頁写

ながさき経済 2023年夏号 No.390



が

さ



寄 稿

シーボルトが見た200年前の長崎シーボルト来日200周年記念事業

シーボルト記念館

寄 稿

遠藤周作生誕100年記念事業

長崎市遠藤周作文学館

調査

景況感、緩やかな回復基調へ

~第132回 県内企業景况調査(確報)~

さ

经

済

ながさき経済 夏号/2023

2023年6月29日 / No.750(通巻)

^{株式}長崎経済研究所

〒850-8618 長崎市銅座町1番11号 十八親和銀行本店内 TEL 095-828-8859 FAX 095-821-0214 E-mail nri@nagasaki-keizai.co.jp

印刷:株式会社 インテックス

寄	稿	シーボルトが見た200年前の長崎 シーボルト来日200周年記念事業 シーボルト記念館	1
寄	稿	遠藤周作生誕100年記念事業 長崎市遠藤周作文学館	5
調	査	景況感、緩やかな回復基調へ 〜第132回 県内企業景況調査(確報)〜	9
調	查	県内企業の設備投資動向調査 - 2023年度期初計画(2023年5月調査)-	17
調	查	2023年春の県内企業の新卒者採用と 初任給および来春の採用計画	21
寄	稿	最近のインバウンドの状況と課題 ~ 長崎の観光戦略立案の参考に ~ 長崎自動車株式会社取締役・元日本銀行長崎支店長 平家達史	25
新しい	風	世界に誇れる長崎を 県民と作り発信する映画制作 〜第1作 映画「こん、こん。」をモデルケースとして〜 株式会社BLUE.MOUNTAIN プロデューサー 片平 梓	36
新しい	風	LOCALと共に生きる 株式会社NAVICUS九州 CEO 渡邉一平	41
シリース 長崎大学 産学連携:		目に見えない水資源「地下水」の年齢を探る 長崎大学環境科学部 准教授 利部 慎	47
		データから現状を読み取り、将来を予測する 長崎大学情報データ科学部 教授 宮本道子	50
シリース	—————————————————————————————————————	長崎の「大」文化人・永見徳太郎をめぐる旅 【第3回】コレクターとしての情熱 長崎県美術館 学芸員 松久保修平	53
ながさる データI	き暮らしの BOX	2023年景況感と物価について	58

シーボルトが見た 200 年前の長崎 シーボルト来日 200 周年記念事業

シーボルト記念館

1 シーボルト来日 200 周年にあたって

今から 200 年前の 8 月、1 隻のオランダ船が長崎の港に入港しました。晴れわたる夏の空に樹々の緑が美しく輝き三方を山に囲まれた町はまるで円形劇場の様でした。そんな美しい光景に魅了された乗員の一人が、ドイツ出身の若い医師です。 2023 年は、フィリップ・フランツ・フォン・シーボルトが出島のオランダ商館医として来日して 200 周年の記念の年にあたります。長崎市では、これを機会にシーボルトの功績を改めて多くの方に知っていただくとともに、彼が紹介した長崎の魅力を再発見していただきたいと考えています。



The state of the s

図② ヴュルツブルク市の街並み

2 シーボルトと長崎

なぜ、シーボルトが長崎に来ることになったのか、 そこから話を進めていきましょう。彼は、1796年

に現在のドイツ南部にあるバイエルン州ヴュルツブルク市で生まれました。ロマンチック街道の起点にあたるとてもきれいな街で、領主司教の 宮殿は世界文化遺産に登録されています。

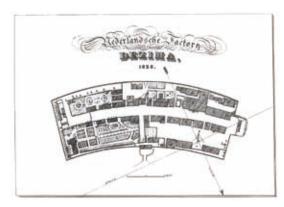
シーボルト家は、祖父、父、叔父がそれぞれ大学の医学部の教授を務めていた医学者の一家で、シーボルトが2歳の時に父が亡くなりますが、母方の伯父に養育されシーボルト自身もヴュルツブルク大学の医学部に進みます。この時、父の友人だった教授の家に寄宿し、そこで鶏の胚の実験などを手伝い、博物学に興味を持ちました。

大学を卒業後、近くの町で開業しますが、博物学研究の道に進むため、



図③ 川原慶賀筆シーボルト肖像画 (長崎歴史文化博物館蔵)

叔父の紹介でオランダ東インド陸軍の軍医となりイン ドネシアのバタビア(現在のジャカルタ)へ赴任します。 ここで、オランダ東インド政庁の総督に認められ、シー ボルトは長崎へ派遣されます。この頃、ヨーロッパに おけるナポレオン戦争の影響により、オランダのアジ ア貿易は衰退していました。そこで日本との貿易を再 興するため、日本の総合的な調査をシーボルトが任さ れたのです。



図④ シーボルト著『日本』所収「出島図」

シーボルトは出島に着任すると、長崎へ西洋医学を学びに来た医師たちに医学とともに植物学の講 義も行います。

植物は薬草として有用なものが多くあり、当時の日本でも「本草学」として植物の研究が行われて いました。シーボルトにとっても植物学の知識を得た日本人の協力を得ることでヨーロッパでは知ら れていない新種を発見できる可能性が大いにあった訳です。

シーボルトは、オランダ東インド政庁から多額の活動費を支給され、それまでオランダ商館員の憩 いの場所であった庭園を整備し、1,000種以上の植物を栽培しました。

また、精力的に長崎近郊の自然の調査を行い、小瀬戸や千々、岩屋山、一本木、西山などへ弟子た ちと出かけています。彼はその成果を活用して『日本植物誌』を出版しますが、この本では、138種の 植物が紹介され、長崎の皆さんにもなじみの深いアジサイやビワ、ツバキなどの美しい図版が多数載っ ています。これら植物の中には新種として紹介された学術的に価値の高いものもありますが、観賞用 などの経済的に有用な植物であることが重要視されています。シーボルトは日本から戻った後、協会 を設立しユリなどの観賞用植物の普及に力を入れました。

なお、長崎いけばな連盟の御協力によりシーボルト記念館と出島でシーボルトにゆかりのある植物 を使ったいけばなを9月から11月まで展示する予定です。



図⑤ シーボルト他共著『日本植物誌』所収 「アジサイ」(福岡県立図書館デジタルアーカイブ)

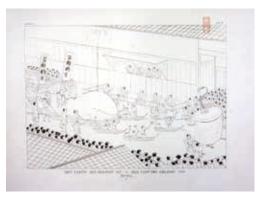


図⑥ シーボルト他共著『日本動物誌』所収 「マダイ」(福岡県立図書館デジタルアーカイブ)

彼は、郊外での調査の際には、植物のみならず魚なども採取しています。御存じのように長崎は海 に囲まれ多くの魚が水揚げされています。例えば、春はタイ、夏はハモ、冬はトラフグなど全国的にも 漁獲量が多い魚があり、長崎市では新鮮な魚を楽しめる「さしみシティ」として海産物の消費拡大に 努めています。

今回の記念事業でも、長崎において馴染みのある魚をフ ランス刺繍で表現した作品展や野母崎地区でよく水揚げさ れる伊勢エビやタコを PR するイベントが開催されます。

魚と同様に鯨も長崎にはなじみの深い食材ですが、シー ボルトは、捕鯨について調べ、長崎くんちで今年奉納を予 定している「鯨の潮吹き」を著書『日本』の図版として掲 載しています。



シーボルト著『日本』所収「諏訪明神のお祭り」 (福岡県立図書館デジタルアーカイブ)

シーボルトが出版した『日本動物誌 魚類編』には、161 葉に及ぶ美しい魚の図が描かれています。 その大半の原画を描いたのが長崎の絵師、川原慶賀です。彼の作品は写実性に優れておりまだ写真機 がないこの時代には大変重宝しました。特に魚は採取した後に色彩が失われていくため、慶賀が描く 魚図はとても貴重な情報だったのです。

慶賀の描いた作品を御紹介する企画展「シーボルトと川原慶賀」展が2023年8月10日から12月10 日まで出島で開催されます。一番の見どころは、最近オランダで見つかった慶賀最大の作品である「長 崎湾の出島の風景]屏風の複製品です。長崎港と町の様子が詳細に描かれており、見る人を惹きつけます。

3 鳴滝塾

シーボルトが西洋の自然科学を学ばせ、医学教育を行うために開いたのがいわゆる「鳴滝塾」です。 この鳴滝塾には、全国から西洋医学を学びに医師たちがやってきました。その中の一人、米沢出身の 伊東 昇 迪は、長崎での体験を日記に書き残しています。彼は、江戸で幕府の奥医師土生玄碩のもとで 眼科を学んだあと、シーボルトの江戸参府の帰路に同行し、出島や鳴滝塾に出入りして医学を学びシー ボルトの植物研究を手伝っていたことがわかります。日記には市中での診察や郊外での採薬、シーボ ルトの誕生日や娘イネの誕生など話題が豊富です。そしてシーボルトと別れる際にもらった眼科器具 は、今も残っています。また、長崎の人々の興味深い暮らしぶりや食生活、人々が夢中になる長崎く んちやお盆の際の墓所での灯篭の飾りつけも伝えています。

この鳴滝塾の建物模型が 1996 年にドイツ・ミュンヘンにある国立民族学博物館(現五大陸博物館) で見つかり、長崎市はこの複製品をシーボルト来日 200 周年記念事業の一環で製作しました。建物は、 木造2階建てで一部が平屋となっており平屋部分には床の間が造 られています。これまでは、鳴滝塾舎の図とされる絵や幕末に撮影 された写真が知られていましたが、この模型により詳しい鳴滝塾 の様子が分かるようになることを期待しています。この複製品は、 シーボルト記念館で開催する特別展で展示します。



図⑧ 鳴滝塾建物模型 (複製)

4 新たな魅力の発見へ

さらには、シーボルトの業績を再評価すべくシンポジウムが出島メッセ長崎と長崎歴史文化博物館 で開催されます。

幕末にオランダの協力により長崎で西洋医学の伝習を行った医学伝習所を起源に持つ長崎大学病院 は、長崎県と県内の病院が設立した「新・鳴滝塾」の事務局として長崎で初期研修をしようと考えて いる医学生や研修医のサポートをしています。

出島メッセ長崎において、長崎大学が大会事務局となって「シーボルト来日200周年記念第55回日 本医学教育学会大会」を7月28日(金)・29日(土)に開催します。現代における医学教育の在り方が 討論されます。

ところで、昨年9月に西九州新幹線が開通しましたが、その ルートはシーボルトが江戸参府で通った長崎街道と重なりま す。新幹線は、長崎から諫早・大村・嬉野・武雄温泉を30分 程度で結んでいますが、シーボルトは3日かけて通過しました。

道中の景色や嬉野の茶畑、武雄の温泉などを観察しています。 長崎街道は、砂糖の文化を伝えたシュガーロードとして日本遺 産に認定されていますが、シーボルトも休憩のため立ち寄った お寺でお菓子のふるまいを受けています。

このような長崎の魅力をシーボルトの逸話を通して見ること で、新たな発見をしていただきたいと思います。さまざまな場 所や機会において事業を実施することでより多くの皆様にシー ボルトの功績について理解を深め、長崎の歴史文化に対する意 識を高めていただきたいとも考えております。ぜひ、長崎の町 を歩いて、あなたのお気に入りを見つけてみてください。



図⑨ シーボルト著『日本』所収 「オランダ使節団の行列」



図⑩ シーボルト来日 200 周年 記念事業ロゴマーク

シーボルト来日 200 周年に関する特集記事を 長崎市公式観光サイトに掲載しています。 travelnagasaki https://www.at-nagasaki.jp

遠藤周作生誕 100 年記念事業

長崎市遠藤周作文学館



角力灘に臨む遠藤周作文学館と道の駅「夕陽が丘そとめ」



遠藤周作文学館エントランスホール

遠藤周作

1923 (大正 12) 年、東京に生まれる。昭和 30年、『白い人』により第 33 回芥川賞を受賞。昭和 41 年、『沈黙』により第二回谷崎潤一郎賞を受賞。 著書に『海と毒薬』『おバカさん』『死海のほとり』『侍』『深い河』など多 数。平成7年、文化勲章受章。1986(平成8)年9月、死去。



長崎市遠藤周作文学館が立地する外海地区は、長崎市の北西に位置し、市内中心部から車で約50分、 西彼杵半島南西部の五島列島を望む角力灘に面した丘陵地です。国道 202 号線を佐世保方面に進んで いくと、山間に赤煉瓦のカトリック黒崎教会があり、そこを過ぎてさらに北西へ坂道をあがると、道 の駅「夕陽が丘そとめ」が見え、その小高い丘の下に角力灘を見下ろすようにして、岬の突端に文学 館の白い建物が建っています。

1571 年に宣教師らがこの地方の布教を始めたとされ、以降迫害と弾圧の時代を乗り越えて、キリス ト教の歴史と文化が脈々と受け継がれてきた地域です。遠藤周作は小説『沈黙』を書く前に外海に足 を運び、地元のかくれキリシタンの帳方の家を訪ねるなどし、小説の構想に繋がる体験をしています。 のちに代表作となる『沈黙』(1966 年刊) に禁教期のキリシタンの村として登場する〈トモギ村〉は遠 藤が見た外海などをモデルにして描かれました。

