

# 四国経済の現状について

(全国財務局長会議資料)




I. 最近の四国財務局管内の経済情勢

II. 地域企業における従業員確保の動向について

令和4年4月27日




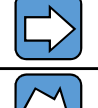
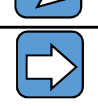
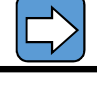

四 国 財 務 局

# I. 最近の四国財務局管内の経済情勢

	前回（4年1月判断）	今回（4年4月判断）	前回比較	総括判断の要点
総括判断	新型コロナウイルス感染症の影響がみられるものの、持ち直しつつある （5期ぶり上方修正）	新型コロナウイルス感染症の影響がみられるなか、持ち直しに向けたテンポが緩やかになっている （2期ぶり下方修正）		個人消費は、スーパーが堅調であるものの、コンビニエンスストアが持ち直しに向けたテンポが緩やかになっており、観光等が弱い動きとなっていることから、全体としては、感染症の影響により、持ち直しに向けたテンポが緩やかになっている。生産活動は、輸送機械で弱含んでおり、電気機械、汎用・生産用機械で持ち直しのテンポが緩やかになっていることから、全体としては持ち直しのテンポが緩やかになっている。雇用情勢は、感染症の影響がみられるものの、持ち直しつつある。

〔先行き〕

先行きについては、感染対策に万全を期し、経済社会活動が正常化に向かう中で、各種政策の効果や海外経済の改善もあって、持ち直していくことが期待される。ただし、ウクライナ情勢等による不透明感がみられる中で、原材料価格の上昇や供給面での制約等による下振れリスクに十分注意する必要がある。また、感染症による影響を注視する必要がある。

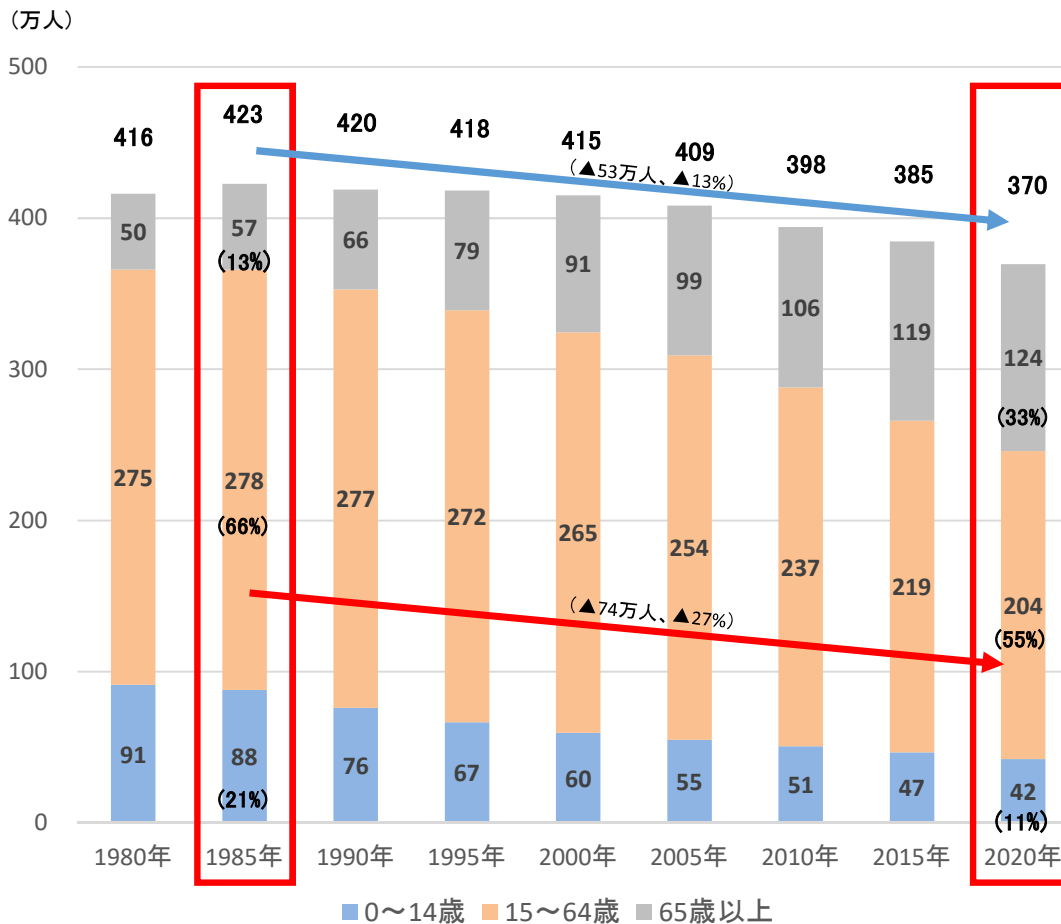
	前回（4年1月判断）	今回（4年4月判断）	前回比較
個人消費	感染症の影響がみられるものの、持ち直しつつある	感染症の影響により、持ち直しに向けたテンポが緩やかになっている	
生産活動	持ち直しのテンポが緩やかになっている	持ち直しのテンポが緩やかになっている	
雇用情勢	感染症の影響がみられるものの、緩やかに持ち直しつつある	感染症の影響がみられるものの、持ち直しつつある	
公共事業	前年度を下回っている	前年度を下回っている	
住宅建設	前年を上回っている	前年を下回っている	
設備投資	3年度は前年度を上回る見込み	3年度は前年度を上回る見込み	
企業収益	3年度は増益見込み	3年度は増益見込み	

