

# 四銀 経営情報

Shigin Management Information

10

2021  
No.179

企業訪問 トップに聞く

「飛耳長目」

第46回

有限会社 はたやま夢楽  
代表取締役 小松 圭子 氏

寄稿 「四国地域の設備投資動向」

～2020・2021・2022 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  
企画調査課 副調査役 進 沙也加 氏

調査 県内「地域商社」事例の紹介

～地域経済を牽引する役割を担うことが期待される高知県内の地域商社～

株式会社 四銀地域経済研究所  
主任研究員 前田 和雅

調査 第154回 高知県内企業の景況調査

四銀

# 経営情報

2021  
No.179

# 10

## 目次

## 内 容

- 
- 1 企業訪問 トップに聞く『飛耳長目』  
第46回 有限会社 はたやま夢楽  
代表取締役 小松 圭子 氏
- 
- 12 寄稿  
「四国地域の設備投資動向」  
～2020・2021・2022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  
企画調査課 副調査役 進 沙也加 氏
- 
- 17 調査  
県内「地域商社」事例の紹介  
～地域経済を牽引する役割を担うことが期待される高知県内の地域商社～  
株式会社 四銀地域経済研究所  
主任研究員 前田 和雅
- 
- 26 調査 第154回 高知県内企業の景況調査
- 
- 38 経済動向  
……国内経済  
39 ……四国経済  
41 ……高知経済  
44 ……徳島経済
- 
- 49 経済日誌  
……（国内・海外）  
50 ……（高知県内）
-

ひ じ ちょう もく  
**飛耳長目**

第46回

## 有限会社はたやま夢楽

代表取締役 小松 圭子 氏

(取引店：四国銀行安芸支店)



▲「土佐ジロー」の卵



1988年（昭和63年）、小松靖一氏（代表取締役 小松圭子氏の夫）が、高知県安芸市で採卵用に「土佐ジロー」の飼育を始め、その後、2004年（平成16年）、法人化し「有限会社はたやま夢楽」を設立した。

靖一氏は高知県安芸市畑山の生まれで、かつては人口約800人が暮らす賑やかな集落であったが、日々の経過とともに人口が急激に減少する姿に違和感を抱いていた。その後、愛着のある生まれ故郷で、人が働き、暮らしていくために、地元で産業を生み出そうと、さまざまな取組を行ってきた。

1988年（昭和63年）、高知県が開発した「土佐ジロー」に出会ったことで、靖一氏に転機が訪れた。当初、採卵用に飼育していたものの、産卵率の変動が激しいこと等から採卵を断念し、肉養鶏として新しいスタートを切った。先駆者として、さまざまな試みを行なうなか、10年かけて飼育方法を確立した。

代表取締役の小松圭子氏は、愛媛県の漁村に生まれ、幼少期より「まちづくり」に関心を持っていた。大学時代には「まちづくり」の情報を蓄積し、自身の故郷に役立てるため、全国の農山漁村を訪ねていた。大学3年生の時、国土交通省が主催する全国の田舎を体験するモニターツアーで初めて安芸市を訪れ、畑山で宿泊業も兼務していた靖一氏と出会った。社会人となり、地元の愛媛県で新聞記者となった後も、週末は「まちづくり」仲間と全国の農村等を視察していた。そのなかの1つが畑山であり、靖一氏といろいろな話をするなかで、価値観が一致したことに加え、未来像を一緒に描くことができたことから、結婚を決意し、新聞記者を辞め、畑山に移住した。

従来から、土佐ジローの美味しさのみならず、同社の新しい田舎型産業を確立するための取組は、これまで数多くのメディアに取り上げられている。

今回、有限会社はたやま夢楽の2代目社長である小松圭子氏に、当社の創業からのあゆみや、経営上のこだわり等についてお話を伺った。

— はたやま夢楽は土佐ジローで有名ですが、  
どのような鶏ですか。

社長：土佐ジローは、高知県が中山間地の農家の副業用に開発した鶏種です。天然記念物の「土佐地鶏」の雄とロードアイランドレッドの雌を交配した一代雑種です。両親の名前からそれぞれ字を取って、「とさじ」「ろー」と命名されました。

大人の雄でも、1.5kg程度にしか成長せず、小ぶりの鶏という特徴を持っています。因みに、一般的な鶏は3kg以上で出荷されています。



▲ 左から社長(小松圭子氏)、会長(小松靖一氏)

## 故郷で新しい産業づくり

— 創業からの歩みを聞かせてください。

社長：現会長(代取の夫、小松靖一氏)は安芸市畑山で生まれました。現在、畑山地区の住民は約20人ですが、かつては約800人が暮らす賑やかな集落でした。自身の成長とともに、集落の人口が急激に減少していく姿を目の当たりにして、集落全体が生き残るために、何か産業を興せないかと考えるようになり、さまざまな取組を行っていました。

1988年(昭和63年)、会長に転機が訪れました。高知県が主として採卵用に開発した土佐ジローに出会いました。まず、採卵用として、畑山の5件の農家が土佐ジローの飼育を始めました。今でこそ、高級食材として名前が定着した土佐ジローですが、当時は無名であったことや価格が一般的な

卵と比較すると高額であったことから、販売は苦戦しました。

また、一般的な採卵鶏は、毎日9割以上の鶏が卵を産むことが当たり前です。しかし、土佐ジローは、春先と秋口は毎日8割程の鶏が卵を産みますが、冬場や夏場には、4割以下しか産みませんので、産卵率の変動が激しいという特性があります。それらのことから、採卵を産業にすることは難しいと考えるようになりました。しかし、「地域を何とかしたい」という行動を応援してくれる人たちも増えていたので、このまま諦めてしまうよりも、土佐ジローを使って何かできないかということを考えました。

採卵用に生産されていた土佐ジローは、ふ化した段階で55%は雄として生まれてきます。45%が雌で、県内の農家等に販売されますが、雄の多くは廃棄処分されていました。その活用策として、食肉用として育てられないかと考えるようになりました。全国的に見ても、比内地鶏や名古屋コーチンのように、地鶏と言えば鶏肉がメインになっていますので、土佐ジローでも同じことができなかと考え、肉養鶏をスタートしました。

その後、10年程試行錯誤し、はたやま夢楽方式土佐ジローの飼育方法が確立され、増羽を始めました。現在、土佐ジローの飼育を開始してから34年になります。



▲ インタビュー風景

(左側手前)小松社長、(右側手前)当研究所西本調査部長、(右側奥)四国銀行安芸支店野村支店長  
当研究所撮影

## 手探りのなかでの試行錯誤

—— 全く経験がない養鶏業は大変だったでしょうね。

社長：会長は畑山で生まれ育っていますので、幼い頃には、庭で数羽の鶏を飼育した経験はありました。しかし、一般的な鶏とは全く違う新種の鶏ですから、飼育方法が確立されていませんでした。手探りの状況のなか、常に土佐ジローのことばかり考えていましたので、鶏舎にいない時でも、鶏の声が聞こえるくらい没頭していた時期があったようです。

最初は失敗の連続でした。例えば、10か月以上飼育した際には、噛むことができない程硬い肉になったこともありました。現在、当社での飼育期間は約150日となっていますが、それは経験を重ねるなかで生み出されてきたものです。鶏舎の形も非常に特徴があり、他の養鶏場では見ることができない形状になっています。土佐ジローの生育状況に合わせて鶏舎を何回も建替えるなかで、最適な形状を確立しました。



▲「土佐ジロー」の卵

—— 土佐ジローの飼育期間は150日とのことですが、一般的な鶏はどれぐらいですか。

社長：45日です。1か月半ぐらいで食肉用になり

ます。一般的な養鶏は、生後45日で3kg以上に太らせ、出荷する形となります。

採卵用はゲージ飼と言って、ほぼ身動きが取れない状態で、ほぼ毎日卵を産んでくれる鶏を大量に飼育しています。例えば、千羽飼っていたら、千個近くの卵が産まれるような養鶏です。



▲「土佐ジロー」のひな

## アニマルウェルフェア

—— 土佐ジローは全く正反対の育て方ですね。

社長：そうですね。ヨーロッパ等では、アニマルウェルフェア<sup>1</sup>やエシカル<sup>2</sup>という視点での飼育が求められています。「鶏を鶏らしく飼う」ことや「生まれたものを無駄にしない」ことです。そういった面も含めて、時代は少しずつ土佐ジローに近付いてきていると確信しています。

元々日本で「鶏を鶏らしく飼う」は、庭先養鶏という形で、当たり前に行われていたことでした。戦後、アメリカナイズされたことで、現在はどちらかと言えば、効率を求める飼育方法になっています。ヨーロッパでは、揺り戻しではないですけれども、食材の本来の育ち方についても考えるようになってきたと思います。

<sup>1</sup> アニマルウェルフェアとは、感受性を持つ生き物としての家畜に心を寄り添わせ、誕生から死を迎えるまでの間、ストレスをできる限り少なく、行動要求が満たされた、健康的な生活ができる飼育方法をめざす畜産のあり方をいう。

<sup>2</sup> エシカルとは、「倫理的」「道徳上」という意味の形容詞。つまり、法律等の縛りがなくても、みんなが正しい、公正だと思っていることを示す。最近では経済活動の場面で、環境・社会貢献等に配慮する様子でも使われる。



▲ 土佐ジロー

## 10年かけて飼い方を確立

—— 飼い方のこだわりを教えてください。

**社長：**土佐ジローを屋内で土と切り離して飼うと、肉質的には、脂肪が増えます。鶏には砂肝という臓器があります。鶏には歯がありませんので、砂肝が歯の代わりにする臓器になります。本来の鶏や野鳥は、穀物と小石や土を食べて、砂肝の中で攪り合わせて体内に吸収できるようにしていきます。

土は管理が難しいので、日本では、コンクリートの床で、洗浄が容易に行える環境で飼育することが主流になっています。しかし、当社では、土佐ジローを「鶏を鶏らしく飼う」という想いで飼育しています。本来どういう生き方をしているかを考え、土の上での平飼いを行っています。

そして、土佐ジローは30m程普通に滑空するような元気のある鶏です。屋根を飛び越えるぐらい跳躍能力のある鶏ですから、広い場所で放し飼いにしてしまうと、筋肉が発達するため、肉質が硬くなり過ぎて、歯で噛み切れなくなってしまいます。会長が工夫を重ね、10年かけて最も美味しくなる飼い方を確立しました。それは、8㎡が板の間に止まり木のある部屋と、8㎡は土の上の平飼

いがセットとなった鶏舎です。その合計16㎡の中に50羽程の土佐ジローを入れて飼育しています。止まり木があるということも特徴となっています。

一般的な鶏肉というのは1㎡に16羽くらい入れて飼育しますが、土佐ジローの場合は1㎡あたり3羽強です。止まり木もありますので、立体的に考えると、より広い空間で飼育しています。止まり木の効果はいくつかありますが、大きくは、2つあります。1つは、土佐ジローは喧嘩をすることが多いですが、目線が変わると喧嘩していることを忘れ、ストレスが軽減されることです。もう1つは、エサを食べた後、すぐに休むことに繋がりが、肉質が向上することです。加えて、当社では、夜間に鶏舎に電灯を点けませんので、午後4時頃から寝床を確保するために、止まり木には強い土佐ジローから順番に上に登り、夜は寝るといような野生に近い状態で育成しています。



▲ 止まり木に止まっている「土佐ジロー」

—— 全部で今何羽くらい飼われていますか。

**社長：**肉用として約5,000羽、卵用に約500羽飼育しています。肉用としては、生後0日から150日までが約5,000羽ですから、月産としては約1,000羽です。当社の場合は、生後0日から150日までの土佐ジローが満遍なくいますので、コンスタントな出荷を通年行うことができます。

### —— 土佐ジローの肉の特徴を教えてください。

**社長：**まるでジビエと評されることがあり、野趣あふれる旨味と言われることもあります。大人になる150日間飼育しますので、肉質としては成熟し、適度な歯ごたえや弾力があり、噛めば噛むほど肉そのものから味が溢れてくるのが一番の特徴です。

余計な調味料は、逆に味を損なうので、天日塩だけを振り、火入れを間違いなく行えば、一番美味しい状態で食べることができます。

一般的に流通している鶏肉は、脂肪と水分が非常に多いので、どちらかと言うとタレ付けが馴染みます。濃い味付けがうまくマッチしますから、唐揚げ等が人気になります。

土佐ジローの肉を一般的に流通している鶏と同じと思込み調理すると、失敗する可能性がありますので、きちんと商品と同送するレシピを読んだうえで、調理してほしいと思います。

### —— 温泉宿の経営も行っていましたね。

**社長：**2004年（平成16年）、安芸市が閉鎖しようとしていた温泉宿を引き受ける形で、安芸市の指定管理者として温泉宿をスタートしました。

土佐ジローの飼育を始めた理由は、畑山で生きていく、暮らしていけるような産業にするためでしたが、土佐ジローを飼育している間も人口の減少は止まりませんでした。

畑山は山間地域で、市街地へ通じる道は県道一本しかありません。外部から人の流入がなければ、アクセスの確保や行政サービスの維持ができない可能性があります。そのため、会長は、交流拠点施設を守らなければ、畑山地区が消滅してしまうと考え、全く経験はありませんでしたが、異業種に参入することにしました。

### —— そこで土佐ジローの料理を提供したのですね。

**社長：**温泉宿の指定管理者になる前から、土佐ジローがテレビや漫画等のメディアで紹介されるようになり、求めてくれるお客様も増えていました。

会長は、この温泉宿で土佐ジローを前面に打ち出した料理を出すことで、集客力を高め、温泉宿の起死回生を図ることを考えました。また、土佐ジローの本当の美味しさを一人でも多くの人に知ってもらうための有効な宣伝媒体として利用することも考えたようです。

親戚や周囲の人は、全員が温泉宿を引き受けることに反対しましたが、会長は畑山が生き残っていくためには、必要なことと考え、引き受けることにしました。



▲ ランチ専門店「畑山ジローの店」  
(安芸市久世町の商業施設「すまいるあき」内)

## 新聞記者を辞めて畑山へ

### —— どうして新聞記者を辞めて畑山に来ることになったのですか。

**社長：**私は愛媛県の漁村で生まれ育ちました。その漁村では「まちづくり」が盛んでしたので、幼い頃から大人たちが熱心に取り組んでいた姿を見て育っています。

私が小学生の頃は、俗にいうバブル景気の時代でした。ハマチや真珠の養殖業が盛んで、地域全体に活気がありました。毎年のように新居や新造船が現れていました。中学生の頃にはバブルが崩壊し、養殖業に陰りが見え始めると、後継者を置く家が少なくなり、見る見るうちに人口が減少していきました。その様子を見て、私は「すぐに諦めてしまうのでなく、この土地にある資源で何かを行えば、まだまだ生き残れる道があるのではないか」という思いを持ち続けていました。

高校生の時から地域にあった段々畑の保存活動を少しずつ始めました。大学では農業経済を専攻し、卒業後は地元に戻り「まちづくり」を行うことで、地元の役に立てるようになりたいと思っていました。在学中の4年間に「まちづくり」の情報を沢山蓄積し、地元に戻った時に役立てようと、機会を見つけては全国各地の農山漁村を訪ねました。

大学3年生の時、国土交通省が主催する全国の田舎を体験するモニターツアーに参加しました。そのツアーの行き先が安芸市で、1週間安芸市の各所を巡りました。その時、初めて畑山で1泊したことが畑山との出会いでした。会長が温泉宿を引き受けた翌月の出来事でした。

畑山に来て集落がなくなるという現実が、日本にあるということを初めて知りました。多くの大学の先生方は、限界集落と言っても、結局はその後が続いていくので、消滅することはないと考えていました。しかし、高知県では、消滅した集落が多いことを知りました。畑山においては、かつては約800人が暮らしていましたが、当時は約70人、現在は約20人まで減少しました。そういう集落があるということに衝撃を受けました。

その時、会長は「逆に自分で何かを生み出せば、まだ暮らしていける。祭りも、産業も始めた誰かがいて、今に続いている。今、畑山で新しい産業を興せば、まだまだ暮らしていけるのではないか」と語りました。その言葉に共感して、私も自分の故郷で「まちづくり」を行いたいと思いました。

