

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【調査レポート①】

愛媛県経済・産業の動き

～今年を振り返って～

【調査レポート②】

「愛媛の30年後の姿」を考える

【mini調査レポート】

資材価格高騰に立ち向かう地場工務店の取組



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

12

2022

No.414

- 01 | **【視点】**
脱炭素経営のすすめ
株式会社日本政策投資銀行 松山事務所長 / 田中 禎之
- 02 | **【調査レポート①】**
愛媛県経済・産業の動き
～今年をふりかえって～
- 10 | **【調査レポート②】**
「愛媛の30年後の姿」を考える
- 18 | **【mini調査レポート】**
資材価格高騰に立ち向かう地場工務店の取組
- 24 | **【compass】**
SDGsとデジタル化
京都大学公共政策大学院 教授 株式会社伊予銀行 顧問 / 岩下 直行
- 25 | **【データよもやま話】**
テレワークによってWLBが改善
～企業規模や業種に応じたリアルとリモートの使い分けが重要～
- 26 | **【持続可能な未来へ！今から始めるSDGs】**
SDGsへの取組は進んでいるのか？
- 30 | **【2022年 調査レポートバックナンバー】**
- 31 | **【IRCニュー・リーダー・セミナー 32期開講】**
- 32 | **【素顔のニューリーダー】**
成商運輸有限会社 取締役 / 伊藤 成美 氏
三愛富士株式会社 常務取締役 / 瀧屋 優 氏
- 34 | **【タイだより】**
タイの洪水・環境問題について
- 36 | **【経営・実務Q&A】**
税務編 インボイス補助金の取扱い
和泉会計事務所 税理士 / 和泉 真紀夫
労務編 働き方のトレンド？ ダブルワークの基本的な考え方①
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
- 38 | **【TOPICS】**
年末年始の話題
～卯年によせて～
- 42 | **【地場産業の景気天気図】**
- 44 | **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: 夜を演出
(えひめこどもの城)
撮影: 武井 寛喜

視点

POINT OF VIEW



脱炭素経営のすすめ

株式会社日本政策投資銀行
松山事務所長 田中 禎之

2022年7月に松山事務所に着任してから、この地域の最も重要な課題は何であるかを考え続けてきました。

愛媛県は「防災・減災対策」、「人口減少対策」、「地域経済の活性化対策」を県政の3本柱に掲げています。いずれも本県の特性を踏まえると極めて重要な課題であり、全くもって同意するところです。

但し、これに加えてエネルギー問題も、外すことはできない重要な課題ではないかと考えます。本県には、CO₂を多排出する産業(化学、非鉄、紙パルプ等)の集積、原発の立地という産業上の特性があり、気候変動に伴う災害もすでに現実の問題となっているからです。

さて、愛媛県においても、県が2050年カーボンニュートラル宣言を行い、紙産業の集積地である四国中央市では、カーボンニュートラル協議会が設立され、産学官連携により脱炭素化を進める取り組みが始まっています。

一方で、脱炭素化は国・自治体・大企業のみが取り組んでいけばよいものではありません。

地球温暖化対策の推進に関する法律では、国民及び事業者は、その責務として、温室効果ガス削減の為の措置を講ずるように努めると規定されています。

更に、通信機器をはじめとするグローバル企業において、サプライチェーン全体で脱炭素化を目指す動きが進んでおり、自動車等の他業種にも広がりつつあります。原材料・部材供給、輸送、製品販売、廃棄等を担う当地の企業も、脱炭素化はいずれ避けて通ることはできない課題です。

いずれ避けて通れないのであれば、いっそ早めに始めてみてはいかがでしょうか。脱炭素への取組みは、お金がかかるというデメリットだけで捉えがちですが、早く取り組むほど様々なメリットも期待できます。大手顧客等からの評価・表彰により会社の知名度が向上して取引拡大に繋がった、会社や製品が評価されたことで社員のモチベーションが向上した、省エネにより光熱費が削減できた、などの声があります。

また、各種補助金の活用に加え、金融機関も脱炭素の促進のために新たな金融商品を導入していますので、資金調達においてもメリットが期待できます。脱炭素といっても、何から手を付ければよいのか分からないということもあるかと思いますが、その場合は環境省の「中小規模事業者のための脱炭素経営ハンドブック」をまずお読み頂くことをお勧めします。

愛媛県経済・産業の動き

～今年をふりかえって～

概況

県内経済はコロナの影響を受けながらも、緩やかに持ち直し 物価上昇と円安進展が懸念材料

日本経済は、コロナの影響を受けながらも、緩やかに持ち直してきた。夏場以降、感染者の全数把握の見直しや療養期間の短縮、入国者数の上限の撤廃などが実施され、今後も経済活動の正常化に向けた施策が行われる見込みだ。ただし、物価上昇や円安の進展、世界的な金融引き締めに伴う海外経済の減速など、国内景気を下押しする懸念材料は多く、先行き不透明感は根強い。

県内経済も緩やかに持ち直している。日銀松山支店が発表した短観9月調査によると、企業経営者の景況感を示す業況判断DIは6月調査から6ポイント改善し、▲3となった。ただし、全国同様、物価上昇や円安の進展が、企業の収益を圧迫している。IRCが4～5月に実施した調査では、物価上昇によりマイナスの影響があると回答した県内企業は9割を超え、多くの企業がコストの上昇を販売価格に十分転嫁できていない実情がうかがえた。

生産は持ち直しの動きが続き、鉱工業生産指数をみると、「繊維」や「金属製品」などで前年を上回る傾向がみられた。

個人消費は、コロナの感染動向に左右されながらも、緩やかに持ち直している。小売店の販売額は、「百貨店・スーパー」「コンビニエンスストア」「ドラッグストア」で前年を上回って推移している。ただし、「消費者態度指数」(全国)が低下するなど、物価上昇で家計の節約志向は高まっており、先行きは楽観できない状況だ。

住宅建設は、前年を下回って推移した。利用関係別では、「持家」と「貸家」が前年を下回っている。昨年の住宅取得支援策に伴う駆け込み需要の反動に加え、資材価格の高騰が住宅需要を下押ししている可能性がある。

公共工事は、堅調に推移している。発注者別では、「国」や「県」は前年を下回ったものの、自動車道の整備などの大型工事があった「独立行政法人等」は前年を大幅に上回って推移した。

設備投資は、日銀短観9月調査によると、2022年度の計画額は全体では前年度比2.0%減となった。製造業は同9.0%減となったものの、非製造業はコロナの影響が緩和されたことで、同20.0%増となった。

雇用環境は改善しており、有効求人倍率は持ち直している。業種別では「製造業」や、これまで厳しい状況が続いてきた「宿泊業・飲食サービス業」で新規求人数が増えている。

2023年の展望

国内経済は、緩やかに持ち直すとみられるものの、海外経済の減速により輸出が弱含み、経済回復のペースが鈍化する可能性が高い。コロナ禍からの経済活動正常化の流れは継続すると予想されるが、物価上昇や不安定な為替相場が続けば、景気の下押し圧力が強まる懸念がある。

以下、次ページより業種別動向をレポートする。

海面 養殖

マダイ、ハマチともに在池尾数の減少により浜値上昇が続く

マダイの浜値は3月に今年の下値(636円/kg)を打った後は好調に推移した。特に6月以降は在池尾数が少ないことを背景に上昇傾向が強まり、9月にはコロナ前高値水準の約85%(898円/kg前後)まで持ち直した。関係者によると、今後の在池尾数は例年並みと予想され、浜値の堅調な推移は当面続く見通しであるものの、需要に支えられた相場ではないことから、在池尾数に左右される展開が予想される。

ハマチの浜値は、22年9月で1,274円/kg前後と近年の最高値を大幅に上回る水準で推移している。今年のハマチの稚魚であるモジャコ漁は好調だったものの、昨年のモジャコ不漁の影響から足元の在池尾数が少ない状況が続いているため、当面は浜値の高止まりする可能性が高い。高値が続くと、消費者の値ごろ感とのかい離が大きくなるため小売店頭で他の商材に置き換わる状況も懸念される。

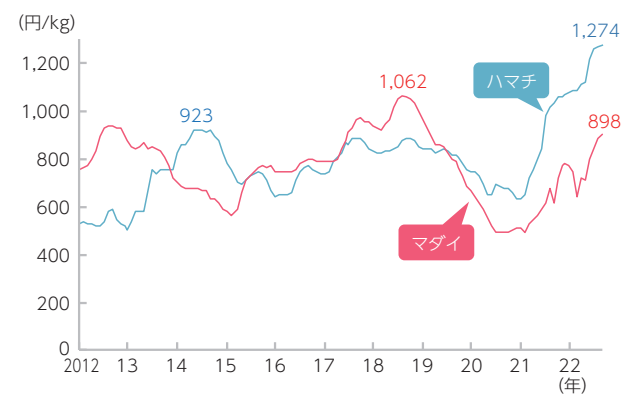
真珠は、愛媛県漁協主催による2021年度の入札会が中止となった昨年度分と合わせて2回実施され、合計生産額は91億8,300万円であった。2019年から4年連続して発生したアコヤ貝稚貝の大量死により数は少なかったが、品薄予測から相場は比較的好調であった。行動制限が解除されて以降、国内における展示販売会はほぼ計画通りに開催されている。愛媛県漁業協同組合によると、需要に回復傾向がみられ、予想以上の売上を確保できているようだ。

アコヤ貝稚貝の大量死問題に関しては、今年初めてウイルスが原因と特定されたことを受けて、さまざまな対策を模索中である。

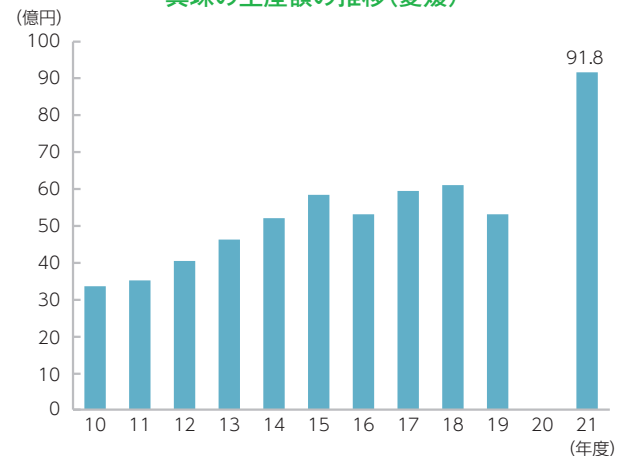
2023年の展望

- 2023年のマダイの在池尾数は例年並みと予想され、浜値はコロナ前高値(1,062円/kg前後)には届かないものの、堅調な推移を見込む。
- 2023年のハマチ在池尾数はモジャコの増加により増える見込み。浜値は高値圏で推移してきたが、大手企業系養殖業者の販売動向によっては低下する可能性もある。
- 嗜好品である真珠は、落ち込んでいた国内外の需要の回復が期待される。

—マダイ・ハマチ浜値の推移(愛媛)—



—真珠の生産額の推移(愛媛)—



資料: 県漁連(10年度～)、県漁協(21年度～)
 ※2020年度は入札会が実施されていないため、生産額は未発表。
 ※2021年度は20年度、21年度の2回の入札会を実施したため2年度分の合計額。

製 紙

円安などを背景とした原材料高騰に伴う価格改定が相次ぐ 紙加工技術を生かした製品の用途開発・拡大の動きが継続している

製紙大手メーカー各社は、原燃料価格や物流費の高騰を受け、さまざまな品目で値上げを実施した。1～2月にかけ印刷・情報用紙を10～15%以上値上げたほか、3～4月にはティッシュ、トイレットペーパーなどの家庭紙全般も10～15%以上値上げした。

さらに、4月以降の急激な円安進行による原材料の輸入コスト上昇に伴い、7～9月には印刷・情報用紙で15%以上の再値上げを実施した。

印刷・情報用紙の出荷量は、全国で前年同期（1～8月）比0.3%減、愛媛は同5.1%減となった。テレワークの浸透やペーパーレス化、電子媒体へのシフトで需要減少が続いている。

新聞巻取紙の出荷量は、全国は前年同期（1～8月）比6.3%減、愛媛は9.5%減だった。電子版新聞やネットニュースの普及などで需要は下げ止まらず、紙媒体の新聞発行部数はこの10年間で1,500万部弱（3割強）落ち込んでいる。

衛生用紙の出荷量は、価格改定前の駆け込み需要と、その反動減による波があったが、前年同期（1～8月）比では全国で5.2%増、愛媛は同17.0%増加した。愛媛では、衛生用紙関連製品向けの設備投資が盛んに行われている。

紙加工などは、通販利用の増加で段ボール原紙の需要は増加している。水引、金封、土産物用紙器などは徐々に回復しているものの、新型コロナ前の水準には及ばない。

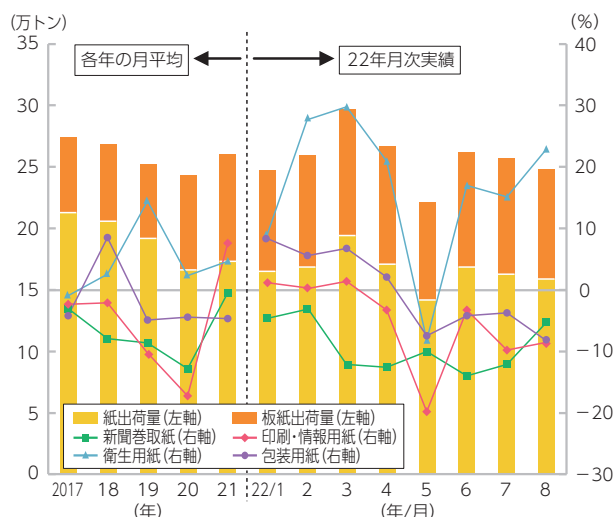
脱プラスチックなど、環境面に配慮した新商品開発を行うメーカーがみられ、紙製品の用途開発・拡大の動きが継続している。また、それに合わせた設備投資を行う企業もある。

2023年の展望

紙の主力である新聞・印刷・情報用紙は今後も需要減少が続く見込み。

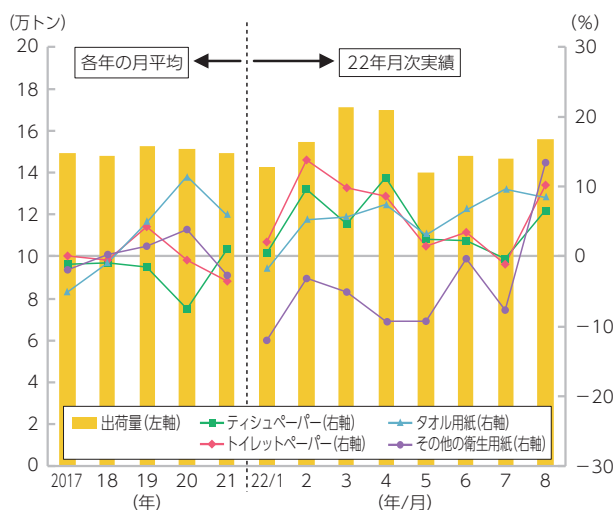
セルロースナノファイバーなど新素材の利活用や、脱プラスチックの代替製品など、さらなる新商品開発と販路拡大が望まれる。あわせて、脱炭素への取り組みなど、SDGsを意識した企業経営が期待される。

紙・板紙の出荷量と品種別出荷量前年比の推移(愛媛)



資料：愛媛県紙パルプ工業会「愛媛県紙パルプ統計」をもとにIRC作成

衛生用紙の出荷量と品目別出荷量前年比の推移(全国)



資料：経済産業省「生産動態統計」をもとにIRC作成

タオル

生産量はコロナ前の水準を下回るものの、回復傾向 綿糸価格が高止まりするなか、価格転嫁で採算面の改善を図る

今年のタオル生産量は、今治地区綿糸受渡数量の推移をもとに推計すると、昨年(8,043トン)を5%程度上回る8,500トン前後となる見込み。依然、新型コロナ前の水準は下回っているものの、夏頃からは生産量が増え、月間の綿糸受渡数量が4,000梱以上となった月もあった。輸入量・輸出量はともに回復しているものの、2019年比ではいずれも15%程度下回っている。

別注品と呼ばれる音楽・スポーツイベント用タオルは、行動制限の緩和によって需要が回復している。また、リネン業・宿泊業向けの業務用タオルも国内旅行需要の底入れや、外国人の入国制限見直しなどによって引き合いが増えた。一方、冠婚葬祭などのギフト用需要は低迷している。販売チャネルでは、個人客向けのネット通販が引き続き堅調に推移している。

採算面をみると、綿糸価格が中国からの供給量減少や円安などを背景に高騰し、主力の20番手は、前年比5割高となった。また、エネルギー価格の高騰により、染色加工賃や資材費、輸送費などのコストも総じて上昇した。多くのタオルメーカーは値上げを行い、直販比率を高めたことから「売上増とともに利益率も改善した」という声がある一方、「再度の値上げが必要」との声も聞かれた。

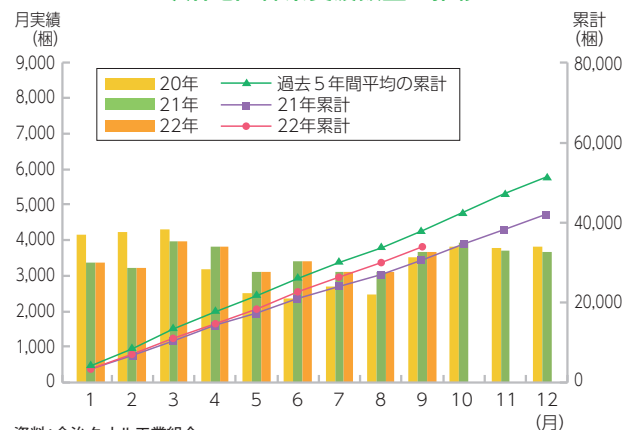
タオルメーカーは、省力化・人手不足への対応として、これまで手作業で行っていた裁断や縫製などの機械化を進めている。今治タオル工業組合は大手刺繍機メーカーと共同で「半自動タオルヘム¹⁾縫製機」を開発したと発表した。初心者でも熟練作業に対応できることから、生産性向上が期待される。

2023年の展望

イベントや業務用タオルの需要は、さらなる回復が期待される。コロナで落ち込んだギフトや店頭販売などの回復は、鈍い見込み。

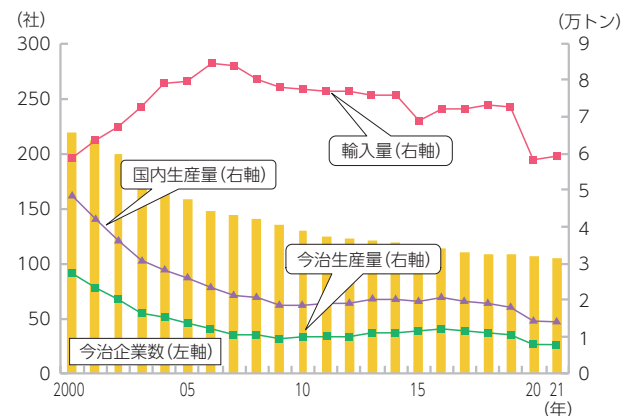
高止まりする綿糸価格や副資材、外注費などのコスト増に対応するため、製品価格への転嫁や流通ルートの見直しなどがさらに進みそう。また、慢性的な人手不足への対応や働き方改革の推進、少量多品種生産の実現に向けて、さらなる作業の自動化や工程の見直しなどが求められる。

今治地区綿糸受渡数量の推移



資料：今治タオル工業組合
注：過去5年間平均とは、2017～2021年の平均値

タオルの生産・輸入量と今治地区企業数の推移



資料：今治タオル工業組合

1) タオルの短い部分の端の縫い目

一般機械
金属製品
鉄鋼業

産業機械関連は、自動化ニーズが高く受注は堅調 鋼材価格が高止まりするなかでの収益性改善が課題

主要原材料となる鋼材価格は、昨秋から昨年末にかけて上昇した。ロシア・ウクライナ情勢や円安の影響で、4月以降再び上昇圧力が強まった。足元の鋼材価格は、昨年初比の1.7~1.8倍と高騰している。

これを受けて、受注価格への転嫁も進んでいる。しかし、契約している受注で納期が長いものは十分に転嫁できていないようだ。

産業・運搬荷役機械の分野のうち、建設機械は欧米豪を中心とした海外向けの需要がおう盛だった。足元で米国の住宅着工に陰りは見えるものの、建機需要を押し下げるまでには至っていない。国内も、土木工事向けを中心に好調だった。

