

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポート】

約8割の企業が賃上げを予定、 一方で持続的な賃上げには負担感あり

～県内企業の2025年度賃金改定動向に関する調査～

【TOPICS】

「愛媛船主」の外航船舶保有隻数は増加するも 国内建造比率は低下傾向

～2024年12月現在の愛媛の船主の外航船保有状況～



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

4

2025
No.442

- 01 | **【視点】**
イノベーションへの第一歩
株式会社いよぎん地域経済研究センター(IRC) 代表取締役社長 / 矢野 一成
- 02 | **【調査レポート】**
約8割の企業が賃上げを予定、一方で持続的な賃上げには負担感あり
～県内企業の2025年度賃金改定動向に関する調査～
- 12 | **【compass】**
時代の転換点でビジネスがサステナビリティを通じてできること
SDGパートナーズ有限会社 代表取締役CEO / 田瀬 和夫
- 13 | **【データよもやま話】**
人手不足が初任給を引き上げるも主要国では低水準
～長期推移と国際比較からみる日本の大学新卒者初任給～
- 14 | **【TOPICS】**
「愛媛船主」の外航船舶保有隻数は増加するも国内建造比率は低下傾向
～2024年12月現在の愛媛の船主の外航船保有状況～
- 18 | **【素顔のニューリーダー】**
久保豊株式会社 専務取締役 / 久保 賢太郎 氏
有限会社大豊陸送 取締役総務部長 / 柴田 陽平 氏
- 20 | **【シンガポールだより】**
チャイニーズニューイヤーについて
- 22 | **【経営・実務Q&A】**
税務編 デジタルインボイスの今後
和泉会計事務所 税理士 / 和泉 真紀夫
労務編 改正育児・介護休業法の概要について
社会保険労務士法人 人的資源研究所 特定社会保険労務士・人事コンサルタント / 平尾 由紀
- 24 | **【地銀9行連携レポート】**
観光DX推進による地域経済活性化プロジェクトの取り組み
～上信越高原国立公園志賀高原(長野県下高井郡山ノ内町)の事例から～
- 26 | **【愛媛県経済の動き】**
- 30 | **【地場産業の景気天気図】**
- 32 | **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: 大三島藤公園
(今治市)
撮影: 新藤 博之(IRC)

視点

POINT OF VIEW



イノベーションへの第一歩

株式会社いよぎん地域経済研究センター(IRC)
代表取締役社長 矢野 一成

私は元来、快楽主義的人間である。いきなり何を言うのかと思われるかもしれないが、快楽主義とは経済学者シュンペーターによって分類された人間行動の一類型である。イノベーションの起こらない静的経済において、一定の条件下で拘束を受け入れたうえで自分の欲求を満たすべく合理的に行動することらしい。換言すれば、快楽主義的行動とは経済合理性のある行動であり、多くの方が当てはまるのではないだろうか。さらに、シュンペーターはイノベーションを起こすには快楽主義的人間から精力的人間に変わらなければならないと述べている。

数年前、私は己の類型を快楽主義的人間から精力的人間に宗旨変えすることを決意した。なぜなら、今までにない最新型の銀行店舗の運営を任せられ、支店業務自体のイノベーションがミッションとなったからである。

さて、弊社の調査によると、高校生の約半分が県外への就職・進学志向と確認されている。Uターン就職は一定数あるものの、大企業を中心とした賃金上昇の潮流から若年層の大都市圏集中に拍車がかかっており、少子化による生産年齢人口の減少と相まって人手不足は加速度的に深刻になるだろう。その難題を乗り越えるためには全社的にリスクリングを推進してDX化を図る、すなわちビジネスモデ

ルにイノベーションを起こして生産性を向上させるしか道は残されていないのである。

弊社においても、精力的な改革に着手した。紙ベースの業務フローは片っ端からグループウェアのアプリに移行し、各人が使っていた袖キャビは全て廃棄させたうえで、フローとストックの両面からペーパーレス化を進めている。経理事務はクラウド化し、勤怠管理もシステム化した。セキュアなパッケージ型AIを導入して、企画立案から文章作成および推敲に至るまで、オリジナリティーを損なわない程度に人工知能の力も借りている。そして、イノベーションが沸き起こる組織を目指して社員のDX・リスクリング研修も開始した。

弊社が毎月発行しているIRC Monthlyも例外ではない。刷板→印刷→製本→物流というプロセスをショートカットして、知りたい情報をタイムリーにお届けするという本来あるべき姿を思い描き、会員の皆さまにメールアドレスの登録をお願いしているところである。

一方で、紙冊子を残して欲しいというご意見もいただいております、会員の皆さまの実情に合わせた着地点を模索している。月報のメールマガジン化という、弊社にとって最大級のイノベーションを今後も精力的に進めていく所存である。引き続き、皆さまからの忌憚のないご意見をお待ちしている。

約8割の企業が賃上げを予定、一方で持続的な賃上げには負担感あり

～県内企業の2025年度賃金改定動向に関する調査～

【はじめに】

日本の賃上げ機運の高まりが本格化して2年目となった2024年春闘では、33年ぶりに5%を超える賃上げ水準となった。物価高騰が続くなか、企業と従業員の双方に賃上げの意識が浸透してきたが、日本がデフレマインドからの完全な脱却を目指すうえで、これまで以上に賃上げが重要な要素となる。

そこで、愛媛に事業所を置く企業の賃金改定動向とこれまでの賃上げ機運の効果を把握するため、アンケートを実施した。今回はその結果を中心に、賃上げの現状と課題をレポートする。

1. 賃上げ状況

① 今春闘は中小企業で「6%以上」を目指す

2024年春闘の賃上げ率は、日本労働組合総連合会(以下「連合」)の集計によると、全体では5.1%と目標であった「5%以上」を達成したが、中小組合に限ると4.45%にとどまった。(図表-1)。賃上げの裾野を広げ、消費を拡大するには中小企業への波及が課題であることから、連合は2025年春闘での要求水準を全体では「5%以上」とするなか、中小

▶ [図表-1] 平均賃金方式による春季賃上率の推移



資料：日本労働組合総連合会「2024年春季生活闘争第7回(最終)回答集計結果」をもとにIRC作成
注：労働者一人ひとりの賃金合計額を労働者の数で割った賃金水準

企業は「6%以上」を目標としている。経済諸団体トップもこうした方針を理解し、大手企業を中心に先行して高い賃上げ率を掲げている。

② 愛媛の名目賃金と実質賃金

愛媛の賃金推移をみると、名目賃金は2024年以降、対前年比プラスが続いており、賃上げの影響がみられる。一方で実質賃金は、直近2024年11月調査で2ヵ月連続のプラスとなったものの、賞与や最低賃金改正のタイミングによる一時的なものと考えられ、依然としてプラス圏での推移は定着していない(図表-2)。

都市部では、大企業を中心に物価上昇率を大幅に上回る賃上げ率もみられるが、消費を喚起し地域経済が成長力を取り戻すためには、中小企業の賃金改定動向が大きなポイントになる。

▶ [図表-2] 愛媛県の名目賃金と実質賃金の推移(前年比増減率)



資料：厚生労働省「毎月勤労統計調査」をもとにIRC作成

2. 賃金改定動向に関するアンケート結果

県内企業の賃金改定動向を把握するため、以下のアンケートを実施した。なお、アンケートはすべて正規雇用社員の賃金を対象に回答を得た。また、本調査では、平均月給の増額改定を「賃上げ」とする。

| 調査実施内容 | |
|--------|--|
| 調査対象 | IRC会員のうち愛媛県に事業所を置く一般事業法人約2,400社 |
| 調査方法 | 調査月報にアンケート票を同封し、Webまたは郵送・FAXにより回答 |
| 調査時期 | 2025年2月1日～14日 |
| 回答企業数 | 有効回答数 238社 |
| 回答先属性 | |
| 部門 | 製造業:74社(31.1%) 非製造業:164社(68.9%) |
| 地域 | 東予:78社(32.8%) 中予:109社(45.8%) 南予:51社(21.4%) |
| 従業員数 | 20人以下:89社(37.4%) 21～50人:70社(29.4%) 51～100人:34社(14.3%) 101人以上:45社(18.9%) |

※集計は不明分を除く

※四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同様)

01 平均月給の改定動向

A. 改定実施の有無

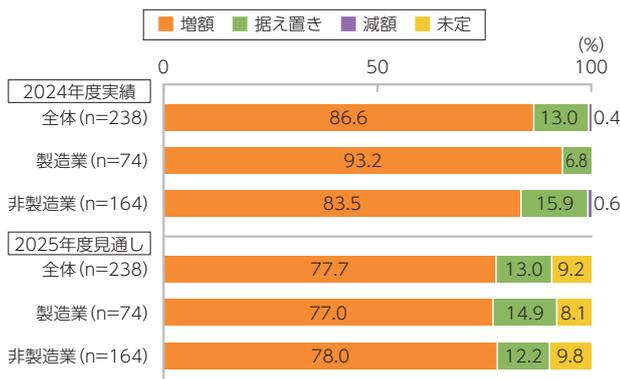
▶全体の約8割が賃上げ実施予定。部門別では製造業の77.0%、非製造業の78.0%が賃上げ予定。

【全体・部門別】

2025年度に平均月給増額による賃上げを予定している企業の割合は、全体で77.7%となり、2024年度実績(86.6%)から8.9ポイント低下した(図表-3)。「未定」が9.2%と前年調査(1.6%)を大きく上回っており、前年を上回る賃上げ実施となるかは未定先の動向次第といえる。なお、「減額」と回答した企業はなかった。

部門別では、製造業、非製造業ともに約8割が賃上げ実施を予定する。また、製造業では「据え置き」(14.9%)が2024年度実績(6.8%)を大きく上回った。

▶【図表-3】賃金改定動向(部門別)



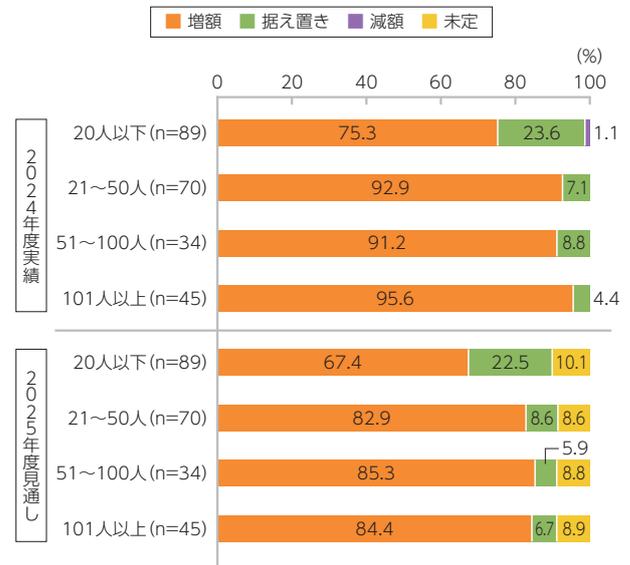
業種別に具体的な賃上げ実施割合をみると、製造業では、回答企業数は限られるが「製紙・紙加工」「印刷」は2024年度実績を上回る一方、その他の業種では実績を下回った(11ページ[参考1])。加工する原材料代やエネルギーコストの高止まりの影響から、「据え置き」を見込む企業が増加した。

非製造業では、「建設」「小売」を除くすべての業種で賃上げ予定が2024年度実績を下回った。特に「運輸」では、「ガソリン代の負担が大きくなったような賃上げができない」との声が聞かれた。

【従業員数別】

従業員数別では、2024年度実績と同様に企業規模が大きいほど賃上げ予定の割合が高くなる傾向があり、「20人以下」を除いて約8割となった(図表-4)。「20人以下」の小規模事業者では、約7割が賃上げ予定の一方で約2割は「据え置き」としている。小規模製造業者からは、「賃上げしやすいように国の景気そのものを良くして欲しい」という意見や、地方と大都市との差を指摘する声が聞かれた。

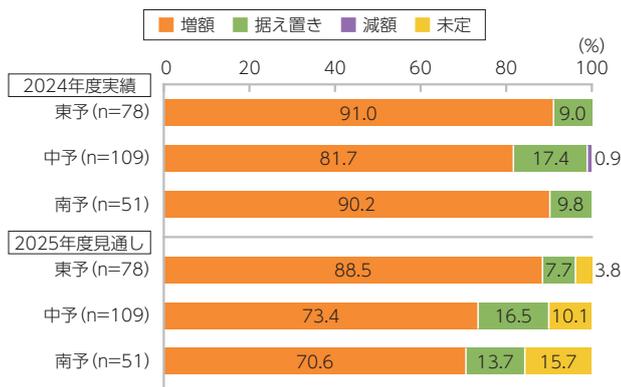
▶【図表-4】賃金改定動向(従業員数別)



【地域別】

東予は9割近くが賃上げ予定に対し、中予と南予は約7割にとどまった(図表-5)。また南予は、「未定」が15.7%と比較的高くなっている。

▶【図表－５】賃金改定動向(地域別)



B. 賃上げ予定企業の賃上げ率

▶「1%未満」から「3%台」までの割合が67.6%と2024年度実績(60.4%)より増加。

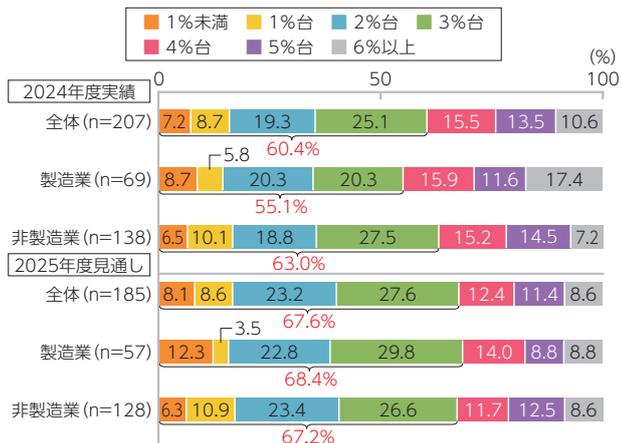
▶連合が中小組合の目標とする「6%以上」は8.6%にとどまる。

【全体・部門別】

全体では「3%台」が27.6%で最も高く、次いで「2%台」(23.2%)が続く(図表-6)。また、「1%未満」から「3%台」までの割合が67.6%と2024年度(60.4%)より上昇した。一方、今春闘で連合が中小組合の目標として掲げる「6%以上」は8.6%にとどまった。部門別でも、同様の傾向がみられた。

なお、賃上げ実施と回答した企業数185社で加重平均した賃上げ率は、3.5%と2024年度実績の平均値(3.7%)を下回る。1月公表の日本銀行「経済・物価情勢の展望(展望レポート)」によると、2025年度の消費者物価(除く生鮮食品)の対前年比は2%台半ばと予想されており、実質賃金の安定的なプラス転換が期待できる水準と考える。

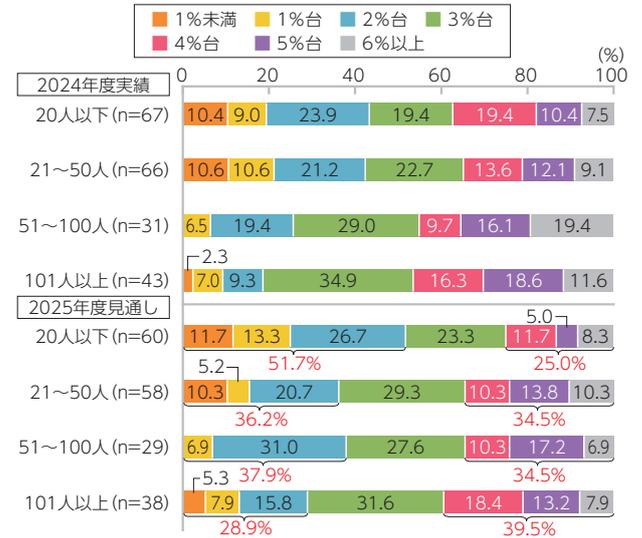
▶【図表－６】賃上げ予定企業の賃上げ率(部門別)



