

四銀 経営情報

Shigin Management Information

1

2022
No.180

新年挨拶

新年を迎えて

株式会社 四国銀行 頭取 山元 文明

企業訪問 トップに聞く

「飛耳長目」

第47回

丸和林業株式会社

代表取締役社長 北岡 幸一 氏

寄稿 ローカル・アントレプレナーシップ育成の展開
ー四万十塾（高知県四万十町）の実践からー

高知大学 地域協働学部 准教授 須藤 順 氏

寄稿 2021 年度「高知県民総幸福度」(GKH)
に関するアンケート結果について

土佐経済同友会 GKH委員会委員長 刈谷 敏久 氏
国立大学法人 高知大学次世代地域創造センター
地域コーディネーター(UBC) 梶 英樹 氏

調査 第 155 回 高知県内企業の景況調査



四銀

経営情報

2022
No.180

1

目次

内 容

- | | | |
|----|--|---|
| 1 | 新年を迎えて | 株式会社 四国銀行 頭取 山元 文明 |
| 2 | 企業訪問 トップに聞く『飛耳長目』
第47回 丸和林業株式会社 | 代表取締役社長 北岡 幸一 氏 |
| 10 | 寄稿
ローカル・アントレプレナーシップ育成の展開
ー四万十塾(高知県四万十町)の実践から | 高知大学 地域協働学部 准教授 須藤 順 氏 |
| 27 | 寄稿
2021年度「高知県民総幸福度」(GKH)
に関するアンケート結果について | 土佐経済同友会 GKH委員会委員長 刈谷 敏久 氏
国立大学法人 高知大学次世代地域創造センター
地域コーディネーター(UBC) 梶 英樹 氏 |
| 44 | 調査 第155回 高知県内企業の景況調査 | |
| 56 | 経済動向 | |
| 57 | ……国内経済 | |
| 59 | ……四国経済 | |
| 62 | ……高知経済 | |
| | ……徳島経済 | |
| 67 | 経済日誌 | |
| 68 | …… (国内・海外) | |
| | …… (高知県内) | |



新年を迎えて

株式会社 四国銀行

頭 取 山元 文明

謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

平素は四国銀行グループに格別のお引き立てを賜り厚くお礼申し上げます。

昨年は、一昨年同様新型コロナウイルス感染症拡大により世界経済・社会は大きな影響を受けました。わが国の経済においても、サービス業を中心に事業活動に深刻な影響が及びましたが、ワクチン接種の進展もあり、年後半にかけては感染状況も徐々に落ち着きをみせました。そうした環境のもと、東京オリンピック・パラリンピックの無観客開催や各種イベント活動の再開など、一定の制限は強いられながらも、社会経済活動に再開の動きも見られました。

一方、四国地域におきましては、新型コロナウイルス感染症の影響はもとより、人口減少や少子高齢化などの社会構造上の問題に加え、中山間地域における過疎化など課題は山積しており、地域の将来を見据えた対策の必要性に迫られております。

そうした環境の変化に伴い、当行に求められるニーズも多様化、高度化しています。

事業所のお客さまに対しては、コロナ禍における資金繰り支援だけでなく、ビジネスマッチングや事業承継対策など、本業支援にも積極的に取り組んでおります。

また、昨年3月には、四国アライアンス4行と四国ツーリズム創造機構、四国経済連合会が共同で、「四国の観光ビジョン」を策定しました。これは、個性豊かな4つのエリアを1つの地域としてブランディングすることで、それぞれが持つ魅力溢れる自然と文化をつなぎ、四国が一体となった周遊型広域観光の実現を通じて、地域経済の活性化に繋げようとするものです。

さらに、昨年7月には、2019年4月からスタートした4か年計画である中期経営計画「ベスト リライアブル・バンクへの挑戦 ステップ3」で掲げる「四銀のあたらしいビジネスモデルの確立」に向けたエンジンとして、「イノベーション推進部」を新設しました。デジタル技術の進展や規制緩和の動向等を踏まえた業務・組織の変革、地域・お客さまへのデジタル技術も活用した付加価値の高い新たなサービスの創出に取り組んでいます。

私ども四国銀行グループは、ビジョンとして掲げている「真っ先に相談され、地域の発展に貢献するベスト リライアブル・バンク」の実現を目指し、地域に必要不可欠な金融機関として支持され続けるよう邁進してまいります。

本年が皆さまにとりまして良き年でありますよう、心より祈念し、新年のご挨拶とさせていただきます。

企業訪問 トップに聞く

第47回

ひ　じ　ちょう　もく
飛耳長目

丸和林業株式会社

代表取締役社長 北岡 幸一 氏

(取引店：四国銀行 本店営業部)



高知県高知市に本社を置く丸和林業株式会社は、北岡寅太郎氏が昭和23年（1948年）に個人創業し、紙製品・パルプ販売したことが始まりである。そして、昭和26年(1951年)、会社組織にしようという機運が高まり、丸和林業株式会社が設立された。同社の主要事業は、木材チップの製造・販売業で、全国にある大手製紙会社の工場の近くにチップ工場を造ることで、事業を拡大してきた。現在、グループ企業は13社で構成され、北は岩手から南は沖縄まで、35拠点、チップ工場は22工場を運営し、木材チップ業界では国内最大手の規模を誇っている。

同社の事業は、主業務である「木材チップ事業」の他にも、「山林事業」、「木材リサイクル事業」、「架設事業」、「緑化事業」、「紙製品販売・商事事業」、「貨物運送事業」、「リース・保険事業」、「ホテル観光事業」などがあり、多角化経営を行っている。

環境問題への関心の高まりから、森林に対する注目度が高まるなか、同社は、従来から森林資源を無駄にしないよう、良材は用材に、低質材は集成材に、製材工場からの廃材は木材チップに、樹皮・木くず、根株は有機堆肥原料やバイオマス燃料に、おがくずはきのこ栽培用原料に、無駄なく有効に活用するとともに、森林の保全に積極的に取り組んできた。

今回、丸和林業株式会社の三代目社長である北岡幸一氏に、同社の創業からのあゆみや、経営上のこだわり、今後の事業展望等についてお話を伺った。

社長：私の祖父である北岡寅太郎は、王子製紙のグループ会社に勤務していましたが、戦後、家庭の事情で故郷の高知に帰ることになりました。そして、昭和23年（1948年）、仲間とともに個人事業主として丸和商会を創業し、紙製品やパルプを販売したことが始まりです。戦後の物資不足や朝鮮戦争の特需景気もあり、昭和26年（1951年）、会社組織にしようという機運が高まり、丸和林業株式会社が誕生しました。王子製紙様とは強いつながりがあり、その工場の近くにチップ工場を造ることで、事業を拡大してきました。

丸和林業グループ

MARUWA FOREST GROUP

山陰丸和林業株式会社

株式会社
丹後グリーンバイオ

九州丸和林業株式会社

大成産業株式会社

丸和林業株式会社

株式会社しまんと企画

丸和運輸株式会社

植村木材有限会社

丸和林業株式会社

協同組合丸和林材

株式会社沖縄丸和

株式会社
丸和グリーンサービス

社長：大学を卒業後、王子グループの商社部門である王子通商様に就職し、紙の営業、木質燃料やRPF¹という新しい燃料の調達を行っていました。4年3ヵ月程勤務しました。その後当社に入社し、平成19年（2007年）、父親である北岡浩前社長の後を受け、社長を拝命しました。

社長：企業理念が和であり、創業時から和を大切に
する気風があったと思います。社員の和やお客
様との和など、いろいろな人の和を大切にすること
と理解しています。

(右から北岡社長、橋谷取締役本店営業部長、当研究所西本部長) 当研究所撮影

3

平成23年（2011年）の東日本大震災の影響で福島原子力発電所において事故が発生したことを受け、原子力発電に依存しない電力政策への転換が推進されました。また、平成24年（2012年）「再生可能エネルギー特措法」の成立を受け、電力会社が再生可能エネルギーを固定価格で買い取る制度がスタートしました。そういった背景もあり、燃料用チップを製造する方向へ舵を切りました。このことは、ビジネスの変革に成功する判断だったと思います。

全国で木質バイオマス発電所が次々と建設され、燃料用のチップの需要は年々大きくなってきました。現在、製紙用チップと燃料用チップの販売額はほぼ同額になっています。

その他にも、「山林事業」では、伐採・間伐・造林などを行っています。「木材リサイクル事業」では、木くずなどの産業廃棄物の収集運搬および処理を行い、燃料用チップを製造しています。「架設事業」では、モノレールや架線索道²の設計・施工を行っています。「緑化事業」では、造園・環境緑化・緑化木維持管理、堆肥の製造を行っています。また、「紙製品販売・商事事業」、「貨物運送事業」、「リース・保険事業」、「ホテル観光事業」なども行っていますが、主体は木材チップ製造・販売業です。



▲ 架設事業のモノレール



▲ 架線索道

一本の木を無駄なく有効活用する

—— 事業・商品の特長を教えてください。

社長：一本の木を無駄なく有効活用することが最大の特長であり、当社の強みとなっています。一本の木のなかで、太い幹の部分はA材といって建築用の柱や梁に使用し、それより細く曲がった部分はB材で、合板や集成材で利用します。それ以外のA材、B材で使えないものがC材で、木材チップの原料となります。最近は伐採した木の枝葉なども発電用の燃料として活用しています。さらに、地下に埋まっている根株もチップ化することで、石油や石炭の代替燃料として活用しています。

—— 製紙用のチップと発電用の燃料のチップは同じ工場で製造するのですか。

社長：製紙用では、白い紙に加工する際、茶色の樹皮は異物となりますので、木の皮を剥ぐ設備が必要となります。また、製紙用チップは繊維を取る工程が入りますので、燃料用チップと比較すると高い品質が求められます。そういった部分で設備のラインが少し異なっています。燃料用チップの需要が増加したことから、その製造に特化した大きな工場も建てました。

² 索道は、空中に渡したロープに吊り下げた輸送用機器に人や貨物を乗せ、輸送を行う手段。

—— 森林の荒廃とよく言われますが。

社長：日本は国土の3分の2を森林が占める世界有数の森林大国と言えます。そのなかでも、高知県は森林率が84%であり、日本の都道府県の中で最も割合が高い県となっています。

昭和20年代（1945～1954年）には、戦後の復興のため木材需要が急増しましたが、供給が追いつかず、木材が不足し高騰を続けていました。その対応策として、国は「拡大造林政策」を掲げ、広葉樹中心の自然林から杉や檜などの人工林に置き換える政策を奨励し造林ブームが起きました。今から60年以上前のことになります。したがって、現在収穫期を迎えている状況であり、高知県だけでなく日本全体で森林資源が豊富にあります。

昭和39年（1964年）、木材輸入が全面自由化され、国産材より安い輸入材が入ってくるようになりました。また、昭和48年（1973年）、為替が1ドル＝360円の固定相場制から変動相場制に移行し円高が進んだため、さらに輸入材は値下がりしました。

昭和30年代（1955～1964年）には、木材の自給率は9割以上でしたが、2割以下まで減少した時期もありました。そのため、国産材の価格は下落し続け低迷し、間伐などの手入れや伐採・搬出にかかる費用の回収ができなくなったことから、森林は放置され荒廃していきました。その結果、林業衰退が進み、後継者不足、高齢化、限界集落などの問題も発生しました。

森林は間伐などの手入れをしなければ荒廃します。荒廃した森林は保水機能が低下し、台風や集中豪雨などの自然災害に対し脆弱となり、土砂災害などの要因となります。そのため、私は「森林保全は社会のインフラであり、道路や橋をつくることと同じで公的機能がある」と対外発信し、理解を求める活動を行っています。海外の森林の荒廃は違法伐採などで森林資源が枯渇することが原因ですが、日本の場合は、森林資源が豊富にあるにもかかわらず、放置され手入れが行われていないことが要因です。国土強靱化の観点も含めて成

熟した森林を活用することが必要です。そのためには、山で働く人を育てる必要があります、当社としても重点的に取り組んでいきたいと思っています。

—— 環境問題に関連して林業は注目されていますね。

社長：近年、社会的には脱炭素やSDGsの流れから環境問題が注目されていますが、私は社長就任以降、ずっと環境問題には関心を持ち行動してきました。最近、二酸化炭素吸収源として、森林に対する注目度が上がってくるなど、森林に対する見方も変化しています。

今後、再生可能エネルギーとして、木質バイオマス発電所への燃料用チップの需要はさらに拡大すると思います。また、日本国内で森林が成熟期を迎え、有望な資源である木質バイオマスの用途も、順次広がっていくと考えています。



▲ 「木を選木・集積している」様子

外国人の活用

—— さまざまな業種で人手不足が課題になっていますが。

社長：最近、幅広い業種で人手不足は常態化していますが、人手不足を嘆く暇があれば、その解決策を考えることの方が大切と思っています。これまで、当社では、解決策として、機械化・省力化に加えて、高齢者や女性の活用を考え、それらの施策に取り組んできました。

今年（令和3年、2021年）、外国人を活用するという次のステップの解決策を実施しようと思っ

ていました。今年の春に初めて当社グループに技能研修生として4名の外国人に来てもらう準備をしていましたが、コロナの拡大で入国制限がかかったため、来日できなくなってしまいました。

——ベトナム最大の林業・木材販売を行う国営企業と技能実習生受入に関する「独占協力契約」を締結したそうですね。

社長：木材加工業・林業分野における人材確保は極めて重要な経営課題と考えており、昨年（令和2年、2020年）2月、ベトナム最大の林業・木材販売を行う国営企業（VINA FOR社）と締結した「協力基本合意書」に基づき、外国人技能実習事業などを進めてきました。今年2月、VINA FOR社との協力関係を更に強固にするため、外国人技能実習事業に限定せず、技術、国際業務、特定技能、インターンシップ、企業内転勤といった日本とベトナムにおける多岐に亘る人材の派遣、受入れなどを進めるために「独占協力契約」を締結しました。

元々コロナ前から技能実習制度で外国人を活用したいと思っていました。そこで、外国人活用について勉強するためにベトナムへ視察に行きました。さまざまな不思議な縁があり、VINA FOR社の幹部の方とお会いする機会を得ました。ベトナムでは、国が森林保護に力を入れており、VINA FOR社も、日本の林業を学びたいというニーズがありました。お互いのニーズがマッチしたことが、「協力基本合意書」と「独占協力契約」につながりました。将来的には、人的交流を深め、ビジネスパートナーとしての関係を強化していきたいと思っています。

——輸出は行っていますか。

社長：韓国に檜の丸太を輸出しています。中国には、製材所やプレカット工場から出る端材を集めて輸出しています。過去には、台湾に杉を輸出した実績もあります。昨年、VINA FOR社と連携してベトナムの市場開拓を目的として、試験的に杉と檜の丸太を高知新港から輸出しました。檜の評価は非常に高いものがありました。



▲ 木材チップ

創立100周年を目指す

——経営理念や経営方針などがありましたら、教えてください。

社長：社是は「礼儀」、「信義」、「明朗」です。創業以来変わっていませんので、しっかり継承していきたいと思っています。

今年創立70周年を迎えましたが、社長就任当初から創立100周年を目指すことを宣言し、社員を鼓舞してきました。創立100周年に対するこだわりには強いものがあります。それを実現するためには、やはり健全に企業永続していくことが大切と思っています。中小企業の誇りと自負心を持ち、「清く、正しく、美しく、したたかに」経営を行っていききたい。また、当たり前のように変化し、当たり前のように判断し、当たり前のように実行していけば、創立100周年は達成できると考えています。

当社は世間一般的にイメージされる林業とは少し異なり、木材チップ製造分野に重点を置いています。そのため、今後は山林事業を強化し、一般的にイメージされる林業に可能な限り近づきたいと考えています。時間はかかりますが、次世代のために山を購入して植林し、自社で所有する木材資源を増加させます。そのためには、人材や安全管理などのいろいろな課題があると思いますが、山林事業を強化することで、創立100周年を目指したいと思っています。

また、人が本能的に感じる木のぬくもりを大切にした建物などを造ることで、木材需要を拡大し、森林の保全につなげていきたいと考えます。

社 是 礼 儀 信 義 明 朗

▲ 社是

—— 社長のこだわりや想いを聞かせてください。

社長：朝令暮改ができる社長でありたいと思っています。朝言ったことを夜変えることを当たり前にしたいと思っています。中小企業の経営判断には、スピードが最も大切ですので、朝令暮改は必要なことと考えています。会社の代表者として社員に、一度発言した内容を訂正することは、非常に勇気が必要ですが、余計なプライドを持たず、それができる社長でありたいと思っています。

—— 人材育成にはどのようにされていますか。

社長：人材育成については、若手研修会、管理研修会などの研修を都度実施するなど、人材育成には力を入れています。

コロナの影響で2年程実施していませんが、海外研修を積極的に行っています。コロナ前は、年間複数名の経営幹部候補生を海外に派遣していました。全国各地にグループ企業があり、工場は地方の山林に近い場所に位置していますので、工場で働いているうちに視野が狭くなる可能性があります。それを避けるため、外国から日本を見つめ直し、新たな視点を得ることを目的に海外に派遣しています。林業が盛んなヨーロッパ圏や直近では、コロナ前にベトナム、インドに派遣しました。

—— 現状の課題を教えてください。

社長：低質材である原材料の安定確保が課題の一つです。つまり、一本の木を伐採すれば、太い幹の部分はA材といわれる建築用材として出荷し、それより少し細い部分はB材として合板などに利用します。それ以外の細く曲がったものなどがC材として、当社の木材チップ工場の原料となりますが、C材を活用するだけでは、山林事業の採算が取れません。そのため、付加価値の高いA材、B材の需要増大も重要となります。そういった意味では、林業・木材業界全体の発展も課題となります。

また、先程も申しましたが、山村地域の人口減少や社員の高齢化が進んでいるため、木材を伐採する能力の向上が重要な経営課題と認識しています。

さらに、「間伐は二酸化炭素を吸収する木を切る行為であるため好ましくない」と誤解された発言を稀に聞くことがあり、業界全体として、PRが不十分な面があると思っています。間伐などの手入れを行うことで、森林内に光が差し込み、下草などの下層植生が繁茂することで、二酸化炭素の吸収量が増加します。また、保水性を高め、自然災害への耐性を強めることで、国土保全につながるなど、多方面に亘り意義のあることです。また、木を活用することは、脱炭素やSDGsの流れに合致することです。そういったPRを業界として行うことが必要と思っています。



▲ チップを保管している現場

—— 今後の事業展望について聞かせてください。

社長：アメリカにおいて、コロナの対策として、住宅ローン金利を下げたことや在宅ワークの増加もあり、住宅需要が高まったことが要因で、輸入材が大きく減少し、価格が急騰するウッドショックが起きています。ウッドショックが発生したことで、国内の林業・木材業界のさまざまな問題点が再認識されました。国産材を供給するための業界の中の連携の弱さが露呈しています。「川上、川中、川下」が連携を強化し、国産材を安定供給するための体制、関係性を築かなければ、業界の発展はありません。当社は連携を強化するために出来ることを一步一步進めていきます。

また、林業は注目される産業となりつつあります。平成22年（2010年）「公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律」制定以降、公共建築物における木材の利用に取り組み、一定の成果が出ています。今年、その法律が「脱炭素社会の実現に資する等のための建築物等における木材の利用の促進に関する法律」に変わり、法律の対象が公共建築物から建築物一般に拡大されたことから、これまで以上に国産材需要は増加していくと考えられます。

再生可能エネルギーに目を向けますと、原子力発電を増加させるには、十分な議論が必要な社会情勢です。太陽光発電は夜間に発電しません。また、天候に左右されるため安定性に乏しい面があります。そういったことから考えると、国内に木材という原材料が豊富な木質バイオマス発電が今以上に増加してくると思います。木質バイオマス発電は脱炭素やSDGsの流れを背景に、将来においても持続可能な電源になると考えています。また、地域に大きな経済効果などをもたらしている側面もあります。

脱プラスチックの流れも今後ますます進んでくると思います。コーヒー専門店で使用するストローもプラスチックが廃止され紙製になっています。いろいろなプラスチック製品が今後紙製に変わる可能性もあると思われます。

現在、セルロースナノファイバーといった新素材が注目されています。セルロースナノファイバーは木材繊維で作られます。鋼鉄の5分の1の軽さで5倍以上の強度があるなど、いろいろな特性があります。現在、既にボールペンや家電、化粧品、トイレに流しても詰まらないトイレットクリーナーなどで実用化されています。また、食品添加物としても使用されており、食感の向上や品質を維持できる期間の延長などの効果があります。自動車や住宅建材、電子・光学製品など、さまざまな分野で実用化に向けた実証が進められています。そういったことも含め、私は国産材のポテンシャルは無限に広がっていく可能性があると思っています。

—— 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



▲ 木材チップ工場



▲ グループ企業が運営するホテル星羅四万十

- 名 称 丸和林業 株式会社
- 創 業 昭和23（1948）年
- 設 立 昭和26（1951）年
- 本 社 〒781-0806 高知県高知市知寄町3丁目303番地
- 事業内容
 - ・ 木材チップの製造販売及び建築用材の販売
 - ・ 山林購入と伐出及び造林事業
 - ・ 産業廃棄物（木くず）の中間処理業及び収集運搬作業
 - ・ 土木建設工事用架設の設計施行、機械器具の販売修理
 - ・ パーク堆肥及び木質燃料の製造販売
 - ・ 損害保険及び生命保険の代理店
 - ・ 緑地の設計、工事並びに維持管理
 - ・ ホテル並びにレストラン・温泉浴場の経営

四国銀行本店営業部 橋谷取締役本店営業部長より一言

丸和林業グループ様は、13社の企業で構成され、北は岩手から南は沖縄まで、35拠点、木材チップ工場は22工場を運営され、木材チップ業界では業界最大手の企業グループです。また、木材チップ業だけでなく山林事業などの木材に関する多角経営を行なわれています。

北岡社長様は31才という若さで社長に就任され、積極的に数多くの改革を実行されました。危機をチャンスに変える経営を行われ、現在の企業グループを構築されてきました。そのなかでも、電力会社が再生可能エネルギーを固定価格で買い取る制度がスタートした際、主力商品である木材チップ製造の軸足を製紙用からバイオマスに移されたことは、先見の明があったと言わざるを得ません。また、喫緊の課題である人手不足解消に向けて、外国人技能実習生の受け入れを決定された際には、課題解決に向けたスピード感を伴う行動力に感心させられました。

脱炭素やSDGsなどの流れのなか、再生可能エネルギーの必要性はますます高まり、バイオマスの需要も拡大すると思います。また、森林整備を行うことは、森林の二酸化炭素吸収能力を高めるだけでなく、保水性を高め、集中豪雨などの自然災害への耐性を強めることが広く知れ渡るようになり、今後企業グループの業務は、社会のなかで一層重要な役割を果たされるようになるかと確信しています。

これからもどんどん進化を続けられる丸和林業グループ様のメインバンクとして、弊行も深化しながらその役割を果たしていきたいと考えております。





ローカル・アントレプレナーシップ育成の展開

—四万十塾(高知県四万十町)の実践から—

高知大学地域協働学部
准教授 須藤 順

《要 旨》

- 地域経済の活性化を担う存在として、アントレプレナー(Entrepreneur、企業家/起業家)が注目され、地方創生の文脈においても、その主要な担い手として位置づけられている。
- しかしながら、その育成が十分な成果を上げているとは必ずしも言えず、効果的な育成の実態を含め、実践・研究の両面において立ち遅れが指摘されている。
- 我が国においては、起業意識が欧米諸国に比べ低いことが指摘され、いかにして起業意識を醸成するかが喫緊の課題となっており、起業に関する関心や態度の育成が急務と言える。
- 特に、地域社会に目を向けた場合、アントレプレナーシップ(Entrepreneurship、企業家精神/起業家精神)の育成が重要となる。
- 政府や自治体、教育機関において様々なアントレプレナー/アントレプレナーシップ育成の取り組みが報告されているが、1) 育成対象の曖昧さ、2) 起業活動の支援中心から起業態度の育成の必要性、3) 支援の逆機能への対応、などといった課題も指摘されている。
- そうしたなか、アントレプレナーシップ研究では近年、1)「エフェクチュエーション(Effectuation)」と呼ばれる熟達した起業家に共通する意思決定プロセスの存在、2) 事業機会創造型のアントレプレナー育成への注目、3) 内的世界を重視した育成プログラムの展開など、これまで一般的に理解されてきた起業/創業、事業創造プログラムでは取り扱われてこなかった観点の重要性が注目されるようになってきている。
- こうしたアントレプレナーシップ育成の研究動向を踏まえ、高知県四万十町では「四万十塾(地域イノベーター養成講座及び四万十ビジネスプランコンテスト)」に2017年より取り組み、地域課題解決を担う人材の育成とその交流機会の創出を目指した取り組みを高知大学と協働で進めている。
- 地域イノベーター養成講座では、一人ひとりのライフヒストリーを軸に自分と紐づいたプロジェクトに取り組む「マイプロジェクト」手法、レゴ® ブロックを使って一人ひとりの内的世界やビジョンを可視化する「レゴ® シリアスプレイ®」メソッド、大学生が受講生のモチベーションや取り組みをサポートする「リバース・メンタリング」を導入した独自のプログラムを展開している。
- また、四万十ビジネスプランコンテストでは、「競い合うビジコン」から「育ち合うビジコン」をコンセプトに、参加者同士が切磋琢磨できる関係形成に重点を置いたプログラムを運営し、応募者同士の協働が生まれるといった成果につながりつつある。
- こうした取り組みから、今後の地域におけるアントレプレナーシップ育成では、1) 自己探求に軸を置いたプログラムの展開、2) Learning by Doing / Learning by Making に代表される実践重視のカリキュラム、3) ステージに合わせたプログラムマッチング、4) 起業を目的化しないアントレプレナーシップ育成機会の創出が重要となると考えられる。

1. アントレプレナー育成への注目

我が国は現在、人口減少と少子高齢化というこれまでの歴史上、経験したことのない人口構造の変化の中にある。特に地域社会においては、人口減少が契機となり、域内の消費が低迷し、地域経済そのものを縮小させていく。その結果、事業者の減少や雇用の縮小が引き起こされ、地域内に働ける場所がなくなることによって若年層はさらに地域外へ流出するという負のスパイラルに陥っているのである。

この悪循環を好循環に変えようと各自治体は、企業誘致や移住者の獲得など様々な政策に取り組んでいるが、いまだ明確な成果に結実しているとは言いがたいのが実情だろう。もちろん、そうした地域に不足する仕事や人材を外部から補完することが重要である一方、地域経済を担う人材を内発的に育てていくことがより本質的な課題だと言える。

そこで、地域経済の活性化を担う主要な存在として期待されるのが、アントレプレナー(Entrepreneur、企業家/起業家)である¹。各地で取り組まれる地方創生の文脈においても、その主要な担い手としてアントレプレナーが位置付けられていることからわかる通り、地域課題解決に向けた新たな事業が展開されることで、地域住民のウェル・ビーイング(well-being、幸福)が向上し、さらには、新たな雇用や地域経済に活力を生むなど期待は大きい。