産業機械や工作機械は、製造業工場や物流倉庫向けでロボットなどと組み合わせた自動化、高効率化のニーズが高かった。半導体不足も6月以降は改善に向かい、受注は引き続き好調に推移している。

運搬荷役機械(クレーン)は、アンローダーが受注の主体となった。造船所向けのパワークレーンや工場向けの天井クレーン受注は低位横ばいで推移している。

農業機械は、昨年の補助金などに伴う需要喚起の反動や米価下落による投資意欲減退などがみられたものの、昨年とほぼ同水準の出荷を維持した。

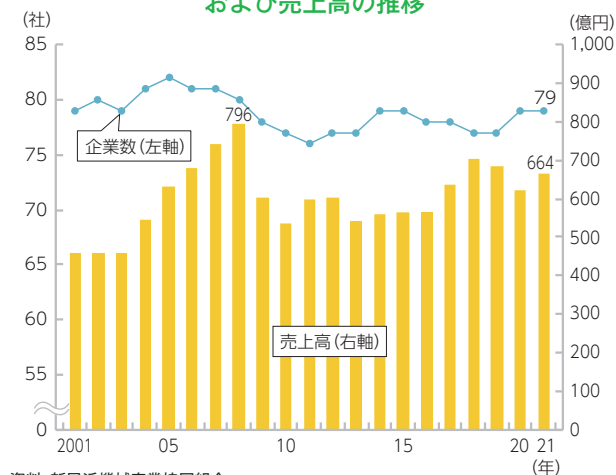
工場設備・メンテナンスの分野では、世界的な金融引き締め局面による景気後退懸念から、県外の電力会社の電炉工事や化学プラント工事はやや低調だった。一方、県内では住友グループの定期修繕工事により、協力企業は安定的に受注を確保している。

2023年の展望

製造・物流プロセスでの自動化のニーズは高く、産業機械や工作機械関連の受注は引き続き安定的に推移する見通し。

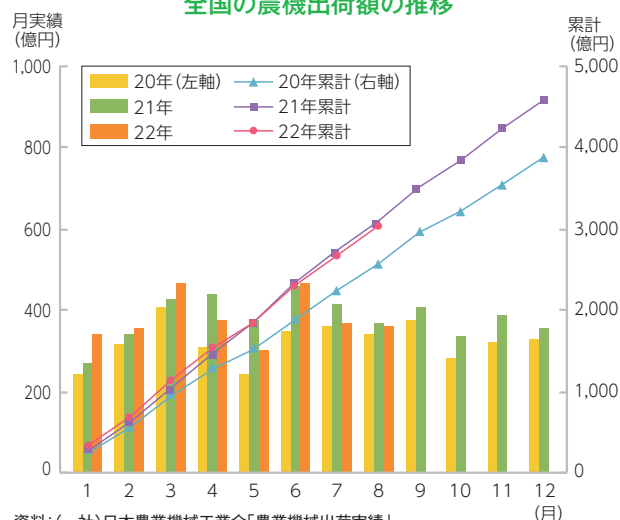
鋼材価格が高止まりしており、収益性の改善が目下の課題となる。また、慢性的な人材不足への対応も求められる。

新居浜機械産業協同組合加盟企業数 および売上高の推移



資料：新居浜機械産業協同組合

全国の農機出荷額の推移



資料：(一社)日本農業機械工業会「農業機械出荷実績」

造 船

地場大手:円安メリットを享受するが、中・韓との受注競争は続く
地場中堅:競合の少ない近海船や環境対応船などを受注
地場中小:鋼材や資機材価格が高騰し、収益面は厳しさを増す

造船業界は、前半は、海運市況の回復を背景に引き合いはおう盛で、受注に至るケースも多かった。後半は、鋼材や資機材価格の高騰や海運市況の先行きが不透明なことなどから、受注は鈍化した。

1～9月の輸出船契約実績をみると、214隻・943万総トンで去年同期比23%減となったものの、年間1,000万総トンを上回る水準で推移した。バルカーが7割以上を占め、特に中小型サイズが増加した。自動車運搬船も、昨年に建造覚書を交わしたLNG燃料船の正式契約締結によって増加した。記録的な円安の恩恵を受け一方、中国人民元と韓国ウォンもドルに対して値下がりしているため、激しい受注競争が続いている。また、世界的に需要が増加しているLNGタンカーは、豊富な建造実績がある韓国造船大手3社に発注が集中しており、国内造船所は受注に至っていない。

遠洋船主体の**地場大手造船所**では、2～3年程度の手持ち工事を有している。海外船主からの引き合いも増え、対面での商談も再開された。中小型バルカーや、自動車運搬船などをまとめて受注し、高操業を維持している。

近海船主体の**地場中堅造船所**は、1年半～2年程度の手持ち工事を有している。ニッチな船型・船種に特化している造船所が多く、競合は比較的少ない。海運市況が堅調に推移している貨物船は、リプレイス需要を取り込んで受注が増えた。環境性能の高いケミカルタンカーを受注する造船所もあった。

内航船主体の**地場中小造船所**は、1～1年半程度の手持ち工事を有している。海運市況は回復しているが、新造船の受注環境は厳しい状況が続い

ている。深刻な船員不足は新造船の発注動向にも影響しており、「船員確保が困難でリプレイスを断念し、廃業した船主もいる」との声も聞かれる。

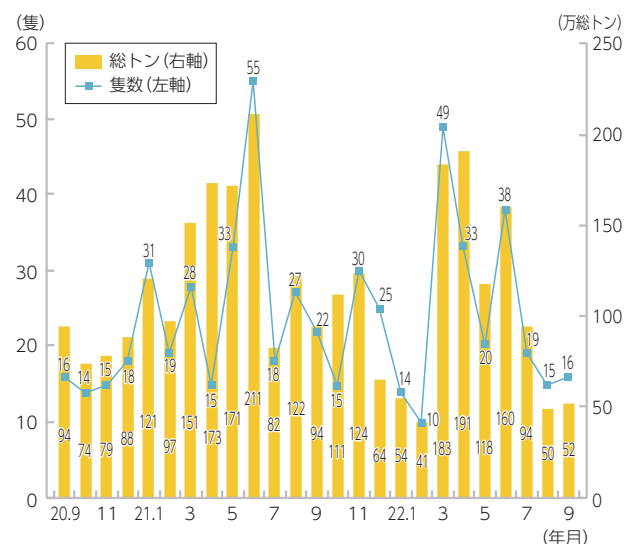
鋼材や資機材価格の高騰は造船所の経営を圧迫している。国内鉄鋼メーカーの生産量抑制や価格政策により、造船向けの厚板価格は高止まっている。船価を引き上げざるを得ないが、備船料とのかい離幅が拡大し、船価の提示が難しくなっている。

2023年の展望

LNG燃料船や風力推進装置の搭載など、環境性能に優れた船舶は、品質面で韓国・中国と差別化につながり、さらなる受注増が期待される。また、2050年カーボンニュートラル達成に向け、アンモニアや水素などの次世代燃料や電気推進技術などを大型商船へ実装するための取り組みが急がれる。

鋼材価格は高止まって推移するとみられ、さらなる建造コストの削減や船価への上乗せが課題である。

輸出船契約実績の推移



資料: 日本船舶輸出組合

海 運

外航:市況は軟化傾向、船価上昇で船主の発注意欲は鈍化

内航:鉄鋼や自動車関連の荷動きが減少、タンカーは前年並み

遠洋は、主力のバルカー（ばら積み船）の市況は、景気減速やロシアによるウクライナ侵攻などの国際情勢の悪化により、軟化傾向が強まった。バルチック海運指数(BDI)は、春先に3,000台を付けたものの、8月末には2年ぶりに1,000を割り込んだ。また、大型のケーブサイズの定期傭船料(傭船期間1年)は、採算ラインを上回る2万ドル台/日で推移しているものの、徐々に低下している。中小型のパナマックスやハンディマックスなどの市況も採算ラインは上回っているが、軟調に推移した。

コンテナ船は、新型コロナに端を発した物流の混乱が正常化に向かい、超大型船の就航による船腹需給の改善もあって、市況は急落した。特に、東アジア発北米向けの運賃は、2月の過去最高値から10月にかけて8割落ち込んだ。

石油タンカーやLNGタンカーは、欧州のエネルギー問題を背景に、荷動き・市況とも高水準で推移した。6月に米国のLNGプラントで起きた火災事故の後、代替輸送需要が発生し、需給が一層引き締まった。

近海は、日本向けのバイオマス燃料の輸送需要が急拡大したことなどから、スポット傭船料は15,000ドル/日程度と高水準で推移した。

外航船主の動向は、為替相場が1ドル=150円台を突破するなど、記録的な円安傾向が続くなか、市況の先行き不透明感や船価高などを背景に、新規投資に対する意欲が鈍化している。一方で、環境負荷低減の実現を目指した高価格のLNG燃料船を発注する動きもみられた。なお、コロナの影響による船員交代や海外の修繕ドックでの作業遅延問題は、解消されつつあるものの、依然として船舶管理

上のネックとなっている。

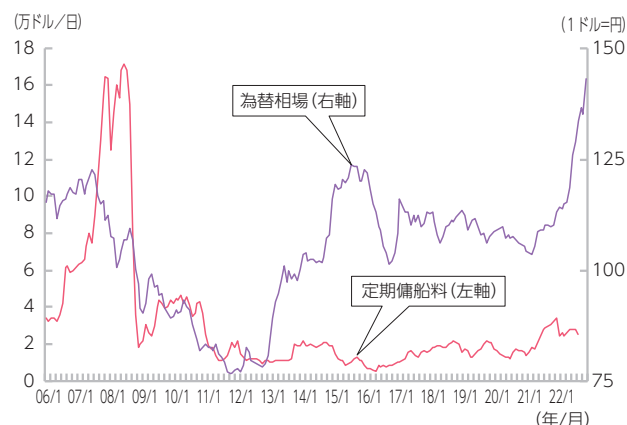
内航の荷動きは、主力の鉄鋼が年初は堅調だったものの、自動車向けの供給が減少したことから低調に推移した。自動車の輸送量も生産台数の減少で前年を1割以上下回った。タンカーは、黒油(重油)の製油所間の転送需要と発電所向けの輸送が好調で、前年並みの輸送量となった。白油(ガソリン、灯油、ジェット燃料など)は、帰省や旅行需要の持ち直しに伴い輸送量が増加した。

2023年の展望

バルカーは、中国をはじめ新興国向けの鉄鉱石や石炭、穀物などの輸送需要に伸び代があるものの、船腹需給・市況の先行きは不透明。コンテナは、輸送需要のひっ迫感が薄れ、市況は下落基調で推移する見込み。

内航は、一進一退の動きが続くとみられる。トラック運送の2024年問題が懸念されるなか、輸送手段転換の受け皿として内航が注目されており、輸送需要の回復が期待される。

ケーブサイズバルカーの定期傭船料と為替相場の推移



資料: マリンネット、日本銀行
注: 傭船期間は1年、為替相場は月中平均

観 光

道後温泉宿泊客数・観光入込み客数ともに前年を上回った 「全国旅行支援」や水際対策の緩和により、 国内外の観光需要の急回復が期待される

新型コロナの影響を受けながらも、観光需要は着実に回復した一年だった。

道後温泉旅館宿泊客数(1～9月)は、47万1千人(前年同期比+117.5%)で前年を大きく上回った。また、19年比では、16.2%減となり、コロナ流行前の8～9割までに回復している。

月別にみると、3月下旬のまん延防止等重点措置の全面解除に伴い、人の移動が活発化した。4月には「道後オンセナート2022」が4年ぶりに開幕し、下旬からの大型連休も3年ぶりに行動制限がなかったため、道後エリアも観光客でにぎわった。その後、同じく行動制限のない夏休みやお盆を迎え、7月、8月の宿泊者数はコロナ流行前の19年を上回った。関係者への取材では「新型コロナの影響は残っているものの、予約が極端にキャンセルされることもなく、需要は持ち直している」との声も聞かれた。道後のブランド力に加え、コロナ禍の克服に向けた各宿泊施設の地道な努力が奏功したと考えられる。

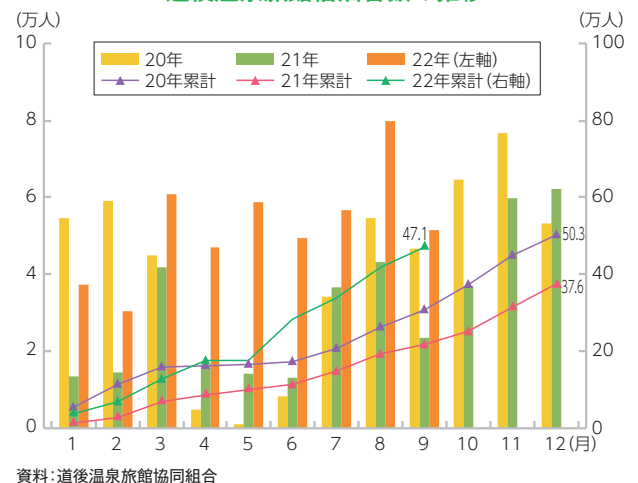
主要観光施設の入込み客数(1～9月)は1,091万9千人(前年同期比+30.5%)と、前年を上回って推移した。時期により波があるものの、全体では2019年の8割程度に回復している。

今年は「サイクリングしまなみ2022」、「道後オンセナート2022」、「えひめ南予きずな博」など、各地で多くのイベントが開催された。これらのイベントは地域の活性化につながるとともに、観光需要の回復にも大きく寄与した。

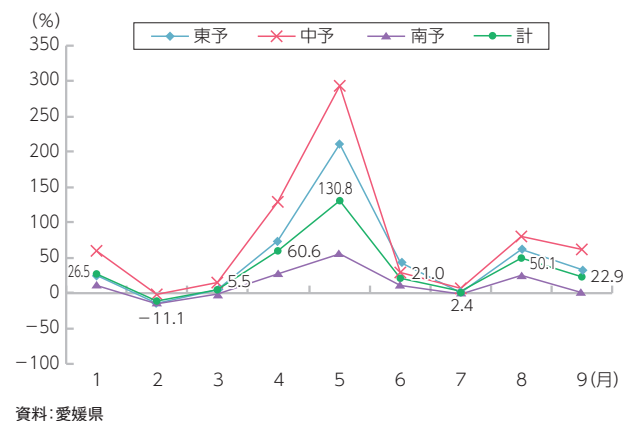
2023年の展望

コロナの影響が和らぎ、人の流れが一層活発になるだろう。また、10月からスタートした「全国旅行支援」の後押しもあり、国内観光の回復は加速するだろう。一方、水際対策も大幅に緩和され、インバウンド需要の復活も期待できる一年になりそうだ。

道後温泉旅館宿泊客数の推移



地域別主要観光施設の入込み客数 前年比増減率の推移数



「愛媛の30年後の姿」を考える

【はじめに】

平成の30年間を振り返ると、「人口減少・少子高齢化」「デジタルイノベーション」「グローバリゼーション」などの**大きな構造変化**が急速に進行・進展し、地域経済を取り巻く環境は大きく変化した。

また、「VUCA」¹⁾と言われるように**不確実性の高い時代**が到来している。この30年の間に、アメリカにおける同時多発テロやリーマン・ショックなどの経済危機、米中貿易戦争のほか、直近では新型コロナウイルスの流行に加え、ロシア・ウクライナ問題に伴う国際秩序の混乱など、**過去とは非連続の変化やショック**が頻繁に発生している。

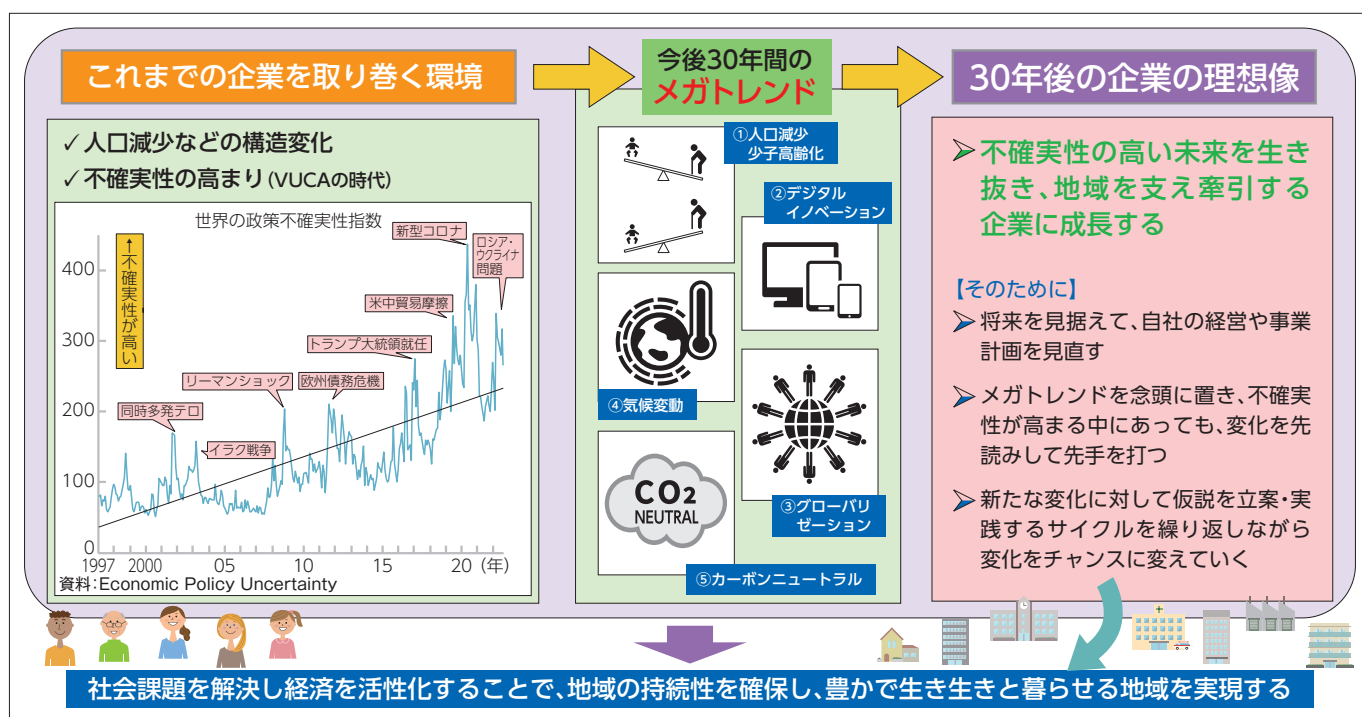
大きな構造変化が進行するなかで、引き続き不確実性が高く、先行き不透明感の強い状況が続くと考えられる。

こうした状況において、地域や企業が持続的に発展するためには、これまでの延長線上や積み上げではなく、中長期的な視点で、たとえば30年後の愛媛の経済・社会において予想される大きな**外部**

環境変化や構造変化、すなわち「**メガトレンド**」を念頭に置いた上で地域や企業の将来を考えることが求められる。

当レポートでは、地域や業種を問わず、あらゆる企業に共通するメガトレンドとして、「**人口減少・少子高齢化の進行**」「**デジタルイノベーションの進展**」「**グローバリゼーションの進展**」「**気候変動**」「**カーボンニュートラル**」の5つを取り上げて紹介する。不確実性の高い時代ではあるものの、これらの最低限の構造変化やトレンドは押さえておくことが重要である。

その上で、自社の「あるべき姿」を描き、その実現に向け、訪れる変化に的確に対応しながら不確実性の高い未来を生き抜き、そして、将来の地域を支え、地域を牽引する企業を目指す。そうした企業が地域内で累増していけば、**持続可能な地域社会**、そして**豊かで生き生きと暮らせる地域社会**を実現することができるのではないだろうか。



本稿は、松山商工会議所「中期行動計画2020-2022」内の「地域の将来像の検討と普及・活用促進」事業における3年間の活動の成果物として、松山商工会議所とIRCが共同調査し、IRCにて執筆したものです。

1) Volatility (変動性)・Uncertainty (不確実性)・Complexity (複雑性)・Ambiguity (曖昧性)の頭文字を取った造語

