

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【mini調査レポート】

今から知る「ウェルビーイング」

～地方で中小企業が取り組む意義～

【2050年カーボンニュートラルへの挑戦】～脱炭素で変わる地域と企業経営～

大型商用車(バス・トラック)の電動化(EV)の取り組み

【紀行】

ベトナム(ハノイ・ホーチミン)を訪ねて

IRCニュー・リーダー・セミナー(32期生)海外視察旅行



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

9

2023
No.423

- 01 **【視点】**
新時代の松山地方気象台 ～より災害に強い防災気象情報発信の拠点として～
松山地方気象台 台長 / 笠井 将伸
- 02 **【mini調査レポート】**
今から知る「ウェルビーイング」
～地方で中小企業が取り組む意義～
- 06 **【2050年カーボンニュートラルへの挑戦】～脱炭素で変わる地域と企業経営～**
大型商用車(バス・トラック)の電動化(EV)の取り組み
- 10 **【紀行】**
ベトナム(ハノイ・ホーチミン)を訪ねて
IRCニュー・リーダー・セミナー(32期生)海外視察旅行
- 18 **【compass】**
AIをどう規制するべきか
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
- 19 **【データよもやま話】**
日本ブランド優位のバイク市場
～ベトナムでの勢力図に変化は訪れるのか～
- 20 **【シンガポールだより】**
シンガポールにおける海外旅行事情
- 22 **【経営・実務Q&A】**
税務編 消費税インボイス制度最終チェック！
酒井啓司税理士事務所 税理士 / 酒井 啓司
法務編 LGBT理解増進法と女性用トイレ使用問題
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: コスモス映える
(東温市見奈良)
撮影: 武井 寛喜

視点

POINT OF VIEW



新時代の松山地方気象台

～より災害に強い防災気象情報発信の拠点として～

松山地方気象台
台長 笠井 将伸

松山地方気象台は、1890年、「愛媛県立松山一等測候所」としてスタートし、1928年には、現在地（松山市北持田）に庁舎が建設されました。その後、国に移管され1957年に「松山地方気象台」となりました。現在まで100年以上にわたり愛媛県の気象を見守っています。

気象台庁舎は、2006年に文化庁により登録有形文化財に登録されました。左右非対称の外観や鉄筋コンクリートの構造、2階まで吹き抜けの玄関ホールなどは、ほぼ建設当時のままであり、近代的建築様式を偲ばせるものとなっています。

しかし、庁舎の老朽化や、気象業務の拡充に伴い手狭となったため、2023年春、第二庁舎を増築し、予報官が防災気象情報等を発信する「現業室」を移し業務を行っています。第二庁舎には、現業室に隣接して事務室を設置することで、予報官の応援やその判断の共有がより早くできる機能的な設計となっています。また、重大な気象災害時にも業務が遂行できるように、浸水を止める「防水板」や発動発電機を2階に設置するといった対策を行っています。

文化財である庁舎（第一庁舎）は、2023年秋に改修が完了し、完成後には気象台の管理部

門が入ります。さらに「展示室」を作り、気象台見学の充実を図ります。

展示室には、愛媛県の災害史、庁舎や気象台の歴史、実際に気象観測を行っていた観測装置、雨滴や竜巻などの気象実験装置を置く予定です。これにより、大人から子どもまで、気象観測や気象現象を身近に感じ、防災への関心を高める学びの場としての効果を見込んでいます。

松山地方気象台では、引き続き適切な防災気象情報の発信に努めると共に、気象台の防災気象情報を積極的に利用していただくための普及啓発を行い、県民の皆様の生命・財産を災害から守る取り組みを進めます。



第二庁舎(左)と第一庁舎(右、改修中):2023年7月撮影
改修後のイメージ図(出典:四国地方整備局)

今から知る「ウェルビーイング」

～地方で中小企業が取り組む意義～

はじめに

ここ最近、「ウェルビーイング」という言葉を見聞きする機会が増えたと感じる人が多いだろう。

この言葉は、1946年の世界保健機関(WHO)設立に際し、「世界保健機関憲章」で健康の定義の一部として初めて登場した。その中で「肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあること」(日本WHO協会仮訳)と表現され、主に福祉や医療の分野で使われてきたが、近年では豊かさに対する世界的な価値観の変化から社会活動を見直すより広い概念として捉えられている。

そこで本レポートでは、日本においても注目が高まっている「ウェルビーイング」を取り上げ、その概要と取り組む意義などを紹介する。

1. ウェルビーイングの概要

① 世界的に注目されている背景

近年、先進諸国で注目されている背景には、成熟社会を迎え、これまでの経済的価値最優先の社会から多様な価値観に基づきより広い意味で人々の幸福を中心とした経済社会へ考え直そうとする世界的ニーズの高まりがある。SDGsのゴール3「全ての人に健康と福祉を」という目標からも、今まで以上に重視される概念となっている。

② ウェルビーイングの特徴

ウェルビーイングは、一時的な「幸せ」とは違い、「持続的に良好な状態」を特徴とする。明確な定義はないが、これまでの研究で以下の内容が広く知られている。

A. ギャラップ社による5つの要素

世界的な調査やコンサルティングを行うアメリカのギャラップ社が、世界150カ国における調査の結果導き出した5つの要素。

キャリアウェルビーイング	仕事の幸福
ソーシャルウェルビーイング	人間関係の幸福
フィナンシャルウェルビーイング	経済的な幸福
フィジカルウェルビーイング	身体的な幸福
コミュニティウェルビーイング	地域社会の幸福

資料：トム・ラス、ジム・ハーター著、森川里美訳「幸福の習慣」

B. セリグマン博士による5つの要素

「ポジティブ心理学」の分野から、アメリカのマーティン・セリグマン博士が提唱したウェルビーイングを向上させるために必要な5つの要素。

ポジティブな感情	喜び・平安・希望・畏怖などの感情を持つ、感じる
没入・没頭	活動や世界そのものに深くかかわる
ポジティブな人間関係	愛情・サポート・理解のある人間関係の中にいる
意味	目的に適う、自分より大きな何かに奉仕するという感覚を持つ
成功・達成感	熟練・遂行能力をもっているという感覚を持つ

資料：「PERMA25JAPAN」のHPをもとにIRC作成

C. 2つの側面

近年では、「主観的」と「客観的」の2つの側面があると考えられている。「主観的」とは、個人の幸福度や満足度などを自己評価によって判断するものの、「客観的」とは、GDPや平均寿命など客観的に測定できるものをいう。個人の価値観が多様化している現在は、主観的にどう感じているかがより重視されるようになっている。一方で、効果の測定が困難な点や、主観的側面は個人差が大きいなどの問題点も理解しておく必要がある。

2. 日本におけるウェルビーイング

① 日本人の働き方の変遷

日本の労働力人口のうち、約9割は雇用者、いわゆるサラリーマンが占めている。このサラリーマンが日本で誕生した1920年代以降、今日までの間に日本人の働き方は時代とともに変化してきた。

1920'S	1950'S~1980'S	1990'S	2000'S	2010'S
大正バブル期 日本のサラリーマンの原型が登場	高度経済成長期～バブル経済期 「モーレツ社員」「24時間戦えますか」など、働き過ぎ日本を象徴する時代	バブル経済崩壊～働き過ぎからの転換期 ・「就職氷河期」「過労死」の社会問題化 ・雇用形態の多様化	この頃から「従業員満足度」の考え方が徐々に広まる。 2007年 「ワークライフバランス憲章」制定 2008年 日本の総人口がピークを迎え人口減少時代へ突入	2015年 「健康経営銘柄」選定・公表開始 2017年 「健康経営優良法人認証制度」の開始 ・「エンゲージメント」への注目が高まる 2018年 「働き方改革関連法案」を制定

資料：経済産業省、厚生労働省のHPなど各種資料をもとにIRC作成

② これまでの施策の振り返り

A. 主な施策の概要

日本では働き方の転換期となった1990年代初頭からこれまで、組織や労働環境に関するさまざまな施策が導入されてきた。特に、社員に関する主な施策は以下の通りである（図表－1）。

▶【図表－1】これまでの主な施策の比較表

	目 的	期待される効果
従業員満足度	会社が提供する福利厚生、施設・設備、研修など現在に対する従業員の満足度に焦点をあてる。	業務改善、福利厚生の充実、顧客満足度向上など
ワーク・ライフ・バランス	「仕事と生活の調和が実現した社会」を目指す。	企業の生産性向上・組織風土や意識の改革・人材定着など
エンゲージメント	個人の成長や働きがいと組織の成長は相互に高め合うという考えの下、企業と社員の結びつきの現状を可視化する。	組織力の強化・生産性の向上・人材定着・貢献意欲の向上など
健康経営	社員等への健康投資を行うことで社員の活力向上や組織の活性化をもたらす、業績向上や株価向上につながることを期待する。	企業の生産性向上・医療費軽減・認証による企業イメージ向上など

資料：経済産業省、厚生労働省のHPなど各種資料をもとにIRC作成

B. これまでの施策の問題点

これまでの主な施策は、職場や組織のために「健康」「仕事」「生活」などそれぞれの課題ごとに企業側が目標設定や結果を活用し、自社の生産性や組織力強化などを目的に取り組んできた。また、企業にとっては目標管理の容易さや認証制度によるイメージ向上など取り組むメリットが大きい反面、社員一人ひとりの状態には着目されず、企業から社員への一方通行になりやすい傾向があった。

③ 日本のウェルビーイング元年

日本においては、厚生労働省が2019年に発表した「働き方改革」の定義で「働く人びとが、個々の事情に応じた多様で柔軟な働き方を、自分で選択できるようにするための改革」としており、今のウェ

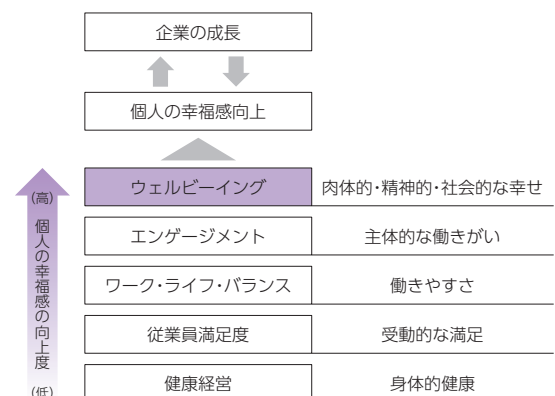
ルビーイングに近い考え方が意識され始めた。

その後、新型コロナの影響で個人のキャリア観の多様化や働く環境、心身以外の広い意味での健康に対する意識が高まった。こうした変化を受けて、政府が2021年に発表した「成長戦略実行計画」では、「国民がwell-beingを実感できる社会の実現」としてウェルビーイングが登場し、「日本のウェルビーイング元年」となった。この年をきっかけに、日本でも広く知られるようになったといえる。

④ ウェルビーイングと主な施策との関係

ウェルビーイングとこれまでの主な施策との関係は以下のように示される（図表－2）。

▶【図表－2】ウェルビーイングと各施策との関係



資料：IRC作成

ウェルビーイングが目指す個人の幸福感向上の観点からこれまでの施策を考えると、仮に各施策が目標達成したとしても、ウェルビーイングの視点が欠けた状態では社員個人の幸福感向上につながっているとはいえなかった。ウェルビーイングはこれまでの施策の上位に位置する概念として社

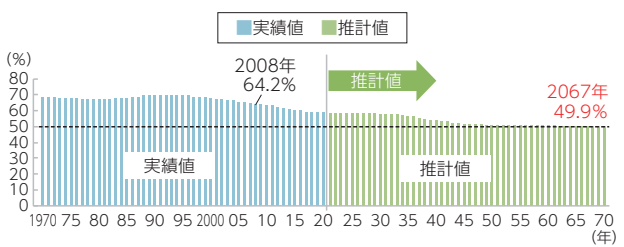
員一人ひとりの幸福感を向上させ、企業にとっては社員の幸福感向上を通じて、自社の生産性向上につながる循環の起点となるものである。