大学卒業後、地元に戻り、新聞記者になりました。取材を行っていくうちに、各種団体等を取材する好奇心より、自分が第一人者として、一次産業で働き、田舎で暮らしたい想いが強くなっていきました。そのため、週末は知り合いの農家を訪ね、泊まり込みで作物を収穫したり、イベントの手伝いをしたりしていました。また「まちづくり」仲間と一緒に旅行を兼ね、全国の農村等を視察していました。年に1回は畑山にも訪れ、毎年少しずつ良い方向に向かっている姿を見て、素晴

らしいと思いながら、4年間傍観していました。会長が、畑山の将来のなりたい姿を描き、十分な覚悟を持って取り組んでいる生き方に強い感銘を受けました。また、土佐ジローの商品力の強さを感じました。他の地域においては、そういう商品力の高い商材が少ないので「まちづくり」は祭りだと言ってイベントに流されがちです。地に足を付けた産業として、土佐ジローを自分が自信を持って出せるものとして育てていました。今後、情報発信の方法を変えることにより、土佐ジローでの「まちづくり」の可能性が一層高まるのではないかと感じました。東京等の都会で暮らしているが、田舎への憧れを持つ人や、人生で躓<sup>つまづ</sup>き、心に傷を負った人でも、畑山のような場所では生き方がマッチする人もいるはずだ、と私は考えています。そういった意味で、会長と価値観が一致したことに加えて、未来図と一緒に描くことができましたので、結婚することを決心しました。



▲鶏舎内の「土佐ジロー」

——リピーターやファンが多いそうですね。

**社長：**多いと思います。本当に有難い話です。私たちがどんな想いで土佐ジローを育てているのか、何を行いたくて、畑山で食堂宿を運営しているのかということを情報発信しています。ブログや新聞、雑誌も含めて情報発信を増やしていくと同時に、来店時に炭火焼を召し上がっていただく際には、会長か私が、必ずお客様の目の前で一切れずつ焼き、土佐ジローを提供します。話しながら提供することで、共感してくれる方が年々増えていきました。

入社した当初、年間8,000人程度のお客様が来てくれましたが、単に忙しくて儲けはありませんでした。私たちの給与も出せないような状態で経営することは長続きしません。私たちの暮らしが成り立ち、従業員も過酷な勤務ではなく、楽しんで働いてもらえるようにしたいと考えて、少しずつ予約優先という形に変えていきました。利用客数は年間3,000人程度に落としましたが、売上額は増加することができました。私たちの想いを理解してくれ、毎年何回も来てくれるようなお客様が増えていきました。そのことが私たちを前向きな気持ちにさせてくれています。

## 支援に感謝

— クラウドファンディングでも常に目標額を達成していますね。

**社長：**最初のクラウドファンディングでは、宿の風呂の改修工事代金として申込みました。浴槽が広過ぎ、重油代金がかさむため、経費を圧縮することに加えて、より使いやすい風呂に改修することが目的でした。業者は四国銀行に紹介してもらいました。

業者に設定してもらったクラウドファンディングの寄付金の目標金額は30万円でした。当社としても、その金額で十分と思っていました。初めてクラウドファンディングを行うことで、当社のお客様を可視化したいという思いもありました。目標金額30万円に対し、235万円が集まりました。30万円の目標金額は2時間で達成しました。残金でハンモックを購入するなど、お客様と楽しめることに投資させてもらいました。

2回目は、加工場を建設するために申しました。従来の加工場は安芸市が所有していました。安芸市と土地の所有者との賃貸契約終了により、更地にすることになりました。その時点では、正直廃業することも考えました。自前で建設するかどうかで結構迷いましたが、もう少し頑張ろうと

考え直し、自社で建設する方向で検討することにしました。そこで、将来的に土佐ジローを求めてくれる人がどれだけいるのかを知りたいと思いました。買わないという人が圧倒的多数であったなら、当社は加工場を建設しても未来がありません。当社が畑山で事業を続けて良いのかどうか、お客様の声を聞きたいと思い、2回目のクラウドファンディングに挑みました。目標だった500万円はわずか半月で達成することができました。最終的には、847万円が集まりました。金額もさることながら、畑山で当社が事業を継続しても良いと後押ししてくれたことが、本当に嬉しかったです。

今回、安芸市から指定管理を受けていた、食堂宿「はたやま憩の家」を運営していましたが、安芸市との契約が終了したため、閉店しました。この閉店を機に、宿泊業を廃業し、土佐ジローの生産・加工・販売に特化することを考えました。しかし、閉店を公表してから実際閉店するまでの半年間、宿泊もランチもほぼ満室・満席の予約を頂きました。宿の継続を望む声も多数頂きました。そして何より、目の前で、土佐ジローを食べて笑顔になっていただく時間が、私たちにとってかけがえのない時間であることを痛感しました。しかし、当社にとっても、宿を建設したけれども、お客様が誰も来ないということになれば、土佐ジローの生産にも関わってきますので、今回もお客様の声を届けてほしいと考え、3回目のクラウドファンディングに応募しました。目標800万円に対し、最終的に882万円集まりました。数多くの支援に感謝の気持ちしかありません。

## 新しい宿泊施設を建設中

— 新しい宿泊施設の進捗状況はいかがですか。

**社長：**昨日棟上げが終わり、来春のオープンを予定しています。宿泊可能な組数は、従来の3組から1組減少し、2組となっています。

私たちは新型コロナウイルス感染症の収束も見

通せないなか、お客様が来なかったらどうしようと心配するのですが、常連のお客様からは、1組減って2組に部屋数が減少するため、競合倍率が高くなるので、予約を取りにくくなると困るという声が沢山寄せられています。



▲ 新しい宿泊施設の完成イメージ図

—— 宿泊のお客様の県内・県外の割合は、どれぐらいですか。

**社長：**8割方が県外のお客様です。しかし、去年は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で、マイクロツーリズムの流れがあったため、少し高知県内のお客様が増加しました。ネット等の商品の販売まで含めると、9割以上が県外のお客様になります。

—— ふるさとづくり大賞総務大臣賞を受賞されましたね。

**社長：**2017年（平成29年）、総務省「ふるさとづくり大賞」総務大臣賞を受賞しました。土佐ジローを活かし、山村の自律と自立を実践しながら、地域振興につながる様々な取組は、人口減少、高齢化が著しく進む過疎集落の可能性を示すとともに、その持続可能な地域おこしのモデルとなるべきものであるという点が評価されました。また、6次産業化で、具体的な事業に取り組み、雇用創出している点も受賞理由です。

—— 最近は集中豪雨も多く、苦勞されているのではありませんか。

**社長：**畑山では、自然災害はつきものですから、年に何回かは集落が孤立することは想定内で暮ら

しています。それにしても、近年、日本各地で集中豪雨が多く発生しており、ここ何年間は不安が大きいと感じています。市街地へ通じる県道は1本しかありませんが、高知県が整備事業を途切れなく行ってくれており、お客様にも喜んでいただいています。

自分たちでも、以前にも増して、災害に備えるようにしています。当社では、山間地ですので支援が届くのは遅くなると想定し、パワーショベルを準備しています。また、社員は無線車を搭載し、道路状況等の情報交換できる体制を取っています。



▲ 「ごく旨地鶏の満ちてくスープ」の調理例

—— マスコミに取り上げられる回数も多いですね。

**社長：**有難いことに沢山取り上げてくれています。先月（8月）も3回取り上げられました。

特に、新聞は基本的に一回出たものは再度取り上げにくいものです。しかし、新聞も含めたマスコミが何度も紹介してくださっていますので、当社の力と言うよりも、土佐ジローの商品力によるものと思っています。加えて、お客様がそれぞれ個人でSNS等のいろいろな方面に発信することが、マスコミでの高い評価に繋がっていると思っています。先月、有名な暮らしの雑誌に掲載されました。その記事は、当社に食べにきた文筆家のお客様が商品を紹介してくださっていました。

マスコミ対応については、取材には、積極的に協力しますが、私たちの想いに沿わない企画等は

すべてお断りしています。例えば、土佐ジローを単に面白可笑しく紹介しただけといった内容の企画等はお断りしています。

取材を受ける際、商品の無償提供は基本的にありません。取材で使う肉類や缶詰を有償で販売したうえで、紹介されることを原則にしています。私は元々新聞記者ですが、新聞記者は、基本的に相手に忖度する機会を与えてはいけないと教わりました。食べ物の取材の場合、仮に自分が箸を付けなくても、正規の代金を支払い、それに対する評価を行うことが新聞記者の仕事と教えられました。対価を支払ったうえで、商品进行评估することが、マスコミとして成立する条件だと考えていますので、正当な料金を頂くことを基本としています。

#### — コロナの影響はありましたか。特に飲食店向けはどうか。

**社長：** 昨年の4月から、特に東京等の飲食店向けの販売が大きく減少しました。来店客も県外から来られるお客様が非常に多いですから、休業することにしました。高知県が自粛を求めた日の翌日から、すべての予約をキャンセルしました。繁忙期のゴールデンウィークもすべて休業となり、今後のことを考えると本当に不安でした。

そうしている間に、報道番組から電話がかかってきました。SNS等で当社の商品を購入することで、応援しようとする人の投稿を見たため、取材を行いたいという内容でした。その数日後に取材がありました。ゴールデンウィーク直前に私自身も毎夜、視聴している報道番組で放送されました。当社の社名は出なかったですが、土佐ジローの名前が出ました。5分足らずの放映時間でした。今年のゴールデンウィークは久しぶりに子供たちとゆっくり遊べるとしていました。ところが、放映後、注文が殺到し、ゴールデンウィークは出荷に追われる日々となり、在庫はほぼ売れました。

その少し前には、以前にも紹介してもらった有名食材紹介番組スタッフから「コロナで大変じゃ

ないですか。応援したいのですけど」という連絡がありました。新型コロナウイルス感染症が拡大するなか、番組として取材に行けないので、商品等をカメラで撮影して送ってほしいと依頼され、依頼された通りに撮影し送りました。放映時間は5分足らずでしたが、放映後、多くのお客様が商品を購入してくれました。そんな有難い話が続き、5月の売上が伸びていきました。

6月には、また別の全国放送で缶詰スープが取り上げられ、非常に有難く感じました。それらのおかげで、飲食店向けの落ち込みを十分カバーする売上を計上することができました。宿泊・食堂の予約についても、キャンセルが非常に多かったのですが、キャンセル目掛けて予約を入れてくれるお客様も多く、営業再開後の稼働率は例年以上となりました。



▲「ごく旨地鶏の満ちてくスープ」の缶詰

#### — 幅広い商品を販売していますが、商品開発はどのように行っていますか。

**社長：** 自分が食べたい商品を作るということを基本にしています。また、先程もお話ししましたが、一般的な鶏のような調理方法を行ってしまい、土佐ジロー本来の美味しさを味わえないこともあります。当社のリピーターのお客様でも、畑山で食べた時の味が出せないという声をしばしば耳にします。それは、美味しい状態で食べていただけていないことになります。従って、自身で調理することなく、自宅で気軽に美味しく食べてほしいと思い、加工食品開発に取り組んできました。入社以来、常に新しい商品を考えて続けています。

しかし、例えば、農産物において、規格外品が発生すると、加工品開発が可能となりますが、土佐ジロー生産においては、規格外品が発生しないため、商品の値段が高くなるという難しい部分があります。

また、以前は、一定のロットがないと加工業者は受注してくれませんでしたので、当社のような小規模生産者には非常に厳しい状況でした。いろいろなお客様が情報を寄せてくださったり、紹介してくださったりしたおかげで、低ロットでも開発してくれる加工業者に出会うことができたので、現在は種類が増えてきています。



▲「土佐ジローのアヒージョ」

#### ——社長のこだわりや想いを聞かせてください。

**社長：**都会での暮らしと比較すると、不便なことが多いですが、自然の移ろいを身近に感じられることは贅沢で楽しいことと思っています。元々会長が畑山で事業を始めた理由は、土佐ジローで生業を創り、川や山を含めた自然を楽しむことでした。

多くの人が畑山で働き、暮らす楽しみを見つけるために、畑山の遊びを創り、畑山にこだわった生業を創りたいと思っています。

また、土佐ジローを目的に来ていただくお客様が、畑山を故郷のように思い、何度も訪ねてくれるように、一緒に畑山で楽しめるイベントを考えていきます。

#### ——労働力の確保はどのように取り組んでいますか。

**社長：**一番苦勞する部分ですね。働いてくれる従業員を大切にすることを基本に考えています。入社後、新規で雇った従業員は3人です。県外から畑山に移住し、現在も住んでいる若い従業員も出てきました。インターンの受入も積極的に行っていますので、東京や関西などからも学生が来てくれています。

今後、農業系の求人を出す、田舎暮らしに憧れる人が見ているようなサイトで求人かけるような活動を行いたいと思っています。

#### ——人材育成はどのように行っていますか。

**社長：**職人の世界に近いので、それぞれ先輩の指導に任せていますが、資格取得は、技術向上のために奨励しています。鶏を捌く加工場の運営には、資格が必要になります。昨年、その資格を2名の従業員が取得しました。加工場に資格を持った従業員は1人で良いのですが、当社では、5人が資格を持っています。有資格者が5人いることで、所管する行政職員に「こんなに多いところは珍しいですね」と言われました。

#### ——現状の課題を聞かせてください。

**社長：**コロナの問題が一番大きいですね。飲食店とは、長いお付き合いをしています。緊急事態宣言が出ると、出荷がストップしますが、いつ再開するか、目途が立たない状況が続いています。

また、引き続き人材確保という意味では、PRを積極的に行っていく必要があると思っています。従業員が高齢になってきていますので、早い時期に、若い従業員を新しく加え、指導してもらなかで、次の世代を育てたいと思っています。畑山には、空き家がありませんので、将来的には社宅を建設し、従業員を増加させたいと思っています。

#### ——今後の目標や事業展望について教えてください。

**社長：**畑山で、今後も人が暮らし続けるよう労働可能世帯が暮らせる産業興しを目指しています。

畑山には、いろいろな魅力があり、非常にポテンシャルが高いと思っています。その魅力と土佐ジローを発信することにより、交流人口を増加させ、畑山に賑やかさを生み出したい。そのことにより、従業員に、大変なことは確かに数多くありますが、土佐ジローに関わったことで日々楽しく、幸せと言われるようにしたいと思います。そ

れは従業員だけではなく、来てくれるお客様も含めて、畑山があつて良かったと引き続き言われるように、楽しいことを考えていきたいと思っています。

—— 本日はありがとうございました。

(調査部長 西本治史)

#### 会社概要

- 名称 有限会社 はたやま夢楽
- 創業 昭和63 (1988) 年
- 設立 平成16 (2004) 年10月1日
- 本社 〒784-0061 高知県安芸市畑山甲980番地
- 資本金 600万円
- 事業内容 養鶏業、食肉・加工品販売

#### 四国銀行安芸支店 野村支店長より一言

有限会社はたやま夢楽は、安芸市中心部から、狭い道路を北に向かって約20km離れた限界集落にあります。

当社の生産する「土佐ジロー」は、全国的に知名度が高く、数々の全国ネットの有名なメディアでも度々紹介され続けています。「土佐ジロー」の美味しさのみならず、会長と社長の畑山への思い入れや、この地域で生業を創り暮らしているというストーリー性がその理由であると思います。

会長は、全く新種の鶏「土佐ジロー」と出会い、10年間試行錯誤するなかで、飼育方法を確立した結果、現在の「土佐ジロー」の味を完成させました。それに社長の発信力と人間力が加わることで、相乗効果が発揮され、ファンが増加しています。畑山地区の住民の150倍にあたる約3,000人ものお客様が「土佐ジロー」を求めて、全国各地から来訪されています。インタビューのなかで「私たちの想いを理解し、毎年何回も来てくれるようなお客様が増えたことが、私たちに勇気を与えてくれました。そのおかげで、数多くの困難を乗り越えることが出来ました」という言葉が非常に印象に残っています。沢山のお客様に支えられ、そのことに心から感謝し、更にサービスの深度を深めるという理想的なサイクルになっています。

当社の取組は、人口減少や高齢化が進む過疎集落において、具体的な事業を興し、雇用を創出するとともに、交流人口を増加させることに成功しており、各地の山村における「まちづくり」のモデルとなっています。当行はメイン銀行として、引き続き事業のお手伝いを行うことで、一緒に「まちづくり」や「地域振興」を担っていききたいと思います。





