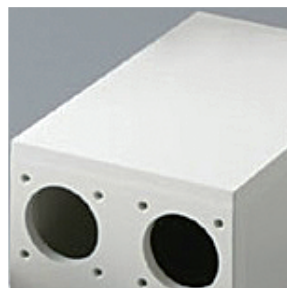
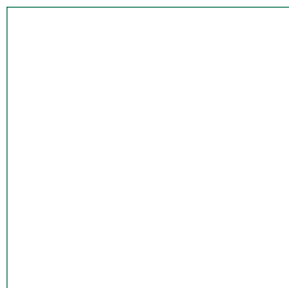
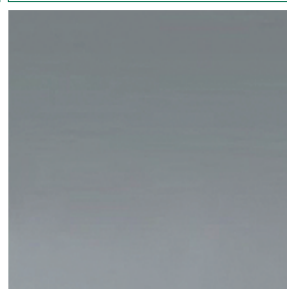
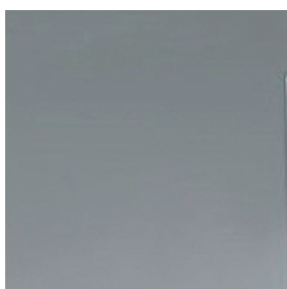
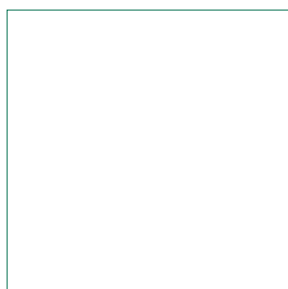
12

December

2015 vol.177

かけはしマネジメント対談

日本シーエムアイ株式会社



企業・強みの研究

ナルックス株式会社

企業・強みの研究

奥伊吹観光株式会社

地域が変わる—地域活性化の現場

東近江【あいとうふくしモール】

- 02 **ビジネストーク**
「ムーンショット」
- 03 **かけはしマネジメント対談**
日本シーエムアイ株式会社
代表取締役会長 鈴木 藤雄氏
- 07 **企業・強みの研究**
ナルックス株式会社
- 09 **企業・強みの研究**
奥伊吹観光株式会社
- 11 **地域が変わる—地域活性化の現場**
東近江
あいとうふくしモール
- 14 **アジア&ワールド**
「メイド・イン・ジャパン」は国境を越える
～対中ビジネスを支える中国個人消費～
- 16 **アナリストレポート 県内景気天気図**
回復に向けた動きが続いているが、
中国経済の動向が懸念材料
- 18 **ズームアップ 県内経済情報**
県内のインバウンドは劇的に増加
個人消費のけん引役となるか
(訪日外国人数増加にみる個人消費関連指標)
- 20 **主要経済指標**
- 21 **イチ押し! pick up**
前出産業株式会社
蓄熱式薪ストーブ「Mark」シリーズ
- 21 **しがぎんトピックス**
全国の地方銀行で初めて
「UCDAアワード2015(最優秀賞)」を受賞
- 22 **着眼大局**
「フィンテック」(Fintech)
常務取締役本店営業部長 十二里 和彦
- 22 **県内データあれこれ**
2014年工業統計調査(速報)



03



07



09



11



21

「環境金融」で低炭素社会へ



滋賀銀行は、環境省認定の「エコ・ファースト企業」として、「環境経営」に取り組んでいます。



当行は、気候変動キャンペーン「Fun to Share」に賛同しています。

本誌「かけはし」は、<http://www.keibun.co.jp/>でもご覧いただけます。
※「かけはし」の名称は、(株)しがぎん経済文化センターが商標登録しています。
本誌掲載の記事、写真、イラスト等の無断複写(コピー)・複製(転載)を禁じます。

ビジネストーク

「ムーンショット」

頭取 大道 良夫

人口減少社会の到来、第4次産業革命の進展など、私たちを取り巻く社会が激しく変化しつつあるこの時代に、地図なき道を切り開くにはどうすべきなのか、そのヒントを探るべく一冊の本を手にしました。グーグル人事担当上級副社長、ラズロ・ボック氏著『ワーク・ルールズ!』(東洋経済新報社)です。

彼はマッキンゼーからGE勤務を経て、2006年、グーグルに入社しました。当時の従業員数は6000人。現在の6万人に増えていく過程でグーグルの人事システムを設計し、進化した責任者です。世界的な経済誌『フォーチュン』は、グーグルを「最も働きたい会社」に繰り返し選定しています。

そのグーグルの人事制度を設計してきた著者が、採用、業績評価、報酬、人材育成、組織運営などについて、豊富な事例を挙げて説明しています。ITの最先端をいく巨大企業から、私どもが参考にできるやり方があるのだろうか、正直、半信半疑で読み始めました。確かに、規模が小さく、十分な利益が確保できていない企業にはまねのできないこともたくさんあります。しかし、企業理念を貫く姿勢や、チームのパフォーマンスと個々のモチベーションを高める手法などは、企業規模や業種の違いを超えてなるほど!と感じるところ大でした。

一部をご紹介しますと、グーグルの創業者、ラリーとセルゲイは、社員が有意義な仕事に取り組む会社、情熱のおもむくままに活動する会社、社員とその家族を大切に扱う会社を作る、との強い信

念をもち、社員が創業者のように振る舞う余地を意識して設けています。そして、自らが「さあ、創業者のように行動しよう」と社員に呼びかけています。

また、グーグルには、その文化を定義する3つの要素があります。社会的使命を果たす「ミッション」、社員があらゆる情報を共有する「透明性」、会社の経営方針に対する「発言権」です。この3つの文化的礎石が難題に対する議論と明瞭な戦略を生み出す、と述べています。さらには、「私たちは日々新しい状況に直面するたびに価値観を試される。自分たちの価値観に忠実であり続け、試練に直面しても適切な振る舞いをとれるかどうかだ」と。

また「ムーンショット」の哲学は刺激的です。「困難だが壮大な挑戦」を意味し、控えめな目標で成功するより、壮大な挑戦で失敗したほうが多くのことを達成できる、としています。そして、不安や失敗に直面しても自分の原則に忠実であり続けること、その一方で「仕事を楽しもう!」と社員に語りかけ、自分たちが働きたいと思う職場づくりを常に進化させている、まさに世界最高の職場だと思いました。

最後に、ボック氏が述べています。「そこで働く人たちにとって、仕事は目的を達成する手段ではなくなり、充足感や幸福をもたらす源になるかもしれない。1日が終わるときにみなぎるエネルギーを感じ、自分が成し遂げたことを誇りに思えるかもしれない。それもまたうれしいではないか」

心に残る言葉であり、少しでも近づきたい、と思った次第です。

日本シーエムアイ株式会社

代表取締役会長

鈴木 藤雄氏

▶ interviewer

頭取 大道 良夫

栗東支店長 大嶋 英寿

熟達の技で洗浄装置を造りあげ 半導体がもたらす未来をかたちづくる。

多様な樹脂素材を巧みに扱い、熟達した機械加工と組立溶接の技を駆使して半導体洗浄装置を造りあげる。日本シーエムアイ株式会社は、半導体がつくる豊かな現代社会を支えている。



日本シーエムアイ株式会社 代表取締役会長
鈴木 藤雄(すずき・ふじお)氏

1943年静岡県生まれ。67年、東京都立大森高等学校卒業。同年、吉松商会入社。72年、鈴木商会を創業。79年、日本シーエムアイ株式会社を設立して代表取締役に就任。2011年、代表取締役会長に就任する。

精密機械加工でパーツを造り クリーンルームで緻密に組み立てる

大道●日本シーエムアイさんの工場をご案内いただきました。最初に見せていただいた資材倉庫には、ポリ塩化ビニルやポリプロピレン、ポリカーボネート、PET(ポリエチレンテレフタレート)といったさまざまな樹脂が板状になって整然とストックされていました。こ

れらの樹脂板材がどのように加工されて、どんな製品になっていくのか、鈴木藤雄会長からご紹介いただきます。

鈴木■樹脂板材は、長尺物から小物加工まで幅広い切削加工ニーズに対応できるように工場へ持ち込まれます。この工場にはマシニングセンターや複合ルーターをはじめ、多数のNC(数値制御式)加工設備を設置して、板材の切断

やホゾづくり、溝切り、穴開けなどの加工を行います。

大道●金属加工の工場ではおなじみの光景ですが、プラスチック加工ではあまり見かけませんね。板材はパーツへ加工されているようですが、最終的にどんなものになるのですか？

鈴木■切削加工の工程を経たパーツは、次工程で溶接した後、工場内にあるクリーンルームに集められ、半導体の製造に使われる半導体洗浄装置へと組み立てられていきます。

大道●なるほど。現在、日本シーエムアイさんの受注の多くを占めているのが、大手半導体製造装置メーカー向けのお仕事だとお聞かしています。

鈴木■はい、その中でも当社は特に洗浄装置関連を得意としています。

耐薬品性が不可欠の洗浄工程には プラスチックパーツが欠かせない

大道●ところで、創業されたきっかけは何だったのですか？

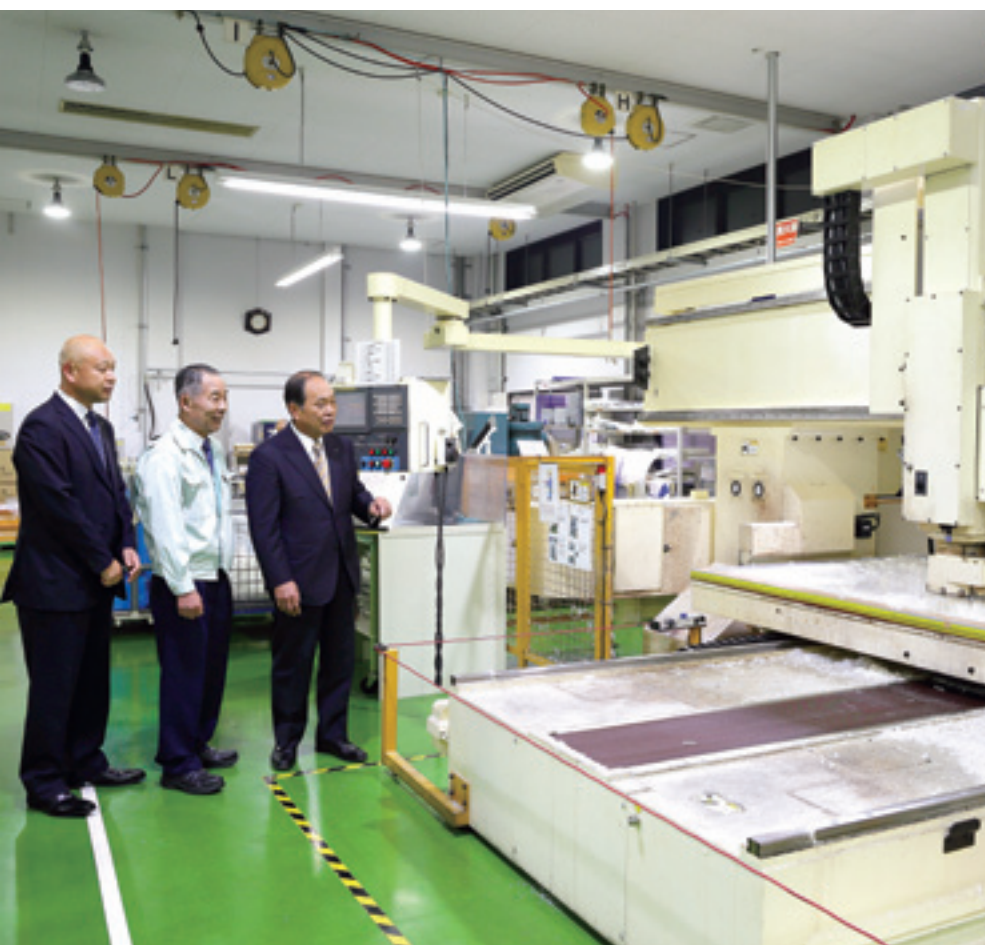
鈴木■私は最初、輪転印刷機に使う亜鉛版用のエッチング装置のメーカーに勤めていました。そこで学んだ金属腐食作用を扱う技術を、当時の成長分野だったプリント基板に生かそうと思い、起業しました。以来、エッチング装置やレジスト

