

四銀 経営情報

Shigin Management Information

7

2022
No.182

企業訪問 トップに聞く

「飛耳長目」

第49回

株式会社ハート

代表取締役社長 山岡 弘章 氏

共同調査

サテライトオフィス・ワーケーションが地域を変える

～テレワーク時代における企業や人の誘致～

四国経済連合会

四国アライアンス地域経済研究分科会

調査

第157回 高知県内企業の景況調査

調査

2022年 高知県内企業の賃上げ(予定を含む)調査



四銀

経営情報

2022
No.182

7

目次

内 容

1	企業訪問 トップに聞く『飛耳長目』 第49回 株式会社ハート 代表取締役社長 山岡 弘章 氏
9	共同調査 サテライトオフィス・ワーケーションが地域を変える ～テレワーク時代における企業や人の誘致～ 四国経済連合会 四国アライアンス地域経済研究分科会
28	調査 第157回 高知県内企業の景況調査
40	調査 2022年 高知県内企業の賃上げ(予定を含む)調査
46	経済動向 ……国内経済
47	……四国経済
49	……高知経済
52	……徳島経済
57	経済日誌 …… (国内・海外)
58	…… (高知県内)

企業訪問 トップに聞く

第49回

ひ じ ちょう もく
飛耳長目

株式会社ハート

代表取締役社長 山岡 弘章 氏

(取引店：四国銀行 よさこい咲都支店)



高知市に本社を置く株式会社ハートは、現在の社長の父親である山岡俊文氏が1981年(昭和56年)、寝具の製造・販売を目的に個人創業した。その後、1988年(昭和63年)、株式会社ハートを設立するとともに、オーガニックの寝具の取り扱いをスタートした。

同社の主要事業は、オーガニックの寝具、タオル、衣類などの製造であり、世界的な繊維基準の認証を取得している。その認証を取得するためには、原料から製品となるまでのすべての工程で厳しい検査を受け、世界共通のオーガニック繊維基準に合格する必要がある。そのような厳しい認証を取得してまで「安全・安心」にこだわる理由は、同社がオーガニック寝具を製造し始めた出発点にある。

現在の社長である山岡弘章氏は幼少時、アレルギーが原因の喘息発作で無呼吸状態となり、救急車で病院に運ばれたことがあった。その姿に接した父親の山岡俊文氏は、同じようにアレルギーで苦しむ人や体の弱い人が安心して眠ることができる寝具を製造したいという想いを持ったことが出発点となった。現在でも、この想いは同社の大きな事業の柱として据えられており、「安全・安心」へのこだわりは同社のDNAに刻み込まれている。

今回、株式会社ハートの二代目社長である山岡弘章氏に、当社の創業からのあゆみや、経営上のこだわり、今後の目標などについてお話を伺った。

(注)オーガニックは、農薬や化学肥料などの有害物質を使用しない農産物や加工品を指す言葉で、その目的は、人間の健康と水汚染や土壌汚染、大気汚染から環境を守ることにある。

きっかけはアレルギーの克服

— 創業からの歩みを聞かせてください。

社長：1981年（昭和56年）、私の父親である山岡俊文が寝具の製造・販売を目的に創業しました。そして、1988年（昭和63年）、株式会社ハートを設立するとともに、オーガニックの寝具の取り扱いをスタートしました。

私は幼い頃、アレルギーが原因の喘息発作で無呼吸状態となり、救急車で病院に運ばれたことがありました。父親である先代社長は、同じようにアレルギーで苦しむ人や体の弱い人が安心して眠ることができる寝具を製造したいという想いを持ったことが出発点です。



▲ インタビュー風景

（左から山岡社長、四国銀行よさこい咲都支店 池内支店長、当研究所西本部長）
当研究所撮影

— 本物のオーガニックの寝具づくりとはどのようなものですか。

社長：近年、SDGs が世の中に浸透してきました。SDGs に合致するような事業がオーガニックであると考えていますが、誤解も多いように感じています。

ジュースで考えてみましょう。例えば、オーガニックと認証されたトマトを使ってトマトジュースを製造する場合、トマトのみを使用したジュースであれば、オーガニックのトマトジュースになります。しかし、色や味を調えるため、着色料や

甘味料を加えると、その時点でオーガニックのジュースではなくなることは一般的に知られています。体に直接吸収される飲食品に関しては、原材料や添加物、製造工程などの安全性を気にする人が非常に多いです。

一方、身に付けるものや当社が製造する寝具では、原材料のコットンがオーガニックであれば、それだけで安全・安心な製品と勘違いされますが、コットンから糸、生地、製品となる過程で有害な化学薬品を使っている可能性があります。従って、オーガニックコットンを原料として使用し、糸を紡ぎ、生地をつくり、製品にするすべての工程で、有害な化学薬品を使用せず、混入もない製品が、本物のオーガニックの寝具であり、お客さまにとっても最も重要視すべきポイントと考えます。オーガニックを使用するだけでなく、すべての工程で安全・安心を担保した製品を提供することが当社の事業の大きな柱となります。

日本初の国際有機認証取得

— 国際的なオーガニック繊維の認証を取得しているそうですね。

社長：過去には、生産者の写真を掲載し「私がオーガニックのコットンを育てました。私が証明です」という風に安全性を証明する人がたくさんいました。その生産者が近所に住む知人であれば、信頼できるかも知れませんが、面識がない人にとっては全く信頼できるものではありません。

グローバル化が進み、大量生産する時代に入ると、世界的に統一された信頼できる基準が必要となってきます。利害関係のない第三者の認証機関の認証を取得することで、お客さまの安全・安心を担保するため、2005年（平成17年）、寝具の会社では、日本で初めて国際認証を取得。2009年（平成21年）、国際有機認証機関のエコサート¹か

¹ 1991年にフランスで設立されたオーガニック国際有機認証機関。世界各国に20以上の支社がある。

ら「GOTS」²と「OCS」³と呼ばれるオーガニック認証を取得しました。両認証とも Cotton の生産者や糸・生地・製品の製造者、消費者を取り巻く環境を守るための厳しい品質基準が定められており、まさにSDGsにも繋がる認証といえます。



▲ 当社が取得した国際認証の一例

— 国際的な認証を取得することは大変ですか。

社長：非常に高いハードルをクリアする必要があります。原料から製品になるまですべての工程で必ず検査が行われます。当社の場合、縫製は自社で行いますが、その前のプロセスである布を製造する段階までは請け負ってくれる協力工場にお願いしています。当然協力工場においても認証のための検査が行われます。そこでは、オーガニック以外の一般的な製品も製造していますので、一般的な製品とオーガニックの製品をきちんと分別し、製造しなくてはなりません。また、一般の製品を製造した後に、オーガニック製品を同じ機械でつくる場合には、機械の中身すべての清掃を行う必要もあります。オーガニック製品に一般的な製品の糸くずが混ざってしまうと、その時点でオーガニックの認証は失効します。

また、製造過程で使うことが可能な品目の規制が非常に厳しくなっています。新しい製品を開発する際には、このオーガニック認証の規制に則って行うことが求められます。この規制を気にしなければ、製品の幅が広がり、さまざまなものを製造することが可能となりますが、それ以上に当社は安全・安心な製品をお客さまに届けることを重視しています。

² Global Organic Textile Standard の略。オーガニック繊維でつくられた製品のための国際基準。

— 生産する現場の労働環境なども認証対象らしいですね。

社長：そうです。特に「GOTS」の認証はオーガニックの繊維製品の世界的なゴールドスタンダードといわれています。労働時間や賃金、福利厚生制度などの労働環境に加えて、工場が周囲の環境に公害などの悪影響を与えていないかといった範囲まで認証の検査対象となっています。また、認証の検査時だけ体裁を繕うことを防止するため、「GOTS」は不定期的に抜き打ち検査を実施し、従業員から賃金や待遇についてヒアリングを行っているようです。労働に関する法律が定められていない発展途上国などでは、「GOTS」がその法律の代わりをしているといっても過言ではないと思っています。



▲ 当社が使用する「オーガニックコットン」

— 取得後の有効期限は何年ですか。

社長：1年ごとの更新となります。つまり、毎年 Cotton の生産から最終製品までの工程をチェックされます。書類審査に加えて、現場での審査が毎年実施されます。負担は非常に重いですが、安全・安心のためには必要なことと考えています。

— 海外のオーガニックの取組について聞かせてください。

社長：日本では、数年前までオーガニックコットンを使用していれば、「GOTS」や「OCS」などの認証は不要という人が多かったですが、近年のSDGsの広がりの中、認証の意義につ

³ Organic Content Standard の略。オーガニック繊維を含む製品の国際認証制度。

いて理解し、認証された製品を求める人が増えました。一方、欧米では数十年も前からオーガニックの製品に対する理解がありました。オーガニックで国土と人の健康を守るという意識が従前から高かったといえます。日本と欧米の展示会を比較すると、欧米の展示会では「GOTS」や「OCS」の認証のロゴを確認するだけで、時間を置かず、商談に入ります。日本においては、まずロゴとオーガニックの説明を行い、内容を理解してもらってから商談に入ります。それだけオーガニックと認証についての理解度が違ってきます。

今では少なくなりましたが、日本では何の根拠もなく、欧米の製品より日本製が安全・安心と考える人が多かったような気がしています。欧米においては「GOTS」や「OCS」などが普及しているように、絶対的な基準を持ち、必ず利害関係のない第三者が検査するといった面で安全・安心のレベルが全然違うと思っています。



▲ 工場での作業風景

—— 日本では野菜などでもオーガニックの商品は価格が高いですが、海外でも同じですか。

社長：特に、ドイツではオーガニックの普及が進んでいます。オーガニックと一般の人参がスーパーで一緒に並んで売られている場合、生産の数量によっては、オーガニックの方が安い価格となることがあります。日本ではオーガニックの商品を購入する人は、環境や健康などの意識や所得が高いというイメージがありますが、欧米では一般の人がオーガニックの商品を購入します。企業が社会的責任としてオーガニックの普及に取り組ん

でおり、また一般の人もオーガニックに対する意識が高いことが要因で、価格を抑えることが可能になったと思います。

—— 幅広い製品を製造していますが、端材も積極的に活用しているそうですね

社長：オーガニックの生地で製品をつくった後、他に利用できない端材が発生しますが、オーガニックと認証されている生地ですので、もったいないという思いが強くなりました。現在、この廃棄されていた端材を活用し、クッションやペンケースなどの魅力ある製品を製造しています。フサフサした触感が非常に好評です。このように、SDGsの観点からも、端材をアップサイクルし、新たな価値を付けて製品化することを今後も進めていきたいと考えています。

今でこそ端材を使用しアップサイクルすることは、非常に価値が高い取組といわれるようになりましたが、10年程前には同様のことを行っても、日本では反響が小さかったと記憶しています。近年のSDGsの浸透により、ガラッと180度反応が変わったという印象を持っています。



▲ 端材を活用したクッションやペンケース

—— 販売ルートはどうなっていますか。

社長：販売については、OEMの案件が増えています。また、従来から生活協同組合様で製品を取り扱ってもらっています。生活協同組合様とは、アレルギーやアトピーなどの健康問題への対応、オーガニックへの取組姿勢、環境問題への貢献など、共通の価値観を持っていると感じています。

そういった価値観に理解を示される人が生活協同組合様に入り、当社の製品を購入してくれています。後は新型コロナウイルス感染症の流行を受け、ネットの販売が伸びています。

— 海外への輸出を行っていますか。

社長：行っています。15年程前には、ヨーロッパなどの展示会に先代の社長が参加していました。著名なブランドのドレスのレースを製造したこともあります。現在はアジア圏が多くなっています。特に、中国の人に日本製のオーガニックの製品は人気がありました。

しかし、ここ2年程新型コロナウイルス感染症の影響で海外の展示会への参加や商談が不可能となり、接触する機会が大幅に減ったことで売上が減少しました。徐々に感染状況が落ち着きつつありますので、今年の9月には、パリの展示会に参加する予定です。また、今後海外へ日本のオーガニックの寝具や日本の布団の文化を広めたいと思っています。

— コットン産地はどこですか。

社長：インドとトルコですが、主にインドになります。昨年、最も多かった質問は「中国のコットンを使っていないですか」でした。人権問題を抱える中国の新疆ウイグル自治区のコットンが一番質がよいといわれています。質のよいコットンはアパレルで多く使われています。重量の重い寝具を製造するためには、少し腰が強く、繊維の大きいインドやアメリカのコットンが適しています。当社は中国産を使用していませんでしたので、輸入に関して特に大きな影響を受けませんでした。



▲ 倉庫内での作業風景

— 国内産の予定はないですか。

社長：台風や集中豪雨などの災害が多い日本は、コットンの栽培に適さない気候となっています。さらに、日本は温暖多雨な気候であるため、病害虫が発生しやすく、病害虫による減収、品質低下などを防ぐため、単位面積当たりの農薬使用量が世界のトップクラスといわれています。そのような日本の気候と狭い国土などを考えると、コットンに限らずオーガニックの農産物をすべて国産で賄うことは非常に困難です。コットンの自給率は0%、大豆の自給率は10%前後ですが、オーガニックとなると1%未満となっています。現状、オーガニックの生産物を育てることが非常に日本では厳しい状況にあります。今後自給率を高めるために、東北や愛知においてオーガニックコットンの育成がスタートしました。当社も過去に徳島で育てたことがあります。しかし、実際に国産のオーガニックコットンを原料として最終的に製品を製造するためには、ある程度まとまったボリュームが必要となりますので、難しいと考えています。

安全・安心へのこだわり

— 製品をつくるうえで、最も気を付けていることは何ですか。

社長：有害な化学薬品の移染、汚染、混入のない製品をつくるのが最も大切です。オーガニック製品製造マニュアルに従って製造された製品であっても、製造や輸送プロセスのなかで、有害な化学薬品などに汚染される可能性はゼロではありません。そのために出荷前にはブラックライト（汚染物質を青白く光らせるライト）を設置した専用検査室で念入りに検査を行っています。仮に、スタッフがコロナ感染防止のため、手のアルコール消毒を行った後、手の洗浄を十分行わず製品を製造した場合、それが商品に付着する可能性があります。そのような化学薬品などの付着した

製品はブラックライトで照らすと白く光ります。わずかでも光った製品はオーガニック製品としてお客さまに販売しません。

また、原料から製品に至るすべての工程において、トレーサビリティ⁴のために記録を徹底することも重視しています。



▲ ブラックライトによる入念な商品検査の様子

——糸などにも気を遣っているそうですね。

社長：通常縫い糸はポリエステル⁴の化繊糸で縫製することが一般的です。オーガニックの製品でも縫い糸は化繊糸を使用することが多くありますが、当社は天然の綿糸を使っています。天然の綿糸は化繊糸と比べると強度が劣りますので、縫製スピードが非常に遅くなりますが、業務効率よりも安全・安心を重視しています。

——2019年に東京に販売店を出店しましたね。

社長：2019年（令和元年）、株式会社ハートとして、初めての自社直営店舗を東急ハンズ渋谷店内に出店しました。それまで、当社は生活協同組合様やネット販売がメインでしたので、パッケージなどの見せ方には特に気を遣っていませんでした。華美でこだわりすぎたパッケージにすると、搬送時に荷崩れし、製品がパッケージの外に出て、有害な化学薬品などが混入する可能性があります。そのため、パッケージは破損することがないように頑丈な構造でつくったうえで、お客さまに製品を届けることを最優先していました。

⁴ 「その製品がいつどこで、誰によって作られたのか」を明らかにするために、原材料の調達から生産、消費または廃棄まで追跡可能な状態にあること。

この店舗で販売し始めて、製品には自信を持っていたものの、お客さまにその良さを十分伝えることができていないと感じました。そこで、安全・安心やエシカル⁵という製品を通して伝えたいメッセージを表現するために、改めてパッケージも含めてブランディングを行い、立ち上げたのが「S a F o」というブランドです。2020年（令和2年）のことです。このブランド名は行儀作法の作法から「S a F o」と名付けました。オーガニックに一定のルールがあるように、行儀作法を守り生活することが気持ちの良い暮らしや、人生が楽しくなることに繋がっていくという意味が込められています。



▲ 当社ブランド「S a F o」商品例

——貴社の商品を購入するお客さまの年齢層はどうなっていますか。

社長：20歳代の若い年代には「美味しいものを食べ、綺麗な服を着て、楽しい生活をする」ということが最大の関心事だと思います。しかし、30歳代、40歳代になり、自分の子供が生まれると、「この子に対してこの商品使ってよいのか」「これを食べさせてよいのか」と考えるようになります。自分の子供に安全なものを与えたいと考えることがきっかけとなり、当社を知ってくれるお客さまが多くなっています。そのため、30歳代、40歳代の母親の割合が最も多くなっています。

⁵ 経済活動の場面で環境・社会貢献などに配慮する様子。

家庭が一番、仕事が二番

— 従業員の働き方の特徴があれば、教えてください。

社長：創業当時より、当社のモットーである「家庭が一番、仕事が二番」という考え方が浸透しています。もちろん仕事を通じてやりがいや達成感を感じ、人間として成長するケースも数多くみられます。しかし、当社の考え方としては、自分の家庭を守るために仕事をするということが根底にあります。当社での勤務時間については、基本的に子供の学校の参観日など、家庭のスケジュールを優先しています。

また、出勤時間もフレキシブルにしており、時間単位で休みを取ることも可能です。例えば、子供が中間試験のため、昼前に帰ってくるので、午後から休みを取ることも可能です。最近働き方改革のなかで、時間単位で休みを取ることができる企業が増加してきましたが、当社では20年程前から行っています。



▲ 工場での作業風景

— 社長のこだわりや想いを聞かせてください。

社長：私の両親の「子供が安心して眠れる布団をつくりたい」という想いで、株式会社ハートはスタートしました。2020年（令和2年）と2021年（令和3年）には、新型コロナウイルスの影響でさまざまな不安を抱えた人やテレワークで運動不足となった人が睡眠障害を抱えるケースが多かっ

たと聞いています。そのため、世界的に睡眠に関する市場が大きく伸びています。睡眠障害を抱える人が増加している現状を考えると、私の両親が実践した安全・安心な眠りを提供することにより、健康的な生活を送ってもらうことが一層重要になってきたと思っています。この軸は中心に据えたまま、いろいろなアイデアを盛り込むことで寝具だけでなく、新しいテキスタイル⁶製品を創造したいと考えています。

— 今後の目標や事業展開について聞かせてください。

社長：現在、スキルを持ったスタッフがそれぞれの部門で働いてくれています。高知に居住していると東京や海外などで求められるサービスなどの流行が分かりません。新型コロナウイルスの感染が落ち着きつつあるなか、東京や海外の展示会、商談なども再開しつつありますが、今後は東京や上海、北京、ヨーロッパなどに居住している人が転居することなく、当社で働くことができる制度を構築したいと考えています。そのような働き方がスタンダードになりつつありますので、東京や海外などに居住するスタッフを将来的に増加させたい。

また、利益を上げるための成長を続けるとともに、コットンの生産者や糸・生地・製品の製造者、消費者とそれらを取り巻く環境を守る、持続可能な成長する会社になりたいと強く思っています。まず、2030年の目標として、工場から排出する廃棄物をゼロにすることで、環境問題に貢献したいと考えています。

