

SHIGAGIN BUSINESS WATCHING

# かけはし

# 4

April 2012

Vol.133

かけはし特別座談会

**株式会社平和堂** 代表取締役社長 夏原 平和氏

**草津電機株式会社** 代表取締役社長 北村 嘉英氏

**八千代産業株式会社** 代表取締役社長 山本 敏夫氏

イチ押し!開発ヒストリー

**有限会社とも栄菓舗**

時代にどう対応する—企業の持続可能性の研究

**京都空罐工業株式会社**



# かけはし 4

April 2012 Vol.133

## CONTENTS



03

02 **ビジネストーク**  
「グリーン&ライフ イノベーション」

03 **かけはし特別座談会**  
**株式会社平和堂** 代表取締役社長 夏原 平和氏  
**草津電機株式会社** 代表取締役社長 北村 嘉英氏  
**八千代産業株式会社** 代表取締役社長 山本 敏夫氏

09 **イチ押し!開発ヒストリー**  
**有限会社とも栄菓舗**

11 **時代にどう対応する—企業の持続可能性の研究**  
**京都空罐工業株式会社**

13 **琵琶湖の記憶**  
ひっそり咲く御隠居桜。  
—今森 洋輔

14 **データで読み解く地域経済**  
「消費者物価指数」  
—デフレ現象に歯止めはかかるか—

15 **アジア&ワールド**  
**香港における人民元の動向**

17 **アナリストレポート 県内景気天気図**  
**盛り上がり欠けた弱含みの状態**

19 **ズームアップ 県内経済情報**  
**景況感再び悪化**  
(県内企業動向調査)

21 **主要経済指標**



09



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製(コピー)複製(転載)を禁じます。

3月10日、平成23年度の「サタデー起業塾」の全プログラムを終了しました。

昨年6月に開講の同塾は、台風などの影響で日程の一部変更を余儀なくされましたが、終始熱心に聴講いただいた受講生の皆さまに敬意を表します。また、コーディネーターとして気さくな口調で講義のポイントを解説、講師と受講生の架け橋を務めていただいている京都大学・木村亮教授、そして塾の運営と受講企業の活動をサポートしていただいている「野の花応援団」(大学、行政の支援機関、証券会社、監査法人、ベンチャーキャピタルなど組織)の皆さまに感謝申し上げます。

「サタデー起業塾」は平成12年に開講、以来12年の歳月を重ねた今、企業を中心とする受講者の皆さまの「本業の強みを生かすつ、新しい事業の柱を立てよう」との熱意とともに、「取り組み分野の拡がり」を強く感じます。

産学官連携による「ニュービジネス」への取り組みを表彰する平成23年度「しがぎん野の花賞」(2月18日贈呈)では、蓄えたものづくり技術力を生かして医療分野へ進出された「山科精器(株)」、湿潤療法に基づく新型絆創膏を開発された「東洋化学(株)」、10年来の夢である体験型観光農園事業「ローザンベリー多和田」を実現された「株メリーデイズ」、桑の幹や樹皮を利用した高機能食品・サプリメント

### ビジネストーク

## 「グリーン&ライフ イノベーション」

滋賀銀行頭取 大道良夫



素材を開発された「(有)永源寺マルベリー」、植物性乳酸菌を活用した事業を展開される「(株)SKYライフ」の5社が選ばれました。

いずれも、その企業ならではの得意分野を生かし、テーマも成長分野の医療・環境・健康に設定されていることに、今後の多くの企業経営のあるべき方向性を見た思いがしました。そのうち、農業など一次産業からサービス業など三次産業までを融合的に展開されている「六次産業化事業」も3社ありました。

さて、24年度「サタデー起業塾」は6月、開講します。「グリーン&ライフ イノベーション」(環境・エネルギー)と「ライフ・インノベーション」(環境・エネルギー)をテーマに「グリーン・インノベーション」(環境・エネルギー)と「ライフ・インノベーション」(医療・健康関連産業)への取り組みに着目したプログラムを考えております。

大津市におの浜の「コロポ21」4階に常設の「しがぎんビジネスサポート室」では、ニュービジネスをはじめ各種ご相談にお応えしております。

現状に甘んじている成長はありません。企業が次のステージへ果敢に挑戦することが、そこで働く人々に活力を与え、夢を現実にするのを今回の「しがぎん野の花賞」の各受賞企業さまが示されました。

次なるステージへの果敢な挑戦を考える「サタデー起業塾」への、皆さまの積極的なご参加をお待ちしております。

### cover essay



#### 畑のしだれ桜(甲賀市)

写真・文/寿福 滋

気品のある優美な姿は、都しだれとも呼ばれ、平家の落人伝説や徳川家康が駆け抜けた伝承も伝わり、歴史を秘めてこの郷を見守っている。近年、保存会の人達が丹精され樹勢も回復した。さらに二世の苗木も元気に育ち、やがて親子で豪快に咲き誇るのだらう。

#### 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。

# 「熱いアジア」から成長パワーを取り込み 地元経済へフィードバックしたい。

滋賀銀行のバンコク駐在員事務所を2月9日に開設しました。香港支店(1993年開設)、上海駐在員事務所(2003年開設)に次ぐアジア第3の海外拠点です。香港支店は実際のバンキング業務ができる強みを持ち、上海駐在員事務所では「困りごと相談・探し物相談(マッチング)・進路(進出先)相談」の「3つの相談」で海外進出企業をサポートしてまいりました。今回のバンコク駐在員事務所開設により、この取り組みを東南アジア全域に拡充していきます。これを機に、当行とご縁の深い、海外展開に関する豊富な経験をお持ちの企業3社の経営者をお招きしました。



滋賀銀行  
取締役頭取  
大道 良夫

株式会社平和堂  
代表取締役社長  
夏原 平和氏

八千代産業株式会社  
代表取締役社長  
山本 敏夫氏

草津電機株式会社  
代表取締役社長  
北村 嘉英氏

## バンコク駐在員事務所開設で 海外事業支援をさらに充実

大道 ●バンコク駐在員事務所の開設によって、アジアに進出している当行のお取引先企業への支援体制がこれまで以上に充実いたします。今後も成長が見込まれる中国、アジア市場。魅力を感じて進出をご検討の経営者も多いことでしょう。一方、「引き続き国内で事業を拡充したい」とお考えの方もおられます。今回お招きした平和堂の夏原平和社長、草津電機の北村嘉英社長、八千代産業の山本敏夫社長は国内だけでなく海外でも豊富な経験をお持ちです。海外に対してどのようなスタンスで臨めばいいのか、示唆に富むお話を聞かせていただけることでしょうか。まず、3社さんのご紹介も兼ねて国内での事業展開をお聞かせします。申すまでもなく平和堂さんは県内小売業のトップランナー。現在は滋賀県内に70店、京都府に13店など近畿・北陸を中心に131店舗を展開中です。衰えない勢いの秘密を夏原社長からお聞かせいただけますか？

夏原 ■勢いが商圏内でのシェア率の高さだとすれば、エリア内へ集中出店する「ドミナント戦略」こそ商圏での優位性を獲得する重要な戦略と考えています。私どもの店舗は「アルプラザ型」と「フレンドマー

ト型」に分かれますが、商圏規模に応じて適正な出店方式で事業を展開しています。

大道 ●最近、有力小売店のスーパー・丸善チェーンさんを統合されました。

夏原 ■平和堂のお客さまとは違う層のファンから愛されてきたチェーンですから、ビジネスの幅は広がります。今後も60年近い歴史を持つ丸善の名を大切に継承していきたいと思っています。

大道 ●「滋賀は買い物難民が最も生まれにくい県だ」とある評論家が話されてきました。滋賀県はコンパクトシティの集合体のような構造がすでにできており、それも平和堂さんが県内に広く出店されているからです。また、若年層の比率も高いですから、買い物難民は生まれにくいように思います。

夏原 ■とはいえ、高齢者を中心とする買い物弱者は皆無ではありません。そんな

方々のために「平和堂ホームサポートサービス」をスタートさせ、買い物代行だけでなく生活サポート全般に取り組んでいます。

大道 ●草津電機の北村社長にお聞かせします。早くから生産の海外シフトを進めてこられた御社では国内拠点をどう位置づけておられるのでしょうか？

北村 ■国内外の機能分担は、海外で量産品を生産し、国内拠点では技術開発や少ロット品、試作品に特化する。基本的にはそう考えます。しかし、最近海外でも顧客からの要求は高度化する一方で、迅速に対応するには海外拠点にも相應の開発力を備えなくてはならず、「海外は量産」という図式だけでは通用しなくなりつつあります。海外で生産するといっても日本人ならではの「ものづくり魂」は必要です。技術力を語る時、新製品の開発力にスポットが当たりますが、持てる生

産能力をいかに最大化するかという、製造力も重要な要素です。日本の企業はこの製造力に優れた技術を持っています。当社も国内でこの力に磨きをかけて海外へ展開していこうと考えています。

大道 ●上海の生産拠点をお訪ねした際に最新のロボットラインを拝見しましたが、あのような生産設備も自社で開発されるのですか？

北村 ■はい。家電用産業用のモーターやポンプを手掛けていますが、自社で開発した設備が国内外の10拠点で活躍しています。「国内で磨いた技術力を海外で生かす」手法で、製造力を高めてきました。