遠藤周作は 1923(大正 12)年に生まれ、12 歳のときにキリスト教の洗礼を受けました。〈母親から 着せられた洋服〉のように距離を感じたと言う西洋のキリスト教を日本人の心で実感できるよう捉え なおすという課題を背負い、多くの文学作品を世に生みだしました。

当文学館は、2000(平成 12)年 5 月に開館し、遺族のご厚意で寄託された蔵書、直筆原稿、ノート、 愛用品などの約三万点の遠藤周作に関する資料を収蔵しています。展示室ではそれらの一部を展示す るとともに、遠藤周作が使用していた机と椅子が置かれ、生前〈母の胎内にいるような空間〉と称した 書斎を再現しています。

そして、令和5年3月27日、遠藤周作が生誕して100年の日を迎えました。

長崎市では、令和4年度から5年度を遠藤周作生誕100年の記念の年とし、この貴重な唯一の機会 を活かして遠藤文学の魅力を広く市内外へ伝え、その功績を称えるとともに、それらを次世代につな ぐための事業を実施しています。

この生誕 100 年記念事業の実施にあたっては、「出会う」「堪能する」「次世代へつなぐ」の3つの柱

をコンセプトに据え、現在、日本中に おられる多くの遠藤周作ファンの皆様 に生誕100年を機に長崎を訪れていた だくだけでなく、将来の遠藤周作ファ ンを増やすため、特に、若い世代のファ ンを増やすことで、遠藤文学の魅力等 を次世代へつなぐことに力を入れたも のとしています。



遠藤周作生誕 100 年記念事業ロゴ

ここから、記念事業の内容を紹介します。

まず、当文学館において、生誕 100 年特別企画展「100 歳の遠藤周作に出会う」を遠藤周作 100 歳の 誕生日である令和5年3月27日から開催しています。

本展では、遠藤周作の文学と生涯を代表的な純文学作品『沈黙』『死海のほとり』『侍』『スキャンダル』 『深い河』を中心に巡り、現在まで続く遠藤文学の広がりを紹介するほか、ライフワークというべき『劇 団樹座』『宇宙棋院』などのユニークな活動も紹介し、遠藤周作の全貌に迫ります。





遠藤周作文学館で開催している生誕 100 年特別企画展

そして、特別企画展の開幕にあわせ、「遠藤周作のす べて」と題した遠藤周作文学館公式ガイドブックを刊行 しました。これまで当文学館では、企画展などに合わせ、 図録などを作成、販売しておりましたが、全体を網羅し た冊子は今回が初めてとなります。

このガイドブックは、遠藤周作の文学と人生を資料写 真やグラビア写真で詳しく解説し、書影付きの著書一覧、 年譜、寄稿文などを収録した充実の内容となっています。



遠藤周作文学館公式ガイドブック



生誕 100 年記念事業では、遠藤作品に出演されるなど縁が深い著名人を 長崎へ招き、作品映像の上映会とトークショーも開催しています。

令和5年3月には、ドラマ『夫の宿題』の中で遠藤周作夫人である順子 氏を演じられた竹下景子さんを迎え、トークショーとドラマ上映会を開催 しました。

令和5年9月には、映画『沈黙-サイレンス-』の中で重要人物キチジロー を演じた窪塚洋介さんを迎え、トークショーと映画上映会を開催すること としています。

また、遠藤周作の魅力や生誕 100 年記念事業の 取組みを一人でも多くの方に届けるため、ツイッ ター・インスタグラムといった公式 SNS や特設サ イトを開設し、全国に向けて効果的に情報発信を 行っています。





生誕 100 年記念事業公式インスタグラム

若い世代が遠藤文学へ触れる機会を創出するとともに、遠藤文学や当文学館の周知を図るため、今年 は生誕 100 年記念「遠藤周作読書感想文コンクール」を実施する予定としており、これまで遠藤文学 を知ることがなかった方にも、このコンクールが遠藤文学の魅力に触れる新たな入り口になればと考 えています。

また、遠藤周作と交流のあった方など縁のある人たちが語るエピソードや、遠藤周作及び当文学館に ついて理解を深めるための映像等を収録したアーカイブ映像の制作を現在進めています。完成した映 像は当文学館で公開するほか、修学旅行で来館してもらう学生の皆さんの事前学習にも活用していただ くことも予定しています。

このような取組みからも多くの方に遠藤周作に出会ってもらい、遠藤周作及び遠藤文学の魅力を次 世代に継承していく仕組みを作っていきたいと考えています。

さらに当文学館では、来館して遠藤周作を堪能し た思い出を持ち帰り、いつでも思いを馳せることが できるよう、公式ガイドブックをはじめ、トートバッ グや記念切手、遠藤周作の名言を記した日めくり万 年カレンダーなど、生誕100年記念のオリジナルグッ ズを販売しています。



生誕 100 年記念オリジナルグッズ

最後に、長崎市遠藤周作文学館には、遠藤家ご遺族のご厚意から多くの資料を寄託していただいて おり、当文学館に来ないと見ることができない貴重な資料を展示しています。遠藤周作ファンの方はも ちろん、遠藤周作に初めて接する方もぜひ当文学館にお越しいただき、100歳の遠藤周作との出会いを 堪能されることをスタッフ一同、心よりお待ちしています。

長崎市遠藤周作文学館

〒 851-2327 長崎市東出津町 77 番地 TEL 0959-37-6011 FAX 0959-25-1443

特設サイト



Twitter



Instagram



公式 SNS で情報発信中!

景況感、緩やかな回復基調へ

~ 第 132 回 県内企業景況調査 (確報) ~

当研究所では、県内の景気動向を探るため四半期毎に県内企業景況調査を行っています。このほど、 2023年5月に実施した調査結果を下記のとおりとりまとめました。

ご多用のなかご回答頂きました皆様に厚くお礼申し上げます。

【調查要領】

1. 調査目的:県内企業の業況と経営動向の把握および県内景況判断資料の作成

2. 調査対象: 県内主要企業 372 社(回答企業数 240 社、回答率 64.5%)

3. 調査方法:WEBと郵送を併用しアンケートを実施

4. 調査期間: 2023年4月26日~5月31日

5. 調査対象期間: 2023年1~3月期 実 績(前年同期比)

2023年4~6月期 実績見込み(前年同期比)

2023年7~9月期 見 通 し(前年同期比)

- 6. 調査事項
 - (1)業況判断
- (2)売上高
- (3)受注残高
- (4)在庫水準

- (5) 操業度・稼働率
- (6)雇用人員 (7)販売価格 (8)仕入価格
- (9) 採算(経常利益)(10)資金繰り(11)経営上の問題点
- 7. 回答企業属性
- (1)業種別回答企業数 (計 %)

(2) 売上高別回答企業数

(社)

				(1	1、70)
			頁目	回答:	企業数
業	種			社数	構成比
	争	製造業		59	24.6
	輸	送 機	械	5	2.1
	_	般 機	械	11	4.6
	電	気 機	械	8	3.3
	食	料	品	17	7.1
	そ	の	他	18	7.5
	非	製造業		181	75.4
	運		輸	33	13.8
	水		産	3	1.3
	建		設	24	10.0
	卸		売	51	21.3
	小		売	28	11.7
	サ	ービ	ス	31	12.9
	そ	の	他	11	4.6
	全	産業		240	100.0

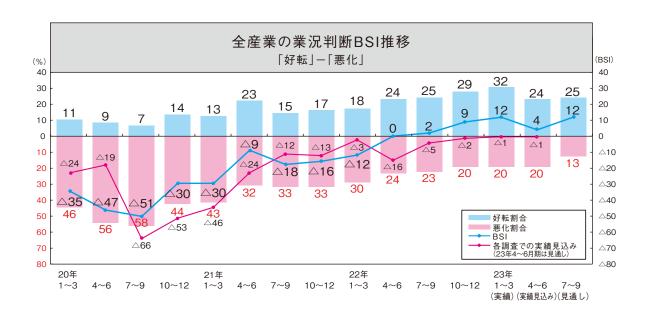
業種売上高	製造	運輸	水産	建設	卸売	小売	サービス	その他	合計
5 億円未満	8	10	0	5	4	3	9	1	40
5 億~ 10 億円未満	8	7	1	4	8	5	7	3	43
10 億~ 30 億円未満	24	9	2	7	20	4	8	5	79
30 億~ 50 億円未満	9	3	0	5	3	4	3	0	27
50 億~ 100 億円未満	4	3	0	0	5	5	3	0	20
100 億円以上	6	1	0	3	11	7	1	2	31
슴 計	59	33	3	24	51	28	31	11	240

BSI について

BSI はビジネス・サーベイ・インデックス (BusinessSurveyIndex) の略で、回答企業の「好転・増加・上昇」とする企業割合から「悪 化・減少・下落」とする企業割合を差し引いた指標のことである。 例えば回答企業のうち30%で業況が好転し、10%の企業が悪化 した場合、BSI の値は 30 - 10 = 20 となる。BSI のプラスは好 転、マイナスは悪化とみることができる。

概況

- ○全産業の業況判断 BSI をみると、新型コロナの沈静化に伴い人流が回復し、2023 年 1 ~ 3 月期実績はプ ラス 12 と前期のプラス 9 から上昇した。足もと $4 \sim 6$ 月期 (実績見込み) は、物価高や原材料・エネルギー 価格上昇の影響から、BSIは4に低下も、新型コロナの感染法上の扱いが5類へ移行したほか、訪日外 国人観光客の増加などから回復し、先行き7~9月期のBSIは12となり県内企業の景況感は緩やかな 回復基調となる見通し。
- ○経営上の問題点(3つ以内の複数回答、全産業計)は、「仕入商品又は原材料価格の値上がり」が前回 調査 (70.8%) からやや低下も 64.9%となりトップ。次いで「人材不足」が 48.5%、「売上・受注の不振」 が 30.1%となった。



1. 業況判断

全産業の業況判断 BSI をみると、新型コロナの沈静化に伴い人流が回復し、2023 年 1 ~ 3 月期実績は、 前期のプラス 9 から上昇しプラス 12 となった。

足もと4~6月期(実績見込み)は、物価高や原材料・エネルギー価格上昇の影響から、BSIは4に低下 も、新型コロナの感染法上の扱いが 5 類へ移行したほか、訪日外国人観光客の増加などから回復し、先行 き7~9月期の BSI は 12 となり県内企業の景況感は緩やかな回復基調となる見通し。

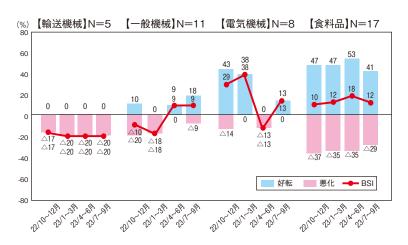
			業種別	秦 沿 利 胀	FRS 1 ½	推移(直ù				
			木作主かり	太 ルヤリム	,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,, ,,	E19 (E)	<u>4</u> 2+)			(BSI)
					今回調査					
				実績	見込み	見通し				
	業種	2021年	2021年	2022年	2022年	2022年	2022年	2023年	2023年	2023年
		7~9 月期	10~12 月期	1~3 月期	4~6 月期	7~9 月期	10~12 月期	1~3 月期	4~6 月期	7~9 月期
全	產	△18	△16	△12	0	2	9	12	4	12
製	造	△21	△14	△8	8	13	9	5	0	11
	輸送機械	0	△29	15	0	0	△17	△20	△20	△20
	一般機械	△45	△18	△18	△18	△9	△10	△18	9	9
	電気機械	△22	△11	25	33	22	29	38	△13	13
	食料品	6	5	△11	17	29	10	12	18	12
	その他	△35	△27	△21	5	12	17	5	△11	22
非	製 造 業	△16	△17	△13	△2	△2	9	14	6	12
	運輸	△24	△8	△3	14	18	42	55	38	29
	水産	34	△75	△67	67	△50	△50	33	0	0
	建設	△4	△3	17	3	4	5	0	0	△4
	卸売	△27	△23	△19	△10	△12	△2	△1	△5	△4
	小 売	△20	△50	△44	△32	△5	12	3	△4	14
	サービス	△6	9	△6	3	△12	△4	13	4	29
	その他	△9	△9	△9	0	0	10	27	20	20