# 「四国地域の設備投資動向」

～2020・2021・2022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  
企画調査課 副調査役 進 沙也加

## 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、国内の設備投資動向の調査を行っている。今年度については2021年8月に、2020年度の設備投資実績及び2021年度、2022年度の設備投資計画についての調査結果を公表した(調査時点は2021年6月22日。四国地域については四国支店が公表)。本稿では、2022年度の設備投資計画については未定とする企業が多いことから、調査結果のうち四国地域における2020年度実績及び2021年度計画を中心に解説する。

## 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)で調査した。

### (2) 調査対象・集計分類基準

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)。

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。

### (3) 回答状況(図表1)

今回の設備投資動向調査は、全国9,486社に調査票を送付し、5,692社から回答をいただいた(回答率60.0%)。うち、本社所在地が四国にある企業については、291社に調査票を送付し、213社から回答をいただいた(回答率73.2%)。

### (4) 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(5,692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213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355社である。

【図表1】 回答状況

調査対象社数	9,486 社
うち、本社所在地が四国	291 社
回答社数	5,692 社
うち、本社所在地が四国	213 社
回答率	60.0 %
うち、本社所在地が四国	73.2 %

## 3. 四国地域の設備投資動向

2020年度、2021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)

2020年度実績(以下、増減率は対前年度比)は、製造業が減少(6.1%減)に転じ、非製造業も二桁減(19.5%減)となったことから、全産業では減少(11.9%減)となった。

2021年度計画は、製造業が大幅増(30.7%増)となることに加え、非製造業も増加(3.4%増)することから、全産業では増加(23.0%増)となる。

【図表2】 四国地域の設備投資動向

	2019実績	今回調査	
		2020実績	2021計画
全産業	2.5	▲ 11.9	23.0
(同除電力)	( 4.4 )	( ▲ 8.3 )	( 23.7 )
製造業	0.4	▲ 6.1	30.7
非製造業	5.1	▲ 19.5	3.4
(同除電力)	( 14.0 )	( ▲ 13.6 )	( 5.4 )

(単位: %)

(2) 業種別動向 (図表3)

①2020年度実績

製造業は、化学 (29.6%増、寄与度2.9%) や電気機械 (9.7%増、寄与度1.5%) などが、新型コロナウイルス感染症対応や新製品・製品高度化に対応した能力増強等により増加した。しかしながら、一般機械 (37.0%減、寄与度▲2.1%) や非鉄金属 (48.0%減、寄与度▲2.0%) などの業種では、前年度に実施した大型投資の反動等により減少したため、全体では減少 (6.1%減) となった。

非製造業は、環境対応投資や施設新設によりガス (16.2%増、寄与度0.6%) や不動産 (37.9%増、寄与度0.3%) が増加したものの、大型投資の反動等により電力 (26.1%減、寄与度▲5.3%) や卸売・小売 (53.5%減、寄与度▲2.0%) が減少したことから、全体では減少 (19.5%減) となった。

2020年度は、新型コロナの感染拡大を理由に当初の設備投資計画を下方修正した企業が多く、幅広い業種で減少となった。

②2021年度計画

製造業は、化学 (23.8%減、寄与度▲3.3%) や一般機械 (33.1%減、寄与度▲1.7%) など一部の業種では、前年度の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 (89.8%増、寄与度20.5%) 及び非鉄金属 (84.7%増、寄与度4.2%) は、次世代車向け等の製品高度化投資により、紙・パルプ (5.5%増、寄与度0.9%) は、高機能素材や脱炭素対応投資により増加することから、全体では大幅増 (30.7%増) となる。

非製造業は、運輸 (42.2%減、寄与度▲4.3%) などが大型投資の反動等により減少となるものの、卸売・小売 (79.7%増、寄与度2.2%) や通信・情報 (50.2%増、寄与度1.9%) は、サプライチェーン高度化、次世代通信、南海トラフ対応など地域レジリエンス関連投資により、その他の非製造業 (67.7%増、寄与度1.0%) は、増産投資により増加することから、全体では増加 (3.4%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2021年度計画は、全産業ベースで大幅増 (41.4%増) となる。

製造業は、前年度の大型投資の反動で化学が減少するものの、高機能素材や脱炭素対応投資などにより紙・パルプが増加することから、全体では増加 (42.9%増) に転じる。

非製造業は、商業施設の大規模改装のある不動産に加え、その他の非製造業や、南海トラフ対応などで通信・情報が増加するため、増加 (41.0%増) に転じる。

高知県の2021年度計画は、製造業において、機能紙 (電池用途など次世代車向けを含む) をはじめとした高機能素材向けや脱炭素関連など、付加価値の高い投資が多く見られた。また非製造業における商業施設向けの投資は、新型コロナによる巣ごもり需要など消費行動の変化に即したものと考えられ、災害への備えとしての南海トラフ対応投資とあわせて、社会変化・社会課題への対応を意識した投資と捉えることができる。

【図表3】 四国地域の業種別 設備投資動向

(単位：%)

	2020実績		2021計画	
	増減率	寄与度	増減率	寄与度
全産業	▲ 11.9	▲ 11.9	23.0	23.0
(同除電力)	▲ 8.3	▲ 6.6	23.7	23.5
製造業	▲ 6.1	▲ 3.5	30.7	22.0
電気機械	9.7	1.5	89.8	20.5
非鉄金属	▲ 48.0	▲ 2.0	84.7	4.2
その他の製造業	▲ 57.2	▲ 1.1	47.8	0.9
紙・パルプ	▲ 14.0	▲ 1.9	5.5	0.9
窯業・土石	▲ 3.2	▲ 0.0	103.7	0.8
織 維	▲ 50.9	▲ 1.1	47.0	0.6
鉄 鋼	▲ 64.0	▲ 0.1	166.2	0.3
石 油	32.9	0.2	-	-
精密機械	▲ 96.4	▲ 0.0	▲ 1.9	▲ 0.0
輸送用機械	▲ 4.1	▲ 0.1	▲ 9.7	▲ 0.3
食 品	45.8	0.3	▲ 58.3	▲ 0.8
一般機械	▲ 37.0	▲ 2.1	▲ 33.1	▲ 1.7
化 学	29.6	2.9	▲ 23.8	▲ 3.3
非製造業	▲ 19.5	▲ 8.4	3.4	1.0
(同除電力)	▲ 13.6	▲ 3.1	5.4	1.5
卸売・小売	▲ 53.5	▲ 2.0	79.7	2.2
通信・情報	▲ 22.8	▲ 0.8	50.2	1.9
その他の非製造業	▲ 6.0	▲ 0.1	67.7	1.0
不動産	37.9	0.3	67.8	1.0
建 設	48.7	0.1	71.4	0.6
リ ー ス	13.2	0.0	35.6	0.1
サ ー ビ ス	3.0	0.0	▲ 50.1	▲ 0.4
電 力	▲ 26.1	▲ 5.3	▲ 96.3	▲ 0.5
ガ ス	16.2	0.6	▲ 9.7	▲ 0.6
運 輸	▲ 14.6	▲ 1.3	▲ 42.2	▲ 4.3

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2021年度計画の寄与度順に並べ替え後

徳島県の2021年度計画は、全産業ベースで大幅増（61.7%増）となる。

製造業は、一般機械や紙・パルプが減少するものの、製品高度化投資のある電気機械や維持更新投資のある化学が増加することから、全体では4年連続の増加（72.1%増）となる。

非製造業は、新規出店のある卸売・小売などが増加するものの、運輸、通信・情報、不動産などが前年度の大型投資の反動で減少するため、全体では減少（25.6%減）となる。

徳島県の2021年度計画は、製造業における次世代車対応の大型投資やサプライチェーン上重要となる製品への投資など、高機能・高付加価値型の投資によって前向きな設備投資マインドが見られ、四国全体の設備投資動向をも牽引している。一方で、非製造業は反動減となったものの、次世代通信向けの投資など将来を見据えた投資も計画されている。

その他四国2県（香川県、愛媛県）の設備投資動向は図表4の通りであり、四国4県とも設備投資動向は概ね堅調であるといえる。

【図表4】 四国地域の各県別 設備投資動向

	(単位：%)				
	2019実績	今回調査			
		2020実績	2021計画	製造業	非製造業
徳島県	10.5	▲10.3	61.7	72.1	▲25.6
香川県	9.3	▲16.8	▲0.3	▲7.6	17.8
愛媛県	▲4.9	▲9.8	6.2	16.4	▲15.1
高知県	4.4	▲14.4	41.4	42.9	41.0
四国計	2.5	▲11.9	23.0	30.7	3.4

## 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2020年度設備投資実績は、製造業（12.3%減）、非製造業（9.6%減）ともに減少に転じ、全産業は二桁減（10.5%減）となった。

2021年度計画は、製造業（16.9%増）、非製造業（8.5%増）ともに増加することから、全産業は二桁増（11.3%増）となる見通し。

製造業では、新型コロナウイルスの影響で昨年度に見送った投資の再開を計画している企業割合が高い

一方で、非製造業では、投資再開の動きが相対的にやや弱めとなっており、K字回復の様相となっている。また企業規模別では、大企業より中堅企業が弱めの計画となっており、中堅企業においてウエートの高いホテル・旅館などのサービス業が大きく下押している。

また全国では、脱炭素に向けた動き（次世代車、省エネ・再エネ関連など）やコロナ禍で加速した遠隔非接触化や自動化に向けたAI・IoT関連のイノベーションの動きに加えて、サプライチェーン見直しなどレジリエンス強化に向けた動きも見られる。

【図表5】 全国の設備投資動向

業種	全 国				四 国			
	2020年度	2021年度	2021/2020(2020/2019)	寄与度	2020年度	2021年度	2021/2020(2020/2019)	寄与度
全 産 業	177,161	197,274	11.3 (▲10.5)	11.3	2,830	3,481	23.0 (▲11.9)	23.0
製 造 業	60,051	70,235	16.9 (▲12.3)	5.7	2,032	2,656	30.7 (▲6.1)	22.0
食 品	4,297	4,661	8.5 (▲8.4)	0.2	41	17	▲58.3 (▲45.8)	▲0.8
酒 類	471	632	34.0 (▲11.7)	0.1	39	57	47.0 (▲50.9)	0.6
紙・パルプ	1,806	2,103	16.5 (▲11.5)	0.2	450	474	5.5 (▲14.0)	0.9
化 学	12,202	13,785	13.0 (▲4.3)	0.9	397	303	▲23.8 (▲29.6)	▲3.3
石 油	2,526	3,202	26.8 (▲26.4)	0.4	-	-	(▲32.9)	-
窯業・土石	1,641	1,960	19.4 (▲12.3)	0.2	23	46	103.7 (▲3.2)	0.8
鉄 鋼	4,423	4,878	10.2 (▲7.8)	0.3	5	13	166.2 (▲64.0)	0.3
非鉄金属	1,836	2,468	34.4 (▲19.7)	0.4	141	261	84.7 (▲48.0)	4.2
金属製品	782	1,126	44.0 (▲18.1)	0.2	9	16	76.0 (▲55.1)	0.2
一般機械	6,165	7,274	18.0 (▲20.9)	0.6	159	99	▲33.1 (▲37.0)	▲1.7
電気機械	5,779	7,872	36.2 (▲16.3)	1.2	647	1,229	89.8 (▲9.7)	20.5
精密機械	1,923	1,932	0.5 (▲16.4)	0.0	1	1	▲1.9 (▲96.4)	▲0.0
輸送用機械	13,891	15,283	10.0 (▲12.0)	0.8	91	82	▲9.7 (▲4.1)	▲0.3
ラジエーター	13,238	14,665	10.8 (▲12.5)	0.8	1	1	▲25.7 (▲73.2)	▲0.0
その他の製造業	2,313	3,058	32.2 (▲25.6)	0.4	43	60	41.8 (▲57.8)	0.6
非製造業	117,110	127,039	8.5 (▲9.6)	5.6	798	825	3.4 (▲19.5)	1.0
建 設	6,579	7,801	18.6 (▲13.1)	0.7	22	38	71.4 (▲48.7)	0.6
卸売・小売	10,269	11,189	9.0 (▲12.4)	0.2	140	140	▲5.7 (▲5.5)	2.2
不動産	19,365	20,779	7.3 (▲1.4)	0.8	42	70	67.8 (▲37.9)	1.0
運 輸	31,177	36,996	18.7 (▲20.4)	3.3	287	166	▲42.2 (▲14.6)	▲4.3
電 力	11,706	12,641	8.0 (▲12.7)	0.5	15	1	▲96.3 (▲26.1)	▲0.5
ガ ス	2,468	2,749	11.4 (▲10.5)	0.2	173	158	▲9.7 (▲16.2)	▲0.6
通信・情報	24,487	24,330	▲0.6 (▲0.0)	▲0.1	165	158	50.2 (▲22.8)	1.9
リ ー ス	5,303	5,054	▲4.7 (▲4.0)	▲0.1	9	12	35.6 (▲13.2)	0.1
サ ー ビ ス	5,242	5,018	▲4.3 (▲21.4)	▲0.1	25	11	▲50.1 (▲3.0)	▲0.4
その他の非製造業	514	482	▲6.3 (▲23.7)	▲0.0	49	73	67.7 (▲6.0)	1.0
全産業(除電力)	165,461	184,633	11.6 (▲10.2)	10.8	2,814	3,480	23.7 (▲8.3)	23.5
非製造業(除電力)	105,404	114,398	8.5 (▲8.9)	5.1	782	824	5.4 (▲13.6)	1.5

(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

### (2) 地域別設備投資動向 (図表6)

2021年度の地域別設備投資計画は、北海道では減少となるものの、その他の地域で増加することから、全国計では増加（11.3%増）となる。

四国地域の全産業伸び率（23.0%増）は、北関東甲信地域（38.3%増）に次ぐ全国で2番目に高い水準となっている。

地域別では、電力が大幅増となる北関東甲信、運輸で伸び率が高くなっている首都圏、関西及び東北で伸び率が高くなっている。その他、半導体の生産能力増強により電気機械が増加する北陸、

【図表6】 地域別設備投資の動向（対前年度比増減率）

（単位：％）

	2019年度 実績	今 回 調 査					主な増加業種（増加率）	主な減少業種（減少率）
		2020年度 実績	2021年度 計画					
				製造業	非製造業			
北海道	10.1	▲ 26.1	▲ 9.9	▲ 25.3	▲ 2.7	食品 (76.1) 電力 (14.3)	鉄鋼 (▲82.5) 運輸 (▲17.1)	
東北	▲ 2.9	▲ 20.9	10.5	3.3	20.9	運輸 (53.0) 化学 (27.2)	輸送用機械 (▲35.8) 紙・パルプ (▲25.5)	
北関東甲信	▲ 6.9	▲ 6.1	38.3	21.5	87.0	電力 (218.0) 化学 (35.8)	サービス (▲55.6) 鉄鋼 (▲29.1)	
首都圏	6.5	▲ 19.1	20.2	39.9	16.3	運輸 (31.4) 不動産 (17.1)	サービス (▲28.3) 電力 (▲20.8)	
北陸	3.2	▲ 3.6	17.2	18.7	13.1	電気機械 (41.5) サービス (139.8)	輸送用機械 (▲77.8) 通信・情報 (▲41.5)	
東海	▲ 6.5	▲ 7.8	5.3	3.3	13.0	不動産 (122.2) その他の製造業 (79.0)	輸送用機械 (▲6.1) 電気機械 (▲8.0)	
関西	▲ 3.8	▲ 20.0	12.0	10.8	12.7	運輸 (31.5) 化学 (29.3)	サービス (▲38.9) 食品 (▲36.9)	
中国	5.5	▲ 11.6	8.4	27.0	▲ 22.7	輸送用機械 (64.8) 化学 (29.4)	電力 (▲81.6) サービス (▲46.3)	
四国	2.5	▲ 11.9	23.0	30.7	3.4	電気機械 (89.8) 非鉄金属 (84.7)	運輸 (▲42.2) 化学 (▲23.8)	
九州	9.8	▲ 18.4	15.0	15.1	14.8	不動産 (80.2) 運輸 (19.3)	電力 (▲76.3) 卸売・小売 (▲6.7)	
全国	2.0	▲ 10.5	11.3	16.9	8.5	-	-	