大道 ●東京に本社を置かれる八千代産業さんも、近畿圏での営業拠点を栗東市に構えておられる点で湖国とご縁が深い企業です。以前は京都にあったものを移されたそうですね。

山本 ■2000年に掲げた企業キャッチフレーズが「Be there(そこにいる)」。私たち商社は、常にお客さまの周囲をまわるサテライト(衛星)でなくてはならないの考えです。ペーキング類など機械部品を扱っていますが、近畿での納入先が滋賀県に集中しているため、「Be there」の精神にのっとり栗東市へ移しました。京都から車で訪問すると時間や経費のロスだけでなく、環境負荷も増やします。ちなみ

に「Be there」を掲げたのは電子メールの普及で顧客とのリアルなふれあいが希薄になりはじめた時代でした。時代にあらがっても密度の濃いお付き合いがしたい。その思いを表現しました。

## 独自のブランド構築で 長沙市の発展を加速させた平和堂

大道 ●当行のお取引先企業のうち約250社が東南アジアに進出、そのうち135社はタイに進出されています。タイは中国に次いでわが国とのパイプが太く、政府も海外製造業の誘致にとっても熱心です。今後もタイを中心に東南アジア各



株式会社平和堂 代表取締役社長 夏原 平和氏



クオリティーの高いモール型百貨店として人気の湖南平和堂・株洲店



八千代産業株式会社 代表取締役社長 山本 敏夫氏

**アジア圏と中国圏に拠点を広げ家電メーカーを支える草津電機**  
大道 ●草津電機さんは86年のシンガポール進出を期に、中国やタイなど早くから海外製造拠点網を構築され、モ

北村 ■敬虔な仏教国で国民性も穏やか、大道 ●当行が駐在員事務所を開設したタイでの経験も豊富にお持ちですね。この国の印象をお聞かせください。

う幹部に育っています。スターティングメンバーに日本接客法の奥にある精神をじっくりと理解してもらおうことが、サービシ業が海外で実を結ぶうえで重要なポイントです。  
大道 ●今後の出店戦略をどう描いておられますか？  
夏原 ■矢継ぎ早な出店は中国ではリストクがあるため、2〜3年に1店舗出店していくのが順当だと考えています。現在、湖南省で4号店の出店を準備していますが、その次には他の地域も視野に入りたいと思っています。

ターやポンプ類の供給で大手家電メーカー等のグローバル戦略を支えてこられました。進出のきっかけをお聞かせください。  
北村 ■85年のプラザ合意に端を発した急激な円高で、当社の取引先がこぞって海外進出されるのをフォローするためでした。  
山本 ■海外進出の第一ブームですね。  
北村 ■当時は台湾や韓国が進出先の中心でしたが、当社はいち早く東南アジアをにらみ、さまざまなインフラが整っていたシンガポールへ。そこを拠点にしながら東南アジア圏と中国圏に拠点網を広げました。



日本の技術が詰まった草津電機の生産ライン(写真はタイの現地法人)

国へ進出されるお取引先企業は増えることでしょう。バンコク駐在員事務所はそのお手伝いをさせていただくために開設しました。ここからは3社の海外での活躍ぶりや貴重な経験談をお聞きしましょう。平和堂さんは滋賀県と友好都市協定を結んでいる中国湖南省から要請されて、1998年に省都長沙市に「湖南平和堂」1号店を出店されました。現在は3店舗で営業されています。進出の経緯をお聞かせください。

長沙市は近代化が遅れていて日本人が考える「質の高いサービス業」など影も形もなかったですね。現在でこそ長沙市は大発展していますが、会長は成長性を見越して決断したわけではなく、純粋に「この地にまごころある商いを育てたい」と考えたようです。でも、やはり現地視察した私の意見は「反対」。当時の立ち遅れた様子を見ると誰もがそう考えたと思います。市民の服装もファッション性とは無縁。ここに商機があるなど信じられませんでした。

夏原 ■以前から海外進出に意欲的であった故夏原平次郎会長(先代社長)が、湖南省から請われると即座に現地へ飛んで進出を決めました。94年当時、内陸部の大道 ●現在の長沙市の発展ぶりに「平和堂さんは先見の明があった」と皆さんが考えますが、私はむしろ湖南平和堂の誕生が街の発展を加速させたと思います。市場性よりも、その地の人々に役立つというの思いに駆られて進出された、平次郎会長の心意気に深く感動いたします。ところで湖南平和堂はお馴染みのアルファザ、フレンドマートとは異なった高級百貨店です。長沙市民にとって湖南平和堂での買い物はステータスになっているようですね。

夏原 ■ご指摘の通りです。全員邦人スタッフで固めれば楽ですが、それではその大道 ●日本流の「質の高いサービス」をどう現地に根づかせるかが一番難しかったのではありませんか？  
夏原 ■指摘の通りです。全員邦人スタッフで固めれば楽ですが、それではその



草津電機株式会社 代表取締役社長 北村 嘉英氏

ました。日本とは違う切り口で攻めるほかないと考えて、ブランドを前面に打ち出す戦略を選びました。といっても既存ブランドを使うのではなく、中国になかった品揃え、クオリティーの高い接客、非日常感覚の空間づくりといった総合力で平和堂ブランドを構築して、それ自体を価値化していく戦略です。具体的には直営部分を少なくして専門店を増やす、二等地に豪華な建物を構える、現地百貨店になかった「ゾーニング」の概念も取り入れました。店舗スタッフのファッションセンスも長沙の人々に衝撃を与えたようです。



八千代産業が積極的に輸入している高精度・高品質製品(写真は空気圧機器)

とここで滋賀銀行さんの香港支店が人民元での融資を開始されましたね。日本と中国の資金のやり取りは従来はUSDドル建てや円建てで行っていましたが、為替リスク回避には人民元建てが一番ですから大歓迎です。現地通貨を借りたくても現地の銀行は敷居が高い。香港や上海に滋賀銀行があるのでほとんど問題なく融資面だけでなくマッチング等の情報提供もありがたいです。

勤勉な人が多いです。加えて女性の社会進出が顕著で、当社現地法人の管理職も8割までが女性。男性よりも断然アグレッシブです。女性の営業担当者が取引先の女性マネージャーと交流を深めながら販路開拓を進めるケースも珍しくありません。  
大道 ●首相も女性ですね。女性の社会進出がそこまで進んでいるとは思いませんでした。  
北村 ■アジア圏では各国ともその傾向があります。日本が遅れているのではないのでしょうか。タイ進出を検討中の企業では現地女性の活用をお考えになることでは

大道 ●お役に立てて光栄です。海外で販路開拓する際にはどこに注意すればいいでしょうか？  
北村 ■現地ローカル企業と付き合いながら国民性の違いにご注意ください。中国では支払い遅れが当たり前。製品を積んだトラックを先方の工場前に停めて「先月分を支払うまで積み荷を渡さない」と交渉するなどは日常茶飯事です。模倣品が出回るのも常態化していますので、模倣品を見つけたら製造元を突き止め、そこを調達先にしてしまうくらいの豪胆さが必要です。  
夏原 ■中国には立ち退き問題もありますね。湖南平和堂1号店の建設時に行政の都合で建設計画の変更を余儀なくさせられました。  
北村 ■中国は土地が国有なので仕方がありませんね。海外では「郷に入れば郷

に「従え」の姿勢が肝要です。進出先ごとにお国柄に順応して賢く立ち回るほかにいでしょう。同時にアジア圏全域の中でその国の位置づけを見極めながら、当社のような受注型企業の場合は取引先が次にどう動くかまで見据える。視野の広さにも必要です。

## 広範囲な供給網で顧客を支える 八千代産業の「Be there」精神

**大道** ● 八千代産業さんは94年のシンガポールを皮切りに香港、上海へ進出されました。広範囲な機械部品供給網によって現地邦人企業をサポートしておられます。草津電機さんと同様、国内顧客のグローバル化と軌を一にするための進出で、「Be there」の実践ともいえますね。

**山本** ■ 当時は顧客である電機業界各社がシンガポールなどの東南アジアに進出されました。みんな一斉に進出したので結局はコスト競争に陥つてしまい、中国へ移る企業が続出しました。シンガポールのお客さまが減って営業拠点の閉鎖を考えた時期もありましたが、最近になって各社とも戻って来るようになりました。日系企業が減った時期にはシンガポール等のローカル企業との付き合いを開始しました。北村社長がお話されたように国民性の違いから、現地企業との業務提携ではい

ろいろな失敗もしました。多くの失敗を経てちょっとした成功を手にしたという印象です。そのちょっとした成功がいま大きな実を結んでいる。海外ビジネスとはそういうものです。

**大道** ● やはり回収リスクなども経験されたのですか？

**山本** ■ ええ。海外を経験した営業スタッフはタフになります。在庫管理も支払いも回収も一人でこなさなくてはならない。個々人に経営感覚が求められます。当社では順応性が高い30歳代の社員しか海外へ派遣しません。

**大道** ● 夏原社長のお話にもあったように、海外で成功する鍵は人材にありそうですね。

**夏原** ■ 中国の人にはいまの日本人が忘れてたハンクリーさがあり、少しスキルが上がると好条件の他社へ躊躇なく転職します。義理人情は通用しにくい。それを防ぐためには「この職場で頑張ること得られる夢」を実感させながら育成することです。定着率を高めることは海外事業の大きな課題ですね。

