

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポート】

移住者を呼び込む「神の島」大三島

～移住者を起点とした、観光・移住需要の創出～

【THE person】

株式会社アップサイクル愛媛 代表取締役 / 大久保 仁志 氏

新コーナー 【Innovationが地域を拓く～Start Up企業からのメッセージ～】

株式会社オーディオストック(岡山県)

世界最大級の音源販売プラットフォーム



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

4

2022
No.406

- 01 **【視点】**
社会課題を解決する姿勢が企業価値を向上させる
株式会社いよぎん地域経済研究センター(IRC) 代表取締役社長 / 重松 栄治
- 02 **【調査レポート】**
移住者を呼び込む「神の島」大三島
～移住者を起点とした、観光・移住需要の創出～
- 10 **【THE person】**
株式会社アップサイクル愛媛 代表取締役 / 大久保 仁志 氏
- 14 **【compass】**
DXが進まない問題
愛媛大学社会共創学部元教授(株式会社いよぎん地域経済研究センター前社長) / 山崎 正人
- 15 **【データよもやま話】**
地域おこし協力隊の任期終了後の定住状況
～高い定住率を誇る愛媛～
- 16 **【新コーナー】** **【Innovationが地域を拓く～Start Up企業からのメッセージ～】**
株式会社オーディオストック(岡山県)
世界最大級の音源販売プラットフォーム
- 18 **【素顔のニューリーダー】**
株式会社とかげや 代表取締役社長 / 加戸 慎太郎 氏
株式会社タマテックス 取締役 / 玉井 淳也 氏
- 20 **【地銀9行連携レポート】**
京都府福知山市における遊休公有資産の活用
～「廃校マッチング」の実施～
- 22 **【上海だより】**
ゼロコロナの上海で起きていること
- 24 **【経営・実務Q&A】**
税務編 少額減価償却資産の特例措置の改正
和泉会計事務所 税理士 / 和泉 真紀夫
労務編 65歳以上で働く方に朗報!! 年1回年金額が増える制度がスタートします
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
- 26 **【愛媛県 経済の動き】**
- 30 **【地場産業の景気天気図】**
- 32 **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真:ひょうたん池
水鏡の桜
(愛媛県西条市)
撮影:芳野 裕美(IRC)

視点

POINT OF VIEW



社会課題を解決する姿勢が 企業価値を向上させる

株式会社いよぎん地域経済研究センター（IRC）
代表取締役社長 重松 栄治

全国の社長の平均年齢は約63歳と言われる。昭和30年代生まれ、まさに「ザ・昭和世代」である。しかし、残念ながら社長が高齢になるほど会社の業績が悪くなるというデータもあるらしい。

この世代は、経済成長と豊かな未来を夢見て身を粉にして働いてきた。そのことが現在の繁栄の基礎になっていたのは間違いない。一方、次世代を担う「Z世代（1995～2010年頃の生まれ）」や「α世代（2010年以降の生まれ）」などと呼ばれる若者たちは、「昭和世代」と大きく異なる価値観を持ち、隔世の感を禁じ得ない。

これらの若い世代は将来、消費の中心となることはもちろん、働き手、また社会の担い手として大きな役割を果たす世代である。我々としては、ジェネレーションギャップをただ嘆くのではなく、彼らの考え方にキャッチアップし、アイデアを積極的に取り込む努力を怠ってはいけない。

彼らの世代に共通するのは、まず「デジタルネイティブ」であること。幼い頃からインターネットやスマートフォンに囲まれ、いつも世界とつながっている。彼らのハートをつかむにはSNSをはじめとしたデジタル技術の活用が欠かせない。

もう1つの特徴は「SDGsネイティブ」だということである。「SDGs」という言葉は、昭和

世代にとっては、ようやく人口に膾炙^{かいしや}してきたような感覚かもしれないが、ほとんどの「Z世代」や「α世代」は、SDGsを学校教育で当たり前のこととして学んでいるため、社会問題に非常に高い関心を持っている。

デジタル化やSDGsに取り組んでいない企業の商品やサービスは将来的に彼らの選択肢から除外される可能性がある。たとえば、環境に配慮しない商品は価格が多少安くても買わない。また、そのような企業は就職先の選択肢として俎上にさえ載らなくなるのではないだろうか。

これからの時代、企業には若者たちが求める価値観の体現、すなわち、社会課題を解決して持続可能な地域や社会を実現しながら、同時に、企業価値も向上させることが求められる。そしてそれは、SDGsやカーボンニュートラル、ダイバーシティなど、世界的な潮流とも軌を一にした考え方である。

今一度、自社の存在意義や社会的な価値を問い直し、それを会社全体の「イズム」に昇華させることが肝要だ。そうすることで将来も持続可能な成長企業となりうるのではないだろうか。

本来、会社の業績というものは、社長の年齢などには全く関係なく、時代認識と環境変化を敏感にキャッチし、それに対応できるか否かにかかっているのである。

～移住者を起点とした、観光・移住需要の創出～



【位置】県内最北端の有人島
【面積】64.5km²
【人口】5,102人(2022年1月)
【高齢化率】52.8%(2015年10月)
【主産業】農業(ミカン栽培)、観光業

【はじめに】

近年、地方移住への関心が高まるなか、今治市は、2022年版「住みたい田舎ランキング」※で全国1位に選ばれた。この今治市の中でも、移住者を起点とした地域おこしが注目されている、大三島にスポットを当て調査した。



※人口5～20万人のまちランキングで、今治市は子育て世代部門とシニア世代部門で住みたいまち1位を獲得(宝島社「田舎暮らしの本」2月号、「2022年住みたい田舎ベストランキング」)

1. 過疎地域に共通する社会課題

大三島は、急激な人口減少によって、過疎地域に共通する社会課題を多く抱えている。

大三島が抱える主な社会課題(問題)

- ①人口減少:直近30年で人口が半減
- ②高齢化:住民の半数が65歳以上
- ③農業の衰退:直近15年で農家数が半減
- ④学校の存続:今治北高校大三島分校の存続危機
- ⑤住居の管理:市場に出回らない空き家の増加

特に⑤の市場に出回らない空き家の増加は、移住促進のネックにもなる。

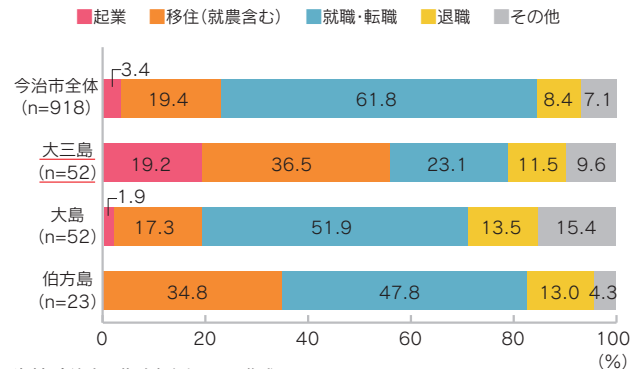
大三島の不動産会社である、「しまなみのふどうさん」代表の野本裕人さんによると、「島内に空き家は多いが、市場に出回るものは少ない」という。残された家財道具の撤去費用が高額であったり、売りに出すのが後ろめたかったりするそうだ。このため大三島で移住先の物件を探すのに、1、2年要することも珍しくない。

2. 起業・移住したくなる魅力

① 大三島への移住目的の特徴

大三島への転入理由の内訳をみると、「起業」の割合が高く、今治市全体や近隣の大島、伯方島と比較すると、突出している(図表-1)。

▶[図表-1]地域別にみた転入理由の内訳(2020年)



資料:今治市の集計をもとにIRC作成
注:転入手続き時のアンケート調査の回答を集計したもの

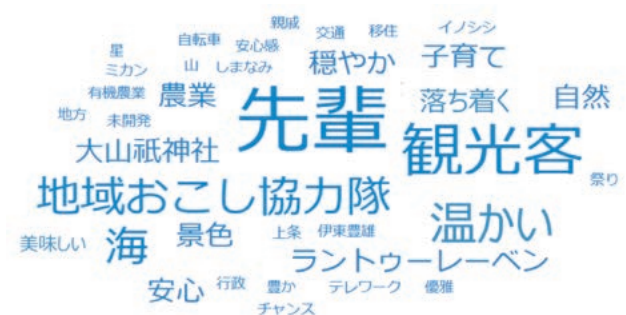
今治市によると、21年の市全体への移住者は、前年比で1.7倍の約1,600人となった。大三島への移住者も、前年比1.5倍の約80人となったそうだ。移住先の物件を探すハードルが高くて、大三島には起業・移住したくなる魅力があるようだ。

② 起業・移住したくなる魅力の正体

では、その魅力とは何だろうか。大三島に移住した23人に対して、移住先に大三島を選んだ理由や魅力取材したところ、複数の要素で構成されていることが分かった(図表-2)。

ここでは、起業・移住したくなる魅力の正体を3つの項目で明らかにする。

▶[図表-2]大三島への移住理由におけるキーワード



注:取材対象者の発言回数が多かったキーワードを、文字の大きさで表現した (User Local テキストマイニングを使用。)

①豊かな自然と利便性のバランス

しまなみ海道沿線の島で、最大の面積を誇る大三島は、海と山の両方の自然の魅力を有している。

海を見渡せば、目の前に大小さまざまな島や雄大な橋の景色が広がる。山に入ると、人の開発が加わっていない、あるがままの自然を楽しめる。



上浦町瀬戸(島の南部)でみえる朝焼け

そして島には、スーパー(3店)やコンビニ(2店)、病院、図書館、教育機関(保育園から高校まで)などの施設があり、暮らしに不便さを感じることはほとんどないという^{*}。車で橋を渡れば、今治や尾道の中心部に30分でアクセス可能で、路線バスも充実している。

このように大三島は、島ならではの豊かな自然と生活利便性のバランスがとれた生活がしやすい場所だと言える。

※調査時点では島内にドラッグストアが欲しいとの声もあったが、2月末、医薬品や化粧品などの品揃えを強化した「ヘルスケアローソン」がリニューアルオープンした

②豊富な観光資源

大三島は、全国に1万社以上の分社を持つ大山祇神社がある「神の島」として古くから知られ、多くの参拝客が訪れる。御祭神は、日本建国の神と伝わる大山積大神一座で、山の神であると同時に大海原の神でもある。本殿の正面は、樹齢約2,600年の小千命御手植の楠がそびえる神聖な場所だ。



樹齢約2,600年の小千命御手植の楠

また、世界的建築家である伊東豊雄氏の活動を紹介する「今治市伊東豊雄建築ミュージアム」、「ところミュージアム」など5つのミュージアムを有するアートの島でもある。

伊東氏は仕事の関係で初めて訪れた際、大三島のもつ不思議な力に強くひかれたそう。日本で1番住みやすい島にするために、「日本一美しい島・大三島をつくろうプロジェクト」を立ち上げ、さまざまな地域おこし活動に取り組んでいる。その一環として、注目されているワインづくりの活動を紹介する。

【事例】ワインづくりで地域おこし (株式会社大三島みんなのワイナリー栽培醸造責任者の川田佑輔さん)



大三島みんなのワイナリーは、都会の人々と島の人々をワインで結ぶことを目的に、伊東豊雄氏が設立した。大三島は水はけの良い真砂土があり、ブドウの収穫期である夏に雨が少ないという環境が、ワインづくりに適しているようだ。

ワインがきっかけで伊東氏と知り合った川田さんは、ワインづくりでの地域おこしに共感し、山梨から移住した。耕作放棄地を借り、多くの地元農家の協力のもと、2015年に醸造用のブドウ栽培をはじめた。翌16年はイノシシの食害で収穫量はゼロだったが、17年には初収穫を迎え、委託醸造にて大三島産ワイン「島紅」をリリースした。かすかな塩味が特徴の島らしい極上のワインに仕上がった。19年には醸造所が完成し、ブドウづくりから醸造まで全て島で行っている。

