

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【 THE COMPANY ～あのと、そして未来へ～ 】

福助工業株式会社

代表取締役社長 / 井上 雄次 氏

【 調査レポート 】

県内大学生の就職観に関する調査

～就職・採用で学生と企業が重視する項目にギャップあり～



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

9

2025
No.447

- 01 | 【視点】
10年前から現在、そして10年後に向けて
四国財務局松山財務事務所 前所長 / 宮本 克久
- 02 | 【THE COMPANY】
福助工業株式会社
代表取締役社長 / 井上 雄次氏
- 10 | 【調査レポート】
県内大学生の就職観に関する調査
～就職・採用で学生と企業が重視する項目にギャップあり～
- 16 | 【compass】
ステーブルコイン規制
京都大学公共政策大学院教授 株式会社伊予銀行顧問 / 岩下 直行
- 17 | 【データよもやま話】
県外出身大学生の就職観
～県外出身者を愛媛ファンに～
- 18 | 【素顔のニューリーダー】
亀井サンキ株式会社 代表取締役社長 / 亀井 裕太 氏
株式会社ウエストコンサルタント 執行役員 / 武智 大輔 氏
- 20 | 【タイだより】
タイのコンビニ業界
- 22 | 【経営・実務Q&A】
税務編 米国の税制改正OBBAについて
酒井啓司税理士事務所 税理士 / 酒井 啓司
法務編 賃料増額請求と借主の対応方法
弁護士法人たいよう 弁護士 / 林 寛大
- 24 | 【愛媛県経済の動き】
- 28 | 【地場産業の景気天気図】
- 30 | 【EVENT CALENDAR】



表紙写真：八日市町並観月会
（喜多郡内子町内子）
撮影：岡本 龍

視点

POINT OF VIEW



10年前から現在、そして10年後に向けて

四国財務局松山財務事務所
前所長 宮本 克久

2012年6月末に愛媛県を後にして以来、約10年振りの2023年7月から再び当地にてお世話になっています。当時を振り返りますと、松山インターチェンジを降りると国道33号の利用を余儀なくされ、松山市内までは恒常的な渋滞が発生していました。主要な駅は四国の他の県庁所在地と比べても昔ながらの風情のあるJR松山駅、また、自家用車、タクシー、路線バスや高速バスが入り乱れ混沌とした松山市駅など懐かしい風景が思い出されます。商店街には旧ラフォーレの建物がそのままの状態となっており、少し異様な雰囲気だった様に記憶しています。

ところが、再び赴任してくると10年余りの間に驚くほどその風景は変わっていました。高速道路のアクセスは外環状線道路が開通し、大都会の様な専用道路により利便性が格段に向上しており、また、新しいJR松山駅は高架化され駅舎も今風に。松山市駅前専用道路になり、歩行者や電車の利用者が安心して往来できるようになっており、なんと郊外では自動運転バスが運行するなど全国に先駆けた新しい交通システムも動き始めています。一方、大街道を歩いてみると新しいホテルが進出してきており、改修を終えた道後温泉の人気もあって、インバウンドも非常に好調となっています。

たった10年の間にこんなにも街が変わっているとなると、次の10年後がどうなっているか。

例えば、JR松山駅の駅前開発がどうなっているか、商店街に点在する開発予定地がどうなっているか、高速道路の空港までのアクセスがどうなっているかなど、非常に楽しみです。

それ以外では、松山財務事務所が松山市に無償で貸付している城山公園も、市民・県民の皆さんや観光に訪れた旅行者の方にとって集い憩える緑豊かな空間のある公園を目指して整備が進んでいます。このほかにも開発整備の計画は街のいたる所に点在していますが、全てを書き始めると紙面が足りなくなるのでこのくらいにしておきますが、今後は、近い将来発生が予想されている南海トラフ地震にも備え、災害に強い街づくりも必要に迫られているなど、国や地方の行政は、民間の力も活用し、地元のあらゆるステークホルダーの意見に耳を傾けて、スピード感のある対応が求められていると思っています。

さて、10年後に再びお邪魔した際には、愛媛県がどのような街に変わっているのか、楽しみにしています。

福助工業 株式会社



福助工業株式会社



代表取締役社長 いのうえ ゆうじ 井上 雄次氏

（略 歴）

1956年(昭和31年) 伊予三島市(現在の四国中央市)に生まれる
1985年(昭和60年) 福助工業株式会社に入社
2007年(平成19年) 執行役員 資材部部长
2009年(平成21年) 執行役員 製造業務部部长
2011年(平成23年) 取締役 製造本部长
2015年(平成27年) 専務取締役 社長補佐兼製造本部长
2016年(平成28年) 専務取締役 社長補佐
2019年(平成31年) 代表取締役 社長就任

水引と瀬戸内の島々を表現した新本社事務所エントランスにて

包む文化を支える総合生活提案型企业

時代が求める最適な包装資材を提供し続けることで、人々の暮らしをより豊かに快適にする。

福助工業株式会社

創 業 1910年(明治43年) 3月
所 在 地 四国中央市村松町220番地
従 業 員 数 1,292名(2025年3月末時点)
売 上 高 1,170億円(2025年3月期)
事 業 内 容 合成樹脂製品、ラミネート製品、食品容器、不織布、紙製品、複合製品の製造
関 連 会 社 福助紙製品株式会社、池田福助株式会社、フクレックス株式会社、土居福助株式会社、関川福助株式会社、大分福助株式会社、フクロン株式会社、株式会社福助物流センター、福助エンジニアリング株式会社、新居浜福助株式会社、株式会社エルパッケージ、株式会社井上小次郎商店、上海福助工業有限公司、PT.FUKUSUKE KOGYO INDONESIA、PT.FUKUSUKE KOGYO

〈支店〉

東京、名古屋、大阪、九州、産業資材営業部

〈営業所〉

仙台、埼玉、横浜、静岡、広島、四国

〈製造拠点〉

国内19カ所

海外3カ所(中国1、インドネシア2)



－元結・水引製造業として創業－

創業者の井上小次郎は、播磨で生まれ、家族を連れて宇摩郡松柏村(現在の四国中央市柏地区)に移り住みました。日露戦争から帰還して何をすべきかずいぶん悩んだようですが、当地が古くから紙の産地で元結作りが盛んでしたので小次郎も作り始めます。その傍ら、詳しい経緯は分かりませんが、紅白の水引の技術を和歌山市日方(現在の海南市)で習得したそうです。そして、水引製造の技術を得た小次郎は、1910年(明治43年)に元結・水引製造業「井上小次郎商店」を創業します。これが当地での水引産業の始まりです。



初代 井上小次郎

水引の起源は諸説ありますが、古くは飛鳥時代に遣隋使が日本に持ち帰った品々に掛けられていた紅白の麻紐から発展したといわれています。また、引けば引くほど強く結ばれることから「人と人を結び付ける」という意味も込められています。

－戦火の中で社員と会社を守り抜く－

創業後まもなく、時代は明治から大正へと移り変わり、日本人の生活様式も西洋化が進むと、次第

に元結や水引の需要は減少していきます。代わって紙糸や紙紐を製造しようとはしますが、昭和に入り戦時色が濃くなるとそれどころではありません。戦時中の小次郎は、導火線の巻紙製造など、どんな仕事でも引き受け、細々と商売を続けて社員と会社を守り抜きました。この精神が、今に続く当社の「家族主義」の原点になったと思います。

－二代目忠三の社長就任と業容拡大－

戦後は、物資不足のなか材料を工夫したり、合間に田植えを手伝ったりしながら事業を継続していました。この状況を大きく変えたのが二代目社長の忠三です。ビルマ戦線から帰還した忠三は、1946年(昭和21年)に二代目社長へ就任します。3年後の1949年(昭和24年)に株式会社化し、翌50年(昭和25年)には新たにのし紙の製造を開始しました。そこには、戦後の平和な世の中の到来を予見し、水引に込められた「人と人を結び付ける」商品への需要が高まるとの確信がありました。その後も、紙袋やグラビア印刷紙など日本の戦後復興とともに業容を拡大します。いずれも大量消費時代の到来を見据えた経営判断でした。



二代目 井上忠三

1910年(明治43年) 井上小次郎が「井上小次郎商店」を創業し、元結・水引の製造を開始	1960年(昭和35年) 社名を「福助工業株式会社」に改称、パラフィン加工開始	1980年(昭和55年) 埼玉営業所開設	1991年(平成3年) 四代目に井上一夫が就任	2000年(平成12年) 株式会社エルパッケージ経営継承	2010年(平成22年) PT.FUKUSUKE KOGYO 設立
1937年(昭和12年) 紙糸・紙紐製造開始	1961年(昭和36年) 「福助紙製品株式会社」を設立	1983年(昭和58年) 横浜営業所開設、スズキ工業株式会社経営継承(現 関川福助株式会社)	1992年(平成4年) 関川福助株式会社移設(木ノ川工場)	2003年(平成15年) ラミネート第二工場完成、土居福助株式会社ISO9001取得	2012年(平成24年) ラミネート第三工場完成
1946年(昭和21年) 二代目に井上忠三が就任	1962年(昭和37年) 本社事務所が完成	1984年(昭和59年) 仙台営業所開設	1993年(平成5年) ラミネート工場完成、ラミネート製品専用工場稼働開始	2004年(平成16年) 上海福助工業有限公司設立 フクロン株式会社・池田福助株式会社ISO9001取得	2017年(平成29年) 三重第二工場完成
1949年(昭和24年) 「株式会社井上小次郎商店」へ株式会社化	1967年(昭和42年) ポリエチレンインフレ加工開始	1985年(昭和60年) 昭和信興株式会社経営継承(現 大分福助株式会社)、フクロン株式会社(津根工場)設立 不織布製造開始、株式会社福助物流センター設立	1994年(平成6年) 天津福助工業有限公司設立(2015年閉鎖)、三重工場完成	2005年(平成17年) 三重工場ISO9001取得	2019年(平成31年) 六代目に井上雄次が就任
1950年(昭和25年) のし紙製造開始	1971年(昭和46年) プラスチック容器製造開始	1987年(昭和62年) 福助エンジニアリング株式会社設立	1995年(平成7年) 五代目に井上治郎(現 会長)が就任 静岡営業所開設	2006年(平成18年) 豊岡工場完成、複合製品専用工場稼働開始 株式会社エルパッケージISO9001取得	2019年(令和元年) 野田工場完成
1954年(昭和29年) 紙袋製造開始	1974年(昭和49年) 日本で初めて極薄強化フィルム製品を開発	1988年(昭和63年) 三代目に井上忠彦(現 相談役)が就任 新居浜福助株式会社設立	1996年(平成8年) PT.FUKUSUKE KOGYO INDONESIA 設立	2007年(平成19年) フクロン株式会社・本社工場・豊岡工場がISO9001取得	2021年(令和3年) フクロン株式会社第二工場完成
1957年(昭和32年) グラビア包装紙製造開始	1975年(昭和50年) 東京支店開設、池田福助株式会社(馬路工場)、フクロン株式会社設立	1989年(平成元年) 池田福助株式会社井ノ久保工場完成	2008年(平成20年) ラミネート工場 ISO9001取得	2023年(令和5年) 四国物流センター完成 ラミネート工場FSSC22000取得	2024年(令和6年) 四国資材センター完成 本社工場1課棟FSSC22000取得
1958年(昭和33年) 大阪支店開設	1976年(昭和51年) 九州支店開設			2025年(令和7年) 新本社事務所が完成	
1977年(昭和52年) 広島営業所、名古屋支店、産業資材営業部開設	1978年(昭和53年) 土居福助株式会社設立				
創業期～1950's	1960's～70's	1980's	1990's	2000's	2010's～

－ ポリエチレン加工への挑戦 －

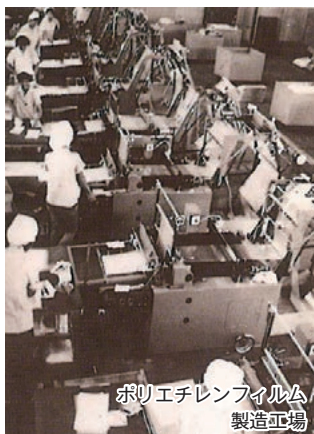
日本が高度経済成長期に入ると、大量消費社会に拍車が掛かり始めます。それに伴い、包装資材にも破れにくさや耐水性など品質の高度化が求められました。忠三はこれを好機と捉えて、発展し始めたポリエチレンの製品加工に挑戦します。

当時の国産ポリエチレン原料は、主に三井化学、住友化学、三菱油化、古川化学、昭和電工の5社が製造していました。業界の主流は透明で伸びやすく柔らかめの低密度タイプで、住友系と三菱系の大手加工メーカーによる寡占状態でしたので、新参者には良い原料が回ってきません。一方、昭和電工が製造していた高密度タイプの原料は、半透明で引っ張っても伸びない強度が特徴でしたが、需要は伸び悩んでいました。そこで、独自に製品化してくれる企業を探すなかで、当社にも声が掛かったようです。当社としても原料確保に苦労していましたので、渡りに船でした。すでに透明のタイプが売れている大手加工メーカーと違い、当社は失うものがなかったことも幸いました。

