

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポートVol.1】

仕入れ価格上昇が重くのしかかり、景況感はやや悪化 先行きも為替相場やコスト高を警戒し慎重な見方

第73回愛媛県内企業業況見通し調査

ー2024年上期実績見込みおよび2024年下期見通しー

【調査レポートVol.2】

男性育休が当たり前の社会に

～県内企業における男性育休の推進状況に関する調査～



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

7

2024
No.433

- 01 **【視点】**
分からなくて当たり前。初めてを応援します。
日本貿易振興機構(ジェトロ) 愛媛貿易情報センター 所長 / 福島 美夏
- 02 **【調査レポートVol.1】**
仕入れ価格上昇が重くのしかかり、景況感はやや悪化
先行きも為替相場やコスト高を警戒し慎重な見方
第73回愛媛県内企業業況見通し調査
ー2024年上期実績見込みおよび2024年下期見通しー
- 08 **【調査レポートVol.2】**
男性育休が当たり前の社会に
～県内企業における男性育休の推進状況に関する調査～
- 18 **【compass】**
「成功のパラドックス」から抜け出せ
～ドラッカーさんと両利きの生き方～
いよぎんホールディングス取締役監査等委員 国際通貨基金(IMF)元日本代表理事 / 田中 琢二
- 19 **【データよもやま話】**
男女差は5.5倍！
～男女間における無償労働時間のアンバランスについて～
- 20 **【2050年カーボンニュートラルへの挑戦】**
愛媛県内の温室効果ガス排出量と紙関連産業における脱炭素の取り組み
- 26 **【素顔のニューリーダー】**
株式会社アーバンライフ 専務取締役 / 菊池 亮 氏
イトー商事株式会社 取締役 / 山野 小百合 氏
- 28 **【シンガポールだより】**
シンガポール国民の台所「ホーカーセンター」について
- 30 **【経営・実務Q&A】**
税務編 プラットフォーム課税について
酒井啓司税理士事務所 税理士 / 酒井 啓司
法務編 会社の事業再生の方法について
弁護士法人たいよう 弁護士 / 林 寛大
- 32 **【Innovationが地域を拓く～Start Up企業からのメッセージ～】**
株式会社EVモーターズ・ジャパン(福岡県)
商用車両に特化したEVメーカー
- 34 **【愛媛県経済の動き】**
- 38 **【地場産業の景気天気図】**
- 40 **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: 盛夏の石鎚山
(愛媛県西条市・久万高原町)
撮影: 芳野 裕美(IRC)

視点

POINT OF VIEW



分からなくて当たり前。初めてを応援します。

日本貿易振興機構(ジェトロ) 愛媛貿易情報センター
所長 福島 美夏

“分からなくて、当たり前やけん。
困って、当たり前やけん。
なあんでも、先生に言うんよ。”

子どもが転入した松山の小学校に、親子共に緊張して訪れた日のことでした。担任の先生が掛けてくださった、このあたたかな言葉を、忘れることはありません。

ジェトロは国内50・海外75拠点、職員は各地への転勤を繰り返すのがスタンダードです。しかし私は出産・子育てもあり、20年ほど東京で働いて初めて2023年秋に愛媛に赴任しました。子育てしながらの転勤はジェトロでもまだ少数派です。別の地域に住む夫と離れ、松山で子と2人、新生活を立ち上げた矢先のことでした。

愛媛で役に立ちたい。

でも子の世話をしながら、24時間は働けない。
自分では、力不足で、迷惑なのではないか？

「前例がない」「初めて」は、仕事のあらゆる面で起こります。経験・情報の不足といった体制・環境の問題だけでなく、担い手の心にもハードルを生み、二の足を踏むものではないでしょうか。

日本の国内市場が縮小する中、海外に輸出を始めようとする企業のみなさんにとっても、同じと思います。「新しい市場」「しかも海外」、多くの企業では人手も足りない中で取り組むことは、たいへん勇気のいることです。

ジェトロでは「これまで通り」から一歩踏み出し、海外ビジネスに向かう企業のみなさま

を応援します。とくに「初めて」の方におすすめのサービスを幾つかご紹介します。

●Japan Street

海外バイヤー向けオンラインカタログ。
無料で商品登録、商談や通訳の手配も。

●新輸出大国コンソーシアム

各社の海外展開フェーズに即した、専門家による通年のハンズオン支援。

●商社マッチング

輸出に精通した国内商社等と日本語で商談し、ほぼ国内取引で輸出を実現可能。

●農林水産物・食品の輸出支援ポータル
海外の国別・品目別の規制、見本市・商談会、市場価格、マーケティング情報など。

●いよマガ

月1～2回配信のジェトロ愛媛メールマガジン。QRコードから、または「いよマガ」で検索いただき、メールアドレスのみで無料登録できます。



他にも多くのイベント・事業があり、「ジェトロ愛媛」ウェブページや「いよマガ」でもご案内いたします。年間を通じて貿易投資のご相談も無料で承ります。

分からないのが、当たり前です。どうぞお気軽にご相談ください。

仕入れ価格上昇が重くのしかかり、景況感はやや悪化 先行きも為替相場やコスト高を警戒し慎重な見方

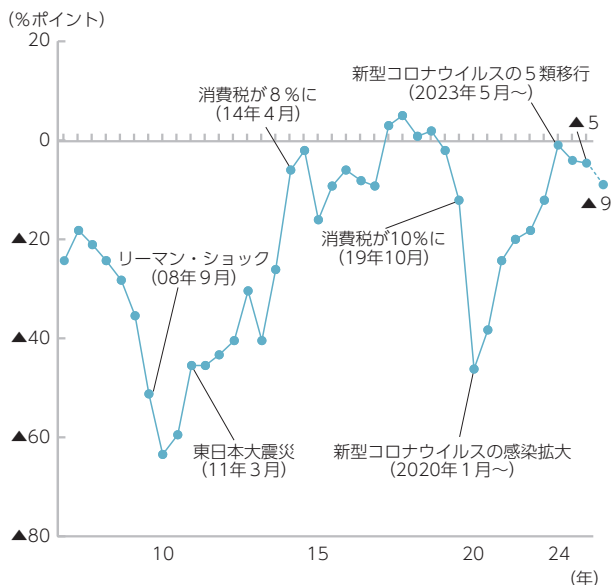
第73回愛媛県内企業業況見通し調査

—2024年上期実績見込みおよび2024年下期見通し—

要旨

- 01** 愛媛県内企業の2024年上期(1～6月)の業況判断DIは、▲5(前期比1ポイント悪化)となった。部門別では、製造業は▲3(同4ポイント改善)、非製造業は▲5(同4ポイント悪化)となった。
- 02** 2024年下期(7～12月)見通しのDIは▲9(2024年上期比5ポイント悪化)となった。部門別では、製造業は▲13(同10ポイント悪化)、非製造業は▲7(同2ポイント悪化)となった。
- 03** 2024年上期の設備投資実施企業の割合は、前期比2.1ポイント低下し49.2%となった。部門別では、製造業は同4.6ポイント低下し56.9%、非製造業は同0.6ポイント低下し44.7%となった。2024年下期の設備投資予定企業の割合は、2024年上期比2.0ポイント低下し47.2%となった。
- 04** 上期の業況判断DIは前期比悪化となり、また、設備投資を実施している企業の割合も低下している。仕入れ価格や人件費の上昇分が十分に販売価格に転嫁しきれず、採算や資金繰りのDIも低下した。2024年下期の見通しについても、円安の進展や、電気・ガソリン代に対する補助金の終了などによるコストの増加や、先行きの不透明感から慎重な見方となっている。

▶【図－1】業況判断DIの推移



【はじめに】

2024年1月～3月期の実質GDP成長率は前期比▲0.5%(前期比年率換算▲2.0%)とマイナス成長となった。個人消費は足踏みながらも、自動車メーカーの生産再開や電子部品の市況改善などで、景気が徐々に持ち直している。

県内経済も同様に持ち直しているものの、原材料価格の高止まり、人手不足の深刻化が企業業績に与える影響が懸念される。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。

調査実施内容	
調査対象	愛媛県内に事業所をおく法人 790社
調査方法	郵送によるアンケート方式
調査時期	2024年5月上旬～5月下旬
回答状況	有効回答企業 332社 有効回答率 42.0%

1. 業況判断DI

01 2024年上期実績

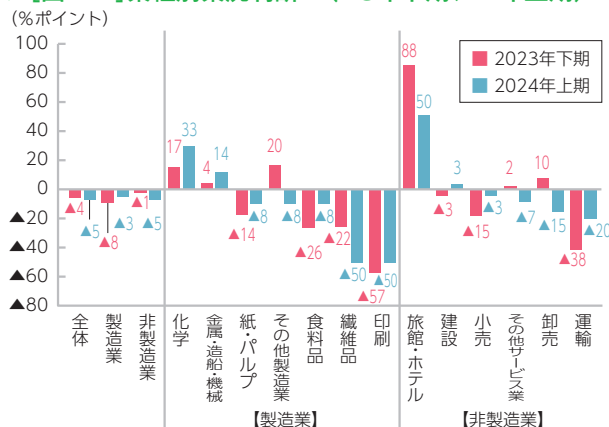
～製造業は改善、非製造業は悪化～

- ✓ 2024年上期全産業の業況判断DIは、▲5（前期比1ポイント悪化）となった（図－2）。
- ✓ 部門別にみると、製造業のDIは▲3（同4ポイント改善）、非製造業は▲5（同4ポイント悪化）となった。

製造業は、「化学」「金属・造船・機械」「紙・パルプ」「食料品」など5業種が改善となった。うち、「食料品」は改善幅が最も大きく、▲8（前期比18ポイント改善）となった。食料品メーカーから「人の動きが活発になり、外食産業や宿泊施設からの受注が増え、売上が伸びた」との声が聞かれた。一方、「繊維品」は輸入物価の高騰や顧客の売買意欲の低下などから、▲50（同28ポイント悪化）となった。

非製造業は「運輸」「小売」「建設」が改善となった。2023年下期に大幅悪化となった「運輸」が▲20となり、18ポイントの改善となった。燃料高に見合った運賃改定を行う企業が増え、加えてコロナ禍からの経済活動の確実な回復など、業況の改善に寄与したと考えられる。また、自動車生産台数の回復に伴い、「小売」は▲3となり、前期比12ポイントの改善となった。一方、「旅館・ホテル」は2023年下期に大幅に改善し、88となったが、24年上期はコロナの終息に伴うリベンジ消費の一巡や、高止まりする旅行費用の影響などから、38ポイント悪化

▶【図－2】業種別業況判断DI(23年下期、24年上期)



※四捨五入の関係でDIの数値の差と変化幅が一致しないことがある。以下、同様。

し、50となった。「卸売」は円安の進行により仕入れ価格の高騰や、一部の企業では価格転嫁が十分できていないことなどから、前期比25ポイント悪化し、▲15となった。

02 2024年下期見通し

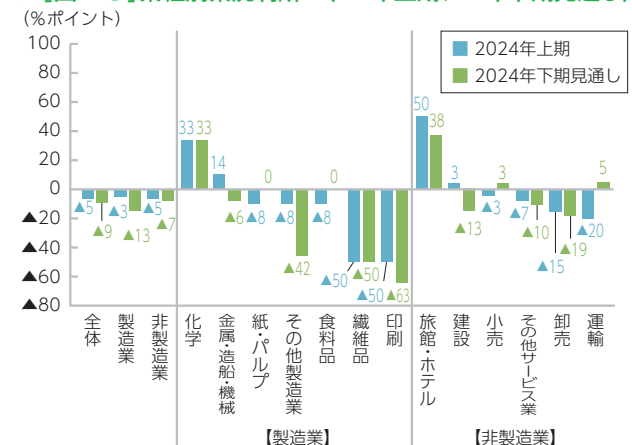
～製造業、非製造業ともに悪化～

- ✓ 2024年下期見通しの全産業の業況判断DIは▲9（2024年上期比5ポイント悪化）となった（図－3）。
- ✓ 部門別にみると、製造業は▲13（同10ポイント悪化）、非製造業は▲7（同2ポイント悪化）となった。

製造業では、「紙・パルプ」は価格改定の取り組みや原材料価格の落ち着きなどから、24年上期に改善がみられ、下期にも改善を見込む。一方、「金属・造船・機械」は24年上期に小幅な改善が見られたが、世界経済の減速や人件費の上昇などから悪化の見通しとなった。

非製造業は、「運輸」「小売」を除くすべての業種で悪化の見通しとなった。「建設」は▲13（同15ポイント悪化）の見通しとなり、2024年問題の影響で、「現場では残業時間の上限が規制され、工事が長期化する」「原材料価格・労務費の増加により利益が縮小」との声が聞かれた。「旅館・ホテル」はインバウンド需要の増加が期待される一方で、人手確保への不安やコストの増加などへの懸念などから、13ポイント悪化し、38となった。

▶【図－3】業種別業況判断DI(24年上期、24年下期見通し)



2. 売上高

01 2024年上期実績

～製造業、非製造業ともに増収～

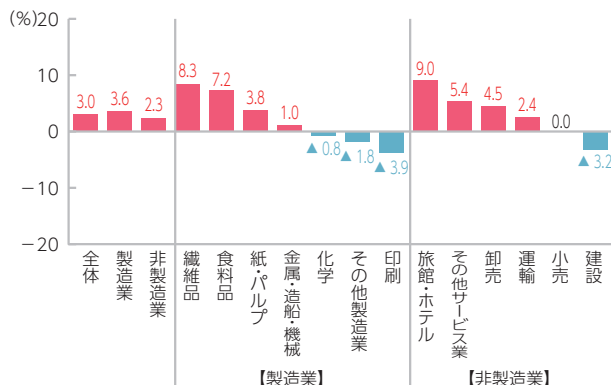
- ✓ 2024年上期の売上高は、前年同期比3.0%の増収となった。
- ✓ 部門別にみると、製造業は同3.6%の増収、非製造業は2.3%の増収となった。

2024年上期の売上高は、前年同期比3.0%の増収となった(図-4)。

製造業では、「繊維品」「食料品」「紙・パルプ」「金属・造船・機械」が増収、「印刷」「其他製造業」「化学」が減収となった。

非製造業は、「建設」「小売」を除くすべての業種で増収となった。国内外の観光需要の回復や宿泊料金の上昇により「旅館・ホテル」が9.0%の増収となった。また、「其他サービス業」が5.4%の増収となり、「コロナ終息により、客足の増加が売上増加につながった」との声も聞かれた。

▶【図-4】業種別売上高前年同期比増減率(2024年上期)



02 2024年下期見通し

～製造業、非製造業ともに増収の見通し～

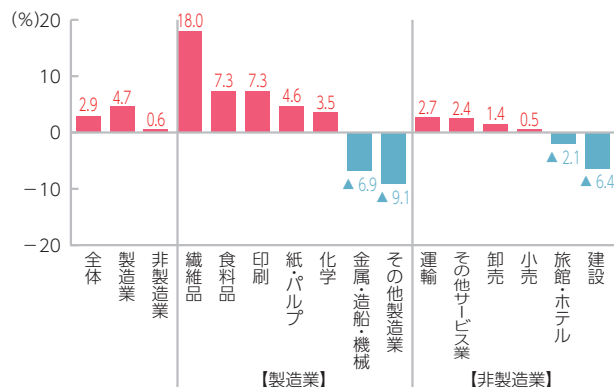
- ✓ 2024年下期の売上高見通しは、前年同期比2.9%の増収となった。
- ✓ 部門別にみると、製造業の見通しは同4.7%の増収、非製造業は同0.6%の増収となった。

2024年下期の売上高見通しは2023年下期比2.9%の増収となった(図-5)。

製造業は、価格改定による売上増加を見込む「繊維品」や「食料品」などで増収の見通しとなった。一方、円安の進行による仕入れ価格の上昇や海外経済の減速による受注環境の悪化などから「其他製造業」「金属・造船・機械」が減収の見通しとなった。

非製造業は、「運輸」「其他サービス業」など小幅な改善の見通しとなった。一方、「建設」は住宅価格上昇に伴う顧客の購買意欲低下などが懸念されており、6.4%減収の見通しとなった。

▶【図-5】業種別売上高前年同期比増減率(2024年下期見通し)

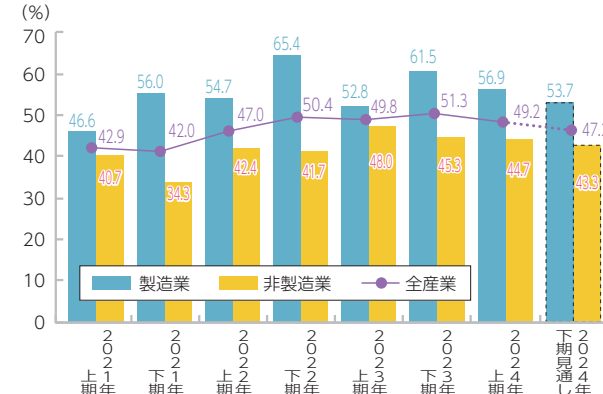


3. 設備投資

～製造業も非製造業も低下～

2024年上期の設備投資実施企業の割合は、49.2%となった。製造業は前期比4.6ポイント低下し56.9%、非製造業は同0.6ポイント低下し44.7%となった。2024年下期の見通しは47.2%となった(図-6)。

▶【図-6】設備投資実施企業割合の推移



なお、設備投資の目的別では、「既存設備の維持・補修・更新」の割合が2024年上期実績、2024年下期見通しともに最も高かった(表-1)。

▶【表－１】設備投資の目的(複数回答)

(%)

投資目的	2024年上期	2024年下期見通し
既存設備の維持・補修・更新	69.3%	65.6%
生産・販売力の拡充	23.3%	22.7%
情報化・IT投資	21.5%	21.4%
省力化・合理化	19.6%	27.3%
新規事業・新分野進出	4.9%	5.8%
福利厚生施設	4.9%	5.8%
環境・リサイクル関連	3.1%	8.4%
研究開発	1.8%	3.2%
その他	3.1%	4.5%

