

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポート】

若者が働きたい会社になる

～県内企業における若手社員の定着について～

【mini調査レポート】

最低賃金の大幅な引き上げが与える影響調査

～約4割の企業で引き上げ対応が必要、4割超でマイナスの影響～

【紀行】

IRC幹部社員セミナー(第7期)研修旅行

(2023.9.13～14)

【視察報告】

東日本大震災から12年、福島県内被災地視察レポート

～復興に向けてファイティングポーズをとり続ける福島～



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

11

2023

No.425

- 01 | 【視点】
企業のイノベーションと若手人材の躍進
松山商工会議所 会頭 / 高橋 祐二
- 02 | 【調査レポート】
若者が働きたい会社になる
～県内企業における若手社員の定着について～
- 10 | 【mini調査レポート】
最低賃金の大幅な引き上げが与える影響調査
～約4割の企業で引き上げ対応が必要、4割超でマイナスの影響～
- 16 | 【紀行】
IRC幹部社員セミナー(第7期)研修旅行
(2023.9.13～14)
- 20 | 【compass】
シニョレッジ(通貨発行益)
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
- 21 | 【データよもやま話】
日本で働く魅力を感じる賃金へ!
～先進諸国に見劣りする日本の賃金水準～
- 22 | 【視察報告】
東日本大震災から12年、福島県内被災地視察レポート
～復興に向けてファイティングポーズをとり続ける福島～
- 28 | 【タイだより】
日本が大好きなタイ人
～バンコク日本博とタイにおける日本食～
- 30 | 【IRCニュー・リーダー・セミナー 32期修了】
- 32 | 【経営・実務Q&A】
税務編 暗号資産の税務について
酒井啓司税理士事務所 税理士 / 酒井 啓司
法務編 景品表示法 ～SNS等を利用した広告・宣伝とステルスマーケティング～
弁護士法人たいよう 弁護士 / 林 寛大
- 34 | 【愛媛県経済の動き】
- 38 | 【地場産業の景気天気図】
- 40 | 【EVENT CALENDAR】



表紙写真: 秋彩(大洲市柚木
如法寺)
撮影: 武井 寛喜

視点

POINT OF VIEW



企業のイノベーションと若手人材の躍進

松山商工会議所
会頭 高橋 祐二

本年5月、新型コロナが5類感染症に移行したことで、社会経済活動の正常化が進み、大きな打撃を受けた地域経済も回復傾向にあります。しかしながら、3年間のコロナ禍により、人々の生活様式や消費行動、さらには価値観までが劇的に変化したため、コロナ前の需要に戻らない業種があるほか、エネルギー価格や原材料費などの高騰、人件費の上昇などにより、企業経営は引き続き厳しい環境にあり、先行きは不透明な状況です。

こうした現下の情勢への対応に加え、私たち経済人は、社会経済環境の大きなトレンドを的確に捉え、中長期的な視点をもって経営を担っていく必要があります。松山商工会議所では、本年2月に策定した中期行動計画の中で、30年後を見据えた大きなトレンドとして、「人口減少・少子高齢化」、「DX（デジタルトランスフォーメーション）」、「グローバル化」、「地球温暖化」の4つを挙げて、「Change！ Chance！ Challenge！ 大変革（チェンジ）の時代にチャンスを見出す！ 企業と地域のチャレンジを支える商工会議所」を目指すこととしました。今まさに、「大変革の時代」と言っても過言ではありません。その変革の中で様々なビジネスチャンスも生まれており、企業や地域が持続的に発展するためには、新たな可能性に対して、積極果敢に「チャレンジ」していくことが重要です。

当会議所では、企業や地域のチャレンジを

後押しする事業を積極的に展開しており、新たなビジネス展開やイノベーションに取り組む経営の支援を強化するとともに、成長著しいアジア地域への経済ミッションを派遣し、県内企業のグローバル化を推進しています。また、深刻な人手不足を踏まえ、外国人材の活用の支援にも取り組んでいます。さらに、「松山野球拳おどり」や「スマコレランドまつやま」といったイベントを拡充して開催し、交流人口の拡大や中心市街地の賑わい創出にも取り組んでいます。今後、再開発が進む松山のまちづくりにも、積極的に関与して参りたいと考えています。

先日開催された男子バスケットボールワールドカップでは、若手選手の躍進がパリ五輪出場権獲得の原動力となりました。人口減少への対応が大きな課題となる中で、企業や地域が持続的に発展するためには、同じく若者の活躍が必要であると確信しています。今後の企業や地域を担う若い人たちが思い切って活躍できるよう、当会議所の事業のかじ取りも、どんどん若い方に任せていこうと考えております。

最後に、商工会議所の理念である「企業を育て 地域を伸ばす 商工会議所」を実現するため、会員の皆さまをはじめ、行政や関係機関と連携し、事業を進めて参りますので、皆様のご参画とご協力をお願いいたします。

若者が働きたい会社になる

～県内企業における若手社員の定着について～



2023年度いよぞんグループ入社式



株式会社ダイキアクシス新入社員研修

要旨

01

労働市場全体で求人が活発化しており、超売り手市場の時代を迎えている。一方、労働市場の流動化が加速している。今後、企業競争力を高め、持続可能な成長を図るには、人材の定着・活躍が必要不可欠である。

02

県内企業向けアンケートを実施したところ、新卒採用(23年4月入社)について約7割の企業は採用目標に届かず、8割強の企業は採用環境が「厳しくなってきた」、「若手社員が不足」と回答した。

03

若手社員の離職理由について、最も多く挙げられたのは「業務内容のミスマッチ」(43.2%)、次いで「人間関係がうまくいかない」(37.5%)、「労働時間や休暇に対する不満」(20.9%)、「待遇(給与)への不満」(20.9%)の順となった。仕事内容、人間関係、労働時間は定着を図るうえでのキーワードとなる。

04

転職のハードルが低くなり、若手社員の定着を取り巻く環境が大きく変わった。若手社員の定着に向けて、採用段階において、透明性のある情報発信やインターンシップの実施などを通して、ミスマッチを減らす工夫が必要である。また、入社後は、新入社員研修や適材適所の人材配置を行い、さらに、若者が活躍できる職場づくりや働きやすさを意識する環境づくりが求められる。

【はじめに】

新型コロナから経済の回復に伴い、労働市場全体では求人が活発化している。一方、雇用の流動化が進み、企業にとって人材の流出が避けられない。今後、企業競争力を高め、持続可能な成長を図るには、優秀な人材の定着・育成が必要不可欠である。

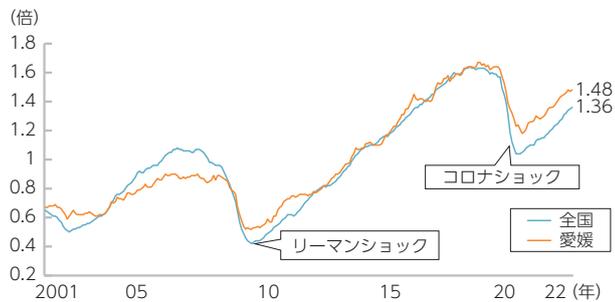
今回は、若手社員の定着に焦点を当て、県内企業に対するアンケート、経営者、人事担当者へのヒアリング調査にもとづき、若手社員の離職防止の取組や課題を取りまとめた。

1. 変貌した労働市場

01 「超売り手市場」時代の到来

超売り手市場の時代を迎えている。有効求人倍率の推移をみると、リーマンショック以降は上昇傾向にあった(図表-1)。新型コロナの影響を受け、一時期落ち込んだものの、2020年11月以降は再び上昇傾向に転じた。特に愛媛の有効求人倍率は全国平均との差が大きく、人手確保がますます難しくなってきたと実感している県内企業は多いのではないだろうか。

▶ [図表-1] 有効求人倍率の推移(全国・愛媛)



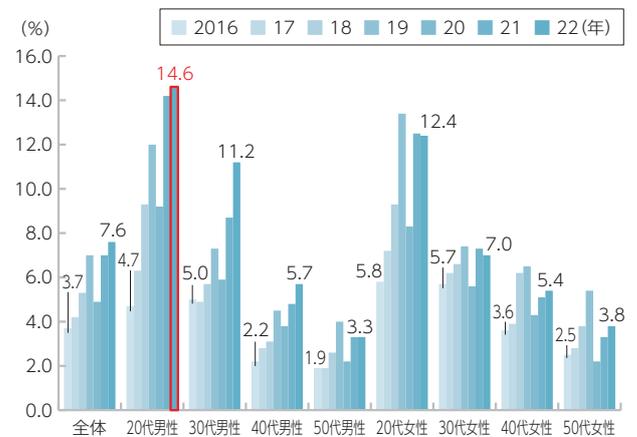
資料：厚生労働省、「職業安定業務統計」にもとづきIRC作成

02 加速している雇用市場の流動化

日本の労働市場は終身雇用を重視する硬直的な市場から、転職が当たり前で流動的な市場に変貌しつつある。調査によると、2022年の20～50代正社員の転職率は全体で7.6%と、2016年以降の最高水準になった(図表-2)。コロナの影響を受ける2020年を除くと、総じて転職率が上昇傾向にある。また、年代別、男女別をみると、20代の男性正社員の転職率(14.6%)の高さが目立ち、2016年の3倍となった。転職市場の成熟化に伴い、転職しやすい環境になり、同じ会社で定年まで働きたいと考える

傾向が弱まってきている。せっかく採用した若者をいかに定着させるかは企業の重要課題である。

▶ [図表-2] 年代別、男女別正社員転職率の推移



資料：マイナビ、転職動向調査2023年版(2022年12月調査)
調査対象：2022年に転職した20～50代の男女1,500名

2. 県内企業における新卒採用及び若手社員の定着に関するアンケート調査

県内企業における新卒採用、若手社員の定着状況を把握するため、企業の経営者や人事担当者を対象にアンケートを実施した。なお、本調査における若手社員は30歳未満の正社員を指す。概要は以下の通りである。

調査概要	
調査対象	愛媛県内に事業所を置く企業(789社)
調査方法	郵送/FAXにより回答
調査時期	2023年8月
有効回答	306社(有効回答率:38.8%)
回答先の属性	
部門	製造業:106社(34.6%)、非製造業:200社(65.4%)
正社員数	～10人:36社(12.3%) 11人～30人:77社(26.3%) 31人～100人:114社(38.9%) 100人以上:66社(22.5%)

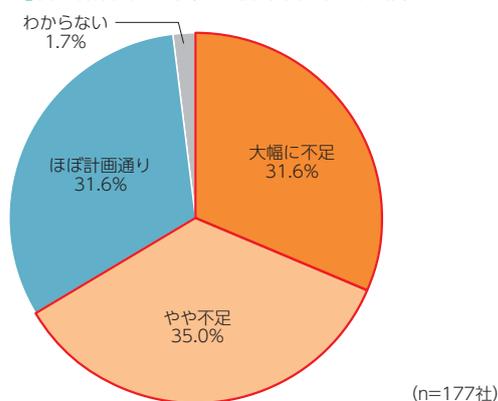
※集計は不明分を除く
※四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同様)

01 新卒採用について

A. 約7割の企業が採用目標に届かず

23年卒の新規学校卒業者の募集状況について尋ねたところ、「募集した」と回答した企業は約6割だった。「募集した」と回答した企業に対し、採用計画に対する実績について尋ねたところ、「大幅に不足」(31.6%)と「やや不足」(35.0%)を合わせると、全体の7割近くに上った(図表-3)。

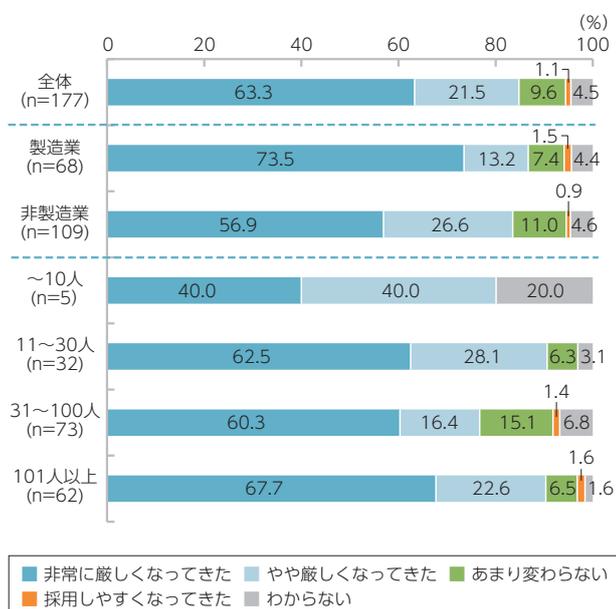
▶ [図表-3] 採用計画に対する新卒採用の実績



B. 非常に厳しくなってきた採用環境

5年前と比較した新卒の採用活動(環境)については、「非常に厳しくなってきた」(63.3%)、「やや厳しくなってきた」(21.5%)と回答した企業は全体の8割強を占めた(図表-4)。

▶ [図表-4] 5年前と比較した新卒の採用環境



また、部門別にみると、「非製造業」(56.9%)より「製造業」(73.5%)のほうがより深刻な状況にある。

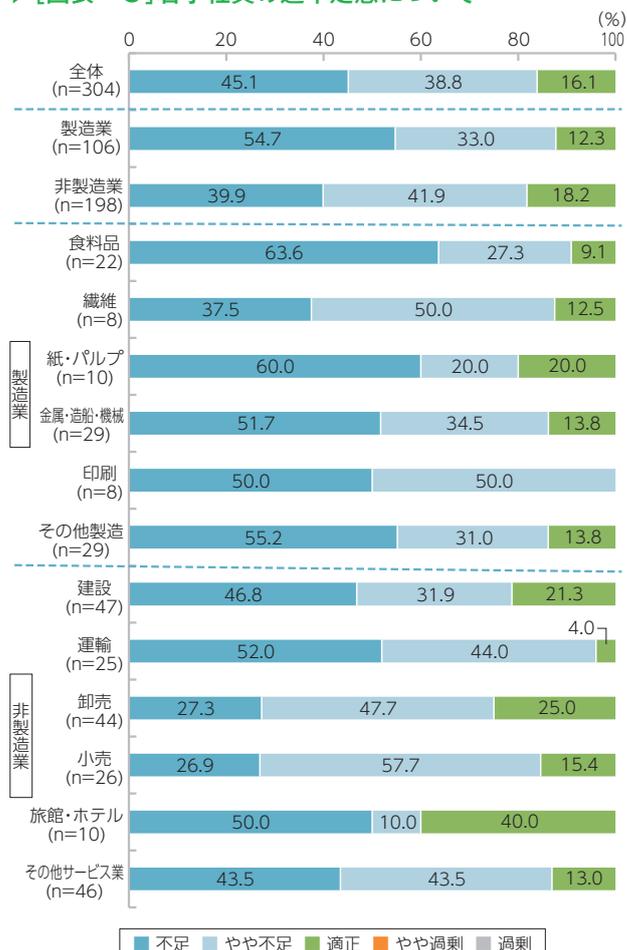
採用環境が厳しくなった背景には、生産年齢人口の減少による慢性的な人手不足があるほか、高卒進学率の上昇、採用チャネルの多様化(オンライン採用)により、県外企業へのアプローチが容易になり、若者の流出を加速させたことが考えられる。