21年はボトル6,000本分のブドウを収穫した。愛媛県の補助金も活用しながら収穫量を増やし、ワインの一大産地化を目指す。

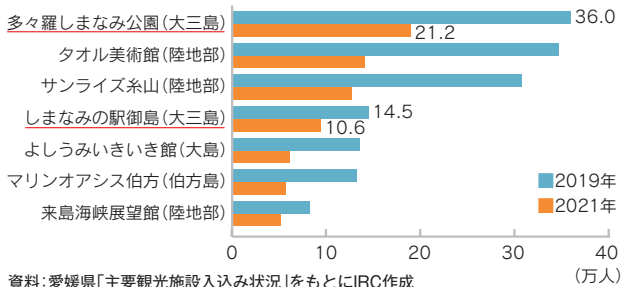


しまなみ 島紅

しまなみ海道を訪れるサイクリストも大幅に増えた。レンタサイクルの貸出実績をみると、2017年で15.0万台と、10年間で約4倍に伸びた。2年に1度開催される国際大会「サイクリングしまなみ」など、行政のサイクリング施策が功を奏している。

大三島と今治市の他地域の観光客数を比較すると、大三島の道の駅「多々羅しまなみ公園」と「しまなみの駅御島」は、観光客数が多い施設の上位にある(図表-3)。大三島が有する観光資源の魅力の高さがうかがえる。

▶[図表-3]今治市観光施設における観光客数(上位抜粋)



多々羅しまなみ公園から見渡せる多々羅大橋は、鳥がはばたく姿に形容されるが、こうした優雅な橋と瀬戸内海の多島美そのものが観光資源となっている。



多々羅しまなみ公園から見渡せる多々羅大橋

コロナ下でも、大三島には一定数の観光客が訪れる。20年3月、起業・移住者の村上あらしさんは、ツーリズム総合施設「WAKKA」をオープンした。オーシャンビューが人気の宿泊施設やカフェには、コロナ下でも多くの観光客が訪れている。

このように、観光客向けの生業を考える人にとっては、チャンスがある島といえるだろう。



オーシャンビューが楽しめるWAKKA

③移住者を受け入れる土壌

大三島は、「神の島」と呼ばれるだけあって、島全体での秋祭りだけでなく、集落ごとに行う多くの祭事がある。ことあるごとに住民が集まり、盃を交わすことで交流を深めてきた。移住者が「住むと愛着が生まれて、離れたたくなる場所」と口をそろえる背景には、こうした深い交流がある。

後述するが、ここ10数年の間で移住者が増えてきたため、地元住民も移住者の受け入れにも慣れている。「移住者が生業を通じて、島を盛り上げるのは大歓迎」「地域の祭りが復活して嬉しい」と歓迎する声もあった。

こうした移住者を受け入れる土壌を育んだのは、24年前に移住した越智資行さんなど、移住希望者からも頼りにされる先輩移住者たちだ。

【事例】パワフルに生きる、移住の先駆者

(あしたも 大三島自然農法グループの越智資行さん)



越智さんは、しまなみ海道全通前の1998年、まだ大三島に移住者がいなかったとされる時期に、大阪から移住した先駆者だ。

自然について深い関心

を持っていた越智さん。父の出身地である大三島に移住し、農薬や肥料を使わない自然農法をはじめた。手間がかかり経営的に難しいとされる自然農法に挑戦したことで、当初は周囲から異端児とみられたという。

試行錯誤を重ねていくなか、今では約60種の旬の野菜や、柑橘などを育てることができるようになった。越智さんが育てる農作物は美味しいと評判で、島では越智さんを師と慕い、自然農法をはじめた人が増えた。2017年には生産者の共同出荷を目的に、「あしたも 大三島自然農法グループ」を結成した。

2007年には「農家民宿べじべじ」を開業して、多くの移住相談に応じたり、自然農法の素晴らしさを広めたりもした。パワフルに生きる越智さんは、地元住民が一目置く存在で、多くの移住者や移住希望者からも頼りにされている。

3.移住者が増えてきた要因

～人と人のつながりが移住者を呼び込む～

複数の関係者によると、大三島への移住者はここ10数年で増えてきたそうだ。その要因を4つ示す。移住者と受け入れに関わる人たちが紡いだ人と人とのつながりが、魅力あふれる「神の島」に多くの移住者を呼び込む流れを生んでいる。

①地域おこし協力隊の導入・定着

今治市に地域おこし協力隊制度が導入されたのは2012年。隊員は自ら地域の課題を設定し、3年間の任期で精力的に地域おこし活動を行ってきた。彼らの活動で地域が活気づいていくなかで、よそものである移住者と地元住民の関係も深まっていったという。

こうした状況を裏付けるのは、任期終了後の地域おこし協力隊の定着率の高さだ。全国の定着率は50%程度^{*}だが、大三島(のべ11名)は90%以上だ。行政が隊員に寄り添い、地元住民が温かく受け入れたこともあって、多くの人が地域に自らの居場所や生業をつくり、定住し続けている。

※活動地と同一市町村内に定住

②移住者に寄り添った今治市職員の対応

地域おこし協力隊の定着率が高い背景には、今治市職員のサポートがある。隊員のモチベーションを持続させるためにも、週に1度は雑談の機会を確保するよう心掛けていているという。隊員からは、「入隊の日に、職員の方が温かくもてなしてくれた」、「任期中もよく声をかけてもらい、ありがたい」との声があった。

近年、全国的に地方移住への関心が高まるなか、今治市も移住政策に注力した。移住希望者に寄り添った移住相談会や手厚い住宅補助を行った。今治タオルやしまなみ海道の高い認知度と、市の取り組みが奏功し、移住者は前年比で1.5倍となった。

③ラントゥーレーベン大三島でのお試し移住

旧大三島町は2003年、地域の農業振興や定住促進を目的に、「ラントゥーレーベン大三島」(ラントゥーレーベン=ドイツ語で田舎暮らし・田舎生

活の意味)を設立した。

同施設は、年間30～45万円程度の安価な使用料で、農園付きの1DK～2LDKの物件だ。地域の農家の方々から農業指導が受けられ、最大5年間のお試し移住ができる。

ラントゥーレーベンの管理組合は、餅つき大会や忘年会などの行事を開催しており、「住民と交流できて楽しい」と利用者の評判も良い。これまでの利用者82名のうち、約3分の1が大三島に定住している。



ラントゥーレーベン大三島

元利用者の伊藤夫妻は、昨年7月「しまなみフレンチフィレール」をオープンした。地元の旬の食材を使った本格フレンチレストランとして、平日でも予約客で埋まるほどの人気だ。

ラントゥーレーベンの入居中からお世話になっていた農家から、大三島産の大事な食材を仕入れている。伊藤夫妻は「地域の農家の方々や管理組合の支えがあって、やってこれた」と語る。

④相談窓口を担う先輩移住者

先輩移住者の中には、受け入れてくれた地域への恩返しとして、新たな移住者に対する相談窓口の役目を担う人もいる。「ゲストハウスのオーナーに、地元の人をたくさん紹介してもらった」、「居住用の物件をいくつも提案してもらった」との声があった。そうした人の温かさに触れて、移住を実行に移す人も少なくないという。

大三島ではこれらの要因などが重なり合い、多くの移住者を呼び込む流れが生まれている。

4. 起業・移住者たちの活躍

大三島への起業・移住者(一部Uターン移住も含む)たちは、近年、さまざまな分野で活躍の幅を広げている。3つの項目に分けて紹介する。

① 飲食店の約半数が移住者の経営店舗

大三島にある飲食店の数は、2021年4月時点で48にのぼり、うち約半数は、移住者が経営する店舗である(ぐるぐる巡る大三島グルメマップ調べ/食事ができる旅館・民宿なども含む)。コロナの影響があったにもかかわらず、最近でも移住者が開業した店が増えたことで、飲食店は増加している。

グルメマップを作成した、地域おこし協力隊の池田貴充さんに話を伺った。大三島は、老舗の旅館や飲食店が、島の幸である海鮮を提供することで、神社への参拝客やサイクリストらをもてなしてきたという。近年は、フレンチやカフェ、ワインや地ビール、イノシシ料理などの移住者が経営する新規出店が増加し、観光客を呼び込んでいるようだ。



ぐるぐる巡る大三島グルメマップ

ちなみにグルメマップは、池田さんが店舗関係者や今治北高等学校大三島分校の協力を得て、島の魅力発信を目的に作成した。見やすいデザインが好評で2回重版となり、累計1万5千部が県内外で活用されている。

大三島産の食材では、柑橘やイノシシ肉が有名だ。古くからミカン栽培が盛んな大三島で、イノシシ被害の問題に向き合いながら、イノシシに付加価値を見出した例を紹介する。

【事例】日本一美味しいイノシシ肉 (しまなみイノシシ活用隊代表の渡邊秀典さん)



2003年頃、イノシシが大三島に上陸した。ミカン農家は、年々拡大するイノシシの被害に悩まされていた。

この事態に立ち向かったのが、大三島にUターンをしてミカン農家を継いだ渡邊さんだ。獣害をもたらすイノシシに付加価値を見出すべく、しまなみイノシシ活用隊を10年に立ち上げた(現在15名/半数以上は移住者)。

活用隊は、イノシシの捕獲から解体、肉の販売まで行う。ミカンを食べて育ったイノシシは、皮肉にもクセがなく美味しいと評判だ。販売先は、県内飲食店だけでなく都市部の高級料理店にも広がっている。

17年に開催された「第一回いきイノシシグランプリ」では、エントリーした29団体の中から日本一を獲得した。かつて害獣とされたイノシシは、特産物になった。

渡邊さんは、島内でカフェ「DAISHIN」も経営している。日本一美味しいイノシシ肉を味わってみてはいかがだろうか。



カフェDAISHINの「イノシシハンバーグプレート」

02 移住者が移住希望者を呼び込む接点に

前述のとおり、大三島には滞在型農園施設であるラントゥーレーベンのほかにも、先輩移住者が移住希望者を呼び込んでいる。

ここでは、お試し移住がしたい移住希望者を応援する事例と、ワーケーション施設で若い人材を呼び込む事例を紹介する。

【事例①】移住を応援するシェアハウス運営 (旅館さわき三代目若旦那の菅航輝さん)



大三島で生まれ育った菅さんは、東京に出て働いたあと、半年海外旅行をした。その後、老舗旅館さわきの三代目若旦那として、地元を盛り上げたいという想いでUターンをした。

旅館を経営する傍ら、お試し移住のニーズに応じするため、シェアハウス「上条の家」を2020年にオープンさせた。

利用者には地域の仕事を紹介したり、主催する交流会や集落の祭事などへの参加を勧めたりして、住民との交流を図っている。このシェアハウスでは、これまで15人が利用し、うち5人が島に定住した(2月時点でも、最大利用人数の5人が滞在中)。

自身もUターン経験のある菅さんは、地元住民とUターン移住者の中間的な存在だ。老舗旅館の若旦那としての信用もあり、移住希望者と住民をつなぐパイプ役を担っている。「人が交わる化学反応で、大三島を面白いことが次々に生まれる場所にしていきたい」と語る。



移住を応援するシェアハウス「上条の家」

【事例②】ワーケーション施設で人材の呼び込みを (株式会社オオシマワークスの増田茂樹・理恵夫妻)