4. その他の項目

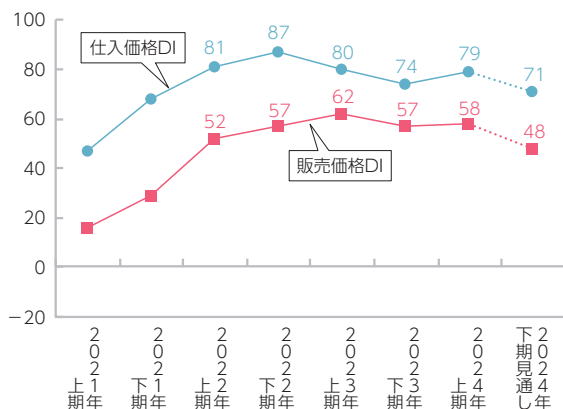
① 仕入価格DI

～仕入価格DIは上昇～

2024年上期の仕入価格DIは、前期比5ポイント上昇し+79となった。原材料やエネルギー価格の上昇を背景にいまだ高水準が続いている。2024年下期見通しは、2024年上期比8ポイント低下し+71となった(図－7)。

▶【図－7】仕入価格DI・販売価格DIの推移

(%ポイント)



② 販売価格DI

～販売価格DIは上昇～

2024年上期の販売価格DIは、前期比1ポイント上昇し+58となった。また、2024年下期見通しは、2024年上期比10ポイント低下し+48となった(図－7)。県内企業からは「製品価格の値上げは顧客離れを招くので困る」「円安が進み、為替相場によっ

て値上げ等を考えなければならないが、なかなか価格転嫁が厳しい」といった声も聞かれた。

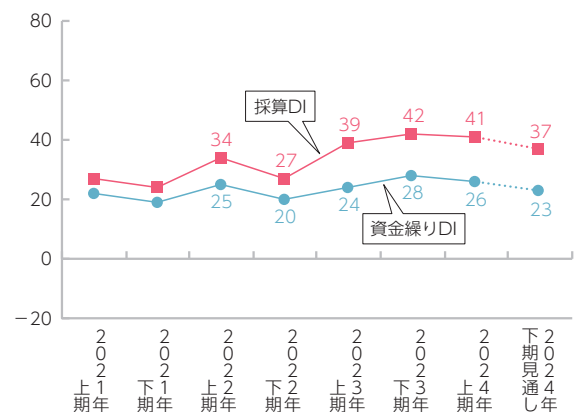
③ 採算DI

～採算DIは低下～

2024年上期の採算DIは、前期比1ポイント低下し+41となった(図－8)。2024年下期の見通しは上期比4ポイント低下の+37となった。幅広い業種で高止まりする仕入価格による利益率の悪化を懸念する声が多かった。

▶【図－8】採算価格DI・資金繰りDIの推移

(%ポイント)



④ 資金繰りDI

～資金繰りDIも低下～

2024年上期の資金繰りDIは、前期比2ポイント低下し+26となった。2024年下期見通しは、3ポイント低下し+23となった(図－8)。

【おわりに】

円安によるコストの上昇や人件費の増加が企業利益を圧迫し、上期の業況判断DIは前期比悪化となり、設備投資を実施している企業の割合も低下している。仕入価格や人件費上昇分が十分に販売価格に転嫁できず、採算や資金繰りのDIも低下した。

2024年下期の見通しについても、円安の進展や、電気・ガソリン代に対する補助金の終了などによるコストの増加や、先行きの不透明感から慎重な見方となっている。(孫 璇)

▶[表-2]2024年上期実績見込み業況判断DI、売上高、設備投資、その他のDI

業 種	業況判断		売上高(%)	設備投資(%)	そ の 他 の D I						
	DI	対前期比 (ポイント) (2023年下期比)	対前年同期比 (2023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	▲ 5	▲ 1	3.0	49.2	79	58	41	26	▲ 45	▲ 9	
製 造 業	▲ 3	4	3.6	56.9	76	57	36	24	▲ 43	▲ 6	
食 料 品	▲ 8	18	7.2	76.0	88	56	12	4	▲ 36	▲ 21	
織 維 品	▲ 50	▲ 28	8.3	50.0	80	90	20	0	▲ 44	22	
タ オ ル	▲ 50	▲ 10	5.3	50.0	67	100	33	0	▲ 17	40	
縫 製	▲ 50	▲ 50	9.0	50.0	100	75	0	0	▲ 100	0	
紙・パルプ・紙加工	▲ 8	7	3.8	53.8	62	69	15	0	▲ 46	8	
印 刷	▲ 50	7	▲ 3.9	62.5	50	50	13	0	13	50	
化 学	33	17	▲ 0.8	50.0	67	33	80	40	▲ 50	▲ 17	
金属・造船・機械	14	10	1.0	53.1	80	55	55	47	▲ 51	▲ 11	
造 船	0	▲ 20	6.4	66.7	100	83	0	50	▲ 83	▲ 40	
中 小 鉄 工	0	4	▲ 3.3	44.4	78	41	48	48	▲ 48	▲ 8	
農 業 機 械	0	25	▲ 0.8	50.0	50	100	50	0	0	50	
そ の 他	50	23	▲ 2.2	64.3	79	64	93	50	▲ 50	▲ 15	
その他製造業	▲ 8	▲ 28	▲ 1.8	41.7	67	42	42	25	▲ 50	▲ 25	
非 製 造 業	▲ 5	▲ 4	2.3	44.7	81	58	44	28	▲ 47	▲ 11	
建 設 業	3	5	▲ 3.2	40.0	90	56	45	28	▲ 56	▲ 8	
商 業	▲ 10	▲ 9	2.6	44.4	75	65	51	31	▲ 35	▲ 4	
卸 売 業	▲ 15	▲ 25	4.5	46.8	74	64	51	32	▲ 22	▲ 2	
食 料 品	44	▲ 16	5.8	55.6	56	56	100	78	0	11	
薬 品・化 粧 品	0	▲ 60	1.6	33.3	50	67	67	67	▲ 33	0	
建 築 材 料	▲ 50	▲ 14	▲ 4.8	42.9	79	50	29	14	0	8	
電 気 機 器	▲ 33	▲ 58	4.7	50.0	80	100	33	0	▲ 33	0	
そ の 他	▲ 17	2	8.7	50.0	92	67	42	17	▲ 55	▲ 30	
小 売 業	▲ 3	12	0.0	41.2	76	67	50	29	▲ 53	▲ 6	
自 動 車	33	▲ 7	▲ 3.1	66.7	67	67	100	67	▲ 83	▲ 33	
機 械・電 器	▲ 40	60	▲ 10.6	0.0	100	60	40	40	▲ 20	0	
大 型 小 売 店	▲ 33	▲ 58	0.4	66.7	100	100	67	0	▲ 100	0	
そ の 他	0	19	1.6	40.0	70	63	35	20	▲ 45	0	
運 輸 業	▲ 20	18	2.4	60.0	95	55	35	40	▲ 80	▲ 20	
陸 運	▲ 38	31	1.3	61.5	100	62	23	38	▲ 92	▲ 31	
海 運	14	14	9.2	57.1	83	43	57	43	▲ 57	0	
旅館・ホテル業	50	▲ 38	9.0	62.5	63	75	63	38	▲ 63	▲ 13	
その他サービス業	▲ 7	▲ 9	5.4	40.7	81	48	37	18	▲ 42	▲ 18	

▶[表-3]2024年下期見通し業況判断DI、売上高、設備投資、その他のDI

業 種	業況判断DI		売上高(%)	設備投資(%)	そ の 他 の D I					
	DI	対前期比 (ポイント) (2024年上期比)	対前年同期比 (2023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	▲ 9	▲ 5	2.9	47.2	71	48	37	23	▲ 42	▲ 12
製 造 業	▲ 13	▲ 10	4.7	53.7	66	47	31	21	▲ 38	▲ 9
食 料 品	0	8	7.3	60.0	84	48	24	0	▲ 45	▲ 25
織 維 品	▲ 50	0	18.0	20.0	80	70	0	0	▲ 33	0
タ オ ル	▲ 67	▲ 17	4.0	0.0	67	67	0	0	▲ 17	20
縫 製	▲ 25	25	20.3	50.0	100	75	0	0	▲ 67	▲ 25
紙・パルプ・紙加工	0	8	4.6	92.3	46	85	54	0	▲ 31	0
印 刷	▲ 63	▲ 13	7.3	50.0	50	38	▲ 25	0	13	50
化 学	33	0	3.5	66.7	50	33	80	60	▲ 60	▲ 17
金属・造船・機械	▲ 6	▲ 20	▲ 6.9	44.9	67	41	39	43	▲ 49	▲ 13
造 船	▲ 17	▲ 17	▲ 0.5	83.3	100	50	0	50	▲ 83	▲ 40
中 小 鉄 工	▲ 22	▲ 22	▲ 17.2	22.2	56	33	22	44	▲ 52	▲ 8
農 業 機 械	0	0	▲ 9.6	100.0	50	0	50	0	0	50
そ の 他	29	▲ 21	▲ 5.4	64.3	79	57	86	43	▲ 36	▲ 23
その他製造業	▲ 42	▲ 33	▲ 9.1	58.3	50	25	33	17	▲ 17	▲ 17
非 製 造 業	▲ 7	▲ 2	0.6	43.3	75	48	41	24	▲ 45	▲ 13
建 設 業	▲ 13	▲ 15	▲ 6.4	35.0	79	54	30	15	▲ 59	▲ 16
商 業	▲ 10	0	1.0	39.7	68	59	49	28	▲ 39	▲ 5
卸 売 業	▲ 19	▲ 4	1.4	38.6	61	55	53	26	▲ 31	▲ 5
食 料 品	11	▲ 33	10.2	42.9	22	44	89	63	▲ 33	▲ 22
薬 品・化 粧 品	▲ 17	▲ 17	▲ 1.2	33.3	50	83	67	67	▲ 17	0
建 築 材 料	▲ 50	0	▲ 3.8	35.7	64	36	14	0	▲ 8	8
電 気 機 器	▲ 17	17	▲ 5.5	20.0	100	83	50	0	▲ 33	0
そ の 他	▲ 8	8	2.3	50.0	75	58	67	25	▲ 64	▲ 10
小 売 業	3	6	0.5	41.2	76	64	44	29	▲ 50	▲ 6
自 動 車	33	0	▲ 0.9	16.7	33	50	100	67	▲ 83	▲ 33
機 械・電 器	▲ 60	▲ 20	▲ 7.4	0.0	100	20	20	40	▲ 20	0
大 型 小 売 店	0	33	▲ 0.1	66.7	100	100	67	0	▲ 100	0
そ の 他	11	11	1.6	55.0	80	74	30	20	▲ 39	0
運 輸 業	5	25	2.7	55.0	84	30	50	35	▲ 70	▲ 25
陸 運	▲ 8	31	2.0	61.5	85	31	46	31	▲ 77	▲ 38
海 運	29	14	6.7	42.9	83	29	57	43	▲ 57	0
旅 館・ホ テ ル 業	38	▲ 13	▲ 2.1	50.0	63	88	50	50	▲ 50	▲ 38
その他サービス業	▲ 10	▲ 3	2.4	49.1	80	29	32	17	▲ 34	▲ 14

各DIの算出方法

業況判断DI:「良い・やや良い」-「悪い・やや悪い」

仕入・販売価格DI:「上昇・やや上昇」-「下落・やや下落」

採算DI:「黒字・やや黒字」-「赤字・やや赤字」

資金繰りDI:「余裕あり・やや余裕あり」-「苦しい・やや苦しい」

雇用人員DI:「過剰・やや過剰」-「不足・やや不足」

生産・販売設備DI:「過大・やや過大」-「不足・やや不足」

男性育休が当たり前の社会に

～県内企業における男性育休の推進状況に関する調査～



左上写真：育児休業面談中（株式会社フジコソ）



要旨

- 01** 男性育休の取得推進が求められる背景として、少子化対策や夫婦共働き世帯の増加によるライフスタイルの変容等が挙げられる。
- 02** 男性育休取得率は長い間伸び悩んでいたが、近年の法改正に伴い、2021年度調査時（愛媛県）の14.3%から2023年度調査時の28.5%へと大きく伸びた。しかし、取得期間が5日未満は全体の3割を占め、実態は「取るだけ育休」になっている。
- 03** IRCアンケートでは、若い世代ほど男性の育休取得に積極的であり、また、妥当な育休取得期間についても「1ヵ月以上」と回答した人は6割に上った。育児休業を取得する際の不安について、「仕事を引き継げる人が少ない」「取得しやすい雰囲気ではない」「前例が少ない」との回答が多かった。
- 04** 企業向けアンケートでは、男性育休の取得推進によって期待できる効果として、「企業のイメージアップ」「働き方の見直し」「従業員の定着」など多く挙げられた。一方、阻害要因として、①「人員不足」、②「仕事をカバーする社員の負担増」、③「取得希望者が少ない」の順に多かった。
- 05** 男性育休の取得を推進するには、まず、育休が取れる会社になることを目指す。これを実現するには、経営者からのメッセージ発信やわかりやすい情報発信が有効である。次に、業務の属人化をなくす工夫を凝らし、また、取得者の経験談を社内でも共有し、取組みを継続・浸透させていく。さらに取得期間の長期化を促し、両立支援を徹底する取組みが求められる。

【はじめに】

2023年12月に「こども未来戦略」が閣議決定され、男女が共に働き、共に子育てする「共働き、共育て」を推進している。その中で、男性育児休業（以下は育休）取得率を2025年までに30%とする目標から大幅に引き上げ、2025年に50%、2030年に85%とする方針が示された。男性育休が当たり前になる時代に向かって変わりつつある中、今回は県内在住者向けアンケート、県内企業向けアンケートと取材を実施し、男性育休取得の現状と課題を取りまとめた。

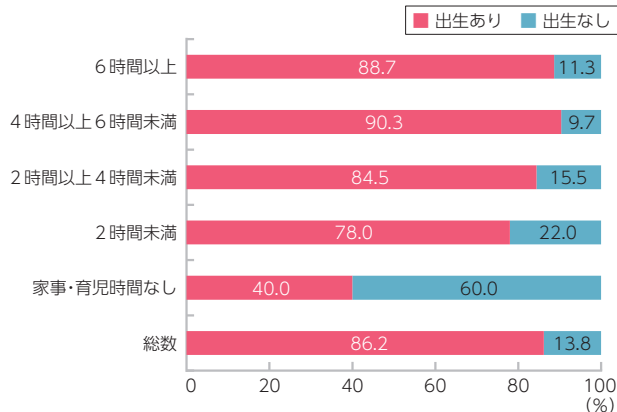
1. 男性育休の取得推進が求められる背景

① 男性の育児参加は少子化対策のカギ

2023年の出生数は72万7,277人で過去最少となり、合計特殊出生率も過去最低の1.20となった。少子化に歯止めをかけるには、女性だけでなく、男性も家事・育児に参画できる社会の実現が必要である。

図表－1は、子供がいる夫婦は、夫の家事・育児時間が長いほど、第2子以降の出生割合が高くなることを示している。夫の休日の家事・育児時間別にみると、「家事・育児時間なし」は、第2子以降の出生があったのが4割にとどまるが、家事・育児時間ありの場合は、おおよそ8割以上に上る。

▶【図表－1】夫の休日の家事・育児時間別にみたこの10年間の第2子以降の出生状況【平成24年成年者】



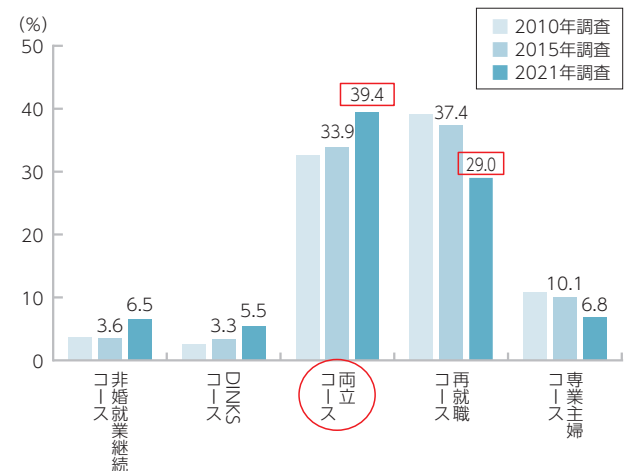
資料：厚生労働省「第11回21世紀成年者縦断調査（平成24年成年者）」（令和4年調査）

② 「共育て」社会の実現

夫婦共働き世帯数は年々増加し、2023年は全世帯の7割を超えた。国立社会保障・人口問題研究所の調査では、男性がパートナーに望むライフコースでは、「専業主婦コース」はわずか6.8%にとどまった（図表－2）。また、前回調査と大きく変わったのは、①「再就職コース」を望む人が大きく減少していること、②「両立コース」が39.4%で高い割合

となったことであり、調査開始以降最多となった。女性だけでなく、男性もパートナーに家庭と仕事の両立を希望する人が増えている。

▶【図表－2】男性がパートナーに望むライフコース



資料：国立社会保障・人口問題研究所「出生動向基本調査」にもとづきIRC作成

共働きの実態やライフスタイルの変化を踏まえ、社会全体では仕事と育児の両立支援策が求められている。なかでも、企業の果たす役割は大きい。

2. 県内企業における男性育休の取得状況

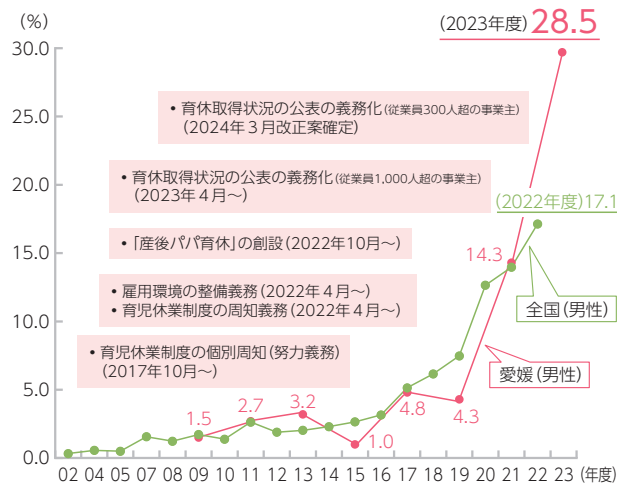
① 取得率は上昇傾向

2007年以降、女性の育休取得率は8割～9割台で推移しているものの、男性の育休取得率は伸び悩んでおり、2020年にようやく1割を超えた（図表－3）。

近年の法改正に伴い、男性育休の取得率に上昇傾向が見られた。2022年4月に「育児・介護休業法」が改正され、育児休業制度の個別周知や環境整備が義務化された。同年10月に「産後パパ育休」が施行され、2023年4月に1,000人以上の企業において取得率の公表が義務化された。さらに、2025年4月から公表義務が300人超の企業に拡大される。