**山本** ■ 日本から派遣する場合はストレス耐性が高く好奇心が旺盛な人。そうではないといくら頭脳明晰な人でも挫折するでしょう。

**大道** ● 当行の香港支店と上海駐在員事

ますよ。

**山本** ■ グローバル化の潮流にとりあえず乗る「とりあえず型」の進出は避けて欲しい。その地に需要があるかを見極めないといけません。ただ、進出すれば国内よりも商機が潜んでいるのは事実です。先発組によって固定化してしまった市場も多いですが、ニッチ市場は着眼点次第で夢をつかむチャンスはあるでしょう。

**北村** ■ アジア市場を考える時に重要なのが宗教の違い。中華圏、イスラム圏、仏教圏に大別できますが、日本人の感覚からは想像できないこともあります。違いを理解してから進出されることをお勧めします。

**山本** ■ 当社では宗教圏別に営業部隊を分けています。

**北村** ■ タイはいろいろな面で便利な拠点です。東南アジア全域と地理的なアクセスが良いえ宗教的な偏りも少ない。

**大道** ● 環境配慮に熱心な滋賀県企業の強みは世界市場で生かせるでしょうか？

**山本** ■ 最終消費地がEU圏の場合、特定の有害物質を制限する「RoHS（ローズ）指令」をクリアしなければならず、アジアのローカル企業では対応があまり対処しきれいていません。滋賀県企業の強みが、こ

こで生かせるように思います。

**北村** ■ 当社のモーターが組み込まれた製品が欧州へ行く場合もRoHS対応が求められます。発送先を書くマジックペンにまで規制物質排除を求めるなど、想像を絶する厳しさです。山本社長のおっしゃる通り、環境意識の高い滋賀県企業が活躍できる場は世界中にあるでしょうね。

**大道** ● 海外で得られたものをどう国内に還元しているかを教えてください。

**夏原** ■ 海外市場では日本の食品への評価が高い。近江の良質な食品にもチャンスは広がっています。今後、私どもが中国で育てた販売チャネルを県内の生産者さんにお役立ていただく機会もあるでしょう。そんな「世界への窓」を長沙進出で開くことができたと思えます。

**北村** ■ 技術面では海外から持ち帰るものはありませんが、何よりの成果は草津電機グループの業績維持を図れていること。これが国内での技術開発を元気づけています。また、海外での取引が縁になつて国内でもお付き合いが始まった事例もあり、海外で築いた信頼が国内事業にもたらす有形無形の恩恵を感じる場合も多いですね。

**山本** ■ 海外進出で国内でのビジネスがいかに甘かったかを思い知らされました。そ



滋賀銀行 取締役頭取 大道 良夫

務所では日系企業さん同士の、出合いの場にしていただける商談会をたびたび開催しています。「1日参加しただけで20社もの取引が見込める先と出会えた」とご好評をいただいています。八千代産業さんもご参加の常連組ですね。

**山本** ■ 現地での業務提携網を広げられるのは非常にありがたい。取引先が多すぎるメガバンクにはできない地方銀行ならではの素晴らしい取り組みだと思います。本来、提携先網を繋げるのは私たち商社の役割ですが、我々がやるべきことを先に手掛けられたのには感服しました。

## 生産拠点に、消費市場に 無限のポテンシャルを持つアジア

**大道** ● 日本はすでに市場が成熟し、多くの企業が需要の旺盛なアジアに活路を見いだそうとしています。ポーターレス経済

の気付きが、最大の収穫ですね。当然、国内事業へも少なからぬ好影響がフィードバックされています。

**大道** ● 最後に滋賀銀行へのご意見、ご要望をお聞かせください。

**夏原** ■ 海外でも長い取引のある滋賀銀行さんからフォロワーが受けられるのは心強いですし、幅広い情報の提供もありがたく思っています。今後は、海外進出を期しておられる県内企業向けのセミナーなどをもっと催されてはいかがでしょうか。

**北村** ■ あえて注文すれば、国内の店舗であつても海外に関する知識とセンスをさらに深めていただきたい。そうすれば、海外事業についてもっと気軽に相談できるようになります。

**山本** ■ 地方銀行ならではのネットワークを生かして今後も頼れるサポーターでいてください。

**大道** ● 今後ポーターレス化がさらに進み、わが国と中国圏・アジア圏の関わりはあらゆる面で緊密さを一層増すことでしょう。その風を追い風にして、滋賀県の企業がさらに発展されることを大いに期待しています。また、当行も全力でご支援していく決意でございます。本日はお忙しいなか、ありがとうございます。

の今日、海外進出はお取引先の継続的な発展につながり、ひいては地元経済の発展につながることを確信しています。また、それをサポートするのが地域金融機関の使命であると考えています。海外進出をお客への当行お取引先へ、皆さまからアドバイスをいただけますか？

**夏原** ■ 上海、広州など中国の沿海部にはサービス業が新規進出する余地はもうないかもしれませんが、発展著しい内陸部ならチャンスはあるでしょう。沿海部でも新たな市場を創造できるアイデアがあれば商機はあります。中国はライフスタイルの変化が著しく、目新しいものが思わぬ金脈となるかもしれません。当社の従業員いわく「中国へ行く」と元気になる。頑張れば結果がすぐに出る市場だからです。国内にないパワーが満ちていて挑みがいのある国だと思

<b>八千代産業株式会社</b> ■所在地/東京都千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル ■設立/1937年6月 ■資本金/1,010万円 ■事業内容/総合商社(機械部品) ■代表者/代表取締役社長 山本 敏夫 ■URL/http://www.yachiyo-corp.co.jp/ ■現地法人/シンガポール、中国(上海市・香港)	<b>草津電機株式会社</b> ■所在地/滋賀県草津市東草津2-3-38 ■設立/1948年3月 ■資本金/14億5,500万円 ■事業内容/小型モーターの製造販売 ■代表者/代表取締役社長 北村 嘉英 ■URL/http://www.kusatsu.jp/ ■現地法人/シンガポール、タイ、中国(上海市・広東省珠海市)、フィリピン	<b>株式会社平和堂</b> ■所在地/滋賀県彦根市小泉町31 ■設立/1957年6月 ■資本金/116億1,437万円 ■事業内容/食料品・衣料品・住居関連品等の総合小売業 ■代表者/代表取締役社長 夏原 平和 ■URL/http://www.heiwado.jp/ ■現地法人/中国(湖南省長沙市)
--	---	--

イチ押し!  
開発ヒストリー

有限会社とも栄菓舗

特産アドベリー使用の「あど果ミルク」が人気  
「おうみの名工」が作る和洋折衷菓子。和菓子作りの常識を超え  
和洋融合のスイーツを開発

高島市安曇川町の特産品として知名度が高まるアドベリー。ラスベリーやブラックベリーなどと同じベリーの一種で、正式名はボイズンベリーという。地元企業によるアドベリーを使った商品もたくさん誕生している。そのなかでも人気を博しているのが和洋菓子製造の「とも栄菓舗」のイチ押し商品「あど果ミルク」だ。

あど果ミルクはアドベリーのタレをミルク餡とまんじゅうの皮で包んだ焼き菓子。口に入れると皮がほぐれ和菓子らしい甘みが広がる。しっとりとしたミルク餡のまろやかな味わいと、アドベリーの酸味が加わってやさしいハーモニーを醸し出す。一見すると正統派の和菓子だが、和洋折衷の現代的なスイーツだ。若い世代から年配者まで、幅広い年齢層に親しまれる味わいが、土産品としても重宝されている。

一方、その製法がプロの菓子職人の間で注目されている。というのも、和菓子の世界では例のない

かつた焼き菓子

の中にタレを入れることを発想し、閉じ込めるこ

とに成功したからである。その前

例のない菓子を開発するために、

西沢勝治社長は何度も試作を繰り返した。「新しい菓子を作るに

は、最初からうまくできることはありません。失敗を重ね、数を

作っていくことに問題が見えてく

る。それを一つずつクリアして、ようやく一つの菓子を完成させることができるのです。例えば、一般のまんじゅうの皮は柔らかく、タレを入れる



安曇川特産のアドベリーで作った「あど果みるく」

と側面から流れ出してしまったことがある。そこで小麦粉の配合を変え、長めに練り短時間で焼き上げることで、皮を固めに仕上げることに

した。タレを注入するための専用機械を特注して、ようやく完成品を作り上げることができたのである。

アドベリーが職人魂を刺激  
数々の創作菓子が誕生する

アドベリーは道の駅「藤樹の里あどがわ」の2006年開業に向けて開発した特産品だ。旧安曇川町商工会が中心となりアドベリー生産協議会を立ち上げ、わが国で初めて本格的な栽培に取り組んだ。その際に町名にちなんでつけた愛称がアドベリーだ。西沢社長は同協議会の加工部会の部長を務め、アドベリーを使った商品の開発に取り組んできた。

アドベリーはアントシアニンや葉酸などの栄養素を多く含む食品だが、菓子の材料に利用する



西沢社長の匠の技が作り上げた工芸菓子「不老瑞祥」、2009年大阪食博覧会で文部科学大臣奨励賞を受賞した

湖西の風土、歴史を菓子に  
地元を代表する店を目指す

とも栄菓舗の創業は1932年。西沢社長の祖父である初代が京都で修業後、JR安曇川駅前に店を開いた。三代目を継いだ西沢社長が1997年、藤樹街道沿いの現在の場所に本店を移した。