剥離装置等の設計図作成や樹脂部品の製作も手掛け、当社の礎を築きました。

大道●プリント基板分野はある時代までの御社の成長エンジンとなり、そこで培われたプラスチック加工と装置組立の技を時代と共に高度化させながら、現在の洗浄装置につながってこられたのですね。さまざまな装置が求められる半導体分野の中で、なぜ洗浄装置に注力されたのですか？

鈴木■半導体は微細なちりやほりが入ると回路形成に支障をきたすので、成膜後のウエハーから汚れを落とす洗浄工程は大変重要なものです。例えば、枚葉処理という方式ではチャンバー(容器)内に1枚ずつウエハーを納めて洗いますが、塩酸や硫酸、リン酸などの薬剤を用いるため、中枢機構であるチャンバーやその周辺部品に金属素材を使用すると腐食に耐えられません。したがって、洗浄装置だけは当社のような樹脂加工技術で造るプラスチックパーツが不可欠なのです。もし金属で造るとなると、耐薬品コーティングを施さねばならないなど、材料コストがかさみます。

大道●なるほど。資材倉庫に多様な樹脂の板材をそろえておられるのも、さまざまな洗浄条件に応じて使い分けるためなのですね。



樹脂を高精度に切削するNC加工機の前で、右から大道頭取、鈴木藤雄会長、大嶋支店長



精密機械加工の製品群

個人の到達度を明示し 「自ら育つ意欲」を刺激する

鈴木■ご指摘の通りです。切削加工時に多様な樹脂材料を自在に扱えることは私たちの自慢です。ただ、半導体のパターン形成の微細化が急速に進んでいる現在、どんな薬剤で洗浄するかは世界中の半導体メーカーにとってトップシークレットに属するノウハウになっています。私たちの立場で洗浄する薬剤を想定しながら、プラスチック素材を選ぶ場合も増えています。樹脂材料に関する最新の情報を収集することも重要な要素の一つです。

大嶋●金属よりも熱による変化（熱変性）が大きい樹脂を機械加工することは、かなり高いテクニックが要求されるのでしうね。

鈴木■樹脂材料の熱膨張や歪みを抑えるには、さまざまな工夫が欠かせません。ゲージを当てながら慎重に寸法出しをする、加工時の熱変性をあらかじめ見込んでおくなど、私たちが蓄えてきたプラスチック加工の経験とノウハウが存分に発揮されます。

大道●板材を曲げ加工して製作されたウエハー容器を拝見しました。微妙な曲線を用いた形状に、最初はブロック材か



クラス1万を確保しているクリーンルーム

方で、太陽電池製造工程向け洗浄装置など半導体分野以外のフィールドも広げようと考えているところです。最近、二次電池に使うセパレーターの生産関連の問い合わせも増えています。

ポジティブシンキングを育む 「きょう、明日、そして、未来」

大道●2001年、自動車部品等を手掛ける岐阜の企業やカナダの樹脂材料商社と合同で、中国蘇州市に「新億星電子科技有限公司」を設立。03年には同じく蘇州市に「蘇州希密埃電子科技有限

公司」を開設されました。設立の目的を教えてください。

鈴木■3社で設立した「新億星」は、中国進出した世界の半導体メーカー向けの製品を共同で造るのを目的としましたが、その後の情勢変化で方向転換し、現地企

らの削り出し加工品かと思ったほどです。あのような曲げ加工の技や、アクリル樹脂のような透明感を塩ビに与える鏡面仕上げの加工技術を多くお持ちです。高い技能を持つ人材をどのように育てておられるのですか？

鈴木■毎年の仕事始めに、各セクションで1年間の品質目標を設定してもらっています。その品質目標は、会社全体に「ものづくり品質」の意識や意欲の向上を促します。また、一人ひとりの技術レベルを明確にした「スキルマップ」を製造現場に掲げて個人の技能の到達ぶりを視覚化し、「自ら育つ意欲」を高めるツールとしています。自分が今どんなレベルかが客観的に分かると、次の目標が見えやすくなります。いくつかの社内ライセンス制度を設けていることも、技能者の成長意欲を刺激するのに役立ちます。その一例が、液漏れを防ぎたい箇所や特に強度を要する箇所などに行う溶接です。洗浄装置の製作工程の中でも高い技能が求められるため、社内で設けた基準をクリアできた人だけしか作業ができません。

大道●チャンバー内の配管も社内ライセンスをお持ちの方しかできないそうですね。

業向け製品の製造を中心に稼働しています。「蘇州希密埃」は、半導体の機能をテストする「プローブカード」という接続治具の製作拠点として設立しました。どちらも当社の重要な現地法人に育っています。

大道●11年には、米国のラミネーションズ社と日本総代理店契約を結ばれました。鈴木■ラミネーションズ社が製造するECTFEという耐薬品性と強度に優れたフッ素樹脂は高価ですが、とても魅力的です。当社で使用するだけでなく、高品質の素材を求める幅広いユーザーに提供したいこうと考えています。

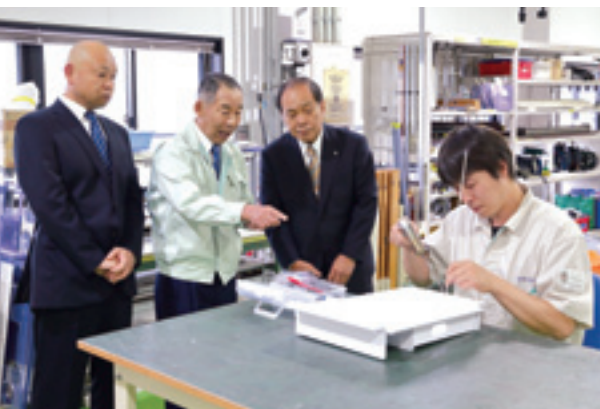
大道●御社は「きょう、明日、そして、未来」の社是を掲げておられます。鈴木会長はこの社是にどんな思いを託されているのですか？

鈴木■過去にとらわれず、どんな場合でも希望を持つて前へ進もう。そんなポジ

回路形成の微細化が進み さらに増す洗浄装置の役割

鈴木■洗浄装置の場合、組立工程に求められる最優先の要件はリーク（液漏れ）ゼロです。薬剤の流路となるチューブ配管の不備で液漏れが発生すれば、装置全体に影響を及ぼします。そこで、溶接と同様に社内ライセンス取得者にしか配管加工ができない体制をとって万全を期しています。

大嶋●薬剤供給用チューブの曲げ加工にも、御社ならではの技術力があるようですね。



材料に合わせた溶接技術で、ひずみのない組付け溶接・溶着を実現する

ティブシンキングを全社員で共有したいと考えて掲げました。想念は人の行動を変え、未来を変えます。だから、思い通りに運ばない時でもクヨクヨせず、明るい明日を信じれば、必ず道は開けると信じます。話はそれますが、東京から関西にやって来た時、滋賀に根づいた近江商人の「三方よし」を知って、感銘を受けました。ビジネスの世界でよく使われる「Win-Win」という言葉がありますが、そこには「世間よし」の視点がありません。奥深い「三方よし」を企業理念に掲げようかと考えたこともありましたが、

大道●そのような思いが強いからこそ、地域を支援する当行のCSR私募債「つながり」にお申し込みいただいたのですね。半導体産業を支えられる御社のさらなるご活躍を祈念いたします。本日はありがとうございました。

社 是

きょう、明日、そして、未来

会 社 概 要

日本シーエムアイ株式会社

- 資本金/1,000万円
- 従業員数/58名
- 事業内容/各種樹脂加工部品製造(精密機械加工・溶接・溶着)、各種樹脂配管製造、PFAチューブ折り曲げ加工、各種樹脂ユニットの製造・調整・設置
- 本社所在地/湖南省西寺2-2-10
- URL/http://www.nippon-cmi.co.jp/

▶ 沿 革

1972年	鈴木商会創業
1979年	日本シーエムアイ株式会社を設立
1998年	石部工場開設
1999年	ISO9001(1994年版)認証取得
2001年	中国蘇州市に新億星電子科技有限公司を設立
2003年	ISO9001(2000年版)認証取得 中国蘇州市に蘇州希密埃電子科技有限公司を設立
2010年	ISO9001(2008年版)認証取得
2011年	米国ラミネーションズ社と工業用フッ素樹脂材料の日本総代理店契約締結



高度な設計力とナノ精度の成形技術で「極限」を追求し光学デバイスを生み出す。

ナルックス株式会社



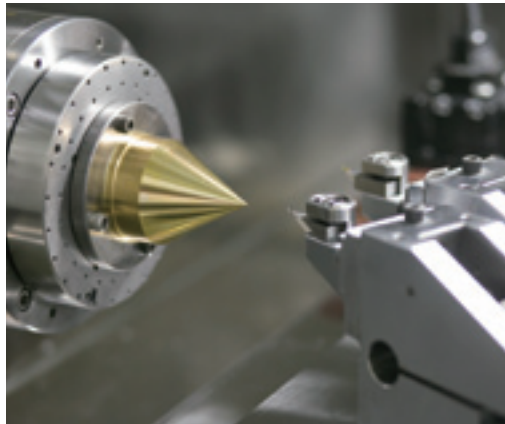
ナノレベルで制御された自由曲面で光学性能を向上させ、部品点数の削減などを図ったfθレンズ

レーザープリンターやブルーレイディスクをはじめ光と情報を扱う幅広い用途で活躍

「光を巧みに操る精密部品」を高度な設計力とナノメートル（100万分の1mm）精度のプラスチック成形技術を駆使し、多様な製品を生み出すナルックス株式会社。「光学デバイス」と呼ばれる同社の製品は、身近なところでは携帯電話用カメラやデジタルカメラのファインダー等に搭載されるなど、多様な分野で活躍している。

代表的な製品の一つにレーザープリンターの印字などで使われるfθ（エフシータ）レンズがある。印刷位置を定めたり、画像の大きさを素早く簡単に計算する機能を持ち、高精細な画像形成を支えている。

ブルーレイディスクやDVDの情報



レンズ成形用金型の加工に用いる超精密加工機

読み取る光ピックアップ（データの記録や再生を行うレーザー光源および受光部）でも、回折格子と呼ばれる同社のデバイスが活躍。これがディスクドライブの「揺らぎ」を数ミクロン単位で補正することでクリアな映像が楽しめるのだ。液晶パネルのバックライトの光を均質に拡散させるデバイスも同社の主力商

品だ。バラツキのない均一照度の実現にはかなり高い技術力が必要という。そのほか、自動車用照明や天文台の望遠鏡など、さまざまな製品にナルックスの光学デバイスが搭載されている。

デジタル映像処理技術など

要素開発分野にも積極的に挑戦

こういった既存技術向けの量産品だけでなく、半導体産業や医療に革新をもたらすとされるレーザー、100万分の1秒の驚異的なシャッタースピードを持つ超高速カメラ、ゲーム等の動作をCG（コンピュータグラフィックス）に取り込むモーションキャプチャー技術といった特殊な用途のための、要素開発を伴う先端デバイスも積極的に開発。「極限に挑む案件も増え続けていて、光学設計力にさらに磨きをかけられると喜んでいる」。こう話す北川清一郎社長は根っからの技術者だ。

ナルックスは複数のガラスレンズを組み合わせていたレーザープリンター向けfθレンズを1枚のプラスチック成形品に置き換えることに成功しているが、北川社長や設計部門が3次元ナノ任意形状表現式という難解な理論を使って設計公式を組み立てた結果であり、光学デバイスの設計と製造には高度な学術的見識が求められることがわかる。

シーズ発信型企業へ転換するため「視野の広い設計人材」を育成

ナルックスの前身、北川化工株式会社時代の1960年代からアクリル樹脂の射出成形で拡大鏡を生産。金型加工技術やNC工作機を駆使するCAM（コンピュータ支援生産）技術を蓄積しながら、撮影系レンズや測距系・測光系などのカメラ向け部品を主軸に据えて成長の道を歩んできた。

