



Fukugin JOURNAL

2018
桜花号
SPRING

focus

観光の産業化における一考察

株式会社福井キャピタル&コンサルティング
マネージングディレクター 松浦 忠義

株式会社まちづくり小浜における具体的施策

株式会社福井キャピタル&コンサルティング
コンサルタント 西川 佳宏

共同調査

2017年嶺北主要観光地アンケート調査報告

福井県立大学 江川 誠一講師
株式会社福井銀行 地域創生チーム

巻頭言 ごあいさつ	01
focus 観光の産業化における一考察	02
株式会社まちづくり小浜における具体的施策	05
共同調査 2017年嶺北主要観光地アンケート調査報告	10
健康ライフ なんとなく気が重くないですか?!	19
Scope IPO市場レポート(2017年年次報告)	20
調査結果 福井銀行景気動向調査	25
Close Up 福井県内の企業における今年の賃上げの状況は?	26
Athlete Interview 岩堀文義行員	28
WIL通信 未来の福井の女性起業家へ!	32
職場でできる、ちょっと一息ストレッチ体操 第2回 背中上部のストレッチ	34
経営ミニコラム モノを買うときの行動プロセスのモデル化	35
主要経済指標	36

表紙 特別史跡 一乗谷朝倉氏遺跡

特別史跡一乗谷朝倉氏遺跡は福井市街より東南約10kmの一乗谷にあります。一乗谷は、文明3年(1471)から天正元年(1573)までの103年間、戦国大名 越前朝倉氏一族が拠点とした所です。周囲の山や川を巧みに利用した自然の要塞で、谷内には城主の館や一族の居館・家臣の屋敷・寺院・商人や職人が住んでいた町屋が計画的に配置されていました。城下町は越前の中心として繁栄し、多くの文人や商人が訪れ北陸の小京都とも呼ばれました。

しかし城下町は織田信長の軍勢に攻められ朝倉氏滅亡とともに消失し、野原や田畑の下に長く埋もれていました。昭和42年になり遺跡の発掘調査がすすめられたことで昭和46年に朝倉氏遺跡は、278haという広大な範囲が国の特別史跡として指定保存されました。

また、平成3年には諏訪館跡庭園、湯殿跡庭園、朝倉館跡庭園、南陽寺跡庭園を含む4,205㎡が特別名勝の指定を受け、平成19年には朝倉氏遺跡出土品のうち、2,343点が重要文化財指定を受けました。京都の金閣寺や広島の大分神社に並び、国の三重指定(特別史跡・特別名勝・重要文化財)を受けるなど文化財としての評価の高い貴重な遺跡です。

一乗谷朝倉氏遺跡のシンボルである唐門は、朝倉五代目義景の菩提を弔うために建てられた松雲院の寺門とされています。豊臣秀吉が寄進したと伝えられています。現在の唐門は江戸時代に建てかえられたものと推定されています。

諏訪館跡庭園

「特別名勝一乗谷朝倉氏庭園」として指定を受けた4つの庭園のうちの一つで一乗谷の中で最も規模が大きく壮麗な庭園です。諏訪館は朝倉義景の妻「小少将」が暮らしたと伝わっており、その館跡にあるこの庭園はどこか優美な雰囲気を感じさせます。



復原町並

発掘調査から我国で初めて戦国時代城下町の具体例が明らかになりました。この発掘調査で出土した遺構に基づき、戦国期の武家屋敷や町屋で構成される南北約200mの町並が復原されました。復原された町並を散策しながら建物内の展示物を見ることにより当時の人々の生活の一端を知ることができます。



カタクリ

一乗谷は豊かな自然に恵まれています。散策では当時と変わらぬさまざまな動植物にも出会うことができます。

一乗滝

朝倉氏遺跡を貫いて流れる一乗谷川の上流に、落差12mの一乗滝があります。ここは泰澄大師が白山大権現をまつり、滝水山浄教寺を建てた所として知られており、また、佐々木小次郎が燕返しをみだしたところと伝えられているなど、さまざまな逸話のあるパワースポットです。

ごあいさつ

いつも「福銀ジャーナル」をご愛読いただきましてありがとうございます。

本誌は、地域の経営者の方々や経営幹部のみなさまへ、より有益な情報発信を行うため福井銀行と弊社「株式会社福井キャピタル&コンサルティング」が共同して発行しています。このたび、社長交代に伴い新社長として就任しましたので、日ごろのご愛顧に感謝し、ご挨拶かたがた今後の取組む施策についてご紹介させていただきます。

弊社は2015年7月に設立された福井銀行の子会社です。社名のとおりキャピタル機能を有しており、投資事業有限責任組合（以下、ファンド）の設立・運営を行うことにより、事業会社のみなさまへの投資を行うことが可能となりました。「研究開発資金」や「新規事業資金」など、融資になじみにくい資金需要に「投資」という手段で資金供給し、ハンズオンによる人的支援と併せて事業者のみなさまの成長を支援すること、これが今後の弊社の大きな役割の一つになります。福井銀行グループとして「融資」に加え「投資」という資金供給手段をもつことは、お客さまの資金調達手段の選択肢の幅を広げ、事業を大きく成長させていくための様々な資金需要に応える体制が整うことになります。

これまで「農業6次化」「観光」の分野でのファンドの設立・運営を行ってまいりましたが、今般新たに福井県、ゆうちょ銀行、福井県内に本店を有する金融機関のみなさまと「ふくい未来企業支援ファンド」を組成

させていただきました。この取組みにより、官民が資金を出し合って、株式公開を目指すような成長志向の強い県内の事業者のみなさまの支援をしていくというスキームが可能となりました。

また、既存の観光ファンドの運営を通し、投融資先の株式会社まちづくり小浜において日本版DMOの運営をともにに行いながらノウハウの蓄積に努めています。県内では各地でDMO設立に向けた動きが活発になり始めています。今後、弊社としてもすそ野が広く大きな経済効果を生む観光産業への関与を強め、魅力ある観光地づくりに寄与していきたいと考えています。

コンサルティング部門では、地方公共団体のみなさま向けに各種調査業務を行い、地方創生の具現化を支援しています。さらに、政府や各省庁が中小企業への支援メニューを充実させている中、県内の事業者のみなさまに有効に活用いただくべく特徴ある補助メニューなどを紹介させていただくとともに、一定の規模以上の複雑な申請書類が必要な補助金に対しては申請手続きなども行わせていただいております。

いくつかご紹介申し上げましたが、これからも微力ながら、福井県経済のために弊社として何ができるかを模索し続け、みなさまとともに地域経済の発展に尽力してまいります。

今後とも引き続きよろしくお願いいたします。

株式会社福井キャピタル&コンサルティング
代表取締役社長 中嶋 浩顕

観光の産業化における一考察

株式会社福井キャピタル&コンサルティング
マネージングディレクター 松浦 忠義

はじめに

現在、福井銀行およびグループ企業各社は、地方創生に向けた様々な取り組みを行っています。その中でも特に注力しているのが、観光産業への支

援です。本稿では、その取り組みの紹介と活動の背景について取り上げます。

なぜ観光産業に注目するのか

福井県は、歴史的にも繊維産業を中心とした製造業が盛んな地域として発展してきました。しかし近年は、海外への生産現場のシフトに加え、若者の地方離れが進んできていることから、人手不足、熟練労働者の高齢化など様々な要因もあり、事業所数も減少傾向が続いています。

私自身、東京勤務時には、東京で活躍している福井県出身者が思った以上に多く、福井県が人材輩出県になっていることを実感するとともに、優秀な人材の多くが東京に流出してしまっている事実を残念に思いました。

最近は東京一極集中の是正ということもあり、政府が地方創生というテーマで各種政策をすすめています。私も福井銀行グループにおきましても、政府の施策に先駆けて従前から地域経済の活性化について取り組んできており、政府および地方公共団体や各商工団体のみなさまとも協業しながら、関与度合いを一層高めてきているところです。



経済産業省「工業統計調査」より作成



経済産業省「工業統計調査」より作成

そのような地方創生の機運の高まりや、人口減少による地方経済の縮小が予想される中、今後成長が見込まれるマーケットであり地域経済の活性化のために注力すべき産業は何なのか—その疑問に対する答えの一つが、観光産業でした。

全国的な傾向としては、政府がインバウンドの誘致に注力し、官民一体となった取組みが功を奏して、日本を訪れる外国人観光客が右肩上がり増加しています。また、政府目標においては2020年のインバウンド客数2,000万人が前倒しで達成されたことから、2020年に4,000万人、2030年に6,000万人に上方修正しました。2017年は、2,869万人と2012年の836万人から3倍以上に増加しており、増加傾向は堅調に推移しています。旅行消費額も、2017年には4.4兆円（速報値）となっており、2012年の1.1兆円の4倍にも増加しています。



明日の日本を支える観光ビジョン構想会議（議長：安倍内閣総理大臣）の民間委員であるデービッド・アトキンソン氏によると、欧米各国は、国によって幅はあるものの国際観光収入がGDPの2%近くを占めていることから、0.8%程度しかない日本の国際観光収入の伸びしろはまだ大であると指摘しています。また外国人は、「気候」「自然」「文化」「食事」が観光地の魅力の評価基準となっており、日本はすべてを満たしている数少ない国であることも指摘しています。

政府は、東京を中心とする都市部だけでは宿泊施設が不足することや、目が肥えた外国人はマイナーな観光地へ向かうことなどから、地方にも観光拠点を整備していきたいという意向を示してお

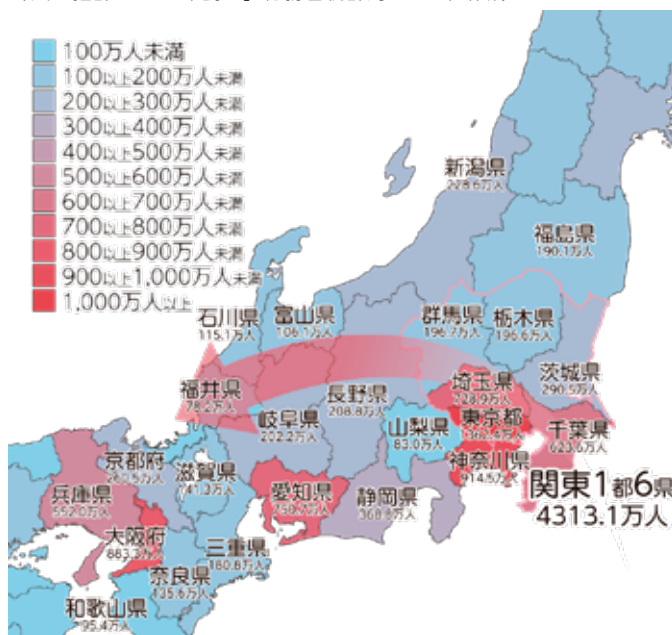
り、地方公共団体においても、観光の産業化、観光産業の活性化といったものに取り組みたいという動きが盛んになっています。

次に、福井の観光について目を向けると、2014年の舞鶴若狭自動車道の全面開通、2015年の北陸新幹線の金沢延伸、2017年の中部縦貫自動車道の永平寺大野道路開業など高速交通網の整備が進んできています。さらに、2023年には北陸新幹線が敦賀まで延伸され、小浜ルート of 整備も決定されました。中部縦貫自動車道の永平寺大野道路区間が整備されれば、いよいよ県内の高速交通網整備の大枠が完成します。

北陸新幹線の金沢延伸による観光への好影響は、金沢市が最も注目されていますが、嶺北各地の観光客の増加にもつながっています。今後、敦賀まで延伸されれば、嶺北ならびに嶺南の観光にも一層の好影響が予想されます。特に、これまではあまり縁がなかった関東や信州地域の人々が福井を訪れる機会も増えるものと予想されます。

各県の概算の人口をみても、埼玉728万人、千葉623万人、茨城290万人、栃木・群馬で196万人、新潟228万人、長野208万人と、近畿や北陸とは人口数に圧倒的な差があります。そうした人々の一部にでも興味を持ってもらうことは、結果的に観光客数の増加に対して大きなインパクトにつながります。特に主要駅の福井駅と終着駅となる敦賀駅には、ゲート駅としての役割も期待するところです。

「人口推計 2016 年調査」総務省統計局より当社作成



次に観光業の特徴についてみると、中小・零細事業者が多いという特徴があります。大企業が寡占化しているマーケットでは参入障壁が高く、地方の中小企業が参入するのは困難なことが多いですが、反対に観光産業は参入しやすいマーケットといえます。

一方で、観光産業に関わる人が高齢化している例も多く、その中で事業承継が進まずに廃業するというケースも増えています。今後も観光客の増加が予想される中で、受皿となる観光産業が衰退していくのは非常に残念なことです。

いろいろな地域の方と話してみると、地方で暮

らすことを希望する人は都市部にも相当数がいるものの、仕事がなく地方に住むことを断念する若者も多いと聞こえてきます。そうした移住希望の若者にとって、地域の観光産業は移住・定住と対である「働く場所」の受皿にもなります。観光産業は、都市部の人に魅力的な地方の「働く場所」を提供し、地域の交流人口を増やすための産業でもあります。

このようなことから、福井銀行グループとして観光産業に注目し、観光の産業化、活性化への支援を積極的に行っていくことになりました。

ふくい観光活性化ファンドの取組みについて

ここでは、福井銀行の観光振興施策の中でも、特に観光産業の活性化施策として活動している「ふくい観光活性化ファンド」を紹介させていただきます。

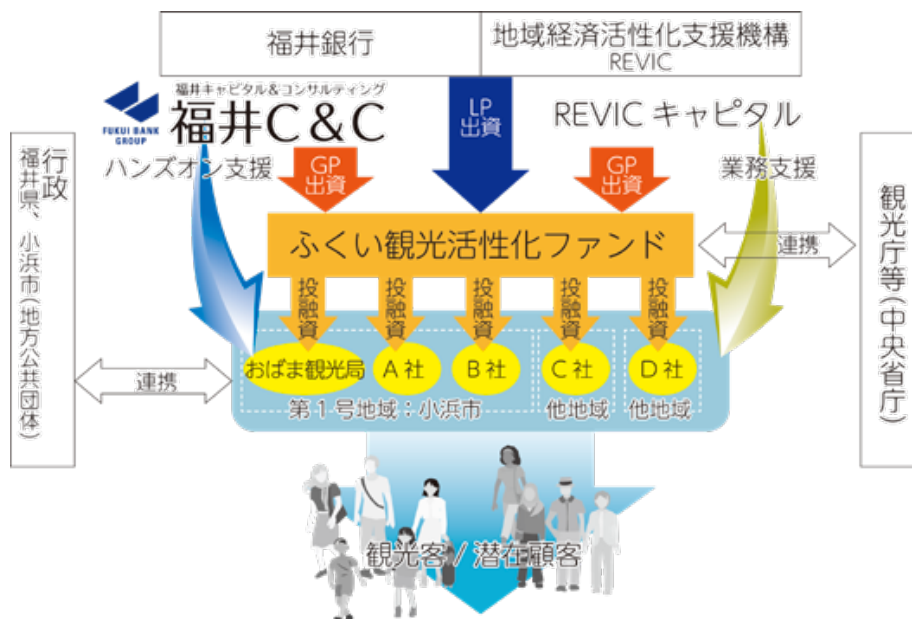
「ふくい観光活性化ファンド」は、2015年8月に株式会社地域経済活性化支援機構（以下、「REVIC」と表記する）とともに立上げ、投融資を行いながら投資地域の観光活性化に直接関与しています。そのパイロット地域として、DMO※1の株式会社まちづくり小浜（以下、「おばま観光局」と表記する）に直接投融資を行うとともに、役員派遣などによるハンズオン支援を進めてきました。同時に、小浜市とも連携協

定を締結し、官民が協力しながら観光産業の活性化に取り組んでいます。

そうした活動を通して少しずつノウハウの蓄積や成功事例を作りながら、他の地域へ展開していきたいと考えています。次編では、ふくい観光活性化ファンドのハンズオン支援活動をしている株式会社福井キャピタル&コンサルティングの西川が、活動内容を紹介いたします。

注1:DMO (Destination Management Organization) 地域資源に精通し、多様な関係者と協力しながら明確なコンセプトに基づいた観光地作りの戦略を立案し、実施するための調整機能を持つ法人のことです。マーケティングの重要性を強調する場合には、Destination Marketing Organizationといわれることもあります。

ふくい観光活性化ファンドのしくみ



株式会社福井キャピタル&コンサルティング
コンサルタント 西川 佳宏

株式会社まちづくり小浜（以下、「おばま観光局」と表記する）は、小浜市の新たな観光推進を担う組織として、2010年に設立されました。道の駅「若狭おばま」やレストラン「濱の四季」を運営し、2017年には、観光庁より日本版DMO法人として登録を受けました。

私がおばま観光局で社員のみなさまと一緒に仕事をさせていただいてから、4月で1年となります。おばま観光局では、観光客の滞在時間を延ばし、宿泊需要の喚起と観光消費額の増大を図る「観光周遊活性化モデル」を小浜市で構築し、そのモデルを福井県内の他の地域にも波及させていくことを目的として様々な事業に取り組んできましたが、ここでは「着地型旅行事業」と「町家宿事業」の2つの取組みについてご紹介します。

「着地型旅行」というと、耳慣れない言葉だと思います。簡単にいえば、「地域外のお客さまに小浜市に旅行に来てもらうこと」です。一般的な旅行会社の場合、お客さまの基盤は地元にありますので、地元のお客さまをどうやって地元以外のところにお連れし楽しんでもらうかが重要となってきますが（これを「発地型旅行」と呼びます）、着地型旅行はまさにその逆です。自治体や観光協会が積極的に取り組んでいる広告宣伝の後押しのもと、おばま観光局では地元の旅行会社の協力をえて旅行商品を企画、販売、実施し、お客さまの滞在時間を伸ばすことを目指しています。一般に滞在時間を3時間伸ばすことができれば、食事を挟む可能性が高まるため観光消費額を大きく増やすことができるといわれています。

ここで、小浜市における観光の現状について少しお話しします。小浜市は、京都や奈良の朝



道の駅「若狭おばま」全景

廷に海産物などを納めてきた御食国（みけつくに）としての歴史を有しています。現代においても御食国を名乗れるのは、小浜市以外では「志摩（三重県）」「淡路（兵庫県）」のみとなる格式の高いブランド地域です。また、鯖の漁獲高が大きかったことから鯖を使用した食文化が数多くあり、へしこ・なれずし・醤油干し・焼き鯖など様々な鯖料理が存在します。小浜市で獲れた新鮮な鯖を一塩して京都に運ぶと高値で売れることから、「京は遠ても十八里（約72km）」と云って夜通し歩いて運んだそうです。その輸送路は「鯖街道」と呼ばれ、日本遺産にも認定されています。リアス式海岸の良質な漁場を有する小浜市には、漁師さんが経営されている民宿が漁村に点在しており、新鮮なお魚をリーズナブルに食べられるのも大きな魅力です。



へしこ

なれずし



明通寺

蘇洞門

小浜市の誇る観光資源は、食だけではありません。京都に近く、大陸貿易の玄関口であり文化の入り口だったことから、国宝・重要文化財に指定されているお寺が数多くあります。また、名勝・蘇洞門(そとも)は、アメリカのテレビ局から「日本の最も美しい場所31選」に選定されるほどの称賛を受けており、リアス式海岸の生み出す美しい海岸線も魅力の1つです。