同店にとって、この本店移転は大きな転機となった。店を新しくするにあたっては、商品コン

には難しさがあった。「ブルーベリーみたいなものだろうと軽く考えていたら、大間違いでした。酸味が強く、独特の風味があると言えませんが、クセが強い。私自身、初めて食べたときにはこんなに酸っぱいのかと驚きました。しかし、アドベリーのようにクセがあって、合う材料、合わない材料があるというのは、職人の腕の見せ所なんですよ」。菓子の素材として利用するには多くの課題があったが、西沢社長の職人魂に火をつけた。これまで培ってきた技術と知識を駆使して、餅、ムース、チーズケーキ、グミ、ジェラートなど、次々とアドベリーを使った新商品を作り出した。

和菓子一級技能士で「おうみの名工」にも認定されている西沢社長。わが国の和菓子技術で最高峰といわれる「工芸菓子」の技の持ち主で、三笠宮名誉総裁賞をはじめとする数々のコンテストで表彰されている。また、アメリカ・ミシガン州でのイベントで和菓子作りの実演披露をするなど和菓子の振興にも尽力している。

セプトを一から練り直した。そして、西近江の風土・歴史・文化をお菓子に託してお届けします。という思いを込め、「西近江湖風菓」というキャッチフレーズをつけた。材料にも湖西の農産物をより積極的に使うようになった。最初は卵やモチ米だけだったが、地元農家と指定品種を栽培してもらって契約を結び、カボチャ、イチジク、イモなどと次第に品目を増やしていった。そこで、新たに地元の特産品となったアドベリーを使った菓子の開発にも熱心に取り組みむことができた。

品揃えやディスプレイも一新した。高級感のある陳列台に、和菓子や洋菓子、ケーキなど、常時約60種の品数を揃え、年齢・性別も購入理由も幅広い多様なニーズに応える店づくりを行った。「菓子に関わることならば、とも栄に行けばなんとかなる」と便利に使っていただけ。菓子のグレードは高いが、親しみやすい町場の店を目指してきました」と西沢社長は手応えを語る。

今や地元の方々に親しまれる地域一番店の地位は確かなものとなったが、職人として、経営者として、西沢社長の目指すところはさらに高い。「一生一品と言って、職人が後世に残せる銘菓は生きている間にひとつ作ればよいと言われるような商品を作り育てたい。そして、地元を代表する店として精進し、成長するように努力したい」ととも栄菓舗の挑戦はまだまだ続く。



代表取締役 西沢勝治氏

こんなものでいいと言いたくなるときもある。でも、それを言ったら商品に愛着もプライドももてなくなる。だから、いつも自分に問いかける。「もっとできるやろ」と。

Voice

有限会社とも栄菓舗 <http://www.sweet-tomoe.com>

- Profile
- 本社/高島市安曇川町田中43-1
  - 設立/1953年
  - 資本金/1,400万円
  - 従業員数/22人
  - 事業内容/和洋菓子の製造・販売

# ドラム缶のリユース業務。変化する市場環境に耐えるキーワードは「多様化」「共存共栄」「環境配慮」の3つ。

循環型社会という言葉がなかった昭和の高度成長期から使用済みドラム缶を再利用してきたドラム缶リユース。京都空罐工業株式会社もその「捨てずに生かす」技術を長年蓄えてきた企業です。変化を繰り返す市場環境の中でどのように企業の持続可能性を探り、維持してきたのか、また「いま」をどう乗り越えようとしているのでしょうか。

## 扱う物流容器の多様化で需要の変化に柔軟に対応

国内におけるドラム缶リユースの現状を教えてください。

**本多** 2010年に国内で使われた鋼製ドラム缶の総数は約2507万本です。そのうち使用済み缶をリユースする再生ドラム缶は約1118万本で、業界団体の日本ドラム缶更生工業会に加盟する更生業者は全国に約85社あります。当社では年間約20数万本を地元の化学会社さまを中心に石油元売り会社さまなどにも使用していただいています。ドラム缶は重油軽油

などの石油製品や様々な化学製品の輸送や保管に使われる物流容器ですが、液化天然ガスの普及や景気の低迷などの影響で需要がこの約20年で減り続けました。03年頃にやっと底を打ったと思ったのですが、リーマンショックの影響で再び減少に転じました。

は各種石油缶の販売やステンレス製ドラム缶のレンタル業務、最近注力するようになったIBC容器(コンテナの一種)の洗浄業務などです。レンタル業務は数十万本のドラム缶を大阪の中央産業株式会社さんが中心となって、全国に展開しています。このような多様化が必要の変化に柔軟に対応できるのです。

和30年頃に地元の化学会社さまが「樽を洗えるならドラム缶も洗えないか」と洗浄を依頼されたのがきっかけです。その会社はアメリカから界面活性剤をドラム缶で輸入しておられましたが、新しい素材に苦戦しながら、ドラム缶の洗浄方法を開発。この出会いが、創業120年を迎える当社の歴史の中で最大の転機になりました。

## 仲間との連携で成り立つ「共存共栄型」の業界

1989年に「HONDA・HII」という新洗浄方式を開発されていますね。

御社や業界全体にとって需要が減っている「いま」こそが大きな転機かもしれませんね。

**本多** 当時は人手不足だったので、いかに省力化できるかが課題でした。試行錯誤の末、錆を落とすための特殊な鋼球や洗浄液を缶内に投入し、キャップを閉める作業の自動化などに成功しました。金平糖のような突起を鋼球に付けることで錆を落とす能力を格段に高めました。

この新方式を業界へ公開したのはなぜですか？

**本多** 物流容器の業界は一定の業者数が健全に維持されてこそ成り立つ、いわば共存共栄型の業界だからです。各地の同業者と連携すれば、輸送コストがかさむドラム缶でも京都に居ながら遠方のお客さまとお取り引きできます。ドラム缶という商品の特殊性もありますが、業界全体の持続可能性が図られてこそ当社も永続できると考えています。



洗浄が施されるドラム缶



収納容積の優れたIBC容器



高性能で信頼性が高い「漏れ検査機」ヘリウムリークテスターを導入

## 欧州の環境基準に適應する環境配慮技術に次々と挑む

そんな中で昨年、名古屋に新工場を構えた戦略を教えてください。

**本多** IBC容器的洗浄業務に本腰を入れるためです。IBC容器はドラム缶4本分の設置スペースで1000リットルもの収納容積の優れた物流容器で、欧米では年15%の伸び率で需要が増えています。当社もこの新たな成長市場に着目しています。

「Eco」という切り口も今後の企業継続への鍵になるのでは？

**本多** 欧米と取り引きされているユーザーを中心に環境配慮へのニーズが年々高まっています。当社は厳しい欧州の環境基準(RoHS)をクリアできる「無鉛塗装(重金属を含まない塗料)」を大阪の斎藤塗料株式会社さん

と共同で開発しました。さらに、汚れが落ちづらく、リユースが困難だったドラム缶でも再利用できる「二重構造エコドラム缶」も独自に開発しました。また一方で、品質管理の徹底を図るため、高性能で信頼性が高いといわれている「漏れ検査機」ヘリウムリークテスターをいち早く導入しています。

新しい技術開発に積極的に挑まれていますね。

**本多** ドラム缶のことを考えるのが大好きなんです(笑)。会社を持続してこられた理由は仕事を楽しく、ドラム缶を愛し続けてきたからだと思っています。今後でもこれまで通りに歩めるのか不透明ですが、ドラム缶のリユース業務は必ず時代の変化に耐えると思っています。ご飯を食べたらお茶碗を洗う、それと同じくらい自然な習慣として社会に根づいているのですから。



代表取締役社長 本多宏和氏

京都空罐工業株式会社 <http://www.kyocan.co.jp/>

- 資本金/1,800万円
- 業務内容/新ドラム缶及び再生ドラム缶の販売、ドラム缶の洗浄及び加工、鋼製ドラム缶・ステンレスドラム缶のレンタル、各種コンテナの洗浄・修理・保管、各種18L石油缶の販売等
- 本社/京都市伏見区西堺町875
- 創業/1892年(明治25年)
- 設立/1951年
- 従業員/40名

Profile



経営環境が大きく激しく変化する現在、永年にわたって事業を継続する企業が注目され、「事業の持続可能性」がクローズアップされるようになってきました。このコーナーでは、50年、100年と事業を持続してきた企業を取り上げ、その経営のヒントを紹介します。

企業の持続可能性の研究

文・絵◎今森洋輔

# ひっそり咲く御隠居桜。

現在、日本には山桜のような野生種の桜が10種類ほどあり、栽培品種などを含めると250〜300種類ともいわれている。柴井吉野は、江戸彼岸桜と大島桜とを交配させた栽培品種で、花が華麗であり、若木の頃から花つきが良く成長も早い。全国の学校や公園、街路などに好んで植樹されてきた。県内には多くの桜の名所があるが、海津大崎の桜は今やその代表的なものとなっている。約4kmに渡って湖岸道路沿いに咲く柴井吉野は圧巻で、ピーク時には全国から花見客が押し寄せ、大変な賑わいとなる。そして、海津から少し離れた山側へと北西の方向に足を運んでみると、町はずれのひっそりとした共同墓地に、一本大きくそびえる江戸彼岸桜東彼岸桜が見えてくる。江戸彼岸桜の開花時期は、柴井吉野よりも1週間ほど早いため、海津大崎の桜と同時に満開を楽しむことは難しいかもしれないが、この品種特有の開花から満開に至るまでの期間に見られる花の色の移り変わりは美しく必見である。樹齢が推定でも300年以上といわれるこの桜は清水の桜と呼ばれており、樹齢数に間違いがなければ、今から約300年前の元禄の頃には、この