【従業員数別】

従業員規模が小さいほど「2%台」までの割合が高くなる一方、企業規模が大きくなるにつれて「4%台」以上の割合が高まる傾向がみられた(図表-7)。

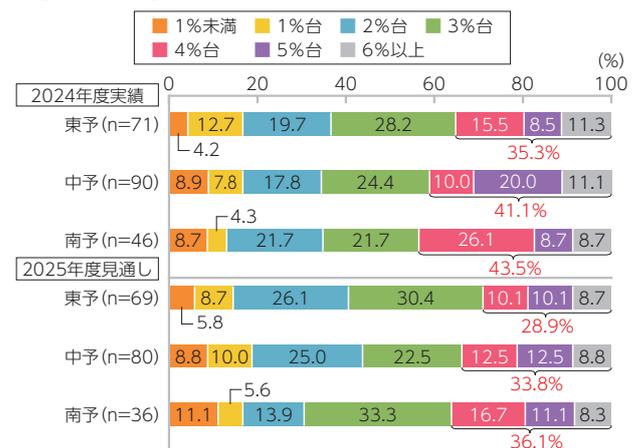
▶【図表－７】賃上げ予定企業の賃上げ率(従業員数別)



【地域別】

東予と南予は「3%台」が約3割で最も高く、中予は「2%台」(25.0%)が最も高い(図表-8)。また、すべての地域で「4%台」以上の割合が2024年度実績比で低下した。

▶【図表－８】賃上げ予定企業の賃上げ率(地域別)



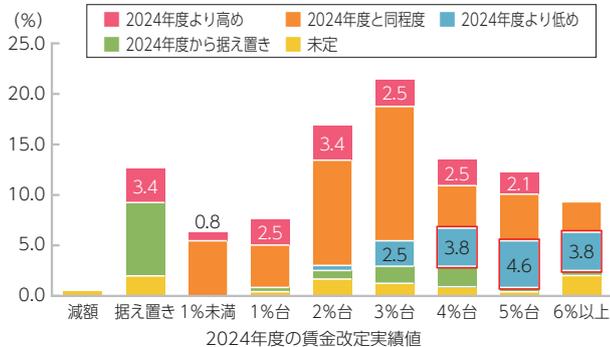
C. 2025年度の賃金改定スタンス

①2024年度実績からみたスタンスの比較

2025年度の賃上げスタンスを2024年度実績の賃上げ率別にみると、「据え置き」から「3%台」までは「同程度」または「高め」とする企業が比較的多く、賃上げ意識の広がりがみられる。一方、2024年

度実績が「4%台」以上だった企業では、2025年度は「低め」を見込む企業が比較的多く、高い賃上げ率を継続する難しさがうかがえる(図表-9)。

▶【図表-9】2024年度の賃金改定実績値からみた2025年度見通し



②高い賃上げ率を維持できる企業の取り組み

2024年度実績が「4%台」以上で、2025年度見通しがそれ以上の賃上げを予定している企業の取り組みを紹介する。

業種：機械・金属・造船 従業員数：51～100人

◆2024年度実績、2025年度見通しともに6%以上

【高めの賃上げ率の背景】

- ▶若手の採用が難しいなか品質を維持するうえで離職は避けたいが、県外競合他社が初任給を上げており、当社も2024年、2025年に続いて来年も引き上げる予定。
- ▶初任給だけを上げると既存の中高年層とのバランスの問題や不公平感があり、全社の士気低下につながる恐れがあるため、高めのベースアップを維持している。

【賃上げ率維持の要因】

- ▶業種の特性として価格転嫁のしやすさはあるが、品質と価格のバランスを取りながら、コスト分は適正に転嫁を進めている。
- ▶価格交渉は全て社長自らが行う。価格決定権を持つ人が直接交渉することで、営業担当者間のバラツキをなくし、取引先にとっても公平感ある価格となるため、理解を得られやすい。

【賃上げに対する考え方】

- ▶当社は人材が全てなので、人手不足の今だからこそ、今いる社員を大切にしたい。
- ▶賃金以外にも有給休暇を取りやすくしたほか、全社的な年間休業日を増やす。また、離職率は従来から0%を維持している。作業スピードや適正に応じて社内での配置転換を行うことで、社員の能力

を発揮してもらう。

- ▶これまで通りの採用は厳しいが、処遇の良さをアピールすることで広告などは最低限にして、その分を人材投資へ振り向けていく。

業種：卸売 従業員数：20人以下

◆2024年度実績4%台、2025年度見通し6%以上

【高めの賃上げ率の背景】

- ▶物価上昇が顕著になり始めた2023年から、高めの賃上げを実施してきた。生活用品の値上がり分を超える賃上げ率を目指すことで、社員の負担を軽減したい。

【賃上げ率維持の要因】

- ▶持続的な賃上げのために最も重要なのは、原資の確保である。そのために、売上拡大に向けて経営層自らが新規開拓に取り組んでいる。
- ▶価格交渉も社長自らがやっている。安定供給を優先する取引先には値上げを受け入れてもらいやすく、価格転嫁は進んでいる。

【賃上げに対する考え方】

- ▶物価も賃金も上がり続けることを前提に、原資が確保できる限りは継続的に賃上げする。
- ▶これまでは社会情勢や県内の平均賃金を参考に、社長の裁量で賃上げを決めてきたが、社員の雇用を守る観点から、社員が将来の給与イメージを持って人生設計がしやすいような人事制度構築にも取り組んでいる。
- ▶賃金以外の取り組みとして、資格が必要な商品もあるため、入社後に取得出来るよう支援している。また、取得した資格に応じて、手当を支給している。

D. 賃上げの具体的な内容(複数回答)

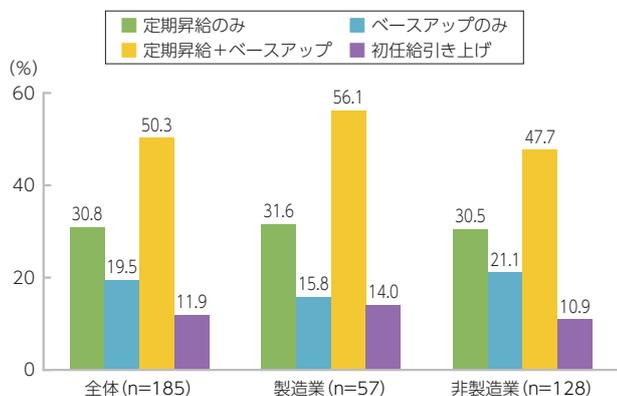
- ▶賃上げを予定する企業の約7割が「ベースアップ」(「定期昇給+ベースアップ」を含む)を予定。部門別でも製造業、非製造業ともに約7割が「ベースアップ」(同)を予定。

【全体・部門別】

賃上げ予定企業の具体的な増額方法について、全体では最も積極的な賃上げである「定期昇給+ベースアップ」(50.3%)が最も高く、「ベースアップのみ」と合計すると、約7割の企業がベースアップを予定している(図表-10)。

部門別でも、製造業の約6割、非製造業の約5割が「定期昇給+ベースアップ」と回答し、「ベースアップのみ」と合わせて約7割がベースアップを予定している。

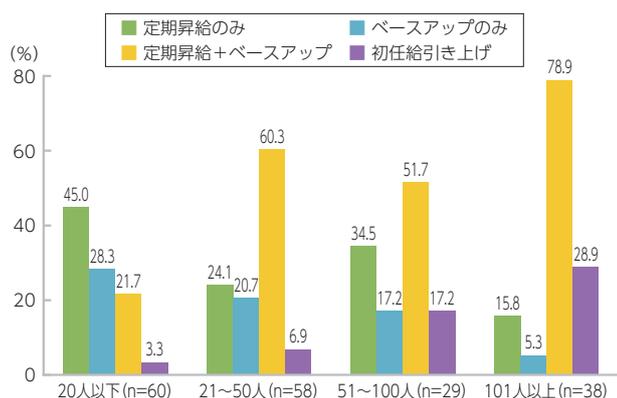
▶【図表-10】増額方法(2025年度の見通して「増額」と回答)(部門別)



【従業員数別】

従業員数別では、企業規模が大きくなるほど「定期昇給+ベースアップ」の割合が高く、「101人以上」では8割近くを占める。一方、「20人以下」では「定期昇給のみ」が45.0%と最も高くなった(図表-11)。また、全体では11.9%だった「初任給の引き上げ」は、「101人以上」で28.9%と高く、大手企業との新卒者採用競争の激しさがうかがえる。

▶【図表-11】増額方法(2025年度の見通して「増額」と回答)(従業員数別)

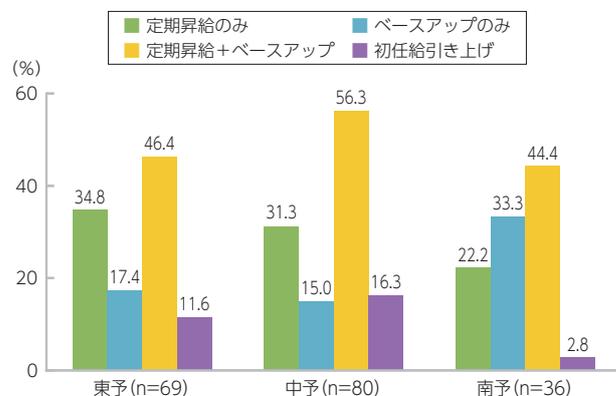


【地域別】

すべての地域で「定期昇給+ベースアップ」の割合が最も高く、地域差はみられなかった。そのなかで南予は、「ベースアップのみ」が33.3%と他地域を大きく上回っている。南予は、回答企業に占める「20人以下」の割合が約5割と東・中予の約3割に比べて高いことから、昇給制度による賃上げより

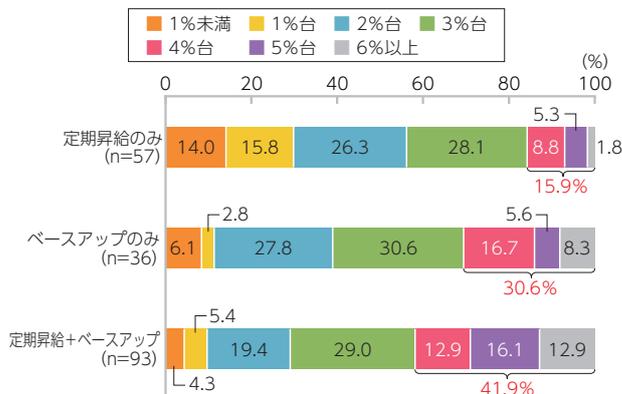
も経営者の判断によるベースアップの方が取り組みやすいものとする(図表-12)。

▶【図表-12】増額方法(2025年度の見通して「増額」と回答)(地域別)



なお、増額方法別に賃上げ率をみると、積極姿勢が強まるにつれて高めとなり、「定期昇給+ベースアップ」では「4%台」以上が41.9%となった(図表-13)。

▶【図表-13】増額方法別の改定率



E. ベースアップを実施する要因(複数回答)

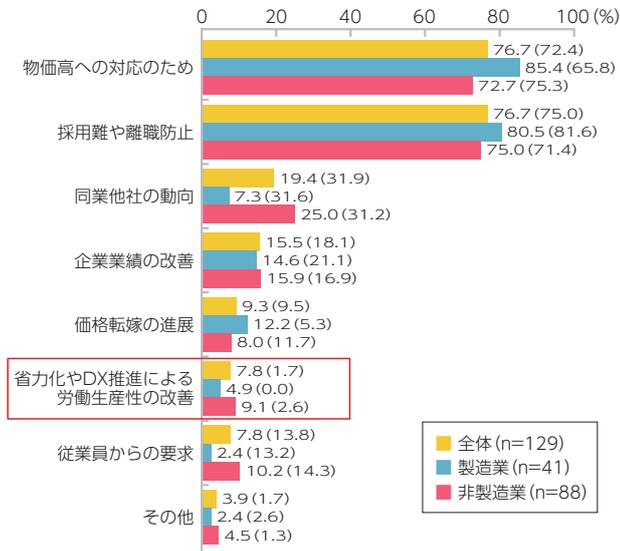
▶全体の7割超が「物価高への対応のため」と「採用難や離職防止」のために実施。依然として、防衛的要因が強い一方で、「労働生産性の改善」は前年から6ポイント伸びている。

【全体・部門別】

全体では、「物価高への対応のため」と「採用難や離職防止」が76.7%となり、「企業業績の改善」(15.5%)や「価格転嫁の進展」(9.3%)、「省力化やDX推進による労働生産性の改善(以下「労働生産性の改善」)」(7.8%)を大きく上回る(図表-14)。業績改善要因より防衛的要因が強いベースアップだが、「労働生産性の改善」は前年調査(1.7%)から伸びている。

部門別でも製造業で4.9ポイント、非製造業で6.5ポイント上昇しており、徐々に取り組みが進展している。

▶ [図表-14] ベースアップの要因(3つまでの複数回答)(部門別)

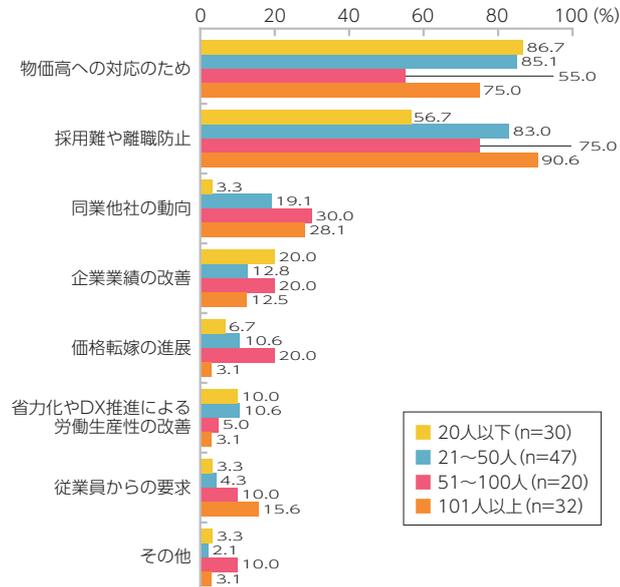


注:カッコ内数値は2024年調査結果

【従業員数別】

従業員数別でみると、企業規模が大きくなるほど「採用難や離職防止」の割合が高く、特に「101人以上」では9割を超えており人材獲得環境の厳しさがうかがえる(図表-15)。また、「20人以下」では「企業業績の改善」(20.0%)と「労働生産性の改善」(10.0%)が比較的高く、業績改善に向けた生産性向上の意識が小規模企業にも波及しつつあるようだ。

▶ [図表-15] ベースアップの要因(3つまでの複数回答)(従業員別)



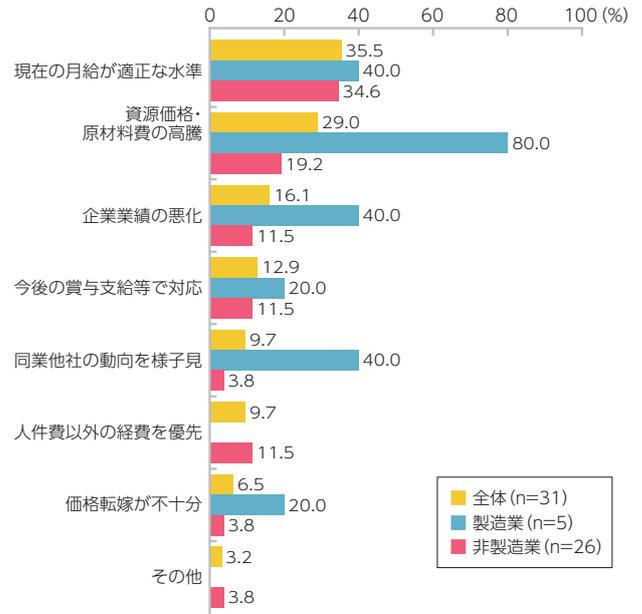
F. 賃上げをしない要因(複数回答)

