

Think tank

2019
11
No.171

企業訪問 トップに聞く『飛耳長目』

第38回 サヌキ印刷株式会社

代表取締役会長 鈴木 英明 氏

共同調査 新時代における遍路受入態勢のあり方(後編)

～遍路宿泊施設の現状・課題等調査～

四国経済連合会

四国アライアンス地域経済研究分科会

寄稿 四国地域の設備投資動向

～2018・2019・2020年度四国地域設備投資計画調査より～

株式会社 日本政策投資銀行 四国支店
次長兼企画調査課長 橋本 泰博 氏

調査 第146回 高知県内企業の景況調査



四銀

経営情報

2019
No.171

11

目次

内 容

- | | |
|----|--|
| 1 | 企業訪問 トップに聞く『飛耳長目』
第38回 サヌキ印刷株式会社
代表取締役会長 鈴木 英明 氏 |
| 12 | 共同調査
新時代における遍路受入態勢のあり方(後編)
～遍路宿泊施設の現状・課題等調査～
四国経済連合会
四国アライアンス地域経済研究分科会 |
| 33 | 寄稿
四国地域の設備投資動向
～2018・2019・2020年度四国地域設備投資計画調査より～
株式会社 日本政策投資銀行 四国支店
次長兼企画調査課長 橋本 泰博 氏 |
| 41 | 調査 第146回 高知県内企業の景況調査 |
| 53 | 経済動向
……国内経済 |
| 54 | ……四国経済 |
| 56 | ……高知経済 |
| 59 | ……徳島経済 |
| 64 | 経済日誌
…… (国内・海外) |
| 65 | …… (高知県内) |

企業訪問 トップに聞く

第38回

ひ じ ちょう もく
飛耳長目

サヌキ印刷株式会社

代表取締役会長 鈴木 英明 氏

(取引店：四国銀行丸亀支店)



サヌキ印刷株式会社は、香川県丸亀市に本社を置き、食品、医薬品、化粧品、和・洋菓子、ティッシュペーパーなどの箱やラベルなど、「紙器」と呼ばれるパッケージの印刷を主力とする印刷紙器の総合メーカーである。

業歴は古く、明治28（1895）年に鈴木為八氏が、香川県坂出市で創業してから数えて124年目。当社の礎を築いた2代目鈴木善男氏が、昭和24（1949）年に当社を設立してからは70年目となる。善男氏の6人の息子は全員が家業に従事し、経営を引き継ぎ、当社を年商50億超、従業員数226名、全国に500社以上の取引先を有する西日本屈指の設備と技術力を誇る印刷会社に成長させた。

「讃岐富士」と呼ばれる飯山のふもとにある本社兼工場は、廃校となった中学校を購入し昭和49（1974）年に完成したが、歴代経営者は先代の「事務所にはカネをかけるな」という言葉を今でも守り、本社機能は現在も中学校の教室を使う一方、工場は最新鋭の投資を続けるなど、鈴木家の家業の精神を守り続けている。

今回、6人兄弟の5番目である鈴木英明会長に、創業からのあゆみや現在の事業内容、今後の事業展望などについてお話をうかがった。

創業からの歩み

— 創業はいつですか。

会長：創業は、明治28（1895）年、祖父の為八が坂出市で開設した「明晃社印刷所」です。創業から数えると124年目となります。

大正7（1918）年に丸亀市北平山町に移転し、「サヌキ製袋所」を開所。昭和18（1943）年に「サヌキ紙器工業所」と改称しました。

その後、昭和24（1949）年12月24日、株式会社に法人成りし、私の父・善男が代表取締役就任しました。そこから数えると70年目になります。

そして昭和32（1957）年、現在の社名に改称しました。

— 創業期から紙器製造が主体ですね。

会長：私が生まれたときには父が社長で、主にはお菓子を入れる袋を木版で印刷していました。



▲ 讃岐富士を間近に望むサヌキ印刷本社工場
資料：サヌキ印刷株式会社提供資料より

現在印刷業界で主流であるオフセット印刷機¹を導入したのは、法人設立して4年後の昭和28（1953）年のことです。一気に3台くらい並べ、大阪からオフセット印刷の職人を引き抜いて、当社で教育に当たってもらいました。

この頃から、設備を充実させながらお取引先の注文にお応えする、現在の事業の基礎を整備していきました。

— 事業の基盤を作られたのは2代目のお父さまですね。

会長：創業は祖父ですが、当社の礎を築いたのは父です。いろんなことに自分の頭で考え出せるアイデアと能力を持っていました。これは、私たち息子が束になってもかなわないと思っています。

例えば、昭和32（1957）年頃、私が中学校に行こうとしたら、「英明、お前が学校から帰ってきたら、あの機械が型を打ち抜けるようになっておるから、早く帰ってこい」と言われました。帰ってくると父は、石版印刷機をトムソン打ち抜き機のような機械に改造しており、印刷機で紙器の型を打ち抜けるようにしていました。

当社が大変お世話になってきた大塚製薬工場さんとの取引も、父の工夫と努力によって始まったものです。

— 家業はご兄弟で引き継いで来られたのですね。

会長：父の息子6人全員が当社に入社しました。私は兄弟の5番目です。2人は鬼籍に入り、2年前に残りの兄弟も経営の一線から退きました。現在、常勤の役員は私のみです。

兄弟の仲は良かったです。色々な苦勞をと

¹ 刷版についたインキを、ブランケットと呼ばれる樹脂やゴム製の転写ローラーに一旦移し（Off）、そのブランケットを介して印刷用紙に転写（Set）する印刷方式。経済産業省「生産動態統計」によれば、平成30（2018）年の印刷物の生産金額のうち、67.1%（2,495億円）がオフセット印刷による印刷物である。

もに乗り越えて会社を発展させてきましたから。業種は違いますが、高知県で言えば旭食品さんのような兄弟経営でしょうか。

— 大塚製薬工場との取引のきっかけをお聞かせください。

大塚製薬工場さんとお取引が始まったのは昭和36（1961）年です。大塚さんは、創業者の大塚武三郎（おさぶろう）さんが2代目の正士（まさひと）さんに経営を委譲し、局方各種注射液の製造に加え、オロナイン軟膏を大ヒットさせていましたが、まだ個人商店だった頃です。

「大塚製薬工場には印刷物はありません。お帰りください」と当社の営業マンが門前払いされながらも通っていたある日、資材部長さんが注射液アンプル用の箱を出してきて、「これが出来るか」と声を掛けられました。父は早速、製造にどんな設備がいるのか、と手配のため大阪に行くと、それはデュポンかどこか海外大手が特許を持っている製品で、業者から「サヌキ印刷をあきらめさせるために提供された見本じゃわ」と言われ、がっかりして大阪港から関西汽船で帰って来ました。

しかし、どうしても諦めきれず船の中で寝ずに考え、全く別の構造の箱を考案しました。5本の注射液アンプルが接触しないよう、内部を山形にして切り目を入れたものです。父は、それを手作りで10箱ぐらい作って大塚さんに持ち込みました。そうすると、「妙なもん作ってきたのう」と興味を示してくれ、当時資材課長をしていた3代目の大塚明彦さんが出てきて、箱にアンプルを詰め、床に次々と落とし始めました。「割れん。使えるかもしれん」と評価してくれ、試作品を1,000箱収める運びとなりました。

それを持っていくと、後に専務になる鬼の

山本と評された方が「これを量産するノウハウがサヌキ印刷にあるのか」と突っ込んできました。ところが、2番目の兄が量産化の目途を立てていました。工場近くの家を一日40軒回って、箱の内部を糊付けしてくれる内職先を確保していたのです。それで「大丈夫だろう」ということになり、正式に発注が来たのがお取引の始まりです。取引開始にあたり明彦さんが丸亀に来てくれ、一緒に大宴会をしたことが語り草となっています。

取引開始時から大塚さんの品質に対する要求は大変厳しいものでした。町工場だった当社はついていくのが精一杯でしたが、おかげでサヌキ印刷の品質のレベルはスーッと上がっていきました。厳しい要求に応じていくうちに会社に力がついたことは、感謝以外の何物もありません。私が入社した時にも、「大塚さんに足を向けて寝るな」と言われました。

父と大塚正士さんとは気脈が通じるころがあったようです。正士さんは32歳のときに経営を引き継いでおり、「鈴木さん、あなたも早くしたほうがいいですよ」と言われた父は慌てて40歳過ぎの長男・巖に社長を譲った



▲ 当社が手掛ける大塚製薬商品の一例
資料：サヌキ印刷株式会社提供資料より

ようなこともありました。

父が亡くなったとき、葬儀に参列できなかった正士さんは、後日わざわざ当家まで弔問に来てくださいました。

— 会長が入社されたのはいつですか。

会長：大学卒業後すぐの昭和43（1968）年です。長い休みの折には、営業会議を傍聴したり、当社でアルバイトをしたりするなどしておりました。ただ、先に兄4人が会社に入っていたので、就職をどうしようか長兄に相談したところ、「お前の仕事はもう決まっとる。卒業したらすぐに働け」と言われ、当社に入社しました。

卒業式まで時間があるので、実家に戻って仕事を手伝っていた時のことです。突然、長兄から呼び出しがあり、「これは会社の代表者印だ。今日からお前に預ける。資金繰りはお前がせよ」と言われ、経理の仕事を一任されました。

当然、資金繰り表や手形割引のこともわからず、銀行の窓口や融資係の方にも教わりながらのスタートでした。

— 入社時からおカネの責任者とは、随分ご苦労されたと思います。

会長：四国銀行さんは、昭和36（1961）年に富士銀行から丸亀支店を引き継がれました。その頃から50年以上の長いお付き合いになり



▲ インタビュー風景
資料：当研究所撮影

ます。私は入社時から経理責任者だったことから、歴代支店長さん方には随分可愛がられ、そして経営者として鍛えていただいたと感謝しています。

昭和36（1961）年に大塚製薬工場との取引が始まって以降、大塚さんの成長に伴って受注量が年々大きくなりました。それまでの300坪の北平山町の工場が手狭となり、昭和39（1964）年に丸亀市土器町に1,525坪の工場を新たに建設・移転しました。その際、融資を快く応諾してくれたのが、四国銀行丸亀支店の初代支店長片岡さんと2代目田窪さん、商工中金支店長の鈴木さんです。父からは、このお三方のお名前は忘れないよう、学生時代から言い聞かされました。現在でも、四国銀行さんと商工中金さんの2行体制ですが、これは父の遺言によるものです。

そして、現在の当社がここまでの規模に成長したのは、丸亀支店の5代目支店長だった宮地さんのおかげだと思っています。

大塚さんとの取引が年々大きくなり、土器町の工場もすぐ手狭になりました。最初に隣接する280坪の土地を買い足し、次に、540坪の土地を購入することになりました。昭和46（1971）年頃だったと思います。そこで、丸亀支店に建物含めて2億円の融資の申し込みにいくと、宮地支店長から「その土地を買って、この工場が何年もつんかのう」と尋ねられました。私が「1年くらいでしょうか」と答えると、宮地さんが「お父さんとご子息6人、営業、総務、生産がガチッとスクラム組んでいきよる今の姿で、540坪の土地を買っても意味がない。今の5倍の1万坪の土地を買うのだったら貸したるわ」とピシャッと断られました。20歳代の私には目から鱗で、帰って父に「参ったわ」と言うと、父も「ウン」と唸りました。それからは2人でいろん

な土地を探し始めることになりました。

2年ほど経った昭和48（1973）年、廃校になった中学校8,000坪ほどが売却されるので買わないか、との話が持ち込まれました。当時の丸亀支店長に相談したところ、前向きなお返事をいただき、父からは全額四国銀行さんにご融資をお願いするよう指示されました。

— **それが現在の本社ですね。**

会長：本社工場の完成は昭和49（1974）年ですが、完成までには紆余曲折がありました。ちょうど昭和48（1973）年に第1次オイルショックが起こり、「狂乱物価」に見舞われた時期と重なりました。政府はインフレを抑制するため「総需要抑制策」を打ち出し、強力な金融引き締めを行いました。金融機関から大口資金の調達が困難になってしまったのです。それに加えて、「大口建築規制」の発動も大きな壁となりました。

最も苦勞したのが、10億円近い資金調達です。最終的に、四国銀行と商工中金に融資をして頂きましたが、それでも足りず、銀行保証で農業外の融資を伸ばしていた農協さんに融資のお願いに行くため高松市に出向いたときのことです。丸亀支店長と一緒に当時高松支店長をされていた濱田耕一さん（のち頭取、会長）と面談しました。濱田さんは、私の目の前で「支店長ちょっと座れ。サヌキさんの工場資金がいる話は前からわかっておっ、金融がこうなるのも支店長会で何べんも言ってきた。なぜ先行融資しなかった。それで丸亀支店長がよく務まるのう」と激しい剣幕で怒鳴りつけました。すごい迫力でした。

濱田さんは、対面すると「風圧」を感じる独特の威厳がありました。ちょいちょい厳しいこともおっしゃられましたが、私に目線を合わせてくださり、大変可愛がってくれまし

た。高知県に来た際は、必ずお酒を飲ませてくれて、「お父さんによろしく伝えてくれ」と言っておられたことを思い出します。

私が、40歳から50歳にかけて、一番仕事に分かってきた時分にお付き合いのあった丸亀支店長が、吉田さん（のち常務）、佐々木さん（のち専務）、青木さん（のち頭取、会長）、齋さん（のち常務）らの方々です。のちに銀行の経営者となられる方々に鍛えられました。勝ち抜いて生き残っていくために「できん時は、倍くらいやれ。とんでもないことを言え！そうすれば受け取る立場の人が根本的に発想の転換が出来、目標達成のきっかけになる」とか、いろいろなことを教えてくれました。

当時、吉田さんに、「いずれあなたは丸亀支店の相談役になる」と言われました。40歳代の当時は実感がわきませんでした。その後、諸先輩方の後を受け、私が60歳代の頃、実際吉田さんが言った通りになりました。



▲ 中学校の校舎をそのまま利用している本社棟
資料：サヌキ印刷株式会社提供資料より

印刷紙器の総合メーカー

— **印刷業は、出版印刷、商業印刷、事務用品印刷、包装印刷等、分野が広いですが、御社の得意分野を教えてください。**

会長：当社は父の代から、包装印刷の中でもパッケージ分野に特化していきました。医薬品、化粧品、食品、和・洋菓子、特産品、慶弔品などあらゆる消費財のパッケージ印刷を専門にしています。

現在、売上高約50億円のうち、パッケージ印刷が85%を占めます。残りの15%は、ラベル印刷と医薬品等の添付文書²です。

— 取引先は何社くらいですか。

会長：現在、取引先は500社を超えています。ということは、1社で10の商品があるとしたら、製造品目は5,000種類を超えます。少量多品種の世界で、大ロットと小ロットの受注を収益性とどう調和させていくかが営業の課題です。

— 地域別にはどうですか。

会長：四国は大塚グループを含めて売上の25%くらいでしょうか。

残りの75%は、北海道、首都圏、東海、近畿、中国、九州、沖縄と全国にわたります。

地域によって特徴があり、大阪はやはり商売に厳しく、油断ができません。一方、首都圏は取引に漕ぎ着けるまでは大変ですが、一旦取引が始まるとその後も継続してお付き合いして下さる義理堅い印象があります。高

知県もそうです。

— 営業拠点はどちらにお持ちですか。

会長：販路の拡大に伴い、営業所を出していきました。最も古いのが、昭和43（1968）年に開設した大阪営業所です。その後、昭和47（1972）年に宮崎営業所、昭和56（1981）年に静岡支店、昭和57（1982）年に福岡営業所、平成10（1998）年に東京支店を開設しました。

静岡県富士宮市の富士工場は、本社工場の7分の1ぐらいの生産能力ですが、首都圏の仕事を受注している基地です。製造・保管・配送機能を持った大事な営業拠点（静岡支店）となっています。そもそもは取引先から「印刷工場が要るので出てきて」と要請があったことが始まりです。最初は長兄が静岡県にはほぼ常駐するような形で、その後弟（6男）と2年かけて市場開拓をしました。「これならいけるだろう」ということで工場を作ったのが昭和56（1981）年です。

— 営業に強みをお持ちですね。

会長：父の時代から四国を出て商売をしていましたし、いまで言う「提案営業」でお取引先を広げてきました。

例えば、私が平成17（2005）年社長に就任



医薬品



ラベル

資料：サヌキ印刷株式会社提供資料より

² 医薬品の適用を受ける患者の安全を確保し適性使用を図るため、医師や医療従事者を含む製品の使用者を対象に作成される。使用上の注意や用法・用量、服用した際の効能、副作用などが記されており、医薬品医療機器法により、添付が義務付けられている公的書面。

した時、全部のお取引先にご挨拶にお伺いしました。九州に行ったときの事です。父の時代の専務に末峰さんという方がおられました。お取引先から「あの方はうちの店の恩人。こうしたら良くなるとか、こんなお菓子作ったら売れますよとか、どこの店でもそういうことしてくれた方」と感謝のお言葉を頂きました。

いまも営業面は、経験豊富な鎌田常務が、営業社員一人ひとりからお客さまのニーズを聞き取り、丁寧に提案内容を擦り合わせています。これは人材育成も兼ねており、個別のケースとニーズにどう対応するか、実地経験による社員教育を地道に行っています。



資料：サヌキ印刷株式会社提供資料より

— 印刷業界全体の市場規模は縮小していますが、包装印刷分野はいかがですか。

会長：確かに、印刷業界全体はデジタル化の進展で市場規模が縮小しています。

ただ、当社のパッケージ印刷分野は、企業の広告宣伝費支出削減の影響をまともに受けるチラシやDMなどの商業印刷と違って、ひとつの商品が売れなくなっても、他の商品がその分を補ってくれるので、全体としては平均化されます。このため、比較的景気の変動を受けにくい構造です。

ただ、当社の印刷製品が使われる最終商品は全部消費財ですから、人口の減少にともない消費が減少していくと、長期的には厳しくなるだろうとは思っています。

— 御社の強みや特徴を教えてください。

会長：当社の特徴は設備です。こちらに本社移転してきたとき、父が「印刷紙器の総合メーカー」というキャッチフレーズを唱えました。つまり、企画⇒制作⇒製版⇒印刷⇒加工⇒納品までを一気通貫できる設備と技術と人材を持つということです。すべて自前で出来れば、お客様の要望による納期、デザイン策定に柔軟に対応し、幅広い提案が提供できます。もし当社がキャパオーバーしても、協力会社である「五月会」と連携して仕事を進められる体制を構築しています。

— 機械の設備投資に積極的ですね。

会長：昭和49（1974）年、ここに移転してきた時、父が「事務所はカネを生まないのでも学校のまま使う。工場は全部やり直す」という方針で、ワンラインで紙が流れる高い生産性も有する最新鋭の設備を取り入れました。

現在は、12,100坪ある本社工場の敷地に、さすがにワンラインとはいけなくなりましたが、高い生産性を発揮する最新・最高の設備を備えています。本社工場内では、菊全判7色機（UV・水性コーター・インラインフォイラー付）などオフセット印刷機5台と3台のラベル印刷機をはじめ、CTP他製版設備、大型の平版打抜機、窓貼機、サックマシン、表面加工機、裁断機、折機、製本設備、箔押加工機、デジタル比較検査システムなどによる一貫生産体制を築いています。

— 他社にない技術はありますか。

会長：当社独自の「ニューメタルカラープリントシステム」です。

平成19（2007）年に当時最新鋭のドイツ製

「ローランド707LV」を導入しました。この機械は、印刷と同時にインラインで別工程の「箔押し加工」ができる、という優れた特長を持っています。「箔押し加工」とは、アルミ箔を転写し、その上から色を印刷することによりメタリックで光沢感のある高級感ある仕上がりにする印刷技法です。導入当初は全国で2台目でした。現在でも国内に10台ぐらいしかないと思います。

この機械を使うと、従来の方式では実現不可能なメタリック効果や疑似エンボス印刷が実現できます。当社は導入後、メーカー各社のさまざまな箔やインキ、ニスを使って最適な資材の組み合わせを選定し、生産ノウハウを確立、独自の「ニューメタルカラープリントシステム」として実用化しました。

このメタル表現は現在、ゴルフボール、贈答用カレンダー、サプリメント等、高級感を売りにした商品パッケージに利用されていますが、徐々に用途が広がっています。ヨーロッパを中心に世界的には15%くらい伸びている市場であり、当社の得意分野として伸ばしていきます。

— 新鋭設備で付加価値を高める戦略ですね。

平成29（2017）年には、同シリーズの新鋭



▲（左）箔押し加工が施されたパッケージ、（右）同カレンダー
資料：（左）当研究所撮影、（右）サヌキ印刷株式会社提供資料より

機を導入しました。コスト対応を図るためです。車で言う自動化運転機能を備えており、準備・印刷時間の短縮が図れると同時に、高速印刷が出来ることから、単位時間当たりの生産性を上げることができます。機械の故障なんかも、ドイツと回線がつながっており、コンピューターで遠隔修理しています。

最近、製紙メーカーのトップと話をしたら「印刷機の印刷スピードは上がる一方で、1時間2万枚で回すと、1秒に5～6枚が出てくる。紙がそれだけの能力を持ち合わせていないので、印刷機の進歩についていくのは大変」と嘆いていました。それくらい印刷機の性能進歩は早いです。

われわれも昔は、大きな機械で大きな用紙に印刷することをやっていましたが、今は、数は少なくとも3倍の高速回転で流せないか、自動で準備作業や印刷作業できないか、と考えている。そうやってコスト競争力をつけ、生産性を上げて他社と勝負しています。

