

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT

ダイジェスト

- 01 【視点】
「3つの良し」の実現に向けて
松山商工会議所 会頭 / 三好 賢治
- 02 【compass】
いまの世界がノノガから学ぶべきこと
SDGパートナーズ有限会社 代表取締役CEO / 田瀬 和夫
- 03 【THE COMPANY】
学校法人河原学園
理事長 / 河原 成紀 氏
- 11 【調査レポートVol.1】
2025年下期の景況感は一時的に改善
2026年上期はコスト高や賃金上昇などから慎重な見通し
第76回愛媛県内企業業況見通し調査
—2025年下期実績見込みおよび2026年上期見通し—
- 17 【調査レポートVol.2】
目立つ空き店舗、飲食・サービス業の比率が高まる
～大街道・銀天街の現状と今後の方向性①～
- 23 【TOPICS】
金は輝き続けるか？

2026

1

視点

POINT OF VIEW



「3つの良し」の実現に向けて

松山商工会議所
会頭 三好 賢治

明けましておめでとうございます。謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

本年の干支は「ひのえうま(丙午)」です。60年前の「昭和のひのえうま」では、この年に限って日本の出生数が当時の統計史上最低を記録しました。この世界的に見ても極めて特異な現象は、江戸時代に拡散した俗信に起因していると言われております。しかしながら、本来の「丙」が象徴するものは「新しいものを生み出す創造の火」であり、「午」は「未開の地を切り拓いてきた存在」を意味します。少子化の只中にある「令和のひのえうま」が俗信を物ともせず、変革への情熱を持って前進する年となることを期待しています。

さて、昨年11月に松山商工会議所の第30代会頭の任を拝命いたしました。地域は今、人口動態の急激な変化により、医療・福祉、交通といった生活に密着するサービス基盤の維持、老朽インフラの更新といった深刻な共通課題に直面しています。このような中で「企業を育て、地域を伸ばす」という商工会議所の共通理念を実現していくうえで学ぶべきは、商工会議所の祖である渋沢栄一翁の精神にあると考えます。

渋沢翁は「民の繁栄が国の繁栄につながる」という信念のもと、商工業者の声を集め「世論」を形成する場として東京商工会議所を創立されました。また、「論語と算盤」に記された「我も富み、人も富み、而して国家の進歩発達を助くる富にして、はじめて真正の富と言い得る」という言葉には、経済活動が単なる利益追求を超えて、社会全体の幸福や発展に寄与するものでなければならないという深遠な経営哲学が示されています。これはいわゆる売り手、買い手、世間を等しく潤す「三方よし」やウェルビーイングの思想にも通ずるものです。

これらを踏まえ、松山商工会議所では「しごと・まち・ひと」の3つをより良いものとすることを使命とし、「3つの良しで地域の明日を創る」のスローガンを掲げています。この「3つの良し」を軸として、2026年度からの中期行動計画を目下策定中でございます。

この地に魅力ある「しごと」を増やし、地域の未来を支える「まち」をつくり、そこで働く・暮らす「ひと」の人生を豊かなものとすること、そして持続可能な地域社会の実現に向けて尽力してまいりますので、皆様のご参画とご協力をお願いいたします。

識者が見る未来のカタチ

SDGパートナーズ有限会社

代表取締役CEO

田瀬 和夫



いまの世界がノノガ^{*1}から学ぶべきこと

あけましておめでとうございます。

いま私は、日中関係が急速に悪化し、アメリカでは大統領が未成年への性加害の疑いで責められ、ウクライナ戦争も佳境に入ったという段階で、ワシントンDCでこの原稿を書いています。どうかみなさんがこれを読むときには、もう少し世界の状況がよくなっていますように。

私はSDGsの実現やサステナビリティを企業のルールとすることを目的として仕事をしています。その前は外務省と国連について、やはり平和や相互信頼を世界中で確かなものとするために働いてきました。そして、わずか2020年頃までは、世界はその方向で思考を深め、地球温暖化を防ぎ、生態系とともに生きていこうというさまざまな決意がなされたと記憶しています。

それがとくにロシアのウクライナ侵攻から、なぜこんなに世界は、あるいは日本は、自分と敵を区別し、いったん敵になった人を徹底的に攻撃し、貶め、自分たちだけあるいは最悪自分さえ良ければよいという世界観に汚染されてしまったのでしょうか。私はとても悲しいしつらい。

でも、世の中捨てたものではありません。例えばみなさんすでにご存知のように、昨年出てきた若いガールズグループの「HANA^{*2}」は、一人ひとりがこれまで否定してきた自分と正面から向き合うことで自分を認め、また自分と違うチームメンバーを尊重できるようになり、そして今度は他の人の力になりたいと思うという、とてつもなく高

い理想と他人へのリスペクトを持ったグループです。そしてそれぞれの個性と、歌唱とダンスの実力は圧巻です。

思うに、HANAが具現化してくれているものと、SDGsやサステナビリティが目指しているものはまったく同じではないでしょうか。自分を見つめ、磨き、実力を高めていくこと、その道程で異なる他人を自分と同じように尊重し、力づけていくこと、そしてそうした人たちと信頼を築き上げ、これまでにない価値を生み出していくこと。それはまさに多様性であり、包摂(インクルージョン)であり、技術革新であり、さらにいうとプラスサム(1+1を2以上にしていくこと)にほかなりません。

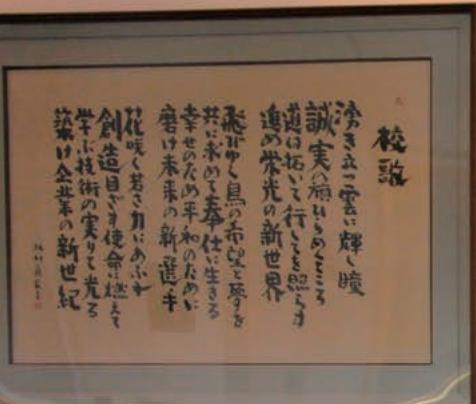
HANAと同じように、多様性は強さであり、サステナビリティは単に道義的に正しいことというだけでなく、プラスサムであるという点で圧倒的な経済合理性でもあります。私たちは、敵をつくり、騙し、奪い、自分だけがよい思いをしようとするゼロサムの価値観とは比べ物にならない強さを身に付けなければならない。その意味で今年2026年、私たち大人は、頼もしい若い人たちに教えながらでも、相互の信頼と尊重と協力がど真ん中にある社会を紡いでいかなければなりません。

どうか今年をすばらしい年といたしましょう。

*1 ノノガ:ガールズグループオーディション番組「No No Girls」の略称

*2 HANA:No No Girls から誕生した日本のガールズグループ

学校法人 河原学園



かわはらせいき
河原成紀氏
理事長

1970年(昭和45年)生まれ。大学卒業後、医療系コンサル会社勤務を経て1999年(平成11年)学校法人河原学園入職。2009年(平成21年)理事長就任。文部科学省「専修学校の質の保証・向上に関する調査研究協力者会議」委員。全国専修学校各種学校総連合会副会長。IRCニュー・リーダー・セミナー20期生。

“感謝”

常に「感謝の心」を持って、質の高い専門教育と人間教育により、社会が求める人材を育成し、地域社会、国家及び国際社会の発展と繁栄に貢献する。

学校法人河原学園

設立 1985年(昭和60年)10月23日
学園本部 松山市一番町1丁目1番地1
従業員 約1,250名(非常勤講師含む)
在校生 約8,600名(グループ全体)
学是 私達は常に感謝の心を持って質の高い教育事業を行い、学生・地域社会・国家に貢献する。



人間環境大学・大学院

- | | | | |
|---------------|----------------------|--------------|------------------------|
| 総合環境学部 | 柏山道後キャンパス | 心理学部 | 岡崎キャンパス |
| ■ フィールド自然学科 | | ■ 心理学科 | ■ 大学院 人間環境学研究科
修士課程 |
| ■ 環境情報学科 | | ■ 知能・心理学科 | |
| 総合心理学部 | 柏山道後キャンパス | 環境科学部 | 岡崎キャンパス |
| ■ 合成心理学科 | ■ 大学院 総合心理学研究科 | ■ フィールド生態学科 | ■ 大学院 人間環境学研究科
修士課程 |
| ■ 総合犯罪心理学科 | 修士課程 心理学第1専攻 実験犯罪心理学 | ■ 環境サイエンス学科 | |
| 松山看護学部 | 柏山キャンパス | 看護学部 | 大府キャンパス |
| | ■ 健康・看護学研究科 | | ■ 看護学研究科 |

• [六部科諭十二項認定『職業家賊東明認和』](#)

- | 専門学校 | | ★文部科学省大臣認定「未来実践校」認定校 | |
|--------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|----------------------|
| ● 河原電子ビジネス専門学校 | 河原医療福祉専門学校 | ● 河原ビューティーモード専門学校 | (医師執業部門専門学校) |
| ■ ITバイオエンジニア(4年) ■ ゲームクリエイター科(4年) | ■ 介護福祉科 ■ こども未来科 | ■ 美容学科 ■ 美容資格者道信認修科 | ■ 理学療法科 ■ 理学療法士道修認修科 |
| ■ ITエンジニア科(4年) ■ ITエンジニア(3年) | ■ 飲食栄養科(3年) | ■ 理学療法士科(3年) ■ リハビリテーション科 | ■ ドラマセイテイ科 |
| ■ ITアセットプロテクト科(3年) ■ 日本語翻訳(1-1・英語会話) | ■ スポーツマーケティング科 | ■ 施設運営科(3年) | |
| ● 大原簿記公務員専門学校 愛媛分校 | ● 河原デザイン・アート専門学校 | ● 河原医療福祉専門学校 | |
| ■ 複合ビジネス科(2年) ■ 会計学科(4年) | ■ フラワーネットワーク ■ キャットトレーニングクリエイターワーク | ■ 看護学科(3年) ■ 非衛生条件学科(3年) | |
| ■ 公務員ビジネス科(2年) ■ 公務員専修(4年) | ■ 3DCG ゲーム・アニメ ■ ラブリック・チャイルドデザイン | ■ 理学療法科(4年) ■ 理学療法士科(2年) | |
| ● 河原外語観光・製菓専門学校 | ■ 海外観光クリエイター ■ インバウンドデザイン | ■ 施設運営学科(3年) ■ 地域連携実習(3年) | |
| ■ 外国語学科 ■ アジア語・国際語 | ■ イタリアン・スイーツ ■ パン・ベーカリー科 | ■ 施設運営科(3年) | |
| ■ エクスポート・貿易科 ■ 国際貿易・通関科 | ■ ベースボール合宿 | ● 河原医療大学校 新居浜校 | |
| ■ ハウス・アンド・ガーデン科 ■ ラボラトリア | ■ ベースボール合宿 | ■ 両親育成学科(3年) | |
| ■ 施設運営・柔道整復科(3年) ■ 健康栄養学科(3年) | ■ 施設運営・柔道整復科(3年) | ■ 医能試験科(2年) | |

1

- | | | |
|------------------|---------------------|--|
| ● 河原調理専門学校（専門課程） | ● 資格の大原 愛媛校 [社会人課程] | ● 明星クリニック |
| ■ 調理科（1年） | 他 | ■ 内科 ■ リハビリテーション科
■ 通常科/ハートリニシヨン
■ 国立大病院連携 |

