

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポートVol.1】

官民連携による持続可能な観光まちづくり

～大洲城下町の再生をモデルに～

【調査レポートVol.2】

「物流の2024年問題」が与える愛媛の養殖業への影響

～産地・流通が一体となった解決への取り組みを～

【THE person】

一般社団法人えひめ暮らしネットワーク(えひめ移住コンシェルジュ)

代表理事 / 板垣 義男 氏



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

5

2023

No.419

- 01 | **【視点】**
バリシップ2023開催に向けて
今治市海事都市交流委員会 会長 / 檜垣 幸人
- 02 | **【調査レポートVol.1】**
官民連携による持続可能な観光まちづくり
～大洲城下町の再生をモデルに～
- 12 | **【調査レポートVol.2】**
「物流の2024年問題」が与える愛媛の養殖業への影響
～産地・流通が一体となった解決への取り組みを～
- 20 | **【THE person】**
一般社団法人えひめ暮らしネットワーク(えひめ移住コンシェルジュ)
代表理事 / 板垣 義男 氏
- 24 | **【compass】**
異次元の少子化対策
慶應義塾大学経済学部教授 株式会社いよぎん地域経済研究センター顧問 / 白塚 重典
- 25 | **【データよもやま話】**
南予のかんきつにも影響を与える「物流の2024年問題」
～船へのモーダルシフトは解決のカギになり得るか～
- 26 | **【素顔のニューリーダー】**
四国紙販売株式会社 代表取締役副社長 / 井川 幸次郎 氏
新日本建設株式会社 / 井上 裕一郎 氏
- 28 | **【香港だより】**
香港の教育事情
- 30 | **【経営・実務Q&A】**
税務編 役員報酬の適正額について
酒井啓司税理士事務所 税理士 / 酒井 啓司
法務編 消費者契約法 事業者の不当な勧誘行為による契約の取消し
弁護士法人たいよう 弁護士 / 林 寛大
- 32 | **【愛媛県経済の動き】**
- 36 | **【地場産業の景気天気図】**
- 38 | **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: 因島の除虫菊畑
(広島県尾道市)
撮影: 岡本 龍

視点

POINT OF VIEW



バリシップ2023開催に向けて

今治市海事都市交流委員会
会長 檜垣 幸人

バリシップ2023が5月25日(木)から27日(土)までの3日間、テクスポート今治を中心に開催されます。今治市は世界でも有数の海事産業が集積する街であり、市内の造船所における建造隻数は国内の約2割に及びます。また、船主業も盛んであり、船用機器を製造するメーカー、シップファイナンスを取り扱う金融機関や保険会社等の海事産業に関わる企業が多く所在しています。ここ今治市において国際海事展「バリシップ」が開催できるのは、こういった今治の大きなローカルマーケットの存在が大きいと考えています。

「バリシップ」は、ノルウェー・オスロ市で開催される「ノルシップ」のような国際海事展を今治で開催し、展示会事業の波及効果を地域経済に与えるとともに、海事産業の魅力を広く発信して次世代人材の育成を図ることを目的として2009年に初めて開催し、今回で7回目となります。関係者の皆様のお力添えのおかげで、回を重ねるごとに規模が拡大し、前回のバリシップ2019では出展社が350社、来場者は約5万人となりました。バリシップ2023は、前回は上回る過去最大規模での開催になると聞いており、私も期待に胸を踊らせています。

我が国は、2021年10月に「国際海運2050年カーボンニュートラル」を目指す旨を表明し、官民連携でゼロエミッション船の技術開発を

進めています。また、開発された新技術をスムーズに商用大型船舶に導入・普及していくため、海運、造船、船用工業、船員など各分野が連携して、環境整備を進めていく必要があります。バリシップ2023では「未来の船は、ここにある」をテーマに、クリーンエネルギーやDX等の多様な分野にまつわる新製品や最新情報が世界中から集まります。参加者の皆様による活発な意見交換や商談がなされることを大いに期待しています。

また、「バリシップ」の特徴である会期3日目の一般見学会では、市内の造船所や船用メーカー各社の工場見学会に加えて、船の見学会や海事関係機関と連携した多彩なイベントを計画しています。一人でも多くの若者が「海事産業」に興味を持ち、将来の就職先候補として考えていただけることが出来れば、大変うれしく思います。

バリシップ2023は主催者であるインフォーママーケットツジャパン株式会社を中心に、海事関係者や行政機関そして地域の皆様とともに開催する展示会です。ぜひ多くの皆様にご来場を頂き、海事産業の魅力に触れて頂きたいと思います。バリシップ2023の開催に向けて温かなご支援をどうぞよろしくお願い申し上げます。

官民連携による 持続可能な観光まちづくり

～大洲城下町の再生をモデルに～



要旨

01

2017年時点で、大洲市肱南地区には古民家が約100棟残されていたが、老朽化により一部の歴史的建造物が消失する危機に瀕していた。一方、大洲・八幡浜エリアを訪れる観光客(2019年)は9割近くが県内日帰り客であり、宿泊者数が伸びないという課題を抱えていた。

02

歴史的建造物の保全、通過型観光地からの脱却、町の活気を取り戻す等の課題を踏まえ、大洲市は2018年に伊予銀行、(一社)ノオト・(株)NOTE、バリューマネジメント(株)と連携協定を結び、官民連携による観光まちづくりの体制を整えた。また、観光地域づくり法人である「一般社団法人キタ・マネジメント」という中間組織を設立し、同社を中心に観光まちづくりが進められた。

03

持続可能な観光まちづくりを実現するには、エリアマネジメントとインバウンド戦略が重要である。エリアマネジメントに関して、①「分散型ホテル」である「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」の設立・運営、②観光動線を意識した飲食店やショップの配置、③長期視点に立つ事業者選定・誘致、インバウンド戦略に関して、①ターゲットの設定や②海外での認知度向上などの取組みが挙げられる。

04

官民連携による観光まちづくりの展開により、歴史的建造物の保全が図られると同時に、観光客を呼び込むことで、城下町の活性化につながっている。2018年度～2022年度までの5年間、再生・活用された歴史的建造物は31棟に及び、それらは宿泊施設や店舗などに生まれ変わり、大洲は滞在型観光地になりつつある。

05

大きな成果を収めた事業ではあるが、持続可能な観光まちづくりを目指すにはいくつかの課題が残されている。①多言語対応、②「大洲食」のブランディング、③体験コンテンツの利用促進、④広域連携の推進などが求められる。また、まちづくりを持続的に盛り上げていくには、地域住民、特に若者の積極参加が望まれる。

【はじめに】

今、大洲市では、官民連携による歴史的建造物を活用した観光まちづくりが進められている。昨年、国際公式認証機関であるオランダのグリーン・デスティネーションズ¹⁾が認証する「世界の持続可能な観光地2022 TOP100選」に選ばれ、また、今年3月に「The Green Destinations Story Awards ITB Berlin」の「文化・伝統保存」部門で世界1位を受賞するなど、大洲は国内外での知名度が高まりつつある。

今回は、大洲市における観光まちづくりに焦点を当て、持続的なまちづくりの実現に何が必要なのかを明らかにし、残された課題と今後の方向性をまとめる。

1. 大洲市の概況と地域課題

01 大洲市の概況

大洲市は愛媛県の西南部に位置しており、松山市から車で約1時間、50km離れたところにある。松山市から南予方面(西予市、宇和島市など)への玄関口であり、交通の要衝として重要な役割を果たしている。

面積は432.1km²で、人口(2020年)は1990年比で3割減の約4.1万人となっており、2040年には3.0万人になると推計されている。また、65歳以上の高齢者人口が全体の4割弱に上り、人口減少や高齢化が深刻である。

02 地域課題

A) 歴史的建造物消失の危機

大洲市の肱南地区は、藩政時代の大洲藩六万石の城下町エリアであり、明治以降、木蠟業や製糸業など近代産業が発達したおかげで、今も当時の名士たちの商家や土蔵跡など歴史的建造物が残っている。2017年12月時点で、肱南地区には古民家が約100棟残されていた。ただし、所有者の高齢化や、相続者が地元に住んでいないこと等を背景に、古民家の維持が困難になり、そのまま放置すると、町の景観にマイナス影響を与えるだけでなく、防災や防犯面の低下につながる可能性がある。また、最も

▶[図表-1] 2017年に取り壊し等が予定されていた物件

■：2017年(H29)当時、取り壊しや新築・改築などが予定されていた物件



※青色部は城下町の歴史的風致を感じ取れる建物を示す

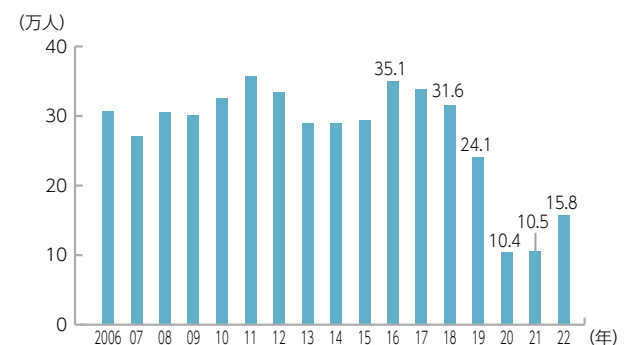
資料：一般社団法人キタ・マネジメント

懸念されるのは、多くの歴史的建造物が取り壊され、古き良き大洲の古い町並みが消えてしまうことである(図表-1)。

B) 観光課題

大洲市の主要観光施設を訪れる観光客数は、年間約27万人～35万人(2006年～2018年)で推移して

▶[図表-2] 大洲における主要観光施設入込み客数の推移



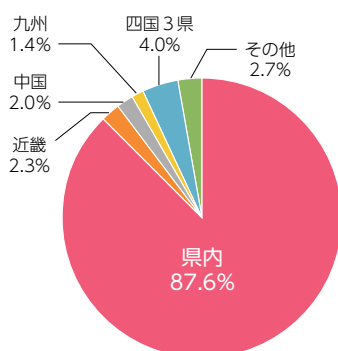
資料：大洲市
主要観光施設：臥龍山荘、大洲家族旅行村、おおず赤煉瓦館、大洲城、あさもや、思ひで倉庫

1) グリーン・デスティネーションズは、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会が認定している第三者認証機関であり、観光地向けの表彰・認証制度を運営している組織である。

いたが、西日本豪雨やコロナの影響を受け、2018年以降は減少傾向にあり、2020年は約10万人だった(図表-2)。その後、行動制限の緩和等で客足が戻り、2022年は約15.8万人が大洲を訪れた。

次に、訪れた観光客の内訳をみると、県内客の割合が全体の9割近くを占め、典型的な日帰り観光地といえる(図表-3)。残り1割の県外客も観光の目玉である「大洲城」と「臥龍山荘」を見学し、その後、次の目的地に向かう通過型がメインだった。そのため、地元に落ちるお金が少なく、全体の観光消費額がなかなか伸びない状況が続いていた。

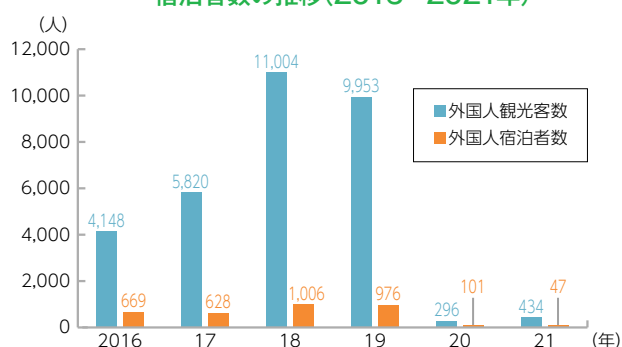
▶ [図表-3] 大洲・八幡浜圏域における観光客発地別推計(2019年)



資料: 愛媛県「令和元年観光客数とその消費額」をもとにIRC作成

一方、インバウンドの状況をみると、2016年には4千人の訪日外国人観光客が大洲を訪れたが、2018年には1.1万人へと、約3倍に伸びた(図表-4)。ただし、それに比例する宿泊者数の伸びが見られず、全体の1割にとどまった。大洲には宿泊施設が少なく、観光インフラの重要ファクターである「上質な宿泊施設」の整備が課題であった。

▶ [図表-4] 大洲における外国人観光客数及び宿泊者数の推移(2016~2021年)



資料: 大洲市

2. 官民連携の体制づくり

歴史的建造物の保全、通過型観光からの脱却、町の活気を取り戻す等の課題を解決するため、大洲市では官民連携による観光まちづくりを進めている。

01 観光まちづくりの経緯

まず、大洲市は人口減少や城下町の衰退に強い危機感を抱いた。2016年3月に「大洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略」が策定され、歴史的資源を活用し、観光産業を一大産業として振興する方向性を固めた。

翌年、大洲市の職員は伊予銀行の地域創生部を訪れ、観光まちづくりをめぐる資金調達やノウハウについて相談した。2017年6月に大洲市と伊予銀行との勉強会が発足し、情報交換が行われたなかで、「①一般社団法人ノオトは古民家再生・活用事業の先駆者であり、ノウハウを全国で展開していること、②建物の歴史的、文化的価値を大切にす

る宿泊事業者はバリューマネジメント株式会社が優れていること」などの事項が共有された。同年12月に、大洲市は「地域未来投資促進法に基づく基本計画」を策定した。古民家などの歴史的資源を活用する観光まちづくり事業に対し、「2018年度から2022年度までの計画期間内において、地方創生推進交付金を活用し、町家活用に要する補助金、創業支援等を実施する」と定めた。

2018年4月に、大洲市は伊予銀行、バリューマネジメント株式会社、一般社団法人ノオト・株式会社



NOTEと連携協定を締結し、官民連携による観光まちづくりの体制が整った(図表-5)。

02 各組織の役割

◆中枢機構——一般社団法人キタ・マネジメント

まず、大洲市は、2018年7月に観光地域づくり法人である「一般社団法人キタ・マネジメント」(以下はキタ・マネ)を設立した。同法人がまちづくりの中核となり、①歴史的資源の保全及び活用事業、②観光事業(市内7カ所の観光施設の運営など)、③物販事業を行っている。

また、同年、関連会社である株式会社KITA(出資者:キタ・マネ、株式会社NOTE、いよぎんキャピタル株式会社)を設立し、同社を中心に町家の改修・賃貸・管理を行うことになった(図表-6)。

◆伴走型支援——金融機関

まちづくりには、金融機関による資金面での支援が求められる。一方、地域の金融機関は、地域の経済発展に貢献することを使命としており、まちづくりへの取組みに参画することで、地域経済の活性化、顧客基盤の維持やビジネスの拡大を図っている。

一連のまちづくり事業には約12億円が必要と計画され、うち、公的資金(国の交付金、大洲市の補助金など)が5割、残りの5割が伊予銀行をはじめとする地域金融機関や政府系金融機関、大洲まちづくりファンドから調達することになった。また、伊予銀行からキタ・マネに専門人材を派遣し、ファイナンス面や事業面でのサポートを提供している。

