

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポートVol.1】

【後編】事業成長につなげるDXとは

～DXに取り組むためのステップと心構え、行政機関の支援～

【調査レポートVol.2】

若者の愛媛への回帰志向を高めるために

～県内高校生4,901人のアンケート調査から～



いよぎん地域経済研究センター
IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER, INC.

5

2024

No.431

- 01 | **【視点】**
一歩先を見据えた事業者の皆様への支援 ～地域経済の益々の発展に向けて～
財務省四国財務局 局長 / 児玉 光載
- 02 | **【調査レポートVol.1】**
【後編】事業成長につなげるDXとは
～DXに取り組むためのステップと心構え、行政機関の支援～
- 10 | **【調査レポートVol.2】**
若者の愛媛への回帰志向を高めるために
～県内高校生4,901人のアンケート調査から～
- 20 | **【compass】**
量的質的金融緩和解除
慶応義塾大学経済学部教授 株式会社いよぎん地域経済研究センター顧問 / 白塚 重典
- 21 | **【データよもやま話】**
若者に実体験を通じたキャリア形成支援を
～高校生の意識調査の国際比較から～
- 22 | **【素顔のニューリーダー】**
川崎化工株式会社 代表取締役社長 / 川崎 功雄 氏
ヤングドライグループ 常務取締役 / 木村 祐亮 氏
- 24 | **【ベトナムだより】**
ベトナムのキャッシュレス事情
- 26 | **【経営・実務Q&A】**
税務編 イノベーションボックス税制について
酒井啓司税理士事務所 税理士 / 酒井 啓司
法務編 フリーランス・事業者間取引適正化等法
弁護士法人たいよう 弁護士 / 林 寛大
- 28 | **【地銀9行連携レポート】**
道内農業に新風。広がる“サツマイモ産地化”の動き
～株式会社HAL GREENによる取り組み事例を交えて～
- 30 | **【愛媛県経済の動き】**
- 34 | **【地場産業の景気天気図】**
- 36 | **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: 陽光を浴びて
(大洲市平野町
「日浦ツツジ園」)
撮影: 武井 寛喜

視点

POINT OF VIEW



一歩先を見据えた事業者の皆様への支援 ～地域経済の益々の発展に向けて～

財務省四国財務局
局長 児玉 光載

新型コロナ禍から社会経済活動の正常化が進んできました。四国財務局松山財務事務所が愛媛県内の企業を対象に調査した法人企業景気予測調査(令和6年1～3月期)では、前3ヵ月と比べ景況が「上昇」したと答えた企業の割合から「下降」したと答えた企業の割合を差し引いた指数は、1～3月期に一旦下降超($\Delta 2.8\%$ ポイント)となったものの、4～6月期には、旅行需要などの増加から再び上昇超(0.9% ポイント)に転じる見通しとなっています。ただし、人手不足や物価高等の動向には引き続き注視が必要です。

景気の持ち直しを持続させていくには、継続的な賃上げ、人への投資が鍵になっていくと考えています。四国財務局が四国に拠点を置く企業に対して今春の賃上げ状況を調査したところ、ベアと定期昇給分を合わせた引上げ率は「5%以上」と「3～4%未満」の回答が最も多く(同数)、前年最も多かった「2～3%未満」を上回っており、継続的な賃上げの動向を裏付ける形となっています。

こうした中、コロナ禍に事業者を支援した、いわゆるゼロゼロ融資の返済が、本年4月に最後のピークを迎えます。多くの事業者は、元金完済や約定通りの返済となっている一方、一部には、資金繰り支援にとどまらない支援が必要な先も見受けられます。政府は、官民の

金融機関や各県の中小企業活性化協議会、信用保証協会等の事業者支援機関に対し、事業者の実情に応じて、一歩先を見据えて、経営改善や事業再生等の支援を先延ばしせずに取り組んでいくことを依頼しています。そのためには、金融機関をはじめ事業者の支援機関や財務局、経済産業局等の行政機関等が、一層連携を強化して、事業者の状況を的確に把握し、支援していくことが重要です。四国財務局は、事業者の方々や地域金融機関、支援機関等と、現状と課題等について意見交換を繰り返し行っており、引き続き、各支援機関等と連携し、より有効な策を講じていきたいと考えています。

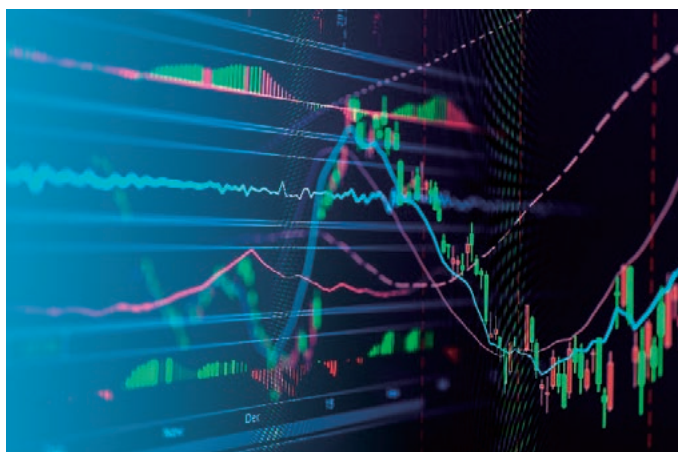
なお、金融機関に対しては、事業者への融資に際して、経営者個人からの保証徴求を安易に行うことなく、個人保証契約を締結する場合には、その必要性等を適切に説明していく、「経営者保証ガイドライン」の主旨徹底を求めています。

事業者の皆様におかれましても、こうした取り組みを御承知おき頂き、身近な金融機関や支援機関と一層関係を密にして、積極的に御相談くださいますようお願いいたします。

四国財務局は、今後とも事業者の皆様、ひいては地域経済の一層の発展に努めていきたいと考えております。

【後編】事業成長につなげるDXとは

～DXに取り組むためのステップと心構え、行政機関の支援～



レポートの構成

1月号(前回)

1. DXとは
2. “2025年の崖”による損失は年間最大12兆円
3. 日本の取組は遅れている
4. 中小企業の取組状況からみる課題

5月号(今回)

5. DXを効果的に進めるための基本ステップ
6. DXをうまく進めるための心構え
7. 行政機関の企業へのDX支援

前回のおさらい

前回(2024年1月号)は、DXの概要と日本の取組状況、DX推進の阻害要因などを整理した。

DX推進の阻害要因

	経営者のデジタル知識不足 最終的にDXの取組を決断するのは経営者。経営者自身のデジタルの知識が不足している、また「周りがやっているから」といった流行に乗るだけの姿勢では進まない。
	コンセプト不足(成長戦略が描けていない、もしくは間違っている) DXは、企業が成長するための1つのツールであり、成長に向けた戦略がなければ無駄になる。過去に成功している企業ほど、その成功体験に縛られ、未来に向けた戦略が描けない状況に陥りやすい。
	形から入る(システム導入ありき、委員会やプロジェクトを立ち上げるだけ) システムを導入することで満足する、またはDX推進のための委員会やプロジェクトを立ち上げるだけで終わってしまうケースが多い。どんな取組をしているのか、担当者以外は分からない状態では頓挫してしまう。
	現状に甘んじる勢力や態度(変わりたくない人の圧力) 現状に甘んじる、変わりたくないという抵抗勢力は一定数存在する。全社的な取組にするには、こうした勢力を巻き込む、引っ張っていく力が必要となる。
	投資しない(ヒト・モノ・カネを投入しようとせず実装にいたらない) DXをコストととらえてしまうと、資源の投入に躊躇してしまう。企業を成長させるための“投資”ととらえて、ヒト・モノ・カネを適正に投入することが求められる。

今回は、企業がDXを効果的に進めるための基本的なステップと愛媛県の支援策を、事例を交えながら紹介する。

5. DXを効果的に進めるための基本ステップ

DXを効果的に進めるためのステップは、大きく次の6つが考えられる。

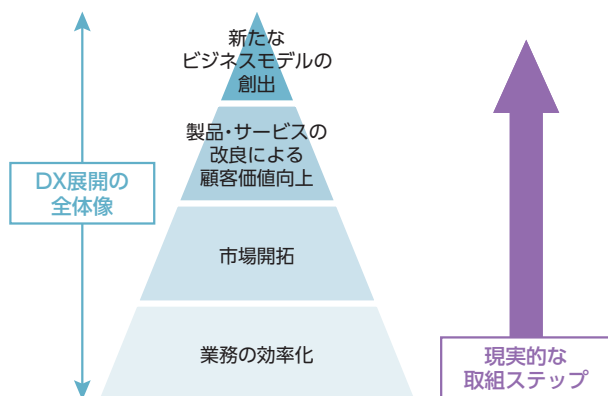
- ① 中長期的なビジョンで取組計画を具体化
- ② 経営層の関与とリーダーシップ
- ③ 業務プロセス・データ把握
- ④ デジタル技術の選定・実装
- ⑤ データの活用と分析
- ⑥ 結果の評価・改善

① 中長期的なビジョンで取組計画を具体化

DXの推進には、経営層を中心とした全社的な取組姿勢が大切だ。そのためには、「何からやるか」の前に「DXを通して、自社が何を実現するのか」といった中長期的なビジョンを全社員と共有しておくことが求められる。

次に、このビジョンに到達するために、何を・いつまでに・どのような方法で実施するのか、取組の計画を具体化させていく。また、DXは企業変革をもたらすことから、中期経営計画などといった経営戦略とも整合性をとっておくことが理想だ。

▶ [図表－1] 中長期的なDXの展開イメージ



しかし、中長期的なビジョンから取組計画を具体化できる企業は少ない。図表－1の青色のベクトルで示す「業務の効率化」から進めていく方が多くの企業にとっては現実的だろう。まずは自社の業務内容やワークフローの棚卸を行い、どの程度デジタルを活用できているか把握することだ。部門に

よってバラツキがあるのであれば、そこも正確に捉えたうえで全体が最適となる取組の計画を立て、段階的に進めていくことが望ましい。また、「業務の効率化」から「新たなビジネスモデルの創出」に至るまでのペースは企業によってさまざま。業務効率化だけでとどまってしまう企業もあるかもしれないが、それでも自社の経営効率化に役立つのであれば問題ない。「DXは難しくて分からない」と構えるのではなく、まずは着手することが最も重要だ。

② 経営層の関与とリーダーシップ

経営層自身にDXの知識や理解が乏しいと、プロジェクトの実施や具体的な計画の策定を現場やプロジェクトチームに丸投げする傾向がある。しかし、現場サイドもDXに関する知識や経験が限られるため、適切な戦略の策定や実施ができず、プロジェクトが停滞してしまうケースが多い。

DXは全社的な変革を伴うため、経営層の関与とリーダーシップが欠かせない。経営層はDXの重要性を理解し、その推進に向けた意思決定を行う責務がある。DXのビジョンを共有し、その重要性やメリットを社内外に伝えることが重要だ。また、経営層が自らデジタル技術やツールを積極的に活用し、変革の先頭に立つ。トップのこうした姿勢を見せることが、組織内の意識や文化を変えることにつながる。

また、現場サイドへの適切なサポートも経営層の重要な役割だ。現場サイドのニーズや課題を把握し、必要なトレーニングや教育プログラムを提供し、プロジェクトを成功に導くための基盤を整えるステップとしたい。



現状を“よし”とする抵抗勢力で 取組が頓挫

食料品製造業A社は、DXプロジェクトを開始し、生産プロセスのデジタル化や業務効率化を目指していた。しかし、一部の社員は現在の業務プロセスに慣れ親しんでおり、変化を嫌う傾向があった。彼らは既存の作業方法やシステムを“よし”としており、新たなプロジェクトに対し消極的な態度を示した。プロジェクトメンバーも、経営層と変化を嫌う社員との板挟みになり、取組は頓挫した。(次頁へつづく)

【教訓】

社員の抵抗を乗り越えるためのアプローチ

●コミュニケーションと意識改革

経営層は、社員とのコミュニケーションを重視し、プロジェクトの目的や利点を明確に伝える。例えば、「生産性向上のため」と伝えるよりは「今の仕事を楽にするため」と伝えた方が抵抗は軽減するかもしれない。

●成果の可視化と報酬体系

プロジェクトの進捗や成果を可視化し、社員に対して成果に基づいた報酬や評価を伝えることで抵抗感を少なくできる。

●透明性と参加型の意思決定

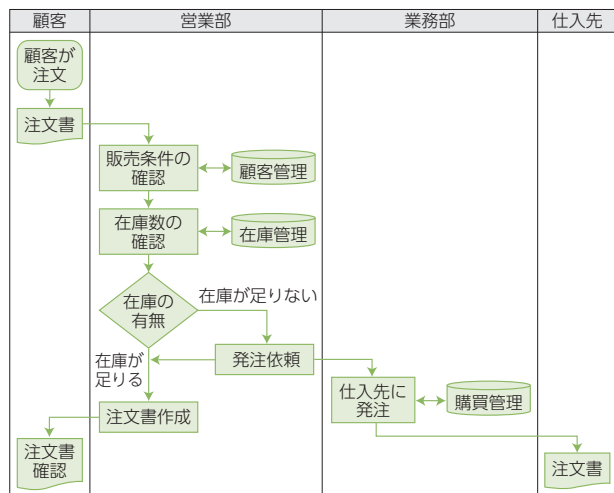
プロジェクトチーム立ち上げ前から、社員に対してプロジェクトの方針を説明し、進捗、意思決定に参加する機会を与える。プロジェクトに共感してもらい、主体的に参画できる環境を整えることが重要だ。



03 業務プロセス・データ把握

次に、業務プロセスを把握し、現行のプロセスと課題を可視化する。プロセスの改善や、自動化の余地を見極めるステップになる(図表-2)。

▶【図表-2】業務プロセスの可視化イメージ



そして、企業内に存在するデータの種類、量、正確さを把握する。データの収集方法や保管場所、利用可能なデータを分析して取捨選択し、データの価値を最大化するための戦略を立てることが重要となる。図表-3で、飲食店を例にしたデータの利活用の方向性を示す。

▶【図表-3】飲食店を例にしたデータ利活用と分析

利用するデータ	分析内容	データ価値最大化の戦略	効果
●過去の売上データ 時間帯別売上 メニュー別売上 (日次・週次・月次)	売上の季節性や傾向	需要予測	売上増加・ 経費削減 (効率改善)
●マーケティング活動データ 広告の実施日 販促活動の種類 クーポン等の利用状況	マーケティング活動と売上の関係性		
●外部要因データ 天候 休日・祝日 イベント日程 競合他店の活動	外部要因と売上の関係性		
●顧客データ 購買履歴 顧客の属性情報 顧客のフィードバック (口コミ)	顧客の行動や嗜好	需要予測にもとづいた適切なオペレーション	
●在庫・仕入データ 残量 回転率 仕入量 仕入先の納期	売上と仕入の関係性		
●人員データ 人員数 勤務時間 勤務時間帯	繁忙日(時間)と人員の関係性		

04 デジタル技術の選定・実装

業務プロセスとデータを把握した後、適切なデジタル技術を選択し、実装する。実装にあたっては、以下のポイントを押さえておきたい。

A. デジタル技術の評価

DX投資では、システムの「機能」に着目しがちだが、ツールを利用する現場のユーザーは必ずしもそうとは限らない。現場ではどんな課題を抱えていて、どんな機能を欲しているのか、対象者にヒアリングをして実装するデジタル技術を整理する必要がある。そのなかから、SNSやクラウド、AIやIoTなど自社に最適なデジタル技術の評価・選択すると良いだろう。

B. 導入計画の策定

フェーズごとのスケジュールや予算、人材配置など社内のリソースを明確にし、段階的に実装していく。

C. トレーニングとサポート

導入に伴い、デジタル技術の習得や変化への適応をサポートし、社員のスキルアップを促すことが求められる。取材のなかで、社員のデジタルリテラシーを測定し、e-learningなどを活用してスキルの底上げを図る企業も見受けられた。

また、このステップでは既存システムと新システムを併用することが多く、新システム導入から半年程度は社員の負担が大きくなりやすい。経営層は、社員へのケアを心がける必要がある。

⑤ データの活用と分析

DXの成功には、データ活用と分析がカギとなる。

企業内の顧客データ、取引データ、マーケットデータなど、重要なデータを統一した形で管理を行う。図表－3の飲食店の例で挙げたデータも、それぞれ独立したシステムでなく、連携もしくは一元管理の方が良い。顧客の行動やニーズを含む需要予測と、需要予測にもとづいた適切なオペレーション(在庫・仕入・人員配置など)を、短時間かつ高い精度で分析でき、売上増加や経費削減につなげることができるためだ。