高等学校

- 人間環境大学附属岡崎高等学校 **● 未来高等学校** **● 河原調理専門学校(高等課程)** <愛媛>
全日制普通科 広域通信制 <愛媛・愛知>

保・幼稚園

-

- 家庭教師を経て学習塾「松山英数学館」を開設 -

私(創業者・河原学園総長 河原次暉)は、もともと人を教育することが好きで、県立工業試験場の越智猛夫氏(元東北福祉大教授)の研究室で助手をしながら家庭教師をしていました。1960年代(昭和30年代半ば~40年にかけて)は団塊世代が中学校や高校に進学する時期で、受験ブームの助走期でもあり、その子たちが指導の対象でした。何人も掛け持ちするようになると、各家庭に訪問するのは非効率だと考え、学習塾の形態で『松山英数学館』を1962年(昭和37年)に開設しました。

同時に、優秀な人材を育てるためには、何歳から、どういう教育をすればいいのか、といった研究に没頭し、「教育は小中学校よりもっと早い段階、児童期からしっかりと行わなければならない」という考えにたどり着きました。そして1973年(昭和48年)に愛光幼稚教育研究所を立ち上げて理論化を進め、実践と深化の後、1975年(昭和50年)に愛光幼稚舎を開園しました。



愛光幼稚舎第1期生と園長 河原次暉(中央)

- 偶然から始まった専門学校教育への道 -

現在の新潟総合学園などを創設した池田弘氏との出会いがなければ、専門学校は設立していなかつたかもしれません。

石川県羽咋市で『日本の教育を考える会』の講演会・シンポジウムがあり、登壇するソニー創業者の井深大氏より招待を受けて赴いた際、同部屋になったのが池田氏でした。その時は、彼が途中で帰ったので名刺交換程度で終わっていました。

2年後、池田氏から連絡があり、「専門学校の件はどうなりました?」と言うのです。実は、専門学校設立を提案されていたのですが、私はそのことを忘れていました。忘れていたという後ろめたさもあり、この提案に乗ることにしました。

1980年(昭和55年)頃から世にコンピュータが出回り始め、情報化時代の兆しが見えたことから、そうした変化に対応できる人材を育成しようと考え、1985年(昭和60年)に学校法人河原学園を設立し、翌年4月、情報処理本科など6科を置く『愛媛電子ビジネス専門学校』を松山に開校しました。



松山校開校当時の外観

河原学園 系譜図



- 講師集めと卒業生の就職先確保に苦労 -

設立当初の生徒集めは順調でした。県立高校校長などを歴任された兵頭保氏が本校の校長に就任し、県下の学校に周知してくれたおかげで、初年度は定員120名に対し約360名の応募がありました。せっかく校長が回ってくれたのに「受け入れられません」ではいけないので、予定を上回り応募者を受け入れました。結果として校舎は初年度で満杯となり、次年度の受入校舎がないという事態となりました。慌てて隣地所有者と交渉し、土地を購入しました。

苦労したのは講師集めです。時代背景もあり、教えられる人材そのものが少ないうえ、給料も通常の職員の2~3倍の水準を要求されます。大きな格差をつけるわけにもいかず、どこで折り合いをつけるか調整に苦心しました。

卒業生の就職先確保も課題でした。「専門学校は和裁・洋裁をする所だろう?」「初任給は高卒扱いか、大卒扱いか?」など、そもそも専門学校の存在や位置づけが企業に十分認知されておらず、1つひとつ説明して回る必要がありました。そのような中、いよいよコンピュータサービス(ICS)には卒業生を多く採用してもらい、ありがたかったです。



- 時代のニーズに合わせ専門課程を拡大 -

1990年(平成2年)に、2校目となる『国際電子ビジネス専門学校』を新居浜市に開校しました。新居浜には桃山学院短期大学がありましたが、閉学が決まっていました。行政から要望もあり、若者の流出防止の観点からも進出を決断したのです。新居

浜は住友グループをはじめとした工業主体の街でしたから、コンピュータの浸透が早かったのでしょう。約600名の卒業生を地元就職につなげることができました。

新たな分野の専門学校として1995年(平成7年)に開校したのが『愛媛医療福祉専門学校』です。老人福祉法の改正により施設介護化が進み、介護士のニーズが増えてきたことが背景にあります。

この他、2000年(平成12年)以降はデザイン・漫画・アニメ系やペット系、医療系、美容系、調理・製菓系などの人材を養成する専門学校を続けて開設してきました。幅広い分野において都会と同レベルの専門教育を地方で学べて資格も取得できることは、保護者にとって出費の節約にもなりますし、何よりも若者の人材流出防止につながります。

- 通信制高校の開校 -

1990年代、学校の不登校児童生徒数が著しく増加しました。2000年代に一時的な減少期もありましたが、その後再び増加に転じ、2024年度(令和6年度)は過去最多となっています。

不登校になる原因はさまざまですが、当学園としてもその事実に胸を痛めていました。「世の中の発展のために自分たちが仕事をすることで生きがいを感じ、幸せな人生を送れるようにしてあげたい」という一心で、広域通信制の『未来高等学校』を2007年(平成19年)に開校しました。本校は松山に置き、新居浜に分校、今治と宇和島にスクーリング会場を設置。県外にも九州から関東まで20以上の学習センターを整備し、全国区の通信制高校に成長しました。また松山本校には、全日制高校のように毎日通学できるコースも設け、多様化する教育ニーズに応えられる体制を整えています。

- 大病を患い人生観が変わる -

少し話は前後しますが、私にとって人生の転機となったのは学園設立前の41歳の時に大病を患ったことです。医師に直接言われたわけではないのですが、「自分は長生きできない」と感じました。そ

の時、「今まで生かしてもらったのだから、命の限り恩に報いていく」と決意すると同時に「これから的人生は“感謝の心”で世のため、人のために尽くさなければならない」という思いがそれまで以上に強くなりました。この“感謝”という言葉は、当学園の学是や教育方針にも掲げる重要な位置づけと

なっています。

これまで、ここでは語り尽くせないほど多くの方々と出会い、お世話になり学ばせていただきました。その方々や社会に対する恩返しが十分できていないことに申し訳ない気持ちもあり、改めて心より感謝いたします。

**second
ターニングポイント**



岡崎学園(愛知)との合併

- 医療コンサル勤務を経て帰郷 -

私(理事長 河原成紀)は、学園経営を継ぐつもりはありませんでした。と言うのも、学園が設立されたのは私が高校生の頃で、すぐに東京の大学に進学したこともあり、父(創業者・河原学園総長 河原次暉)が専門学校を運営する印象がほとんどなかったからです。大学卒業後もそのまま関東圏に留まり、医療系コンサル会社に就職しました。高齢化社会の到来が語られ始めた時代で、40~50年先“残る産業”は何か、と考えた時に行きついたのが医療分野だったので。そこでは、介護施設のエリアマーケティングや投資・事業計画の策定と言った新規立ち上げ業務から、その後の財務支援など、伴走支援に携わってきました。

1999年(平成11年)、私が29歳の時に父から「学園を手伝ってほしい」と連絡があり、帰郷を決意しました。ここまで育ててもらった恩があり、帰らないという選択肢はありませんでした。

まず取り組んだのは、父が寄附をして開設された、長野県諏訪市にある介護施設の運営でした。規模は100床、10億円ほどの事業でしたが、赴くと人手不足で事業は滞っており、寝る間を惜しみ資金繰りも含め経営全般を再構築していきました。そこでは前職の経験が活き、ある程度運営を軌道に乗せた1年後、松山に戻りました。

- 営業、校長職を経て理事長就任 -

松山に戻ってからは、まず高校向けの営業活動に従事しました。当時は、当学園と愛媛学園、山本学園の三つ巴でしのぎを削る状況でした。重要だったのは、「いかに選んでもらえる学校になる

か」です。興味や関心を持つ高校生に、当学園の魅力と進学先としての価値を丁寧に伝えることを心がけました。専門学校・職業教育は、「手に職をつける」ことが将来の活躍につながる優位性になり、その将来像を提示できる営業には私自身も楽しさとやりがいがありましたし、高校生や保護者、高校の先生の話を聞くことで、地元に根ざした職業教育機関の重要性も理解できました。

その後は、新たな学校設置や校長職に携わりました。設置業務の基本的な枠組みは、前職で手掛けた介護施設とは大きく変わりませんが、学校教育全般に携わる校長職の“責任”は格段に重いものでした。このような経験を経て、2009年(平成21年)に理事長職を拝命しました。

- 大学教育に关心 -

父は、教育事業に携わるなかで『いざれ大学教育にも踏み出したい』という思いがあったようです。しかし大学を一から作るとなると、何十億円という資金が必要となり、リスクも大きい。そこで、既存の大学を買収する方が効率的だと考えていました。関東圏を中心にいくつか候補先はありましたが、さまざまな事情で実現しませんでした。そうした折、「河原が買収できる大学を探している」という噂が流れていたのでしょうか。愛知県にある学校法人岡崎学園から相談が持ち掛けられました。

岡崎学園は1906年(明治39年)に『岡崎裁縫女学校』として開校。その後、改称や男女共学化を経て、人間環境大学およびその附属校の中学校、高校を運営していましたが、経営難に陥っていました。歴史ある学校であったため、地元経済界が立て直しに動いたものの再建は難航し、外部の運営に頼らざ

るを得ない状況になっていました。2010年(平成22年)の年の瀬、事務長と担当者が父を訪ねてきたのです。「現経営陣は総退陣するので、貴学で理事や評議員を選んで、学園を再建してもらえませんか?」という話でした。そして2011年(平成23年)3月、父が岡崎学園の理事長に就任し、運営に携わることになりました。

- 教職員の意識改革からスタート、合併へ -

いざ岡崎学園の中身を見ると、20数億円の借金があり、中学は新規募集を停止、高校・大学も大幅な定員割れで、年間の赤字額は2億5,000万円にものぼる状況でした。なかにはずさんな経理処理もあり、厳しい処分を下さざるを得ないこともあります。

立て直すにあたり先ず着手したのは教職員の意識改革でした。父は週に1~2日は愛知に出向き、早朝6時から掃除をして教職員や生徒を出迎えるとともに、教職員に“教育とは何か、学校経営とは何か”を口酸っぽく説き続けたそうです。繰り返すうち、少しづつ耳を傾けてくれる教職員も増えていきました。

一方、学校の赤字体質を脱却するには、新しい学部を設置するなど抜本的な改革が必要でした。しかし、文科省は経営が厳しい学校からは新規事業の認可申請を受け付けません。つまり、岡崎学園は八方ふさがりの状況だったわけです。そこで2013年(平成25年)に河原学園が岡崎学園を“吸収合併”することにしました。

当然ながら地元の学園OB・OGの一部は事情を知らないので、反発もありました。「岡崎学園の名前が消える、乗っ取られる」という不安があったのだと思います。一番大変だったのは愛知県内の教職員組合員の反対でした。のぼりや拡声器による反対デモや署名活動を行い、署名は12万通にも達しました。ただ、文科省は合併に理解を示し、協議も友好的に進んだ結果、反対署名が提出される直前の2014年(平成26年)1月に認可を取り付け、正式に合併の運びとなりました。いわゆる専門学校法人が大学法人を吸収合併したのは、全国で初めてのことでした。河原学園の学是を加えただけで校名や校訓・教育方針などはそのままにし、歴史ある学校の名残を可能な限り残したことで、地元経済界は安堵したようです。



