

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポート】

コロナ下での大学生生活の実態と学生の価値観

～全体の8割近くが大学生生活に満足しているものの、学年により大きな差～

【mini調査レポート】

県内企業のコストの変動と価格転嫁の状況

～ほとんどの企業が今後もコストは上昇すると予想～



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

8

2023
No.422

- 01 | **【視点】**
デジタル実装で地域課題を解決
総務省四国総合通信局 前局長 / 西岡 邦彦
- 02 | **【調査レポート】**
コロナ下での大学生活の実態と学生の価値観
～全体の8割近くが大学生活に満足しているものの、学年により大きな差～
- 10 | **【mini調査レポート】**
県内企業のコストの変動と価格転嫁の状況
～ほとんどの企業が今後もコストは上昇すると予想～
- 16 | **【compass】**
財政支出はフリーランチではない
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
- 17 | **【データよもやま話】**
学生の就職活動期間は長期化
～就職活動が「ガクチ力」に～
- 18 | **【上海だより】**
電気自動車と中国の自動車市場
- 20 | **【経営・実務Q&A】**
税務編 税務行政の将来像2023
和泉会計事務所 税理士 / 和泉 真紀夫
労務編 指示のない時間外労働に対し、業務命令違反だといえるのか
社会保険労務士法人 人的資源研究所 特定社会保険労務士・人事コンサルタント / 平尾 由紀
- 22 | **【愛媛県経済の動き】**
- 26 | **【地場産業の景気天気図】**
- 28 | **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: おんまくの花火
(今治市
亀老山より撮影)
撮影: 岡本 龍

視点

POINT OF VIEW



デジタル実装で地域課題を解決

総務省四国総合通信局
前局長 西岡 邦彦

G7広島サミットは5月20日に「G7広島首脳コミュニケ」を発表し、「デジタル」に関する部分で、「国や分野を超えてますます顕著になっているAIの機会及び課題について直ちに評価する必要性」「関係閣僚に対し、生成AIに関する議論のために、(中略)広島AIプロセスを年内に創設するよう指示」等としました。

技術革新が社会を豊かにし、経済を発展させてきたことは論をまちませんが、生成AI等新しい技術の利活用に際しては時に課題や議論が生じ、一定のルール策定が必要となります。首脳コミュニケは、こうした考えにたったものです。

技術の利活用(最近ではデジタル実装という言葉が使われますが)を話題としましたが、四国総合通信局では、「デジタル実装で地域課題を解決」をキャッチフレーズに、活力あふれ安心して暮らせる四国を実現するために、ICT施策に取り組んでいます。

ローカル5Gは、地域の企業や自治体等が、その個別ニーズに応じ自らの建物内等で柔軟に構築できる5Gシステムですが、四国において地域課題解決のために積極的に活用されています。総務省では、ローカル5G等を活用した課題解決を支援すべく政策メニューを揃

えており、昨年度は、徳島県で救急車と病院を高精細な画像で結び、病院の搬送前に医師が受入れの準備等を行うことにより、1人でも多くの命を救おうとの取組を支援させていただきました。

このほか四国が直面する課題として例えば、
・人口減少、生産年齢人口減少の中で成長するためにどのように企業の付加価値を向上させ、新規産業を創出するか
・高齢化や後継者不足が顕著な農業・林業等はどう省力化を進めるか
・サテライトオフィス等の活用でどう転職なき移住を進めるか

等があるかと思います。デジタル実装はこれら課題の解決に貢献しうと思いますが、総務省自らの政策・人的リソースに限らず関係者と連携した方が課題解決につながりやすいことなどから、3月には四国経済産業局と「地域経済活性化に資する連携に関する覚書」を締結しました。

総務省四国総合通信局は、今後も、地域の現場で課題解決に取り組む自治体、企業・組織、市民の皆様の目線で考え、企業、政府各機関、自治体、各種団体等と十分に連携し、ともに課題解決を図ってまいります。

コロナ下での大学生生活の実態と 学生の価値観

～全体の8割近くが大学生生活に満足しているものの、学年により大きな差～



要旨

01

IRCでは2009年から、県内大学生を対象に、意向や暮らしぶりを把握するための調査を実施している。今回は、コロナ下の大学生生活の実態や価値観などを中心に調査した。**大学生生活の満足度**は、全体では約8割が入学後の大学生生活に満足している(満足+やや満足)。学年別でみると、2回生が最も満足度が高く(86.1%)、大学生生活の大半がコロナ下だった3回生(75.8%)、4回生(44.8%)は満足度が低い。

02

満足・不満を感じる時間を尋ねたところ、「友人との交流」の満足度が高く、1～3回生の約8割が満足に感じていた。最も低いのは部サークル活動で、すべての学年で半数以下となった。4回生だけでなく、1～3回生の満足度も低いのは、コロナの流行によりサークル文化や運営ノウハウが途絶えてしまった影響があるのではないかと。不満を感じる時間は、4回生が他学年に比べて総じて高い。

03

就職希望地域は、愛媛県内に就職を希望している学生は、県内出身者は7割強であるのに対し、県外出身者は1割弱であった。コロナ前の2019年と比べて、県内出身者の県内就職志向がやや強まっている。

04

「**飲みニケーション**」(お酒を飲みながらの交流)の必要性は、88.9%([「必要だと思う」]+「場合によってはあってもいいと思う」)の学生が感じていた。これは、2014年調査の90.2%と同水準であった。そのうち、「必要だと思う」の割合(26.6%)は、2014年(35.2%)から約10ポイント低下している。コロナ下で飲み会の経験が少なかったことが要因と思われる。

05

2023年度はコロナ流行と同時期に入学した4回生をはじめ、**すべての学年でコロナ流行後の入学生**となった。制限が多い生活を過ごし、コロナの5類移行後も、旅行などの非日常にお金をかけるほどの解放感を感じておらず、「飲みニケーション」を必要と感じる割合も低下するなど、コロナ下の生活の影響が残っている一面も垣間見えた。

【はじめに】

IRCでは、県内大学生の意向や暮らしぶりを把握するため、2009年から愛媛大学および松山大学の学生を対象にアンケートを実施している。

今回は、コロナ下で過ごした大学生活の実態や価値観などを中心にアンケートとオンライン取材を行った。

アンケートの概要	
時期	2023年4月上旬～5月上旬
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	398人
性別	男性194人(48.7%) 女性193人(48.5%) 答えたくない:11人(2.8%)
学年	1回生:196人(49.2%) 2回生:65人(16.3%) 3回生:99人(24.9%) 4回生:29人(7.3%) その他:9人(2.3%)
学部	文系206人(51.8%) 理系192人(48.2%)
出身地	愛媛県:178人(44.7%) 四国3県:56人(14.1%) 中国:89人(22.4%) 九州:18人(4.5%) 関東:9人(2.3%) 関西:37人(9.3%) その他:11人(2.8%)
住まい	自宅:132人(33.2%) 自宅外:266人(66.8%)

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	2023年5月下旬～6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	10人(便宜上、A～Jと表記)
性別	男性5名、女性5名
学年	1回生3人/3回生4人/4回生2人/ 大学院1回生1人
学部	文系6名、理系4名

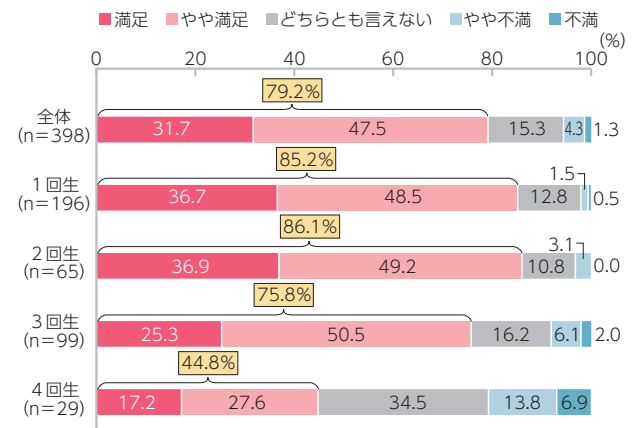
1. 大学生活・人間関係について

① 大学生活

A. 大学生活の満足度

大学生活の満足度は、全体では79.2%が入学後の大学生活に満足している(満足+やや満足)(図表-1)。学年別でみると、2回生が最も満足度が高く(86.1%)、大学生活の大半がコロナ下だった3回生(75.8%)、4回生(44.8%)は満足度が低い。

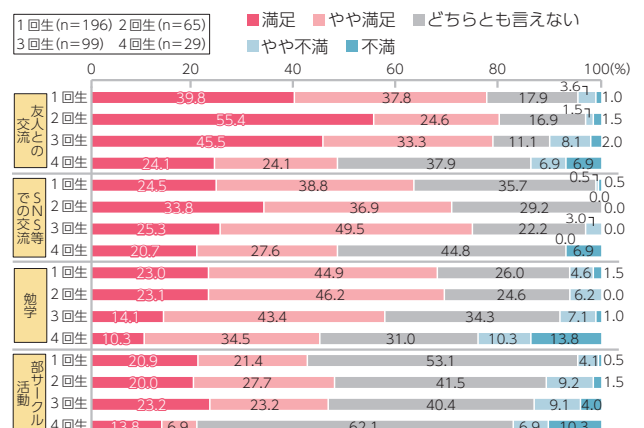
▶【図表-1】大学生生活の満足度



B. 満足・不満を感じる時間

満足・不満を感じる時間を尋ねたところ、「友人との交流」の満足度が高く、1～3回生の約8割が満足に感じていた(図表-2)。最も低いのは部サークル活動で、すべての学年で半数以下となった。4回生だけでなく、1～3回生の満足度も低いのは、コロナの流行によりサークル文化や運営ノウハウが途絶えてしまったことが要因の1つと考えられる。不満を感じる時間は、どの項目も4回生が他学年に比べて総じて高く、特に「勉強」や「部サークル活動」は顕著だ。授業や部サークル活動の制限などで、思い描いていた大学生活とのギャップに苦しんだ世代といえる。

▶【図表-2】満足・不満を感じる時間



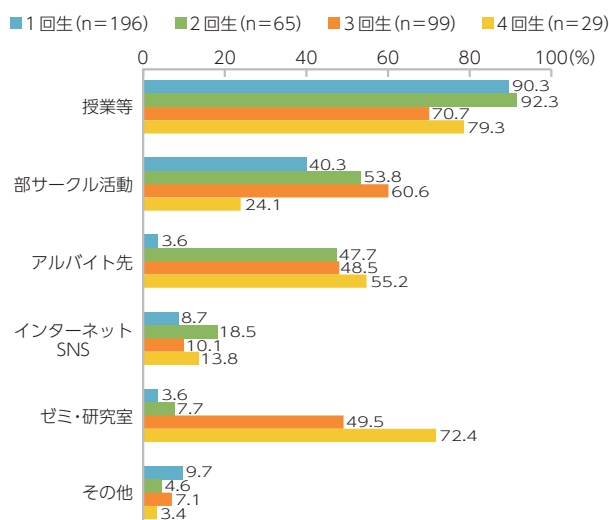
02 人間関係

友人と出会った場所は、全学年で「授業等」が最も多い(図表-3)。「部サークル活動」は、1～3回生が40～60%と多いものの、4回生は24.1%と他学年に比べて特に少ない。4回生は限られた交流の機会としての「ゼミ・研究室」(72.4%)が1～3回生に比べて多かった。

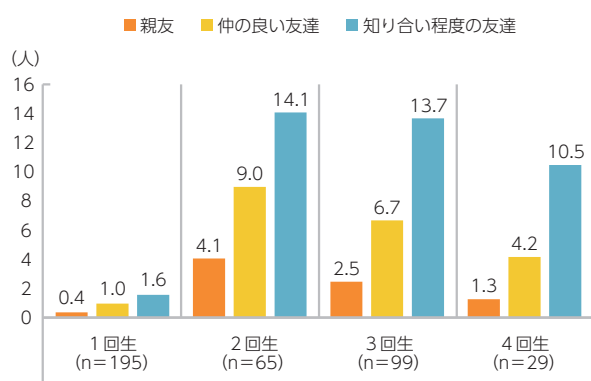
友人の数は、「親友」「仲の良い友達」「知り合い程度の友達」のすべてで2回生が最多だった(図表-4)。学年が上がるほど減少し、「知り合い程度の友達」は、3回生は13.7人、4回生は10.5人であった。「親友」は、3回生は2.5人、4回生は1.3人である。コロナの流行は、交友関係の「広さ」のみならず、「深さ」にも影響があった。

授業への出席が最も友人と出会うチャンスだが、特に対面での授業が少なかった4回生はチャンスそのものが失われたのだろう。

▶[図表-3]友人と出会った場所(複数回答)



▶[図表-4]大学入学後にできた友人の数の平均



大学生生活・人間関係



大学院
1回生/F

コロナ前に比べると部サークルの数は減っている。残っている組織も活動は縮小している。①コロナ下で活動への参加者が減ったこと、②3、4回生の代の入部者が少なかったことが理由。運営ノウハウや文化の継承ができず活動をやめたサークルは多い。