地に根を張っていたことになる。言い伝えによると、「その昔、加賀藩の前田利家がこの桜の前を通りかかり、その後、何度も振り返って見たところから、見返り桜と呼ばれるようになった」とある。ところが、これには疑問が残る。というのも、前田利家は事実上1599年に没しており、逸話が正しいのであれば、利家は元禄時代まで生きていたことになる。それはともかく、清水の桜が長寿であることに間違いはないのだが、桜の場合、結局のところ、どれほど長生きしようとも、もてはやされるのは花盛りばかりで、10日ほどの花の時期が終わると、あたかも命果てたかのように無視される存在だ。しかし、桜は残りの355日、人の噂にのぼることがなくとも、再び訪れる花季のため懸命に生きるものである。私たちは、草木を愛するとき、花の美しさの心を奪われがちだが、葉桜がつくる愛らしい果実や木洩れ日、美しく紅葉した葉などにも心を寄せてみたいものだ。



江戸彼岸桜

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的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。

## 「消費者物価指数」 —デフレ現象に歯止めはかかるか—

Text by しがぎん経済文化センター 山西 麻美

### 購入頻度の高い588品目が対象

日本銀行は長引くデフレから脱却するために、「消費者物価上昇率を1%にする」という目標(めど)を掲げた。この「1%」とはどのような数字なのか、今回は消費者物価指数のデータをみてみたい。

消費者物価指数とは、私たちの生活に必要な商品やサービスの費用が物価の変動によってどう変化するかを指数値で示したものである。私たちが日常購入する食料品、衣料品、電気製品、化粧品などの他に、家賃や授業料、理髪料などのサービスの動きなど購入頻度が高い588品目(2010年基準)の平均価格を指数値で示したもので、毎月総務省から公表される。

基準とされる年は5年ごとに改定され、現在は2010年が基準になっている。対象品目は、新しい商品(財やサービス)が家計の消費支出の一定の割合を占める場合は次の基準改定を待たずに指数品目が追加される。2010年に追加されたのは「紙おむつ(大人用)」「ETC車載器」「音楽ダウンロード料」など28品目、一方、廃止されたのは「草履(ぞうり)」「テレビ修理代」「フィルム」など22品目で、消費動向の変化が反映されている。

### 10項目中7項目が下落

全国の2011年の消費者物価指数(生鮮食品を除く総合指数)の上昇率は(図1)、▲0.3%で3年連続でマイナスとなっている(09年▲1.3%→10年▲1.0%→11年▲0.3%)。また、県内の2011年の消費者物価指数(生鮮食品を除く総合指数)の上昇率も(図1)、▲0.7%で全国と同じく3年連続でマイナスが続いている(09年▲0.8%→10年▲1.5%→11年▲0.7%)。これを、10大費目別にみると(図2)、滋賀県で指数が上昇したのは、灯油などの「光熱・水道」が+2.3%、たばこなどの「諸雑費」が+4.5%。一方、「家具・家事用品」が▲4.9%(電気冷蔵庫などの「家庭用耐久財」は▲9.4%)、「教養娯楽」が▲3.1%(液晶テレビなどの「教養娯楽用耐久財」は▲20.1%)下落など、10項目中7項目で前年を下回った。

加速する価格競争や歴史的な円高、また昨年の中東大震災の自粛ムードによる物価の下落など、複数の要因によってデフレが進んでいるのが現状だ。デフレ脱却に向けて、いかに消費者の購買意欲を刺激できるか、また、企業の厳しい経営環境を改善できるか、引き続き注目していきたい。

図1 消費者物価指数(生鮮食品を除く)

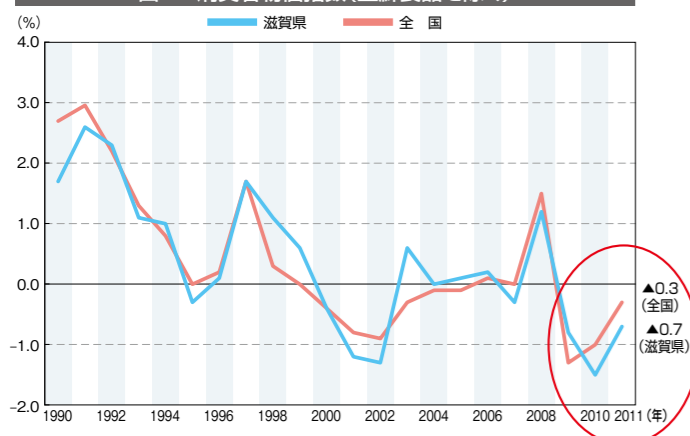
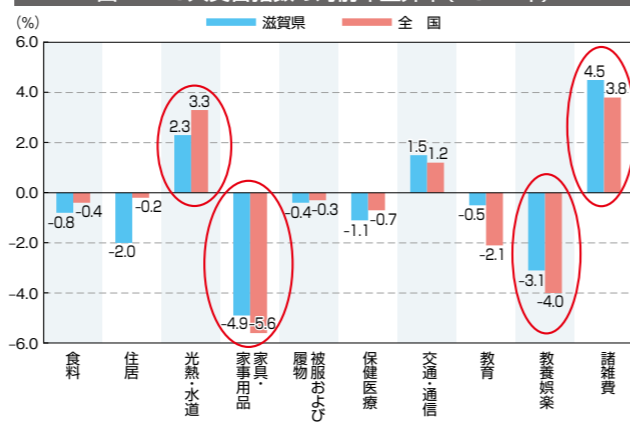


図2 10大費目指数の対前年上昇率(2011年)





# 香港における人民元の動向

text by 滋賀銀行 香港支店 山岡 剛



ブランドショップに並ぶ人々。中国本土からの旅行者が目立つ

中国本土から多数の旅行者が香港を訪れ、自国通貨である「元」をふんだんに使っている。「オフショア人民元市場」(中国本土外の人民元市場)としての地位確立を目指してきた香港では、中国本土からの旅行者の旺盛な消費に支えられて人民元のプレゼンスが高まる一方である。香港での人民元の「今」をレポートする。

## 香港でますます旺盛な中国人の消費力

香港の主な収入源は、観光である。昨年の香港の旅行者数は前年比16.4%増の4,192万人で過去最高を記録した。そのうち中国本土からの旅行者は同23.9%も増加して2,810万人、全体の約67%を占めた。増加の背景には、深圳市民へのマルチビザ(数次査証)発給があったとされている。

本土からの旅行者の購買力には目を見張るものがある。本土ではブランド品に15~25%、酒や化粧品に50%超課せられる輸入関税も、香港では非課税であり、本土からの旅行者が買い物に熱をあげている。買い物にはクレジットカードなどを利用するケースが多いが、なかにはかばんに100元札をぎっしり詰めて店員と価格交渉する人もおり、そのエネルギーに圧倒される。ブランドショップの本土からの旅行者の長い行列は、香港での見慣れた光景となっている。

観光地ではない住宅地域でもキャリアケースを持った本土からの旅行者を多数見かける。私の自宅近くの大手日系スーパーでも、本土からの旅行者向けに「人民元使用可能」のボードを掲示し、人民元での買い物を歓迎している。銀行ATMから現金を引き出す際にも、香港ドルか人民元か、の選択ができるなど、人民元は香港ですっかり身近な存在になった。

## 香港の銀行が人民元預金獲得競争

中国人民銀行と香港金融管理局は2010年、香港で「オフショア人民元市場」を認可。中国政府公認の市場として人民元決済が行われ、資金調達や運用のマーケットもある。

買い物などで支払われた人民元は「オフショア人民元」として香港の銀行に預金される。2004年2月、香港の銀行での人民元預金が解禁されたが、人民元の先高感を背景に「香港ドルを売って人民元を買

う」動きが加速し残高は2011年1年間で約2,736億元(約3兆3千億円)も増加、昨年末時点で5,885億元(約7兆1千億円)となり、香港は世界最大の「オフショア人民元市場」になった。

しかし、昨年からの人民元預金に異変が起きている。オフショア人民元の運用は、従来は預金しか選択肢がなかったが、海外の投資家が中国本土外で調達した人民元を本土の株式・債券に投資できる「RQFII(適格海外機関投資家)制度」が解禁された。オフショア人民元の新たな投資先ができたことにより、昨年12月単月の香港域内の人民元預金は前月比約388億元、6.2%減少し、2004年の人民元業務開始以来最大の落ち込みとなった。

運用手段の拡大などによる香港域内の人民元預金の減少は、マーケットの人民元金利を上昇させた。香港でリテール業務を営む銀行などは「人民元預金キャンペーン」を展開、運用の選択肢が広がる人民元預金獲得に懸命だ。



