

## 食パン作りをルーティンに

昨年の夏は、「[生命の危機]を感じるほどに太陽光が肌を刺し、ロードバイクでの「出撃」は全面的に見送りました」と言っていた当方ですが、今シーズンは暑熱馴化がうまくいき、長かった夏の間、1回あたり50kmほどの距離を9回乗りました。今回の話題は「食パン作り」です。

この4月より「特別契約教員」なる、週3日勤務のラクな身分になったわけですが、これに伴い、物心両面のゆとりが約5割増しとなりました。今後の人生にとって、この増えたゆとりを何に充てるかが「贅沢な試練」となります。まずはそれを「運動の増量」や「旅行」に充てていますが、その他にもいくつかの(小さな)チャレンジが現在進行中です。その一つとして、食パン作りを最近始めたのです。

当方は、本誌の2015年1月号で「おいしいご飯を食べたい!」というタイトルで書かせていただいた通り、炊飯についてはわりとこだわっています。一方、パンについてはほぼ無頓着で、2011年にHBK-100というホームベーカリー(HB)を購入していたものの、ここ10年あまりは時たまにしか稼働させていない状況でした。しかし、ゆとりができた故に、食パン作りを生活のルーティンにしてみようとお盆の時期にふと思ったのです。そこで早速、材料を取り寄せ、以下の材料を用いて、取扱説明書通りに忠実に焼いてみました。

水180ml、強力粉280g、砂糖20g、塩4g、バター20g、スキムミルク6g、ドライイースト2.4g

久々に焼いた食パンは実においしく、メーカー品からのシフトをする意義は大きいとの判断に至ったのですが、上記材料について、水を牛乳に変え、良い小麦粉を使い、生クリームを多めに投入して、柔らかく仕上げれば、「プレミアム食パン」になるであろうと思いました。そこで、そのようにしてみたところ、数年前に食したそれにまったく劣らないパンが焼きあがったので、大いに感激した次第です。

さて、ならば次は、自分なりの工夫を加えて好みの味を追及していくことです。当方の食パンの主な食し方は、バターやジャムを塗るのではなく、ハムや目玉焼き、ソーセージ、ポテトサラダなどとともに食するスタイルなので、結局は「総菜パン」志向です。しかし、材料の捏ねまでをHBに任せて、その後の工程を自らの手作業で行うのはいかにも手間暇がかかるので、あくまで全工程をHBに任せます。そこで、望ましい材料の添加を自分であれこれ考えて、何度かの試作を重ねました。とりあえず、現在は、以下のような材料を使っています。

濃厚牛乳180ml、強力粉(春よ恋ブレンド)280g、素焚糖20g、オニオンスープの素6g、バター20g、ドライイースト(金サブ)3g、角切りベーコン50g、スモークチーズ25g、ポテトサラダ100g、フライドオニオン10g、その他にしょうが、マヨネーズ、オリーブオイル、粗挽き胡椒をそれぞれ適量

できあがるまでは4時間かかるので、他のこ

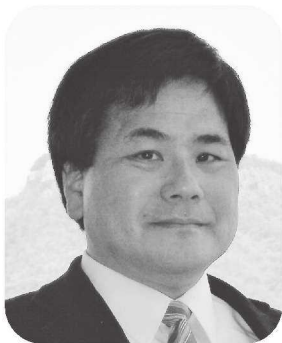
とをしながら放置します。カロリーは、計算したところ、1斤で1,800kcalになりました。1回に1/3を食するので、さほど気にするほどのカロリーではないように思えます(市販の食パンでも400kcalはあります)。また、コスト(材料費のみ)については、1斤で475円(プレミアム食パンは254円)でした。

このようにパンに関心が行くようになった身で、中小のパン業界を見渡してみると、まず思ったのが、「プレミアム食パンFC店舗」の相次ぐ撤退についてでした。店舗での価格設定は1斤が500円前後で、メーカー品に対して相当の高値ですが、材料費が高いことは上の結果により容易に推察できます。それに人件費、水道光熱費の高騰、加えて、家賃及び本部に支払うロイヤリティ(royalty)の負担がある条件下では、ブームが去り、その商圏の狭さにより、購入する人口が限られる地方圏にあっては、やはり撤退は仕方がないことのように思えますね。

メーカー品による菓子パンや惣菜パンについては、やはりコンビニやスーパーなどの店舗での購入に頼らざるを得ません(もちろん、自らがパン製造のスキルを持っていれば買う必要はありませんが)。これらについては、大きな変化は見られないでしょうが。一方、それらの店舗と競争している「町のベーカリー(店舗内に工房を構え、数種類の菓子パンや惣菜パンを製造・販売するパン屋)」は、ここ10年の間に、当方の生活圏内においても5軒以上が創業していて、いずれもコロナ禍を経て、持ち堪えています。のみならず、創意工夫を凝らして、相当な繁盛をしているところもあります。

