

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポート】

長引く物価高で暮らし向きが悪化

～2024年12月消費者アンケート結果～

【mini調査レポート】

人員の不足感高まる、正社員では6割超え

～人員の過不足に関する調査結果～



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

2

2025

No.440

- 01 | **【視点】**
魅力ある「まちづくり」～国有財産の最適利用に向けて～
財務省四国財務局 局長 / 大島 朗
- 02 | **【調査レポート】**
長引く物価高で暮らし向きが悪化
～2024年12月消費者アンケート結果～
- 08 | **【mini調査レポート】**
人員の不足感高まる、正社員では6割超え
～人員の過不足に関する調査結果～
- 14 | **【compass】**
J2伊予2チーム時代
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
- 15 | **【データよもやま話】**
相次ぐ値上げで家計を圧迫する食費
～日本のエンゲル係数は主要国でトップ～
- 16 | **【THE person】**
漫画家 / 能田 達規 氏
- 20 | **【素顔のニューリーダー】**
イヨスイ株式会社 取締役 / 荻原 寿夫 氏
八幡浜官材協同組合 監事 製造部長 / 菊池 繁人 氏
- 22 | **【ベトナムだより】**
ベトナム産バナナについて
- 24 | **【経営・実務Q&A】**
税務編 令和7年度税制改正大綱の概要
和泉会計事務所 税理士 / 和泉 真紀夫
労務編 2025年4月創設! 育児関係の給付金について
社会保険労務士法人 人的資源研究所 特定社会保険労務士・人事コンサルタント / 平尾 由紀
- 26 | **【愛媛県経済の動き】**
- 30 | **【地場産業の景気天気図】**
- 32 | **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: 漆の梅林
(伊予市中山町漆地区)
撮影: 武井 寛喜

視点

POINT OF VIEW



魅力ある「まちづくり」

～国有財産の最適利用に向けて～

財務省四国財務局
局長 大島 朗

昨年10月、内閣に「新しい地方経済・生活環境創生本部」が設置され、地方創生は新たなステージに入りました。魅力ある「まちづくり」も地方創生の重要なテーマです。

また、多くの地方都市では、若者の流出や人口減少・少子高齢化の進行に伴うコミュニティの衰退が懸念されているほか、空き地、空き家等の遊休資産の拡大も進んでいるなど、社会経済情勢の変化に応じたまちづくりは、地域の重要な課題の一つとなっています。

こうした課題も踏まえた魅力あるまちづくりのためには、官民が連携してあらゆるリソースを投入する必要があります。中でも人々の暮らしに不可欠な土地・建物等の不動産の有効活用は最も重要な要素であり、国有地などの国有財産の利活用もその一つです。

これまでも国有財産はまちづくりに活用されてきました。未利用の国有地は、地方公共団体や個人等に対して売却や貸付をすることによって、土地の最適利用を通じてまちづくりに貢献するとともに、国の財政健全化にも寄与してきました。

また、地震や台風等の大規模災害が発生した場合には、国有地が避難場所や瓦礫置き場等として活用され、国家公務員宿舎が被災者

の仮住まいとして利用されるなど災害応急対策としての役割も果たしています。昨年7月の松山市における大雨による土砂災害の際にも、城山公園の一部の国有地が災害復旧のための土砂置き場として活用されました。

最近では、国民共有の財産である国有財産を今の世代だけでなく将来世代における行政需要にも備えるため、有用性が高く希少な国有地については、売却するのではなく、国が所有権を留保したまま定期借地権による貸付により有効活用を図ることとしています。

こうした中、四国財務局では、新たな取組として、地元の大学生とともに「国有地を活かしたまちづくりを考えるプロジェクト」を実施し、将来を担う若者の意見にも耳を傾けています。将来を担う若い世代がまちづくりを「自分事」として捉え、熱心に議論する姿に感銘を受けるとともに、その柔軟な発想に大きな刺激を受けました。

まちづくりに最も大切なのは、地域に暮らす方々の思いです。当局としても、一過性でない持続的な「まち」の活性化等の観点から、引き続き地方公共団体や地域とのコミュニケーションを図りつつ、国有財産の最適な活用方法を探っていきたいと思います。

長引く物価高で暮らし向きが悪化

～2024年12月消費者アンケート結果～

要旨

- 01** 2024年12月時点の暮らし向きDIは、2023年12月調査(前回調査)から4.6ポイント悪化し、▲40.0となった。今後の見通しは、11.8ポイント悪化し▲51.8となった。
- 02** 消費支出DIは前回調査を7.2ポイント上回り48.6となった。支出が増えた理由は、「必要な物やサービスの値段上昇」が76.8%となった(前回比+2.8ポイント)。今後の見通しは、現在より3.6ポイント上昇し52.2となった。
- 03** この1年間での支出増減では、相次ぐ値上げにより「食料品」が前回調査から8.2ポイント上昇した。「外食」や「旅行」などはわずかながら改善がみられたが、身の回りの商品やサービスの価格が上昇するなか、生活必需品以外への支出には慎重な姿勢がうかがえる。
- 04** 収入DIは前回調査から3.2ポイント改善し、▲14.6となった。今後の見通しは、「増えそう」の割合が低下したことで、3.6ポイント悪化し、▲18.2となった。
- 05** 景況感DIは、前回調査から5.2ポイント低下し▲54.6となった。今後の見通しは横ばいの▲55.0となった。

調査概要

IRCでは、1999年以降、消費者アンケートを実施し、県内消費者の景況感や収入、支出、暮らし向きの動向などを調査している。2019年12月からインターネットによるモニター調査を実施している。

調査要領

時 期	2024年12月上旬
対 象	愛媛県内在住の個人500人
方 法	調査会社を通じたインターネット調査

回答者の属性

単位: %

	全体	男性	女性
20歳代	10.6	50.9	49.1
30歳代	13.8	49.3	50.7
40歳代	18.6	49.5	50.5
50歳代	17.4	48.3	51.7
60歳以上	39.6	46.5	53.5
全 体	100.0	48.2	51.8

※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。

【DI(Diffusion Index)とは?】

本レポートでは、「良くなった(なりそう)」「変わらない」「悪くなった(なりそう)」の中から回答を選んでもらい、「良くなった(なりそう)」との回答割合(%)から「悪くなった(なりそう)」との回答割合(%)を差し引いたものをDIとする。

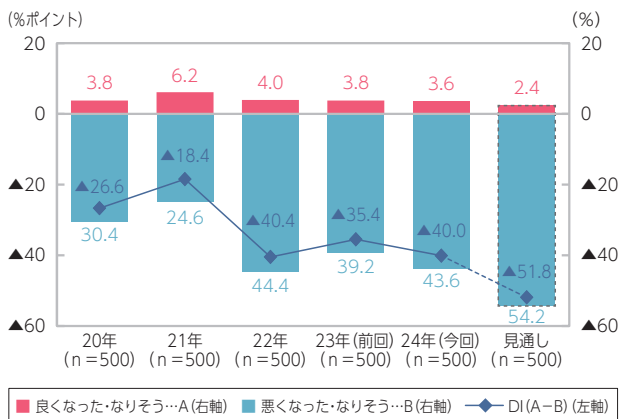
1. 暮らし向き

〔暮らし向きDI〕 4.6ポイント悪化

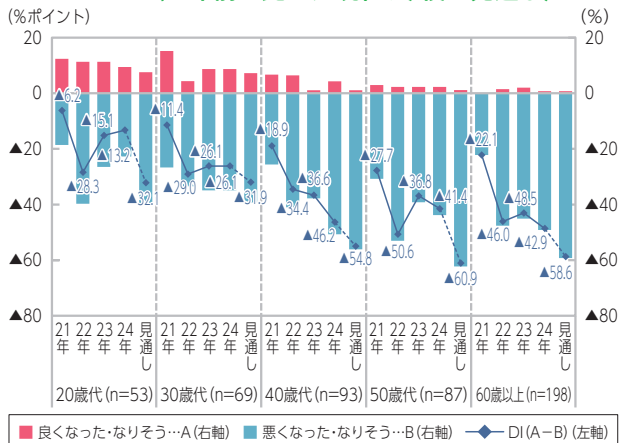
暮らし向きとは、家計のゆとりや経済状態を意味する。暮らし向きDIは2023年調査(以下、前回調査)から4.6ポイント悪化し、▲40.0となった(図表-1)。年代別では、20歳代と30歳代を除く年代で悪化した(図表-2)。

今後の見通しは、「悪くなりそう」と回答した人が増えたことから全体では、11.8ポイントと大幅に悪化し、▲51.8となった。年代別にみてもすべての年代でDIは悪化した。特に40歳代・50歳代・60歳以上は「悪くなりそう」が半数を超えており、DIの悪化が目立つ。

▶〔図表-1〕暮らし向きDI
〈1年前と比べた現在、今後の見通し〉



▶〔図表-2〕暮らし向きDI(年代別)
〈1年前と比べた現在、今後の見通し〉



2. 支出

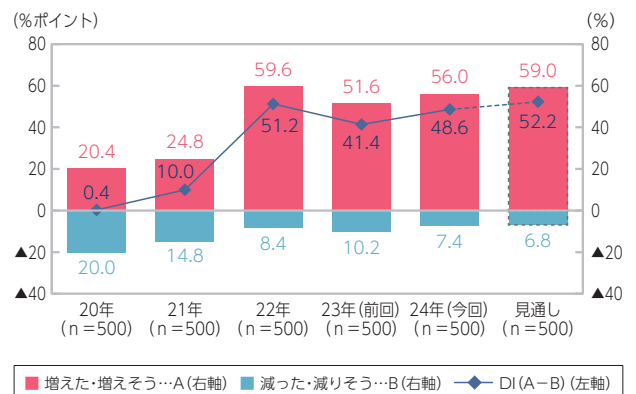
〔消費支出DI〕 高水準での推移が続く

消費支出DIは前回調査比7.2ポイント上昇し、48.6

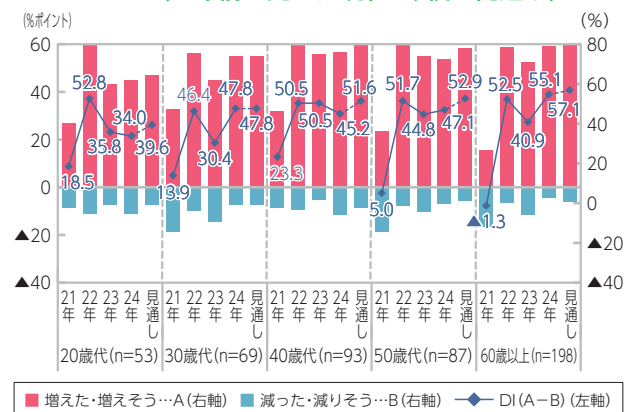
となった(図表-3)。22年調査以降、物価上昇を背景に高水準での推移が続く。年代別ではすべての年代でプラスを維持し、特に30歳代(30.4→47.8)と60歳以上(40.9→55.1)で上昇幅が大きい(図表-4)。

今後の見通しは、3.6ポイント上昇し52.2となり、引き続き高水準が続く。年代別では、年代が上がるにつれてDIが上昇し、40歳代・50歳代・60歳以上では50を超えた。

▶〔図表-3〕消費支出DI(1年前と比べた現在、今後の見通し)



▶〔図表-4〕消費支出DI(年代別)
〈1年前と比べた現在、今後の見通し〉

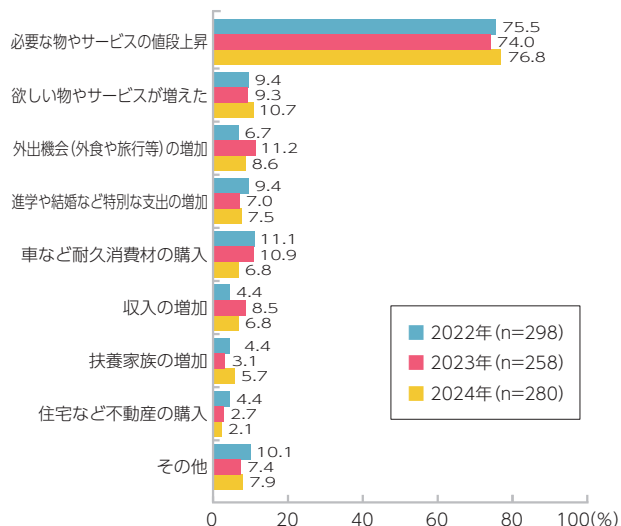


「(1年前より)支出が増えた」と回答した人にその理由を尋ねたところ、前回調査と同様、「必要な物やサービスの値段上昇」(76.8%)が最も多く、次いで「欲しい物やサービスが増えた」(10.7%)、「外出機会(外食や旅行等)の増加」(8.6%)となった(図表-5)。

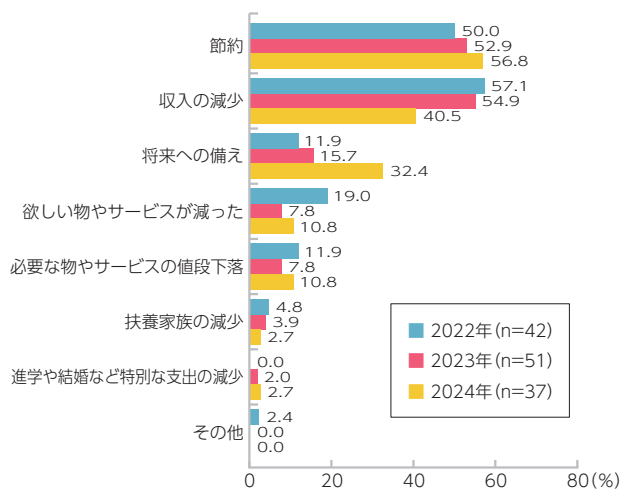
一方、「(1年前より)支出が減った」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「節約」(56.8%)が半数を超えた(図表-6)。「収入の減少」は前回調査から14.4ポイント低下し40.5%、「将来への備え」は前回調査から16.7ポイント上昇し32.4%となった。