しかし、90年代になるとカメラ部品の製造が海外へ流出。北川社長は強い危機感を感じ、メーカーからもらった設計図通りに作っていた体質から、高い光学設計力を身につけ、特許取得を推進し、シーズ発信型企業へと転換を図った。「そのために重視したのが優秀な設計人材の育成。応用物理専攻等の学生を積極的に採用したり、最先端の光学を学ばせるため米アリゾナ大学へ社員を7年間留学させるなど、あらゆる努力を惜しまな

かった」と北川社長は話す。

設計人材をある程度確保できた段階で打った次の手が組織の変革だった。研究開発・製造技術といった既存組織とは別にビジネス分野別に各部門の人材をまとめる仕組みのビジネスユニット制の導入で、その要に設計職を据え、顧客ニーズの把握から量産技術に至る製品づくりの全フェーズを理解する設計職を育てようと図った。

この戦略は見事に功を奏し、「マーケティング感覚もあり、製造現場も分かる視野の広い設計職」が順調に育った。結果、家電や情報機器、自動車といった多方面の市場へ自社の技術力を売り込むことができ、多様な展開へと結びついていった。

自動車向け部品増産を図り野洲工場の増築計画が動く

さらに、設計人材の充実は生産技術の高度化にもフィードバックされている。「形状の複雑化、高精度化が進む光学デ

バイスに求められる金型製作技術や成形技術は、職人技では追いつけない域に達している。数ナノの精度を持つ金型を作り、そこへ樹脂を完全に充填し、材料分子サイズのパターンを転写する。その実現には金型内の温度や圧力分布等をシミュレーションできるソフトの開発や不安定要素を設計段階で解消できる構想力や設計力が不可欠。光学設計に通じた若い人材がそれらの難題をどんどん解決してくれるからこそ、オンリーワンといえる成形品を作ることが可能になったのだ。

大阪府島本町の山崎工場など国内に4拠点を展開。多品種少量品を受け持ってきた野洲工場の増築計画が動き出した。自動車向けデバイスの増産を図るためだが、ロボットや生産機械を情報統合して生産効率化を目指す「スマート工場」にする予定だ。

「地盤が強い野洲は、微弱地震の影響さえ嫌う超精密成形にはうってつけ。



生産効率化を目指す「スマート工場」として増築計画が動き出した野洲工場

地域社会と共に育つ工場にしていきたい」。ちなみに北川社長は滋賀県生まれ。野洲工場への思いもひときわのようだ。

Profile

ナルックス株式会社

- 本社/大阪府三島郡島本町山崎2-1-7
- 設立/1948年
- 資本金/8,000万円
- 従業員数/270名
- 事業内容/プラスチックやガラスによる光学部品およびモジュールの開発・設計・製作

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



代表取締役社長

北川 清一郎氏

Voice

「光とナノテクノロジーで夢と感動」を追求する当社はこの度、野洲工場の増築を行います。情報統合された「スマート工場」になりますが決め手は人材です。滋賀県の皆さまのご支援を賜ることができれば幸いです。

入場者数が4年間連続で過去最高を更新。 魅力あふれる奥伊吹スキー場に16万人が訪れる。



新設のセンターハウスは

お客さま視点でお洒落感覚

「なんてお洒落なスキー場」、女性客が声をあげる。昨シーズン、奥伊吹スキー場に新設されたセンターハウスでの光景だ。産官学金の提携で地域経済循環創造事業交付金を受けて建設した。都心型商業施設のようなファサード（建築物の正面デザイン）、1階にはスキーやスノーボード用品の販売ショップ、地域の特産品が買えるコーナー、子供が遊べるキッズスペースが並ぶ。2階はロハス志向のレストランが広がる。スキー場のイメージを超えるお洒落空間に。パウダールームやおむつ交換台付きトイレなど、お客さま視点に立った気遣いが随所に凝らされている。

フードメニューにもひと工夫。イチ押しは、この地域で収穫されるミョウガを使った「うまいバラ丼」。そのほか、「近江

牛カルビ丼」や地元で栽培される「伊吹そば」、近くの体験型観光農園とタイアップした「石窯ピザ」など楽しいメニューが目白押し。

「スキー場の最優先条件はグレンデの充実。だが、それにこだわると、レジャーとしてスキーを楽しむたいお客さまの視点が薄れてしまう。ビギナーから上級者まで、お客さま一人ひとりが楽しい1日を堪能できるスキー場にしたい。そんな思いを込めてセンターハウスを構想した。スポーツとしても、レジャーとしても、ご満足いただけるスキー場を提案することが私たちの使命だと思う」と、草野丈太社長は思いを明かす。

祖父で創業者の草野丈正氏は、地元の甲津原集落の過疎化を憂い、地域復興を求めて奥伊吹スキー場を開設した。父の二代目社長草野丈治氏は、家族経営の持ち味を生かし、入場客の小さなつづやき

にも耳を傾ける、ニーズに合わせた設備投資でファンを増やしてきた。

まだ30歳代の三代目は、その若い感覚と行動力を生かして、全国のどのスキー場にも導入されていない新機軸にどんどん挑み、「いまの時代が求めるスキー場」へのアップデートの道を突き進む。

関西初の本格降雪システム導入で 経営課題の雪不足を克服

少子化の影響やレジャーの多様化により、スキー愛好者が年々減少。500カ所強あるという国内のスキー場へ、ピークだった1990年代には延べ7千万人弱が訪れた。2012年は2千万人弱と3分の1にまで落ち込んでいる。

その中であって、大阪・名古屋の2大都市圏からのアクセスが良く、車でも電車でも2時間程度で行ける好立地に恵まれ、雪質も良質な奥伊吹スキー場は、他のス



ロハス風レストランでは、地元の食材を使ったおいしいメニューがいっぱい



最新の降雪機稼働で、いつも豊富な積雪と最高のコンディションを維持

受けなくなり、『奥伊吹に行けば雪がある、必ずスキーができる』との評判も広まり、集客効果は期待以上に高まった。

「待たずに使えるリフト券」 コンビニ販売で大成功

ITが得意な草野社長はいま、12台の降雪機のネットワーク化を進めている。気象センサーと降雪機を連動させ、人の操作なしで自動運転する仕組みだ。さらにグレンデの雪を良質に保つグレンデ整備車に、GPS（衛星利用測位システム）を

使って最適な整備ルートを自律的に判断するソフトまで開発した。「ムダなコストをかけずに、常に最良のコンディションを提供する」仕組みを着々と整えている。

コンビニで「その日使えるリフト券」の販売も始めた。ICチップが記憶した「シーズン有効」の情報が、スキー場の自動改札機に通すと「当日有効」に書き換えられる。リフト券購入者はチケット売場に並ぶ必要もない。リフト券売場で購入のために待つ人もその分少なくなるわけだ。全国初のこの試みは大好評。コンビニ発券の常識を覆して割引なしの定価販売だが、「スムーズにリフトに乗れる」「滑走履歴がわかる」などの便利さから昨シーズンは1日券購入者の4人に1人が利用した。

これらの試みが功を奏して、11年以降、入場者数は4年連続で過去最高を更新。昨年は16万人を突破した。スキー人口がピークだった1990年代の2倍という驚異的な数字を達成した。

地域全体に波及効果をもたらす オフシーズンの音楽イベント開催

「新幹線などの鉄道を使われる方も増えてきた。米原駅からの送迎バスを当社で運行したことも好成績につながった。鉄道とのアクセス強化は『新幹線で気軽にスキー』を楽しむ入場者の増加を図り、観光客の誘致にも結びつくだろう。駐車場を拡張することさらに入場者数は伸ばせる。私たちが育った甲津原を中心とした地域の活性化のためにも、この地域をいま以上に『奥伊吹ににぎわいを引き招き寄せる拠点』として育てていきたい」。

そんな思いから、来年からはオフシーズンに多くの音楽イベントの開催が予定されている。夜中にわたって、大音量のサウンドが響き渡る環境に多くのミュージシャンが関心を寄せているという。数万人規模の音楽イベントが開催されれば、米原地域全体に大きな波及効果がもたらされるだろう。

スキー場が入場者数の減少で苦戦する中でも堅調に推移してきた。ただ、降雪量の少ないシーズンだけは営業稼働日が少なく実績も落ち込む。これが長年の経営課題だった。

草野社長は降雪機に着眼した。河川の水に高圧をかけて霧状にして大気中に放散。ゆっくり降下するうちに自然冷却されて、さらさらの雪になる。雪質もコストパフォーマンスも満足できる装置だが、気温が高く条件に適さない関西では導入するスキー場は少なく、氷を砕く造雪機で代替していた。

「関西でも使えるようにしたい」。そう一念発起した草野社長は導入実績がある九州のスキー場へ3年間も通い、最適な使用法を学び取ったうえで08年に試験導入した。気温、湿度、放射冷却など、その日の気象条件を予測しながら、巧みなオペレーションで降雪機を機能させた。「現在は12台が稼働、降雪量の影響をほとんど

Profile

奥伊吹観光株式会社

- 本社/米原市甲津原530
- 設立/1970年
- 資本金/2,000万円
- 従業員数/25名
- 事業内容/奥伊吹スキー場の運営に関わる業務（リフト・レストラン・駐車場等の運営）、グリーンパーク山東・アグリコテージ等の委託管理運営

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



代表取締役

草野 丈太氏

Voice

地元・甲津原のための雇用創出は、いまも重要な企業テーマです。

地域の人間味ある接客は奥伊吹スキー場の魅力の一つ。今後も「人化」等のアップデートとともに、心がなごむ人間味あふれる雰囲気大切にしていきます。



東近江

あいとうふくしモール

ここに来れば安心。暮らし支える施設が集合 地域の「食」と「ケア」と「エネルギー」をサポート

2005年の合併で東近江市となった旧愛東町は、資源循環リサイクルの「菜の花プロジェクト」など、住民が自分たちの力で地域の課題解決に取り組む動きが活発な地域だ。そんな地域に2年前完成した「あいとうふくしモール」が今注目を集めている。あいとうふくしモールが目指すのは、「安心のよりどころ」だ。

「ふくしモール」って何？ 地域の暮らしの応援拠点

東近江市小倉町、旧愛東町だったこの地域に、「あいとうふくしモール」がオープンしたのは、2013年4月。一つの敷地内に障がい者の社会参加を支援する特定非営利活動法人あいとう和楽が運営する「田園カフェこむぎ」、特定非営利活動法人NPO結の家が運営する、高齢者の生活支援施設「結の家」、株式会社あいうふると工房が運営する農家レストラン「ファームキッチン野菜花」の3つの施設が並ぶ。

「ショッピングモールのように多様なサービスを提供する事業所が集まり、

そこに行けば、暮らしの困りごとが解決

できる場所を目指して、「ふくしモール」と名付けた。それぞれの事業所が専門性を発揮して連携し、高齢になっても、障がいがあっても、どのような状態になっても安心して暮らせる拠点づくりに取り組んでいる」とあいとうふくしモール運営委員会代表の野村正次さんは説明する。

食と介護の安心を提供 各施設が工夫を凝らす

3つの施設のサービスや機能を紹介すると、田園カフェこむぎは、店内にパン工房を備え、スイーツやドリンク、軽食を提供。デイサービスなどへの配食

サービスも行っている。また、併設の「薪工房 木りん」では、里山保全で伐採された木材を、薪に加工し販売。この薪はモール内の3施設で使用する薪ストーブの燃料としても利用されている。これらの作業には、知的障がいを持った人たちが従事している。

結の家はデイサービスセンター、訪問看護ステーション、ケアプランセンターからなり、緊急ショートステイにも対応可能。介護を必要とするようになっても、住み慣れた家や地域で過ごせるように、24時間体制で高齢者とその家族の支援を行っている。

ファームキッチン野菜花では、地元で採れた旬の野菜・果物を使い、地元在住の主婦たちが調理した料理を提供している。スタッフは開店の2年前から、フードコーディネーターに学び、飲食業のプロとしての調理技術やノウハウを学び準備した。郷土料理を取り入れた月替わりのランチなどが好評で、昼食時は女性客