そうした中、政府もアントレプレナー育成に本腰を入れている。2016年に発表された「日本再興戦略」では、開業率が廃業率を上回る状態を目指し、開業率を米国や英国並みの10%台へ向上することを目標化し、政策的支援を推し進めている。

しかしながら、既存の育成が十分な成果を上げているのかといえ、必ずしもそうとは言えず、実践面、研究面双方からの立ち遅れが指摘されており(熊野, 2016)、加えてその効果的な育成の実態についても解明されていない(石川, 2008; 高橋, 2014; 須藤, 2017)。

誤解を恐れずに言えば今後、地域においてはアントレプレナーの育成以上に、アントレプレナーシップ(Entrepreneurship、企業家精神/起業家精神)²の育成が重要となると考えられる。VUCA³時代と呼ばれる不確実性の高い、予測困難な時代においては、アントレプレナーシップはアントレプレナーだけでなく、全ての人のにとって必要な基礎的な素養の一つと位置付けられる。従って、より多くの地域住民を対象に、アントレプレナーシップの獲得を目指すことがこれからは重要となる。

そこで本稿では、アントレプレナー育成が内在する課題と、アントレプレナーシップ研究において近年注目されつつある論点を踏まえ、筆者らが取り組む高知県四万十町で展開される「四万十塾」をケースに、地域におけるアントレプレナーシップ育成に求められる視点や方向性について試論していきたい。

2. 起業を取り巻く環境

2.1. 開廃業率の現状

中小企業庁(2021)によると、我が国の開廃業の状況は、1988年度の7.4%をピークに減少傾向に転じ、2019年度は4.2%となっている。一方、廃業率については、1982年度の5.8%をピークに、2010年に減少傾向となり、2019年度は3.4%となっており、諸外国と比較し、開業率・

¹ 本稿では、アントレプレナーを必ずしも新たに業を起こす“起業家”に限定せず、企業内や公的機関、研究機関、地域コミュニティにおいて事業創造や価値創造に取り組む人材を総称してアントレプレナーと表記する。なお、便宜上、起業家という表現を使う場合があるが特段の断りがない限り上記の理解で使用する。

² アントレプレナーシップは、「企業家精神/起業家精神」と訳されることが多いが、その対象は精神的な面だけではなく、思考様式や心理状態を含むマインドセットや行動様式全体を含むものと解釈でき、本稿における理解も同様である。

³ Volatility(変動性)、Uncertainty(不確実性)、Complexity(複雑性)、Ambiguity(曖昧性)の頭文字をとった造語で、1990年代後半以降、軍事領域において使われ始め、これまでの常識が次々と覆される予測不可能な社会を指し示す。

廃業率双方とも想定程度低水準にあることがわかって⁴。

開業率の低さは、生産性上昇率を低下させ、雇用に対するマイナスの影響を与えることが指摘されており、開業率が高ければ、市場に新たな企業が参入することで結果的に既存企業との競争が生まれ、より効率的な経営を促し、市場が活性化され、新たな雇用も発生しやすくなる。他方、廃業率の低さは、市場からの退出がスムーズに行われていないことを示しており、生産性の高い企業が多く参入するとともに、生産性の低い企業が退出するという経済の新陳代謝が正常に機能していないという理解もできる。

開廃業率(2019年度)の状況を都道府県別にみると、最も開業率が高いのは、沖縄県(6.6%)で、次いで福岡県(5.1%)、愛知県(4.9%)と続き、廃業率については、最も高いのは長崎県(4.3%)で、次いで青森県(4.0%)、福岡県(4.0%)と続いている。ここで注目すべきは、三大都市圏とそれ以外における開業率の差である。三大都市圏の開業率の平均が4.5%であるのに対し、地方圏では3.6%に留まっている⁵。

先述した通り、人口減少や少子高齢化といった状況を鑑みれば、地方圏こそ、生産性の高い企業の参入を促進させつつ、生産性の低い企業の退出を通じて地域経済の新陳代謝を高める必要があるものの、実際には、地方圏においては高コスト体質の企業が存続してしまうケースや、活発なイノベーションが生まれにくい状況にあることが懸念され、地域経済の低迷を打開していく主要な役割としてアントレプレナーへの期待は大きいものと推察される。

2.2. 起業意識と起業に対する評価

我が国においてしばしば指摘されるのが起業意

識の低さである。起業意識と起業活動に関する国際比較を行う Global Entrepreneurship Monitor (GEM 調査) によると、我が国は欧米諸国に比べ、起業に関する意識水準が低いことがわかる(図1)。

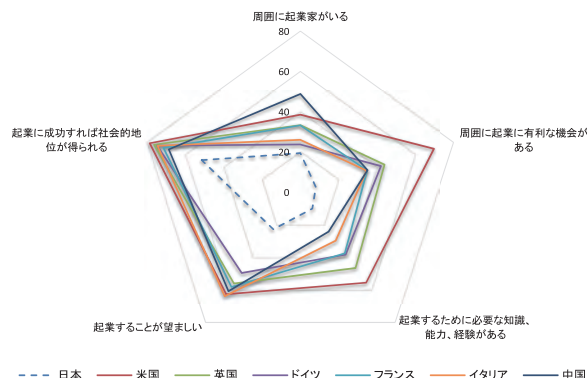


図1 起業意識の国際比較 (2018年)

出所：中小企業庁(2020: p.158)

特に顕著なのが、我が国の起業無関心者の割合である。2017年の結果を見ると、我が国の起業無関心者は75.8%と、欧米諸国の2倍以上高い状況にある(米国：21.6%、英国：39.3%、ドイツ：32.1%、フランス：43.5%)ことがわかり、起業態度を有しない者が圧倒的に多い点が一つの課題だと認識できる(中小企業庁, 2019)。

一方、起業関心者に占める起業活動者の割合をみると、欧米諸国に比べ必ずしも低い状況にはなく、起業関心者が実際に起業に向けて活動する者の割合は米国並みに高いこともわかっている⁶。

こうした現状を踏まえると、我が国においては、アントレプレナー育成の重要性への認識が高まっている一方で、起業に対する正確な認識を有する者が少なく、起業に対する関心や態度の育成が急務であることが理解できる。

3. アントレプレナー育成が抱える課題

アントレプレナー育成はこれまでも政府や自治

⁴ 中小企業庁(2021)によると、2018年度の開業率を見ると、最も開業率が高いのは英国(13.5%)、次いでフランス(10.9%)、米国(9.1%)と続き、廃業率は、最も高いのが英国(11.3%)、次いでドイツ(8.9%)、米国(8.5%)となっている。

⁵ 四国圏内に目を向けると、開業率(2019年度)は、香川県(3.9%)、愛媛県(3.6%)、高知県・徳島県(3.0%)、廃業率は、高知県(3.6%)、香川県・徳島県(3.4%)、愛媛県(2.9%)となっている(中小企業庁, 2021)。

⁶ 起業関心者に占める起業活動者の割合は、米国が15.3%に対し、日本は14.9%となっている(中小企業庁, 2019: p.183)。

体を中心に取り組みが進められており、文部科学省も2014年度から「グローバルアントレプレナー育成促進事業(EDGE)」をスタートさせ、2017年度にはその後継事業である「次世代アントレプレナー育成事業(EDGE-NEXT)」を実施してきた。

しかしながら、アントレプレナー育成については明確な効果は現時点において明らかにされておらず、その効果を疑問視する声やコンセンサスが図られていないという指摘もある(Bae et al., 2014; Pittaway & Cope, 2007)。

以下では、我が国におけるアントレプレナー育成が抱える課題について簡単にまとめてみたい。

3.1. 育成対象の曖昧さ

熊野(2016)は、起業のタイプをベンチャーキャピタル(以下、VC)の投資を受け、かつ、雇用が伴う「ベンチャー型」、VCの投資は受けず、雇用が伴う「中小企業型」、VCの投資を受けず、雇用も伴わない「自営業型」と、その成長の志向性から分類している(表1)。

表1 起業のタイプ

	ベンチャー型	中小企業型	自営業型
資金調達	投資	融資	融資
雇用	◎	○	×
成長性	急成長	低成長	低成長

出所：熊野(2016: p.67)

育成対象を正確に認識せずに必要な知識やスキル、メソッドを特定することは不可能であるが、現場においては、こうした起業タイプを明確に意識せずに曖昧に補足したままにプログラムが設計、展開され、結果的にミスマッチを生んでいるケースも少なくない。

3.2. 起業活動の支援から起業態度の育成へ

アントレプレナー育成の基本的な方向性は、1)起業無関心者を起業希望者に引き上げる、2)

起業希望者を起業準備者に引き上げる、3)起業準備者が起業家になりやすい環境整備を図る、に区分できる。その際重要となるのは、起業の方法論・実践知の習得を目指すのか、起業の態度の育成を図るのかという点にある(Koch, 2003; OECD, 2009; 高橋, 2014)。

高橋(2014)は、アントレプレナー教育の代表的な存在として知られるバブソン大学(米国)や欧州で展開されるプログラムを踏まえ、アントレプレナー教育には、起業態度を持つものを起業活動に引き上げるタイプ(B地点からA地点へ移行させる)と、起業態度がないものに起業態度を持ってもらうタイプ(C地点からB地点へ移行させる)があるとした(図2)。

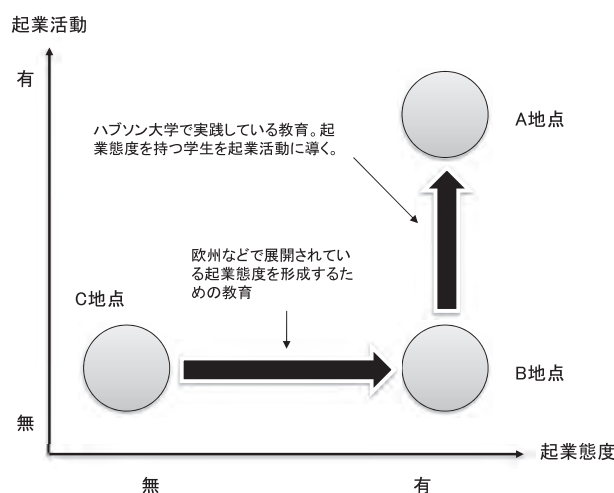


図2 2つの起業家教育

出所：高橋(2014: p.100)

この視点に依れば、我が国で展開されるアントレプレナー育成の多くは、B地点からA地点への移行に主眼が置かれたものが中心であったと言える。

しかしながら、先述の通り、我が国が抱えている課題は、起業無関心者が多いという点にある。したがって、これまで展開してきた起業活動への支援にとどまることなく、起業態度の育成に向けた重層的なプログラム構築と施策展開が急務と指摘できる。

3.3. 支援の逆機能

これまで取り組まれてきたアントレプレナー育成では、教科書・テキストを読む、ケーススタディー、インタビュー、ゲストスピーカー、企業訪問、インターンシップが主要なものと認識されてきた(牧野, 2018)。

しかし、近年そうしたアプローチの効果に疑問が提示され、ゲスト講義中心のアントレプレナーシップ教育のプログラムが起業意思や自己効力感を有意に向上させる効果が確認できないといった研究結果も報告され始めている(松井他, 2020)。また、無関心層や起業希望者にとっては、専門的知識やアドバイスの必要性に対するニーズは必ずしも高くはないという調査結果(MUFG, 2014)もあり、既存の育成方法が期待する結果を必ずしも伴わない可能性が指摘されつつある⁷。

既存の支援において特に課題であると指摘できるのが、専門家等による相談支援やアドバイス時に生じる「支援の逆機能」問題である。起業を志す者が少しでも一歩を踏み出せるように、支援者は最大限のサポートを行うことになり、必要となる知識や考え方、専門的なアドバイスを行い、「こうするといい」「こんな事例があるから調べてみるといい」「自分の想いを事業計画にまとめた方が良い」など、手厚い支援が現場では展開されている。

しかし、そうした支援が本来意図した目的とは異なり、その逆の効果を生む場合がある(石川, 2009)。つまり、本来、自発的で主体的な行動、意思決定を求められるアントレプレナーが、支援者の手厚い支援によってその自発性を阻害されてしまうという懸念である。こうした問題は、「専門職パラドクス」(金井, 1994)としても指摘されることがあるが、そうした外部からの支援が他律化を促進する可能性が危惧される。

そして何よりもこの問題の難しさは、支援者はアントレプレナーの活動を後押ししたいという想

いで関わっているのにもかかわらず、結果的に、依存的な状況を生み出し、モチベーションを低下させてしまうという点にある。

いずれにしても、支援対象の置かれている状況によっては専門的なアドバイスやコンサルティングという狭義の相談支援という枠組みを超え、アントレプレナーの精神面を含めたサポート(カウンセリング能力を含む)や、エンパワーメントに力点を置いたサポートが必要であるが、現状そうした支援を担える人材が質・量ともに不足している点は否めない。

4. アントレプレナーシップ育成の新たな視点

ここでは近年明らかにされてきた研究動向を踏まえ、これからのアントレプレナーシップ育成において求められる観点を整理する。

4.1. エフェクチュエーションへの注目

近年、事業計画の策定やマーケティング・リサーチといったこれまで主流とされてきたコンテンツや方法に対してその効果を疑問視する声が高まっている。そのきっかけとされるのが「エフェクチュエーション(Effectuation)」と呼ばれる意思決定ロジックの存在である(Sarasvathy, 2008)。エフェクチュエーションは、熟達したアントレプレナーの意思決定を分析して提唱された概念で、事業創造における意思決定プロセスや思考を体系化したことで国内外含め高い注目を集めている。

従来、事業創造やアントレプレナーシップ育成の場面で重視されてきたのは「コーゼーション(Causation)」と呼ばれるアプローチであった。ここでは、明確な目的を設定したのち、機会を特定し、競合やマーケットに関する情報収集を行い、緻密な分析を行ったうえで事業計画を策定し、その実行に向けた資源の最適化を図りながら

⁷ この他、起業未経験者による支援の有効性に対する批判などもあるが、別稿に譲る。

事業創造を展開していくことになる。このアプローチの特徴は、将来を可能な限り分析的に予測することで不確実性を排除し、実現に向けて必要な行動を具体的に決めていくことになるが、ここには一つの前提が必要となる。つまり、市場を含めた環境が過去から未来に向けてある程度安定しているという点である。

しかし、現在我々が向き合っている市場は必ずしも安定的なものではない。むしろ、製品ライフサイクルは短くなり、コモディティ化も進展し、過去のデータを正確に分析し、戦略を構築したとしてもそれが現状や未来の市場にそのまま適用することが困難となりつつあるばかりか、一度獲得した競争優位性も持続的に保つことが困難となっている。

こうしたなか、エフェクチュエーションでは、予測的合理性を重視するコーゼーションとは異なり、自らコントロール可能な所与の手段から事業創造を進めることになる。具体的には、1) 手中の鳥の原則、2) 許容可能な損失の原則、3) クレイジーキルトの原則、4) レモネードの原則、5) 飛行機のパイロットの原則、と呼ばれる5つの原則が提示されている(表2)。

表2 エフェクチュエーションの5原則

5つの原則	内容
「手中の鳥」の原則 (Bird in Hand)	・ 手持ちの「手段(自分は誰か、何を知っているか、誰を知っているか)」を認識することからスタートする ・ 「目的主導」ではなく、既存の「手段主導」で新しいものを作る ・ 身のまわりの余剰資源を活用する
「許容可能な損失」の原則 (Affordable Loss)	・ どこまでの損失なら許容できるかに基づいてコミットする
「クレイジーキルト」の原則 (Crazy-Quilt)	・ 精緻な競合分析を行わず、あらゆるステークホルダーとパートナーシップを構築する ・ 仲間を増やすことで自分だけでやるよりもリスクとコストを下げられる
「レモネード」の原則 (Lemonade)	・ 不確実性や予期せぬ出来事を学習機会、リソースと捉え、テコとして活用する
「飛行機の中のパイロット」の原則 (Pilot-in-the-plane)	・ 予測に頼るのではなく、コントロール可能な活動に集中する ・ 手持ちの資源、パートナーシップ、行動によって自らが環境を創り出す

出所：Sarasvathy (2008)を参考に筆者作成

つまり、目標や事業計画を作成して事業に取り組むのではなく、アントレプレナー自身の有する活用可能な資源や手段を用い、受け入れられる損失を理解したうえで行動を進めていくことになる。そして、顧客や競合などのステークホルダーをパートナーと位置付け、彼らとの相互作用を通

じて新たな手段や目的を創出し、さらには、行動の結果として現れる失敗を学習機会と捉え、次の行動が進められていく。

このように、エフェクチュエーションでは最初に目標やゴールを設定し、それに向かって具体的な行動を決めていくのではなく、今ある手段を活かしながらパートナーとの相互作用を通じて新たな事業の機会を見つけ出し、共創のプロセスを展開しながらさらに新たな機会を見つけ、事業を創造していく実効性を重視した理論として理解され、アントレプレナーシップ育成や事業創造領域において急速に浸透しつつある。

4.2. 事業機会発見型から創造型への転換

事業創造や起業、アントレプレナーに関する議論の中心に置かれてきたのが「機会の認識」の問題である。すなわち、いかにして事業機会を見つけるのか、という問いである。この点に関し、経営戦略論の泰斗であるジェイ・B・バーニーらは、「事業機会発見型(以下、発見型)」と「事業機会創造型(以下、創造型)」という分類軸を提示している(Alvarez & Barney, 2010)。

発見型は、事業機会とアントレプレナーを独立した存在と認識し、環境変化によって生まれた事業機会を発見すると考える。一方、創造型は、アントレプレナーと事業機会を切り離しては考えず、環境の中に自ら飛び込み、試行錯誤を繰り返すプロセスの中で事業機会が事後的に現れると考えている。

発見型のアプローチを重視する立場は、コーゼーションアプローチと同様、環境分析を綿密に行い、新たなマーケットが発生する領域を論理的に導き出して行くことになる。そこでは、マーケティング論や経営戦略論をベースに様々なリサーチ手法やフレームワークを用いながら新たな事業機会を見つけ出していくことになり、MBAアプローチとも指摘されるように、分析的思考の下で展開される。

他方、創造型のアプローチを重視する立場は、

環境に対して主体的に働きかけを自ら行い、そこでの試行錯誤を何度も繰り返すなかで事業機会を創発していくプロセスを重視する。ここでは、内省やストーリーテリングなどを通じて、自らの価値観や想いを軸に、対話を通じて共感を軸に他者を巻き込んでいくといった能力が求められることになるが、その前提には、自分自身に対する深い理解、すなわち「自己認識 (self-awareness)」が重要となり (Eurich, 2017)、エフェクチュエーションの考え方とも符合する。

なお、発見型と創造型はどちらが優れているというものではない。実務上はその両面を状況に応じて使い分けする必要があるが、入山(2017)も指摘するように、我が国の場合、創造型のアントレプレナー育成の機会が圧倒的に不足しているという点が課題であると認識できる。

その際注意が必要となるのは、創造型のアプローチを学ぶには、既存の知識獲得中心の座学では身に付けることが難しいという点への理解である⁸。また、図3の通り、事業の発見能力を高めるのと事業の創造能力を高めるのでは必要となる手段が異なる。発見型はこれまで実施されてきた起業・創業講座や専門家等による支援で対応可能な面が多いが、創造型は、自己認識力を高め、セルフ・リーダーシップやセルフ・マネジメントといったいわゆる内的世界へのアクセスが優先して求められることになる。

事業の発見能力を高める手段	事業の創造能力を高める手段
- 客観的な事業環境分析 - 技術や経営資源の正確な評価 - 他社の参入可能性の分析 - ファイナンス手法等を使った事業評価分析 - 会計・財務分析	- ビジョンを深く考える - ストーリーを語り、他者を説得するまで納得させる - 感情をうまく伝える (エモーショナル・インテリジェンス) - 内省する (マインドフルネス) - 想像力を高める、暗黙知を伝える

図3 事業機会の発見型・創造型的手段

出所：入山(2017:p. 137)を基に修正

4.3. 内的世界の重視

エフェクチュエーションや事業機会創造型に関する議論に共通するのは、アントレプレナー自身の存在に対する認識だと言える。アントレプレナー/アントレプレナーシップ研究が長年注視してきたのは「機会」への着目であった。新たな事業機会を見出し、活用することで事業化を図ることがその最大の特徴とされてきたからである。

しかし、ここにはある前提が存在することになる。それは、機会は既に存在するのかという問いである。エフェクチュエーションや事業機会創造型に関する議論では、事業機会は創造されるもので、それは、アントレプレナー自身のこれまでの経験を通じて形成された内的世界の影響を色濃く受けることが理解されている。

こうした状況を受け欧米におけるアントレプレナーシップ教育では、“who I am?”、すなわち、「自分自身とは何か」という内的世界 (inner world) へ着目するプログラムが広がりつつある (図4)⁹。



図4 アントレプレナーシップ教育の目指すべき方向性

出所：Jones(2019)

⁸ アントレプレナーシップ育成における教授法については、いわゆる座学中心の知識習得に重きを置いた方法よりも、PBL (Project Based Learning) と呼ばれる実践的な経験学習中心のアプローチの有効性に対する理解も高まりつつある (松永他, 2020)。

⁹ Jones(2019)によれば、eE は、「起業教育、enterprise EDUCATION」、Ee は、「起業家教育、ENTREPRENEURSHIP education」を指し、EE は、「起業/起業家教育、enterprise/entrepreneurship education」を指す。Ee は新たな経済的価値の創出に向けたものであるのに対し、eE は、すべての学生の教育や発達に焦点が置かれ、自分自身を正しく理解することに焦点が置かれる。

誤解を恐れずに言えば、我が国、特に地方圏におけるアントレプレナー／アントレプレナーシップ育成においては、アントレプレナー自身が描くアイデアや地域課題起点でアイデアを創出し、それが実際にマーケットニーズに適合するのかを丁寧なリサーチを行い、事業計画に落とし込み、資源の獲得を図りながら事業化を目指しているものが大半で、その間に専門家等が事業化に向けたアドバイスをを行っている。

地方におけるアントレプレナーシップ育成は、今後、事業機会創造型にシフトしていかざるを得ないと想定できる。人口減少はおそらく当面歯止めがかかることはなく、結果的に、域内市場は縮小を続けていく中で、新たな事業を起こすには現状顕在化しているニーズへの対応ではなく、我々が今現在認識できていないニーズを新たに提示することが求められる。また、今我々の目の前にある多くの地域課題や社会課題の解決は、これまで当たり前とされてきた考え方や認識では解決の方法を描くことは難しい。

したがって、これまでにない新たな視点や枠組みから問題を定義し、事業機会を創造していかざるを得ない。その源泉は、一人ひとりの内側にある想いや原体験であり、事業を行うその人自身のパーパス(purpose)、つまり、存在意義にある。それは、“why”と表現されることもあるが、“何をやるか”以上に、“なぜやるか”が重要なであり、さらには、それは“どんなあなた”がやるのかもより一層問われる状況が生まれている。すなわち、今後のアントレプレナーシップ育成においては、そうした内的世界に対するアプローチの比重が高まっていくものと考えられる。

5. 事例：四万十塾(高知県四万十町)

5.1. 概要

高知県四万十町では、地域に新たな活力をもたらす人材の育成を最重要課題に掲げ、2016年3月、「四万十町人づくり戦略」を策定し、人材育成をスタートさせた。具体的には、未来を担う子供たちの育成を目指す「未来塾」、地場産業を支える人材の育成を目指す「産業振興塾」、そして、地域課題解決を担う人材の育成を目指す「四万十塾(地域イノベーター養成講座及び四万十ビジネスプランコンテスト)」が展開されている。

本稿の対象となる四万十塾¹⁰は、地域の魅力を活かしながら地域を支え、発展させる人材の育成を目的に進められ、地域課題の解決に挑戦する人材に対して必要となるサポートを行うとともに、交流・活動の場を創出することを目指し、2017年度から始まった¹¹。

①四万十町地域イノベーター養成講座

地域イノベーター養成講座(以下、講座)では、「一人ひとりが自分事として、地域課題解決や活性化を目指す『チャレンジする人材』の学びの場」の創出を目指している。

地域のアントレプレナー育成における対象は一般的に、地域が抱える課題を解決する斬新で革新的なアイデアの創造やビジネスモデルの構築に焦点が置かれてきた。しかし、近年、社会起業家研究などの文脈においては、特定のアントレプレナーや組織のみを育成するのではなく、その周辺に生態系(エコシステム)を形成していくことの重要性が認識されてきている(Bornstein, 2004)。

そこで講座では、「よりよい社会やコミュニティをつくるため、何らかの行動を起こしたり、誰かをサポートしている人たち、もしくはその準

¹⁰ 当該プロジェクトは、四万十町と高知大学地域協働学部コミュニティデザイン研究室が実施した受託研究事業「四万十町人材育成プログラム『四万十塾』実施に関する研究」として進められている。

¹¹ 本研究は、2017年4月から2021年12月まで行ったアクション・リサーチをベースとしている。研究参加者は筆者が統括した高知大学地域協働学部コミュニティデザイン研究室の研究チーム(2017年度：6名、2018年度：6名、2019年度：12名、2020年度：8名、2021年度：8名)、四万十町役場人材育成推進センター横山光一氏・吉村愛氏、NPO法人LIFE井上義之氏で構成され、加えて毎年度受講生が参加した。

備のある人たち」(Bornstein, 2004訳書: p.11)を指す「チェンジメーカー」と呼ばれる人材の育成に着目している。したがって、アントレプレナーやイノベーターに限定せず、それらを支え、一緒に地域の抱える課題の解決に向けて協働して取り組む人材の育成を講座では目指している。

以上の考え方にに基づき、起業したい人だけでなく、自分事で何かしらのチャレンジを進めたい人を幅広く受講生として受け入れる形をとっており、起業を目的にしない起業塾として運営され、年齢や立場に関係なく、町を良くしたいという想いを軸に関係形成を図り、一人ひとりの挑戦を応援し合える機運醸成を意識したプログラムの設計が行われている。

講座は、全6回、約半年間で展開され(表3)、運営体制は、四万十町人材育成推進センターが事務局を担い、講座自体の運営とプログラムコーディネート、メソッドやノウハウの提供、メンタリングを高知大学地域協働学部コミュニティデザイン研究室と所属する学生が担当している(図5)。

表3 イノベーター養成講座の各回テーマ

回	テーマ
1	自分の想いと価値観を掘り起こす
2	自分ゴトで取り組める問題を見つける
3	自分と紐づいたプロジェクトを描く
4	未来の姿を創造する
5	小さな一歩を踏み出してみる
6	学んだことや取り組みの発表