挑戦はわずか7名の技術スタッフで始まりしました。昭和電工の研究所を訪れ、専門家の指導を仰ぎながら、仲間同士の助け合い・教え合いの日々だったそうです。こうした日々を積み重ねた結果、1967年(昭和42年)にポリエチレン加工を開始します。この時の努力が、今日の当社独自の加工システムの源泉になっています。

－ 忠三の信念で下請けを断る －

実は原料確保に苦労するなかで、大手加工メーカーの下請けという話もあったようですが、忠三は断っています。後に忠三が家業を振り返って、「自分が仕事をするようになれば全国にお得意先を持ち、自分の力で販売してみたいと当時思いました。」と語っているように、売り先は自分が決める、という信念を持っていました。この時に下請



けをしていたら、その後の当社の歴史は大きく変わっていたはずでした。

－ 日本で初めて極薄強化フィルム製品を開発 －

ポリエチレン加工の技術を得たことは、当社が飛躍する大きなきっかけとなりました。当時のポリエチレンには、低密度は伸びやすいが弱く、高密度は伸びにくいが裂けやすい欠点がありました。そこで、欠点の改善に向けて昭和電工が声をかけた数社のうちの1社として、薄さと強さを両立させたフィルムの製品開発に着手します。大手加工メーカーは、すでにサミットバッグという紙製バッグを製造してスーパーに流通していましたので、開発にはあまり積極的ではなかったようです。

この時期、日本は1971年(昭和46年)のドルショックと73年(昭和48年)のオイルショックという2つの難局に見舞われていました。オイルショックで製品単価は2倍になり、売上も倍になりましたが、市場から原料がなくなり増産はできません。そこで、当社は従来品の半分から1/3の厚さ(約10ミクロン)に抑えながら倍の強度を持つ高機能な「極薄強化フィルム」の製品化に積極的に取り組み、高付加価値化によって原料高と減産の危機を乗り越えようとしました。

開発当初、社員たち自身は出来るはずがないと思っていたそうですが、忠三の「他社に負けないものづくり」への信念と社員のたゆまぬ努力の結果、1974年(昭和49年)に国内で初めて成功しました。強度があり破れにくい特徴をもつフィルムは、この後、徐々にレジ袋への利用が進んでいくこととなります。



－設備増強の大英断－

1970年代半ば以降、スーパーの袋が紙製から当社製のポリエチレンに移り変わっていく様子を見た忠三は、これからの必需品として必ずヒットすると感じたそうです。そこで、当時の年商が40億円ほどだったにもかかわらず、1台約1千万円のイタリア製高速製袋機を一気に12台も導入します。1台でも十分な生産能力でしたが、忠三の予見通り、レジ袋はまたたく間に消費者の必需品として普及していくことになります。



しかしながら、この設備増強は過剰投資を招き、一時的に経営が苦しくなりました。その時に手を差し伸べてくれたのが伊予銀行です。その支えもあって、当社はポリエチレン分野へ大きく舵を切ります。その結果、当社の極薄強化フィルムはのちにレジ袋の業界標準規格となり、今や国内トップシェアといわれるまでに成長しました。当時の忠三の大英断がなければ、その後の時流に乗り遅れていたと思います。

－より薄く、より強くする技術力－

このフィルム開発の経験が、厚みを減らして資源を有効活用しながら強度を落とさない技術力を

高めました。資源を半分にして同じ強度を保つためには、原料の配合や溶けたポリエチレン原料を引き上げる速度、送り込む空気量のなどの熟練度が求められます。100を超える配合レシピや目と指先の熟練度が、原料と機械だけに頼らない当社独自の強みといえます。海外品に押されて日系メーカーのポリエチレン事業縮小や撤退が相次ぐなか、当社が生き残れたのは、顧客が求める以上の品質を実現する技術力があったからだと思います。

－「福助」という社名の由来－

「福助」は、江戸時代に招福の神様として定着したといわれています。忠三が福助を好きだったように、商標にも用いたかったそうですが、当時は同業他社が登録していましたので、一旦1956年(昭和31年)に「扇福助」を商標登録します。その後、1960年(昭和35年)に先方のご厚意で商標権の譲渡を受けました。この時、足袋の福助も商標登録していましたが、繊維と紙袋で業種が違うため登録できたそうです。そして、「福助」の商標登録に合わせて同年、社名も「株式会社井上小次郎商店」から「福助工業株式会社」へと改めます。福助の名にあやかって人々に愛され商売繁盛を目指そう、との想いがあったようです。この福助マーク、実は拡大すると袴の家紋のところに「井」と「上」が入っています。

余談ですが、当地には当社以外にもおめでたい社名が残っています。皆さん、ご利益のおかげで長い間頑張っていると思います。



2 second ターニングポイント 6分野の生産体制を確立

－昭和から平成への激動期－

中興の祖ともいえる忠三は、1987年(昭和62年)12月に亡くなります。ここからの数年間は、バブル期から崩壊へと日本全体が激動する時期でしたが、三代目忠彦(忠三の長男)、四代目一夫(忠三の弟)へと忠三の信念は継承されていきます。そして、1993年(平成5年)に最初のラミネート専用工

場が土居町に完成し、翌94年(平成6年)に初の海外拠点である天津工場(2015年閉鎖)が完成した後の95年(平成7年)に、治郎(現会長)が五代目社長へ就任します。

－生産体制と品質管理の強化－

治郎は、社長に就任した翌96年(平成8年)に天

津工場に続く海外拠点として、インドネシアのジャカルタに海外現地法人を設立し工場を建設します。その後、2004年(平成16年)に上海、2010年(平成22年)にはインドネシア第2工場を建設し、現在の海外3拠点体制の基礎を作りました。海外の製造拠点では、スーパーのレジ袋などコストパフォーマンスが要求される製品を日本向けに生産することで、価格競争力を高めています。一方、高度な技術を要するオーダー品等は国内で生産することで品質の高度化と幅広い顧客ニーズへの柔軟な対応を可能にするなど、国内外の生産体制を整えました。

また、ラミネート分野への進出を機に品質管理を強化しました。ラミネートは、複数の機能フィルムを貼り合わせることで多機能化を実現する複合技術で、食品の鮮度維持や医療品分野での用途が期待されました。そのため食品工場と同等の高度な品質管理が求められ、2008年にラミネート工場

はISO9001を取得しました。今ではほとんどの工場を取得しています。こうして治郎の社長在任中に業界最多の6分野(合成樹脂製品、ラミネート製品、食品容器、不織布、紙製品、複合製品)の品質管理体制が確立します。また、企業規模の拡大に伴い、将来ビジョンの共有と持続的な成長に向けて3カ年の「中期経営計画」を策定し始めたのもこの頃からです。



3 third ターニングポイント 強みを生かして逆風に立ち向かう

－天津工場閉鎖と六代目社長就任－

現在に至る基盤を確立した治郎ですが、2010年代に入り在任期間が15年を超え70近い年齢になると、早く誰かに譲りたいと考え始めたようです。

その頃、天津工場でレジ袋を作って日本に持ち込むビジネスモデルが限界を迎え、当社の大きな経営課題となっていました。人件費の安さから90年代初頭に進出した天津ですが、1人あたり月給額が10万円を超える状況ではとても採算が合いません。そこで治郎は閉鎖を決断し、当時、製造本部長だった私が実務の先頭に立って2015年(平成27年)1月末に閉鎖しました。

閉鎖後の残務処理を終えた同年6月、私は専務に昇格します。専務4年目の時に、治郎は私を委員長に指名して外部のコンサルタント会社も入れて、3カ年ではなく5カ年の経営計画策定を指示しました。そして完成を報告すると、実行も任せると言われ、2019年(平成31年)に六代目社長へ就任しました。

－レジ袋有料化で使用量は8割減－

社長就任の翌2020年(令和2年)7月1日から、レジ袋の有料化が開始されました。レジ袋有料化

は、海洋プラスチックごみ対策の一環として、2019年末に政府方針として決定されました。イオンなど大手スーパーは、決定前から有料化していただので覚悟はしていましたが、遂に來たかという感じです。



真っ先に影響を受けたのはスーパー向けで、使用量は8割減りました。コンビニエンスストアは有料化しても消費者は買うか減っても5割程度と予想していましたが、いざ始まるとスーパーと同じく8割減です。消費者が意地になってコンビニから手で持って帰る光景を覚えています。数量が減る分、1枚当たりの利益率を上げるために、技術力の高さを生かして同じ強度のまま厚みやサイズ

を抑えた製品の提案を進めました。一時は半減したレジ袋の売上でしたが、当社の提案が顧客のコスト削減につながったことや、再利用目的の購入増もあり、今では金額、枚数ともに回復の兆しがみられます。

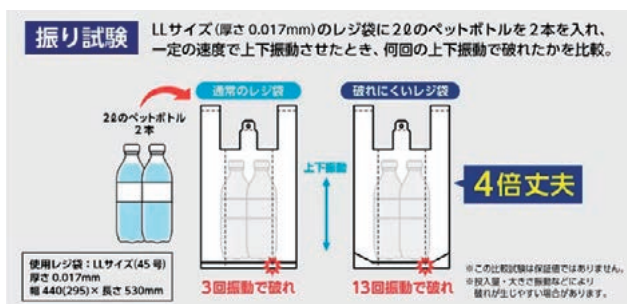
需要が大きく減ると余剰人員が発生しますが、レジ袋製造は最も自動化が進んでいたおかげで、それほど社員が関わっていませんでした。そのため、人手が足りない工場にシフトしたほか、勤務体制を月曜から金曜まで一日3交替として、土日は休みにすることで対応できました。すると、社員には好評で、土日に家族と触れ合える時間が増えたり友達とも遊びに行けたりとすごく喜んでくれました。大きな逆風ではありましたが、思いがけず社員の福利厚生面の向上や働き方改革につながりました。

－ 逆風を製品開発のチャンスに －

レジ袋有料化は、当社にとって逆風ばかりではありませんでした。有料化が始まってよくクレームになったのが、詰め込み過ぎによる①底に穴が空くこと、②突起物に当たると縦に裂けること、そして、③口が開きづらいことの3点でした。当初は使い捨てとされていたレジ袋ですが、実は3円や5円で購入する人の多くは生ごみ袋として再利用していますので、特に①と②はとても不便です。そこで、プロジェクトチームを発足させ、通常業務とは別に30以上の試作品を作りました。

2年余りの試行錯誤の結果、たどり着いた解決策が、底の接着部分を従来品の一本線から両サイドに向かって斜めに上げることです。これにより、横向きの力を分散させることに成功しました。

現在、当社が製造するレジ袋は全て、この改良型に切り替わっています。



※プレスリリース資料から

－ 6分野体制のおかげでコロナ下を耐え抜く －

レジ袋有料化開始とほぼ同時期に見舞われたコロナ下では、さまざまな分野で家庭用と業務用の逆転が起きました。例えば、製紙会社向けでは、業務用トイレットペーパーの外装パッケージの注文がなくなった代わりに、家庭用は予想以上の発注が来ました。フィルム分野でも、大手ファミリーレストランチェーンのセントラルキッチンで料理を小分けにして各店に配送するフィルムの注文がなくなった一方で、冷凍食品など家庭用商品パッケージの大量発注が来ました。売上面では業務用の落ち込み分を家庭用がカバーして問題ありませんが、業務用はあまり印刷していないのに対して家庭用は多色印刷ですので、一気に注文が増えると印刷が間に合わなくなる、といった苦労がありました。また同じ家庭用でも、トンゲで取って入れるハーフクリアパックは減り、代わりに中食トレーなどのデリバリー用や持ち帰り用の容器が増えました。このように分野ごとに波はありましたが、6分野体制を確立していたおかげで、当社全体としては持ち堪えることが出来ました。

コロナ下の思わぬ効果として、社員の移動がフレキシブルになりました。製造拠点が四国中央市に集中しているおかげで、需要が減った事業から忙しい事業へ社員を移動することができました。恐らく他の会社では難しかったかもしれませんが、生産効率を高めるうえでの、新たな気付きとなりました。

－ 現場のニーズを積み重ねてより便利に －

商品開発のチャンスを掴むためには、顧客のニーズをしっかりと聞いてその解決方法を提案するのが早道です。営業社員には会議で成功事例や失敗談を共有し、ロールプレイングを通じて顧客の真のニーズを引き出すことができる質問力を養っています。例えば、「ルックバッグ」という商品があります。コロッケの売り場でよく見掛けると思いますが、紙袋の中が見えるように一部に窓を空けてフィルムを貼っています。揚げ物などで紙袋にしたいけれど中身も見せたいという顧客の要望に応えた商品です。これはスー



パーなど顧客の売上増にも貢献し、さらにはグッドデザイン賞までいただきました。他にも底が平らになるレジ袋や手提げが横に付いたタイプなど、ニーズに応じて多様化を進めています。現場の声からしか出てこないニーズの変化を一つひとつ積み重ねて、10年ぐらい経つと実はすごく便利になっている、ということが製品開発の理想です。