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

再開発案件やオフィスビル新設などにより不動産が増加する九州や東海、新商品対応により輸送用機械が増加する中国も増加の計画となっている。

ナノファイバーなど高機能素材への投資や5Gなど次世代通信への投資も見られた。

## 5. 2021年度四国地域の設備投資動向の特徴

四国地域の設備投資動向は、複数の大型投資が重なると大きくプラスに振れやすいという傾向はあるものの、2021年度計画は20%超の高い伸び率となっており、四国地域の設備投資マインドは堅調であるといえる。

今回の四国地域設備投資計画調査のポイントは、以下の3点である。

### （1）中長期的な効果を見据えた投資【次世代・高機能・高付加価値】

新型コロナの影響で昨年度に計画していた投資の一部が今年度に期ずれしているものの、投資の内容としては将来を見据えたものや需要の裏付けのあるものなど、次世代・高機能・高付加価値型の投資と捉えている。

製造業における電気機械、非鉄金属及び紙・パルプでは、社会構造の変化に伴い、次世代車対応など将来を見据えた研究開発型の投資が計画されている。

また紙・パルプや通信・情報では、セルロース

### （2）脱炭素・地域レジリエンスを意識した投資

四国地域においても、脱炭素や地域レジリエンス強化（サプライチェーン高度化、南海トラフ対応）を意識した投資が多く見られた。

脱炭素に向けた動きでは、紙・パルプや卸売・小売といった業種におけるLNG設備や再エネ発電設備の導入などの脱炭素関連投資がある。水素やアンモニアへのエネルギー転換の前段階として、脱炭素に向けて今取り組まなければならない喫緊の投資（省エネ・再エネ関連など）を実施する傾向となっている。

サプライチェーン高度化に向けた動きでは、卸売・小売による物流施設新設投資などが挙げられる。新型コロナを契機に、多くの企業が仕入調達先や拠点の分散・多様化を実施・計画しているものと考えられる。

さらに、通信・情報では南海トラフ対応に関する投資が計画されている。

### （3）昨年度も一部見られた新型コロナ対応

昨年度に引き続き今年度計画においても、紙・パルプにおけるペーパータオルやマスク関連の設備新設など、新型コロナに対応した投資が継続す

る。

また新型コロナの影響について、四国地域でも、製造業の一部では将来を見据えた前向きな投資が計画されている一方で、非製造業ではコロナ禍からの回復が見込みづらいためか、投資に対して慎重な姿勢も見られる。

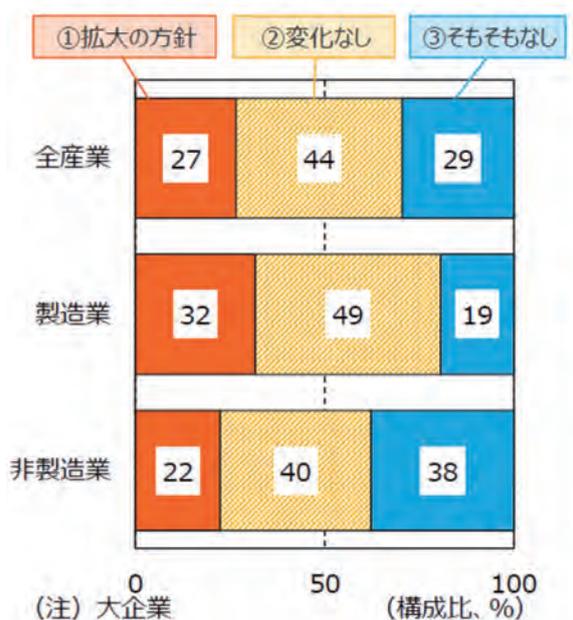
## 6. 四国地域のポテンシャルと展望 (図表7、8)

四国地域は、サプライチェーンの上流部に位置する素材系の産業が集積しており、将来を見据えて設備投資や研究開発を継続している企業が多く見られる。そのため、設備投資動向が米中貿易摩擦や半導体不足といった景気動向に大きく左右されることなく、底堅く推移する傾向にある。

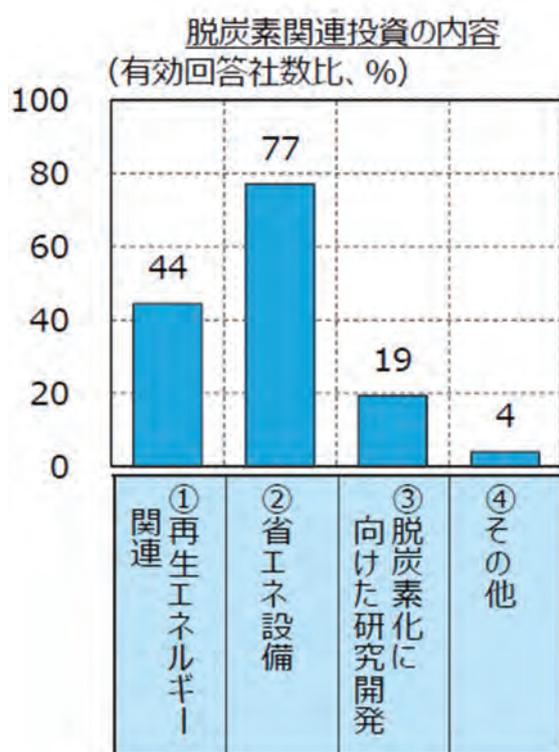
それらの素材関連企業は、SDGs やカーボンニュートラルといった世界的な産業潮流を早くから意識しているため、今後はカーボンニュートラルに向けた脱炭素関連投資が加速していくものと思料される。全国の資本金10億円以上の大企業を対象に実施した特別アンケートでは、約3割の企業が脱炭素関連投資を拡大する方針と回答しており、省エネ・再エネ関連の他、エネルギー転換に向けた研究開発も計画されている。

一方で、懸念される材料としては、度重なる新型コロナの感染拡大による国内外経済の不透明感が挙げられる。引き続き新型コロナが設備投資に与える影響について注視していくとともに、その先を見据えた前向きな投資の動向にも注目して参りたい。

【図表7】 脱炭素関連投資（研究開発含む）の状況



【図表8】 脱炭素関連投資の内容



(注) 2つまでの複数回答、中堅企業

# 県内「地域商社」事例の紹介

～地域経済を牽引する役割を担うことが期待される高知県内の地域商社～

四銀地域経済研究所 主任研究員 前田 和雅



写真1：「道の駅とおわ」の「shimanto おちゃくり café」  
出所：(株)四万十ドラマより提供



写真2：「道の駅よつて西土佐」店内の様子  
出所：(株)西土佐ふるさと市より提供

## はじめに

2016年6月に公表された「まち・ひと・しごと創生基本方針2016」では、地域資源の市場開拓の司令塔を担う「地域商社」の設立・支援が重要な施策として挙げられ、以降、全国各地で、行政、民間、第3セクターなどが主体となり、「地域商社」が次々と誕生している。

全国各地で「地域商社」が誕生している背景には、企業誘致や公共投資といった「外からの地域経済活性化」は限界を迎えており、今後は地域が自らの資源を活用して経済の活性化を目指す「内からの地域経済活性化」の重要性が高まっていることがある。そのためには、地域内にある固有の特産品や資源を発掘し、磨き上げ、積極的に売り込み、外貨を稼ぐことが求められる。

本稿では、基本的な定義、3つの機能、類型などを日本政策投資銀行のレポート「域内商社機能強化による産業活性化調査」を参考に概要を整理したうえで、高知県内で事業を展開している「地域商社」の動向を事例に基づき考察する。

なお、地域商社の対象地域は、県単位から旧市町村単位まで幅広いが、今回紹介する事例は、旧市町村単位が対象地域となっている。

## 1. 「地域商社」の定義

地方創生の観点から、「地域商社」の設立や活動を支援している内閣官房まち・ひと・しごと創生本部によると、「地域商社」を「地域の優れた産品・サービスの販路を新たに開拓することで、従来以上の収益を引き出し、そこで得られた知見や収益を生産者に還元していく事業の担い手」と定義している。

また、中小企業庁は「全国ではなく、地域に密着して、地域資源の発掘、地域資源の活用法検討、市場調査、商品開発、販路開拓（商談・ビジネスマッチング）、販売促進活動、販売、メーカーへの販売情報の提供など、地域の生産者の活動を全面的にサポートするとともに、全国（海外）へ積極的に地域の商品（特産品等）を売り込んでいく取組または機能」と定義している。

## 2. 「地域商社」に求められる3つの機能

### (1) 事業の企画力

地域資源を活用して、付加価値の高いビジネスモデルを構築する力のことをいう。付加価値を大きくするためには、地域の生産サイドの都合だけでなく、対象とするマーケットサイドへの理解が必要となる。

## (2) 外貨の獲得（売り込む力）

地域外に商品を売り込み、地域外から利益を引き込む力が必要となる。顧客のターゲットを設定し、効果的な販売方法を生み出さなければならない。地域に活力をもたらすビジネス展開の中核としての活躍が期待される。

## (3) 地域内経済循環の促進（巻き込む力）

地域内の原材料・人材・技術を活用する力や、地域外への所得の流出を防ぐため、地域内消費を促進する力が求められる。そのためには、地域の様々なプレーヤーを巻き込み、新たな経済循環を構築していくことが、地域を豊かにするために必要な機能となる。

## 3. 地域商社の類型

「地域商社」はその特徴より、「マーケットの範囲」、「活動形態」、「活動主体」による違いで分類することができる。

### (1) 「マーケット範囲」による類型

マーケットの範囲で分類すると、狭い範囲のも

のでは、地域で生産した一次産品（農水産物）や加工品（加工食品）、サービス（飲食）などを地域内及び近隣地域で消費する「地産地消型」となる。例えば「産直販売所」や「道の駅」などが挙げられる。続いて、地域産品やサービスを大都市圏などに販売し、地域外からの外貨を獲得する「移出型」となる。例えば「第3セクターによる物産公社」や「地域発のネット販売事業者」、「都市部にある各地方のアンテナショップ」などが挙げられる。そして、マーケットの範囲が最も広いものでは、地域産品を海外に販売し、外貨を獲得する「輸出型」となる。例えば「地域発の輸出商社」などが挙げられる。

### (2) 「活動形態」による類型

活動形態とは、「地域商社」がどのような事業活動を行っているかにより分類するもので、大きくは「流通型」、「メーカー型」、「プロジェクトメイク型」の3つに分類ができる。このうち「流通型」は、さらに「小売型」と「卸売型」に分けられる（図表1）。

図表1 活動形態による地域商社の類型

類型		内容	例
流通型	小売型	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域内もしくは地域外に売り場・店舗を持って、地域産品や地域産品を活用したサービスを直接販売・提供しているもの。</li> <li>ネット販売もこの小売型に含める</li> </ul>	道の駅・直売所 アンテナショップ 飲食店、ネット販売事業者等
	卸売型	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般の商社と同様に、地域の産品を他地域に販売する商流・物流を提供するもの。</li> <li>近年は海外事業者に直接販売する取り組みもみられる。</li> </ul>	物産公社 地域発の輸出商社等
メーカー型		<ul style="list-style-type: none"> <li>地域資源を活用し製造した加工品・製品を国内外に販売し、地域のプランディングまで至っているもの。</li> </ul>	地域の製造事業者等
プロジェクトメイク型		<ul style="list-style-type: none"> <li>地域内もしくは地域外において地域資源の販売や活用を狙ったプロジェクトを組成し、実行しているもの。</li> </ul>	地域産品の販売イベント 海外でのプロジェクト組成

出所：日本政策投資銀行「地域商社機能強化による産業活性化調査」

図表2 活動主体による地域商社の類型

類型	内容
民間企業・団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域産品の開発・販売を民間企業・団体が手掛けるもの。</li> <li>具体的には、製造業・流通業を手掛ける民間企業、農業協同組合・漁業協同組合などの組合、地方銀行などの金融機関が当てはまる。また、商工会議所・商工会などの民間の産業支援団体が中心となっている例もある。</li> </ul>
第3セクター	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方自治体と民間企業が出資した第3セクターが地域商社として活動している例。</li> <li>民間企業・団体と異なり、地域の産業支援という公共的な目的も有しており、生産者・事業者へのアドバイス・支援なども手掛ける。</li> </ul>
行政 (地方自治体)	<ul style="list-style-type: none"> <li>行政が開設する産業支援センター等が、地域の産業振興のために事業者に対し、生産から販売に至るサポートを行っている例。多くのアンテナショップについて、設置主体としても活動。</li> <li>行政が主体であるため、産品の販売による売上獲得を目的としておらず、産業支援的な意味合いが主となる。</li> </ul>

出所：日本政策投資銀行「地域商社機能強化による産業活性化調査」

### (3) 「活動主体」による類型

活動主体で分類すると、「民間企業・団体」、「第3セクター」、「行政（地方自治体）」の3つが挙げられる（図表2）。

## 4. 高知県内で事業を展開している「地域商社」の事例

「地域商社」で成功するためには、地域資源である農産物などに独自の加工を施し、併せて、その地域のストーリーを伝えることで、ブランド商品化し、付加価値を向上させることがポイントと言われている。

本章では、高知県内に事業所の拠点を置いている「地域商社」のなかで、付加価値向上に成功し、地域の雇用確保や生産者への収益還元、全国への地産外商の取組などの面で地域に貢献している2つの事例を取り上げる。

### 4-1. 株式会社四万十ドラマ<四万十町>

#### (1) 設立経緯、あゆみ

1994年、産業創出を目的として、旧大正町、旧十和村、旧西土佐村(以下、旧3町村という)の出資による第三セクター企業として、「株式会社四万十ドラマ」(以下、当社という)が誕生した。当社の代表取締役を務める畦地氏は、当時JA職員であったが、社員募集に応募し、唯一の社員として入社した。

図表3 会社概要

社名	株式会社四万十ドラマ
所在地	高知県高岡郡四万十町十川9-5
代表者名	畦地 履正氏
設立	1994年11月
資本金	37百万円
従業員数	25名(正社員19名、パート6名)
企業理念	四万十川に負担をかけないものづくり

出所：四銀地域経済研究所作成

1999年、当社は、旧3町村からの補助金を止めて、独立採算性に移行した。当時、地元の農産物を組み合わせ、次々と商品化を実現した。その時点での当社の商品で代表的なものには、「四万十ひのき風呂」(香り板)、「しまんと緑茶」などがあった。

2005年には、平成の大合併により、四万十町が誕生した。そうした動きのなか、旧3町村が各々保有していた株式を地域住民が買い取る形で、完全民営化され、2007年から畦地氏が代表取締役に就任した。

#### (2) 取り組み概要

当社のコンセプトは「ローカル（足元の豊かさ）」「ローテク（地元の1～1.5次産業の技術や知恵）」「ローインパクト（風景を保全しながら活用する仕組みづくり）」であり、四万十川に負担をかけないものづくりを目指している。

当社は2021年度の中小企業庁の「ジャパnbrand<sup>1</sup>育成支援等事業」の採択事業者に選出されたことから、「ジャパnbrand」を意識した商品開発を積極的に行っている。その代表的な新商品は、「しまんと地栗シリーズ」、「しまんとのお茶シリーズ」などがある。その他には、自社ECサイトとして、「SHIMANTO ZIGURIストア」を運営し、大手のECサイト「楽天市場」、「47club」などへも出品している。売上の主軸になりつつあるECサイト運営を充実させるため、専任担当者の増員を図った。ECサイト利用を促進するための企画の充実、利用者へのきめ細かいメールマガジン等の配信により、アフターフォローを徹底している。また、当社は「shimantoおちゃくりcafé」(17頁、写真1)、直営店舗「とわ」の運営も行っている。

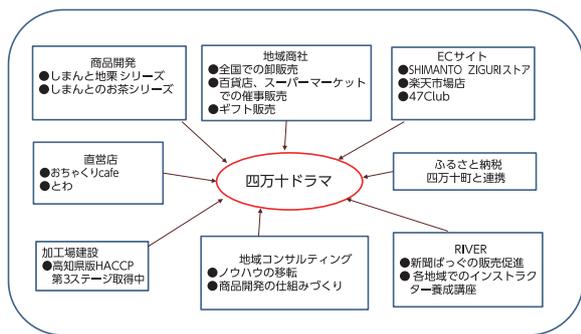
<sup>1</sup> 「ジャパnbrand」とは、海外展開やそれを見据えた全国展開のため、新商品・サービス開発・改良、ブランディングや、新販路開拓等の取り組みを中小企業者等が行う場合に、国が支援を行い、中小企業の域外需要の獲得を図るとともに、地域経済の活性化及び地域中小企業の振興に寄与することを目的とするもの。