※ 4年4月判断は、前回1月判断以降、4月に入ってから足下の状況までを含めた期間で判断している。

## Ⅱ. 地域企業における従業員確保の動向について

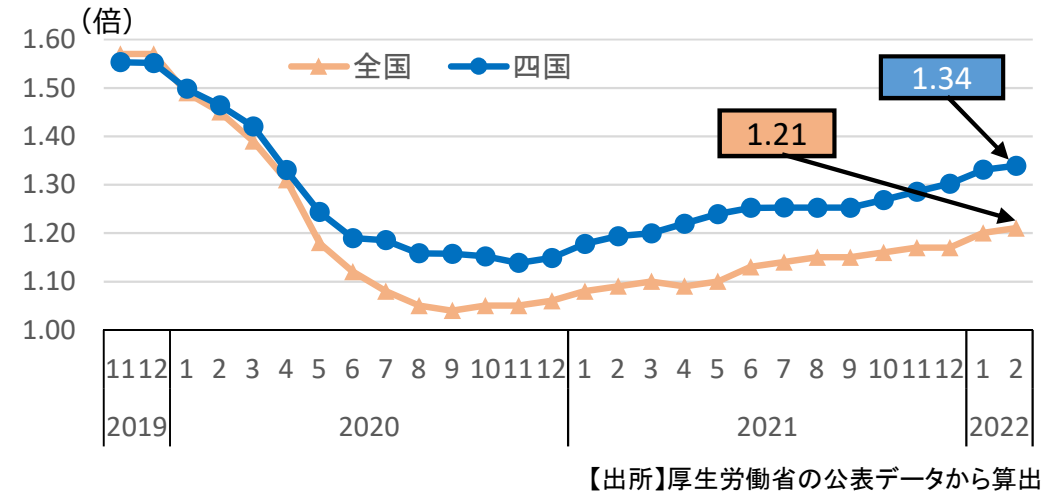
- 四国の人口は1985年の423万人をピークに減少を続け、2020年には370万人（▲53万人、▲13%）まで減少。少子・高齢化が進んでおり、生産年齢人口（15～64歳）は、278万人から204万人（▲74万人、▲27%）に減少。
- 有効求人倍率をみると、2020年1月以降、低下していたが、2020年11月（1.14倍）を底に上昇に転じ、2022年2月は1.34倍となっており、コロナ禍以降、全国よりも高い水準で推移している。