3. 日本の課題とウェルビーイングに取り組む意義

01 生産年齢人口の減少

日本の総人口は、2008年の約126百万人をピークに減少時代に突入した。特に、生産年齢人口にあたる「15～64歳人口」の比率は、人口減少が始まった2008年以降しばらくは60%台前半～50%台後半を維持するが、2030年代から急速に減少が進み2067年には50%を割り込むと推計されている（図表－3）。将来における人口増加に有効な対策が進まないなか、日本の国力を維持するためには、社員一人ひとりの生産性向上が必要である。

▶【図表－3】総人口における生産年齢（15～64歳）人口の構成比率の実績値および推計値の推移



資料：「国立社会保障・人口問題研究所」

一方で、「幸福学の父」といわれる米イリノイ大学心理学部エド・ディーナー名誉教授らによると、主観的幸福度の高い人はそうでない人に比べて生産性が31%高い傾向にある、との研究結果がある（2005年）。主観的ウェルビーイングの代表的な指標の1つである「世界幸福度ランキング」（国際連合）の2023年版をみると、日本の幸福度は47位と前年（54位）より上昇したものの欧米主要国やG7諸国と比較して極めて低い（図表－4）。

▶【図表－4】2023年版世界幸福度ランキング

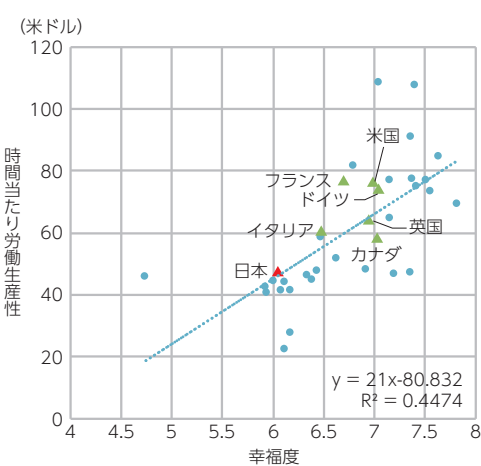
順位	国名	幸福度	順位	国名	幸福度
1	フィンランド	7.804	13	カナダ	6.961
2	デンマーク	7.586	15	アメリカ	6.894
3	アイスランド	7.530	16	ドイツ	6.892
4	イスラエル	7.473			
5	オランダ	7.403	19	イギリス	6.796
6	スウェーデン	7.395	21	フランス	6.661
7	ノルウェー	7.315			
8	スイス	7.240	33	イタリア	6.405
9	ルクセンブルグ	7.228			
10	ニュージーランド	7.123	47	日本	6.129

資料：「World Happiness Report 2023」をもとにIRC作成

※ 1人あたりGDP、社会的支援、健康寿命、人生の選択の自由度、寛容さ、腐敗の少なさの6つの説明変数を用いて幸福度への寄与を分析。

そこで、新型コロナによる影響前2019年の「世界幸福度ランキング」とOECD加盟諸国の時間当たり労働生産性を基に分析を行った（図表－5）。その結果、緩やかではあるが幸福度が高いほど労働生産性も高くなる相関性が示された。また、日本は労働生産性、幸福度とともにG7諸国の中で最下位であったことから、主観的ウェルビーイングを向上させることで生産性向上につながる余地はあると考える。幸福に対する考え方には、各国の文化的背景も影響すると思われるが、個人の主観的な評価に基づくからこそ、日本人も自分なりの幸福感の尺度を持つことが必要であろう。

▶【図表－5】OECD加盟国における時間あたり労働生産性と幸福度の関係（2019年）



資料：「World Happiness Report 2023」、公益財団法人 日本生産性本部「労働生産性の国際比較 2020」をもとにIRC作成

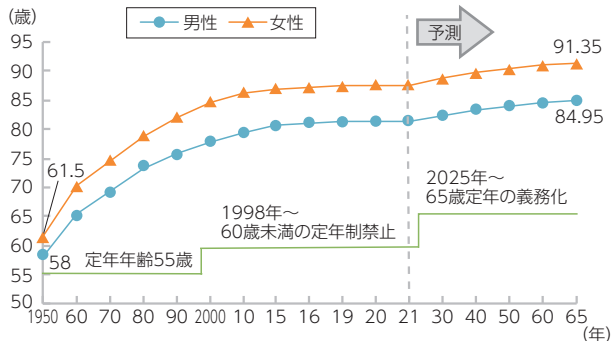
02 長寿命化社会の到来

総人口と労働人口が減少する一方で、日本の平均寿命は伸び続けており、約40年後の2065年には男性84.95歳、女性91.35歳と推計されている（図表－6）。まさに「人生100年時代」であるが、平均寿命の延びに対して一般的な企業の定年年齢に大幅な引き上げはみられない。

定年制は、1940年代後半に多くの企業で制度として導入されたといわれており、その後の高度経済成長期を通じて「55歳定年制」が定着した。1950年の平均寿命が男性58歳、女性61.5歳であったことを考えると、当時は妥当な定年年齢だったといえる。しかし、現在の平均寿命は当時から男性で20歳以上、女性は25歳以上も伸びているにもかかわらず、定年年齢はようやく65歳へと10歳だけ引き上げられたところである。今後さらに長寿命化する日本社会にとって、誰もが希望する年齢まで働けるためには肉体的、精神的、社会的に満たされた

状態であること、まさにウェルビーイングの視点が必要ではないだろうか。

▶【図表－6】平均寿命の推移と将来予測



資料：内閣府「令和4年版高齢社会白書(全体版)」

4. 中小企業が取り組むうえで必要な視点

最近の注目度の高さから、近い将来、ウェルビーイングに取り組むことが当たり前の時代になるかもしれない。そこで、今後の取り組みを考えるうえでは以下の3つの視点が必要であろう。

①「社員の幸福感のために」という視点

ウェルビーイングは人それぞれ違うはずだが、企業は一律の目標やゴールを決めて取り組む傾向がある。そこで、従来の目標設定を起点とする発想から「社員の幸福感のために」という考え方へ転換する必要がある。例えば、人材確保が難しい今、金銭的報酬では資金に限界があり効果も一時的であるが、企業、社員ともに人材が増えないまま今の社員が疲弊していくことは避けたいであろう。そこで、企業にとっては、今の社員を大切にするという明確な目的を持つことでウェルビーイングに取り組もうというきっかけになると考える。社員側も、取り組む目的が明確であれば、主体的に自身の幸福な状態を考え日々の生活の中で幸福感を高めようとするであろう。

②「社員をサポートする」という視点

ウェルビーイング施策に取り組む際、企業に求められるのは従来型の管理ではなく、社員が幸福感を高める活動のサポートである。例えば社員の幸福度を何らかの方法で測定した場合、その結果は一時的なものであり同じ個人でも状態によって変化する。そこで、企業には結果の管理ではなくウェルビーイング活動の定着状況の把握と 1 on

1のような場での相互コミュニケーションなどが求められる。社員一人ひとりの顔が見える中小企業だからこそ、サポート面での強みが生かせるのではないだろうか。

③「新たなビジネスチャンス」という視点

ウェルビーイングの考え方が求められる背景には、個人の幸福感に対するニーズの高まりがある。そして、ニーズがあるところには将来的なビジネスチャンスもある。民間会社の試算によると、2025年までに国内の関連市場規模は12.5兆円までに成長すると予測されている。

これまでビジネスチャンスの出発点といえば、不安や課題などマイナス面を解消する取り組みがほとんどであったが、ウェルビーイングでは幸福感というプラスの側面を重視した商品やサービスが求められるであろう。例えば、医療分野を中心に「治療」から「予防」へとビジネス領域が広がったように、自社が提供する商品価値やコンセプトについて消費者やユーザーの幸福感を実現するための再定義に取り組むことで、新たなビジネスチャンスの拡大が期待できると考える。

まとめ

ウェルビーイングは明確な定義がないうえ、すぐに効果が表れるものではないため、中小企業にとって必要性は理解しても実際に取り組むにはまだ手探りの状態であろう。しかし、新たに何かを始める必要はなく、企業が社員(人)を大切にしたい、と考えることがすでにウェルビーイングの第一歩である。

また、IRCが今年4～5月にかけて県内大学生を対象に実施したアンケートでは、就職する際に重視する項目として、約7割が「福利厚生の実施」、約5割が「やりがい、達成感」を挙げており、企業規模や知名度を大きく上回っていた。今後、人口減少が続く地方の中小企業にとって、人材確保の観点からもウェルビーイングに取り組む必要性は高まるであろう。

地域課題の先進地域である愛媛において、1人でも多くの社員、1社でも多くの中小企業がともに幸福な状態を目指し、将来的に愛媛がウェルビーイング先進県となることを期待する。

(菅 正也)

2050年カーボンニュートラルへの挑戦

～脱炭素で変わる地域と企業経営～

大型商用車(バス・トラック)の電動化(EV)の取り組み

IRCでは、カーボンニュートラルによって世の中がどのように変わっていくのか、そして、企業や地域は実現に向けて、どのように対応すべきかについて、「IRC Monthly」にコーナーを設けて考えてきた。

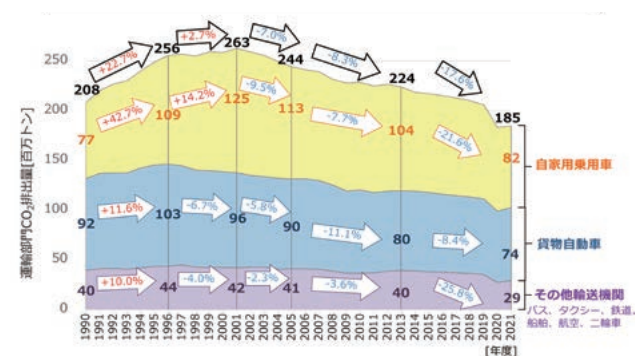
今回は、個別の分野・産業の動向として、バスやトラックを中心とする大型商用車の電動化(EV)を取り上げ、県内企業の取り組み事例として、伊予鉄バス株式会社が導入した大型EVバスを紹介する。

運輸部門における二酸化炭素排出量

2021年度のわが国の二酸化炭素(CO₂)総排出量(10億6,400万トン)のうち、運輸部門(自動車や船舶など)からの排出量は、産業部門、業務その他部門に次ぐ17.4%(1億8,500万トン)を占めている。運輸部門の内訳をみると、「自動車全体」が86.8%で圧倒的に高い(図表-1)。

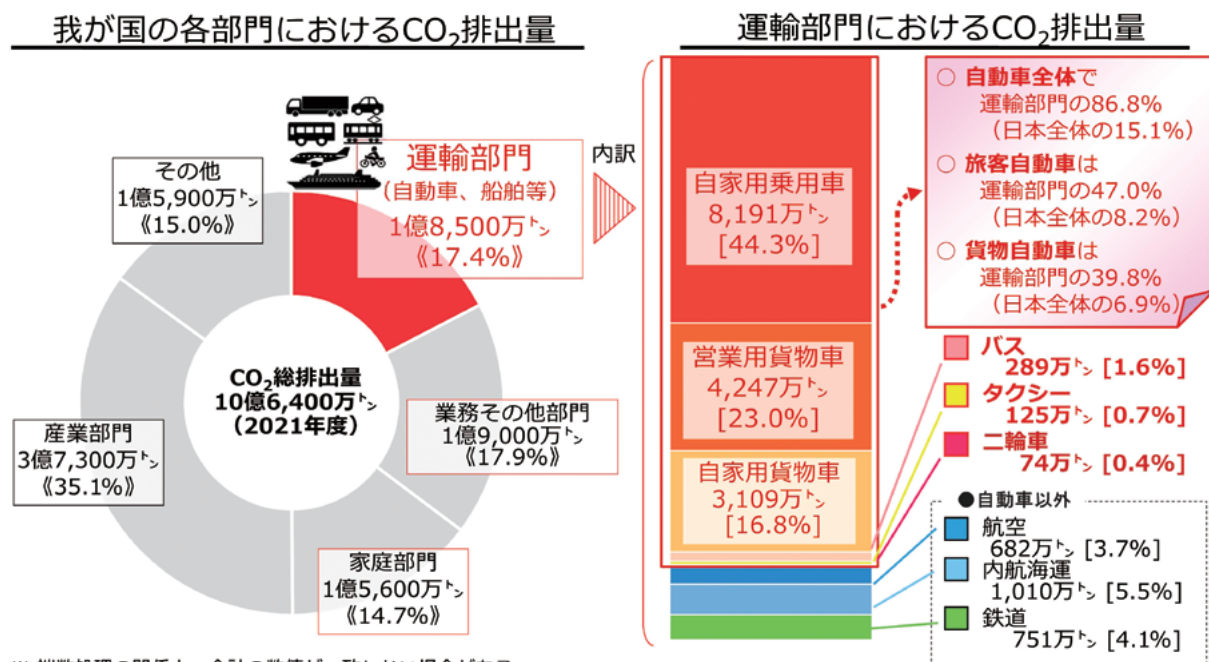
また、運輸部門からの二酸化炭素排出量は、2001年度以降減少している。このうち、貨物自動車は、1996年度をピークに減少、自家用乗用車は2001年度をピークに減少傾向である(図表-2)。