加えて、先程もお話ししましたが、安全・安心なオーガニックのものづくりという軸をぶらさず、製品の幅の拡充や新しい業態などにチャレンジしていきたいと思っています。

— 本日はありがとうございました。

（調査部長 西本治史）

⁶ 布製品における生地や柄のこと。

会社概要

- 名称 株式会社 ハート
- 創業 1981（昭和56）年
- 創立 1988（昭和63）年
- 本社 〒781-0073 高知市北金田4-18
- 工場 〒789-0313 高知県長岡郡大豊町川口南2042-1
- 資本金 1,000万円
- 事業内容 オーガニック認証製品の製造・販売
糸、生地、ふとん、カバー、枕、クッション、タオル、毛布、肌着、衣類、麻製品など



▲ 大豊工場

四国銀行 よさこい咲都支店 池内支店長より一言

株式会社ハート様は、1988（昭和63）年設立の高知市に本社を置く寝具メーカーです。その特徴は、国際オーガニック認証を受けた本物のオーガニック家具を製造している点です。この認証を受けるためには、コットンの生産者、糸・生地・製品の製造者、消費者とそれらを取り巻く環境を守ることが求められることから、SDGsの流れにマッチした業務となっています。



現在、働き方改革のなかで導入が進む「時間単位で休日取得」の流れを20年程前から導入するなど、時代を先取りする取組を行ってこられました。今後についても、テレワークやオンライン会議などを活用し、東京や海外に居住するスタッフの募集を検討されるなど、新時代の働き方の導入にも積極的です。

2020（令和2）年には山岡社長様が主となり、オーガニックにこだわった布団やタオルなどの製品を取扱うオリジナルブランド「S a F o」を立ち上げられました。「S a F o」は、地域での産業を守りながら、新しい価値のある商品を生み出すことをコンセプトに、今後は海外での販売も視野に入れています。

インタビュー時、穏やかな話し方のなかにも、産地・加工・縫製・販売というすべての工程における「安全・安心」に対するこだわりを随所を感じる事ができました。また、将来的には、製品の幅の拡充や新しい業態にチャレンジしたいと熱く話す姿が印象的でした。利益のみを追求することなく、従業員を含めたすべての関係者と関係する環境を守る姿勢は、これからの企業の理想像であり、社会のなかでの重要性はますます高まっていくと確信しています。弊行においても引き続き、メイン行として深化しながらその役割を果たしていきたいと考えています。

共同調査

サテライトオフィス・ワーケーションが地域を変える

～テレワーク時代における企業や人の誘致～



四国経済連合会

四国アライアンス地域経済研究分科会

はじめに

新型コロナウイルス感染症への不安やテレワークの普及などを背景に、場所に捉われない働き方が「新たな日常」となっている。また、政府は「デジタル田園都市国家構想」を掲げ、デジタル技術を駆使して地方活性化を目指す方針を打ち出している。

こうした時代潮流を的確に捉え、大都市圏の企業やその社員の誘致につなげていくため、2021年度、四国経済連合会と四国の地方銀行4行（四国銀行、阿波銀行、百十四銀行、伊予銀行）による四国創生に向けた包括提携「四国アライアンス」の地域経済研究分科会（4行の系列シンクタンクで構成）が共同で、四国におけるサテライトオフィスとワーケーションの受入推進に向けた取り組みの現状や課題、今後の方向性などについて検討し、2022年5月25日、調査報告書を公表した。

今号では、調査報告書の概要を紹介する。本調査では実例に基づいた情報を盛り込むとともに、誘致に向けた提案も行っており、地方創生に関わる方々のご参考としていただければ幸いである。

なお、本編および概要版は、四国経済連合会のホームページ（<https://www.yonkeiren.jp>）にて掲載している。

本調査の実施にあたり、アンケートなどにご協力いただいた自治体やサテライトオフィス設置企業の方々、また、視察やワークショップ、ヒアリングなどで貴重な示唆を頂戴した皆様方に対しまして、心より感謝申し上げます。

【目次】

- 第1章. サテライトオフィス・ワーケーションを巡る全国や四国の動向
- 第2章. 「サテライトオフィス・ワーケーションの受入に関する四国の市町村へのアンケート」調査結果
- 第3章. 「四国にサテライトオフィスを設置している企業へのアンケート」調査結果
- 第4章. 地方でのサテライトオフィス・ワーケーションの事例
- 第5章. 地方でのサテライトオフィス・ワーケーション設置・受入の意義
- 第6章. サテライトオフィス・ワーケーションの誘致に向けて

（※）サテライトオフィス・ワーケーションの定義と本調査での取扱い

サテライトオフィスとは、「都市部の企業等が本拠から離れたところに設置する遠隔勤務のためのオフィスの総称（総務省）」を指す。以前は、大都市などに本社を持つ企業が、従業員の職住接近を叶えるため郊外に開設するケースが主流であったが、最近は本社から離れた地方に開設されるものも多い。

また、ワーケーションは、仕事（ワーク）と休暇（バケーション）を組み合わせた造語である。一般には、社員が有給休暇の合間にリゾート地などで仕事をするイメージがあるが、最近は、会社命令で地方に一定期間滞在して業務を行う「業務型」を指す例が多い。

本調査では、ワーケーションについては「業務型」を中心に取り上げた。また、サテライトオフィスとワーケーションは、どちらも「大都市企業の社員が地方でテレワークを行う」ことを主として想定されていることから、両者をほぼ同列に扱って検討した。

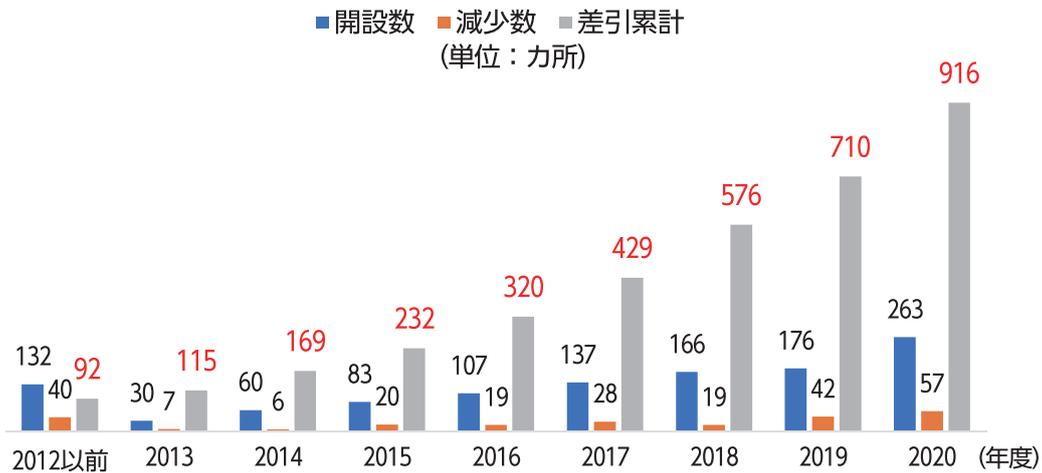
第1章. サテライトオフィス・ワーケーションを巡る全国や四国の動向

1. 都道府県別のサテライトオフィス開設状況

全国のサテライトオフィス開設数は、2021年3月末時点で916カ所にのぼる。また、毎年の新規開設数をみると、2013年度に30カ所だったものが、2020年度には263カ所と、この7年間で9倍近くに増えている（図表1-1）。都道府県別では、北海道86を筆頭に、徳島県77、新潟県57、宮城県52、長野県51、島根県50の順となっており、サテライトオフィス開設数と大都市圏からの地理的な距離との間に相関関係は見られない（図表1-2）。

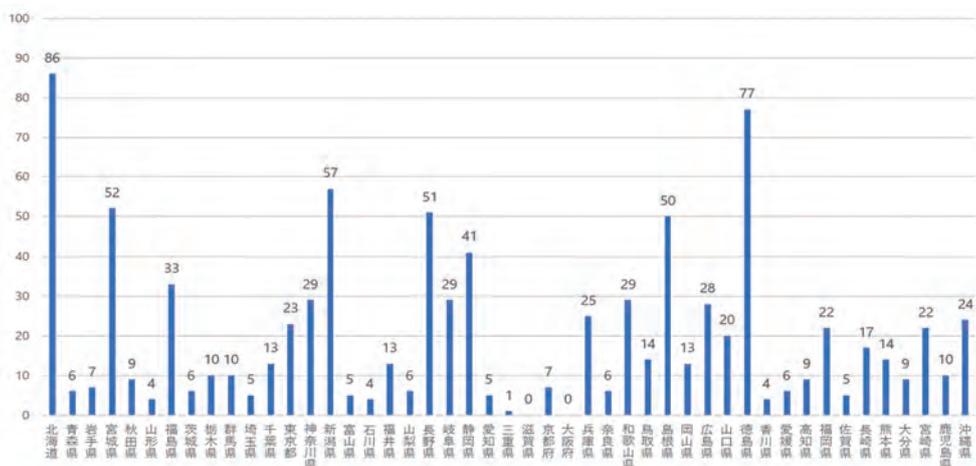
サテライトオフィス開設数において、四国4県の中では徳島県が突出しており、美波町、神山町、美馬市、三好市など、中小規模の市町村に多く開設されている。徳島県では、2011年の地上デジタル放送完全移行に際して、県主導で光ファイバー網が県下全域に敷設された結果、大都市と遜色のない快適なネット環境が実現した。この充実した情報通信インフラの存在と地元による熱心な誘致活動により、過疎地域におけるサテライトオフィス開設の先進地となっている。

図表1-1 地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設数の推移



資料：総務省「地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果」（2021年10月29日）

図表1-2 都道府県別サテライトオフィス開設数（2021年3月末時点）



資料：図表1-1と同じ

2. 全国のワーケーションの動向

ワーケーションは、普段の職場とは異なる場所において余暇を楽しみながらテレワークを行う働き方で、従業員の有給休暇の取得促進等を主な目的とする「休暇型」と、仕事をメインとしながらその前後や途中で余暇を楽しむ「業務型」に分類される（図表1-3）。ワーケーションの実施に当たっては、勤怠管理や経費の処理、労災保険給付、人事評価、情報管理など各企業において制度上クリアすべき課題が多い。

図表1-3 ワーケーション&ブレジャーの実施形態（イメージ）



資料：観光庁「新たな旅のスタイル ワーケーション&ブレジャー 企業版/地域版」

2019年11月、長野県および和歌山県の呼びかけにより「ワーケーション自治体協議会」が設立され、ワーケーションに係る様々な活動を展開している。会員数は2021年11月時点で202となり、四国からは香川県、愛媛県、三好市（徳島県）、土庄町（香川県）、土佐清水市（高知県）の2県3市町が加盟している。また2021年1月、四国ツーリズム創造機構は四国各地で地域振興に取り組む団体・企業とともに「四国周遊型ワーケーション推進協議会」を設立し、四国ならではのワーケーションスタイルの全国発信などに取り組んでいる。

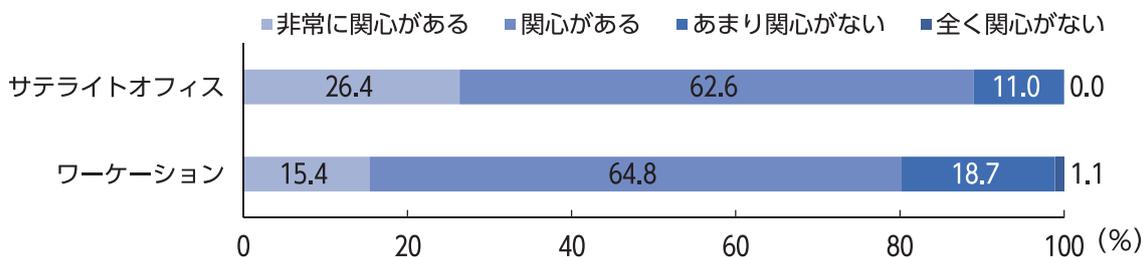
第2章. 「サテライトオフィス・ワーケーションの受入に関する四国の市町村へのアンケート」調査結果

四国の全95市町村（回答数91）を対象に、サテライトオフィスやワーケーションの取り組み状況や課題などについて、アンケート調査を行った。

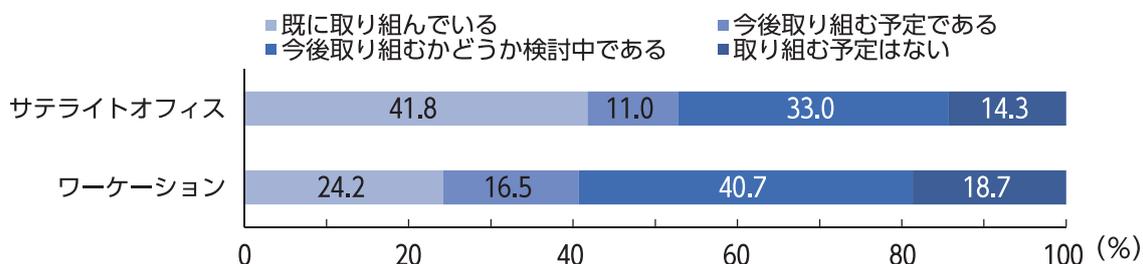
アンケート実施概要	
1. 実施時期	2021年7月1日～7月30日
2. 調査対象	四国の全市町村（95市町村）
3. 調査方法	郵送による配布、返信用封筒、FAX、E-mailによる回収
4. 有効回答数	91（回収率：95.8%）

誘致に関心を持つ四国の市町村は、サテライトオフィスが約9割、ワーケーションは約8割を占める(図表2-1)。一方、誘致に向け既に取り組んでいる市町村は、サテライトオフィスで約4割、ワーケーションで2割強にとどまっている(図表2-2)。

図表2-1 サテライトオフィスとワーケーションに対する関心の有無 (n=91)

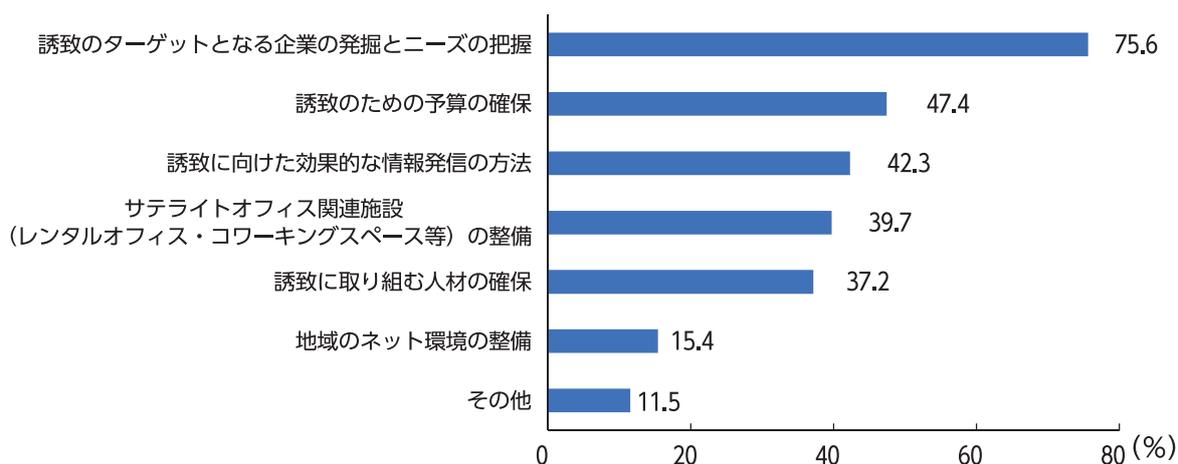


図表2-2 サテライトオフィスとワーケーションの誘致に向けた取り組み状況 (n=91)



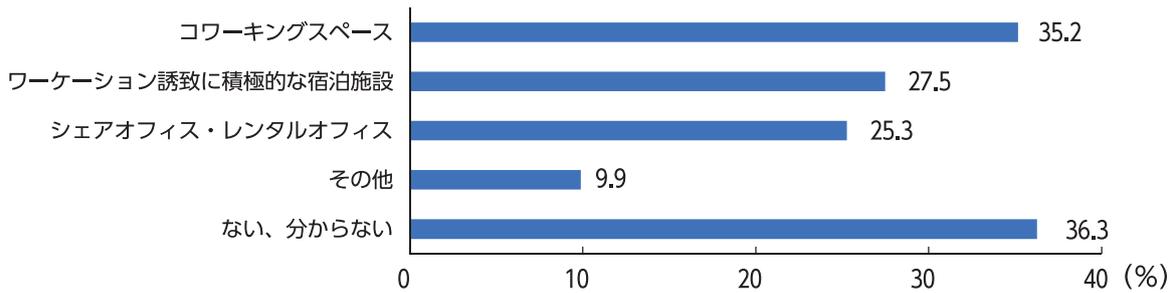
サテライトオフィス誘致の課題としては、「誘致のターゲットとなる企業の発掘とニーズの把握」が75.6%と圧倒的に多く、次いで「誘致のための予算の確保」、「誘致に向けた効果的な情報発信の方法」の順となっている(図表2-3)。

図表2-3 サテライトオフィス誘致における課題 (複数回答、n=78)



地域におけるワーケーション滞在者向け施設の有無について、各市町村内に「ある」と回答した割合は、「コワーキングスペース」、「ワーケーション誘致に積極的な宿泊施設」、「シェアオフィス・レンタルオフィス」が各々3割前後にとどまる。また、4割弱の市町村が「ない、分からない」と回答した(図表2-4)。

図表2-4 ワーケーション滞在者向けに存在する施設（複数回答、n=91）



また、サテライトオフィス・ワーケーションを誘致した市町村に、誘致による波及効果を尋ねたところ、次のような回答（自由記述）があった。

- ・「地元になかった業種での雇用が生まれている」
- ・「地元出身者やU・Iターン者の雇用の受け皿となっている」
- ・「雇用創出や空き家・空き店舗解消といった課題解決に有効である」
- ・「地域企業との交流によりイノベーションの創出やビジネスマッチングが期待できる」
- ・「都市部企業のノウハウを活用した地域の課題解決を期待している」

第3章. 「四国にサテライトオフィスを設置している企業へのアンケート」調査結果

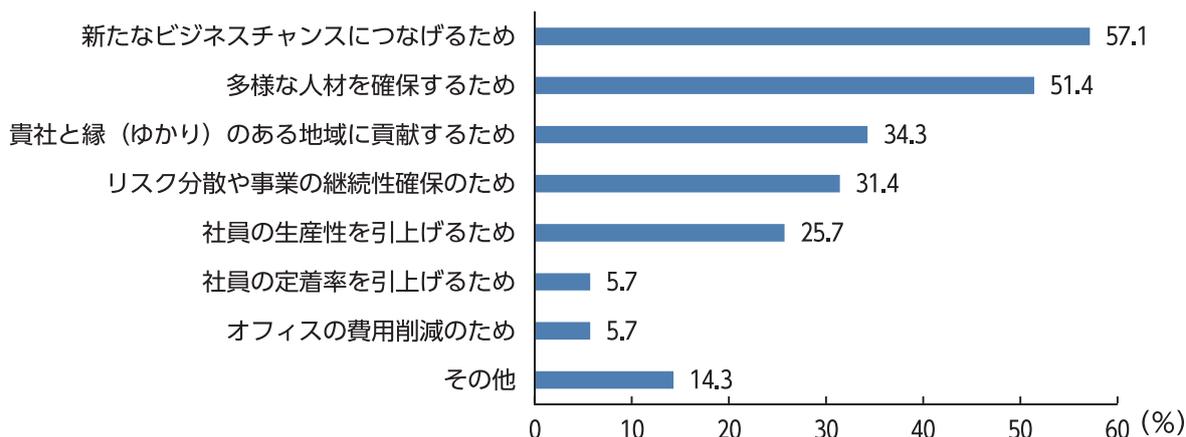
四国にサテライトオフィスを設置している企業75社を対象に、サテライトオフィスを開設した経緯、設置後の地域との関わりや経営面でのプラス効果、自治体や地域、国への要望などについて、アンケート調査を行った。回答数は35社（回収率47%）でありサンプル数は限られているものの、四国への誘致を進める上で非常に有益な示唆が得られたので、その要旨を紹介する。