法改正に伴い男性の育休取得に積極的に取り組む県内企業が着実に増えつつ、2023年度に行われた県の調査では、男性育休の取得率が2021年度の14.3%から2023年度の28.5%へと、大きく伸びた。

▶【図表－3】男性育休休業取得率の推移(全国・愛媛)

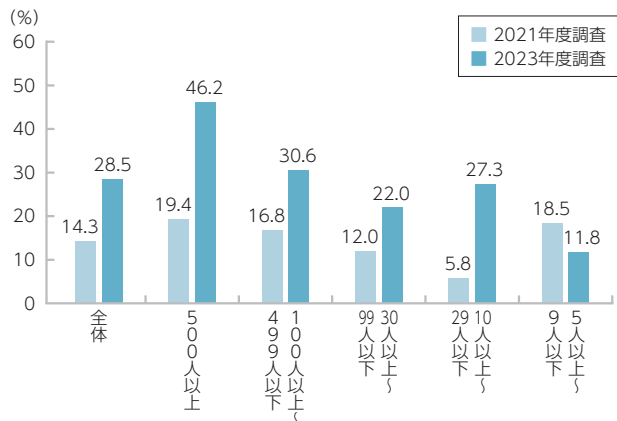


資料：厚生労働省「雇用均等基本調査」、愛媛県経済労働部「仕事と家庭の両立支援に関する雇用環境調査」にもつぎIRC作成

② 規模別でみる取得状況

規模別で取得率をみると、「5人以上～9人以下」を除くほとんどの企業は顕著な増加が見られた(図表－4)。500人以上の大企業はもちろん、「10人以上～29人以下」の小規模企業も3倍以上伸びた。

▶【図表－4】男性の育休休業取得率(愛媛)



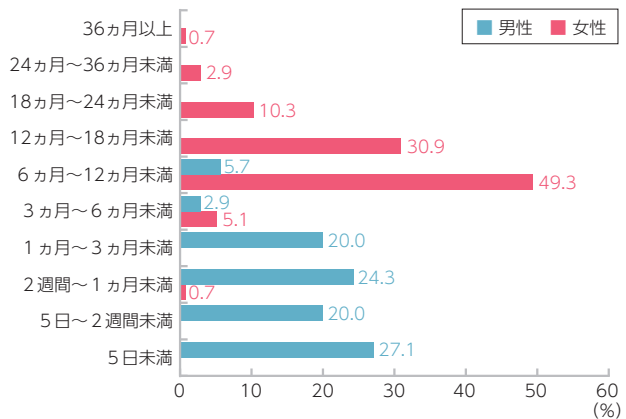
資料：愛媛県経済労働部「仕事と家庭の両立支援に関する雇用環境調査」(2024年3月)

③ 取得期間

取得期間をみると、女性は「6ヵ月～12ヵ月未満」が49.3%で最も多かったが、男性は「5日間未満」が27.1%で最も多かった(図表－5)。取得率は着

実に伸びているものの、実態は「取るだけ育休」になっている。

▶【図表－5】男女別育休休業期間



資料：愛媛県経済労働部「仕事と家庭の両立支援に関する雇用環境調査」(2024年3月)

3. 県内在住者向けアンケート

育休取得の意欲や取得状況に焦点を当て、まず、県内在住者向けのアンケートを実施した。調査概要は以下のとおり。

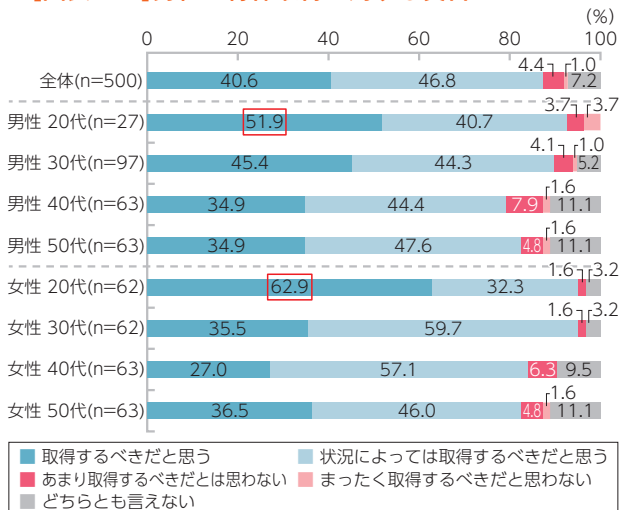
調 査 概 要			
調 査 対 象	愛媛県内在住者(会社員、公務員、経営者・役員)		
調 査 時 期	2024年 3 月上旬		
調 査 方 法	調査会社を通じたインターネット調査		
有効回答数	500人		
回答者属性			
	全体	男性	女性
20 歳 代	17.8%	5.4%	12.4%
30 歳 代	31.8%	19.4%	12.4%
40 歳 代	25.2%	12.6%	12.6%
50 歳 代	25.2%	12.6%	12.6%
全 体	100.0%	50.0%	50.0%

① 男性が育休を取得すべきか

～「取得すべき」は9割弱～

男性が育休を取得すべきかについて、意見を尋ねた。「取得するべきだと思う」(40.6%)、「状況によっては取得するべきだと思う」(46.8%)と回答した人は合わせて9割弱に上った(図表－6)。また、若い世代ほど男性の育休取得に積極的な姿勢を見せ、「取得するべきだと思う」と回答した20代の男性は51.9%、20代の女性はさらに11ポイント高く、62.9%に上った。

▶ [図表-6] 男性の育休取得に対する賛否

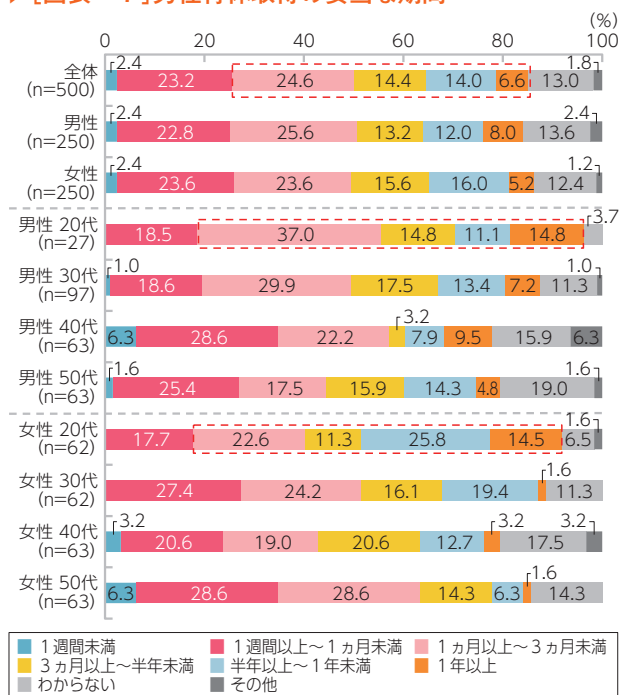


② 妥当な取得期間

～「1ヵ月以上」は6割～

従業員が求める育休取得の妥当な期間は、「1週間未満」は2.4%、「1週間以上～1ヵ月未満」は23.2%となった(図表-7)。一方、「1ヵ月以上」と回答したのは全体では6割に達し、年代別、男女別では、20代男性は77.7%、20代女性は74.2%となった。

▶ [図表-7] 男性育休取得の妥当な期間

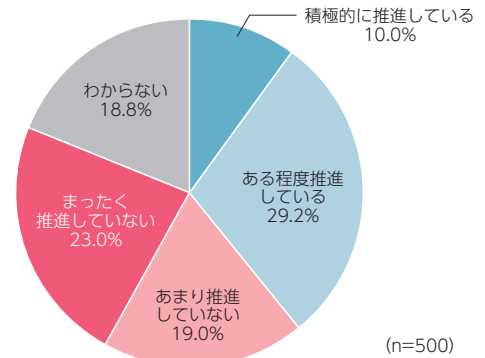


③ 職場での男性育休の推進状況

～「職場で積極的に推進している」は1割にとどまる～
職場での男性育休の推進状況に対し、「積極的に

推進している」と思う人は1割、「ある程度推進している」は3割弱、「あまり推進していない」「まったく推進していない」は合わせて4割超となった(図表-8)。

▶ [図表-8] 職場における男性育休の推進状況

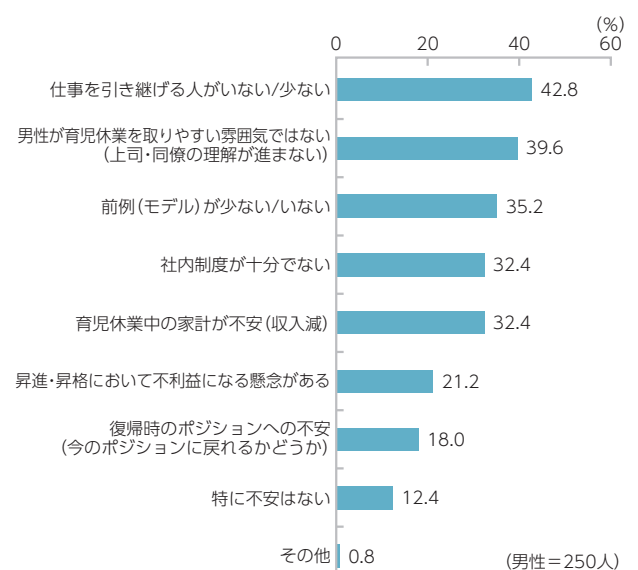


④ 取得する際の不安点

～仕事の属人化や育休が取りにくい社内の雰囲気が阻害要因～

男性育休を取得する際の不安について、「仕事を引き継げる人がいない/少ない」(42.8%)、「男性が育児休業を取りやすい雰囲気ではない(上司・同僚の理解が進まない)」(39.6%)、「前例(モデル)が少ない/いない」(35.2%)の順に多かった(図表-9)。

▶ [図表-9] 育休を取得する際の不安(複数選択)

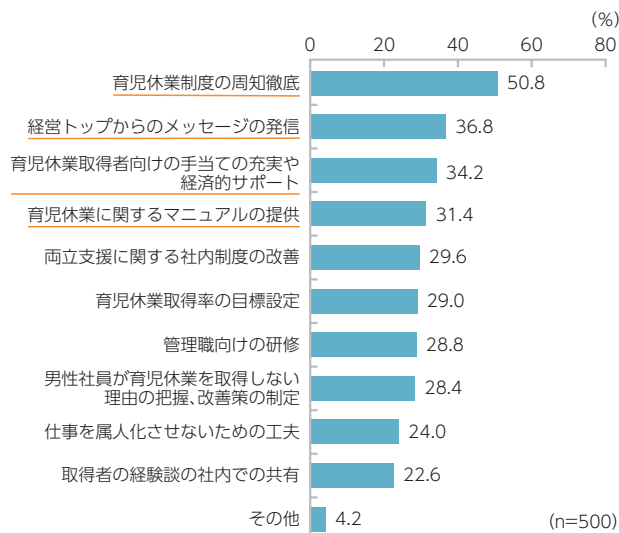


05 有効な取組み

～「制度の周知徹底」や「経営トップからのメッセージ発信」がカギを握る～

男性の育休取得を推進するために求められる取組みは、「育児休業制度の周知徹底」(50.8%)が最も多かった(図表-10)。近年、男性育休に係る法改正が段階的に進んでおり、難しい制度をいかに従業員にわかりやすく伝え、理解してもらうかが課題である。また、「経営トップからのメッセージの発信」(36.8%)や「育児休業取得者向けの手当の充実や経済的サポート」(34.2%)、「育児休業に関するマニュアルの提供」(31.4%)の回答も多かった。

▶【図表-10】男性が育休を取りやすくするための取組み(複数選択)



4. 県内企業向けアンケート

県内企業における男性育休の取得状況を把握するため、アンケートを実施した。概要は以下の通り。

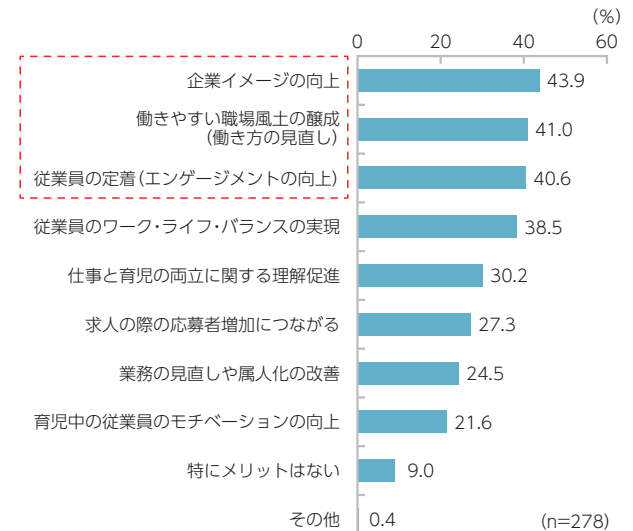
調査概要	
調査対象	愛媛県内に事業所を置く企業 793社
調査方法	郵送によるアンケート方式
調査時期	2024年2月
有効回答数	279社(有効回答率:35.2%)
回答先属性	
部門	製造業:107社(38.5%) 非製造業:171社(61.5%)
正社員数	～10人:36社(12.9%) 11人～30人:77社(27.7%) 31人～100人:88社(31.7%) 101人～300人:60社(21.6%) 301人以上:17社(6.1%)

※集計は不明分を除く
※四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同様)

01 育休取得の推進によって期待される効果

男性社員の育休取得や両立支援の推進によって得られる効果として、「企業イメージの向上」(43.9%)、「働きやすい職場風土の醸成」(41.0%)、「従業員の定着」(40.6%)の順で回答が多かった(図表-11)。

▶【図表-11】期待できるメリット(複数選択)



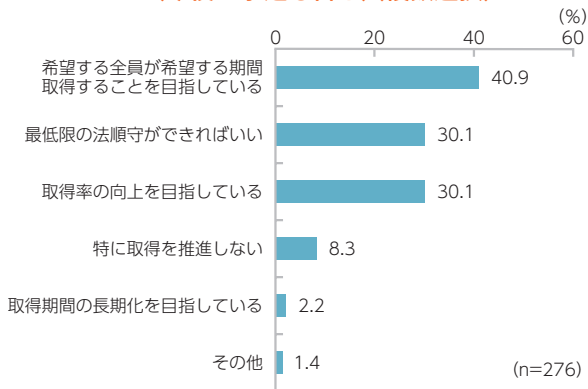
企業側の声

- 働き方改革や男性育休取得の推進を始めてから、応募者数は着実に増えている。
- 男性の育休取得を推進することは、業務属人化の見直しや改善にもつながった。
- 採用面接時、男性の育休取得率を聞く男子学生が増えてきている。
- 事業を全国展開しており、両立支援に関する取組みは、企業イメージの向上や知名度の打開にも寄与した。

02 推進方針について

男性育休の取得推進の方針(今後の予定も含む)について、「希望する全員が希望する期間取得することを目指している」と、前向きに取り組む(今後、取り組んでいきたい)企業は4割となった(図表-12)。一方、「最低限の法順守ができればいい」と回答した企業も3割あった。また、「取得期間の長期化を目指している」はわずか2.2%だった。

▶ [図表-12] 男性育休の取得推進に向けた方針
(今後の予定も含む)(複数選択)



企業側の声

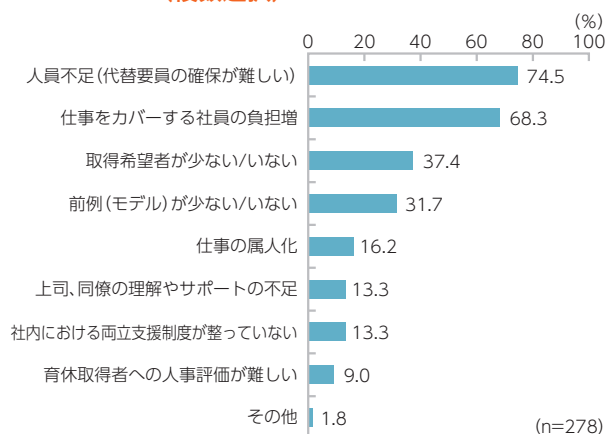
- 配偶者の出産だけでなく、子供が大きくなると遠足の付添や参観日の休業なども推進している。
- 取得は本人の意思なので、会社としては取得したい人が取得できる環境を整備したい。

03 育休取得の阻害要因

男性育休を推進する上での問題点について、「人員不足(代替要員の確保が難しい)」(74.5%)、「仕事をカバーする社員の負担増」(68.3%)と回答した企業が多かった(図表-13)。「取得希望者が少ない/いない」(37.4%)も3割を超えた。

個人向けアンケートでは、取得すべきだと思う人が多いにもかかわらず、企業側は「取得希望者が少ない」と回答し、両者の認識において大きなズレがあることが分かった。

▶ [図表-13] 男性社員の育休取得を推進する上での問題点
(複数選択)



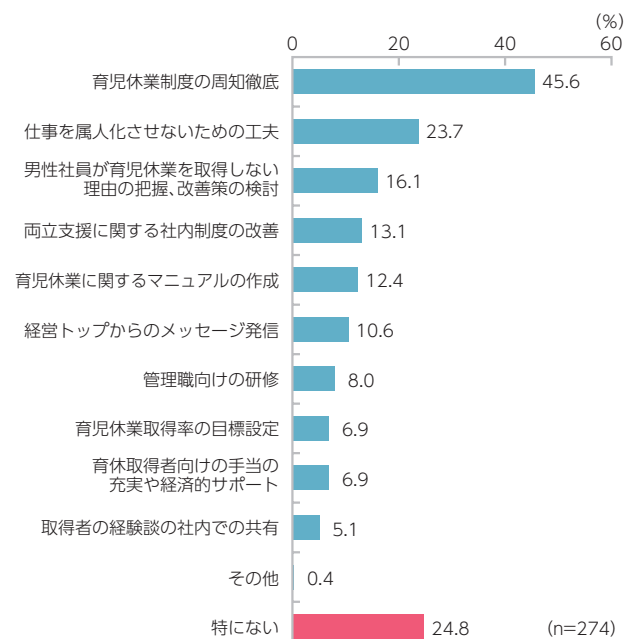
企業側の声

- 育休取得は社内にも理解されているが、休業期間が長くなると仕事をカバーする人の確保が難しい。
- 人員不足の状況のもとで仕事をカバーする社員のモチベーションを含めたフォロー体制の確立が課題である。
- 育休給付金をもらっても、手取りが減るので育休を取る社員が少ない。
- 運送業ではドライバーの給与について歩合制を導入している会社が多く、育休を取得したい人が少ない。