一部の消費者の間では、物価高により、家計防衛意識が高まっていることがうかがえる。

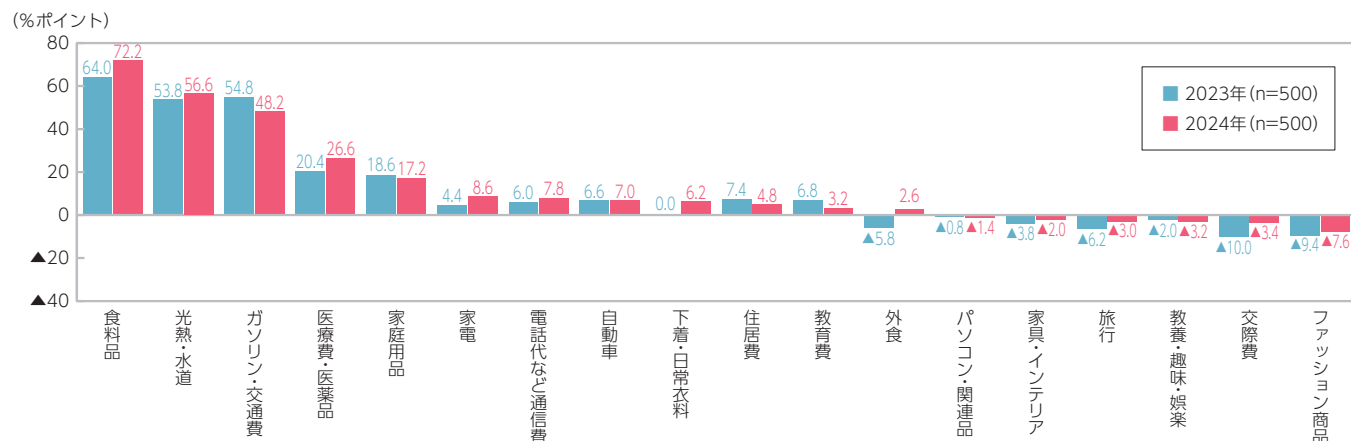
▶[図表－5]支出が増えた理由
〈1年前と比べて・2つまで選択〉



▶[図表－6]支出が減った理由
〈1年前と比べて・2つまで選択〉



▶[図表－7]この1年間で支出が増えたもの・減ったもののDI



「この1年間で支出が増えたもの」の割合から「減ったもの」の割合を引いた値 2024年のDIが大きい費目順に並べている

3. 費目別の支出動向

〔この1年間での支出増減〕

食料品値上げの影響が大きい

「この1年間で支出が増えたもの・減ったもの」を尋ねた(図表－7)。「食料品」のDIが72.2と最も高く、次いで「光熱・水道」(56.6)、「ガソリン・交通費」(48.2)となった。前回調査と比べると「食料品」の支出増が大きかった。原材料高や物流費の高騰等を背景に、松山市の消費者物価指数は33ヵ月連続で前年を上回っている。

一方、「外食」はDIがプラスとなったほか、「旅行」、「ファッション商品」はわずかながらマイナス幅が縮小した。

食料品を中心に身の回りの商品やサービスの価格が上昇するなか、生活必需品以外への支出には慎重な姿勢がうかがえる。

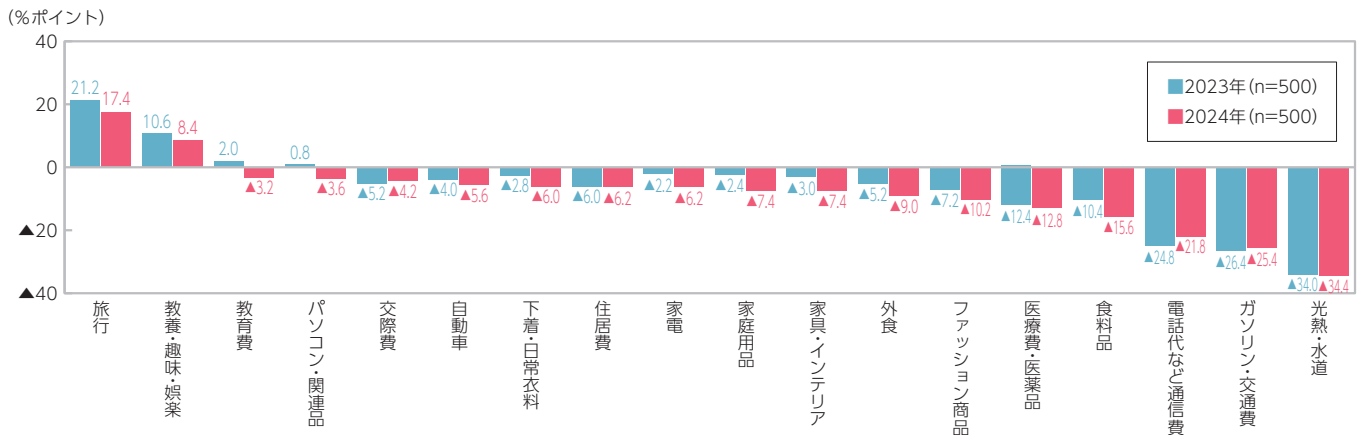
〔今後の支出について〕

18費目中16費目がマイナス

今後の支出では、「光熱・水道」(▲34.4)や「ガソリン・交通費」(▲25.4)、「電話代など通信費」(▲21.8)など18費目中16費目でDIがマイナスとなった(図表－8)。

一方、DIがプラスとなったのは、「旅行」(17.4)、「教養・趣味・娯楽」(8.4)だった。ただし、前回調査と比べると、ともにDIは低下している。生活必需品への支出が家計の重荷となり、消費マインドを

▶ [図表-8] 今後支出を増やそうと思うもの・減らそうと思うもののDI



「この1年間で支出を増やそうと思うもの」の割合から「減らそうと思うもの」の割合を引いた値 2024年のDIが大きい費目順に並べている

押し下げていることが考えられる。「外食」(▲9.0)は、この1年間でDIが2.6とプラスに転じたが、今後は再びマイナスとなった。

今後の暮らし向きの見通しは大幅に悪化しており(図表-1)、物価高による節約志向の高まりが支出抑制につながる結果となった。

～「外食」「旅行」「教養・趣味・娯楽」「ファッション商品」の消費支出DI(年代別)～

「外食」「旅行」「教養・趣味・娯楽」「ファッション商品」といった生活必需品以外への消費支出DIを年代別にまとめた(図表-9)。

この1年間では、若年層でプラスの費目が目

▶ [図表-9] 「外食」「旅行」「教養・趣味・娯楽」「ファッション商品」の消費支出DI(年代別)

	外食		旅行		教養・趣味・娯楽		ファッション商品	
	この1年間	今後	この1年間	今後	この1年間	今後	この1年間	今後
全体 (n=500)	2.6	▲9.0	▲3.0	17.4	▲3.2	8.4	▲7.6	▲10.2
20歳代 (n=53)	3.8	▲5.7	9.4	17.0	0.0	9.4	9.4	3.8
30歳代 (n=69)	17.4	▲17.4	2.9	8.7	2.9	4.3	▲1.4	▲10.1
40歳代 (n=93)	8.6	▲17.2	▲4.3	10.8	4.3	6.5	6.5	▲11.8
50歳代 (n=87)	3.4	▲3.4	▲12.6	9.2	▲10.3	1.1	▲10.3	▲13.8
60歳以上 (n=198)	▲6.1	▲5.6	▲3.5	27.3	▲6.6	13.6	▲19.7	▲11.6

立った。20歳代は「旅行」(9.4)、30歳代は「外食」(17.4)で全体を大きく上回った。一方で年齢が高くなるほど消費を抑制する傾向にあり、60歳以上ではすべての費目でマイナスとなった。

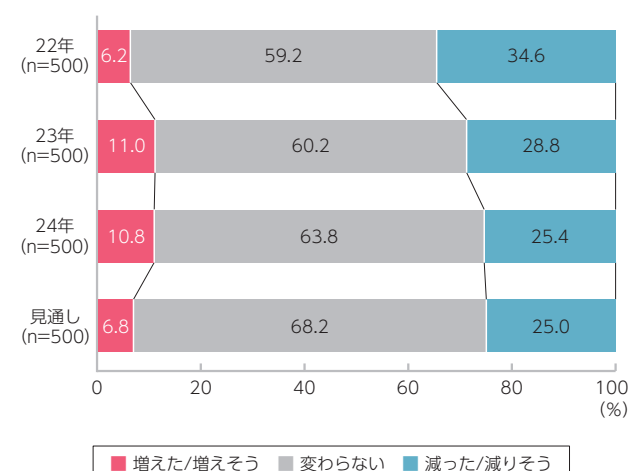
今後は、すべての年代で「旅行」、「教養・趣味・娯楽」がプラスとなった一方、「外食」および20歳代を除く「ファッション商品」はマイナスとなった。

4. 収入

～現在、見通しともに「変わらない」が最多～

1年前と比べた現在の世帯収入は、「変わらない」が63.8%と最も多かった。「減った」は25.4%となった(図表-10)。前回調査との比較では、「増えた」は0.2ポイント減少し、「減った」は3.4ポイント減少した。アンケート回答者には、会社員以外に年金受

▶ [図表-10] 世帯収入の状況



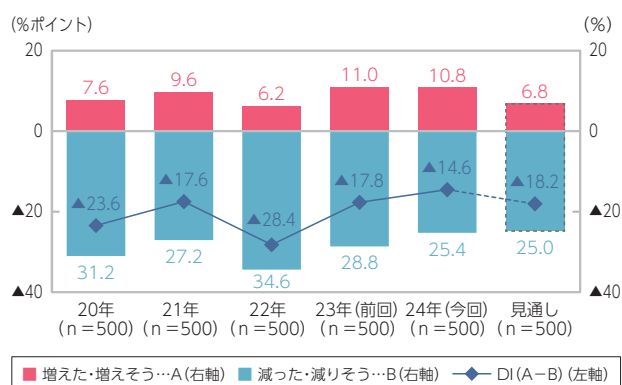
給者や自営業者等が含まれる点に注意しなければならないが、全体的に賃上げの実感を得られているのは限定的であることがうかがえる。

今後の見通しは、「変わらない」が4.4ポイント増加し68.2%と最も多かった。また、「増えそう」で4.0ポイントの減少、「減りそう」で0.4ポイントの減少となった。

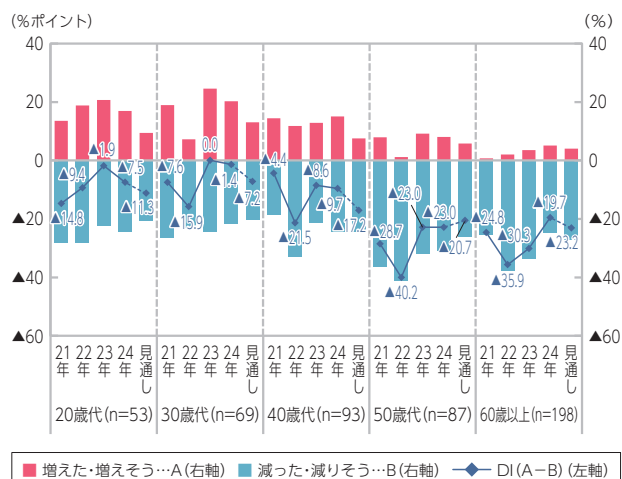
収入DIは前回調査から3.2ポイント改善し、▲14.6となった(図表-11)。年代別では、60歳以上で持ち直しが見られたが、全年代でDIはマイナス推移している(図表-12)。

今後の見通しは、「増えそう」の割合が低下したことで、3.6ポイント悪化し、▲18.2となった。年代別では、50歳代のみ持ち直しがみられるものの、その他の年代は悪化傾向にある。物価上昇に伴い、賃上げの機運は高まっているが、収入に対する先行きの警戒感強い。

▶[図表-11]収入DI
〈1年前と比べた現在、今後の見通し〉



▶[図表-12]収入DI(年代別)
〈1年前と比べた現在、今後の見通し〉

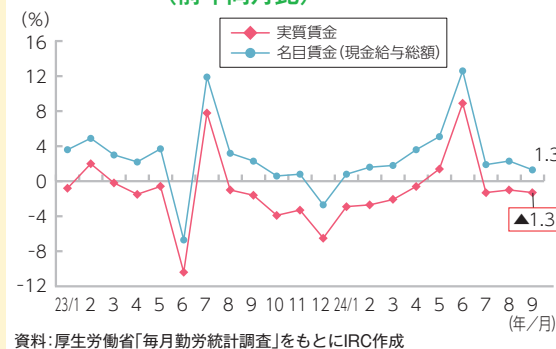


【コラム】～実質賃金のプラス定着が個人消費回復のカギ～

今回調査では、収入DIは▲14.6と持ち直したが、「増えた」の割合は1割にとどまった。実際の愛媛県の賃金動向について、統計データを基に確認する。

2024年以降、物価高や人手不足を背景とした賃上げの影響で、名目賃金にあたる現金給与総額はプラス推移している。(図表-13)。一方で、物価の変動分を反映した実質賃金は、一時的な要因を除けばマイナス基調である。その結果、賃上げの実感に乏しく、収入は「変わらない」の回答割合が高まったと考えられる。個人消費の回復には、物価上昇を上回る賃上げが継続され、実質賃金のプラスが定着することが不可欠だ。

▶[図表-13]愛媛県の名目賃金と実質賃金の推移
(前年同月比)

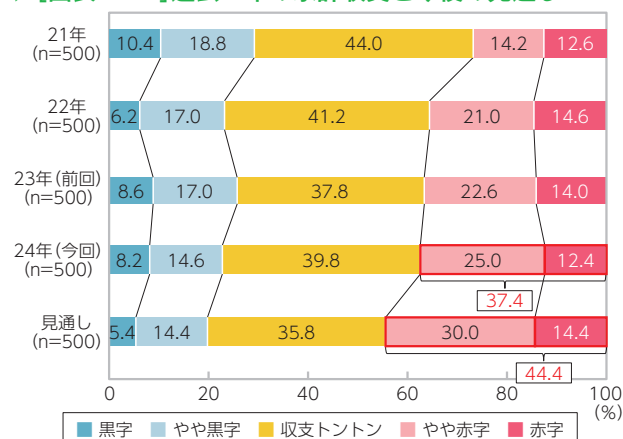


5. 家計収支

～足元は前回並みの水準も見通しは赤字が拡大～

家計の黒字・赤字を尋ねた家計収支は、「赤字・やや赤字」が0.8ポイント増加し、37.4%となった。「黒字・やや黒字」は2.8ポイント減少し、22.8%となっている(図表-14)。

▶[図表-14]過去1年の家計収支と今後の見通し



今後の見通しは、「赤字・やや赤字」が7.0ポイント増加し44.4%を見込む。

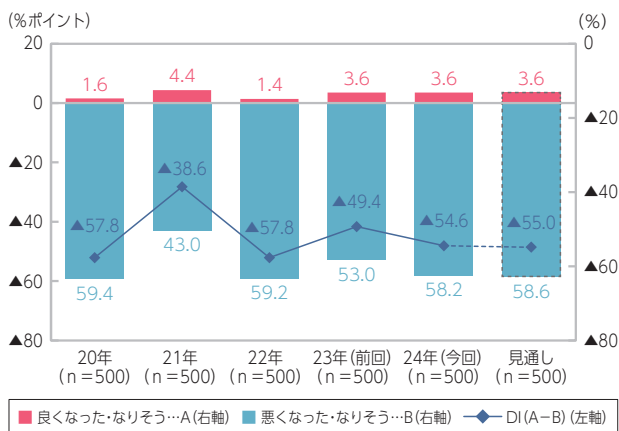
6. 景況感

〔景況感DI〕 消費者の景況感は悪化

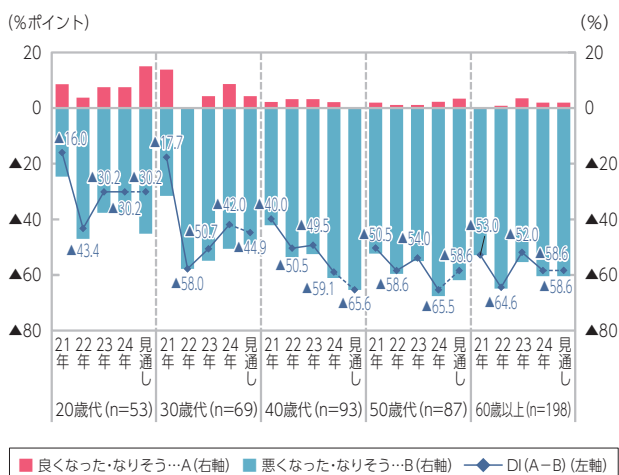
景況感DIは、5.2ポイント低下し▲54.6となった(図表-15)。前回調査では新型コロナの5類移行による経済活動の正常化で持ち直しが見られたが、長引く物価上昇に伴い、消費者の景況感は再び悪化した。年代別では、40歳代(▲49.5→▲59.1)と50歳代(▲54.0→▲65.5)で前回調査比10ポイント以上の悪化となった(図表-16)。