－技術オリンピックの開催－

2020年(令和2年)から毎年4月に、技術オリンピックを開催しています。当初は、各工場の製袋工程部署が集まり技術を競っていましたが、今では国内外の全工場、全工程にまで規模が拡大しています。大会では、グループ単位で技術開発や生産スピード、品質改善や安全面の工夫などを競います。

今年は約2～300チームの応募があり、予選会を

通過した約20チームが決勝に残りました。その中から金賞、銀賞、銅賞を表彰しています。始めた頃は社員も受け身だったかもしれませんが、今では当社の技術力を支える組織風土となっています。来年4月の次回に向けて、全ての工場で工夫に取り組んでいることだと思います。どんな新しい発見があるか、今から楽しみです。



2025年の受賞者

未来に向けて「包む」を通じて社員と地域に寄り添う

－他者をリスペクトできる社員へ－

これから取り組むべき第一は、ハラスメントの撲滅です。人は自分の力だけで生きているのではなく、周りに助けられて生きていくのですから、せめて社員同士は他者に対するリスペクトを持って欲しいと思います。家族主義の下、相手がダメな時に切り捨てるのではなく戦力になるように指導して、共に成長していく会社を目指しています。その一環で、ハラスメント研修を実施しています。

営業も工場も、本気で仕事をしているとつい声を荒げてしまう場面があります。特に工場での危険な行為や間違った取り扱いには大声で注意しないといけません。その後、なぜ大声で注意したかをちゃんと説明すればいいのです。怒鳴りっぱなしが一番ダメなことです。相手の気持ちになって自分がどうフォローすべきかを考えて行動することがハラスメント撲滅の第一歩だと思います。

－社員の人生に寄り添う会社を目指す－

家族主義を掲げるうえで、どんな社員の人生にも寄り添える会社にすることを目指しています。産休や育休は当たり前ですし、介護休暇も必要です。将来的な高齢化を見据えて、今年から60歳定年

を2年に1歳ずつ伸ばして10年かけて65歳定年に、その10年後には恐らく70歳定年で継続雇用は75歳になるでしょう。仮に75歳近くになって丸一日勤務は無理という場合には、短時間勤務など柔軟な働き方ができる受け皿を作っておきたいと考えています。これまでは設備を最大限稼働させるため設備に人を合わせていましたが、これからは人の働き方に設備を合わせないといけないと感じています。

人生の大半を過ごす職場ですから、楽しくてやりがいのある場所に変えていく必要があります。福助工業に入って良かったと、ある程度の年齢になった時に思っただけ欲しいし、理想は自分の子供も入社させようと思ってくれる会社にしたいですね。実際、三代目という社員も入社し始めています。

－地域の企業としての使命を果たす－

当社は全国に製造拠点を有しますが、これからも地元への投資は続けていきます。社長就任以降の数年間で四国中央市内に野田工場(2019年)、四国物流センター(2023年)、四国資材センター(2024年)を完成させました。そして今年4月には新本社事務所が完成しています。

新事務所は、①災害に強いこと、②社員が働きやすく環境に優しいこと、③地域のみなさんと交流が出来る空間があることの3つをコンセプトにしています。災害時には、高齢の方や妊婦さんなど移動が困難な方を中心に避難していただける設備も整えています。例えば、停電時でも二日分の自家発電装置によって業務継続を可能とするほか、電気自動車のバッテリーに蓄えられた電力と太陽光パネルから避難所に非常用電力を供給できます。また、下水道利用が停止した場合に備えて、マンホールトイレや非常用の汚水貯留槽を完備しています。

さらに5月1日には、四国中央市と災害時の協定を締結しました。エントランスの多目的ホールは、普段は社員用のテーブルと椅子を並べていますが、災害時には20張ほどのテントを設置して、福祉避難所としての活用を想定しています。社員とその家族を守ることはもちろんですが、地域の企業としての使命もしっかり果たしていきたいという思いです。



新本社事務所



新本社事務所エントランス展示ショールーム



多目的ホールと避難テント



四国中央市との連携協定調印式で大西市長(右)と

－パッケージで社会課題を解決する－

当社は、紙からプラスチックへの流れを先取りすることで成長してきましたが、今、時代は環境意識の高まりとともにプラスチックごみ削減へと変化しています。20年ほど前からレジ袋と食品トレーのリサイクルや、バイオマス原料に取り組んでいますが、特に関心が高まる海洋プラスチック問題については、海中で生分解されるレジ袋を開発し、国際認証を取得しました。日本から排出される海洋プラスチックごみの削減だけでなく、今後はごみ管理が不十分な国向けの外装材としても利用が期待できます。また、食品ロス問題の観点から、パッケージには賞味期限を延ばす工夫も求められています。紙とプラスチックそれぞれの特性と当社の技術力を掛け合わせることで、社会課題解決への取り組みをさらに拡大していきます。

－パッケージ業界の未来－

日本の総人口が減り続ける現実のなかで、インバウンド訪日客の日本食への関心の高さは明るい兆しです。その美味しい日本食が自国で手に入れば帰国後も買ってくれるのではないのでしょうか。日本のパッケージと冷凍輸送の技術があれば、世界中へ届けることが可能です。日本の人口が7千万人になる頃、世界の人口は約100億人になる見通しですが、ほんの2、3パーセントでも日本国内の数倍のマーケットです。このマーケットに、オール日本で取り組まないといけない時代の到来もそう遠くないはずです。来るべき未来に、ここ四国中央市から人材と技術力で貢献して参ります。

(文責:IRC)

県内大学生の就職観に関する調査

～就職・採用で学生と企業が重視する項目にギャップあり～



要旨

- 01** 愛媛県では若年層の県外への転出超過が続いており、人口減少の大きな要因となっているなか、愛媛大学と松山大学の学生を対象に就職観に関するアンケートを実施して県内大学生の就職観をとりまとめた。
- 02** 全体の51.0%が県内就職を希望している結果となった。うち、県内出身者にその理由を尋ねたところ「家族がいる」(43.7%)が最も多かった。県外就職を希望する理由では「都会で生活したい」(41.0%)が最も多かった。
- 03** 就職の際に重視することを、①自身が求めること②就職先に求めること③労働条件の3つに分けて尋ねた。①では、やりがい・達成感、自分がやりたい仕事・業種、②では、職場の雰囲気や安定性・将来性、③では、休日・休暇、給与水準を重視する学生が多い結果となった。
- 04** 県内企業や主要産業の認知度を尋ねたところ、51.9%が「よく知っている、少し知っている」と回答した。また、県内企業や主要産業の具体的な情報源を尋ねると、「大学の授業」(49.6%)が最多となった。
- 05** 企業の採用活動で重視するものを尋ねたところ、インターンシップや労働環境・働くイメージに関する情報発信を重視する声が多かった。企業が採用活動で重視している項目と比較すると、労働環境・働くイメージに関する情報発信や内定後の継続的な交流で大きなギャップがあった。
- 06** 県内就職割合は低下傾向にあるが、アンケート結果によると県内に就職を希望する学生の割合は上昇している。この県内就職希望者の増加を実際の県内就職につなげるためには、企業と学生間のギャップの解消がカギを握るのではないだろうか。

【はじめに】

愛媛県では若年層の県外への転出超過が続いており、人口減少の大きな要因となっている。前月のmini調査レポート「新卒採用市場は厳しい競争環境続く」では、県内企業の新卒採用について調査しており、大学生の新卒採用市場は厳しく、従業員規模の小さい企業ほど新卒採用離れが進んでいることが分かった。

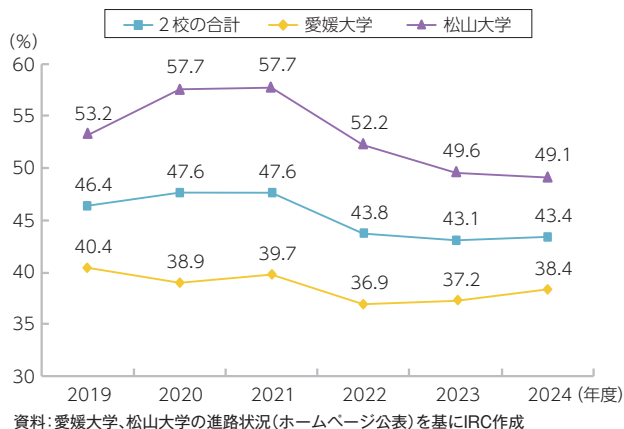
今回の調査では、愛媛大学と松山大学の学生を対象に就職観に関するアンケートを実施して県内大学生の就職観をとりまとめるとともに、前月のmini調査レポートで示された企業の意向などに関連付けて、就職に関する現状を述べる。

1. 県内大学生の県内就職状況

① 県内就職割合

2024年度に愛媛大学と松山大学の学生が県内に就職した割合は43.4%で、2021年から低下傾向にある(図表-1)。

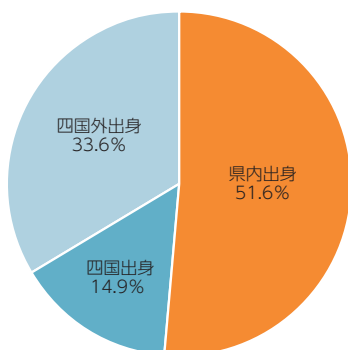
▶ [図表-1] 愛媛大学と松山大学の県内就職者割合



② 出身地域

愛媛大学と松山大学の学生の出身地域をみると、約半数が県内出身者であった。愛媛以外の四国の出身者は14.9%だった(図表-2)。

▶ [図表-2] 県内大学生の出身地域別割合

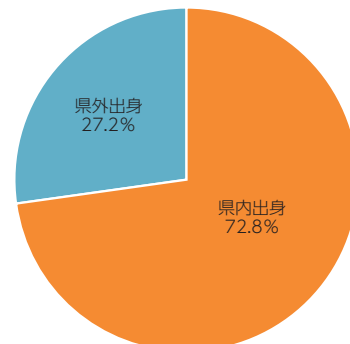


③ 出身地域別の県内就職割合

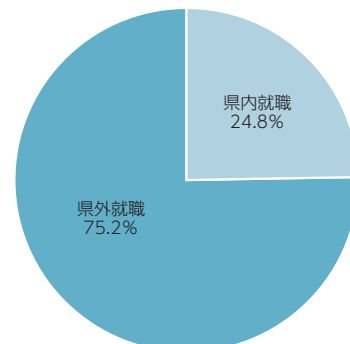
県内で就職した学生を出身地域別でみると、県内出身者は72.8%、県外出身者は27.2%だった(図表-3)。

また、県外出身の学生を就職地域別にみると、県内就職は24.8%、県外就職は75.2%であり、県外出身者の約4分の1が県内に就職している(図表-4)。

▶ [図表-3] 出身地域別の県内就職割合



▶ [図表-4] 県外出身者の就職地域別割合



2. アンケート方法

愛媛大学と松山大学の学生を対象に以下の調査方法で就職観に関するアンケートを実施した。

アンケートの概要			
時 期	2025年5月中旬～6月中旬		
対 象	愛媛大学・松山大学の学生		
方 法	・Webアンケートシステムによる配信・回答 ・アンケート内で取材対象者を募集		
回答者数	467人		
	性 別	男性262人 (56.1%)	女性205人 (43.9%)
	学 年	1 回生:16人 (3.4%)	2 回生:184人 (39.4%)
		3 回生:199人 (42.6%)	4 回生:65人 (13.9%)
		その他: 3人 (0.6%)	
	学 部	文系442人 (94.6%)	理系25人 (5.4%)
出身地	愛媛県:284人 (60.8%)	四国3県:71人 (15.2%)	
	中国地方:66人 (14.1%)	九州地方:12人 (2.6%)	
	関東地方:10人 (2.1%)	関西地方:18人 (3.9%)	
	その他:6人 (1.3%)		
住まい	自宅:202人 (43.3%)	自宅外:265人 (56.7%)	

注:集計は不明分を除く。また、小数点以下第2位を四捨五入して表記しているため、内訳の合計が100%にならないことがある(以下、同じ)。

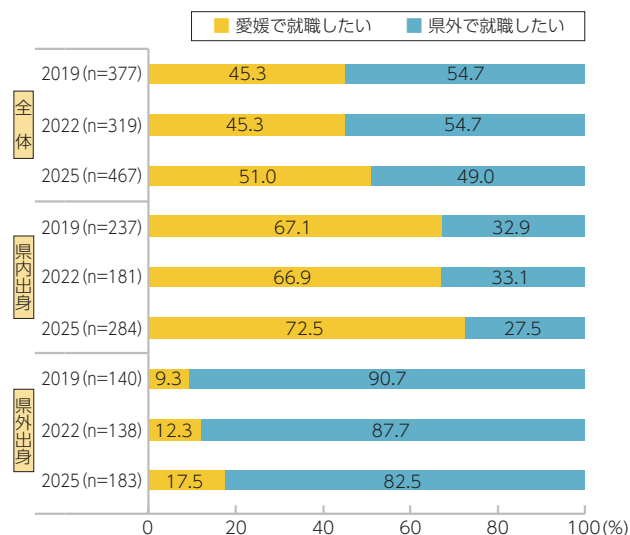
オンライン取材の概要			
時 期	2025年6月下旬～7月中旬		
対 象	愛媛大学・松山大学の学生		
方 法	Zoomを使用		
取材者数	12人		
性 別	男性5人、女性7人		
学 年	1 回生1人/2 回生5人/3 回生5人/4 回生1人		
学 部	文系10人、理系2人		