04 育休の取得を推進するための取組み

男性育休の取得推進において、どのような取組みをされたか(今後の予定を含む)について尋ねたところ、「育児休業制度の周知徹底」は4割強となった(図表-14)。一方、「特になし」も2割強だった。また、「男性社員が育児休業を取得しない理由の把握、改善策の検討」(16.1%)、「育児休業に関するマニュアルの作成」(12.4%)など、より具体的に一歩踏み込んで取り組んでいる企業もある。

▶ [図表-14] 男性社員の育休取得推進のための取組み
(複数選択)



企業側の声

- 難しい法制度をわかりやすく従業員に説明するためには、イラストなどを利用し育休マニュアルを作成している。
- 代替要員の穴埋めが大きな課題であり、対策として①手薄になる部門への異動を行うこと、②各種規定、人事制度、各部署の業務内容のマニュアル化を進めていること。

5. 男性の育休取得を推進するには

男性の育休取得の阻害要因は多岐にわたるが、アンケート結果やヒアリング調査に基づき、それを①代替要員の確保、②取りにくい雰囲気、③前例（取得者）が少ない、④情報発信の4点にまとめた（図表-15）。

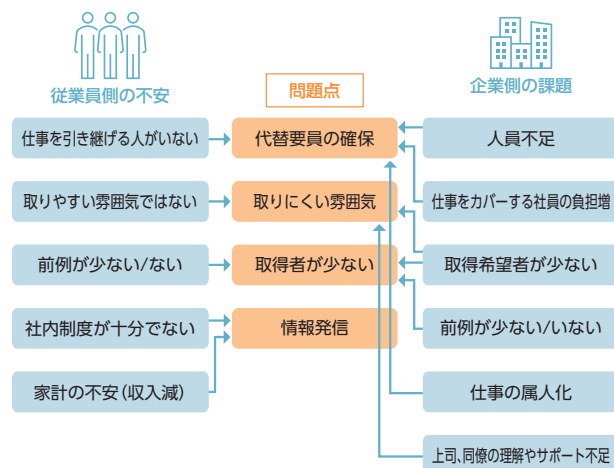
上記の課題を踏まえ、以下では3つのステップに分けて、男性育休取得の推進のために、どのような取組みが求められるか述べる（図表-16）。

ステップ1：まず、育休が取れる会社になろう

ポイント①：経営者からのメッセージ発信

男性の育休取得に関して、企業ごとにより温度差がある。従来より育休の取得推進、働き方改革

▶ [図表-15] 男性育休の取得を推進する上での問題整理



資料：IRCアンケートに基づき作成。従業員側の不安は図表-9、企業側の課題は図表-13より整理

を行ってきた企業は、人手の確保や企業イメージ向上などといったメリットを得られた。一方、推進に躊躇している企業は依然として多い。

固定観念や経営風土を変えるには、経営者からのメッセージ発信が重要である。まず、積極的に育休取得を推進する雰囲気づくりに力を入れ、社内外に育休取得をサポートするというメッセージを発信していくことが第一歩である。

▶ [図表-16] 男性育休の取得を推進するには

ステップ3

仕事と育児が両立しやすい職場へ！

ステップ2

取組みを全社に浸透させる！

ステップ1

育休が取れる会社になろう！

- **経営者のメッセージ発信**
(社内、社外に育休取得をサポートするメッセージ発信など)
- **わかりやすい情報発信**
(マニュアルの作成や収入のシミュレーションなど)

- **業務属人化の解消**
(定期的に業務の棚卸、情報共有を促す取組みなど)
- **取組みの全社浸透**
(取得者の経験談、上司の仕事の割り込みの情報共有など)

- **取得期間の長期化の実現**
(昇進・昇格に不利益が生じないような評価制度の見直し、仕事をカバーする従業員への評価や処遇の改善など)
- **両立支援の徹底**
(休みがとりやすい職場環境づくりや多様な働き方の導入など)



資料：IRC作成

ポイント②:わかりやすい情報発信

育休の取り方、取得期間、育休中の収入変化、昇進や評価への影響など、疑問や不安を抱く社員は多い。社内で法制度に関する説明をしっかりと行い、育休に関するマニュアルをわかりやすく作成し、それを社内で情報共有することは、不安の払しょくにつながると考えられる。

特に「育休中に収入が相当減るのでは？」と心配している人が多い。一部の県内企業では、育休給付金シミュレーションツールを作成し、育休中の収入の変化を可視化することで、従業員から「漠然とした不安が解消できた」との意見が聞かれた。

ステップ2:取組みを全社に浸透させる

ポイント①:業務属人化の解消

企業にとって、男性育休を推進する上で最も大きな課題は「代替要員の確保」であろう。女性より男性の方がコア業務に従事している場合が多く、「一人抜けると、業務が多忙になったり、仕事の質が落ちたりする」など、男性の育休取得をネガティブに捉える人が多い。しかし、これから育休や介護など、多様なニーズに対応できないと、さらに人手の確保ができなくなる。

業務の属人化を解消するには、定期的に業務の棚卸や、情報共有を促す取組みを整えること、業務のマニュアル化を進めることなどが有効であろう。取材では「今まで気づいていなかった非効率の部分や問題点も見えてきた」「復帰してきた時に、本来一人しかできない仕事が多数人できるようになった」との声も聞かれた。すなわち、男性育休の取得推進は業務属人化を見直す良いきっかけにもなるということだ。

コラム1 育休中の収入変化

育児休業中は、雇用保険から育児休業給付金が支払われ、その給付金が主な収入となる。現行制度では、休業給付金は休業してから180日目までは休業開始前の賃金の67%となるが、社会保険料、所得税が免除されるため、手取りは実質8割に相当する。また、181日目からは休業開始前の賃金の50%を支給することになる(図表-17)。

厚生労働省は2023年11月に、厚労相の審議会で両親がともに14日以上の子育休を取得した場合、手取り収入が育休前の「実質10割」になるよう、育時休業給付を拡充する案を示した。

▶【図表-17】育児休業中の収入の変化

育児休業前		育児休業中	
給与	230,000円	育児休業給付金	154,100円
所得税	5,000円	所得税	0円
社会保険料	30,000円	社会保険料	0円
雇用保険料	1,200円	雇用保険料	0円
住民税	15,000円	住民税	15,000円
手取り	178,800円	手取り	139,100円

資料:厚生労働省「育児休業給付金が引き上げられました!」リーフレット

ポイント②:経験談の共有で、取組みを全社に浸透させる

男性育児休業を取得したら、終わりではない。社内で定期的に座談会を開催し、取得者の経験談(休業前の仕事の段取り・準備、仕事復帰後の感想など)や、上司の仕事の割り込み(業務調整)、同僚からのサポートなどに関する情報を共有し、取組みを社内に浸透させていくことが重要である。

事例1 株式会社フジコソ

～ダイバーシティ経営や男性の育休取得に注力～

株式会社フジコソは、自動化装置やロボットシステムの設計、製作をしている。当社では、高度外国人材の採用をはじめ、女性社員の技術者への登用、管理職への抜擢を行い、さらに、男性育休の取得推進などを積極的に行っている。以下では、当社の男性育休取得の推進に関する取組みを紹介する。

【男性育休取得率は0%から100%へ】

2020年まで育休を取る男性社員はほとんどいなかったが、2021年にベトナム出身の男性社員が日本で出産する同郷の妻を支えるため、育休を取得したいという要望があった。当初は両親が来日し妻と子の世話をしてもらう予定だったが、コロナ禍で来られなくなったため、育休を2ヵ月取ることになった。第1号取得者が誕生してから、後輩社員も育休をとりやすくなった。2023年まで日本人を含めて、計6名の男性社員が育休を取得し、取得率は0%から100%に変わった。取得期間は個人差があるものの、2週間から数ヵ月間が多かった。

【社内報やパパママ座談会で育休情報の共有・発信】

育休取得を推進するために、『社内報』を通して取得者の経験談や、様々なライフスタイルを紹介し、定期的に発信している。また、パパママ座談会を開催しており、ランダムに雑談するのではなく、議論の目的と内容を事前に決めたいと、体験談や意見を共有するようにしている。社員同士の理解が深められ、「お互い様」という気持ちの醸成にも寄与した。

【管理職の連携強化で育休が取りやすい雰囲気づくり】

男性社員が育休を取得したいが、直属上司になかなか言いにくい場合がある。当社では

育休の対象者が直接管理部に申し込み、仕事の引継ぎや段取りなど管理部長が介入しながら調整を行うようにしている。各部署長の間では連携を強化しながら、社員の育休取得をサポートしている。

【取組みの成果】

育休の取得推進、ワーク・ライフ・バランスの実現への両立支援により、従業員がより働きやすい職場環境を感じるようになった。一連の取組みと積極的な情報発信により、企業のイメージが向上し、採用活動にも大きな影響を与えた。「2020年に当社への応募者数は7名だったが、2023年に34名へと、約4倍増加した。また、周りからの見方が変わり、新規案件の獲得や売上の向上にもつながった」と管理部長の富岡怜奈氏は話す。



パパママ育休座談会の様子

会社概要

住所：東温市則之内字段乙2309

従業員数：75名（男性：58名、女性：17名）

ステップ3：仕事と育児が両立しやすい職場環境づくり

ポイント①：取得期間の長期化を促す

男性の育休取得率は年々上昇しているものの、取得期間は2週間未満が5割を占めた。今後、育休取得に関して、「率」だけでなく、「取得期間の長期化」を促す取組みも求められる。

これを実現するには、①男性社員が育休で長期休業する場合、昇進や昇格に不利益が生じないような評価制度の構築、②業務をカバーする従業員

への評価や処遇の改善に関する取組みが必要であろう。

ポイント②：仕事・育児が両立しやすい働き方の提供

働き方改革に取り組むと、男性育休取得日数が約2倍になるという調査結果がある。今後、「男女共働き、共育で」の社会へ移行していく中、育休取得率・期間の底上げだけでなく、時間有給や有給休暇などを含め、休みがとりやすい職場風土の醸成

が求められる。また、在宅勤務やフレックス制を導入するなど、社員の多様なニーズに応えられる働き方の提供がカギを握る。

【おわりに】

男性育休の取得推進は、単なる規範的な活動ではなく、人材を確保するための企業の長期的経営戦略である。優秀な人材に「選ばれる企業」になるよう、一足飛びには進まなくても、1つずつステップを踏みながら取組を進めていく必要がある。

(孫 璇)

コラム2 両立支援に関する補助制度の紹介

厚生労働省は仕事と家庭が両立できる雇用環境づくりに取り組む事業者を支援するため、両立支援等助成金を給付している。①出生時両立支援コース、②育児休業等支援コース、③育休中等業務代替支援コース、④柔軟な働き方選択制度等支援コース(新設)、⑤介護離職防止支援コース、⑥不妊治療両立支援コースの6コースからなっている(図表-18)。

また、愛媛県も女性活躍及び仕事と家庭等の両立への取組みを後押しするため、2023年に「ひめボス宣言事業所認証制度」を創設した。基本認証取得事業所が一定の実績を上げた場合は、最大20万円、スーパープレミアム認証を取得した場合は100万円の奨励金が支給される。

▶【図表-18】育休取得に関する補助制度

実施期間	補助事業名	内容	支給額
厚生労働省・ 都道府県 労働局	両立支援等助成金（2024年度）		
	出生時両立 支援コース	①第1種 （男性労働者の 育児休業取得）	1人目：20万円 2人目・3人目：10万円
		②第2種 （男性育児休業取 得率の上昇等）	1事業年度以内達成：60万円 2事業年度以内達成：40万円 3事業年度以内達成：20万円
	育児休業等 支援コース	①育休取得時	30万円
		②職場復帰時	30万円
	育休中等 業務代替 支援コース	①手当支給等 （育児休業）	最大125万円
		②手当支給等 （短時間勤務）	最大110万円
		③新規雇用等 （育児休業）	代替期間に応じた額を支給
	柔軟な働き方 選択制度等 支援コース	①制度を2つ導 入し、対象者が 制度利用	20万円
②制度を3つ以 上導入し、対象 者が制度利用		25万円	
愛媛県	ひめボス基本認証	最大20万円	
	ひめボススーパープレミアム認証	100万円	

資料:厚生労働省、えひめひめボスポータルサイトより作成

※厚生労働省「両立支援等助成金」について
<https://www.mhlw.go.jp/content/001240558.pdf>
 ※ひめボスについて
<https://www.pref.ehime.jp/page/7177.html>

事例2 株式会社マルカワ ～休みがとりやすい会社ほど業務の属人化が解消～

株式会社マルカワは四国中央市に本社を置き、プラスチックフィルムの印刷、製袋加工製品の設計・製造・販売を行う。仕事と家庭が両立しやすい環境構築に積極的に取組み、2023年11月に「ひめボス宣言事業所スーパープレミアム認証」を受けた。当社は2022年、2023年の男性育休取得率が100%(対象者計5名)。今回は、当社の取組みについて常務の長野光樹氏にインタビューした。

Q 男性の育休取得を推進するきっかけ

——自分は子供が3人おり、妻が2人目、3人目を出産する際は親に上の子を見てもらえる環境だったので助かったが、従業員の中には頼る人がいない環境も考えられるため、子供が生まれた時に出産や育児に専念できる環境が必要で、育休は安心して働けることにつながると思い、男性育休の取得推進が必要だと感じた。

Q 育休取得推進上の課題

——男性の育休取得率は100%に達したが、取得期間は5日間以内が多い。現行の法律では分割取得は可能だが、回数の制限がある。今後、各家庭の事情に合わせ、臨機応変に取得できる仕組みが必要ではないかと考える。

Q 「2023年の365日間、全員揃った日は一日もなかった」。愛媛で一番休みがとりやすい会社について

——以前から休みがとりやすい職場環境の構築に力を入れてきた。有給休暇の取得状況を常に確認し、取得日数の少ない従業員に直接声がけを行うようにしている。当社は受注生産がメインであり、納期に合わせ生産の繁忙期がある。誰が休んでも、他の従業員がフォローできる体制づくりに力を入れてきた。企業にとってコア人材が休業に入ると、仕事が回らなくなるのではないかとよく聞くが、「やってみたら、案外できる。休みがとりやすい会社ほど、業務の属人化が解消される」。



会社概要

住所:四国中央市川之江町365-1
 従業員数:129名(男性:87名、女性:42名)



「成功のパラドックス」から抜け出せ ～ドラッカーさんと両利きの生き方～

いよぎんホールディングス取締役監査等委員
国際通貨基金(IMF) 元日本代表理事

田中 琢二

日本は20世紀型モノづくりで世界の先頭を走りましたが、サービス化、デジタル化、無形資産重視の世界的な流れに十分対応せず、「成功のパラドックス」に陥ったのではないかという日本の問題点をドラッカーさんは気にされていたと聞きます。少し回り道になりますが、オライリー、タッシュマン両教授により提唱された「両利きの経営」に触れて、この点を掘り下げて考えてみたいと思います。

「両利きの経営」とは、普段の経営の中に「知の深化」と「知の探索」という両利きのバランスがあることをいうのだそうです。日本の技術至上信仰のもとでは、成功した技術を「知の深化」により、より良くしていこうというメンタリティーが強く、その企業が従来からの競争環境にいる間は、より良い製品を生み出すことに全力を上げていきます。これまで成功してきた技術を「知の深化」により研ぎ澄ましていくことも大事ですが、従来の製品やサービスに固執していると、競争環境が変われば需要が伸び悩むという事態になりかねません。ガラパゴス化した製品を思い浮かべるとわかりやすいですね。

それは普段に「知の探索」の道を歩んで、新たな技術やサービスを探し求める経営をしていくことの重要性を教えてください。例えば、自社内でさえ、新しい技術の提案が出されても、これまでの自社の技術や製品への脅威となると、「知の探索」が拒否されることも起こるというのでは「知の探索」の道には進めません。

「知の深化」は単純化して言えばこれまで来た道を歩んでいくか、あるいはさらに拡張してい

くものである一方、「知の探索」は道なき道を切り拓くことになります。双方の道を模索する「両利きの経営」が重要だということなのですが、「成功のパラドックス」に陥る企業は「知の深化」の道のみを歩んでいるということが言えないでしょうか。

その点、新たなデジタル化の波に伴う競争環境の変化は、例えばいかに多様な製品に共通する汎用性のあるプログラムを作るかという「知の探索」に経営の力点が置かれる時代となりました。

「両利きの経営」のバランスが益々必要な時代に私たちはいるわけですが、「知の探索」を目指すような人材を確保してきたか、という問題もあります。「知の探索」には多様な視点が必要であり、そのために多様な人材をどれくらい確保しているか、人的資本形成が企業価値を決める時代となってきました。人材不足でそういうわけにはいかんのだよ、という声も聞こえてきそうですが、この「両利き」が経営者本人にこそ必要だということも心に留めておきたいですね。

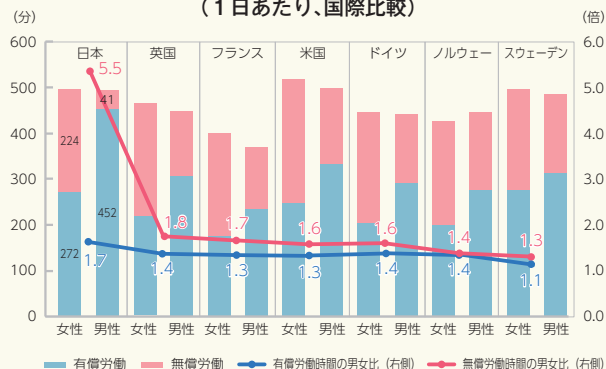
企業レベルから個人のレベルに目を転ずると、まさにドラッカーさん自身が、政治、歴史、自然科学、人への洞察力など、幅広い教養を持った方であることが想起されます。一個人の中に、両利きの「知の深化」と「知の探索」を兼ね備えたドラッカーさん、若い頃「マネジメント」を生み出した彼が、成功のパラドックスどころか、80歳を超えてもなお精力的に著作を生み出し続けた秘訣には、個人として「両利きの生き方」があるのかなと思います。