このように、小浜市には観光資源が豊富にあって、他の地域の観光事業者から羨ましがられることもあります。決して楽観視できる現状ではありません。昭和の海水浴ブームで民宿は活況を呈していましたが、海水浴客数は年々減少してきており、一部の民宿では後継者がいないために廃業せざるを得ないところも出てきています。秋の秘仏公開時には遠方からお客さまがたくさん訪れることもありますが、旅行者の高齢化が進んできており、小浜市への旅行客数が今後さらに減少していくことも予想されています。北陸新幹線の敦賀延伸を見据えて、若狭地域全体で観光地としてのポテンシャルを高めていくことが望まれます。

以上のような現状の中、地域外のお客さまを呼び込んで消費してもらう着地型旅行の重要性はますます高まっています。しかし、様々な地域が観光に力を入れている中で、小浜市を選んでもらうには努力が必要です。小浜市は関西圏に近いことから、誘客のメインターゲットは、関西圏を中心としています。しかし、関西圏は、中国・四国地方への利便性もよいですし、飛行機を利用すれば沖縄や北海道へも短時間で移動することができます。地方が名立たる観光地との競争に勝つためには、地元ならではの魅力を磨き、それを評価していただけるお客さまに伝えていかなければなりません。

地元ならではの魅力の中には、地元の方々にとっては当たり前すぎてその魅力に気づけていないケースもあります。着地型旅行を企画する際には、地元では当たり前のモノやコトを見つめ直し、その価値を再発見して磨いていくことが重要となります。

例えば、鯖のへしこ。福井ではあまり珍しくはありませんが、県外のお客さまからすると「健康・美容に良い発酵食」や「今どき話題のスローフード」として映ったり、「海の生ハム」と表現される方もいらっしゃる。このように、県外のお客さまからすると、地元では日常の食材が魅惑の食材であったりもします。

地元では当たり前のモノやコトが、県外のお客さまから称賛されスポットを当てられることで、地元の誇り(シビック・プライド)にも繋がります。地元への誇りが増せば、地域の行事への参加が増えるなど「地域社会の活性化」にも繋がります。着地型旅行の目的は、地域外のお客さまに来てもらってお金を落としてもらう「地域経済の活性化」だけではないということです。

地元ならではの魅力を見つけたら、次は「その魅力をお客さまにどのように提供すれば共感してもらえるか」といった作り込みの作業に入ります。鯖のへしこを例にすると、作り手のこだわりや思いなどをお客さまに直接お話しいただきながら味わってもらうだけでも「生産者と直接交流できる、食に向き合える街」としてのストーリーを提供することができます。また、へしこ単体ではストーリーを作り込めなくても、例えば健康を軸にしたツアーを企画すれば、「発酵食で身体的に健康になり、神社仏閣での特別な体験を通じて精神的にも豊かになる」といったストーリーが提案できます。また、小浜市は杉田玄白の出身地でもありますから、異分野の医療にクローズアップしてみることで健康をテーマとした見せ方をすることも可能です。

ストーリーに基づいて市内を周遊してもらうことができれば、市内の広範囲にわたって経済効果を波及させることができる上、お客さまにも「小浜市は〇〇なまち」との印象を持ってもらうことができます。インターネットの目覚ま

しい進化によって膨大な情報が溢れかえる現代において、着地型旅行を通じてお客さまに与える印象は重要な意味を持ちます。すなわち「百見は一験にしかず」です。小浜市に一度来てもらって五感で感じてもらった方が、100回の広告を出すよりも印象に残ります。マス広告と違って一度に少数の人にしかアプローチできないという弱みもありますが、SNSの口コミを通じてお客さまが広告塔になってくれる現代においては、マス広告による一方的なコミュニケーションではなく、身近な知り合いからの口コミの方が着地型旅行にはマッチしているように感じます。少しずつファンを増やしていき、ファンとなつていただいたお客さまから情報を発信してもらうような双方向の関係性を構築することができれば理想的です。おばま観光局では、お客さまから情報を発信してもらうための仕組みを構築すべく、プロのカメラマンやライターに撮影技術や取材方法などを教えてもらいながら観光地を回っていただき、小浜市を好きになってもらう「ローカルラーニングツアー」にも取り組んでいます。

また、着地型旅行で高い満足値を残すことができれば、例えば通販サイトやふるさと納税サイトで小浜市の物産をリピートして購入いただけるかもしれません。着地型旅行をきっかけとして継続的な派生需要を狙えるということでは、着地型旅行そのものが地域の魅力を発信する広告としての役割も果たしています。

着地型旅行のお客さまは、国内に限りません。観光立国の政府方針のもと、急増する外国人旅行者によって大都市圏ではホテルの予約が取りづらくなるほどの活況を呈していますが、福井県の外国人旅行者数はまだまだ少ないのが現状です。しかし、アジア圏からの外国人旅行者は訪日リピーターの割合が高く、行き慣れた都市圏を離れて本当の日本に会える地方を訪れたいというニーズが高まってきており、今後の伸びしろに期待できます。

小浜市に外国人旅行者を呼び込むには、クリアしなければならない課題がたくさんあります。小浜市は、京都や大阪に近いというアドバンテージもありますが、外国人旅行者には有利に働か

ないケースがあります。アメリカなどの国土が広い国からの旅行者は、長距離・長時間の移動に慣れているため、日本人の常識では考えられない移動をすることがあります。ある外国人旅行者の話ですが、京都観光を目的として京都市内のホテルを3日間予約しようとしたが予約できなかったのも、品川でホテルを3日間予約して京都―品川間を3往復したそうです。その地に魅力があればどれだけ移動時間がかかっても来てもらえるということであり、逆に魅力が無ければどんなに近くても来てもらえないということです。外国人旅行者にとっての魅力は、思わぬところに眠っていることがあります。タイやフィリピンなどの熱帯地域に住む外国人旅行者にとって、雪には未知数の魅力があります。「猿が温泉に入っている姿がカワイイ」として、長野県の地獄谷野猿公苑では「Snow monkey」の名前で人気を得ており、冬でも多くの外国人旅行者が訪れています。

私の体験では、地元ならではの魅力を見つけて磨くことも大変でしたが、外国人旅行者に小浜市のことを知ってもらうのはさらに苦労しました。外国人の方に知ってもらう取組みとしては、昨年、外国の人気YouTuberに紹介してもらうといった企画を行いました。また今後は、在留外国人の方々を小浜市に招いてTrip Advisorなどの口コミサイトに口コミをしてもらったり、外国の旅行会社を対象とした現地視察旅行を行うといった企画を検討中です。小浜市の認知度を高めるために、これまでおばま観光局で様々なプロモーションを企画してきましたが、口コミなどを通じて得た「見えざる資産」を蓄積していくことが重要だと感じました。外国人旅行者はさらに増加していくことが見込まれていますので、この見えざる資産を蓄積して外国人旅行者の誘客に繋げていく努力が必要となります。

以上のように、着地型旅行は観光による経済活性化に寄与する事業であることから、DMOとして取り組んでいかなければなりません。しかし、着地型旅行をDMOの収益の柱にするには、なかなか難しい部分があります。ツアー参加客を大規模に収容できる観光施設の少ない地

方においては、ツアー1回あたりの催行人数は小規模に限定されやすい傾向があります。また、地元ならではの魅力が必ずしも観光用に開発されているわけではないため、受け入れ可能な期間が限られているケースもあります。そのため、着地型旅行を実施しても集客可能な人数は限られるので、当然、着地型旅行での売上も限られます。売上が限られますと販売管理費をかけることもできませんから、広告予算は必然的に限られます。ゆえに、予算をかけなくても集客できる仕組みを構築していくことが求められます。着地型旅行をきっかけとした派生需要で稼ぐ工夫は、非常に重要です。



三丁町(さんちょうまち)

他の需要への派生として、おばま観光局では町家宿の運営を行っています。小浜市には情緒ある町家が連なった茶屋街「三丁町」がありますが、最近では空き家が増えており、取り壊しなどによって町並みが保たれなくなる懸念があります。そこでおばま観光局では、空き家となった町家を持ち主から賃貸してリノベーションし、一棟貸しのゲストハウスにすることで町並みを保存していく取組みを行っています。現在運営している町家宿は2軒ですが、今後は町家宿だけでなく町家のショップなども増やしていくことも望まれます。1つ1つの「点」を三丁町に集め、「面」としての魅力を高めていくことを目指しています。

少子高齢化によって空き家がますます増えていく中、国内においても古民家を改修して新たな宿泊施設として再活用していく事例が増えてきています。古民家宿は、昔ながらの日本の伝

統家屋に興味を持つ外国人旅行者には特に人気があり、地方においても外国人旅行者を呼び込むための強力なコンテンツになり得るものとして注目を集めています。江戸幕府の直轄地として栄えた岐阜県高山市にも昔ながらの町家が数多く残っていますが、都市圏から離れているにも関わらず、外国人旅行者の人気スポットとして高い知名度を誇っています。高山市が人気スポットになれるのであれば、同じように歴史ある町家残り、かつ京都や大阪にも近い小浜市もまた、高山市と同じように人気スポットになれるはずです。古刹の多い小浜市では、お寺に泊まる宿坊スタイルの宿の事業化も検討できる可能性があります。町家のリノベーションとなると、相応の設備投資が必要となり資金調達が必要となりますが、ファンドでは、おばま観光局に資金を供給するとともに、事業を一緒に創りながらともに歩いていくことによって、「資金の貸し手と借り手」という関係ではなく「パートナー」としての関係を構築しています。



岐阜県高山市

ファンドは、リスクマネーを供給することで初めてリターンが返ってきますから、観光活性化に資する設備投資をもっと進めていきたいところではありますが、投資金額が増すほど投資資金を回収するためにたくさんの売上げをあげる必要が出てきます。しかし、前述した小浜市の観光の現状を鑑みると、売上げは保守的に見積もっておく必要があります。つまり、売上げが小さくても利益があがるような設備投資が必要になるということです。町家の風情を感じてもらえるように、適宜の改修と重点的な設備投資を行い、

過大な投資とならないように工夫しています。素敵な町家宿がたくさん誕生しておりますので、ご興味のある方は是非お泊りください。

以上のように、おばま観光局では様々な事業を展開していますが、小浜市の観光まちづくりはまだまだ道半ばです。最後に、現状の課題と今後の抱負を記して締めくくりとさせていただきます。

ファンドには存続期間があり、期限が到来すると保有している株式や社債を売却して投資資金を回収しなければなりません。その期限が2022年9月までと残り少なくなってきたことから、今後はさらにスピードを増して観光周遊活性化モデルを完成させ、目に見える成果を出さなければなりません。期限が迫ってきている中で、株式会社地域経済活性化支援機構の専門家にも尽力をいただいておりますが、やりたいこと、やるべきことがたくさんあるにも関わらず人手が足りない現状で、忸怩たる思いもあります。

おばま観光局だけで考えると人手が足りない状況ですが、小浜市全体で考えれば優秀で意欲のある事業者、市役所職員の方などがたくさんおります。この1年間だけでも多大なる支援や協力をいただいておりますが、今後はさらに関係

を深め、「パートナー」としてWin-Winの関係を構築していきたいと思います。また、ファンドの期限が終了すればハンズオン支援も終了してしまいますので、今のうちから、おばま観光局内でも業務を引き継ぎできるように人材を育成していかなければなりません。おばま観光局内にも意欲的で優秀な方はたくさんおりますので、職員のみなさんの「will（意志）」を尊重し、「should（責務）」をともに考え、「can（能力）」を増やしていくことに取り組んでいきます。私の好きな格言の中に「財を遺すは下、事業を遺すは中、人を遺すは上」というものがありますが、おばま観光局においても、今後さらに収益性を高め、内部留保と投資資金で事業を創り、事業の中で人を育て、育った人材がまた新たな事業を創るという、グッドサイクルを生み出していくことを目指していきます。

以上、身に過ぎる夢のようなことを多分に書かせていただきました。しかし、ファンドによる投資はリスクが大きい分、実現できた時のリターン（夢）も大きいものです。夢を大きく持って、現実を直視し、ギャップを埋めていく「Cool head, Hot mind」をモットーに、これからも尽力して参ります。

筆者紹介

Tadayoshi Matsuura

株式会社福井キャピタル&コンサルティング マネージングディレクター

松浦 忠義

1985年に株式会社福井銀行入行。株式会社福井経済経営研究所出向、東京支店副支店長、地域振興室長、情報支援チームリーダーを経て株式会社福井キャピタル&コンサルティング設立に参画。「株式会社まちづくり小浜」執行役員兼務。現在、福井県内での観光活性化プロジェクトに多数参画中。中小企業診断士。



Yoshihiro Nishikawa

株式会社福井キャピタル&コンサルティング コンサルタント

西川 佳宏

慶應義塾大学商学部卒。2013年に株式会社福井銀行入行。2016年に地域経済活性化支援機構（REVIC）に出向し事業性評価について具体的な事例を学ぶ。現在、ふくい観光活性化ファンドの投融資先である「株式会社まちづくり小浜」にハンズオン支援し、「Cool head, Hot mind」のもと、着地型旅行事業の担当者として活動中。中小企業診断士。



2017年 嶺北主要観光地アンケート調査報告

福井県立大学地域経済研究所 江川誠一
株式会社福井銀行 地域創生チーム

1. 観光地アンケート調査の概要

調査目的 北陸新幹線金沢開業後の県内観光地における観光客の動向を把握するためにアンケート調査を行った。

調査地点 ①東尋坊、②恐竜博物館、③一乗谷朝倉氏遺跡、④永平寺

(①～③は一昨年から、④は昨年からの継続調査地点。)

調査対象 調査地点を訪れている国内観光客

調査期間 8月19日(土)～22日(火)、10:00～17:00

調査手法 学生調査員(延べ35人日)による聞き取り調査

調査項目 属性(性別、年齢、住所、グループ構成)、訪問頻度、交通手段、宿泊有無・宿泊地、訪問地、情報入手方法等

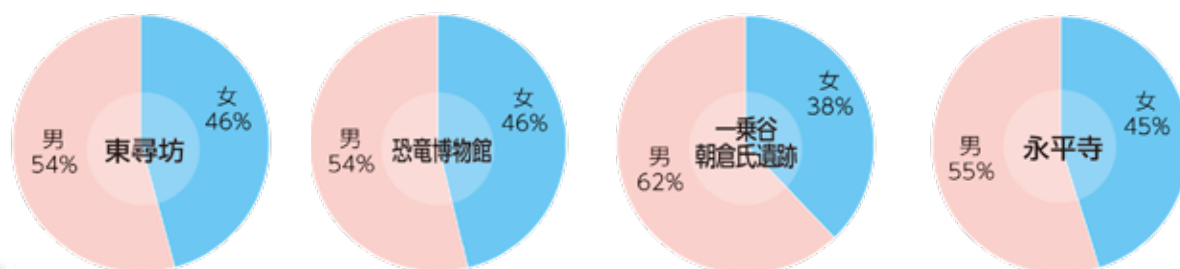
有効回答数

	2017/8/19 土	2017/8/20 日	2017/8/21 月	2017/8/22 火	合計
東尋坊	122	74	126	45	367
恐竜博物館	66	101	88	63	318
一乗谷朝倉氏遺跡	61	79	45	—	185
永平寺	105	138	51	89	383
合計	354	392	310	197	1,253

当日の天候：4日間概ね晴れ

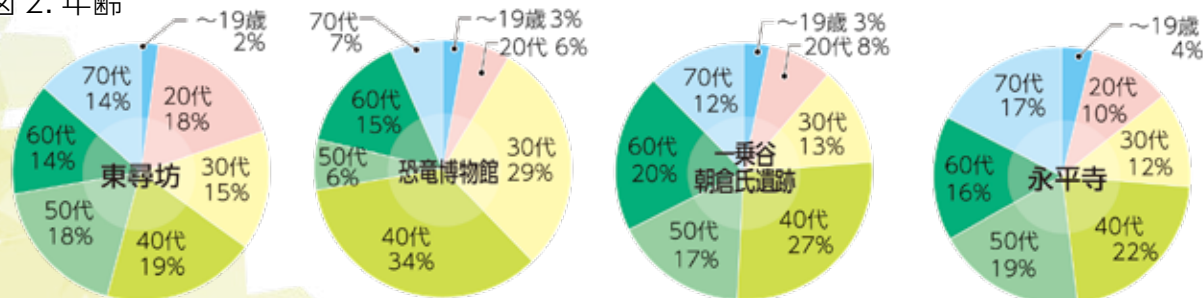
2. 調査結果の考察

図1. 性別



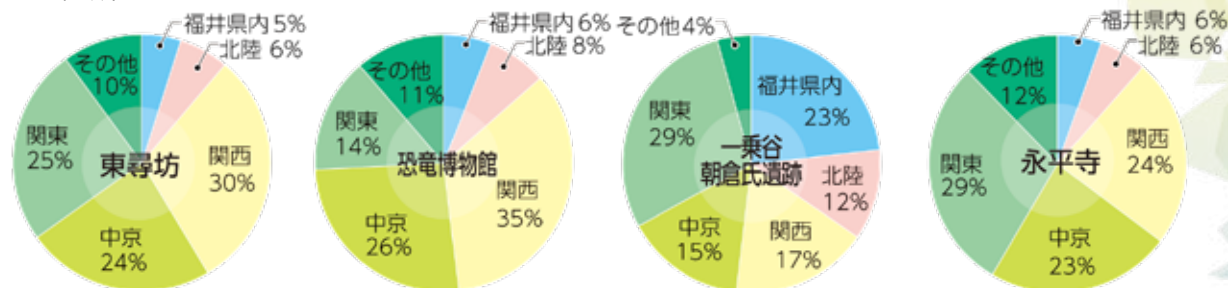
- アンケート回答者の性別は、ほぼ男女同程度となっているが、一乗谷朝倉氏遺跡においては男が6割を超え高くなっている。

図2. 年齢



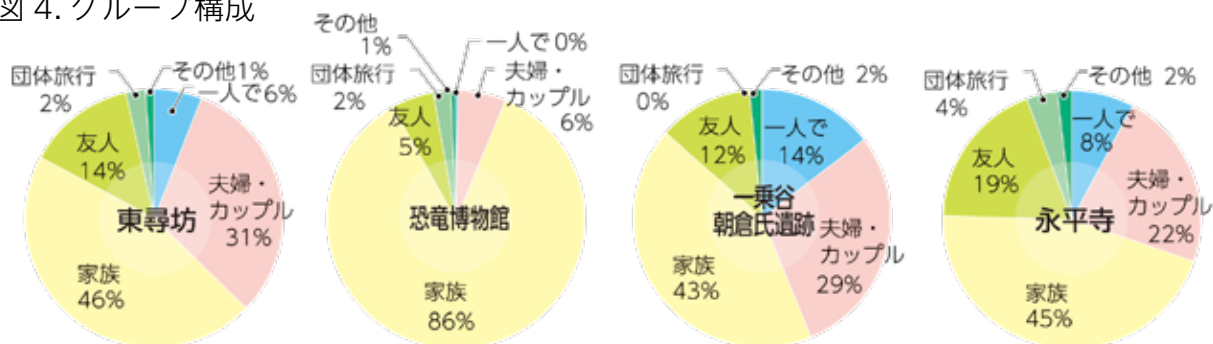
- 回答者の年齢は、東尋坊では各年齢階層がまんべんなく分布しており幅広い世代がバランスよく訪れている。また20歳代が2割弱を占め、他地域と比べて突出していることも特徴的である。恐竜博物館では30～40歳代で6割以上を占める一方で、20歳代の割合は最も低くなっている。
- 一方で、一乗谷朝倉氏遺跡および永平寺では、50歳以上がほぼ半数を占めるなど、訪れる年齢層が高くなっている。

