



Fukugin

# JOURNAL

2015  
盛夏号  
SUMMER

【シリーズ】

北陸新幹線金沢開業の勘所②

福井県立大学 江川 誠一講師

【寄稿】

中小企業のグローバル人材育成の現地点

福井県立大学 齋藤 毅講師

【フォーカス】

伝統工芸「若狭塗箸」

いつも、いつでも、いつまでも。



福井銀行



- 01 **頭取メッセージ**  
ごあいさつ
- 02 **寄稿**  
中小企業のグローバル人材育成の現地点
- 09 **FUKUI BANK NOW**  
(株)福井キャピタル&コンサルティングを設立しました
- 10 **シリーズ**  
北陸新幹線金沢開業の勘所②
- 14 **フォーカス**  
伝統工芸「若狭塗箸」
- 18 福井銀行東京事務所のご紹介
- 20 **海外ビジネスレポート**  
海外でみせつけた買う力
- 23 **健康ライフ**  
『夏バテ』していませんか？
- 24 主要経済指標

## 表紙 福井県立恐竜博物館

まず入ってみなさんがびっくりする巨大エスカレーター。入口が3Fとなっており、入場口の地下1Fまで一気にエスカレーターを下る様子はさながら「タイムスリップ」。古代の世界へ誘う演出に、童心にかえったように期待に胸が高鳴ります。まずは導入部として「ダイノストリート」で実物の化石標本に出迎えられます。展示室は「生命の歴史」「恐竜の世界」「地球の科学」に分かれており、忠実に再現されたジオラマ、ダイナミックな恐竜骨格に圧倒され、専門の解説コーナーでは知識欲が駆り立てられます。

現在、10月12日(月)まで開館15周年企画として、特別展「南アジアの恐竜時代」が開催されています。タイラオス、中国南部から、日本初公開の恐竜が大集結しています。

### オメイサウルス

全長20mの巨大な草食恐竜。呼吸をするたびに微妙に胸部が膨らむようになっており、リアル感を大事にしています。息遣いといった音響効果も相まってまるで生きているよう。どこか見つからなくても、展示解説員に尋ねると親切に教えてくれます。

### ティラノサウルス

一番人気のティラノサウルスの骨格展示が3体あります。館内に2体、屋外に1体ありますので、ご興味ある方は探してみてください。驚くことに1体は素手で触ることが出来ます。



### 2階テラス

2階の中央には、恐竜たちを見下ろすことができるようにテラスのようになっています。展示されている恐竜をガイドしてくれる、ゲームのような機器があります。ジョイスティックを駆使し、好みの恐竜を見つけてみては？

## ごあいさつ

みなさまには、平素より福井銀行グループをお引き立て賜り、誠にありがとうございます。

頭取に就任いたしました林正博でございます。地域のみなさまとともに築き上げてまいりました115年の歴史の重みを受け止め、職務の遂行にまい進する覚悟でございます。ご支援よろしくお願ひ申し上げます。

さて、今年度より新中期経営計画「Create Chance Create Future」がスタートしました。平成27年4月からの3か年を「地域とともに、お客さまとともに、未来へのチャンスを創り出していく期間」と位置づけており、地域やお客さまから「目に見える」「一緒に働いている」と感じていただける営業の展開と、それを実現するための相談・支援体制の構築に、福井銀行グループ一丸となって取り組んでまいります。

地元福井県では自動車道の開通・延伸、北陸新幹線の開業などの交通網の整備により、今後のビジネス環境が大きく変わることが見込まれています。平成30年の福井国体、平成32年の東京オリンピックを見据えて、県内企業の改革・躍進を後押しし、福井県を活性化させることが当行の使命であり、存在意義であると確信しております。

そのために、地元自治体、各種経済団体、大学等教育機関との連携を深めると同時に、地域経済を担うみなさま方へ少しでもお役にたつよう、本誌をはじめ様々な形で情報提供・発信にも努めてまいります。

7月1日に、当行としては、グループとしての総合力向上を図るため子会社を設立いたしました。株式会社福井キャピタル&コンサルティング（略称：福井C&C）という会社です。ファンドの運営の他、中小企業のみなさまの経営に少しでもお役立ちできるような小口投資事業やコンサルティング機能、シンクタンク機能を持った会社にしていきたいと考えております。

引き続き、新しいメンバーを加えました福井銀行グループをご支援ご愛顧賜りますようお願い申し上げます。



平成27年7月

頭取 **林 正博**



# 中小企業のグローバル人材育成の現地点



齋藤 毅  
福井県立大学 講師

## 1. はじめに

ここ数年、FTA（自由貿易協定）やTPP（環太平洋経済連携協定）がよく話題になっているが、日本企業の海外展開、グローバル化は今に始まった話ではない。1985年のプラザ合意以降の円高が進展する中で、福井県企業も——具体的には繊維や眼鏡、あるいは化学や機械等——いろいろな業種が海外展開した。中でも中国、ベトナム、タイ等のアジア諸国へ進出していったのであるが、これら企業の進出先での経営活動を担う人材が、いわゆる「グローバル人材」である。しかし、こうした人材の「確保・育成」は事業展開する海外に限らず、国内でも非常に難しいことである。とりわけ中小企業は「グローバル人材」の「確保・育成」は困難である。というのも一般に中小企業は大企業に比べて資金面などに制約があるからである。それでは、どのようにして中小企業は「グローバル人材」を「確保・育成」しているのだろうか。本稿では、アジア進出の日系企業のグローバル人材育成に関する各種報告書の中から、比較的の内容を知ることができる3社を取り上げ、各社のグローバル人材育成の取り組みを紹介してみたい。<sup>注1</sup>

以下、本稿で取り上げる企業は、A社（80人）、B社（800人）、C社（160人）の3社である。いずれも自動車部品製造業で日本以外のアジア各地で現地生産をしている企業である（図表1）。

なお、グローバル人材は一般に日本人材（＝日本人）と進出先国のローカル人材（＝現地人）を指すが、本稿では日本人を対象にした制度をとらえている。

以下は3社の事例について整理したものである。各社についてその要点を説明しよう。

図表1 本稿で取り上げた3社の概要

会社	従業員数	資本金	海外進出の契機	海外で製造した製品の販売先	海外売上比率
A社	80	不明	「生産コストの削減」を追求するための進出	欧米企業に輸出	80%以上
B社	800	3億円以下	取引先の要請に応じて進出を決定	現地の日系企業に販売	非公開
C社	160	3億円以下	単独（＝経営トップの意思）での進出 新たな市場の確保のための進出	現地の日系企業に販売	非公開

注1：以下、主として日本公庫総研レポート、厚生労働省委託調査研究事業の関連記事による。

## 2. A社のグローバル人材育成の取り組み

### (1) グローバル人材の概要

—A社の中国現地法人（1980年代設立、独資、1,700人）—

A社の中国に立地するある現地子会社では経営トップを含めた3名の日本人スタッフがいる。この日本人スタッフの主たる業務内容は、「海外子会社の戦略立案」、「日本本社と海外子会社の調整、方針のすり合わせ」である。ただし、「海外子会社の主体的な運営は行わない」。実際の運営は現地人に任せている。

### (2) 人材の確保・育成のための施策

日本人スタッフの主要な役割は、上記のように、「日本本社と海外子会社との調整、管理」であるが、この任務を遂行するためには海外での経験がなければ実施することが難しく、また、そうした人材を育成するには時間がかかる。このため、一般公募や取引先からの紹介等で海外経験を有する大企業製造業出身者を採用することが、人材の確保の主な手段となっている。

### (3) 近年の変化

—中途採用重視と新卒採用重視へ—

これまでのところ国内外を問わず、社外の即戦力採用が中心となっている。このため、平均年齢が高くなっており、20～30代の社員の層がやや薄くなっている。そこで、近年新卒採用を開始した。10年くらいの期間を念頭に、中長期的に人材を育成する計画である。「今後同社に求められる人材は、同社の理念、考え方を理解した人材だと考えており、内部で長期的な視点で育成することが有効だと考えている。未だそうした人材育成のための体系的なプログラムは有していないが、朝礼の中で、英語によるスピーチを全社員持ち回りで実施し、英語に対する苦手意識をなくし、少しずつではあれグローバル展開の下地を作る取り組みなどをおこなっている」と関係者は言う。この英語教育を開始したのは昨年からであるが、「更に今年度からは少しずつでも体系的な教育プログラムを導入すべく、実施に向けた検討を行う予定である」と言う。

## 3. B社のグローバル人材育成の取り組み

### (1) グローバル人材の概要

—B社のタイの現地法人（1990年代設立、従業員数1,200人）—

B社のタイの現地子会社では、およそ1,200名の従業員に対して21名の日本人スタッフがいる。社長1人、管理部門長2人、営業担当者2人、その他工場の責任者（製造・品質担当のスタッフなど）16人の合計21人である。この日本人スタッフの職務は、「現地人の教育・育成、諸事象への判断・指示などマネジメント業務」が中心となっている。

### (2) 人材の確保・育成のための施策

グローバル人材の確保は新卒採用、中途採用にとどまらず、外国人採用等ありとあらゆる手段を通じて行っている。新卒採用の場合、定期的に大卒・大学院卒（技術系）、高専卒、高卒

の新卒者を採用しており、そのうち大卒・大学院卒は海外勤務を条件としている。また、入社間もない20代の社員を海外子会社へ短期出張（1～3ヶ月間程度）させている。これにより現地の状況、日本人スタッフの役割などを直接見る機会を提供している。<sup>注2</sup> ただし、A社と同様に、海外赴任に関わる体系的なキャリアパスは整備されていない。

### (3) 近年の変化

#### —管理職教育の推進—

これまでの教育訓練の仕組みでは事業のスピードに育成のスピードが追いつかず、人材不足が課題となっているという。海外での事業拡大や現地で求められる業務内容・役割の高度化に伴い、経営者または指導者レベルの業務遂行能力（すなわちマネジメント能力）を持った人材の育成および継続的派遣ができる体制整備が急務になりつつある。いわば、若手社員だけでなく中堅層以上にも何らかの研修制度が必要であるということである。今後は上述の短期出張を経たのち、本格的赴任（出向）に向けた訓練の「場」として、若年期にスーパーバイザーとして3年程度現地へ赴任させ、その後マネージャーとして5年程度の本格的な海外赴任をする仕組みを構築していきたいという。

## 4. C社のグローバル人材育成の取り組み

### (1) グローバル人材の概要

#### —C社のインド現地法人（2008年以降設立、独資、従業員約100人）—

C社のインドの現地子会社には、出向者は存在しない。ただし、出張者が置かれる。一般に多くの進出日本企業では中堅社員を駐在（出向）で派遣しているが、C社では「経営、技術までも（経営と技術の両面を）網羅した社員」はほとんどいないために、1. 当該子会社の経営を「現地人」に任せると同時に、2. 中堅で技術はできるが経営事項は未経験という社員など「日本人スタッフ」を3ヶ月間の出張（もしくは5ヶ月間の長期出張）を繰り返すという形でインド現地に派遣している。また、C社の当該子会社の経営トップは「現地人」で、労務管理、営業を担当している。他方、「日本人スタッフ」は技術・品質面と資金面の管理を行っている。<sup>注3</sup>

### (2) 人材の確保・育成のための施策

A、B社の教育訓練の仕組みでも述べたように、ここでも、体系的な教育プログラムは設けていない。C社の基本的な教育訓練の仕組みは以下の通りである。入社3、4年目の若手社員（主に現場の生産に関与する技術者）を2人1組にし、先発と後発に分けたうえで現地へ3ヶ月ずつ出張させ、日本で学んだ技術指導に従って現地人を指導させている。具体的に「海外の現地工場での技術的指導にあたる場合」について言えば、1. 現地人から対処法を相談されれば、その場で判断し行動していかなくてはならない。これにより「リーダーとしての判断力」が培われる。2. また、この2人1組の海外出張では、先発で現地へ出張した者が「何を」「どのよう

注2：なお、この他に海外赴任前の（海外出向者を対象にした）研修が存在し、帰任者から現地の労働慣習、生活・文化についてレクチャーしてもらい、新たに赴任する者の不安を軽減することに寄与してもらっている。

注3：なお、この他に、日本本社に「インドチーム」と呼ばれる「支援グループ」を設置し、いつでも（インドの現地工場での）不測の事態に対応できるように数名はビザを更新しながら対応している。

に指導・教育してきたのか」を後発者に確実に引き継ぐようにしている。これにより若手社員の「リーダーとしての資質」を磨いている。

この他に、語学力向上の取り組みがあり、毎週3回（月曜日、水曜日、金曜日の18時から）、外国人の英会話教師を招き、1時間程度の自由参加型の勉強会を開催している。この費用は会社負担である。