3. アンケート結果

① 就職希望地域

就職希望地域を尋ねると、「愛媛で就職したい」と答えたのは51.0%、「県外で就職したい」と答えたのは49.0%だった。出身地域別では、県内出身者の72.5%が県内就職を希望したが、県外出身者では17.5%となった(図表-5)。

▶【図表-5】就職希望地域

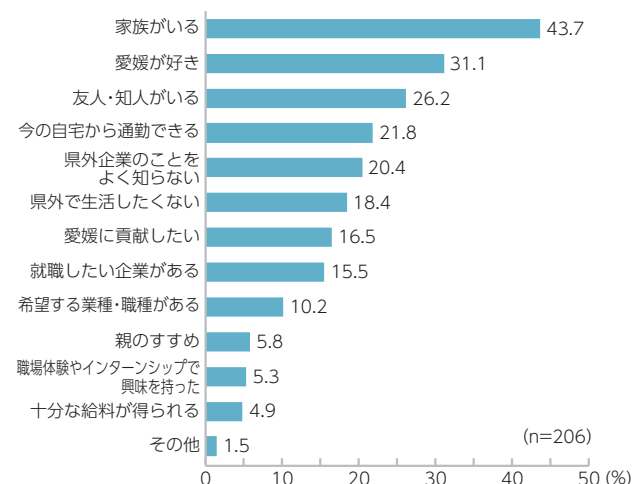


1. ①で述べたように、愛媛大学と松山大学の学生の県内就職割合は低下傾向にあるものの、アンケート結果では県内出身者・県外出身者ともに、愛媛で就職したい学生の割合が上昇する傾向がみられる。

② 愛媛県内で就職を希望する理由

県内出身者に、県内就職を希望する理由を尋ねたところ、「家族がいる」(43.7%)が最多で、次いで「愛媛が好き」(31.1%)、「友人・知人がある」(26.2%)となり、家族や郷土愛を重視する傾向がみられた(図表-6)。一方で、「就職したい企業がある」(15.5%)、「希望する業種・職種がある」(10.2%)などの企業に関する情報は上位にこなかった。

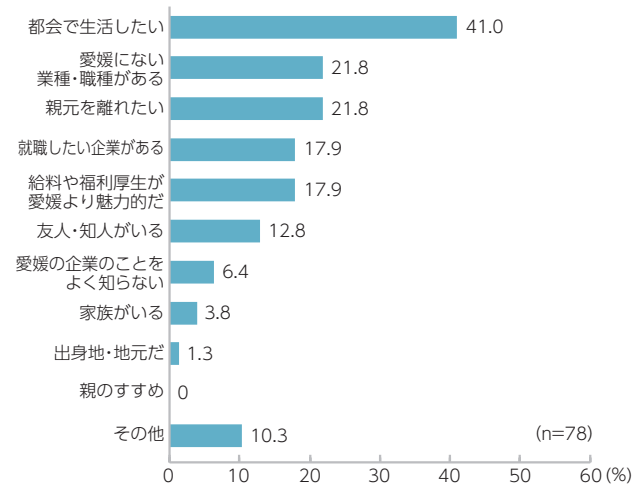
▶【図表-6】愛媛県内で就職したい理由(県内出身者、複数回答)



③ 愛媛県外で就職を希望する理由

続いて、県内出身者で県外就職を希望する学生に理由を尋ねたところ、「都会で生活したい」

▶【図表-7】愛媛県外で就職したい理由(県内出身者、複数回答)



(41.0%)が最多となり、次いで「愛媛にない業種・職種がある」(21.8%)、「親元を離れたい」(21.8%)となった(図表-7)。

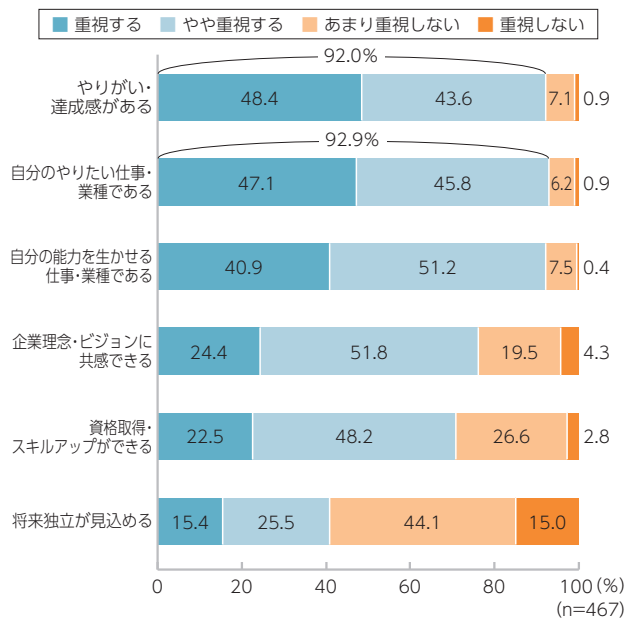
④ 就職の際に重視すること

就職の際に重視することを、①自身が求めることと②就職先に求めること③労働条件の3つに分けて尋ねた。

①自身が求めること

「重視する」、「やや重視する」と答えた割合が高かった項目は、「やりがい・達成感がある」(92.0%)、「自分のやりたい仕事・業種である」(92.9%)となった(図表-8)。学生からは、「自分のやりたい仕事でなければモチベーションが続かない。」などの声が聞かれた。

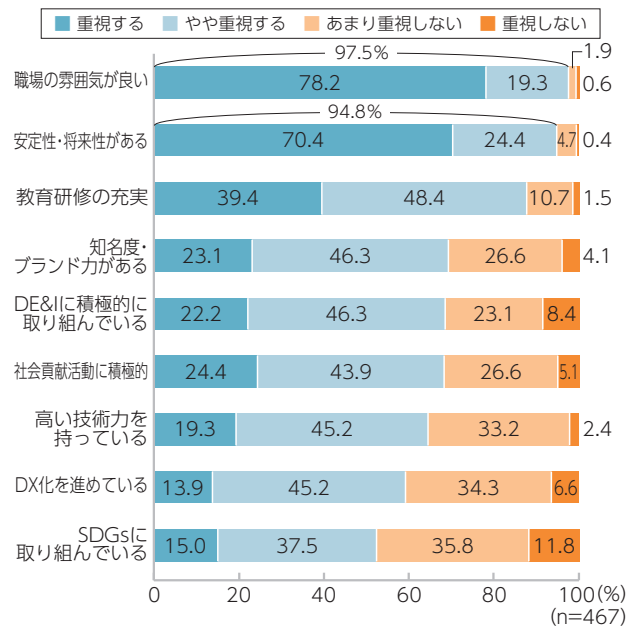
▶ [図表-8] 重視すること(自身が求めること)



②就職先に求めること

「重視する」、「やや重視する」と答えた割合が高かった項目は、「職場の雰囲気が良い」(97.5%)が最多となり、次いで「安定性・将来性がある」(94.8%)となった(図表-9)。一方で、「SDGsに取り組んでいる」(52.5%)を重視する割合は最も低く、学生からは、「SDGsは取り組んでいて当たり前だと思う。」などの声があった。

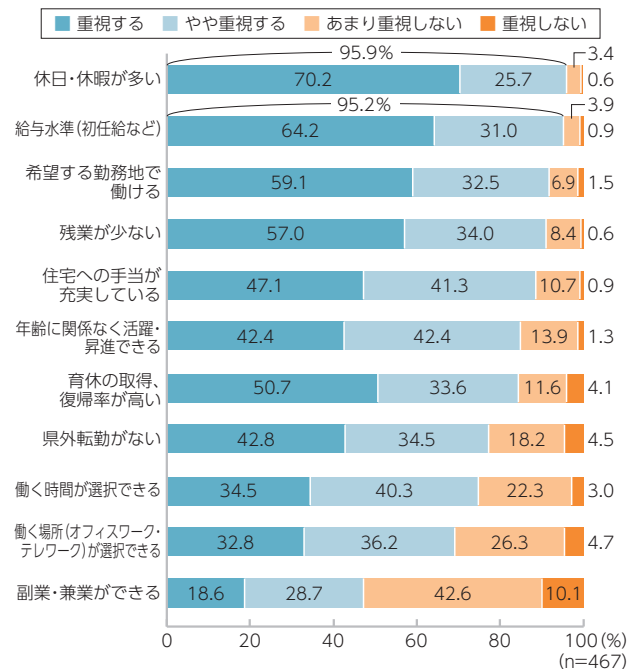
▶ [図表-9] 重視すること(就職先に求めること)



③労働条件

労働条件について尋ねたところ、「重視する」、「やや重視する」と答えた割合が高かった項目は、「休日・休暇が多い」(95.9%)、次いで「給与水準(初任給など)」(95.2%)となった(図表-10)。

▶ [図表-10] 重視すること(労働条件)

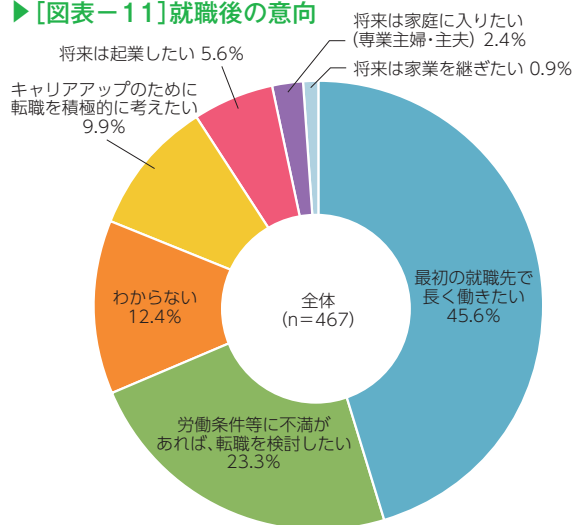


全体を通してみると、学生はやりがいや達成感を重視する傾向にあり、企業には職場の雰囲気の良さ、安定性・将来性などを求めていることが分かった。また、労働条件では休日や給与水準をはじめ全体的に重視する傾向にあることが分かった。

05 就職後の意向

就職後の意向を尋ねたところ、「最初の就職先で長く働きたい」(45.6%)が最多となり、次いで「労働条件等に不満があれば、転職を検討したい」(23.3%)となった(図表-11)。学生からは「職場の人間関係で、精神的な苦痛があれば転職したい」などの人間関係のトラブルを原因とした転職意向の声が多くみられた。

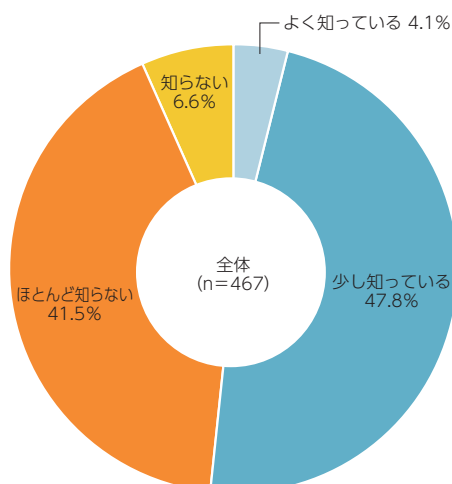
▶ [図表-11] 就職後の意向



06 県内企業・産業の認知について

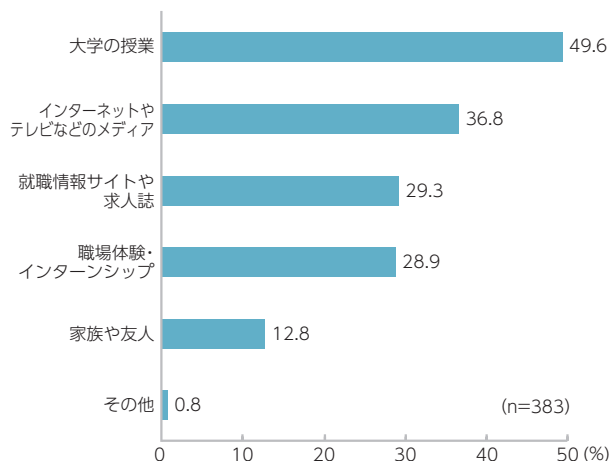
県内の地域別の主要な企業や産業の認知度を尋ねると「よく知っている」(4.1%)、「少し知っている」(47.8%)が合わせて51.9%と半数を超えた。一方、「ほとんど知らない」(41.5%)、「知らない」(6.6%)を合わせて48.1%となった(図表-12)。

▶ [図表-12] 県内の主要な企業や産業の認知度



また、具体的な情報源を尋ねると、「大学の授業」が49.6%、次いで「インターネットやテレビなどのメディア」が36.8%となった(図表-13)。学生からは、「大学講義で知る県内企業は有名企業が多く、中小企業を知る機会ほとんどない」との声が多くあった。

▶ [図表-13] 認知している企業や産業の具体的な情報源(上位2つ以内で複数回答)