◆ノウハウの提供——一般社団法人ノオト・株式会社NOTE

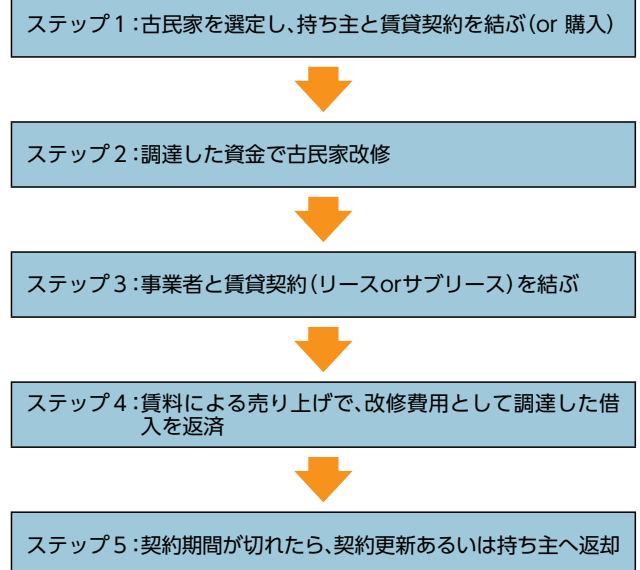
(一社)ノオト・(株)NOTEは兵庫県の丹波篠山市を拠点に全国の31地域でNIPPONIA事業を展開している。歴史的建造物の活用・再生に豊富な経験を持ち、計画の策定や活用ノウハウを提供している。

▶[図表-5]大洲市の官民連携による観光まちづくり

2016年3月	「大洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略」策定
2017年6月	大洲市と伊予銀行との勉強会発足
2017年7月	大洲市観光まちづくり戦略会議発足
2017年12月	「地域未来投資促進法に基づく基本計画」策定
2018年4月	大洲市、伊予銀行、(一社)ノオト・(株)NOTE、バリューマネジメント(株)連携協定の締結
2018年7月	一般社団法人キタ・マネジメント設立
2018年10月	(株)KITA設立
2020年4月	町家改修事業第1期工事完成(8棟)
2021年8月	町家改修事業第2期工事完成(10棟)
2022年4月	町家改修事業第3期工事完成(6棟)
2023年6月	町家改修事業第4期工事完成予定(7棟)

資料:一般社団法人キタ・マネジメント 「大洲まちづくりブック」(2022年)をもとにIRC作成

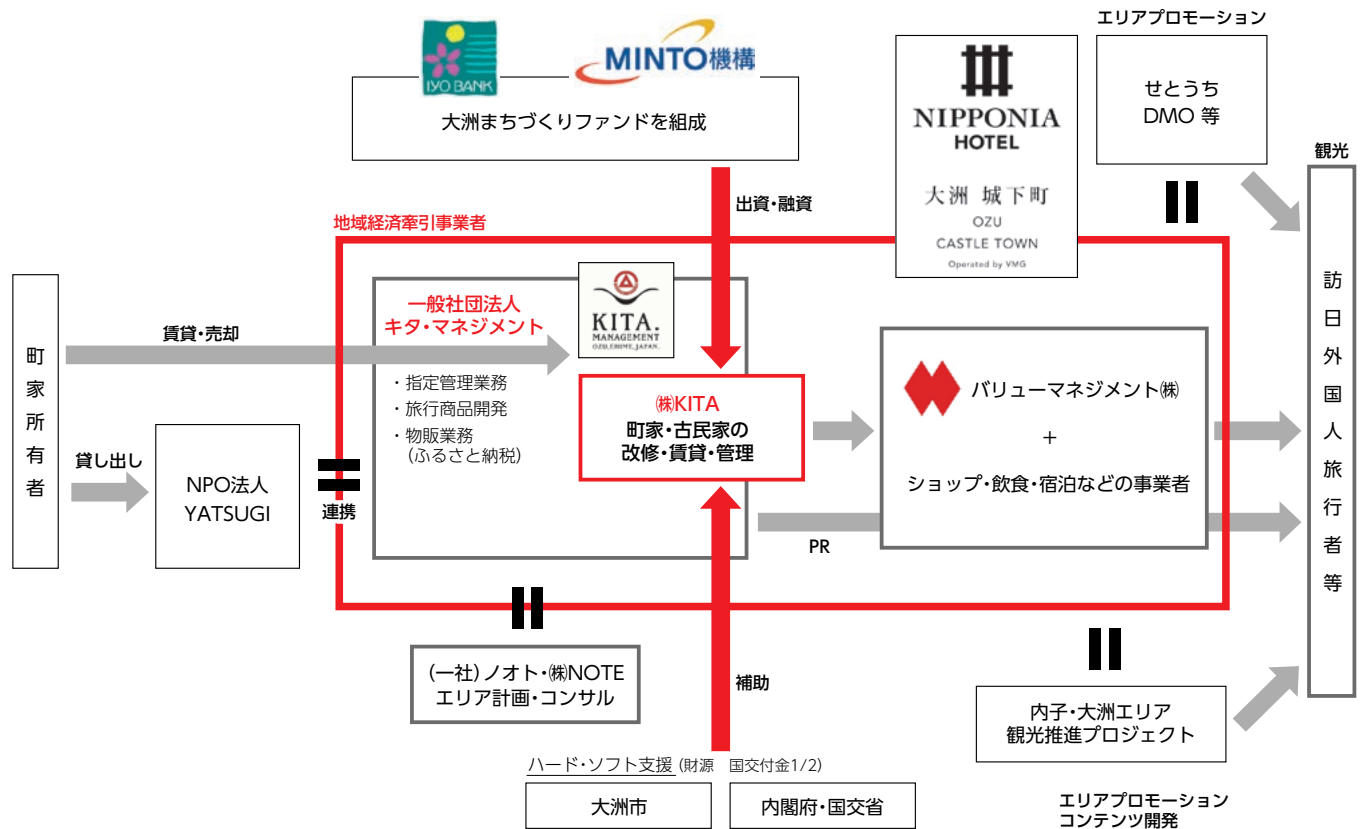
▶[図表-6]古民家改修・賃貸・管理事業の流れ(略図)



◆宿泊施設の運営——バリューマネジメント株式会社

バリューマネジメント(株)(本社:大阪市)は、歴史的建造物を宿泊施設やショップとして運営する会社である。「篠山城下町ホテル NIPPONIA」をはじめ、数多くのNIPPONIA HOTEL運営のマネジメントを行っている。集客やホテルサービスのコンテンツ開発、古民家運営のノウハウと豊富な実績を有している。

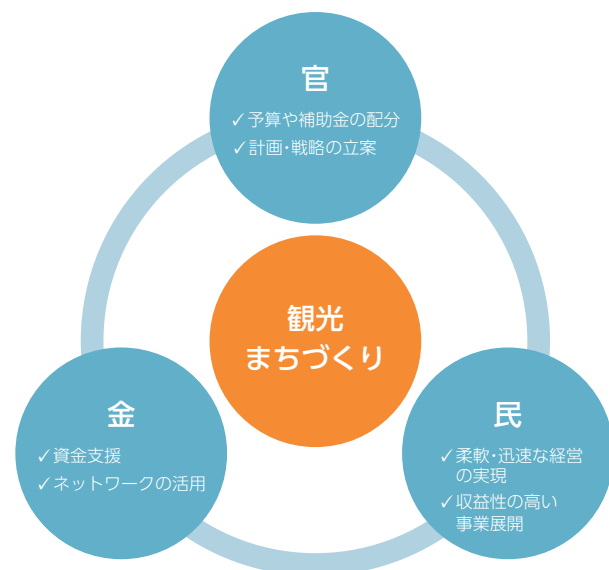
▶ [図表－7]大洲における観光まちづくりの仕組みのスキーム図



資料:一般社団法人キタ・マネジメント

以上のように、地域全体を俯瞰する行政の調整力、民間企業の発想力や柔軟かつ迅速な行動力、金融機関の資金支援を組み合わせることで、古民家の改修・城下町再生の実現につながった(図表－8)。

▶ [図表－8]官・民・金連携の強み



3. 大洲の観光まちづくり戦略について

2018年度から2022年度までの5年間、再生・活用された歴史的建造物は31棟に及び、宿泊施設(「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」32室)や飲食店などの店舗に生まれ変わり、観光まちづくりのハード面は整った。次に、キタ・マネが取り組んできたエリアマネジメント戦略とインバウンド戦略について考察する。

① エリアマネジメント戦略

ポイント1:「分散型ホテル」の発想

従来の都市型ホテルは、建物の中に、宿泊、飲食、娯楽などのサービスが取り込まれている。一方、これとは対照的に、「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」は分散型ホテルであり、フロント、客室、レストランなどの機能をそれぞれ町に点在している古民家に分散させ、町全体を一つのホテルとして見立

取材で「全国チェーン店は、利用する人が多いだろうが、食材などの調達には県外に頼ることになるため、地元に着る経済効果が限られ、あえて誘致していない」や「地域産業振興のため、地元の食材や特産品を活用した事業者を優先的に誘致する」との声が聞かれた。

大洲から世界へ発信していく「OZU+」

出店場所: 古民家村上邸長屋 1 階(江戸後期～明治の建物)

事業内容: オーガニックコットンタオルや大洲和紙など地元産品の販売

代表の山鬼育子氏は大洲出身で、2020年に帰郷した際に、「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」や城泊など大洲で様々な取り組みが始まったことを知り、大きく変わった町並みに驚いた。キタ・マネと相談し、観光まちづくり事業のメインターゲットは欧米豪の訪日観光客であることを知り、自分の海外営業の経験を生かせるのではないかと思います、東京からUターンし2021年8月に「OZU+」をオープンすることを決めた。

コロナ下において、県内と関東や関西からの観光客が主客であるが、今後、大洲を訪れるインバウンドに大洲の魅力をアピールし、また、持ち帰ったお土産として渡された方にも大洲を知ってもらい、さらに大洲に来てもらいたいという思いがある。

「「OZU+」を窓口として、大洲から世界へ発信し、将来、大洲や愛媛の名物を海外に輸出し、海外向けの新たなビジネス展開という循環を作りたい」と山鬼氏が語った。



02 インバウンド戦略

ポイント1: 明確なターゲット設定

「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」の客室は32

室のため、仮に稼働率が100%でも、年間最大の受入れ人数は約2万人である。平均客室単価は約7万円/室であり、決して手ごろではない。国内観光客は古民家を「おばあちゃんのうち」とみている人が多いようだが、外国人観光客からみれば、日本の歴史文化や地元の暮らしに触れる「コト消費」であり、一般の都市型ホテルより若干高くても泊まりたいというニーズがある。また、大洲の城下町は、コンパクトな町で、地元住民も多く生活しているエリアであり、観光キャパシティが限られている。そのため、ロングステイかつサステナブルな旅を志向する欧米豪の富裕層をメインターゲットとしている。

ポイント2: 海外での認知度向上策

人材やPRの予算が限られるなか、ターゲットを意識した効率的な情報発信が重要である。まず、キタ・マネが着手したのは、観光庁など大きな組織向けのアピールと連携強化である。JNTOの特設ページ「Japan's Local Treasures」に写真素材を提供し、大洲の取り組みを紹介してもらい、海外向けの情報発信を行った。

次に、世界的な認証団体にアピールすることにより、2022年9月に「世界の持続可能な観光地TOP100選」に選ばれ、2023年3月に「The Green Destinations Story Awards ITB Berlin」の「文化・伝統保存」部門で世界1位を受賞し、国内でも海外でも認知度の向上につながった。



2023年3月7日にドイツ・ベルリンにて開催されたセレモニーにキタ・マネの担当者が出席し、表彰状を受け取った

03 取組みの成果

A) 滞在型観光地になりつつある

「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」が最初にオープンしたのはコロナ下の2020年7月である。コロナの影響を受け、2020年、2021年の年間宿泊者数はそれぞれ約2千人、3千人にとどまったが、2022年からは宿泊者数が約6千人に上り、客室稼働率も採算ラインを大きく上回る6割で推移していた。さらに、2023年は1万人の利用が見込まれる。取材で、「昔は団体バスが多く、滞在時間は1～2時間程度だった。NIPPONIA HOTELができてから、大洲を訪れる個人客も増え、滞在型観光地になりつつある」との声が聞かれた。

B) 住民が賛同し、シビックプライドが醸成されつつある

当該事業のスタート段階では、市役所に住民から「観光地になると、観光公害になるのではないか」という不安や苦情が多く寄せられたそう。不安をなくすために、キタ・マネは地域住民とのコミュニケーションの取り方を工夫し、月に1回「まちづくり大学」や観光シンポジウムを開催している。専門家を招き、まちづくりについて評価してもらったり、店舗のオーナーなど関係事業者に登壇してもらい、近況報告をしてもらったりしている。いわゆる、住民も観光まちづくりの参加者になり、「共学、共創、共有(情報)」を進めている。



まちづくり大学の開催

古民家の再生やまちづくり事業に関与することで、住民同士の交流が深められ、地域の結束力が強まった。また、地域の歴史文化を再発見するきっかけにもなり、地域のアイデンティティも強化された。大洲市が肱南地区住民向けに行ったアンケート調査(2022年11月)では、約9割の住民がまちづくり事業に賛同し(うち積極的な賛同41.9%)、2019年調査を10ポイント上回った。

地元住民に対するヒアリングでは、「城下町を歩いたり楽しんだりしている」「大洲は、夏は暑いし、冬は寒いとは思わなかったが、今は町に誇りを持つようになった」「松山や東予からの観光客が増えた。県内の人の大洲を見る目が変わってきている」などの意見も多数聞かれた。

4. 今後の方向性と残された課題

第4期の古民家改修事業が2023年6月に完了する予定であり、これを持って、当初予定していた5年間にわたる(2018年度～2022年度)古民家改修・再生事業が一段落する。

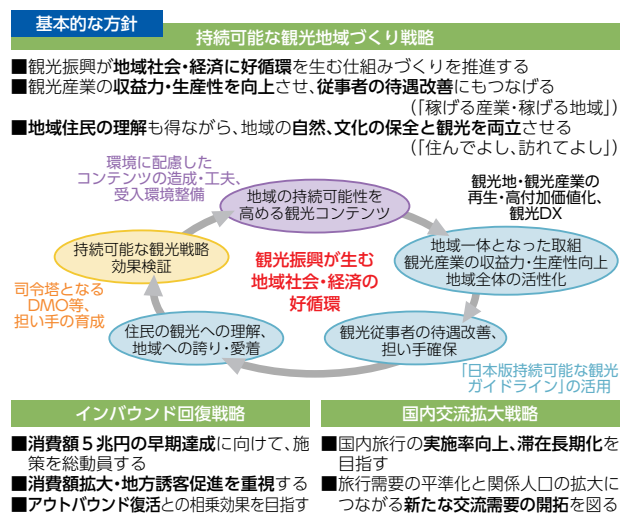
観光まちづくりの次のステップに邁進していくにあたり、今後の方向性や、残された課題、求められる取組みについてまとめた。

01 今後の方向性

A) 「サステナブルな観光地」のブランディング

観光庁は「観光立国推進基本計画」(計画期間: 2023～2025年度)を公表し、その中で、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードにし、「持続可能な観光地域づくり」を戦略の一つとして挙げている(図表-10)。キタ・マネは持続可能な観光地域づくりのモデル地区として、来年以降も「世界の持続可能な観光地TOP100選」に選ばれるよう事業を推進し、地域ブランディングを確立していく方針だ。

