

福島の進路

No.506

2024 OCT

10

企業訪問

株式会社ホップジャパン

代表取締役 本間 誠

地域発!現場検証シリーズ

ALTE MEISTER

株式会社保志 代表取締役社長 保志 康徳

定例寄稿 (JCER)

景気見通し(2024年秋)

公益社団法人 日本経済研究センター
研究本部主任研究員 福士 讓

個別寄稿

公益財団法人
福島イノベーション・コースト構想推進機構
ふくしま12市町村移住支援センター



福島の進路

CONTENTS

企業訪問

2

ホップが紡ぐ、「人」・「もの」・「こと」

株式会社ホップジャパン 代表取締役 本間 誠

地域発!現場検証シリーズ

8

「新しい祈りの形」を訴求 ライフスタイル変化に対応

ALTE MEISTER 株式会社保志 代表取締役社長 保志 康徳

寄稿 定例寄稿 (JCER)

12

景気見通し (2024年秋)

わが国経済、内需堅調で緩やかな成長維持 一円安にブレーキ、輸出に逆風

公益社団法人 日本経済研究センター 研究本部主任研究員 福士 讓

寄稿 個別寄稿

19

福島12市町村の現状とふくしま12市町村移住支援センターの取組

公益財団法人 福島イノベーション・コースト構想推進機構 ふくしま12市町村移住支援センター

調査レポート

23

第85回 「福島県内景気動向調査」

～ 2024年度上期現況と2024年度下期見通し ～

福島県の取り組み・施策シリーズⅣ

28

本県の産業を支える工業用水道について

福島県企業局

福島経済マンスリー

32

県内経済は、設備投資など一部に改善の兆しがみられるが、全体的に弱含みで推移している。

電子ブック版では福島経済マンスリー詳細版と県内復興・経済日誌を含めた全ての記事をご覧ください。

県内復興・経済日誌 (2024年8月)

福島県景気動向指数

ホップが紡ぐ、

「人」・「もの」・「こと」

企 業
訪 問

株式会社ホップジャパン

代表取締役 本間 誠
(ほんま まこと)

- | | | | |
|-------------------------------|-----------------------|------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 所在地 | 田村市都路町岩井沢北向185-6 | <input type="checkbox"/> TEL | 0247-61-5330 |
| <input type="checkbox"/> 設 立 | 2015年6月12日 | <input type="checkbox"/> FAX | 0247-61-5331 |
| <input type="checkbox"/> 従業員 | 11人(正社員) | <input type="checkbox"/> URL | https://www.hopjapan.com |
| <input type="checkbox"/> 事業概要 | クラフトビール製造販売、飲食店経営、宿泊業 | | |

1. 本間社長のプロフィールについて

高城常務 ● 今回の取材は、企業訪問ですが企業だけではなく、本間社長個人にもスポットを当てる形で取材させていただきます。はじめに、本間社長の子供時代からサラリーマン時代までのエピソードについて教えてください。

本間社長 ● 私は、将棋の駒で有名な山形県天童市で育ちました。子供時代は、家が非常に貧しくて両親は大変苦勞していました。当時、長屋（風呂無し共同住宅）に住んでいて、お風呂は隣の家からお借りする、いわゆる「もらい湯」でした。水道は通っていましたが、節約のため毎日共同井戸に水汲みに行き、こぼさないように運ぶことが日課でした。そのおかげで、水の大切さに気付き、水の美味しさに目覚め、味覚に敏感になったと思います。当時の水道水は本当に不味かったですね。

高城常務 ● 高校生の時に演劇にのめり込んだというお話ですが、どのようなきっかけだったのでしょうか。

本間社長 ● きっかけは先輩たちの生の演劇を見て感動して「これやりたい」と思ったことですね。

丁度中学生の時、山形県立天童高校演劇部（私の二学年上～）が全国大会（1979年第25回全国高等学校演劇大会）で最優秀校を受賞しまして、その凱旋公演を観に行き、感動して涙が出るほど感激しました。その後、天童高校へ進学し、演劇部に入部しました。音楽も好きだったので、自分達で脚本を書いて、作曲してミュージカルを上演しました。

高城常務 ● その後、演劇や音楽の道には進まなかったのですか。

本間社長 ● 周りの友達や先輩には、東京へ行って劇団に入った人もいましたが、私は早く就職して親を安心させたいという気持ちがあり、地道に公務員と東北電力を受験しました。結果、二つとも合格しましたが、東北電力に就職しました。

高城常務 ● ご兄弟のことをお聞きしたいのですが。

本間社長 ● 姉が一人いまして、天童高校卒業後、



工場内の発酵タンク

公務員になりました。私が地道な就職先を選んだのは、姉の影響もあったのでしょうか。

2. クラフトビールと出会うまで

高城常務 ● 東北電力に入社されましたが、電力とビールと農業はちょっと関係ないような感じがしますが、前職でも関わられていたのでしょうか。

本間社長 ● ビールは無かったですが、農業は東北電力に農業電化という事業（「温床線」等、農業で電気を使う事業）があって、新人の頃に配属された部署で担当しました。その後、広報部門に配属となり、小中学校で出前講座（環境・エネルギー教室）を担当することとなりました。今で言うところのクリーンエネルギーや地球温暖化の話を絡めながら、持続可能なエネルギーについて講義をしていました。エネルギーや環境問題等について勉強しましたが、エネルギーを使うという事は環境を汚す事になるので、いかに折り合いを付けながらエネルギーを使うのかということを考えました。その後、時代もだんだん環境にシフトして、クリーンなエネルギーを求めるようになりましたね。

高城常務 ● ある意味、環境に配慮して地域と共生するということは、今、社長が実現しようとしていることと共通する部分があるように思いますが、それはいつ頃だったのですか。

本間社長 ● 山形県酒田市で勤務していた頃ですから平成10年（1998年）頃です。既に、大手企業は企業戦略として環境への取り組みを始めてい



ホップガーデンブルワリー本社タップルーム

たと思います。トヨタはプリウスを発売（1997年）していました。東北電力は原子力への理解を促進するため、観光を兼ねた1泊の原子力発電所見学会（バスツアー）を募集していました。支店ごとに年間1万人を目標に住民を連れて行こうと、色んな団体に声をかけて、私も何百人も連れて行きましたよ。

高城常務●私も事故後ですが、1F（東京電力福島第一原子力発電所）を見学する機会がありまして、事故前と全く変わった状況を目の当たりにして、本当に大きな衝撃を受けました。

本間社長●そうですね、当時は夢にも思わなかったですね。

高城常務●はい、原子力はCO₂を排出しないクリーンなエネルギーというイメージでしたね。

本間社長●確かに、核廃棄物の処理は未だに解決ができていない状態だということはわかっていましたが、ある意味クリーンなエネルギーというイメージでした。私も「原子炉は四重の壁（遮蔽壁）に囲まれていて、絶対ではないですが、限りなく安全ですよ」と話していましたが、「何かあったらどうしよう」と、ちょっと思ったことはありました。でも、まずそれはないだろうという前提で、原子力の普及という名のもとに観光をセットした見学会を企画して、女川に限らず、柏崎や福島にも連れて行きました。

高城常務●そういう活動をしていた頃にアメリカ留学されてクラフトビールに出会った訳ですが、留学を決められたきっかけは何だったのでしょうか。

本間社長●十代から旅行が趣味で何回も（年4～

5回）海外に行きましたが、ただ楽しんで帰ってくることに何か物足りなさを感じて、海外で生活したくなっていたからです。丁度その頃、最大2年間の海外留学制度ができたので、これはぜひ行きたいと思って、2008年から休職してアメリカのシアトルへ行きました。ただ、会社では「何でそういうことをするのだろう」と思う人が多く、温度差を感じました。やはり、大きな会社の社員は冒険心が無いというか、2年間の留学で仕事上のキャリアを中断するよりも安定した生活を望む人が多いという感じでした。ある意味当然ですが。

高城常務●その2年間で最も楽しかったことや、思い出に残った出来事はどのようなことだったのでしょうか。

本間社長●最初は、短大に行ってちゃんとしたキャリアを積もうと思いましたが、時間が無くて無理だと分かったので、半年はコミュニティカレッジで英語を勉強し、残りの期間はワシントン大学のサーティフィケートプログラムでビジネスを勉強しました。クラスメイトから、ミートアップというオンラインのサイト（音楽や食べものやあらゆる趣味を一緒に楽しむいわば、大人のクラブ活動）があることを聞いて、日本文化に興味がある人々のコミュニティに参加することになり、そこから変わりましたね。まだまだ英語力が身についてなくても、日本語文化に興味があるということで、すごく仲良くなれました。そこで知り合った仲間と遊びに行くようになり、平日であっても早朝から出社して昼前に切り上げ、午後からハイキングに行っ



ビールの原料

たり色々なイベントに集って参加しました。その点は日本と違い、自分の仕事さえきちんとやっていれば時間を自由に使えるという文化ですね。その代わり、解雇されたら2時間後にはIDを消され、全部整理して出ていかなければならない等という会社もあり、日本より厳しい面も多いので、常に自分のキャリアをアップさせようという向上心が生まれるのですね。また、50歳、60歳になっても大学に通って生涯を通して勉強することや、人生を楽しむ（一斉に休むのではなく、自分の都合で楽しみに時間を費やす）姿勢も素晴らしいと思いましたし、その中にクラフトビールとの出会いがありました。

高城常務●それまでは、あまりクラフトビールを飲むことはなかったのですか。

本間社長●無かったですね。日本のビールはごくごく呑む、のど越しを楽しむような飲み方でしたので、香りや味わいを楽しむビールというのは初めてでした。また、それだけではなく、ハイキングやイベントに行ったら最後は地元のブルワリーでビールを飲んで、地元の人たちとうんちくを語りながら触れ合う生活スタイルがすごく楽しかったのです。ビール市場の約20%をクラフトビールが占めていて、日本のコンビニくらいブルワリーがある感じで、週2〜3回は行っていました。

高城常務●アメリカのクラフトビール醸造所には、今社長が目指しているような循環型の醸造所もありましたか。

本間社長●そういうところもありました。また、ホップを身近で作って、そのホップを徹底して生のままで使うフレッシュホップビールもありました。アメリカは、日本のように規制が厳しくないなので、ほぼ100%ホームブルーイング（家庭でビールを作ること）から始めて、だんだん大きくなってブルワリーになっていくのが一般的です。日本は、製造免許が必要で年間最低製造量（60kl）が決まっているので、個人ではなくビアパブなど2次3次産業の部分から事業化されるパターンが多いですね。パブや居酒屋をやって儲かったら、自分のビールブランドを委託して作って、そこから自分のブルワリーを出



HOP JAPAN

Bring a little
joy to your life.