02 若手社員の定着について

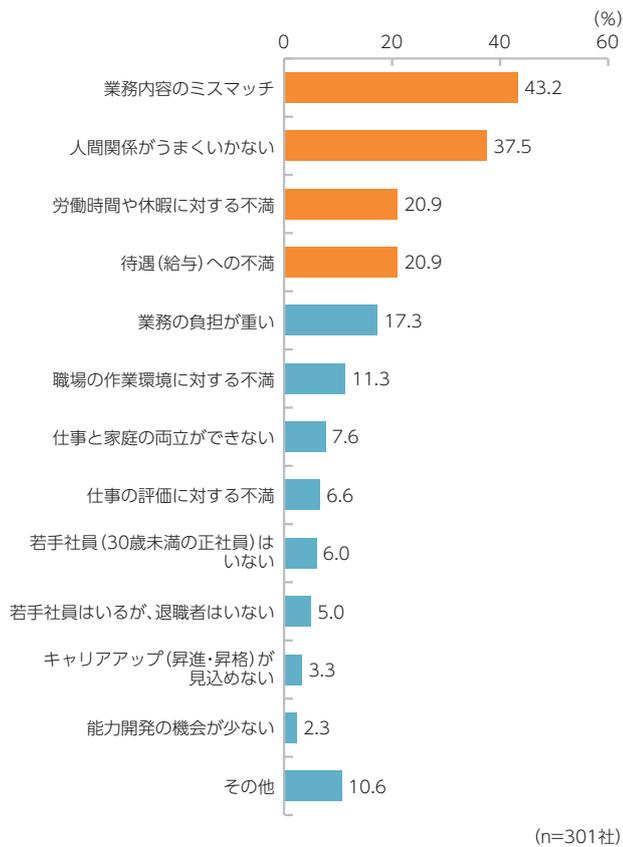
A. 8割強の企業が「若手社員が不足」

若手社員の過不足感について尋ねたところ、「適正」と回答した企業は16.1%にとどまった。一方、「不足」が45.1%、「やや不足」が38.8%だった。また、業種別にみると、製造業の「食料品」(63.6%)「紙・パルプ」(60.0%)、非製造業の「運輸」(52.0%)「旅館・ホテル」(50.0%)では若手社員の不足がより深刻な状況にある(図表-5)。

▶ [図表-5] 若手社員の過不足感について



▶ [図表-6] 若手社員の主な退職理由(複数回答)

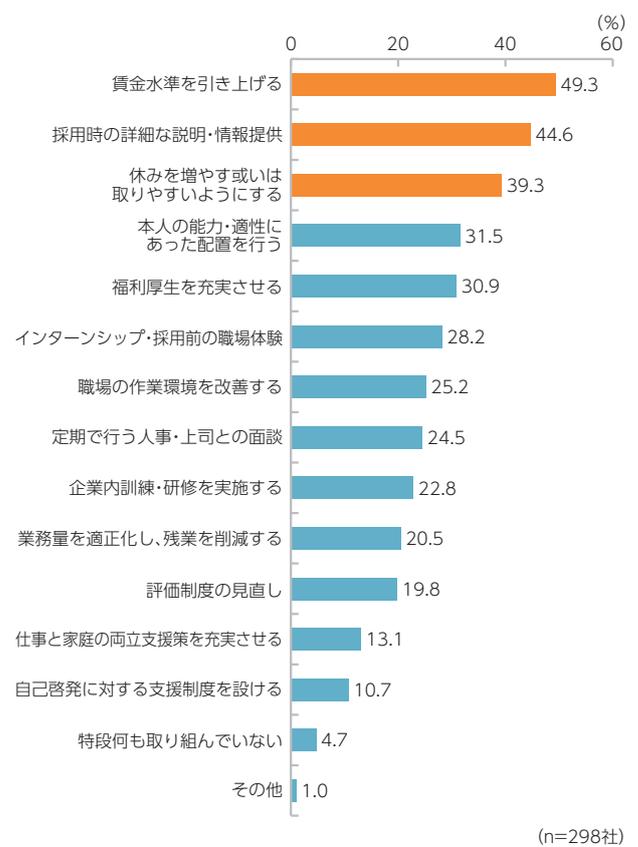


B. 若手社員の退職理由と対策

若手社員の退職理由は「業務内容のミスマッチ」(43.2%)が最も多く、次いで「人間関係がうまくいかない」(37.5%)、「労働時間や休暇に対する不満」(20.9%)「待遇(給与)への不満」(20.9%)の順となった(図表-6)。

また、若手社員の離職防止のために、どのような取組をしているのかについて尋ねたところ、最も多く行われているのは「賃金水準を引き上げる」(49.3%)であった(図表-7)。物価高の進行に伴い、賃上げの機運が高まり、新卒の初任給を引き上げる動きが県内でも見られた。また、入社後のリアリティ・ショックを防ぐため、「採用時の詳細な説明・情報提供」に取り組んでいる企業も44.6%に上った。さらに、働き方改革の一環として、「休みを増やす或いは取りやすいようにする」企業は39.3%だった。待遇面での改善や働き方改革の推進に力を入れている企業が多いようだ。

▶ [図表-7] 若手社員の定着対策としての取組み(複数回答)



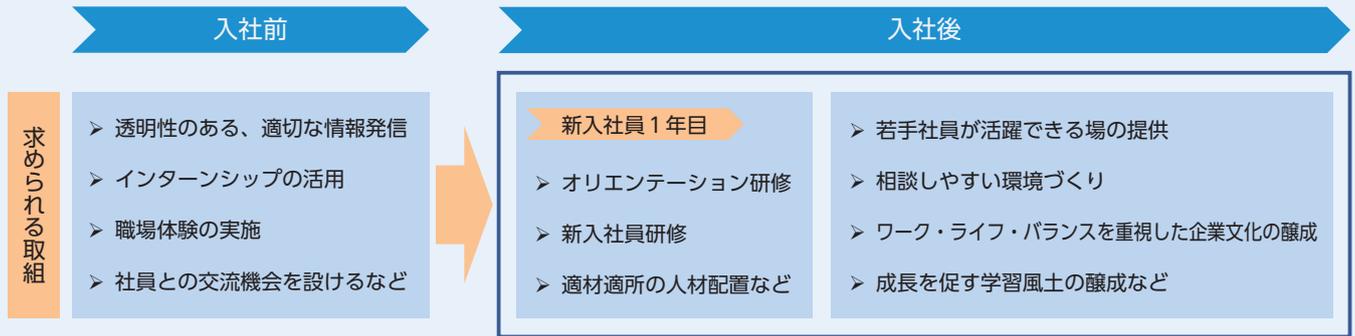
3. 若手社員の定着に向けて

若手社員の離職理由は人によって異なるが、アンケート結果とヒアリングに基づき、主な理由を以下の4つにまとめた。

- ① 仕事内容のミスマッチ
- ② うまくいかない人間関係
- ③ ワーク・ライフ・バランスが取れない働き方
- ④ 待遇への不満

若手社員の定着を取り巻く環境が大きく変わり、彼らの転職を引き留めるには、昔と比べものにならないくらい本気で取り組む必要がある。以下は、入社前、入社後の時系列を軸に、それぞれの段階で求められる取組について述べる。

若手社員の定着に向けて



資料:IRC作成

01

入社前

～ミスマッチを減らす工夫～

アンケートでは離職理由でもっとも多く挙げられたのは「業務内容のミスマッチ」である。採用段階における「企業情報開示の不十分」や「フォローの不十分」などがミスマッチに導いた要因として考えられる。

A. 透明性のある、適切な情報発信

取材で「近年、応募者が減っている。説明会などに来てもらい、応募してもらうため、会社をよく見せる傾向があった。しかし、入社後にズレが発生し、辞めてしまうケースがあった」との声が聞かれた。

入社後のミスマッチを起こさないように、企業情報を発信する際に、ポジティブな情報だけでなく、企業の課題も最初から応募者に見せていく努力が必要である。入社前に透明性のある情報提供を行うことで、企業に対する安心や信頼にもつながる。

また、取材で「就職氷河期には、学生が積極的に情報収集を行っていたが、採用氷河期の今は、情報を届けてあげないと応募者がなかなか集まらない」との声が聞かれた。入社後のキャリアを明確にイメージできるよう、既存社員の1日のスケジュール例や先輩社員のインタビューを自社ホームページに掲載したり、事業内容や企業文化をSNS、動画で紹介したりする工夫が求められる。

B. インターンシップや職場体験

インターンシップや職場体験の実施はミスマッチを減らすことに有効である。リアルな職場環境のもとで、業務内容や労働条件、職場の雰囲気を確認し、将来のキャリアに備えて適切な期待値を持ってもらうことが、入社後のリアリティ・ショックの軽減につながる。

02

入社直後(新入社員1年目)

～新入社員研修と適材適所の人材配置～

A. 新入社員研修の実施

新入社員向けに、会社の全体像やビジョン、各部署の事業内容などについてオリエンテーションを行い、新入社員に期待していることと、数年後、自社で経験できる業務やスキルアップの機会などを知らせる。仕事のやりがいや成長機会を示すことで、若手社員は帰属意識が芽生えやすくなる。また、「ビジネスマナー」や「業務知識」等に関する新入社員研修を行い、必要なスキルと知識を習得させることで、早期に組織に適応することにも寄与する。

事例 1

株式会社ダイキアックス

株式会社ダイキアックスは浄化槽等排水処理設備の製造など、「水」に関連した事業（「環境機器関連事業、住宅機器関連事業、再生可能エネルギー関連事業」）を国内外に展開している。

人に、自然により優しい企業を目指し、当社は社員が意欲的に仕事に取り組める環境づくりに力を入れている。以下は、業務内容のミスマッチを減らす、社内コミュニケーションの円滑化を図る取組について紹介する。

【内定者研修や適材適所の人材配置でミスマッチを最小限に抑える】

まず、採用段階において、職場体験を実施している。次に、入社予定の内定者を対象に、1週間の海外研修（インドネシア）を実施しており、研修では現地企業の訪問や視察を行い、環境問題のリアルを体験してもらう。内定者にとって、これは当社の存在価値や仕事のやりがいを見出すいい機会となる。さらに、新入社員が入社してから、計7部署でそれぞれ1週間研修させ、合わせて3ヵ月間かけてしっかりとOJTを行っている。その後、本人の希望と適性を考慮しながら、配属先を決める。こうした取組により、ミスマッチを最小限におさえられ、定着率の向上に寄与したと考えられる。

【ロールプレイング研修や1 on 1 ミーティングで社内のコミュニケーションの円滑化を図る】

世代を超えたコミュニケーションの円滑化を図るため、外部から講師を招き、「ロールプレイング研修」を行っている。職場の場面を想定し、それぞれ上司役や新人役を演じてもらうことで、相手の立場や考えを理解し、今まで気づかなかったことが見えるようになるという効果も生まれる。

また、上司と部下の1 on 1 ミーティングを定期的に開催し、仕事の進捗状況や抱えている悩みについて対話することで、困りごとの解決や人間関係の円滑化につながる。

社員一人ひとりを大切にする姿勢・取組は、社員に安心感を与え、成長を促し、定着（新卒の早期離職率：10%）にもつながったと言える。



浄化センター見学

企業情報

住所：松山市美沢1-9-1

従業員：681名

事業内容：環境機器関連事業、住宅機器関連事業、再生可能エネルギー関連事業

B. 適材適所の人材配置

取材で「辞める理由が『やりたい仕事とは違う』『仕事内容に向いていない』との声が聞かれた。転職が当たり前のような時代になっていくなか、自分の専門性を高め、自分の市場価値を高めていきたい若者が多く、今後もさらに増えていくと予想される。

従来の人材配置は、企業主導で行っていたが、これからは、「どんな分野に興味を持っているか」「どの部署で仕事をしたいか」「どのようなキャリアプランを持っているか」を確認したうえで、本人の適性とやりたい仕事とマッチする部署を見つけること、場合によっては従業員が「選択」できるような配属の仕方が求められる。

03 入社後 ～働きがいと働きやすさを 意識する職場づくり～

A. 若者が活躍できる場づくり

年功序列重視の会社では、若者は常にピラミッドの下層部に置かれている。縦関係が強く、指示命令が一方通行型だと、「この会社では若者の意見が尊重されない、若者にはチャンスがない」というイメージを与えてしまう。

「若者の意見は重要であり、会社に必要とされる」というサインを発信し、彼らに活躍できるチャンスを与えることが重要である。「今の若者はITスキルが高く、SNSでの情報収集や発信に詳しい。

そのため、マーケティング戦略を立てる時、積極的に彼らに参加してもらい、彼らの意見やアイデアに耳を傾け、活躍してもらおう」という県内企業の実取組もあった。

B. 相談しやすい環境づくり

1日の大半は職場で過ごしているため、社員の定着は職場の雰囲気や人間関係に大きく左右される。コミュニケーションが円滑に行われ、困ったときに相談できる同僚や上司の存在が定着につながる。

しかし、取材で「イマドキの若者との接し方がわからない、苦勞している」との意見が多数聞かれた。生まれ育った環境が異なる世代間では価値観や仕事観にギャップが生じやすい。ギャップを縮めるには、定期的に1 on 1 ミーティングの実施や社内イベントの開催、社員旅行など、コミュニケーションの選択肢を増やし、社員同士で気軽に会話・相談できる環境づくりが求められる。

C. ワーク・ライフ・バランスを重視する企業文化の醸成

夫婦共働きが当たり前の時代に成長した20代の若者は、男女間の役割分業意識が弱まり、女性も仕事をし、男性も家事・育児をするのが常識と考える人が多い。取材で「今の若者は「ワーク」「ライフ」「ソーシャル」の3本柱で、活躍の領域を広げたい傾向が強い」との声が聞かれた。

かつては深夜まで残業し、ばりばり働く生き方をよしとしていたが、今は違う。ライフスタイルに合わせた柔軟な人事制度を整えていかないと、若者が集まらなくなる。

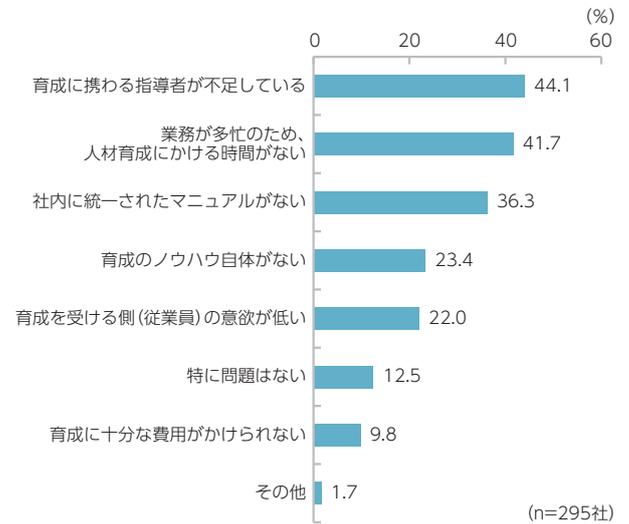
D. 成長を促す学習風土の醸成

取材で、「20代後半に入ると、辞める時に『教育制度が整っているところに行きたい。キャリアアップをしたい』」との声が聞かれる。適切な社員教育は若手の成長を促し、定着率を上げる効果がある。

では、実際、人材育成において、県内企業はどのような問題点を感じているのだろうか。アンケート調査では、「育成に携わる指導者が不足している」(44.1%)が最も多く、次いで「業務が多忙のため、人材育成にける時間がない」(41.7%)、

「社内に統一されたマニュアルがない」(36.3%)の順となった(図表-8)。

▶【図表-8】若手社員の育成で感じている問題(複数回答)



人手不足、育成内容の高度化や複雑化が進み、一部の中小企業において、OJTがうまく機能していないことが考えられる。

今後、ICTの利活用やDX化の推進を進めることは、生産性向上に寄与すると同時に、育成・学習の時間の捻出につながる。取材で「今後、ChatGPTを利用したり、DX化を推進したりすることで、教える・覚える仕事の量が減り、育成期間が短縮され、若手社員の早期戦力化の実現にもつながる」との声が聞かれた。

育成のノウハウが欠如している場合、外部の研修やセミナーを利用するのは課題解決に有効である。また、オンライン上の学習リソースを活用し、社員自らのペースで学習できる環境を整え、さらに、若手社員の学習意欲を高め、自己啓発への支援や資格取得への奨励制度を整えるのも肝要である。

事例2

大谷総業株式会社
～「社員は家族」をモットーに～

大谷総業株式会社は本社を松山市に置く、足場仮設を手掛けている企業である。生産年齢人口の減少に伴い、建設業も人手不足が進行しており、新卒を採用してもなかなか定着しない企業が多い。しかし、当社は新卒社員の早期離職率(3年以内離職率)が0%で、定着率が非常に高い。以下は、①安心して働ける環境づくり、②働きがい、③社員教育の3方面に焦点を当て、当社の取組について紹介する。

