

# IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポート】

## 地域存立をかけ、若者の定住・回帰志向の向上を

～高校生の進路や将来像に関するアンケート～

【mini調査レポート】

## 県内海外取引企業を取り巻く情勢変化と対応状況

～8割超の企業が対応に問題認識あるも海外取引は拡大または維持方針～

- 01 | **【視点】**  
**「ウェルビーイング経営」のすゝめ**  
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】**  
**地域存立をかけ、若者の定住・回帰志向の向上を**  
～高校生の進路や将来像に関するアンケート～
- 10 | **【mini調査レポート】**  
**県内海外取引企業を取り巻く情勢変化と対応状況**  
～8割超の企業が対応に問題認識あるも海外取引は拡大または維持方針～
- 16 | **【compass】**  
**世界の課題と地方の挑戦**  
国際通貨基金(IMF) 元日本代表理事 / **田中 琢二**
- 17 | **【データよもやま話】**  
**都市部にはない愛媛の魅力を伝えよう！**  
～地方と都市部で差がある暮らしやすさ～
- 18 | **【Innovationが地域を拓く～Start Up企業からのメッセージ～】**  
株式会社電腦交通(徳島県)  
**地域交通のDXに挑む！**
- 20 | **【素顔のニューリーダー】**  
有限会社協栄電機 / **加地 宏章 氏**  
藤岡建設株式会社 管理統括 / **藤岡 優一 氏**
- 22 | **【経営・実務Q&A】**  
**税務編** **インボイス制度の負担軽減措置**  
和泉会計事務所 税理士 / **和泉 真紀夫**  
**労務編** **月60時間超時間外労働の割増賃金率が引き上げられます**  
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**
- 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: 樹齢約150年の  
しだれ桜  
(久万高原町 法蓮寺)  
撮影: 芳野 裕美(IRC)

# 視点

POINT OF VIEW



## 「ウェルビーイング経営」のすゝめ

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

私たち企業は、人口減少・少子高齢化の進行、グローバル化やデジタル化の進展、気候変動など、中長期的な構造変化を敏感にキャッチし、しっかりと対応していかなければならない。そのためにも、絶え間ない「イノベーション」を生み出していく必要がある。

いかにイノベーションを促進するか、その切り口として最近注目を集めているのが「ウェルビーイング経営」である。

「ウェルビーイング経営」とは、従業員のウェルビーイング（Well-being: 身体的・精神的・社会的に良好な状態）を向上させ、それをテコに企業価値を高めるという考え方である。従業員のウェルビーイングが良好であればモチベーションが高まるのはもちろんのこと、企業に対するロイヤリティ（忠誠心）やエンゲージメント（貢献意欲）も高くなり、従業員のスキルも最大限に発揮できるようになる。実際、組織がウェルビーイングな状態だと生産性が30%アップし、創造性は3倍になるという研究結果もあるようだ。

では、どうすれば従業員のウェルビーイングを向上させることができるのであろうか。ウェルビーイングは従業員が創り出すものであり、企業が押し付けるものではない。肝要なのは、経営者が「従業員のウェルビーイングを大切に考え、それを最大限にサポートする」

という姿勢を、企業理念や存在意義に落とし込み、従業員をはじめ、社内外のステークホルダーに浸透させることである。

その上で、たとえば、属性に関わらず、多様性や「個」を尊重し、良いところを活かす「ダイバーシティ&インクルージョン」の推進、「働き方改革」による柔軟な働き方ができる職場環境の整備のほか、リスキリングの支援、健康経営の実践などに取り組むことが重要である。

これらの施策はコストアップ要因になることもあり、短期的な成果は表れにくいかもしれないが、いずれも従業員の「やりがい」の向上につながり、能動的な思考や行動によってイノベーションが創出され、中長期的な企業の成長や持続性を実現することができる。

ウェルビーイングをもっと簡単に言えば、会社にかかわる、(家族も含めた)全員が「仕事を通して幸せになる」ということである。それは経営者自身が、従業員一人ひとりの性格や家族構成まで熟知している中小企業の得意分野ではなかろうか。

ウェルビーイング経営は、物質的には豊かな日本において労働力不足も相まって、ますます要請されるようになるのではないだろうか。人間の原点である「幸せ」を追求する「ウェルビーイング経営」には、今の日本に一番必要な「夢」があふれているのである。

# 地域存立をかけ、 若者の定住・回帰志向の向上を

～高校生の進路や将来像に関するアンケート～



みさこうカフェ(三崎高等学校、地元飲食店「まりーな亭」(伊方町)にて)



合同企業説明会



高校生たちへのヒアリングの様子(左:内子高等学校小田分校、右:松山南高等学校)



## 要旨

01

新型コロナウイルスの影響で、一時的に緩和していた地方からの人口流出が、経済・社会活動の回復とともにコロナ前の状態に戻りつつある。愛媛の転出超過も増加し、2022年に3,397人となった。女性の転出が男性の約1.3倍多く、年齢階級別では、10代後半や20代の若者のウエイトが大きい。

02

若者の思いや考えを聞くため、進路選択を控える県内の公立高校2年生および中等教育学校5年生に対し、愛媛に対する思いや、卒業後の進路、仕事に関するアンケートを実施した。卒業後の進路希望の多数を占める大学進学希望者のうち、6割近くが県外への進学を希望する。

03

将来就きたい仕事や働きたい企業が愛媛にあるかどうかを尋ねたところ、「分からない・知らない」が47.1%と最も高かった。愛媛に就きたい仕事や働きたい企業があると回答した生徒は、愛媛への定住志向や回帰志向が強い傾向がみられたが、そもそもどんな仕事や企業が愛媛にあるのか知らない生徒が多いというのが実情である。

04

若者の流出を抑制するには、①キャリア教育の充実、②企業の魅力を伝える力の強化、③若者の意見を取り入れたまちづくりが求められよう。

05

若者の流出を抑制する即効薬はない。粘り強く改善を重ねながら対策を講じていくしか手はない。愛媛と若者の明るい将来のためにも、若者の定住・回帰志向を高める取り組みが様々な場面で展開されることを期待したい。

## 【はじめに】

新型コロナの影響で、一時的に緩和していた地方からの人口流出が、経済・社会活動の回復とともにコロナ前の状態に戻りつつある。人口流出は、10代後半や20代の若者の移動によって起きているといっても過言ではない。人口減少が全国に先駆けて進む愛媛において、若者が県内に留まる、あるいは将来Uターンするための対策を講じることは、地域存立をかけた重大な取り組みとなる。

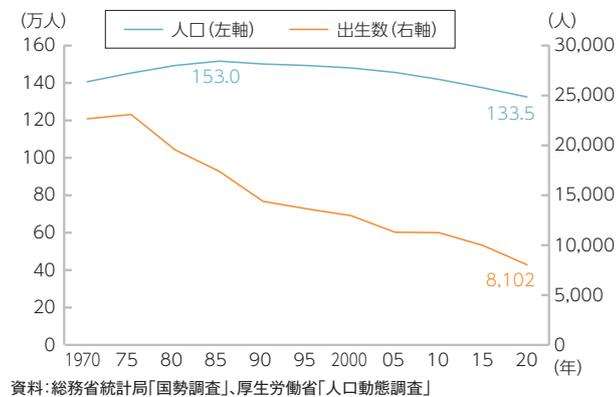
今回は、県内の高校生を対象としたアンケート結果や取材に基づき、若者の定住・回帰志向を高めるうえでの課題や今後の方向性についてレポートする。

## 1. 愛媛の人口減少の現状

### ① 人口と出生数の推移

国勢調査でみると、愛媛の人口は1985年をピークに減少に転じ、今年中に130万人を割る見込みだ(図表-1)。出生数も加速度的に減少が進む。人口減少を緩和するには、将来子どもを生み育てる、若い世代の定住・回帰志向を高め、人口流出を抑制することが重要となる。

▶ [図表-1] 愛媛の人口と出生数の推移



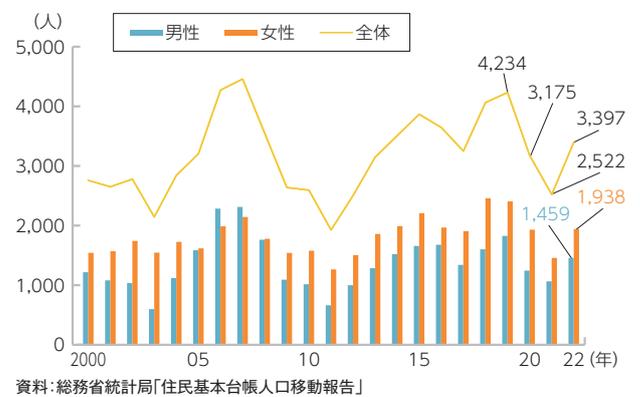
### ② 転出状況

愛媛の転出超過は、2020、21年と減少していたが、22年には増加に転じた(図表-2)。2008年以降は男性よりも女性の転出が多い状況が継続し、22年は女性が男性の約1.3倍となった。女性の転出が男性を上回るのは、愛媛に限った話ではなく、多くの地方で起きている現象だ。要因としては、女性の大学進学率の上昇や、女性にとって都会の方がスキルを生かせる仕事が多く、多様な働き方ができることなどが挙げられる。

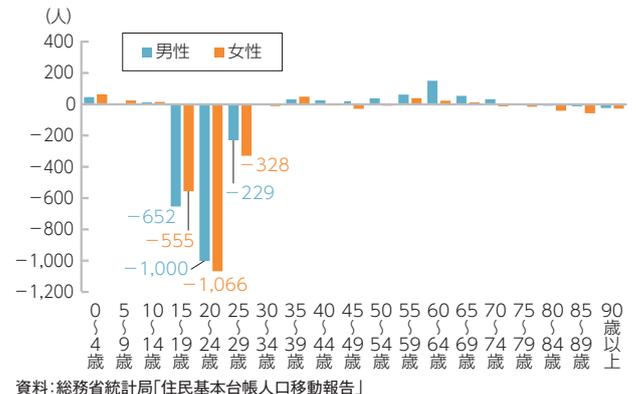
年齢階級別に転入転出の状況を見ると、「15~19歳」「20~24歳」の転出が特に多い(図表-3)。大学等

への進学のと同時に「15~19歳」では男性の転出超過の方が多いが、就職をする「20~24歳」や「25~29歳」では女性の転出超過の方が多くなる。

▶ [図表-2] 愛媛の転出超過の推移(日本人)



▶ [図表-3] 年齢階級別 転入数-転出数(2022年)



## 2. 高校生アンケートの結果

進路選択を控える県内の公立高校2年生および中等教育学校5年生に対し、愛媛に対する思いや、卒業後の進路、仕事に関するアンケートを実施した。

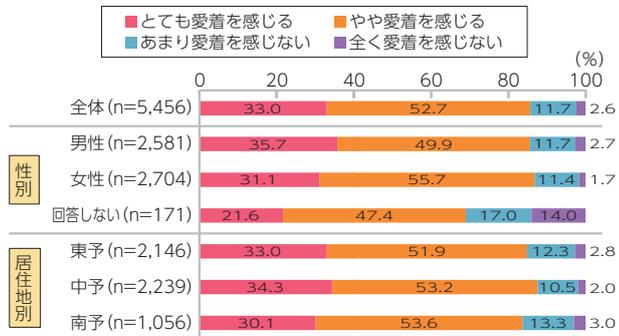
なお、IRCでは2018年2月下旬~3月上旬にも公立高校2年生を対象としたアンケートを行っている。当時の対象者数は8,950人であったが、今回は7,435人と1,500人以上も減少しており、ここでも少子化のスピードの速さが見て取れる。

調査概要	
調査対象	県内の公立高等学校(全日制)の2年生 および中等教育学校5年生:7,435人
調査方法	Webアンケート
調査時期	2022年11月7日~18日
有効回答	5,456人(回答率:73.4%)

## 01 愛媛への愛着度

愛媛への愛着度は、「とても愛着を感じる」と「やや愛着を感じる」を合わせた割合が8割を超えた。多くの生徒が愛着を感じているが、性別や居住地によって愛着の度合いに若干の差がみられた(図表-4)。

▶ [図表-4] 愛媛への愛着度

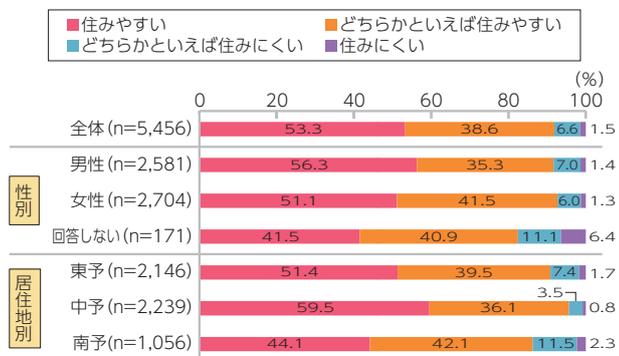


注:四捨五入の関係で合計が100%にならないことがある。以下の図表も同様。

## 02 住みやすさについて

住みやすさは、9割超が「住みやすい」または「どちらかといえば住みやすい」と回答したが、愛着度と同様、性別や居住地による差がみられた(図表-5)。

▶ [図表-5] 住みやすさについて

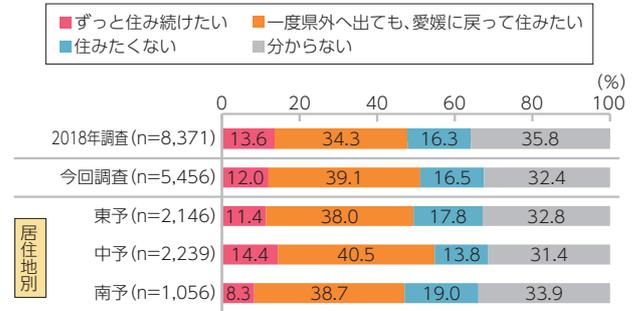


## 03 将来の居住意向について

将来の愛媛への居住意向は、「ずっと住み続けたい」が約1割、「一度県外へ出て、愛媛に戻って住みたい」(以下、戻って住みたい)が4割近くとなっ

た(図表-6)。2018年に実施した調査との比較では、「戻って住みたい」割合は5ポイント近く上昇したものの、依然として約半数が「住みたくない」または「分からない」と回答している。居住地別では、中予に比べ、東予や南予は「住みたくない」の割合が高い。