増田夫妻は、2016年に兵庫県から移住した。現在、都市部のIT企業にテレワーカーとして

勤務する傍ら、ワーケーション施設「オオシマスペース」を運営している。

田舎暮らしに強い憧れがあった夫妻は、いくつかの候補地を訪れ、最終的に茂樹さんの祖父母が暮らしていた大三島に移住した。

島で暮らしていくうちに、豊かな自然のなかで仕事のアイデアが生まれやすいことを実感した夫妻。このことに共感してくれる仲間を増やすため、“島で、暮らすように滞在する”をコンセプトとした宿の運営を17年にはじめた。こうした取り組みは、全国雑誌の表紙をかざるなど多くのメディアでも取り上げられ、ワーケーションなどの観光を目的に訪れる人も増えていった。

昨年8月には、高まるワーケーション需要に応えるべく、市の補助金も活用し、新施設をオープンさせた。古民家を改装したホテル「OMOYA」と、みかん小屋を改装したコワーキングスペース「KOYA」だ。

「オオシマスペース運営の最大の目的は、持続可能な地域づくり。そのためには若い人材が必要だ。多くのテレワーカーやIT企業を呼び込み、やがては、この集落をIT村にしたい」と語る。



21年8月にオープンしたKOYAのテラス席

今治市が「住みたい田舎ランキング」で、全国1位に選ばれたこともあり、大三島への移住希望者はさらに増加するだろう。この島で移住体験ができる施設の需要はますます高まるとみられる。

03 多くの事業者が連携するイベント

移住者たちを核に、多くの事業者が連携する取り組みがいくつも生まれている。例えば、「大三島酒フェス」だ。

このイベントの目的は、観光レジャーの受け皿が少なくなる冬場に、観光客を呼びこむことだ。そして島で泊まり、美しい島の魅力を存分に味わってもらい、ファンを増やすことも狙っている。宿泊観光がきっかけで移住に至るケースは少なくないという。大三島酒フェスは、観光客と潜在的な移住者の両方を呼び込めるイベントだ。

【事例】島を存分に味わえる大三島酒フェス

酒フェスの主役は、3種類の大三島産の酒だ。

1泊2日で、各地をマイクロバスで巡りながら、酒やアウトドアが楽しめる。移住者たちが、この島の魅力を最大化したイベントだ。

- ①宮浦港の栈橋での“海上こたつ”で、みかんを食べつつ大三島ブリュワリーのビールを楽しむ。
- ②WAKKAで、大三島リモーネのリキュールを片手にバーベキューや生ライブを堪能できる。
- ③大三島憩の家では、ビーチテントサウナで大三島みんなのワイナリーのワインを味わえる。

残念ながら今年の2月5、6日に予定していた第1回は、コロナの影響で中止となった。収束後の開催が待ち望まれる。



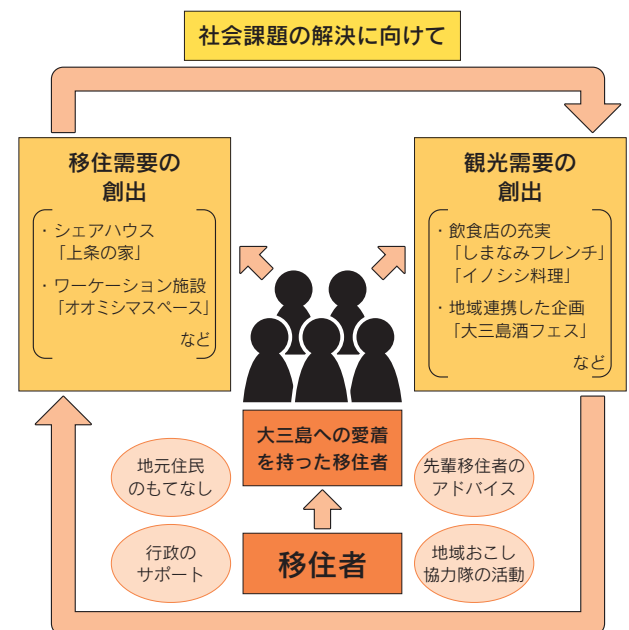
大三島産の酒とみかんを手に海上こたつで宴会

5. まとめ

大三島への起業・移住者は、人生経験が豊富で実行力のある人が多い。自分の思い描く生業や生活を実現するために、この島を選び移住する。そのなかで、地元住民や先輩移住者、地域おこし協力隊や行政などの親身なアドバイスやもてなしを受けることも多い。居住物件を紹介してもらったり、野菜をもらったり、ビジネスに関する助言をうけたりする。こうして居心地の良い大三島に住み続けたい、何とか恩返しをしたいという気持ちが高まる人が多い。

大三島への愛着を育んだ移住者が営む飲食店や施設が、観光客や移住希望者の受け皿となり、新たな移住者の呼び込みにつながっている(図表-4)。

▶【図表-4】大三島での観光・移住需要の好循環



観光資源にも恵まれた「神の島」では、移住者を起点とした好循環が生まれ、人口減少などの社会課題に立ち向かう下地が整いつつある。これからも新たな着想が次々に生まれる、活力ある地域に発展していくことを願う。

本調査が大三島に足を運ぶきっかけや、他地域の参考事例になれば幸いだ。取材にご協力いただいた多くの関係者の方々に、この場を借りてお礼申し上げます。

(西田 賢治)



第35回
地域の明日を創る

THE
person
ザ・パーソン

可能性は無限大！ アップサイクルで地域を 盛り上げたい

廃業したまち工場を改装した一角に、廃材から作られたおしゃれなバッグやポーチが並ぶ。

今回は株式会社アップサイクル愛媛の代表取締役である大久保仁志氏に、アップサイクルとの出会いから会社設立までの経緯や活動内容を伺った。

原点は「捨てるものを減らしたい」

大学卒業後、建築資材メーカーに勤務し、今は祖父が創業した建材を扱う会社の代表取締役を務めています。もともと、SDGsやアップサイクルのような理念は常に頭の中にはありました。日本はスクラップアンドビルドといって老朽化した建物を壊して新たに建てるという方法で経済成長を遂げてきましたが、この先も同じように続けられるとは思いません。建築費の高騰や人手不足という問題もあり、できる限り今あるものを有効に活用し、ムダとされてしまうものとか捨てられてしまうものを減らしたいという意識が年々強くなっていました。

DATA

株式会社アップサイクル愛媛

代表取締役 おおく ぼ ひとし 大久保 仁志 氏

1981年生まれ。松山市出身。福岡大学卒業後、大手建築資材メーカーに勤務。2010年、祖父が創業した株式会社大一合板商事に入社。2015年、三代目社長に就任。2016年、建築関係の若手職人のコミュニティ「伊予匠ノ会」を結成。2021年4月、株式会社アップサイクル愛媛を設立。廃材に付加価値を与えた商品作りや空間作りを行う。令和3年度「愛媛県優良循環型事業所」の認定を受ける。IRCニュー・リーダー・セミナー22期生。

2019年、“アップサイクル”との出会い

アップサイクルという言葉を知ったのは2019年です。東京で開催されていたインテリアライフスタイルという展示会に行った際、その一角に有名な建築士やデザイナーたちがコラボして作った、アップサイクルをテーマにした作品が飾られていました。それはビート板の端材を使ったベンチや空き瓶を利用したインテリアの照明でした。捨てられるはずのモノに価値を見出し、息を吹き返らせるという発想がすばらしいと気持ちが高まりました。

当時、愛媛でアップサイクル活動をしている人

はほとんどいなかったもので、1人でも多くの人に知ってもらいたいと思い、一緒に行った仲間と「じゃあ2人でやろう」と話したのが始まりでした。

アップサイクルの可能性は無限大！

アップサイクルという概念は、本来ごみとして捨てられるモノにアイデアや工夫を加えて、アップグレードする方法です。リサイクルとの違いは、できるだけそのままの素材を活かして環境への負荷を極力減らすという点だと思います。

私たちが活動を始める前から全国各地にはアップサイクリストがいて、さまざまな廃棄物に価値を見い出して新しいものに生まれ変わらせています。例えば、海洋プラスチックからアクセサリを作ったり、ヨットのセイル(帆)からペンケースを作ったり、アイデア次第で可能性は無限大だと感じています。

仲間とともにアップサイクル愛媛を設立

展示会から帰ってすぐ、2人で今後の活動方針を話し合いました。そして翌年、2020年に任意団体として「アップサイクル愛媛」を立ち上げました。まずは自分たちの活動を知ってもらうための手段としてクラウドファンディングを活用しました。出資者には廃材を利用したバッグやテーブルをお礼の品として送りました。

これが予想以上の反響で、100人以上の方から約300万円の資金が集まりました。自分たちの活動内



アップサイクル愛媛のメンバー

容や思いに共感してくれる人がたくさんいることは素直にうれしかったです。

仕事のオファーも増え、団体としての活動では収まらなくなったので、2021年に株式会社アップサイクル愛媛を設立しました。

プロフェッショナルだからこそできること

アップサイクル活動を継続させるためには、それなりの知見や技術が必要です。

私たちが続けられているのは、職人仲間のコミュニティがあったからだと思います。それが私が6年ほど前に作った「伊予匠ノ会」です。若手職人同士がつながる場所があれば、モノづくりのアイデアや新たなビジネスが生まれるのではないかと思います。設立しました。メンバー集めや組織を一つに束ねるのに苦労しましたが、そのときの経験や人脈が今の活動に活かされています。

実際にアップサイクル商品は私がすべて一人で作っているわけではありません。建築や建材、木工、縫製、デザインなど各分野のプロが集まってアイデアを出し合い、オリジナルの商品を作っています。

廃材がオンリーワンのバッグに変身

クラウドファンディングの返礼品として作ったバッグがアップサイクル商品第一号です。このバッグは、ランバーカバーという海外から輸入される木材にかけられている保護シートから作っています。

商品化のきっかけは、本業で取引のある木材関連の会社との商談でした。もともとは、端材を使って一緒にコラボしませんかという話をしていたのですが、その時に木材を覆うランバーカバーが目にとまりました。話を聞くと、破損防止や湿気対策として、カナダからの輸入木材にはこのカバーがつけられていて、ごみとして大量に捨てられていることを知りました。耐久性もあり、デザイン性もあるのに捨てるのはもったいない、という思いから、何か利用価値が見出せないか考えました。

自転車やトラックの荷台カバーなど、使い道を

いろいろ考えたのですが、最も付加価値があるのは小さいもので高い金額(価値)をつけられるものだと思います、バッグを作ることになりました。

ランバーカバーは、汚れがついた状態のまま仕入れてくるので、洗浄したうえでカットして職人が1つ1つ手作業で作っています。価格は決して安くはないですが、手間を考えると相応だと思っています。そのストーリーに共感してもらえる人を買ってもらいたいですね。



大量に捨てられていたランバーカバー(写真上)が
オンリーワンのバッグに変身(写真下) 5,500円

ショップ兼工房をオープン

昨年、アップサイクル商品を販売するショップ兼工房をオープンしました。ランバーカバーから作ったバッグのほか、テントや横断幕の端材を利用したバッグやポーチを販売しています。週に1日だけの営業ですが、口コミやSNSを見て、買いに来てくれるお客さんが増えています。

これらの商品を販売しても、世の中のごみが減るとは思っていません。ただ、本来捨てられるもの

を身に付けてみて、少しでも社会に貢献できるという感覚を多くの人が持てば、世の中が変わるかもしれないという思いで発信しています。

アップサイクルを取り入れた生活

私自身、身の回りのものはアップサイクルのものが多いです。普段、持ち歩いているバッグやパソコンケース、手帳カバー、ペンケースなどはすべてアップサイクル商品です。耐久性はもちろん、おしゃれでクリエイティブなので、カッコいいなと思ったものを持ちたいし、作りたいですね。

普段の生活の中で廃材を活用してみようとか自分で何か活動してみようかなと考える人が増えれば、1人で始めたことでも2人、3人となってアップサイクルの輪が広がると思います。そういう意味では、モノを売っているのではなく、概念を売っているという感じです。