これにより、さらなるビジネスの改善や新たな戦略の立案に資する情報をつかみ、事業の成長につなげていくことが望まれる。

【コラム】クラウド活用でDX推進

クラウドシステムは「DX化の第一歩」とも言われ、スモールスタートの有効な手段として多くの企業が活用している。主な理由は、次の5つが挙げられる。

理由1 情報共有の円滑化

クラウドを導入していない場合での情報共有は、デスクトップ上やUSBに保存したデータをメールに添付してデータ共有することになり、作業効率が悪い。クラウドであれば、情報共有はリアルタイムで行え、デスクトップやUSBでデータを保存する手間もなくなるため、安全性も向上する。

理由2 低コスト

クラウドの料金体系は、基本的にサブスクリプションを採用しており、1回に払うコストを大幅に抑えることができる。

理由3 導入までのリードタイムが短い

クラウドは、インターネット環境と端末さえあれば、すぐに利用を開始できる。また、利用をやめる時も契約を終了するだけで、システムの除却作業なども不要となる。

理由4 保守・メンテナンス不要

導入後は、クラウドの運営会社が保守・メン

テナンスを行うため、導入企業に手間がかかることはない。

理由5 柔軟性が高い

クラウドサービスは、幅広い機能の中から使用したい機能や容量を選択できる柔軟性がある。例えば、サービスの利用が急増する期間のみ容量を増やす機能を追加するなどの対応ができる。

クラウドはとくに、経理・人事・総務などのバックヤード部門で、業界を問わず利用できる設計のものが多いため、メリットも大きい。



⑥ 結果の評価・改善

最後に、プロジェクトの進行状況や成果を定期的に確認し、導入されたデジタル技術が期待通りのパフォーマンスを発揮しているか、成功度合いを評価する。その評価やフィードバックをもとに改善点を把握し、改善を行うサイクルを繰り返していく。

6. DXをうまく進めるための心構え

ここまで基本ステップを紹介したが、DXを進めるうえで心がけておきたいことを述べる。

① “業界のあたりまえ”の打破と“危機感”を持つこと

各業界にはそれぞれ特有のしきたりや慣習がある。DXの取組が進んでいる企業で共通するのは、こうした“業界のあたりまえ”に風穴を開けていることだ。これには、外からの視点が不可欠だ。

8頁で紹介している浅川造船株式会社の浅海正明取締役はIT企業からの転身者で、紙ベースでの仕事の進め方に違和感を持っていた。9頁の眞鍋一成社長(株式会社マルブン)は、IT知識は豊富ではなかったが、さまざまな展示会やセミナーに参加することで異業種の人脈を広げ、業界外の視点からの情報や意見を多く吸収している。

また、危機感を持たなければ組織を変革していくことは不可能だろう。人材確保を例に挙げると、「人材不足のなか、このまま流出に歯止めがかからず補充もできない場合、事業は続けられるのか」と

いった視点だ。この視点から「足りない部分はデジタル技術で補おう」という意識が働くかどうかポイントになる。

② スモールスタートでスパイラルアップ

大規模なシステムを導入して終わり、ではこれまでのレガシーシステムと同じで根本的な解決にはならない。DXに取り組むにあたっては、前頁で紹介したクラウドシステムなどを活用して、費用や範囲を抑えたスモールスタートを切ることが望ましい。効果を実感したうえで、その時々に合わせてシステムを改善・アップデートさせていく方が、“宝の持ち腐れ”にならず取組がうまくいく可能性は高い。

③ 短期的な成果を求めない

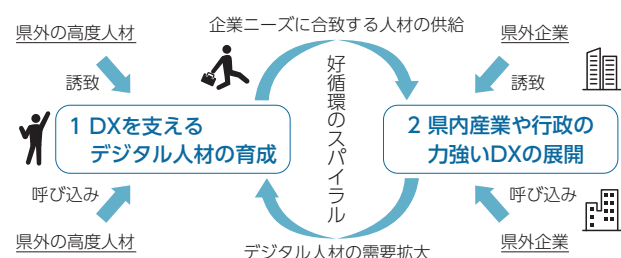
システムを導入すればすぐ効果や成果が上がるはず、という感覚に陥る経営層は多い。しかし、従業員がそのシステムに慣れるまでには相応の時間が必要だ。また、運用開始後、一定量のデータが集まらなると分析もできず対策も講じられない。浅川造船やマルブンも、スタートから3～5年かかって今がある。

システム投資は「人材への投資」と同じだ。長期的スパンで、改善と投資(人材でいう育成)していくことを心がけたい。

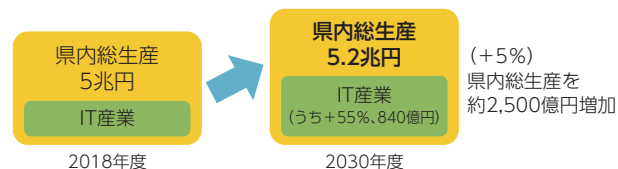
7. 行政機関の企業へのDX支援

① 県による支援

県は、2022年に「あたらしい愛媛の未来を切り拓くDX実行プラン」を公表した。プランでは、①DXを支えるデジタル人材の育成、②力強いDXの展開を行い、それらを連携・協働につなげるための方向性が示されている。



そして、30年度までに『DXを支えるデジタル人材の1万人輩出』と『1人あたり県民所得300万円への引上げ』を目標に掲げる。



24年度も、DXの推進を重点施策の1つに掲げて予算を編成しており、企業のDX支援に関連する事業は図表-4の通りとなる。

▶ [図表-4] 県の主なDX関連支援策(2024年度)

産業のDX

- DX導入に向けた課題解決支援(産業創出課)
- DX認定取得に向けた伴走支援(産業創出課)
- 産業DXモデル創出支援事業費補助金(産業創出課)
- トライアングルエヒメ推進事業(デジタルシフト推進課) など

デジタル人材の育成

- 経営層対象リスキリング推進セミナー(産業人材課)
- 社内人材リスキリング方針作成支援アドバイザー派遣(産業人材課)
- 社内人材リスキリング費用の補助(産業人材課) など

② 各種行政機関による補助金などの支援

企業がDXに取り組むうえでは、大なり小なりコストがかかる。負担を軽減するためにも、企業は各種行政機関の補助金を活用すべきだろう。図表-5に補助金の一部をまとめている。ただし、新年度の予算編成により、中止あるいは事業名や要件が変更となっている可能性があるため、詳細は各公式ホームページを確認してもらいたい。

また、中小企業基盤整備機構では、「IT経営簡易診断」を行っている。専門家との面談を通して経営・業務課題を整理、可視化するサービスを無料で提供している。ほかにも、同機構が運営する「J-Net21」では、DXはもちろん、それ以外のテーマのセミナーや補助金などの支援情報が網羅されているので、チェックをお勧めする。

▶【図表－５】主な補助金制度(今後の予定を含む)

実施機関	補助事業名	最大補助額	最大補助率
経済産業省	省人化・省力化補助金	1,500万円	2分の1
中小企業庁	IT導入補助金	—	—
	通常枠	450万円	2分の1
	インボイス枠 インボイス対応類型	350万円	5分の4
	インボイス枠 電子取引対応類型	350万円	3分の2
	セキュリティ対策推進枠	100万円	2分の1
	複数社連携IT導入枠	3,000万円	5分の4
	ものづくり・商業・サービス補助金	—	—
	省力化(オーダーメイド枠)	1億円	3分の2
	製品・サービス高付加価値枠(通常類型)	2,250万円	3分の2
	製品・サービス高付加価値枠(成長分野進出類型)	3,500万円	3分の2
愛媛県	産業DXモデル創出事業補助金	1,500万円	3分の2
	社内人材リスクリソング実践支援補助金	45万円	2分の1
	IT人材獲得補助金 実施主体: (公財) えひめ産業振興財団	100万円	2分の1
松山市	松山市DX推進補助金('23年度実績)	200万円	2分の1
	松山市デジタル化推進補助金('23年度実績)	50万円	2分の1
新居浜市	新居浜市デジタル化支援事業補助金	20万円 (事業費下限:50万円)	—

資料:各ホームページで公開されている情報をもとにIRC作成

IT経営簡易診断ページ



J-Net21の支援情報ページ



まとめ

本号で紹介したステップは、改善と進化を続けるPDCAサイクルで行うもので、企業が自社のビジネスをデジタルで進化させるうえでの基本的な道筋となる。

しかし、今後の事業継続における危機感や、業界特有の慣習を打破しようという意気込みがなければ、いずれDXの取組は立ち行かなくなる。

前回も触れたが、自社において変革をもたらすデジタル・ITがDXととらえ、できる(今の仕事を楽にする)ことから始めてもらいたい。変革を伴う際には、抵抗勢力が少なからず存在するが、マイナスの反応が生じるのは「変化している」ことの証左でもある。抵抗勢力の存在をプラスととらえ、次頁

の事例のように、DXに取り組むことで小さな成功体験を積み重ねてもらいたい。そして、DXを通して県内企業が成長していくことを期待する。

(福田 泰三)

いよぎんデジタルソリューションズの伴走支援

いよぎんデジタルソリューションズ(IDS)は、伊予銀行で提供していたICTコンサルティング業務を引き継ぐ形で2023年4月に設立された。

【業務内容】

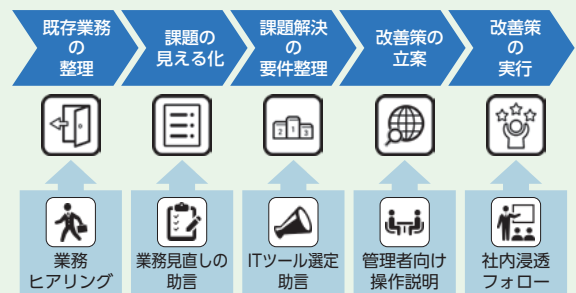
- コンサルティング
- アプリ開発・販売・保守 など

【コンサルティングの流れ】

企業の顧客管理や案件管理といったフロント業務から、経理・会計や勤怠・人事労務といったバックヤード業務まで、DX実現に向けた伴走支援を行っている。

企業訪問による現場調査、社員へのヒアリングで課題を分析。課題を一覧化し、優先順位を検討してツール選定の助言を行う。ツール実装後も、社内浸透や改善策立案などをフォローすることがIDSの支援の主な流れだ。

IDSの支援スキーム



いよぎんグループ一体で支援する体制により、これまで200先を超える支援を行ってきた。DXの取組で困ったことがあれば、IDSを活用したい(銀行担当者を通じての相談も可能)。



IDSホームページ



【取組事例①】 国の“お墨付き”でDXの取組が加速 ～浅川造船 株式会社(今治市)～

【事業概要】造船業(ケミカル船建造) 本社工場:新造船建造、修繕 東予工場:船体ブロック製造、組立

【少ない予算のなかでスモールスタート】

造船業界は、他の産業に比べてデジタル化が遅れているといわれる。IT業界から転身した浅海正明取締役は、業界の常識にとらわれず、デジタル技術を活用してビジネスプロセスを変革することが必要だと考えていた。中期経営計画でIT化をテーマの1つにしていたものの、最優先課題ではなかった。

少ない予算のなか、2021年に設計部で『kintone』を導入し、自社でアプリを開発。自社サーバ内に分散していたデータを集約、一元化し、現場との不具合管理

などに利用した。使い勝手の良さを経営層も実感、徐々にDXに向けた意識が浸透し始めた。

【国の“お墨付き”で取組が加速】

2022年、国交省が開始した「革新的造船工程高度化補助事業」に応募し、採択された(2023年度も採択)。同時期に、経産省の「DX認定制度」にも造船業界で初めて認定。取引先などからの想定以上の反響を肌で感じ、従業員や経営層のDXに向けた意識が高まり、取組が加速している。

●2019

- 経営戦略室設置
- 中期経営計画策定

●2020

- ソフトウェア活用状況などを整理するも導入には至らず

●2021

- 設計部を中心に『kintone』導入

●2022

- 国交省「令和4年度革新的造船工程高度化補助金」採択
- 経産省「DX認定制度」事業者認定
- DX戦略策定
- DX推進室設置

●2023

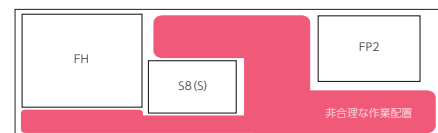
- 国交省「令和5年度革新的造船工程高度化補助金」採択
- 愛媛県「令和5年度愛媛県産業DXモデル創出事業費補助金」採択

【工場の見える化と工程計画の高度化】

国交省の補助事業で完成したものの1つが、工程の進捗の見える化だ。船体ブロック製造は、鋼材を切断し、ブロックの細かい部品を製作する「内業」「小組立」「中組立」「大組立」など、工程が多岐にわたる。どこかの工程で手戻りが生じると、全体の作業が遅れる。納期に間に合わなければ多大な損失になるため、全体の工程管理は非常に重要だ。

東予工場では従来、紙で提出された日報で各工程の進捗を確認していたが、労務担当者が日報をPCに打ち込む必要があり、全体の進捗を確認できるのは実際の作業日から数日後だった。そこで、当社は新システムを導入。工程ごとの1日の目標と達成率、全体の進捗状況をリアルタイムで確認することが可能となった。これにより、作業ロスが軽減されるようになった。

また、ブロックの組立工程において、ブロックを空いている場所に置く必要があるが、置場がなく次の作業に着手できない事態が発生していた。そこで、ブロック置場の最適化と人手の山谷を平準化するシステムを開発し、運用している。



船体ブロックの置場に苦慮



【取組事例②】 勘と経験のマネジメントから脱却 ～株式会社 マルブン(西条市)～

【事業概要】外食レストラン(主にイタリアン)
店舗数:松山3、西条1、新居浜1

【外食業界および当社の課題】

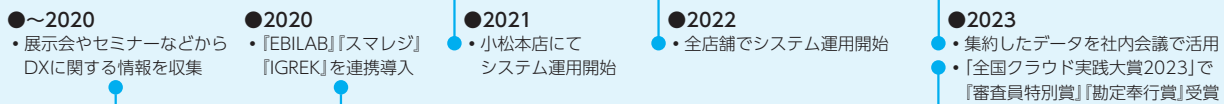
1990年代までは花形産業ともてはやされた外食業界だが、近年では生産性が悪い、給料が安いなどマイナスのイメージが強まっている。当社も例外ではなく、人手不足、人件費・食材費の高騰、IT化の遅れなど解決すべき問題が山積していた。

そこで当社は、デジタル技術を活用して面倒な業務を取り払い、生産性の向上を目指した。

【フェーズを分けてスタッフ全員で取組】

システム導入当初は、スタッフから「システムを使いこなせない」「データが多すぎて分からない」などの不満が挙がっていた。そこで、当社ではフェーズを分けて取組を進めることとした。

最初は、スタッフが見るデータを来店者数や売上だけに限定、慣れた段階でAI予測やお客アンケートの結果を分析し、最終的にデータ分析を行うという具合だ。ハード面でも、1年目は1店舗のみの試験導入、2年目に全店舗導入と段階を分けて進めた。そして3年目で初めて、集約したデータを社内会議で活用するようになったという。



【“面”を意識したシステム連携】

眞鍋一成社長はIT知識が豊富なわけではなく、さまざまなセミナーや展示会で情報収集し、自社に合うシステムを検討。異なる3社のシステムを2020年12月に導入した。タブレット端末や来店客のスマホからのオーダーシステム、レジ・POSシステム、来店客数・売上予測などのAI分析システムをそれぞれ異なる3社から導入した。独立した“点”のシステムだと、それぞれのデータ収集・整形・加工作業で人が介することになり、非効率的だ。当社の取組は、3システムを連携させた“面”で一括管理できるようにし、人の介入を排除したことがポイントだ。23年12月には、タイムカード機能を連携させ、スタッフのシフトや人件費計算なども自動化された。



【連携なし】

それぞれのデータを収集・整形・加工する必要があり手間



【連携あり】

システム連携で人の介入を排除



【労働環境が目に見えて変化】

予測システムの精度は90%以上で、眞鍋社長の勘と経験よりも正確だったそうだ。今では「この日は来店客が多そうだから、食材発注や仕込みの量を増やそう」など、データをもとにスタッフ自身が考え、自主的に動くようになっている。