アンケート実施概要	
1. 実施時期	2021年8月2日～8月31日
2. 調査対象	四国にサテライトオフィスを設置している企業75社 ¹⁾
3. 調査方法	郵送による配布、返信用封筒、FAX、E-mailによる回収
4. 有効回答数	35（回収率：46.7%）

四国でサテライトオフィス設置を検討することになった理由としては、「新たなビジネスチャンスにつなげるため」、「多様な人材を確保するため」が特に多い。このほか、「ゆかりのある地域に貢献するため」、「リスク分散や事業の継続性確保のため」、「社員の生産性を引き上げるため」など、多様な理由が挙げられている（図表3-1）。

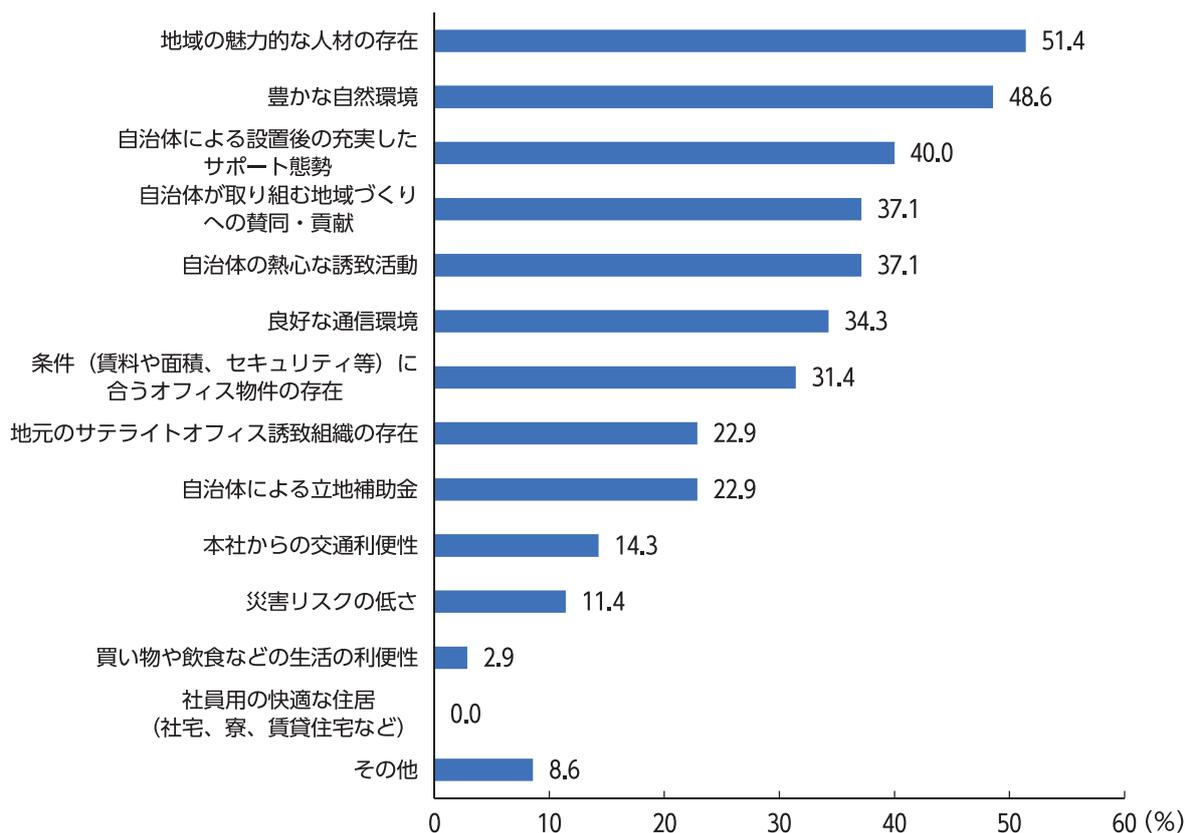
¹⁾ 本社を四国に移転した企業、サテライトオフィスの代わりに別法人を四国に設立した企業を含む

図表3-1 四国でサテライトオフィスの設置を検討することになった理由（複数回答、n=35）



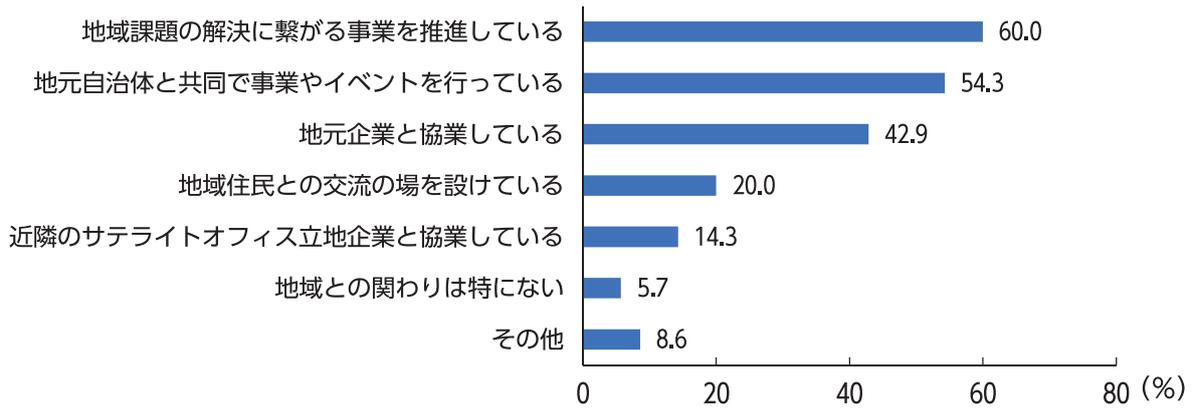
現在の地にサテライトオフィスを設置する決め手となったのは、「地域の魅力的な人材の存在」、「豊かな自然環境」、「自治体による設置後の充実したサポート態勢」などが上位に挙がっている。一方、「自治体による立地補助金」や「本社からの交通利便性」は下位にとどまっている（図表3-2）。

図表3-2 現在の地にサテライトオフィスを設置する決め手となった要因（複数回答、n=35）



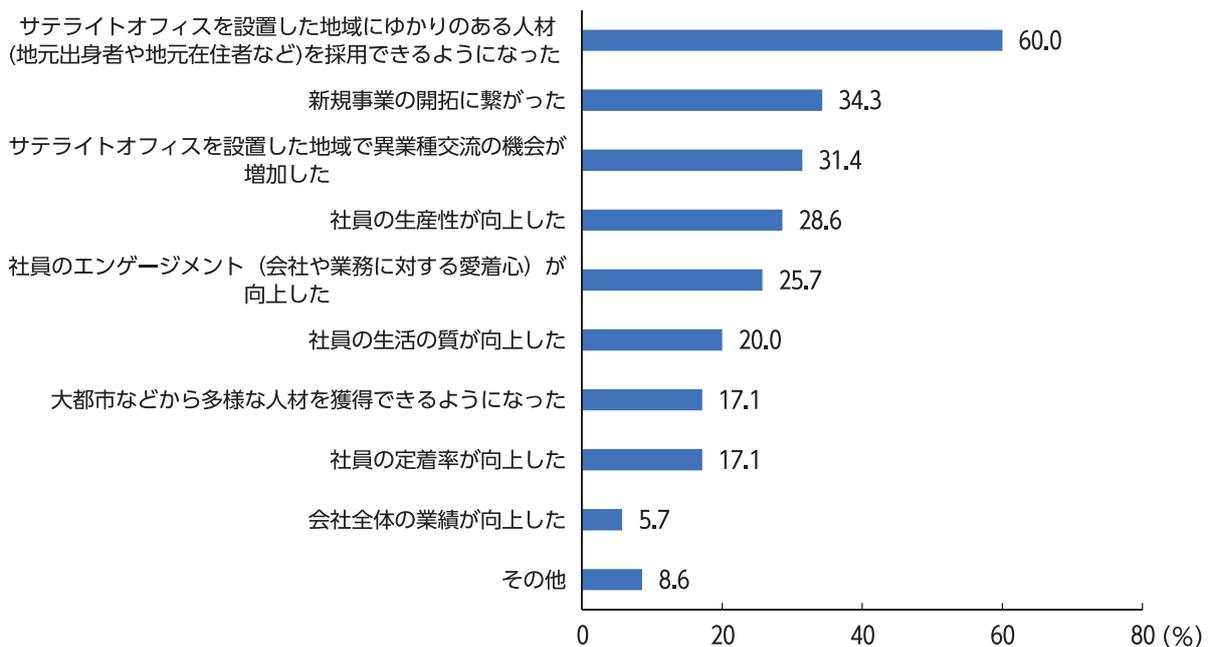
サテライトオフィスにおける地域との関わりについては、「地域課題の解決に繋がる事業を推進している」、「地元自治体と共同で事業やイベントを行っている」、「地元企業と協業している」などが上位に挙がっている。地域課題解決をビジネスチャンスとして捉え、地元の官民と積極的に連携・協業している様子がうかがえる（図表3-3）。

図表3-3 サテライトオフィスにおける地域との関わり（複数回答、n=35）



四国にサテライトオフィスを立地したことによるプラス効果としては、「地域にゆかりのある人材を採用できるようになった」が60.0%で圧倒的に多い。次いで、「新規事業の開拓に繋がった」、「異業種交流の機会が増加した」、「社員の生産性が向上した」、「社員のエンゲージメントが向上した」の順となっている（図表3-4）。

図表3-4 四国にサテライトオフィスを立地したことによるプラス効果（複数回答、n=35）



【参考】高知県における、サテライトオフィス・ワーケーション誘致の状況

1. 高知県における取組の状況

高知県では、テレワークを通じて都会の企業や人を呼び込む戦略を強化している。自治体や民間が運営するシェアオフィスは県内に約40施設あり、入居企業に対する手厚い助成制度も整備されている（図表3-5、図表3-6）。

図表3-5 高知県内の自治体が運営するシェアオフィス一覧



資料：高知県 商工労働部 産業創造課「高知家のシェアオフィス」

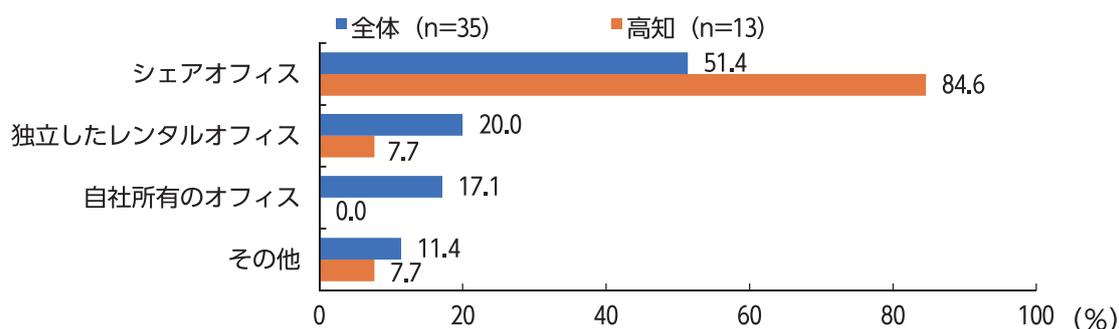
図表3-6 高知県におけるサテライトオフィス・ワーケーション誘致補助金（一例）

助成制度名称	高知県中山間地域等シェアオフィス利用推進事業費補助金
補助対象者	高知県内の市町村が設置・運営するシェアオフィスに3年以上入居する、またはその検討を行う事業者
補助期間	最大3年間
補助内容	①シェアオフィス賃借料：補助率1/2 （1万円以内/人・月、+市町村からも1/2以内の補助または免除有） ②通信回線使用料：補助率10/10（月額4万円以内） ③創業経費（創業後6カ月以内）：補助率1/2（100万円以内） ④事務機器リース料・能力開発費：補助率1/2（年額50万円以内） ⑤高知県内新規雇用奨励金：常勤30万円/人・パート15万円/人 など

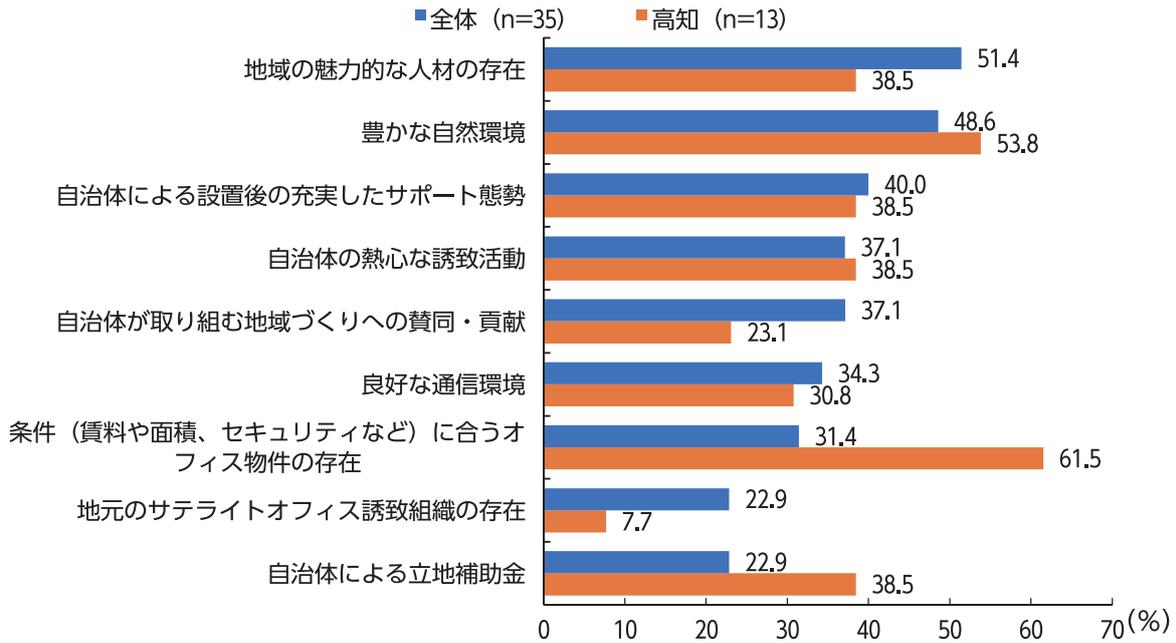
資料：高知県 商工労働部 産業デジタル化推進課

高知県内のサテライトオフィス設置企業13社からのアンケート回答を全体と比較すると、シェアオフィスからの回答が多くなっており、「現在の土地にサテライトオフィスを設置する決め手となった要因」については、「条件（賃料や面積、セキュリティなど）に合うオフィス物件の存在」や「自治体による立地補助金」が全体に比べて高い割合となっている（図表3-7、3-8）。自治体が積極的にサテライトオフィス誘致を進めてきた一定の成果が表れている。

図表3-7 サテライトオフィスの利用形態



図表3-8 現在の土地にサテライトオフィスを設置する決め手となった要因（抜粋、複数回答）



また、高知県は2022年5月、全国で約8万人のグループ社員を要する富士通（株）と「ワーケーションパートナーシップ協定」を締結し、ワーケーションにおける関係人口の創出を目指す取り組みを展開する予定となっている。

2. 高知県内にサテライトオフィスを設置する企業の活動内容

① (株) やまところ (2022年1月に (株) とさごころを設立)



資料：とさごころ HP

2007年3月創業し、インバウンド受入に関する国内観光事業者向けサイト「やまところ.jp」の運営、地域でのインバウンド受入体制整備などを行っている(株)やまところは、2016年度に高知県で講演会を実施して以降、海外の旅行会社への営業活動やメディアと連携したプロモーションなどの業務を受託している。高知県に根付いた事業を行うため、2021年4月、高知市帯屋町のシェアオフィス「BASE CAMP IN OBIYAMACHI」に入居し、翌2022年1月、(株)とさごころを設立した。個人向けパック商品の企画販売などで県内企業と連携し、高知県に訪れるインバウンド（外国人観光客）を増やしていく事を計画している。

② (株) スタジオエイトカラース

東京でアニメ制作会社を創業し、ヒット作を制作した経験を持つ宇田英男氏が、(株) スタジオエイトカラースを設立し、2021年7月、高知市帯屋町のシェアオフィス「BASE CAMP IN OBIYAMACHI」に入居した。

アニメの市場規模（国内・海外合計）は、2010年1.3兆円から、2020年2.4兆円まで増加し、日本における主要な輸出産業として成長しつつある一方で、アニメのクリエイター不足や、中小零細企業の多いアニメ制作会社の約4割が赤字という問題を抱えている。そこで、需要の多い東京のアニメ制作会社の下請け等で地方のクリエイター人材を育成し、独自のアニメ制作や、アニメを通じた地域活性化を目指している。

同社はその他にも、大月町、及び同町内に在住するクリエイター「あにめのいろは」の間崎真由子氏と共に、東京のアニメ会社に向けたワーケーション事業を計画している。東京のアニメ制作会社とのつながりを持つ(株) スタジオエイトカラースと、海外の芸術家等に向けたワークショップを実施してきた経験を持つ「あにめのいろは」、そしてクリエイターの宿泊施設・交流拠点整備により、活動を支援する大月町のそれぞれの強みが活かされ、アニメ業界におけるワーケーション拠点として発展していく事が期待される。

第4章. 地方でのサテライトオフィス・ワーケーションの事例

1. 和歌山県白浜町

白浜町では、若者の地元定着につなげるため、2001年頃からサテライトオフィスの誘致を推進し始めた。2004年にIT関連企業向けの賃貸オフィス「白浜町ITビジネスオフィス」を整備し、直後にIT関連企業2社の誘致に成功したものの、その後2007年、2010年に相次ぎ撤退し、入居企業がゼロとなった。その当時、白浜町の取り組みはオフィスの賃貸まで、即ち誘致をするまでに止まっており、こうした不動産賃貸業のような誘致姿勢が撤退を招いたものと深く反省した。

2014年から和歌山県と連携して企業誘致を進め、同年に2社が進出し、翌年には外資系IT関連企業など3社が入居した。白浜町では、これら進出企業と随時情報交換を行い、出てきた要望に対しては誘致担当者が関係部署とも連携しながら真摯に対応している。例えば、移住者への住居の斡旋や地元行事への参加案内、社員へのボランティアやレクリエーションのメニュー提案（例：熊野古道の保全活動、農業体験等）などを行っている。

こうしたきめ細かい伴走支援が奏功し、「白浜町ITビジネスオフィス」は満室が続き、外部からの問合せも増えたことで、2018年には町内の公園管理事務所を改修した「白浜町第2ITビジネスオフィス」を開設した。「白浜町第2ITビジネスオフィス」も、わずか4カ月で4室が満室となった（図表4-1）。

図表 4-1 白浜町が運営するサテライトオフィス向け賃貸施設の概要

	白浜町 I T ビジネスオフィス	白浜町第 2 I T ビジネスオフィス
外 観		
開設時期	2004年1月	2018年6月
施設概要	企業の旧保養所を改修。2階建て、延床面積 1,170 m ² 、オフィス5室	町の公園管理事務所を建替。2階建て、延床面積 752 m ² 、オフィス4室
事業費	1億1,200万円（買取額4,868万円）	約2億1千万円
賃室料	1,260円/m ² ・月（共益費含む）	1,260円/m ² ・月（共益費含む）