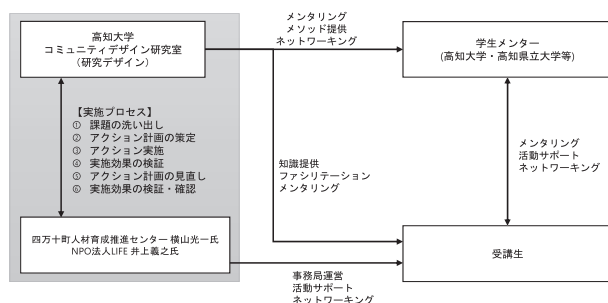


図5 地域イノベーター養成講座の実施体制

講座では、マイプロジェクトと呼ばれる教育メソッドをベースに、最新の事業創造思考(リーンスタートアップ、デザイン思考)、専用のレゴ®ブロックを使って内省やビジョン形成を図るレゴ®シリアスプレイ®メソッドが取り入れられている。具体的な進め方は、講座全体を通して、「対話⇒実践⇒伴走」を細かく繰り返す形で展開され(図6)、オフラインで開講される講座では、ゲストからのキーノートスピーチ、講師によるレクチャーを踏まえ、受講生と学生メンターがセルフヒストリーや気づきを対話を通じて共有していくことになる(写真1)。

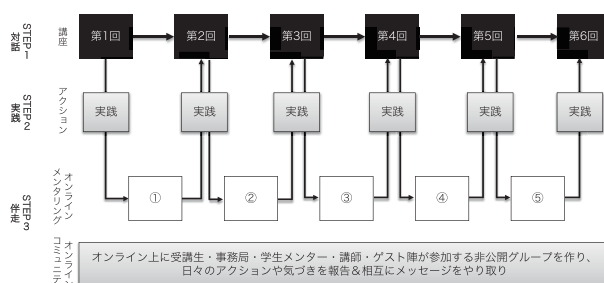


図6 地域イノベーター養成講座の構造



写真1 四万十町イノベーター養成講座の様子

講座と講座の間には、受講生と学生メンターはそれぞれ描いたプロジェクトを前進させるためのアクションを行い、それをオンラインミーティングシステムを利用したメンタリングを通じてアクションの振り返りや新たな気づきの共有、プロジェクトの見直しを行っている。加えて、非公開のSNSグループを立ち上げ、日々のアクションや近況を受講生、学生メンター、事務局、講師、ゲスト陣が相互に報告やフィードバックを行い、次の講座に臨むサイクルとなっている。

以上を通じ、1)一人ひとりが自分の経験の中から、自分自身のミッション(使命)を見つけ出す、2)ジブンゴトで取り組むことができるプロ

ジェクトを自分自身で生み出す、3)ジブンゴトのプロジェクトに取り組む仲間同士がともに切磋琢磨しながらも支え合う関係を創る、をゴールに掲げ運営されている。

これまで、受講者数は延べ50名、18歳から70歳まで、高校生や地域おこし協力隊、自治体職員、NPO 法人代表、主婦など多様な構成となっている。

②四万十ビジネスプランコンテスト

四万十ビジネスプランコンテスト(以下、四万十ビジコン)は、町の活性化や地域課題解決をビジネスとして取り組みたい人を町ぐるみで応援する仕組みとして実施されている。応募条件は町内外問わず、四万十町の活性化や地域課題解決につながるアイデアや四万十町の資源を活用したアイデアを募集し、大賞には、活動資金として100万円が補助される¹²。

ビジコンの特徴となるのが、複数回実施されるブラッシュアップ会とメンタリングの存在である(図7)。

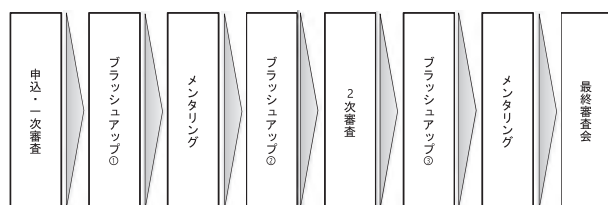


図7 四万十ビジコンのタイムフロー

通常、ビジコンでは応募の段階である程度具体化された事業アイデアを提出する必要があるが、四万十ビジコンでは、応募段階では厳密な内容を求めず、コンテスト当日までにプランのブラッシュアップとプレゼンテーションのサポートを行う、育成型・伴奏型のビジコンとして設計されている(図8)。

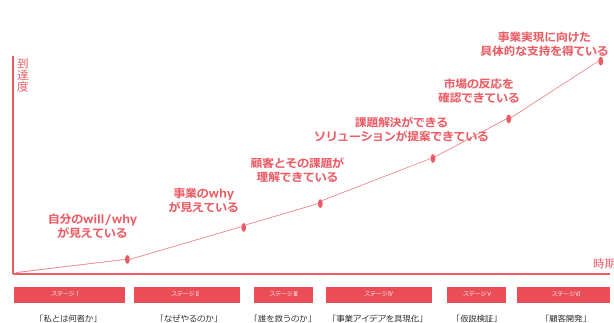


図8 四万十ビジコンのステージゲートイメージ

ブラッシュアップ会では、1)なぜ事業に取り組みたいのかという応募者の想いの言語化・自己探求、2)事業の中核となる要素の具体化、3)プロトタイプ・検証のサポートを行うことに焦点を置いたプログラムとなっている。また、期間中実施されるメンタリングでは、ビジコン出場経験や事業立ち上げ経験のある先輩起業家が、応募者自身もまだ認識できていない観点や事業プランに不足している視点、次取るべきアクションについて一緒に検討しながら事業プランの解像度を上げるためのサポートを行っている。

四万十ビジコンを通じて貫かれているのは、「競い合うビジコンから育ち合うビジコン」、「切磋琢磨できる仲間づくり」という観点にある。ビジコンと言えば、それぞれのアイデアを競い合うことが想定されるが、四万十ビジコンでは、応募者同士がお互いを深く理解し合い、それぞれのアイデアをよりよくするために相互にアドバイスをし合うことで、やりたいことや方法は違っても、地域のよりよい未来に向けて一緒に活動する仲間としての意識が醸成できるように運営を行っている(写真2)。



写真2 四万十ビジネスプランコンテストの様子

¹² 賞金は補助金として支給され、受賞後、3年以内に四万十町内を拠点に実施することが条件となっている。

ビジコンはゴールではなく、あくまで通過点に過ぎないことは言うまでもない。つまり、大切になるのは、きれいな事業プランを描くことではなく、ビジコンを契機に、小さくても一步を踏み出すことができるかどうかにある。どんなに素晴らしい事業プランをプレゼンテーションしても一向に実現に向けて動き出さないといった例は枚挙にいとまがない。特に、地域という文脈ではいきなり完全な形で事業を展開できるケースは少ないことを考慮すれば、小さくても実際にアクションを行うことが地域により大きな影響をもたらすことになる。

このような意識から、ビジコンをそうした想いのある人の集うきっかけとなる場という位置づけで運営し、2017年度から2021年度まで、応募総数70件を数え、町外や県外から多数の参加が見られている。

5.2. プログラムの特徴

①マイプロジェクト手法

四万十塾において採用される中核的な手法の一つが、マイプロジェクト(以下、マイプロ)である。マイプロは、2005年頃、慶応大学 SFC 井上英之ゼミ(当時)から生まれ、「時代や社会のせいにならず、未来の社会は自分(達)の一步から変えられる」「ひとりの力は以外と大きい。すべての人は、誰かを“代表”している」という実体験を全ての人に持ってもらうことを目的に開発された教育手法として知られている(須子, 2018; 須藤, 2019)¹³。

ワークは、これまでの人生を振り返り、価値観の形成に影響を与えた経験や出来事、自分の好き嫌い、うれしかったことや悲しかったことなど、感情が大きく動いた出来事などをまとめた Me 編と、これから自分が取り組みたいと考えているプロジェクトを整理した Project 編の2枚のシート(図9)を用いて、参加者同士が対話とアクションを重ねていく。

ンを重ねていく。

特に重要となるのが Me 編のシートを活用した対話で、普段はなかなか話すことの少ない幼少期のころの様々な経験や出来事とその時の感情を語り合う中で、自分自身の価値観を形成した原体験や想いの源泉となっている事象を掘り起こし、自分とは何者か、本当の自分とは何かを自己省察していくことになる。

The figure shows a two-page worksheet titled 'マイプロジェクトシート' (My Project Sheet). The top page is the 'Me Edition' (Me編) and the bottom page is the 'Project Edition' (Project編). The Me Edition includes a 'マイプロ My Profile' section with fields for name, age, and other information, and a '自分ヒストリー' (My History) section with a timeline for reflecting on past experiences. The Project Edition includes a 'Project Edition' section with a timeline for reflecting on future goals and a 'My Future' section with a timeline for reflecting on future goals. The sheet is designed for self-reflection and goal setting.

図9 マイプロジェクトシート(上: Me 編、下: Project 編)

マイプロの特徴は、プロジェクトを成功させることを重視しない点にもある。むしろ、心の中に引っかかっていたけれど見て見ぬふりをしてきたことに目を背けず、「本当のわたし」は何をしたいのか、どんな世界を創り出したいのかを声にし、仲間の協力を集めながら試行錯誤を重ねるなかで、自分とプロジェクトの関係性を明確にしていくことに加え、訪

¹³ マイプロは現在、教育機関、産業支援機関等で導入されており、ソーシャル・イノベーション創出や起業家育成、チームビルディング、組織開発、リーダーシップ開発、キャリア教育などの場面で活用されている。

れる困難に何度も立ち向かうしなやかなマインドセットの獲得を図っていくことになる(図10)。

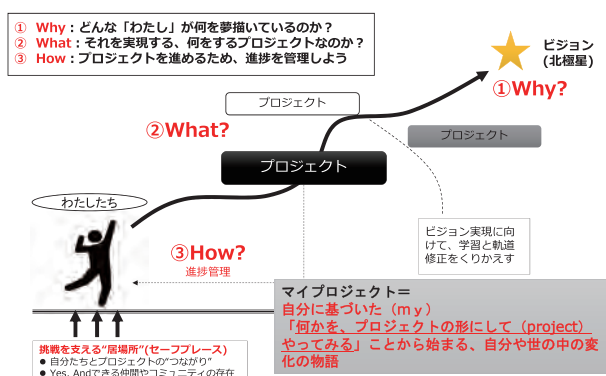


図10 マイプロジェクトの全体像

出所：ボーンステイン&デイヴィス(2012, p. viii)を加筆修正

②レゴ® シリアスプレイ® メソッド

四万十塾で導入しているもう一つの中核的手法がレゴ® シリアスプレイ® (以下、LSP) である¹⁴。LSP は、「個人の価値観やビジョンなど、頭の中でなんとなく意識しているモヤモヤとした部分を可視化する(ラムスセン他, 2016: p.1)」方法として知られ¹⁵、レゴ® ブロックを活用し、テーマに応じた作品制作と対話を通じて新たな知識や気づきを得ていくことになる。

具体的には、1) テーマとなる「問い」が参加者に提示され、2) 参加者はブロックを用いてその「問い」に対する自分の考えや思いを表現する作品を組み立てる、3) その作品の持つストーリーを語る、4) 他の参加者から作品に対する質問やフィードバックを受けながら作品の意味を再確認するとともに新たな理解や気づきを深めていくプロセスを辿る(岡本・須藤, 2021)。



写真3 LSPの実施風景と作品イメージ

四万十塾では、受講者や参加者一人ひとりの想いや価値観、原体験や達成したい世界観を具現化する部分と、プロジェクトや事業アイデア、リーンキャンバス¹⁶の各要素を作品として表現し、そのストーリーを語り合うことで、自分自身についてはもちろん、自分が取り組みたいプロジェクトや事業アイデアに対する理解を深めている(写真3)。

地域課題解決を目指した事業創造やプロジェクト開発を行う場合、どうしても目の前にある事実が目が奪われ、それに取り組む意義や目的が見失われることも多い。また、プロジェクトや事業化が目的化してしまい、その本質的な意味が問われないままに組み込みが進められ、その結果、ストレスを抱え、バーンアウト(燃え尽き症候群)してしまうことも懸念される。

プロジェクトや事業をうまく進めるための方法(how to)はもちろん大切な要素の一部ではあるが、四万十塾では徹底して、一人ひとりの内的な世界(inner world)への気づきに焦点を置き、「私とは何か」「私は何を手に入れたのか」「このプロジェクトや事業に取り組む私の中にある理由は何か」「どうしてこの課題に心が動かされているのか」を何度も自問自答を重ねていくことになる。

¹⁴ アントレプレナーシップ育成における LSP の効果については、岡本・須藤(2021)を参照のこと。

¹⁵ 現在、教育機関はもちろん、NASA、マイクロソフト、Google などにおいても取り入れられている。詳細は、ラムスセン他(2016)を参照のこと。高知県内では、大豊町が2021年度、職員研修(「キャリアビジョン形成」)に導入しているほか、四万十町・四万十川振興室が2021年度主催した SDGs ツーリズムセミナー等においても活用されている。

¹⁶ リーンキャンバスは、アッシュ・マウリヤ氏によって提唱されたビジネスモデルに必要な9つの要素を1枚のシート上で可視化するフレームワークで、事業創造やビジネスモデルの設計場面で活用されている。顧客セグメント、課題、独自の価値提案、ソリューション、チャネル、収益の流れ、コスト構造、主要指標、圧倒的な有意性、の9つから構成される。四万十塾では、受講者のプロジェクトや事業アイデアをリーンキャンバスの各要素に分解し、それぞれを LSP で作品にし、対話を通じてその具体性を高めている。

③リバース・メンタリング

イノベーター養成講座における特徴的な仕組みと言えるのが、大学生をメンター役にした、リバース・メンタリングの導入にある¹⁷。一般的に、メンター(Mentor)は一定の経験やスキルを有する者が新人や初心者に対してそれまでの経験を活かして様々なサポートを行うものと理解され、企業の人材育成場面等で導入され、近年では、アントレプレナー育成や事業創造プログラムにおいても積極的な活用が図られている。

しかしながら、須藤(2020)でも指摘した通り、地域においては経験豊富なメンターを確保することは人的資源の観点はもちろん、その確保に係るコストの面からも容易ではなく、加えて、地域課題解決という地域が有する様々な利害やしがらみ、文化的背景を理解したうえでの確かなメンタリングができるメンターはそもそも少ないという課題がある。さらには、先述した「支援の逆機能」という問題も内在することを踏まえると、いかにして、「教える/教えられる」「支援する/支援される」という関係構造を生み出す、受講生一人ひとりの学習を促進し、モチベーションを維持していきけるかが重要となる。

地域においては、新たな取り組みに挑戦する機会がそもそも乏しいことを鑑みれば、小さくても新たな一歩を踏み出す人の思いの種火が消えないようにモチベーションや精神的な面を支えていくことが重要となる。

講座では、大学生がメンター(学生メンター)の役割を担い、講座当日に加えて、オンライン上でのメンタリングを担当するとともに、受講生の取り組みへのサポートを行う形をとっている。その際、学生メンターも受講生と同様にマイプロを実践し、時には受講生がメンター役を担うことで対等な関係のもと、講座が展開される。

実際、受講生らからは「学生がこんなに深く考えているのか」「学生も頑張っているから頑張ら

なくちゃ」「学生から一緒にやりましょうと言われて勇気が沸いた」「メンターが進捗を心配してくれて、それが私の頑張りどころになった」「学生メンターはアクションを起こそうとしている同じ立場の仲間だと思えた」「専門家はどうしても指導されているという感覚になってしまうけど、学生の場合は横の関係で受講生の自主的な活動につながりやすい」といった声も聞かれている。なかには、学生を巻き込んで協働するケースも生まれしており、学生メンターの存在が受講生の活動の後押しとなっている。

一方学生側も、どのように受講生の想いを掘り起こしたらいいのかを必死に考えながらサポートを行うことで、結果的に学生自身のプロジェクトを前進させるきっかけにつながっている。

5.3. 成果(受講生の取り組み状況)

イノベーター養成講座の受講者及び四万十ビジコンの応募者は小さいながらも着実な一歩を踏み出し始めている。

イノベーター養成講座については、2017年度受講生の井上義之さんがNPO法人を立ち上げ、古民家カフェの運営や四万十手仕事市の運営、移住定住支援に取り組んでいるほか、現在は四万十ビジコンの事務局運営も担うなど次世代の育成へ貢献している。同じく1期生の松下洋平さんは、四万十町内で買い物弱者を救うべく移動販売をスタートさせ、メディアからも注目を集めている。

2018年度受講生である岩本寺・住職の窪博正さんは、現代アートを取り入れたPOP寺や窪川の中心街にある空き店舗を活用し寄贈本を集め、小さな図書館を作る「しまんと古書街道」計画を進めている。

2019年度受講生の小野雄介さんは四万十町大正地区でゲストハウス「EKIMAE HOUSE SAMARU」を立ち上げ、運営を続けている。また、吉岡亜紀さんは、地域活性化のためのコミュ

¹⁷ 地域人材の育成におけるリバース・メンタリングの効果についての詳細は、須藤(2020)を参照のこと。

ニティの立ち上げやずっと好きだったカレーをテーマに町のチャレンジショップを活用したカフェ経営や町内イベントへの出店を重ねている。

四万十ビジコンについては、2017年度大賞の橋本章央さんは、2019年度大賞の吉田健一さんと一緒に、合同会社 OUCHI 企画(四万十町)を設立し、四万十ひのきを活用したサウナキットやタイニーハウス、アウトドア製品の開発・販売に取り組み、県内外の展示会への参加も進めている。2020年度大賞の田村彩花さんは、四万十町内に古道具を扱うアンティークショップ「遠路」を開業した。惜しくも入賞は果たせなかったものの、回収機能付きルアーのエギ(餌木)を開発し、販売を進めている応募者やタイニーハウスの建築による新たなコミュニティ形成に向けたクラウドファンディングへの挑戦を行っている応募者など、試行錯誤が重ねられている。

四万十ビジコンの最大の成果と言えるのは、応募者同士が協働を進めている点にある。ブラッシュアップ会を通じてお互いの想いを共有したことで、関係が構築され、一緒に活動を始めているケースも複数報告されており、四万十ビジコンが目指す「応援し合える仲間づくり」が機能していると理解できる。

6. 結びに代えて—地域におけるアントレプレナーシップ育成の方向性

最後に、地域におけるアントレプレナーシップ育成の方向性について試論を提示し、結びに代えたい。

6.1. 自己探求に軸を置いたプログラム展開

近年のアントレプレナーシップ教育の潮流は、事業計画書の作成やマーケティングや経営戦略、財務会計等に関する知識獲得を図るというのではなく、自己探求を通じて、自分自身の内的世界へ向き合い、事業に取り組む前提にある志やその源になっている原体験、価値観を言語化していくアプローチだと言える。言い換えれば、アントレ

プレナー自身の will や why が何かを考え、“who I am”という問いに向き合うことがまずもって必要となっている。

成功した起業家による講演や起業に必要な知識やスキルを学ぶことはもちろん大切ではあるが、そもそもなぜ起業をしたいのか、どんな世界を創り出したいのか、どう在りたいのか、といういわゆる「Being」、自分自身の在り方に向き合うためのプログラムの存在が今後はより一層必要となってくると考えられる。

6.2. Learning by Doing / Learning by Making: 実践重視のカリキュラム

起業を含め、事業創造のプロセスは、一種の学習プロセスである(石川, 2009; 川名, 2014; 須藤, 2019)。しかしながら、入山(2017)も指摘するように、事業機会創造型のアプローチは従来の言語的な伝達方法が通用しにくい。したがって、経験学習(Kolb, 1984)に基づいて、「とにかく小さくやってみる」、試行錯誤を重ねることが求められる。エフェクチュエーションはもちろん、デザイン思考やリーンスタートアップ、アジャイル開発といった近年、事業創造やアントレプレナー育成において主流となりつつある考え方にもその認識は共通している。

つまり、これまでのように起業や事業に必要な専門的知識やスキルといった形式知を学ぶことよりも、まずはとにかく行動を起こしてみる。つまり、“Learning by Doing”、“Learning by Making”と呼ばれるように、やりながら学び、学ぶために作るという実践に軸を置いたプログラムの展開が求められるようになる。

アントレプレナーシップは、教室の中で学べるのではなく、様々な試行錯誤と行動を繰り返す中で身に付いていくものだということをスタートラインに置くべきだと言える。

6.3. ステージに合わせたプログラム

地域におけるアントレプレナーシップ育成にお

ける最大の課題は、支援プログラムのミスマッチだと考えられる。先述した通り、どの対象を支援するのが明確ではないことで支援プログラムとのミスマッチが生まれ、様々な支援が展開されているにもかかわらず一向にその成果が目に見えないという状況に多くの地域が置かれている。

図11は、アントレプレナーの置かれたステージと各レイヤーにおいて必要となる支援プログラムを整理したものである。事業化に向けては、様々なメソッドが存在するが、それらにはそれぞれに得意なレイヤーとステージがある。したがって、自分たちの地域はどのステージのアントレプレナーや事業者を対象に支援を行っていくのかを精査し、適切なメソッドを選択し、プログラム構築を図ることが求められる。

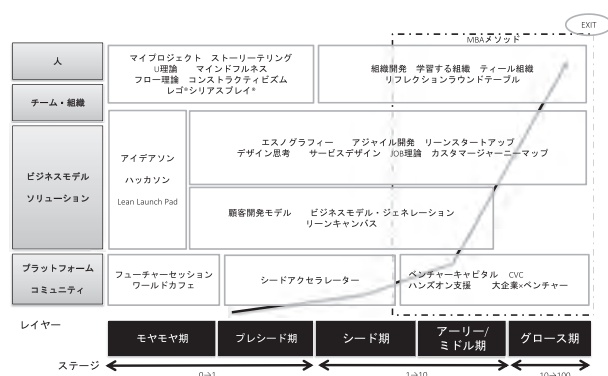


図11 ステージ別に必要な支援イメージ

出所：須藤(2017)を参考に筆者作成

6.4. アントレプレナーシップの拡張

アントレプレナーシップはこれからの未来を生き抜くための基礎的な素養になりつつある。たとえば、アントレプレナーシップの領域は、インターナショナル・アントレプレナーシップ、ソーシャル・アントレプレナーシップ、インスティテューショナル・アントレプレナーシップ、イントラプレナーシップと広がりを見せている(入山, 2017)。つまり、もはやアントレプレナーシップは、起業という文脈はもちろん、政府・市場・ボランティアといったセクターの枠をも超えた現象として顕在化してきている。

また、アントレプレナーシップは必ずしもイノ

ベーションとの関連でのみ語られるのではなく、より多様な目的やゴールを有していることも理解されつつある(Autio et al., 2014; Welter et al., 2017)。

したがって、地域においては起業することを目的としたアントレプレナーシップ育成という理解を乗り越え、行政職員や地域企業で働くビジネスパーソン、NPO やコミュニティ組織、学生や子育て中の住民など、地域で暮らすすべての人がアントレプレナーシップを獲得し、一人ひとりが自分事として地域社会に主体的に関わりを持っていくことができる思考様式と行動様式を習得していくことがこれからの地域の持続可能性を考えた場合にはより重要となる。そして、そうした一人ひとりのチャレンジを歓迎し、失敗に寛容な雰囲気を醸成していくことが結果として地域にアントレプレナーを増やすことにつながっていくのではないだろうか。

以上、簡単ではあるが筆者らの実践を踏まえ、地域におけるアントレプレナーシップ育成の方向性について試論を展開したが、本稿の議論が多くの地域にとって何等かの参考になれば幸いである。今後も、アントレプレナーシップの育成に向けて、「研究のための研究」に留まることなく、「研究を通じた実社会への貢献」を実現すべく、多くの地域や組織との協働実践を重ねていきたい。

謝辞：

本研究の実施にあたり、四万十町人材育成支援センター、NPO 法人 LIFE、そして受講生の皆様には多大なご協力をいただきました。ここに厚く感謝申し上げます。なお、本研究の一部は、JSPS 科研費 JP21K13645の助成、「四万十町人材育成プログラム『四万十塾』実施に関する研究」(受託研究事業)の支援を受けたものです。

参考文献

石川敬之(2008)「支援と自立のパラドクス：企業

- 家育成支援における逆機能とその回避』『奈良県立大学研究季報』19(3), 79-101.
- 石川敬之(2009)「企業家育成支援における自発的学習の意義と成果」『奈良県立大学研究季報』19(4), 79-99.
- 入山章栄(2017)「アントレプレナーシップと経営理論：アントレプレナーシップは『起業』から解放される(世界標準の経営理論 第39回)」『Harvard business review= Diamond ハーバード・ビジネス・レビュー』42(12), 130-141.
- 岡本廉・須藤順(2021)「アントレプレナーシップ教育における LEGO® SERIOUS PLAY® の活用可能性：四万十町における社会起業家育成プログラムを事例として」『地域活性研究』15, 97-106.
- 金井壽宏(1994)『企業者ネットワーキングの世界：MIT とボストン近辺の企業者コミュニティの探求』白桃書房.
- 川名和美(2014)「我が国の起業家教育の意義と課題：『起業教育』と『起業家学習』のための『地域つながりづくり』」『日本政策金融公庫論集』(25), 59-80.
- 熊野正樹(2016)「ベンチャー企業の創出と起業家教育：崇城大学起業家育成プログラム」『日本政策金融公庫論集』(30), 63-82.
- 須子善彦(2018)「オンライン大学における PBL の設計と実践：自分事からはじまるアントレプレナーシップ育成手法『マイプロジェクト』を用いて」『ビジネス・ブレークスルー大学レビュー』4, 51-65.
- 須藤順(2017)「地域における起業家育成の新たな潮流：高知県の起業家育成プログラムを事例に」『第79回全国都市問題会議文献集』158-164.
- 須藤順(2019)「地域における起業家育成の新展開：四万十町における起業家育成プログラムを事例に」『高知大学学術研究報告』68, 109-123.
- 須藤順(2020)「リバー・メンタリング・アプローチに基づいた地域人材育成の可能性：四万十町地域イノベーター養成講座を事例に」『Collaboration』11, 86-79.
- 高橋徳行(2014)「起業家教育のスペクトラム：『活動』の支援か『態度』の育成か」『ビジネスクリエーター研究』5, 97-112.
- 中小企業庁(2019)『2019年度版中小企業白書』
- 中小企業庁(2020)『2020年度版中小企業白書』
- 中小企業庁(2021)『2021年度版中小企業白書』
- ボーンステイン, D.& ディビス, S. (2012)『社会起業家になりたいと思ったら読む本：未来に何ができるのか、いまなぜ必要なのか』(井上英之監訳・有賀裕子訳)ダイヤモンド社.
- 牧野恵美(2018)「海外における起業家教育の先行研究レビュー」『研究技術計画』33(2), 92-100.
- 松永正樹・芦澤美智子・渡邊万里子(2020)「アントレプレナーシップ教育における Project-Based Learning (PBL) の効果と可能性：九州大学ロバート・ファン/アントレプレナーシップ・センターにおける実践事例から」『Venture review』(36), 91-105.
- 松井克文・牧野恵美・馬田隆明・菅原岳人・吉田壘・栗田佳代子・長谷川克也(2020)「起業家によるゲスト講義を中心とした起業家教育プログラムの効果」『Venture review』(36), 29-43.
- 三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング(MUFG) (2014)『平成25年度日本の起業環境及び潜在的起業家に関する調査報告書』
- ロバート・ラスムセン & 蓮沼孝・石原正雄(2016)『戦略を形にする思考術：レゴ(R)シリアスプレイ(R)で組織はよみがえる』徳間書店.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2010). Entrepreneurship and epistemology: The philosophical underpinnings of the study of entrepreneurial opportunities. *Academy of Management annals*, 4(1), 557-583.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel,

- D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research policy*, 43(7), 1097-1108.
- Bae, T.J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.
- Bornstein, D. (2004). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford University Press. (井上英之監修・有賀裕子訳『世界を変える人たち：社会起業家たちの勇気とアイデアの力』ダイヤモンド, 2007)
- Eurich, T. (2017). *Insight: Why we're not as self-aware as we think, and how seeing ourselves clearly helps us succeed at work and in life*. Currency. (中竹竜二監訳・樋口武志訳『insight(インサイト)：いまの自分を正しく知り、仕事と人生を劇的に変える自己認識の力』英治出版, 2019)
- Jones, C. (2019). *How to teach entrepreneurship*. Cheltenham, UK・Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Koch, L. T. (2003). Theory and practice of entrepreneurship education: A German view, *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(4), 633-660.
- Kolb, D. A. (1984). *Experience as the source of learning and development*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- OECD (2009) Evaluation of Programmes Concerning Education for Entrepreneurship. *Party on SMEs and Entrepreneurship*, OECD.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International small business journal*, 25(5), 479-510.
- Sarasvathy, S. D. (2008). *Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. New horizons in entrepreneurship research., Cheltenham, U.K: Edward Elgar Publishing. (加護野忠男監訳, 高瀬進・吉田満梨訳『エフェクチュエーション:市場創造の実効理論』碩学舎, 2015)
- Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2017). Everyday entrepreneurship: a call for entrepreneurship research to embrace entrepreneurial diversity. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(3), 311-321.