なお、大卒・大学院卒（技術系）を3名程度、高卒を3～6名程度新卒で採用することになっている。その結果、今のところ「必要な若手人材は確保できている」という。

## 5. 自動車部品製造業3社の事例からみたグローバル人材育成の特徴

以上の各社のグローバル人材育成の取り組みを要約すれば以下の図表2と図表3の概括表のようになる。図表2は各社のグローバル人材育成の現状を、図表3は、各社が現状をふまえたような取り組みを実施しようとしているのかを示している。

この2つの図表から各社の取り組みはどのように整理が可能であるのか、その整理はどのように解釈できるのか。以下、できるだけ簡潔に説明しよう。

図表2 各社のグローバル人材育成の概要

会社	人数	人材の確保・育成等の人事諸施策	職務内容
A社 中国現地法人	経営層3人(出向者)を設定。	1. 中堅採用 海外経験を有する大手メーカーOBをスカウト。	本社と海外子会社との調整、管理。 c f .上は日本人。当該子会社の実際の運営は現地人の経営幹部が担当。
B社 タイ現地法人	社長、管理部門2人、営業2人、工場の責任者16人(製造・品質など)を設定。合計21人の出向者。	1. 新卒採用 定期的に大卒・大学院卒(技術系)、高専卒、高卒を採用。大卒・大学院卒は海外勤務の可否を確認。 海外出向者に対する教育訓練のイメージは、20代の社員を対象に短期出張(1～3ヶ月)→海外出向へ。 c f .加えて海外出向前の研修(=赴任前研修)も設定。 2. 中途採用もあり。(詳細不明) 3. 外国人(留学生)採用もあり。(詳細不明)	管理業務全般を担当。
C社 インド現地法人	海外出向はなし。ただし海外出張あり。 通常時: 常に中堅層(技術系)を派遣。加えて若手社員。人数不明。 特別時: 数名の「緊急事態対策チーム」を、随時、派遣。	1. 新卒採用 毎年大卒・大学院卒3名、高卒3～6人採用。 海外出張者に対する教育訓練のイメージは、入社3～4年目の若手社員を2人1組で3ヶ月ずつ海外出張(合計6ヶ月)→自分で海外出張(最長5ヶ月)へ。図表中の人数の欄の中堅層は技術はできるが管理的業務の経験を持たない者が多い。	技術・品質面と資金面の管理。 c f .上は日本人。当該現地法人の社長は現地人。

(出典) 本表は、日本公庫総研レポート、厚生労働省委託調査研究事業の関連記事より筆者作成

図表3 自動車部品製造業のグローバル人材育成の動向

会社	現状の仕組み	改革の背景	改革の方向
A社	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外を問わず、外部人材を活用。</li> </ul>	社外の即戦力採用が中心となっているため、高齢化問題発生。	<ul style="list-style-type: none"> <li>近年新卒採用を開始。中途採用だけでなく、新卒採用を積極的に行い、次世代の人材を育成する計画。</li> <li>朝礼の中で英語のスピーチを全員持ち回りで実施。 ⇒経営のグローバル化の下地作り。</li> </ul>
B社	<ul style="list-style-type: none"> <li>入社してすぐの海外派遣（早期海外派遣）等、若手社員に対する訓練制度は整備されている。</li> </ul>	海外事業の拡大に対して人材育成が追いついていない。特に経営者・指導者レベルの人材不足。	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外赴任にかかわる体系的なキャリアパスの整備が必要。 <ol style="list-style-type: none"> <li>若年期にスーパーバイザーとして3年程度現地へ派遣。</li> <li>その後マネージャーとして5年程度の本格的な派遣。</li> </ol> </li> </ul>
C社	<ul style="list-style-type: none"> <li>新卒採用を積極的に行い、日本から出張ベースの派遣を繰り返しながらグローバル人材を確保・育成。</li> <li>月/水/金の18時から自由参加の英語勉強会を開催（会社負担）。</li> </ul>	必要な対策は講じているので、現状では特に問題はなし。	

（出典）図表2に同じ。

### （1）グローバル人材（日本人スタッフ）の人数の相違について

グローバル人材の人数は図表2のように、A社の3人からB社の21人まで及び、いずれの企業でも、海外子会社に日本人スタッフ（出向者）が配置されている。C社の日本人スタッフは出張ベースの海外赴任であるために厳密な定義では出向者ではないが、本社の日本人スタッフの誰かが当該子会社に出張し、そこで3～5ヶ月間程度駐在して本社に戻り、また誰かが当該子会社に出張するというローテーションをしていくやり方を採用しており、したがって常に日本人スタッフの誰かを配置しているという意味では出向者とみてもよい。

このように、日本人スタッフを常駐させている点は似ている。相違は海外子会社に日本人スタッフをどれだけ置くかの違いである。例えば同じ自動車部品製造業でも、C社を除いたA、B社の工場規模はほぼ等しいけれど、日本人スタッフの数は大きな差がみられる。A社は3人であるが、B社は21人と桁違いに多い。それぞれに合理的な理由をもつ。例えばB社の場合、日本人スタッフが多めに設定されているが、その理由の一つは、当該子会社の主力販売先が現地日系企業であるためである。というのも生産品を主に現地日系企業に販売する場合、商談等各種のやりとりを外国人に任せるよりは、同じ日本人同士によるやりとりのほうが効率的であるからである。これに対して、A社は日本本国でもなく進出先国でもなく（第三の国・地域である）欧米を中心に輸出・販売を行っている。このため、日本人のお客を相手にやりとりをする必要はないという意味でB社ほど手厚く日本人スタッフを配置していない。一般的に言えば、日本人スタッフの人数は取引先の性格によって決定されるという側面があるということである。

## (2) グローバル人材の役割について

いずれも、海外子会社の社長以下、生産、品質、財務等の各部門の上級管理職が日本人スタッフの主要な役割である（図表2の人数の欄を参照）。

これら日本人スタッフの職務は本社の経営方針を共有し、海外子会社でそれを着実に展開することである。B社を例にとると、当該子会社での日本人スタッフの職務は、「現地人の教育・育成、諸事象への判断・指示などマネジメント業務」が中心となっている。またA社の日本人スタッフは「日本本社と海外子会社との調整、管理」の業務に従事している（図表2の職務内容の欄を参照）。

このように日本人スタッフは本社の方針管理を海外子会社で展開する際の中心的な役割を担っている。ただし、C社の場合、当該子会社の経営トップが「現地人」であり、「労務管理」、「営業」を担当している。それ以外の「技術・品質面と資金面の管理」は「日本人スタッフ」が責任をもつ。つまり、経営トップが「現地人」であるが、C社の場合、管理項目の主要な柱である、品質、財務面については「日本人スタッフ」に責任を持たせることで、海外子会社が本社の意向を無視して独走することに対して一定の歯止めの管理を行っている。したがって、経営トップが「現地人」であると言っても字義通り「現地人」が海外子会社の管理を行う完全な権限を持っているわけではなく、一定の管理権限は「日本人スタッフ」が握っているのである。

## (3) グローバル人材の量的確保の仕組みについて

(ア) 新卒採用、(イ) 中途採用、(ウ) 外国人採用のいずれかのルートでグローバル人材を確保している。上の事例のA社は(イ)の中途採用、B社は(ア)(イ)(ウ)の3つのルート、C社は(ア)の新卒採用という形で人材の確保を進めている。

しかし、例えば同じ(ア)のB社とC社でも、新卒で採用した人々の中から「4～5年間の海外勤務(＝海外出向)を担当する人材」を確保するのは容易なことではない。各社はこの海外勤務の担い手をどのように確保しているのか。

B社は上に触れたように、大卒・大学院卒、高専卒、高卒と幅広い層から採用しているが、このうち大卒・大学院卒は採用時に海外勤務の可否を確認するようにしており、その際に海外勤務ができないとの意思を表明した応募者は採用しないという方針をとっている。

C社は新人であれ、ベテランであれ、日本人スタッフは全員「赴任(＝出向)させるのではなく、3ヶ月間の出張(もしくは5ヶ月間の長期出張)を繰り返す」という形で派遣している。4～5年間の海外勤務を担当する人材を確保するのは難しいが、3～5ヶ月間程度の出張ベースの海外勤務であれば比較的本人や家族からの了解・合意が形成されやすいからである。

これら2社の取組みは、いずれもグローバル人材を量的に確保しプールするための経営独自の工夫の一例であると言えるだろう。

## (4) グローバル人材の教育訓練の仕組みについて

いずれも、グローバル人材を育成するための体系的な訓練制度はない。中堅層以上、さらにはそれ以上のマネージャー層には海外勤務のための特別の管理職教育は存在しない。他方、若手社員は入社してすぐに海外に派遣(若手社員の早期海外派遣)する仕組みが設置されているが、3ヶ月程度の出張をベースにしたものがあるだけである。それ以外の特別の訓練の仕組みは用意されておらず、若手社員の早期海外派遣の次元にとどまっている。

## (5) 次世代の人材育成に向けた新たな取り組みについて

上に述べたように、各社の教育訓練面での取り組みは多分に限定的である。各社はこの現状についてどのように受け止めているのか。この点を要約したのがこの節の冒頭で紹介した図表3である。

図表3のB社で注目すべきことは、近年、急速な海外展開を進めているものの、その担い手である日本人スタッフの要員不足の問題を抱え込んでおり、この問題を解決するために単に(ア)「海外勤務を前提とした採用」によってグローバル人材の量的確保の問題に対処するだけでなく、(イ) 訓練のあり方それ自体をより体系的で継続的なものにする方向を模索していることである。上の各社の事例で触れた点の繰り返しになるが、「今後は上述の短期出張（若手社員の早期海外派遣）を経たのち、本格的赴任に向けた訓練の「場」として、若年期にスーパーバイザーとして3年程度現地へ赴任させ、その後マネージャーとして5年程度の本格的な海外赴任をする仕組みを構築する」という試みを始めている。

つまり、中堅層以上のマネジメント・ノウハウや知識経験を含む能力の向上を目的とした管理職教育を構想し実施しようとしているということである。

しかし、すべての企業がB社のような人材育成のための体系的なプログラムの導入という途を開拓できるわけではない。現状ではB社以外のA社もC社もせいぜい若年層に対する教育訓練を実施しているだけである。というのも、「様々な業務で忙しいなか、(体系的な) 教育をしていく余力が企業としてあまりなく、また特に教育をしたい優秀な人材ほど多忙となっているためである」。しかし、両社とも何ら対策を講じていないというわけではない。図表3に示されているように、ささやかではあるが、日常的に語学力向上の取り組みは行っている。

これらA、C社の語学力向上の取り組みは、日本人スタッフの「英語に対する苦手意識をなくし」、ひいてはできるだけ多くの人に海外勤務を担当してもらえるようにすることにある。昨今一部の研究者の間では、「仕事の経験に基づく知識」の習得を除けば、「語学力」よりも、「コミュニケーション力」、「異文化への適応力」などのほうがグローバル人材（特にものづくりの分野の）にとって重要であると言われている。だが、上に紹介した「語学力」向上への地味な取り組みが持つ意味を、経営資源に制約がある中小企業の「グローバル展開の下地づくり」の実現とのかかわりで考えれば、グローバル人材の確保・育成にとって見逃せない重要な取り組みの一つであると理解することができる。