3回生/A

コロナ下のオンライン授業は友人が作りにくい面もあったが、一人で行動している人も多く、逆に気楽な面もあった。



1回生/I

部サークルの勧誘や新入生オリエンテーションなどイベントがたくさんあったので、友人作りには全く困らなかった。



3回生/H

キャンパスは下級生の頃に比べれば、人も多くかなり活気が出てきた。2023年度に入ってかなり雰囲気は変わってきたと思う。

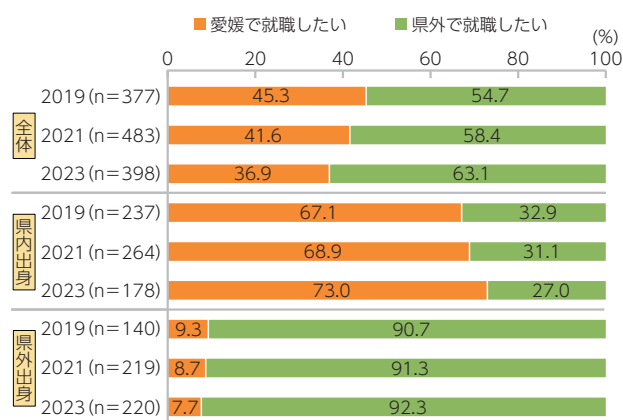
2. 就職について

01 就職希望地域

就職希望地域は、愛媛県内での就職を希望している学生は、県内出身者は7割強であるのに対し、県外出身者は1割弱だ(図表-5)。

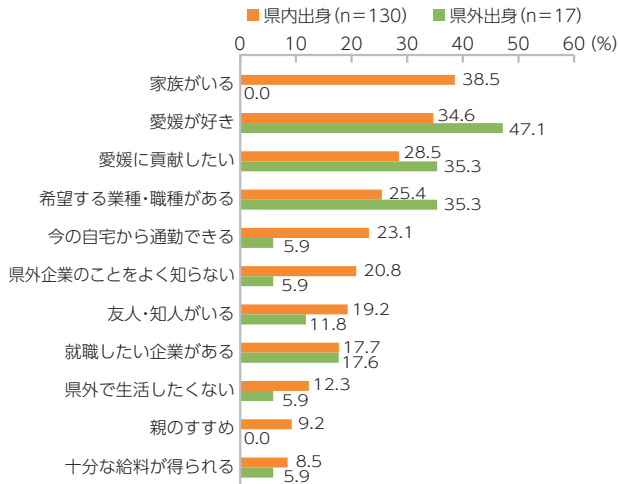
コロナ前の2019年と比べると、県内出身者の県内就職志向がやや強まっている。

▶[図表-5]どこで就職したいか



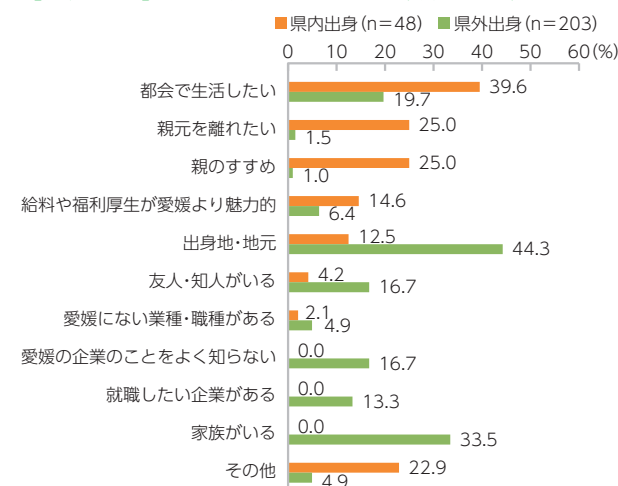
愛媛での就職希望学生のうち、県内出身者は「家族がいる」(38.5%)が最多で、「愛媛が好き」(34.6%)が続く(図表-6)。県外出身者では「愛媛が好き」が47.1%で最多となった。

▶[図表-6]愛媛で就職したい理由(複数回答)



次に、県外就職希望の学生のうち、県内出身者は「都会で生活したい」(39.6%)が最も多く、「親元を離れたくない」「親のすすめ」(25.0%)が続く結果となった(図表-7)。

▶[図表-7]県外で就職したい理由(複数回答)

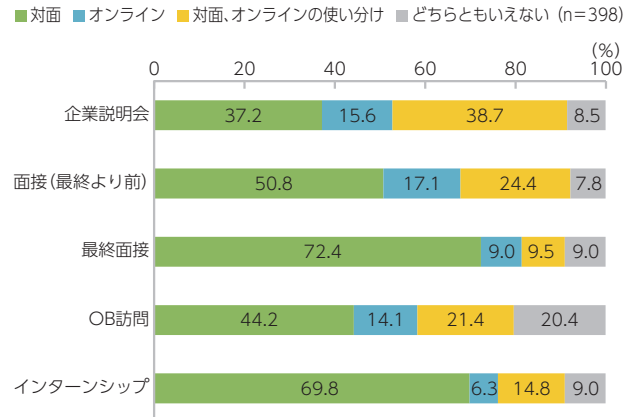


② 就職活動の実施方法

就職活動の階層別の実施方法について、全ての項目で「対面での実施希望」が「オンラインでの実施希望」を上回った(図表-8)。「対面」は「最終面接」(72.4%)が最も多く、「インターンシップ」(69.8%)が続いた。一方、「企業説明会」は、「オンライン」「対

面、オンラインの使い分け」を合わせると50%以上になり、他項目より多い。志望度が低い、会場が遠方の場合ほどオンラインを希望しているようだ。

▶[図表-8]希望する就職活動の実施方法

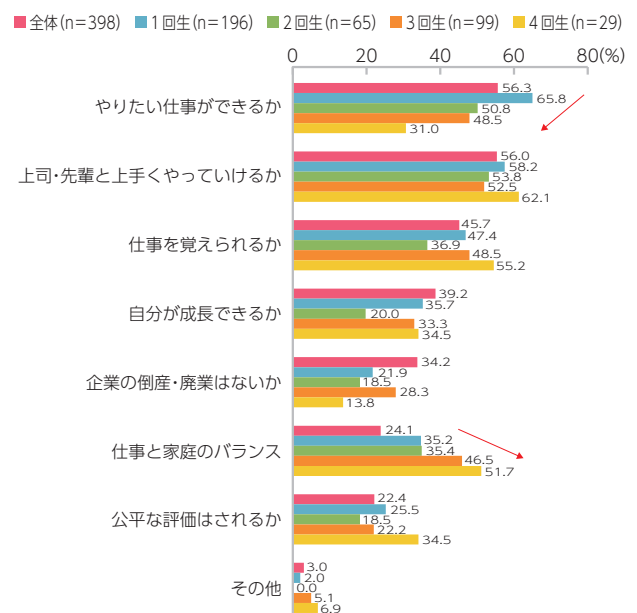


3. キャリア観について

① 働く上で不安なこと

働く上で不安なことは、全体では「やりたい仕事ができるか」(56.3%)「上司・先輩と上手くやっていけるか」(56.0%)が多かった(図表-9)。学年別でみると、「やりたい仕事ができるか」は1回生が65.8%で、4回生が31.0%と、学年が上がるにつれて低下している。一方、「仕事と家庭のバランス」は1回生が35.2%で、4回生が51.7%と、学年が上がるにつれて、より現実的な不安に移っている。

▶[図表-9]働く上で不安なこと(複数回答)

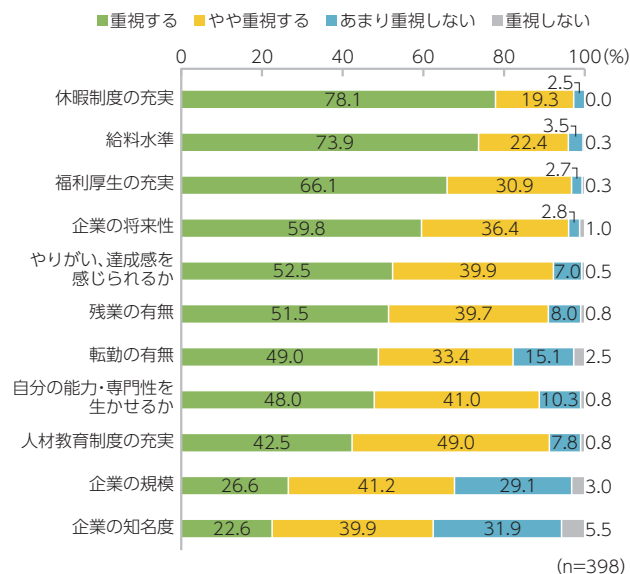


② 就職する際に重視すること

A. 全体

就職する際に重視することは、「休暇制度の充実」(78.1%)「給料水準」(73.9%)の割合が高い(図表-10)。一方、「企業の規模」(26.6%)「企業の知名度」(22.6%)はあまり重視されていない。

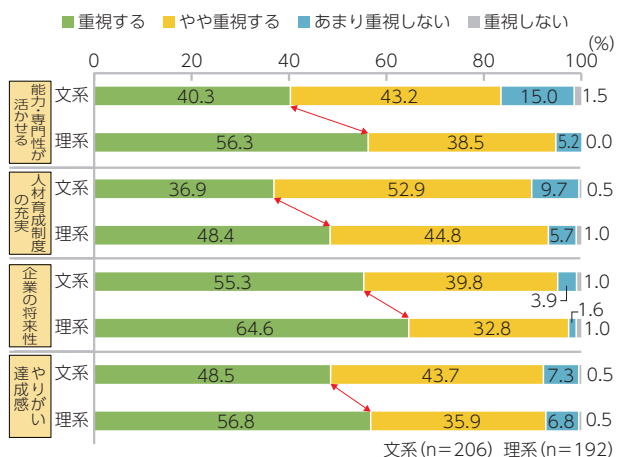
▶【図表-10】就職する際に重視すること



B. 文理別

文理別でみると、差が最も大きいのは「能力・専門性が活かせる」で、文系が40.3%、理系が56.3%と16.0ポイントの差があった(図表-11)。ほかには、「人材育成制度の充実」「企業の将来性」「やりがい、達成感を感じられるか」で文理差が大きく、いずれも理系で重視する割合が高かった。

▶【図表-11】就職する際重視すること(文理別)
(文理差が大きかった上位4項目)



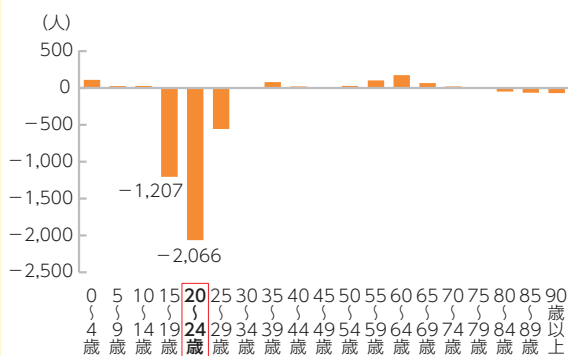
【コラム】人口減少対策のカギは県内出身大学生の県内就職

愛媛の人口は減少を続けている。年齢階級別では、就職をする「20～24歳」の転出が最も多い(図表-12)。人口減少を緩和するには、県内出身大学生に県内で就職してもらうことが重要だ。

インタビューの中で、「県内企業を知っているか」を聞くと、5～10社程度の企業名がすぐに挙がった。しかし、企業名を知っているだけでは十分ではない。コロナ前(2019年)と比べて県内出身者の県内就職志向がやや強まっており(図表-5)、地元の良さが見直されつつあるが、都会へのあこがれは根強く、就職先の県内外で迷っている学生は多い。

大学生が就職する際に重視することは、休暇や福利厚生に次いで、企業の将来性ややりがいである(図表-10)。知名度がなくても、学生の重視するポイントをしっかりと訴求し、都会へのあこがれを超える魅力を感じさせることが重要ではないか。

▶【図表-12】愛媛県年齢階級別転入数-転出数(2022年)

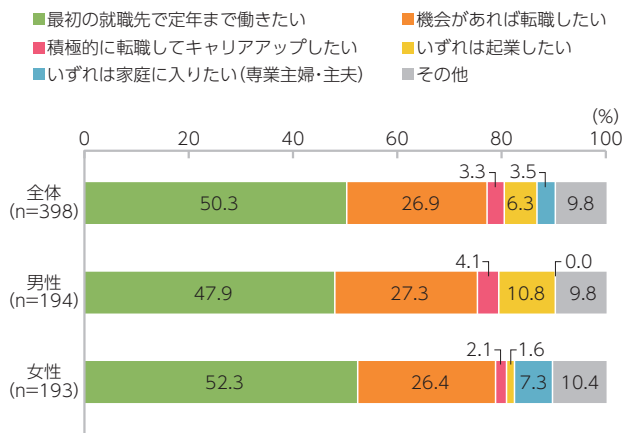


資料：総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」

③ 就職後の意向

就職後の意向は、全体では「最初の就職先で長く働きたい」(50.3%)が最多で、「機会があれば転職したい」(26.9%)や「いずれ起業したい」(6.3%)などを大きく引き離している(図表-13)。男女別では、男子学生は「いずれ起業したい」(10.8%)が女子学生に比べて多く、女子学生は「いずれは家庭に入りたい」(7.3%)が男子学生に比べて多かった。