【メガトレンド①】人口減少・少子高齢化の進行

日本の生産年齢人口(15～64歳)は1995年に、総人口も2008年に減少に転じている。愛媛の総人口は日本全体より早く、**1985年の151.5万人をピークに減少**に転じ、2020年は133.5万人となっている。この間、一貫して年少人口(14歳以下)と生産年齢人口は減少し、老年人口(65歳以上)は増加した。高齢化率(人口に占める65歳以上の割合)は30年間で15.4%から33.2%に上昇し、日本全体より早いペースで高齢化が進んでいる。

今後も年率1%程度の人口減少が続き、**2045年に愛媛の人口は101.3万人に減少**すると予想されている。内訳では、年少人口と生産年齢人口は引き続き減少、老年人口も減少に転じ、その結果、**2045年の高齢化率は41.5%**となる見通しである。

人口は地域経済や社会を構成する基礎的な要素であり、人口の増減は**地域の活力やマーケットの規模(サイズ)**に直結する。

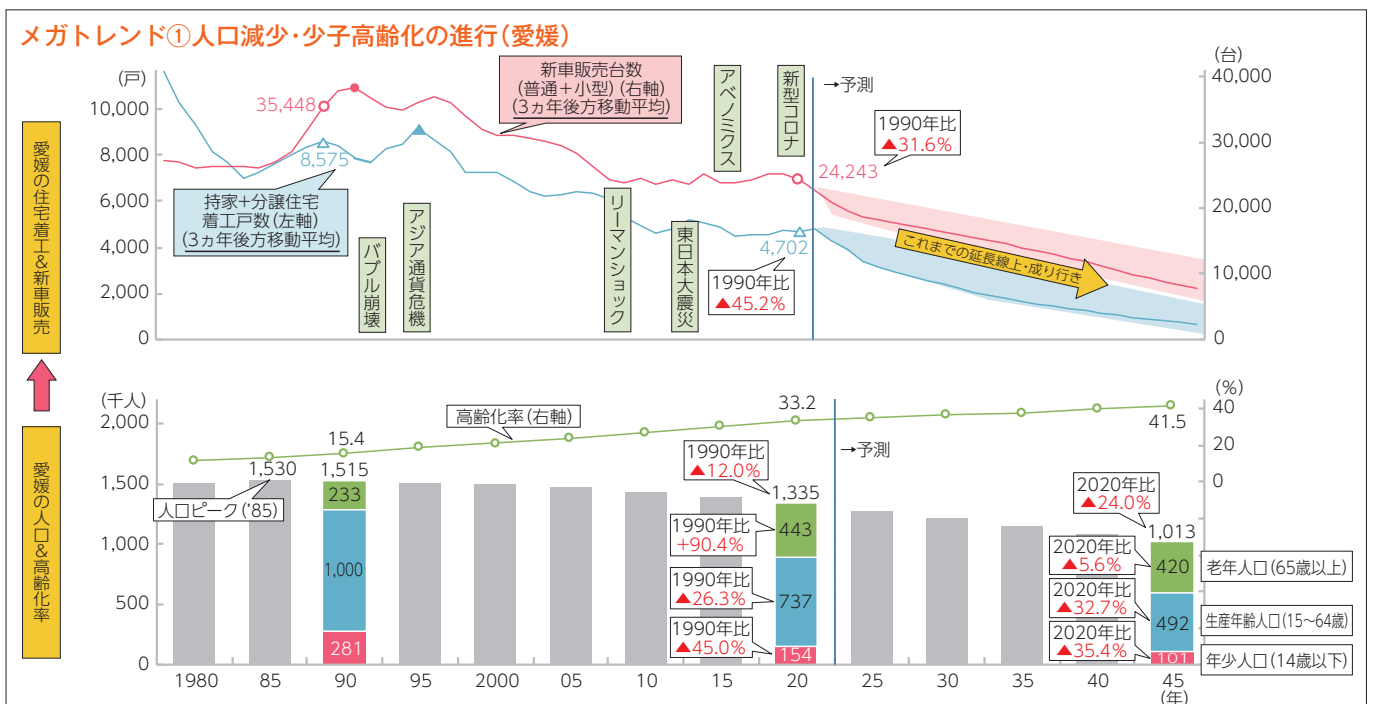
典型的な内需型のマーケットとして、愛媛の住宅着工数(持家+分譲住宅)と新車販売台数(普通車+小型車)の推移をみると、年によって多少の振れはあるものの、均してみると、緩やかに**右肩下がり**のトレンドをたどっている。その背景としては、たとえば住宅の高寿命化や若者のクルマ離れ

などの要因もさることながら、それ以上に、人口、特に主要な住宅や車の購入層である**生産年齢人口の減少**が、主要な要因として挙げられる。

今後も引き続き人口減少が続くため、住宅着工数や新車販売台数も、人口の減少と平仄を合わせて、これまでのトレンド、すなわち、**右肩下がりのトレンドが継続する可能性が高い**。

もちろん、全ての市場・マーケットが人口に連動して増減するとは限らない。ただ、とりわけ、国内、あるいは県内の取引先(B to B、B to C)を主要顧客とする内需型の産業・業界に関しては、**自然体あるいはこれまでの延長線上では、人口と連動してマーケットの縮小基調が続く可能性が高い**ため、**マーケットが縮小することを前提に**、今後の事業を組み立てる、あるいは地域の将来を考えることが重要である。

なお、人口減少に伴い、すでに一部では顕在化しているように、**労働力不足が慢性化・深刻化**することも予想される。そのため、労働条件・労働環境の見直しやダイバーシティ&インクルージョンの実践による多様な人材の活躍推進のほか、自動化・省力化のための設備投資、さらにはAIやロボットなどのテクノロジーを活用した生産性の向上などへの取り組みが不可欠である。



資料: 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口」、国土交通省「住宅着工統計」、四国運輸局「自動車販売状況」をもとにIRC作成

【メガトレンド②】デジタルイノベーションの進展

この30年の間にデジタル技術の革新が急速に進み、私たちの生活や地域社会、企業経営の姿は大きく変化した。

この間、インターネットやスマートフォン、タブレット端末などが急速に普及した。足元の携帯電話の加入契約数は約2億契約と、人口以上の普及台数になっている。移動回線は今では第5世代(5G)が主流となり、通信速度や容量も劇的に向上した。スマートフォンにはカメラや時計、ナビなど数多くの機能が搭載され、また、新聞や書籍、音楽などの電子化も進んだ。その結果、書店やカメラ屋、CDショップなど、激減した小売店舗も多い

また、新たなコミュニケーション手段としてSNSが普及し、クラウドサービスの活用やビッグデータの分析がビジネス上でも必要不可欠となるなど、デジタル技術は社会や経済の基盤として生活やビジネスシーンに溶け込み、当たり前の存在となっている。

今後も引き続きさまざまな分野で**技術革新**が進み、**最新のテクノロジー**がこれまで以上の速さで未来を書き換えていくと考えられる。

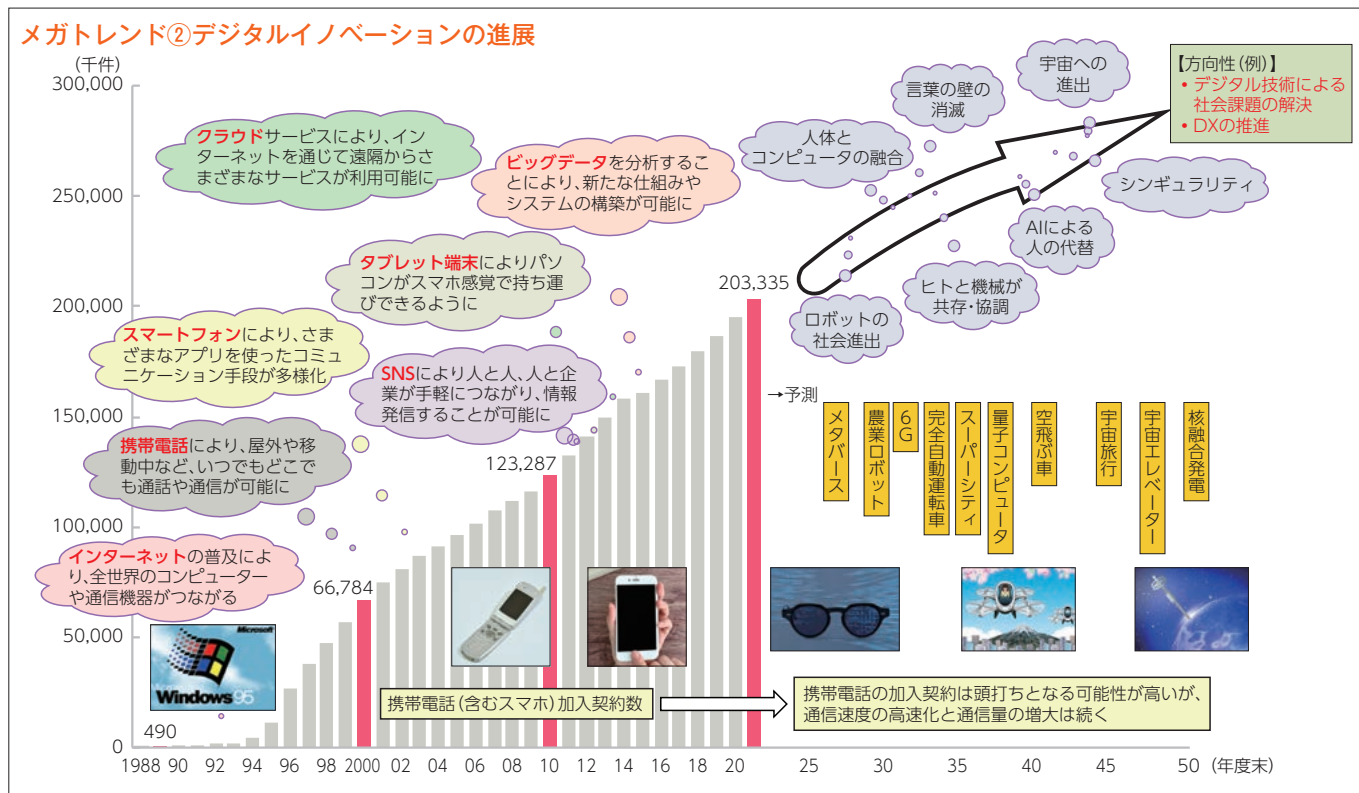
たとえば、最先端の**ロボット**、**自動運転**、**ドローン**や**空飛ぶ車**、**量子コンピューター**、**宇宙関連技術**、**メタバース**などは有力だろう。

また、**人工知能(AI)**に関しては、一部では、2045年頃に人類の知能を追い越す「**シンギュラリティ**」が起こるとも言われている。

急速な技術革新により、ビジネスの中身や手法はもちろん、職業の概念や働き方も大きく変わることが予想される。

なお、新型コロナの流行によって、さまざまな面でわが国におけるデジタル化・オンライン化の遅れが露呈したことから、その修正が急ピッチで進むと考えられる。

また、**DX**(デジタルトランスフォーメーション)、すなわち、デジタル技術を活用して**社会課題の解決**や**ビジネスモデルの変革**に取組み、競争優位性の確保や新しい価値提供を実現することが求められる。DX推進のためにも、個別のテクノロジーの動向を注視することはもちろん、デジタル技術を活用したBPR(業務プロセスの見直しや業務効率化、省人化や自動化など)に取り組み、生産性を向上させることが重要である。



資料：総務省「情報通信統計データベース」などをもとにIRC作成

【メガトレンド③】グローバル化の進展

日本の人口が減少に転じる一方、中国やインド、東南アジアなどの新興国を中心に世界の人口は増加し、1990年の53.2億人から2020年には78.4億人までに増加した(30年間で47.5%増)。

世界的な人口の増加に加え、冷戦終結・ソ連崩壊や中国の経済成長により国境を越えた経済活動が活発化するなど、グローバル化が急速に進んだ。たとえば、この30年間に、日本の金額ベースの輸出入総額はおよそ2倍、愛媛県内企業の海外拠点数は約2.6倍(IRC調べ)、日本の在留外国人数は約2.7倍、日本を訪れる外国人観光客数(インバウンド)は約10倍(コロナ流行前)に増加した。また、企業のサプライチェーンも国際的な広がりをみせ、TPPやRCEPなどの経済連携の枠組みも整備された。

ペースは鈍化するものの、今後も人口増加は続き、2050年には97.1億人となると予想されている(30年間で23.8%増)。

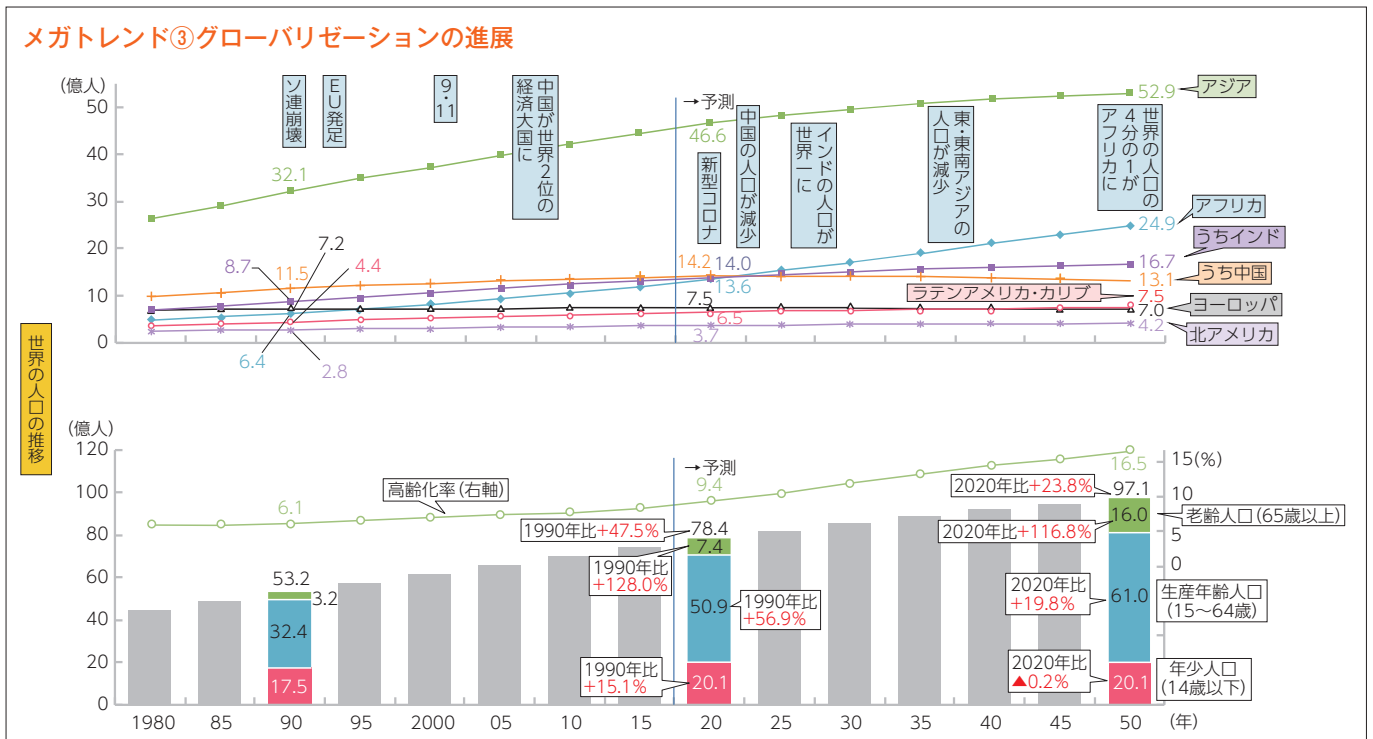
地域別にみると、アジアやアフリカにおける人口の増加が顕著である。国別では、現在、世界一の人口大国である中国は、一人っ子政策などの影響もあり、足元で人口減少に転じたとみられている(国連の推計)。一方、2位のインドは人口増加が続

き、2025年頃には中国を抜いて世界一となる見通しである。また、アフリカの人口は2050年には世界全体の約1/4に達すると予想されている。

日本国内のマーケットは、日本の人口の減少に伴い縮小トレンドをたどる可能性が高いが、世界的な人口の増加に伴い、グローバルでみた場合のマーケットは拡大の余地が大きいと言える。たとえば、農林水産省は世界の食料需要が2050年に2010年比で1.7倍となると予測しており、農業や養殖業、食品関連産業などにおいて、国内の食料自給率の改善と合わせて、国内マーケットの縮小を海外でカバーする取り組みが非常に重要である。

また、2050年の世界の高齢化率は16.5%と、日本(37.7%)と比べると約半分の水準ではあるものの、東アジア・東南アジアなどを中心に高齢化が進むと予想されており、これらの地域における高齢者マーケットの拡大余地も大きい。

冷戦終結後、ほぼ一貫して自由で開かれた経済・社会の国際化が進展してきたが、米中の覇権争いやロシアのウクライナ侵攻など、国際秩序を揺るがすような事象も発生している。これまで、体制の異なる国家が相互に依存しながら形成してきたグローバルなサプライチェーンが、大きく変容する可能性も考えられる。



【メガトレンド④】気候変動

世界的なCO₂などの温室効果ガスの増加に伴い、地球温暖化や降水量増加など、気候変動が進行している。

松山市の年平均気温をみると、緩やかに上昇トレンドをたどり、2021年の平均気温は17.4℃で、70年前の1951年(14.9℃)からおよそ2.5℃上昇している。

足元でカーボンニュートラルの実現に向けた取り組みが進んではいるものの、現在の気温上昇のペースが当面続くと仮定した場合、30年後の**平均気温はさらに上昇**し、18℃前後に達すると考えられる。

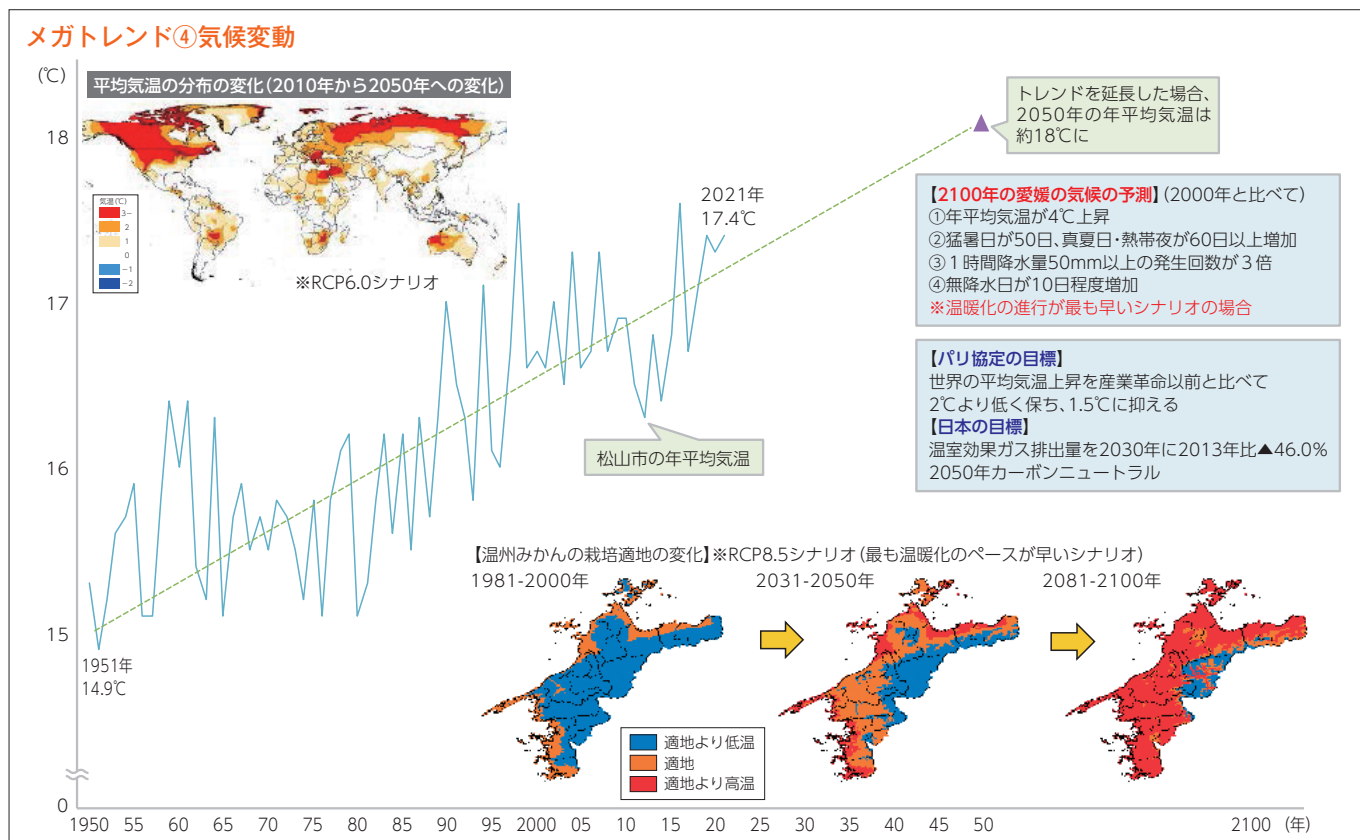
また、気温上昇によって飽和水蒸気量(空気中に含むことができる最大水蒸気量)も増加するため、一度に降る雨量の増加がみられており、全国の**短時間強雨**(1時間降水量50mm以上)の年間発生件数は、30年前と比べておよそ1.5倍に増加している。また、飽和水蒸気量の水準が引き上がると上限(飽和)に達して雨が降るまでの時間が長くなるため、**無降水日**も増加している。