テントや横断幕の端材で作ったバッグを販売

コロナで廃業の銭湯がおしゃれなバーに

建物や空間のアップサイクルにもチャレンジしています。リノベーションという言葉がありますが、それもアップサイクルの1つです。アップサイクル愛媛として初めて手掛けたのが、松山市内にある銭湯でした。

ここは、もともと友人の母親が経営していまし

たが、コロナで廃業となりました。友人から銭湯を有効に活用できないかという相談を受けました。その友人がバーを経営していたこともあり、“誰も真似できないバー”をコンセプトに設計、デザインをさせてもらいました。

物流現場で荷物の積み下ろしに使うパレットの廃材や空き瓶をアップサイクルしてインテリアや家具にしました。浴槽部分はそのまま残し、男湯と女湯の仕切りブロックは取り外して座れる場所として生まれ変わりました。

銭湯の名残を残したバーは、珍しさとSDGsの観点から注目され、メディアでも取り上げられました。内装を見に来るお客さんも多いと聞いています。



アップサイクルでバーに生まれ変わった銭湯

興居島のアップサイクルプロジェクト

今、力を入れているのが、松山市の興居島でのアップサイクル事業です。事業自体は大一合板商事が請け負っていて、総事業費は約1億5千万円です。高浜港から船でわずか10分というアクセスの

良さや島ならではの景観に価値を感じています。ただ、人口はピーク時の約2割にまで減っていて、かつて3校あった小学校は2校が廃校になりました。

プロジェクトは、空き家をコワーキングスペースや民宿に活用して都市部からの移住者を誘致するものです。空き地や空き家を価値ある空間にアップサイクルして島全体の活性化につなげたいと考えています。現在は基礎工事の段階ですが、アップサイクル愛媛が内装やインテリアを担当する予定です。

アップサイクルで地域活性化を

昨年の秋に、障がい者の就労支援事業所と連携して手帳カバーやパスケースを制作し、期間限定で東急ハンズ松山店に置かせてもらいました。時代の流れに沿って、愛媛でもアップサイクルの認知度が少しずつ上がってきたと感じています。今後の活動については、会社を大きくしたいとは考えていません。例えばバッグの販路を拡大しようと思えば方法はいくらでもあります。そもそも廃材を利用しているので材料の安定確保が難しく、手作業なので大量生産もできません。事業を拡大させることよりも、社会的に意義のある大きな仕事がしたいと思っています。

具体的には、アップサイクルを通じて地域の課題解決をしたいと考えています。本当は価値があるのにごみとして捨てられているものをアップサイクルして、日本や世界に発信できれば、最終的に地元企業が潤い、地域活性化に貢献できるのではないかと思います。

インタビューを終えて

大久保氏の「アップサイクル商品ではなくその概念を売っている」という言葉が印象的でした。

全国でも広がりを見せている“もったいない”からはじまったアップサイクル活動の輪が、地域全体に広がることに期待したいです。

(續木 美和子)



DXが進まない問題

愛媛大学社会共創学部 元教授
(株式会社いよぎん地域経済研究センター 前社長)

山崎 正人



最近、ある役所の方から少しショッキングな話を聞いた。テーマは、役所のDX(デジタル・トランスフォーメーション)についてである。話の主旨は、役所のDXがいかに難題であるかということだったのだが、お聞きするにつけ、いかにもさもありなんといった類のことばかりで、そのご苦勞に対し、大いに同情を禁じえなかった。しかし、残念ながらこうした「DXが進まない」問題は、役所に限った話ではない。だからこそ深刻なのだが、こうした我が国のデジタル後進性はなぜ生じたのだろうか。

理由は複合的だ。例えば、コンビニや宅配の利便性に象徴されるように、日本がすでに十分暮らしやすい社会になっていることは、その理由の一つだ。また、多様性に欠ける組織や出る杭を打つメンタリティ、失敗につらく当たる世間、ものづくりの職人気質といった日本人の精神性も大いに関係しているだろう。ただ、それらの要因を一括りにしていうと、要は、社会を変えていかなければという気運が、国全体に醸成されにくい風土になっているのだと思う。高齢化社会の悪しき側面である。

しかし、それでは済まないところまで日本は追い込まれている。DXを進めていかなければならないことに疑問の余地はないし、企業人の多くも、その点は了解しているはずだ。しかし、

いくつか心配なことがある。

1 つは、DXを「事業の効率化ツール」と捉える向きが、依然として多いように見受けられることだ。そうではない。社会はとうの昔にデジタル化に舵を切っていて、日々加速している。ネット消費やネット学習が、社会のデフォルトになるようになっていることは周知の通りだ。DXとは、そうした「進展するデジタル社会に、事業を最適化させていくこと」に他ならないのだ。

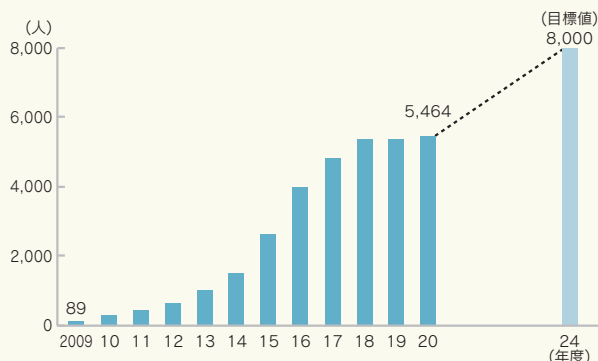
2 つ目は、スピード感だ。先進的な取り組みが、早すぎたゆえに失敗する事例はよくあるが、そうした事例を引き合いにして、多くの方々が時代の変化のスピードを軽んじているように見えることだ。変化は早く、しかも永遠に続く。「ソフトウェアに完成形はない」という言葉が象徴するように、事業も常にアップデートが求められる。どこまで行っても、これでよしという段階はやってこないのだ。

20世紀初頭、T型フォードの登場が、アメリカのビジネスや暮らしを全て塗り替えていったのと同じようなゲームチェンジが始まっている。DXがこれ以上遅れるようなら、日本はもはや先進国の地位には止まれないだろう。歴史的安値に沈んだ円の実力低下がそれを暗示している。日本は今こそ覚醒しなければならないと思う。



地域おこし協力隊の 任期終了後の定住状況 ～高い定住率を誇る愛媛～

図表－１ 地域おこし協力隊の隊員数の推移



資料：総務省の各種資料をもとにIRC作成

注：隊員数は各年度の現役の隊員数を指す、24年度は総務省の目標値

地域おこし協力隊は、公募で選ばれた隊員が過疎地域等に住民票を異動し、地場製品の開発・PRなどの地域おこし活動を行いながら、その地域への定住を図る取り組みだ。

2009年度に協力隊制度が導入されて以降、隊員数は大幅に増加している。20年度の現役隊員は5,464人となった(図表－1)。愛媛では、10年度に伊予市・西予市・内子町が導入し、順次拡大していった。20年度時点で、県内18の市町で118人の隊員が活動している。

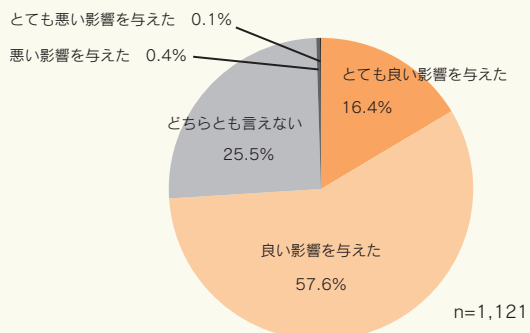
総務省の調査では、隊員を受け入れたことがある自治体の約4分の3が、地域に良い影響があったと回答した(図表－2)。地域資源を活用した商品開発や空き家活用、移住者獲得など、活躍の幅は広い。こうした状況も踏まえて総務省は、24年度の隊員数を8,000人に増やす目標を掲げている。

隊員には任期終了後の定住が期待されている。都道府県別に隊員の定住数をみると、北海道(658人)が最も多く、定住率も72.1%と高い(図表－3)。受け皿となる過疎化が進む自治体の多さや移住人気の高さに加えて、自治体のサポート体制などが影響しているようだ。愛媛の定住数は102人で、全国11位。定住率は67.1%で、定住数が100人以上の11道県の中で2位(47都道府県中11位)となっている。

隊員を対象とした全国アンケートによると、多くの隊員が任期中や任期終了後の仕事に関する課題を抱えている。愛媛では、一般社団法人えひめ暮らしネットワークと行政が連携し、起業研修会や交流会を定期的に開催している。こうした取り組みが、課題解決や隊員同士のネットワーク形成を促し、定住率の底上げにつながっている。

(西田 賢治)

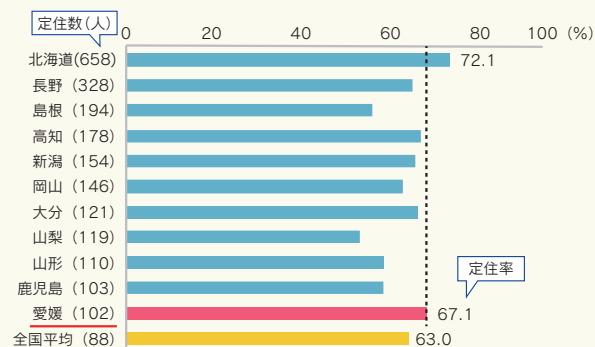
図表－２ 隊員の受け入れに伴う地域への影響



資料：総務省「地域おこし協力隊のこれまで10年間の取組状況に係る調査」(2019)

注：隊員を受け入れたことがある自治体が回答。

図表－３ 任期終了後の隊員の定住状況(定住数100人以上抜粋)



資料：総務省「地域おこし協力隊の定住状況等に係る調査」(2020)をもとにIRC作成

注：定住数・定住率には活動地の近隣市町村内に定住したものも含まれる

新コーナー

Innovationが 地域を拓く



～ Start Up企業からのメッセージ ～

このコーナーでは、市場からも注目されるスタートアップ企業について、ビジネスのヒント、それを創業につなげるきっかけや熱意、そして今後の夢、地域社会への思いなどを紹介します。

＜ 本コーナーでご紹介する企業は、
いよぎんキャピタル株式会社が投資しています ＞

株式会社オーディオストック(岡山県)

世界最大級の音源販売プラットフォーム

1. YouTubeでもオーディオストック!!

株式会社オーディオストックは、高品質かつロイヤリティフリーのBGM、効果音といった音楽作品を販売するプラットフォーム「Audiostock」を運営している。2013年にサービスを開始、現在取り扱う音源数はなんと約80万点、世界最大規模である。



サービス内容

ロイヤリティフリーとは、事前に取り決められた使用許諾範囲内であれば、追加使用料が免除されている著作物のこと。

「Audiostock」で購入した音源は、期間や使用回数の制限なく、映像作品、ゲーム、アプリ、

動画広告など様々な商用コンテンツに組み込んで使用することができる。月々550円からの使い放題プランのほか、1曲ずつ購入することも可能となっている。

音源を販売したい人はプロ・アマ問わず、自身が作成した作品を登録、同社による品質や権利関係の審査をパスすれば販売可能になり、売上に応じた報酬(印税)が受け取れる仕組み。

テレビ・ラジオの放送局、広告代理店、映像制作会社、一般企業のほか、芸能人のYouTubeチャンネルでも多数利用されており、動画制作者の間でなくてはならないサービスとなっている。伊予銀行も一部のCMで「Audiostock」の音源を使用している。

2. ビジネス着想は音楽コンテストで聞いた悩みから!!