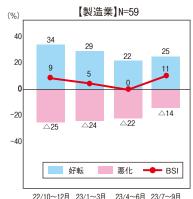
		業種	別(細分	類)氵	業況 判	判断 E	3 S	I 及び	企業	割合	の推	移		(%、E	3SI)
		202	2年10	0~12	2月期	2023年1~3月期				2023年4~6月期			2023年7~9月期				
		(実績:前年同期比)			(実	(実績:前年同期比)			(実績	見込:	前年同	期比)	(見)	(見通し:前年同期比)			
		好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI	好転	不変	悪化	BSI
全	産業	29	51	20	9	32	48	20	12	24	56	20	4	25	62	13	12
製	造業	34	41	25	9	29	47	24	5	22	56	22	0	25	61	14	11
	輸送機械	0	83	17	△17	0	80	20	△20	0	80	20	△20	0	80	20	△20
	一般機械	10	70	20	△10	0	82	18	△18	9	91	0	9	18	73	9	9
	電気機械	43	43	14	29	38	62	0	38	0	87	13	△13	13	87	0	13
	食料品	47	16	37	10	47	18	35	12	53	12	35	18	41	30	29	12
非	製 造 業	27	55	18	9	33	48	19	14	25	56	19	6	25	62	13	12
	運輸	48	46	6	42	64	27	9	55	44	50	6	38	38	53	9	29
	道路旅客運送業	60	40	0	60	73	27	0	73	73	27	0	73	55	45	0	55
	道路貨物運送業	0	87	13	△13	29	42	29	0	0	86	14	△14	0	86	14	△14
	水運業	75	0	25	50	67	16	17	50	50	33	17	33	50	33	17	33
	水産	0	50	50	△50	33	67	0	33	0	100	0	0	0	100	0	0
	建設	14	77	9	5	17	66	17	0	17	66	17	0	9	78	13	△4
	卸売	23	52	25	△2	24	51	25	△1	22	51	27	△5	14	68	18	△4
	機械器具卸売業	38	54	8	30	31	54	15	16	23	54	23	0	23	69	8	15
	建築材料卸売業	0	60	40	△40	17	33	50	△33	17	16	67	△50	0	67	33	△33
	小売	32	48	20	12	32	39	29	3	25	46	29	△4	32	50	18	14
	各種商品小売業	29	42	29	0	43	14	43	0	43	28	29	14	57	29	14	43
	機械器具小売業	44	56	0	44	36	37	27	9	18	64	18	0	27	73	0	27
	サービス	21	54	25	△4	32	49	19	13	23	58	19	4	39	51	10	29
	旅館・その他の宿泊所	50	50	0	50	60	40	0	60	40	40	20	20	60	40	0	60

(1) 製造業

製造業の業況判断 BSI は、23 年 1 ~ 3 月期実績が前期 (9) から 5、4 ~ 6 月期は 0 に低下するものの、 7~9月期は11と回復する見通し。コロナの沈静化に伴い受注・売上は回復する見通し。

このうち電気機械は、半導体などの調達部材の長納期化や部材価格高騰の影響から、BSI は 23 年 1 ~ 3 月期 38 から 4 ~ 6 月期△ 13 に悪化。先行きについては、部材等の価格転嫁が徐々に進み、7 ~ 9 月期 13 と回復する見通し。食料品は、原材料費や光熱費の上昇も、観光需要の回復期待から、BSI は 23 年 1 ~ 3 月期 12、4~6月期 18、7~9月期 12と好調が続く通し。



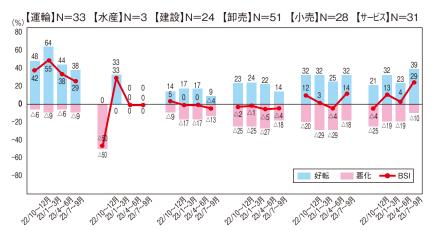


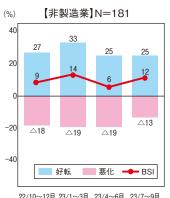
22/10~12月 23/1~3月 23/4~6月 23/7~9月

(2) 非製造業

非製造業の業況判断 BSI は、23 年 1 ~ 3 月期実績が前期の 9 から 14 へと回復。4 ~ 6 月期実績見込み は6に低下するものの、先行き7~9月期は12と回復する見通し。

このうち小売業では、商品原価の上昇や電気料金の値上がりによるコスト増への懸念もあり、1~3月期3 から、4~6月期は△4へ悪化。新型コロナの感染法上の扱いが5類へ移行したことから客足が戻ることを 期待して7~9月期は14と回復する見通し。サービス業では、23年1~3月期実績13から4~6月期4へ 低下も、訪日外国人観光客の消費増加を見込み7~9月期は29と大幅に回復する見通し。





22/10~12月 23/1~3月 23/4~6月 23/7~9月

				調査項目	引BSI				
		20:	23年1~3月	期	20	23年4~6月	期	2023年7~	9月期見通し
		前回実績 見込み	今回実績	前回比	前回 見通し	今回実績 見込み	前回比	見通し	今回実績 見込み比
	全 産 業	6	21	×	2	10	×	18	>
売上	製 造 業	7	20	×	13	8	\(\)	27	7
	非製造業	6	21	×	△1	10	×	15	×
								T	
受	全 産 業	△5	△2	×	7	△7	<u> </u>	3	>
受 注 残 高	製造業	2	2	→	15	△4	1	4	>
一	非製造業	△23	△12	×	△18	△17	×	0	A
	A 111		_			_			
左	全 産 業	△3	3	→	△4	2		1	\(\)
在庫	製 造 業	△2	2	*	2	5		5	→
	非 製 造 業	△3	3	×	△5	0	*	△1	Y
	A 111/	_							
業	全産業	4	15	7	6	4	<u> </u>	13	A
操業度· 稼働率	製 造 業	5	10	*	16	0	<u> </u>	13	A
割 率	非製造業	2	18	×	0	8		13	×
	全 産 業	△48	△48	→	△44	△47	<u> </u>	△45	7
雇用人員				,					
人員	製造業	△34	△42	X	△31	△39	<u> </u>	△36	*
	非製造業	△53	△51	×	△50	△50	→	△48	×
	全 産 業	37	40	7	37	34	<u> </u>	29	Y
販売価	製造業	47	49	7	51	40	<u> </u>	39	<u> </u>
価 格	非製造業	34	37	7	32	32	→	26	<u> </u>
	77 农坦木	04	07		02	02	7		_
	全 産 業	70	70	→	64	61	<u> </u>	57	Y
仕 入 価 格	製造業	86	83	<u> </u>	68	66	<u>-</u>	62	<u> </u>
格	非製造業	65	66	7	62	60	<u> </u>	55	<u> </u>
	··			<u> </u>					
	全 産 業	△16	△1	×	△14	△10	*	△5	*
採算	製 造 業	△24	△8	*	△5	△17	1	0	*
71 .	非製造業	△14	2	*	△17	△8	*	△6	*
資	全 産 業	△4	2	*	△2	△1	×	△4	Y
資金繰り	製 造 業	△9	△6	*	△1	△5	\(\)	△5	→
	非 製 造 業	△1	4	×	△2	1	×	△3	\(\)

2. 雇用人員、仕入・販売価格、採算

全産業の雇用人員の BSI をみると、足もと 23 年 4 ~ 6 月期△ 47、先行きも 7 ~ 9 月期△ 45 と、大幅マ イナス(人員不足)の見通し。

全産業の仕入価格の BSI は、燃油費や資材・原材料費の高止まりから、23 年 4 ~ 6 月期 61、先行き 7 ~9月期57と大幅なプラス(上昇>低下)が続く。

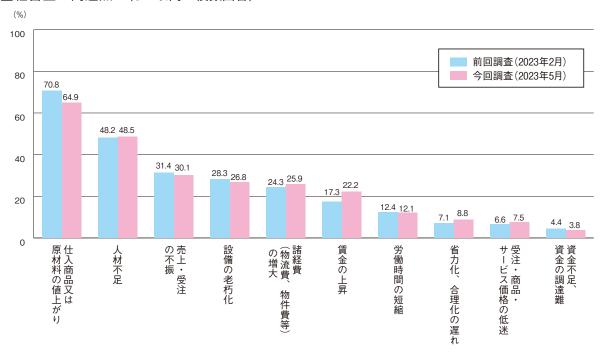
一方、**全産業の販売価格の BSI** は、足もと 34、先行き 29 となり、仕入価格の上昇分を販売価格へ転嫁 が進み、**採算 BSI** は 23 年 $4 \sim 6$ 月期 $\triangle 10$ 、 $7 \sim 9$ 月期 $\triangle 5$ となり、収益環境は幾分持ち直す見通し。

3. 経営上の問題点

経営上の問題点(3つ以内の複数回答、全産業計)は、「仕入商品又は原材料価格の値上がり」が前回 調査(70.8%) からやや低下も64.9%となりトップ。次いで「**人材不足**」が48.5%、「**売上・受注の不振**」が 30.1%となった。

回答企業からは、「半導体を中心とした、調達部材の長納期化が発生している。」(電気機械)、「物流問 題や電気代の大幅引き上げなど解決すべき問題が多く、インボイス対応、電子帳票保存問題などシステム投 資が発生してくる。」(食料品製造業)、「物流関係(特に地方での中小運送業)は、2024 年問題で多少なり とも会社自体が減っていくのでではないかと思う。」(運輸業) などのコメントが寄せられた。

■経営上の問題点 (3つ以内 複数回答)



■景況感の判断理由など(抜粋)

製造業	業種	状況の説明など
輸送機械	造船	・資材高騰に伴う販売価格上昇を要因とした需要マインドの低下による引き合いや受 注残高の先細り。
	"	・船舶マーケットは堅調に推移しているものの、船価の大きな上昇は望みにくい。世界的なインフレは継続、資機材アップは引き続き懸念。脱炭素化の潮流あり、業界の対応方針ウォッチ継続。
一般機械	はん用機械器具	・受注、売上ともに昨年以上の実績を残すことができた。
	"	・再エネ関連製品(LNG風力等々)の受注が増加すると予想している。
電気機械	電気機械器具	・九州全域を含む技術系採用企業における求人数増加及び初任給水準が過大していることで、求人数確保が困難な状況になっている点や、初任給水準の引上げにも影響している点が懸念材料である。また、部品の入手困難な状況が続き、先行での手配を行っていたことによる在庫数の増加も影響している。前期、売上増であったことで今後、在庫調整の有無により今後の売上にも影響すると考えられる。
		・老朽化設備の長期使用。設備の維持更新を行う。
	"	・半導体を中心とした、調達部材の長納期化が発生。在庫の確保、調達先分散により リスクを回避。
食料品	食料品	・経営環境は物流問題や電気代の大幅引き上げなど解決すべき問題が多く、さらには インボイス対応、電子帳票保存問題などシステム投資も今後発生してくる。
	"	・観光部門を中心に夏くらいまでは売上は増加するのではないかと予想している。
	飲料	・新型コロナウイルスの影響により多大な損害が出ていたが、業務用の需要が少しず つ回復していくと思われる。
非製造業	業種	状況の説明など
運輸	鉄道	・先行き不透明感は強いが、徐々に利用者数は回復するものと予想している。ただし、 当期にコロナ禍前(平成31年度)の状態までは回復しないものと予想している。
	タクシー	・国内外からの観光客(インバウンド)の増加によりタクシー業界の運賃収入は増加 傾向。夏場以降に運賃改定(値上)による増収効果が期待できる。
	"	・タクシー業界全体の業況は上向きであるが、乗務員数減少に歯止めがかからず、総 売上高の回復には結びついていない。
	道路貨物輸送	・物流関係(特に地方での中小運送業)は、2024年問題で多少なりとも会社自体が減っていくのではないかと思う。国の考え方が大都市重点で規則を決めるので地方はとても無理がある。
	水運業	・5月に入ってから2類相当から5類へ引き下げられることによって利用客がどれだけ 戻ってくるかを注視しなければならないと考える。燃料油に関しては依然として高 い水準のままで推移することが見込まれるので、その他諸費用の経費削減に努める 必要がある。
建設業	総合工事	・原材料等の高騰は、だいぶん落ち着いてきているが、それでも値下がりまでは、いっていない状態である。今後においても、現状と変わらないと思われる。
	"	・新型コロナウィルスの影響で、都心に就職していた若年層が地方で採用できる可能性 が出てきた。今後は採用力の一層の強化を図り、人員不足を解消させる活動を行う。
	職別工事	・働き方改革による、労務管理についても重要課題であり、労働環境改善に努め、社 員が働きやすい体制作りを強化していく考えである。
	設備工事	・コストの中でも、物流費の増加が顕著である。価格転嫁をしたいが100パーセント 出来ていない。
卸売業	農畜産物	・あらゆる商材の値上げが続く中、売価への転嫁にタイムラグが発生しており、売買 差益の低下を懸念している。
	食料品	・資源等高騰の影響が出始めており、価格交渉の場面が増えてきた。
	水産物	・コロナウイルス感染症の5類移行やインバウンド需要の回復基調に伴い、業況の回復・好転に期待。
	陶磁器	・販路の変化は進むものと思われ、電子カタログの充実や受注・出荷のDXの推進を すすめる必要がでてくる。
	衣服・身の回り品	・値上げ商品の価格転嫁がだいぶん進んできた。
小売業	各種商品小売	・商品原価、諸経費の上昇が継続している。今年度も、当面継続すると思われる。コスト上昇分をすべて売価に反映するのは難しく、販売状況を見ながら売価調整することになると思う。
	"	・問題点:原価急騰、世界的な燃料価格の高騰に伴う電気料金の上昇による収益悪化。 各店舗の安定運営の確立や新商品・新規事業の開発強化、無人店舗やネットスーパー 事業の拡充を推進。
	飲食料品	・電気代の上昇、人件費の増加などコストアップが収益的に影響している。原材料費 の値上げはさらに続くものと予想されるため、収益確保が厳しくなってくることが 予想される。