人間環境大学岡崎キャンパス

- 学部・学科の“選択と集中” -

『人間環境大学』の看護学部は、学部学科の抜本的な見直しの一環で新設した学部ですが、最初は教員集めに苦労しました。

しかし、ここでもひょんなご縁がありました。関西の大学で看護学部を設置する動きがあったものの計画が頓挫し、そこで教鞭を執る予定だった方が「父に会いたい」と訪ねてこられたのです。私たちが看護学部の教員を探していたことを聞きつけたのでしょう。「教育目的や方針が一致しているので一緒にやりましょう。先生も私たちで集めますので」と言うのでお任せしたところ、たちまち50人ほどの教員が集まりました。ここまで揃えば、カリキュラムも十分に組めることから、学部設置と同時に大学院(前期・後期)設置の認可も得ることができました。こうして2015年(平成27年)、愛知県大府市に大府キャンパスを開設し、看護学部と大学院看護学研究科を設置しました。学生募集は順調に進み、卒業生の看護師資格取得率100%の実績も生まれました。このような教育実績が起爆剤となり、キャンパスは活気を取り戻していました。

愛知で看護学部の新設と並行して行ったのは既存学科の再編です。人間環境学部は経営、心理、環境、日本文学と4つのコースがありました。そこで2017年(平成29年)に心理学科と環境科学科の2つの分野に絞り学科に昇格させたところ、徐々に学生が集まり始めました。さらに両学科を心理学部、環境科学部に昇格させ、心理学科、犯罪心理学科、フィールド生体学科、環境データサイエンス学科を新設しました。

- 愛知での実績を活かし松山でも学部展開 -

愛知での両学部・学科の実績が表れ始めたことを受け、愛媛で同様の教育環境を整えることにしました。2017年(平成29年)、松山キャンパスに松山看護学部看護学科と大学院を、2022年(令和4年)には道後に新キャンパスを構えて『総合心理学部』、昨年には道後キャンパスに新校舎が完成し『総合環境学部』が始動しました。

心理学に関しては四国の大学に専門の研究者が少なく、総合的に心理学を学べる学部がありません。近年の日本は“ストレス社会”とも言われ、息苦しさを覚える場面も多いと感じます。学生には“心の健康”を学ぶことで自己理解を深め、コミュニケーション力を高めてより良い人間関係を築くとともに、安全で安心できる社会づくりに貢献する人材に成長していただきたいです。愛知と愛媛に設置されている『犯罪心理学科』は、日本で初めて設置した学科です。欧米と違って、日本では一般的な学問領域ではありませんが、“犯罪そのものを研

究する”だけでなく「人が追い詰められない社会をつくるために何ができるか」を探求し、社会に貢献してもらうことを目指しています。

このように愛知と愛媛で学部・学科の設置ができるのは、教職員が河原学園として求める真の学校教育のあり方や学校経営について理解し、学生や保護者、社会に必要とされる取り組みに尽力してくれた結果です。みんなには心から感謝申し上げます。



2025年4月に完成した松山道後キャンパス新校舎

third
ターニングポイント

3 スポーツとの関わり

- プロスポーツチームで地域活性化をめざす -

私は、学園運営と並行してプロバスケットボールチーム『愛媛オレンジバイキングス』の運営にも携わるようになりました。これは専門学校設立につながった新潟の池田氏とのご縁がきっかけです。

父だけでなく私自身も池田氏と懇意にさせていただいており、常々「教育だけでなく、他の分野を含めた地域貢献が必要ではないか」と話し合っていました。当時、池田氏は日本プロバスケットボールリーグ(bjリーグ)の会長を務めており、Bリーグ移行の際に「愛媛にチームを作らないか」と誘われたのです。私は「プロスポーツチームの存在は、シビックプライドの醸成や若者の流出防止につながる」と考え、地域の方々とチーム作りに着手しました。そして、2015年(平成27年)に運営会社を立ち上げ、2016-17シーズンから『愛媛オレンジバイキングス』としてリーグに参加しました。当学園も、学生によるチーム紹介映像制作や来場イベントの企画運営などで間接的に関わっ

てきました。現在、第三者割当増資によって株式をサイボウズ社が取得し同社がチームの運営の主体を担っています。サイボウズ社の『チームワークあふれる社会を創る』という方向性は、私たちが目指すものと同じであり、当学園も引き続き関わっていきます。

県内では現在、アリーナ構想が議論されていますが、ホームタウンとするチームがなければこの構想自体が生まれなかつたかもしれません。こうした意味では、チームの存在は地域活性化の議論に一石を投じたと言えるのではないでしょうか。



愛媛県表敬訪問(右から2人目が理事長 河原成紀)

- “未来富山”の甲子園出場 -

昨夏、未来高等学校の富山学習センターである『富山みらい学園』の硬式野球部が初の甲子園出場を果たしました。全校生徒24人中23人が野球部員ですので「野球学校だろう」と思われるがちですが、通信制高校の自由度の高さと独自のカリキュラムを組んでいますので、学業面も頑張ってくれています。

試合当日には地元魚津市民約300人をはじめ、魚津市内の高校3校とOB・OGが混成吹奏楽団を結成して応援に駆けつけてくださっただけでなく、私に「甲子園に連れてきてくれてありがとう」と声をかけてくださいました。選手にとっても、その声援は大きな励みになり、地元との一体感を感じたはずです。この経験は、各自が地域社会へ貢献していく力になると信じています。



多くの地元住民が応援に集結

- e-スポーツ学科の新設 -

海外では、e-スポーツはすでにプロスポーツとして確立されています。プロ選手の社会的地位は高く、専門のコーチやトレーナー、栄養士がつくなど、従来のスポーツ選手と同様の環境で活動しています。一方、日本では社会的地位や認知度はまだ十分とはいえないが、その分、今後の伸びしろが大きい分野です。

また、e-スポーツの大会運営には、選手だけではなく、大会の企画運営、撮影・映像編集、音響・照明など多くの専門人材が関わります。そのような人材を体系的に育成することは市場拡大に不可欠です。このような背景を踏まえ、2024年(令和6年)8月に銀天街に『KAWAHARA e-Sports Stadium』を整備し、e-スポーツのインフラを整えました。そして昨年4月、『河原デザイン・アート専門学校』に四国初のe-スポーツ学科を新設したところです。



未来に向けて NEXT 適切な事業エリアと教育分野の拡大を

- 幼児教育から高等教育までの縦展開が課題 -

少子化の影響で教育業界を取り巻く環境は一段と厳しさを増しています。当学園の強みは、高等教育機関である大学・専門学校、中等教育機関の高校、さらに教育のスタートとなる幼稚園と縦展開を行っていることです。愛知は大都市圏であり、少子化の影響が比較的小さい地域です。この愛知で、当学園の強みである縦軸で一気通貫した展開をさらに拡大したいと考えています。また、大学においては経済学部や法学部など一般的に広く展開され

ている学部ではなく、ニッチな分野の教育を担うとともに、愛知を先行地域として展開し、良いものを愛媛に持ってくる戦略を取っていきたいです。

- 海外拠点の設置で高度外国人材の育成を視野に -

人口減少下においては海外展開も進めていかねばなりません。

実は、1999年(平成11年)から中国の大連で『大連河原日本語学校』を運営していた時期がありました。社会情勢の変化などもあり現在は閉鎖しまし

たが、日本語検定1級を取得するような優秀な人材が600人ほど来日して大学等に進学し、卒業後も日本や中国で活躍しています。

海外進出企業は、現地拠点を任せられる日本語が堪能で優秀な人材を求めていました。どのような外国人材が求められているか企業ニーズを的確に把握し、単に日本語を教えるだけでなく、専門教育も海外で実施し、来日した時には即戦力として活躍できる高度外国人材を育成したいです。

候補地をASEAN地域に絞り、ベトナム、ミャンマー、インドネシアの3カ国を検討していますが、日本語教育が盛んで日本の文化・エンターテイメントへの関心も高いインドネシアでまずは展開したいと考えています。

- 地域・企業と連携した取組強化 -

当学園では、10年以前からコマシラバス教育に取り組んでいます。1コマごとの授業の主題や教育目標を詳細に示し学生に事前配布することで、授業や勉強に慣れていない学生でも学習に取り組みやすく、高度な知識・技術を身につけられる体制を整えてきました。

シラバスを詳細化(可視化)することで、教員も「学生が体系的に修得できる授業はどうあるべきか」や「そのために教材やテキストはどうあるべきか」といった点を深く考えるようになります。その結果、外部との連携機会が増え、これまでに県内のみならず県外の企業・業界団体・自治体などと連携してきました。学生と企業・業界が相互理解を深められる機会を提供することで、より先進的な業界動向や現場の実務を学生に吸収させることができます。学生が設計した家を建てるなどの成果も生まれてきています。“点”ではなく“面”で活動することは、学生や教職員の視野が広がり、なにより地域の活性化には欠かせません。



学生が設計した家を建てるプロジェクト

- 各校が自立して運営できる体制をめざす -

私の大きな使命は、地域で人材を育てて地域で活躍してもらうことだと思っています。当学園を卒業した約7万5,000人を超えるOB・OGの母校がなくなることは何が何でも避けなければならず、未来永劫に残していく“責任”があります。そのためには、各校がしっかりと自立して運営できる道筋を立てていく必要があります。

一般の企業であれば社長や役員を中心に等質な組織ができあがります。しかし、学校はなかなか面白い組織体で、学校ごとに分野やカラーが異なったりするので、同じ学園であっても他校とは相容れない、といったことが起こります。実際私が入職した時は、学校同士の仲が良好とはいえず、長い時間をかけて少しずつ改善してきました。今後は各校、各課程が自立すると同時に、それぞれが学園全体としての視点も持てるよう教職員の意識改革に努めています。

組織規模が拡大していくなかで、内部の透明性確保はますます重要になります。専門学校では、教職員の業務内容を可視化して、管理者が学生指導に関する助言を行えるシステムを導入していますが、大学や高等学校でも順番に導入を進めています。効率的なシステムで、教職員も働きがいを持つて教育にまい進できる組織にしていきます。

学園設立から昨年で40年を迎えました。在籍学生・生徒数は全体で約8,600人と中四国最大級ですが、これで安泰ではありません。「河原学園で学んでよかった」と言う在校生や卒業生がさらに増えていくよう、教職員一体となって社会のニーズに応えられる学園を作っていく所存です。

(文責 IRC)



学園卒業式の様子



調査
レポート
Vol. 1

IRCMONTHLY
RESEARCH REPORT

2025年下期の景況感は一時的に改善 2026年上期はコスト高や 賃金上昇などから慎重な見通し

第76回愛媛県内企業業況見通し調査
—2025年下期実績見込みおよび2026年上期見通し—

要旨

- 01** 愛媛県内企業の2025年下期(7～12月)の業況判断DIは、日米関税交渉が合意に至ったことによる警戒感の低下や好調なインバウンド需要を背景に、▲12(前期比5ポイント改善)となった。
- 02** 2026年上期(1～6月)見通しの業況判断DIは、物価高や賃金上昇が続くとの見通しから慎重な見方をする企業がみられ、▲19(2025年下期比7ポイント悪化)となった。
- 03** 2025年下期の設備投資実施企業の割合は、前期比0.6ポイント上昇し42.4%となった。2026年上期は、41.2%と2025年下期比1.2ポイントの低下となったがほぼ横ばいであり、2024年上期から続いた低下傾向に下げ止まりの兆しがうかがえる。
- 04** 2025年下期の採算DIは+39(前期比7ポイント悪化)、資金繰りDIは+24(前期比6ポイント悪化)となり、ともに低下した。2026年上期見通しでは、採算DIが+43と2025年下期比4ポイント改善するも、資金繰りDIは同横ばいの+24となり、資金調達環境は慎重な見方となった。