すというステップです。アメリカでは、家でビールを作ることに問題なく、そこからビジネスを始めたとしても日本ほど税金が高くないので。

3. 会社設立の経緯と「緑とホップの風が 感じられるブルワリー」について

高城常務●なるほど、税金も関係しますね。

本間社長●そういう文化に触れながら、コンドミニアム住人のホームパーティーに手作りのビールを持ち寄り、屋上のバーベキュースペースでシアトルの夜景や海を見ながらバーベキューを楽しむ、プールやシアタールームを利用するという生活でした。それが、帰国後は八畳の寮生活に戻って、会社で刺激の少ないルーチンな作業をやっていると、もうサラリーマンを辞めようかなと思ったこともありましたが、本当は、定年まで勤務して、それから店でも出してもう一回挑戦しようかなと思っていましたが、一方で早まるかもしれないという予感もしていました。そこで震災が起きたことにより、人の命は短い、自分のやることは他にあるのではないかと思いました。それに加えて、子供の頃の想いもあって、本当に環境に良いことをやりたいと思ったのです。

高城常務●それで、会社を辞めて独立されたのですね。

本間社長●はい、たまたまアメリカで交友のあった人達が帰国して、その中にマイクロソフトでマーケティングをやっていた人がいて、彼からホップ栽培をベースにしたブルワリーの仕事をやろうよと誘われて、2015年に仙台市で一緒にホップジャパンを立ち上げました。彼は、あく



ビールを象徴とした循環社会の概念図

までもビジネス目線で、一般のブルワリーが美味しいフレッシュホップを供給するためには、自社でホップ栽培を行う必要があることに着目していました（当時、国産ホップは大手ビール会社が全量買い取りしていて、入手困難）。結果的に循環するブルワリーという私の想いと繋がる訳ですが、彼とはその辺の想いが違っていたので袂を分かつことになりました。その頃、復興庁から「田村市都路町でホップ栽培をやりませんか」と紹介されて都路町へ行ったところ、市としても「農場だけではなく、ブルワリーも造って新たな産業を興し、雇用の創出、地域活性化を目指そう」ということになりました。田村市は葉タバコ栽培が下火となり、遊休農地の活用が課題となっていたので、新たな栽培方法によるホップ農業を普及させようと思いました。第1次産業×循環するブルワリーという図（コンセプト）が見え始めた頃ですね。

高城常務 ●そこらからオープンするまで相当ご苦労がございましたが、ホップ栽培をベースにした循環型ブルワリーについて教えてください。

本間社長 ●弊社がホップ栽培を始めた当初は大手ビール会社から独立したホップ農家はほぼいませんでしたが、クラフトビールブームで今では全国に生産者が増えてきております。しかし、ホップはあくまでも副原料で、主原料のモルト（麦芽）は海外から輸入しています。日本酒もワインも原料は国産化の方向ですが、クラフト

ビール業界は未だにモルトをほぼ100%輸入しているため、当社は国産化を目指すべく農業研究機構の協力によりビール麦の栽培にも挑戦しています。しかし、収穫した大麦をモルトにする（＝製麦）施設がないのでわざわざ宇都宮まで製麦を委託しているため採算が合わない状況です。ホップだけではなく主原料の麦の国産化まで産業として成り立つようになれば本当の意味で循環型ブルワリーと呼べるのかと思っておりますが、時間のかかる話ですので長期的視点として取り組みつつ今やれるホップを中心とした循環型ブルワリーを展開しています。

高城常務 ●地元で作ってそこから出た残渣物は肥料や飼料に使うことで廃棄物をゼロにして、そういうサイクルを回すことが、今お考えになっている多分究極の姿なのですね。

本間社長 ●そうですね、私の原風景にはもう一つすごいきっかけがあって、子供の頃、親戚が鶏を狭いゲージで飼っていました。ある日、そのおばさんが卵を産まなくなった鶏を私の家に持ってきて、私が家に帰ったら鶏が家の中をばあっと飛び回っていたので、「あの鶏がやっと解放されて良かった。これずっと家で飼うのでしょ」と聞いたら、「卵をなさなく（産まなく）なったから殺して食べるのよ」と言われて、それから生きている動物（動物性食品）が食べられなくなり、子供の頃からベジタリアンになりました。普通は、そういう経験を乗り越えて食べるようになるのですが、私は、その人間優先

の勝手な営みがおかしいと思ったのです。でも、一般的に親は命をくれた鶏さんに感謝して食べなさいという理論ですね。

高城常務●そう言いますね。

本間社長●そういうこともあって、本当の循環する社会とは何なのかということですが、例えばモンゴルだったら、大草原の中で遊牧民が羊やヤギ等の色々な動物を育てて、ミルクを取って、たまにお祭りや来客があれば命をいただくという生活です。いただくまで、愛情を持って楽しく伸び伸びと育てるというサイクルだからいいと思います。でも、人が食用にできる10人分の水と穀物を使って、1キロの牛肉を作ることはおかしいと子供の頃から思っていました。そこを世の中に訴えるのにはプロセスを見せなくてはならないと思い、原料からビール作りのプロセスを見せようと思いました。プロセスを見える化することで無駄が無くなるのです。この場所でビールだけではなく、ヤギを放牧して草刈りし、ミルクからチーズを作りピザを焼く、麦芽かすの発酵肥料で野菜を栽培しその野菜で加工食品やカフェの食材にすれば、全ての循環が見えるテーマパークのようになって、少しでも地球に感謝してもらえるのではという考えです。

高城常務●それが、コンセプトであり将来像で、それを完成させたいですね。

本間社長●地方では、これまで工業団地を作って何の理念もないのにただ来てくださいという企業誘致をしてきましたが、企業はもう撤退したらそれで終わりです。田舎のリソースは、開発することではなくてこの自然にあって、これを如何に活用することが豊かさの表現だと思って

います。そこから理念を作って、共感した人が集まってハードができるというローカルエコシステムが過疎地復興の在り方ではないでしょうか。

高城常務●ところで、通年型のビジネスを考えた場合、冬場の対策はどうお考えでしょうか。

本間社長●どうしても夏場に集中するので、負荷の平準化を図るために、第3次産業の部分を強化しようと考えています。

高城常務●いわきの店舗と今開店準備をされている郡山店でしょうか。

本間社長●はい、やっぱりお客さんと直接接するところが一番大事なので、そこで知ってもらって、販売するというのを強化しなければと思っています。

高城常務●郡山店のメニューの特徴を教えてください。

本間社長●地元の野菜を中心に海産物（常磐物）を加えたペスカタリアン料理をコンセプトにしています。これから試食会をやってどのビールにどんな料理が合うか考えます。立地条件も郡山駅前なので、ぜひご来店ください。

高城常務●楽しみですね。最後になりますが、個人的にはここに来てもらって、食育というか、お子さんに食育や食べ物の循環を学んでもらって、農業にも興味を持ってもらいたいですね。人間は自然の中で生かされているということの子供の時に体験すれば、大人になってから少し変わってくるのではないのでしょうか。

本間社長●食育は栄養素や味を知ることこそですが、背景を知ることが一番大事ですね。

高城常務●今日は、貴重なお話をお聞かせいただきありがとうございます。

【インタビューを終えて】

今回の取材をとおして一番強く感じたことは、本間社長の「自然に負荷を極力掛けない地域循環型社会の実現」に対する真摯な思いです。ホップや小麦の栽培からクラフトビールの醸造、搾りかすの堆肥、飼料としての利用という地域における食の循環を都路で実践されています。

地元のフレッシュホップを使用したクラフトビールを味わえるお店が郡山駅前にオープンしました。地元のフレッシュホップを使用したクラフトビールは全国でも非常に珍しいそうです。皆様も機会があれば、おいしいクラフトビールを味わいながら、都路の空気を感じ、食の循環について思いを巡らせてみては如何でしょうか。
(聞き手：高城卓也)

地域発! 現場検証シリーズ

持続的競争力研究会

ALTE MEISTER
株式会社保志

代表取締役社長 保志 康德

- 所在地 会津若松市門田町一ノ堰村東40
- 創業 1900年(明治33年)
- URL <https://alte-meister.co.jp>
- 事業種目 仏壇・仏具・位牌製造販売
- TEL : 0242-27-4380



「新しい祈りの形」を訴求 ライフスタイル変化に対応

日本生産性本部が設立した日本経営品質賞委員会は、2023年度「日本経営品質賞」の奨励賞に福島県会津若松市のアルテマイスターを選出した。同賞は顧客価値経営を目指して変革に取り組んでいる組織を表彰するもので、同社は、原木の調達から生産・販売に至る主要工程の自社一貫生産体制を構築し、伝統産業にあって着実に経営品質向上に向け、革新を継続していることが評価された。



▲会津磐梯山を望む本社工場

製造から卸売、小売まで

もともと、会津には仏壇・仏具産業は無く、職人であった創業者保志善吉氏が、戊辰戦争からの復興が進む会津において、「これからは仏教を通じて人の心を豊かにしたい」という想いで、1900年に仏具の製造・販売を始めた。同社が発展を遂げたのは2代目潔之氏の時。1948年に保志佛具店を設立し、1965年には仏壇製造部門を会津木工産業として独立させた。その後、保志佛具店は保志、会津木工産業はアルテマイスターに社名変更した。2012年にはグループ・ブランドをアルテマイスター（英語の ALTAR（祭壇）とドイツ語の MEISTER（お墨付きの職人）を組み合わせた造語）として保志に統合し、グループ力を強化した。

保志のものづくりは、原木の買い付けから始まり、木地加工や組み立てまでの大部分を自社工場で行っている。さらに日本全国の仏壇店・葬儀社を顧客とする卸売部門、一般消費者向けの直営店を構える小



▲研究会参加者に説明する保志康徳社長



▲リフォーム

売部門も擁している。国内での一貫生産だけでなく、市場と直結することで顧客ニーズを製品開発に生かすこともでき、伝統産業でありながら継続的に時代に合う商品を市場に出している。

市場ニーズへの対応ということでは、仏壇リフォーム事業にも力を入れている。住まいの事情に合わせて、大きな仏壇を小さく作り替え、経年劣化で傷んだ仏壇をクリーニングするなど、先祖から受け継いだ大切な仏壇を現在に合わせてリフォームしている。



▲デザイン仏壇「白虹A型」
フロアタイプ墨黒

新生アルテマイスターへ

1980年頃までは核家族化により仏壇のニーズが拡大していたが、生涯を集合住宅で過ごす人が増えるなどライフスタイルの変化により仏壇需要は激減、業績が低迷していった。しかし、保志は業績低迷下においてもリストラを選択せず、ワークシェアリングのような形で雇用を守っていたが、士気の低下、市場変化への対応は避けられなかった。

他社勤務を経て、家業に戻った保志康徳代表取締役社長は、こうした大変な時期に神戸支店勤務から本社に呼び戻された。創業100年の節目を迎え、次の100年に向けた「プロジェクト21」（1999年発足）のメンバーとして、全面的な構造改革を行う任務に就いたのである。3カ所あった工場を1カ所にまとめて効率化を図る、営業部と生産部の仕事をまとめてお互いの仕事が見えるようにする、技術継承のためのベテラン・若手の交流促進を図る。立場や経験により意見が