リテール業務を営む金融機関は、人民元預金の獲得競争を展開している

## 当行が日本の他地銀に先駆けて人民元建て融資

昨年、人民元建てによる対中直接投資の規制が緩和され、香港から中国本土の企業へ人民元建て融資が可能となった。

香港からメジャー通貨を目指す人民元は、規制緩和の進行とともに決済金額の増加と人民元建て融資取引の拡大が見込まれる。

当行香港支店では、従来の人民元預金、送金業務に加えて「人民元建て融資」をおこなう体制を整え、中国・上海に進出の日系企業にこのほど融資実行した。中国本土の企業への「人民元建て融資」は、日本の地方銀行として初めてである。

中国へ進出の日系企業に対して従来の米ドル・日本円でのクロスボーダーローンに加え、人民元建てご融資をメニューの一つとして提案、お客さまの中国ビジネスをご支援していきたい。



現金を引き出す際に、香港ドルか人民元かを選択できる



大手日系スーパーでは、店内に香港ドルと人民元との交換レートを提示し、人民元での支払いも対応している

## 地銀初 中国本土向け人民元建て融資実行

当行は3月1日、香港から中国本土向けの人民元建て融資を実行しました。これは地方銀行初の取り組みです。

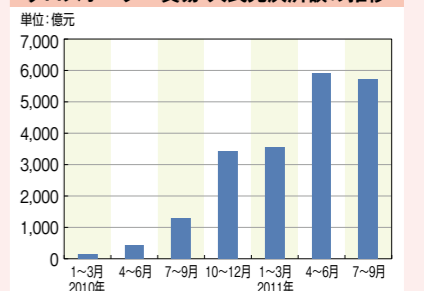
従来、人民元は中国本土のみで流通する規制通貨でしたが、中国経済の発展とともに規制が緩和され、香港では人民元のオフショアマーケット(域外市場)として取引が増加しています。中国当局による人民元建て資本取引の規制緩和を受け、当行は香港に支店を持つ強みを生かし、一般の融資を実行しました。

人民元の国際化は徐々に進んでいます。しかし、日中間の人民元建て決済は円換算で1,500億円相当(2011年)と全体の貿易額のわずか1%にすぎません。その理由の一つは、「資本取引の規制」です。現地法人設立時の資本金を含めた出資や増資、親子ローン、中国域外からの金融機関借入などは、米ドルや日本円などの外貨建てが主流です。今回の人民元建て融資についても、関連当局への認可申請など詳細が決定しておらず、手続きに多大な時間を要することになりました。もう一つは、「人民元調達に係る規制」です。日本国内で人民元を調達するには、資金用途を明確にする必要があり、米ドル、ユーロのように、自由に調達することができません。

最近では、中国人民銀行から、中国からの輸出入貿易、サービス貿易などの経常項目に従事可能な企業であれば、すべて人民元建て決済が可能となる内容の通達が公布されるなど、規制は少しずつ緩和され人民元決済額は増加しています(下表ご参照)。今後も人民元マーケットの拡大と中国本土の規制緩和により、中国現地法人の資金調達はますます多様化すると考えられます。人民元ニーズに対応するために、当行は海外拠点と連携し、さらにサービス向上に努めます。

(しがぎんアジア月報3月号より国際部アジアデスク)

### クロスボーダー貿易 人民元決済額の推移



出典:中国人民銀行

# 盛り上がり欠けた 弱含みの状態

(八幡堀の桜/近江八幡市)

しがぎん経済文化センター 志賀 文昭



## 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の推移からみると、「鉄鋼業」や「金属製品」「輸送機械」などは前月に比べ上昇しているものの、「電気機械」や「精密機械」「食品」「その他」などは低下しているため、全体に低調な動きが続いているとみられる。

需要面をみると、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・販売台数が前年比大幅のプラス、新設住宅着工戸数が貸家と分譲住宅の大幅増加により、全体では3か月ぶりのプラス、さらに、公共工事は請負件数、金額がともにプラスとなったことなどが堅調な動きとしてあげられる。一方、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と商業用が大幅プラスとなったものの、鉱工業用が前年比マイナスかつ低水準に止まったため、3業用計では前月に続きプラスとなったものの、水準は低い。また、大型店売上高は飲食料品と一部の衣料品で比較的堅調に推移しているものの、家電機器、家庭用品、身の回り品などが不

振なため、全店ベース、既存店ベースともに6か月連続で前年を下回っている。

このような状況の中で雇用情勢は、有効求人倍率は9か月連続で全国レベルを下回り、企業側の雇用状況を見ると、常用雇用指数は12か月連続で前年を上回っているものの、製造業の所定外労働時間指数が前月に続き前年を下回った。

また、2月に実施した県内企業動向調査によると(20ページをご参照)、電力供給問題による事業の制約、歴史的な円高による輸出の低迷、タイの洪水によるサプライチェーンの混乱、欧州債務危機による海外経済の低迷などの問題から、自社業況判断DIは再び悪化した。

これらの状況をまとめると、県内景気の現状は、生産活動や需要面の一部で前向きな動きもみられるものの、総じて厳しい状況が続く、全体的に盛り上がり欠けた弱含みの状態にあるものと考えられる。

**今後の動向** 県内製造業の生産活動は、欧州債務危機に伴う中国の景気減速による海外需要の低迷、高水準の円高推移のなかでの生産の海外シフトや輸入品の増加などによる生

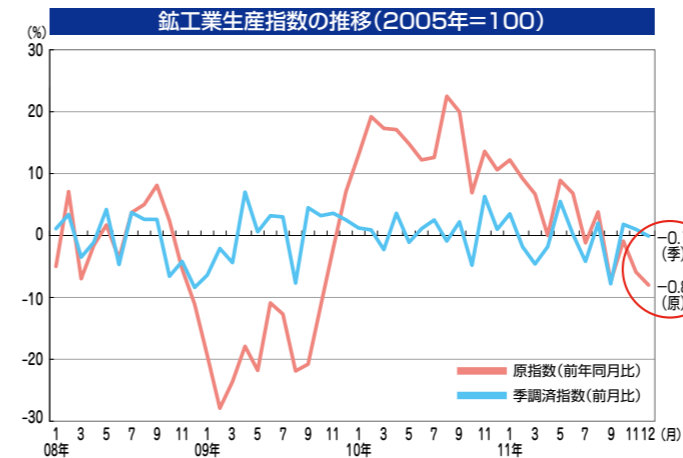
産の減少といった懸念材料はあるものの、ハイブリット車などのエコカー、スマートフォンやタブレット端末といった消費関連の需要拡大に加え、東日本大震災の復興予算執行に伴う間接的な需要拡大により、関連業種をはじめとした回復の動きが出てくるものと考えられる。

また、個人消費では、家計所得の伸び悩み、将来の増税に備えた節約志向の一層の強まりなど、消費マインドの低迷は続くものの、スマートフォンやタブレット型の情報端末機器に加え、復活したエコカー補助金の効果がみられる乗用車販売、節電、省エネ対応の家電機器や日用品、円高メリットのある海外旅行などは今後も堅調に推移すると考えられ、概して底堅い展開に向かうものと思われる。一方、民間設備や住宅着工などの投資関連では、省エネや新エネ対応の動きはみられるものの、円高や株安による企業業績の悪化、円高に伴う国内投資の見直し、景気の先行き不透明感などから、全体に力不足の展開に止まる。したがって、今後の県内景気は投資関連の一部では厳しさが残るものの、全体的に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、前年比、前月比ともにマイナス

2011年12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97.2、前年同月比-8.0%と、4か月連続かつ大幅のマイナスとなり、「季節調整済指数」も99.3、前月比-0.1%で、3か月ぶりのマイナスとなった。業種別(中分類)に12月の季調済指数をみると、水準が高いのは「精密機械」や「窯業・土石」「化学」などで、逆に「金属製品」や「繊維」「その他」などは低い。また、前月に比べると、「鉄鋼業」や「金属製品」「輸送機械」などは上昇したが、「電気機械」や「精密機械」「食品」「その他」などは低下した。

また、12月の鉱工業の「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か月連続でマイナスとなり(原指数99.1、前年同月比-6.9%)、在庫は6か月連続で前年を大きく上回っているため(同99.3、同+22.0%)、在庫循環図では引き続き「意図せざる在庫増加局面」にある。

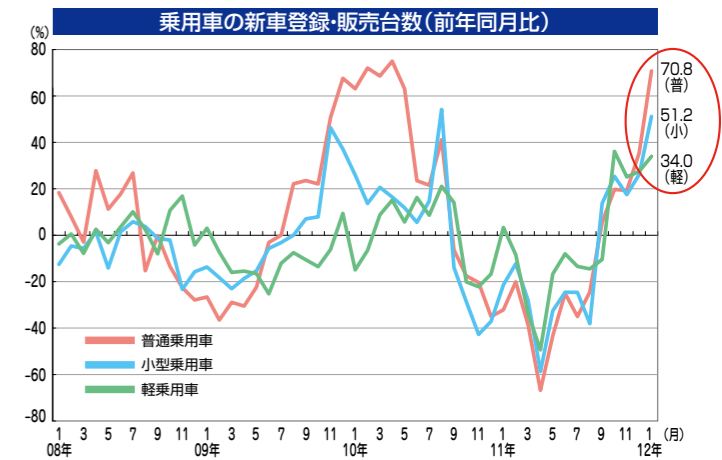


## 「乗用車新車登録台数」は、5か月連続の大幅プラス

2012年1月の「大型店売上高(全店ベース=店舗調整前、対象店舗数は昨年が91店舗に対し今年は92店舗)」は前年同月比-1.4%で6か月連続のマイナスとなっている。品目別では、ウェイトの高い「飲食料品」が18か月連続のプラス(同+0.3%)、寝装具類などの「その他の衣料品」が11か月連続かつ大幅のプラス(同+13.5%)となったものの、「身の回り品」(同-9.2%)は25か月連続、「家庭用品」(同-10.7%)は10か月連続でともに前年を下回り、「家電機器」は6か月連続かつ大幅のマイナス(同-21.2%)、「衣料品」全体も再び前年を下回った(同-3.3%)。また、「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高も全体では6か月連続の前年比マイナス