### 筆者紹介

さいとう たけし

齋藤 毅 1976年12月1日生

公立大学法人福井県立大学 地域経済研究所講師（産業関係博士）

職歴 2009 同志社大学社会学部 非常勤講師

2012 九州共立大学経済学部 非常勤講師

2013 現職

専門 人的資源管理論、国際経営論

著書 「フォルクスワーゲンの賃金・人事制度—生産現場の制度と慣行に関する実態調査報告—」

（単著 『評論・社会科学』2012）

「生産現場の人事管理と品質管理に関する国際比較研究—日米独の自動車企業を中心に—」

（単著 同志社大学博士論文 2012）

最近の動向

国際産業関係研究所など、県内外の各種研究機関を通じて企業、行政、大学との連携をはかっている。他地域との比較を通じて、福井県企業の魅力を内外に発信中。



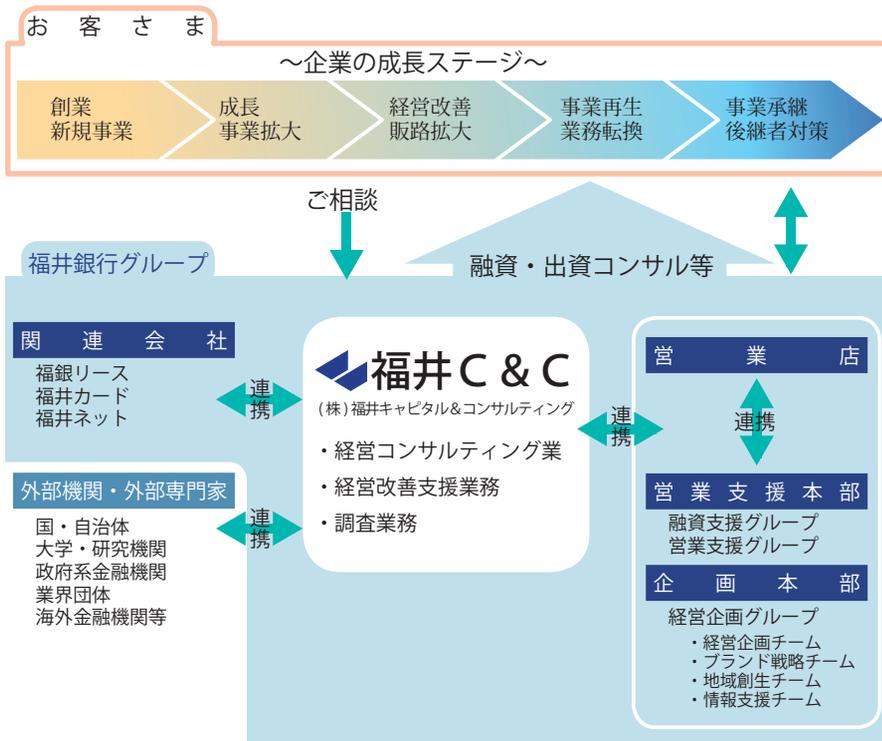


# 株式会社福井キャピタル&コンサルティングを設立しました ～コンサルティング業務でお客様のライフステージに寄り添います!～

株式会社福井銀行は、平成 27 年 7 月 1 日（水）に子会社「株式会社福井キャピタル&コンサルティング（以下「福井 C&C」）」を設立いたしました。

現在、福井銀行は株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）との間で締結しました『福井県における観光による地域活性化』に関する連携協定に基づいて、観光活性化ファンドの組成に向けた手続きを進めています。福井 C&C は GP（無限責任組合員）として、観光活性化ファンドの運営・管理機能としての役割を担うことを予定している他、中小企業のお客様の創業・成長・経営改善などのライフステージに応じたコンサルティング業務を福井銀行と一体となって行ってまいります。

福井銀行は、新中期経営計画「Create Chance Create Future」に基づいて、より付加価値の高い総合金融サービスの提供を通して、地域経済の発展に積極的かつ永続的に貢献してまいります。



連絡先  
 住所 〒 910-0023 福井県福井市照手 1 丁目 2 番 1 7 号（福銀リース内）  
 電話番号 (0776) 43-1120  
 FAX (0776) 43-1334



### ごあいさつ

社長を務めさせていただきます宮田秀一でございます。福井 C&C は、投資事業有限責任組合への出資、運営管理のほか、福井銀行と一体となってコンサルティング業務等を行うことを目的として、福井銀行 7 社目の子会社として設立されました。

地方創生の好循環を作り上げていく、福井県版「ローカルアベノミクス」の推進に取り組んでまいります。まずは、21 世紀の成長産業と言われている「観光活性化ファンド」の運営管理からスタートします。

より一層住みやすい福井県、幸せを感じられる福井県、来る人が楽しい福井県を実現するために、福井銀行グループの一員として微力ながらご支援をさせていただければと存じます。

今後とも何卒、ご指導とお力添えを賜りますようお願い申し上げます。



# 北陸への注目度と、福井の立ち位置

福井県立大学 地域経済研究所  
講師 江川誠一

北陸新幹線長野～金沢間が開業し、早くも4か月が過ぎようとしている。その影響は県内にも及んでいるが、効果の発現度合いには地域によって差が生じている。

福井にいと意外と気づかないことであるが、首都圏での北陸の露出度は昨年来、非常に高まっている。その中で、福井も存在感を示そうと健闘している。しかしながらその立ち位置は、まだ新幹線が開業していないこともあって微妙なところがあり、現在は県内延伸に向け着々と準備をしつつも機敏な対応が求められる時期と言えよう。

そこで、シリーズ2回目となる本号では、43のポイントのうち「首都圏における『北陸』への注目度はかつてないレベル。福井も健闘(02)」につき、詳細な考察を加えてみたい。



公立大学法人福井県立大学  
地域経済研究所 講師

えがわ せいいち  
江川 誠一氏

1967年福井県坂井市生まれ。京都大学卒。シンクタンクやコンサルタント会社勤務を経て、2010年より現職。高速交通体系とまちづくりのほか、観光振興、地域振興、政策評価・事業効果、協働のまちづくり、防災まちづくり等が専門。あわら市、敦賀市、鯖江市で、北陸新幹線の開業を見据えたまちづくりに関する委員を務めているほか、福井テレビ「タイムリーふくい」でコメンテーターとしても活躍中。

表：北陸新幹線に関する福井にとっての43のポイント

- 01 東京～金沢が早く太い動脈で直結。2時間28分～50分、片道24便・約22,400席/日
- 02 首都圏における「北陸」への注目度はかつてないレベル。福井も健闘
- 03 観光魅力、ブランド力、交通利便性を手に入れた金沢が北陸ブームの中心に
- 04 福井～金沢は43～50分。福井にとって北陸新幹線経由東京行きの便益は僅か
- 05 福井～東京の鉄路が、ほぼ同等の2ルートから選択可能に
- 06 北陸新幹線を活用して、これまでとは違った人の流れが各地で出現
- 07 福井～長野間で新しい交流が誕生。最速2時間強に
- 08 福井～大宮が北関東、東北方面との最適ルートに。最速3時間強に
- 09 シャトル新幹線（つるぎ）を含め3種類の新幹線で、金沢～富山は約20分で強固に結節
- 10 西からの在来線特急列車は金沢止まりとなり、金沢駅のターミナル化が進展
- 11 観光客は、観光地や温泉を求めて金沢起点に東西南北へ回遊
- 12 能登、富山へと、金沢から東に向かう客の福井への取り込みは困難
- 13 世界遺産 白川郷・五箇山の合掌造り集落は、首都圏からみて魅力的なコンテンツ
- 14 金沢から西を向いた客は福井まで足を運ぶ可能性。加賀地方との連携がカギ
- 15 首都圏からは「金沢の先に福井があり、福井の手前に金沢がある」という感覚に
- 16 虎視眈々と、新潟県西部、長野県は、関西をターゲットに
- 17 福井の観光地の最大顧客は引き続き関西、次いで中部であることを忘れてはいけない
- 18 金沢開業1年後に北海道新幹線新函館北斗駅開業。北陸ブームを1年で終わらせてはいけない
- 19 首都圏という新規客にとって、福井の全てが低認知・未体験。逆に高興味のチャンス
- 20 東尋坊、永平寺は福井初上陸の地としての地位は揺るがない。圧倒的知名度
- 21 北陸新幹線と東海道新幹線を活用した大周遊ルート（Japan Ring）にも注目
- 22 福井は、京都と金沢の間のミッシングリンクに位置するということも強みに
- 23 北陸新幹線によって外国人観光客の流れが変わる可能性。福井もこれを見据える必要
- 24 福井における観光消費額を増やすためにも、あわら温泉にもっと仕掛けが必要
- 25 伝統産業集積地という観光面でこれまで低利用の磁力が、首都圏民を惹きつける可能性
- 26 地域の宝を丁寧に探し協働のまちづくりを進めること等で、住んでよし訪れてよしの地に
- 27 おもてなしを形にすること、言葉にすること、心を込めることの重要性
- 28 金沢に嫉妬、羨望したり無関心を決め込むのではなく、あざとくその恩恵を取りにいくべき
- 29 金沢や加賀とタッグを組めるところ、差別化するところ、おこぼれを狙うところの見極めも大事
- 30 金沢でのコンベンションの宿泊需要のオーバーフローも狙い目
- 31 福井国体から県内延伸まで（2018～2023年）は福井を全国に売り出すまたとないチャンス
- 32 小松～羽田便は「便数維持・機材小型化・低価格化」で対抗。安さが新たな魅力に
- 33 高速交通体系の利用促進策と地域活性化をからめた政策誘導という視点も重要
- 34 福井延伸を見据えつつ、二次交通の充実等、総合的な交通体系を各地で見直すべき
- 35 ハード整備の重要性は変わらないが、そこに住民の魂を込めることにもっと注力すべき
- 36 地域を支え地域に愛される並行在来線という共通認識が、県民の中で広がっていくことが不可欠
- 37 開業前倒しにより、受け入れ態勢のスピードアップがますます必要
- 38 敦賀開業にフリーゲージトレインが間に合わない場合に向けた準備も必要
- 39 福井駅先行開業については、その投資効果を見極めた上で最適解を
- 40 特急停車駅のなくなる鯖江市では、まちのへそと軸を描きなおす必要
- 41 越前市では、武生駅と新幹線新駅となる（仮）南越駅のまちづくり上の位置づけが重要
- 42 リニア中央新幹線品川～名古屋間開通（2027年）を見据え、名古屋との結びつきを再評価する必要
- 43 東海道に直結してこそ北陸新幹線であるが、敦賀以西は長期的に進めざるを得ない

※本資料の内容は、筆者による「地域経済研究フォーラム『新幹線とまちづくり—金沢開業1か月前に、今一度、ポイントを押さえておく—』、2/12」での講演資料を加筆・修正したものである。

## 1 首都圏における『北陸』への注目度はかつてないレベル。福井も健闘(02)

### (1) 北陸からの仕掛け

北陸新幹線金沢開業を契機にした誘客促進を目的に、北陸の地方自治体や経済団体あるいは観光関連事業者等により、首都圏での仕掛けが数多く実施されている。物産展や観光展とそれらに付随する各種PR等のイベントに加え、各県が東京の中心部に構えるアンテナショップにて、それぞれの魅力を常時発信する取組みが強化されている。

富山県は首都圏にて、県主催のイベントを平成26年度後半に立て続けに実施した。富山の食の魅力に関する様々なフェアを中心に、特徴的なものとしては富山への就職や移住に関する相談会などが行われた。石川県商工会連合会では、開業直後の時期に、東京の百貨店にて物産展「石川味と技のおもてなし展」を開催し、石川の食品、伝統工芸、地酒等の地場産品の販路拡大を図った。福井県は埼玉県JR大宮駅周辺にて観光PRイベントを行い、フクイラブトルの実物大全身復元骨格を展示して恐竜王国・福井をアピールするとともに、百貨店にて観光と物産展を開催した。これらは開業を機に開催されたイベントのほんの一例であり、首都圏における北陸からの仕掛けがこれまでにない規模で行われてきた。

北陸三県のアンテナショップにも、開業前後に様々な動きが生じている。福井県は主に情報発信を目的として、平成14年、青山に「ふくい南青山291」を設置していたが、これに加え平成25年4月、銀座に「食の國福井館」を展開した。コンパクトなスペースに福井の食の魅力を満載したもので、イートイン機能も備えている。石川県は金沢開業半年前の平成26年10月に、「いしかわ百万石物語・江戸本店」を銀座にオープンした。外観は伝統的な町屋をイメージした特徴的なものであり、3フロアにわたって石川が誇る様々な商品を取り揃えており、観光案内や移住相談コーナーも設けている。富山県は平成14年に「いきいき富山館」を開設し、18年12月に店舗面積が2倍となるリニューアルをしている。平成28年春には、県産の新鮮な魚介類などを使った本格的な和食レストランを備えた新アンテナショップを、日本橋に開館する予定である。



写真. 食の國福井館（銀座）

### (2) 首都圏からの北陸の採り上げ

昨年来、北陸がメディアに採り上げられることが多くなってきている。それは、北陸新幹線金沢開業に乗じて北陸から積極的に仕掛けた成果でもあり、話題性や市場性からみて北陸に自然と注目が集まっているという状況を示しているとも言えよう。

テレビドラマのロケ地として、あるいは旅行雑誌の対象地として、あるいは直接的に北陸新幹線特集として、北陸に焦点を当てた番組、雑誌、記事等がこれだけ世にあふれ出た時期が、かつてあったであろうか。さらには、鉄道事業者が北陸キャンペーンを展開し、旅行代理店は北陸の企画商品売り出している。仮に、北陸の観光地としての実力が何ら変わっていないとしても、首都圏等の消費者が自ずと北陸を流行として捉え、関心を強め、旅行先として選択するという行動が生じてもおかしくはない状況になっている。