### ○ 年齢構成別の人口推移（四国計）

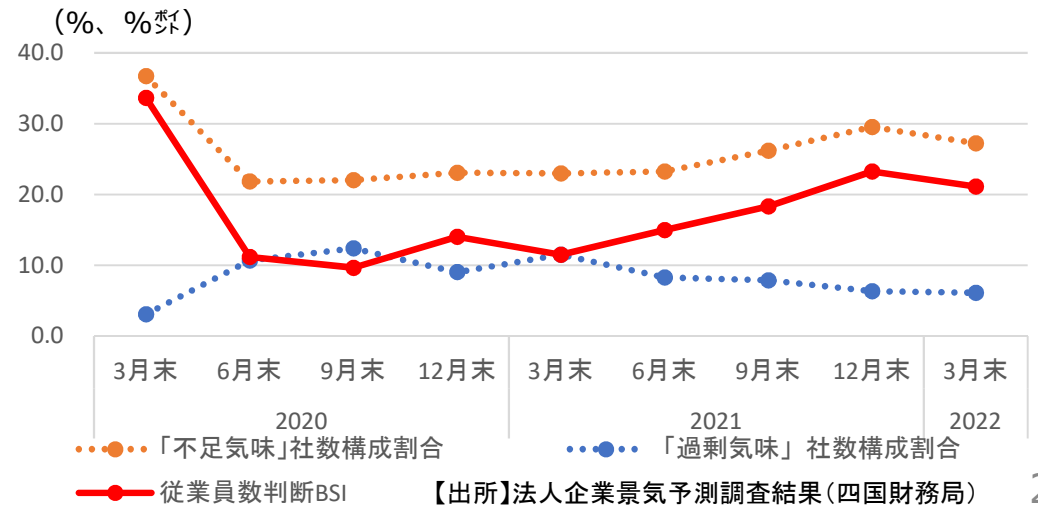


【出所】総務省統計局「国勢調査」  
総人口は年齢不詳含むため、年齢別の内訳の合計と一致しない。

### ○ 有効求人倍率の推移



### ○ 従業員数判断BSIの推移

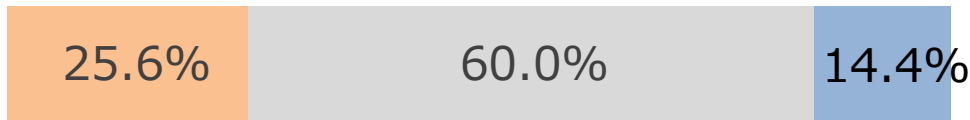


## Ⅱ. 地域企業における従業員確保の動向について

- コロナ禍前と比較した従業員の過不足感については、「変化なし」との回答が6割を占め、「人手不足感が強まった（過剰感が弱まった）」と回答した割合が、「人手不足感が弱まった（過剰感が強まった）」と回答した割合を上回った。
- 受注の増加や外国人実習生の減少から人手不足感が強まったとの声が聞かれた一方で、宿泊業などで新型コロナの影響により過剰感が強まったとの声が聞かれた。

### 1. コロナ禍前と比較した従業員の過不足感

- ①人手不足感が強まった（過剰感が弱まった）
- ②変化なし
- ③人手不足感が弱まった（過剰感が強まった）



#### 【業種別】



（注）回答社数：90社（製造業58社、非製造業32社）  
結果数値（%）は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合がある。

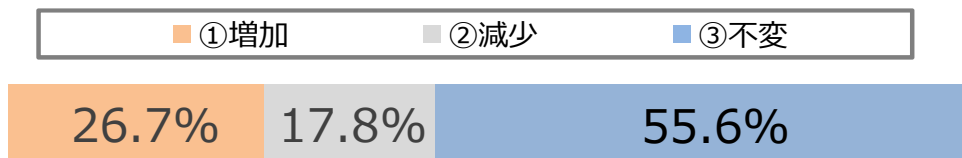
#### 【企業の声】

①	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ コロナ禍以降、取引先で在庫を多めに持つ動きがあり、受注が増加しており、人手不足感が強まっている。【情報通信機械】</li> <li>➢ 建築需要の戻りから受注が増加しており、人員の募集を行っているが補充しきれていない。【木材・木製品】</li> <li>➢ 外国人実習生の新規受け入れが厳しく、人手不足感が強まっている。【その他の輸送用機械】</li> <li>➢ 消毒作業など感染症予防に伴う業務が増え、人手不足感が強まっている。【小売】</li> </ul>
②	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ コロナ禍以前から慢性的な人員不足が続いている。【パルプ・紙】</li> <li>➢ コロナ禍でも一定の採用者を確保できているため過不足感はない。【化学】</li> </ul>
③	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 旅行需要が大幅に減少し、過剰感が強まっている。【生活関連サービス】</li> <li>➢ 宿泊者数の減少により過剰感が強まっている。【宿泊業】</li> <li>➢ コロナ禍前と比べアルバイトの応募が増加している。感染症の影響を受けている業種からの応募がみられる。【小売】</li> </ul>