資料：白浜町「IT Business Office In Shirahama」(2021年春版)

2. 徳島県美波町

美波町では、全国屈指の高速ブロードバンド環境をはじめとした、徳島県の強み・特徴のみならず、人口減少・高齢化、防災・減災などの地域課題をも地域の「資源」と捉えており、それらの解決に関心を持つ企業のサテライトオフィス誘致につなげている。

例えば、緊急性が高く専門性が必要な地域課題（例：インフラの老朽化など）の解決に、サテライトオフィス企業が持つ I o T 技術を活かすことや、地元雇用拡大による人口流出防止を図るため、サテライトオフィス企業が地元阿南工業高等専門学校の学生をインターンシップとして受け入れるための支援などを行っている。

サイファー・テック（株）（デジタル著作権管理ソフト制作、東京都）（以下：サイファー・テック）は、従前より I T 人材の採用・定着に苦労していた。そこで、事業展開に必要なシステム開発人材の採用力強化のため、徳島県が取り組む「サテライトオフィスプロジェクト」に呼応する形で、同社社長の吉田基晴氏の出身地である美波町に、同町初のサテライトオフィスを開設した。近くの海岸でサーフィンや釣りを楽しめるなど、東京ではできない働き方・暮らし方ができることを業界雑誌等で P R したところ、アウトドア愛好家や地方志向の人材採用につながったことから、美波町への本社移転を決断した。営業活動は主に東京本部が担う一方で、美波町の本社ではサーフィン・釣り・農作業など、自然に囲まれた環境でのライフスタイルとクリエイティブワークを両立させる「創造的ワークスタイル」に挑戦しながら業務を行っている。現在、本社社員の約半数を移住者が占めている。

また翌2013年、同社は自治体のサテライトオフィス誘致活動を支援するコンサルティング会社（株）あわえ（以下、あわえ）を創業した。あわえは2016年に美波町と地方創生パートナーシップ協定を締結し、同町の地方創生に関するプロモーションやサテライトオフィス誘致などを支援するとともに、古民家を改修してコワーキングスペースや宿泊室を備えるサテライトオフィス体験施設「戎邸」（えびすてい）を設け、全国からのサテライトオフィス関連視察の受入拠点として活用している。また、美波町のサテライトオフィス誘致担当者と連携して、サテライトオフィスの社員に対し祭りをはじめとした地域行事への参加を促すなど、サテライトオフィス企業と地元の人々との交流や関係づくりにも取り組んでいる。現在では、全国で250を超える自治体の地方創生に関わるなど事業を拡大しており、正社員約20人、副業を合わせると約30人の社員を抱えている。

さらに、サテライトオフィス企業の社員が美波町への移住を検討する際にネックとなる子供の学校の問題に対して、徳島県は2015年からデュアルスクール²⁾の制度を設けている。あわえは、利用を希望する生徒のコーディネートや制度のプロモーションなどを担っている。

3. 徳島県神山町

徳島県神山町では、NPO法人グリーンバレーが「日本の田舎をステキに変える！」をミッションに掲げ、移住促進やサテライトオフィス支援などに取り組んでいる。

1999年に始まった「神山アーティスト・イン・レジデンス (K A I R)」では、毎年、国内外のアーティスト3名を招聘している。町内で一定期間滞在して、住民と協働で創作活動を行い、作品を地元に残してもらっている。

これ以降、山町の様々な情報を掲載したWebサイト「イン神山」の立ち上げ(2008年)や、町の将来にとって必要な働き手や起業家を募集し、その中から最適な人物を逆指名する「ワーク・イン・レジデンス」(2008年)、神山町で展開可能な職種を探るため、空き家を改修してお試し滞在用のオフィス兼住居を整備する「オフィス・イン・神山」(2010年)など、様々な取り組みが行われた。

この「オフィス・イン・神山」に関わった建築家の紹介で、クラウド型名刺管理サービスを手掛けるSansan(株)社長の寺田親弘氏が神山町を訪れ、町内の空き家でサテライトオフィス「Sansan神山ラボ(写真4-1左)」を開設することを即決した。これを皮切りに、IT、映像、デザイン業など、働く場所を選ばない企業の進出が相次いだ。

2013年には、元縫製工場を改修して、「神山バレー・サテライトオフィス・コンプレックス(以下、KVSOC)」が設置された(写真4-1右)。KVSOCには、コワーキングスペースやシェアオフィス、会議室、3Dプリンターなどが備わっており、サテライトオフィスの受け皿として、域内外の人々が集う場所となっている。

写真4-1 Sansan神山ラボ(左)とKVSOC(右)



撮影：徳島経済研究所(左)、イーストとくしま観光推進機構(右)

²⁾ デュアルスクールとは、都市部に住民票を置いたまま地方と都市の2つの学校で教育を受けることができる制度のこと。保護者の短期居住(数週間程度)に合わせて徳島県の学校に学籍を異動させることで、受入学校での就学期間は住所地の学校での欠席とならず、受入学校での出席日数となる。1年間に複数回の行き来も可能。

2019年からは、Sansan（株）の寺田社長やNPO法人グリーンバレー理事大南信也氏などが中心となり、「神山まるごと高専プロジェクト」が進められている。神山町全体を学びの実践の場として活用し、起業家精神を持った人材を育てる次世代型高専を2023年4月に開校する予定である。1学年40名の全寮制で、テクノロジー、アート／デザイン、起業家精神などを第一線で活躍する講師陣などから学ぶ。米国スタンフォード大学卒の起業家たちがシリコンバレーをIT企業的一大集積地にしたように、近い将来、神山まるごと高専（仮称）が「教育・知の拠点」となり、「神山から未来のシリコンバレーを生み出す（寺田社長の言葉）」ことが期待されている。

神山町では、革新的な取り組みが次々と実現し、人口の社会増（2021年転入超過数：8人）にもつながっている。その背景には、地元の人々が長年の活動を通じて培ってきた“よそ者”を喜んで受け入れる寛容な地域風土がある。進出してきた企業に対しては、サテライトオフィスの運営や社員の生活などについて、多くの住民がそのサポートに関わっている。

4. 徳島県美馬市でのサテライトオフィス企業と地元官民との協業事例

美馬市は、江戸時代からの豪商屋敷が立ち並ぶ「うだつの町並み」で知られるが、空き家の増加や通過型観光地であることが課題となっていた。地方創生ビジネスを手掛けるG&Cコンサルティング（株）（東京都）は、経営トップがこの歴史的町並みに感銘を受けたことがきっかけとなり、2017年、古民家を改修した「森邸」にサテライトオフィスを開設した。森邸をサテライトオフィスの誘致拠点としても運用することで、同社の紹介を受けた企業の進出につながっている。また同社は翌年2018年、美馬市の地方創生を進める（株）MIMAチャレンジを設立し、町並みの空き物件を活用した飲食店やホテルの開業、人気ラーメン店の復活などを行っている。なお、同社はこの取り組みが評価され、内閣府主催の2021年度「地方創生テレワークアワード（地方創生担当大臣賞）」を受賞している。

5. 徳島県三好市における、業務型ワーケーションの誘致事例

（株）野村総合研究所は、三好市役所への出向社員が縁となって、2017年から改修した古民家で1カ月の業務型ワーケーション「三好キャンプ」を始めた。社員からは「アフターファイブや地元の方との交流が楽しい」などと好評となり、会社側も社員が新たな発見や気づきを得ることなどを評価している。これに着目した（一社）三好みらい創造推進協議会が、ワーケーション誘致を積極的に推進している。

2021年度には、廃校を改修しワーケーションの受け皿施設「ウマバ・スクールコテージ」を開設し（写真4-2）、社員研修やワーケーション用メニューとして、山仕事や寺院での護摩焚き、害獣駆除、ラフティングなど、地域資源を活かした「価値共創プログラム」を用意している。また、同施設を拠点に太陽光パネルで発電した電力を蓄電池とEVを活用し、地域でシェアするシステムの実証など、「環境配慮型ワーケーション」の実証実験を実施している。

写真4-2 ウマバ・スクールコテージの外観（左）と研修室（右）



撮影：徳島経済研究所

第5章. 地方でのサテライトオフィス・ワーケーション設置・受入の意義

1. 多様な人材の採用、新たな雇用機会の創出、定住人口の増加

地方でのサテライトオフィス設置は、経営の先進性や働き方改革に熱心との企業メッセージを社会に発信できる点で大きな意義がある。企業にとっては地元ゆかりの人や域外から多様な人材を採用でき、社員にとっては働く場所の選択肢が増える。地域にとっても新たな雇用の場の創出、さらには定住人口の増加につながる。

2. 新事業の探索・創出、地域課題の解決、異業種進出による地域経済活性化

進出企業にとっては、デジタル技術などの自社の経営資源を活用し、地域の協力も得ながら新規事業を探索する機会を得やすくなる。社員は、地方の活性化などに関わることで、仕事へのモチベーションに繋がる他、人々との出会いが“非日常体験”となり、創造性が刺激される。また、地域においても、大都市企業の力を借りて地域課題解決の糸口をつかめる。

3. 社員の生産性と生活の質の向上、地域社会の新たな担い手の増加

地方のサテライトオフィスでは、都会の喧騒から離れた職場環境に身を置くことで、集中力がアップして生産性が向上する事から、日常的な利用の他、社員研修やプロジェクトの追い込み作業など、様々な場面での活用が可能となる。社員にとっては、通勤時間の短縮などにより、日常の疲労感が大きく軽減する他、捻出された時間を家族や地域のために有効活用できるようになる。また、社員が地元の祭りや消防団、地域おこしボランティアへの参画など、地域社会の新たな担い手として活躍する例も多い。

4. 社員満足度の向上、地域産業の需要創出、遊休施設活用

企業にとっては、働き方改革が進むことで、社員のエンゲージメント（会社や業務に対する愛着心）が高まる。社員も、その地域ならではの余暇・観光を楽しめると共に、住民などとの交流を通じて地域の生活文化に深く触れる事ができる。また、定住・交流人口の増加によって、飲食・小売・交通・宿泊などの需要増加が期待できるほか、空き家や遊休施設の有効活用など、地域経済に様々な波及効果が生まれる。

5. 企業よし、社員よし、地域よしの「三方よし」の取り組み

地方でのサテライトオフィス・ワーケーションは、企業にとっては、人材の採用、新事業の探索・創出、生産性向上、働き方改革の進展、社員満足度の向上などが期待でき、社員にとっては、働く場所の選択肢の増加、生活の質の向上、余暇の充実などを実現できる。また、地域にとっては雇用機会創出、地域課題解決、地域の担い手の増加、地域産業の新たな需要創出、空き家・遊休施設の有効活用などに寄与することから、企業よし、社員よし、地域よしの「三方よし」の取り組みと言える。わが国では、テレワークの一段の広がりに合わせて、サテライトオフィス設置やワーケーション実施の流れがさらに加速すると見込まれることから、その誘致を地方創生に向けた中心施策の一つとして位置付けるべきと考える。

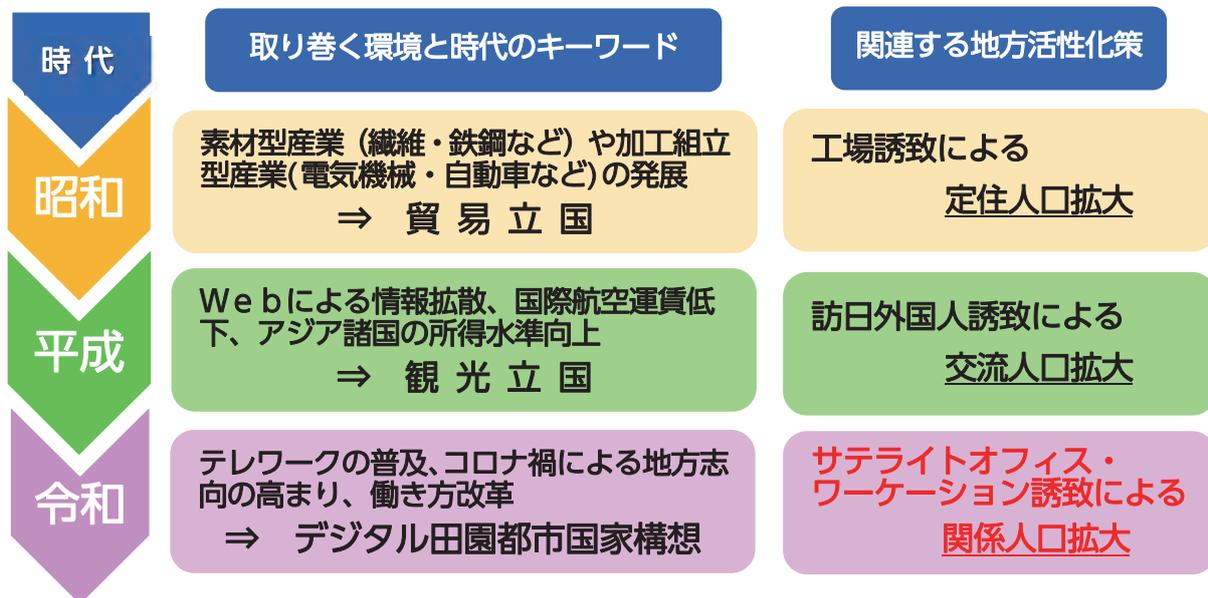
第6章. サテライトオフィス・ワーケーションの誘致に向けて

1. 誘致に向けた7つのポイント

(1) サテライトオフィス・ワーケーション誘致を、地方創生の原動力にする！

昭和の時代は、工場誘致による「定住人口拡大」が、また、平成の時代は、観光振興・訪日外国人誘致による「交流人口拡大」が、最も効果的な地方活性化策だった。テレワーク時代が到来した令和の時代には、サテライトオフィス・ワーケーション誘致により、大都市の企業や社員を地域に呼び込み、「関係人口」を拡大することが、新たな地方活性化策となり得る（図表6-1）。

図表6-1 時代環境の変化と関連する地方活性化策



(2) 過疎化が進む市町村こそ、誘致に取り組みやすい！

工場や観光客の誘致とは異なり、サテライトオフィス・ワーケーションの立地条件として、大都市からのアクセス時間や市町村の人口規模、知名度などは、必ずしも重視されていない。過疎地域にある中小規模の市町村こそ、サテライトオフィスの受け皿となる遊休施設や企業の事業探索の種となる地域課題も豊富にあるなど取り組みやすく、また、成果も見えやすい（図表6-2）。

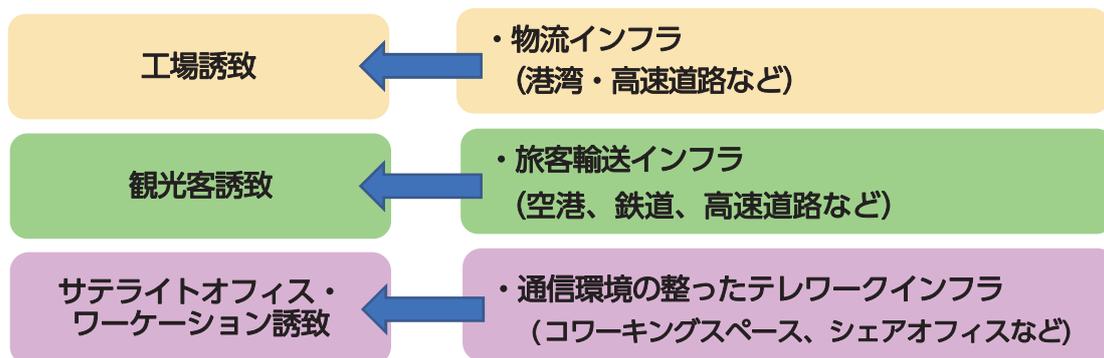
図表6-2 地方活性化策と立地条件の優位性



(3) テレワーク時代に不可欠なインフラを、早急に整備すべき！

工場や観光客の誘致には、港湾、高速道路、空港などの交通インフラが重要となるが、サテライトオフィスやワーケーションの誘致には、通信環境の整ったコワーキングスペースやシェアオフィスなどが必須となる(図表6-3)。

図表6-3 地方活性化に必要となるインフラ



(4) 地域にある全ての資源を、そして地域課題をも誘致の武器にすべき！

サテライトオフィス・ワーケーション誘致では、地域の魅力的な人材、豊かな自然環境、自治体によるサポート態勢、自治体が取り組む地域づくりなど、あらゆる地域資源が、場合によっては地域課題でさえ、企業や人を呼び込む大きな武器になる(図表6-4)。

図表6-4 サテライトオフィス誘致の決め手になった事例

地域の魅力的な人材の存在
・徳島県神山町では、国内外から芸術家や移住者の受入に長年取り組んできたNPO法人グリーンバレーが、サテライトオフィス誘致にも大きな役割を果たしている。
豊かな自然環境
・徳島県美波町では、サーフィンや海釣りを楽しむことができ、ウミガメが産卵のために上陸する美しい砂浜があるなど、豊かな自然が大都市の企業や人を引き寄せる。
自治体による設置後の充実したサポート態勢
・和歌山県白浜町では、誘致後のサポート不足で企業が撤退したことを反省し、進出企業との情報交換やニーズ対応に日頃から取り組むことで、誘致・定着に成果を挙げている。
自治体に取り組む地域づくりへの賛同・貢献
・徳島県美馬市では、歴史的町並みの活性化に向けた取り組みに賛同した大都市の企業がサテライトオフィスを設置し、町並みでの空き家活用などに繋がっている。

(5) 当面の誘致ターゲットは、大都市圏にあるIT関連・スタートアップ企業！

サテライトオフィスやワーケーションの誘致では、大都市圏にあるIT関連企業、とりわけスタートアップ企業が当面の主要ターゲットになる。こうした企業の経営者が持つ思い(図表6-5)を理解した上で、誘致に取り組むべきと言える。

図表6-5 サテライトオフィス・ワーケーションを検討する経営者の思い(例)

<ul style="list-style-type: none"> ・テレワークが浸透しているので、仕事はどこでもできる。会社の発展や職場環境の改善につながる新たな仕事場を探したい。 ・大都市やネット空間で業務を行うだけでは、視野が狭くなる。地方のリアルな場で、多様な人々と出会い、交流したい。 ・自社技術を活用して地方の課題解決に取り組むことで、新たなビジネスを立ち上げ、事業拡大につなげたい。 ・優秀な人材を採用し、彼らをつなぎとめていくには、働く場所の選択肢を増やす事、社員自身の成長や働きがいを実感できる職場・仕事を創り出す事などが必要。 ・地域課題解決に貢献することで、自社の存在価値や社員のエンゲージメント(会社への愛着心)を高めたい。
--

(6) 進出企業や移住社員へのアフターフォローは、誘致活動以上に重要！

進出企業に対する手厚いアフターフォローは、企業の定着(撤退防止)と新たな進出企業獲得の両面で大きな効果を持つ。進出企業の円滑な事業運営に積極的に協力するとともに、社員が地域に溶け込み、住民も進出企業への理解が深まるような、面倒見の良さが受入側に求められる(図表6-6)。