非製造業	業種	状況の説明など
小売業	機械器具	・商品の供給(メーカーの生産)が、徐々に回復傾向にあり、予測通りに推移すれば ではあるが、増収に期待が持てる。
		但し、商品や原材料等の高騰や人件費の増加が懸念材料である。
	石油	・原油・ガス等、仕入れ価格の上昇は一段落状態。販売数量の減少は相変わらずで ある。
サービス業	旅館・その他宿泊業	・観光客の動きが出てきており、増収が見込まれるが、食材等の仕入原価が上がってきており、収益の確保が課題である。
	"	・今後は、宿泊単価の上昇が全国的な状況の中、旅行支援終了後に稼働を維持できる かがポイント。海外旅行も上向きと聞いている。国内旅行から海外旅行へ今後増え ていく中、インバウンドの回復そして地方への誘導が鍵。
	飲食店	・新型コロナウイルスの影響が本年1月~2月まではあったが、3月以降は緩和したため、順調に売り上げを上げる事が出来ている。また、5月8日に5類変更されて以降、県外の団体客からの予約もあり回復傾向である。今後新型コロナ状況が悪化すようなことが無ければ、コロナ前の状態に戻り、更に売上をあげていくことができると思う。
	情報サービス業	・今後更にデジタル化、DX化推進による省力化・合理化の推進が重要となってくる。また、働きやすくやりがいのある職場や労働環境を構築することにより、社員の健全な活動促進やエンゲージメントの向上による人材確保が大事と考える。SDGs、健康経営、女性活躍推進、ダイバーシティーなど複合的環境整備に取り組んでいる。

(泉 猛)

県内企業の設備投資動向調査

- 2023 年度期初計画(2023 年 5 月調査)-

【調査要領】

1. 調査対象:長崎県内主要企業 372 社

2. 調査方法: WEB と郵送を併用してアンケートを実施

3. 調査期間: 2023年4月26日~5月31日

4. 調査事項: 2022 年度設備投資実績、2023 年度の投資計画およびその内容(投資金額、前年度比

増減理由、投資目的など)

5. 回答企業数: 製造業 37 社、非製造業 122 社、合計 159 社(回答率 42.7%)

(有効回答企業数は製造業 25 社、非製造業 87 社、合計 112 社、有効回答率 30.1%)

注:有効回答企業とは、2022 年度実績と 2023 年度計画(調査時点までに実施済み分を含む)を比較することが可能で、かつ 2023 年度の投資方針(「実施する」もしくは「実施しない」)が確定している企業をいう。「未定」企業は対象から除外。

概要

- ○有効回答 112 社中、投資を計画する企業は 74.1%。製造業・非製造業ともに前年比増加。
- ○回答企業 159 社中、2023 年度の投資「未定」先が 29.6%。コロナ前より高く、未だ回復途上。
- ○83 社の投資総額は237 億円、前年度実績比55.9% 増。製造業・非製造業ともに前年比増加。
- ○大企業・中小企業とも投資額増加。製造業・非製造業についても投資額増加。
- ○前年比投資額増加企業(54 社)の理由は「既存設備の老朽化」中心、次いで「競争力の維持・強化」。 前年比投資額減少企業(26 社)の理由は「投資の一巡」が中心。
- ○投資の目的(金額ベース)は維持・更新中心、製造業では増産・拡販の積極投資も目立つ。
- ○未だ投資に慎重な先が多く回復途上ながら、コロナ収束を見据えての積極姿勢もうかがえる。

1. 設備投資計画社数 - 計画企業割合は前年同時期調査を上回る -

有効回答先 112 社のうち、設備投資を計画(実施済を含む。以下同じ)する企業は 83 社、構成比が 74.1% であり、前年同時期調査の割合 (71.2%) を 2.9% ポイント上回っている。これを製造・非製造業 別にみると、製造業では投資計画企業が 23 社、構成比 92.0% (前年 83.9%)、非製造業では投資計画企業が 60 社、構成比 69.0% (前年 66.3%) と、いずれも前年調査時における割合を上回る結果であった。また、投資計画企業 83 社のうち、前年度も実施した先は 80 先と概ね前年並みとなっている (図表 1)。 なお、回答のあった企業 159 社のうち今年度の設備投資計画額を「未定」とする企業の割合は 29.6%

なお、回答のあった企業 159 社のうち今年度の設備投資計画額を「未定」とする企業の割合は 29.6% (前年 34.7%) と前年を下回るが、コロナ前(19 年 9.8%)を上回る水準が続いている。

	図表 1 回答企業の設備投資		2022	2年度実績と2	023年度計画	額			
							((単位:社、百	万円、%)
			社				金 客	頁	
	X	分	2022年度 実績	2023年度 計画	増減	2022年度 実績	2023年度 計画	増減	増減率
至	È	産 業	80	83	3	15,220	23,726	8,506	55.9
	製	造 業	22	23	1	7,133	11,616	4,483	62.8
		輸送機械	3	4	1	4,923	7,321	2,398	48.7
		一般機械	2	2	0	690	270	△420	△60.9
		電気機械	3	3	0	231	427	196	84.8
		食料品	8	8	0	1,039	2,168	1,129	108.7
業		その他	6	6	0	250	1,430	1,180	472.0
種	非	製 造 業	58	60	2	8,087	12,110	4,023	49.7
別		建設	8	9	1	277	977	700	252.7
		卸売	13	14	1	1,754	2,730	976	55.6
		小売	9	10	1	1,460	3,117	1,657	113.5
		運輸	11	11	0	2,746	2,301	△445	△16.2
		サービス	13	13	0	1,382	1,295	△87	△6.3
		その他	4	3	△1	468	1,690	1,222	261.1
	大	企 業	16	16	0	8,859	13,451	4,592	51.8
企		製造業	4	4	0	5,965	8,949	2,984	50.0
業		非製造業	12	12	0	2,894	4,502	1,608	55.6
企業規模	中	小 企 業	64	67	3	6,361	10,275	3,914	61.5
別		製造業	18	19	1	1,168	2,667	1,499	128.3

2. 設備投資計画額 - 前年度実績を上回る水準 -

46

回答企業の投資計画額をみると、83社の投資総額は237億円となり、それら企業の前年度の投資実 績総額 152 億円を 55.9% 上回っている (図表1)。

2

5,193

7,608

2,415

46.5

48

(1) 製造業、非製造業いずれも大幅増加

非製造業

製造業・非製造業に分けてみると、製造業では116億円となり、前年度実績71億円を62.8%上回る。 主な業種では、輸送機械が73億円、48.7%増、食料品22億円、108.7%増、電気機械4億円、84.8%増 と大幅に伸びた一方、一般機械は3億円、60.9%減であった。

また、非製造業では、計画額 121 億円、前年度実績 81 億円を 49.7%上回った。主な業種では小売が 31 億円、113.5% 増、卸売が 27 億円、55.6%増、建設が 10 億円、252.7% 増であった(図表 1)。

(2) 大企業、中小企業いずれも大幅増加

企業規模別にみると、大企業では前年度実績比で51.8%の増加となっており、うち製造業では50.0% 増加、非製造業では55.6%といずれも増加する計画となっている。

また、中小企業でも前年度実績比で61.5%の増加となっており、うち製造業では128.3%増加、非製 造業では46.5%といずれも増加する計画となっている(図表1)。

3. 投資額の増減理由<複数回答>

(1) 増加理由 - 「既存設備の老朽化」中心、次いで「競争力の維持・強化」-

2023年度投資計画額が前年度実績に比べて増加する企業 (54社) にその理由 (複数回答)を尋ねると、 「既存設備の老朽化」が75.9%で群を抜き、これに「競争力の維持・強化」が37.0%で続く。そのほかでは、 「新分野への進出」が11.1%となっている(図表2)。

図表 2 投資額の増加理由(複数回答) (単位:社、%)											
	全産業	(n=54)	製造業	(n=14)	非製造業 (n=40)						
既存設備の老朽化	41	75.9%	11	78.6%	30	75.0%					
競争力の維持・強化	20	37.0%	9	64.3%	11	27.5%					
需要の好調・好転	4	7.4%	4	28.6%	0	0.0%					
資金調達環境の好転	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%					
内部資金の余裕	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%					
環境問題への対応	3	5.6%	2	14.3%	1	2.5%					
親企業の方針	2	3.7%	2	14.3%	0	0.0%					
時短への対応	2	3.7%	0	0.0%	2	5.0%					
新分野への進出	6	11.1%	2	14.3%	4	10.0%					
その他	9	16.7%	1	7.1%	8	20.0%					
 回答企業数	54	100.0%	14	100.0%	40	100.0%					

(2) 減少理由 - 「投資の一巡」が最多-

一方、2023年度の投資計画額が前年度実績に比べて減少する企業(26社)にその理由(複数回答) を尋ねると、「投資の一巡」が53.8%と最も多く、次いで「需要の低迷又は悪化」が3.8%となっている (図表3)。

図表3 投資額の減少理由(複数回答) (単位:社、%)										
全産業(n=26) 製造業(n=7) 非製造業(n=19)										
投資の一巡	14	53.8%	5	71.4%	9	47.4%				
需要の低迷又は悪化	1	3.8%	0	0.0%	1	5.3%				
資金調達環境の悪化	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%				
内部資金の逼迫	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%				
親企業・本社の方針	1	3.8%	0	0.0%	1	5.3%				
事業分野の整理・縮小	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%				
その他	10	38.5%	2	28.6%	8	42.1%				
回答企業数	26	100.0%	7	100.0%	19	100.0%				

4. 設備投資の目的 -維持・更新中心、製造では増産・拡販も-

2023年度設備投資計画の目的を金額ベースの構成比でみると、全産業では「機械設備の維持更新」 が 45.7% と最も多く、以下「増産・拡販」が 21.1%、「省力化・合理化」が 13.7% で続いている。

このうち製造業のみで注目してみると、大企業、中小企業のいずれにおいても「増産・拡販」が最 も多く、積極的な投資がうかがえる(図表 4)。

			図表 4	4 2023£	 F度投資詞	計画額の割	 设資目的別	 構成		
									(単位:社、百	百万円、%)
		回答 企業数	回答額 (百万円)	機械設備の 維持更新	増産・ 拡販	省力化・ 合理化	新規事業・ 新製品開発	福利厚生	公害防止・ 環境対策	その他
全	産業	83	23,726	45.7%	21.1%	13.7%	2.5%	0.6%	0.3%	16.2%
	製造業	23	11,616	26.7%	29.3%	16.9%	3.6%	0.5%	0.2%	22.8%
		60	12,110	63.9%	13.2%	10.7%	1.4%	0.8%	0.3%	9.8%
大	企 業	16	13,451	33.9%	28.4%	16.8%	3.1%	0.0%	0.0%	17.9%
	製造業	4	8,949	27.4%	27.9%	17.9%	4.6%	0.0%	0.0%	22.1%
ŧ		12	4,502	46.9%	29.2%	14.5%	0.0%	0.0%	0.0%	9.4%
中	小企業	67	10,275	61.0%	11.6%	9.8%	1.6%	1.4%	0.6%	14.0%
	製造業	19	2,667	24.2%	33.9%	13.7%	0.1%	2.0%	0.8%	25.2%
身	 製造業	48	7,608	73.9%	3.7%	8.4%	2.2%	1.2%	0.5%	10.1%

このように、設備投資の意欲面ではコロナ収束を見据えた投資がみられ、とりわけ製造業では、増産・ 拡販を目的とした積極投資の動きが広がっている。

(堀 博史)

2023 年春の県内企業の新卒者採用と 初任給および来春の採用計画

■ 調査対象:県内主要企業372社

■ 調査方法:WEBと郵送を併用しアンケートを実施

■ 調査期間: 2023年4月26日~5月31日

■ 調査事項:2023年春の採用実績(人数、初任給)、2024年春の採用計画

■ 回答企業数:製造業 41 社、非製造業 144 社、合計 185 社(回答率 49.7%)

このうち「定期的な新卒者の採用は行っていない」とする 55 社を除いた有効回答企業数

は製造業 31 社、非製造業 99 社、合計 130 社(回答率 34.9%)。

※端数処理の関係で内訳の計は必ずしも100%にならない。

1. 今春の新卒者採用状況 一採用者数は前年を上回る一

(1) 採用実施企業の割合

一採用した企業の割合は 44.9%、前年を 2.5 ポイント上回る一

調査回答企業 185 社のうち、今春新卒者を採用したのは 83 社で、その割合は 44.9% と前年同期調査(同 198 社のうち 84 社、42.4%) を 2.5 ポイント上回った。