また、スタッフの労働時間は1日平均約1時間短縮、店舗スタッフ1名減での営業、人時売上20%アップなど目に見える効果があがっている。

昨年には、DXが難しいと言われた外食産業で取組が進んでいることや、全社員を巻き込んで取り組んでいることなどが評価され、「全国クラウド実践大賞2023」で『審査員特別賞』と『勘定奉行賞』を受賞した。



「全国クラウド実践大賞2023」の授賞式

【今後の展望】

現在は、食材発注業務の改善に向けたシステム実験をするなど、絶えずDXのスパイラルアップを図っている。眞鍋社長は「外食産業を以前のような花形産業に戻すためのロールモデルになりたい。外食産業が復活すれば、地場の一次産業活性化にも貢献できる」と話す。

若者の愛媛への回帰志向を高めるために

～県内高校生4,901人のアンケート調査から～



各校へのインタビューの様子(左:今治西高等学校、右:宇和高等学校)

要旨

- 01** 愛媛の総人口は、1985年の約153万人を境に減少へ転じ、2023年には130万人を割り込んだ。少子高齢化に伴う「自然減」に加え、県外への転出超過による「社会減」も人口減少に歯止めがかからない大きな要因となっている。
- 02** 若者の県外流出をできるだけ食い止めるという観点から、進路選択を控える県内の公立高校2年生および中等教育学校5年生に対し、愛媛への愛着や高校卒業後の進路、仕事に関するアンケートを実施した。
- 03** 将来の居留意向について、「ずっと住み続けたい」「一度県外へ出て、愛媛に戻って住みたい」という定住/回帰志向を持つ生徒は5割を超える結果となった。
- 04** 高校生が将来の居留意向を考える際の判断要素を明らかにするため、ヒアリングを行ったところ、「将来的な愛媛での生活や仕事をイメージできること」が挙げられた。
- 05** 人口減少対策において、愛媛での生活や仕事のイメージを明確に持った県内志向の生徒を増やすことは有効である。そのためには、地道ではあるが、若者が県内にいるうちに地域とつながりを持ち、年を重ねても変わらず関係性を持続けるという長期的なアプローチが必要だと考える。

【はじめに】

県外への人口流出が深刻化する地域社会が存続するためには、将来的に若者が育った地域に戻ってくることが、大きな意味を持つ。多くの若者は、高校卒業後の進路選択が分かれ道となり、地元を離れるかどうかを迫られる。そうした進路選択を控えた高校生が将来をどのように考えているのかを知ることが、県外流出を可能な限り抑えるための解決の糸口になるのではないだろうか。

今回は、県内の公立高校2年生および中等教育学校5年生を対象としたアンケート調査と、私立・専門学校を含む38名の生徒へのヒアリング調査に基づき、愛媛への回帰を促す要因を分析し、地域社会が目指すべき方向性をレポートする。

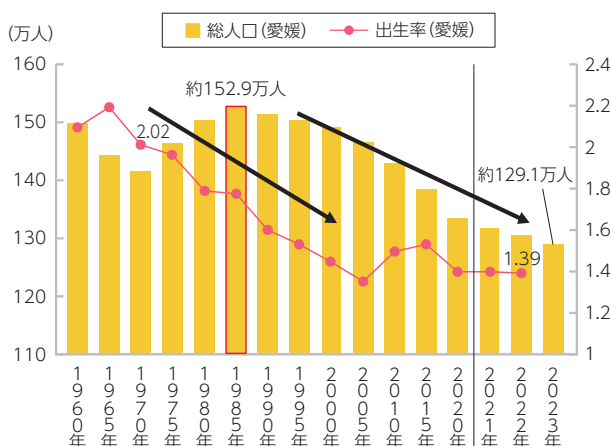
1. 愛媛の人口減少の現状

① 2050年には約94万人に

愛媛の総人口は、1985年の約153万人を境に減少へ転じ、2023年には130万人を割り込んだ(図表-1)。国立社会保障・人口問題研究所によると、2050年には約94万人にまで減少すると見込まれる。

参考指標の1つである合計特殊出生率の推移(以下、出生率)をみると、現在の人口を維持するために必要とされている2.07を1970年に割り込んでいる。その後の出生率に大きな改善はみられず、少子化がさらなる少子化を引き起こす悪循環に陥っている。人口減少は構造的問題であり、このまま何も対策を講じなければ、愛媛の総人口は加速度的に減り続ける。

▶ [図表-1] 愛媛の出生率と総人口の推移 (1960年~2023年)



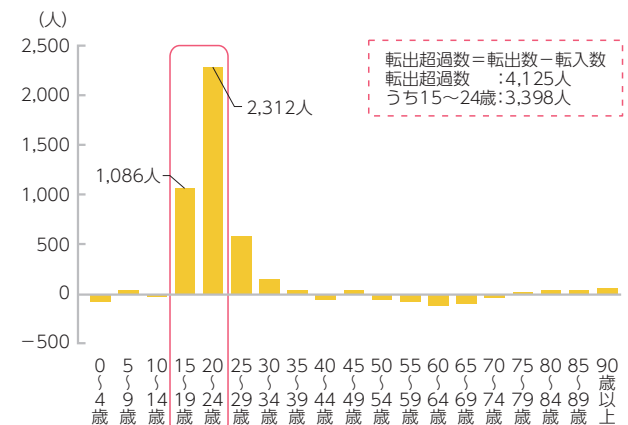
資料: 国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集」、厚生労働省「人口動態統計」、総務局統計局「国勢調査」、愛媛県「推計人口調査」

注: 合計特殊出生率とは、ある年の15~49歳の年齢別出生率を合計したものであり、一人の女性が一生の間に生む子どもの数を表す。

② 年間3,398人の若者が県外に流出

年齢階級別に2023年の転入・転出の動きをみると、転出超過数の約8割(3,398人)が、進学や就職の時期に相当する「15~24歳」の若者である(図表-2)。過去5年間をみても、常に3千人超の転出超過となっている。県外への人口流出の主因は若者の移動であり、進学や就職を機に県外へ出たまま、戻って来ない若者の多さが見てとれる。

▶ [図表-2] 年齢階級別 愛媛の転出超過数(2023年)



資料: 総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告(日本人移動)」
注: マイナス(-)は転入超過(転入数>転出数)

「15~24歳」において転出超過数の多い都道府県は、東京(808人)が最も多く、次いで大阪(708人)、兵庫(338人)、神奈川(247人)となっている(図表-3)。進路を選択するうえで、選択肢の多い大都市圏へ流出していることや、四国自体から出ようとする若者が多いことがうかがえる。なお、高校卒業のタイミングである「15~19歳」よりも「20~24歳」で転出超過数が多いのは、住民票を大学進学時ではなく、就職後に異動させるケースがあるためと考えられる。

▶【図表－３】愛媛からの転出超過の多い都道府県（15～24歳）（2023年）

	15～24歳			全年齢
	15～19歳	20～24歳		
東京都	808人	164人	644人	945人
大阪府	708人	209人	499人	867人
兵庫県	338人	128人	210人	427人
神奈川県	247人	64人	183人	268人
広島県	231人	67人	164人	347人
岡山県	180人	88人	92人	171人
京都府	177人	115人	62人	167人
愛知県	140人	52人	88人	85人
千葉県	128人	21人	107人	266人
福岡県	123人	40人	83人	230人
：	：	：	：	：
合計	3,398人	1,086人	2,312人	4,125人

資料：総務省総務局「住民基本台帳人口移動報告」

少子高齢化に伴う「自然減」と、若者を中心とした転出超過による「社会減」によって、愛媛の人口減少は急速に進んでいる。

2. 高校生アンケートの結果

人口減少という構造的な問題を抱えるなか、地域社会の担い手である若者の考えを知ることは解決の糸口になり得る。そこで今回、進路選択を控える県内の公立高校2年生および中等教育学校5年生に対するアンケートから、えひめ愛、高校卒業後の進路、愛媛の会社の3つの視点を中心に、高校生が抱く将来の考えを紐解いていく。

調査概要	
調査対象	県内の公立高等学校（全日制）の2年生および中等教育学校5年生：7,633人
調査方法	Web アンケート
調査時期	2023年12月11日～22日
有効回答	4,901人（回答率：64.2%）
回答者属性	
居住地	松山市：26.6%
	宇和島市：8.6%
	新居浜市：9.3%
	大洲市：4.0%
	四国中央市：4.5%
	東温市：2.0%
	久万高原町：0.5%
	砥部町：1.2%
	伊方町：0.9%
	鬼北町：1.3%
	愛媛県外：0.4%
	今治市：13.8%
	八幡浜市：1.9%
	西条市：11.9%
	伊予市：2.5%
居住地	西予市：3.7%
	上島町：0.4%
	松前町：2.2%
	内子町：1.6%
	松野町：0.4%
	愛南町：2.2%

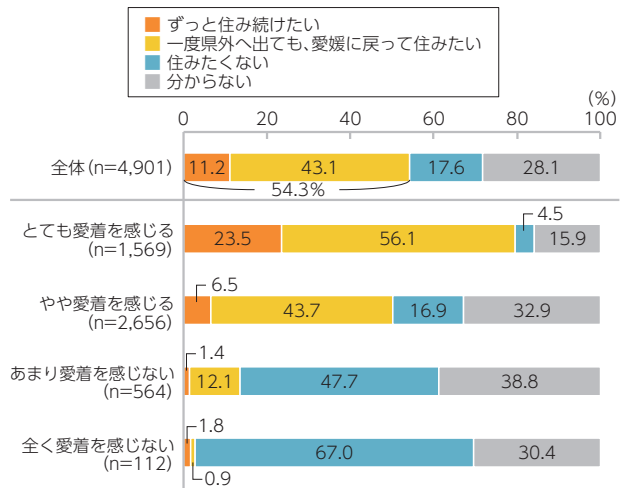
01 えひめ愛と将来の居住意向

～半数以上は「愛媛に住み続けたい・一度県外へ出ても、愛媛に戻って住みたい」～

将来の居住意向を尋ねたところ、「ずっと住み続けたい」「一度県外へ出ても、愛媛に戻って住みたい」を合わせた割合が5割を超えた（図表－4）。

また、愛媛に対する愛着と将来の居住意向との関係を見ると、愛着が強いほど、定住/回帰志向が強くなる傾向がある。

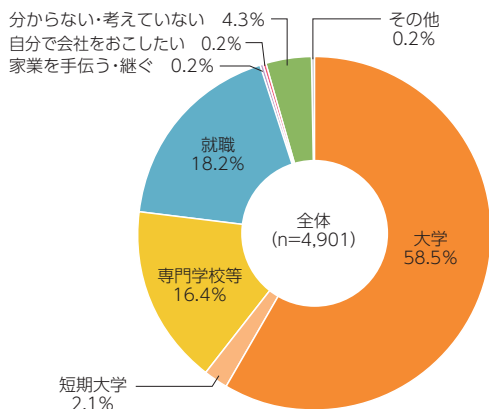
▶【図表－4】愛媛への愛着と将来の居住意向の関係



02 高校卒業後の進路希望

高校卒業後の進路希望は、「大学」「短期大学」「専門学校等」への進学が77.0%、「就職」が18.2%だった（図表－5）。

▶【図表－5】高校卒業後の進路

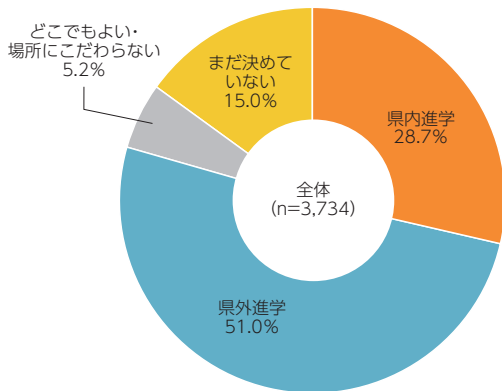


～進学について～

A. 進学希望者のうち、1,905人は県外へ

「進学」希望者3,734人の生徒のうち、「県内進学」が28.7% (1,072人)、「県外進学」が51.0% (1,905人)となり、半数以上が県外への進学を希望している(図表-6)。

▶ [図表-6] 進学希望者の意向

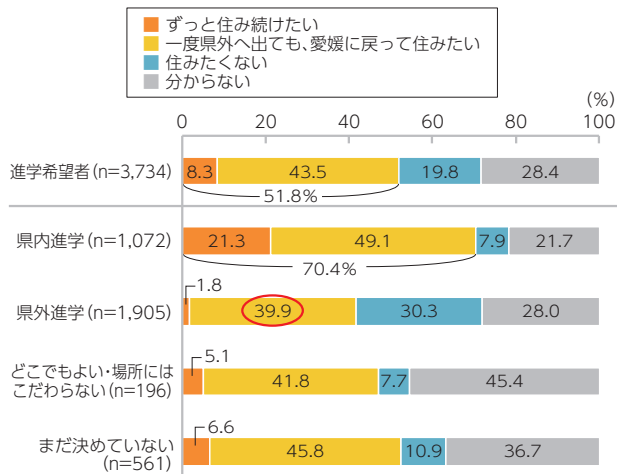


B. 定住/回帰志向を持つ進学希望者は約5割

「進学」希望者の将来の居住意向について、「ずっと住み続けたい」「一度県外へ出ても、愛媛に戻って住みたい」生徒の割合は、全体では約5割、「県内進学」希望者では約7割であった(図表-7)。

また、「県外進学」希望者をみると、「一度県外へ出ても、愛媛に戻って住みたい」生徒が約4割と、一定数いることがわかる。若者の県外流出を少しでも抑制するには、愛媛への回帰志向を持つ生徒に対して、早い段階から何らかのアプローチが必要であろう。

▶ [図表-7] 進学希望者の将来の居住意向



C. 進学先選定材料は「学部・学科」や「資格や免許」

進学先を決める際に重視することを尋ねたところ、「学部・学科」が78.2%と最も多く、「資格や免許」が37.7%で続く(図表-8)。県内に居たくても、大学や学部の選択肢が少なく、「県外進学」を選ばざるを得ない状況にある生徒がいることが想定される。対応策の1つとして、学部の新設や就職実績の多様化といった、魅力的な選択肢を増やすことが考えられる。

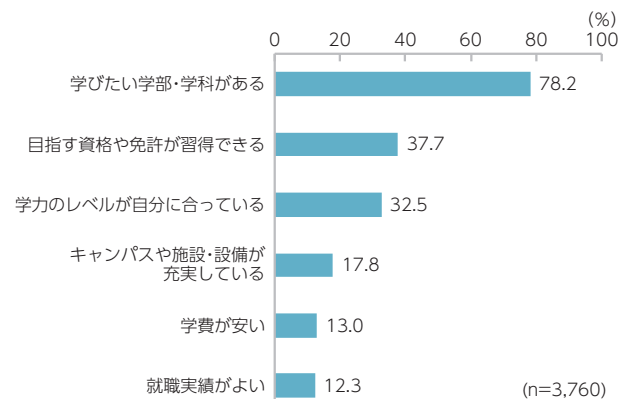
学部の新設については、すでに県内でも取組がみられる。松山東雲女子大学が今年4月、人文科学部に「地域イノベーション専攻」を新設したほか、松山大学は「情報学部」の2025年4月新設に向け、設置認可申請中である。こうした動きは、愛媛県の目指す「2030年度までにデジタル人材1万人の輩出」という目標や、政府による「大学・高専機能強化支援事業(注)」も追い風となっている。

注: 以下の2つの支援事業。

支援①: 学部再編等による特定成長分野への転換。公私立大学での理工農の分野が対象。受付期間2032年度まで。

支援②: 高度情報専門人材の確保に向けた機能強化。国公私立大学・高専での情報系分野が対象。受付期間2025年度まで。

▶ [図表-8] 進学先・志望校を決めるうえで重視すること (回答の割合の多い上位6つ) (3つまで選択)

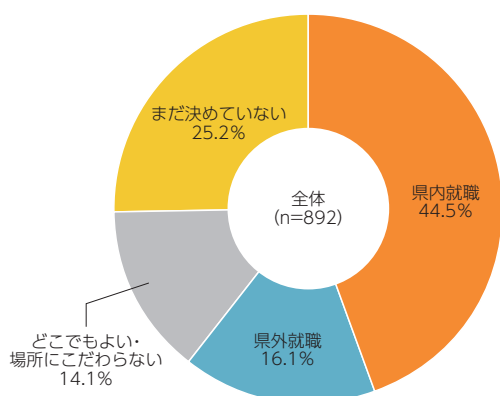


～就職について～

A. 就職希望者892人の進路希望

「就職」希望者892人のうち、「県内就職」が44.5% (397人)、「県外就職」が16.1% (144人) となっており、県内での就職を希望する生徒が比較的多い(図表-9)。