今後の見通しは、横ばいの▲55.0となった。年代別では、30歳代と40歳代のDIが今回調査を下回った。

▶〔図表-15〕景況感DI
〈1年前と比べた現在、今後の見通し〉



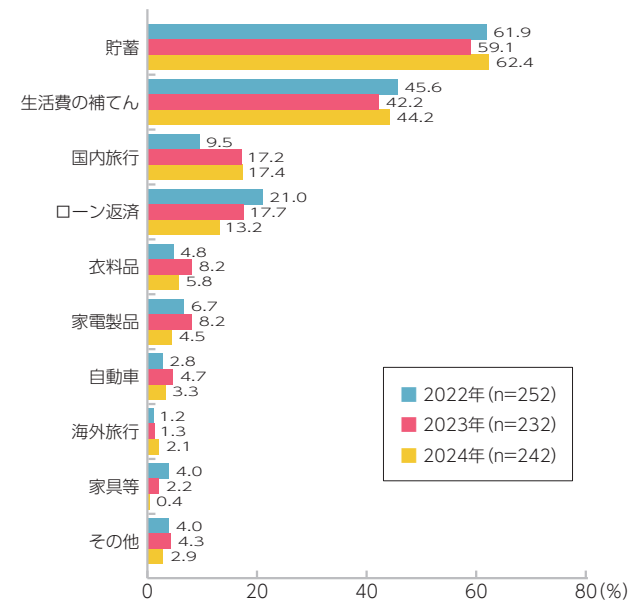
▶〔図表-16〕景況感DI(年代別)
〈1年前と比べた現在、今後の見通し〉



7. ボーナスの使い道

ボーナスの支給がある人に使い道を尋ねた(図表-17)。「貯蓄」が62.4%と最も多く、次いで「生活費の補てん」(44.2%)、「国内旅行」(17.4%)となった。前回調査と比較すると、「貯蓄」(59.1%→62.4%)、「生活費の補てん」(42.2%→44.2%)が増加した一方で、「衣料品」(8.2%→5.8%)や「家電製品」(8.2%→4.5%)、「自動車」(4.7%→3.3%)など選択的支出は減少した。

▶〔図表-17〕冬のボーナスの使いみち(3つまで選択)



まとめ

今回のアンケートでは、物価上昇に伴う消費支出の増加により、暮らし向きDIが悪化した。食料品を中心に身の回りの商品やサービスの価格が上昇するなか、生活必需品以外への支出には足元、見通しともに慎重な姿勢がうかがえる。

今後の見通しは、収入に対する先行きの警戒感が強く、収入の増加を見込む声は少ない。その結果、暮らし向きはさらに悪化するとの見方を示した消費者が多かった。個人消費の回復には、政府の物価高対策に加え、実質賃金のプラス定着がカギとなるだろう。

なお、消費者アンケートと同時に実施した「物価上昇下での消費行動に関するアンケート結果」は3月号に掲載する。(續木 美和子)

人員の不足感高まる、正社員では 6割超え

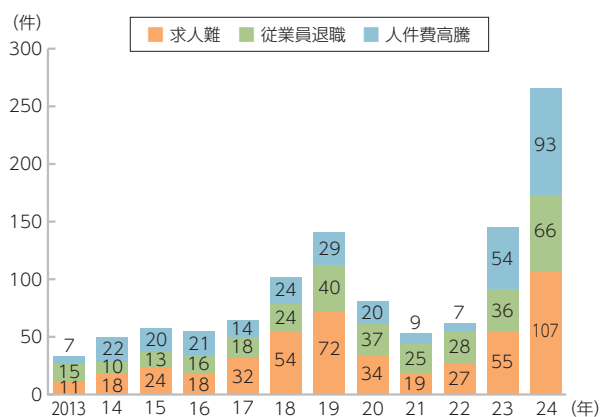
～人員の過不足に関する調査結果～

はじめに

新型コロナの5類移行後、経済活動の回復とともに雇用情勢は堅調に推移した一方で、各所で人手不足が一気に顕在化している。さらに昨今の賃上げ機運の継続や、2024年4月以降の建設業、運輸業での残業規制等の適用は、雇用環境の改善を促進する反面、人手不足に対してはマイナスに作用している。東京商工リサーチの調査によると、2024年全国の1月から11月の人手不足関連倒産(負債1,000万円以上)は過去最多を記録した(図表-1)。また、原因別(人件費高騰、従業員退職、求人難)でも、前年から2倍近くに増加している。

このような情勢を踏まえ、IRCでは県内企業の人員の過不足状況を把握するため、アンケート調査を実施した。

▶[図表-1] 全国の「人手不足」関連倒産件数(1-11月)



資料:東京商工リサーチ 全国の「人手不足」関連倒産(1-11月)よりIRC作成

調査概要	
調査対象	愛媛県に事業所を置く法人 885社
調査方法	郵送・メールによるアンケート方式 (回答はWEBまたは郵送)
調査時期	2024年11月上旬～11月下旬
回答状況	有効回答企業 310社 有効回答率 35.0%
回答先属性	
部 門	製造業:103社(33.2%) 非製造業:207社(66.8%)

※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)

1. 県内企業の人員の過不足

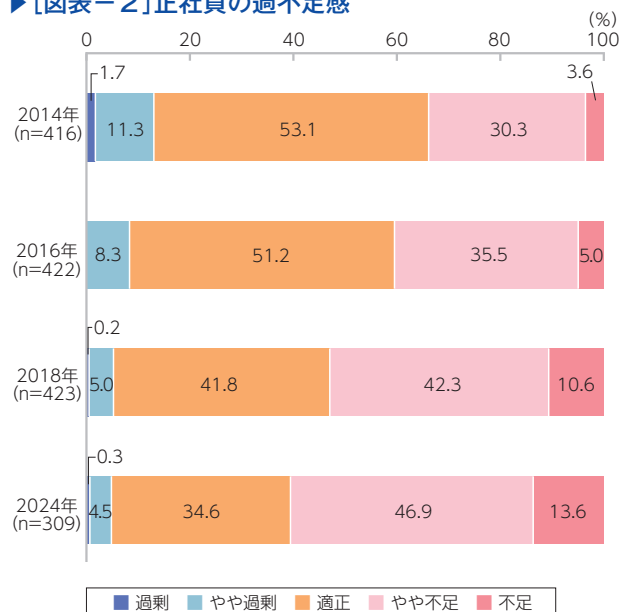
はじめに、正社員と非正社員(臨時、パート・アルバイト、派遣社員、技能実習生等)の人員の過不足感について尋ねた。

① 正社員の過不足状況とコロナ前との比較

～正社員の不足感は上昇、6割を超える企業で不足～

正社員が不足している(「やや不足」+「不足」)と回答した企業は60.5%となった(図表-2)。IRCで過去に実施した同様の調査では、2014年調査で33.9%、2016年調査で40.5%、2018年調査で52.9%と年々不足感は上昇しており、コロナ禍を経て一層高まっていることがわかる。

▶[図表-2] 正社員の過不足感



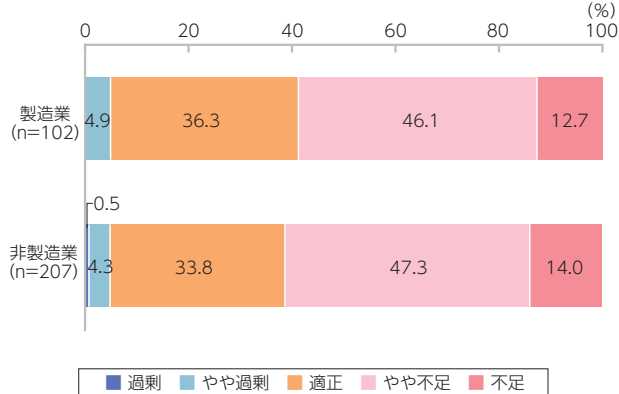
② 正社員の業種別の過不足感

～建設、運輸などで高い不足感～

正社員の過不足感について製造業、非製造業別

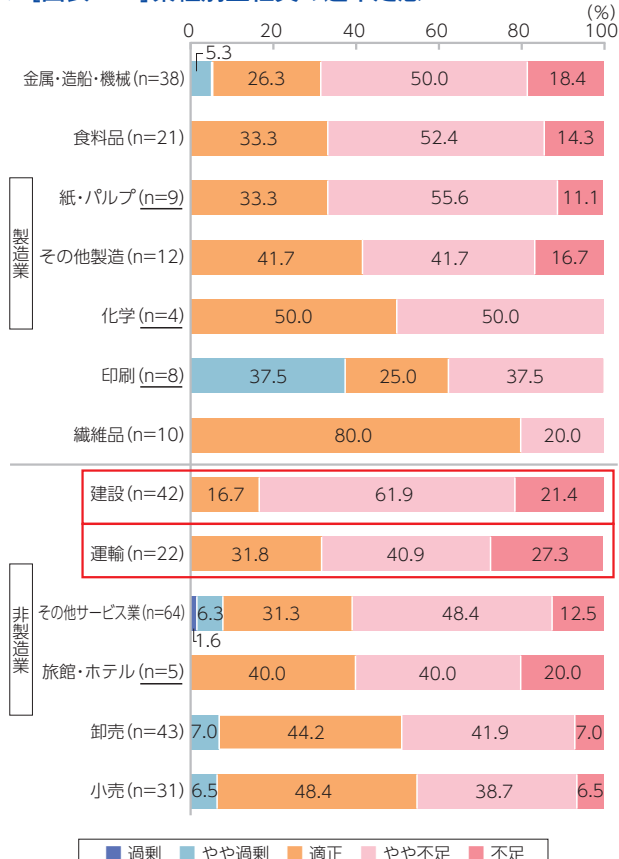
にみると、製造業では58.8%が不足(やや不足+不足)、非製造業では61.3%が不足(やや不足+不足)で、同程度の水準となっている(図表-3)。

▶[図表-3]製造業、非製造業別正社員の過不足感



業種別にみると、製造業では「金属・造船・機械」(68.4%)、「食料品」(66.7%)、「紙・パルプ」(66.7%)で特に正社員の不足感が高く、非製造業では「建設」(83.3%)、「運輸」(68.2%)で不足感が高かった(図表-4)。2024年4月から残業規制等の適用があった建設、運輸はいずれも高い割合となっている。

▶[図表-4]業種別正社員の過不足感



※10未満のサンプル数には下線

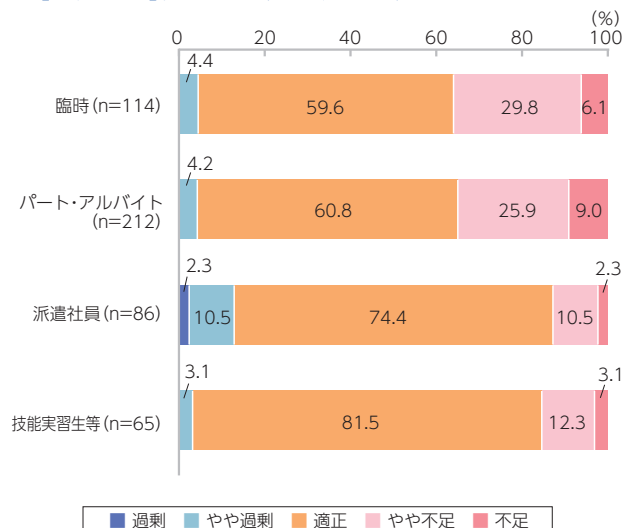
03 非正社員の過不足感

～臨時、パート・アルバイトが不足～

非正社員について、雇用形態別に過不足感を尋ねたところ、臨時は35.9%、パート・アルバイトは34.9%が不足(やや不足+不足)と回答した(図表-5)。正社員ほどではないものの、不足感のある企業は多い。

一方、派遣社員は87.2%、技能実習生等は84.6%が適正もしくは過剰(過剰+やや過剰)と回答している。正社員や臨時、パート・アルバイトの不足分を補う形で採用されていると考えられる。

▶[図表-5]非正社員(雇用形態別)の過不足感



2. 人員不足の状況と影響

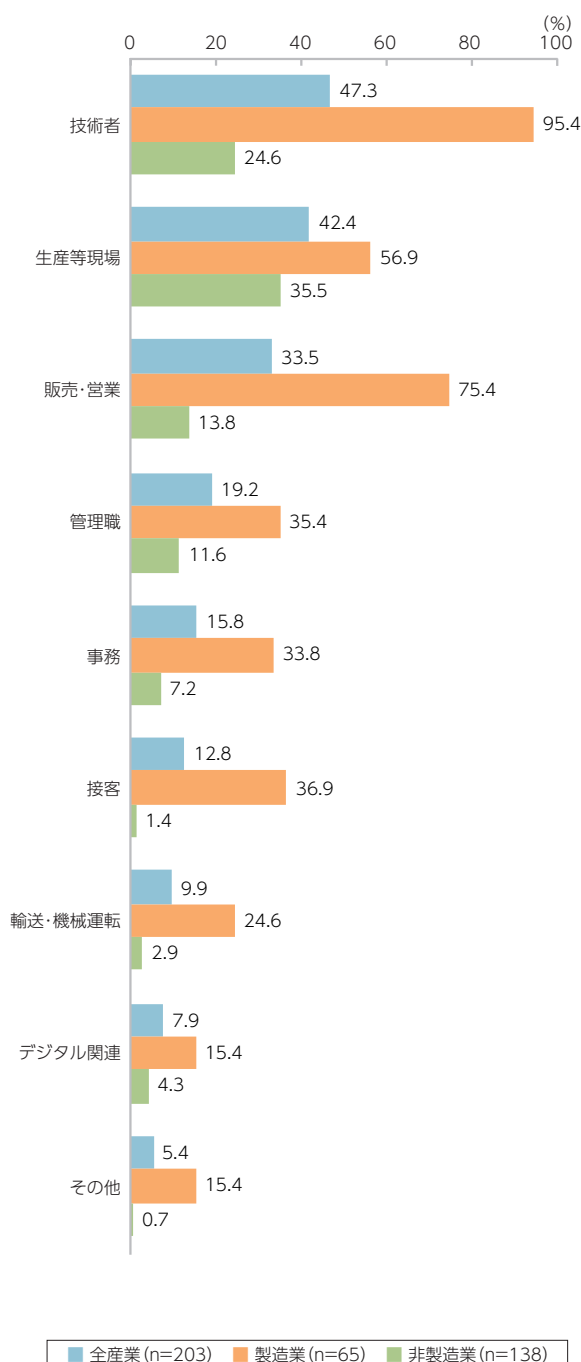
続いて、いずれかの雇用形態において、人員が不足(「やや不足」「不足」)していると回答した企業に対して、具体的な不足状況について尋ねた。