▶ [図表-6] 将来の居住意向

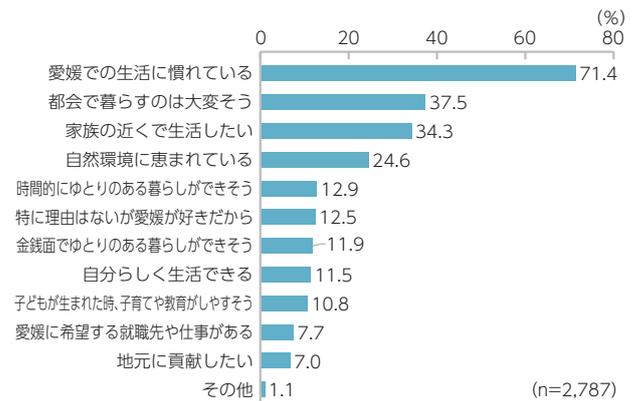


### 高校生の声

- 大学で学びたいことは決まっているが、大学卒業後にどこに住んで何をするかは決めてない。
- 愛媛に愛着はあるが、一度は県外に出て一人暮らしがしたい。

「ずっと住み続けたい」または「戻って住みたい」とした理由を尋ねると、「愛媛での生活に慣れている」(71.4%)が最も多かった(図表-7)。なお、「家族の近くで生活したい」(34.3%)は、男性の25.8%に対し、女性が42.5%と高かった。

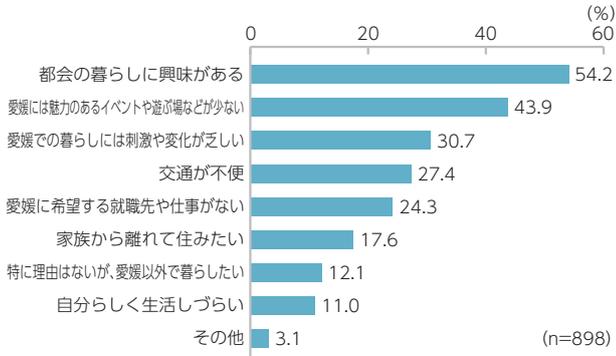
▶ [図表-7] 将来愛媛に住みたい理由(3つまで選択)



一方、「住みたくない」理由は、「都会の暮らしに興味がある」(54.2%)が最も多く、次いで「愛媛には魅力のあるイベントや遊ぶ場などが少ない」(43.9%)「愛媛での暮らしには刺激や変化が乏しい」(30.7%)が続いた(図表-8)。若者にとって魅力あるイベントやまちづくりを推進することが、定住・回帰志向を高める可能性がある。

また、「愛媛に希望する就職先や仕事がない」(24.3%)は、男性の20.1%に対し、女性が27.7%と高かった。

▶ [図表-8] 将来愛媛に住みたくない理由(3つまで選択)



### 高校生の声

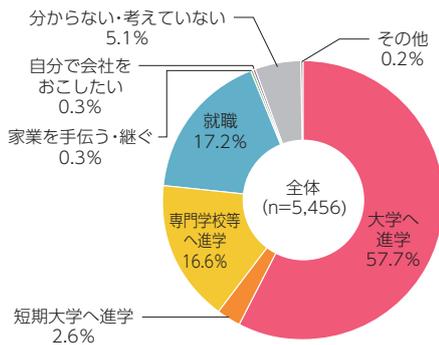
- 松山でさえ若者向けのイベントや施設が少ない。
- 県外へ気軽にアクセスできればよいが、四国を出るには時間もお金もかかる。

## 04 高校卒業後の進路

### ～進学について～

高校卒業後の進路は、「大学」「短期大学」「専門学校等」を合わせて8割近くが「進学」、約2割が「就職」となった(図表-9)。

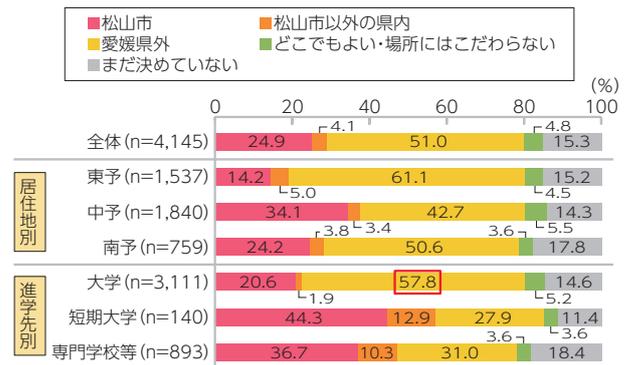
▶ [図表-9] 高校卒業後の進路



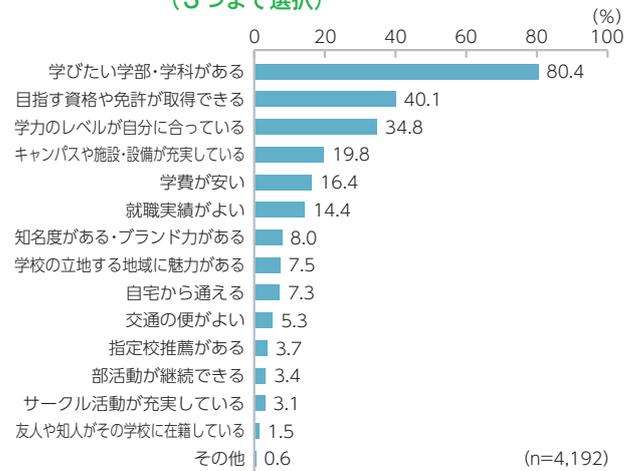
「進学」と回答した生徒に、希望地域を尋ねたところ、「愛媛県外」は51.0%となった(図表-10)。居住地別では、主要大学・専門学校が立地する中予は、松山市の割合が比較的高い。進学先別では、「大学」が「愛媛県外」の割合(57.8%)が高かった。

進学先で重視することは、「学びたい学部・学科がある」(80.4%)が最も多かった(図表-11)。「目指す資格や免許が取得できる」(40.1%)は女性が47.1%と男性(31.5%)を上回った。

▶ [図表-10] 進学を希望する地域



▶ [図表-11] 進学先・志望校を決めるうえで重視すること(3つまで選択)

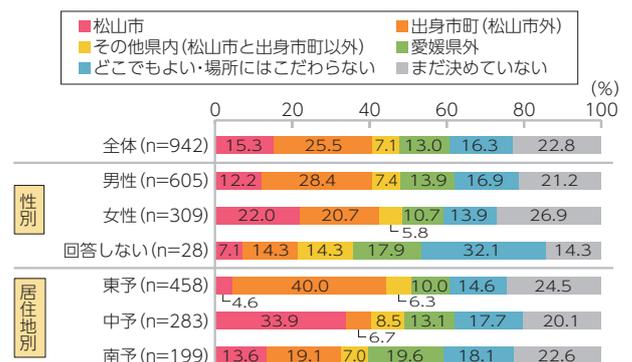


### ～就職について～

「就職」と回答した生徒に、希望地域を尋ねたところ、約半数が愛媛県内となり、愛媛県外は13.0%であった(図表-12)。進学の51.0%に比べると、就職で県外を希望する割合は低く、比較的県内志向が強いようだ。

東予や南予は「出身市町」の割合が高い一方、「松山市」が低い。高校卒業後の就職では、松山市が県内他市町からの受け皿となるダム機能が発揮されていない可能性がある。

▶ [図表-12] 就職を希望する地域

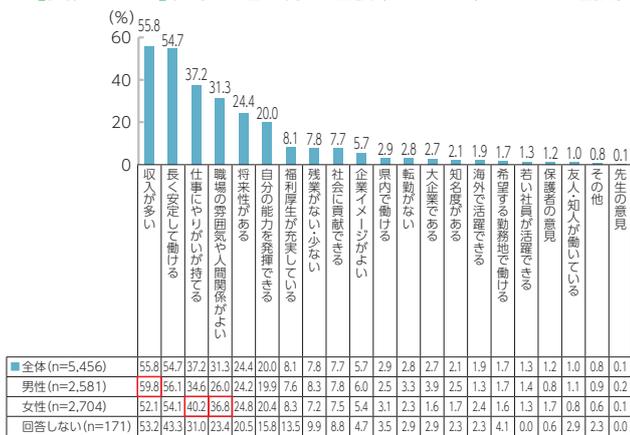


## 05 仕事について

### ～仕事を選ぶ際に重視すること～

仕事を選ぶ際に重視することは、「収入が多い」(55.8%)や「長く安定して働ける」(54.7%)が多かった(図表-13)。男性は女性に比べ、「収入が多い」の割合が高く、女性は男性より「仕事にやりがいがある」や「職場の雰囲気や人間関係がよい」の割合が高かった。

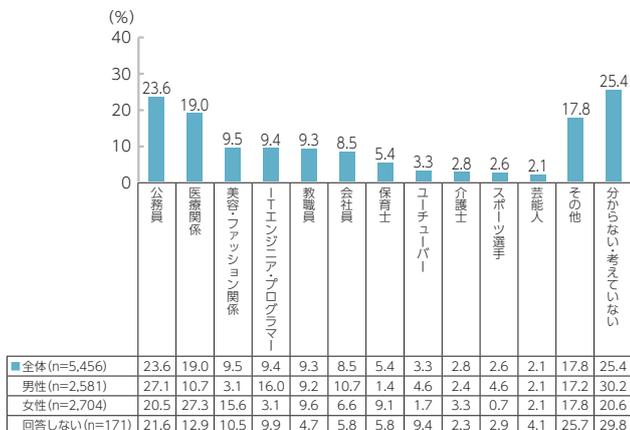
▶ [図表-13] 仕事を選ぶ際に重視すること(3つまで選択)



### ～将来就きたい職業～

将来就きたい職業は、「公務員」(23.6%)が最も多く、安定志向の強さがうかがえる(図表-14)。「医療関係」や「美容・ファッション関係」は女性の割合が高く、「ITエンジニア・プログラマー」は男性で高かった。「分からない・考えていない」は、男性よりも女性が低かった。

▶ [図表-14] 将来就きたいと思う職業(3つまで選択)

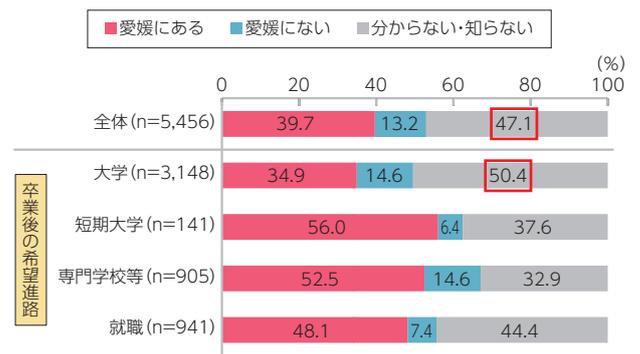


将来就きたい仕事や働きたい企業は愛媛にあるかどうかを尋ねたところ、「分からない・知らない」が47.1%と最も高かった(図表-15)。特に「大学進

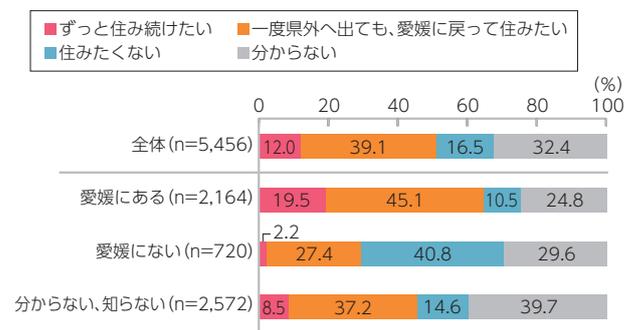
学」希望者が50.4%と高い。

愛媛における就きたい仕事や働きたい企業の有無と、将来の居住意向との関係を見ると、「(就きたい仕事、働きたい企業が)愛媛にある」とした生徒は、「ずっと住み続けたい」「戻って住みたい」の回答が高いのに対し、「愛媛にない」は「住みたくない」、「分からない・知らない」では居住意向も「分からない」と回答する割合が高かった(図表-16)。

▶ [図表-15] 就きたい仕事や働きたい企業は愛媛にあるか



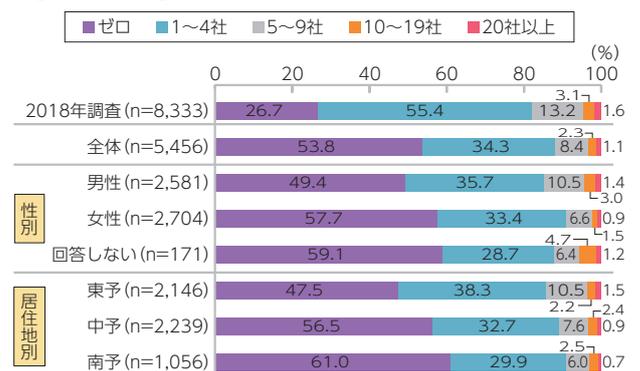
▶ [図表-16] 就きたい仕事や働きたい企業の有無と将来の居住意向の関係



### ～知っている県内企業の数～

名前だけでなく、事業内容も知っている県内企業数を尋ねたところ、「ゼロ」が53.8%と、2018年調査に比べ30ポイント近くも上昇した(図表-17)。当時とは調査方法が異なる(2018年はペーパー、今回は