▶ [図表－10] 観光立国推進基本計画概要(第4次)



資料：観光庁

B) 古民家の改修・再生を継続していく

古民家再生事業を進めていくうちに、同事業へ賛同する住民が増え、数多くの町家の持ち主から古民家改修・活用の相談が寄せられている。地元のニーズに応えるため、キタ・マネは今後も社会的必要性(シェアオフィスやイベント利用)につながる案件を基本とし、引き続き古民家改修事業を継続していくとしている。

② 今後取り組むべき課題の整理

2022年10月にコロナの水際対策が大幅に緩和されてから、訪日外国人が戻りつつある。大洲城下町では、メインターゲットを欧米豪のインバウンドにしているため、更なる受け入れ環境の整備が求められる。

A) インバウンドに伝わる多言語対応

外国人観光客は歴史や伝統文化に興味を持っている人が多い。大洲城下町の歴史の重みや町のストーリーをわかりやすく伝えることは、地域の歴史や伝統文化に対する理解が深められ、リピーターにつながることも期待できる。しかし、大洲の情報サイトや主要観光施設のホームページは依然として日本語での情報発信がメインであり、早急に多言語でのウェブサイトの構築が必要だ。

B) 「食」のブランディング

「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」ができたことで、滞在型観光地の土台が築かれたが、「泊」だけでなく、「食」や「体験」など、観光地としての「総合力」を高める必要がある。

取材で「月曜日から木曜日の間に定休日を設ける店が多いため、平日に訪れた観光客はレストラン探しに困る」との声が聞かれた。また、世界的に高い評価を受けている日本料理は外国人観光客を呼び込む重要なファクターであり、地元の食材を使った「美食」や「名物」を取り扱う飲食店や物産店を整備することで、旅の満足度をさらに高めていく必要がある。

C) 体験コンテンツの利用促進

これから観光客の滞在時間を増やし、満足度を高めるには、外国人目線での体験コンテンツの造成が求められる。大洲では「肱川沿いサイクリング」「カヌーで肱川下り」など、日本の原風景である里山を活かした体験コンテンツや、「案内人と巡る路地裏散策」といった町散策コースの開発を進めているものの、利用者を増加させるという課題が残されている。

外国人目線でのコンテンツの開発と同時に、観光客が選びやすくするために整理された情報を効果的に発信していくことが求められる。



肱川沿いサイクリング

D) 広域連携の推進

コロナ前から、個人旅行が主流の旅行スタイルに変わりつつあるものの、コロナ下において、この傾向がさらに進んできた。インバウンドの個人旅行者層を誘致するために、広域連携はなくてはならない戦略である。

2025年には大阪万博、瀬戸内国際芸術祭が開かれる予定であり、多くのビジネス関係者や、観光客の来日が予想される。これは大洲を世界に発信する良いチャンスである。これから、日本政府観光局(JNTO)、せとうちDMO、四国ツーリズム創造機構などと更なる緊密な連携体制を構築し、瀬戸内圏域の知名度の高い観光地と併せて周遊ルートに組み込まれるために、地域が一丸となったPR活動が求められる。

E) 「市民力」によるまちづくりの推進

これまで、行政、企業主導でまちづくりを行ってきたが、今後、持続的にまちづくりを盛り上げていくには、地域住民、特に若者の積極的な参加が望まれる。

地元の中学生や高校生向けに定期的に観光まちづくりの取組み及び成果を紹介し、まちづくりに関心を持ってもらう意識啓発の機会を創ることが重要である。まちづくりへの参画意欲を高めることで、自分のまちに自信を持たせ、郷土愛を醸成すると同時に、観光人材の担い手の確保にもつながると考えられる。

【おわりに】

官民連携による観光まちづくりは、一過性にならないように、大洲市をはじめ、地域DMOであるキタ・マネや地域住民が中心となって、地域経済を活性化させる取組みが求められる。

また、国内外での知名度向上やファンの増加に伴い、南予の玄関口である地理的優位性をさらに発揮し、中予から大洲、大洲から南予全域へとつな

ぎ、愛媛のインバウンドをけん引する役割にも期待したい。

(孫 璇)

バリューマネジメント株式会社 他力野淳社長に聞く！

設立: 2005年

従業員: 1,209名

事業内容: 歴史的建造物の利活用



——大洲観光まちづくりの優位性について

まちづくりは熱意がないと成功しない。衰退していくまちをなんとかしたいという気持ちは、大洲市観光まちづくり課の職員、伊予銀行の担当者から強く伝わった。大洲市は宝である建造物(大洲城)を「城泊」に利用しており、ここまでできる自治体はほとんどない。

——持続可能なまちづくりを実現するには

まず、エリア開発が大事である。日本の歴史地区は小さな建物の集合体が町並みを構成しており、まちづくりの持続性を考えるなか、小規模単体は収益性が担保できない。「収益性＝面積」であるため、一体開発すれば収益性が担保され、町の保全が可能になる。

次は、投資と収支のバランスを確認すること。古い建造物には特殊性があり、建物の状態が悪い場合、改修コストが高くなり、収益性も悪くなる。歴史的建造物を宿泊施設にする場合、歴史的価値と建物保存のバランスを調べる必要がある。

さらに、まちづくりには、直接参加する人もいれば、間接参加する人もいる。持続可能かどうかは、地元住民がどれだけ地域を振興したいかがカギとなる。また、持続可能なまちづくりを実現するには、観光面での取組みだけでなく、住みやすい地域、働きやすい地域、子育て環境のいい地域など、まちづくりの次のステップへ進めていく必要がある。

「物流の2024年問題」が与える 愛媛の養殖業への影響

～産地・流通が一体となった解決への取り組みを～



要旨

- 01** 「物流の2024年問題」とは、2024年4月から「自動車運転業務における時間外労働の上限規制」等が適用されることで生じる運送・物流業界の諸問題のことをいう。ドライバーの働き方改革につながる一方、運送業者はドライバー1人あたりの稼働時間減少、荷主は輸送コストの増加などへの対応を迫られる。特に長距離運行を行う事業者にとっては喫緊の課題である。
- 02** 問題の影響はあらゆる業種に及ぶが、今回は①東京・関東圏への長距離輸送が多く、②水産物は鮮度が特に重要であることから、愛媛の主要地場産業の1つである養殖業にスポットをあてる。
- 03** 対応策はいくつか考えられるが、どの選択肢もドライバーの時間外労働を削減できるメリットはありながらも、何らかのデメリットを伴う。各事業者は、実現可能性と期待効果を勘案し、対応策を選択することが必要だ。
- 04** 今後の方向性としては、短期的対策で2024年問題に備えながら、長期的対策を並行して講じていくことになる。短期的対策ではコストアップやリードタイム延長など一時的に産地競争力の低下が懸念されるが、効率のよい加工品へのシフトが進んでいくことで、ブランド力の向上が可能ではないか。
- 05** 運送会社や荷主は「物流の2024年問題」を認識していながらも、具体的な対応策は検討中というのが実情だった。最大のマーケットである東京への輸送は本問題の影響を大きく受ける。南予には養殖業の他にもかんきつなどのブランド力の高い一次産品があり、これらが重要な市場である東京でシェアを落としてしまうことがあってはならない。2024年問題をきっかけに産地流通業者や生産者などがともに流通・産地の課題に取り組み、競争力をさらに高めていくことが望まれる。

【はじめに】

ほとんどの企業にとって商品やサービスを提供するうえで物流は欠かせない。2024年4月からトラックドライバーの働き方のルールが改正され、時間外労働時間の上限規制等がなされる。ドライバーの働き方改革につながる一方、運送業者はドライバー1人あたりの稼働時間減少、荷主は輸送コストの増加などへの対応を迫られる。

影響はあらゆる業界に及ぶが、今回は愛媛の養殖業への影響に焦点を絞ってレポートする。

1. 「物流の2024年問題」とは

01 概要・改正スケジュール等

「物流の2024年問題」とは、2024年4月から「自動車運転業務における時間外労働の上限規制」等が適用されることで生じる運送・物流業界の諸問題のことをいう。働き方改革関連法が2019年に施行され、自動車運転業務（ドライバー）は、5年間の猶予期間が与えられていたが、2024年に猶予期間が終了する（図表-1）。

▶【図表-1】改正スケジュール

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
時間外労働の上限規制 （年720時間）の適用 【一般則】	4月1日 から 大企業に 適用	4月1日 から 中小企業 に適用				
時間外労働の上限規制 （年960時間）の適用 【自動車運転業務】			5年間の猶予期間			4月1日 から適用

資料：（公社）全日本トラック協会「第2回持続可能な物流の実現に向けた検討会」資料をもとにIRC作成

時間外労働の上限規制と同時に、従前からドライバーの拘束時間や運転時間などを規制していた改善基準告示も規制が強化される（図表-2）。

▶【図表-2】主要な改正点等

項目	～2024.3月	2024.4月～
労働基準法 時間外労働 時間上限	なし	年間：960時間（罰則あり）
改善基準告示 拘束時間	年間：3,516時間 1か月：293時間 （上限：320時間）	年間：3,300時間（上限：3,400時間） 1か月：284時間（上限：310時間）
休息期間	1日：継続8時間以上	1日：継続11時間を基本とし、継続9時間以上

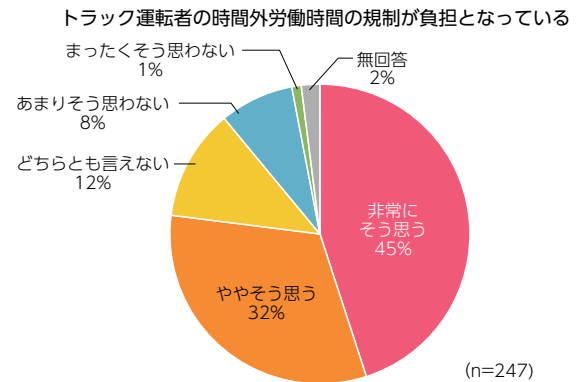
資料：厚生労働省・国土交通省作成のリーフレットをもとにIRC作成

02 事業者の意識・実態

四国の物流事業者で、トラック運転者の時間外労働時間の上限規制を負担に感じている割合は、77%（非常にそう思う+ややそう思う）にのぼると

の調査がある（図表-3）。距離別にみると、四国外との物流を担う事業者の方が負担に感じている割合が高い。

▶【図表-3】四国の事業者の意識

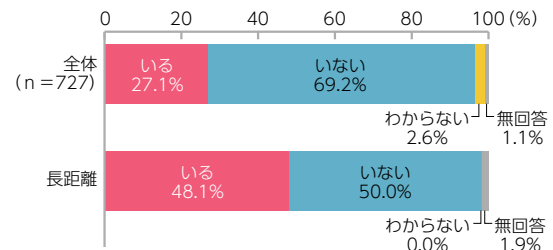


	距離別	
	四国内の物流 (n=125)	四国外との物流 (n=119)
非常にそう思う	35%	54%
ややそう思う	35%	29%
小計	70%	83%
どちらとも言えない	14%	9%
あまりそう思わない	10%	7%
まったくそう思わない	2%	1%
無回答	4%	0%

資料：（株）日本政策投資銀行「人口減少下における四国の物流の現状と課題」（2020年1～2月実施のアンケート：四国の物流事業者が対象）をもとにIRC作成

また、全体の27.1%、長距離運行を行う事業者の48.1%が時間外労働時間960時間超のドライバーがいると回答している（図表-4）。

▶【図表-4】時間外労働960時間超となるドライバーの有無



資料：（公社）全日本トラック協会「第4回働き方改革モニタリング調査結果」（令和4年1～2月調査）

これらから、特に長距離運行を行う物流事業者にとっては喫緊の課題であるといえる。

03 「物流の2024年問題」が与える影響の推計

「物流の2024年問題」が与える影響について、ドライバーの拘束時間を年間3,300時間とした場合、全体で輸送能力は14.2%、営業用トラックの輸送トン数ベースでは4億トンが不足するとの試算結果がある(図表-5)。4億トンは、四国4県の自動車輸送量(2019年度)の約2.6年分に当たる。

▶[図表-5]不足する輸送能力

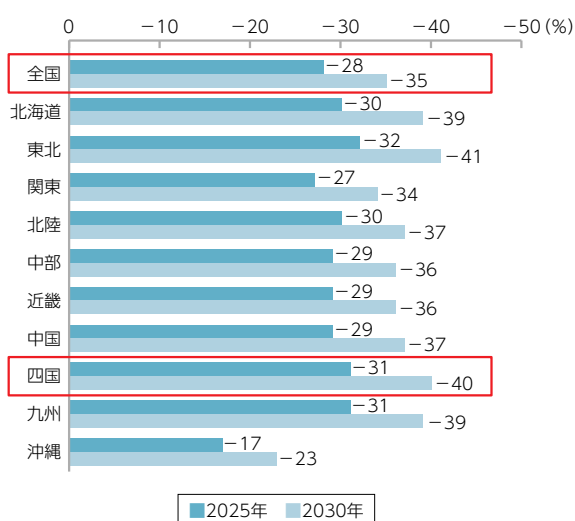
	不足する輸送能力の割合	不足する営業用トラックの輸送トン数
2019年度データ	14.2%	4.0億トン

資料: 株式会社総合研究所「第3回持続可能な物流の実現に向けた検討会」資料

また、別の調査によると、ドライバー不足に加えて、2024年問題も考慮すると2030年には国内の荷物量の35%が運べなくなるという試算が出ている(図表-6)。四国では、2025年に31%、2030年には40%の荷物が運べなくなるとしている。

そのなかで、輸送運賃の割増や運送頻度の低下などが懸念されている。

▶[図表-6]2024年問題で運べなくなる荷物の割合



資料: 株式会社総合研究所「トラックドライバー不足時代における輸送のあり方～地域別ドライバー不足数の将来推計と共同輸配送の効用～」をもとにIRC作成
※2015年比

2. 愛媛の養殖業の物流に与える影響

本問題が与える影響はあらゆる業種に及ぶが、以下の理由から今回は愛媛の主要地場産業の1つである養殖業の物流にスポットをあてる。

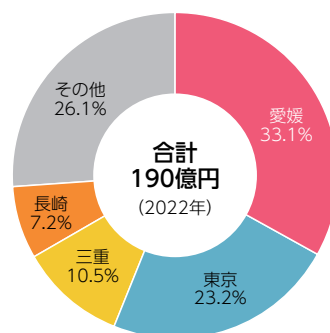
01 大きな影響が想定される養殖業

- ① 東京・関東圏への長距離輸送が多い
- ② 水産物は鮮度が特に重要

長距離輸送が多く、生きたままの魚を水槽に入れて運ぶ活魚輸送はこれが顕著である。最大のマーケットである東京都中央卸売市場で取り扱う活魚の愛媛のシェアは、33.1%と全国1位である(図表-7)。

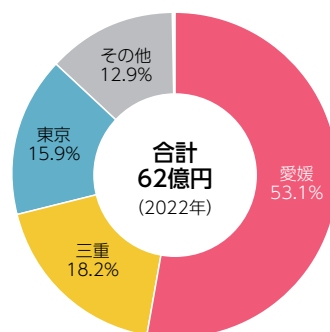
とりわけ、活魚のうちマダイのシェアは全国1位の53.1%と、2位の三重に大きな差をつけている(図表-8)。