同社は、西尾社長が岡山大学在学中に起業した学生ベンチャーで、現在も岡山市に本社を置く。当初、オンラインの作曲コンテストなどを運営していたところ、関係者から「音楽著

作権の扱いが難しい」という悩みを聞き、ロイヤリティフリーの音源にニーズがあると気づいた。コンテストに携わるなかで日本のアマチュアミュージシャンのレベルの高さも知っていたことから、ミュージシャンの収入増に貢献し、かつ利用者側の著作権の悩みも解決できないかと考え、音源販売のプラットフォームを創りあげたのだという。



Audiostockビジネスモデル図

3. BGMや効果音を「売りたい人」「使いたい人」がwin-winに!!

現在は、パソコンや各種機器の進化によって誰でも簡単に音楽を生み出せる時代であるが、実際に作品を販売するには価格設定、契約実務や著作権の処理など専門性の高い事柄が多く、個人で対応することは難しい。「Audiostock」は、契約から収益分配までオンライン上で完結させることで、クリエイターが適正な収入を簡単に得られる仕組みを提供している。

他方、ユーザーとなる動画制作者は、他人と被らない質の高い音楽や効果音を、権利関係を気にせず安心して手頃に入手したいというニーズがある。「Audiostock」は、このわがままな要望に応える国内で唯一のサービスである。

クリエイターエコノミー¹⁾を担うプラットフォームとして、クリエイターと音源使用者がwin-winとなる世界を実現している。

4. 海外も注目、2026年には2,000億円市場に!!

サービス開始当初のユーザーは企業が中心であったが、YouTubeやTikTok、17LIVEといった動画プラットフォームの台頭で、ユーザーなど個人の動画制作者の利用も急激に増加、事業規模は急拡大している。

1) クリエイターが自身のスキルを活かして収益化を図る経済圏

2) 企業価値10億ドル超の未上場企業

海外で「ストックミュージックサービス」と呼ばれる動画に付随する音源販売の市場は、2026年までに2,000億円規模に成長すると予想されており、海外の競合にはユニコーン²⁾に成長する企業も現れた。

同社も昨秋、米国のベンチャーキャピタルを含む国内外の投資家から6.7億円の資金調達に成功。複数の海外投資家が株主に名を連ねており、「ストックミュージックサービス」の国内有力企業の将来性に対する期待は熱い。

5. 岡山発のグローバル企業へ、そしてIPOへ!!

事業拡大を目指し、一時東京へと拠点を拡大していた同社だが、コロナ禍をきっかけに主要部門を岡山に戻している。社長は、「東京には創業初期に資金調達しやすい、ユーザーの意見を聞きやすいなどのメリットがある一方、地方には、雑音に惑わされることなく開発に集中できる、上場を目指すスタートアップ企業が少なく金融機関をはじめ各方面から手厚い支援を受けられるなどのメリットがある。地方で活動している音楽関係者の支援にも力を入れているからこそ自分たちも地方にすることが理念に合致している」と言う。

現在、和風の楽曲や、アニメ、ゲームといった欧米でも人気のある日本ならではのコンテンツを武器に海外展開の準備を着々と進めている。その先に見据えるIPO(株式上場)も通過点に過ぎない。

どこに住んでいる人でも、創作した音源を手軽に世界中に届けられる、そんな時代が来ようとしている。

(文責: いよぎんキャピタル株式会社)

profile

株式会社オーディオストック



代表取締役社長 / 西尾 周一郎 氏

【会社所在地】
〒700-0816
岡山市北区富田町1-6-10
東光第一ビル2F

地元・松山を元気にしたい

株式会社とかげや 代表取締役社長 / 加戸 慎太郎 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー30期修了生)



株式会社とかげやは、衣料品の販売やカフェの運営、水の宅配を行っている。

1947年創業。戦後の物資不足を背景に、慎太郎氏の祖父 文一氏が「生活に必要な衣食住の“衣”を通じて社会を豊かにしたい」と、始めた洋服店が興りである。屋号の「とかげや」は、現在の場所で雑貨店を営んでいた老夫婦から土地を譲り受ける際に「とかげは天の使いとされ、尻尾を切っても再生する。時代が変化しても再生しながら繁栄するという意味が込められている」と聞き、決めたそうだ。

慎太郎氏の行動力が同社の強みである。12年前、代表に就任すると「今後はネット販売が主流となり、これまでと同じでは生き残れない」と社員を説得し、ネット販売を始めた。同時期に、まちなかの活性化を目的にタリーズコーヒージャパンを誘致し、当時としては先進的なアパレルとカフェの併設店舗をオープンした。さらに、「これからはお客さまを“待つ”より、“行く”べきだ」と水の宅配も始め、慎太郎氏自ら営業して取引先を開拓した。これらの3事業が今では同社の柱となっている。

慎太郎氏は「目標は全員経営」と言い、「経営者目線で考えて動く」社員の育成に力を入れている。売上やコストに関する目標や行動計画を社員自身が考えて管理する仕組みをつくるほか、慎太郎氏がさまざまな質問を社員に投げかけて自身で考える習慣づけを行っている。「何でも興味をもち、自分事としてとらえることが大切」とのことだ。また、業容拡大も社員の育成に一役買っている。慎太郎氏がビジョンを説明して自ら前進する姿勢を見せ続けた結果、社員が「私も変わらなければいけない」と思い始めており、変革意識が醸成されつつある。

「若いころ、店に行くと社員やお客さまの笑顔であふれていた。その光景が大好きで、守りたいと思う。みんなの笑顔のために、地元・松山を元気にするために私は働く」と、慎太郎氏。株式会社まちづくり松山の代表も務め、松山市中心部の活性化や魅力発信にも努めている。今後も地元・松山のために行動力を発揮していけることだろう。

(川尻 麻美)

☑ PERSONAL QUESTION

加戸 慎太郎 (かど しんたろう) 1982年5月生まれ

- | | |
|------|---|
| モットー | 至誠一貫。
商売は信用第一。信用を得るためには“誠実さ”が求められる。地域でずっと生きていくには、誠実であり続けることが必要であり、自社の経営理念にも掲げているほど大切な言葉。 |
| 趣味 | ピアノ、ゴルフ、サッカー。
ゴルフやサッカーは最近できていないが、ピアノは時々弾いている。苦しいときでもピアノを弾けば心が落ち着き、ストレス解消になる。 |
| 長所 | 何でも正直に話して、相手の話を素直に聴くところ。
常に笑顔と感謝を忘れないでいたい。 |

【 会社概要 】

〒790-0012
松山市湊町4丁目8-8
TEL / 089-931-8888
資本金 / 3,000万円
従業員 / 25名(パート含む)



お客さまに喜ばれるタオルを企画・提案

株式会社タマテックス 取締役 / 玉井 淳也 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー30期修了生)

日本最大のタオル産地、今治市。株式会社タマテックスは、同市でタオルや寝装品などの企画・卸販売を行う専門商社である。

創業者は父の哲也氏。勤めていたタオルメーカーの倒産を機に、当時のお客さまなど周りからの支援を得て1995年に同社を設立した。

同社では今治産のタオルはもちろん、中国産のタオルも扱っている。中国に合弁の検品会社を設立して日本と同レベルの検査を行っており、安価という中国産のメリットを生かしつつ国産と変わらない高品質のタオルを提供している。「お客さまのニーズによって、生産地を選ぶことができる。また、デザインや縫製、染め方なども当社が良いと思うものを選んで提案している」と、淳也氏。お客さまからも「ワンストップで何でも相談できる」と喜ばれているようだ。

冠婚葬祭ギフトやイベントのグッズなどとして利用されることが多いタオルは、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けている。同社では、その対策として、オンラインショップを立ち上げて自社ブランドのタオルを展開し、個人のお客さまとの接点をつくっている。ポーチなどの小物類も扱い始め、タオル以外の品ぞろえを充実させている。

淳也氏は「原油高や円安、原材料高などでコストが増加しているのが悩み」と言う。コスト削減や価格交渉に加え、長期的視点に立って、「SDGs」を意識した商品の企画・提案にも取り組んでいる。去年は、バイオマスプラスチック繊維とコットンで織ったタオルを企画してオンラインで販売し、好評を得た。

「人を育てて会社をもっと大きくしたい」と話す淳也氏が力を入れているのは、若手社員の育成だ。業界経験を問わず採用し、未経験者には愛媛中央産業技術専門学校へ1年間派遣して専門知識を学ぶ機会をつくっている。また、今治市内や中国のタオル工場に派遣して製造工程を体験させるほか、業務フローやマニュアルを作成して若手社員の知識習得を支援している。

今後もタオルの企画・提案を通じてお客さまに「喜ばれるモノづくり」を進めていかれることだろう。

(川尻 麻美)



☑ PERSONAL QUESTION

玉井 淳也 (たまい じゅんや) 1986年7月生まれ

モットー

為せば成る、為さねば成らぬ何事も。
挑戦する前から「できない」と思いたくないし、言いたくない。お客さまから「これって難しいですね？」と聞かれたら逆に燃える。何事もチャレンジしたい。

休日の過ごし方

4歳の息子と公園巡りをしている。
遊びや会話を通じて、息子の成長を感じられて嬉しい。

感銘を受けた言葉

「日本人なのに日本のことをあまり知らないね」
中国留学時にコロンビアの友人に言われた。友人は自分のことのように自国のことを話すのに、明確な返答ができない自分を情けなく感じた。
海外から日本はどう見られているのか、そもそも日本人とは、などいろいろと考えるきっかけになった。

【 会社概要 】

〒799-1511
今治市上徳1丁目甲503-1
TEL / 0898-48-0336
資本金 / 1,000万円
売上高 / 1.5億円
従業員 / 38名(パート含む)



File. 13 地銀9行連携レポート

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

今回は、京都における遊休公有資産の活用事例として「廃校マッチング」の取組を紹介する。

京都府福知山市における遊休公有資産の活用 ～「廃校マッチング」の実施～



▲廃校の一例である旧菟原小学校



▲「公民連携促進に関する連携協定」締結式



▲福知山市内の廃校分布図(地図出所:Map-It https://map-it.azurewebsites.net/Map/%E4%BA%AC%E9%83%BD%E5%BA%9C___%E7%A6%8F%E7%9F%A5%E5%B1%B1%E5%B8%82/lush)

京都府の北西部に位置し、由良川流域の福知山盆地にひらける福知山市。天正7(1579)年に明智光秀が福知山城を築き城下町として栄えた。以後、明治末期までに大阪・京

都への鉄道が開通し、北近畿の交通の要衝として、また商都としても発展してきた魅力あふれる町である。

この福知山市において公民連携により、遊休公有資産の一つである「廃校」に着目したユニークな取組が行われている。

● 取組の背景

2017年に、京都府は公民連携の推進に向けて「京都府公民連携プラットフォーム」を設立している。当プラットフォームに参加している福知山市は公民連携の取組を一層強化することを目的として、地元金融機関である京都銀行、京都北都信用金庫と2020年8月に「公民連携促進に関する連携協定」を締結した。福知山市では過疎化により廃校になった学校が16校あり、地域の賑わいに空洞が生じることが課題となっている。遊休公有資産である廃校の民間活用を促進することで企業進出や新たな事業創造を後押しし、地域の賑わいや雇用の創出につなげるべく取組がスタートした。

●「廃校マッチングバスツアー」の実施

まず、民間企業が廃校の活用にとどの程度関心があるのか、京都銀行によって取引先約1,300社に対し廃校活用に関するアンケート調査が行われた。

続いて廃校活用に関心を寄せる企業と福知山市とのマッチングを目的に、実際に廃校の中を見学し、福知山市職員から説明を受けることができる「廃校マッチングバスツアー」が実施された。2020年10月・11月の実施時には募集定員30名に対し約120名もの応募があり、関心の高さがうかがわれた。