— 環境問題にはどう取り組まれていますか。

会長：環境対策は、3Rが重要です。3Rとは、Reduce（ゴミ削減）、Reuse（再使用）、Recycle（再資源化）のことです。

このうち環境負荷に最も効果が高いのが、



発生を抑制する Reduce（ゴミ削減）です。当社は現在、紙やインキ等の資材、使用電力の無駄を最小限に抑えるため、「ミス・ロスの削減」「印刷予備紙の削減」「ヤレ刷版の削減」「残業時間の削減」に取り組んでいます。2019年度実績では、「印刷予備損紙」の発生が全体平均で1%になり、それに伴い「ミス・ロスの発生」は前年比60.1%に削減でき



▲ 菊全判7色オフセット印刷機



▲ 凸版輪転印刷機



▲ 菊全判打抜機

資料：サヌキ印刷株式会社提供資料より

ました。

その他にも、植物由来インキの使用や、2020年東京オリンピックの《持続可能性に配慮した紙の調達基準》をクリアした印刷紙を使うことなどに取り組んでいます。

当社独自の緻密な生産性管理

— 現状の課題は何でしょうか。

会長：先ほどお話ししたように、生産性を向上させ、コスト競争力を不断に向上させることです。

私が社長になった平成17（2005）年から始めたのが、受注量の上から100品目、粗利率の厳しいものを100品目挙げて、それを一つずつ改善していく作業です。毎週月曜日に午前7時からやっているのですが、それでも1年に48ぐらいしかやっつけられません。それを10年以上続けています。

具体的には、売価50円の製品の原価が48円だった場合、一般管理費が出てこない。40円で作るにはどうしたらいいだろうかと。準備時間を短縮するため皆でタイムウォッチを持って、これまで45分かかっていた作業を37分にするようなカイゼン活動をやっていました。続けていくうちに会社の業績も安定してきました。

— 製品別の原価管理の徹底ですね。

会長：いまお話ししたのは「縦糸」です。もう一つ「横糸」があります。印刷機など全ての機械1台1台を、どこからの受注で利益が出ているか、出ていないのかを毎月チェックしています。

私が、製品原価の「縦糸」と、機械生産性の「横糸」を組み合わせると大島紬（おおしまつむぎ）が編み上げられる、と言ったのが

15年前です。この生産性管理が少し停滞気味になっていることが現在の課題です。

— 会長が独自に編み出された仕組みですか。

会長：そうです、4か月くらいかかりました。社員が日報を入力すれば、この製品を10何万枚作ったときに1枚あたりいくらで出来たか、が瞬時に把握できるシステムを作っています。当社では、全社員がその管理表を持って仕事をしています。

— 社内から反発がありませんでしたか。

会長：始めた時は、「鬼か、勝手に言ってる」という反応でしたね。ですから、管理職や社員とは相当飲みニケーションをやりました。夜の6時くらいから始めて、最低6時間は仕事の話しかしない。どうやって会社を良くしたらいいか、話題はそれだけ。そうこうしているうちに、「あなたについてきてよかった。会社が良くなっている気がする」と言われました。

— ヒトの課題にはどう対応されていますか。

会長：採用には苦労しています。定年退職者を中途採用で補充するのが精一杯で、ギリギリでなんとかいう状況です。

そういうなか、女性の能力開発や職務拡大は前向きに進めています。来春も東京支店で

女性の方を1名、営業職で採用予定です。また、工場のオペレーターも徐々に任せています。かつては50~60kgの鉄板を回す力が必要な作業もありましたし、打抜機には500トンの圧がかかります。しかし、最近の機械は自動化の方向に改良されてきており、必ずしも腕力が必要な仕事ではなくなってきました。人手不足対応の観点からも新鋭設備への投資は必要です。

— 今後の事業方針や展望をお聞かせください。

会長：現在の売上高は約52億ですが、60億円、70億円を目指していきたいと考えています。印刷から全く別の分野の多角化というのは考えていませんが、M&Aもいいお話があれば可能性はあると思っています。

現在の当社のスタイルの中で、一步幅を広げる。そういう堅実な歩みで60億円、70億円になっていけるのかな、と考えています。

— 本日はありがとうございました。

(調査部長 丸岡昭仁)



資料：サヌキ印刷株式会社提供資料より

会社概要

- 名 称 サヌキ印刷株式会社
- 創 業 明治28（1895）年
- 設 立 昭和24（1949）年12月
- 本社工場 〒762-0087 香川県丸亀市飯山町西坂元1100
- 支 店 等 ・東京支店 ・静岡支店 富士工場
・大阪営業所 ・福岡営業所
・宮崎営業所 ・白鳥営業所
・小海工場 ・商品センター
- 資 本 金 6,500万円
- 従 業 員 226名（2019年2月現在）
- 事業内容 印刷及び紙器加工、製本、包装資材に関する事業



▲ 本社工場外観

四国銀行丸亀支店 末光支店長より一言

サヌキ印刷株式会社は、創業124年、法人設立70年の業歴を持ち、名・実ともに丸亀市を代表する企業です。業歴が示す通り長きに亘り雇用も含め、地域社会に貢献されてきました。

また、社是である「前向きの姿勢」や基本方針である「常に新しい経営戦略を立て、実施し、その時代を切り開く」、その精神は今もなお脈々と引き継がれ、現在においても地場トップランナーとして日々成長を続けられており、その企業努力に対し改めて敬意を表したいと思います。

会長の鈴木英明氏は、理念・ビジョン・信念に基づいた経営と持ち前の強いリーダーシップに加え、原価計算の徹底に厳しい視点で指示・指導を行う一方、深い愛情で全社員に接し人間としての成長を常に願い、社員教育にも力を注ぐことを実践されている経営者です。

当社の成長を語るうえで大きな転機となったのが、昭和49年の新本社工場の完成と、常に時代を先取りすべく積極的な設備投資を継続する経営方針です。当社の強みとして自負されている設備の充実は「印刷紙器の総合メーカー」として取引先への各種商品への付加価値提案、スピード対応を可能にし、クライアントからの信頼に繋がっていることは言うまでもありません。

ここまでのご紹介内容だけを見れば“剛”のイメージが先行していますが、社風は家族主義的な“柔”の面を持ち合わせており、文字通りバランスのとれた企業です。鈴木会長は現在50億円強の売上高を、今後60億円、更に70億円へ事業拡大させる事業展望を掲げており、メインバンクとしてその成長のお役に立てることが、四国銀行の役割と考えております。



▲ 丸亀支店移転の際に、サヌキ印刷株式会社様より寄贈いただいた香川漆芸の蒟醬（きんま）

共同調査

新時代における遍路受入態勢のあり方（後編）

～遍路宿泊施設の現状・課題等調査～



四国経済連合会

四国アライアンス地域経済研究分科会



宿泊施設が併設されている第24番最御崎寺（室戸市）
撮影：四銀地域経済研究所



歩き遍路をする群馬県のご夫婦（第27番神峯寺）

はじめに（再掲）

現在、四国遍路の世界遺産登録に向けた活動が、「四国八十八箇所霊場と遍路道」世界遺産登録推進協議会を中心に展開されている。登録が実現すれば、外国人を含め来訪者の大幅な増加が予想されるため、受入態勢を今から着実に整備していく必要がある。

しかしながら現在、お遍路さんは減少傾向をたどっており、遍路宿泊施設も過疎地域などで廃業が顕在化している。加えて、遍路道沿道の地域住民は減少し続け、遍路道の維持・修復も難しくなるなど、遍路文化の維持・継承が揺るぎかねない懸念がある。

こうした問題意識から、2018年度、四国経済連合会と四国アライアンス地域経済研究分科会（四国銀行、阿波銀行、伊予銀行、百十四銀行の系列シンクタンクで構成）は、宿泊施設をはじめ遍路受入態勢の現状や課題を調査・分析し、将来の世界遺産登録を見据え、あるべき方向性について検討し、2019年6月18日、調査報告書を公表した。（本編および概要版は、四国経済連合会のホームページに掲載）

今号では、前号（2019年9月号）に続き、報告書抜粋の後半部分を紹介する。お遍路さんの受入態勢を地域で検討する際などの参考にしていただければ幸いである。

【目次】

- | | |
|-------------------------------------|--------------|
| 第1章. お遍路さんの大幅な減少と四国遍路新時代の幕開け | (2019年9月号既報) |
| 第2章. 遍路宿泊施設の現状と課題 | (2019年9月号既報) |
| 第3章. 外国人歩き遍路受入の意義と課題 | (今回) |
| 第4章. 新時代におけるお遍路さん受入態勢の整備について | (今回) |

第3章. 外国人歩き遍路受入の意義と課題

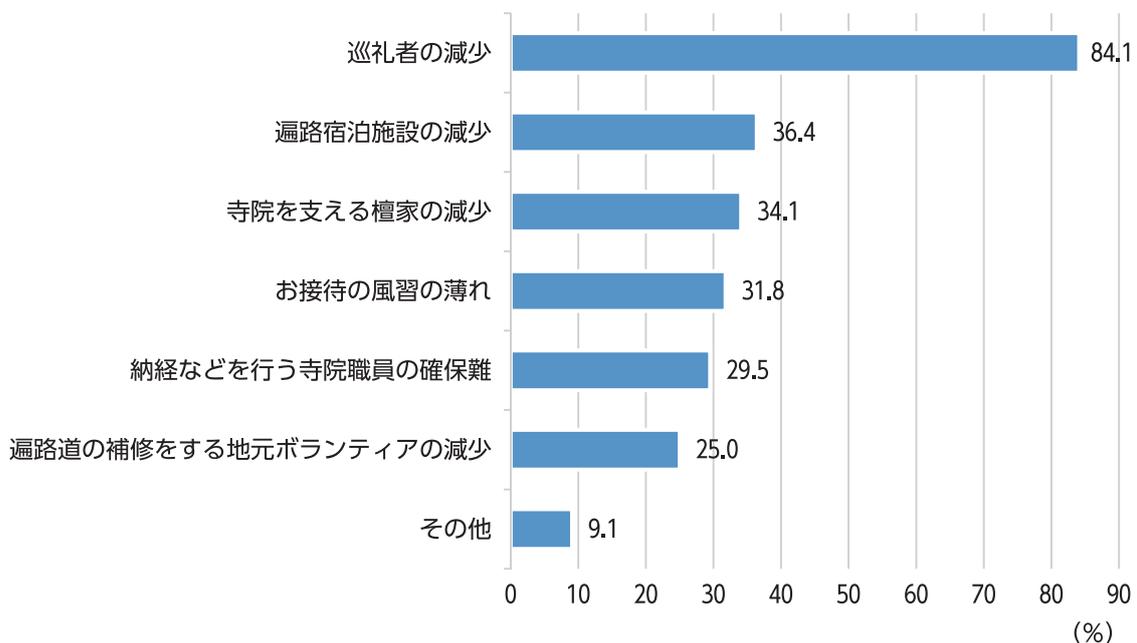
1. 遍路文化の維持・継承を揺るがす“4つの問題”

(1) 札所が挙げる遍路文化を継承する上での問題

前号（2019年9月号）に掲載した「前編」で、お遍路さんの大幅な減少と遍路宿泊施設の不足の実態を概観した。

これらを踏まえ、札所に「四国の遍路文化を将来にわたり継承していく上で、何が問題なのか」、アンケート調査を行った結果、多くの札所が巡礼者の減少に危機感を持っていることがわかった。また、遍路宿泊施設の減少のほか、檀家や寺院職員、地元ボランティアの減少といった地域の人口減少に起因する問題についても懸念している様子がうかがえる。（図表3-1）

図表3-1 札所からみた「遍路文化を継承していく上での問題点」（n = 44、複数回答）



資料：遍路の受入態勢に関するアンケート調査（対象：八十八ヶ所霊場）

(2) 遍路文化の4つの主要構成要素が抱える問題

八十八ヶ所霊場（札所）を巡る四国の遍路文化は、巡礼する「お遍路さん」、お遍路さんが泊まる「遍路宿泊施設」、お遍路さんを接待する「地域住民」、お遍路さんが歩く「遍路道」の4つによって主に支えられている。これら遍路文化の構成要素のうち、

- ①「お遍路さん」は、団体バス遍路とマイカー遍路を中心に大幅に減少している。
- ②「遍路宿泊施設」は、過疎地域などで宿不足が顕在化している。
- ③「地域住民」は、人口流出と少子化で減り続けている。
- ④「遍路道」は、地域住民の減少や高齢化により、生活道路でもあった昔ながらの遍路道が次第に荒れたり、豪雨等で被害を受けても早期の修復が難しくなっている。

この①～④の“4つの問題”が、今後、遍路文化の維持・継承を揺るがしかねない懸念がある。（図表3-2）

これら4つの問題の根源には、わが国に押し寄せる「人口減少」という荒波があり、従来の延長線上の対応では縮小均衡に陥ることが避けられない。この構造的とも言える問題を解決するための糸口になると期待されるのが、歩き遍路、なかんずく外国人の歩き遍路である。これが本調査を通じて、我々が最も実感したことである。そこで本章では、外国人を中心に、歩き遍路の意義や受入態勢づくりについて取り上げる。

図表3-2 遍路文化の維持・継承を揺るがす「4つの問題」



画像出所：遍路休憩所「坂本屋」、「四国八十八箇所霊場と遍路道」世界遺産登録推進協議会のHP などをもとに作成

2. 歩き遍路の意義

現状では、お遍路さん全体の約3%とみられる歩き遍路や、同じく1%にも満たない外国人歩き遍路が、何故、遍路文化の危機を打開する糸口となり得るのか。

(1) 歩き遍路は遍路文化の象徴

「白装束に菅笠、金剛杖のお遍路さんが自然の中を歩く」。これこそ遍路文化を象徴する風景である（写真3-1左）。歩く人がいなくなれば、もはや巡礼路とは言えない。

ただ、わが国の更なる人口減少や宗教心の薄れ、国内外の観光地との競争激化、さらには長期休暇を取得しにくい職場環境などを考慮すると、今後、日本人の歩き遍路を増やすことは容易ではない。つまるところ、歩き遍路を増やすには、まずは外国人に期待するしかないとも言える。

外国人遍路は白装束姿で巡礼する人が少なくない（写真3-1右）。これは、彼らが遍路文化に敬意を払い、その伝統を尊重していることの表れとみられる。外国人遍路は日本人以上に四国遍路を理解し、その魅力に傾倒する人が少なくない。

写真3-1 遍路文化を象徴する白装束姿の歩き遍路と外国人遍路



撮影（左）：四銀地域経済研究所

撮影（右）：四国経済連合会（男性はポーランド人、女性は香港人）

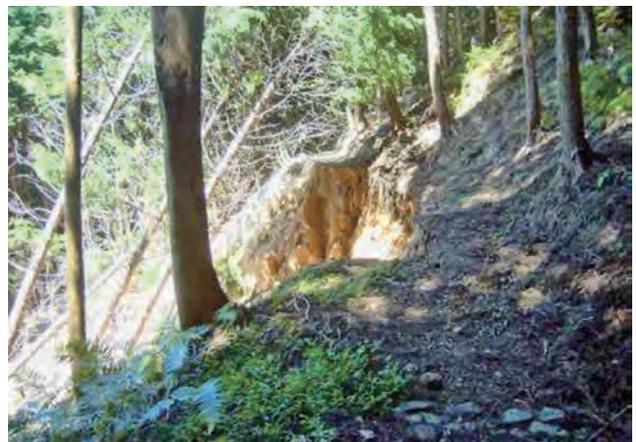
（2）遍路道の維持・保存にも寄与

遍路道は、かつて農道や林道などとして使われていた道幅の狭い公有道が多い。こうした遍路道は地域住民の日常生活の必要性から維持・修復が図られてきた。しかし、道幅の広い舗装された新道が整備され、自動車が広く普及する中で、地域住民にとって遍路道は生活道路としての重要性が低下し、主としてお遍路さんのためにボランティアで維持補修する道になりつつある。

一方で、最近では豪雨などで遍路道が大きな被害を受けるケースも増えている（写真3-2）。こうした中で、人口減少や高齢化で人手が足りず、遍路道の維持修復に苦労している地域も出てきている。また、山間部の道は、歩く人が少なくなると雑木などで覆われ、道として機能しなくなる。このため遍路道を維持するには、歩く人を一定数確保することが大前提になる。

ゆえに、外国人を含めた歩き遍路が増えること自体が遍路道の維持に繋がる。また、歩き遍路が増えて地域に経済効果をもたらされると、それが地域住民の遍路道維持への意欲を高めることにもなる。

写真3-2 2018年夏の豪雨で土砂崩れが起きた遍路道
（左：宿毛市・観自在寺道、右：宇和島市・明石道）



資料：「四国八十八箇所霊場と遍路道」世界遺産登録推進協議会 HP

(3) 歩き遍路は地域への波及効果が大きい

意外に思われるかもしれないが、実は、歩き遍路は団体バス遍路やマイカー遍路に比べ、格段に費用がかかる。

札所の1番から88番までは約1,200kmの道のりである。お遍路さんが歩く距離は1日平均20~30km程度である。その間、筋肉痛や足のマメといった身体の不調や悪天候などで予定通りの距離を歩けないことがある。このため、88ヶ寺全てを一気に歩き終える「通し打ち」には、早い人で40~45日程度、遅い人だと約60日かかる。

歩き遍路の費用は、善根宿等を利用する場合を除くと、宿代が1泊6~7千円程度で、道中の飲食代や納経代金、その他諸経費を加えると、1日当たり8千~1万円が目安となっている¹⁾。仮に50日で回り終えると、40~50万円もかかることになる(図表3-3)。

ちなみに、四国・松山発着の遍路バスツアー(昼食・交通費込み)では、日帰りで計16日かけて88ヶ寺全て回ると、費用の合計は175,000円前後である。つまり、歩き遍路は遍路バスツアーに比べ、費用と所要日数がどちらも2~3倍かかる。見方を変えれば、一人当たりの経済効果が2~3倍も大きいということである。一人当たり消費額が大きい歩き遍路は地域経済にとって大切な存在となる。

図表3-3 歩き遍路に要した費用の例(外国人、通し打ち)

国籍	性別	年齢	四国滞在日数(①)	四国遍路の予算(②)	1日平均(②÷①)	うち宿泊費+食費
カナダ	男性	60代	42日	40万円	9,523円	8,000円
オーストラリア	女性	20代	50日	40万円	8,000円	7,000円
オーストリア	男性	30代	55日	45万円	8,181円	7,000円

※宿泊費を切り詰めるため、善根宿・通夜堂・野宿等を利用したと考えられるケース

アメリカ	男性	30代	40日	10万円	2,500円	2,000円
ドイツ	男性	30代	33日	15万円	4,545円	2,100円

注) 上記は四国での滞在に要した費用で、四国までの交通費は含まれない
資料: 「歩き遍路を対象としたアンケート調査」をもとに作成

(4) 歩き遍路は過疎地域活性化の原動力にできる

歩き遍路については、その経済効果が四国各地に広域的に広く行き渡ることも重要なポイントである。

遍路旅の費用でウェイトの大きい宿泊費は、団体バス遍路やマイカー遍路では主として市街地のホテル・旅館やビジネスホテルで支出される。これに対し、歩き遍路は札所近くや遍路道沿いに宿をとるので、過疎地域で支出するケースが多くなる。

また、お遍路さんは宿の周辺で食事をしたり、弁当やおにぎりなどを地元のスーパーやコンビニ・食料品店等で購入するため、より幅広い事業者に経済効果が及ぶ。過疎地域ではこうした歩き遍路による経済効果は貴重である。

¹⁾ へんろみち保存協会編『四国遍路ひとり歩き同行二人(解説編 P.6)』では、「区切り打ち43日間を基準にした巡拝に要する経費は・・・(中略) 装備品の購入費用を含めると約50万円となる。中高年齢者は1日平均1万円余の胸算用で支度している」とある。

前編（2019年9月号）で紹介したとおり、スペイン・サンティアゴ巡礼路では、公的機関がアルベルゲと呼ばれる素泊りの巡礼宿を整備したことで宿泊客が増加し、それにつれて周囲に民間の宿泊施設や飲食店が新たに開業するなど地域に経済効果をもたらされている。四国でも、こうした巡礼宿を拠点とした新たな地域活性化モデルを構築していくことが考えられる。

3. 外国人遍路受入の賛否とその意義

(1) 外国人による四国遍路の捉え方

外国人遍路は、団体バスやマイカー中心の日本人遍路と異なり、大半が歩きであり、その道中で旅行日程や体力等に応じて、適宜、バス・鉄道等の交通機関を利用している。

最近では外国人向けの遍路ツアーが実施されているが、その多くもトレッキング（山歩き）を前面に押し出して参加者を募集している。例えば、あるツアーでは四国遍路について、「この道は日本のサンティアゴ巡礼路である。弘法大師の足跡をたどって、古の巡礼ルートを徒歩で探索しましょう。建築や食べ物、村の生活も楽しみながらハイキングすれば、悟りの境地が開けるかもしれません」などと紹介されている（図表3-4）。

また、日本を紹介する観光ガイドブックとして世界的に定評ある『lonely planet Japan』は、四国遍路について「WALKING THE 88 TEMPLE PILGRIMAGE（歩く88ヶ寺巡礼旅）」のタイトルで、文字通り、歩くことを前提に紹介している。

