

IRC 調査月報 Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT



【 THE COMPANY ～あのと、そして未来へ～ 】

アビリティーセンター株式会社

代表取締役社長/ 三好 輝和 氏

会長 / 三好 潤子 氏

【 mini調査レポート 】

超売り手市場下の新卒採用

～県内企業における新卒採用の動向及び初任給改定に関する調査～



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

8

2024
No.434

- 01 **【視点】**
「道後温泉2050ビジョン」始動 ～繋ぐ繋げる 伝統は革新の積み重ね～
道後温泉誇れるまちづくり推進協議会 会長 / 宮崎 光彦
- 02 **【THE COMPANY ～あのと、そして未来へ～】**
アビリティセンター株式会社
代表取締役社長 / 三好 輝和氏
会長 / 三好 潤子 氏
- 10 **【mini調査レポート】**
超売り手市場下の新卒採用
～県内企業における新卒採用の動向及び初任給改定に関する調査～
- 16 **【compass】**
ゼロ・ノルム
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
- 17 **【データよもやま話】**
留学生の就職事情について
- 18 **【紀行】**
シンガポール・ベトナムを訪ねて
IRCニュー・リーダー・セミナー(33期生)海外研修旅行
- 26 **【香港だより】**
香港のみかん類輸入状況
- 28 **【経営・実務Q&A】**
税務編 賃上げ促進税制の強化
和泉会計事務所 税理士 / 和泉 真紀夫
労務編 改正育児・介護休業法の概要について
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
- 30 **【地銀9行連携レポート】**
持続可能な社会の実現に向けた取り組み
～京都企業との「中小企業のためのサステナビリティ経営実践セミナー」の開催～
- 32 **【愛媛県経済の動き】**
- 36 **【地場産業の景気天気図】**
- 38 **【EVENT CALENDAR】**



表紙写真: 夕暮れ時の道後温泉本館
撮影: 新藤 博之(IRC)

視点

POINT OF VIEW



「道後温泉2050ビジョン」始動

～繋ぐ繋げる 伝統は革新の積み重ね～

道後温泉誇れるまちづくり推進協議会
会長 宮崎 光彦

国の重要文化財の道後温泉本館は、2019年1月から営業しながらの保存修理工事を開始し、予定より半年早く今年7月11日に全館営業を再開することができました。

道後温泉の存亡をかけた大工事の実現と期間中の負の影響軽減にご努力とご協力を賜った松山市はじめ工事関係者、地域の皆様方から敬意と感謝の意を表します。

130年前に本館改築に尽力された先人の高い志、先見性、構想力、実行力の凄さに改めて敬服するとともに、貴重な歴史文化資源として、松山の宝を大切に子や孫の世代に引き継ぐべき責任の重さを痛感しています。

私たちは、コロナ禍により「需要の消失」という厳しい経験をしましたが、道後温泉宿泊者数はコロナ禍3年目の2022年度に対2019年度比4%増という奇跡の復活を遂げることができ、堅調に推移しています。

これは、当協議会主導の看板撤去やファサード整備、女子旅人気全国1位の原動力となった開運巡りと「アート×温泉」の最先端の取り組みに加え、本館周辺の県道市道の付け替えや電線類の地中化、さらに、設立以来の悲願である第3の外湯「道後温泉別館 飛鳥乃湯泉」建設など官民協働のまちづくりの成果のおかげです。

加えて、旅館ホテル6軒の新築建替えや施

設の高付加価値化工事等、8年間で100億円以上の民間設備投資を行うなど自助努力による商品力向上にも努めてきました。

しかし、これからの30年こそが正念場です。今後一層加速する人口減少・超高齢社会と新たな環境変化(DX・GX・SDGs・技術革新等)を見据え、日本最古の温泉地に新しい価値を提供し続けていくための「道後温泉2050ビジョン」を今年3月に策定し、若手経営者を中心に30年以内の実現に向け始動しました。

激変する旅行形態や国際化などに対応し、「温泉に入らなくても持続可能な温泉地」という視座からも将来像を描き、国内外の方が道後地域を満喫できる「デジタル温泉都市構想」や「温泉歴史ミュージアム」「第4の外湯」建築など10の重点事業を掲げています。

“名湯に浸り歴史文化に浸る”ことに原点回帰し、「世界に開かれた日本の温泉文化を体現するまち道後」を目指し、道後温泉宿泊人数80万人、インバウンド比率50%と量より内容重視のKPI(重要業績評価指標)を設定しました。

「そこに何があるか」ではなく、「そこで何ができるのか」の貴重な経験価値をお客様に提供できるよう、魅力ある宿づくり地域づくりに努め、道後ブランドを次代に継承発展させてまいります。

アビリティーセンター株式会社



代表取締役社長 み よ し て る か ず
三好 輝和氏

1983年生まれ。リーズ音楽大学卒業後、東京での不動産会社勤務を経て2010年アビリティーセンター株式会社に入社。
2018年代表取締役社長に就任。
IRCニュー・リーダー・セミナー31期生。

会長 み よ し じ ゅ ん こ
三好 潤子氏

1947年生まれ。東京女子大学理学部卒業後、住友商事株式会社に入社。結婚を機に退職、子育てを経て1986年アビリティーセンター株式会社に入社。1990年代表取締役社長、2018年会長に就任。2016年～2022年株式会社伊予銀行監査等委員、2022年～2024年株式会社いよぎんホールディングス監査等委員。

企業と働く人との架け橋に

多様な働き方やキャリアの創造に取り組み、企業の人的な課題解決とともに、働く人へ活躍の舞台を創出することを目指す。

アビリティーセンター株式会社

設 立 1986年(昭和61年)7月25日
所 在 地 新居浜市坂井町2-3-17 新居浜テレコムプラザ7F
事 業 所 本社、松山、新居浜、高松、高知、徳島
売 上 単体52億円、グループ71億円(2023年6月)
従 業 員 数 派遣社員1,731名、内勤社員159名(2023年6月)
経 営 理 念 「明るく、楽しく、そして遅しく」
事 業 内 容 人材派遣業、人材紹介業、研修事業、アウトソーシング
グループ会社 フェアコンタクト株式会社(就労移行支援事業)
CXL Group(マレーシア)(人材派遣業、ペイロール)
Whyze Solutions(シンガポール)(人事給与システム開発・販売)



本社外観

会社設立時の時代背景

1980年代は、コンピュータを導入する企業が増え始めましたが、それを扱える社員が少ない時代でした。また、かつては職業安定法により民間企業が他の企業に人材を供給することはできませんでした。ですから、外資系企業などは“人材派遣事業”という看板は使わず、時給制の“事務請負”の形態でキーパンチャーを確保していたのです。国内企業もそれに追随する形を採ったため、事務請負の労働者が急激に増えました。しかし、事務請負の形態だと労働者の権利や福利厚生が不十分になるといった弊害が出たため、労働者保護の観点から1985年(昭和60年)に労働者派遣法が公布、翌年施行されました。

3社の出資で会社設立

新居浜に本社を置く『ユースエンジニアリング株式会社』さんは、他の企業にエンジニアを派遣していたため、労働者派遣法に則った人材派遣会社の立ち上げを検討していました。それに、私(潤子)の夫が当時経営していた『株式会社三好鉄工所』と『伊豫銀キャピタル株式会社(現・いよぎんキャピタル株式会社)』がその話に乗り、3社出資の人材派遣を生業とする『アビリティセンター株式会

社』が誕生しました。

仕事をしたい思いが強く入社

私は結婚を機に退職して、13年間は専業主婦でした。しかし、“奥さん”とか“お母さん”ではなく、“自分自身”でありたい、仕事をしたいという思いが強かったので、夫の後押しもあり、「チャンス到来!」とばかり、当社で働くことにしました。

最初は“お手伝い”として入社して、一日5時間ほどの勤務でしたが、2期目には専務になりました。その後、事業を承継する形で1990年(平成2年)、代表取締役役に就任し、出資していた各社からも株式を買い取っていくことになります。



入社したころの潤子会長(中央)

当社で働き始めたのは、社長(輝和)が3歳の頃です。育ち盛りの子どもが4人いたので、「大変だったでしょう?」とよく聞かれるのですが、家

1985年(昭和60年)

「労働者派遣法」公布

1986年(昭和61年)

- アビリティセンター株式会社設立
(本社:新居浜市新田町)
- 松山市一番町に松山オフィス開設

1987年(昭和62年)

松山オフィスを松山市永代町に移転

1990年(平成2年)

- 三好潤子氏が代表取締役社長に就任
- 本社を新居浜市坂井町に移転

1996年(平成8年)

高松市田町に高松オフィス開設

1997年(平成9年)

高知市本町に高知オフィス開設

1998年(平成10年)

- 徳島市八百屋町に徳島オフィス開設
- 有料職業紹介、企業研修、アウトソーシング事業を開始し「総合人材サービス企業」へと業態転換

2001年(平成13年)

- スタッフ・サポートセンター設立
- カスタマー・サービスセンター設立

2002年(平成14年)

人材紹介事業部設立

2004年(平成16年)

- 四国4県にキャリアセンター開設(再就職支援事業)

2005年(平成17年)

メディカル部門「メディカル・アビリティ」開設

2014年(平成26年)

四国へのU・Iターン転職ガイド本「四国で暮らす」刊行

2016年(平成28年)

損害保険代理業務および生命保険の募集に関する業務開始

2017年(平成29年)

今治市片原町にさちワークスタイル今治開設

2018年(平成30年)

三好輝和氏が代表取締役社長に就任

2019年(令和元年)

- 就労移行支援事業開始
- 外国人材採用コンサルティング事業開始

2021年(令和3年)

マレーシアのCXL Groupをグループ企業として迎え入れ海外事業展開開始

2023年(令和5年)

シンガポールのWhyze Solutions社の株式をCXL Groupと共同取得

~1980's

1990's~

2000's~

2010's~

2020's~

庭があることで、オンとオフを切り替えられるメリットの方が大きかったです。仕事で行き詰まることもあっても、家事をしている間は仕事のことが頭から抜けてくれます。おかげで、無駄にストレスを溜め込まずに済みました。



4人の子供達(中央手前が輝和社長)

1 first ターニングポイント 四国全域をカバーし事業を拡大

創業当初はスタッフの確保に苦労

創業間もない頃は「新聞広告を出せば人は集まる」と思っていました。ところが、新聞に求人広告を出しても問い合わせの電話は1件もかかってきません。“派遣スタッフ募集”と書いても、それが何なのか誰も分からないのですから当然です。その後は親戚や友人、知人の知人に電話をするなど、口コミでスタッフを集めました。

徐々にスタッフが集まるようになると、プロに育てるために訓練を行いました。その当時の訓練は、主に文字や数字のデータ入力でした。訓練でどんどん速度はあがります。当時の法律では、派遣社員になる条件に「実務経験2年以上」ということが謳われていましたので、銀行・保険・証券といった金融系をはじめ、大手企業の元従業員の方たちが大活躍してくれました。



パソコンの訓練の様子

スタッフが派遣先で安心して働けるように

営業活動も最初は苦労しました。社員は女性ばかりで営業職を経験していません。企業に訪問しても、丸暗記した当社の事業内容を一方的に説明して終わるので、2回目以降話すことがなくなっ

てしまいます。それでも、ある程度の規模の企業の人事の方たちは、新しい人事制度や派遣のシステムなどを研究されていて、却ってこちらが教わることも多かったのです。派遣のシステムを説明するうちに、興味を持って使ってくださる場所も増えていきました。

私が一通り営業で回って感じたのが、訪問先リストが必要だということです。私一人では回り切れませんので、営業マンたちに回ってもらう必要があります。私たちは、スタッフが派遣先で安心して働ける場所を確保しなければなりません。スタッフに自信を持って薦められる企業にお客さまになっていただきました。

家庭的な雰囲気のおフィス

派遣先での仕事内容はコンピュータへのデータ入力作業がほとんどですから、当時の時代背景からも当社の社員やスタッフは女性ばかりです。初めて男性社員が入ってきたのは、会社設立6年目の時でした。

私自身がみんなでワイワイしたい性分だったので、社内でパーティーをしたり、クリスマスカード



派遣スタッフを集めたクリスマスパーティー

を贈ったり、主婦の延長のように楽しみながら仕事をしていました。ある時、「営業に出るんだから、事務机はいらないでしょう」と、みんなで大きなテーブルで仕事をするようにもしました。今でいう『フリーアドレス』です。

営業を終えるとケーキを買ってオフィスに戻り、大きなテーブルをみんなで囲んで食べるのは日課でしたね。「ここでコーヒーやケーキをいただきながら仕事をしている時が一番ホッとします」というスタッフの言葉を聞くと嬉しかったです。逆に、「毎日ケーキはつらかったです」と苦笑いするスタッフもいました。

そんなアットホームな雰囲気だったので、結婚や出産を経て当社に入社する社員や、育休から復職する社員も多かったです。ある社員は「復帰できたのは何より働きやすい環境だったこと。女性が多い職場なので、女性はもちろん、男性社員も出産や育児をしながらの働き方に理解を示してくれていて、本当にありがたかった」と言ってくれました。

近年、女性活躍の重要性が叫ばれていますが、当社の場合、“女性が働きやすい職場”は女性自身が作り上げたと言っていいでしょう。

家庭用パソコンの普及が事業成長に

1980年代後半から1990年代はOA・PA機器^{*}の浸透が進んだ時期ですが、とくにWindows95が登場した1995年(平成7年)以降は、大型家電量販店での取り扱いが増え、企業だけでなく個人にもPCが広がります。企業が大型機からPCに切り替えたり、学校にも導入されたりで、インストラクターが多く必要になりました。最初はNECなどのメーカーが対応するもニーズに追いつかず、当社にインストラクター派遣の要請が回ってきました。当社のスタッフは、派遣先で“先生”と呼ばれると喜んでいましたね。派遣先は愛媛中心でしたが、メーカーからは「高松や高知でもやってくれと助かる」といった要望が多く寄せられるようになります。

実はWindows95が登場する少し前、当社では『経営計画書』(現在は『事業発展計画書』)を初め

て作っていました。それまでは、とにかく目の前の業務をこなすことに精一杯でしたが、もっと長期的な見通しを持って方針を立てる必要性を感じていたからです。この計画書には、支店の



展開についても触れ、四国全体を視野に入れていました。PCのインストラクター派遣の仕事のいただけたのはまさに渡りに船で、1996年(平成8年)に高松、97年(平成9年)に高知、98年(平成10年)に徳島にオフィスを開設。PCの普及と歩調を合わせるように四国全域をカバーするに至ったのです。



高松オフィス(1996年開設)



高知オフィス(1997年開設)



徳島オフィス(1998年開設)

業務内容を拡大し『総合人材サービス企業』へ

スタッフは、基本的に当社のオフィスで研修を受けてお客さまのところに派遣されます。しかし、スタッフや派遣先が遠隔地の場合は、オフィスでの研修ではなく派遣先で場所を借りてスタッフ研修をするケースもありました。すると、派遣先(お客さま)から「うちの社員も一緒に研修を受けさせてほしい」といった声が届くようになったのです。そこで生まれたのが企業向けの研修事業。今ではお客さまの要望に合わせて階層別、テーマ別に幅広いプログラムを提供できるようになり、年間で約300件ほどの企業研修を受託しています。

1998年(平成10年)には職業(人材)紹介事業も始めました。それまでは、「家政婦紹介所」のようなものくらいしか認められていなかったのが、ホワイトカラーの職種が扱えるようになったためです。人材派遣との大きな違いの一つは、雇用元が違う

^{*}OAはOffice Automationの略で、オフィスでの事務作業を自動効率化する機器をいう。
PAは、このPersonal版の意で個人向けのものをいう。

ということです。人材派遣は、働く人の雇用元は当社のような派遣会社ですが、人材紹介は働く職場が雇用元になります。ですから、人材紹介の場合、当社はエージェントのような役割を担います。当時、この事業の仕事はあまり来ませんでした。今は転職や中途採用が増えていますので、早い段階で取り組みを始めておいてよかったと思います。

2000年代初頭、経営改善を目的とした人員削減策が大手製造業を中心に頻発しました。人員削減の対象となった方たちの再就職をスムーズに進めるように、ということで2004年(平成16年)、当社にキャリアセンターを開設し、再就職支援事業を開始しました。気を付けたのは、単に職業を紹介するのではないということ、まずは早期退職に応募された方たちのメンタルをケアすることが一番大事です。その後、その方ご自身が持つキャリア、スキルの強みを整理して気づきを得て、次に向かう体制を整えるキャリアコンサルティングに重点を置