男女差は5.5倍！

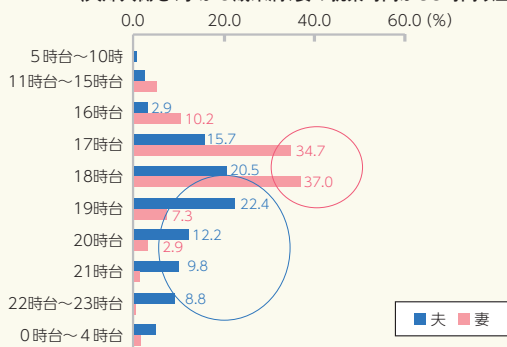
～男女間における無償労働時間のアンバランスについて～

図表－1 男女別に見た有償労働と無償労働の時間
(1日あたり、国際比較)



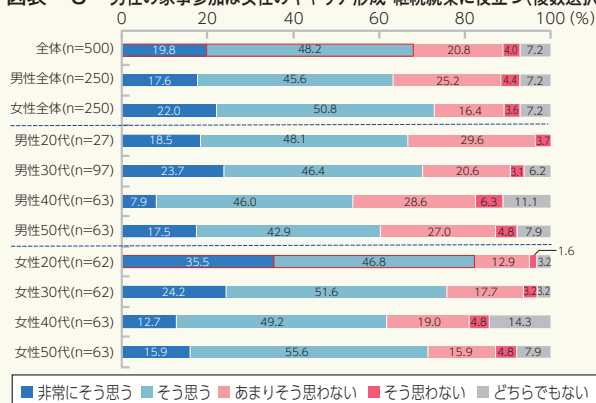
資料：内閣府「男女共同参画白書」令和5年版

図表－2 夫と妻の帰宅時間について
(夫婦共働き、子が6歳未満、妻の就業時間が35時間以上の場合)



資料：総務省「令和3年社会生活基本調査」をもとにIRC作成

図表－3 男性の家事参加は女性のキャリア形成・継続就業に役立つ(複数選択)



資料：IRC 2024年3月調査

日本では男女間における「有償労働時間」(「すべての仕事」「通勤・通学」などの時間合計)と「無償労働時間」(「家事」「買い物」「世帯員のケア」などの時間合計)のアンバランスが大きい。図表－1で示されるように、日本人女性の1日あたりの無償労働時間は224分で、男性の41分に比べて5.5倍に上る。諸外国においても無償労働時間が女性に偏る傾向が見られたが、日本はその格差が極端に大きい。

また、夫婦共働き世帯(妻の就業時間が35時間以上)の帰宅時間に関する調査では、妻が17時、18時台に帰宅するのが大半であるのに対し、夫は総じて帰宅が遅い傾向がある(図表－2)。17時、18時に帰宅するのが全体の約3割で、19時台～23時台は約5割強に上る。つまり、夫婦共働きの世帯でも保育園・幼稚園のお迎えや食事、家事などといった無償労働は実質女性一人で回していることが多い。

これから、夫婦共働き世帯の割合はさらに上昇し、出産しても仕事を続けたい、キャリアアップしたい女性が増えていくに違いない。妻の家事・育児の負担を減らし、継続就業やキャリア形成を促すには、夫の家事・育児参加は必要不可欠である。IRC調査では、県内在住者向けに男性の育休取得や家事参加が妻の継続就業・キャリア形成に役立つかについて尋ねた。「非常にそう思う」「そう思う」は合わせて68%に達した(図表－3)。また、性別・年代別をみると、賛同する20代、30代の女性回答者はそれぞれ82.3%、75.8%になった。

配偶者に対して家事・育児の協力を期待する傾向が強まっていくなか、社会全体でこれを支援する仕組みの構築が求められる。今後、男性が育休を取得しやすい環境の整備や、柔軟な働き方の実践、さらに、男性の育児・家事参加を積極的に評価する企業・社会風土の醸成が大切であろう。

(孫 璇)

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～

愛媛県内の温室効果ガス排出量と紙関連産業における脱炭素の取り組み

政府は2050年までにカーボンニュートラルを目指すことを宣言、愛媛県では2020年に定めた「愛媛県地球温暖化対策実行計画」を今年1月に改定している。その中で、産業部門においては「エネルギー消費の多い製造業を中心に、排出削減の取組みを推進していく必要」があるとしている。

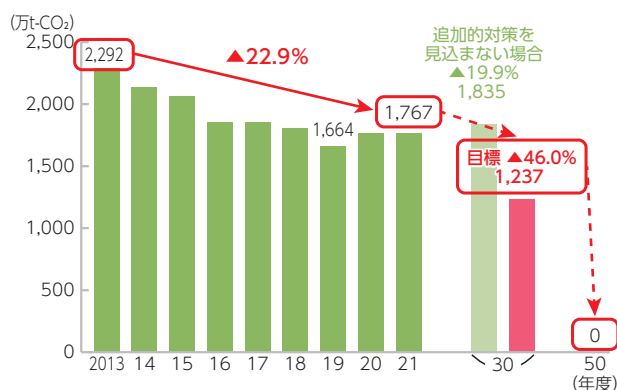
今回は、愛媛県内の温室効果ガス排出量を俯瞰するとともに、製造業の中心的存在である紙関連産業にスポットをあて、四国中央市カーボンニュートラル協議会の取り組みを紹介する。

2021年度は22.9%の削減

2021年度における愛媛県内の温室効果ガス排出量(森林吸収後)は、CO₂換算で1,767万トンと、基準年(2013年度)と比べると22.9%削減されている(図表-1)。

20年度、21年度に排出量が増加しているが、これは原子力発電所の定期点検による火力発電所の稼働増に伴う電力排出係数¹⁾の上昇、新型コロナからの経済活動再開などが主な要因と考えられる。

▶[図表-1] 愛媛県内の温室効果ガス排出状況



資料: 愛媛県「愛媛県地球温暖化対策実行計画」「温室効果ガス排出状況」をもとにIRC作成

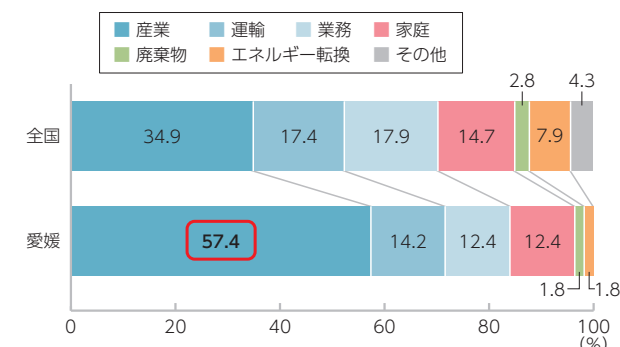
県は、国と同様30年度までに温室効果ガス排出量46%削減の中期目標を掲げる。しかし、今後追加的な対策を見込まない場合の30年度の排出量は、13年度比で19.9%の削減と、現状よりもやや増加する見通しとなっている。

1) 一定の電力を作り出す際に、どの程度のCO₂が排出されたかを表す指標。2019年度:0.408(kg-CO₂/kWh)、20年度:0.569(kg-CO₂/kWh)、21年度:0.526(kg-CO₂/kWh)

産業部門の排出量が多い

排出される温室効果ガスの約9割はCO₂とされる。CO₂の排出量のうち、愛媛は工場などの「産業部門」が57.4%と高い(全国:34.9%)のが特徴といえる(図表-2)。

▶[図表-2] CO₂排出量の部門別構成比(2021年度)

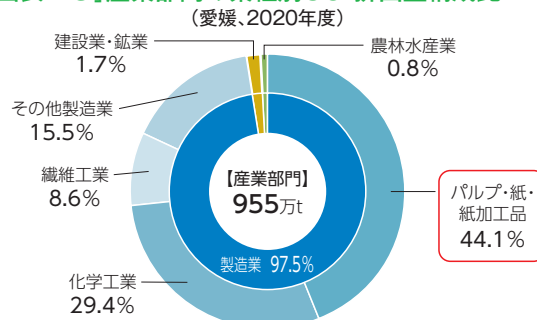


資料: 愛媛県「温室効果ガス排出状況」をもとにIRC作成

紙パルプ産業の排出量は愛媛県全体の4分の1

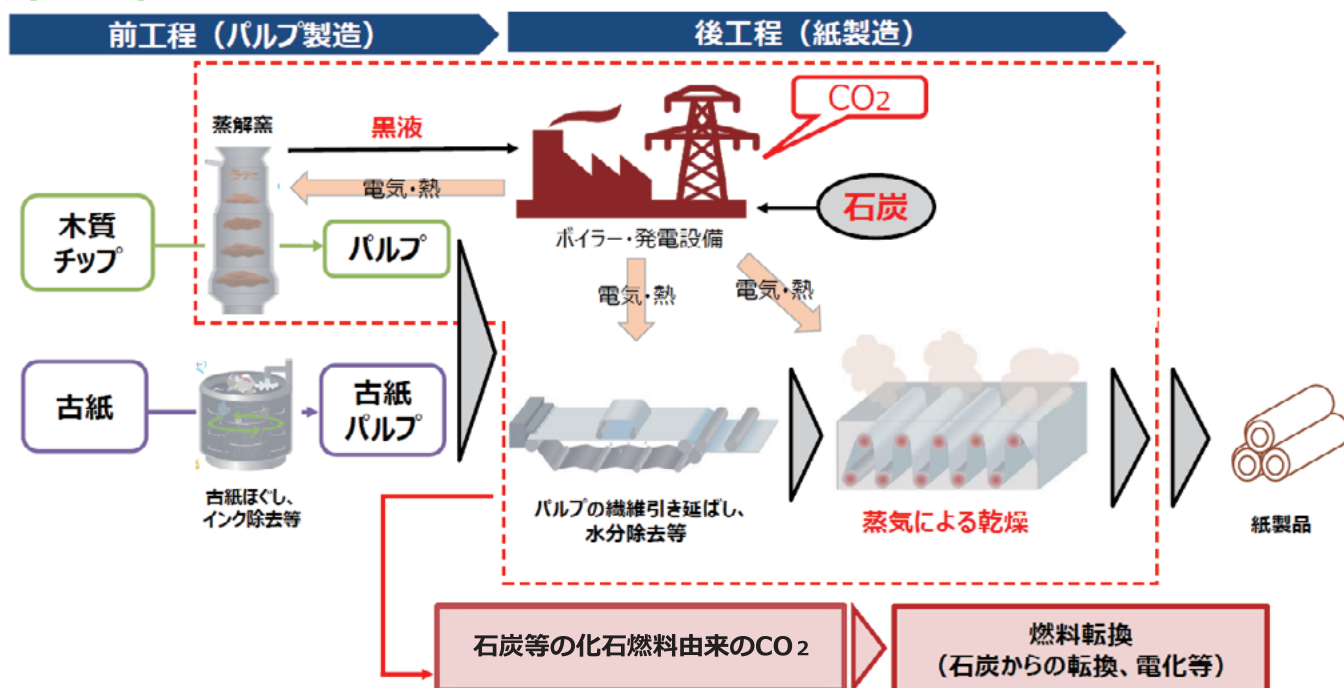
愛媛県内の産業部門におけるCO₂排出量(2020年度)を業種別にみると、「パルプ・紙・紙加工品」が

▶[図表-3] 産業部門の業種別CO₂排出量構成比



資料: 愛媛県「愛媛県地球温暖化対策実行計画」をもとにIRC作成

▶ [図表－4] 紙の製造工程とCO₂排出



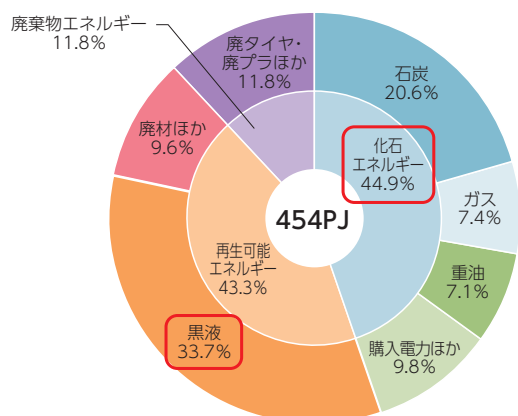
資料：内閣官房GX推進室「分野別投資戦略 参考資料（紙パルプ）」

44.1%（421万トン）と最も多く（図表－3）、県全体の温室効果ガス排出量の4分の1近くを占める。

「パルプ・紙・紙加工品」で排出量が多いのは、パルプ製造段階で木材に含まれるリグニンを除去する工程や、液状化したパルプを乾燥して紙にする工程で多くのエネルギーが必要となるためだ（図表－4）。

一方、紙産業で利用されるエネルギー構成をみると、パルプ製造での副産物として生じる黒液の使用割合が大きいことがわかる（図表－5）。紙産業

▶ [図表－5] 製紙産業の使用エネルギー構成比（2022年度）



資料：日本製紙連合会「2023年度カーボンニュートラル行動計画 フォローアップ調査結果（2022年度実績）」をもとにIRC作成

では、早くから再生可能エネルギーの利用を進め、石炭などの化石エネルギーは黒液や廃棄物燃料を使用する際のバックアップ燃料として利用されるケースが多い。それでもなお、消費エネルギーの半分近くは化石燃料に依存している。

課題と今後の方向性

高温帯の熱を必要とする紙産業において、既存技術で電化やCO₂排出削減を進めることは難しい。まずは、既存の設備・技術を最大限活用して、省エネや再生可能エネルギーの導入をさらに進めていくことが重要となる。

こうした短期的な取り組みと並行して、化石燃料から次世代エネルギーへの転換をめざす必要がある。新たな技術の開発や実証、次世代エネルギーの供給体制・インフラ整備を紙産業全体で進めることが期待される。

次頁以降では、紙産業における脱炭素の実現に向けて設立された『四国中央市カーボンニュートラル協議会』の取り組みを紹介する。

四国中央市カーボンニュートラル協議会とは

2021年6月、日本政策投資銀行(DBJ)・大王製紙株式会社・丸住製紙株式会社は、四国中央市の面的なエネルギー転換を目的として「四国中央市カーボンニュートラル協議会」(以下、協議会)を設立した(同年7月に愛媛製紙株式会社が幹事会員として協議会に参画)。

協議会は幹事会員のほか、行政や金融機関、業界団体や四国中央市内に事業所を置く企業で構成される。

四国中央市カーボンニュートラル協議会の構成

位置付け	構成メンバー(敬称略)
幹事会員	愛媛製紙(株)
	大王製紙(株)
	丸住製紙(株)
一般会員	四国中央市に事業所を有するエネルギー需要家等(29社 2024年6月現在)
オブザーバー	行政:愛媛県、四国中央市
	地域金融機関:伊予銀行、愛媛銀行、川之江信用金庫
	業界団体:愛媛県紙パルプ工業会、四国中央商工会議所
	教育機関:内村教授・中原教授(愛媛大学)
事務局	日本政策投資銀行(DBJ) グループ

ロードマップを策定

協議会では設立以来、外部講師を招へいたした勉強会や、脱炭素に向けた方向性などの議論を重ね、2023年3月にCN実現に向けた四国中央エリアの面的なエネルギー転換を進めるためのロードマップを策定・公表した(図表-6)。

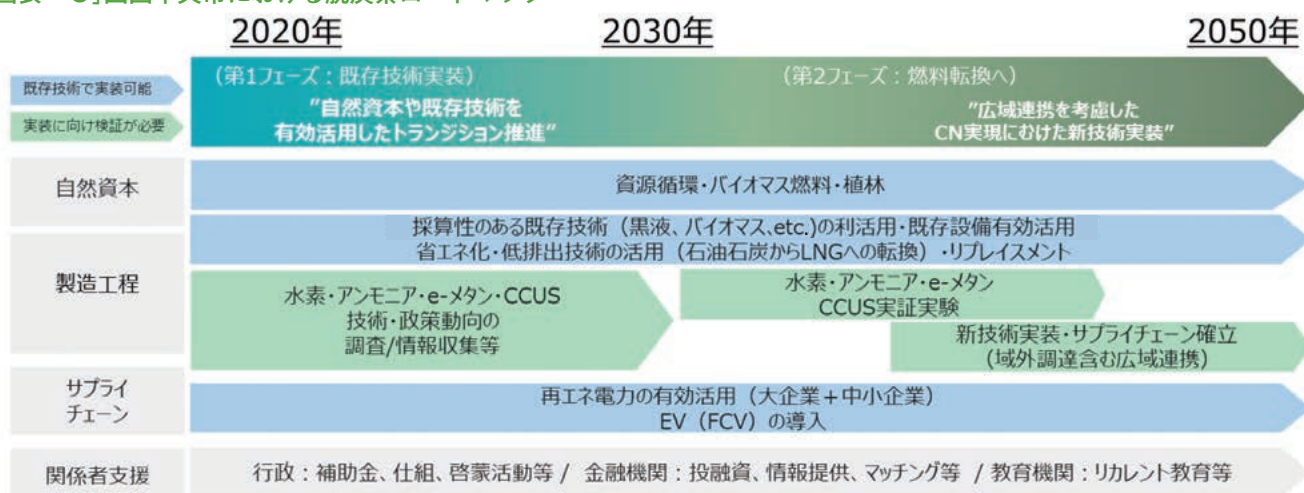
第1フェーズでは、域内で実用化されている廃材のバイオマス発電利用などを中心に、個社のみならず地域で導入を進めていくとともに、新しい政策や技術動向をウォッチしていく。

第2フェーズでは、第1フェーズの取り組みを着実に進めるとともに、新技術(水素・e-メタン・アンモニアなど)の実装に向け、紙産業以外の産業や住民も巻き込んで利活用方法の検討および実証実験や新技術の実装を行う計画だ。