【はじめに】

2025年4月～6月期のGDP速報(2次速報値)によると、実質GDP成長率は前期比+0.5%となった。一方、2025年7～9月期(改定値)は、輸出減や設備投資の落ち込みなどが全体を押し下げ、同▲0.6%と6四半期ぶりのマイナス成長となった。県内経済は、生産や住宅着工など一部に弱い動きがみられるものの、全体としては緩やかに持ち直している。懸案だった日米関税交渉は一応の合意に至ったものの、長引く物価高など先行きには不透明感も残る。こうしたなか、県内企業の業況等を把握するためアンケートを実施した。

調査実施概要	
調査対象	愛媛県内に事業所を置く法人 749社
調査方法	郵送・メールによるアンケート方式(回答はWEBまたは郵送)
調査時期	2025年11月上旬～11月下旬
回答企業数	有効回答数355社 有効回答率47.4%

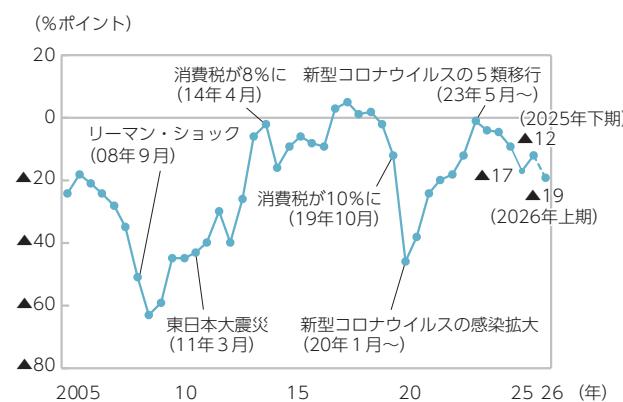
1. 業況判断DI

01 | 業況判断 DIの推移

～新型コロナ5類移行時以来の改善～

業況判断DIは実績、見通しともに悪化が続いてきたが、2025年下期は新型コロナ5類移行時以来、5期ぶりの改善となった。しかしながら、依然としてマイナス圏で推移している(図-1)。

▶[図-1]業況判断DIの推移



02 | 2025年下期実績

～製造業、非製造業とともに改善～

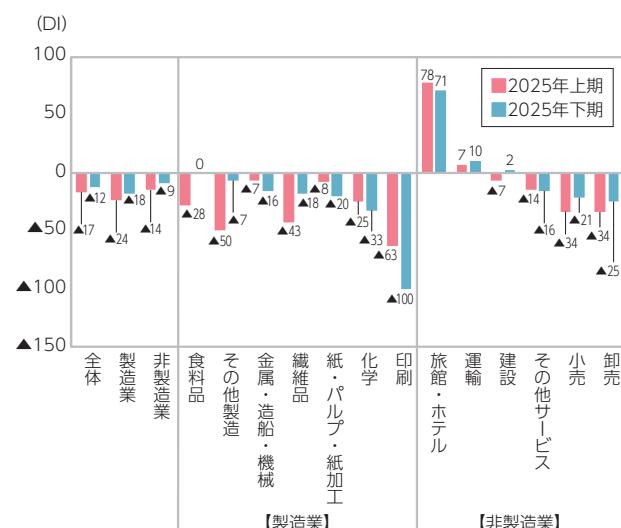
- ✓ 2025年下期の業況判断DIは、▲12(前期比5ポイント改善)となった(図-2)。
- ✓ 部門別にみると、製造業は▲18(同6ポイント改善)、非製造業は▲9(同5ポイント改善)となった。

2025年下期実績の業況判断DIは、前期比で改善したが、ほぼ全ての業種がマイナス圏である。

製造業では、インバウンド需要などを受けた「食料品」や、タオルを中心とした「繊維品」が改善となった。「印刷」は、原材料高や人件費上昇分が十分に価格転嫁できていないなどの要因で、同37ポイントの悪化となった。

非製造業では、「旅館・ホテル」「その他サービス」を除いて改善となった。「運輸」は海運を中心に堅調な市況(傭船料)を背景に改善した。「旅館・ホテル」は同7ポイント悪化したものの、好調なインバウンド需要に支えられ、+71と高水準を維持した。ただ、ビジネス需要が中心の一部施設では弱さがみられた。

▶[図-2]業況判断DI(25年上期、25年下期)



※業況判断DI=+100は全企業が「良い」または「やや良い」と回答した状態を指す。

前回調査時の見通しと今回実績を比較すると、製造業、非製造業ともに上振れした(表-1)。回答企業が異なるため単純比較は出来ないが、トランプ関税への警戒感の低下や仕入価格に落ち着きがみられた影響が考えられる。

▶[表-1]前回見通しと今回実績との比較

	見通し(2025年5月調査)	実績(2025年11月調査)	対見通し比(ポイント)
全 体	▲24	▲12	12
製 造 業	▲27	▲18	9
非製造業	▲22	▲9	13

03 | 2026年上期見通し

～製造業、非製造業ともに悪化～

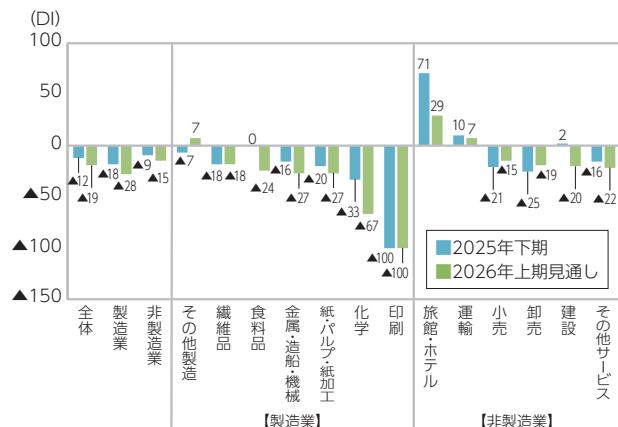
- ✓ 2026年上期見通しの業況判断DIは、▲19(2025年下期比7ポイント悪化)となった(図-3)。
- ✓ 部門別にみると、製造業は▲28(同10ポイント悪化)、非製造業は▲15(同6ポイント悪化)となった。

2026年上期見通しの業況判断DIは、ほとんどの業種で悪化となった。

製造業では「その他製造」を除いて悪化または横ばいの見通しとなった。「食料品」は12月からの最低賃金引き上げと高止まりする原材料費の影響から同24ポイント悪化の▲24となった。「印刷」は資材高騰が続いているなかで価格競争を強いられ、横ばいの▲100となっており、厳しい見通しが続いている。

非製造業は、「卸売」「小売」を除く業種で悪化となった。「旅館・ホテル」では、人手不足による宴会の受け入れ調整や、日中関係の緊迫化によって中国人向けが主だった宿泊施設との値下げ競争の懸念などから、同42ポイント悪化した。「建設」は、同22ポイント悪化しプラスからマイナスに転じた。公共工事の減少見込みや「現場人材の不足から受注に対して慎重にならざるを得ない」との声が聞かれた。

▶[図-3]業況判断DI(25年下期、26年上期見通し)



2. 売上高

01 | 2025年下期実績

～製造業は増収、非製造業は微減～

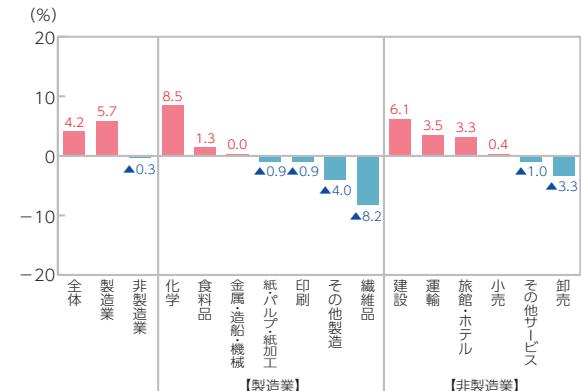
- ✓ 2025年下期の売上高は、前年同期比4.2%の増収となった(図-4)。
- ✓ 部門別にみると、製造業は同5.7%の増収、非製造業は同0.3%の微減となった。

2025年下期の売上高は前年同期比増収となった。

製造業では、前年の自動車メーカーによる減産が回復した「化学」や、宿泊・外食需要に支えられた「食料品」で増収となった。「繊維品」は、衣料品向けが下期は来夏物の製造期間のため冬物より数量、単価とも落ち込むため減収となった。

非製造業は、「卸売」が減収となった。住宅着工件数減少に伴う建築材料関連や、紙媒体の減少による紙関連卸で減収傾向がみられた。

▶[図-4]業種別売上高前年同期比増減率(2025年下期)



02 | 2026年上期見通し

～製造業、非製造業とともに増収の見通し～

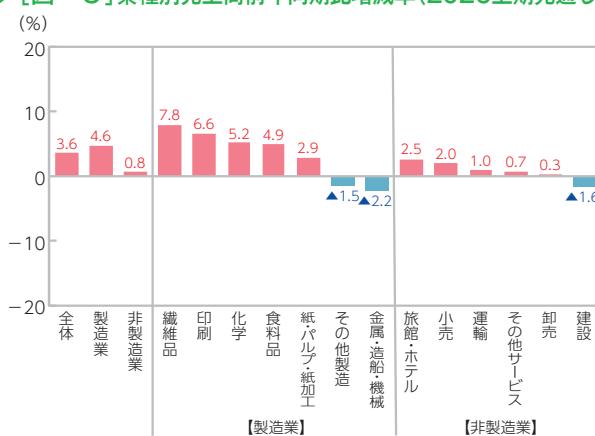
- ✓ 2026年上期の売上高見通しは、2025年上期比3.6%の増収となった(図-5)。
- ✓ 部門別にみると、製造業の見通しは同4.6%の増収、非製造業も同0.8%の増収となった。

2026年上期の売上高見通しは、引き続き増収が見込まれる結果となった。

製造業は、「繊維品」が来冬向け衣料品による単価上昇見込みから増収見通しとなった。一方、「金属・造船・機械」は設備投資案件の減少見込みなどから減収見通しとなった。

非製造業は、「建設」のみ減収見通しとなった。資材高騰に伴い公共、民間ともに投資減少が見込まれ、また「案件が出たとしても人員面から抑制せざるを得ない」との声が聞かれた。

▶【図-5】業種別売上高前年同期比増減率(2026年上期見通し)



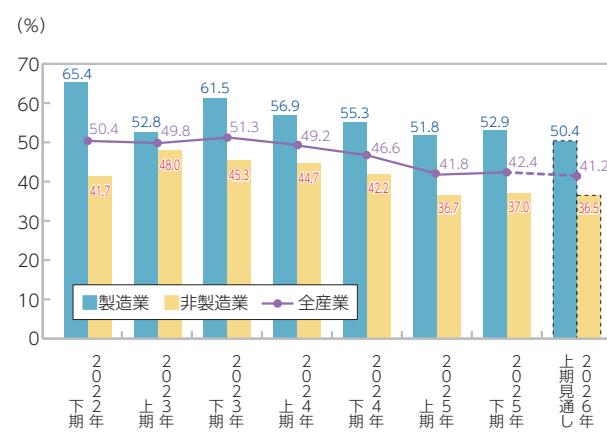
3. 設備投資

～製造業、非製造業とともに上昇～

- ✓ 2025年下期の設備投資実施企業の割合は、前期比0.6ポイント上昇の42.4%となった(図-6)。
- ✓ 部門別にみると、製造業は同1.1ポイント上昇し52.9%、非製造業は同0.3ポイント上昇し37.0%となった。
- ✓ 2026年上期見通しは、同1.2ポイント低下の41.2%となった。