## II. 地域企業における従業員確保の動向について

- 近年（足下3年程度）の正規雇用の従業員数について、「増加」したとの回答が約3割となった。
- 従業員の増加要因は、生産増強や販売強化など「既存事業の拡大」との回答が最も多い。非正規雇用から正規雇用への転換や将来的な人員不足を見据えて新規採用を進めている企業もみられた。
- 従業員の減少要因は、「高齢化に伴う退職者の増加」、「自己都合退職の増加」との回答が最も多い。

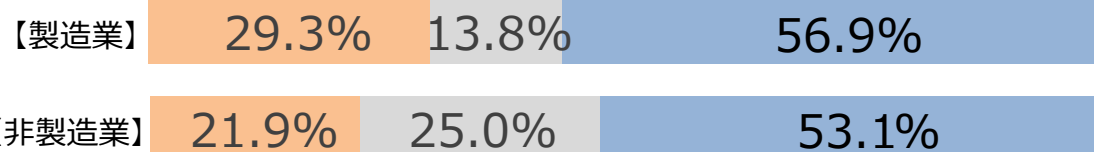
### 2. 近年（足下3年程度）の正規雇用の従業員数



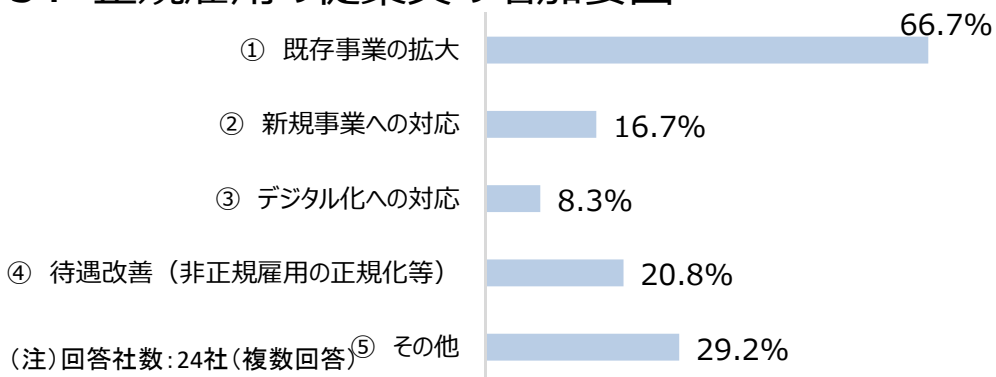
(注)回答社数:90社(製造業58社、非製造業32社)

結果数値(%)は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合がある。

#### 【業種別】



### 3. 正規雇用の従業員の増加要因

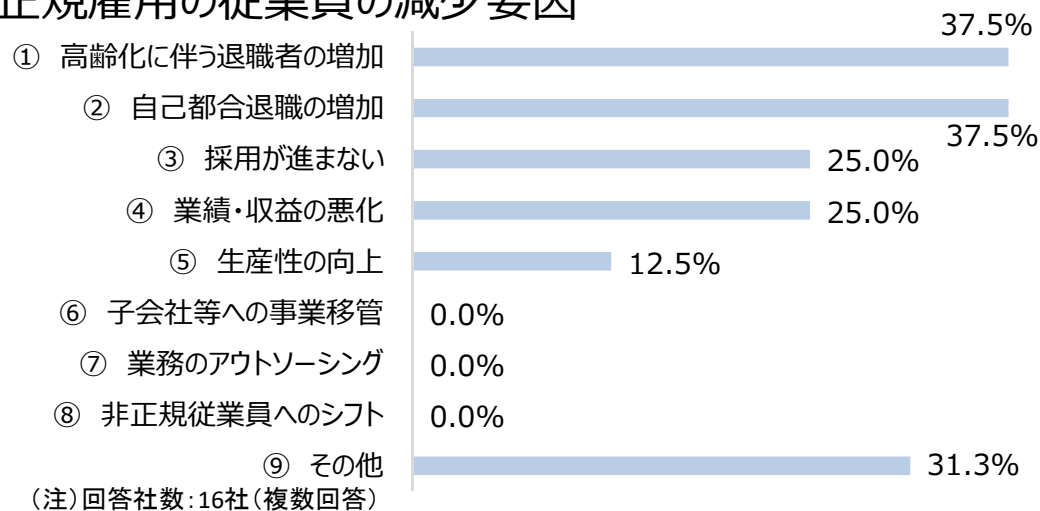


(注)回答社数:24社(複数回答)