きました。

介護保険制度が導入された2000年(平成12年)以降、異業種からの参入も含めて一気に介護事業者が増えましたが、介護人材は圧倒的に不足していました。そこで当社は2005年(平成17年)にメディカル部門を立ち上げます。他社でも介護資格取得のための講座はたくさんありましたが、当社のプログラムは、実際に介護施設で働いてもらいながらトレーニングを行い、資格が取れたらそこへ就職するというもので、おそらく県内では初めてのモデルだったと思います。ただ、どういうわけか人材確保のためにお金を使うことを敬遠する事業者が介護の分野には多くて、一筋縄にはいきませんでした。“お試し期間”の費用を県が事業者に補助してくれたおかげで、この部門は一定の成果を挙げられました。

このように、営業エリアや事業領域を広げたことで、当社は成長を続けていきます。

2 second ターニングポイント リーマン・ショックとUターン

“派遣切り”の報道での悪影響

2008年(平成20年)に発生したリーマン・ショックは、景気だけでなく労働市場にも影響をもたらしました。非正規労働者の雇止めが相次ぎ、年末年始には“年越し派遣村”の設置が報道され話題になったのです。

実は、派遣社員が全労働者に占める割合は2.5%ほど、非正規労働者のうちでも6~8%くらいなので、人数としては多くありません。また、話題の中心は製造業でしたが、大半の製造業は「明日から来なくていいよ」とは言えませんし、住むところも奪うことはしません。しかし、“製造業で派遣切り”と一括りにして大々的に報道されたことは大きなダメージでした。当社のスタッフも「派遣で働いて、(契約を)切られたりしない?大丈夫?」と言われることがあったようです。それまで、スタッフは「私たちはスキルがあるから派遣で働いている。だからパートやアルバイトよりも時給が高くて認

められている」という誇りを持っていたのに、世間一般からは「安くて、何かあればすぐ切られる」という印象を持たれているんだ、とショックを受けていました。

当社のお客さまには、景気が悪くなったから即契約を切る、という先はありませんでしたが、「あそこは派遣を使っている」という世間の目も気になったのでしょうか。「派遣を使うのはいったん控えよう」と考えるお客さまもいて、リーマン・ショックから2年間は売上が20%ほど下がりました。

いったん立ち止まって自社を見つめ直す

リーマン・ショックによってお客さまの数や取引数が減ったことは、今振り返ると自社を見直す良いきっかけになったと思います。それまでも会社の方針は『事業発展計画書』で打ち出してはいましたが、成長を続けていたこともあり、立ち止まって自社を見つめ直すといったことが十分にできて

いませんでした。このタイミングで、改めて会社の方針を徹底するとともに、社員育成などの内部体制も強化しました。「雨降って地固まる」の通り、ここで立ち止まったおかげで、再び当社は成長を続けることができました。

輝和(現・社長)氏のUターン

私(輝和)は大学卒業後、東京の不動産会社に就職しました。就職当時はリーマン・ショックの直前で、不動産金融も含めて業界は活況で華やかでした。しかし、不動産業界は人材派遣業界以上にリーマン・ショックによる打撃が大きいものでした。一気に大赤字に転落し、希望退職者を募るような状況に陥ったのです。業界の“光と影”を2～3年の間でまとめて経験したような感覚ですね。ちょうど希望退職者を募り始めたので、違う世界を見てみたいと思い、転職を考えるようになりました。両親から「いずれは会社を継ぎなさい」と言われたことはなかったのですが、転職にあたっては決して当社への入社が前提というわけではありませんでした。しかし当社にその時点で後継者がいなかったこと、企業経営に興味があったこともあり、潤子社

長(当時)をお願いをして入社することになりました。

入社してからは、松山で営業に従事し、総務・人事・経理・システム等を統括する管理部門の長や県外の営業所の責任者を経験した後、2018年(平成30年)に社長に就任しました。

正直なところ、私は入社するまで当社のことをほとんど知らず、会社の規模や業績なども把握していませんでした。いざ入社すると、当社が想像以上にしっかりしていると感じました。「中小企業ならではの、ずさんな管理をしていることも多いんだろうな」と思っていたのが全然そうではなく。前職の会社は当社よりも規模は大きかったのですが、とくに社員教育に関しては当社の方が優れていて驚いた記憶があります。



third ターニングポイント グローバル展開で幅を広げる

グローバル採用支援事業の開始

私(輝和)が社長に就任して1年ほどたった2019年(令和元年)、お客さまの外国人材採用を支援する取り組みを始めました。現在は『グローバル採用支援事業』と呼び名を変えていますが、エンジニアを中心とした高度外国人材の紹介事業です。

政府は数年前から、外国人が日本で就労しやすいように規制を緩和してきました。その結果、県内でも外国人労働者は増加していますが、多いのは『技能実習』や『特定技能』といった在留資格の人たちです。また、高度外国人材にしても、多くの人材会社が行うグローバル採用のお手伝いは、「日本人の代わりに外国人を」というのが大半で、その人

の語学力以外のスキルが十分に見られていません。しかし、当社のモデルはスキル重視です。最近では、技術を持っている外国人と面接し、内定を出してから日本語を教える、という手法での採用実績が増えています。なぜかという、当社の本社がある東予エリアなどの製造業はとくに、エンジニアが足りていないのです。技術のあるエンジニアを採用したい、というニーズに対して技術を持っていない人材の提案をしてもミスマッチが起きます。そもそも、日本人でもエンジニアの採用は相当難しくなっていますから、採用の幅を広げるという意味でも「技術を持っている外国人であればマッチング・採用がしやすい」とお客さまに提案し、選択肢として考えてもらうようにしています。

マレーシアへの展開

2021年(令和3年)1月には、マレーシアの人材関連事業会社であるCXL Groupの株式を取得(M&A)し、海外事業にも取り組み始めました。これからの事業成長の絵を描くなかで、重要だと考えたことの一つがエリア展開で、M&Aはその手段の一つでした。

マレーシアを選んだのは、人材派遣の市場が未成熟であり、当社が介在する価値を作りやすいと思ったからです。また、政治が安定していて他のASEAN地域より経済が成熟していることも判断材料になりました。現地は、コールセンターや事務作業のBPO(Business Process Outsourcing、外部委託)サービスが発達していることが特徴です。多言語国家でさまざまな言語を話せる方がいるため、通販のアマゾンやホテルのヒルトンなど、グローバル企業のコールセンターなどが集約されています。そういう所では、英語はそこまで堪能でなくとも日本語で仕事ができるということで、日本人も現地で多く働いています。CXL Groupはロー



CXL Groupをグループ企業に迎え入れ

カル向けのサービスをしている会社で、今もサービスの対象は変わっていませんが、将来的には海外で働いてみたいという日本人向けの就職支援もできるかもしれません。

シンガポールへの進出でシナジー効果を期待

マレーシアに続き、昨年(令和5年)3月にはCXL Groupと共同でシンガポールのWhyze Solutions社の株式を取得しました。Whyze社が開発している人事労務システムは、現地企業2,000社以上に提供されています。CXL Groupも含めた協働を推進することで、それぞれのマーケット開拓、デジタルソリューションの強化といった点でシナジーを発揮する狙いがあります。といっても、いざ国も企業文化も違う会社同士が協働しようとなると、一筋縄ではいかないもの。想像以上の難しさを感じています。ここは時間をかけながら、少しずつ協働実績をつくっていきたいと考えています。



Whyze Solutions社をグループ企業に迎え入れ

MSX パートナーとして寄り添う行動と提案

これまで築いた考え方を踏襲

私(輝和)が社長に就任して以降大事にしてきたのは、会社や先輩達が築いた素晴らしいものを、まずはしっかり継承しようという感覚でした。事業発展計画書のなかで、経営方針や大事にしたい考え方を昔から言語化しており、まずはそれをしっかり社長が変わっても踏襲するということです。

当社は創業当初から社員・スタッフが安心して



事業発展計画発表会で方針を説明する輝和社長

働ける風土づくりを心掛けてきました。現在、内勤社員のうち7割弱は女性で、管理職の約半数が女性となっています。

また、お客さま企業へも、より安心して当社を活用いただけるような環境づくりに努めてきました。例えば、労働者派遣法はこれまで幾度となく改正されてきましたが、法律が変わると当然実務面での運用が変わるので、お客さまにとっては分かりづらいスタートになります。そこで、当社では分かりづらさを解消してもらうために、必ず法改正のタイミングでお客さま向けのセミナーを実施するようにしています。

また、コロナ禍においては、派遣社員の休業補償を100%行う旨のアナウンスを早期に出したり、派遣社員で罹患者が出た際の対応をお客さまと事前に協議したりして、安心して職場に復帰できるよう精神的なケアにも気を配りました。

当社の資源は“人”ですから、個が活きる経営を続け、社員・スタッフには情熱を持って仕事に取り組み、活躍してもらいたいです。

絶えず新しいことにチャレンジする

当社は創業して40年弱になりますが、会社が成熟してきた今だからこそ、事業が衰退に向かうのではなく、再成長期のフェーズに突入できるよう進んでいきます。そのためには、どんどん新しいことにチャレンジし、そこから新事業の種を見つけ、育てていく必要があります。

新たな事業分野では、四国で初めて大人の発達障害の特性に応じたプログラムを提供する就労移行支援事業所「ディーキャリア松山オフィス」を開所しました。障害者雇用の法定雇用率引き上げにより、企業が障害者雇用の枠を拡大している一方で、発達障害の特性が原因で職場に馴染めず転職を繰り返す人達がいらっしゃるという点に課題があると認識して始めた事業です。

利用者の中には、障害の自己認識がないまま大



「ディーキャリア松山オフィス」の様子

学へ行き就職をしたのだけれど、どうにも仕事がいまいき退職を余儀なくされたという方も多くいらっしゃいます。そういった方には、従来の障害者向け就労支援カリキュラムはなかなかマッチせず、発達障害の特性に応じたプログラムで個々の強みを発見して伸ばすことが効果的です。

アビリティセンターの顧客ネットワークや就職へ向けたサポートのノウハウを活かすことができるものの、四国初ということもあり、利用者の方や関係者にサービスを認知してもらい、理解してもらうことに開所当初は苦戦しました。開所から4年が経ち、昨年度は10名の方の就職・定着が実現し、実績を積み重ねるにつれて認知度も高まっているように思います。

先ほど紹介した海外展開も含め、これまでさまざまな新規事業にチャレンジしてきました。なかには、事業化が難しく縮小したものもありますが、失敗を恐れていては地域の声や課題を拾い上げられなくなります。今の私たちにできないことでも、「何かできることはないか」という視点を持ち、今後も積極的にチャレンジしてまいります。

コンサルティング機能を充実させる

労働力の確保はどの企業・お客さまも苦勞しており、従来の採用方法では人は集まらないと言っても過言ではない社会環境になっています。限られた人材を取り合う状況で、採用や定着、教育といった人事領域でのさまざまな対策を迫られることになります。そうした時には、ぜひ当社を相談の窓口として活用いただきたいです。

お客さまの課題はそれぞれですから、私たちも一社一社を、働く人の一人ひとりをよく理解し、未来を見据えながら「こんな方法があります」、「こんなことやりませんか」という提案をできるようにしていかないといけませんし、そこが介入価値だと思っています。その企業、その人のパートナーとして寄り添った行動に努め、「まずアビリティセンターに聞いてみよう」と相談され、「アビリティセンターに頼めば安心」と頼りにされ、それに応えられる会社であり続けます。

(文責 IRC)

超売り手市場下の新卒採用

～県内企業における新卒採用の動向及び初任給改定に関する調査～

はじめに

新成人人口は1995年以降減少傾向にあり、2024年は106万人で(1970年のおよそ4割強)、過去最少を更新した。少子化が深刻化しているなか、県内企業の人事担当者から「新卒が採れなくなった」との声が多く聞かれた。今回は、県内企業に対し、新卒採用の動向に関するアンケートを実施し、現状と課題をまとめた。

1. 2024年3月新規学校卒業生(以下は新卒者)の職業紹介状況

愛媛労働局によると、2024年3月の新卒就職希望者数は、高卒で1,653人、大卒等(高専、短大も含める)で3,395人となった(図表-1)。一方、県内の求人倍率の推移をみると、コロナ下に落ち込んだものの、高卒は21年から、大卒は22年から上昇し、24年3月末時点で、高卒は3.65倍、大卒は1.82倍に上った(図表-2)。

▶【図表-1】2024年3月新規学校卒業生の職業紹介状況

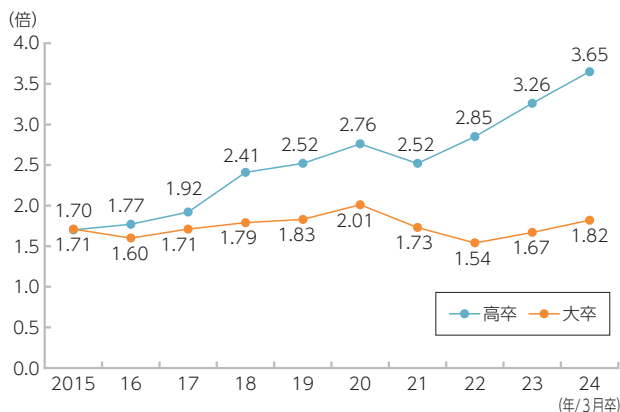
	就職希望者数(人)	求人数(人)		求人倍率(倍)		県内企業での就職決定(内定)率(%)	内定率(%)
		県内求人数	県外求人数	県内	全数		
高校	1,653	6,030	41,320	3.65	28.64	76.1	99.5
高専	247	818	5,200	3.31	24.36	21.5	99.6
短大	294	3,260	9,289	11.09	42.68	80.1	92.2
大学	2,854	5,184	31,328	1.82	12.79	42.9	97.0
大学等(小計)	3,395	9,262	45,817	2.73	16.22	44.4	96.7
合計	5,053	15,300	87,148	3.03	20.27	55.0	97.6

資料:愛媛労働局「新規学校卒業予定者の職業紹介状況について」

「超売り手市場」の背景には、少子化の深刻化が主要因であるが、コロナ下において、新卒採用を控えた会社が業績回復に伴い、採用意欲が高まったことも一因として考えられる。知名度の高い大

企業は一括で一定数の新卒者を採用するため、中小企業にとって新卒採用の争奪戦が激しさを増している。

▶【図表-2】新規学校卒業生の求人倍率の推移(高卒・大卒)



資料:愛媛労働局「新規学校卒業予定者の職業紹介状況について」

2. 県内企業の新卒採用の動向

県内企業の新卒採用の動向を把握するため、アンケートを実施した。なお、アンケートの概要は以下のとおり。

調査概要	
調査対象	愛媛県に事業所を置く法人 801社
調査方法	郵送によるアンケート方式
調査時期	2024年4月～5月
回答状況	有効回答数 253社 有効回答率 31.6%
回答先属性	
部 門	製造業:92社(36.4%) 非製造業:161社(63.6%)
正社員数	～30人未満:96社(38.1%) 30人～99人:74社(29.4%) 100人以上:82社(32.5%)

※集計は不明分を除く

※四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある(以下同様)

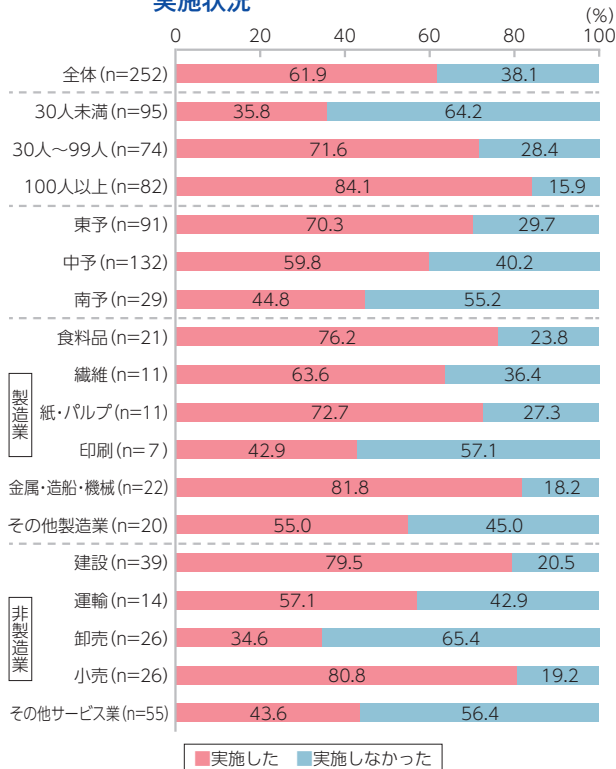
01 採用活動の実施状況(24年入社)