▶ [図表-9] 就職希望者の意向

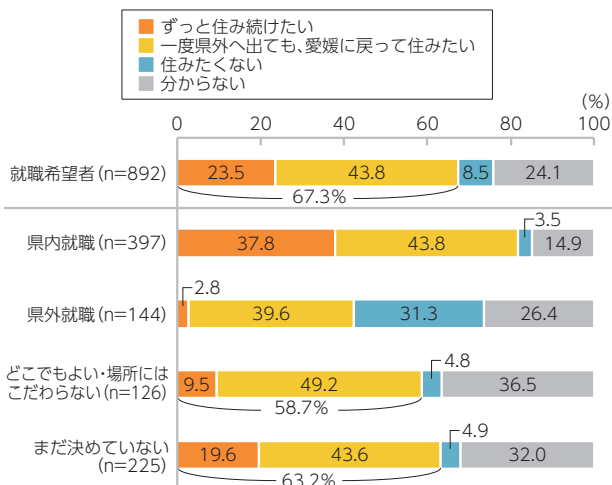


B. 定住/回帰志向を持つ就職希望者は7割近く

「就職」希望者の将来の居住意向について、全体では、「ずっと住み続けたい」「一度県外へ出ても、愛媛に戻って住みたい」を合わせて7割近くであった(図表-10)。

就職希望地域をみると、「どこでもよい・場所にはこだわらない」「まだ決めていない」生徒では、どちらも約6割が愛媛への定住/回帰志向を持っていることがわかる。こうした生徒に対しては、就職ガイダンスの機会を増やす等、高校卒業後の生活や仕事のイメージが湧くよう働きかけ、「県内就職」希望者を増やす必要がある。

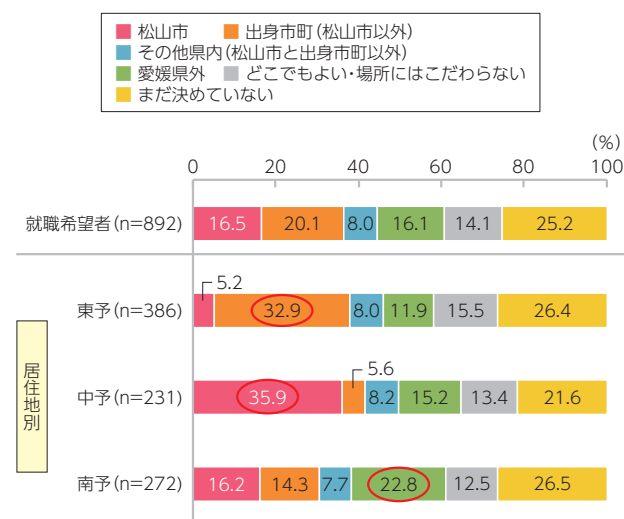
▶ [図表-10] 就職希望者の将来の居住意向



C. 東予の生徒の約3割は出身市町、南予の生徒の約2割は県外へ

具体的な就職希望地域について、居住地別でみると、東予では「出身市町」(32.9%)、中予では「松山市」(35.9%)が最も多い。一方、南予では「まだ決めていない」(26.5%)を除くと「愛媛県外」(22.8%)が最も多い(図表-11)。本来、松山市は県庁所在地として、他19市町からの県外流出を防ぐダム機能の役割を果たすことが期待されるが、その機能が十分に果たされていない可能性がうかがえる。

▶ [図表-11] 就職希望地域(居住地別)



～県庁所在地別でみる2050年の四国の人口減少～

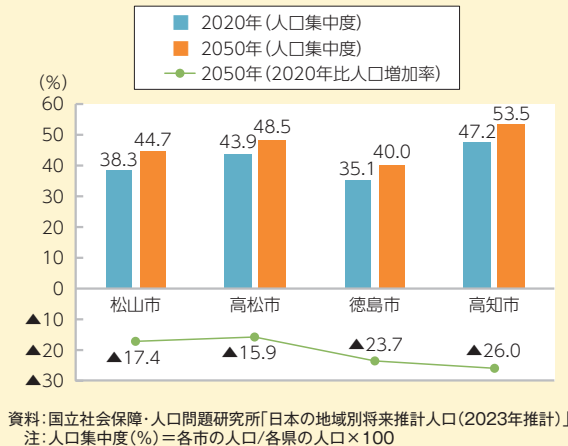
四国4県の県庁所在地の人口動態(2020年から2050年)について、将来推計人口を基に比較する。

まず、2020年を100とした人口増加率をみると、4市とも30年間で2割前後の人口減少が予想されている(図表-12)。一方で、人口集中度(注)をみると、2050年にかけて4市とも上昇しており、将来的には県全体の4～5割の人口が県庁所在地へ集中する可能性がある。

人口集中度は上昇するという見通しから、県庁所在地の人口の受け皿としての重要性が一層高まっている。各県とも地理的要因や産業構造など、抱えている事情は異なるが、地域社会を存続させるうえで、人口減少の進行を

緩やかにするという方向性は同じである。県庁所在地が人口流出の受け皿となれるよう、若者が魅力を感じる学びや働きの場の創出といった、若年層の転出抑制・転入増加に向けた施策の充実が、今後さらに進むことが期待される。

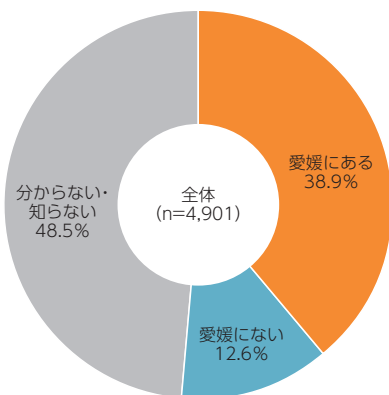
▶ [図表-12] 四国の県庁所在地別で見た人口集中度と人口増加率(2020年→2050年)



03 高校生と愛媛の会社

将来、愛媛に働きたい会社があるかを尋ねたところ、「分からない・知らない」が48.5%と最も高く、次いで「愛媛にある」が38.9%、「愛媛にない」が12.6%となった(図表-13)。

▶ [図表-13] 働きたい会社は愛媛にあるか

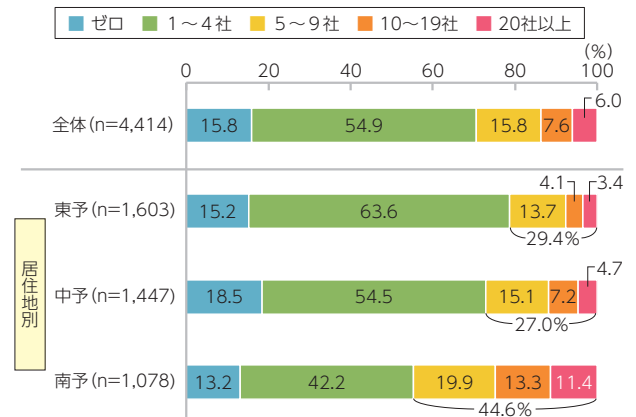


A. 南予の生徒は愛媛の会社をよく知っている？

名前だけでなく事業内容まで知っている愛媛の会社数を尋ねたところ、「5社以上」と答えた割合は、東予(29.4%)と中予(27.0%)に比べて、南予(44.6%)が高くなった(図表-14)。

南予の生徒にヒアリングしたところ、「親や親戚が水産業を営んでいる」等の声が聞かれた。有名な会社を多く知っているというよりも、よく目にしたり、身近な人が営んでいたりする会社を多く知っているという可能性があり、会社と高校生との距離の近さが、「知っている会社数」の多さの一因になっていることが考えられる。

▶ [図表-14] 事業内容まで知っている愛媛の会社数(居住地別)

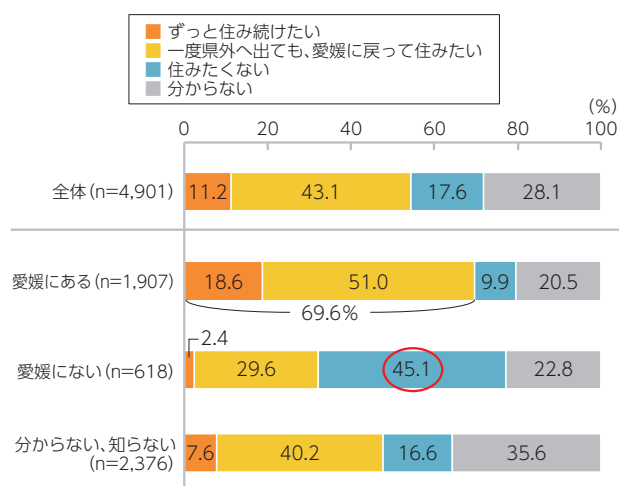


B. 愛媛で働くイメージが抱けるかどうか

働きたい愛媛の会社の有無と将来の居住意向の関係をみると、「愛媛にある」生徒は定住/回帰志向を持つ割合が高く(69.6%)、「愛媛にない」生徒は「住みたくない」(45.1%)と考える傾向がみられた(図表-15)。愛媛で働くイメージを抱けるかどうかは、将来の居住意向に影響を与える要素の1つである可能性がうかがえる。

実際、将来就きたい職業と将来の居住意向の関係をみると、「弁護士」や「保育士」など、場所を問わない職業に就きたい生徒には、定住/回帰志向が高い傾向がみられた。

▶【図表－15】働きたい愛媛の会社の有無と将来の居住意向の関係



～回答数の多かった会社名【居住地別】～

知っている愛媛の会社数には、地域差がみられたが、東予・中予・南予の高校生はそれぞれ、具体的にどんな会社を知っているのか。以下、居住地別に回答数の多かった会社名をまとめた(図表-16)。東予では地元製造業の会社を、中予や南予では身近にあり、よく目にする会社を挙げる生徒が多いようだ。ヒアリングによると、学校のキャリア教育の授業や企業説明会で知った会社を挙げた生徒も多かった。

▶【図表－16】回答の多かった会社名 ※()内は回答数

東 予	中 予	南 予
今治造船(212)	フジ(132)	フジ(196)
住友(143)	伊予銀行(106)	伊予銀行(45)
大王製紙(132)	愛媛銀行(74)	愛媛銀行(32)
日本食研(96)	伊予鉄道(63)	ローソン(22)
住友化学(68)	三浦工業(46)	今治タオル(21)
今治タオル(66)	ボンジュース(45)	あわしま堂(20)
BEMAC(60)	愛媛新聞(37)	四国電力(18)
伊予銀行(51)	今治造船(36)	ハタダ(15)
フジ(47)	ヤマキ(34)	愛媛新聞(15)
愛媛銀行(31)	大王製紙(29)	大王製紙(14)
四国電力(29)	東レ(29)	明屋書店(13)
クラレ(23)	伯方の塩(23)	今治造船(13)
四国通建(22)	マルトモ(19)	伯方の塩(13)
エリエール(15)	今治タオル(18)	アイテック(12)
住友金属鉱山(13)	帝人(17)	日本食研(10)

注1:「今治造船」「今治造船株式会社」のように明らかに同じ会社と考えられるものは、「今治造船」とまとめた。

注2:「今治タオル」や「住友」のように正式な会社名でないものや、「ボンジュース」のように商品名であるものは、極力高校生の記入のとおり集計した。そのため、会社名の違いや略称がある。

3. 高校生が語る将来の居住意向

～38名へのヒアリング調査から～

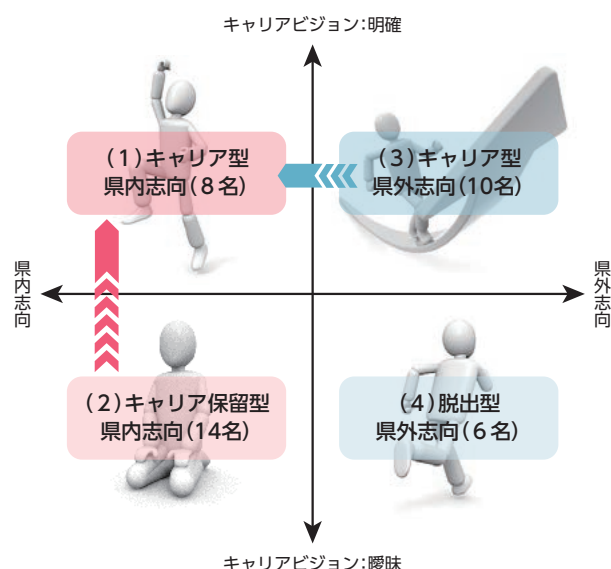
アンケートでは、「ずっと住み続けたい」「一度県外へ出ても、愛媛に戻って住みたい」という定住/回帰志向を持つ生徒が5割を超える結果となった。

高校生の地域移動に関する先行研究の1つに、三上直之氏(名古屋大学 大学院環境学研究科 教授)の著書がある(『若者の「地域」志向とソーシャル・キャピタル』梶井祥子編著、2016)。そのなかで三上氏は、北海道の高校生の卒業後の移動パターンを(1)道外志向またはキャリア中心の移動志向、(2)北海道志向、(3)地元定住志向、(4)地元回帰志向の4タイプに分類。さらに、地元への定住や回帰を促す要因として、「親や親戚、地域の大人とのつながりのあり方」を挙げている。

この分析を参考に、愛媛の高校生が将来の居住地を決める際の判断要素を明らかにするため、県内8校(東予2校、中予4校、南予2校で計38名)へのヒアリングを行った。

以下、ヒアリング内容に基づき、三上氏による分類も踏まえて居住志向とキャリアビジョンの明確さから、将来の居住意向をIRCとして4つに大別した(図表-17)。

▶【図表－17】将来の居住意向の4タイプ(計38名)



注:「若者の「地域」志向とソーシャル・キャピタル」(梶井祥子編著、2016)を参照のもと、IRC作成

(1) キャリア型県内志向(8名)

将来的に愛媛で働くイメージを比較的明確に持ち、愛媛への定住/回帰を志す生徒を「キャリア型県内志向」とした。例えば、「宇和町で先生がしたい」、「雇用の場をつくるため、愛南町で起業したい」といった生徒だ。8名のなかでも、印象的だったのは「一度県外へ出ても、いつかは戻って住みたい地元があるからこそ、安心して県外で色々な経験をしてみたいと思える」という言葉だ。地元の存在が、自身のやりたいことを思う存分やるための安心材料となり、進学や就職での思い切った挑戦を可能にしているといえる。

将来は松前町ないし県内で、「保育士」として働くイメージを持っている。中学生の時、学校の授業で保育士という職業について知り、それ以来ずっとなりたいと思っている。

(松前町出身・県内進学)



将来は、今治で「家業」を継ぎたい。ただ、大学は県外に出て、映像関係の仕事もしたいと考えており、やりたいことをしたうえで、満足のいく形で継ぎたいと思う。

(今治市出身・県外進学)

(2) キャリア保留型県内志向(14名)

キャリアビジョンはまだ明確ではないが、地元特有の安心感に惹かれ、県内への定住あるいは回帰を志す生徒を「キャリア保留型県内志向」とした。特徴的だったのは、「一旦は愛媛で就職する」や「県外にも一度は出てみたい」など、将来的な県外への転出を視野に入れていることである。彼らは今後、自身の将来像を具体化していくなかで、(3)「キャリア型県外志向」に変容する可能性がある。同時に、愛媛での仕事や生活のイメージが明確になれば、(1)「キャリア型県内志向」になる余地も残しているといえる。

大学卒業後、西予市に戻るつもりはあまりないが、愛媛では働いていると思う。仕事のイメージはまだ湧かないものの、知っている人が周りにいる愛媛の方が安心する。

(西予市出身・県外進学)



(3) キャリア型県外志向(10名)

就きたい仕事 that 比較的明確にあり、かつ県外での仕事や生活のイメージを持つ生徒を「キャリア型県外志向」とした。例えば、「図書館司書になりたい」、「航空管制官になりたい」といった生徒だ。彼らの共通点の一つは、「愛媛に思い入れはあるが、やりたいことがあるから県外に出ていく」ことである。それは愛媛に対して不満があるわけではなく、「学んだことが活かせる仕事があるなら場所を問わない」という考え方である。もし、こうした「キャリア型県外志向」の生徒が、自身にとって魅力的な会社が愛媛にあることに気づけば、(1)「キャリア型県内志向」になる可能性もある。