図 3. 住所



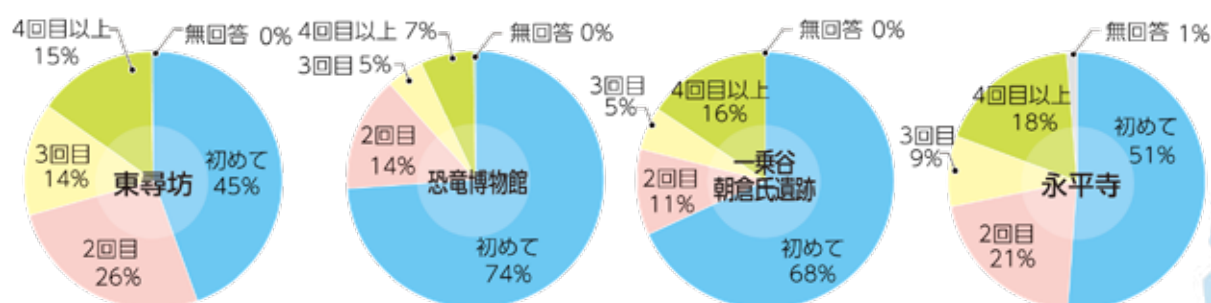
- 観光客の住所は、東尋坊および恐竜博物館では関西が最も多く、それぞれ30%、35%を占めている。次いで、恐竜博物館では中京（26%）、関東（14%）の順となっているが、東尋坊では関東（25%）、中京（24%）の順と逆転している。
- 一乗谷朝倉氏遺跡および永平寺では関東が一番多く、ともに3割弱を占めている。一乗谷朝倉氏遺跡では次いで福井県内（23%）が主要顧客になっているのに対し、永平寺では関西（24%）、中京（23%）の順となっている。

図 4. グループ構成



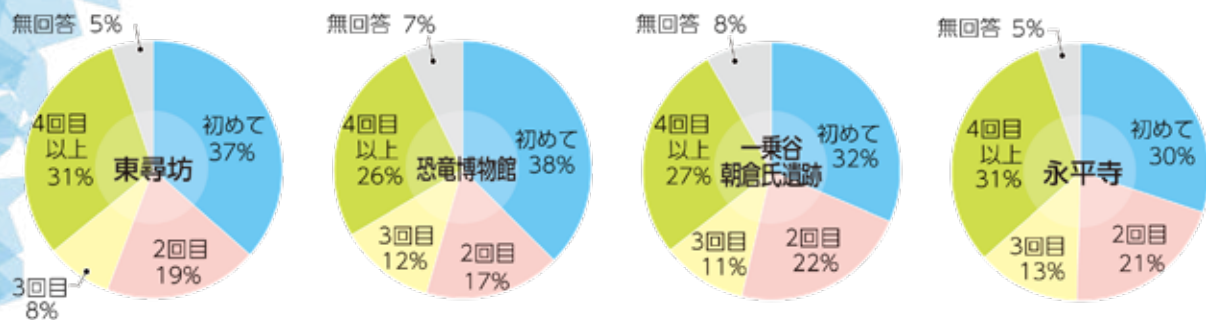
- グループ構成を比較すると、いずれの観光地においても家族が最も多くなっているが、なかでも恐竜博物館におけるその割合は9割に迫っている。30～40歳代を中心とした家族連れが多く訪れていると思われる。
- 一乗谷朝倉氏遺跡における一人客、永平寺における友人グループの多さも、それぞれの観光地の特性を表している。

図 5. 来訪回数（当地）



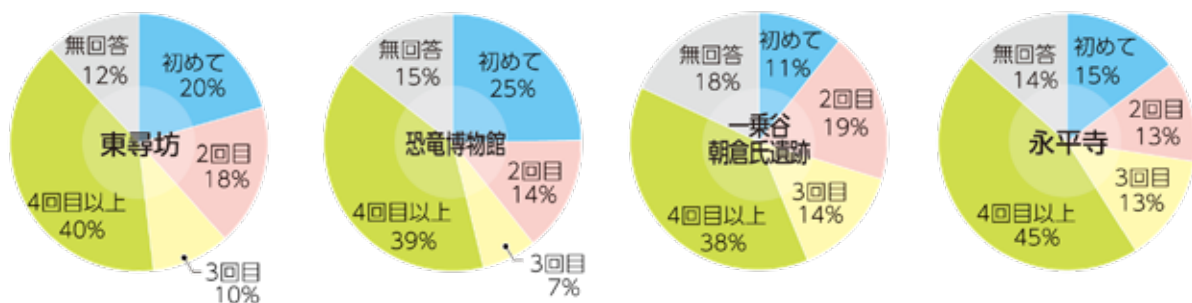
- 当該地域への来訪回数について、初めての方の割合に注目すると、恐竜博物館が全体の74%を占め最も多くなっている。次いで、一乗谷朝倉氏遺跡の68%、永平寺の51%となっており、東尋坊が最も低く45%となっている。

図 6. 福井県の訪問回数（北陸三県以外から来られた方）



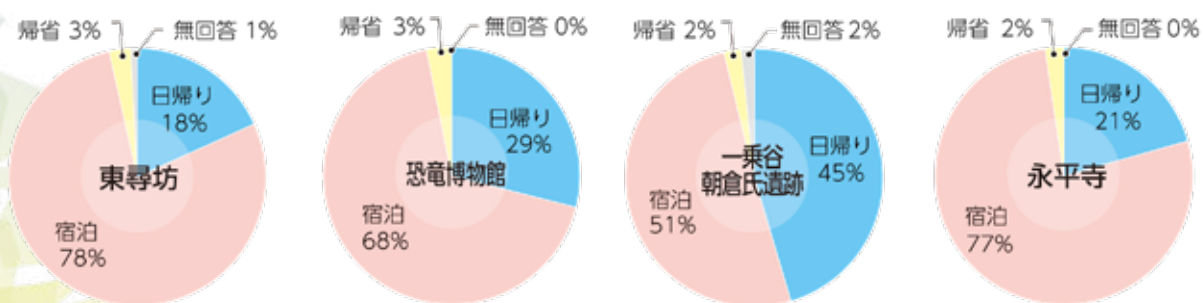
- 福井県への来訪回数については、観光地による明確な差異は見られず傾向は比較的似通っている。概ね、初めてが3～4割、4回目以上が3割、2回目が2割という構成になっている。

図 7. 北陸三県の訪問回数（北陸三県以外から来られた方）



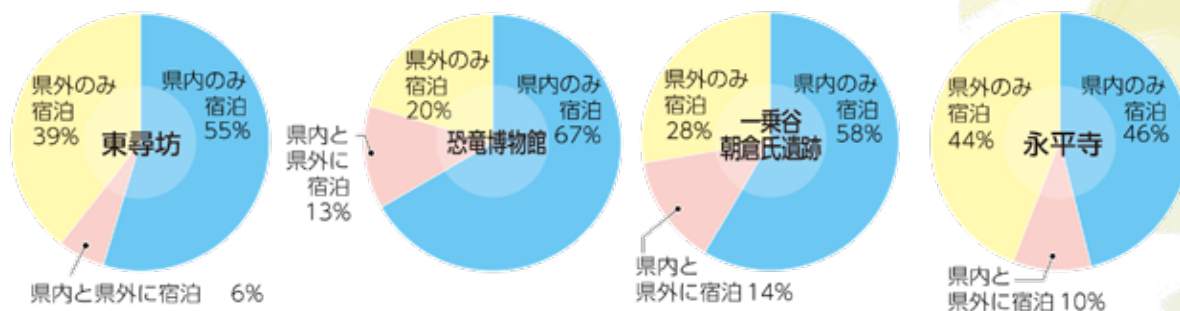
- 北陸三県以外から来られた方について、北陸三県への来訪が初めての方は、恐竜博物館が25%と他観光地と比べて高くなっている。東尋坊はそれに次いで高く、北陸が初めての方が20%を占めており、永平寺は15%、一乗谷朝倉氏遺跡は11%となっている。
- 北陸初上陸の地として選ばれる傾向が強い観光地と、何度目かの北陸の目的地として選ばれるような観光地との違いが生じているのかもしれない。

図 8. 宿泊の有無



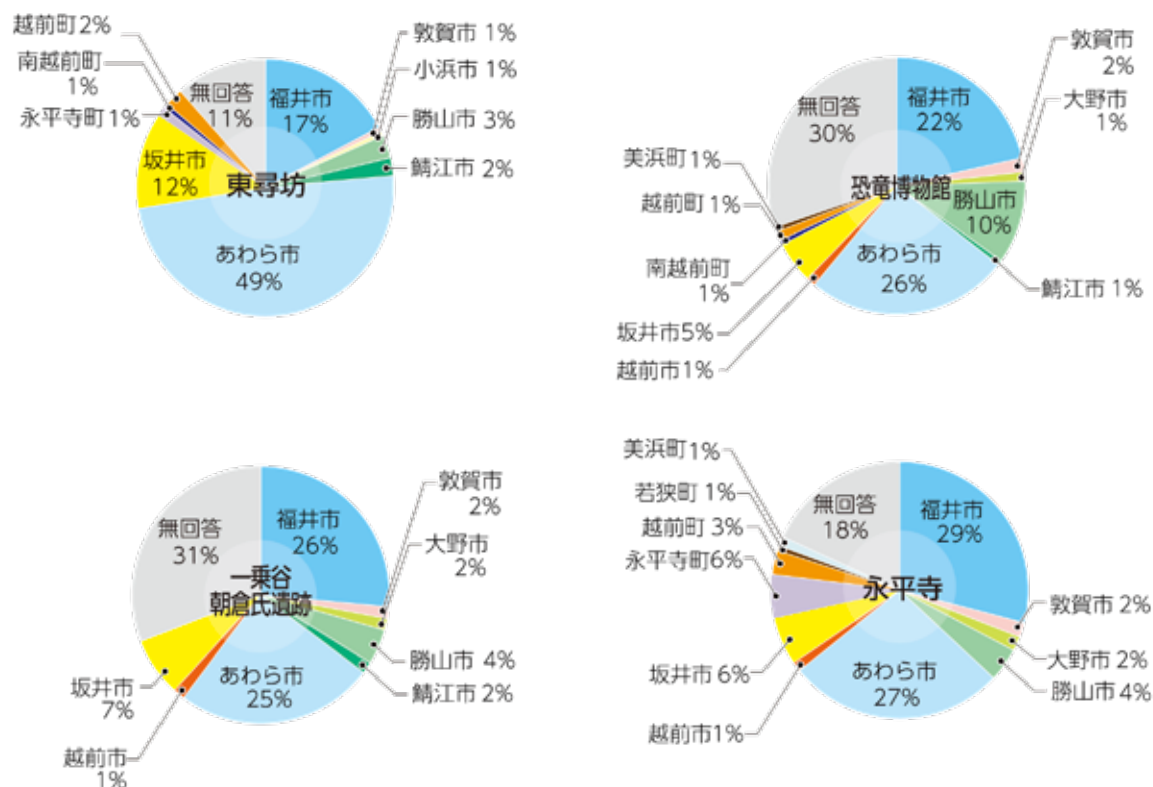
- 東尋坊、永平寺では8割弱、恐竜博物館では7割弱が宿泊を伴う観光客となっており、滞在時間の長い旅程の中にこれらの観光地が位置付けられているものと思われる。
- 一方で一乗谷朝倉氏遺跡では宿泊と日帰り客の割合がほぼ半数ずつになっている。他観光地と比べた県内客比率の高さが、日帰り客の多さに反映されている。

図 9. 宿泊地



- 宿泊者のうち、県内のみ宿泊するもの、県外のみ宿泊するもの、そして県内と県外の両方に宿泊するものの割合をみると、県内のみに宿泊する割合の高い観光地は、恐竜博物館（67％）となっている。同地の主要客である家族連れが、比較的近くに宿泊している結果と推測される。
- 観光消費のうち宿泊費は大きな割合を占めるため、宿泊を伴う観光客が県内観光地を訪れつつも県外にのみ宿泊しているということは、本県の観光産業にとって大きな機会損失が生じていると言えよう。この割合が、永平寺や東尋坊において特に高くなっており、今後の大きな課題として認識する必要がある。

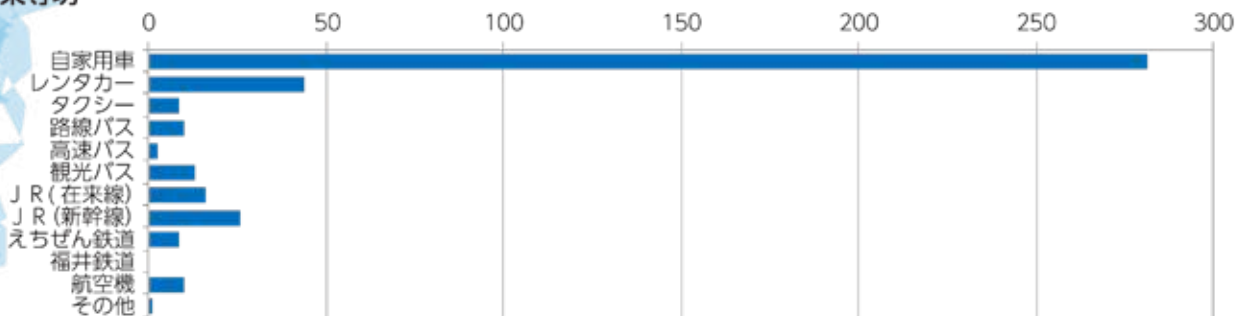
図 10. 福井県内宿泊地



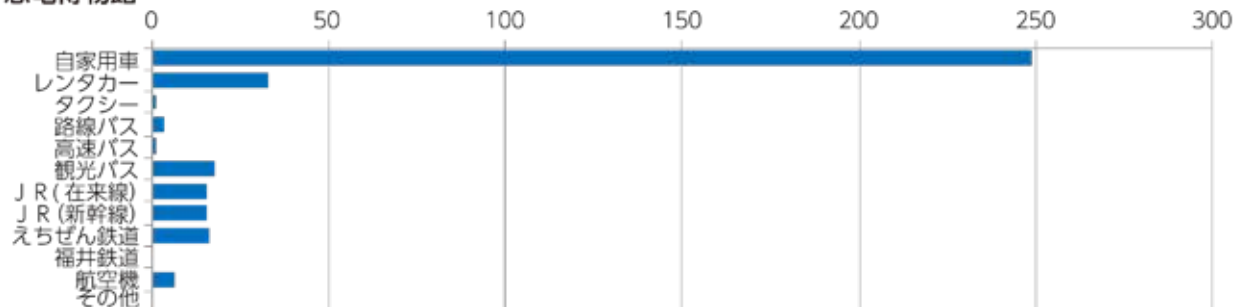
- 県内宿泊者の宿泊地はあわら温泉の位置するあわら市と、ビジネスホテルも含めた多様な宿泊施設のある福井市が中心となっているが、観光地によってやや傾向が異なっている。東尋坊ではあわら市がほぼ半数を占めており、坂井市も比較的多くなっている。恐竜博物館ではあわら市が最も多いもののその割合は26％にとどまり、福井市や勝山市等も一定の割合を占めるなど分散している。
- 一乗谷朝倉氏遺跡と永平寺では、福井市が一番多く、あわら市がほぼ同じ割合で続いている。