2025年下期に設備投資を実施した企業の割合は微増、2026年上期の見通しは再び低下しているがほぼ横ばいであり、2024年上期から続いた低下傾向に下げ止まりの兆しがうかがえる。

▶【図-6】設備投資実施企業割合の推移



設備投資の目的別では、「既存設備の維持・補修・更新」が2025年下期、2026年上期見通しともに最も高かったが割合は低下している(表-2)。一方で、「省力化・合理化」「情報化・IT投資」がわずかながら増加している。納品先が拡大したある企業では、人員増加による人件費負担よりも省力化設備の導入を選択したり、また別の企業では、他社と差別化できないバックオフィス業務でIT化を進めるなどの取り組みがみられた。

▶[表-2]設備投資の目的(複数回答)

投 資 目 的	2025年 下期	2026年 上期見通し
既存設備の維持・補修・更新	74.7%	70.3%
生産・販売力の拡充	30.0%	22.8%
省力化・合理化	22.0%	23.4%
情報化・IT投資	18.7%	21.4%
新規事業・新分野進出	7.3%	5.5%
福利厚生施設	5.3%	5.5%
環境・リサイクル関連	4.0%	4.8%
研究開発	4.0%	3.4%
その他	4.0%	8.3%

4. その他の項目

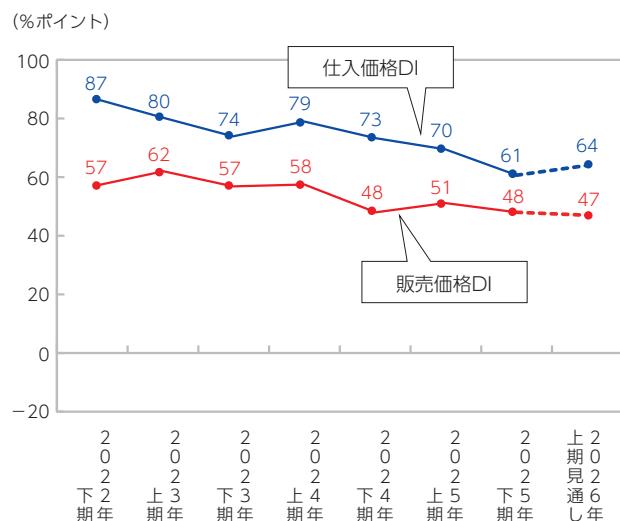
01 仕入価格DI・販売価格DI

~仕入価格DIは低下、販売価格DIも低下~

2025年下期の仕入価格DIは、前期比9ポイント低下の+61となった(図-7)。2026年上期見通しは、同3ポイント上昇の+64となっており、仕入れ価格の上昇圧力は続くとの見方が多い。

2025年下期の販売価格DIは、前期比3ポイント低下の+48となり、価格転嫁に停滞感がみられる(図-7)。2026年上期見通しは、同1ポイント低下の+47となった。価格改定の意向はありながらも、顧客の反応を懸念する声が聞かれた。

▶[図-7]仕入価格DI・販売価格DIの推移



02 採算DI・資金繰りDI

~2025年下期の採算DI・資金繰りDIはともに低下~

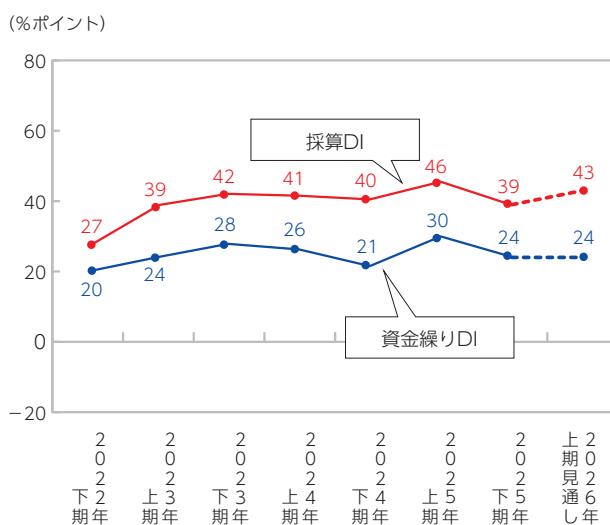
2025年下期の採算DIは、前期比7ポイント低下

の+39となった(図-8)。2026年上期の見通しは同4ポイント上昇の+43となっている。

2025年下期の資金繰りDIは、前期比6ポイント低下し+24となった(図-8)。2026年上期見通しは横ばいであった。

採算性には若干の改善見通しがあるものの、利上げ観測など資金調達環境に対しては慎重な見方がうかがえる。

▶[図-8]採算DI・資金繰りDIの推移



【おわりに】

2025年下期の業況判断DIは、日米関税交渉が一応の合意に至ったことや好調なインバウンド需要を背景に5期ぶりの改善となった。しかしながら、2026年上期見通しにおいて、対前年比で売上高の増加を予想する一方で業況判断は悪化を見込んでいる。增收見通し以上のコスト高や人件費負担の影響から慎重な見方となっており、今回の景況感の改善は一時的だといえる。

来期も仕入コストや賃金の上昇が続くと予想され、また日中関係の緊迫化が長引けば新たな景気下押し要因となる可能性も懸念される。企業の採算性への影響を注視しつつ、高市政権が打ち出した物価対策と成長戦略が地方経済へ波及することで、個人消費と生産活動が県内経済を下支えすることを期待したい。

(菅 正也)

▶[表-3]2025年下期実績見込み

業種	業況判断DI		売上高(%)	設備投資(%)	他のDI					
	DI	対前期比(ポイント) (2025年上期比)	対前年同期比 (2024年下期比)	実施企業割合	仕入価格	販売価格	採算	資金繰り	雇用人員	生産・販売設備
全産業	▲12	5	4.2	42.4	61	48	39	24	▲48	▲10
製造業	▲18	6	5.7	52.9	55	49	30	16	▲30	▲6
	食料品	0	28	1.3	76.2	67	71	43	5	▲37
	織維品	▲18	25	▲8.2	36.4	55	60	▲18	20	▲27
	タオル	▲25	35	▲1.0	37.5	38	57	▲25	14	0
	その他織維	0	0	▲9.3	33.3	100	67	0	33	▲100
	紙・パルプ・紙加工	▲20	▲12	▲0.9	53.3	47	33	60	7	▲13
	印刷	▲100	▲37	▲0.9	28.6	57	29	▲43	▲29	43
	化学校	▲33	▲8	8.5	83.3	50	50	67	33	0
	金属・造船・機械	▲16	▲9	0.0	53.3	53	49	33	29	▲47
	造船	33	33	0.1	66.7	100	67	50	33	▲83
非製造業	中小鉄工	▲30	▲12	2.0	43.5	39	30	30	13	▲43
	農業機械	50	50	0.3	50.0	100	50	0	50	0
	その他	▲21	▲29	▲2.0	64.3	50	71	36	50	▲43
	その他製造	▲7	43	▲4.0	28.6	57	36	29	14	▲36
	建設商	▲9	5	▲0.3	37.0	64	48	44	29	▲57
	卸売	2	9	6.1	32.6	67	58	43	20	▲72
	商業	▲23	11	▲1.5	35.9	50	37	44	29	▲41
	食料品	0	9	▲3.3	27.3	57	43	52	32	▲33
	薬品・化粧品	17	17	2.2	40.0	40	40	30	0	▲30
	建築材料	▲64	▲14	▲6.7	36.4	55	45	27	36	▲18
小売	電気機器	0	50	▲2.0	33.3	83	33	67	33	▲60
	その他	▲45	1	▲5.1	18.2	64	45	73	36	▲40
	自動車	▲21	13	0.4	47.1	41	29	32	26	▲50
	機械・電器	▲11	3	▲2.7	66.7	44	33	56	67	▲78
	大型小売店	▲40	▲11	3.3	0.0	100	40	0	0	▲20
	その他	0	100	3.2	100.0	100	100	50	0	▲50
	運輸	▲22	16	1.0	44.4	17	17	28	17	▲44
	陸運	10	3	3.5	34.5	59	48	62	41	▲64
	海運	▲12	▲12	2.6	47.1	47	41	65	41	▲63
	旅館・ホテル	42	24	6.8	16.7	75	58	58	42	▲67
その他サービス	その他サービス	71	▲7	3.3	71.4	86	57	71	43	▲57
	運輸	▲16	▲2	▲1.0	38.7	76	52	35	27	▲61
	陸運	29	▲42	2.5	71.4	86	43	43	▲43	▲29
	海運	25	▲17	1.4	25.0	75	50	33	▲42	▲25
	旅館・ホテル	22	▲6	0.7	36.5	77	47	36	25	▲39
	その他サービス	▲22	▲6	0.7	36.5	77	47	36	25	▲15

▶[表-4]2026年上期見通し

業種	業況判断DI		売上高(%)	設備投資(%)	他のDI					
	DI	対前期比(ポイント) (2025年下期比)	対前年同期比 (2024年上期比)	実施企業割合	仕入価格	販売価格	採算	資金繰り	雇用人員	生産・販売設備
全産業	▲19	▲7	3.6	41.2	64	47	43	24	▲36	▲8
製造業	▲28	▲10	4.6	50.4	59	43	39	17	▲24	▲1
	食料品	▲24	▲24	4.9	61.9	67	57	33	0	▲21
	織維品	▲18	0	7.8	36.4	55	45	36	27	0
	タオル	▲25	0	1.5	37.5	63	25	25	0	9
	その他織維	0	0	9.1	33.3	33	100	67	100	0
	紙・パルプ・紙加工	▲27	▲7	2.9	66.7	67	33	60	14	▲27
	印刷	▲100	0	6.6	28.6	57	43	29	▲14	43
	化学校	▲67	▲34	5.2	66.7	33	50	17	33	▲17
	金属・造船・機械	▲27	▲11	▲2.2	44.4	60	40	38	24	▲42
	造船	50	17	5.4	66.7	83	50	67	33	▲83
非製造業	中小鉄工	▲57	▲27	▲11.9	43.5	52	26	26	9	▲35
	農業機械	50	0	3.3	100.0	100	50	0	50	0
	その他	▲21	0	▲6.5	28.6	57	57	50	43	▲43
	その他製造	7	14	▲1.5	50.0	54	38	46	21	▲36
	建設商	▲15	▲6	0.8	36.5	67	49	44	27	▲42
	卸売	▲20	▲22	▲1.6	26.1	76	56	48	22	▲65
	商業	▲17	6	1.2	39.0	54	46	45	30	▲29
	食料品	▲19	6	0.3	27.9	66	59	55	40	▲19
	薬品・化粧品	22	22	1.1	22.2	70	70	60	44	▲10
	建築材料	▲17	▲34	5.4	16.7	83	83	67	50	▲17
小売	電気機器	▲55	9	▲1.2	36.4	45	36	18	36	▲9
	大型小売店	▲17	0	1.7	50.0	100	100	50	0	▲20
	その他	▲18	27	▲2.4	36.4	55	45	73	36	▲30
	自動車	▲15	6	2.0	52.9	38	29	32	18	▲41
	機械・電器	0	11	1.3	66.7	22	22	78	56	▲67
	大型小売店	▲40	0	▲5.2	20.0	100	60	0	0	▲20
	その他	▲17	5	2.6	55.6	22	17	17	6	▲33
	運輸	7	▲3	1.0	37.9	55	41	59	31	▲46
	陸運	▲6	6	0.9	47.1	41	35	65	29	▲50
	海運	25	▲17	1.4	25.0	75	50	50	33	▲42
その他サービス	旅館・ホテル	29	▲42	2.5	71.4	86	86	43	43	▲43
	その他サービス	▲22	▲6	0.7	36.5	77	47	36	25	▲39