図表6-6 進出企業、社員へのアフターフォローの例

- ・進出後の挨拶回り先（商工団体幹部、有力者など）を紹介し、挨拶回りに同行する。
- ・進出企業の要望や保有する技術・人材、得意分野などを積極的にヒアリングし、地域の課題解決やビジネス化の可能性を進出企業と共同で検討する。
- ・進出企業が連携を求める事業者や大学・高専の研究者などを、地元はもとより、市町村の枠を越えて探す。
- ・企業が希望する実証事業に積極的に協力する（コンソーシアム組成や国の助成金申請への協力、実証場所の提供など）。
- ・進出企業の人材採用に協力する（例：地元高校生との交流、県内の高専・大学生・留学生のインターンシップ仲介、地元住民への職業訓練・研修の機会提供など）。
- ・地元行事やボランティア（例：祭り、季節行事、スポーツ大会、道路・水路・河川・海岸などの清掃・美化活動、遍路道の修復など）の参加案内を行う。
- ・公共交通機関やタクシーが少ない地域では、空港や主要駅から、あるいは地域内での移動に不便を感じる企業が多いため、レンタカーやカーシェアリングの利用について助成する。

（7）周辺の市町村はライバルではなく、誘致企業の獲得・定着に向けたパートナー！

地域間での誘致競争が激しさを増す中、四国がサテライトオフィス・ワーケーションの好適地ということ、各自治体が連携してアピールすることが重要となる。地域間連携の象徴として、例えば四国各地のコワーキングスペースで構成される組織体の設立が必要と考える。

2. 四国の企業への提案

（1）サテライトオフィス設置企業を協業・新事業創出のパートナーに！

多くのサテライトオフィス設置企業は、「既存事業の深化・拡大」と「新事業の探索」という「両利きの経営」を進めるため、地元企業との協業を切望している。地域の企業にとっても、大都市圏の企業や人材との協業は新たな付加価値創出の推進力となる。地元企業が積極的にサテライトオフィス設置企業にアプローチすることを提案したい。

（2）自社のテレワーク・協業施設を地域に開放する！

四国の企業の中で、社員のテレワークや地域との協業促進などに向け、コワーキングスペースを開設し、地域に開放する事例が生まれている（写真6-1）。こうした動きが広がることを期待したい。

写真6-1 阿波銀行本店営業部にあるコワーキングスペース（地域に開放している）



資料：阿波銀行提供

3. 国への提言

（1）国やその関係機関が率先して、ワーケーション制度の導入・拡充を！

日本社会にワーケーションを普及させるには、国やその関係機関が率先してワーケーションを制度化することが有効と考える。国家公務員などが積極的にワーケーションを利用する事で、EBPM³⁾ (Evidence Based Policy Making) を推進すると共に、民間企業が手本とする多くのロールモデルが生まれることを期待したい。

以上

本稿は、「サテライトオフィス・ワーケーションが地域を変える～テレワーク時代における企業や人の誘致～」に加筆・修正したものです。

文責：四銀地域経済研究所

³⁾ EBPM とは、政策の企画をその場限りのエピソードに頼るのではなく、政策目的を明確化した上で合理的根拠（エビデンス）に基づくものとする事で、政策実行の有効性を高めようとする考え方。

第157回 高知県内企業の景況調査

— 2022年6月 —

Summary

- ◆ 今期（4～6月期）自社業況の総合判断 BSI は、全産業で+3となり、前期-16から19ポイント上昇した。2期ぶりのプラスとなった。新型コロナウイルス感染症が落ち着きを見せ始め、サービス消費が改善しつつある。一方、半導体不足や原材料・エネルギー価格高騰の影響を受ける業種も目立つ。
- ◆ 製造業は、前期-10から12ポイント上昇し+2となった。非製造業は、前期-19から23ポイント上昇し+4となった。飲・食料品製造や宿泊・飲食、運輸・倉庫などの改善が顕著となった。
- ◆ 今後の経済状況が不透明なため、設備投資に慎重な姿勢がみられる。
- ◆ 原材料・エネルギー価格高騰の影響を尋ねたところ、全体で9割近い企業が影響を受けていると回答した。特に、製造業では、殆どの企業に影響が及んでいる。
- ◆ 価格高騰に対する販売価格への転嫁状況をみると、ある程度転嫁できた企業は約3割にとどまり、転嫁できない企業は約6割に上る。

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197/279社（回答率70.6%）
 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 2022年5月9日～6月3日

業種別回答企業数

業種	回答企業数	構成比
製造業	58	29.4
飲食料品	11	5.6
木材・木製品	7	3.6
製紙	6	3.0
機械	13	6.6
窯業・土石	6	3.0
その他製造	15	7.6
製造業計	58	29.4
非製造業	139	70.6
スーパー	8	4.1
衣料品販売	0	0.0
飲食料品販売	10	5.1
自動車販売	8	4.1
建築資材販売	9	4.6
石油販売	6	3.0
その他販売	29	14.7
運輸・倉庫	9	4.6
宿泊・飲食	13	6.6
情報通信	3	1.5
不動産・物品賃貸	6	3.0
その他サービス	11	5.6
建設	27	13.7
非製造業計	139	70.6
合計	197	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	24	12.2
10百万円以上～30百万円未満	88	44.7
30百万円以上～50百万円未満	43	21.8
50百万円以上～100百万円未満	29	14.7
100百万円以上	13	6.6
合計	197	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	11	5.6
5人～19人	46	23.4
20人～49人	51	25.9
50人～99人	44	22.3
100人～199人	25	12.7
200人以上	20	10.2
合計	197	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。

※衣料品販売は集計分析できる数に達しなかったため、その他販売へ算入。

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。

Summary

- 正社員の賃上げ（定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金のいずれかまたはすべて。以下同じ）を実施する企業の割合は、昨年より8.7ポイント上昇し80.3%となった。
- 非正規社員の賃上げを実施した企業の割合は昨年より1.7ポイント上昇し51.7%となった。経済の先行きが不透明なことから、「未定」と回答した企業が19.9%あった。
- 正社員の定期昇給、ベースアップ引き上げ額は、1千円以上3千円未満が37.5%で最も多くなった。また非正規社員の時給引き上げ額は、30円以上50円未満が33.8%で最も多くなった。
- 賃上げの理由としては「社員のモチベーション向上」が約8割（79.2%）で最も多く、次いで約6割（56.6%）の企業が「採用・人材の確保」と回答した。
- 今年の賃上げは、原材料・エネルギー価格高騰やウクライナ情勢、新型コロナウイルスの動向、円安などの影響で、今後の経済状況が不透明なかでも、社員のモチベーション向上や生活防衛、人材確保のため、8割以上の企業が賃上げを実施し、また昨年より引上げ額を増やしていることが分かった。

はじめに

当研究所が行った「高知県内企業の景況調査」によると、今期（2022年4～6月期）の自社業況判断BSIは+3で、昨年同期（2021年4～6月期）と比べ9ポイント上昇し好転した。

しかしながら、現在、原材料・エネルギー価格高騰やウクライナ情勢、新型コロナウイルスの動向などの影響で先行き不透明な状況にあり、今後に不安を募らせる企業も多い。

このことも踏まえ、例年実施している高知県内の賃金実態の変化を探るべく、本調査を実施した。なお、アンケート設問と本稿における「賃上げ」の定義については、下記の通りである。

調査要綱

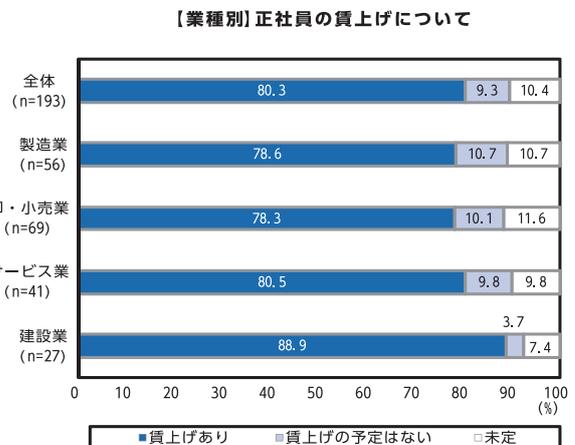
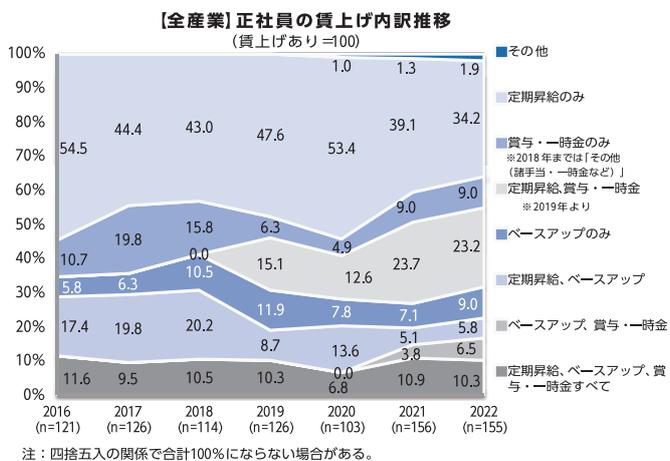
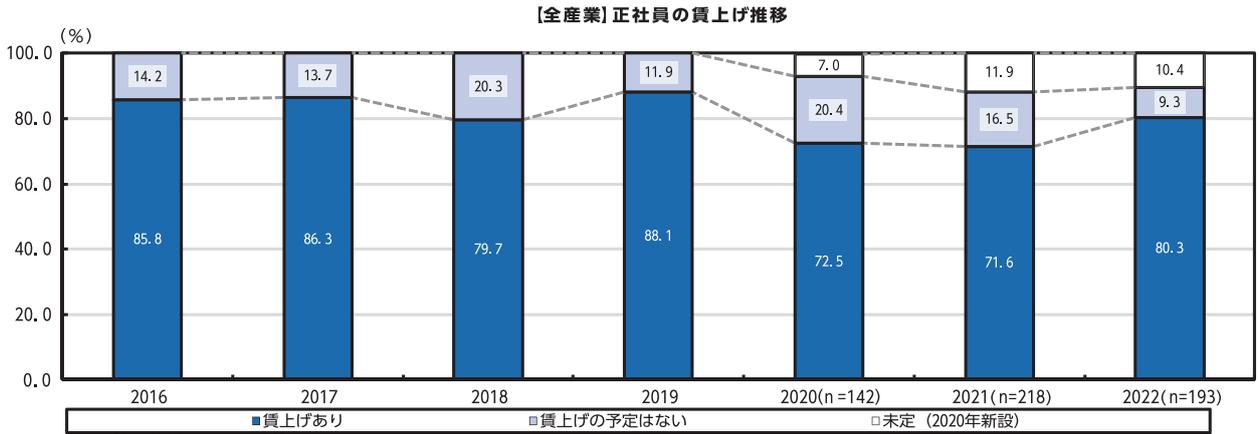
調査時期	2022年5月9日～6月3日
調査対象	高知県内に事業所を置く法人193/279社（回答率 69.2%）
調査方法	郵送及び四国銀行の各店舗から配布（第157回景況調査に同梱）

賃上げの定義について

本調査における「賃上げ」とは、「定期昇給」、「ベースアップ」、「賞与・一時金」のいずれか、または、すべてを含むものである。理由は下記の通り。

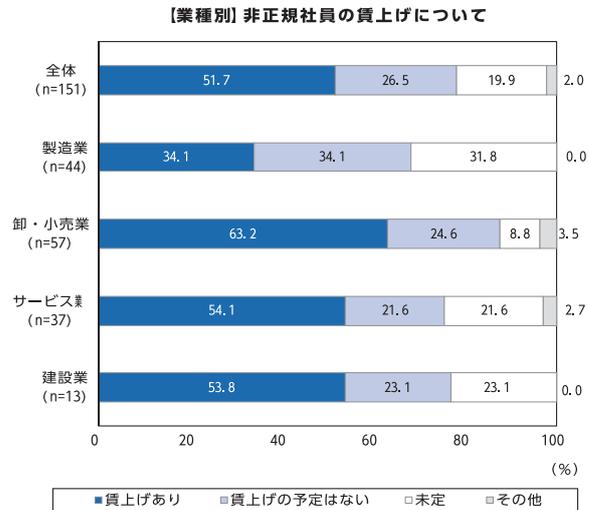
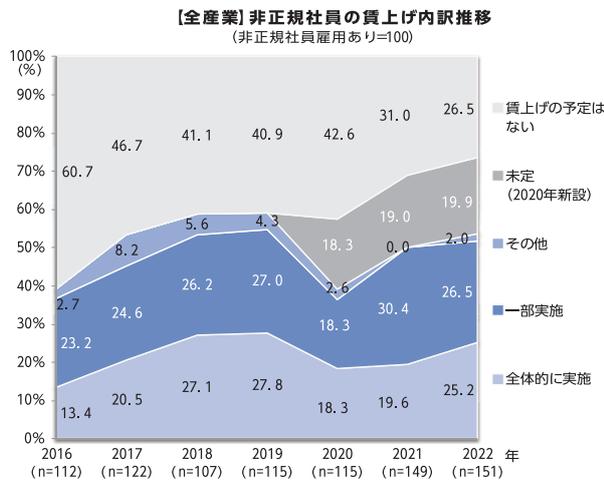
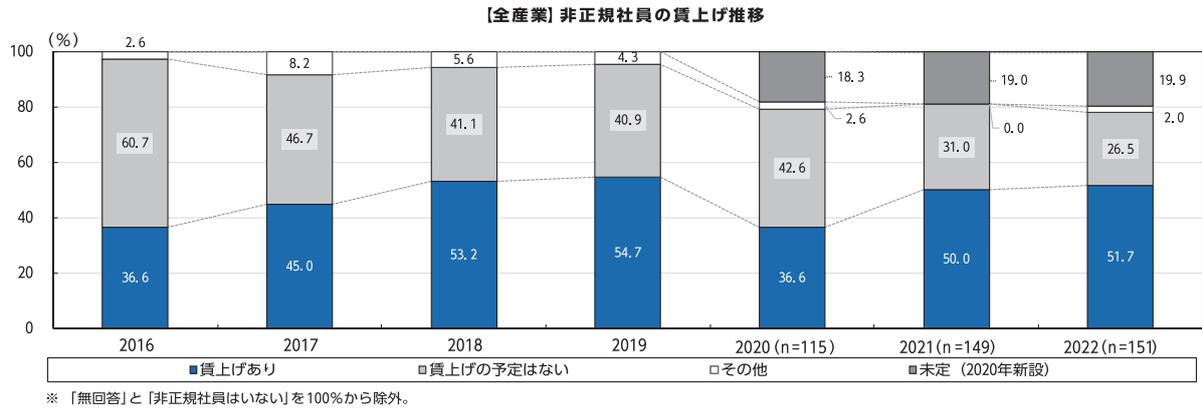
- 「賃上げは一時金を含めた年収ベースで判断すべき」（経団連）のように、「賞与・一時金」を含んだ概念としても用いられる場合がある。
- 中小企業においては定期昇給を含む賃金制度を持たない企業がある。

1. 正社員の賃上げ（定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金等含む）



- 正社員の賃上げ（予定含む。以下同じ）を実施した企業の割合は、昨年より8.7ポイント上昇し80.3%となった（最高は、2019年の88.1%）。
- 賃上げの内訳をみると、最も多いのが「定期昇給のみ」の34.2%、次いで「定期昇給、賞与・一時金」(23.2%)、「定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金すべて」(10.3%)、「ベースアップのみ」(9.0%)、「賞与・一時金のみ」(9.0%)、「ベースアップ、賞与・一時金」(6.5%)、「定期昇給、ベースアップの両方」(5.8%)と続いた。
- ベースアップを実施した企業の割合（「ベースアップのみ」、「定期昇給、ベースアップの両方」、「定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金すべて」、「ベースアップ、賞与・一時金」）は25.4%と、2021年調査（26.9%）より1.5ポイント低下した。
- 業種別では、「賃上げあり」と回答した割合は、建設業88.9%、サービス業80.5%、製造業78.6%、卸・小売業78.3%となり、それぞれ昨年より23.5ポイント、13.8ポイント、5.9ポイント、2.7ポイント上昇した。コロナ禍で過去2年賃上げを実施した企業は減少していたが、2019年以前に戻りつつある。
- 「未定」の割合は昨年11.9%から1.5ポイント低下し10.4%となった。さまざまな要因で先行き不透明な経済状況が続いており、今回調査（5月）時点では賃上げを決めかねている企業が約1割あった。

2. 非正規社員（パートや契約社員等）の賃上げ

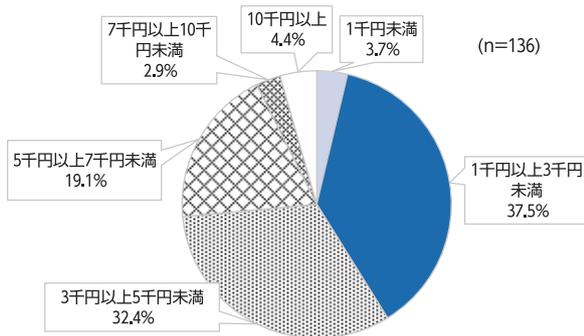


注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「非正規社員はいない」と「回答無」を賃上げの内訳構成比から除外。

- 非正規社員の賃上げ（予定含む。以下同じ）を実施した企業の割合は、2021年調査より1.7ポイント上昇し51.7%となった。コロナ禍前の2019年の水準に戻りつつある。
- 賃上げの内訳を見ると、「全体的に実施」が25.2%、「一部実施」が26.5%となり、昨年よりそれぞれ5.6ポイント増加、3.9ポイント減少となり、「一部実施」から「全体的実施」にシフトしている。
- 全体で「賃上げの予定はない」は、一昨年42.6%、昨年31.0%、今年26.5%と減少している。特にサービス業と建設業でその傾向が特に顕著に表れており、待遇の改善が進んでいる。
(サービス業：一昨年45.0%→昨年44.7%→今年21.6% 建設業：一昨年57.1%→昨年41.7%→今年23.1%)
- 業種別では、「賃上げあり」の割合が、製造業（昨年52.2%→今年34.1%）、卸・小売業（昨年56.5%→今年63.2%）、サービス業（昨年36.8%→今年54.1%）、建設業（昨年50.0%→今年53.8%）となり、製造業で大幅に低下（18.1ポイント）したものの、その他3業種は上昇した。特にサービス業は大幅に上昇（17.3ポイント）した。
- 「未定」と回答した企業が全体で19.9%となっている、特に製造業では31.8%が未定となっており、経済の先行きが不透明なことから、今回調査時点（5月）では、状況を見極めていられる。

3-1. 正社員の賃上げ額（1人当たりの平均賃上げ額）

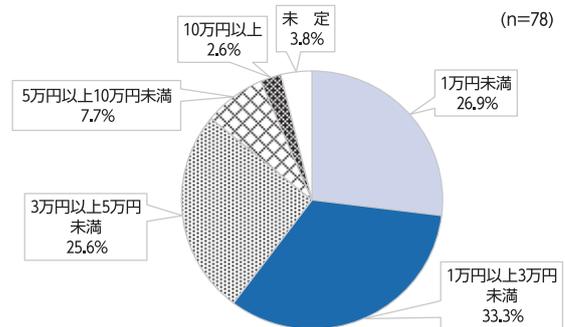
【全産業】正社員の定期昇給、ベースアップ 引き上げ額



注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

- 正社員の定期昇給、ベースアップ引き上げ額は、1千円以上3千円未満の割合が37.5%で最も多い。
- 2021年調査時では、3千円以上の割合は56.8%であったが、2022年には58.8%となり、引き上げ額は増加した。