焼きたてパンが評判の「田園カフェ こむぎ」。店内の椅子等はあいとう和楽の製作



24時間体制で高齢者とその家族のケアを行う「結の家」



ランチメニューは季節の野菜に合わせて毎月変更する「ファームキッチン 野菜花」

を中心にはば満席状態。配食サービス、弁当・惣菜、オリジナルカレールーなどの加工品の販売も行っている。

「一輪車の市」、エネルギー自給 「困りごと」の解決など、多様な連携

各事業所が連携し、モール全体で取り組む事業も活発だ。駐車場スペースで2カ月に1回のペースで開催している「もったいないやりとり市」は、去る9月で12回目を迎えた。これは、地域の高齢者を主とした出展者が作業用の一輪車1台を自分の店として、畑で採れた野菜や惣菜、漬け物、手芸品などを販売するイベントで、地元の高校生によるカフェなども設けられ、地域のなやかな交流

の場になっている。

また、薪ストーブの使用などエネルギー自給への取り組みも重要な連携事業になっている。各施設の屋根に太陽光パネルを取り付け、発電した電気を電力会社へ売電している。

この太陽光発電施設の設置にあたっては、会員を募って資金を集めた。売電によって得た利益を年1回精算し、会員に配当として分配している。その内の2割をモールに寄付してもらい、残りは東近江市内で使える地域商品券「三方よし商品券」で支払っている。売電益を、地域の中で循環させて地域経済の活性化につなげることが狙いだ。

10月にスタートした連携事業「ほんな

こんな町ならきつと楽しい！

「妄想」を現実化する構想力

「福祉、医療、環境、農業、まちづくりなどの幅広い分野の仲間が集まり、『こんなことができればいいな』『こんな町なら

楽しいな』と意見を出し合い、「妄想」を膨らませた中から、ふくしモールの構想がまとめられた。地域にあるものを活用し、モノやカネを地域で循環することで、互いに元気になり、人と人のつながりが広がっていくことを願っている。そのためには、今後はさらに、モールの各事業所がそれぞれの事業を強化することが必要だ。それが連携事業の充実にもつながる。『食』と『ケア』と『エネルギー』で充実した安心のよりどころを目指していく」と野村代表は、将来を見据える。

3つの事業者が互いに信頼し、3本の矢を一つにして、あいとうふくしモールは、地域の仲間と膨らませた「妄想」を少しずつ現実に変えていく。



安心して暮らせる拠点を目指す「あいとうふくしモール」

「メイド・イン・ジャパン」は 国境を越える ～対中ビジネスを支える中国個人消費～

text by 滋賀銀行 上海駐在員事務所長 宮木 暢久

2010年にGDP総額で日本を上回り、今や日本を大きく引き離して世界第2位の経済大国となった中国。しかし最近では中国経済の減速が警戒され、先行きに不透明感も漂うなか、急速に拡大する中国人による個人消費に熱い視線が注がれている。日中に関する統計数字の変化を捉えつつ、新たな「対中ビジネス」についてレポートする。



関西国際空港にて、日本で購入した商品をカートに積み、出国手続きを待つ中国人旅行者

密接な日中経済関係

ここ数年、日本から中国への直接投資※は減少している。2012年に対中投資額は過去最高の約74億米ドルに達したが、14年は約43億米ドルと前年比38.8%の大幅減少。15年上半年も前年同期比16.3%の減少と、わずか3年で急速に落ち込んだ。人件費高騰や元高円安の影響が大きい。一方で「商流」という観点から見てみると、日本の輸出入総額で中国は07年に米国を上回って以降、最大の貿易相手国となっている。

以前の中国は、豊富な労働力と低賃金によって世界中から投資が集まった。特に中国がWTO（世界貿易機関）に加盟した01年以降、日本からも多くの企業が中国進出を果たした。帝国データバンクの調査によると、15年5月末時点で約

1万3,200社の日系企業が中国に進出している。「投資」が減少する一方で「商流」が増加してきたのは、中国進出を果たした日系企業のがんばりに他ならない。

しかし、その企業主体の「商流」は昨今の中国経済の減速により先行きに不透明感が漂う一方、対中ビジネスは個人主体の「商流」へと潮流が変化してきている。

増え続ける訪日客

中国旅遊統計によると、中国本土から海外（香港、マカオ、台湾を含む）を訪れた中国人旅行者は、10年前の04年に2,900万人程度であったが14年には1億1,700万人に達し、ついに1億人の大台を突破した。

そのうち、14年に日本を訪れた中国人旅行者は241万人で、前年比1.8倍と大きく伸長。その数は、今年に入ってから増

加しており、8月までの公表値は約335万人だ。すでに昨年を大幅に上回り、韓国、台湾を抜いてトップに躍り出た。このペースでいけば、年間500万人に達する勢いである。

圧倒的な消費

訪日客の増加もさることながら、驚くべきは日本滞在中の彼らの消費額である。観光庁によると、14年の訪日客全体の消費額2兆278億円のうち、中国人によるものは5,583億円で実に全体の28%を占めた。今年に入ってもその勢いは衰えず、上半期の統計では中国人による消費が全体の約40%（6,356億円）を占めるまで拡大した。年間1兆円を超える勢いである。

このような数字だけをみると、「爆買い」と言われるように中国人が衝動的に高額品を買っているように思いがちであ

るが、実はそうではない。限られた訪日期間の中で効率良く買い物をするために、彼らの多くは事前に「ネット」「クチコミ」「フリーペーパー」などで情報収集して「買い物リスト」を作成。目当ての場所に行き、目当てのモノを買うのである。

その恩恵を受けているのは、主に都市部のドラッグストアや百貨店だ。一方、秋葉原や心斎橋など中国人に人気の都市に拠点を持たない企業はいかに消費を取り込むかが課題である。彼らが訪日する前の段階からさまざまな媒体を通して、戦略的に誘導し、訪日客消費を捉える必要がある。

動き出した「越境EC」

「中国工場で日本と全く同じ品質のものを作っても、日本製の方が人気があるので、中国での生産が思うほど伸びない」。ある日系メーカー総経理の言葉が印象に残っている。中国において「メイド・イン・ジャパン」の信頼は絶大だ。

訪日客は急速に増加しているものの、日本を訪れて買い物できる人は中国全体からみればほんの一握り。そのような中、圧倒的なネット人口を誇る中国では、簡素な通関手続きで海外製品を個人購入する「越境EC（eコマース）」が広

まりつつある。

従来、日本製品の購入ルートは、①中国に出店した日系高級百貨店などで店頭購入②訪日して日本で購入、が主であったが、今ではここに③越境ECが加わった。制度上の課題もあるが、越境ECが広がってきた背景には自由貿易区をはじめとする中国側の規制緩和がある。これにより中国に法人を設立しなくても、ネット店舗から中国国内の個人に日本製品を直接販売することが可能となった。中国EC最大手のアリババが運営するB to Cのネットモール「天猫国際（Tmall Global）」には、徐々に日系企業も出店しており、中国にいながらにして日本製品が手軽に購入できるようになってきている。

訪日客のみならず、中国全土の「メイド・イン・ジャパン」に対する圧倒的なニーズに応える越境EC。対中ビジネスで新たな商機を見出す一つの手段として、今後ますます注目されるだろう。

越境EC（イーコマース）

- インターネットを利用した国をまたいだ電子商取引、通信販売。中国においては、個人が使用する合理的な数量・金額であれば個人貨物として通関。一般貿易と違い、関税や増値税等の課税がなく、「行郵税」という簡素な課税のみとなる。
- 中国における代表的な通販サイトは「天猫国際（アリババ）」「京東全球購（京東）」「海外購（Amazon）」等。

香港支店 11月9日に新店舗オープン

滋賀銀行香港支店は11月9日、新店舗に移転・オープンしました。

当行は1989年5月、香港セントラル地区に駐在員事務所を開設。93年9月に支店に昇格し、以来22年2カ月にわたってExchange Square Tower2（交易廣場第二座）40階で営業してまいりました。近畿地銀で唯一の海外支店として、お取引先の海外ビジネスをサポートする拠点として、数多くのお取引先の皆さまにご利用いただいております。

振り返れば、97年の「香港の中国返還」、2003年の「SARS（重症急性呼吸器症候群）の大流行」、14年の「雨傘革命」など、香港の歴史に刻まれるさまざまな事象を見てきました。

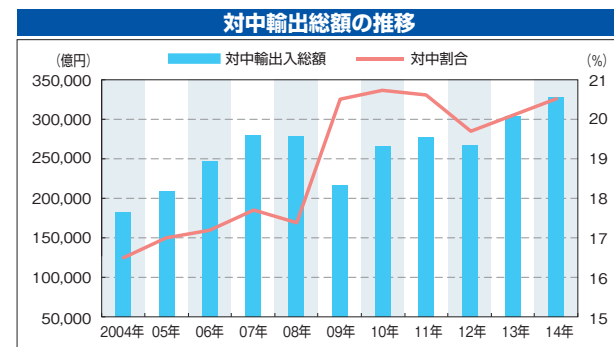
最近日本では「中国経済は危機的な減速」といった報道が目立ちますが、現地の肌感覚やお取引先の足元の受注状況を確認する限りでは、まだまだ成長力があると確信します。これは香港においても同じです。

香港の魅力は、製造業、サービス業、小売業など多業種の海外拠点の集積地であること、「良いものは良い」と正当に評価してくれるマーケットであることです。また、香港を起点にした日系企業のASEANへのビジネス展開も加速傾向にあります。経済の底堅さや安定感も香港の大きな魅力です。

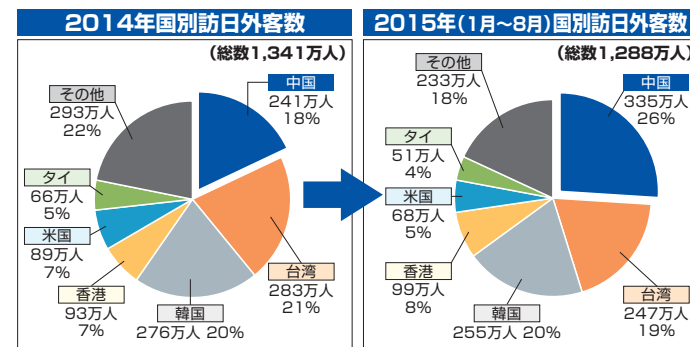
駐在員事務所開設から数えると今年で27年目。すでに四半世紀以上を過ごした当地は、もはや「地元」であるといえます。このたびの移転を機会に、お取引先の皆さまの更なるご愛顧を得られるよう専心努力してまいります。引き続き、ご支援をよろしくお願いいたします。