気候変動が続けば、2018年に西日本豪雨が発生したように、**大雨や洪水の増加・激化、台風の大型化**のほか、**渇水**のリスクが増加すると考えられ、**南海・東南海・東海地震**への対応と合わせて、**災害リスクへの対応**の重要性が増すと考えられる。

気候変動は**ビジネスへも大きな影響**をもたらす。愛媛で身近な例として、温州みかんの栽培適地をみると、現在は宇和海や瀬戸内海沿岸が適地となっているが、最も温暖化のペースが早いシナリオでは、30年後には栽培適地が宇和海や瀬戸内海沿岸から内陸部に移動し、2100年頃には、愛媛のほぼ全域で栽培できなくなると予想されている。

これに対応するには、たとえばテクノロジーを活用して平均気温上昇や海水温上昇の**影響を緩和**するアプローチや、栽培品目・品種を柔軟に変更して気候変動にしっかりと**適応**するといったアプローチが考えられる。

気候変動は、一次産業に限らず、あらゆる業種に、徐々にではあるが大きな影響を及ぼすと考えられるため、先を見据えた適切な対策を講じることが重要である。



資料:気象庁「気象観測データ」「地球温暖化予測情報第9巻」などをもとにIRC作成

【メガトレンド⑤】カーボンニュートラル

2020年10月に菅首相(当時)が**2050年カーボンニュートラル**(以下CN)、**脱炭素社会**を目指すと言明した。「SDGsウェディングケーキモデル」(下図参照)が示すように、企業や地域が持続性を確保し発展するためには、「社会」や「経済」の前提となる地球全体の「**環境**」を維持することは大前提であり、**CNは所与の条件である**と考えるべきである。

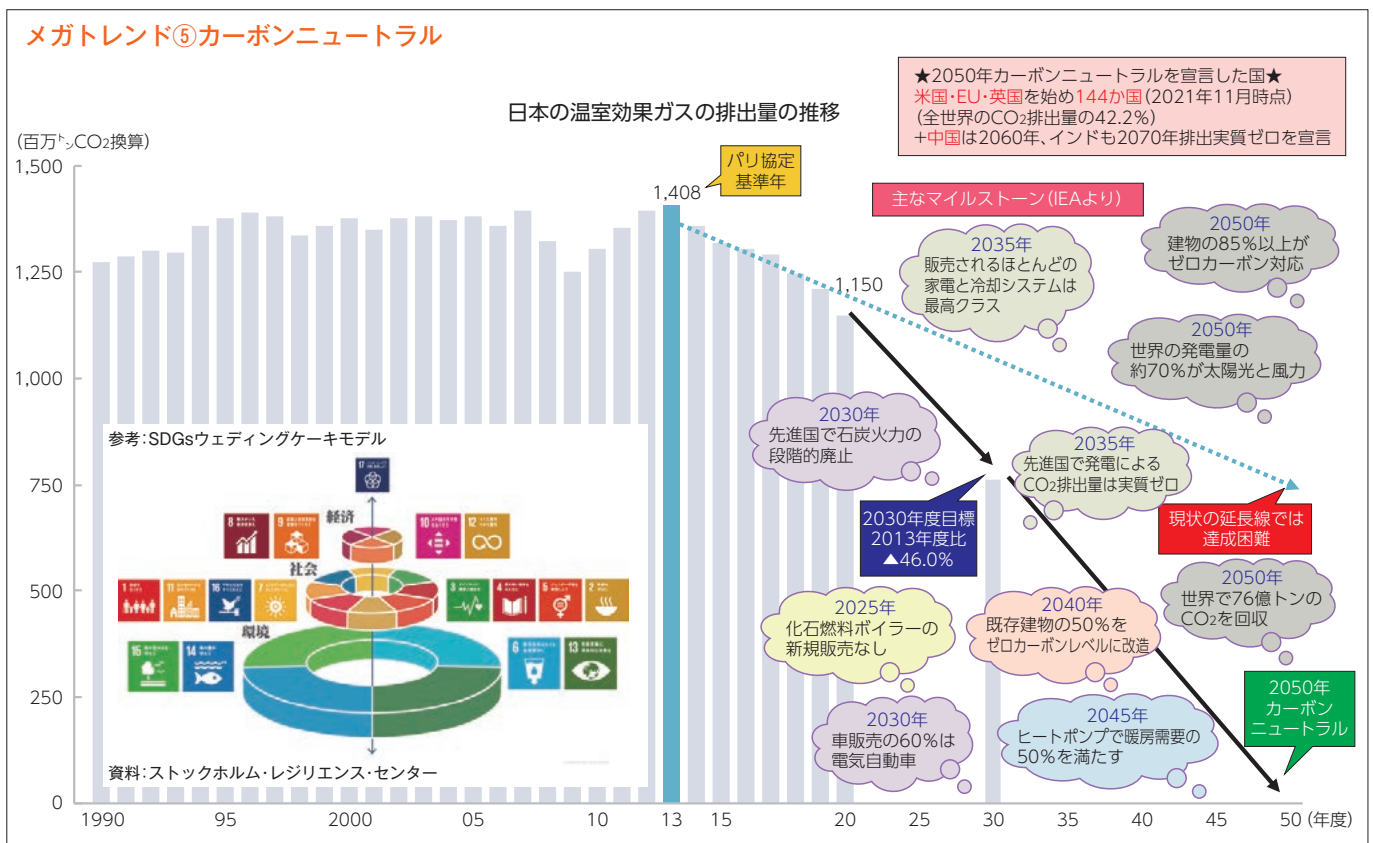
日本のCO₂の排出量は、世界全体の約3%を占めているが、2030年に2013年と比べて▲46%、2050年にCNを達成することが目標として掲げられている。CO₂排出量は2020年度まで7年連続で減少しているものの、**現在の減少率を単純に維持しただけではCNの達成は困難**である。そのため、CNという高い目標から逆算して、これまでの**延長線上にはないイノベーション**を起こしていかなければならない。

地域の企業にとっては、CNを制約条件やコストアップ要因としてとらえるのではなく、社会的使命として考えると同時に**ビジネスチャンスとしてとらえ**^{ひとこと}、**他人事ではなく自分事**として、当事者意識

を持って、持続可能なビジネスの中で、利益を生み出しながら取り組むことが重要である。逆に言うと、**CNに対応しない企業は生き残ることができない**という強い意識を持つ必要がある。

具体的には、**再生可能エネルギー**や**水素**などに関する直接・間接的なビジネスチャンスはもちろん、CNに取り組むことで、①サプライチェーンでつながる企業から取引を打ち切られるリスクを回避するとともに、CNを武器に**新たな取引先を開拓**することができる、②**環境に配慮した商品やサービスの購入ニーズ**を取り込むことができる、③社会問題や環境問題に関心が高い若い世代(いわゆるZ世代)の支持を集め、優秀な**人材を確保**しやすくなる、④**補助金や税制優遇を受けやすくなる**ほか、金融機関や資本市場からより**良い条件で資金を調達**しやすくなる、などのチャンスが生まれると考えられる。

主要国の政権交代や政策変更、地政学リスクの高まりなどで一時的にCNの潮流が後退することはあっても、中長期的に大きなテーマであり続けると考えられるため、企業も中長期的な目線で、先を見据えた対応をすることが重要である。



資料:国立環境研究所「日本の温室効果ガス排出量データ」などをもとにIRC作成

【おわりに】

企業が持続的な成長を実現するにあたっては、環境変化に的確に対応することが重要である。今後30年間で、これまでの30年以上の劇的な変化が起これと考えられるなか、環境変化に柔軟かつ的確に対応していくためには、経済や社会の「メガトレンド」や、自社や業界を取り巻く環境変化を念頭に置いた上で、「今」すべきことに取り組む、すなわち、将来を見据えて自社の経営や事業計画を見直すとともに、不確実性が高まる中であっても常に変化を先読みして次の打ち手を考え、そして、変化をチャンスに変えていくことが重要である。そのためには、普段から徹底的に自社の経営を考え抜き、時間軸の中で自分なりの仮説を立案し、試行錯誤を繰り返しながら実践するという姿勢を持ち続け、そのための努力を積み重ねなければならない。

経営に関して考える際、さまざまな「経営理論」や、各々が「経営の師と仰ぐ人の教え」を「思考の軸」として活用することが有効である。

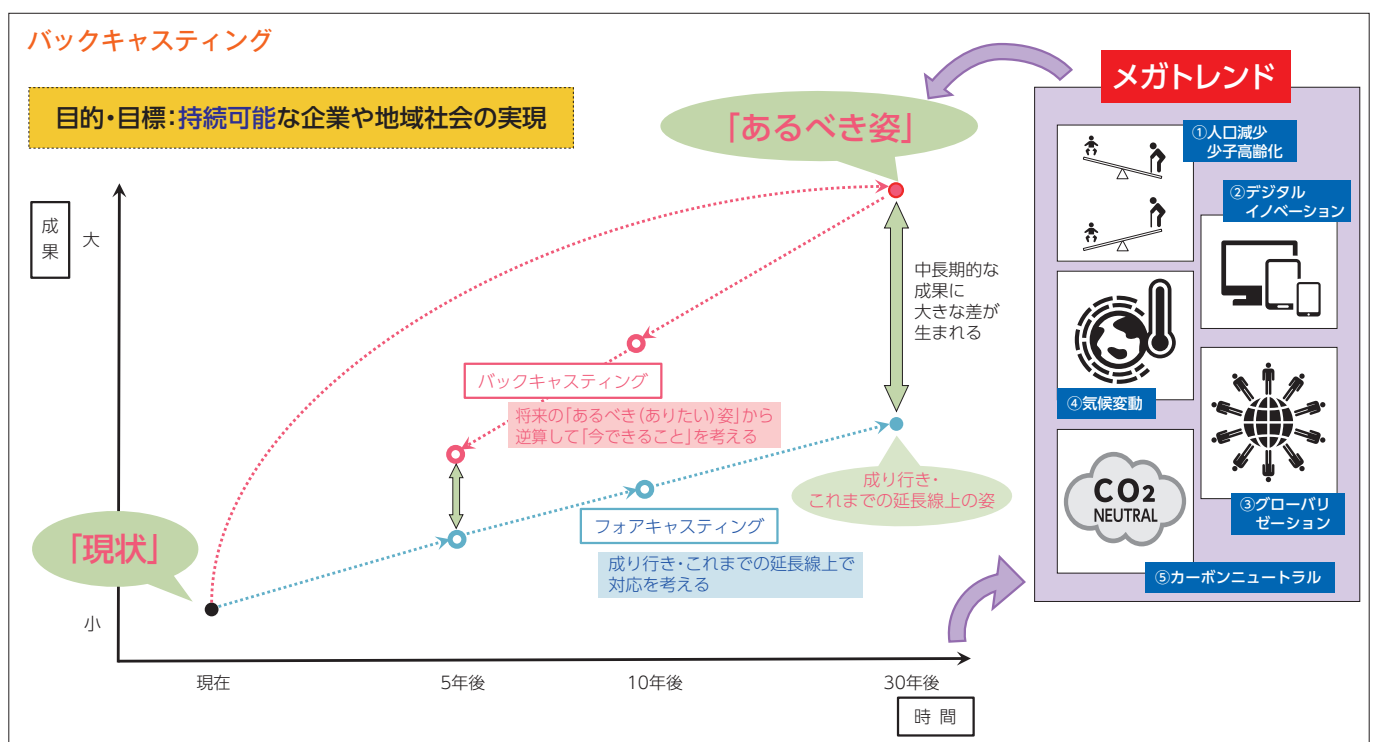
たとえば、不確実性が高く、現在と非連続の変化が発生する状況においては、「バックキャスト」の考え方が重要である。これは、これまでの延長線上、積み上げで経営を考えるアプローチ（フォアキャスト）ではなく、たとえば「2050年カーボンニュートラル実現」のように、現在とは非

連続の、「大胆なあるべき姿」や「野心的な変革目標」を描き、ゴールから逆算して「今」すべきことを検討するという考え方である。バックキャストの考え方を経営に落とし込む、すなわち、「現状」と「あるべき姿」とのギャップを埋めるためにすべきことを検討し、実践に移す際のツールとして、「経営デザインシート」の活用が効果的である（次ページ参照）。

また、中長期的な「あるべき姿」を構想した上で、今の事業に磨きをかけながら（深化）、一方で未知の分野も探る（探索）ことでイノベーションを起こし、新たな分野に取り組んでいくという「両利きの経営」や、競争相手の多いマーケットで血みどろの戦いをするのではなく、競争を避け、自分が絶対に勝てる分野で新たな需要を主体的に作り出すという「ブルーオーシャン戦略」などの最新の経営理論も、不確実性の高い時代を生き抜くためには重要な考え方である。

そして、地域のそれぞれの企業が、自社の持続的な成長に向けた、将来を見据えた取組みにチャレンジし、それを地域全体で積み上げることで、30年後も持続可能な地域、豊かで明るい社会を実現することができるのではないだろうか。

（文責：IRC）



【参考】経営デザインシートの活用

【経営デザインシートとは】

バックカスティングの考え方を実践に移すためのツール・フレームワーク（内閣府知的財産戦略推進事務局が制定）。

- ① **自社の現状**（強みや課題、ビジネスモデルなど）を棚卸し、② **経済・産業の中長期的な「メガトレンド」**を把握した上で、③ **自社の「あるべき姿」**を描き、④ **「あるべき姿」と「現状」のギャップを埋めるためにすべきこと**を考える。

経営デザインシート（松山商工会議所Ver）		企業名	作成年月日
将来構想のキャッチフレーズ ③ 自社のあるべき姿			
これまでどうだった？ 誰に (どのようなターゲットに) 何を (商品・サービス・提供価値) ① 現状 どのように (提供方法・チャネル・価格など) 強み・セールスポイント（コアコンピタンス）		20XX年にはこうしたい！ 誰に (どのようなターゲットに) 何を (商品・サービス・提供価値) どのように (提供方法・チャネル・価格など) 20XX年の外部環境 ② 経済や産業のメガトレンド	
20XX年に向けていまからどうするか（「これまで」と「20XX年」とのギャップを埋めるために） ④ 「あるべき姿」と「現状」のギャップを埋めるためにすべきこと			

※松山商工会議所では、内閣府制定のひな型を一部変更し、「松山商工会議所Ver」として利用している

【作成・活用のポイント】

- ✓いきなり「30年後」を考えるのが難しい場合は、たとえば5年後、10年後でも良いので、まずは、社内の関係するメンバーを巻き込みながら、自社の将来像を考えてみる
- ✓すべての項目を埋めるが難しい場合は、埋めることのできる項目だけでも作成してみる
- ✓最初から完璧な内容を作ることを目指すのではなく、走りながら都度内容を修正する
- ✓作成して満足するのではなく、作成した後は、実際に長期ビジョンや経営計画に内容を落とし込み、短期的な目標や行動計画を作成し、PDCAのサイクル（Plan→Do→Check→Actのプロセスの繰り返し）を回して内容を継続的にレベルアップさせる
- ✓自社の将来像や方向性を社内外のステークホルダー（仕入先や販売先、従業員、株主、地域社会など）と共有するツールとして活用する

資材価格高騰に立ち向かう 地場工務店の取組

はじめに

住宅業界は外部環境の変化により転換期を迎えている。長期的には、人口減少により県内の2040年の住宅着工は20年比で約6割減少すると推計される（IRC Monthly 21年5月号）。一方、足元では2021年からの木材価格や資材価格の高騰が業界に大きな影響を及ぼしている。

今回のレポートでは、注文住宅建築の約半数を担う地場工務店に焦点をあてて、喫緊の課題である資材価格高騰の影響に対する取り組みを調査した。

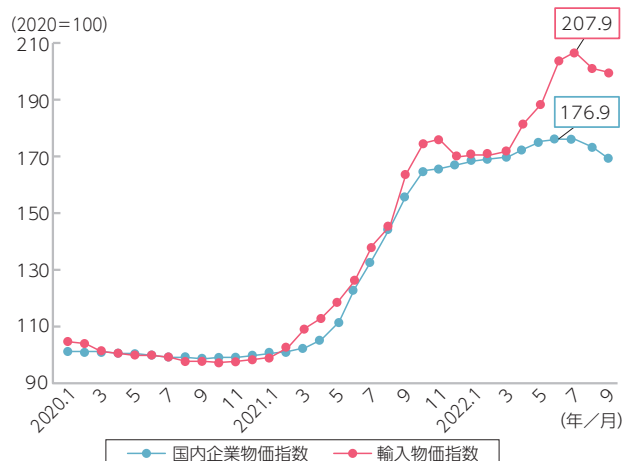
1. コロナ下の住宅業界における変化

① ウッドショック

ウッドショックとは、世界的な木材需給の逼迫から、価格の急騰や調達難といった事態が生じた現象を指す。発端は、2020年後半、新型コロナウイルスによる生活様式の変化に伴い、米国で新築需要が急増したことである。また、同時期に中国でも木材需要が高まったことも価格高騰の一因となっている。さらに、世界的なコンテナ不足による輸送費の高騰も影響している。日本の木材自給率は41.1%（2021年）で近年は上昇基調にあるものの、約6割を輸入木材に依存している。そのため、輸入木材の価格高騰が日本の住宅建築市場にも大きな影響を与えている。

木材・木製品の輸入物価指数は2021年3月から急激に上昇した（図表-1）。輸入木材の代替需要が増加したことで、国産材価格も高騰し、国内企業物価指数も176.9（2022年6月）まで上昇した。足元ではピークは越えつつあるものの、ロシア・ウクライナ紛争や円安などの影響もあって高止まりしている。

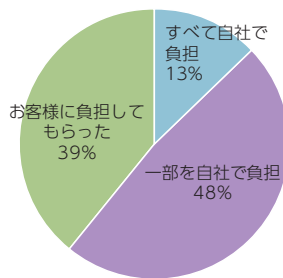
▶【図表-1】木材・木製品の国内企業物価指数、輸入物価指数



③ 工務店への影響

「ウッドショックによる工務店影響調査(第2回)」によると、2021年8月時点では、価格転嫁は十分に進んでおらず、約6割の工務店が木材価格高騰によるコストアップを自社で負担し、うち13%は「すべて自社で負担」と答えた(図表-2)。想定を上回る価格上昇ペースに対応できず、収益圧迫を強いられた様子が見て取れる。

▶【図表-2】木材価格の高騰によるコストアップの負担



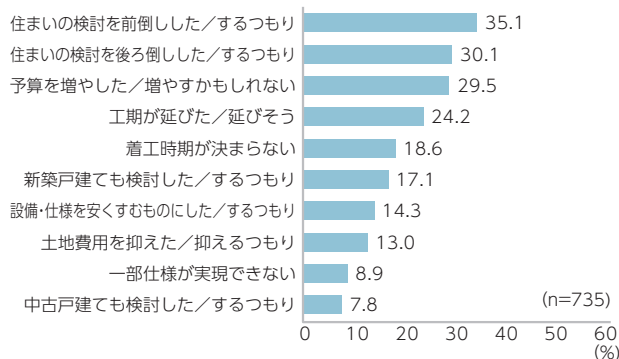
資料: 全国建設労働組合総連合「ウッドショックによる工務店影響調査(第2回)」
注: アンケート実施期間: 2021.8.6~2021.8.30
注: 回答者は愛媛県内の工務店を含む32都道府県273社