表. 福井をロケ地とした主な番組<sup>注1</sup>

撮影時期	テレビ局名「番組名」
平成27年1月	BS-TBS「日本の旬に行く！路線バスの旅」
平成26年12月	日本テレビ「ZIP」
平成26年12月	テレビ朝日「科捜研の女SP」
平成26年12月	BS日テレ「イチオシ！2泊3日の旅」
平成26年8月	テレビ大阪「和風総本家」

### (3) 福井の立ち位置

上述のように、主に首都圏における北陸への注目度はかつてないレベルにある。そのようななか、福井の関係者による尽力もあり、福井は北陸の一角としてメディアにある程度採り上げられ、かつ一定の存在感を示しており、北陸新幹線が開通していないからといって、決定的な露出度の差は生じていないものと思われる。

一方で、日経トレンドィが昨年発表した「2015年ヒット予測ランキング」<sup>注2</sup>では、第3位に「北陸トライアングル」が入っているが、同誌が言う「北陸トライアングル」とは、「金沢・富山・能登」を結ぶ三角形のことであり、ここに福井は含まれていない。この件は、現時点における北陸新幹線に関する本県の微妙な立ち位置を、象徴的に表したものとしてとらえることができる。

福井が本気でPRのアクセルを踏む時期は、やはり県内に新幹線が開業する数年後<sup>注3</sup>に向けたものにならざるを得ないが、とはいうものの隣県での活況を、指をくわえて見ているわけにもいかない。既に開業しているエリアとあるところでは組み、あるところでは差別化するなどして、したたかにその恩恵を取りにいくなすべきである。

その試金石として重要なプロモーションの機会となるのが、本年10～12月の3か月にわたって繰り広げられる「北陸ディステーション・キャンペーン」(北陸DC)である。DCは、JR6社を中心に官民協働で行われる国内最大規模の観光キャンペーンであり、北陸DCは、福井・石川・富山の3県を対象に、「Japanese Beauty Hokuriku ～日本の美は、北陸にあり。～」をメインテーマとして行われる。この取組みを通じて3県が一層連携し、北陸への注目度を息の長い継続的なものにするとともに、この中でしたたかに本県をPRし、北陸新幹線ブームという隣県に吹いた強い追い風を、本県にまでしっかりと届かせることが必要である。

注1：福井フィルムコミッションのホームページより筆者作成

注2：日経BP社「日経トレンドィ2014年12月号」(平成26年11月発行)

注3：金沢～敦賀開業は8年後の平成35年春。原稿執筆時点で金沢～福井先行開業は未確定

# 若狭塗箸

東洋の食文化を象徴する食具、箸。箸文化圏の中でも箸だけで食事を完結させるのは日本だけであり、単に食事をする道具としてだけでなく、礼儀や作法と結び付けた独自の箸文化を培ってきました。そんな箸文化を背景に、四百年もの長い歴史の中で、若狭湾の海底の美しさを表現する若狭塗の意匠には、日本人の箸に込めた思いを感じることができます。今回は、日本の箸生産量の八割以上を占めるという「若狭塗箸」にフォーカスします。

若狭湾の海底の美しさを表現する若狭塗箸

## 若狭塗箸の歴史

若狭塗は、慶長年間（1596～1614年）に当時若狭地方を治めていた小浜藩の漆塗御用職人「松浦三十郎」が、中国の漆芸にヒントを得て海底の様子をデザイン化したものが始まりとされています。当時の藩主酒井忠勝公がこれを「若狭塗」と命名し、藩を挙げて手厚く保護奨励しました。

江戸時代における若狭塗は、お盆や重箱、硯箱、茶托、香合といった器物に用いられました。これら器物は、宮家や公家、諸大名への贈答品や裕福な商家で使う調度品などに使われるといった、貴族や武家のための漆器であり庶民には縁遠いものでした。

江戸時代の中後期にかけて、若狭塗の最大の特徴である卵殻、貝殻を利用した技術が完成したと言われています。この若狭塗の技法により作られた箸が若狭塗箸です。江戸時代にも、お盆や重箱などの器物類を製造する傍ら、若狭塗箸も作られていましたが、それを専門的に製造する事業所が登場するのは明治に入ってからです。

明治時代の若狭塗は、士族の授産事業として注目され、塗箸をはじめ、重箱や盆、箸箱、硯箱類などいわゆる器物を国内外の博覧会などに出品することで全国的に広め、産地形成の基礎を築きました。明治中期になると、一時停滞したものの、西津村（現在の小浜市西津）で事業所や従業員が増加し、明治30年には若狭塗漆器同業組合（以下、組合）が設立されました。明治37年の日露戦争の戦地において、塗箸が「堅牢にして優美（硬くて丈夫なうえ上品で美しい）」で洗浄しやすいとして重宝されましたが、終戦後は「其意匠千篇一律（装飾が同じでおもしろみがない）」と評価され、しかも比較的高価であったため人気は薄れ、再び生産の停滞期を迎えました。

明治43年に、組合が県費の補助を受けて徒弟養成所を設立し、製造面における裾野づくりが始まりました。大正2年に古代若狭塗箸の製造方法とは違い、製造工程が簡素化された「塗立箸」が考案されて安価な若狭塗箸を安定的に製造供給することが可能となり、消費者から高い支持を受けました。この結果、塗箸の生産量は明治中期に50万膳前後であったのが、大正13年には1,500万膳と飛躍的に伸ばし、若狭塗全体の生産額に占める割合が8割までに達することになりました。

その後、昭和に入り一時衰退する時期も経ながら戦後再び機械化や合理化を行いながら成長を遂げています。

## 1. 若狭塗箸の製造工程

若狭塗箸の特長は、貝殻や卵殻を色とりどりの色漆で塗り重ねることにあります。十数回も塗り重ねられた漆の層を丹念に研ぎ出し磨き上げることで、美しい模様が浮かび上がります。

### 箸木地の製作

原木→野積→荒削り→小割り→仕上げ削り

箸木地の材料となる原木は、主に木や竹になります。木については主に亜熱帯地域から、竹は中国や台湾から輸入しています。輸入した原木を加工前に野積みし、乾燥したら節を取り除き棒状にします。それを更に持ち手側を太く先を細く削って素地が完成します。最近では、素地の加工を現地で行い、加工された木地での輸入が増えています。

### 模様付け

塗り下地→模様付け→角取り→空研ぎ

次の塗工程は、初めに漆が木地に吸い込まないように、膠（にかわ、動物の油）を塗り下地を作ります。あわび貝や卵殻、松葉等で模様を付け、漆の乗りをよくするために模様を付けた部分を平らにし、全体が滑らかになるよう研ぎを加えます。

### 漆塗り

合塗り→箔巻き→箔押え→角押え→塗り込み

箔下に色彩を出すため、青・赤・黄等の色漆を塗り重ね、その上に金箔等を巻き、剥がれないように透け漆を塗ります。更に色漆で6～7回塗り重ねます。

### 研ぎ

石研ぎ→艶塗り→炭研ぎ→磨き

砥石で研いで模様を出していきます。この時の力加減で微妙な美しさが作り出され、どの1本として同じ物はなく、世の中で唯一の箸となります。箸表面のザラつきをなくし艶がでるように模様の上から漆を塗り込み、箔の剥がれ防止、艶出しに加えて、箸表面の肌を細かくするため粉状の炭で研ぎます。更に砥の粉・角粉を手付けて磨き艶を出して若狭塗箸が完成します。

## 2. 若狭塗箸の現状

生産と販売の面からみると、箸木地の原材料となる木を主にインドネシアやベトナム、フィリピン、ニューギニアなどの亜熱帯地域、竹は中国や台湾で生産したものを現地で原木加工や木地加工（一部）が行われた後、半製品として商社を通じて輸入されており、現在では八割以上を海外からの輸入に頼っています。かつては木地加工を行う事業所も当地域に多数立地していましたが、こうした海外依存の高まりにより経営が圧迫され、その数を減らしています。

製造工程の面では、原木加工された木地材料や、それらを木地加工した半製品を、当地域の木地加工事業所が商社を通じて輸入し、木地加工を施し木地完成品として塗製造事業所に納入しています。塗製造事業所の中には、木地加工事業所を通さず、直接海外から木地完成品を仕入れる事業所も存在します。多くの塗製造事業所は、木地や塗料などの原材料を仕入れ、塗加工や箸封、シール貼り、封入などの段階を踏んで、箸完成品を仕上げています。

箸完成品は、主に産地問屋に卸されて小売へと渡っていきます。近年では、流通システムの高度化・複雑化が進展し、多種多様な流通経路を辿り消費者の手元に行き着きますが、若狭塗箸の場合は、依然として産地問屋が強い力を保ち続けており、その販路は、百貨店や量販店、専門店、百円ショップなどさまざまとなっています。

このように若狭塗箸では生産と販売が一体となって産地を形成しています。これにより小売店を通じて問屋にもたらされた消費者のニーズが木地加工、塗製造の各部門にフィードバックされ、若狭塗の伝統を守りつつも時代が求める箸づくりに活かされています。一方で、どの伝統工芸にも共通した問題ですが、産地の製造業者が減少しており、今後の後継者の育成や若者の参画に注力しています。



### 3. 現在の若狭塗箸

現在の日本の食卓は、料理だけでなく食器や調理道具も多彩なデザインのものが登場し、箸もまた伝統を守りつつ、異素材との組み合わせなどにより機能性に優れたものやデザインテイストに溢れたものが作られています。

- どんな食材や料理にも使いやすい「すべらないお箸」
- 先端の滑り止め加工・持ち手の滑り止め・先端が角の箸
- テーブルコーディネイトの決め手「デザイン箸」
- パステルカラーのお箸・カントリー調のお箸
- 斬新なアイデアが光る「こだわり箸」

### 4. 2015年ミラノ国際博覧会

今年5月よりイタリア・ミラノで開催されている「2015年ミラノ国際博覧会」(以下、「ミラノ万博」)に若狭塗箸が出展されています。

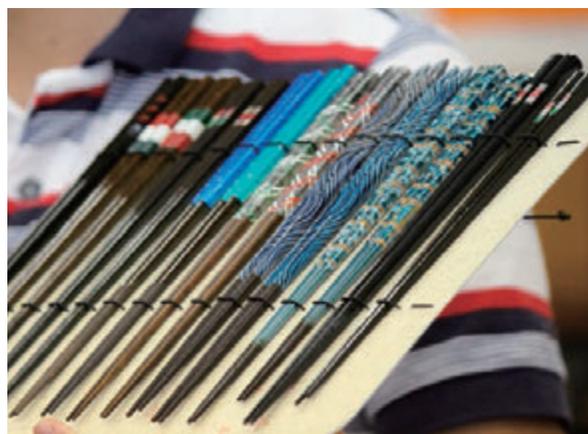
ミラノ万博への出展に至る経緯、今後の展望など若狭塗箸協同組合の高尾理事長、平野理事、池上事務局長にお話を伺いました。

今回の出展は、ミラノ万博は「食」がテーマということで、間接的ではありますが参加のお声かけをいただきました。日本館の出展は、ユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、世界的なブームとなりつつある「和食」でしたので「和食には箸」ということで参加を決めました。

当初は、組合単独で国の方にも伺ったのですが、なかなか組合単独の交渉では、「なんでお箸なんだ」という厳しい対応もありました。そこで市役所も巻き込むかたちで、ミラノ万博で日本が示したいものは「和食」、小浜市は料理によってPRする、食には若狭塗箸を使う、お箸で和食を完結させるコンセプトで、今回この事業が立ち上がったというのが流れです。

「日本館のレストランで若狭塗箸を使ってもらおう」ということを切り口にして、福井の物品提供という形で、産地から「若狭塗箸」を提供することにしました。

イタリアをイメージしたサンプル作りから始めて、日本館レストランのプロデューサーの方を交えて、色や木地の形を変えて、いろいろなサンプルを作って選んでいただきました。実際に制作したものを今年1月にイタリアに向けて船便で送りました。ミラノ万博開幕の5月1日から実際に日本館レストランで若狭塗箸が使われています。



▲ミラノ万博で使用されている箸

また、7月20日からの4日間は「OBAMA DAYS」ということで、小浜で人気の食育事業「キッズ・キッチン」と若狭塗箸の「箸研ぎ体験」を行います。会場の一部にお箸を展示するほか、ミラノ市内でテスト販売も行っていて、どのようなデザインで、どの価格帯のものが売れるのかを確認しています。