【安心して働ける環境づくり】

社長の大谷浩臣氏は「社員一人ひとりには人財であり、重要な財産である。新入社員のうち高卒が多いため、安心して働けるよう、「社員は家族」をモットーとし、充分にコミュニケーションが取れる環境と設備の構築が重要である」と語った。2021年にOHTANI社員HOUSE(社員寮)を新築し、寮には食事(週3回)を用意し、社員がコミュニケーションできる公共スペースも設けている。本人だけでなく、保護者や学生時代の先生たちにも安心感を与える取組といえる。

【キャリアプランの開示】

成長イメージをより明確化にするため、当社ではキャリアプランを開示している。将来像の可視化により、「研修→自己啓発→スキルアップ→将来像の達成」といった好循環が生まれる。また、多様な人財に活躍してもらうために

は、多様性を認めた適正な人事考課制度の構築に力を入れている。これらの取組は新しい価値や成果の創出につながっている。

【VRなどデジタル技術を活用した研修制度の充実】

建設業マナー、SDGsカードゲームなど、外部講師による研修はもちろん、作業者が使えるVRを開発・制作し、社員教育にも有効活用されている。足場の仮設作業は危険を伴う仕事であり、作業手順をはじめ、墜落危険予知、災害体験、防災訓練等のコンテンツでVRによる体感型研修を行っている。

また、興居島にあるOHTANI職業訓練・キャリアアップセンターを設立し、自社オリジナル研修を定期的実施している。

働きがいと働きやすさを意識した取組が奏功し、結果的に社員の定着につながったのではないかと考えられる。

OHTANI職業訓練・
キャリアアップセンター

SDGs研修

企業情報

住所:松山市住吉2丁目10番29号

従業員:135名

事業内容:鳶工事一式、多能工種

【おわりに】

かつて若者は「黄金の卵」、今は「ダイヤモンドの卵」と言われており、若者の企業での定着・活躍は、地域経済の発展に重要な意義を持つ。

今回は、県内企業に焦点を当て、若者の定着と育成に関する取組について考察したが、若者の定着は、決して企業だけの課題ではない。これから、彼らの地元での活躍に向けて、企業をはじめ、教育機

関や行政にも、若者が生き生きと地域に溶け込んで成長していけるような施策の策定・環境づくりが求められる。

(孫 璇)

最低賃金の大幅な引き上げが 与える影響調査

～約4割の企業で引き上げ対応が必要、4割超でマイナスの影響～



はじめに

10月から、最低賃金の大幅な引き上げが行われた。今年の春闘から続く賃上げ基調の維持や物価上昇への対応が求められるなか、今回の大幅な最低賃金の引き上げが県内企業におよぼす影響を調査した。

1. 最低賃金の上昇と地域間格差の拡大

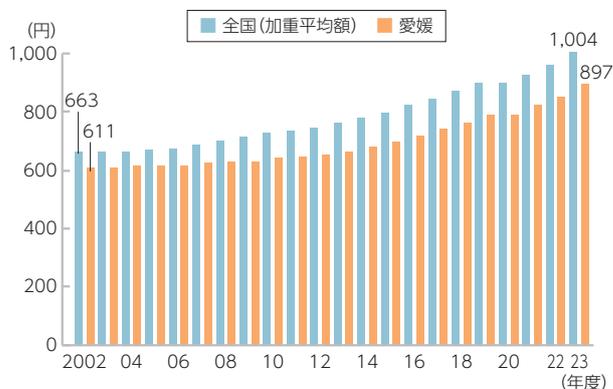
- ▶今年度の全国の最低賃金は加重平均で前年度比43円増の1,004円となり、政府が目標としていた1,000円台を達成した。
- ▶愛媛では目安40円を上回る44円の引き上げが実施され、897円に改正された。
- ▶地方で大幅な引き上げが実施されたが、依然として地域間の格差は広がったままである。

最低賃金は、2016年度の骨太方針で「年率3%程度」の引き上げ率が目途として明記されて以降、着実に引き上げられている。2020年度は新型コロナウイルスの感染拡大を考慮し、小幅の引き上げ率に留まったが、21年度から23年度まで3年連続で過去最大の引き上げが実施された。

2023年度の全国の最低賃金は、加重平均で前年

度比43円増の1,004円となり、政府が今年度の目標としていた1,000円台を達成した(図表-1)。

▶[図表-1]最低賃金の推移



資料:厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」

愛媛では引き上げ額の目安40円を上回る44円の引き上げが実施され、897円に改正された。全国最低額を脱し、増加率(5.16%)も現行方式となった2002年度以降で最大となった(図表-2)。

▶[図表-2]都道府県別の2023年度最低賃金 (単位:円)

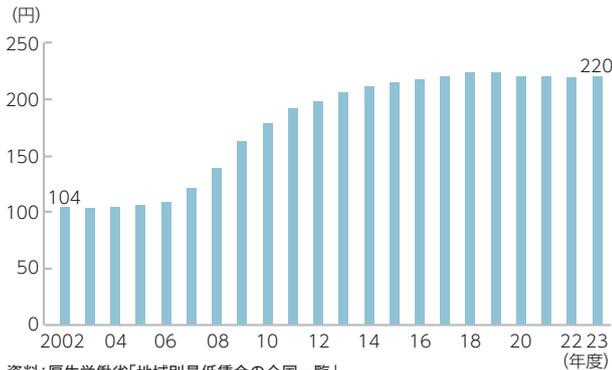
順位	都道府県	最低賃金	前年度からの引き上げ額	引き上げ目安額 ランキング(注)	引き上げ 目安額	目安からの 上乗せ額
1	東京	1,113	41	A	41	0
2	神奈川	1,112	41			0
3	大阪	1,064	41			0
4	埼玉	1,028	41			0
5	愛知	1,027	41			0
⋮						
11	広島	970	40	B	40	0
⋮						
28	香川	918	40	B	40	0
⋮						
33	愛媛	897	44	B	40	4
	高知	897	44	C	39	5
34	徳島	896	41	B	40	1
全国加重平均額		1,004	43			

注:都道府県の経済実態に応じ、全都道府県をABCの3ランクに分けて、引き上げ額の目安を提示している。

資料:厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」

ただ、最低賃金の最高額と最低額の差は、2000年代初頭の100円程度から近年は200円を大きく上回った水準で推移している。今年度は愛媛、高知、徳島を含む24県で目安額を上回る大幅な引き上げが実施されたが、依然として地域間の格差は広がったままの状態といえる(図表-3)。

▶ [図表-3] 最低賃金の最高額と最低額の差の推移



資料：厚生労働省「地域別最低賃金の全国一覧」
 補足：最高額はすべて東京(2008年は東京と神奈川が同額)
 愛媛は2019年、22年が最低額

2. 最低賃金の引き上げに関するアンケート

最低賃金引き上げへの対応や引き上げの影響に関するアンケートを以下の通り実施した。

調査実施内容	
調査対象	愛媛県内に事業所を置く企業
調査方法	調査月報にアンケート票を同封し、FAX・郵送・インターネットにより回答
調査時期	2023年9月1日～13日
回答企業数	回答企業 290社

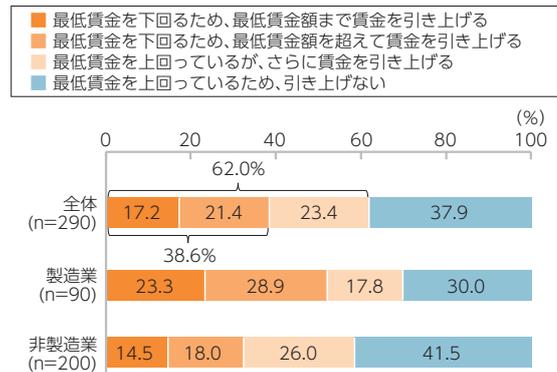
01 最低賃金引き上げへの対応

- ▶ 今年度の最低賃金を下回るため引き上げる企業は38.6%で、前年度比5.0ポイント増加。
- ▶ 「最低賃金を下回るため、最低賃金を超えて賃金を引き上げる」は、全体、製造業、非製造業の全てで前年度を上回った。

今年度(2023年度)の最低賃金引き上げへの対応では、全体の6割超が引き上げるうち、最低賃金を下回るため引き上げる企業は38.6%で前年度の対応結果(33.6%)と比べて5.0ポイント増加した(図表-4)。また、「最低賃金を上回っているため、引き上げない」は、37.9%で前年度(37.0%)とほぼ

変わらなかった。一方、「最低賃金を下回るため、最低賃金額を超えて賃金を引き上げる」は全体(18.7%→21.4%)、製造業(23.3%→28.9%)、非製造業(16.6%→18.0%)の全てで前年度を上回っており、賃上げ機運のすそ野は広がったといえる。

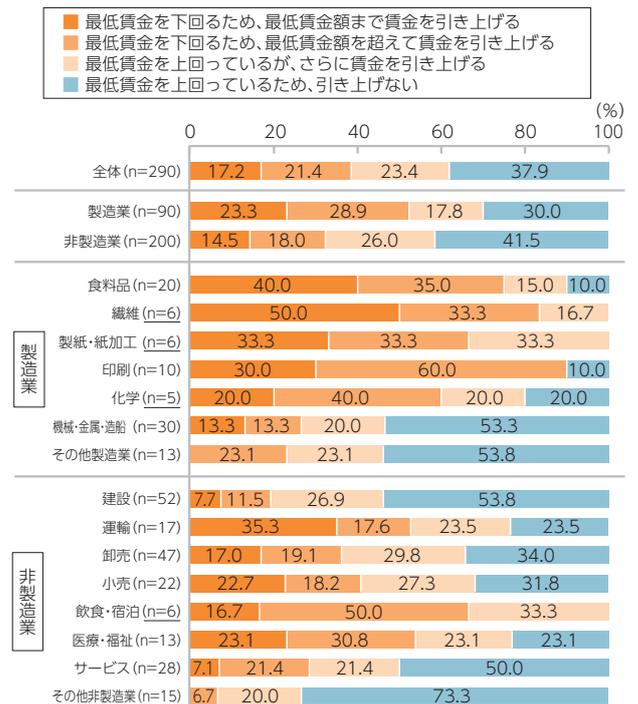
▶ [図表-4] 2023年度最低賃金引き上げへの対応(部門別)



注①：全体には部門や業種の不明な先も含む(以下同様)
 注②：小数点第二位を四捨五入しているため合計が100%にならないことがある(以下同様)

また業種別にみると、特に非製造業において「医療・福祉」やサンプル数は少ないが「飲食・宿泊」など人手不足の問題を抱えているといわれる業種で、「最低賃金を下回るため、最低賃金額を超えて賃金を引き上げる」と回答した割合が比較的高くなった(図表-5)。

▶ [図表-5] 2023年度最低賃金引き上げへの対応(業種別)



注：サンプル数10未満の業種には下線

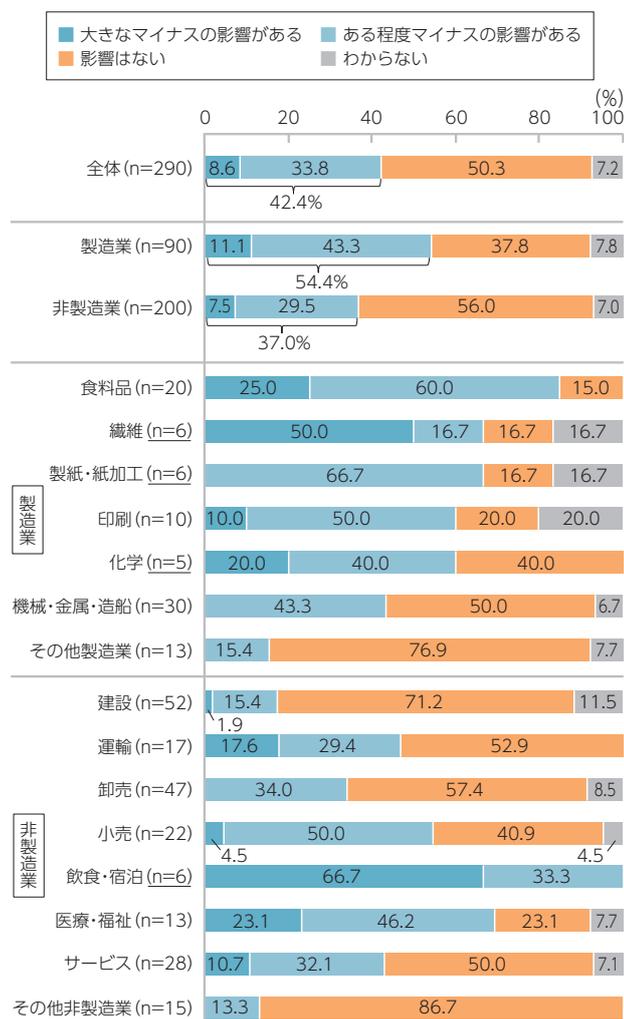
02 最低賃金引き上げの影響

- ▶全体では「大きなマイナスの影響がある」と「ある程度マイナスの影響がある」の合計で4割超となった。
- ▶また、従業員数に占める非正規雇用者数の比率が高い方がマイナスの影響を受けやすい傾向がみられた。

今年度の最低賃金引き上げの影響は、全体では「大きなマイナスの影響がある」と「ある程度マイナスの影響がある」の合計で4割超となった(図表-6)。部門別では、「製造業」が54.4%で、「非製造業」の37.0%を上回った。

業種別では、回答数10社未満の業種を除くと、「食料品」(85.0%)「印刷」(60.0%)「医療・福祉」(69.2%)などでマイナスの影響があると回答した割合が高い。

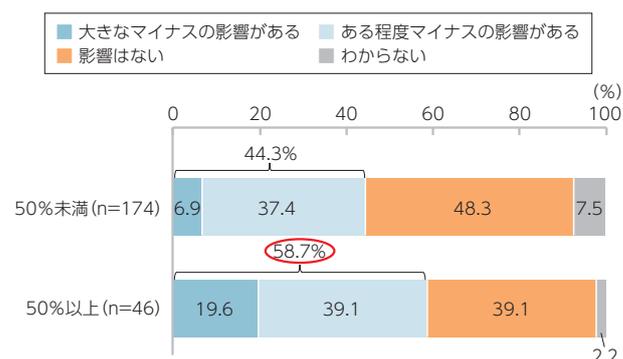
▶[図表-6]最低賃金引き上げによる影響(業種別)



注: サンプル数10未満の業種には下線

また、非正規雇用者数の比率別では、非正規雇用者数比率が50%以上の事業所で「大きなマイナスの影響がある」と「ある程度マイナスの影響がある」の合計が全体を上回る約6割となった。従業員数に占める非正規雇用者数の比率が高い方が、マイナスの影響を受けやすい傾向がみられた(図表-7)。

▶[図表-7]最低賃金引き上げによる影響(非正規雇用者数比率別)



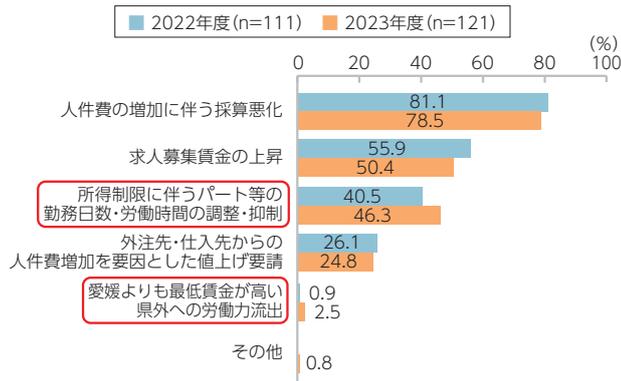
03 最低賃金引き上げの具体的な影響

- ▶全体では「人件費の増加に伴う採算悪化」(78.5%)が最も多かった。
- ▶前年度の回答と比較すると、「所得制限に伴う勤務調整」と「県外への労働力流出」が増加しており、「年収の壁」と「賃金の地域間格差」への懸念が高まっているといえる。

「マイナスの影響がある」とした企業に、具体的な影響を尋ねると、「人件費の増加に伴う採算悪化」(78.5%)が最も多く、「求人募集賃金の上昇」(50.4%)、「所得制限に伴うパート等の勤務日数・労働時間の調整・抑制(以下、「所得制限」)(46.3%)が続いた(図表-8)。