地域ぐるみでの脱炭素経営の実現に向けて

協議会は昨年度、環境省が始めた「地域ぐるみでの脱炭素経営支援体制構築モデル事業」に採択された。このモデル事業は、中堅・中小企業が脱炭素

▶[図表-6]四国中央市における脱炭素ロードマップ



各関係者に期待される主な役割

テーマ	第1フェーズ	端境期	第2フェーズ
	バイオマス、再エネ	燃料転換候補/スキーム検討	燃料転換の実装
CN協議会/事業者(産)	・バイオマス・黒液・再エネの利活用 ・既存設備のエネルギー効率改善	・実証実験(燃焼実験等) ・共同調達/アセット共同利用の検討	・(検討踏まえて)共同調達/アセット共同利用のスキーム実装
教育機関(学)	・リカレント教育 ・啓蒙活動	・新技術関係の教育 ・人材育成	・CN実現に向けたリーダー育成
行政(官)	・補助金など再エネ導入支援策の構築・実行 ・啓蒙活動	・実証実験補助金制度の構築 ・啓蒙活動	・共同調達スキームへの出資、補助等
金融機関(金)	・既存技術への資金 ・啓蒙活動/排出量の見える化支援	・既存技術への資金 ・実証実験等に対するリスクマネー	・既存技術への資金 ・共同利活用枠組へのリスクマネー

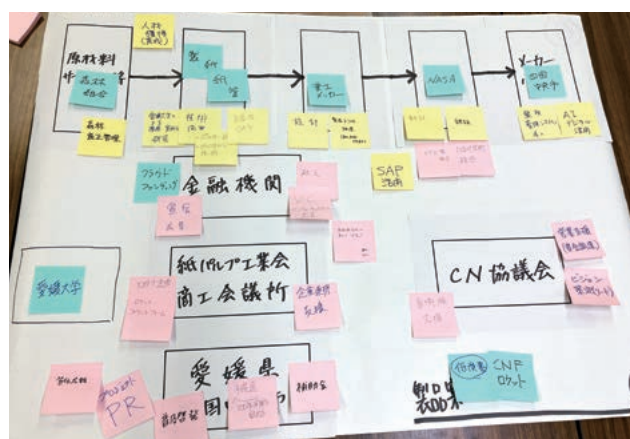
資料:四国中央市カーボンニュートラル協議会「四国中央市カーボンニュートラルに向けたロードマップについて」

経営の重要性を理解し、早期に取り組める体制を地域全体で構築することを目的としており、地方公共団体や経済団体、業界団体など全国16件のモデル地域が採択された。

モデル事業において、協議会では主に以下の取り組みを行った。

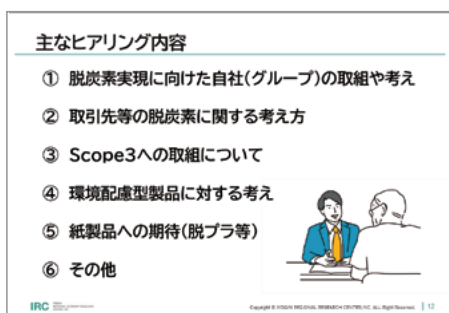
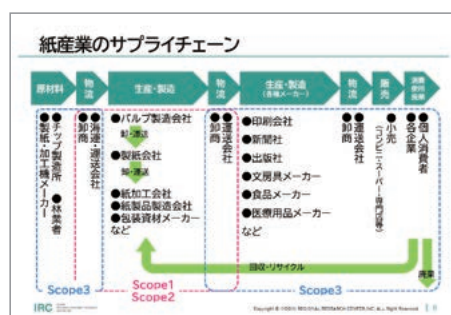
①ワークショップの開催

中小企業12社および支援機関に対し、脱炭素を「知る」、「測る」、「減らす」のステップでワークショップを開催し、脱炭素経営を進めるために必要な企業側・支援機関側双方のアクションを整理した。



ワークショップで意見を出し合いアクションを整理

また、「知る」のステップでは、IRCが紙産業のサプライチェーンの川下にあたる業界からのヒアリング結果などを報告し、「脱炭素に貢献できる紙製



IRC の報告資料(抜粋)

品・紙づくり”を考えるきっかけとしてもらった。

ヒアリングにおいて、温室効果ガスの排出量可視化や削減目標の設定を実施している企業は少なかったが、脱炭素に対する関心は高いことが分かった。また、紙素材の強度やバリア性、価格がプラスチック素材と同等レベルになれば、脱プラの代替素材として紙素材の用途が広がる可能性を感じた。

②排出量可視化ツールの導入

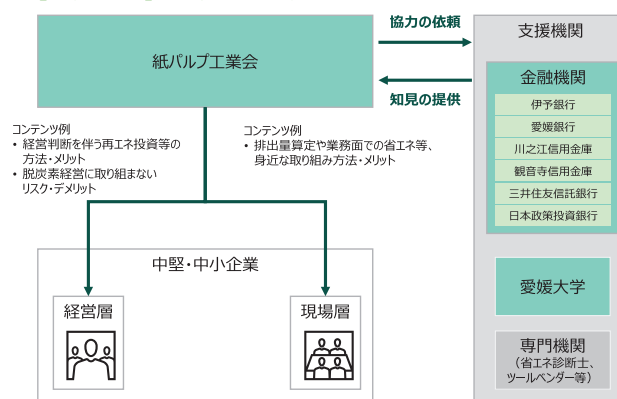
「測る」のステップを踏まえ、中小企業10社に対し、温室効果ガスの排出量可視化ツールの導入を行い、削減施策を提案した。金融機関は、排出量可視化のサービスを行う企業と提携している。今後取引先への可視化サービスを提供し、削減に向けた計画策定支援や実行支援につなげることが求められる。

昨年度の協議会の取り組みは、さまざまな規模の企業や支援機関が参加して積極的な活動が行われていると環境省も評価している。「世界的に脱炭素の動きが加速していくなかで、このような取り組みは他の地域や産業クラスターにおけるモデルケースになり得る」(環境省担当者)と、今後の進展にも期待が寄せられている。

今年度の取り組み

今年度は、脱炭素に携わる人材の育成を目的とした「脱炭素人材育成プログラム」の実施を中心に取り組む(図表-7)。

▶[図表-7]脱炭素人材育成プログラムのスキーム

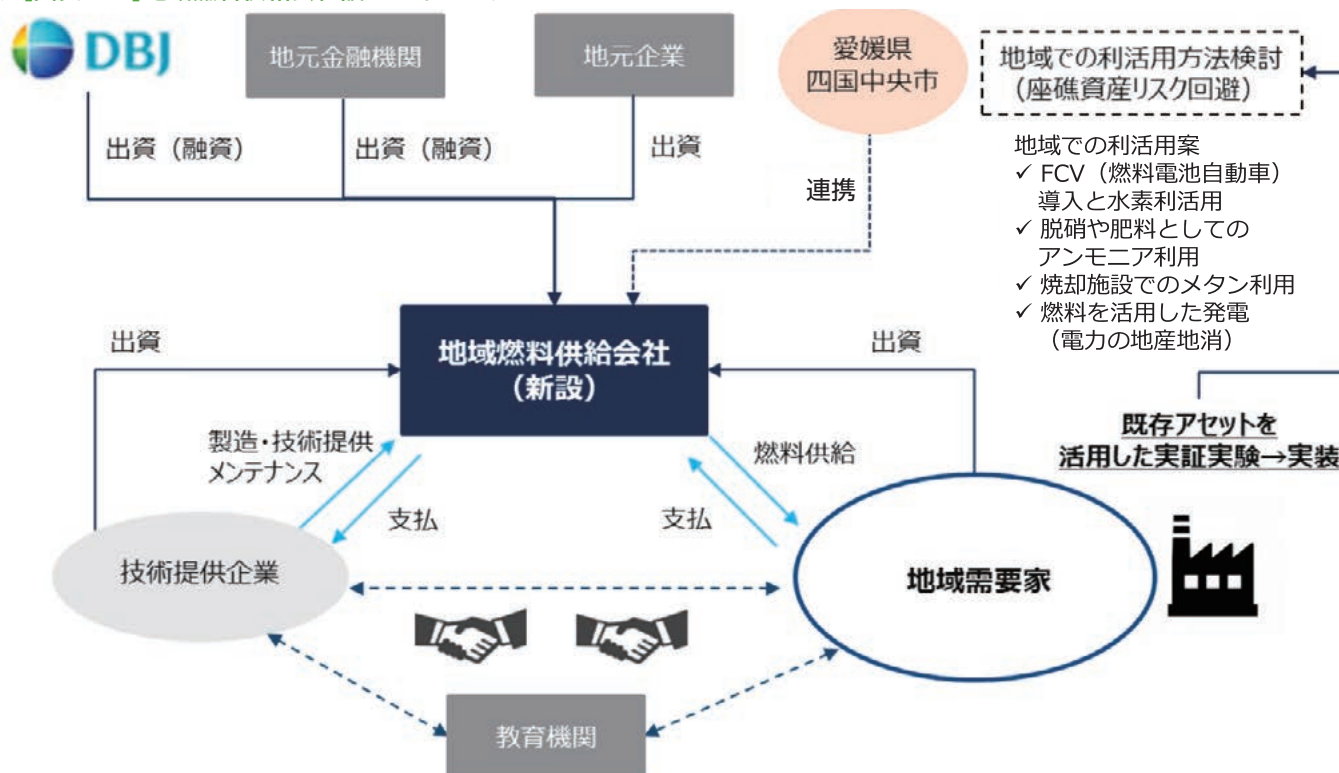


資料：環境省「地域ぐるみでの支援体制構築ガイドブック」

プログラムは、経営層向けと従業員向けの2種類を用意。経営層向けプログラムは、将来の脱炭素経営の重要性についての意識啓発に重点を置いたものとし、従業員向けプログラムは現場の実践的な取り組みにつながるコンテンツを提供する。「経営層と従業員（現場）双方とも脱炭素に関しては総論賛成だが、各論では生産性優先など認識のズレもある」（一般会員企業）との声もあがっていることから、それぞれのプログラムで学んだことを相互に理解・議論できる出口となるよう取り組む方針だ。

図表-6のロードマップで示す水素、e-メタン、アンモニアなどへの燃料転換を進めていくためには、中長期的に大型の投資が求められる。一方で、大規模なインフラ投資や新燃料の調達はリスクが高くなる。「地域全体で取り組まないと、個社単位での取り組みには限界がある」(幹事会員企業)ため、実証実験・実装段階では、既存のインフラを

(福田 泰三)





“紙の町”における地域ぐるみのエネルギー転換に向けて ～「四国中央市カーボンニュートラル協議会」による取り組み～

株式会社日本政策投資銀行 四国支店
副調査役 藤岡 亜希子

■DBJにおける“地域×脱炭素”の重要性

日本政策投資銀行(DBJ)は第5次中期経営計画(2021～25年度)において「GRIT戦略」¹⁾を掲げ、技術的に確立されたカーボンニュートラル(CN)に向けた取り組みを推進している。加えて、2030年までの長期ビジョンでは重点領域の一つに「地域」を位置づけており、地域における脱炭素社会の実現に向けた取り組みに注力している。

こうした方針の下、DBJは日本各地の地域脱炭素に係る協議会・検討会に参画しているが、なかでも四国中央市は民間事業者が主体である点が特徴的な協議会であり、その事務局として運営や議論の取りまとめ、各ステークホルダーとの対話や調整等に積極的に関与している。

■四国中央市CN協議会設立の経緯と目的

製紙産業の集積地である四国中央市は、日本一の“紙の町”として紙製品の供給責任を果たすと同時に、石炭の使用量が多くCO₂を大量に排出していることからCNに向けた取り組みが不可欠であり、四国中央市のCNが四国地域全体におけるCN達成に大きく寄与すると考える。

脱炭素が製紙会社各社の経営課題となりつつある中、コスト負担軽減のためには個社レベルではなく、地域全体でエネルギー転換を図る方がはるかに大きいメリットが期待できる。しかし、数年前までは脱炭素に関する取り組みは各ステークホルダー単独のものにとどまっており、地域内で連携する面的な活動は行われていなかった。

かかる中、経営課題に関する勉強会を継続的に実施していた丸住製紙とDBJは、政府による2050年CN実現目標を踏まえると、1社単

独で出来る事には限界があり、地域ぐるみで取り組む必要があるとの見解に至り、当地に主力工場を有する大王製紙へお声がけをし、地域全体での面的な活動ができないか3社で検討を開始した。

そして2021年6月にDBJを事務局とする協議会を設立。産学官金が連携し、日本一の“紙の町”の持続可能性を高めていくために、エネルギー需要家である立地企業が協働して課題解決に取り組むためのプラットフォームが形成された。

■地域ぐるみのエネルギー転換に向けて

このように四国中央市における製紙会社との勉強会に端を発し、設立された協議会においては、大企業のみならず中堅・中小企業も巻き込みながら議論・活動を継続しており、2024年6月現在の一般会員は29社となった。地域全体で脱炭素を実現するためには、更なる会員数の増加や地域一体となった機運の醸成が必要と考える。

ロードマップ公表以降は、国の政策動向の変化やCN燃料に係る技術進展等も踏まえて産学官金で議論を継続するとともに、行政とも議論を重ね、地域ぐるみのCNを後押しする支援制度・補助金の採択に向けた働きかけを行っている。

協議会においては、①CNを機会とすることで地域産業そのものの衰退を抑え、②日本一の紙の町×脱炭素による持続可能な街をつくり、③脱炭素×SDGs×地域プロモーションにより若者から選ばれる町にすることでヒト・モノ・カネが持続的に循環する“サステナブルな日本一の紙の町”の実現を目指している。

四国中央市CN協議会は、事業者、自治体、地元地方銀行、地元教育機関、地元業界団体等の結節点として、地域のCN実現および地域課題の解決に今後も貢献して参りたい。

1) DBJが持続可能な社会の実現に向けて推進するもの。
G: Green, R: Resilience & Recovery, I: Innovation,
T: Transition & Transformation

人と街の未来を創る

株式会社アーバンライフ 専務取締役 / 菊池 亮 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)



株式会社アーバンライフは、新居浜市に拠点を置く総合不動産会社である。社長で父の徳英^{のりひで}氏が「人と街の未来を創る」ことを目的に1988年に設立した。

不動産開発をメインに売買仲介や賃貸、住宅建築などを扱っており、さまざまなお客さまの相談にワンストップで対応できるのが強みである。亮氏は「30年以上、この地域とともに歩んできた。創業時に家を建てるお手伝いをした方のお子さまから、新築住宅の相談を受けるなど、地域とのつながりを感じている」と話す。

近年は住宅着工件数が減少し、今後も人口減少による需要の低下が見込まれるため、法人をターゲットにした商業用不動産の開発や企業誘致に力を入れている。他業種との連携や、業務エリアの拡大なども考えているそうだ。

亮氏が今後取り組みたいことの1つにDX推進がある。不動産業界は、対面かつ紙での契約を行うなどアナログな面が多い。遠隔地のお客さまとのやりとりでは、移動や書類郵送など互いに負担が生じていた。近年の法改正により、対面が義務づけられていた重要事項説明がオンラインでも可能となり、今後はオンラインでの取引が主流となる見込みだという。亮氏は「『愛媛にある相続不動産を売却したい』という県外の方からの相談をよく受ける。自社でも電子契約の導入を進めており、取引手段の幅が広がれば、相続空き家の問題解決にも貢献できるかもしれない。これからも積極的に取り組んでいきたい」と言う。

「友人や同級生の多くが地元を離れ、県外に暮らしている。彼らが帰郷した際に『安心する』『便利になったね』と言われるような街づくりをしたい」と、亮氏。今後も不動産開発を通じて地域の人々の暮らしを支え、豊かな街づくりに貢献していかれることだろう。

(川尻 麻美)

☑ PERSONAL QUESTION

菊池 亮 (きくち りょう) 1989年1月生まれ

モットー 自分の人生は相対評価より絶対評価。
他と比べて一喜一憂しない。常に自分にベクトルを向け
ていけば成長につながると思う。

最近ハマっているもの サッカー観戦。
夫婦で日本代表戦を観に行く。スタジアムの一体感が
最高！

感銘を受けた言葉 「実力の差は努力の差 実績の差は責任感の差
人格の差は苦勞の差 判断力の差は情報の差」
(武田信玄)
常に努力し、結果を出すまであきらめない。

【会社概要】

〒792-0031
新居浜市高木町2-20
アーバンライフビル4階
TEL / 0897-47-4222
資本金 / 9,800万円
従業員 / 12名(パート含む)



働く人のやる気を応援！

イトー商事株式会社 取締役 / 山野 小百合 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)

イトー商事株式会社は、作業用品専門店『ファイト』を運営している。社長で父の伊藤 政直氏が「職人さんの頑張りを応援したい」と1985年に設立した。現在は西条市2店、新居浜市1店、ECサイト2店の計5店舗を展開している。

山野氏は「地域に根ざした店づくりを心がけている」と言う。お客さまの声をもとに取り入れた商品が多く、店舗ごとに特色あるラインナップを展開し、好評を得ている。

それを支えるのがクラウドサービスを用いた情報共有である。昨年から導入し、お客さまの属性やニーズなどの情報を蓄積してスタッフや店舗間で共有し、接客や仕入れに活用している。その他にもスケジュールの共有やシフト管理、社内のコミュニケーションなどさまざまな用途に利用している。

このサービス導入は山野氏の提案によるものだ。伊予銀行主催のDXセミナーへの参加をきっかけに、いよぎんデジタルソリューションズの支援を受け、今では1人でアプリを作成できるようになった。導入後はコピー用紙やFAXの利用が減り、ペーパーレス化も進んでいるという。

山野氏は「人材の確保・育成が課題だ」と言い、今年から2つの取り組みを始めた。まずは高校生を対象とした就職フェアや大学で行う会社説明会への参加だ。他社の取り組みや採用担当者との情報交換に刺激を受けているそうだ。次に、1on1ミーティングの実施である。「考えを引き出すのはなかなか難しいが、仕事への思いを話してくれるスタッフもいて、これまでより関係性が良くなった」と効果を感じている。月1回、15分程度と無理のないスケジュールにし、今後も続けていくという。

「『ファイト』なだけに活力あふれる会社にしたい」と、山野氏。今後もスタッフと力を合わせて、地域のお客さまを応援していかれることだろう。

(川尻 麻美)



☑ PERSONAL QUESTION

山野 小百合 (やまの さゆり) 1985年2月生まれ

モットー

何事もまずは受け止める。
自分と違う意見でも否定せず、その背景を考えるようにしている。さまざまな声を聞き、考え方の幅が広がったと思う。

休日の過ごし方

息子のサッカー観戦。
小学生の息子2人のクラブ活動を応援している。

感銘を受けた言葉

「商売とは感動を与えることである」(松下幸之助氏)
「ボーっと生きてんじゃねーよ！」(チョコちゃん)
仕事も遊びも常にワクワクすることを考えていたい。

【会社概要】

〒799-1352
西条市三津屋東42-3
TEL / 0898-65-4008
資本金 / 1,000万円
従業員 / 17名





SINGAPORE

シンガポールだより

シンガポール国民の台所 「ホーカーセンター」について

はじめに

シンガポールでは、外食文化が根付いており、1日の全ての食事を外食で済ませるシンガポール人も少なくありません。その一つの要因として、共働き世帯の多さが挙げられます。2020年の統計によると、35歳未満の夫婦の78.3%が共働きの家庭となっており、高い割合を占めています。