「廃校マッチングバスツアー」は2020年度・2021年度に計3回実施され、廃校活用を検討する約80社のマッチングとサウンディング調査が行われた。



▲「廃校マッチングバスツアー」の様子



▲「地域アイデアワークショップ」の様子

ム」がスタートした。同プログラムの第1弾として2021年7月に「廃校マッチングバスツアー」が実施され、続いて、内閣府補助事業「地方創生カレッジ」の「地方創生イノベーション発想塾」の枠組みを活用し、AIを用いて廃校活用のアイデアを考える「地域アイデアワークショップ」、廃校活用を検討する事業者とともにアイデアを磨き、具体的な活用イメージを描く「アイデアブラッシュアップワークショップ」が開催された。



▲「アイデアブラッシュアップワークショップ」の様子

● 取組の成果と今後の展開

協定締結後に活用が決定した廃校は、行政利用も含めて6校となり、一定の成果が出ている。

2021年度からはマッチングの確度を高めるため、伴走支援型の「廃校リノベーションバージョンアッププログラ

以上の事例は、遊休公有資産である廃校を民間企業と連携して解決する公民連携の取組である。こうした取組がますます広がっていくことが期待される。

(文責：京都総合経済研究所)

全国の地銀9行連携 「地域再生・活性化ネットワーク」について

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

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

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

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



SHANGHAI

上海だより

ゼロコロナの上海で起きていること

はじめに

コロナ禍も3年目を迎えたが、依然として世界中で感染が続いている。上海においても同様と思われるかもしれないが、実は上海における市中感染例は諸外国と比べれば非常に少なく、そのため、ほとんどの人は実際に感染するリスクは高くないと思っている。

にも関わらず、私たちはどこか不安を抱えながら生活している。それは、ひとたび陽性が疑われる例が確認された場合、ゼロコロナの下に接触した人や訪れた場所が芋づる式に明らかにされ、本人のみならずその周囲についても厳しい制限が課せられてしまう事実を何度も目の当たりにしているからである。

今回は、ゼロコロナを目指す上海で起きていることについてレポートする。

1 飲食店は営業停止

陽性の疑いのある例が確認された場合、該当者の行動が徹底して洗い出される。スマートフォンの履歴や街中の監視カメラも調査されると言われており、接触が疑われる例は全て明らかにされて

しまう。

該当者の利用が確認された飲食店があれば、当局により一定期間の営業停止措置がとられる。停止期間は2週間近くにわたる場合もあり、この間に従業員のPCR検査や店内の消毒、来店客の調査が行われる。数ヵ月前には当事務所の近隣で複数の飲食店が営業停止になることがあった。ちょうど繁忙シーズンの頃で、飲食店業界はピリピリとした雰囲気にも包まれていた。

2 商品売り場で夜を明かす

疑いの例(陽性疑い/接触疑いの別は不明)の行動履歴において、商業施設に立ち寄った履歴があれば、そこも封鎖される。

日本的な発想であれば、来店客には全員退出してもらい、その後に封鎖が始まると思われるが、ここ上海では来店客ごと封鎖してしまう。

このような封鎖は昨年12月頃から各地の商業施設で頻発しており、“売り場で封鎖解除を待つ人”、“入店した途端に封鎖をかけられてしまった人”、“退店のわずかな時間差で離れ離れになってしまった親子”などの様子がSNSにアップされていた。

この封鎖は在住日本人の生活圏にある商業施



日用品売り場で封鎖解除を待つ人々
(当地SNSで流布した画像をぼかし加工)

設でも発生している。こういったことが起きるようになってからは、私も外出の際に必ずスマートフォンの予備バッテリーを携帯するようになった。そして仮に一晩明かすことになったとしても、無理のない服装を選ぶようになっている。

3 接触疑い例で48時間封鎖

陽性者等との接触が疑われる人がアパートやマンションといった集合住宅に住んでいる場合、本人は政府指定施設に移され一定期間の隔離を受けることになるが、住んでいる集合住宅は1棟丸ごと48時間の封鎖となる。

この間、全住民を外出不可とし、複数回のPCR検査を実施する。全員の陰性が確認できれば48時間後に封鎖は解除。続く12日間、健康観察期間として、外出は可能になるものの人の集まる場所等への訪問が制限される。

この封鎖は市内各地で起きており、経験者は少なくない。当地在住者であれば、知人のうち誰かはこの封鎖を経験しているといっても過言ではない。



防護服姿の当局関係者により封鎖されたマンション
(筆者知人により撮影・提供)

4 陽性の疑いがあれば2週間

集合住宅内で陽性の疑いがある場合はより長期の封鎖が課せられる。

あるマンションでは、居住者1人に陽性の疑いが判明したことで、クリスマスと年末年始を含む14日間の封鎖措置を受けることになった。ここで暮らしているかぎり、いつそうなってもおかしくないと覚悟はしていても、時期が時期だけに封鎖に伴う気の毒さはいつも以上のものがあった。

5 オフィスも48時間の封鎖

疑い例をたどる途上で判明した該当者の勤務先も48時間の封鎖対象となる。

当初この話を聞いたときは「48時間はオフィスに入れなくなる」というものだと勘違いしており、2度3度と聞き直した結果、「今から閉めます。48時間出られません」という措置であると理解したときには驚愕した。封鎖時点で当該オフィスに勤務していた人は、解除されるまでオフィス内で寝食を共にすることになるのである。

封鎖の対象となった先においては、大変なご苦労があったものと思われるが、スタッフみんなで励ましあいながら明るく過ごせたという話もあり、多少は救われる気がした。

おわりに

世界がウィズコロナへと転換していくなか、当地ではゼロコロナが堅持されており、市中感染が生じた際の各種封鎖や、海外からの入国時に課せられる長期の隔離は緩和の兆しを見せていない。海外では中国のゼロコロナ策は北京五輪後に緩和される、とも言われているようだが、当地では早くとも今秋の党大会を終えるまでは現状維持と見る向きが主流である。個人的には、規制はもっと先まで続くのではないかと危惧している。これが杞憂であればよいと切に願う。

(石井 学)

【税務編】

少額減価償却資産の特例措置の改正

和泉会計事務所 税理士 和泉 真紀夫



Q. 令和4年度の税制改正大綱において、少額減価償却資産の特例の延長と改正が行われたようですが、具体的に教えてください。

A. 少額減価償却資産は、現行制度が延長されました。
ただし、対象資産から「貸付けの用に供した資産」が除外されることとなりました。
具体的には以下の通りです。

1. 少額減価償却資産の特例措置の延長

現行制度では、中小企業者等が一つあたりの取得価額が30万円未満の減価償却資産を取得した場合、年間300万円を限度に全額損金算入することが可能となっています。令和4年度の税制改正では、この制度の適用期限を2年間延長することとされました。

中小企業者等が少額資産を取得した場合の税務上の取り扱いは、次の通りです。

(1) 全ての企業

① 少額減価償却資産の取得価額の損金算入制度

取得価額	税務上の償却方法
10万円未満	取得価額の全額を損金算入(即時償却)

② 一括償却資産の損金算入

取得価額	税務上の償却方法
20万円未満	3年間で均等償却(残存価額なし)

(2) 中小企業者等のみ

中小企業者等の少額減価償却資産の取得価額の損金算入の特例

取得価額	税務上の償却方法
30万円未満	取得価額の全額を損金算入(年間300万円以内)

令和4年度の税制改正大綱では、(2)の中小企業者等にのみ認められている、取得価額が30万円未満の減価償却資産の即時償却の特例について、その適用期限が2年間延長されました。

2. 対象資産の見直し

令和4年度の税制改正大綱では、即時償却や一括償却資産に該当する資産から「貸付け(主要な事業として行われるものを除く)の用に供した資産」を除外することとされています。

これは、ドローンや建築現場の足場材料など、一つあたりの取得価額が10万円未満の少額資産を大量に取得し、その取得した資産を貸付の用に供する節税スキームに利用されるケースがあり、近年増加傾向にあることから、令和4年度改正で見直されることになりました。

適用は、令和4年4月1日以後に取得する減価償却資産からとなる見込みです。事業年度ベースではなく「取得ベース」での適用となりますので注意が必要です。

節税目的ではなく、グループ経営の一環として、グループ内で貸付けを行っているケースも考えられます。例えば、ボリュームディスカウントを行いたい、子会社には資金がないなどの理由により、親会社などが、スマートフォンやPC、会社備品などの少額の減価償却資産を一括で購入し、子会社などに貸付けしているケースなどです。

上記のようなグループ内で貸付けを行っているケースについては、「主要な事業として行われるもの」として取り扱われ、これまで通り少額減価償却資産の特例が適用できるようになる見込みです。

(2022年3月1日現在で執筆しています)

【労務編】

65歳以上で働く方に朗報！！ 年1回年金額が増える制度がスタートします

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. 高齢社員のモチベーションアップにつながると期待されている、2022年4月開始の年金制度「在職定時改定」について教えてください。

A. 在職定時改定は、65歳以上の社員に対する老齢厚生年金の年金額を毎年10月に改定して支給するという制度です。
今までは退職時が70歳時点にしか年金額の再計算が行われませんでしたが、今後は継続勤務をしながら毎年増額されることになります。

1. 現在の老齢厚生年金の仕組み

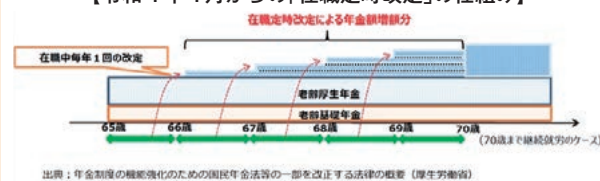
厚生年金に一定の加入歴がある場合、65歳になると「老齢厚生年金」を受け取ることができます。

ただし、社員が65歳以降も働き続け、厚生年金保険料を毎月納めていても、年金額はすぐに増えるわけではありません。

年金が増額されるのは、原則としてその社員が「厚生年金を辞めた時」または「70歳になった時」のいずれかの時点となります。

例えば65歳以降の給与が20万円の社員の場合、年金が年間約13,000円増える見込みです。

【令和4年4月からの「在職定時改定」の仕組み】



3. 具体的な改定期期

もう少し、具体的にお話ししましょう。毎年9月1日の時点で厚生年金の被保険者である65歳以上の社員が、前月である8月までの厚生年金加入実績に応じて10月から年金額が改定されます。改定された10月分の年金額は12月15日に支払われます。

【65歳以上の厚生年金加入者の年金額改定の仕組み（現行）】



2. 在職定時改定とは

昨今の高齢者雇用安定法の施行などにより、70歳までの継続雇用が努力義務となったことから、「退職する前から年金額の改定が必要」という議論が高まり、在職定時改定の制度が導入されることになりました。

在職定時改定は、65歳以上の社員が「厚生年金に加入しながら勤務している場合」に、毎年1回、決まった時期に年金額の再計算を行う仕組みです。厚生年金を辞めていなくても、また70歳になっていなくても、決まった時期が来れば、それまでの加入実績を踏まえて年金額が増額されます。

4. 人事・労務担当者が気をつける事

在職定時改定は高齢社員に長く働くモチベーションを維持してもらう目的があり、制度導入に合わせ、企業は高齢社員が働きやすい体制を整える必要があります。ただし、高所得の高齢社員は老齢厚生年金の制度上、「年金カット」が発生する場合があります。年金カットされないよう、対象ギリギリの所得で働きたい高齢社員は、給与調整のための雇用契約変更を企業に求めるケースも想定されるため、人事・労務担当者の側で、在職定時改定導入後の対応を準備しておきましょう。