④ 消費者への影響

2021年夏に行われた「注文住宅動向・トレンド調査」によると、注文住宅を検討した人のうち約4割がウッドショックの影響があったと回答した。具体的な影響としては、住まいの検討の「前倒し」や「後ろ倒し」、「予算の増額」などが多かった(図表-3)。

足元では住宅メーカーによる住宅価格への価格転嫁が着実に進んでおり、アンケート実施時点よりも影響を受ける人がさらに増えていることが予想される。

▶【図表-3】ウッドショックの影響



資料: SUUMOリサーチセンター「2021年注文住宅動向・トレンド調査」
注: アンケート実施期間: 2021.7.30~2021.8.11
注: 対象は今後2年以内に戸建て(新築・建て替え注文住宅)の建築を検討している人

【コラム】愛媛県内の住宅着工戸数は一進一退

県内の住宅着工戸数は消費増税や新型コロナの影響を受けながらも、低金利や住宅ローン減税などに支えられ、一進一退で推移している。

今年の月別着工戸数をみると、「持家(注文住宅)」は5月以降、4ヵ月連続で前年を下回っており、前年同期比(1月~8月)11.7%減となっている。一方、「分譲一戸建(建売)」はほとんどの月で前年を上回っており、前年同期比27.2%増となっている(図表-4)。全国でも同様の動きがみられる。

注文住宅と建売住宅が逆の動きを示す背景には、住宅価格上昇を受けて、相対的に価格の低い建売住宅の需要が増加したと考えられる。実際、県内の建売住宅の販売業者によると、「住宅価格が上がったことで、注文住宅検討層からの引き合いが増えている」という。住宅価格高騰の影響が住宅着工に反映されつつある。

▶【図表-4】2022年の持家と分譲一戸建の着工戸数(愛媛県)
(単位: 戸、%)

2022年	持家	前年同月比	分譲一戸建	前年同月比
1月	203	▲16.1	50	▲3.8
2月	264	3.5	69	43.8
3月	269	▲7.9	61	1.7
4月	276	1.1	79	102.6
5月	236	▲31.0	58	20.8
6月	317	▲14.6	98	71.9
7月	260	▲17.5	45	▲25.0
8月	306	▲5.0	64	33.3
計(1月~8月)	2,131	▲11.7	524	27.2

資料: 国土交通省「建築着工統計」

2. 県内工務店の現状

2022年6月~8月にかけて、注文住宅を主体とする県内工務店13社に対し、資材価格高騰の影響や今後の見通しについてヒアリング調査を行った。

~ヒアリング結果~

① 木材調達(一部で資材調達に遅れが発生)

13社中6社が輸入材を利用しており、一部の工務店ではコンテナ不足による物流の停滞で資材調達に遅れが発生した。仕入先の木材在庫がなく、急ぎょ調達先を増やして対応した工務店もあった。国産材も代替需要の急増で価格高騰、品薄の状態が続いた。

「工期が大幅に遅れたことはなかった」という声が多くある一方で、「一時は木材供給がストップして着工できずどうしようもなかった」との声も聞かれた。

②価格転嫁状況〈価格転嫁できず全社採算が悪化〉

すべての取材先でウッドショックにより採算が悪化した。18頁の図表－1のとおり、昨年の木材価格は上昇の一途をたどっていたため、契約後の上昇分は工務店側が負担せざるを得なかったという。

「契約後に追加費用の交渉をしたが応じられなかった」「木材価格の上昇ペースに価格転嫁が追いつかず利益を圧迫した」との声が多数聞かれた。工務店の中には、契約済の数十棟のコスト上昇分を100%自社で負担したため、今期の業績は赤字を見込むところもあった。

③販売価格の変化〈約2割上昇〉

前述のとおり、当初(2021年後半)は工務店側がコスト上昇分を負担していたため、販売価格(建築費)への影響は限定的であったが、足元では価格転嫁が進んでいる。木材以外の資材価格も軒並み上昇しており、ウッドショック前と比較して、販売価格が2割程度上昇したという。上昇幅は工務店によって異なるが、1棟あたり300万円～500万円の値上げとなっているようだ。以下に公的なデータを用いた推計を示す(図表－5)。

④顧客への影響〈価格に敏感な顧客が増加〉

価格が転嫁されるにつれて、価格上昇に対する不安や心配の声が聞かれるようになった。

住宅の購入意向があっても、「価格が下がるまで待ちたい」「予算が足りない」という声を聞くようになったという。

こうした値上げによりすでに一部で起こっている動きとしては、①予算に合った住宅メーカーへのシフト、②注文住宅以外(建売・中古住宅)の購入、③住宅メーカーは変えず、土地の見直しや住宅設備のダウングレードが挙げられた。つまり、これまで通りのアプローチ方法だけでは、集客できても予算が合わずミスマッチが発生するケースなどが想定される。住宅価格上昇に対する顧客の動きを踏まえ、環境変化への対応策が必要となるだろう。

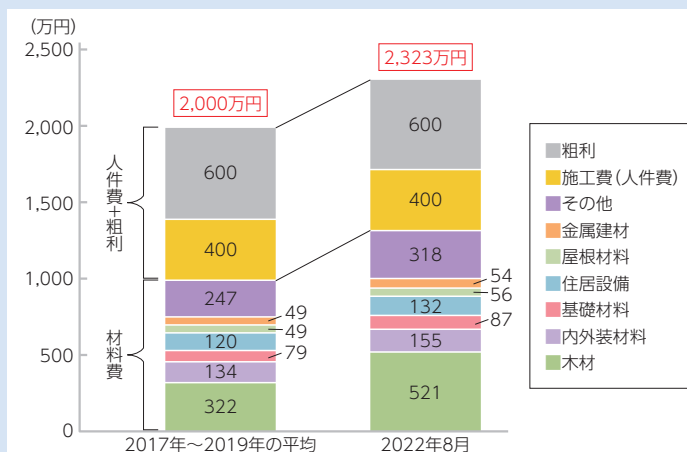
⑤今後の見通し〈当面は高止まり〉

多くの工務店で、「人件費を含め、住宅建築にかかるすべてのものが上がっている」との声が聞かれた。木材価格は落ち着きつつあるが、世界的なインフレや円安などの状況から、資材価格や住宅設備価格の先行き不透明感が強く、業界内では、当面は高止まりするとの見方が強い。

【試算】資材価格高騰で材料費が323万円上昇

一般的に、木材住宅の売上(販売価格)に占める材料費の割合は約50%と言われている。販売価格が2,000万円の住宅の場合、条件は変わらないものとする、資材価格の高騰で材料費が323万円値上がりしたと推計される(図表－5)。うち、最も上昇したのは「木材」(322万円→521万円)でウッドショック前と比べて61.8%増となった。材料費以外の人件費や輸送費の上昇を考慮すると、300万円～500万円の値上げは妥当だといえる。

▶【図表－5】資材価格高騰前後の建築費内訳(推計)



注:一般社団法人建築物価調査会のデータをもとに、2017年～2019年の平均と2022年8月の数値を比較。木造住宅の工事内容をウエイトで分析。主な工事に関して同調査会の「基準建築費指数」をもとに建築費の値上がり率を計算。主な工事以外の費用(価格)は、工事費全体の数字を適用

3. 環境変化に対する工務店の対応策

取材をもとに、住宅価格上昇という環境変化への対応策として、①アプローチ方法の見直し、②顧客との信頼関係づくり、③注文住宅以外の事業展開の3つにまとめた。なお、これらはウッドショック前から重要視されていたが、住宅価格上昇を受けて、その必要性が再認識されており、対応策が求められている。

① アプローチ方法の見直し

アプローチ方法の見直しに対する課題認識について、地場工務店の生の声は以下のとおり。



ここ数年の受注状況に大きな変化はなく、今後も一定の新築需要は続くと思っている。住宅価格上昇による買い控えは感じられないが、客層が変化しつつある。



住宅価格が上がったことでターゲット層が変わりつつあると実感している。これまで自社の顧客層ではなかった大手ハウスメーカー購入層へのアプローチも今後は必要になる。

予算のミスマッチを防ぐためにも、自社のターゲット顧客や潜在顧客に適切かつ効果的にアプローチすることが重要である。ヒアリングに基づき、右表にここ3年間の集客方法の変化をまとめた(図表-6)。

① 紙媒体からweb媒体へ

工務店側のアプローチ方法は紙媒体からweb媒体に変わりつつある。費用対効果が低い紙媒体の広告を廃止した工務店もあれば、紙媒体を残しつつネット集客に力を入れている工務店もある。

SNS広告は13社中9社がこの3年間で新たに導入していた。紙媒体では接点を持つことができなかった県外在住の愛媛県出身者にもアプローチできるようになり、顧客のすそ野が広がったとの声もあった。

▶【図表-6】ここ3年間の集客方法の変化

	モデルハウス (総合展示場・単独展示場)	【紙媒体】			【web媒体】				
		折り込みチラシ	ポスティング	フリーペーパー	自社ホームページ	Instagram	YouTube	Facebook	SNS広告
A社	○	△	△	△	◎	◎	★	○	★
B社	○	×	×	×	◎	◎	★	○	★
C社			×		◎	◎	★	○	
D社	○			○	◎	★		○	
E社			×	×	◎	◎	★	○	★
F社	○	○		○	○	◎		○	★
G社	○			○	○	◎		○	
H社	○		○		◎	★	★		★
I社		△		○	◎	★	★	○	★
J社			△		○	★		○	
K社	○		○	○	◎	★	★	○	★
L社	○	○		○	◎	★		○	★
M社	○	○	○	○	◎	★	★		★

◎強化 ★新規開始・開設 ○継続実施 △縮小(スポット利用) ×廃止
注:ヒアリングにもとづきIRC作成

競合他社もネット集客に力を入れるなか、ホームページやSNS上でいかに他社との差別化を図るかがこれまで以上に重要になっている。また、対面だけでなく、SNS上で口コミが共有される現代社会において、口コミを誘発・拡散する仕掛けづくりも必要となるだろう。

② ネット集客で新規顧客にアプローチ

集客の最終目的は成約につなげることである。Instagramやホームページ経由の問い合わせや来店が増えたとの声が多くある一方で、効果の検証が不十分で改善が必要との声が聞かれた。

中には、顧客の流入経路を把握するために、展示場の来場者アンケートを全面的に見直したり、自社でマーケティング部門を立ち上げ、データ分析を行う工務店もあった。購買行動を把握し、広告宣伝費を適正に分配することで効率的な集客につな

がる。

前述のとおり、資材価格高騰による住宅価格の上昇で顧客層に変化が生じている。不特定多数に向けた紙媒体とは異なり、ターゲットを絞ったアプローチやデータの分析ができるweb媒体のメリットを生かすことで、ミスマッチの解消を図るとともに、新たな顧客層を取り込むことができるのではないだろうか。

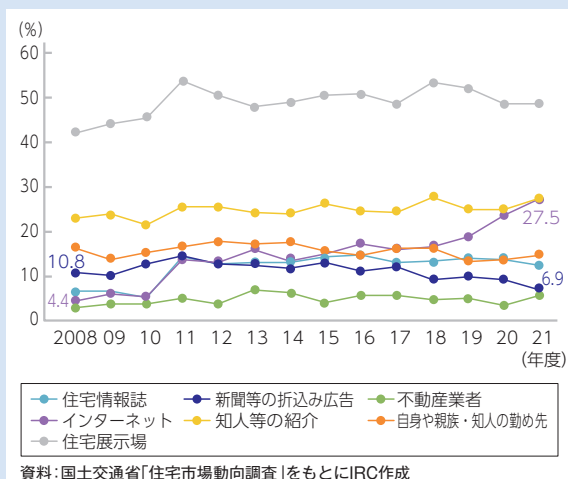
【コラム】増える「ネット経由」の情報収集

工務店がネット集客を強化する背景には、消費行動の変化がある。

注文住宅購入における情報収集は、住宅展示場や紹介が主流でその傾向に大きな変化はみられない(図表-7)。しかしここ数年、情報収集として「インターネット」が急増しており、直近(2021年度)では27.5%と「住宅展示場」に次ぐ情報収集方法となっている。一方、「新聞等の折込み広告」はインターネットの利用拡大により、その地位が低下している。

コロナの流行とも相まってネットを起点とした情報収集が当たり前になりつつある。工務店経営者の間では、情報収集する場所が展示場からネットに変わったことで、展示場は比較検討の場という側面が強くなったという声が聞かれた。

▶【図表-7】注文住宅における施工者に関する情報収集方法(複数回答)



02 顧客との信頼関係づくり

顧客との信頼関係づくりに対する課題認識について、地場工務店の生の声は以下のとおり。



住宅価格は高止まりが予想されるなか、予算内でどのような家を提案できるかというコンサル営業が大切である。



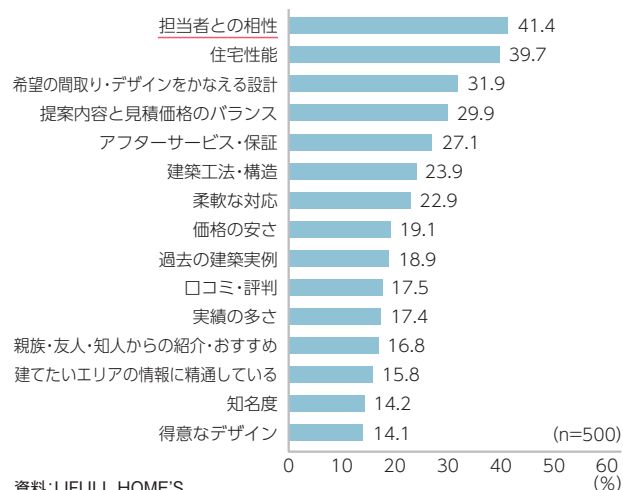
大手ハウスメーカーは将来を見据えて住宅事業を縮小させるだろう。顧客の細かなニーズに応えられるのは地場工務店だと思う。

顧客接点の入り口はネットに変わりつつあるが、多くの工務店経営者は、「最後は人の力が大切」と話す。設計の自由度が高い注文住宅の場合、顧客との密接なコミュニケーションが必要である。

近年は、住宅性能を重視する顧客が増えている一方で、最終的に家を建てる住宅メーカーを選んだ決め手は、「担当者との相性(41.4%)」が最も多い(図表-8)。

取材では、「他社で契約が決まりかけていた顧客が自社に流れてきた」という声があった。理由を尋ねると、資材価格高騰への説明が不十分であったため、見積り時と契約時の建築費に大幅な乖離があり、担当者への不信感が募ったのだという。価格に敏感な顧客が増えているなかで、これまで以上に顧客に寄りそった丁寧な対応が求められる。ある工務店では、予算だけでなく、月々の返済可能額や年収、家族構成などの属性をヒアリングしたうえで、必要に応じて土地の変更や住宅設備のグレードダウンなどを提案しているそうだ。

▶【図表-8】最終的に家を建てる会社を選ぶ決め手となったこと(複数回答)



資料: LIFULL HOME'S
注: アンケート実施期間: 2022.8.26~2022.8.30
注: 対象者は過去3年以内に注文住宅を建てた20~69歳の男女

③ 注文住宅以外の事業展開

注文住宅以外の事業展開に対する課題認識について、地場工務店の生の声は以下のとおり。



今後、住宅価格が高止まりすれば住宅購入意欲の低下が懸念される。事業継続のためには、注文住宅以外の事業拡大を本気で考えなければならないが、現在の人員体制では対応が難しい。

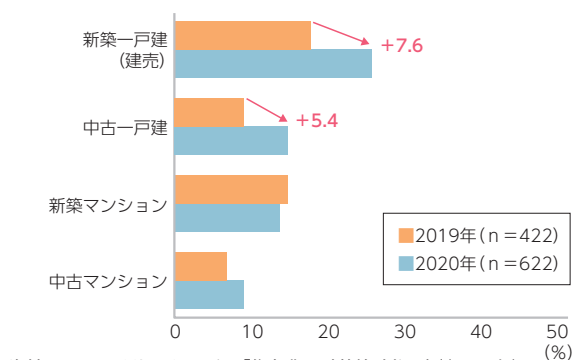


住宅価格上昇に加え、今後金利が上がれば新築市場は厳しいだろう。

注文住宅検討者のうち、並行して新築一戸建(建売)と中古一戸建を検討している人が増加している(図表-9)。足元の住宅価格高騰を受け、その傾向はさらに高まっていると考えられる。県内のある工務店では、空き家の流通促進のため、リフォーム事業で得たノウハウを生かし中古住宅の買取再販を行っている。ウッドショック前から始めた事業だが、足元の住宅価格上昇を受けて、「今後、予算が合わず新築購入を諦める人を取り込むチャンスだと捉えている」との声があった。環境変化と自社の強みを掛け合わせた事業展開が新たなニーズにつながる可能性がある。

将来的な住宅市場縮小を見越して、新築以外のリフォーム業や非住宅事業に参入している工務店も少なくない。住宅事業に限って言えば、人材の確保や土地の確保といった課題はあるが、建売住宅や中古住宅、リフォーム・リノベーション事業への参入・強化という戦略も選択肢の1つとして考えられる。

▶【図表-9】注文住宅購入検討者の並行検討状況



4. まとめ

資材価格の高騰は県内工務店に大きな影響を与えている。足元では価格転嫁が進み、住宅価格は上昇傾向にある。そうしたなか、工務店には環境変化に対する柔軟性が求められる。

住宅業界では、資材価格高騰のほか、省エネ基準適合の義務化や空き家の増加など、課題が山積している。地場工務店には地域の暮らしを「造る・守る・支える」という役割が今以上に求められるだろう。環境変化に柔軟に対応し、ピンチをチャンスに変えて工務店の持続発展に期待したい。

(續木 美和子)

～地場工務店の取組事例～

【ネットを活用した集客強化を図る】



株式会社mantenは、ホームページとInstagramを中心としたネット集客の強化を図っている。社長の日山氏は、資材価格の高騰で厳しい環境下にあるとしつつも、「これを機に比較的高価格の大手ハウスメーカーで購入していた層を取り込める可能性がある。やり方次第ではチャンスが広がるかもしれない」と話す。

想像以上に見てくれる人が多いというInstagramは約3年前に始めた。現在のフォロワーは3,711人(2022.11.21時点)。「大工のいる工務店」という強みを発信するために職人の日常や施工事例を積極的に掲載している。写真には、テレビや家具のサイズ、キッチンのメーカーなどを手書きで記し、職人の視点で情報発信を行い、他社と差別化している。ホームページとSNSと連動させるため、新たにトップページにアイコンを設定した。日山氏は「ネット集客を強化し、潜在顧客の発掘や新たな顧客層へのアプローチを図りたい」と話す。

株式会社manten

事業内容: 新築(注文住宅)、リフォーム、店舗
設立年: 2015年
従業員数: 15人



SDGsとデジタル化

京都大学公共政策大学院 教授
株式会社伊予銀行 顧問

岩下 直行



SDGs(Sustainable Development Goals=持続可能な開発目標)に関する啓発活動は、日本国内でも広がりを見せている。メディアで、職場で、学校で、SDGsという言葉を書かない日がないほどだ。SDGsのシンボルである17色に彩られた円形のバッジを身につける人も増えてきた。

SDGsとは、2015年の国連総会で採択された、持続可能で多様性と包摂性のある社会を実現するための、2030年を年限とする17の国際目標のことである。日本では、「持続可能」という言葉が強調され、もっぱら環境問題を解決することだと認識する人が多いが、その成立の経緯や17の目標の内容をみれば、そのカバレッジはもっと幅広いものであることがわかる。

SDGsの源流は1961年にまで遡る。当時、アジアやアフリカで植民地支配を受けていた国々が相次いで独立し国連に加盟した。その多くが発展途上国であり、先進国との経済格差は大きかった。1961年に米国大統領に就任したジョン・F・ケネディは、国連総会で演説し、発展途上国の開発を先進国が支援する枠組みを提唱した。この提案を受けて発足したのが「国連開発の10年(UNDD)」である。

UNDDは、1970年、80年、90年に更新され、開発支援の枠組みが整備されていった。しかし、支援を受けて経済成長に成功したとしても、国内の社会制度に偏りがあれば、成長の果実は国民に均霑することなく、一部の支配者階級を潤すだけになってしまう。また、世界全体で経済成長が進むと、資源の浪費や環境汚染といった新たな課題が指摘されるようになった。特に、二酸化炭素の排出による地球温暖化問題が深刻化する