分かれるこうした難題に取り組み、社内外での話し合いや説得を重ね、新たなビジョンを構築した。新生アルテマイスターとして、新たな一歩を踏み出した。

バリューチェーン再構築

会津は漆の産地。仏壇・仏具に漆は欠かせない。漆不足を懸念して、すでに1973年、市内の山300町歩に漆10万本規模の植樹を開始した。木が育ち、漆が採れるようになるまで、人手と手間をかけて試行錯誤を重ねて、今では漆が採れるまでに育ち、自社製品に活用している。価値創造の始点である原材料からバリューチェーンの再構築に乗り出している。

しかも、会津には漆に関する高い技術を持った企業が多く存在する。こうした基盤を活用し、会津塗の新たな可能性も探求している。ユーアイズ、三義漆器店と2017年に研究会「会津 UV 漆グループ」を立ち上げて、紫外線硬化型（UV）漆塗料を活用した商品開発に取り組んだ。その結果、通常の漆では約2週間かかる乾燥時間が、わずか約1分で済むこととなり、生産性の大幅な向上につながっている。

生産技術の伝承では経験に裏打ちされたベテラン職人の技術を次世代につなぐよう、地元研究機関などと協力し、デジタル製造技術の研究開発に取り組んでいる。手仕事とデジタル技術の両方のメリットを組み合わせることで、「人の手が生み出す美しさ」を表現するとともに、職人不足への対応策を講じている。生産革新でも成果を生み出している。

「入社当時、自分が欲しいと思う仏壇はありませんでした。時代の変化に合わせて、顕在需要ではなく、潜在需要を掘り起こすことが必要であると考えています。」（保志社長）

マーケティングでも新たな価値の創造に向けて動いている。例えば、近年、単身世帯層が増えてきている。これまで購入層とは想定していなかったが、彼らの生活での心の支えとなるような祈りの形を提供すべきであると考え、祖先を祀るといった伝統的な祈りだけではなく、それぞれの生活スタイルに適



▲漆掻き作業

した祈りを提供することで、新たな顧客価値の創造に向けて挑戦している。

こうした挑戦の一貫として、社外の一流デザイナーを起用した新製品の開発にも取り組んでいる。芸術的要素を高めた製品は工場のショールームだけでなく、東京銀座のアンテナショップ「ギャラリー厨子屋」でも並べられている。潜在的な市場に向けて「新しい祈りのかたち」を広く訴求している。



▲ギャラリー厨子屋

社員が働きやすい会社へ

「新しい祈り」市場の開拓に向けて動き出す保志。その原動力となるのは社員一人ひとり。「社員の『自分の夢が叶うかもしれない場所』にすることが私の役割です」と保志社長。実際、「会社の資産を社員の夢のために使えるような部署になりたい」との社員からの提案も出てきて、財務部を“財夢部”と位置付け直している。

300人いる社員のうち20代と30代は約100人ずつ。彼らが将来を見据えて働ける環境づくりが求められている。昔は男性が多かったが、現在は女性の人気が高く、女性比率が5割を超えている。重いものを持つ力仕事を軽減するための機械化・自動化を進めるとともに作業の安全化にも力を入れるなど、働きやすい職場をつくり出している。



▲仏壇組み立て

働きやすい職場改善に向けては改善提案制度がある。社員は月2件、パート・嘱託は月1件提案を出し、自分たちで部署としての課題、改善に取り組む体制を整えている。

仕事以外では、一緒に経験することを大切にしている。例えば社員研修旅行委員会があり、自分たちが行きたい場所をコース設定から交渉まで行う。日帰りから海外まで最大12コース、会社負担で仕事を超えた世界をともに体験している。

個人が、チームが、そして会社が成長することで、社員が笑顔で出勤し、笑顔で帰る。月曜日が楽しみになる企業を目指している。

聞き手・執筆者

神田 良 (かんだ まこと)

日本生産性本部 生産性新聞 編集委員

明治学院大学 名誉教授

RIMS 日本支部 支部長

高橋宏幸 (たかはし ひろゆき)

とうほう地域総合研究所 研究員

「地域発！現場検証シリーズ」は、公益財団法人日本生産性本部との共同取材企画です。なお、生産性新聞の掲載内容と一部表現が異なります。



ふくし ゆずる
福士 譲

公益社団法人
日本経済研究センター
研究本部主任研究員

(略歴) 2000年早稲田大学政治経済学部経済学科卒、日本経済新聞社入社。大阪経済部で記者活動をスタートさせ、東京の社会部や経済金融部、科学技術部、経済解説部などに所属。その後ヴェリタス編集部次長、証券部次長を経て、21年金融・市場ユニット金融グループ次長。23年4月から現職。金融市場やマクロ経済政策の分析、経済予測に従事。

景気見通し (2024年秋)

わが国経済、内需堅調で緩やかな成長維持

—円安にブレーキ、輸出に逆風—

《要 旨》

日本経済は今後、内需の堅調を追い風に緩やかな成長を維持する見通しだ。日本経済研究センターの最新の予測では、2024年度の国内総生産（GDP）の実質成長率はプラス0.6%（23年度プラス0.8%）と見込む（図表1）。前回予測（24年夏＝プラス0.2%）より上方修正となる。

米国はインフレ抑制のため高い政策金利が続いてきたが、24年秋以降、利下げ局面に入っていく。景気悪化懸念が強まってきたため、利下げ効果が経済成長をいくぶん下支えする。これは外国為替市場で円高・ドル安圧力となり、日本の輸出に逆風だ。他方で、日本の内需をみると賃上げの継続で消費は堅調だ。設備投資もデジタル関連投資が増える。

下振れリスクとしては、ウクライナ情勢や中東情勢の長期化・深刻化が挙げられる。それらによってエネルギー・穀物市況が高騰するリスクがあり、警戒が必要だ。また、11月に控える米大統領選も注視する必要がある。次期大統領の発言が金融市場に混乱をもたらすようなら、日本経済にも負の影響を与える。

図表1 日本経済の見通し

年 度		2023	2024	
		(実績)	(前回予測)	(最新予測)
実質 GDP 成長率 (前年度比 %)		0.8	0.2	0.6
寄与度 (%ポイント)	民需	▲ 0.5	0.1	0.7
	民間最終消費支出	▲ 0.3	0.2	0.5
	民間住宅投資	0.0	▲ 0.2	▲ 0.1
	民間企業設備投資	0.1	0.3	0.4
	公需	▲ 0.1	0.1	0.2
	外需	1.4	0.0	▲ 0.3
	財貨・サービスの輸出	0.6	0.3	0.2
	財貨・サービスの輸入	0.8	▲ 0.3	▲ 0.5

(注) 2023年は内閣府資料、24年は日本経済研究センター予測。▲はマイナス。前回予測は24年6月11日時点、最新予測は24年9月10日時点

【本稿の構成】

本稿は日本経済の見通しについて、日本経済研究センターの予測（2024年9月9日に公表された4～6月期GDPの2次速報後の最新予測）を解説する。まず海外経済とその影響を受ける輸出の見通しについて説明した後、内需の予測を解説する。海外経済については米欧中3カ国・地域の予測を述べる。日本経済の内需については企業収益と設備投資、個人消費の順で分析する。

【海外経済、欧州に続き米国も利下げ局面に】

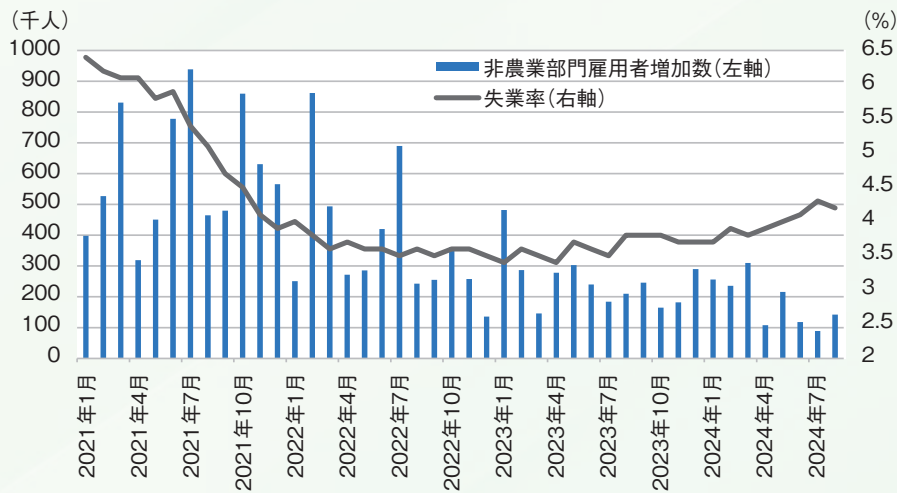
日本経済研究センターの最新予測では、2024年の海外の実質GDP成長率は、23年のプラス3.1%からプラス3.3%に伸びる（図表2）。前回予測（プラス2.9%）から上振れる。先進国を中心に各国の政策金利は依然として高水準にあり、足元では世界経済の重荷となっている。こうしたなか、欧州に続き米国も利下げ局面に入る。利下げ効果によって米国経済はいくぶん下支えされる。中国

図表2 海外経済の見通し

暦 年	2023	2024	
	(実績)	(前回予測)	(最新予測)
海 外 計	3.1	2.9	3.3
米 国	2.5	2.4	2.6
ユ ー ロ 圏	0.4	0.9	0.8
中 国	5.2	4.7	4.9
韓 国	1.4	2.9	2.4
台 湾	1.3	4.6	4.1
A S E A N	4.2	4.5	4.7
豪 州	2.0	1.3	1.2
イ ン ド	7.7	6.6	6.7
ブ ラ ジ ル	2.9	2.0	3.1
ロ シ ア	3.6	3.0	3.7

(注) 前年比、単位%。海外計の実績および日本経済研究センターの予測値は各国・地域の成長率を日本の名目輸出ウェイト（15年固定）で加重平均。ASEANはインドネシア、フィリピン、マレーシア、タイ。前回予測は24年6月11日時点、最新予測は24年9月10日時点

図表3 米国の雇用者増加数と失業率



(注) 米労働省資料を基に日本経済研究センター作成。雇用者増加数は前月比

に関して不動産市場の調整で景気減速が続くものの、政策効果が次第に表れてくる。東南アジア諸国連合（ASEAN）やインドなど新興国も堅調に推移する見通しだ。

足元の米国経済を確認すると、物価上昇率（インフレ率）の沈静化と景気・雇用情勢の悪化が見てとれる。物価動向を巡っては、米連邦準備理事会（FRB）が重視する個人消費支出（PCE）物価指数のコア指数（食品・エネルギー除く）の上昇率は、24年7月に前年同月比2.6%だった。FRBのインフレ目標2%に近づいてきた。

景気動向に関しては、弱さを示す指標が相次ぐ。景気の先行指標の1つである製造業の新規受注額は、前年同月比でプラスとマイナスを繰り返す傾向がみえる。3カ月移動平均でみると、直近7月まで小幅ながら2カ月連続でマイナスだ。また、景気の先行指標の中でも、設備投資の先行指標とされる耐久財の新規受注額（非国防資本財から航空機除くコア資本財）も7月にわずかながらマイナス（3カ月移動平均）となっており、設備投資の先行きも楽観できない。