外国人には四国遍路＝巡礼路の歩き旅とイメージされているのである。

図表3-4 外国人向けの遍路ツアーの紹介例



資料：Mountain Hiking Holidays HP

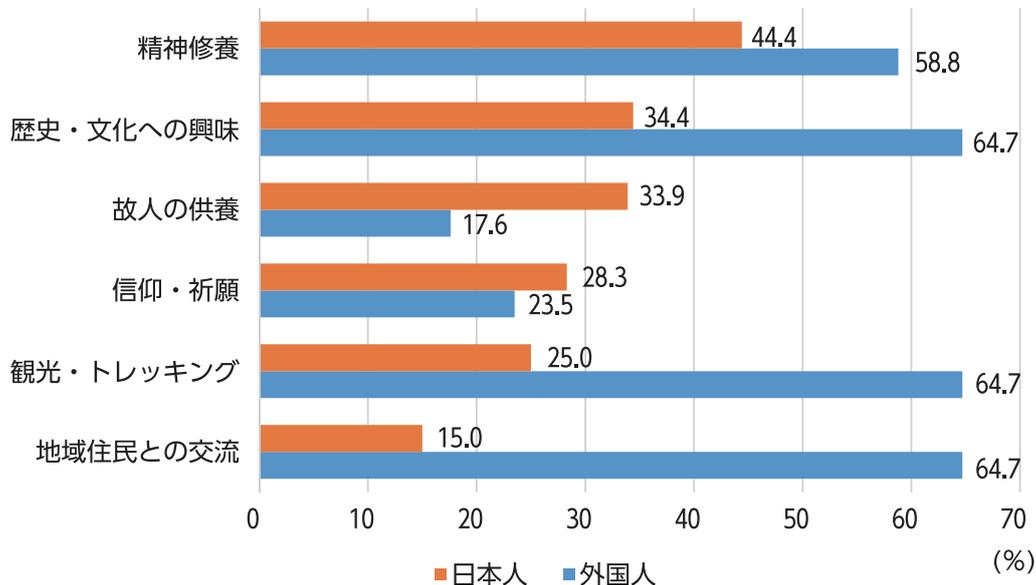
(2) 日本人と外国人の歩き遍路の目的

本調査では、外国人が四国遍路をどう捉えているか、また、日本人との違いは何かを探るため、歩き遍路を対象に四国遍路を巡礼する目的についてアンケートを行った（図表3-5）。なお、外国人遍路については、サンプルが17名にとどまるため、データの有意性に欠けるものの、大まかな方向は把握できるとみられる。

これによると、歩き遍路の目的としては、日本人・外国人いずれも「精神修養」や「歴史・文化への興味」が大きな割合を占めた。また、日本人は「故人の供養」が多い一方、外国人は「観光・トレッキング」や「地域住民との交流」を目的とする人が多かった。

外国人歩き遍路は四国遍路について、精神修養に加え、観光やトレッキング、地域住民との交流の機会として捉えている様子が見えてくる。このため、外国人歩き遍路を増やすには、四国遍路の道中で、観光やトレッキングとしての魅力を高めること、また、住民との交流機会を増やすことが重要であると考えられる。

図表3-5 歩き遍路をする目的（複数回答）



注) 対象：日本人 180 名、外国人 17 名

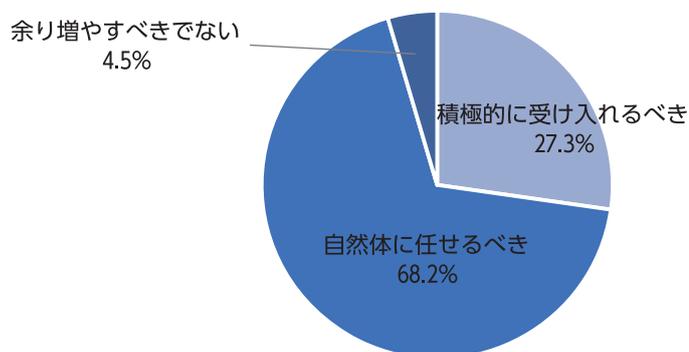
資料：「歩き遍路を対象としたアンケート調査」（対象：前山おへんろ交流サロン（香川県さぬき市）を訪れた歩き遍路）

（3）外国人遍路受入に対する札所の意見

本調査では、札所に対するアンケートで、「弘法大師信仰や仏教に馴染みのない外国人遍路が増えることについて、どのように思うか」を尋ねた。それによると、「自然体に任せるべき」が68.2%で多数を占め、次いで「積極的に受け入れるべき」が27.3%となった。一方、「余り増やすべきでない」は4.5%と僅かであった。（図表3-6）

上記3つの選択肢の回答者を順に「自然体派」、「積極派」、「慎重派」と呼ぶとすると、札所では自然体派が多数を占めており、慎重派はごく少数ということになった。

図表3-6 弘法大師信仰や仏教に馴染みのない外国人遍路の増加について（n=44）



資料：「遍路の受入態勢等に関するアンケート調査」（対象：四国八十八ヶ所霊場）

（４）日本人遍路にはない外国人歩き遍路の意義

外国人歩き遍路には、日本人遍路とは異なった、次のような意義や効果も期待される。

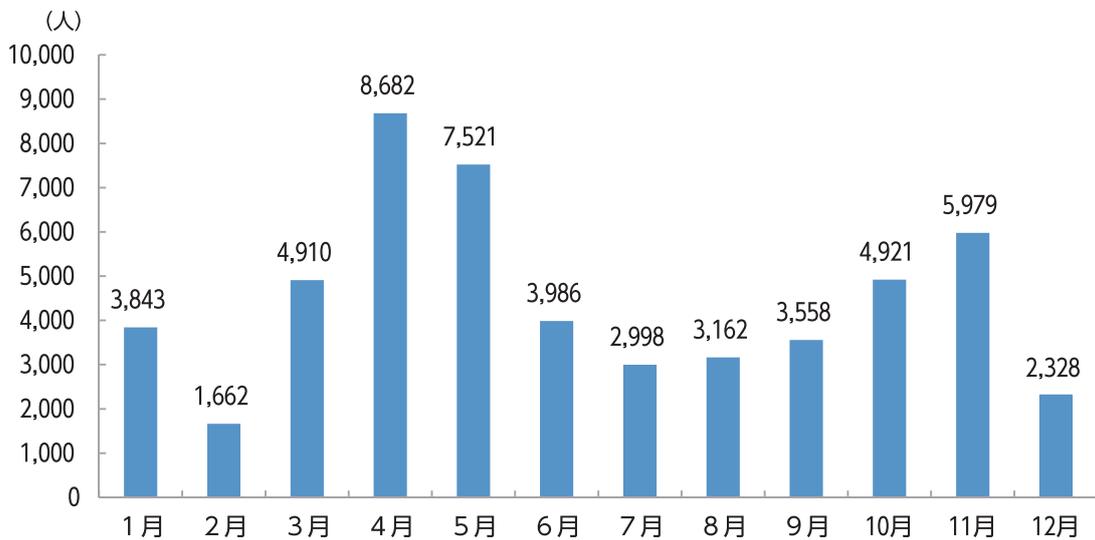
1点目は、宿泊需要の平準化効果である。

日本人遍路の宿泊は土日祝日が多く、平日は少ない。また、春と秋のハイシーズンに集中し、冬や夏には大きく減少する。ちなみに、月単位で見ても、お遍路さんの多い月と少ない月とでは5倍程度の差があるようである。そのため、遍路宿泊施設は経営が厳しくなりがちとなる。（図表3-7）

一方で、外国人歩き遍路は平日と休日の区別なく宿泊する。また、欧州等の人たちは夏に長期休暇を取ることが多く、一方で、寒さへの耐性が強いこともあって、日本人遍路が閑散とする真夏や冬に訪れる人も少なくない。このため、外国人歩き遍路の増加は、宿泊施設の経営安定化に寄与するとともに、宿経営への新規参入を後押しする要因ともなる。

なお、こうした需要平準化効果は、歩き遍路が食料品や飲料等を購入するために立ち寄るコンビニや商店、自動販売機などにも及ぶ。

図表3-7 太龍寺ロープウェイの月別利用者数（2018年）



資料：四国ケーブル(株)

2点目は、地域住民による郷土愛の醸成に繋がることである。

熊野古道では、2004年に「紀伊山地の霊場と参詣道」が世界遺産に登録されたこともあって、近年、多くの外国人が訪れるようになっている（図表3-8）。現地の関係者によると、多数の外国人の来訪は地域住民の熊野古道に対する見方を大きく変えたとのことである。住民の間で「熊野古道は世界的価値を持っている」との自信が生まれ、熊野古道を将来にわたり大切に維持・継承していこうという機運が高まっている。

その結果、参詣道整備などに公的資金を投入することへの反対が減り、参詣道整備のボランティア活動も活発になっている（写真3-3左）。また、地元の小中学校では、生徒が熊野古道の歴史を学んで巡礼者に紹介する取り組みも行われている（写真3-3右）。

四国でも、多くの外国人遍路が訪れるようになれば、住民の間で遍路文化に対する誇りや関心が高まり、遍路文化の維持・継承に大きく寄与するであろう。

図表3-8 熊野古道がある和歌山県田辺市の外国人宿泊者数の推移

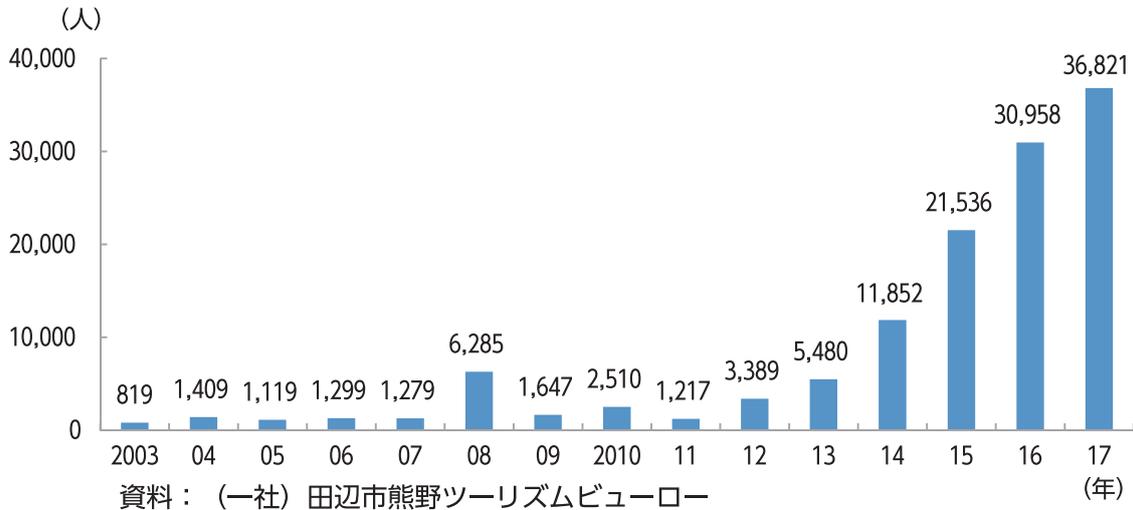


写真3-3 熊野古道での参詣道整備と生徒による魅力紹介のボランティア活動



写真提供：(一社) 田辺市熊野ツーリズムビューロー

3点目は、ユネスコの世界遺産登録実現への貢献である。

世界遺産登録を実現するには、札所・遍路道など資産の保護措置および周辺の景観保全などが確実に担保されていることや、四国遍路が人類共通の普遍的価値を有することを証明する必要がある。

外国人遍路の増加は、世界遺産登録の実現とは直接的な関係はないものの、上記の通り、住民の間で四国遍路に関わる資源や景観を大切にしようという機運が醸成される。また、多くの外国人が訪れることで、四国遍路には人種や国籍を問わず普遍的な価値があることを間接的に示すことにも繋がる。

4. 外国人遍路の将来性

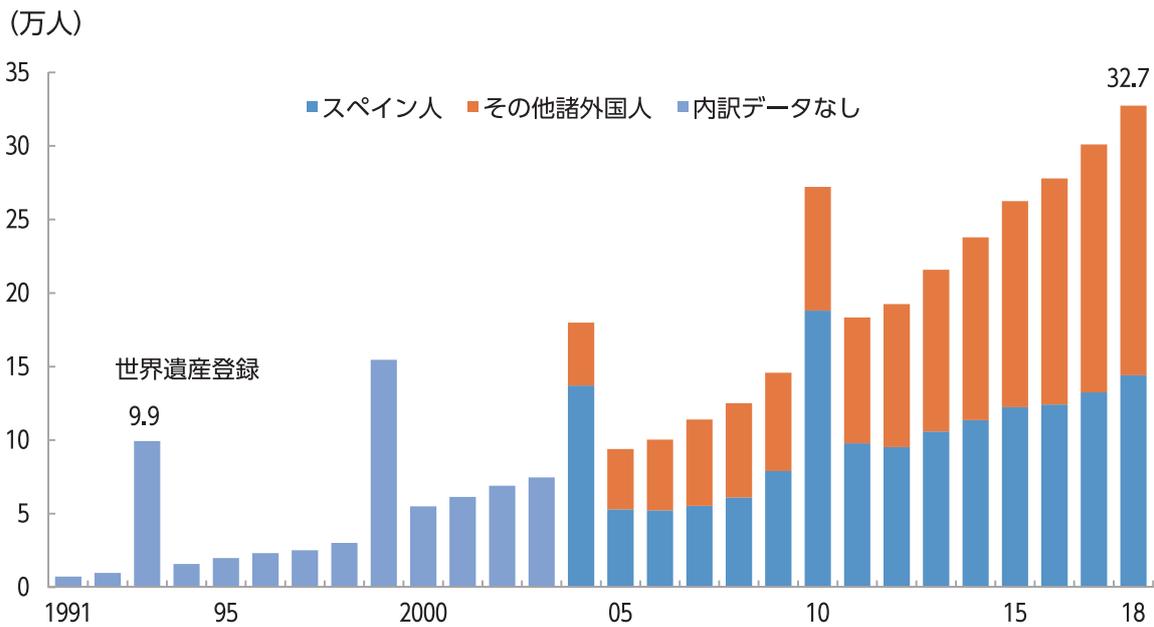
(1) サンティアゴ巡礼路における巡礼者の急増

エルサレム、バチカンと並ぶキリスト教三大聖地のひとつ「サンティアゴ・デ・コンポステーラ」を目指す巡礼路は、1992年に巡礼者が1万人に満たなかったのが、1993年の世界遺産登録を経て右肩上がり増加し、2018年には32万人を超えた(図表3-9)。

巡礼者の国籍も、最近では地元スペインが5割を切る一方で、ヨーロッパをはじめ、北米、アジアなど幅広い国々に広がっている（図表3-10）。実は、キリスト教徒の多い国々でも宗教離れが進んでいる。このため、サンティアゴ巡礼路を訪れる目的も、信仰のためというよりも、歴史ある巡礼路の「歩き旅」をするためという性格が強い。

サンティアゴ巡礼路の実例は、「歩きの巡礼旅」をしてみたいという人が世界中に相当数存在することを示している。しかも、巡礼者がこの20数年間で30万人増、つまり年平均1万人以上という驚異的なペースで増えていることも注目される。歩きの巡礼旅は地球規模で静かなブームとなっているのである。

図表3-9 スペイン・サンティアゴ巡礼路の巡礼者数の推移



注) 1993年、99年、04年、10年は聖ヤコブの日（7月25日）が日曜日に当たる「ヤコブの（年）年」で、その年に巡礼すると贖罪されるとされるため、巡礼者が大幅に増える。
資料：サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼事務所 HP

図表3-10 スペイン・サンティアゴ巡礼路の巡礼者数の国籍別内訳



資料：サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼事務所 HP

(2) 外国人遍路増加の可能性

サンティアゴ巡礼路では、「世界遺産に登録されて巡礼者が増えたのではなく、受入態勢の整備が多く巡礼者を招き入れたのである」と説明されているという。

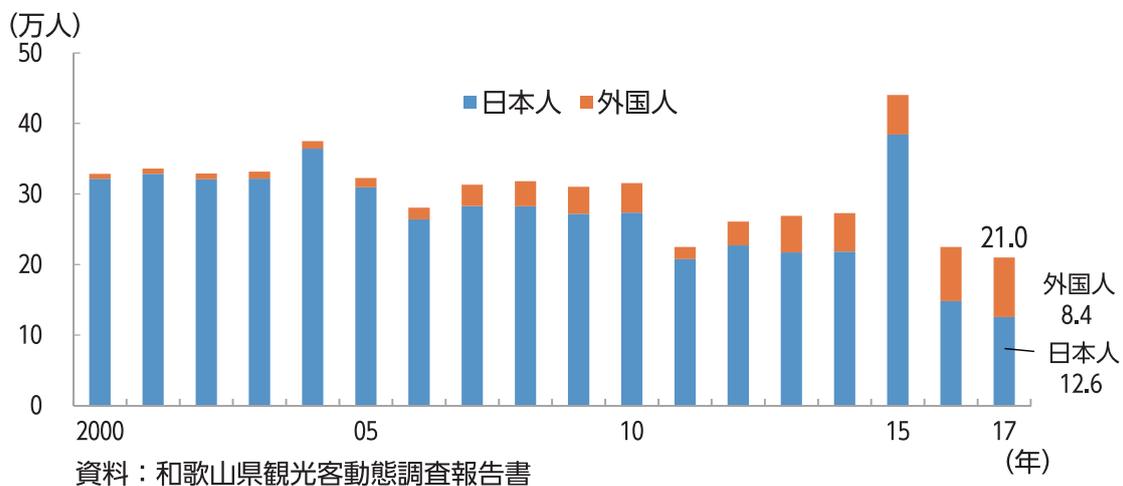
四国でも受入態勢の整備如何では、海外から多くの外国人遍路を呼び寄せることができるであろう。四国が一丸となって本格的に受入態勢を整備していけば、例えば、サンティアゴ巡礼路の毎年平均1万人増というペースの1割程度、つまり年間1千人増のペースで外国人遍路を

増やすことは決して不可能ではないと考えられる。

仮に、現在年間400人程度の外国人歩き遍路が毎年平均千人ずつ増加すると、10年後には1万人になる。その場合、彼らの四国での宿泊日数は一人平均50泊と想定されるので、延べ宿泊者数は年間50万人泊となる。2018年の四国における外国人延べ宿泊者数は約93万人泊（速報値）である。将来、外国人歩き遍路だけで、2018年の外国人延べ宿泊者数の半数強という水準になるかもしれない。

ちなみに、お遍路さんが結願した後に訪れる高野山では、総宿泊者が漸減傾向にあるのに対して、外国人宿泊者は右肩上がり増加しており、2017年には8.4万人と総宿泊者数約21万人の4割を占めている（図表3-11）。四国遍路を開創した弘法大師とゆかりの深い高野山においても、外国人観光客の存在感が大きく高まっている。四国もこうした時代潮流に積極的に対応していくべきであろう。

図表3-11 高野山の宿泊客数の推移



5. 外国人歩き遍路の困り事

(1) 歩き遍路の困り事や不満

外国人歩き遍路の受入を進めるには、まず彼らの困り事を知る必要がある。本調査では、日本人を含めた歩き遍路を対象に、四国遍路の困り事や不満について、自由記入方式でアンケートを行った（図表3-12）。

これによると、「宿泊施設が減っており、宿探しで困った」「良い宿と悪い宿との格差が大きい」「宿に関するネット情報が少ない」など、宿泊施設に関する不満が特に目立った。また、「道案内のシールや標識がなく、道に迷った」「歩き遍路道がネットでは探しきれない」など、遍路道に関する意見も少なくなかった。このほか、「Wi-Fiを整えて欲しい」といったネット環境に関する要望も寄せられた。

これらは日本人・外国人いずれの歩き遍路にも共通の困り事や不満であると考えられ、その改善が求められる。

図表3-12 歩き遍路から寄せられた困り事や不満

類 型	内 容
宿泊施設・ 食事	<ul style="list-style-type: none"> ・後継者がなく廃業する宿が増えており、宿探しで困ることがある ・安価な宿泊施設を見つけるのが大変だった ・歩きルート沿い近くに宿がないところがある ・自分の歩ける距離に自信がなく、宿泊地を決めかねることがあった ・宿泊施設や食堂、コンビニの空白地域がある ・冬の閑散期には休業している宿が多く、食事なしの所もある ・不潔な宿、古いままの宿がときどきある ・良い宿と悪い宿との格差が大きい ・トイレや洗面所が寒すぎる宿がある ・宿の食事が作り置きで、冷えていた ・昼食を提供する食堂がない場所がある
遍路道	<ul style="list-style-type: none"> ・道案内のシールや標識がないところがあって、道に迷った ・道案内標識が故意に削り取られているところがあった ・公衆トイレが少なく、特に女性は不便を感じているはず ・ゴミがいっぱいあった。また、草が生い茂った道があった ・2018年夏の豪雨で流された道があった ・災害で不通になった道の迂回ルートが少ない ・車が多いにもかかわらず、歩道がない道がある ・別格霊場への道案内が不足しており、悪路も多い
情報入手・ネ ット環境	<ul style="list-style-type: none"> ・廃業している宿の情報が不十分 ・宿に関するネット情報が少ない ・遍路道の不通区間が分からない ・歩き遍路道がネットでは探しきれない ・Wi-Fiを整えて欲しい ・携帯電話の電波が届かないところがある <p>※英語のサイトがあると良い</p>
札所	<ul style="list-style-type: none"> ・トイレが汚い札所がある ・次の札所への道が分かりにくい札所がある <p>※霊場会を脱会した札所を参拝すべきかどうか迷った</p>
サンティア ゴ巡礼路と の比較	<p>※スペイン・サンティアゴ巡礼路は行政が関わっているため、巡礼宿「アルベルゲ」、道案内標識、住民のサポートが良い</p> <p>※四国遍路はサンティアゴ巡礼路に比べ費用がかかり過ぎる</p>

注) ※は、特に外国人にみられた意見

資料：「歩き遍路を対象としたアンケート調査」の自由意見をもとに作成

(2) 外国人遍路最大の困り事は宿泊施設

外国人歩き遍路は、「言葉が分からない」「土地勘もない」「遍路の作法も知らない」「日本の生活習慣も知らない」といった、「ないないづくし」で四国に来る人が大半である。

ただ近年、スマホの翻訳アプリや地図アプリの精度が向上したことで、言葉や道順に関する不都合は大きく軽減されている。また、遍路の作法や日本の生活習慣に関する情報も、ガイドブックや遍路経験者のブログ等を参照することで、ある程度入手できる。

実は、外国人遍路にとって最も厄介なのが宿泊施設である。そもそもインターネット上に掲載されている英語の宿泊施設情報が少ない。掲載されていても、どのサイトが信頼できるのかわからず、情報も十分ではない。日本語のサイトでさえ、客室・風呂・トイレ、料理といった宿の基本的な情報や写真が掲載されていないところがある。歩き遍路が宿を見つける上で便利な、建物の全景写真を掲載していないところも多い。