と、望ましい経済成長とは何かを再考する必要が生じた。

2000年の国連総会では、こうした新たな問題を包摂する形で、千年紀の新たな開発目標として、MDGs(Millennium Development Goals)が採択された。その開発目標が2015年に更に精緻化されたのがSDGsなのである。つまり、SDGsの主眼は、主として発展途上国を経済成長させることにある。だから、「目標①」は貧困の改善、「目標②」は飢餓の撲滅なのだ。ただし、その成長が環境破壊に繋がらないようにするとか、ジェンダー問題や差別を解消しつつ実現することが求められている。

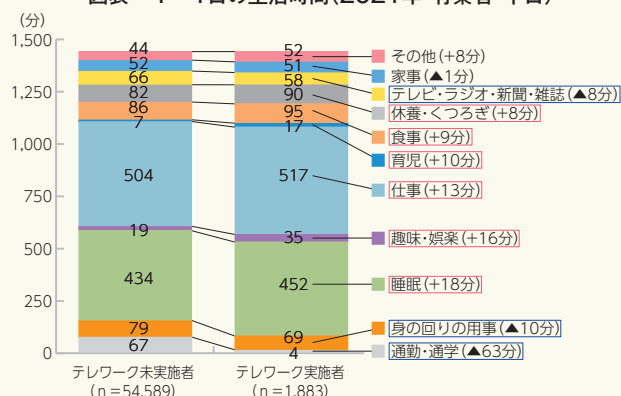
こうした大きな流れの中で考えると、先進国である日本がSDGsに向けて取り組むべき課題は何なのだろうか。第一義的にはODAなどを通じて途上国の成長を支援することが求められる。それに加えて、地球環境問題、特に気象変動や海洋資源に関する世界への責任を果たしていくことが重要だ。そのために必要なのは、産業のデジタル化なのである。

DXとGX(グリーントランスフォーメーション)とは車の両輪とよく言われる。日本が二酸化炭素排出削減の国際的な公約を達成するのは、現在のような伝統的な製造業中心の産業構造のままではなかなか難しい。米国のGAFAは情報を取り扱う産業であり、資源消費と環境負荷を抑えつつ、経済を活性化させていると評価できる。地球環境問題の解決に繋がる近道は、かつての大量生産、大量消費型の、モノ中心の産業構造から、情報を中心とする新しい産業構造にシフトしていくことこそが大切なのである。



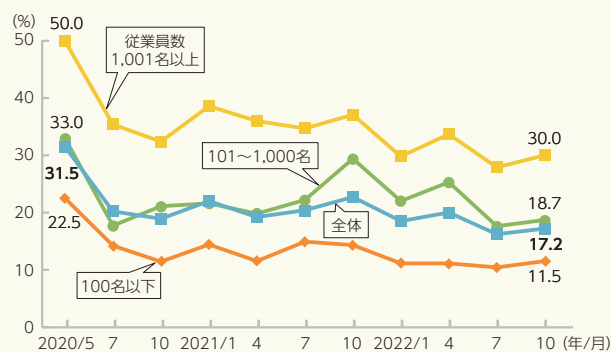
テレワークによってWLBが改善 ～企業規模や業種に応じたリアルとリモートの使い分けが重要～

図表－1 1日の生活時間(2021年・有業者・平日)



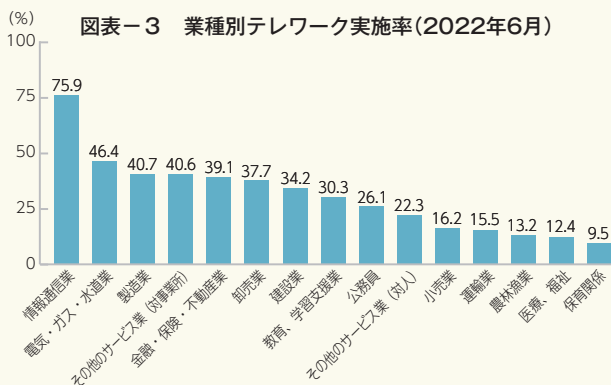
資料：総務省「社会生活基本調査」 ()の時間はテレワーク未実施者との比較

図表－2 従業員規模別・テレワーク実施率



資料：日本生産性本部「第11回 働く人の意識調査」

図表－3 業種別テレワーク実施率(2022年6月)



資料：内閣府「第5回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識行動の変化に関する調査」

テレワークの普及は一部の人に生活時間の変化をもたらしている。2021年10月における有業者の平日の生活時間をみると、テレワーク実施者は未実施者と比べて、「通勤・通学」と「身の回りの用事」(出勤準備や化粧など)の合計が73分短い一方で、「睡眠」(未実施者比+18分)や「趣味・娯楽」(同+16分)、「育児」(同+10分)、「休養・くつろぎ」(同+8分)、「学習・自己啓発」(同+5分)などの時間が長くなっている(図表－1)。テレワークは、就業者のワークライフバランス(WLB)の改善に一定の効果があるようだ。ただし、「仕事」(同+13分)が長くなるなど、必ずしも業務の効率化につながっているわけではない。ニッセイ基礎研究所の調査によると、コロナ禍でテレワークを経験した人のうち、生産性が「(やや)向上した」と回答したのは23%で「(やや)低下した」の37%を下回っている。

テレワーク実施率は、コロナ流行直後の2020年5月の31.5%から、2022年10月には17.2%に低下している(図表－2)。生産性の向上やコミュニケーションの円滑化などを目的に、テレワークからリアル出勤に戻す企業も増えているようだ。なお、企業規模が大きいほど実施率は高いが、全体的に実施率は低下傾向にある。

また、業種別のテレワークの実施率をみると、「情報通信業」の75.9%から「保育関係」の9.5%まで、大きな差異がある(図表－3)。

企業規模や業種、業務内容によってテレワークの導入・活用余地や、メリット・デメリットは千差万別だ。企業の状況や目指すべき姿に応じ、リアルとリモートを適切に組み合わせ、生産性の向上と従業員のWLBの改善の両立を実現することが重要ではないだろうか。

(岡田 栄司)



持続可能な未来へ！今から始めるSDGs

SDGsへの取組は進んでいるのか？

エスディーゼス

SDGsは、2015年に国連の持続可能な開発サミットで採択された世界共通の目標で、2030年に向けた世界的な優先課題および世界のあるべき姿を明らかにしている。

折り返し地点にあるSDGsだが、今回は西条市(行政)および企業の事例など、県内の取組状況を中心に紹介する。

[PICK UP]

【西条市】

市民総参加による自発的な行動を促す

【株式会社ヤツヅカ】

SDGsの考え方で、社員が自社の今後を考えるきっかけに

世界における日本の取組状況

ー日本の取組達成度は世界19位

国連の関連機関(SDSN)とドイツのベルテルスマン財団は毎年、各国のSDGsの達成状況を発表している。2022年版で、日本は163カ国中19位に位置する(図表-1)。

欧州勢が上位を占める構図に変化はない。日本は、スコアに大きな変化はないものの、17年の11位から順位を年々下げている。つまり、欧州など上位国に比べて、日本の取組状況は遅れている。

▶【図表-1】主要国のSDGs取組達成度ランキング(2022年)

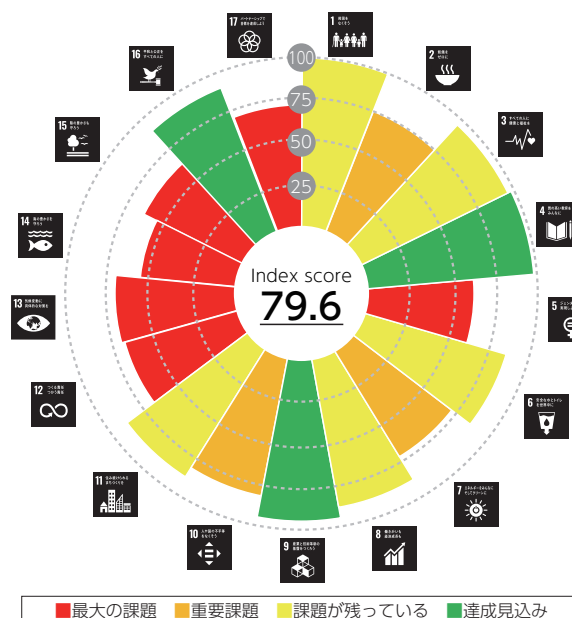
順位	国名(前年順位)	スコア	順位	国名(前年順位)	スコア
1位	フィンランド(1)	86.5	19位	日本(18)	79.6
2位	デンマーク(3)	85.6	27位	韓国(28)	77.9
3位	スウェーデン(2)	85.2	41位	アメリカ(32)	74.6
4位	ノルウェー(7)	82.3	56位	中国(57)	72.4
5位	オーストリア(6)	82.3	163位	南スーダン(164)	39
6位	ドイツ(4)	82.2			
7位	フランス(8)	81.2			
8位	スイス(16)	80.8			
9位	アイルランド(13)	80.7			
10位	エストニア(10)	80.6			

資料:Sustainable Development Solutions Network (SDSN)
「SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT」をもとにIRC作成

ーゴール5、12、13、14、15、17への取組が最大の課題

日本において、現在の取組状況では達成が危ぶまれるのは、ゴール5「ジェンダー平等を実現しよう」、ゴール14「海の豊かさを守ろう」など次の6つだ(図表-2)。

▶【図表-2】ゴール別の達成状況(2022年、日本)



資料:Sustainable Development Solutions Network (SDSN)
「SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT 2022」をもとにIRC作成

ゴール5「ジェンダー平等を実現しよう」
ゴール12「つくる責任 つかう責任」
ゴール13「気候変動に具体的な対策を」
ゴール14「海の豊かさを守ろう」
ゴール15「陸の豊かさも守ろう」
ゴール17「パートナーシップで目標を達成しよう」

具体的なターゲット項目では、図表-3に示すものなどが課題とされている。当然ながら、国や自治体の取組だけでは達成できないものも含まれる。例えば、「男女の賃金格差」(ゴール5)や「水産資源の乱用や崩壊」(ゴール14)などは、企業経営や事業活動に大きく関わる項目だ。また「電子機器廃棄量」、「プラスチックごみ輸出量」(ゴール12)などは、行政や企業とともに、個人レベルでも意識しな

ければ改善できない項目だ。つまり、企業や個人がSDGsをいかに「自分ごと」として捉えるか、が重要となる。

▶【図表－3】日本における大きな課題とされるターゲット

ゴール	内 容
1	相対的貧困率
5	国会議員の女性割合 男女の賃金格差
7	一次エネルギー供給全体に占める再エネ比率
12	電子機器廃棄量 プラスチックごみ輸出量
13	化石燃料の燃焼とセメント生産による二酸化炭素排出量 輸入に伴う二酸化炭素排出量 二酸化炭素1tあたり60ユーロとした場合のカーボンプライシングスコア
14	海洋健全度指数 水産資源の乱用や崩壊 輸入に伴う海洋生物多様性への脅威
15	淡水生態域の保護面積 絶滅危惧種のレッドリスト指数 輸入に伴う陸域生態系および淡水生態系への脅威
17	国民総所得に占める政府開発援助割合 金融秘密度指数

資料：Sustainable Development Solutions Network (SDSN)
「SUSTAINABLE DEVELOPMENT REPORT 2022」をもとにIRC作成

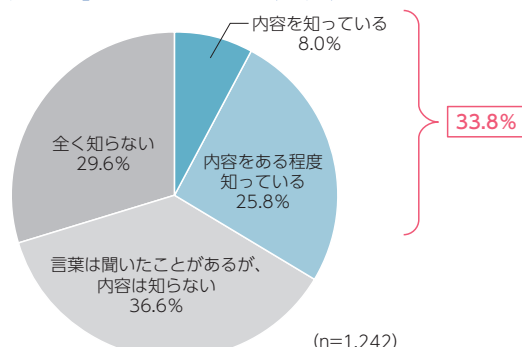
県内での取組状況

一内容まで理解しているのは3割程度

前述のとおり、SDGsの重要な課題を解決するためには個人レベルの取組も欠かせないが、県民にSDGsが浸透しているとは言い難い。

県の調査によると、SDGsの「内容を知っている」「内容をある程度知っている」のは33.8%にとどまっている（図表－4）。

▶【図表－4】SDGsの認知度（愛媛）

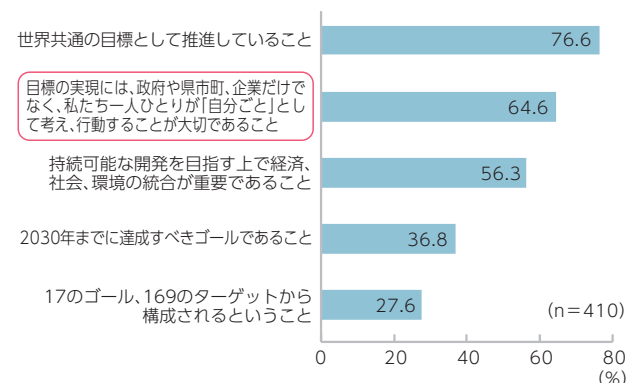


資料：愛媛県「県民生活に関する世論調査（令和3年11月）」

また、「内容を知っている」「内容をある程度知っている」と回答した人のうち、SDGsを「自分ごとと

して考え、行動することが大切」と認識しているのは64.6%だが（図表－5）、全回答者中では2割程度となり、全体ではSDGsが「自分ごと」にはなっていない。

▶【図表－5】SDGsの認知している内容（複数回答、愛媛）



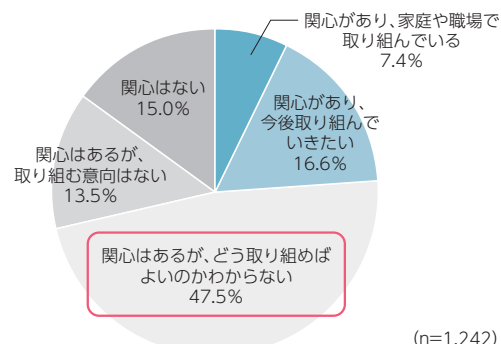
資料：愛媛県「県民生活に関する世論調査（令和3年11月）」

一取り組み方が分からない人が約半数

SDGsへの関心度では、「関心があり、家庭や職場で取り組んでいる」のは7.4%にとどまる。最も多かったのは、「関心はあるが、どう取り組めばよいのかわからない」の47.5%である。この層が行動に移すためには、具体的な取組を「自分ごと」としてイメージしていく必要があるだろう。

つまり、そうしたイメージづくりができる学びの機会があれば、行動を起こすきっかけとなり、SDGsへの取組が加速するということだ。

▶【図表－6】SDGsへの関心度（愛媛）



資料：愛媛県「県民生活に関する世論調査（令和3年11月）」

西条市は、2021年度の「自治体SDGsモデル事業」に選定された。この事業では、多くの市民がSDGsに「自分ごと」として取り組めるような仕掛けがされている。次頁でその内容を紹介する。

市民総参加による自発的な行動を促す ～西条市の取組～

カードゲームでSDGsを「知る」

西条市では、3種類のカードゲームを体験できる機会を提供し、市民にSDGsの理解を深めてもらおうとしている。「ずっと住みやすく、幸せな西条のために、どんなことができるのか」を考えるきっかけにするために取り組んでいるものだ。

カードゲームは2022年度中に全20回開催予定で、IRCは「2030 SDGs」のカードゲーム実施を担当している。ほかには、損害保険ジャパンが「The Action!～SDGsカードゲーム」を、東京海上日動火災保険が「SDGs de 地方創生」カードゲームを提供している。

これまで、小学生から70歳代までの幅広い年齢層の市民が参加しているが、参加者からはSDGsへの前向きな意見が寄せられている。



現実の生活のなかで起こっていることと結びつけて考えることができた

自身の目標や利益だけで行動するのではなく、経済・環境・社会の3側面をしっかりと意識して行動することが大事だと感じた



これまでは、自分に何ができるのかわかっていなかった。これからは(海のエコラベルなど)認証マークのついた商品を意識して購入するなど、少しずつ取り組みたい

※今後のカードゲーム開催スケジュールは以下のURLでご確認ください
<https://www.city.saijo.ehime.jp/soshiki/sdgssuishin/sdgs-cardgame.html>



インセンティブでSDGsに「取り組む」

SDGsは、行動を起こさなければ達成できない。西条市は、『LOVE SAIJOポイント』制度

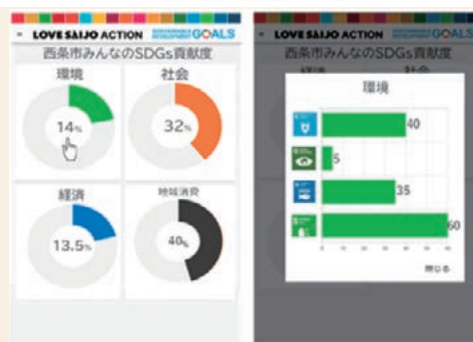
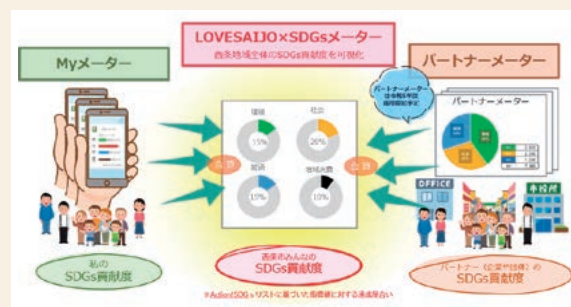
を導入し、SDGsの活動に参加した市民にポイントを付与している。市内の飲食店など、取扱店で1ポイント＝1円として利用することができるため、消費拡大や地域活性化につながり、地元店舗の魅力発見のきっかけにもなる。



メーターで取組状況を「見る」

西条市全体のSDGs推進の達成度の「見える化」にも取り組んでいる。LOVE SAIJOポイントを含む市民の行動や活動の貢献度『Myメーター』と、企業・団体の貢献度『パートナーメーター(2023年度運用開始予定)』とを合算したものを『LOVE SAIJO×SDGsメーター』として示す。

「こうして『見える化』することで、市民一人ひとりが持続可能な西条市を作り上げるという意識を持ってもらうことを狙っている」(西条市SDGs推進室 飯尾氏) そうだ。このアプリを利用するユーザーは11月1日時点で約24,900人となり、効果が表れている。



一企業はSDGsを「自社ごと」として捉える

一方、企業がSDGsに取り組むには、社員一人ひとりがSDGsを「自社ごと」として捉え、取組に積極的に関わっていくことが望まれる。

IRCではカードゲーム研修のほか、株式会社ヤ

ツツカの事例のようなニーズに合わせたワークショップも実施している。SDGsを事業活動に組み込むためのツールとして活用いただきたい。

(福田 泰三)

SDGsの考え方で、社員が自社の今後を考えるきっかけに ～株式会社ヤツツカ(伊予市)～



《会社概要》

【設立】1979年12月

【従業員数】40名

【事業内容】自動車中古部品
販売、取付、買取

株式会社ヤツツカでは、全社員でカードゲームを実施した後、選抜メンバー11人が3回にわたってワークショップ形式で持続可能な会社になるための取組を考えた。

ワーク① 自社を知る(現状把握)

第1回は、「自社を正しく知る」をテーマに、自社の事業フロー図を用いて、主な事業である中古部品の製造～販売だけではなく、総務の業務なども含めた社内外の「つながり」を確認した。

加えて、このステップでは、業務工程ごとにSDGsとのつながりを整理し、すでに自社が貢献している(SDGsの取組につながっている)点や、足りない点を「見える化」し共有できた。



ワーク② 自社の課題と今後の取組を考える

第2回は、「自社のこれからを考える」をテーマに、「自社がより働きやすい会社になるためには社会全体へより貢献できる会社になるために」といった視点で、自社の今後を考えた。

ワークでは、自分が普段困っていることや効率が悪く感じる点、今の会社に足りない点、理想の会社との違いなど、様々な

視点から問題点を個人ワーク、グループワークを通して出し合った。「作業に使う脚立の数が少ない」「仕入れた部品をオーバーホールしても再利用できず、廃棄・時間ロスになる場合がある」といった業務上の問題点や、「昼食のお弁当を支給してほしい」という個人的な要望まで、2時間余りで33のアイデアが出された。



ワーク③ 課題の解決策の検討、実践へ

第3回は、課題を解決するための取組を検討した。

①どんな課題があるか ②なぜその課題を解決したいと思うか ③どのレベルになれば達成か ④いつまでに達成するか ⑤具体的にどのような手法・順序で実行するか、を5W1Hでより明確にした。