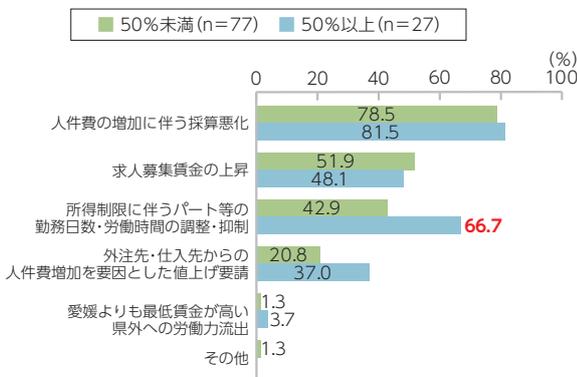
前年度の回答と比較すると、「所得制限」(40.5%→46.3%)と「県外への労働力流出」(0.9%→2.5%)が増加している。県内企業にとって、いわゆる「年収の壁」と「賃金の地域間格差」への懸念が高まっているといえる。

▶【図表－8】最低賃金引き上げによる具体的な影響 (複数回答)



また、非正規雇用者数比率別に具体的な影響をみると、50%未満では全体と同様の傾向がみられたが、50%以上の企業では「所得制限」と回答した割合が66.7%と比較的高い(図表－9)。賃上げ機運が続くなか、非正規雇用者数の比率が高い企業にとって「年収の壁」はより大きな問題といえる。

▶【図表－9】2023年度最低賃金引き上げによる具体的な影響 (非正規雇用者数比率別/複数回答)



【コラム】「年収の壁」解消なるか

政府は9月27日、年収が一定額に達すると社会保険料が発生し手取りが減る「年収の壁」に関する支援強化パッケージを決定した。当面の対策として、10月1日から導入する。

具体的には、「106万円」を超えた人の手取りが減らないよう賃上げや勤務時間延長などに取り組んだ企業に従業員1人当たり最大50万円の補助金を支給する。また、社会保険料を納める必要が生じた場合は手取りが減らないよう企業が従業員に支給する「社会保険適用促進手当」も新設する。「130万円の壁」には、一時

的な増収であれば事業主の判断で連続2年までは130万円を超えても扶養にとどまれることを盛り込んだ。

「年収の壁」は、パート従業員らが一定の年収を超えると配偶者などの扶養を外れて社会保険料の負担が生じるため、一定の年収を超えないよう就業時間を調整することで人手不足の要因になるとも指摘されている。今後の根本的な制度の見直しについては、2025年度の年金制度改革に向けて、厚生労働省内の部会で議論を進める方針としている。

年収	住民税	所得税	社会保険料	配偶者控除	配偶者特別控除
100万円以下	かからない		対象	-	
100万円	かかる	かからない			
103万円	かかる		かからない	対象	
106万円			かかる場合あり		
130万円			かかる		
150万円			かかる		
201万円					

資料：厚生労働省HPなど各種資料をもとにIRC作成

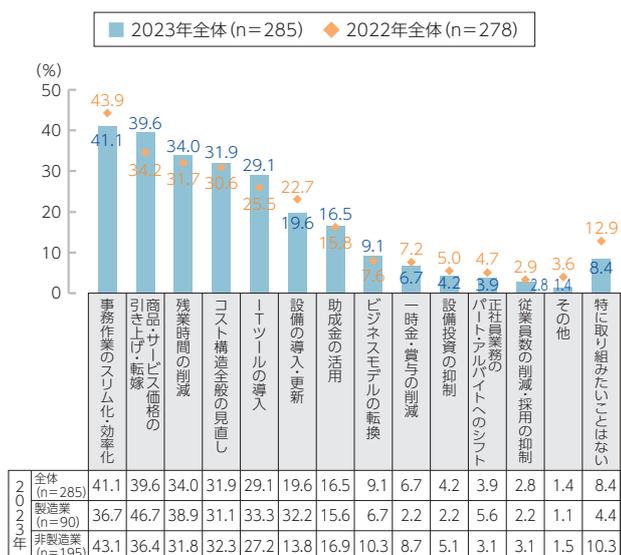
04 今後の賃金引き上げへの対策

- ▶全体では「事務作業のスリム化・効率化」(41.1%)が最も多かった。
- ▶製造業では、長引く原材料費高騰を受けてコスト削減から適正な価格設定へと対策を転換させようとする傾向がみられた。

今後の賃金引き上げへの対策は、「事務作業のスリム化・効率化」(41.1%)が最も多く、「商品・サービス価格の引き上げ・転嫁」(39.6%)、「残業時間の削減」(34.0%)が続いた(図表－10)。

部門別にみると、非製造業では全体と同じく「事務作業のスリム化・効率化」(43.1%)が最も多かった。製造業では、「商品サービス価格の引き上げ・転嫁」(46.7%)が最も多く、前年度比で6.0ポイント増となった一方で、「コスト構造全般の見直し」が19.5ポイントの大幅減(50.6%→31.1%)となった。長引く原材料費高騰を受けて、コスト削減から適正な価格設定へと対策を転換させようとする傾向がみられた。

▶ [図表-10] 今後の賃金引き上げへの対策



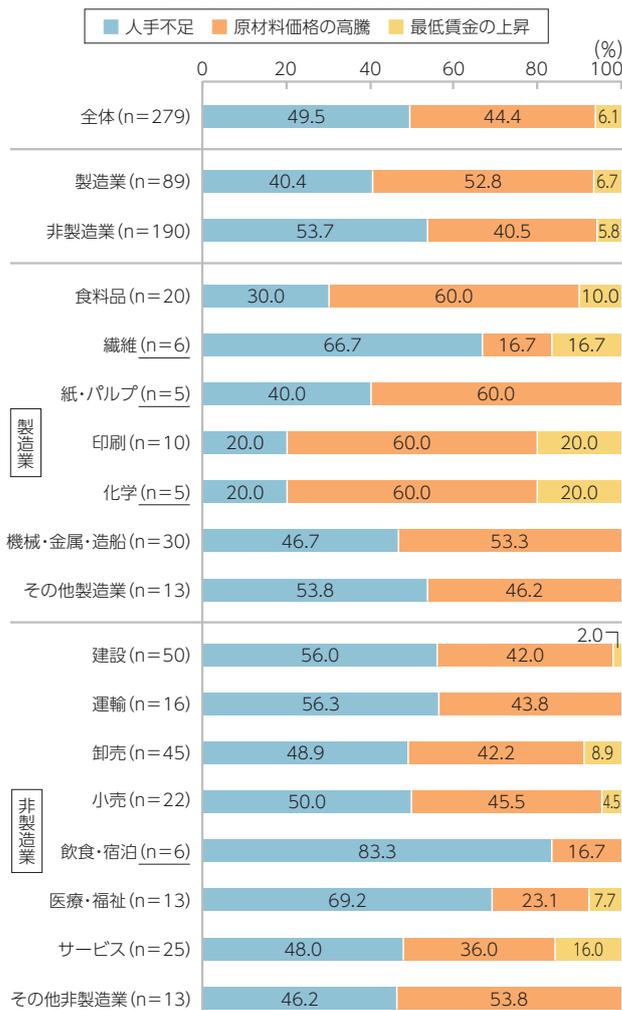
05 経営への影響が大きな事柄

- ▶ 全体では「人手不足」(49.5%)が最も多く、「最低賃金の上昇」はわずか6.1%であった。
- ▶ 一方、非正規雇用者数比率50%以上では「最低賃金の上昇」が1割を超えており、非正規雇用者数の比率が高い方が最低賃金上昇の影響が大きい傾向がみられた。

「原材料価格の高騰」と「人手不足」、「最低賃金の上昇」の3つのうち、経営への影響が最も大きな事柄を尋ねたところ、全体では「人手不足」(49.5%)が最も多かった。「最低賃金の上昇」は6.1%で、「人手不足」や「原材料価格の高騰」(44.4%)に比べ低い結果となった(図表-11)。

部門別でみると、製造業では「原材料価格の高騰」、非製造業では「人手不足」がそれぞれ半数以上を占めて最も多く、業種による違いが顕著となった。特に、回答数は少ないが、「飲食・宿泊」(83.3%)や「医療・福祉」(69.2%)などで人材確保に課題がある状況がうかがえる。

▶ [図表-11] 経営への影響が最も大きな事柄(業種別)



注: サンプル数10未満の業種には下線

また、非正規雇用者数の比率別にみても、「人手不足」が最も多いことには変わりなかった。一方、全体ではわずか6%程度だった「最低賃金の上昇」が、非正規雇用者数比率50%以上では1割を超えた。従業員数に占める非正規雇用者数の比率が高い方が、最低賃金上昇の影響が大きい傾向がみられた(図表-12)。

▶ [図表-12] 経営への影響が最も大きな事柄(非正規雇用者数比率別)



3. 非正規雇用者数比率が高い企業からの声

今年度の最低賃金引き上げに対して、よりマイナスの影響が大きかった非正規雇用者数比率が高い企業の中から、ヒアリングした声を紹介する。

業種: 飲食・宿泊

非正規雇用者数比率: 80%台

【ある程度マイナスの影響がある】

- ▶ 所得制限に関しては、本人からの申告通りに調整しており、特段の対策は講じていない。
- ▶ 清掃業務などパート社員が中心となる業務について、マニュアルを見直すなどして作業時間の短縮を図っている。もともと残業時間は少ないが、効率化を進めたパート社員には時給の上乗せを実施している。
- ▶ 100円単位でサービス価格の値上げは実施しているが、外注先や仕入先からの値上げ通知には追い付いていない。近隣相場との兼ね合いもあり大きな値上げは難しいが、作業効率を高めることで徐々に時間単価を向上させたい。

業種: 小売

非正規雇用者数比率: 70%台

【ある程度マイナスの影響がある】

- ▶ 所得制限上の調整が必要なパート社員に対しては、家庭の事情が許す限り勤務時間の延長と時給のさらなる上乗せで手取り減少分を補填することを提案しているが、応じるケースは少なく、社会保険料分の自己負担が発生している。
- ▶ 正規社員の採用難から、1店舗当たりの正規社員数が減少している分をRPAやシステム導入による効率化と非正規社員でカバーしている。今後も非正規雇用者数の比率は高まることを見込まれるため、さらに最低賃金の上昇が続くようだと厳しい。

業種: 食料品製造

非正規雇用者数比率: 60%台

【大きなマイナスの影響がある】

- ▶ すでに社会保険に加入しているパート社員や若い社員は問題ない一方で、配偶者扶養の範囲内を希望するパート社員への対応が一番の課題である。この点は、政府の助成金でも解決しないのではないか。
- ▶ 正規、非正規を問わず人手確保が難しいなかで外国人材を増やしているが、特定技能の場合は転職可能なため、最低賃金が高いエリアへの流出が懸念される。
- ▶ 効率化の一環として給与明細を電子化した。今後は、多様なチャネルからの注文を一元化するソフトや分散しがちなタイムカードのデジタル化も検討し、パート社員の単純作業にかかる時間短縮を図っていく。

まとめ

今年度の最低賃金の大幅な引き上げは、今春闘から続く賃上げ基調の維持と長引く物価上昇を考慮したものである。今回のアンケート結果からは、経営環境は厳しいながらも県内企業が前年度以上の対応をしようとする姿勢がうかがえた。

一方で、最低賃金の地域間格差やいわゆる「年取の壁」問題に関する抜本的な見直しが先送りされている現状では、特に非正規雇用者数の比率が高い企業からは持続的な賃上げは新たな重荷になる、との声も聞かれた。

来年度春闘での賃上げは、今年度比で減速との見通しもあるが、実質賃金で前年同月比マイナスが続く現状を考えると、継続的に物価上昇を上回る賃上げが望ましい。そのためには、付加価値に見合った適正な価格設定や生産性向上による収益力の改善と、賃上げの効果を広く実感できる制度的な見直しの両面が求められる。今後の賃金政策の行方が注目される。

(菅 正也)



紀行

IRC
TRAVEL JOURNAL

IRC幹部社員セミナー(第7期)研修旅行 (2023.9.13~14)

行き先:高知県
香川県
徳島県

訪問先:ネットヨタ南国株式会社
(訪問順) 株式会社北四国グラビア印刷
富士ファニチア株式会社



はじめに

残暑厳しい9月中旬、IRC幹部社員セミナー第7期の研修旅行を実施した。参加者はセミナー生15名とIRC事務局2名の総勢17名。

今回、四国3県の3社を視察した。いずれも様々な改革に取り組み多方面から注目されている企業である。以下、その様子をレポートする。

1. ネットヨタ南国株式会社

初日に訪れたネットヨタ南国は、トヨタ系ディーラー約280社の中でお客様満足No.1を連続して達成している全国的に知られた企業である。

会社概要	
設立	1980年4月
資本金	4,800万円
代表者	代表取締役社長 伊藤俊人氏
事業内容	新車、中古車販売
本社所在地	高知県高知市南川添4-28
従業員数	148名(2023年4月現在) (ビスタワークス研究所 9名)

同社の取り組みは異業種からも注目され、講演、視察の引き合いが多い。それらを一手に引き受けているのが、今回の視察研修にも対応いただいた関連会社のビスタワークス研究所だ。

同研究所は、ネットヨタ南国の採用・人材育成と経営品質活動を推進・担当する社内カンパニーとして設立(2010年に法人化)され、社外の講演や研修の企画運営も行っている。

企業紹介動画を視聴後、2組に分かれ、来店客のいるショールームや整備工場などを視察した。いずれの職場もいきいきと働く社員の様子が印象的で、自身の役割をしっかりと認識していることがう



かがえた。離職率が1%以下という同社は、社内結婚も多く、営業成績トップ5に育児中の女性社員が2人もいるなど、女性活躍においてもそのレベルが高い。

その後、研究所代表の大原氏の講義を受けた。多くの気づき、学びがあり、例えば「意識が低いと見返りをもとめ(利己)、士気が高いとやることに価値を見出す(利他・志)」「まずは正しい人を船に乗せる(採用する)」といった話があった。人間性を重視し、採用段階からしっかり人間力を見極めて強い組織をつくってきた同社の強さの本質を物語っている。

参加者の声(ネットヨタ南国)

株式会社シンツ 河野 知弥

社員の幸せが業績へつながる。仕事から興味、興味が湧き、興味が湧くから深く勉強したい。勉強するから顧客の信頼が高まり、関係も深くなる。このようなプラスの連鎖で会社の業績が上がるのだと感じた。

檜垣造船株式会社 高瀬 浩規

接客の完成形だと思った。企業としての土台がしっかりしていて自分たちが何者か理解し、誇りを持って仕事に取り組む姿勢に感動した。

医療法人清和会 和ホスピタル 成松 陽平

理念、方針を社員がよく理解している企業だと感じた。だからこそ、社員一人ひとりの自主性を尊重しても、方向性が統一されているのだと思う。面接時から企業理念に合う人材の選定をされていることには驚いた。人材を選べる企業の強みを感じた。

日東河川工業株式会社 橋本 裕二

大原さんのお話は、心に響くものばかりだった。一見強烈に思える言葉も、自分の中ではじっくりくる言葉・内容だった。できれば自社でも講義していただきたい。

2. 株式会社北四国グラビア印刷

2日目午前、観音寺市で食品用の包装フィルムなどの印刷を手掛ける北四国グラビア印刷を訪問した。同社は、高品質かつ安全・衛生・環境に配慮した製品を生み出すため、印刷会社でありながら

会社概要	
創業	1970年5月
資本金	3億1,000万円
代表者	代表取締役社長 奥田拓己氏
事業内容	食品、衛生用品等のパッケージの企画・製造・販売
本社所在地	香川県観音寺市粟井町755番地
従業員数	123名(2023年4月現在)

食品安全マネジメントシステム規格のISO22000を取得している。

冒頭、奥田社長が同社の歩みや経営理念を説明された。その中で「しくじり体験談」と称して社長自ら過去の反省を述べられた。曰く「できていないことに目がいく」「改革を急ぐあまり委員会や行事を乱立させた」「規模拡大や高い目標達成が従業員にとっても幸せだと思っていた」と。