#### 【企業の声】

- 生産増強のための工場新設による従業員の増加。【その他の製造】
- 国内外への販売強化のための営業員、工場の自動化（省力化）のためのシステム開発要員などを増員。【はん用機械】
- 従業員の高齢化が進んでおり、将来を見据えて新卒を中心に採用を進めている。【建設業】
- 働き方改革による時間外労働削減のために人員を増加。【食料品】
- 契約社員から正社員の転換を進めている。【小売】

### 4. 正規雇用の従業員の減少要因



(注)回答社数:16社(複数回答)

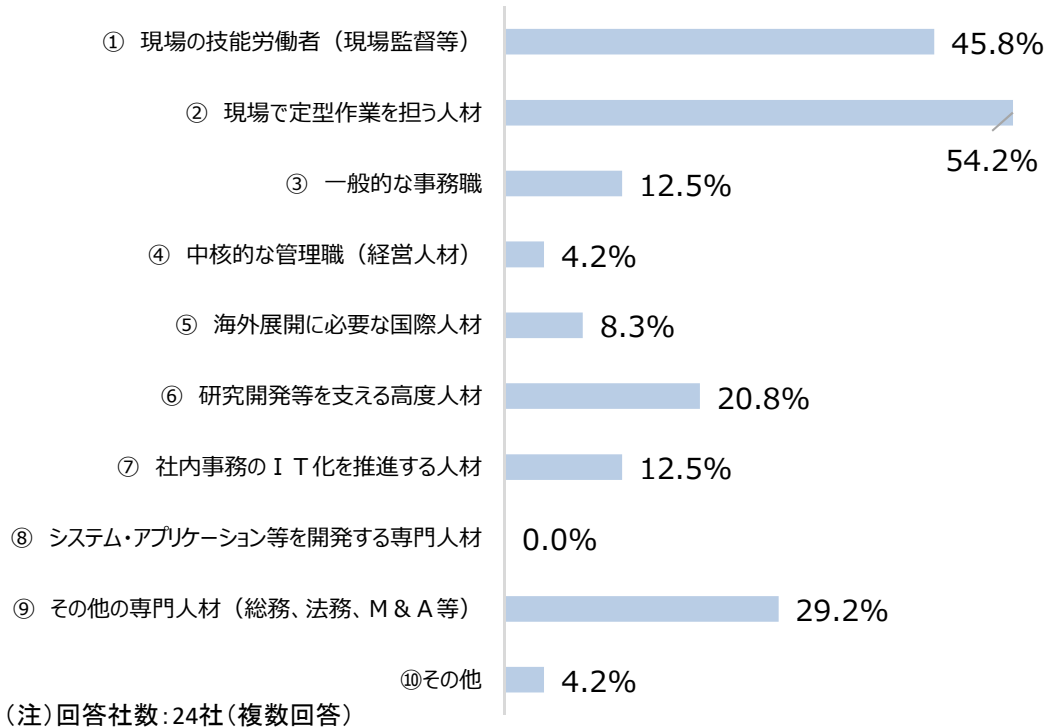
#### 【企業の声】

- 工場の従事者について、募集をかけても若手が集まらない。【パルプ・紙】
- 感染症の影響による業績悪化で新卒の採用ができていないほか、先行きの不安から退職者も増えている。【生活関連サービス】

## II. 地域企業における従業員確保の動向について

- 正規雇用の従業員が増加している職種は、工場の新設や新規店舗の出店などに伴う「現場で定型作業を担う人材」、「現場の技能労働者」との回答が多い。研究開発や社内のIT化を進める人材を増やしている企業もみられた。
- 今後の正規雇用の従業員数については、「増やそうとしている」との回答が約4割となった。従業員の高齢化が進んでおり、若手人材の採用を進めるとする企業や、事業の強化・拡大のための人員を増やすとする企業がみられた。