01 不足している職種

～製造業では技術職の不足感が9割超～

どのような人員が不足しているか尋ねたところ、全産業において最も不足していたのは、「技術者」で47.3%が不足していると回答した(図表-6)。特に製造業では95.4%と非常に高い割合となっている。「製造に関する難しい仕事には応募がない」といった意見も見られ、一定のスキルや経験が求められる職種では、不足感が高まっていると考えられる。次いで「生産等現場」で42.4%が不足していると回答しており、非製造業では35.5%と最も高かった。

▶[図表－6]不足している職種(複数回答)



02 人員不足の理由

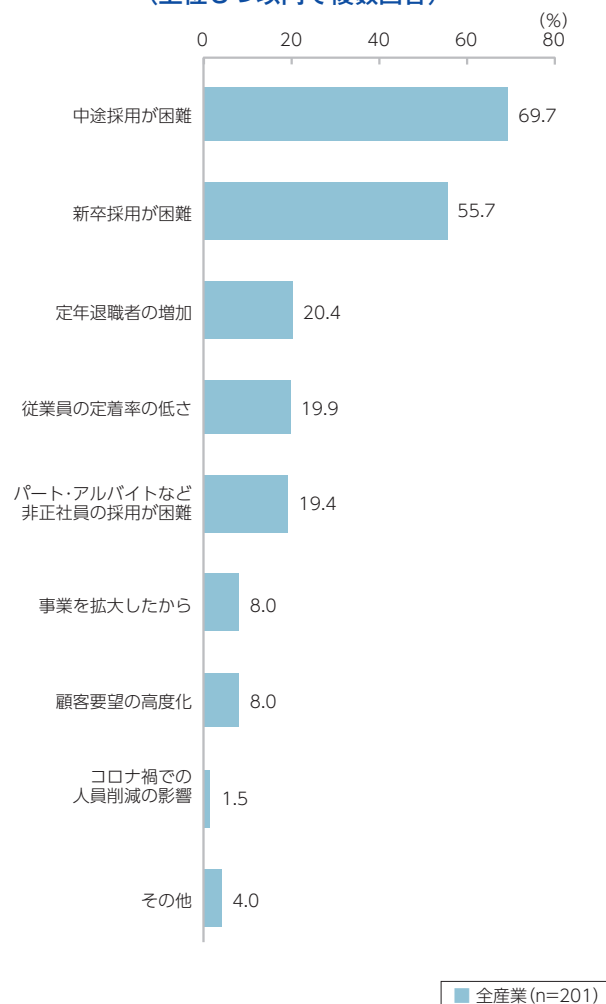
～重くのしかかる採用難、賃上げに疲弊する声も～

人員不足の理由を尋ねたところ、「中途採用が困難」が69.7%と最も多く、次いで「新卒採用が困難」が55.7%となった(図表－7)。人員不足の要因として、昨今の採用難が大きく影響しているようだ。また、「定年退職者の増加」(20.4%)や「従業員の定着率の低さ」(19.9%)と回答した企業も多く、求職者の減少と退職者の増加が相まって、人員不足がよ

り深刻化している。

新型コロナ関連では「コロナ禍での人員削減の影響」と回答したのは1.5%にとどまり、影響としては小さいようだ。

▶[図表－7]人員が不足している理由(上位3つ以内で複数回答)



そのほか、アンケートでは「賃上げが人員不足を招いている」という意見も見られた。現在、賃上げ機運が続く中、採算が悪化し苦境に立たされている企業もある。離職防止やモチベーションアップなどの防衛的賃上げで精一杯となり、新たに雇用できない状況が発生していると考えられる。

03 人員不足が経営に及ぼす影響

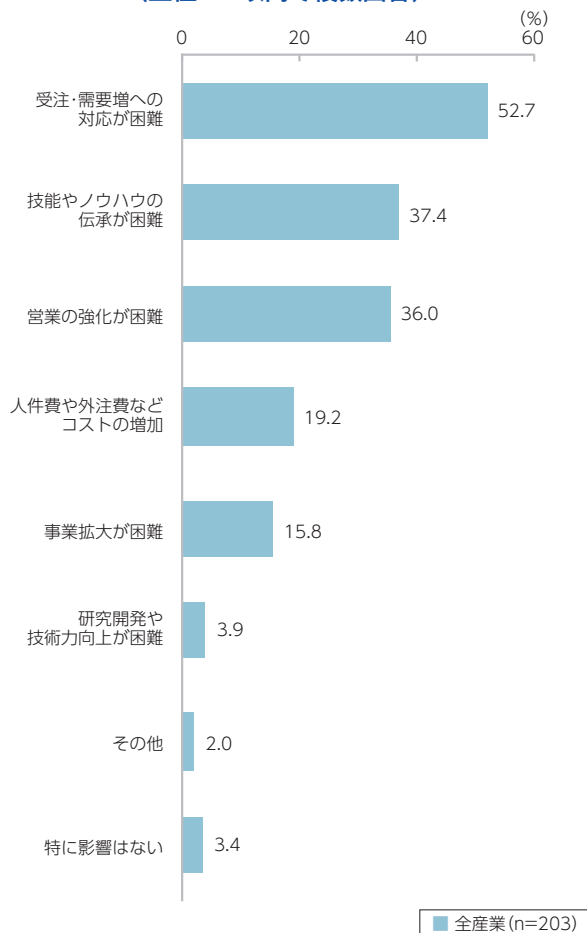
～受注、需要への対応が困難に、競争力の低下が懸念される～

人員不足が経営に及ぼす影響について尋ねると、半数以上が「受注・需要増への対応が困難」(52.7%)と答えた(図表－8)。次いで多かったのは

「技能やノウハウの伝承が困難」(37.4%)で、「営業の強化が困難」(36.0%)も同程度の割合となっている。これらに対応ができなければ、製品・サービスの質の低下、競争力の低下につながってしまうだろう。

「特に影響はない」と回答したのは3.4%であり、ほとんどの企業で人員不足に伴うマイナスの影響が生じている。

▶【図表－8】人員不足が経営に及ぼす影響
(上位2つ以内で複数回答)

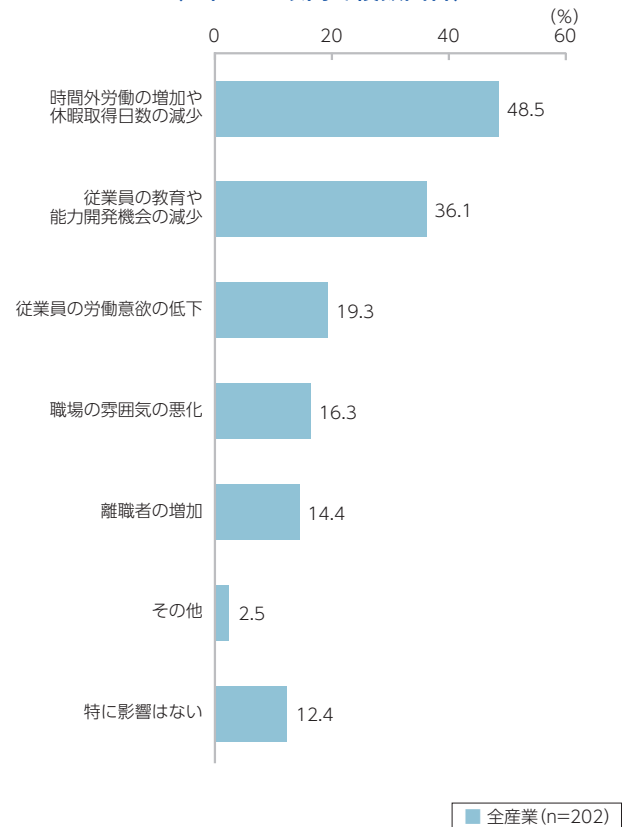


④ 人員不足が社内環境に及ぼす影響

～人員不足による業務のしわ寄せが発生～

人員不足が社内環境に及ぼす影響については、「時間外労働の増加や休暇取得日数の減少」(48.5%)や「従業員の教育や能力開発機会の減少」(36.1%)が多かった(図表－9)。人員不足が従業員の過重労働やスキルアップ機会の喪失につながっている。「能力の高い人に仕事が偏る」といった意見もあり、負担増加により離職者が発生し、さらに人員不足となる悪循環につながるケースもある。

▶【図表－9】人員不足が社内環境に及ぼす影響
(上位2つ以内で複数回答)



3. 人員不足への取り組み

人員不足に対して行っている取り組みを人員不足なしの企業と、人員不足ありの企業に分けて集計を行った。

(補足)

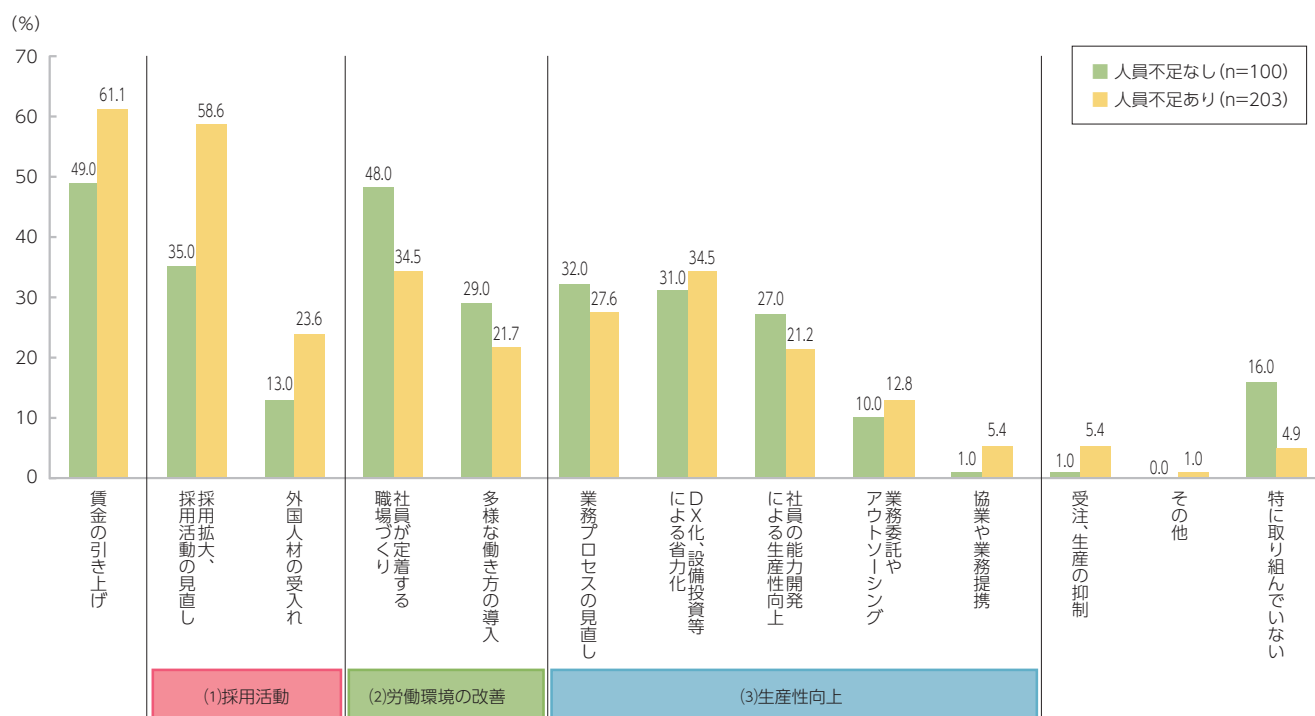
○人員不足なし

正社員、臨時、パート・アルバイト、派遣社員、技能実習生等の過不足感についていずれも「過剰」、「やや過剰」、「適正」若しくは「該当なし」と回答

○人員不足あり

正社員、臨時、パート・アルバイト、派遣社員、技能実習生等の過不足感についていずれかで「やや不足」、「不足」と回答

▶ [図表-10] 人員不足に関して自社で取り組んでいること(複数回答)



01 賃上げの状況 ～多数の企業で賃上げを実施～

「賃金の引き上げ」(人員不足なし:49.0%、人員不足あり:61.1%)は人員不足の有無にかかわらず、最も取り組まれている(図表-10)。昨今の賃上げ機運の高まりから、多くの企業で実施されており、今後も継続していく必要があるだろう。

一方で、賃上げを行った企業の割合は人員不足ありの企業の方が高く、単に賃上げを実施しただけでは人員不足の解消は難しいといえる。

02 主な取り組み内容 ～労働環境の改善が最優先、生産性向上も必須～

ほかの取り組みについて(1)採用活動、(2)労働環境の改善、(3)生産性向上の3つの観点から分析した。

(1) 採用活動

採用活動に関する取り組みは人員不足ありの企業で特に多くみられ、「採用拡大、採用活動の見直し」は58.6%、「外国人材の受入れ」も23.6%となっ

ている。一方で、取り組んでいる多くの企業が依然として人員不足であり、改善を行っても成果につながっていない状況だ。規模の小さい企業では特にこの傾向が強く、「小規模事業所では入社希望者そのものが少ない」といった意見も聞かれた。成果が出ない場合は、ほかの取り組みの強化をとおして、採用活動の改善を図ることが重要となる。

(2) 労働環境の改善

人員不足なしの企業では労働環境の改善に関する「社員が定着する職場づくり」(48.0%)や「多様な働き方の導入」(29.0%)に積極的に取り組んでいる。こうした傾向から、重要度が高い取り組みといえるだろう。従業員が働き続けられる環境づくりができなければ、せっかく採用した人材が、すぐに離職するといった事態を招きかねない。まずは、現在の労働環境の見直しに重点を置き、残業の削減や休日の拡大を図るとともに、在宅勤務や時短勤務などの多様な働き方ができる体制の構築に注力すべきではないだろうか。また、労働環境の改善を進めることで、企業の魅力が向上すれば、採用活動の面でも応募者・採用者の増加など、追い風となるだろう。

(3) 生産性向上

生産性向上に関する項目では、人員不足の有無による差は見られなかった。「業務プロセスの見直し」や「DX化、設備投資等による省力化」、「社員の能力開発による生産性向上」は、2～3割程度となっている。しかしながら、人員不足対策の取り組みとして、もう一步踏み込んだ経営資源の投下により、生産性向上が必要である。