私どもは、7月20日からのイベントで4日間しか参加しませんが、お箸は万博開催の半年間ずっと本格日本食レストラン、フードコートで使われます。

博覧会というところは、普通の展示会と違って、見る人に気づきを与えるところだと考えています。つまむ、ほぐす、切る…日本人は、食事の最初から最後まで箸ひとつで通します。今回の出展では、そんな箸の多機能性も世界に伝えていきたいですね。



▲左より高尾理事長、平野理事

## 5. 子どもへの普及と食育について

福井県では、昨年から県内全ての小学一年生に越前塗の箸や若狭塗箸を配布して、正しい箸の使い方を身に付け、和食に親んでもらうことに取り組んでいます。

今年も7～8千人の子どもたちへの配布が始まっていて、今年は若狭塗箸を選んでくれる子どもが多く6割ぐらいになっています。若狭塗箸を家庭や学校で使って、お箸の使い方、食べる時のマナーを身に付けて、お箸を好きになってほしいと思います。

## 6. 箸まつり ～8月4日は「箸の日」

箸のふるさと館WAKASAの敷地内には、若狭塗箸発祥の地として箸蔵神社<sup>はしくらじんじや</sup>をお祭りしています。毎年8月4日には、不要になったお箸を供養する箸供養が行われています。



▲箸蔵神社



▲箸のふるさと館 WAKASA

〒917-0001 福井県小浜市福谷8-1-3

TEL (0770) 52-1733

休館日 毎週木曜日(祝日休日、8/4・8/13～16を除く)、年末年始  
開館時間 9:00～17:00(ただし、日曜祝日は16:00まで)

若狭塗箸協同組合では、この箸供養が行われる8月4日を「箸の日」として「箸まつり」を開催しています。今年は昭和41年の第1回から数えて50回目の記念すべき年にあたります。お祭り当日に敷地内で執り行われる「箸供養」では、古いお箸を新しいお箸に交換しています。また、箸をつくるときにできる木地の切れ端での「箸ブロック組立遊び」、若狭塗箸の研ぎに挑戦する「箸研ぎ体験コーナー」、「2015年ミラノ国際博覧会展示物」の展示など縁日やイベントで一日中大賑わいとなります。ぜひ、ご参加ください。

**激安 50% OFF**

例年人気の若狭塗箸の展示販売会

**感謝御礼 箸まつり 50周年!**

**2015 箸まつり**

前田 卓司

8/4 (火) 箸の日

AM 9:00 開会式  
AM 9:30 箸供養神事  
AM 10:00～PM 8:30 開催時間  
古いお箸を新しい若狭塗箸に交換いたします。(お一人様10個まで)  
お箸お買い上げの方先着(AM10:00～PM5:00) 300円にてお入れいたします。

**数量限定** 数に限りがありますのでお早めに!

**若狭塗箸の展示即売**  
AM 10:00～PM 7:00 表示価格の**50% OFF**

**イベントスケジュール**

AM 11:30 第1回 国産つみみ競争 ※参加には国産券がプレゼント	PM 2:00 第2回 国産つみみ競争 ※参加には国産券がプレゼント	PM 6:30 <b>朝まきとお菓子まき</b>	PM 7:00 箸神楽と太鼓(雨天時中止)	PM 7:30 ミニコンサート ※秋の夜会より～前田 卓司～
--	---------------------------------------	--------------------------	-----------------------	-----------------------------------

**アミューズメントコーナー**  
AM 12:00～PM 6:00まで  
無料 箸研ぎ体験コーナー  
無料 箸ブロック組立遊び  
★方箋しみコーナー★  
(10分間で準備が完了します)  
★広食★  
アイスクリーム・和菓子・チョコレート  
無料! ジュース・フルーツ・ジュース・焼き菓子・ソフトクリーム・アイス・焼き菓子・スノーボール

**ワクワク抽選会**  
お箸3,000円お買い上げごとに抽選券1枚進呈

**特賞** ..... **3万円**(1名様)  
**1等** ..... **1万円**(1名様) **2等** ..... **5千円**(5名様)  
**3等** ..... 蘇洞門めぐり 無料チケット(5名様)  
**4等** ..... お菓子詰め合わせ(100名様)

**2015ミラノ特選イベント**  
**2015年ミラノ博覧会**  
当日はミラノ博覧会と同じ展示物や展示品などをそのまま展示いたします!  
※会場には展示されている展示物の入った特選品が用意されています。

**会場: 箸のふるさと館**

西津海岸、国道、奥の緑上駐車場にご来場下さい。  
※特選品は会場からシャトルバスが運行します。  
(10:00～21:00まで)

皆様のご来館お待ちしております。  
**箸のふるさと館 WAKASA**

伝統の技を身近に感じながら、ちょっとお得感も♪  
遠く九州から楽しみにご来場される方もおられるとか!!

## 福井銀行 東京事務所のご紹介

当事務所では、地元福井県経済の発展のために首都圏をはじめとする全国のマーケット情報等を収集し福井県内の方々に発信していくことはもちろんのこと、福井県内の情報を首都圏に発信する拠点としての役割を担っております。そのため、メガバンクや全国の地方銀行などを通じ、全国のさまざまな地域情報の収集を行い、福井県内のお客さまへ情報提供を行っております。



### 東京事務所の歴史

東京事務所は、中央の金融情勢や業界事情をキャッチすることを目的として、昭和36年5月に東京都中央区八重洲に開設されました。昭和39年9月に東京都中央区京橋に東京支店が開設されたことに伴い、同支店内に移転併設され、数度の移転を経て、平成7年に千代田区鍛冶町に移転し現在に至っております。当事務所開設による東京進出から、その間50年以上の歴史を刻んでまいりました。窓口には地元福井の情報が掲載されたさまざまなパンフレットをご用意しております。ご自由にお持ちいただいております。



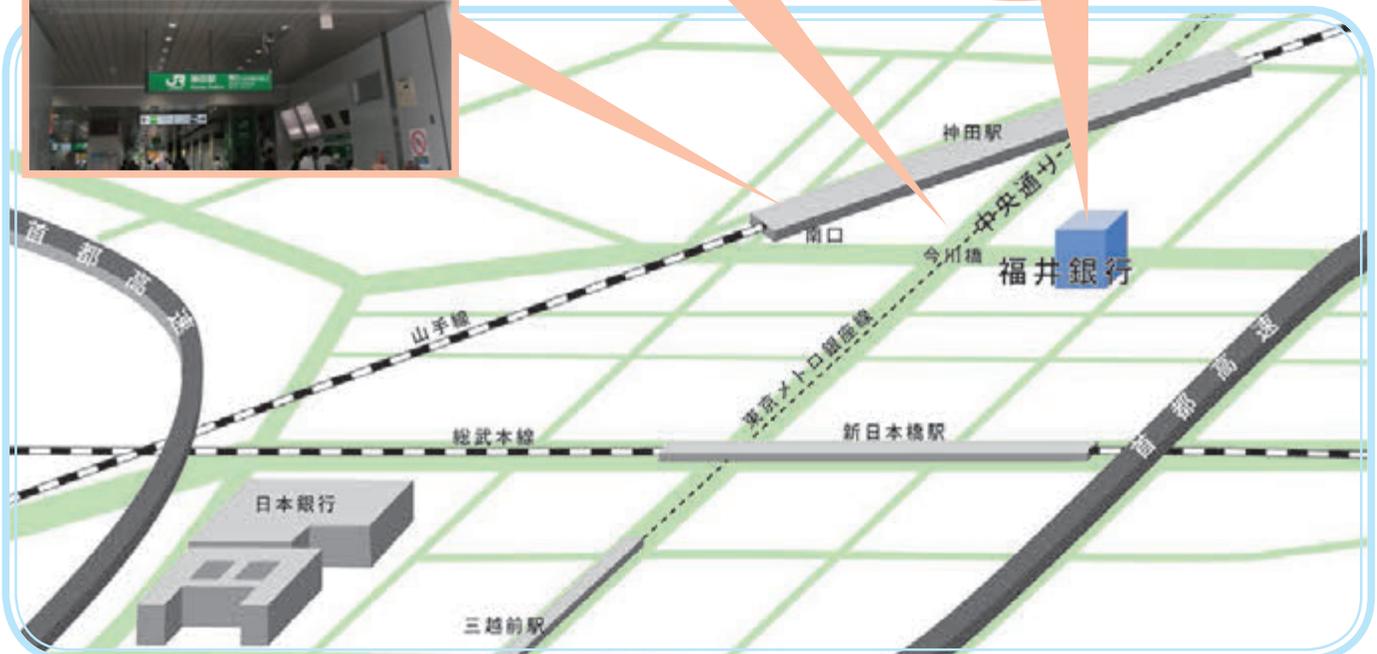
## どんなところ? ◀

神田・日本橋界隈を歩いていると、地方銀行の支店がとても多いことに気づきます。ここには全国の地方銀行がズラリと集結しているのです。そもそも日本橋界隈は日本銀行や大企業の本社が置かれている産業・金融の中心地です。旬で、正確な情報をいち早くキャッチするため、ここに支店や事務所を置いています。



## 福井銀行東京事務所までのアクセス ◀

最寄り駅はJR神田駅となります。「神田駅南口」を出てななめ右に進み、「神田駅南口交差点」を左折するとすぐ中央通り「今川交差点」に出ます。そのまま直進すると、右手にコンビニが見えてきますのでそのビルの4階においで下さい。徒歩約5分です。



住所 〒101-0044 東京都千代田区鍛冶町1丁目8番8号 神田鍛冶町ビル4階

電話番号 03-3253-2861

[店舗] 営業時間 平日 9:00 ~ 15:00 (12/31 ~ 1/3 は除く) [ATM] 営業時間 ATM はございません

## 鍛冶町の歴史 ◀

徳川家康が江戸に幕府を開いた頃、江戸の町づくりがはじまりました。神田は諸国より多種多様な職人たちが集まり、職別で集団で住んだエリアです。鍛冶町はその名前が示す通り、鍛冶師たちが居住し、ここで武士や庶民に必要な金属製品を作成していたようです。

福井県内のお客さまに加え、福井県とゆかりのある方々も、よくお立ち寄りくださっています。まだお寄りいただけていない方も、ぜひ東京へ出張の際には、お気軽にお立ち寄りください♪ 東京にある福井県ゆかりのお店などもご紹介します！



萩原行員

佐野東京支店支店長代理  
兼東京事務所所長代理

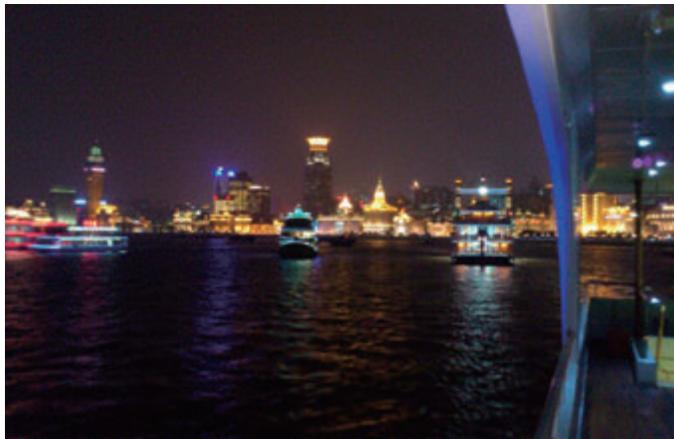
長谷川東京支店副支店長  
兼東京事務所副所長

吉田東京支店支店長  
兼東京事務所所長



## 1▶ 間近で感じた消費力

今年の春節（旧正月）に日本を訪れた中国人が大量の買い物をする「爆買い」が記憶に新しい。中国では2月は春節、3月下旬の花見、7月からは夏休み、10月には国慶節（建国記念）と大型連休がある。今後も中国人の大移動が続くことは容易に予想される。米金融大手が発表した調査報告書によると昨年2014年の海外を訪れた中国人観光客数は約1億900万人となり、海外で消費した総額は1,640億米ドル（約20兆円）に達したと発表された。今年は昨年以上のペースで推移していると言われている。また、この購買力は国も動かし、海外での消費を中国国内に引き戻そうと中国当局が化粧品、紙おむつといった商品の輸入関税を引き下げる政策を打ち出した。財務省の発表によると円安の影響もあって訪日外国人が増え、日本の旅行収支が5年振りに黒字になったと報道されている。数値を押し上げたのはすべてが中国人観光客とは言えないものの、今年の1月には中国人の日本入国の査証（ビザ）要件が緩和され、日本への中国人観光客の誘致条件は整った。より一層中国人に「日本」を知ってもらう機会が増える環境が出来上がってきている。