- ▶ 全体の約3割が現在の月給を適正とする。
- ▶ 部門別では、製造業において「資源価格・原材料費の高騰」の高さが顕著である。

今年度の見通しを「据え置き」と回答した要因について、全体では「現在の月給が適正な水準」が35.5%と最も高く、次いで「資源価格・原材料費の高騰」(29.0%)が続く(図表-16)。

部門別でみると、非製造業は全体と同様の傾向がみられた。製造業では、回答企業数は限られるが、「資源価格・原材料費の高騰」が8割と最も高く、コスト上昇分を十分に転嫁できていないことから「企業業績の悪化」も4割を占める。

▶ [図表-16] 「据え置き」の要因(3つまでの複数回答)(部門別)



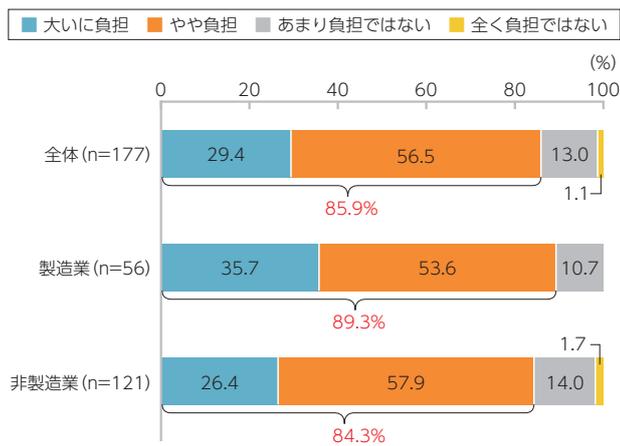
② 賃上げの負担度合いと効果について

A. 持続的な賃上げによる負担度合い

今回の調査で明らかなように、賃上げ要因の多くは依然として「採用難や離職防止」となった。そこで、2024年度に続いて2025年度見通しも「増額」予定の企業に対して、持続的な賃上げによる負担度とその効果を尋ねた。

まず、負担度においては、全体の85.9%が負担(「やや負担」+「大いに負担」と回答し、負担ではない(「あまり負担ではない」+「全く負担ではない」)は約1割にとどまった(図表-17)。

▶ [図表-17] 持続的な賃上げによる人件費の負担度合い(部門別)

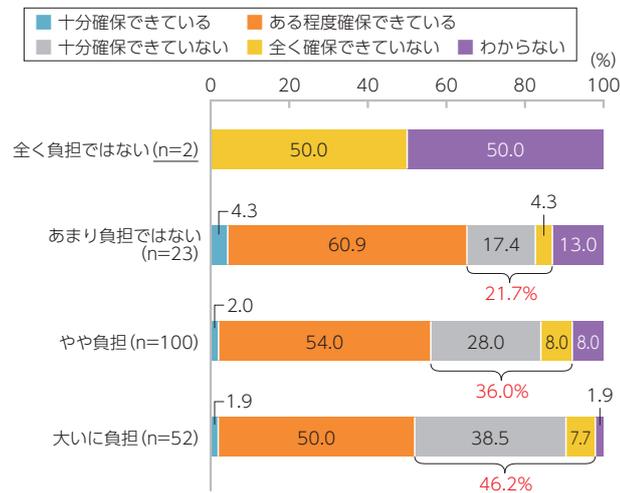


B. 負担度別にみた賃上げの効果について

① 正社員確保

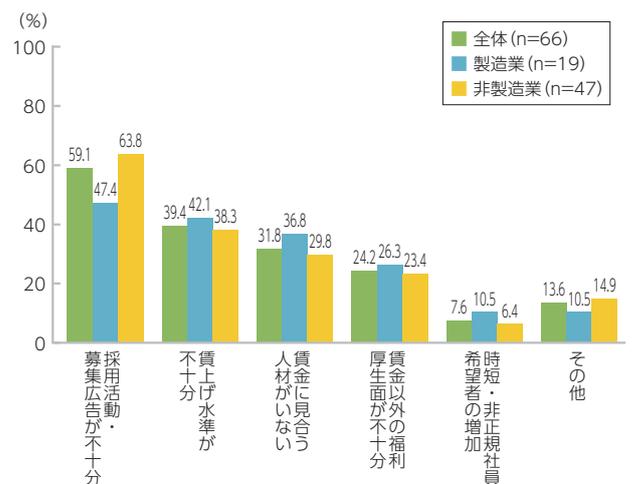
回答企業数が極端に少ない「全く負担ではない」を除くと、約5割はある程度確保できている。一方で、負担度合いが高くなるほど確保できていない(「十分確保できていない」+「全く確保できていない」)割合が高く、負担や効果にかかわらず賃上げせざるを得ない実態がうかがえる(図表-18)。

▶ [図表-18] 賃上げ負担度合い別にみた正社員確保への効果



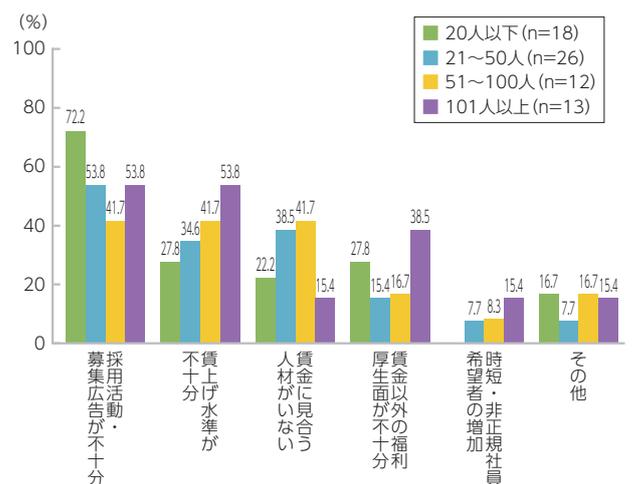
「十分確保できていない」または「全く確保できていない」と回答した企業に対して、その理由を尋ねたところ、「採用活動・募集広告が不十分」が最も高く、特に非製造業で顕著である(図表-19)。ある製造業者からは、「そもそも応募がない」という切実な声が聞かれた。

▶ [図表-19] 正社員を確保できない理由(3つまでの複数回答)(部門別)



従業員数別にみると、「20人以下」では、「採用活動・募集広告が不十分」が72.2%と全体(59.1%)を大幅に上回る(図表-20)。また、「21~50人」「51~100人」では、「賃金に見合う人材がない」が比較的高く、より良い人材の獲得を期待するも厳しい現実がうかがえる。一方、「101人以上」では、賃金に見合う人材は確保できているものの、賃上げ水準や福利厚生面において、大企業と比較される環境にあることが考えられる。

▶ [図表-20] 正社員を確保できない理由(3つまでの複数回答)(従業員数別)

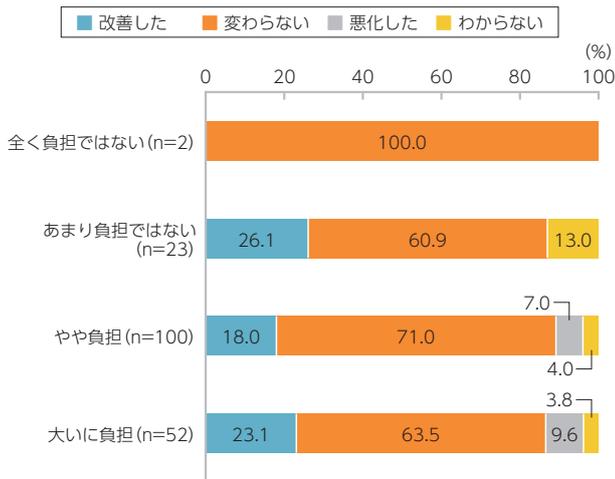


② 離職率

離職率への効果については、「改善した」との回答は2割前後にとどまり、負担度合いが高い企業では「悪化」したとの回答もみられた(図表-21)。賃上げ要因に「離職防止」を挙げる企業が多いなか、賃上げ競争がより高い企業・地域への人材流出に

つながっているケースが考えられる。人員不足に悩む多くの企業が賃上げに取り組む今、賃上げだけでは問題の解決に不十分である。人材確保を目指す企業には、柔軟かつ多様な働き方の導入や労働環境の改善、省力化とDX推進による生産性向上のほか、成長機会の提供によるモチベーション向上など、賃金面以外での取り組みが求められる。

▶【図表-21】賃上げ負担度合い別にみた離職率への効果



③ 今後のベースアップの見通しについて

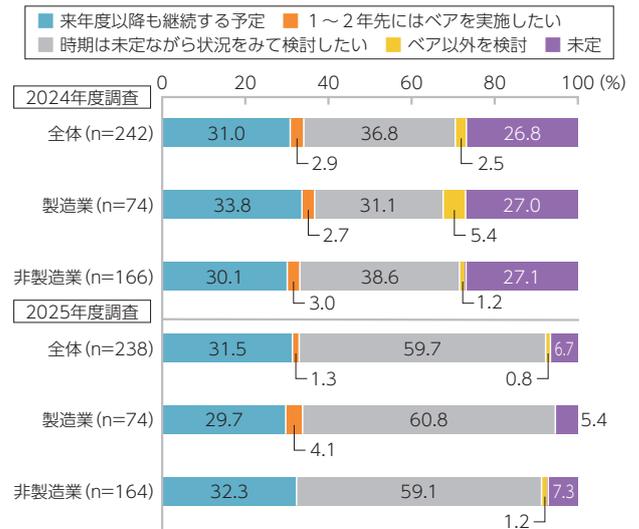
A. 来年度以降のベースアップ実施見通し

▶全体、部門別ともに「来年度以降も継続する予定」が約3割と前年度と同水準。

全体では、「来年度以降も継続する予定」と回答した割合は31.5%と前年調査(31.0%)と同水準になり、賃上げ機運は維持されている(図表-22)。また、現時点で「未定」とした企業は前年調査比で大きく低下する一方、「時期は未定ながら状況をみて検討したい」が20ポイント以上伸びており、持続的な賃上げに向けた意識変化がみられる。

部門別でも、製造業、非製造業ともに「来年度以降も継続する予定」が3割を維持しており、部門を問わず賃上げの意識は継続している。なお、【従業員数別】【地域別】においても同様の傾向がみられ、差はなかった。

▶【図表-22】ベースアップ実施見通し(部門別)

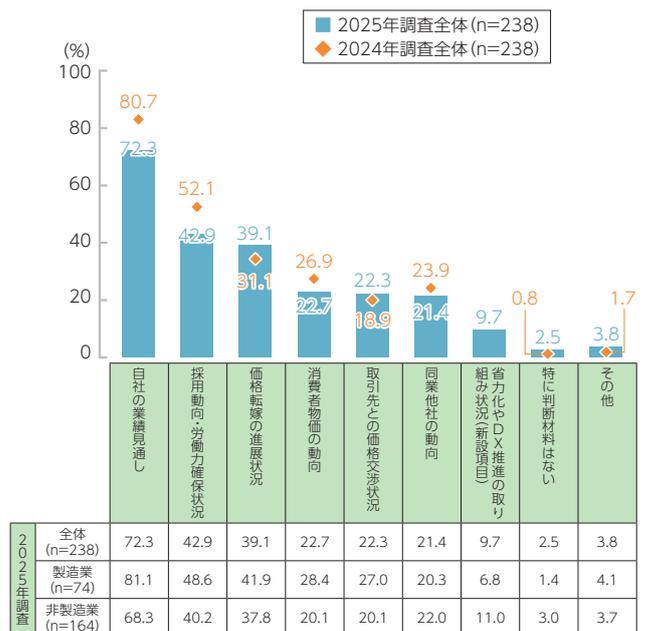


B. 今後のベア実施のための判断材料(複数回答)

①全体

全体では、「自社の業績見通し」が72.3%と最も高く、次いで「採用動向・労働力確保状況」が42.9%で続くが、それぞれの割合は前年調査より低下している(図表-23)。一方、「価格転嫁の進展状況」(39.1%)は前年調査(31.1%)を上回り、人件費増加分の価格転嫁に対する意識変化がみられた。

▶【図表-23】今後のベア実施の判断材料(複数回答)

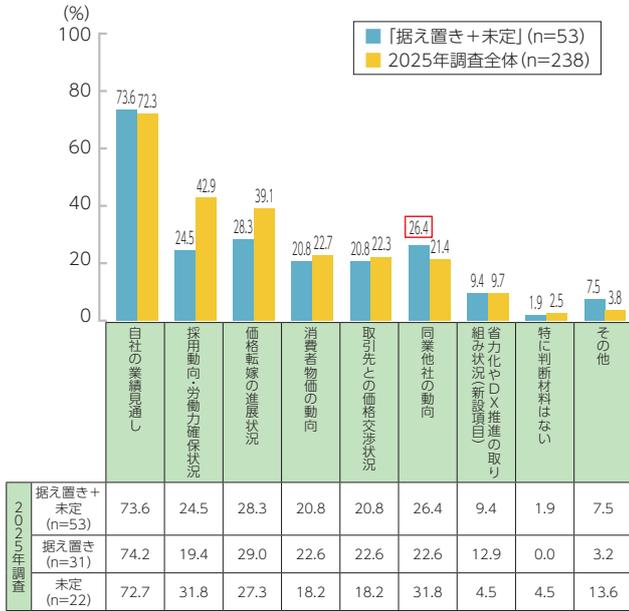


②「据え置き」または「未定」の企業

2025年度見通しを「据え置き」「未定」とした企業

の判断材料をみると、「同業他社の動向」(26.4%)が全体(21.4%)を5ポイント上回り、様子見姿勢がうかがえる(図表-24)。

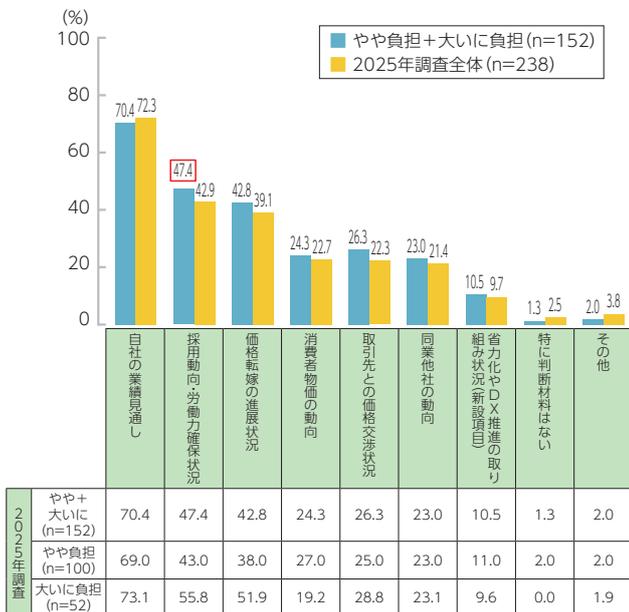
▶ [図表-24] 2025年度見通しを「据え置き」「未定」と回答した企業の今後のペア実施の判断材料(複数回答)



③ 賃上げ負担が大きい企業

賃上げ負担が大きい(「やや負担」+「大いに負担」と回答した企業では、「採用動向・労働力確保状況」(47.4%)が全体(42.9%)を約5ポイント上回り、差が最も大きかった(図表-25)。

▶ [図表-25] 賃上げ負担が大きいと回答した企業の今後のペア実施の判断材料(複数回答)