「IRC Monthly」では過去にDX化(2024年1月号、5月号、12月号)や省力化投資(2024年9月号)など生産性向上についてレポートしているため、参考にしていただきたい。

また、「業務委託やアウトソーシング」、「協業や業務提携」といった、外部組織や人材を活用する取り組みは特に少なく、伸び代があるように感じる。様々な職種やスキルを持った人員が不足している状況では、外部の専門業者や人材の力を借りることも、直接的な人員確保の手段ではないが、業務を継続していくうえで必須となろう。

【コラム】「あのこの愛媛」で採用活動

愛媛の求人・移住総合サイト「あのこの愛媛」は、有用な人員確保の手段の一つだ。企業は詳細な求人情報を掲載でき、求職者は希望に沿った企業へサイト内から応募が可能。応募があればすぐに連絡が来る仕組みとなっているため、費用や手間をかけず、効率的に採用活動を行うことができる。また、求人作成のポイントや求職者のニーズなど、人員確保に向けたセミナーも開催されており、効果的な採用活動を進めていく一助にもなるだろう。すでに累計利用事業者数は1,700社以上、利用していない企業にあたっては、利用を検討してみてもいいだろうか。

※IRCは「あのこの愛媛」の運営・推進に協力しています。

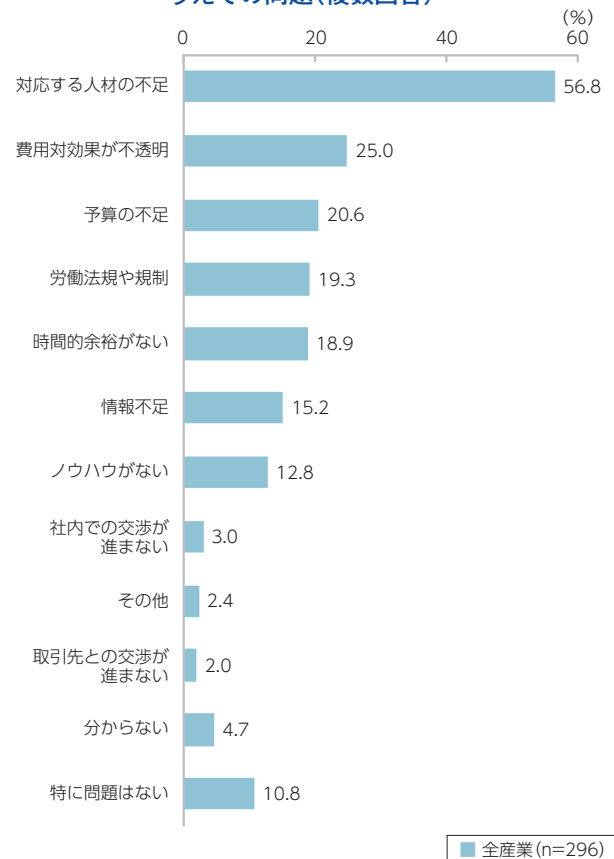


03 取り組みを行ううえでの問題

～半数以上の企業で対応人材が不足、費用対効果も障害に～

取り組みを進めるうえで問題となっていることについて尋ねると、最も多かったのは「対応する人材の不足」(56.8%)だった(図表-11)。採用担当者や業務効率化を進める人材の不足が課題解決をより難しくしているようだ。次に「費用対効果が不透明」(25.0%)であった。相応の費用をかけても、人員不足の解消につながらない考える企業が多い。

▶【図表-11】人員不足解消に向けた取り組みを行ううえでの問題(複数回答)



おわりに

今後ますます加速する人口減少・高齢化によって、労働需給はさらにひっ迫していくことが予想される。各企業には様々な手段で人員不足を解消していくことが早急に求められる。

最後に本調査にあたってご協力いただいた、多くの企業の皆様にこの場を借りてお礼申し上げます。

(富永 祐生)



J2 伊予 2 チーム時代

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



今月中旬にはサッカーJリーグの新シーズンが開幕する。今シーズンは、昨シーズンJ2復帰を果たした愛媛FCと今シーズン初めてJ2に昇格するFC今治の2チームが愛媛県を本拠地としてJ2を戦う。松山と今治をあわせて2試合、伊予ダービーが組まれる。すでに日程は公表されており、ぜひ観戦に行きたいところであるが、残念ながら、日程的に今シーズンはちょっと難しそうである。

昨年2月号のcompassには、「愛媛FCのJ2復帰：期待と課題」というタイトルで雑感を書いた。そこでは、愛媛FCの昨シーズンの展望として、「あまり高望みせず、まずはJ2での足場を固める一年として、財務基盤も含めたチームの総合力充実が急務」と指摘した。実際、昨シーズン前半は、もしかしてJ1昇格も展望できるのではという期待を抱かせてくれたが、後半に入り、J2で戦うことの厳しさ、難しさを強く感じる試合が続く結果となった。

昨年末には、東京での活動報告会に引退した森脇選手も駆けつけてくれ、私も参加した。チーム力強化に向けての来シーズンの具体的な対応なども聞くことができたし、何よりも東京在住のサポーターのみなさんの熱い気持ちを改めて感じた。J1昇格を展望できる試合を1年通して続けることができるか、チーム力の底上げを着実に図っていくことを期待したい。

ただ、チームの総合力という点では、専用スタ

ジアムの方向性は見出し難く、経営規模拡大もまだ道半ばであり、課題は大きい。昨年は、広島や長崎など、街中のスタジアムが開設され、経済効果も大きいことが確認された。松山でも、地域活性化という視点も加味して、スタジアムをどうしていくかが引き続き喫緊の検討課題である。この点に、第一步を踏み出す一年になって欲しいと思う。

昨年のcompassにはもう一つ、「近い将来、FC今治もJ2昇格を果たし、J2での伊予決戦実現も期待したい」という期待も表明した。こちらは、1年で実現することになった。昨年のJ3は、大宮アルディージャが圧倒的な強さで優勝したが、それに続く2位となったFC今治も3位以下のチームを引き離し、堂々とJ2への自動昇格を果たした。FC今治は、里山スタジアムという専用スタジアムを有し、県外企業のスポンサーも多く、チームの経営地盤は愛媛FCよりも強固である。そうはいっても、今シーズンは、J1昇格という目標を意識しつつ、まずはJ2の中での足場を固める1年になるのではないだろうか。

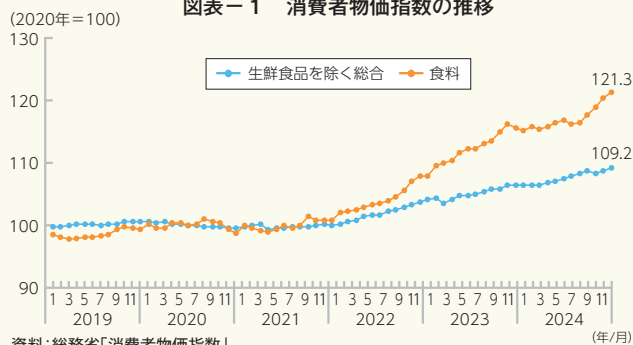
今年は私が10歳でサッカーを始めて半世紀となる。シニアサッカーも年々盛んになっており、私もサッカーは生涯スポーツであると思って、できるだけ長く自分自身のプレーも続けたいと考えている。そして、サッカーのいちファンとして、愛媛のサッカーの発展を微力ながら今後とも応援していきたい。



相次ぐ値上げで家計を圧迫する食費

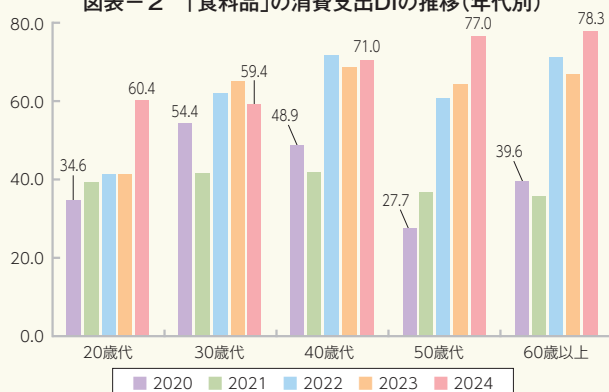
～日本のエンゲル係数は主要国でトップ～

図表－1 消費者物価指数の推移



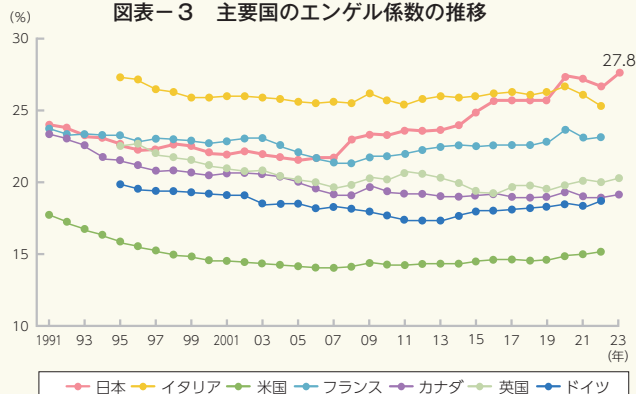
食料品価格の高騰が止まらない。消費者物価指数の「食料」は2022年以降、右肩上がりに上昇し、直近で121.3(前年同月比+4.8%)と全体を上回る伸びを示している。2024年11月の消費者物価指数(2020=100)は、生鮮食品を除く総合指数が109.2(同+2.7%)となった(図表－1)。

図表－2 「食料品」の消費支出DIの推移(年代別)



県内消費者の食料品の消費支出DIの推移をみると、すべての年代で高水準となった(図表－2)。「増えた」の回答割合は年代があがるにつれて上昇し、60歳以上ではDIが78.3と最も高かった。子育て世帯の40～50歳代や、年金世代の高齢者層で特に家計負担増となっていることがうかがえる。

図表－3 主要国のエンゲル係数の推移



日本のエンゲル係数(消費支出に占める食費の割合)は、27.8%と主要7カ国で最も高い(図表－3)。さらに直近の公表データ(2024年7～9月期)では、29.3%と30%に迫る勢いだ。2020年は、前年の消費増税(8%→10%)に加え、新型コロナの流行で外出自粛となり、消費全体が縮小した結果、エンゲル係数が高くなったと考えられる。一方で、2023年の上昇の背景には、先述のとおり、物価高で食料品価格が高騰した影響が大きい。日本の食料自給率は約38%と低いため、急激な円安の進行がエンゲル係数の上昇につながっている。

エンゲル係数を下げるためには、可処分所得を増やし、食費の割合を低くすることである。そうした意味で、今年の春闘では、前年を上回る賃上げに期待したい。

(續木 美和子)



第44回
地域の明日を創る

THE
person
ザ・パーソン

サッカー漫画に 託した想い

一昨年J3で優勝し、J2に昇格した愛媛FC。チームで長年愛されているマスコットキャラクターの生みの親をご存じだろうか？

今回は、愛媛県出身の漫画家能田達規氏に漫画家になる経緯や愛媛FCとの出会いなどを伺った。

DATA

漫画家

のうだ たつき
能田 達規氏

1970年愛媛県松山市生まれ。松山東高等学校卒業後、広島大学工学部に進学。大学では漫画研究会に所属。第1回ファミ通マンガ大賞での入賞がきっかけで、漫画家の道へと進む。代表作は『がらくた屋まん太』、『おまかせ！ ビース電器店』、『ORANGE』、『オーレ！』、『マネーフットボール』、『ペろり！スタグル旅』など。愛媛FCのマスコット「オ〜レくん」や愛媛オレンジバイキングス「バルト君」の生みの親。

1. 漫画に囲まれた幼少期

漫画好きの母の影響もあり、小さい頃から本を読むのが好きでした。小学生の時に土橋町にある実家のすぐ隣が本屋だった影響も大きく、毎日のように入り浸って漫画を立ち読みしていました。当時、『コロコロコミック』という漫画雑誌が創刊された頃で、その中で連載されたドラえもんにも夢中だったのをよく覚えています。同じ頃、講談社が手塚治虫全集を出し始めたのですが、近所付き合ひもあり、母親が買ってくれました。毎月4冊ずつ漫画が送られてきましたが、手塚治虫先生は作風

が広くて『鉄腕アトム』などの子供向けもあるんですけど、すごい大人向けもあるんですよ。で



幼少期の能田さん

も、母親は特にチェックすることもなかったのも、片っ端から読み漁りました。

絵を描くのも好きで、高校教師だった父親がミスプリントをして大量に持ち帰ったわら半紙の裏をスケッチブック代わりにしていました。ちなみに中学と高校では美術部でした。

2. 大学で漫画研究会に所属

漫画家になりたいという夢は、小学生の頃から抱いていましたが、それだけでは厳しいと思い、第2志望として家電メーカーへの就職を考えました。というのも、当時ソニーや東芝等の家電製品が全盛期だったのと、ドラえもんやキテレツ大百科が好きだったので、家電を作るのは発明にも近いというものあって、広島大学の工学部に進学しました。

漫画家への道も諦めていなかったのも、大学では漫画研究会に入りました。プロの漫画家を輩出していることもあり、割と硬派なサークルで月に一度は同人誌を出すくらい真面目に活動をしていました。

3. ファミ通マンガ大賞にて入賞

もともとゲーム好きだったので、ファミコン通信というゲーム雑誌を読んでいました。大学2年の時、ファミ通が初めてマンガ大賞を開催するとの情報を得ました。ゲーム雑誌なので、これは誰も応募しないだろうというのと、賞金が高かったので、賞金で固定電話を引きたいと思い応募しました。ちなみに、高校と大学で漫画雑誌に投稿したことがありましたが、箸にも棒にもかからず、苦い思い出があります。

4ページものの漫画を描いて応募したところ、ありがたいことに入賞することができました。早速、賞金20万円を使ってFAX付きの電話機を買いました。その後は、年に2～3回程のペースで漫画掲載の依頼が来る程度だったので、漫画を描きながら、普通に大学生活を送っていました。

4. 卒論と月刊連載の二刀流

ファミコン通信は、アスキーという出版社が出していました。当時は業界全体の景気が良かったので、漫画雑誌も出そうという話になったようです。ただ、月刊で漫画雑誌を出すのはいいけれど、肝心の漫画家が見つからないというので、私に「月刊連載してほしい」との依頼が来ました。大学4年生の頃です。

それが、ちょうど卒論の時期と重なっていました。工学部の卒論というのが、企業から研究員の方が来てその助手みたいな形で進めていくものでした。そのため、時間的拘束がすごく長いんです。夏休みも短く、土曜日でも当然活動という感じで、正直漫画を描く暇なんてありませんでしたが、漫研の友達に手伝ってもらいながら毎月30ページ程を必死で描きました。目まぐるしい日々でしたが、何とか大学を卒業することができました。