▶[図表-7]東京都中央卸売市場における活魚の出荷金額シェア(2022年)



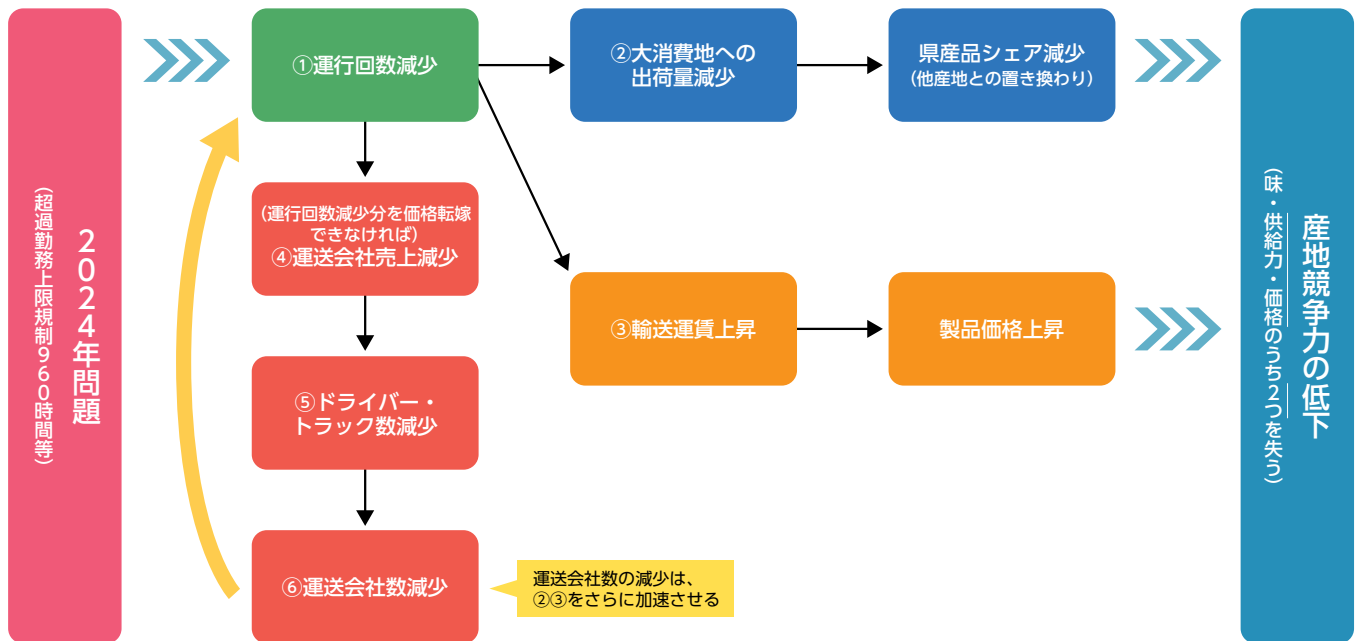
資料: 東京都中央卸売市場統計情報
※四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある。以下、同様。

▶[図表-8]東京都中央卸売市場における活マダイの出荷金額シェア(2022年)



資料: 東京都中央卸売市場統計情報

▶【図表－9】2024年問題が与える影響フロー図



02 産地競争力の低下

「物流の2024年問題」への対応が遅れると産地競争力の低下が懸念される(図表－9)。960時間を超えている時間分は輸送ができなくなり、運行回数が減少し、大消費地への出荷量が減少する。また、輸送コストも上昇する。

【運送会社】

運送会社は、960時間を超える時間分の仕事は受けられなくなる。また、従前の売上を確保するためには、1運行あたりの運賃を上げなければならなくなる。

【荷主】

現状、愛媛は高い生産量シェアを誇るが、生産したものを出荷しきれない、出荷できたものも価格が高くなるという状況になり得る。大消費地である東京・関東圏からの距離が近い産地(三重等)との競争が厳しくなるのではないだろうか。

03 関係事業者の声

関係事業者(運送業者・荷主)への取材では、危機感を持った声が多く聞かれた。

【運送会社】



鮮度が強みの活魚は速く運ぶ必要があり、特に影響は大きい。960時間の上限規制で採算がとれなくなり、立ち行かなくなる運送業者が出るかもしれない。



960時間の上限規制だけでなく、改善基準告示見直しの影響も大きい。

【荷主】



特に活魚は大きく影響を受けるのではないかと。対応策を検討中であるが、どれも決め手に欠く。



活魚価格は上昇すると思う。高価格のブランドとして消費者にニーズがあれば続けていくが、市場の様子を見ながら検討する必要がある。



活魚価格は上昇すると思う。関東への輸送は大きな影響が出るだろう。

3. 「物流の2024年問題」への対応策

事業者への取材をもとに、選択肢となる対応策をまとめた(図表-10)。

① 事業者(自社配送を行う荷主)の所感

「物流の2024年問題」は、荷主の多くが認識はしていながら、具体的な対応策は検討中という声が多かった。

どの方法も時間外労働を削減できるというメリットはありながらも、何らかのデメリットを伴うものである。各事業者は、実現可能性と期待効果を勘案し、対応策を選択することが必要だ。

事業者から「どの方法も可能性があると思うが、こちら(荷主)だけで対応策は決められず、商品を発注する顧客の都合を第一にして、可能な輸送方法を選択していくかたちになる」という声もあった。

《短期的対策》

① 1 運行あたりの日数延長(トラック輸送)

例えば、その日の朝に南予で集荷した水産物

を、その夜に東京の市場等に納品するというスケジュールから、関西や名古屋で1日止まり、2日かけて東京まで運ぶスケジュールに変更するといったものである。時間外労働時間は減らせる一方、短いリードタイム¹⁾で納品できる他産地へ発注が流れる可能性がある。

② モーダルシフト(船)

行程の一部で、トラックをフェリーやRORO船²⁾に乗せて輸送する方法である。愛媛から本州へは、東予から関西・関東などの航路がある。トラック輸送に比べて機動性には劣るものの、改善基準告示を守る上で、乗船時間をドライバーの拘束時間ではなく、休息期間にできるというメリットがある。

一方で、船の発着時刻に合わせて運行スケジュールを組む必要があり、発注者の希望する納期に間に合わない場合もある。事業者からは「有効な手段である。しかし、他業界の荷主も船へのモーダルシフトを検討しているだろう。そうなれば、満船で乗れないという可能性もある」という声があった。

▶【図表-10】「物流の2024年問題」への対応策

	時間軸		対応策	メリット	デメリット	実現可能性	期待効果
1	短期的対策	運ぶ方法の変更	① 1 運行あたりの日数延長(トラック輸送)	・ 1 日あたりの時間外労働時間の削減	・ リードタイムが延長される	○	○
			② モーダルシフト(船)	・ 運転時間の短縮(⇒時間外労働時間の削減) ・ 航走時間はドライバーの休息期間として計上できる	・ リードタイムが延長される ・ 船の発着時間に拘束される	◎	○
			③ モーダルシフト(鉄道貨物)	・ 時間外労働時間の削減	・ リードタイムが延長される ・ 活魚専用のコンテナが必要	△	○
			④ 共同輸送	・ 積載量を増やせるため、運行回数を減らせる(⇒時間外労働時間の削減)	・ 競合他社に輸配状況が開示される可能性 ・ 産地流通業者をまとめることは難しい	△	○
			⑤ 中継輸送	・ 長距離輸送を近中距離に分割して輸送(⇒時間外労働時間の削減)	・ リードタイムが延長される ・ 自社拠点を設ける場合は多額のコストを要する	○	○
2	長期的対策	運ぶ品物の変更	⑥ 活魚から加工品(フィレ)への比重シフト	・ 高単価 ・ 活魚に比べて積載量を増やせるため、運行回数を減らせる(⇒時間外労働時間の削減)	・ 愛媛の活魚ブランドの低下	○	◎
3		出荷先の変更	⑦ 東京⇒大阪、名古屋	・ 輸送距離の短縮(⇒時間外労働時間の削減)	・ 東京での需要分を他市場で補えるか不透明	△	○
4		輸送能力の強化	⑧ ドライバーの増員・トラック増台	・ 1 人あたりの時間外労働時間の削減	・ 慢性的な人手不足業界である ・ 運送業者の収益確保が不可欠だが、荷主と運賃の引き上げ交渉が必要	×	○

1) 商品を発注してから納入されるまでの期間

2) トラックやトレーラーが自走して乗り(Roll-on)降り(Roll-off)可能な船舶

③モーダルシフト(鉄道貨物)

鉄道コンテナで荷物を輸送する方法である。鉄道で輸送している間はドライバー自体が不要になるため、労働時間の問題をクリアできる。一方で、船と同様に輸送に時間がかかるためリードタイムが延びるほか、列車の発着時刻に合わせて運行スケジュールを組む必要があるというデメリットがある。

事業者からは「鉄道で活魚を輸送するには、専用のコンテナが必要になってしまうので難しい」という声もあった。

④共同輸送

複数の荷主が荷物を積み合わせて輸送する方法である。積載率が向上し、効率良く輸送できるので、運行回数を減らすことができる。運行回数が減れば、時間外労働時間の削減につながる。

一方で荷物を積み合わせた競合他社に商流が開示されてしまう懸念がある。事業者からは「産地流通業者がまとまって、荷物の積み合わせをするのはハードルが高いと思う」という声があった。

⑤中継輸送

中継拠点でドライバーの交代や荷物の積み替え、トレーラーのヘッド交換を行う輸送方法である。一つの行程を複数のドライバーで分担し、長距離を近中距離に分割することで、時間外労働時間を削減することができる。

一方、十分な敷地スペースや連携する事業者との運行スケジュールのすり合わせ等が必要となる。また、自社で新たに拠点を整備する場合は多額のコストを要する。

《長期的対策》

⑥運ぶ品物の変更(活魚⇒加工品(フィレ))

トラックの荷台に載せた水槽で、生きたままの魚を運ぶ活魚輸送は、水や非可食部も運ぶことになるため、輸送効率が悪い。そこで、フィレ等の加工品に比重を高めて輸送効率を上げる方法である。

複数の事業者から「2024年問題が出てくる前から活魚流通量は減っており、長期的には加工にシフトしていくだろう」という声が聞かれた。一方、料亭等の高級店では活魚ニーズが根強く、フィレ

でよいという意識に変わるまでかなりの時間がかかるため、一定の活魚ニーズは残り続けるだろう。

⑦出荷先の変更(東京⇒大阪、名古屋)

出荷先を、輸送距離が長い東京から、大阪や名古屋などにシフトする方法である。

輸送距離を短くすることは、ドライバーの時間外労働の削減につながるものの、現状つかんでいる客を手放し、新たな市場を開拓する必要があるためハードルは高い。事業者からは「東京と他の市場ではマーケットの大きさが全く違い、現実的ではない」という声もあった。

⑧輸送能力の強化(ドライバー増員・トラック増台)

ドライバーを増員して1人あたりの労働時間を減らすことが問題への抜本的な解決策であるが、運送業界は慢性的に人手不足であるため実現性に乏しい。今回の改正でドライバーの労働環境改善にはつながるが、賃金が低下する可能性もあり、人手不足の解消につながるかは不透明である。

また、燃料価格の高騰により物流業界を取り巻く環境は厳しく、新たなトラックの購入や1台で通常的大型トラック2台分の輸送が可能な「ダブル連結トラック」の導入などの設備投資を図ることは難しい状況である。

②産地競争力の向上

事業者への取材を踏まえて見えてきた対策のポイントは次のとおりである。

短期的対策⇒「②船へのモーダルシフト」
長期的対策⇒「⑥活魚から加工品(フィレ)へのシフト」

今後の方向性としては、短期的対策で2024年問題に備えながら、長期的対策を並行して講じていくことになるだろう。

コストアップやリードタイム延長など一時的に産地競争力が低下するかもしれないが、根強い活魚ニーズに応えながらも、輸送効率のよい加工品へのシフトが進んでいくことで、ブランド力を向上させていくことができるのではないかと。

4. 対応策と方向性

① 短期的対応②「船へのモーダルシフト」

「船へのモーダルシフト」の最大のメリットは乗船時間を「拘束時間」ではなく、「休息期間」とできる点である(図表-11)。

▶【図表-11】トラックドライバーの拘束時間等

	概要
拘束時間 (使用者に拘束されている時間)	労働時間 (運転・整備時間、荷待ち時間等)
	休憩時間
休息期間	使用者の拘束を離れている時間 【特例】 勤務の途中で乗船する場合は原則として休息期間としての取扱

資料：厚生労働省「改善基準のポイント」をもとにIRC作成

現行の改善基準告示では、休息期間として「継続8時間」は確保することとなっているが、2024年4月からは「継続11時間を基本とし、継続9時間」に改正され、規制が強化される。リードタイムが長い、船の運航スケジュールに拘束されるなどのデメリットもあるが、輸送しながらドライバーの休息期間の確保にもつながるため、「船へのモーダルシフト」は有力な選択肢の1つと考えられる。

②「船へのモーダルシフト」の方向性

発注者が「どのタイミングで商品が欲しいか」という顧客起点で、運行スケジュールを決めていく必要がある。ドライバーの時間外労働時間の削減や休息期間の確保といったメリットがある一方、発注者によっては、リードタイム延長などのすり合わせが難しく、市場での競争力が落ちてしまう可能性もある。トラックのみでの運行に、船を含む行程での運行をミックスしていくことが現実的な運用になるだろう。

愛媛発の内航船を運航する海運事業者にも現状と見通しを聞いた。

【海運事業者の声】

現 状



2024年問題を受けて、船へのモーダルシフトに対する関心が高まっている。まだ予約が急増しているという状況にはなっていない。運送会社や荷主は、これから本格的に対応方法を考えていくという状況ではないか。



2021年から「2024年問題」を見据えた営業を開始し、昨年から問い合わせが増えている。関心の高まりを感じる。

今後の見通し



1日で関東まで運ぶような現行のリードタイムを維持することは難しい。メーカー等を中心にリードタイムの延長を認める動きは広がっている。内航船利用のネックはリードタイムが長いことだが、延長を認める流れが広がれば、船へのモーダルシフトが進んでいくだろう。



トラックでの輸送量に比べて、RORO船で運べるキャパシティは限られている。2024年からは満船で予約を受けられない状況になるかもしれない。冷蔵、冷凍、活魚など温度管理が必要な荷物はリスクが高く、取り扱った実績はない。問い合わせがあれば乗船可能かお客さまとすり合わせる必要がある。

船へのモーダルシフトは、有力な選択肢として事業者の関心を集めている。発注者とのすり合わせは必要だが、2024年問題を契機に内航船利用の需要は高まるだろう。また、温度管理が必要な荷物は海運会社によって取扱が異なる場合があるため、注意が必要だ。