【米国の雇用は大幅に悪化】

雇用情勢は大幅に悪化している。米労働省が9月上旬に発表した8月の非農業部門の雇用者増加数（前月比）は、14.2万人と市場予想（16万人程度）を下回った。6月分と7月分も下方修正され、

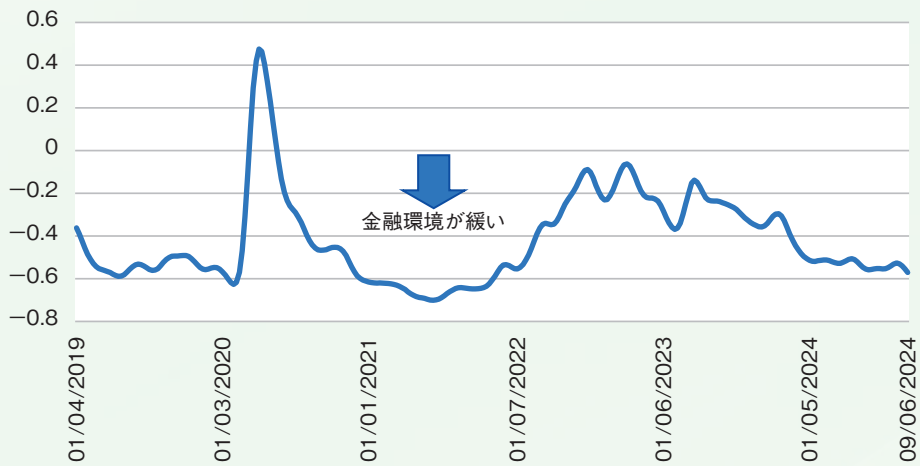
過去3カ月（6～8月）平均の増加数は11.6万人となり、1年前（23年6～8月平均21.1万人）の半分近くに落ち込んだ（図表3）。8月の失業率は4.2%と7月の4.3%から低下したが、労働参加率（62%台）が新型コロナウイルス禍以前（19年63%前後）の状況に戻りつつあり、失業率の上昇圧力は今後強まる可能性が高い。

こうした状況に鑑み、FRBは利下げ局面に入る見通しだ。米政策金利は23年7月以降5.25～5.00%が続いてきたが、24年9月18日、FRBは利下げを決める見通しだ。利下げは20年3月以来約4年半ぶりだ。日本経済研究センターの予測（9月10日時点）では、24年末のFF金利は4.25～4.50%とみている。

米国の利下げ局面入りは米国経済を下支えする。金融環境はすでに緩和方向に向かっている。シカゴ連銀は資金調達容易さを測る全米金融環境指数（NFCI、数値が小さいほど緩和的）を算出している。9月第1週時点のNFCIはマイナス0.57と低下傾向が続き、21年11月以来の低水準で推移している（図表4）。企業や個人の資金調達環境の緩和が設備投資や個人消費にプラスに寄与するとみられる。

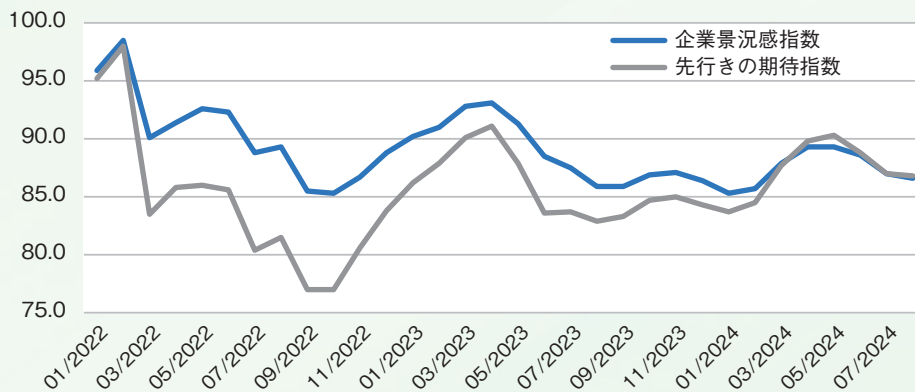
日本経済研究センターは、24年の米実質成長率をプラス2.6%と23年（プラス2.5%）並みの成長を見込む。利下げ効果を織り込み、前回予測（プラス2.4%）からやや上方修正となった。もっとも、

図表4 全米金融環境指数



(注) 米シカゴ連銀資料を基に日本経済研究センター作成。週次

図表5 ドイツ Ifo 企業景況感指数



(注) 独 Ifo 経済研究所資料を基に日本経済研究センター作成

力強い成長とは言えず、景気減速懸念は依然としてくすぶる。

【ユーロ圏は低成長、依然として弱いドイツ経済】

ユーロ圏では24年6月から利下げ局面に入っている。米国同様にインフレ率は低下し、景気動向も軟化しているためだ。欧州連合（EU）統計局によると、ユーロ圏消費者物価指数（HICP）の前年比上昇率は22年秋に10%を越す高インフレを記録した。足元の2024年8月には2.2%まで下がり、欧州中央銀行（ECB）の目標2%に接近している。

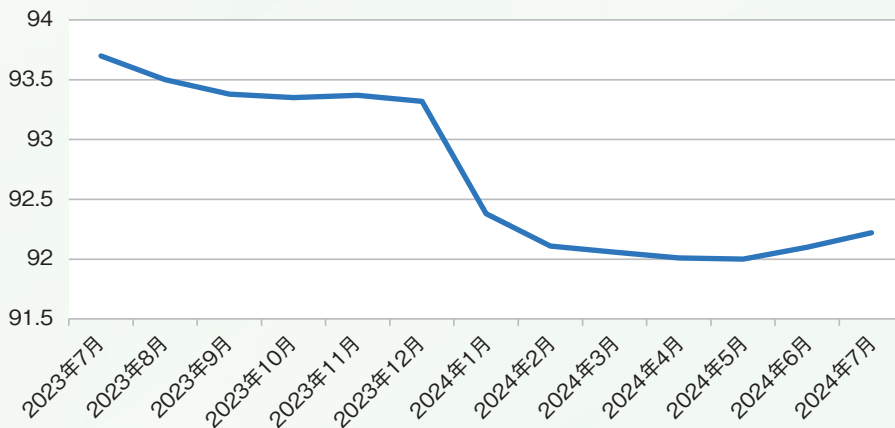
景気動向を確認すると、欧州最大のドイツ経済が依然として弱く、ユーロ圏全体の足を引っ張っ

ている。ドイツ最大のシンクタンクの Ifo 経済研究所が公表する Ifo 企業景況感指数は、8月時点で86.6と3カ月連続で低下した（図表5）。

業種ごとの業況判断（ゼロが「良好」「不良」の分岐点）をみると、製造業はマイナス17.8となり、3カ月連続でマイナス幅を広げた。小売業はマイナス23.1と7月（マイナス25.4）より改善したものの、2カ月連続でマイナス20を下回る低水準にある。景況感の悪化は設備投資に悪影響を及ぼす。今後、利下げの効果がどこまで顕在化するかに注視する必要がある。

日本経済研究センターの予測では、24年のユーロ圏の実質 GDP 成長率はプラス0.8%と、前回予測（プラス0.9%）と同様の低成長が続く見通しだ。

図表6 中国の不動産景気指数



(注) 中国国家统计局資料を基に日本経済研究センター作成

利下げ効果などにより、23年のプラス0.4%を上回るものの、設備投資や生産の回復力には不透明感が強いとみている。

【中国、不動産市場の低迷続く】

中国経済に関しては、24年の実質 GDP 成長率はプラス4.9%と23年のプラス5.2%から減速する。ただし、前回予測（プラス4.7%）からやや上振れるとみる。

足元の状況は不動産市場の調整が響く。中国国家统计局によると、24年1～7月の不動産開発投資は前年同月比10.2%減と、23年通年（前年比9.6%減）から減少ペースが加速している。不動産景気指数（95～105が中程度、105超が好況、95未満が不況）をみると、7月時点で92.22と、不況状態が続いている（図表6）。

不動産部門の動向は企業の景況感にも影響を与える。国家统计局が発表した8月の製造業購買担当者景気指数（PMI）は49.1だった。好不況の分かれ目である50を4カ月連続で下回っている。物価にも下押し圧力がかかっている。8月の工業生産者出荷価格の上昇率は、前年同月比でマイナス1.8%とマイナス圏が続く。

もっとも、8月の消費者物価指数（CPI）をみると、上昇率はプラス0.6%と徐々にプラス幅を広げてきており、持ち直しつつある。改善をうかがわせる指標はほかにもある。先述した不動産景

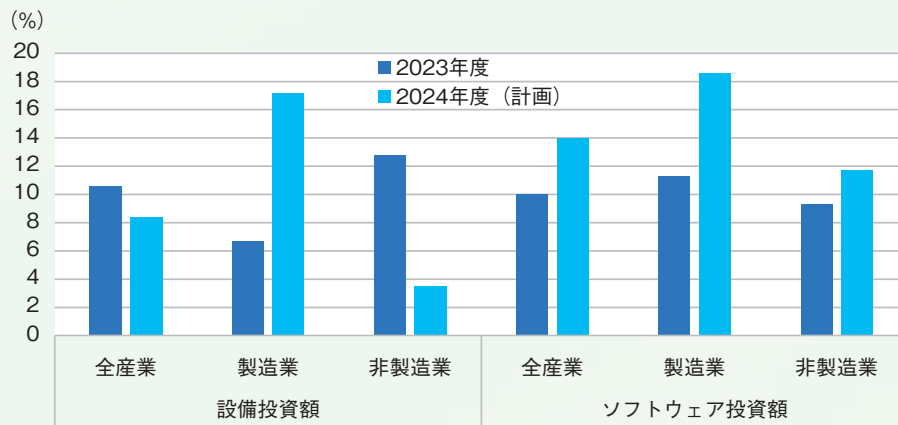
気指数は不況状態を示しているものの、2カ月連続で上昇している。中国政府の不動産融資の支援強化など政策対応が奏功し始める可能性がある。景気減速は既定路線だが、底堅さは維持される公算が大きい。

【日本経済、円高で輸出の伸び鈍化】

日本経済は緩やかな成長が続く見通しだ。24年度の実質 GDP 成長率はプラス0.6%と、前回予測（プラス0.2%）を上回る。外需が減少する一方で、内需が堅調に推移し、成長率全体を押し上げる。

外需については、財・サービスの実質輸出が24年度に1.0%増（23年度2.8%増）に鈍化する見通しだ。インバウンド（訪日外国人）の観光需要が引き続き増加し、サービス輸出は増加基調だが、財の輸出が伸び悩む。為替相場の円高・ドル安が財輸出を抑える。米国で利下げが進む一方で、日本では利上げ観測がくすぶる。日銀は7月に政策金利を0.25%に引き上げた。市場参加者の追加利上げ観測が強まれば、長期金利などの市場金利が上昇する。日米の長期金利差が縮小したり、または実際に政策金利差が縮小したりすれば、円高・ドル安圧力が強まりそうだ。さらに、堅調な内需によって財・サービスの輸入が増えるため、輸出と輸入の両方を踏まえた外需全体の対 GDP 寄与度はマイナス0.3%ポイント（23年度プラス1.4%ポイント）と、マイナス寄与に転じる見通しだ。