県内企業に新卒採用(24年4月入社)の実施状況について尋ねたところ、「実施した」は61.9%、「実

施しなかった」は38.1%となった(図表-3)。

規模別にみると、従業員数が多いほど新卒採用の実施割合が高く、また、エリア別では、東予エリアの実施割合が最も高い。さらに、業種別では「金属・造船・機械」、「小売」、「建設」の実施割合が高く、おおよそ8割前後となった。特に建設業では高齢化が進行しており、29歳以下の若年就業者は全体の1割にとどまり、新卒の獲得は喫緊の課題となっている。一方、「卸売」は小規模事業者が多く、他業種と比べ、非正規雇用者が多いため、新卒採用のニーズが低い。

▶【図表-3】規模別・エリア別・業種別新卒採用活動の実施状況

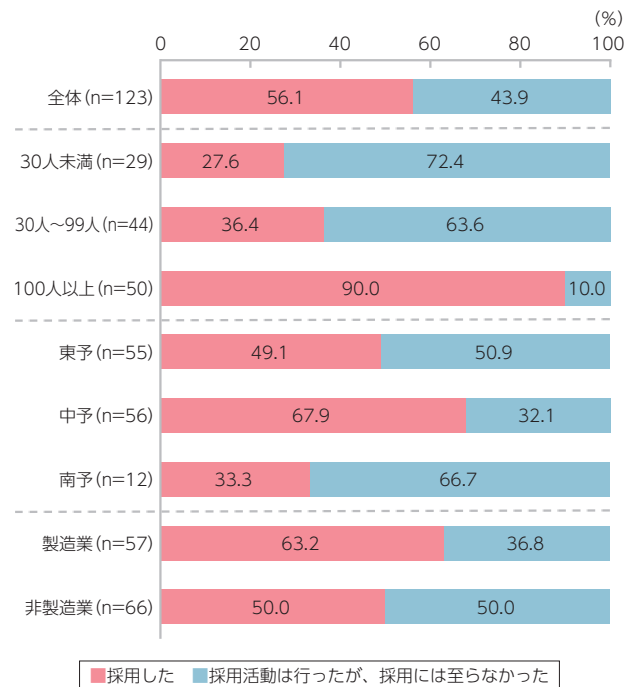


02 「新卒が採れなくなった」が4割超

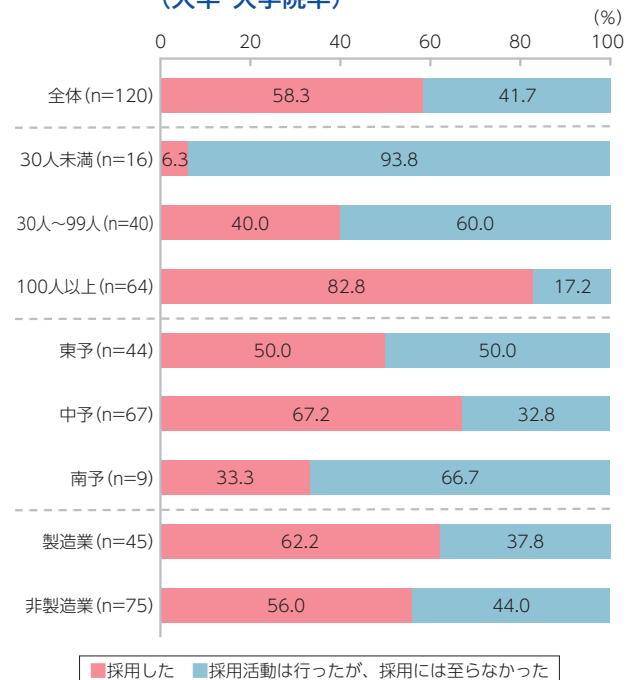
高卒を対象に採用活動を実施した企業に、人材の獲得状況について尋ねたところ、「採用した」は56.1%、「採用活動は行ったが、採用には至らなかった」は43.9%となった(図表-4)。

規模別にみると、100人以上の企業は、9割が新卒を採れたものの、99人以下の中小企業は、2~3割にとどまった。小規模企業は大企業に比べ認知度が低く、応募者が少ないことが考えられる。また、中小企業の場合は、採用担当が他業務を兼務している場合が多く、業務の多忙や採用ノウハウの欠如が課題となっている。

▶【図表-4】採用活動を行った場合の人材獲得状況(高卒)



▶【図表-5】採用活動を行った場合の人材獲得状況(大卒・大学院卒)



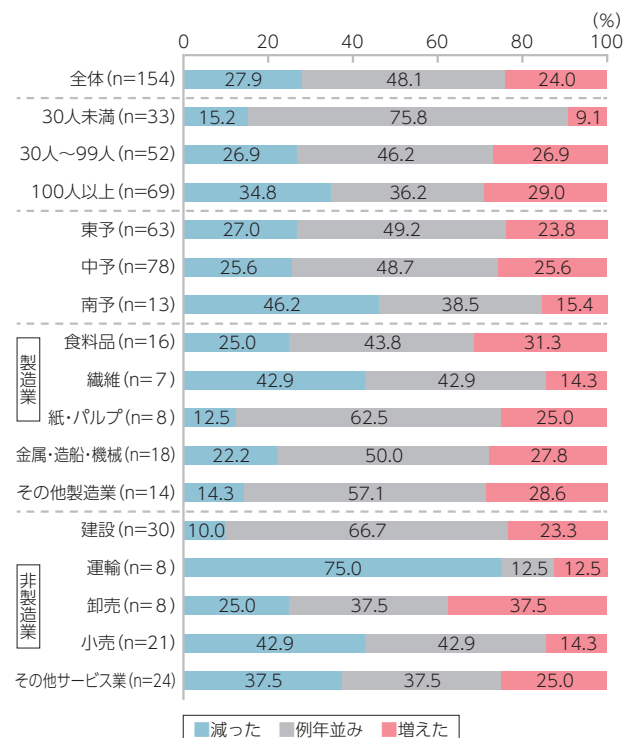
エリア別にみると、中予は7割弱の企業が採用できたものの、南予エリアでは人材確保ができたのは3割にとどまり、厳しい状況となっている。

大卒を対象に採用活動を実施した企業にも、高卒と類似した傾向が見られたが、30人未満の小規模企業は、採用活動を行っても、人材が確保できたのはわずか6.3%だった(図表-5)。

03 例年と比較した採用人数の増減

例年と比較した採用人数の増減を尋ねたところ、「例年並み」が48.1%で最も多く、「減った」は27.9%、「増えた」は24.0%だった(図表-6)。

▶【図表-6】例年と比較した採用人数の増減(24年4月入社)



エリア別にみると、「南予」では約5割の企業が「減った」と回答し、東予や中予エリアより約20ポイントも高い。

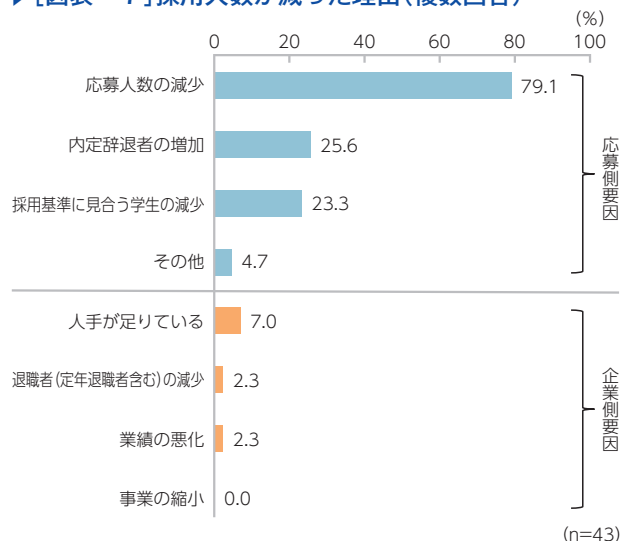
業種別にみると、「運輸」で「減った」が最も多かった。取材で「2024年問題はニュースにも多く取り上げられ、運送業界にネガティブなイメージを持つ人が多い」「シフト制の勤務体制や夜勤など不規則な生活を敬遠している若い子が多い」との声が聞かれた。

04 採用人数の増減理由

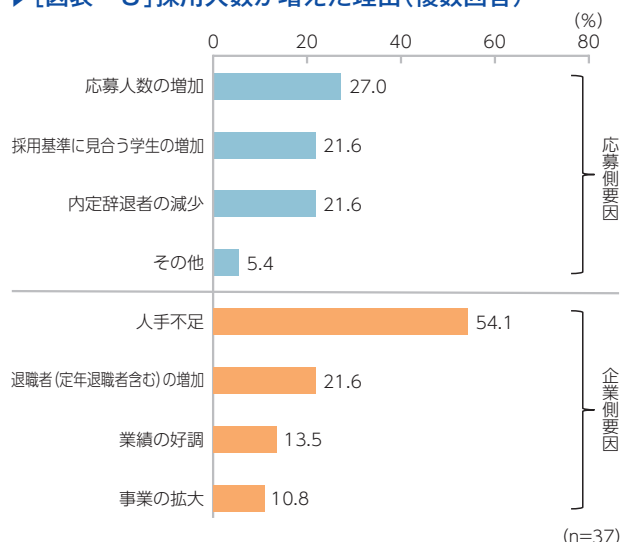
採用人数が減った理由について、「応募人数の減少」(79.1%)が最も多く、次いで、「内定辞退者の増加」(25.6%)、「採用基準に見合う学生の減少」(23.3%)が続いた(図表-7)。

一方、採用人数が増えた理由は、「人手不足」(54.1%)が最多であった。次いで「応募人数の増加」(27.0%)などが挙げられた(図表-8)。また、企業規模が大きくなるほど採用人数が多く採れる傾向にある。

▶【図表-7】採用人数が減った理由(複数回答)



▶【図表-8】採用人数が増えた理由(複数回答)



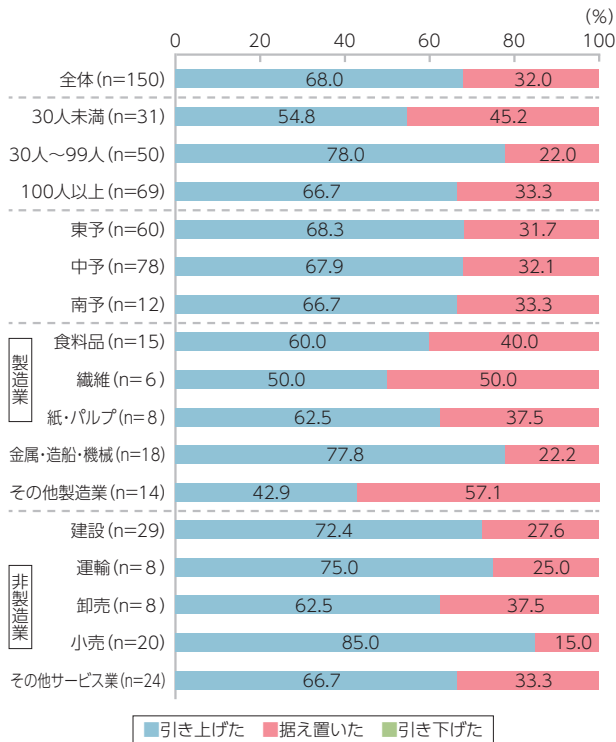
3. 初任給について

社会全体では、若者を集めるために初任給を引き上げる機運が高まっている。そこで、アンケートでは初任給の改定状況について確認した。

01 初任給の改定状況

2024年4月入社の新卒者の初任給の改定状況について、「引き上げた」は全体の7割弱を占めた。規模別にみると、「30人～99人」では「引き上げた」と回答した割合が最も高く、8割近くに上った(図表-9)。また、業種別にみると、人手不足感が強まる「小売」「金属・造船・機械」「運輸」では、引き上げの動きが強く見られた。

▶【図表－9】初任給の改定状況(24年4月入社)



なお、学歴別初任給の水準及び規模別・部門別・学歴別初任給の上昇率は図表－10、11を参照されたい。

▶【図表－10】学歴別初任給水準(全産業)

学歴別	参考値			
	昨春平均 (円)	今春平均 (円)	差額 (円)	上昇率 (%)
高卒 (n=106)	172,286	179,779	7,493	4.3
専門・短大・ 高専卒 (n=76)	188,142	195,650	7,508	4.0
大卒 (n=98)	198,706	207,411	8,706	4.4
大学院卒 (n=48)	204,760	212,644	7,885	3.9

注1：全産業・企業のうち、前年比較が可能な先の単純平均を算出
注2：東京のデータは、新卒者の所定内給与額である（「令和5年賃金構造基本統計調査」）
注3：東京の「専門・短大・高専卒」は「専門学校」と「高専・短大」の平均値

▶【図表－11】規模別・部門別・学歴別初任給の増減率^(注)

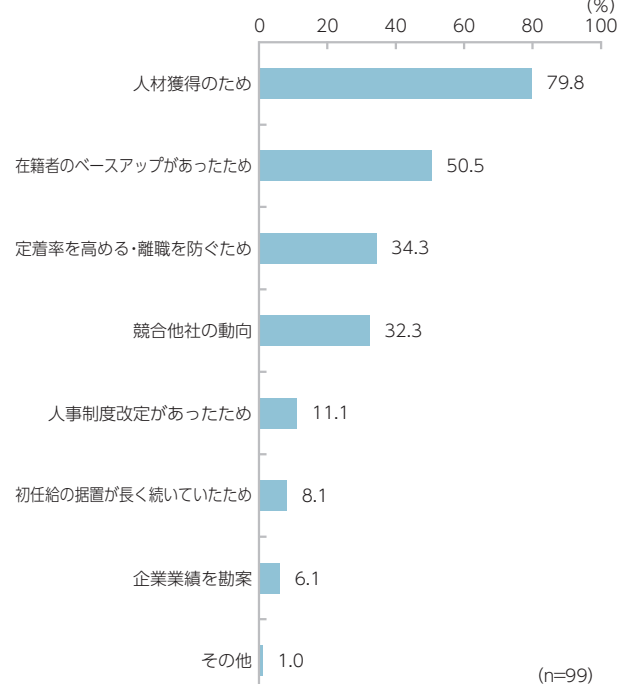
	(単位：%)			
	高卒	専門・短大・ 高専卒	大卒	大学院卒
全体	4.3	4.0	4.4	3.9
30人未満	2.2	2.8	3.0	5.7
30人～99人	3.6	5.0	4.3	5.1
100人以上	6.0	3.7	4.7	3.3
製造業	5.1	3.5	2.9	3.6
非製造業	3.9	4.2	5.2	4.0

注：24年度入社(2024年4月)の初任給対23年度入社の初任給の増減率

02 初任給の引き上げ理由

初任給引き上げの理由として、「人材獲得のため」(79.8%)が最多となった。次いで、「在籍者のベースアップがあったため」(50.5%)、「定着率を高める・離職を防ぐため」(34.3%)の順となった。また、「競合他社の動向」も3割を超えた。

▶【図表－12】初任給の引き上げ理由(複数回答)



近年、雇用の流動化が進み、中小企業において早期離職率(入社3年以内の離職率)が3～4割程度になっている。初任給の引き上げは、人材の争奪戦が激化している労働市場において、優秀な人材の獲得や、従業員の定着率を向上させる一助になると考えられる。