「対策を深掘りしていくと、別で挙げた課題にぶつかる。課題を解決するためには、別の課題も一緒に考えなければならない」など、難しさもあったようだが、各自が取り組むことをメンバーおよび社長の前で決意表明し、事業活動に自分ごととして関わっていく意識が高まった。



ワークショップを終えて(八束社長コメント)



八束和志社長

ワークショップを通して、社員が事業とSDGsとの関連性を理解でき、アイデアも多く出たことが良かった。社員の発言が主体的(自分ごと)に変化しつつあることは大きな成果だった。将来も必要とされる会社を目指して、事業に取り組みたい。

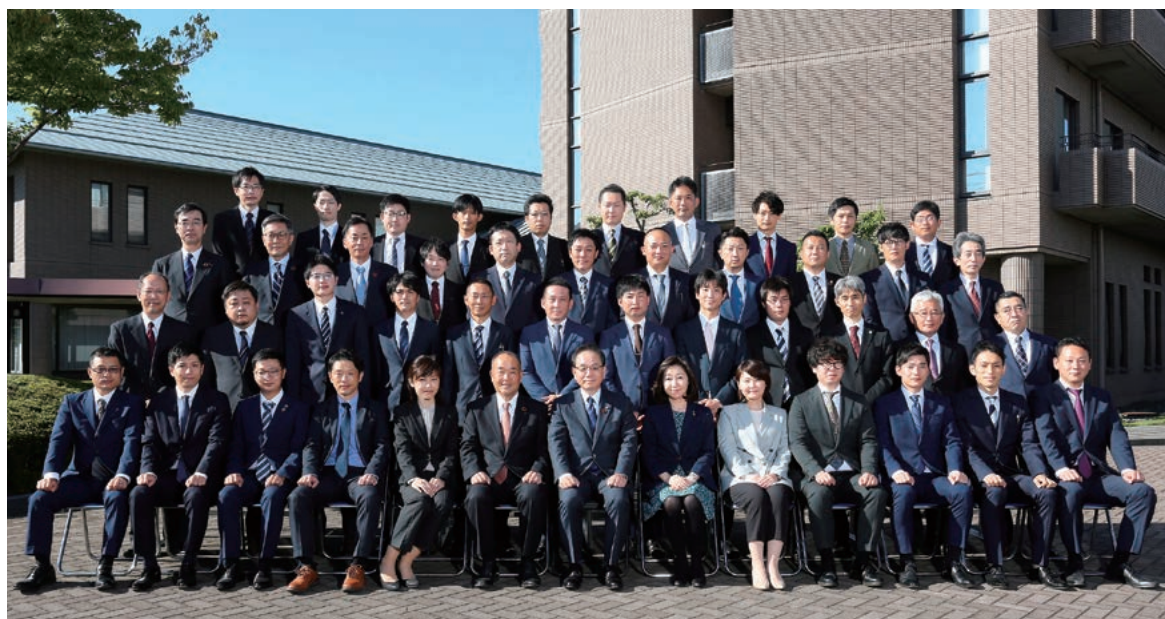
2022年 調査レポートバックナンバー



1月	新型コロナの感染縮小に伴い景況感は小幅改善 第68回愛媛県内企業業況見通し調査 ー2021年下期実績見込みおよび2022年上期見通しー	
2月	新型コロナ感染縮小に伴い、暮らし向き、 景況感ともに持ち直す ～2021年12月消費者アンケート結果～ 【mini調査レポート】 コロナで進んだ出張の Web会議への代替 ～県内企業の出張やWeb会議の活用状況に関する調査～	7月
3月	いきいきと働き続けられる職場の実現のために ～女性人材の活用・継続就業を中心に～ 【mini調査レポート】 コロナ収束後に期待される 旅行マインドの高まり	8月
4月	移住者を呼び込む「神の島」大三島 ～移住者を起点とした、観光・移住需要の創出～	9月
5月	3月末時点で約7割の企業が「マイナスの 影響あり」およそ半数の企業で改革が進む ～県内企業の新型コロナウイルスの影響調査(第9回)～	10月
6月	大きな転換期を迎える紙産業① ～愛媛の紙産業の立ち位置～ 【四国経済連合会・四国アライアンス共同調査】 サテライトオフィス・ワーケーションが 地域を変える ～テレワーク時代における企業や人の誘致～ 1. サテライトオフィス・ワーケーションを巡る全国 や四国の動向	11月
7月	景況感は小幅に改善するも先行きは不透明 第69回愛媛県内企業業況見通し調査 ー2022年上期実績見込みおよび2022年下期見通しー	
	大きな転換期を迎える紙産業② ～愛媛の紙産業が秘める今後の可能性～ 【四国経済連合会・四国アライアンス共同調査】 サテライトオフィス・ワーケーションが 地域を変える ～テレワーク時代における企業や人の誘致～ 2. サテライトオフィス・ワーケーション誘致に向け た地域への提言	
	SNSを使いこなすZ世代の大学生 ～県内大学生のSNS活用の実態～ 【mini調査レポート】 県内企業を直撃する物価上昇 ～9割超の企業でマイナスの影響、3割超が ほとんどまたは一切価格転嫁できず～	
	【四国アライアンス共同調査】 新幹線が都市を変える ～新幹線と四国のまちづくり調査～ 1. 新幹線駅とまちづくり、四国4県都における新幹 線駅の検討	
	本気で女性管理職を増やすには ～県内企業における女性管理職登用の現状と課題～ 【四国アライアンス共同調査】 新幹線が都市を変える ～新幹線と四国のまちづくり調査～ 2. 新幹線と二次交通、新幹線整備と未来の愛媛・四国	
	【mini調査レポート】 最低賃金の引き上げの影響調査 ～3割超の企業で引き上げ対応が必要、4割近くで マイナスの影響～	

集い、語り、考え、学ぶ
—新しい発想から新時代の経営を目指す—

IRCニュー・リーダー・セミナー 32期開講



2022年10月19日(水)・20日(木)、IRCニュー・リーダー・セミナー32期(41名)の開講式および第1回例会が行われました。

例会では、株式会社タナベコンサルティングの伊藤昌直氏による「企業成長に向けた経営者の使命と行動」と題した講話の後、グループに分かれて討議を行い、翌日、その成果を発表しました。

当セミナーは、1989年にスタートし、セミナー修了生は累計で1,298名となりました。各期のOB会も活動しており、全期の研修会・交流会も持たれています。



ドライバーファーストで安心安全な輸送を！

成商運輸有限会社 取締役 / 伊藤 成美 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー31期修了生)



☑ PERSONAL QUESTION

伊藤 成美 (いとう なるみ) 1989年11月生まれ

モットー 清く正しく美しく。
自身は“会社の顔”。常に素直であることや、正しい行動、
美しい所作を心がけている。

趣味 ショッピング、旅行。
年2回、家族で旅行に行き、その先でショッピングも楽し
む。気分転換や、家族とのコミュニケーション向上に
つながっている。

**感銘を
受けた言葉** 「生き残る種とは、最も強いものではない。最も知的な
ものでもない。それは、変化に最もよく適応したもので
ある」(ダーウィン)
仕事でもプライベートでも、今の状況に満足せず、時代
の流れとともに変わっていく必要がある。

【会社概要】

〒791-1116
松山市南土居町99-18
TEL / 089-970-1692
資本金 / 1,000万円
売上高 / 3.5億円
従業員 / 38名(パート含む)



成商運輸有限会社は冷凍食品やチルド食品、青果物
などの輸送を行っている。

創業者は、成美氏の父である現社長の哲也氏。哲也氏
は運送会社に勤めていたが、知人に勧められて独立。食
品輸送に特化した事業経営を進め、1999年に同社を設
立した。

「ドライバーの的確かつ迅速な仕事が、お客さまから
の信頼を得ている」と、成美氏。それを支えるのは“ド
ライバーファースト”の姿勢だと言う。同社では、未経
験者も積極的に採用し、入社後一定期間は先輩ドライ
バーがマンツーマン指導を行っている。その後、経営層
や管理職が各ドライバーの考えやライフスタイルを聞
き、意向に沿った仕事を任せている。また、困ったことが
あれば周りがフォローに入り、経営層や管理職も都度
声をかけるなど、相談しやすい職場環境を整えている。

また、中型・大型免許や運行管理者、整備管理者など
の資格取得も手厚く支援している。会社が費用を全額
負担し、仕事も調整している。成美氏は「仕事上必要、と
いうこともあるが、さまざまな知識を得ることで視野
も広がる。意欲のある人を応援したい」と言う。そのた
めか、「一度辞めても『やっぱり成商運輸が良い』と戻っ
てくるドライバーも多い」とのことだ。

最近では原油高や円安による物価高の影響を大きく受
けている。トラックの燃料をはじめ、荷物を固定する
ラップといった消耗品などの値上げが続くため、エコ
ドライブの実施や運賃の見直しを進めているそうだ。

「地域に寄り添い、地域活性化に貢献できる会社であ
りたい」と、成美氏。知見やネットワークを広げるため、
異業種交流やセミナーに積極的に参加し、自身のスキ
ルアップに努めている。

今後もお客さまとドライバーを第一に考え、安全に
食品を運び、私たちの生活を支えていかれることだろう。

(川尻 麻美)

“三方よし”で信頼を築く

三愛富士株式会社 常務取締役 / 瀧屋 優 氏 (IRCニュー・リーダー・セミナー31期修了生)

三愛富士株式会社は、船用品※や塗料、潤滑油の販売を行っている。

創業者は、瀧屋氏の義父であり現社長の尾留川恒夫氏。姉の嫁ぎ先である船用品販売会社を手伝っていたが、その後独立。1982年に同社を設立した。

瀧屋氏は「当社のモットーは“三方よし”。これが社員に浸透しており、全員が同じ目線で力を合わせることができる」と言う。普段から連絡・相談を密に行い、お客さまからの依頼にはスピーディーに対応している。例えば、大量の荷物を扱ったり、複数の船への納品日が重なったりするなど担当者が対応できないときは、部署関係なく皆で協力・フォローしている。「すべては船を円滑に動かすため、そして船員さんが快適に働く環境をつくるため」と、瀧屋氏。

他社は競争相手でなく“協力相手”だと言う。自社で扱っていない品物を依頼されたときは他社を紹介し、互いに助け合うネットワークを築いている。この“三方よし”の姿勢が厚い信頼につながり、40年来の付き合いがあるお客さまもいるとのことだ。

同社では30代の社員が最も多く、その定着に努めている。瀧屋氏含めた同年代で定期的に食事会を行うほか、会社全体でも毎年ゴルフコンペを開催し、社内のコミュニケーションを深めている。また、外部研修・セミナーへの参加も勧め、人材育成にも取り組んでいる。

瀧屋氏は「今後もおごらず、これまでどおり現場で社員と力を合わせて働きたい。上下関係なく考えや意見を言えるフラットな組織にしていきたい」と言う。普段から人の話をよく聴き、対等に話すことを心がけているそうだ。

今後も“三方よし”でお客さまとの信頼関係を築きながら、船の安全運航や海上輸送をサポートしていかれることだろう。(川尻 麻美)

※船の運航に必要な機材部品や工具、ロープ、船員の食料品などの物資のこと。



☑ PERSONAL QUESTION

瀧屋 優 (たきや ゆう) 1984年7月生まれ

- モットー** 相手の立場に立って物事を考える。
仕事でもプライベートでも、常に意識している。
- 趣味** ゴルフ。
取引先や社内コンペなどで月1回以上行っている。
身体を動かすことはもちろん、ゴルフ場の景色も美しく、リフレッシュできる。
- 感銘を受けた本** 『凡事徹底』(鍵山 秀三郎著)
小さなことにもコツコツ取り組み、立場がどうあろうと変わらない姿に感銘を受けた。自身も鍵山氏にならい海朝会社のトイレ掃除をしている。

【会社概要】

〒799-2110
今治市波方町郷甲1232番地1
TEL / 0898-41-8598
資本金 / 300万円
従業員 / 18名(パート含む)



THAI LAND

タイだより

タイの洪水・環境問題について

はじめに

タイは、10月1日に新型コロナウイルスに関連する規制を完全に撤廃しました。以前は入店前にPCRの簡易検査が必要だった施設なども検査不要となったことで、ほぼコロナ前の生活に戻っている状況と言えます。

日本側の入国規制の緩和もあり、バンコクでは日本人観光客や出張者と思われる方を頻繁に見かけるようになりました。

経済活動がほぼ正常化しつつあるタイですが、一方で洪水が各地で頻繁に発生し、社会的な問題となっています。

今回は、タイの洪水と環境問題について紹介します。

1 タイと洪水

タイでは6月から10月までが雨季にあたり、その期間は大雨の日が続きます。ただ1日中ではなく、1日のうち1時間～数時間だけ集中的に降ります。

タイでは、中央部を北から南に流れるチャオプラヤー川の水位が上がることで、近隣の土地が水没するといった被害が幾度となく起こっています。チャオプラヤー川の流域面積は日本の国土の

4割超といわれており、氾濫した際はかなり広範に被害をもたらすため、例年水位については特に注視されています。

2011年には、7月から3か月以上激しい大雨に見舞われ、タイ国内全77県のうち65県で、1,000万人近い人々が被害を受け、過去最悪の洪水として歴史に刻まれています。当時、私どものお客さまを含む、多くの日系企業が被害を受けました。

今年は、被害こそ少ないものの、各地で洪水が発生しており、年初からの総降雨量は2011年並みとなっています。私の自宅前もよく冠水するエリアなので、6月以降は頻繁に道路が川になる様子を目の当たりにしてきました。流れる水には下水も混ざり汚染されていることから、傷がある場合などに浸かると病気になる可能性が高く大変危険です。



川になってしまった道路(7月撮影)

2 洪水への対策

洪水が頻繁に起こる理由は、先ほど紹介したチャオプラヤー川の氾濫が挙げられますが、平らな低湿地が多いこと、排水能力不足での冠水などの内水氾濫も影響しています。

一部では、2100年には首都バンコクは水没してしまうとか、アユタヤ遺跡70カ所が洪水による浸食で倒壊するだろうといった話も出ています。



アユタヤの水没したレストラン(10月撮影)

現在、各県自治体や工業団地公社の主導で、排水路の強化や整備が実施されています。バンコクでは、バンコク都庁組織の下水・排水局が下水道敷設に取り組んでいますが、依然排水能力は十分でない状態が続いています。

3 タイにおける環境問題

タイでは、水質汚濁、大気汚染、廃棄物処理などの問題が深刻化しており、国を挙げて対策を行っています。

前述したチャオプラヤー川は茶色の泥水なのでまさに水質汚濁の象徴とも言えます。



チャオプラヤー川(9月撮影)

一部の地域ではコロナ禍で経済活動が停止したことからPM2.5などの大気汚染物質が急減していましたが、経済活動の再開により再び大気汚染を問題視する声が高まっています。2019年のコロナ前の時点ではタイで排出される二酸化炭素の量は全世界の1%程度であり、ランキング20位でした。

4 環境問題への取組み

タイ政府は、2019年4月に2018～2030年までのプラごみロードマップの草案を承認しました。使い捨てのプラスチック製レジ袋の削減や、再利用可能な素材を使った代替品の利用促進を図りながら、2027年までに100%リサイクルすることを目標としています。

それに伴って、廃プラのリペレット事業などの伸びが期待されますが、タイローカル企業や日系企業含む他国の進出もあり、既に競争は激化しています。

また、環境関連の法令や規則も年々厳しくなっていることから、それらに準じた工場運営や事業継続も在タイ企業には求められています。

おわりに

タイに駐在して1年半が経ちました。

振り返るとコロナが常に身近にあった期間だったため、コロナに関する動向を注視してきたように思います。

今回紹介したような問題のみならず、タイが先進国に変わっていくために解決すべき課題は山積みです。

タイ国内で起こっている全体のトレンドを把握することでビジネスチャンスにつながるヒントを見つけることができるよう、引き続き情報収集に努めていきたいと思っています。

(尾崎 政洋)

【税務編】

インボイス補助金の取扱い

和泉会計事務所 税理士 和泉 真紀夫



Q. 来年10月1日からスタートする消費税のインボイス制度に向け、当社は、補助金を利用してソフトウェアの購入を検討しています。その際の経理処理について注意点はありますか？

A. インボイス対応で利用できる「IT導入補助金2022」では、下記の点に注意してください。

1. インボイス対応のソフトウェア購入の補助

中小企業・小規模事業者等が申請対象となる「IT導入補助金2022」では、「デジタル化基盤導入類型」として、インボイス対応のソフトウェア等の購入費用が補助されます。一定の機能を備えたソフトウェア等であれば、下表の通り、最大350万円の補助が受けられることになっています。交付申請の最終締め切りは令和5年1月19日の予定です。

2. 圧縮記帳とその他の制度の併用

IT導入補助金2022(デジタル化基盤導入類型)は、「国庫補助金等」に該当するため、同補助金を新たな会計ソフト等の導入(取得)に充てた場合には、国庫補助金等の圧縮記帳制度(法人税法42条)の適用対象となります。

同圧縮記帳制度を適用した場合の減価償却の取得価額は、圧縮記帳後の金額とみなすこととされているため、新たに購入した会計ソフト等の圧縮記帳後の金額が30万円未満であれば、中小企業者等の少額減価償却資産の損金算入

特例を適用して全額損金算入することが認められます。

また、中小企業投資促進税制(租税特別措置法42条の6)や中小企業経営強化税制(租税特別措置法42条の12の4)では、取得価額70万円以上の一定のソフトウェアが対象資産の一つとされているため、新たに導入した会計ソフト等の圧縮記帳後の金額が70万円以上等の場合には、同圧縮記帳制度とこれらの制度の併用も可能となります。

3. インボイスと無関係の機能追加等の費用の取扱いについて

前述の内容は、インボイス対応のため補助金の交付を受けて新システムを導入(取得)する場合です。補助金の交付を受けずに既存システムを改修する場合、その改修費用は「修繕費」として損金算入することができます。

一方、インボイス制度とは無関係の新たな機能の追加や機能の向上等に係る部分の費用は、「資本的支出」として資産計上する必要があります。「修繕費」として処理するには、作業指図書等で消費税法改正に伴う必要な改修である旨を残しておく必要があります。

IT導入補助金2022(デジタル化基盤導入類型)

補助額	5万円～350万円	
機能要件	このうち5万円～50万円以下の部分	このうち50万円超～350万円部分
補助率	会計・受発注・決済・ECのうち	会計・受発注・決済・ECのうち
	1機能以上	2機能以上
	3/4以内	2/3以内
対象ソフトウェア	会計ソフト、受発注ソフト、決済ソフト、ECソフト	
補助率	ソフトウェア購入費・クラウド利用費(最大2年分)	
対 象	導入関連費・ハードウェア購入費※	

※ハードウェア購入費は、単体申請不可。ソフトウェアの導入に併せて購入する場合に限り、パソコン等は10万円、レジ等は20万円を上限に補助。

働き方のトレンド？ ダブルワークの基本的な考え方①

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. 働き方改革やコロナ禍により「働くスタイル」が大きく変化してきています。政府も推奨している労働の多様化についてポイントを教えてください。

A. 国は、令和4年7月に「副業・兼業の促進に関するガイドライン」について2回目の改定を行いました。副業や兼業などのダブルワークについて普及を促進しているようです。今回のガイドラインの改定では、労働者が職業選択を通じて、多様なキャリア形成ができるように、企業の副業・兼業の取り組みを自社のホームページなどで公表することを推奨しています。

1. 国がダブルワークの普及を促進

昨今、「働く」という事に対し、労働者の意見が多様化してきています。「コロナ禍で収入が減り生活できない」、「働き方改革で時間外手当が削減されて困る」といった収入面の意見、「自身のスキルアップを図るため転職したい」、「同じ会社でずっと働きたくない」などの働き方についての意見などです。

この度国は、令和4年7月に「副業・兼業の促進に関するガイドライン」について2回目の改定を行いました。副業や兼業などのダブルワークについて普及を促進しているようです。

2. 副業・兼業を認める背景

「勤務時間以外の時間をどのように過ごすかは、基本的に労働者の自由である」との考え方が、副業・兼業を認める背景にあります。

国が示すガイドラインにおいても、副業・兼業は合理的な理由なく制限することはできず、原則、これらの働き方を認める方向となっています。

さらに、今回のガイドラインの改定では、労働者が職業選択を通じて、多様なキャリア形成ができるように、企業の副業・兼業の取り組みを自社のホームページなどで公表することを推奨しています。