大学時代、『がらくた屋まん太』で月刊連載デビュー

5. 漫画家としてスタート

連載をしていたこともあって、就職活動はせず、卒業後は上京して本格的に漫画家として活動を始めました。当時、1993年はJリーグが開幕した年で一大ブームでした。出版社と打ち合わせの中で、今サッカー漫画だったら企画が通りやすいというのを聞いたので、その後、サッカーを題材にした漫画を幅広く描くようになりました。サッカーをきちんと見るようになったのはそこからです。サッカー経験はありませんが、もともとプロ野球や高校野球をはじめ、スポーツ観戦が好きだったので、特に抵抗はありませんでした。

2001年に初めて愛媛を舞台にしたサッカー漫画『ORANGE』を描きました。ちょうど愛媛FCが

JFL(日本フットボールリーグ)に昇格した年です。当時、Jリーグに四国のチームは存在せず、永遠にできないだろうと思っていたので、せめて漫画の中だけでも実現させようと思ったのがきっかけです。2部リーグの弱小サッカーチーム「南予オレンジ」が1部リーグへの昇格を目指すというストーリーです。



愛媛が舞台のサッカー漫画『ORANGE』(写真左)、
『マネーフットボール』(写真中央)、『レディース!』(写真右)

6. 愛媛FCとの出会い

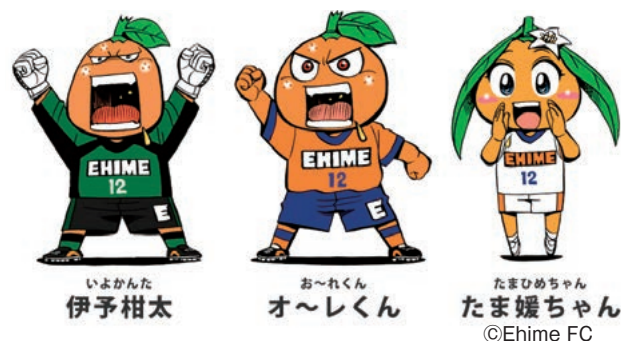
『ORANGE』は週刊少年チャンピオンで連載していましたが、連載が始まって2年が経とうとする頃、愛媛FC事務局から一本の電話がありました。どうやら、事務局のスタッフが週刊少年チャンピオンの愛読者で、その中で私の漫画を知ってくれたそうです。

その後、2003年末に、当時愛媛FCの事務局長だった佐伯真道さんがわざわざ私が住んでいた千葉県松戸市まで足を運んで下さり、「愛媛FCを盛り上げるために、何か協力して给我せんか」というふんわりとした依頼がありました。それならば「マスコットキャラクターでも作りますかね」とお話ししたのが始まりです。

対外的に見ると、愛媛県といえばやっぱりみかんというイメージが強いので、みかんをモチーフにした、マスコットキャラクター「オ〜れくん*」を最初に作りました。一体だけでは寂しいのでゴールキーパーと女の子も作って下さいと言われ、「伊予柑太*」と「たま媛ちゃん*」を作りました。マスコットは愛媛FCがJFL時代に作りましたが、Jリーグ入りする2006年までは、無償でイラストを提供していました。もともと愛媛FCのユニフォームは青でしたが、私の漫画やマスコットがオ

*当時は別の名前

レンジだったこともあったのか、Jリーグ入りする前年にオレンジユニフォームに変更となりました。



能田さんが生み出した愛媛FCのマスコットキャラクター
「伊予柑太」、「オ〜れくん」、「たま媛ちゃん」
©Ehime FC

7. 漫画家として、愛媛FCサポーターとして

『ORANGE』を描き始めたこともあり、愛媛FCに関わりたという漠然とした気持ちがあったのかもしれません。マスコットの話が来た時、実はすごく嬉しかったです。内心は“みんな気づいてないかもしれないけど、これはすごいことだぞ”と思っていました。漫画のキャラクターは、本当に国民的ヒット作でない限り、20年とか使われないじゃないですか。でも、プロ野球とかサッカークラブのマスコットって20年ぐらひは使われますよね。実際愛媛FCのマスコットも20年使われています。マスコット以外にも4コマ漫画や選手の似顔絵なども描いているので、愛媛FC関連の仕事はかなり増えました。こうしたご縁もあり、私自身、愛媛FCサポーターとして長年応援しています。

今は千葉県に住んでいますが、年に数回帰省してホーム戦を観戦しています。その際、サイン会を開催することもあります。



ニンジニアスタジアムでのサイン会の様子

8. マスコットで愛媛のプロスポーツを盛り上げる

漫画制作の傍ら愛媛FC関連の仕事をしていた頃、愛媛オレンジバイキングス(プロバスケットボールチーム)の運営会社エヒメスポーツエンターテインメントの代表だった河原成紀さん(現:河原学園理事長)からマスコット作成の依頼がありました。当時愛媛日産の専務取締役だった佐伯和紀さんから、「高校の後輩に漫画家がいるから彼に頼んでみたら」と言われたのが私を知るきっかけだったそうです。

河原さんから「愛媛FCのオ〜レくんの親戚みたいな設定でデザインしてください」と言われ、2017年に「バルト君」が誕生しました。



©EHIME ORANGE VIKINGS

愛媛オレンジバイキングスのマスコットキャラクター「バルト君」

9. スタジアムの存在意義

大学時代、松山から広島に行って一番違ったことは街の大きさより何より広島カープの存在でした。街の真ん中に市民球場がある。広島の人が集まれば必ずカープの話になる。街におけるプロスポーツの圧倒的存在感でした。やっぱりプロスポーツが街にあると文化的に豊かだなーと思った記憶があります。なので、スタジアムの立地ってすごく大事なんです。

愛媛FCのホーム戦での集客は一時期より増えましたが、J2の平均7,000人にはなかなか達しないのが現状です。今の立地だと経済波及効果は期待できません。中心部にスタジアムがあると、プロスポーツが今以上に盛り上がり、地域活性化にもつながると思います。

10. サッカー漫画を通して伝えたい“お金”の話

2024年、愛媛FCは「J2優勝」という目標を掲げていましたが、私から見るとJ2にいるだけで十分なんです。それは選手や監督の問題ではなくて、経済レベルやスタジアムの立地などを含めた話です。Jリーグが発表している指標がありますが、一昨年のJ2在籍クラブの平均売上が20億円で、当時J3だった愛媛FCは8億6千万円でした。J3で中位、J2平均に対しては半分もないんですよ。人件費もJ2平均の半分以下。それでJ3優勝してJ2に上がってるんですから、相当すごいことなんです。その辺を地元の人に分かっていただきたい。こういうことを分らずに「愛媛FCもJ1に上がらない」と軽く言っちゃうのは良くない。長崎だって今J2ですが、1,000億円投資してスタジアムを作ってるんですから。そういうことを『マネーフットボール』や『サッカーの憂鬱』を通して皆さんに少しでもお伝えしたいと思って漫画を描いています。愛媛の皆さんには、マネーリテラシーを高めた上でプロスポーツを見てほしいですね。



インタビューを終えて

漫画を通して、サッカークラブが抱える問題を多角的な視点から鋭く描く能田さん。愛媛FCを取り巻く環境に対して、熱い思いを語っていただきました。愛媛プロスポーツの影の立役者である能田さんの今後のご活躍に期待したいです。

(續木 美和子)

水産物輸出のプラットフォームになる

イヨスイ株式会社 取締役 / 荻原 寿夫^{としお}氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)



イヨスイ株式会社は活魚運搬を中心に、魚の冷蔵・冷凍加工や養殖用飼料・種苗の開発・販売などを行っている。寿夫氏の父 達也氏が活魚の海上輸送を主業とする^{すみほうまる}住宝丸活魚運搬株式会社の立ち上げに参画し、1991年に分離独立した。

寿夫氏は「当社の強みは、水産物の商流に一気通貫で対応できることだ」と、胸を張る。生産者、販売者双方からこまめに収集した情報をもとにソリューション営業を行い、生産、加工、運搬など各過程で必要なサービスをワンストップで提供する。「初めて会った人にどんな会社か尋ねられたら、『水産物の情報サービス業または総合プロデュース業』と答える」と、寿夫氏。

寿夫氏が力を入れているのは、海外への輸出だ。前職はアメリカの食品輸入卸会社の営業で、そこで日本の水産物の評価の高さを知った。「水産業のポテンシャルを強く感じた。家業への意識を高めるきっかけにもなった」と話す。同社に入社後は『水産物輸出のプラットフォーム』を目指し、アメリカでの経験を活かして精力的に輸出に取り組んでいる。今では約30か国に展開、海外事業は自社売上の約4割を占めるようになった。

寿夫氏は「自然環境の変化や国交問題など、水産業界は外的要因に大きく影響される」と、表情を引き締める。自然環境の変化には、取扱い魚種や販路の拡大、魚の生育を促す飼料の開発などに注力し対応していくそう。また、人材確保も課題である。そのため、営業職や管理職候補として、外国人材の採用を進めている。今はベトナム人、韓国人各1人が在籍しており、今後も増やす予定だ。「国籍関係なく、皆が働きやすい環境をつくりたい」と、就業規則の見直しや人材育成マニュアルの作成などにも着手しているそう。

今後も日本の水産物の価値を伝え、水産業や地域の活性化に貢献していけることだろう。

(川尻 麻美)

☑ PERSONAL QUESTION

荻原 寿夫 (おぎはら としお) 1982年5月生まれ

モットー 現在模索中。これまでは「やればできる必ずできる、できないのは自分に自信がないからだ」という小学校の校長先生の言葉を常に言い聞かせてきた。が、今の立場では、もう少し広く、高い視点が必要と思っている。

家族 32期受講中に生まれた息子が1歳半になった。子どもの成長や時の流れの早さに驚いている。

趣味 映画鑑賞、サッカー、ゴルフ、旅行。特に映画鑑賞は小さい頃から好きで、洋画をきっかけに渡米したほど。

【会社概要】

〒798-0003
宇和島市住吉町3丁目1番8号
TEL / 0895-24-5665
資本金 / 1,000万円
従業員 / 111名



皆で協力し、森の恵みを活かす

八幡浜官材協同組合 監事 製造部長 / 菊池 繁人 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー32期修了生)

八幡浜官材協同組合は、経営理念に『森の恵みを社会に活かす』を掲げ、組合員4社が協業し、ヒノキを中心とした木材の製材・販売を行っている。1975年に八幡浜市で製材品を共同販売したのが興りで、2011年には共同で製材も始め、現在に至る。

繁人氏は「各社の社長4人がフラットに意見を言い、役割分担もできている」と言う。その4人が仕入・製造・営業・事務の各部門長を務め、繁人氏はほとんどの従業員が在籍する製造部を担当している。「協業前と異なり、今は一つ一つの業務に集中して関われ、専門的なことにも取り組みやすくなった」と言う。

繁人氏は2023年4月まで同組合の代表理事を務めていた。代表は輪番制で、4社の社長が持ち回っている。繁人氏は代表時代、さまざまなことに取り組んだ。

まずは経営理念の策定だ。「組合の方向性を決めて、皆の目線を合わせたい」と、代表就任直後に総会で提案、決定した。次に、有給休暇の取得推進がある。「皆が好きな日に気軽に休めるようにしたい」との思いから、休みやすい環境を整えるため、従業員の多能工化を進めた。すべての工程にメインとサブの担当者を配置し、互いにカバーし合う体制を構築した。加えて、定期的な配置のローテーションを実施し、全員が複数の工程を担当できるようになった。また、工場内の設備投資も積極的に行った結果、人手が必要な業務の削減にも成功している。

繁人氏は「やりたいことは全部できた」と、晴れやかな表情だ。「今の代表やこれから代表となるメンバーを支え、皆で協力して組織を盛り上げていきたい」と言う。

自身を「変わり者」と表現する繁人氏は、同組合きってのアイデアマンだ。今後も経営理念を胸に、さまざまな意見を出し合い、皆と協力して四国の豊かな森林資源を活用していかれることだろう。

(川尻 麻美)



☑ PERSONAL QUESTION

菊池 繁人 (きくち しげと) 1976年7月生まれ

モットー

一笑一若一怒一老。
怒っても良いことはない。常に笑顔を絶やさず、前向きに過ごすことを意識している。

趣味

マラソン、トライアスロン、ゴルフ。
ゴルフは自宅の部屋をリフォームして練習場をつくった。
もちろん今年の愛媛マラソンも出場する。

感銘を受けた言葉

「早く行きたければ1人で行け、遠くへ行きたければみんなで行け」(アフリカのことわざ)
マラソンや仕事をしているときに強く感じる。先を目指すなら、周りの協力も大事。

【会社概要】

〒795-0086
大洲市成能字大地原甲510-5
TEL / 0893-50-1250
資本金 / 4,400万円
従業員 / 33名



伊予銀行国際部マイ・インターナショナル駐在

VIETNAM

ベトナムだより

ベトナム産バナナについて

はじめに

皆さん、バナナといったらどこの産地を思い浮かべますか？多くの人はフィリピンを思い浮かべるのではないのでしょうか。バナナは、日本の輸入果物の約6割を占めています。日本では地理的条件から沖縄や鹿児島、宮崎などの一部でしか栽培されていないため、輸入に頼らざるをえません。

日本で消費されているほとんどのバナナ(99.9%以上)が輸入されています。そのうち約8割がフィリピン産です。その他の輸入国は、エクアドル、メキシコ、グアテマラとなっています。

ベトナム産バナナの輸入は全体の約1.6%と、日本の市場においては、まだまだ存在感が薄い状況です。

フィリピンの経済発展に伴う栽培者の減少に加え、異常気象、病害が打撃となり、長年同国からの輸入に頼ってきた日本や中国は調達先の分散を進めており、ベトナム産バナナについても今後増えていくことが予想されます。

今回は、ベトナム産のバナナについてご紹介します。

1 ベトナムのバナナ生産量

国際連合食糧農業機関(FAO)が発表した2024年7月時点のデータによると、2022年度の世界バナナ生産量は1億3,511万トンです。生産国ランキングは、①インド(3,452万トン)、②中国(1,177万トン)、③インドネシア(924万トン)となっており、フィリピンは589万トンで7位、ベトナムは251万トンで13位です。



バナナ農場

2 バナナの輸出状況

ベトナムは2022年に中国とバナナ輸出増加に関する議定書を締結して以降、輸出量を拡大してい

ます。2024年には、フィリピンを抜いて対中国のバナナの輸出が1位となりました。主要輸出先は、シンガポール、マレーシア、中東、ロシアなどで、日本や韓国への輸出も増加しています。

3 日本向けバナナの輸出

財務省貿易統計によると、日本のベトナム産バナナの輸入量は近年大幅に増加しています。2019年(令和1年)の246万トンから、2020年(令和2年)は438万トン、2021年(令和3年)は710万トンと、毎年着実に増加しています。2023年(令和5年)には1,622万トンと、わずか5年間で約6.6倍に拡大しました。