【全産業】正社員の賞与・一時金 引き上げ額

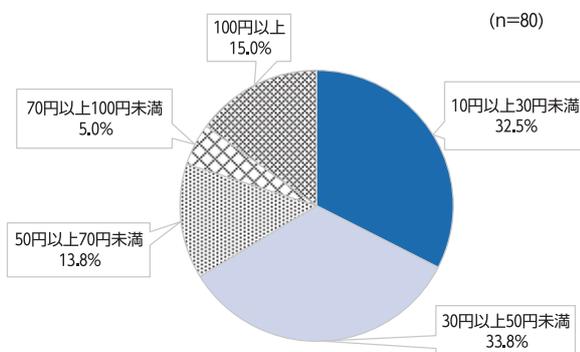


注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

- 正社員の賞与・一時金引き上げ額は、1万円以上3万円未満の割合が33.3%で最も多い。
- 2021年調査時では、3万円以上の割合は34.2%であったが、2022年には35.9%に増加しており、引き上げ額は増加した。

3-2. 非正規社員の賃上げ額（1人当たりの平均賃上げ額）

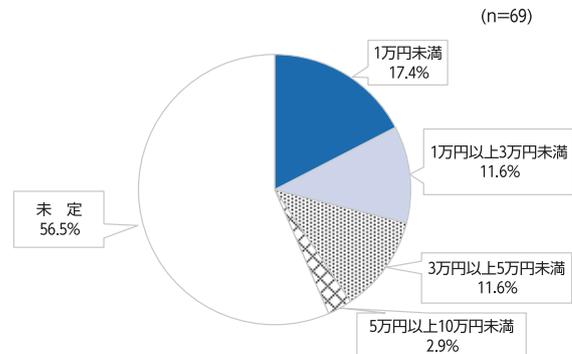
【全産業】非正規社員の時給 引き上げ額



注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

- 非正規社員の時給引き上げ額は30円以上50円未満の割合が33.8%で最も多い。2021年調査では、10円以上30円未満の割合が52.1%で最も多かったことから、昨年を上回る賃上げが行われたと考えられる。
- 2021年調査時では、100円以上の大幅な引き上げの割合は11.3%であったが、2022年には15.0%に増加した。

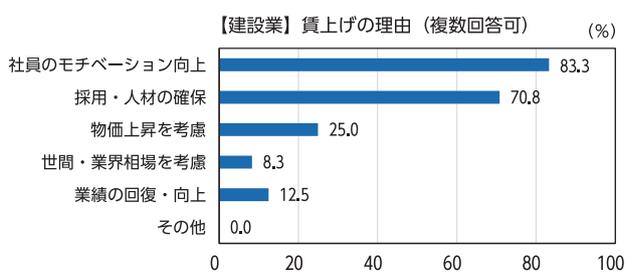
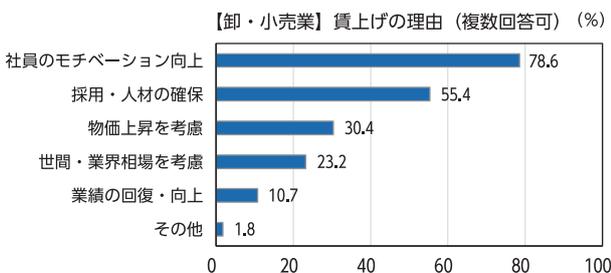
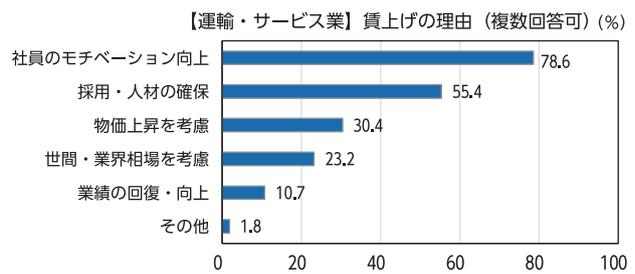
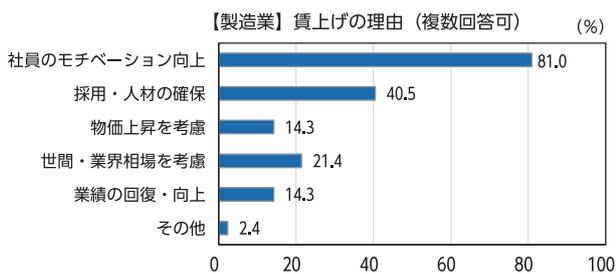
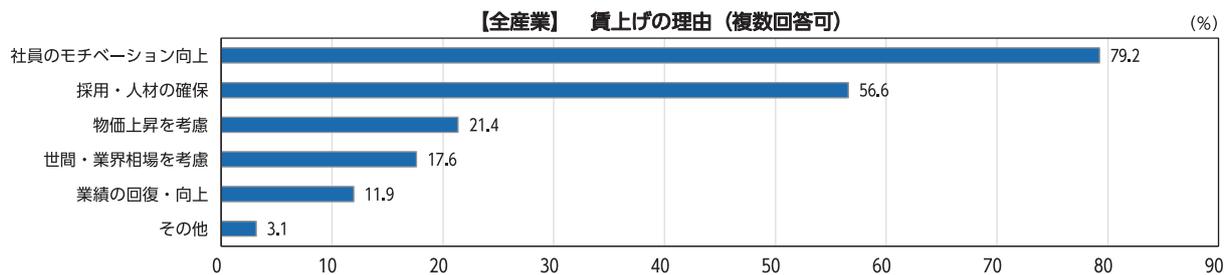
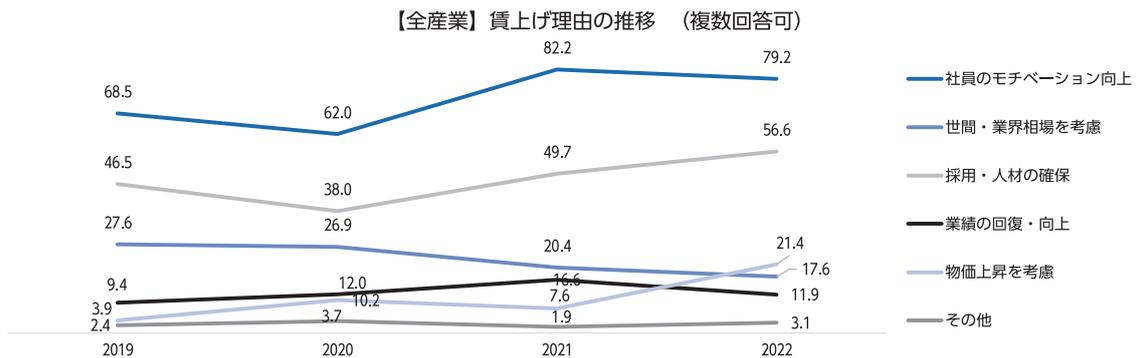
【全産業】非正規社員の賞与・一時金 引き上げ額



注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

- 非正規社員の賞与・一時引き上げ額は、1万円未満の割合が17.4%で最も多かった。
- 賞与・一時金引き上げは実施するが、額が未定と回答した企業の割合は、2021年調査では、32.8%であったが、2022年には56.5%と大幅に増加した。経済の先行きが不透明なことから、今回調査（5月）時点では賞与・一時金の引き上げ額を決めかねている企業が多いことがわかった。

4. 賃上げの理由



- 賃上げの理由としては、「社員のモチベーション向上」が79.2%と最も多く、2021年調査より3.0ポイント低下した。
- 次いで56.6%の企業が「採用・人材の確保」と回答した。人手不足による人員の囲い込みは、企業の課題として重要性を増しており、2021年調査の49.7%から6.9ポイント増加した。
- 「物価上昇を考慮」と回答した企業が2021年調査の7.6%から13.8ポイント増加し21.4%となった。
- 今年の賃上げは、原材料・エネルギー価格高騰やウクライナ情勢、新型コロナウイルスの動向、円安など、今後の経済状況が不透明なかでも、社員のモチベーション向上や生活防衛、人材確保のため、8割以上の企業が賃上げを実施し、また昨年より引き上げ額を増やしていることが分かった。

計数表

正社員の賃上げ

	全 体			製造業			卸・小売業			サービス業			建設業		
	2021年度 A	2022年度 B	B-A	2021年度 A	2022年度 B	B-A									
定期昇給のみ	28.0	27.5	-0.5	36.4	37.5	1.1	28.2	26.1	-2.1	22.9	24.4	1.5	15.4	14.8	-0.6
ベースアップのみ	5.0	7.3	2.2	4.5	5.4	0.8	5.1	10.1	5.0	6.3	2.4	-3.8	3.8	11.1	7.3
定期昇給とベースアップ	3.7	4.7	1.0	3.0	7.1	4.1	3.8	4.3	0.5	2.1	4.9	2.8	7.7	0.0	-7.7
定期昇給、ベースアップ、賞 与・一時金すべて	7.8	8.3	0.5	7.6	5.4	-2.2	11.5	13.0	1.5	0.0	9.8	9.8	11.5	0.0	-11.5
賞与・一時金のみ	6.4	7.3	0.8	4.5	8.9	4.4	5.1	0.0	-5.1	10.4	12.2	1.8	7.7	14.8	7.1
定期昇給と賞与・一時金	17.0	18.7	1.7	13.6	10.7	-2.9	19.2	23.2	4.0	20.8	12.2	-8.6	11.5	33.3	21.8
ベースアップと賞与・一時金	2.8	5.2	2.4	3.0	3.6	0.5	1.3	1.4	0.2	2.1	12.2	10.1	7.7	7.4	-0.3
賃上げの予定はない	16.5	9.3	-7.2	12.1	10.7	-1.4	11.5	10.1	-1.4	25.0	9.8	-15.2	26.9	3.7	-23.2
その他	0.9	1.6	0.6	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	-1.3	2.1	2.4	0.4	0.0	7.4	7.4
未定	11.9	10.4	-1.6	15.2	10.7	-4.4	12.8	11.6	-1.2	8.3	9.8	1.4	7.7	7.4	-0.3

注1：四捨五入の関係で合計が100%とならず、また、文中記載数値とも一致しない場合がある。
注2：有効回答を100とする。

非正規社員の賃上げ

	全 体			製造業			卸・小売業			サービス業			建設業		
	2021年度 A	2022年度 B	B-A	2021年度 A	2022年度 B	B-A	2021年度 A	2022年度 B	B-A	2021年度 A	2022年度 B	B-A	2021年度 A	2022年度 B	B-A
全体的に実施	19.6	25.2	5.5	17.4	20.5	3.1	19.4	35.1	15.7	21.1	16.2	-4.8	25.0	23.1	-1.9
一部実施	30.4	26.5	-3.9	34.8	13.6	-21.1	37.1	28.1	-9.0	15.8	37.8	22.0	25.0	30.8	5.8
賃上げの予定はない	31.0	26.5	-4.5	26.1	34.1	8.0	24.2	24.6	0.4	44.7	21.6	-23.1	41.7	23.1	-18.6
その他	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5	3.5	0.0	2.7	2.7	0.0	0.0	0.0
未定	19.0	19.9	0.9	21.7	31.8	10.1	19.4	8.8	-10.6	18.4	21.6	3.2	8.3	23.1	14.7

注1：四捨五入の関係で合計が100%とならず、また、文中記載数値とも一致しない場合がある。
注2：非正規社員の賃上げ構成比に「非正規社員はいない」「無回答」を含めない。

賃上げの理由

	全 体			製造業			卸・小売業			サービス業			建設業		
	2021年度 A	2022年度 B	B-A	2021年度 A	2022年度 B	B-A									
採用・人材の確保	49.7	56.6	6.9	49.7	40.5	-9.2	50.8	55.4	4.5	59.4	67.6	8.2	55.6	70.8	15.3
業績の回復・向上	16.6	11.9	-4.6	16.6	14.3	-2.3	13.6	10.7	-2.8	28.1	10.8	-17.3	16.7	12.5	-4.2
社員のモチベーション向上	82.2	79.2	-2.9	82.2	81.0	-1.2	84.7	78.6	-6.2	75.0	75.7	0.7	83.3	83.3	0.0
世間・業界相場を考慮	20.4	17.6	-2.8	20.4	21.4	1.0	15.3	23.2	8.0	12.5	10.8	-1.7	22.2	8.3	-13.9
物価上昇を考慮	7.6	21.4	13.7	7.6	14.3	6.6	3.4	30.4	27.0	6.3	13.5	7.3	5.6	25.0	19.4
その他	1.9	3.1	1.2	1.9	2.4	0.5	3.4	1.8	-1.6	3.1	8.1	5.0	0	0	0.0

※複数回答の設問のため、合計は100とならない。

経済動向



月例経済報告

2022年6月

景気は、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	持ち直しの動きがみられる※	4月の「商業動態統計」では、小売業販売額は前月比1.0%増。新車販売台数は持ち直しの動きに足踏みがみられる。家電販売は、4月以降、中国から日本への物流が滞ったことにより、エアコンの品薄感が顕在化し、先行きが懸念されるが、おおむね横ばい。旅行は極めて低い水準が続いているが、持ち直している。外食はこのところ持ち直している。
設備投資	持ち直しの動きがみられる	「日銀短観」（3月調査）による企業の設備判断はおおむね横ばい。機械受注は持ち直しの動きがみられる。先行きについては、企業収益の改善等を背景に、持ち直し傾向が続くことが期待される。
住宅投資	底堅い動き※	持家の着工は、弱い動き。貸家及び分譲住宅の着工は、底堅い動きとなっている。
公共投資	このところ底堅い動き※	3月の公共工事出来高は前月比1.1%増。また、5月の公共工事請負金額は同2.0%減。4月の公共工事受注額は同15.6%増。先行きについては、補正予算の効果もあって、底堅く推移していくことが見込まれる。
輸出	おおむね横ばい	アジアは、おおむね横ばい。アメリカ、EU向けの輸出はこのところ持ち直しの動きがみられる。
輸入	下げ止まっている※	アジアは、下げ止まっている。アメリカは、おおむね横ばい。EUは持ち直しの動きがみられる。
生産活動	持ち直しの動きに足踏みがみられる※	輸送機械は持ち直しに足踏みがみられる。生産用機械は緩やかに増加している。電子部品・デバイスはこのところ増勢が鈍化している。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、中国における経済活動の抑制の影響が懸念される中で、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	一部に弱さがみられるものの、総じてみれば改善※	「法人企業統計季報」（1-3月期調査）によると、2022年1-3月期の経常利益は前年比13.7%増。業種別にみると、製造業が前年比18.4%増、非製造業が同10.9%増。
業況判断	持ち直しの動きに足踏みがみられる	「日銀短観」（3月調査）によると、「最近」の業況は「全規模全産業」で低下。「景気ウォッチャー調査」（5月調査）の企業動向関連DIによると、現状判断、先行き判断ともに上昇。
雇用情勢	持ち直しの動きがみられる※	「日銀短観」（3月調査）によると、企業の雇用人員判断は、不足超。加えて、日次有効求人数、民間の求人動向は、持ち直している。
物価	上昇している※	消費者物価の基調を「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」で見ると、このところ上昇している。
企業倒産	増加の動き※	5月の企業倒産（負債額1,000万円以上）の件数は2カ月連続で前年同月を上回った。但し金額は前年大型倒産があった要因もあり、2カ月連続で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：「持ち直しに足踏みがみられる」 → 「持ち直しの動きがみられる」
- ◆住宅投資：「弱含み」 → 「底堅い動き」
- ◆公共投資：「高水準にあるものの、弱含み」 → 「このところ底堅い動き」
- ◆輸入：「おおむね横ばい」 → 「下げ止まっている」
- ◆生産活動：「持ち直しの動きがみられる」 → 「持ち直しの動きに足踏みがみられる」
- ◆企業収益：「非製造業の一部に弱さがみられるものの、総じてみれば改善」 → 「一部に弱さがみられるものの、総じてみれば改善」
- ◆雇用：「弱い動き」 → 「持ち直しの動きがみられる」
- ◆物価：「緩やかに上昇」 → 「上昇している」
- ◆企業倒産：「おおむね横ばい」 → 「増加の動き」

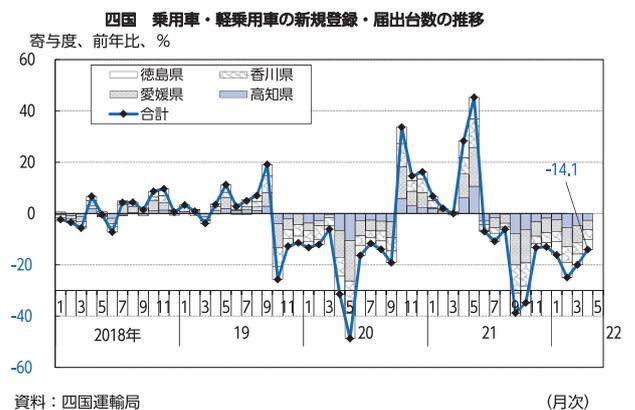
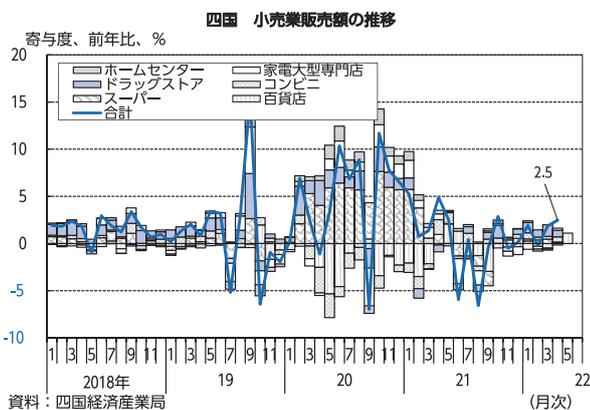
資料：内閣府「月例経済報告（2022年6月）」より当研究所作成



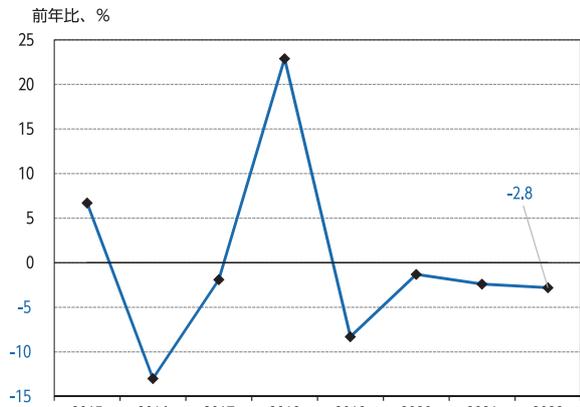
概要 (2022年4月)

持ち直しの動きに足踏み感がみられる。

項目	判断	主な判断理由
個人消費	一部に弱い動きがみられるものの持ち直しの動き	個人消費は、感染状況が落ち着きをみせ始め、一部に弱い動きがみられるものの持ち直しの動き。4月の小売業販売額は全体では前年同月比2.5%増と2カ月連続で増加。百貨店同24.6%増となり、全体を牽引。ドラッグストアは同3.7%増。コンビニエンスストアは同2.3%増。スーパーは同0.3%増。また、4月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数は同14.1%減と11カ月連続で前年を下回った。
設備投資	前年度を下回る見込み	全国短期経済観測調査(全産業)によると、2022年度は前年比2.8%減と4年連続で前年度を下回る見込み。
住宅投資	持ち直しの動きに一服感	4月の新設住宅着工戸数は前年同月比12.0%増となり、5カ月ぶりに前年を上回った。
公共投資	減少の動き	4月の公共工事請負金額は前年同月比10.1%減となり、3カ月連続で前年を下回った。
生産活動	一進一退	4月の鉱工業生産指数(季節調整値)は92.0、前月比2.4%減。また、3カ月後方移動平均値は、2月指数89.7→3月90.8→4月91.7で推移しており、緩やかに上昇している。
雇用情勢	緩やかながら持ち直しの動き	4月の有効求人倍率(季節調整値)は1.34倍と、前月と同水準。一般新規求人数(新規学卒、パートタイムを除く)は前年同月比8.7%増。
貸出残高	増加	3月の国内銀行貸出残高は前年同月比2.4%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	4月の企業倒産件数は6件(前年同月比57.1%減)、企業負債総額は6億円(同92.2%減)となった。倒産件数、負債総額ともに、落ち着いた動きとなっている。