【まとめ】

今回の調査では、足元での賃上げへの動きは浸透しており、今後における意識も継続されている結果となった。ただ、業績改善を伴った賃上げではなく、依然として従業員の生活や人材面の観点から上げざるを得ないというのが実態である。また、持続的な賃上げに取り組む企業の多くが負担を感じる一方で、賃上げだけでは人材確保や離職防止に対する効果が不十分との結果も明らかになった。

今や社会全体が賃上げに動いているなか、業績を伴わない防衛目的だけの賃上げではいずれ追い付かなくなることが懸念される。そこで、今回の調査結果を踏まえ、持続的な賃上げを前提とした経営に向けて以下の3点の取り組みが必要と考える。

① 適正な価格転嫁のさらなる取り組み

企業の価格転嫁への意識変化を、実際の取り組みとして進めていく必要がある。また、取り組むにあたっては、以下②③で述べる企業努力を伴った適正な価格転嫁であることが望まれる。

② 生産性向上のための積極的な投資

賃上げの負担感を低減するためには、生産性向上による収益改善と新商品開発など高付加価値化に向けた積極的な投資が必要である。また、投資を促進するうえで設備投資に関する税制優遇や、補助金の拡充などの環境整備も求められる。

③ 賃金以外の魅力の向上

賃上げ効果の実効性を高めるためには、労働環境の改善や多様な働き方の導入など賃金以外の魅力向上への取り組みが不可欠である。

また、従業員＝消費者の観点からは、購買力の向上につながるような実感を伴った「賃上げ」が望ましい。企業と従業員がともに「賃上げ」の効果を享受できるよう、官民を挙げて将来に明るい見通しが持てる制度・地域づくりを期待したい。

(菅 正也)

▶[参考1]業種別の2024年度賃金改定実績と2025年度見通し

(単位:%)

| | 回答 企業数 | 増額 | | | 据え置き | | | 減額 | | | 未定 | | |
|-------------|------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|------------|
| | | 2024年度 実績 | 2025年度 見通し | 増減 | 2024年度 実績 | 2025年度 見通し | 増減 | 2024年度 実績 | 2025年度 見通し | 増減 | 2024年度 実績 | 2025年度 見通し | |
| 食料品 | 15 | 100.0 | 86.7 | ▲ 13.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 13.3 |
| 繊維(*) | 6 | 100.0 | 83.3 | ▲ 16.7 | 0.0 | 16.7 | 16.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 0.0 |
| 製紙・紙加工(*) | 8 | 62.5 | 75.0 | 12.5 | 37.5 | 25.0 | ▲ 12.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 0.0 |
| 印刷(*) | 5 | 100.0 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 0.0 |
| 機械・金属・造船 | 25 | 96.0 | 76.0 | ▲ 20.0 | 4.0 | 16.0 | 12.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 8.0 |
| その他製造 | 15 | 93.3 | 60.0 | ▲ 33.3 | 6.7 | 26.7 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 13.3 |
| 製造業 | 74 | 93.2 | 77.0 | ▲ 16.2 | 6.8 | 14.9 | 8.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 8.1 |
| 建設 | 34 | 82.4 | 91.2 | 8.8 | 14.7 | 0.0 | ▲ 14.7 | 2.9 | 0.0 | ▲ 2.9 | 0.0 | - | 8.8 |
| 運輸 | 22 | 90.9 | 77.3 | ▲ 13.6 | 9.1 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 13.6 |
| 卸売 | 41 | 92.7 | 85.4 | ▲ 7.3 | 7.3 | 4.9 | ▲ 2.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 9.8 |
| 小売 | 15 | 80.0 | 80.0 | 0.0 | 20.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 0.0 |
| 飲食・宿泊(*) | 3 | 100.0 | 66.7 | ▲ 33.3 | 0.0 | 33.3 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 0.0 |
| 医療・福祉(*) | 5 | 80.0 | 40.0 | ▲ 40.0 | 20.0 | 40.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 20.0 |
| サービスその他 | 31 | 80.6 | 74.2 | ▲ 6.5 | 19.4 | 19.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 6.5 |
| その他非製造 | 13 | 53.8 | 46.2 | ▲ 7.7 | 46.2 | 30.8 | ▲ 15.4 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | - | 23.1 |
| 非製造業 | 164 | 83.5 | 78.0 | ▲ 5.5 | 15.9 | 12.2 | ▲ 3.7 | 0.6 | 0.0 | ▲ 0.6 | 0.0 | - | 9.8 |
| 全体 | 238 | 86.6 | 77.7 | ▲ 8.9 | 13.0 | 13.0 | 0.0 | 0.4 | 0.0 | ▲ 0.4 | 0.0 | - | 9.2 |

(*)回答企業数が10社未満

▶[参考2]業種別2025年度賃上げ率見通し

(単位:%)

| | 1%未満 | 1%台 | 2%台 | 3%台 | 4%台 | 5%台 | 6%以上 |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 食料品(n=13) | 7.7 | 7.7 | 15.4 | 46.2 | 15.4 | 7.7 | 0.0 |
| 繊維(n=5)(*) | 0.0 | 0.0 | 60.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 20.0 |
| 製紙・紙加工(n=6)(*) | 0.0 | 0.0 | 66.7 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 印刷(n=5)(*) | 60.0 | 20.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 機械・金属・造船(n=19) | 5.3 | 0.0 | 15.8 | 26.3 | 21.1 | 15.8 | 15.8 |
| その他製造(n=9) | 22.2 | 0.0 | 0.0 | 44.4 | 11.1 | 11.1 | 11.1 |
| 製造業(n=57) | 12.3 | 3.5 | 22.8 | 29.8 | 14.0 | 8.8 | 8.8 |
| 建設(n=31) | 9.7 | 16.1 | 19.4 | 22.6 | 12.9 | 12.9 | 6.5 |
| 運輸(n=17) | 5.9 | 11.8 | 23.5 | 17.6 | 5.9 | 17.6 | 17.6 |
| 卸売(n=35) | 5.7 | 8.6 | 20.0 | 34.3 | 8.6 | 11.4 | 11.4 |
| 小売(n=12) | 0.0 | 16.7 | 25.0 | 33.3 | 16.7 | 8.3 | 0.0 |
| 飲食・宿泊(n=2)(*) | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 0.0 |
| 医療・福祉(n=2)(*) | 50.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| サービスその他(n=23) | 4.3 | 0.0 | 26.1 | 30.4 | 21.7 | 8.7 | 8.7 |
| その他非製造(n=6) | 0.0 | 16.7 | 50.0 | 16.7 | 0.0 | 16.7 | 0.0 |
| 非製造業(n=128) | 6.3 | 10.9 | 23.4 | 26.6 | 11.7 | 12.5 | 8.6 |
| 全体(n=185) | 8.1 | 8.6 | 23.2 | 27.6 | 12.4 | 11.4 | 8.6 |

(*)回答企業数が10社未満



時代の転換点でビジネスが サステナビリティを通じてできること

SDGパートナーズ株式会社
代表取締役CEO

田瀬 和夫

みなさんはじめまして。サステナビリティを推進する会社、SDGパートナーズ代表の田瀬和夫です。これからときどきコラムを執筆させていただきます。よろしくお願いいたします。

私はもとは公務員でした。バブル崩壊直前の1992年に外務省に入り、13年ほど国連を日本の立場から支援する政策に取り組みました。転機となったのは2000年。日本人で初めて難民高等弁務官（UNHCR）をお務めになった緒方貞子先生の補佐官になったことが私の人生を変えます。国連が目指す平和と自由の実現に共感し、2004年には外務省を辞めて国連に移りました。それから10年間、世界各地で主に「人道支援」（戦争や災害後の社会の立て直し支援）に従事することとなります。合計で23年ほどの公務員生活は大きな人生の糧です。

2014年頃、途上国を支援するのに公的支援だけでは不足で、「ビジネス」の力が必要だと思っていたときに、デロイトという会社が官民連携を民の側からやらないかと声をかけてくれました。それで清水の舞台から飛び降りる覚悟でビジネスの世界に飛び込んだのです。そこで3年ほど修行をさせてもらい、2017年に50歳になったのを機に、これからは雇用を創る方にも回ろうという決意とともにSDGパートナーズを創業しました。

幸い、SDGsあるいはサステナビリティはいまや全世界の企業がビジネスの中に取り込まなければならない課題です。脱炭素、生物多様性、女

性の活躍も、障がいのある人の雇用も、あるいは最近特に聞くようになった「人権」も、規模の大小や上場しているか否かに関わらず、すべての企業が真剣に取り組むべき課題となってきました。

その中で特にここ数年は、単に環境に良いこと、女性活躍の推進というだけでなく、それで企業の組織基盤を強くしてしっかり稼ごう、稼ぐことを通じて社会の役に立とうという、いわば「きれいごとで勝つ」ということがサステナビリティを追求する企業の一つの常識となってきました。私はそれでよいと思います。企業の本分は利益を上げながら社会の役に立つことです。

いま、世界中で戦争が起き、また米国のトランプ政権は多様性を否定して一見SDGsには大きな逆風が吹いているようにも思えます。ただ、人類やこの文明は一朝一夕にここまで来たわけはありません。私の親の世代に流行った水前寺清子さんの「三百六十五歩のマーチ」は「♪三步進んで二歩下がる」、それでも1年歩けば365歩進む、という、戦後の高度成長期の個人を応援する強いメッセージを伝えました。今の世界はまさにその状態。いま世界は明確に時代の転換点にありますが、一歩ずつでも進んでいくためには、ビジネスを含む社会のすべての人が力を合わせる必要があります。私はそのお手伝いをするを仕事として選びました。

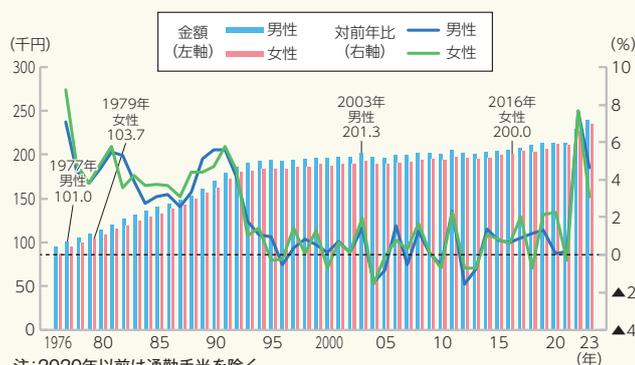
また次回お会いしましょう。今年度が素晴らしい年になりますように。



人手不足が初任給を 引き上げるも主要国では低水準

～長期推移と国際比較からみる日本の大学新卒者初任給～

図表-1 大学新卒者の初任給の推移(企業規模10人以上)

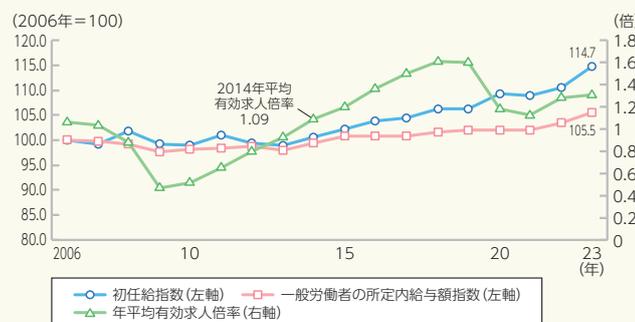


4月25日は、多くの企業の給与支給日が25日であることから「初任給の日(ファーストペイデー)」ともいわれる。厚生労働省「賃金構造基本統計調査」によると、2023年の大学新卒者の初任給は男性24.0万円、女性23.4万円となっている。長期推移をみるとバブル経済崩壊以降、対前年比は低迷し、10万円台から20万円台になるまでに男性は26年(1977年→2003年)、女性は37年(1979年→2016年)を要した(図表-1)。

2006年を100として、初任給と一般労働者の基本給に相当する所定内給与額を比較すると、年平均有効求人倍率が1を回復した2014年以降、初任給の上昇が先行している(図表-2)。人手不足の環境下で、企業が新卒者採用に注力し始めた影響と考えられる。賃上げが本格化した2022年からは所定内給与額も上昇傾向に転じているが、初任給の伸びはそれを上回っており、足元での人手不足感の強まりが上昇圧力をさらに高めている。

今後も上昇が見込まれる初任給だが、世界的にみると日本の大学新卒者の給与は低水準である。2019年基準の調査によると、多くの欧米主要国の年収は日本の約1.5～2倍の水準に達している(図表-3)。日本が年功序列や終身雇用を前提として初任給を低く抑えてきたのに対し、職務内容で評価するジョブ型雇用の欧米諸国では、初任給という概念がなく、年齢にかかわらず能力に応じた給与のため大きな差となっている。今、大企業では初任給の大幅引き上げが進む。中小企業にとっては中高年層との賃金バランスの問題から容易ではないが、例えば多様な働き方の導入や社員の成長実感を高めるなどの工夫は可能であろう。採用環境の変化が中小企業の新たな魅力向上につながることを期待したい。

図表-2 大学新卒者初任給および一般労働者所定内給与額の指数と年平均有効求人倍率の推移



図表-3 日本と主要国の大学新卒者年収(2019年)

| 年収額 | 国・地域 |
|---------|----------------------|
| 800万円超 | スイス |
| 600万円超 | アメリカ |
| 500万円超 | ドイツ |
| 400万円超 | ノルウェー |
| 300万円超 | フランス、スウェーデン、イギリス |
| 200万円超 | 韓国、シンガポール、 日本 |
| 100万円超 | 台湾、中国 |
| 100万円以下 | タイ |

資料: 米ウィリス・タワーズワトソン社「2019 Starting Salaries Report」および日本経済団体連合会の調査をもとにIRC作成

(菅 正也)

「愛媛船主」の外航船舶保有隻数は増加するも 国内建造比率は低下傾向

～2024年12月現在の愛媛の船主の外航船保有状況～



はじめに

愛媛には外航船主、すなわち外航船のオーナーが、今治市を中心に100先ほど存在する。

IRCでは、世界的な情報機関であるS&P Global (旧IHS Markit)のデータを使用し、実質的な国内船主および愛媛の船主の外航船保有状況を調査してきた。これまで、2000年から2020年まで6回実施しており(直近は2021年5月号に掲載)、今回は

2024年12月時点のデータを集計・分析して取りまとめた。

なお、データの制約上、すべての船舶を網羅しているわけではないことを了承いただきたい。

1. 国内船主の外航船保有隻数と愛媛のシェア

2024年の国内船主の外航船保有隻数は、3,977

▶【図表-1】船主の所在地(都道府県)別外航船保有隻数・構成比の推移

(単位:隻、%)

| | 2000年 | | 2004年 | | 2008年 | | 2014年 | | 2018年 | | 2020年 | | 2024年 | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 隻数 | 構成比 |
| 東京 | 1,355 | 59.0 | 1,423 | 58.3 | 1,764 | 57.6 | 1,781 | 53.7 | 1,849 | 51.7 | 1,742 | 47.6 | 1,772 | 44.6 |
| 愛媛 | 465 | 20.3 | 527 | 21.6 | 767 | 25.0 | 1,035 | 31.2 | 1,063 | 29.8 | 1,199 | 32.7 | 1,385 | 34.8 |
| 広島 | 137 | 6.0 | 111 | 4.5 | 145 | 4.7 | 155 | 4.7 | 201 | 5.6 | 251 | 6.9 | 310 | 7.8 |
| 大阪 | 65 | 2.8 | 63 | 2.6 | 84 | 2.7 | 94 | 2.8 | 127 | 3.6 | 123 | 3.4 | 131 | 3.3 |
| 兵庫 | 125 | 5.4 | 135 | 5.5 | 135 | 4.4 | 82 | 2.5 | 101 | 2.8 | 93 | 2.5 | 95 | 2.4 |
| その他 | 149 | 6.5 | 182 | 7.5 | 169 | 5.5 | 169 | 5.1 | 232 | 6.5 | 255 | 7.0 | 284 | 7.1 |
| 合計 | 2,296 | 100.0 | 2,441 | 100.0 | 3,064 | 100.0 | 3,316 | 100.0 | 3,573 | 100.0 | 3,663 | 100.0 | 3,977 | 100.0 |