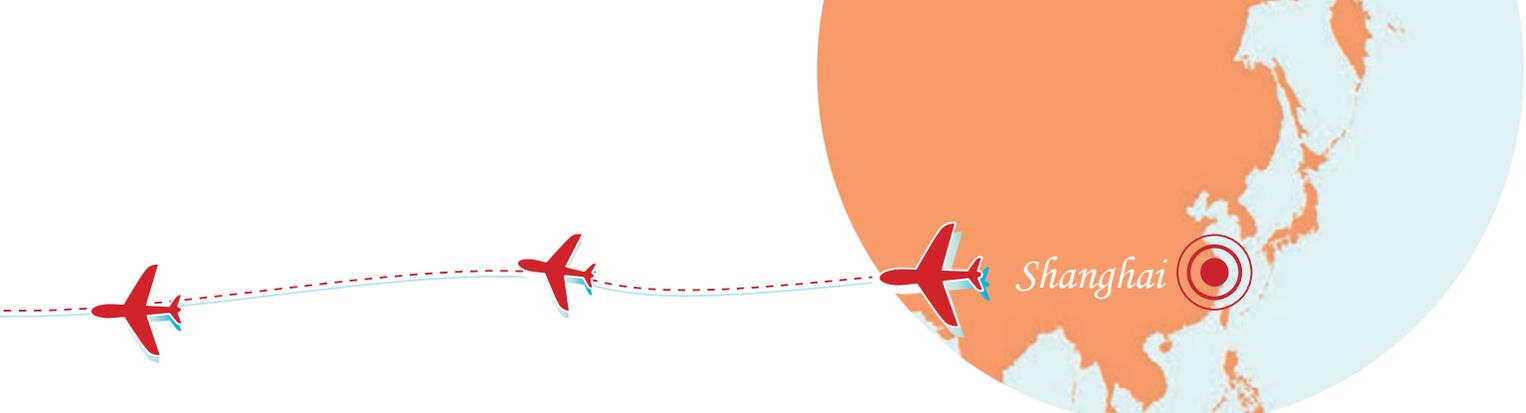
## 2▶ 求め受け入れられる日本商品と文化

中国国内では今、日本の映画「ドラえもん」がブームとなっている。中国で本邦映画が公開されるのは2012年7月の「ウルトラマンシリーズ」以来。約3年ぶりに上映された本邦映画であるが、上映初日からの4日間で約2億3,700万元（約47.6億円）を売り上げ、5月の映画興行収益トップとなった。私たち日本人なら誰でも知っている馴染み深い作品だが、中国でも子どもだけでなく親の世代にも幅広い年代層に受け入れられ大ヒット作品となっている。今、中国では多くの日本商品/文化が受け入れられている。中国市場は、かつての憧れだった商品を手にとれることができるまでに成長した。日本製の炊飯器、温水洗浄便座、化粧品、日本酒、米、工芸品等あらゆる日本発の商品を購入できるその消費力は、日本にとって大きなマーケットへと成長を遂げた。

## 3▶ 中国で文化を創る



ある日系企業の話を紹介したい。日本固有かつ伝統的食品の納豆を製造する企業である。この企業は中国で納豆を販売するにあたり、地道に店頭で試食販売を長年継続し、少しずつ納豆という食文化を広めていったという。口コミで広がりを見せ、消費者層も広がった。中国ではほとんど食されることのなかった納豆が、今では、スーパーの店頭で輸入品から中国現地生産品まで様々な種類が並ぶ。また、日本で納豆を食べた人が中国でも納豆を購入する消費サイクルも出来てきている。経済が豊かになった今では「日本の不思議な食べ物」という立場から「健康食品」という肩書も加わり、中国でも受け入れられる食材に成長した。



先日、中国で店舗を有し輸入食品代理店も兼ねている企業の責任者と面談する機会があり、中国での食品の販売について意見を交換した。中国での販売は「まず、試食してもらい、そしてどんな商品かを作り手自ら実践、消費者に説明をする、それも継続的に。」という話が印象的であった。世界中のありとあらゆる商品が入ってくるトップクラスの市場となった中国ではあるものの、地道に文化・風習を体験してもらい、ファンを創っていく販売方法が一番の近道であると感じた。

中国は東西南北と広大な土地を有し、南船北馬と言われるように全く異なる気候・文化・風習を有している。中国で画一的な商品の販売が容易ではないことは想像に難くない。多種多様な文化風俗を理解し、日本と同一企画で販売するのか、中国風にアレンジするのかなど、中国でモノを売るにはいろいろな試行錯誤が必要である。今、多くの中国人が日本に足を運び「日本商品/文化」を持ち帰り、自然と日本のものが伝達される土壌が出来上がっている。このトレンドを活かし、その流れをとらえるには、やはり百聞は一見に如かず。新聞・テレビ・セミナーでの情報収集に加えて、「来て」「見て」「感じて」どんな商品が受け入れられるのか直に肌で感じることをお勧めしたい。



## 福井弁がつなげる奇跡

「あのおおう」「ほやっつのお〜」「だんね」中国でも生の福井弁が飛び交う場所がある。その名は「福井県人会」。参加しているのは福井県出身の人、県内企業に勤めている人、福井で学生時代を過ごした人、はたまた偶然出張で来た人。福井にちなんだ人が集まれば自然と出てくるのは、そう私たちのソウル「福井弁」。周りの人が聞くと、東北の人?!と間違われるほどなまっている集団だ。

現在、福井県上海事務所が事務局をしている福井県人会は、上海、蘇州、香港の3都市。そのほか把握しているものでは北京、無錫、台北の3都市。それ以外でも我々が知らないだけでおそらく各都市で福井県人会が開催されていると考えている。

私がいる上海では2か月に1回、偶数月に県人会を開催しており、毎会30名程度が集う。第1部は講師を招いて真面目に勉強会、第2部は食事をしながら福井談話。県人会ではみんなそれぞれの肩書という鎧を脱いで、思い出話、情報交換、不思議な中国あるある話とネタは尽きることがない。福井では出会うことがない人たちが、この広い中国で偶然繋がる不思議な瞬間をつくる場だ。私も「福井の和・福井の縁」、すべての福井弁を駆使してこの大切な偶然を体験をしている。

「ニイハオ」に変えて「かたいけのお」と話し合える福井県人会で同じ時間を体感してみませんか？



# フットワークとネットワークで 海外ビジネスを全面サポートします！

貿易実務を知りたい  
くわしい法律を知りたい  
為替リスクを軽減したい

## 貿易（輸出入）

- 為替リスクヘッジ商品
- 会計・税務・財務のアドバイス
- 輸出入実務のアドバイス

販路を拡大したい  
商慣習や消費動向を知りたい  
現地規制等を知りたい

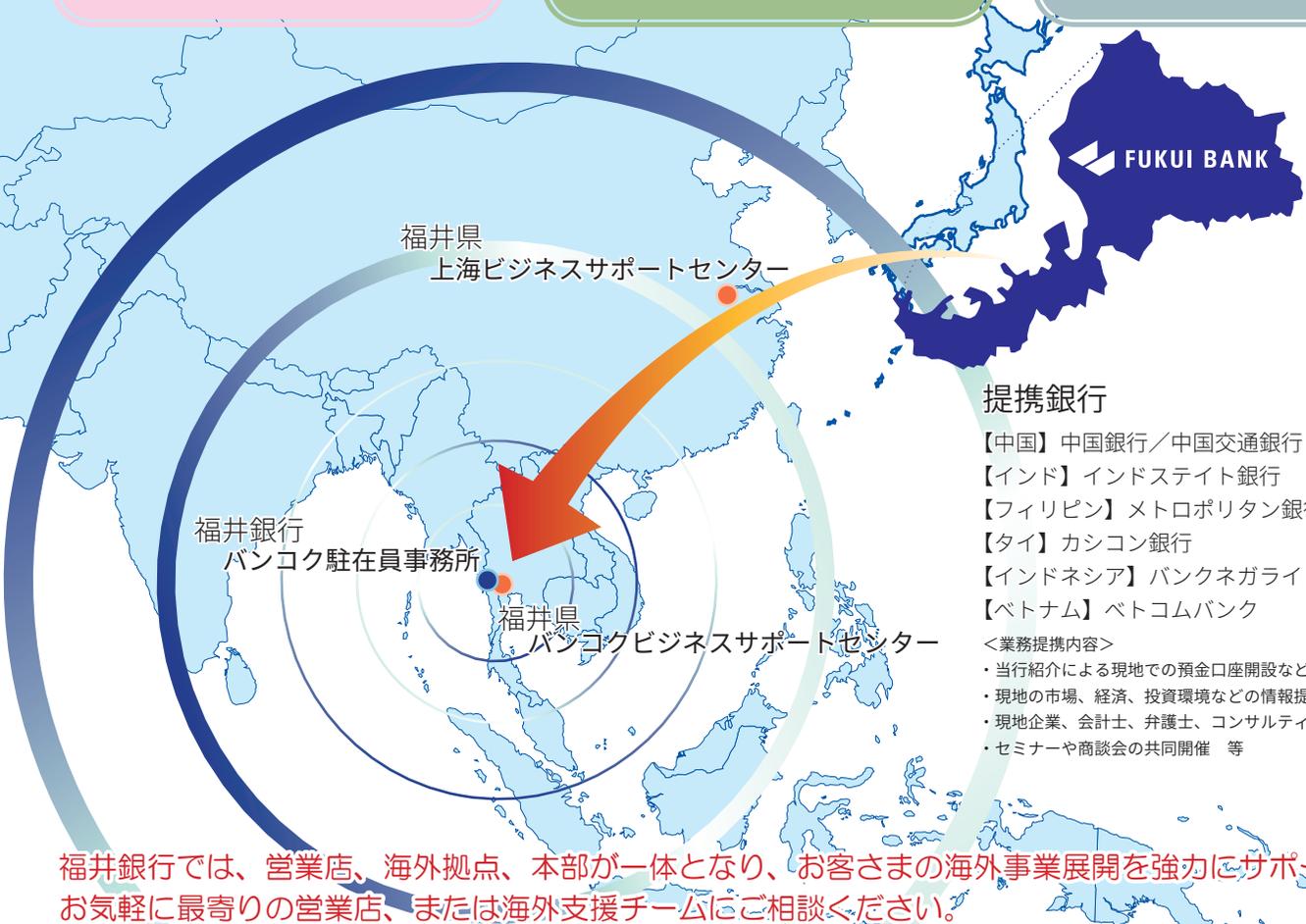
## 海外進出・事業展開

- 最新の進出先情報を提供
- ビジスマッチングやセミナー、商談会の開催
- 各種規制・法人設立等に関するアドバイス

現地で資金調達したい  
世界各国へ送金したい  
手軽に為替手続きしたい

## 海外ファイナンス

- 提携銀行を通じた外貨建融資のご提案
- マルチ通貨建て外国送金（28種類）
- 外為 WEB サービス



### 提携銀行

- 【中国】中国銀行／中国交通銀行
- 【インド】インドステイト銀行
- 【フィリピン】メトロポリタン銀行
- 【タイ】カシコン銀行
- 【インドネシア】バンクネガラインドネシア
- 【ベトナム】ベトコムバンク

### <業務提携内容>

- ・ 当行紹介による現地での預金口座開設などの金融サービス
- ・ 現地の市場、経済、投資環境などの情報提供
- ・ 現地企業、会計士、弁護士、コンサルティングの紹介
- ・ セミナーや商談会の共同開催 等

福井銀行では、営業店、海外拠点、本部が一体となり、お客さまの海外事業展開を強力にサポートします。お気軽に最寄りの営業店、または海外支援チームにご相談ください。

### 福井銀行バンコク駐在員事務所

住所：NO63.Athenee Tower,12th Floor,Unit1204,Wireless Road,  
Lumpini Pathumwan,Bangkok 10330,Thailand  
電話：+66-2-168-8268  
F A X：+66-2-168-8270  
E-mail：bangkok@fukuibank.co.th

### ふくい上海ビジネスサポートセンター

住所：中華人民共和国 上海市延安西路 2201 号  
上海国際貿易中心 2 楼 212 室  
電話：+86-21-6295+3322  
F A X：+86-21-6295-9922  
E-mail：fukuiken@fukui-sh.com.cn