大学で獣医学を学んだ後、「牧畜」ができる地域で働きたい。九州の宮崎や鹿児島など、興味のある動物がいる所で働きたいが、やりたいことができるなら愛媛でもいいと思っている。

(今治市出身・県外進学)



(4) 脱出型県外志向(6名)

やりたいこと以上に、都会への憧れや四国を出たいという思いが強い生徒を「脱出型県外志向」とした。(3)「キャリア型県外志向」の生徒とは異なり、四国を出ることが優先事項になっており、加えて、地元に対する消極的なイメージを持つ傾向

にある。そのため、愛媛への回帰志向を高めることは容易ではないが、一度県外に出て外から愛媛を見ることで、改めて愛媛の魅力に気づけば、県内志向を持つ可能性もあるのではないだろうか。実際、「アジア圏へ留学した際、県内企業の海外拠点があり、そこで初めて愛媛の海外進出企業の多さを知った」という生徒もいた。

どんな学力でも四国を出たい。
観光名所がなさすぎる。
(松前町出身・県外進学)

就職の選択肢が多いだろうから、
関西か関東で仕事をしたい。また、
南海トラフが来れば、一次産業が
主な愛南町では、存続が難しそう。
(愛南町出身・県内進学)



以上を踏まえると、4タイプのうち(1)「キャリア型県内志向」の生徒を増やすことが、人口減少の進む愛媛にとって、有効な対応であると考えられる。

4. 愛媛への回帰志向を高めるには

ヒアリングでは、愛媛での仕事や生活のイメージが明確でない生徒ほど、県外に出ていくことを考える傾向がみられた。その要因の1つに、地元企業の認知度の低さがある。ヒアリングで改めて知っている愛媛の会社を尋ねたところ、「名前は知っていても何をしているのか知らない」、「近所で見たことがある会社なら言える」など、働くことをイメージできるまでは至っていなかった。もちろん、進学希望の生徒であれば、就職するのはしばらく先だ。しかし、県外に一度出て行ってしまえば、愛媛の会社を知る機会はほとんどなくなる。そうなる前に、あるいは県外に出てからも、地域と若者が接点を持ち続け、将来的に愛媛に戻ろうと思えるきっかけをつくる必要があると考える。

その結果として、回帰志向が高まり、(2)「キャリア保留型県内志向」と(3)「キャリア型県外志向」の生徒が(1)「キャリア型県内志向」になる可

能性もある。以下、愛媛への回帰を促すため、支援団体や行政、県内高校が行う取組事例を紹介する。

(1)「LOVE SAIJO」でつながる若者と地域

西条市では、2018年より「LOVE SAIJO」をキャッチフレーズに、県内高校生や県外の若者との関係構築を土台とする西条市プロモーション事業が進められるなど、若者の県外流出という課題に対し、積極的な対応策を講じている。

以下、株式会社西条産業情報支援センターや西条市が行う、若者が県外に出る前に、そして出てからも接点を持ち続けるための取組を紹介する。

【西条農業高校での就職ガイダンス】

2024年3月、高校生たちに職業観を形成し、地域内に本社や事業所がある企業の魅力を知り、就職の選択肢にしてもらおうと、株式会社西条産業情報支援センターと西条農業高校の進路課が共同で企画し、就職ガイダンスが行われた。43社がブースを構え、参加した1～2年生(約160人)は、複数の企業ブースを回り、担当者から仕事内容や職場の雰囲気などについて説明を受けた。

西条市では市内の出身者が市外で就職するケースが多く、人手不足が問題になっているが、市内での就職率が高い同校では今後も、就職ガイダンスの機会を増やし、更に地元での就職率を高めたいとしている。



西条農業高校での就職ガイダンスの様子

【高校生と大学生との交流】

西条市では、市内の高校5校(小松・西条・西条農業・丹原・東予)の先生や生徒との継続的な関係構築を図っている。各校と連携し、学校行事等の年間スケジュールを把握し、高校生の活躍を市のホームページ等で情報発信している。

2022年8月、市内の高校生と、市内から進学した大学生による「ゆる〜い進路相談会」が行われた。中には、大学進学を機に西条市から高知県に出たが、高校生の頃から「LOVE SAIJO」のイベントに参加してくれている学生もいるそうだ。こうした西条市出身の若者との継続した関係性の構築を図り、地元との関係性を絶やさないプラットフォームが作られている。

「LOVE SAIJO ファンクラブ」は、会員数(24年4月時点)は個人が3,727人、企業・団体が241。個人会員のうち、関東圏と西条市内がそれぞれ30%、関西圏が15%となっている。

西条市には、大学や専門学校がなく、高校卒業後、県外の大学に出ていくことはやむを得ない。西条市の担当者は、中長期的な目線でUターン者を増やすべく、「効率的な手段ではないが、高校生の頃から続く西条市とのつながりが、愛媛に戻るかどうか迷った若者の背中を少し押してくれる存在になればうれしい」と話してくれた。



市内高校生と市内から進学した大学生による
「ゆる〜い進路相談会」の様子

(2)愛南町を輝かせる「地域振興研究部」

南宇和高校「地域振興研究部」では、愛南ゴールドを中心とした地元特産品のPRを、県外を含む町内外に行っている。月に1回の行政との意見交換や企業と連携した商品開発など、生徒主体での愛南町の地域活性化を目指す。

昨年行われた地域活性化策コンテスト「田舎力甲子園2023」では、地元企業と協力し、「愛南ゴールド真鯛で愛南町を救いタイ」というテーマで最優秀賞を受賞した。地域振興研究部のある生徒は、「もともとは地元思い入れがなく、高校卒業後は県外の大学に進学し、そのまま愛媛を出ようと思っていた。けれど、部活動を通じて愛南町の魅力に気づき、考えが変わった。今では、将来は愛南町に戻って地元貢献したいと思う。もし戻ることが叶わなくても間接的な形で愛南町とつながっていたい」と話していた。高校3年間、地域のことを学び続けるうちに「地域のために自分たちができることがないか」を考えるようになり、次第に、地元を「自分のやりたいことが実現できる場所」と感じるようになっていく。



地元の特産品を中心にPR活動を行う南宇和高校「地域振興研究部」

【おわりに】

本調査でみられた「若者の愛媛への回帰志向」は人口減少に悩む地域社会にとって、希望の光である。事例として紹介した西条市や南宇和高校の取組は、いずれも愛媛に「留まってもらうこと」だけでなく、「将来的に戻ってきてくれること」を目的としており、高校生自身のやりたいことの実現を最優先に考えている。そして、愛媛への回帰志向を高めるためには、地道ではあるが、若者が県内にいるうちに地域とのつながりを持ち、年を重ねても変わらず関係性を持ち続けるという長期的なアプローチが必要だ。遠回りにもみえる地域の取組がいずれ実を結び、若者が愛媛に戻ってくるきっかけとなることを期待したい。

(鶴籠 拓郎)



量的質的金融緩和解除

慶應義塾大学経済学部 教授
株式会社いよぎん地域経済研究センター 顧問

白塚 重典



日本銀行は、3月の金融政策決定会合で、量的質的金融緩和政策を解除した。本誌が皆さんのお手元に届く時には、この決定から1ヵ月以上が経過し、次の4月の金融政策決定会合も終了、2026年度までの経済成長率・物価上昇率の見通しも公表されている。

3月の決定会合では、マイナス金利や10年物国債金利のターゲットなどが撤廃され、ETF（上場投資信託）、REIT（不動産投資信託）の新規購入も停止された。この政策変更により、量的質的金融緩和と総称される大規模金融緩和が一気に終了した。これを受けて、為替レートが円安方向になるなどの影響があったが、為替以外の金融市場の反応も含めて、全体としてはほぼ無風の政策変更であった。

日銀幹部は、昨年後半から、政策変更によって「非連続的なこと」は生じないし、その後も「どんどん利上げしていく」訳ではなく、ゆっくりと政策調整を進めると説明してきた。また、政策変更の主要な措置は、植田和男総裁就任後の1年間で、すでに形骸化していた。10年物国債金利のターゲット上限は1%と当初の0.2%から引き上げられ、市場金利もこれを下回る水準で推移していた。ETFやREITの購入も2022年後半からほとんど実施されていない。その意味では、この1年間、着実かつ慎重に政策変更の準備を進めてきた政策手腕を評価すべきかもしれない。

しかし、どこまで金利が上昇するのかには不

安が残る。日銀がコントロールする短期金利の水準を考える際には、「中立金利」という概念が役立つ。中立金利は、さまざまな経済調整が終了した長期の金利水準に相当し、景気を刺激に対して引き締めのでも緩和的でもない、「中立」的な金利水準になる。中立金利は、さらに均衡実質金利とインフレ目標に分解できる。人々の長期インフレ予想がインフレ目標水準にアンカーされ、均衡実質金利がゼロ以上であれば、中立金利は、少なくとも2%を超える。

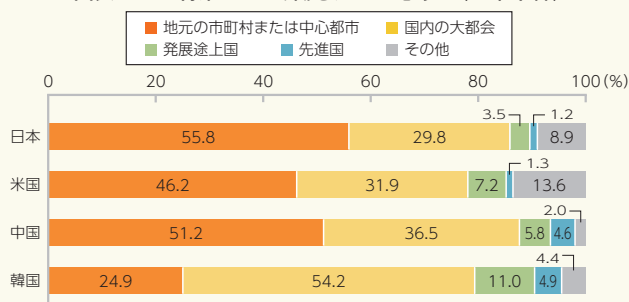
もっとも、この中立金利に向けての調整は極めてゆっくりと進んでいくであろう。わが国の長期インフレ予想指標は、最近でもなお2%よりもだいぶ低く、米欧のように急ピッチの利上げ継続の可能性は小さい。今回の政策金利調整過程では、中立金利まで到達しないかもしれない。

金融政策は金利の変化の方向性が注目されることが多いが、緩和的な金融環境を維持することは、金利を引き上げないことではない。中立金利よりも政策金利が低い状態であれば、緩和的な金融環境が維持される。わが国でも、物価環境が変化しており、名目金利を一定に据え置いたままでは、実質金利が低下し、むしろ緩和度合いが強化されてしまう可能性もある。金融政策の先行きを展望する際には、政策金利の水準と調整スピードをバランスよく考慮していくことが重要になる。



若者に実体験を通じた キャリア形成支援を ～ 高校生の意識調査の国際比較から～

図表-1 将来、どこで働きたいと思うか(日米中韓)



資料: 独立行政法人国立青少年教育振興機構「高校生の進路と職業意識に関する調査報告書」をもとにIRC作成
注1: 国内の大都市とは、中国では北京、上海、広州など、米国ではロサンゼルスやニューヨークなど、韓国ではソウル、釜山などを指す。
注2: 上表では「無回答」を省略しており、合計が100%にならないことがある。

今回の県内高校生へのアンケートでは、愛媛への定住/回帰志向を持つ生徒が半数を占めたが、独立行政法人国立青少年教育振興機構の調査でも、同様の傾向が見られた。日本・米国・中国・韓国の高校生を対象とした職業に関する意識調査(2022年)によると、「将来、地元の市町村または中心都市で働きたい」と思う日本の高校生は半数を超え、4カ国の中で最も多い(図表-1)。

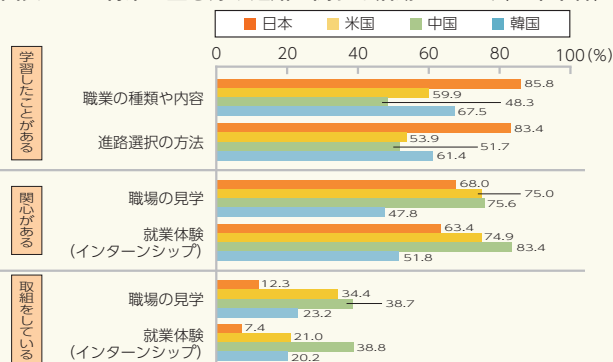
同調査の「将来の生き方や進路に関わる活動」への取組では、職業や進路選択について「学習したことがある」割合は、日本では8割強と、他の3カ国を大きく上回る(図表-2)。また、職場見学や就業体験(インターンシップ)に「関心がある」割合も、日本では6割以上と高いが、実際に「取組をしている」割合は、いずれも約1割と低く、他の3カ国を下回る。日本の高校生は職業や進路に対する学びの姿勢、関心は高い一方、職場見学等の実際の体験は少ないことが課題の1つとして考えられる。

日本の大学生の就業体験(インターンシップ)は、インターンと称しながら会社説明会の延長に留まるものが多い。文部科学省・厚生労働省・経済産業省では、実践的な業務体験の推進のため、2025年新卒採用から「インターンシップ」と称するには一定基準を満たす必要があるとしている(図表-3)。基準のなかには、実施期間や就業体験の有無が含まれ、学生が実体験を通じて企業と交流できる場の創出を促している。

大学受験を控える高校生にとって、長期インターンへの参加は現実的ではないが、短期間でも地元企業や教育機関による体験型キャリア支援への参加の動きが広がり、愛媛での就業意向の後押しとなることを期待したい。

(鶴籠 拓郎)

図表-2 将来の生き方や進路に関わる活動について(日米中韓)



資料: 独立行政法人国立青少年教育振興機構「高校生の進路と職業意識に関する調査報告書」をもとにIRC作成

図表-3 日本のキャリア形成支援の4類型

	類型	実施期間	就業体験
インターンシップとは称しない	①オープン・カンパニー	超短期(1日)	なし
	②キャリア教育	プログラムによって異なる	任意
インターンシップと称して実施	③汎用的能力・専門活用型インターンシップ	短期: 5日以上 長期: 2週間以上	必須
	④高度専門型インターンシップ	2カ月以上	必須

資料: 文部科学省・厚生労働省・経済産業省「インターンシップを始めとする学生のキャリア形成支援に係る取り組みの推進に当たっての基本的考え方」をもとにIRC作成
注: その他の一定基準には、指導要件、実施時期、情報開示要件などがある。

明るい未来につなぐモノづくり

川崎化工株式会社 代表取締役社長 / 川崎 功雄 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)



川崎化工株式会社は、プラスチック製品メーカーである。プラスチック容器が普及し始めた1967年に、父の清志氏が創業した。主な製品は国内トップの生産量を誇るウェットティッシュ用ボトルや家庭用洗剤ボトル、介護用椅子、家具転倒防止器具がある。

最近では、長年培った加工技術を応用したバイオマスプラスチック製品に注力しており、オリジナルブランド『カワカコ』を立ち上げた。功雄氏は「バイオマスプラスチックの可能性を広げ、もっと普及させる。そのために、これまでにない、面白いモノをつくりたい」と言う。その自社ブランド第1弾の商品である『うどんヘルメット』が注目を浴びている。今年2月に『東京インターナショナル・ギフト・ショー』で展示したところ、うどん容器とヘルメットの両方の用途がある面白さが評判を呼んだ。「改良を加えて価値をさらに高めるとともに、第2弾も企画していきたい」と、功雄氏。

社長に就任した2018年以降、工場内の自動化を進めている。オーダーメイドの機械を導入し、製造や梱包、検品などの工程をほぼ自動化した結果、導入前と比較して作業時間を3分の1削減し、品質も安定したことでクレームが激減したという。

功雄氏は「会社の発展のために、常に新しい風を入れたい」と、新卒採用を強化している。地域の中学生や高校生を対象とした情報誌に同社の紹介記事を掲載してもらったり、学生向けの会社見学会を実施したり、情報発信に注力している。会社見学会では、功雄氏自ら案内して学生の声を直接聴き、毎年ブラッシュアップしている。今後は大学生を対象にインターンシップの実施も考えているとのことだ。

「面白いモノで未来を明るくしたい」という想いを胸に、今後も励んでいかれることだろう。

(川尻 麻美)

☑ PERSONAL QUESTION

川崎 功雄 (かわさき いさお) 1974年6月生まれ

モットー 「なるようにしかならない」
自分のベストを尽くしたら、あとは結果を待つ。何事も前向きに考えるようにしている。

最近ハマっているもの 猫をなでること。
昔は犬派だったが、飼いはじめたら猫派に近くなった。今は猫3匹、犬2匹と暮らしている。

夢 『がっちりマンデー!!』に出て「がっちり!」と叫ぶ。
いつかやってみたい。

【会社概要】

〒769-1603
香川県観音寺市豊浜町和田乙
1248-3
TEL / 0875-52-2929
資本金 / 1,000万円
従業員 / 42名(パート含む)



人々に安心を届けるクリーニング

ヤングドライグループ 常務取締役 / 木村 祐亮 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)