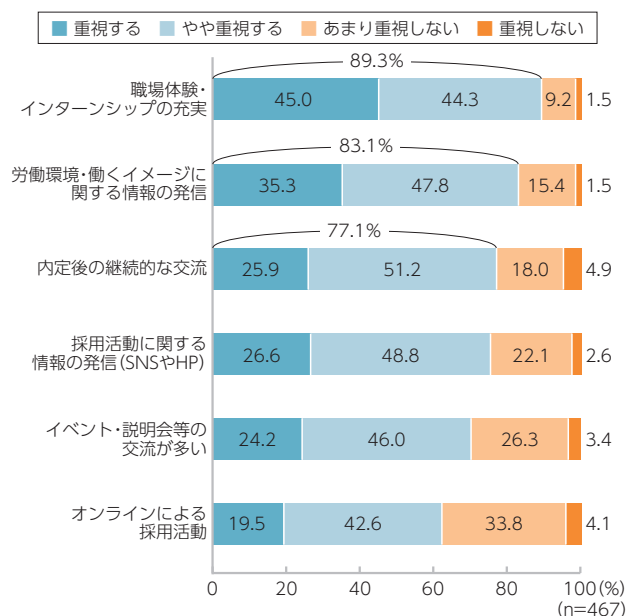


4. 学生と企業が就職・採用活動で重視する項目

01 学生が重視する企業の採用活動

学生が企業の採用活動で重視する項目を尋ねたところ、「職場体験・インターンシップの充実」(89.3%)が最も多く、「労働環境・働くイメージに関する情報の発信」(83.1%)が最も多く、「労働環境・働くイメージに

▶ [図表-14] 学生が重視する企業の採用活動

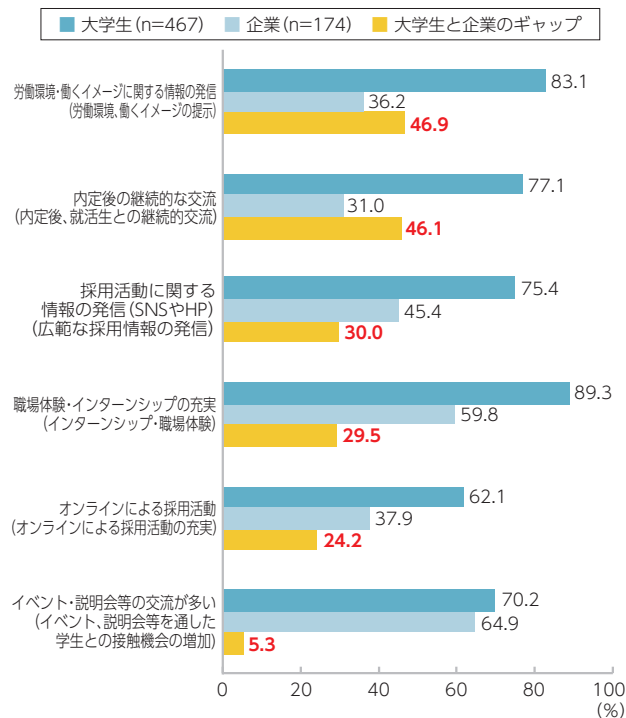


関する情報の発信」(83.1%)、「内定後の継続的な交流」(77.1%)が続く(図表-14)。

② 学生・企業間のギャップ

アンケート結果を踏まえ、前月のmini調査レポートで企業が採用活動において重要視する項目とのギャップをみると、「労働環境・働くイメージに関する情報の発信」が46.9ポイント、次いで「内定後の継続的な交流」が46.1ポイントであった(図表-15)。

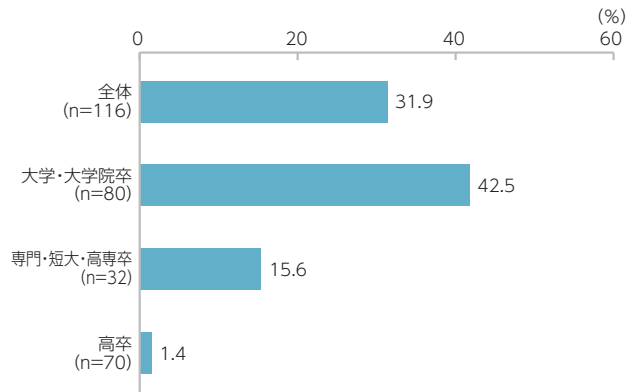
▶[図表-15]採用活動における企業と学生とのギャップ



最もギャップが表れたのは「労働環境・働くイメージに関する情報の発信」であり、前述したように、学生が就職先に求めるのは「職場の雰囲気」が最も多い(3.04参照)ことから、実際に働く職場の労働環境などに関心が高いことが分かる。企業には、イベント・説明会やインターンシップ、SNSなどで、学生がより具体的なイメージを持てるような情報発信の工夫が必要だろう。

また、「内定後の継続的な交流」もギャップが大きい結果となった。前月のmini調査レポートでIRCが推計した結果によると、大学生の内定辞退があった企業は約4割となっており、内定辞退の防止策も重要な課題となっている(図表-16)。

▶[図表-16]内定辞退があった企業の割合



注: 学歴別に以下の式で推計 (内定者数が未回答の企業は除外している)
内定辞退率 = 採用者数が内定者数を下回った企業数 / 採用活動実施企業数

【おわりに】

県内企業は新卒者を確保するために、従来からイベントや説明会、インターンシップの受け入れなどに力を注いでいる。しかし、アンケート結果では、約半分の学生が県内企業や産業について知らないと答えており、情報を入手する機会も大学の授業やインターネットが多く、情報発信における課題は残る。

また、最近では規模の小さい企業ほど新卒採用離れが進んでおり、愛媛大学と松山大学の学生の県内就職割合が低下傾向にあることは、県内の新卒採用市場の厳しさを表している。

一方、アンケート結果では県内出身者・県外出身者ともに、県内に就職したい意向を持つ学生の割合は上昇している。このことは、新卒採用を予定している県内企業にとってプラスの材料であろう。

前月のmini調査レポートで調査した企業の意向とあわせて、就職・採用活動における学生と企業が重視する項目を比較すると、「労働環境・働くイメージに関する情報の発信」、「内定後の継続的な交流」などでギャップがみられた。新卒採用市場は厳しく、応募者数の大幅な増加が見込めないなか、県内企業が採用者を確保する一つのカギは、このギャップの解消ではないだろうか。

最後に、本調査に協力いただいた大学生の皆様および大学関係者の皆様に、心よりお礼申し上げます。

(中井 堯也)



ステーブルコイン規制

京都大学公共政策大学院 教授
株式会社伊予銀行 顧問

岩下 直行



2025年7月、米国議会でジーニアス法が成立した。これにより、日本の資金決済法(電子決済手段)、EUのMiCAと並び、日米欧三極でステーブルコインを直接対象とする制度が出そろった。

ステーブルコインとは、「価格の安定した暗号資産」という意味で使われてきた言葉である。主に米ドルに価値を連動させる仕組みを持つため、価格が激しく変動するビットコイン取引の相方として利用されてきた。だが、その多くは暗号資産の世界で生まれた「通貨もどき」であり、銀行券や銀行預金のような法的裏付けも安全装置も持たない。それにもかかわらず、ステーブルコインは暗号資産取引に不可欠な「ドルの代用品」として爆発的に拡大し、現在では数十兆円規模の残高に達している。

各国の制度整備は、こうした既存コインを伝統的な金融制度の中に取り込もうとする試みといえる。ライセンス制度を設け、運用対象を安全な資産に制限し、経営の安全性を確保することで、安全できれいな「制度内」ステーブルコインを作り出す狙いがある。しかし、そう簡単にはいかないだろう。

特に、米国の制度は日本や欧州とは性格を異にする。ジーニアス法の立法過程には、既に暗号資産の世界で巨大化した「制度外」ステーブルコインの発行者や関係者が参加し、議論を主導した。トランプ大統領は、暗号資産振興の立場からこれらの政策を進めていることを何度も表明している。こうした経緯から、ジーニアス法には既存のステーブルコインを排除するのではなく、

制度外と制度内のステーブルコインを共存させる色合いが強い。

なぜ暗号資産市場でステーブルコインは数十兆円規模にまで膨張できたのか。発行体は初期に、発行によって得た資金を暗号資産市場に投じ、その価格高騰の波に乗った。2017年頃と比べてビットコインの価格は百倍になり、そこで得た利益が発行者の基盤を固めた。そして、その影響は現実世界にも滲み出しつつある。

もともと決済や送金は銀行が担い、厳格に規制されてきた。過去に銀行が乱発した手形や銀行券が信用を失い、破綻や取り付け騒ぎを引き起こした歴史を踏まえ、預金保険や中央銀行といった仕組みが整えられたことで、現在の「安全な決済手段」が実現したのである。

ジーニアス法が整える「制度内」コインは銀行預金の仕組みに似せてはいるが、預金保険や最後の貸し手機能といった安全装置はない。しかも発行者は既に「制度外」コインを抱えており、新しいコインは暗号資産と伝統的金融をより近づける橋渡しになりかねない。

暗号資産が注目される背景には匿名性や規制回避の性格がある。脱税やマネーロンダリングに悪用される恐れも否定できない。その暗号資産と深くつながるステーブルコインは、一見、銀行預金のように見えても、内部で何が起きているかを完全に把握するのは難しい。

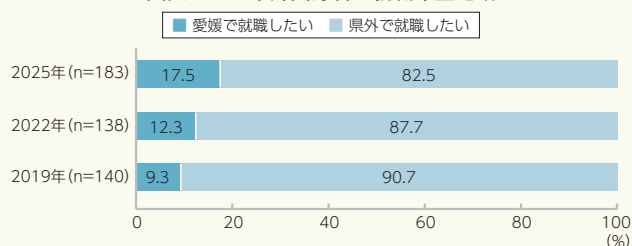
日米欧の制度が出そろった今こそ、制度外のステーブルコインをどう扱い、どこまで統治できるのかを改めて問い直す時が来ている。



県外出身大学生の就職観

～県外出身者を愛媛ファンに～

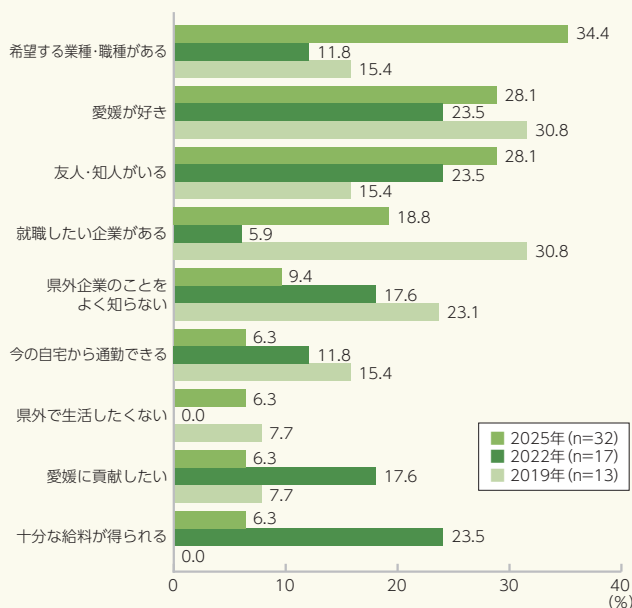
図表－１ 県外出身者の就職希望地域



若年層の県外への転出超過は続いており、社会的な問題となっている。

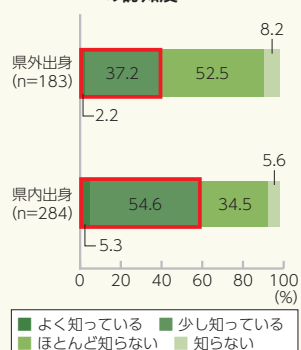
愛媛大学、松山大学の学生の約半数を占める県外出身者のうち、約３割が県内に就職しており、県内の新卒採用者市場において大きな存在感がある。若年層の県外流出を考える際に県内出身者を中心に考えがちであるが、今回は県外出身者に着目する。

図表－２ 県外出身者の愛媛県内で就職したい理由(複数回答)

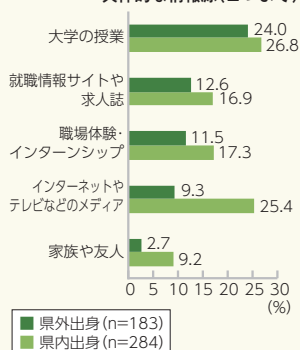


アンケート結果では、県外出身者の県内就職希望の割合は高くないが、年々増加しており、明るい兆しがある(図表－１)。また、県外出身者が県内に就職したい理由は「希望する業種・職種がある」(34.4%)が最も高く、「愛媛が好き」(28.1%)が続く(図表－２)。ただ、県外出身者の県内企業・産業の認知度は県内出身者を大きく下回っており(図表－３)、その情報源をみると「大学の授業」(24.0%)が最多となっている。県内出身者が「メディア」から情報を入手する割合が高いのに対し、県外出身者の割合は低い(図表－４)。学生からは「県内企業の情報が少ないため、知る機会があれば関心を持つかもしれない」との声も聞かれた。

図表－３ 出身地別県内企業・産業の認知度



図表－４ 認知している企業や産業の具体的な情報源(2つまで)