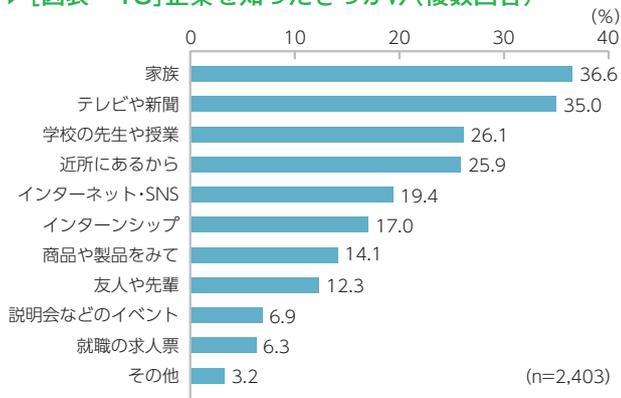
▶ [図表-17] 知っている企業の数



はWebで実施)ことや、コロナの影響で県内企業について知る機会が減ったことが影響した可能性があるが、明確な理由は定かではない。いずれにせよ、県内企業があまり知られていない状況が浮き彫りとなった。「ゼロ」とした割合は、男性より女性で高く、居住地別では南予が特に高かった。

1社以上知っていると回答した生徒に、企業を知ったきっかけを尋ねると、「家族」(36.6%)「テレビや新聞」(35.0%)に次いで、「学校の先生や授業」(26.1%)が多かった(図表-18)。また、「インターネット・SNS」も19.4%と少なくない。

▶ [図表-18] 企業を知ったきっかけ(複数回答)



愛媛に就きたい仕事や働きたい企業があるかどうか、将来の居住意向と関係している可能性がうかがえた。しかし、どんな仕事や企業が愛媛にあるのか知らない生徒が多いというのが実情だ。一度、県外に出てしまうと、愛媛の企業や仕事について知る機会は減少する可能性が高い。県内に居住している間に、愛媛にどんな仕事や企業があるかを伝えていくことが重要ではないか。

#### 先生の声

- 本校では生徒のほとんどが大学進学を希望しており、県内にどんな仕事や企業があるかについて、学べる機会や時間があまりない。

### 3. 若者の定住・回帰志向を高めるには

若者の定住・回帰志向を高めるうえでの課題に対し、学校・企業・行政、それぞれが果たせる役割について考えてみた。

#### 01 学校: キャリア教育の充実

大学進学希望者は、就きたい仕事や働きたい企業が愛媛にあるかどうか分からない割合が高かった。進学への関心は高い一方、その先の人生や働き方について、選択・決定する意識が希薄化した可能性がある。愛媛に就きたい仕事や働きたい企業があるかを知ってもらうには、生徒が自身の将来についての考えを深める機会が必要ではないか。そのための手段として、キャリア教育の充実が挙げられる。

キャリア教育とは、若者の職業観や勤労観を養い、彼らが自分らしい生き方・働き方を実現できるよう支援する教育のことである。具体的な取り組みとして、生徒の自己分析の促進や、職業理解のための研修などが挙げられる。キャリア教育を通じて、生徒が愛媛で人生を送ることや働くことにポジティブなイメージを持つようになれば、定住・回帰志向を高められる可能性がある。

#### のしろ 秋田県 能代高等学校のWill Project II

同校は探究活動を軸としたWill Project IIという取り組みを推進している。その一環として、アグリ・グリーン・ライフ・ツーリズム・ヘルスの5領域に関する「地域課題解決型」のグループ探究活動を行っている。

取り組みの特徴は、活動の振り返りの頻度や質を高めることにある。探究で伸ばしたい資質や能力をルーブリック<sup>1</sup>で示し、自己評価や生徒同士で相互評価していく仕組みを作っている。また、大学や市役所、地元企業等へのインターンシップや活動の発表機会を意図的に増やし、助言をもらうことで、良かった点・改善点等を多面的な視点から振り返る。

自分なりの課題をもって社会と関わる体験をし、その都度振り返り探究することで、生徒自身の進路や将来像は明確になっていくという。

1 学習の達成度を表を用いて測定する評価方法

## 県内の魅力化の草分け 三崎高等学校

今年3月、全日制県立高校・中等教育学校を55校から45校へ再編統合する振興計画が公表された。少子化が加速する状況を踏まえると、統合を視野に入れた再編整備は必要だろう。

こうしたなか、地域と一体となって学校の魅力化に取り組んでいるのが三崎高等学校(伊方町)である。同校は、文部科学省の指定を受け、生徒が伊方町などと協力しながら、地域の課題解決や活性化に取り組む活動を展開している。2019年に「地域みらい留学<sup>2</sup>」が本格的にスタートすると、それまでの活動実績が評価され、域外からの生徒を増やすことに成功した。

具体的な内容として、地域住民との交流を増やすためにオープンした「みさこうカフェ」(本稿1ページ目写真掲載)の運営や、校内の果実を用いたマーマレードなどの商品開発が挙げられる。海が見えなくなり寂しいという地元住民の声を受け、防潮堤にアート作品を描くプロジェクトも始めた。

地域の資源を生かし、自らのアイデアを形にするという体験は、生徒の地域への愛着度を高めることにつながっている。将来、ブーメラン人材として、戻ってくる生徒が増えるかどうか注目される。



防潮堤のアート作品

## 02 企業:魅力を伝える力の強化

企業においては、給料や福利厚生といった定量面での改善や働きやすい職場づくりは無論重要だが、並行して、若者に仕事の面白さややりがいを伝える力を強化していくことも求められる。自社の

魅力を若者にアピールするための採用方針の策定や、Webサイトの改良、SNSでの情報発信など工夫を凝らす必要がある。

また、学校でのキャリア教育が充実すれば、早い段階で、生徒に直接仕事の面白さややりがいを伝える機会を作ることもできよう。生徒にこの会社で働きたいという憧れを抱いてもらえれば、将来の人材を確保することにつながるかもしれない。

## 静岡県(株)共立アイコム理念共有型採用

総合印刷・情報サービス業を営む同社は、若者の採用に悩みを抱えていた。知名度が低く応募が少なかったことや、受け入れ態勢が不十分で定着しないことが問題となっていた。そこで、従来の採用活動を見直し、「理念共有型採用」に取り組むことにした。能力ではなく、同社の理念や価値観への共感度を採用基準としたのである。

取り組みにあたり、部署横断メンバーで構成される「理念共有型採用プロジェクト」を立ち上げた。社員同士で話し合い、自社の経営理念や魅力を再確認する必要があると考えたからだ。採用コンセプトについて話し合う中で、「だからこそ、共立」というキャッチフレーズも生まれた。採用サイトの更新や、スカウトメールの送信にも力を入れた。

選考においては、学生が社員になりきって課題解決を行うワークや、現場や働く人の姿をありのまま見てもらう見学会を行っている。全社員が何らかの形で選考に関わっているという。

理念共有型採用に取り組んだことで、学生への訴求力が向上し、エントリー数は大幅に増えたという。また、選考過程で会社で働くイメージを持ってもらえたことにより内定辞退や早期離職を防ぐことにもつながっている。

## 03 行政:若者の意見を取り入れたまちづくり

愛媛に住みたくなかった理由では、「都会の暮らしに興味がある」や「愛媛には魅力のあるイベントや遊ぶ場などが少ない」が多かった。自由意見や

2 都道府県の枠を超えて地域の学校で学べる制度。高校3年間を過ごす「地域みらい留学」と、高校2年生時に単年留学する「地域みらい留学365」がある。

高校生への対面ヒアリングでも、商業施設やテーマパークを望む声が多く聞かれた。

人口減少の進む愛媛では大規模なイベントの実施や、都会に比肩する施設を作ることは難しいかもしれない。しかし、少なくとも若者の意見に耳を傾け、彼らが生き生きと暮らすためのまちづくりを推進していくことは、地域への愛着度を高めるうえで必要ではないか。

### 愛知県しんしよ新城市「若者議会」の設立

同市は、若者が活躍するまちづくりを実現するため、2015年度に「若者議会」を設置した。若者議会では、市長の諮問に応じ、若者が政策の策定や実施に関する事項などを調査・審議する。要件は、市内に在住・在学・在勤するおおむね16歳から29歳までの若者で、定員は20名となっている。

これまでの実績として、駅前の公共施設をリノベーションして、若者の拠点・情報共有スペースを立ち上げる事業や、図書館の使われていない郷土資料室を勉強スペースにする事業などに取り組んできた。

若者発の政策を具体化できた背景には、市長がマニフェストの一つとして、若者が活躍するまちを目指すことを掲げ、トップダウンで推進してきたことが挙げられる。政策推進を地域のルールとして位置付ける意味から、「若者条例」「若者議会条例」を制定した。予算提案権の上限は1,000万円である。

若者議会は、若者の成長の場であるとともに、行政が若者の考えに耳を傾け、その発想力と行動力を感じる「気づきの場」となっている。



## 【おわりに】

若者の流出を抑制する即効薬はない。先述した取り組みはいずれも遠回りに見えるが、粘り強く改善を

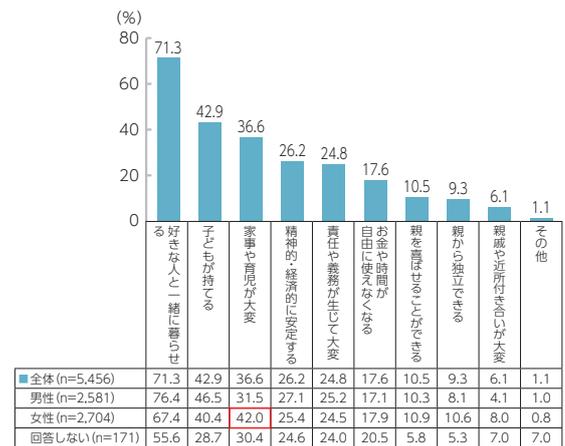
重ねながら対策を講じていくしか手はないだろう。

愛媛と若者の明るい将来のために、若者の定住・回帰志向を高める取り組みが様々な場面で展開されることを期待したい。（渡辺 勇記）

### 【コラム】高校生の結婚観

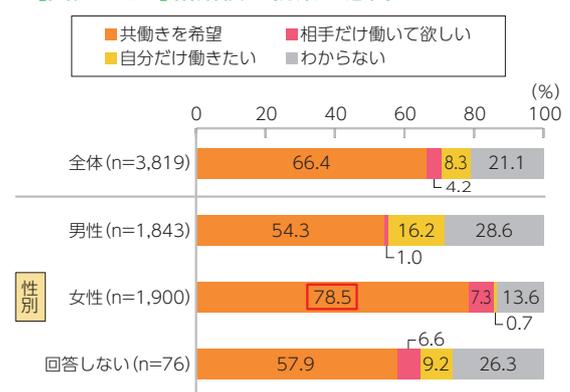
今回のアンケートでは、結婚に関する考えも尋ねた。結婚のイメージは、「好きな人と一緒に暮らせる」(71.3%)や「子どもが持てる」(42.9%)が多かったが、「家事や育児が大変」(36.6%)、「責任や義務が生じて大変」(24.8%)などのマイナスイメージも一定数みられた(図表-19)。「家事や育児が大変」は、女性の割合が高かった。

▶【図表-19】結婚のイメージ(3つまで選択)



結婚後の就業意向については、「共働きを希望」(66.4%)が最も多く、女性が78.5%と、男性(54.3%)を大幅に上回った(図表-20)。結婚後も家事や育児をしながら、女性がキャリアを継続し、活躍できる制度や環境の推進が必要だ。

▶【図表-20】結婚後の就業の意向



# 県内海外取引企業を取り巻く 情勢変化と対応状況

～8割超の企業が対応に問題認識あるも海外取引は拡大または維持方針～

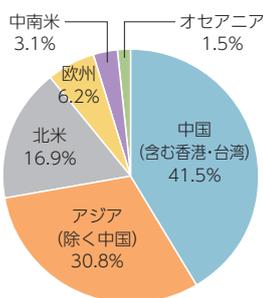
## はじめに

昨年来、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻や急激な円安進行など海外取引を取り巻く環境が大きく変化している。今年も海外情勢の先行きは不透明感を増しており、これまで以上に企業業績に与える影響が懸念される。

こうしたなか、為替相場の変動をはじめとする海外情勢の変化が県内企業に与える影響や、情勢変化に対応していくうえでの問題点について把握するため、海外取引を行う県内企業を対象に、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有し海外取引を行う一般事業法人 319社
調査方法	メール配信によるアンケート方式
調査時期	2023年1月下旬～2月中旬
回答状況	有効回答企業 65社 有効回答率 20.4%