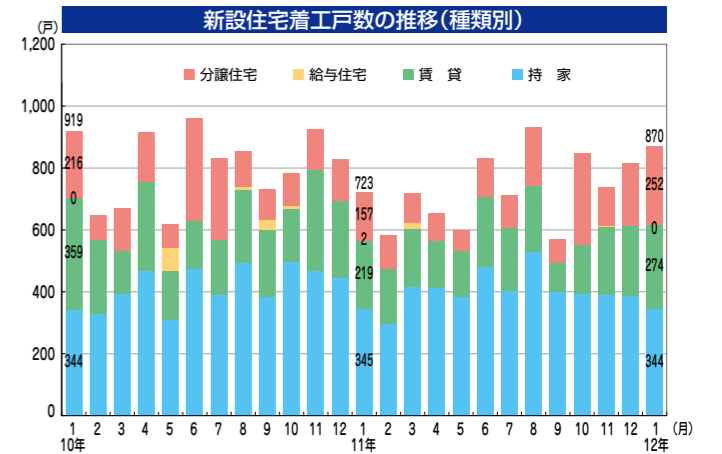
となり、伸び悩んでいる(同-1.8%)。

一方、1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)」(1,522台、同+70.8%)、「小型乗用車(5ナンバー車)」(1,509台、+51.2%)ともに伸び率はニケタのプラスで、2車種合計では5か月連続の大幅プラスとなっている(3,031台、同+60.5%)。「軽乗用車」も4か月連続の大幅プラスとなり、回復傾向がみられる(1,904台、同+34.0%)。これらの動きは、昨年12月20日から復活したエコカー補助金が後押ししているためとみられる。



## 「新設住宅着工戸数」は、3か月ぶりのプラス

1月の「新設住宅着工戸数」は870戸、前年同月比+20.3%で、3か月ぶりのプラスとなった。種類別でみると、「持家」は344戸、同-0.3%で、4か月連続のマイナスとなったものの、「貸家」は274戸、同+25.1%で、6か月ぶりのプラス。また、「分譲住宅」は252戸、同+60.5%で、前月に続き大幅のプラスとなった。内訳をみると、「一戸建て」は前年並み(99戸、前年差+4戸)、「分譲マンション」は前月に続きニケタの申請となった(153戸、同+91戸)。



## 景況感は再び悪化

Text by しがぎん経済文化センター 森下 剛志

今回の調査によると、現在(1-3月期)の業況判断DIは-34で前回調査(11年10-12月期)の-24から、-10ポイントで大きく下落した。震災後、V字型の回復をみせたが、その後の電力供給問題による事業の制約、歴史的な円高による輸出の低迷、タイの洪水によるサプライチェーンの混乱、欧州債務危機による海外経済の低迷などの問題によって、景況感は再び悪化した。

業種別でみると、製造業は-12ポイント(-22→-34)、非製造業は-11ポイント(-21→-32)と大幅に下落し、建設業は-1ポイント(-36→-37)で横ばいだった。製造業では、一般機械、電気機械、化学、窯業・土石、その他の製造などの業種を中心に下落し、非製造業では、小売の下落が大きかった。

3か月後は、製造業は+3ポイントの-31、建設業は-20ポイントの-57、非製造業は+1ポイントの-31となり、建設業が大きく落ち込む見通しで、全体でも-1ポイントの-35となる見通しである。

調査名:「県内企業動向調査」  
 調査時期:2月6日~2月22日  
 調査対象先:1,000社  
 有効回答数:603社  
 (有効回答率 60%)  
 うち製造業: 282社(有効回答数の構成比 47%)  
 うち建設業: 101社( // 17%)  
 うち非製造業:220社( // 36%)

### 自社の業況判断DI… 製造業を中心に再び悪化

#### ①全体の動向(図1)

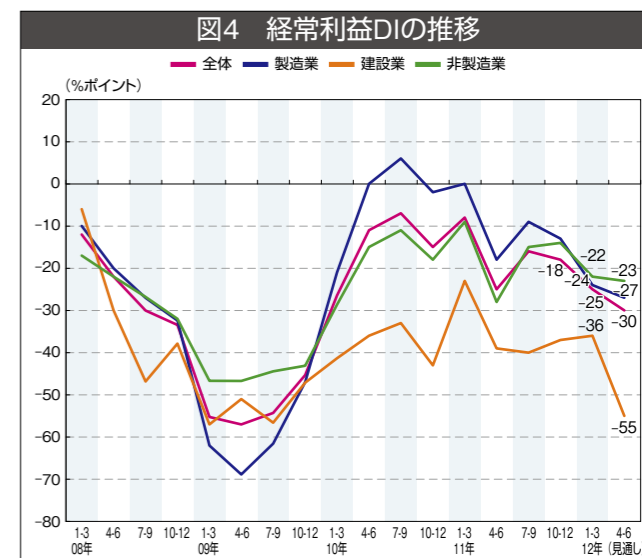
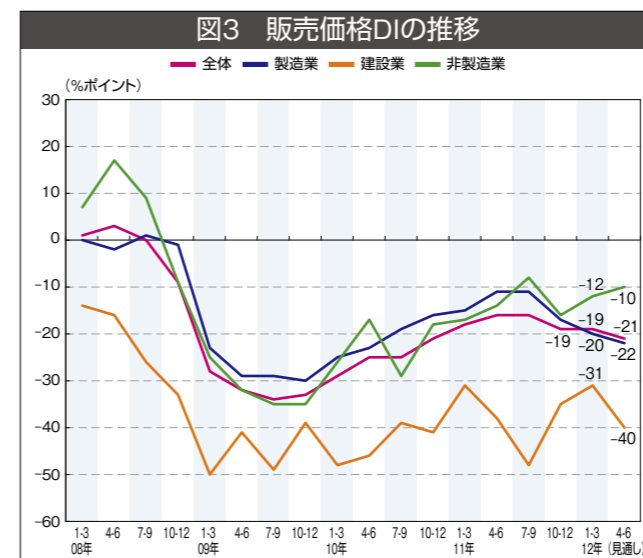
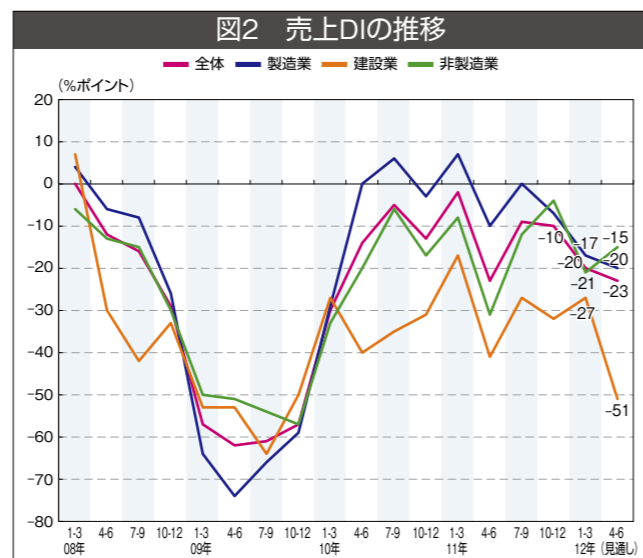
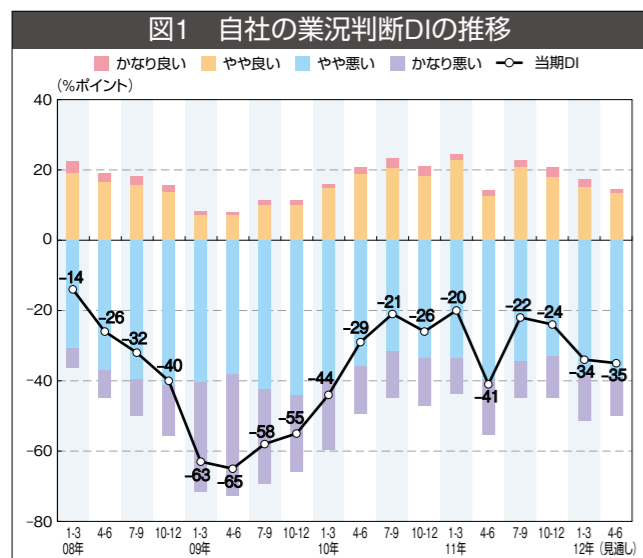
現在の自社業況判断DI(業況が「良

い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を引いた値)は前回(11年10-12月期)の-24から-10ポイントの-34となった。震災後、V字型の回復をみせたが、その後の電力供給問題による事業の制約、歴史的な円高による輸出の低迷、タイの洪水によるサプライチェーンの混乱、欧州債務危機による海外経済の低迷などの問題によって、景況感は再び悪化した。