さらに、折り紙文化と「もったいない」という美意識から生み出された「新聞ばっぐ」の販売を行い、当社の知名度を大きく上げた。「新聞ばっぐ」のインストラクター養成講座も実施しており、全国的なコンクールも実施している。

当社のノウハウを移転するための「地域コンサルティング」にも取り組んでいる。全国各地で地域資源を発掘し、見直しながら新しい価値観を生み出すことを目的としている。

当社の主力商品であるしまんと地栗モンブランは、生地や洋酒などを使わず濃厚な味わいで、1年間に10万個を販売し、認知度は確実に上がってきている。また、全国のバイヤー、百貨店などへ向けてオンラインによる商談会なども行っている。

図表4 株式会社四万十ドラマ取り組み概要



出所：(株)四万十ドラマ提供資料を参考に作成

当社が商品販売のイベントを東京や大阪で実施する場合は、イベントを実施するチームが、現地に存在する。例えば、その現地チームが、東京や大阪で商品販売イベントを実施した場合、約1週間の期間で約2～3百万円、年間で約20～30百万の売上規模となる。

全国各地の多くの「地域商社」が課題としている「保有している商品が少量である」や「販売先がない」など、それぞれの課題を「地域商社」が連携し解決するため、2013年に「あしもと逸品会議」を立ち上げ、当社の代表取締役である畦地氏が代表を務めている。

### (3) 取り組みによる効果

自社ECサイト、「SHIMANTO ZIGURIストア」(写真3)では、四万十川流域で栽培した栗、芋をそれぞれ「しまんと地栗モンブラン」、「いも焼き菓子ひがしやま。」などに加工し、販売している(写真4、5)。

写真3：自社ECサイトの一部紹介例



出所：(株)四万十ドラマより提供

新型コロナウイルスの影響で、2020年4～6月頃は、前年比で50%以上売上が減少した。しかし、その後、7～8月には、回復基調となり、10～11月では、前年を上回る売上高となった。当社のECサイトの売上高が伸びた主な要因は、巣ごもり消費の追い風が背景にある。

ECサイトの売上高全体に占める割合は、2019年までは約10%であったが、2020年には、約30%を占めるまでに成長した。

写真4：主力商品1「しまんと地栗モンブラン」



出所：(株)四万十ドラマより提供

写真5：主力商品2「いも焼き菓子 ひがしやま。」



出所：(株)四万十ドラマより提供

写真6：主力商品3「塩キントン」



出所：(株)四万十ドラマより提供

EC サイトで取り扱う主な商品の原料である栗、芋は、地元の契約栽培農家を中心に生産されており、年間の生産量は40～50t位となっている。この原材料を使った加工商品の主な納入先は、東京や大阪などの都市部の有名百貨店が多い。また、これまで当社が開発した新商品は100アイテム以上になる。

「ふるさと納税」の返礼商品としても、地元四万十町と契約した。

#### (4) 今後の展望

地元の農産物は数多くあるが、それを一定規模で安定的に加工する設備を充実させることが長年の課題であった。人気が出てきた定番商品「しまんと地栗モンブラン」、「いも焼き菓子ひがしやま。」を中心に生産規模の拡大などを図るため、新工場(写真7)を建設し、2021年5月に完成した。

新工場は、高知県版 HACCP 第3ステージを取得中であり、品質管理や衛生管理を徹底している。

「四万十のてっぺんから工場出で、安心安全な商品を届ける」をコンセプトにした商品を当社のECサイト、全国各地の百貨店、スーパー、生協などにおいて、販売促進することで、売上規模を現在の約2倍に拡大させることが、当面の経営目標としている。

固定客(=ファン)を増やすために、既にメールマガジンの配信なども実施している。今後は、メルマガ会員を増加させることなどに注力したい。

写真7：「新工場の SHIMANTO ZIGURI 工場外観」、  
「新工場内部」、「新工場」周辺のイメージ図



出所：(株)四万十ドラマより提供

## 4-2. 株式会社西土佐ふるさと市<四万十市>

### (1) 設立経緯、あゆみ

株式会社西土佐ふるさと市(以下、当社という)のはじまりは、1988年7月に近隣の農家数件が農産物を販売するための「良心市」をオープンしたことであった。

2001年4月、旧西土佐村の支援もあり、「良心市」から直売所「西土佐ふるさと市」に変更し規模を拡大させるとともに、生産者組合「西土佐ふるさと市組合」を設立した。

2014年に道の駅を開設する構想を開始した。そして、2015年6月、道の駅運営を行うために、四万十市から指定管理を受ける法人が必要となったことから、当社(代取1名、取締役2名)を設立した。「西土佐ふるさと市組合」の組合員約300人が株主となった。

2016年4月、鮎市場や直売所、ケーキショップ、食堂が併設された道の駅「よって西土佐」がオープンした。オープン以降、来店者の特徴としては、平日は、地元の人が60~70%であるのに対し、休日(土・日・祝日)は、地域外の人が90%以上を占めることが挙げられる。

図表5 会社概要

社名	株式会社西土佐ふるさと市
所在地	高知県四万十市西土佐江川崎2410-3
代表者名	桑原 宏文氏
設立	2015年6月
資本金	5.7百万円
従業員数	15名(正社員5名、パート10名)
経営コンセプト	「てんねん」

出所：四銀地域経済研究所作成

### (2) 取り組み概要

道の駅「よって西土佐」の経営コンセプトは、「てんねん」となっている。「てんねん」とは、「地のもの」という意味で、西土佐に住む地域住民の「生活の発表の場所」であり、「地域のダイジェスト版」とも言えるものとなっている。言い換える

と、当社は「自分たちで作る、自分たちの地域」の活動母体であり、西土佐の顔である道の駅「よって西土佐」は、住民の力を合わせた生産物の展示場となっている。自分たちのアイデアが活かされている喜びを大切に、商品が売れることで地域が潤い、地元の人々がやる気になり、活気が出てくるという、地域に根差した道の駅となることを目的に運営している。

商品の開発は、全て当社で行っている。また、生産農家からの委託販売方式を採用し、一定の販売手数料を生産者から徴求し、会社の運営費用に充当している。

近隣の愛媛県南予地方、中予地方、当社が運営する道の駅「よって西土佐」の合計7つの道の駅が連携して、特産品の販売などを行っている。また、沖縄県や北海道・旭川の道の駅とも交流があり、地域の人々に、県外交流先の道の駅の農産物を食べてもらうといった取り組みも実施している。

写真8：会社外観



出所：(株)西土佐ふるさと市より提供

### (3) 取り組みによる効果

四万十の天然鮎の価値を知る目的で、大手水産卸会社の協力を得て、品質管理・流通技術を開発し、2018年6月、解禁鮎は、1キロ当たりで、2.5万円の高値で取引されたことがあった。また、高級料理店からの注文もあった。

「日本の田舎と世界の田舎の融合」をコンセプト

トとした「ワインにあう鮎のコンフィ」を開発した。商品の開発にあたっては、そのニーズがどの程度あるかを確認するため、クラウドファンディングを実施した。また、ワインの輸入業者、東京のレストランと連携してレシピを開発した。地産地消に加えて、洋のアプローチを行うことで、地元メディアでも大きく取り上げられ、話題となったことで、道の駅「よって西土佐」での売上が好調に推移している。なお、この「ワインにあう鮎のコンフィ」は、地域おこし協力隊の任期が満了し、2016年から西土佐地域に移住した青年が製造を行っている。

写真9：「ワインにあう鮎のコンフィ」



出所：(株)西土佐ふるさと市より提供

さまざまな既存の商品をブラッシュアップし、少し変化を加え、さらにパッケージのリデザインを支援した。また、地元飲食店の商品を「お店の味」としてブランド化を行い、販売することで、出荷者の売上増加に貢献した。

写真10：店内「水水しい市場」販売の様子



出所：(株)西土佐ふるさと市より提供

その他、庭先野菜の売り場を「水水しい市場」と命名したことで、生産者の意識が変わり、出荷野菜の鮮度の品質向上に繋がった。

地域住民によるワークショップを開催するなかで、西土佐の魅力を含め込んだ旅行商品も誕生した。「しまんと半径3kmの旅」と名付けられた。その内容は、西土佐生まれの社員が山、川、牛舎、星、宴会を案内するミニマムな濃厚な田舎体験ができる旅となっている。

当社の従業員は、全員地元採用であり、雇用の創出に繋がっている。また、当社の若手社員が中心となり、道の駅の情報誌「よりすぎタイムス」(写真11)を毎月発行している。社員が記者、カメラマンとなり、地元の生産者を取材することで、地域を深く知ると同時に、地域への愛着に繋がっている。また、2019年には、全国紙の「フリーペーパー道の駅」で読者が選ぶ道の駅サービス部門で日本一に選ばれた。

写真11：毎月発行されている「よりすぎタイムス」



出所：(株)西土佐ふるさと市より提供

#### (4) 今後の展望

焼肉ではない本格的な BBQ（バーベキュー）の技術を利用することで、西土佐食材を活かし、美しい風景の中で味わう「しまんとリバーベキュープロジェクト」を立ち上げた。新しいパーティーの形を観光資源としたい。また、農林漁業に携わる人々に注目が集まり、就業者が増加するような地域づくりを行っていききたい。

地域住民一人ひとりが他人事ではなく、自分の事として捉え、当事者意識を持ち、地域住民が協力連携する「地域づくり」を目指して活動していきたい。

西土佐地域の住民だけでなく、周辺地域などを含めたお客様の関係人口は拡大している。新しい繋がり、絆を常に広げることで、次世代に繋げていきたい。

#### 5. 県内地域商社の課題

株式会社四万十ドラマでは、主力商品である、しまんと地栗、芋、お茶を原料に使用した加工品を都市部の大手百貨店などを中心として販売を行ってきたが、昨今の新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、一時期、売上が半分以下の落ち込みとなった。しかし、当社の EC サイトを通じた販売は、巣ごもり需要の追い風もあり、売上が大きく伸ばした。

従って、今後のポストコロナを見据えると、自社の EC サイト「SHIMANTO ZIGURI ストア」の更なる充実を図っていくことが重要となる。

これまで、当社が取り組みしてきた地域資源に拘った新商品の開発や、全国へのマーケティングを通して、一定規模の売上と地域への利益還元を確保してきた。今後、それ以上の利益還元を行うためには、加工品を定期的に購入してもらえりピーター（＝ファン）を増加させることが、より一層求められる。

株式会社西土佐ふるさと市は、高知県と愛媛県の県境に位置していることから、従前より、愛媛県からの来訪者が多かった。そのため、昨年

新型コロナウイルス感染症の影響で県を跨ぐ移動が制限され、週末の愛媛県からの来訪者が極端に減少した。特に2020年12～1月は、全国的な感染再拡大の影響もあり、週末は開店休業の状態が続いた。このような状況下での店舗販売中心では、安定的な売上の確保は難しい。

従って、非対面による EC サイトを積極的に活用した販売を今まで以上に、強力に推進していくことが重要となる。

#### 6. 県内地域商社の今後の方向性

「地域商社」に求められる3つの機能、①事業企画力、②外貨の獲得（売り込む力）、③地域内経済の循環（巻き込む力）のうち、特に外貨の獲得（売り込む力）、言い換えると、地域外に積極的に商品売り込み、地域外から利益を獲得する力を備えていくことが重要となる。

株式会社四万十ドラマにおいては、商品開発だけでなく、地域資源の根幹となる農産品の生産工程、技術指導に至るまで関与、支援することで、地域競争力の向上に繋がった。また、株式会社西土佐ふるさと市においても都市部の大手水産卸会社の協力を得て、品質管理・流通技術を開発した結果、四万十の天然鮎の価値が認められ、1キ。当たり、2.5万円の高値で取引されたこともあった。加えて、高級料理店からの注文にも繋がった。

株式会社四万十ドラマと株式会社西土佐ふるさと市においては、当初、行政主導で「地域商社」が設立されたが、その後、経営の自由度を確保するため、地域住民に出資協力を依頼し、地域住民も株主となり、民営化がなされた。

本レポートで取り上げた2つの県内事例から導き出される「地域商社」が目指すべき方向性としては、外貨の獲得（売り込む力）は当然必要であるものの、経営の自由度を高め、事業推進のスピード感と柔軟性を保つなかで、地域住民との接触機会を数多く持ち、マーケティングや情報発信を行うなどの仕組みを整えていくことが望ましい姿と考える。

## 7. おわりに

今後も「地域商社」は、地域経済を牽引する役割を担っていくことが期待されている。そのうえで、地域の安定的な雇用を確保する受け皿となっていくことが望まれる。そして、商品にストーリーをつけブランド化することで、付加価値を生み出し、単価の引き上げに成功すれば、地域住民の所得向上に繋がっていく。

地域住民の所得向上が実現すると、生活基盤の安定化が図られ、今までは、生活基盤の安定化を求めて地域外へ流出していた若年層世代が地域内に定着するようになる。その結果として、地域の人口減少に一定の歯止めがかかる流れになっていくことを期待したい。

### <参考文献、参考資料等>

- 2017年4月、「域内商社機能強化による産業活性化調査」レポート  
株式会社 日本政策投資銀行
  
- 2018年7月、「地域商社の成長に向けた戦略調査(概要版)」  
株式会社 日本政策投資銀行
  
- 2020年2月、図解入門ビジネス最新「地域商社の基本と仕組みがよ〜くわかる本」  
中村 郁博著
  
- 2020年2月、「地域発ニッポンの新たな力・存在感を増す地域商社」  
株式会社 日本政策投資銀行
  
- 2021年2月、株式会社四万十ドラマ提供  
事業関係資料
  
- 2021年2月、株式会社西土佐ふるさと市提供  
事業関係資料

# 第154回 高知県内企業の景況調査

—2021年10月—

## Summary

- ◆ 今期（7～9月期）自社業況の総合判断 BSI は、全産業で-3となり、前期から3ポイント上昇した。製造業は、前期+1から1ポイント上昇し、+2となり、2期連続のプラスとなった。一方、非製造業は、前期-10から5ポイント上昇し、-5となった。
- ◆ 来期（10～12月期）は全産業で-1。先行きの不透明感や原材料価格の高騰から悪化の見通し。
- ◆ 在庫 BSI は全産業で+2となったが、木材・木製品製造業とその他製造業、飲・食料品製造業、建設業で在庫不足感が強まっている。
- ◆ 2020年8月と比較した2021年8月の新型コロナウイルス感染症の事業活動への影響では、「マイナスの影響」の企業割合は減少しているが、運輸・サービス業と宿泊・飲食、飲・食料品製造業では、減少幅が小さく、まだまだ高水準にある。一方、木材・木製品製造業においては、「プラスの影響」割合が大きく増加している。

## 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（2・5・8・11月）実施している。※1992年調査開始（年2回）、2000年から（年4回）変更

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210/309社（回答率 68.0%）
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、経常利益、設備投資、在庫、雇用など
調査時期	2021年8月2日～9月6日

### 業種別回答企業数

業種	回答企業数	構成比
製造業	飲食料品	18 8.6
	木材・木製品	8 3.8
	製紙	7 3.3
	機械	12 5.7
	窯業・土石	9 4.3
	その他製造業	10 4.8
製造業計	64 30.5	
非製造業	スーパー	9 4.3
	衣料品販売	5 2.4
	飲食料品販売	12 5.7
	自動車販売	9 4.3
	建築資材販売	8 3.8
	石油販売	6 2.9
	その他販売	26 12.4
	運輸・倉庫	9 4.3
	宿泊・飲食	13 6.2
	情報通信	6 2.9
	その他サービス	16 7.6
	建設	27 12.9
非製造業計	146 69.5	
合計	210 100.0	

### 資本金規模別回答企業数

規模	回答企業数	構成比
10百万円未満	26	12.4
10百万円以上～30百万円未満	90	42.9
30百万円以上～50百万円未満	48	22.9
50百万円以上～100百万円未満	29	13.8
100百万円以上	17	8.1
合計	210	100.0