▶ [図表-13] 就職後の意向



就職・キャリア観



3回生/B

コロナ下の学生生活では、サークル活動などが活発でなく、就職面接時の自己PR材料が少ないので困っている。



4回生/C

企業情報は、マイナビ、リクナビなどで調べた。学内講座でこれらの使い方を教えてくれる。周りの県外就職志望者は、基本的には県内企業と併願していた。県内企業のことを全く知らずに県外で就職するパターンは少ないと思う。



3回生/G

結婚前の若い時期は、転勤や残業はやむを得ないと思うが、結婚・出産などライフステージに応じて柔軟に働ける企業に就職したい。



1回生/E

企業の規模や知名度は気にしない。小さくても長く続いている企業なら安心できる。また、産休・育休の制度が整っている企業に就職したい。



1回生/J

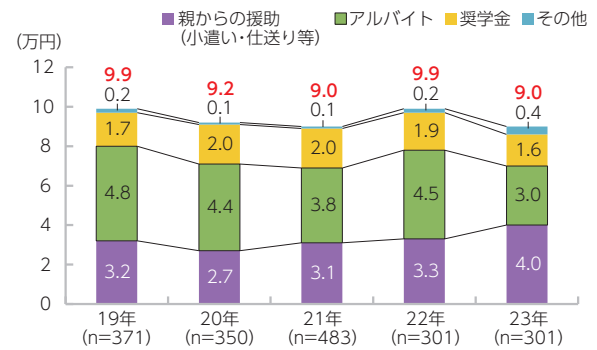
せっかく専門分野(農学)があるので、専門性をいかせる職業に就きたい。

4. 金銭事情について

① 収入状況

毎月の平均収入額は前回調査から0.9万円減の9.0万円だ(図表-14)。内訳は、親からの援助が0.7万円増加したものの、アルバイトが1.5万円減少した。

▶ [図表-14] 毎月の平均収入額

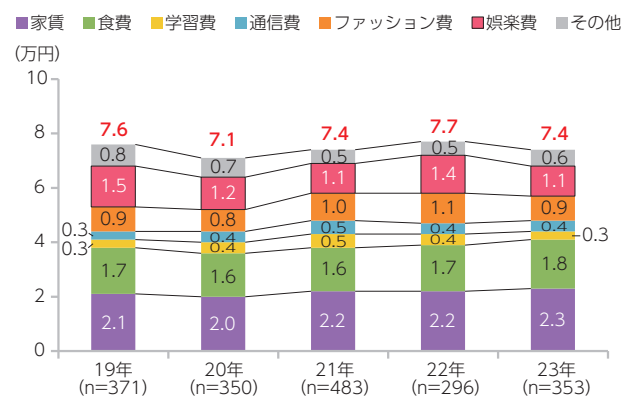


注: 赤字は収入総額。
19年までは紙媒体、20年以降はWebでアンケートを実施。(以下、同じ)

② 支出状況

毎月の平均支出額は、前回調査から0.3万円減の7.4万円となった(図表-15)。内訳では、「娯楽費」が0.3万円減の1.1万円となった。

▶ [図表-15] 毎月の平均支出額

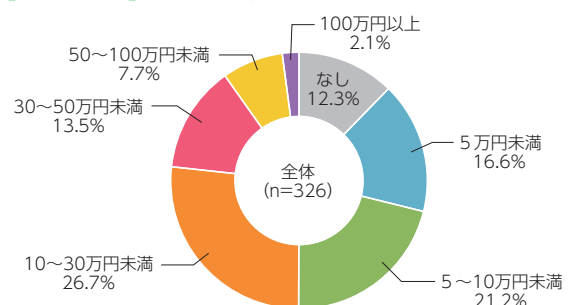


注: 赤字は支出総額。

③ 貯蓄状況

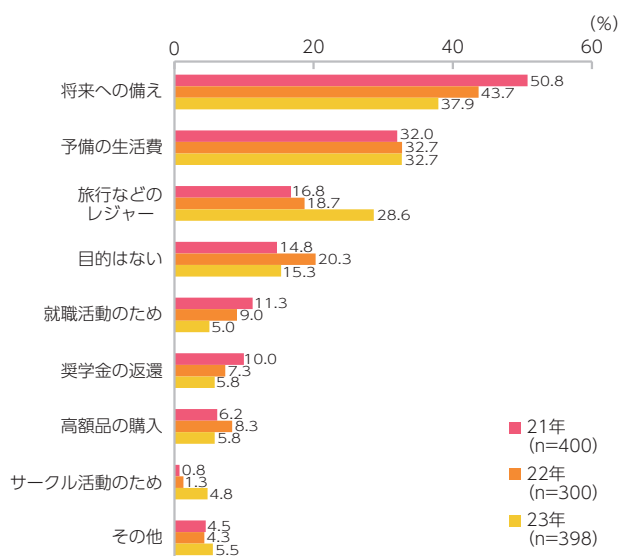
現在の総貯蓄額は、「10～30万円未満」(26.7%)が最も多く、「5～10万円未満」(21.2%)が続く(図表-16)。

▶ [図表-16] 現在の総貯蓄額



貯蓄の目的は、「将来への備え」(37.9%)が最も多い(図表-17)。また、「旅行などのレジャー」(28.6%)は前年比9.9ポイント増と上昇した。「将来への備え」は2021年から年々低下しており、コロナの影響緩和を受けて、備えとしての貯蓄が旅行などの消費に向かっていることがうかがえる。

▶【図表-17】貯蓄の目的(上位2つ以内で複数回答)

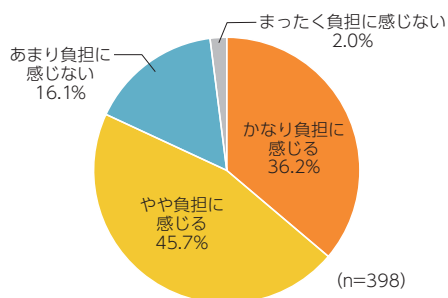


5. 消費について

① 物価上昇の影響

物価上昇の影響は、81.9%（「かなり負担に感じる」+「やや負担に感じる」）が物価上昇を負担に感じている（図表-18）。

▶【図表-18】物価上昇の影響

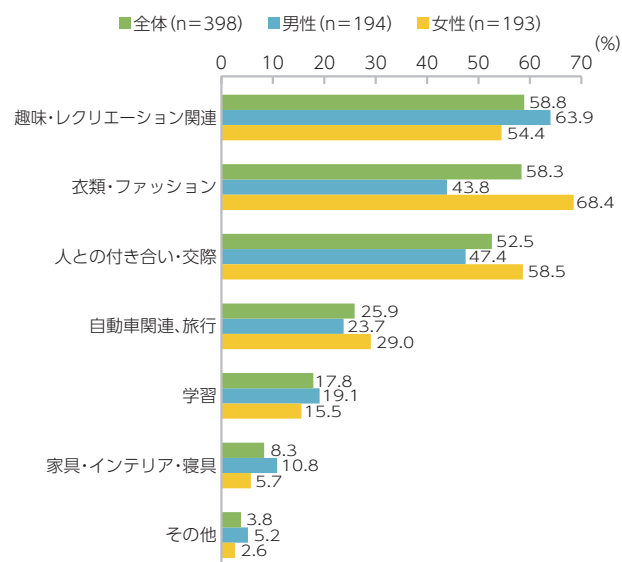


② 学生の間にお金をかけたいこと

学生の間にお金をかけたいことは、全体では「趣味・レクリエーション関連」(58.8%)が最も多く、

「衣類・ファッション」(58.3%)、「人との付き合い・交際」(52.5%)と日常に近い項目が続く(図表-19)。「自動車関連、旅行」は25.9%にとどまり、学生が非日常にお金をかけるほどの解放感を感じていない。

▶【図表-19】学生の間にお金をかけたいこと

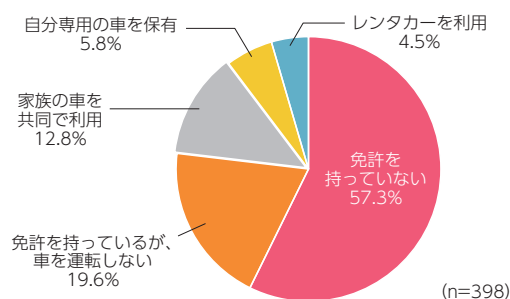


③ 自動車に対する意識

A. 車の保有・利用状況

車の保有・利用状況は、自分の車を持っている学生は5.8%にとどまり、76.9%（「免許を持っていない」+「免許を持っているが、車を運転しない」）の学生が車に乗っていない(図表-20)。

▶【図表-20】車の保有・利用状況

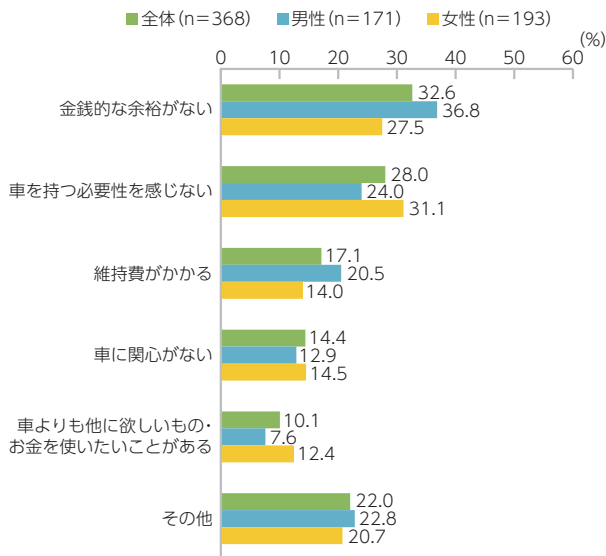


B. 車を持っていない理由

車を持っていない理由は、全体では「金銭的な余裕がない」(32.6%)が最も多かった(図表-21)。男子学生は、「金銭的な余裕がない」(36.8%)が最も多く、女子学生は「車を持つ必要性を感じない」

(31.1%)が最も多い。

▶ [図表-21] 車を持っていない理由(上位2つ以内で複数回答)

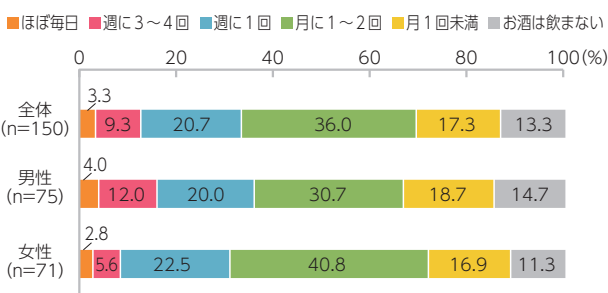


04 お酒に対する意識

A. お酒を飲む頻度

お酒を飲む頻度は、全体では「月に1～2回」(36.0%)が最も多かった(図表-22)。習慣的に飲む学生は、男子学生が16.0% (「ほぼ毎日」+「週に3～4回」)、女子学生がその半分の8.4%であった。

▶ [図表-22] お酒を飲む頻度

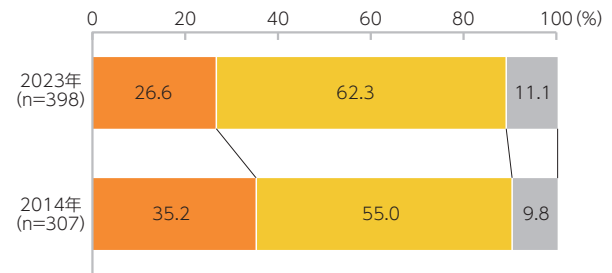


B. 飲みニケーション(お酒を飲みながらの交流)の必要性

「飲みニケーション」の必要性は88.9% (「必要だと思う」+「場合によってはあってもいいと思う」)の学生が感じていた(図表-23)。2014年調査の90.2%と同水準であった。そのうち、「必要だと思う」の割合(26.6%)は2014年(35.2%)から約10ポイント低下している。コロナ下で飲み会の経験が少なかったことが要因と思われる。

▶ [図表-23] 飲みニケーションの必要性

必要だと思う 場合によってはあってもいいと思う あまり必要ないと思う



消費



1回生/I

物価上昇の影響はスーパーで強く感じる。できるだけ安い店で買ったり、レシピを工夫したりしている。



4回生/D

コロナ下で行動が制限されていた反動で、旅行に行きたい意欲がかなり高まっている。



1回生/E

コロナの影響は緩和されているが、旅行に行こうと思わない。コロナ下の生活で旅行は気軽に行くものではない非日常の大きなイベントという思考になってしまった。もっと日常に近い趣味や人付き合いにお金をかけたい。



3回生/A

コロナ下で飲み会の経験がほとんどなく、飲み会で他人と仲良くなった経験が少ないので、飲みニケーションの必要性がイメージしにくい。何となく社会で重視されているイメージはある。

【おわりに】

2023年度はコロナ流行と同時期に入学した4回生をはじめ、すべての学年でコロナ流行後の入学生となった。制限が多い生活を過ごし、コロナの5類移行後も、旅行などの非日常にお金をかけるほどの解放感を感じておらず、「飲みニケーション」を必要と感じる割合も低下するなど、コロナ下の生活の影響が残っている一面も垣間見えた。

(三浦 直也)