ヤングドライグループは、愛媛、香川、徳島の3県でクリーニングやコインランドリーを90店舗運営している。ホワイト急便のフランチャイズ加盟店として、現社長の父である永田光春氏が1970年に新居浜市で開業した。

木村氏は2018年、同社に幹部候補として入社した。以前は銀行で営業をしていたが、永田真一社長と知り合い、面談を重ねるうちに社長の人柄や想いの一端にふれ、「この人と一緒に働きたい」と転職を決意したそうだ。

一昨年にホワイト急便とのフランチャイズ契約を終了し、今は自社のブランディングに注力する。木村氏は「お客さまが安心して利用できるクリーニング店になる。そのために、技術力と接客力を高めていく」と言い、次の3つに取り組んでいる。

まずは、国家資格である『クリーニング師』の取得推進だ。工場・店舗勤務にかかわらず、毎年3名以上の合格を目標とし、社を挙げて取得を支援している。当然、木村氏も取得済だ。次は、工場勤務者を対象とした年2回の『仕上げ技術選手権』の実施である。木村氏を含む役員が試験官となり、各工場の技術力を評価する。本選手権は、普段接点の少ない工場間の交流や情報交換の場でもあり、社員のモチベーション向上につながっている。最後は、店舗勤務者を対象とした勉強会の実施だ。クリーニングの専門知識をはじめ、過去の事故・クレーム事例や好事例などの情報を月1回集まって共有し、顧客対応レベルの統一を図っている。

「どれだけ機械化が進んでも、クリーニングは人の手が必要な仕事。だから、誰でも長く、太く働いてもらえる会社にしたい」と、木村氏。ほぼ毎日、工場・店舗を回り、社員一人ひとりとコミュニケーションをとっている。そのため、社員からよく相談を受けるという。

今後もお客さまと社員に寄り添いながら、クリーニングを通じて人々の生活を支えていかれることだろう。

(川尻 麻美)



☑ PERSONAL QUESTION

木村 祐亮 (きむら ゆうすけ) 1982年11月生まれ

モットー

何事にも言い訳しない。
言い訳しても何も変わらない。
誰でも失敗はある。その後どうするのか、考えて動くことが大事。

休日の過ごし方

家族で外出する。
普段は香川に住んでいるが、県内外問わず出かける。最近行った愛媛県総合科学博物館が楽しかった。

感銘を受けた本

『最強のナンバー2チームをつくれ!』(長友威一郎著)
最近悩んでいたこととマッチし、大いに刺激を受けた。

【会社概要】

〒765-0031
香川県善通寺市金蔵寺町1061-1
TEL / 0877-35-8357
資本金 / 600万円
従業員 / 70名(パート含む)



伊予銀行国際部マイ・インターナショナル・アソシエイツ駐在

VIETNAM

ベトナムだより

ベトナムのキャッシュレス事情

はじめに

ベトナムの通貨をご存じですか。通貨単位は“ドン”(英:Dong)といい、金額の後ろに“d”もしくは“VND”などと表記します。“ドン”という名称は、フランス領インドシナ時代に現地で流通していた銅貨の銅をベトナム語で“ドン”といったことに由来します。

紙幣は100ドン(約0.6円)から500,000ドン(約3,000円)まで12種類ありますが、100ドンや200ドンなどの少額紙幣はほとんど流通していません。硬貨は200ドンから5,000ドンまで5種類ありますが2011年以降製造されていません。



500,000VND紙幣(日本円で約3,000円)

ベトナムでは、現金による支払が一般的ですが、ホーチミン市など都市部を中心にキャッシュレス決済が浸透しつつあります。今回は、ベトナムのキャッシュレス事情についてお伝えします。

1 ベトナムのキャッシュレス事情

(1)政府のキャッシュレス推進

2021年10月に「2021～2025年のベトナムのキャッシュレス決済の発展枠組みに関する合意」が首相決定として発表され、以下のような目標が示されました。

- ①2025年までにeコマースにおけるキャッシュレス決済比率を50%以上とする
- ②成人の銀行口座保有比率を80%以上とする
- ③キャッシュレス決済の件数・金額の伸び率を年平均20～25%とする
- ④モバイル決済の取引件数の伸び率を年平均50～80%、金額の伸び率を同80～100%とする
- ⑤キャッシュレス決済を行う個人や企業の比率を40%以上とする

(2)QRコード決済

ベトナムのキャッシュレス決済手段の中で特に普及しているのが、QRコード決済です。スマホの普及に伴い、非接触型で早く安全かつ正確な決済が理由としてあげられます。Statistaのデータによると、2022年のベトナムのスマートフォンユーザー数は6,548万人で、世界第15位、東南アジアではインドネシア、フィリピンに続く第3位であること、導入店舗側からしても「専門的な機材が不要

のため投資コストが非常に安く、迅速に導入できる」ことも利用可能店舗が広がった一因です。

ベトナムで電子財布事業を認可されている企業は約40社あり、MoMo(モモ)が68%のシェアを占めています。コンビニやスーパーなどの日用品の買い物利用はもちろん、電気や水道、テレビ、インターネット、学費、医療費などのあらゆる生活サービスでQRコード決済が導入されています。

州立銀行の統計によると、QRコードによる決済は、2023年1-7月は2022年の同時期と比較して決済数が124.2%、金額で16.1%増加しています。



キャッシュレス決済の表示

(3) クレジット決済

2023年7月時点で国内に流通しているクレジットカードは約81万1,400枚で、2022年の同時期と比べると約43%増加しました。しかし、農村部に約6,300万人の人口を抱えていることもあり、クレジットカード保有率は人口の1割にも満たない水準です。

ベトナムでは、他国同様、国際ブランドのVisaやMasterCardが普及しています。親日国でもあることからJCBカード対応店舗も増えてきています。一方で、アメックスカードやダイナースカードは利用できる店舗がほとんどありません。

2 キャッシュレス普及に向けての課題

(1) 法制度の整備

政府主導でキャッシュレス決済を積極的に推進し、電子決済市場も急速に発展しています。しかし、デジタル通貨や電子マネーなどに関する法整備は追いついていません。

(2) 現金主義からの脱却

成人の銀行口座保有率をみると、2017年の30%台から急増し、2023年末に77.4%に上昇しており、電子決済ができる環境は整いつつあります。

ベトナムの小売市場は、公設市場や個人商店といったトラディショナルトレード(小規模小売店)が主流でしたが、近年では都市部を中心にスーパーやコンビニ、ECといったモダントレードが活況となっています。しかし、トラディショナルトレードの比率は約85%と高く、現在も現金支払いが主流となっています。また、農村地域では電子決済利用への心理的障壁が大きいと言われており、日本と同様に現金主義の脱却には、まだ時間を要すると思われます。

(3) セキュリティ対策の課題

ベトナム国内での電子決済の利用にあたり、アカウントのセキュリティや決済における安全性が問題視されています。情報漏えいや盗難、ハッカーによる脅迫や詐欺に遭う事例が実際に発生しており、決済仲介業者はセキュリティ対策や安全性向上に取り組んでいます。しかし、アプリの決済照会システムがより複雑になったことから、中高年の顧客層は電子決済の利用を躊躇する傾向にあります。

おわりに

ベトナムで生活していると、スリやスキミングなどの被害にあった話を身近に聞きます。私もベトナムでタクシー運転手や靴磨きの人に高額請求された経験があります。その経験から、外出時には極力現金やカードを持ち歩かないように気を付けています。

様々な課題はあるものの、ベトナム在住者にも、観光客にとっても、より安全で便利なキャッシュレス決済インフラが整備されることを期待しています。

(田中 貴也)

【税務編】

イノベーションボックス税制について

酒井啓司税理士事務所 税理士 酒井 啓司



Q. 国会で成立した令和6年度の税制改正の中で、研究開発について新しい視点での税制ができたそうですが、どのような制度でしょうか。

A. 知的財産から生じる一定の所得について所得控除を行うという「イノベーションボックス税制」が創設されました(施行は2025年4月1日)。

1. 制度の概要

イノベーションボックス税制は、研究開発拠点としての立地競争力の強化やイノベーションを促進することを目的として、企業が特許や著作権などの知的財産を活用した利益に対して低税率を適用する制度です。「国内で自ら研究開発した知的財産権」から生じる一定の所得について、下記の内容で所得控除を行うことができます。

項目	内容
知的財産権	特許権、AI関連のプログラムの著作権 (2024年4月1日以降に取得したもの)
対象所得	譲渡所得、ライセンス所得 (海外への譲渡所得及び関連者からの所得を除く)
所得控除率	30%
措置期間	7年間(2025年4月1日施行)

同税制は、フランスが2001年に導入して以降11か国が導入しており、G7の中では、フランス、イギリス(2013年)に次ぎ3番目になります。

2. オープンイノベーションへの効果

自社で開発した特許権等を他社で使ってもらうことにより生じた所得を優遇するものであり、企業が自社だけでな

く、外部の企業、行政・自治体、大学などと積極的に連携して、アイデアや技術などの資源を活用し、イノベーションを起こすというオープンイノベーションの発想に基づくものです。日本国内の企業が、研究開発拠点としての立地競争力を強化するという視点を強く持っています。

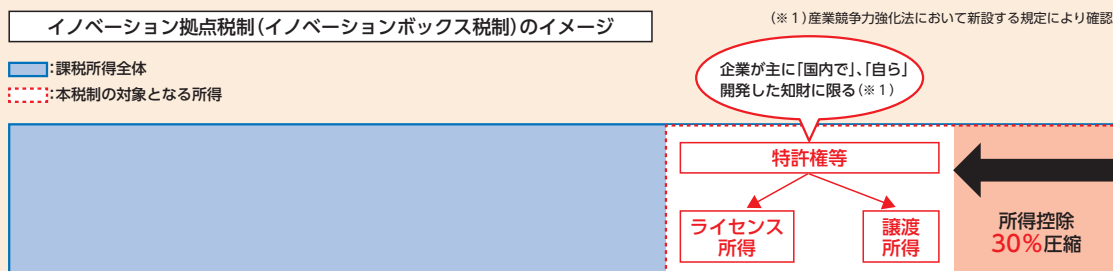
3. 試験研究開発税制への影響

この制度と連携することから、試験研究開発税制が改正されています。具体的には、研究開発費が減少している場合の控除額を段階的に引き下げていく整理が行われ、一定程度研究開発費が減少している場合には、控除率がゼロになることになります。

4. この制度の先にあるもの

令和6年度税制改正の議論の中では、成長志向の法人税改革が行われた2015年度に378兆円だった企業の内部留保が、直近2022年度では555兆円まで積み上がってきたことが指摘されています。これは法人税改革が意図した成果を上げてこなかったことになります。また、OECD等の議論でも法人税率に引き下げを進める「底辺への競争」に歯止めをかける動きもあります。これらのことから、今後は法人税率の引き上げも視野にあることに注目すべきと思われます。

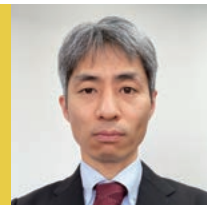
※本稿執筆にあたっては、租税研究2024年3月号を参考にしました。



【法務編】

フリーランス・事業者間取引適正化等法

弁護士法人たいよう 弁護士 林 寛大



Q. フリーランスへの業務委託を検討しています。
取引に際して留意する点はありますか。

A. フリーランスと発注事業者間の取引の適正化等を目的とする「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律」(フリーランス・事業者間取引適正化等法)が、今年秋頃までに施行される予定です。
同法に違反しないよう適正取引を心掛けてください。

1. 制定の背景・目的

2020年に政府が実施した調査によれば、フリーランスは462万人(うち本業214万人)と試算され、フリーランスが業務を受注する際、業務内容・報酬が明示されない、報酬不払い・支払遅延といったトラブル経験が約4割に上ることが判明しました。フリーランスの相談窓口には、ハラスメントなど就業環境に関する相談も寄せられています。

そこで、フリーランスと発注事業者間の取引の適正化、フリーランスの就業環境の整備を図ることを目的として、昨年5月、フリーランス・事業者間取引適正化等法が公布されました。

2. 対象となる当事者・取引

本法の対象者は「特定業務受託事業者(フリーランス)」と「特定業務委託事業者(発注事業者)」です。「従業員を使用していない特定業務受託事業者が、物品の製造、情報成果物の作成又は役務の提供を特定業務委託事業者から受託する業務取引」が対象です。

発注事業者が従業員を使用していない場合、原則として本法の対象外ですが、業務内容や報酬等の明示義務は課されます。

フリーランスには、個人だけでなく、代表者1人しかいない法人も含まれます。従業員を使用していても、短時間・短期間の雇用であれば、本法の対象となります。

3. 取引の適正化

本法の対象となる取引には、次の規律が適用されます。

- (1)委託する業務内容、報酬額、支払期日を書面又は電磁的方法で明示すること
- (2)給付(成果物・サービス等)の受領日から60日以内に報酬支払期日を設定し、支払うこと(再委託の場合、発注元の支払期日から30日以内)
- (3)禁止行為

- ①フリーランスに帰責事由のない給付の受領拒否、報酬減額、返品
- ②通常相場に比べ著しく低い報酬額を不当に設定
- ③業務の均質化・改善等の正当な理由なく、発注事業者の指定する物の購入・役務の利用を強制
- ④委託者のために金銭、サービスその他の経済上の利益を提供させ、フリーランスの利益を不当に害すること
- ⑤フリーランスに帰責事由なく内容を変更させ、又はやり直させ、フリーランスの利益を不当に害すること

4. 就業環境の整備

フリーランスの就業環境を整備するため、発注事業者には次の対応が求められます。

- ①フリーランスの募集情報を出す場合、虚偽表示や誤解を生じる表示をせず、最新の情報を保つこと
- ②フリーランスが育児介護等と業務委託を両立できるよう、申出に応じて必要な配慮をすること
- ③フリーランスに対するハラスメント相談対応等の体制整備をすること
- ④継続的業務委託を中途解除する場合、原則として解除日の30日前までにフリーランスに予告すること

5. 違反行為への対応

公正取引委員会等が、違反者に対し、助言、指導、報告徴収・立入検査、勧告、公表、命令をすることができます。命令違反及び検査拒否等に対し、50万円以下の罰金が定められています。

6. 今後の対応

本法は今年秋頃までに施行見込みであり、今後、国がガイドライン等で具体的な内容を公表する予定です。

フリーランスと取引のある事業者は、公表されるガイドラインを参考に適正取引に努めてください。

全国の地方銀行 9 行による「地域再生・活性化ネットワーク」の共同企画として、各地の地域活性化に向けた取り組みをご紹介します。

今回は、北海道における“サツマイモ産地化”の動きについて紹介します。

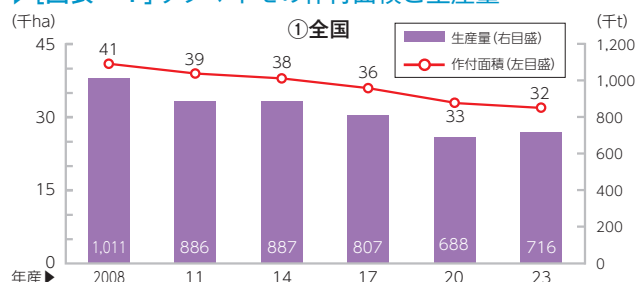
道内農業に新風。 広がる“サツマイモ産地化”の動き ～株式会社HAL GREENによる取り組み事例を交えて～

「焼き芋」「干し芋」、天ぶらの定番具材などとしてもおなじみの“サツマイモ”。これまでその栽培には不適とされてきた冷涼地の北海道においてここ数年、産地化に向けた動きが着実な広がりを見せています。

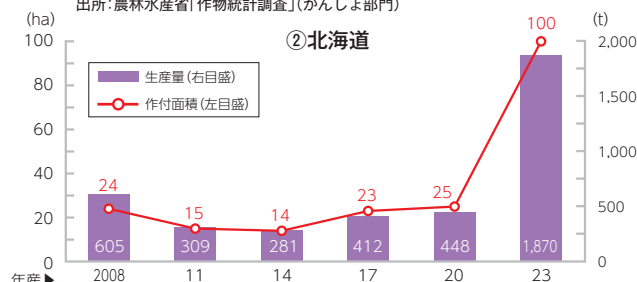
● 道産サツマイモの作付面積・生産量は直近 3 年間で急増

サツマイモの作付面積および生産量(出所:農林水産省「作物統計調査」)をみると、全国では、生産農家の高齢化・後継者不足等を背景に十数年来、どちらも減少基調で推移(図表-1-①)。また、その 7～8 割を上位 4 県(鹿児島・茨城・千葉・宮崎)が占めています。そうしたなか、これまで栽培には不適とされてきた冷涼地の北海道では、2023 年産の作付面積が 100ha(20 年産比 4 倍)、生産量が 1,870t(同 4.2 倍)と直近 3 年間で急増(図表-1-②)。作付面積・生産量と