図 11. 交通手段

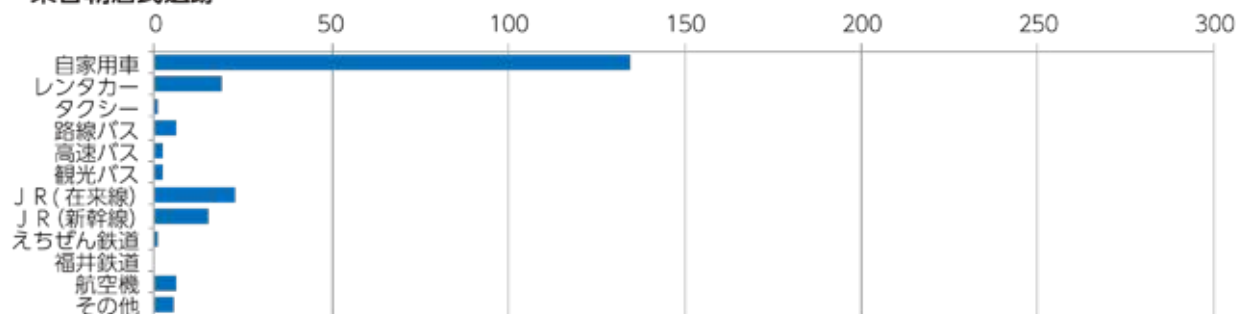
東尋坊



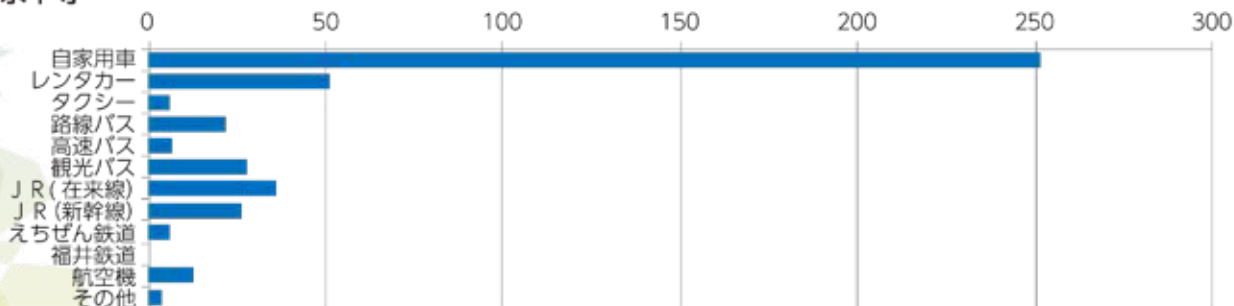
恐竜博物館



一乗谷朝倉氏遺跡

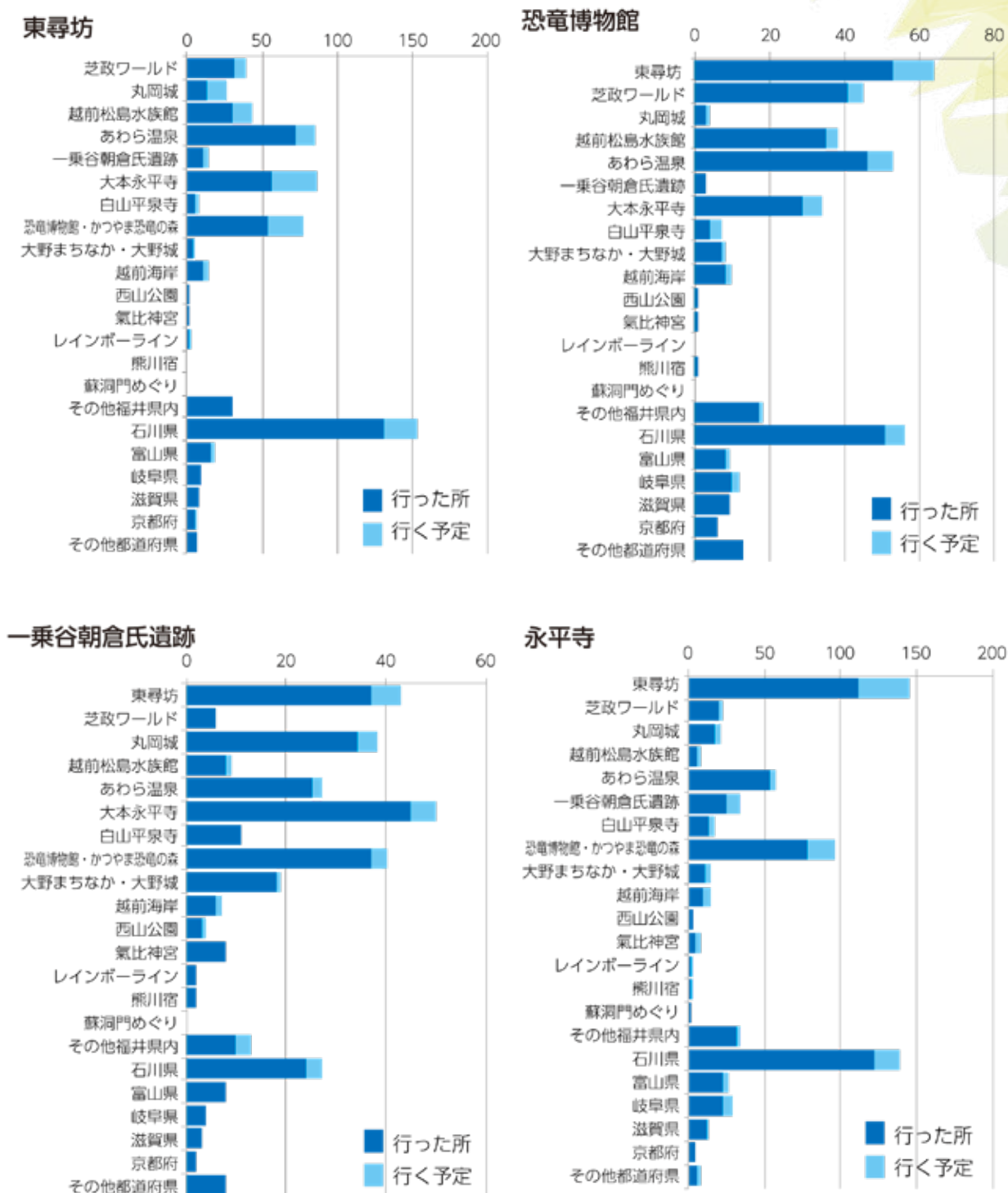


永平寺



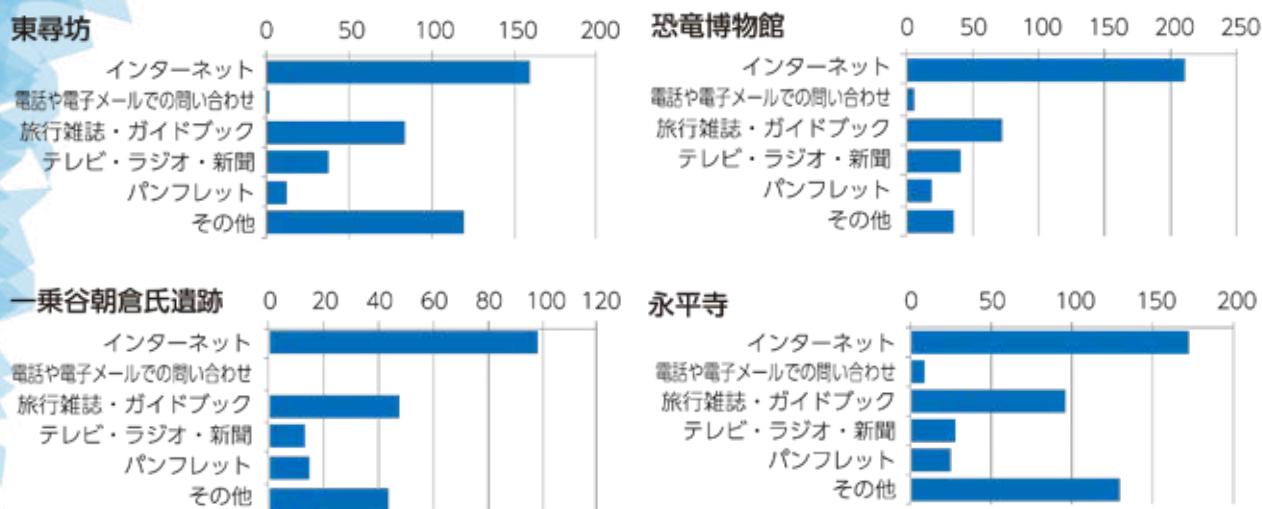
- ・本県の主要観光地は、いずれも公共交通機関でのアクセスが便利とはいえない立地、状況にある。交通手段はいずれの観光地においても自動車が圧倒的な割合となっており、このことを裏付ける結果となった。
- ・一乗谷朝倉氏遺跡と永平寺では、レンタカーやJR (在来線)、JR (新幹線) の利用が比較的多くなっている。また、永平寺においては、観光バスの利用者が一定程度存在している。

図 12. 訪問地



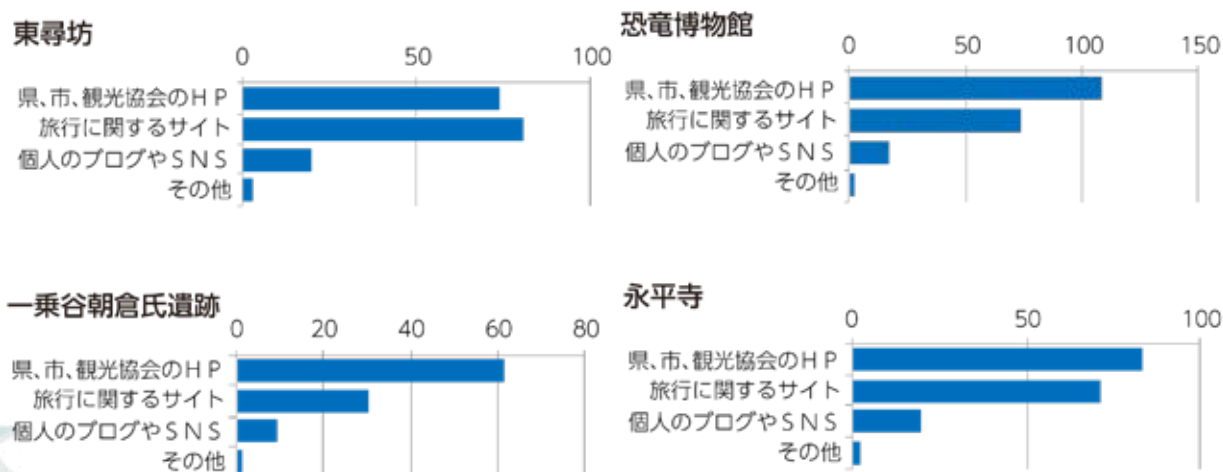
- ・今回の観光での訪問地は、各観光地でやや傾向が異なる結果となった。
- ・東尋坊では、石川県を訪れる割合が高くなっており、永平寺、あわら温泉、恐竜博物館等の県内観光地を大きく上回っている。恐竜博物館では、東尋坊や石川県周遊に続いて、芝政ワールドや越前松島水族館を訪れる割合が高くなっており、子供向けレジャー施設を周遊する傾向がみてとれる。一乗谷朝倉氏遺跡では、大本山永平寺や丸岡城を訪れるものが増えており、歴史資源を巡るルートが浮かび上がってくる。永平寺を訪れた観光客は、一乗谷朝倉氏遺跡ほどの明確なテーマ性は見られず、東尋坊や石川県などと結びついている。

図 13. 旅行前の情報入手方法



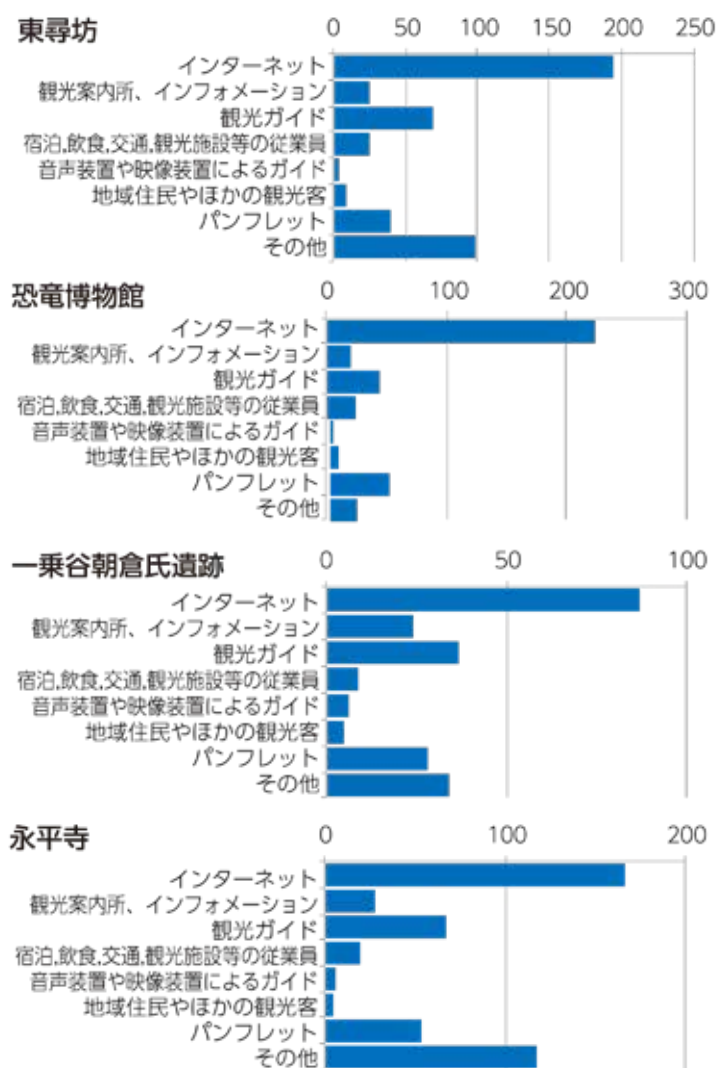
- ・旅行前の情報入手方法は、いずれの観光地においてもインターネットが最も高くなっており、ネット対応の重要性が明確に裏付けられた。なかでも恐竜博物館は他の手法との差が大きくなっている。
- ・なお、その他としては「もともと知っていた」、「友人から聞いて情報を得た」などの記述が多くなっており、あまり下調べ等をせずに気軽に観光へと出かける割合も、リピーターを中心に一定の割合を占めていると推測される。

図 14. 旅行前の情報入手方法（インターネットのサイト）



- ・旅行前の情報入手方法でインターネットと回答した方にその内容を伺った。公式ホームページもしくはそれに類するものと、旅行に関する情報・口コミサイトの割合が拮抗する結果となった。個人のブログやSNSはこれらに比べるとかなり低い割合になっているものの、一定の利用者はこれに強く影響されている可能性もあるため、今後、一層の留意が必要と思われる

図 15. 旅行中の情報入手方法



- 旅行中の情報入手方法としては、旅行前と同じくインターネットを通じて行っているものが多くなっている。各観光地は、顧客の属性が異なるにもかかわらず同様の結果となっており、あらゆる世代やグループ構成において、インターネットが旅行中の主要な情報入手のツールとして位置付けられている。
- 次に観光ガイドやパンフレットがよく利用されており、ネット時代においても存在感を発揮している。

3. 観光振興に向けた今後の課題

- 北陸新幹線金沢開業から3年が経過した。既開通地域の金沢では大勢の観光客が押し寄せ、それに伴って大規模な投資が市の中心部で次々と計画・実施されるなど、華々しい成果が喧伝されている。成熟社会かつ低成長時代においても、後発の高速交通体系の整備によって光がもたらされる可能性があること、そしてそれは同市における様々な取組みが結実した結果であることを、金沢の成功は教えてくれた。
- 北陸新幹線の県内延伸は、福井県にとって地方創生の切り札となりうるのだろうか。その成否は、金沢～敦賀開業までのこの5年間ににかかっていることは言うまでもない。新幹線開業の効果を最大化するための準備を、官民が一体となって推進していくことが、今まさに求められている。
- 本アンケート調査は、このような問題意識に加え、観光分野において不足しているマーケティングデータを収集・蓄積していくことを目的として行ってきた。3か年に渡る定点観測により、本県を訪れる観光客の具体的な動態や、足元の傾向が一定程度明らかになってきた。
- 調査結果を踏まえ、観光振興に向けた今後の課題として、主に次のような視点が重要になるとと思われる。

【関東からの新しい顧客に対応】

- 石川県では、関東からの観光客と関西からの観光客が拮抗する状態であったが、金沢開業を機に関東シフトが一気に進んだ。福井県の観光動態調査においても県外観光客に占める関東の割合は、金沢開業前の6.8%から開業1年目の7.9%、2年目の9.1%へと、大きくはないが着実にシェアを伸ばしつつある。

本調査の対象である嶺北の主要観光地においては、関東シェアは既に2～3割に達しており、これが福井開業に向けてさらに高まっていく可能性がある。

- ・この新しい関東からのお客さまの傾向を開業前から把握し対応していく必要がある。どのような嗜好や行動パターンをとるのか、あるいはどのような仕掛けが効果的なのか等を理解し、必要な対策を講じていくことが求められる。

- ・一方で、従来からの主要顧客である関西、中京からのお客さまにも目配りをし、さらに福井ファンになってもらえるよう気配りを欠かしてはいけない。

【宿泊者の増加等による観光消費額の向上】

- ・県内へ宿泊客を誘導し経済効果を高めるために、これまで以上に各方面への働きかけを強める必要がある。それには、滞在時間の増加につながるような体験型観光の活性化、テーマ性のある周遊ルートの創造・認知度アップ、宿泊を中心とした各種サービスの高度化とシームレス化等が求められる。

- ・顧客ニーズに合わせ、総合的な満足度を高めるため、主要観光地を核とし中小の観光地をテーマで結んだ周遊ルートを設定し、打ち出していく必要がある。観光客の消費意欲を顕在化させ、経済効果と顧客満足度を高めるため、本県のものづくり県としての強みを生かし、観光と直接には関連しないような業種とも連携するなど、新たな商品・サービス開発に向けて、知恵を結集していく必要がある。

【インバウンド対応】

- ・観光庁の宿泊旅行統計調査によれば、2017年の福井県における外国人の延べ宿泊者数は、対前年比25.9%増の68,430人で過去最高であった。都道府県別で最下位をようやく脱出したものの、その水準は依然として低位にとどまっている。

- ・本アンケート調査では外国人は対象としていないため、まずはインバウンドに関するマーケティングデータを入手・蓄積していくことが重要である。また、現状で福井を訪れている外国人の傾向を把握するだけでなく、近隣地域を訪れる訪日外国人旅行者の傾向を把握し、新たなニーズを捕まえにいくような積極的な姿勢が求められる。さらには、何気ない日本の日常が外国人観光客の目に留まることも多く、福井での生活やものづくり、伝統工芸等を実感できるような体験メニューの構築にも留意したい。翻訳、手荷物配送、決済手段、交通などにおいて、インバウンド対応のベースとなるようなサービスの導入はもちろんのこととして。

【注目すべきテクノロジーと異業種からの参入】

- ・本アンケート調査からも明らかなように、旅行前から旅行中にかけて（場合によっては旅行後も）、インターネットによる情報収集・交流・発信が当たり前の時代になっている。ネット接続環境の整備、ウェブ上での観光情報や観光コンテンツの魅力的な発信、SNS等による共感・共創の仕掛けづくり等がますます必須条件になっていくものと思われる。

- ・観光分野において注目すべきテクノロジーとして、車や自転車、宿泊等のシェアリングシステム、運転等の自動化技術、移動のサービス化（MaaS: Mobility-as-a-Service）などがある。インターネットとAI（人工知能）、そしてビッグデータの活用等も含め、これらを組合せて新しい価値を生み出していくことが今後重要となっていくと思われる。

- ・観光とほとんど関連性のないような製造分野においても、会社固有の経験や技術を生かせるフィールドが、観光分野には数多く眠っている。最終製品やサービスの行き付く先が観光客であることをイメージすることで、異業種への進出の可能性とともに本業における視野が大きく広がるのではなかろうか。

分析・解説

公立大学法人福井県立大学

地域経済研究所 講師 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。



ようやく春が来たのに…

なんとなく気が重くないですか?!