パン製造・販売業は、他の製造業と比較して、創業のハードルはかなり低い方だと思いますが、それでも初期費用は数百万円以上となり、家族+アルバイト数名の労働形態での毎日のパン製造も重労働であり、特に製造担当の職人さんは、おちおち病気になるていられない状況にあります(その日々の営みについては、渡邊格『田舎のパン屋が見つけた「腐る経済」』(講談社)に詳しいです)。このような状況下で、コンビニやスーパーなどを競争相手にして、地域での商売を立派に継続しているのですから、脱帽という他なく、応援したい気持ちになりますね。

近年は、主食について「コメからパンへのシフト」が当たり前のよう認識されてきたわけですが、この流れが継続すれば、町のベーカリーは比較的安心して商売を維持できるでしょう(もっとも、実際は、コメ消費の減少分の大半は、おかず類の増加によるものですが)。ただし、大半を輸入に依存している小麦粉の安定供給の問題など、先行きは予断を許しません。さらに、うどんをはじめとする麺類や外食産業との競合もあり、考えてみれば、我々消費者のわがままな欲求を叶えるために、(マジメな)食の供給者は、ずいぶんな努力を強いられているものですね。



正岡 利朗

(高松大学経営学部 教授)

Toshiro  
Masaoka

## 「環境変化への対応」に 必要なこと

～『中小企業白書(2024年版)』を読んで～

### VOL.2

プロフィール

桜美林大学リベラルアーツ学群教授 堀 潔

1990年慶應義塾大学大学院商学研究科博士課程単位取得退学。常磐大学専任講師を経て1994年桜美林大学経済学部専任講師。2003年より現職。2021年より副学長。日本中小企業学会常任理事。日本経済政策学会理事。一般社団法人中小企業産学官連携センター代表理事。公益社団法人大原記念労働科学研究所所長。著書に『地域とイノベーションの経営学～アジア・欧州のケース分析～』（桜美林大学ビジネス科学研究所地域イノベーション研究グループ編：中央経済社）『21世紀中小企業のネットワーク組織』（関智宏・中山健編書：同友館）など。



※本稿は全国中小企業団体中央会発行「中小企業と組合」より出典。文中に記してある図表番号や事例番号は「中小企業白書(2024年版)」に掲載されているものであり、本稿ではこれらの掲載は割愛したので、関心のある図表や事例、コラムに関しては、直接、「中小企業白書(2024年版)」

(<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2024/PDF/chusho.html>)での確認をお願いしたい。

### 3. 環境変化に対応する中小企業 （『白書』第2部）

『白書』第2部では、競争力を維持し生産性を引き上げるために中小企業にとって必要なことについて、①人への投資と省力化、②資金調達、③成長のための投資、④中小企業支援機関の果たす役割、の4側面から分析が行われている。以下それぞれについて、要点を紹介していこう。

#### （1）人への投資と省力化（『白書』第2部第1章）

本章では、中小企業が直面する大きな制約要因である人手不足を乗り越えるために、人への投資と省力化投資がどのように行われているかについて述べる。

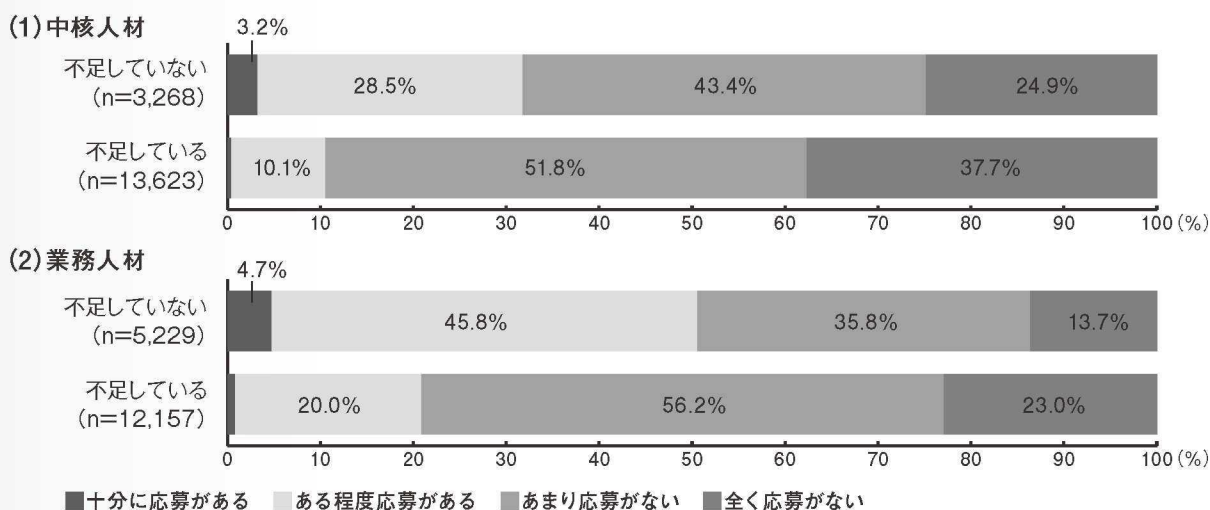
中小企業における人材の確保について考えると、採用に関しては、新卒採用は約4割、中途採用は約8割の企業が「行った」と回答している（『白書』第2-1-4図）。新卒採用、中途採用ともに応募が少ないのが最も大きな悩みではある（『白書』第2-1-8図および第2-1-9図）が、中核人材・業務人材ともに、「不足していない」