2021年度「高知県民総幸福度」(GKH) に関するアンケート結果について



土佐経済同友会
GKH 委員会委員長
刈谷 敏久



国立大学法人 高知大学次世代地域創造センター
地域コーディネーター(UBC)
梶 英樹

1. はじめに

近年、人々の幸福度向上に着目した取り組みが注目を集めている。その背景として、かつて1960年代には、経済活動が活発化することで低所得層にも富が浸透し、利益が再分配されることで多数の人々が幸福に暮らせる社会が築けるという経済開発中心のアプローチ（トリクルダウン）が主張されてきた。しかし、ここ最近では、人々の幸福度の向上は、単に国内総生産（GDP）の水準やマクロ経済成長など、経済的・物質的豊かさの追求という価値基準だけでは、必ずしも人々の幸福度の向上にはつながらず、真の幸福実感を捉えきることができない、という考え方が浸透し始めている。このことは、2015年に国連総会にて全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にある持続可能な開発目標（SDGs）にも示されているように、経済面、社会面、環境面の調和のある成長が不可欠であるとする持続可能な開発（成長）概念にも通じるものがある。

幸福度に関する調査研究に関して、世界で初めて国民の幸福度指標である GNH（国民総幸福度）を策定したブータン国をはじめ、2012年以降、国連の持続可能な開発ソリューションネットワーク（SDSN）が毎年「世界幸福度報告（World Happiness Report）」を発行している。また、フランスやイタリアなどでも研究が始まっているほか、日本国内では、政策分野において、内閣府が幸福度指標の試案を提示し、加えて、東京都荒川区¹や熊本県²など多くの地方自治体が、住民の幸福度を測る独自指標を設定して定量化を図るなど、各種の政策判断に反映させる取り組みが行われている。

2. 調査の目的

土佐経済同友会では、これまで高知県民の幸福度（GKH）に関するアンケートを継続的に実施してきたが、本年2021年度については、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、調査を見合わせることも検討した。しかし、こうした状況であればなお、高知県民の率直な考えを把握するとともに、各方面への提言などを通じて、高知県の幸福度を更に向上させることに寄与するため、昨年と同様にアンケート調査を実施することとした。

高知県は、一人当たり県民所得が全国でも最下位クラス³と、経済統計を見る限りでは豊かとは言えないが、自然・食の恵みを感じながら、明るく暮らしているというのが、多くの県民が有している主観的な実感なのではないだろうか。高知県民総幸福度（GKH）とは、そうした他のどこにもない高知らしい豊かさを可視化するために、高知での暮らしに対する県民の主観的な評価・充足感を把握し、指標化していくことを目的としている。

¹ 東京都荒川区(2020)「荒川区民総幸福度（GAH）に関する区民アンケート調査」
<https://www.city.arakawa.tokyo.jp/documents/1601/r01gah.pdf>

² 熊本県(2021)「県民総幸福量（AKH）に関する調査結果について」
<https://www.pref.kumamoto.jp/uploaded/attachment/159318.pdf>

³ 総務省(2021)「2019年全国家計構造調査」

3. 調査の方法

高知県民の主観的な幸福実感への評価を把握するため、本調査では、満15歳以上の高知県在住者を対象に、アンケート調査票を配付した。調査実施期間は、2021年7月1日から7月21日までとし、1から10までの10件法による主観的幸福度（SWB：Subjective Well Being）⁴、主観的幸福度の総合指標とされる人生満足度（SWLS：Satisfaction With Life Scale）（Diener, 1985）⁵、及び①健康・人とのつながり、②子育て・教育、③働くこと、④生活環境、⑤文化・地域、⑥安心・安全、⑦お住いの都道府県の7分野について、5件法による独自の各質問項目の実感度を調査した（質問項目は付録を参照）。

得られた回答サンプル数は4,352で、うち県内在住者の回答数は4,283、及び県外在住者の回答者数は69であった。なお、本調査は高知県民の幸福度を調査するため、高知県内居住者を対象とし調査結果を取りまとめた。

4. 調査結果

4-1. 10段階尺度による幸福度

2021年度における10段階尺度による主観的幸福度（SWB）の平均値は6.66であった。前年度の調査結果と比較し、0.09ポイント減少した。（前年度の平均値は6.75）

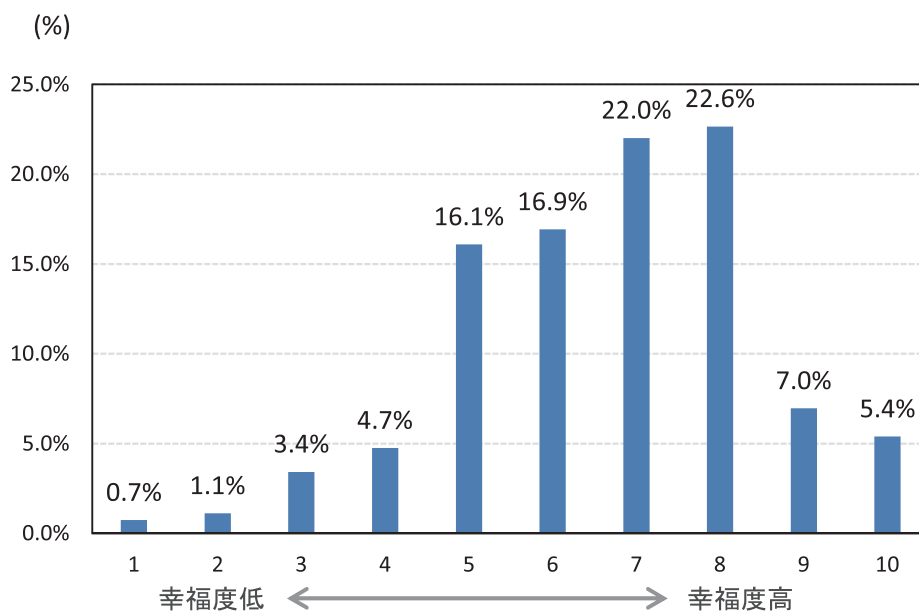


図1：10段階尺度による幸福度

加えて、全体の主観的幸福度（SWB）の10段階を、7から10を「幸福」、4から6を普通、1から3を「不幸」にカテゴリ化したところ、回答者の57.0%が「幸福」（前年59.2%）、37.7%が「普通」（前年35.9%）、5.3%が「不幸」（前年4.8%）に分類された。

⁴ 「普段どの程度幸福だと感じていますか？」の質問について、最も幸福度が低いと感じるものを1、最も幸福度が高いと感じるものを10とするスケール。

⁵ Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75.

4-2. 男女別及び世帯別の幸福度

全体の主観的幸福度 (SWB) の3区分と性別をクロス集計したところ、その関係については男性では54.7%、女性では60.0%が「幸福」と分類された。本年度だけでなく、例年男性より女性の方が幸福度が高い傾向にある。

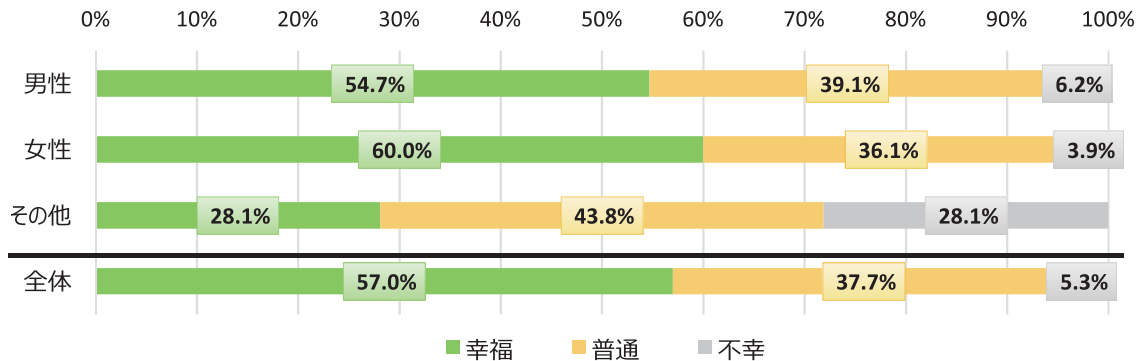


図2：主観的幸福度（SWB）3区分と性別との関係

また、全体の主観的幸福度 (SWB) の3区分と性別をクロス集計し、その関係をみたところ、夫婦のみ世帯の幸福度が65.0%と最も高く、次いで、2, 3世代家族の幸福実感が高い傾向にある。一方、一人暮らし世帯の幸福度は最も低い。

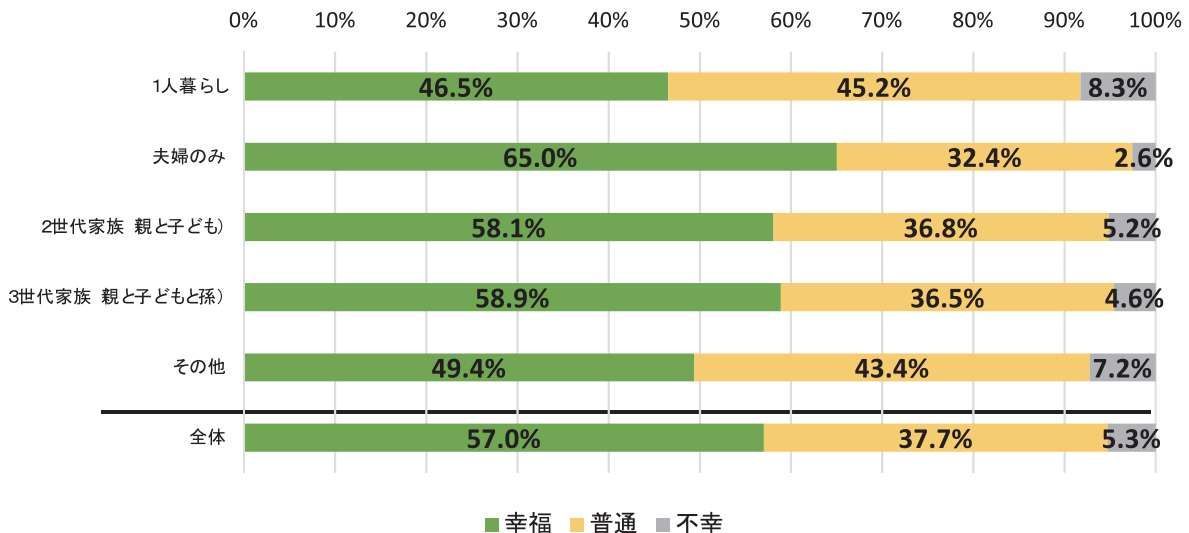


図3：主観的幸福度（SWB）3区分と世帯との関係

4-3. 年齢層別の幸福度

年齢層別にそれぞれ全体の主観的幸福度 (SWB) の3区分をクロス集計し関係をみたところ、20歳未満の幸福実感は比較的高いが、20代及び30代になると幸福度がむしろ低下し、その後40代以上になると幸福実感が高くなる U 字型のカーブを描く傾向にある。

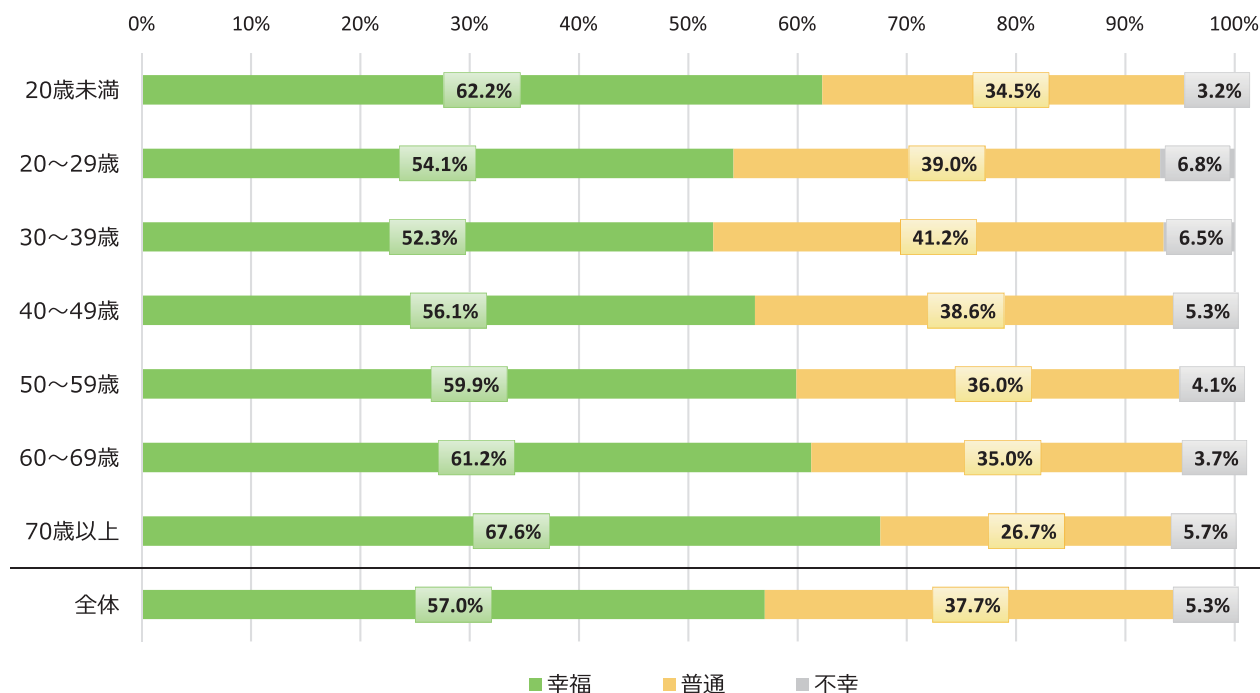


図4：主観的幸福度（SWB）3区分と年齢層との関係

4-4. 主観的幸福度(SWB)と職業との関係

アンケート回答者の職業別に主観的幸福度（SWB）の3区分をクロス集計したところ、全体の幸福実感の平均割合より高い職業は、管理職、専門的・技術的職業、農林水産業、専業主婦（夫）、学生がある一方、事務職、販売職、サービス職、現場職、パートは、全体の平均割合と比較し低い傾向にあった。これは、雇用が不安定になりがちな職業に従事している人の主観的幸福度は低い傾向にあると推察される。

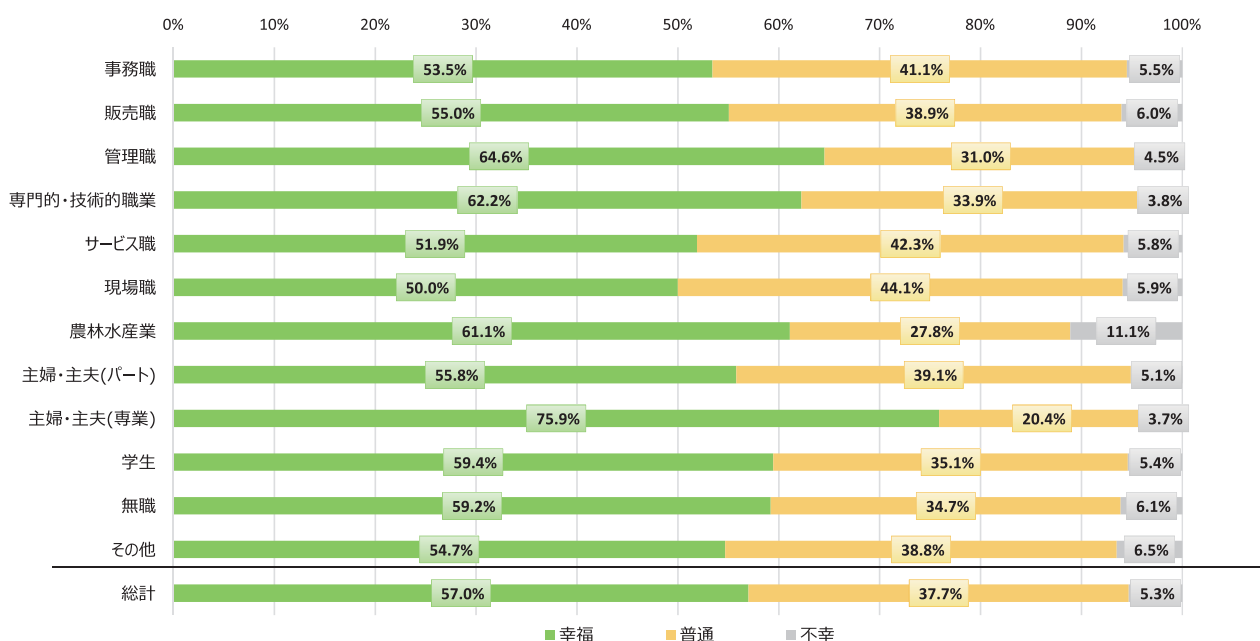


図5：主観的幸福度（SWB）3区分と職業との関係

4-5. 居住市町村区分で見た主観的幸福度 (SWB)

アンケート回答者の居住する地域を高知県内の39市町村に区分し、各市町村別に主観的幸福度の分布傾向をみたところ、主観的幸福度の3区分のうち、幸福に該当する人の最も多い市町村は日高村で、日高村に居住するアンケート回答者のうち、全体の77.1%が幸福に分類された。

一方、主観的幸福度の3区分のうち、幸福に分類される人が最も低い市町村は、大月町(44.4%)であったが、3区分のうち、不幸に分類される人が最も多かった市町村は、安田町であった。なお、市町村別に見た回答サンプル数には相当差があり、単純に比較することは困難なため、本調査結果はあくまで参考値として捉えることに留意したい。

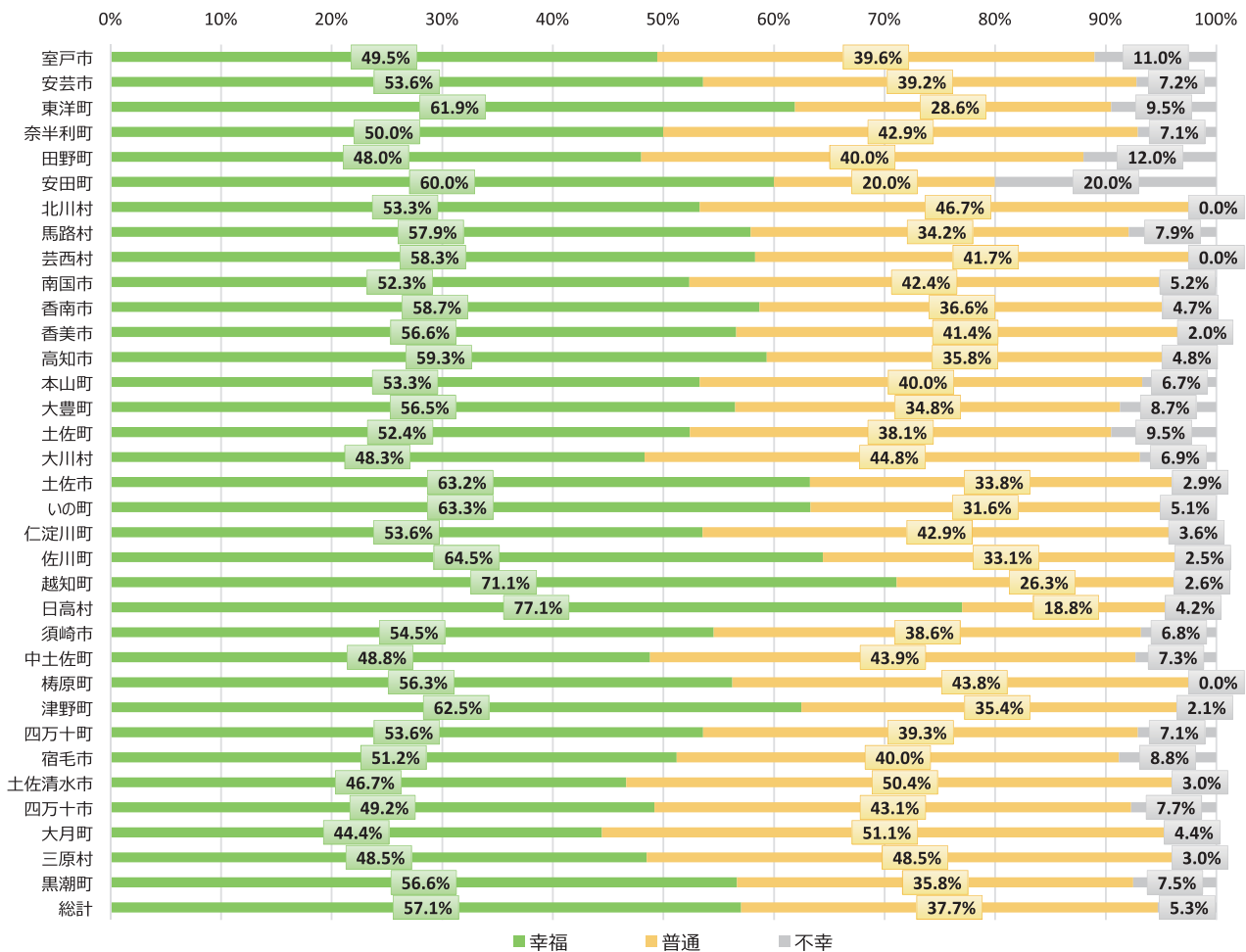


図6：居住市町村別にみた主観的幸福度 (SWB) 3区分

4-6. 地域別に見た7分野の幸福実感度 (SWB)

本調査では、主観的幸福度並びに人生満足度尺度に加えて、①健康・人とのつながり、②子育て・教育、③働くこと、④生活環境、⑤文化・地域、⑥安心・安全、⑦お住いの都道府県の7分野についてそれぞれの幸福実感度を調査した。各7分野における幸福実感度の平均値を地域別にみたものが図7である。

質問項目\地域毎回答数・平均値		安芸広域	物部川流域	高知市	嶺北広域	仁淀川流域	高幡広域	幡多広域	全体
		350	464	2,009	125	445	186	664	4,283
健康な暮らしの	いざという時に頼れる人が身近にいること	3.96	4.04	4.00	4.05	4.07	4.11	3.98	4.01
	家族と過ごす時間があること	4.03	3.98	4.00	4.07	4.08	4.11	3.93	4.00
	心身ともに健康的な生活であること	3.50	3.59	3.66	3.52	3.67	3.67	3.48	3.61
	社会の中で自分の役割や居場所があること	3.91	4.02	4.00	3.94	3.97	3.99	3.81	3.95
	身近に信頼できる医療機関があること	3.04	3.30	3.46	3.15	3.47	3.00	3.23	3.34
子育て	子どもが安心して通学、遊びができる地域の見守りがあること	3.91	4.05	3.95	4.11	4.01	4.15	3.83	3.96
	子育ての環境が充実していること	3.70	4.09	3.95	3.93	3.92	4.02	3.65	3.90
	子どもが社会生活上、必要な知識や技能、社会性、体力などを総合的に身につけること	3.61	3.90	3.75	3.64	3.79	3.82	3.55	3.73
働くこと	経済的に困らない生活を送ることができること	3.56	3.66	3.70	3.66	3.71	3.74	3.49	3.65
	一定の生活水準が確保されていること	3.31	3.39	3.49	3.40	3.45	3.44	3.24	3.41
	精神的に余裕のある生活を送れること	3.21	3.25	3.39	3.40	3.31	3.31	3.15	3.31
	仕事と生活とのバランス（ワークライフバランス）が取れていること	3.29	3.51	3.60	3.47	3.78	3.36	3.16	3.50
	仕事にやりがいや充実感があること	3.29	3.60	3.76	3.63	3.88	3.46	3.22	3.62
	通勤、通学が苦にならないこと	4.20	3.78	3.96	4.24	4.11	4.13	4.04	4.00
	勤め先でのコミュニケーション、チームワークがとれていること	3.73	3.76	3.88	3.77	4.09	3.59	3.53	3.80
	所属している組織に愛着があること	3.51	3.69	3.81	3.74	4.05	3.52	3.34	3.71
	所属している組織に憧れる先輩、上司がいること	3.24	3.50	3.53	3.50	3.75	3.40	3.22	3.47
生活環境	所属している組織に多様性を受け入れる風土があること	3.39	3.58	3.64	3.19	3.97	3.42	3.18	3.55
	自由になる時間が充分とれていること	3.35	3.42	3.44	3.33	3.54	3.28	3.27	3.40
	暮らしやすい生活環境があること	3.28	3.77	3.86	3.50	3.78	3.51	3.40	3.70
	住んでいる地域では生活する上での不快さが無く快適であること	3.48	3.68	3.63	3.72	3.76	3.70	3.56	3.63
	困っている人に声がけや協力する雰囲気や地域にあること	3.68	3.57	3.51	3.93	3.88	3.69	3.59	3.60