### 従業員規模別回答企業数

規模	回答企業数	構成比
5人未満	8	3.8
5人～19人	53	25.2
20人～49人	56	26.7
50人～99人	44	21.0
100人～199人	26	12.4
200人以上	23	11.0
合計	210	100.0

注：小数点第2位以下を四捨五入し、端数処理するため、合計が100%にならない場合がある。

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。























# 経済動向

国内経済

月例経済報告

2021年9月

景気は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるなか、持ち直しの動きが続いているものの、このところそのテンポが弱まっている。

項目	判断	主な判断理由
個人消費	弱い動き※	7月の「商業動態統計」では、小売業販売額は前月比1.1%増。足元の状況について、家電販売は、このところ弱い動き。新車販売台数は、供給面の影響により、弱い動き。旅行は極めて低水準が続くなか、弱い動きとなっている。外食は、緊急事態宣言等の影響により、弱い動きとなっている。
設備投資	持ち直し	「日銀短観」（6月調査）による企業の設備判断は、依然過剰感が残るものの、改善している。先行きは、不透明感が残るものの、成長分野への対応等を背景に、機械投資を中心に持ち直し傾向が続くことが期待される。
住宅投資	持ち直しの動き※	持家の着工は、このところ持ち直しの動き。貸家の着工は、底堅い動き。分譲住宅の着工は、概ね横這い。
公共投資	高水準で底固く推移	6月の公共工事出来高は、前月比1.2%増。また、8月の公共工事請負金額は、同0.7%増。7月の公共工事受注額は、6.7%減。先行きについては、関連予算の執行により、底堅く推移していく見込み。
輸出	緩やかな増加	アジア向けの輸出は、増勢が鈍化。アメリカ向けの輸出は、このところ持ち直しの動き。EU及びその他地域向けの輸出は、概ね横這い。
輸入	持ち直しの動きに足踏みがみられる※	アジア及びアメリカからの輸入は、このところ持ち直しの動きに足踏みがみられる。EUからの輸入は、持ち直しの動き。
生産活動	一部に弱さがみられるが、持ち直している※	輸送機械は、弱含んでいる。生産用機械と電子部品・デバイスは増加。先行きは、持ち直し継続が期待される。但し、感染症によるサプライチェーンへの影響及び半導体不足による影響や海外経済の下振れリスクに十分注意する必要がある。
企業収益	感染症の影響で、非製造業の一部に弱さが残るが、持ち直している※	「法人企業統計季報」（4～6月調査）によると、2021年4～6月期の経常利益は、前年比93.9%増、前期比1.8%増。業種別にみると、製造業が前年比159.4%増、非製造業が同64.2%増。
業況判断	一部に厳しさは残るが、持ち直しの動きがみられる※	「日銀短観」（6月調査）では、「最近」の業況は、「全規模全産業」で上昇。「景気ウォッチャー調査」（8月調査）の企業動向関連DIでは、現状判断、先行き判断ともに低下。
雇用情勢	弱い動き	雇用情勢は、感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。
物価	底堅さがみられる※	消費者物価の基調を「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」で見ると、政策等による特殊要因を除くベースで、このところ底堅さがみられる。
企業倒産減	少	8月の企業倒産（負債額1,000万円以上）の件数は、3カ月連続で前年同月を下回り、金額は3カ月ぶりに増加した。

上記の※は、前回掲載時から判断の変更があった箇所。

◆個人消費：「このところサービス支出を中心に弱い動き」→「弱い動き」

◆住宅投資：「底堅い動き」→「持ち直しの動き」

◆輸入：「持ち直しの動き」→「持ち直しの動きに足踏みがみられる」

◆生産活動：「持ち直し」→「一部に弱さがみられるものの、持ち直している」

◆企業収益：「感染症の影響で、非製造業では弱さがみられるが総じてみれば持ち直し」

→「感染症の影響により、非製造業の一部に弱さが残るが、持ち直している」

◆業況判断：「厳しさが残るなかで、持ち直しの動きに足踏みがみられる」→「一部に厳しさは残るが、持ち直しの動きがみられる」

◆物価：「横ばい」→「底堅さがみられる」

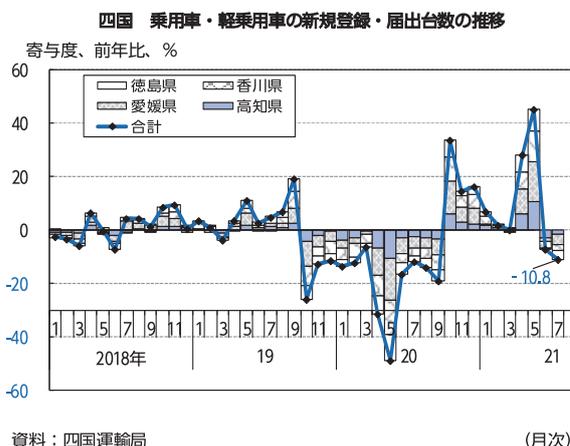
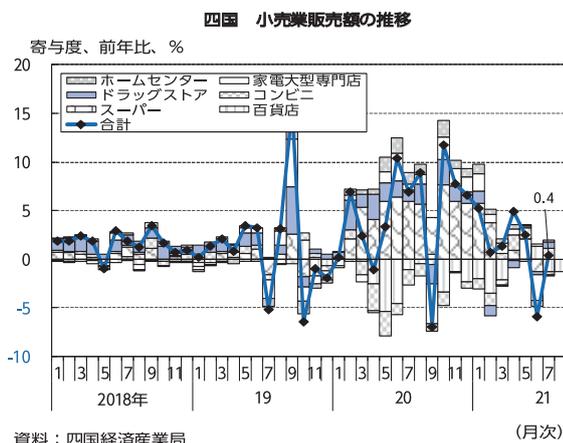
資料：内閣府「月例経済報告（2021年9月）」より当研究所作成



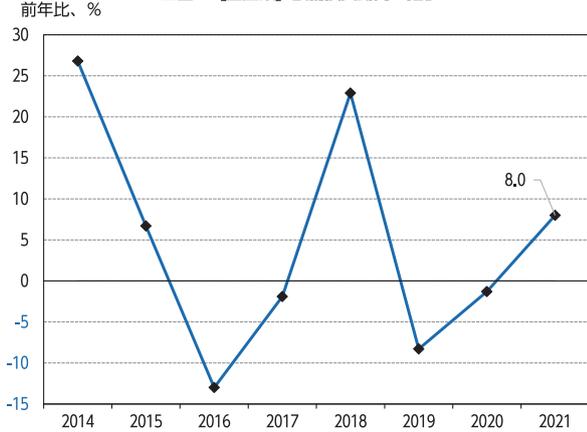
## 概要 (2021年7月)

# 持ち直しの動きに足踏み感がみられる。新型コロナウイルス感染症の影響により先行きは不透明。

項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直しの動きに足踏み感がみられる	宿泊・飲食業などの対人サービス業を中心に弱い動きになっている。7月の小売業販売額は、全体では前年同月比0.4%増と2か月ぶりに増加。コンビニエンスストアが、前年同月比5.0%増加し、全体を牽引。スーパーは、同0.7%減少。家電大型専門店は、同0.7%減少。また、7月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数は前年同月比10.8%減と2か月連続で前年を下回った。
設備投資	増加の動き	全国短期経済観測調査(全産業)によると、2021年度は前年比8.0%増と2年連続の増加。但し、新型コロナウイルス感染症の影響により、先行きは不透明。
住宅投資	持ち直しの動き	7月の新設住宅着工数は、前年同月比8.3%増となり、2か月ぶりに前年を上回った。
公共投資	増加の動き	7月の公共投資請負金額は、前年同月比6.9%減となった。但し、直近の基調としては、増加の動き。
生産活動	一進一退	7月の鉱工業生産指数(季節調整値)は89.8、前月比3.8%減で2か月ぶりの低下。また、3か月後方移動平均値は、92.1、前月比3.8%減となっている。
雇用情勢	弱い動き	7月の有効求人倍率(季節調整値)は1.25倍と、8か月ぶりの低下。一般新規求人数(新規学卒、パートタイムを除く)全体では、前年同月比5.7%増。
貸出残高	増加	7月の国内銀行貸出残高は前年同月比3.3%増と引き続き増加基調で推移している。
企業倒産	落ち着いた動き	7月の企業倒産件数は11件(前年同月比21.4%減)、企業負債総額は23億円(同43.1%増)となった。倒産件数は過去10年の7月単月の比較で8番目、負債総額も同様の比較で8番目となった。

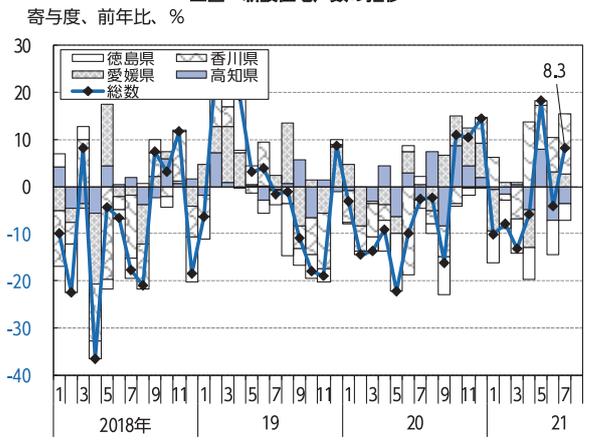


四国 【全産業】設備投資動向の推移



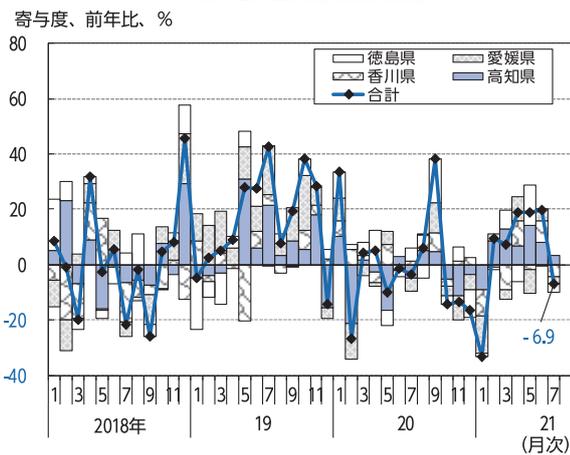
資料：日本銀行高松支店「全国短期経済観測調査」(四国) (年度)

四国 新設住宅戸数の推移



資料：国土交通省「住宅着工統計」(月次)

四国 公共工事請負金額の推移



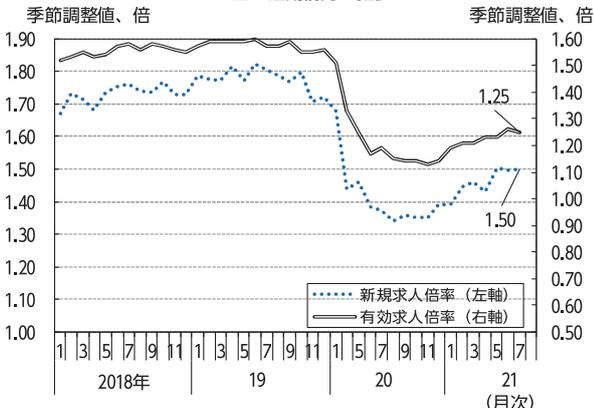
資料：西日本建設業保証株式会社

四国 鉱工業生産指数の推移



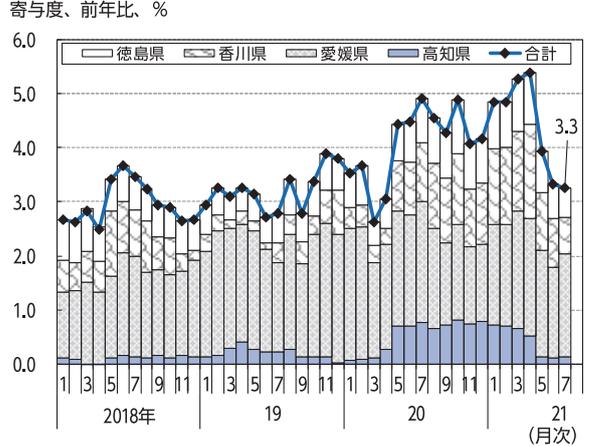
注：2019年7月分より2015年基準に改定され、これまでの値も遡及改定された。このため、前号までの数値と一致しない。  
資料：四国経済産業局

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 (2021年7月)

景気は、引続き足踏み状態を脱しつつあるが、新型コロナウイルス感染症の影響が強まるなか、一部で安定感に乏しい状況がみられる。

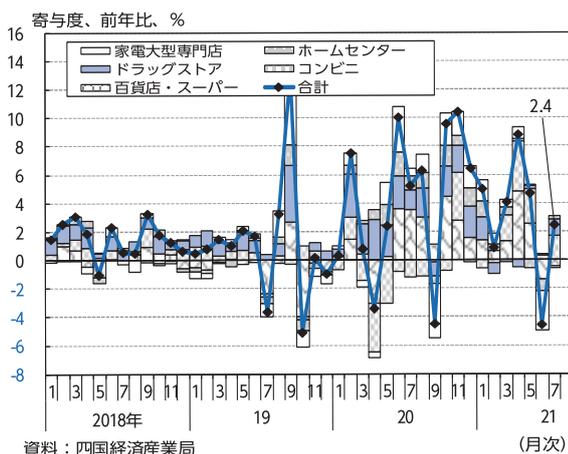
### 2021年7月概況

- ◆ 個人消費及び観光は、横ばい圏内の動きとなっているが、安定感に乏しい状況がみられる。
- ◆ 住宅投資は、緩やかな持ち直しの動きが続いている。設備投資も、引き続き持ち直している。公共投資は、高水準で推移している。また、製造業の生産は、業種等でバラツキがあるが、総じてみれば緩やかな持ち直しの動きが続いている。
- ◆ 雇用は、労働需給面の弱さや雇用所得への下押し圧力が続いているが、一段と悪化する動きは引き続きみられていない。
- ◆ 先行きについては、新型コロナウイルス感染症の動向や原材料価格の高騰などの不安材料もあり、不確実性の高い状態が続くと考えられる。

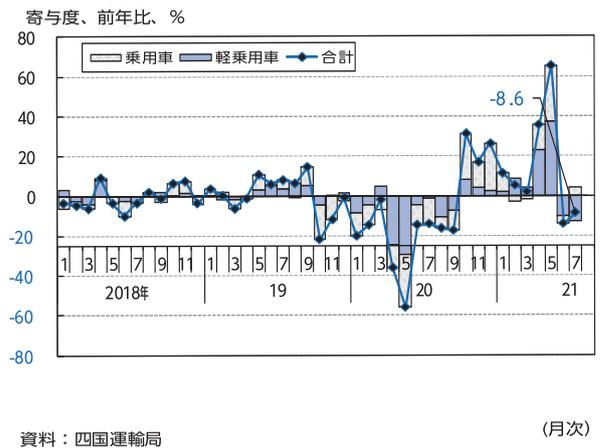
項目	判断	主な判断理由
個人消費	横ばい圏内の動き	対人サービス業を中心に安定感に乏しい状況がみられる。7月の小売業販売額は、全体としては、前年同月比2.4%の増加。業態別では、ドラッグストア（同6.5%）とコンビニエンスストア（同6.1%増）が全体を牽引した。一方、家電大型専門店（同1.8%減）と百貨店・スーパー（同1.2%減）がマイナスとなった。また、7月の乗用車・軽乗用車の登録・届出台数は、前年同月比8.6%減と2か月連続で減少。
設備投資	持ち直しの動き	全国短期経済観測調査（全産業）によると、2020年度は前年比26.9%増。維持更新投資やBCP・環境対策目的の投資など追加する動きが広がっている。
住宅投資	緩やかな持ち直し	7月の新設住宅着工戸数（持家、貸家、分譲）は、前年同月比19.4%減となった。持ち家は同14.2%増となったものの、貸家が前年比36.4%減、さらに分譲が56.9%減となった。基調としては、緩やかな持ち直しの動き。
公共投資	高水準	7月の公共投資請負金額は、国の受注額が、前年同月比3.9%減となったが、県と市町村が増加し、全体では、同10.2%増となった。
生産活動	緩やかな持ち直しの動き	6月の鉱工業生産指数（季節調整値）は、90.8、対前月比6.8%減となったが、業種によるバラツキを伴いつつ、全体では、緩やかな持ち直しの動きが続いている。
観光	横ばい圏内の動き	7月の観光施設入込客数は、前年同月比15.5%増で4か月連続増加となった。但し、足元は、新型コロナウイルス感染症の影響で、安定感に乏しい状況がみられている。