緩やかに持ち直しているが、原材料価格の高騰に伴う企業の採算悪化が懸念される

～県内企業の景況判断BSIは2期ぶりのマイナス～

概況

2月の内閣府月例経済報告によると、全国は持ち直しの動きが続いているものの、新型コロナによる厳しい状況が残るなかで一部に弱さがみられる。生産や設備投資は持ち直しているが、個人消費は持ち直しに足踏みが見られる。企業収益は、感染の影響で非製造業の一部に弱さがみられる。国内企業物価は、供給面での制約や円安の進展により、緩やかに上昇している。同報告では、先行きについて持ち直すことが期待されるが、感染拡大による影響や原材料価格の動向等に十分注意する必要があるとしている。これらに加えて、ロシアによるウクライナ侵攻に伴う物価上昇などの下振れリスクが懸念される。

愛媛県内は緩やかに持ち直しているが、新型コロナの影響から一部弱い動きとなっている。先行きについては、原材料価格の高騰に伴う企業の採算悪化が懸念される。個人消費は、ブースター接種の進展などで持ち直すと思われるが、消費者の節約意識が強まるなかで、その勢いは力強さに欠けるものとなるだろう。

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・12月)は前月比7.2%減と、3ヵ月ぶりに前月を下回った。公共工事請負金額(2月)は前年同月比5.0%減と、2ヵ月連続で前年を下回った。住宅着工戸数(1月)は前年同月比28.3%減となり、2ヵ月連続で前年を下回った。有効求人倍率(季節調整値・1月)は前月比0.01ポイント減少の1.34倍と4ヵ月ぶりに前月を下回った。個人消費をみると、百貨店・スーパーの販売額(1月)は前年同月比2.0%増と4ヵ月連続で前年を上回ったが、新車乗用車販売台数(軽自動車含む・1月)は前年同月比14.2%減と8ヵ月連続で前年を下回った。

なお、内閣府と財務省が2月に実施した法人企業景気予測1～3月期調査によると、県内企業の景況判断BSIは前期比29.1ポイント低下の▲18.3で2期ぶりのマイナスとなった。部門別にみると、製造業で同14.2ポイント低下の▲7.1、非製造業で同38.4ポイント低下の▲25.4となった。

生産

指数は3ヵ月ぶりに前月を下回る 全国では自動車大幅に低下

12月の愛媛県鉱工業生産指数は、速報値で90.1(季節調整値、2015年=100)と前月比7.2%低下し、3ヵ月ぶりに前月を下回った。一方、前年同月比(原指数)は0.1%上昇した。

主要業種の動向をみると、鋼船の生産が減少した「輸送機械」(前月比▲35.9%)や、半導体製造装置の生産が減少した「汎用・生産用機械」(同▲25.6%)、ニッケル地金の生産が減少した「非鉄金属」(同▲10.7%)などで前月を下回った。一方、開閉制御装置の生産が増加した「電気機械」(同+9.1%)や、印刷用紙の生産が増加した「パルプ・紙・紙加工品」(同+1.2%)が前月を上回った。

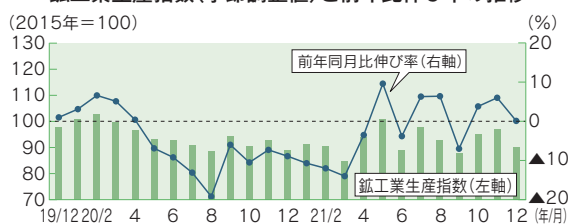
1月の全国の鉱工業生産指数は、確報値で95.2(季節調整値、2015年=100)と前月比1.3%低下し、2ヵ月連続で前月を下回った。部材供給不足などの影響を受けて、自動車(前月比▲17.2%)が大幅に低下した。

主要7業種の鉱工業生産指数(12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	87.7	▲10.7	88.4	▲1.1
汎用・生産用機械	103.4	▲25.6	101.5	▲21.3
電気機械	99.7	+9.1	92.2	+21.0
輸送機械	42.7	▲35.9	42.3	▲30.3
化学	87.3	▲5.8	100.1	▲1.1
パルプ・紙・紙加工品	95.0	+1.2	97.5	+0.1
食料品	99.0	▲4.0	115.4	+10.1
全 体	90.1	▲7.2	93.8	+0.1

(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



資料:愛媛県企画振興部政策企画局統計課

公共工事

2月の請負金額は前年比5.0%減 2ヵ月連続で前年を下回る

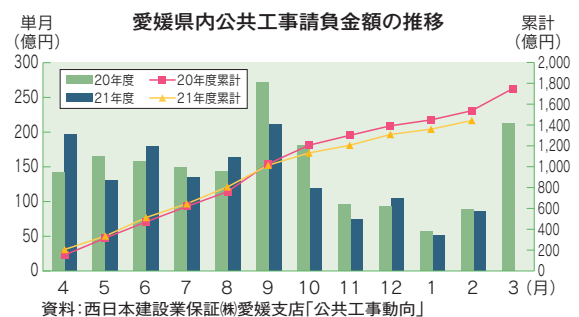
2月の愛媛県内における公共工事の動向を西日本建設業保証(株)愛媛支店の保証実績からみると、件数は298件で前年同月比10.2%減、請負金額も84億74百万円で同5.0%減となった。

発注者別に請負金額をみると、「国」(前年同月比▲13.6%)や「独立行政法人等」(同▲77.3%)、「県」(同▲39.2%)で前年を下回った。一方、「市町」(同+38.5%)などは前年を上回った。

愛媛県の2022年度一般会計当初予算案のうち、普通建設事業費は、前年同期比0.1%増の815億円となった。2月補正予算の国の5か年加速対策分を含めると5.3%増になる。引き続き西日本豪雨からの創造的復興や南海トラフ地震などの大規模災害への備えに重点的に配分し、積極的に推進する。

県内の公共工事請負金額(2月)

発注者	22年2月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	950	▲13.6
独立行政法人等	42	▲77.3
県	2,280	▲39.2
市町	3,683	+38.5
その他	1,517	+24.6
合計	8,474	▲5.0



住宅着工

1月の着工戸数は前年比28.3%減 2ヵ月連続で前年を下回る

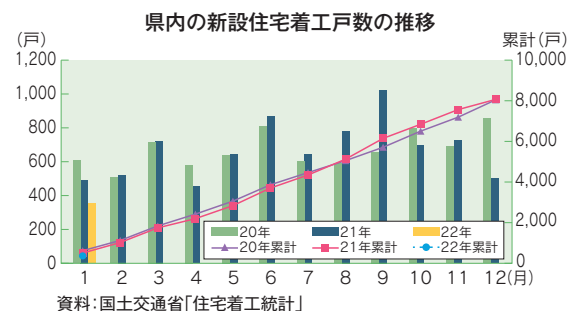
1月の愛媛県内における住宅着工戸数は352戸で、前年同月比28.3%減と2ヵ月連続で前年を下回った。内訳をみると、「持家」(前年同月比▲16.1%)と「貸家」(同▲29.8%)、「分譲住宅」(同▲53.7%)が前年を下回った。

なお、1月の全国の住宅着工戸数は59,690戸で、前年同月比2.1%増と11ヵ月連続の増加となった。内訳をみると、「貸家」(前年同月比+16.6%)で前年を上回った一方、「持家」(同▲5.6%)、「分譲住宅」(同▲4.9%)は前年を下回った。

ロシアのウクライナ侵攻による影響で、木材価格がさらに上昇するとの見方が広がっている。資材価格の上昇を販売価格に転嫁する動きが進むと、住宅需要が落ち込む懸念がある。

新設住宅着工戸数(1月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	203	▲16.1
貸家	99	▲29.8
給与住宅	0	±0.0
分譲住宅	50	▲53.7
分譲マンション	0	▲100.0
分譲一戸建	50	▲3.8
合計	352	▲28.3



雇用

有効求人倍率は1.34倍 4ヵ月ぶりに前月を下回る

1月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.01ポイント減少の1.34倍と4ヵ月ぶりに低下した。一方、原数値は1.46倍(前年同月差+0.16p)と上昇した。

新規求人数を主要産業別にみると、「製造業」(前年同月比+46.0%)が8ヵ月連続で前年を上回った。また、ワクチン接種会場の受付業務の求人があった「サービス業」(同+35.9%)や、まん延防止等重点措置が適用されなかったことで「宿泊業、飲食サービス業」(同+13.1%)なども前年を上回った。一方、「運輸業・郵便業」(同▲2.7%)が前年を下回った。

地域別有効求人倍率(原数値)は、東予が1.60倍(前年同月差+0.18p)、中予が1.36倍(同+0.13p)、南予が1.62倍(同+0.25p)とすべてで前年を上回った。

新規求職者数を態様別にみると、在職者数(1,071人)が前年同月比20.1%増と11ヵ月連続で前年を上回った。コロナ下で鈍っていた転職活動が活発化しているものとみられる。

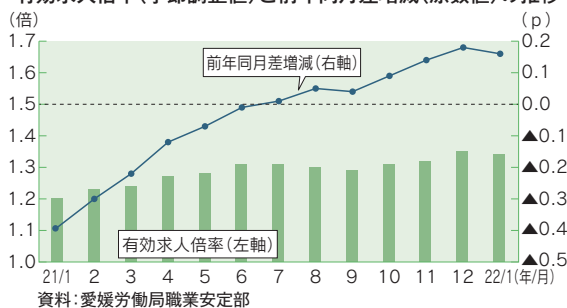
県内の雇用情勢(1月)

(単位:人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	5,097	+50.2	+12.9
月間有効求職者数	20,996	+3.6	+0.4
新規求人数	11,388	+14.8	+12.3
月間有効求人数	30,749	+2.8	+12.8
有効求人倍率(季節調整値)	1.34倍	▲0.01p	+0.16p

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.46倍	1.60倍	1.36倍	1.62倍
※()内は前年同月差	(+0.16p)	(+0.18p)	(+0.13p)	(+0.25p)

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

総合指数は前年比横ばい 生鮮食品を除く指数は22ヵ月連続のマイナス

1月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が99.8と前年比横ばいとなった。一方、生鮮食品を除く指数は99.5と0.2%低下し、22ヵ月連続で前年を下回った。

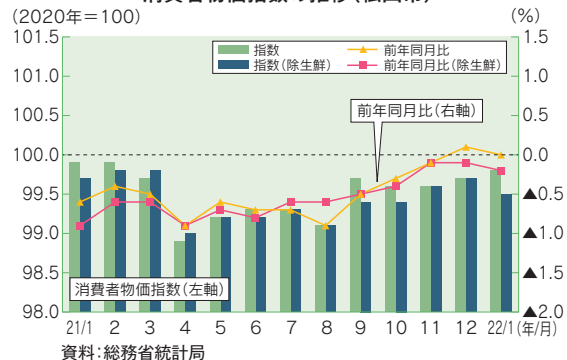
費目別にみると、灯油価格や電気代が上昇した「光熱・水道」(前年同月比+8.5%)や、シャツ・セーター類が上昇した「被服及び履物」(同+4.1%)、「教育」(同+1.3%)などで前年を上回った。一方、携帯電話の通信料が下がった「交通・通信」(同▲8.3%)や、マスクなどの価格が下がった「保健医療」(同▲0.4%)で前年を下回った。

ロシアによるウクライナ侵攻で、原油先物価格は大きく値上がりしている。エネルギー価格のさらなる上昇で、企業収益や家計の圧迫が懸念される。

費目別の消費者物価指数の動向(1月・前年同月比増減率)

上昇	光熱・水道(+8.5%) 被服及び履物(+4.1%) 教育(+1.3%) 食料(+1.1%)	家具・家事用品(+1.1%) 教養娯楽(+0.7%) 諸雑費(+0.7%) 住居(+0.4%)
下落	交通・通信(▲8.3%)	保健医療(▲0.4%)

消費者物価指数の推移(松山市)