各項目の無回答（0）を除く

赤字（値が最も高い地域） 青字（値が最も低い地域）

図7-1：地域別幸福実感度（7分野）

高知県を7地域（安芸広域、物部川流域、高知市、嶺北広域、仁淀川流域、高幡広域、幡多広域）に区分し、それぞれの地域について各7分野における幸福実感度の平均値を算出した。太字で表示されている数値は、各分野における質問項目で最も平均値を示している。

幸福実感度の平均値が高い項目が最も多い地域は仁淀川流域で、37項目中16項目が他地域と比較して最も高い平均値を有している。仁淀川流域の次に平均値の高い項目が多い地域は嶺北地域となっている。なぜ仁淀川流域がこのような高い幸福実感度を持つかさらなる検証が必要であるが、一方で幡多地域については各項目で最も平均値が低い項目が最も多い地域であった。高知県内において幡多地域は高知市に次ぐ経済規模を有する圏域とされているが⁶、このような社会生活面による幸福実感と地域経済との間の関連性についてどのように見て取れるかは更なる分析が必要であろう。

⁶ 高知県（2021）「平成27年高知県産業連関表―高知県経済の構造―」
https://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/111901/files/2020091500027/file_20213265141838_1.pdf

質問項目\地域毎回答数・平均値		安芸広域	物部川流域	高知市	嶺北広域	仁淀川流域	高幡広域	幡多広域	全体
		153	432	2,381	79	358	187	394	3,984
文化 や 地 域	興味・関心がある活動や行事が地域にあること	3.17	3.38	3.22	3.34	3.53	3.50	3.11	3.26
	地域に頼れる人がいること	3.23	3.12	3.10	3.51	3.38	3.48	3.24	3.19
	地域の文化や特色に愛着や誇りを感じる	3.40	3.52	3.39	3.71	3.78	3.56	3.42	3.46
	満足できる余暇があること	3.26	3.41	3.46	3.34	3.56	3.42	3.27	3.41
	地域に居心地の良さを感じる	3.58	3.93	3.85	3.80	3.90	3.67	3.60	3.79
安 心 ・ 安 全	犯罪への不安がないこと	3.91	3.88	3.89	4.06	4.05	4.01	3.89	3.91
	災害に対する備えは充分であること	2.95	3.23	3.18	3.23	3.12	3.36	3.18	3.17
	ウイルス感染症に対する備えは充分であること	3.09	3.21	3.28	3.45	3.32	3.55	3.25	3.27
	日頃から近隣の人と交流があること	3.22	2.92	2.86	3.61	3.35	3.26	3.11	3.03
	女性が安心して外出できること	3.58	3.57	3.51	3.74	3.66	3.81	3.60	3.57
都 道 府 県 お 住 ま い の つ い て	身近に自然に接する場所があること	4.58	4.40	4.29	4.67	4.50	4.62	4.64	4.43
	仕事や学校以外で多くの交流があること	3.66	3.69	3.70	3.78	3.75	3.75	3.64	3.69
	住んでいる地域が域外からみて魅力があること	3.57	3.78	3.80	3.72	3.93	3.63	3.68	3.76
	住んでいる地域の暮らしで幸せだと感じられること	3.63	3.84	3.86	3.89	3.96	3.78	3.64	3.81
	あなたは(お住いの都道府県)を好きだと感じますか	3.81	3.99	3.96	4.07	4.07	3.91	3.78	3.93
あなたは普段どの程度幸福だと感じていますか		6.48	6.68	6.74	6.50	6.90	6.64	6.35	6.66
人 生 満 足 度	ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い	3.97	4.07	4.18	4.19	4.14	4.04	3.87	4.09
	私の人生は、とても素晴らしい状態だ	4.27	4.36	4.40	4.42	4.29	4.34	4.09	4.32
	私は自分の人生に満足している	4.30	4.40	4.47	4.51	4.42	4.39	4.25	4.40
	私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた	4.46	4.56	4.66	4.81	4.61	4.52	4.33	4.57
	もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう	3.39	3.41	3.55	3.71	3.53	3.40	3.31	3.48

各項目の無回答(0)を除く

赤字(値が最も高い地域)

青字(値が最も低い地域)

図7-2: 地域別幸福実感度(7分野)

4-7. 県内中心地と中心地外との別に見た主観的幸福実感度(SWB)

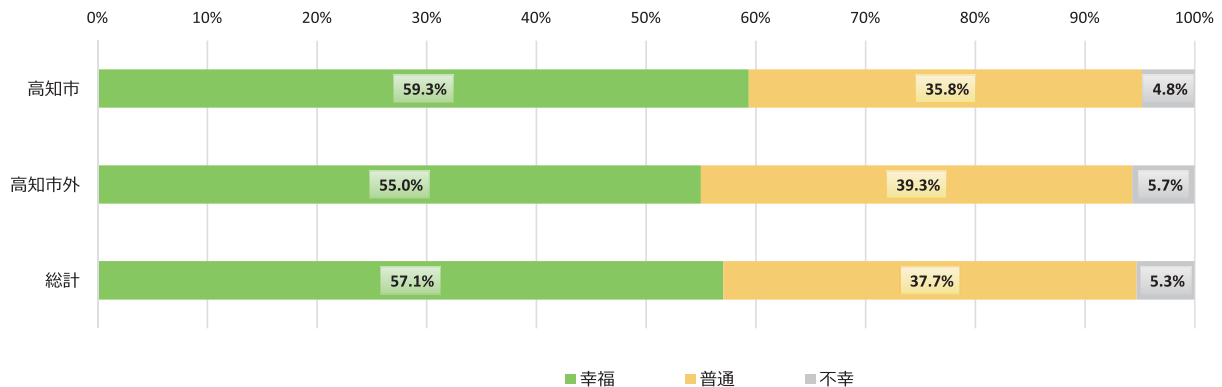


図8: 高知市・高知市外の別で見た主観的幸福度(SWB)

高知市内居住者と高知市外居住者を区分し、主観的幸福度(SWB)を比較したところ、高知市内居住者の方が幸福実感度は高い傾向にあった。しかし、高知市内居住者の主観的幸福度は、昨年に比べて2.3%低下したものの(2020年度 61.6%→2021年度 59.3%)、高知市外居住者の主観的幸福度は、0.6%の低下に留まっている。(55.6%→55.0%)

4-8. UIJ ターンの経験の有無と主観的幸福実感度（SWB）

高知県への UIJ ターンの経験の有無によって、主観的幸福度の度合いに差があるかどうかについて傾向を見たところ、UIJ ターンの経験があると回答した人は、経験がないと回答した人より幸福に分類される人の割合が高い。特に、高知県への I ターンの経験があると回答した人は、UIJ ターンのいずれも経験がない人に比較して「幸福」に分類される人の割合が大きい。

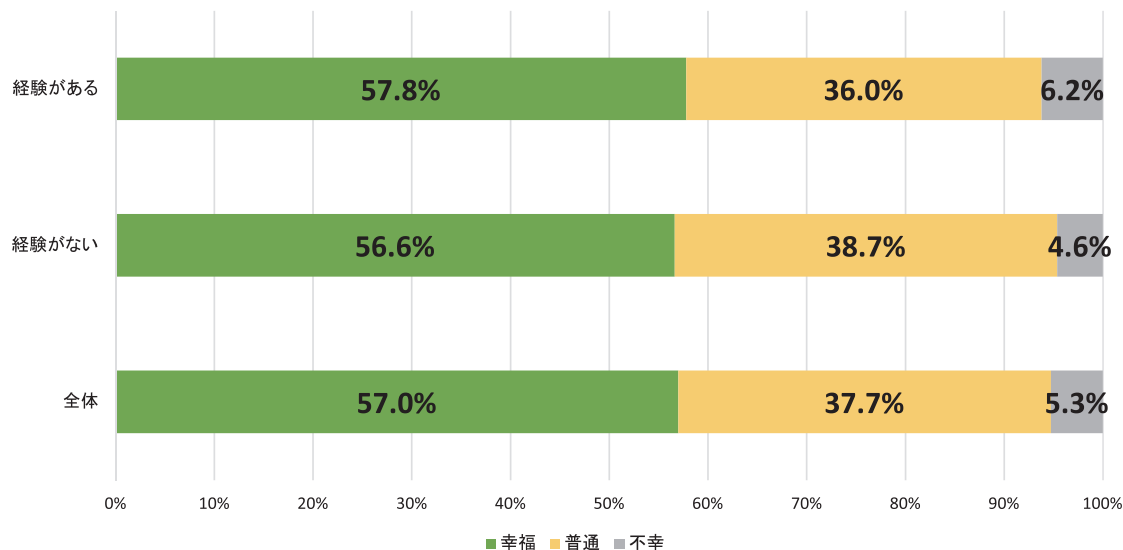


図9：UIJ ターンの経験の有無別で見た主観的幸福度（SWB）

4-9. 人生満足度（SWLS）

本調査では、主観的幸福度の総合指標とされ、より長期的な幸福実感を示すとされる尺度である人生満足度（SWLS: Satisfaction With Life Scale）を用いた幸福度の調査結果を得た⁷。2021年度の本調査結果では、人生満足度の平均値は20.8であった（不明・無回答除く）。昨年の平均値は20.8で本年度も同値という結果となった。

また、人生満足度（質問5項目の総和）のうち、26点以上を「人生満足度が高い」、16～25点を「普通」、15点以下を「人生満足度が低い」と3つに区分してそれぞれの分布を見たところ、アンケート回答者のうち、22.1%が「人生満足度が高い」、57.9%が「普通」、20.0%が「人生満足度が低い」に分類された。

国内外の新型コロナウイルス感染症拡大の影響は短期的な主観的幸福度に影響を与えていると考えられるが、長期的には幸福実感にあまり影響がないと考える人が多いと考えられるのではないだろうか。

⁷ 米国の心理学者である Ed Diener によって開発された幸福度尺度。7 件法による 5 項目のパッケージ尺度から構成されている。①ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い。②私の人生は、とても素晴らしい状態だ。③私は自分の人生に満足している。④私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた。⑤もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう。について、1～7 点の総和の最大を 35 点、最小を 5 点として計測する。

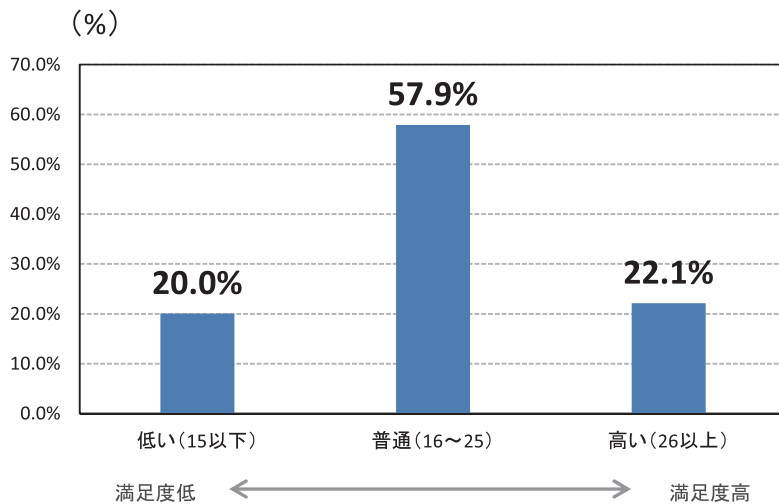


図10：人生満足度（SWLS）の分布状況

4-10. 各分野の平均幸福実感度

本調査の独自項目である幸福実感である①健康・人とのつながり、②子育て・教育、③働くこと、④生活環境、⑤文化・地域、⑥安心・安全、⑦お住いの都道府県の7分野について、2016年度から2021年度まで一貫して減少傾向にあるものは、「いざという時に頼れる人が身近の存在」、「子どもの教育」、「所属している組織への愛着」となった。

また、通勤・通学に関する平均実感度が高い傾向にあるが、これは、新型コロナウイルス感染拡大による自宅勤務・テレワーク等の実施拡大が大きく影響していると推察される。加えて、「ウィルス感染症に対する備えは充分である」と感じている方の平均実感度は昨年より増加している。減少幅が最も大きかった項目は、「地域に興味・関心がある活動や行事」に関する平均実感度となった。

さらに、分野毎の項目別平均実感度について図12のとおりの結果が得られた。健康や人とのつながりについては前回と同様、平均実感度が高い分野であるが、医療に関する幸福実感度は若干低めであるとともに、昨年より0.05ポイント、いざという時に頼れる人が身近にいるかについては、0.02ポイント下がった。

子育て、教育に関しては、実際にその環境にある人の回答となり、他の分野に比して1割程度少ない回答であった。子育ての環境は、0.02ポイント及び教育に関して0.03ポイントそれぞれ低下した。

働くことに関しては、通勤、通学時間及び会社でのコミュニケーション、チームワークについて、それぞれ平均幸福実感度は増加した一方、他の項目はすべて昨年度より平均幸福実感度は減少している。

生活環境に関しては、「自由になる時間が充分とれている」の質問については、昨年より0.01ポイント平均幸福実感度が増加している。しかし、その他の項目は昨年に比べてすべて減少している。

文化や地域に関しては、「地域に興味・関心がある活動や行事があると感じるか」、については他の項目に比しても0.06ポイントの減少傾向にあった。

安心・安全の分野における平均幸福実感度は、すべての項目において昨年より増加した。特に、ウィルス感染症への備えが充分であると感じている人の平均実感度は、本調査において最も高い上昇項目であった。

お住いの都道府県については、高知県在住者のアンケート回答結果では、身近に（気軽に）自然に接する場所（海、川、山）に対する幸福実感度の平均値は、アンケートの全項目の中で最も高いもので、

4.4ポイントとなった。高知県在住の方々から見た高知県については、概ね高い好感度がある事が分かった。しかしながら、仕事や学校以外での知人や仲間がいるとの回答については、昨年に比べて減少傾向にある。

分野	質問項目	項目別平均実感度						
		2016年	2019年	2020年	2021年	2020年との差	2019年との差	2016年との差
健康や人とのつながり	いざという時に頼れる人が身近にいますか	4.13	4.02	3.99	3.97	-0.02	-0.05	-0.16
	家族とのだんらんがあると感じますか	3.81	3.94	3.96	3.96	0.00	0.02	0.15
	心身ともに健康的な生活を送ることができていると感じますか	3.37	3.63	3.62	3.57	-0.05	-0.06	0.20
	あなたは、家庭や職場、学校、地域などで、自分の役割があったり、自分の居場所があったりと感じますか	3.77	3.96	3.89	3.91	0.02	-0.05	0.14
	身近に信頼できる病院があり、気軽に相談できると感じますか	3.30	3.34	3.22	3.20	-0.02	-0.14	-0.10
子育て・教育	子どもたちが安心して生活できていると感じますか（通学、遊びの場、学校を含む）	3.07	3.53	3.49	3.50	0.01	-0.03	0.43
	お住まいの地域では子育ての環境が充実していると感じますか	2.92	3.37	3.37	3.35	-0.02	-0.02	0.43
	子どもたちが、社会で生活してゆく上で、必要な知識や技能、社会性、体力などを総合的に身に付けていると感じますか	3.28	3.26	3.22	3.19	-0.03	-0.07	-0.09
働くこと	あなたは、経済的に困らない生活を送ることができていると感じますか	2.88	3.49	3.62	3.60	-0.02	0.11	0.72
	あなたの生活水準はどの程度だと感じていますか（とても貧しい1→最も豊かな5）		3.25	3.38	3.36	-0.02	0.11	-
	あなたは、精神的に余裕のある生活を送ることが出来ていると感じますか	3.07	3.31	3.32	3.27	-0.05	-0.04	0.20
	仕事（専業主婦にとっての家事を含む）と生活とのバランスが取れていると感じますか	3.04	3.29	3.30	3.28	-0.02	-0.01	0.24
	仕事（専業主婦にとっての家事を含む）にやりがいや充実感を感じますか	3.31	3.46	3.40	3.39	-0.01	-0.07	0.08
	通勤、通学は苦にならない程度の時間だと感じますか		3.87	3.83	3.91	0.08	0.04	-
	会社でのコミュニケーション、チームワークが良いと感じますか		3.56	3.52	3.53	0.01	-0.03	-
	所属している組織に愛着がありますか		3.50	3.48	3.45	-0.03	-0.05	-
	所属している組織に憧れる先輩、上司がどのくらいいますか（全くいない1→全員そうだ5）		3.09	3.19	3.13	-0.06	0.04	-
	所属している組織には多様性（性別、年齢、障がい者、外国人などで障壁等がないこと）を受け入れる風土あると感じますか		3.13	3.19	3.10	-0.09	-0.03	-

図11-1：各分野の平均幸福実感度【前回調査との比較】

分野	質問項目	項目別平均実感度						
		2016年	2019年	2020年	2021年	2020年との差	2019年との差	2016年との差
生活環境	自由になる時間が充分とれていると感じますか	3.08	3.41	3.37	3.38	0.01	-0.03	0.30
	お住まいの地域は暮らしやすい生活環境であると感じますか	3.60	3.73	3.69	3.66	-0.03	-0.07	0.06
	お住まいの地域では、生活する上での不快さ（悪臭、騒音、ポイ捨て、ゴミ屋敷などを含む）が無いと感じますか	3.20	3.67	3.61	3.59	-0.02	-0.08	0.39
	お住まいの地域では、困っている人を見かけたときに、声をかけたり協力したりする雰囲気があると感じますか	3.17	3.50	3.41	3.39	-0.02	-0.11	0.22
文化や地域	地域に興味・関心がある活動や行事があると感じますか		3.22	3.08	3.02	-0.06	-0.20	-
	お住まいの地域に親身になって相談のしてくれる人がいると感じますか	2.92	2.97	2.93	2.94	0.01	-0.03	0.02
	お住まいの地域に愛着や誇りを感じますか	3.49	3.42	3.35	3.39	0.04	-0.03	-0.10
	あなたは、自分の余暇の過ごし方に満足していると感じますか	3.10	3.43	3.39	3.36	-0.03	-0.07	0.26
	お住まいの地域は居心地が良いですか		3.78	3.73	3.75	0.02	-0.03	-
安心や安全	日常生活において、治安が守られていると感じますか	3.49	3.82	3.79	3.84	0.05	0.02	0.35
	災害（地震、火災、風水害）に対する備えは充分だと感じますか	2.46	3.02	2.94	2.96	0.02	-0.06	0.50
	ウイルス感染症に対する備えは充分だと感じますか			2.89	3.06	0.17	-	-
	日頃から近隣の方と交流ができていると感じますか		2.99	2.92	2.93	0.01	-0.06	-
	昼夜を問わず女性が安心して外出できると感じますか		3.45	3.39	3.43	0.04	-0.02	-
お住まいの都道府県	身近に（気軽に）自然に接する場所（海、川、山）があると感じますか		4.35	4.34	4.40	0.06	0.05	-
	仕事や学校以外での知人や仲間がいると感じますか	3.61	3.74	3.69	3.65	-0.04	-0.09	0.04
	他の都道府県から人が訪れたい魅力ある場所だと感じますか	3.60	3.77	3.66	3.67	0.01	-0.10	0.07
	あなたは（お住まいの都道府県）で暮らして幸せだと感じますか		3.80	3.76	3.78	0.02	-0.02	-
	あなたは（お住まいの都道府県）を好きだと感じますか		3.95	3.89	3.91	0.02	-0.04	-

図11-2：各分野の平均幸福実感度【前回調査との比較】

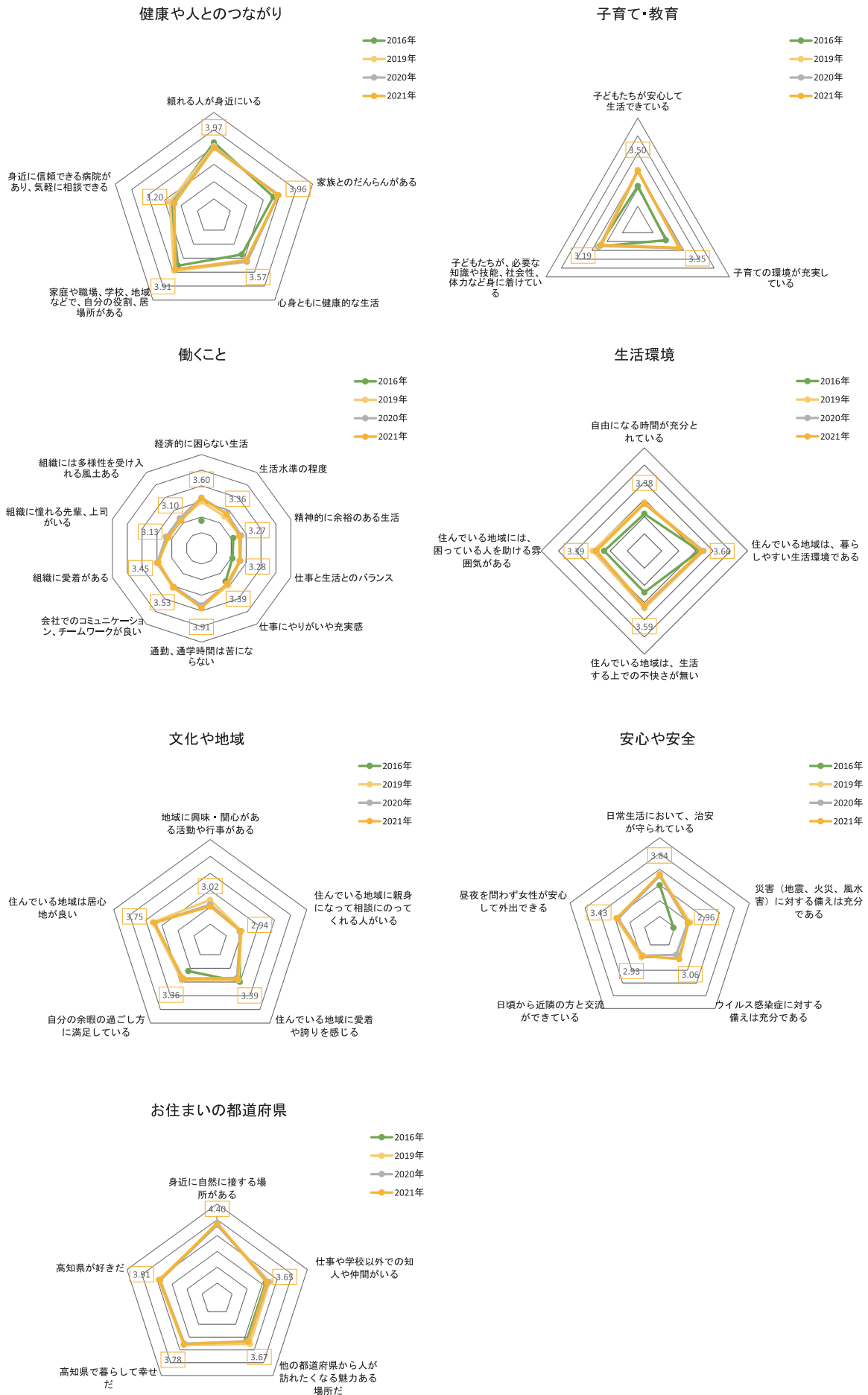


図12：分野毎の項目別平均実感度

5. おわりに

今回の2021年度の高知県民総幸福度（GKH）に関するアンケート調査は、コロナ禍という状況下で実施された。今回の調査結果から、新型コロナウイルス拡大の影響と長期化が、高知県民の主観的幸福実感に少なからず負の影響を及ぼしていることが推察される。在宅勤務やテレワークの拡大と浸透によって通勤に対する主観的な幸福実感は若干高まったものの、一方で地域でのイベント行事の減少に見られる人との直接的なつながりの低下は、幸福実感への負の影響が大きいと言えるのではないだろうか。

他方、アフターコロナにおける幸福実感は、今後どのくらいの期間にわたって人々の幸福実感に変化や影響を及ぼしうるかは今後調査を待たなければならないが、人生満足度（SWLS）の結果からは、今のところ長期的な幸福実感にはさほど影響がないように見受けられる。パンデミックの長期化が県民の幸福実感にどのような更なる影響を及ぼしていくかは、今後更なる詳しい調査研究が求められよう。

2021年度高知県民総幸福度 (GKH) に関するアンケート質問項目

最初にあなたは普段どの程度幸福だと感じていますか？

人生満足度

1. ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い。
2. 私の人生は、とても素晴らしい状態だ。
3. 私は自分の人生に満足している。
4. 私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた。
5. もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう。

I 健康や人とのつながり

1. いざという時に頼れる人が身近にいると感じますか。
2. 家族とのだんらんがあると感じますか。
3. 心身ともに健康的な生活を送ることができていると感じますか。
4. あなたは、家庭や職場、学校、地域などで、自分の役割があったり、自分の居場所があったりすると感じますか。
5. 身近に信頼できる病院があり、気軽に相談できると感じますか。

II 子育て・教育

1. 子どもたちが安心して生活できていると感じますか（通学、遊びの場、学校を含む）。
2. お住まいの地域では子育ての環境が充実していると感じますか。
3. 子どもたちが、社会で生活してゆく上で、必要な知識や技能、社会性、体力などを総合的に身に着けていると感じますか。

III 働くこと

1. あなたは、経済的に困らない生活を送ることができていると感じますか。
2. あなたの生活水準はどの程度だと感じていますか（とても貧しい1→最も豊か5）。
3. あなたは、精神的に余裕のある生活を送ることが出来ていると感じますか。
4. 仕事（専業主婦にとっての家事を含む）と生活とのバランスが取れていると感じますか。
5. 仕事（専業主婦にとっての家事を含む）にやりがいや充実感を感じますか。
6. 通勤、通学は苦にならない程度の時間だと感じますか。
7. 会社でのコミュニケーション、チームワークが良いと感じますか。
8. 所属している組織に愛着がありますか。
9. 所属している組織に憧れる先輩、上司がどのくらいいますか（全くいない1→全員そうだ5）。
10. 所属している組織には多様性（性別、年齢、障がい者、外国人などで障壁等が無いこと）を受け入れる風土あると感じますか。

IV 生活環境

1. 自由になる時間が充分とれていると感じますか。
2. お住まいの地域は暮らしやすい生活環境であると感じますか。
3. お住いの地域では、生活する上での不快さ（悪臭、騒音、ポイ捨て、ゴミ屋敷などを含む）が無いと感じますか。
4. お住いの地域では、困っている人を見かけたときに、声をかけたり協力したりする雰囲気があると感じますか。

V 文化や地域

1. 地域に興味・関心がある活動や行事があると感じますか
2. お住いの地域に親身になって相談にのってくれる人がいると感じますか
3. お住まいの地域に愛着や誇りを感じますか
4. あなたは、自分の余暇の過ごし方に満足していると感じますか
5. お住まいの地域は居心地が良いですか

VI 安心や安全

1. 日常生活において、治安が守られていると感じますか
2. 災害（地震、火災、風水害）に対する備えは充分だと感じますか
3. ウイルス感染症に対する備えは充分だと感じますか
4. 日頃から近隣の方と交流ができていると感じますか
5. 昼夜を問わず女性が安心して外出できると感じますか