企業は、「不足している」企業に比べて、「十分に応募がある」、「ある程度応募がある」と回答している割合が高い（『白書』第2-1-10図）。

どの企業でも程度の差はあれ「採用が難しい」「（採用できても）定着しない」「（定着しないために）育成が難しい」といった問題が存在するが、採用においては自社の製品やサービスを差別化して自社の魅力を高めることが応募を得ることにつながる可能性があることと確認されている（『白書』第2-1-11図）。また、職場環境の整備に取り組むことが従業員の増加につながる可能性があり、こうした取組みが人材確保につながると示唆されている（『白書』第2-1-15図）。育成については、新卒採用・中途採用のいずれにおいても、採用後に人材が定着している企業では長い育成期間が設けられている傾向がある（『白書』第2-1-23図）。また、OJTに加えて、一定程度Off-JTとして資格取得を支援するなど取組みを組み合わせることが有効であると述べられている（『白書』第2-1-24図）。

人材の採用・定着・育成の成功事例として、工

〈第2-1-10図〉 中核人材・業務人材の応募状況(人材の不足状況別)



資料：(株)帝国データバンク「中小企業の経営課題とその解決に向けた取組に関する調査」

- (注) 1. 中核人材の不足状況について、「不足していない」は、「過剰」、「適正」と回答した企業の合計。「不足している」は、「不足」と回答した企業の合計。  
 2. 業務人材の不足状況について、「不足していない」は、「過剰」、「適正」と回答した企業の合計。「不足している」は、「不足」と回答した企業の合計。  
 3. 応募状況について、「分からない」と回答した企業を除く。

業製品のコア機構部の開発と設計、製造を手掛ける二九精密機械工業(株)(京都府京都市)の考え方と取組みは興味深い。同社は「家庭が一番、仕事はその次」という理念のもとで環境づくりを進め、従業員数が10年間で3倍に増加し、新卒の定着率も高い数値を実現している(『白書』事例2-1-1)。

## (2) 中小企業を支える資金調達 (『白書』第2部第2章)

企業が事業展開を行ううえで、資金調達は非常に重要である。中小企業の資金調達手段としては、金融機関からの借入れ(間接金融)が一般的だが、最近では直接金融の手段も充実してきた。本章では、とくに金融機関の役割に焦点を当て、資金供給機能と経営支援機能について分析を行っている。

感染症拡大以降、中小企業向けの貸出残高は増加傾向にある(『白書』第2-2-1図)が、自己資本比率は感染症の拡大以前の水準であり、中小企業の財務の安全性が著しく低下した傾向は見られない(『白書』第2-2-4図)。

また、金融機関が中小企業の成長投資における資金供給において大きな役割を果たしていることが改めて確認された(『白書』第2-2-9図)。金融機関が企業の投資計画の策定に関与することで、投資効果を高める可能性も示唆されている(『白書』第2-2-10図)。

さらに、エクイティ・ファイナンス(直接金融)の活用についても分析が行われている。成長に向けた設備投資のための資金調達方法として最も一般的なのは「金融機関からの借入」であり、設備投資のための資金調達は依然として間接金融が主体であることは変わらない(『白書』第2-2-5図)。エクイティ・ファイナンスの活用により、中小企業にとっては返済不要の資金を確保できる、金融機関からの評価が上がるなどのメリットがあることが確認されており、出資者から経営面や財務面における助言なども受けられるなど、金融機関からの借入れでは得られない要素にも中小企業の期待がある(『白書』第2-2-46図)。

『白書』には、エクイティ・ファイナンスによる大規模な資金調達を実現し、出資者との対

## 中小企業白書 を読む

話による事業計画のブラッシュアップにより成長を実現した(株)大都(大阪府大阪市)や、出資と融資を組み合わせた資金調達により大型の設備投資を実現し業容拡大に取り組んでいるPL ネットワークサービス(株)(埼玉県吉川市)の事例が掲載されており、興味深い。

### (3) 中小企業の成長(『白書』第2部第3章)

中小企業の経営方針と投資意欲は2020年から2023年に変化してきている。「成長に向けて新たな需要を獲得するための行動をするべき」、「付加価値を高めるための行動をするべき」と考える企業が増え、足元で中小企業の投資意欲は高まっている(『白書』第2-3-1図)。

具体的な取組みとしては、設備投資、他社の買収(M&A)、イノベーション活動、新たな市場の獲得を目指した海外展開が挙げられている。とくに海外展開については、国内市場の縮小に対応するために外需の獲得が重要であるが、海外展開を実施している企業は全体の1割程度にとどまっている(『白書』第2-3-52図)。海外展開は、事業規模や業種によっては黒字化までに時間がかかる場合がある(『白書』第2-3-56図)ので、事前準備や支援機関の活用が期待される(『白書』第2-3-57図)。

### (4) 中小企業・小規模事業者を支える支援機関(『白書』第2部第4章)

今回の『白書』で特筆すべきは、商工会、商工会議所、よろず支援拠点、金融機関、税・法務関係士業、中小企業診断士、コンサルタント等の認定経営革新等支援機関等の「中小企業支援機関」について、その現状と課題、支援体制の強化について分析が行われていることである。