県内企業のコストの変動と 価格転嫁の状況

～ほとんどの企業が今後もコストは上昇すると予想～

はじめに

経済社会活動の正常化に伴い、国内景気は緩やかに回復している。新型コロナの5類への移行に伴うサービス需要の持ち直しやインバウンドの急回復が追い風となっている。

一方で、長引く物価上昇が企業を悩ませ続けている。今回は、県内企業を対象に、原材料・商品仕入価格やエネルギーコスト、人件費の変動や価格転嫁の状況についてアンケートを実施した。

～アンケート結果 要旨～

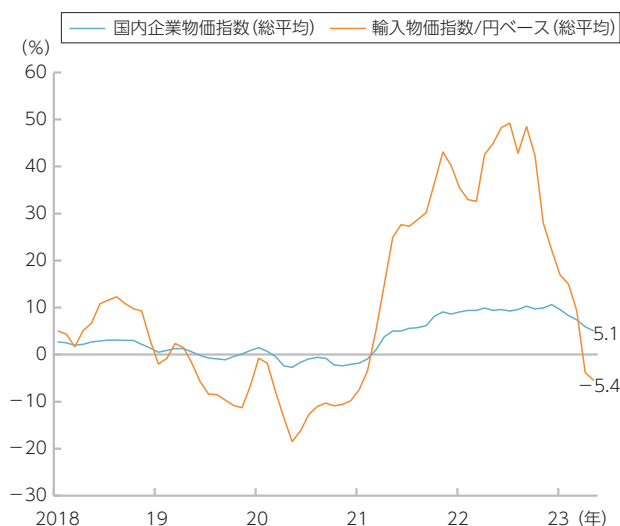
- ・過去1年間のコストは約9割が「上昇」と回答し、平均上昇率は17.0%であった(図表-3、4)。コストの種類別にみると「原材料・商品仕入価格」は17.3%、「エネルギーコスト」は21.8%、「人件費」は8.0%の上昇となった(図表-5)。
- ・販売価格への転嫁は「6～9割」と回答した企業が37.5%と最も多かった(図表-6)。一方、「小売」や「運輸」「サービスその他」といった業種では転嫁はあまり進んでいない。
- ・販売先と価格交渉を行ったと回答した割合は73.4%であった(図表-7)。
- ・価格転嫁ができた理由は、「取引先の値上げ許容度が高まった」(59.8%)が最も多く、次いで「競合他社も値上げを実施した」(38.0%)が続いた(図表-9)。
- ・今後のコストの見通しは「上昇」または「やや上昇」とした企業が9割近くを占めた(図表-11)。業種別にみると、「上昇」とした割合は「食料品」(52.0%)や「旅館・ホテル」(55.6%)で高い。

1. 国内企業物価と輸入物価の推移

国内企業物価指数と輸入物価指数の前年同月比をみると、2023年5月時点で国内企業物価指数は+5.1%、輸入物価指数は▲5.4%となった(図表-1)。円安や資源高の緩和、政府による価格抑制策により、一時期に比べ、企業物価は落ち着きをみせている。

足元では、日本銀行の金融緩和の継続への思惑等から円安が再び進行している。日本の物価高騰は、円安を含む海外要因によるところが大きいことから、企業物価が明確に鈍化を示すには、相応の時間を要すると考えられる。

▶【図表-1】国内企業物価指数と輸入物価指数の推移
(前年同月比)

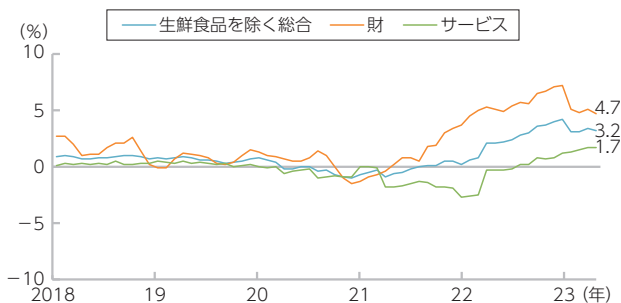


資料：日本銀行「企業物価指数」

2. 消費者物価の推移

2023年5月の消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)は前年同月比3.2%上昇した(図表-2)。消費者物価の上昇はこれまで財(モノ)がけん引してきたが、最近ではサービス価格も上昇しはじめている。サービス需要の持ち直しや、人手不足の深刻化、賃上げ等がサービス価格の上昇につながっている。

▶[図表-2]消費者物価指数の推移(前年同月比)



資料:総務省「消費者物価指数」

3. 県内企業向けアンケート

県内企業を対象にコストの変動や価格転嫁に関するアンケートを実施した。アンケートの概要は以下の通り。

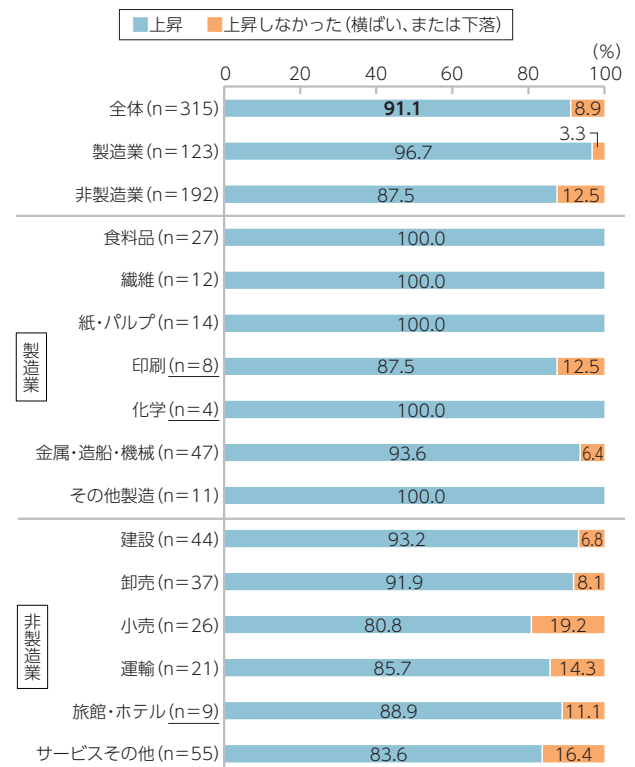
調査実施内容	
調査対象	愛媛県内に事業所をおく法人 793社
調査方法	郵送によるアンケート方式
調査時期	2023年5月
回答状況	有効回答企業 329社 有効回答率 41.5%

① 過去1年間のコストの変動について

過去1年間のコストは、全体では91.1%が「上昇」と回答した(図表-3)。部門別では、製造業が非製造業に比べ「上昇」の割合が高かった。

一方、「上昇しなかった(横ばい、または下落)」と回答する業種は「小売」「サービスその他」で2割近くとなった。

▶[図表-3]過去1年間のコストの変動について



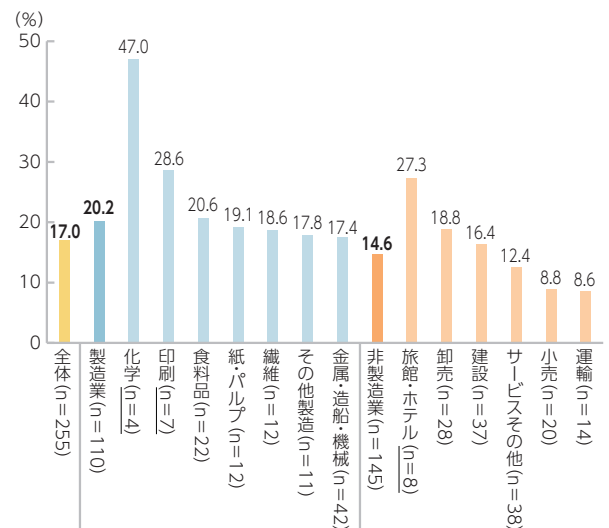
注1:小数点第二位以下を四捨五入しており、合計が100%にならないことがある。以下のグラフも同様。

注2:10未満のサンプル数には下線。以下のグラフも同様。

② コストの上昇率

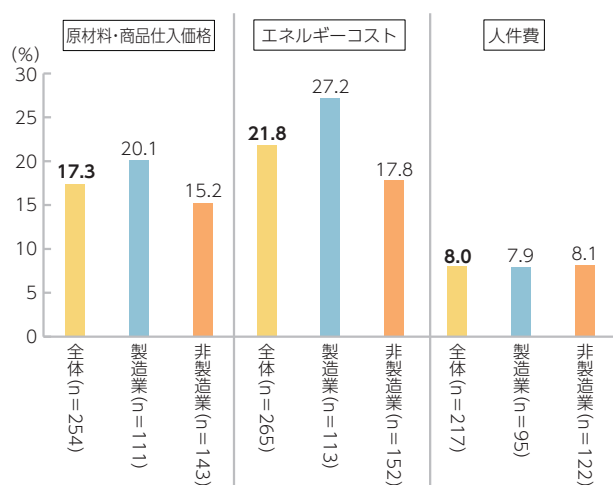
コストが上昇したと回答した企業に、過去1年間のコストの平均上昇率を尋ねると、全体では17.0%となった。製造業が20.2%、非製造業が14.6%上昇した(図表-4)。

▶[図表-4]コストの平均上昇率(過去1年間)



コストの種類別に平均上昇率をみると、「原材料・商品仕入価格」は全体では17.3%、「エネルギーコスト」は21.8%、「人件費」は8.0%となった(図表-5)。「原材料・商品仕入価格」と「エネルギーコスト」は製造業が非製造業に比べ上昇率が高いが、人件費の上昇率では両者に大きな差はみられなかった。

▶【図表-5】原材料・商品仕入価格、エネルギーコスト、人件費の平均上昇率

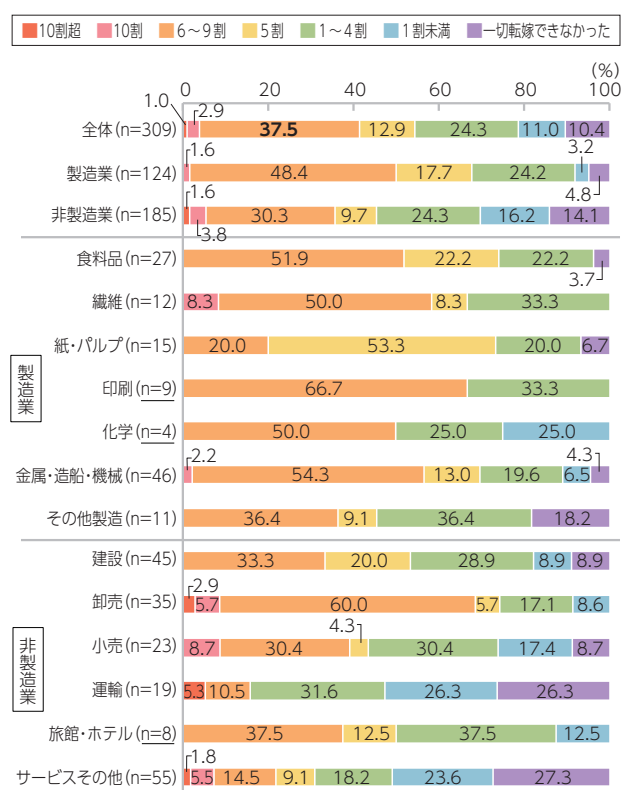


03 価格転嫁の動向

販売価格への転嫁状況をみると、全体では「6～9割」が37.5%と最も高かった(図表-6)。部門別では、製造業の方が非製造業よりも価格転嫁の割合は大きい傾向がみられた。

業種別にみると、「運輸」「サービスその他」などは価格転嫁があまり進んでいない。典型的な下請け構造にある運輸は他社との競合の激しさなどから、価格転嫁が難しい状況が続いている。しかし、転嫁が行われなければ、業界における賃上げも難しくなる。発注者が値上げを許容し、適正運賃を収受できるようにならなければ、人手の確保もままならなくなり、物流の2024年問題がより深刻なものとなる可能性がある。

▶【図表-6】価格転嫁について



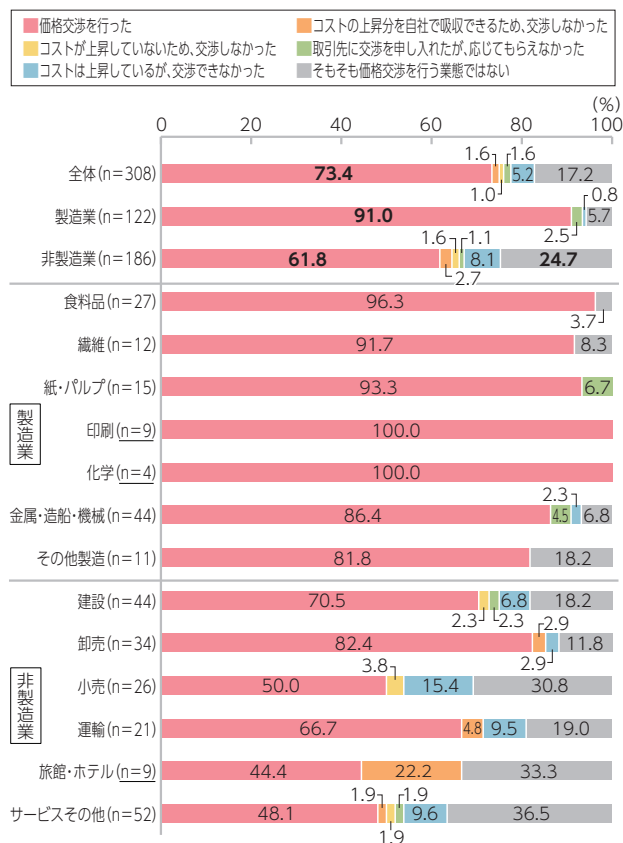
県内企業の声

- 仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できず採算が悪化(紙・パルプ、100人以上)
- 円安で仕入価格は上昇しているが、価格転嫁は遅れている(繊維、30～99人)
- 業界全体で仕事量を確保できている。価格転嫁も一部だが実現(金属・造船・機械、30～99人)