内訳をみると、「前年より増やした」(前年同期 27 社、構成比 13.6% →今回 34 社、18.4%)とする割合が 4.8 ポイント増加。一方、「前年より減らした(応募が少なかった)」(同 15 社、7.6% → 16 社、8.6%)と「今年は応募が無く、採用できなかった」(同 30 社、15.2% → 26 社、14.1%)を合わせた'計画通りに採用できなかった'企業の割合も 2 割程度あった。(22.8% → 22.7%)(図表 1)。

図表 1 2023 年春新卒者採用状況(前年同期調査との比較)

2022年春(N=198)

	採用した 42.4	%		採用しなかった 57.6%				
13.6%	13.6%	7.6%	7.6%	13.6%	15.2%	28.8%		
前年より増やした	前年並みに採用	前年より 減らした (計画通り)	前年より 減らした (応募が少なかった	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	今年は応募が無く、 採用できなかった	もともと新卒採用は行っていない		

2023年春(N=185)

採用した	t 44.9%			採用しなかっ	た 55.1%
18.4%	16.8% 1.1%	8.6%	11.4%	14.1%	29.7%
前年より増やした	前年並みに採用 前年より減らした (計画通り) ―	前年より 減らした (応募が少なかった	今年は 採用しなかった	今年は応募が無く、 採用できなかった	もともと新卒採用は行っていない

(2) 採用者数 一前年比 14.2% 增一

今春新卒者を採用した企業 83 社の採用者数は 401 人で前年採用実績(351 人)を 14.2%上回った。 学歴別内訳は、大学院卒 26 人、構成比 6.5%、大卒 123 人、同 30.7%、短大・高専卒 44 人、同 11.0%、 高校卒 208 人、同 51.9%となっている。

採用者数を業種別にみると、製造業全体では142人、前年実績比4.7%減となった。輸送機械(45人、21.6%増)、電気機械(27人、22.7%増)は増加したが、食料品(40人、25.9%減)、一般機械(16人、15.8%減)は減少した。一方、非製造業では259人、同28.2%増となった。小売(59人、15.7%減)を除いて、運輸(35人、12.9%増)、建設(60人、25.0%増)、卸売(43人、48.3%増)が増加し、なかでもサービス(60人、172.7%増)は約3倍に増加した。

学歴別・業種別にみると、**大卒**(25.5%増)、**短大・高専卒**(18.9%増)、**高校卒**(10.6%増)はいずれも2桁台の伸び率で、**サービス**はいずれの学歴も大幅増。**大学院卒**はほぼ前年並みで**輸送機械**が7割強を占める。

次に、企業規模別・学歴別にみると、**大企業は大卒**が増加したものの、**高校卒**が減少し全体としては前年並み。**中小企業**は例年採用数が多い**高校卒**(38.3%増)が大幅増、**短大・高専卒**(27.3%増)も増加したことから前年を25.3%上回った。**大学院卒**は8割が**大企業**という結果になった(図表 2)。

図表2	規模別・業種別にみた採用人数	(人、%)
図表2	規模別・業種別にみた採用人数	(人、%

				全体													
	業	種		エげ		7	マ学院で	추		大卒		短オ	・高朝	享卒	·	高校卒	
		-	2022年 春	2023年 春	伸率	2022年 春	2023年 春	伸率	2022年 春	2023年 春	伸率	2022年 春	2023年 春	伸率	2022年 春	2023年 春	伸率
全	産	業	351	401	14.2	28	26	△ 7.1	98	123	25.5	37	44	18.9	188	208	10.6
製	凒	業	149	142	△ 4.7	24	23	△ 4.2	25	22	△ 12.0	10	15	50.0	90	82	△ 8.9
	輸	送 機 械	37	45	21.6	23	20	△ 13.0	4	8	100.0	1	5	400.0	9	12	33.3
	_	般機械	19	16	△ 15.8	0	1	-	9	6	△ 33.3	1	2	100.0	9	7	△ 22.2
	電	気 機 械	22	27	22.7	1	2	100.0	5	5	0.0	3	4	33.3	13	16	23.1
	食	料品	54	40	△ 25.9	0	0	-	4	2	△ 50.0	1	1	0.0	49	37	△ 24.5
	製造	造業その他	17	14	△ 17.6	0	0	•	3	1	△ 66.7	4	3	△ 25.0	10	10	0.0
非	製	造 業	202	259	28.2	4	3	△ 25.0	73	101	38.4	27	29	7.4	98	126	28.6
	運	輸	31	35	12.9	0	0	•	6	11	83.3	3	2	△ 33.3	22	22	0.0
	建	記	48	60	25.0	1	1	0.0	16	12	△ 25.0	6	9	50.0	25	38	52.0
	卸	売	29	43	48.3	1	0	△ 100.0	7	14	100.0	2	4	100.0	19	25	31.6
	小	壳	70	59	△ 15.7	0	0	-	30	28	△ 6.7	15	7	△ 53.3	25	24	△ 4.0
	サ	ービス	22	60	172.7	2	2	0.0	14	35	150.0	1	7	600.0	5	16	220.0
	非製	造業その他	2	2	0.0	0	0		0	1	-	0	0		2	1	△ 50.0
企 業規模別	大	企 業	157	158	0.6	23	21	△ 8.7	38	61	60.5	15	16	6.7	81	60	△ 25.9
規模別	中	小 企 業	194	243	25.3	5	5	0.0	60	62	3.3	22	28	27.3	107	148	38.3

図表3 大企業と中小企業の区分										
区分	製造業その他	卸売	小売	サービス						
大 企 業 資 本 金 従業員数	3 億円超 かつ	1 億円超 かつ	5 千万円超 かつ	5 千万円超 かつ						
	300 人超	100 人超	50 人超	100 人超						
中小企業 資 本 金 従業員数	3 億円以下 または	1 億円以下 または	5千万円以下 または	5千万円以下 または						
	300 人以下	100 人以下	50人以下	100 人以下						

(中小企業基本法に基づく)

(3) 初任給 一前年比增加一

初任給額(回答企業の単純平均)をみると、大学院卒が216,067円で前年比1,167円(0.5%)増、大卒が200,292円で同2,513円(1.3%)増、短大・高専卒は177,793円で5,222円(3.0%)増、高校卒が165,126円で同2,013円(1.2%)増と、いずれも前年を上回った(図表4)。

	図表 4 規模別・業種別にみた学歴別初任給 (円、%)												、%)		
	大学院卒 大卒 短大・高専卒 高校卒														
	業種 2022 年春 2023 年春 (申率) 2023 年春 (申本) 2023 年春 2023 年春 2023 年春 2023 年									2022 年春	2023 年春	伸率			
全	Ī:		業	214,900	216,067	0.5	197,779	200,292	1.3	172,571	177,793	3.0	163,113	165,126	1.2
製	ì	告	業	239,500	241,000	0.6	203,401	205,125	0.8	157,000	157,500	0.3	159,128	161,565	1.5
非	製	造	業	202,600	203,600	0.5	195,905	198,681	1.4	178,800	185,910	4.0	165,390	167,161	1.1
企	企業 大企業 239,500 241,000 0.6 194,601 199,008 2.3 176,200 183,750 4.3 164,375 167 規模別 中小企業 202,600 203,600 0.5 199,686 201,062 0.7 171,967 176,800 2.8 162,832 164									167,250	1.7				
規模	莫別	中小1	企業	202,600	203,600	0.5	199,686	201,062	0.7	171,967	176,800	2.8	162,832	164,654	1.1

2. 来春の採用計画 — '今年並み以上'の採用計画ありが8割強—

有効回答企業 (130 社) のうち 2024 年春の採用計画について回答があった 128 社の計画をみると、「採用する」とした企業は 85.2% で、前年同期調査の計画 (86.3%) 比 1.1 ポイント低下とほぼ前年並みであった (図表 5)。

図表5 2024 年春の採用計画(前年同期調査との比較)

2023年春(N=131) 採用しない 13.7% 採用する 86.3% 38.9% 3.8% 3.8% 今年に引き続き 今年より増やす 今年並み 今年より減らす 採用しない 今年は採用したが 来年はしない 2024年春(N=128) 採用する 85.2% 採用しない 14.8% 37.5% 3.9% 4.7% 今年より増やす 今年並み 今年より 今年に引き続き 減らす 採用しない 今年は採用したが 来年はしない

採用方針の内訳をみると、「今年より増やす」(37.5%)と「今年並みに採用」(43.8%)を合わせた '今年並み以上'の採用計画を立てている企業の割合は81.3%と前年同期調査(131社のうち108社、 82.4%)と同水準の8割にのぼり採用意欲は高いものとみられる。一方、「今年より減らす」(3.9%)と 「今年は採用したが来年はしない」(4.7%)の採用数を減らす企業の割合は8.6%にとどまった。

これを業種別にみると、'今年並み以上'とする企業は、製造業で87.1% (前年同期調査84.9%)、非 製造業も79.4% (同81.6%) と高い割合となっている。

企業規模別にみると、大企業で「採用する」と回答したのは90.0%と前年同期調査(90.4%)と同水準で、 いずれの企業も'今年並み以上'の採用を見込んでいる。また、中小企業も「採用する」が84.2%と前 年同期調査(85.4%)と同水準で、' 今年並み以上 ' が 79.6%(同 82.7%)となるなど、いずれも採用に 意欲的な企業割合が高い(図表5、6)。

		<u>. </u>		- 15 -	/		<i></i>	, ,,			
	図	表6 20)24年春	の採用予	定(新名	戸採用を	行ってい	ない先を	:除く)	(社、%)
				採用	する				採用し	しない	
	業種	今年より	り増やす	今年並みに採用		今年より減らす		今年は採用したが 来年はしない		今年に引き続き 採用しない	
		社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比	社数	構成比
全	産業	48	37.5	56	43.8	5	3.9	6	4.7	13	10.2
製	造 業	16	51.6	11	35.5	2	6.5	1	3.2	1	3.2
	輸 送 機 械	2	50.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	一般機械	2	33.3	4	66.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	電気機械	3	60.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	食 料 品	6	54.5	3	27.3	0	0.0	1	9.1	1	9.1
	製造業その他	3	60.0	0	0.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0
非	製 造 業	32	33.0	45	46.4	3	3.1	5	5.2	12	12.4
	運 輸	4	22.2	7	38.9	1	5.6	1	5.6	5	27.8
	建 設	2	11.8	12	70.6	1	5.9	0	0.0	2	11.8
	卸 売	9	36.0	10	40.0	1	4.0	2	8.0	3	12.0
	小 売	6	42.9	6	42.9	0	0.0	0	0.0	2	14.3
	サービス		57.9	6	31.6	0	0.0	2	10.5	0	0.0
	非製造業その他		0.0	4	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
企 業規模別	大 企 業	8	40.0	10	50.0	0	0.0	1	5.0	1	5.0
規模员	中 小 企 業	40	37.0	46	42.6	5	4.6	5	4.6	12	11.1

コロナ禍が落ち着きを見せるなか、県内企業の採用意欲は総じて高いとみられる。ただし、計画通 りの採用ができなかった企業も少なからずあることから、人材不足の状況は続いているものと考えら れる。そのため、来春の採用計画についても、コロナ禍収束後の事業展開を見据えて必要な人材を確 保しようという前向きの姿勢がうかがえる。

(井上 翼)

最近のインバウンドの状況と課題

~ 長崎の観光戦略立案の参考に ~

平家達史

1965 年生 京都市出身

1989年4月日本銀行入行

2018年3月~2019年8月日本銀行長崎支店長

2021年6月に日本銀行を退職し、長崎自動車㈱ 常勤顧問

2022年3月より長崎自動車㈱ 取締役

2021年7月より㈱長崎経済研究所 シニアアドバイザー、10月より長崎放送㈱

顧問・論説委員、2022年3月より㈱長崎検番 取締役も務める



新型コロナウイルス感染症による入国制限などの水際措置は2022年春から段階的に緩和されてきた。同年6月に外国人のツアーの受入れが2年3カ月振りに再開され、本年4月29日に入国制限解除を含む水際対策が終了した。

こうした水際制限の緩和の進展に伴い、国際線の運航再開や増便、国際クルーズ船の寄港再開等から外国人入国者数が増加しているが、その現状について、今後のインバウンド観光の戦略を考える際の参考となるように分析してみたい。

1. 外国人入国者数

出入国在留管理庁が公表した「出入国管理統計」をみると、外国人入国者数は増加傾向を辿っており、4月は200万人を超えるまでに増加した。コロナ禍前の2019年同月比でみると1月は6割弱までの回復であったものが、4月は約7割まで回復しており、新型コロナウイルス感染症の再拡大や地政学的リスクの顕在化といった大きな環境の変化がなければ、この増加傾向は続くと思われる。東京や福岡の街は大勢の外国人観光客で溢れ、長崎でも外国人観光客の姿を良く見かけるようになっている。