これまで事例等で取り上げられることはあったが、今回のような有効回答数が2,000以上と

なるアンケート調査の実施結果が紹介されることは珍しく、さまざまな観点から参考になるものと思われる。

小規模事業者の8割以上が支援機関を活用しており(『白書』第2-4-3図)、とくに同一市区町村の商工会・商工会議所や金融機関を頼りにする企業が多い(『白書』第2-4-2図)。支援機関の利用により売上や営業利益などの業績向上が見られる(『白書』第2-4-4図)が、支援機関自身も人手不足やノウハウ不足に悩んでおり、業務負担の増加が報告されている(『白書』第2-4-6図)。また、相談内容が多様化し、支援機関が適切に対応できる人材が不足している場合もある(『白書』第2-4-9図)。そのため、相談員の支援能力向上に向けた取組みの実施(『白書』第2-4-11図)とともに、事業者の相談内容の専門性や課題解決の難易度に応じて、支援機関同士の連携を進める必要があると指摘されている(『白書』第2-4-13図)。具体的な事例として、「支援能力向上と支援機関同士の連携を図り、多様な課題に対応する支援機関」として紹介されている石川方部商工会広域連携協議会(福島県石川町)の取組み(『白書』事例2-4-1)や、「外部機関の支援を受けながら、経営指導員の支援能力を高めている支援機関」として紹介されている土浦商工会議所(茨城県土浦市)の取組み(『白書』事例2-4-2)は参考になる。

近年、支援機関による中小企業支援は伴走型支援が一般的になっており(『白書』第2-4-20図)、長期にわたって経営課題に対応することが求められている。中小企業庁も「経営力再構築伴走支援」について、全国の支援機関への普及・推進を図っている(『白書』コラム2-4-1)。

来月号に続く

11月号はまとめに代えてとして「変化」が「日常」となる時代に生きる」について掲載予定です。

中央会だより

## 外国人技能実習制度適正化事業 適正化講習会を開催

本会は9月19日、ホテルパールガーデン(高松市)において、外国人技能実習生受入事業の適正な運営を図ることを目的に講習会を開催、組合関係者ら約70名の出席がありました。

始めに、外国人技能実習機構高松事務所認定課・柏原昭紀氏を講師にお迎えし、「技能実習制度運用要領の改正について」、具体的な事例を踏まえながら説明をいただきました。

続いて、同事務所指導課・畝木秀幸氏より、「監理団体における定期監査のポイントについて」をテーマに、監理団体(組合)が実習実施機関(組合員企業)を監査する際に確認するポイント等について説明があり、出席者は熱心に耳を傾けていました。



▲講習会の様子

会員ニュース

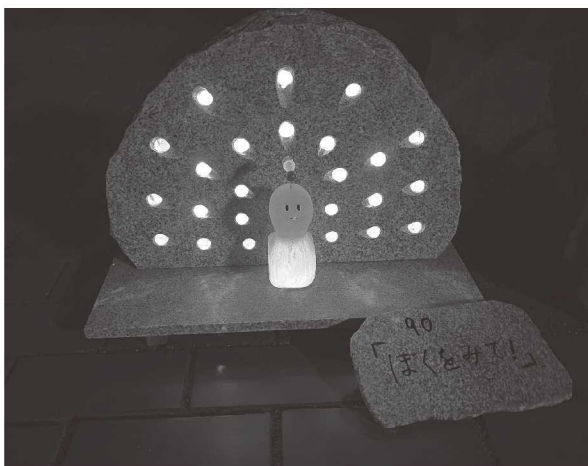
## 「むれ源平石あかりロード2024」開催

讃岐石材加工協同組合

高松市牟礼町の旧庵治街道沿いにて、個性的な「石あかり」で町並みを彩る「むれ源平石あかりロード2024」が8月24日(土)～9月7日(土)の期間で開催されました。

本催しは、2005年から始まり、今年で20年目の節目を迎えました。源平史跡と庵治石のコラボレーションで庵治石材産地振興と観光活性化につなげることを目的としています。今年も琴平電気鉄道八栗駅から源平史跡「駒立岩」までの約1キロの間に約150点の石あかりを設置し、5年ぶりに竹あかり等の企画展示コーナーを開設しました。

期間中多くの来場者が訪れ、幻想的で魅力あふれる石あかりロードを楽しんでいました。



▲石あかりロードの様子①



▲石あかりロードの様子②

## FROM青年部

## 青年部研究会を開催 香川県自動車車体整備協同組合青年部会

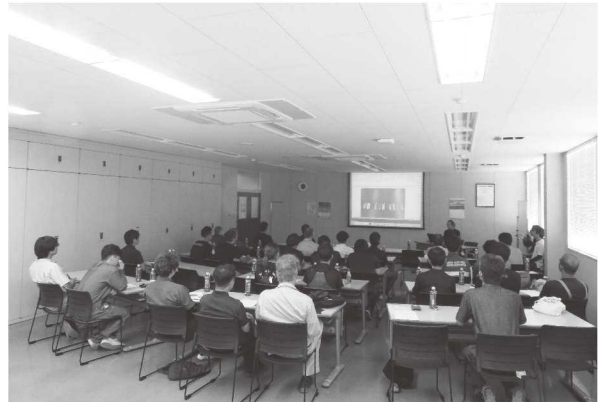
9月8日、日本ペイント株式会社 四国支店(綾歌郡宇多津町)において香川県自動車車体整備協同組合青年部会が研究会を開催しました。