保健師 表 仁美

最近なぜだか気が重く、会社に行くのがおっくうだ……なんて人はいませんか？

春は一年のなかでも一番気候のいい季節ですが、「だるい」「疲れやすい」など春先に不調を感じる人も少なくないようです。

春先に不調になる原因は？

春先の不調は自律神経やホルモンバランスの崩れが原因とも言われています。春は1日の気温の変化が大きいので、温度変化が体に負担をかけ自律神経を乱れやすくします。自律神経には「交感神経」と「副交感神経」があり、身体の基本バランスを調整しています。

冬は厳しい環境に耐えなければならないため、緊張状態になる「交感神経」が優位に、逆に夏は開放的になるため、リラックス状態になる「副交感神経」が優位になります。春はちょうどその入れ替わりの時期。そのため、自律神経がバランスを崩しやすく、それに伴って、ホルモンバランスも崩れやすくなります。

春先の不調は、自律神経を整えることが回復の一番の近道です。

	交感神経	副交感神経
心拍数	多くする	少なくする
血圧	高くする	低くする
呼吸	早くなる	ゆっくりになる
胃腸の動き	抑える	促す

自律神経を整えよう！

腹式呼吸



自律神経の中で、唯一自分の意思で少しだけコントロールできるのが「呼吸」です。腹式呼吸は、吸うときには交感神経が優位になり、吐くときには副交感神経が優位になります。腹式呼吸を行うことで自律神経のバランスが整ってきます。

入浴



ぬるめのお湯にゆったりとつかるのは、自律神経を整えるのに効果的です。36～40℃くらいのお湯だと副交感神経が優位になり、心身ともにリラックスすることができます。半身浴も自律神経を整えるのに効果的です。※お湯が熱いと交感神経が活発になってしまうため要注意です！

日光を浴びる



起きたら窓を開けて日光を浴びるようにしましょう。目から光の刺激が入ると、セロトニンというホルモンの分泌が活性化されます。セロトニンには精神を安定させ自律神経を整える働きがあります。また、日光を浴びることで体内時計もリセットされ、活動と休息のリズムが生まれるため、睡眠にも良い影響を与えます。

軽い運動



散歩やウォーキング、水泳やヨガなど、無理のない軽い運動をすることは自律神経を整えるのに効果的です。

よく噛む



食事をするときによく噛むことは、栄養の効果的な摂取や消化の手助けだけでなく、自律神経を整えるのにも効果的です。

IPO 市場レポート (2017年年次報告)

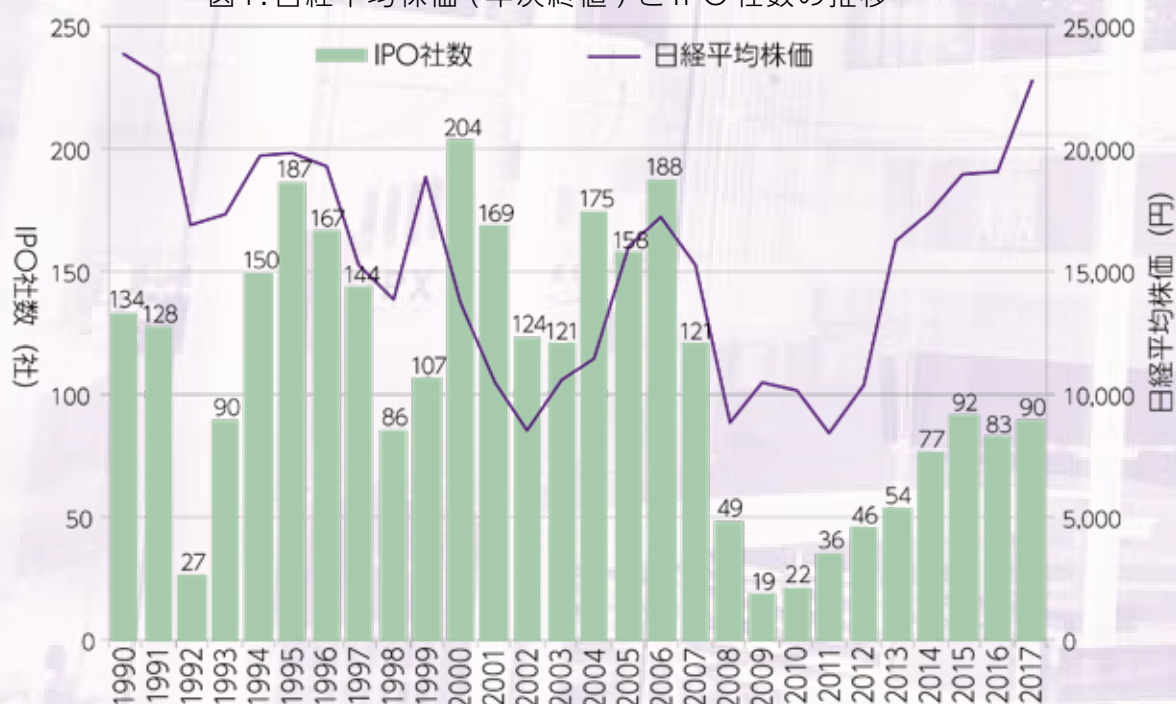
株式会社福井キャピタル&コンサルティング
ベンチャーキャピタリスト
前田 英史

1 概況

2017年の新規上場会社数は90社（プロ向け市場を除く）となり、2015年と同じ水準に戻りました。7月19日にはユニフォームネクスト株式会社〔3566〕が、2007年の前田工織株式会社〔7821〕以来10年ぶりにマザーズに上場し、県内企業のIPOへの関心が高まっています。日経平均株価の年次終値は、バブル崩壊後の1991年以来、実に26年ぶりに2万円台を回復し、株式市場は活況を呈しました。

新規上場会社数を市場別でみると、マザーズが49社（市場占有率54.4%）となり、ジャスダックや地方証券取引所の新興3市場を含む新興市場全体では70社（77.8%）となりました。また、業種別では、サービス業と情報・通信業の2業種で47社（52.2%）となり、引き続き市場間、業種間での偏りが見られましたが、近年のIPO市場の傾向に大きな変化は見られませんでした。

図1. 日経平均株価（年次終値）とIPO社数の推移

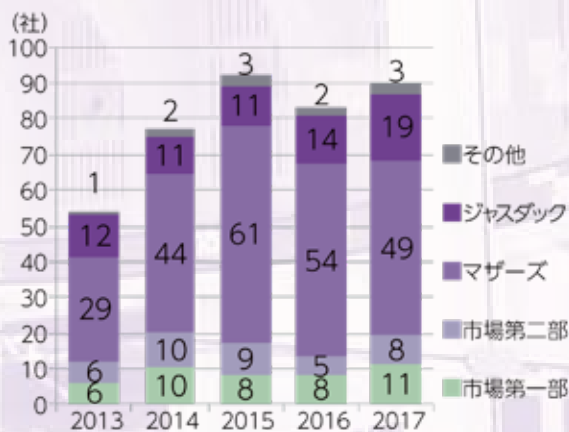


2 2017年のIPO市場の動向

1. IPO市場全体の分析

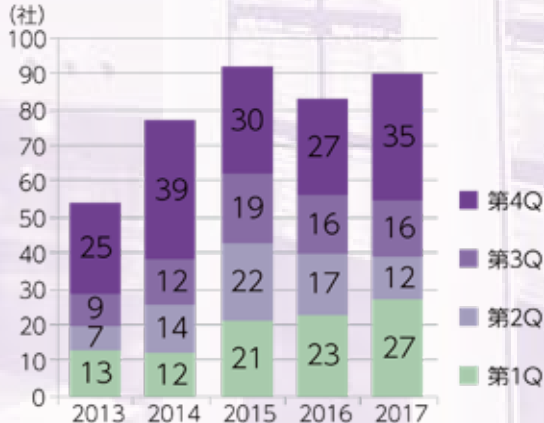
2017年の新規上場会社数は90社(プロ向け市場を除く)となり、2015年と同じ水準に戻りました(図2-1)。このうち、マザーズへの上場は49社(市場占有率54.4%)となりました。また、東京証券取引所の本則市場(第一部・第二部)および新興市場(マザーズ・ジャスダック)への新規上場会社数は87社(96.7%)となり、引き続き東京証券取引所への一極集中の状況が見られました。

図2-1. 過去5年間の市場別のIPO社数の推移



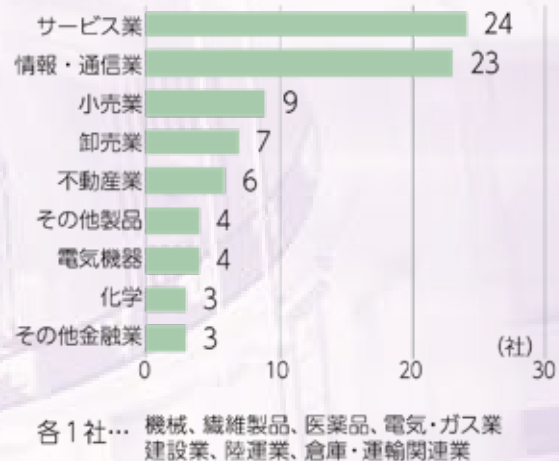
2017年の四半期毎のIPO社数は、第1四半期(3月)と第4四半期(12月)に集中し、一方で、1月と5月が0社となる近年の傾向に大きな変化は見られませんでした(図2-2)。なお、2017年は、1月に1社上場しました。

図2-2. 過去5年間の四半期毎のIPO社数の推移



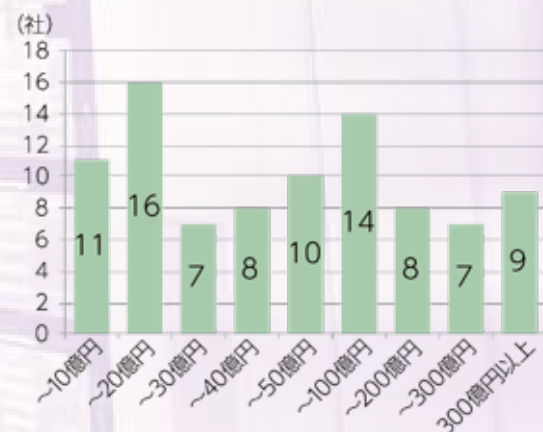
業種別では、サービス業が24社(26.7%)、情報・通信業が23社(25.6%)となり、上位2業種で年間の新規上場会社数の52.2%を占め、引き続き業種間の偏りが見られました(図2-3)。

図2-3. 2017年に上場した企業の業種別のIPO社数



上場直前期の売上高は、~20億円と~100億円に2つのピークが見られました(図2-4)。このうち、売上高がおおむね40億円程度までの会社は新興市場に、40億円程度以上の会社は本則市場に上場する傾向が見られました。

図2-4. 2017年に上場した企業の売上高



資金調達額(公募)*Keyword 1は、8億円程度までが多く見られました(図2-5)。また、初値

騰落率※Keyword2は、～50%と～200%に2つのピークが見られました(図2-6)。このうち、～50%は本則市場に上場した会社、～200%は新興市場に上場した会社に多く見られました。

図2-5.2017年に上場した企業の資金調達額(公募)

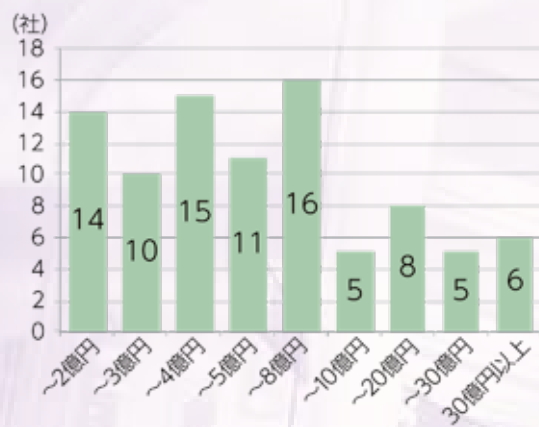
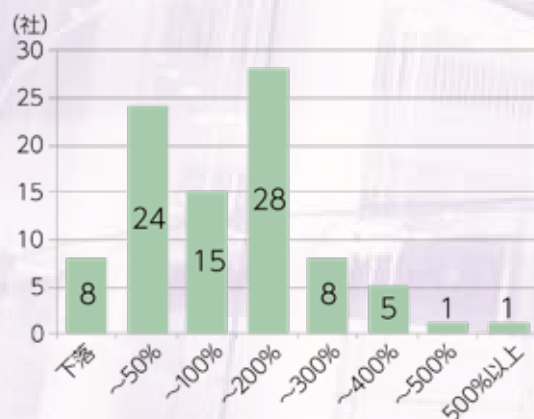


図2-6.2017年に上場した企業の初値騰落率



[Keyword]

1) 資金調達額(公募)

IPOによる資金調達には「売出し」と「公募」の2種類があります。「売出し」は、既存の株主が、自身が保有する株式を証券市場で投資家に売る場合です。IPOによる創業者利益は、「売出し」によって得ることができます。一方で、「公募」は、会社が新株を発行し、証券市場で投資家に売る場合です。会社は、「公募」によって増資という形で資金を調達します。本レポートでは、会社がIPOによる公募増資によって調達した資金の金額を「資金調達額(公募)」とします。

2) 初値騰落率

証券市場に上場すると、まずは「公募価格」を基準に株式の売買が始まり、上場後初めての株価となる「上場初値」が決まります。この「上場初値」は、「公募価格」を上回ることもあれば下回ることもあります。本レポートでは、「公募価格」と「上場初値」の価格差を「初値騰落率」とします。

2. 新興市場マザーズの分析

図2-1で示したとおり、2017年の新興市場マザーズへの新規上場会社数は49社(市場占有率54.4%)となり、年間の新規上場会社数が同じ水準だった2015年(92社)の61社(66.3%)と比較すると減少しました。一方で、ジャスダックへ上場した会社は、2015年の11社(12.0%)から19社(21.1%)に増加しました。マザーズとジャスダックを合計すると68社(75.6%)となり、東京証券取引所の新興市場(プロ向け市場を除く)への上場が、年間の新規上場会社数の75%以上を占め、引き続き市場間の偏りが見られました。

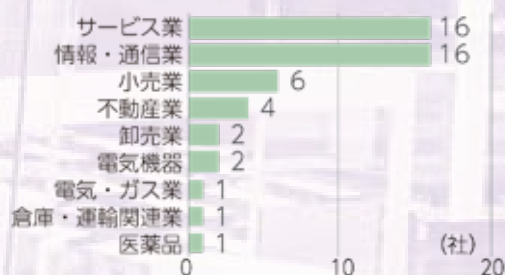
マザーズへ上場した会社のうち、会社設立からマザーズに上場するまでの年数は、設立から5年目までが最も多く11社(22.4%)となりました(図2-7)。一方で、設立から20年以上を経過した会社も一定数見られましたが、これからの中には事業承継による第2創業の会社も多く見られました。

図2-7.2017年にマザーズに上場した企業の設立年数



また、業種別では、サービス業および情報・通信業が各16社(32.7%)、上位2業種で年間のマ

図2-8.2017年にマザーズに上場した企業の業種別のIPO社数



ザーズへの新規上場会社数の65.3%となり、引き続き業種間の偏りが見られました(図2-8)。

2017年のマザーズにおける上場直前期の売上高は～20億円(図2-9)、経常利益は～2億円が最も多く見られました(図2-10)。2017年のマザーズへ上場した会社の売上高の中間値は26.4億円、経常利益の中間値は1.6億円となり、マザーズへの上場を志向する中小ベンチャー企業にとっては、この数値が1つのベンチマークになると思われます。

図2-9.2017年にマザーズに上場した企業の売上高

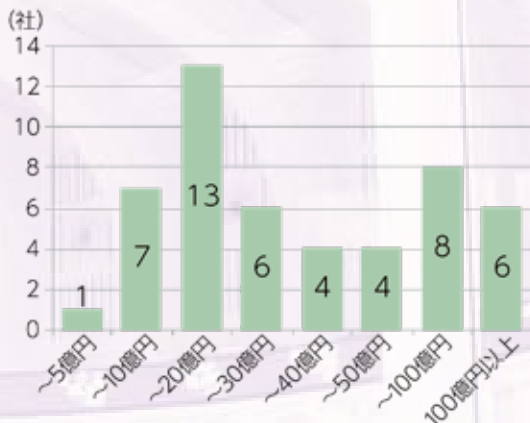


図2-10.2017年にマザーズに上場した企業の経常利益

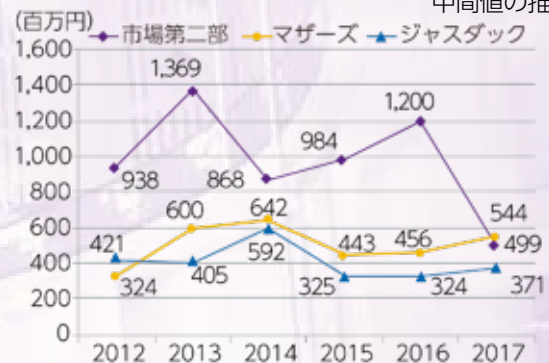


2017年のマザーズにおける資金調達額(公募)は、～8億円が最も多く見られました(図2-11)。また、2017年のマザーズへ上場した会社の資金調達額(公募)の中間値は5.4億円となり(図2-12)、市場第二部の資金調達額(公募)の大幅な落ち込みもあって、はじめて市場第二部の資金調達額(公募)を逆転しました。

図2-11.2017年にマザーズに上場した企業の資金調達額(公募)

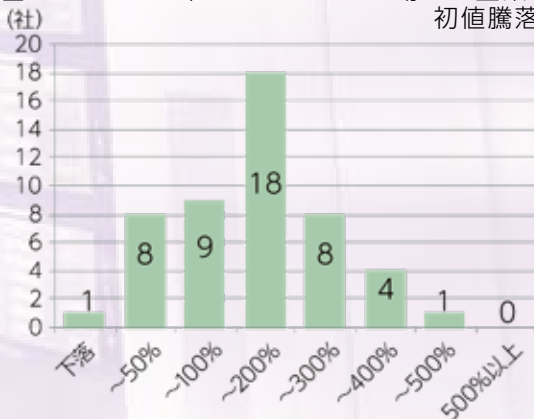


図2-12.過去6年間の市場別の資金調達額(公募)の中間値の推移



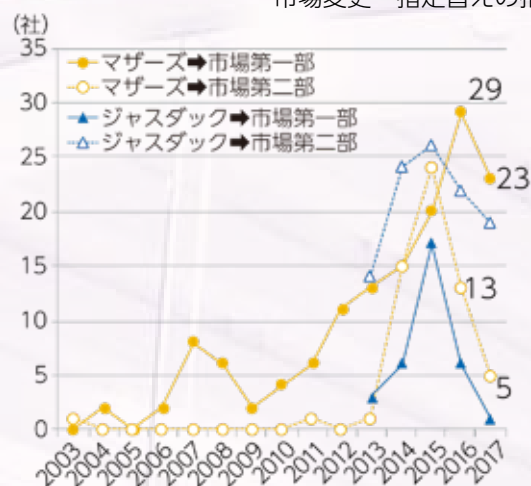
2017年にマザーズへ上場した会社の初値騰落率は、～200%が最も多く見られましたが、本則市場(第一部・第二部)へ上場した会社と比較すると、マザーズへ上場した会社の方が初値騰落率は高くなる傾向が見られました(図2-13)。一方で、下落は1社見られましたが、同社の資金調達額のうち公募分は1.3%と極端に少なく、投資家にネガティブな印象を持たれたことが下落の要因と推察されます。

図2-13.2017年にマザーズに上場した企業の初値騰落率



2011年に、マザーズ上場会社が上場後10年を経過した場合の上場廃止基準の見直しおよび市場選択制度を導入する制度改正が行われ、マザーズを市場第一部へのステップアップを視野に入れた成長企業向けの市場と位置付けたことにより、近年、マザーズから市場第一部への市場変更、市場第二部への指定替えが増加していましたが、2017年は、市場第一部への市場変更は前年の29社から23社へと減少し、さらに市場第二部への指定替えは前年の13社から5社へと大幅に減少しました(図2-14)。

図2-14. マザーズから本則市場(第一部・第二部)への市場変更・指定替えの推移



3 まとめ

直近10年間の新規上場会社数の推移は、リーマンショック後の2009年の19社を底に順調に増加していましたが、2015年以降、100社の大台を前に足踏みしている状況です。一方で、マザーズをはじめとする新興市場への上場は、年間の新規上場会社数の77.8%を占めており、また、サービス業と情報・通信業の2業種で、年間の新規上場会社数の52.2%を占めるなど、市場間、業種間での偏りが見られましたが、近年のIPO市場の傾向に大きな変化は見られませんでした。

新興市場へ上場した会社の近年の傾向としては、これまでの若手起業家によるベンチャー企業の創業だけでなく、事業承継により家業を引き継いだ若手経営者による比較的社歴の長い会社の第2創業も増えてきました。これらの会社は、IT・ICT技術などを活用し、既存の製品や事業

に新たなサービスモデルを付与することによって急成長を遂げています。

福井県内では、7月19日にユニフォームネクスト株式会社[3566]が10年ぶりにマザーズに上場し、県内企業のIPOへの関心が高まっています。2018年3月26日には、福井県と県内の金融機関などが出資する福井県で初めてのベンチャーキャピタルファンドとなる「ふくい未来企業支援ファンド」が組成され、IPOを志向する福井県の中堅・中小ベンチャー企業への支援体制も整いました。2018年のIPO市場と県内企業の動向は、おおいに注目されます。