各DIの算出方法

業況判断DI:「良い・やや良い」-「悪い・やや悪い」

資金繰りDI:「余裕あり・やや余裕あり」-「苦しい・やや苦しい」

仕入・販売価格DI:「上昇・やや上昇」-「下落・やや下落」

雇用人員DI:「過剰・やや過剰」-「不足・やや不足」

採算DI:「黒字・やや黒字」-「赤字・やや赤字」

生産・販売設備DI:「過大・やや过大」-「不足・やや不足」



調査 レポート Vol.2

IRC MONTHLY
RESEARCH REPORT

目立つ空き店舗、 飲食・サービス業の比率が高まる

～大街道・銀天街の現状と今後の方向性①～

今回

はじめに

- 1.近年の大街道・銀天街の変化
- 2.店舗数・空き店舗の動向
- 3.ブロック別の現状

次回に向けて

次回(2026.3月掲載予定、章タイトルは仮)

- 4.大街道・銀天街の来街者の変化
- 5.インバウンド消費の動向
- 6.今後の方向性

おわりに

要旨

01 近年の大街道・銀天街は、大型店や映画館、老舗店舗などの閉館・閉店が相次ぎ、コロナ禍は飲食店やアパレルショップも多数閉店した。一方、大型ディスカウントストアや低価格の居酒屋などの進出が目立つ。

02 大街道・銀天街の空き店舗率は2010年代に10%台で推移していたが、20年以降急上昇し、ピーク時は21.8%まで上昇した。足元は20%前後で推移している。空き地やコインパーキングなどもみられるようになった。

03 営業中の店舗数は294店舗と16年調査と比較して47店舗減少(▲13.8%)していた。上位3業種は「飲食」84店舗、「ビューティー・ヘルス」41店舗、「その他」36店舗でこれまで1位だった「ファッショング衣料」は4位・33店舗となった。

04 「物販」と飲食・サービスなどの「非物販」の割合をみると、「物販」が40.5%、「非物販」が59.5%となった。「物販」は前回(16年)59.1%から18.6ポイント低下して50%を割り込み、商店街機能の低下が著しい。

はじめに

人口減少が進み、インターネット販売や大型商業施設などの購買行動の分散、新型コロナウイルス感染拡大などの影響もあって、地方の商店街を取り巻く環境は厳しさを増している。県都・松山においても同様で、大街道・銀天街では空き店舗の増加や業態の変化が著しい。

IRCではこれまで1989年、2001年、11、16年と大街道・銀天街の調査を行ってきた。近年、商店の減少や飲食店・サービス業店舗の増加に加え、空き地やコインパーキングなどもみられるようになった。一方、東アジアを中心にインバウンド(外国人旅行者等)来街者の増加といった変化も起きている。コロナ禍を経て変わりゆく大街道・銀天街の変化の動向について、2回にわたってレポートする。

1990～2010年頃の大街道・銀天街の様子

特記を除き、写真は愛媛大学名誉教授 寺谷亮司氏提供



大街道ラフォーレ前(2008年)



大街道2丁目(1998年)



銀天街3丁目(2000年頃)

写真提供：松山銀天街第一商店街振興組合



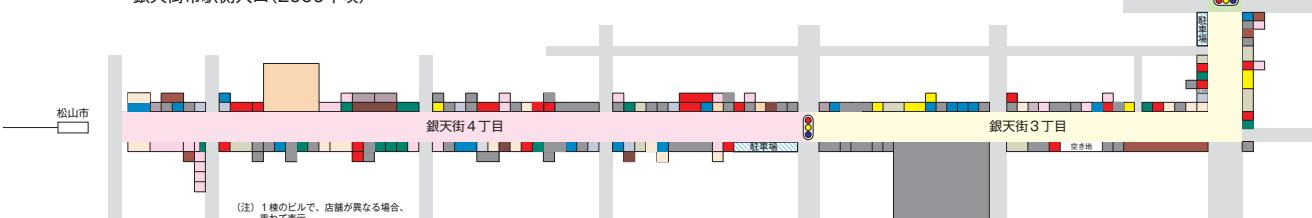
銀天街4丁目(2000年頃)



銀天街市駅側入口(2000年頃)

■ 飲食 (喫茶・食事処・ファーストフード)	■ ビューティー・ヘルス (理容・美容・エステ・医薬品・化粧品・メガネ・コンタクト)
■ 食品 (菓子店・各種食料・茶・コンビニ)	■ レジャー・カルチャー (遊戲場・娯楽・英会話・カラオケ・教育機関)
■ ファッション衣料 (婦人服・紳士服・子供服・服地)	■ 趣味 (書籍・文具・カメラ・スポーツ・楽器・CD・ペット)
■ ファッション雑貨 (靴・履物・かさ・雨具・バッグ・小物・服地・衣料品全般)	■ その他 (事務所・医療・献血・フリースペース・自習室など)
■ 生活雑貨 (家電・道具・インテリア・寝具・陶磁器・ガラス器・家電・おもちゃ・印・手芸用品・仏具・花)	■ 大型店 (大型複合施設)
■ 高級品 (貴重・時計・宝石)	■ 空き店舗
	■ 空き地等

▶[図表-1]大街道、銀天街の業種別店舗マップ



1. 近年の大街道・銀天街の変化

01 大型店や老舗の閉館・閉店が相次ぐ

2016年(前回)の調査では、大街道一番町口のラフォーレ原宿・松山跡地に「アエル松山」がオープンして通行量が増えたり、新店舗の出店が相次いだりしていた。また、「銀天街L字地区」の再開発の機運の高まりも期待されていた。

その後の約10年間の動きをみると、L字地区の中核であった「松山銀天街GET！」が20年9月に閉館したほか、21年には商店街内にあった映画館「シネマサンシャイン大街道」も閉館した(図表-2)。また、老舗の時計店や靴店、書店などの閉店も相次ぎ、新型コロナウイルスの感染拡大で打撃を受けた飲食店や若者向けアパレルショップなども多数休業・閉店した。

一方で、20年には集客力のある総合ディスカウントストア「ドン・キホーテ松山大街道店」が出店したほか、コロナ禍で需要の増した持ち帰り型の食品店や低価格の居酒屋、会員制のカフェ・自習スペースを備えた施設などの進出も目立つ。詳細はブロック別の現状で後述する。

►[図表-2]近年の大街道・銀天街の動き

時期	動き
2015年	アエル松山開店
20年	松山銀天街GET！閉館
	ZARA松山店閉店
	ドン・キホーテ松山大街道店開店
21年	シネマサンシャイン大街道閉館
	松山三越リニューアル

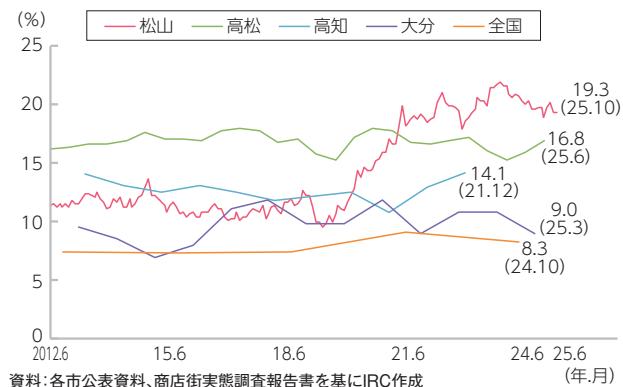
02 空き店舗率は急上昇

公表資料によると、松山市中央商店街の空き店舗率は、2010年代は10%台で推移し、コロナ前の2019年には10%を切る時期もあり「過去は近隣・同規模の都市にある中心商店街と比較すると健闘していた」(商店街組合役員)との見方もあった。しかしながら、コロナ禍に空き店舗率は急上昇し、ピークの24年1月には、21.8%となった。その後はやや低下したものの、依然として20%前後で推移している(図表-3)。商店街実態調査報告書(全国商店街振興組合連合会)によると、大街道・銀天街が区分

される「広域型商店街」※の2024年10月時点の空き店舗率(全国平均)は8.3%であり、大街道・銀天街の空き店舗率が高水準にあることがうかがえる。

※「広域型商店街」百貨店や量販店を含む大型店があり、買回り品(日常的に頻繁には買わないが、時間をかけて選ぶ商品)を中心に扱う商店街

►[図表-3]主な都市の中心商店街の空き店舗率の推移



03 低・未利用地の発現

今回の調査では、従来みられなかったアーケードに面した場所にあるコインパーキングや空き地などの低位の土地利用・未利用地が発現した。アーケードの入口や交差点などにもあって目立つ。また、宿泊特化型ホテルや分譲マンション(シネマサンシャイン大街道跡地)の進出なども初めて確認できた。

こうした近年の変化について、商店街関係者は「土地所有者や開発業者のことであり、個々の背景・理由などにコメントすることは難しい」としながらも「アーケード内に日差しや落ち葉、ホコリなどが入り込み、通行人や既存店舗の環境に悪い影響が出ている」(同)といった声も聞かれた。



銀天街に隣接したコインパーキング

2. 店舗数・空き店舗の動向

01 営業店舗数は減少

現地調査の結果、直近(25年12月時点)の大街道・銀天街で営業中の店舗数は294店舗と16年調査と比較して47店舗減少(▲13.8%)していた。これまで増減を繰り返しながらも300店以上が営業していたが、300の大台を割り込んだ(図表-4)。商店街別にみると、大街道は8店舗の減少(▲4.5%)であるのに対して、銀天街で39店舗減少(▲23.9%)と顕著である。

▶[図表-4]商店街別の総営業店舗数の推移

	1989年	2001年	11年	16年	25年
大街道	172	189	164	178	170
銀天街	173	175	153	163	124
合計	345	364	317	341	294

資料:IRC調べ

02 店舗・施設の構成

25年12月時点の業種別店舗数をみると、上位3業種は「飲食」が84店舗(16年比24店舗増加)、「ビューティー・ヘルス」(理容・美容・エステ・医薬品・化粧品・メガネ・コンタクト)が41店舗(同6店舗減少)、「その他」(事務所・医療(献血)・フリースペース・自習室など)が36店舗(同4店舗増加)となった(図表-5)。「飲食」は全国チェーンのファストフードやラーメン店などのほか、低価格を売りにした居酒屋の出店も目立つ。「ビューティー・ヘルス」のうち、最近増えてきた店舗としては、ネイルサロンやまつ毛サロン、マッサージ関係などが挙げられる。また、「その他」では、自習スペースやフリースペースなどを備えた会員制のカフェが大街道・銀天街ともに複数店舗出店している。

これまで第1位業種だった「ファッション衣料」(婦人服・紳士服・子供服・服地)は4位・33店舗(同34店舗減少)で半分以上減少した。同様に「ファッション雑貨」(靴・履物・かき・雨具・バッグ・小物・服地・衣料品全般)も12店舗(同19店舗減少)で6割以上減少した。