資料:S&P Global「Sea Web」をもとにIRC作成

▶ [図表-2] 愛媛船主の外航船保有隻数と船腹量の推移

| | 2000年 | 2004年 | 2008年 | 2014年 | 2018年 | 2020年 | 2024年 |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| 隻数(隻) | 465 | 527 | 767 | 1,035 | 1,063 | 1,199 | 1,385 |
| 総トン数(G/T) | 8,317,179 | 15,869,265 | 25,099,927 | 44,410,215 | 47,501,040 | 57,748,927 | 65,145,606 |
| (1隻当たり) | 17,886 | 30,112 | 32,725 | 42,908 | 44,686 | 48,164 | 47,037 |
| 載貨重量トン数(DWT) | 11,108,142 | 22,301,716 | 37,649,083 | 73,781,785 | 77,977,811 | 91,747,937 | 101,083,660 |
| (1隻当たり) | 23,888 | 42,318 | 49,086 | 71,287 | 73,356 | 76,520 | 72,985 |

資料:S&P Global「Sea Web」をもとにIRC作成

隻だった。都道府県別にみると、東京が最も多く1,772隻(構成比44.6%)、愛媛が1,385隻(同34.8%)、広島が310隻(同7.8%)、大阪が131隻(同3.3%)などとなった(図表-1)。東京は、大手海運会社(オペレーター)やリース会社が自社船を大量に保有しているケースが多い。一方、愛媛は、コロナ禍を経てさらに隻数・シェアを伸ばしており、純粋な船舶オーナーとしての「愛媛船主」の保有隻数と存在感は圧倒的である。

なお、2020年と比較すると、国内全体の保有隻数は314隻、8.6%増加した。愛媛は2020年と比較すると186隻、15.5%増加し、構成比(シェア)も2.1ポイント上昇した。

る。その理由には、①堅調な海運市況や歴史的な円安を背景に、資金力を増した船主が投資を拡大したこと、②内航船主や船用機器メーカーなどが友好関係にある外航船主や金融機関・商社などに後押しされて新たに外航海運へ進出したこと、などが挙げられる。

船腹量の推移をみると、2024年の総トン数(G/T)¹⁾は6,514.6万トン、載貨重量トン数(DWT)²⁾は1億108.4万トンだった。総トン数ベースでみて20年前の2004年との比較では約4倍、4年前の2020年と比較しても約13%増加している。1隻当たりの船腹量は、経済性と最適化という観点からすれば、「大型化は限界の域に達している」との見方もあり、伸び悩んでいる状況が読み取れる(図表-2)。

2. 「愛媛船主」の保有船の動向

(1) 保有隻数と船腹量の推移

愛媛の船主の保有隻数は、一貫して増加してい

(2) 船種別の保有隻数と愛媛の構成比

^{ふなだね}船種(船の種類)別の保有状況を見ると、ばら積み船(バルクキャリア)が最も多く、734隻だった。次いでコンテナ船が225隻、ケミカルタンカー/プロ

▶ [図表-3] 船種別の外航船保有隻数および愛媛のシェアの推移

(単位: 隻、%)

| | 国内全体 | | | | | | | 愛媛 | | | | | | | 愛媛のシェア | | | | | | |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2000年 | 2004年 | 2008年 | 2014年 | 2018年 | 2020年 | 2024年 | 2000年 | 2004年 | 2008年 | 2014年 | 2018年 | 2020年 | 2024年 | 2000年 | 2004年 | 2008年 | 2014年 | 2018年 | 2020年 | 2024年 |
| ばら積み船 | 577 | 701 | 1,042 | 1,508 | 1,638 | 1,703 | 1,673 | 123 | 187 | 344 | 606 | 655 | 717 | 734 | 21.3 | 26.7 | 33.0 | 40.2 | 40.0 | 42.1 | 43.9 |
| ケミカルタンカー/プロダクトタンカー | 268 | 317 | 379 | 342 | 423 | 557 | 605 | 79 | 106 | 144 | 151 | 135 | 81 | 127 | 29.5 | 33.4 | 38.0 | 44.2 | 31.9 | 14.5 | 21.0 |
| コンテナ船 | 179 | 212 | 325 | 298 | 311 | 355 | 478 | 104 | 71 | 91 | 76 | 85 | 181 | 225 | 58.1 | 33.5 | 28.0 | 25.5 | 27.3 | 51.0 | 47.1 |
| 自動車運搬船 | 238 | 243 | 264 | 277 | 306 | 271 | 275 | 26 | 39 | 52 | 58 | 52 | 31 | 31 | 10.9 | 16.0 | 19.7 | 20.9 | 17.0 | 11.4 | 11.3 |
| 一般貨物船 | 419 | 272 | 265 | 246 | 299 | 268 | 328 | 23 | 33 | 26 | 30 | 37 | 84 | 110 | 5.5 | 12.1 | 9.8 | 12.2 | 12.4 | 31.3 | 33.5 |
| LPG船 | 113 | 127 | 115 | 121 | 130 | 138 | 215 | 23 | 16 | 26 | 30 | 35 | 47 | 76 | 20.4 | 12.6 | 22.6 | 24.8 | 26.9 | 34.1 | 35.3 |
| ウッドチップ船 | 83 | 80 | 105 | 93 | 92 | 84 | 87 | 23 | 20 | 22 | 24 | 25 | 26 | 28 | 27.7 | 25.0 | 21.0 | 25.8 | 27.2 | 31.0 | 32.2 |
| LNG船 | 6 | 10 | 71 | 91 | 109 | 122 | 140 | 0 | 0 | 2 | 3 | 4 | 5 | 15 | 0.0 | 0.0 | 2.8 | 3.3 | 3.7 | 4.1 | 10.7 |
| 冷凍船 | 144 | 123 | 90 | 57 | 38 | 33 | 31 | 40 | 25 | 22 | 16 | 10 | 14 | 15 | 27.8 | 20.3 | 24.4 | 28.1 | 26.3 | 42.4 | 48.4 |
| その他 | 269 | 356 | 408 | 283 | 227 | 132 | 145 | 24 | 30 | 38 | 41 | 25 | 13 | 24 | 8.9 | 8.4 | 9.3 | 14.5 | 11.0 | 9.8 | 16.6 |
| 合計 | 2,296 | 2,441 | 3,064 | 3,316 | 3,573 | 3,663 | 3,977 | 465 | 527 | 767 | 1,035 | 1,063 | 1,199 | 1,385 | 20.3 | 21.6 | 25.0 | 31.2 | 29.8 | 32.7 | 34.8 |

資料:S&P Global「Sea Web」をもとにIRC作成

1) 船全体の大きさ(容積)を表す数値で、船腹量の統計の基準とされ、海事法令の適用や諸税徴収の基準としても用いられる。

2) 船に積み込める貨物の総重量を表す数値で、貨物船では最も一般的に使われる。

ダクトタンカーが127隻となった(図表-3)。2020年と比較して、自動車運搬船の隻数は変わらず、それ以外の全ての船種は増加していた。国内全体に占める愛媛の構成比をみると、冷凍船(48.4%)やコンテナ船(47.1%)、ばら積み船(43.9%)などで高いシェアを誇っている。

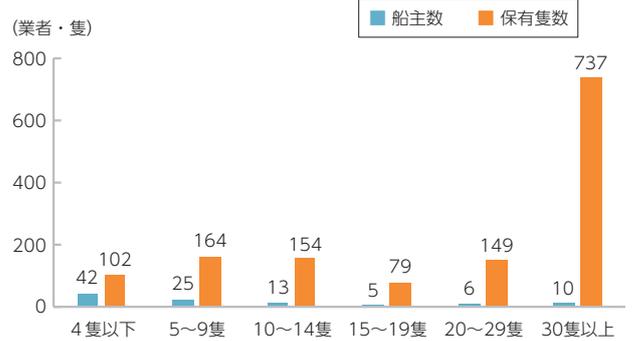
近年、資金力のある規模の大きな船主は、汎用的なばら積み船だけでなく、需要の高まっているLNG船やメガコンテナ船、環境負荷が小さいLNG燃料船などに積極的な投資を行っている。これらの船種は1隻あたり100億円以上の超高額になるが、船主間の競争が緩やかで長期備船も獲得しやすい、まとまった償却資産になるなどのメリットがある。

(3) 3分の1の船主で8割の船を保有

船主を保有隻数で分類すると、10隻未満の中小船主が67業者(構成比66.3%)、10隻以上保有している中堅以上の船主が34業者(同33.7%)だった。100隻以上保有している大手船主も複数あった。また、中小船主の保有隻数は合計266隻(同19.2%)であるのに対して、中堅以上の船主の保有隻数は合計1,119隻(同80.8%)で、おおよそ3分の1の船主で8割の船を保有している(図表-4)。

単純平均した1船主当たりの保有隻数は2020年の14.4隻から2024年には13.7隻とやや減少した。

▶ [図表-4] 保有隻数別の船主数とその保有総隻数 (愛媛・2024年)



資料：S&P Global「Sea-web」をもとにIRC作成

(4) 船籍国別の保有隻数

外航船は、登録税や固定資産税などの軽減、賃金の安い外国人船員を雇用して運航コストを下げるために、海外に船籍を置く「便宜置籍船」にするケースが多い。一方、国土交通省は、安全保障の観点や国際競争力強化を図るため、「トン数標準税制」³⁾を導入し、日本籍船の確保を図っている。近年は、大手海運会社をはじめ、専門船主の保有船でも外国籍から日本籍にシフトしたり、新造時より日本籍にしたりする動きがみられ、愛媛の船主の保有船でも2024年には29隻の日本籍船があって、4年前と比較して11隻増加していた(図表-5)。

そのほかの船籍国は、パナマが最多の834隻(構成比60.2%)で、リベリア(同14.6%)、マーシャル諸島(同11.9%)となった。リベリアやマーシャル諸島は、電子旗国証書の導入やオンライン申請の整

▶ [図表-5] 愛媛船主の船籍国別外航船保有隻数・構成比の推移

(単位：隻、%)

| | 2000年 | | 2004年 | | 2008年 | | 2014年 | | 2018年 | | 2020年 | | 2024年 | |
|---------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | 隻数 | 構成比 |
| パナマ | 385 | 82.8 | 446 | 84.6 | 648 | 84.5 | 869 | 84.0 | 836 | 78.6 | 868 | 72.4 | 834 | 60.2 |
| リベリア | 8 | 1.7 | 7 | 1.3 | 20 | 2.6 | 45 | 4.3 | 72 | 6.8 | 105 | 8.8 | 202 | 14.6 |
| マーシャル諸島 | 1 | 0.2 | 2 | 0.4 | 1 | 0.1 | 17 | 1.6 | 57 | 5.4 | 88 | 7.3 | 165 | 11.9 |
| バハマ | 22 | 4.7 | 29 | 5.5 | 35 | 4.6 | 35 | 3.4 | 36 | 3.4 | 44 | 3.7 | 42 | 3.0 |
| シンガポール | 20 | 4.3 | 28 | 5.3 | 17 | 2.2 | 54 | 5.2 | 27 | 2.5 | 41 | 3.4 | 47 | 3.4 |
| 日本 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 14 | 1.3 | 18 | 1.5 | 29 | 2.1 |
| 香港 | 0 | 0.0 | 5 | 0.9 | 24 | 3.1 | 9 | 0.9 | 13 | 1.2 | 14 | 1.2 | 7 | 0.5 |
| フィリピン | 20 | 4.3 | 6 | 1.1 | 4 | 0.5 | 0 | 0.0 | 2 | 0.2 | 0 | 0.0 | 3 | 0.2 |
| その他 | 9 | 1.9 | 4 | 0.8 | 18 | 2.3 | 6 | 0.6 | 6 | 0.6 | 21 | 1.8 | 56 | 4.0 |
| 合計 | 465 | 100 | 527 | 100 | 767 | 100 | 1,035 | 100 | 1,063 | 100 | 1,199 | 100 | 1,385 | 100 |

資料：S&P Global「Sea Web」をもとにIRC作成

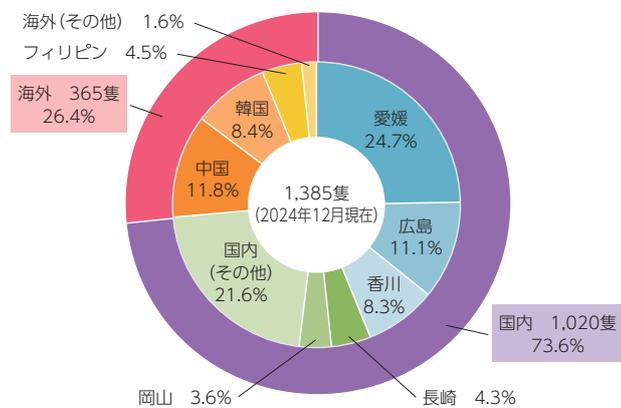
3) 外航船舶事業者が、日本船舶・日本人船員の確保に係る「日本船舶・船員確保計画」を作成し、国土交通大臣の認定を受けた場合、船舶に係る利益について、通常法人税に代えて「みなし利益課税」を選択できる制度。日本以外、欧米・韓国など22カ国が導入済み。詳細は日本船主協会のホームページを参照されたい。 <https://www.jsanet.or.jp/seisaku/>

備、環境負荷の小さい船の登録料割引などで船主の利便性を高めており、近年、隻数・シェアが大幅に伸びている。

(5) 保有船の建造国

愛媛の船主が保有する船舶の建造国を集計・分析したところ、愛媛の船主が保有する船の建造国は、国内建造が1,020隻(構成比73.6%)、海外建造は365隻(同26.4%)となった。建造地の県別構成比をみると、愛媛24.7%、広島11.1%、香川8.3%など、県内・近隣の瀬戸内圏域が約半数近くを占めた(図表-6)。

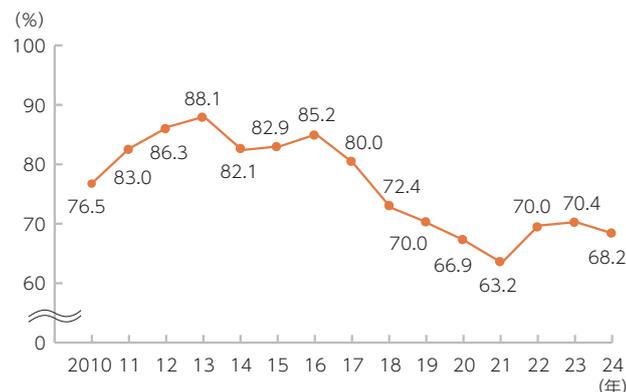
▶ [図表-6] 愛媛船主が保有する外航船の建造地別割合



資料：S&P Global「Sea-web」をもとにIRC作成
注)日本造船所の資本が入っている海外造船所も含む

ただ、中国や韓国の勢力拡大により、愛媛の船主が保有する外航船は、海外で建造された船が増えつつある。かつて国内建造割合は9割近くを占めていたが、2017年の竣工船以降は低下傾向が続いている。2020年には70%を割り込み、その後回復したものの再び低下し、2024年竣工船の国内建造割合は68.2%となっている(図表-7)。