本研修は、「効率的なマスキング&ボカシ塗装を極める」をテーマに、約30名の参加がありました。

有限会社 三和自動車・鈴木哲也氏、なか板金・中村冬樹氏、有限会社 曲山自動車工業・曲山勝浩氏を講師にお招きし、1人1人の生産性・技術の向上を目的とした効率的なマスキングやボカシ塗装の方法についての講話・実演がありました。自動車整備業界は、現在人手不足が深刻化しており、今後業務の効率化・生産性や技術の向上は重要であるため、出席者は熱心に受講していました。



▲金森青年部会長



▲研究会の様子

働く皆様に安心を。

**中退共** で退職金。  
CHU-TAI-KYO

「中退共」は中小企業のための  
国の退職金制度です。

## ① 国の退職金制度!

掛金の一部を国が助成します。

## ② 外部積立型でラクラク管理!

管理や運用の手間がかかりません。

## ③ 掛金は全額非課税でオトク!

節税に加え、手数料もかかりません。

- パートタイマーさんもお加入いただけます。
- 他の退職金・企業年金制度等との資産移換も可能です。



詳しくはホームページ  
をご覧ください。

独立行政法人勤労者退職金共済機構 中小企業退職金共済事業本部 TEL(03)6907-1234 FAX(03)5955-8211

# BOOK RANKING

県内ベストセラー



順位	書名	著者	出版社/定価
1	世界一簡単! 70歳からのスマホの使いこなし術	増田由紀	アスコム/1,650円
2	成瀬は天下を取りに行く	宮島未奈	新潮社/1,705円
3	穢れた聖地巡礼について	背筋	KADOKAWA/1,430円
4	口に関するアンケート	背筋	ポプラ社/605円
5	もうじきたべられるぼく	はせがわゆうじ	中央公論新社/1,540円

香川県書店商業組合調べ

## 商工中金だより

お客様のライフステージごとの経営課題に着目し、特に商工中金として事業性評価能力を向上し、積極的に強化していく3つの分野(カテゴリーS・E・T)を「差別化分野」と位置付けました。お客様の企業価値向上とともに、商工中金自身の長期的な収益基盤拡大や適切なリスクテイクを通じた持続的成長のため、今後、積極的に対応力向上を図っていく分野です。

### Startup (スタートアップ支援)

スタートアップ特有の課題を踏まえた  
一気通貫のサポート

- ▶ファイナンスを中心とする適切なリスクテイク
- ▶メザンファイナンス、外部アライアンスの活用
- ▶ビジネスマッチングを通じたセールスサポートの強化

### Esg (サステナブル経営支援)

“SPEED”の視点\*を活用した  
事業性評価やお客様支援を推進

- ▶CO2排出量削減コンサルティング等、サービス拡充
- ▶従業員エンゲージメント向上、BCP策定支援等
- ▶中小企業組合、関係会社等との連携

\*商工中金が独自に定めた、組織・職員のサステナビリティに対する取組みの基本的な視点。  
SPEED・・・Sustainability, Productivity, Empathy, Ecology, Digitalの頭文字

### TurnAround (事業再生支援)

専門性向上と対応力の底上げにより、  
事業再生のトップブランドを構築

- ▶経営危機の未然防止と危機状態からの脱却支援
- ▶多様なキャリアを持つ専門チームによる高度な支援
- ▶人的資本の充実に向けたサポート強化

(お客様ライフステージ)



#### 本業支援

事業性評価を起点とした本業支援

- ビジネスマッチング ○海外展開支援 ○事業承継 ○M&A 等

#### 金融支援

お客様支援の基本となる金融支援

- 資金繰り対策融資 ○セーフティネット機能の発揮 ○財務構築改革支援
- 成長投資支援 等

なお、詳細につきましては、商工中金高松支店までお問い合わせください。

【お問い合わせ先】

株式会社商工組合中央金庫  
高松支店

〒760-0052 高松市瓦町 1-3-8

TEL.087-821-6145

FAX.087-851-6074

## 日本政策金融公庫だより

新型コロナウイルス感染症の影響により、一時的に業況悪化を来しているみなさまを対象とした「新型コロナウイルス感染症特別貸付」を取り扱っております。くわしくは、支店の窓口までお問い合わせください。