以上の結果から、県外出身者は、県内出身者と比べて就職活動時の県内企業や産業に関する情報量に差が生じている。今後、県内企業が大学や地域と連携して、県外出身者に直接届く情報発信をすることで、県外出身者の愛媛ファンが増え、若年層の県外流出の抑制につながることを期待したい。

(中井 堯也)

100年企業を目指して

亀井サンキ株式会社 代表取締役社長 / 亀井 裕太 氏 (IRCニューリーダー・セミナー32期修了生)



☑ PERSONAL QUESTION

亀井 裕太 (かめい ゆうた) 1988年3月生まれ

モットー 経営は逆算である。
目標を決めて、そこから逆算して行動することを意識している。自社の営業担当者にも伝えている。

趣味 ゴルフ、旅行。
昔から旅行が好きで、最近は家族で福井や沖縄、シンガポールなどに行った。自分もリフレッシュできるし、家族が喜んでくれるのも嬉しい。

夢 引退後は海外でゆっくり過ごしたい。

【会社概要】

〒791-8044
松山市西垣生町1948-8
TEL / 089-994-6767
資本金 / 1,000万円
従業員 / 15名



亀井サンキ株式会社は、金属屋根や外壁材の加工・販売を行っている。鋼材を扱う亀井鐵鋼株式会社の二次加工部門として、祖父の弟の義弘氏が1973年に設立した。なお、亀井鐵鋼株式会社は8年前に阪和興業グループに入ったため、現在はそれぞれ独立した組織となっている。

前職から10年以上営業畑で歩んできた裕太氏は「お客さま視点で、スピード感をもった対応を常に心がけている」と言う。同社ではお客さまごとに担当を決め、その担当者がこまめに各社を訪問してコミュニケーションをとっている。細かな修正や短納期の依頼にもできるかぎり応えてきたため、「父から子へ、世代を超えて長くお付き合いいただいているお客さまが多い」ことが強みとなっている。

若手人材の確保・定着のため、裕太氏は“働きやすい職場づくり”に取り組んでいる。完全週休二日制を導入して年間休日125日以上とし、有給休暇の取得も推進している。裕太氏は「皆が取りやすいよう、まずは自分から」と言い、有給休暇はもちろん、第二子誕生の際には率先して育児休業を1ヶ月取得した。それをきっかけに、育児休業をとる男性社員が出てきているそうだ。

設立から50年を超え、目指しているのは100年企業だ。「そのためには、時代の変化に対応し、ニーズに合った商品を提供する必要がある」と、裕太氏。通気性や耐久性が高く、近年増加する台風にも強い屋根『通気立平^{たてひら}デネブエアルーフ』を扱っている。これを製造・販売できるのは、県内では同社のみ、全国でも限られているそうだ。「少子高齢化に伴い住宅着工件数も減少している。今の商材だけでなく、さまざまな情報をキャッチして、時代とともに事業も変化していかなければいけない」と言う。

今後もお客さまや社員のために、価値の高い商品の提供や社内改善などを行いながら、長く頼りにされる企業となるよう努めていかれることだろう。

(川尻 麻美)

地域活性化に貢献したい

株式会社ウエストコンサルタント 執行役員 / 武智 大輔 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)

株式会社ウエストコンサルタントは、公共事業に必要な測量・設計・補償を一貫して実施できる会社である。現会長の西川^{ひろかず}広一氏が「やりがいを持てる楽しい会社にする」「仕事に対する技術と信頼」を理念に掲げ、1992年に設立した。事業は補償コンサルタント*1、測量、土木コンサルタント*2の他に、保育園運営や労働者派遣と多岐にわたる。

測量士や一級建築士、一級土木施工管理技士など国家資格を持つ社員が多いため、同社事業は、これまで官公庁からたびたび表彰されている。武智氏は「以前は有資格者の採用が多かったが、最近は社内で計画的に育成している」と、胸を張る。各部署で試験に向けてスケジュールを組んで勉強会を行い、受験料の補助や合格手当を出すなど、受験者への支援が充実している。

武智氏は「人材定着が課題だ」と言う。そのため、人事評価制度を改定し、年齢関係なく、頑張った成果を上げた社員を評価することとした。さらに、全員に年1回「経営層へ提案できる権利」を与え、社員の意見が反映される仕組みとすることにより、やりがい創出に努めている。

現在、武智氏は総務部門で管理業務を担当している。同社へ入社したきっかけは小学校から続いていたソフトボールだった。30歳までは同社のソフトボール部『愛媛ウエスト』の選手として活躍し、引退後5年間はコーチとして部を支えた。今では一般社団法人愛媛スポーツクラブの専務理事も務め、地域の青少年スポーツクラブ支援を行っている。「公共事業に寄与しながら、こういった取り組みを通じて、地域活性化にも貢献したい」と、武智氏。

今後も事業を通じて地域のインフラを支え、私たちの生活を守っていかれることだろう。

(川尻 麻美)

*1 公共事業に必要な土地等の取得または使用に関する影響や補償額を調査・算定する業務

*2 砂防、橋梁など社会資本の整備に関する企画・調査・設計などを行う業務



☑ PERSONAL QUESTION

武智 大輔 (たけち だいすけ) 1980年4月生まれ

モットー 100%考えるのではなく、20~30%考えたら動く。
行動しながら状況を見て、都度修正する形にしている。

趣味 買い物、運動、料理。
ファッション全般が好き。特に、車や時計をかうとモチベーションが上がる。

感銘を受けた言葉 「信じて、任せて、感謝する」
侍ジャパン元コーチの白井氏の言葉。特に「感謝」は自分ができていないと感じており、心に強く残った。

【会社概要】

〒790-0047
松山市余戸南1丁目20番33号
TEL / 089-974-3535
資本金 / 2,000万円
従業員 / 80名(パート含む)



THAI LAND

タイだより

タイのコンビニ業界

はじめに

24時間営業しているコンビニエンスストアは、私達の生活の中で無くてはならない存在となっています。

タイでもコンビニは、欠かせない生活インフラになっています。

タイのコンビニ業界、特に圧倒的なシェアを誇るセブン-イレブンについてお届けします。

1 タイのコンビニ業界

日本のコンビニ業界では大手3大チェーンがシェアを奪い合っていますが、タイのコンビニ市場ではセブン-イレブンが圧倒的なシェアを占めています。

タイ コンビニ店舗数の推移

	2020年	2021年	2022年	2023年
セブン-イレブン	12,432	13,134	13,838	14,545
Lotus' go fresh	1,670	2,197	2,153	2,050
Big C Mini	1,215	1,353	1,430	1,548
CJ More	576	746	863	1,000
ファミリーマート Tops Daily	1,112	1,070	598	521
Shell Select	126	172	170	208
ローソン	130	150	161	179
Baichak	21	21	20	20
マックスバリュ	28	20	19	19
合計	17,310	18,863	19,252	20,090

出典：クルンシイ銀行「Industry Outlook 2024-2026 Modern Trade」より作成

少し古いデータですが、2023年のタイのコンビニ店20,090店舗の内、セブン-イレブンが14,545店舗と7割強となっています。

一時期1,000店舗まで拡大していたファミリーマートは、2023年に小売財閥企業セントラルグループとのフランチャイズ契約が切れたことにより撤退を決めるなど、セブン-イレブンの一強体制がより一層強まっています。

2 セブン-イレブンのフランチャイズCPオール

セブン-イレブンのフランチャイズCPオールは、1990年に第1号店となるセブン-イレブンを出店して以降、35年間で約15,000店舗にまで拡大しています。

CPオールは、タイ最大の財閥企業CPグループの1社です。CPグループは、食品、小売、デジタルが中核事業で、総売上高は約13兆円、世界に約45万人の従業員を雇用しており、タイ国民で知らない人はいないのではないかと思います。

特に食品を展開するCPフーズは世界有数のエビの養殖販売、鶏肉の生産加工会社であり、私たちが普段食べているエビフライや鶏の唐揚げは当社の製品かもしれません。

小売りを展開するCPオールは、セブン-イレブンをバンコク都内ではビジネス街や住宅街、駅周辺などに店出しています。店舗のサイズは日本の

コンビニと比較してやや狭い印象です。バンコクから離れた地方の幹線道路沿いには大型の店舗を展開しています。



1つ200円程度で販売されているタイのコンビニ弁当

取り扱い商品は、日本のコンビニと同様、弁当や軽食、飲み物、薬など日常生活に必要な物が中心となっています。



約30種類の飲物を提供するカフェスペース

3 タイ人の食生活とコンビニの関係

古くから間食文化のあるタイでは、1回の食事が少なく、1日に5回食事をする人もいます。

中食(調理済み食品を購入して自宅で食べる)や屋台などで食事をする人が多いためか、今でも中流階級以下の人達が住む自宅やマンションにはそもそも台所が無い物件が多いようです。

近年は経済成長や食生活の改善などから自炊する人達が増えてきましたが、コロナ以降はフードデリバリーの需要も高まり、中食や外食の比率は高くなっているようです。

私の出向先で勤務しているタイ人にセブン-イレブンを利用する頻度を尋ねたところ、毎日利用

しているという回答が大半でした。主に出勤前にセブン-イレブンを訪れ、サンドウィッチや間食用のスナック菓子を購入しているようです。

オフィス近くのセブン-イレブンの前にある屋台で食事をしている人達が、セブン-イレブンを冷蔵庫代わりにして、冷たい飲み物だけを購入する姿も見かけます。



セブン-イレブン前の屋台で昼食を食べる人達



少しずつ普及が進むセルフレジ

おわりに

私自身もタイに赴任して1年を迎えますが、タイのセブン-イレブンは、ほぼ毎日といっても良いぐらいの頻度で利用しています。日本の商品も多く取扱っているため安心して利用できます。

毎月、色々なキャラクターなどとコラボした商品開発が行われており、利用者を飽きさせない企業努力も感じられます。

タイを訪れた際、タイの屋台で食事をしてみたいけど衛生面が気になるという方は、タイ人が普段食べているコンビニ弁当を食べてみてはどうでしょう。現地の味が体験できると思います。

(上田 健太)

【税務編】

米国の税制改正OBBBAについて

酒井啓司税理士事務所 税理士 酒井 啓司



Q. 米国では、「一つの大きな美しい法案(H.R. 1, “the One Big Beautiful Bill Act”)、以下「OBBBA」が成立したと聞きました。どのような内容なのでしょう。

A. OBBBAは第1次トランプ政権時代に創設された減税措置を2026年以降も継続することが基本となっており、新たな減税措置や歳出削減項目なども盛り込まれています。非常に広範な内容であり、また日本と異なる税制であることから、特徴的なものについて説明します。

1. 税制改正項目の概要

(1) 個人所得税

2025年末に期限切れを迎える予定だった所得税率や基礎控除などの減税措置を恒久的に維持しつつ、新たな減税項目が追加されました。

(2) 法人・国際課税

即時償却制度の拡充の他、米国外への流出は課税強化＋米国内への還流は課税軽減という措置が強化されました。

(3) クリーンエネルギー関係

ESG関連税額控除、EV・省エネ住宅関連税制の適用廃止などが行われました。

(4) 遺産税

遺産税の基礎控除額は、2025年で13,990千ドルでしたが、2026年に5,000千ドル(インフレ調整前)に戻る予定でした。OBBBAにより、2026年以降15,000千ドルで恒久化され、さらにインフレ調整が行われます。

2. 個人所得税の改正(一部)

(1) SALT控除の引上げ

SALT控除とは、連邦所得税を計算する際に州税(State)と地方税(Local)を控除する制度です。対象となるのは、州所得税と固定資産税です。現在の対象10,000ドル(夫婦合算)が40,000ドルまで引き上げられます。なお、この措置は2028年までの時限措置です。控除額が増えるということは、連邦所得税について減税となり、富裕層の可処分所得を押し上げることになります。

(2) 残業代控除、チップ控除

残業について25,000ドル(夫婦合算)、チップについて25,000ドルの非課税措置が設けられます。こちらも2028

年までの時限措置です。

3. 法人税関係の改正(一部)

(1) 即時償却制度の拡充

耐用年数が20年以下の事業用資産に係る即時償却制度(ボーナス償却)の償却率が100%に復活(2025年は40%)します。また、内国歳入法179条による即時償却の上限100万ドルが250万ドルに引き上げられます。

(2) 研究開発(R&D)費用の即時損金化

現在は償却制度となっている開発費用について、米国内の支出に限定して、即時償却が選択できるようになります。

4. ESG関連税制の改正(一部)

2032年まで適用されることになっていたクリーン自動車にかかる税額控除が、2025年10月以降に取得する車両から適用廃止となります。また、省エネ住宅改修などの税額控除措置も、2026年以降に供用開始した資産から適用廃止となります。

5. 日本の税制改正への影響

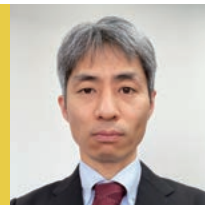
断定的なことは申し上げられませんが、日本の税制の中には、米国の税制に影響を受けた制度もあり、これに関連する制度について国内でどのような改正となるかという点については注意する必要があります。