▶ [図表-7] 当該年に竣工した愛媛船主保有の外航船に占める国内建造割合の推移



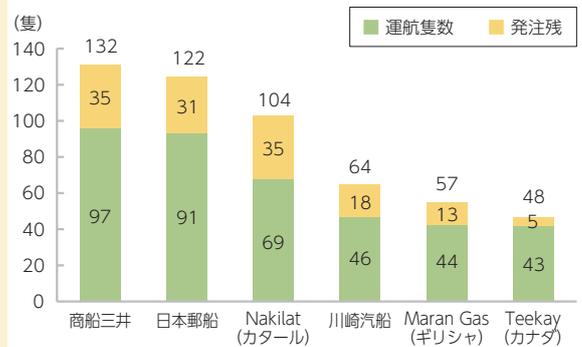
資料：S&P Global「Sea-web」をもとにIRC作成

〈コラム〉LNG船と日本の海事産業

米国のトランプ大統領は、LNG輸出認可の審査を再開した。最大産出国の米国の輸出拡大で、2027年度には市場に出るLNGが2倍になる見通しで、LNG船の需要も増加が見込まれる。

島国の日本はLNGの輸送を船に頼ることから、海運大手3社は、80年代からLNG輸送を手がけ、足元ではLNG船の保有隻数で世界をリードしている(図表-8)。

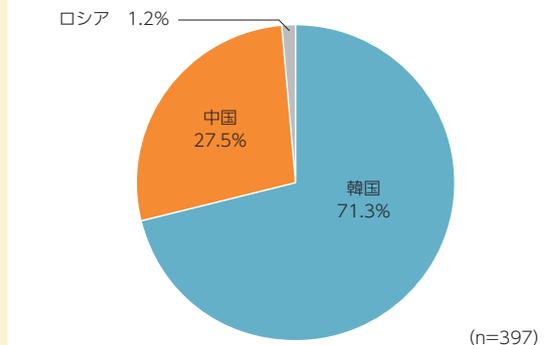
▶ [図表-8] LNG船 船隊規模 (2024年3月末時点)



資料：商船三井

一方、LNG船の建造を担うのは、韓国と中国の造船所が中心だ。特に、ロット受注に対応できる大規模設備を持ち、タンクや冷却設備などでも高い技術力を誇る韓国勢の受注が際立ち、日本の造船所は、ここ数年受注に至っていない(図表-9)。

▶ [図表-9] LNG船の国別受注残 (2024年10月現在)



資料：海事プレス資料をもとにIRC作成

おわりに

愛媛の外航船主は、長年の経験と慎重かつ的確な市況判断に基づき、保有隻数を拡充し続け、世界の海上物流に貢献してきた。今後も世界人口の増加・経済発展によって海上荷動き量は、拡大することが見込まれている。また、環境対応での新燃料船の需要も増していく。こうした中、「愛媛船主」は、これからも適正範囲内での保有船の隻数増やリプレイスを進めていくものと予想される。

(新藤 博之)

街のにぎわい創出に貢献する

久保豊株式会社 専務取締役 / 久保 賢太郎 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)



久保豊株式会社はテナントビルや賃貸マンションなどの不動産賃貸を主業としている。1883年に久保豊旅館として創業し、時代の変遷に伴って小売、不動産賃貸と業種を変え、今に至る。

現在、賢太郎氏は久保豊第一ビル1階にあるカフェ『PRONTO 松山大街道店』の運営に携わる。元は他社の運営だったが、2019年から新しい試みとして引き継いだ。同店では毎年、店の目標の他に、スタッフにも個人目標を立てさせ、達成に向け、各自に取り組ませている。その結果、昨年PRONTO本部で行われた年間総合コンペで全国178店舗中2位を獲得。提供商品の品質や衛生管理、接客対応など総合的に高い評価を得た。さらに、スタッフの対応力の高さが認められ、『ベストホスピタリティ賞』も1名受賞した。賢太郎氏は「スタッフ皆が力を合わせて頑張ったおかげだ」と、顔をほころばせる。

賢太郎氏は毎日店に顔を出して店内の様子を観察し、スタッフの様子やシフトなどに変化があれば当事者に声をかけて相談にのっている。「人あってこそこの事業。ともに働くスタッフは皆対等なパートナーだ」と言い、特に、同店の主力であるアルバイトの視点に合わせてコミュニケーションをとっている。「ジェネレーションギャップは大きいけど、その分気づきも多い」とのことだ。

『PRONTO』に続く試みとして、久保豊第一ビル2階にアニメ雑貨店『駿河屋 松山大街道店』が3月19日にオープンした。「大街道にはアニメ雑貨を扱う店がなく、これまでと異なる客層を呼び込み、新たな人の流れをつくりたいと思って誘致した」と言う。

「商店街や松山市から『あってよかった』と言われる空間を提供したい。そのため、常に情報収集し、新しいことにも挑戦したい」と、賢太郎氏。今後もチャレンジを続けながら、街のにぎわい創出に貢献していかれることだろう。

(川尻 麻美)

PERSONAL QUESTION

久保 賢太郎 (くぼ けんたろう) 1978年4月生まれ

モットー

臥薪嘗胆。
何事も地道に努力するしかない。難しいことでも努力すれば実を結ぶ可能性はあると信じ、高校時代から意識してきた。

休日の過ごし方

子どもたちの買い物。
学生時代は寮生活で親と一緒に出かけた記憶が少ない分、子どもたちには自分のできなかったことをしてあげたい。

引退後の夢

日々バタバタと目まぐるしいため、ゆっくり自分の時間を過ごしたい。

【会社概要】

〒790-0004
松山市大街道2丁目5番地9
TEL / 089-943-7523
資本金 / 1,000万円
従業員 / 35名(パート含む)



安全な自動車輸送を支える

有限会社大豊陸送 取締役総務部長 / 柴田 陽平 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)

有限会社大豊陸送は新車・中古車などの輸送を行っている。創業者は祖父の加藤 浩氏。貨物輸送業を営んでいた加藤氏が、「これからは自動車の時代が来る」と一念発起し、1968年に設立した。

業種柄、事故防止には細心の注意を払っている。全社員で安全意識を徹底するため、月1回、『安全会議』と呼ばれる全体会議を実施しており、ドライバーの遵守事項や法改正などの情報を共有している。加えて、運輸安全マネジメントに関する勉強会も行い、運転の心構えやキャリアカーの特性などを学んでいる。そのため、取引先からは「安心して輸送を任せられる」と評価が高い。

柴田氏は現在、同社の経理や人事、総務全般を一手に担っている。「自分を含め、社員の3分の1は子育て世代。柔軟に働けて、休みたいときに休める会社になりたい」と、業務効率化を進め、休暇制度も整えた。例えば、紙ベースだった運行管理をクラウドに変更し、ExcelのVBA*を利用して自動で請求書を一括メール送信できるようにした。「VBAは生成AIを利用してコードを書いた。AIをもっと勉強し、業務改善に役立てていきたい」と言う。

休みやすくなったとはいえ、他業種と比べると休暇取得日数が少ない運送業界。休暇取得を増やすには運賃を上げ、人手を増やす必要がある。そのため、取引先との運賃交渉や人材採用に取り組んでいくとのことだ。

柴田氏は一見穏やかそうだが、実は負けず嫌い。小学生から始めたスキーでは国体選手となり、大学卒業後に勤めた金融機関では専門資格を多く取得した。「金融機関や、その後市役所で働いた経験が今に生きている」と、柴田氏。

今後も粘り強く同社の業務効率化を進めながら、社員の待遇改善も図り、安全運行を支えていかれることだろう。

(川尻 麻美)

* Visual Basic for Applicationsの略。ExcelをはじめとするMicrosoft Office製品内で使えるプログラミング言語のこと。



☑ PERSONAL QUESTION

柴田 陽平 (しばた ようへい) 1989年6月生まれ

モットー 足るを知る者は富み、強めて行う者は志有り。
自分の考え方がまさにこれ。今あるものに感謝しながら、努力が続けている。

休日の過ごし方 もっぱら家事・育児。
料理が好きで、ジャンル問わず何でもつくる。
娘がおいしそうに食べてくれるのが嬉しい。

感銘を受けた言葉 「自分が楽をするということは、誰かが苦勞するということ」
学生時代に通っていたスキー教室のコーチの言葉。自分だけでなく、周りもよく見る大切さに気づいた。

【会社概要】

〒791-8026
松山市山西町962番地
TEL / 089-951-1525
資本金 / 300万円
従業員 / 21名(パート含む)



伊予銀行シンガポール支店

SINGAPORE

シンガポールだより

チャイニーズニューイヤーについて

はじめに

シンガポールは、人口の約74%を中華系が占めており、クリスマスが終わるとチャイニーズニューイヤー(旧正月)を祝福する雰囲気になります。

この時期には、幸福や繁栄を象徴する“赤”や富や成功を意味する“金”を取り入れた装飾で街中が彩られ、特に中華系が多いチャイナタウンでは、夜もライトアップが続きます。

今回は、シンガポールでのチャイニーズニューイヤーにおける特徴的な習慣やイベントをご紹介します。



チャイナタウンの様子(巳年に合わせたモニュメントも出現)

1 柑橘の交換

旧正月になると、2個の柑橘を手にした人々を多く見かけます。中国語でマンダリンオレンジは、「桔子」と表記され、「桔」の発音が「吉」と同じ発音であることから、縁起が良いとされています。また、偶数は調和や均衡の意味を持っているため、縁起の良い数として好まれています。新年を迎えると人々はお互いの幸福を祈りながら、柑橘を贈り合います。

人々が柑橘を買い求めるこの時期には、スーパーや市場の店先に数多くの柑橘が並び、多くの愛媛産の柑橘も販売されています。

旧正月のイベントの一環として、社員へ柑橘を配布する企業等もあり、柑橘王国である愛媛県とも親和性が高い文化となっています。



社員向けに配布された愛媛県産柑橘

日本のお年玉と似た習慣として、「紅包」があります。赤い封筒にお金を入れて、福を分け与えるとの意味を込めて旧正月に渡す習慣があります。一般的には、“既婚者から未婚者”に紅包を渡しますが、これ以外にも“上司から部下”、“働いている子から親”など幅広い場面で渡されており、日本のお年玉文化とは異なります。

金額について、特にルールはありません。S\$20(約2千円)以下であることも多く、少額でも問題ありませんが、縁起の良い偶数の金額を新札で渡すことが通例です。一方、貨幣や縁起が悪いとされる“4”が付いた金額は避けられています。

魚生とは、1960年代に中華系シェフらが考案したとされるシンガポール発祥の旧正月料理です。魚の刺身や色鮮やかな野菜をワンプレートに敷き詰めた華やかな見た目が特徴的です。

「魚生」の料理名には、縁起の良い意味が込められており、「魚」と同じ発音の「余」は「豊かさ」を表しています。また、「生」と同じ発音の「升」は、「上昇」を意味しています。

日本の「おせち料理」のように、魚生に使用されている食材にも、それぞれ意味が込められており、例えば、刺身は富と繁栄、ピーナッツは長寿などを表し、新年への願いが込められています。

食べ方も特徴的で、家族や友人と集まり、それぞれの願い事を声に出しながら、具材を高く持ち上げてかき混ぜます。この動作には、豊かさが高まるようにとの願いが込められています。



旧正月グルメ“魚生”

1973年からシンガポールでは、旧正月に合わせてチンゲイ・パレードと呼ばれるイベントが開始されました。「チンゲイ(粧芸)」という言葉は「仮装の技や芸術」の意味があります。

当時、旧正月には爆竹を鳴らす風習がありましたが、政府が安全面を考慮して禁止しました。その代わりに、中華系の人たちが楽しめるイベントとして考案されたことが始まりだと言われています。

現在では、中華系のみならず、さまざまな国の方々がユニークな仮装をして、踊りなどのパフォーマンスを披露し、大勢の観客を魅了するシンガポール最大級のパレードとなっています。



チンゲイ・パレードの演出

おわりに

シンガポールで、初めてチャイニーズニューイヤーを過ごし、日本のお正月とは違った文化も多く、貴重な経験をすることができました。

また、当地での文化に注目して、地元の柑橘を売り込むなど、ビジネスにも結び付けられることを学びました。今後もさらに視野を広げて、各国の文化にも着目しながらビジネスチャンスを探っていきたいと思います。

(長野 雄貴)

デジタルインボイスの今後

和泉会計事務所 税理士 和泉 真紀夫



Q. 日本でデジタルインボイスを導入している企業等も増えてきているようですが、当社はまだ導入していません。導入することでどのようなメリットがあるのか教えてください。

A. デジタルインボイスが普及することで売り手にも買い手にもメリットがあります。詳しくは以下の通りです。

1. デジタルインボイスとは

デジタル庁の資料によれば、デジタルインボイスとは、請求情報（請求に係る情報）を、売り手のシステムから、買い手のシステムに対し、人を介することなく、直接データ連携し、自動処理される仕組みをいいます。その際、売り手・買い手のシステムの差異は問わないとされています。

パソコンや会計システムなどの活用で、中小企業でも経理業務の電子化・効率化は、ある程度進んできました。請求業務においても、「印刷」「封入」「投函」といった手作業が必要な紙の請求書から、PDF等の電子データでやり取りすることが増えてきています。

しかし、電子データでの請求書のやり取りは、実は受け取った側（買い手側）にとっては、①受け取った請求書の内容を自社のシステムに入力し直す必要がある、②紙やPDF等、取引先によって混在している発行方法に対応する必要がある、など効率化につながっていないと言われています。

こうした課題を解消できるのが「デジタルインボイス」です。デジタルインボイスとは請求書の発行から受領まで、一切人の手を介さずに、売り手と買い手のシステム間で直接データを連携させて自動処理する仕組みです。PDF等の電子データとは異なり、送信者や金額等の情報が100%の精度で解析され、その後の作業が自動処理されるという特徴があります。

業務をより効率化し、時間外労働の抑制や人手不足にも対応していく上でも、デジタルインボイスへの対応は必要不可欠といえます。

また、デジタルインボイスを活用した自動処理の恩恵は、

買い手の効率化にとどまらず、売り手は自ら提供した請求に係る入金情報と結びついたデータで受領することで、入金消込の自動化も実現可能となります。

デジタルインボイス推進協議会(EIPA)の「諸外国におけるデジタルインボイス(e-invoice)制度調査報告書」によると、80カ国以上でデジタルインボイスの義務化が実施又は計画されています。欧州では、課税強化を目的として、各国の法制度に従い国内取引を対象とするデジタルインボイスの義務化が進んでいます。

2. ペポルインボイス

請求書をはじめとした電子文書の送受信に関する国際標準仕様に「ペポル(Peppol)」があります。ペポルは30カ国以上で採用されており、このペポルのネットワークを通してやり取りするデジタルインボイスを「ペポルインボイス」といいます。

ペポルインボイスは、①売り手・買い手の双方で、請求書の発行・受領に関わる作業工数が削減できる、②ペポルに対応しているシステムを利用することで、異なるシステムのユーザーとデータを直接やり取りできる、③人為的なミスが削減できる、④インボイス制度の記載要件を満たしていないと請求書が発行できないため、記載要件が網羅されているかの確認が不要となる、などのメリットがあります。ただし、ペポルインボイスを利用するには、ペポルネットワークに参加するための手続きが必要になるため注意が必要です。

改正育児・介護休業法の概要について

社会保険労務士法人 人的資源研究所
 特定社会保険労務士・人事コンサルタント 平尾 由紀



Q. 2025年4月1日から施行される改正育児・介護休業法の概要について教えてください。

A. 主な改正点は以下の3点です。
 (1)子の年齢に応じた柔軟な働き方実現のための措置
 (2)育児休業取得状況の公表義務
 (3)介護離職防止のための仕事と介護の両立支援制度強化

1. 段階的施行の育児介護休業法

まだまだ改正される育児介護休業法。今回の主な改正点は以下の3点です。

- (1)子の年齢に応じた柔軟な働き方実現のための措置
- (2)育児休業取得状況の公表義務
- (3)介護離職防止のための仕事と介護の両立支援制度強化

また同時に2025年5月には次世代育成支援対策推進法も改正されます。

2. 子の年齢に応じた柔軟な働き方実現のための措置

(1)子の看護等休暇の見直し

現行は子どもの病気・怪我・予防接種などの際に取得できる子の看護休暇ですが、取得事由に感染症に伴う学級閉鎖、入園(入学)式・卒園式が追加されました。また対象となる子どもの範囲が現行の小学校就学前までから小学校3年生修了までに延長されます。更に継続雇用期間6ヵ月未満の労働者除外規定も廃止となりました。