### 株式会社福井銀行 海外支援チーム

住所：福井県福井市順化1丁目3番3号 福銀センタービル  
電話：0776-25-8042  
E-mail：fbk01402@fukuibank.jp



甘くみていると痛い目に！

『夏バテ』していませんか？



保健師 清水 幸子

### 夏バテ危険度チェック！

毎日暑い日が続きますが、皆さま右のような症状はありますか？。症状に当てはまった方は、既に夏バテの予備軍かもしれません。



- 全身がだるい
- 疲れが取れない
- 食欲がない
- 下痢っぽい
- 熱っぽい
- めまいがする

### 夏バテとは…

人間の体は、日本の夏のような高温・多湿な状態では、体温を一定に保とうとすると多くのエネルギーを消費し、体にかなりの負担がかかります。多くの場合は、その負担に耐えられるのですが、負担が過度に強くなったり、毎日続いて長引いたりすると、その暑さに対応することができなくなります。そうして体にたまった熱を外に出すことができなくなると、熱が出たり、だるくなって胃腸の動きが弱まったりしてきます。この無理が続いて、体が限界にきている状態のことを夏バテと言います。一旦体調を崩すと、暑さによる食欲不振や睡眠不足で栄養や睡眠が不十分になり、夏バテが悪化したり、回復が遅れる悪循環に陥ることもあります。

### 夏バテ対策を行い、元気に夏を乗り切りましょう♪

#### 夏バテ対策 五か条

##### 一、冷房温度をうまく調節する

冷房の効いた室内と蒸し暑い外を往復すると、体はその変化についていけません。冷房温度は自宅でも28度がオススメ。

##### 二、こまめに上着を脱ぎ着する

冷房が強い場所もありますので、はおりものを1枚持ってこまめに脱ぎ着しましょう。

##### 三、冷房よりも除湿、扇風機をうまく使う

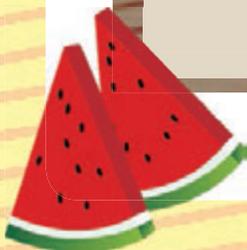
湿度が低いと涼しく感じるので、「冷房より除湿」を心掛けましょう。さらに風があると体の表面から熱が奪われて涼しく感じるので扇風機を併用するのもオススメです。

##### 四、少量でも良質のたんぱく質、ビタミン、ミネラルを摂る

夏バテ防止に効果的な食事のとり方は、タンパク質、ビタミン、ミネラルをバランスよく摂るようにすることです。

##### 五、上手に汗をかく

汗をかくのは身体の体温調節のためにはとても重要です。また、血流が良くなったり、老廃物も出てゆくという効果もあります。暑いからと体を動かさないと、うまく汗をかくことが出来なくなります。涼しい夕方などにちょっと歩いてみるなど、適度な運動をしましょう。



# 主要経済指標 福井 fukui

	大型小売店販売額		新車登録（届出）台数				家計（福井市2人以上の世帯のうち勤労者世帯）			
			合計		内軽乗用車販売台数		消費支出		平均消費性向	
	百万円	前年比	台数	前年比	台数	前年比	円	前年比	%	前年比ポイント
	年度		年		年		年		年	
2012年	71,585	▲1.9%	44,117	25.6%	18,965	30.2%	287,169	▲17.6%	65.2%	▲6.6
2013年	74,600	▲0.3%	44,014	▲0.2%	19,685	3.8%	328,742	14.5%	69.0%	3.8
2014年			46,105	4.8%	21,407	8.7%	304,400	▲7.4%	63.6%	▲5.4
2014年 5	5,767	▲2.3%	2,820	▲0.8%	1,310	▲4.2%	297,517	▲10.6%	85.2%	▲15.4
6	6,236	▲1.1%	3,465	▲3.9%	1,623	▲4.0%	303,015	6.1%	41.3%	▲3.6
7	6,117	▲1.4%	3,752	3.3%	1,665	▲4.6%	279,678	▲8.4%	54.9%	▲6.6
8	6,330	2.1%	2,487	▲12.2%	1,161	▲12.4%	290,943	▲16.5%	60.2%	▲9.8
9	5,637	1.4%	4,017	▲1.4%	1,836	3.5%	225,879	▲30.0%	62.9%	▲18.3
10	5,898	2.8%	2,976	▲9.8%	1,287	▲1.6%	240,119	▲31.6%	51.3%	▲18.1
11	6,555	1.9%	3,305	▲8.0%	1,609	2.5%	229,955	▲19.7%	64.0%	▲16.8
12	7,285	2.0%	3,539	15.7%	2,032	39.5%	315,056	▲16.0%	37.7%	▲9.3
2015年 1	7,413	1.8%	2,655	▲19.7%	1,257	▲18.4%	280,376	▲10.7%	74.1%	▲17.7
2	5,864	2.0%	4,356	▲15.1%	1,931	▲13.3%	263,038	▲9.7%	57.2%	▲1.5
3	6,194	▲6.4%	7,266	▲13.6%	3,173	▲13.8%	301,102	▲33.6%	84.0%	▲62.2
4	6,075	3.7%	2,447	▲15.6%	1,064	▲25.9%	284,046	▲31.1%	67.5%	▲15.3

資料出所 近畿経済産業局 福井県自動車販売店協会 総務省統計局（家計調査）

（注）販売額：全店ベース、前年同期比：既存店ベース

	鉱工業指数（2010=100）（※1）									
	生産						出荷		在庫	
	総合		機械工業		繊維工業		季節調整値	前年比（原）	季節調整値	前年比（原）
	季節調整値	前年比（原）	季節調整値	前年比（原）	季節調整値	前年比（原）				
	年		年		年		年		年	
2012年	111.6	6.0%	137.3	24.4%	101.4	▲6.2%	111.4	5.3%	144.7	17.3%
2013年	110.9	▲0.6%	139.6	1.7%	97.3	▲4.0%	110.8	▲0.5%	154.3	6.6%
2014年	112.8	1.7%					114.9	3.7%	145.4	▲5.8%
2014年 5	110.1	▲4.4%	138.7	▲6.7%	89.3	▲11.6%	113.1	1.4%	155.1	0.2%
6	113.7	6.1%	145.6	10.9%	90.5	▲7.3%	112.8	▲0.3%	153.9	▲0.8%
7	111.2	▲1.9%	141.4	▲2.3%	90.6	▲6.8%	114.7	1.7%	151.4	▲1.6%
8	112.2	▲1.0%	145.9	1.9%	88.1	▲9.0%	114.7	0.0%	150.2	▲0.8%
9	115.7	4.3%	157.4	11.1%	90.3	▲5.6%	119.7	4.4%	147.4	▲1.9%
10	119.8	10.0%	160.5	19.2%	88.8	▲7.3%	121.6	1.6%	148.2	0.5%
11	120.0	10.8%	170.3	32.2%	89.0	▲7.5%	119.0	▲2.1%	151.9	2.5%
12	121.1	14.7%	174.9	40.9%	88.9	▲4.7%	121.8	2.4%	150.3	▲1.1%
2015年 1	121.0	11.7%	168.7	33.8%	91.0	1.5%	125.0	2.6%	146.0	▲2.9%
2	120.8	12.7%	182.0	43.5%	87.9	▲2.7%	114.8	▲8.2%	159.7	9.4%
3	119.1	13.0%	167.3	31.4%	86.6	▲1.1%	110.4	▲3.8%	161.3	1.0%
4	117.7	8.4%	167.4	26.6%	87.7	▲1.8%	121.5	10.1%	162.0	0.4%

資料出所 福井県総合政策部政策統計・情報課

（注）機械工業＝一般機械工業＋電子部品・デバイス工業＋電気機械工業＋輸送機械工業（※1）年間補正実施により、原指数及び季節調整済指数は変更されています。

	新設住宅着工戸数								織物生産	
	合計		持家		貸家		分譲住宅		総生産高	
	戸	前年比	戸	前年比	戸	前年比	戸	前年比	千㎡	前年比
	年		年		年		年		年	
2012年	3,614	▲9.9%	2,376	0.3%	880	▲31.5%	352	19.7%	199,209	▲10.2%
2013年	4,439	22.8%	3,073	29.3%	925	5.1%	434	23.3%	188,966	▲4.3%
2014年	3,495	▲21.3%	2,213	▲28.0%	940	1.6%	323	▲25.6%		
2014年 5	310	▲20.5%	174	▲38.7%	86	3.6%	50	117.4%	16,459	2.1%
6	336	▲8.4%	224	▲23.0%	86	91.1%	26	▲16.1%	17,081	9.2%
7	324	16.5%	181	▲22.0%	108	390.9%	34	41.7%	17,608	9.5%
8	295	▲45.7%	219	▲32.8%	61	▲65.1%	14	▲65.9%	15,895	4.9%
9	285	▲23.9%	191	▲31.0%	74	▲12.9%	19	58.3%	17,452	10.9%
10	301	▲47.3%	185	▲45.3%	90	▲21.7%	26	▲78.0%	17,038	▲0.7%
11	296	▲28.3%	178	▲36.2%	87	2.4%	30	▲33.3%	17,058	1.8%
12	254	▲15.3%	135	▲27.4%	71	▲6.6%	33	▲10.8%	16,250	0.0%
2015年 1	158	▲1.9%	108	5.9%	31	▲13.9%	18	▲21.7%	16,097	▲1.9%
2	206	▲12.3%	153	▲2.5%	28	▲54.1%	25	47.1%	16,139	▲2.2%
3	437	24.1%	255	7.6%	158	68.1%	24	14.3%	16,439	▲2.3%
4	265	▲23.4%	183	▲20.4%	56	▲34.9%	26	▲13.3%	16,752	▲2.6%

資料出所 国土交通省 県政策統計課

	建築着工統計（非居住用）床面積									建築着工統計（非居住用）	
	合計		鉱工業		商業用		サービス業用		工事費予定額合計		
	㎡	前年比	㎡	前年比	㎡	前年比	㎡	前年比	万円	前年比	
	年		年		年		年		年		
2012年	378,929	▲0.7%	121,041	13.9%	59,432	20.2%	87,957	0.3%	6,239,388	3.1%	
2013年	358,022	▲5.5%	70,414	▲41.8%	65,907	10.9%	73,539	▲16.4%	6,170,046	▲1.1%	
2014年	414,130	15.7%	116,277	65.1%	51,525	▲21.8%	40,071	▲45.5%	6,702,161	8.6%	
2014年	5	22,338	53.5%	4,334	▲24.7%	1,917	88.7%	3,032	▲14.3%	485,420	117.1%
	6	40,512	▲22.8%	14,658	190.3%	8,927	47.5%	8,466	▲70.2%	823,863	▲38.5%
	7	51,831	46.2%	26,461	1915.3%	5,453	153.7%	3,715	▲73.0%	1,123,758	170.0%
	8	26,503	5.3%	4,751	▲35.4%	4,449	▲22.3%	4,331	19.4%	398,179	▲6.3%
	9	18,541	▲51.7%	7,293	▲1.6%	1,289	▲83.1%	431	▲82.8%	266,600	▲51.9%
	10	20,772	▲46.1%	3,702	▲46.5%	4,941	▲30.9%	253	▲91.1%	404,967	▲45.5%
	11	17,340	20.2%	3,583	37.0%	866	▲65.6%	3,855	▲9.4%	318,666	86.9%
	12	120,331	229.2%	30,943	439.5%	6,936	▲55.2%	420	▲62.0%	1,414,349	174.4%
2015年	1	13,177	▲41.2%	833	▲91.8%	4,999	115.4%	2,468	▲47.3%	230,988	▲24.4%
	2	33,267	209.1%	23,004	1104.4%	6,409	76.7%	1,876	2.2%	499,820	217.3%
	3	36,253	9.1%	2,566	▲53.1%	3,233	▲47.3%	4,053	▲48.6%	1,043,185	114.8%
	4	45,431	53.6%	14,817	390.6%	543	▲88.4%	9,208	691.7%	907,255	75.3%
資料出所	国土交通省										

	企業倒産（負債額1千万円以上）				信用保証		貿易（敦賀港・福井港）				
	件数	前年比	負債額		金額		輸出	前年比	輸入	前年比	
			百万円		百万円						百万円
	年度		年度		年度		年		年		
2012年	97	14.1%	85,746	377.6%	63,348	▲21.1%	140,835	24.1%	74,140	3.1%	
2013年	64	▲29.9%	8,880	▲89.6%	56,094	▲11.5%	124,055	▲11.9%	82,906	11.8%	
2014年							95,482	▲23.0%	97,850	18.0%	
2014年	5	9	0.0%	2,618	45.0%	2,692	▲38.0%	8,351	▲22.9%	6,777	14.5%
	6	8	100.0%	401	▲20.4%	4,458	▲18.2%	8,154	▲33.8%	7,368	4.0%
	7	4	0.0%	313	5.7%	4,656	4.9%	7,959	▲30.4%	9,727	48.3%
	8	4	▲33.3%	358	▲53.4%	4,335	▲16.1%	7,675	▲32.9%	10,837	38.0%
	9	5	▲16.7%	1,111	43.7%	7,495	▲10.5%	6,106	▲36.8%	7,390	33.7%
	10	6	▲25.0%	874	107.6%	3,411	12.9%	8,264	▲18.1%	12,810	78.7%
	11	4	▲50.0%	4,125	86.4%	2,709	▲11.5%	8,579	▲9.0%	7,933	13.5%
	12	3	▲25.0%	74	▲83.9%	5,664	16.1%	7,827	▲13.0%	7,262	2.4%
2015年	1	5	▲16.7%	271	▲12.0%	2,152	▲18.4%	8,225	10.9%	8,851	18.1%
	2	8	166.7%	2,515	2466.3%	2,579	▲35.6%	7,305	▲11.6%	10,135	70.2%
	3	4	0.0%	2,884	679.5%	3,747	▲47.5%	9,171	1.5%	8,222	13.8%
	4	9	▲25.0%	72,914	3747.7%	2,415	42.0%	9,164	16.7%	8,497	20.2%
資料出所	東京商工リサーチ				信用保証協会		大阪税関				