また、減税による財政面に対する影響も注目されています。米国の財政に負荷がかかれば、金利や為替に影響する可能性がありますので、税制とは別の視点でも注目しておきたいと思います。

【法務編】

賃料増額請求と借主の対応方法

弁護士法人たいよう 弁護士 林 寛大



Q. 建物を賃借していますが、貸主から賃料を増額するという通知がありました。どのように対応したらよいでしょうか。

A. 借地借家法により現在の賃料が不相当になっている場合、貸主は賃料を増額できます。現在の賃料が不相当と言える事情があるか、まずは貸主と協議しましょう。

1. 賃料増減額請求権

不動産賃貸借契約における賃料は貸主と借主の合意により決まるのが原則ですが、合意が成立しなくても、一方的に賃料を増減額できる場合があります。それが貸主または借主が賃料増減額請求権を行使する場合で、土地については借地借家法第11条、建物については同法第32条に規定されています。

賃料増減額請求権の行使が認められるのは「建物の借賃が、土地若しくは建物に対する租税その他の負担の増減により、土地若しくは建物の価格の上昇若しくは低下その他の経済事情の変動により、又は近傍同種の建物の借賃に比較して不相当となったとき」です。

2. 賃料増額請求の効果

貸主が賃料増額請求権を行使した場合であって、現在の賃料が不相当と認められる場合、借主が増額を争ったとしても、その行使の時から賃料が変更となります。例えば、貸主が令和7年9月から5万円の賃料値上を通知して、その値上が妥当だと令和8年1月に決まったとしたら、借主は令和7年9月から毎月5万円の不足額に年1割の利息をつけて支払う必要があります。

3. 不相当の判断材料

現在の賃料が不相当か否か判断する主な事情は次の3つです。

- ①土地や建物に対する固定資産税などの税金や、その他の負担が増減したこと
 - ②土地や建物の価格が上昇・低下したり、その他の経済事情が変動したこと
 - ③近隣の同種の建物の賃料と比較して不相当であること
- これらの事情はあくまで例示であり、裁判ではその他の

事情も総合的に考慮して賃料増額の妥当性を判断します。

4. 借主の対応

(1) 協議

借主は、貸主の賃料増額請求を受入れる義務はなく、まずは貸主と協議を行い、増額の根拠や妥当性について話し合います。この協議により、双方が納得できる金額で合意できれば、それが新しい賃料となります。

(2) 調停、訴訟

当事者間の協議で解決しない場合、貸主があくまで増額を請求するなら、貸主が法的な手続きを取り、決着をつけることになります。賃料の増減に関する争いは、まず簡易裁判所で調停(話し合い)を行い、調停でも合意に至らない場合は、訴訟に移行し、裁判所が最終的な判断を下します。

(3) 賃料の供託

増額について合意できない場合、借主は新賃料が決まるまで、増額した賃料の支払いを拒否することができます。ただし、増額を拒否する場合でも、借主は「自分が相当と考える額の賃料」(増額前の賃料など)を支払い続ける必要があります。もし貸主が増額前の賃料の受け取りを拒否した場合は、法務局にその賃料を供託することで、賃料不払いを理由とする契約解除を防ぐことができます。

5. 共益費の増額請求

共益費の増減額について、賃料増減額請求の規定(借地借家法第32条)を準用して、増減を認める判断を示した裁判例があります。当事者間の公平を図るという観点からは、賃料と同様に、共益費についても増減が認められる余地があり、その場合、現在の共益費を決めた当時の物価や人件費の変動等の事情を考慮して、共益費の増減の可否を判断することになるでしょう。

景気は緩やかな持ち直しが続くが、引き続き物価高や通商政策の影響が懸念される

～四国の現状判断DI、先行き判断DIはともに上昇～

概況

【内閣府月例経済報告：7月】

- 景気は、アメリカの通商政策等による影響が一部にみられるものの、緩やかに回復している
- 先行きは雇用・所得環境の改善や各種政策の効果が緩やかな回復を支えることが期待されるが、アメリカの通商政策の影響による景気の下振れリスクには留意が必要である。加えて、物価上昇の継続が消費者マインドの下振れ等を通じて個人消費に及ぼす影響なども、日本の景気を下押しするリスクとなっている
- 金融資本市場の変動等の影響に引き続き注意する必要がある

【県内経済の状況】

- 景気は緩やかな持ち直しが続くものの、先行きについては、アメリカの通商政策の及ぼす影響に注意する必要がある
- 生産や住宅着工では弱い動きとなっているものの、個人消費は緩やかな回復がみられる

【県内の直近の経済指標】

- 鉱工業生産指数(季節調整値・5月)は前月比3.2%低下し、2ヵ月連続で前月を下回る
- 公共工事請負金額(7月)は前年同月比6.3%増と、5ヵ月連続で前年を上回る
- 住宅着工戸数(6月)は前年同月比37.1%減と、2ヵ月連続で前年を下回る
- 有効求人倍率(季節調整値・6月)は前月比0.01ポイント低下の1.40倍と4ヵ月ぶりに低下
- 百貨店・スーパーの販売額(6月)は前年同月比2.1%増と4ヵ月連続で前年を上回る
- 新車乗用車販売台数(軽自動車含む・5月)は前年同月比0.5%増と5ヵ月連続で前年を上回る

【内閣府・景気ウォッチャー調査(7月調査)】

- 内閣府の景気ウォッチャー調査(季節調整値・7月)によると、四国の景気の現状判断DIは、6月比3.3ポイント上昇の45.6、先行き判断DIは同1.8ポイント上昇の49.1となった。猛暑により夏物需要が好調となっているものの、引き続き物価高騰による買い控えが懸念される

生産

指数は2ヵ月連続で前月を下回る 全国では輸送機械(除.自動車)や電子部品・デバイスが上昇

【総括コメント】

- 速報値で94.3(季節調整済指数、2020年=100)と前月比3.2%低下し、2ヵ月連続で前月を下回る

【県内主要業種の動向：5月】

主な上昇品目

- 「化学」(同+16.3%)：ポリカーボネートの生産増加
- 「輸送機械」(同+2.8%)：鋼船の生産増加

主な低下品目

- 「汎用・生産用機械」(同▲18.7%)：金属加工機械の生産減少
- 「電気機械」(同▲19.0%)：半導体集積回路の生産減少

【全国の動向：6月】

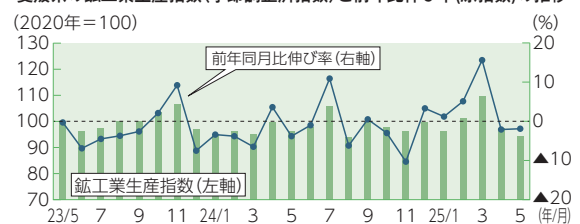
- 102.9(季節調整済指数、2020年=100)と前月比1.7%上昇し3ヵ月ぶりに前月を上回る
- 「輸送機械(除.自動車)」(同+14.8%)や「電子部品・デバイス」(同+2.9%)が寄与
- 「輸送機械(除.自動車)」では航空機向け部品の生産が増加
- 基調判断は、「一進一退」に据え置き

愛媛県の主要7業種鉱工業生産指数(5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	97.5	+0.7	98.0	+0.7
汎用・生産用機械	92.8	▲18.7	85.6	+9.6
電気機械	76.7	▲19.0	77.0	▲14.0
輸送機械	99.7	+2.8	103.4	+2.1
化学	91.8	+16.3	96.9	+4.6
パルプ・紙・紙加工品	88.0	▲2.0	86.7	▲8.0
食料品	103.0	▲3.1	104.2	▲0.1
全 体	94.3	▲3.2	93.3	▲1.9

(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(原指数)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

7月の請負金額は前年同月比6.3%増 5ヵ月連続で前年を上回る

【総括コメント】

- 7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6.3%増の228億円で5ヵ月連続で前年を上回った

【発注者別の請負金額】

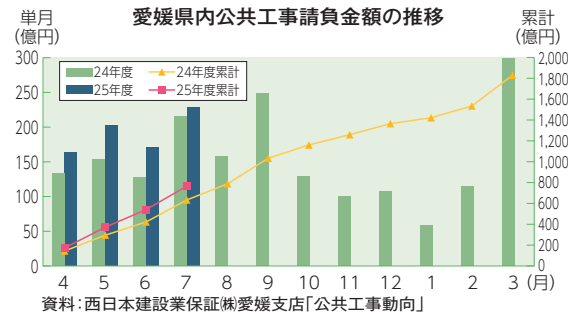
- 前年から増加 ●「独立行政法人等」(同+184.2%)
●「県」(同+50.8%)
- 前年から低下 ●「国」(同▲27.3%)
●「市町」(同▲15.2%)

【トピック】

国土交通省は2024年度の建設業構造実態調査の結果を公表した。5年前に行われた前回調査と比較すると、経常損失(赤字)会社の割合は11.6ポイント増の21.8%、1社あたりの平均従業員数は2.5人減少の11.3人と、収益面・人員面ともに悪化した。一方で、従業員数に占める女性比率は同2.3ポイント増の19.2%となった。建設業界に就職する女性が増えることで、人手不足の解消や、多様な視点・アイデアが生まれることが期待される。

県内の公共工事請負金額(7月)

発注者	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	2,123	▲27.3
独立行政法人等	2,205	+184.2
県	7,590	+50.8
市町	10,800	▲15.2
その他	117	+1052.6
合計	22,839	+6.3



住宅着工

6月の着工戸数は前年同月比37.1%減 2ヵ月連続で前年を下回る

【総括コメント】

- 6月の愛媛県内における住宅着工戸数は292戸で、前年同月比37.1%減と2ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(県内)】

- 前年から低下 ●「持家」(同▲17.1%)
●「貸家」(同▲88.2%)
●「分譲住宅」(同▲12.8%)

【全国の動向: 6月】

- 住宅着工戸数は55,956戸で、前年同月比15.6%減と3ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(全国)】

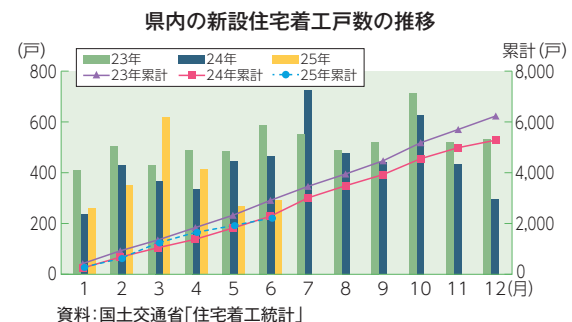
- 前年から低下 ●「持家」(同▲16.4%)
●「貸家」(同▲14.0%)
●「分譲住宅」(同▲17.9%)

【トピック】

2024年度住宅市場動向調査によると、住宅購入資金総額の全国平均値は注文住宅取得世帯が6,188万円と最も高い結果となった。また、注文住宅の購入者の約7割は価格について妥協した(予定より高くなった)と回答しており、税制優遇や補助制度の積極的な活用など、経済的負担を抑える工夫が重要となっている。

新設住宅着工戸数(6月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	232	▲17.1
貸家	16	▲88.2
給与住宅	3	+200.0
分譲住宅	41	▲12.8
分譲マンション	0	-
分譲一戸建	41	▲12.8
合計	292	▲37.1



雇用

有効求人倍率は1.40倍 4ヵ月ぶりに前月を下回る

【総括コメント】

- 6月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.01ポイント低下の1.40倍と4ヵ月ぶりに低下
- 依然として求人数は求職数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：6月】

主な上昇業種

- 「サービス業」(前年同月比+24.5%)：派遣の求人に加え、工事現場やイベントの交通誘導・警備の求人が増加
- 「運輸業、郵便業」(同+11.9%)：物流倉庫でのリフト作業、出荷作業の大口求人があり増加

主な低下業種

- 「宿泊業、飲食サービス業」(同▲29.8%)：スポットワークの活用や省人化の取組みが進み、パートタイムを中心に求人が減少

【トピック】

厚生労働省は2024年度の長時間労働に対する監督指導結果を公表した。監督指導は各種情報から時間外・休日労働時間が1ヵ月当たり80時間を超えていると考えられる事業場等を対象に行われる。監督指導は26,512事業場で行われ、うち11,230事業場(42.4%)で違法な時間外労働が発覚した。各企業においては、過重労働が生じないように、仕組みづくりが求められる。

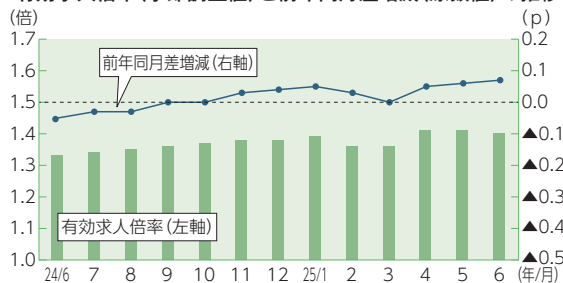
県内の雇用情勢(6月)

(単位：人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	4,023	▲11.8	+3.7
有効求職者数	22,060	▲2.7	▲5.4
新規求人数	9,973	▲1.1	+0.0
有効求人数	28,661	▲1.4	▲0.4
有効求人倍率(季節調整値)	1.40	▲0.01	+0.07