その反省を踏まえ、経営理念に立ち返り、幹部社員が中心となって全員参加型の経営に舵を切ったという。

その幹部の一人、執行役員の石井総務経理チームリーダーからは、京セラ創業者の稲盛氏が考案したアメーバ経営に取り組み部門別採算や日時決算を導入した話を、森本開発部長からは、人材育成や5S活動、QCサークル活動などについて説明いただいた。

その後の現場視察は同社の様々な活動、行事の掲示物を示しながら説明いただいた。その際2組に分けて説明するため、急遽、新入社員の井上さんが第2班の担当に指名された。新入社員とは思えない堂々とした説明に一同感服し、同社の社員教育レベルの高さをうかがい知ることができた。



同社では社是、社訓や行動基準をまとめたクレド(私たちの信条)を全社員が持ち、メンバーをシャッフルしながら朝礼で読み合わせを行っている。言葉の選択1つにもとことんこだわって毎年改訂しているこのクレドは、社員の結束力を高め、同社の様々な活動の原点となっている。

参加者の声(北四国グラビア印刷)

株式会社レディ薬局 小段 鋭和

私たちの信条「credo」を全従業員が携帯して、かつ朝礼で読み合わせることで経営者の思いや考えを全グラビアーズに共有できており、同じ方向を向けていた。ここは真似していきたい。

日東河川工業株式会社 佐藤 智光

QCサークル活動は弊社でも行っているが、比較してみるとモチベーションが大きく違う。社員が会社の考え方を理解し、気づき、改善点を探することで自分たちの働く環境を自分たちで良くしていこうとする姿勢がよく伝わった。

株式会社船倉 宮本 誓哉

QCや5Sが非常に徹底されており、社内には関連する資料が無数に貼られていた。外部の人間がそれらを見ると、製品品質だけでなく企業の質の高さが把握でき、ビジネスパートナーとして安心感が生まれると思う。

佐川印刷株式会社 三好 貴幸

大きな環境変化に直面しながらも、会社を存続させた経営手腕を「しくじり」と語れる点に、社長のお人柄を感じることができた。また、社員同士の距離感やフラットな組織体制は、弊社が目指す方向性とも共通していると感じた。



3. 富士ファニチア株式会社

会社概要	
創業	1959年11月
資本金	3,000万円
代表者	代表取締役社長 布川知則氏
事業内容	木製洋家具家具の製造・販売
本社所在地	徳島県板野郡板野町矢武字神木1番地1
従業員数	243名(2023年9月現在)

2日目の午後は、洗練されたデザインの高級家具メーカー、富士ファニチアを訪問した。

完全受注生産体制で、主にハウスメーカー経由で高品質の家具を提供しており、同社の製品は首相官邸や宝塚大劇場でも使用されているという。

同社は、2010年から改革に取り組み、固定観念にとらわれない「創造的破壊」を繰り返しながら成長を続けている。

初めに、総務部の篠原取締役部長から改革に至る経緯と概要を説明いただいた。改革のきっかけは、売れ筋を見込み生産する「大量生産」が時代のニーズに合わなくなったことだという。多品種小ロット生産への転換を試みたが、大量生産型の工場のみでは無理があった。そこで、生産方式を根本から見直し、トヨタ生産方式を導入した。こうして見込み生産と決別し、現在の完全受注生産にシフトした。

その後の現場視察では、工場、ショールーム、事務所内を案内いただいた。同社の改善活動は事務部門でも行われ、事務所は整理整頓と見える化、効率化が徹底されている。例えば、直近2ヵ月分の処



理期限を示した専用の棚に、未処理の書類ケースを置いている。これにより期限ごとに未処理事務がどのくらい残っているかが一目瞭然であった。

工場内は、かつての直線的なライン生産を改め、商品群別のセルラインを採用し、一台流しの生産体制を構築することで仕掛品在庫を最小限に抑えている。具体例として、仕掛品の一時保管スペースをレイゾウコと呼び、通常許容できる品数しか置けないような大きさに設定している。これにより生産が滞ったとしても管理者が早期に発見できる工夫がなされている。

「見える化」が重要と言われるが、同社はまさにそれを追求し、進化し続けている。最後の質疑応答の中で、布川社長から「海外市場をさらに開拓したい」との話もあり、進化を続ける同社の更なる成長が期待される。

参加者の声(富士ファニチア)

伯方塩業株式会社 菅 康政

品目を意識的にバラバラに流し手待ち工程を少なくする、勤続年数で帽子を色分けして役割を明確にするなどの工夫があった。私が現場で働いていることもあり、品質と効率に対して考え抜かれた工程が特に印象に残った。

古谷佑一税理士事務所 松本 真哉

効率化・品質維持の取り組みが万事徹底している。特に工場のラインは外国人研修生等を多く受け入れているにも関わらず、非常に統率されて教育が行き届いていると感じた。事務所もデスクの引出しを使わないなど思い切った施策をとっており、合理的とはこういうことなのかと再確認させられた。

山陽物産株式会社 戸田 健太

改善のアイデアは他社を参考にすることも多いと言われていたが、いいところはすぐに吸収して、さらに自社の工夫を加えている点がすばらしいと感じた。

株式会社つるや 肥後 和宏

工場では、作業中にも関わらず、全員が明るく元気に挨拶してくださったことが、とても気持ち良く印象的であった。挨拶は会社の印象を最初に決定づけると再認識した。



参加者の声(視察研修全般)

南商事株式会社 一色 雄司

3社に共通していたのが、社内の雰囲気明るく、整理整頓が徹底され、どの社員も礼儀正しく、気持ちよく研修させて頂いたこと。当たり前のことを徹底する大切さが実感できた。

株式会社えるく 篠崎 宜男

3社とも全社員がいきいきと働いており、社員が中心の会社であると感じた。優秀な経営者とそれを支える優秀な幹部がいることで、全社員に理念が共有できると改めて感じた。与えられたことをただこなすのではなく、社員が自ら考えて改善する環境をつくることも幹部の役割だと感じた。

大谷総業株式会社 吉田 翼

良い人材を育成すれば、業務効率が上がり、顧客満足度も向上するということが、各社の事例でよくわかった。人材育成は企業の成長に非常に重要であることを再認識できた。

終わりに

2日間の研修旅行は、参加者に多くの気づきや刺激を与えるととても有意義なものとなりました。ご多用にもかかわらず、私どもの訪問を快く受け入れてくださいました3社の皆さま、誠に有難うございました。

(石川 良二)



シニョレッジ(通貨発行益)

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

「シニョレッジ(seigniorage)」という言葉聞いたことがあるだろうか。「通貨発行益」と訳され、通貨発行による中央銀行の利益を指す。もちろん、日本では、日銀の利益は国庫納付金というかたちで政府財政の歳入に繰入れられ、日銀が自由に処分できるわけではない。

このシニョレッジについては、大きな誤解がまかり通っている。それは、シニョレッジを、中央銀行が発行するお札の額面金額から、その製造コストを控除したものとすることである。この理解は、中央銀行がお札を製造・販売しているのであれば正しい。その場合、中央銀行は、製造したお札を製品在庫としてバランスシートに計上し、これを販売するとバランスシートから落とし、売上として計上する。

しかし、中央銀行は、お札を販売しているわけではない。お札は、われわれが銀行預金を引き出して入手するのと同様、金融機関が中銀当座預金を引き出すかたちで発行される。お札と中銀当座預金という中銀マネーは、公開市場操作という中央銀行と金融機関の金融取引によって、つまり中銀マネーと等価の金融資産を交換することで供給される。

この時、中銀マネーは、中央銀行のバランスシート上、負債サイドに計上される。そして、お札は市中を流通し続ける限り、中央銀行の負債としてバランスシートに計上され続ける。言い換えるとわれわれが普段使っているお札は、中央銀行の負債であり、借用証書のようなものにはか過ぎない。しかし、それをみんなが信用して

使うことで、お札が流通し、日々の暮らしが円滑に進むことになる。

この時、シニョレッジは、中央銀行がお札という金利支払いゼロの負債の見合いで保有している金融資産が生み出すリターンになる。保有資産のリターンと負債の調達コストの利回り差が収益になるという点では、金融機関の収益構造と同じである。ただし、負債が金利支払いゼロのお札であり、収益構造はより安定的である。しかし、この収益構造には大きな変化が生じている。それは、お札に比べ、非常に少額であった当座預金が長年にわたる非伝統的金融政策の結果として、極めて大規模なものとなり、かつ、政策金利をやや下回る付利が行われるようになっていることである。

長期的にみれば、右上がりのイールドカーブのもと、中央銀行の負債の利払い負担よりも保有金融資産からのリターンは大きく、ある程度のシニョレッジが確保されるであろう。ただ、金利の引き上げ局面で、保有資産のリターンを当座預金への利払いが上回る状況が起こりうる。

ここ数年のインフレに対する利上げによって、日本以外の主要先進国の中央銀行は、この問題に直面している。より大規模な金融緩和をより長期にわたって継続している日本では金利の上昇に連れてその影響はさらに大きなものになると考えられる。日銀の政策修正は、想定よりも遅いようにみえるが、着実にプラス金利の世界は近づいている。この問題が現実化するのもそう遠い先のことではない。



日本で働く魅力を感じる賃金へ！

～先進諸国に見劣りする日本の賃金水準～

図表-1 主要先進国における最低賃金の比較(2023年)



(注)アメリカは、連邦最低賃金と州別最低賃金の高い方が適用される。2023年1月現在、30州とワシントンD.C.が連邦最低賃金を上回る。
 ※円換算額は2023年9月29日時点の為替相場にて算出
 資料:各国政府統計、OECD統計をもとにIRC作成

2023年度の日本の最低賃金は、賃上げ機運の維持や長引く物価上昇への対応から大幅な引き上げが実施された。全国加重平均で政府が23年度の目標とした1,000円台を達成するなど、日本の賃金動向もようやく本格的な上昇の兆しを見せ始めたが、国際的にみると、日本の賃金水準にはまだ物足りなさがある。

最低賃金制度を有する主要先進諸国について、2023年の最低賃金額を円換算ベース(9月29日相場)で比較すると、円安要因はあるものの日本は平均額、最高額(東京都)ともに見劣りしている(図表-1)。法定最低賃金は、国ごとに制度が異なるうえ、日米のように地域別の国もあり単純比較は難しいが、政府が次の目標として掲げる「2030年代半ばまでに平均1,500円」は、今の先進諸国の水準からは周回遅れといわざるを得ない。

フルタイム従業員の年間平均賃金でみると、日本の低水準ぶりはより顕著である。購買力平価による米ドル換算でOECD主要国の2022年実績を比較すると、日本は下位に属し、最高額であるアメリカの約半分、OECD諸国平均に対しても8割に満たない水準である(図表-2)。また、実質賃金の推移(1991年=100)においても、コロナ下前までの30年間でG7諸国の多くが3割を超えて上昇しているなか、日本はイタリアと並んでほぼ横ばいである。(図表-3)。

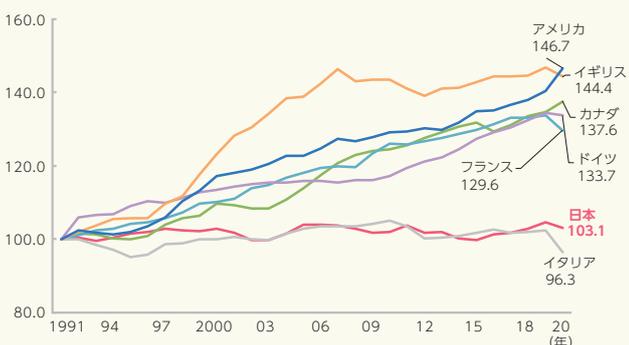
実質賃金の前年同月比マイナスが続く日本では、物価に続いて金利も動き始めようとしている。国内の生産性向上と人材確保の観点からも、物価と賃金の上昇が好循環する社会へと転換することが必要である。日本で働くことに魅力を感じる賃金水準の早期実現が望まれる。

図表-2 OECD主要国における年間平均賃金(2022年/購買力平価による米ドル換算)



※平均賃金=賃金総額÷平均雇用者数×全雇用者の週平均労働時間に占めるフルタイム雇用者1人当たりの週平均労働時間の割合
 資料:OECD統計

図表-3 G7各国における実質賃金の推移(1991年=100)



資料:「令和4年版 労働経済の分析」(厚生労働省)

(菅 正也)



視察報告

IRC
INSPECTION

東日本大震災から12年、 福島県内被災地視察レポート

～復興に向けてファイティングポーズをとり続ける福島～

はじめに

東日本大震災から12年が経過した2023年9月、地方銀行ならびにそのシンクタンクで構成される「地域金融リサーチ&コンサル研究会」では、地元とうほう総合地域研究所および福島県企画調整部の協力のもと現地視察を行った。震災および原発事故からの復興のプロセスを体感すべく、今回は問題意識を共有する13機関25人が参加した。

1. 被災地の現状と震災の伝承

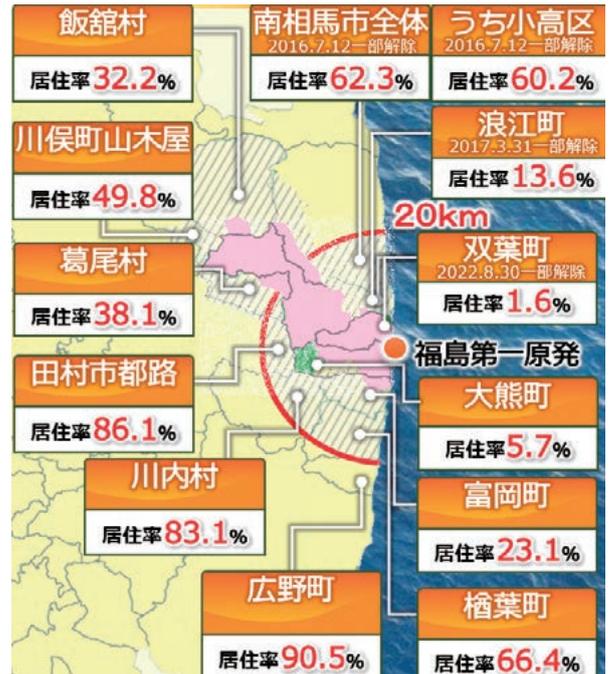
① 避難指示区域の状況

震災直後、福島第一原子力発電所(以下、第一原発)から半径20km(図表-1 赤線半円)の範囲が避難指示区域に指定された。その後、北西方向に拡大され、最大で福島県の面積の12%に相当した。後年、段階的に避難指示が解除され、年間積算線量が50ミリシーベルト(以下、mSv)を超えて、5年たっても年間積算線量が20 mSvを下回らないおそれがある帰還困難区域(図表-1 ピンク色の部分)は、現在福島県の面積の2.3%に縮小している。



余震で倒壊した帰還困難区域の住宅

▶ [図表-1] 2023年7月の避難指示解除区域居住率



資料:各市町村のホームページ等を基に福島県企画調整部まとめ

そのような中、第一原発に隣接する双葉町では、昨年8月に避難指示が一部解除され、現在86人が帰還している。住民登録している人の数に対する居住者数の割合(居住率)はわずか1.6%であり、まだ復興は緒に就いたばかりといえる(図表-1)。

帰還困難区域の進入路には蛇腹型バリケードが設置され、入域管理の係員が随所に配置されていた。今回の視察では、第一原発周辺の大熊町・浪江町・富岡町を重点的に見て回ったが、地震・津波と原発事故の複合災害の恐ろしさを改めて思い知らされた。

② 東日本大震災・原子力災害伝承館

2020年9月に開館した東日本大震災・原子力災害伝承館は、福島が復興に向き合ってきた「証」を、

アーカイブとして収集、保存、展示することを目的としている。伝承館の基本理念は、①「未来への継承・世界との共有」、②「防災・減災」、③「復興の加速化への寄与」の3つで構成されている。



津波で潰された消防車

地震・津波そして原子力災害からの復興というミッションは極めて困難といえる。この施設には、福島の過去から未来にわたって得られる様々な知見を、国内外の人々が学ぶ「知の交流拠点」としての役割が期待されている。