③ 長期的対応⑥「活魚」と「フィレ」の比較

魚の流通形態は大きく「活魚」と「フィレ」の2つに分類される(図表-12)。

▶【図表－12】流通形態の違い

形態	概要	メリット
活魚	生きたままの魚を荷台の水槽に入れて運搬する方法	- 鮮度を保てる - 高級店等からの根強いニーズがある
フィレ	非可食部（内臓、頭、尾、ひれ、中骨等）を取り除き三枚おろしにした状態	- 魚体重ベースで、活魚の3倍程度の量を運べる - 加工による付加価値を付けられる - 小売段階では、魚をさばく人員の確保、残さ処理等が必要になるが、これをクリアできる

活魚の強みは何といっても生きたまま消費地まで届く鮮度の高さである。しかし、活魚運搬車は水や非可食部も輸送するうえ、帰り荷を積むこともできないため、輸送効率が悪い。

フィレは非可食部を除いた形である。冷凍設備や氷を積む必要があるが、活魚運搬車のように水や非可食部を運ぶ必要がないため、活魚に比べて輸送効率がよい。魚体重ベースでは活魚のおよそ3倍程度を輸送できると考えられる。加えて、一般の冷凍車での輸送なら、帰り荷に飼料等も積むことができるほか、加工による付加価値の増大も期待できる。

ただし、荷主からは「県内の冷凍設備のキャパシティが不足しており、急激にフィレの生産量を増やすことができない」という懸念も聞かれた。

④「活魚⇒加工品（フィレ）」の方向性

フィレは輸送効率がよく、活魚より積載量を大幅に増やすことができるので、輸送回数の減少により、ドライバーの労働時間の上限規制への対応が可能となり得る。

ただし、料亭等の高級店では活魚ニーズも根強く、一定の活魚ニーズは残り続けると思われるので、その比重を変えていくことが長期的な方向性であろう。

5. 東京の市場からみた2024年問題

市場からみた2024年問題について、東京市場の関係者（仲卸業者）に取材を行った。

【東京市場関係者の声】



全国の産地の商品を取り扱っているが、荷主から具体的な対応策の話はまだ聞いていない。具体的にどのくらい価格が上昇するかは不透明でどうなるのか分からない状況。実際に価格が上がってみないと全く分からないが、「価格がそれだけ上がるなら他産地に変える」ということもあり得る。ただし、輸送コストアップ＝魚への価格転嫁とは限らない。最適な輸送方法や価格アップを抑えられる工夫・余地等について、生産者・運送・荷主の産地が一体で考えていくことになるのだと思う。

東京市場関係者への取材をもとに現状と今後を整理した。

① 現状「2024年問題の対応策・影響」

全国の産地と取引のある仲卸業者にも、対応策の話は来ておらず、状況は他産地も同様だろう。

② 今後の見通し

他産地が対応策を具体化できていないうちに、愛媛は先手を打っていく必要がある。

2024年問題による輸送コストのアップで出荷価格が上がれば、東京からの発注が減少することもあり得る。産地競争力低下を防ぐため、本県の生産者・運送・荷主が一体となって、長期的・短期的な目線で問題に取り組む流れになるだろう。

【おわりに】

運送会社や荷主は「物流の2024年問題」を認識しているながらも、具体的な対応策は検討中というのが実情であった。最大のマーケットである東京への輸送は本問題の影響を大きく受ける。今回は養殖業を取り上げたが、南予には他にもかんきつなどのブランド力の高い一次産品があり、これらが重要な市場である東京でシェアを落としてしまうことがあってはならない。2024年問題をきっかけに産地流通業者や生産者などがともに流通・産地の課題に取り組み、競争力をさらに高めていくことが望まれる。

（三浦 直也）



自分らしく暮らし働く

移住者の立場から愛媛の魅力を発信したいと、えひめ移住コンシェルジュとして県の移住促進を行う人物がいる。

今回は、一般社団法人えひめ暮らしネットワーク代表理事板垣義男さんに、移住の事業に携わる経緯やその後の活動などを伺った。

漠然とした田舎暮らしへの憧れ

大学卒業後は、東京でサラリーマンとして働いていました。地元の横浜から満員電車で1時間かけて通勤する毎日でした。

愛媛を知るきっかけは、妻との出会いです。妻が松山市久谷の出身だったので、結婚のご挨拶で初めて愛媛を訪れました。結婚後も何度か帰省していたのですが、その度に釣り好きのお義父さんが振舞ってくれた刺身の美味しさに衝撃を受けたのを今でも鮮明に覚えています。正直、愛媛ってみかんのイメージしかなかったのですが、自然豊かで食べ物も美味しいし、関東での生活では味わえ

DATA

一般社団法人えひめ暮らしネットワーク
(えひめ移住コンシェルジュ)

代表理事 ^{いたがき} 板垣 ^{よしお} 義男 氏

1974年横浜市生まれ。大学卒業後、東京の民間企業で働いたのち、2012年家族で松山市に移住。民間企業での勤務を経て、2016年えひめ移住コンシェルジュとして県の移住促進事業に従事。2020年(一社)えひめ暮らしネットワークを設立。

ない魅力がたくさんありました。何度か行くうちに漠然と田舎暮らしに憧れを持つようになりました。ただ、仕事もあるし妻と子どももいたので、非現実的というか、移住するにしてももっと歳をとってからだと考えていました。

東日本大震災を機に松山への移住を決意

しかし、東日本大震災をきっかけに私の考えが大きく変わりました。あの日、私と当時妊娠中の妻は仕事に、3歳の子どもの保育園に行っていました。被災後は、妻の職場とも子どもの保育園とも一時連絡がとれなくなり不安に駆られました。家族

は無事でしたが、交通機関は完全にストップし、原発事故の影響で子どもを外で遊ばせられないなど普段とは違う状況に直面しました。これを機に本当にこのまま関東で暮らすべきなのか、今後の暮らし方を妻と話し合うようになりました。地震で一瞬にしてインフラや生活が壊れていくさまを目の当たりにして、都市部ではなく地方で暮らすという決断に至りました。

地方に行くなら松山が安心だよねという話になって、2012年8月、家族で松山に移住しました。妻の地元に移住することをこの業界では「嫁ターン」と言われています。一見私が妻に引っ張られてきたみたいに思われがちですが、割と私の意思が強かった気がします。多少の不安もありましたが、新しい生活にワクワクした気持ちでした。



移住後に撮影した板垣さんのお子さん(自宅暖炉前にて)

松山でサラリーマンとして働く

松山に移住後は、民間企業に就職し情報誌を作る仕事をしていました。東京でも広告関係の業界で働いていたので、これまでのキャリアを生かしましたが、企業文化の違いを感じることはありました。ただ、しばらく働いて、「あれ、東京で暮らしているのとそんなに変わらない」と感じ始めました。当時は松山市の中心部に住んでいたのも、田舎暮らしでもないし、変わったことといえば、通勤時間が短くなったことぐらいでした。家族を養うために転職はしたもの、次第に違和感を覚えるようになります。

そんなモヤモヤした気持ちを抱きつつ、移住前から思い描いていた「愛媛の魅力を発信する活動をしたい」という思いが高まっていきました。

えひめ移住コンシェルジュに就任

自分の思いをいろんな人に言っていると、巡り巡ってくるもので、ある日知り合いから、県が移住に力を入れるため、「えひめ移住コンシェルジュ」を探していると聞きました。せっかく移住したのだから、何でもいいので自分のやりたいことをカタチにして次のステップに進みたいと思い、会社を辞めて2016年4月から「えひめ移住コンシェルジュ」として働き始めました。県が当時の愛媛地域政策研究センター(以下、ECPR、現:えひめ地域活力創造センター)に移住の事業を委託していたので、私はECPRの職員となり、移住に関する相談を受け付けるという仕事を行いました。



えひめ地域活力創造センター内にある移住相談窓口

地域おこし協力隊との出会い

とはいえ、当時は移住という言葉も今ほど知られていなかったのも、相談の連絡はほとんどなく、時間を持て余していました。よくよく考えると私自身、松山以外のことは何も知らなかったのも、移住相談のプロとは到底言えませんでした。それならば、暇な時間を活用してまずは地域の魅力を知ることから始めようと思い、県内各地を訪れました。事前に資料を読んで勉強し、地域おこし協力隊にアポをとって話を聞くということを重ねました。そのうちに、愛媛を深く知ることができ人脈も広がりました。彼らに出会う前は、移住の経験は私個人の事例しかありませんでしたが、100人いれば100通りの事情や思いがあることに気づかされました。

その後、東京や大阪での移住イベントの際には、

彼らに移住者としての経験を語ってもらったり、移住者の私が実際に各地に行って感じた地域の魅力などを伝えたりしました。彼らとのネットワークができたことで引き出しが増え、コンシェルジュとしての活動の幅が広がったと思います。

徐々に愛媛のことをどういうふうに伝えていけばいいのかというのを自分なりに考え、企画を作ってカタチにできるようになってきたので、仕事がどんどん面白くなっていきました。



左:移住相談会の様子

右:板垣さんが刷新した移住希望者向け冊子「えひめ暮らし」

えひめ暮らしネットワーク設立 ～「移住」「地域おこし協力隊の支援」を柱に～

地域おこし協力隊向けに研修会を実施していたのですが、その中で彼らの悩みを聞く機会がありました。3年の任期後の生業作りや地域との関係性などいろいろな葛藤を抱えていることを知りました。また、協力隊同士のネットワークがなかったので、同じミッションを持っている東予のAさんと南予のBさんをつないだり、一泊二日の研修会を企画して交流を深めたりしました。最初は任意団体のような形で活動していましたが、地域おこし協力隊のネットワーク組織が必要だと考え、2020年2月にえひめ暮らしネットワークを設立



えひめ暮らしネットワークメンバー(前列中央が板垣さん)

しました。運営メンバーは私と協力隊OBです。「移住」と「地域おこし協力隊の支援」を事業の柱につながりを作っていくことが目的です。

設立直後に新型コロナが発生し苦難の日々 ～他県に先駆けてオンライン相談会を実施～

2020年4月より県から委託された事業を始めようという矢先に新型コロナが発生しました。新型コロナがきっかけで地方移住が注目されましたが、多くの人が行動に移したのはしばらく経ってからというのが実情です。流行直後は緊急事態宣言により県外でのイベントや相談会が相次いで中止となり、非常に苦しい日々でした。

そんな中、今後の活動方針をメンバー内でアイデアを出し合った結果、相談会を完全オンラインでやろうということになりました。試行錯誤しながら企画を考え、オンライン移住フェアの実施にこぎつけました。希望者は事前に予約して時間になったらZoomで移住相談をできるといったもので、本当に画期的でした。

2021年度の移住者は過去最高の4,910人

移住コンシェルジュは愛媛と東京の2カ所に拠点があります。東京はふるさと回帰支援センター内で活動しており、同センターと連携してイベントの開催やSNSでの発信を行っています。私たちの活動が評価されたこともあり、県の移住関連予算が増額されたので、イベントを増やすことができました。私自身もいろいろな人のアイデアをもらいながらPRに力を入れています。愛媛を認知してもらうために、イベントの日はオレンジのつながを着て声掛けを行ったりと、地道にありとあらゆる手段を駆使して活動をしています。

コンシェルジュに就任した当初は年間300人にも満たなかった愛媛への移住者でしたが、2021年度は過去最高の4,910人、相談件数も6年程前から4倍近く増え、過去最高の5,166件となりました。移住者は、20代～40代が全体の6割程で、特に30代後半から40代の子育て世帯が増えています。

相談しやすい環境作り

地方移住のハードルの一つが仕事です。実際に移住者の6割は就職し、残りは起業や就農、個人事業主として働いています。また最近松山では、新型コロナによるテレワークの定着で転職なき移住が増えています。移住者の就労に関して私が直接関与しているわけではありませんが、起業したい人はえひめ産業振興財団を、農業をやりたい人は農林漁業振興機構やJAを紹介してつないでいます。

移住相談に応じる際は、希望者とフラットな関係で相談しやすい環境作りを心掛けています。移住相談のきっかけは十人十色です。一人一人の悩みや希望を丁寧に聞くことで本当の心の内が明らかになります。

地域を元気にしたい ～地域資源を活用したまちづくり～

愛媛でも人口減少が加速していますが、単に移住者の数が増えればいいという問題ではないと思っています。移住で地域を元気にするのが目的なので、地域おこし協力隊のように、地域が元気になるための活動を行ったり、移住者の家族が増えて地域で将来の担い手ができたりすることが何よりも大切だと思っています。

地域資源を活用した新たな取り組みの一つが久万高原町で設立した「ゆりラボ」です。もともとは久万高原町役場の若手職員が町を盛り上げるためのプロジェクトチームを結成したのが始



「ゆりラボ」のロゴマーク

まりです。そこで、町内外からチャレンジャーを募集し、地域資源を使って何らかのプロジェクトを企画し実行する「ゆりラボアカデミー」というものがあり、私も参加しました。プレゼンの中には、久万高原町産のホップを使ったクラフトビール販売を目指すプランなどがあり、話を聞いているうちにこの活動には可能性がありそうだと感じました。それならば、商店街の空き店舗を活用してみんなが集まれるような拠点を作ったらどうかと役場に提案しました。その後、2021年に新たな拠点が完

成し、2022年の4月に法人化して私が代表理事となりました。

ゆりラボでは、移住者の起業支援やまちづくり支援、コミュニティナース事業を行っています。先日開催された第8回いよぎんビジネスプランコンテストでは、ゆりラボ発の久万高原ブルーイング（クラフトビールプロジェクト）がシード部門で部門賞を受賞しました。



左: 地域の人々が集う場として2021年5月に完成した「ゆりラボ」の拠点
右: 久万高原町産ホップを100%使用した「久万高原ラガー」

自分らしく暮らし働く

えひめ暮らしネットワークのコンセプトは『愛媛に暮らす人』『愛媛に移住した人』『愛媛に移住したい人』たちをつなぎ、“自分らしく暮らし働く”人をバックアップすることです。私自身が自分らしく暮らし働くことを体現することで、多くの人が共感して、頑張っている人を応援する輪が今以上に広がればいいなと思っています。移住コンシェルジュとして、地域おこし協力隊をはじめ、多くの人とつながりが出来たことで同じ志を持った仲間がどんどん増えて、充実した日々を過ごしています。

多分、東京にいたら起業もしていなかったし、やろうとも思っていなかったでしょう。愛媛ではチャレンジできる機会や場所が多くあり、私も自然と引き寄せられました。今後も移住促進を通じて、元気な地域を増やしていけるよう、活動を続けていきたいです。

インタビューを終えて

「愛媛のことは私が一番詳しいと思う」と話す板垣さん。愛媛への熱い思いを持ちながら、これまで広げてきた人脈を最大限に活用し、つながりを生み出す仕組みが移住促進につながっていると感じました。移住者の立場から新たな挑戦を続ける板垣さんの活動に今後も注目したいです。（續木 美和子）



異次元の少子化対策

慶應義塾大学経済学部 教授
株式会社いよぎん地域経済研究センター 顧問

白塚 重典



昨年度末に政府が児童手当の所得制限撤廃、保育サービスの拡充などを柱とする異次元の少子化対策のたたき台を公表した。地方自治体でも、より手厚い子育て支援で子育て世代の人口を呼び込もうという戦略もみられる。もちろん、少子化対策はわが国が直面する喫緊の課題である。少子高齢化と人口減少は、経済の成長力の低下をもたらすとともに、年金・医療など社会保障制度の安定性を揺るがすことにもつながりうる。