4. 採用活動の課題と留意すべきこと

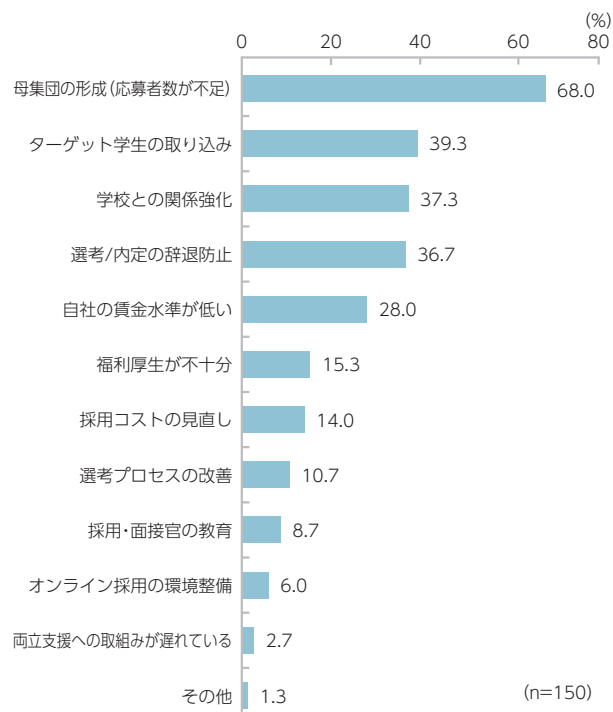
新卒採用の現状を踏まえた上、以下は採用活動の課題と企業側が留意すべきことを述べる。

01 採用活動の課題

アンケートでは新卒の採用活動の課題について、「母集団の形成(応募者数が不足)」が68.0%で最多となった(図表－13)。取材で「エントリー数がかなり減っている」「今の学生は、志望先を絞ってエントリーする傾向がある」との声が聞かれた。次い

で、「ターゲット学生の取り込み」「学校との関係強化」「選考/内定の辞退防止」が3割強を占め、「自社の賃金水準が低い」も3割弱に上った。

▶[図表－13]新卒の採用活動において、感じる課題(複数回答)



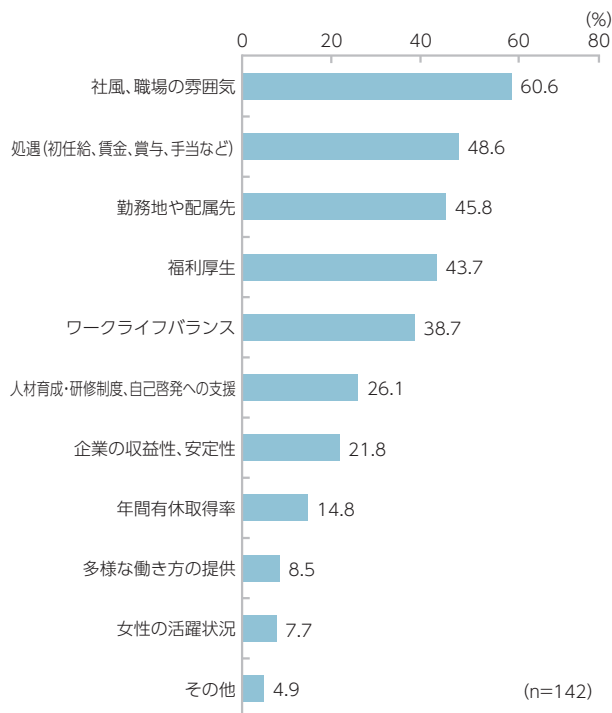
02 これからの採用活動で留意すべきこと

売り手市場化が進んでいるなか、従来通りの採用やアピール方法で十分な人材が確保できない可能性がある。採用活動を進めていく上で、留意すべきことは、①若者の価値観・職業観の変化を意識した情報発信、②接点の増加とオンラインの活用、③個別対応などフォロー体制の強化である。

ポイント1:若者の価値観・職業観の変化を意識した情報発信

アンケートでは、選考時に学生が重視していること(よく学生に聞かれた質問など)について尋ねた。「処遇(初任給、賃金、賞与、手当など)」(48.6%)より、「社風、職場の雰囲気」(60.6%)が多く挙げられた(図表－14)。また、「勤務地や配属先」(45.8%)「ワークライフバランス」を重視する学生も3割以上に上った。取材で「10年前、採用活動時、有給休暇の取得率を聞く学生はほとんどいなかったが、今の若者は堂々と有休の取得状況や両立支援の取組み状況を聞く」との声が聞かれた。

▶[図表－14]選考時に今の学生が重視していること(複数回答)



2024年の新卒者が生まれた頃(2001年、2002年生まれ)には、夫婦共働き世帯数が片方働き世帯数を上回ってきた。また、彼らが小学生の頃に、「イクメン」という言葉はすでに流行し、さらに、2019年に働き方改革関連法の順次施行や、22年に「育休・介護休業法」の改正が行われるなど、彼らの価値観や職業観の形成にも大きな影響を与えた。今後、採用活動において、柔軟な働き方を実現するための取組みや、休暇制度の利用推進、社員の健康と家庭をサポートする取組みなどが企業側のアピールポイントになるだろう。当然、「選ばれる企業」になるために、働きやすさと働きがいのある職場づくりの推進が必要になる。

ポイント2:接点の増加とオンラインの活用

応募者数は減少傾向にあるが、自社に興味を持ってもらうために、学生との接点を増やすことが求められる。近年、インターンシッププログラムを充実し、大学3年生の夏休みからインターンシップや職場体験を実施している企業が増え、早期に学生と接点を持つ動きが広がっている。早期に優秀な人材にアプローチし、ミスマッチを最小限に抑えられる効果も期待できる。

また、新卒採用に苦戦している県内企業は、オンラインを活用することで学生との接点を増やすことが期待される。オンライン企業説明会や、会社見学会の実施、また、YouTubeチャンネルやSNSな

どで企業文化や社員の声を発信することも、多角的に企業の魅力を伝えられ、学生からのフィードバックもタイムリーに得られる効果がある。

ポイント3:個別フォロー体制の強化

24年大卒者は2社以上の企業から内定を取得した割合が全体の63.9%を占めており、平均して一人2.5社の内定をもらっている¹⁾。取材でも採用担当者から「内定承諾後の辞退が多発しており、困っている」との声が聞かれた。内定承諾後の辞退率が高くなると、予定していた採用人数が確保できなくなり、採用コストの損失にもつながる。

内定辞退を防ぐには、個別のフォローが重要な意義を持つ。取材で「今は、一人ひとりの個性を尊重し、1対1の個別対応が必要だ」との意見が聞かれた。特に、学生にとって、「将来、どのような人達と一緒に仕事をするのか」「上司や先輩など人間関係がうまくいくか」「どの部署に配属されるか」と、社会人生活に漠然と不安を感じる方が多い。そこで、企業側からのフォローで、内定者の不安や疑問に対し、迅速に対応することで、企業への信頼感を高めることができる。また、定期的にコミュニケーションをとり、内定者の意向確認やキャリアプランに合わせたアドバイスを行ったりするなど、入社意欲を高めることも期待できる。

おわりに

労働人口が減っていくなか、企業の持続的な成長を実現するには、新卒者を含めた若年層の採用が欠かせない。初任給の引き上げや研修制度の充実など人的資本投資を通じて、若者のキャリア成長を支援するとともに、働き方改革をさらに進め、魅力的な職場環境の構築が求められる。

本稿が今後の採用活動のご参考になれば幸いです。今回は新卒採用について述べたが、「IRC Monthly」2024年3月号では、中途採用についてレポートしているので、参考にしていきたい。

最後に調査のご協力をいただきました多くの方々にこの場を借りてお礼申し上げます。

(孫 璇)

～アンケートの自由回答及びヒアリング内容～

【採用活動について】

- 新卒採用に限界を感じている。働き手が減っていくなか、数年後、新卒が取れなくなる可能性がある。(サービス業)
- 以前はエントリー数が100人を超えたが、最近は20人から30人までに減っており、母集団の形成がますます難しくなってきた。(小売業)
- 新卒は地元の大手企業への就職が多く、中小企業はほとんど人材獲得に至らない状態。(製造業)
- 就職活動の早期化が進んでおり、追いついていないのが現状である。企業側もその一歩先に行く早期化が必要だと感じている。(小売業)
- ここ数年、新入社員が入社数年後で退職しており、若手社員の定着率を高めることが課題となっている。(卸売業)
- 新卒を採用するには、育成や研修に関するシステムやノウハウを持っていることが重要と考えるが、当社にはそういったものがないため、採用していない。(運輸業)

【工夫していること】

- 新入社員向けアンケートでは、「面接官への印象が良かったため、入社を決意した」との回答が多かった。外部講師を招き、面接官への研修を行っている。(小売業)
- 県外の応募者も気軽に参加できるよう「オンライン会社見学会」を開催し、ZOOMを利用し会社の説明を行ったりしている。賃金や福利厚生などについても動画を作成し発信している。(建設業)

1) 株式会社リクルート、「就職プロセス調査(2024年卒)」。



ゼロ・ノルム

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



最近のインフレと金融政策を巡るメディア報道などで、「ノルム」という言葉を耳にされたことはないだろうか。ちょっと聞き慣れない言葉であるが、米国の経済学者アーサー・オークンが提唱した用語で、社会的な慣習や規範意識を指す。

わが国では、30年近くにわたって、賃金も物価も上昇しないことが普通となり、賃金と物価の「ゼロ・ノルム」が形成されてしまった。企業は顧客離れを警戒し、販売価格の据え置きに注力してきた。同時に、企業は基本給を中心として賃金を抑制しようとする一方、労働者も雇用不安などからベースアップによる賃上げを求めてこなかった。こうした長年の経験から、賃金と物価の上昇率について世間相場が形成され、それが実現されることで、相場感がさらに強固なものになっていった。

ただ、こうした状況が長期にわたって継続した背景として、もう一つ重要なゼロ・ノルムが存在していたことも見逃してはいけない。それは、ゼロ成長のノルムである。低成長のもとで、企業を取り巻く競争環境は厳しく、経営規模拡大や新製品開発、あるいは生産性向上などに向けての企業の前向きの取組みも進まなかった。

この点は、「賃金と物価の好循環」を実現するうえで重要な示唆を与えてくれる。一般に、賃金と物価の好循環は、景気が改善し、労働需給が引き締まっていくこと等を背景に、賃金と物価が相互に関連しながら伸び率を高めていくことと

されている。ただ、賃金と物価がともに上昇するというだけでは、必ずしも「好循環」とは言えない。

主要先進国の経験を振り返ってみると、賃金と物価の循環は、望ましくないケースの方がより一般的である。わが国の経験としても、1970年代半ばにかけての第一次石油危機前後の経験がその典型例である。日本列島改造ブームの中で、財政・金融政策が拡張的に運営される中、第4次中東戦争を契機として、原油価格が大幅に上昇したことをきっかけに、賃金と物価がスパイラル的に上昇し、「狂乱物価」と呼ばれる高インフレにつながった。

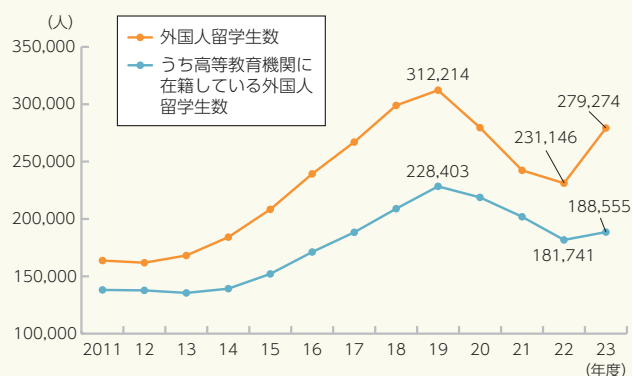
人々の暮らしにとって大事なのは、賃金上昇率が物価上昇率をどれだけ上回るかという点である。そして、この実質賃金を上昇させていくには、生産性の持続的な上昇が必要だ。つまり、賃金と物価の循環を「好循環」にするには、「実質賃金と生産性の好循環」が不可欠なのだ。これにより、賃金と物価の上昇率、成長率という3つのゼロ・ノルムを克服し、物価安定のもとで持続的な経済成長を実現できる。

金融政策の運営としては、企業が積極的に行動することを可能とする安定した物価環境を実現していくことに注力していく必要がある。同時に、企業サイドにおいても、生産性向上とそれを踏まえた、中長期的な視点からの賃金・価格設定を目指していく、積極的な経営戦略を考えていくことが求められる。



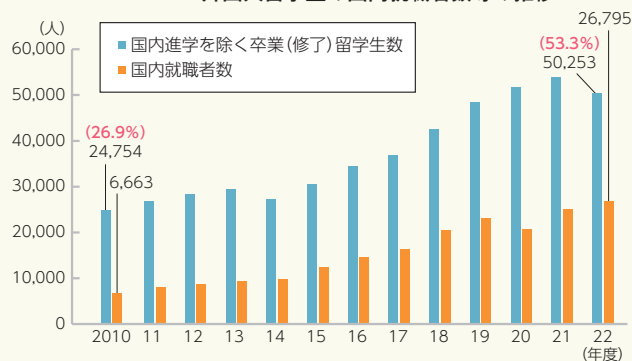
留学生の就職事情について

図表－1 外国人留学生数の推移



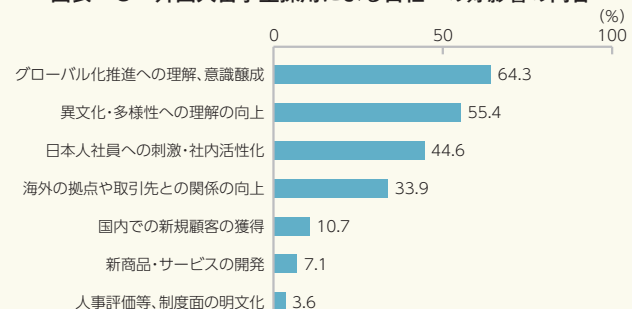
資料：独立行政法人日本学生支援機構「外国人留学生在籍状況調査」

図表－2 日本の高等教育機関を卒業・修了した外国人留学生の国内就職者数等の推移



資料：独立行政法人日本学生支援機構「外国人留学生進路状況調査結果」

図表－3 外国人留学生採用による自社への好影響の内容



資料：株式会社ディスコ キャリタスリサーチ「外国人留学生/高度外国人材の採用に関する調査」

調査対象：全国主要企業22,110社、調査時期：2023年12月11日～25日
回答社数：478社

2008年に日本は国際化を推進するため「留学生30万人計画」を打ち出して以来、留学生数が右肩上がりで見られ、2019年度は31万人を超えるようになった(図表－1)。コロナ下において、留学生数が激減し、2022年度は約23万人となった。コロナが明けてから、留学生数は回復し、23年度は前年比20.8%増の約28万人となった。昨年、日本政府は「留学生40万人計画」(2033年までに外国人留学生を40万人受け入れる)を打ち出し、今後外国人留学生数がさらに伸びていくと予想される。

外国人留学生卒業後の進路に着目すると、2022年度に高等教育機関を卒業した外国人留学生のうち、日本国内で就職した人は全体の53.3%を占めており、2010年と比べ、大きく伸びたと言える(図表－2)。グローバル化の進展や、ダイバーシティの推進を背景に、企業側も外国人留学生の採用に積極的な姿勢を見せている。

外国人留学生の採用実績のある企業に、採用したことによる自社への好影響を尋ねたところ、「グローバル化推進への理解、意識醸成」(64.3%)が最多で、次いで「異文化・多様性への理解の向上」(55.4%)、「日本人社員への刺激・社内活性化」(44.6%)、「海外の拠点や取引先との関係の向上」(33.9%)の順で多かった(図表－3)。外国人留学生を採用することで、ビジネス上のメリットだけでなく、多様性の実現や、社員の異文化への理解の深化につながる効果も見られた。

愛媛大学は文部科学省の「留学生就職促進プログラム」事業に採択され、留学生の地域での就職支援を積極的に推進している^(注)。愛媛には23年5月1日時点で、約440名の留学生が在籍しているが、広島(4,626人)、岡山(3,316人)、香川(678人)、徳島(559人)よりも少ない。今後、グローバル人材の育成と活用を図るには、留学生の受け入れや、県内企業での就職支援のさらなる推進を期待したい。

(孫 璇)

注：留学生就職促進プログラム(留プロ！) <https://ryupro.isc.ehime-u.ac.jp/>



紀行

IRC
TRAVEL JOURNAL

シンガポール・ベトナムを訪ねて

IRCニュー・リーダー・セミナー(33期生)海外研修旅行



はじめに

次代を担う若手経営者の学びの場として、1989年より開催しているIRCニュー・リーダー・セミナー。「海外研修旅行」は、1年間のカリキュラムの目玉の一つだ。

今回訪れた国は、世界的な海事都市であるシンガポールと、各国の工場進出が増え発展著しいベトナムである。日本に本社を置く企業の現地法人など8先を、ニュー・リーダー・セミナー33期生(21名)とともに訪問し、両国の文化や発展の違いなどを体感した。