入国者を地域別でみると、北アメリカからの入国者が既に 2019 年を超えているが、これはビジネスと観光・レジャーの両面が寄与している。一方、アジアの戻りが鈍いが、これは中国からの入国者の回復が鈍いことが主因である。

▽地域別外国人入国者数推移

国籍	2023年1月	2月	3月	4月
アジア	1,314,279	1,287,922	1,400,735	1,503,055
北アメリカ	113,888	111,698	249,995	234,372
ヨーロッパ	68,735	74,362	159,873	187,488
オセアニア	58,682	42,309	51,429	64,799
南アメリカ	9,062	7,687	12,244	13,213
アフリカ	2,722	2,450	3,322	3,173
総数	1,567,398	1,526,452	1,877,669	2,006,129

【2023年の2019年同月対比】

(%)

(人)

国籍	2023年01月	2月	3月	4月
アジア	▲ 44.3	▲ 43.7	▲ 38.4	▲ 35.1
北アメリカ	▲ 14.7	▲ 6.9	+13.1	+6.3
ヨーロッパ	▲ 32.3	▲ 30.2	▲ 14.6	▲ 24.0
オセアニア	▲ 34.1	▲ 20.4	+4.0	▲ 18.8
 南アメリカ	▲ 45.3	▲ 29.9	▲ 20.9	▲ 25.8
アフリカ	▲ 20.0	▲ 11.6	▲ 24.3	▲ 26.7
総数	▲ 42.0	▲ 40.9	▲ 31.8	▲ 30.5

(注) 数値は速報値。総計には無国籍を含む。 (出所) 出入国在留管理庁「出入国管理統計」

入国者について国・地域別にみてみると、2019年4月における入国者数の多い国・地域は、中国、韓国、 台湾、香港^(注)、米国の順であったが、本年4月では、韓国、台湾、米国、香港、中国の順となっている。 米国からの入国者は2019年4月を上回っているほか、韓国、台湾、香港からの入国者も2019年比で 8割方まで回復している一方、中国については2019年の2割に止まっている。

▽入国者が多い国籍・地域の 2019 年比の状況

(人、%)

 国籍・地域			2022 /4 F				
連結・地塊	2019/4月	構成比	2023/4月	構成比	2019/4 月比		
中国	674,186	23.4	126,369	6.3	▲ 81.3		
韓国	585,470	20.3	481,857	24.0	▲ 17.7		
台湾	370,979	12.9	294,889	14.7	▲ 20.5		
香港	183,221	6.3	148,491	7.4	▲ 19.0		
米国	171,645	5.9	186,133	9.3	+8.4		
タイ	167,923	5.8	123,336	6.1	▲ 26.6		
フィリピン	84,529	2.9	70,485	3.5	▲ 16.6		
オーストラリア	70,365	2.4	56,604	2.8	▲ 19.6		
ベトナム	56,819	2.0	56,852	2.8	+0.1		
フランス	46,562	1.6	34,853	1.7	▲ 25.1		
マレーシア	46,309	1.6	40,606	2.0	▲ 12.3		
英国	44,803	1.6	37,140	1.9	▲ 17.1		
インドネシア	40,057	1.4	49,055	2.4	+22.5		
シンガポール	36,811	1.3	42,167	2.1	+14.5		
ドイツ	26,110	0.9	23,698	1.2	▲ 9.2		
イタリア	24,219	0.8	15,785	0.8	▲ 34.8		
インド	18,942	0.7	16,809	0.8	▲ 11.3		
ロシア	14,158	0.5	4,699	0.2	▲ 66.8		
スペイン	13,979	0.5	8,396	0.4	▲ 39.9		
ネパール	7,664	0.3	10,132	0.5	+32.2		
総数	2,885,437	100.0	2,006,129	100.0	▲ 30.5		

(注) 数値は速報値。2019/4 月もしくは 2023/4 月の外国人入国者数が 1 万人以上の国籍・地域を抜粋。 (出所) 出入国在留管理庁「出入国管理統計」

⁽注)「出入国管理統計」では、香港について、「中国(香港)」と「英国(香港)」に分けて計上されており、本寄稿では「中国(香 港)」を香港として記載している。

この間、空港・港別の外国人入国者数を見ると、4月において羽田空港は2019年を上回っているほか、 福岡もほぼ2019年と同程度まで回復している。

▽国内主要空港における外国人入国者数の推移

(人、%)

		201	9年				2023	年	
	1月	2月	3月	4月	1月	2月	3月	4月	2019年4月比
成田	721,460	671,426	801,680	855,758	501,704	502,757	668,371	654,833	▲ 23.5
関西	695,095	674,833	726,285	764,217	379,298	369,191	425,327	471,895	▲ 38.3
羽田	352,940	330,875	375,406	401,019	254,442	231,326	350,400	412,203	+2.8
福岡	219,711	205,318	213,028	203,251	197,347	191,335	200,408	200,648	▲ 1.3
中部	130,364	133,028	132,157	160,280	46,353	44,941	49,892	68,592	▲ 57.2
那覇	151,247	138,742	142,697	145,148	45,708	43,848	51,914	59,888	▲ 58.7
新千歳	202,630	191,766	141,670	116,293	123,816	117,410	82,474	56,634	▲ 51.3

(出所) 出入国在留管理庁「出入国管理統計」

また、港別にみると、3月16日の国際クルーズ船の寄港再開から長崎港での外国人入国者が増えて いるほか、対馬の比田勝港でも2019年の規模にはまだ遠いが順調に外国人入国者が増加していること がわかる。

▽九州および山口県の港のうち外国人入国者の比較的多い港における外国人入国者の推移 (人、%)

		201	9 年			202	3 年	
	1月	2月	3月	4月	1月	2月	3月	4月
長崎	88	40	2,179	4,814	0	0	4,428	7,805
佐世保	6	4	0	17	2	0	74	52
厳原	6,103	10,048	10,207	10,588	0	1	2	0
比田勝	28,210	30,441	27,794	27,389	0	381	2,021	4,272
関門 (下関)	6,486	4,580	3,131	4,655	1,820	2,922	2,662	3,552
関門 (門司)	1	1	1	619	0	0	599	1,008
博多	13,254	13,008	10,057	9,194	2,844	4,650	3,856	5,063
鹿児島	4	5	35	6,537	0	3	2,740	3,717

(出所) 出入国在留管理庁「出入国管理統計」

長崎港におけるクルーズ船の寄港数の推移をみてみると、本年は現時点(6/5日時点)で118隻となっ ている。これは、ピークであった2017年の4割強で、2019年比では6割強まで回復してきているが、今後、 さらに増加することが見込まれる。

▽長崎港における客船入港実績

(隻)

2017年	2018 年	2019 年	2020 年	2021年	2022 年	2023年(予定)
267	220	183	22	1	0	118

(注) 2023年は6月5日時点。

(出所) 長崎県 HP

2. 国際線チャーター便

このように長崎においては、"海"からの入国者は順調に回復してきているように思われるが、気に なるのは " 空 " からの入国者である。もちろん、福岡空港から入国した外国人が陸路で来崎してもら うことにも注力しなければならないが、他の地方空港の取り組みをみていると多少の焦りを感じるの は私だけだろうか。

今年入り後の地方空港の外国人入国者数をみると、順調に回復させている地域が目に付く。仙台空港、 富山空港、高松空港、松山空港、熊本空港では、2019年の外国人入国者数前後まで回復してきているが、 長崎空港は今のところほぼゼロである。

(人) ▽地方空港のうち外国人入国者数の比較的多い空港における外国人入国者数の推移

	2019 年			2023 年				
	1月	2月	3月	4月	1月	2月	3月	4月
函館	8,135	7,646	6,719	5,442	0	8	0	0
仙台	10,053	9,883	7,970	9,199	1,321	2,380	2,717	8,694
茨城	6,227	5,788	5,574	5,142	137	0	648	2,257
新潟	4,513	3,838	4,391	4,705	824	1,222	1,033	0
富山	3,225	3,276	2,704	4,506	0	0	0	3,493
小松	5,835	5,903	5,477	11,235	0	11	10	3,682
静岡	10,143	9,741	10,106	9,088	0	184	883	1,738
米子	3,893	4,300	4,225	3,960	0	0	96	1,421
岡山	6,928	7,467	7,577	8,243	0	0	410	1,959
広島	7,135	6,460	7,566	8,390	1,427	1,261	1,922	1,625
徳島	908	943	1,314	0	0	0	324	329
高松	10,857	10,617	11,002	11,398	3,569	4,010	6,234	8,006
松山	3,447	2,894	3,521	2,188	2	184	1,150	3,465
高知	309	457	0	0	0	0	0	0
長崎	3,144	3,737	3,927	2,323	0	2	0	6
北九州	16,443	16,277	13,716	10,820	588	482	1	1
佐賀	10,698	10,230	9,538	8,943	0	0	0	1,383
熊本	10,170	10,259	10,092	5,810	1,724	2,377	5,068	4,436
大分	9,976	8,686	7,261	5,094	1	0	0	0
宮崎	5,859	5,357	4,986	2,841	1,229	1,057	712	1,043
鹿児島	19,892	19,175	19,577	14,123	1,741	1,471	2,584	885
石垣	1,305	1,647	1,620	4,999	0	132	0	0

(出所) 出入国在留管理庁「出入国管理統計」

この背景には、各地方における国際線チャーター便の誘致運動の活発化がある。昨年秋からの地方 空港における国際線チャーター便の再開に関する各種報道(一部抜粋)等を調べると以下のような動 きがみられた。さらにチャーター便だけでなく、定期便の再開についても地方自治体が各国に働き掛 けを行っている。

▽昨年秋からの地方空港における国際線チャーター便の再開に関する各種報道(一部抜粋)等

◇ サト┼┼イスス ンン	500地分上だにおいる国際隊ノドッグ 医の特別に関する音種報題 (部域件) 寺
青森空港	・大韓航空が、21日からチャーター便を運航することになりました。青森・ソウル線の運航は、2年
(1月)	10 カ月ぶりとなります。
	・大韓航空は、2月も青森発着のチャーター便を運航する計画です。
	・また <u>県は、定期便についても7月以降の再開を目指す</u> としています。(ABA 青森朝日放送 1/12 日)
高松空港	・新型コロナウイルスの影響で運休している高松空港の <u>香港線</u> について、 <u>1月22日からチャーター</u>
(1月)	<u>線で再開し、4月から定期線を運航</u> することが決まりました。
	・高松空港の国際線は四国で唯一 4 つの路線を持っていて、3 年近い運休を経て 11 月 23 日にソ
	<u>ウル線が再開、1月19日に台北線が再開する予定</u> となっています。(OHK 岡山放送 12/19日)
福島空港	・約3年振りに国際チャーター便が運航されました。(福島空港 HP)
(1月)	運航区間: <u>タンソンニャット国際空港(ホーチミン)</u> ⇔福島空港
	・県は今春のチャーター便の運航実現を目指し、タイ、台湾、ベトナムの3カ国を軸に協議を進める。(福
	島民報 1/28 日)
旭川空港	・旭川空港国際線が再開 3年ぶり <u>仁川</u> からチャーター便。(北海道新聞 2/16 日)
(2月)	
北九州空港	・この度、 <u>韓国の LCC であるジンエアー</u> が「北九州=ソウル(仁川)線」で国際チャーター便を運
(2月)	航します。(北九州市港湾空港局 2/16 日)
富士山	・富士山静岡空港の国際線が2年11か月ぶりに運航を再開します。
静岡空港	・ <u>昨年8月の出野副知事による訪韓を契機</u> に、空港振興局、県ソウル事務所及び富士山静岡空港
(2月)	(株)が航空会社や旅行会社に韓国路線の運航再開を働き掛けてきたところ、このたび韓国の
	大手旅行会社である(株) ハナツアーが <u>チャーター便(チェジュ航空)</u> を用機し、 <u>韓国・仁川空港</u>
	から富士山静岡空港を利用した静岡旅行商品を販売することとなりました。今後、静岡県側でも、
	県内旅行会社による韓国旅行商品が造成・販売される予定です。
	・現在、欠航している静岡ーソウル路線の定期便再開に向けては、航空会社と交渉を行っており、引き
	続き働き掛けを行ってまいります。(富士山静岡空港 1/6 日)
仙台空港	・ <u>ソウル</u> と仙台を結ぶチャーター便が3年ぶりに再開されました。
(3月)	・18日に運航されたのは、 <u>韓国・アシアナ航空</u> のチャーター便です。
	・アシアナ航空では、4月28日には仙台とソウルを結ぶ定期便を再開する予定です。(東日本放送
	3/18日)
茨城空港	・国際線が3年ぶりに再開し、25日、最初となる <u>韓国</u> からのチャーター便が到着。(NHK3/24日)
(3月)	
米子空港	・9 日、 <u>韓国・仁川国際空港</u> とを結ぶ連続チャーター便の初便が到着した。
(4月)	│・格安航空会社・ <u>エアソウル</u> の航空便が飛んだのは、日韓関係の悪化で定期便が運休した 2019
	年 10 月以来。(山陰中央新報デジタル 4/9 日)
富山空港	・富山空港の国際線の運航が 13 日、3 年ぶりに復活した。 <u>台湾のチャイナエアライン</u> がチャーター
(4月)	便で台北線の運航を再開。4、5月にインバウンドチャーター便として計 18 便を予定している。
	・富山空港の台北線以外では、韓国の航空3社が14日から、ソウルと釜山からのインバウンドチャー
	<u>ター便を始める</u> 。 <u>5月末までに計 44 便の運航を計画</u> する。(朝日新聞デジタル 4/14 日)
宮崎空港	・宮崎と <u>台湾の台北</u> とを結ぶ国際チャーター便が、4月28日から運航されることになりました。こ
(4月)	のチャーター便では、国際線の再開後、初めて宮崎からの送客が予定されています。
	・ <u>チャイナエアライン</u> が運航するもので、宮崎一台北線の運航は、3 年 2 か月ぶりとなります。
	・チャーター便は、4月28日と5月1日の2往復4便が予定されていて、去年11月に再開した
	国際線としては、初めて宮崎からの送客が予定されています。(宮崎放送 3/25 日)
青森空港	・ <u>台湾のエバー航空</u> は 24 日、新型コロナウイルスの影響で 2020 年 2 月から運休が続く青森ー
(4月)	台北線の定期便再開に向け、来年4月に同路線のチャーター便を運航する方向で調整している
	と明らかにした。路線の需要や青森県側の受け入れ態勢を確認するとみられ、県は「定期便再
	開への足掛かりになる」と期待している。(Web 東奥 11/25 日)
新潟空港	・大韓航空が5月末にも新潟一ソウル線の運航を再開する方向で検討していることが24日、分かっ
(5月)	た。5月末から6月にかけ、6~7回チャーター便を運航する方針だ。新潟空港では1月にタ
	イガーエア台湾が就航し、約3年ぶりに国際線が再開した。5月には <u>ベトジェットエア(ベトナム)</u>
	<u>もチャーター便を運航予定</u> で、県内でインバウンド(訪日外国人)関連の需要拡大が期待される。(日
	本経済新聞 3/24 日)
- (注) 空港名の	・ アの月は、チャーター便の運航時期。