昨年は、年間出生数が80万人を切り、想定以上に速いペースで少子化が進んでいる。出産が可能な年代の女性の数は減少傾向にあり、コロナ禍で婚姻数が減少したこともあって出生率も低水準で推移している。出生数の早期回復は期待できない。これに対し、戦後のベビーブーマー世代は年間出生数が200万人を超えており、この世代が後期高齢者年代に入ることによって、死亡数は今後否応なく増加していく。

このため、今後、人口減少テンポが加速し、2020年代のうちに1億2千万人を割り込み、2050年ごろには1億人程度となる。この時期、人口減少率は年率1%程度である。日本の人口の1%というと今の愛媛県の人口より若干少ない程度である。この人口が毎年失われていくことになる。

人口減少は、地方経済にとってより大きな課題である。人口の増減要因の中で、出生数と死亡

数の差が自然増減で、日本全体をみれば、移民の影響が限定的なため、この自然増減がほぼ人口増減になる。しかし、地方経済は、人口の自然増減に加え、他の地域との間で人が移動する社会増減の影響が大きい。特に、高校を卒業し、大学生になったり、就職したりする時期に若者が都市圏に移動し、そのまま地元に戻ってこないケースが多い。

地方経済では、人口構造の高齢化が進んでおり、自然減も大きい。社会減の影響も構造的に大きい。愛媛県の人口は現在130万人ちょっとであるが、2050年には100万人を割り込んでいる可能性が高い。人口減少テンポの加速は一段と深刻である。

ただ、出生率の低下が将来の生活不安に起因しているとすれば、中長期的な成長期待を押し上げていくことが最も有効な少子化対策のはずである。もちろん、成長戦略は長年の課題であり、デジタル化や脱炭素化、グローバル化といった社会経済環境の変化など、多様な問題への取り組みが求められる。特に、地方経済にとっては東京一極集中の是正は長年の課題である。

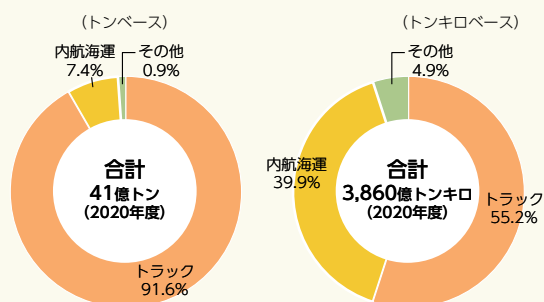
地方経済の少子化対策においても、東京圏よりも子育てしやすい環境をセールスポイントにするとともに、地域活性化と組み合わせて考えていくことがより重要な視点となるのではないだろうか。



南予のかんきつにも影響を与える 「物流の2024年問題」

～船へのモーダルシフトは解決のカギになり得るか～

図表－1 国内貨物の輸送機関別分担率

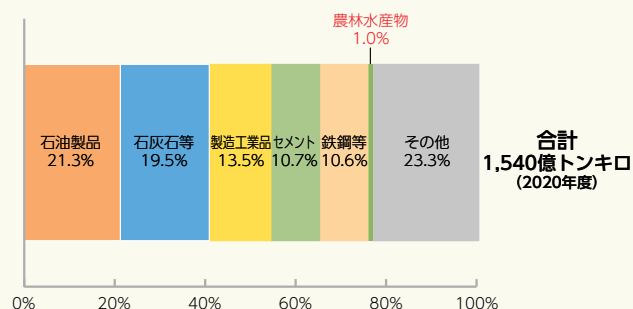


資料：(公社)全日本トラック協会「日本のトラック輸送産業 現状と課題 2022」を
もとにIRC作成
※四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある。以下、同様。

国内貨物輸送量は年間約41億トン(2020年度)であり、そのうちトラックの分担率は9割以上を占め、内航海運は7%程度である(図表－1 トンベース)。一方、トン数に輸送距離を乗じたトンキロベースでは、トラックの分担率は55%程度、内航海運が約40%と、内航海運の比率が大きく伸びる(図表－1 トンキロベース)。内航船は長距離輸送に多く使われていることが分かる。

内航貨物の輸送を品目別にみると、石油、石灰石、製造工業品などの重量物のシェアが高い(図表－2)。重量物を一括で長距離輸送することが内航海運の特徴であることが改めてみてとれる。農林水産物のシェアはわずか1%である。トラックは、ドア・ツー・ドア輸送の利便性や時間を問わない柔軟な輸送が可能という特徴があり、荷物の性質によりトラックや内航船などの輸送モードが使い分けられている。

図表－2 内航貨物の品目別輸送量

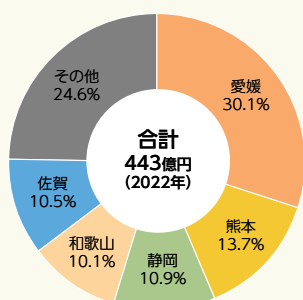


資料：国土交通省「内航船舶輸送統計年報」をもとにIRC作成

トラックドライバーの時間外労働時間の上限規制がなされることによる「物流の2024年問題」では、内航船へのモーダルシフトが有力な選択肢の1つとなっている。本県のみかん、かんきつ類の東京都中央卸売市場でのシェアは3割を占め、全国一位である(図表－3)。これらの輸送の多くをトラックが担っているが、2024年問題を見据えたモーダルシフトの動きがみられる。

今年1月に中国四国農政局やJA全農えひめなどが連携して、内航船によって東京までいよかんを輸送する実証実験が実施された。輸送中の鮮度の維持や産地側のロット確保など課題はあるものの、産地や行政、物流事業者などが一体となってこれらをクリアしていき、船へのモーダルシフトの動きを加速させていくのではないだろうか。

図表－3 みかん、かんきつ類の出荷金額シェア(東京都中央卸売市場)



資料：東京都中央卸売市場 統計情報

(三浦 直也)

“紙のまち”の総合商社

四国紙販売株式会社 代表取締役副社長 / 井川 幸次郎 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー29期修了生)



PERSONAL QUESTION

井川 幸次郎 (いかわ こうじろう) 1982年5月生まれ

モットー

鶏口牛後。
自身の目指す姿を探すなかで出会った言葉。
今後も自分らしく生きるために、大切にしていきたい
考え方だと思っている。

趣味

ゴルフ、スポーツ観戦、映画鑑賞。
大王製紙エリエールレディスオープンにキャディとして
参加したのがきっかけでゴルフを始めた。以来、少し
ずつだが上達している。

感銘を 受けた本

『温故知新』(今井琉璃男著)
先人たちが戦後どのように愛媛県を復興したのか、さ
まざまな業界の歴史を学ぶことができた。

【会社概要】

〒799-0423
四国中央市具定町454番地の1
TEL / 0896-24-8500
資本金 / 8,000万円
売上高 / 200億円
従業員 / 68名(パート含む)



四国紙販売株式会社は、大王製紙の直系代理店として1999年に設立された。創業者は幸次郎氏の父である、社長の高幸氏。パルプや紙製品の卸売をメインに紙・不織布の自社加工も行っている。

幸次郎氏は「お客さまのニーズに合わせたパルプや紙製品を提供できる」と話す。仕入れた紙製品を自社倉庫で保管し、お客さまが必要とするタイミングで速やかに出荷する。また、商品企画も行っており、印刷会社と連携して企画する紙製の各種ノベルティグッズが好評を得ている。幸次郎氏は「当社は、紙を通じたソリューションを提供する総合商社だと自負している」と言う。

近年、力を入れているのは防災・介護用品事業である。プライベートブランド『SKK』を立ち上げ、水がなくても髪を洗える『ウェット手袋』や指サック型の『歯磨きシート』などを開発・販売している。ブランド名の『SKK』は『S』誠意をもって『K』課題を『K』解決するという意味である。幸次郎氏の祖父 伊勢吉氏が大王製紙を創業した時から伝えてきた『誠意と熱意』の精神に由来する。ウェット手袋は『防災グッズ大賞2022』を受賞し、メディアにも数多く取り上げられた。高齢化による介護ニーズや、防災意識の高まりを追い風に、今後も事業を拡大していく方針だ。

同社の課題は人材育成である。新入社員には外部研修への派遣や入社後1か月間の社内研修を実施、さらに大王製紙の工場を見学させるなど現場教育を徹底している。その後も個人の特性に応じてセミナー参加を勧めているが、入社当初と比べると教育機会は少なくなる。そこで、年齢や役職に応じた教育計画を策定中とのことだ。

「紙だけでなく、さまざまなものを扱う総合商社になりたい。そうして、地域からもっと必要とされる会社になる」と、幸次郎氏。今後も『誠意と熱意』をもって行動し、お客さまの期待に応えていかれることだろう。

(川尻 麻美)

100年先まで見据えた安心・安全な家づくり

新日本建設株式会社 / 井上 裕一郎 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー31期修了生)

新日本建設株式会社は、注文住宅の建築を中心にリフォームや家具製作も手がける。

創業は裕一郎氏の父であり、現社長の秀明氏。秀明氏は建売住宅メーカーで現場監督をしていたが、「お客さまの希望に沿った家を建てたい」との強い思いから、1983年に独立した。

裕一郎氏は「住む人が安心・安全に暮らせるよう、品質には妥協しない」と言う。同社が使う建材は無垢材や珪藻土などの自然素材が中心である。しかも、木材は100%県内産であり、自社工場で天然乾燥させている。こうした建材を用いた家は高気密・高断熱、かつ防虫効果があり、長く快適に住むことができる。加えて、同社が建てる家は、住宅性能表示制度の耐震等級3^{*}を標準仕様としており、安全性も保障されている。

また、アフターフォローにも力を入れている。家の引き渡し後も、現場担当者が定期的に訪問し、点検している。不具合があればすぐ対処することはもちろん、お客さまの話をよく聴いて追加提案も行う。お客さまからは「疑問をその場で解消してもらえて助かる」と好評である。既存のお客さまからの紹介で新規受注につながるケースが多いという。

人口減少や物価高で住宅業界を取り巻く環境変化は激しい。「これからは全員で足並みをそろえ、対応力を強化する。そうして、地域のお客さまから支持される会社になりたい」と、裕一郎氏。その一環として、会社全体や、部署ごとのミーティングを定期的に実施して営業方針の浸透や情報共有に努めている。「今後は参加人数を絞ったミーティングも開催し、自由に意見交換しながら、より良い会社にしたい」とのことだ。

「愛媛・四国で一番の木造建築会社を目指す」と、裕一郎氏。今後も安心・安全で快適な建物をつくり、お客さまの夢や希望を形にしていけることだろう。

(川尻 麻美)

^{*}耐震等級3は消防署や警察署など防災拠点に求められる性能と同等であり、等級としては最上位。



☑ PERSONAL QUESTION

井上 裕一郎 (いのうえ ゆういちろう) 1993年11月生まれ

モットー

今を楽しむ。
人生は限られている。同じ時間を過ごすなら、楽しんだもの勝ち。
楽しんでいれば、常に前向きな気持ちでいられる。

趣味

バレーボール。
中学校の部活動から始め、今も続けている。
共にプレーし、汗を流した仲間がいることは心強い。

長所

物事を俯瞰的に見られること。
どんなことでも一歩引いて、全体を見ることが大事。

【会社概要】

〒791-0054
松山市空港通3丁目9番3号
TEL / 089-971-0255
資本金 / 4,500万円
従業員 / 26名





香港の教育事情

はじめに

「香港」と聞くと、超がつくほどの学歴社会で、受験競争が激しいというイメージがあるかもしれません。実際、英国の教育専門誌が発表した2023年版の世界大学ランキングにおいて、香港一の難関大学である香港大学は世界の31位にランキングされており、東京大学(39位)を上回っています。

今回は、学歴社会香港の教育制度について、レポートします。

1 香港の教育制度と特徴

香港の教育制度は、日本と同じ「6-3-3-4制」(小学校6年・中学校3年・高校3年・大学4年)です。各教育ステージの特徴は、以下の通りです。

幼稚園	・大半が2歳から通園開始 ・親は妊娠中から幼稚園を探し、1歳の時に入園願書を提出 ・受験の面接対策も実施
小学校	・学区制ではないため、希望する小学校に入学申請書を提出 ・全て不合格の場合は、コンピュータによる抽選で学校決定
中学校・高校	・基本的に中高一貫教育 ・大学進学を見据えた学校選びを行うため、小学4年生から受験準備開始 ・学校行事や式典はほぼ無し

大学

・「香港中学文憑(DSE)」(日本でいう「共通テスト」)を受験し、試験結果で大学への選抜が自動的に行われる

よりレベルの高い学校を目指して、親子が協力して受験に臨んでいます。

2 受験事情

香港には、大学が国立、私立あわせて30校程度しかありません(日本は800校程度)。そのため、狭き門に入る受験競争が激しくなるのです。

表で示した共通テスト(DSE)の結果で大学への選抜が自動的に行われます。具体的には、受験前に登録した志望大学、志望学科のリストと試験結果のマッチングが行われます。日本と違って併願受験やすべり止め受験はできません。

中高一貫教育には、英語で授業を行う学校(EMI)と中国語で授業を行う学校(CMI)があります。香港の大学は、授業はすべて英語で行われるのが基本であるため、EMIの人気の高くなっています。また、EMIスクールの認可基準として生徒の英語の平均点が85点以上を維持する必要があります。

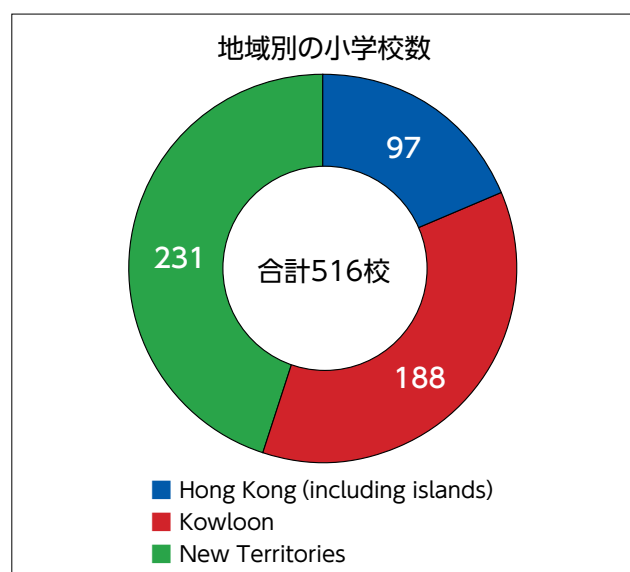
受験競争は低年齢化しており、教育熱心な親は妊娠中から幼稚園を探し、1歳の時に入園願書が

提出できるよう入園準備を始めます。

次に、日本とは異なる小学校の特徴を取り上げます。

3 香港の小学校

香港には516校の小学校(インターナショナルスクールを除く)があり、約半数が面積の広いNew Territories(下図緑色)にあります。



資料: Education Bureau [Primary School Profiles 2022]



香港の小学校には、①公立、②私立、③公立と私立のミックスの3系統があります。

公立小学校は授業料が無料ですが、学区制ではなく、希望する学校に入学申請書を提出します。学校側が選定したあと、第一希望に合格しなかった場合は第二希望、第三希望となります。どこにも選定されなければコンピュータによる抽選となり、それでも決まらなければ定員割れしている学校へ