04 価格交渉の状況

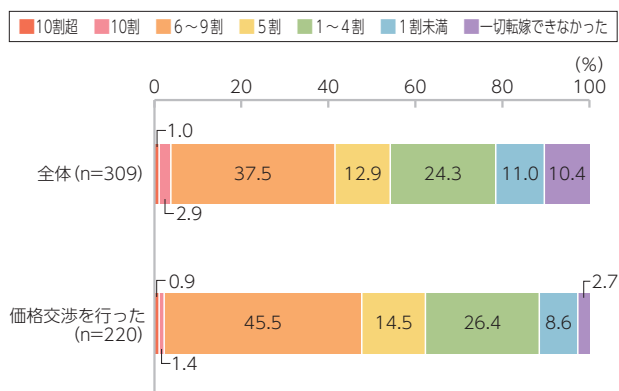
販売先との価格交渉の状況は、全体では「価格交渉を行った」(73.4%)が最も高かった(図表-7)。部門別にみると、「価格交渉を行った」のは、製造業が91.0%、非製造業は61.8%であった。非製造業は、対個人のビジネス形態とされる「小売」「旅館・ホテル」や「サービスその他」などが相当数含まれる関係で、「そもそも価格交渉を行う業態ではない」とした割合が24.7%に上った。

▶【図表－７】販売先との価格交渉の状況



なお、「価格交渉を行った企業」の価格転嫁の状況を見ると、全体に比べ「1割未満」や「一切転嫁できなかった」の割合が低かった(図表－8)。

▶【図表－８】価格交渉を行った企業の価格転嫁の状況



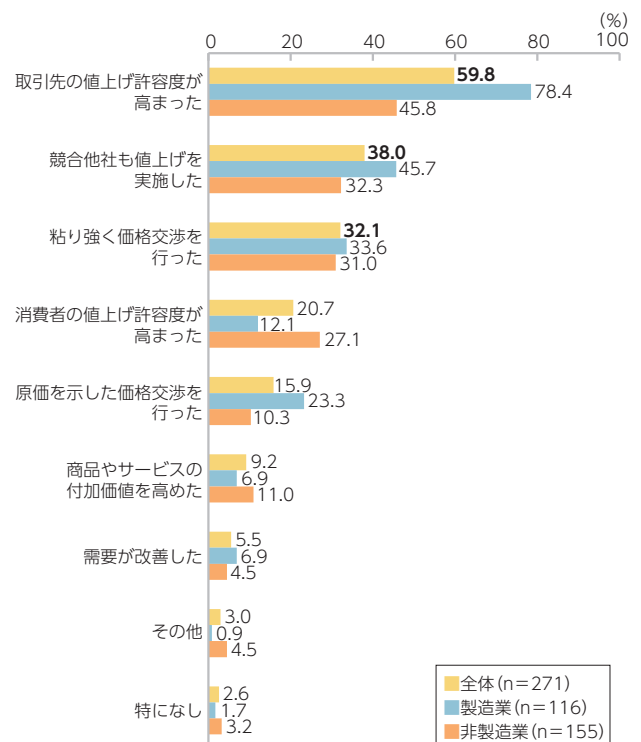
県内企業の声

○価格転嫁を進めるには、発注者の理解を求め続け、健全な取引環境になるよう交渉を続けるしかない(運輸、30～99人)

05 価格転嫁ができた理由

価格転嫁を(一部でも)行った企業に対し、転嫁できた理由を尋ねると、「取引先の値上げ許容度が高まった」(59.8%)が最も多く、次いで「競合他社も値上げを実施した」(38.0%)、「粘り強く価格交渉を行った」(32.1%)が続いた(図表－9)。これらの割合は、いずれも製造業が非製造業を上回った。なお、IRCが2022年下期に実施した「仕入価格上昇による県内企業への影響」の調査結果と比較すると、「取引先の値上げ許容度が高まった」とする割合は、全体では49.1%から59.8%と10ポイント超上昇した。

▶【図表－9】価格転嫁ができた理由(複数回答)



県内企業の声

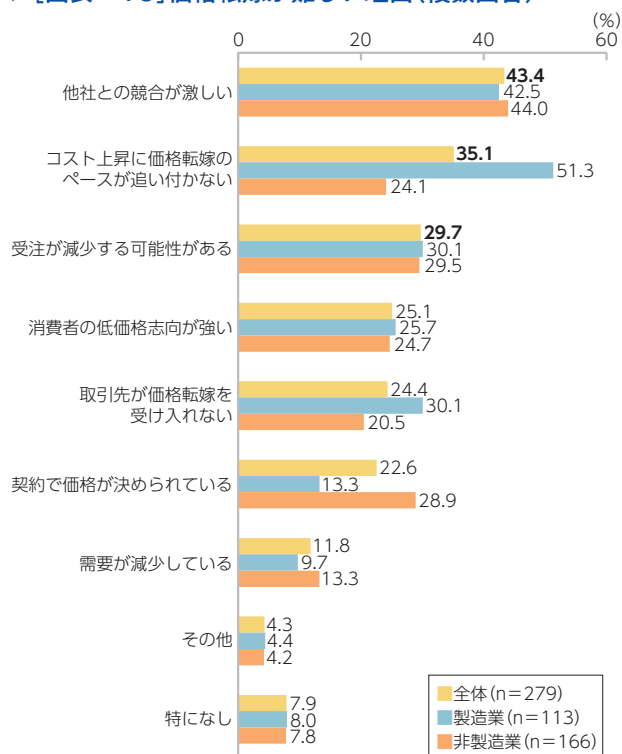
○昨年11月は値上げを認めてくれるムードがあったが、そういったタイミングを逃すと大変なことになる(食料品、30人未満)

○商品の品質・価値向上を図り、顧客の納得を得ながら価格転嫁を図っていく(サービスその他、100人以上)

06 価格転嫁が難しい理由

価格転嫁が難しい理由としては、「他社との競合が激しい」(43.4%)が最も多く、次いで「コスト上昇に価格転嫁のペースが追い付かない」(35.1%)「受注が減少する可能性がある」(29.7%)が続いた(図表-10)。

▶【図表-10】価格転嫁が難しい理由(複数回答)



県内企業の声

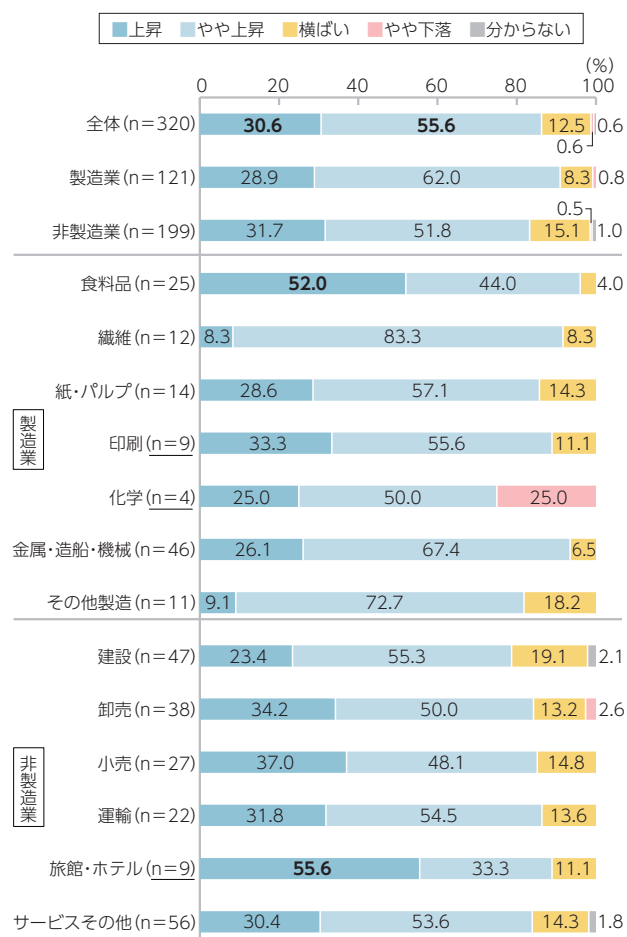
- 物価高を受け、消費者の節約志向が高まっている(小売、100人以上)
- 取引の多い顧客ほど値上げに応じてくれない。競合他社が多く、値上げの話を持っていくと受注できなくなる可能性がある(印刷、30人未満)
- 人件費や電気代など価格交渉ではどうにもならない費用の上昇が痛い(建設、30～99人)
- 発注者の意向や契約上の制約により、十分な価格転嫁はできていない状況(建設、30～99人)

07 今後1年間のコストの変動予想

今後1年間のコストの見通しについて尋ねたところ、全体では86.2%の企業が「上昇」または「やや上昇」と回答した(図表-11)。また「横ばい」が12.5%となった。

業種別にみると、「上昇」したとする割合は「食料品」(52.0%)や「旅館・ホテル」(55.6%)で特に高い。「食料品」で「上昇」としたのは水産加工品を製造する企業が多かった。9月の燃料油価格の変動緩和措置の終了に伴う漁や輸送にかかるコストの上昇、養殖魚の餌となる魚粉の供給不足、最低賃金の引き上げによる人件費の上昇などを織り込んだものとみられる。また、「旅館・ホテル業」は食料品等の高騰の影響や、コロナからの需要回復への対応に向け、人手確保のための賃上げを行う必要性が高いことが背景に考えられる。

▶【図表-11】今後1年間のコストの見通し

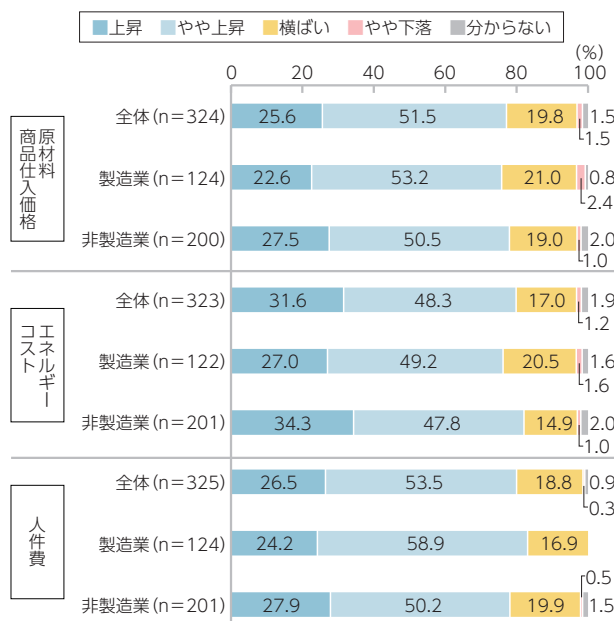


県内企業の声

- コロナによる行動制限が緩和され、景気は回復しているが、今後も円安や資源高の影響もありコストは上昇しそう(食料品、30人未満)
- 価格転嫁を積極的に行わなければ賃上げはできず、必要な人員を確保できない(旅館・ホテル、100人以上)

コストの種類別に、今後1年間の変動の見通しについて尋ねると、「原材料・商品仕入価格」「エネルギーコスト」「人件費」のいずれも、「上昇」と「やや上昇」を合わせた割合が8割前後を占めた(図表-12)。

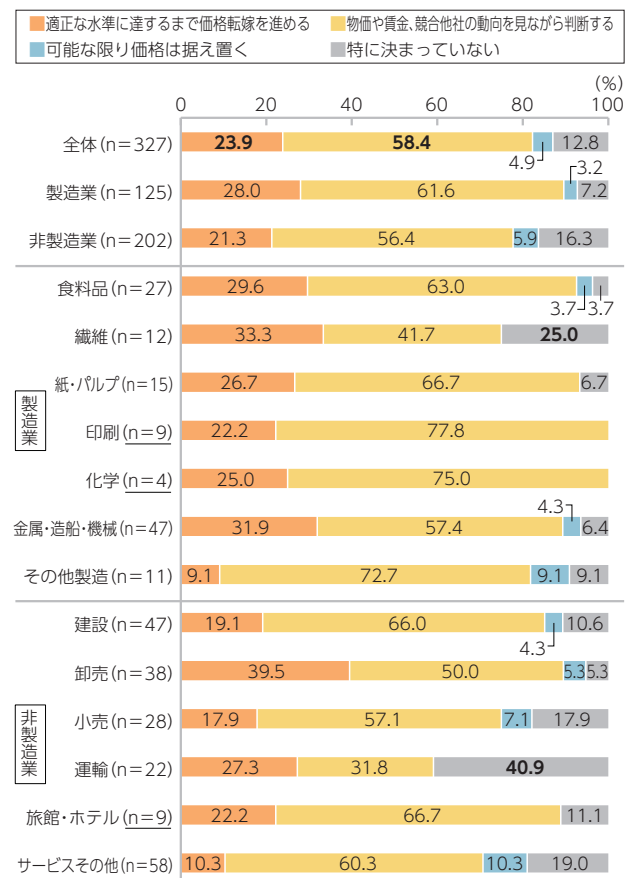
▶[図表-12]原材料・商品仕入価格、エネルギーコスト、人件費の変動予想



08 価格転嫁の方針

今後1年間の価格転嫁の方針は、全体では「物価や賃金、競合他社の動向を見ながら判断する」(58.4%)が最も高く、「適正な水準に達するまで価格転嫁を進める」は23.9%であった(図表-13)。業種別にみると、「繊維」や「運輸」は「特に決まっていない」とする割合が比較的高かった。