図表7 日本の設備投資計画



(注) 日銀短観6月調査。前年度比増減率。企業規模は全規模ベース。「設備投資額」④は土地投資を含み、ソフトウェア・研究開発投資を除く

内需の増加は企業収益を押し上げる。財務省が9月上旬に発表した4～6月期の法人企業統計によると、全産業（金融・保険業除く）の経常利益は前年同期比13.2%増の35兆7,680億円と、四半期ベースで過去最高だった。4～6月期は円安進行が輸出企業の収益に大きな恩恵をもたらしたと考えられるが、内需型企業が原材料などコスト上昇を製品・サービス価格に転嫁する動きも続いている。

企業の設備投資も堅調だ。4～6月期の設備投資額は前年同期比7.4%増えた。生産体制の強化やDX関連の投資が引き続き目立つ。日銀の短期経済観測調査（短観、6月調査）によると、24年度の設備投資計画（土地投資含む、ソフトウェア・研究開発投資除く）は全規模全産業で23年度比8.4%増加する。ソフトウェア投資に限定すると14%増える見通しで、製造業も非製造業も23年度以上の増加率となる（図表7）。DX関連投資は今後も継続的に増えていく見通しだ。日本経済研究センターの予測では、24年度の実質設備投資は2.3%増（23年度は0.3%増）とみている。

【賃上げや経済対策で消費改善】

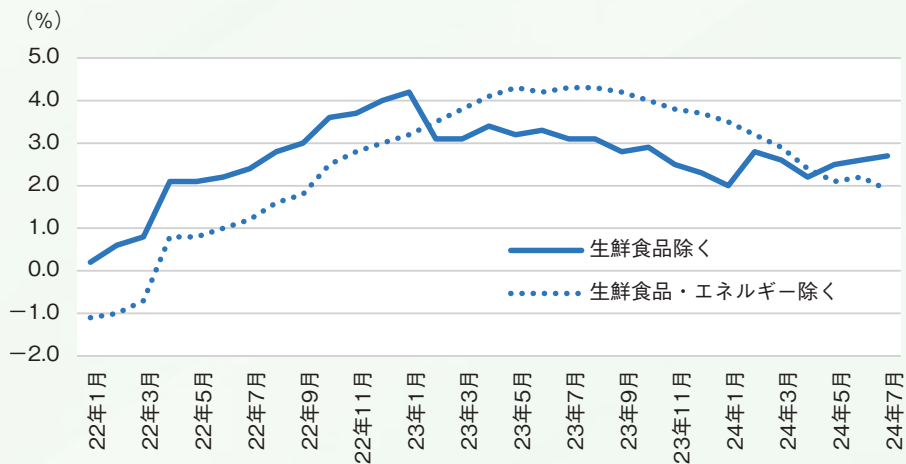
内需の大きな柱である家計消費も引き続き拡大する。民間最終消費支出は2023年度の実質0.6%減から24年度に実質1.1%増へとプラスに転換する見通しだ。

22年以來の物価高は沈静化の様相を呈している。コアCPI（生鮮食品除く）の上昇率は24年7月に2.7%で推移している（図表8）。政府の電気代・ガス代補助が5月使用分で終了したため上昇圧力を強めたが、8～10月使用分で再開となり、コアCPIには再び低下方向に作用する。25年度末には1%台に低下するとみている。

物価変動の影響を除いた実質賃金はプラス圏に浮上した。厚生労働省が算出する実質賃金指数は、現金給与総額ベースで24年7月に前年同月比プラス0.4%だった。2カ月連続でプラスとなった（図表9）。6～7月は夏季賞与の増加が賃金全体を押し上げたため、一時的なプラスとの指摘があるが、今後、実質賃金はプラスを維持する方向で推移していくとみられている。24年度は、6月に政府の所得税減税も実施されている。1人につき所得税3万円と住民税1万円の計4万円の減税となる。こうした賃金上昇や減税は家計消費を拡大させる。内閣府の8月の景気ウォッチャー調査で、小売・飲食など家計関連業種の従業員らを対象にした家計動向関連DI（現状）は、49.0と3カ月連続で改善した。

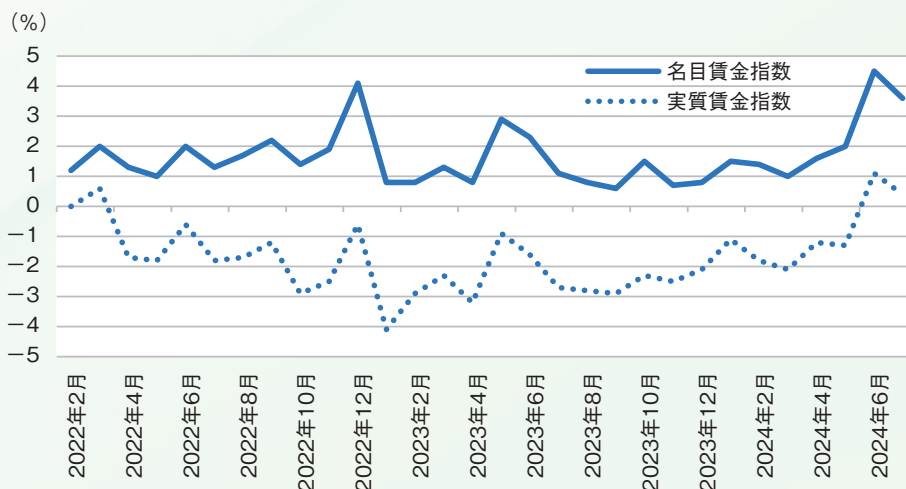
内需全体のGDP寄与度は23年度のマイナス0.6%ポイントから、24年度にはプラス0.9%ポイントに上向く見通しだ。前回予測（プラス0.2%ポイント）から大幅な上方修正となる。

図表8 日本の消費者物価指数



(注) 総務省資料を基に日本経済研究センター作成。前年同月比変化率

図表9 名目賃金と実質賃金



(注) 厚生労働省資料を基に日本経済研究センター作成。前年同月比変化率。実質賃金は名目賃金指数を消費者物価指数（持家の帰属家賃を除く総合）で除して算出

【リスクは国際情勢、米大統領選は要警戒】

以上から、日本経済は内需が大きく上振れることで緩やかな成長が持続する見通しだが、ウクライナ情勢やイスラエル情勢は経済の下振れリスクとなる。世界の資源価格高騰や物流停滞が経済を下押しする恐れがある。また、11月の米大統領選もリスクの1つだ。候補者であるトランプ前大統領も、ハリス現副大統領も、中間層に照準を当てた経済政策を掲げているが、外交・安全保障政策が国際情勢にどのような影響を与えるか注視する必要がある。世界の金融・商品市場を揺るがす事態となれば、日本経済に負の影響を与えることになる。

日本経済の需給ギャップは足元では依然としてマイナス圏にあり、需要不足の状態が続いている。日本経済研究センターの予測では、需給ギャップは25年にプラスに浮上するが、26年に再びマイナスになるとみている。需要不足は物価を押し下げる方向に働く。需要がさらに下押しされるようなら、デフレーション（物価上昇ペースの鈍化）を越えて、デフレ（継続的な物価下落）に戻るリスクも浮上しかねない。

(※本稿は2024年9月11日時点で入手可能な情報に基づいて執筆しています)



寄稿

個別寄稿

公益財団法人
福島イノベーション・コースト構想推進機構
ふくしま12市町村移住支援センター

福島12市町村の現状と ふくしま12市町村移住支援センターの取組

1. 福島12市町村の現状

2011年、東京電力福島第一原子力発電所事故の影響を大きく受けた福島12市町村（南相馬市、田村市、川俣町、広野町、楡葉町、富岡町、川内村、大熊町、双葉町、浪江町、葛尾村、飯舘村）は、事故後、避難指示や制限区域の設定により、住民は長期間にわたって故郷を離れることを余儀なくされ、地域社会は深刻なダメージを受けました。その後、避難地域は避難指示の解除やインフラの復旧、復興計画の推進に伴い、これらの市町村では住民の帰還が徐々に進んでいるものの、人口が震災前から大きく減少し、復興の担い手が不足しているため、新たな移住者を受け入れる取組が積極的に行われています。

2. ふくしま12市町村移住支援センターの設立と目的

ふくしま12市町村移住支援センター（以下「センター」という。）は、復興庁や福島県が進める12市町村への移住促進の取り組みを支える組織として2021年7月に設立され、福島イノベーション・コースト構想推進機構が運営を行っています。センターの設立目的は、全国から移住者を呼び込むため、広域的な観点から12市町村の住まいや子育てなどの生活環境や仕事などの魅力を全国に向けて発信し、移住希望者に対する総合的な支援を行うことです。また、センターでは復興と地域の活性化を目指し、12市町村が実施する移住施策の支援も行っています。

具体的には、移住希望者に対する相談対応や情報提供、移住体験ツアーの実施、首都圏等での移住者向けのセミナーの開催などを通じて、移住を希望する人々が安心して新生活をスタートできるよう支援しています。

3. センターの具体的な取組

①センターの運営

センターは福島県双葉郡富岡町に設置され、常勤で15名以上のスタッフが移住推進に関する業務を行うとともに、外部からのアドバイザーの専門的な助言も活用しています。センターのスタッフは、12市町村に足を運び、域内の現状や課題を把握することで、移住希望者や自治体等への適切なアドバイス・情報を提供しています。

②相談対応

センターでは、移住希望者からの問い合わせや相談に応じる体制を整備し、相談は、ウェブサイトや電話・メール・オンライン等を通じて受け付けています。特に、移住に関する不安や疑問に対して丁寧に対応し、一人一人相談者にあった必要な情報を提供しています。また、相談内容に応じて各市町村の担当者とも連携し、具体的な支援策を提案しています。

③移住希望者登録システムの運用

同意を頂いた上で、移住希望者の情報を集約・管理し、効果的な支援を行うためのシステムを運用しています。このシステムにより、移住希望者の情報を市町村とも共有し、支援の効率化を図っています。例えば、移住希望者の希望条件に応じた住居や仕事の紹介、イベント情報の提供など、個別ニーズに対応した支援を行っています。

④市町村との連携強化

12市町村毎に担当者を配置して、それぞれが抱える移住に対する課題のヒアリングや、センターからの提案等を行っています。また、12市町村及び相談窓口を担う関係機関の移住担当者を招集した会議を定期的で開催し、情報共有や意見交換等も行っています。これにより、各市町村間の連携を強化し、移住施策の効果を高めています。

⑤情報発信

センターは、ウェブサイトや映像コンテンツ、インターネット広告等を通じて、移住関心層へ住まいや仕事など幅広い分野での情報発信を行っています。また、移住促進のための求人支援