割り振られます。

義務教育の小学校であってもテストの成績が悪いと落第があることも日本とは異なります。

4 小学校の校舎の特徴

小学校の校舎も日本とは異なります。

下の写真は、住宅地にある小学校です。



住宅地の小学校

香港は傾斜地が多く、自然保護区もあることから、居住エリアは限られています。そのため、住宅地にある小学校の校舎も、マンションのような建物をよく目にします。

また、不審者対策として、警備員が常に校門で見張っていたり、壁やフェンスに有刺鉄線が張り巡らされたりしています。

おわりに

香港の教育制度により、英語、北京語、広東語を操る優秀な生徒が多く輩出される一方、心身のバランスを崩して苦しむ生徒も決して少なくありません。そのため、最近では学歴にとらわれない、自由なカリキュラムを好む保護者も増えています。

超学歴社会の仕組みが変わっていくかどうかはわかりませんが、香港から優秀な研究者や経営者たちが多く輩出される背景には、このような教育環境があることを知っていただきたくレポートしました。

(神前 亮平)

【税務編】

役員報酬の適正額について

酒井啓司税理士事務所 税理士 酒井 啓司



Q. 当社は6月決算法人です。来期の役員報酬の金額について検討しています。税務上損金にできるのは適正額とされていますが、どのように考えればよいのでしょうか。

A. 役員報酬の適正額については、法人税法で「不相当に高額な部分は、損金に算入されない」と規定されていますが、明確な規準はありません。しかし、税務上、適正でない金額と判断されれば、役員報酬＝損金不算入となってしまいます。ここでは実質的なポイントに焦点を当てて説明します。
※役員に対する報酬は、税務上は「役員給与」ですが、本稿では、一般的に使用される「役員報酬」という表現を使用します。

1. 役員報酬の相場

国税庁から、「民間給与実態統計調査」という統計が毎年発表されています。令和3年分のデータは、下記のとおりです（一部のみ。資本金2,000万円以上10億円未満は省略）。

資本金	男	女	平均
2,000万円未満	6,919千円	4,217千円	6,145千円
(途中省略)			
10億円以上	16,861千円	7,347千円	16,034千円

上記はあくまでも該当する全企業の平均です。資本金2,000万円未満の企業でも、報酬金額2,500万円超のカテゴリーでみると、平均40,639千円（男女平均値）となっています。

この統計は、国税庁のホームページに掲載されていますので、金額決定のプロセスで、このような資料をぜひ確認しておいてください。

2. 勤務実態の確認

役員報酬の金額を設定する場合、重要な側面の一つが勤務実態です。特に非常勤の役員については、勤務の実態、業績への貢献、他の役員の報酬との比較等で検討すべきです。過去の裁判例等によれば、適正と認められた金額は、月額5～15万円程度です。それを超えるとすべて否認されるわけではありませんが、高額な支給となる場合、税務調査の段階で説明できるように、勤務日数や業務の内容に関するだけ具体的な資料を残しておくべきです。特に、親族への支給は慎重に対処することが望まれます。

3. 会社の利益等からのアプローチ

上場企業など異なり、一般的な中小企業は、経営者の個人的な判断で役員報酬を決められるという実態があります。そのため、税務上の対応としては、単純な節税面での判断だけではなく、できるだけ客観的なデータにより金額を決定したプロセスとエビデンスがとても重要です。

具体的には、①役員の業務内容、②会社の業績（売上、売上総利益、営業利益等の金額）、③類似法人の状況（前記統計等の活用）をベースに、適切な金額を算定した一定の根拠を記載した資料を残すことができればベストだと思います（最終的には会社の実態に合わせてご検討ください）。

4. 業績悪化の場合

業績が悪化した場合でも、特殊事情がない限り、年度途中で役員報酬を引き下げるとは税務上認められません。また、役員報酬を未払のままにしておくことも指摘される可能性が高くなります。役員報酬は単純に利益連動とは言えない面もありますが、業績が悪化した場合の対応は慎重に考える必要があります。

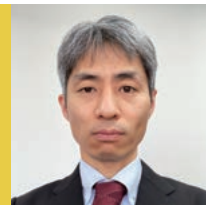
5. まとめ

中小企業の判断として、単に売上が伸びた、利益が出たという理由で役員報酬を引き上げることは、税務だけでなく、経営的にもリスクがあります。役員として自分の給料のこただけを考えるのではなく、自社の中長期的な経営方針なども含めて検討されることをおすすめします。

【法務編】

消費者契約法 事業者の不当な勧誘行為による契約の取消し

弁護士法人たいよう 弁護士 林 寛大



Q. 消費者相手の契約は、消費者から取り消される場合があると聞きました。どのような場合に取り消されますか

A. 消費者契約法により、消費者は不当な勧誘により締結させられた契約を後から取り消すことができます

1. 消費者契約法とは

消費者契約法は、消費者の利益を守るため、消費者と事業者がした契約(＝消費者契約)について、事業者の不当な勧誘により締結させられた契約を後から取り消せることや、消費者の利益を不当に害する契約条項を無効とすること等が定められています。

令和5年6月1日、取消しの範囲を拡大した改正法が施行されます。

2. 取消しの類型

消費者が、消費者契約法に基づき消費者契約を取り消せるのは、事業者に次の13種類の不当な勧誘行為があった場合です(⑥⑦⑫が新設)。

- ①不実告知…重要事項について事実と異なることを告げる
- ②不利益事実の不告知…消費者の利益となる旨を告げながら、重要事項について不利益となる事実を故意または重大な過失により告げない
- ③断定的判断の提供…将来における変動が不確実な事項について確実であると告げる
- ④過量契約…消費者にとって通常の分量を著しく超えることを知りながら、勧誘する
- ⑤不退去…消費者が事業者に対し、退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず退去しない
- ⑥退去妨害…消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず退去させない
- ⑦勧誘することを告げずに消費者を退去困難な場所へ連れて行き、消費者が退去困難であることを知りながら勧誘する
- ⑧消費者が消費者契約を締結するか相談を行うため、電話等によって第三者に連絡したいと言ったが、威迫する言

葉を交えて連絡を妨害して勧誘する

- ⑨不安をあおる告知…消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから、願望の実現に過大な不安を抱いていることを知りながら、不安をあおり、契約が必要と告げる(就職セミナー商法等)
- ⑩好意の感情の不当な利用…デート商法等
- ⑪判断能力の低下の不当な利用…加齢や心身の故障により判断力が著しく低下していることから、現在の生活の維持に過大な不安を抱いていることを知りながら、不安をあおり、契約が必要と告げる
- ⑫靈感等による知見を用いた告知…靈感商法等
- ⑬契約締結前に債務の内容を実施等…(例1)貴金属買取りの鑑定のため指輪から宝石を外して元に戻すのを困難にして売却を勧誘する、(例2)契約しないなら交通費を払えなど損失の補償を請求すると告げて勧誘する

3. 取消権の行使期間

消費者契約法による取消権は、消費者が追認できる時から1年間、もしくは、消費者契約の締結から5年間です(⑫の靈感商法はそれぞれ3年間、10年間)。

「追認できる時」とは、消費者が誤認をしていたことに気づいた時や困惑の状態を脱した時などを意味します。

4. 取消しの効果

消費者契約が取り消されると、事業者は代金全額を返還しなければならず、消費者も受け取った物を返還しないといけません。ただし、サービスやすでに受け取った物を消費していた場合、消費者は残っている現物を返還すればよく、消費した分を金銭で補填する必要はありません。

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

～県内企業の業況判断DIは小幅に改善～

概況

3月の内閣府月例経済報告によると、景気は一部に弱さがみられるものの、緩やかに持ち直している。先行きも持ち直しが期待されるが、世界的な金融引き締めによる海外景気の下振れが日本の景気を下押しするリスクとなっている。また、物価上昇や供給面での制約にも注意が必要があるとしている。

愛媛県内も緩やかに持ち直している。先行きについては、物価上昇が個人消費に水を差す可能性があり、持ち直しの動きは力強さに欠けたものとなるだろう。

愛媛県内の直近の経済指標をみると、鉱工業生産指数(季節調整値・1月)は前月比8.0%低下と、2ヵ月ぶりに前月を下回った。公共工事請負金額(3月)は前年同月比46.2%増と、3ヵ月連続で前年を上回った。住宅着工戸数(2月)は前年同月比13.5%増と、3ヵ月連続で前年を上回った。有効求人倍率(季節調整値・2月)は前月比0.03ポイント低下の1.44倍だった。個人消費をみると、百貨店・スーパーの販売額(2月)は前年同月比2.2%増と8ヵ月連続で前年を上回り、新車乗用車販売台数(軽自動車含む・2月)も同21.1%増と6ヵ月連続で前年を上回った。

なお、愛媛県分の日銀短観(3月調査)における業況判断DIは、前回(12月調査)から2ポイント上昇の0となった。製造業では前回調査から横ばいの▲7であったものの、非製造業は4ポイント上昇の+5と持ち直しの動きがみられた。

生産

指数は2ヵ月ぶりに前月を下回る 全国では自動車、生産用機械が上昇

1月の愛媛県鉱工業生産指数は、速報値で87.2(季節調整値、2015年=100)と前月比8.0%低下し、2ヵ月ぶりに前月を下回った。前年同月比(原指数)も5.0%低下した。

主要業種の動向をみると、水素化処理触媒の生産が増加した「化学」(前月比+6.9%)や「パルプ・紙・紙加工品」(同+0.4%)などは前月を上回った。

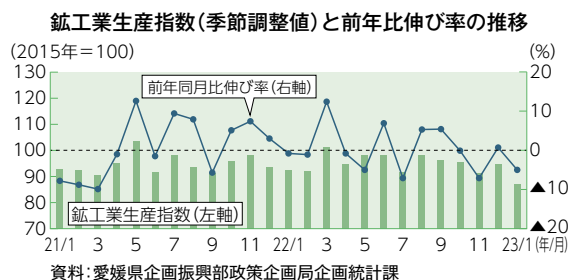
一方、金属加工機械の生産が減少した「汎用・生産用機械」(同▲19.4%)や「食料品」(同▲13.9%)などは前月を下回った。

2月の全国の鉱工業生産指数は、確報値で94.8(季節調整値、2015年=100)と前月比4.5%上昇し、2ヵ月ぶりに前月を上回った。部材供給不足の緩和を受けて、「自動車」(同+15.4%)や「生産用機械」(同+9.2%)が上昇した。

主要7業種の鉱工業生産指数(1月)

	季節調整値		原指数	
	指数	前月比(%)	指数	前年同月比(%)
非鉄金属	94.2	▲0.1	96.1	+6.5
汎用・生産用機械	136.3	▲19.4	112.4	+4.3
電気機械	75.6	▲18.5	76.5	▲16.8
輸送機械	50.5	▲1.0	52.1	▲3.7
化学	83.9	+6.9	96.3	▲14.0
パルプ・紙・紙加工品	91.0	+0.4	90.3	▲6.7
食料品	85.3	▲13.9	67.8	▲5.8
全 体	87.2	▲8.0	86.2	▲5.0

(注)速報値



公共工事

3月の請負金額は前年比46.2%増 3ヵ月連続で前年を上回る

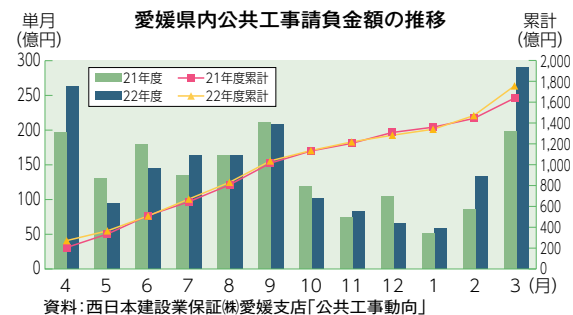
3月の愛媛県内における公共工事の動向を西日本建設業保証(株)愛媛支店の保証実績からみると、件数は585件で前年同月比15.2%増加し、請負金額も289億62百万円と同46.2%増加した。

発注者別に請負金額をみると、「国」(同+25.3%)や「独立行政法人等」(同+644.9%)、「県」(同+16.8%)、「市町」(同+167.6%)のすべてで前年を上回った。

2022年度の公共工事動向は、件数は4,861件で前年同期比0.5%増加し、請負金額も1,768億49百万円と同7.3%増加した。発注者別に請負金額をみると、「国」(同▲3.0%)は前年を下回ったものの、「独立行政法人等」(同+34.6%)や「県」(同+4.5%)、「市町」(同+15.1%)は前年を上回った。

県内の公共工事請負金額(3月)

発注者	23年3月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	7,208	+25.3
独立行政法人等	1,627	+644.9
県	12,229	+16.8
市町	7,117	+167.6
その他	779	+10.2
合計	28,962	+46.2



住宅着工

2月の着工戸数は前年比13.5%増 3ヵ月連続で前年を上回る

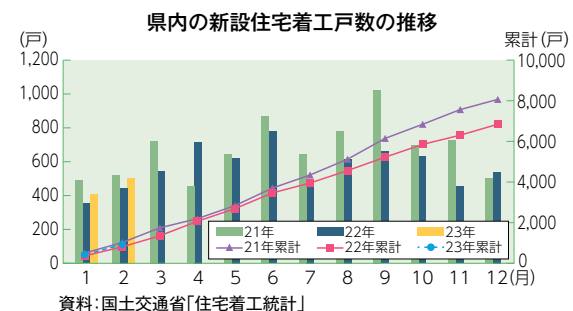
2月の愛媛県内における住宅着工戸数は504戸で、前年同月比13.5%増と3ヵ月連続で前年を上回った。内訳をみると、「持家」(前年同月比▲13.3%)は前年を下回ったものの、「貸家」(同+59.5%)や「分譲住宅」(同+40.6%)は前年を上回った。

なお、2月の全国の住宅着工戸数は64,426戸で、前年同月比0.3%減と2ヵ月ぶりに前年を下回った。内訳をみると、「貸家」(同+4.7%)は前年を上回ったものの、「持家」(同▲4.6%)や「分譲住宅」(同▲1.8%)は前年を下回った。

国土交通省は、民間住宅ローンの2021年度実績を公表した。新規貸出額は、2020年度から9,811億円増加の20兆7,948億円であった。用途別の割合では、新築住宅向けが前年度から1.0ポイント減少の73.4%、既存(中古)住宅向けが0.9ポイント増加の20.8%であった。

新設住宅着工戸数(2月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	229	▲13.3
貸家	177	+59.5
給与住宅	1	—
分譲住宅	97	+40.6
分譲マンション	34	—
分譲一戸建	63	▲8.7
合計	504	+13.5



雇用

有効求人倍率は1.44倍 2ヵ月連続で前月を下回る

2月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.03ポイント低下の1.44倍だった。原数値は1.52倍(前年同月差+0.08p)と上昇した。

新規求人数を主要産業別にみると、「医療、福祉」(前年同月比+12.5%)や「運輸業、郵便業」(同+12.0%)は前年を上回ったものの、「サービス業」(同▲9.0%)は前年を下回った。

地域別有効求人倍率(原数値)は、南予が1.61倍(同▲0.02p)と前年を下回ったものの、東予が1.63倍(前年同月差+0.05p)、中予が1.45倍(同+0.12p)と前年を上回った。