(2)残業免除の対象拡大

残業免除の請求が可能な労働者の範囲が3歳未満の子を養育する者から小学校就学前の子を養育する者に拡大されました。

(3)柔軟な働き方を実現するための措置等(2025年10月より)

3歳から小学校就学前の子どもを養育する従業員に対して会社は始業終業時刻等の変更、テレワークの実施、保育施設の設置運用等、新たな休暇付与及び短時間勤務制度などの選択肢の中から2つ以上の制度を導入し、当該従業員はそこから1つを利用する事ができるようにする旨義務づ

けられます。

3. 育児休業取得状況の公表

現行従業員数1,000人超の企業に公表が義務づけられている育児休業取得状況の公表について、今後は従業員数300人超の企業に拡大されます。

4. 介護離職防止のための両立支援制度の強化

(1)個別周知・情報提供の義務化

昨今、介護離職が非常に増えたことから、介護に直面した旨の申出をした従業員に対し介護両立支援制度等に関する個別の周知・意向確認を実施する事が会社に義務づけられます。また、会社は介護に直面する前の早い段階(40歳等)の従業員に対して、介護両立支援制度等に関する情報提供を行う事が必要となります。

(2)雇用環境整備の義務化

仕事と介護の両立支援制度を利用しやすい雇用環境の整備として介護に係る研修の実施や相談窓口等の設置など複数ある制度の中から1つ以上を選択して実施する事が会社の義務になります。

(3)介護休暇を取得できる労働者の要件緩和

継続雇用期間6ヵ月未満の労働者の介護休暇所得除外規定が廃止となりました。

5. その他

4月1日から「出生後休業支援給付金」「育児時短就業給付金」も創設されました。男性の育児休業取得はもはや当たり前の時代になりました。



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紹介するコーナー。

今回は、観光DX推進による地域経済活性化プロジェクト(長野県下高井郡山ノ内町)の取り組みを紹介します。

観光DX推進による地域経済活性化プロジェクトの取り組み

～上信越高原国立公園志賀高原(長野県下高井郡山ノ内町)の事例から～



大沼池



四十八池湿原



暖かな春の訪れとともに、色鮮やかな植物が美しい姿を見せる志賀高原。1980年に「環境保全」と「自然と人間社会が共生」する自然エリアとしてユネスコエコパーク(生物圏保存地域)に登録されるなど、雄大な自然と貴重な動植物が数多く残る。98年には長野冬季オリンピックの会場にも選ばれるなど国際的なスノーリゾートとしても発展してきた。

今回は志賀高原のさらなる躍進に向けて、2022年から本格始動した観光DX(デジタルトランスフォーメーション)推進によるさまざまな誘客施策を展開する事例について紹介したい。

● 自然と人の調和のとれた「持続可能な観光地開発」

長野県北部に位置し、群馬県・新潟県に接する上信越高原国立公園志賀高原には、守り神である大蛇を祀る「大沼池」のほか、大小60近い池に、サンショウウオなどが生息する「四十八池湿原」など、美しい湖沼や手つかずの原生林・湿原植物が数多く存在する。こうした貴重な自然とともに国際的なスノーリゾートとして愛されてきた背景には、地元住民団体による共同管理の仕組みである「入会(いりあい)」の伝統的な慣習を守り、自然と人の調和のとれた「持続可能な観光地開発」を実践してきたことがある。

● 観光DX推進による地域経済活性化プロジェクトがスタート

コロナ禍後の本格的な観光需要の回復を見据え、志賀高原は、22年にDXによって観光地の地域経済活性化を目指す観光庁の実証事業のモデル地域に応募し選定された。プロジェクトの推進に当たり、志賀高原観光協会を中心に、志賀高原旅館組合や(一財)長野経済研究所などで構成する志賀高原観光DX推進コンソーシアムを立ち上げ、地域一体となった取り組みがスタートした。

実証事業で構築したのが、志賀高原観光協会公式Webサイト(以下、公式サイトという)を活用した宿泊予約と顧客情報の収集・利活用を一元管理するプラットフォームである。これまで宿泊予約については、自社の直販サイトが整備されている宿泊事業者は少なく、OTA(オンライン旅行代理店)や旅行代理店利用によって生じた販売手数料等の負担が課題になっていた。また、顧客情報の収集・利活用についても、各宿泊事業者にそうした基盤がなかったために、顧客ニーズに応じた効果的な宿泊プランの造成や誘客施策の展開、その検証ができない状況にあった。

● 収益面の改善と顧客データ分析を基にしたキャンペーンが可能に

今回の実証事業で新たなプラットフォームを構築したことで、公式サイトからの宿泊予約が可能となり、収益面の改善(現在、プラットフォームを通じた宿泊予約の販売手数料は徴収していない)が図られた。

また、宿泊予約を起点とした顧客情報の収集・活用については、新たに立ち上げた会員制度「CLUB SHIGAKOGEN(図表-1)」(25年1月末時点の会員数7,774名)への誘導により蓄積した顧客データベースの分析を基に、会員のリピートに向けた効果的なキャンペーン施策が可能となった。

現在はエリア内の多くの宿泊施設が、新たな販売チャネルの1つとして、この公式サイトを介した宿泊予約を利用している。公式サイトへのアクセス数や会員のリピートは順調に伸び、24~25年冬のサイト販売金額は当初掲げた目標を大幅に上回る効果を発揮している。

【図表-1】CLUB SHIGA KOGEN(クラブ志賀高原)

※登録・年会費無料、今後海外向けも展開予定

詳細はこちらから



会員特典は

- ①会員限定クーポン(宿泊施設、レストラン、アクティビティ利用可能)
- ②会員限定イベント情報のメール配信
- ③デジタルバッジラリー(店舗周遊キャンペーン:獲得したバッジ数により特典付与)

● 公式サイトと連携した新たな回遊支援サービス

24年12月からは志賀高原回遊支援サービス「SHIGAKOGEN NAVIGATOR(図表-2)」を開始した。これにより、デジタルマップ上で施設情報(レストラン、宿泊施設、温泉、ショップなど)に加え、リフト運行状況やゲレンデ情報がリアルタイムで把握できるほか、目的地までの最適なルート案内を受けることができる。「志賀高原ファン」にとって、広大な志賀高原を存分に楽しみ、新たな魅力や価値を再発見するための欠かせないサービスとなっている。

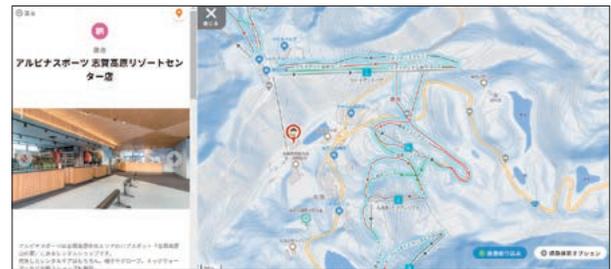
雄大な自然や圧倒的な美しさを誇る志賀高原に、国内外の多くの人々が魅了されてきた。さらなる発展に向けて、地域が一体となった観光DXの推進による取り組みに今後も注目していきたい。

▶【図表-2】志賀高原回遊支援サービス「SHIGAKOGEN NAVIGATOR」

※利用無料、英語版も対応



詳細はこちらから



サービス内容は

- ①目的地へのルート案内
- ②スキー場・リフト・コースの運営状況(積雪量・気温の表示も含む)
- ③施設情報(レストラン、宿泊施設、温泉、ショップ、ビュースポットなど)

(文責:一般財団法人長野経済研究所 上席研究員 玉木 壮太)

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、生産活動や住宅着工では弱めの動きが見られる

～県内企業の景況感は悪化するも、マイナス幅は縮小見通し～

概況

【内閣府月例経済報告：2月】

- 景気は、一部に足踏みが残るものの、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、欧米における高い金利水準の継続や中国における不動産市場の停滞の継続に伴う影響など、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、通商政策などアメリカの政策動向、金融資本市場の変動等の影響に注意する必要がある

【県内経済の状況】

- 愛媛県内も一部で弱い動きがみられるものの、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・12月)は前月比0.7%低下し、3ヵ月連続で前月を下回る
- 公共工事請負金額(2月)は前年同月比18.7%減と、3ヵ月ぶりに前年を下回る
- 住宅着工戸数(1月)は前年同月比9.7%増と、6ヵ月ぶりに前年を上回る
- 有効求人倍率(季節調整値・1月)は前月比0.01ポイント上昇の1.39倍と2ヵ月ぶりに上昇
- 百貨店・スーパーの販売額(1月)は前年同月比2.6%減と5ヵ月連続で前年を下回る

【内閣府・財務省の法人企業景気予測1～3月期(愛媛県)】

- 2025年1～3月の愛媛県内企業のBSI(前四半期と比較した上昇・下降などの景況変化を表す)は仕入れ価格や人件費の上昇を受け、全産業で▲5.9ポイントと前期(2024年10～12月期)の▲5.0ポイントからマイナス幅が拡大する結果となった。一方で、先行きは食料品の原材料価格上昇分の価格転嫁などが見込まれ、マイナス幅は縮小する見通しとなっている。

生産

指数は3ヵ月連続で前月を下回る 全国では生産用機械や電子部品・デバイスが低下

【総括コメント】

- 速報値で96.4(季節調整済指数、2020年=100)と前月比0.7%低下し、3ヵ月連続で前月を下回る

【県内主要業種の動向：12月】

主な上昇品目

- 「汎用・生産用機械」(同+4.8%)：クレーンの生産増加
- 「パルプ・紙・紙加工品」(同+4.8%)：段ボール原紙の生産増加

主な低下品目

- 「食料品」(同▲7.6%)：清涼飲料の生産減少
- 「化学」(同▲7.6%)：キシレンの生産減少

【全国の動向：1月】

- 100.5(季節調整済指数、2020年=100)と前月比1.1%低下し3ヵ月連続で前月を下回る
- 「生産用機械」(同▲12.3%)や「電子部品・デバイス」(同▲5.4%)が寄与
- 「生産用機械」は中国、韓国向けの半導体製造装置の輸出が減少
- 基調判断は、「一進一退」に据え置き

愛媛県の主要7業種鉱工業生産指数(12月)

| | 季節調整済指数 | | 原指数 | |
|------------|---------|--------|-------|----------|
| | 指数 | 前月比(%) | 指数 | 前年同月比(%) |
| 非鉄金属 | 97.1 | ▲2.6 | 96.8 | +14.8 |
| 汎用・生産用機械 | 102.1 | +4.8 | 100.1 | ▲8.8 |
| 電気機械 | 82.9 | +7.8 | 80.6 | +1.1 |
| 輸送機械 | 97.2 | +6.5 | 95.8 | ▲21.7 |
| 化学 | 93.8 | ▲7.6 | 99.2 | +14.3 |
| パルプ・紙・紙加工品 | 96.6 | +4.8 | 98.4 | +2.3 |
| 食料品 | 99.1 | ▲7.6 | 109.2 | ▲0.1 |
| 全体 | 96.4 | ▲0.7 | 99.3 | +0.4 |

(注)速報値

愛媛県の鉱工業生産指数(季節調整済指数)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

2月の請負金額は前年同月比18.7%減
3ヵ月ぶりに前年を下回る

【総括コメント】

- 2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18.7%減の114億円で3ヵ月ぶりに前年を下回った

【発注者別の請負金額】

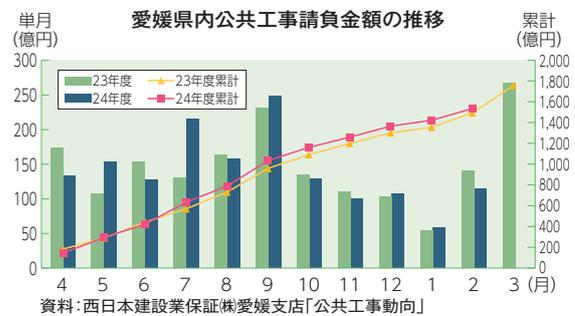
- 前年から増加 ● 「独立行政法人等」(同+326.7%)
● 「市町」(同+41.1%)
- 前年から低下 ● 「国」(同▲52.0%)
● 「県」(同▲26.1%)

【トピック】

愛媛県の2025年度一般会計予算案のうち、普通建設事業費は、前年度比+9.6%の945億円となった。重点施策の1つとして「防災・減災対策」を掲げており、能登半島地震等を踏まえ、南海トラフ地震等への備えを進めることとしている。

県内の公共工事請負金額(2月)

| 発注者 | 請負金額(百万円) | 前年同月比(%) |
|---------|-----------|----------|
| 国 | 2,340 | ▲52.0 |
| 独立行政法人等 | 62 | +326.7 |
| 県 | 4,094 | ▲26.1 |
| 市町 | 4,125 | +41.1 |
| その他 | 790 | +15.1 |
| 合計 | 11,413 | ▲18.7 |



住宅着工

1月の着工戸数は前年同月比9.7%増
6ヵ月ぶりに前年を上回る

【総括コメント】

- 1月の愛媛県内における住宅着工戸数は259戸で、前年同月比9.7%増と6ヵ月ぶりに前年を上回った

【内訳別(県内)】

- 前年から増加 ● 「貸家」(同+115.9%)
● 「持家」(同▲12.7%)
- 前年から低下 ● 「分譲住宅」(同▲26.5%)

【全国の動向: 1月】

- 住宅着工戸数は56,134戸で、前年同月比4.6%減と9ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(全国)】

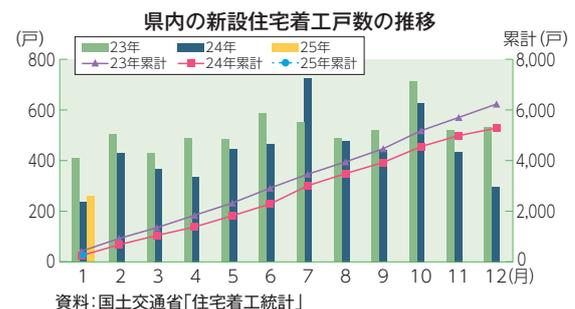
- 前年から低下 ● 「持家」(同▲8.6%)
● 「貸家」(同▲1.2%)
● 「分譲住宅」(同▲6.0%)

【トピック】

4月から建築物省エネ法が施行され、すべての新築住宅・非住宅で省エネ基準への適合が義務化された。これにより、空調・照明などのエネルギー消費量や熱の損失量に関する基準が設けられ、条件を満たさない場合は建築できなくなる。住宅価格の上昇が見込まれるが、環境負荷の減少に加え、光熱費削減や断熱性能の向上、優遇制度の適用などの様々なメリットがある。

新設住宅着工戸数(1月)

| | 着工戸数(戸) | 前年同月比(%) |
|---------|---------|----------|
| 持家 | 137 | ▲12.7 |
| 貸家 | 95 | +115.9 |
| 給与住宅 | 2 | +100.0 |
| 分譲住宅 | 25 | ▲26.5 |
| 分譲マンション | 0 | - |
| 分譲一戸建 | 25 | ▲26.5 |
| 合計 | 259 | +9.7 |



雇用

有効求人倍率は1.39倍 2ヵ月ぶりに前月を上回る

【総括コメント】

- 1月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.01ポイント上昇の1.39倍と2ヵ月ぶりに上昇
- 求人が求職を上回って推移しており、緩やかに持ち直している