消費

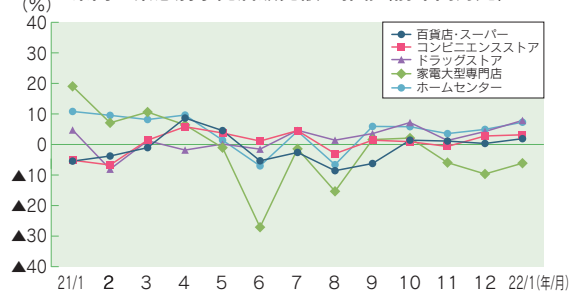
百貨店・スーパーの販売額は前年比2.0%増 新車乗用車販売台数は8ヵ月連続で前年を下回る

1月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比2.0%増と、4ヵ月連続で前年を上回った。うち百貨店の販売額は、同10.5%増となった。1月上旬は福袋や初売りなどで来店客が多く、売上が好調だった。スーパーでは、引き続き巣ごもり需要が堅調で、総菜や冷凍食品が好調だった。

また、「ドラッグストア」も同8.1%増と7ヵ月連続で前年を上回ったほか、「コンビニエンスストア」(同+3.3%)、「ホームセンター」(同+7.5%)も前年を上回った。一方、「家電大型専門店」は同6.2%減と3ヵ月連続で前年を下回った。

1月の新車乗用車販売台数は、普通車(3ナンバー)が969台(前年同月比▲18.8%)、小型車(5ナンバー)が754台(同▲0.1%)、軽乗用車が1,200台(同▲17.6%)となった。全体では2,923台(同▲14.2%)と8ヵ月連続で前年を下回った。

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(1月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	172.3	+2.0
コンビニエンスストア	82.1	+3.3
ドラッグストア	80.9	+8.1
家電大型専門店	34.5	▲6.2
ホームセンター	28.4	+7.5

	販売台数	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	2,923	▲14.2

資料: 経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

観光

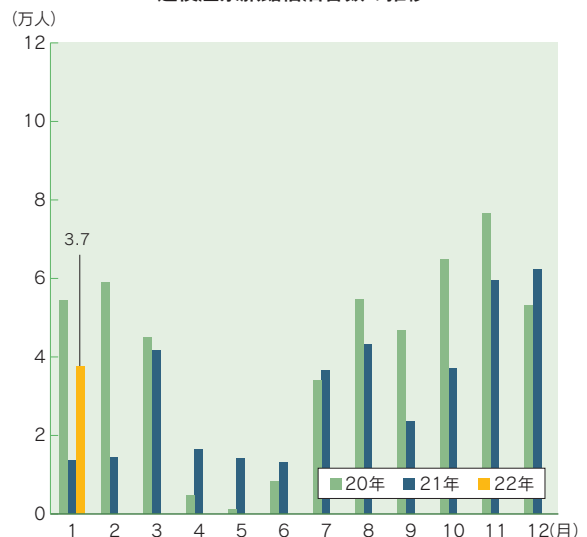
道後宿泊客数、県内主要観光施設入込み客数ともに 2ヵ月連続で前年を上回る

1月の道後温泉旅館宿泊客数は、オミクロン株による感染が拡大していたものの、前年に首都圏や関西などで緊急事態宣言が出されていた反動で、前年同月比177.5%増の37,484人と、2ヵ月連続で前年を上回った。

1月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(前年同月比+24.8%)、中予(同+59.2%)、南予(同+11.0%)、すべての地域で前年を上回り、全体(同+26.5%)でも2ヵ月連続の増加となった。観光施設別にみると、東予の「タオル美術館」、中予の「松山城」、南予の「清流の里ひじかわ」などが前年を大きく上回った。

観光庁によると、2021年の日本人国内延べ旅行者数(速報)は2.7億人(2019年比54.5%減、前年比9.0%減)、うち宿泊旅行が1.4億人、日帰り旅行が1.3億人となった。また、2021年の日本人国内旅行消費額は9.1兆円で、2019年比58.4%減、前年比8.5%減となった。

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	 ▶ 	マダイの浜値は770円/kg強と前月と同水準だが、販売量は増加傾向にある。しかし、新型コロナの影響次第では販売量・価格ともに低下する可能性があり、注意が必要。ハマチの浜値は1,080円/kg前後に値上がりした。需要期の終わりが近づいており、販売量は減少する見込み。

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は、バンコク相場(国際相場)では前月比横ばいの1,600ドル/トンとなった。最大漁場の中西部太平洋の漁獲量は例年並みであるが、欧米からの引き合いが強く、需要の回復状況によっては価格が変動する可能性がある。国内相場は220円/kg前後と10~20円下がった。原油高の影響は大きい。消費者の値ごろ感には抗えないため、若干の値下げ基調となっている。1月のかまぼこ類の生産量は前年同月比+8.7%と大幅に増加した。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	2月のタオルの生産状況を表す今治地区の綿糸受渡数量は3,525梱で、前年同月比9.6%増となった。綿糸相場は、主力の20番手は129,500円/梱と、前年同月比69.8%高となった。2021年の国内タオル生産量(14,064トン)に占める今治地区の生産量は8,043トン、シェアは57.2%で前年より2.3ポイント高くなった。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
製 紙	印刷・情報用紙 新聞用紙  ▶ 	印刷・情報用紙の1月の国内出荷は、前年同月比2.8%増と4ヵ月ぶりに増加。印刷用紙は欧州からのチラシ向け用紙輸入が減少し、代替需要が発生した。また、製紙各社の値上げ発表を受けての前倒し発注が影響した。新聞用紙は前年同月比4.0%減で8ヵ月連続の減少。
	衛生用紙  ▶ 	1月の国内出荷は、前年同月比3.2%増で3ヵ月連続の増加。トイレ紙が同2.1%増、タオル用紙が同0.4%増、ティッシュが同7.7%増とそれぞれ増加した。印刷・情報用紙と同様、製紙各社の値上げ発表以降、前倒し需要とみられる動きがある。
	紙加工など  ▶ 	段ボール原紙の1月の国内出荷は、前年同月比3.4%増で3ヵ月連続の増加。青果物向けは夏場の天候不順などを受けて低調だったが、加工食品向けや通販向けが好調だった。白板紙は同4.4%増で11ヵ月連続の増加。

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	 ▶ 	1月の建設機械の出荷は、前年同月比29.5%増と15ヵ月連続の増加。輸出向けが49.1%増とけん引した。国内向けも1.4%増と3ヵ月連続の増加。半導体製造装置関連や各種産業機械など、多様な分野で需要は引き続き旺盛。ロシア・ウクライナ情勢による直接的な影響はみられないが、紛争長期化による景気悪化での設備投資意欲減退や資材高騰など、間接的な影響に注視する必要がある。

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2～2年半程度を有しており、高操業で推移している。日本船舶輸出組合によると、2月の輸出船契約実績は10隻・41万3千総トンで、前年同月比57.5%減だった。市況が高水準で続いているコンテナ船は、10000TEU以上の大型船のほか、1000～3000TEUクラスの小型船でも受注が期待される。
	内 航  ▶ 	手持ち工事は、1～1年半程度を有している。四国運輸局の「令和3年度上期四国管内造船事情(確定値)」によると、中小型船の受注実績は、隻数・総トン数ともに前年度同期比で約1割増加している。一方で、鋼材の価格高騰や資機材の納入遅延などの問題が懸念される。

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3月18日時点で2,605だった。ロシア・ウクライナ情勢の悪化で、黒海沿岸からの穀物輸送に障害が発生している。ICS(国際海運会議所)などによると、両国出身の船員は約27万人で世界の14.5%を占めており、移動制限等によって船員需給の逼迫が懸念される。コンテナ市況は、引き続き高水準で推移している。
	内 航  ▶ 	内航海運組合総連合会によると、1月の輸送量は、貨物船が前年同月比1.6%増、タンカーが同2.9%増となった。貨物船は鉄鋼関係の原材料・製品の輸送需要が堅調に推移。タンカーは、原油がジェット燃料や寒冷地向けの灯油輸送が活況を呈し、同4.9%増となった。燃料油価格は前年同期比で約3割上昇している。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	2月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比5.0%減の85億円であった。「国」「県」「独立行政法人等」で前年を下回った。1月の住宅着工戸数は前年を28.3%下回る352戸となった。利用関係別では、「持家」「貸家」「分譲住宅」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	 ▶ 	1月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比177.5%増の37,484人となった。オミクロン株による感染が拡大していたものの、首都圏や関西などで緊急事態宣言が出されていた前年の反動で、2ヵ月連続で前年を上回った。主要観光施設入込み客数も東予(前年同月比24.8%増)、中予(同59.2%増)、南予(同11.0%増)、すべての地域(同26.5%増)で前年を上回った。

4

2022

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は3月22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)
2(土)～5/29(日)	「企画展」 ムーミンコミックス展	愛媛県美術館 (松山市)	愛媛県美術館 ☎089-932-0010	一般 1,200円 高大生 800円 小中生 600円 前売券 一般 1,000円 高大生 600円 小中生 400円 一般2枚ペアチケット 1,800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】 10(日)	【対戦相手】 SC相模原	【キックオフ】 15:00	【マッチシティ・タウン】 —
【開催日】 29(金・祝)	【対戦相手】 福島ユナイテッドFC	【キックオフ】 14:00	【マッチシティ・タウン】 —

愛媛FCレディース

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 2(土)	【対戦相手】 スペランツァ大阪	【キックオフ】 13:00	【会場】 愛媛県総合運動公園球技場
【開催日】 16(土)	【対戦相手】 ASハリマアルビオン	【キックオフ】 13:00	【会場】 愛媛県総合運動公園球技場

FC今治 会場:ありがとうサービス.夢スタジアム

株式会社今治.夢スポーツ内 / TEL:(0898)31-8701

【開催日】 10(日)	【対戦相手】 ヴァンラーレ八戸	【キックオフ】 13:00
【開催日】 29(金・祝)	【対戦相手】 テゲバジャーロ宮崎	【キックオフ】 13:00

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】 22(金)	【対戦相手】 高知ファイティングドッグス	【プレイボール】 <第一試合>	【会場】 坊っちゃんスタジアム
		14:30	
【開催日】 22(金)	【対戦相手】 高知ファイティングドッグス	【プレイボール】 <第二試合>	【会場】 坊っちゃんスタジアム
		18:00	
【開催日】 23(土)	【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】 29(金・祝)	【対戦相手】 徳島インディゴソックス	【プレイボール】 13:00	【会場】 宇和島市丸山公園野球場
【開催日】 30(土)	【対戦相手】 香川オリーブガイナーズ	【プレイボール】 <第一試合>	【会場】 今治球場
		13:30	
【開催日】 30(土)	【対戦相手】 香川オリーブガイナーズ	【プレイボール】 <第二試合>	【会場】 今治球場
		17:00	

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ンメント / TEL:(089)934-2355

【開催日】 6(水)	【対戦相手】 西宮ストークス	【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】 8(金)	【対戦相手】 佐賀バルナーズ	【ティップオフ】 19:00	【会場】 愛媛県武道館
【開催日】 9(土)	【対戦相手】 佐賀バルナーズ	【ティップオフ】 15:00	【会場】 愛媛県武道館
【開催日】 20(水)	【対戦相手】 西宮ストークス	【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】 22(金)	【対戦相手】 香川ファイブアローズ	【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】 23(土)	【対戦相手】 香川ファイブアローズ	【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

IRC 調査月報
Monthly

IVYGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT

2022 / NO.406

■発行日: 2022年4月1日

■発行所: 株式会社いよぎん地域経済研究センター ■発行人: 重松栄治 ■編集人: 兵頭繁嗣

〒790-0003 松山市三番町5丁目10番地1 伊予銀行本店南別館4F TEL/(089)931-9705(直通) FAX/(089)931-0201

■印刷: セキ株式会社