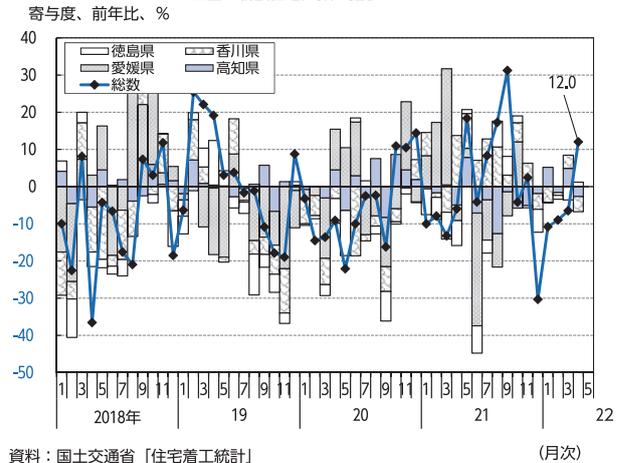


四国 【全産業】設備投資動向の推移



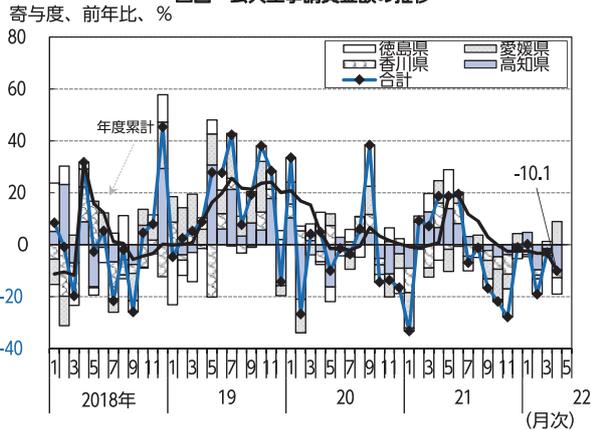
資料：日本銀行高松支店「全国短期経済観測調査」(四国) (年度)

四国 新設住宅戸数の推移



資料：国土交通省「住宅着工統計」(月次)

四国 公共工事請負金額の推移



資料：西日本建設業保証株式会社

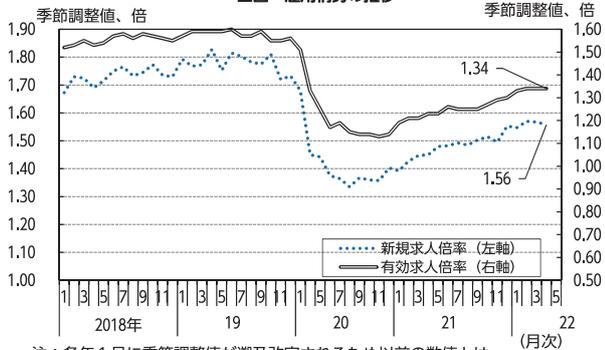
四国 鉱工業生産指数の推移



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

資料：四国経済産業局

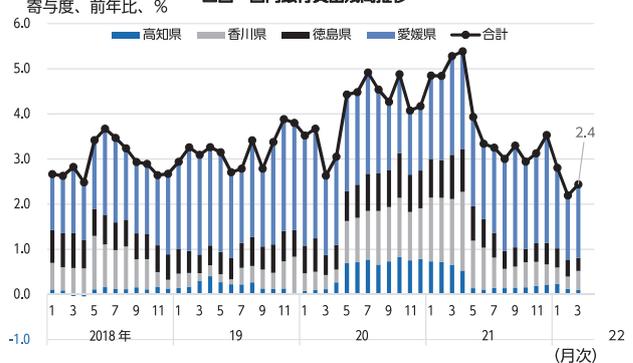
四国 雇用情勢の推移



注：各年1月に季節調整値が遡及改定されるため以前の数値とは一致しない。

資料：厚生労働省「一般職業紹介状況」

四国 国内銀行貸出残高推移



資料：日本銀行高松支店、同松山支店、同高知支店



概要 (2022年4月)

高知県内の景気は、足踏み状態を脱しつつある。

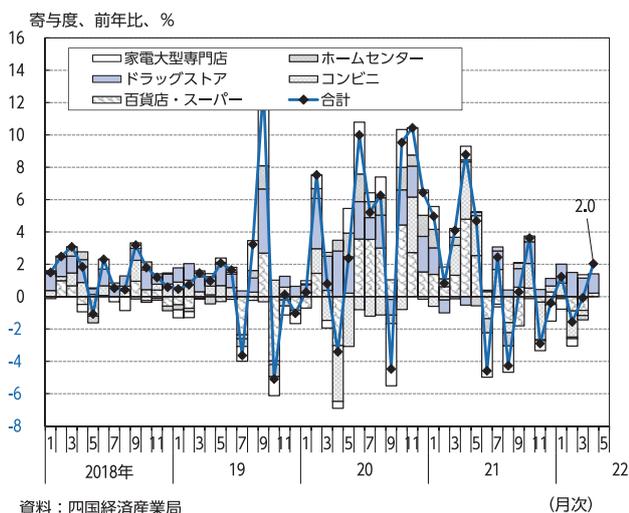
2022年4月概況

- ◆ 個人消費は、緩やかな持ち直しの動きが続いているが、そのペースは鈍化している。
- ◆ 設備投資は、持ち直しの動きが続いている。住宅投資も、緩やかな持ち直しが続いている。公共投資は、全体としては引き続き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、全体では緩やかな持ち直しの動きが続いている。
- ◆ 雇用情勢については、労働需給面は基調として弱い動きが続いているが、求人を増やす動きは維持されている。雇用者所得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。

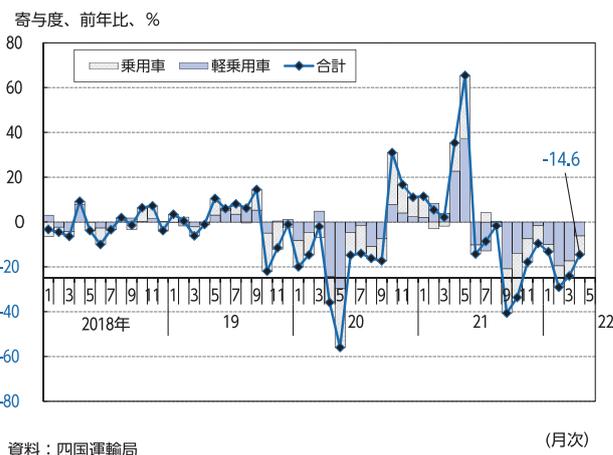
項目	判断	主な判断理由
個人消費	緩やかな持ち直しの動き	新型コロナウイルス感染症が比較的落ち着いた事から、小売業全体では前年同月比2.0%増と、3カ月ぶりに前年同月比を上回った。業態別では、ドラッグストア(同6.3%増)と家電大型専門店(同9.4%増)が全体を牽引しているが、家電については半導体不足によるエアコンなどの在庫の品薄感があり、先行きが懸念される。また、4月の乗用車・軽乗用車の登録・届出台数は、前年同月比14.6%減と11カ月連続で前年同月比を下回った。
設備投資	持ち直しの動き	全国短期経済観測調査(全産業)によると、2021年度は、前年度比33.2%増と大きく増加した。2022年度は、前年度比17.3%減の計画となっているが、多くの先では、維持更新やBCP・環境対策目的の投資が予定されている。
住宅投資	緩やかな持ち直しの動き	4月の新設住宅着工戸数(持家、貸家、分譲住宅)は、前年同月比18.1%減となった。内訳を見ると、持家(同7.2%減)、貸家(同53.1%減)が減少し、分譲住宅は同7.3%増となった。
公共投資	高水準	4月の公共投資請負金額は、全体では前年同月比39.1%減となった。国(同23.6%減)と県(同55.5%減)が大幅に減少したものの、全体としては引き続き高水準で推移している。なお、高知県は2022年度当初予算の建設事業費に875億円(前年度比3.9%増)等を計上しており、四国8の字ネットワークや防災・減災対策等のインフラ整備を中心に、昨年度と同水準の発注が見込まれる。

項目	判断	主な判断理由
生産活動	緩やかな持ち直しの動き	3月の鉱工業生産指数（季節調整値）は、90.2（2015年=100）と前月比4.6%増となった。業種等によるバラツキがあるが、全体では、緩やかな持ち直しの動きが続いている。
観光	持ち直しの動き	4月の県内主要観光施設入込客数は、新型コロナウイルス感染症が比較的落ち着いた事から、前年同月比13.7%増と2カ月連続で増加した。
雇用情勢	弱い動き	4月の有効求人倍率（季節調整値）は、1.14倍となり、前月より0.02ポイント下落した。但し、一般新規求人数（新規学卒を除き、パートタイマーを含む）全体では、前年同月比4.2%増となった。
貸出残高	増加	3月の金融機関貸出残高は、企業向けの増加から、前年同月比1.1%増となった。
企業倒産	低めの水準	4月の企業倒産件数0件（前年同月比1件減）、負債総額0億円（同1.0億円減）であった。3カ月ぶりに倒産なし。

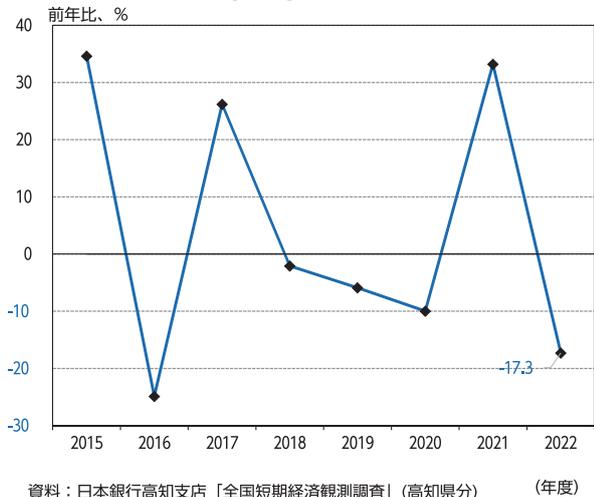
高知県 小売販売額の推移



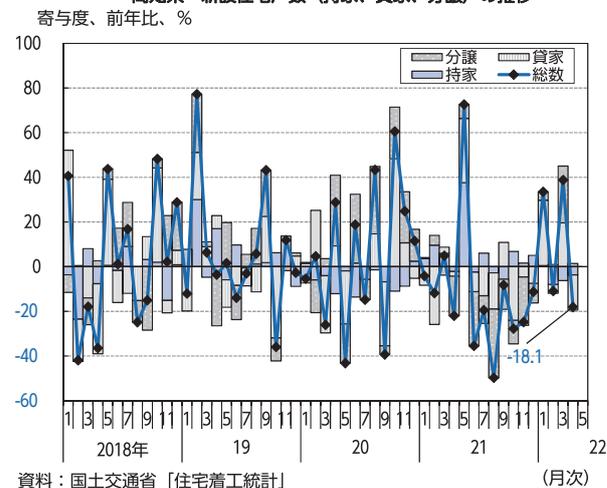
高知県 乗用車・軽乗用車の登録・届出台数の推移



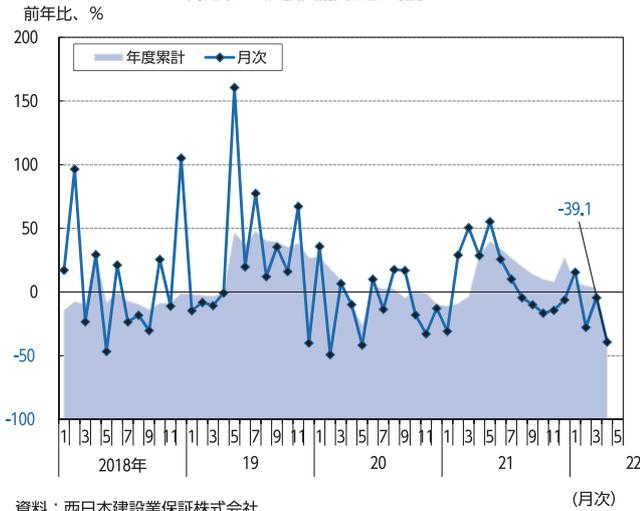
高知県 【全産業】設備投資動向の推移



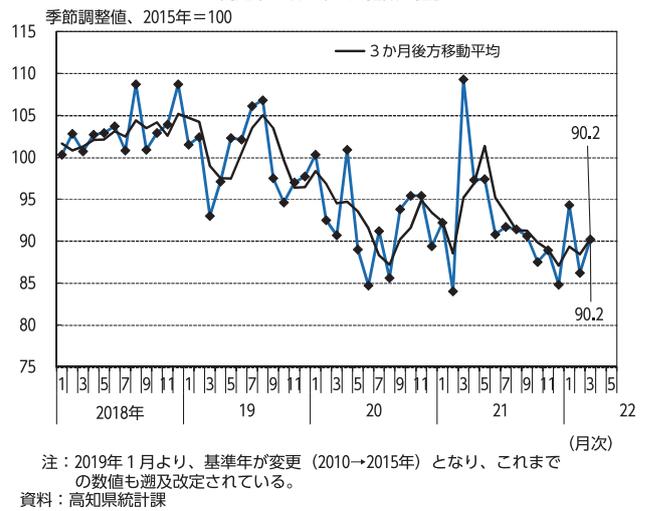
高知県 新設住宅戸数(持家、貸家、分譲)の推移



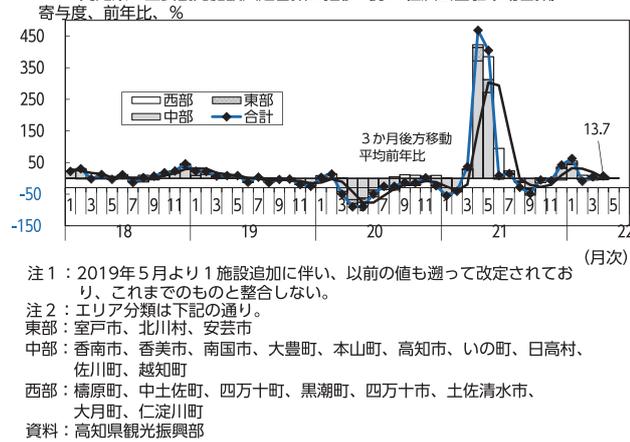
高知県 公共投資請負金額の推移



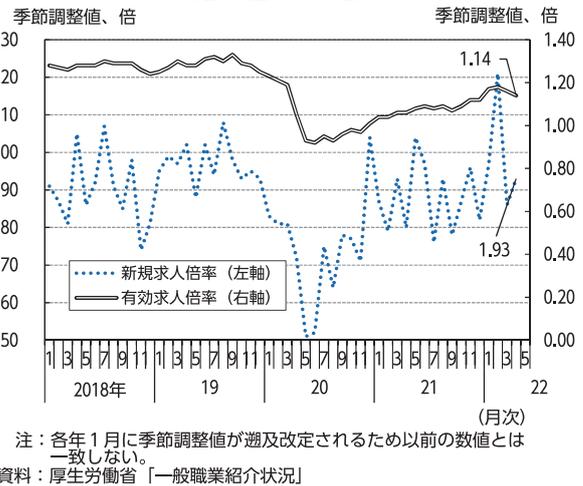
高知県 鉱工業生産指数の推移



高知県 主要観光施設入込客数の推移（除く桂浜公園駐車場台数）



高知県 雇用情勢の推移



高知県 金融機関貸出残高の推移（国内銀行、信金・信組ほか）



高知県 企業倒産件数と負債総額の推移

単位：件、百万円

年	月	件数	負債総額	前年比 (%)	年	月	件数	負債総額	前年比 (%)
2021	1	2	124	-41.0	2022	1	0	0	-100.0
	2	1	140	-25.9		2	2	30	-78.6
	3	4	790	507.7		3	1	17	-97.8
	4	1	100	-90.0		4	0	0	-100.0
	5	1	76	171.4		5			
	6	1	35	-53.9		6			
	7	0	0	-		7			
	8	2	90	95.7		8			
	9	4	5,567	300.5		9			
	10	1	490	74.4		10			
	11	0	0	-		11			
	12	0	0	-		12			

資料：東京商工リサーチ

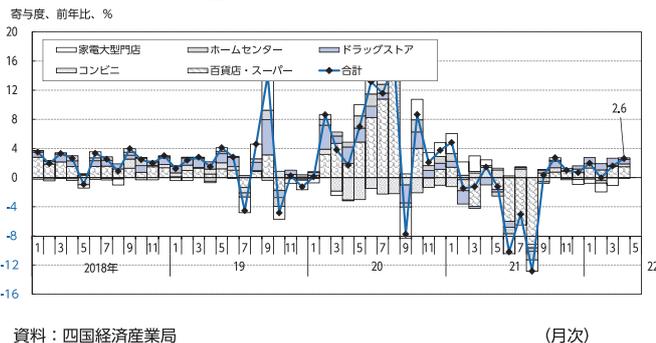
※買出金の対前年増減率について、2021年4月以降は国内銀行(ゆうちょ銀行)の県内店舗および県内に本店を置く信用金庫の全店舗の合計額をもとに算出しており、2021年3月以前とは連続しない。

概要 (2022年4月)

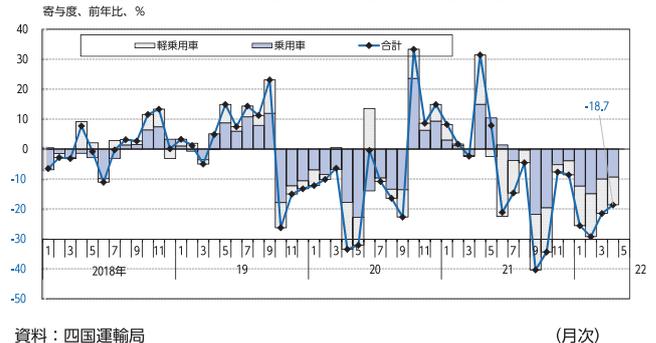
景気は、新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着きを見せるなかで、持ち直しの傾向にある。

項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直し傾向	新型コロナウイルス感染状況が落ち着いてきたことで、足元の個人消費は持ち直しの傾向にある。4月の小売業販売額は、全体としては、前年同月比2.6%の増加。百貨店・スーパー(同3.9%増)やドラッグストア(同3.6%増)などが全体の増加に寄与した。また、4月の乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数は、同18.7%減と11カ月連続して減少した。
設備投資	高水準で推移	全国短期経済観測調査(全産業)によると、2021年度は、前年比18.2%増と、4年連続で増加。但し、2022年度は前年度比11.9%減と、現時点では5年ぶりの減少見込み。
住宅投資	横ばい	4月の新設住宅着工戸数は全体で前年同月比8.6%増となった。内訳は持家3.4%増、貸家11.5%増、分譲36.4%増。基調としては、横ばい圏内の動き。
公共投資	弱めの動き	4月の公共投資請負金額は県、独立行政法人等からの受注金額が減少。全体で、前年同月比21.6%減となった。基調としても、弱めの動きで推移。
生産活動	増勢が鈍化	3月の鉱工業生産指数(季節調整値)は96.0、前月比6.5%減となった。3カ月後方移動平均値においても、1月指数102.8→2月102.4→3月101.1と鈍化傾向で推移。
雇用情勢	改善の動き	4月の有効求人倍率(季節調整値)は1.25倍と前月比0.03ポイント低下。一般新規求人数(新規学卒、パートタイマーを除く)(季節調整値)全体で、前年同月比8.6%増。
貸出残高	増加	3月の金融機関貸出残高は前年同月比1.7%増と引き続き堅調に推移している。
企業倒産	低水準	4月の企業倒産件数(負債総額1千万円以上)は2件(前年同月比同数)、企業負債総額は0.8億円(同5.4億円減)。