▶【図表-1】サツマイモの作付面積と生産量



注: 23 年産は概数値。
出所: 農林水産省「作物統計調査」(かんしよ部門)



注 1: 20 年産の生産量は公表がないため、道銀地域総合研究所が推計(20 年産の作付面積×17 年産の単位収量)。
注 2: 23 年産は概数値。

出所: 農林水産省「作物統計調査」(かんしよ部門)

も、全国に占める割合は 0.3% 程度とごくわずかですが、産地化に向けた動きが着実な広がりをみせています。

● 温暖化による栽培適地の北上とともに各種主体が産地化を後押し

道内において、“サツマイモ産地化”に向けた動きが広がっている背景には、気候変動の影響、国内外におけるサツマイモの需給動向、道内栽培ならではの品質メリットなど、様々な要因があるようです(図表-2)。

▶【図表-2】“サツマイモ産地化”の動きが広がっている主な背景

項目	内容
気候変動	・地球温暖化の影響により、経済栽培可能地域の北限が北上。
需給動向	・健康維持等に効果の期待できる食材としての人気の高まり。 ・東南アジア等での「焼き芋」ブームを受け輸出向け需要が増加。 ・九州の主産地が、2018 年秋以降の病害拡大で生産量減少。
品質メリット	・“ふかし芋”にした時、同品種同時収穫の道外産と比べ、しっとり・ねっとり感や甘みが強い傾向(生育期・収穫期における低温が、でんぷん質の粒を小さくするなどの作用)。
品種改良	・冷涼地向け新品種の研究が進む(「ゆきこまち」の開発等)。
栽培効率	・寒冷気候で害虫(センチュウ)が路地越冬できず。このため、防除頻度が少なく済み手間がかからない。また、病害リスク、連作障害リスク、施肥コストの低減が期待できる。

出所: 各種資料等をもとに道銀地域総合研究所作成

こうした追い風要因を捉え、JA 系統の連合会組織や民間のアグリビジネス関連企業など各種主体が、栽培農家の組織化を積極的に進めています。恵庭市に本社を置き、道産農産物の道内外向け流通を担う地域商社・株式会社 HAL GREEN(以下、HAL 社)もそうした主体の一つ。延べ 150 の道内生産農家と契約し生産をサポート。15 品目程度の仕入れを行っています。

●九州の農業生産法人からの打診が産地化に取り組むきっかけに

HAL社が「サツマイモ産地化」の取り組みを始めたのは2020年。きっかけは、サツマイモの生産から販売までを手広く行っている、農業生産法人株式会社くしまアオイファーム(本社:宮崎県。以下、くしま社)からの打診でした。「北海道でのサツマイモの作付拡大と一緒に取り組んでももらえないか。」くしま社は、18年秋以降、九州などで広がった「サツマイモ基腐病」^{もとくさびょう}の影響を受け供給力が低下。そこで目をつけたのが北海道でした。需要量に対し安定的に供給できる態勢の構築に向け今後、主産地の補完的役割を担える可能性を秘めている、と見込んだのです。

実は、HAL社には打診のある以前から、「温暖化により栽培する作物の一部で収量や品質に悪影響が出始めている。代替して作付けできる作物がないか」といった声が複数の契約農家から届いていました。サツマイモ栽培への参入サポートは、道内生産農家が抱える課題の解決にもつながると判断。打診への応諾回答に多くの時間はかからなかったようです。

●「高系14号」^{こうけい}をメインに据え栽培農家をサポート

2020年2月、HAL社は既存契約農家によるサツマイモ栽培への参入に向け、初めて説明会を開催。作付けが実質1年目となった21年産では、①「紅はるか」、②「シルクスイート」、③「高系14号(通称:金時芋)」の3品種(①②はしっとり・ねっとり系、③はホクホク系)を選定し、栽培農家9軒で生産量16tの実績でした。道内産「高系14号」については、収穫後数ヵ月保管することでしっとりとした食感になり、かつ甘みも強くなることを実際に確認。そして、収量効率、収穫作業や販売のしやすさなどを総合的に評価し、2年目からは作付品種をほぼ「高系14号」に絞ってサポートしています。

また、毎年収穫後には、次年産作付けに向けた改善点等の共有を図るべく、栽培農家・くしま社・HAL社が一同に会して情報交換会を実施。この間、自社情報誌での栽培情報発信、契約先向け声掛けの継続、生産者間での紹介などを通じ



写真1:収穫作業の様子(長沼町の契約農家)

写真2:集荷後の「高系14号」

(写真提供: 1~2 株式会社HAL GREEN)

て着実に参入農家を開拓。直近の23年産では、栽培農家30軒で生産量約300t(作付面積約15ha)と、参入農家数・生産規模とも順調に拡大させています(農林水産省まとめの直近調査データを基に計算すると、道内サツマイモ生産量に占めるHAL社契約先生産量の割合は約16%)。今後は、冷涼地でも収量効率の高い新品種「ゆきこまち」の試験導入なども視野にいれ、「生産量500tが当面の目標」(産地開発部・八木橋主任)としています。

●北海道の代表的作物の一つになる可能性を秘めるサツマイモ

“農業王国”と呼ばれる北海道ですが既存作物の一部では、地球温暖化等により収量減・品質低下等の影響がみられます。こうしたなか、足元で産地化の動きが広がりがつつあるサツマイモは、道内農業における“新風”として今後、代表的な作物の一つになっていく可能性を秘めています。

道内全体で“サツマイモ産地化”のうねりをさらに大きくしていくためには、①より低温耐性のある品種の研究・開発、②道内での育苗体制の構築(品質確保、調達コスト抑制)、③長期安定供給を図るための貯蔵施設の整備、④道内における加工需要の創出、などが課題とされています。公設を含む研究機関、各種主体、生産農家、加工・販売事業者等が一体となった取り組みが一層重要になるといえます。

(文責:株式会社道銀地域総合研究所 黒瀧 隆司)

全国の地銀9行連携 「地域再生・活性化ネットワーク」について

経営基盤・営業エリアが異なる地銀9行が、様々な情報・ネットワークを相互に活用することで、地域経済の再生および活性化を図るために構築した広域連携です。

県境・地域を超えて活躍する(今後検討される)お客さまのビジネスニーズ等に対して、全国の各エリアをカバーする地域金融機関が連携・協力して対応していきます。

- ①複数の地方銀行による資金供給(シンジケートローン・協調融資等)
- ②他エリアの地方銀行のネットワーク情報を活用して、M&Aや事業承継における相手方情報をご提供
- ③ビジネスマッチング業務にかかる他エリアの地方銀行のお取引先等をご紹介

【注意事項】 ●本ネットワークは、協定書を締結した地方銀行9行の連携・協力に基づき運営されています。ご利用にあたり、お客さまのご要望・ニーズなど、必ずしもご期待にそえない場合がありますのでご了承ください。(個別具体的なソリューションのご提供を確約するものではありません。)
●本ネットワークのご利用を希望される場合は、お近くの取引銀行窓口までお気軽にご相談ください。
(ご相談は無料です、但し、個別具体的なソリューションのご提供にあたっては、各銀行所定の手数料等がかかる場合があります。)



緩やかに持ち直しているが、物価上昇に伴う個人消費への影響が懸念される

～県内企業の業況判断DIは小幅に改善～

概況

【内閣府月例経済報告：3月】

- 景気はこのところ足踏みもみられるが、緩やかに回復している
- 先行きも緩やかな回復が続くことが期待されるが、世界的な金融引き締めに伴う影響や中国経済の先行き懸念など、海外景気の下振れが日本の景気を下押しするリスクとなっている
- 物価上昇や令和6年能登半島地震の経済に与える影響などにも注意する必要がある

【県内経済の状況】

- 愛媛県内も緩やかに持ち直している
- 先行きについては、物価上昇が個人消費に水を差す可能性があり、注意する必要がある

【県内の直近の経済指標】

- 鉱工業生産指数(季節調整値・1月)は前月比4.4%低下と、2ヵ月連続で前月を下回る
- 公共工事請負金額(3月)は前年同月比7.8%減と、2ヵ月ぶりに前年を下回る
- 住宅着工戸数(2月)は前年同月比14.5%減と、3ヵ月連続で前年を下回る
- 有効求人倍率(季節調整値・2月)は前月比0.02ポイント上昇の1.36倍と2ヵ月連続で上昇
- 百貨店・スーパーの販売額(2月)は前年同月比3.3%増と2ヵ月連続で前年を上回る
- 新車乗用車販売台数(軽自動車含む・2月)は前年同月比16.9%減と2ヵ月連続で前年を下回る

【日本銀行松山支店・愛媛県短観(3月調査)】

- 業況判断DIは、前回(12月調査)から3ポイント上昇の+7となった
- 製造業は前回調査から6ポイント上昇の+4、非製造業は2ポイント上昇の+10と持ち直しの動きがみられた

生産

指数は2ヵ月連続で前月を下回る 全国では自動車や生産用機械工業が低下

【総括コメント】

- 速報値で93.4(季節調整値、2020年＝100)と前月比4.4%低下し、2ヵ月連続で前月を下回る
- 鉱工業生産指数の推移は、2023年7月から上昇傾向にあったが、12月からは低下に転じている

【県内主要業種の動向：1月】

主な上昇品目

- 「非鉄金属」(同+19.4%)：電気銅の生産増加
- 「化学」(同+1.6%)：ポリエチレンテレフタレート(PET)の生産増加

主な低下品目

- 「食料品」(前月比▲17.5%)：清涼飲料の生産減少
- 「汎用・生産用機械」(同▲6.1%)：トラクタの生産減少

【全国の動向：2月】

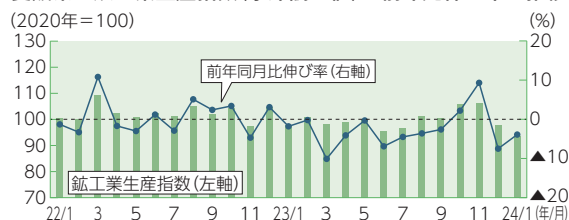
- 97.9(季節調整値、2020年＝100)と前月比0.1%低下し、2ヵ月連続で前月を下回る
- 「自動車」(同▲7.9%)や「生産用機械工業」(同▲3.2%)が寄与
- 「自動車」は前月に引き続き品質不正による工場稼働停止等の影響で低下
- 基調判断は、「一進一退ながら弱含み」に据え置き

愛媛県の主要7業種鉱工業生産指数(1月)

	季節調整値		原指数	
	指数	前月比(%)	指数	前年同月比(%)
非鉄金属	99.5	+19.4	100.9	▲2.7
汎用・生産用機械	111.3	▲6.1	92.1	+3.4
電気機械	78.9	▲3.5	79.7	▲13.4
輸送機械	116.0	▲7.1	114.4	+30.3
化学	82.7	+1.6	94.0	▲7.0
パルプ・紙・紙加工品	91.2	▲3.0	91.1	▲10.2
食料品	83.7	▲17.5	69.0	▲6.0
全 体	93.4	▲4.4	91.4	▲3.9

(注)速報値

愛媛県の鉱工業生産指数(季節調整値)と前年比伸び率の推移 (2020年＝100)



資料：愛媛県企画振興部政策企画局企画統計課

公共工事

3月の請負金額は前年同月比7.8%減 2ヵ月ぶりに前年を下回る

【総括コメント】

- 3月の愛媛県内における公共工事の請負金額は前年同月比7.8%減の267億2百万円で、2ヵ月ぶりに前年を下回った
- 令和5年度における請負金額の累計は1,767億円(前年度比▲0.04%)となり、ほぼ前年度並みとなった

【発注者別の請負金額】

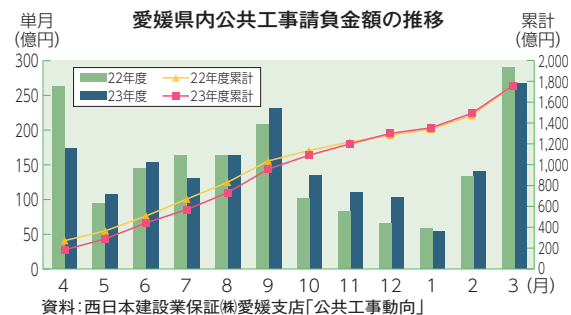
- 前年から増加 ●「独立行政法人等」(前年同月比+185.5%)
前年から低下 ●「国」(同▲10.7%)
●「県」(同▲0.9%)
●「市町」(同▲60.0%)

【トピック】

政府は「建設業法及び公共工事の入札及び契約の適正化の促進に関する法律の一部を改正する法律案」を閣議決定した。建設業の担い手確保を目的として、①労働者の処遇改善、②資材高騰に伴う労務費へのしわ寄せ防止、③働き方改革と生産性向上の3点が盛り込まれている。

県内の公共工事請負金額(3月)

発注者	24年3月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	6,438	▲10.7
独立行政法人等	4,645	185.5
県	12,114	▲0.9
市町	2,845	▲60.0
その他	657	▲15.7
合 計	26,702	▲7.8



住宅着工

2月の着工戸数は前年比14.5%減 3ヵ月連続で前年を下回る

【総括コメント】

- 2月の愛媛県内における住宅着工戸数は431戸で、前年同月比14.5%減と3ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(県内)】

- 前年から増加 ●「分譲住宅」(同+33.0%)
前年から低下 ●「持家」(同▲10.9%)
●「貸家」(同▲56.5%)

【全国の動向: 2月】

- 住宅着工戸数は59,162戸で、前年同月比8.2%減と9ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(全国)】

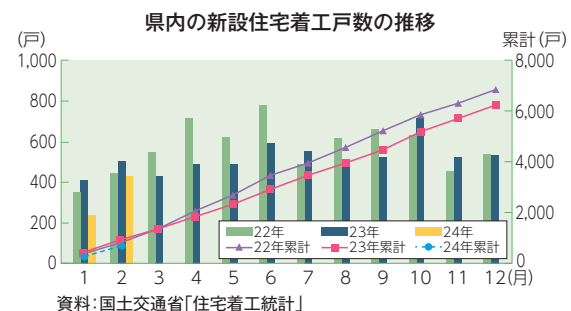
- 前年から増加 ●「貸家」(同+1.0%)
前年から低下 ●「持家」(同▲11.2%)
●「分譲住宅」(同▲17.7%)

【トピック】

国土交通省は、3月に民間住宅ローンの2022年度実績を公表した。個人向け住宅ローンの新規貸出額は、2021年度から5,014億円減少の20兆2,934億円であった。用途別の割合では、新築住宅向けが前年度から0.2ポイント増加の73.6%、既存(中古)住宅向けが0.3ポイント減少の20.5%であった。金利タイプ別の割合では、変動金利型が77.9%と最も高い結果となった。

新設住宅着工戸数(2月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	204	▲10.9
貸家	77	▲56.5
給与住宅	21	+2,000.0
分譲住宅	129	+33.0
分譲マンション	78	+129.4
分譲一戸建	51	▲19.0
合 計	431	▲14.5



雇用

有効求人倍率は1.36倍 2ヵ月連続で前月を上回る

【総括コメント】

- 2月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.02ポイント上昇の1.36倍と2ヵ月連続で上昇
- 求人が求職を上回って推移しているものの、改善の動きが弱まっている

【主要産業別の新規求人数：2月】

主な上昇業種

- 「卸売業、小売業」(同+19.0%)：スーパーやドラッグストアでパートを中心とした人材確保の動き
- 「サービス業」(同+15.4%)：人手不足から労働者派遣を活用する動き

主な低下業種

- 「運輸業、郵便業」(同▲18.5%)：引っ越し作業の求人が前倒しされた影響
- 「建設業」(同▲12.4%)：原材料高騰による、作業量の減少

【トピック】

2024年4月から働き方改革関連法による時間外労働の上限規制が、建設業・ドライバー・医師等にも適用された。労働環境の是正が期待される一方で、「2024年問題」とも称される人手不足が懸念されており、今後の求人・求職の動向に注目が集まる。