### ○新型コロナウイルス感染症特別貸付の概要

ご利用 いただける方	新型コロナウイルス感染症の影響を受け、一時的な業況悪化を来している方であって、次の1から3のいずれかに該当し、かつ中長期的に業況が回復し、発展することが見込まれる方 1.最近1か月間の売上高または過去6か月(最近1か月を含みます。)の平均売上高が前6年のいずれかの年の同期と比較して5%以上減少している方 2.業歴3か月以上1年1か月未満の場合等は、最近1か月間の売上高または過去6か月(最近1か月を含みます。)の平均売上高(業歴6か月未満の場合は、開業から最近1か月までの平均売上高)が次のいずれかと比較して5%以上減少している方 (1)過去3か月(最近1か月を含みます。)の平均売上高 (2)令和元年12月の売上高 (3)令和元年10月から12月の平均売上高 3.債務負担が重くなっている方(注1)	
お使いみち	新型コロナウイルス感染症の影響に伴う社会的要因等により必要とする運転資金	
融資限度額 (いずれも別枠)	国民生活事業	8,000万円
	中小企業事業	6億円
ご返済期間 (うち据置期間)	運転資金20年以内(うち据置期間5年以内)	
利率(年) (注2)	国民生活事業	基準利率
	中小企業事業	基準利率
担保	無担保	

(注1)一定の要件を満たす必要があります。要件の詳細は、お近くの支店にお問い合わせください。

(注2)基準利率は、災害発生時の融資制度に適用される利率(融資期間に応じた所定の利率)が適用されます。主な貸付利率は日本公庫HPをご覧ください。

〈支店窓口〉株式会社 日本政策金融公庫 高松支店

URL : <http://www.jfc.go.jp>

〒760-0023 高松市寿町 2-2-7 いちご高松ビル 2・3階

国民生活事業 (2階) Tel.0570-085-298 Fax.087-822-9274

中小企業事業 (3階) Tel.087-851-9141 Fax.087-822-1423

農林水産事業 (3階) Tel.087-851-2880 Fax.087-822-7350





# お盆休みや夏休み期間中に人流が増加したが需要の減少やコスト高が続き、また人手不足・人材確保の問題が、多くの業種で収益力の足かせとなっている。

2024年8月

製造業	食料品 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活況になりつつあるなか、飲食業で今一番の課題はお米の価格安定である。一気に1.4~1.6倍に値上がりというのは、材料調達資金の面で、お客様への通知から、値上げまでの準備期間が十分でな過ぎる。政府介入を大いに期待したい。(惣菜)</li> <li>● 猛暑が続き、そうめん類をはじめ麺類の販売は好調に推移した。(製粉製麺)</li> <li>● 組合員の出荷量推移は前月対比119.3%、前年同月対比で105.4%(7月分)であった。(調理食品)</li> <li>● 日本冷凍食品協会による6月の冷凍食品生産数量は昨対104.6%となり、直前3ヶ月は前年比100%前後の実績が交互になっている。カテゴリ別ではフライ揚げ物類が96.6%、フライ類以外の調理食品が106.1%、菓子類が122.2%となり、フライ揚げ物類のみ前年を下回った。業態別では市販用は106.8%、業務用が100.8%となり、両業態で前年をクリアした。また、令和6年度における香川県の地域別最低賃金は52円UPの970円で決定した。過去最高の引き上げ幅に対してどうしていくのか、企業の努力が問われてくる。(冷凍食品)</li> <li>● 約10年ぶりに組合員が1名増加する予定である。(手延素麺)</li> </ul>
	繊維工業 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 8月は、昨年から2年連続の史上最高気温となった。街ではUVカット。暑さ凌ぎには日傘がマストアイテムとなりつつあり、UVカットの手袋は一定の需要はあるものの、手袋を飛ばしていきなり傘という市場の流れに加速しているようである。今後も続きそうな暑い夏場にマッチする商品の開発が課題となりそうである。(手袋)</li> </ul>
	木材・木製品 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 為替市場の乱高下後、ある程度の落ち着きは感じるが9月より様々な食品、資材の値上げによる一層の物価高に、家具業界は消費マインド低迷に警戒感が強く、さらに厳しさを増すと予測している。(家具)</li> <li>● 新築物件の低迷に伴い、需給のバランスが悪化し供給過多の状態となっている。国産材製品の在庫量が増えて製品価格に影響がでており、値下げ傾向にある。(製材)</li> <li>● 諸物価高騰なども影響していると考えられる住宅着工戸数の減少、継続している住宅建築に占める木材の使用割合の減少など業況は厳しいまま推移している。(木材)</li> </ul>
	印刷 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 8月は例年閑散期だが今年は特に動きが悪く、例年以上に売上げ減となっている。</li> </ul>
	窯業・土石製品 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 今年度の需要が前年比で2~3割程度減少しており、年度を通じた傾向になりつつあり、懸念される。(生コン)</li> <li>● 多くの組合員にとって厳しい8月となった。組合自体も連動して同様の状況となっている。(石材加工)</li> </ul>
	鉄鋼・金属製品 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 先月同様、受注、生産共に低調である。(鋳物)</li> <li>● 一部で受注状況が改善している組合員もいるが、悪化している組合員もいる。総じて受注状況は改善しているが、材料費や燃料代の上昇が頻繁に起きているため、収益は全体として悪化してきているように思える。(鉄鋼)</li> <li>● 昨年県内見積りは少ない状況が続いており、8月度も県内物件は少なく商社・鋼材店からの依頼物件で工場稼働率を確保している状況が続いている。反面、延期物件を再開しているFABもあるが全体的には低迷している。今後もこの状態が続くと予想される。(建設用金属)</li> </ul>
	輸送用機器 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 前月同様に安定操業が続いている。業況に変化はない。(造船)</li> </ul>
その他 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 業界全般として、受注数は増加していると予想される。(団扇)</li> <li>● 台風と異常気象の猛暑のため消費者の購買欲が低下し、売上は減少している。(漆器)</li> <li>● ネット販売と従来のふとんの打ち直しが低調である。業務用は例年通りに推移している。(綿寝具)</li> </ul>	
非製造業	小売業 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 夏野菜は順調だったが、果物の高値が続く秋の果物まで高値が続く予測である。(青果物)</li> <li>● お盆の販売量は期待したほどではなかった。地震情報に係る影響があったとも考えられる。激変緩和措置の出口戦略のソフトランディングへ向け、秋頃に何らかの情報があると思われるので、注視が必要である。県外安売り業者や元売り直営SS等の影響により、周辺地域SSの収益を圧迫している。(石油)</li> <li>● 残暑厳しく、盆過ぎてもエアコンの売り上げは継続していた。テレビのオリンピック効果はなかった。毎年6月末に組合賦課金の徴収連絡をしているが、連絡後に脱退者が必ず出てくる。(電機)</li> </ul>
	商店街 	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 8月は酷暑とコロナ感染症11波でスタートした上に、大きな地震も重なった。上旬は高齢者を中心に出控える人も多かった印象ではあるが、それを補う形でインバウンド客が増えたため、ひと月を通して商店街全体の通行量は昨年を超えている。中旬に起きた日向灘沖の地震は更なる巨大地震にもつながる可能性を気象庁が発表したため、西日本の観光地や宿泊関連施設は一部ダメージが出たところもあると聞けが、商店街では直接のダメージはなかった。また、下旬には天候不良やのろのろと移動する台風が月末の週末に日本を縦断していったことで、来街客は極端に減り、休業や営業時間短縮を余儀なくされた店もあり、一部店舗ではダメージが出るようになった。相変わらず、売上の柱は高額品需要であるが、サービス系、非物販(エステ、クリニック、ジム等)の売上は底堅く、今春の賃上げや定額減税の僅かながらの効果も含まれると思われる。ただ、多くの消費者は留まるところを知らない物価高騰や一旦の電気代への政府の補助金切れ等により、生活に対する先行き不安を拭うことができず、財布のヒモが固くならざるを得ないことも継続中で、消費環境に明るい兆しが見えそうとはならないのも現状である。残暑が長いとの予報もあり、なかなか秋物の立ち上がり時期に大きな売上を望めそうにもないが、しっかりと商品や店舗の特徴をお客様にアプローチ(SNSを含め)していく他にない。商店街として夏のイベント(高松まつり、ビアガーデン等)への協力は惜しまないが、内容見直しの時期でもあろうと考える。(高松市①)</li> <li>● 猛暑日が続くことと月末に台風がくるなど、天候に左右され人出が少なかったように思える。香港・台湾・中国他インバウンド客が多かったことや商品の値上げで少々売上が増えたように感じた。(高松市②)</li> </ul>