「未来ワークふくしま」

事業も実施しています。特に、ウェブサイト「未来ワークふくしま」では、各市町村の魅力や住宅・求人・生活情報、移住者の体験談などを紹介し、移住を検討する人々にとって役立つ情報を提供しています。

⑥移住者向け求人情報の発信

移住希望者に対し「地域にどのような魅力的な仕事があるのか」を知る手段として、センターのウェブサイト等を活用して12市町村内の企業等の求人情報を掲載しています。掲載する事業者には、採用のための具体的な手段、ノウハウの提供も行っています。

また、全国で開催される転職フェア等のイベントにも積極的に出展し、12市町村における移住者の求人情報も提供しています。



転職フェア

⑦起業支援

12市町村に移住して起業を検討している方に対して、伴走サポートを実施し、ビジネスプラン作成のアドバイス等を通じて「福島県12市町村起業支援金」の申請支援を行っています。また、12市町村に移住して起業することについて関心を高める為の各種施策として、起業支援金申請説明会、スクール、現地訪問ツアー等の各種イベントを開催しています。



移住への理解を促進するためテレビドラマ制作に協力写真は、2023年9月にテレビ東京系列で放送された『姪のメイ』

⑧移住希望者呼び込み

移住希望者の呼び込みを目的として、首都圏やそれ以外の大都市での移住セミナー、実際に12市町村を訪問してもらう移住体験ツアー等を開催しています。移住セミナーでは、実際に12市町村に移住して活躍されている方をゲストに招いて、移住された経緯や生活・仕事等についてお話を頂いています。また、移住体験ツアーでは、12市町村において、実際の生活環境を体験して頂くとともに、先輩移住者や市町村関係者と交流する機会を設けています。



2023年度移住体験モニターツアーの様子（楡葉町）



2023年度移住セミナー（東京開催）

4. 成果と今後の課題

センターの移住ポータルサイト「未来ワークふくしま」は年間約100万人の方に見ていただくなど、移住希望者の問い合わせ件数やシステム登録者数は増加傾向にあります。また、「移住体験ツアー」や「移住セミナー」への参加者も増加しており、移住希望者の関心が高まっています。また、2023年度までに12市町村の全てに移住相談窓口が設けられ、相談体制や情報発信が充実してきています。その結果、12市町村への移住者数はセンター開所前の2020年度は213人であったものが、2021年度436人、2022年度603人、2023年度839人と着実に増加（「福島県ふくしまぐらし推進課」調べ）しています。

一方で、課題も多く残っています。特に、12市町村では移住希望者向けの住宅不足があることから、センターでは12市町村での住宅供給状況や空き家情報の収集等の支援にも取り組んでいるところです。また、移住された方が長期的に定住していただくため、地域とのコミュニケーションのサポートなどの環境づくりも必要と考えています。

引き続き、センターは、移住希望者に対する支援を強化し、福島の復興と地域活性化に向けて取り組んでいきます。12市町村の魅力在全国に広く伝え、多様な人々が集う、創る、叶えることができるふくしまを目指して、一層推進していきます。

問合せ先

ふくしま12市町村移住支援センター

電話 0240-23-4315

Mail ijyu-shien@fipo.or.jp

ポータルサイト「未来ワークふくしま」 <https://mirai-work.life/>



調査レポート



とうほう地域総合研究所
研究員

嵐 俊勝

第85回「福島県内景気動向調査」 ～2024年度上期現況と2024年度下期見通し～

県内企業の現況は、原材料価格高騰や人件費増加で収益は低下しており、先行きは下降局面が続くもののマイナスが縮小

<要 旨>

【自社の業況判断】

1. 現状の業況判断

現況（2024年度上期）BSI（景況判断指数）*は、全産業 $\Delta 13$ （前期比+1割）とマイナス値となり、下降局面にあると判断された。製造業・非製造業別にみると、製造業 $\Delta 8$ （同+3割）、非製造業 $\Delta 17$ （同 ± 0 割）となった。非製造業は横ばいであるが、製造業は「化学」、「飲食料品」がプラス値にあることなどからマイナスが縮小した。

2. 今後の業況判断

見通し（2024年度下期）BSIは、全産業 $\Delta 8$ （同+5割）、製造業+2（同+10割）、非製造業 $\Delta 16$ （同+1割）と、製造業はプラスに転じ、全産業は下降局面が続くものの、マイナスが縮小した。

【雇用動向】

2024年7月の雇用過不足BSIは、全産業で $\Delta 41$ と「不足」の回答割合が「過剰」を上回り、不足感があると判断された。前期（2024年1月）に比べ不足感は弱まったが、非製造業（運輸業など）の不足感は依然強い。

【賃上げ動向】

2024年春の賃金について、全産業で賃上げを実施した企業は「定期昇給」、「ベースアップ」、「ベースアップ・定期昇給両方」合わせて79.4%となった。ベースアップを実施した企業の割合は合わせて46.2%と5割近くに上った。

【価格転嫁状況】

価格転嫁状況は、全産業で「5割以上9割未満」33.6%、「1割以上5割未満」26.0%、「1割未満」18.5%となり、製造業で価格転嫁が5割以上の企業は約半数、非製造業は4割に留まっている。

※ BSI（景況判断指数）とは：Business Survey Index の略。企業経営者の自社企業の業績や業況、従業員数などの判断・見通しについてアンケートを実施し、上昇と回答した企業の構成比から下降と回答した企業の構成比を差し引いて算出する。数値がプラスであれば前期と比較して景況が良化、マイナスであれば前期と比較して景況が悪化と判断する企業が多いことを示す。

● 調査要領

1. 調査方法 多項目アンケート調査郵送法・WEB 併用
2. 調査対象 県内企業526社
3. 回答企業 302社（有効回答率57.4%）
4. 調査時期 2024年7月
（前回調査：2024年1月）
5. 調査対象期間
2023年度下期：2023年10月～2024年3月期
この期間は「実績」と記載
2024年度上期：2024年4月～2024年9月期
この期間は「現況」と記載
2024年度下期：2024年10月～2025年3月期
この期間は「見通し」と記載

注：BSI（ビジネス・サーベイ・インデックス）の計算方法

$$\frac{\text{「上昇」と回答した企業数}-\text{「下降」とした企業数}}{\text{総回答企業数}} \times 100$$

例：総回答企業数200社

「上昇」50社 「不変」80社 「下降」70社

$$\frac{50-70}{200} \times 100 = \triangle 10$$

（小数点第1位四捨五入）

業 種	回答企業数	構成比
製 造 業	132社	43.7%
飲 食 料 品	18	6.0
繊維・繊維製品	12	4.0
木材・木製品	8	2.6
紙・紙加工品	7	2.3
化 学	10	3.3
窯業・土石製品	6	2.0
鉄鋼・非鉄金属製品	12	4.0
はん用・生産用・業務用機械	7	2.3
電 気 機 械	11	3.6
情報通信機械	1	0.3
電子部品・デバイス	10	3.3
輸 送 用 機 械	8	2.6
その他製造業	22	7.3
非 製 造 業	170	56.3
建 設 業	34	11.3
運 輸 業	11	3.6
情 報 通 信	4	1.3
卸・小売業	72	23.8
サ ー ビ ス 業	38	12.6
その他非製造業	11	3.6
全 産 業 計	302	100.0

I. 自社の業況判断

1. 現状の業況判断

2024年度上期現況は、全産業△13（前期比+1 ㊦）とマイナス値となり、下降局面にあると判断された。製造業・非製造業別にみると、製造業△8（同+3 ㊦）、非製造業△17（同±0 ㊦）となった。非製造業は横ばいであるが、製造業は業種により差はあるものの、「化学」「飲食料品」がプラス値にあることなどからマイナスが縮小した（図表1、2）。

◆製造業：BSI 値は、前期に比べ良化を示すプラス値が「飲食料品」「化学」の2業種で、「紙・紙加工品」など9業種は前期に比べ悪化を示すマイナス値となった。

◆非製造業：BSI 値は、「サービス業」がプラス値となり、「情報通信」が横ばい、「運輸業」など4業種がマイナス値となった。

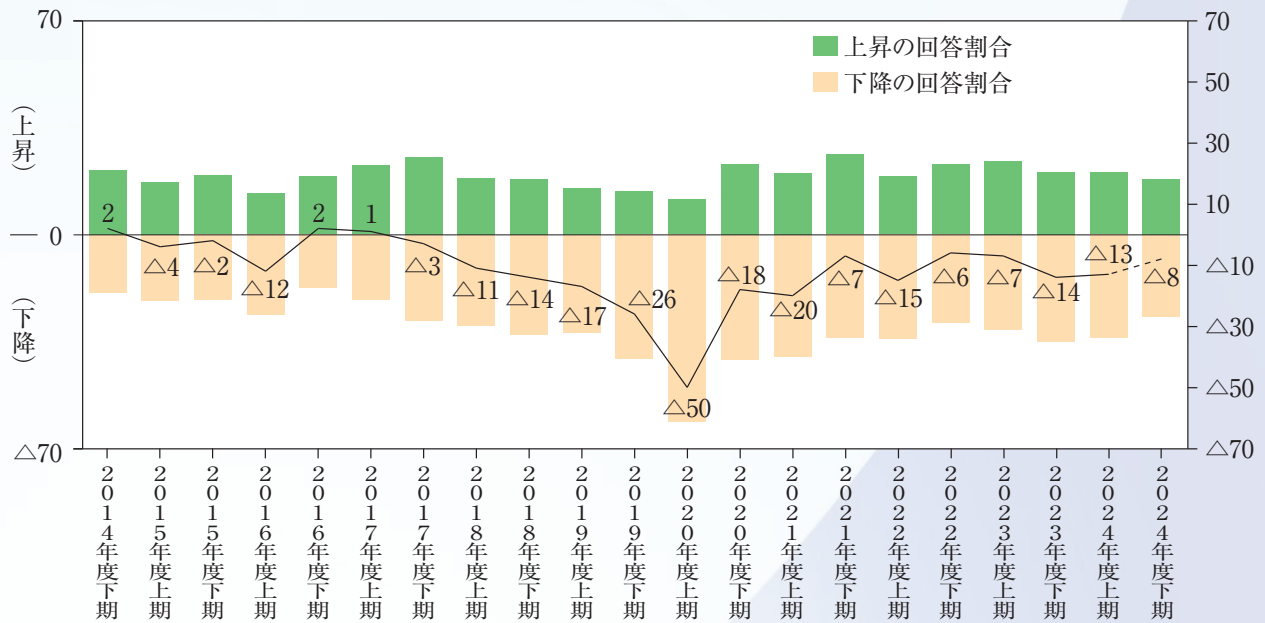
2. 今後の業況判断

2024年度下期見通しは、全産業△8（前期比+5 ㊦）、製造業+2（同+10 ㊦）、非製造業△16（同+1 ㊦）で、製造業はプラス値に転じた。全産業は下降局面が続くものの、マイナスが縮小した（図表1、2）。