3か月後の見通しは、横ばい(-34→-35)で、厳しい状況が続くとみられる。

#### ②業種別の動向

業種別でみると、製造業は-12ポイント(-22→-34)、非製造業は-11ポイント(-21→-32)と大幅に下落し、建設業は-1ポイント(-36→-37)で横ばいだった。製造業では、一般機械、電気機械、化学、窯業・土石、その他の製造などの業種を中心に下落し、非製造業では、小売の下落が大きかった。建設業が横ばいでとどまった要因は、年度末が近づき、官公庁を中心に受注が増加しているためとみられる。



3か月後は、製造業は+3ポイントの-31、建設業は-20ポイントの-57、非製造業は+1ポイントの-31となり、建設業が大きく落ち込む見通しである。

### 売上DI… 製造業、非製造業が大幅に悪化

#### ①全体の動向(図2)

現在の売上DI(「増加」と回答した企業の割合から「減少」と回答した企業の割合を引いた値)は-20で、前回(11年10-12月期)の-10から10ポイントの下落となった。

3か月後は、-3ポイント(-20→-23)で厳しい状況が続く見通しである。

#### ②業種別の動向

業種別にみると、製造業は-10ポイント(-7→-17)、建設業は+5ポイント(-32→-27)、非製造業は-17ポイント(-4→-21)となった。製造業のなかでは、輸送用機械が上昇、繊維もプラスを維持し引き続き好調であったが、金属製品、一般機械、電気機械、化学、その他の製造が大きく下落し、非製造業では、ほとんどの業種が下落した。

3か月後は、製造業は-3ポイント(-17→-20)、建設業は-24ポイント(-27→

-51)、非製造業は+6ポイント(-21→-15)で、建設業で大幅に悪化し、非製造業ではやや持ち直す見込み。

### 販売価格DI… 厳しい状況続いても、 非製造業で改善の兆し

#### ①全体の動向(図3)

現在の販売価格DI(「上昇」と回答した企業の割合から「下落」と回答した企業の割合を引いた値)は-19で、前回(11年10-12月期)と横ばい(-19)で、依然「下落」が「上昇」を大きく上回っている。

3か月後は、-2ポイント(-19→-21)でほぼ横ばいとなり、引き続き厳しい状況が続く見通しである。

#### ②業種別の動向

業種別にみると、製造業は-3ポイント(-17→-20)、建設業は+4ポイント(-35→-31)、非製造業は+4ポイント(-16→-12)となった。依然、全業種でマイナスであるものの、非製造業で改善の兆しがみられ、なかでも、小売は上昇に転じた。

3か月後は、製造業は-2ポイント(-20→-22)、建設業は-9ポイント(-31→-40)、非製造業は+2ポイント(-12→-10)の見通し。

### 経常利益DI… 震災直後の水準に、再び悪化

#### ①全体の動向(図4)

現在の経常利益DI(「増加」と回答した企業の割合から「減少」と回答した企業の割合を引いた値)は、前回(11年10-12月期)の-18から-7ポイントの-25で、再び震災直後(11年4-6月期:-25)の水準にまで悪化した。

3か月後は、-5ポイント(-25→-30)となり、さらに悪化する見通しである。

#### ②業種別の動向

業種別にみると、製造業は-11ポイント(-13→-24)、建設業は+1ポイント(-37→-36)、非製造業は-8ポイント(-14→-22)となり、製造業と非製造業で大幅に悪化し、なかでも製造業は、震災直後の水準(11年4-6月期:-18)を下回った。

3か月後は、製造業は-3ポイント(-24→-27)、建設業は-19ポイント(-36→-55)、非製造業は-1ポイント(-22→-23)で、建設業で大幅に悪化する見通しとなっている。

滋賀県主要経済指標

数字で見る滋賀県経済

Table showing economic indicators for Shiga Prefecture, including manufacturing index, consumer price index, and labor market data. Columns include item, month, and various percentage and absolute value metrics.

全国主要経済指標

数字で見る日本経済

Table showing national economic indicators, including manufacturing index, consumer price index, and labor market data for Japan. Columns include item, month, and various percentage and absolute value metrics.

Table showing housing and construction indicators for Shiga Prefecture, including new housing starts, public works, and employment data. Columns include item, month, and various percentage and absolute value metrics.

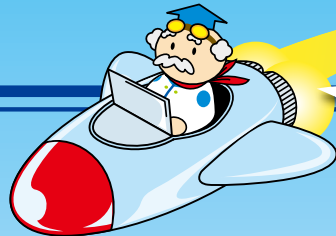
Table showing housing and construction indicators for Japan, including new housing starts, public works, and employment data. Columns include item, month, and various percentage and absolute value metrics.

Table showing business and labor market indicators for Shiga Prefecture, including employment index, business failure rate, and exchange rates. Columns include item, month, and various percentage and absolute value metrics.

Table showing business and labor market indicators for Japan, including employment index, business failure rate, and exchange rates. Columns include item, month, and various percentage and absolute value metrics.

Footnote text explaining data sources and calculation methods for the Shiga Prefecture economic indicators.

Footnote text explaining data sources and calculation methods for the national economic indicators.



「投資信託取引」がインターネットでも可能になりました!

# 『しがぎん』 ネット投信

## ネット投信4つのポイント

- Point 1** 投資信託のお申込手数料 **20%OFF**

『しがぎん』窓口でご購入される場合と比較して、お申込手数料を20%割引いたします。  
※ただし、投信積立・ネット投信専用ファンドは除きます。

例えば・・・ 窓口にてお申込手数料1.575%(税抜1.5%)のファンドの場合、インターネットでご購入されると1.26%(税抜1.2%)となります。
- Point 2** **土・日・祝日** も取引可能

銀行窓口が閉まっている時間帯や、土・日・祝日もご利用いただけます。  
※平日15:00～15:30、毎日23:55～0:05の間はお取引ができません。(各種照会メニューのみご利用できます。)  
※土・日・祝日のお取引は、すべて予約扱いとなります。 ※システムメンテナンスの時間帯やファンドの休日の場合等、お申込できない場合もございます。
- Point 3** 書類管理の **手間いらず** <電子交付サービス>

従来、郵送でお届けしている投資信託取引の「各種報告書」を、インターネットを通じて交付するサービスのご利用により、保管の手間や紛失の心配が不要になります。
- Point 4** ネット投信 **専用** の商品をご用意

店頭ではご購入できないネット投信専用のファンドをラインナップ。  
詳しくは滋賀銀行のホームページならびに店頭備置のパンフレットをご覧ください。

ネット投信をご利用いただくためには、あらかじめ

①普通預金取引口座の開設と投資信託口座の開設、②『しがぎん』ダイレクトのお申込みが必要です。

ネット投信のご利用について詳しくは、『しがぎん』ハローサポート ☎0120-556-863 までお問い合わせください。

※当行本支店所在地以外のエリア・国際電話からのご利用は「077-503-3020(有料)」 ※受付時間 9:00～21:00(ただし、銀行休業日は除く)

**投資信託に関するご留意事項** ■投資信託は、預金保険の対象ではありません。■投資信託は金融機関の預金とは異なり、元本および利息の保証はありません。■投資信託の基準価額は、組入価証券等の値動きにより変動するため、お受取金額が投資元本を割込むリスクがあります。外貨建資産に投資するものには、この他に通貨の価格変動により基準価額が変動するため、お受取金額が投資元本を割込むリスクがあります。これらのリスクはお客さまご自身が負担することとなります。■投資信託は、ご購入時等に各種手数料がかかります。＜販売手数料(お申込代金の最大3.675%〔税込〕)＋信託報酬(純資産総額に対し最大年率2.1%〔税込〕)＋信託財産留保額(換金時の基準価額の最大0.5%)＞その他に、監査報酬や有価証券売買時の売買委託手数料、組入資産の保管等に要する諸費用を間接的にご負担いただきます。なお、売買委託手数料などは、保有期間や運用の状況などに依りて異なり、あらかじめ見積もることができないため表示することができません。詳細は各商品の「目論見書」「目論見書補完書面」等でご確認ください。投資信託のご購入総額には販売手数料および販売手数料にかかる消費税を含みます。■投資信託のご購入に際しては、必ず最新の「目論見書」「目論見書補完書面」等により商品内容をご確認の上、ご自身でご判断ください。「目論見書」「目論見書補完書面」等は滋賀銀行のホームページならびに本支店等にご用意しています。■ご購入いただいた投資信託は投資者保護基金の対象ではありません。■投資信託は各運用会社が設定・運用を行っているもので、当行ではお申込みの取扱い等を行っています。■この資料は滋賀銀行が作成したもので、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。

当行は登録金融機関業務関連におけるお客さまからの苦情および紛争の解決を図るにあたり、以下の機関等を利用します。  
 ◎特定非営利活動法人 証券・金融商品あっせん相談センター 電話番号0120-64-5005  
 ◎一般社団法人全国銀行協会 全国銀行協会相談室 電話番号0570-017109 または 03-5252-3772

商号/株式会社滋賀銀行  
 登録金融機関/近畿財務局長(登金)第11号  
 所属協会/日本証券業協会  
 社団法人金融先物取引業協会  
 本店所在地/滋賀県大津市浜町1番38号 (平成23年11月1日現在)