香港支店長 粕淵 琢也

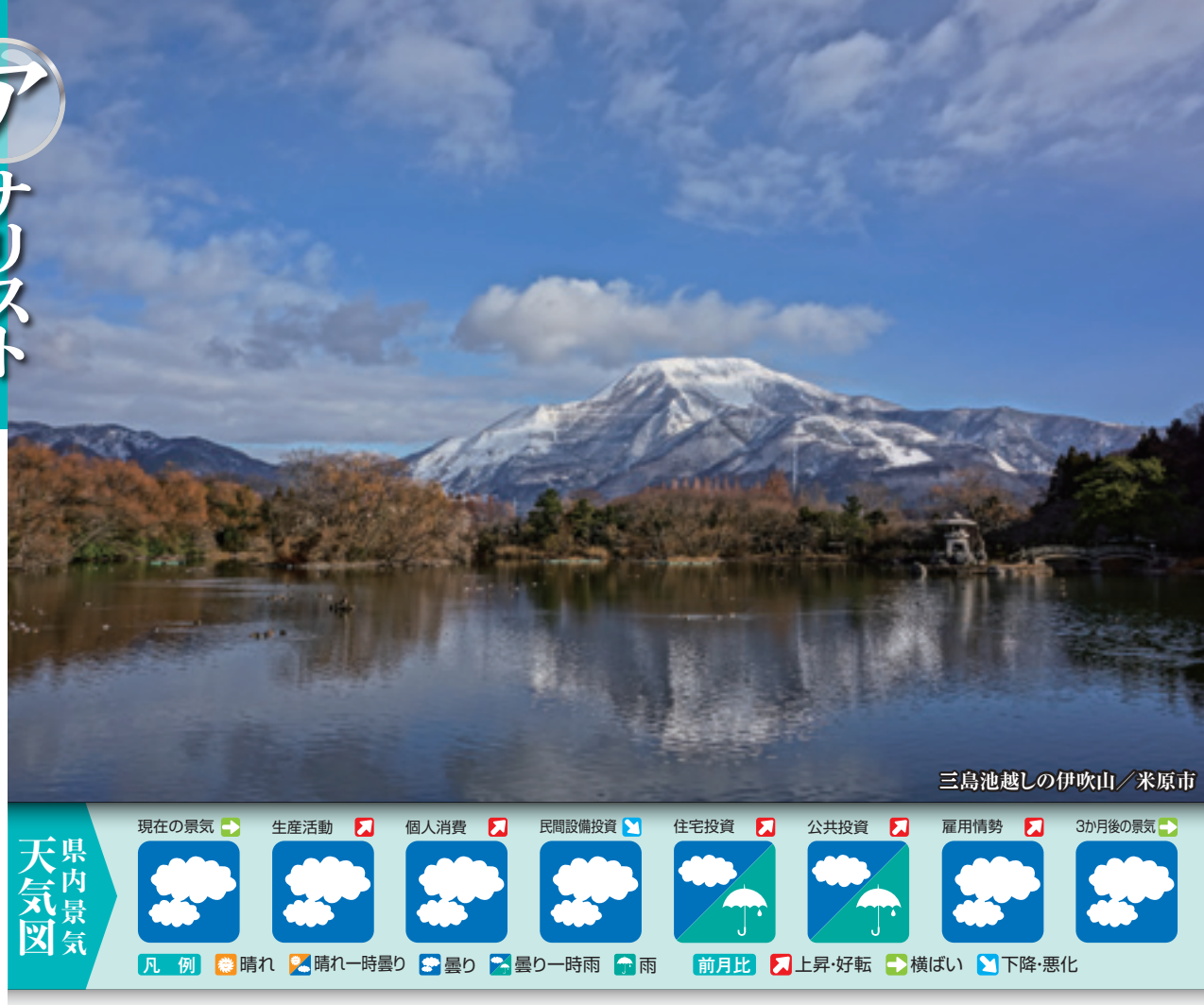
住所：香港皇后大道中5號 衡怡大廈10樓1001室
電話番号：(852) 2845-6548



※JETRO公表値より筆者作成



※JNTO公表値より筆者作成



三島池越しの伊吹山／米原市



回復に向けた動きが続いているが、 中国経済の動向が懸念材料

県内景気の動向

現状 県内製造業の生産活動の現状を鉱工業生産指数でみると、金属製品や食料品などは低下したものの、輸送機械や化学、プラスチック製品などが上昇したため、原指数、季節調整済指数ともに2か月ぶりのプラスとなり、この結果、季節調整済指数の3か月移動平均値も2か月ぶりに前月を上回り、再び上向いている。

需要面では、百貨店・スーパー販売額については、衣料品は伸び悩んだが、食料品をはじめほとんどの品目で前年を上回り、3か月連続で全店ベース、既存店ベースともにプラスとなり、全体に堅調に推移している。また、乗用車の新車登録台数は2か月連続のプラスとなり、軽乗用車も軽自動車税増税の影響などが緩和し、9か月ぶりの微増となった。新設住宅着工戸数は持家が2か月ぶりのマイナスとなったものの、貸家が3か月ぶりの大幅プラス、分譲住宅も2か月ぶりのプラスとなったため、全体では3か月ぶりの大幅プラス。公共工事の請負件数は8か月連続で前年を大きく下回っているが、金額は2か月連続の大幅プラスとなった。一方、民間設備投資の指標である民間非居住用建築着工床面積はサービス業用が前月に続きプラスとなったものの、鉱工業用と商業用が低水準かつ大幅のマイナスとなったため、全体では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、新規求人倍率は前月に比べ大幅上昇

し、有効求人倍率は9か月連続の1倍超となっている。

これらの状況をまとめると、製造業の生産活動は弱含みではあるが、一部の業種で好調なものもみられ、全体的に堅調に推移している。需要面では民間設備投資で一服感がみられるが、個人消費と住宅投資、公共投資は前向きな動きがみられ、堅調に推移している。したがって県内景気の現状は、一部で弱含みの動きがみられるものの、全体に回復に向けた動きが続いていると考えられる。

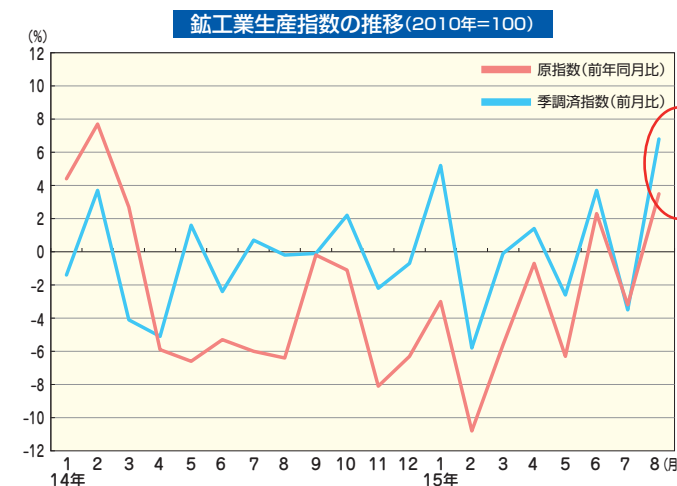
今後の動向 県内製造業の生産活動については、国内景気の緩やかな回復を受けて徐々に上昇し回復基調に向かうものと思われるが、中国経済の減速が影響し、一部では生産調整が長引き、減産の可能性も懸念される。また、需要面では、個人消費については円安等による物価上昇などの影響はあるが、家計収入の増加、原油安による消費マインドの良化などから、全体に底堅く推移するものと考えられ、民間設備投資や新設住宅着工などの投資関連では一部で慎重さが残るものの、前向きの動きがみられ、堅調に推移するものと思われる。

したがって今後の県内景気は、全体に底堅く推移し、回復に向けた状態が続くものと考えられるが、中国経済の動向が懸念材料として挙げられる。

「鉱工業生産指数」は 両指数とも2か月ぶりのプラス

2015年8月の県内製造業の生産状況をみると、鉱工業生産指数(2010年=100)の「原指数」は94.3、前年同月比+3.5%で2か月ぶりのプラス、「季節調整済指数」も102.2、前月比+6.8%で、これも再びプラスとなった。この結果、季節調整済指数の3か月移動平均値(7月)は99.0、前月比+2.2%と2か月ぶりのプラスとなった。業種別(中分類)に季節調整済指数の水準をみると、「鉄鋼」や「金属製品」「窯業・土石製品」などの水準は引き続き低いが、「化学」や「パルプ・紙・紙加工品」「その他」などは高水準が続いている。前月と比べると、「金属製品」や「食料品」などはマイナスとなったが、「輸送機械」や「化学」「プラスチック製品」などは大幅のプラスとなっている。

生産状況の先行きをあらわす「出荷指数」と「在庫指数(製品在庫)」を前年比でみると、出荷は4か月ぶりのプラスで(原指数93.3、前年同月比+1.7%)、在庫は前月に続き前年を下回った(同112.8、同-5.2%)。「在庫循環図」をみると、在庫調整直面から回復局面に移行した。今後の動向が注目される。

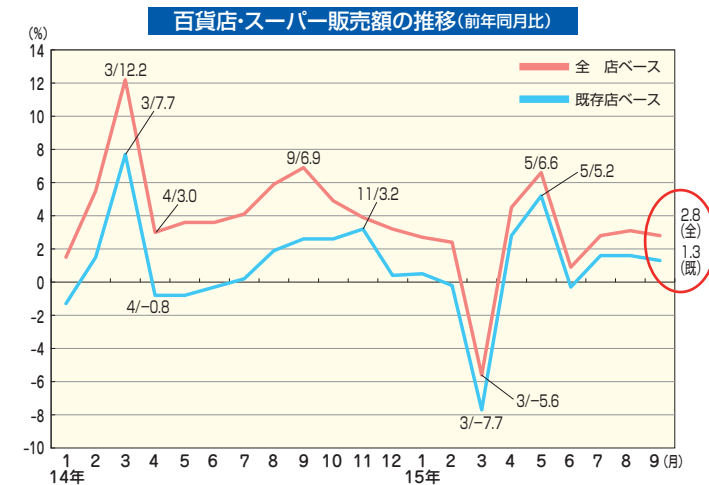


「百貨店・スーパー販売額」は 3か月連続で両ベースともプラス

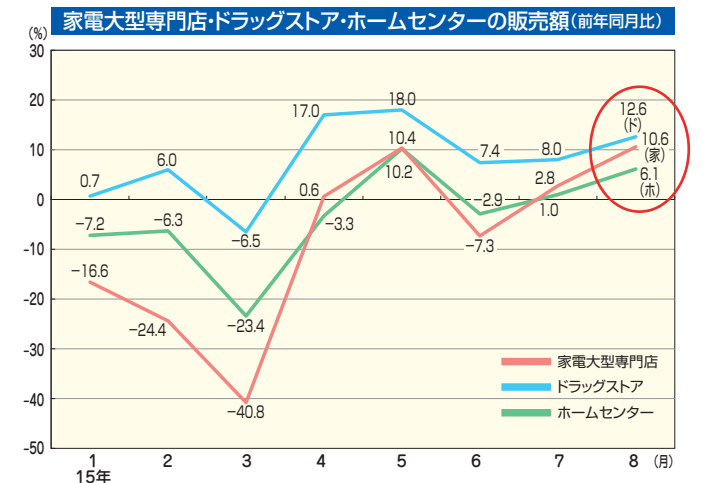
9月の「消費者物価指数(生鮮食品を除く総合/大津市/2010年=100)」は103.7で、前年同月比+0.8%、前月比-0.2%となり、前年比では29か月連続のプラスとなっているが、前月比では8か月ぶりのマイナス。これは、洋服やシャツ・セーター類、教養娯楽用耐久財などで大きく上昇したものの、ガス代や室内装備品、自動車等関係費などで低下したためとみられる。「可処分所得(大津市・勤労者世帯)」は10か月連続のプラスとなり(前年同月比+8.6%)、一方、「家計消費支出(同)」は2か月ぶりに再び前年を大きく下回った(同-18.4%)。なお、「毎月勤労統計調査」における8月の「名目現金給与総額(事業所規模30人以上、2010年=100)」は88.0、同+3.3%で、前月に続きプラスとなった。

このような所得・消費環境のなか、9月の「百貨店・スーパー販売額(全店ベース=店舗調整前、対象店舗数は96店舗)」は

21,502百万円、前年比+2.8%で、6か月連続のプラスとなり、堅調に推移している。品目別にみると、衣料品が再びマイナスとなったものの(同-1.4%)、ウエイトの高い「食料品」は28か月連続で増加していることに加え(同+3.9%)、家電機器が3か月連続で大幅に増加し(同+19.3%)、家庭用品は4か月ぶり(同+2.9%)、身の回り品も2か月ぶり(同+2.9%)のプラスとなった。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高も衣料品(同-1.3%)は伸び悩んだが、食料品(同+2.1%)をはじめ、家電機器(同+24.0%)、家庭用品(同+4.0%)など、ほとんどの品目でプラスとなり、全体では3か月連続で前年を上回った(同+1.3%)。



また、7月より公表された「家電大型専門店・ドラッグストア・ホームセンター販売額(全店ベース=店舗調整前)」によると、8月の「家電大型専門店」(37店舗)は3,829百万円、前年同月比+10.6%で、前月に続きプラス、「ドラッグストア」(159店舗)は4,978百万円、同+12.6%で、5か月連続の大幅プラス、「ホームセンター」(62店舗)は3,409百万円、同+6.1%で、2か月連続のプラスとなっている。