次に、適当な宿をサイトやガイドブックで見つけても、予約に苦労する。メールでの予約を受け付けていないところが多く、一方で、電話の場合は、宿側に外国語ができるスタッフがないという問題がある。

さらに、宿に着いて問題となるのが食事である。例えば、1泊2食付きの宿泊施設に不満が出る。外国人は選択の自由がなく、自分の好みでない料理を一方的に出されることに抵抗がある。「この3日間に泊まった宿では夕食に刺身が連続して出た。今晩は刺身以外のものを食べさせて欲しい」と懇願されたという宿主もいる。また、外国人に多いベジタリアン向けのメニューがなく困ることもある。翌朝、「魚料理や納豆は食べていないので、その分、ディスプレイカウントして欲しい」と宿泊費の値引きを求める外国人もいるという。

この他、外国人は多額の現金を持ち歩く習慣がないため、キャッシュレス決済対応を望む声も多い。宿泊施設に付帯するサービスとして、遍路道に関する通行止めなどの情報提供や、次の宿までの荷物配送サービスを望む声もある。

(3) 外国人歩き遍路と日本人歩き遍路における真逆の宿泊ニーズ

外国人遍路が特に宿泊施設に不満を持つのは、大半の宿泊施設が日本人に合わせた設備・サービスになっているためである。一般的な日本人遍路と外国人歩き遍路では、宿に対するニーズが大きく異なっているのである(図表3-13)。

日本人遍路は一般的に、安さより快適性を優先する。また、個室は絶対条件で、知らない人との相部屋は受け入れない。食事は1泊2食が当たり前で、宿での滞在時間は短く、翌朝には先を急いで出発する。

一方、外国人歩き遍路は日本までの航空運賃等に大きな出費をしていることもあり、快適性より宿泊料の安さを重視する。宿は長距離を歩いた後に疲れて寝るだけの場所という感覚であ

図表3-13 日本人遍路と外国人歩き遍路の宿に対するニーズの違い

項目	日本人遍路	外国人歩き遍路
宿泊料	宿泊料の安さより、客室での快適性を重視	宿泊料の安さを重視
部屋タイプ	相部屋拒絶(個室志向)	相部屋OK
同宿者との交流	知り合い中心に会話	巡礼者や住民との交流を希望
食事	1泊2食付きを受け入れ	素泊りを歓迎
宿での滞在時間	極力短く(早朝に出発)	その地域が気に入れば、延泊

る。このため安ければ相部屋を受け入れ、素泊りも歓迎する。他の巡礼者との交流・情報交換を望み、その地が気に入れば、予定を変更して宿泊を延長することもある。

（４）スペイン・サンティアゴ巡礼路と比べた四国遍路の割高感

スペイン・サンティアゴ巡礼路にある巡礼宿「アルベルゲ」では、公営だと千円前後、民営でも概ね2千円以内で泊まることができる（前号で詳述）。このため、サンティアゴ巡礼路を歩いた巡礼者が四国遍路をすると、宿泊施設の料金に強い割高感を抱くようである。

また、四国遍路の場合、平均すると50日程度も滞在するため、高い航空運賃を負担してきた外国人遍路は日本人以上に宿泊費を切り詰めたいと考えている。このため外国人遍路の誘致を進める上で、安価な宿の整備は避けて通れない課題である。

なお、特に欧米豪系の外国人は、概してお金の使い方にシビアではあるものの、決して節約一辺倒ではなく、使うべきところではお金を使うという傾向がある。例えば、サンティアゴ巡礼路を歩く旅行者は、宿泊費を節約する代わりに夕食は地元のレストランで郷土料理やワインを楽しむ、あるいは、たまには体を休めるため割高なホテルに泊まる、といったメリハリのあるお金の使い方をしている。

6. 外国人遍路に対応した宿泊施設の未整備によるリスク

（１）野宿増加や悪評拡散の恐れ

宿泊施設の受入態勢が現状のまま、仮に将来、外国人歩き遍路が年間千人単位で増えた場合、どのような状況になるか考えてみたい。四国の宿泊施設の客室稼働率は、2018年で54.8%にとどまっている（図表3-14）。このため、大型の旅館やビジネスホテルがある観光地や都市部では、外国人遍路が多少増えても、大きなトラブルにはならない。

問題は、宿泊施設が不足している過疎地域である。特に、春や秋のハイシーズンの休日を中心に、満室で宿泊を断られるお遍路さんが続出する恐れがある。やむなく市街地にあるビジネスホテルまで歩き続けるか、タクシーや公共交通機関を使って泊まれる宿まで行くようになる。最悪の場合、野宿を余儀なくされる可能性もある。

現在でも、遍路道沿いにある道の駅や公園内の東屋（あずまや）（屋根があるだけの壁のない小屋）などで野宿するお遍路さんを見かける。これはまだ少数だから、地元住民も寛容な気持ちで受け入れている。しかし、十数人単位で野宿する人が近所に現れたら、地元住民とお遍路さんとの軋轢は避けられない。仮に将来、「世界遺産登録が実現して、野宿する遍路が急増した」というのでは、地元住民にとり大迷惑で、世界遺産登録したことを疑問視する声さえ出かねない。

一方で、外国人遍路からは「四国は遍路の魅力を世界に情報発信していながら、宿泊施設が十分に整備されていない」といった不満がたまり、四国遍路に対する不評がネットを通じて世界中に拡散する恐れもある。

図表3-14 宿泊施設の客室稼働率（2018年速報値）

（単位：％）

	全施設	うち旅館	リゾートホテル	ビジネスホテル	シティホテル	簡易宿所
全国	61.1	39.0	58.3	75.3	79.9	28.6
東京都	80.3	57.5	65.8	84.8	84.7	51.5
大阪府	79.8	48.7	90.4	81.0	84.9	61.4
四国	54.8	40.2	58.2	69.1	68.3	17.0

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

(2) 善意に頼り過ぎない持続可能な仕組みが必要

現状では、「宿がない」といった事態が起きると、見かねた札所や地元住民、宿泊施設の方々、さらには外国人遍路をサポートしているボランティアの人たちが、あちこちに連絡して宿を探してあげる、といったことが起きている。これも時折であれば良いが、何人ものお遍路さんからのサポート要請が常態化すると、善意だけでは対応できない。

外国人が宿の手配を安心して任せることのできる持続可能な仕組みが必要である。

第4章. 新時代におけるお遍路さん受入態勢の整備に向けて

これまでの分析を踏まえ、四国遍路新時代における受入態勢整備のあり方については、以下の3つの方向性が考えられる。

方向性1 外国人遍路の受入態勢整備に本格着手する

外国人遍路の受入態勢整備で特に重要となるのが、「過疎地などでの宿泊施設不足への対応」と「コンシェルジュ機能の強化」である。

<過疎地などでの宿泊施設不足への対応>

(1) 四国版アルベルゲの整備検討

宿泊施設が不足する地域には、スペイン・サンティアゴ巡礼路の成功例に倣い、行政主導で「四国版アルベルゲ」とも言うべき安価な宿を整備することが考えられる。

四国では、人口減少・少子化に伴い、廃校をはじめ使われない公共施設などが増えている。そこで、民業圧迫の懸念が低い（宿泊施設が不足している）地域で「四国版アルベルゲ」の整備を真剣に検討してはどうか。候補となる建物としては、小中学校などの廃校以外にも、閉鎖された保育所・幼稚園、病院・診療所、老人ホーム、経営をやめた旅館や民宿、宿坊、住む人のいない古民家など、あらゆる可能性を模索することが考えられる。

また、宿の設備やサービスは必要最低限にとどめ、例えば、素泊りのみ、浴室はシャワーだけ、デジタル技術の活用²⁾といった様々な工夫をすれば、初期投資や運営コストの抑制、民間宿泊施設との棲み分け、さらには低料金の実現に繋げることができる。

(2) 民泊の推進、空家の活用

四国では過疎地域を中心に各地で空家が増加している。一方で、2018年6月には民泊を本格解禁した住宅宿泊事業法（民泊新法）が施行され、民泊に対する関心が高まっている。この動きを追い風として、宿泊施設が不足気味の地域を中心に、空家のオーナーと民泊経営希望者とのマッチングを促進し、大都市圏などに居住する宿経営希望者の力を引き出すことで、宿不足の解消を積極的に進めていく必要がある。

【参考メモ】 遍路宿泊施設の選択肢を増やすことの重要性

歩き遍路は宿泊費を節約したいが、長い歩き旅の合間には疲れた体を癒すため、たまには宿泊費が高めの旅館や一人使用の個室宿にも泊まりたくなる。

幸い四国遍路のルートは、都市の市街地や有名観光地と過疎地域とを交互に訪れるようになっている。過疎地域では簡素な四国版アルベルゲや魅力的な宿主がいる民泊の宿に泊まり、観光地や市街地では既存の温泉旅館やビジネスホテルに泊まるなど、四国での滞在が快適に過ごせるよう、宿の選択肢を増やすことが重要である。

²⁾ 利用者が専用のアプリをスマホにダウンロードして、自身の登録やクレジットカード等との紐付けを行い、以後、スマホを使った宿の入退館（電子キー）や利用料の電子決済を行うことなどが考えられる。

<お遍路さん向けコンシェルジュ機能の強化>

(1) “遍路インフォメーションセンター（仮称）”の設置

四国には、外国人を想定して、四国遍路の歩き旅に関する情報を一元的に収集・発信している機関がない。

そこで、外国人遍路向けのオリエンテーション機能や遍路途上での困り事相談、いわゆるコンシェルジュ機能を持った総合窓口を四国の主要都市に設置できないか。具体的には、次のようなコンシェルジュ機能を備えることが期待される。

- ①お遍路の作法や必携品、服装、宿泊施設の予約方法、日本の生活習慣などの指南
- ②遍路道の案内、地図・行程表や遍路道の注意情報（不通区間や迂回路など）の提供
- ③非常時の対応（地震などの自然災害、大雨・台風などの荒天、通行止め情報のネット掲示、緊急連絡受付など）

(2) 外国人歩き遍路に対応できる着地型旅行会社の設立

遍路宿泊施設は大手旅行予約サイトが扱わない小規模な宿が多い。宿側も、遍路専門のガイドブックや観光関連のホームページなどで宿の情報が多数紹介されているため、仲介手数料のかかる大手旅行予約サイトに登録する必要性を感じていないところがある。さらに、言葉の問題から外国人の宿泊申込みを敬遠したり、問い合わせに尻込みしてしまう宿も少なくない。一方で、歩き遍路は自身の希望に沿う宿に泊まりたいというニーズを強く持っており、特に外国人は、英語による的確な情報とスムーズな予約受付を欲している。

そこで、遍路道沿いの宿泊施設と個人のお遍路さんとを予約サイト等を介して有料で仲介する着地型旅行会社を設立できないか。これにより宿泊施設は外国人からの予約申込みでも円滑に対応できるようになり、お遍路さんも好みに合う宿の手配が容易になる。さらに、地域にも持続可能なお遍路さん受入れの仕組みが備わる。宿泊施設・お遍路さん・地域にとって望ましいトリプルウィンを実現するのである。

その成功例として、世界遺産である熊野古道全域をカバーする官民協働の着地型旅行会社「(一社)田辺市熊野ツーリズムビューロー（以下、「田辺市熊野TB）」が挙げられる。熊野古道は熊野三山（熊野本宮大社、熊野速玉大社、熊野那智大社）へ通じる参詣道の総称であり、田辺市は熊野古道を代表する中辺路(なかへち)ルートの起点である。

田辺市熊野TBでは、Web（英語）による外国人からの問い合わせ対応や、宿泊の予約・決済・キャンセルなどの代理店業務を行っている。また、JR紀伊田辺駅前に旅行者向けのワンストップ機能を備えた「熊野トラベル」を開設し、飛び込みで来た巡礼者のお世話をしたり、熊野古道を歩く外国人からの緊急連絡などに対応したりもしている。（図表4-1、写真4-1）

この田辺市熊野TBや地元関係者の努力の結果、田辺市の外国人宿泊者数は、世界遺産に登録された2004年の1,409人から、2017年には36,821人へと大幅に増加している。

図表4-1 田辺市熊野ツーリズムビューローによる着地型旅行業務の内容

- ・日本人だけでなく、F I T（外国からの個人旅行者）に対応
- ・旅行手配、プランニングをワンストップで
- ・Webで宿泊の予約・決済・キャンセル
- ・市域、県域を越えて旅をサポート
- ・地元の情報やネットワークを活かした、きめ細かなサポート
（荒天後の巡礼路の通行情報、迂回路情報の提供など）
- ・田辺駅前でのトラベルカウンター「熊野トラベル」の運営
（飛び込み客相手の宿の当日予約・決済、スーツケースやバックパックなどの荷物の一時預かりや次の宿への搬送受付、歩き旅行用グッズ販売など）

写真4-1 飛び込み客などに対応する「熊野トラベル」



注）外国人の旅の相談に対応（左）、荷物の一時預かりや宿への搬送も受け付け（右）

撮影：四国経済連合会

【参考メモ】田辺市熊野ツーリズムビューロー（T B）による宿泊仲介事業の取り組み

当初、田辺市熊野T Bが地元宿泊施設に有料での宿泊仲介を提案したところ、小規模な宿を中心に「今まで紹介者に手数料を払ったことはない」などと反発する声があった。しかし、田辺市熊野T Bのサイトに登録することで、外国人の予約が増え、キャンセル等のトラブルも減るといった利点が理解されるようになり、今ではサイトへの登録を希望する宿が増えている。

また、宿泊者からの苦情がサイトに寄せられると、田辺市熊野T Bが実情を確認し、不都合があれば直ちに宿に改善を指導している。この結果、宿側の受入態勢が向上し、宿泊客の満足度向上に繋がっている。

方向性2 “駆け足遍路”から“体験型・滞在型遍路”に変えていく

四国に滞在して、札所や地域ならではの魅力を深く味わってもらうためには、以下の方策が考えられる。

なお、四国版アルベルグなどの宿泊施設を拠点として、体験型・滞在型のお遍路さんを増やしていくことができれば、その経済効果は地域全体に及んでいくことが期待される。

(1) 四国遍路 Deep～遍路文化を深く知る～

各札所には、成り立ちの歴史や古くから伝わる伝説など様々な物語がある。また、由緒ある寺院建築物や日本庭園、歴史的価値のある仏像など素晴らしい文化財の宝庫でもある。こうした札所独自のストーリーや豊富な資源を解説付きで案内し、お遍路さんに遍路文化の魅力をより深く知ってもらうのである。

(2) 四国遍路 Experience～遍路文化を体験する～

見たり聞いたりするだけでは飽き足りないお遍路さんもある。本堂でのお勤めや写経、阿字観（真言密教の瞑想法）、精進料理など、札所ならではの様々な体験メニューをお遍路さんに提供するのである。

(3) 四国遍路 Plus～札所の周辺地域を巡る～

札所の周辺には、札所の「奥の院」や「別格霊場」「番外霊場」などと呼ばれる八十八箇所とは別の霊場や、弘法大師ゆかりの地、あるいは美しい自然景観や地域ならではの集客施設などたくさん見所がある。これらの資源を周遊ルート化し、地域全体の魅力をお遍路さんに味わってもらうのである。

ちなみに、歩き遍路へのアンケートでも、四国遍路の魅力として、「自然」や「歴史・文化」、「住民との交流」などが高い割合を占めた（図表4-2）。

図表4-2 四国遍路のどのような点に魅力を感じるか
(対象：日本人と外国人の歩き遍路)

(単位：%)

	宗教性	精神性	自然	歴史・文化	住民との交流	食事
日本人	23.3	40.6	63.9	54.4	51.1	18.3
外国人	41.2	58.8	82.4	64.7	82.4	47.1

注) 該当する項目を全て選択

資料：「歩き遍路を対象としたアンケート調査」(対象：前山おへんろ交流サロン(香川県さぬき市)を訪れた歩き遍路)

方向性3 お遍路さんの受入態勢づくりに地域を挙げて取り組む

昭和から平成の時代、お遍路は団体バス遍路やマイカー遍路が圧倒的に多かったため、お遍路さんのニーズに対応する主体は、札所に加え、バス会社や旅行会社、ホテル・旅館、ガイドブックの出版社などが中心であった。

しかし、過疎地域で宿泊施設を整備・運営したり、札所や遍路道を核として幅広い体験型・滞在型メニューをお遍路さんに提供したりするためには、札所や宿泊施設、旅行関連事業者だけでなく、住民や観光関連以外の民間事業者、自治体など地域の多様な主体を巻き込んで取り組む必要がある。

地域住民などとの交流は、日本人・外国人の別なく多くの歩き遍路が希望しており、四国遍路の醍醐味ともなっている。一方で、地域住民も国内外の様々な地域から来るお遍路さんと日常的に接することで、四国遍路の価値を再認識し、地域に対する誇りや遍路文化の維持・継承の動機付けともなる。

なお、札所や遍路道沿線市町村へのアンケートでも、「札所と自治体や住民などが連携して四国遍路の魅力を高めることに取り組むべき」とする回答が多数（札所からの回答のうち81.4%、市町村からの回答のうち65.1%）を占めている。

【参考メモ】四国遍路の魅力を体験できるモデルコースの設定

四国遍路の約1,200kmの道のりはあまりに長過ぎる、と通し打ちの歩き遍路を躊躇する人は少なくない。

スペイン・サンティアゴ巡礼路には、「フランス人の道」、「北の道」、「イギリス人の道」、「銀の道」など幾つかのルートがある。最もポピュラーなのがフランス人の道で、巡礼宿や道標の整備も進んでいる。このうち、巡礼達成が認められる聖地までのラスト100km（サリア～サンティアゴ）で巡礼者が一挙に増える。この区間は通常4泊5日の歩き旅である。

また、熊野古道では、2泊3日もしくは3泊4日程度の歩きプランで訪れる外国人客が多いという。

これらの例を参考に、四国でも2泊3日～4泊5日を目安に、歩き遍路や周辺の資源・景観を楽しめるモデルコースを設定し、宿泊施設やコンシェルジュ機能、遍路道、さらには体験メニューなどの受入態勢を重点的に整備することが考えられる。トレッキング（山歩き）の観点から見た初級・中級・上級者向け、あるいは写経や阿字観（真言密教の瞑想法）、精進料理等を盛り込んだ遍路文化体験重視など、各コースがそれぞれの特色を競い合うことで、四国遍路の魅力を多彩なものにするのである。

また、交通事業者にダイヤ編成で協力を仰ぎ、鉄道やバスなど公共交通機関を使って複数のコースをシームレスに（途切れなく）楽しめるようにすることも考えられる。

おわりに

四国遍路の歴史を振り返ると、昭和には団体バス遍路が、平成にはマイカー遍路が全盛期を迎えた。そして今、遍路人数が大幅に減少する中で令和の時代を迎え、外国人歩き遍路の増加という新たな動きに対して四国としてどう対応していくか、が問われようとしている。

グローバル化とデジタル化という荒波が地球規模で押し寄せる中で、世界中の個人旅行者が、スマホから得られるネット情報を頼りに言葉や地理も分からない見ず知らずの土地を旅している。この時代潮流に乗ったスペイン・サンティアゴ巡礼路や熊野古道では、「巡礼路の歩き旅」に対する世界的なブームも追い風となって多くの巡礼者が訪れており、地域に大きな経済効果が生まれている。

四国には、「お遍路」という世界に誇れる巡礼文化があるにも関わらず、外国人歩き遍路は年間400人程度にとどまり、サンティアゴ巡礼路や熊野古道と比べ大きな落差が生じている。その主な要因は、これまでの団体バス遍路やマイカー遍路に適合した受入態勢が外国人歩き遍路のニーズにうまくマッチしていないためである。外国人が満足できる受入態勢を整備していけば、彼らはSNSで自ら四国遍路の魅力を発信し、評判が評判を呼んで来訪者の増加に繋がる。逆に、受入態勢が貧弱であれば、対外アピールにお金をかけても、低評価が世界を駆け回る悪循環に陥りかねない。

日本人遍路は、わが国の人口減少や旅行ニーズの多様化などを背景に、団体バス遍路やマイカー遍路を中心に徐々に減少していかざるを得ない。この不都合な現実を直視する必要がある。今後、外国人遍路が徐々に増えていくことは歴史の必然である。この流れを地域の積極的な創意工夫により太く大きくできれば、外国人歩き遍路が日本人遍路の減少を補うだけでなく、過疎化に悩む地域を救う存在になる可能性がある。さらに、外国人遍路が増えることで、日本でも四国遍路の魅力が再認識され、新たな日本人遍路を呼び込むことも期待される。

今こそ、地域が一丸となって外国人歩き遍路のための受入態勢を整備することで、より多くの巡礼者を受け入れ、遍路文化の維持・継承と地域活性化の両立に繋げていくべきである。

以上

寄稿

四国地域の設備投資動向

～2018・2019・2020年度四国地域設備投資計画調査より～



株式会社日本政策投資銀行 四国支店
次長兼企画調査課長 橋本 泰博

1. はじめに

(株)日本政策投資銀行は、前身である日本開発銀行時代の1956年度より、わが国産業の設備投資の基本的動向を把握することを目的に、国内の設備投資の分析を行っている。今年度については2019年8月に、2018年度の実績及び2019年度、2020年度の計画についての調査結果を公表¹した（調査時点は2019年6月24日）。本稿では、四国地域における2018年度実績及び2019年度計画を中心に解説する。なお、2020年度の設備投資計画については未定とする企業が多いため、本稿では取り扱わない。