この急成長は、ベトナム産バナナの品質向上や輸出体制の強化が要因と考えられます。

4 バナナ農家に行ってみて

ベトナムは、熱帯気候と肥沃な土壌を持ち、バナナの栽培に非常に適しているといわれています。

私は、ベトナム中部の高原地帯のバナナ農家を視察しました。高原地帯は昼夜の寒暖差が大きく、糖度の高い甘いバナナを育てるのに適しています。



袋掛け

私は普段、ベトナム南部のホーチミンを拠点に活動しています。ホーチミン市内は大気汚染が深刻で、空気の質が悪いことが問題となっていますが、中部の高原地帯は空気が澄み、気候も穏やかで

非常に快適でした。

今回の視察では、バナナがケーブルでパッキング場まで運ばれ、水洗いや選別を経て箱詰めされる工程を見学しました。その一連の流れは非常に興味深く、印象に残るものでした。



水洗いの様子



洗浄後のバナナ

おわりに

今回は、ベトナム産バナナについてご紹介しました。実際にバナナ農家を訪れ、生産の過程を見学するという貴重な体験を通じて、バナナへの愛着が一層深まりました。

農場視察後すぐにスーパーに行き、ベトナム産バナナを食べましたが、甘くてとても美味しかったです。

最近、家族から「愛媛のスーパーにもベトナム産バナナが陳列されていた」と聞きました。

スーパーでベトナム産バナナを見掛けたら一度食べてみてはいかがでしょうか。 (田中 貴也)

令和7年度税制改正大綱の概要

和泉会計事務所 税理士 和泉 真紀夫



Q. 令和7年度の税制改正大綱が令和6年12月27日に閣議決定されました。
具体的な改正について教えてください。

A. 主な改正内容は以下のとおりです。

- ・ 個人所得課税では、103万円の壁対応、子育て支援に関する政策税制が盛り込まれました。
- ・ 資産課税では、事業承継税制における役員就任要件等が見直されます。
- ・ 法人課税では、中小企業者等の法人税の軽減税率の特例の延長等がされます。

1. 個人所得課税

(1)物価上昇局面における税負担の調整及び就業調整への対応(103万円の壁対応)

- ・ 所得税の基礎控除について、合計所得金額が2,350万円以下である個人の控除額が58万円(改正前:48万円)に引き上げられます。
- ・ 給与所得控除の最低保障額が65万円(改正前:55万円)に引き上げられます。
- ・ 配偶者控除の対象となる配偶者、及び扶養控除の対象となる扶養親族の合計所得金額要件が58万円以下(改正前:48万円以下)に引き上げられます。
- ・ ひとり親控除の対象となる子の総所得金額等の合計額の要件が58万円以下(改正前:48万円以下)に引き上げられます。
- ・ 勤労学生控除の対象となる学生等の合計所得金額要件が85万円以下(改正前:75万円以下)に引き上げられます。
- ・ 家内労働者の事業所得等の所得計算の特例について、必要経費に算入する金額の最低保障額が65万円(改正前:55万円)に引き上げられます。
- ・ 居住者が生計を一にする年齢19歳以上23歳未満の親族等(その居住者の配偶者及び青色申告専従者等を除くものとし、合計所得金額が123万円以下であるものに限る。)で控除対象扶養親族に該当しないものを有する場合には、その居住者のその年分の総所得金額等から控除額を控除します。すなわち、親族等の合計所得金額が85万円(年収150万円)までは、親等が特定扶養控除と同額(63万円)の所得控除を受けられ、また、親族等の合計所得金額が85万円(年収150万円)を超えた場合でも親等が受けられる控除の額が段階的に逓減し、合計所得金額

が123万円(年収188万円)を超えると消失する仕組みとされます。

上記の改正は、令和7年分以後の所得税及び令和8年度以後の個人住民税について適用されます。

(2)子育て支援に関する政策税制

- ・ 住宅ローン控除について、1年間の措置として、子育て世帯等に対し、借入限度額を、認定住宅は5,000万円、ZEH水準省エネ住宅は4,500万円、省エネ基準適合住宅は4,000万円へと上乘せされます。また床面積要件も緩和されます。
- ・ 生命保険料控除における新生命保険料に係る一般生命保険料控除について、1年間の措置として居住者が23歳未満の扶養親族を有する場合には、令和8年分における控除額を最高6万円(現行:最高4万円)に引き上げられます。

2. 資産課税

事業承継税制における役員就任要件等の見直し

法人版事業承継税制の特例措置における役員就任要件について、贈与の直前において特例認定贈与承継会社の役員等であることとされます。(個人版事業承継税制についても同様の見直しが行われます。)

3. 法人課税

中小企業者等の法人税の軽減税率の特例の延長等

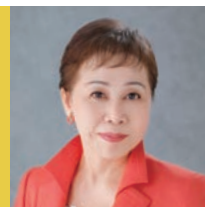
所得の金額が年10億円を超える事業年度について、所得の金額のうち年800万円以下の金額に適用される税率を17%(現行:15%)に引き上げる等の見直しを行った上で、適用期限が2年間延長されます。

※詳細は、「財務省ホームページ(税制)」をご参照ください。

2025年4月創設! 育児関係の給付金について

社会保険労務士法人 人的資源研究所

特定社会保険労務士・人事コンサルタント 平尾 由紀



Q. 雇用保険法の改正により、新たに育児に伴う給付金が創設されたとのことですが、詳しく教えてください。

A. 既存の「育児休業給付金」「出生時育児休業給付金」に続き、新たに「出生後休業支援給付金」と「育児時短就業給付金」が創設され、2025年4月1日に施行されます。

1. 出生後休業支援給付金とは

「出生後休業支援給付金」とは、夫婦が共に働き共に育児を行うことを推進し、男性の育児休業取得促進を目指して創設された制度です。男性が子の出生後8週間以内、女性は産後休業終了後8週間以内に夫婦が共に（同時期でなくてもよい）14日以上育児休業を取得した場合、最大で28日間休業前の賃金の13%相当額が支給されます。これにより、既存の育児休業給付金または出生時育児休業給付金（いずれも休業前の賃金の67%相当額）と合わせて、休業前の賃金の80%相当額の給付率となり、手取りで10割相当を受給することが可能となります。

2. 出生後休業支援給付金の支給要件

- ①原則として、出生後休業（具体的には、育児休業給付金または出生時育児休業給付金の支給対象となる休業の期間）開始日前2年間において、雇用保険のみなし被保険者期間が通算12ヵ月以上ある
- ②被保険者が、対象期間内に取得した出生後休業の日数が、通算して14日以上ある
- ③被保険者の配偶者が、子の出生日から起算して8週間を経過する日の翌日までの期間内にした出生後休業の日数が、通算して14日以上ある（例外あり）

ただし、子の出生後、父親はすぐに休業を開始できますが、出産をした母親は、労働基準法に基づく産後休業を取得するため、出産後すぐに休業することができません。そのため、被保険者の配偶者が女性であって、産後休業を取得した場合には、例外的にこの支給要件は適用されません。なお、出生後休業支援給付金の申請手続は、原則として、育児休業給付金または出生時育児休業給付金と併せて行うこととさ

れています。

3. 育児時短就業給付金とは

「育児時短就業給付金」とは、従業員が2歳未満の子を養育するために、所定労働時間を短縮して就業をした場合において、時短勤務中に支払われた賃金額の10%相当額を支給する給付金をいいます。この「1週間の所定労働時間を短縮する措置」には、1日の所定労働時間を短縮する場合だけでなく、1週間の所定労働日数を変更した結果、1週間の所定労働時間が短縮される場合も含まれます。

4. 育児時短就業給付金の支給要件

- ①原則として、育児時短就業開始日前2年間において、雇用保険のみなし被保険者期間が通算12ヵ月以上ある
- ②育児時短就業にかかる子について、育児休業給付金の支給を受けていた場合であって、当該給付金にかかる育児休業の終了後に引き続き、育児時短就業をしたこと
- ③育児時短就業にかかる子について、出生時育児休業給付金の支給を受けていた場合であって、当該給付金にかかる出生時育児休業の終了後に引き続き、育児時短就業をしたこと

まとめ

夫婦が共に子育てをする時代が定着してきました。今回の改正により「産後パパ育休を取得する」という認識が高まると思われます。また、育児休業法そのものの改正も2025年4月から実施されます。企業はしっかりと情報を把握する必要があります。

緩やかに持ち直しているが、物価上昇に伴う個人消費への影響が懸念される

～県内企業の業況判断DIは製造業で横ばい、非製造業で上昇～

概況

【内閣府月例経済報告：12月】

- 景気は、一部に足踏みが残るものの、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、欧米における高い金利水準の継続や中国における不動産市場の停滞の継続に伴う影響など、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
- 物価上昇や金融資本市場の変動等の影響に注意する必要がある

【県内経済の状況】

- 愛媛県内でも一部で弱い動きがみられるものの、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・10月)は前月比0.4%低下し、2ヵ月ぶりに前月を下回る
- 公共工事請負金額(12月)は前年同月比3.8%増と、3ヵ月ぶりに前年を上回る
- 住宅着工戸数(11月)は前年同月比16.7%減と、4ヵ月連続で前年を下回る
- 有効求人倍率(季節調整値・11月)は前月比0.02ポイント上昇の1.38倍と4ヵ月連続で上昇
- 百貨店・スーパーの販売額(11月)は前年同月比3.0%減と3ヵ月連続で前年を下回る
- 新車販売台数(含む軽自動車・11月)は前年同月比2.2%増と前年を上回る

※今回より新車販売台数の集計方法変更

→軽を除く新車販売台数は、乗用車・貨物車(普通・小型)・その他の合計

【日本銀行松山支店・愛媛県短観】

- 愛媛県短観(12月調査)によると、全産業における業況判断DIは、前回調査(9月調査)から3ポイント改善の+12となった。製造業では前回調査から横ばいの+10、非製造業は建設、対事業所サービスが好調で前回調査から3ポイント改善の+12となった。

生産

指数は2ヵ月ぶりに前月を下回る 全国では生産用機械や自動車が低下

【総括コメント】

- 速報値で98.3(季節調整値、2020年＝100)と前月比0.4%低下し、2ヵ月ぶりに前月を下回る

【県内主要業種の動向：10月】

主な上昇品目

- 「パルプ・紙・紙加工品」(同+9.1%)：段ボール原紙の生産増加
- 「化学」(同+3.1%)：アクリロニトリルの生産増加

主な低下品目

- 「非鉄金属」(同▲9.9%)：ニッケル地金の生産減少
- 「輸送機械」(同▲2.9%)：鋼船の生産減少

【全国の動向：11月】

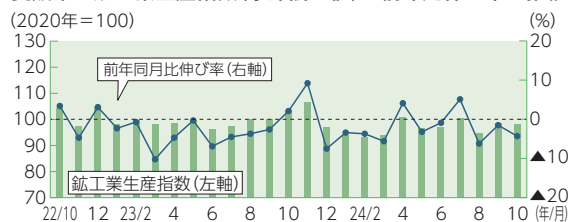
- 101.7(季節調整値、2020年＝100)と前月比2.3%低下し、3ヵ月ぶりに前月を下回る
- 「生産用機械」(同▲9.1%)や「自動車」(同▲4.3%)が寄与
- 「生産用機械」は中国や台湾向けの半導体製造装置の輸出が減少した影響で低下
- 基調判断は、「一進一退」に据え置き

愛媛県の主要7業種鉱工業生産指数(10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	100.9	▲9.9	99.5	+16.5
汎用・生産用機械	97.3	▲0.7	99.3	▲31.3
電気機械	86.9	▲2.2	91.0	▲20.2
輸送機械	94.2	▲2.9	89.5	▲12.2
化学	95.5	+3.1	100.3	+8.0
パルプ・紙・紙加工品	101.0	+9.1	104.0	+4.8
食料品	102.8	+1.4	109.5	+8.4
全 体	98.3	▲0.4	100.8	▲4.3

(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

12月の請負金額は前年同月比3.8%増 3ヵ月ぶりに前年を上回る

【総括コメント】

- 12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3.8%増の106億円で3ヵ月ぶりに前年を上回った

【発注者別の請負金額】

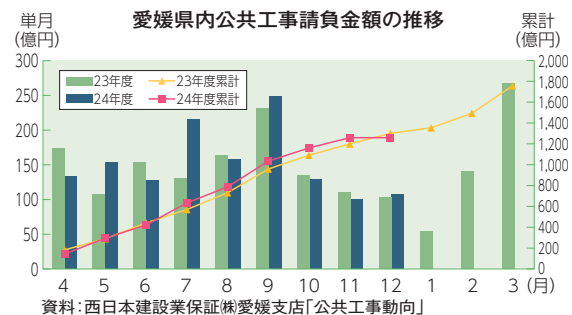
- 前年から増加 ●「独立行政法人等」(同+8,342.2%)
前年から低下 ●「国」(同▲90.5%)
●「県」(同▲41.6%)
●「市町」(同▲25.4%)

【トピック】

国土交通省と厚生労働省が取りまとめた2025年度予算案の概要に、建設業者の担い手確保のための支援が盛り込まれている。①「人材確保」②「人材育成」③「魅力のある職場づくり」の3つがポイントで、マッチング支援や建設分野へのハロートレーニング(職業訓練)の実施などの取組みが行われる。建設業で特に深刻化している人手不足・高齢化の改善が望まれる。

県内の公共工事請負金額(12月)

発注者	24年12月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	143	▲90.5
独立行政法人等	4,669	+8,342.2
県	1,970	▲41.6
市町	3,857	▲25.4
その他	34	▲81.1
合 計	10,675	+3.8



住宅着工

11月の着工戸数は前年同月比16.7%減 4ヵ月連続で前年を下回る

【総括コメント】

- 11月の愛媛県内における住宅着工戸数は435戸で、前年同月比16.7%減と4ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(県内)】

- 前年から増加 ●「持家」(同+11.0%)
前年から低下 ●「貸家」(同▲41.7%)
●「分譲住宅」(同▲27.1%)

【全国の動向:11月】

- 住宅着工戸数は65,037戸で、前年同月比1.8%減と7ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(全国)】

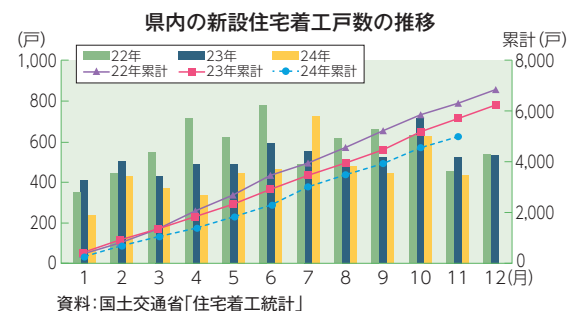
- 前年から増加 ●「持家」(同+11.1%)
前年から低下 ●「貸家」(同▲5.5%)
●「分譲住宅」(同▲7.3%)

【トピック】

12月に閣議決定された2025年度税制改正大綱に、住宅ローン減税の子育て世帯等に対する借入限度額の上乗せ措置等を、2025年も引き続き実施することが盛り込まれている。子育て世帯等の住宅取得環境が厳しさを増していることを踏まえ、2024年と同様の措置が実施される。