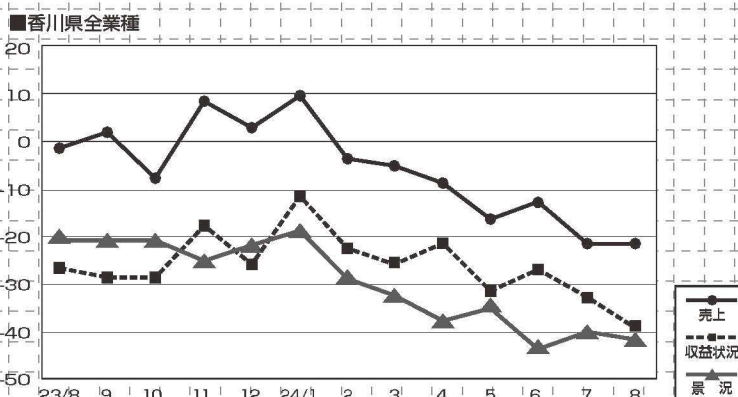
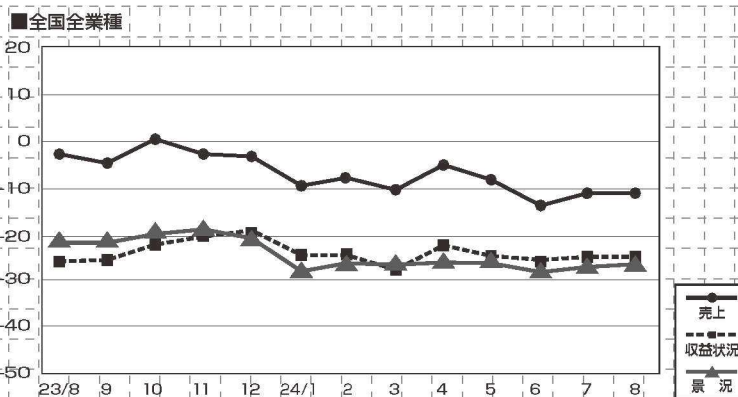
8月の県内景況は、前年同月と比べて売上高DI値は-20、8ポイントで前月調査と同値となり横ばい、収益DI値は-39、6ポイントで前月調査の-33、3ポイントから6、3ポイントの悪化、景況DI値は-41、7ポイントで-39、6ポイントから2、1ポイントの悪化となった。