VII お住まいの都道府県

1. 身近に（気軽に）自然に接する場所（海、川、山）があると感じますか
2. 仕事や学校以外での知人や仲間がいると感じますか
3. 他の都道府県から人が訪れたくなる魅力ある場所だと感じますか
4. あなたは（お住まいの都道府県）で暮らして幸せだと感じますか
5. あなたは（お住いの都道府県）を好きだと感じますか

付表

市町村別実感度

質問項目\地域毎回答数(率)・平均値		全市町村	室戸市	安芸市	東洋町	奈半利町	田野町	安田町	北川村	馬路村	芸西村	南国市	香南市	香美市	高知市	本山町	大豊町	土佐町	大川村
		4,283	93	104	23	32	25	5	15	41	12	183	179	102	2,009	48	24	22	31
		0.59%	0.80%	0.61%	1.00%	0.93%	1.01%	0.21%	1.33%	5.29%	0.33%	0.37%	0.54%	0.38%	0.59%	1.36%	0.75%	0.58%	8.22%
健康 つながり の こと	いざという時に頼れる人が身近にいること	4.01	4.03	3.97	4.09	3.59	4.04	4.00	4.00	3.90	4.00	4.07	4.03	4.00	4.00	4.17	4.08	4.05	3.84
	家族と過ごす時間があること	4.00	4.23	3.93	4.18	3.84	4.00	4.20	3.93	3.90	4.25	3.96	3.99	4.00	4.00	4.02	4.59	3.86	3.90
	心身ともに健康的な生活であること	3.61	3.37	3.42	3.50	3.47	3.56	3.40	3.53	3.85	4.08	3.51	3.59	3.71	3.66	3.57	3.75	3.36	3.35
	社会の中で自分の役割や居場所があること	3.95	3.82	3.85	3.95	3.72	4.04	4.00	4.13	4.17	4.08	4.06	3.97	4.02	4.00	4.00	4.04	4.05	3.71
	身近に信頼できる医療機関があること	3.34	2.63	3.41	2.36	2.97	3.28	3.00	3.07	3.41	2.58	3.38	3.12	3.49	3.46	3.45	3.13	3.50	2.48
子育て の こと	子どもが安心して通学、遊びができる地域の見守りがあること	3.96	3.65	4.23	3.86	3.63	3.72	3.20	4.60	4.07	3.25	4.15	3.87	4.18	3.95	4.23	4.25	4.36	3.65
	子育ての環境が充実していること	3.90	3.16	4.02	3.64	3.38	3.96	3.00	4.47	4.02	3.67	4.22	3.79	4.36	3.95	4.02	3.88	4.45	3.45
	子どもが社会生活上、必要な知識や技能、社会性、体力などを総合的に身につけること	3.73	3.35	3.95	3.41	3.25	3.72	3.00	4.33	3.73	2.75	3.98	3.58	4.33	3.75	3.70	3.29	4.18	3.42
	経済的に困らない生活を送ることができること	3.65	3.48	3.50	3.36	3.56	4.12	4.00	3.53	3.63	3.50	3.81	3.51	3.65	3.70	3.51	3.88	3.59	3.77
	一定の生活水準が確保されていること	3.41	3.14	3.29	3.32	3.16	3.84	3.40	3.60	3.46	3.25	3.48	3.30	3.38	3.49	3.34	3.58	3.23	3.45
働く こと	精神的に余裕のある生活を送れること	3.31	3.11	3.21	3.09	3.00	3.24	3.20	3.47	3.58	3.25	3.28	3.16	3.35	3.39	3.43	3.50	3.55	3.19
	仕事と生活とのバランス(ワークライフバランス)が取れていること	3.50	2.98	3.35	3.18	3.22	3.36	3.20	3.33	3.51	4.75	3.53	3.48	3.51	3.60	3.55	3.75	3.68	2.97
	仕事にやりがいや充実感があること	3.62	3.04	3.33	3.18	3.19	3.24	3.80	3.33	3.37	5.00	3.49	3.63	3.73	3.76	3.66	3.63	3.59	3.61
	通勤、通学が苦にならないこと	4.00	4.31	4.11	3.86	4.44	4.60	3.40	3.20	4.51	3.67	3.65	3.90	3.79	3.96	4.64	4.25	3.91	3.87
	勤め先でのコミュニケーション、チームワークがとれていること	3.80	3.72	3.77	3.77	3.55	3.44	3.80	3.27	3.83	4.50	3.61	3.95	3.72	3.88	3.98	4.04	4.09	3.00
	所属している組織に愛着があること	3.71	3.44	3.53	3.23	3.44	3.40	3.60	3.20	3.77	4.42	3.63	3.76	3.65	3.81	3.83	3.92	3.91	3.35
	所属している組織に憧れる先輩、上司がいること	3.47	3.17	3.49	3.05	3.44	2.80	2.80	2.47	3.05	4.08	3.31	3.62	3.85	3.53	3.57	3.46	4.23	2.90
	所属している組織に多様性を受け入れる風土があること	3.55	3.39	3.60	3.00	3.31	3.00	3.60	2.93	3.44	3.67	3.60	3.58	3.56	3.64	3.36	3.33	3.64	2.52
	自由になる時間が充分とれていること	3.40	3.24	3.39	3.13	3.38	3.28	3.20	3.60	3.49	3.75	3.41	3.36	3.54	3.44	3.40	3.42	3.41	3.10
	暮らすやすい生活環境があること	3.70	2.97	3.59	2.81	2.97	3.60	3.40	3.60	3.29	3.50	3.66	3.84	3.82	3.86	3.65	3.50	3.77	3.10
生活 環境	住んでいる地域では生活する上での不快感が無く快適であること	3.63	3.39	3.51	3.57	3.19	3.48	3.20	3.33	3.73	4.08	3.66	3.70	3.68	3.63	3.65	3.96	3.50	3.81
	困っている人に声かけや協力をする雰囲気があること	3.60	3.63	3.70	3.57	3.28	3.76	3.20	3.73	4.05	3.75	3.53	3.47	3.80	3.51	4.02	4.00	3.68	3.90
	各項目の無回答(0)を除く																		

赤字(値が最も高い地域) 青字(値が最も低い地域)

※「お住まいの地域はどこか」の質問に回答があった方だけを集計し、各質問項目への無回答者は平均値算定の基礎には算入していない。

付表

市町村別実感度

質問項目\地域毎回答数(率)・平均値		全市町村	室戸市	安芸市	東洋町	奈半利町	田野町	安田町	北川村	馬路村	芸西村	南国市	香南市	香美市	高知市	本山町	大豊町	土佐町	大川村
		4,283	93	104	23	32	25	5	15	41	12	183	179	102	2,009	48	24	22	31
		0.59%	0.80%	0.61%	1.00%	0.93%	1.01%	0.21%	1.33%	5.29%	0.33%	0.37%	0.54%	0.38%	0.59%	1.36%	0.75%	0.58%	8.22%
文化 や 地域	興味・関心がある活動や行事が地域にあること	3.26	2.87	3.35	3.22	2.75	2.76	3.00	3.13	3.93	3.50	3.35	3.37	3.43	3.22	3.13	3.42	3.64	3.42
	地域に頼れる人がいること	3.19	3.11	3.18	2.81	3.16	3.24	3.20	3.27	3.78	3.33	2.99	3.08	3.44	3.10	3.60	3.38	3.77	3.29
	地域の文化や特色に愛着や誇りを感じる事	3.46	3.09	3.41	3.43	3.38	3.60	3.60	3.73	3.76	3.58	3.48	3.49	3.65	3.39	3.71	3.63	3.66	3.68
	満足できる余暇があること	3.41	3.14	3.24	3.17	3.22	3.28	3.60	3.33	3.51	3.50	3.33	3.41	3.55	3.46	3.27	3.54	3.27	3.35
	地域に居心地の良さと感じる事	3.78	3.33	3.74	3.52	3.31	3.52	3.40	4.00	3.83	3.75	3.87	3.88	4.14	3.85	3.71	4.00	3.68	3.87
安心 ・ 安全	犯罪への不安がないこと	3.91	3.71	3.95	4.00	3.75	4.00	4.00	4.07	4.15	4.08	3.95	3.81	3.89	3.89	3.94	4.29	4.18	4.00
	災害に対する備えは充分であること	3.17	2.85	2.98	2.96	2.84	3.08	2.80	3.20	3.39	3.17	3.25	3.17	3.31	3.18	3.04	3.04	4.23	2.97
	ウイルス感染症に対する備えは充分であること	3.27	2.86	3.04	3.22	3.19	3.16	2.60	3.47	3.56	2.92	3.19	3.18	3.31	3.28	3.35	3.50	4.23	3.00
	日頃から近隣の人と交流があること	3.03	2.83	3.24	3.57	2.78	3.28	3.40	3.40	3.83	3.83	2.85	2.91	3.06	2.86	3.73	3.75	3.27	3.55
	女性が安心して外出できること	3.57	3.51	3.51	3.83	3.47	3.48	3.40	3.40	4.22	2.83	3.62	3.54	3.57	3.51	3.75	4.13	3.77	3.39
暮らし の こと	身近に自然に接する場所があること	4.43	4.60	4.59	4.91	4.38	4.40	5.00	4.47	4.66	4.33	4.34	4.39	4.50	4.29	4.69	4.71	4.73	4.58
	仕事や学校以外で多くの交流があること	3.69	3.49	3.87	3.87	3.09	3.28	4.00	3.87	4.15	3.08	3.58	3.83	3.64	3.70	3.81	3.83	3.82	3.65
	住んでいる地域が域外からみて魅力があること	3.76	3.37	3.65	3.74	3.31	3.40	4.00	3.33	4.05	3.58	3.65	3.87	3.86	3.80	3.58	3.79	4.55	3.20
	住んでいる地域の暮らしで幸せだと感じられること	3.81	3.53	3.75	3.48	3.34	3.56	3.80	3.87	3.80	3.67	3.76	3.84	3.98	3.86	3.85	4.08	4.00	3.71
	あなたは(お住まいの都道府県)を好きだと感じますか	3.93	3.72	3.89	3.83	3.44	3.72	4.20	3.60	4.02	4.25	3.91	4.02	4.10	3.96	4.06	4.25	4.00	4.00
人生 満足 度	あなたは普段どの程度幸福だと感じていますか	6.66	6.22	6.44	6.62	6.54	6.48	6.80	6.87	6.74	6.83	6.65	6.62	6.82	6.74	6.58	6.57	6.48	6.34
	ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い	4.09	3.97	3.84	3.91	4.00	4.12	4.20	4.47	3.93	4.25	4.12	4.03	4.07	4.18	4.09	4.83	4.14	4.03
	私の人生は、とても素晴らしい状態だ	4.32	4.23	4.13	4.18	4.09	4.28	4.60	5.20	4.46	4.58	4.44	4.28	4.36	4.40	4.39	4.79	4.41	4.19
	私は自分の人生に満足している	4.40	4.18	4.34	4.27	4.31	4.28	4.60	4.73	4.41	4.00	4.51	4.32	4.33	4.47	4.49	4.79	4.45	4.35
	私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた	4.57	4.38	4.51	3.86	4.13	4.72	4.40	5.00	4.56	5.08	4.75	4.49	4.37	4.66	4.80	5.04	4.86	4.61
人生 満足 度	もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう	3.48	3.34	3.42	3.09	3.16	3.64	3.60	3.53	3.54	3.42	3.39	3.46	3.35	3.55	3.85	3.75	3.73	3.47
	各項目の無回答(0)を除く																		

赤字(値が最も高い地域) 青字(値が最も低い地域)

※「お住まいの地域はどこか」の質問に回答があった方だけを集計し、各質問項目への無回答者は平均値算定の基礎には算入していない。

付表

市町村別実感度

質問項目\地域毎回答数(率)・平均値		全市町村	土佐市	いの町	仁淀川町	佐川町	越知町	日高村	須崎市	中土佐町	橘原町	津野町	四万十町	宿毛市	土佐清水市	四万十市	大月町	三原村	黒潮町
		4,283	70	100	59	126	40	50	46	44	17	48	31	168	140	215	50	35	56
健康 つながり の 社会		0.59% <td>0.27%<td>0.48%<td>1.22%<td>1.00%<td>0.75%<td>1.02%<td>0.22%<td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	0.27% <td>0.48%<td>1.22%<td>1.00%<td>0.75%<td>1.02%<td>0.22%<td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	0.48% <td>1.22%<td>1.00%<td>0.75%<td>1.02%<td>0.22%<td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	1.22% <td>1.00%<td>0.75%<td>1.02%<td>0.22%<td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	1.00% <td>0.75%<td>1.02%<td>0.22%<td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	0.75% <td>1.02%<td>0.22%<td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	1.02% <td>0.22%<td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	0.22% <td>0.71%<td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	0.71% <td>0.49%<td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td></td>	0.49% <td>0.92%<td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td></td>	0.92% <td>0.18%<td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td></td>	0.18% <td>0.85%<td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td></td>	0.85% <td>1.15%<td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td></td>	1.15% <td>0.60%<td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td></td>	0.60% <td>1.06%<td>2.40%<td>0.53%</td></td></td>	1.06% <td>2.40%<td>0.53%</td></td>	2.40% <td>0.53%</td>	0.53%
	いざという時に頼れる人が身近にいること	4.01	4.13	3.90	3.98	4.14	3.90	4.42	4.30	4.07	4.06	4.25	3.68	3.89	4.18	3.89	4.16	3.86	3.98
	家族と過ごす時間があること	4.00	4.04	4.04	4.08	4.12	4.05	4.10	4.26	3.93	4.18	4.23	3.90	4.14	3.85	3.81	4.24	3.66	3.84
	心身ともに健康的な生活であること	3.61	3.64	3.48	3.69	3.75	3.60	3.92	3.74	3.70	3.76	3.42	3.87	3.48	3.44	3.43	3.82	3.40	3.48
	社会の中で自分の役割や居場所があること	3.95	3.81	3.92	3.98	4.02	4.08	4.08	3.83	3.89	4.06	4.29	3.87	3.79	3.84	3.76	4.18	3.63	3.76
子育て	身近に信頼できる医療機関があること	3.34	3.19	3.64	3.41	3.44	3.38	3.74	2.93	3.20	3.29	2.90	2.81	3.30	2.99	3.34	3.42	3.23	3.04
	子どもが安心して通学、遊びができる地域の見守りがあること	3.96	3.73	3.76	4.32	4.10	4.05	4.26	4.02	4.05	4.71	4.13	4.23	3.77	3.66	4.02	3.63	3.94	3.80
	子育ての環境が充実していること	3.90	3.63	3.75	4.14	3.94	3.77	4.48	4.09	3.59	4.59	4.15	4.00	3.55	3.36	3.96	3.39	3.77	3.70
	子どもが社会生活上、必要な知識や技能、社会性、体力などを総合的に身につけること	3.73	3.57	3.44	4.03	3.89	3.49	4.48	3.57	3.39	4.65	3.75	4.48	3.61	3.39	3.71	3.33	3.66	3.34
	経済的に困らない生活を送ることができること	3.65	3.36	3.86	3.56	3.65	3.55	4.34	3.70	3.59	3.35	3.35	4.06	3.74	3.60	3.41	3.40	3.50	3.63
働くこと	一定の生活水準が確保されていること	3.41	3.31	3.62	3.19	3.41	3.38	3.80	3.39	3.43	3.12	3.77	3.17	3.29	3.19	3.19	3.26	3.40	3.30
	精神的に余裕のある生活を送れること	3.31	3.27	3.27	3.14	3.32	3.13	3.78	3.49	3.39	3.35	3.27	2.97	3.24	3.08	3.11	3.20	3.03	3.20
	仕事と生活とのバランス（ワークライフバランス）が取れていること	3.50	3.84	3.67	3.78	3.80	3.43	4.14	3.17	3.68	3.24	3.35	3.26	3.27	3.13	3.12	3.06	3.14	3.13
	仕事にやりがいや充実感があること	3.62	3.84	3.88	3.98	3.83	3.73	4.04	3.39	3.34	3.65	3.65	3.35	3.32	3.14	3.10	3.38	3.29	3.35
	通勤、通学が苦にならないこと	4.00	3.93	3.97	4.14	4.09	4.48	4.36	4.17	4.27	3.88	4.29	3.77	4.03	4.06	3.92	4.10	4.56	4.07
	勤め先でのコミュニケーション、チームワークがとれていること	3.80	3.96	4.17	4.00	4.15	3.90	4.24	3.57	3.50	4.06	3.77	3.19	3.62	3.46	3.50	3.34	3.71	3.60
	所属している組織に愛着があること	3.71	4.00	4.09	4.07	3.89	3.95	4.54	3.42	3.52	3.63	3.69	3.32	3.35	3.31	3.38	3.16	3.50	3.30
	所属している組織に憧れる先輩、上司がいること	3.47	3.79	3.67	3.98	3.68	3.53	3.94	3.27	3.41	3.94	3.35	3.35	3.29	3.07	3.35	2.98	3.03	3.27
生活環境	所属している組織に多様性を受け入れる風土があること	3.55	3.97	3.95	4.03	3.84	3.60	4.54	3.40	3.20	3.69	3.33	3.74	3.12	3.16	3.10	3.30	3.56	3.35
	自由になる時間が充分とれていること	3.40	3.54	3.59	3.27	3.48	3.33	4.04	3.17	3.43	2.88	3.40	3.29	3.31	3.31	3.24	3.16	3.40	3.22
	暮らしやすい生活環境があること	3.70	3.69	3.92	3.36	3.76	3.58	4.38	3.48	3.57	3.35	3.71	3.23	3.42	3.21	3.57	3.20	3.23	3.47
	住んでいる地域では生活する上での不快感が無く快適であること	3.63	3.41	3.71	3.80	3.87	3.70	4.08	3.70	3.43	3.88	4.04	3.43	3.61	3.59	3.48	3.22	4.06	3.64
	困っている人に声かけや協力する雰囲気があること	3.60	3.99	3.74	3.83	3.86	3.83	4.20	3.46	3.61	3.88	3.83	3.84	3.50	3.61	3.60	3.40	3.97	3.67
各項目の無回答（0）を除く		赤字（値が最も高い地域） 青字（値が最も低い地域）																	

各項目の無回答(0)を除く

赤字(値が最も高い地域) 青字(値が最も低い地域)

※「お住まいの地域はどこか」の質問に回答があった方だけを集計し、各質問項目への無回答者は平均値算定の基礎には算入していない。

付表

市町村別実感度

質問項目\地域毎回答数(率)・平均値		全市町村	土佐市	いの町	仁淀川町	佐川町	越知町	日高村	須崎市	中土佐町	橘原町	津野町	四万十町	宿毛市	土佐清水市	四万十市	大月町	三原村	黒潮町
		4,283	70	100	59	126	40	50	46	44	17	48	31	168	140	215	50	35	56
		0.59%	0.27%	0.48%	1.22%	1.00%	0.75%	1.02%	0.22%	0.71%	0.49%	0.92%	0.18%	0.85%	1.15%	0.60%	1.06%	2.40%	0.53%
文化 や 地域	興味・関心がある活動や行事が地域にあること	3.26	3.34	3.39	3.49	3.72	3.31	3.76	3.59	3.50	3.94	3.35	3.35	3.05	2.95	3.27	3.20	3.03	3.00
	地域に頼れる人がいること	3.19	3.27	3.18	3.39	3.47	3.38	3.72	3.35	3.48	4.00	3.56	3.23	3.31	3.01	3.27	3.34	3.46	3.22
	地域の文化や特色に愛着や誇りを感じること	3.46	3.41	3.68	3.92	3.83	3.83	4.16	3.09	3.89	3.59	3.83	3.35	3.39	3.36	3.40	3.50	3.29	3.73
	満足できる余暇があること	3.41	3.44	3.58	3.24	3.57	3.41	4.12	3.37	3.64	3.00	3.42	3.42	3.34	3.12	3.28	3.48	3.46	3.09
安心 ・ 安全	地域に居心地の良さと感じること	3.79	3.64	3.97	3.81	3.88	3.88	4.32	3.46	3.80	3.53	3.88	3.55	3.58	3.49	3.67	3.48	3.54	3.82
	犯罪への不安がないこと	3.91	3.81	4.19	4.00	3.96	4.08	4.36	3.89	3.93	4.12	4.38	3.68	3.79	3.82	3.93	3.82	4.20	4.02
	災害に対する備えは充分であること	3.17	2.93	3.22	2.85	3.21	3.05	3.36	3.48	3.48	2.76	3.60	2.97	3.03	3.05	3.35	3.24	3.31	3.20
	ウイルス感染症に対する備えは充分であること	3.27	3.07	3.29	3.44	3.29	3.33	3.68	3.70	3.27	3.59	3.73	3.42	3.16	3.23	3.23	3.44	3.66	3.22
暮らし やすさ	日頃から近隣の人と交流があること	3.03	2.81	3.45	3.44	3.46	3.33	3.50	2.91	3.20	3.65	3.50	3.26	3.08	3.02	2.97	3.42	3.57	3.38
	女性が安心して外出できること	3.57	3.30	3.80	3.56	3.61	3.80	4.00	3.46	3.77	4.35	4.02	3.74	3.55	3.62	3.55	3.58	3.91	3.69
	身近に自然に接する場所があること	4.43	4.44	4.46	4.68	4.31	4.83	4.70	4.63	4.61	4.35	4.83	4.42	4.61	4.70	4.60	4.60	4.83	4.65
	仕事や学校以外で多くの交流があること	3.69	3.59	3.61	3.63	3.84	3.68	4.28	3.70	3.86	3.75	3.92	3.42	3.63	3.71	3.57	3.84	3.66	3.60
人生 満足 度	住んでいる地域が域外からみて魅力があること	3.76	3.69	3.83	3.93	3.88	3.95	4.60	3.39	3.75	3.59	3.98	3.29	3.39	3.49	3.92	3.88	3.63	3.91
	住んでいる地域の暮らしで幸せだと感じられること	3.81	3.73	3.86	3.86	3.94	4.15	4.52	3.80	3.77	3.47	4.08	3.45	3.54	3.57	3.66	3.78	3.74	3.82
	あなたは（お住いの都道府県）を好きだと感じますか	3.93	4.01	3.97	3.97	4.03	4.23	4.48	3.91	3.93	3.59	4.25	3.52	3.74	3.70	3.79	3.80	3.80	4.02
	あなたは普段どの程度幸福だと感じていますか	6.66	6.81	6.74	6.55	6.98	7.08	7.44	6.66	6.37	6.88	6.98	6.32	6.40	6.40	6.23	6.44	6.15	6.57
人生 満足 度	ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い	4.09	4.19	3.98	3.90	4.20	4.18	4.54	4.30	3.93	3.71	4.13	3.87	3.99	3.84	3.75	4.04	3.57	4.02
	私の人生は、とても素晴らしい状態だ	4.32	4.14	4.23	4.12	4.38	4.25	4.62	4.63	4.11	4.00	4.50	4.13	4.32	4.05	3.93	4.16	3.89	4.21
	私は自分の人生に満足している	4.40	4.37	4.33	4.24	4.48	4.25	4.84	4.85	4.30	4.35	4.42	3.80	4.41	4.19	4.09	4.36	4.14	4.47
	私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた	4.57	4.47	4.67	4.29	4.79	4.48	4.78	4.72	4.36	4.35	4.75	4.20	4.48	4.30	4.21	4.51	4.00	4.50
もう少し人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう		3.48	3.63	3.15	3.27	3.62	3.35	4.36	3.67	3.30	3.24	3.65	2.83	3.45	3.27	3.25	3.32	2.94	3.48

各項目の無回答(0)を除く

赤字(値が最も高い地域) 青字(値が最も低い地域)

※「お住まいの地域はどこか」の質問に回答があった方だけを集計し、各質問項目への無回答者は平均値算定の基礎には算入していない。

<参考文献>

東京都荒川区(2020)「荒川区民総幸福度(GAH)に関する区民アンケート調査」
<https://www.city.arakawa.tokyo.jp/documents/1601/r01gah.pdf>

熊本県(2021)「県民総幸福量(AKH)に関する調査結果について」
<https://www.pref.kumamoto.jp/uploaded/attachment/159318.pdf>

総務省(2021)「2019年全国家計構造調査」

Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). "The Satisfaction with Life Scale.", *Journal of Personality Assessment*, Vol.49, pp.71-75.