9月の「乗用車新車登録台数(登録ナンバー別)」をみると、「普通乗用車(3ナンバー車)」は前月に続きマイナスとなったものの(1,799台、前年同月比-3.3%)、「小型乗用車(5ナンバー車)」がプラスとなったため(1,555台、同+6.3%)、2車種合計では2か月連続のプラスとなっている(3,354台、同+0.9%)。また、「軽乗用車」は9か月ぶりの微増となった(2,348台、同+0.1%)。これは、軽自動車税増税の影響が和らいできたためとみられる。



県内のインバウンドは劇的に増加 個人消費のけん引役となるか

text by しがぎん経済文化センター 吉川 友

政府は成長戦略の一つの柱として「観光立国推進」をテーマに掲げ、各種の施策を行ってきた。ビザ発給要件の緩和などの施策に、LCC（格安航空会社）の就航数増加や円安などの要因も加わり訪日外国人は大幅に増加している。2020年に2,000万人と掲げた政府目標も前倒して達成するほどの勢いだ。また、訪日外国人の増加は消費の面で大きな効果をもたらしている。14年のインバウンド消費は2兆円を超え、消費増税や円安による物価上昇の影響から本格的な回復に至っていない個人消費の下支えになっている側面もある。そこで今回は、訪日外国人の増加を如実にあらわす「宿泊旅行統計調査」や各種の個人消費関連指標を通し、インバウンドの増加が個人消費にどのような影響を及ぼしているか、全国、近隣府県との比較も交えて検証したい。

2014年外国人延べ宿泊者数の前年比は全国2位 15年に入り勢いはさらに加速

観光庁が発表している「宿泊旅行統計調査」によると2014年、滋賀県の延べ宿泊者数は462万8,730人となった。前年比は+13.6%と、全国第5位の高い伸び率だ。

特筆すべきは外国人延べ宿泊者数の増加だ。全体の宿泊者数に占める割合はまだまだ少ないものの、増加率は目を見張るものがある。図1は外国人延べ宿泊者数の推移を表したもののだが、5年前の10年の外国人延べ宿泊者数は11万9,060人、11年は震災の影響もあり減少したものの以降は着実に増加し、14年には23万750人と10年からほぼ倍増した。

前年比をみると、11年を除き二ケタ増を維持し、直近の14年は+75.0%と全国（同+33.8%）の倍以上だった。これは山梨県（同+91.3%）に次いで全国第2位であり、近隣府県でもダントツの水準だ。

15年の外国人延べ宿泊者数および前年比を月ごとにみると（表1）、今年に入って勢いはさらに加速。昨年を上回るペースで増加し、1～8月の累計は28万5,340人と、14年の年間累計（23万750人）をすでに上回った。

表1 2015年外国人延べ宿泊者数・前年比の推移									
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	1-8月累計
延べ宿泊者数(人)	13,760	19,690	36,400	51,660	47,710	37,130	38,410	40,580	285,340
前年比(%)	+63.6	+60.3	+72.8	+27.3	+121.4	+121.7	+132.5	+172.9	+87.7

延べ宿泊者数、インバウンド増加の恩恵を受けているのは宿泊施設、小売業といわれている。続いて宿泊施設、小売業関連の統計を検証していきたい。

宿泊施設の客室稼働率は大きく向上 足元では予約が難しいとされる8割超えの水準に

「宿泊旅行統計調査」では宿泊施設を旅館、ビジネスホテル、リゾートホテルなど全6区分に分類している。ここでは、訪日外国人が選好し、インバウンド増加の恩恵を受けているとみられる「リゾートホテル」「ビジネスホテル」「シティホテル」の客室稼働率についてみてみたい。

県内の直近5年間の稼働率をみると「リゾートホテル」「ビジネスホテル」は12年を、「シティホテル」では11年を底として、延べ宿泊者数の増加に伴って上昇。14年は「シティホテル」(72.0%)、「ビジネスホテル」(64.2%)、「リゾートホテル」(53.1%)となった。今年に

入り、1～3月は季節的要因により低下したものの、以降は3区分とも概ね14年の年間平均稼働率を超える水準で推移している（図2）。前述の表1で示した通り、外国人宿泊者数の増加率が100%を超えている5月以降、稼働率も大きく向上。足元の8月では「シティホテル」(84.7%)、「ビジネスホテル」(80.7%)、「リゾートホテル」(78.4%)となった。稼働率は月平均であり、8割前後の水準は、休前日、休日の予約がまば取れない状況であると推察される。

このような県内の宿泊者数の増加は、京都、大阪の宿泊施設不足により県内に流入しているのが一因と考えられる。

表2は京都、大阪の客室稼働率（3区分）を表したもののだが、京都の「リゾートホテル」を除き、14年の累計でも80%を超え、今年に入ってから90%を超える水準も見受けられる。足元の8月においてはほぼ90%を超え、京都、大阪に宿泊できない旅行者が県内へ流入しているという流れを裏付けるものである。

表2 客室稼働率の推移(3区分)(京都府、大阪府)(%)								
	2014年	15年1-3月	4月	5月	6月	7月	8月	
京都府	リゾート	55.6	47.1	51.4	58.6	52.0	45.5	69.0
	ビジネス	81.2	78.7	87.1	83.1	80.7	87.2	87.5
	シティ	82.3	76.5	93.4	88.9	84.8	86.1	90.3
大阪府	リゾート	85.8	93.6	96.1	88.3	84.9	95.3	96.1
	ビジネス	83.2	85.3	89.1	85.4	86.8	90.5	93.4
	シティ	85.5	83.8	92.0	86.9	85.8	89.8	92.1

家電、医薬品で「爆買い」効果 一部商品では二ケタ増も

アジア圏からの訪日旅行者は、欧米からの旅行者に比較して相対的に「買い物」にける費用が高い。その中でも、突出して高いのは中国からの訪日客で、先般発表された観光庁「訪日外国人消費動向調査（15年7～9月期／速報）」において、滞在期間中の中国人1人当たりの買い物支出額は14万3,620円だった。これは、全体平均（7万5,535円）のほぼ倍で、中国人の高い購買欲がうかがえる。

訪日中国人の買い物の中心は「高級品」「家電」「医薬品」が中心といわれている。そこで、経済産業省が発表している「商業動態統計」から、その中でも特に「爆買い」の影響が大きいとされる「家具大型専門店販売」「ドラッグストア販売」についてみてみたい。なお、前述の通り、県内のインバウンドの増加は京都、大阪と密接に結びついていることより、各指標についても検証していきたい。

「家電大型専門店販売」（図3）をみると、6月を除きプラスを維持し、滋賀県の8月は前年比+10.6%と二ケタ増となった。京都

（同+12.4%増）、大阪（同+12.7%）とも好調を維持し、3府県とも全国（同+6.7%）を大きく上回った。

商品分類別（都道府県別は非公開）の直近8月をみると、全7分類のうち5分類でマイナスとなるなか、「生活家電」「その他」が二ケタ増の高い伸びで全体をプラスへ押し上げた。「生活家電」「その他」には訪日中国人の三種の神器のうち「炊飯器」「温水洗浄便座」が含まれており「爆買い」の効果が推察される。

続いて「ドラッグストア販売」（図4）をみると、4月以降一貫して高い伸びをみせ、県内の8月は、再び二ケタ増の+12.6%となった。

商品分類別（都道府県別は非公開）にみると、全9分類がプラスとなっている。その中でも高い伸びをみせたのは、紙オムツに代表される「ベビー用品」が属する「ヘルスケア用品」、化粧品が属する「ビューティケア」が二ケタ増を維持している。両商品とも訪日中国人が購入する定番商品となっており、ここでもインバウンド消費の効果が推察される。

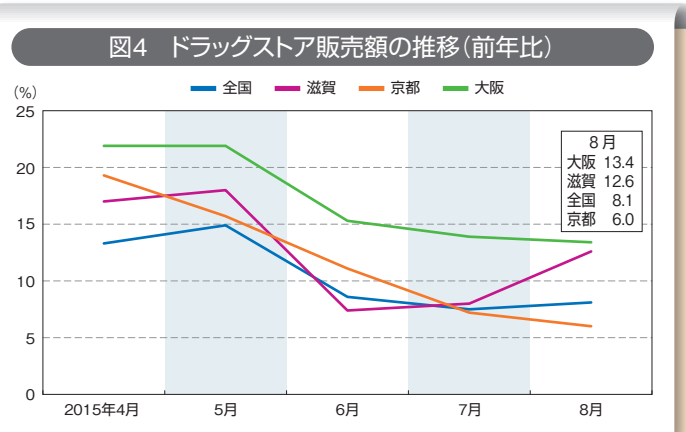
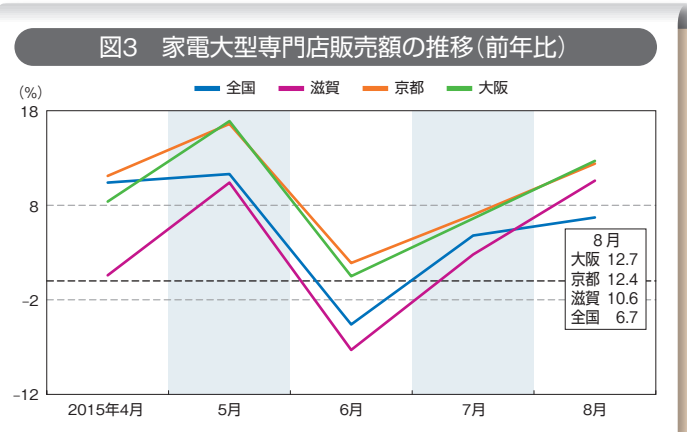
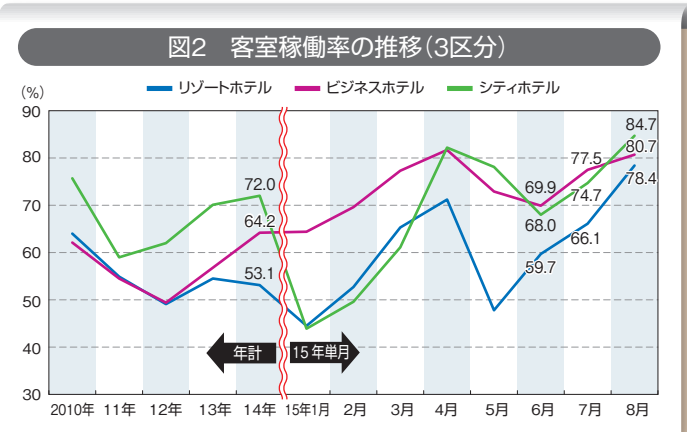
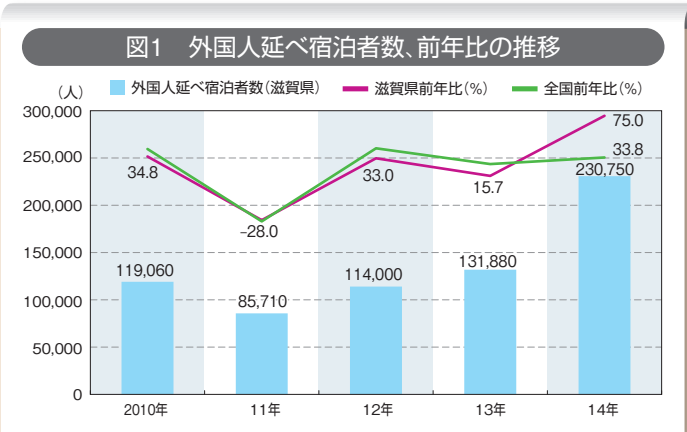
これまでみた「家電大型専門店販売」「ドラッグストア販売」とも、東京に次ぐ「爆買い」の代表格とされる大阪が最も大きい伸びをみせていることから、インバウンド消費が確実に個人消費を押し上げる要因になっていることがわかる。

インバウンドの効果に期待

訪日外国人が全国的に増えるなか、滋賀県は全国でも有数の伸びを記録している。滋賀県を訪れる旅行者に占める外国人の割合は都市圏との比較ではまだまだ低く、今後も伸びる余地は十分にある。しかしながら、現在は、立地的なことから京都、大阪の受け皿として増加している側面もあり、宿泊だけを県内で行う訪日外国人も多いとされる。今後は、宿泊で訪れる外国人旅行者の滞在時間を伸ばし、いかに消費につなげていくかが課題である。