非製造業	 <p>●以前報告したように、パン屋がなくなった。その上薬店が閉店するとの噂があり、商店街に薬店もなくなる可能性がある。この暑さで客足はさっぱり減り、夏の行事がテーマパークでの開催となった影響も感じる。(丸亀市①) ●7月に続く異常な高温で、人通りの一層の減少を感じた。8月8日から一週間出された「南海トラフ地震臨時情報」も不安感を広めた。8月29日～31日にかけての台風10号接近による、公共交通機関のストップ・各施設の臨時休館・イベントの中止も、地元生活者や観光客など幅広い層に悪影響を及ぼし、消費が冷え込んでいる中での追加の打撃になった。(丸亀市②) ●猛暑に加えて停滞台風、更に南海トラフ地震臨時情報による行動自粛とオリンピックニュースの慌たがしさによってあつという間の8月であった。8月中に4～5回ファミリーレストランに寄ったが、たいした混雑は見られなかった。少子化の現れなのか、ショッピングセンターでも子供の数が少ない、声あまり聞こえない気がする。(観音寺市)</p>
	 <p>●8月は例年売上が減少する時期であり、下半期の受注案件の営業努力をする。人材育成が深刻であり、様々な手法を試しているが雇用が困難である。(トイスプレイ) ●この異常な高温の下、ほとんどのホテルにおいて電気料金が過去最高を記録した。当ホテルでも、例年の1.7倍となった。また、業務用の契約施設が多く、電気代について30分毎の平均使用電力の最大値が、向こう1年の固定基礎電気代となるデマンド料金制のため、その対応に各社苦戦したと聞き及んでいる。その他には人手不足により、清掃の外注先、リネンの単価、食材の度重なる値上げで、宿泊単価を上げて何とか対応するのに、各社苦慮した。その一方でダイナミックプライシングで日々同業他社の宿泊単価を横目に如何に販売数と単価の調整を取るか大変であった。9月以降は新規ホテルのオープンが控えており、民泊との競合も相俟って価格競争の熾烈化が予想される。来年春の県立アリーナの工事の方の宿泊も終わりかけ、年末から少しの間予約の伸び悩みが予想される。(旅館) ●新紙幣の発行がSNS等で話題になっているが、一方で各方面でキャッシュレス決済の取組が広がっている。美容業界でも多店舗経営者や若手経営者などからカード決済からPayPayなどのデジタル決済が広まりつつある。消費者の中でも現金を持ち歩かないキャッシュレス派が増えてきていることから、将来はスマートフォンが財布代わりになる時代が近いと思われる。(美容)</p>
	 <p>●相変わらず原材料価格等高騰など、コスト負担増の景況は大きい。また、慣例的に約束手形を使用している所も一定数あると思われるが、11月から約束手形の支払時期短縮となることを踏まえて、支払う側はこれまで以上に資金繰りを分析、改善していく必要がある。受け取る側のメリットもあるが、継続的に現状を注視していく必要がある。(総合建設)</p>
	 <p>●令和6年7月の輸送実績は対前年同月比で営業収入105.1%、輸送人員は104%と増加した。(タクシー) ●令和6年7月分高速道路通行料金利用額の対前年同月比は7.2%増となり、対前月比では6.0%増となった。また、7月分利用車両数の対前年同月比は8.9%増となった。(トラック) ●公益財団法人日本トラック協会が8月20日に発表したトラック運送業界の景況感(令和6年4月～6月期)によると、業界の景況感、今期は運賃・料金の水準は改善基調にあるものの、燃料高・物価高等に対するコスト転嫁の進捗が遅れていることを背景に、業界の景況感▲31.4(前回▲26.1)と5.3ポイント悪化した。来期の見通しは、事業環境の不透明感を背景に、▲41.3ポイント(今回▲31.4)と9.9ポイント悪化の見込みである。(貨物)</p>

香川県内の業種別DI値の変化(対前年同月比)

	売上高	収益状況	業界の景況	
製造業	食料品	☀️	☺️	☺️
	繊維工業	☔️	☔️	☔️
	木材・木製品	☔️	☔️	☔️
	印刷	☔️	☔️	☔️
	窯業・土石製品	☔️	☔️	☔️
	鉄鋼・金属製品	☔️	☔️	☔️
	輸送用機器	☀️	☺️	☺️
	その他	☔️	☔️	☔️
非製造業	卸売業	☔️	☺️	☔️
	小売業	☔️	☺️	☔️
	商店街	☺️	☔️	☔️
	サービス業	☔️	☔️	☔️
	建設業	☔️	☔️	☔️
	運輸業	☀️	☀️	☔️
その他	☺️	☺️	☺️	

DI値の推移(対前年同月比)



※集計結果の詳細は、本会ホームページ上でご覧になれます。  
<http://www.chukai-kagawa.or.jp/>