▶[図表-13]価格転嫁の方針



まとめ

物価上昇が始まったといわれ1年超が経つ。この間に消費者や企業の心理は変化し、「物価上昇はやむを得ないもの」と受け取られるようになった。一方で、コストの上昇ペースが速いことなどから、十分な水準に達するまで価格転嫁を進めることは難しい状況が続いている。

適正な価格転嫁は、物価と賃金の好循環を実現し、長年停滞していた日本経済の再生を図るうえでも重要となる。商品・サービスの付加価値の向上を目指すとともに、適正な価格に引き上げることが企業には求められている。

(渡辺 勇記)



財政支出は フリーランチではない

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



金融経済の重要な原則の1つに、「フリーランチは存在しない」ということがある。金融資産の選択で、リターンを追求するのであればリスクが高くなる。リスクを抑えるのであれば、リターンも低くなる。ローリスク・ハイリターンといった話には注意しなければならない。

しかしながら、わが国の財政を巡る議論は、財政支出はあたかもフリーランチであるかのような議論が横行している。残念ながら、財政支出にもフリーランチは存在せず、負担なしで支出増ができるという議論は幻想にしか過ぎない。

政府が6月に決定した「こども未来戦略方針」では、児童手当拡充など年3兆円規模の子育て支援を行うが、増税はせず歳出削減で実質的な追加負担が生じないようにするという。防衛力強化のため、防衛費とその関連経費を名目GDP対比2%まで引き上げる方針が示されているが、その財源は増税以外の財源を上積みし、できるだけ増税は先送りすべきだという。

財政政策の種類としては、前者は子育て世代への所得再分配政策、後者は政府による公共財の供給策という違いがあるが、いずれも喫緊の政策課題であることは間違いない。しかし、いずれの政策についても、支出と負担の議論を永遠には棚上げできない。

財源を税で調達することは、国民に目にみえるかたちで負担を要請することになる。これを回避するために国債を発行しても、負担が消滅するわけではなく、単に将来に先送りされるだ

けである。これまでは、長期にわたる大規模な金融緩和政策のもとで、長期金利が低水準に抑制されており、低コストでの先送りが可能であった。ただ、政府債務残高はすでに名目GDPの2.5倍を超えており、今後、金融の正常化が進めば、利払い負担が一気に増大する。

財源を歳出削減で捻出することも実現可能性には疑問が残る。わが国の財政政策の大きな問題は、不要になった施策からの撤退が非常に不得手なことである。今後、歳出削減を検討するという財源論は、歳出削減が先送り、棚上げされ、財政赤字が定着するだけに終わる可能性が否定できない。

もちろん、国民の負担感が高い。税と社会保障双方の負担額の国民所得に対する比率である国民負担率は、2000年代初めには35%程度であったが、2020年代に入ると5割近い水準まで上昇している。この負担の増加は、消費税率引上げなど増税部分もあるが、社会保険料が引き上げられている部分も大きい。

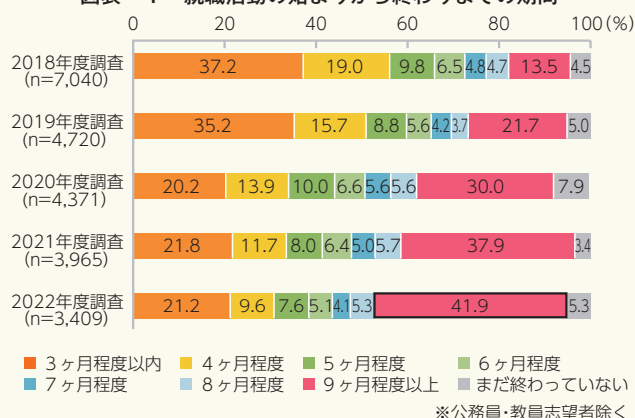
増税論を回避し、社会保険料引き上げに頼る姿は、ある種のステルス増税と言ってよい。社会保険料はリスクの分担という保険本来の役割を超えて、再分配機能が大きくなっている。社会保障全体の制度設計について、受益と負担の納得感を高める方向での議論が必要である。この議論は先送りできないし、決して先送りしてはならない。



学生の就職活動期間は長期化

～就職活動が「ガクチカ」に～

図表－1 就職活動の始まりから終わりまでの期間



資料：内閣府「学生の就職・採用活動開始時期等に関する調査」をもとにIRC作成

学生の就職活動期間は、長期化している。就職活動の始まりから終わりまでの期間は、2018年度調査では「9ヶ月程度以上」が13.5%であったものの、2022年度調査では41.9%とおよそ3倍となっている(図表－1)。

政府の定める就職・採用活動の日程は、広報活動が3月1日、採用選考活動が6月1日開始である(図表－2)。政府は、経済団体等へ日程ルールへの順守を求めているものの、開始日より前にインターンシップ等と称して実質的な採用選考活動が実施されている。就職・採用活動の早期化が結果的に長期化につながっている構図だ。

図表－2 就職・採用活動日程ルール

卒業期間	3回生						4回生					
	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2015年春			広報活動				選考活動					
2016年春							広報活動					選考活動
2017年～24春	← インターンシップ						広報活動			選考活動		

資料：内閣官房等「就職・採用活動に関する要請」
(一社)日本経済団体連合会「採用選考に関する指針」「採用選考に関する企業の倫理憲章」をもとにIRC作成

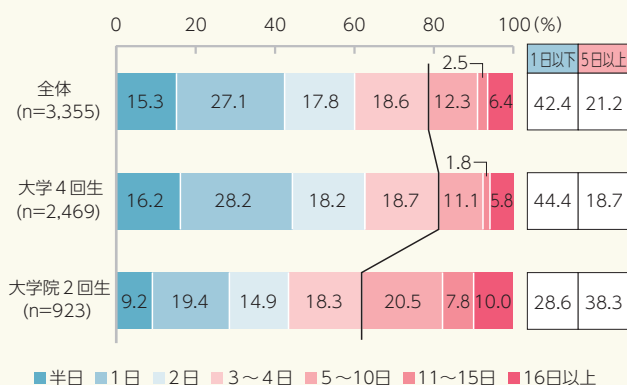
参加したインターンシップの中で、1日以下は42.4%、5日以上が21.2%である(図表－3)。短期は業務説明や職場見学といった性格、長期は実際の就業体験を伴うものだろう。インターンシップ参加後にセミナー等を案内し、採用プロセスの入り口にしている場合もある。

7割以上の学生が参加するインターンシップには、業界理解の深化などメリットも多々ある。しかし、学業に与える影響は見逃ごせない。内閣府の調査では、大学4回生の約16%、大学院2回生の約24%が、授業の欠席等で学業に影響があったと回答している。日程や場所などの決定に関して学生に裁量はなく、学業にあてる時間の確保が難しくなるのだろう。

多くの就活生が面接の場で「学生時代に力を入れたこと＝ガクチカ」を聞かれることが多いようだ。この状況が常態化すれば、「ガクチカ＝就職活動」といった本末転倒な状況になってしまうのではないかと。

(三浦 直也)

図表－3 インターンシップ参加日数(最長日数)



資料：内閣府「学生の就職・採用活動開始時期等に関する調査」をもとにIRC作成

SHANGHAI

上海だより

電気自動車と中国の自動車市場

はじめに

2023年1月末、中国の大手電気自動車(EV)メーカーBYD(比亞迪)が、正規ディーラー1号店を横浜市にオープンさせ、日本市場に参入しました。日本ではほとんど知られていないBYDですが、この日本市場参入の報道などで、少しは知名度が上がったのではないかと思います。

当地では、BYD以外にも多くのEVメーカーが群雄割拠の様相を呈し、2022年の中国国内の自動車販売台数約2,600万台のうちEVをはじめとした新エネルギー車(NEV:以下新エネ車)が約700万台と全体の4分の1以上を占めています。一方、日系自動車メーカーは、遅れを取っているのが現状です。

今回は、中国を走る自動車の現状について当地で見たこと、感じたことをお伝えします。

1 ガソリン車と新エネ車の見分け方

中国では、ナンバープレートの色で一般的なガ



左の5台がガソリン車、右の3台が新エネ車

ソリン車か、新エネ車かを見分けることができます。青色のナンバープレートがガソリン車で、新エネ車はグラデーションのかかった緑色です。

あくまで私の肌感覚ですが、上海の中心市街を走る車の3～4割が新エネ車だと思います。

地方でも、日本よりはるかに高い確率で新エネ車を見かけます。EVの車種は、BYDを含む中国メーカー、もしくは世界トップシェアを誇るテスラが大半で、日本車はガソリン車でも目にする機会が少ないです。

充電スタンドの設置台数は、2020年初めは全国で50万台でしたが、2023年4月には200万台を超えており(中国電気自動車充電インフラ推進同盟調べ)、インフラ整備も急ピッチで進んでいます。

2 EV尽くしの上海モーターショー

中国のEV市場が更に拡大すると予感できたのが4月の上海モーターショーを見たときでした。

世界最大規模の上海モーターショーは、各国の自動車関連企業1,000社以上が出展し、トヨタや日産、ホンダなどの日本のメーカーも出展しています。



上海モーターショーでの日産ブース

会場では、日系を含む各国メーカーがEVを中心とした新型車種を展示し、ガソリン車の存在感は皆無とっていいほどでした。

中でもBYDブースは最も多くの来場者が足を運んでおり、注目度の高さがうかがえるものでした。



多くの来場者でにぎわうBYDブース

また、NIO(蔚来)やCHERY(奇瑞汽車)といった新興EVメーカーは、クラブさながらのDJイベントやプロジェクションマッピングを活用した展示をするなど、ド派手なプロモーション戦略を打ち出していました。一方、日系メーカーはよくいえば「落ち着いた」戦略を取っており、人は集まってい

るものの、EVメーカーの盛況ぶりとは対照的でした。

3 今後の中国EV・新エネ車市場

中国のEV市場が急拡大している背景には、2010年にはじまった政府による新エネ車購入時の補助金政策があります。補助金は車種や性能によって異なりますが、1台あたり50万円を超える補助金が支給されていた時期もありました。ランニングコストがガソリン車に比べて割安であることも中国でのEV普及に寄与しました。

また、近年「国潮(グオチャオ)」と呼ばれる中国伝統の要素を取り入れたファッションが若者を中心にトレンドとなっています。この「国潮」がEVや新エネ車にも広がっていると考えられます。

しかし、この補助金政策は一部を除き2022年末をもって終了しました。このため自動車メーカー各社は、ガソリン車、新エネ車に限らず売上確保のために値下げ合戦を繰り広げています。加えて、補助金政策に目を付けた有象無象の新興EVメーカーが乱立した状況下でもあり、今後はメーカーの^{とう}淘汰が進むことが予想されます。

おわりに

EVを筆頭に新エネ車の普及が進んだ中国では、今後もその勢いが続くと思われます。遅れをとった日系メーカーですが、今後の市場のトレンドと社会の^{すう}趨勢を見極めれば、事業戦略を再構築できる余地は十分にありそうですし、EVに次ぐ新燃料車の普及についても可能性があると考えます。

世界最大で、かつ変化が速い中国の自動車市場の行く末は今後も目が離せません。

(長谷川 崇紀)

【税務編】

税務行政の将来像2023

和泉会計事務所 税理士 和泉 真紀夫



Q. 近年、デジタルの活用が急速に広まってきており、当社もデジタル化に取り組んでいる最中です。今後、税務面のデジタル化はどのようなになるのでしょうか？

A. 国税庁は、6月23日に「税務行政の将来像2023」を公表しました。2021年6月公表の「税務行政の将来像2.0」を改定し、新たに「事業者のデジタル化促進」にも取り組むとされています。

1. 概要

近年、新型コロナウイルス感染症への対応も相まって、税を含むあらゆる分野でデジタルの活用が急速に広がっています。今後、アフターコロナの時代に移る中でも、税務行政のデジタル・トランスフォーメーション(以下、DX)を更に進めていくため、国税庁は「税務行政のDXー税務行政の将来像2.0ー」を改定しました。今後は、従前の「納税者の利便性の向上」と「課税・徴収事務の効率化・高度化等」に、新たに「事業者のデジタル化促進」を加えた3つの柱に基づいて、施策が進められます。