2. 除染廃棄物は福島県外で最終処分

01 面的除染の終了

原発事故から約7年かけて、帰還困難区域を除く福島県内の面的除染が完了した。2017年10月からは除染廃棄物の中間貯蔵施設への搬入が始まり、2022年3月までに約1,400万立方メートル、東京ドーム11杯分の汚染土や廃棄物が運び入れられた。



資料：福島県

02 中間貯蔵施設とは

除染で取り除いた土や放射性物質に汚染された廃棄物を、最終処分するまでの間、管理・保管する必要がある。それらを安全かつ集中的に処理するため、第一原発周辺の約1,600haの広大な土地を中間貯蔵施設として整備している。

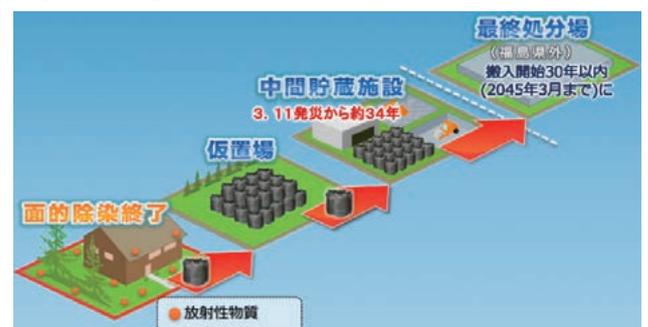


仮置場に積み上げられた除染廃棄物

03 減容・再生へのプロセス

日本環境安全事業株式会社法の一部を改正する法律(平成26年法律第120号)の施行により、除去土壌等は2045年3月までに福島県外で最終処分されることが確定している。中間貯蔵施設において、除去土壌は受入段階で分別されるが、可燃物(草木・根等)は減容化施設で焼却され、残った土壌は外部に漏れない仕組みで施設内に埋められる。また、放射能濃度が低い土壌は再生資材化され、高い土壌は熱処理等によって可能な限り減容のうえ最終処分される見通しだ。(図表-2)

▶【図表-2】最終処分までの流れ



資料：福島県

3. 福島は安全なのか

01 安全性の概念

日本政府は、住民の安心を最優先し、事故直後の1年目から、国際放射線防護委員会(ICRP)勧告の緊急時被ばく状況における線量率参考レベルである年間20~100mSvのうち最も厳しい値に相当する年間20mSvを採用し、避難指示を行ってきた。ところで、内閣府の避難指示解除の目安として空間線量毎時 $3.8\mu\text{Sv}$ (マイクロシーベルト:以下、 $\mu\text{Sv/h}$)という基準がある。 $20\text{mSv}=20,000\mu\text{Sv}$ を日割りにして24時間で割っても計算が合わないように思えるが、これは1日の滞在時間を屋内16時間、屋外8時間と想定し、さらに屋内における木造家屋の低減効果を考慮したものである。

02 福島県内の大部分は基準を大幅に下回る

たとえば原発事故直後の福島市は内陸部にもかかわらず $2.74\mu\text{Sv/h}$ まで数値が上がったものの、避難指示の目安となる $3.8\mu\text{Sv/h}$ は下回っている(図表-3)。

その後、徐々に線量は低下し、現在では原発事故前とほぼ同水準の $0.11\mu\text{Sv/h}$ まで低下している。

▶[図表-3]福島市の線量推移



資料: 東日本大震災・原子力災害伝承館

これらを踏まえて、図表-4と図表-5をご覧ください。福島県は県内を縦に区切って浜通り、中通り、会津地方に分けられるが、第一原発のある浜通りの一部地域を除いて、県内のほぼ全域が $0.10\mu\text{Sv/h}$ を下回っていることがわかる。そしてこの数値は世界の主要都市の線量と遜色ない水準なのである。今回視察した大熊町や双葉町の一部では数値の高い所が残っているものの、福島県内は概ね安全といえるのではないだろうか。

▶[図表-4]2023年8月18日15時現在の数値(単位: $\mu\text{Sv/h}$)



資料: 福島県 ピンク色は帰還困難区域

▶[図表-5]世界の主要都市の線量



資料: 福島県放射線測定マップ(国外各都市の値は日本政府観光局の公表値)

03 残された帰還困難区域

今回視察したなかで最も数値が高かったのは中間貯蔵施設内部の「サンライトおおくま」という施設であった。乗り入れにあたり、中間貯蔵工事情報センターの職員がバスに乗り込み、写真付きの身分証明書の提示によって全員の本人確認が実施された。全員に長袖の衣類を着るよう注意があり、ヘルメットとマスクと手袋で肌の露出を極限まで減らしてから屋外に出た。この日の「サンライトおおくま」の線量は $1.4\mu\text{Sv/h}$ 。安全基準を大幅に下

回っていることは十分理解しているのだが、全員に緊張が走る。第一原発を遠望しながら、数値についての質問が相次いだ。胸部エックス線を一回撮影すると $60\mu\text{Sv/h}$ の放射線を受けるという説明を受け、皆が一様に大きくなるはずだ。



第一原発から南西2kmのサンライトおおくま

中間貯蔵施設となった地域にも当然に人家があったが、中間貯蔵施設の整備にあたり、地権者が土地を提供しているとのことであった。この地域を含め、現在でも 309km^2 あまりは帰還困難区域のままである。この残された帰還困難区域の避難指示解除をどのように進めていくかが、福島の復興にとって非常に大きな課題となる。

4. 福島イノベーション・コースト構想

01 構想の概要

震災と原発事故によって失われた浜通り地域等の産業を回復するため、当該地域の新たな産業基盤の構築を目指す国家プロジェクトが始動した。福島復興再生特別措置法に基づく福島復興再生計画の認定を受け、「廃炉」「ロボット・ドローン」「エネルギー・環境・リサイクル」「農林水産業」「医療関連」「航空宇宙」といった重点分野においてプロジェクトの具体化が進められている。

02 福島水素エネルギー研究フィールド

今回は、「エネルギー・環境・リサイクル」分野の大規模水素製造実証拠点施設を車内から視察し

た。本プロジェクトは、浪江町を実証エリアとして1万kW級の水素製造装置を備えた水素エネルギーシステムを構築するものである。太陽光による再生可能エネルギーから水素を製造することで、 CO_2 排出量を削減するとともに、1日の水素製造量で、約150世帯(1ヵ月分)の電力を供給、または560台のFCVに水素を充填できる。2026年度から本格的な水素の供給を始め、商用化を進める方針だ。



太陽光発電と水素ステーション 写真提供:福島県庁

03 水素燃料電池の移動販売車

福島エネルギー研究フィールドが供給する水素を活用した移動販売車が浪江、双葉の両町で巡回を始めている。トヨタ自動車が開発を担当し、イオン東北が生鮮品や日用品を載せて走るようになった。ちなみに水素燃料電池の移動販売車導入は世界初である。この地域は、原発事故で全町避難を経験し、買い物環境の回復という課題を抱えていた。脱原発の機運が強い被災地で、水素利用を広げるとともに、買い物の利便性を高める取り組みが注目を集めている。



双葉町役場前で営業する移動販売車

5. 復興ツーリズムの推進

01 震災遺構を見物する

JR東日本では、災害の経験・教訓を風化させないことを目的に、防災・減災を学習しつつ東北の魅力を訴求していくツアーが組まれている。前述の東日本大震災・原子力災害伝承館や震災遺構を軸に国宝白水阿弥陀堂等の観光名所が織り込まれており、地元の湯本温泉に一泊するプランだ(図表-6)。また、福島県では、原発事故による帰還困難地域の現場や津波被災現場、廃炉推進のための研究施設に加えてメガソーラー施設や水素ステーションを見学する、「福島的光と影」をテーマとした企画も進んでいる。

▶【図表-6】復興ツーリズムモデルコース「震災と「今」そして未来を知る旅」

日	行程
1	東京駅 常磐線特急 → いわき駅 → 国宝白水阿弥陀堂 いわき・ら・ら・ミュウ → いわき震災伝承みらい館 語り部ガイド
2	東京電力廃炉資料館 → 東日本大震災・原子力災害伝承館 道の駅なみえ → 震災遺構浪江町立請戸小学校 → 涼ヶ岡八幡神社 相馬復興市民市場 浜の駅松川浦 → 相馬駅 常磐線特急 → 東京駅

資料:JR東日本

今回は前を通っただけだったが、津波被害で一階部分が破壊された震災遺構「請戸小学校」(浪江町)には数台のバスが止まり、雨のなか多くの小中学生が見学に訪れていた。



震災遺構「請戸小学校」 写真提供:浜銀総合研究所

02 道の駅なみえ

地震と津波は、浪江町にも大きな爪痕を残した。多くの町民の命を失うとともに、家屋流出等の被害

も甚大であったうえ、原発事故による全町避難で多くの住民が故郷を離れた。2017年に避難指示が一部解除され、現在は住民登録している人の1割にあたる約2,000人が帰還しており、復興に向けて歩き出したところだ。そのような中、2020年8月にオープンした道の駅なみえは、復興のシンボルと位置付けられ町民の大きな期待を背負っている。



道の駅なみえ

この道の駅の最大の特徴は、施設に酒蔵が隣接していることだろう。浪江町の鈴木酒造店は、東日本大震災によって山形県長井市への移転を余儀無くされたが、この度、道の駅のグランドオープンに合わせて故郷での酒造りを再開した。施設内では、仕込みから完成まで約2週間の工程を生で見学できるほか、銘酒「磐城壽」の試飲コーナーもあり、日本酒好きな観光客でにぎわっていた。

また、2013年の第8回「B-1グランプリ」で日本一に輝いた「なみえ焼きそば」も健在である。労



磐城壽試飲コーナー

働者の食べ応えと腹持ちをよくするために考案された極太麺に、豚肉とモヤシだけのシンプルな具材。これらを濃厚ソースでまとめた焼きそばは、「海鮮チラシ」や「釜揚げしらす丼」とともにフードテラスの目玉商品として人気があるとのこと。食の分野で復興ツーリズムをリードする存在になることが望まれる。



道の駅なみえの「なみえ焼きそば」

03 浅野撚糸スーパーゼロミル

2023年春、津波によって何もなくなった双葉町の地に新たな工業団地が作られ、「フタバスーパーゼロミル・エアーかおる双葉丸」がオープンした。岐阜県の浅野撚糸㈱の双葉事業所である。浅野社長は福島大学卒業という縁から、街が復興する姿を世界に見せるという強い気概を持ち、30億円を投じて新工場を完成させた。

当日は浅野社長みずからの案内で工場内を見学した。そもそも撚糸とは、文字通り糸に撚り(より)



資料：福島県「復興のあゆみ(第11版)」

をかけることであり、付加価値の高い糸で作った自社ブランドタオル「エアーかおる」がロングセラーとなっている。また、この商品の多くは今治市で織られており、愛媛県との関係が密接であることに驚いた。吸水性と速乾性に優れた「魔法の糸」で織られた今治タオルの肌触りを是非試してほしい。



施設内のタオルショップ

この施設は、復興ツーリズムで訪れる観光客の受け皿としてだけでなく、地元の雇用創出にも寄与している。「会社の経営も復興もファイティングポーズをとり続ける姿勢が重要」という社長の言葉が耳に残った。

終わりに

今回の視察は、ALPS処理水の海洋放出が開始された8月24日の2週間後に行われた。汚染水処理についても福島県の担当者から詳細な説明を聞き、中間貯蔵施設では除染土壌の処理状況を目の当たりにした。水と空気と土壌、これらが安全な地域で当たり前のように暮らせることは、すこぶる幸せなことだと今は思う。そして線量に関して、一部地域を除けば、福島県と愛媛県はほぼ同じであるということも認識した。復興ツーリズムが盛り上がっているが、観光目的で構わないので多くの人が被災地を訪れて欲しいと切に願っている。そして、福島の水も空気も土壌も安全だということを実際に肌で感じて欲しいのである。

(秋本 哲)

THAILAND

タイだより

日本が大好きなタイ人 ～バンコク日本博とタイにおける日本食～

はじめに

親日国のタイは、日本人の旅行先として人気が高く、コロナ前までは、タイを訪れる外国人数の国別ランキングで日本は常に上位に入っていました。しかし、円安の影響もあってか2023年1月から6月までの日本人旅行者は約33万人と上位10位にも入っていません。逆に、同期間の訪日タイ人数は約50万人であり、半期ベースですが訪日タイ人数が訪日日本人数を初めて上回りました。今回は日本が大好きなタイ人の動向として、9月に開催されたバンコク日本博と、タイの日本食市場を取り上げます。

1 バンコク日本博

バンコク日本博は、タイ国内最大規模の総合日本展示会で毎年1回行われています。観光や文化、食、教育、就職などあらゆる分野の出展が可能です。昨年3年ぶりに開催されたバンコク日本博2022では9万人を越す来場者がありました。

今年は9月1日から3日まで開催され、出展は約300ブース、来場者は過去最高の約13万人でした。私は1日と3日の2日間会場へ行きましたが、いずれも会場は人で埋め尽くされていました。ステー



多くのタイ人でにぎわう会場(9月撮影)

ジでは日本のアイドルグループのパフォーマンスが行われ、若いタイ人も多く来場していました。

今年のバンコク日本博のテーマは「日本大好き!」でした。大学や企業の留学・就職相談ブースや自治体や観光事業者のインバウンド誘致ブース、日本食や日本酒といった食品関連ブースなど、様々なジャンルの出展者が日本をアピールしていました。

熱気に包まれた会場を訪れ、改めて多くのタイ人が日本に興味を持ち、日本が大好きなのだ実感しました。

また、日本の商品やサービスをPRする場としても、絶好の機会といえます。来年のバンコク日本博は2024年8月30日から9月1日の3日間で開催が予定され、既に出展者の募集が始まっています。



日本酒の試飲コーナー(9月撮影)

2 タイの日本食レストラン

タイでは30年以上前から日本料理店で日本食が提供されていたため、日本食に慣れ親しんでいる人が多く、タイ料理に次ぐ人気を誇っています。JETROが2022年に行った調査によると、タイ全土で日本食レストランは5,325店舗確認されています。店舗数は前年比で21.9%増加しており、特にバンコク近郊の県での増加が目立ちます。今後は、郊外を中心により広い範囲で日本食が普及していくといわれています。



高級焼肉店の焼肉(5月撮影)

普段、私も会食に居酒屋を利用していますが、日本人客のみならずタイ人客でにぎわう様子が当たり前のようになっています。

3 タイ人の嗜好

タイ人は甘い、辛い、酸っぱいといったはっきりとした味を好むといわれています。ただ中間所得

層以上になると私たちが食するような日本食を食べる人が多いようです。日本食をタイ人の好みそうな味付けや見た目にアレンジしたのではなく、日本で提供されるような本当の日本食を提供することも重要となっています。

一例として回転寿司チェーンのあきんどスシローが2021年3月、タイ1号店をオープンしました。日本同様の回転寿司を比較的安価に楽しめるとあって、現在17店舗まで店舗を増やしており、タイ進出に成功しているといえます。



満席の店内(6月撮影)

高級日本食レストランで勤務している日本人の知人からは、「タイの富裕層や上流階級は日本人よりも日本食に対する注文が細かいため、彼らの舌を満足させるために日々苦勞している」といった話も聞きます。

おわりに

タイは昔から日系企業の進出が多く、どの分野でもレッドオーシャンとよく言われています。それでも日本の人気は依然として高く、今後も続いていくことは確かです。タイのトレンドを捉え、商機を見出してビジネスを成功させている企業も少なくないと感じます。

今回は総合展示会と日本食を取り上げましたが、他の分野についても幅広く情報収集し、現地できちんと知ることのできない情報を提供できるよう努めていきたいと思っています。

(尾崎 政洋)

集い、語り、考え、学ぶ
 —新しい発想から新時代の経営を目指す—

IRCニュー・リーダー・セミナー 32期修了



2022年10月に開講したIRCニュー・リーダー・セミナー32期が1年間のカリキュラムを終え、9月26日に修了式を迎えました。全ての例会に出席した皆勤賞は16名、1回欠席の「精勤賞」は7名で、例年になく高い出席率となりました。