旅 程 表		
月/日	滞在地	旅程・視察先
6/2	移 動	松山発 ▶ 東京(羽田) ▶ シンガポール
6/3	シンガポール	・伊予銀行シンガポール支店 ・都市再開発庁(URA) ・PSAイノベーションセンター
6/4		・無印良品Plaza Singapura ・自由行動後、移動 シンガポール ▶ ベトナム(ホーチミン)
6/5	ベトナム (ホーチミン)	・ベトナム日本人材開発インスティテュート(VJCC) ・Daiwa House Vietnam Co.,Ltd./ ICHIOKA SEIKA VIETNAM CO.,LTD.
6/6		・Esuhai Co.,Ltd. ・Ichihiro Vietnam Co.,Ltd
6/7		自由行動
6/8	移 動	ベトナム(ホーチミン) ▶ 東京(羽田) ▶ 松山



1. 訪問地の基本情報

① シンガポール

シンガポールは、1965年にマレーシア連邦から独立してできた都市国家だ。国土は東京23区よりやや大きく、愛媛でいえば松山市と東温市を合わせた面積である。小さな国だが、金融や経済などでASEANの中心的役割を担っている。

シンガポールはさまざまな宗教や文化が共存する多民族国家でもある。公用語は英語、中国語、マレー語、タミル語の4か国語で、道路標識や地下鉄のアナウンスなどでそれを実感できる。

街にはデザイン性に富んだ高層ビルが立ち並ぶなか、植物も目立つ。赤道直下の日差しを避けて皆が快適に過ごせるようにと、「建国の父」と呼ばれるリー・クアンユー元首相の指示で街路樹が多く植えられ、国土の3分の1が緑だという。



今は「シンガポール・グリーンプラン2030」という環境政策を掲げ、持続可能な街づくりに取り組んでいる。

② ベトナム

ベトナムは、ベトナム戦争を経て1976年に南北統一を果たし、社会主義共和国として成立した。国土は、南北に約1,650kmの細長い形状で、北部と南部では気候のみならず、人の気質にも違いがあるといわれている。ハノイを中心とする北部の人はまじめで辛抱強く堅実な人が多い一方、ホーチミ

ンなど南部の人は、陽気で開放的だが、飽きっぽい人が多いそうだ。

ベトナムは毎年80万人が生まれ、平均年齢は33歳と若い。特にホーチミンには地方から多くの若者が集まり、夜遅くまでにぎわい、人々のエネルギーが街中にあふれている。



ホーチミンでは今年10月に地下鉄が、翌年には新しい空港ができる予定だ。建設中のビルが多く、今後さらなる発展が続くことを感じられる街並みだった。

参加者レポートより

株式会社平石石油 青木 槇秀

シンガポールの街はきれいで、生活インフラにおいてかなりDXが進んでいた。日本はこれにいつ追いつけるのか、強い危機感を覚えた。

ベトナムは発展途上というイメージ。ただ、開発中の地域が稼働すれば、ものすごい勢いで発展しそうだと感じた。

弁護士法人たいよう 池本 真彦

シンガポールは、国土や人口の規模は小さいものの、IT化、インフラ整備、ビジネス環境などが日本より優れていた。

ベトナムは、インフラや公衆環境が十分に整っておらず、経済規模ではまだ日本に及ばないものの、若者を中心とした国の勢いを肌で感じた。高度経済成長期の日本もこのような雰囲気だったのかなと、そのなかに生きるベトナムの人々を羨ましく思った。

両国と日本の比較(2023年)

項 目	シンガポール	ベトナム	日 本
面積 (km ²)	734.4	約33万	約37万
人口 (万人)	592	10,030	12,435
実質GDP成長率 (%)	1.1	5.05	1.0
1人当たり名目GDP (ドル)	84,714	4,284.5	32,009
消費者物価上昇率 (%)	4.8	3.25	3.2
対米ドル為替レート	1.34シンガポールドル	23,787.32ドン	140.49円

資料：シンガポール統計局、ベトナム統計局、IMF、総務省統計局、内閣府ホームページよりIRC作成

2. シンガポールでのビジネスを知る

01 伊予銀行シンガポール支店

まずはシンガポールという国を知るために、伊予銀行シンガポール支店の脇本次長から基本情報や経済状況などの説明を受けた。残念ながら支店は改装中のため入れず、近くの貸し会議室にて話を聞いた。

シンガポールは東南アジアのほぼ中央にあるという立地の良さや安定した政権体制、法人税17%といった税制上のメリットなどから、多くの外資系企業が進出している。資源がなく自給率も低い同国では、政府が積極的に外資を受け入れ、経済的發展につなげてきた。おかげで物流の一大拠点にもなり、2022年には港におけるコンテナの取扱量が上海に次ぐ世界第2位となっている。

近年は経済・教育面の格差が広がり、裕福な外国人への不満が大きい。高層マンションが次々と建設されているが、どれも外国人向けで、多くの国民は公営住宅に住んでいるようだ。参考までに社宅用借上げマンションの家賃を尋ねたところ、「月50万円以上」と言われ、皆目を白黒させていた。



脇本次長の説明を聞くセミナー生たち

参加者レポートより

金生商事株式会社 藤川 功基

外国人比率の増加は日本と同じく、シンガポール国内でも問題になっており、特に所得や教育などの格差が広がっていると聞いた。

外国人の受け入れで急激に発展したシンガポールだが、発展の裏には虐げられてきた現地人の複雑な問題があるのだと感じた。

02 都市再開発庁(URA)

脇本次長らとバスに乗り、都市再開発庁(URA)内にあるシンガポール・シティ・ギャラリーに向かった。URAは同国の都市開発・計画を担当する法定機関で、巨大なジオラマや光と音を使った体験型展示があるギャラリーでは、その取り組みや歴史などが分かりやすく表現されていた。セミナー生たちも展示をじっくり読んだり、操作ボタンを押してみたり、興味津々な様子だった。

狭い国土だからこそ「壊して再構築する」開発手法に日本との違いを感じた。また、具体的な資源の再利用計画も紹介されており、同国の持続可能な街づくりの一端を体感することができた。



URAの展示を体験

03 PSAイノベーションセンター

昼食後は、PSAコーポレーション内にあるイノベーションセンターを訪れた。同社はコンテナターミナルの運営、管理のために政府の全額出資で設立された。

最も大きなターミナルであるパシルパンジャンでは、年間3,800万個のコンテナを扱っている。2040年には今あるターミナルを1つに集約し、世界一のコンテナ取扱量となるそうだ。これにより、ターミナル間輸送に伴う時間とコストが削減され、効率が高まることが予想される。

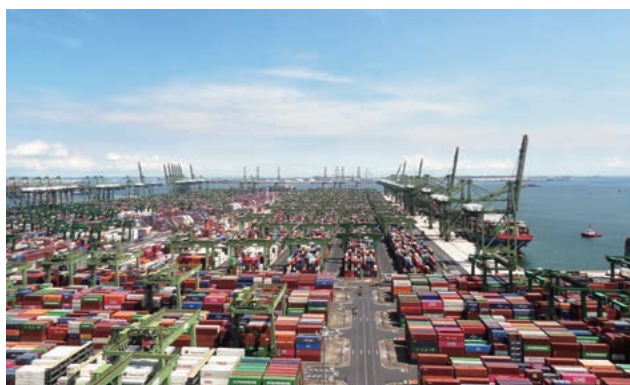
同社では業務でも効率化を追求している。ターミナルには全自動のガントリークレーンが並び、今後内部を走るトラックも自動化される予定だ。

クレーンはゲームのコントローラーのような機

器で操作し、1人で10基を動かすのだという。セミナー生も実際に体験したが、あまりにも簡単な操作に驚いていた。専用シミュレーターを使い、1年でオペレーター育成が可能だそうだ。

ほとんどの業務がIT化され、働く人はオフィス勤務が中心だ。案内役のマーク氏は「従業員は、以前男性ばかりだったが、今は女性が60%を占めている」と話していた。「最終的にはすべての業務を自動化することで港湾災害をゼロにし、誰でも効率のかつ安全に働けるようにしたい」という言葉に、世界の港湾をリードするプライドを感じた。

同社は再生エネルギー活用や排出ガス削減にも積極的に取り組んでおり、まさしく世界最先端のターミナルだった。



圧巻のコンテナ数を誇るバシルバンジャン港

参加者レポートより

株式会社アクティブモア 久徳 壮一郎

全自動クレーンのオペレーションを体験させてもらったが、ゲームとほとんど変わらない簡単な操作で、これからの仕事のあり方について深く考えさせられた。

港湾業務の未来を見据え、技術革新をリードする姿勢に感銘を受けた。

石井紙業株式会社 橋本 賢蔵

積極的に投資してさまざまな最先端の技術を取り入れており、生産性向上や環境への意識を強く感じた。

今後新たな技術やエコシステムを導入するといった、魅力的な未来の話も聞けて非常に有意義な視察だった。

参加者レポートより

株式会社水上塗装 水上 拳斗

建設現場でよくある「体動かしてなんぼ」ではなく、「いかに生産性を上げるかが大切」という思考を一人ひとりがもっていた。コストと機動力を最大限に活かすことを徹底的に追求する考え方は国民性らしいが、日本との大きな違いを見た。

④ 無印良品Plaza Singapura

翌日は、シンガポール中心部にある無印良品 Plaza Singapuraを訪れた。店舗は1フロアで面積が3,500㎡と、世界最大級の規模だ。

取締役の大西克史氏に店舗を案内していただきながら、独自の事業や販売戦略などをうかがった。

まず案内されたのが日本でもよく見かける天然繊維のシャツ売り場だ。生地には風を通しやすくする技術や、接触冷感を取り入れており、現地の高温多湿な気候に対応している。

現地に合わせた商品は他にも展開しており、地元メーカーと企画したものもある。メーカーが少ない同国では珍しい、“メイド・イン・シンガポール”の自転車だ。自動車が高額で、人々の健康志向も高いことから自転車が人気だという。「普段からお世話になっている地域の方々と協力し、地域も自分たちも一緒に盛り上げていきたい」と語る大西氏に、並々ならぬ思いを感じた。



メイド・イン・シンガポールの自転車

店内のレイアウトは日本と異なり、現地の伐採木を使用した丸太椅子を置き、チャンギ空港と同

じ水の循環システムを用いて天然の植物の柱をつくるなど、来店客がリラックスして買い物を楽しめる工夫がなされていた。一画には日本の地域産品の紹介コーナーもあり、同コーナーを扱う株式会社TREASURYの山下社長の出身地という縁で、今は愛媛の産品が紹介されている。

国土が狭く、店舗数を増やせない背景から、昨年、住宅のリノベーション事業を開始した。日本でもすでに事業化されているが、同店では大西氏はじめスタッフが現地の人々の家を訪問して情報収集し、彼らが快適に過ごせる機能性やデザインを考えて実践している。そのおかげか、同事業の成約率は高く、今後が期待されている。

店舗見学を終え、併設の「MUJIカフェ」で少し早めのランチをいただいた。健康志向の同国ではMUJIカフェは人気が高く、開店前から長い行列ができていて驚いた。

見た目は同じでも、現地の特性を取り入れた新たな「無印良品」を発見することができた。

参加者レポートより

日工株式会社 阿形 精三

少数精鋭でさまざまなプロジェクトを掛け持ちしながら業務を遂行しているのが印象的であった。プロジェクトにおける同社スタッフのチームワークやリーダーシップについて、私も見習いたいと感じた。

みなと司法書士・行政書士事務所 坂本 将来

多様な人々が共存する国だからこそ、特定のペルソナを設定せず、幅広いニーズに対応する柔軟な運営を行っていた。スタッフのホスピタリティと顧客の声に耳を傾ける姿勢が特に印象深く、これが店舗の成功につながっていると感じた。

いよぎんキャピタル株式会社 仲西 謙

海外で売れる店舗をつくるためには現地に根差すことが第一。そのために自分からリアルな現地人の生活に入り込んで肌で感じる。そして、とにかくやってみながら、ポジティブとネガティブ両方の気づきを生かすこと。これらの取り組み姿勢が大事だと理解した。

3. ベトナムでのビジネスを知る

シンガポールでの視察終了後、夕方から飛行機に乗り、1時間半かけてベトナム・ホーチミンへと向かった。空港から一歩外に出た瞬間、肌にまとわりつくような暑さを感じ、「熱帯にいるんだ」と実感した。

① ベトナム日本人材開発インスティテュート(VJCC)

翌日、日本式経営をもとにした人材育成や日本とベトナムのビジネスマッチング支援などを行うベトナム日本人材開発インスティテュート(Vietnam-Japan Institute for Human Resources Development、以下VJCC)ホーチミンを訪問した。

ミン支所長の挨拶から始まり、専門家の監物秀樹^{けんもつ}氏から、ベトナムの概況やVJCC、そして「経営塾」についてお話をうかがった。

経営塾は、ベトナム人経営者・後継者を対象に、日本式経営・日本企業の知見を軸に、世界に通じる経営を包括的に学ぶことを目的としている。塾生は、日本での研修(企業訪問、交流会等)を含め、約10カ月間、日本人、ベトナム人の講師陣から経営や人事、財務、日本式ものづくりを教わりながら、経営者ネットワークを構築する。今年で15周年を迎え、卒業生は950人を超えるそうだ。

続いて、経営塾修了生でHTF HOLDINGSの会長であるズオン・ミン・フン氏から経営塾で学んだことや、同社が扱う防水工事やインテリアの製造などの事業についてお話をうかがった。ズオン氏の「ビジネスで大事にしているのは信頼関係だ」という言葉に、セミナー生たちは感銘を受けた様子だった。



質疑応答の様子

参加者レポートより

株式会社梅檀 稲田 優大

日本式の経営をただ教えるだけでなく、ベトナム人の高い英語力を生かして、日本を含めた世界各地で活躍できる人材を育成することに力を入れていたのが印象的だった。社会主義国という背景からベトナム企業の経営はスピード感が求められるのではないかと考えた。日本でもグローバル企業になるために、彼らから学ぶことが多いと感じた。

株式会社タガ 多賀 一晃

経営塾修了生で同業者のズオン会長と情報交換ができ、有意義だった。この出会いをきっかけに、ズオン会長の会社と人材交流ができればと考えている。実現すれば弊社は職人不足解消の一助になり、ズオン会長の会社には日本の技術が伝わり、お互いにとってメリットになるのではないかと考えた。

株式会社長崎商事 長崎 晃一郎

VJCCのスタッフや修了生との対話を通じて、ベトナムのビジネス環境や人材の質の高さを実感した。特に、講演していただいたズオン会長の熱意と学ぶ意欲に大いに感銘を受けた。

今後のビジネス展開にも多くの示唆を得る機会となった。

02 Daiwa House Vietnam Co.,Ltd./ ICHIOKA SEIKA VIETNAM CO.,LTD.

街中から車で1時間半行った郊外にあるのがロンドウック工業団地だ。まずは管理棟2階会議室で、同団地の施工管理を行うDaiwa House Vietnam社のマネジャーである至田翔哉氏にお話をうかがった。工業団地への投資や顧客施設の建設、倉庫のレンタルなどを通じて進出支援をされている話



至田氏の説明

は、海外展開の選択肢として参考になった。

続いて、ICHIOKA SEIKA VIETNAM社 社長の市岡志麻氏から事業の紹介やベトナム進出の経緯などをうかがった。市岡氏の父が日本で進む少子高齢化を危惧して海外展開を考え、2015年に設立した。ベトナムを選んだのは、法律や規制が厳しく、日本企業の進出が少なかったためという。市岡氏は設立時から駐在しているが、現地についてはなく、苦勞も多かったそうだ。だが、持ち前の明るさと積極性で徐々に人脈を築いて取引先を増やし、また、現地の文化や嗜好を考慮した商品開発にも取り組んだ結果、カスタードクリームのだら焼きが大ヒットを記録して今に至る。

「コロナ禍は、お菓子が嗜好品として制限され、売上ゼロのときもあった。今もまだ好調とはいえないが、前向きに、現地スタッフと協力しながらやっていきたい」と、笑顔で話す市岡氏に、多くのセミナー生が元氣や活力をもらっていた。

質疑応答後、市岡氏もバスに乗って同社事務所に向かった。事務所に入ると現地スタッフ2人が立ち上がり、日本語で挨拶してくれた。市岡氏が「ベトナム人はまじめで親しみやすい」と話していた国民性を感じられた。

事務所に併設された工場の機械は日本製で、品質管理も日本の基準に合わせている。市岡氏の席の目の前には大きな窓を設置して工場の様子がよく見えるようにし、何かあればすぐ対応しているそうだ。

単身ベトナムに入って試行錯誤を繰り返しながら前に進む市岡氏の情熱に、セミナー生たちは心動かされた様子だった。



ICHIOKA SEIKA VIETNAM社の事務所

参加者レポートより

株式会社八幡浜ヨコハマタイヤサービス 居村 武紀
市岡社長から「ビジネスは人と人がするものだから、つながりやご縁を大事にしている」という話を聞き、日本でも海外でも大事にするべきものは同じだと再認識した。

株式会社オサキ 尾崎 元章

現地に合わせた商品開発や日本と同様の高い衛生基準、さまざまな企業トップとの人脈を活用したマーケティングや営業活動の展開が成功につながっている。同社の取り組みは、地方を拠点とする中小企業の海外進出における優れたモデルケースといえる。

株式会社程野商店 程野 成恭

広義的には同業種であり、自社も約10年前から海外戦略に取り組んでいたことから、ベトナム進出の背景や施策などが興味深かった。

同社の海外展開の考え方や市岡社長の熱意には大きく刺激を受け、改めて海外戦略を考え直す機会となった。

③ Esuhai Co.,Ltd.