⁽注) 空港名の下の月は、チャーター便の運航時期。 (出所) マスコミ各社 HP 等

2022 年度のチャーター便の就航便数をみると、2019 年度の1割強となっているが、今年入り後に チャーター便の就航が本格化した中、年度末にかけての3カ月間を中心に韓国からのチャーター便が 2019年度の9割弱まで回復していることは特筆すべきことであろう。

▽ 2019 年度と 2022 年度のチャーター便数と国・地域別上位ランキング (便)

	2019 年度		2022 年度			
総数	(35 カ国・地域)	5,734	総数	(15 カ国・地域)	736	
1	アメリカ	1,994	1	韓国	308	
2	中国	1,900	2	アメリカ	220	
3	台湾	753	3	台湾	81	
4	韓国	358	4	中国	28	
5	ベトナム	221	5	香港	26	
6	モンゴル	95	6	ベトナム	18	
7	タイ	83	7	ミャンマー	18	
8	パラオ	78	8	タイ	16	
9	マレーシア	48	9	マレーシア	12	
10	カザフスタン	44	10	オーストラリア	2	

(出所) 国土交通省「国際線就航状況」

因みに、2022 年度中の国際線チャーター便の実績をみると、九州内は4空港で実績がある。具体的 には、鹿児島空港が80便(韓国便)、宮崎空港が36便(韓国便)、熊本空港が7便(台湾便)、北九州 空港が2便(韓国便)となっている。

3. 国際線定期便

国際チャーター便のマスコミ報道等にもあるとおり、チャーター便の就航再開をきっかけに定期便 の再開についても、各都市は積極的に動いているように思われる。こうした中、国際線定期便(直行 便のみ)の 2023 年夏ダイヤ(事業計画認可データ、3/26 ~ 4/1 日集計、出発+到着を 1 便とカウント、 旅客便のみ)をみると、全国で2019年比6割の週3,130便まで回復している。

国・地域別では、米国が2019年度比8割、韓国や台湾が7割の水準まで戻っている一方、中国は1 割強の水準に止まっている。

九州内では、福岡空港が 294 便(韓国 187 便、台湾 34 便、香港 23 便、タイ 20 便、フィリピン 14 便、 ベトナム10便、シンガポール3便、米国<グアム>3便)、熊本空港が7便(韓国便)となっている。

▽ 2019 年と 2023 年の夏ダイヤの便数と国・地域別上位ランキング (便、%)

2019 年 夏ダイヤ			2023 年 夏ダイヤ			2019 年比
総数	(41 カ国・地域)	5,285	総数	(36 カ国・地域)	3,130	4 0.8
1	韓国	1,278.5	1	韓国	889.5	▲ 30.4
2	中国	1045	2	米国	424.5	▲ 18.8
3	台湾	634.5	3	台湾	422	▲ 33.5
4	米国	523	4	香港	240	▲ 42.1
5	香港	414.5	5	フィリピン	157.5	▲ 13.2
6	タイ	241.5	6	タイ	153	▲ 36.6
7	フィリピン	181.5	7	ベトナム	152.5	+1.0
8	ベトナム	151	8	中国	151	▲ 85.6
9	シンガポール	137	9	シンガポール	108	▲ 21.2
10	マレーシア	67.5	10	マレーシア	58	▲ 14.1

⁽注) 直行便のみ。

(出所) 国土交通省「国際線就航状況」

この間、九州佐賀国際空港では2020年3月から運休していた定期便(台湾便)が4月より再開(日 曜日と木曜日の週2日運航)されている(集計時期の都合で前述の統計に含まれていない可能性)。な お、これに伴い佐賀県による「国際線グループ旅行支援」が実施されている。

一方、長崎空港 HP には、上海便(中国東方航空・JAL 共同運航)、香港便(香港エクスプレス)と も「2023年10月28日まで欠航」と表示されている。

4. 訪日外国人の消費動向

次に訪日外国人の最近の消費動向についてみてみる。まず、消費額であるが、本年1~3月の訪日 外国人の1人当たりの消費額は、2019年の同時期と比べ3割弱増加している。これは、2019年同時期 に比べ2割程度円安(2019年:108~111円/米ドル、本年:127~137円/米ドル)となっている ことも大きいと考えられるが、宿泊日数の増加などは数年に亘って旅行を我慢していたことの反動で あったり、日本における物価上昇といった影響も背景にあるのではないかと思われる。

国・別にみると、中国からの訪日者の消費額が著増しているが、これはコロナ前の大勢の訪日者と は異なる比較的富裕層が訪日していると考えて良いのではないか。ただ、水際対策の終了に伴い、従 前のような層の訪日が増えれば、消費額は少なくなっていくように思われる。

▽国籍・地域別にみる一般客1人当たり旅行消費単価 (観光・レジャー目的のみ) (円/人、%)

	2019年1~3月	2023年1~3月	2019 年比
全国籍・地域	144,725	185,616	+28.3
中国	218,369	455,800	2.1 倍
オーストラリア	253,890	361,479	+42.4
フランス	210,783	318,318	+51.0
英国	201,099	311,173	+54.7
米国	190,290	290,410	+52.6
イタリア	205,979	262,769	+27.6
シンガポール	180,066	261,108	+45.0
インド	175,033	260,272	+48.7
ドイツ	198,902	249,484	+25.4
スペイン	185,358	243,032	+31.1
香港	162,731	242,506	+49.0
カナダ	181,947	236,484	+30.0
マレーシア	132,077	232,391	+76.0
ベトナム	145,676	206,645	+41.9
フィリピン	112,292	200,547	+78.6
タイ	121,256	197,758	+63.1
ロシア	131,948	195,695	+48.3
インドネシア	136,721	193,292	+41.4
台湾	120,590	182,963	+51.7
韓国	70,940	107,801	+52.0
その他	203,465	311,339	+53.0

⁽注1) 2019年1~3月は確報、2023年1~3月は1次速報。

▽日本滞在中の平均泊数(観光レジャー目的のみ)

	2019年1~3月	2023年1~3月	2019 年比
全国籍·地域	5.7	6.6	+0.9
ロシア	10.8	16.5	+5.7
フランス	13.9	15.5	+1.6
オーストラリア	13.5	14.7	+1.2
スペイン	11.1	14.4	+3.3
 英国	10.5	14.4	+3.9
イタリア	13.3	14.1	+0.8
ドイツ	12.7	12.4	▲ 0.3
インド	23.3	11.2	▲ 12.1
中国	5.9	10.7	+4.9
カナダ	10.1	10.6	+0.5
米国	8.7	10.1	+1.5
フィリピン	11.2	9.5	▲ 1.7
シンガポール	7.6	8.3	+0.8
インドネシア	7.1	7.5	+0.3
マレーシア	7.3	7.2	▲ 0.0
タイ	5.3	6.6	+1.4
	5.5	6.6	+1.1
台湾	5.0	5.9	+0.9

⁽注1) 2019年1~3月は確報、2023年1~3月は1次速報。

8.2

3.3

15.2

ベトナム

韓国

その他

5.8

4.2

12.8

▲ 2.4

+0.8

2.3

(泊)

⁽注2)「観光・レジャー目的のみ」とは、業務、留学、親族・知人訪問等の目的の旅行者を除いたもの。

⁽出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

⁽注 2) 「観光・レジャー目的のみ」とは、業務、留学、親族・知人訪問等の目的の旅行者を除いたもの。

⁽出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

さらに消費額の内訳をみてみると、国・地域別に消費する項目に特徴があることがわかる。

中国からの訪日者は、「衣類」、「靴・かばん・革製品」、「時計・フィルムカメラ」、「化粧品・香水」といっ た「買物代」が多い。また、「娯楽等サービス費」では「マッサージ・医療費」の比率が高く、本格的 な水際制限緩和前の訪日者は、コロナ禍前の大勢の訪日者とは層が異なっている可能性がある。中国 からの訪日者向けの医療ツーリズムは、医療分野に強い長崎において可能性があることを示唆してい るとも考えられる。

一方、欧米豪からの訪日者は、「娯楽等サービス費」への支出割合が高い。当該統計の期間は1~3 月であるため、「スキー場リフト」の支出比率が高いが、これは季節的なものであり、かつ長崎では取 り込めないものである。その他では、「現地ツアー・ガイド」、「美術館・博物館・動植物園・水族館」 の比率が高いことや、「飲食費」の比率が高めであることからすると欧米豪からの訪日者は日本の自然 や歴史・文化、食を楽しむ傾向にあると思われるため、自然、歴史・文化、食の " 宝庫 " である長崎 はまだまだ欧米豪からの訪日者を取り込むことができるのではないか。

滞在日数が少ないこともあり消費額は小さめとなっているものの、訪日者数では圧倒的に多い韓国 や台湾、香港からの訪日者の支出傾向をみると、韓国からの訪日者は、「テーマパーク」や「ゴルフ場」、 「舞台・音楽鑑賞」の比率が高い。これを長崎に置き換えれば、歌劇団もあるハウステンボスに韓国か らの訪日者が多く訪れていることや県内のゴルフ場で韓国からの訪日者がプレーしている姿を見かけ るのと合致する。韓国から近い長崎はもっとアピールできる分野だろう。だからこそ国際線定期便の 復活が待たれるところである。

台湾や香港からの訪日者は「買物代」が多く、「衣類」、「靴・かばん・革製品」、「化粧品・香水」、「医 薬品」、「健康グッズ・トイレタリー」の比率が高い。確かに東京の原宿近辺に多くのアジア系外国人 観光客が多いことも頷ける。この分野については、なかなか各地方都市が東京に太刀打ちするのは難 しいかもしれず、九州なら福岡くらいになるかもしれない。ただ、アジアからの訪日者の「温泉・温 浴施設・エステ・リラクゼーション」の比率はそこそこ高いため、雲仙・小浜や近隣の武雄・嬉野といっ た温泉地に対する需要はあるように思われる。

なお、国際クルーズ船の場合、支出の3~4割を占める宿泊費が街に落ちないことには留意する必 要があるほか、夕食時には出航してしまうため、夜の消費にも期待できない。つまり、国際クルーズ 船の観光客は、宿泊および夜の消費がない日帰り客である。やはり、日帰りではなく宿泊者を増やす ことが、長崎の観光消費の拡大のため必要なことはこの統計からもわかるところである。

▽日本滞在中の1人当たりの費目別支出の構成比(観光レジャー目的のみ) 【2023年1~3月】

(円、%)