項目	判断	主な判断理由
雇用情勢	弱い動き	7月の有効求人倍率（季節調整値）は、1.06倍。求人を増やす先が一部でみられるが、基調としては弱い動き。
貸出残高	増加の動き	7月の金融機関貸出残高は、前年同月比1.5%増。地公体を中心に前年を上回る。
企業倒産	低めの水準	7月の企業倒産件数、負債総額ともに、0（前年同月も0）であった。コロナ禍においても、件数、負債総額ともに低い水準で推移している。

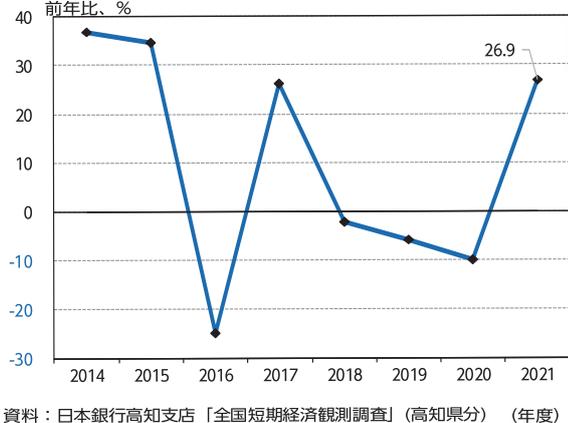
高知県 小売業販売額の推移



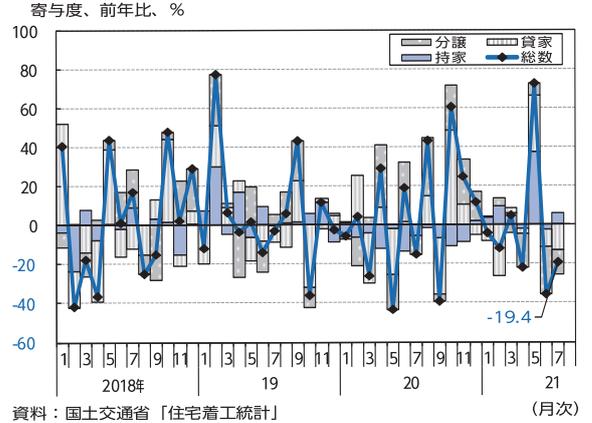
高知県 乗用車・軽乗用車の登録・届出台数の推移



高知県 【全産業】設備投資動向の推移



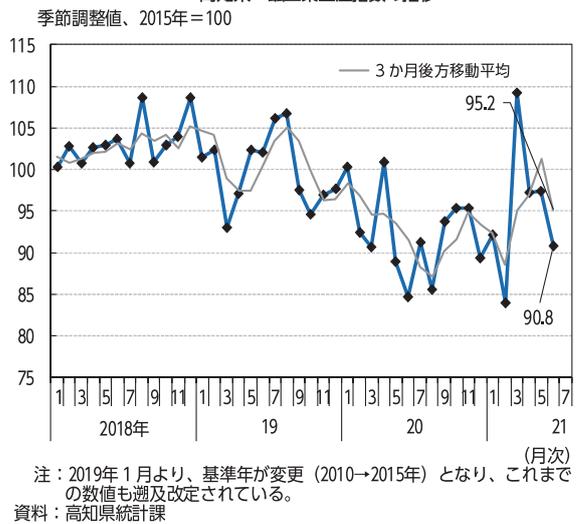
高知県 新設住宅戸数（持家、貸家、分譲）の推移



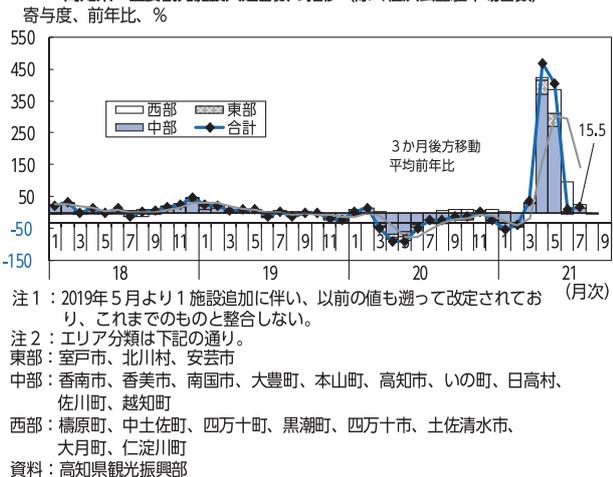
高知県 公共投資請負金額の推移



高知県 鉱工業生産指数の推移



高知県 主要観光施設入込客数の推移（除く桂浜公園駐車場台数）



高知県 雇用情勢の推移



高知県 金融機関貸出残高の推移（国内銀行、信金・信組ほか）



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	前年比 (%)	年	月	件数	負債総額	前年比 (%)
2020	1	5	210	全増	2021	1	2	124	-41.0
	2	3	189	26.0		2	1	140	-25.9
	3	2	130	-72.6		3	4	790	507.7
	4	6	999	483.4		4	1	100	-90.0
	5	1	28	-89.2		5	1	76	171.4
	6	3	76	-66.5		6	1	35	-53.9
	7	0	0	-100.0		7	0	0	-
	8	1	46	-85.4		8			
	9	4	1,390	663.7		9			
	10	4	281	18.1		10			
	11	2	172	-68.4		11			
	12	0	0	-100.0		12			

資料：東京商工リサーチ

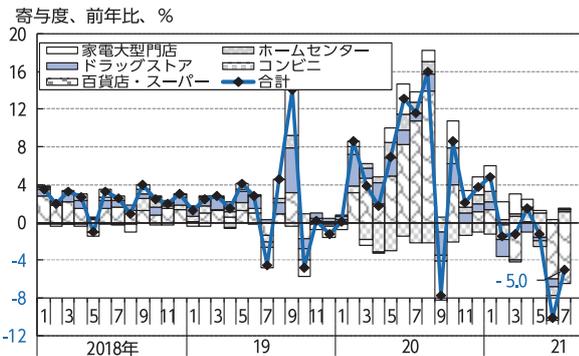
※買出金の対前年増減率について、2021年4月以降は国内銀行（ゆうちょ銀行）の県内店舗および県内に本店を置く信用金庫の全店舗の合計額をもとに算出しており、2021年3月以前とは連続しない。

## 概要 (2021年7月)

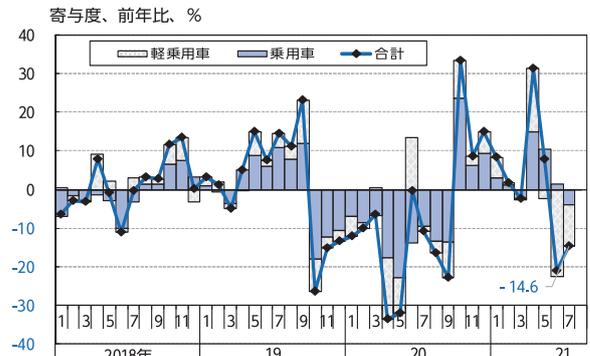
景気は、基調としては持ち直しつつあるが、新型コロナウイルス感染症の影響などから、個人消費は弱い動きとなっている。

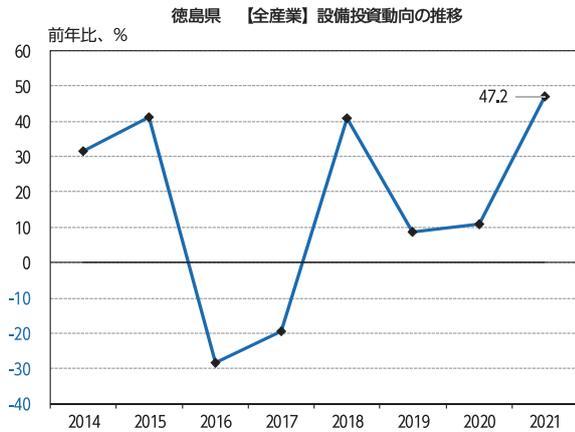
項目	判断	主な判断理由
個人消費	弱い動き	対人サービス業を中心に弱い動きとなっている。7月の小売業販売額は、全体としては、前年同月比5.0%の減少。百貨店・スーパー(同15.2%減)が全体に大きく影響した。また、7月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数も、同14.6%減と2カ月連続して減少した。
設備投資	増加	全国短期経済観測調査(全産業)によると、2021年度は前年度比47.2%増と、大幅な増加の計画となった。増加は4年連続。
住宅投資	弱めの動き	7月の新設住宅着工数は、全体で前年同月比16.9%減となった。内訳は、持家同3.4%減、貸家同42.3%減、分譲同42.9%減。基調としては、弱めの動き。
公共投資	高水準	7月の公共投資請負金額は、県、市町村からの受注額が減少。全体で、前年同月比13.6%減となったものの、基調としては、高水準で推移。
生産活動	緩やかに増加	6月の鉱工業生産指数(季節調整値)は96.5、前月比3.8%減となったが、3か月後方移動平均値でみると、5月指数95.6→6月100.2→7月99.0と横這い圏内での推移。
雇用情勢	弱い動き	7月の有効求人倍率(季節調整値)は1.22倍で、前月比横這い圏内で推移している。
貸出残高	増加	7月の金融機関貸出残高は前年比3.1%増と引き続き堅調に推移している。
企業倒産	低水準	7月の企業倒産件数(負債総額1千万円以上)は5件(前年同月比2件増)、企業負債総額は14.97億円(同10.71億円増)となり、7月の倒産件数としては、過去10年で件数及び負債総額ともに最多となった。

徳島県 小売業販売額の推移

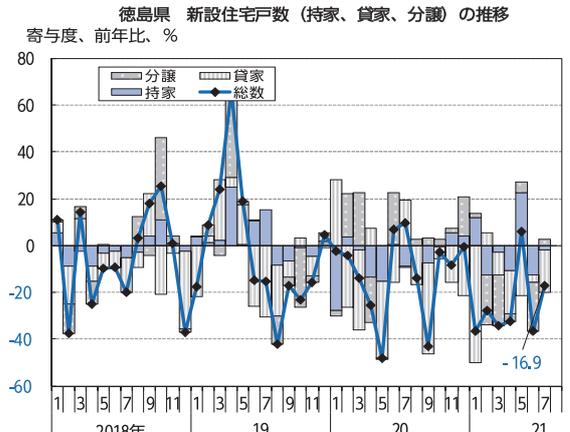


徳島県 乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数の推移

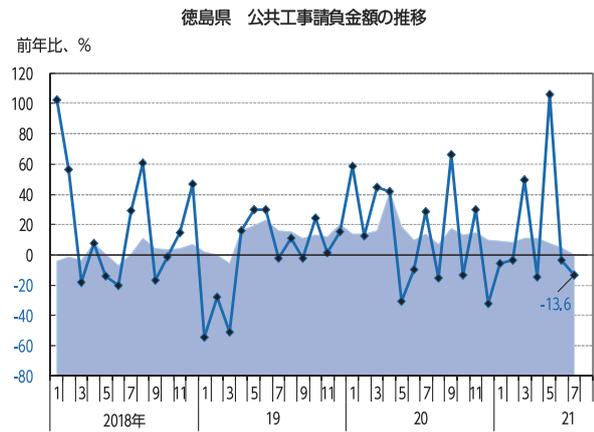




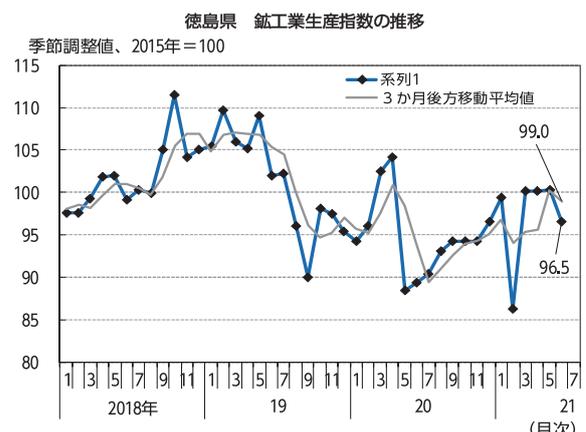
資料：日本銀行高松支店「全国短期経済観測調査」(徳島県分) (年度)



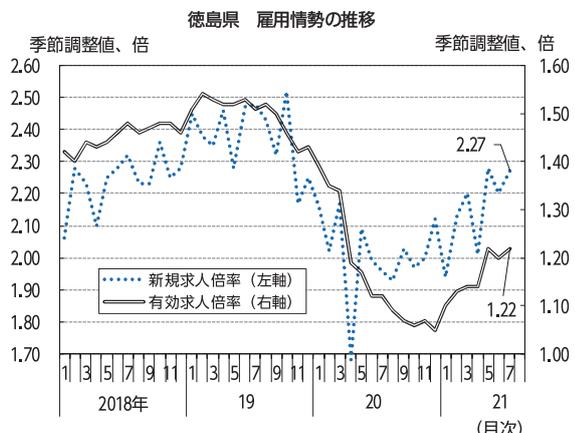
資料：国土交通省「住宅着工統計」 (月次)



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



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)

※買出金の対前年増減率について、2021年4月以降は国内銀行(ゆうちょ銀行)の県内店舗および県内に本店を置く信用金庫の全店舗の合計額をもとに算出しており、2021年3月以前とは連続しない。

# 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
2010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	
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	1,524.8	101.0	100.3	2,100.8	100.7	99.1	5,088.5	100.5	99.2	195,979	99.6	99.1
17年	706.0	98.7	98.7	781.5	104.6	97.2	1,502.4	98.5	98.8	2,086.9	99.3	99.5	5,073.5	99.8	98.8	196,025	100.0	100.0
18年	707.8	100.3	99.0	811.4	103.8	98.7	1,515.3	100.8	98.2	2,070.7	99.2	99.9	5,105.3	100.6	99.1	196,044	100.0	99.5
19年	697.4	98.5	97.5	820.8	101.2	97.1	1,517.1	101.0	97.8	2,057.1	99.3	97.7	5,092.3	100.3	97.6	193,962	98.9	98.7
20年	725.4	104.0	97.5	916.6	99.3	98.3	1,741.8	114.8	97.8	2,066	100.4	97.7	5,450.0	98.3	99.7	195,050	94.0	93.4
20年 1月	58.4	98.2	96.6	69.1	100.7	95.8	124.9	99.3	98.7	173.1	99.4	98.2	425.4	99.4	97.7	16,064	98.4	98.6
2	52.7	103.8	98.0	64.4	108.2	101.0	114.1	103.5	102.9	149.9	103.5	102.0	381.0	104.3	102.1	14,390	100.3	100.2
3	59.2	93.7	91.3	76.9	97.7	90.0	146.1	97.4	95.6	170.8	96.2	92.7	452.7	96.4	92.8	16,246	91.4	90.0
4	50.4	85.2	81.8	68.0	91.5	81.6	129.0	90.7	86.4	142.4	84.4	92.6	389.8	87.7	82.8	13,415	82.8	77.8
5	56.9	93.2	90.3	75.4	98.3	88.8	139.1	93.1	89.8	157.5	91.4	88.1	428.9	93.4	89.0	14,543	86.5	83.2
6	61.3	101.6	99.5	82.0	105.8	99.0	149.8	101.0	100.1	178.5	101.4	100.3	471.4	102.0	99.9	16,789	97.7	96.6
7	62.9	101.7	99.4	86.4	112.4	105.6	153.9	100.1	98.6	182.2	100.5	99.3	485.4	102.4	100.1	16,919	96.8	95.8
8	64.1	100.4	97.3	96.3	119.7	112.5	156.9	100.8	97.5	179.8	100.9	99.5	497.1	104.0	100.7	16,882	98.8	96.8
9	60.3	95.4	92.6	70.6	88.3	95.9	145.3	91.8	89.6	166.9	91.0	90.9	443.0	91.4	91.4	15,680	87.2	86.1
10	59.2	103.7	100.8	71.1	95.9	104.1	146.4	106.3	104.6	173.7	105.5	103.9	450.4	103.8	103.7	16,303	104.0	102.9
11	60.9	99.2	98.8	69.5	86.9	102.6	149.2	101.0	100.5	172.4	100.1	98.0	452.0	98.0	99.5	16,781	96.8	96.4
12	79.1	96.0	96.0	86.9	89.4	103.0	187.1	100.6	100.7	219.2	99.4	97.6	572.3	97.6	99.0	21,036	96.7	96.6
21年 1月	60.4	96.0	95.2	71.5	90.1	104.5	146.4	98.2	96.3	168.9	94.5	92.0	447.2	95.1	95.5	16,284	94.2	92.8
2	53.5	94.2	93.3	63.9	86.4	100.8	129.8	95.3	93.3	148.9	96.2	93.8	396.2	94.0	94.6	14,969	96.7	95.2
3	61.3	103.5	103.5	69.5	90.3	102.4	145.9	99.9	100.3	168.9	99.0	99.2	445.8	98.4	100.6	16,701	102.8	102.9
4	57.2	113.6	113.6	68.1	100.1	105.9	138.7	107.5	108.0	155.1	108.7	109.1	419.0	107.5	108.9	15,526	115.7	115.5
5	60.8	106.9	106.9	72.3	95.9	101.3	144.7	104.1	104.6	164.9	104.7	105.0	442.8	103.2	104.5	15,410	106.0	105.7
6	59.0	96.3	96.3	70.0	85.4	99.0	144.5	96.5	96.8	169.0	94.6	94.8	442.5	93.9	96.3	16,422	97.8	97.8
7	62.2	98.8	98.8	73.3	84.8	101.9	155.7	101.2	102.2	177.4	97.4	97.5	468.6	96.5	99.9	17,138	101.3	101.3