同社は、ベトナム人材の教育・研修、技能実習生と技術者の派遣などを行っている。創業者であるレロンソン代表が提唱する「日越100年構想(日本企業に優秀なベトナム人材を派遣し、ベトナムは日本の高度な技能・技術・知識を得て、日越両国が共に発展する)」の実現に向けて2006年に設立された。

「私たちは送出し機関というより、教育機関だ」と、チーフコンサルタントの内海野花氏は言う。他のベトナム人技能実習生の送り出し機関と異なり、同社では、まず学校に入学してもらって1年間、日本語と日本企業で働くためのマナー、マインド、キャリア意識などをしっかり教育したうえで、日本企業とのマッチングを行う。また、入学希望者の募集も仲介業者を介さずに同社が行っており、意欲・能力ともに高い人材を選抜している点も同社の強みである。

内海氏のお話をうかがった後、実際の教育現場を視察させていただいた。10代から30代の生徒た

ちから大きな声の挨拶と笑顔で迎えられた後、何人かの生徒と質疑応答を行った。

答えてくれた生徒の皆さんは少しはにかみながらも、「なぜ日本へ行きたいのか」「日本で何を学び、何をしたいのか」といった問いに真剣に答えてくれた。中には「家族を呼んで日本で暮らしたい」「戻ったら起業してベトナムの発展に貢献したい」という人もいた。彼らの希望に満ちた目や、まっすぐで純粋な気持ちに心を打たれ、自らを振り返る機会にもなった。



生徒たちとの交流

参加者レポートより

株式会社ホーム設備 門田 健杜

レロンソン代表の未来を見据えた人材教育と熱い思いが、日本企業との橋渡しにつながっていると強く感銘を受けた。

今春からベトナム人技能実習生を受け入れており、希望をもってきた彼らをしっかり育てなければ、と改めて身を引き締めた。

株式会社サイジョウ 杉森 玄

生徒の皆さんの挨拶、質問の受け答え、謝辞のどれをとっても素晴らしいと感動した。逆に私も含め日本人のほうができているかもしれないと反省した。

また、5年、10年先の自分についてもちゃんと考えていることに感銘を受けた。愛媛でもベトナム人技能実習生をよく見かけるが、これまで以上に親近感がわくと思う。

株式会社北四国警備保障 高岡 俊典

労働意欲が高く、勤勉で情熱的な生徒たちを見ると、日本での活躍は間違いなく、日本企業側も労働力が足りないなか、積極的に技能実習制度を活用することが、お互いの発展につながっていくものだと確信した。

自社の事業は制度の対象外なのが非常に残念で、今後対象となることがあれば、すぐにも利用したいと思った。

④ Ichihiro Vietnam Co.,Ltd

最後に訪問したのはIchihiro Vietnam社で、タオル美術館グループの海外生産拠点の一つである。先に設立された「大連一広毛巾有限公司」の生産ノウハウを基盤に、アジアと欧州文化の感性を取り入れることを目的に2005年に設立され、2007年から操業を開始した。工場は敷地面積19,500㎡、延床面積22,000㎡の規模を有している。

繊細なベトナム刺しゅうに象徴される現地人材の器用さを生かし、同社では、先染・プリントタオルをはじめ、ハンカチ、ガーゼマスクなどを生産し、多くが日本に輸出されている。

タオル生産に関しては、小ロット多品種で、原糸から染色、製織、後加工、縫製、刺しゅう、顧客が希望する包装形態までを社内で一貫して行う点が強みで、その工程を社長の坂本賢一氏と工場長の山本徹氏に案内いただいた。

積極的に設備投資を進め、品質向上や効率化はもちろん、エネルギー使用量を70%削減して環境負荷の軽減も図っている。

同社の日本人駐在員2人に対し、現地スタッフは700人。採用は地方人材が中心で、入社してから駐在員が育成するという。見込みのある人材はリーダーになり、そのなかでも将来が期待される人材は日本で製造工程を学ぶ仕組みがあるそうだ。実際、工場内では皆黙々と縫製や検品に取り組み、また、廊下ですれ違う際に軽く一礼する姿から、教育が行き届いていると感じた。



工場を案内する坂本氏(左) 包装を行う人々(右)

参加者レポートより

株式会社ブリヂストン松山タイヤセンター 加藤 大典

機械のできる工程には人をほとんど配置せず、それ以外の工程には多く振り分ける、その差配が印象深かった。若者が多く、労働力が豊富なベトナムの優位性を生かした工場だと感じた。

株式会社山田屋 高辻 孝将

包装や資材管理などは全く機械に頼らず、人のみで作業していた。驚くほどの多人数で、日本では非効率と言われそうだと感じた。

ただ、視点を変えれば、貧しい人が未だ多く、働く場所が少ない現地にとっては貴重な雇用の場で、地域貢献につながっているとみえる。

「地域貢献」を理念に掲げながら効率化にも取り組む自分自身にとって、改めて考えさせられる良い機会だった。

株式会社ミッキークリーニング 山本 義貴

海外での製造工場の立ち上げから軌道に乗せるまでの経緯に非常に感銘を受けた。また、日本語もままならない現地の人に対し、日本基準の品質を絶対に落とさないための教育方針や熱意に多くを学んだ。

坂本社長や山本工場長の非常に強いエネルギーを肌で感じ、経営者として一歩成長につながったと思う。

終わりに

政治も文化も異なる両国を訪問し、日本との違いやその発展の様子を肌で感じ、たくさんの発見や刺激を得る1週間だった。

今回訪問させていただいた企業はどれも異なる魅力をもっていたが、共通して「熱い思い」を感じた。日本語には「思う念力岩をも通す」という表現があるが、それを体現する経営者などの姿に、背中を押されたセミナー生も多かったのではないだろうか。旅行での学びを今後の経営に生かし、ぜひ活躍していただきたい。

このたびの研修旅行に際しては、訪問させていただいた企業の皆様から貴重な情報や多大なご支援、ご協力をいただきました。本誌面を借りて、厚く御礼申し上げます。
(川尻 麻美)



香港のみかん類輸入状況

はじめに

愛媛県は「みかん」の生産が盛んです。一口にみかんと言っても、皮が薄く、コタツに入って食べるイメージが強い『温州みかん』、甘くて果肉に歯ごたえがある「甘平」やゼリーのような食感の「紅まどんな」等、数多くの種類がある『中晩柑』があり、愛媛県では40種類以上の品種が生産されています。

今回は、日本人に親しまれている「みかん」が、香港ではどのように受け入れられているのか、輸入状況等を踏まえてご紹介します。

1 みかん類の輸入状況

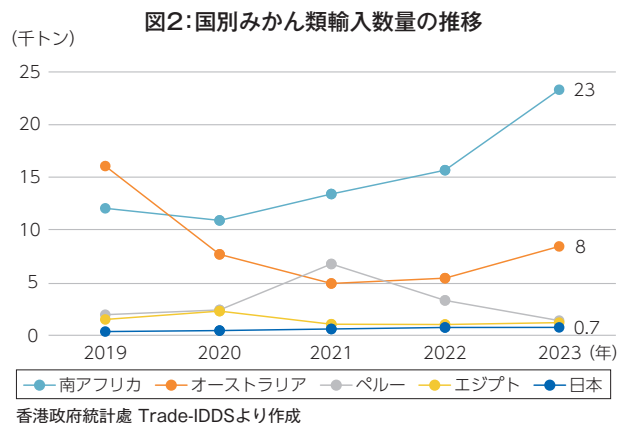
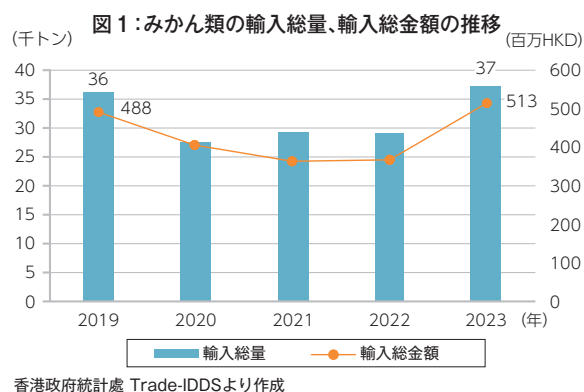
多くの食品を輸入で賄っている香港ですが、勿論みかん類も世界中から輸入しています。

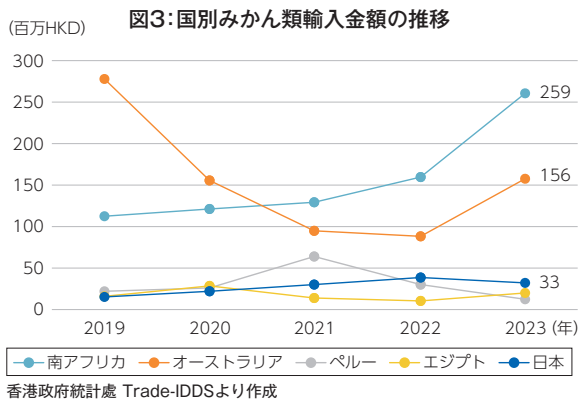
図1は、香港政府統計處の貿易統計データサービス(Trade-IDDs)から作成した、香港におけるみかん類※の輸入状況を表したグラフです。新型コロナウイルスに対する政府の厳格な措置が取られていた時期(2020～2022年)は、輸入総数量・総金額ともに落ち込みましたが、コロナ禍が明けた2023

年には、大きく回復していることが見て取れます。

※MANDARINS, INCLUDING TANGERINES, SATUMASの合計

また、図2は国別(上位5カ国)のみかん類輸入数量、図3は同じく国別のみかん類輸入金額のそれぞれの推移を表したグラフです。なお、上位5カ国は2023年をベースに順位をつけています。





日本を除く上位4カ国は、日本よりも国土面積が大きい(例えば、南アフリカは世界第25位、オーストラリアは同6位に対し、日本が同62位)ため、輸入量が日本より多くなることはうなずけます。注目すべきは、日本産みかん類の輸入数量が5位(718トン)である一方、その金額は3位(32,658千HKD)とランクアップしている点です。つまり、日本からの輸入量自体は他の4カ国と比べて多くないものの、「安全・安心」という日本のブランド力や高品質によって、高価格帯での取引が実現されていることとなります。

逆に、韓国や中国本土のみかん類は、香港にそれほど多く輸入されていないため、統計でも上位には出てきませんし、店頭で見かけることはほとんどありません。



スーパーに山積されたオーストラリア産の柑橘

た。

「みかんは甘ければ甘いほど、また、ジューシーであるほど美味しい」と思っているようで、みかんの皮も薄く、剥きやすいみかんを好んでいるようです。また、日本人であれば酸味や苦味も味覚として楽しめますが、香港人はそれをみかんに求めているように感じました。

それを踏まえて、愛媛県産の「せとか」を食べてもらったところ、「こんなに濃厚でジューシーなみかんがあるとは思わなかった！これほど美味しいみかんであれば、ある程度高価でも家族に買ってシェアしたい！」とかなりの高評価でした。

「せとか」とある香港のイベントブースで試食展示したところ、香港人の人だかりで、あっという間に品切れとなった出来事もあり、驚かされました。



デパートの生鮮売場で陳列された愛媛県産「せとか」

おわりに

香港人にとって、旧正月にギフトとして贈られる象徴的な果物の一つがみかん類です。中国語では、「みかん(Mandarin)」と「金(Gold)」は同音異義語であるため、特に大切な果物となっています(当事務所の秘書から最近教わりました)。そのような重要な意味を持つ「みかん」の有名生産地である愛媛県の名前を少しでも香港人の間で拡げていきたいと思います。

(神前 亮平)

2 香港人の感想

香港人の知人にみかんについて聞いてみまし

【税務編】

賃上げ促進税制の強化

和泉会計事務所 税理士 和泉 真紀夫



Q. 令和6年度の税制改正大綱において、賃上げ促進税制の改正が行われたと聞きました。詳しく教えてください。

A. 令和6年度税制改正では、賃上げ促進税制を3年延長するとともに、大企業向けと中小企業向けの措置が拡充され、「中堅企業向け(従業員数2,000人以下の法人)」の措置が創設されました。詳細は下記の通りです。

1. 制度の概要

賃上げ促進税制は、一定の要件を満たす法人や個人事業主が、一定の要件を満たした上で、前年度より給与等の支給額を増加させた場合、その増加額の一部を法人税(個人事業主は所得税)から税額控除できる制度です。

令和6年度税制改正において、賃上げ促進税制は物価上昇を超える持続的な賃上げを目指す観点から3年間の延長・拡充がなされました。

2. 改正内容

令和6年度税制改正における賃上げ促進税制の適用期間は、令和6年4月1日から令和9年3月31日までの間に開始する各事業年度(個人事業主は令和7年から令和9年までの各年)となります。

※従来の賃上げ促進税制の適用期間は、令和6年3月31日までに開始する事業年度(個人事業主は令和6年まで)

現行制度との主な違いは次の通りです。

- (1) 従来、全企業向けと中小企業向けの2区分であったものが、中堅企業向け区分が新設され、3区分になりました。
- (2) 大企業については、現在の3%の賃上げ率の要件は維持しつつ、段階的に7%までの、さらに高い賃上げ率の要件が創設されました。
- (3) 次表の通り、税額控除率上乘せ要件が拡充されました。
賃上げ要件に加え、①教育訓練費や、②子育てとの両立・女性活躍支援などの要件(詳細は経済産業省HPを参照)を満

たすことで大企業及び中堅企業については最大で35%、中小企業については最大で45%の控除率となります。

	従来の控除率	改正後の控除率
大企業向け	最大控除率30%	最大控除率35%
(新設)中堅企業向け	(区分なし)	最大控除率35%
中小企業向け	最大控除率40%	最大控除率45%

- (4) 中小企業については、賃上げの裾野を一層広げるため、赤字の中小企業にも賃上げインセンティブとなるよう、繰越控除措置が創設されました。賃上げを実施した年度に控除しきれなかった金額について5年間の繰越が可能となりました。

3. その他の注意点

- (1) 税額控除額の計算は、全雇用者の前事業年度から適用事業年度の給与等支給額の増加額に税額控除率を乗じて計算されます。ただし、控除上限額は法人税額等の20%となります。
- (2) 中小企業者が未控除額を翌事業年度以降に繰り越す場合は、未控除額が発生した年度の申告で、「給与等の支給額が増加した場合の法人税額の特別控除に関する明細書」の提出が必要になります。また、繰越税額控除をする事業年度において、全雇用者の給与等支給額が前年度より増加している場合に限り適用が可能となります。

(注)本誌の内容は令和5年12月の政府決定時点のもので、今後の国会審議等を踏まえて施策内容が変更となる場合があります。詳しくは国税庁HPまたは経済産業省HPを参照してください。

改正育児・介護休業法の概要について

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.