開講当時はまだコロナ下であり、全員マスク姿でのスタートとなったものの、次第に状況も緩和され、回を重ねるごとに絆がより深まっていったように思います。

今後は「IRC sunny(サニー)の会」(OB会)として活動していかれます。

皆さまの今後ますますのご活躍をお祈りいたします。

カリキュラム

※講師の肩書きはセミナー開催当時のものです。

	年月	演 題	講 師
開講式 第1回	2022年 10月	企業成長に向けた経営者の使命と行動	株式会社タナベコンサルティング シニアコンサルタント 伊藤 昌直 氏
第2回	11月	経営者が知っておきたい労務管理	株式会社いよぎん地域経済研究センター コンサルティング部長 友近 昭彦
		働きがいのある会社創り	株式会社現場サポート 代表取締役社長 福留 進一 氏
第3回	12月	ブランディングの極意 ロングセラーを生み出す技と思考	株式会社cosmos 代表 内田 喜基 氏
		DX・イノベーションが求められる時代の超長期戦略 ～激変する未来社会からのバックキャストिंग アプローチ～	D4DR株式会社 代表取締役社長 藤元 健太郎 氏
第4回	2023年 1月	日本経済のゆくえ～その動向と経営戦略～	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 教授 岸 博幸 氏
第5回	2月	新時代を勝ち抜く社長の心構えと事業承継のポイント	株式会社国際後継者フォーラム 代表取締役会長 二条 彪 氏
第6回	3月	SDGsの本質とこれからの経営	SDGパートナーズ有限会社 代表取締役CEO 田瀬 和夫 氏
第7回	4月	メガトレンドを見据えた企業経営	株式会社いよぎん地域経済研究センター 代表取締役社長 重松 栄治
		正直に王道を行く経営～経営理念の大切さ～	株式会社はなおか 代表取締役会長CEO 花岡 秀芳 氏
第8回	5月	人口ボーナスからデジタルボーナスへ ～日本企業が勝ち残る道筋～	亜細亜大学 アジア研究所 教授 大泉 啓一郎 氏
—	6月	海外研修旅行(ベトナム)	
第9回	7月	中小企業が取り組むべき経営戦略	株式会社タナベコンサルティング シニアコンサルタント 伊藤 昌直 氏
第10回	8月	これからの世界で活躍するリーダーの覚悟	株式会社コミュニカ 代表 山元 賢治 氏
第11回 修了式	9月	今こそ輸出を始めませんか？ ～新規輸出1万者支援プログラム～	日本貿易振興機構(ジェトロ)海外展開支援部 中堅中小企業 課長 小林 寛 氏
		変化に挑戦する みなさんへのメッセージ	株式会社いよぎんホールディングス 取締役会長 大塚 岩男

OB会会長



有限会社合田運送
代表取締役社長
宮河 力 様

Q 参加して良かったこと・得たことはどのようなことですか

意欲の高いメンバーと机を並べたことで、普段より高いモチベーションを持って学ぶことができました。また、コロナが明けるとともにメンバーと直接コミュニケーションがとれ、「仲間」と呼べる友人ができたことは、経営者人生において得難い経験となりました。毎月の例会スケジュール調整は大変でしたが、参加して本当に良かったと思っています。

Q ご自身にはどのような変化がありましたか

例会での勉強や異業種のメンバーとのコミュニケーションを通じて、自分とは違うバックグラウンドや考え方、自社とは違う企業の取り組みに触れることで、経営者としての柔軟性が増したと考えています。また、自分の会社において足りないところも確認でき、より良い会社になるために今後取り組むべきことも明確になりました。

OB会副会長



川崎化工株式会社
代表取締役社長
川崎 功雄 様

Q 参加して良かったこと・得たことはどのようなことですか

まずは、各業種・分野のトップあるいは最先端をいく講師の方々から最新の情報を得られたことや、経営者として変化すべき点、変えてはいけない点を学べたことです。また、さまざまな業種の経営者や後継者のメンバーと知り合い、同期としてともに学び語り合うことで、生涯続く関係を築けました。また、ベトナム視察旅行では、発展真った中の若い国の力を肌で感じとれて、大いに刺激を受けました。

Q ご自身にはどのような変化がありましたか

同期メンバーの大半が自分より年下でしたが、社長または後継者としてそれぞれの会社での経営・業務に真剣に悩みながらも一生懸命取り組んでいる話を聞き、自分も以前は同じような立場でがむしゃらになっていたことを思い出させてもらい、「もっと頑張らないといけない」と新たな気持ちになりました。

OB会副会長



有限会社ヤングドライ丸亀
常務取締役
木村 祐亮 様

Q 参加して良かったこと・得たことはどのようなことですか

セミナーもさることながら、一番は異業種でさまざまな年代の経営者が集まる場に参加できたことです。年齢や業種を超えて築けた仲間との「絆」が、今後一生の宝物になると確信しています。立場はさまざまでも、会社の方向性を決めていく重要なポジションの方々真剣に会社のことを考え、悩み、苦しむ、またそれを仲間と共有した1年間は、あっという間でしたが、本当に有意義な時間でした。

Q ご自身にはどのような変化がありましたか

経営者は常にどうあるべきかを再確認できたことで、今後の向かうべき方向性と確固たる意志を持つことができました。また、自分自身がどうなっていきたいか、それにより、会社をどう変えていけるかなど、どんなことでも前向きに向き合っていけるメンタルが持てたと思います。もし、経営において悩み苦しむことがあっても、32期の仲間同士で助け合い、考え合って、解決に向けて動き出せると思えていることが、自分の変化なのかもしれません。

OB会事務局長



有限会社協栄電機
加地 伸章 様

Q 参加して良かったこと・得たことはどのようなことですか

県内外40社の経営者のメンバーとともにさまざまな講話を聞き、グループディスカッションを行う中で、異業種での意見や感覚の違いもあり、とても勉強になりました。今後もIRCで学んだことを生かして、いろいろな方と話し、「学ぶこと」を忘れないように頑張っていきたいと思っています。

Q ご自身にはどのような変化がありましたか

セミナーに参加した当初は自分自身が経営に携わっておらず、講話を聞いても何を話しているかわからないため、「聞かされる講話」でした。しかし、受講するうちに講話の内容や単語に興味を持ち、自ら「聞く講話」に変わったことが自分の一番の変化だと思います。

暗号資産の税務について

酒井啓司税理士事務所 税理士 酒井 啓司



Q. 当社は「暗号資産」の動向に注目しています。税制改正などもあったようですが、詳細を教えてください。

A. 暗号資産といわれるデジタル上の資産は、その法的な取扱がわかりにくく、税務上も難しい点があります。しかし、テクノロジーという側面では最先端分野の一つですから、関心を持っていただくことは重要と考えます。

1. 暗号資産とは何か

日本銀行のホームページによると、暗号資産について、下記のように解説されています。

「暗号資産(仮想通貨)」とは、インターネット上でやりとりできる財産的価値であり、「資金決済に関する法律」において、次の性質をもつものと定義されています。

- ①不特定の者に対して、代金の支払い等に使用でき、かつ、法定通貨(日本円や米国ドル等)と相互に交換できる
- ②電子的に記録され、移転できる
- ③法定通貨または法定通貨建ての資産(プリペイドカード等)ではない

代表的な暗号資産にはビットコインやイーサリアムがあります。

暗号資産の私法上の位置づけについては、「所有権の客体ではない」、「債権ではない」、「知的財産権ではない」といった複雑な議論が展開されています。このことが、税務上の取扱を難しくしているという側面があります。

2. 令和5年度税制改正の内容

暗号資産の法人税法上の取扱について、平成31年(令和元年)度税制改正において、活発な市場が存在する仮想通貨(現在の「暗号資産」)は、期末時点で時価評価することとされてきました。つまり、実際に売買をせずとも、保有しているだけで、含み益がある場合には課税されます。この改正は、それまで日本国内にあったブロックチェーン技術の海外流出につながったと言われていました。

しかし、令和5年度税制改正により、期末時価評価の対象

となる暗号資産の範囲から、自己が発行した暗号資産が除外されました。「自己が発行した」となっているところから、自社がブロックチェーン技術を活用して新たな資金調達方法により暗号資産を発行した場合が該当します。

これと併せて、暗号資産発行にかかる計画の設計(ホワイトペーパーの作成を含む)のためのコンサルタント料や他の者に移転することができないような技術的措置を執るための費用等を取得費から除くことが明示され、暗号資産を取り扱う事業者には有利と思われる改正内容となっています。

3. 今後の改正動向

令和5年度改正では、時価評価の対象から除外されるものが自己保有の暗号資産に限定されていることから、これを拡大するための税制改正要望が本年8月に金融庁(経済産業省と共同要望)から出されています。

これによると、「Web3推進に向けた環境整備を図り、ブロックチェーン技術を活用した起業等を促進する観点から、法人(発行者以外の第三者)の継続的な保有等に係る暗号資産について、期末時価評価課税に係る見直しを進めること」とされ、Web3関連のスタートアップ企業を支援していく国の方針を見ることができそうです。なお、これは関係省庁からの改善要望であり、最終決定ではありませんので、結論は年末の税制改正大綱を確認する必要があります。

テクノロジーの最先端分野の一つである暗号資産を理解するのは大変ですが、経営者としては、時代に乗り遅れないためにも、このような税制の流れがあることを理解していただきたいと思います。

【法務編】

景品表示法

～SNS等を利用した広告・宣伝とステルスマーケティング～

弁護士法人たいよう 弁護士 林 寛大



Q.

自社の商品の広告・宣伝にSNSやインフルエンサーの活用を検討しています。気を付ける点はありませんか。

A.

事業者による広告とわからないようにSNS等を使用した場合、いわゆる「ステルスマーケティング」として、景品表示法違反になるため注意が必要です。

1. 景品表示法の不当表示に指定

SNS投稿やレビューサイトの口コミ投稿など、一見すると第三者の投稿に見えるものの中に、実は事業者が広告・宣伝として投稿している場合があります。このように、広告であるにもかかわらず広告であることを隠すことを「ステルスマーケティング」といいます。

事業者による広告であることが分からないと、消費者は事業者と無関係の第三者の感想であると誤認して、その内容をそのまま受けとってしまうかもしれません。その結果、消費者が自主的かつ合理的に商品を選べなくなってしまう。

そこで、令和5年10月1日より、いわゆるステルスマーケティングが、景品表示法で禁ずる不当表示に指定されました。なお、ステルスマーケティングはインターネット上の表示だけでなく新聞・テレビ等の他の媒体も規制の対象です。

2. 不当表示になる広告

不当表示になる広告は、(1)事業者の表示であるもの、(2)一般消費者が事業者の表示であることを分からないもの、の2つの条件を満たすもので、その例は次のとおりです。

(1) 事業者の表示と判断されるものの例

- ①事業者が自ら行う表示
- ②商品の販売担当者によるSNS投稿など、事業者と一定の関係性を有し、事業者と一体と認められる従業員等が行う商品に関する表示
- ③事業者がインフルエンサーに商品の特徴などを伝え、インフルエンサーがそれに沿った内容をSNS等に投稿する場合
- ④事業者が不正レビューを集めるブローカーや自社商品の購入者に依頼し、自社商品について評価を上げるよ

うなレビュー(投稿)をさせる場合

- ⑤事業者がアフィリエイト広告を使う際、アフィリエイトに委託して自らの商品を表示させる場合
- ⑥事業者が明示的に依頼・指示していなくても、事業者と第三者のやり取り、対価の内容・目的、事業者と第三者の関係性から、事業者が第三者に表示させたものと判断される場合

(2) 一般消費者が事業者の表示であることを分からないものの例

- ①事業者の表示であることが全く記載されていない
- ②アフィリエイト広告で事業者の表示であることを記載していない
- ③冒頭で「広告」、文中に「第三者の感想」と記載するなど、事業者の表示であることが分かりにくい
- ④一般消費者が認識しにくい文言・場所・大きさ・色で、事業者の表示であることを記載する
- ⑤動画で、一般消費者が認識できない短時間だけ、事業者の表示であることを表示する

3. 違反と対策

消費者庁の調査の結果、違反行為が認められた場合、事業者に対し違反した表示の差止めや違反したことを一般消費者に周知徹底することなどを命じる措置命令が行われ、また、措置命令が行われたことが公表されます。

広告・宣伝にSNS等を使用する場合、SNS投稿であれば「広告」「宣伝」「プロモーション」「PR」等の文言を明記して投稿するなど、一般消費者から事業者の広告・宣伝であることが明瞭に分かるよう留意が必要です。詳細は、消費者庁ホームページ*のガイドブック、運用基準をご確認ください。

*https://www.caa.go.jp/policies//policy/representation/fair_labeling/stealth_marketing/

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3ポイント低下～

概況

9月の内閣府月例経済報告によると、景気は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。また、物価上昇などにも注意する必要があるとしている。

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。

愛媛県内の直近の経済指標をみると、鉱工業生産指数(季節調整値・7月)は前月比1.8%上昇と、2ヵ月ぶりに前月を上回った。公共工事請負金額(9月)は前年同月比11.2%増と、3ヵ月ぶりに前年を上回った。住宅着工戸数(8月)は前年同月比20.7%減と、2ヵ月ぶりに前年を下回った。有効求人倍率(季節調整値・8月)は前月と同倍率の1.34倍だった。個人消費をみると、百貨店・スーパーの販売額(8月)は前年同月比1.9%増と2ヵ月連続で前年を上回った。新車乗用車販売台数(軽自動車含む・8月)も前年同月比24.3%増と12ヵ月連続で前年を上回った。

なお、愛媛県分の日銀短観(9月調査)における業況判断DIは、前回(6月調査)から3ポイント低下の+8と、プラスを保つも悪化した。製造業では前回調査から7ポイント低下の+2、非製造業は1ポイント低下の+11となった。

生産

指数は2ヵ月ぶりに前月を上回るも一進一退 全国では石油・石炭製品が上昇、自動車が低下

7月の愛媛県鉱工業生産指数は、速報値で88.1(季節調整値、2015年=100)と前月比1.8%上昇し、2ヵ月ぶりに前月を上回った。前年同月比(原指数)は5.9%低下した。

主要業種の動向をみると、軽油の生産が減少した「石油・石炭製品」(前月比▲43.9%)や「化学」(同▲20.1%)などは前月を下回った。

一方、開閉制御装置の生産が増加した「汎用・生産用機械」(同+36.4%)や「非鉄金属」(同+5.6%)などは前月を上回った。

8月の全国の鉱工業生産指数は、確報値で103.8(季節調整値、2020年=100)と前月比横ばいとなった。「石油・石炭製品」(同+5.5%)が上昇した一方、「自動車」(同▲3.9%)が低下した。

主要7業種の鉱工業生産指数(7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	93.0	+5.6	91.5	+5.9
汎用・生産用機械	148.1	+36.4	149.2	+2.3
電気機械	83.5	+7.9	85.4	▲0.5
輸送機械	66.6	+2.9	69.9	▲7.7
化学	65.4	▲20.1	56.6	▲23.9
パルプ・紙・紙加工品	86.1	▲1.9	88.4	▲9.2
食料品	85.9	▲2.7	95.3	▲16.2
全体	88.1	+1.8	86.7	▲5.9

(注)速報値

鉱工業生産指数(季節調整値)と前年比伸び率の推移



公共工事

9月の請負金額は前年比11.2%増
4月～9月累計は前年比7.6%減

9月の愛媛県内における公共工事の動向を西日本建設業保証(株)愛媛支店の保証実績からみると、件数は673件で前年同月比5.5%増加した。請負金額も230億87百万円で同11.2%増と、3ヵ月ぶりに前年を上回った。

発注者別に請負金額をみると、「独立行政法人等」(同▲96.8%)は前年を下回ったものの、「国」(同+30.2%)や「県」(同+15.2%)、「市町」(同+26.8%)は前年を上回った。

国土交通省の調査によると、大手50社の8月の工事受注額は、前年同月比4.3%減の9,888億円であった。民間工事は同10.0%減の7,470億円と2ヵ月連続で減少したものの、公共工事は同33.0%増の1,930億円と4ヵ月連続で増加した。公共工事のうち、国からの受注は同0.5%増、地方の機関からの受注は同155.3%増であった。