▶[図表-2]運輸部門における二酸化炭素排出量の推移



資料:国土交通省

▶[図表-1]わが国の部門別および運輸部門における二酸化炭素排出量(2021年度)



※ 端数処理の関係上、合計の数値が一致しない場合がある。
※ 電気事業者の発電に伴う排出量、熱供給事業者の熱発生に伴う排出量は、それぞれの消費量に応じて最終需要部門に配分。
※ 温室効果ガスインベントリオフィス「日本の温室効果ガス排出量データ(1990～2021年度) 確報値」より国交省環境政策課作成。
※ 二輪車は2015年度確報値までは「業務その他部門」に含まれていたが、2016年度確報値から独立項目として運輸部門に算定。

資料:国土交通省

2013年度以降、自家用乗用車とその他輸送機関（バス、タクシーなど）の二酸化炭素排出量は、2割以上減少しているが、貨物自動車の削減量は8.4%減にとどまり、その削減は喫緊の課題である。

商用車の電動化等に関わる将来目標と支援策

政府は2050年の温室効果ガス排出量の実質ゼロを目指した「グリーン成長戦略」で、商用車の電動化目標を設定している。総重量8トン以下の中小型トラックは2030年までに新車販売の20～30%に、8トン超の大型トラックは2020年代に累計5,000台を導入する目標を掲げている。実現を後押しするため、2023年度には、環境省が電動化支援事業として136億円を予算化している。支援対象は、トラックの場合、EVトラックやEVバン、燃料電池トラックなどで、標準車両との差額の3分の2が補助される。この事業ではトラックのほか、EVタクシーにも補助がなされる（本体価格の4分の1）。

一方、バスは、公益社団法人日本バス協会が、「カーボンニュートラル実現に向けて、2030年までに業界内で累計1万台のEVバスを導入することを目指す」としている。支援策として、国土交通省の電動車導入支援事業（2022年度補正予算）が用意されており、車両本体価格の3分の1、充電設備導入費用の2分の1などが補助される。

商用車の電動化に向けた課題

商用車の脱炭素化を進めるには、EVや燃料電池（FCV）など様々な新技術や燃料の中から、用途や走行距離、政策支援などを考慮して、最適な動力源を使い分ける必要がある（図表-3）。

▶【図表-3】ディーゼル車と他の自動車の比較（イメージ）

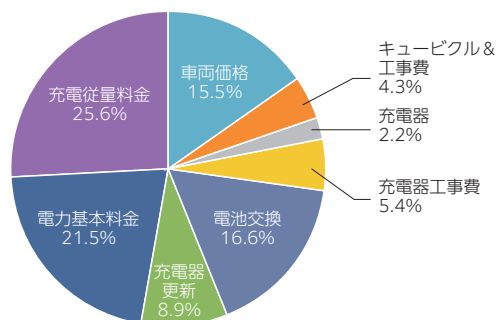
	ディーゼル	天然ガス（NGV）	電気（EV）	燃料電池（FCV）
動力	エンジン	エンジン	モーターと蓄電池	モーターと燃料電池
必要物	軽油	液化天然ガス（LNG）	電気	水素
二酸化炭素の排出量	★	★★	★★★★★	★★★★★
車両コスト	★★★★★	★	★	★
インフラ整備状況	★★★★★	★	★★	★
航続距離	★★★★★	★★★★★	★★	★★★
給油・充電・充填時間	★★★★★ （給油：2～3分）	★★★★★ （充填：2～3分）	★ （普通：8時間） ★★★ （急速：数十分）	★★★★★ （水素充填：3分）

資料：資源エネルギー庁資料、国土交通省資料などを基にIRC作成

一般の乗用車や小型商用車では、EVの普及が進んでいるが、大型商用車へのEV導入・普及の問題は多い。ひとつは高額な車両価格で、一般的なディーゼル車の約2倍とされ、価格差の大半を電池コストが占める。また、充電インフラの整備も挙げられる。大型商用車EVの電池は容量が大きく、充電器や電力配線など、専用の充電インフラの設置には莫大な投資が必要である。また、充電時間が長いと、運用と充電のスケジュール調整も難しい（急速充電時には電力コストが増す）。

一般財団法人環境優良車普及機構の調査では、EVバスを15年間使用する場合のコストの内訳は、メンテナンスを除き充電従量料金、電力基本料金、電池交換、車両価格などの順となり、「運行時のコスト削減が必要」としている（図表-4）。

▶【図表-4】EVバスの15年間の総コスト
（車両数12台、充電器（50kw）12台の場合）



資料：（一財）環境優良車普及機構

今後の方向性

大型EV商用車の市場は、電池技術の進んでいる中国や、政策支援の手厚い欧州のメーカーが先行している。国内では、トヨタやいすゞなどが出資するコマーシャル・ジャパン・パートナーシップ・テクノロジーズ（CJPT）や、スタートアップのEVモーターズ・ジャパンなどが、EVトラックやEVバスの量産化・普及を目指している。

バス・トラック事業者は、地球環境問題を重要な経営課題のひとつとして位置付けている。今後、技術革新や業界間連携、政策支援などの総合的な取り組みによって車両の電動化を進め、持続可能な社会の実現が望まれる。

事例紹介 国内メーカー製の大型EVバスを導入 ～伊予鉄バス株式会社～

今年1月、伊予鉄バス株式会社(松山市)は、商用EVを開発する株式会社EVモーターズ・ジャパン(北九州市)の大型EV路線バスを全国で初めて導入した。

EVバス導入の経緯や効果、今後の導入予定、乗車した感想などを紹介する。



導入に至るまで

カーボンニュートラル社会の到来をひかえ、伊予鉄バス(当社)社内では、環境に配慮した事業展開を検討していくなか、EVバスの導入は必然だと考えられていた。また、近年は燃料価格の高騰や新型コロナウイルスでバスの利用者数が減少し、固定費の削減が喫緊の課題となっていた。

EVモーターズ・ジャパン(同社)を選んだ主な理由として、他社が先行導入していた小型EVバスを試乗した際に乗り心地等が好印象だったことや、国内企業が設計・開発・販売を手掛けていることへの安心感、電池やインバータ制御などの技術力が高く走行距離が長いこと、豊富なラインナップや量産化計画といった事業の将来性に期待がもてること、などがあった。

当社にとって初めて導入するEV車両であり、これまで運用してきたディーゼル車両とは全てが異なるため、充電時間や航続距離、整備体制などで不安な面もあったようだ。ただ、両社は導入前の昨年6月に業務提携を結び(伊予鉄グループは同社に1億円出資)、運用方法やメンテナンスにおいて相互協力体制を構築するなど、導入前から綿密な打ち合わせを重ねてきた。

伊予鉄バスが導入したEVバスの概要

1. メーカー・車名

(株)EVモーターズ・ジャパン
F8 series2 - City Bus 10.5m

2. 動力諸元

バッテリー容量:210kWh
航続距離280km
(定速60km/h、負荷重 500kg、エアコンオフ時)

3. 運行路線

川内線(松山市駅～川内・さくらの湯間 18.2km)

4. 二酸化炭素削減量

23トン/年(上記路線の場合)

EVバスの特徴

同社のEVは、大容量バッテリーと世界最高クラスの低消費電力システムを搭載し、最高速度は80km/h、航続距離は通常のEVバスの3倍の280kmを誇る。車体をカーボンファイバー(複合材)やステンレスなどで軽量化したことも加わり、長距離走行を実現できた。なお、災害時には、大容量バッテリーを活かした移動電源車としても機能する(一般家庭の約21軒分/日)。

大容量バッテリーを搭載するため、車両本体価格は高額にはなるが、国や県の補助金等を受け、従来のディーゼル車並みに抑えられるそうだ。

実際の運用・効果

このEVバスは、松山市駅と川内・さくらの湯(東温市)間を1日3.5往復運行する。充電は、車庫にある急速充電器によって、夜間と日中の間合い時間に行われている。上り坂の多い川内方面への便では約10%の電力を消費するが、逆に下り坂となる松山方面への便は、回生ブレーキ¹⁾によって2%程度の電力を回復するそうだ。



車庫にある急速充電設備
(写真提供:伊予鉄バス)

EVバスとディーゼル車を比較すると、燃料費を大幅に削減できるほか、部品数が少ないため、電池交換を除いたメンテナンス費用を抑制できる。ちなみに、1年間の二酸化炭素排出量は、試算で約23トン削減(約50%減)できる見込みだ。



タッチパネルにまとめられたスイッチ類
(写真提供:伊予鉄バス)

運転席周りにあったスイッチ類の多くはタッチパネル化され、従来の車両と操作方法の違いはあるが、乗務員からは、「電子ミラーや広い窓で視界

が広くなり、運転しやすくなった。加速は力強くスムーズで坂道も問題ない」と高評価だそうだ。

車内は「電車よりも静か」

晴天時の午後、EVバスに乗車してみた。加速・減速時には特有のモーター音が聞こえるが、ゴムタイヤのため、低騒音・低振動で、変速ショックもない。『電車よりも静か』という印象だ。乗り心地の良さから、「わざわざEVバスの便を選んで乗車する人もいる」そうだが、納得がゆく。



降車ボタンの横に充電用 USB ジャック

大容量バッテリーのおかげで、乗客にとって便利な装備もある。高速バスでは導入が進んでいるスマホや小型ゲーム機などの充電用USBジャックが設置されており、ケーブルを持っていれば乗車中に充電できる。

今年度中に10台のEVバスを導入予定

当社が今後導入する車両は「基本的にEVバス」とのことで、今年度中に10台増車される予定である。空港リムジンバスへの導入も検討されており、旅行者・県外者からも注目されそうだ。来年度以降も継続して台数・投入路線を増やし、燃料費の削減や運行・充電効率の向上を目指す。

EVバスが環境に優しい乗り物として市民に親しまれる存在となり、利用者の増加やカーボンニュートラルの実現につながる事が期待される。

(新藤 博之)

1) EVの減速時や下り坂の走行時、駆動用のモーターを発電機としてバッテリーに充電すること。



紀行

IRC
TRAVEL JOURNAL

ベトナム(ハノイ・ホーチミン)を訪ねて

IRCニュー・リーダー・セミナー(32期生)海外視察旅行



はじめに

次代を担う若手経営者の学びの場として、1989年より開催しているIRCニュー・リーダー・セミナー。「海外視察旅行」は、1年間のカリキュラムの目玉の1つだ。

今回訪れた国は、新型コロナへの初期対応で評価の高かったベトナムである。首都で政治の中心であるハノイと、経済の中心ホーチミンにおいて、愛媛に本社を置く企業の現地法人など8先を、ニュー・リーダー・セミナー32期生(22名)とともに訪問し、ベトナムの今を体感した。

旅 程 表		
月/日	滞在地	旅程・視察先
6/11	移 動	松山発 ▶ 東京(羽田) ▶ ハノイ
6/12	ハノイ	・日本貿易振興機構(JETRO) ハノイ事務所 ・国際協力機構(JICA) ベトナム事務所 ・ベトナム日本人材開発インスティテュート(VJCC)
6/13		・BEMAC PANELS MANUFACTURING VIETNAM CO.,LTD. ・ハノイ市内観光
6/14	ホーチミン	ハノイ ▶ ホーチミン ・FORVAL VIETNAM CO.,LTD. ・ACROWELVIETNAM CO.,LTD.
6/15		・Esuhai Co.,Ltd. ・Ichihiro Vietnam Co.,Ltd
6/16		自由行動
6/17	移 動	ホーチミン ▶ 東京(成田→羽田) ▶ 松山