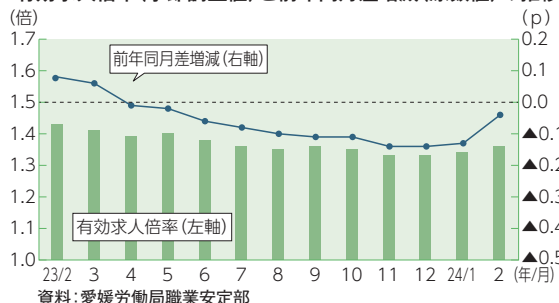
県内の雇用情勢(2月)

(単位：人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	4,840	+4.7	+1.6
月間有効求職者数	22,147	+5.1	+3.5
新規求人数	11,941	+3.4	+2.8
月間有効求人数	31,889	+3.5	▲2.2
有効求人倍率(季節調整値)	1.36	+0.02	▲0.04

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.44倍	1.57倍	1.33倍	1.60倍
※()内は前年同月差	(▲0.08p)	(▲0.06p)	(▲0.12p)	(▲0.01p)

有効求人倍率(季節調整値)と前年同月差増減(原数値)の推移



物価

総合指数(前年同月比+3.8%)、 生鮮食品を除く指数(同+3.9%)ともに25ヵ月連続のプラス

【総括コメント】

- 2月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が106.6と前年同月比3.8%上昇、生鮮食品を除く指数も106.1と同3.9%上昇
- 25ヵ月連続で前年を上回った

【費目別(松山市)】

前年から増加

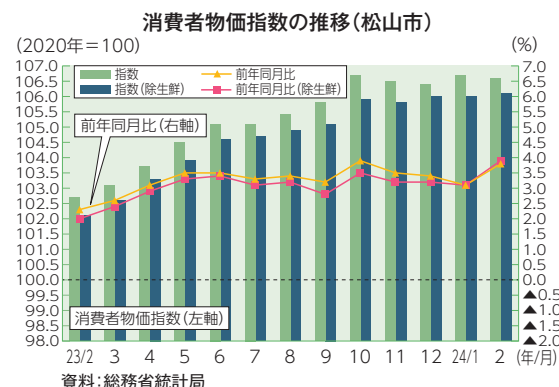
- 全品目(生鮮食品を除く)で上昇
- 「被服及び履物」(同+9.6%)：スーツ、スラックス等の幅広い品目の価格上昇
- 「光熱・水道」(前年同月比9.3%)：政府による電気・ガス料金の負担軽減策から1年がたち、比較した際の減少効果が薄まった
- 「家具・家事用品」(同+7.9%)：タオル等の幅広い品目の価格上昇

【全国の動向：2月】

- 2月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は106.5で、前年同月比2.8%上昇
- 30ヵ月連続で前年を上回った

費目別の消費者物価指数の動向(2月・前年同月比増減率)

上昇	被服及び履物(+9.6%) 光熱・水道(+9.3%) 家具・家事用品(+7.9%) 教養娯楽(+6.2%) 食料(+4.4%)	交通・通信(+3.4%) 保健医療(+2.1%) 諸雑費(+1.7%) 教育(+0.3%) 住居(+0.1%)
----	---	---



消費

百貨店・スーパーの販売額は前年同月比3.3%増 新車乗用車販売台数は2ヵ月連続で前年を下回る

【百貨店・スーパーの販売額、新車乗用車販売台数】

- 2月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比3.3%増と2ヵ月連続で上昇
- うち、百貨店では気温が不安定だった影響で春物衣類が苦戦し同1.0%減
- 新車乗用車販売台数は軽自動車とあわせ3,014台と同▲16.9%の減。自動車メーカーの品質不正問題による小型車と軽自動車の出荷停止の影響から減少

【その他業種の販売額】

- 上昇 ●「ドラッグストア」(同+14.3%)：出店数増加と閑年の影響によるもの
- 「コンビニエンスストア」(同+2.9%)：新商品や暖冬による飲料類の好調な推移と閑年の影響によるもの
- 低下 ●「家電大型専門店」(同▲4.2%)：前年同月の反動(前年同月は巣ごもり需要があったため)と年度末前の買い控え傾向によるもの
- 「ホームセンター」(同▲2.9%)：前年同月の反動(前年同月は巣ごもり需要があったため)

【トピック】

総務省が発表した2023年の家計調査によると、2人以上世帯の消費支出は、月平均で29万3,997円と、物価変動の影響を除いた実質で3年ぶりの減少(前年比▲2.6%)となった。23年5月の新型コロナ5類移行に伴い、外出を伴う消費は好調だった一方で、物価高により「食料」や「教育」の支出が大きく減少した。

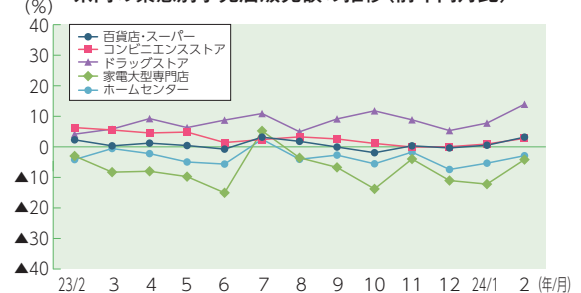
県内の小売店販売額および新車乗用車販売(2月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	156.1	+3.3
コンビニエンスストア	81.4	+2.9
ドラッグストア	90.9	+14.3
家電大型専門店	27.2	▲4.2
ホームセンター	24.8	▲2.9

	販売台数	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	3,014	▲16.9

資料：経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

県内の業態別小売店販売額の推移(前年同月比)



観光

道後温泉宿泊客数は前年を下回る 県内主要観光施設入込み客数は3ヵ月連続で前年を上回る

【道後温泉宿泊客数】

2月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比4.3%減の62,182人となった。

【主要観光施設入込み客数】

2月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月を8.0%上回った。3連休が2回あったことや、「旧正月」が2月中旬になったこともあり、国内外の観光需要が一段と高まった。

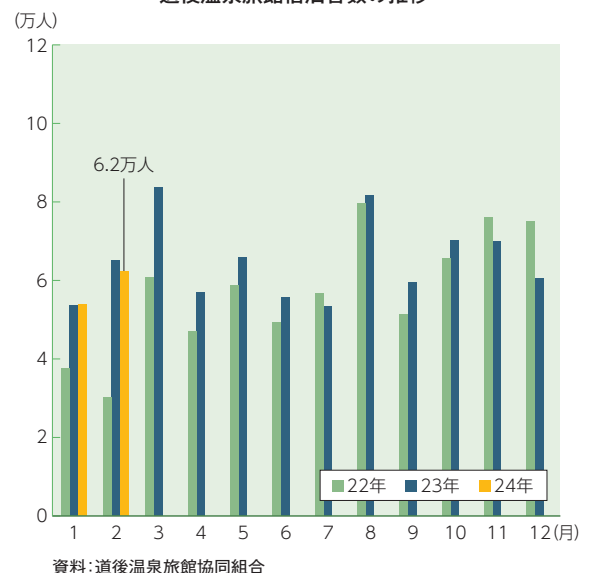
前年から増加

- 東予(前年同月比+11.3%)
「マイントピア別子」や「県総合科学博物館」などの施設は前年同月を上回った
- 中予(同+11.8%)
「子規記念博物館」「松山城」は前年を大きく上回った
- 南予(同+3.7%)
「大洲城」や「宇和島城」などの施設は前年を上回った

【訪日外国人宿泊者数】

観光庁によると、2023年(1月~12月)の訪日外国人消費額(確報)は5兆3,065億円で、2019年比では10.2%増となった。また、一人当たり旅行支出は21万3千円と推計され、2019年比では34.2%増となった。円安の進行や物価上昇などが、訪日支出を押し上げたと考えられる。

道後温泉旅館宿泊客数の推移



資料：道後温泉旅館協同組合



地場産業の 景気 天気図



晴れ



晴れ一部曇り



曇り



曇り一部雨



雨

好調

不調

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
海面養殖	 ▶ 	3月のマダイの浜値は970円/kg前後と横ばい。在池尾数の引き締めと需要閑散期のため、当面は現水準での推移を見込む。ハマチの浜値も、840円/kg前後と前月比で横ばい。在池尾数の回復により前年比で下落傾向が続いている。中国による水産物輸入停止から半年以上が経過したが、足元の相場への影響はみられない。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
水産加工品	 ▶ 	削り節の原材料であるカツオのバンコク相場(国際相場)は、1トンあたり前月比100ドル値下がりして1,300ドル前後で推移。これまでの相場高騰の影響で缶詰需要に停滞感がみられ、在庫調整から相場は弱含みとなった。一方、国内相場は210円/kg前後と前月比で横ばい。季節商材として一定の需要はあり、様子見相場となった。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	3月のタオルの生産状況を表す今治地区の綿糸受渡数量は3,685梱で、前年同月比では5.2%減となった。 3月の綿糸価格は主力の20番手が121,500円/梱、同22.4%安となったものの、依然として高水準にある。

業 種		現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
製 紙	印刷・情報用紙 新聞用紙	 ▶ 	印刷・情報用紙の2月の国内出荷は、前年同月比13.1%減で18ヵ月連続の減少。デジタル化に伴う需要減少が続いている。新聞用紙も同8.2%減で33ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙	 ▶ 	2月の国内出荷は、前年同月比9.1%増で7ヵ月ぶりのプラスとなった。トイレ紙は11.2%増で2ヵ月ぶりのプラスだったほか、タオル用紙(同1.4%増)、ティッシュ(同8.7%増)も前年を上回った。物流費の上昇などに対応するため4月から値上げする企業が相次ぎ、前倒しの需要が出た。
	紙加工など	 ▶ 	段ボール原紙の2月の国内出荷は、前年同月比0.1%の微減で9ヵ月連続の減少。青果物の荷動きがやや低調だった。白板紙は同2.3%減、包装用紙は同5.0%減と包装資材削減(省包装化)の動きが下押し要因となっている。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
一般機械 金属製品 鉄鋼	 ▶ 	建設機械の2月の出荷額は、前年同月比8.6%減で40ヵ月ぶりに減少に転じた。輸出が同10.0%減で3ヵ月ぶりの減少となったことが影響した。とくに、鉱山向けのショベル需要減少でアジア向けは3割強落ち込んだ。産業機械は、引き合いがあるものの受注が遅れており、やや操業度が下がっている。プラント関係は、県内外での投資が比較的好調で受注環境は良好。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
造 船	外 航  ▶ 	手持ち工事は3～4年分を有している。日本船舶輸出組合によると、3月の輸出船契約実績は26隻・114万総トンで、トン数ベースで前年同月比16.1%増だった。海運市況の先高観もあって、バラ積み船(バルカー)が22隻・101万8千総トンで、大型のケーブサイズも4隻・39万3千総トンの契約があった。船価は資機材価格の上昇や人手不足などを背景に、さらなる上昇が見込まれる。
	内 航  ▶ 	国土交通省の造船統計速報によると、2月の国内船(内航船)の受注・起工ともにゼロ、竣工は1隻(その他の用途)だった。旭タンカー、商船三井内航、イコースは、脱炭素エネルギーとしてのアンモニアを一度に大量に輸送することを可能とする大型アンモニア内航船を2028～29年頃に導入するためのコンセプトスタディを共同で実施することに合意した。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
海 運	外 航  ▶ 	4月15日時点のBDI(バルチック海運指数)は1,730で下落基調。米国ボルティモア港でコンテナ船が大型連絡橋に衝突した事故について、同港からの石炭積み出しや自動車運搬船の寄港に影響が出ている。大型のケーブサイズや中型のパナマックスなどの市況下落の一因にもなっている。コンテナ船は紅海・スエズ運河からのう回航行が定着化し、運賃市況が次第に軟化している。
	内 航  ▶ 	日本内航海運組合総連合会によると、2月の輸送量は、貨物船は前年同月比9.0%減、油送船が同6.7%減だった。低気圧の断続的な発生で輸送障害が多くみられた。貨物船は鉄鋼、燃料(石炭、コークス)が増加となった一方、自動車が低調で、貨物船全体の輸送量を押し下げた。油送船は暖冬で黒油(重油)の需要が減少、白油はジェット燃料の需要が安定して推移。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	3月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比7.8%減の267億円であった。「独立行政法人等」は前年を上回ったものの、「国」や「県」、「市町」は前年を下回った。2月の住宅着工戸数は前年を14.5%下回る431戸となった。利用関係別では、「給与住宅」や「分譲住宅」は前年比を上回ったものの、「持家」や「貸家」は前年を下回った。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
観 光	 ▶ 	2月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比4.3%減の62,182人となった。また、2月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(11.3%増)、中予(11.8%増)、南予(3.7%増)すべての地域が前年を上回り、全体では8.0%増となった。

5

2024

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は4月18日時点のものです。おでかけの際は事前に最新の情報をご確認ください。

開催日	催物名	会 場	お問い合わせ	備考(入場料など)
～15(水)	富士山つつじまつり	富士山公園 (大洲市)	大洲市観光協会 ☎ 0893-24-2664	—
～19(日)	「企画展」 [共催展] Mozuミニチュア展 ようこそ、ちいさな世界へ。	愛媛県美術館 (松山市)	Mozuミニチュア展 実行委員会事務局 (あいテレビ内) ☎ 089-921-2192	当日券 一般(高校生以上) 1,200円 小中生 800円 未就学児 無料
29(水)・30(木)	大山祇神社例大祭・後宮祭	大山祇神社 (今治市)	大山祇神社 ☎ 0897-82-0032	—

SPORTS

伊予銀行ヴェールズ (女子ソフトボール JDリーグ) 伊予銀行ヴェールズ事務局 / TEL:(089)907-1043

【開催日】 17(金)	【対戦相手】 SGホールディングス ギャラクシースターズ	【プレイボール】 18:30	【会場】 西予市営宇和球場
【開催日】 18(土)	【対戦相手】 東海理化チェリーブロッサムズ	【プレイボール】 14:00	【会場】 西予市営宇和球場
【開催日】 19(日)	【対戦相手】 トヨタ レッドテリアーズ	【プレイボール】 13:30	【会場】 西予市営宇和球場

愛媛FC

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 6(月・振休)	【対戦相手】 いわきFC	【キックオフ】 15:00	【マッチシティ・タウン】 八幡浜市
【開催日】 25(土)	【対戦相手】 栃木SC	【キックオフ】 13:55	【マッチシティ・タウン】 新居浜市・松前町

愛媛FCレディース

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 11(土)	【対戦相手】 ASハリマアルビオン	【キックオフ】 13:00	【会場】 愛媛県総合運動公園野球技場
【開催日】 18(土)	【対戦相手】 ニッパツ横浜FCシーガルズ	【キックオフ】 13:00	【会場】 愛媛県総合運動公園野球技場

FC今治 会場:今治里山スタジアム

株式会社今治.夢スポーツ内 / TEL:(0898)31-8701

【開催日】 6(月・振休)	【対戦相手】 カターレ富山	【キックオフ】 13:00
【開催日】 18(土)	【対戦相手】 福島ユナイテッドFC	【キックオフ】 13:00

愛媛マンドリンパイレーツ

愛媛県民球団株式会社 / TEL:(089)914-8102

【開催日】 10(金)	【対戦相手】 徳島インディゴソックス	【プレイボール】 14:30	【会場】 今治市営球場
	【対戦相手】 徳島インディゴソックス	【プレイボール】 18:00	【会場】 今治市営球場
【開催日】 11(土)	【対戦相手】 高知ファイティングドッグス	【プレイボール】 13:00	【会場】 いきなスポレク公園
【開催日】 14(火)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス4軍	【プレイボール】 18:00	【会場】 宇和島市丸山公園野球場
【開催日】 15(水)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス4軍	【プレイボール】 18:00	【会場】 宇和島市丸山公園野球場
【開催日】 18(土)	【対戦相手】 香川オリーブガイナーズ	【プレイボール】 13:00	【会場】 坊っちゃんスタジアム
	【対戦相手】 香川オリーブガイナーズ	【プレイボール】 16:30	【会場】 坊っちゃんスタジアム
【開催日】 25(土)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス3軍	【プレイボール】 13:00	【会場】 坊っちゃんスタジアム
【開催日】 26(日)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス3軍	【プレイボール】 13:00	【会場】 坊っちゃんスタジアム

IRC 調査月報
MonthlyIYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT
2024 / NO.431

■発行日: 2024年5月1日

■発行所: 株式会社いよぎん地域経済研究センター ■発行人: 矢野一成 ■編集人: 秋本 哲

〒790-0012 松山市湊町4丁目4-3 お問い合わせ: <https://www.iyoirc.jp/about/contact/>

■印刷: セキ株式会社