県内の公共工事請負金額(9月)

発注者	23年9月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	1,910	+30.2
独立行政法人等	65	▲96.8
県	12,517	+15.2
市町	7,954	+26.8
その他	639	+581.2
合計	23,087	+11.2



住宅着工

8月の着工戸数は前年比20.7%減
2ヵ月ぶりに前年を下回る

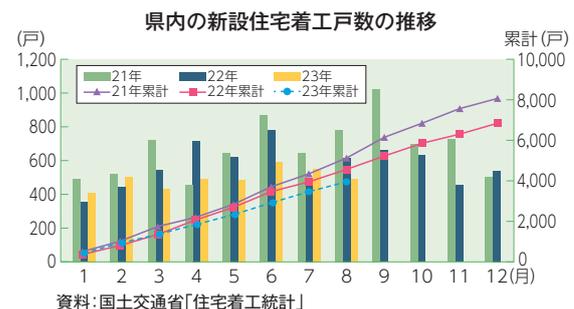
8月の愛媛県内における住宅着工戸数は488戸で、前年同月比20.7%減と2ヵ月ぶりに前年を下回った。内訳をみると、「持家」(同▲7.5%)や「貸家」(同▲28.3%)、「分譲住宅」(同▲40.6%)のすべてで前年を下回った。

なお、8月の全国の住宅着工戸数は70,399戸で、前年同月比9.4%減と3ヵ月連続で前年を下回った。内訳をみると、「持家」(同▲5.9%)や「貸家」(同▲6.2%)、「分譲住宅」(同▲15.5%)のすべてで前年を下回った。

愛媛県は9月に2023年度地価調査の結果を公表した。全用途平均の変動率は、31年連続で下落したものの、平均変動率は▲1.3%と下落幅は0.2ポイント縮小した。松山市の住宅地では、道路整備が進む南部郊外やJR松山駅周辺などで価格が上昇した。

新設住宅着工戸数(8月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	283	▲7.5
貸家	165	▲28.3
給与住宅	2	▲86.7
分譲住宅	38	▲40.6
分譲マンション	0	±0.0
分譲一戸建	38	▲40.6
合計	488	▲20.7



雇用

有効求人倍率は1.34倍 前月と同倍率

8月の有効求人倍率(季節調整値)は前月と同倍率の1.34倍だった。原数値は1.32倍(前年同月差▲0.10p)と低下した。

新規求人数を主要産業別にみると、「医療、福祉」(前年同月比+4.3%)は前年を上回ったものの、「製造業」(同▲19.2%)や「宿泊業、飲食サービス業」(同▲18.8%)は前年を下回った。前年同月はコロナからの回復基調が強かったため、その反動もありマイナスに振れている業種が多い。

地域別有効求人倍率(原数値)は、東予が1.46倍(前年同月差▲0.08p)、中予が1.22倍(同▲0.14p)、南予が1.39倍(同▲0.05p)とすべての地域で前年を下回った。

10月に各都道府県の最低賃金が引き上げられた。最も高いのは東京都の1,113円である。最も低いのは岩手県の893円、次いで徳島県と沖縄県の896円、秋田県、愛媛県、高知県、宮崎県、鹿児島県の897円となっている。

県内の雇用情勢(8月) (単位:人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	4,149	+1.5	▲1.3
月間有効求職者数	22,497	▲0.3	+2.0
新規求人数	10,753	+9.3	▲3.8
月間有効求人数	29,606	+0.8	▲5.8
有効求人倍率(季節調整値)	1.34倍	±0.00p	▲0.10p

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.32倍	1.46倍	1.22倍	1.39倍
※()内は前年同月差	(▲0.10p)	(▲0.08p)	(▲0.14p)	(▲0.05p)

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+3.4%)、 生鮮食品を除く指数(同+3.2%)ともに19ヵ月連続のプラス

8月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が105.4と前年同月比3.4%上昇、生鮮食品を除く指数も104.9と同3.2%上昇し、ともに19ヵ月連続で前年を上回った。

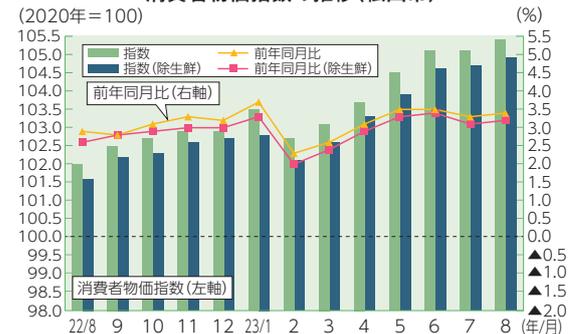
費目別にみると、政府による電気・ガス料金の負担軽減策により「光熱・水道」(前年同月比▲7.7%)は前年を下回った。一方、柔軟剤やキッチンペーパーなどの日用品の価格が上昇した「家具・家事用品」(同+10.0%)や「食料」(同+8.3%)などは前年を上回った。

なお、全国の8月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は105.7で、前年同月比3.1%上昇し、24ヵ月連続で前年を上回った。費目別では、「食料」(同+8.6%)や「家具・家事用品」(同+7.1%)などが前年を上回った。

費目別の消費者物価指数の動向(8月・前年同月比増減率)

上昇	家具・家事用品(+10.0%) 食料(+8.3%) 交通・通信(+4.3%) 教養娯楽(+4.1%)	被服及び履物(+3.3%) 保健医療(+2.0%) 諸雑費(+1.8%) 教育(+0.3%)
横ばい	住居(±0.0%)	
下落	光熱・水道(▲7.7%)	

消費者物価指数の推移(松山市)



資料: 総務省統計局

消費

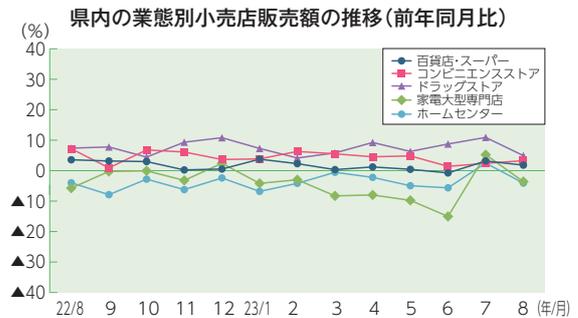
百貨店・スーパーの販売額は前年比1.9%増
新車乗用車販売台数は12カ月連続で前年を上回る

8月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比1.9%増と2カ月連続で前年を上回った。うち百貨店の販売額は、夏休みによる帰省や観光客増により同6.2%増となった。

また、「コンビニエンスストア」(同+3.4%)、「ドラッグストア」(同+5.1%)が前年を上回る一方、「家電大型専門店」(同▲3.6%)、「ホームセンター」(同▲4.1%)は前年を下回った。

8月の新車乗用車販売台数は、普通車(3ナンバー)が1,044台(前年同月比+30.3%)、小型車(5ナンバー)が631台(同+17.9%)、軽乗用車が1,269台(同+22.8%)となった。全体では2,944台(同+24.3%)と12カ月連続で前年を上回った。

内閣府が発表した9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ポイント低下し35.2と2カ月連続で悪化した。特に「雇用環境」や「暮らし向き」「耐久消費財の買い時判断」で消費マインドの低下が見られた。



県内の小売店販売額および新車乗用車販売(8月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	173.5	+1.9
コンビニエンスストア	95.2	+3.4
ドラッグストア	100.1	+5.1
家電大型専門店	29.6	▲3.6
ホームセンター	28.9	▲4.1

	販売台数	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	2,944	24.3

資料: 経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

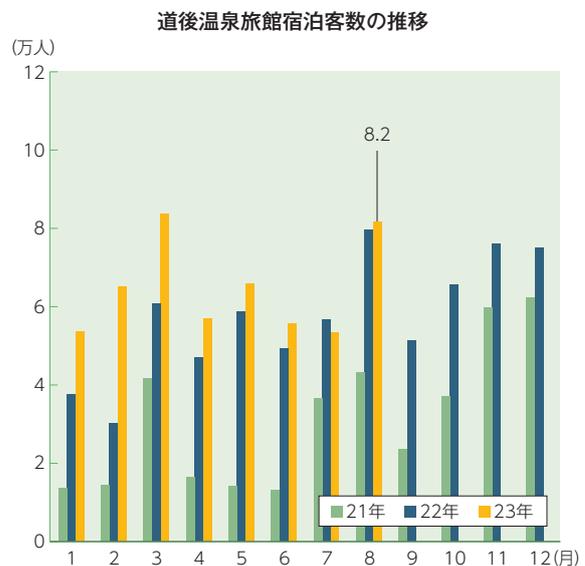
観光

道後温泉宿泊客数は堅調に推移
県内主要観光施設入込み客数は8カ月連続で前年を上回る

8月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比2.5%増の81,634人と前年を上回った。また、2019年同月比では4.4%増となった。

8月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月比9.7%増と8カ月連続で前年を上回った。東予(同+13.5%)では「マイントピア別子」や「あかがねミュージアム」、中予(同+10.1%)では「子規記念博物館」や「県美術館」、南予(同+7.6%)では「内子座」や「県歴史文化博物館」などの施設が前年を大きく上回った。

観光庁によると、外国人延べ宿泊者数は、7月は、1,081万人泊、2019年同月比+0.1%であった。また、8月は、1,034万人泊、2019年同月比+9.0%であり、2カ月連続でコロナ禍前の水準を上回った。一方、7月の愛媛県の外国人延べ宿泊者数は、13,930人泊で、2019年同月比23.5%減となったものの、引き続き回復することが予想される。



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	 ▶ 	9月のマダイの浜値は930円/kg前後と4ヵ月続けて横ばいとなった。全体の在池量が少なく中心サイズ、大サイズともに安定した相場となった。ハマチの浜値は、880円/kg前後と前月比でほぼ横ばいとなった。足元では中国の水産物輸入停止による相場への影響はみられないが、長期化するようだと今後の相場の下押し要因となることが懸念される。

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150ドル値下がりがりして1,850ドルで推移。中西部太平洋では集魚装置の禁漁期間に入っているが、一部海域でまとまった水揚げがあったことから相場の下げ圧力が強まった。一方、国内相場は265円/kg前後と約20円の値下がりがりとなったが高値圏での推移に変わりはない。

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	9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3,371梱で、前年同月比では15.5%減となった。綿糸価格は主力の20番手が118,500円/梱、同26.2%安となったものの、7月、8月と同水準だった。

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8月の国内出荷は、前年同月比12.3%減で12ヵ月連続の減少。雑誌を中心とした出版向けやチラシ類、コピー用紙の不振が続いている。新聞用紙は前年同月比8.2%減で27ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙	 ▶ 	8月の国内出荷は、前年同月比4.3%減で2ヵ月ぶりのマイナスとなった。ティッシュは同7.2%減で3ヵ月連続、トイレ紙が同3.3%減で2ヵ月連続、タオル紙が4.4%減で2ヵ月ぶりのマイナスと、軒並み前年割れとなった。
	紙加工など	 ▶ 	段ボール原紙の8月の国内出荷は、前年同月比7.5%減で3ヵ月連続の減少。ビールなど飲料用が伸びたが、青果物用は猛暑による作付け不良の影響を受け出荷が停滞した。白板紙も同3.1%減で3ヵ月連続の減少。

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8月の出荷額は、前年同月比16.0%増で3ヵ月連続の増加となった。海外向けでは、アジアで鉱山機械が、欧州で油圧ショベルが好調だった。国内は公共投資が底堅く前年同月比6.4%増加となった。地場の住友グループ関連工場からの受注環境も比較的良好。

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
造船	外航  ▶ 	日本船舶輸出組合によると、9月の輸出船契約実績は21隻・87万4千総トンで、トン数ベースで前年同月比67.5%増だった。船種別にみると、バルカー(ばら積み船)が19隻を占めた。9月末時点の手持ち工事量は515隻・2,219万総トンで、昨年の竣工量に相当する輸出船通関実績を基準にすると、およそ2.7年分を有している。
	内航  ▶ 	

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
海運	外航  ▶ 	バルカー(ばら積み船)市況は上昇傾向が続いている。BDI(バルチック海運指数)は10月18日に2,105まで上昇。鉄鉱石を中心に荷動きが増加し、大型のケーブサイズのスポット傭船料は4ヵ月ぶりに2万ドル台を回復。パナマックスはパナマ運河の渇水による通航制限と混雑激化が市況の上昇を後押ししている。近海船は鋼材やバイオマス燃料の輸送需要が減少し、市況は低下傾向。
	内航  ▶ 	

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建設	 ▶ 	9月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比11.2%増の230億円であった。「独立行政法人等」は前年を下回ったものの、「国」や「県」「市町」は前年を上回った。8月の住宅着工戸数は前年を20.7%下回る488戸となった。利用関係別では、「持家」や「貸家」、「分譲住宅」のすべてで前年を下回った。

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
観光	 ▶ 	8月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比2.5%増の81,634人と、堅調に推移している。8月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月比9.7%増と8ヵ月連続で前年を上回った。東予は同13.5%増、中予は同10.1%増、南予は同7.6%増となった。

11

2023

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は10月20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)
12(日)	第10回やわたはま産業まつり	道の駅みなとオアシス 「八幡浜みなと」 (八幡浜市)	やわたはま産業まつり 実行委員会事務局 (八幡浜市商工観光課) ☎ 0894-22-3101	—
~26(日)	愛媛県美術館開館25周年記念・ 学校法人聖カタリナ学園 創立100周年記念 「ヨハネ・パウロ2世美術館展」	愛媛県美術館 (松山市)	愛媛県美術館 ☎ 089-932-0010	個人料金 一 般 1,500円 65歳以上 1,400円 高大生 1,100円 小中生 800円 団体料金 一 般 1,300円 高大生 900円 小中生 700円
~12/10(日)	特別展 「動乱の時代と人びと —今治市域の幕末—」	今治城 (今治市)	今治城 ☎ 0898-31-9233	個人料金 一 般 520円 65歳以上 420円 学 生 260円 高校生以下 無料 団体料金 一 般 420円 学 生 210円

SPORTS

愛媛FC

会場: ニンジニアスタジアム(松山市)

株式会社愛媛FC / TEL: (089)927-0808

【開催日】 5(日) 【対戦相手】 Y.S.C.C.横浜

【キックオフ】 13:05 【マッチシティ・タウン】 久万高原町・松前町

【開催日】 11(土) 【対戦相手】 FC今治

【キックオフ】 18:00 【マッチシティ・タウン】 東温市・内子町

【開催日】 26(日) 【対戦相手】 ヴァンラーレ八戸

【キックオフ】 12:55 【マッチシティ・タウン】 伊予市・上島町

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】 5(日) 【対戦相手】 SC相模原

【キックオフ】 13:00

【開催日】 19(日) 【対戦相手】 鹿児島ユナイテッドFC

【キックオフ】 13:00

【開催日】 25(土) 【対戦相手】 FC大阪

【キックオフ】 13:00

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】 10(金) 【対戦相手】 福島ファイヤーボンズ

【ティップオフ】 19:00 【会場】 松山市総合コミュニティセンター

【開催日】 11(土) 【対戦相手】 福島ファイヤーボンズ

【ティップオフ】 14:00 【会場】 松山市総合コミュニティセンター

【開催日】 17(金) 【対戦相手】 アルティアーリ千葉

【ティップオフ】 19:00 【会場】 松山市総合コミュニティセンター

【開催日】 18(土) 【対戦相手】 アルティアーリ千葉

【ティップオフ】 15:00 【会場】 松山市総合コミュニティセンター

【開催日】 25(土) 【対戦相手】 滋賀レイクス

【ティップオフ】 17:00 【会場】 今治市営中央体育館

【開催日】 26(日) 【対戦相手】 滋賀レイクス

【ティップオフ】 14:00 【会場】 今治市営中央体育館

IRC 調査月報
Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT

2023 / NO.425

■発行日: 2023年11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: 石川良二
〒790-0012 松山市湊町4丁目4-3 TEL/(089)931-9705(直通) FAX/(089)931-0201

■印刷: セキ株式会社