### ▶ [図表-1] 回答企業の主な取引地域



## 1. 昨年の急激な円安進行について

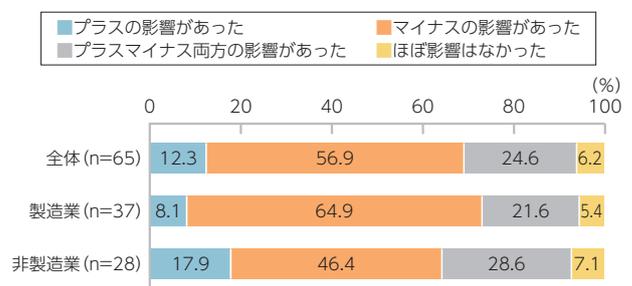
### ① 円安進行が与えた業績への影響

昨年の急激な円安進行の影響は、全体では6割近い企業が「マイナスの影響があった」としてお

り、「プラスの影響があった」とする割合は1割程度であった(図表-2)。昨年11月に県内企業全般向けに実施したアンケートでの「マイナスの影響(大きい、やや大きい)」が約6割、「プラスの影響(大きい、やや大きい)」が1割未満という結果とほぼ同水準となった。一方、昨年11月調査で「あまり影響がない」と回答した企業は2割近くだったのに対し、今回の調査で「ほぼ影響はなかった」と回答した企業は6.2%であり、海外取引企業の方がプラス、マイナスを問わず相場変動の影響を受けやすい現状が明らかになった。

部門別では、製造業の6割超が「マイナスの影響があった」と回答したのに対し、非製造業では5割を下回った。また製造業で「プラスの影響があった」と回答したのは8.1%であるのに対し、非製造業では17.9%と高かった。円安進行により採算が改善傾向にある海運などの「運輸業」で、円安をプラスと捉える企業が多くみられた。

### ▶ [図表-2] 円安進行が与えた業績への影響



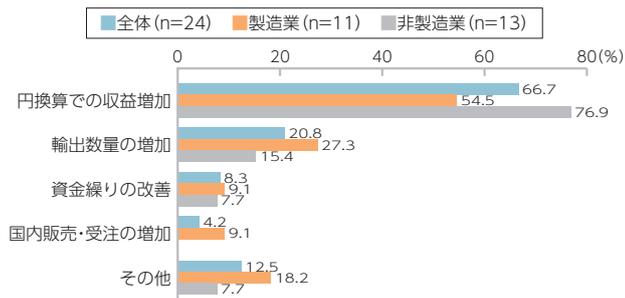
## ② 影響の具体的な内容

### A. プラスの影響

全体では「円換算での収益増加」(66.7%)が最も多く、次いで「輸出数量の増加」(20.8%)となった(図表-3)。部門別でも、「円換算での収益増

加」が製造業の約5割、非製造業の8割近くと最も多く、次いで「輸出数量の増加」となった。特に円安による海外需要の高まりから、製造業では「紙・パルプ・紙加工」、非製造業では農林水産物の輸出拡大傾向を追い風とした「卸売業」で「輸出数量の増加」の割合が高かった。また、海運などの「運輸業」では、「資金繰りの改善」の割合が高かった。

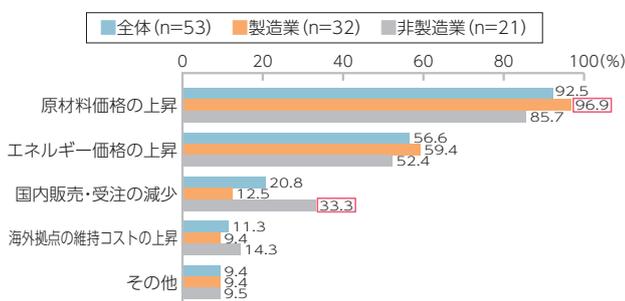
▶ [図表-3] プラスの影響(複数回答)



## B. マイナスの影響

全体では「原材料価格の上昇」(92.5%)が高く、次いで「エネルギー価格の上昇」(56.6%)となった(図表-4)。部門別でみると、製造業ではこの傾向がより顕著にみられ、「原材料価格の上昇」が96.9%と突出して高く、「エネルギー価格の上昇」が59.4%で続く。非製造業も上位2項目は同じであるが、「国内販売・受注の減少」が33.3%と製造業(12.5%)を大きく上回っており、コスト上昇による販売面への影響の大きさがうかがえる。

▶ [図表-4] マイナスの影響(複数回答)

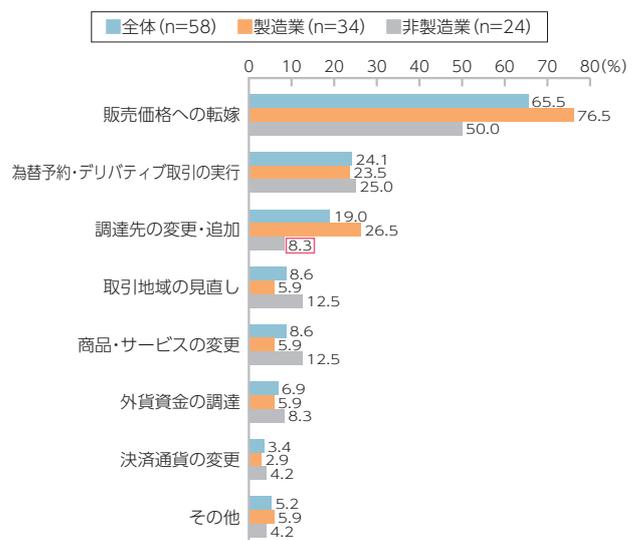


## 03 マイナスの影響への対応策

全体では「販売価格への転嫁」(65.5%)が最も多く、部門別でも製造業では7割超、非製造業では5割の企業が実施している。次いで、全体では「為替予約・デリバティブ取引の実行」(24.1%)が

多く、資金面での対応策もみられた(図表-5)。製造業の9割超がマイナスの影響で挙げた「原材料価格の上昇」について、「金属・造船・機械」の一部企業からは、材料のムダをなくすために生産工程を見直した、との声があった。また、「調達先の変更・追加」が製造業では26.5%と高いのに対し、非製造業では1割に満たず、部門間の違いが顕著となった。

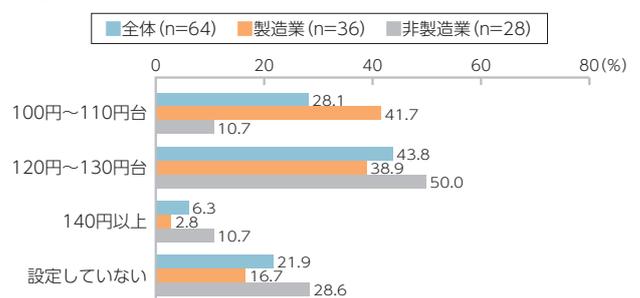
▶ [図表-5] マイナスの影響を回避または軽減するための施策(複数回答)



## 04 県内企業のドル・円の想定相場

製造業の約8割、非製造業の約7割の企業が、想定相場を設定している。昨年の想定相場で最も多かった相場幅は、製造業が「100円~110円台」、非製造業が「120円~130円台」であった(図表-6)。製造業の想定相場は昨年の年間平均相場131.52円(IRC算出)とのかい離幅が大きく、円安進行によるマイナスの影響が非製造業より大きくなった要因の1つと考えられる(図表-7)。

▶ [図表-6] 昨年の想定ドル・円相場

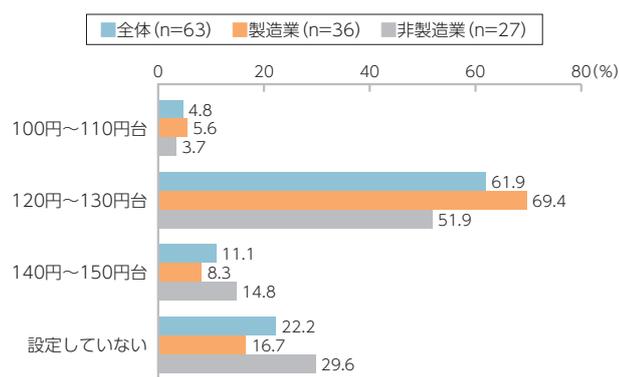


▶ [図表-7] 2022年ドル・円相場の推移



一方、今年の想定相場は全体(61.9%)、部門別ともに「120円～130円台」が最も多く、次いで約1割の企業は「140円～150円台」を想定している(図表-8)。昨年の想定相場と比べて、全体的に円安方向の相場見通しを持っているようである。

▶ [図表-8] 今年の想定ドル・円相場

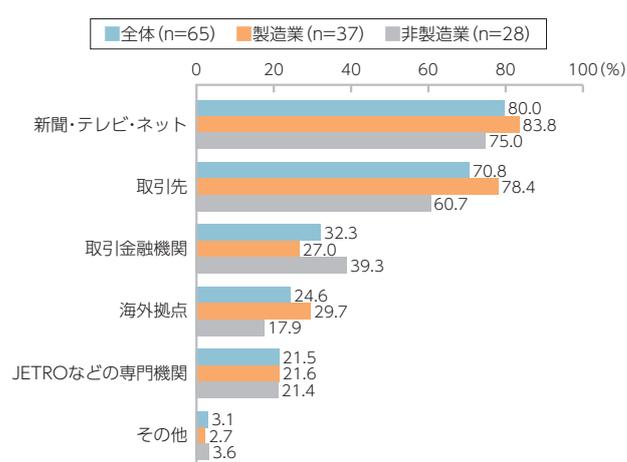


## 2. 海外情勢の変化への対応について

### 01 海外情報の入手方法

全体では「新聞・テレビ・ネット」(80.0%)が最も多く、次いで「取引先」(70.8%)、「取引金融機関」(32.3%)が続く(図表-9)。金融機関は海外取引企業との接触機会が多いものの、情報入手元としての割合は低く、企業側が情報入手元にタイムリー性や業界情報などの専門性を求めている傾向がうかがえる。また、「海外拠点」(24.6%)は製造業が29.7%と高いのに対し、非製造業は17.9%と比較的低かった。製造業が現地に生産拠点等を有するメリットが生かされた結果となった。

▶ [図表-9] 海外情報の入手方法(複数回答)

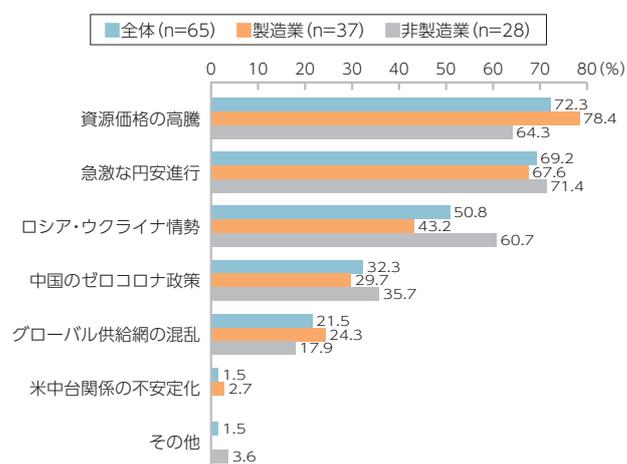


### 02 昨年の業績に影響が大きかった情勢

全体では「資源価格の高騰」が72.3%と最も高く、次いで「急激な円安進行」が69.2%で続いた(図表-10)。いずれも原材料価格とエネルギー価格に直接影響する項目であり、製造業、非製造業ともに円安進行によるマイナスの影響として「原材料価格の上昇」と「エネルギー価格の上昇」が高い割合となったことを裏付ける結果となった。

部門別でも、製造業では「資源価格の高騰」が78.4%、次いで「急激な円安進行」が67.6%、非製造業では、「急激な円安進行」が71.4%、次いで「資源価格の高騰」が64.3%と上位2項目は同じであった。製造業、非製造業ともに、コスト上昇による影響の大きさが浮き彫りとなった。

▶ [図表-10] 昨年の業績に影響が大きかった情勢(3つまで回答)

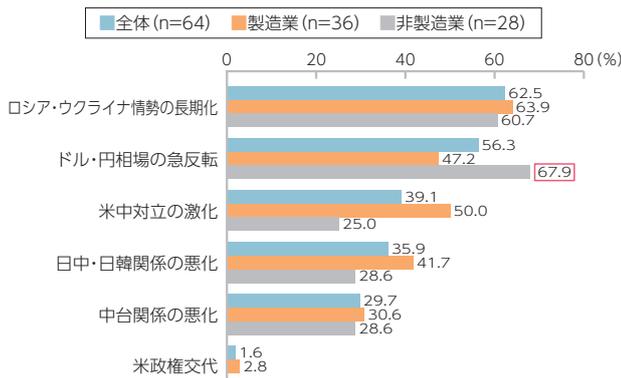


### 03 今後の脅威になると予想される情勢

全体では「ロシア・ウクライナ情勢の長期化」が62.5%と最も高く、次いで「ドル・円相場の急反転」が56.3%で続く(図表-11)。

部門別にみると、製造業では「ロシア・ウクライナ情勢の長期化」(63.9%)が最も多く、次いで「米中対立の激化」(50.0%)が続く。非製造業では、「ドル・円相場の急反転」(67.9%)が最も多く、次いで「ロシア・ウクライナ情勢の長期化」(60.7%)が続く。米中関係や日中韓関係に対する懸念が比較的小さい一方で、引き続き為替相場の変動を最も懸念される脅威と捉えているようである。

▶ [図表-11] 今後の脅威になると予想される情勢(3つまで回答)