1. ベトナムの基本情報

ベトナムは、ベトナム戦争を経て1976年に南北統一を果たし、社会主義共和国として成立した。国土は、南北に約1,650kmの細長い形状で、北部と南部では気候のみならず、人の気質にも違いがあるといわれている。ハノイを中心とする北部の人はまじめで辛抱強く堅実な人が多い一方、ホーチミンなど南部の人は、陽気で開放的だが、飽きっぽい人が多いそうだ。

ベトナム統計年鑑2022によると、人口は、ホーチミンが939万人、ハノイが844万人で、国内1位・2位の規模である。ホーチミンは国内で最も都市化が進んでおり、人口密度は全国平均の15倍、晩婚化や少子化の進行が目立つ。一方、ハノイは、大学生・大学教諭の数が多い、コンピュータ世帯保有率が高い、高度な技能を有する労働者の割合が高いなど、文化的といわれる所が統計上(下表)でもみられる。



ベトナムと日本の比較

項目		ベトナム	日本
面積(km ²)		約33万	約37万
人口(万人)	2022年	9,946	12,494
実質GDP 成長率(%)	2019年	7.4	△0.24
	2020年	2.9	△4.50
	2021年	2.6	1.62
1人当たり名目 GDP(ドル)	2019年	3,491	40,590
	2020年	3,586	40,049
	2021年	3,756	39,340
消費者物価 上昇率(%)	2019年	2.8	0.47
	2020年	3.2	△0.02
	2021年	1.8	△0.23
失業率(%)	2019年	3.1	2.35
	2020年	3.9	2.78
対米ドル 為替レート	2019年	23,050ドン	109.01円
	2020年	23,208ドン	106.77円
	2021年	23,160ドン	109.75円

資料: JETROホームページよりIRC作成

参加者レポートより

有限会社神野組 神野 智史

ハノイには、戦争があったにも関わらず古い建造物が現存していた。ビルや地下鉄が建設途中と経済発展まっしぐらという印象を受けた。ホーチミンは、フランス占領下の名残がありつつも、東南アジアらしい雰囲気も感じることができた。両都市に共通して言えるのは、母国語に加え日常英会話ができることが当たり前の世界であり、国際力の差を感じた。

株式会社伊予銀行 橋本 真樹

ベトナムは日本に好意的であった一方、中国や韓国の企業進出がかなり進んでおり(分野によっては日本よりも進んでおり)、日本のプレゼンスは思ったより高くないと感じた。また、ベトナムには開発/未開発地域が混在しており、人口も約1億人とポテンシャルが高く、まだまだ発展の余地がある国の活力を感じた。

株式会社アーバンライフ 菊池 亮

ハノイは政治の中心地であり、社会主義の色が濃い印象を受けた。現地で触れあった人々は穏やかで仕事熱心、勤勉さが垣間見え、ハノイがベトナムのプライドたる所以を理解した。商都であるホーチミンは、街全体が活気に満ちあふれていた。急激に発展していた都市の姿をみられたことは非常に刺激的だった。

ハノイとホーチミンの比較(2022年)

項目	ハノイ	ホーチミン
面積(km ²)	3,359	2,095
人口(万人)	843.57	938.97
人口密度(人/km ²)	2,511	4,481
平均婚姻年齢(歳)	26.9	29.8
合計特殊出生率	2.13	1.39
労働力人口(千人)	4011.7	4690.3
訓練を受けた労働者の割合(%)	50.3	35.6
失業率(%)	2.22	4.19
1人当たり域内 総生産(100万ドン)	141.9	157.5
PC世帯保有率(%・21年)	53.67	48.01
大学生数(人)	628,981	599,782
大学教諭数(人・20年)	26,292	19,126
新聞・雑誌編集局(箇所)	565	45

資料: ベトナム統計年鑑2022を基にIRC作成

2. ハノイのビジネスを知る

① JETRO・ハノイ事務所 / JICA・ベトナム事務所

まずベトナムという国を知るために、JETRO・ハノイ事務所、そしてJICA・ベトナム事務所を訪れ、小林恵介氏(JETRO)、森義徳氏(JICA)からベトナム経済の概況、日系企業の動向等の説明を受けた。

日本とベトナムは今年、外交関係を樹立して50周年となる。日越関係は良好で、在越日本商工会議所の会員企業数は2,000社を超える。

ベトナム経済は、1986年からの対外開放政策によって近年まで順調な成長が続き、2019年までは年率7%前後のGDP成長率を維持してきた。新型コロナウイルスの影響で20年、21年の成長率は2%台に鈍化したが、各国が軒並み大幅なマイナスとなる中でプラスを維持し、迅速な感染抑制対応と経済支援が奏功し、2022年は8.0%に回復した。

勤勉な国民性と豊富な労働人口を背景に、海外直接投資は拡大傾向にある。自動車、二輪車、電機メーカーの生産拠点としてのみならず、消費拠点としてのポテンシャルも高く、近年は小売業や飲食業、情報通信業などの進出も進んでいる。

一方、都市と地方の格差、環境問題、公的債務の積み上がりなど、成長に伴う課題も顕在化している。電力需給がひっ迫し、特に北部の工業団地では5～6月に停電、節電要請があるなど、不安材料もあるようだ。



説明を受けるセミナー生

参加者レポートより

コンピューターシステム株式会社 大塚 容生

ベトナムの貿易状況を見て、日本の影響力がアジアにおいてどんどん下がっているということに再認識させられた。

ベトナム自体は伸びしろしかないような状況にあり、今後、目が離せない国の1つであることは間違いない。それと同時に、チャンスがあれば積極的にかかわってみたいと思った。

イヨスイ株式会社 荻原 寿夫

8年前のベトナムでは、ここでの経済成長は本当にあるのか？と感じた。今回の海外視察では、8年前の見解がよい意味で覆された。

今回の訪問を通じて、JETROで伺ったベトナムのGDP成長率が近隣諸国で群を抜いているということを実感したと同時に、日本の経済成長が進んでいないことに焦りも感じた。

② ベトナム日本人材開発インスティテュート(VJCC)

ベトナムの概況を学んだ後、日本式経営を取り入れた経営塾などでベトナムの産業界をけん引する人材の育成に取り組むベトナム日本人材開発インスティテュート(Vietnam-Japan Institute for Human Resources Development)を訪れた。経営塾の卒業生らなど多くの関係者から、温かい歓迎を受けた。

冒頭、チーフアドバイザーの唐澤雅幸氏から、VJCCの歩みや「経営塾」のプログラムについてお話を伺った。

経営塾は、ベトナム人経営者などを対象に、日本式経営・日本企業の知見を軸に、グローバルに通じる経営を包括的に学ぶことを目的としている。生徒は、日本での研修(企業訪問、交流会等)を含め、約10カ月間、日本人、ベトナム人の講師陣から経営や人事、財務、日本式ものづくりを教わる。

続いて、経営塾17期団長のLÊ TRẦN QUÝNH(レ・チャン・クイン)氏から「ベトナム企業にとっての日本企業との連携への期待と課題」と題して、プレゼンテーションいただいた。

LÊ TRẦN QUÝNH氏は、ベトナムの中小企業の強みとして、機動性、持続可能な経営を志向する若い経営者の多さ、ベトナム市場の知識と適応力を挙げた。一方で、先進技術・ノウハウの向上、マネジメント人材の育成、財務基盤の強化が課題であり、今回のような日本企業との交流の場は、非常に貴重な機会であるとのことだった。

交流会では、経営塾卒業生とセミナー生との間で質疑応答が活発に行われ、今後の継続的な交流・両国ビジネスの発展に向けた一歩が踏み出された。なお、交流会の様子はVJCCのウェブサイトにも掲載されている*。



プレゼンするLÊ TRẦN QUÝNH氏

参加者レポートより

川崎化工株式会社 川崎 功雄

LÊ TRẦN QUÝNH氏の話から、日本式経営に対する尊敬と、日本式経営に基づく会社経営でベトナム経済をよりよくしていきたいという気迫を感じた。私も経営者の端くれとして、彼らに負けられないようにしっかりとした考えとビジョンを持って、よりよい経営を行っていきたい。

株式会社福本ボデー 福本 皓介

ベトナムに経営塾というニュー・リーダー・セミナーのような取組があると知り、我々も日本だけでなく、海外にも目を向けて成長していかなくてはならないと感じた。ベトナムだけでなく、他の国でもこのような取組が行われていると思うので、負けられないように頑張っていきたい。

古谷佑一税理士事務所 古谷 佑一

ベトナム企業と日本企業の事業連携のためには、技術的な部分がもちろん必要だが、それ以上に思いや精神の部分が大切だと感じている。その部分も含めて日本式経営を学んでおり、ビジョンやミッション、バリュー、パーパスを意識して、ただ自分が儲かればいいという思いではないことはよく理解できた。

03 BEMAC PANELS MANUFACTURING VIETNAM CO.,LTD.

船舶用電気機器等の製造を行うBEMAC株式会社(今治市)は、グループ事業のグローバル化に伴い、2004年にハノイ郊外のタンロン工業団地に現地法人(BEMAC Panels Manufacturing Vietnam Co., Ltd.)を設立し、05年に工場を稼働、18年目を迎えている。同社の主要製品は、本社工場の技術を受け継いだ配電盤などの船舶用電気機器だが、設計部門を設け、自社製品の設計も行っている。

ベトナム国内向けに、5年前から産業用プラントの製造を始め、現在は日系ゼネコン向けの低圧の配電盤、シンガポールなどに日系企業向けの制御盤も供給しているそうだ。同社は輸出加工企業(Export Processing Enterprises: EPE)であるため、ベトナム国内での販売比率に制限を受ける可能性もあり、国外輸出と国内販売のバランスをどう取っていくかが今後の課題となっている。

設計部門には約40人のベトナム人社員が働いており、日本本社とオンラインで情報共有しながら、設計図を作製している。そのため、使用するCADは日本語バージョンのものであったが、社員の皆さんが当たり前のように操作している姿は印象的であった。

* VJCCウェブサイト

<https://www.vjccchcmc.org.vn/ja/news/networking-event-of-vn-and-jp-enterprises/>





設計部門のオフィスの様子

参加者レポートより

有限会社協栄電機 加地 伸章

以前に今治本社のみらい工場を見学させていただいたことがあるが、日本と変わらない作業、生産システムができていた。設計段階から現地社員に仕事を任せていたことは驚きだったが、盤の外枠加工等についても、現地業者で行えるようなシステム作りをしっかりと行っていた。

フジワラ化学株式会社 曾我 大地

EPE(輸出加工企業)の話は大変興味深いものだった。中でも、輸出関税とそれを製造するための原材料や部品を輸入する際にも免税となり、あくまでも国外出荷のみであるが、日本と変わらないように製品を加工し、輸出する仕組みを学ぶことができた。

尾藤建設株式会社 續木 恵太

現地従業員の方々に笑顔で出迎えていただいた。また、視察中も作業している手を止めて、私たちに挨拶していただいた。国民性が素直であるという理由もあると思うが、社員教育が行き届いているためで、良いイメージを持つことができた。素晴らしいかった。

3. ホーチミンのビジネスを知る

ハノイでの視察を終え、早朝から国内線に乗り、約2時間半かけてホーチミンへと向かった。ハノイから南へ直線距離でおよそ1,100km。ハノイ以上の暑さ(ハノイでの最高気温は40℃超)を覚悟したが、滞在中を通して風があったおかげで、暑さは日

本以上だが、スコールに打たれることもなく、南国の爽やかな真夏を過ごすことができた。

01 FORVAL VIETNAM CO.,LTD.

ホーチミンに入り、まず訪れたのが「日系中小企業開発株式会社(Japanese Small and Medium Enterprises Development Joint Stock Company)」が開発したレンタル工場群だ。