【主要産業別の新規求人数: 1月】

主な上昇業種

- 「サービス業」(前年同月比+8.5%): 中予を中心に求人数が増加

主な低下業種

- 「宿泊業、飲食サービス業」(同▲17.3%): 昨年の東予のホテル開業に伴う大口求人の反動により減少
- 「製造業」(同▲16.5%): 原材料費や人件費の高騰により、繊維工業などで求人が減少

【トピック】

厚生労働省は毎月勤労統計調査の2024年分結果確報を公表した。現金給与総額は、前年比2.8%上昇し、4年連続で前年を上回った。一方で、実質賃金は物価上昇の影響を受け、前年比0.3%低下し、3年連続で前年を下回っている。物価上昇に負けない賃上げの定着が望まれる。

県内の雇用情勢(1月)

(単位:人、%)

| | 実績 | 前月比(差) | 前年同月比 |
|---------------|--------|--------|-------|
| 新規求職者数 | 4,528 | +40.3 | ▲2.1 |
| 有効求職者数 | 20,736 | +1.6 | ▲1.6 |
| 新規求人数 | 11,471 | +10.3 | ▲0.7 |
| 有効求人数 | 31,365 | +1.5 | +1.8 |
| 有効求人倍率(季節調整値) | 1.39 | +0.01 | +0.05 |

| | 県計 | 東予 | 中予 | 南予 |
|-------------|----------|----------|----------|----------|
| 有効求人倍率(原数値) | 1.51倍 | 1.59倍 | 1.47倍 | 1.49倍 |
| ※()内は前年同月差 | (+0.05p) | (▲0.01p) | (+0.13p) | (▲0.20p) |

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



資料: 愛媛労働局職業安定部

物価

総合指数(前年同月比+3.5%)、生鮮食品を除く指数 (同+2.7%)ともに36ヵ月連続のプラス

【総括コメント】

- 1月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が110.4と前年同月比3.5%上昇、生鮮食品を除く指数も108.9と同2.7%上昇
- 36ヵ月連続で前年を上回った

【費目別(松山市)】

前年から増加

- 「光熱・水道」(同+9.4%): 政府による電気・ガス料金の補助が終了したため上昇
- 「食料」(同+7.0%): 米類等、幅広い品目の価格上昇

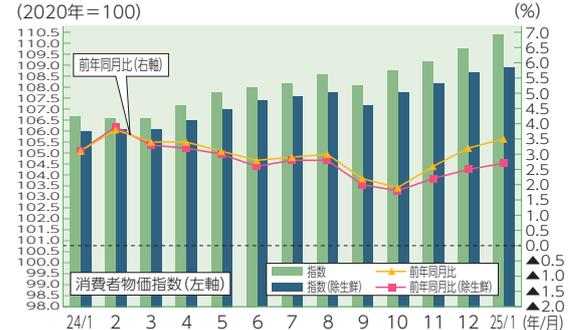
【全国の動向: 1月】

- 1月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は109.8で、前年同月比3.2%上昇
- 41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(1月・前年同月比増減率)

| | | |
|----|----------------|--------------|
| 上昇 | 光熱・水道(+9.4%) | 保健医療(+1.8%) |
| | 食料(+7.0%) | 交通・通信(+1.2%) |
| | 教養娯楽(+3.1%) | 諸雑費(+0.9%) |
| | 家具・家事用品(+3.0%) | 教育(+0.1%) |
| | 被服及び履物(+2.9%) | |
| 下降 | 住居(▲0.1%) | |

消費者物価指数の推移(松山市)



資料: 総務省統計局

消費

百貨店・スーパーの販売額は前年同月比2.6%減

【百貨店・スーパーの販売額】

- 1月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比2.6%減と5ヵ月連続の減少
- うち、百貨店では、節約志向の高まりで衣料品・身の回り品の販売が伸びず、同6.0%減

【その他業種の販売額】

- 上昇
- 「コンビニエンスストア」(同+1.7%)：好天に恵まれたことで来店客が増加し、加工食品や飲料が好調だったため
 - 「ドラッグストア」(同+12.0%)：風邪関連商品や食品の売上が伸長したため
 - 「家電大型専門店」(同+5.6%)：低気温で暖房機器が好調だったほか、スマートフォンの売上が伸長したため
 - 「ホームセンター」(同+1.5%)：園芸用品やオフィス用品の売上が増加したため

【トピック】

内閣府が発表した1月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月比1.0ポイント低下の35.2となり、2ヵ月連続で悪化した。「暮らし向き」「収入の増え方」など全項目で消費マインドの低下が見られ、基調判断は8ヵ月ぶりに下方修正された。

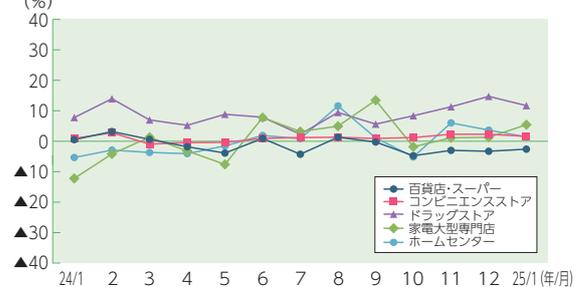
県内の小売店販売額(1月)の動向

| | 販売額(億円) | 前年同月比(%) |
|------------|---------|----------|
| 百貨店・スーパー | 175.5 | ▲2.6 |
| コンビニエンスストア | 87.7 | +1.7 |
| ドラッグストア | 105.2 | +12.0 |
| 家電大型専門店 | 30.6 | +5.6 |
| ホームセンター | 25.4 | +1.5 |

資料：経済産業省、愛媛新聞の発表資料

※2025年1月分より、商業動態統計の母集団名簿を「平成28年経済センサス活動調査」から「令和3年経済センサス活動調査」に変更
※1月の新車販売台数はデータ未公表のため掲載しておりません。

県内の業態別小売店販売額の推移(前年同月比)



観光

道後温泉旅館宿泊客数は3ヵ月連続で前年を上回る
県内主要観光施設入込み客数も3ヵ月連続で前年を上回る

【道後温泉旅館宿泊客数】

1月の道後温泉旅館宿泊客数は61,250人となり、前年同月比13.6%の増加となった。東アジアを中心としたインバウンド需要の高まりが追い風となった。

【主要観光施設入込み客数】

1月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月を1.8%上回った。

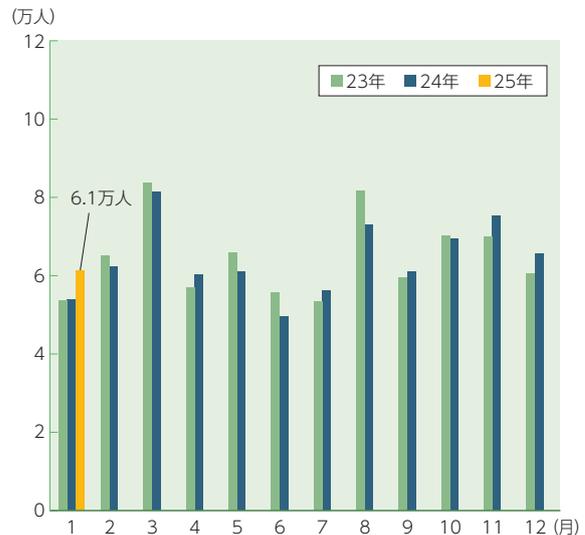
前年から増加

- 東予(同+1.0%)
「紙のまち資料館」「県総合科学博物館」などの施設が前年同月を上回った
- 中予(同+1.5%)
「子規記念博物館」「えひめこどもの城」などの施設が前年同月を上回った
- 南予(同+2.4%)
「獅子越荘」「臥龍山荘」などの施設が前年同月を上回った

【外国人宿泊者数】

観光庁によると、12月の外国人延べ宿泊者数(第2次速報)は、1,541万人泊、前年同月比22.9%増であった。愛媛県の外国人延べ宿泊者数は41,250人泊で前年同月比81.1%増となった。10月27日からの松山ーソウル線増便を追い風に、好調を維持している。

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 |  ▶  | 2月のマダイの浜値は930円/kg前後と前月比で横ばい。8ヵ月連続で相場を維持する。消費動向に弱さはあるものの、飼料値上げなど生産コストの上昇を受けて当面は高値安定が続く見通し。ハマチの浜値は、1,100円/kg前後と前月比20円の値上がり。全国的に在池量が少なく、単価は上昇傾向にある。 |

| 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トンあたり前月比横ばいの1,550ドル前後で推移。中西部太平洋での漁模様は低調だが、製缶業者は当面の原材料在庫を確保しており、現状維持の相場となった。一方、国内相場は275円/kg前後と前月比で15円の値上がり。国内需要は高く、高値圏を維持した。 |

| 業種 | 現状 ▶ 3ヵ月先の見通し | 最近の状況 |
|-----|---|--|
| タオル |  ▶  | 2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2,956梱で、前年同月比0.1%減となった。2月の綿糸価格は主力の20番手が121,500円/梱で横ばいで推移している。今治タオル工業組合によると、2024年の全国のタオル生産量は12,254トンで前年比6.9%減、今治の生産量は6,857トン(同9.9%減)で、今治のシェアは56.0%(同1.8ポイント低下)となった。 |

| 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1月の国内出荷は、前年同月比1.4%減で3ヵ月連続のマイナス。新聞用紙は、前年同月比7.8%減で44ヵ月連続の減少。2月、丸住製紙株式会社(四国中央市)が民事再生法の適用を申請、3月5日付で民事再生手続きの開始決定を受けた。 |
| | 衛生用紙 |  ▶  | 1月の国内出荷は、前年同月比3.9%増で4ヵ月連続のプラス。商業施設向けが好調だったタオル用紙で同8.4%増となったほか、トイレ紙が同3.1%増、ティッシュが同2.7%増と全品種で前年を上回った。 |
| | 紙加工など |  ▶  | 段ボール原紙の1月の国内出荷は、前年同月比2.6%増と3ヵ月ぶりのプラスとなった。アルコール飲料の4月値上げ前の前倒し需要で出荷が伸びた。ネット通販などで使われる包装用紙も需要が増加し、前年同月比4.8%増と2ヵ月ぶりにプラスとなった。 |

| 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1月の出荷額は、前年同月比18.6%減で6ヵ月連続の減少となった。海外向けはアジア、中南米向けは好調だったが、主要輸出先の北米や欧州向けが高金利などの影響で不振だった。国内向けは主力機の油圧ショベルや建設用クレーンが落ち込み、とくにレンタル向けの需要が低迷している。産業機械・工作機械関連の受注環境は概ね良好。 |

| 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、2月の輸出船契約実績は6隻・32万4千総トンで、トン数ベースで前年同月比72.1%減だった。船種別にみると、バラ積み船6隻(内訳:ハンディサイズ1隻、ハンディマックス3隻、ケープサイズ2隻)だった。多くの造船所で船台が埋まり、建造費も上昇しており、新造船発注の様子見が続いている。 |
| | 内航 |  ▶  | 手持ち工事は1年程度を有している。新造船価は、499GT型貨物船が750～770百万円で上昇基調が続いている。5,000klタンカーは3,000～3,500百万円で横ばいで推移している。鋼材(厚板)価格は、若干下落したものの、資機材や人件費の上昇により、船価は高止まりしている。 |

| 業種 | 現状 ▶ 3ヵ月先の見通し | 最近の状況 | |
|----|---------------|---|---|
| 海運 | 外航 |  ▶  | BDI(バルチック海運指数)は、3月3日時点で1,262となった。中国の春節(旧正月)休暇が終わり、季節要因による市況低迷からの回復が見込まれる。米国による関税および報復関税が市況に与える影響は、今後の動向を注視する必要がある。LNG船は、欧州で需要が回復しているものの、潤沢な船腹供給からスポット傭船の市況は低調に推移している。 |
| | 内航 |  ▶  | 日本内航海運組合総連合会によると、1月の輸送量は、貨物船は前年同月比5.6%増、油送船は同3.6%減だった。貨物船は鉄鋼や燃料(石炭、コークス)で前年を上回ったが、荒天や輸送障害の影響が少なかったため反動増となった。油送船は、高温液体(アスファルト、硫黄等)が前年の反動増で増加した。白油は、ガソリンや軽油、灯油は増加したが、ジェット燃料は減少した。 |

| 業種 | 現状 ▶ 3ヵ月先の見通し | 最近の状況 |
|----|---|---|
| 建設 |  ▶  | 2月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比18.7%減の114億円であった。「独立行政法人等」や「市町」では前年を上回ったものの、「国」や「県」では前年を下回った。1月の住宅着工戸数は前年を9.7%上回る259戸となった。利用関係別では「持家」や「分譲住宅」では前年を下回ったものの、「貸家」や「給与住宅」では前年を上回った。 |

| 業種 | 現状 ▶ 3ヵ月先の見通し | 最近の状況 |
|----|---|--|
| 観光 |  ▶  | 1月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比13.6%増の61,250人となった。また、1月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(同1.0%増)、中予(同1.5%増)、南予(同2.4%増)すべてが前年を上回り、全体では同1.8%増となった。 |

4

2025

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は3月19日時点のものです。お出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) |
|---------------|--|----------------------------------|--|--|
| 4(金)~6(日) | 松山春まつり(お城まつり) | 松山城・城山公園・ ロープウェイ商店街等 (松山市) | 松山市 観光・国際交流課 ☎ 089-948-6556 | — |
| 12(土)~6/22(日) | 「企画展」 アルフォンス・ミュシャ展 —アール・ヌーヴォーの華— | 愛媛県美術館 (松山市) | 愛媛県美術館 ☎ 089-932-0010 | 前売券 一般 1,500円 高大生 600円 小中生 400円 当日券 一般 1,700円 高大生 800円 小中生 600円 団体(20名以上) 一般 1,500円 高大生 600円 小中生 400円 |
| 26(土) | 大三島藤公園 藤まつり | 大三島藤公園 (今治市) | 藤まつり実行委員会 (今治市大三島支所内) ☎ 0897-82-0500 | — |

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】 12(土) 【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】13:00 【会場】マドンナスタジアム

【開催日】 13(日) 【対戦相手】SHIONOGI レインボーストークス 【プレイボール】13:00 【会場】マドンナスタジアム

愛媛FC

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 13(日) 【対戦相手】ヴァンフォーレ甲府 【キックオフ】16:00 【マッチシティ・タウン】 —

【開催日】 29(火・祝) 【対戦相手】藤枝MYFC 【キックオフ】15:00 【マッチシティ・タウン】伊方町・鬼北町

愛媛FCレディース

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 12(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球場

【開催日】 27(日) 【対戦相手】岡山湯郷Belle 【キックオフ】13:00 【会場】愛媛県総合運動公園球場

FC今治 会場:アシックス里山スタジアム

株式会社今治・夢スポーツ内 / TEL:(0898)31-8701

【開催日】 6(日) 【対戦相手】V・ファーレン長崎 【キックオフ】13:30

【開催日】 20(日) 【対戦相手】RB大宮アルディージャ 【キックオフ】14:00

愛媛マンダリンパイレーツ

愛媛県民球団株式会社 / TEL:(089)914-8102

【開催日】 26(土) 【対戦相手】徳島インディゴソックス 【プレイボール】13:00 【会場】坊っちゃんスタジアム

【開催日】 27(日) 【対戦相手】徳島インディゴソックス 【プレイボール】13:00 【会場】坊っちゃんスタジアム

【開催日】 29(火・祝) 【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

愛媛オレンジバイキングス

株式会社エヒメスポーツエンターテイメント / TEL:(089)934-2355

【開催日】 19(土) 【対戦相手】山形ワイヴァンズ 【ティップオフ】17:00 【会場】愛媛県武道館

【開催日】 20(日) 【対戦相手】山形ワイヴァンズ 【ティップオフ】15:00 【会場】愛媛県武道館

IRC 調査月報
MonthlyIYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT
2025 / NO.442

■発行日: 2025年4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