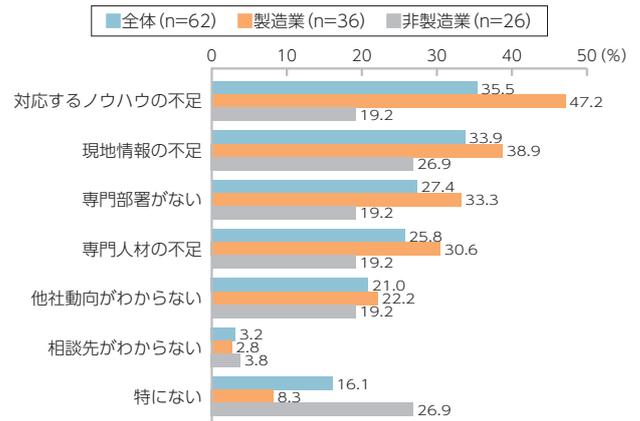
### 04 海外情勢変化に対応する上での問題点

全体では「特になし」と回答した16.1%を除いて、8割超の企業は何らかの問題点を認識している結果となった。項目別では、「対応するノウハウの不足」(35.5%)が最も多く、「現地情報の不足」(33.9%)が続く(図表-12)。

部門別にみると、製造業は「対応するノウハウの不足」(47.2%)が最も多く、「専門部署がない」(33.3%)も比較的多い。製造業の多くが今後の脅威と予想する地政学リスクに対して、現在の社内体制では対応が難しい実情がうかがえる。

非製造業は、「現地情報の不足」(26.9%)が最も多かった。海外情勢の入手方法として、「海外拠点」の割合が少なかったことを反映した結果と考える。

▶ [図表-12] 海外情勢変化に対応する上での問題点(複数回答)



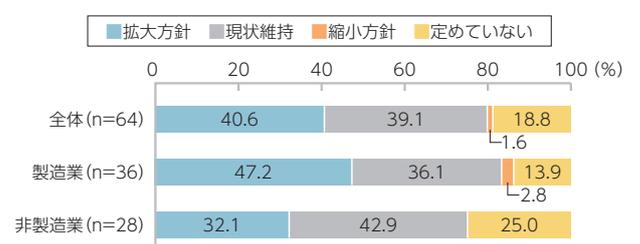
### 05 求められる対応

今回の調査結果から、県内企業が海外情勢の変化に対応していくうえで、「ノウハウ」「情報」「体制」「人材」を問題点として認識していることが分かった。特に海外拠点が少ない非製造業においては、海外情報の入手元の確保が急がれるであろう。また、経営資源に限られる県内中小企業にとって、問題となる要素のすべてを満たすためには、外部との連携が不可欠である。幸い、「相談先が分からない」と回答した企業はごく少数である。そのため、企業からは適切な先に相談がなされるものと思われ、相談された側には、企業が情報入手元から収集した海外情報を活用してどのような対応策を取るべきか一緒に検討する、または選択肢を提示するなど、これまで以上の関与が求められるであろう。

## 3. 今後の海外取引方針について

海外情勢が大きく変化する前の海外取引方針について尋ねたところ、全体では「拡大方針」と「現状維持」がそれぞれ約4割、「定めていない」が約2割、「縮小方針」はごくわずかという結果であった(図表-13)。

▶ [図表-13] これまでの海外取引方針



続いて、昨年来の情勢変化を受けて今後の海外取引方針について尋ねたところ、「輸出」では「拡大方針」が全体の約4割、「輸入」では「現状維持」が同じく約4割とそれぞれ最も多く、海外情勢の変化前後で全体的な傾向に大きな変化はみられなかった。

取引内容別の調査結果は以下の通りである。

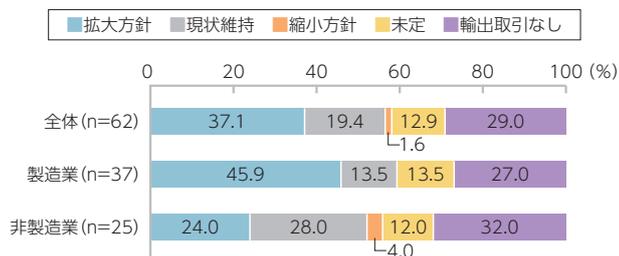
## 01 輸出取引

全体では「拡大方針」(37.1%)が最も多かった(図表-14)。部門別にみると、製造業は「拡大方針」が45.9%で最も多く、次いで「現状維持」と「未定」が13.5%で続く。非製造業では、「現状維持」が28.0%で最も多く、次いで「拡大方針」が24.0%となった。

輸出を「拡大方針」とする企業の多くは、人口減少による国内市場の将来性に危機感を持っており、新市場開拓の必要性を感じている。特に食料品製造業や卸売業では、海外での日本食ブームを受けて好調な農林水産物の輸出拡大傾向を自社のチャンスと捉える企業が多くみられた。

一方、卸売業でも取り扱い商品によっては、国内需要の高まりによる販売価格の上昇と海外輸送費の高騰を背景に、これまで輸出していた商品を国内販売向けに転換するため「縮小方針」、との声が聞かれた。

▶ [図表-14] 今後の取引方針【輸出取引】



### ～【輸出取引】を拡大方針とする企業の声～

- ✓ 高品質の物をしっかり世界へアピールしたい(食料品)
- ✓ 当社の主力製品の海外需要が当面は堅調なため(紙・パルプ・紙加工)
- ✓ 国内市場の見通しや将来性の低下(紙・パルプ・紙加工)

- ✓ 国内人口減少に伴い中国など大きな市場を販売先、取引先とするのは必須(金属・造船・機械)
- ✓ 国の農林水産物輸出拡大戦略に乗る(卸売)
- ✓ 日本食ブームが定着してきているので、販路拡大したい(食料品)
- ✓ 行動規制の正常化(卸売)
- ✓ 円安を利用して輸出拡大(金属・造船・機械)
- ✓ 国内市場飽和状態のため海外市場を開拓(金属・造船・機械)
- ✓ 昨年の農林水産物や食品の輸出額が1.4兆円を超えるなど、今後も伸びが予想されるため(食料品)
- ✓ 国内市場の縮小(食料品、紙パ、卸売、建設)
- ✓ 国内人口減少による新市場の確保(食料品)

### ～【輸出取引】を縮小方針とする企業の声～

- ✓ 輸出対象商品の国内販売への転換(卸売)

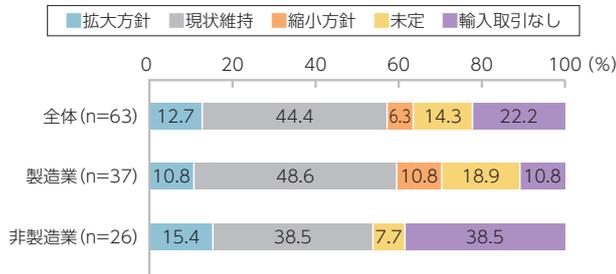
## 02 輸入取引

全体では「現状維持」(44.4%)が最も多く、次いで「未定」(14.3%)が続いており、全体的に様子見の姿勢がうかがえる(図表-15)。

部門別にみると、製造業では「拡大方針」と「縮小方針」が10.8%で同水準であった。原材料を輸入している食料品製造企業からは、「調達できるものは全て国内で賄えるようにしたい」「品質向上による製品単価アップを目的に原材料を国内産へシフト」などを理由に「縮小方針」とする一方で、海外販路を有する一部の企業からは、調達先を多様化するために拡大する、との回答もあった。非製造業では、「拡大方針」が15.4%と比較的高かった。特に海外販路を有する小売業や卸売業では、価格設定や取り扱い商品に関する取引先のニーズに柔軟に対応するため「拡大方針」、との声が聞かれた。海外情勢が不透明な状況下であっても、製造業、非製造業ともに海外販路を有する企業では、海外から調達する価格帯や商品構成を多様化しながら海外向け

販売を拡大することで、リスク分散と収益確保の両立を目指そうとする姿勢がみられた。

▶ [図表-15] 今後の取引方針【輸入取引】



～【輸入取引】を拡大方針とする企業の声～

- ✓ 仕入れを増やすため中国からの輸入を強化する(小売)
- ✓ 海外の安い原材料、製品を仕入れメリットを出す(金属・造船・機械)
- ✓ 輸入商品の多品目化(卸売)

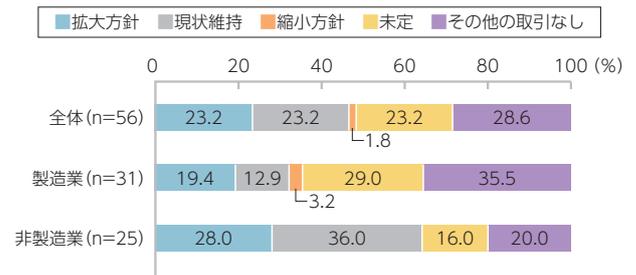
～【輸入取引】を縮小方針とする企業の声～

- ✓ 品質向上による製品単価のアップを目的に原材料を国内産へシフト(食料品)
- ✓ 調達できる物は全て国内で賄えるようにしたい(食料品)
- ✓ 取引先の国産木材使用拡大方向による(その他製造)
- ✓ 輸入材料を使用した商品の販売終了(紙・パルプ・紙加工)

03 その他の取引

全体では「拡大方針」「現状維持」「未定」のいずれも23.2%で同一の割合であった(図表-16)。部門別にみると、製造業では「未定」が29.0%で最も多く、次いで「拡大方針」が19.4%で続く。非製造業は、「現状維持」が36.0%で最も多く、次いで「拡大方針」が28.0%で続く。

▶ [図表-16] 今後の取引方針【その他の取引】



～【その他の取引】を拡大方針とする企業の声～

- ✓ 取引先の成長に伴い拡大(繊維)
- ✓ コロナ禍と円安により投資資金ができた(運輸)
- ✓ 需給バランスや環境対応規制により新ルールに対応した需要が高まる(運輸)

まとめ

昨年来の海外情勢の変化を受けて実施した今回の調査により、海外取引を行う県内企業への影響度合いと対応状況が明らかになった。円安進行に対しては、これまでの対策実施により一定の対応力がみられたものの、為替相場の変動は引き続き懸念される脅威として捉えられている。また、地政学的な海外情勢の変化に対しては、多くの企業が何らかの問題点を認識している。

一方で、海外情勢に対応していく上での問題点は認識しながらも、人口減少による国内市場縮小への危機感や取引先ニーズの多様化などから、県内企業にとって海外取引はもはや特定の業種だけのものではない、という現状もみえてきた。

経営資源に限られる県内中小企業にとっては判断の難しい情勢が続くが、これまで以上に外部と連携しながら、海外取引に伴うリスクの分散と業績への影響を低減させるような取り組みが求められるであろう。

(菅 正也)



## 世界の課題と 地方の挑戦

国際通貨基金(IMF)  
元日本代表理事  
田中 琢二

初めまして、この度compassを担当することになりました田中琢二です。ふるさと愛媛の出身者として、このcompassで皆様と「対話」することを大変光栄に思います。

2022年夏に米国のワシントンDCにある国際通貨基金(IMF)の日本代表理事退任を機に、公務の仕事から離れました。

IMFといえば、トム・クルーズ主演の映画「ミッション:インポッシブル」に出てくる秘密組織のIMFが有名ですが、私が務めたIMFは世界経済、各国経済の実情を分析し、国が困った時に融資をして国際金融システムを守る最後の砦という存在です。

毎日と言ってもいいぐらい様々な分野における議論を行うIMFの理事会において、ある時、「低金利環境における各国の地域金融機関の経営」について話し合ったことがありました。国際金融の中心であるIMFにおいて日本の地方銀行をはじめとした地域金融機関の経営を議論することに初めは少し戸惑いを覚えました。

しかし、「地方があって国がある、国があって世界がある」のですから、世界の課題を論ずるにあたり、地方がどのような課題に対して挑んでいるのかを踏まえた上で議論することが、もとより大切なことだと気が付きました。IMFに陣取るグローバルリーダーたちが真剣に自国の地域金融について語り、地域の課題がグローバルな課題に直結していることを語る姿に感銘を覚えました。

例えば、気候変動対応の移行ファイナンス、高

齢化社会の企業のあり方、スタートアップへの環境づくり、中小企業に対するデジタルの導入、それらに対する金融機関の役割の多様化、こうした課題はおそらくどの地方銀行においても切実な地方の挑戦であるはずですが、これらは同時に世界的な課題と言えるのです。そして、こうした課題に対する日本の取り組みに対する世界の関心の高さを感じました。

世界(グローバル)の課題は地方(ローカル)の課題であり、ローカルな挑戦はグローバルな課題解決に導くというフラクタルな相似形を念頭に置いて、ローカルとグローバルを総合的に議論していくことは、何もIMFの場だけでなく、日本のどの地域にも必要な視点であると考えます。逆に言えば、「地方が一つ一つ小さな課題を解決していくその成果は、世界が学ぶべき処方箋となり得る」という「気概」も生まれてきます。

「地方のことは地方に聞け」というのは各地方の独自性に照らせば無論一面正しい姿勢ですが、一方で、世界は世界で別の論理だと分けて考えるのではなく、オープンに目を転じてみて我が身を振り返ることも大事ですね。

経営課題へのコンサルティング、ニュー・リーダー・セミナー等、愛媛県を中心として広がるグローバルな課題解決につながるローカルな挑戦を「地方の気概」を持って実行していくIRCにこれからも期待し、私もcompassコーナーで「対話」させていただきます。