※本レポートは、公開情報をもとに、(株)福井キャピタル&コンサルティングにて編集しました。

筆者紹介

株式会社福井キャピタル&コンサルティング ベンチャーキャピタリスト 前田 英史



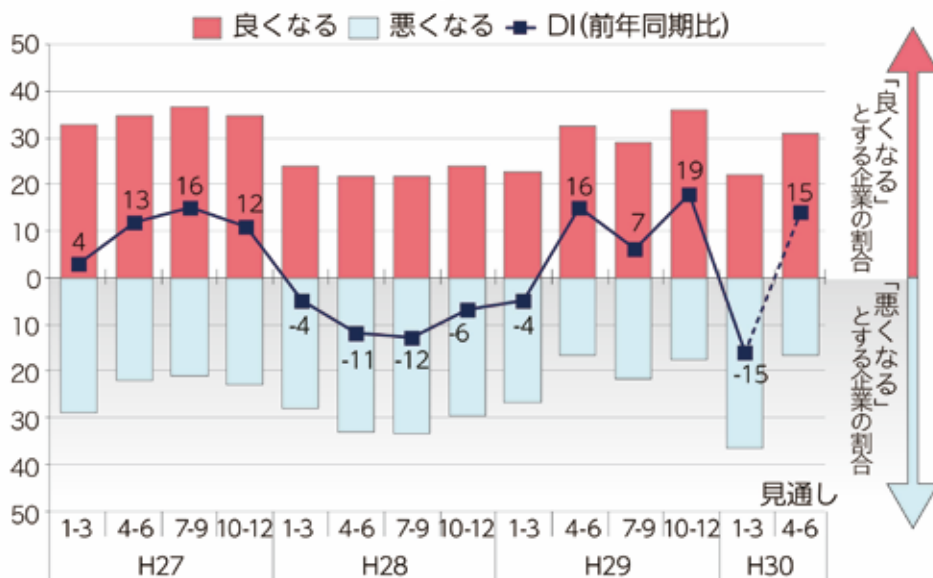
大野市生まれ。山形大学大学院工学研究科を修了し、平成10年に、前田工織株式会社に入社。研究開発、知的財産、新規事業企画などを担当した後、独立系のベンチャーキャピタルに転職。同社では、技術系のベンチャー企業の投資育成や事業再生を担当。リーマンショックを機に同社を退職し、早稲田大学大学院ファイナンス研究科(現・経営管理研究科)に進学。平成29年2月より現職。MBA、工学修士。

福井銀行 景気動向調査

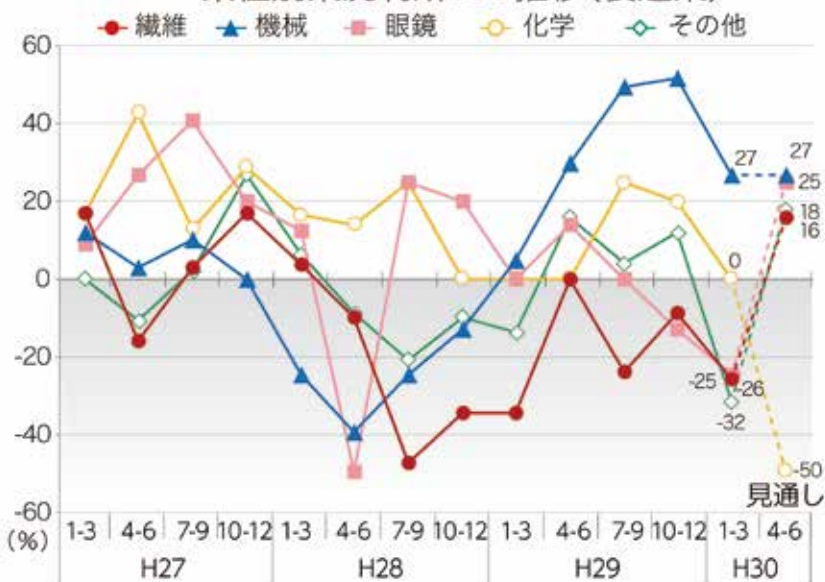
調査対象企業…福井県内1,125社
回答企業…福井県内349社
(回答率31.0%)
平成30年3月初旬実施

全体の景況感は、記録的な大雪による客数の減少や物流の混乱などによる売上の減少に伴う収益の悪化を反映し、業績判断DIは、前回調査から大幅に低下した。

自社の業況判断DIの推移



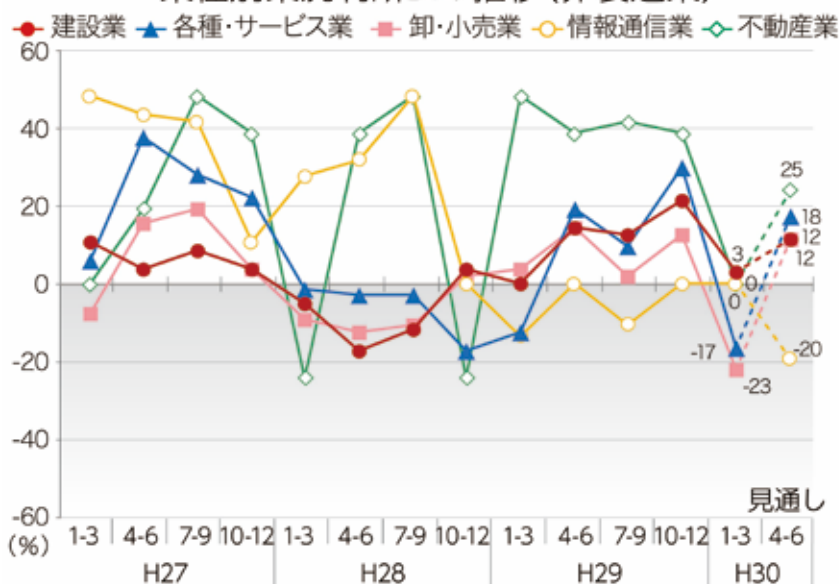
業種別業況判断DIの推移(製造業)



- 製造業では、機械が前回調査から大幅に低下しプラス27となった。繊維は前回調査から大幅に低下しマイナス26となった。化学は前回調査から大幅に低下しプラスマイナス0となった。その他製造業は大幅に低下しマイナス圏に転じた。眼鏡は低下しマイナス幅を広げた。

- 先行きは、機械が横ばいを予想しプラス圏を維持する見通し。繊維は大幅な上昇を予想しプラス圏に転じる見通し。眼鏡、その他製造業は上昇を予想しプラス圏に転じる見通し。化学は低下を予想しマイナス圏に転じる見通しである。

業種別業況判断DIの推移(非製造業)



- 非製造業では、建設業が前回調査から低下してプラス3となった。卸・小売業、各種サービス業はともに低下しマイナス圏に転じた。情報通信業は横ばいでプラスマイナス0となった。不動産業は低下した。

- 先行きは、建設業が上昇を予想しプラス圏を維持する見通し。卸・小売業、各種サービス業、不動産業は大幅な上昇を予想しプラス圏に転じる見通し。情報通信業は低下を予想しマイナス圏に転じる見通しである。

※詳細は、当行ホームページにてご確認ください。



福井県内の企業における 今年の賃上げの状況は？

昨年末、安倍政権は、デフレ脱却に向けて「3%の賃上げ」を要請しました。これを受け、2018年の春闘では、賃上げに対して前向きな回答を行った企業が多く見られました。福井県内の企業においても、同様に賃上げが期待されています。

今般、景況アンケートの中で、県内企業のみなさまに、今年の賃上げの状況についてお尋ねしましたので、ご紹介させていただきます。

質 問 貴社の賃上げに対するお考えについてお尋ねします。

■ 全業種で44.8%が賃上げを実施すると回答

賃上げの実施については、「実施する」が製造業で52.1%、非製造業で42.1%となりました。また、「検討中」は製造業で27.7%、非製造業で34.6%となり、「実施する」と「検討中」をあわせると、全業種で77.6%が賃上げに前向きな回答をしました。

図 1-1. 賃上げの実施の有無（単一回答）全業種

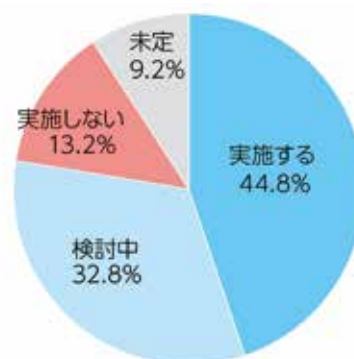
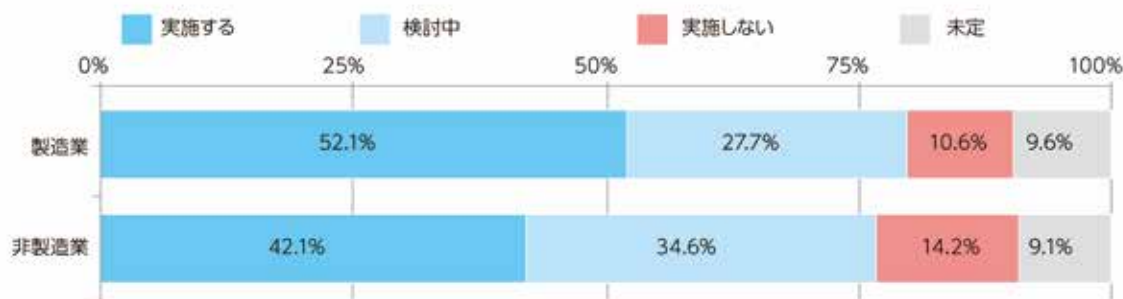


図 1-2. 賃上げの実施の有無（単一回答）製造業・非製造業別



質 問 どのような方法で賃上げを行いますか。

■ 全業種で63.5%が定期昇給を実施すると回答

賃上げの方法については、「定期昇給の実施」が製造業で59.2%、非製造業で65.4%となりました。また、「その他」と回答した企業の中には、複数の方法を組み合わせて賃上げを実施すると回答した企業が多く見られました。

図 2-1. 賃上げの実施方法（単一回答）全業種

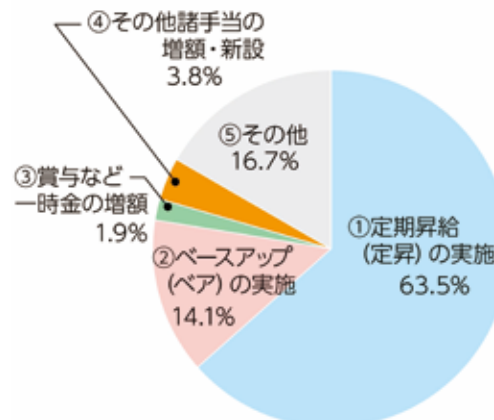
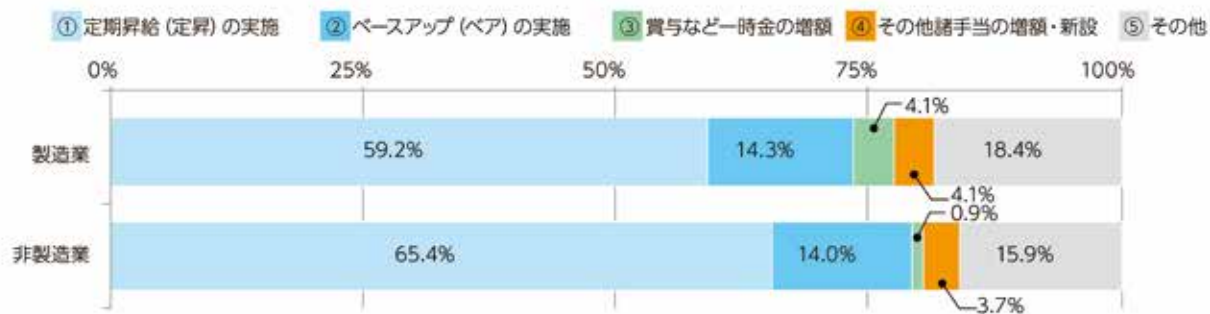


図 2-2. 賃上げの実施方法（単一回答） 製造業・非製造業別

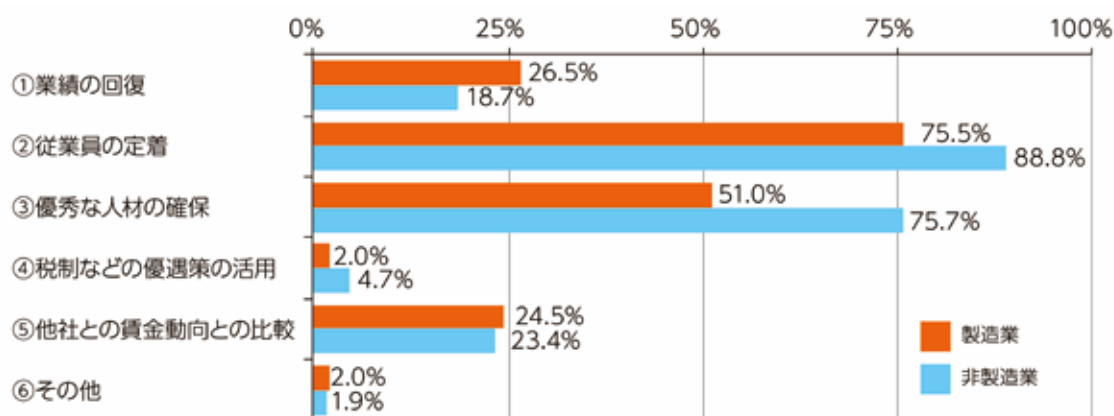


質 問 賃上げを実施する理由をお尋ねします。

■ 賃上げを実施する理由は、人材の確保と定着

賃上げを実施する理由については、「従業員の定着」と「優秀な人材の確保」と回答した企業が多く、人手不足問題に対して賃上げで問題の解消を試みる傾向が見られました。

図 3-1. 賃上げを実施する理由（複数回答）

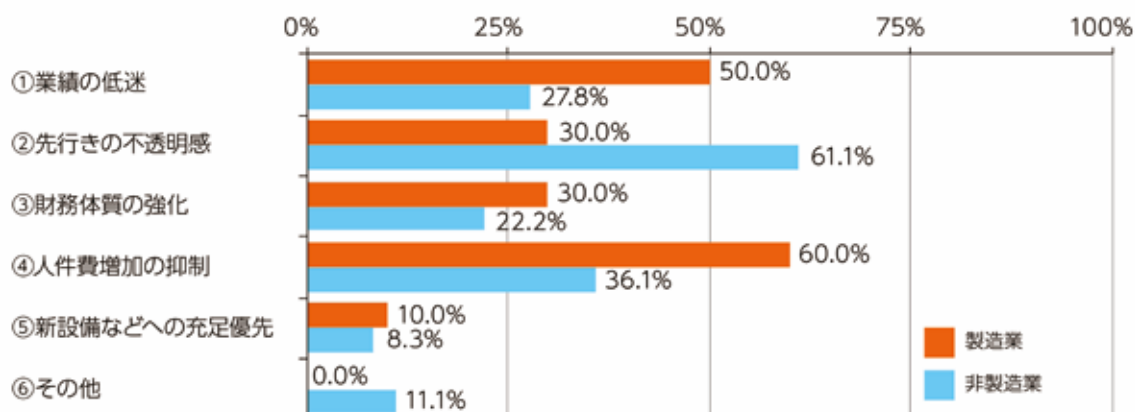


質 問 賃上げを実施しない理由をお尋ねします。

■ 製造業と非製造業で理由がわかる

賃上げを実施しない理由については、製造業が「人件費増加の抑制」と回答した一方で、非製造業は「先行きの不透明感」と回答し、製造業と非製造業とで理由がわかれしました。

図 4-1. 賃上げを実施しない理由（複数回答）



株式会社福井銀行

福井中央支店
(インタビュー時は勝見支店)

岩堀文義
Fumiyoshi Iwahori

今年1月、福井銀行行員の岩堀文義さん(競技かるたの大会には、旧姓「川崎」姓で出場しています)が、第64期かるた名人位決定戦にてかるた名人位3連覇を成し遂げました。今回は、福井銀行マンの岩堀文義さんとかるた名人位の川崎文義さん、それぞれの素顔をお話いただきました。

今年のかるた名人位戦では、 糸原選手に成長させてもらい ました

まずは、競技かるたの川崎文義名人に、競技かるたの魅力についてお話しさせていただきます。川崎名人、かるた名人位3連覇、おめでとうございます。今回の名人位戦は、いかがでしたか。

川崎文義名人(以下、川崎) そうですね。結果として、3連覇できてほっとしています。2016年にかるた名人位を取ったときには、失うものは何もない挑戦者として気負いなく向かっていくだけでした。2017年の防衛戦では、過去に歴代名人の初防衛戦は誰一人負けたことがないというプレッシャーの中で自分よりも実績があり、常に先を歩んでこられた同じ福井渚会の先輩である三好さんが対戦相手でしたが、とてもやり辛い状況の中で初防衛できたことは、とてもうれしかったです。

今年の糸原(クメハラ)選手は、過去2戦の対戦相手とはまったく異なるタイプの方で、自分の中でも今回が一番大変だろうなとは思っていました。実際の対戦でも、5回戦までフルにもつれる展開となり、最後に勝ち切れたときにはとにかくほっとしました。

対戦相手の糸原八段は、どのような方ですか。

川崎 糸原選手は、京都大学の経済学部首席で入学され、大学在学中にはテレビのクイズ番組にも出場された非常にクレバーな方です。かるたの実力も申し分ありませんが、相手との駆け引きに優れ、また終盤での逆転を得意としていて、非常に手強い相手です。

今回の名人位戦でも、自陣の右上段に札を10枚並べてきましたが、ふつうはこのような配置をする人はまずいません。ですので、対戦中も気になって集中力も乱れ、お手つきも多くなりました。とにかく相手の集中力を削いで、知らず知らずのうちに自分のペースに変えてしまうのが、糸原選手の真骨頂です。3回戦を終わって1勝2敗で負けが先行した背景には、このようなことがありました。

4回戦では負けたら終わりと開き直って、逃げずに福井渚会伝統の攻めがらに徹したことが功を奏して競り勝つことができ、さらに5回戦では終盤で7連取して、結果3勝2敗で防衛することができました。今年に限って言えば、糸原選手に成長させてもらいました。彼のおかげで、勝負の幅を広げることができました。彼にはとても感謝しています。



第64期かるた名人位戦での糸原選手との試合の様子(近江神宮内)にて

5回戦をフルに戦うのは、大変ですか。

川崎 5回戦を戦うと8~9時間になります。普段の大会でも1日に6~7試合することはありますが、名人位戦という最高峰の場で、同じ相手と5回連続で戦うのはとてもきついです。名人位戦で5回戦をフルに戦ったのは、はじめて名人位戦に挑戦した2011年の西郷さんとの対戦以来でしたが、どちらも本当につらかったです。

今回の名人位戦では、観戦者の定員が5回戦で計175名のところ、1,098名の応募があったそうです。実は、私も落選した一人です。近年の競技かるたの人気はいかがですか。

川崎 やはり、漫画「ちはやふる」の影響は大きいと思います。特に

映画が公開されたこの2～3年は、観戦される方の数も明らかに増えています。これまでかるたを知らなかった方が、漫画や映画を見て興味を持っていただき、競技かるた人口が少しずつ増えていることはとてもうれしいですね。

そんな川崎名人が競技かるたを始めたのは、いつからですか。

川崎 小学1年生からです。出身の越前市は、かるたがとても盛んな土地で、町内の子供会ごとにかかるたの活動があり、小学校に上がったときにかかるたにおいでと誘われて町内の子供会で教えていただいたのが最初です。そこではまって、福井渚会に入りました。

小学1年生から競技かるた一筋ですか。

川崎 かるたを辞めたことは一度もありません。でも、中学校の時はかるた部がなかったので、陸上部に入りました。普段は部活、部活のない日はかるたの生活でした。陸上の方も、スタートだけはよかったんですよ。30メートル走ならいつもトップでした。