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.30倍	1.30倍	1.29倍	1.32倍
※()内は前年同月差	(+0.07p)	(▲0.04p)	(+0.15p)	(▲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



物価

総合指数(前年同月比+2.6%)、 生鮮食品を除く指数(同+2.6%)ともに上昇

【総括コメント】

- 6月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が110.7と前年同月比2.6%上昇、生鮮食品を除く指数も110.1と同2.6%上昇
- 41ヵ月連続で前年を上回った

【費目別(松山市)】

- 前年から上昇 ● 「家具・家事用品」(同+6.0%)：ルームエアコンや洗濯機などの家庭用耐久財の価格上昇
- 「食料」(同+5.6%)：米類等、幅広い品目の価格上昇
- 前年から低下 ● 「教育」(同▲13.6%)：高校無償化の対象拡大により低下

【全国の動向：6月】

- 6月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は111.4で、前年同月比3.3%上昇
- 46ヵ月連続で前年を上回った

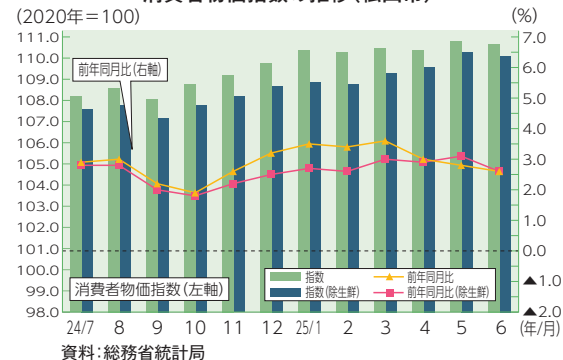
【トピック】

農林水産省によると、7月21日から27日の週に全国のスーパーで販売された米の平均価格は3,625円/5kgとなり、10週ぶりに上昇した。備蓄米の需要が一服し、販売数量が減少したことが要因と考えられる。

費目別の消費者物価指数の動向(6月・前年同月比増減率)

上昇	家具・家事用品(+6.0%) 食料(+5.6%) 光熱・水道(+3.5%) 教養娯楽(+3.3%)	被服及び履物(+2.6%) 保健医療(+2.0%) 交通・通信(+1.9%) 諸雑費(+1.1%)
横ばい	住居(±0.0%)	
低下	教育(▲13.6%)	

消費者物価指数の推移(松山市)



消費

百貨店・スーパーの販売額は前年同月比2.1%増 新車乗用車販売台数は5ヵ月連続で前年を上回る

【百貨店・スーパーの販売額、新車乗用車販売台数】

- 6月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比2.1%増と4ヵ月連続の増加
- うち、百貨店では、衣料品や身の回り品が伸び悩み、同5.1%減
- 5月の新車乗用車販売台数は軽自動車とあわせ2,689台と同0.5%増

【その他業種の販売額】

- 増加
- 「コンビニエンスストア」(同+2.9%)：記録的な暑さで飲料やアイスクリームの売上が増加
 - 「ドラッグストア」(同+10.1%)：食品や制汗剤等ビューティーケアの売上が増加
 - 「家電大型専門店」(同+5.6%)：エアコンやパソコン・スマホの買い替え需要が増加
 - 「ホームセンター」(同+2.1%)：冷房用品やファン付ウェアの売上が増加

【トピック】

日本銀行が発表した6月の「生活意識に関するアンケート調査」によると、1年前と比べた現在の暮らし向きについて、「ゆとりがなくなってきた」と答えた人は61.0%と、約16年ぶりに6割を超えた。長引く物価高で暮らし向きが悪化している。

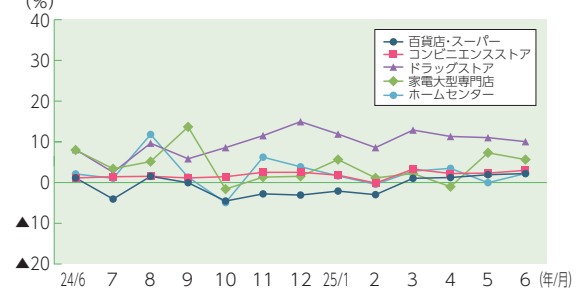
県内の小売店販売額(6月)および新車乗用車販売台数(5月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	172.9	+2.1
コンビニエンスストア	90.2	+2.9
ドラッグストア	112.3	+10.1
家電大型専門店	32.9	+5.6
ホームセンター	30.8	+2.1

	販売台数(台)	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	2,689	+0.5

資料：経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

県内の業態別小売店販売額の推移(前年同月比)



観光

道後温泉旅館宿泊客数は8ヵ月連続で前年を上回る 県内主要観光施設入込み客数は、2ヵ月連続で前年を下回る

【道後温泉宿泊客数】

- 6月の道後温泉旅館宿泊客数は50,689人となり、前年同月比2.2%の増加
- 東アジアを中心とした訪日外国人客の増加が追い風となった

【主要観光施設入込み客数】

6月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月を2.3%下回った

前年から増加

- 東予(同+2.6%)

「道の駅霧の森」「県総合科学博物館」などの施設が前年同月を上回った

前年から減少

- 中予(同▲4.3%)

「道の駅天空の郷さんさん」「とべ動物園」などの施設が前年同月を下回った

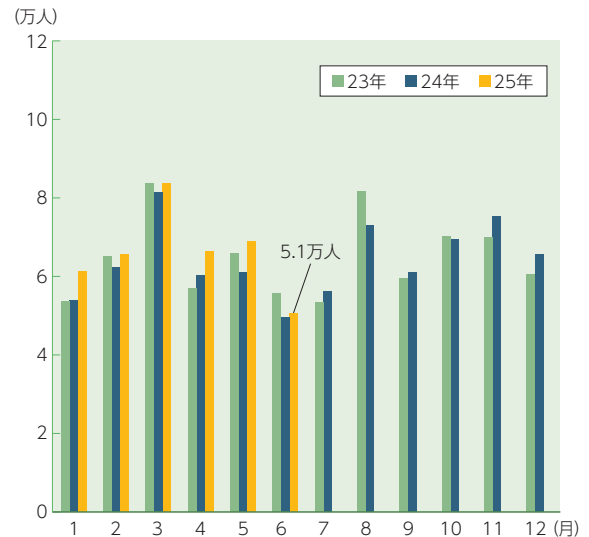
- 南予(同▲2.4%)

「清流の里ひじかわ」「東宇和物産会館どんぶり館」などの施設が、前年同月を下回った

【外国人宿泊者数】

観光庁によると、5月の外国人延べ宿泊者数(第2次速報)は、1,586万人泊、前年同月比16.7%増であった。愛媛県の外国人延べ宿泊者数は47,170人泊で同24.9%増となった。東アジアを中心とした観光客数の増加を背景に、好調に推移した。

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	 ▶ 	7月のマダイの浜値は930円/kg前後と前月比10円の値下がり。900円台の相場は35ヵ月連続。物価高で消費者の節約志向が強く消費動向に弱さはあるものの、餌料や資材など生産コスト高騰を受けて今後も高値相場が続く見通し。ハマチの浜値は、1,400円/kg前後と前月比ほぼ横ばい。全国的に在池尾数が少なく、秋口までは高値圏での推移を見込む。

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1,500ドル前後と前月比横ばい。集魚装置による禁漁を目前に控えるが、トランプ政権の関税政策で先行きが不透明なため慎重姿勢がみられる。一方、国内相場は205円/kg前後と前月比ほぼ横ばい。国内の近海漁が振るわず、原料在庫には不足感がある。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	7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3,025梱、前年同月比4.8%減で6ヵ月連続のマイナスとなった。7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。6月の輸出タオルは中国や米国向けなどが大幅に減少した影響で前年同月比20.1%減、輸入タオルは同5.1%増となった。

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6月の国内出荷は、前年同月比6.4%減で8ヵ月連続のマイナス。デジタル化や企業の経費削減の影響で、チラシやカタログなど商業印刷を中心に低迷が続く。新聞用紙は、前年同月比8.4%減で49ヵ月連続の減少。
	衛生用紙	 ▶ 	6月の国内出荷は、前年同月比2.3%増で2ヵ月ぶりのプラスとなった。トイレ紙が同3.4%増で2ヵ月ぶりにプラスに転じ、商業施設など業務用が好調だったタオル紙も同4.2%増で12ヵ月連続のプラスとなった。一方、ティッシュは同2.5%減で2ヵ月ぶりにマイナスとなった。
	紙加工など	 ▶ 	段ボール原紙の6月の国内出荷は、前年同月比1.4%増で5ヵ月ぶりにプラスとなった。飲料の荷動きが堅調だったほか、日並びの関係などで工場の稼働日数が前年より多かったことが影響した。白板紙も同0.5%増で4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6月の出荷額は、前年同月比2.9%増で4ヵ月ぶりに増加した。国内向けは、主力の油圧ショベルが同2.7%増だったほか、ホイールローダーなどトラクター類も同1.4%増となった。輸出は油圧ショベルが大きく伸びるなどで同4.1%増となったが、米国の関税政策を受けた前倒しの影響が考えられ、注視が必要な状況が続く。

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、7月の輸出船契約実績は7隻・39万5千総トンで、トン数ベースで前年同月比66.1%減だった。目安となる月間100万総トンを大幅に下回った。船種別の内訳は、貨物船(コンテナ船)が3隻、バラ積み船が4隻だった。7月単月の受注量は少なかったものの、7月末の手持ち工事量は613隻・2,981万総トンで3～4年分を有している。
	内 航 	手持ち工事量は1～2年程度を有している。日本内航海運組合総連合会の「所有船舶異動報告書」によると、2024年度の新造船は、前年度比4隻減の78隻となった。主要船型の300～499総トン型貨物船は29隻、油送船は11隻などとなった。隻数の減少には、造船所の働き方改革による建造能力低下の影響もあるとみられる。

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、8月18日時点で2,022で改善傾向。7月下旬には2,200台を回復、ケーブサイズ・バルカー主要5航路平均傭船料も31,000ドルを超え、今年最高値を更新した。オーストラリアやブラジル出しの鉄鉱石の好調な荷動きが中心となって市況を押し上げた。コンテナ船は米国と各国間の関税合意で、荷動き回復が期待される。
	内 航 	日本内航海運組合総連合会によると、6月の輸送量は、貨物船は前年同月比1.6%減、油送船は同0.4%減だった。貨物船はバイオマス燃料の木材チップの輸送が顕著となったほか、備蓄米のスポット輸送が継続している。油送船は、黒油は輸送需要が低調ながら、製油所の定期点検等の影響で前年並みの輸送量となった。白油は、冬場に向けて灯油の備蓄輸送が始まり、前年並みとなった。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設		7月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比6.3%増の228億円であった。「国」や「市町」では前年を下回ったものの、「県」や「独立行政法人等」は前年を上回った。6月の住宅着工戸数は前年を37.1%下回る292戸となった。利用関係別では「給与住宅」では前年を上回ったものの、「持家」や「貸家」、「分譲住宅」では前年を下回った。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
観 光		6月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比2.2%増の50,689人となり、8ヵ月連続のプラス。6月の県内主要観光施設入込み客数は、東予は同2.6%増、中予は同4.3%減、南予は同2.4%減と、東予以外が前年を下回り、全体では同2.3%減となった。また、5月の愛媛県の外国人延べ宿泊者数は47,170人泊で同24.9%増となった。

9

2025

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は8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)
8(月)	皆既月食をみよう！	久万高原天体観測館 (久万高原町)	久万高原天体観測館 ☎ 0892-41-0110	大人 500円 高校・大学生 400円 中学生以下 300円
20(土)~11/24(月・振休)	特別展 「ヨシタケシンスケ展かもしれない」	愛媛県歴史文化博物館 (西予市)	愛媛県歴史文化博物館 ☎ 0894-62-6222	当日券 一般 1,400円 65歳以上 1,200円 高校・大学生 1,100円 小・中学生 700円 前売・団体(20名以上) 一般 1,200円 65歳以上 1,000円 高校・大学生 900円 小・中学生 500円
~28(日)	「展示会」 掘ったぞな松山2025	松山市考古館 (松山市)	松山市考古館 ☎ 089-923-8777	—

SPORTS

愛媛FC

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 20(土) 【対戦相手】ジェフユナイテッド千葉 【キックオフ】19:00 【マッチシティ・タウン】西条市・砥部町

愛媛FCレディース

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 6(土) 【対戦相手】ヴィアマテラス宮崎 【キックオフ】19:00 【会場】ニンジニアスタジアム
【開催日】 28(日) 【対戦相手】オルカ鴨川FC 【キックオフ】13:00 【会場】愛媛県総合運動公園野球技場

FC今治 会場: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】 27(土) 【対戦相手】サガン鳥栖 【キックオフ】19:00

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】 6(土) 【対戦相手】徳島インディゴソックス 【プレイボール】18:00 【会場】坊っちゃんスタジアム
【開催日】 15(月・祝) 【対戦相手】香川オリーブガイナーズ 【プレイボール】18:00 【会場】西条市東予運動公園IRC 調査月報
MonthlyIYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT
2025 / NO.447■発行日: 2025年9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