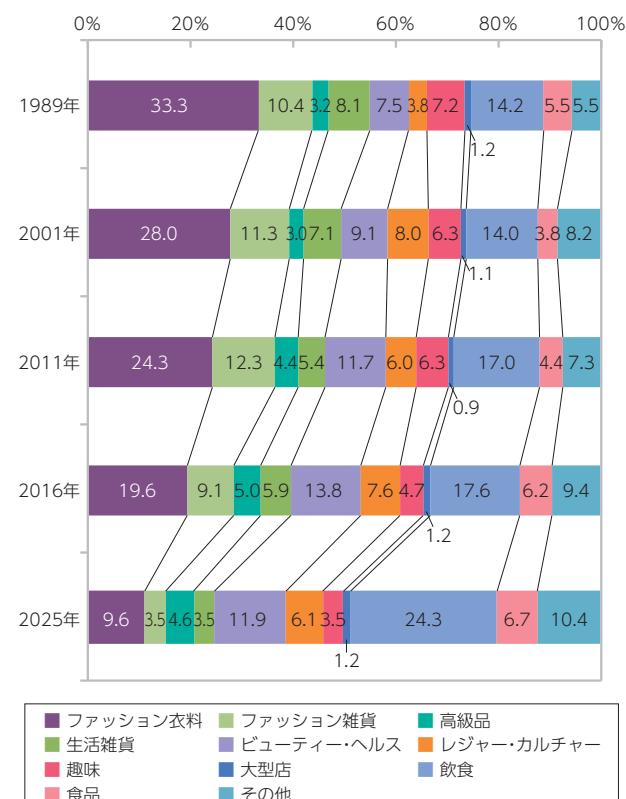
店舗の業種別構成割合の推移をみても、「ファッション衣料」(9.6%)や「ファッション雑貨」(3.5%)などの低下は顕著である。一方、「飲食」(24.3%)や「その他」(10.4%)などの構成比は上昇している(図表-6)。

▶[図表-5]業種別店舗数の推移

	1989年	2001年	11年	16年	25年
飲食	49	51	54	60	84
食品	19	14	14	21	23
ファッション雑貨	36	41	39	31	12
高級品	11	11	14	17	16
ビューティー・ヘルス	26	33	37	47	41
大型店	4	4	3	4	4
ファッション衣料	115	102	77	67	33
生活雑貨	28	26	17	20	12
レジャー・カルチャー	13	29	19	26	21
趣味	25	23	20	16	12
その他	19	30	23	32	36
合計	345	364	317	341	294

注:網掛けは上位3業種

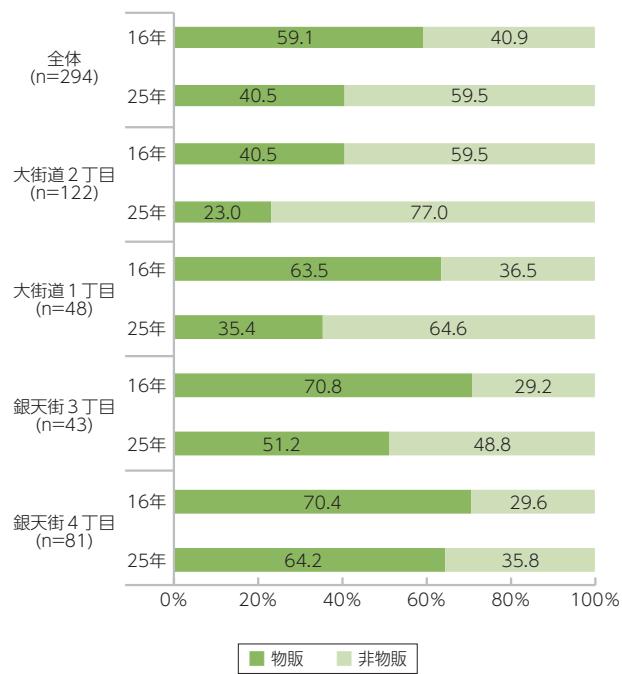
▶[図表-6]業種別店舗の構成割合の推移



注:小数点第2位を四捨五入しているため、合計は100%とならない場合がある。

次に、各店舗を「物販」と飲食・サービスなどの「非物販」に分類・集計したところ、全体で「物販」の割合が40.5%、「非物販」が59.5%となった。「物販」が前回(16年)の59.1%と比較して18.6ポイント低下して50%を割り込み、商店街機能の低下は著しくなっている(図表-7)。

▶[図表-7] ブロック別の物販・非物販の割合
(2016年と25年の比較)



※IRCでは、湊町3丁目、湊町4丁目を銀天街3丁目、銀天街4丁目として調査・表記している。

とくに大街道では7割程度が「非物販」を占め、「もはや商店街ではない。飲み屋街だ」「飲食店に貸すのをためらうオーナーが少なくなった」「エリアによっては、夜のほうが人通りが多い」(いずれも商店街関係者)などの声が聞かれた。

3. ブロック別の現状

01 大街道2丁目(P.18の水色ブロック)

一番町通りから三番町通りまでの大街道2丁目は、「非物販」比率が77.0%で4ブロックの中で最高である。もともと間口の広いパチンコ店やカラオケボックスなどの娯楽系店舗が多く立地するブロックではあったが、近年は老舗の時計店やアパレルなどが居酒屋やカフェ、カラオケボック

スなどにシフトしたことなどから、「飲食」や「レジャー・カルチャー」関係の店舗が増えた。なお、「アエル松山」は開業後約10年を経て、当初入居していた書店がフィットネスジムや事務所などに入れ替わったほか、結婚式場が閉店するなどの変化がみられる。また、一番町口の「ファーストボウル」は、建物老朽化で2024年に営業を終了した。



娯楽系店舗の多い大街道2丁目

02 大街道1丁目(P.18の緑色ブロック)

三番町通りから千舟町通りまでの大街道1丁目では、前述した映画館跡地に分譲マンションが建設されていることや「ドン・キホーテ」の出店などが特徴的だ。店舗構成は「非物販」が6割を超えるが、2丁目と比べて飲食店よりもエステサロンや美容室、携帯電話ショップなどのサービス系店舗が多い。また、千舟町に近づくほど空き店舗が目立つ。



分譲マンションの建設が進む大街道1丁目

03 | 銀天街3丁目(P.18の黄色ブロック)

千舟町通りから裁判所前通りの銀天街3丁目は、「L字地区」にあたる。「物販」と「非物販」の比率は、およそ半々である。再開発計画を見据えて閉店した店舗があるとはいっても、当ブロックが大街道・銀天街全体の空き店舗率の上昇に影響しているとみられる。特に「松山銀天街GET！」があった南側のエリアは、調査時点ではすべて空き店舗となっており、「通路化している」(地区関係者)という声もあった。



空き店舗の目立つ銀天街3丁目

04 | 銀天街4丁目(P.18の桃色ブロック)

裁判所前通り～市駅前・まつちかタウンに接する銀天街4丁目では、昔から変わらずに営業している衣料品店や化粧品店、雑貨店などが多いことから「物販」比率は64.2%となっている。市駅口では老舗レコード店がファストフードとコワーキングスペースからなる複合ビルに変貌をとげたり、県外資本の大手菓子店が出店したりするなど、活況を呈している。他方、東側を中心にZARAや地元資本の書店・ドラッグストアなどが閉店し、カフェや美容室などの出店や空き店舗の増加、コインパーキングの進出など、商業機能の低下がうかがえる。

次回に向けて

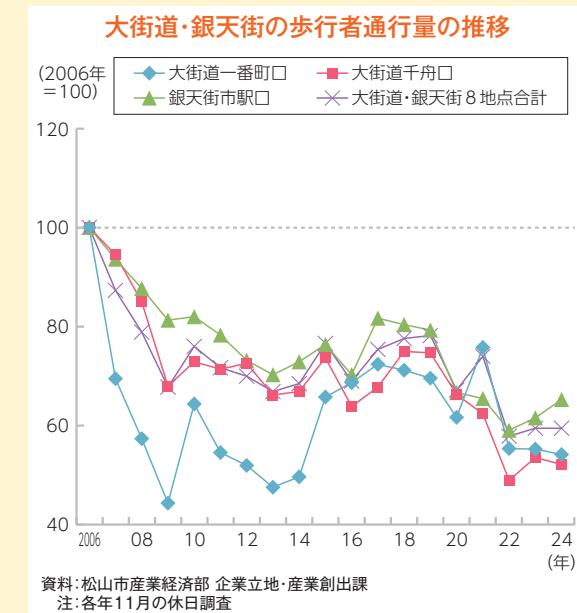
「商店街」から「飲食・娯楽街」へと景観・機能が変わり続ける大街道・銀天街。行き交う人々の姿も買



銀天街4丁目では老舗店舗も営業を続ける

通行量の減少も止まらない

2006年を100として、大街道・銀天街の歩行者通行量の推移を見ると、13年までは減少から横ばいで推移した。エル松山の開業後に回復したものの、コロナ禍で再び大きく減少し、足元は06年比で4割程度下回って推移している。



い物客から観光客、とりわけ韓国や台湾などの東アジアを中心としたインバウンドを目的とする機会が増えた。大街道・銀天街にもインバウンドがメインターゲットとみられる店舗・施設が出店しており、次回はその動向について、アンケートやヒアリングなどをもとに明らかにする。

(新藤 博之)



TOPICS

トピックス

金は輝き続けるか？

はじめに

2025年12月、金の国際価格はロンドン現物価格、ニューヨーク先物価格とともに史上最高値を記録した。日本での小売価格も12月24日、初めて1グラムあたり2万5千円台を付けた。日々、金価格変動のニュースが気になる読者も多いことだろう。また、最近になって金に興味を持ち始めた方がいらっしゃるかもしれない。

そこで今回は、金が人々を魅了する背景を振り返るとともに、価格上昇の要因と消費者動向の変化についてまとめた。

1. 「権威」の象徴から「信頼」の象徴へ

金と人類の関係は、紀元前6000年頃のメソポタミア文明まで遡る。初めは神々や王の「権威」の象徴だった金だが、古代ギリシャ・ローマ時代に国家がその価値を保証する「貨幣」へとその役割を大きく変え、交易の発展を支えた。さらに近代になると「金本位制」が導入され、国際的な貨幣の価値を金で裏付ける仕組みが確立されたことで、金は国際経済を支える「信頼」の象徴となった。「金本位制」は、1971年のニクソン・ショックによって終了した

ため、現在の金に通貨を代替する機能はないが、数千年にわたり価値を失ったことはなく、人々からの信頼は変わらない。

2. 人々を惹きつける魅力

(1) 高い資産性と不变の価値

金は、存在そのものが価値を持つ実物資産であり、腐食したり錆びたりしない不变性を有する。そのため、ニクソン・ショックを機に金とドルの兌換が停止され、金価格が固定相場制から変動相場制へと移行した後も、第四次中東戦争や9.11世界同時多発テロ、リーマンショックなど社会経済が混乱する都度、安全資産として注目してきた。

(2) 限りある埋蔵量

また、人工的に作り出すことの難しさから希少性も高い。国際機関のワールド・ゴールド・カウンシル(以下「WGC」)によると、2024年第2四半期までに人類が発掘した金の総量は約20.9万トンで、オリンピック公式競技用プールに換算して約3.8杯分に相当する。一方、経済的に採掘可能な総量は