長らく増加を続けてきた県内の人口もいよいよ減少局面に入ったとされ、今後、域内での消費は頭打ちが予想される。域外から消費を呼び込むことが重要であり、一つの方策としてインバウンドの効果は非常に大きいとみられる。

滋賀県は京都、大阪へのアクセスの良さに加え、琵琶湖に代表される豊かな自然環境や歴史的な文化遺産などの観光資源が豊富で、訪日外国人を取り込む素地は十分にある。地域ブランドを高め、発信することで、さらにインバウンドが増加し、それが新たな雇用の創出や消費の喚起につながる好循環が生まれることを期待したい。



項目 年 月	鉱工業指数(2010年=100)								消費者物価指数 (大津市、2010年=100) (生鮮食品を除く総合)			大津市勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)				百貨店・スーパー 販売額	
	生 産			出 荷			製品在庫		指数	前月比	前年比	可処分所得		家計消費支出		店舗調整前 前 年 比	店舗調整後 前 年 比
	季節調整指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	円				前年比	円	前年比			
2012年度(年)	※101.1	—	※▲1.6	—	※1.5	—	※▲4.0	※99.2	—	※▲0.1	※347,541	※5.5	※264,306	※▲5.3	※▲1.1	※▲1.3	
2013年度(年)	※103.4	—	※2.3	—	※▲0.6	—	※▲1.0	※99.5	—	※0.3	※354,132	※1.9	※294,675	※11.5	※▲0.2	※▲1.7	
2014年度(年)	※100.6	—	※12.7	—	※11.5	—	※19.8	※102.0	—	※2.8	※433,981	※22.5	※323,740	※9.9	※4.8	※1.4	
2014. 9	198.6	110.1	110.2	102.2	13.6	110.2	102.8	0.0	2.8		362,931	26.2	335,319	25.6	6.9	2.6	
10	100.8	12.2	11.1	11.2	110.8	10.0	103.0	0.3	2.8		418,144	36.1	344,192	22.7	4.9	2.6	
11	198.6	112.2	118.1	112.2	110.8	11.0	102.8	110.2	2.7		350,202	110.2	339,638	1.4	3.9	3.2	
12	197.9	110.7	116.3	103.3	110.8	11.9	102.7	110.2	2.7		793,166	26.9	361,354	18.3	3.2	0.4	
2015. 1	1103.0	15.2	113.0	12.8	115.5	10.3	110.0	102.4	110.3	2.6	353,056	15.5	326,632	10.3	2.7	0.5	
2	197.0	115.8	1110.8	114.8	1110.0	111.2	102.5	0.0	2.5		422,519	20.2	266,635	118.0	2.4	110.2	
3	196.9	110.1	115.6	10.0	116.5	11.9	111.3	102.9	0.5	2.8	408,350	7.2	390,794	7.3	115.6	117.7	
4	198.3	111.4	1110.7	12.0	10.7	11.7	103.2	0.3	1.1		422,910	8.8	341,065	12.3	4.5	2.8	
5	195.7	112.6	116.3	110.1	113.6	116.2	103.5	0.3	0.9		333,857	11.7	371,212	18.3	6.6	5.2	
6	199.2	13.7	12.3	112.5	112.0	117.6	103.8	0.3	1.2		745,206	18.7	377,694	26.9	0.9	110.3	
7	195.7	113.5	113.2	111.6	115.2	110.8	103.8	0.1	1.0		570,300	9.3	291,182	119.6	2.8	1.6	
8	1102.2	16.8	13.5	117.6	11.7	113.6	103.8	0.0	1.0		420,566	3.0	312,407	12.7	3.1	1.6	
9							103.7	110.2	0.8		394,069	8.6	273,741	118.4	112.8	11.3	
資料出所	滋賀県統計課								滋賀県統計課			総務省				経済産業省	

項目 年 月	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、季節調整)		雇 用 保 険 受給者実人員	
	台	前年比	㎡	前年比	合 計		持家		賃貸		分譲	新規		有効	
					戸	前年比	前年比	前年比	前年比	百万円		前年比	倍	倍	人
2012年度(年)	※38,450	※26.6	※544,001	※11.8	※9,271	※6.2	※0.7	※7.5	※19.5	94,176	▲3.1	1.08	0.68	7,395	6.0
2013年度(年)	※35,986	※▲6.4	※570,921	※4.9	※11,015	※18.8	※15.8	※20.6	※26.0	122,893	30.5	1.34	0.85	6,605	▲10.7
2014年度(年)	※36,446	※1.3	※499,029	※▲12.6	※8,329	※▲23.5	※▲25.2	※▲12.2	※▲33.1	127,694	3.9	1.47	0.98	5,703	▲13.7
2014. 9	3,324	▲2.8	43,056	▲30.8	702	▲49.0	▲28.8	▲26.8	▲80.1	12,361	▲15.2	1.42	0.95	6,012	▲11.1
10	2,758	▲7.1	59,573	51.0	654	▲30.9	▲32.1	▲11.7	▲50.3	10,944	7.2	1.51	0.96	5,888	▲14.5
11	2,621	▲14.0	44,707	5.2	696	▲26.6	▲37.1	▲38.6	21.2	4,525	▲47.1	1.34	0.95	5,307	▲13.4
12	2,583	▲8.5	26,099	▲70.8	784	▲32.1	▲32.4	▲42.1	▲10.5	5,021	▲2.3	1.47	0.99	5,323	▲10.5
2015. 1	2,284	▲29.3	60,492	154.6	818	8.6	6.0	82.2	▲62.8	5,263	▲51.3	1.59	1.00	5,275	▲10.6
2	3,116	▲18.3	9,690	▲78.4	485	▲27.6	▲29.1	▲21.6	▲35.5	6,750	▲2.9	1.53	1.00	5,088	▲7.0
3	4,400	▲21.7	33,978	▲41.0	566	▲15.5	7.1	▲31.3	▲51.4	18,465	104.0	1.63	1.03	4,977	▲5.0
4	2,289	14.3	45,365	17.9	750	8.7	▲8.0	26.0	41.9	28,805	55.9	1.55	1.02	5,237	▲5.0
5	2,383	10.1	18,473	▲69.6	647	▲1.8	4.0	11.3	▲38.7	7,759	▲41.8	1.48	1.07	5,724	▲8.9
6	3,099	8.9	48,092	▲1.4	718	5.7	8.9	36.3	▲51.6	9,428	5.6	1.60	1.06	5,833	▲6.3
7	3,036	▲3.2	67,011	131.3	710	▲9.1	▲2.5	▲38.9	39.5	8,764	▲39.9	1.58	1.05	5,898	▲9.0
8	2,368	0.7	39,719	77.5	601	▲13.0	9.4	▲35.4	▲23.5	12,911	42.6	1.46	1.06	5,704	▲6.1
9	3,354	0.9	18,293	▲57.5	841	19.8	▲8.5	69.1	8.3	14,556	17.8	1.61	1.07	5,686	▲5.4
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	常用雇用指数 (全産業) (2010年=100)		所定外労働時間* 指数(製造業) (2010年=100)		常用労働者の* 賃金指数(名目) (2010年=100)		企業倒産		手形交換高			不渡手形発生高			銀行取引 停止処分	業況判断DI	
	指数	前年比	指数	前年比	指数	前年比	件	百万円	千枚	億円	前年比	枚	百万円	前年比			件
2012年度(年)	※100.6	※▲0.7	※108.8	※2.0	※99.4	※▲1.4	※107	※55,530	※380	※5,149	※▲8.6	※306	※303	※▲56.2	※17	－	
2013年度(年)	※101.1	※0.5	※108.7	※▲0.1	※101.7	※2.3	※85	※11,778	※356	※4,746	※▲7.8	※306	※373	※23.3	※17	－	
2014年度(年)	※98.8	※▲2.3	※111.5	※2.6	※103.5	※1.8	※115	※17,616	※331	※4,197	※▲11.6	※153	※154	※▲58.7	※6	－	
2014. 9	97.7	▲3.2	108.9	2.8	84.1	1.9	10	1,228	30	388	▲12.5	9	10	▲55.6	0	(10-12月期) ▲8	
	10	97.5	▲3.8	112.1	0.5	85.2	2.4	11	1,284	26	325	▲13.7	11	17	▲69.6		1
11	97.8	▲3.6	111.3	▲5.9	89.6	2.5	11	5,644	22	261	▲13.5	12	13	358.4	0		
12	97.9	▲2.5	113.8	▲0.1	190.1	1.6	8	1,443	29	355	▲0.6	15	24	166.0	1		
2015. 1	98.4	▲1.7	104.4	0.2	90.2	4.3	5	200	24	322	▲20.1	13	15	▲8.4	1	(1-3月期) ▲12	
	2	101.9	2.5	110.6	▲10.3	85.6	3.0	5	495	25	321	0.7	8	8	▲45.1		2
3	101.2	2.4	111.9	▲7.7	87.2	▲2.9	12	1,572	31	449	21.1	18	13	▲11.7	0		
4	102.3	2.3	109.4	▲5.4	87.8	1.4	11	497	26	352	▲4.5	9	7	▲35.8	2		
5	102.2	2.1	101.3	▲5.5	86.1	0.1	8	469	21	253	▲13.8	11	9	▲71.7	2	(4-6月期) ▲14	
6	102.2	2.1	110.0	▲2.5	150.0	▲2.7	8	263	30	419	▲9.2	24	14	747.5	0		
7	102.5	4.2	111.9	5.0	128.2	5.0	11	1,143	27	333	▲9.5	2	16	1,405.8	0	(7-9月期) ▲9	
8	102.5	4.5	103.1	1.9	88.0	3.3	8	278	25	310	8.8	0	0	▲100.0	0		
9							5	148	24	319	▲17.9	4	2	▲74.7	0		
10							3	135	21	242	▲25.6	1	0.05	▲99.7	0		
資料出所	滋賀県統計課				(株)東京商工リサーチ			大津手形交換所								KEIBUN	

今月の注目データ

軽乗用車販売台数によりやく回復の兆しがみられる。昨年の消費増税後も、乗用車とは対照的に好調を維持してきたが、今年1月に下落に転じ、以降8カ月連続での前年比マイナスが続いていた。4月の軽自動車税増税後は減少幅も大きくニケタ減が続いていたが、8月には5.3%減の水準まで回復。9月は0.1%増となり9カ月ぶりにプラス圏に浮上した。増税の影響が緩和されてきたことに加え、新車投入、モデルチェンジが奏功し全体を引き上げたようだ。(吉川)

軽乗用車販売台数と乗用車新車登録台数の推移(前年比)

年 月	軽乗用車	乗用車計(3.5ナンバー)
14年1	25	25
3	25	25
5	25	25
7	25	25
9	25	25
11	25	25
13年1	25	25
3	25	25
5	25	25
7	25	25
9	25	25