第155回 高知県内企業の景況調査

—2021年12月—

Summary

- ◆ 今期（10～12月期）自社業況の総合判断 BSI は、全産業で+5 となり、前期から8ポイント上昇した。プラスとなったのは2019年10～12月以来8期ぶり。
- ◆ 製造業は、前期+2から6ポイント低下し、-4と悪化。一方、非製造業は、前期-5から15ポイント上昇し、+10と好転。なかでも、特に、運輸・倉庫や宿泊・飲食、情報通信などのサービス業の大幅な改善がみられる。
- ◆ 来期（2022年1～3月期）は全産業で±0。今期から景況感に変化なし。
- ◆ 新型コロナウイルス感染症拡大の防止策として推奨された「リモートワーク」と「ウェブ会議」の導入状況をみると、それぞれ23.8%、62.3%が「導入あり」と回答した。県内企業においても、デジタル化が浸透し始めている。
- ◆ 現在「リモートワーク」や「ウェブ会議」を実施している企業に、今後の活用予定を尋ねると、それぞれ約7割、約9割が今後も継続すると回答した。県内企業においても新しい働き方として定着しつつある。

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212/281社（回答率 75.4%）
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11月2日～11月29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	16	7.5
木材・木製品	7	3.3
製紙	7	3.3
機械	14	6.6
窯業・土石	8	3.8
その他製造	14	6.6
製造業 計	66	31.1
非 製 造 業		
スーパー	8	3.8
衣料品販売	6	2.8
飲食料品販売	11	5.2
自動車販売	10	4.7
建築資材販売	9	4.2
石油販売	5	2.4
その他販売	27	12.7
運輸・倉庫	7	3.3
宿泊・飲食	13	6.1
情報通信	7	3.3
不動産・物品賃貸	6	2.8
その他サービス	11	5.2
建設	26	12.3
非製造業 計	146	68.9
合 計	212	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	12.3
10百万円以上～30百万円未満	90	42.5
30百万円以上～50百万円未満	50	23.6
50百万円以上～100百万円未満	28	13.2
100百万円以上	18	8.5
合 計	212	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	10	4.7
5人～19人	52	24.5
20人～49人	57	26.9
50人～99人	40	18.9
100人～199人	30	14.2
200人以上	23	10.8
合 計	212	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。

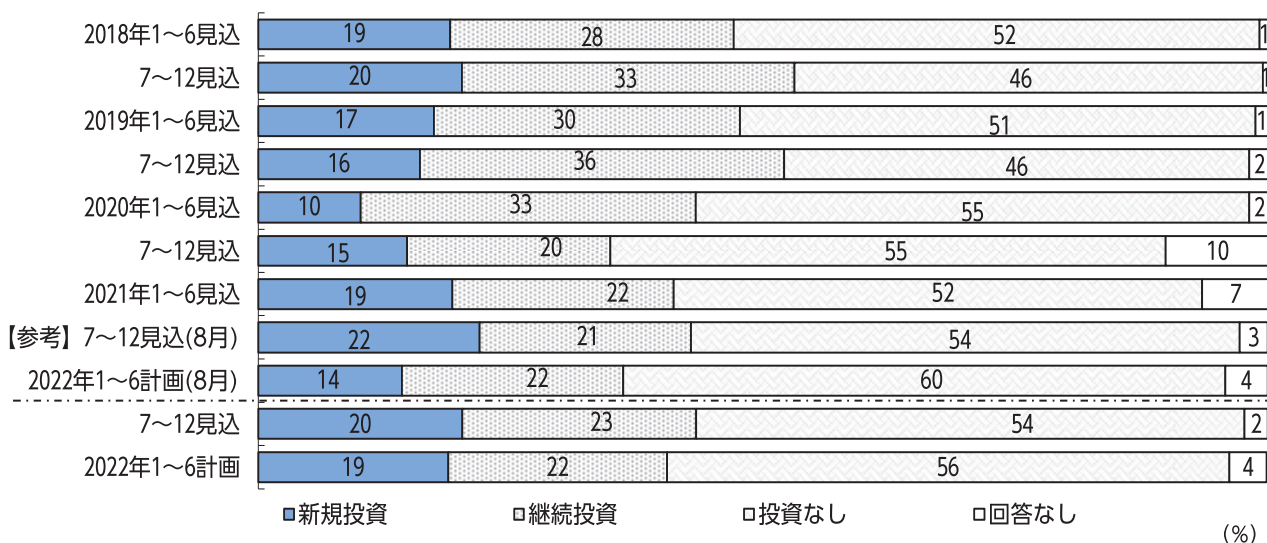
BSIについて

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。

2 設備投資

(1) 設備投資動向

【全産業】設備投資動向推移表



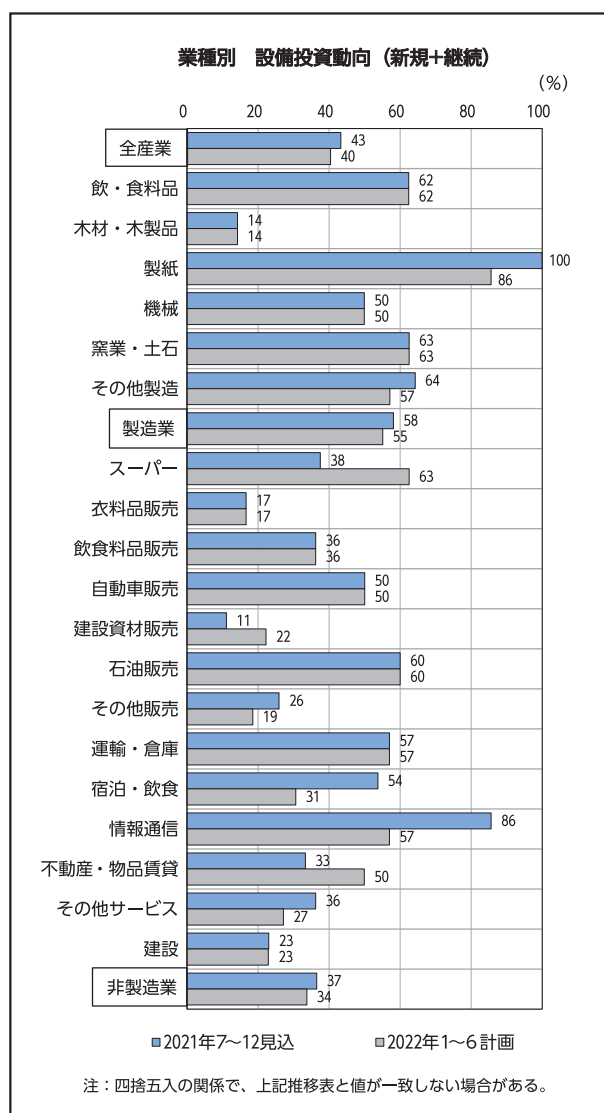
2021年下半年（7～12月期）見込み

～設備投資マインドはやや改善傾向～

- ◆今期、新規・継続設備投資をする企業の割合は、前期（2021年1～6月）41%から2ポイント上昇し43%となった。新規投資も前回19%から20%に1ポイント上昇した。
- ◆製造業は、前期54%から58%に4ポイント上昇した。うち「新規投資」は前期25%から24%に1ポイント低下した。
- ◆非製造業は、前期34%から37%に3ポイント上昇した。うち「新規投資」は前期17%から19%に2ポイント上昇した。

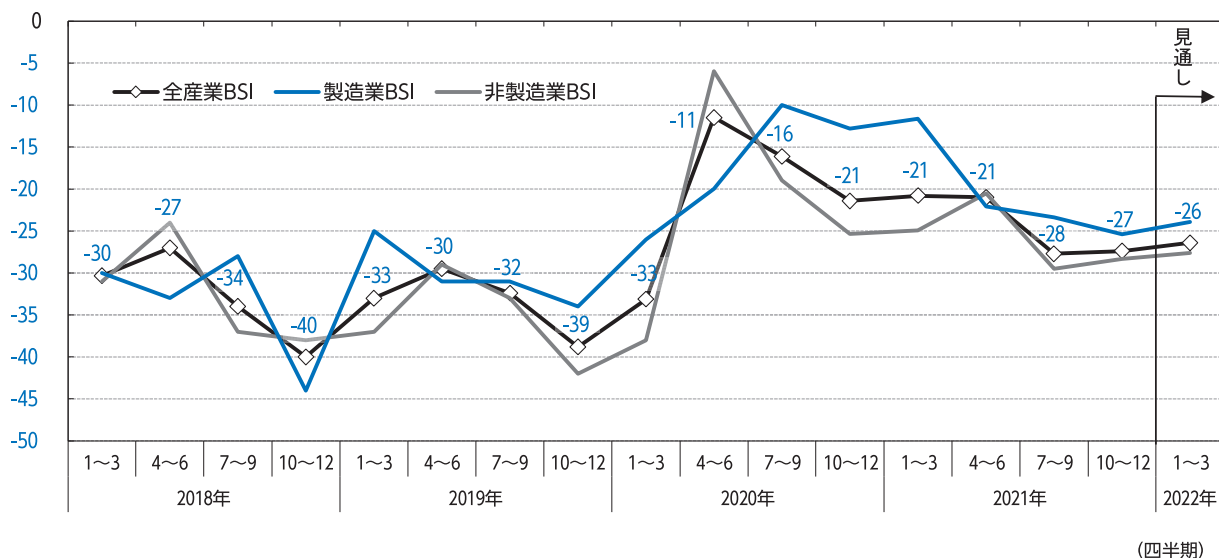
2022年上半年（1～6月期）計画

- ◆2022年上半年に設備投資を計画する企業の割合は全産業で40%、うち新規投資は19%となり、計画段階としてはやや低水準であるものの、8月調査時点より5ポイント増加している。新型コロナウイルス感染症の変異ウイルスによる再拡大の懸念もあり、やや慎重な計画となっている。



3 雇用

雇用BSI推移表



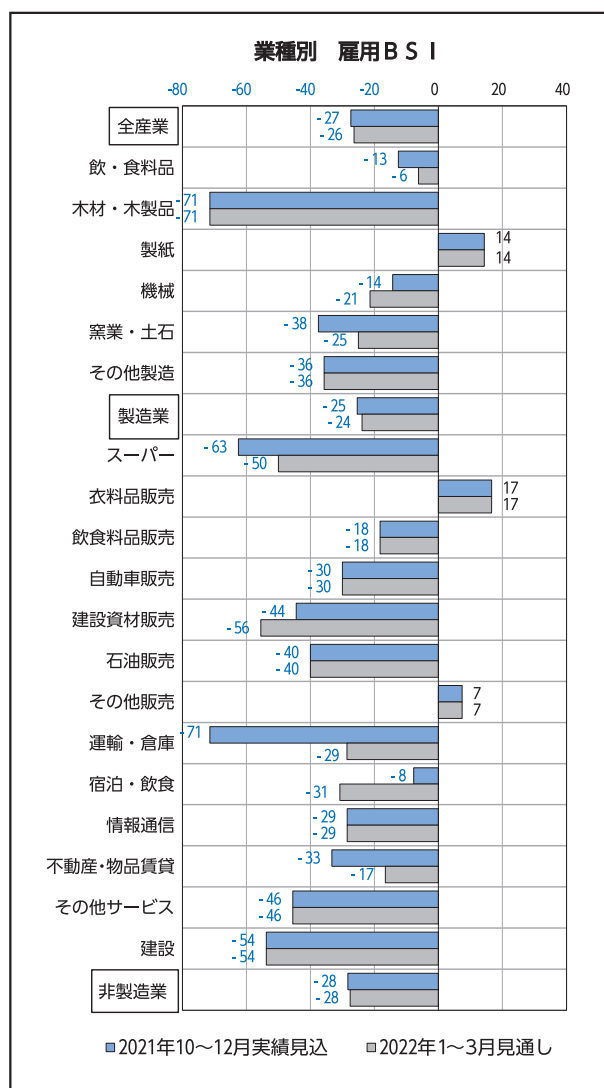
2021年10～12月期 (今期) 見込み

～慢性的な人手不足感が続く～

- ◆雇用BSIは全業種で-27。逼迫感は継続して強まっているものの、この期間、有効求人倍率はやや低下傾向であり、人手不足が雇用につながっていない可能性がある。
- ◆製造業では-25。特に、ウッドショックの影響で、世界的な木材不足のなか、国産材の需要が高まった木材・木製品において逼迫感が強い。
- ◆非製造業では-28。多くの業種で人手不足の状況は逼迫度を増している。特に、運輸・倉庫とスーパー、建設、その他サービスでの逼迫感が強い。

2022年1～3月期 (来期) 見通し

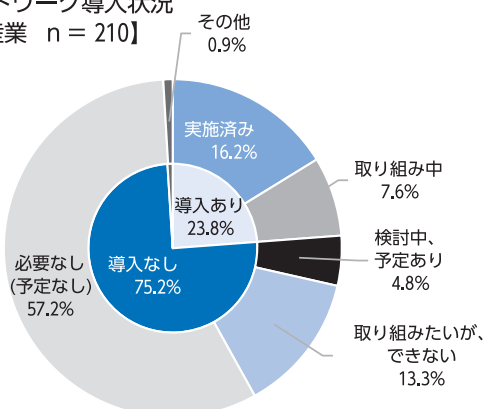
- ◆雇用BSIは全業種で-26。
- ◆製造業は-24、非製造業は-28と慢性的な人手不足は続く見通し。
- ◆一部の業種を除き、人手不足感は逼迫しているものの、今後の経済の先行きが不透明なため、人手不足が雇用につながるとは限らない。



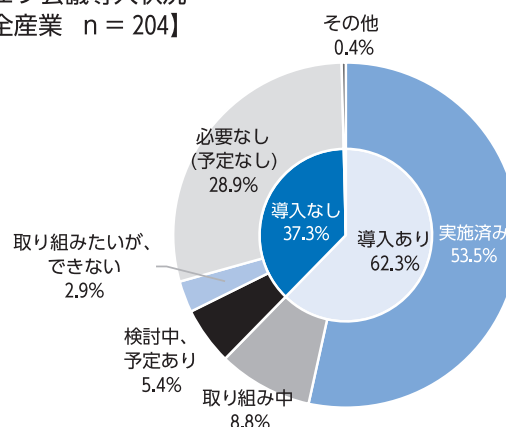
近年、働き方改革の取り組みの一つとして、テレワークの導入が推奨されてきた。それに加え、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、緊急事態宣言が発出されるなか、国は、対象地域の企業に出勤者数の7割削減を目標とするよう要請した。その後、感染拡大を防ぐための「リモートワーク」や「ウェブ会議」は通勤や移動が不要といった利便性も認知されるようになり、全国的に普及が進んでいる。

今回、高知県内企業に「リモートワーク」と「ウェブ会議」の導入状況と導入している企業に、今後の活用予定を尋ねた。

リモートワーク導入状況
【全産業 n = 210】



ウェブ会議導入状況
【全産業 n = 204】



※小数点以下端数処理の関係で合計が100%とならない場合がある。

1. 導入状況

- ◆全産業で「リモートワーク」を「実施済み」は16.2%で、「取り組み中」7.6%を加えると、23.8%の企業が「導入あり」という結果となった。
- ◆「リモートワーク」について、2018年8月の調査では、1.4%の企業が導入していたが、2020年11月の調査では、20.9%と急上昇した。また、今回23.8%となり、1年間で2.9ポイント増加した。
- ◆「ウェブ会議」を「実施済み」は53.5%で、半数以上の企業で既に導入されている。「実施済み」に「取り組み中」8.8%を加えると、62.3%の企業が「導入あり」という結果となった。
- ◆「ウェブ会議」については、2020年11月の調査では49.5%の企業が導入していた。今回62.3%となり、1年間で12.8ポイント増加した。
- ◆また、2020年11月の調査では、ウェブ会議が「不要・予定なし」と回答した企業は49.5%あったが、今回調査では、28.9%となっており、利便性を実感したことで、意識が変化した様子がうかがえる。
- ◆高知県の企業においても、デジタル化が浸透し始めている状況がみられる。

経済動向



国内経済

月例経済報告 2021年12月

景気は、新型コロナウイルス感染症による厳しい状況が徐々に緩和される中で、このところ持ち直しの動きがみられる。

項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直し※	10月の「商業動態統計」では、小売業販売額は前月比1.0%増。足下の状況について、新車販売台数及び家電販売はこのところ持ち直しの動きがみられる。旅行は極めて低い水準が続いているが、国内旅行については、持ち直しの動きがみられる。外食はこのところ持ち直している。
設備投資	持ち直しに足踏みがみられる※	「日銀短観」(12月調査)による企業の設備判断は改善している。機械受注は持ち直しの動きに足踏みがみられる。先行きについては、企業収益の改善等を背景に、持ち直しに向かうことが期待される。
住宅投資	おおむね横ばい※	持家の着工は持ち直し。貸家の着工はおおむね横ばい。分譲住宅の着工はこのところ弱含み。
公共投資	高水準にあるものの、このところ弱含み※	10月の公共工事出来高は前月比1.0%減。また、11月の公共工事請負金額は同0.8%減。10月の公共工事受注額は同2.7%減。先行きについては、弱含みで推移していくことが見込まれるものの、次第に補正予算の効果の発現が期待される。
輸出	おおむね横ばい※	アジア向けの輸出はこのところ弱含み。アメリカ及びEU向けの輸出はおおむね横ばい。
輸入	弱含み※	アジアからの輸入はこのところ弱含み。アメリカ及びEUからの輸入は持ち直しの動きに足踏みがみられる。
生産活動	持ち直しに足踏みがみられる※	輸送機械は持ち直しの動きがみられる。生産用機械は増勢が鈍化している。電子部品・デバイスはおおむね横ばい。先行きについては、持ち直しに向かうことが期待される。ただし、海外経済の動向や供給面での制約による下振れリスクに注意する必要がある。
企業収益	非製造業の一部に弱さがみられるものの、持ち直している	「法人企業統計季報」(7-9月期調査)によると、2021年7-9月期の経常利益は前年比35.1%増、前期比7.4%減。業種別にみると、製造業が前年比71.0%増、非製造業が同17.0%増。
業況判断	持ち直しの動きがみられる※	「日銀短観」(12月調査)によると、「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」(11月調査)の企業動向関連DIによると、現状判断は上昇も、先行き判断は低下。
雇用情勢	弱い動き	雇用情勢は感染症の影響が残る中、引き続き弱い動きとなっているものの、求人等に持ち直しの動きもみられる。
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」でみると、政策等による特殊要因を除くベースで、底堅さがみられる。
企業倒産	おおむね横ばい※	11月の企業倒産(負債額1,000万円以上)の件数は6カ月連続で前年同月を下回り、金額は4カ月ぶりに前年同月を下回った。

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：「弱い動き」 → 「持ち直し」
- ◆設備投資：「持ち直し」 → 「持ち直しに足踏みがみられる」
- ◆住宅投資：「持ち直しの動き」 → 「おおむね横ばい」
- ◆公共投資：「高水準で底堅く推移」 → 「高水準にあるものの、このところ弱含み」
- ◆輸出：「緩やかな増加」 → 「おおむね横ばい」
- ◆輸入：「持ち直しの動きに足踏みがみられる」 → 「弱含み」
- ◆生産活動：「一部に弱さがみられるが、持ち直している」 → 「持ち直しに足踏みがみられる」
- ◆業況判断：「一部に厳しきものは残るが、持ち直しの動きがみられる」 → 「持ち直しの動きがみられる」
- ◆企業倒産：「減少」 → 「おおむね横ばい」

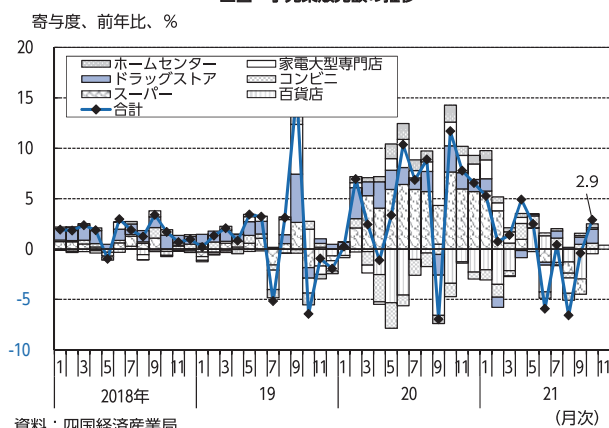
資料：内閣府「月例経済報告(2021年12月)」より当研究所作成

概要 (2021年10月)

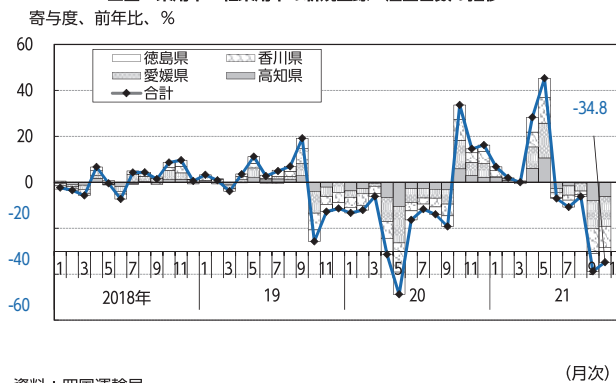
持ち直しの動きに足踏み感がみられる。新型コロナウイルス感染症の影響は落ち着きをみせつつある。

項目	判断	主な判断理由
個人消費	一部に弱い動きがみられるものの持ち直しの動き	宿泊・飲食業などの対人サービス業を中心に回復の兆しがみられる。10月の小売業販売額は、全体では前年同月比2.9%増と3カ月ぶりに増加。ドラッグストアは、同7.8%増となり、全体を牽引。コンビニエンスストアは、同2.3%増。スーパーは、同0.1%増。また、10月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数は同34.8%減と5カ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0.6%増と3年ぶりの増加。但し、新型コロナウイルス感染症の動向により、先行きは不透明。
住宅投資	持ち直しの動き	10月の新設住宅着工数は、前年同月比4.2%減となり、4カ月ぶりに前年を下回った。
公共投資	減少の動き	10月の公共工事請負金額は、前年同月比21.8%減となった。年度累計でも、前年度比0.7%減。
生産活動	一進一退	10月の鉱工業生産指数（季節調整値）は88.4、前月比4.7%減で2カ月ぶりの低下。また、3カ月後方移動平均値は、90.7、同0.5%減となっている。
雇用情勢	弱い動き	10月の有効求人倍率（季節調整値）は1.25倍と、4カ月ぶりの上昇。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7.3%増。
貸出残高	増加	10月の国内銀行貸出残高は前年同月比2.9%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	10月の企業倒産件数は8件（前年同月比20.0%減）、企業負債総額は14億円（同44.0%減）となった。倒産件数は過去10年の10月単月の比較で最少、負債総額は同様の比較で9番目となった。

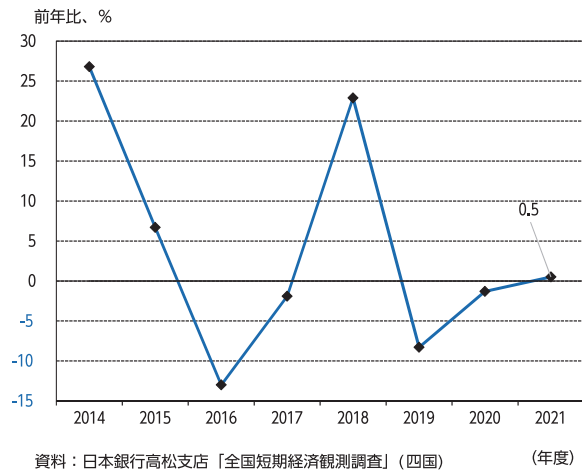
四国 小売業販売額の推移



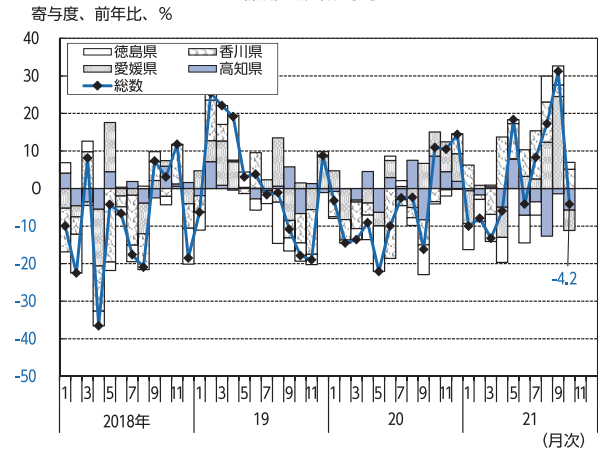
四国 乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数の推移



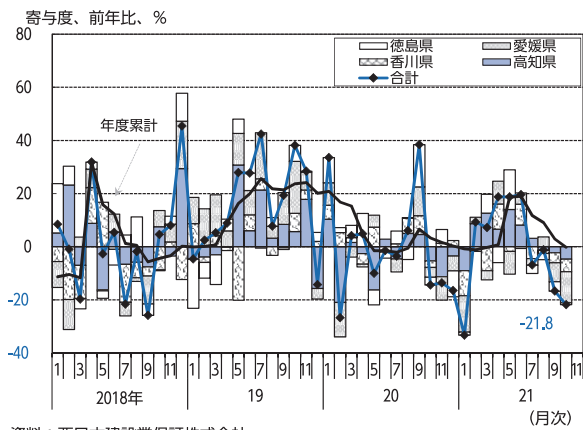
四国 【全産業】設備投資動向の推移



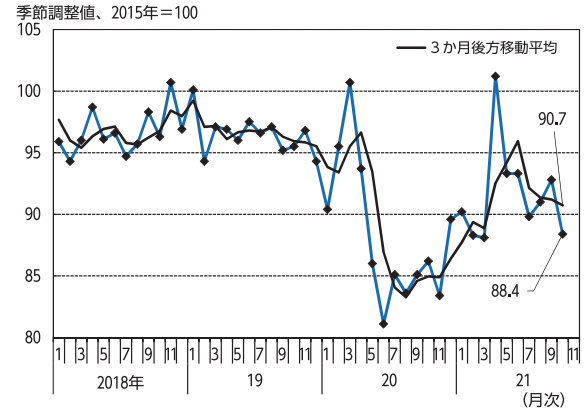
四国 新設住宅戸数の推移



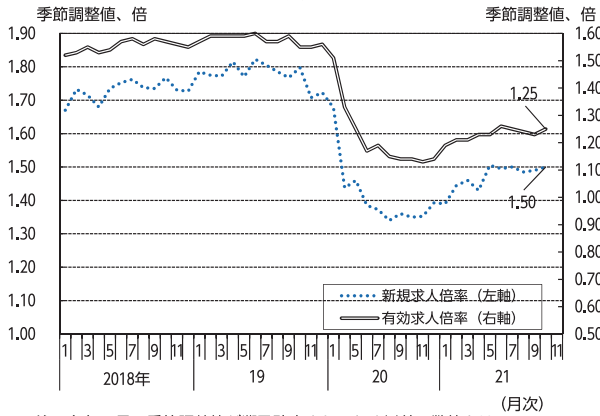
四国 公共工事請負金額の推移



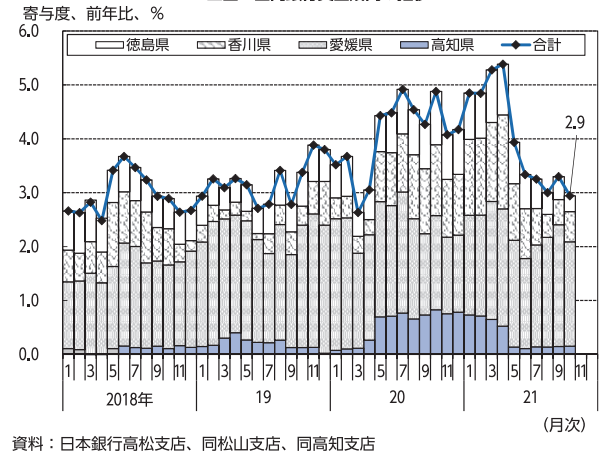
四国 鉱工業生産指数の推移



四国 雇用情勢の推移



四国 国内銀行貸出残高の推移



概要（2021年10月）

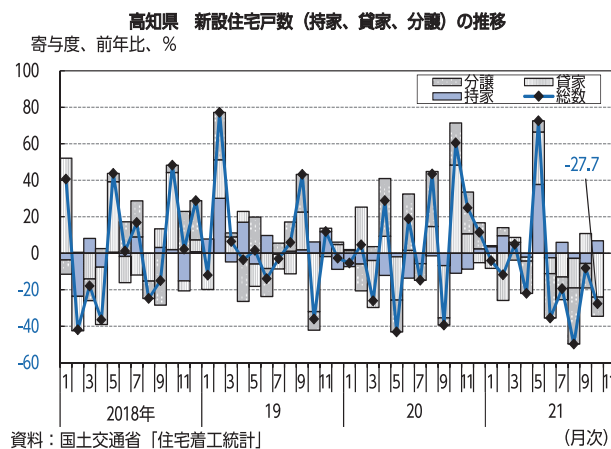
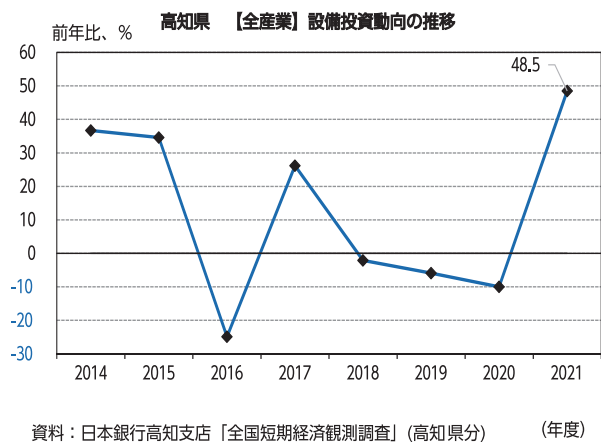
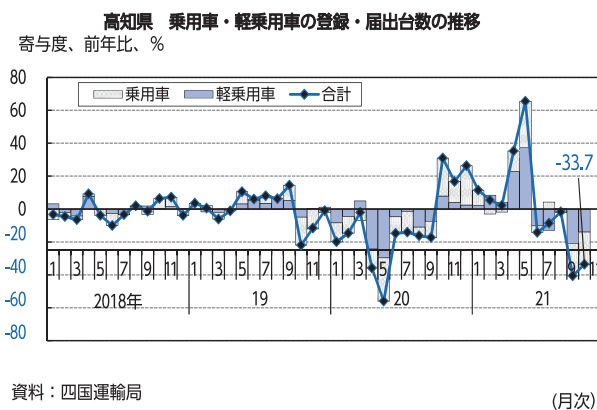
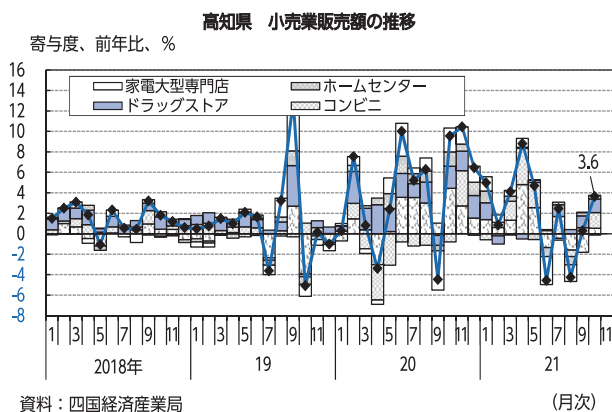
景気は、新型コロナウイルス感染症にかかる感染動向が引き続き落ち着いているなかで、持ち直しの動きが続いている。