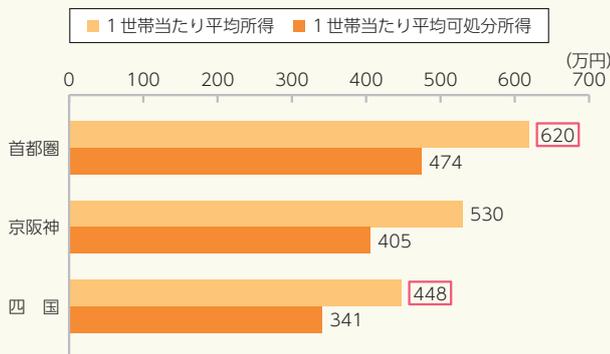
どうぞよろしくお願いいたします。



# 都市部にはない愛媛の魅力伝えよう！

## ～地方と都市部で差がある暮らしやすさ～

図表-1 1世帯当たり平均所得および可処分所得

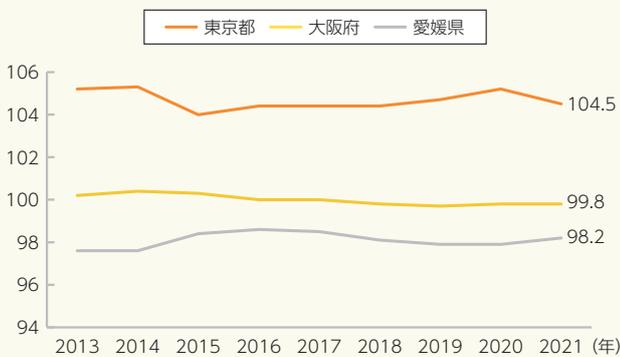


資料:総務省統計局「平成30年国民生活基礎調査」

今回の県内高校生へのアンケートで、将来の愛媛への居住意向は、地元へ愛着を感じながらも、依然として約半数が「住みたくない」または「わからない」という回答であった。その大きな要因として、将来就きたい仕事や働きたい企業が愛媛にあるかどうか分からないことが挙げられる。

県内の仕事や企業を知らないことは、仕事を選ぶうえで定量的な要因を重視する傾向となり、アンケートでも「収入が多いこと」が最も高い割合であった。そこで、首都圏(1都3県)、京阪神(3県)、四国の3地域で1世帯当たり平均の所得と可処分所得を比較すると、最も高い首都圏と四国では約1.4倍の開きがあった(図表-1)。

図表-2 消費者物価地域差指数(総合)の推移



資料:総務省統計局「消費者物価地域差指数(総合)」

この収入の高さが都市部の魅力の一つではあるが、実際に暮らしていくうえでは負担面にも目を向ける必要がある。例えば、消費者物価指数における地域差をみると、全国平均を100とした場合、東京は住居費による押し上げで105前後の水準が続いている。一方、愛媛は98前後の水準にとどまっている(図表-2)。一概には言えないが、昨年以降の光熱費高騰や物価上昇を考えると、都市部の生活実感はさらに厳しくなっていることが予想される。

図表-3 通勤・通学時間が長いランキング

順位	都道府県名	時間(分)
	全国平均	1.19
1	神奈川県	1.40
2	千葉県	1.35
2	東京都	1.35
4	埼玉県	1.34
5	奈良県	1.28
6	大阪府	1.27
7	兵庫県	1.24
8	京都府	1.21
9	茨城県	1.18
9	愛知県	1.18
45	愛媛県	0.57

資料:総務省統計局「令和3年社会生活基本調査結果」

また、1日の中で大きな割合を占める通勤・通学時間についても、3大都市圏とその近郊が1日当たり1時間半前後を要しているのに対し、愛媛は1時間を下回っており、全国的にみても通勤・通学時間の短さは顕著である(図表-3)。

これから人生キャリアを考える世代に、愛媛の仕事や企業の魅力を知ってもらうことはもちろん、地方ならではの暮らしやすさや日々のゆとりといった身近な生活環境こそが、都市部にはない愛媛の魅力である、と伝えていくことも必要であろう。

(菅 正也)

# Innovationが 地域を拓く



～ Start Up企業からのメッセージ ～

スタートアップ企業を取り上げるコーナー「Start Up 企業からのメッセージ」。  
このコーナーでは、スタートアップ企業として市場からも注目される存在となっている企業について、社会課題に対する気づき、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ご紹介します。

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

株式会社電脳交通(徳島県)

## 地域交通のDXに挑む！

### 1. タクシー会社の配車業務を支援

株式会社電脳交通は、クラウド型タクシー配車システム「DS」と、タクシー配車業務の受託事業「Taxi CC」を軸に、タクシー会社の業務効率化に取り組む徳島県のスタートアップ企業である。

クラウド型タクシー配車システム「DS」は、従来の高額な自社運用型の配車システムをクラウド型とし、低コストかつ拡張性・汎用性の高いシステムとした。機能アップデートを年平均1,000回も実施し、常に最新のシステムをサブスク型で安価に提供している。



クラウド型タクシー配車システム「DS」

ドライバーの手元には、ヤフー、ゼンリンなどの地図サービスに対応したタブレットが備えられ、配車オペレーターはタクシーの運行状況をパソコン上で確認しながら効率的に配車業務が行える。



ドライバーが利用するタブレット

### 2. 配車コールセンター受託事業

配車コールセンター受託事業の「Taxi CC」は、人手不足に悩む地方のタクシー会社の配車業務を全国4カ所のコールセンターで代行するサービスだ。

タクシー会社は、ほとんど配車依頼のない

深夜にも電話対応用の人員を確保しておく必要があり、中小規模事業者では人手不足で社長自らが電話対応業務を担っているケースも多い。こうした電話での配車業務のアウトソースにより、人件費削減と業務の負担軽減に寄与している。加えて、均質な電話対応を提供できる効果も大きい。同社製の配車システムを基盤とすることで、一人のオペレーターが複数のタクシー会社の電話対応を可能にしている。

### 3. メジャーリーガーの夢から家業の再建へ

近藤社長は非常に個性的で興味深い経歴の持ち主だ。高校卒業後、渡米してメジャーリーガーを目指すも断念して帰国。その後、祖父が経営する保有台数9台のタクシー会社で、ドライバーから配車業務まであらゆる現場業務をこなしながら経営再建に取り組んだ。

徳島市内でも最小規模のタクシー会社の再建を進めるなかで感じたさまざまな業界の「非効率」を、以前から興味があったIT技術を使って解決しようと着想したことが今日の電腦交通の原点となっている。

### 4. 乗客との壁打ちから起業を決意

当時のユニークなエピソードとして、着想したビジネスアイデアをタクシーの乗客に話した、ということが挙げられる。ビジネスプランや新規事業案をプレゼンしてフィードバックをもらうことを「壁打ち」と呼ぶが、近藤社長はタクシードライバーをしながら乗客を相手に壁打ちを繰り返した。著名なベンチャーキャピタリストやIT業界の大手企業経営者などの乗客からの厳しくも温かい事業案へのフィードバックが、起業を決意する大きな原動力となったという。

当時の近藤青年は20代、若きタクシードライバーが業界の現状に大きな課題を感じ、業界全体をアップデートする必要性を訴えた。こうした姿が、多くの人の共感を呼び、中には出資に至ったケースもあった。

### 5. 業界インサイダーという強み

配車システムとしては後発でありながらシェアを伸ばし右肩上がりの成長を続けている。競合する大手企業に機能面で模倣される状況も生まれつつある。

力強く成長を続けている要因として、近藤

社長がタクシー会社を経営する業界のインサイダーであることが大きい。だからこそ現場感覚に裏打ちされたプロダクト開発の機動性、柔軟性がある。さらに、配車コールセンターのBPO(一括外部委託)のような、システムだけでは解決できない泥臭いソリューションを提供していることも差別化に貢献している。

## 6. 多くの応援団の支持で地域交通業界をリードする存在に!

今年2月に同社が主催したイベント、「電腦交通 FUTURE SUMMIT 2023」には、国交省幹部や大手タクシー会社の経営者など約250名の業界関係者が集まった。筆者も参加したこのイベントの中で、ユーザー企業の経営者が同社製品の魅力や顧客対応の誠実さを熱量多く話すのを耳にして、多くの応援団を有する同社は今後も成長性を持続できるとの確信を持った。



電腦交通 FUTURE SUMMIT 2023

同社は今後、デマンド交通向け運行管理システムやEV車両のエネルギーマネジメントシステムなどMaaS領域にも事業を拡大する方針を掲げている。四国を代表するスタートアップ企業として、地域交通インフラを支えるシステムや価値を提供する存在への成長が期待されている。

(文責:いよぎんキャピタル株式会社)

profile

株式会社電腦交通



代表取締役 / 近藤 洋祐 氏

【会社所在地】  
〒770-0847  
徳島市幸町3丁目101  
リーガルアクシスビル4F

## モーターの点検・整備ならお任せ！

有限会社協栄電機 / 加地 宏章 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー31期修了生)



有限会社協栄電機は、モーターやその関連部品である電気機器の点検・整備、配線工事を請け負っている。

創業者は宏章氏の祖父 英夫氏。当初は家電販売店を営んでいたが、知人の紹介で製紙会社のモーターの点検・整備の依頼を受けた。その後、点検依頼が増えたため店を畳み、1981年に同社を設立した。

宏章氏は「当社の強みはモーターの点検・整備に加えて、修理とアフターフォローまでワンストップで対応できること」と胸を張る。業界では、点検・整備と修理はそれぞれ専門の会社があり、分業が一般的だという。同社は、定期点検で発見した異常箇所に対し、お客さまの意向を踏まえ、重要度や緊急度に応じた対応策を提案している。こうした状況に合わせた提案や、ワンストップだからこそできるスピーディーな対応が好評を得ている。

また、「依頼された箇所以外にも異常はないか、プラスアルファで点検している」という。お客さまからは「隅々まで見てくれて安心できる」と信頼され、リピーターも増えている。最近は県外からも依頼があり、対応エリアを拡大している。

今、宏章氏が力を入れているのは人材育成である。半年に1回、担当業務ごとのチームに分かれて勉強会を実施している。宏章氏が講師となり、点検時の注意点や安全意識の徹底などを伝え、事例研究も行っている。また、公的資格の取得や専門講習の受講も積極的に推進している。

宏章氏は「今ある当社の強みを生かして、事業を拡大していきたい」と話す。事業拡大のヒントをつかむために、業種問わずさまざまな人と積極的にコミュニケーションをとっているそうだ。

社内外で人とのつながりを深めている宏章氏。創業者が命名した社名のとおり、皆で協力して栄える会社にしていかれることだろう。

(川尻 麻美)

### ☑ PERSONAL QUESTION

加地 宏章 (かじ ひろあき) 1994年11月生まれ

**モットー** 戦わなければ勝てない。  
「同業者がしているから…」と簡単に諦めず、まずはやってみる。何もしないよりも何が行動したい。

**最近ハマっているもの** 溪流でのルアーフィッシング。  
朝から高知に行き、日が沈むまで釣りをする。  
釣果でバーベキューをするのも楽しい。

**感銘を受けた言葉** 「十のサービスを受けたら十一を返す。その余分の一つのプラスがなければ、社会は繁栄していかない」(松下幸之助)  
こういうことを当たり前と言える人間になりたい。

### 【会社概要】

〒799-0703  
四国中央市土居町藤原1-146-1  
TEL / 0896-74-8757  
資本金 / 300万円  
従業員 / 27名



## 若手からベテランまで共に成長できる組織へ！

藤岡建設株式会社 管理統括 / 藤岡 優一 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー31期修了生)

藤岡建設株式会社は、土木工事の施工管理を中心とした総合建設業である。「愛媛県優良建設工事知事表彰」を9年連続で受賞し、施工管理技術には定評がある。

創業は1955年。優一氏の義理の祖父である安太郎氏が左官職人として独立したのが興りである。その後業容を拡大し、現社長の一貴氏が産業廃棄物の処理やバイオマス発電に利用する木質チップの製造などの事業も始め、現在に至る。

同社は「捨てない土木で資源の活用」をモットーに、「現場循環型工法」に取り組んでいる。工事現場で排出された建設廃材をその場で分別・処理して再利用することで、廃棄物の削減や資源の保全につなげている。同社では多様な建設重機を80台以上保有(県内トップクラスの規模)しており、コンクリートやアスファルト、建設汚泥などの再利用に幅広く対応できる。

優一氏は「今は若手人材の採用と育成に力を入れている」と話す。昨年4月に施工管理職をサポートする専門チームを新設し、大学生を対象に新卒採用を始めた。これまでは工業高校卒の採用が中心だったが、大学進学率の上昇や人口減少を考えてターゲットを変更した。それにあわせ、福利厚生制度の見直しやメディア展開の強化に取り組み、合同説明会にも参加し始めたところ、昨年は5名、今年は3名の入社につながった。

新入社員には1か月間の研修を実施した後、一定期間マンツーマンで指導している。また、専門資格の取得支援はもちろん、ドローンやレーザースキャナーを利用したICT施工技術の教育も行っている。

「若手からベテランまで、皆が知恵を出し合って共に成長できる組織をつくりたい」と、優一氏。その第一段階として、過去の工事のデータベース化や工程のマニュアル化でノウハウの蓄積・共有を進めている。

今後も人と環境を大切に考えた組織運営を続けていけることだろう。

(川尻 麻美)



### ☑ PERSONAL QUESTION

藤岡 優一 (ふじおか ゆういち) 1985年10月生まれ

#### 座右の銘

人間万事塞翁が馬。  
人生は予想外の連続。なかなか予測は難しい。  
目の前の状況が良ければ油断しないよう、悪くても落ち込まないように心がけている。

#### 趣味

筋トレ、ゴルフ、サッカー。  
ベンチプレス130kgを挙上。筋トレを通じて自己管理能力が向上した。

#### 感銘を受けた言葉

「現状維持は衰退の始まり」  
前職の上司に言われた。今は100点でも、時代が変わると評価も変わる。常に改善を図っていく必要がある。

### 【会社概要】

〒799-1371  
西条市周布1758-3  
TEL / 0898-68-7239  
資本金 / 3,000万円  
売上高 / 単体25.9億円  
従業員 / 単体27名

グループ54名(パート含む)



## 【税務編】

## インボイス制度の負担軽減措置

和泉会計事務所 税理士 和泉 真紀夫



Q.