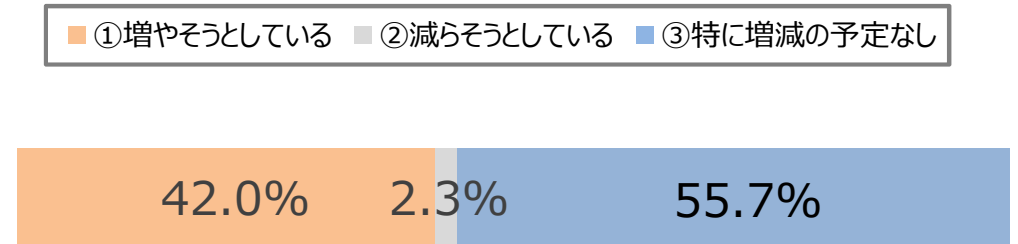
### 5. 正規雇用の従業員が増加している職種



#### 【企業の声】

- 工場新設に伴う生産工程の従事者を増やしている。【その他の製造】
- 現場のオペレーターや研究職などのエンジニアを増やしている。【生産用機械】
- 新規出店に伴い店舗販売従事者を増やしている。【小売】
- 新技術や新商品開発のための研究開発員を増やしている。【電気機械】
- 経理や総務事務のシステム化を推進する人材を増やしている。【電気機械】

### 6. 今後の正規雇用の従業員数に関する方針



(注) 回答社数: 88社  
結果数値(%)は小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合がある。

#### 【企業の声】

- 退職を控えた高齢者が多く、技術継承のために若手人材を確保していく予定。【非鉄金属】
- 新工場の建設を計画しており、正規雇用の従業員を確保していく予定。【食料品】
- 不足している首都圏の営業職や研究開発職を重点的に採用していく予定。【食料品】
- ECサイトや宅配部門強化のための人員を増やす予定。【小売】
- 働き方に配慮したエリア限定社員を増やす予定。【小売】

## II. 地域企業における従業員確保の動向について（事例紹介）

### モノづくりを通じた社会課題の解決への取組

#### (株)XEN GROUP

(設立) 1967年4月  
(本社) 香川県高松市  
(資本金) 10百万円  
(従業員) 190名

#### 事業内容

- ・ XEN BRAND事業 … SDGs Action! フードロス
- ・ MACHINE事業 … 産業機械の開発・設計・製造
- ・ FOOD事業 … 食品の製造・実証工場運営
- ・ AGRI事業 … 農業環境の開発・実証農場運営

#### 取組

既存事業の拡大、新規事業への進出により、現在、4つの事業を軸に展開

#### XEN BRAND事業

- SDGs達成に向けたビジネスモデルの構築。
- 自社開発装置と食品LABでの実証加工による「MOTTAINAIエンジニアリング」で、フードサプライチェーンの上流から下流までのフードロスを削減。
- 鮮度保持により上流でのフードロスを未然に防ぐ「食品熱交換装置」、下流でのフードロスをアップサイクリングする「食材乾燥機」を開発。



【提供：(株)XEN GROUP】

#### MACHINE事業

- 下請けから自社製品までを手掛ける工場の「マルチファクトリー」化。
- 産業機械などの設計から加工、溶接、塗装、組立、据付までを自社でワンストップで行う一貫生産体制を確立。

#### FOOD事業

- 自社開発装置を用いて付加価値を創造する食品製造モデル工場を運営。
- 豆腐製造工場を運営し1日約10万丁の豆腐を製造。また、産業廃棄物となる「おから」を食材乾燥機でおからパウダーとしてアップサイクリング。

#### AGRI事業

- 持続可能な農業の確立を目指し、テスト農場を運営。
- 健康で強い作物づくり、農業機械の開発。地域の雇用創出・活性化へ繋げる。

#### 背景等

配電盤・分電盤を中心とした金属加工業として事業基盤を確立。一方で、長年下請けとして事業を営むなかでの業績の不安定さや従業員の疲弊が深刻化。



モノづくりの技術を活かした新たな事業展開により、従業員のやりがい、企業価値の向上を図る。

#### 効果

- 新たな事業展開により売上げは10倍以上に。
- フードロスゼロへの取組みを通じてSDGsに貢献。
- 2021年に開発した食品の鮮度・品質保持を追求した「食品熱交換装置」（特許出願中）では、食品の温度を $-0.1 \sim -1$ ℃の範囲で表面から中心まで均一に整えることで食品内の水分をコントロール。鮮度を保ったままでの長期保存が可能。
- 大きなエネルギーを必要とせず脱炭素化にも寄与。