その後はいかがでしたか。

川崎 高校と大学にはかるた部があったので、かるた部に入部しました。そして、2011年、大学4年生のとき、はじめて名人位戦に挑戦することができました。相手は、当時名人位戦12連覇中の西郷永世名人でした。

家庭と仕事の充実があって、はじめてかるた名人になれました

西郷直樹永世名人は、大学在学中の20歳のとき史上最年少で名人位を取って以降、名人位戦への出場を辞退されるまで14連覇された方ですね。その間、福井渚会からは川崎さ

んを含め3名の方が、計9回挑戦されておりましたが、西郷永世名人はどのような方ですか。

川崎 西郷さんは、本当に強い方でした。2011年に名人位戦で対戦した時には、今回と同様、5回戦までもつれはしましたが、実質は完敗でした。圧倒的な力の差がありました。

このときは、大学卒業を3か月後に控え、福井銀行に就職した後の競技生活に対する不安もあって、是が非でも学生の間に勝ちたかったのですが、今、振り返れば、すべてにおいて足りませんでした。

何が不足していたのですか。

川崎 西郷さんは、2011年の対戦当時、すでにご結婚され家庭を持てていました。また、社会人として仕事も頑張っておられ、仕事も家庭もすべての面で充実されていました。それが、かるたにもよい影響を及ぼしていたんだろうなということが、私も同じような立場となった最近になってようやくわかりました。

私自身、2011年の名人位戦への挑戦後、福井銀行に入行してからの3年間は、慣れない仕事にも忙殺され、かるたの成績も低迷しました。しかし、福井銀行での仕事にも慣れ、結婚して家庭を持った2014年頃から、かるたの成績も再び上向きしました。翌2015年には長男が生まれ、その年、2度目の名人位戦で名人位を取ることができました。

名人位を取れた最大の要因は、内助の功ということになりますか。

川崎 はい、妻の存在は、間違いなく最大の要因だと思います。福井銀行での仕事にも慣れ、仕事に余裕とやりがいを感じ始めた頃に、福井渚会で一緒にかかるたに取り組んできた妻と結婚しました。仕事面で余裕もでき、かるたに理解のある妻のおかげで、再びかるたに取り組

む余裕も生まれました。そして、長男が生まれ、何よりもまず家族を守らなければならないという意識を持つことができたとき、家庭と仕事、そしてかるたがしっかりとかみ合うことができました。ようやく、名人位戦当時の西郷さんと同じ立場になることができ、2016年に名人位を取ることができました。いつもその輪の中心にいる妻には、本当に感謝しています。また、私は、結婚して妻の実家に養子に入りましたが、今の生活を続けていくうえで、妻のご両親の協力もとても大きいと思っています。

名人位戦で5連覇、もしくは合計7回の名人位で永世名人となりますが、今後の目標はいかがですか。

川崎 もちろん、永世名人を目指すことはとても光栄なことではありますが、あまり先は見ないようにしています。5連覇するには、まずは4連覇を成し遂げなければなりません。まずは来年の名人位戦4連覇に向けて、1年間しっかりと頑張っていきたいと思います。



第64期かるた名人位戦の表彰式後に近江勸学館（近江神宮内）にて

かるたは趣味です

ここからは、福井銀行の岩堀文義行員に、福井銀行での仕事についてお話ししていただきます。福井銀行に入行されて8年目に入りました。これまでいかがでしたか。

岩堀文義行員（以下、岩堀） 2011年に福井銀行に入行して、最初の配属は鯖江支店でした。実は、現在の勝見支店の平田支店長は、鯖江支店時代に新人の私をご指導いただいた上司でした。入行1年目は預金と為替、2年目は融資事務、3年目になって平田支店長に同行させていただく形で法人営業に出ました。前半のかるたの部分でもお話ししましたとおり、鯖江支店での3年間は、日々勉強で、とにかく仕事に忙殺されました。かるたのことを忘れるぐらい、真剣に仕事だけに取り組みました。

一人で仕事をこなせるようになったのは、4年目からということになりますか。

岩堀 4年目で種池支店に異動しました。現在の勝見支店もそうですが、銀行の営業店は統括店とエリア店にわかれていまして、最初の鯖江支店のような統括店は、取り扱う案件も多いため行員もたくさんいますし、それぞれの業務も分業制になっています。しかし、種池支店や勝見支店のようなエリア店では、行員も少なく、およそすべての業務を一人で行わなければなりません。ご融資であれば、新規のお客さまの開拓から審査、ご契約から最後のご返済まで、すべてやらなければなりません。種池支店に異動してからの半年間は、鯖江支店時代とはまた違う意味で、てんてこ舞いでした。

その種池支店、そして現在の勝見支店でのお仕事はいかがですか。

岩堀 とても面白いです。およそすべての業務に携わることになれば、おのずと仕事の幅も広がっていきます。今の私にとって必要なことは、いろいろなことを知ること、経験することだと思っています。それは、仕事においてもプライベートにおいても同じです。そういう意味では、今は、とてもよい環境でお仕事をさせていただいており、本当に感謝しています。

将来は、どのような銀行マンになっていきたいですか。

岩堀 どの部署、どの営業店に配属されるかを選ぶことはできませんが、今は、とにかく銀行員としてもっと幅を広げていきたいという想いがあります。もっといろいろな人と触れ合って、話を聞いたり勉強もしっかりして、銀行員としても人としても、もっと幅を広げていきたいです。その先に、地域のお客さまに貢献できる銀行員になることができれば、とそれが今の目標です。

家庭と仕事、そしてかるたと、1日は24時間しかないので、そのバランスが難しいかと思いますが。

岩堀 私にとって、かるたは趣味です。今の私にとっては、家庭が一番大事です。そして、仕事もちろん大事です。家庭や仕事をないがしろにして、かるたに取り組むということはありせん。とはいえ、大学を卒業し、仕事に真剣に取り組み、結婚して子供を授かり、学生時代と今とでは、かるたに取り組む環境はまったく違ってきます。かるたに取り組む時間も、大幅に少なくなりました。しかし、今その3つのバランスがとてうまく取れています。人生という意味においても、非常に充実しています。前半のかるたの部分でもお話ししましたとおり、西郷さんが、10年以上もの間、名人位に居続けることができたのは、家庭と仕事、そしてかるたの3つのバランスがうまく取れていて、人間的にも大変素晴らしく、人生が充実していたからこそではないのかなと、最近になってようやく感じることができました。私自身まだまだ未熟者ですので、夫としても父としても、銀行員としてもかるたの名人としても、もっと成長しなくてはなりませんし、まだまだ成長できる余地もあると思っています。

最後に、今後の目標をお聞かせください。



岩堀 繰り返しとなりますが、家長としても、銀行員としても、かるたの名人としても、それぞれにしっかりと自覚と責任を持って、それらすべてにおいて一回りも二回りも成長していかないと、今後、仕事もうまくいかないでしょうし、かるた名人位からも落ちてしまうでしょうし、家庭もおかしくなってしまうと思います。かるた名人位である以上は、誰よりも今の仕事に真摯に向き合い、その上でしっかりと結果も出す。また家庭でも、家族とともにより幸せな生活を築いていきたいと思っています。そして、その先、まずは来年の名人位戦4連覇に向けて、しっかりと頑張っていきたいと思っています。応援、よろしくお願いします。



今日はありがとうございました。
来年の名人位戦4連覇に向けて、
これからも頑張ってください。

(注)本インタビューは平成30年3月に行いました。岩堀文義さんは、4月1日付で、福井中央支店に異動となりました。現在は、新たな職場でさらなる飛躍に向けて頑張っております。

上司からの応援メッセージ

岩堀さんとは、新卒で配属された鯖江支店と前任地の勝見支店で、それぞれ立場を変えて一緒に仕事をしました。彼は、かるたが仕事に影響を与えたことはないと言っていますが、私は、そんなことはないなと感じています。彼は、小学1年生からかるたを始めたそうですが、競技かるたが競争である以上、おのずと結果にこだわる、勝ち負けにこだわることになります。現在の仕事における結果は、数字です。様々な数値目標に対して、結果にこだわる、数字にこだわるという彼の姿勢は、かるたによって培われたものではないかと思っています。彼は気づいていませんが、仕事においては、誰よりも悔しがるし、誰よりも頑張っていると思います。

私は、あえてかるたのことは彼には聞きませんし、大会を見に行ったりもしません。あくまでも、彼にはこういった一面があるんだなといった程度で。私は、彼を一人の銀行マンとして評価したいと思っています。ですから、かるたの川崎文義さんのファンはたくさんいると思いますが、私は福井銀行マンの岩堀文義さんの応援団長なんです。彼と一緒に仕事をしていると楽しいですし、これからも一緒にやっていけたらいいなと思います。これからも、頑張ってくださいですね。



福井銀行 勝見支店
平田 敬三支店長

未来の福井の女性起業家へ！

WiL・廣部所長（以下、廣部）福井で活躍される女性企業家の素顔を紹介し、未来の女性起業家に向けてメッセージをいただくWiL通信一。第2弾は、福井でアロマスクールと2店のアロマサロンを展開されているラベンサラ代表の阪田千晴さんです。よろしくお願いします。

ラベンサラ・阪田代表（以下、阪田）よろしくお願いします。

廣部 ラベンサラさんには、阪田さんによる香水レッスンやアロマスクールの生徒さんによるワークショップをWiLにて開いていただいております。みなさん、とても熱心に、とても楽しそうに教えてくださり、お客さまにもとても喜んでいただいております。もっと頻繁に開催して欲しいところですが。

阪田 ありがとうございます。スクールの生徒さんは、お仕事を持たれている方が多いので、アロマに関する活動はお休みの日が中心となりますが、生徒さんには、いろいろな機会を利用して体験を積んでいただきたいと考えています。

廣部 阪田さんがラベンサラを起業されたきっかけは何ですか。

阪田 アロマを仕事として独立したのは45歳のときでした。もともと美容関係の仕事をしていた経験もあったのですが、40歳を過ぎたころに仕事や環境の変化から体調を崩してしまい、いろいろな治療法を探りました。このとき、対症療法よりも全身のバランスを整えた方がよいのではないかと思い、アロマセラピーの勉強を始めたのがきっかけです。アロマセラピーを実践してみると、みるみるうちに元気になりました。その経験もあって、アロマセラピーの素晴らしさを、もっと多くの方に少しでも感じていただきたいなと。

廣部 生徒さんはどのくらいおられますか。

阪田 この7年間でべ100名近くになります。そのうち、資格を活かして活動されている方は30名ほどでしょうか。スクールの卒業生にその後の活動の場を作っていきたいというのが、今の私のライフワークになっています。

廣部 「たまゆら」さんをオープンされたのも、そのような理由からですか。

阪田 はい。「たまゆら」は、間もなく2年になります。スクールを卒業された生徒さんが、実際にスタッフとして働き、将来の独立も念頭において経験を積んでいただく場になればと思ひまして。おかげさまで、ご来店いただいたお客さまは、2年間で1,000名近くになりました。7～8割の方は何度もご来店くださり、本当にありがたいことです。スタッフのみなさんが、スクールのときよりもはるかに自信を持ってイキイキと働いている姿はとてもうれしいです。

廣部 私も利用させていただきましたが、本当にリラックスできますし、とても落ち着くお店ですね。スタッフのみなさんも可愛らしくて感じのよい方ばかりですし、これも阪田さんの教育でしょうか。

阪田 スタッフはみなさんスクールのときから夢や希望を持って頑張っていましたから、アロマに対する熱い想いと好きなことを仕事にできる、そのことに對する感謝の表れだと思います。もちろん大変なこともあるでしょうが、みんなとても楽しそうです。彼女たちは、本当にお客さまお一人お一人のことを思い、心を寄せてくれていると思います。

廣部 今年2月には2店舗目の「はなゆら」さんをオープンされましたね。

阪田 「はなゆら」は、「たまゆら」とはまた違ったタイプのお店です。「たまゆら」は、とても静かでゆったりとしたボディ中心のサロンですが、「はなゆら」

は、スタッフとお客さまとがじっくりと向き合って相談できるようなフェイシャル中心のお店です。そもそも「たまゆら」は、スクールの卒業生が活動できる場をつくりたいという思いがあつてつくったお店ですから、私がスタッフのひとりとして一緒に働いてしまうと彼女たちのためにもなりません。ちょうどお客さまからもご意見をいただきましたので、それもきっかけに計画を進めました。

廣部 「はなゆら」さんは、落ち着いてはいますが明るい雰囲気のあるお店ですね。



WiL 所長 廣部 靖子

阪田 お客さまが、様々な悩みごとについてスタッフと気さくにおしゃべりしながら相談できるサロン、そんなおしゃべりしやすい環境を目指しました。

廣部 これまでにスクールと2店のサロンを展開されていますが、会社を運営するうえで何か苦労はございますか。

阪田 繰り返しとなりますが、私がこの事業にかける想いは2つです。アロマセラピーは、日本では美容雑貨やリラクゼーションとして扱われている一方で、ヨーロッパ、とくにフランスでは治療や医療として扱われています。日本でもアロマセラピーの効用をスクールで正しく学んでいただき、より専門性の高い人材を輩出していきたいとい

Woman's inspiration Library

自由に本と出会える空間WiL。ライフスタイルに寄り添う本を中心に、洋書や写真集など目で楽しめる本も。セミナーやワークショップなども開催しており、ここに来れば何かあるというワクワクを作りだしています。女性だけでなく、男性の方もご利用いただけます。

うことが1つ目です。2つ目は、そのような専門性の高い人材が、ビジネスとしてアロマセラピーに取り組める場を作っていきたいということです。

最初のころは、ボランティアとして活動をしていた時期もありましたが、やはりボランティアでは収入がありませんし、生活もできません。高い志を持ってスクールで学ぶ生徒さんたちも、これでは未来が描けません。まずは、なんとかスクールを卒業された生徒さんに活動の場を作ってあげたいとの思いから「たまゆら」を作りましたが、そもそも私自身、経営の勉強をしたことなどありません。創業当初は熱い思いだけでやってきましたが、スタッフが増えるにつれ資金繰りの重要性を身にしみて感じるようになりました。現在は、1.パッション(情熱と感情の安定)、2.ファイナンス(資金作り)、3.オペレーション(手順)の3つの準備ができているか、常に問いかけながら経営を行っています。

また、スタッフとの接し方についても考えるところはあります。スクールの先生と卒業生という立場でイベントなどに一緒に取り組むのと、雇用者と従業員という立場でサロンやショップで働くのとでは、同じ人に対する接し方もおのずと違ってきます。ともに大きく成長していきたいという思いはありますが、なかなか簡単にはいかないことも多いです。

廣部 そのような問題に対して、どのように克服されているのですか。

阪田 私は、毎朝寝起き後の10~30分、ベットの中で「妄想タイム」をするんですよ。この時間が、一番何かが降りてくるんです。この時間を利用して、1日のスケジュールの確認や中断している案件、取り掛かれていない課題などを頭の中でブラッシュアップし、行動に移すようにしています。

※本文では、「企業家：企業経営に取り組む者」「起業家：自ら事業を興した者」として区別して使用しています。

廣部 お忙しそうですね。お休みは取れていますか。

阪田 今は、ほとんどないですね。しかし、好きなことを仕事にさせてもらっていますし、支えてくださる方もたくさんいるので頑張っています。年齢的なことも考えれば、一瞬一瞬、一人一人との出会いがとても愛おしく、とても大切に思います。

廣部 最後に、未来の女性起業家さんへメッセージをいただけますか。

阪田 福井の女性が持っている意欲やコミュニケーションのレベルは、本当に高いと思います。魅力的な人や高いスキルを持っている人がたくさんいます。しかし、自分自身の能力を過小評価されている方が意外と多いですね。焦らなくてもいいですが、今やれることは今やってしまうことが大事だと思います。そこでサボってしまうと、だんだん追いつかなくなってしまう。一日一日を大切に、今やらねばならないことを今やる、それを毎日実践していければ、おのずと人生もイキイキしてくると思います。

また、つらいときやうまくいかないときにこそ、感謝の気持ちを持ちたいと思っています。どんなときでも、いつも誰かがそっと支え、励ましてくれるからです。ありがとうという気持ちを言葉や態度できちんと伝えながら、また前へと歩みを進めさせていただく。感謝の気持ちを忘れずに、今できること、今やらなければならないことを今やる。会社員であろうと経営者であろうと、私はそのことが一番大事だと思います。

廣部 本日は貴重なお話をいただきまして、ありがとうございました。

文：前田 英史



Chiharu Sakata

略歴

北陸で初めてのアロマ調香師。ナチュラルな植物の癒しであるアロマセラピーを、年齢・性別に関係なく様々な場所で多くの人が気軽に楽しめるようにと、2012年に福井市にアロマスクールを開講。スクールの卒業生とともに、様々なイベントやボランティア活動を通して、人や環境にやさしい香りによる癒しを提案する。現在、福井駅前に「たまゆら」と「はなゆら」の2店舗を展開。



WiL (Woman's inspiration Library)

福井市中央1丁目2番1号

福井駅西口再開発ビル「ハピリン」2階

TEL.0776-25-0280

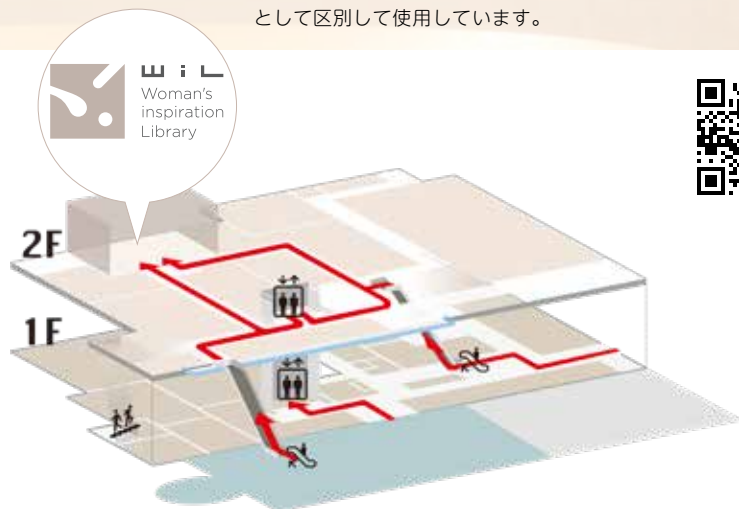
<http://www.fukuibank.co.jp/wil/>

【営業日時】

■平日 12:00~20:00

■休日(土日祝日) 10:00~18:00

■定休日 火曜日(祝日は除く)、12月29日~1月3日
5月3日~5月5日



デスクワークや子育て・家事の合間の気分転換に！！ 職場でできる、ちょっと一息ストレッチ体操

担当 前田 英史

《第2回 背中上部のストレッチ》

1. 足を肩幅に開いて立ち、手を組んで腕を前に伸ばします。

2. ひざを軽く曲げ、お腹をへこませながら背中を丸めます。このとき、肩はできるだけ前に伸ばします。

3. 背中が十分に伸びた状態で、10秒間キープします。



野村有香さん

福井銀行ブランド戦略チーム
陸上成年女子ハードル選手
(福井県国体強化指定選手)