総敷地面積は183,475㎡、総工場面積は92,841㎡に及び、入居者が希望する区画サイズで工場(建物)を賃借するシステムとなっている。

1区画あたり288㎡、504㎡、648㎡の3つのタイプが用意されているが、最も小さい288㎡タイプが人気のようだ。同工場群には56社が入居(うち日系企業29社(2022年8月時点))しているが、地盤が強固なエリアにあることから、鉄鋼業やプラント等、重設備を扱う企業が多く入居している。

申し込みから3カ月ほどで入居は可能だが、ベトナムでは法人設立にかなりの期間を要するらしく、入居希望者はその点を踏まえてスケジュールを組み立てる必要があるそうだ。

FORVAL VIETNAM社は、入居(希望)企業を対象に、取引先の開拓支援や企業同士の各種交流会、人材研修、法令改正に係る情報提供など様々なサービスを提供している。特に、現地で案内いただいた対馬香織マネージャーに加えて、日本語を話せる現地スタッフ2人がワンストップでサポートできる点が同社の強みとなっている。

同工場群はホーチミン市内から車で東に40分ほどの場所にあるが、2025年以降に開港予定のロンタン国際空港が完成すれば、空港からわずか12分の好立地となる。すでに入居率は90%近くに達しているが、今後、日系中小企業のベトナム進出において、さらに重要な拠点となることは間違いないだろう。



工場の外観（左） 対馬マネージャーからの説明（右）

参加者レポートより

三平興業株式会社 大本 大貴

土地を借りる際の複雑な手続きを自分でする必要がなく、また、最小限の状態からスタートできる点が魅力的と感じた。工場内の設備レイアウトは使用者が自由に作り上げることができ、企業によって事業が異なっても、融通が利いてよいと思った。

八幡浜官材協同組合 菊池 繁人

起業や誘致の初期投資を抑え、新しい企業を迎える仕組みとしてよく考えられている。日本で新たに工場を立ち上げる場合、周辺環境対策や多くの法的制約で小規模投資が難しい。

今後、日本の地方では、経済規模が小さくなっていくのは間違いなく、今ある産業が縮小していくか、違う産業に移っていくのかを選ばないといけない。ベトナムのように、経済を大きくする目的とは異なるが、日本でもこのような起業を後押しする制度が必要なのではないか。

② ACROWEL VIETNAM CO.,LTD.

同社は、フラックスコールドワイヤー(FCW)や被覆アーク溶接棒(WE)など、溶接材料の製造・販売を手掛ける四国溶材株式会社(今治市)が2011年に設立した現地法人である。

ベトナムを含む3カ国を候補に進出先を検討したが、ベトナムの市場性、現地の風習の理解のしやすさなどから、最終的にベトナムへの進出を決めたそうだ。

現地の従業員は107人(うち日本人3人)で、工場は24時間フル稼働、従業員は2交替または3交替

で勤務している。同社のFCW・WEの年間生産量は10,000トン近くに上り、安価な労働力と24時間の稼働で生産性を高め、今治本社の3倍の量を製造している。

工場内部は非常にきれいで、整理整頓が行き届いていた。同社の八木孝之次長いわく、「特別なことはしておらず、とにかく5Sを徹底している。ただ、社外の方からきれいだと言っていたいたときには、そのまま従業員にそのことを伝えている。」とのこと。

また、働きやすい職場環境が提供されているため、その評判が従業員から口コミで親戚等に広まり、夫婦で勤務している従業員も多いそうだ。

国が違って、「人を大切にする」会社は、選ばれる会社なのだろう。



質疑応答の様子

参加者レポートより

有限会社ヤングドライ丸亀 木村 祐亮

製造品の9割以上が日本へ輸出されており、安い人件費で製造コストを抑えることが目的のようである。ベトナムの経済成長を考えると、建造物の増加などにより、現地の溶接材料の市場規模は割と大きいと思われるが、営業力の面では、日系企業がまだ弱いところなのかと感じた。

久保豊株式会社 久保 賢太郎

同社の社名・企業理念に関して、「ACRO(始め、先端、頂上)」という接頭語にその思いが込められていた。異国の地で事業をやっていくうえで、現地の従業員にも端的でわかりやすい表現が重要だと改めて感じた。

03 Esuhai Co.,Ltd.

同社は、ベトナム人材の教育・研修、技能実習生の派遣、高度技術者の育成・紹介等を行う法人である。創業者であるレ・ロンソン氏が提唱する「日越100年構想(日本企業に優秀なベトナム人財を提供し、ベトナムは日本の高度な技能・技術・知識を得て、日越両国が共に発展する)」の実現に向けて2006年に設立された。

ベトナムには、技能実習生の送り出し機関が300社ほどあり、その多くがまず日本企業との面接を実施し、合格してから教育を行っているようだ。一方、同社では、まず学校に入学してもらい、日本語と日本企業のビジネスマナー、キャリアマインドなどの教育をしっかりと行ってから、日本企業との面接に進ませ、約1年間の学習の上、出国させている。また、入学希望者の募集も仲介業者を介さずに同社が行っており、意欲・能力ともに高い人材が最低限の経済的負担で日本キャリアを歩める点も同社の強みとなっている。

内海野花チーフコンサルタントのお話を伺った後、実際の教育現場を視察させていただいた。男女の割合は同程度で、年齢は8割以上が20代前半、一部は30代までと幅がある。大きな声の挨拶と笑顔で迎えられた後、何人かの生徒と質疑応答を行った。

答えてくれた生徒の皆さんは、少しはにかみながらも、慣れない日本語で、「なぜ日本へ行きたいのか」「日本で何を学び、ベトナムに持ち帰りたいのか」といった問いに真剣に答えてくれた。中には、「少なくとも10年は日本で学びたい」「愛媛の企業に就職が決まっている」という生徒もいた。

彼らの「母国のために日本で学びたい」という真っすぐで純粋な気持ちは、たとえ話さずとも、教室にあふれる空気感からひしひしと伝わってきた。その場にいたセミナー生の表情をみると、それが私だけではないことは明らかだった。



授業の風景

参加者レポートより

株式会社プログレス 川端 康隆

日本のビジネスマナー、マインドをカリキュラムに取り入れることで、実習生と企業のコミュニケーションが良くなる。非常に大切なことで、コミュニケーションは企業側も実習生側も不安を抱えていると思うが、それを日本に行く前にきちんと指導いただくことは、お互いの信頼につながり、相互の国のイメージも上がり、さらなる友好関係にもつながる。もっとベトナムと日本は近くなると確信した。

株式会社フロントエンド 中野 悟

技能実習生の教育現場を実際に見て、日本のマナーを尊重し、熱心に勉強されているベトナムの実習生の姿勢に心を打たれました。特に、講師の方がおっしゃっていた東日本大震災時の日本人のマナーに関する話は、日本に住んでいるとなかなか気づかない、日本ならではの良い点でもあり、それを再認識できてよかった。

有限会社合田運送 宮河 力

技能実習生がただの労働力ではなく、日本に来て実習生がどう成長するか、ベトナムに戻ってきてどう活躍するかまでを考え教育をしているのがとても印象的だった。まさに、人「材」ではなく、人「財」という考えを強く持っている会社だと感じた。

04 Ichihiro Vietnam Co.,Ltd

今回の視察で最後に訪問したのが、Ichihiro Vietnam社だ。同社は、タオル業界のトップクラスメーカーである「タオル美術館グループ」の海外生産拠点の1つである。先に設立された「大連一

「広毛巾有限公司」の生産ノウハウを基盤に、アジアと欧州文化の感性を取り入れることを目的に2005年に設立され、2007年から操業を開始した。工場は敷地面積19,500㎡、延床面積22,000㎡の規模を有している。

同社では、先染・プリントタオルをはじめ、ハンカチ、ルームウェア、ガーゼマスク等を生産している。繊細なベトナム刺繍に象徴される現地人材の器用さは、タオルだけでなく、同社が新たに始めたウェア製造にも生かされている。

タオルの生産に関しては、小ロット多品種で、原糸から染色、製織、後加工、縫製、刺繍、顧客が希望する包装形態まで社内で加工を行う「一貫工場」となっている点が特長で、店頭で段ボールを開ければそのまま販売できる状態で出荷されている点には驚いた。

オートメーション化を進める一方、約600人の従業員（平均年齢29歳）一人ひとりが、縫製や検品などの手作業に真剣に取り組んでいた。それに対して、日本人管理者はわずか3人とのこと。行き届いた従業員教育の賜だろう。また、社員満足度の向上を図るため、毎朝の会議で社員の声を拾い上げ、社員食堂の食事の品質を高めるなど福利厚生にも力を入れている。さらに、障がい者雇用も進められており、タグの検品という重要な作業を11人の障がい者に任せている。

製造品の品質だけでなく、「人」を育て生かす仕組みもトップクラスだと感じた。



工場見学の様子

参加者レポートより

波多野塗料株式会社 波多野 竜之介

工場では女性が多く働いていた。誰も雑談することもなく黙々と仕事をしていて、クオリティの高い製品を製造していた。工場から直接販売元まで輸送されるので、ミスは許されない。チェック体制がきちんとしていて、ヒューマンエラーが起こらない仕組み作りがされていた。工場の中も、道具の管理、整理整頓が徹底され、仕組みで動いている様子だった。

株式会社マルカワ 長野 光樹

ベトナム人社員600人に対して日本人社員は3人しかいないため、必然的にベトナム人管理職の育成が必要と思われる。一応ベトナム様ではこの人数と製品の質を管理して、大手のような品質に厳しい会社との取引を継続できている。社員数の多い組織には管理職育成とルール化、教育が非常に重要で、社員の満足度を高めるために福利厚生に力を入れているところも日本と同じだと感じた。

終わりに

今回の視察参加者は皆、日本の高度成長期やバブル期を知らない世代だが、その頃の日本のような経済発展をまさにこれから遂げようとしているベトナムの空気を直接感じ、また、日本に学び、世界へ羽ばたこうとしているベトナムの若者や経営者と触れ合えたことは、彼らの経営者魂に火をつけたことだろう。愛媛の将来を大いに期待したい。

参加者レポートより

二宮美桃園 二宮 裕介

ベトナムは今まで以上のスピードで経済発展するのだろうと感じた。ハノイ・ホーチミンともに、若者はエネルギーに満ちあふれており、現地のサービスを受けてみると、多くの人から力強さを感じた。現地で異文化を学んだことを、今後の仕事や人生に活かしていきたい。

この度の視察旅行に際しては、見学させていただいた企業の皆様から貴重な情報や多大なご支援、ご協力をいただきました。本誌面を借りて、厚く御礼申し上げます。（山之内 崇）



AIをどう規制するべきか

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

最近の世論調査によれば、AIに対する厳格な規制を求めるという声が8割に達するという。これは、具体的な被害を想定して規制を求めているのではなく、AIの急速な進化に対する人々の漠然とした不安を反映したものだろう。電子情報通信学会の川添雄彦会長は、「生成系AIの研究・イノベーションを闇雲に停止することは望ましくない」との声明を公表している。AI技術が急速に進化し、生活やビジネスに深く浸透していく中で、社会全体がこの新たな技術の影響を理解し、適切に対応するための教育と啓発が必要である。

現代社会では、人々が直接認識できない場面で、既にAIが広く活用されている。例えば、実用化が進められている自動運転は、車両に組み込まれたAIによって実現される。金融機関ではAIが融資判断を補助することが一般的になっている。企業の問い合わせ窓口には、AIが出力した文をオペレーターが読み上げる形で運営されているものも多い。AIはすでに私たちの生活を様々な形でサポートしてくれているのだ。

とはいえ、こうした既存のAIはあくまでもシステムの一部として機能し、人々が直接対話するものではなかった。万人がPCやスマホを操作する時代になっても、それらは精々、電卓やタイプライターが進化した「道具」として利用されるものにすぎなかった。

その状況を大きく変えたのが、昨年末に登場したChatGPTだ。それまで人間の専売特許であった文章作成という領域において、AIがあた

かも人間のように言葉を紡ぎだすことに人々は驚愕したのだ。

AIが人間のように文章を生成し、資料を作成する能力が増すと、これらの業務を担当する人々は自分の職を失うのではないかという不安を覚える。これは新たな技術が社会に導入される際の典型的なパターンだ。本来、AIは人間が行う定型的な業務を自動化し、人間がより創造的な業務に専念する時間を増やしてくれるものなのだが、AIの技術的な進歩があまりに早く、社会的な受容が追い付いていないのだ。