2024年通常国会で成立した改正育児・介護休業法の概要について教えてください。

A.

「男女ともに仕事と育児・介護の両立をしやすい」ために以下の3つの観点から見直されました。

- 子の年齢に応じた柔軟な働き方を実現するための措置の拡充
- 育児休業の取得状況の公表義務の対象拡大や次世代育成支援対策の推進・強化
- 介護離職防止のための仕事と介護の両立支援制度の強化

1. 改正育児・介護休業法の目的

主に2025年4月1日以降施行となる改正育児・介護休業法が2024年5月31日に公布されました。「男女ともに仕事と育児・介護の両立をしやすい」ために以下の3つの観点から法律の見直しが行われました。

- 子の年齢に応じた柔軟な働き方を実現するための措置の拡充
- 育児休業の取得状況の公表義務の対象拡大や次世代育成支援対策の推進・強化
- 介護離職防止のための仕事と介護の両立支援制度の強化

2. 子どもの年齢に応じた柔軟な働き方の実現

(1) 残業免除の対象者拡大(2025年4月1日)

現行は3歳未満の子どもを養育する従業員が請求することで残業免除の制度を利用できていますが、施行日からは小学校就学前の子どもを養育する従業員に拡大されます。

(2) 子の看護等休暇の見直し(2025年4月1日)

現行は子どもの病気・怪我・予防接種などの際に取得できる子の看護休暇ですが、取得事由に感染症に伴う学級閉鎖等が追加されます。また対象となる子どもの範囲が現行の小学校就学前までから小学校3年生修了までに延長されます。

(3) 柔軟な働き方を実現するための措置等

(2025年11月30日までの政令で定める日)

3歳から小学校就学前の子どもを養育する従業員に対して、会社は始業終業時刻等の変更、テレワークの実施(10日/月)、保育施設の設置運用等、新たな休暇付与(10日/月)及び短時間勤務制度などの選択肢の中から2つ以

上の制度を導入し、当該従業員はそこから1つを利用する事ができるようにする旨義務づけられます。

3. 育児休業取得状況の公表(2025年4月1日)

現行従業員数1,000人超の企業に公表が義務づけられている育児休業取得状況の公表について、今後は従業員数300人超の企業に拡大されます。

4. 介護離職防止のための両立支援制度の強化(2025年4月1日)

(1) 個別周知・情報提供の義務化

介護離職の増加に伴い、介護に直面した旨の申出をした従業員に対し介護両立支援制度等に関する個別の周知・意向確認を実施する事が会社に義務づけられます。また、会社は介護に直面する前の早い段階(40歳等)の従業員に対して、介護両立支援制度等に関する情報提供を行う事が必要となります。育児休業に対しては既に同じ措置が義務づけられています。

(2) 雇用環境整備の義務化

仕事と介護の両立支援制度を利用しやすい雇用環境の整備として、介護に係る研修の実施や相談窓口等の設置など複数ある制度の中から1つ以上を選択して実施する事が会社の義務になります。

5. その他

3歳に満たない子どもを養育する従業員や要介護状態の対象家族を介護する従業員が、テレワークを選択できる制度を導入する事が会社の努力義務となります。

File. 21 地銀9行連携レポート

全国の地方銀行9行による「地域再生・活性化ネットワーク」の共同企画として、各地の地域活性化に向けた取り組みをご紹介します。

今回は、京都企業と開催した「中小企業のためのサステナビリティ経営実践セミナー」について紹介します。

持続可能な社会の実現に向けた取り組み

～京都企業との「中小企業のためのサステナビリティ経営実践セミナー」の開催～

1. 京都企業との連携の実績

京都フィナンシャルグループでは、持続可能な社会の実現に向けて京都の上場企業2社と包括連携協定を締結しています。

(1) 株式会社島津製作所との協定締結(2021年12月)

両社が積み重ねてきた協力関係をさらに強化・発展させるとともに、SDGsがターゲットとする2030年のさらに先を見据えた継続的な連携により、両社の経営資源を有効に活用し、事業活動を通じて地域の持続的な成長・活性化や環境負荷軽減などのSDGs達成を含む持続可能な社会の実現に貢献を図ることを目的として協定を結びました。

(2) 株式会社SCREENホールディングスとの協定締結(2023年11月)

持続可能な社会の実現には、環境や人権の問題、それを守るガバナンスの強化に向けた取り組みを、各企業単独でなくサプライチェーン全体へと広げていくことが重要になります。この連携により両社が持つ知見を生かし、社会課題の解決に向けた取り組みをサプライチェーン全体に広げることを目的として協定を結びました。

2. セミナー取り組みの背景

昨今、環境への対応をはじめとしたサステナビリティ関連の取り組みは、大手企業のみならず中小企業においても経営課題として急速に重要性・優先度が増しています。しかし、サステナビリティ関連の取り組みについてどこから始めるべきかお悩みの声を取引先からいただくことも増えています。このような状況に対し、ローム株式会社、株式会社SCREENホールディングス、株式会社島津製作所の事例紹介を通じたセミナーを開催することになりました。

セミナーチラシ

3. セミナー当日の様子

今回のセミナーでは会場とWebによるライブ配信のハイブリット形式で開催し、およそ120名の参加申込がありました。当日は中小企業のみならず、大企業や自治体関係者、大学関係者等に参加していただきました。登壇した4社の講演内容は下記の通りとなっております。

- (1) ローム株式会社
「バリューチェーンで取り組むサステナビリティ経営」
- (2) 株式会社SCREENホールディングス
「PFAS(有機フッ素化合物)規制の動向～永遠の化学物質の利点と課題～」

- (3) 株式会社島津製作所
「サステナブルな調達に向けて～パートナーと共に取り組む社会課題解決～」
- (4) 株式会社京都総研コンサルティング
「京都フィナンシャルグループが提供するサステナブル関連サービスについて」



セミナーの様子

各社の講演後にはパネルディスカッションや質疑応答を実施しました。セミナー終了後、①満足度、②わかりやすさ、③今後もこのようなセミナーに参加したいかの3項目について5段階評価でのアンケートを実施しました。その結果、すべての項目において5段階中4以上の評価が95%以上であり、満足度の高い結果となりました。参加者からは次回



パネルディスカッション・質疑応答の様子

開催への要望・期待についての意見も寄せられており、関心度の高さがうかがえました。

● まとめ

SDGsやカーボンニュートラルが社会の共通目標として定着しつつある中、地域金融機関の役割は、中小企業を含めた地域企業にSDGsや脱炭素の取り組みを広げていくことであると考えます。そこで重要となるのが、どのようにしてサプライチェーン全体での取り組みとして裾野を広げていくかということです。弊社では、取引先の「ありたい姿」や「あるべき姿」などを一緒に考え、SDGs・サステナビリティをキーワードとした経営方針策定をサポートする「サステナビリティ経営サポート」の支援や副業・兼業プロ人材の活用によりSDGsの経営課題を解決する「京銀SDGs実行サポート」、脱炭素に関する現状把握(CO₂排出量の算定)や省エネ診断、中小企業版SBT申請支援等を行う「脱炭素コンサルティング」といったサービスを展開し、地域企業の持続可能な取り組みをサポートさせていただきます。京都フィナンシャルグループでは、「地域社会の繁栄に奉仕する～地域の成長を牽引し、ともに未来を創造する～」との経営理念のもと、地域の社会的課題や環境問題の解決に取り組むことにより長期持続的な企業価値向上に努め、地域社会の持続的発展に貢献していくことをサステナビリティ経営方針として定めております。今回の取り組みのように京都を地元とする企業同士が地域活性化という共通テーマで連携することで、なお一層関係が深まるとともに、異業種間でのパートナーシップによって、双方が新たな事業展開を図ることができる大きな期待を抱いています。

(文責：株式会社京都総研コンサルティング)

全国の地銀9行連携 「地域再生・活性化ネットワーク」について

経営基盤・営業エリアが異なる地銀9行が、様々な情報・ネットワークを相互に活用することで、地域経済の再生および活性化を図るために構築した広域連携です。

県境・地域を超えて活躍する(今後検討される)お客さまのビジネスニーズ等に対して、全国の各エリアをカバーする地域金融機関が連携・協力して対応していきます。

- ① 複数の地方銀行による資金供給(シンジケートローン・協調融資等)
- ② 他エリアの地方銀行のネットワーク情報を活用して、M&Aや事業承継における相手方情報をご提供
- ③ ビジネスマッチング業務にかかる他エリアの地方銀行のお取引先等をご紹介

【注意事項】 ●本ネットワークは、協定書を締結した地方銀行9行の連携・協力に基づき運営されています。ご利用にあたり、お客さまのご要望・ニーズなど、必ずしもご期待にそえない場合がありますのでご了承ください。(個別具体的なソリューションのご提供を確約するものではありません。)
●本ネットワークのご利用を希望される場合は、お近くの取引銀行窓口までお気軽にご相談ください。
(ご相談は無料です、但し、個別具体的なソリューションのご提供にあたっては、各銀行所定の手数料等がかかる場合があります。)



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2ポイント上昇～

概況

【内閣府月例経済報告：6月】

- 景気はこのところ足踏みもみられるが、緩やかに回復している
- 先行きも緩やかな回復が続くことが期待されるが、欧米における高い金利水準の継続に伴う影響や中国経済の先行き懸念など、海外景気の下振れが日本の景気を下押しするリスクとなっている
- 物価上昇や令和6年能登半島地震の経済に与える影響などにも注意する必要がある

【県内経済の状況】

- 愛媛県内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・4月)は前月比6.8%上昇と、2ヵ月連続で前月を上回る
- 公共工事請負金額(6月)は前年同月比17.4%減と、2ヵ月ぶりに前年を下回る
- 住宅着工戸数(5月)は前年同月比8.6%減と、6ヵ月連続で前年を下回る
- 有効求人倍率(季節調整値・5月)は前月比0.05ポイント低下の1.33倍と2ヵ月連続で低下
- 百貨店・スーパーの販売額(5月)は前年同月比3.9%減と2ヵ月連続で前年を下回る
- 新車乗用車販売台数(軽自動車含む・5月)は前年同月比7.8%減と5ヵ月連続で前年を下回る

【日本銀行松山支店・愛媛県短観】

- 愛媛県短観(6月調査)における業況判断DIは、前回(3月調査)から2ポイント上昇の+9となった。製造業では前回調査から2ポイント上昇の+6、非製造業は1ポイント上昇の+11と緩やかな持ち直しの動きがみられた。

生産

指数は2ヵ月連続で前月を上回る 全国では自動車や電気・情報通信機械が上昇

【総括コメント】

- 速報値で100.6(季節調整値、2020年=100)と前月比6.8%上昇し、2ヵ月連続で前月を上回る

【県内主要業種の動向：4月】

主な上昇品目

- 「汎用・生産用機械」(同+21.5%)：クレーンの生産増加
- 「非鉄金属」(同+6.9%)：電気銅の生産増加

主な低下品目

- 「化学」(同▲9.2%)：医薬品の生産減少
- 「食料品」(同▲4.1%)：生菓子の生産減少

【全国の動向：5月】

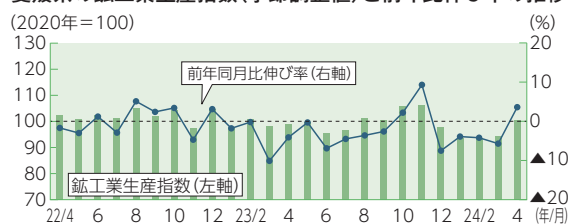
- 103.6(季節調整値、2020年=100)と前月比2.8%上昇し、2ヵ月ぶりに前月を上回る
- 「自動車」(同+18.1%)や「電気・情報通信機械」(同+5.1%)が寄与
- 「自動車」は国の認証取得不正問題などで出荷を停止していた自動車工場の稼働再開の影響で上昇
- 基調判断は、「一進一退ながら弱含み」に据え置き

愛媛県の主要7業種鉱工業生産指数(4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	108.9	+6.9	107.8	+1.2
汎用・生産用機械	117.6	+21.5	121.7	+31.7
電気機械	90.8	+14.4	90.5	▲9.6
輸送機械	109.2	+3.4	107.6	+13.7
化学	86.2	▲9.2	81.5	▲7.9
パルプ・紙・紙加工品	96.5	+6.2	96.3	▲4.5
食料品	99.9	▲4.1	109.2	+1.5
全 体	100.6	+6.8	101.8	+3.6

(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)



公共工事

6月の請負金額は前年同月比17.4%減 2ヵ月ぶりに前年を下回る

【総括コメント】

- 6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17.4%減の127億53百万円で2ヵ月ぶりに前年を下回った

【発注者別の請負金額】

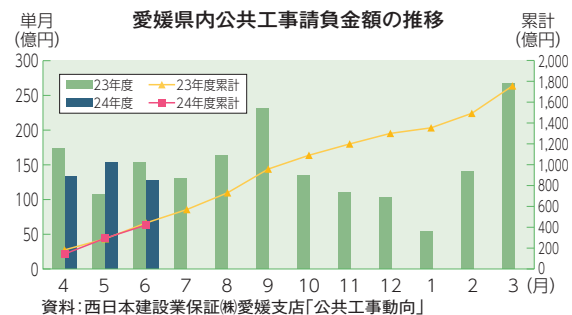
- 前年から増加 ●「国」(同+1.5%)
●「独立行政法人等」(同+189.7%)
- 前年から低下 ●「県」(▲20.1%)
●「市町」(▲30.5%)

【トピック】

中小企業庁は、価格転嫁状況に関する調査結果(2024年3月)を公表した。建設業の価格転嫁率は46.9%(全27業種中15位)で、全体の46.1%をやや上回る水準となった。一方で「正当な理由のない原価低減要請等により代金減額があった」企業を発注企業の業種別に集計したところ、建設業は1.7%となり、全体平均1.2%を上回った5業種の中で最も高い結果となった。

県内の公共工事請負金額(6月)

発注者	24年6月	
	請負金額(百万円)	前年同月比(%)
国	3,136	+1.5
独立行政法人等	1,152	+189.7
県	2,936	▲20.1
市町	5,494	▲30.5
その他	33	▲91.1
合 計	12,753	▲17.4



住宅着工

5月の着工戸数は前年同月比8.6%減 6ヵ月連続で前年を下回る

【総括コメント】

- 5月の愛媛県内における住宅着工戸数は444戸で、前年同月比8.6%減と6ヵ月連続で前年を下回った

【内訳別(県内)】

- 前年から低下 ●「持家」(同▲15.8%)
●「貸家」(同▲0.6%)
●「分譲住宅」(同▲4.0%)

【全国の動向: 5月】

- 住宅着工戸数は65,882戸で、前年同月比5.3%減と2ヵ月ぶりに前年を下回った

【内訳別(全国)】

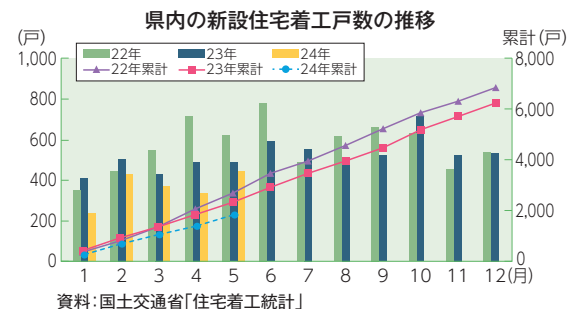
- 前年から低下 ●「持家」(同▲8.7%)
●「貸家」(同▲5.3%)
●「分譲住宅」(同▲0.9%)

【トピック】

国土交通省は6月に「不動産業による空き家対策促進プログラム」を策定した。本プログラムでは、不動産業者が持つ物件調査や価格査定、売買・賃貸の仲介といった空き家等の発生から流通・利活用までを一括してサポートできるノウハウを生かし、急増する空き家や空き地、マンションの空き室対策の課題解決を図る。

新設住宅着工戸数(5月)

	着工戸数(戸)	前年同月比(%)
持家	192	▲15.8
貸家	155	▲0.6
給与住宅	0	▲100.0
分譲住宅	97	▲4.0
分譲マンション	61	+3.4
分譲一戸建	36	▲14.3
合 計	444	▲8.6



雇用

有効求人倍率は1.33倍 2ヵ月連続で前月を下回る

【総括コメント】

- 5月の有効求人倍率(季節調整値)は前月比0.05ポイント低下の1.33倍と2ヵ月連続で低下
- 求人が求職を上回って推移しているものの、持ち直しの動きにやや弱さがみられる