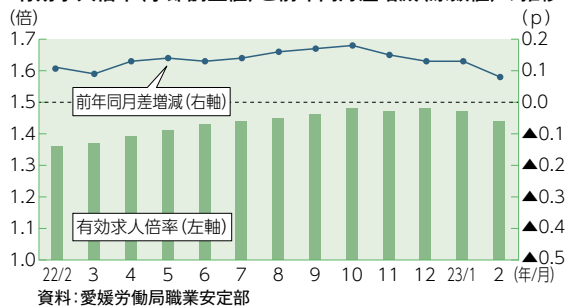
日銀短観3月調査によると、県内企業の雇用人員判断DIは▲41と依然人手不足感が強い。

県内の雇用情勢(2月) (単位:人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	4,765	+1.3	+4.3
月間有効求職者数	21,398	+3.2	+0.3
新規求人数	11,614	▲2.3	+4.7
月間有効求人数	32,611	▲0.8	+6.0
有効求人倍率(季節調整値)	1.44倍	▲0.03p	+0.08p

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.52倍	1.63倍	1.45倍	1.61倍
※()内は前年同月差	(+0.08p)	(+0.05p)	(+0.12p)	(▲0.02p)

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+2.3%)、 生鮮食品を除く指数(同+2.0%)ともに13ヵ月連続のプラス

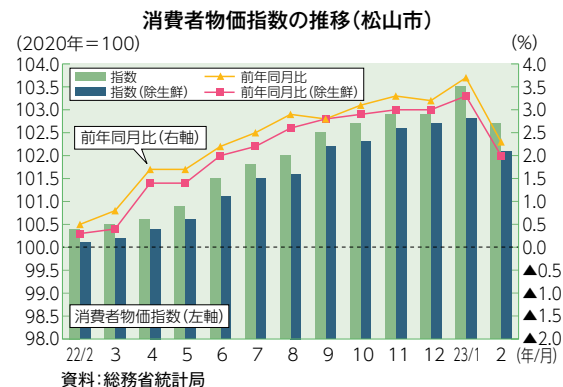
2月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が102.7と前年同月比2.3%上昇、生鮮食品を除く指数も102.1と同2.0%上昇し、ともに13ヵ月連続で前年を上回ったものの、上昇幅は縮小した。

費目別にみると、政府による電気・ガス料金の負担軽減策により「光熱・水道」(前年同月比▲9.1%)は前年を下回った。一方、食用油や生鮮食品の価格が上昇した「食料」(同+7.5%)、洗剤や柔軟剤、トイレットペーパーなどの日用品が上昇した「家具・家事用品」(同+6.0%)などは前年を上回った。

なお、全国の2月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は103.6で、前年同月比3.1%上昇し、18ヵ月連続で前年を上回った。費目別では、「食料」(同+7.5%)や「家具・家事用品」(同+8.7%)などが前年を上回った。

費目別の消費者物価指数の動向(2月・前年同月比増減率)

上昇	食料(+7.5%) 家具・家事用品(+6.0%) 交通・通信(+2.6%) 教養娯楽(+2.1%)	諸雑費(+0.8%) 教育(+0.6%) 住居(+0.7%) 保健医療(+0.1%)
下落	光熱・水道(▲9.1%)	被服及び履物(▲1.5%)



消費

百貨店・スーパーの販売額は前年比2.2%増 新車乗用車販売台数は6ヵ月連続で前年を上回る

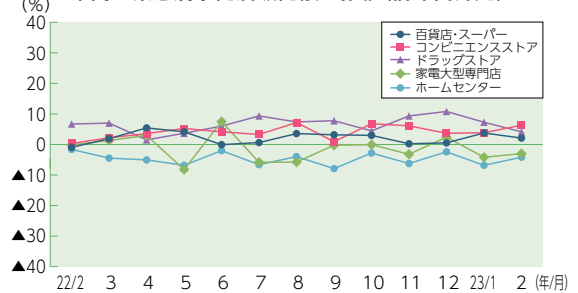
2月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比2.2%増と8ヵ月連続で前年を上回った。うち百貨店の販売額は、外出機会の増加に伴い、衣料品が好調で同15.7%増となった。

また、「コンビニエンスストア」(同+6.5%)、「ドラッグストア」(同+4.3%)が前年を上回った。一方、「家電大型専門店」(同▲3.0%)、「ホームセンター」(同▲4.2%)は前年を下回った。

2月の新車乗用車販売台数は、普通車(3ナンバー)が1,344台(前年同月比+47.5%)、小型車(5ナンバー)が764台(同+4.9%)、軽乗用車が1,517台(同+12.0%)となった。全体では3,625台(同+21.1%)と6ヵ月連続で前年を上回った。

内閣府が発表した2月の消費動向調査によると、消費者の物価予測(1年後)について、「上昇する」と見込む割合が9割を超えた。消費者マインドは、前月から据え置きの弱い動きがみられる。

県内の業態別小売店販売額の推移(前年同月比)



県内の小売店販売額および新車乗用車販売(2月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	150.7	+2.2
コンビニエンスストア	79.1	+6.5
ドラッグストア	79.3	+4.3
家電大型専門店	28.4	▲3.0
ホームセンター	25.5	▲4.2

	販売台数	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	3,625	+21.1

資料：経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

観光

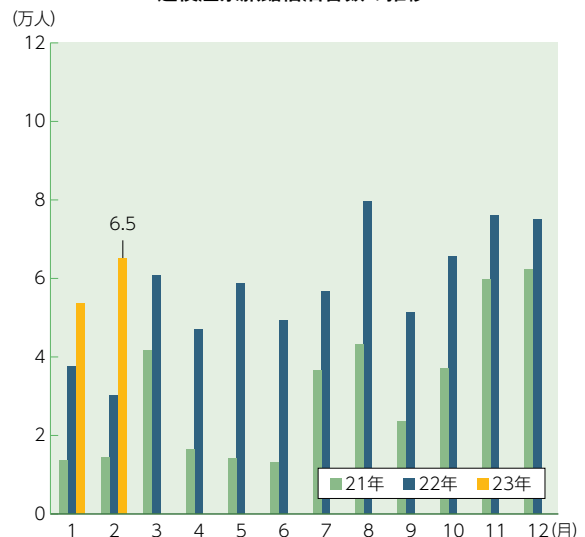
道後温泉宿泊客数は15ヵ月連続で前年を上回る 県内主要観光施設入込み客数は2ヵ月連続で前年を上回る

2月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比114.8%増の64,981人と、15ヵ月連続で前年を上回った。全国旅行支援の後押しがあり、2019年同月比では14.0%増となっている。

2月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(前年同月比+56.7%)、中予(同+72.0%)、南予(同+21.8%)、すべての地域が前年を上回り、全体では同42.4%増と、2ヵ月連続で前年を上回った。東予では「マイントピア別子」や「タオル美術館」、中予では「松山城ロープウェイ」や「子規記念博物館」、南予では「臥龍山荘」などの施設が前年を大きく上回った。

観光庁によると、2022年の訪日外国人旅行消費額(試算値)は2019年比81.3%減の8,987億円と推計された。一方、昨年10月に水際対策が緩和されてから、訪日外国人観光客数は回復しつつあり、インバウンド需要の持ち直しが期待される。

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	 ▶ 	3月のマダイの浜値は920円/kg前後と前月比で横ばいだった。在池尾数は少なめだが、春の需要期を前に消費動向を様子見る相場となった。ハマチの浜値は、1,220円/kg前後と前月比で約60円の値下がりとなった。秋口くらいまでは在池尾数が少ない状況が続くため、現在の水準での推移が見込まれる。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
水産加工品	 ▶ 	削り節の原材料であるカツオのバンコク相場(国際相場)は、1トンあたり1,680ドル前後と前月比70ドル値下がりしたが、製品在庫薄から上昇傾向を見込む。一方、国内相場は265円/kg前後と前月比35円の値上がりとなり、依然として高値圏で推移している。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	3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3,886梱で、前年同月比では7.1%減となった。綿糸価格は主力の20番手が156,500円/梱で、同16.8%高となっており、依然として高い水準にある。5月13・14日に各タオルメーカーによるタオル製品を展示・即売する「今治タオルフェア」が開催される。

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2月の国内出荷は、前年同月比6.0%減で6ヵ月連続の減少。印刷用紙は雑誌を中心に低調な動きで、情報用紙も値上げの影響を受け、使用量削減の動きが継続している。新聞用紙は前年同月比7.8%減で21ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙  ▶ 	2月の国内出荷は、前年同月比14.2%減。ティッシュは同21.4%減で5ヵ月連続減、トイレ紙も同14.2%減で3ヵ月連続減、8ヵ月連続で増加していたタオル紙も同0.1%の減少に転じた。1～2月にかけての製品値上げを受けた買い控えが影響した。
	紙加工など  ▶ 	段ボール原紙の2月の国内出荷は、前年同月比1.1%減で5ヵ月連続の減少。青果物向けは寒波、工業製品向けは部品不足が響き低調だった。加工食品向けは、食品値上げが相次いだことによる消費マインドの落ち込みが影響した。需要が底堅かった通販・宅配向けも、物価高の影響で振るわなかった。

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2月の出荷額は、前年同月比19.7%増で28ヵ月連続の増加となった。北米向けは、油圧ショベルや住宅向けのミニショベルが好調。ただ、稼働率の目安とされる補給部品の輸出が同12.3%減と3ヵ月連続減少している。国内向けは大型機械の売上伸長に加え、単価自体も上がっているようだ。地場の住友グループ関連工場メンテナンスや、半導体関連は安定した受注を確保している。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
造 船	外 航  ▶ 	手持ち工事は2～3年半程度を有している。日本船舶輸出組合によると、3月の輸出船契約実績は23隻・98万2千総トンで、トン数ベースで前年同月比46.3%減だった。2022年度累計の契約実績は280隻・1,174万1千総トンで、トン数ベースで前年度比17.9%減だった。前の年度を下回ったものの、好不況の目安となる1,000万総トン台を維持している。
	内 航  ▶ 	国土交通省の造船統計速報によると、2月の国内船(内航船)の竣工実績は、油送船1隻、3,750総トンだった。また同統計によると、受注はゼロ、起工は3隻(自動車航送船2隻、その他1隻)だった。資機材価格や人件費が高騰しており、収益面では厳しい状況が続いている。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
海 運	外 航  ▶ 	バルカー(ばら積み船)の荷動き・市況は回復している。BDI(バルチック海運指数)は1,400台まで上昇。中国向けの鉄鉱石や石炭の荷動きが堅調に推移すると見込まれている。複数の船主は、新造船価の高止まりを見越して中小型バルカーを発注する動きがみられる。コンテナは主力のアジアから北米向けの荷動きが鈍化しており、船腹需給は軟化している。
	内 航  ▶ 	内航海運組合総連合会によると、2月の輸送量は、貨物船が前年同月比1.5%増、タンカーが同1.0%減だった。主力の鉄鋼は粗鋼・鋼材の生産量が減少しており、荷動きは低水準。タンカーは火力発電所向けの黒油の輸送需要が減少。白油は移動制限の緩和でジェット燃料の需要が活況を呈している半面、気温の上昇で灯油の需要は減少。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	3月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比46.2%増の289億円であった。「国」や「独立行政法人等」、「県」、「市町」のすべてで前年を上回った。2月の住宅着工戸数は前年を13.5%上回る504戸となった。利用関係別では、「持家」は前年を下回ったものの、「貸家」や「分譲住宅」は前年を上回った。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
観 光	 ▶ 	2月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比114.8%増の64,981人と、15ヵ月連続で前年を上回った。2月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(前年同月比56.7%増)、中予(同72.0%増)、南予(同21.8%増)、すべての地域が前年を上回り、全体では同42.4%増と、2ヵ月連続で前年を上回った。

5

2023

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は4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)
3(水・祝)～ 7/2(日)	企画展 「愛媛県美術館開館25周年記念 大竹伸朗展」	愛媛県美術館 (松山市)	愛媛県美術館 ☎ 089-932-0010	個人 一 般 1,500円 高大生 900円 団体 一 般 1,300円 高大生 700円

SPORTS

伊予銀行ヴェールズ (女子ソフトボール JDリーグ) 伊予銀行ヴェールズ事務局 / TEL:(089)907-1043

【開催日】 13(土) 【対戦相手】 タカギ北九州ウォーターウェーブ 【プレイボール】 13:30 【会場】 マドンナスタジアム
 【開催日】 14(日) 【対戦相手】 トヨタレッドテリアーズ 【プレイボール】 13:30 【会場】 マドンナスタジアム

愛媛FC 会場:ニンジニアスタジアム(松山市) 株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 27(土) 【対戦相手】 福島ユナイテッドFC 【キックオフ】 15:00 【マッチシティ・タウン】 砥部町

愛媛FCレディース 株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 6(土) 【対戦相手】 スフィーダ世田谷FC 【キックオフ】 13:00 【会場】 愛媛県総合運動公園野球技場
 【開催日】 13(土) 【対戦相手】 パニース群馬FCホワイトスター 【キックオフ】 13:00 【会場】 愛媛県総合運動公園野球技場

FC今治 会場:今治里山スタジアム 株式会社今治・夢スポーツ内 / TEL:(0898)31-8701

【開催日】 14(日) 【対戦相手】 愛媛FC 【キックオフ】 13:30
 【開催日】 28(日) 【対戦相手】 ガイナーレ鳥取 【キックオフ】 13:00

愛媛マンダリンパイレーツ 愛媛県民球団株式会社 / TEL:(089)914-8102

【開催日】 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】 浜公園川之江野球場
 【開催日】 7(日) 【対戦相手】 徳島インディゴソックス 【プレイボール】 13:00 【会場】 浜公園川之江野球場
 【開催日】 11(木) 【対戦相手】 高知ファイティングドッグス 【プレイボール】 18:00 【会場】 宇和島市丸山公園野球場
 【開催日】 19(金) 【対戦相手】 徳島インディゴソックス 【プレイボール】 〈第一試合〉 【会場】 今治市営球場
 14:30
 【開催日】 19(金) 【対戦相手】 徳島インディゴソックス 【プレイボール】 〈第二試合〉 【会場】 今治市営球場
 18:00
 【開催日】 20(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】 八幡浜・大洲地区運動公園
 【開催日】 21(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】 八幡浜・大洲地区運動公園
 【開催日】 24(水) 【対戦相手】 高知ファイティングドッグス 【プレイボール】 18:00 【会場】 東予運動公園野球場
 【開催日】 27(土) 【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス3軍 【プレイボール】 13:00 【会場】 坊っちゃんスタジアム
 【開催日】 28(日) 【対戦相手】 福岡ソフトバンクホークス3軍 【プレイボール】 13:00 【会場】 坊っちゃんスタジアム

IRC 調査月報
MonthlyIYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT
2023 / NO.419

■発行日: 2023年5月1日
 ■発行所: 株式会社いよぎん地域経済研究センター ■発行人: 重松栄治 ■編集人: 石川良二
 〒790-0012 松山市湊町4丁目4-3 TEL/(089)931-9705(直通) FAX/(089)931-0201
 ■印刷: セキ株式会社