シンガポールにおける共働き世帯の割合(2020年)

年 代	割 合
35歳未満	78.3%
35～49歳	72.3%
50～64歳	51.9%
65歳以上	17.8%

※夫婦の年齢が異なる場合は、年齢の高い方を基準に算出
資料：シンガポール統計局の公表資料を基に作成

多忙なシンガポール国民が、日々通っているのが「ホーカーセンター」です。

ホーカーセンターとは、屋台の集合施設のことです。国内のあらゆる場所で目にすることができます。早朝から夜遅くまで営業しているため、国民の台所として親しまれています。

様々な屋台の中から、その時の気分にあった食事を選べるだけでなく、物価の高いシンガポールでも、お手頃な価格(約5S\$～)で、お腹を満たすことができるため、シンガポール国民の生活に欠かすことができない存在になっています。

今回は、ホーカーセンターの歴史や状況についてお伝えします。

1 ホーカーセンターの歴史

ホーカー(hawker)とは、行商人を意味しています。1960年代まで、シンガポールでは、行商人たちが街中で屋台を展開していました。当時の屋台の衛生状況はひどく、街中にごみが散乱していました。環境整備を進めるため、シンガポール政府は、屋台に営業ライセンスの取得を義務化し、水道・電気などを整備した半屋外の場所を提供のうえ、屋台を集約させたことで、ホーカーセンターが誕生しました。

国家環境庁(NEA:National Environment Agency)によって、現在は119カ所のホーカーセンターが管理されています。HDBと呼ばれる公共住宅の周辺に設置されることも多く、食事を提供するだけでなく、地域コミュニティの促進の場としての役割も担っています。ちなみに、これから新たに店舗を出店する場合は、政府が実施する入札に参加する必要があります。

また、1997年以降は、NEAにより、各店舗の衛生検査が定期的に行われ、その評価結果に基づき、衛生レベルが分類(A～D)されており、各店舗では、その衛生結果を記載した札を見やすい場所に掲示することが義務づけられています。そして、必ず清掃スタッフが雇用されていて、頻りに食器の片づけやフロアの清掃を行っているため、一定の衛生環境が保たれています。

2020年12月には、現地住民の生活に根差し、多文

化国家の形成に貢献しているという点が認められ、「ホーカー文化」がユネスコ無形文化遺産に登録されました。

2 ホーカーセンターの様子と豊富なメニュー

シンガポール国民からも人気の高いホーカーセンター「マックスウェルフードセンター」の様子をご紹介します。



賑わうマックスウェルフードセンター

この中には、約100店舗の屋台が営業しており、ポークリブをハーブやコショウで煮込んだ“バクテー”や中太の卵麺に海老などを入れて炒めた塩味の焼きそば“ホッケン・ミー”といったローカル料理のほか、アジア諸国のグルメを楽しむことができます。

多くの人気店が集結する中、特に行列ができているのは、シンガポール名物“チキンライス”の人気店「天天海南鶏飯」です。過去にミシュランガイド



行列が絶えない天天海南鶏飯



天天海南鶏飯チキンライス(6S\$)ココナッツジュース(3S\$)

ドのビブグルマンを獲得した実績もあり、多くのファンで賑わっています。

ご飯以外にも、飲み物やスイーツを販売する店舗もあり、ココナッツジュースや揚げバナナなど、日本では珍しい食べ物も多く見られます。

ホーカーセンターでは、お昼時になると、テーブルの争奪戦が始まります。利用時にはポケットティッシュなど(貴重品はNG)を置き、席を確保してから、ご飯を買いに行くのがシンガポール流です。商品購入後に迷わないためにも、テーブルに記載されている番号をメモしておくことをお勧めします。なお、飲食後の食器等の片づけは、法律で義務化されていますので、所定の位置に返却することを忘れないようご注意ください。

3 近代のスタイル

近年、政府が管理しているホーカーセンター以外にも、ショッピングモール等では、民間企業が運営するフードコートも増加しています。室内にあるため、エアコンも設置されており快適に食事を楽しめますが、ホーカーセンターと比較すると、値段は少し高くなっています。

観光地として有名なマリーナベイ・サンズの中にもフードコートがあり、高級感のある雰囲気が特徴的で、家族連れや観光客で賑わっています。



マリーナベイ・サンズ内のフードコート「Rasapura Masters」

おわりに

ホーカーセンターには、リーズナブルで美味しいお店があふれています。多民族国家であるシンガポールだからこそ、アジア各国の料理を堪能することができ、国民が日々通うのも納得です。

シンガポールにお越しの際は、ホーカーセンターを訪問し、シンガポール国民の日常を体験してみてくださいはいかがでしょう。

(長野 雄貴)

【税務編】

プラットフォーム課税について

酒井啓司税理士事務所 税理士 酒井 啓司



Q. 令和6年度税制改正で「プラットフォーム課税」という制度ができたと聞きました。当社とは直接関係ないようですが、どのような制度なのでしょう。

A. インターネットを通じて国境を越える電子取引は、ビジネス、プライベートを問わず、日本国内でも幅広く行われるようになっており、課税方法が検討されていました。今回制定されたプラットフォーム課税は、国外の事業者が行ったサービスについて、その国外事業者ではなく、サービスを提供している特定のプラットフォーム事業者を納税義務者とする制度であり、2025年度から導入されることになりました。

1. 制度の背景

オンラインゲーム、電子書籍や音楽の配信など、インターネット上のプラットフォームを利用した取引には国内外の事業者が数多く参入しています。国内に拠点を持たない国外の事業者が行ったサービスについて、日本の課税当局が納税義務者を確認し、課税することが難しいという実体がありました。そこで、その国外事業者ではなく、サービスを提供している特定のプラットフォーム事業者を納税義務者とする制度が創設されました。

今回の制度の対象は、消費者が国外事業者から受けたデジタルサービス(電気通信利用役務提供)になります。

2. 課税の仕組み

プラットフォーム課税制度は、実際に消費者にサービスを提供する国外事業者ではなく、国税庁長官の指定を受けた特定のプラットフォーム事業者に消費税の納税義務が課されることになります。プラットフォーム事業者は、国外事業者と消費者の間に立って、サービスを提供するだけでなく、消費者から消費税を預かり日本の国税当局に納税するということで、税務面でもプラットフォームの役割を果たすことになります。今回対象となるプラットフォーム事業者は、消費者向け電気通信利用役務提供による対価の額が50億円超となる場合で、「特定プラットフォーム事業者」

としてインターネット上で公表されます。

特定プラットフォーム運営事業者は、対象となる国外事業者に、指定を受けた旨(運営事業者を通じて日本に消費税を納税すること)を通知します。

3. 事業者に対する取引への取組

インターネットを利用して国境を越えた取引を事業者が行う場合は、平成27年度税制改正において「リバースチャージ方式」が導入されています。この制度は、一定の条件を満たす場合、役務の提供をする国外の事業者ではなく、サービスの提供を受けた国内の事業者が消費税の申告納付を行うことになっています。

4. 今後の対応

この制度は、2025年4月1日以後に行われる電気通信利用役務の提供から適用されます。今後、該当する事業者は、制度に対応するための事務処理方法の検討や新規システム開発などが必要になると思われます。

一般的な国内事業者の消費税申告に影響することはほとんどないと想定されますが、国内外でデジタル化が進展する中、税制も今までにない形で変化しています。この変化についての見識を持つことは経営者として非常に重要です。

<イメージ>アプリストアを通じてオンラインゲームを配信



出典：「国境を越えたデジタルサービスに対する消費税の課税のあり方に関する研究会報告書」

会社の事業再生の方法について

弁護士法人たいよう 弁護士 林 寛大



Q. 会社が過剰債務を負っており、返済計画どおりの返済が困難な状況です。返済計画の変更や経営改善を行いたいのですが、どのような方法がありますか。

A. 金融機関と交渉して返済計画を変更するリスケジュールリングのほか、中小企業活性化協議会のサポートや中小企業事業再生ガイドラインの利用が考えられます。

1. 事業再生

会社の経営が悪化して資金繰りが続かなくなると、事業停止(倒産状態)になってしまいますが、早い段階で経営改善に取組めば、事業を自力で再生したり他社に事業譲渡(M&A)して事業を存続できる可能性があります。

会社の経営状態が悪化したときに取り得る方法を概観してみます。細かい利用条件等は別途ご確認ください。

2. リスケジュールリング(リスケ)

金融機関と協議して返済計画を見直すものです。

- ①一定期間、返済額を減額する
- ②一定期間、元本返済を猶予する(利払いだけにする)
- ③返済期間を延長し、毎月の返済額を減額する など

リスケをしている間に、自助努力で経営悪化の原因の除去・改善、収益力向上を行います。

3. 中小企業活性化協議会

中小企業活性化協議会(以下「協議会」という。)は、中小企業の活性化を支援する公的機関であり、全都道府県に設置されています。どこに相談していいかわからない場合、とりあえず協議会に相談するのがよいでしょう。実施している

主な事業は、下表のとおりです。

協議会の事業を利用すると、協議会が事務局となって金融機関との会議を開催したり、計画立案にあたる弁護士・会計士等の専門家を手配したりします(専門家費用は協議会が一部を負担)。

4. 中小企業事業再生ガイドライン

国・金融機関・弁護士・会計士等が協議して策定した「中小企業の事業再生等に関するガイドライン」に基づき、弁護士が中心となって、借入金のカット、スポンサーへの事業譲渡、廃業等を行います。利用にかかる費用の一部は協議会の援助を受けることができます。

5. 早期着手等の重要性

重要なことは経営悪化した早期に相談をすることです。事業再生をするにはある程度の期間が必要なため、倒産状態の直前になって相談をしても時間切れとなり、破産手続をせざるを得なくなります。

また、事業再生は金融機関と協議を重ねて理解を得ながら行うものです。虚偽報告を行っているような場合、金融機関の理解が得られず事業再生できないこともありますので、日頃から金融機関との適切な関係維持に努めてください。

支援策	対 象	対策例
①収益力改善支援	収益力低下・借入増加のおそれのある中小企業	・改善計画の策定
②再生支援	収益性のある事業はあるものの、財務上の問題がある中小企業	・収益力の範囲で返済可能な金額まで借入金をカット ・スポンサーに事業譲渡した代金で借入金を返済し、返済しきれない分はカット
③再チャレンジに向けた支援	収益力の改善や事業再生等が極めて困難な中小企業や保証債務に悩む経営者等	・破産を避けて、取引先への支払いを済ませたうえで金融機関からの借入を整理し廃業

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EVモーターズ・ジャパン(福岡県)

商用車両に特化したEVメーカー

1. 商用車両に特化したEVメーカー

株式会社EVモーターズ・ジャパンは、福岡県北九州市に拠点を構える商用EV等(EVバス、EVトラック)メーカーである。



10.5m路線バス

2025年の大阪・関西万博の会場輸送などで使用されるEVバスを150台以上受注している。2023年後半から納車を開始しており、昨年度の売上高は前年比44倍と急拡大を見せている。

現在は、自社開発した電池制御のコア技術「アクティブ・インバータ」を搭載し、OEM生産を行った完成車を並行輸入、北九州市の自社工場で架装など仕上げを行ったうえで各地のバス会社に納入している。

愛媛県は、伊予鉄グループが全国のバス会社に先駆けてEVモーターズ・ジャパン製EVバスの路線導入を進めており、全国的にもEVバス先行地域と言え、松山近郊では同社製のEVバスを目にする機会が日に日に増えている。

2. 電池制御エンジニアから起業

佐藤社長は、総合エンジニアリング企業に勤務していた1980年代から30年以上リチウムイオン電池の充放電システムの開発をリードしてきた生粋のエンジニアだ。

2009年に独立して充放電装置メーカーを設立、国内大手家電メーカー・中国の先駆的なEVメーカーへの納入などで実績を積み上げてきた。

転機となったのは2011年3月の東日本大震災。電池制御側のエンジニアとしてEVの黎明

期を見てきた佐藤社長は、「非常時に移動電源車となるEVバスが防災的な観点でも注目されることは間違いなく、将来は有力な産業に成長するのではないかと考え、EVバスメーカーの立ち上げを決意、2019年に同社を設立した。

バスは、ボディ寸法など国ごとに基準の異なる部分があることや、潮風に当たる沿岸部や寒冷地などの走行に長期間耐えうる車体が必要であることもあり、環境問題対策のため先駆けてEV化に取り組んでいた中国での企業連携を軸に事業を進めてきた。しかし、最初から見据えているのは「国産」EVの生産である。

3.「ゼロエミッション e-PARK」の建設

同社は、北九州市若松区にゼロエミッション^{*}社会の実現をコンセプトとした体感型EV複合施設「ゼロエミッション e-PARK」の建設を進めている。



ゼロエミッション e-PARK 完成図

2024年1月に第一期工事が竣工したこの施設は、今後、生産設備を順次導入し、年間1500台規模の商用EVの生産拠点を目指すほか、研究開発拠点や自動運転を含めた試運転コースとしても活用していく予定である。

また、「EVを広げる・EVを感じる・施設を楽しむ」をテーマに、外部の方にもEVを身近に感じてもらえるような体験型の施設として、地域活性化への貢献も目指している。

最終的には、再生可能エネルギーでの自立発電も使用した施設運営を計画しており、ゼロエミッション社会の実現に向けた「想い」が集約される場所となる予定だ。

^{*}ゼロエミッション：人間の活動から発生するあらゆる排出(Emission)をできる限りゼロ(Zero)に近づけることを目指す理念や手法

4. EVが当たり前になる世界へ

2024年5月、松山市駅前で伊予鉄グループによるEVバス出発式が開催された。タイプの異なる真新しいEVバスが並ぶ光景は壮観であり、関係者からは、カーボンニュートラルの達成に加え災害時の電源としての期待などの声が寄せられた。



伊予鉄グループEVバス出発式

今後も愛媛県内でEVバスが継続して納入されていく見通しであり、実際に乗車する機会も増加していくと思われる。

筆者は1年以上前、伊予鉄グループに最初に導入されたEVバスに乗車した。当時は電車に似た甲高いモーター音がやや気になったが、先日試運転コースで試乗したバスでは一段と静粛性が増しており、まさにベンチャー企業らしく日々改善が進められている様子を実感できた。今回伊予鉄グループに納入された最新タイプのバスはさらに進化しているものと期待している。

日本バス協会は2030年までにEVバスを1万台導入する目標を掲げているが、その道程はまだ緒についたばかりである。当社が「国産」EVバスを完成させることが、国内の商用EV浸透率を大きく高めることに貢献することは間違いなく、その日を心待ちにしたい。

(文責：いよぎんキャピタル株式会社)

profile

株式会社EVモーターズ・ジャパン



代表取締役社長兼CTO /
佐藤 裕之 氏

【会社所在地】
〒808-0035
福岡県北九州市若松区白山1-18-7

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は製造業で上昇、非製造業で低下～

概況

【内閣府月例経済報告：5月】

- 景気はこのところ足踏みもみられるが、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伴う影響や中国経済の先行き懸念など、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
- 物価上昇や令和6年能登半島地震の経済に与える影響などにも注意する必要がある

【県内経済の状況】

- 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

【県内の直近の経済指標】

- 鉱工業生産指数(季節調整値・3月)は前月比1.2%上昇と、4ヵ月ぶりに前月を上回る
- 公共工事請負金額(5月)は前年同月比44.0%増と、3ヵ月ぶりに前年を上回る
- 住宅着工戸数(4月)は前年同月比31.4%減と、5ヵ月連続で前年を下回る
- 有効求人倍率(季節調整値・4月)は前月比0.02ポイント低下の1.38倍と5ヵ月ぶりに低下
- 百貨店・スーパーの販売額(4月)は前年同月比1.8%減と4ヵ月ぶりに前年を下回る
- 新車乗用車販売台数(軽自動車含む・4月)は前年同月比14.5%減と4ヵ月連続で前年を下回る

【内閣府、財務省・法人企業景気予測調査(4～6月期調査)】

- 内閣府と財務省が5月に実施した法人企業景気予測調査4～6月期調査によると、県内企業の景況判断BSIは前期比1.0ポイント低下の▲3.8となった。部門別にみると、製造業は同13.7ポイント上昇の2.6、非製造業は9.0ポイント低下の▲7.6となった。

生産

指数は4ヵ月ぶりに前月を上回る 全国では輸送機械や汎用・業務用機械が低下

【総括コメント】

- 速報値で94.2(季節調整値、2020年＝100)と前月比1.2%上昇し、4ヵ月ぶりに前月を上回る

【県内主要業種の動向：3月】

主な上昇品目

- 「化学」(同+25.2%)：医薬品の生産増加
- 「汎用・生産用機械」(同+7.7%)：金属加工機械の生産増加

主な低下品目

- 「食料品」(同▲9.5%)：清涼飲料の生産減少
- 「パルプ・紙・紙加工品」(同▲6.6%)：段ボール原紙の生産減少

【全国の動向：4月】

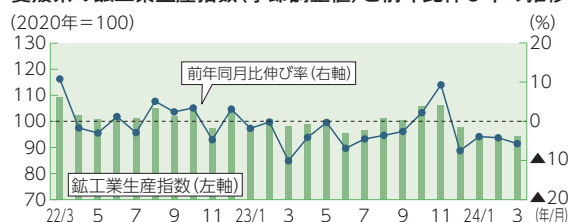
- 101.6(季節調整値、2020年＝100)と前月比0.1%低下し、2ヵ月ぶりに前月を下回る
- 「輸送機械」(同▲13.4%)や「汎用・業務用機械」(同▲3.2%)が寄与
- 「輸送機械」は米国大手航空機メーカーの減産により、航空機部品の生産が低下
- 基調判断は、「一進一退ながら弱含み」に据え置き