【主要産業別の新規求人数: 5月】

主な上昇業種

- 「サービス業」(前年同月比+5.9%): 労働者派遣業の求人が増加
- 「医療、福祉」(同+3.7%): 南予を中心に求人が増加

主な低下業種

- 「宿泊業、飲食サービス業」(同▲30.9%): 前年5月のコロナウイルス5類移行による求人増加の反動
- 「運輸業、郵便業」(同▲19.4%): 燃料費高騰を背景に求人数が減少

【トピック】

6月に外国人労働者の技能実習制度にかわる育成就労法案が成立し、2027年からの施行が見込まれる。現行制度では、目的としている国際貢献と実態である人材確保がかい離していることが指摘されていたが、新制度では人材確保と人材育成を両立できるように見直しが行われ、外国人のキャリアアップや人権保護にも焦点が当てられている。

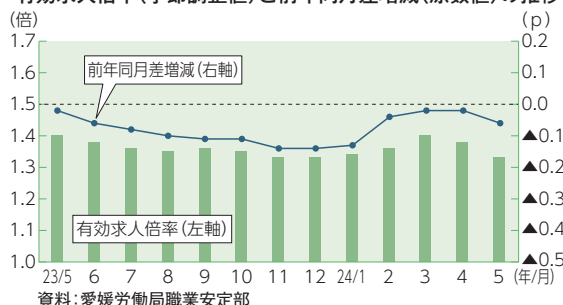
県内の雇用情勢(5月)

(単位: 人、%)

	実績	前月比(差)	前年同月比
新規求職者数	4,758	▲22.1	+2.0
月間有効求職者数	23,956	+1.0	+2.4
新規求人数	10,563	+3.4	▲2.2
月間有効求人数	29,264	▲3.8	▲2.6
有効求人倍率(季節調整値)	1.33	▲0.05	▲0.06

	県計	東予	中予	南予
有効求人倍率(原数値)	1.22倍	1.31倍	1.14倍	1.33倍
※()内は前年同月差	(▲0.06p)	(▲0.03p)	(▲0.12p)	(+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+3.1%)、 生鮮食品を除く指数(同+3.0%)ともに28ヵ月連続のプラス

【総括コメント】

- 5月の松山市の消費者物価指数(2020年=100)は、総合指数が107.8と前年同月比3.1%上昇、生鮮食品を除く指数も107.0と同3.0%上昇
- 28ヵ月連続で前年を上回った

【費目別(松山市)】

前年から増加

- 「光熱・水道」(同+10.1%): 再生可能エネルギー賦課金の単価上昇に伴う電気代の値上げの影響
- 「被服及び履物」(同+8.3%): 春夏物衣料等の幅広い品目の価格上昇

前年から低下

- 「住居」(同▲0.1%): 屋根修理代などの価格が低下

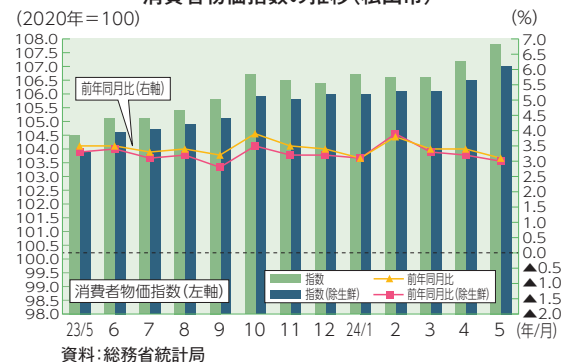
【全国の動向: 5月】

- 5月の消費者物価指数(生鮮食品を除く)は107.5で、前年同月比2.5%上昇
- 33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(5月・前年同月比増減率)

上昇	光熱・水道(+10.1%) 被服及び履物(+8.3%) 食料(+3.8%) 教養娯楽(+3.8%) 交通・通信(+3.4%)	家具・家事用品(+2.5%) 諸雑費(+1.5%) 保健医療(+0.7%) 教育(+0.2%)
下落	住居(▲0.1%)	

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3.9%減 新車乗用車販売台数は5ヵ月連続で前年を下回る

【百貨店・スーパーの販売額、新車乗用車販売台数】

- 5月の「百貨店・スーパー」の販売額は、前年同月比3.9%減と2ヵ月連続の減少
- うち、百貨店では衣料品を中心に前年の新型コロナ5類移行による買い替え需要の反動減による影響が大きく同5.1%減
- 新車乗用車販売台数は軽自動車とあわせ2,676台と同7.8%の減。出荷を停止していた車種は5月までにほとんどが生産および出荷を再開したことから、4ヵ月続いていた2桁台の減少幅は1桁台に縮小した。

【その他業種の販売額】

- 上昇 ●「ドラッグストア」(同+8.5%)：出店数増加の影響によるもの
- 低下 ●「コンビニエンスストア」(同▲0.3%)：出店数減少の影響によるもの
- 「家電大型専門店」(同▲7.7%)：エアコンをはじめ大型家電買い替え需要の停滞が影響
- 「ホームセンター」(同▲1.4%)：曜日回りににおいて祝日が昨年より1日少なかったことが影響

【トピック】

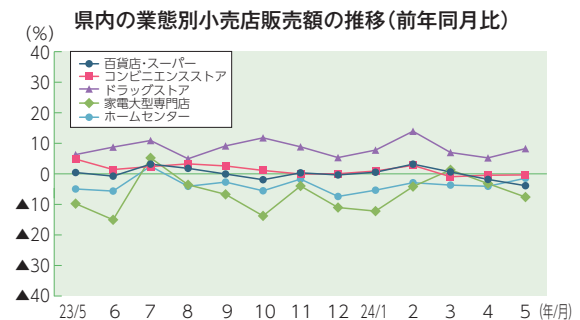
内閣府が発表した6月の消費動向調査によると、消費者態度指数は前月比0.2ポイント改善し36.4となった。「収入の増え方」「耐久消費財の買い時判断」で消費マインドの改善が見られたが小幅にとどまり、基調判断は据え置かれた。

県内の小売店販売額および新車乗用車販売(5月)の動向

	販売額(億円)	前年同月比(%)
百貨店・スーパー	166.1	▲3.9
コンビニエンスストア	89.6	▲0.3
ドラッグストア	100.6	+8.5
家電大型専門店	24.5	▲7.7
ホームセンター	32.7	▲1.4

	販売台数(台)	前年同月比(%)
新車乗用車販売台数(含む軽自動車)	2,676	▲7.8

資料：経済産業省、四国運輸局、愛媛新聞の発表資料



観光

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

【道後温泉宿泊客数】

5月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比7.4%減の61,032人となった。昨年同期に実施された旅行需要喚起キャンペーン(「みきゃん旅割」)の反動減がその背景にある。

【主要観光施設入込み客数】

5月の県内主要観光施設入込み客数は、前年同月を1.0%下回った。前年から増加

- 中予(同+0.6%)
「県美術館」や「坂の上の雲ミュージアム」などの施設は前年同月を上回った

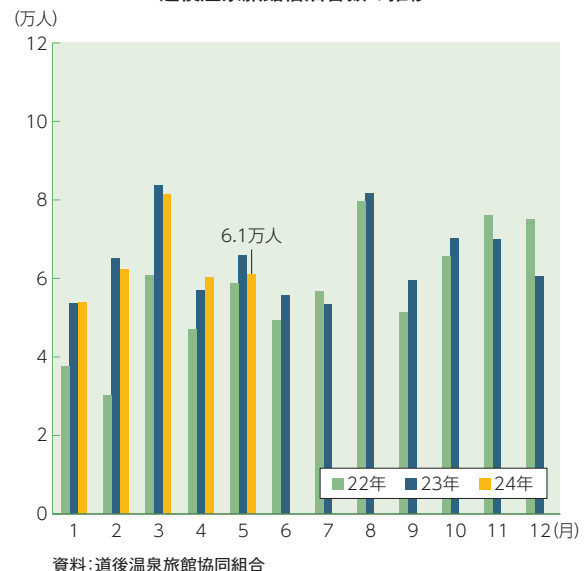
前年から低下

- 東予(同▲5.6%)
「タオル美術館」「よしうみローズ館」などの施設は前年同月を上回ったが、他の施設を含めると、全体で▲5.6%となった
- 南予(同▲0.1%)
「八幡浜みなと」「佐田岬はなはな」などの施設は前年同月を上回ったが、他の施設を含めると、全体では▲0.1%となった

【外国人宿泊者数】

観光庁によると、4月の外国人延べ宿泊者数は、1,450万人泊、2023年同月比46.9%増であった。愛媛県の外国人延べ宿泊者数は47,060人泊で、2023年比では125.1%増で、2019年比では107.0%増となった。花見シーズンで訪日需要が高まり、円安が進んだことも追い風となった。

道後温泉旅館宿泊客数の推移





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	 ▶ 	6月のマダイの浜値は950円/kg前後と前月比20円の値下がり。高値が続いたなか、需要閑散期でもあり若干の下げ相場となった。ハマチの浜値は、860円/kg前後と前月比20円の値上がりとなったが、対前年比で値下がり傾向に変わりはない。中国による水産物輸入停止から半年以上が経過したが、足元の相場への影響はみられない。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
水産加工品	 ▶ 	削り節の原材料であるカツオのバンコク相場(国際相場)は、1トンあたり前月比200ドル値上がりして1,500ドル前後で推移。これまで在庫調整を背景に横ばいが続いていたが、集魚装置の禁漁を控え強気の相場となった。一方、国内相場は230円/kg前後と前月比で40円の値上がり。季節商材として一定の需要はあり、高値圏を維持した。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
タオル	 ▶ 	6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3,000梱で、前年同月比では14.4%減となった。6月の綿糸価格は主力の20番手が121,500円/梱、同4.1%安となり、9ヵ月連続で同水準となった。

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5月の国内出荷は、前年同月比9.8%減で21ヵ月連続の減少。デジタル化に伴う需要の低迷が続いている。新聞用紙も同10.5%減で36ヵ月連続の減少となった。
	衛生用紙  ▶ 	5月の国内出荷は、前年同月比0.8%の微減で4ヵ月ぶりのマイナス。トイレ紙は同1.4%減、ティッシュも同2.8%減といずれも4ヵ月ぶりに減少。価格修正に合わせた前倒し需要の反動がみられた。タオル紙は、商業施設向けなどの需要増で2ヵ月連続プラスとなる4.6%増となった。
	紙加工など  ▶ 	段ボール原紙の5月の国内出荷は、好天による飲料出荷の回復で前年同月比2.8%増と3ヵ月ぶりの増加となった。白板紙は2.0%増で2ヵ月連続のプラス。医薬品、化粧品向けなどが堅調だった。

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5月の出荷額は、前年同月比4.9%減で4ヵ月連続の減少となった。国内向けは同5.7%減と3ヵ月ぶりに減少。レンタル会社の購入手控えによる一時的な要因とみられる。輸向向けは4ヵ月連続のマイナスとなる4.6%減で、ダウントレンドに入ったとみられる。産業機械は、引き合いはあるものの一部製品で受注の遅れがみられる。プラント関係は、住友化学関連のメンテナンスがやや低調。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
造 船	外 航  ▶ 	手持ち工事は3～4年分を有している。日本船舶輸出組合によると、6月の輸出船契約実績は54隻・214万8千総トンで、トン数ベースで前年同月比74.3%増となった。船種別内訳をみると、ばら積み船(バルカー)が48隻、タンカーが5隻、一般貨物船が1隻だった。7月から新たに適用されるサイバーセキュリティに関する新規回避による駆け込み契約が集中したとみられる。
	内 航  ▶ 	手持ち工事は1年程度を有している。国土交通省の造船統計速報によると、5月の国内船の受注はゼロ、起工は1隻(その他1隻)、竣工は2隻(貨物船1隻、油送船1隻)だった。数年来の鋼材価格の高騰や人件費上昇分を船価に反映しているものの、運賃や傭船料とのかい離で、引き合いが契約に至らないケースがみられる。

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7/12時点で1,977で一進一退。中国向けのボーキサイトの輸送需要が高まり、ケープサイズを中心にバルカーの市況が上向いたが、石炭需要は減少して弱含みの場面も。パナマ運河の渇水は緩和され、通航できる船舶が増加し、今後は回航の減少が見込まれる。コンテナ船は、東南アジアや中東の主要港で混雑が続いており、運賃は高止まっている。
	内 航  ▶ 	日本内航海運組合総連合会によると、5月の輸送量は、貨物船は前年同月比1.4%減、油送船が同2.2%減だった。貨物船は前年に需要が低水準だった鉄鋼や雑貨が増加し、自動車も一部メーカーの工場稼働停止が解消して回復。油送船はジェット燃料も輸送が好調だったほか、高温液体(アスファルト、硫黄等)が前年同月は製油所間転送が低水準だった反動で大幅増となった。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
建 設	 ▶ 	6月の県内の公共工事請負金額は、前年同月比17.4%減の127億円であった。「県」や「市町」は前年を下回ったものの、「国」や「独立行政法人等」は前年を上回った。5月の住宅着工戸数は前年を8.6%下回る444戸となった。利用関係別では「持家」、「貸家」、「分譲住宅」及び「給与住宅」のすべてで前年を下回った。

業 種	現状 ▶ 3ヵ月先の見通し	最近の状況
観 光	 ▶ 	5月の道後温泉旅館宿泊客数は、前年同月比7.4%減の61,032人となった。また、5月の県内主要観光施設入込み客数は、東予(同5.6%減)、南予(同0.1%減)は前年を下回ったものの、中予(同0.6%増)は前年を上回り、全体では同1.0%減となった。

8

2024

EVENT CALENDAR

県内イベント情報

※情報は7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)
18(日)	翠波高原コスモスまつり	翠波高原 (四国中央市)	四国中央市観光交通課 ☎ 0896-28-6187	—
～9月23(月・振休)	「特別展」 サンリオデザイナー展	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 大人(高校生以上) 1,200円 65歳以上 800円 小・中学生 600円 団体料金 大人(高校生以上) 900円 65歳以上 550円 小・中学生 500円
～9月23(月・振休)	「夏季企画展」 杉浦非水 ～グラフィックデザインの 先駆者～	愛媛県生涯学習センター内 愛媛人物博物館 3階 (松山市)	愛媛県生涯学習センター ☎ 089-963-2111	—

SPORTS

愛媛FC

株式会社愛媛FC / TEL:(089)927-0808

【開催日】 3(土) 【対戦相手】徳島ヴォルティス

【キックオフ】19:00 【マッチシティ・タウン】 東温市・愛南町

【開催日】 18(日) 【対戦相手】大分トリニータ

【キックオフ】19:00 【マッチシティ・タウン】 今治市・上島町

FC今治 会場:今治里山スタジアム

株式会社今治.夢スポーツ内 / TEL:(0898)31-8701

【開催日】 17(土) 【対戦相手】FC大阪

【キックオフ】19:00

【開催日】 31(土) 【対戦相手】奈良クラブ

【キックオフ】19:00

愛媛マンダリンパイレーツ

愛媛県民球団株式会社 / TEL:(089)914-8102

【開催日】 10(土) 【対戦相手】徳島インディゴソックス 【プレイボール】18:00 【会場】宇和島市丸山公園野球場

【開催日】 11(日) 【対戦相手】徳島インディゴソックス 【プレイボール】18:00 【会場】宇和島市丸山公園野球場

【開催日】 13(火) 【対戦相手】福岡ソフトバンクホークス3軍 【プレイボール】18:00 【会場】坊っちゃんスタジアム

【開催日】 14(水) 【対戦相手】福岡ソフトバンクホークス3軍 【プレイボール】18:00 【会場】坊っちゃんスタジアム

【開催日】 22(木) 【対戦相手】香川オリーブガイナーズ 【プレイボール】17:00 【会場】西予市営宇和球場

【開催日】 30(金) 【対戦相手】高知ファイティングドッグス 【プレイボール】18:00 【会場】坊っちゃんスタジアム

【開催日】 31(土) 【対戦相手】高知ファイティングドッグス 【プレイボール】18:00 【会場】坊っちゃんスタジアム

IRC 調査月報
Monthly

IYOGIN REGIONAL ECONOMY RESEARCH CENTER MONTHLY REPORT

2024 / NO.434

■発行日: 2024年8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