本年6月、欧州議会は包括的なAI規則案を可決した。2年前に発表されていたが、最近の生成AIの普及を踏まえて修正されたものだ。この規則案は、AIを特性別にカテゴライズし、そのリスクレベルに応じて禁止事項、要求事項、義務を定めている。もちろんAIの利用を一律に禁止する訳ではなく、むしろ人間とAIが共存するための枠組みを示そうとしている。

生成AIのような先進的な技術が一般的に利用可能になるにつれて、その利用には適切な規制と教育が必要となる。しかし、それはAIを恐れ、その普及を遅らせるためではなく、AIを安全かつ効果的に利用するためのものであるべきだ。AIは、その能力を理解し、適切に活用すれば、私たちの生活をより豊かで効率的なものにする強力なツールとなり得る。

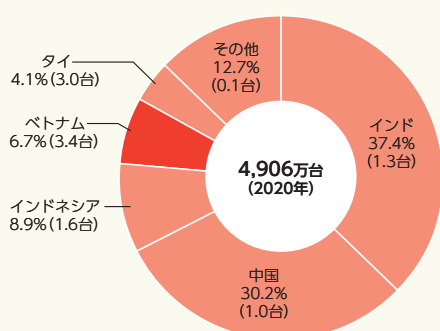
我々もAIの存在を認識し、それを有効に活用しながら、人間としての我々自身の価値を高めていくべきだろう。



日本ブランド優位のバイク市場

～ベトナムでの勢力図に変化は訪れるのか～

図表－1 国別のバイク生産シェア(2020年)



資料: 各国自動車工業会、二輪車協会などの統計データをもとにIRC作成
注: カッコ内の数字は人口100人あたりの生産台数

ベトナムの都市部では、バイクが所狭しと行き交う光景が有名だ。

バイクの国別生産シェアは、インドと中国が高く、ベトナムは世界4位だ(図表－1)。しかし、人口100人あたりの生産台数でみると、ベトナムは3.4台と世界トップで「ベトナムと言えばバイク」と言われるのも納得できる。

バイクの新車販売台数は、新型コロナによる経済活動停滞の影響で減少したが、2022年は300万台に回復し(図表－2)、登録台数も2020年に7,200万台を超えている。正確な保有台数が不明のため一概には言えないが、15歳以上のほぼ全員がバイクを持っている計算になる。

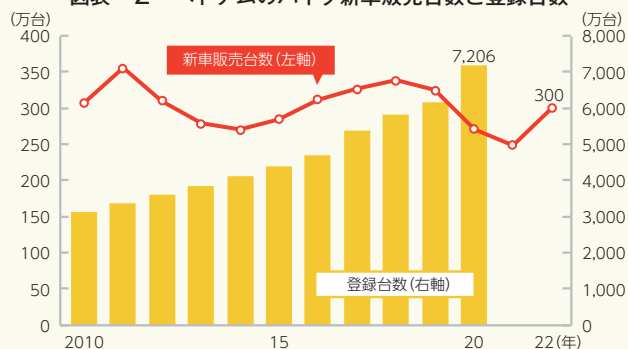
新車販売のメーカーシェアをみると、ホンダが圧倒的で、ヤマハとスズキを加えると日本ブランドでほぼすべてを占める(図表－3)。ホンダは1997年からベトナム現地でのバイク製造を開始し、800近い正規販売店を構えている。道路環境が悪いベトナムでは、故障しにくく、修理・メンテナンスをしやすいニーズがあり、これらを満たすことでホンダはベトナム人からの人気を勝ち取った。

バイク大国のベトナムで問題になっているのが交通渋滞と大気汚染だ。この問題に対処するため、ベトナム政府はハノイやホーチミンなど5都市で、2030年以降のバイク通行の制限を検討しているようだ。しかし、バイクの代替となる公共交通機関の整備は十分できておらず、当面、バイクはベトナムの主要な交通手段であり続けるだろう。

最近では、現地メーカーのVinFastが台頭するほか、スタートアップ企業の電動バイク事業参入もみられる。今後、ベトナム国内のバイク市場の勢力図に変化は訪れるのか、注目だ。

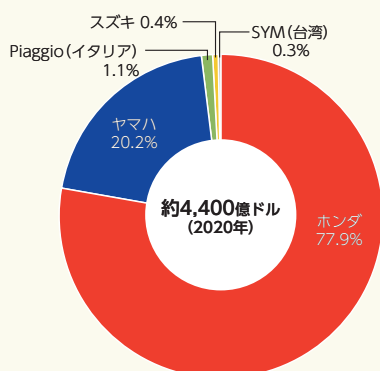
(福田 泰三)

図表－2 ベトナムのバイク新車販売台数と登録台数



資料: NTSC「IMPLEMENTING ROAD SAFETY STRATEGIES AND ACTION PLANS IN VIETNAM」、JETRO「ビジネス短信」などをもとにIRC作成
注: 2021年および2022年のバイク登録台数はデータなし

図表－3 バイク新車販売のメーカーシェア(ベトナム、2020年)



資料: Statista「Statista Mobility Market Insight」をもとにIRC作成

伊予銀行シンガポール支店

SINGAPORE

シンガポールだより

シンガポールにおける海外旅行事情

はじめに

皆さんは、日本のパスポートの「強さ」をご存じですか？

イギリスのヘンリー&パートナーズ社が「ビザを取得せずに外国への渡航が可能な国・地域の数」を「パスポートの強さ」と定義し、半年に一度のペースで更新・公表をしています。

「海外に行きやすい国」ともいえるこのランキングで、日本は、5年連続1位をキープしていましたが、最新版では3位に後退しました。では1位はどこかというと、シンガポール(渡航可能な国・地域数192)です。

「海外に行きやすい国」に住むシンガポール人にとって「海外旅行」とはどのような位置づけなのか、また日本にとってビジネスチャンスとなり得るのか、本稿で考察します。

1 シンガポール人にとっての海外旅行

シンガポールの面積は約720km²、日本の奄美大島とほぼ同じ大きさです。そこにおよそ560万人(うちシンガポール人／永住者は407万人・2022年6月時点)が暮らしています。

シンガポール島内の端から端まで、車であれば約1時間で到着してしまうため、シンガポール人にとって、旅行といえばほぼ「海外旅行」を指します。

2019年の調査で、年に2回以上海外旅行に行くシンガポール人は39%、別の調査では、2018年の日本人の海外旅行者数(実質出国率)は10.1%です。この数字だけ見ても、多くの日本人にとって「海外旅行」は一大イベントですが、シンガポール人にはとても身近なことだとわかります。

当地では一般消費者向けの観光関連イベントが数多く催されています。その代表的なイベントのひとつが、旅行博覧会「NATAS(ナタス)」です。各国のパビリオン内で来場者に情報提供を行うほか、旅行会社もブースを構え、自社の旅行商品を販売する即売会という一面もあります。

2022年8月、3年ぶりに開催されたNATASは、3日間で約7万人が訪れ、大変な盛況ぶりでした。国内での滞在・消費を強いられていたシンガポール人にとって積年の旅行熱を開放できる場とあって、旅行会社のブースにはツアーを申し込む人で長蛇の列ができていました。



NATASの様子。商談コーナーには多くの来場者が並ぶ(2022年8月)

2 人気の旅行先

シンガポール人に人気の旅行先をみてみます。2023年初めに行われたTime Out社の調査によると、シンガポールからの渡航先として多くネット検索された都市は以下のとおりです。

順位	都市	国／地域
1	デンパサル(バリ島)	インドネシア
2	東京	日本
3	バンコク	タイ
4	ロンドン	イギリス
5	ソウル	韓国
6	台北	台湾
7	大阪	日本

資料:Time Out社ホームページをもとに作成

最も多く検索された都市は、シンガポールから3時間程度で渡航できるバリ島の州都ですが、上位7先の中に日本の都市が2先ランクインしており、日本人気の高さがわかります。

観光庁の調査によると、2023年第1四半期におけるシンガポールからの訪日客の、およそ75%がリピーター(2回目以上)でした。中には10回以上の訪日経験を持つヘビーリピーターもいます。日本人のおもてなし、礼儀正しさや気配り、また健康的でおいしい日本食が多くのシンガポール人の心をつかんでいるようです。

3 日本の地方都市の可能性

シンガポールの人々は日本のどの地域を訪れているのでしょうか。

2019年の宿泊旅行統計(観光庁)によると、関東43%、近畿22%、北海道16%と続き、中部と九州が4%、四国はわずか1%です。

ですが、リピーターが多いシンガポールの人々は、常に日本の新しい渡航先を探しており、地域の魅力をしっかりとPRすることができれば、四国が次の旅行先候補になる余地は大きいともいえます。

地域の魅力を広く伝えるために、各自治体や観光事業者が連携し、シンガポールの旅行会社や消費者との接点を増やす動きが活発です。

2023年7月には、日系の旅行会社と日本の6つの自治体が連携し、シンガポールの一般消費者に向けてのセミナーを行いました。初の試みでした



イベントにはみきちゃんも応援に駆け付けた(2023年2月)



日系旅行会社による観光セミナーの様子(2023年7月)

が、会場には多くの人が詰めかけ、熱心にプレゼンを聴講する姿が印象的でした。このような対面での取り組みに加え、SNSを活用したプロモーションを継続することで、地域の魅力は確実に消費者のもとへ届くと感じています。

おわりに

国際通貨基金(IMF)が発表した2023年の1人あたりGDPは、シンガポールが5位(91,100USD)、日本は31位(35,390USD)となっています。

シンガポールは、人口に占める富裕層の割合が大きく、加えて円安の加速により、日本への関心も高まっています。また、日本に行けば良いもの・おいしいものが安く買える・体験できるというイメージも浸透しています。

日本への直行便が続々と再開・増便されるなど、インバウンド増加が見込まれるシンガポール。シンガポールに関して興味がおありでしたら、お気軽にお問い合わせください。

(芳野 脩三)

【税務編】

消費税インボイス制度最終チェック！

酒井啓司税理士事務所 税理士 酒井 啓司



Q. 消費税のインボイス制度が10月から実施されます。
当社は作業が遅れていてこのまま対応できるか不安です。
最低限確認すべきところを教えてください。

A. 消費税のインボイス制度は平成28年度税制改正で導入が決まりましたが、直前の改正もあり、実務面の詳細が固まったのはつい最近です。
基本的なところをもう一度押さえて会社としての取り組みをチェックしてください。

1. インボイスとは

インボイスとは、正確には「適格請求書」と言います。消費税の計算は、課税売上に係る消費税額から課税仕入等に係る消費税額を控除するという計算式ですが、令和5年10月から、原則として、インボイスの保存がなければ税額控除を受けることができないことになります。

インボイスの記載事項は下記ですが、登録番号、税率ごとの取引金額・消費税額の明記が新たに必要となります。

適格請求書

- ① 適格請求書発行事業者の氏名又は名称及び登録番号
- ② 取引年月日
- ③ 取引内容(軽減税率の対象品目である旨)
- ④ 税率ごとに区分して合計した対価の額(税抜き又は税込み)及び適用税率
- ⑤ 税率ごとに区分した消費税額等*
- ⑥ 書類の交付を受ける事業者の氏名又は名称

請求書 △△商事株式会社
登録番号 Y012345...