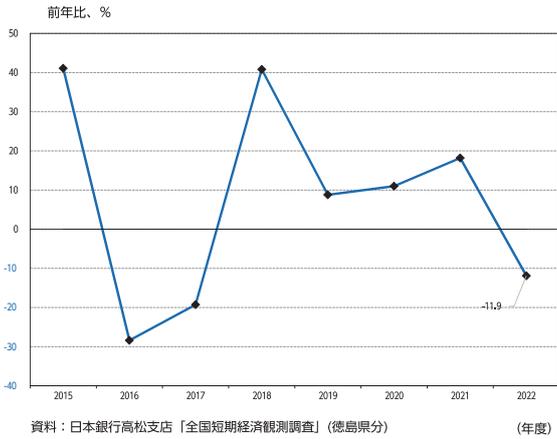
徳島県 小売業販売額の推移



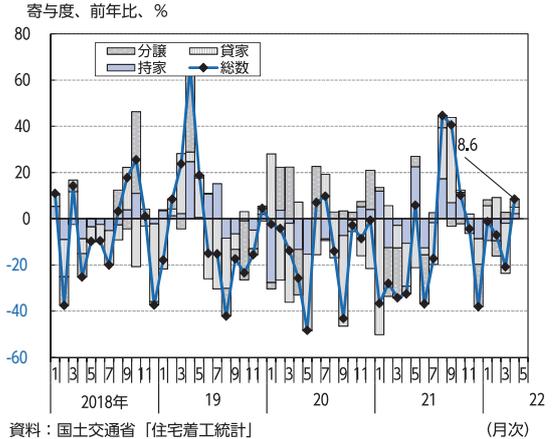
徳島県 乗用車・軽乗用車の新規登録・届出台数の推移



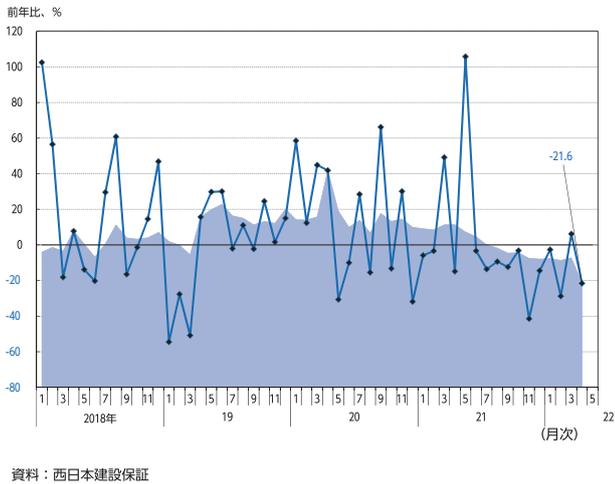
徳島県 【全産業】設備投資動向の推移



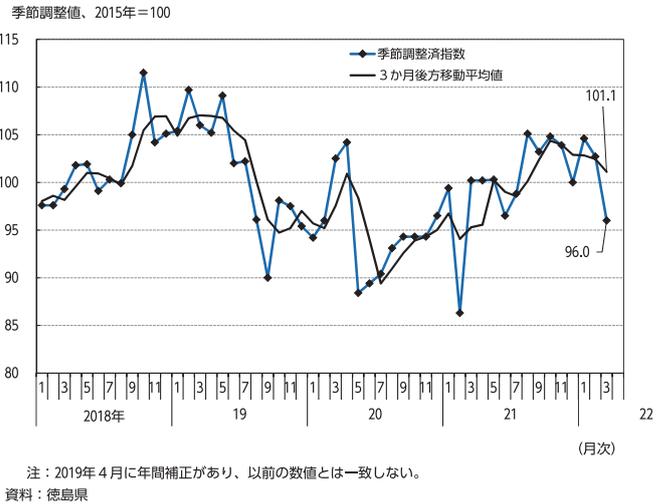
徳島県 新設住宅戸数(持家、貸家、分譲)の推移



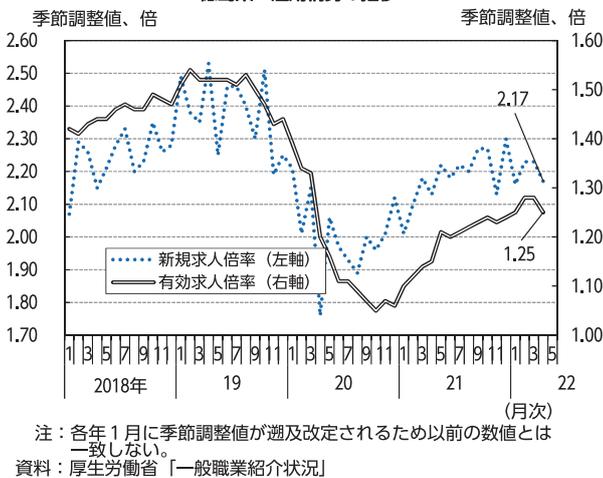
徳島県 公共工事請負金額の推移



徳島県 鉱工業生産指数の推移



徳島県 雇用情勢の推移



徳島県 金融機関貸出残高の推移(国内銀行、その他)



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
2012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	
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	196,025	100.0	100.0
18年	707.8	100.3	99.0	811.4	103.8	98.7	1,515.3	100.8	98.2	2,070.7	99.2	99.9	5,105.3	100.6	99.1	196,044	100.0	99.5
19年	697.4	98.5	97.5	820.8	101.2	97.1	1,517.1	100.1	97.8	2,057.1	99.3	97.7	5,092.3	99.7	97.6	193,962	98.9	98.7
20年	725.3	97.6	95.5	916.6	99.3	98.3	1,741.8	98.8	97.9	2,066.4	97.8	95.9	5,450	98.3	96.6	195,050	94.6	93.4
21年	733.3	99.9	99.8	866.6	92.5	101.0	1,770.9	99.0	99.3	2,044.6	98.4	97.8	5,411.8	97.8	99.1	199,071	100.9	100.6
20年 5月	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	15,525	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	16,421	97.8	97.7
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	17,137	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	16,078	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	15,564	99.3	98.7
10	60.0	101.4	101.4	72.5	101.9	100.7	145.8	99.6	99.6	176.4	101.5	100.1	454.6	100.9	100.3	16,518	101.3	100.9
11	60.4	99.1	99.1	71.1	102.3	99.4	147.8	99.1	99.6	174.6	101.2	100.7	453.8	100.4	99.9	17,078	101.8	101.5
12	79.7	100.7	100.7	88.5	101.9	99.5	183.2	97.9	98.4	220.1	100.4	99.9	571.5	99.9	99.5	21,392	101.7	101.4
22年 1月	60.5	100.2	100.2	73.9	103.3	100.0	146.7	101.5	101.5	172.3	102.0	101.4	453.5	101.8	101.0	16,767	103.0	102.6
2	52.3	97.6	97.6	65.6	102.7	98.8	129.0	100.7	100.7	147.6	99.1	98.4	394.5	100.0	99.1	15,036	100.5	100.1
3	59.9	97.8	97.8	72.3	104.0	100.3	146.9	100.7	100.7	172.5	102.0	101.4	451.6	101.3	100.5	17,053	102.1	101.5
4	57.5	100.6	100.6	70.7	103.9	102.4	138.7	100.0	100.0	163.8	105.6	104.9	430.7	102.8	102.3	16,238	104.6	104.0

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	
2012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
21年	28,214	125.7	29,866	121.0	43,396	125.7	50,038	122.6	113,561	93.3	3,675,650	96.5
20年 5月	869	44.0	1,110	52.2	1,551	53.8	1,839	52.6	5,369	51.2	174,402	53.3
6	1,818	85.2	1,802	80.2	2,746	86.8	3,075	82.1	9,441	83.6	283,882	77.4
7	1,874	86.0	2,176	89.2	2,910	90.3	3,396	87.3	10,356	88.3	330,766	87.2
8	1,554	83.8	1,671	83.6	2,422	86.4	2,984	88.5	8,631	86.0	270,341	85.2
9	2,362	82.7	2,363	77.3	3,494	81.7	4,019	81.1	12,238	80.8	390,839	85.2
10	1,976	131.0	2,001	133.3	2,949	131.9	3,637	136.8	10,563	133.7	339,910	130.8
11	1,957	116.7	1,993	108.6	3,037	114.9	3,688	117.3	10,655	114.6	336,903	106.7
12	1,973	111.1	1,950	114.9	2,969	118.8	3,499	117.9	10,391	116.2	315,188	110.9
21年 1月	1,895	111.5	2,163	108.2	3,004	109.4	3,405	101.2	10,467	106.7	324,534	107.8
2	2,259	105.4	2,396	101.7	3,377	102.0	3,866	100.2	11,898	101.9	361,889	100.0
3	3,056	102.2	3,030	97.6	4,281	100.8	5,137	99.5	15,504	100.0	510,375	105.2
4	1,671	135.3	1,916	89.0	2,596	121.5	2,959	128.9	9,142	128.3	288,390	131.5
5	1,438	165.5	1,558	140.4	2,148	138.5	2,654	144.3	7,798	145.2	261,521	150.0
6	1,559	85.8	1,765	97.9	2,524	91.9	2,924	95.1	8,772	92.9	296,623	104.5
7	1,712	91.4	1,857	85.3	2,690	92.4	2,977	87.7	9,236	89.2	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	66.3	1,313	65.6	1,992	67.5	2,269	62.4	6,885	65.2	230,495	67.8
11	1,607	82.1	1,840	92.3	2,718	89.5	3,073	83.3	9,238	86.7	291,664	86.6
12	1,784	90.4	1,782	91.4	2,565	86.4	2,905	83.0	9,036	87.0	280,137	88.9
22年 1月	1,644	86.8	1,609	74.4	2,597	86.5	2,923</					

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
2012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
21年	2,790	81.2	3,044	85.6	5,798	122.1	8,069	100.2	19,621	99.2	856,484	105.1
20年 5月	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
11	291	75.0	287	96.3	641	122.8	725	105.1	1,944	102.4	73,414	103.7
12	284	88.5	203	62.8	457	99.3	502	58.6	1,366	69.7	68,393	104.2
22年 1月	247	133.5	158	99.4	308	85.8	352	71.7	1,065	89.2	59,690	102.1
2	181	89.2	217	93.9	398	97.5	444	85.4	1,240	91.0	64,614	106.3
3	270	139.9	201	78.2	444	114.1	546	75.5	1,461	93.5	76,120	106.0
4	177	81.6	241	108.1	542	90.0	715	157.8	1,675	112.0	76,179	102.2

(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
2012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
21年	180,257	110.2	138,300	96.0	98,432	89.5	168,155	92.5	5,845	97.5	142,865	92.8
20年 5月	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	78.1	10,767	80.2
11	8,638	85.6	5,715	58.5	5,362	65.4	7,441	77.7	272	72.2	7,534	85.5
12	8,115	94.0	6,390	85.5	4,596	102.2	10,522	112.9	296	98.9	6,859	93.4
22年 1月	7,445	115.6	5,550	97.3	2,971	94.7	5,114	88.8	211	100.3	5,209	82.3
2	7,824	72.3	4,445	71.2	4,179	86.8	8,474	95.0	249	80.9	5,897	90.9
3	23,252	95.5	14,590	106.2	9,422	96.9	19,811	92.7	671	97.0	14,499	95.7
4	11,314	60.9	16,901	78.4	12,337	84.9	26,258	133.8	668	89.9	20,105	96.0

(資料) 西日本建設業保証(株)、四国経済産業局

企業倒産

4 県 (単位: 百万円、%) 四国、全国 (単位: 億円、%)

	高 知			徳 島			香 川			愛 媛			四 国			全 国		
	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比	件数	負債総額	前年比
2012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	7,773	12,200	85.7
21年	34	11,775	334.4	40	9,883	154.4	48	12,241	116.9	57	15,484	162.8	164	450	152.4	8,020	15,396	108.1
20年 5月	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	558	1,385	-11.7
21年 1月	2	124	-41.0	2	600	4.0	1	40	-62.3	4	529	277.9	9	13	25.2	474	814	-34.8
2	1	140	-25.9	0	0	-100.0	2	260	126.1	5	360	-21.7	8	8	-30.9	446	675	-5.3
3	4	709	445.4	3	682	-77.7	6	631	75.3	1	10	-99.1	14	20	-55.8	634	1,415	33.6
4	1	100	-90.0	2	623	159.6	6	434	-80.4	5	7,144	445.3	14	83	72.9	477	841	-42.0
5	1	76	171.4	3	80	-94.1	2	22	-92.8	3	597	442.7	9	8	-56.9	472	1,687	107.5
6	1	35	-53.9	4	312	-88.7	3	244	-88.5	6	790	-50.2	14	14	-79.1	541	686	-46.8
7	0	0	-	5	1,497	251.4	4	268	143.6	2	513	-51.4	11	23	43.8	476	715	-29.1
8	16	4,487	9,654	2	90	-50.0	4	1,573	-	8	2,714	13.1	16	45	71.8	466	910	25.7
9	4	5,567	300.5	3	550	40.7	2	721	621.0	3	330	334.2	12	72	258.4	505	909	28.5
10	1	490	74.4	0	0	-100.0	2	350	-71.8	5	555	131.3	8	14	-44.2	525	985	25.8
11	0	0	-100.0	2	1,770	96.7	3	4,851	-	1	60	-46.4	6	67	464.3	510	941	-7.8
12	0	0	-	1	10	-	4	1,040	2,500.0	3	400	135.3	8	15	614.3	504	932	-32.7
22年 1月	0	0	-	1	50	-91.7	1	170	325.0	2	225	-57.5	4	4	-69.1	452	669	-17.8
2	2	30	-78.6	6	1,091	-	4	550	111.5	3	405	12.5	15	21	176.3	459	710	5.2
3	1	17	-97.6	4	2,445	258.5	4	1,087	72.3	2	290	2,800.0	10	38	87.0	593	1,697	20.0
4	0	0	-100.0	2	83	-86.7	0	0	-100.0	4	562	-92.1	6	6	-92.2	486	813	-3.4

(資料) 東京商工リサーチ、四国経済産業局

2021年 出生81万人 6年連続最少 出生率1.30 少子化加速

6月3日、厚生労働省は人口動態統計を発表した。2021年に生まれた子供の数（出生数）は81万1,604人で、6年連続して1899年の統計開始以来最少となった。国が2017年に公表した推計では、出生数が81万人前半まで減少するのは2027年としており、少子化の加速が鮮明になった。

合計特殊出生率（女性1人が生涯に産む子供の推定人数）は1.30で、前年より0.03ポイント低下し、6年連続の低下となった。出生数から死亡数を引いた人口の自然減は過去最大の62万8,205人に上った。（6月4日）

1～3月期 GDP年率0.5%減に上方修正 消費上振れ

6月8日、内閣府は2022年1～3月期の国内総生産（GDP、季節調整値）の2次速報を発表した。物価変動の影響を除いた実質で、年率換算0.5%減となった。5月に公表した1次速報の年率1.0%減から上方修正された。個人消費が上振れたことが主な要因となったが、2四半期ぶりのマイナス成長は変わらなかった。2022年4～6月期はプラス成長に転じる見方が多いものの、物価高や米国の金融引き締め、中国経済の減速などの不安材料も多い。（6月9日）

米消費者物価 8.6%上昇 FRB利上げ見込み

6月10日、米労働省が発表した5月の消費者物価指数（CPI）は、前年同月比8.6%上昇した。上昇率が8%を上回るのは3カ月連続で、1981年12月の第2次石油危機の8.9%以来、40年ぶりの大きさとなった。米連邦準備制度理事会（FRB）による金融引き締めが加速する可能性があり、さらに円安に向かうことが想定される。（6月11日）

米0.75%利上げ 通常の3倍 物価抑制姿勢鮮明

6月15日、米国の中央銀行にあたる米連邦準備制度理事会（FRB）は連邦公開市場委員会を開き、政策金利を通常の3倍となる0.75%引き上げ、1.5～1.75%とすることを決めた。1994年11月以来27年半ぶりの引き上げ幅となる。歯止めが利かない物価高の抑制に向け、利上げペースをさらに加速させる。急激な金融引き締めは景気後退を招く危険性もはらむが、物価高の抑止を優先する。また、日米の金利差拡大により、円安・ドル高が一層進む可能性がある。（6月17日）

日銀 大規模緩和を維持 円安より景気回復優先

6月17日、日本銀行は金融政策決定会合を開き、大規模な金融緩和の維持を決定した。円安よりコロナ禍からの回復途上にある国内景気の下支えを優先する。収束の気配がないインフレに対して利上げに動く米欧の中央銀行との違いが鮮明となった。金利差の拡大により、円安圧力が続き、一層の輸入品の物価上昇につながる可能性がある。（6月18日）

5月消費者物価2.1%上昇 食料・エネルギー影響

6月24日、総務省が発表した5月の消費者物価指数（2020年＝100、生鮮食品を除く）は、101.6となり、前年同月比2.1%上昇した。上昇率が約7年ぶりに2%台に乗った4月に続き、2カ月連続で2%超えとなった。資源や原材料価格の高騰と円安を背景にエネルギーや食品を中心に約7割弱の品目が上昇した。特にエネルギーの17.1%上昇が目立った。また、生鮮食品を除く食料品は2.7%上昇した。十分な賃上げができていない中、家計負担が増している。（6月25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 **42社**

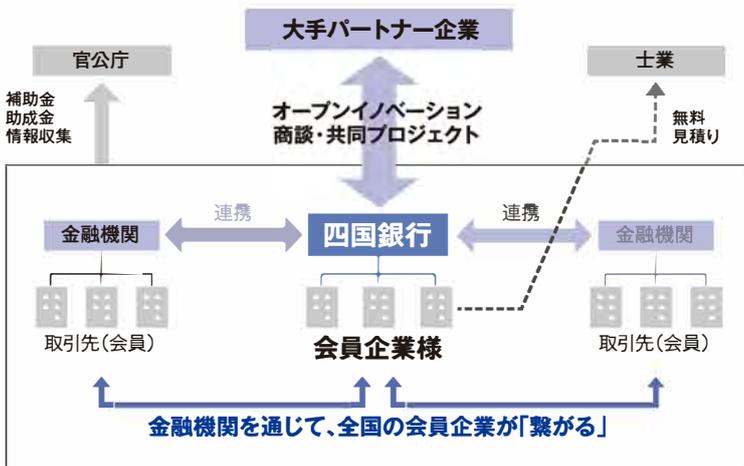
(2020年9月30日現在)

参加
中小企業 **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 **0円** 基本料金 **3,300円** (税込)
入会金 月額

※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。

※本サービスご登録と同時に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



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營業務

四銀代理店株式会社

TEL 088-871-2251

産業・経済の調査、投資事業組合財産の管理・運営

株式会社 四銀地域経済研究所

TEL 088-883-1152



経営情報

7

2022
No.182

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