インボイス制度の負担軽減措置が導入されるそうですが、具体的に教えてください。

A.

令和5年1月20日に、財務省から、令和5年度税制改正に係る「インボイス制度の負担軽減措置(案)のよくある質問とその回答」が公表されました。

内容は以下の通りです。

インボイス制度導入に係る税負担と事務負担を軽減するための措置が講じられます。

### 1. 税額控除の経過措置(2割特例)

免税事業者がインボイス発行事業者となった場合、3年間の経過措置として、納付税額を課税標準額に対する消費税額の2割(以下、2割特例)に軽減できます。

2割特例は、「免税事業者がインボイス発行事業者の登録を受け、登録日から課税事業者となる者」、「免税事業者が課税事業者選択届出書を提出した上で登録を受けてインボイス発行事業者となる者」が対象となります。そのため、インボイス発行事業者の登録を受けていない場合や、基準期間(前々事業年度)における課税売上高が1千万円を超えるなど、インボイス発行事業者の登録と関係なく事業者免税点制度の適用を受けないこととなる場合等は、2割特例の対象にならないとされています。

また、2割特例の適用にあたり、簡易課税制度のような事前の届出は不要で、消費税の確定申告書に2割特例の適用を受ける旨を付記することで適用できることとされており、簡易課税制度を選択していたとしても、2割特例を適用することができます。

### 2. 事務負担の軽減措置(少額特例)

基準期間の課税売上高が1億円以下又は特定期間における課税売上高が5千万円以下である事業者が、令和5年10月1日から令和11年9月30日までの間に行う課税仕入れ

について、当該課税仕入れに係る支払対価の額が1万円未満である場合には、一定の事項が記載された帳簿のみの保存による仕入税額控除が認められます(以下、少額特例)。

少額特例は、基準期間における課税売上高が1億円以下又は特定期間(前事業年度の開始の日以後6月の期間)の課税売上高が5千万円以下の事業者が対象となります。この特定期間における5千万円の判定においては、課税売上高による判定に代えて給与支払額の合計額の判定によることはできないこととなっています。

少額特例の対象となる「1万円未満」は、一回の取引の合計額(税込)が1万円未満であるかどうかにより判定されます。例えば、9千円の商品と8千円の商品を同時に購入した場合(合計1万7千円)、少額特例の対象にはなりません。

また、役務の提供を月単位で行う場合は注意が必要です。例えば月額20万円(稼働日21日)で個人事業者に外注を行う場合、稼働日で按分すると1万円未満となりますが、役務の提供である場合には、通常、約した役務の取引金額によるため、月単位での取引(20万円の取引)となり、少額特例の対象にはなりません。

### 3. 登録制度の見直し

免税事業者が適格請求書発行事業者の登録申請書を提出し、課税期間の初日から登録を受けようとする場合には、当該課税期間の初日から起算して15日前の日(現行:1月前の日)までに登録申請書を提出しなければならないこととされました。

【労務編】

# 月60時間超時間外労働の割増賃金率が引き上げられます

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.** 2023年4月1日から月60時間を超える時間外労働をした場合、中小企業も割増賃金率が大幅に上がると聞きました。内容を教えてください。

**A.** 2023年4月1日から「法定労働時間を超えた月60時間超の時間外労働について、割増賃金率50%以上の割増賃金を支払う義務」が中小企業にも生じるようになりました。

## 1. 法改正の内容について

2019年施行の「働き方改革法案」によって2023年4月1日から、「法定労働時間を超えた月60時間超の時間外労働について、割増賃金率50%以上の割増賃金を支払う義務」が中小企業にも生じるようになりました。

この50%以上の割増賃金率は、法定労働時間を超えて月60時間超時間外労働をした部分に対して適用されるもので、60時間以下の割増賃金率は25%のままです。

なお、60時間を超えている、いないに関わらず、そもそも時間外勤務が発生する事業所は、36(サブロク)協定が必要です。加えて月45時間超の時間外労働が発生する事業所は、特別条項付きの36協定の締結も必要となります。

## 2. 深夜勤務や法定休日勤務への影響は？

月60時間超の時間外労働を行った場合、割増賃金率が50%以上に引き上げられますが、その状況で深夜勤務をした場合は、割増賃金率はどうなるでしょうか。

$50\%(\text{割増賃金率}) + 25\%(\text{深夜割増賃金率}) = 75\%$ となります。時給が2,000円ならば、割増賃金は3,500円になります。

なお、この月60時間超のカウントには法定休日に出勤し

た時間は算入しません。仮に月60時間超の時間外労働をしたとしても、法定休日に勤務した場合の割増賃金率は35%のままとなります。

## 3. 代替休暇(有給)の付与も可能

月60時間超の時間外労働をした従業員の健康を確保するため、引き上げ分の割増賃金を支給する代わりに有給休暇を付与することもできます。この代替休暇制度を導入するには労使協定の締結が必要です。

## 4. 企業がすべきことは

月60時間超の時間外勤務が常態化してる事業所は、労働時間の可視化をお勧めします。

勤怠締めをしてから計算するのではなく、リアルタイムに集計ができ、またアラートなどが掛かるシステムを活用することが大切です。そしてそれらの可視化を進めながら業務量の見直しや残業管理を徹底しましょう。

就業規則等の変更も、実施をお勧めします。

## 5. 助成金の活用

「働き方改革推進支援助成金」などもご活用ください。

<事例>

土曜日が所定休日、日曜日が法定休日の場合

日	月	火	水	木	金	土
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

算定に含まれる部分

法定時間外労働時間数	累計
3時間×3日 土曜 = 9時間	9時間
3時間×5日 + 4時間 = 19時間	28時間
3時間×5日 = 15時間	43時間
3時間×5日 = 15時間	58時間
3時間×5日 = 15時間	73時間
法定休日(日曜)労働時間数 2時間	

平日は毎日3時間法定時間外労働をし、所定休日の11日(土曜日)に4時間労働し、法定休日の12日(日曜日)に2時間労働した場合 → 法定時間外労働時間数の累計が1ヵ月60時間を超える「27日(月曜日)の時間外労働3時間目」から、割増賃金率が50%となります。

# 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

～県内企業の景況判断BSIは8.0ポイントのマイナス～

## 概況

2月の内閣府月例経済報告によると、景気は緩やかに持ち直している。先行きも持ち直しが期待されるが、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、物価上昇や供給面での制約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、物価やエネルギー価格の上昇が個人消費に水を差す可能性があり、持ち直しの動きは力強さに欠けたものとなるだろう。

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3.9%上昇と、4ヵ月ぶりに前月を上回った。公共工事請負金額(2月)は前年同月比57.4%増と、2ヵ月連続で前年を上回った。住宅着工戸数(1月)は前年同月比16.5%増と、2ヵ月連続で前年を上回った。有効求人倍率(季節調整値・1月)は前月比0.01ポイント低下の1.47倍だった。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3.9%増と7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・1月)も同19.1%増と5ヵ月連続で前年を上回った。

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8.0ポイント低下の▲17.9となった。部門別にみると、製造業は同5.4ポイント上昇の▲25.6であったものの、非製造業は同15.9ポイント低下の▲13.0となった。

## 生産

### 指数は4ヵ月ぶりに前月を上回る 全国では自動車、生産用機械が低下

昨年12月の愛媛県鉱工業生産指数は、速報値で94.8(季節調整値、2015年=100)と前月比3.9%上昇し、4ヵ月ぶりに前月を上回った。前年同月比(原指数)も0.7%上昇した。

主要業種の動向をみると、開閉制御装置の生産が減少した「電気機械」(前月比▲15.3%)や「輸送機械」(同▲10.7%)などは前月を下回った。

一方、金属加工機械の生産が増加した「汎用・生産用機械」(前月比+44.0%)や「繊維」(同+18.8%)などは前月を上回った。

1月の全国の鉱工業生産指数は、確報値で91.4(季節調整値、2015年=100)と前月比4.6%低下し、3ヵ月ぶりに前月を下回った。部材供給不足や国内・海外需要の減少等を受けて、「自動車」(前月比▲10.1%)や「生産用機械」(同▲13.5%)が低下した。

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	94.3	▲1.9	93.5	+5.8
汎用・生産用機械	169.2	+44.0	168.6	+66.1
電気機械	92.8	▲15.3	86.1	▲6.7
輸送機械	51.0	▲10.7	47.5	▲27.1
化学	78.5	▲5.6	87.5	▲12.6
パルプ・紙・紙加工品	90.6	+6.6	93.1	▲4.6
食料品	99.1	▲0.6	111.9	▲3.0
全体	94.8	+3.9	97.2	+0.7

(注)速報値



公共工事

## 2月の請負金額は前年比57.4%増 2ヵ月連続で前年を上回る

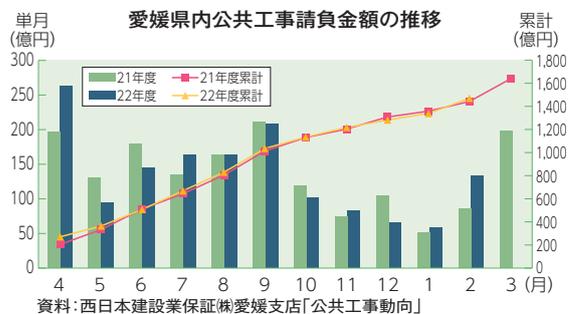
2月の愛媛県内における公共工事の動向を西日本建設業保証(株)愛媛支店の保証実績からみると、件数は479件で前年同月比60.7%増加し、請負金額も133億35百万円と同57.4%増加した。

発注者別に請負金額をみると、「市町」(前年同月比▲42.6%)は前年を下回ったものの、「国」(同+383.2%)や「県」(同+158.4%)、「独立行政法人等」(同+239.7%)は前年を上回った。

愛媛県の2023年度一般会計予算案のうち、普通建設事業費は、前年比1.1%の824億円となった。重点施策の1つとして「防災・減災対策」を掲げており、西日本豪雨からの復興や南海トラフ地震への備えを進めることとしている。

県内の公共工事請負金額(2月)

発注者	23年2月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	4,592	+383.2
独立行政法人等	144	+239.7
県	5,892	+158.4
市町	2,115	▲42.6
その他	589	▲61.1
合計	13,335	+57.4



住宅着工

## 1月の着工戸数は前年比16.5%増 2ヵ月連続で前年を上回る

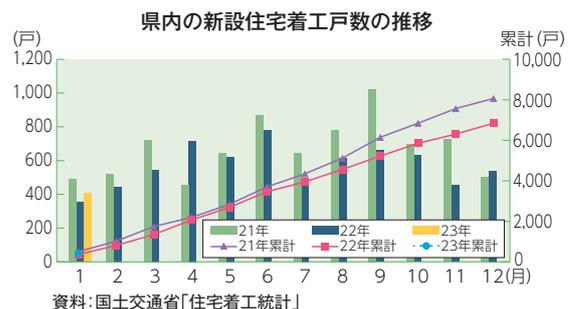
1月の愛媛県内における住宅着工戸数は410戸で、前年同月比16.5%増と2ヵ月連続で前年を上回った。内訳をみると、「貸家」(前年同月比▲23.2%)や「分譲住宅」(同▲10.0%)は前年を下回ったものの、「持家」(同+41.9%)は前年を上回った。

なお、1月の全国の住宅着工戸数は63,604戸で、前年同月比6.6%増と4ヵ月ぶりに前年を上回った。内訳をみると、「持家」(前年同月比▲8.3%)は前年を下回ったものの、「貸家」(同+4.2%)や「分譲住宅」(同+25.0%)は前年を上回った。

国土交通省は、検討を進めてきた「建築物を販売・賃貸する際の省エネ性能の表示ルール」のとりまとめを3月に公表した。その中で、消費者が省エネ性能を踏まえた物件選択ができるよう、建築物の省エネ性能の評価や評価日をホームページ等に掲載することを、ルールとして定めることとしている。

新設住宅着工戸数(1月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	288	+41.9
貸家	76	▲23.2
給与住宅	1	-
分譲住宅	45	▲10.0
分譲マンション	0	0.0
分譲一戸建	45	▲10.0
合計	410	+16.5



## 雇用

# 有効求人倍率は1.47倍 2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ポイント低下の1.47倍だった。原数値は1.59倍(前年同月差+0.13p)と上昇した。

新規求人数を主要産業別にみると、「宿泊業、飲食サービス業」(前年同月比+25.4%)や「卸売業、小売業」(同+18.4%)は前年を上回ったものの、「サービス業」(同▲20.5%)は前年を下回った。

地域別有効求人倍率(原数値)は、東予が1.68倍(前年同月差+0.08p)、中予が1.51倍(同+0.15p)、南予が1.70倍(同+0.08p)とすべての地域で前年を上回った。

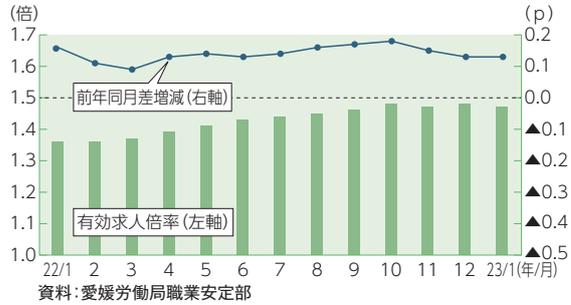
愛媛労働局の情勢判断では、「求人が求職を大幅に上回って推移している」としており、宿泊・飲食サービスなどの対面型サービスを中心に人手不足感が強い状況が続いている。