2. 納税者の利便性の向上

普段は税になじみのない方でも、日常使い慣れたデジタルツール(スマートフォン、タブレット、パソコンなど)から簡単・便利に手続きを行うことができる環境構築を目指すなど、これまで以上に“納税者目線”を大切に、各種施策が講じられます。

納税者の利便性向上のため、「書かない確定申告」の実現へ向け、自動入力項目の拡大等といった申告や申請等手続きの簡便化、検索や相談についてデジタルを活用した高度化等に取り組むとしています。

また、確定申告において必要なデータを自動で取り込み、数回のクリック等で申告できる仕組みを実現するため、来年2月から自動入力の対象に給与所得の源泉徴収票が加わります。e-Taxで提出した源泉徴収票の電子データが対象です。2027年2月以降はe-taxで提出した給与支払報告書

も自動入力の対象となる予定です。

納税者自身の基本情報の確認や一定の申請を簡易に行えるe-Taxのマイページについて、今年9月から法人向けにも利用対象が拡大されます。今後は、表示する情報や税務代理人への利用の拡大など、機能の充実を目指すようです。

3. 課税・徴収事務の効率化・高度化等

業務を進めるうえでデータの積極的な活用を図るとしています。地方公共団体等、他の機関への照会等におけるデジタル化も進むようです。

また、税務調査等に際して金融機関等に行う預貯金等情報の照会について、オンライン照会未対応の金融機関等に利用勧奨を実施し、証券会社や生命保険会社などに対してはその枠組みを広げていくようです。

4. 事業者のデジタル化促進

事業者の業務のデジタル化を促す施策も実施予定です。税務手続きとあわせて業務もデジタル化することで、事務処理の一貫したデジタル化が可能となり、生産性向上等にもつながります。

具体的には、他省庁と連携・協力してデジタルインボイスの普及等を目指すほか、デジタル化共同宣言やキャッシュレス納付推進宣言など、関係団体等との連携・協力による事業者のデジタル化における機運の醸成等といった施策に取り組むとしています。

【労務編】

指示のない時間外労働に対し、業務命令違反だといえるのか

社会保険労務士法人 人的資源研究所

特定社会保険労務士・人事コンサルタント 平尾 由紀



Q. 時間内に業務を終えるように何度も指示をしているにも関わらず、時間外労働を繰り返す社員に命令違反として懲戒処分ができるのでしょうか？

A. 懲戒処分ができないばかりか、感情が先行した対応を行うと当該社員とトラブルになるケースがあります。業務遂行能力等に見合う適正な業務量であるかなど、業務の量や質について分析をし、当該社員に対する指導とともに所定労働時間内に業務を終えられるような配慮をすることが重要です。

1. 時間外労働削減の命令でトラブル続出

働き方改革の流れもあり、世の中では「労働時間の削減」が最重要課題となっています。

労働者に対する安全配慮義務の観点から、会社からの絶対的命令として現場に労働時間の削減を強く指示しているケースが散見されます。

現場では、上司から「時間外は許さない」と闇雲に言われ、ストレスを感じている労働者の方も多いようです。結果的に、労使間トラブルが生じ、上司は「命令に従えないなら懲戒だ」と怒り、部下は「パワハラだ」と訴える、といったご相談が多く寄せられています。

2. ポイントは「実質的な施策を講じているか」

「時間外労働は悪だ」とただ単に言うだけではだめです。上司が時間外を命じていなかったとしても、業務量などから時間外労働を行わざるを得ない状況にあったと評価される場合には、当該時間外労働について黙示の命令があったと認定される可能性があります。これらを回避するには、当該労働者の業務遂行能力等に見合う適正な業務量であるかなど業務の量や質について分析をし、部下への指導とともに所定労働時間内に業務を終えられるような配慮をすることが重要です。

3. 時間外労働トラブルに関する注意点

所定労働時間内に終わらせる程度の業務量に調整した後も、相変わらず時間外労働が減らないとお悩みの上司の方は多くおられます。

「指示していない時間外労働なのだから、認めない。認めない時間外労働には残業代を支払わない」とか「申告していない時間外労働は認めない」とした場合にはリスクもあります。

労働基準監督署は、会社に申告しなかった労働時間、あるいは認めないとした労働時間が実態の労働時間と乖離していた場合は、調査し支払いを命ずる判断をします。結果的に当該時間外労働が36協定を超えた時間数であった時は労働基準法違反として書類送検をされるケースもあります。

4. まとめ

時間外労働の問題は、真に悩ましい問題です。

ここでご理解いただきたいのは、感情が先行してしまうと前述のように「けしからん、懲戒だ」となってしまいます。

当然、懲戒処分ができないばかりか、その後の人間関係も最悪になります。「丁寧な」教育面談を実施することは大変ですが、大切なポイントです。適正な業務量であり、当該労働者に対して何度も指導を重ねて業務遂行能力を向上させるなど、相当の努力をするべき時代になっていることをご理解いただきたいと思います。

緩やかに持ち直しているが、物価上昇に伴う個人消費への影響が懸念される

～県内企業の業況判断DIは11ポイント上昇～

概況

6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よる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・4月)は前月比0.2%上昇と、2ヵ月ぶりに前月を上回った。公共工事請負金額(6月)は前年同月比6.5%増加と、2ヵ月連続で前年を上回った。住宅着工戸数(5月)は前年同月比22.0%減と、3ヵ月連続で前年を下回った。有効求人倍率(季節調整値・5月)は前月比0.01ポイント上昇の1.39倍だった。個人消費をみると、百貨店・スーパーの販売額(5月)は前年同月比0.5%増と11ヵ月連続で前年を上回り、新車乗用車販売台数(軽自動車含む・5月)も同30.9%増と9ヵ月連続で前年を上回った。

なお、愛媛県分の日銀短観(6月調査)における業況判断DIは、前回(3月調査)から11ポイント上昇の+11となった。製造業では前回調査から16ポイント上昇の+9、非製造業は7ポイント上昇の+12と持ち直しの動きがみられた。

生産

指数は2ヵ月ぶりに前月を上回る 全国では自動車、電気・情報通信機械が低下

4月の愛媛県鉱工業生産指数は、速報値で89.4(季節調整値、2015年=100)と前月比0.2%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6.4%低下した。

主要業種の動向をみると、冷凍調理食品の生産が減少した「食料品」(前月比▲13.1%)などは前月を下回った。

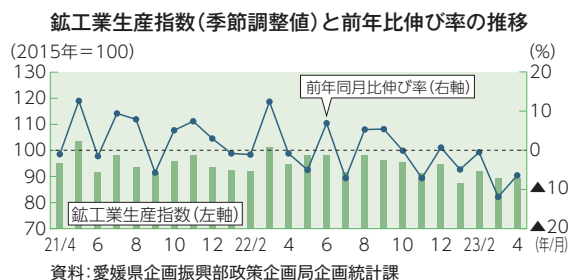
一方、ポリカーボネートの生産が増加した「化学」(同+35.6%)や「汎用・生産用機械」(同+6.3%)などは前月を上回った。

5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1.6%低下し、4ヵ月ぶりに前月を下回った。これまでの上昇の反動に加えて、部材品供給不足の影響も受けた「自動車」(同▲8.9%)や「電気・情報通信機械」(同▲4.4%)が低下した。

主要7業種の鉱工業生産指数(4月)

	季節調整値		原指数	
	指数	前月比(%)	指数	前年同月比(%)
非鉄金属	99.0	+3.3	99.7	+11.9
汎用・生産用機械	152.8	+6.3	124.1	+0.2
電気機械	72.1	+9.1	79.0	▲15.5
輸送機械	48.2	▲15.0	51.4	▲20.8
化学	90.3	+35.6	81.3	▲7.4
パルプ・紙・紙加工品	89.4	▲0.4	88.1	▲5.5
食料品	91.5	▲13.1	95.2	▲14.4
全 体	89.4	+0.2	88.9	▲6.4

(注)速報値



公共工事

6月の請負金額は前年比6.5%増 2ヵ月連続で前年を上回る

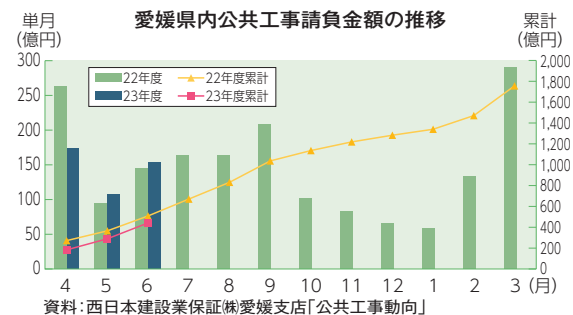
6月の愛媛県内における公共工事の動向を西日本建設業保証(株)愛媛支店の保証実績からみると、件数は462件で前年同月比2.7%増加し、請負金額も154億40百万円と同6.5%増加した。

発注者別に請負金額をみると、「国」(同▲26.7%)や「独立行政法人等」(同▲75.3%)は前年を下回ったものの、「県」(同+36.4%)や「市町」(同+32.5%)は前年を上回った。

中小企業庁は、価格転嫁状況に関する調査結果(2023年3月)を公表した。建設業の価格転嫁率は43.5%と全27業種中16位であり、前回調査(2022年9月)から1.1ポイント低下した。同調査では価格転嫁率が高いほど、賃上げ率も高くなる傾向があるとしている。

県内の公共工事請負金額(6月)

発注者	23年6月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	3,091	▲26.7
独立行政法人等	397	▲75.3
県	3,672	+36.4
市町	7,901	+32.5
その他	376	+4231.6
合計	15,440	+6.5



住宅着工

5月の着工戸数は前年比22.0%減 3ヵ月連続で前年を下回る

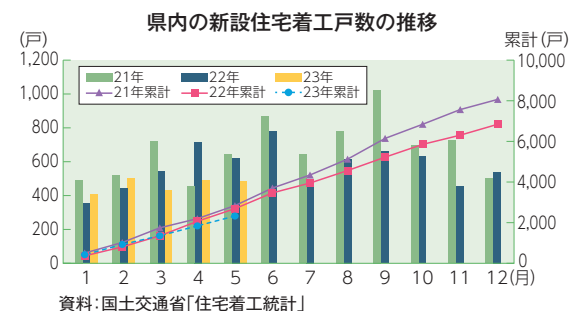
5月の愛媛県内における住宅着工戸数は486戸で、前年同月比22.0%減と3ヵ月連続で前年を下回った。内訳をみると、「持家」(同▲3.4%)や「貸家」(同▲43.9%)、「分譲住宅」(同▲5.6%)のすべてで前年を下回った。

なお、5月の全国の住宅着工戸数は69,561戸で、前年同月比3.5%増と4ヵ月ぶりに前年を上回った。内訳をみると、「持家」(同▲11.5%)は前年を下回ったものの、「貸家」(同+10.5%)や「分譲住宅」(同+9.1%)は前年を上回った。

建築物省エネ法の改正により、2025年4月以降、原則全ての建築物について、省エネ基準への適合が義務化される予定である。これに先立ち、早期の適合率向上を図るため、住宅ローン減税の制度が改正された。2024年1月以降に建築確認を受けた新築住宅が住宅ローン減税を受けるには、省エネ基準への適合が必要となる。

新設住宅着工戸数(5月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	228	▲3.4
貸家	156	▲43.9
給与住宅	1	▲50.0
分譲住宅	101	▲5.6
分譲マンション	59	+20.4
分譲一戸建	42	▲27.6
合計	486	▲22.0



雇用

有効求人倍率は1.39倍 5ヵ月ぶりに前月を上回る

5月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.01ポイント上昇の1.39倍だった。原数値は1.28倍(前年同月差▲0.02p)と低下した。

新規求人数を主要産業別にみると、「建設業」(前年同月比▲13.0%)や「サービス業」(同▲3.7%)は前年を下回ったものの、「運輸業、郵便業」(同+13.8%)や「医療、福祉」(同+6.0%)は前年を上回った。

地域別有効求人倍率(原数値)は、中予が1.26倍(前年同月差+0.04p)と前年を上回ったものの、東予が1.34倍(同▲0.08p)、南予が1.25倍(同▲0.12p)と前年を下回った。

総務省が発表した5月の労働力調査によると、全国の完全失業率(季節調整値)は前月同率の2.6%であり、完全失業者数は前年同月比3万人減の188万人となった。求職理由別では、「勤め先や事業の都合による離職」が同5万人減少し、「自発的な離職(自己都合)」が同1万人増加した。

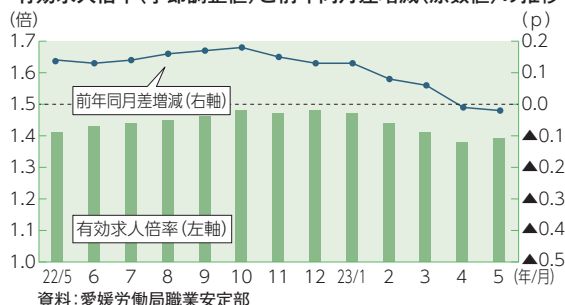
県内の雇用情勢(5月)