2. 調査の概要

当行の設備投資計画調査の概要は以下の通りである。

(1) 調査方法・設備投資の範囲

調査は対象企業へのアンケート（調査票送付）により行った。

設備投資額は工事ベースの金額であり、原則として建設仮勘定を含む有形固定資産の計上額（売却、滅失、減価償却を控除せず）で調査を行った。

(2) 調査対象

原則、資本金1億円以上の民間法人企業を対象とした（但し、金融・保険業などを除く）。

(3) 集計分類基準

集計は主業基準分類（企業の主たる業種に基づく分類）で行っている。例えば自動車メーカー（輸送用機械）がスーパー（卸売・小売）に設備投資を行った場合は、輸送用機械の設備投資として集計される。

(4) 回答状況（図表1）

今回の設備投資動向調査は、全国9,849社に調査票を送付し、5,925社から回答をいただいた（回答率60.2%）。うち、本社所在地が四国にある企業については、298社に調査票を送付し、219社から回答をいただいた（回答率73.5%）。

【図表1】 回答状況

調査対象社数	9,849 社
うち、本社所在地が四国	298 社
回答社数	5,925 社
うち、本社所在地が四国	219 社
回答率	60.2 %
うち、本社所在地が四国	73.5 %

¹ 四国に関する調査結果は DBJ ウェブサイト「拠点レポート（四国）」（<https://www.dbj.jp/investigate/area/shikoku/index.html>）に掲載していますのでご参照下さい。

(5) 四国地域の設備投資集計対象

本調査における四国の設備投資とは、設備投資を実施する企業が四国に本社を有するか否かを問わず、全回答企業（5,925社）を対象に四国で実施される設備投資額を集計したものである。四国に本社を有する回答企業が219社であるのに対し、四国に設備投資を実施すると回答した企業は369社である。

3. 四国地域の設備投資動向

2018年度、2019年度の四国地域の設備投資動向は以下の通りである。

(1) 設備投資動向（図表2）

2018年度実績（以下、増減率は対前年度比）は、非製造業が微減（0.1%減）となったものの、製造業が大幅に増加（26.3%増）したことから、全産業では二桁の増加（13.6%増）となり、4年連続の増加となった。

2019年度計画は、製造業（9.0%増）、非製造業（14.1%増）ともに増加することから、全産業では二桁の増加（10.6%増）となる。計画通りに実現すれば、5年連続の増加となる。

【図表2】 四国地域の設備投資動向 （単位：%）

	2017実績	今回調査	
		2018実績	2019計画
全産業	0.2	13.6	10.6
(同除電力)	(▲5.8)	(17.3)	(13.4)
製造業	▲9.5	26.3	9.0
非製造業	13.0	▲0.1	14.1
(同除電力)	(4.0)	(▲2.6)	(24.1)

(2) 業種別動向（図表3）

① 2018年度実績

製造業は、非鉄金属（29.5%減、寄与度▲2.4%）や輸送用機械（15.7%減、寄与度▲

1.2%）など一部の業種では、前年度に実施した大型投資の反動等により減少する。しかしながら、インバウンド需要増等に対応した能力増強等のあった紙・パルプ（134.2%増、寄与度7.4%）のほか、新製品・製品高度化に対応した能力増強等があった電気機械（25.4%増、寄与度3.2%）、新工場建設など能力増強があった一般機械（109.3%増、寄与度2.7%）、定期修繕投資等のあった石油（275.2%増、寄与度2.5%）などが増加し、全体で大幅増（26.3%増）となった。

非製造業は、大型投資のあったその他の非製造業（201.0%増、寄与度0.9%）や能力増強等のあった通信・情報（26.4%増、寄与度0.8%）、インバウンド客増加に伴う宿泊施設の新設が牽引したサービス（113.0%増、寄与度0.6%）など多くの業種で増加したものの、大型投資の反動で不動産（57.9%減、寄与度▲3.8%）が減少したことから、全体で微減（0.1%減）となった。

② 2019年度計画

製造業は、石油（73.0%減、寄与度▲2.6%）及び輸送用機械（33.6%減、寄与度▲1.8%）は、前年度に実施した大型投資の反動等により減少する。しかしながら、電気機械（36.7%増、寄与度6.1%）は、新製品・製品高度化に対応した能力増強等により、化学（40.0%増、寄与度3.6%）は、海外等からの需要拡大に対応した新工場建設など能力増強等により増加する。加えて、非鉄金属（45.5%増、寄与度2.8%）でも、能力増強等があることから、全体では前年度に続き増加（9.0%増）となる。

非製造業は、卸売・小売（88.3%増、寄与度4.6%）は、工場新設や新店・既存店への投資等により大幅増となる。加えて、運輸

【図表3】 四国地域の業種別 設備投資動向

	2018実績		2019計画	
	増減率	寄与度	増減率	寄与度
全産業	13.6	13.6	10.6	10.6
（同除電力）	17.3	13.0	13.4	13.0
製造業	26.3	13.6	9.0	6.1
電気機械	25.4	3.2	36.7	6.1
化学	25.9	2.0	40.0	3.6
非鉄金属	▲ 29.5	▲ 2.4	45.5	2.8
その他の製造業	5.7	0.1	60.2	1.3
鉄鋼	16.7	0.1	25.9	0.1
食品	▲ 55.1	▲ 0.8	8.2	0.1
精密機械	363.6	0.0	▲ 44.1	▲ 0.0
繊維	▲ 3.2	▲ 0.1	▲ 17.4	▲ 0.4
窯業・土石	19.8	0.3	▲ 42.5	▲ 0.9
一般機械	109.3	2.7	▲ 17.5	▲ 1.1
紙・パルプ	134.2	7.4	▲ 7.8	▲ 1.1
輸送用機械	▲ 15.7	▲ 1.2	▲ 33.6	▲ 1.8
石油	275.2	2.5	▲ 73.0	▲ 2.6
非製造業	▲ 0.1	▲ 0.1	14.1	4.5
（同除電力）	▲ 2.6	▲ 0.6	24.1	6.9
卸売・小売	0.7	0.0	88.3	4.6
運輸	7.1	0.5	26.7	2.1
通信・情報	26.4	0.8	40.2	1.7
ガス	▲ 5.6	▲ 0.1	15.3	0.7
その他の非製造業	201.0	0.9	29.2	0.4
建設	164.8	0.3	▲ 34.9	▲ 0.2
リース	36.9	0.2	▲ 33.7	▲ 0.3
サービス	113.0	0.6	▲ 26.1	▲ 0.3
不動産	▲ 57.9	▲ 3.8	▲ 64.9	▲ 1.9
電力	2.2	0.5	▲ 79.5	▲ 2.4

注) 寄与度 = 前年度構成比 × 当年度増減率 × 100 (合計は全体の増減率に一致)
業種は製造業、非製造業ごとに2019年度計画の寄与度順に並べ替え後

(26.7%増、寄与度2.1%) は、能力増強や更新投資等により、通信・情報 (40.2%増、寄与度1.7%) は、能力増強等により増加することから、全体で二桁増 (14.1%増) となる。

(3) 高知県、徳島県ほか四国4県の県別動向 (図表4)

高知県の2019年度計画は全産業ベースで

13.9%増となった。

製造業は、窯業・土石が昨年度の大型投資の反動減となることなどから全体では減少 (28.5%減) に転じる。

非製造業は、大型投資のある運輸をはじめ、新規出店等のある卸売・小売や引き続き大型投資が継続するその他の非製造業が牽引し、全体では増加 (38.0%増) に転じる。

【図表4】 四国地域の各県別 設備投資動向

(単位：%)

	2017実績	今回調査			
		2018実績	2019計画	製造業	非製造業
高知県	36.3	▲ 5.9	13.9	▲ 28.5	38.0
徳島県	▲ 21.0	15.8	17.2	40.1	▲ 42.4
香川県	4.7	4.5	33.0	17.8	62.7
愛媛県	7.8	22.8	▲ 6.6	▲ 9.2	0.0
四国計	0.2	13.6	10.6	9.0	14.1

徳島県の2019年度計画は全産業ベースで17.2%増となった。

製造業は、ウェイトの高い電気機械をはじめ、能力増強のある化学等も増加することから、全体でも2年連続の増加(40.1%増)となる。

非製造業は、通信・情報などで増加するものの、前年度までの大型投資の剥落する不動産に加え、運輸などが減少するため、全体では減少(42.4%減)に転じる。

その他四国2県(香川県、愛媛県)の設備投資動向は図表4の通りである。香川県は5年連続の増加(33.0%増)となった。とりわ

け卸売・小売といった業種が増加する非製造業(62.7%増)が牽引する。愛媛県の全産業は対前年度比で減少(6.6%減)する結果となっている。しかし、昨年度は製造業が牽引し22.8%もの高い伸びを記録しており、その反動減等が主な要因であることから、高い水準を維持していると評価しうる。四国4県とも設備投資動向は概ね堅調であると言える。

4. 全国の設備投資動向

(1) 全国の設備投資動向(図表5)

全国の2018年度設備投資実績は、製造業(11.4%増)、非製造業(10.9%増)ともに二

[図表5] 全国・四国の設備投資動向(資本金1億円以上)

(億円、%)

業種	全 国				四 国			
	2018年度	2019年度	2019/2018 (2018/2017)	寄与度	2018年度	2019年度	2019/2018 (2018/2017)	寄与度
全 産 業	214,530	238,697	11.3 (11.1)	11.3	3,132	3,463	10.6 (13.6)	10.6
製 造 業	75,127	85,262	13.5 (11.4)	4.7	2,133	2,324	9.0 (26.3)	6.1
食 品	5,743	6,189	7.8 (2.6)	0.2	22	24	8.2 (▲55.1)	0.1
織 維	508	617	21.5 (5.1)	0.1	76	63	▲17.4 (▲3.2)	▲0.4
紙・パルプ	1,801	1,997	10.9 (26.6)	0.1	425	392	▲7.8 (134.2)	▲1.1
化 学	12,470	14,601	17.1 (23.3)	1.0	283	396	40.0 (25.9)	3.6
石 油	2,425	3,016	24.3 (15.1)	0.3	111	30	▲73.0 (275.2)	▲2.6
窯業・土石	2,031	2,298	13.2 (20.9)	0.1	63	36	▲42.5 (19.8)	▲0.9
鉄 鋼	5,289	6,134	16.0 (8.5)	0.4	12	15	25.9 (16.7)	0.1
非鉄金属	2,746	3,767	37.2 (9.9)	0.5	191	278	45.5 (▲29.5)	2.8
金属製品	1,461	1,593	9.1 (▲6.9)	0.1	15	11	▲26.5 (41.3)	▲0.1
一般機械	9,488	9,683	2.1 (15.5)	0.1	189	156	▲17.5 (109.3)	▲1.1
電気機械	8,574	9,345	9.0 (5.3)	0.4	523	715	36.7 (25.4)	6.1
精密機械	1,961	2,349	19.8 (10.7)	0.2	1	1	▲44.1 (363.6)	▲0.0
輸送用機械	17,520	19,856	13.3 (13.0)	1.1	172	114	▲33.6 (▲15.7)	▲1.8
うち自動車	16,652	18,919	13.6 (15.2)	1.1	5	6	10.6 (▲6.0)	0.0
その他の製造業	3,111	3,817	22.7 (▲10.7)	0.3	51	94	85.2 (▲3.0)	1.4
非 製 造 業	139,403	153,435	10.1 (10.9)	6.5	999	1,139	14.1 (▲0.1)	4.5
建 設	5,069	6,432	26.9 (11.2)	0.6	17	11	▲34.9 (164.8)	▲0.2
卸売・小売	13,385	14,743	10.1 (6.5)	0.6	164	308	88.3 (0.7)	4.6
不 動 産	19,011	21,012	10.5 (18.4)	0.9	90	32	▲64.9 (▲57.9)	▲1.9
運 輸	38,652	44,356	14.8 (18.6)	2.7	249	316	26.7 (7.1)	2.1
電 力	16,446	17,962	9.2 (▲2.2)	0.7	96	20	▲79.5 (2.2)	▲2.4
ガ ス	3,797	4,267	12.4 (5.8)	0.2	144	165	15.3 (▲5.6)	0.7
通信・情報	24,758	25,984	5.0 (8.4)	0.6	134	188	40.2 (26.4)	1.7
リ ー ス	12,040	11,633	▲3.4 (19.5)	▲0.2	25	16	▲33.7 (36.9)	▲0.3
サ ー ビ ス	5,786	6,545	13.1 (19.1)	0.4	36	27	▲26.1 (113.0)	▲0.3
その他の非製造業	459	501	9.1 (▲8.3)	0.0	43	56	29.2 (201.0)	0.4
全産業(除電力)	198,083	220,735	11.4 (13.2)	10.6	3,035	3,444	13.4 (17.3)	13.0
非製造業(除電力)	122,957	135,473	10.2 (14.3)	5.8	902	1,120	24.1 (▲2.6)	6.9

(注) その他の製造業 : 出版印刷、ゴム、その他製造業
その他の非製造業 : 漁業、鉱業、その他非製造業

桁増となり、全産業は7年連続で増加（11.1%増）した。

2019年度は、製造業（13.5%増）、非製造業（10.1%増）ともに二桁増となり、全産業は8年連続で増加（11.3%増）となる計画である。

製造業では、引き続き自動車の電動化などのモデルチェンジ対応の投資に加え、化学や非鉄金属、電気機械などで自動車向けを含む電子・電池材料の投資が増加する。その他の成長分野では、需要拡大に伴う化粧品・日用品の投資のほか、データセンター向けの部材投資もみられる（図表6）。

非製造業では、運輸、不動産などで鉄道の高速度化や安全防災対策のほか、東京都心部を中心とした不動産開発や各地での物流施設整備の投資が牽引する。また、インバウンド客の増加や2020年東京オリンピック・パラリンピックも見据えたインフラ関連等のほか、人

手不足に対応した店舗、物流投資やデジタルインフラ整備に向けた投資も継続する（図表7）。

(2) 地域別設備投資動向（図表8）

2019年度の地域別設備投資計画について、全産業では全ての地域で増加し、全国計では二桁の伸び（11.3%増）となる。

地域別では、都心部の大型不動産開発や鉄道関連投資の活発な関東、維持・補修投資のある電力や自動車・半導体向け投資のある化学などで大型投資が見込まれる北陸、及び開発意欲旺盛な不動産や航空機・産業用の需要がある一般機械などで投資が増加する東海などが、全国の設備投資を牽引している。

四国地域の伸び率は、全産業、製造業、非製造業のいずれも全国平均に近い水準となった。

【図表6】 製造業の設備投資動向（全国。資本金10億円以上）

(%)	伸び率	構成比	増加要因
①化学	17.8	17.5	自動車向け電池材料、半導体材料、化粧品・日用品
②輸送用機械	12.2	24.3	電動化を含むモデルチェンジ対応、自動車向け電池の能力増強投資
③非鉄金属	38.7	3.7	自動車向け電池材料、半導体材料
参考：電気機械	6.4	10.1	自動車向け電子部品、データセンター向け部材
製造業全体	13.5		

（注）構成比は2018年度実績の製造業全体に対する比率

【図表7】 非製造業の設備投資動向（全国。資本金10億円以上）

(%)	伸び率	構成比	増加要因
①運輸	16.3	28.2	鉄道の高速度化や安全対策、不動産開発、物流施設整備
②不動産	8.5	13.2	国際ビジネス拠点・大型複合施設などの都心部開発
③卸売・小売	11.4	9.3	コンビニの省力化投資、卸売の物流施設整備
参考：サービス	20.8	2.6	訪日客の取り組みなどを目的としたテーマパークの投資
参考：通信・情報	4.6	18.9	データセンター投資、5Gを見据えた基地局・ネットワーク整備
非製造業全体	10.5		

（注）構成比は2018年度実績の非製造業全体に対する比率

【図表8】 地域別設備投資の動向（対前年度比増減率）

（単位：％）

	今 回 調 査						
	2017年度 実績	2018年度 実績	2019年度 計画			主な増加業種（増加率）	主な減少業種（減少率）
				製造業	非製造業		
北海道	▲ 12.9	2.6	11.6	27.8	7.7	運輸（54.4） 不動産（66.1）	電力（▲14.6） 卸売・小売（▲18.9）
東北	18.4	▲ 8.0	5.5	21.0	▲ 11.6	輸送用機械（42.5） 電気機械（28.7）	不動産（▲40.9） 電力（▲28.0）
関東	▲ 1.5	15.8	13.8	14.4	13.5	運輸（11.2） 不動産（15.2）	通信・情報（▲15.1） 食品（▲6.3）
北陸	6.8	13.7	29.2	11.1	44.9	電力（57.5） 化学（54.6）	電気機械（▲27.3） 運輸（▲26.1）
東海	▲ 6.3	13.5	9.5	6.3	21.9	不動産（158.4） 一般機械（38.5）	サービス（▲33.0） 輸送用機械（▲1.0）
関西	8.9	18.7	6.8	34.3	▲ 6.1	その他の製造業（59.1） 輸送用機械（67.0）	不動産（▲32.4） 運輸（▲10.1）
中国	18.0	▲ 6.1	17.9	21.8	6.5	輸送用機械（42.6） 電気機械（42.9）	石油（▲20.1） 食品（▲16.3）
四国	0.2	13.6	10.6	9.0	14.1	電気機械（36.7） 卸売・小売（88.3）	石油（▲73.0） 電力（▲79.5）
九州	11.5	17.6	15.8	13.2	17.9	運輸（39.2） 電気機械（97.7）	食品（▲44.0） その他の製造業（▲38.8）
全国	2.4	11.1	11.3	13.5	10.1	-	-

注) 主な増加業種、減少業種は、寄与度の高い上位及び下位2業種を掲載している

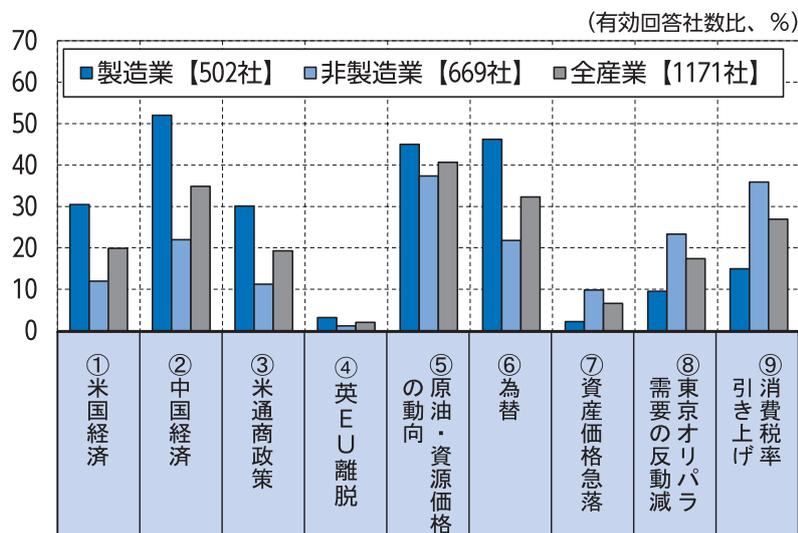
(3) 先行き事業の下振れリスク（図表9）

今次調査と同時に資本金10億円以上の企業を対象に実施した「2019年6月企業行動に関する意識調査結果（大企業）」によると、先行きの事業の下振れリスクとして、製造業では、原油・資源価格の動向（⑤）や為替の動向（⑥）に加え、米中通商摩擦等を背景に、

中国経済の動向（②）、米通商政策（③）と回答する企業が多い。

今後の懸念材料として、製造業を中心に、貿易摩擦の影響など中国をはじめとする海外経済の不透明感を挙げる企業が多い状況がうかがえる。

【図表9】 先行きの事業の下振れリスク



(注) 3つまでの複数回答

5. 2019年度四国地域の設備投資動向の特徴

今回の四国地域における設備投資動向調査の結果のポイントとして以下の点が挙げられる。

(1) 全国同様、自動車の電動化対応及びその関連投資が牽引

2019年度の四国地域の製造業は、26.3%増となった昨年度に続き、9.0%増と高い水準が維持される計画である。これは、過去の大型投資が昨年度にピークを迎えたことによる減少を、新たな投資の増加でカバーした結果であり、引き続き堅調な投資が計画されている。

内容を見ると、電気機械、化学、非鉄金属をはじめとする業種を中心に、自動車の電子・電池材料など自動車電動化等に関連した部品や素材関連の投資が大きく増加する計画である。

全国でも、製造業では自動車の電動化などのモデルチェンジ対応及びそれに関連した投資が全体を牽引している（4. (1)参照）。全国と同様のことが四国地域でも起こっていると言えよう。

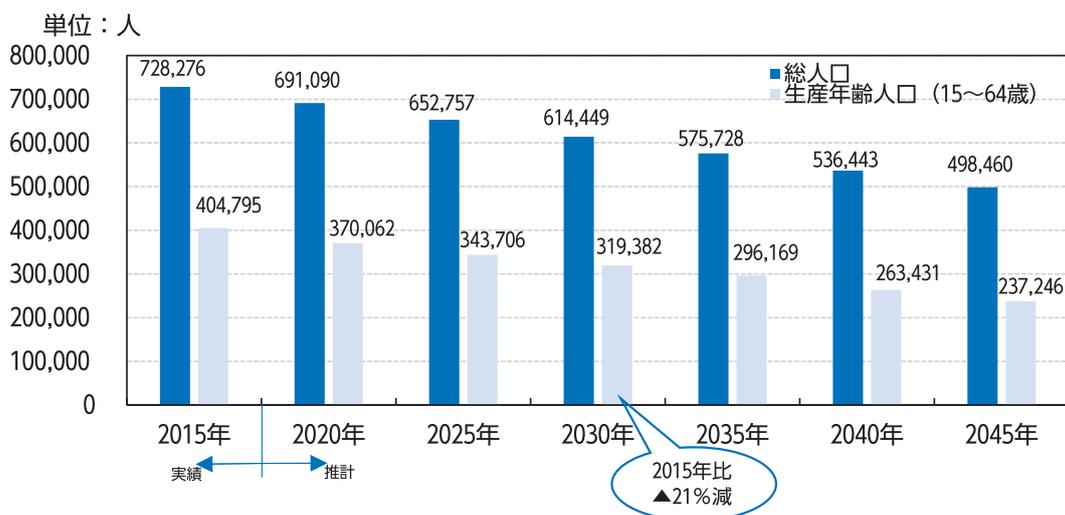
(2) 非製造業を中心に人手不足に対応した投資が盛ん

2019年度の四国地域の非製造業は、14.1%増と四国地域全体の設備投資を牽引する高い伸び率となった。とりわけ、人手不足に対応した生産・製造プロセスの効率化投資などが大幅に増加する点が特徴的である。