3. 企業側が不利益にならないために

労使共に労働契約に付随した義務を負っているため、今後、副業・兼業を認めざるを得ないとした場合、企業側にはかなりのストレスがかかります。

ガイドラインでは、企業側に不利益となる副業・兼業を制

限する事ができる様になっていますので、ご安心下さい。

ガイドラインでは、各企業が制限できるのは、以下に該当するような場合とされています。

- ① 労務提供上の支障がある場合
- ② 業務上の秘密が漏洩する場合
- ③ 競業により自社の利益が害される場合
- ④ 自社の名誉や信用を損なう行為や信頼関係を破壊する行為がある場合

衛生レベルが格段に高い医療機関従事者が、衛生上問題が起こる可能性のある副業に就く場合や、機密性の高い部署で業務に就いている開発者が、同業他社で副業する場合は制限する事を具体的事例として挙げている企業もあります。次回に記載しますが、当該副業・兼業を行おうとする労働者から申請書を提出してもらい、その内容を検討し通知をする制度導入もおすすめします。

4. 公平性よりも個性を重んじる時代に

最近、「従業員一人ひとりの働き方をマネジメントする人事部」という言葉が流行っています。「社外キャリアアップ促進！」などと一見カッコいい感じがしますが、従来の日本企業にとっては相当の意識改革を要する考え方です。しかし、この働き方を導入検討していく柔軟性がなければ、次世代の若者を入社させることは困難になりそうです。そうはいつても副業・兼業を促進し、果たして自社を守る事ができるのだろうかと考えてしまう私は古い人間かもしれません。

正しいご判断のために、次回から副業・兼業についての法的留意点や実務上のポイントなどを複数回に分けて解説していきます。

年末年始の話題

～卯年によせて～

早いもので、今年も残すところあと1ヵ月となりました。
2023年はどんな年になるのでしょうか。
来年の干支「卯」にまつわる話題や過去の卯年のデータをまとめましたので、
年末年始の話題づくりにご活用ください。



六十干支からみる卯年

「干支」は、古代中国(殷)において、順序や番号を表すために用いられた10種の漢字(甲・乙・丙・丁・戊・己・庚・辛・壬・癸)の総称である「^{じっかん}十干」と、天空を12年で一周する木星の方角を示すために用いられた12の動物(子・丑・寅・卯・辰・巳・午・未・申・酉・戌・亥)の総称である「^{じゅうにし}十二支」の組み合わせです。元々は十二支に動物の意味はありませんでしたが、民衆でも覚えやすいように身近な12の動物が割り当てられたと言われています。

十干と十二支の奇数番目同士、偶数番目同士の組み合わせが60通りあることから「^{ろくじっかんし}六十干支」とも呼ばれ、一巡すると「還暦」となります。日本では、推古天皇の時代に年や日を干支で示すことが一般化したようで、次第に、それぞれの動物の特性にち

なんだ迷信や俗信が生まれ、物事の吉凶などが占われるようになりました。

「六十干支」によると、2023年は^{みずのとう}癸卯の年です。「癸」は雨や露、霧など、静かで温かい大地を潤す恵みの水を表しています。十干の最後にあたる癸は、生命の終わりとともに、新たな生命が成長し始めている状態も意味しています。「卯」はうさぎの様子から安全、温和の意味があり、また、うさぎのように跳ねあがるという意味もあります。

2023年は、これまでの努力が実を結び、勢いよく成長し飛躍するような年になると考えられます。

2023年が皆さまにとって良い年になりますよう心からお祈り申し上げます。

〔参考図書〕 干支から見た日本史(毎日新聞社)、十二支(人文書院)、
干支の活学(プレジデント社)、干支の動物誌(技報堂出版)

卯にまつわる四字熟語・ことわざ

● 鷹目兎耳(えんもくとじ)

情報を集める能力の高い人のこと。鷹のように遠くのものまで見分けることのできる目と、小さな音を聞き分けることのできる兎のような耳という意味から

● 烏飛兎走(うひとそう)

月日が慌ただしく過ぎていくこと。兎は月、烏は日(太陽)のたとえであり、月日をさす。飛や走は経過が早いことを表している

● 飛兎竜文(ひとりゅうぶん)

人一倍才能のある子どものたとえ。「飛兎」「竜文」はともに、よく走る駿馬の名前。それが転じて、俊童と言われている

● 獅子搏兎(ししはくと)

簡単なことでも全力で取り組むこと。
獅子(ライオン)は兎のような弱い動物でも全力で捕まえるということから

◆ 脱兎の勢い

動きが非常に素早い様子。罾から逃げる兎のように素早いという意味から

◆ 二兎を追う者は一兎をも得ず

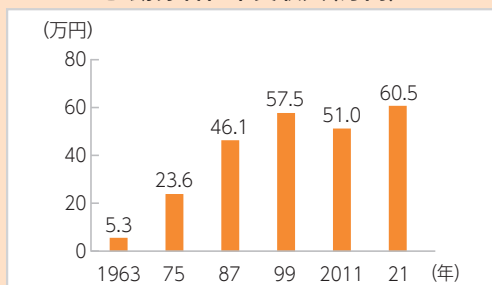
一度に二つのものを手に入れようと欲張ると、結局どちらも手に入れられなくなることのたとえ

卯年60年の歩み

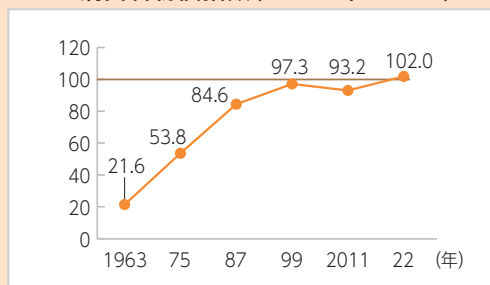
年	主な出来事	世相・流行
1963 (昭38)	6月：ソ連、世界初の女性宇宙飛行士誕生 6月：米ソ、ホットライン設置協定に調印 7月：経済企画庁、昭和38年度経済白書『先進国への道』発表 7月：OECD理事会、日本加盟を承認 11月：伊藤博文肖像の新千円札発行 11月：ケネディ米大統領、テキサス州ダラスで暗殺される 12月：教科書無償措置法公布	首 相：池田 勇人 流行語：カギっ子、シェー 映 画：『天国と地獄』、 『アラビアのロレンス』 歌：『こんにちは赤ちゃん』 (梓みちよ)
1975 (昭50)	3月：山陽新幹線(岡山～博多間)開業 4月：サイゴン陥落、ベトナム戦争終結 6月：GNPが戦後初のマイナス成長 8月：経済企画庁、昭和50年度経済白書 『新しい安定軌道をめざして』発表 10月：国勢調査、人口1億1,000万人突破 11月：第1回先進国首脳会議、パリで開催	首 相：三木 武夫 流行語：オヨヨ 映 画：『タワーリング・インフェルノ』、 『ジョーズ』 歌：『シクラメンのかほり』 (布施明)
1987 (昭62)	4月：国鉄が分割・民営化され、JRグループ7社が発足 8月：経済企画庁、昭和62年度経済白書 『進む構造転換と今後の課題』発表 10月：ニューヨーク株式市場で株価大暴落(ブラック・マンデー) 世界同時株安に陥る 12月：米ソ、INF(中距離核戦力)全廃条約に調印 史上初の核兵器削減	首 相：中曽根 康弘、竹下 登 流行語：懲りない○○、「なんぎやなあ」 映 画：『ハチ公物語』、『マルサの女』 歌：『TANGO NOIR』 (中森明菜)
1999 (平11)	1月：欧州単一通貨(ユーロ)の取引開始 2月：完全失業者300万人超す 3月：日本銀行、ゼロ金利政策を実施 6月：改正労働者派遣法成立。人材派遣の対象業務を原則自由化 7月：経済企画庁、平成11年度経済白書 『経済再生への挑戦』発表 11月：東証マザーズ開設	首 相：小渕 恵三 流行語：雑草魂、リベンジ 映 画：『マトリックス』、 『シックス・センス』 歌：『だんご3兄弟』 (速水けんたろう、茂森あゆみ)
2011 (平23)	3月：マグニチュード9.0の東北地方太平洋沖地震(東日本大震災)発生 死者・行方不明者数は2万人以上 7月：地上波テレビがデジタル放送に完全移行(東北3県を除く) 7月：なでしこジャパン、サッカー女子W杯ドイツ大会で初優勝 7月：内閣府、平成23年度経済白書 『日本経済の本質的な力を高める』発表 10月：歴史的円高、一時1ドル＝75円32銭	首 相：菅 直人、野田 佳彦 流行語：なでしこジャパン 映 画：『ハリー・ポッターと 死の秘宝 PART2』 『コクリコ坂から』 歌：『フライングゲット』 (AKB48)

卯年をふりかえると

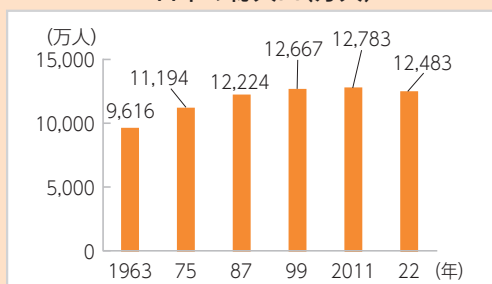
💰 勤労者世帯実収入(万円)



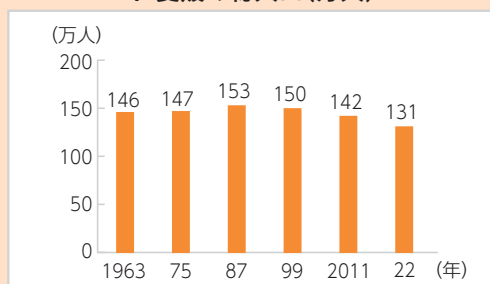
👤 消費者物価指数(2015年=100)



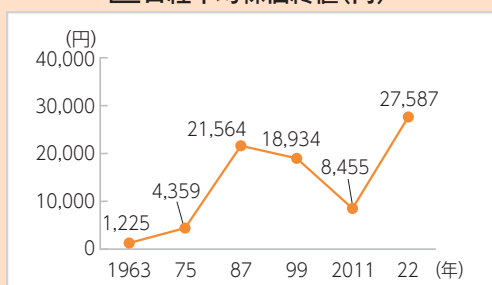
👤 日本の総人口(万人)



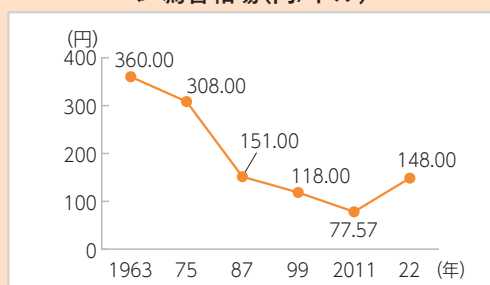
👤 愛媛の総人口(万人)



📈 日経平均株価終値(円)



💱 為替相場(円/ドル)



出所:総務省、日本銀行、日本経済新聞社

(注)・勤労者世帯実収入:1ヵ月平均、1世帯当たり 1962~1998年については、農林漁家世帯を含まない数値 2010年以降は農林漁家世帯を含む数値

・消費者物価指数:年平均、持家の帰属家賃を除く総合(2022年は1~9月の平均値)

・日本の総人口:各年10月1日現在の国勢調査人口または推計人口による総人口 1963年は沖縄県を除く(2022年は10月の概算値)

・愛媛の総人口:各年10月1日現在の国勢調査人口または推計人口による総人口(2022年は10月の概算値)

・日経平均株価終値:各年末終値(2022年は10月の終値)

・為替相場:東京インターバンク市場の直物各年末値(2022年は10月末)

物価でみる卯年

(単位:円)

年	大卒者(男)初任給 👤	鶏卵1パック 🥚	家賃(民営借家・東京)1ヵ月・3.3㎡ 🏠	みかん1kg 🍊	道後温泉神の湯入浴料(大人) ♨️	伊予鉄道市内電車運賃(大人) 🚆
1963(昭38)	19,800	24	614	153	20	15
75(昭50)	89,300	367	3,420	256	100	40
87(昭62)	148,200	252	5,747	400	220	140
99(平11)	196,600	308	8,743	610	300	170
2011(平23)	205,000	228	8,937	545	400	150
2022(令4)	(※)226,700	237	8,807	746	420	180

※2021年のデータ

出所:大卒者(男)初任給:厚生労働省「賃金構造基本統計調査」(1963年は労働省「新規学卒者初任給調査」)

鶏卵・家賃・みかん:総務省「小売物価統計調査」(東京都区部の小売価格)、2022年は1~10月平均

道後温泉神の湯入浴料:道後温泉事務所(1987年1~3月は200円、4月以降は220円)

伊予鉄道市内電車運賃:伊予鉄道株式会社「伊予鉄道百年史」「伊予鉄道株式会社創立125周年史」

2023年イベントカレンダー

1月	・羽田空港国際線ターミナル直結の複合商業施設「羽田エアポートガーデン」が全面開業予定
3月	・8日～21日:第5回ワールド・ベースボール・クラシックが台湾で開幕予定 ・31日:中小事業主に対する「月60時間超の法定時間外労働の割増賃金率」引上げ猶予が終了予定 ・プロ野球チーム北海道日本ハムファイターズの新本拠地「エスコンフィールドHOKKAIDO」が北広島市に開業予定
4月	・新しい省庁「こども家庭庁」が開庁予定。厚生労働省や内閣府にまたがっていた子ども関連部局を統合する
7月	・20日～8月20日:FIFA女子ワールドカップがオーストラリア・ニュージーランドの共催で開催予定
9月	・8日～10月28日:ラグビーワールドカップ2023がフランスで開催予定
未定	・東京ディズニーシーに「アナと雪の女王」「塔の上のラプンツェル」「ピーターパン」の世界をテーマにした新テーマポート「ファンタジースプリングス」が2023年度に開業予定 ・新名神高速道路が2023年度に全線開通予定

NHK大河ドラマ「どうする家康」

ひとりの弱き少年が、乱世を終わらせた奇跡と希望の物語

国を失い、父を亡くし、母と離れ、心に傷を抱えた孤独な少年・竹千代は、今川家の人質として、ひっそりと生涯を終えると思っていた。しかし――

三河武士の熱意に動かされ、弱小国の主として生きる運命を受け入れ、織田信長、武田信玄という化け物が割拠する、乱世に飛び込んだ。

待っていたのは死ぬか生きるか大ピンチ！ 計算違いの連続！ 我慢の限界！

どうする家康！

後ろ盾もなく、豊かな国土もなく、あるのは個性派ぞろいの家臣団だけ

豊臣秀吉、真田昌幸、石田三成と次々と現れる強者たち

ハラハラドキドキ、スピード感あふれる波乱万丈のエンターテインメント

【脚 本】古沢良太

【キャスト】主演 徳川家康:松本 潤、織田信長:岡田准一、豊臣秀吉:ムロツヨシ、今川義元:野村萬斎

出所:NHKホームページ



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	 ▶ 	10月のマダイの浜値は920円/kg前後と前月比で30円近く値上がりした。在池量が少なめなことから今後も高値での推移が見込まれる。ハマチの浜値は、1,270円/kg前後と横ばいだった。在池尾数が少ない状況が続いており、当面は高値で推移する見込み。

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は、集魚装置を用いた漁の解禁に伴う水揚げ増加の期待感から、バンコク相場（国際相場）は前月比150ドル値下がりして1,650ドル前後/トンで推移している。一方、国内相場は260円/kg（前月比▲25円）と値下がりするも、国内需要の強さを背景に高値圏で推移する見込み。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	10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4,029梱で、前年同月比2.2%増となった。コロナの影響が緩和され、イベントの再開や観光需要の回復に伴い、受注が増加傾向にある。綿糸価格は、主力の20番手は159,500円/梱で、同41.5%増と円安の進行や物流費の上昇などが影響し、高水準で推移している。

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9月の国内出荷は、前年同月比6.0%減で2ヵ月ぶりの減少。イベントや旅行関連の荷動きや、欧州製品の輸入減少に伴う代替需要が発生したものの、値上げによるチラシの配布回数減少や媒体のデジタル化が影響した。新聞用紙は前年同月比7.3%減で16ヵ月連続の減少。
	衛生用紙  ▶ 	9月の国内出荷は、前年同月比3.0%増で11ヵ月連続の増加。タオル用紙が同4.1%増と4ヵ月連続で増加したほか、ティッシュが2.6%増、トイレ紙も同2.9%増といずれも増加。円安の影響から、輸入ティッシュから国産品にシフトする動きがみられた。
	紙加工など  ▶ 	段ボール原紙の9月の国内出荷は、前年同月比2.3%増で2ヵ月連続の増加。飲料や通販向けが引き続き堅調。段ボール製造大手のレンゴーは、愛媛東温工場の建設に着手した。松山工場を移転し、2024年1月に操業を開始する予定。

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9月の出荷額は、前年同月比30.5%増で23ヵ月連続の増加。円安効果、用船の回復で輸出が46.4%増と全体をけん引した。国内向けも土木、建築関係ともに堅調。住友グループ工場のメンテナンスや、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2～2年半程度を有している。日本船舶輸出組合によると、10月の輸出船契約実績は10隻・21万7千総トンにとどまり、トン数ベースで前年同月比80.5%減だった。船種は貨物船とバルカーのみで、コンテナ船やタンカーなどの受注はなかった。ハンディHSマークイットによると、1～9月の世界の新造船受注量は1,603隻・5,049万総トンで前年同期比33%減となった。
	内 航  ▶ 	手持ち工事は、1～1年半程度を有している。潜在的なリプレイス需要はあるものの、海運市況と船価水準がかい離していることや船員不足などを理由に引き合いが受注に至らないケースが多い。中小造船所では現場の人手不足も続いており、経営環境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  ▶ 	バルカー市況は弱含み。BDI(バルチック海運指数)は1,300台まで低下している。中国向けの鉄鉱石・石炭などの荷動きは前年を上回る水準だが、全般的に船腹需給は緩んでいる。コンテナ船は、主要航路で運賃・傭船料の低下傾向が続いているが、「コロナ前の正常な市況に戻ろうとしている」との見方も出ている。
	内 航  ▶ 	内航海運組合総連合会によると、9月の輸送量は、貨物船が前年同月比2.2%減、タンカーが7.2%減となった。台風が相次いで発生・接近して輸送障害が多くみられたため、自動車と黒油以外の品目について、全て前年同月を下回った。製鉄所の閉鎖・休止の影響によって、原料(石灰石、スラグ等)は前年同月比10%以上落ち込んでいる。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	10月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比15.0%減の101億円であった。「市町」は前年を上回ったものの、「国」や「県」、「独立行政法人等」は前年を下回った。9月の住宅着工戸数は前年を35.5%下回る661戸となった。利用関係別では、「分譲住宅」は前年を上回ったものの、「持家」や「貸家」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	 ▶ 	9月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比118.2%増の51,337人と、10ヵ月連続で前年を上回った。9月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月比22.9%増と、7ヵ月連続で前年を上回った。うち、東予は同32.6%増、中予は同62.6%増、南予は同0.2%増となった。10月に「全国旅行支援」がスタートし、水際対策も大幅に緩和された。今後、国内旅行に加え、インバウンドによる観光需要の回復も期待される。

12

2022

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は11月18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)
～1/3(火)	三間の中山池自然公園 イルミネーション2022	中山池自然公園 (宇和島市)	吉田三間商工会 三間支所 ☎0895-58-2256	—
1(木)～1/29(日)	「企画展」 中川八郎没後100年 発見された日本の風景	愛媛県美術館 (松山市)	愛媛県美術館 ☎089-932-0010	個人 一 般 900円 65歳以上 800円 高大生 500円 団体(20名以上) 一 般 800円 65歳以上 700円 高大生 400円

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メント / TEL : (089)934-2355

【開催日】	2(金)	【対戦相手】	長崎ヴェルカ	【ティップオフ】	19:00	【会場】	伊予市民体育館
【開催日】	3(土)	【対戦相手】	長崎ヴェルカ	【ティップオフ】	15:00	【会場】	伊予市民体育館
【開催日】	9(金)	【対戦相手】	アルティースリ千葉	【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】	10(土)	【対戦相手】	アルティースリ千葉	【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】	28(水)	【対戦相手】	佐賀ブルーネース	【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