【提供：(株)XEN GROUP】

#### 従業員の動向

- 「Happiness Maker」を経営理念に事業を展開し、現社長就任時（2011年）40名弱だった従業員は、200名近くまで増加。
- 年2回、社長が全従業員との個別面談を継続して実施。
- 家族参加型の社内イベントなどを通じて会社を知り、親子や兄弟で働く従業員も多数。
- 長年、ミャンマーから実習生を受入れており、帰国後に培った技術を活かしてもらうため、現地に工場を建設。

#### 今後の展開等

- モノづくりの技術や製品を「ジャパン・ブランド」として、海外に発信・展開。
- 現在、新工場を建設中。新たに数十名の従業員を確保する予定。
- 4つの事業を軸に、地域を巻き込みつつ、課題解決に積極的に挑戦し、やりがいのある日常を過ごすことができる“人が楽しむまちづくり”を目指す。

## II. 地域企業における従業員確保の動向について（事例紹介）

### 企業ブランドの確立に向けた事業展開

#### (有)味源

(設立) 1994年2月  
(本社) 香川県仲多度郡まんのう町  
(資本金) 12百万円  
(従業員) 150名



#### (事業内容)

- ・食品製造卸売事業
- ・インターネット販売事業
- ・OEM企画・開発事業

#### 背景等

観光土産の卸売業としてスタート。その後、食品のOEM製造へ事業を拡大するも、自社の名前が表に出ず、商品の良さが消費者に認知されない。



自社の企業ブランドを確立することにより、従業員の士気向上や販売力の強化を図る。

#### 取組

##### インターネット販売事業への進出

- 2003年にオンラインショップを初出店。
  - 食品の発送では珍しいメール便を活用することにより送料無料を実施。
  - 健康志向に合わせた商品など消費者のニーズを捉えた多様な商品の提供。また、品質管理を徹底するとともに、ユーザーの声に対するレスポンスや発送について、スピードを重視するなど顧客サービスを徹底。
  - 現在、8つのECサイトでオンラインショップを運営。リピーターを多く獲得するなど高評価を維持。



【提供：(有)味源】

##### 自社ブランド商品の開発

- 自社ブランドとして100種類以上の商品を展開。
  - 製造工程の一部を協力会社に委託するなどのスタイルを構築し、自社では商品の企画・開発、営業に注力。消費者のニーズに応じた多様な商品を扱うことが可能。
  - 卸売・インターネット販売事業などを通して得られる情報を活かした企画・開発。機会を逃さないよう商品化までのスピードを重視。
  - 2020年にはサバを原料とした魚チップスを開発し大ヒット。



【提供：(有)味源】

#### 効果

- インターネット販売事業の定着、独創的な商品の販売などから売上は順調に推移。
  - インターネット販売事業は、売上全体の約5割を占めるまで成長。
  - 巣ごもり需要やヒット商品の効果などもあって、2021年の売上高は過去最高を記録。



#### 従業員の動向

- 創業時5名でスタートした事業は、150名程の従業員を抱えるまでに成長。
- ヒット商品の効果などから知名度も向上し、新卒採用の応募が増加。
  - 新卒採用者数：2020年度4名、2021年度6名、2022年度8名
- 一方で、インターネット販売事業の急成長などから製造・発送部門のスタッフの不足が課題。
  - 賃金のベースアップ、就業時間の短縮、設備の導入による作業の省力化などにより従業員の確保を進めている。

#### 今後の展開等

- 食品安全マネジメントシステムの国際規格「FSSC」を取得し、消費者、取引先等からの信頼を更に高めるとともに、海外への販路拡大を目指す。
- 省力化投資などによる働きやすい職場づくりの推進。



※計数は、季節調整替え、基準改定、速報の確報化、誤計数の判明等により、過去に遡って訂正される場合があるので、利用される場合は、各発表機関の直近の公表データをご確認ください。

■お問い合わせは  
電話番号 087-811-7780  
財務広報相談室（内線260）又は 経済調査課（内線250）へ

ファックス 087-823-2077

ホームページアドレス <https://lfb.mof.go.jp/shikoku/>