愛媛県の主要7業種鉱工業生産指数(3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	101.9	▲0.1	109.2	▲0.5
汎用・生産用機械	96.8	+7.7	98.5	▲12.9
電気機械	79.5	▲9.7	86.9	▲10.4
輸送機械	105.6	▲5.5	104.5	+8.1
化学	94.9	25.2	88.0	+12.2
パルプ・紙・紙加工品	90.9	▲6.6	94.4	▲10.4
食料品	104.0	▲9.5	105.4	▲9.4
全 体	94.2	+1.2	98.9	▲5.7

(注)速報値

愛媛県の鉱工業生産指数(季節調整値)と前年比伸び率の推移 (2020年＝100)



資料：愛媛県企画振興部政策企画局企画統計課

公共工事

5月の請負金額は前年同月比44.0%増 3ヵ月ぶりに前年を上回る

【総括コメント】

- 5月の愛媛県内における公共工事の請負金額は、前年同月比44.0%増の154億円48百万円で3ヵ月ぶりに前年を上回った

【発注者別の請負金額】

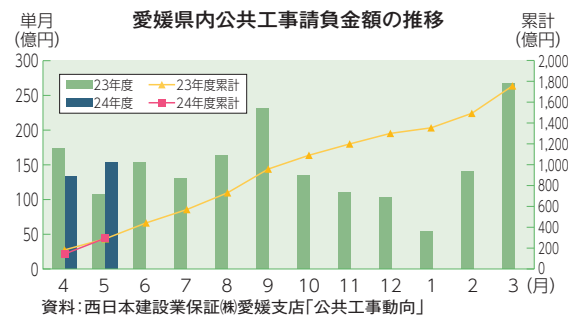
- 前年から増加 ●「独立行政法人等」(同+19.3%)
●「県」(同+420.4%):工事件数が大幅に増加
●「市町」(同+83.2%):松前町、西予市の大型工事が影響
- 前年から低下 ●「国」(同▲27.2%)

【トピック】

岸田首相は「中小企業省力化投資補助金」の対象に建設関連製品を追加するよう指示した。当事業では、中小企業等に対して、IoT・ロボット等の人手不足解消に効果がある汎用製品を導入するための経費を補助する。人手不足に悩む中小建設会社のDX化の後押しとなる。

県内の公共工事請負金額(5月)

発注者	24年5月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	2,848	▲27.2
独立行政法人等	2,760	+19.3
県	2,849	+420.4
市町	6,989	+83.2
その他	0	—
合計	15,448	44.0



住宅着工

4月の着工戸数は前年同月比31.4%減 5ヵ月連続で前年を下回る

【総括コメント】

- 4月の愛媛県内における住宅着工戸数は335戸で、前年同月比31.4%減と5ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(県内)】

- 前年から低下 ●「持家」(同▲9.8%)
●「貸家」(同▲59.0%)
●「分譲住宅」(同▲46.9%)

【全国の動向:4月】

- 住宅着工戸数は76,583戸で、前年同月比13.9%増と11ヵ月ぶりに前年を上回った

【内訳別(全国)】

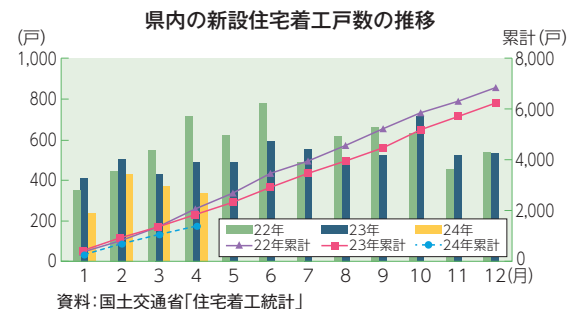
- 前年から増加 ●「貸家」(同+20.6%)
●「分譲住宅」(同+16.5%)
- 前年から低下 ●「持家」(同▲3.9%)

【トピック】

4月の住宅着工件数は全国で11ヵ月ぶりに前年を上回ったが、愛媛県では5ヵ月連続の低下となった。4月以降、労働時間の上限規制が導入され、労働力不足による工期の長期間化や、資材価格高騰による住宅価格の高止まりが懸念される。

新設住宅着工戸数(4月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	231	▲9.8
貸家	68	▲59.0
給与住宅	2	0.0
分譲住宅	34	▲46.9
分譲マンション	0	0.0
分譲一戸建	34	▲46.9
合計	335	▲31.4



雇用

有効求人倍率は1.38倍 5ヵ月ぶりに前月を下回る

【総括コメント】

- 4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1.38倍と5ヵ月ぶりに低下
- 求人が求職を大幅に上回って推移しており、緩やかに持ち直している

【主要産業別の新規求人数：4月】

主な上昇業種

- 「運輸業、郵便業」(前年同月比+29.8%)：タクシー、トラック運転手を中心に求人増加
- 「サービス業」(同+19.8%)：年度末の離職者増加に伴う人員確保

主な低下業種

- 「卸売業、小売業」(同▲8.3%)：大手スーパーの県外移転による求人減少
- 「製造業」(同▲5.9%)：食料品、繊維製造業で原材料費高騰の影響により求人減少

【トピック】

政府は5月に、令和6年3月大学等卒業者の就職状況(4月1日現在)を公表した。大学生の就職率は98.1%となり、調査開始以降、同時期の調査では過去最高の結果となった。大学の地域別就職状況では中国・四国地区の就職率が最も高く、99.6%となっている。

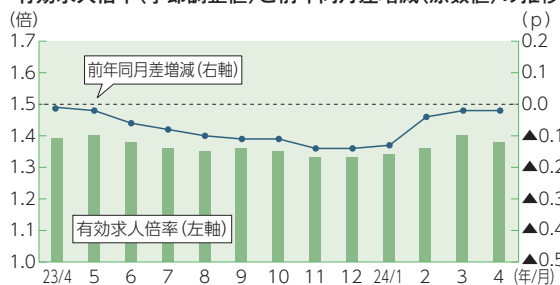
県内の雇用情勢(4月)

(単位：人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	6,110	+41.2	+1.2
月間有効求職者数	23,722	+5.4	+1.5
新規求人数	10,220	▲2.7	+0.2
月間有効求人数	30,424	▲5.1	+0.3
有効求人倍率(季節調整値)	1.38	▲0.02	▲0.02

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.28倍	1.38倍	1.20倍	1.38倍
※()内は前年同月差	(▲0.02p)	(+0.06p)	(▲0.08p)	(+0.03p)

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+3.4%)、 生鮮食品を除く指数(同+3.2%)ともに27ヵ月連続のプラス

【総括コメント】

- 4月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が107.2と前年同月比3.4%上昇、生鮮食品を除く指数も106.5と同3.2%上昇
- 27ヵ月連続で前年を上回った

【費目別(松山市)】

前年から増加

- 「光熱・水道」(同+9.0%)：2023年5月以降の電気料金値上げの影響
- 「被服及び履物」(同+8.1%)：春夏物衣料等の幅広い品目の価格上昇
- 「家具・家事用品」(同+6.6%)：家電製品等の幅広い品目の価格上昇

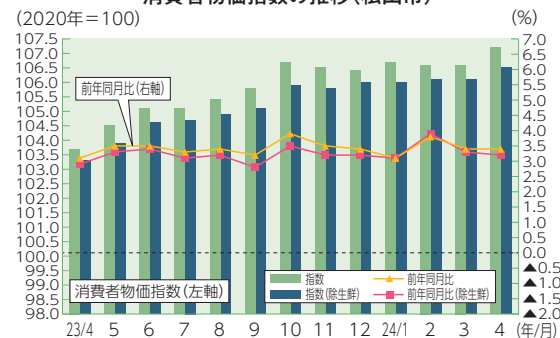
【全国の動向：4月】

- 4月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は107.1で、前年同月比2.2%上昇
- 32ヵ月連続で前年を上回った

費目別の消費者物価指数の動向(4月・前年同月比増減率)

上昇	光熱・水道(+9.0%) 被服及び履物(+8.1%) 家具・家事用品(+6.6%) 食料(+4.0%) 教養娯楽(+3.9%)	交通・通信(+3.8%) 諸雑費(+1.5%) 保健医療(+1.4%) 教育(+0.2%)
横ばい	住居(±0.0%)	

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同月比1.8%減 新車乗用車販売台数は4ヵ月連続で前年を下回る

【百貨店・スーパーの販売額、新車乗用車販売台数】

- 4月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比1.8%減と4ヵ月ぶりに減少
- うち、百貨店では高額商品の反動減による影響が大きく同2.8%減
- 新車乗用車販売台数は軽自動車とあわせ2,758台と同▲14.5%の減。自動車メーカーの認証不正による出荷停止の影響から新車の供給が停滞しており、買い替え需要が減少した。

【その他業種の販売額】

- 上昇 ●「ドラッグストア」(同▲5.7%)：出店数増加の影響によるもの
- 低下 ●「コンビニエンスストア」(同▲0.4%)：これまで新型コロナウイルス後の需要回復で高まっていたが、反動増の影響が一服
- 「家電大型専門店」(同▲3.2%)：新年度の大型家電買い替え需要が盛り上がり欠き、2ヵ月ぶりの減少
- 「ホームセンター」(同▲4.1%)：出店数減少の影響によるもの

【トピック】

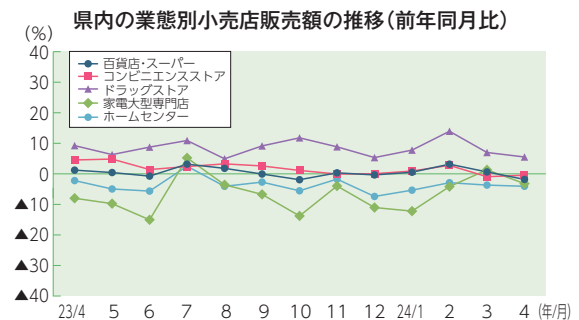
内閣府が発表した5月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月比2.1ポイント低下し36.2となった。「暮らし向き」「耐久消費財の買い時判断」など全項目で消費マインドの低下がみられ、基調判断も下方修正された。

県内の小売店販売額および新車乗用車販売(4月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	163.0	▲1.8
コンビニエンスストア	86.9	▲0.4
ドラッグストア	97.6	+5.7
家電大型専門店	24.6	▲3.2
ホームセンター	32.2	▲4.1

	販売台数(台)	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	2,758	▲14.5

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3ヵ月ぶりに前年を上回る 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

【道後温泉宿泊客数】

4月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比5.7%増の60,255人となった。2023年度全体の宿泊者数は約77万人で、前年度比1.3%増となった。

【主要観光施設入込み客数】

4月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月を1.8%上回った。

前年から増加

- 中予(同▲11.4%)

「県美術館」や「えひめ森林公園」などの施設は前年同月を上回った

前年から低下

- 東予(同▲4.1%)

「サンライズ糸山」「タオル美術館」などの施設は前年同月を上回った

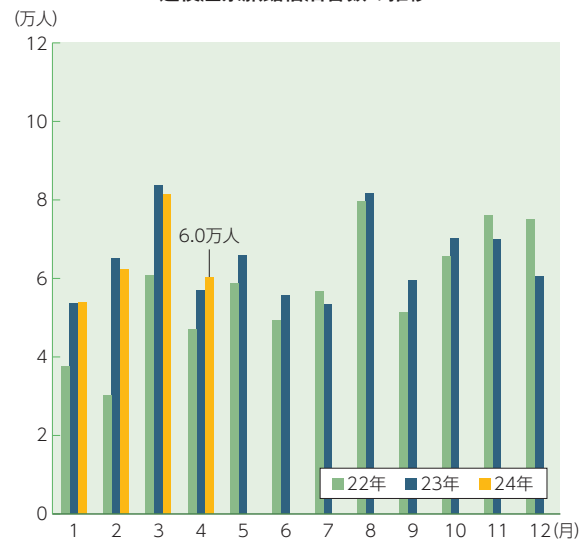
- 南予(同▲4.4%)

「臥龍山荘」などの施設は前年同月を上回った

【外国人宿泊者数】

観光庁によると、3月の外国人延べ宿泊者数は、1,298万人泊、2023年同月比72.0%増であった。愛媛県の外国人延べ宿泊者数は33,730人泊で、2023年比では151.9%増、2019年比では68.0%増となった。愛媛を訪れる訪日外国人観光客数は着実に増加しつつある。

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	 ▶ 	5月のマダイの浜値は970円/kg前後と横ばいが続く。需要閑散期のため消費動向に動きなく、相場は安定している。ハマチの浜値も、840円/kg前後と前月比で横ばい。在池尾数の回復により前年比で下落傾向が続いている。中国による水産物輸入停止から半年以上が経過したが、足元の相場への影響はみられない。

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トンあたり前月比横ばいの1,300ドル前後で推移。これまでの相場高騰で世界的に缶詰需要が低迷するなか、中西部太平洋での好漁も続いており値上がりが要素は少ない。一方、国内相場は190円/kg前後と前月比で10円の値上がり。季節商材として一定の需要はあり、高値圏を維持した。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	5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3,257梱で、前年同月比では3.5%減となった。5月の綿糸価格は主力の20番手が121,500円/梱、同5.4%安となった。価格は落ち着きを見せながらも、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4月の国内出荷は、前年同月比10.3%減で20ヵ月連続の減少。デジタル化に伴う需要の低迷が続いている。新聞用紙も同8.6%減で35ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙	 ▶ 	4月の国内出荷は、前年同月比9.8%増で3ヵ月連続のプラス。トイレ紙は同11.3%増、ティッシュも同7.9%増といずれも3ヵ月連続の増加。価格改定に合わせた前倒し需要が影響した。タオル紙は同7.4%の増加となった。
	紙加工など	 ▶ 	段ボール原紙の4月の国内出荷は、梱包用の需要が減少し前年同月比1.6%減と2ヵ月連続の減少となった。白板紙は3.9%増で11ヵ月ぶりにプラスに転じた。5月のゴールデンウィークを前に土産品といったスポット需要が増加したことが影響した。

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4月の出荷額は、前年同月比3.3%減で3ヵ月連続の減少となった。全体の7割を占める輸出向けが同4.7%減と押し下げ要因となっている。アジア向けはインドネシアなどでの大統領選挙による様子見姿勢の影響もある。産業機械は、引き合いがあるものの受注が遅れており、やや操業度が下がっている。プラント関係は、住友化学関連のメンテナンスがやや低調。

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3～4年分を有している。日本船舶輸出組合によると、5月の輸出船契約実績は35隻・170万1千総トンで、トン数ベースで前年同月比2.6倍と大幅に増加した。船種別内訳をみると、バルカーが32隻で大半を占め、ケーブサイズ7隻、ポストバナマックス型2隻など大型船の契約もみられた。油送船はLPG/アンモニア船が2隻、貨物船は一般貨物船1隻だった。
	内 航  ▶ 	手持ち工事は1年程度を有している。国土交通省の造船統計速報によると、4月の国内船の受注はゼロ、起工は3隻(貨物船1隻、油送船1隻、その他1隻)、竣工は2隻(貨物船1隻、油送船1隻)だった。また、造船統計四半期速報によると、造船主要43工場の1～3月の船用機関等の製造高は、1,041億円で前年同期比7.3%減となった。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
海 運	外 航  ▶ 	BDI(バルチック海運指数)は1,800台で推移している。中国の4月の主要品目輸入量は鉄鉱石、石炭ともに前年同月比10%以上増加しており、荷動きは堅調。コンテナ船は紅海での商船襲撃による混乱と、企業が年末商戦向けの商品輸送を例年より前倒ししており、運賃が高騰している。主要港での荷役・積み替えなどの港湾能力も低下し、影響が広範囲に及んでいる。
	内 航  ▶ 	日本内航海運組合総連合会によると、4月の輸送量は、貨物船は前年同月比1.1%減、油送船が同0.5%増だった。前年同月よりも低気圧の通過が少なく、輸送障害の影響を受ける回数は減少した。貨物船は鉄鋼や紙・バルブなどが増加した一方で、自動車は減少した。油送船は白油(ジェット燃料)が活況を呈し、高温液体(アスファルト、硫黄等)も増加した。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	5月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比44.0%増の154億円であった。「国」は前年を下回ったものの、「独立行政法人等」や「県」、「市町」は前年を上回った。4月の住宅着工戸数は前年を31.4%下回る335戸となった。利用関係別では、「給与住宅」は前年比横ばい、「持家」や「貸家」、「分譲住宅」は前年を下回った。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
観 光	 ▶ 	4月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比5.7%増の60,255人となった。また、4月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(同4.1%減)、南予(同4.4%減)は前年を下回ったものの、中予(同11.4%増)は前年を上回り、全体では同1.8%増となった。

7

2024

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は6月19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)
22(月)～24(水)	第58回 うわじま牛鬼まつり	宇和島市市内中心部 (宇和島市)	うわじま牛鬼まつり実行委員会 ☎ 0895-22-5555	—
27(土)・28(日)	第46回 四国中央紙まつり	四国中央市川之江町 (四国中央市)	四国中央紙まつり実行委員会 (四国中央市産業支援課内) ☎ 0896-28-6186	—
～9/1(日)	「企画展」 世界遺産大シルクロード展	愛媛県美術館 (松山市)	愛媛県美術館 ☎ 089-932-0010	当日券 一般 1,600円 高大生 800円 小中生 500円 団体(20名以上) 一般 1,400円 高大生 600円 小中生 300円

SPORTS

愛媛FC

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 7(日) 【対戦相手】 ザスバ群馬 【キックオフ】 19:00 【マッチシティ・タウン】 久万高原町・内子町

FC今治

会場:アシックス里山スタジアム

株式会社今治.夢スポーツ内 / TEL:(0898)31-8701

【開催日】 14(日) 【対戦相手】 ツエーゲン金沢 【キックオフ】 19:00

【開催日】 27(土) 【対戦相手】 いわてグルージャ盛岡 【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】 6(土) 【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】 内子町城の台公園野球場

【開催日】 7(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】 浜公園川之江野球場

【開催日】 13(土) 【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】 大洲球場

【開催日】 14(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】 大洲球場

【開催日】 26(金) 【対戦相手】 高知ファイティングドッグス 【プレイボール】 17:00 【会場】 今治市営球場

【開催日】 27(土) 【対戦相手】 高知ファイティングドッグス 【プレイボール】 17:00 【会場】 西予市営宇和球場

IRC 調査月報
Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT

2024 / NO.433

■発行日: 2024年7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: 秋本 哲

〒790-0012 松山市湊町4丁目4-3 お問い合わせ: <https://www.iyoirc.jp/about/contact/>

■印刷: セキ株式会社