注) Xは個別データ秘匿のため公表できない箇所。  
参照・・・「四国地域の経済動向」四国経済産業局

(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	
2011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	135,630	106.5	4,386,314	105.8
18年	30,070	116.2	31,789	118.7	45,909	119.2	53,259	119.8	136,430	100.6	4,391,089	100.1
19年	25,576	85.1	27,312	85.9	38,640	84.2	44,797	84.1	136,325	84.7	4,301,012	83.8
20年	22,452	87.8	24,679	90.4	34,518	89.3	40,819	91.1	121,753	89.3	3,809,894	88.6
20年 1月	1,700	80.0	1,999	87.8	2,746	85.0	3,364	91.3	9,809	86.7	301,188	87.9
2	2,143	85.3	2,357	89.9	3,311	82.4	3,860	93.5	11,671	87.9	362,047	90.2
3	2,991	98.0	3,104	93.6	4,246	89.0	5,162	96.0	15,503	93.9	485,199	91.1
4	1,235	64.1	2,153	98.2	2,137	73.7	2,296	68.0	7,126	68.6	219,229	69.6
5	869	44.0	1,110	52.2	1,551	53.8	1,839	52.6	5,369	51.2	174,402	53.3
6	1,818	85.2	1,802	80.2	2,746	86.8	3,075	82.1	9,441	83.6	283,882	77.4
7	1,874	86.0	2,176	89.2	2,910	90.3	3,396	87.3	10,356	88.3	330,766	87.2
8	1,554	83.8	1,671	83.6	2,422	86.4	2,984	88.5	8,631	86.0	270,341	85.2
9	2,362	82.7	2,363	77.3	3,494	81.7	4,019	81.1	12,238	80.8	390,839	85.2
10	1,976	131.0	2,001	133.3	2,949	131.9	3,637	136.8	10,563	133.7	339,910	130.8
11	1,957	116.7	1,993	108.6	3,037	114.9	3,688	117.3	10,655	114.6	336,903	106.7
12	1,973	111.1	1,950	114.9	2,969	118.8	3,499	117.9	10,391	116.2	315,188	110.9
21年 1月	1,895	111.5	2,163	108.2	3,004	109.4	3,405	101.2	10,467	106.7	324,534	107.8
2	2,259	105.4	2,396	101.7	3,377	102.0	3,866	100.2	11,898	101.9	361,889	100.0
3	3,056	102.2	3,030	97.6	4,281	100.8	5,137	99.5	15,504	100.0	510,375	105.2
4	1,671	135.3	1,916	89.0	2,596	121.5	2,959	128.9	9,142	128.3	288,390	131.5
5	1,438	165.5	1,558	140.4	2,148	138.5	2,654	144.3	7,798	145.2	261,521	150.0
6	1,559	85.8	1,765	97.9	2,524	91.9	2,924	95.1	8,772	92.9	296,623	104.5
7	1,712	91.4	1,857	85.3	2,690	92.4	2,977	87.7	9,236	89.8	309,460	93.6

参照・・・「四国地域の経済動向」四国経済産業局

(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
2011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	106.1	4,335	96.2	5,913	85.7	7,178	98.6	20,714	90.3	942,370	97.7
19年	3,310	100.7	4,122	95.1	5,680	96.1	7,756	108.1	20,868	100.7	905,123	96.0
20年	3,437	103.8	3,554	86.2	4,747	83.6	8,049	103.8	19,787	94.8	815,340	90.1
20年 1月	193	94.6	251	97.7	276	75.0	607	112.0	1,327	96.8	60,341	89.9
2	228	99.6	318	95.8	426	81.9	507	78.1	1,479	85.5	63,105	87.7
3	185	74.3	387	86.4	513	77.7	715	98.5	1,800	86.4	70,729	92.4
4	296	136.4	329	74.3	384	87.3	581	89.5	1,590	90.9	69,162	87.1
5	148	57.6	222	51.6	324	99.7	641	91.3	1,335	77.9	63,880	88.0
6	368	119.5	365	106.7	297	43.9	808	113.0	1,838	90.0	71,101	87.2
7	302	85.6	349	108.4	434	93.9	600	101.5	1,685	97.5	70,232	88.6
8	392	143.6	209	86.4	355	89.2	590	88.1	1,546	97.7	69,101	90.9
9	234	61.3	188	57.1	411	77.5	659	122.0	1,492	83.8	70,186	90.1
10	382	159.8	315	96.9	345	85.6	795	115.4	1,837	110.9	70,685	91.7
11	388	124.8	298	91.4	522	98.9	690	124.8	1,898	110.5	70,798	96.3
12	321	111.5	323	99.1	460	124.7	856	117.3	1,960	114.4	65,643	91.0
21年 1月	185	95.9	159	63.3	359	130.1	491	80.9	1,194	90.0	58,448	96.9
2	203	89.0	231	72.6	408	95.8	520	102.6	1,362	92.1	60,764	96.3
3	193	104.3	257	66.4	389	75.8	723	101.1	1,562	86.8	71,787	101.5
4	217	73.3	223	67.8	602	156.8	453	78.0	1,495	94.0	74,521	107.1
5	253	170.9	236	106.3	449	138.6	642	100.2	1,580	118.4	70,178	109.9
6	237	64.4	230	63.0	427	143.8	868	107.4	1,762	95.9	76,312	107.3
7	242	80.1	290	83.1	650	149.8	643	107.2	1,825	108.3	77,182	109.9

参照・・・「四国地域の経済動向」四国経済産業局

(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
2011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	5,833	114.0	142,743	102.4
17年	152,972	95.9	117,801	96.9	120,870	106.1	136,465	89.0	5,152	88.3	145,395	104.1
18年	156,516	102.3	128,363	109.0	94,111	77.9	136,998	100.4	5,189	100.7	139,081	95.7
19年	182,597	116.7	127,270	99.1	97,887	104.0	190,313	138.9	5,983	115.3	150,255	106.8
20年	163,577	89.6	144,112	113.2	110,002	112.4	181,801	95.5	5,963	99.7	153,658	102.3
20年 1月	9,302	135.8	6,063	158.5	6,108	125.7	10,072	124.6	315	133.5	6,415	109.6
2	8,376	50.9	6,463	112.3	5,099	167.3	8,238	62.3	282	73.2	6,994	94.6
3	16,163	106.6	9,212	144.9	15,563	107.8	23,588	90.7	645	104.1	14,870	113.0
4	14,451	90.3	25,328	141.8	8,609	78.3	14,246	95.8	626	104.8	23,054	103.2
5	10,172	58.3	5,700	69.3	7,855	172.5	16,510	113.9	402	89.9	13,291	93.6
6	16,734	110.1	10,749	89.9	9,534	89.9	15,735	99.8	528	98.6	16,386	113.2
7	18,865	86.5	13,841	128.4	13,600	105.3	14,938	82.8	612	96.3	15,432	95.9
8	16,711	117.7	13,389	84.5	9,278	147.1	14,441	100.2	538	106.0	13,009	113.2
9	19,274	117.0	24,412	166.1	13,880	145.5	27,081	132.4	846	138.3	14,932	117.1
10	14,808	82.0	11,713	86.7	7,783	83.5	18,050	89.0	524	85.7	13,426	99.6
11	10,089	67.2	9,770	130.1	8,194	107.3	9,580	71.5	376	86.4	8,814	96.8
12	8,632	87.2	7,472	68.2	4,499	122.5	9,322	82.4	299	83.5	7,345	91.4
21年 1月	6,441	69.2	5,704	94.1	3,138	51.4	5,760	57.2	210	66.7	6,328	98.6
2	10,815	129.1	6,242	96.6	4,813	94.4	8,919	108.3	308	109.3	6,485	92.7
3	24,336	150.6	13,743	149.2	9,728	62.5	21,370	90.6	692	107.3	15,156	101.9
4	18,592	128.7	21,565	85.1	14,533	168.8	19,625	137.8	743	118.7	20,940	90.8
5	15,794	155.3	11,725	205.7	7,138	90.9	13,709	83.0	477	118.7	14,133	106.3
6	21,048	125.8	10,390	96.7	13,656	143.2	17,986	114.3	631	119.6	16,508	100.7
7	20,797	110.2	11,958	86.4	10,862	79.9	13,397	89.7	570	93.1	13,898	90.1

(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	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比
2011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	20,061	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	14,855	46.9
19年	38	3,142	31.5	43	6,402	142.6	63	10,474	80.1	48	9,511	115.1	192	295	82.5	8,384	14,232	95.8
20年	31	3,521	112.1	50	10,953	171.1	37	6,711	64.1	40	8,712	91.6	158	300	101.7	7,803	12,200	85.7
20年 1月	5	210	-	4	577	3.2	3	106	-36.9	2	140	-36.1	14	10	9.2	773	1,247	-25.9
2	3	189	26.0	2	320	-69.4	7	115	-77.5	5	460	283.3	17	11	-39.8	651	713	-63.5
3	2	130	-72.6	11	3,057	198.8	6	360	-79.1	3	1,053	79.7	22	46	20.8	740	1,059	9.0
4	6	999	536.3	5	240	-80.2	4	2,210	957.4	5	1,310	-54.1	20	48	8.3	743	1,450	35.6
5	1	28	-89.2	4	1,360	1,005.7	4	305	-43.3	2	110	-82.9	11	18	15.1	314	813	-24.3
6	3	76	-66.5	9	2,772	712.9	2	2,125	111.4	4	1,585	5.9	18	66	115.1	780	1,288	48.1
7	0	0	-100.0	3	426	1,477.8	4	110	-95.5	7	1,056	289.7	14	16	-46.2	789	1,008	7.9
8	1	46	-85.4	2	180	157.1	0	0	-100.0	2	2,400	106.4	5	26	53.0	667	724	-16.9
9	4	1,390	663.7	5	391	-26.9	2	100	-66.0	3	76	-78.0	14	20	47.4	565	707	-37.4
10	4	281	18.1	2	730	461.5	2	1,240	49.6	2	240	17.6	10	25	78.4	624	783	-11.6
11	2	172	-68.4	3	900	97.8	0	0	-100.0	1	112	-92.8	6	12	-73.2	569	1,021	-16.7
12	0	0	-100.0	0	0	-100.0	3	40	-94.6	4	170	193.1	7	2	-89.6	588	1,385	-11.7
21年 1月	2	124	-41.0	2	600	4.0	1	40	-62.3	4	529	277.9	9	13	25.2	474	814	-34.8
2	1	140	-25.9	0	0	-100.0	2	260	126.1	5	360	-21.7	8	8	-30.9	446	675	-5.3
3	4	709	445.4	3	682	-77.7	6	631	75.3	1	10	-99.1	14	20	-55.8	634	1,415	33.6
4	1	100	-90.0	2	623	159.6	6	434	-80.4	5	7,144	445.3	14	83	72.9	477	841	-42.0
5	1	76	171.4	3	80	-94.1	2	22	-92.8	3	597	442.7	9	8	-56.9	472	1,687	107.5
6	1	35	-53.9	4	312	-88.7	3	244	-88.5	6	790	-50.2	14	14	-79.1	541	686	-46.8
7	0	0	-	5	1,497	251.4	4	268	143.6	2	513	-51.4	11	23	43.1	476	715	-29.1

(資料) 東京商工リサーチ、四国経済産業局

### 上半期経常収支黒字50%増 輸出改善 旅行収支低迷

8月10日、財務省が発表した2021年上半期（1～6月）の国際収支状況（速報）によると、海外とのモノやサービス、投資の取引状況を示す経常収支の黒字額は、前年同期比50.3%増の10兆4,675億円となった。各国の経済回復に伴い輸出が改善したことが寄与した。一方、訪日外国人観光客の減少で旅行収支は黒字額が約4分の1に縮小した。（8月11日）

### GDP年1.3%増 2期ぶりプラス 旅行・飲食の苦境続く

8月16日、内閣府は、2021年4～6月期の実質国内総生産（GDP）が1.3%（年率換算）増になったと発表した。昨年10～12月期以来、2期ぶりのプラス成長となった。

個人消費の約6割を占める旅行や宿泊、飲食などのサービス消費の低迷が続いている。一方、アメリカや中国などの景気回復で、輸出が4期連続のプラスとなった。また、企業の設備投資も2期ぶりに増加した。デジタル化の波に乗り遅れないように企業が新分野に積極的に投資したことが寄与した。（8月17日）

### 景気判断下方修正

#### 9月経済報告 4カ月ぶり

9月16日、政府は、9月の月例報告で、国内景気の総括判断を「持ち直しの動きが続いているものの、このところそのテンポが弱まっている」として、4カ月ぶりに下方修正した。新型コロナウイルス感染症拡大の影響で個人消費が落ち込み、自動車などの生産が停滞している実情を反映させた。個人消費は「弱い動きとなっている」と4カ月ぶりに下方修正した。生産は「このところ一部に弱さがみられるものの、持ち直している」と1年5カ月ぶりに下方修正した。国内景気の先行きについては、「下振れリスクの高まりに十分注意する必要がある」との表現を維持した。（9月17日）

### 基準地価2年連続下落 商業地悪化 宅地やや改善

9月21日、国土交通省は、7月1日時点での基準地価を公表した。住宅地、商業地、工業地を含む全用途の全国平均は前年より0.4%下落し、2年連続でマイナスとなったが、下落幅は0.2ポイント縮小した。

商業地は0.5%下落し、下落幅は0.2ポイント拡大した。新型コロナウイルス感染症の影響で、宿泊や飲食などサービス業の低迷長期化が反映された。住宅地は0.5%の下落だったが、下落幅は0.2ポイント縮小した。34道府県で前年よりも上昇率や下落率が改善した。（9月22日）

### 米 量的緩和縮小11月にも FRB 利上げ想定前倒し

9月22日、米連邦準備制度理事会（FRB）は、市場から米国債などを購入する量的金融緩和の規模縮小を早ければ11月に決定する見通しを示した。来年半ばまでに量的緩和を終了させる方向とみられる。事実上のゼロ金利を解除し、利上げに転じる時期の想定も、従来の2023年から2022年に前倒しする可能性を示した。想定を超えて加速する物価上昇への懸念が根強く、緩和から引き締めへの方向転換を進める。（9月24日）

### 緊急事態・まん延防止解除決定 行動制限 段階的に緩和

9月29日、政府は、19都道府県に出している新型コロナウイルス緊急事態宣言と8県のまん延防止等重点措置を期限の9月30日ですべて解除することを正式決定した。宣言解除後1カ月程度、飲食店の営業時間短縮やイベントの観客制限などを続け、段階的に行動制限の緩和を実施する。（9月29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**

**10** 2021  
No.179

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