	眼鏡輸出実績						芦原温泉入込状況		有効求人倍率	完全失業率	
	枠類合計		眼鏡枠		眼鏡		客数(人)	前年比			
	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比					
	年		年		年		年		年度	年度	
2012年	22,181	▲6.6%	12,611	▲7.7%	9,571	▲5.0%	767,475	9.1%	1.18	2.6%	
2013年	22,079	▲0.5%	12,881	2.1%	9,198	▲3.9%	734,957	▲4.2%	1.30	2.7%	
2014年	24,661	11.7%	13,703	6.4%	10,958	19.1%	743,877	1.2%	1.50		
2014年	5	1,865	10.4%	1,053	0.1%	812	27.2%	44,858	▲1.1%	1.48	2.7%
	6	2,169	9.6%	1,132	1.5%	1,037	20.0%	43,818	▲13.7%	1.48	2.4%
	7	2,047	14.3%	1,287	19.2%	760	6.9%	54,657	1.4%	1.49	2.3%
	8	1,990	9.4%	1,145	4.6%	845	16.5%	99,598	▲1.1%	1.47	2.3%
	9	1,866	10.0%	1,037	3.2%	829	19.8%	44,105	▲0.4%	1.49	2.5%
	10	1,948	▲3.3%	1,138	▲0.1%	810	▲7.4%	54,707	1.1%	1.50	2.7%
	11	2,283	16.6%	1,247	7.4%	1,036	30.1%	77,936	5.2%	1.50	2.6%
	12	2,191	2.4%	1,171	2.3%	1,020	2.6%	75,846	▲2.3%	1.55	2.7%
2015年	1	2,237	25.3%	1,165	19.4%	1,071	32.4%	62,969	▲8.2%	1.55	2.1%
	2	2,171	1.8%	1,176	0.3%	994	3.6%	67,134	7.8%	1.55	2.1%
	3	2,548	9.7%	1,419	16.2%	1,129	2.4%	73,058	3.6%	1.54	1.9%
	4	2,106	2.4%	1,148	2.3%	957	2.5%			1.57	1.9%
資料出所	財務省貿易統計						あわら市役所		福井労働局	県政策統計課	

(注) 有効求人倍率の年度は原数値、月別は季節調整値

ファイナンス・リースで、地元を元気に。



## 株式会社 福銀リース



当社は、昭和58年9月に福井銀行グループの総合リース会社として発足いたしました。

情報関連機器・産業機械・土木建設機械・医療機器・商業設備など  
あらゆる機械・装置・器具及び備品のファイナンス・リースを通じて、  
地元企業の発展に貢献することを目指しております。

#### 会社概要

商号／株式会社 福銀リース  
設立／昭和58年9月16日  
資本金／50,000千円  
決算期／3月(年1回)  
所在地／福井市照手1丁目2番17号  
事業内容／コンピュータ機器、事務用機器、産業機械、工作機械  
車輛、医療機器、商業用設備等各種物件のリース・割賦販売

#### 沿革

◎昭和58年9月  
福井銀行グループの総合リース会社として、  
住商リース株式会社(現三井住友ファイナンス&  
リース株式会社)との合弁により  
「福銀住商リース株式会社」設立  
◎平成9年4月  
商号を「株式会社 福銀リース」に変更

個人事業主様、中小企業オーナー様へ  
法人カードがお勧めです。



⤵ 経理の合理化効率化が可能

⤵ 仕事とプライベートの切り分けが明確に

⤵ 効率的な資金運用

# MAKE EFFICIENT

さまざまなシーンで業務の効率化が図れます!!



お申込みはお近くの福井銀行窓口まで。(福井銀行はDCカード、JCB法人カードの取次をしています。)

## 株式会社福井カード FUKUI BANK GROUP

〒910-0023 福井市順化1丁目2番3号 TEL.0776-21-7881 (9:00~17:00土日祝休み)

貸金業者登録番号:北陸財務局長(10)第00024号/包括信用購入あっせん業者登録番号:近畿(包)第10号  
日本貸金業協会会員 第002758号/一般社団法人日本クレジット協会会員 第041340000号

福井カード

検索 

お客さまにピタリとはまるピースを。

## 代金回収サービス「ふくいネット」

FUKUINET

全国のどの金融機関からでも迅速かつ正確に集金を代行処理する「ふくいネット代金回収サービス」。

お客さまの集金業務をよりスムーズに、より効率的にサポートしています。

## システムインテグレーション

System Integration

ネットワークシステムのコンサルティングをはじめ、導入計画・運用管理・セキュリティ・クラウド導入・Web 開発など、あらゆるシステムサービスをお客さまに提供しています。

## エレクトロニックバンキング

Electronic Banking

福井銀行グループの一員として、企業のお客さま向け及び個人のお客さま向けインターネットバンキングをはじめとする、エレクトロニックバンキングサービスの導入・サポートをしています。



福井ネット株式会社

〒918-8107 福井市春日町238-3 TEL: 0776-33-6618 (代)  
<http://www.fukuinet.co.jp>



# お子さま口座開設キャンペーン!で入場券がもらえる「かつやまディノパーク」のお知らせ

キャンペーン期間：平成27年8月31日まで

期間中15歳以下のお子さま名義の普通預金口座を開設いただいたお客さまに「かつやまディノパークチケット」を2枚プレゼントいたします。くわしくは窓口までお問い合わせください。

※チケットのプレゼントは、お子さまお1人につき1回限りとさせていただきます。



「かつやまディノパーク」  
〒911-0023  
福井県勝山市村岡町寺尾 51-11  
「かつやま恐竜の森」内  
【お問い合わせ】☎0779-88-8777  
公式 Web サイト www.dinopark.jp

全長20メートルのマメンチサウルスや  
全長13メートルのティラノサウルスなど、  
ライフサイズ（実物大）の恐竜たちが勢揃い!!  
まるで恐竜たちが生きていた白亜紀に迷い込んでしまったよう

くわしくは 福井銀行窓口または  0120-291-552

## お知らせ

6月に実施させていただきました、景況アンケートの結果については、今回は当行HPにて報告させていただきます。8月初旬に公開予定でございますので、ご参照いただけたら幸いです。また、ご協力いただきましたみなさまに、この場を借りて厚くお礼申し上げます。

## 編集後記

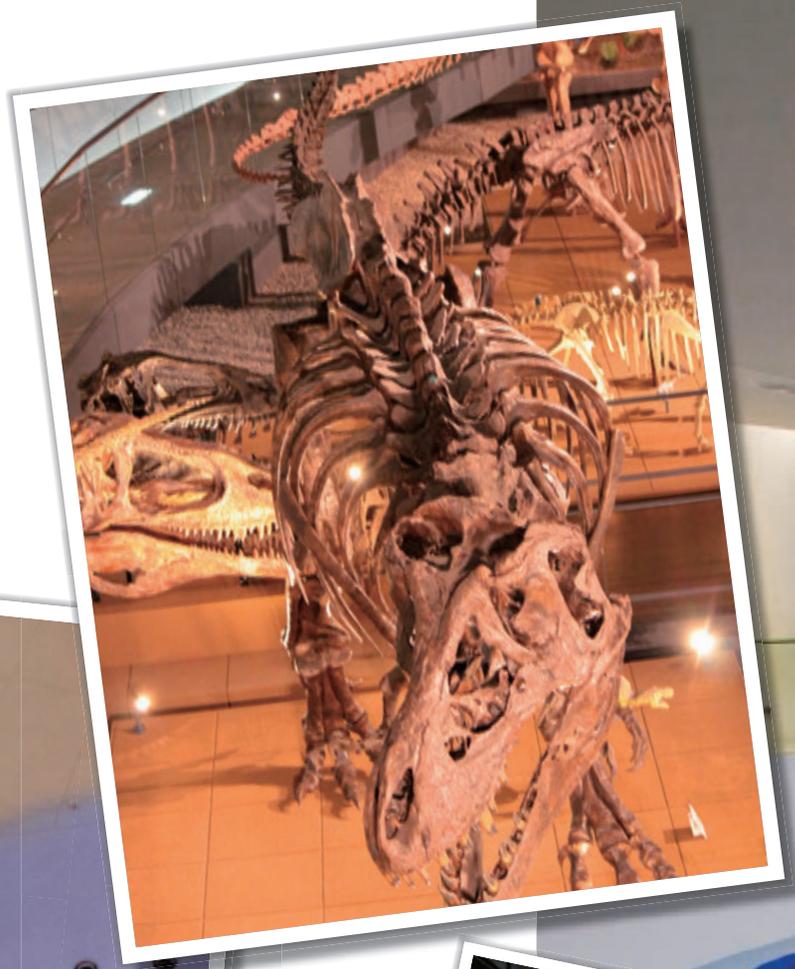
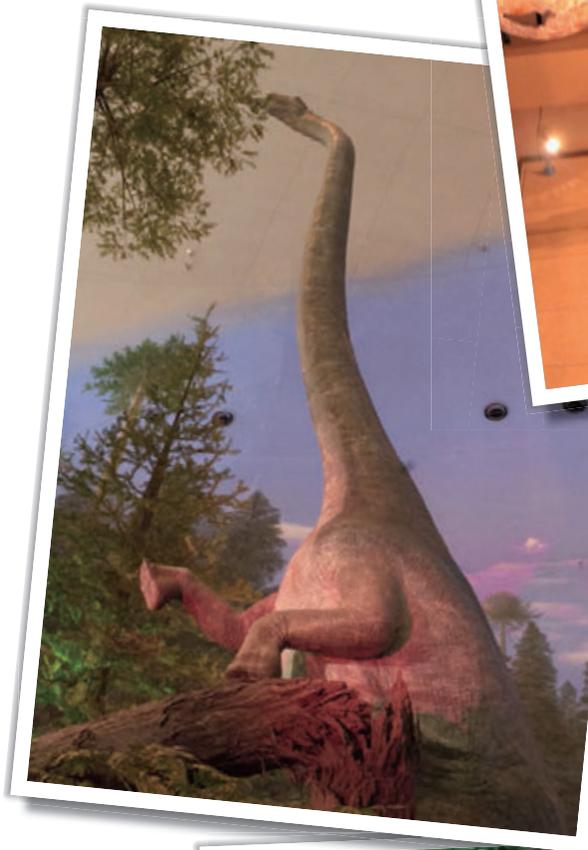
2015 盛夏号

前回福銀ジャーナルを発刊してすぐに、御食国若狭と鯖街道(小浜・若狭町)が日本遺産第1号の1つとして認定されました。今回、伝統工芸の紹介をさせていただいた「若狭塗箸」もミラノ万博に参加しており、7月にイベントが開催されます。また、6月19日には、大本山永平寺がミシュラン旅行ガイドにて「2つ星」を獲得、6月26日にはクールジャパンアワードにて「鯖江のめがね」が選出されました。

福井県は非常に古くからの歴史、伝統、文化があり、他県や外国人に訴求する魅力がたくさんある地域です。われわれ県民がそうした魅力を維持、発展させていくには、ビジネスとの連携が欠かせません。私どもは地域金融機関として、これまで以上に、公共部門とも一層協力関係を築きつつ、地域経済の活性化に尽力するとともに、福井県の魅力を発信していくお手伝いをできたらと思います。

(情報支援チーム)





## 福銀ジャーナル

2015年7月 盛夏号

編集発行：株式会社 福井銀行 経営企画グループ 情報支援チーム  
〒910-0023  
福井県福井市順化1丁目3番3号（福銀センタービル）  
Tel (0776)26-9847 Fax (0776)24-1213  
URL <http://www.fukuibank.co.jp>