11月分 131,200円 ××年11月30日

日付	品名	金額
11/1	魚 *	5,000円
11/1	豚肉 *	10,000円
11/2	タオルセット	2,000円
...	...	...
合計	120,000円	消費税 11,200円
8%対象	40,000円	消費税 3,200円
10%対象	80,000円	消費税 8,000円

* 軽減税率対象

資料:国税庁ホームページ

2. 登録申請を行う

インボイスを発行するためには、税務署に登録申請を提出する必要があります。免税事業者がインボイス発行事業者になると課税事業者になってしまいますので、この点は注意して申請するようにしてください。なお、登録申請は、9月中に行えば10月からの登録が可能です。また、国税庁には登録番号を確認するサイトが用意されており、登録番号が正確なものか確認することが可能です。

3. 発行するインボイスを決める

インボイスとは「適格請求書」と言われますが、請求書である必要はありません。納品書、領収書も含めて、会社の業務フローから、どの書類をインボイスにすればよいか決める必要があります(1つに決める必要はありません)。仮に請求書をインボイスと決めた場合、売上についても保存義務がありますので、売上の請求書をすべて発行し、保存するようにしてください。

4. インボイスの保存・経理処理

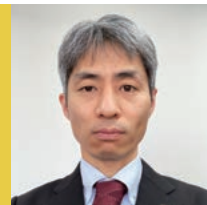
課税売上、課税仕入ともにインボイスの保存が求められます。インボイスに該当しない領収書も併せて保存し、登録番号等を確認しながら経理処理を行うことになります。クレジットカードで支払う場合、インボイスと正確に紐付けする必要があるため、カード利用時の領収書・請求書が必要となります。ETC利用の場合は、利用履歴をダウンロードする、交通系ICカードはチャージ自体不課税なので利用した実績を経理処理するなど、今までと異なる経理方法を検討する必要があります。

5. 詳細はこれから

導入後の実務では混乱が生じることも考えられます。常に情報を入手し、改善するように心がけてください。

LGBT理解増進法と女性用トイレ使用問題

弁護士法人たいよう 弁護士 林 寛大



Q. LGBT理解増進法が成立したことで性的少数者への配慮がより大切になると聞きました。性同一性障害の男性従業員(心は女性)が女性用トイレの利用を希望した場合、どのように対応したらよいのでしょうか。

A. 性同一性障害の職員に対する職場内の女性用トイレの利用制限を違法とする最高裁判決がありました。この最高裁判決を参考にして、職場での対応を検討するのがよいでしょう。

1. LGBT理解増進法

今年6月23日、性的指向及びジェンダーアイデンティティの多様性に寛容な社会の実現を目的とする「性的指向及びジェンダーアイデンティティの多様性に関する国民の理解の増進に関する法律」(以下「LGBT理解増進法」といいます。)が公布・施行されました。

LGBT理解増進法では、事業主は普及啓発、就業環境の整備、相談の機会の確保等により労働者の性的指向及びジェンダーアイデンティティの多様性に関する理解増進に努めるとともに、国等の施策に協力するよう努めるものとされています。

LGBT理解増進法に違反しても罰則はありません。ただし、性的少数者である従業員に対し同法の理念に反する不適切な対応をした場合、職場環境配慮義務違反等を理由に損害賠償請求されるリスクがあるので、注意が必要です。

2. 女性用トイレ使用問題

LGBT理解増進法については、主に「身体的には男性だが心は女性と主張する者に女性用トイレの使用を認めないといけないのか」という問題を巡って賛否があるようです。

このような中、今年7月11日、最高裁が、性同一性障害の診断を受けている職員に対する職場の女性用トイレの使用制限(執務階を含む一部の女性用トイレの使用を認めない)を取り消す判決をしました(経産省トイレ訴訟)。判決理由は概ね次のとおりと考えられます。

- ①当該職員は離れた階の女性用トイレを使用せざるを得ず、日常的に不利益を受けている
- ②当該職員は健康上の理由で性転換手術を受けられず戸籍上は男性であるが、ホルモン投与を受け、性衝動に基づく

性暴力の可能性は低いという医師の診断を受けている

- ③日常的に女性の服装等で勤務し、戸籍名も変更
- ④当該職員が離れた階の女性用トイレの使用を開始してからトラブルは起こっていない
- ⑤当該職員が離れた階の女性用トイレの使用を始めるにあたり説明会が開かれたが、明確に異を唱える職員はいなかった
- ⑥当該職員が離れた階の女性用トイレの使用を開始して以降、4年10ヵ月が経過しているが、制限の取り消しに関する他の職員の意向調査・検討が行われていない

3. 事業主の対応

LGBT理解増進法では、国が基本計画を策定することになっており、事業主としては、基本計画に即した対応をとることが無難です。ただし、計画の公表時期やどの程度具体的な内容(基準)が盛り込まれるかは不透明です。

具体的な基準が示される前に、従業員から性同一性障害であり自認する性に従った取り扱いを希望するという相談があった場合には、経産省トイレ訴訟判決を参考にするのがよいでしょう。具体的には、当該従業員の性同一性障害や生活状況の確認、他の従業員に対する説明会や意見聴取等を行ったうえで、一部施設の使用を認めて経過を観察する。その後特にトラブルがなければ全施設の使用を認めるという対応が考えられます。

なお、経産省トイレ訴訟では「本判決は、トイレを含め、不特定又は多数の人々の使用が想定されている公共施設の使用の在り方について触れるものではない」と明記しており、同判決はトイレ全般について述べたものではありませんので、ご注意ください。

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

～四国の現状水準判断DIは低下～

概況

7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・5月)は前月比1.9%上昇と、2ヵ月連続で前月を上回った。公共工事請負金額(7月)は前年同月比20.8%減と、3ヵ月ぶりに前年を下回った。住宅着工戸数(6月)は前年同月比24.3%減と、4ヵ月連続で前年を下回った。有効求人倍率(季節調整値・6月)は前月比0.02ポイント低下の1.37倍だった。個人消費をみると、百貨店・スーパーの販売額(6月)は前年同月比0.7%減と約1年ぶりに前年を下回ったものの、新車乗用車販売台数(軽自動車含む・6月)は前年同月比28.5%増と10ヵ月連続で前年を上回った。

なお、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、四国の景気の現状水準判断DIは、6月比2.7ポイント低下の52.5となっている。新型コロナの5類移行に伴いサービス需要は持ち直しつつあるものの、原材料価格やエネルギーコストの上昇が企業活動へ与える影響は引き続き懸念される。

生産

指数は2ヵ月連続で前月を上回る 全国では自動車、電子部品・デバイスが上昇

5月の愛媛県鉱工業生産指数は、速報値で92.1(季節調整値、2015年=100)と前月比1.9%上昇し、2ヵ月連続で前月を上回った。前年同月比(原指数)は4.8%低下した。

主要業種の動向をみると、電気銅の生産が減少した「非鉄金属」(前月比▲6.3%)や「化学」(同▲4.3%)などは前月を下回った。

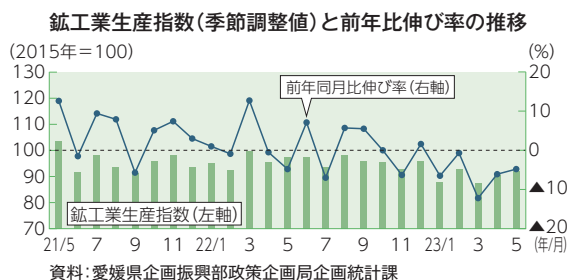
一方、半導体製造装置の生産が増加した「汎用・生産用機械」(同+7.4%)や「電気機械」(同+10.1%)などは前月を上回った。

6月の全国の鉱工業生産指数は、確報値で105.3(季節調整値、2020年=100)と前月比2.0%上昇し、2ヵ月ぶりに前月を上回った。海外・国内向け双方での販売が堅調である「自動車」(同+6.1%)や「電子部品・デバイス」(同+6.8%)が上昇した。

主要7業種の鉱工業生産指数(5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	92.4	▲6.3	90.4	▲1.7
汎用・生産用機械	151.2	+7.4	137.1	+1.6
電気機械	81.4	+10.1	79.8	▲19.4
輸送機械	55.7	+1.8	58.2	▲23.8
化学	85.1	▲4.3	90.3	▲4.5
パルプ・紙・紙加工品	88.1	▲1.6	86.2	▲6.5
食料品	92.6	+0.1	91.0	▲9.4
全 体	92.1	+1.9	89.9	▲4.8

(注)速報値



公共工事

7月の請負金額は前年比20.8%減 3ヵ月ぶりに前年を下回る

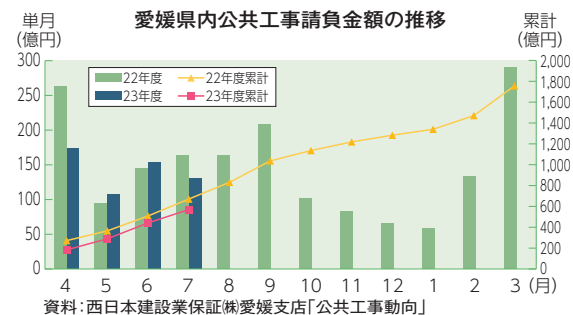
7月の愛媛県内における公共工事の動向を西日本建設業保証(株)愛媛支店の保証実績からみると、件数は433件で前年同月比6.3%減少し、請負金額も129億86百万円と同20.8%減少した。

発注者別に請負金額をみると、「県」(同+10.5%)は前年を上回ったものの、「国」(同▲15.1%)や「独立行政法人等」(同▲78.0%)、「市町」(同▲20.7%)は前年を下回った。

国土交通省は、2023年度の建設投資見通しを公表した。建設投資額は前年度比2.2%増の70兆3,200億円になる見通し。内訳は政府投資が25兆3,400億円(同+4.5%)、民間投資が44兆9,800億円(同+1.0%増)である。

県内の公共工事請負金額(7月)

発注者	23年7月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	1,737	▲15.1
独立行政法人等	352	▲78.0
県	3,775	+10.5
市町	7,079	▲20.7
その他	40	▲89.8
合計	12,986	▲20.8



住宅着工

6月の着工戸数は前年比24.3%減 4ヵ月連続で前年を下回る

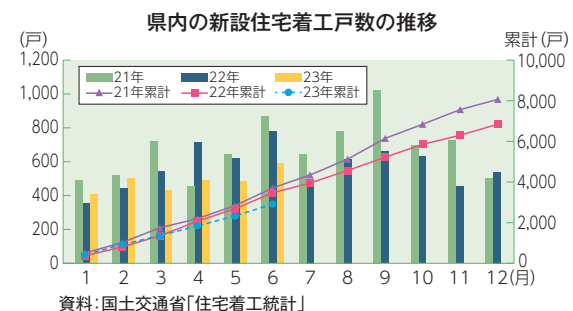
6月の愛媛県内における住宅着工戸数は589戸で、前年同月比24.3%減と4ヵ月連続で前年を下回った。内訳をみると、「持家」(同▲13.9%)や「貸家」(同▲31.5%)、「分譲住宅」(同▲46.4%)のすべてで前年を下回った。

なお、6月の全国の住宅着工戸数は71,015戸で、前年同月比4.8%減と2ヵ月ぶりに前年を下回った。内訳をみると、「持家」(同▲12.4%)や「貸家」(同▲0.6%)、「分譲住宅」(同▲2.9%)のすべてで前年を下回った。

国土交通省の「土地問題に関する国民の意識調査」(22年11月～23年2月実施)によると、約4割の人が不動産取引時に「ハザードマップ等の災害に関する情報」を参考にした(参考にする)と回答した。これは「周辺の公共施設等の立地状況・学区情報」(55.6%)に次いで多い。以下は「住宅の維持保全に関する情報」(32.5%)、「過去の取引履歴」(27.4%)が続く。

新設住宅着工戸数(6月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	273	▲13.9
貸家	211	▲31.5
給与住宅	23	—
分譲住宅	82	▲46.4
分譲マンション	32	▲41.8
分譲一戸建	50	▲49.0
合計	589	▲24.3



雇用

有効求人倍率は1.37倍 2ヵ月ぶりに前月を下回る

6月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.02ポイント低下の1.37倍だった。原数値は1.28倍(前年同月差▲0.06p)と低下した。

新規求人数を主要産業別にみると、「医療、福祉」(前年同月比+3.7%)や「卸売業、小売業」(同+2.7%)は前年を上回ったものの、「サービス業」(同▲17.8%)や「製造業」(同▲16.1%)は前年を下回った。

地域別有効求人倍率(原数値)は、東予が1.40倍(前年同月差▲0.06p)、中予が1.22倍(同▲0.04p)、南予が1.25倍(同▲0.11p)とすべての地域で前年を下回った。

愛媛県最低賃金審議会は、愛媛労働局に対し、愛媛県最低賃金を44円引き上げることが適当である旨の答申を行った。答申どおり引き上げられた場合の最低賃金は897円となる。