全国においても、コンビニの省力化投資や物流投資など人手不足に対応した投資が続く見通しであり、同様のことが四国地域でも見られる結果となった。

四国地域は全国に先駆けて人口が減少に転じた経緯があり、国立社会保障・人口問題研究所の推計²では2030年に四国地域の生産年齢人口が2015年比で18%減少すると予測されている。とりわけ高知県は同21%減、徳島県は同20%減と、四国4県の中でも減少率が高い（減少率1位と2位）予測となっている（[図表10](#)、[図表11](#)）。今後についても、高知県、徳島県をはじめとする四国地域における企業の人手不足に対する取り組みに注目して参りたい。

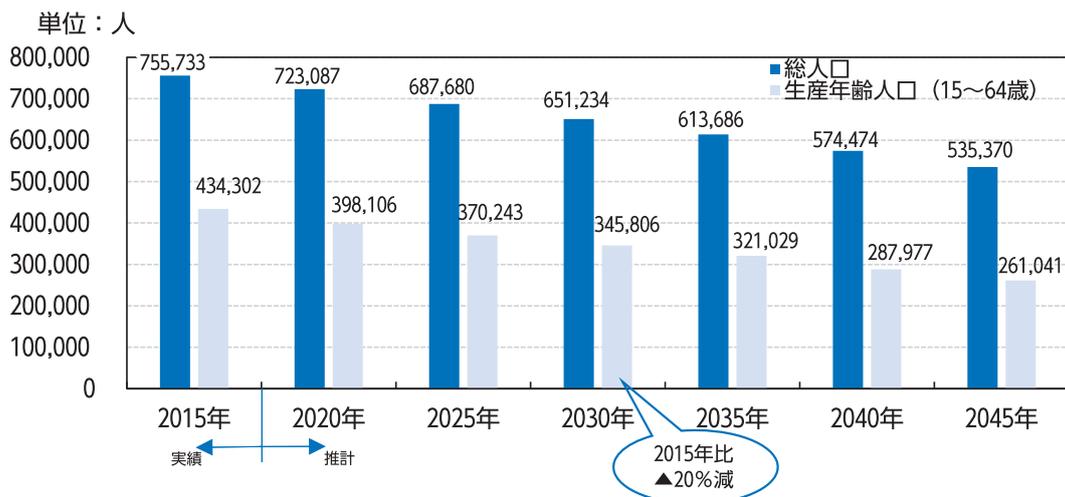
【図表 10】 高知県の将来予測人口



出典：国立社会保障・人口問題研究所

² 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」（2018年3月30日公表）

【図表 11】 徳島県の将来予測人口



出典：国立社会保障・人口問題研究所

(3) 引き続きインバウンド関連投資が堅調

昨年度（2018年度）の調査結果では、四国におけるインバウンド客の増加に対応し、非製造業ではホテルの新設をはじめとする受入体制整備のための各種投資が増加した。製造業でも、紙・パルプ業において国内インバウンド客の増加に伴う家庭紙（ティッシュペーパー、トイレットペーパー等）の需要増に対応した投資が投資を牽引する結果となった。

今年度（2019年度）もインバウンド関連投資は継続しており、非製造業では宿泊施設の新設や更新、受入施設の整備等が計画されている。製造業においても、国内インバウンド客の増加が関連する大きな投資も見られることから、昨年度に引き続きインバウンド関連投資は堅調であると言える。

とりわけ高知県、徳島県の減少率が高い予測となっている。

そのため、高知県、徳島県をはじめとする四国地域においては、AI、IoT といったデジタル技術の活用も含め、現状にとどまらない発想で生産や流通過程における人手不足への対応を実現する必要性が高いものと思われる。

懸念される材料としては、米中貿易摩擦をはじめとする世界経済の不透明感が挙げられる。四国地域及び高知県、徳島県の設備投資に与える影響についても引き続き注視していく必要がある。

以上

6. むすび

今後については、製造業、非製造業を問わず、引き続き人口減少、人手不足に対応した投資（5. (2)）の動向が着目される。

前述の通り、四国地域は全国に先駆けて人口が減少に転じた経緯がある。10年後を見通しても、四国地域の生産年齢人口の減少率、

第146回 高知県内企業の景況調査

— 2019年9月 —

Summary

- ◆ 今期（7～9月期）、企業の景況感を示すBSIは-1。3期連続の悪化。
- ◆ 来期（10～12月期）見通しも-3。4期連続で悪化を示すのは、東日本大震災のあった2011年以来8年ぶり。
- ◆ 設備投資をする企業の割合（2019年7～12月）は51%と、比較的高水準を維持。但し、新規投資をする企業は14%と、3年前の26%をピークに3年間右肩下がり。県内企業の活力低下が気になり。

調査要綱

高知県の景気動向を観測するため、県内企業経営者へのアンケート方式による景況調査を年4回（3・6・9・12月）実施している。

調査目的 高知県内企業の景況感把握

調査対象 高知県内に事業所を置く法人148/176社（回答率 84.1%）

調査方法 郵送及び四国銀行の各店舗で配布

調査事項 自社業況の総合判断、売上高、経営利益、設備投資、在庫、雇用など

調査時期 2019年8月2日～9月2日

業種別回答企業数

業 種		回答企業数	シェア(%)
製 造 業	飲食料品	11	7.4
	木材・木製品	5	3.4
	製紙	7	4.7
	機械	14	9.5
	窯業・土石	12	8.1
	その他製造	9	6.1
	製造業計	58	39.2
非 製 造 業	スーパー・デパート	6	4.1
	衣料品販売	5	3.4
	食料品販売	10	6.8
	自動車販売	6	4.1
	建設資材販売	8	5.4
	石油販売	5	3.4
	その他販売	15	10.1
	旅館・ホテル	6	4.1
	その他サービス	17	11.5
	建設	12	8.1
非製造業計	90	60.8	
合 計	148	100.0	

資本金規模別回答企業数

規 模	回答企業数	シェア(%)
10百万円未満	5	3.4
10百万円以上～30百万円未満	61	41.2
30百万円以上～50百万円未満	39	26.4
50百万円以上～100百万円未満	28	18.9
100百万円以上	15	10.1
合 計	148	100.0

従業員規模別回答企業数

規 模	回答企業数	シェア(%)
10人未満	15	10.1
10人～29人	33	22.3
30人～49人	29	19.6
50人～99人	32	21.6
100人～199人	25	16.9
200人～299人	3	2.0
300人以上	11	7.4
合 計	148	100.0

注1：四捨五入の関係で合計が100%にならない場合がある。

注2：「運輸」は個社の特定につながるおそれがあり、第145回より「その他サービス」に含めた。

BSIについて

Business Survey Index（ビジネスサーベイインデックス）の略称。好転した企業と悪化した企業の割合の差で企業経営者のマインドから景気判断をみる指標である。前回調査と比較し、BSIがプラスであれば、その項目は「良い、好転、上昇」とみることができ、逆にマイナスであれば「悪い、悪化、下降」と判断できる。

※本文のBSI数値は、小数点以下の四捨五入により（好転）-（悪化）の数値と一致しない場合がある。

<参考資料>直近3期 BSI 計数比較表

1-(1) 自社業況の総合判断 B S I

	前期 2019/4-6 (A)	今期 2019/7-9 (B)	来期 2019/10-12 (C)	B-A	C-B
全産業	-13	-1	-3	13	-2
飲食料品	17	18	27	2	9
木材・木製品	-80	0	40	80	40
製紙	-14	14	29	28	14
機械	-14	14	-7	28	-21
窯業・土石	-8	-17	33	-8	50
その他製造	0	0	-11	0	-11
(製造業計)	-9	5	16	14	10
スーパー・デパート	-43	-33	-67	10	-33
衣料品販売	0	-20	0	-20	20
食料品販売	-20	-50	-10	-30	40
自動車販売	-60	-17	-67	43	-50
建設資材販売	-14	0	13	14	13
石油販売	-20	40	40	60	0
その他販売	-13	13	-27	26	-40
運輸					
旅館・ホテル	0	0	0	0	0
その他サービス	-16	0	-18	16	-18
建設	10	8	0	-2	-8
(非製造業計)	-16	-4	-14	12	-10

1-(2) 売上高 BSI

	前期 2019/4-6 (A)	今期 2019/7-9 (B)	来期 2019/10-12 (C)	B-A	C-B
全産業	-12	-2	-5	10	-3
飲食料品	8	18	36	10	18
木材・木製品	-80	-20	40	60	60
製紙	0	14	43	14	29
機械	0	36	-14	36	-50
窯業・土石	-17	-25	33	-8	58
その他製造	11	0	-11	-11	-11
(製造業計)	-5	7	17	12	10
スーパー・デパート	-43	-50	-83	-7	-33
衣料品販売	0	-20	0	-20	20
食料品販売	10	-30	10	-40	40
自動車販売	-60	0	-67	60	-67
建設資材販売	-29	0	25	29	25
石油販売	-40	20	40	60	20
その他販売	-13	-13	-40	-1	-27
運輸					
旅館・ホテル	0	0	0	0	0
その他サービス	-11	-6	-29	5	-24
建設	-10	17	-17	27	-33
(非製造業計)	-16	-8	-19	9	-11

1-(3) 経常利益 BSI

	前期 2019/4-6 (A)	今期 2019/7-9 (B)	来期 2019/10-12 (C)	B-A	C-B
全産業	-17	-2	-9	15	-7
飲食料品	8	9	18	1	9
木材・木製品	-40	-20	20	20	40
製紙	0	14	43	14	29
機械	-14	21	-21	36	-43
窯業・土石	-25	-17	25	8	42
その他製造	11	0	-11	-11	-11
(製造業計)	-7	3	9	10	5
スーパー・デパート	-43	-33	-67	10	-33
衣料品販売	-20	-20	0	0	20
食料品販売	-10	-30	0	-20	30
自動車販売	-60	-17	-83	43	-67
建設資材販売	-29	0	13	29	13
石油販売	0	60	40	60	-20
その他販売	-19	13	-13	32	-27
運輸					
旅館・ホテル	-33	-33	-17	0	17
その他サービス	-21	-12	-24	9	-12
建設	-20	8	-42	28	-50
(非製造業計)	-24	-6	-20	19	-19

1-(4) 在庫 BSI

	前期 2019/4-6 (A)	今期 2019/7-9 (B)	来期 2019/10-12 (C)	B-A	C-B
全産業	6	3	-1	-3	-5
飲食料品	-8	0	-18	8	-18
木材・木製品	60	0	-20	-60	-20
製紙	-29	0	-14	3	-14
機械	7	7	0	0	-7
窯業・土石	0	8	8	8	0
その他製造	44	0	0	-44	0
(製造業計)	9	3	-5	-5	-9
スーパー・デパート	0	0	0	0	0
衣料品販売	20	20	20	0	0
食料品販売	0	0	-10	0	-10
自動車販売	-20	-17	0	3	17
建設資材販売	0	0	0	0	0
石油販売	0	0	0	0	0
その他販売	19	20	13	1	-7
運輸					
旅館・ホテル	0	0	-17	0	-17
その他サービス	5	0	0	-5	0
建設	0	0	0	0	0
(非製造業計)	4	3	1	-1	-2

1-(5) 資金繰り BSI

	前期	今期	来期	B-A	C-B
	2019/4-6 (A)	2019/7-9 (B)	2019/10-12 (C)		
全産業	1	2	-1	1	-3
飲食料品	17	9	0	-8	-9
木材・木製品	-20	-40	-40	-20	0
製 紙	0	0	0	0	0
機 械	21	21	21	0	0
窯業・土石	-8	-8	-8	0	0
その他製造	11	0	0	-11	0
(製造業 計)	9	2	0	-7	-2
スーパー・デパート	14	17	17	2	0
衣料品販売	-20	0	0	20	0
食料品販売	-20	-10	0	10	10
自動車販売	-20	-17	-17	3	0
建設資材販売	0	0	13	0	13
石油販売	0	0	0	0	0
その他販売	13	13	0	1	-13
運 輸					
旅館・ホテル	-33	-33	-17	0	17
その他サービス	-5	12	0	17	-12
建 設	20	8	-8	-12	-17
(非製造業 計)	-3	2	-1	5	-3

2-(1) 設備投資動向

単位：%

	前回見込み		今回見込み		今回見直し		B-A		C-B	
	2019/1-6		2019/7-12		2020/1-6		新規	継続	新規	継続
	(A)	(A)	(B)	(B)	(C)	(C)				
全産業	17	30	14	37	11	34	-4	7	-2	-3
飲食料品	17	50	9	55	18	55	-8	5	9	0
木材・木製品	0	40	0	60	20	0	0	20	20	-60
製 紙	57	43	57	43	43	57	0	0	-14	14
機 械	36	29	14	64	29	43	-21	36	14	-21
窯業・土石	0	42	0	42	8	42	0	0	8	0
その他製造	22	44	33	44	11	56	11	0	-22	11
(製造業 計)	22	41	17	52	21	45	-5	10	3	-7
スーパー・デパート	43	29	0	33	0	17	-43	5	0	-17
衣料品販売	0	0	0	20	0	20	0	20	0	0
食料品販売	20	30	20	30	10	30	0	0	-10	0
自動車販売	0	40	0	50	0	50	0	10	0	0
建設資材販売	0	14	13	13	0	13	13	-2	-13	0
石油販売	20	40	20	60	0	40	0	20	-20	-20
その他販売	25	6	20	7	13	7	-5	0	-7	0
運 輸										
旅館・ホテル	17	50	17	67	17	83	0	17	0	17
その他サービス	5	26	12	24	6	24	7	-3	-6	0
建 設	10	20	0	25	0	25	-10	5	0	0
(非製造業 計)	14	23	11	28	6	27	-3	5	-6	-1

注：四捨五入の関係で文中記載の数値と一致しない場合がある。

2-(2) 設備投資目的 (2019年7~12月期見込み)

単位：%

	生産・販売力の 拡充	合理化・ 省力化	新規事業・ 研究開発	維持・ 補修・更新	公害・ 安全対策	その他
	全産業	27	32	9	82	7
飲食料品	14	43	14	100	0	0
木材・木製品	0	33	0	67	33	0
製 紙	29	29	14	86	14	0
機 械	36	45	18	64	9	0
窯業・土石	0	20	20	100	0	0
その他製造	43	43	0	71	14	0
(製造業 計)	25	38	13	80	10	0
スーパー・デパート	50	50	50	50	0	0
衣料品販売	0	0	0	100	0	0
食料品販売	60	0	0	80	0	0
自動車販売	33	33	0	100	0	0
建設資材販売	0	50	0	50	0	0
石油販売	0	50	0	75	0	0
その他販売	0	67	0	100	0	0
運 輸						
旅館・ホテル	40	20	20	100	0	0
その他サービス	17	17	0	100	17	0
建 設	67	0	0	67	0	0
(非製造業 計)	29	26	6	85	3	0

注：複数回答のため合計で100%にならない。

3. 雇用 B S I

	前期	今期	来期	B-A	C-B
	2019/4-6 (A)	2019/7-9 (B)	2019/10-12 (C)		
全産業	-30	-32	-36	-3	-3
飲食料品	-50	-45	-45	5	0
木材・木製品	-20	-20	-40	0	-20
製 紙	-14	-14	-43	0	-29
機 械	-21	-29	-29	-7	0
窯業・土石	-25	-25	-25	0	0
その他製造	-56	-44	-44	11	0
(製造業 計)	-31	-31	-36	0	-5
スーパー・デパート	-14	-33	-33	-19	0
衣料品販売	20	0	0	-20	0
食料品販売	-20	-20	-30	0	-10
自動車販売	-60	-50	-33	10	17
建設資材販売	-29	-25	-38	4	-13
石油販売	-20	-20	-40	0	-20
その他販売	-13	-13	-7	-1	7
運 輸					
旅館・ホテル	-67	-67	-33	0	33
その他サービス	-26	-47	-59	-21	-12
建 設	-60	-50	-58	10	-8
(非製造業 計)	-29	-33	-36	-5	-2

経済動向



月例経済報告 2019年10月

景気は、輸出を中心に弱さが長引いているものの、緩やかに回復している。

項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直し	8月の「商業動態統計」の小売業販売額（季節調整値）は、前月比4.6%増となった。9月以降は、ヒアリング結果等を踏まえると、新車販売台数や家電販売は持ち直してきたが、このところ一服感もみられる。
設備投資	緩やかな増加	機械投資に弱さもみられるが、「法人企業統計季報」（4-6月期調査）でみると、2019年4-6月期は前期比1.5%増となった。
住宅投資	弱含み ※	持家の着工は、このところ弱い動きとなっている。貸家の着工は、緩やかに減少している。分譲住宅の着工は、おおむね横ばいとなっている。
公共投資	底堅い	8月の公共工事受注額は前月比6.1%減となったが、3か月後方移動平均前年比は、底堅く推移している。
輸出	弱含み	アジア、アメリカ及びEU向けの輸出は、弱含んでいる。その他の地域は、おおむね横ばいとなっている。
輸入	おおむね横ばい	アジア、アメリカ及びEUからの輸入は、おおむね横ばいとなっている。
生産活動	弱含み ※	8月の鉱工業生産指数（季節調整値）は、前月比1.2%減となった。
企業収益	底堅い	「法人企業統計季報」（4-6月期調査）によると、2019年4-6月期の経常利益は、前年比12.0%増となった。
業況判断	製造業を中心に引き続き慎重さが増す ※	9月調査の「日銀短観」によると、「全規模製造業」の低下に伴い、「全規模全産業」の「最近」の業況は、低下した。
雇用情勢	着実に改善	有効求人倍率は低下しているが、新規求人数は横ばい圏内で推移し、雇用者数は緩やかに増加している。
物価	上昇テンポが鈍化 ※	消費者物価のうち、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は、このところ上昇テンポが鈍化している。
企業倒産	おおむね横ばい	8月は678件で負債総額は871億円、9月は702件で負債総額は1,129億円となった。

上記の※は、前回掲載時から判断の変更があった箇所。

- ◆住宅投資：「おおむね横ばい」 → 「弱含み」（下方修正）
- ◆生産活動：「横ばい（一部に弱さが続く）」 → 「弱含み」（下方修正）
- ◆業況判断：「製造業を中心に慎重さが増す」 → 「製造業を中心に引き続き慎重さが増す」
- ◆物価：「緩やかに上昇」 → 「上昇テンポが鈍化」

資料：内閣府「月例経済報告（2019年10月）」より当研究所作成

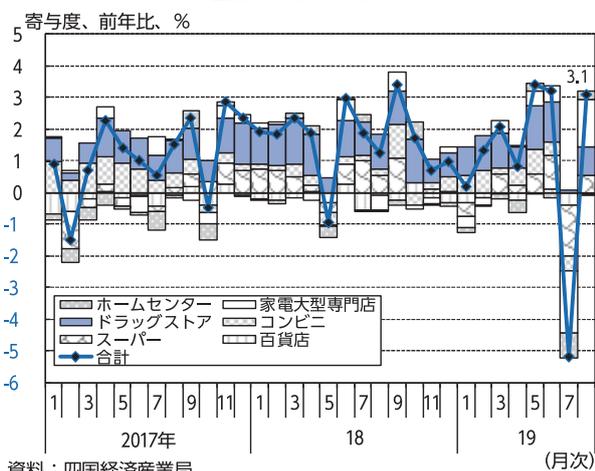


概要 (2019年8月分)

持ち直しの動きに足踏み感がみられる

項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直し	8月の小売業販売額は、前年比3.1%増と、梅雨明けの遅れで夏物商材が振るわず、大きく前年割れとなった7月分(同5.2%減)を取り戻した。増税前の駆け込み需要があった家電大型専門店やドラッグストア、スーパーが全体を押し上げた。8月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数は、前年比6.9%増と5か月連続となっている。
設備投資	増加	四国地域設備投資計画調査(全産業)によると、2019年度は前年比10.6%増と3か年度連続増となっている。
住宅投資	持ち直し	8月の新設住宅着工数は、前年比1.1%減と2か月連続減となった。もっとも、3か月後方移動平均前年比では、前年対比増で推移している。
公共投資	増加の動き	8月の公共投資請負金額は、前年比7.7%増と7か月連続増となり、前年対比増で推移している。
生産活動	弱含み	8月の鉱工業生産指数(季節調整値)は96.3と、前月比2.3%増と一進一退の推移となった。3か月後方移動平均値も上向いたが、基調としては弱含みで推移している。
雇用情勢	改善	8月の有効求人倍率(季節調整値)は1.57倍と、依然として引き締められ傾向で推移している。
貸出残高	増加	8月の国内銀行貸出残高は前年比3.4%増と堅調に推移している。
企業倒産	低水準	8月の企業倒産件数は9件(前年同月より1件減)、企業負債総額は17億円(前年比171.8%増)となった。倒産件数は過去10年の8月単月では最少、負債総額も8番目の少なさであり、落ち着いた動きとなっている。