◆製造業：BSI 値は、「はん用・生産用・業務用機械」など5業種がプラス値、「木材・木製品」など6業種がマイナス値となった。

◆非製造業：BSI 値は、「その他非製造業」1業種が横ばいとなり、「建設業」など5業種がマイナス値となった。

図表1 自社の業況判断 BSI 推移



※2014年度下期～2023年度下期は実績、2024年度上期は現況、2024年度下期は見通し

図表2 自社の業況判断 (上昇・下降) BSI

	2022年度上期 実績 BSI 値※1	2022年度下期 実績 BSI 値※1	2023年度上期 実績 BSI 値※1	2023年度下期 実績 BSI 値※1	2024年度上期 現況 BSI 値※2	変化幅	2024年度下期 見通し BSI 値	変化幅
全産業	△15	△6	△7	△14 (△11)	△13 (△2)	1	△8	5
製造業	△8	△13	△13	△11 (△13)	△8 (△10)	3	△2	10
飲料品	5	△24	△27	0 (△32)	28 (△9)	28	17	△11
繊維・繊維製品	△21	△15	△8	0 (△15)	△25 (△15)	△25	△17	8
木材・木製品	57	△20	11	△25 (△11)	△13 (△11)	12	△63	△50
紙・紙加工品	△60	△33	△38	△43 (△50)	△71 (△25)	△28	△14	57
化学	△21	△18	△13	20 (△0)	30 (△25)	10	40	10
窯業・土石製品	△13	△57	△40	0 (△40)	△33 (△60)	△33	△17	16
鉄鋼・非鉄金属製品	56	△6	27	△8 (△0)	△8 (△36)	0	17	25
はん用・生産用・業務用機械	△33	10	17	14 (△0)	△29 (△50)	△43	43	72
電気機械	△10	△29	△17	△18 (△8)	△18 (△8)	0	△9	9
電子部品・デバイス	△10	10	△44	△50 (△33)	△30 (△44)	20	0	30
輸送用機械	△47	△55	△11	13 (△0)	△13 (△22)	△26	△13	0
その他製造業	7	19	△9	△18 (△9)	0 (△27)	18	5	5
非製造業	△20	1	△2	△17 (△9)	△17 (△11)	0	△16	1
建設業	△32	△23	△39	△15 (△35)	△15 (△48)	0	△26	△11
運輸業	△33	8	△27	△45 (△36)	△36 (△18)	9	△18	18
情報通信	20	0	33	50 (△33)	0 (△33)	△50	△25	△25
卸・小売業	△20	3	14	△26 (△1)	△32 (△4)	△6	△15	17
サービス業	△10	18	△2	0 (△2)	13 (△0)	13	△13	△26
その他非製造業	△17	△14	0	△27 (△0)	△9 (△0)	18	0	9

※1：再調査した実績、()内は前回調査の現況 ※2：()内は前回調査の見通し

II. 雇用動向

1. 雇用の過不足 BSI

2024年7月の雇用過不足 BSI は、全産業で△41と「不足」の回答割合が「過剰」を上回り、不足感があると判断されたが、前期（2024年1月）に比べ不足感は弱まった。

製造業・非製造業別にみると、製造業△28、非製造業△50とともに不足感があると判断されており、製造業12業種、非製造業6業種全てにおいて不足感があると判断された。非製造業は不足感が強く、「運輸業」△89、「その他非製造業」△70、「建設業」「情報通信」△67となった（図表3）。

図表3 雇用の過不足 BSI (過剰・不足)

	全 体			正社員	パート
	2023年 7月	2024年 1月	2024年 7月	2024年 7月	2024年 7月
全 産 業	△43	△46	△41	△41	△18
製 造 業	△36	△39	△28	△30	△ 8
飲 食 料 品	△ 5	△ 9	△22	△11	△15
繊 維 ・ 繊 維 製 品	△31	△62	△ 9	△ 8	0
木 材 ・ 木 製 品	△40	△50	△25	△29	△33
紙 ・ 紙 加 工 品	△78	△63	△29	△29	25
化 学	△18	△38	△44	△44	△29
窯 業 ・ 土 石 製 品	△43	△40	△50	△60	△33
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	△63	△55	△40	△30	0
はん用・生産用・業務用機械	△60	△60	△71	△71	△33
電 気 機 械	△43	△50	△27	△27	△17
電子部品・デバイス	△30	△22	△11	△10	0
輸 送 用 機 械	△27	△44	△25	△43	0
そ の 他 製 造 業	△33	△32	△25	△38	0
非 製 造 業	△49	△51	△50	△51	△24
建 設 業	△66	△50	△67	△65	△12
運 輸 業	△58	△100	△89	△56	△14
情 報 通 信	0	0	△67	△67	0
卸 ・ 小 売 業	△39	△43	△21	△28	△25
サ ー ビ ス 業	△62	△63	△54	△53	△30
そ の 他 非 製 造 業	△38	△30	△70	△73	△29

注：雇用過不足 BSI＝過剰－不足。プラスは過剰感、マイナスは不足感を表す。

Ⅲ. 賃上げ動向

2024年春の賃金について、全産業で「引き上げた（定期昇給）」33.2%、「引き上げた（ベースアップ）」19.6%、「引き上げた（ベースアップ・定期昇給の両方）」28.6%と、賃上げを実施した企業は合わせて79.4%であった。「引き上げた（ベースアップ）」「引き上げた（ベースアップ・定期昇給の両方）」を合わせて、ベースアップを実施した割合は46.2%と、5割近くに上った（図表4）。

図表4 2024年春の賃金について

(単位：%)

	引き上げた (定期昇給)	引き上げた (ベースアップ)	引き上げた (ベースアップ・ 定期昇給の両方)	引き下げた	変更なし	その他
全 産 業	33.2	19.6	26.6	0.3	17.9	2.3
製 造 業	39.4	17.4	28.8	0.0	12.1	2.3
飲 食 料 品	50.0	11.1	16.7	0.0	22.2	0.0
繊 維 ・ 繊 維 製 品	41.7	33.3	8.3	0.0	16.7	0.0
木 材 ・ 木 製 品	62.5	12.5	0.0	0.0	12.5	12.5
紙 ・ 紙 加 工 品	14.3	14.3	57.1	0.0	14.3	0.0
化 学	20.0	30.0	50.0	0.0	0.0	0.0
窯 業 ・ 土 石 製 品	66.7	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	41.7	33.3	8.3	0.0	16.7	0.0
はん用・生産用・業務用機械	71.4	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0
電 気 機 械	18.2	18.2	54.5	0.0	9.1	0.0
電子部品・デバイス	30.0	10.0	30.0	0.0	20.0	10.0
輸 送 用 機 械	37.5	0.0	62.5	0.0	0.0	0.0
そ の 他 製 造 業	40.9	22.7	31.8	0.0	0.0	4.5
非 製 造 業	28.4	21.3	24.9	0.6	22.5	2.4
建 設 業	29.4	23.5	26.5	2.9	14.7	2.9
運 輸 業	9.1	36.4	18.2	0.0	36.4	0.0
情 報 通 信	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0
卸 ・ 小 売 業	28.2	19.7	31.0	0.0	18.3	2.8
サ ー ビ ス 業	36.8	18.4	13.2	0.0	31.6	0.0
そ の 他 非 製 造 業	9.1	9.1	36.4	0.0	36.4	9.1

IV. 価格転嫁状況

価格転嫁状況について、全産業で「5割以上9割未満」33.6%、「1割以上5割未満」26.0%、「1割未満」18.5%となり、製造業で価格転嫁が5割以上の企業は約半数、非製造業は4割に留まっている（図表5）。

図表5 価格転嫁状況について

(単位：%)

	9割以上	5割以上 9割未満	1割以上 5割未満	1割未満	価格転嫁する 必要はない
全産業	10.6	33.6	26.0	18.5	11.3
製造業	10.1	38.8	29.5	12.4	9.3
飲食料品	5.3	26.3	42.1	21.1	5.3
繊維・繊維製品	25.0	25.0	41.7	8.3	0.0
木材・木製品	12.5	37.5	12.5	25.0	12.5
紙・紙加工品	16.7	33.3	16.7	33.3	0.0
化学	0.0	30.0	50.0	10.0	10.0
窯業・土石製品	0.0	33.3	50.0	0.0	16.7
鉄鋼・非鉄金属製品	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
はん用・生産用・業務用機械	28.6	28.6	28.6	14.3	0.0
電気機械	0.0	36.4	54.5	9.1	0.0
電子部品・デバイス	10.0	20.0	10.0	30.0	30.0
輸送用機械	0.0	37.5	25.0	0.0	37.5
その他製造業	4.8	38.1	33.3	19.0	4.8
非製造業	11.0	29.4	23.3	23.3	12.9
建設業	3.8	30.8	42.3	19.2	3.8
運輸業	14.3	28.6	42.9	14.3	0.0
情報通信	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
卸・小売業	8.9	28.5	37.5	25.0	0.0
サービス業	11.5	42.3	30.8	11.5	3.8
その他非製造業	0.0	33.3	16.7	50.0	0.0

※お知らせ

本調査「第85回 福島県内景気動向調査」について、本誌では一部の項目についてのみ掲載しております。

全文については当研究所ホームページ <https://www.tohorc.or.jp> でご覧いただけます。



(担当：嵐 俊勝)



「はじめる」から「かなえる」へ。福島県では、震災から10年を機に「ふくしまからはじめよう」からのバトンを渡す、スローガン「ひとつ、ひとつ、実現する ふくしま」を策定しました。復興に向けて歩んできた「これまで」と、新しい未来に繋げていく「これから」と、県民のみなさんひとりひとりの「今」を重ねたメッセージです。

本県の産業を支える工業用水道について

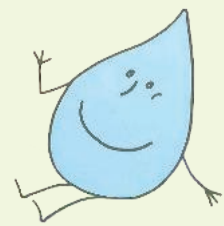
福島県企業局

県企業局は、昭和44年の創立以来、工業団地の整備や企業誘致などにより、県内各地で産業の基盤整備を推進し、地域社会・経済の振興に大きく寄与してきました。

現在は、いわき市、相馬市、新地町において、4つの工業用水道を運営し、安全・安定・安価な工業用水の供給を通じて地域産業を支えています。

今回は、工業用水道の仕組みと当局の取り組みについて紹介します。

ホームページで詳しい情報を公開しています。 [福島県企業局](#) [検索](#)



しずく君

工業用水ってなに？

まず皆さんは、工業用水と聞いて何をイメージしますか？

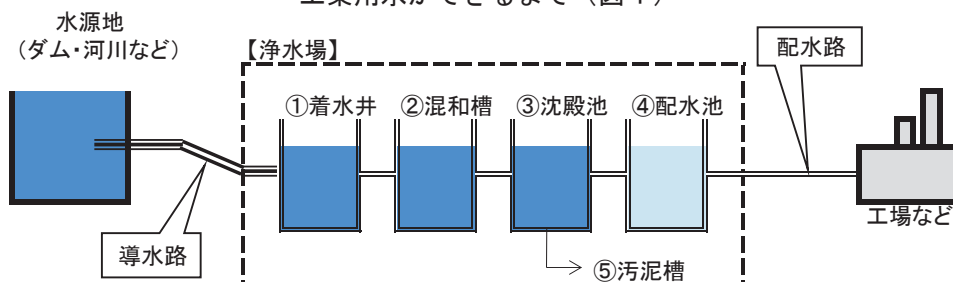
工業用水は、浄化処理はしていませんので飲用はできませんが、主に工場の冷却用水、洗浄用水、ボイラー用水、原料用水として利用されており、「産業の血液」とも呼ばれています。