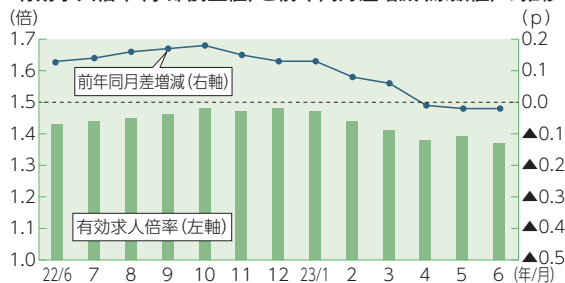
県内の雇用情勢(6月)

(単位:人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	4,544	▲2.6	▲0.4
月間有効求職者数	23,274	▲0.5	+0.3
新規求人数	10,750	▲0.5	▲5.6
月間有効求人数	29,746	▲1.0	▲4.0
有効求人倍率(季節調整値)	1.37倍	▲0.02p	▲0.06p

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.28倍	1.40倍	1.22倍	1.25倍
※()内は前年同月差	(▲0.06p)	(▲0.06p)	(▲0.04p)	(▲0.11p)

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+3.4%)ともに17ヵ月連続のプラス

6月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が105.1と前年同月比3.5%上昇、生鮮食品を除く指数も104.6と同3.4%上昇し、ともに17ヵ月連続で前年を上回った。

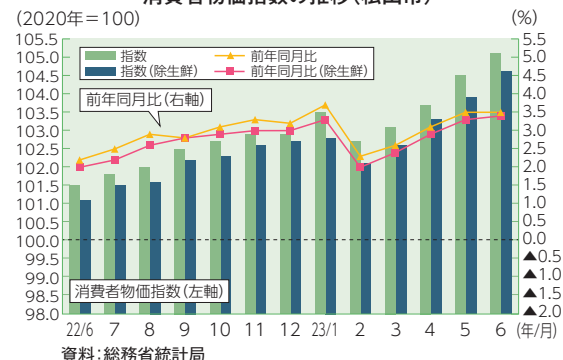
費目別にみると、政府による電気・ガス料金の負担軽減策により「光熱・水道」(前年同月比▲2.9%)は前年を下回った。一方、柔軟剤やキッチンペーパーなどの日用品が上昇した「家具・家事用品」(同+9.3%)、生鮮食品や食用油の価格が上昇した「食料」(同+8.3%)などは前年を上回った。

なお、全国の6月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は105.0で、前年同月比3.3%上昇し、22ヵ月連続で前年を上回った。費目別では、「家具・家事用品」(同+8.6%)や「食料」(同+8.4%)などが前年を上回った。

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(+9.3%) 食料(+8.3%) 教養娯楽(+3.5%) 被服及び履物(+2.7%) 交通・通信(+2.7%)	保健医療(+1.9%) 諸雑費(+1.4%) 住居(+0.7%) 教育(+0.3%)
下落	光熱・水道(▲2.9%)	

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0.7%減 新車乗用車販売台数は10ヵ月連続で前年を上回る

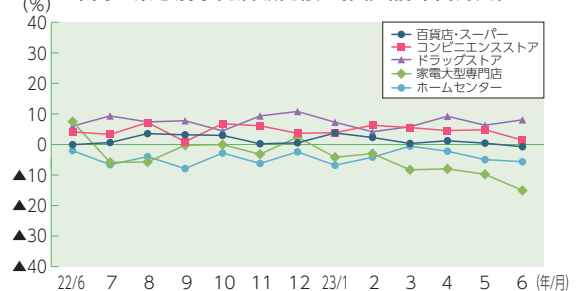
6月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比0.7%減と約1年ぶりに前年を下回った。うち百貨店の販売額は、食堂喫茶や高級和服、浴衣など夏のイベントに向けた衣料品、カタログギフトの売上が好調で、同0.2%増となった。

また、「コンビニエンスストア」(同+1.5%)、「ドラッグストア」(同+8.3%)が前年を上回った。一方、「家電大型専門店」(同▲15.3%)、「ホームセンター」(同▲5.7%)は前年を下回った。

6月の新車乗用車販売台数は、普通車(3ナンバー)が1,436台(前年同月比+66.8%)、小型車(5ナンバー)が637台(同+18.6%)、軽乗用車が1,380台(同+7.1%)となった。全体では3,453台(同+28.5%)と10ヵ月連続で前年を上回った。

内閣府が発表した7月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月比0.9ポイント上昇の37.1となり、基調判断も引き上げられた。

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(6月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	167.7	▲0.7
コンビニエンスストア	86.7	+1.5
ドラッグストア	93.7	+8.3
家電大型専門店	28.9	▲15.3
ホームセンター	29.5	▲5.7

	販売台数	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	3,453	+28.5

資料:経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

観光

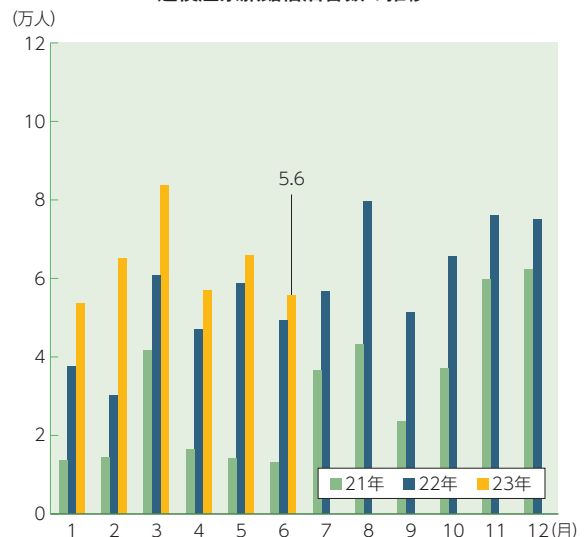
道後温泉宿泊客数は19ヵ月連続で前年を上回る 県内主要観光施設入込み客数は6ヵ月連続で前年を上回る

6月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比12.8%増の55,693人と、19ヵ月連続で前年を上回った。

6月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月比7.9%増と6ヵ月連続で前年を上回った。東予(同+10.1%)では「マイントピア別子」「野間馬ハイランド」、中予(同+21.8%)では「子規記念博物館」「県美術館」などの施設が前年を大きく上回った。一方、南予は同▲3.0%となった。

県の発表によると、2022年の愛媛の観光客数(推定)は前年比23.0%増の20,108千人となった。コロナの影響を含まない2019年との比較では、24.5%減となった。また、観光消費総額(推定)は991億円と推定され、前年比では18.1%増となった。

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	 ▶ 	7月のマダイの浜値は930円/kg前後と前月比で横ばいだった。消費動向に弱さはみられるものの大サイズでは在池量が少なくなっていることから安定した相場となった。ハマチの浜値は、860円/kg前後と前月比で約160円の値下がりとなった。猛暑による販売の鈍さと昨年比で在庫数にも回復がみられるため、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2,100ドル前後と前月比で約70ドルの値上がり。中西部太平洋では集魚装置の禁漁期間に入っているが、販売動向の鈍さから様子見相場となった。一方、国内相場は280円/kg前後と約10円の値上がりとなり、高値圏での推移が続いている。

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3,631梱で、前年同月比では5.2%減となった。綿糸価格は主力の20番手が118,500円/梱、同23.4%減で5ヵ月連続で値下がりしている。

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6月の国内出荷は、前年同月比11.8%減で10ヵ月連続の減少。雑誌を中心とした出版向けやチラシ類、コピー用紙の不振が続いている。新聞用紙は前年同月比11.4%減で25ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙	 ▶  6月の国内出荷は、前年同月比1.8%増で2ヵ月連続のプラスとなった。ティッシュは同1.9%減で2ヵ月ぶりに前年割れ、トイレ紙が同3.5%増で2ヵ月連続増加、タオル紙が0.2%減でほぼ横ばいだった。訪日客が増え、宿泊施設や商業施設向けといった業務用の需要が増加している。
	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5.1%減で2ヵ月ぶりの減少、白板紙は同1.4%減で2ヵ月ぶりの減少。食品や飲料など、物価高騰による買い控えの影響が響いている。

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31.1%増で32ヵ月連続の増加と好調が続く。鉱山ショベルなどで旺盛な需要が続いていることに加え、部品不足のサプライチェーン問題が解消されたことが生産の追い風になっている。地場の住友グループ関連工場からの受注環境も良好。原油価格は上昇しているが、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、7月の輸出船契約実績は23隻・75万3千総トンで、トン数ベースで前年同月比20.2%減だった。主力のバルカーのほか、新造船需要の高まりや新造船価の上昇に合わせて、プロダクト船やケミカル船の営業・引き合いが増え、受注に至るケースもみられる。
	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、6月の主な国内船(内航船)の竣工実績(漁船を除く)は、油送船が1隻だった。主力の貨物船は、潜在的なリプレイス需要があるものの、船価と傭船料水準にかい離がみられ、引き合いが成約に至らないケースが多い。

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)は回復基調。7月末に962で底打ちし、8月1日には1,150まで上昇した。ロシアが黒海経由のウクライナ産穀物輸出に関する合意から離脱すると発表したことから、今後の荷動きや市況への影響が懸念される。コンテナの荷動きは、過去最高水準にあった昨年を下回るものの、好調に推移している。
	内 航  ▶ 	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1.7%増、タンカーが同2.7%減だった。貨物船は自動車が大幅に増加したほか、鉄鋼や原料、紙・パルプなどの荷動きも上向く。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。黒油(重油)は石油火力発電所向けの需要が大きく減少している。

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20.8%減の129億円であった。「県」は前年を上回ったものの、「国」や「市町」、「独立行政法人等」は前年を下回った。6月の住宅着工戸数は前年を24.3%下回る589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	 ▶ 	6月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比12.8%増の55,693人と、19ヵ月連続で前年を上回った。 6月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月比7.9%増と6ヵ月連続で前年を上回った。東予は同10.1%増、中予は同21.8%増、南予は同3.0%減となった。

9

2023

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は8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)
~18(月・祝)	愛媛県美術館開館25周年記念 「海洋堂展 創るたのしみをすべての人に」	愛媛県美術館 (松山市)	愛媛県美術館 ☎089-932-0010	当日券 一般 1,100円 65歳以上 1,000円 高大生 800円 小中生 500円 前売券 一般 900円 高大生 600円 小中生 300円
~24(日)	特別展 「みんなあつまれ！昆虫王国」	愛媛県総合科学博物館 (新居浜市)	愛媛県総合科学博物館 ☎0897-40-4100	特別展のみ 大人(高校生以上) 800円 65歳以上 700円 小中学生 500円 特別展+常設展 大人(高校生以上) 1,100円 65歳以上 800円 小中学生 500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】 9(土) 【対戦相手】 アスルクラロ沼津

【キックオフ】 19:00 【マッチシティ・タウン】 四国中央市

【開催日】 23(土) 【対戦相手】 鹿児島ユナイテッドFC

【キックオフ】 18:00 【マッチシティ・タウン】 松山市

愛媛FCレディース

株式会社愛媛FC / TEL: (089)927-0808

【開催日】 17(日) 【対戦相手】 静岡SSUポニータ

【キックオフ】 13:00 【会場】 愛媛県総合運動公園野球技場

【開催日】 23(土) 【対戦相手】 オルカ鴨川FC

【キックオフ】 12:00 【会場】 愛媛県総合運動公園野球技場

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】 2(土) 【対戦相手】 ギラヴァンツ北九州

【キックオフ】 19:00

【開催日】 16(土) 【対戦相手】 AC長野パルセイロ

【キックオフ】 19:00

【開催日】 23(土) 【対戦相手】 ヴァンラーレ八戸

【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】 2(土) 【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】 東予運動公園野球場

【開催日】 3(日) 【対戦相手】 香川オリーブガイナーズ 【プレイボール】 13:00 【会場】 いきなスポレク公園

【開催日】 7(木) 【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】 伊予市民球場(おさい公園野球場)

【開催日】 8(金) 【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(土) 【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】 坊っちゃんスタジアム

【開催日】 10(日) 【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】 坊っちゃんスタジアム

IRC Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT
2023 / NO.423

■発行日: 2023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: 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