大きなけがもなく、冬季練習を積むことができました。福井国体に向けて、春のシーズンから結果にこだわっていきます！



福井しあわせ元気国体 2018

第73回 国民体育大会

織りなそう 力と技と美しさ

平成30年(2018年) 9月29日(土)～10月9日(日)

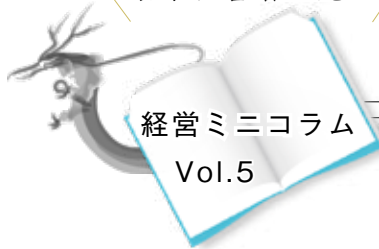
福井しあわせ元気大会 2018

第18回 全国障害者スポーツ大会

織りなそう 力と技と美しさ

平成30年(2018年) 10月13日(土)～10月15日(日)

福井銀行は、福井しあわせ元気国体・大会2018のオフィシャルサポーターとして大会を応援しています。



モノを買うときの 行動プロセスのモデル化



株式会社福井キャピタル&コンサルティング
コンサルタント 高原 潤弥

私たちは普段何気なくモノを買っているように思いますが、消費者がモノを買うという行為に至るまでに、どのような段階を経なければならぬかを整理してくれる考え方がマーケティングの世界にはあります。それは、購買行動モデルといい、いくつかの種類があります。今回はその中から、AIDMA（アイドマ）・AISAS（アイサス）・SIPS（シップス）についてまとめてみました。



消費者が商品に関する情報を収集する手段が限られていた1920年代のアメリカで提唱されたマスメディア時代に生まれた最も基本的なモデルです。

《購買決定プロセス》

消費者はまず、テレビや雑誌、新聞といったマスメディア等でモノの存在を知り（Attention）、関心をもつ（Interest）。そして、それを欲しいと思うようになり（Desire）、記憶に残る（Memory）。その後、実際に購入する（Action）。

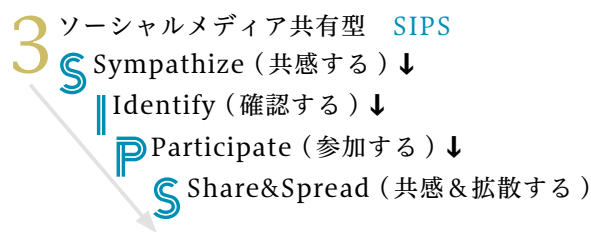
余談ですが……最近、私は“ある花粉症対策グッズ”を買いました。その時の購買行動は、テレビCMで「花粉を水に変えるマスク」（DR.C医薬株式会社）という商品名のマスクを知り、先日、ドラッグストアに行った際に見つけて、購入!!という、まさにAttention（注意）→Interest（関心）→Desire（欲求）→Memory（記憶）→Action（行動）の購買決定プロセスでした。



AIDMAをインターネットが普及した時代に適用できるよう発展させたモデルで、大手広告代理店の電通が提唱しました。

《購買決定プロセス》

消費者はまず、テレビや雑誌、新聞といったマスメディア等でモノの存在を知り（Attention）、関心をもつ（Interest）。それを消費者がインターネット上のWebサイトやブログなどにアクセスし、モノに関する情報を検索する（Search）。その後、実際に購入する（Action）。そして、そのモノの評価をいろいろな人に情報共有する（Share）。



ソーシャルメディアの登場により新しい購買行動モデルが誕生しました。このモデルはTwitterやinstagram、facebook等、ソーシャルメディアによる口コミによって、共感することで購入するというものです。注意点として、あくまでもソーシャルメディアを通じた購買行動なので、前述のAIDMAやAISASと併用しながら考える必要があります。

《購買決定プロセス》

企業や知人の情報を通じてモノに共感し（Sympathize）、その内容について検索や口コミを通じて確認する（Identify）。そして、共感したことで「いいね!」の行動や購入をする（Participate）。最後に参加したことを拡散する（Share & Spread）。

ま た近年では、DECAX（デキャックス）【Discovery（発見）→Engage（関係）→Check（確認）→Action（購買）→eXperience（体験と共有）】というモデルも注目を集めています。

以 上のように、消費者が商品を購入するまでの流れは、メディアやインターネットの発展により劇的に変化・多様化し、それに連れて購買行動モデルも変化を遂げてきました。

購 買行動モデル一つ一つのプロセスを理解し、それに合わせたアプローチをすることができれば、戦略的に販売活動を行うことができるようになります。この機会に、商品・サービスに合った購買行動モデルを当てはめて、マーケティング施策を進めてみてはいかがでしょうか？



	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		内軽自動車販売台数		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		年
2014年	75,155	0.7%	46,105	4.7%	21,407	8.7%	304,400	▲7.4%	63.6%	▲5.4
2015年	75,119	2.5%	40,508	▲12.1%	17,270	▲19.3%	295,374	▲3.0%	63.9%	0.3
2016年	74,077	▲0.6%	39,599	▲2.2%	15,359	▲11.1%	298,590	1.1%	63.3%	▲0.6
2017年 2	5,779	▲1.7%	4,166	4.8%	1,662	▲6.3%	300,575	11.6%	65.0%	4.8
3	5,898	▲2.2%	7,107	9.2%	2,599	1.0%	329,234	15.4%	78.9%	12.6
4	5,813	▲0.7%	2,755	15.0%	1,178	26.5%	359,508	35.9%	89.3%	28.9
5	5,920	0.7%	2,881	19.3%	1,200	34.4%	292,749	▲3.0%	76.8%	▲10.7
6	6,186	▲0.5%	3,846	19.3%	1,501	28.4%	293,021	11.8%	40.3%	▲2.6
7	6,000	▲0.7%	3,333	6.1%	1,368	19.2%	278,583	▲16.4%	47.0%	▲21.5
8	6,392	1.9%	2,609	3.8%	1,017	4.0%	289,061	▲4.8%	62.1%	▲7.8
9	5,529	▲0.3%	3,729	2.2%	1,454	10.3%	255,877	▲13.9%	63.2%	▲13.1
10	5,875	1.6%	2,851	▲1.5%	1,230	5.3%	255,905	▲27.9%	48.5%	▲36.1
11	6,503	▲0.8%	3,055	▲5.1%	1,238	6.8%	269,420	▲5.6%	68.4%	▲17.6
12	7,230	3.1%	2,859	▲3.9%	1,170	5.8%	369,014	10.6%	41.8%	5.2
2018年 1	7,159	▲1.1%	2,794	▲0.6%	1,293	12.2%	269,192	▲11.1%	69.1%	▲9.6
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) 大型小売店販売額は全店ベースによる

（注）大型小売店販売額は全店ベースによる

	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	年	年	年			
2014年	112.8	1.7%	145.6	4.4%	89.5	▲8.1%	114.9	3.7%	145.4	▲5.8%	
2015年	121.8	8.0%	175.5	20.5%	86.6	▲3.1%	119.2	3.7%	186.8	28.5%	
2016年	121.7	▲0.1%	172.5	▲1.7%	83.9	▲3.1%	124.6	4.5%	154.4	▲17.3%	
2017年	2	133.2	10.6%	202.8	20.8%	85.1	▲2.7%	133.7	15.7%	167.1	▲13.6%
	3	137.2	14.0%	204.8	19.6%	85.4	▲0.6%	133.5	12.0%	170.6	▲13.6%
	4	132.7	16.0%	201.3	29.4%	82.6	▲0.1%	127.1	7.5%	175.3	▲9.7%
	5	130.1	10.3%	194.1	15.5%	83.0	▲1.4%	130.5	8.6%	180.1	▲7.3%
	6	132.4	9.8%	192.3	14.9%	82.9	▲1.9%	136.6	9.3%	173.5	▲6.7%
	7	128.0	10.7%	189.9	15.9%	80.9	▲1.1%	128.8	5.2%	174.1	▲4.5%
	8	136.1	8.6%	211.0	20.7%	82.8	▲1.6%	140.2	2.5%	170.4	▲1.7%
	9	135.5	9.0%	212.0	19.9%	82.1	0.1%	131.4	2.5%	171.5	1.3%
	10	138.7	13.3%	212.7	23.3%	81.9	0.2%	136.0	9.2%	176.2	6.3%
	11	141.2	8.8%	218.1	16.0%	83.2	0.0%	140.5	6.8%	173.9	7.5%
	12	140.6	8.3%	227.8	19.2%	82.6	▲0.5%	138.0	4.4%	176.3	10.0%
2018年	1	142.6	5.0%	234.3	11.8%	84.9	▲1.3%	135.8	5.9%	178.1	10.2%
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。											

（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		
2014年	3,495	▲21.3%	2,213	▲28.0%	940	1.6%	323	▲25.6%	201,771	5.2%	
2015年	3,911	11.9%	2,330	5.3%	1,202	27.9%	374	15.8%	195,224	▲3.2%	
2016年	4,029	3.0%	2,491	6.9%	1,133	▲5.7%	396	5.9%	188,983	▲3.2%	
2017年	2	244	9.9%	159	▲5.4%	53	152.4%	32	▲3.0%	15,461	▲8.0%
3	407	▲2.6%	251	▲1.2%	121	▲4.7%	34	▲2.9%	16,105	▲3.6%	
4	263	▲21.0%	190	▲17.7%	41	▲52.3%	32	100.0%	15,833	0.2%	
5	339	▲17.3%	241	▲3.6%	68	▲50.4%	29	26.1%	15,184	0.2%	
6	396	10.0%	257	8.4%	105	25.0%	33	▲15.4%	15,663	0.1%	
7	362	4.0%	211	▲8.3%	128	106.5%	23	▲58.2%	15,306	▲1.9%	
8	322	▲13.7%	190	▲12.0%	106	▲13.8%	24	▲27.3%	15,390	1.9%	
9	245	▲38.9%	168	▲24.0%	46	▲68.7%	31	▲6.1%	15,991	5.6%	
10	352	2.6%	222	▲1.3%	71	▲19.3%	58	100.0%	16,440	5.6%	
11	437	41.0%	169	▲4.0%	228	150.5%	38	▲7.3%	16,532	3.7%	
12	372	27.0%	165	7.1%	160	58.4%	46	27.8%	15,868	3.8%	
2018年	1	220	▲18.2%	125	▲1.6%	63	▲43.2%	32	3.2%	15,660	1.3%
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	
	m ²	前年比	m ²	前年比	m ²	前年比	m ²	前年比	万円	前年比
	年		年		年		年		年	
2014年	414,130	15.7%	116,277	65.1%	51,525	▲21.8%	40,071	▲45.5%	6,702,161	8.6%
2015年	372,129	▲10.1%	144,774	▲1.3%	67,851	31.7%	67,195	67.7%	7,253,981	8.2%
2016年	295,176	▲20.7%	95,404	▲16.9%	46,330	▲31.7%	58,853	▲12.4%	5,899,095	▲18.7%
2017年 2	53,967	390.3%	23,060	1162.2%	9,458	290.8%	15,739	376.8%	4,000,736	2007.1%
3	18,817	▲17.2%	5,074	▲18.8%	7,151	401.8%	2,537	▲19.3%	327,542	▲14.3%
4	28,430	45.2%	14,048	1035.7%	6,959	68.5%	960	▲81.1%	446,125	▲5.3%
5	23,065	▲28.4%	2,544	▲80.1%	8,442	1.9%	1,966	▲0.7%	350,903	▲32.7%
6	25,232	▲13.2%	3,049	▲75.3%	4,897	6.0%	9,167	158.5%	459,236	▲5.0%
7	23,238	▲31.8%	3,597	▲55.3%	8,723	21.5%	2,565	▲71.2%	354,738	▲33.1%
8	44,862	48.2%	9,202	▲27.8%	9,445	164.6%	9,993	28.6%	627,858	▲25.3%
9	34,872	72.0%	15,959	297.5%	5,003	226.4%	5,245	▲0.1%	618,837	16.6%
10	37,954	17.7%	4,612	▲65.9%	1,762	▲71.6%	8,508	8.5%	1,494,194	133.3%
11	24,102	6.1%	13,877	11.5%	4,431	105.3%	2,725	219.8%	335,562	▲23.0%
12	39,168	13.7%	29,597	195.0%	5,791	76.2%	2,576	▲70.6%	503,147	▲32.6%
2018年 1	19,952	17.2%	8,385	3.8%	7,829	191.1%	1,406	▲60.4%	292,509	▲65.6%
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	前年比	金額		輸出	前年比	輸入	前年比	
			百万円		百万円	前年比	百万円		百万円		
	年度		年度		年度		年		年		
2014年	72	12.5%	17,439	96.4%	45,600	▲18.7%	95,482	▲23.0%	97,850	18.0%	
2015年	57	▲20.8%	83,047	376.2%	38,159	▲16.3%	107,374	12.5%	98,854	1.0%	
2016年	44	▲22.8%	2,959	▲96.4%	26,808	▲29.7%	100,658	▲6.3%	81,930	▲17.1%	
2017年	2	6	▲14.3%	416	▲69.5%	1,883	▲26.9%	7,516	▲8.4%	7,741	29.4%
	3	3	0.0%	224	▲30.4%	2,582	▲33.5%	8,038	▲14.2%	10,180	38.5%
	4	4	0.0%	83	▲52.0%	1,264	▲20.9%	9,001	5.0%	8,397	▲2.2%
	5	6	50.0%	1,004	1109.6%	1,550	▲9.7%	6,768	▲16.1%	8,460	23.1%
	6	3	▲40.0%	112	▲71.4%	2,511	▲16.5%	7,841	▲8.1%	8,027	34.6%
	7	3	▲40.0%	99	▲39.6%	2,014	▲27.3%	8,218	▲8.6%	9,085	20.1%
	8	1	▲80.0%	1,016	▲76.7%	2,525	▲14.6%	8,369	0.5%	8,753	49.7%
	9	3	-	1,030	-	2,712	▲8.9%	8,589	4.8%	7,204	1.5%
	10	4	300.0%	313	255.7%	1,622	▲15.4%	9,064	16.1%	9,015	70.1%
	11	5	66.7%	534	341.3%	1,523	▲11.8%	8,014	0.6%	8,243	18.5%
	12	3	▲25.0%	84	▲85.3%	2,814	23.2%	8,208	▲6.1%	9,313	28.7%
	2018年	1	4	0.0%	195	26.6%	1,621	16.5%	7,726	19.0%	9,997
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 (※2)	完全失業率
	枠類合計		眼鏡枠		眼鏡					
	百万円	前年比	百万円	前年比	百万円	前年比	客数(人)	前年比	倍	
	年		年		年		年		年度	年度
2014年	24,661	11.7%	13,703	6.4%	10,958	19.1%	743,877	1.2%	1.50	2.3%
2015年	26,849	8.9%	14,548	6.2%	12,300	12.3%	898,364	20.8%	1.63	1.7%
2016年	30,005	11.8%	14,575	0.2%	15,429	25.4%	877,863	▲2.3%	1.87	1.6%
2017年 2	2,607	5.4%	1,250	4.0%	1,357	6.7%	63,049	▲15.5%	1.93	1.5%
3	2,850	24.3%	1,423	21.9%	1,426	26.8%	77,349	▲3.7%	1.96	1.3%
4	2,859	1.6%	1,360	2.7%	1,499	0.7%	56,605	▲7.5%	2.01	1.5%
5	2,683	23.4%	1,302	19.6%	1,380	27.1%	58,087	▲9.1%	2.05	1.7%
6	2,672	7.5%	1,271	7.2%	1,401	7.7%	51,864	▲11.8%	2.06	2.0%
7	2,964	19.9%	1,427	16.1%	1,537	23.7%	66,790	▲6.4%	2.07	2.0%
8	2,299	13.6%	1,263	9.6%	1,035	18.8%	102,444	▲6.0%	2.06	1.9%
9	2,573	16.6%	1,387	17.2%	1,185	15.9%	57,501	▲6.4%	2.00	1.6%
10	2,816	0.3%	1,392	6.6%	1,423	▲5.1%	64,072	▲8.7%	1.99	1.3%
11	2,651	▲1.2%	1,437	19.3%	1,213	▲17.9%	78,714	▲1.5%	2.00	1.3%
12	2,975	▲6.2%	1,554	17.4%	1,420	▲23.1%	79,045	▲1.3%	2.00	1.2%
2018年 1	2,606	6.9%	1,343	17.7%	1,262	▲2.6%			2.00	1.2%
資料出所	財務省貿易統計						あわら市役所		福井労働局	県政統計課

（注）有効求人倍率の年度は原数値、月別は季節調整値 （※2）有効求人倍率の2017年12月以前の数値は新季節指数により改訂されています。

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>



経営者・個人事業主のみなさまへ

法人カードはビジネスをトータルにサポートする
信頼と安心のカードです。



経理の合理化・効率化が可能



出張経費に



効率的な資金運用

様々なシーンで業務の効率化が図れます!!



ガソリン代に



仕事とプライベートの切り分けが明確に



接待交際費に

ご利用合計金額に応じてポイントがたまり、ギフトカードなど
バラエティー豊かな商品に交換できます。



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(11)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

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
車輦、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)との合併により
「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

この冬は大雪の影響で物流が寸断されたり、出勤できない方が続出したり、経済活動に大きな影響が出てしまいました。今回、一部ご紹介させていただいた景況アンケートの結果でも大きくマイナスに振れることになりました。

今回の特集記事では、観光産業の活性化に対する福井銀行グループの取組みについて紹介させていただくとともに、昨年実施した福井県立大学の江川講師との共同事業の観光アンケートの結果を報告させていただきました、

福井県などの地方圏は少子高齢化による人口減が予測されていますが、観光産業は地域の交流人口を増加させる有望な産業であることから、全国的に競争が高まってきております。福井県は、何といたっても北陸新幹線の延伸という大きな環境変化を控えていることもあり、地域が一丸となり地域間競争に勝っていききたいものです。

3月に福井銀行、福井キャピタル&コンサルティングは、福井県、県内4信金、福邦銀行、ゆうちょ銀行とともに「ふくい未来企業支援ファンド」を設立し、県内企業のIPO支援を開始しました。その目的は都市圏に進学される学生や就業者のUターンの受皿となる企業群の増大を目指すものです。本号でも昨年の全国のIPOの状況報告をさせていただきましたが、福井県内でも株式上場の機運が一層高まり、上場企業がどんどん増えていくことを期待します。

今年は、例年以上に寒暖の差が激しい春となっておりますので、読者のみなさまにおかれましてはお体には十分ご注意くださいと思います。

(松浦)

Fukugin JOURNAL

2018 年 桜花号 Spring / 2018 年 4 月発行

発 行 株式会社福井銀行
編 集 株式会社福井キャピタル&コンサルティング
〒918-8001
福井県福井市つくも1丁目4-7
TEL (0776) 43-1120

スタッフ

編 集 長 松浦 忠義 (福井銀行)
副編集長 前田 英史 (福井 C & C)
編 集 高原 潤弥 (福井 C & C)
西川 佳宏 (福井 C & C)
藤田 あさ香 (福井 C & C)
編集補助 北川 卓 (福井 C & C)
松村 恵利子 (福井 C & C)
写真 (表紙、P28 左上、P30-31、P32-33)・イラスト・誌面構成
南部 朱里 (福井 C & C)

※本誌は既刊号全文を PDF ファイル形式で株式会社福井銀行ホームページ上に掲載しておりますので
ご利用ください。

※本誌掲載の写真・図版・記事などを無断使用・転載・複製を禁じます。



福銀ジャーナル 2018年4月 桜花号

発行：株式会社福井銀行

編集：株式会社福井キャピタル&コンサルティング