新設住宅着工戸数(11月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	243	+11.0
貸家	119	▲41.7
給与住宅	3	0.0
分譲住宅	70	▲27.1
分譲マンション	35	▲7.9
分譲一戸建	35	▲39.7
合 計	435	▲16.7



雇用

有効求人倍率は1.38倍 4ヵ月連続で前月を上回る

【総括コメント】

- 11月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.02ポイント上昇の1.38倍と4ヵ月連続で上昇
- 求人が求職を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:11月】

主な上昇業種

- 「運輸業、郵便業」(前年同月比+31.4%): 東中予のタクシー運転手や南予で新規開設された引っ越し関連事業所で求人が増加

主な低下業種

- 「宿泊業、飲食サービス業」(同▲11.3%): 前年同月比マイナスとなったが、インバウンド需要も続き、高水準で推移している
- 「建設業」(同▲5.6%): 建築資材の高騰、価格転嫁が難しい状況が続き求人が減少

【トピック】

厚生労働省の令和5年外国人雇用実態調査によると、日本語能力によるコミュニケーションの取りづらさを課題とする事業所は4割を超えた。また、外国人労働者への調査では8割以上が就労上のトラブルはないと回答した一方で、一部では高額な紹介料等の問題も生じている。外国人材の活用に向け、問題解決のための体制づくりを進めていく必要がある。

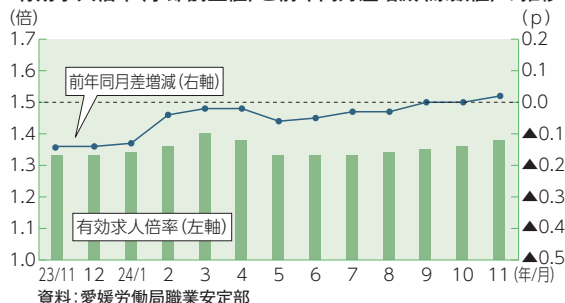
県内の雇用情勢(11月)

(単位:人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	3,459	▲19.8	▲6.1
月間有効求職者数	21,507	▲3.8	▲1.2
新規求人数	10,659	▲9.6	▲1.1
月間有効求人数	31,041	+0.7	+1.1
有効求人倍率(季節調整値)	1.38	+0.02	+0.03

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.44倍	1.52倍	1.37倍	1.57倍
※()内は前年同月差	(+0.03p)	(+0.01p)	(+0.07p)	(▲0.08p)

有効求人倍率(季節調整値)と前年同月差増減(原数値)の推移



物価

総合指数(前年同月比+2.6%)、 生鮮食品を除く指数(同+2.2%)ともに34ヵ月連続のプラス

【総括コメント】

- 11月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が109.2と前年同月比2.6%上昇、生鮮食品を除く指数も108.2と同2.2%上昇
- 34ヵ月連続で前年を上回った

【費目別(松山市)】

前年から増加

- 「食料」(同+5.0%): 米類等、幅広い品目の価格上昇
- 「光熱・水道」(同+4.7%): 政府による電気・ガス料金の補助額減少で価格上昇

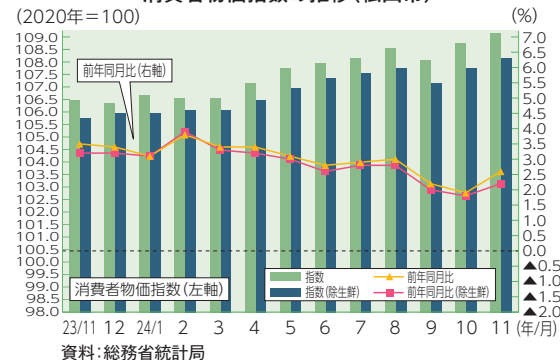
【全国の動向:11月】

- 11月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は109.2で、前年同月比2.7%上昇
- 39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(11月・前年同月比増減率)

上昇	食料(+5.0%) 光熱・水道(+4.7%) 教養娯楽(+4.2%) 家具・家事用品(+3.5%) 保健医療(+1.9%)	被服及び履物(+1.3%) 諸雑費(+0.9%) 交通・通信(+0.7%) 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3.0%減 新車販売台数は前年を上回る

【百貨店・スーパーの販売額、新車販売台数】

- 11月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比3.0%減と3ヵ月連続の減少
- うち、百貨店では、冬物衣料が伸び悩み、同7.7%減
- 新車販売台数は軽自動車とあわせ3,818台と同2.2%の増加。軽自動車は、一部車種でのモデルチェンジを前に購入を控える動きがあり、前年を下回ったものの、その他種別は前年を上回った。

【その他業種の販売額】

- 上昇 ●「コンビニエンスストア」(同+2.4%)：行楽需要を受けて、おにぎりや菓子類の販売が好調だったため
- 「ドラッグストア」(同+11.8%)：調剤医薬品や食料品の売上増加によるもの
- 「家電大型専門店」(同+1.2%)：下旬にかけて気温が低下し、エアコンなどの季節家電の販売が伸びたため
- 「ホームセンター」(同+6.2%)：気温低下により、それまで動きが鈍かった季節商品の需要が伸びたため

【トピック】

厚生労働省が発表した10月の毎月勤労統計調査によると、実質賃金は前年同月比0.4%減と3ヵ月連続のマイナスとなった。電気・ガス料金を抑える政府の補助金の効果で物価高が一定程度抑制されたが、プラスには届かなかった。

県内の小売店販売額および新車販売(11月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	170.5	▲3.0
コンビニエンスストア	87.8	+2.4
ドラッグストア	103.8	+11.8
家電大型専門店	27.5	+1.2
ホームセンター	30.3	+6.2

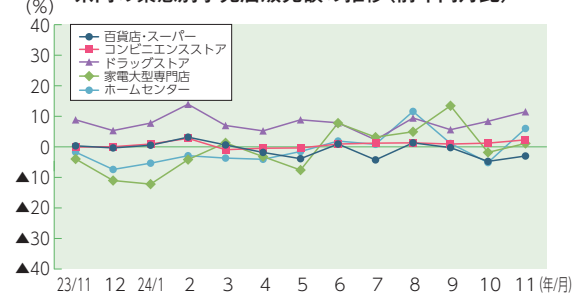
	販売台数(台)	前年同月比(%)
新車販売台数(含む軽自動車)	3,818	+2.2

資料：経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料

※今回より新車販売台数(含む軽自動車)の集計方法変更

→軽を除く新車販売台数は、乗用車・貨物車(普通・小型)・その他の合計

県内の業態別小売店販売額の推移(前年同月比)



観光

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

【道後温泉宿泊客数】

11月の道後温泉旅館宿泊客数は75,312人となり、前年同月比7.7%の増加となった。国内旅行の地方分散傾向が後押しした。

【主要観光施設入込み客数】

11月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月を9.1%上回った。

前年から増加

- 中予(同+17.3%)

「子規記念博物館」「坂の上の雲ミュージアム」などの施設が前年同月を上回った

- 南予(同+6.3%)

「県歴史文化博物館」「八幡浜みなと」などの施設が前年同月を上回った

前年から低下

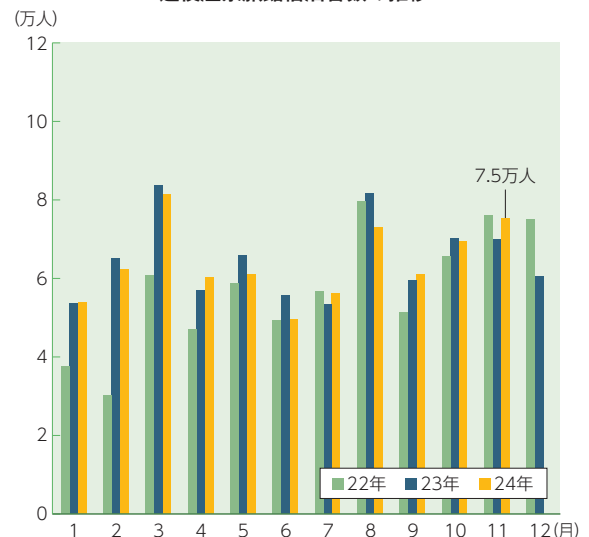
- 東予(同▲3.0%)

「県総合科学博物館」「あかがねミュージアム」などの施設が前年同月を下回った

【外国人宿泊者数】

観光庁によると、10月の外国人延べ宿泊者数(第2次速報)は、1,582万人泊、2023年同月比26.6%増であった。愛媛県の外国人延べ宿泊者数は49,330人泊で2023年比107.5%増、2019年比では128.9%増となった。10月26日までの松山ソウル線増便と円安基調の継続を追い風に、好調を維持している。

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	 ▶ 	12月のマダイの浜値は930円/kg前後と前月比で横ばい。消費の動きに弱さはあるものの、飼料値上げなど生産コストが上昇するなかで当面は現在の相場水準を維持する見通し。ハマチの浜値は、1,000円/kg前後と前月比20円の値上がり。県内産の在池量少なく上昇相場となった。

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50ドル値上がりの1,550ドル前後で推移。中西部太平洋での漁模様が落ち着いたことに加え、製品在庫に一定の動きが出始めたことから上昇相場となった。一方、国内相場は270円/kg前後と前月比で45円の値上がり。国内需要の高さから買いが強く、上昇した。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	12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3,200梱で、前年並みとなった。年間では前年比9.8%減の37,304梱で生産量の減少傾向が続いている。12月の綿糸価格は主力の20番手が121,500円/梱(前月比・前年同月比ともに変わらず)だった。輸出は11月の台湾向けが重量ベースで前年同月比2.5倍以上の顕著な伸び。

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11月の国内出荷は、前年同月比2.6%減で2ヵ月ぶりのマイナス。製紙各社が物流費や人件費上昇に対応して値上げを本格化した前倒し需要の反動が見られた。新聞用紙は、前年同月比7.1%減で42ヵ月連続の減少。デジタル化にともなう需要の低迷が続く。
	衛生用紙  ▶ 	11月の国内出荷は、前年同月比1.2%増で2ヵ月連続のプラス。タオル紙は商業施設など業務用が好調で同10.2%増となった。トイレット紙は同0.4%増、ティッシュが同2.9%減と、値上げによる前倒し需要の反動がみられる。
	紙加工など  ▶ 	白板紙の11月の国内出荷は、年末商戦で菓子箱などの需要が増加したことに伴い前年同月比1.9%増と5ヵ月連続のプラスとなった。紙袋に使う包装用紙も同0.7%増で3ヵ月連続のプラスとなった一方、段ボール原紙は同2.5%減で2ヵ月ぶりのマイナスとなった。

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11月の出荷額は、前年同月比15.1%減で4ヵ月連続の減少となった。国内向けは油圧ショベルが同29.4%減と主力商品が低調だった。建機大手の値上げにより、レンタル店の駆け込み注文による反動が続いている。産業機械・工作機械関連の受注環境は引き続き良好。

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、12月の輸出船契約実績は19隻・91万3千総トンで、トン数ベースで前年同月比27.5%減となった。船種別にみるとバラ積み船が14隻・71万5千総トン、油送船が5隻・19万9千総トンだった。なお、年間の受注量は1,116万総トンで、4年連続で1千万総トンを上回った。
	内 航  ▶ 	手持ち工事は1年程度を有している。新造船価は、499GT型貨物船が720～740百万円、5,000klタンカーが3,000～3,500百万円でいずれも前年より5%程度上昇している。造船所側は、資機材価格や人件費などの上昇分を上乗せしたい一方、船価と備船料水準の拡大を抑えるため、値上げに踏み切れていない。

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月15日時点で1,093となった。年末年始は例年荷動きが低調で、年明けに1,000を割り込んだが、中国の石炭輸入量が高水準を維持し、豪州やインドネシアからのケーブサイズやバナマックスの輸送需要を下支えしている。LNG船は、冬場の暖房・電力需要期ながら船腹供給量が増加し、市況は前年を大きく下回っている。
	内 航  ▶ 	日本内航海運組合総連合会によると、11月の輸送量は、貨物船は前年同月比3.2%減、油送船は同0.9%減だった。貨物船は、鉄鋼や鉄鋼製品、コンクリート製品などの輸送が好調に推移した。油送船は、黒油が製油所装置不具合による転送需要で航海距離が長距離化している。白油は、ガソリンや航空燃料の需要が底堅く、船腹需給がひっ迫してケミカル船で輸送をカバーしている。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	12月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比3.8%増の106億円であった。「国」や「県」、「市町」では前年を下回ったものの、「独立行政法人等」では前年を上回った。11月の住宅着工戸数は前年を16.7%下回る435戸となった。利用関係別では「持家」は前年を上回ったものの、「貸家」や「分譲住宅」では前年を下回った。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
観 光	 ▶ 	11月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比7.7%増の75,312人となった。また、11月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(同3.0%減)は前年を下回ったものの、中予(同17.3%増)、南予(同6.3%増)が前年を上回り、全体では同9.1%増となった。

2

2025

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は1月22日時点のものです。おでかけの際は事前に最新の情報をご確認ください。

開催日	催物名	会 場	お問い合わせ	備考(入場料など)
4(火)・5(水)・6(木)	椿まつり	伊豫豆比古命神社 (松山市)	伊豫豆比古命神社 ☎ 089-956-0321	—
～3/20(木・祝)	企画展 「山川コレクション収蔵記念 PHOTOGRAPHY 写真のこれまで／これから」	愛媛県美術館 (松山市)	愛媛県美術館 ☎ 089-932-0010	個人 一般 600円 65歳以上 500円 団体(20名以上) 一般 400円 65歳以上 400円
～3/23(日)	テーマ展 「松山外環状道路空港線開通記念 松山外環状道路と遺跡の調査 ー松山平野西部の遺跡ー」	愛媛県歴史文化博物館 (西予市)	愛媛県歴史文化博物館 ☎ 0894-62-6222	当日料金 一般(高校生以上) 540円 高齢者(65歳以上) 280円 小・中学生 無料 団体料金 一般(高校生以上) 440円 高齢者(65歳以上) 230円 小・中学生 無料

SPORTS

愛媛オレンジバイキングス

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

【開催日】 8(土)	【対戦相手】 熊本ヴォルターズ	【ティップオフ】 17:00	【会場】 松山市総合コミュニティセンター
【開催日】 9(日)	【対戦相手】 熊本ヴォルターズ	【ティップオフ】 15:00	【会場】 松山市総合コミュニティセンター
【開催日】 14(金)	【対戦相手】 ヘルテックス静岡	【ティップオフ】 19:00	【会場】 伊予市民体育館
【開催日】 15(土)	【対戦相手】 ヘルテックス静岡	【ティップオフ】 15:00	【会場】 伊予市民体育館
【開催日】 21(金)	【対戦相手】 神戸ストークス	【ティップオフ】 19:00	【会場】 松山市総合コミュニティセンター
【開催日】 22(土)	【対戦相手】 神戸ストークス	【ティップオフ】 15:00	【会場】 松山市総合コミュニティセンター

IRC 調査月報
Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT
2025 / NO.440

■発行日：2025年2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