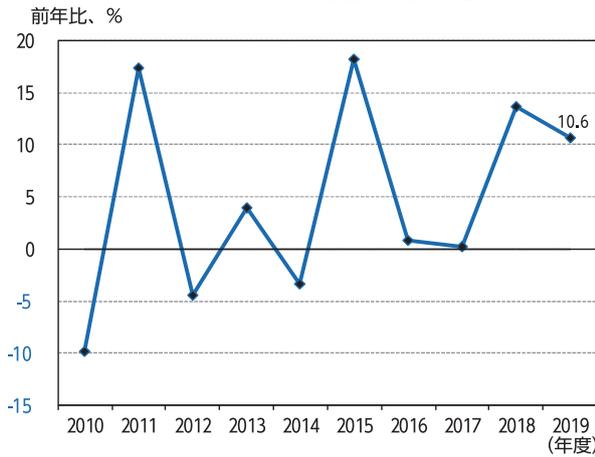
四国 小売業販売額の推移



四国 乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数の推移



四国 【全産業】設備投資動向の推移



資料：株式会社日本政策投資銀行四国支店 松山事務所「四国地域設備投資計画調査」

四国 新設住宅戸数の推移



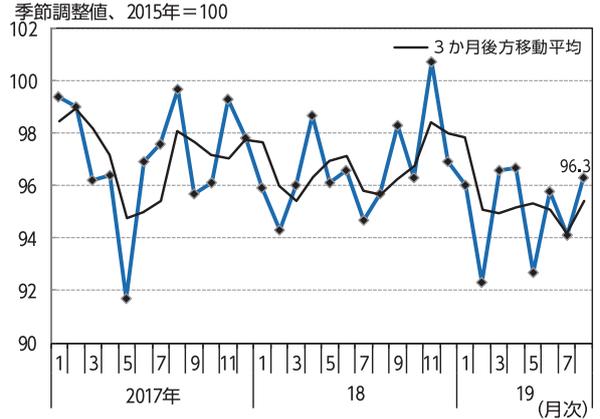
資料：国土交通省「住宅着工統計」

四国 公共工事請負金額の推移



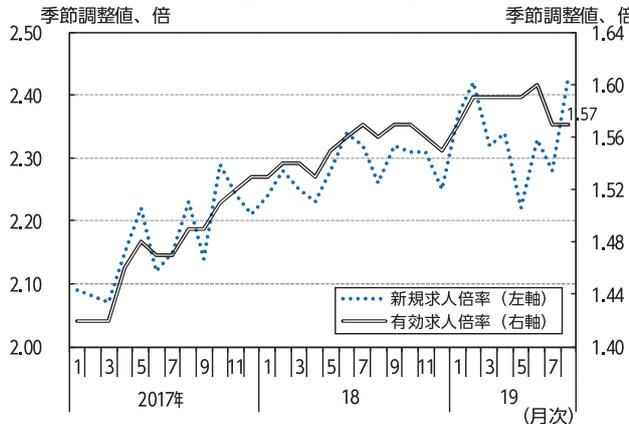
資料：西日本建設業保証株式会社

四国 鉱工業生産指数の推移



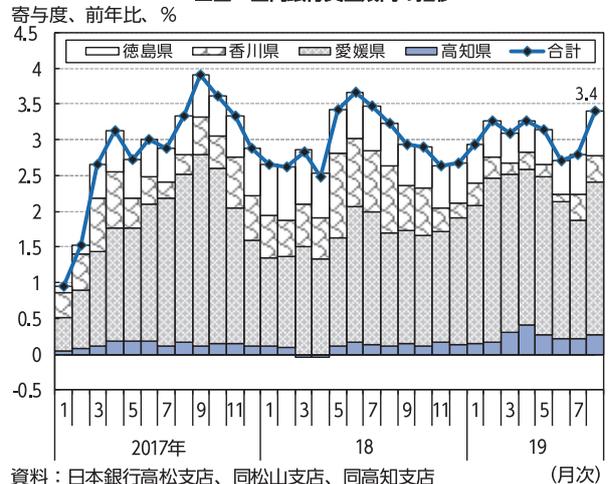
注：2019年7月分より2015年基準に改定され、これまでの値も遡及改定された。このため、前号までの数値と一致しない。
資料：四国経済産業局

四国 雇用情勢の推移



注：各年1月に季節調整値が遡及改定されるため以前の数値とは一致しない。
資料：厚生労働省「一般職業紹介状況」

四国 国内銀行貸出残高の推移



資料：日本銀行高松支店、同松山支店、同高知支店



概要 (2019年8月分)

緩やかに持ち直している

2019年8月の概況

- ◆ 高知県の経済は緩やかに持ち直している。
- ◆ 個人消費は、小売業販売額は、一部で増税前の駆け込み需要があったことなどから、持ち直している。設備投資は増加し、生産活動は、横ばい圏内の動きとなっている。住宅投資と観光施設入込客数は持ち直し、公共投資も上向いている。雇用は引き締まり傾向で推移している。金融機関貸出残高は堅調に推移しており、企業倒産件数も落ち着いている。
- ◆ 今後3か月程度の見通しについては、個人消費は持ち直しで推移するものとみられる。生産活動は、四国地域全体の生産活動が弱含みで推移していることなどから、今後の動向を注視する必要がある。また、観光施設入込客数も、施設のリニューアルオープン効果のはく離などから今後は増勢が鈍化するとみられる。

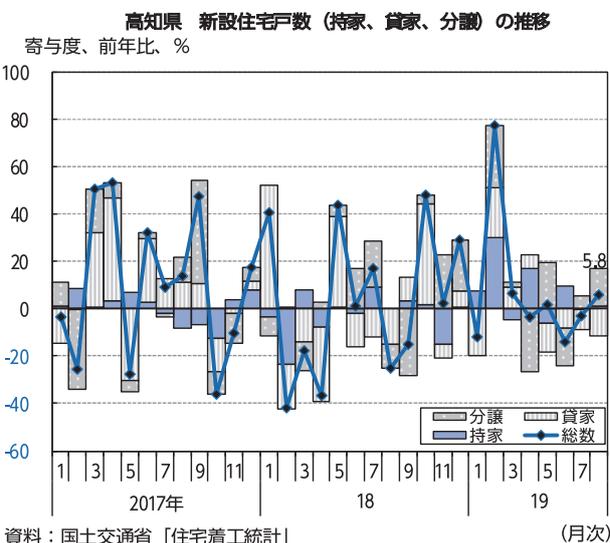
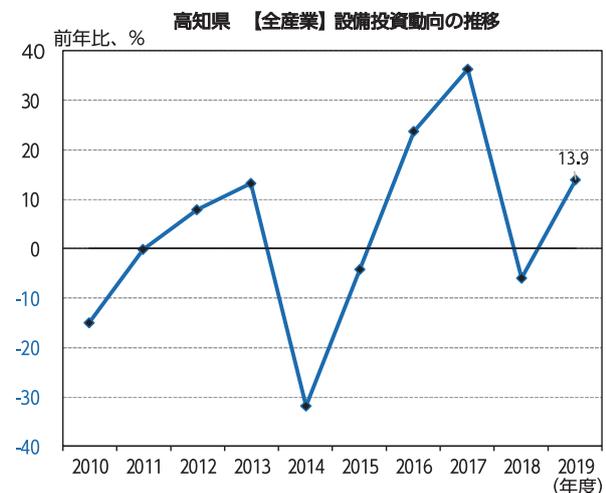
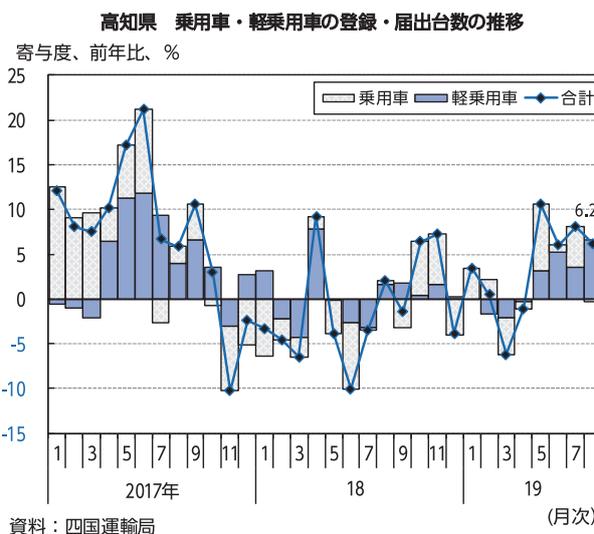
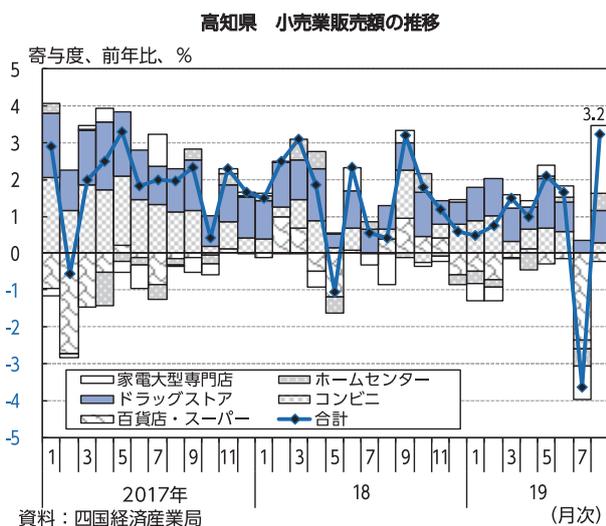
項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直し	8月の小売業販売額は、前年比3.2%増と、梅雨明けの遅れで夏物商材が振るわず、大きく前年割れとなった7月分(同3.6%減)を取り戻した。飲食料品が振るわなかった百貨店・スーパーは前年割れとなったが、増税前の駆け込み需要があった家電大型専門店やドラッグストアなどが全体をけん引した。8月の乗用車・軽乗用車の登録・届出台数は、前年比6.2%増と、4か月連続増となった。
設備投資	増加	四国地域設備投資計画調査(全産業)によると、2019年度は前年比13.9%増と、再び増加に転じた。
住宅投資	持ち直し	8月の新設住宅着工戸数(持家・貸家・分譲の合計)は、貸家は減少したものの、分譲の増加が全体を押し上げ、前年比5.8%増と反転した。
公共投資	上向き	8月の公共投資請負金額は、国や県などからの受注額が増加したことで前年比12.1%増と、4か月連続となった。
生産活動	横ばい	7月の鉱工業生産指数(季節調整値)は106.1と、前月比3.9%増と反転した。基調としては、横ばい圏内で推移している。
観光	持ち直し	8月の観光施設入込客数は、中旬に上陸した台風などの影響で前年比13.6%減と、再びマイナスに転じた。もっとも、年累計では前年比対比増で推移している。

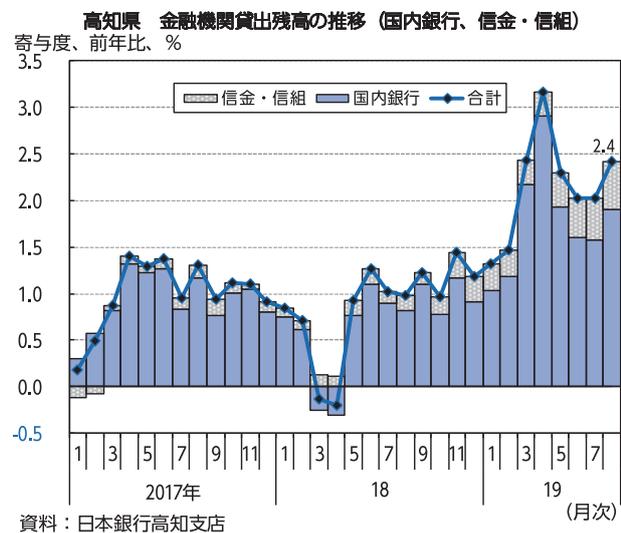
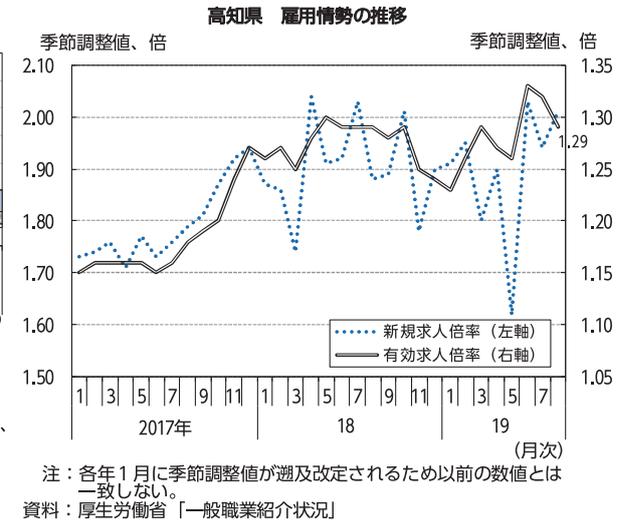
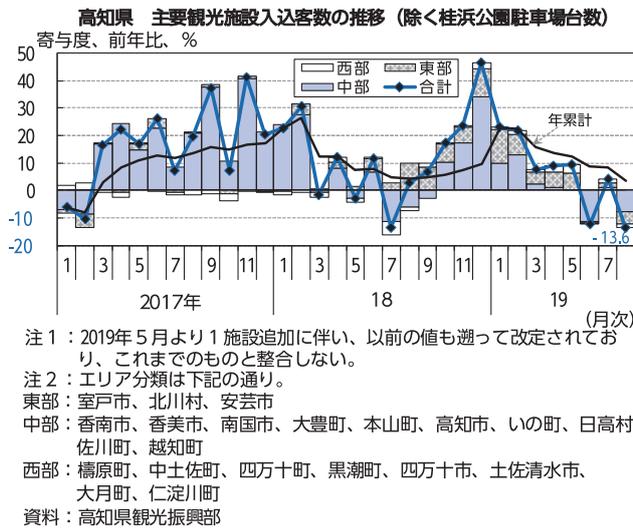
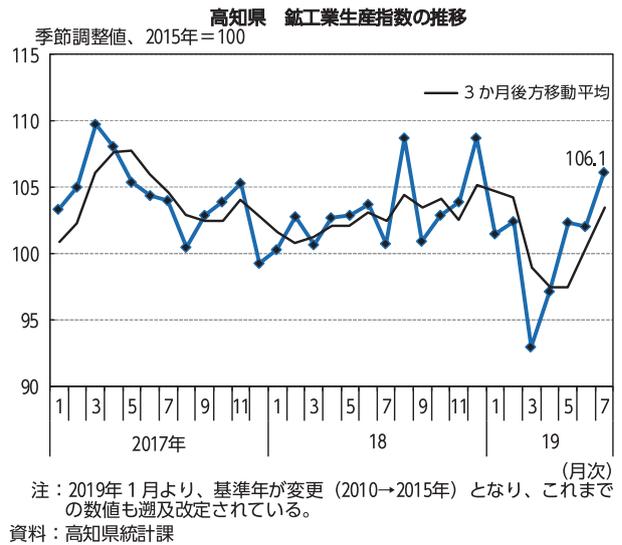
項目	判断	主な判断理由
----	----	--------

雇用情勢 改善 8月の有効求人倍率(季節調整値)は1.29倍、新規求人倍率(同)も2.01倍と、依然として引き締まり傾向で推移している。

貸出残高 増加 8月の金融機関貸出残高は前年比2.4%増と堅調に推移している。

企業倒産 低水準 8月の企業倒産件数は4件(前年同月より1件減)、負債総額は316百万円(前年比87.0%増)となった。もっとも、1989年以降の単月としては、件数は9番目、負債総額は6番目に少なく、落ち着いた動きとなっている。





高知県 企業倒産件数と負債総額の推移

単位：件、百万円

年 月	件数	負債総額		年 月	件数	負債総額			
		前年比 (%)				前年比 (%)			
2018	1	4	2,256	-47.1	2019	1	0	0	-100.0
	2	5	1,051	3.9		2	2	150	-85.7
	3	2	462	208.4		3	6	474	2.6
	4	1	10	-47.9		4	2	157	1470.0
	5	1	10	-32.8		5	1	260	2500.0
	6	3	160	-23.4		6	2	227	41.9
	7	4	188	-46.9		7	4	246	30.9
	8	3	169	-85.9		8	4	316	87.0
	9	3	148	168.7		9			
	10	4	689	566.7		10			
	11	3	65	-94.4		11			
	12	5	4,778	289.0		12			

資料：東京商工リサーチ

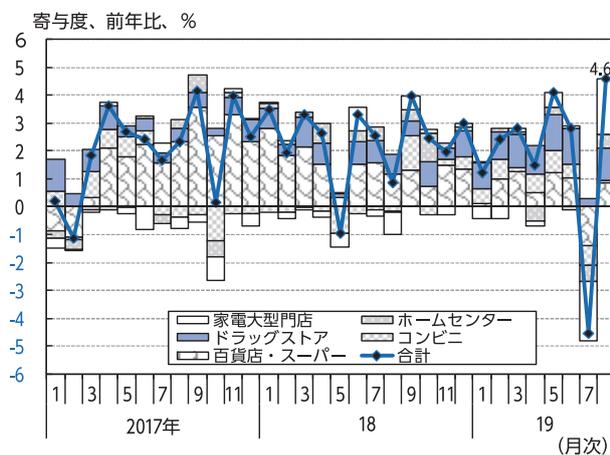


概要 (2019年8月分)

緩やかに持ち直している

項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直し	8月の小売業販売額は、前年比4.6%増と、梅雨明けの遅れで夏物商材が振るわず、大きく前年割れとなった7月分(同4.5%減)を取り戻した。消費増税前の駆け込み需要があった家電大型専門店やドラッグストアなどが全体を押し上げた。8月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数は、前年比11.2%増と5か月連続増となっている。
設備投資	増加	四国地域設備投資計画調査(全産業)によると、2019年度は前年比17.2%増と、2か年度連続増となっている。
住宅投資	増加	8月の新設住宅着工数は、貸家に加え持家が減少に転じたことで、前年比42.1%減となった。もっとも、年累計では前年対比増(同0.2%増)を維持している。
公共投資	緩やかに増加	8月の公共投資請負金額は、主に国から受注額が増加したことなどにより、前年比11.0%増と反転した。
生産活動	緩やかに増加	7月の鉱工業生産指数(季節調整値)は100.4と、電気機械工業の上昇などから、前月比2.9%増と反転した。3か月後方移動平均値も、基調としては、上昇傾向にある。
雇用情勢	改善	8月の有効求人倍率(季節調整値)は1.52倍と、引き締まり傾向で推移している。
貸出残高	増加	8月の金融機関貸出残高は前年比3.5%増と堅調に推移している。
企業倒産	低水準	8月の企業倒産件数は9件(前年同月より1件減)、企業負債総額は17億円(同2.7倍)となった。もっとも、2009年11月から118か月連続で一桁台の倒産件数が継続し、落ち着いた動きとなっている。

徳島県 小売業販売額の推移

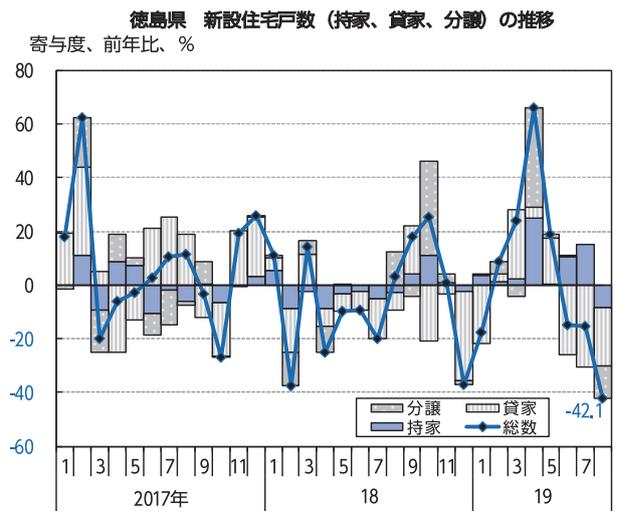


徳島県 乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数の推移





資料：株式会社日本政策投資銀行四国支店 松山事務所「四国地域設備投資計画調査」



資料：国土交通省「住宅着工統計」

(月次)



資料：西日本建設業保証株式会社

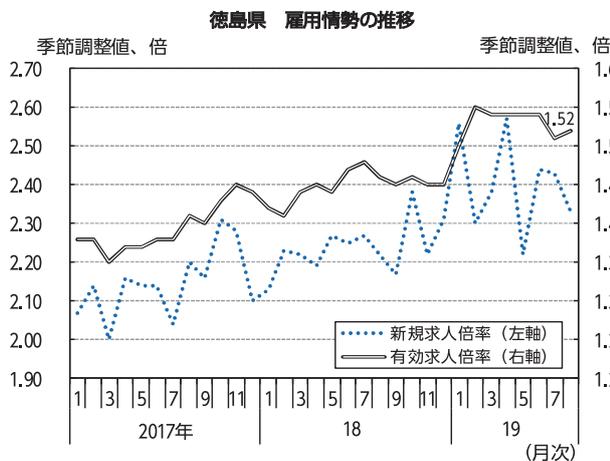
(月次)



注：2019年4月に年間補正があり、以前の数値とは一致しない。

資料：徳島県

(月次)



注：各年1月に季節調整値が遡及改定されるため以前の数値とは一致しない。

資料：厚生労働省「一般職業紹介状況」



資料：日本銀行高松支店

(月次)

百貨店・スーパー販売状況

(単位：億円、%)