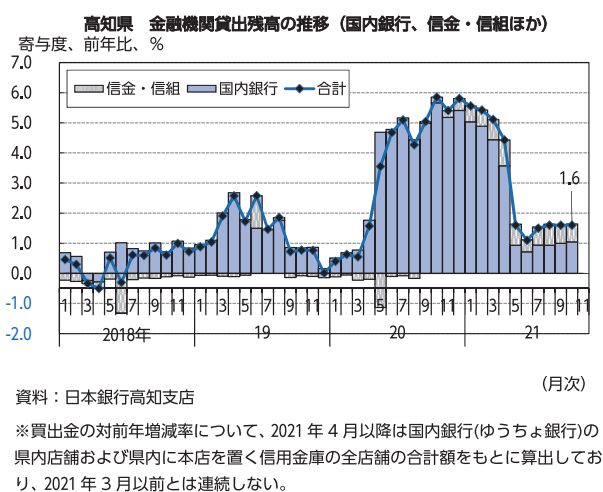
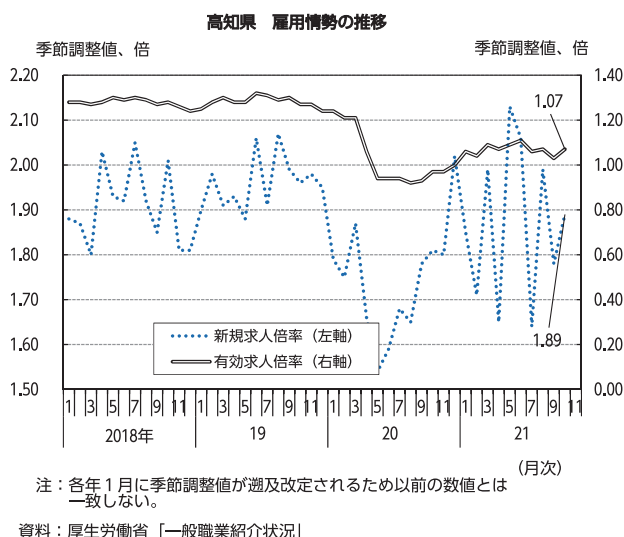
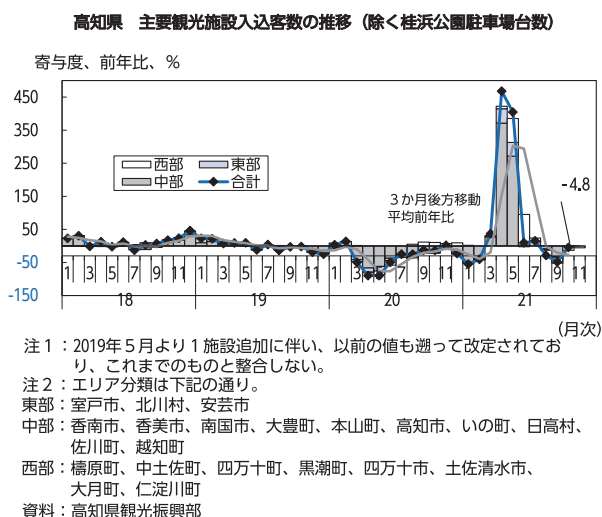
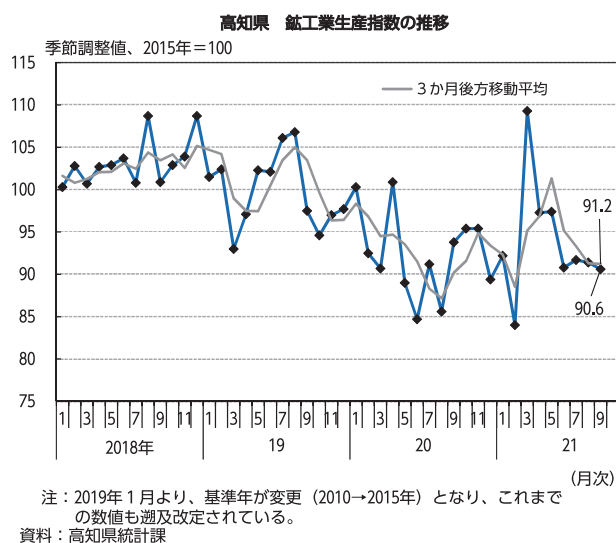
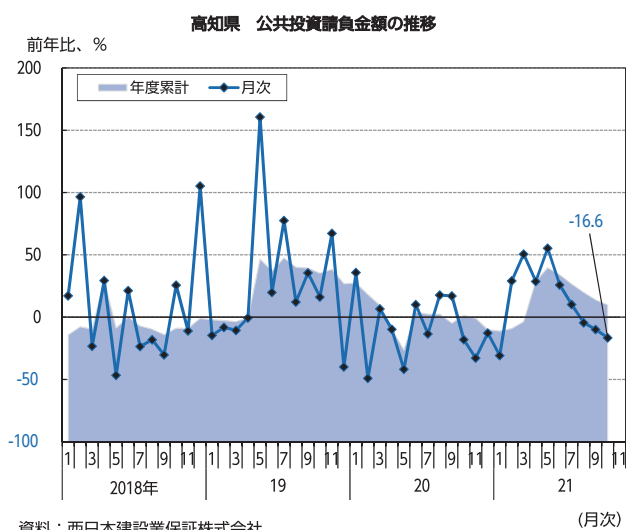
2021年10月概況

- ◆ 個人消費は、サービス消費が引き続き改善していること等を受け、このところ持ち直しの動きが続いている。
- ◆ 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、持ち直しの動きが続いている。公共投資は、高水準で推移している。また、製造業の生産は、業種等によるバラツキはあるが、全体では再び緩やかに持ち直しつつある。
- ◆ 雇用については、労働需給面は基調として弱い動きが続いているが、求人を増やす動きに改善の兆しが窺われる。雇用者所得については、下押し圧力が続いている。
- ◆ 先行きについては、新型コロナウイルス感染症の変異株の動向や原材料価格の高騰などの不安材料もあり、不確実な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	持ち直しの動き	外出自粛緩和を背景に、対人サービス業を中心として、このところ持ち直しの動きが続いている。10月の小売業販売額は、全体としては、前年同月比3.6%の増加。業態別では、ドラッグストア（同7.2%増）とコンビニエンスストア（同5.3%増）が全体を牽引した。また、10月の乗用車・軽乗用車の登録・届出台数は、前年同月比33.7%減と5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、2021年度は前年比48.5%増。維持更新投資やBCP・環境対策目的の投資が中心となっているが、能力増強や新規出店にかかる投資もみられる。
住 宅 投 資	緩やかな持ち直し	10月の新設住宅着工戸数（持家、貸家、分譲）は、前年同月比27.7%減となった。持ち家は同21・0%増となったものの、貸家が前年比49.5%減、さらに分譲が55.6%減となった。
公 共 投 資	高 水 準	10月の公共投資請負金額は、全体で、前年同期比16.6%減となった。国と県、市町村の受注額ともに減少した。
生 産 活 動	再び緩やかに持ち直しつつある	10月の鉱工業生産指数（季節調整値）は、90.6、対前月比0.8%減となった。業種等によるバラツキがあるものの、全体では、再び緩やかに持ち直しつつある。
観 光	持ち直しの動き	10月の観光施設入込客数は、前年同月比4.8%減で4か月連続の減少となった。新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着きつつあるなか、このところ持ち直しの動きが続いている。

項 目	判 断	主 な 判 断 理 由
雇 用 情 勢	弱 い 動 き	10月の有効求人倍率（季節調整値）は、1.07倍となり、前月より0.04ポイント上昇した。一般新規求人数（新規学卒、パートタイマーを除く）全体では、前年同月比11.3%増。
貸 出 残 高	増 加	10月の金融機関貸出残高は、前年同月比1.6%増。企業向け等の増加が要因。
企 業 倒 産	低 め の 水 準	10月の企業倒産件数1件（前年同月比75.0%減）、負債総額4.9億円（同74.4%増）であった。件数、負債総額ともに低い水準で推移。





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	2	90	95.7
	9	4	1,390	663.7		9	4	5,567	300.5
	10	4	281	18.1		10	1	490	74.4
	11	2	172	-68.4		11			
	12	0	0	-100.0		12			

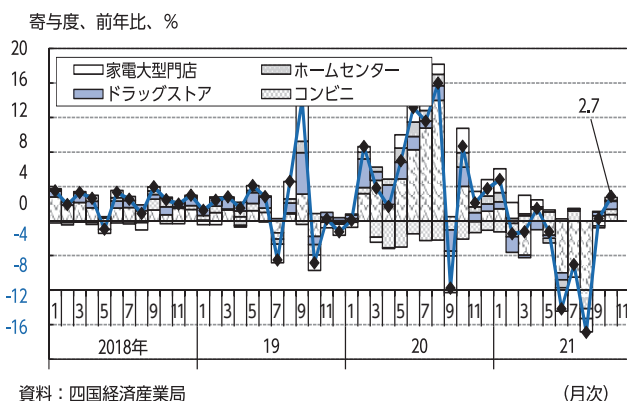
資料：東京商工リサーチ

概要 (2021年10月)

景気は、新型コロナウイルスの感染症の影響が和らぐもとで、持ち直しの動きに広がりが見られる。

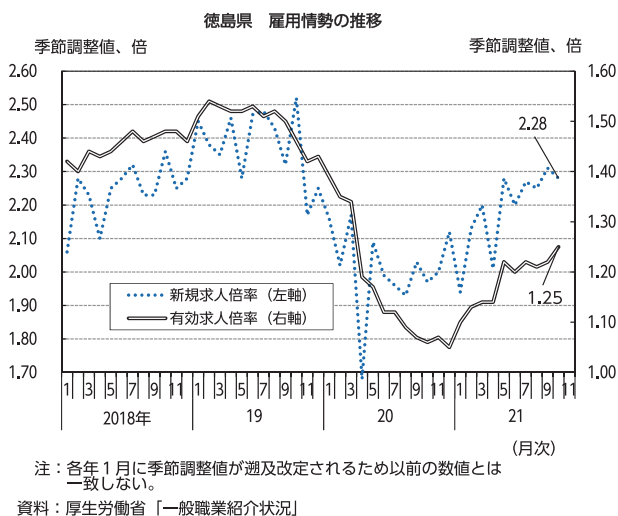
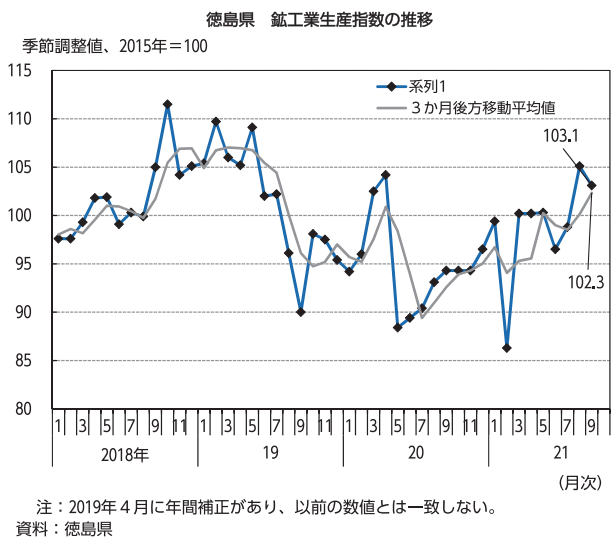
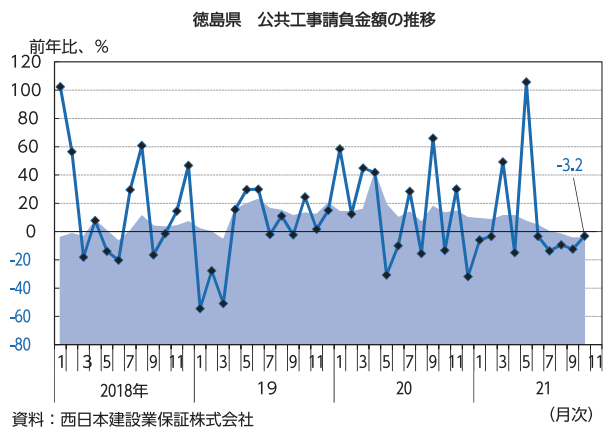
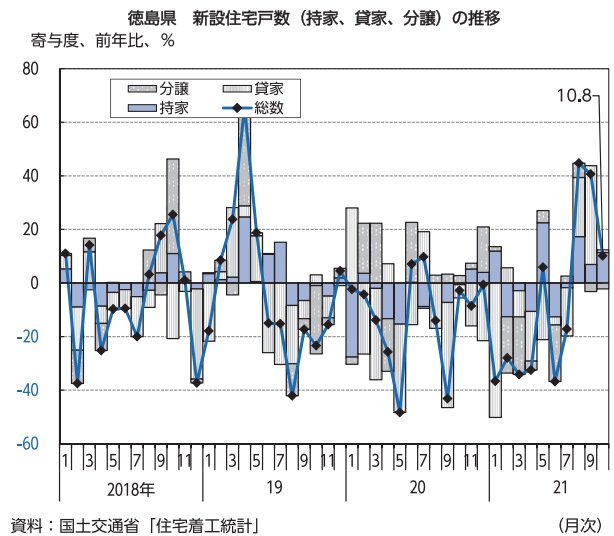
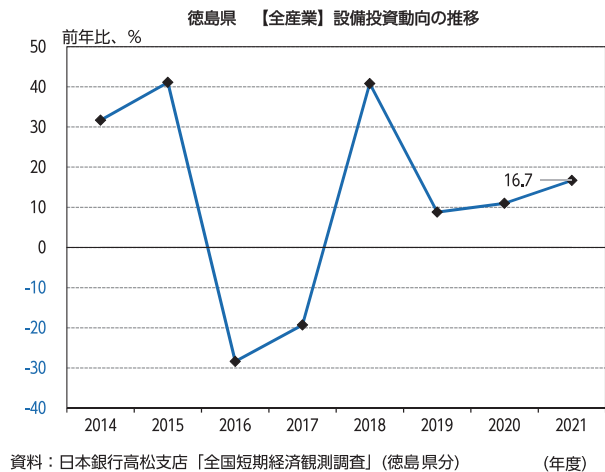
項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直しの動きに広がり	対人サービス業を中心に持ち直しの動きとなっている。10月の小売業販売額は、全体としては、前年同月比2.7%の増加。ドラッグストア(同5.3%増)やコンビニエンスストア(同2.3%増)などが全体に寄与した。また、10月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数は、同34.4%減と5カ月連続して減少した。
設備投資	増	加 全国短期経済観測調査(全産業)によると、2021年度は前年度比16.7%増と、2020年度に続いて増加の計画となった。増加は4年連続。
住宅投資	持ち直しの動き	10月の新設住宅着工戸数は、全体で前年同月比10.8%増となった。内訳は、持家同19.3%増、貸家同3.1%増、分譲同23.3%減。基調としては、持ち直しの動き。
公共投資	弱めの動き	10月の公共投資請負金額は、国、市町村からの受注額が減少。全体で、前年同月比3.2%減となった。基調としても、弱めの動きで推移。
生産活動	増	加 9月の鉱工業生産指数(季節調整値)は103.1、前月比1.9%減となったが、3カ月後方移動平均値でみると、7月指数98.5→8月100.1→9月102.3と増加で推移。
雇用情勢	弱い動き	10月の有効求人倍率(季節調整値)は1.25倍と、3カ月連続の上昇。一般新規求人数(新規学卒、パートタイマーを除く)全体では、前年同月比16.7%増。
貸出残高	増	加 9月の金融機関貸出残高は前年同月比2.4%増と引き続き堅調に推移している。
企業倒産	低水準	10月の企業倒産件数(負債総額1千万円以上)は0件(前年同月比2件減)、企業負債総額も0億円(同7.3億円減)。

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





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	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	1,524.8	101.0	100.3	2,100.8	100.7	99.1	5,088.5	100.5	99.2	195,948	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	196,030	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	195,992	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	99.7	97.6	193,915	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	100.5	97.7	5,450	98.3	96.6	195,048	100.6	98.7
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	15,527	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
8	61.3	95.7	95.7	76.4	79.3	79.3	148.9	94.9	96.0	164.2	91.3	91.3	450.7	90.7	94.9	16,079	95.2	95.3
9	57.5	95.3	95.3	69.6	98.6	97.4	139.5	96.0	96.3	156.3	93.7	93.7	422.9	95.5	94.8	15,566	99.3	98.7
10	60.0	101.4	101.4	72.5	101.9	100.7	145.8	99.6	99.9	176.4	101.5	100.1	454.6	100.9	100.3	16,518	101.3	100.9

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	99.9	4,301,012	97.9
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	2,254	82.1	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	89.2	309,460	93.6
8	1,528	98.3	1,595	95.5	2,291	94.6	2,680	89.8	8,094	93.8	263,599	97.5
9	1,402	59.4	1,409	59.6	2,160	61.8	2,520	62.7	7,491	61.2	256,963	65.7
10	1,311	66.7	1,311	65.6	1,992	67.5	2,269	62.4	6,885	65.2	230,496	67.8

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	95.1	942,370	97.4
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	814,963	90.0
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	107.7
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
8	196	50.0	316	151.2	520	146.5	781	132.4	1,813	117.3	74,303	107.5
9	213	91.0	263	139.9	457	111.2	1,025	155.5	1,958	131.2	73,178	104.3
10	276	72.3	349	110.8	439	127.2	696	87.5	1,760	95.8	78,004	110.4

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	5,482	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
19年	182,597	116.7	127,270	99.1	97,887	104.0	190,313	138.9	5,981	115.9	148,383	106.6
20年	163,577	89.6	144,112	113.2	110,002	112.4	181,801	95.5	5,994	100.2	153,968	103.8
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	17,996	114.4	631	119.5	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
8	15,973	95.6	12,137	90.6	8,644	93.2	16,417	113.7	532	98.8	11,575	89.0
9	17,360	90.1	21,389	87.6	10,660	76.8	21,072	77.8	705	83.3	12,682	84.9
10	12,348	83.4	11,342	96.8	5,302	68.1	11,927	66.1	409	78.2	10,762	80.2

(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
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	20,063	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	14,584	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	14,238	97.6
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	12,198	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	74.4	477	841	-42.0
5	1	76	171.4	3	80	-94.1	2	22	-92.8	3	597	442.7	9	8	-57.0	472	1,687	107.5
6	1	35	-53.9	4	312	-88.7	3	244	-88.5	6	790	-50.2	14	14	-78.9	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
8	16	4,487	9,654	2	90	-50.0	4	1,573	■	8	2,714	13.1	16	45	70.1	466	910	25.7
9	4	5,567	300.5	3	550	40.7	2	721	621.0	3	330	334.2	12	72	266.3	505	909	28.5
10	1	490	74.4	0	0	-100.0	2	350	-71.8	5	555	131.3	8	14	-44.0	525	985	25.7

（資料）東京商工リサーチ、四国経済産業局

7～9期 GDP年3.0%減 米欧より経済回復遅れ

11月15日、内閣府は、2021年7～9月期の国内総生産（GDP、季節調整値）速報値が物価変動を除く実質で前期比0.8%減、年率換算では3.0%減となったと発表した。今年1～3月期以来、2期四半期ぶりのマイナス成長となった。プラス成長が続く米欧とは明暗が分かれた。

主要因は個人消費の低迷で、9月末まで各地で緊急事態宣言が続いた影響が大きい。一方、経済活動の制限緩和で10～12月期は持ち直すとの見方が多い。

（11月16日）

企業物価 最大の9.0%上昇 9カ月連続 原油高や円安影響

12月10日、日本銀行は、11月の国内企業物価指数が前年同月比9.0%上昇し、108.7となったと発表した。伸び率は比較可能な1981年1月以降で最大であり、上昇は9カ月連続となった。企業物価指数は、企業の間で取引される商品の価格水準を示す。原油などの資源価格の上昇や円安が主な要因となった。

一方、家計が購入する商品やサービスの価格水準を示す消費者物価指数はほぼ変わっておらず、価格転嫁は進んでいない。

（12月12日）

米量的緩和 来年3月終了 来年 利上げ3回方針

12月15日、米連邦準備制度理事会（FRB）は、連邦公開市場委員会（FOMC）で、急激に進行するインフレを抑えるため、量的緩和による米国債などの買い入れの終了時期を3カ月前倒しし、2022年3月までに終わると異例の軌道修正を行った。

また、2022年中に事実上のゼロ金利解除に踏み切り、計3回の利上げを行う見通しを示した。

（12月17日）

過去最大の補正予算成立 35兆9,895億円

12月20日、新型コロナウイルス対策を柱とする2021年度補正予算が、参議院本会議で可決、成立した。一般会計の歳出額は過去最大の35兆9,895億円となった。財源を確保するため、歳出の6割にあたる22兆580億円を国の借金に当たる国債を新たに発行することで賄う。そのため、過去分を含めた発行残高は2021年度末に初めて1千兆円を超える見込みとなっている。

（12月21日）

個人金融資産1,999兆円 7～9月期 消費抑制や株高などで最高

12月20日、日本銀行が発表した2021年7～9月期の資金循環統計によると、家計が保有する金融資産の残高は9月末時点で前年同月比5.7%増の1,999兆円で、比較可能な2005年以降で過去最高を更新した。

新型コロナウイルス禍で、消費の抑制が続いたことや、株価上昇に伴う資産の時価評価が上昇したことなどが要因とみられる。

家計の金融資産の内訳は、「現・預金」が過半を占め、3.7%増の1,072兆円となった。「株式など」が28.6%増の218兆円、「投資信託」は24.0%増の90兆円で過去最高となった。

（12月21日）

景気判断上方修正 12月月例報告 17カ月ぶり

12月21日、政府は、12月の月例経済報告で、国内景気の基調判断を11月の「持ち直しの動きに弱さがみられる」から「持ち直しの動きがみられる」と改め、17カ月ぶりに上方修正した。

自動車販売や飲食・宿泊などでの消費が回復しており、個人消費は2カ月連続で上方修正した。設備投資と住宅建設は下方修正した。

（12月22日）

販路拡大・業務効率化等

Webを活用して 経営課題を解決!

ビジネスに直結した
経営支援サービスを定額料金で
ご提供いたします!

新機能
新サービス
拡充中!

〈会員制〉経営支援プラットフォーム

四国銀行 Big Advance

全国の会員がつながる!/ ビジネスマッチング機能

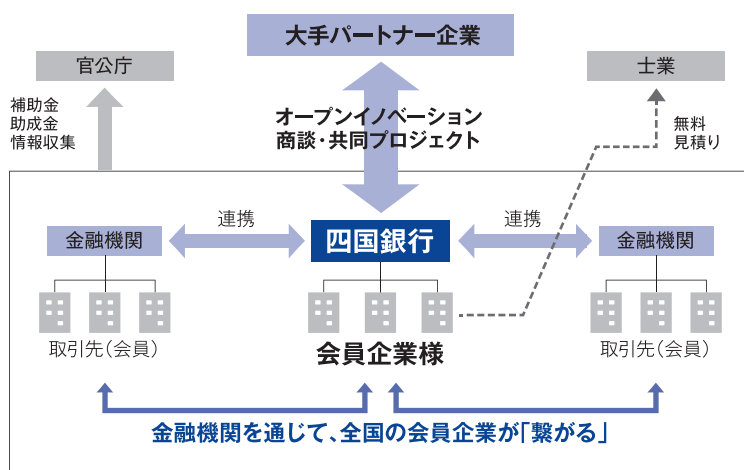
全国の金融機関が連携し会員企業同士が繋がることで地域を超えたビジネスマッチングを実現。新たな技術やサービス、新事業が創出可能に。

参加金融機関 全国 42社
(2020年9月30日現在)

参加中小企業 全国 2万7,000社超
(2020年9月30日現在)

ビジネスマッチング機能
チャット
士業相談
ホームページ作成
福利厚生サイト「FUKURI」
補助金・助成金情報
安否確認

全部
使える!



初期費用 入会金 0円 基本料金 月額 3,300円 (税込)

※クレジットカードでのお支払いのみとなります。

※引き落とし日はカード会社によって異なります。なお、ご利用明細には「四国銀行 Big Advance」と記載されます。
※領収証の発行は行いません。

※本サービス登録と同時にSHARES(登録無料)にも自動登録されますのでご了承ください。

●お申し込みからご利用まで簡単ステップ

当行ホームページから専用サイトへアクセス

四国銀行 検索

または、右記の二次元バーコードから専用サイトへアクセス

※四国銀行とお取引のある法人・個人事業主のお客さまが対象となります。
※ご利用開始までは最大3営業日かかります。

サービスサイトはこちら



スマホも
OK!



詳しくは下記、もしくはお近くの営業店までお問い合わせ下さい。

四国銀行 Big Advance 事務局

メールアドレス
big-advance0175@shikokubank.co.jp

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営業務

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

1

2022
No.180

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