約5.9万トンといわれており、プール1杯分程度しか残存していないことが資産価値をさらに高めている。

3. 価格変動の背景

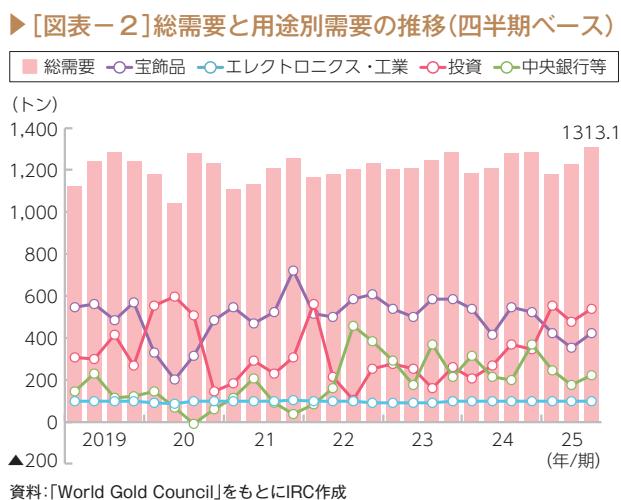
金の国際価格は2024年末から上昇傾向が強まり、2025年10月に当時の最高値に達した後、変動を繰り返しながら12月現在、年初比で約50%上昇している(図表-1)。こうした価格変動の要因について、需給両面から最近の動向を整理する。



(1)需要面

A. 将来不安による安全資産への逃避

WGCによると、2025年第3四半期の世界の金需要は前年同期比3%増加の1,313トンとなり、四半期ベースで過去最高を記録した(図表-2)。



需要を押し上げている要因の1つは、米トランプ政権の誕生だろう。相互関税や政府閉鎖など政策的な不透明感や、米連邦準備理事会が金利引き下げ局面に入ったことなどを背景にドル離れ傾向が強まっており、安全資産として金への需要が高

まっている。さらに、ロシアによるウクライナ侵攻をはじめ、中東情勢や関税政策による米中貿易摩擦の再燃など、地政学的な不確実性の高まりも世界的な金需要を加速させている。

用途別にみると、直近では上場投資信託(ETF)を中心にファンドを通じた投資需要(図表-2赤線)の伸びが顕著だ。投資資金の流入拡大は、2025年のような価格上昇を加速させる反面、一時的な急落の引き金となる可能性もあり、今後も相場変動を左右する大きな要因になると考えられる。

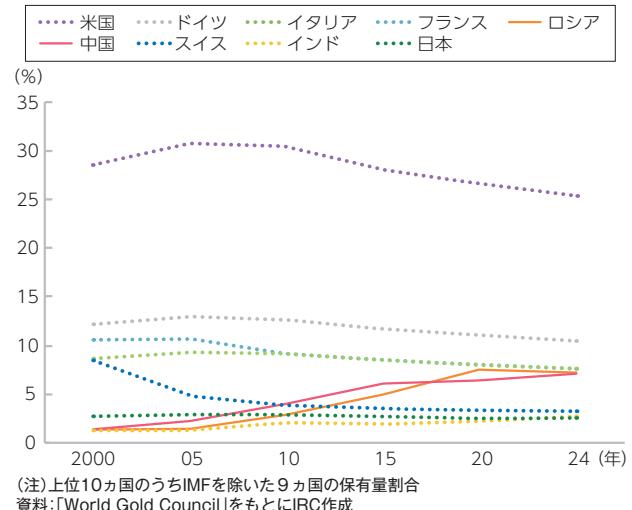
B. 存在感を増す中央銀行

安全資産への逃避行動は政府機関にもみられる。各国中央銀行等の外貨準備額に占める金保有割合の推移をみると、特朗普氏が大統領選に勝利した2024年第4四半期以降、上昇傾向が強まり、直近では約3割にまで拡大している(図表-3)。



また、保有量全体に占める国別の割合では、先進諸国が低下傾向にあるなか、2010年代以降、中国とロシアが保有量を拡大させており、両国の存在感が大きくなりつつある点は注目される(図表-4)。

▶ [図表-4]金の国別保有量上位国(除くIMF)の推移



(2)供給面

A. 産出量の頭打ち

総供給の約7割を占める鉱山産出量は、年間3,600トン程度が続いている。鉱山会社は数十年に亘る計画に基づいて採掘することが多く、供給は安定している一方で、鉱山開発には多大なコストと長い年月がかかるため大幅な増産は難しい。また、約3割を占めるリサイクルは、相場上昇に伴う様子見から今のところ動きは鈍い。ただ、電子機器等の金使用量が増えるにつれて廃棄品に含まれる金はいわゆる「都市鉱山」として注目されており、今後の再利用拡大が期待される(図表-5)。

▶[図表-5]総供給量とセクター別供給量の推移
(単位:トン)



資料:「World Gold Council」をもとにIRC作成

B. 產出国における環境意識やコストの高まり

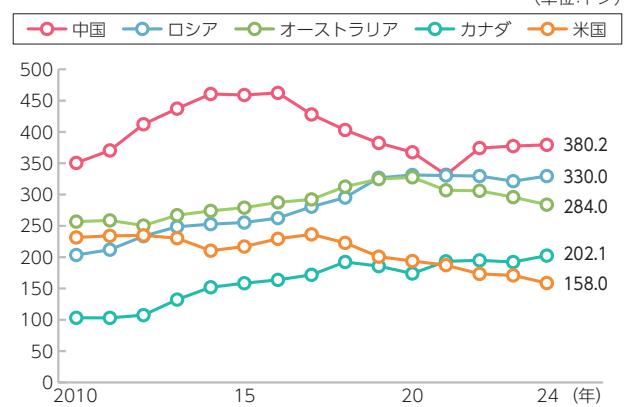
現在、世界最大の金産出国は中国である。WGCの2024年統計によると、中国の年間金産出量は約

380トンに上り鉱山産出量全体の約1割を占める(図表-6)。中国では、政府の強力な後押しと金に対する旺盛な消費意欲を背景に生産を拡大し、2007年にはそれまでトップだった南アフリカを抜いた(図表-7)。近年は環境保護意識の高まりによる採掘規制の強化から横ばい傾向が続くが、最大産出国としての地位は維持している。

一方、長らくトップだった南アフリカは、長年の採掘により浅い鉱脈が枯渇し、よりコストが掛かる深い場所での採掘が必要なため生産量が減少し、かつての地位からは遠ざかっている。

今後は、主要産出国が先端技術等の導入によって環境負荷の低減と生産性の向上を図りながら、将来の採掘可能量をどの程度増やせるかが安定供給のカギとなるだろう。

▶[図表-6]国別金産出量上位5カ国の推移
(単位:トン)



資料:「World Gold Council」をもとにIRC作成

▶[図表-7]国別金産出量上位10カ国の変遷

順位	2003年	2007年	2010年	2015年	2020年	2024年
1	南アフリカ	中国	中国	中国	中国	中国
2	オーストラリア	南アフリカ	オーストラリア	オーストラリア	オーストラリア	ロシア
3	米国	オーストラリア	米国	ロシア	ロシア	オーストラリア
4	中国	米国	ロシア	米国	米国	カナダ
5	ペルー	ペルー	南アフリカ	カナダ	カナダ	米国
6	ロシア	ロシア	ペルー	ペルー	ガーナ	ガーナ
7	インドネシア	インドネシア	インドネシア	南アフリカ	カザフスタン	メキシコ
8	カナダ	カナダ	カナダ	メキシコ	ウズベキスタン	インドネシア
9	ウズベキスタン	ウズベキスタン	ウズベキスタン	ガーナ	メキシコ	ペルー
10	ガーナ	ガーナ	ガーナ	インドネシア	南アフリカ	ウズベキスタン

4. 消費者動向にみる変化と留意点

2025年初来の価格上昇を受けて、金を巡る消費者動向に変化はあるのだろうか。購入の際の留意点と併せて、県内の事業者に聞いてみた。

(1)業界動向

2025年9月から10月にかけて、全国的に金への注目度が一気に高まった影響で、国内では特に小型(5g, 10g, 20g, 50g)の地金生産が追い付かず、

10月初めに販売を一時停止するよう通知があった。こうした販売規制は初めてのことだったが、11月末には一定の制限の下で再開されている。

(2)消費者動向

県内でも、国際価格が急上昇し始めた9月頃から問い合わせが増え、10月初めにかけて10g、20g、50gの地金を買い求める人が増えたという。購入経験者と初購入者との比率は半々くらいだが、初購入者の中に若年層が多い点はこれまでと大きく違うとのことで、関心の広がりが感じられる。また、シニア層は数名での来店を多く見掛けるようだが、若年層は意外と1人での来店が多いそうだ。

一方の売却については、10月下旬に一日の下落幅として過去最大を記録した一時期に売却希望が増えた。その後、再び上昇局面に入ったため様子見姿勢が強く、今のところ売り急ぐような動きは見られないとのことである。

(3)留意点

金の購入に際しては、一般的な株式や債券との違いを理解しておくことが必要だ。

A.「投資」ではなく「資産分散」の姿勢

例えば、金は不变の価値を有する一方で、株や債券などと違って保有しているだけでは配当や利子が発生しない。金利低下局面では金の強みとなる反面、株などのリスク資産が好調な時には同じような収益が期待できるとは限らない。県内事業者によると、最近の株高による売却益の全てを金に振り向けようとする人もいるようだが、「短期的な収益を狙う投資目線ではなく、資産ポートフォリオの分散を目的とした姿勢が望ましい」とのことである。また、国際価格は米ドル建てのため、価格と為替の両方の相場変動の影響を受ける点にも注意が必要だ。

B.正確な取り扱いと現物保管リスクへの対応

取引面においては、購入方法や引き出し方法によって手数料が発生する場合があること、また売却益が発生した場合には利益額や保有期間にによって課税率が異なるなど、正確な取り扱いが求められる。さらに、金現物を保有する際には防犯面への対応も不可欠である。

金に興味を持ったなら、まずはこうした金特有の留意点を理解することから始めてみよう。

おわりに

世界が不確実性を増すにつれて、金が持つ魅力はさまざまな思惑を惹きつける。そのため、金の価格は短期的には大きく変動する可能性がある。また、需給両面で中国とロシアの存在感が高まっており、今後の対米関係や世界情勢の変化による両国の動向も注目される。一方で、不变の価値を有する金には、万が一の時に「持っていて良かった」と思える高い資産性があることも確かな事実である。一瞬の輝きに惑わされることなく、長期的かつ冷静な判断を持つことが金の魅力を最大限に輝かせる秘訣だろう。

(菅 正也)

【コラム】大盛況だった「大黄金展」

去る2025年11月19日から24日まで、松山市のいよてつ高島屋(以下「同社」)では恒例の「大黄金展」が開催された。本イベントは、金製品販売の「株式会社SGC」が主催する展示即売会で、同社での開催は13年連続13回目となる。

同社担当者によると、2024年の同時期に比べて金の小売価格が約1万円値上がりした影響で例年以上に関心が高かったという。また3連休と重なったことで最終日まで混雑し、取材時の印象では2024年より約1.5倍の来場があったように感じられた。さらに、大谷翔平選手の等身大の黄金像展示は、金製品目当て以外の大谷選手ファンからも注目を集めていた。

関心の高さから販売も好調で、「期間中の売上高は小売価格の上昇以上に伸びた」とのこと、1枚200~300万円程度の小判を中心に、「おりん」などの仏具も「資産として残したい」という高齢の方の購入が多くあった」という。買い取りについても、高齢の方を中心とし、金額・相談数ともに昨年を上回ったとのこと。一方、若年層は少なく、若い来場者の間ではさらなる値上がりを期待する声も聞かれたようだ。

本イベントは今年も開催予定なので、昨年見逃した方はぜひ立ち寄ってみてはいかがだろうか。