また、アクアマリンふくしまといった工場以外の施設でも利用されており、清掃やトイレ用水、洗車・散水・噴水などにも活用できます。

それでは、はじめに工業用水ができるまでのお話をしたいと思います。

図1にあるとおり、ダムや河川などの水源地から取水した水は、導水路を通り浄水場へ送られます。浄水場において①着水井ちやくすいせいに貯められた水は、②混和槽にて凝集剤を混和注入し、凝集剤と結合した水の汚濁物を③沈殿池にて分離沈降させ、処理された水は④配水池に貯水された後、配水路を通して工場などへ供給されます。一方、分離した汚濁物は⑤汚泥槽に集められ、濃縮・乾燥された後、処分されます。

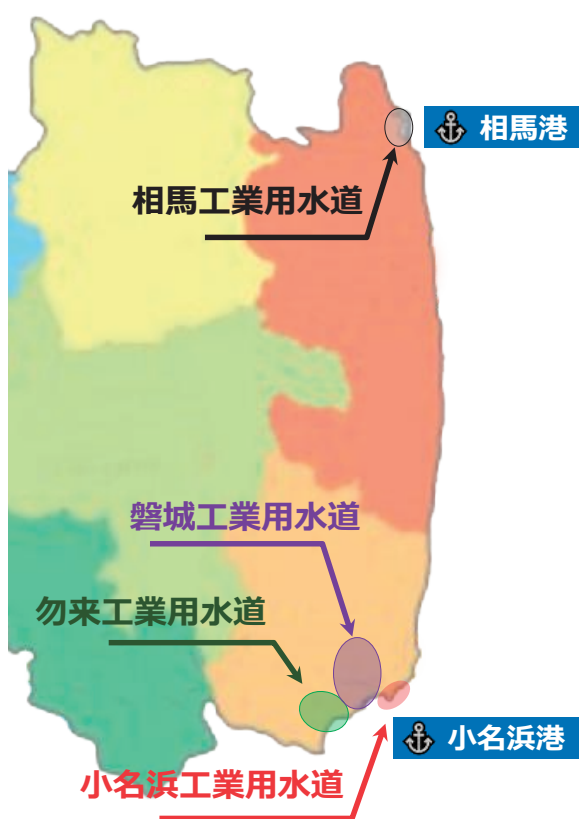
工業用水ができるまで（図1）



県企業局が管理する4つの工業用水道について

次に、当局で所管する工業用水道についてお話をします。

当局では、いわき市において磐城工業用水道、勿来工業用水道、小名浜工業用水道、相馬市・新地町において相馬工業用水道と4つの工業用水道を運営しています（表1参照）。



また、工業用水の給水能力では、合計1,182,700 m³/日で全国第4位、契約給水量では881,196 m³/日で全国第5位の規模となっています。

磐城工業用水道

磐城工業用水道は、昭和37年度からいわき市小名浜地区及び常磐地区に立地する企業に対し工業用水の供給を開始いたしました。その後、小名浜臨海工業団地及び鹿島工業団地の立地企業や既存

企業の工場増設などによる工業用水の需要に対処するため第2期事業が実施されました。

原水と呼ばれる工業用水の元となる水は、高柴ダムから取水し、泉浄水場に送られ、処理された後、化学工業・非鉄金属製造業などの46事業所に給水しています。



泉浄水場

勿来工業用水道

勿来工業用水道は、いわき市勿来地区の立地企業に対し昭和39年度から工業用水の供給を開始いたしました。その後、平成9年度から南台地区の山田インダストリアルパークへの供給を開始いたしました。

原水は、鮫川の表流水をいわき市沼部町の沼部堰から取水し、そのまま化学工業・紙製造業などの5事業所に給水しています。



沼部堰

県企業局の工業用水道の概要（表1）

工業用水道	磐城 工業用水道	勿来工業用水道			小名浜 工業用水道	相馬 工業用水道
		うち勿来	うち南台			
供給開始年度	昭和37年度	—	昭和39年度	平成9年度	昭和44年度	平成4年度
水源	高柴ダム	鮫川 表流水			小名浜港 海水	真野ダム
契約者数	46	5	3	2	4	11
給水能力 (m ³ /日)	233,000	290,000	248,100	41,900	625,000	34,700
契約給水量 (m ³ /日)	183,296	222,100	182,200	39,900	447,800	28,000

小名浜工業用水道

小名浜工業用水道は、小名浜臨海工業地域における新規立地企業や既存企業の工場増設などの需要に対し、工業用水の不足を補うため、昭和44年度から供給を開始いたしました。

原水は、小名浜港内から海水を取水し、貝やフジツボなどの付着防止処理をした後、そのまま非鉄金属製造業・化学工業の4事業所に給水しており、**全国で唯一**、海水を原水として供給している工業用水道です。



真野ダム

相馬工業用水道

相馬工業用水道は、相馬中核工業団地内の立地企業に対し平成4年度から工業用水の供給を開始いたしました。

原水は、飯舘村にある真野ダムから取水し、相馬市にある初野浄水場に送られ、処理された後、発電所や化学工業などの11事業所に給水しています。

持続可能な社会の実現に向けた 当局の取り組みについて

「産業の血液」の安定供給に向けて

これまで工業用水道の仕組みなどをお話ししてきましたが、工業用水は企業の生産活動に必要なものであり、安定的な供給を維持することが、当局の重要な仕事の一つです。

そのため、給水開始から60年近く経過する施設

の維持管理、さらには、近年頻発化・激甚化する自然災害などへの対応のため、AIなどの最新技術を活用しながら、導水管の更新や複線化工事など、施設の強靱化に取り組んでいます。



管路の複線化による既設管との接続

カーボンニュートラルの取り組みについて

泉浄水場があるいわき事業所では、持続可能な社会実現と経営安定のため、照明のLED化や高効率空調設備の更新のほか、太陽光発電設備の設置や省エネルギー効果の高い換気設備への改修を行っており、**県有建築物の改修では初**となる「ニアリーゼブ（Naerly ZEB）」の認証を受けました。

ニアリーゼブとは、自然から直接採取できるエネルギーである一次エネルギーの消費量が75%以上の削減率の場合に認証されるものですが、いわき事業所では79%の削減率となっております。



国土交通省告示に基づく第三者認証において、最高ランクの5つ星を獲得

メールマガジンやインスタグラムについて

当局の取り組みを皆さんに知っていただくため、メールマガジン『福島県企業局ニューズレター〜しずく君の冒険〜』を発行しているほか、インスタグラムを開設し、いわき事業所の施設紹介や行事などについて情報提供しています。

なお、メールマガジンの配信登録およびインスタグラムについては、以下の二次元コードからアクセスしてください。



メールマガジン



インスタグラム

終わりに

皆さんには普段、見たり聞いたりすることがない話でしたが、いかがでしたか。

当局の工業用水は、海水を使ったり、全国から比べても極めて安価であるなどの特徴があり、それらを生かしながら、これからも地域の雇用・経済を支えるため、安全・安定・安価な工業用水の供給に挑戦していきます。

最後まで読んでいただきありがとうございます。

問い合わせ先

福島県企業局 企業総務課

電話：024 (521) 7572

県内経済は、設備投資など一部に改善の兆しがみられるが、全体的に弱含みで推移している。

1. 県内経済動向 (2024年7月の統計資料などを基に取りまとめたものです。)

項目	今月の動向	景況判断	
		変化方向	水準
県内経済の景況	民間設備投資の工事費予定額や公共投資などに改善の兆しがみられる一方、消費動向や雇用動向に弱さがみられ始めている。全体的に弱含みで推移しており、引き続き消費動向などを注視していく必要がある。	→	☁️
消費動向	消費動向は、ドラッグストアは前年比増となったが、百貨店・スーパーとコンビニも合わせた全体では2年11カ月ぶりに前年を下回り、弱さがみられ始めている。一方、乗用車販売台数は、新車と中古車とも前年比増となり、合計で2カ月ぶりに前年を上回った。	→	☁️
公共投資	公共投資は、公共工事前払保証請負金額が2カ月ぶりに前年を下回った。ただし前年同月比で教育委員会の発注工事が66億円減少したが、請負金額は全体として前年同月比△0.4%にとどまった。水準は大きく下回って推移してきたが、大型工事があることで減少幅は縮小傾向にある。	→	☁️☔️
設備投資	民間非居住用建築着工は、棟数、床面積と工事費予定額はいずれも前年を上回った。工事費予定額は、前年同月比で「電気・ガス・熱供給・水道業用」が+88億円、「製造業用」が+23億円と大きく増加したことで、単月で前年同期比91億円の大幅増となった。	↗️	☀️☁️
住宅投資	新設住宅着工戸数は3カ月連続で前年を上回った。利用関係別にみると、「持家」が前年比△17.2%と前年を下回ったが、「貸家」が同+71.1%と前年を上回った。「貸家」は4カ月連続での前年同月比増となった。	→	☁️
生産活動	鉱工業生産指数は、季節調整指数が103.9で前月比+1.3%となった。業種別にみると、前月比上昇が「輸送機械工業」(前月比+7.7%)など11業種に対し、低下が「食料品工業」(同△11.1%)など8業種となり、全体で前月を上回った。	→	☁️
雇用動向	有効求人倍率は季節調整値が1.25倍で前月比+0.01ポイントとなった。「サービス職業従事者」や「建設・採掘従事者」などの職種で求人数が求職者数を大幅に上回っている。雇用保険受給者実人員は前年比+9.9%と10カ月連続で前年を上回っており、1年11カ月ぶりに7千人台となった。	→	☁️

注1: 「変化方向」は前月と比較した現在における景況の変化方向 (↗️: 改善, →: 不変, ↘️: 悪化) を示し、当月と前月における3カ月加重移動平均の前年同期比を比較して判断。

注2: 「水準」は現在における景況の水準を示し、当月の3カ月加重移動平均値と過去5年間の平均値を比較して判断しており、「変化方向」が改善または悪化の場合に、「水準」が必ず変化するわけではない。

なお、公共投資および設備投資は6カ月加重移動平均値による判断。

注3: 「景況判断」は、注1および注2の通り、中長期的な指標を基に判断しているため、「今月の動向」と異なる場合がある。

注4: 鉱工業生産指数は6月データ。

注5: 鉱工業生産指数の季節調整指数、有効求人倍率の季節調整値は、月による稼働日数の違い、正月や年度末の決算などの社会慣習など、季節変動の影響を取り除くことで前月や前々月との比較を可能にしたもの。

(天気図 (水準) の意味)				
晴れ	晴れ一部曇り	曇り	曇り一部雨	雨
良			悪	

電子ブック版では目次記載の全ての記事をご覧いただけます。