項目 年 月	鉱工業指数 (2010年=100)							消費者物価指数 (2010年=100) (生鮮食品を除く総合)			全国勤労者世帯 (農林漁家世帯を含む)				百貨店・スーパー 販売額		
	生 産			出 荷		製品在庫					可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後	
	季調指数	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	
2012年度(年)	※97.8	—	※0.6	—	※1.2	—	※5.2	※99.7	—	※▲0.1	※425,005	※1.1	※313,874	※1.6	※▲0.0	※▲0.8	
2013年度(年)	※97.0	—	※▲0.8	—	※▲0.6	—	※▲4.3	※100.1	—	※0.4	※426,132	※0.3	※319,170	※1.7	※0.6	※▲0.4	
2014年度(年)	※99.0	—	※2.1	—	※1.3	—	※6.2	※102.7	—	※2.6	※430,141	※0.9	※318,755	※▲0.1	※1.7	※0.9	
2014. 9	98.1	1.4	1.0	3.2	1.7	▲0.4	4.1	103.5	0.0	3.0	341,855	▲2.2	303,614	▲3.7	1.7	0.5	
	10	98.5	0.4	▲0.5	0.1	▲0.6	▲0.1	3.9	103.6	0.1	2.9	404,682	0.9	316,154	▲0.1	1.0	0.0
	11	97.9	▲0.6	▲3.7	▲0.7	▲4.8	1.1	6.6	103.4	▲0.2	2.7	431,543	21.1	306,230	1.7	1.9	1.1
2015. 1	12	98.1	0.2	▲0.1	▲0.2	▲0.1	▲0.1	6.2	103.2	▲0.2	2.5	773,622	2.6	357,772	▲0.2	0.7	0.1
	1	102.1	4.1	▲2.6	5.5	▲2.1	▲0.4	5.6	102.6	▲0.6	2.2	359,029	0.2	320,674	▲1.6	0.6	▲0.0
	2	98.9	▲3.1	▲2.0	▲4.4	▲2.9	1.1	7.0	102.5	▲0.1	2.0	406,800	2.1	291,387	▲1.1	2.0	1.3
	3	98.1	▲0.8	▲1.7	▲0.6	▲2.3	0.4	6.2	103.0	0.4	2.2	364,614	1.7	351,974	▲8.5	▲12.3	▲13.0
	4	99.3	1.2	0.1	0.6	0.2	0.4	6.6	103.3	0.3	0.3	384,710	3.1	334,301	1.3	9.5	8.6
	5	97.2	▲2.1	▲3.9	▲1.9	▲3.2	▲0.8	3.9	103.4	0.2	0.1	327,875	2.2	317,317	8.3	6.3	5.3
	6	98.3	1.1	2.3	0.6	1.8	1.5	4.0	103.4	0.0	0.1	581,279	2.2	293,042	▲0.9	0.6	▲0.3
	7	97.5	▲0.8	0.0	▲0.4	▲0.8	▲0.8	2.7	103.4	0.0	0.0	472,058	5.3	314,788	1.0	3.2	2.1
	8	96.3	▲1.2	▲0.4	▲0.7	0.6	0.3	2.1	103.4	0.0	▲0.1	391,352	2.1	317,195	3.7	2.6	1.8
9	97.4	1.1	▲0.8	1.4	▲1.5	▲0.4	2.1	103.4	0.0	▲0.1	338,098	▲1.1	298,733	▲1.6	P2.6	P1.7	
資料出所	経 済 産 業 省							総 務 省							経済産業省		



「フィンテック」(Fintech)

滋賀銀行 常務取締役本店営業部長 十二里 和彦

最近、「フィンテック」という言葉が、金融サービスに関連してよく聞かれるようになりました。「フィンテック」とは、「金融」(ファイナンス)と「技術」(テクノロジー)を融合させた造語ですが、金融を技術の力でより便利で効率的なものとしようとする試みです。

近年のICT(情報通信技術)の発展に伴い、モバイル決済やオンライン送金といった決済分野を中心に新しいソフトウェアやソリューションを開発したベンチャー企業などが、高利便・低コストの金融サービスを提供する事例が増えてきています。従来、金融業界における競争は基本的に金融機関同士に留まっていたが、この「フィンテック」の台頭が、これまでの競争環境を一

変させつつあります。欧米や中国に比べ遅れをとっている日本においても、昨今、メガバンクがITベンチャー企業と提携を結ぶなど、「フィンテック」活用の動きが出てきました。

当行も12月より、「フィンテック」の有望分野で、将来的には、最適な資産運用などを助言する「ロボ・アドバイザー」の第一歩として、ソフトバンクグループが販売する人型ロボット「Pepper(ペッパー)」を本店営業部、草津支店、京都支店のロビーに順次導入します。「Pepper」に搭載された人工知能を活用することで、お客さまに必要とされる金融サービスのご提供とさらなる高度化に努めてまいりたい、と考えております。

どうぞ一度ご来店いただき、「未来」の一端をご体感ください。

県内データ あれこれ

2014年工業統計調査(速報)

1事業所当たりの付加価値額、全国第2位

～上位5業種で5割を占める～

このほど経済産業省ならびに滋賀県が発表した「2014年工業統計調査(速報)」によると、滋賀県の2014年1年間の製造品出荷額等*は6兆7,814億円で、前年比5.4%増加した。

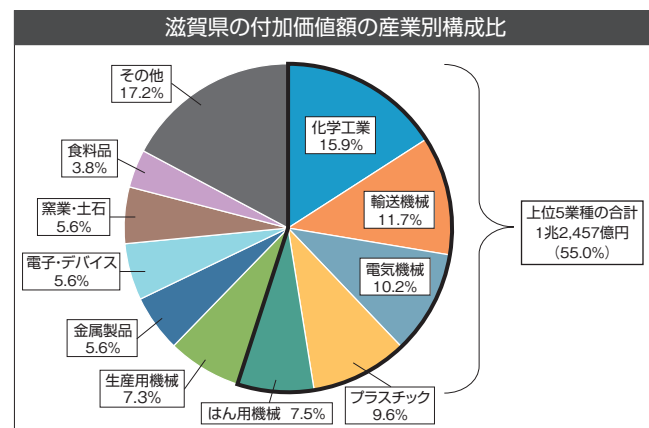
この製造品出荷額等から原材料使用額等を引いた「付加価値額」をみると、合計額は2兆2,650億円(同-1.7%)で全国第14位。1事業所当たりの金額は8億2,423万円で全国第2位、従業者1人当たりでは1,501万円で全国第6位と、引き続き高い水準を保っており、県内の製造業の高い収益性と生産性がわかる。

さらに産業分類別の構成比でみると、化学工業が3,605億円と15.9%を占めて最も高く、次いで輸送機械(2,652億円、11.7%)、電気機械(2,319億円、10.2%)と続く。全24業種のうち、上位5業種の付加価値額の合計は1兆2,457億円と、全体の半数を超え、55.0%を占めた。

全国有数の工業県である当県には、大手メーカーの事業所やマザー工場、研究所が多数立地し、また高い技術力と生産性を有する多

くの中小企業が存在している。企業間や県の研究所、大学等との連携によるさらなる技術力向上、ノウハウ蓄積の可能性も大きい。製造業がけん引する地域経済の持ち味を生かした活性化に期待したい。

(株)しがぎん経済文化センター 長山 真由美



*製造品出荷額等／製造品出荷額＋製造工程から出たくず及び廃物の出荷額＋加工賃収入額＋その他収入額の合計。消費税等内国消費税額を含む。



タイルを貼り付けた特別仕様品(左)と現在、開発中の信楽焼のタイルを埋め込んだ商品(右)

電子部品の製造や金属加工業、製造業を中心とした業務請負や派遣業務を行う前出産業株式会社。そんな会社が日本初の蓄熱式薪ストーブを販売している。

きっかけは同社が所属する滋賀県中小企業家同友会東近江支部の「薪のある暮らし方研究会」の活動だ。国産材を有効活用する手段の一つとして針葉樹を燃料とする薪ストーブを試作し、同社が製造・販売を手掛けることとなった。これまで日本で普及していた薪ストーブのほとんどは広葉樹を燃料としており、高温ですぐに燃え、さすが

燃焼効率が高く、 針葉樹も燃料に使える 蓄熱式薪ストーブ「Mark」シリーズ

会社DATA 前出産業株式会社

■本社／近江八幡市上田町1288-18 ■設立／1974(昭和49)年
■代表／前出 博幸 ■従業員数／125名(正社員29名)
■事業内容／電子部品受託製造事業、業務請負・派遣事業、金属加工事業、環境関連事業
■問い合わせ先／TEL:0748-37-1647
■URL／http://www.maede.co.jp/

多い針葉樹は燃料には不向きとされていた。Markシリーズは、筐体に1000℃以上の高温にも耐えられる特殊なセメント材料を使用。油分の多い針葉樹林でもさすがに少なく、不純物も出ないため破損や故障を引き起こすことが少ないのだ。

また、鋳物や銅板製と違い蓄熱性も高く、薪が燃焼した後でも数時間放熱するため、薪の量が通常製品の6割程度に押さえられるという。今後は信楽焼のタイルを埋め込んだデザイン性の高い商品や設置場所のインテリアに合わせた商品の開発を進めている。

SHIGAGIN TOPICS

全国の地方銀行で初めて 「UCDAアワード2015(最優秀賞)」を受賞

「UCDAアワード2015」(主催:一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会)の「銀行・信用金庫分野」において、当行は最優秀賞である「UCDAアワード2015」を受賞し、表彰式が11月5日、東京で行われました。全国の地方銀行で初めての受賞となります。

この賞は、企業・団体が生活者に発信するさまざまな情報媒体を、産業・学術・生活者の知見により開発した尺度を使用して「第三者」が客観的に評価し、優れたデザインを表彰するものです。今回、「共通印鑑票(新規口座開設用)」が「記入者の負担を軽減させるデザインである」と高く評価されました。

審査員からは、「記入項目が必要最低限で、あっという間に記入が終わった感じがした」「文字のフォント(書体)や大きさ、赤・青・緑の色彩バランスがよく、記入しやすい」「自分が記入するスペースと、銀行使用欄の色の差がはっきりしていて、わかりやすい」

などの声をいただきました。

当行は、CSR憲章(経営理念)に掲げる「地域社会」「役職員」「地球環境」との「共存共栄」の実践に努めてまいりました。今後ともお客さまの満足度向上に向けた取り組みを進めてまいります。



在間総代理理事長(左)より林常務にトロフィーが贈られました

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

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



しがぎんリース・キャピタル株式会社

●本 社●

〒520-0041 大津市浜町4番28号 浜町ビル4F
TEL (077) 522-6391 (代表) FAX (077) 526-0822
HPアドレス: <http://www.shigagin-slc.co.jp>
Eメールアドレス: sb-lease@gamma.ocn.ne.jp

- 湖西・堅田営業所 〒520-0242 大津市本堅田5丁目18番12号 滋賀銀行堅田駅前支店内
TEL (077) 573-5911 FAX (077) 573-5977
- 湖 南 営 業 所 〒525-0032 草津市大路1丁目14番26号 しがぎん草津ビル4F
TEL (077) 563-8668 (代表) FAX (077) 563-8669
- 八 幡 営 業 所 〒523-0873 近江八幡市正神町1番地 滋賀銀行八幡支店2F
TEL (0748) 36-7986 (代表) FAX (0748) 36-7988
- 彦 根 営 業 所 〒522-0075 彦根市佐和町11番21号 滋賀銀行彦根駅前支店3F
TEL (0749) 26-6501 (代表) FAX (0749) 26-6521
- 湖 北 営 業 所 〒526-0037 長浜市高田町9番10号 滋賀銀行長浜支店内
TEL (0749) 68-1021 FAX (0749) 68-1161
- 水 口 営 業 所 〒528-0013 甲賀市水口町宮の前1番7号 滋賀銀行水口支店2F
TEL (0748) 63-1320 FAX (0748) 63-1321
- 京 都 営 業 所 〒600-8411 京都市下京区烏丸通四条下ル水銀屋町630番地 京都滋賀ビル4F
TEL (075) 351-8655 FAX (075) 351-8660
- 三 重 営 業 所 〒518-0873 伊賀市上野丸之内51番地の1 滋賀銀行上野支店2F
TEL (0595) 21-2530 FAX (0595) 21-2535

ウィーンからの凱旋。



©Jun Yoshimura

音楽監督就任記念日本ツアー2016

佐渡裕 指揮 トーンキュンストラー Yutaka Sado 管弦楽団 & Tonkünstler-Orchester Japan Tour 2016

2016年 **5月27日(金)** 19時開演
(18時15分開場)
滋賀県立芸術劇場びわ湖ホール大ホール

ハイドン:交響曲第6番 二長調「朝」

ベートーヴェン:ピアノ協奏曲第1番 八長調
(ピアノ:アリス=紗良・オット)

ブラームス:交響曲第4番 ホ短調



©Marie Staggat

KEIBUN友の会会員料金 好評発売中! 同時入会可

SS席20,000円(友の会会員限定)
S席18,000円/A席16,000円/B席14,000円/
C席11,000円/D席 9,000円

一般料金 一般発売:2015年12月5日(土)AM10:00~

S席19,000円/A席17,000円/B席15,000円/
C席12,000円/D席 9,000円/車椅子15,000円

<全席指定:税込>