	高 知			徳 島			香 川			愛 媛			四 国			全 国		
	前年比	既存店		前年比	既存店		前年比	既存店		前年比	既存店		前年比	既存店		前年比	既存店	
2007年	793.9	101.2	98.4	769.5	100.3	98.4	1,724.2	100.3	96.1	2,196.5	99.6	97.8	5,484.1	100.2	97.4	211,988	100.3	99.0
08年	780.1	98.3	97.9	723.7	94.0	96.4	1,701.3	98.7	94.5	2,165.1	98.6	95.2	5,370.2	97.9	95.5	209,511	98.8	97.5
09年	740.7	95.0	95.0	663.6	91.7	97.5	1,663.9	97.8	92.1	2,033.2	93.9	93.0	5,101.5	95.0	93.6	197,758	94.4	93.0
10年	721.4	97.4	96.5	643.1	96.9	96.1	1,605.6	96.5	95.8	2,003.3	97.8	94.7	4,973.5	97.2	95.5	195,791	97.9	97.4
11年	721.8	101.1	99.2	646.9	100.6	X	1,579.5	98.4	97.3	2,041.9	101.3	99.4	4,990.1	100.1	98.6	195,933	99.1	98.2
12年	731.9	101.4	X	674.9	104.3	X	1,549.6	98.1	98.0	2,046.3	100.2	99.8	5,002.7	100.3	98.8	195,916	100.0	99.2
13年	729.5	99.7	99.7	683.9	101.3	101.1	1,605.9	98.6	99.3	2,062.1	99.5	97.7	5,081.3	99.5	98.9	197,774	100.6	99.6
14年	723.6	99.2	99.2	727.5	106.4	99.2	1,607.9	95.8	101.7	2,108.1	101.1	98.1	5,167.1	99.8	99.5	201,946	101.7	100.9
15年	719.6	99.5	99.5	747.9	102.8	100.1	1,553.5	99.6	101.0	2,095.7	100.0	99.5	5,116.3	100.2	100.0	200,487	101.3	100.4
16年	715.2	99.4	99.4	747.3	99.9	97.1	1,524.5	101.0	100.3	2,100.8	100.7	99.1	5,088.0	100.5	99.2	195,948	99.6	99.1
17年	705.8	98.7	98.7	781.5	104.6	97.2	1,502.4	98.5	98.8	2,086.9	99.3	99.5	5,076.6	99.8	98.8	196,030	100.0	100.0
18年	707.9	100.3	99.0	811.3	103.8	98.7	1,515.0	100.8	98.2	2,070.7	99.2	99.9	5,104.9	100.6	99.1	195,992	100.0	99.5
18年 8月	59.5	100.1	98.9	68.5	103.2	99.2	127.5	100.9	97.5	171.9	100.4	101.9	427.5	101.1	99.7	15,750	100.6	99.9
9	54.7	102.5	100.3	64.4	103.4	100.7	118.0	101.3	97.9	157.9	101.8	103.0	394.9	102.0	100.7	15,136	101.1	100.4
10	58.9	101.1	99.0	67.6	101.9	99.2	125.0	100.2	97.8	175.2	100.5	101.9	426.6	100.7	99.8	15,862	99.8	99.2
11	57.2	101.1	99.0	69.6	103.7	97.0	124.7	100.0	97.1	170.3	97.7	98.4	421.8	99.8	97.9	16,423	98.3	97.8
12	77.9	98.7	96.8	84.9	103.3	98.4	160.1	99.9	96.2	220.7	97.9	98.7	543.6	99.4	97.6	20,825	99.5	99.0
19年 1月	59.4	98.8	96.8	68.6	100.3	95.6	125.8	98.6	94.8	174.1	97.2	97.6	427.9	98.3	96.3	16,322	97.0	96.7
2	50.7	98.2	95.9	59.5	102.5	97.9	110.3	100.3	96.1	144.8	98.4	98.5	365.2	99.6	97.3	14,345	98.5	98.2
3	58.6	99.7	97.5	68.5	103.4	98.8	125.7	102.1	99.0	172.8	100.8	100.3	425.5	101.5	99.3	16,552	101.0	100.6
4	54.9	100.4	98.2	64.7	101.3	97.5	119.2	99.2	97.7	161.9	98.9	98.5	400.7	99.6	98.0	15,351	98.6	98.2
5	56.5	99.2	99.2	66.8	103.2	99.1	125.2	101.2	99.0	166.9	101.4	99.9	415.4	101.3	99.4	15,632	99.8	99.5
6	55.9	99.6	99.6	67.4	102.7	99.0	124.2	102.7	100.5	170.5	104.0	101.5	417.9	102.8	100.5	15,977	99.7	99.5
7	57.4	93.7	93.7	66.9	96.2	94.1	128.8	95.6	93.5	175.7	95.0	92.8	428.7	95.2	93.3	16,242	95.5	95.2
8	59.2	99.4	99.4	70.1	102.2	99.2	130.4	102.3	99.9	172.6	100.4	96.9	432.3	101.1	98.5	15,897	100.9	100.4

注) X は個別データ秘匿のため公表できない箇所。

(資料) 四国経済産業局

乗用車新車登録・届出台数(軽乗用車含む)

(単位：台、%)

	高 知		徳 島		香 川		愛 媛		四 国		全 国	
	前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	
2007年	25,122	94.0	28,601	92.6	37,762	92.8	43,443	92.9	134,928	93.0	4,400,221	94.8
08年	24,034	95.7	26,928	94.2	35,937	95.2	41,939	96.5	128,838	95.5	4,227,094	96.1
09年	24,781	103.1	27,670	102.8	36,633	101.9	41,624	99.2	130,708	101.5	3,923,714	92.8
10年	27,352	110.4	29,598	107.0	39,217	107.1	44,250	106.3	140,417	107.4	4,212,201	107.4
11年	21,153	77.3	23,296	78.7	31,229	79.6	35,104	79.3	110,782	78.9	3,542,770	83.7
12年	28,851	136.4	30,936	132.8	42,169	135.0	47,094	134.2	149,050	134.5	4,572,313	129.7
13年	27,925	96.8	28,847	93.2	40,672	96.4	45,299	96.2	145,248	97.4	4,562,184	99.8
14年	29,564	102.5	30,621	99.0	44,081	104.5	50,639	107.5	152,205	104.8	4,669,463	103.0
15年	25,794	87.2	26,206	85.6	37,515	85.1	41,713	82.4	131,228	86.2	4,215,798	90.3
16年	23,930	92.8	25,578	97.6	36,111	96.3	41,610	99.8	127,409	97.1	4,146,404	98.4
17年	25,878	108.1	26,777	104.7	38,502	106.6	44,474	106.9	135,631	106.5	4,386,314	105.8
18年	25,434	98.3	26,889	100.4	38,663	100.4	45,444	102.2	136,430	100.6	4,391,089	100.1
18年 8月	1,746	102.0	1,798	103.2	2,597	103.8	3,241	106.8	9,382	104.3	302,336	104.0
9	2,494	98.6	2,483	102.7	3,454	97.7	4,281	105.5	12,712	101.4	404,047	96.7
10	1,932	106.4	2,036	111.6	3,008	104.3	3,661	112.0	10,637	108.6	346,870	111.6
11	1,896	107.2	2,160	113.3	3,022	110.1	3,581	108.3	10,659	109.6	357,305	107.4
12	1,795	96.1	1,957	100.1	2,955	100.2	3,387	103.5	10,094	100.5	319,667	96.8
19年 1月	2,124	103.5	2,277	103.3	3,230	107.0	3,686	100.2	11,317	103.3	342,472	100.9
2	2,512	100.5	2,623	101.2	4,016	104.3	4,129	97.8	13,280	100.9	401,370	99.9
3	3,053	93.8	3,315	95.0	4,771	98.9	5,378	95.8	16,517	96.1	532,496	94.7
4	1,927	98.9	2,192	104.9	2,898	105.0	3,376	103.9	10,393	103.5	314,939	103.3
5	1,974	110.5	2,127	114.9	2,882	106.8	3,496	113.2	10,479	111.2	327,414	106.4
6	2,134	106.0	2,248	107.5	3,163	98.8	3,744	101.7	11,289	102.7	366,971	97.8
7	2,180	108.1	2,440	114.3	3,223	98.5	3,888	103.3	11,731	104.9	379,409	102.9
8	1,855	106.2	2,000	111.2	2,804	108.0	3,373	104.1	10,032	106.9	317,175	104.9

(資料) 四国経済産業局

新設住宅着工戸数

(単位：戸、%)

	高 知		徳 島		香 川		愛 媛		四 国		全 国	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
2007年	3,803	85.3	4,447	85.5	6,764	89.8	9,581	83.7	25,271	88.2	1,060,741	82.2
08年	4,284	112.6	4,068	91.5	7,647	113.1	10,441	109.0	26,440	104.6	1,968,144	185.5
09年	2,860	66.8	3,773	92.7	5,871	76.8	6,800	65.1	19,304	73.0	788,410	72.1
10年	2,680	93.7	3,822	101.3	5,450	92.8	6,517	95.8	18,469	95.7	813,126	103.1
11年	2,807	104.7	3,375	88.3	5,510	101.1	7,262	111.4	18,954	102.6	834,117	102.6
12年	2,761	98.4	3,616	107.1	4,976	90.3	7,535	103.8	18,888	99.7	882,797	105.8
13年	3,612	130.8	4,516	124.9	7,217	145.0	8,613	114.3	23,958	126.8	980,025	111.0
14年	2,706	98.0	4,023	111.3	5,899	118.5	6,937	92.1	19,565	81.7	892,261	91.0
15年	2,734	101.0	3,802	94.5	6,412	108.7	6,817	98.3	19,765	101.0	909,302	102.0
16年	3,098	113.3	4,506	118.5	6,898	107.6	7,278	106.8	21,780	110.2	967,705	106.4
17年	3,326	107.4	4,859	107.8	7,063	102.4	7,696	105.7	22,944	105.3	964,641	99.7
18年	3,288	98.9	4,335	89.2	5,913	83.7	7,178	93.3	20,714	90.3	942,370	97.7
18年 8月	263	76.9	418	103.2	456	70.3	464	73.8	1,601	79.1	81,860	101.6
9	267	85.3	398	114.4	623	117.5	710	106.0	1,998	107.4	81,903	98.5
10	373	145.7	423	90.6	561	93.2	659	104.4	2,016	103.1	83,330	100.3
11	283	104.4	385	101.0	780	133.8	672	101.7	2,120	111.8	84,213	99.4
12	305	111.3	311	62.7	363	74.2	596	88.4	1,575	81.5	78,364	102.1
19年 1月	204	87.9	257	78.6	368	85.2	542	114.6	1,371	93.6	67,087	101.1
2	229	176.2	332	108.5	520	140.2	649	113.5	1,730	125.5	71,966	104.2
3	249	106.4	448	123.8	660	112.8	726	138.3	2,083	122.1	76,558	110.0
4	217	97.3	443	165.9	440	101.4	649	119.3	1,749	119.1	79,389	94.3
5	257	101.2	430	118.8	325	93.7	702	100.3	1,714	103.1	72,581	91.3
6	308	85.1	342	85.3	677	137.9	715	100.3	2,042	103.8	81,541	100.3
7	353	97.5	322	85.9	462	98.3	591	107.5	1,728	98.3	79,232	95.9
8	273	103.8	242	57.9	398	87.3	670	144.4	1,583	98.9	76,034	92.9

(資料) 四国経済産業局

公共工事保証請負高

4 県 (単位：百万円、%) 四国、全国 (単位：億円、%)

	高 知		徳 島		香 川		愛 媛		四 国		全 国	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
2007年	112,023	93.4	121,202	80.1	70,142	91.7	146,514	89.2	4,499	87.9	119,268	98.7
08年	107,563	96.0	99,038	81.7	75,551	107.7	126,319	86.2	4,085	90.8	115,901	97.2
09年	143,805	133.7	113,997	115.1	80,016	105.9	147,648	116.9	4,855	118.8	127,121	109.7
10年	127,609	88.7	105,539	92.6	82,114	102.6	135,186	91.6	4,505	92.8	113,626	89.4
11年	115,665	90.6	107,315	101.7	79,909	97.3	125,597	92.9	4,285	95.1	109,755	96.6
12年	131,847	114.0	119,723	111.6	98,111	122.8	140,285	111.7	4,900	114.3	125,423	114.3
13年	152,659	115.8	139,184	116.3	101,092	103.0	162,638	115.9	5,556	129.7	141,492	128.9
14年	152,652	100.0	129,687	93.2	99,849	98.8	155,401	95.6	5,376	96.8	147,942	104.6
15年	150,377	98.5	120,025	92.5	104,308	104.5	166,209	107.0	5,408	100.6	139,365	94.2
16年	159,429	106.0	121,547	101.3	113,963	109.3	153,254	92.2	5,482	101.4	142,743	102.4
17年	152,972	95.9	117,801	96.9	120,870	106.1	136,465	89.0	5,281	96.3	143,691	100.7
18年	156,516	102.3	128,363	109.0	94,111	77.9	136,998	100.4	5,160	97.7	139,209	96.9
18年 8月	12,662	81.8	14,270	160.8	7,841	73.7	12,351	94.8	471	98.1	11,241	97.8
9	12,163	69.8	15,043	83.5	9,741	80.4	14,313	66.3	513	74.1	12,186	92.4
10	15,546	125.7	10,851	98.6	6,277	63.1	11,609	128.9	443	104.7	12,823	109.5
11	8,984	89.0	7,393	114.5	6,433	109.6	11,115	123.5	339	108.0	8,189	94.9
12	16,482	205.2	9,535	146.8	2,849	44.4	12,960	165.6	418	145.4	8,340	104.6
19年 1月	6,852	85.4	3,826	45.5	4,860	179.6	8,084	143.2	236	95.3	5,853	95.9
2	16,454	91.8	5,753	72.3	3,047	79.7	13,218	168.0	385	102.4	7,390	120.4
3	15,166	89.4	6,359	49.1	14,435	120.3	26,004	153.3	620	105.3	13,165	103.7
4	16,009	99.3	17,857	115.7	10,989	94.1	14,867	128.0	597	108.9	22,329	102.5
5	17,453	260.6	8,221	129.7	4,554	39.2	14,495	140.2	447	127.9	14,204	110.5
6	15,205	119.9	11,951	130.0	10,607	130.8	15,759	132.1	535	127.7	14,479	101.0
7	21,810	177.5	10,780	97.9	12,913	116.9	18,035	175.3	635	142.4	16,091	128.5
8	14,198	112.1	15,844	111.0	6,309	80.5	14,410	116.7	508	107.7	11,493	102.2

(資料) 西日本建設業保証(株)、四国経済産業局

企業倒産

4 県 (単位: 百万円、%) 四国、全国 (単位: 億円、%)

	高 知			徳 島			香 川			愛 媛			四 国			全 国		
	件数	負債総額		件数	負債総額		件数	負債総額		件数	負債総額		件数	負債総額		件数	負債総額	
		前年比			前年比			前年比			前年比			前年比			前年比	
2007年	87	25,552	54.7	69	27,357	101.0	92	22,836	78.3	132	138,384	470.4	380	2,141	161.7	14,091	57,279	104.1
08年	78	19,954	78.1	73	14,648	53.5	116	36,387	159.3	144	44,884	32.4	411	1,159	54.1	15,646	122,920	214.6
09年	77	20,362	101.8	60	15,242	104.1	144	205,782	565.5	130	53,060	118.3	411	2,944	254.0	15,480	69,301	56.4
10年	50	7,243	35.6	56	9,582	62.9	75	20,541	1.0	132	29,977	56.5	313	673	22.8	13,321	71,608	103.3
11年	52	9,228	127.4	46	7,811	81.5	77	19,875	96.8	90	28,380	94.7	265	652	96.8	12,734	35,929	50.2
12年	50	6,337	68.7	61	11,648	149.1	70	16,481	82.9	92	28,578	100.7	273	630	96.6	12,124	38,346	106.7
13年	50	10,781	170.1	33	6,683	57.4	50	9,272	56.3	59	12,378	43.3	192	391	62.0	10,855	27,823	72.6
14年	45	6,788	107.1	42	4,797	41.2	45	9,909	60.1	67	28,738	100.6	199	502	71.6	9,731	18,741	67.4
15年	36	8,432	124.2	45	11,109	231.6	51	7,203	72.7	48	9,732	33.9	180	364	72.5	8,812	21,124	112.7
16年	31	4,920	58.3	32	4,972	44.8	40	6,729	93.4	43	16,247	167	146	329	90.3	8,446	20,063	95.0
17年	29	5,565	113.1	34	5,789	116.4	36	6,346	94.3	40	11,449	70.5	139	291	88.6	8,405	31,676	157.9
18年	38	9,986	179.4	33	4,491	77.6	49	13,075	206.0	44	8,266	72.2	164	358	122.9	8,235	14,854	46.9
18年 8月	3	169	194.3	1	100	15.0	2	97	61.4	4	259	370.0	10	6	6.4	694	1,213	131.3
9	3	148	27.8	1	15	1.5	5	281	384.9	4	1,666	680.0	13	21	112.8	621	1,842	159.1
10	4	689	861.3	4	1,161	251.8	5	947	457.5	4	231	62.1	17	30	270.4	730	1,176	122.7
11	3	65	122.6	2	70	16.3	4	180	62.9	4	447	745.0	13	8	91.8	718	1,213	83.3
12	5	4,778	1,228.3	4	82	12.6	1	150	41.7	3	2,588	111.6	13	76	204.2	622	818	20.6
19年 1月	0	0	-	5	559	87.9	3	168	10.3	4	219	331.8	12	9	20.6	666	1,684	161.1
2	2	150	14.3	3	1,046	2,988.6	4	510	30.2	3	120	75.0	12	18	62.3	589	1,955	217.3
3	6	474	102.6	3	1,023	58.5	9	1,725	86.2	4	586	188.4	22	38	84.2	662	971	73.2
4	2	157	1,570.0	8	1,215	815.4	2	209	10.0	6	2,852	1,426.0	18	44	180.3	645	1,069	112.0
5	1	260	2,600.0	4	123	71.1	5	538	112.6	3	643	86.3	13	16	111.2	695	1,075	102.9
6	2	227	141.9	2	341	524.6	9	1,005	303.6	7	1,496	127.5	20	31	177.5	734	870	39.6
7	4	246	130.9	1	27	10.6	7	2,429	76.1	4	271	64.5	16	30	73.3	802	934	82.9
8	4	316	187.0	2	70	70.0	1	150	154.6	2	1,163	449.0	9	17	271.8	678	871	71.9

(資料) 東京商工リサーチ、四国経済産業局

FRB 0.25%追加利下げ 米中摩擦の悪影響警戒

9月18日、連邦準備制度理事会(FRB)は連邦公開市場委員会(FOMC)で、米中貿易摩擦による景気悪化を防ぐため政策金利の引き下げを決めた。7月の前回会議に続き2回連続の利下げで、下げ幅も同じ0.25%。パウエル議長は、「景気が減速すれば追加利下げが適切だ」とさらなる金融緩和に含みを持たせた。

欧州中央銀行(ECB)も3年半ぶりにマイナス金利引き下げを決定。米欧の中央銀行による金融緩和が本格化した。

(9月20日)

基準地価2年連続で上昇 地方圏の中核4市6.8%伸び

9月19日に国土交通省が公表した2019年7月1日時点の基準地価は前年比で0.4%上昇、2年連続のプラスとなった。地方圏の商業地は0.3%上昇、1991年以来28年ぶりに前年を上回った。特に、地方圏の中核4市(札幌、仙台、広島、福岡)は住宅地なども含む全用途で6.8%上昇した。また、中核4市の商業地に限ってみると、上昇率は10.3%で、12年ぶりに2桁に達した。地価が上昇した4市は、首都圏、関西圏に次いで訪日客が増加、再開発が進んでいる。

(9月20日)

日米貿易協定に署名

10月7日、日米両政府は、米ホワイトハウスで貿易協定に署名した。貿易協定では、牛肉や豚肉など農産物の関税の多くがTPP参加11か国に合わせ、発行2年目の水準まで引き下げられる。米側によると、日本は約7,700億円分の関税を撤廃・削減する。コメはTPPで米国に認めた7万トンの無関税枠を設けず、国内産業を一定程度守る内容となった。工業分野では、日本車への追加関税を回避したものの、関連部品も含めてTPPで認められていた関税撤廃を見送るなど譲歩を強いられた。

(10月8日)

吉野氏 ノーベル化学賞 リチウムイオン電池開発

10月9日、スウェーデン王立科学アカデミーが今年のノーベル化学賞を、リチウムイオン電池を開発した吉野彰・旭化成名誉フェロー(71)ら3人に授与すると発表した。

リチウムイオン電池は、軽量かつ高出力で、充電して繰り返し使え、スマートフォンやノートパソコン、電気自動車などに広く使われている。現在、世界の市場規模は約4兆7,855億円(富士経済調べ、2019年予測)。

(10月10日)

台風19号 84人死亡 9人不明 福島・宮城 被害甚大

10月12日夜から13日未明にかけて東日本を縦断し、記録的な大雨を降らせた台風19号により、国土交通省の19日午前11時時点での集計で、福島県の阿武隈川や長野県の千曲川など7県71河川130か所で河川堤防が決壊した。

22日午後5時までに13都県で84人が死亡、9人が行方不明、死者の半数以上は福島県と宮城県に集中するなど、東北地方で甚大な被害が出ている。住宅被害も6万2,000棟で床上・床下浸水が確認されている。

(10月23日まで)

英月末離脱困難に 下院 審議加速動議 否決

10月22日、英下院(定数650)は欧州連合(EU)離脱の関連法案の下院審議を加速する動議を賛成308、反対322で否決した。これにより、離脱期限の10月31日までに英国が協定に基づいて離脱することは難しくなった。

関連法が成立しないまま10月末の期限を迎えれば、経済・社会に大きな混乱をもたらす「合意なき離脱」となる。このためトラスクEU大統領は22日、加盟国に対し、英国の期限延期要請を認めるよう働きかける考えを示した。

(10月24日)

地域とともに歩む、皆様のしぎんグループ



四国銀行

ファイナンスリース業

四銀総合リース株式会社

TEL 088-884-5171

住宅ローン・個人ローンの債務保証業務

四国保証サービス株式会社

TEL 088-885-5300

コンピュータシステムの開発業務

四銀コンピューターサービス株式会社

TEL 088-862-0520

四国銀行各代理店の運營業務

四銀代理店株式会社

TEL 088-871-2251

産業・経済の調査、投資事業組合財産の管理・運営

株式会社 四銀地域経済研究所

TEL 088-883-1152



経営情報

11

2019
No.171

編集・発行

株式会社四銀地域経済研究所

〒780-0823 高知市菜園場町1-21 四国総合ビル3階
TEL (088) 883-1152 FAX (088) 883-1156