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	4,703	+49.3	▲7.7
月間有効求職者数	20,732	+2.9	▲1.3
新規求人数	11,887	+9.6	+4.4
月間有効求人数	32,872	+1.3	+6.9
有効求人倍率(季節調整値)	1.47倍	▲0.01p	+0.13p

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.59倍	1.68倍	1.51倍	1.70倍
※( )内は前年同月差	(+0.13p)	(+0.08p)	(+0.15p)	(+0.08p)

有効求人倍率(季節調整値)と前年同月差増減(原数値)の推移



## 物価

# 総合指数(前年同月比+3.7%)、 生鮮食品を除く指数(同+3.3%)ともに12ヵ月連続のプラス

1月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が103.5と前年同月比3.7%上昇、生鮮食品を除く指数も102.8と同3.3%上昇し、ともに12ヵ月連続で前年を上回った。

費目別にみると、食用油や生鮮食品の価格が上昇した「食料」(前年同月比+7.6%)、洗剤や柔軟剤、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+7.4%)などが前年を上回った。

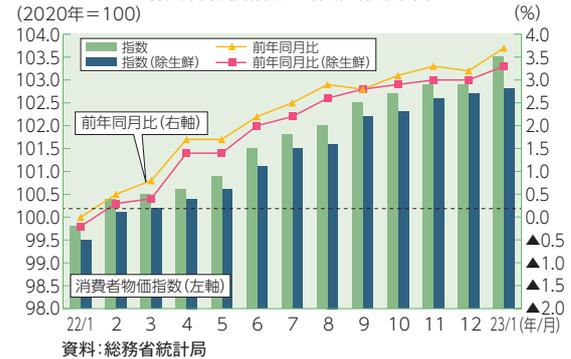
なお、全国の1月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は104.3で、前年同月比4.2%上昇し、17ヵ月連続で前年を上回った。

物価上昇が続く中、経済を成長軌道に乗せていくためには、企業が価格転嫁で賃上げ原資を確保することで、物価と賃金の好循環を生じさせることが重要である。

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	食料(+7.6%)	被服及び履物(+1.8%)
	家具・家事用品(+7.4%)	諸雑費(+0.8%)
	光熱・水道(+6.2%)	教育(+0.6%)
	交通・通信(+2.6%)	住居(+0.5%)
	教養娯楽(+2.7%)	
下落	保健医療(▲0.1%)	

消費者物価指数の推移(松山市)



消費

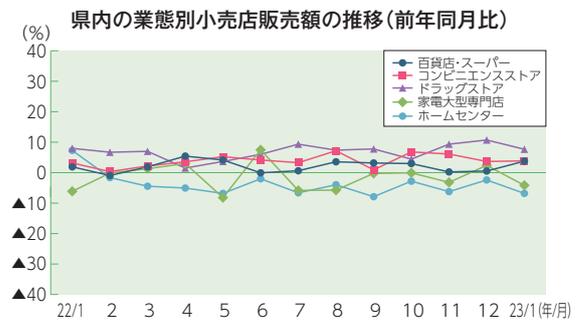
百貨店・スーパーの販売額は前年比3.9%増  
新車乗用車販売台数は5ヵ月連続で前年を上回る

1月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比3.9%増と7ヵ月連続で前年を上回った。うち百貨店の販売額は、食品・衣料品が好調で同13.9%増となった。

また、「ドラッグストア」(同+7.9%)「コンビニエンスストア」(同+4.0%)が前年を上回った。一方、「家電大型専門店」(同▲4.2%)、「ホームセンター」(同▲6.9%)は前年を下回った。

1月の新車乗用車販売台数は、普通車(3ナンバー)が1,232台(前年同月比+27.1%)、小型車(5ナンバー)が727台(同▲3.6%)、軽乗用車が1,522台(同+26.8%)となった。全体では3,481台(同+19.1%)と5ヵ月連続で前年を上回った。

総務省が発表した2022年の家計調査によると、2人以上世帯の消費支出は、月平均で29万865円と、物価変動の影響を除いた実質で前年比1.2%増加となった。新型コロナによる行動制限の緩和に伴う外出機会の増加で「教養娯楽」(同+8.2%)、「交通・通信」(同+6.0%)などで前年を上回った。



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	179.1	+3.9
コンビニエンスストア	85.4	+4.0
ドラッグストア	87.4	+7.9
家電大型専門店	33.1	▲4.2
ホームセンター	26.5	▲6.9

	販売台数	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	3,481	+19.1

資料：経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

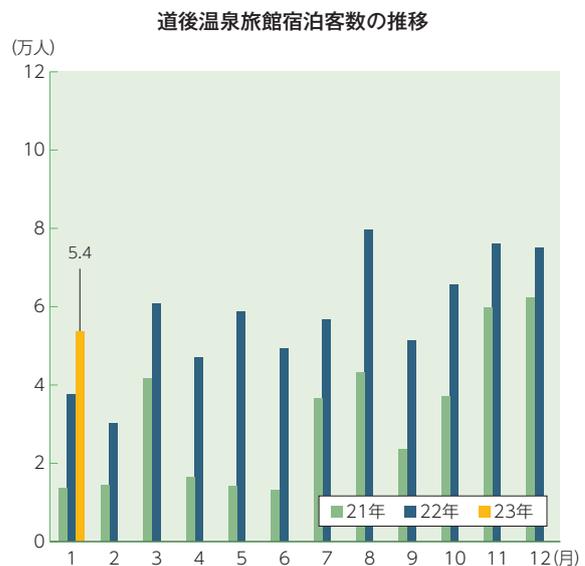
観光

道後温泉宿泊客数は14ヵ月連続で前年を上回る  
県内主要観光施設入込み客数は2ヵ月ぶりに前年を上回る

1月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比43.4%増の53,739人と、14ヵ月連続で前年を上回った。全国旅行支援の再開などが後押しとなっている。

1月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(前年同月比+23.0%)、中予(同+21.8%)、南予(同+7.9%)、すべての地域が前年を上回り、全体では同15.4%増と、2ヵ月ぶりに前年を上回った。東予では「あかがねミュージアム」や「今治城」、中予では「松山城ロープウェイ」や「子規記念博物館」、南予では「内子座」などの施設が前年を大きく上回った。

2020年3月から運休が続いていた韓国のチェジュ航空の松山-ソウル線が3月26日から運航が再開した。月・火・木・土・日の週5往復となっている。観光庁によると、2022年訪日外客数のうち、韓国人は全体の3割近くを占めている。ソウル線の運航再開により、愛媛でのインバウンド増加が期待される。



資料：道後温泉旅館協同組合



# 地場産業の 景気 天気図



晴れ



晴れ一部曇り



曇り



曇り一部雨



雨

好調

不調

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
海面養殖	 ▶ 	2月のマダイの浜値は920円/kg前後と前月比で横ばいだった。少なめの在池尾数を背景に高値が続いていたが、今後の消費動向を見極めるため様子見の展開となった。ハマチの浜値も、1,280円/kg前後と前月比で横ばいとなった。引き続き高値への警戒感はあるが、秋口くらいまでは在池尾数が少ない状況が続くため現在の水準での推移が見込まれる。

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
水産加工品	 ▶ 	削り節の原材料であるカツオのバンコク相場(国際相場)は、前月比50ドル値上がりし、1トンあたり1,700~1,750ドル前後で推移している。旧正月明けであり、インド洋での漁模様や需給動向を注視した様子見の相場となった。一方、国内相場は230円/kg前後と前月比50円の値下がりとなったが、依然として高値圏を維持している。

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3,511梱で、前年同月比では0.4%減となった。コロナ前の19年同月比では17.1%減となっている。綿糸価格は、主力の20番手が159,500円/梱で、同23.2%高となっており、依然として高い水準にある。

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1月の国内出荷は、前年同月比1.0%減で5ヵ月連続の減少。印刷用紙は出版向けなどが低調な動きで、情報用紙も値上げの影響を受け、使用量削減の動きが継続している。新聞用紙は前年同月比7.9%減で20ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙	 ▶ 	1月の国内出荷は、前年同月比1.8%減。ティッシュは同6.6%減で4ヵ月連続減、トイレ紙も同3.2%減で2ヵ月連続減と、いずれも昨年の増加傾向の反動で落ち込んだ。タオル紙は同13.6%増と8ヵ月連続の増加で好調を維持している。
	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5.7%減で4ヵ月連続の減少。青果物向けは寒波、工業製品向けは部品不足が響き低調だった。需要が底堅かった通販・宅配向けも、物価高による消費マインドの冷え込みが影響したか、陰りが見え始めた。

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1月の出荷額は、前年同月比11.8%増で27ヵ月連続の増加だが、伸び率は前月の31.2%増から鈍化した。稼働率の目安とされる補給部品の輸出が同11.4%減。タイ、インドネシアを中心に景気減速の影響を受けている可能性がある。一方、地場の住友グループ関連工場メンテナンスや、半導体関連は安定した受注を確保している。

業種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
造船	外航  ▶ 	手持ち工事量は2～3年程度を有している。日本船舶輸出組合によると、2月の輸出船契約実績は19隻・78万4千総トンで、トン数ベースで前年同月比1.9倍だった。中小型バルカーが14隻と大半を占めた。船価は高止まりしているが、円安によって海外造船所との船価差が縮小していることもあり、海外船主からの受注も増加している。
	内航  ▶ 	国土交通省の造船統計速報によると、国内主要造船工場の2月の国内船の竣工実績は、18隻、51,875総トンだった。内訳は、貨物船が1隻(ばら積み船1隻)、油送船が1隻(化学薬品船1隻)だった。受注環境は厳しく、同速報による2月の受注実績はゼロだった。

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)の荷動き・市況は回復傾向。BDI(バルチック海運指数)は2月16日に2020年以來の低水準の530で底打ちし、3月3日には1,211まで上昇。中国向けの鉄鉱石やインドネシア・豪州発の石炭の荷動きが活発で、船腹需給が引き締まっている。自動車運搬船は、自動車の半導体不足緩和による生産の回復や中国出しの電気自動車の増加で、輸送需要は旺盛。
	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2.7%減、タンカーが同4.5%減だった。貨物船のうち、自動車は23.4%増となったほか、燃料はコークスが好調。主力の鉄鋼は需要の不振で輸送量が低調。タンカーは、黒油が石油火力発電所向けの重油が堅調ながら、それ以外の品目は前年同月の水準を割り込んだ。

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57.4%増の133億円であった。「市町」は前年を下回ったものの、「国」や「県」、「独立行政法人等」は前年を上回った。1月の住宅着工戸数は前年を16.5%上回る410戸となった。利用関係別では、「貸家」や「分譲住宅」は前年を下回ったものの、「持家」は前年を上回った。

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43.4%増の53,739人と、14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(同23.0%増)、中予(同21.8%増)、南予(同7.9%増)、すべての地域が前年を上回り、全体では同15.4%増と、2ヵ月ぶりに前年を上回った。

## 4

2023

## 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)
29(土・祝)	第47回れんげまつり	JR伊予石城駅周辺のれんげ畑 (西予市)	西予市経済振興課 ☎ 0894-62-6408	—

## 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】 8(土)	【対戦相手】 FC岐阜	【キックオフ】 15:00	【マッチシティ・タウン】 —
【開催日】 29(土・祝)	【対戦相手】 FC琉球	【キックオフ】 15:00	【マッチシティ・タウン】 今治市・伊方町

## 愛媛FCレディース

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 9(日)	【対戦相手】 伊賀FCくノ一三重	【キックオフ】 13:00	【会場】 愛媛県総合運動公園球場
【開催日】 22(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(日)	【対戦相手】 奈良クラブ	【キックオフ】 13:00
【開催日】 16(日)	【対戦相手】 カターレ富山	【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】 1(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】 マドンナスタジアム
【開催日】 2(日)	【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】 新居浜市営野球場
【開催日】 6(木)	【対戦相手】 三菱重工West	【プレイボール】 11:30	【会場】 坊っちゃんスタジアム
【開催日】 8(土)	【対戦相手】 日本通運	【プレイボール】 11:30	【会場】 坊っちゃんスタジアム
【開催日】 9(日)	【対戦相手】 日鉄ステンレス	【プレイボール】 14:00	【会場】 マドンナスタジアム
【開催日】 20(木)	【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】 新居浜市営野球場
【開催日】 22(土)	【対戦相手】 香川オーリーブガイナース	【プレイボール】 〈第一試合〉 13:00	【会場】 西予市営宇和球場
【開催日】 22(土)	【対戦相手】 香川オーリーブガイナース	【プレイボール】 〈第二試合〉 16:30	【会場】 西予市営宇和球場
【開催日】 27(木)	【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〉 14:30	【会場】 宇和島市丸山公園野球場
【開催日】 27(木)	【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〉 18:00	【会場】 宇和島市丸山公園野球場

## 愛媛オレンジバイキングス

株式会社エヒメスポーツエンターテイメント / TEL:(089)934-2355

【開催日】 7(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】 8(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】 14(金)	【対戦相手】 ライジングゼファー福岡	【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】 15(土)	【対戦相手】 ライジングゼファー福岡	【ティップオフ】 15:00	【会場】 松山市総合コミュニティセンター

IRC 調査月報  
Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT

2023 / NO.418

■発行日: 2023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: 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