(単位:人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	4,664	▲22.7	▲0.9
月間有効求職者数	23,392	+0.1	▲0.4
新規求人数	10,804	+6.0	+0.5
月間有効求人数	30,053	▲0.9	▲1.6
有効求人倍率(季節調整値)	1.39倍	+0.01p	▲0.02p

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.28倍	1.34倍	1.26倍	1.25倍
※()内は前年同月差	(▲0.02p)	(▲0.08p)	(+0.04p)	(▲0.12p)

有効求人倍率(季節調整値)と前年同月差増減(原数値)の推移



資料:愛媛労働局職業安定部

物価

総合指数(前年同月比+3.5%)、 生鮮食品を除く指数(同+3.3%)ともに16ヵ月連続のプラス

5月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が104.5と前年同月比3.5%上昇、生鮮食品を除く指数も103.9と同3.3%上昇し、ともに16ヵ月連続で前年を上回った。

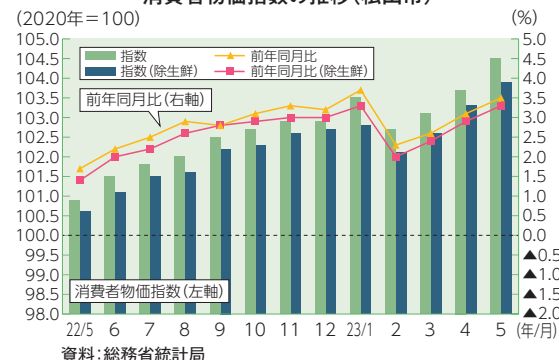
費目別にみると、政府による電気・ガス料金の負担軽減策により「光熱・水道」(前年同月比▲8.4%)は前年を下回った。一方、ラップや柔軟剤、洗剤などの日用品が上昇した「家具・家事用品」(同+15.9%)や生鮮食品や食用油の価格が上昇した「食料」(同+8.7%)などは前年を上回った。

なお、全国の5月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は104.8で、前年同月比3.2%上昇し、21ヵ月連続で前年を上回った。費目別では、「家具・家事用品」(同+9.6%)や「食料」(同+8.6%)などが前年を上回った。

費目別の消費者物価指数の動向(5月・前年同月比増減率)

上昇	家具・家事用品(+15.9%) 食料(+8.7%) 教養娯楽(+4.3%) 被服及び履物(2.9%) 交通・通信(+2.3%)	保健医療(+1.9%) 諸雑費(+1.0%) 住居(+1.0%) 教育(+0.3%)
下落	光熱・水道(▲8.4%)	

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0.5%増 新車乗用車販売台数は9ヵ月連続で前年を上回る

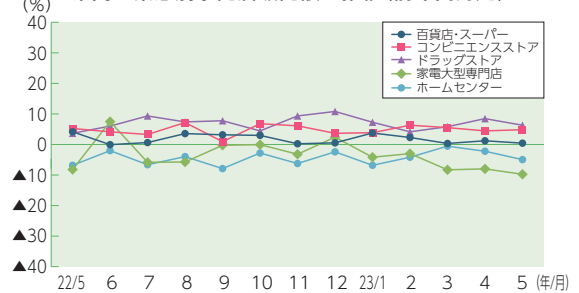
5月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比0.5%増と11ヵ月連続で前年を上回った。うち百貨店の販売額は、物産展や食堂喫茶、企業制服などの売上が好調で、同3.5%増となった。

また、「コンビニエンスストア」(同+5.0%)、「ドラッグストア」(同+6.5%)が前年を上回った。一方、「家電大型専門店」(同▲9.9%)、「ホームセンター」(同▲5.0%)は前年を下回った。

5月の新車乗用車販売台数は、普通車(3ナンバー)が1,159台(前年同月比+61.0%)、小型車(5ナンバー)が605台(同+17.7%)、軽乗用車が1,139台(同+15.9%)となった。全体では2,903台(同+30.9%)と9ヵ月連続で前年を上回った。

厚生労働省が発表した4月の毎月勤労統計によると、実質賃金は前年比3.0%低下し、13ヵ月連続で減少となった。物価上昇による家計負担増が消費マインドの押し下げにつながる事が懸念される。

県内の業態別小売店販売額の推移(前年同月比)



県内の小売店販売額および新車乗用車販売(5月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	172.8	+0.5
コンビニエンスストア	89.9	+5.0
ドラッグストア	91.9	+6.5
家電大型専門店	26.5	▲9.9
ホームセンター	33.1	▲5.0

	販売台数	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	2,903	+30.9

資料：経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

観光

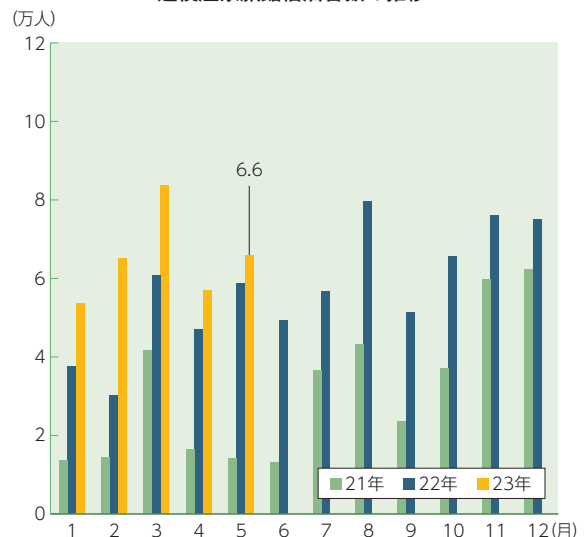
道後温泉宿泊客数は18ヵ月連続で前年を上回る 県内主要観光施設入込み客数は5ヵ月連続で前年を上回る

5月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比12.4%増の65,925人と、18ヵ月連続で前年を上回った。国内の観光需要が高まったほか、外国人観光客も増加傾向にある。

5月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月比2.1%増と5ヵ月連続で前年を上回った。東予(同+2.5%)では「今治城」「あかがねミュージアム」、中予(同+8.3%)では「子規記念博物館」「えひめ森林公園」などの施設が前年を大きく上回った。一方、南予は同3.6%減となった。

「宿泊旅行統計」によると、昨年の愛媛県内の外国人延べ宿泊者数は33,420人泊で、前年比5.2%減となった。一方、今年2月以降、訪日外国人観光客の増加が顕著となり、3月の宿泊者数は13,390人泊、4月は19,330人泊となり、昨年同期を大幅に上回った。

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	 ▶ 	6月のマダイの浜値は930円/kg前後と前月比で約10円の値上がりだった。販売動向に鈍さはみられるものの2キロサイズでは在池量が薄くなっていることから強含みの相場となった。ハマチの浜値は、1,020円/kg前後と前月比で約60円の値下がりとなった。引き続き販売動向に鈍さがみられることから、値下がり傾向を見込む。

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2,030ドルと前月比で30ドルの値上がり。中西部太平洋では集魚装置の禁漁期間を7月に控えており、低調な漁模様が高値維持の要因となった。一方、国内相場は270円/kg前後と約10円の値下がりとなったが、地元加工業者の在庫薄が解消されず、強含みで推移している。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	6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3,505梱で、前年同月比では14.3%減となった。綿糸価格は主力の20番手が126,750円/梱、同15.8%減となった。綿糸相場は今年3月から落ち着いているが、依然として高い水準で推移している。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
製 紙	印刷・情報用紙 新聞用紙	 ▶  印刷・情報用紙の5月の国内出荷は、前年同月比2.1%減で9ヵ月連続の減少。雑誌を中心とした出版向けや、コピー用紙の不振が続いている。新聞用紙は前年同月比6.6%減で24ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙	 ▶  5月の国内出荷は、前年同月比13.4%増で6ヵ月ぶりのプラスとなった。ティッシュが同7.7%増で8ヵ月ぶり、トイレ紙が同14.7%で6ヵ月ぶり、タオル紙が17.1%増で2ヵ月ぶりのプラスと好転。訪日客などが増え、宿泊施設や店舗向けといった業務用の需要が増加した。
	紙加工など	 ▶  段ボール原紙の5月の国内出荷は、前年同月比0.2%の微減で8ヵ月連続の減少。食品や通販・宅配向けなどが総じて不振だった。白板紙は同1.4%増で5ヵ月ぶりの増加。コロナの制限解除や旅行需要の増加で、化粧品や土産物などが好調だった。

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5月の出荷額は、前年同月比22.0%増で31ヵ月連続の増加と好調が続く。国内向けでは、化学・鉄鋼・非鉄業界などで前期を上回る設備投資を計画しており需要が旺盛。地場の住友グループ関連工場からの受注環境も良好。足元で原油価格が上昇しているが、鋼材価格は安定しており、価格転嫁などで採算面の改善もみられる。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
造 船	外 航  ▶ 	手持ち工事は2～4年程度を有している。日本船舶輸出組合によると、6月の輸出船契約実績は21隻・108万1千総トンで、トン数ベースで前年同月比32.3%減だった。今治造船と三菱重工業は、両社合弁会社MI LNGカンパニーの業務を従来のLNG船の設計・販売から商船エンジニアリングに拡張し、一般商船の設計業務を日本シップヤードから受託することで合意したと発表した。
	内 航  ▶ 	手持ち工事は1年程度を有している。国土交通省の造船統計速報によると、5月の主な国内船(内航船)の竣工実績(漁船を除く)は、ゼロだった。起工実績は、貨物船1隻、自動車航送船1隻だった。同四半期速報によると、2023年1～3月分の造機主要43工場の船用機関等の製造高は、1,123億円で、前年同期比3.6%増だった。

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)の市況は一進一退。BDI(バルチック海運指数)は6月下旬に1,200台まで回復したのち、7月4日には1,044まで低下した。中国向けの鉄鉱石の荷動きは回復しているが、スポットの船腹供給量が増加し、運賃・備船料は低水準で推移している。タンカーは季節的な需要の高まりや、米国での原油在庫積み増しなどを背景に市況は安定して推移する見込み。
	内 航  ▶ 	内航海運組合総連合会によると、5月の輸送量は、貨物船は前年同月比0.2%増、タンカーが同2.4%減だった。貨物船は自動車が大きく増加した一方、鉄鋼や原料、紙・パルプなどの荷動きは低迷。タンカーは白油(ガソリンやジェット燃料)の荷動きが堅調。燃料油価格は、前年同期比約2割安で推移している。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	6月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比6.5%増の154億円であった。「国」や「独立行政法人等」は前年を下回ったものの、「県」、「市町」は前年を上回った。5月の住宅着工戸数は前年を22.0%下回る486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	 ▶ 	5月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比12.4%増の65,925人と、18ヵ月連続で前年を上回った。国内の観光需要が高まったほか、外国人観光客も増加傾向にある。 5月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月比2.1%増と5ヵ月連続で前年を上回った。東予は同2.5%増、中予は同8.3%増、南予は同3.6%減となった。

8

2023

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は7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)
5(土) ※荒天時6(日)に延期	松山港まつり三津浜花火大会	三津ふ頭 (松山市)	松山港まつり振興会 ☎ 089-951-7705	—
5(土)~6(日)	第26回今治市民のまつり 「おんまく」	愛媛県今治市片原町今治港 (今治市)	今治市民のまつり 振興会事務局 (今治商工会議所内) ☎ 0898-23-3939	—
~9/3(日)	特別展 「40周年記念 ピンゲー展」	愛媛県歴史文化博物館 企画展示室 (西予市)	愛媛県歴史文化博物館 ☎ 0894-62-6222	当日料金 大人(高校生以上) 1,100円 65歳以上 700円 小・中学生 600円 団体料金 大人(高校生以上) 850円 65歳以上 500円 小・中学生 450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】 13(日)	【対戦相手】 ガイナーレ鳥取	【キックオフ】 18:00	【マッチシティ・タウン】 —
【開催日】 26(土)	【対戦相手】 カマタマーレ讃岐	【キックオフ】 19:00	【マッチシティ・タウン】 大洲市・西予市

愛媛FCレディース

株式会社愛媛FC / TEL: (089)927-0808

【開催日】 27(日)	【対戦相手】 ニッパツ横浜FCシーガルズ	【キックオフ】 15:00	【会場】 ニンジニアスタジアム
-------------	----------------------	---------------	-----------------

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】 12(土)	【対戦相手】 FC岐阜	【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】 1(火)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス3軍【プレイボール】 18:00	【会場】 宇和島市丸山公園野球場
【開催日】 2(水)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス3軍【プレイボール】 18:00	【会場】 宇和島市丸山公園野球場
【開催日】 5(土)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス4軍【プレイボール】 13:00	【会場】 坊っちゃんスタジアム
【開催日】 6(日)	【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス4軍【プレイボール】 18:00	【会場】 坊っちゃんスタジアム
【開催日】 9(水)	【対戦相手】 高知ファイティングドッグス【プレイボール】 13:00	【会場】 浜公園川之江野球場
【開催日】 11(金)	【対戦相手】 高知ファイティングドッグス【プレイボール】 18:00	【会場】 坊っちゃんスタジアム
【開催日】 12(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】 13(日)	【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】 27(日)	【対戦相手】 香川オリーブガイナーズ【プレイボール】 17:00	【会場】 西予市宮宇和球場

IRC 調査月報
MonthlyIYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT
2023 / NO.422

■発行日: 2023年8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