	全国籍· 地域	中国	オーストラリア	フランス	英国	米国	香港	台湾	韓国
 ≿体 (金額)	185,616	455,800	361,479	318,318	311,173	290,410	242,506	182,963	107,801
宿泊費	34.4%	27.8%	40.7%	40.8%	44.1%	41.9%	30.7%	30.5%	35.0%
飲食費	23.4%	15.4%	22.9%	25.7%	20.4%	22.8%	23.3%	20.6%	26.8%
交通費	11.5%	11.0%	12.9%	14.0%	15.1%	14.0%	10.7%	10.3%	9.6%
娯楽等サービス費	5.5%	3.0%	9.3%	3.1%	9.9%	5.4%	5.8%	4.3%	5.9%
現地ツアー・観光ガイド	0.8%	0.0%	0.3%	0.2%	3.2%	0.7%	1.1%	0.7%	0.9%
ゴルフ場	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.9%
テーマパーク	1.4%	1.1%	1.1%	0.4%	1.0%	0.9%	1.0%	1.3%	2.3%
舞台・音楽鑑賞	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.3%	0.5%
スポーツ観戦	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
美術館・博物館・動植 物園・水族館	0.6%	0.2%	0.5%	1.3%	1.0%	1.3%	0.5%	0.5%	0.4%
スキー場リフト	1.2%	0.3%	5.9%	0.4%	3.5%	1.5%	1.3%	0.9%	0.1%
温泉・温浴施設・エステ・ リラクゼーション	0.4%	0.3%	0.1%	0.3%	0.2%	0.2%	0.9%	0.4%	0.4%
マッサージ・医療費	0.1%	0.7%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%
展示会・コンベンション参加費	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
レンタル料 (レンタカーを除く)	0.2%	0.1%	1.0%	0.1%	0.6%	0.3%	0.3%	0.2%	0.0%
その他娯楽等サービス費	0.2%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
買物代	25.2%	42.8%	14.2%	16.3%	10.6%	15.8%	29.5%	34.3%	22.5%
菓子類	4.0%	1.9%	0.8%	1.6%	0.8%	2.1%	3.5%	4.7%	5.4%
酒類	1.2%	0.2%	1.6%	0.5%	1.4%	1.3%	0.7%	0.9%	2.2%
生鮮農産物	0.2%	0.0%	0.0%	0.3%	0.3%	0.0%	0.2%	0.4%	0.1%
その他食料品・飲料・たばこ	2.3%	1.1%	2.8%	2.3%	2.1%	2.9%	2.0%	1.6%	2.6%
化粧品・香水	1.6%	5.5%	0.2%	0.2%	0.1%	0.3%	2.2%	2.3%	1.2%
医薬品	1.7%	0.6%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	1.6%	3.9%	2.4%
健康グッズ・トイレタリー	0.9%	0.8%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.8%	2.1%	0.8%
衣類	5.1%	15.6%	3.1%	4.0%	1.6%	3.2%	8.3%	6.5%	3.8%
靴・かばん・革製品	4.7%	8.6%	1.7%	0.9%	0.6%	1.0%	7.3%	7.9%	1.5%
電気製品 (デジタルカメ ラ、PC、家電等)	0.7%	0.3%	0.9%	0.6%	0.2%	0.3%	0.4%	1.7%	0.3%
時計・フィルムカメラ	0.6%	7.3%	0.6%	0.4%	0.3%	0.5%	0.1%	1.1%	0.1%
宝石・貴金属	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.6%	0.2%	0.1%
民芸品・伝統工芸品	0.4%	0.0%	0.6%	2.3%	1.7%	1.1%	0.1%	0.2%	0.2%
本・雑誌・ガイドブックなど	0.2%	0.0%	0.3%	0.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%
音楽・映像・ゲームなどソフトウェア	0.4%	0.7%	0.4%	2.0%	0.3%	0.3%	0.3%	0.2%	0.6%
その他買物代	0.9%	0.2%	1.2%	0.6%	0.7%	1.6%	1.1%	0.6%	0.9%
その他	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%

(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

5. まとめ

これまでみてきた訪日外国人の消費動向調査については、インバウンドが復活し始めたごく短期間 の統計であり、統計のノイズには留意が必要である。特に中国からの訪日者についてはサンプル数が 少なく、今後増えるであろう国際クルーズ船による中国からの訪日者の傾向とは異なる部分もあると 考えられる(回答者数は5,577人で、うち中国は42人)。もっとも、今回の統計の回答者の支出額が 高額であることは事実であり、逆に今後の中国からの訪日者の誘致を考える際にはヒントになり得る

ものであろう。

長崎においてインバウンド消費を拡大するためには、他都市の状況や訪日外国人の消費動向からみ て、①空路の充実、②質の高い国際クルーズ船の寄港、③宿泊者の増加、④欧米豪からの訪日者を取 り込むための自然、歴史・文化にかかる現地ツアーや食の充実、⑤アジアからの訪日者向けの医療ツー リズムの充実などが効果があるように思われる。当然、そこにはツアー・ガイドも含め、街中におけ る多言語化が必要であることも忘れてはならない。

いずれにしても、チャーター便の誘致の状況からみてもわかるとおり、" 地域間競争" は既に始まっ ている。長崎は行動を起こし、この地域間競争に勝ち抜いていかなければならない。その中で、訪日 者の傾向を把握したうえで、"量"だけでなく"質"の向上にも注力することで、観光業を"観光産業" に進化させ、観光消費の拡大を実現することが、長崎の地域経済の活性化には必要であると考えられる。

世界に誇れる長崎を 県民と作り発信する映画制作 ~第1作 映画「こん、こん。」をモデルケースとして~

株式会社 BLUE.MOUNTAIN

プロデューサー 片平 梓

1996年 長崎県長崎市生まれ。

2016年 長崎県立大学情報システム学部情報システム学科入学(1期生)。

2020年 卒業後、株式会社 UNITED PRODUCTIONS に入社

2022年 オール長崎映画「こん、こん。」を制作。

同年 11 月に UNITED PRODUCTIONS を退社し、株式会社 BLUE.MOUNTAIN の

プロデューサーとして、長崎・東京の二拠点で活動。



はじめに

ご当地映画、または、地方ロケ、と聞くと、皆さんおそらく何作品もの映画やドラマのタイトルが思い浮か ぶことと思います。海、山、路面電車など、豊かなロケーションのある、ここ長崎県においても、過去数多く の映画やドラマでロケが行われました。ロケがある度、ロケ地マップやロケ地ツアーなども行われて来ました が、これらすべてが、撮影のために東京から人が来て、嵐のように去っていき、公開でまた人が来て、盛り上 がりも観光客も含めて、一瞬にして過ぎ去っていくものでした。一過性の盛り上がりは全国的に広がり、「ご当 地映画ブーム」が発生していた時期もありましたが、今ではとても落ち着いて来てしまっている印象があるの ではないでしょうか?

弊社では「長崎 MOVIE PROJECT」と銘打ち、人を育て、まちづくりに貢献し、全国、そして世界へ発 信していく取り組みを行っております。

本稿におきましては、新しい映画の作り方、活用の仕方について、弊社の取り組みをご紹介させていただき ます。

「オール長崎」の映画

「長崎 MOVIE PROJECT」とは、開かれた映画制作を、長崎県出身者や在住者で行い、そして自分たち の手で、全国や世界へ発信していくという取り組みです。

1本の映画作品を作り、皆さんに届けるにあたって、製作発表からオーディション、準備、撮影、仕上げ、宣伝、

配給、興行と大まかに様々な工程が発生します。

まずはこれらを、「開かれた」ものにし、ひとつのコンテンツとして活用します。

はて、一体どういうことでしょう?と首を捻られたかもしれませんので、実際の例を使ってご紹介いたします。

「オープン」な出演者オーディション





<公開オーディションの様子>

2022年7月、映画「こん、こん。」出演者を選出するため、大規模に呼びかけ県民キャストオーディション を実施いたしました。応募は 100 名を超え、実際には、会場であるボートレース大村まで、88 名の方に当日 会場まで足を運んでいただきました。写真をご覧の通り、応募者の方にはステージ上でお芝居を披露していた だくという、通常のオーディションでは行わない形式での審査となりました。また、通常は取らない形ですが、 ここが「開かれた」部分で、応募していない、一般の方々にも自由に出入りできるように設定することで、映 画に出演したい方、映画自体に興味のある方、応募者を応援している方など、様々な方々が、「出演者オーディショ ン」という、本来クローズドで行われるものをオープン化することで、推定200名の人々が集まり、ひとつの 大きなイベントとして成立しました。実際に、「こん、こん。」では、32名の県民の方にご出演いただいており ます。

チャンスがないから、私なんかがなれるわけないから、と諦めていた方々が、一回きりのチャンスと挑戦し、 見事出演枠を勝ち取り、「お芝居って楽しい!」と夢を持つきっかけにさえなっています。

実際に、会社員をされていた女性が、「こん、こん。」に出演したことをきっかけに、芸能事務所に応募し、 現在は長崎を拠点に女優・タレントとして活躍されているという事例がございます。

参加できる撮影

通常、地方ロケというと、東京で組まれたスタッフたちが、 撮影の準備は東京で行い、撮影中だけ地方にやって来て、撮 影だけを真摯に行い、そして終われば去っていくものです。し かし、「こん、こん。」では、私や監督を含めて、8割は長崎 を拠点として活躍しているスタッフで実施。監督が東京との二 拠点での活動ということもあり、リモートでの打ち合わせを活 用しながら準備を進めました。県民だからこその目線で、郷 土愛に溢れた映像に仕上がっております。撮影中においても オープン化し、弊社 SNS では、右記画像のように発信を行い



<撮影時の SNS での投稿>

ました。エキストラ参加のみならず、撮影を見学してみたい方々も受け入れて撮影を実施。実際に、わざわざ 撮影現場までお越しくださって「見に来ました!」とお声をかけてくださる場面もありました。

身近な生活圏が映画に残る、そしてそれを実際に見ていた、という思い出が、一種、参加してくださった県 民の方々のシビックプライドへ繋がると考えております。

県民とのイベント





くこれまでに行ったイベント>

映画のプロセスのみならず、年間通して、県内様々な場所でのイベントも実施しています。

監督による、映画や映像についてのトークや、県民の方々にも登壇していただき、映画の撮影に参加したからこその感じられた意見や、まちづくり、地域貢献について考えるイベントも実施しております。

参加者と対話しやすい規模で行うことが多く、都度様々なご縁が生まれ、そして、参加者同士での新たなコミュニティというものも形成されていることもあり、県内を横断して、様々な場所で行う意義があると実感しております。

長崎だからこその「BLUE.MOUNTAIN」

人口流出率が日本国内ワーストトップクラス、高齢化も進み、人口減少は顕著、付随して様々な社会課題を 抱えている長崎県。

「映画」「エンタメ」にできることを長崎発で継続的に行うため、弊社は長崎県出身者にて設立いたしました。 「エンタメ」というものが、ひどく遠い世界の仕事であると感じている若者が多いこともあり、まずは若い世 代が長崎に興味を持てるような、そんな作品を作りたいという思いから、第1作「こん、こん。」を企画。

キャスト、スタッフとして、実際に数多くの現役の高校生、大学生が参加してくださいました。 映画ってこうやっ

て作るんだ、不安だったけど楽しかった、娘・息 子が輝いていて参加させてよかった、という感想 を各所からいただいた点は、この企画を第1作目 とした甲斐があったと強く感じています。

お芝居の勉強を始めた方、ものづくりの学べる 学校に進学した方、この映画を通して、きっとど こか諦めていた夢を追う決意をした方々がたくさん いました。



<玖島崎キャンプ場での集合写真>

豊かな森が、豊かな海をつくるように、山に緑が茂り、土地が育ち、海が潤う。

この映画でも、若葉が芽生え、これから何年もかけて、大きな葉を広げていきます。

故郷で映画に携わったからこそ、夢を追った自分を誇りに思い、そして故郷を誇りに思える。

人が生まれ、まちがつくられ、物事が動いていき、よりよい長崎へと進化できる。

そして、出来上がった作品を、国内を飛び越え、アジアへ、さらに全世界へ。

さらに多くの人が長崎に関心を持ち、人が集まり、豊かな土地へと発展できるよう、弊社にできる活動を、 これからも継続して参ります。

さいごに

長崎発で映画を作って、本当にシビックプライドが持てるのか?と疑問もあるかと思います。個人的な話で はありますが、私自身が、実は上記と同様の経緯で、今、長崎で映像のお仕事をさせていただいております。 2018年、今から5年前、横尾初喜監督が「こはく」という作品を撮影いたしました。私は当時、長崎県立 大学の学生で、エンタメとは無縁な、平凡な大学生活を送っていました。ご縁あって、約2週間の撮影に携 わらせていただき、映画を作る人たちの魅力、総合芸術というプロの世界に魅了され、その後すぐ、仲間たち と地元で学生映画を作るなど、自分でも信じられないような学生生活を手に入れました。

将来の夢も、なりたい職業もなかった私ですが、今、実際にこうして、 憧れた方々と、映画のお仕事に携わらせていただき、エンタメの持つ 力、映画の持つ力とは、それほどまでに大きいものだと私自身が証 明していくためにも、このように長崎での映画の活動の中心に立って います。

「オール長崎」の映画が、どこまで世界に通用するのか? まずは、皆さんご自身の目で、作品を観ていただけたら嬉しいです。 映画「こん、こん。」秋からは東京ほか全国での公開が決定して おります。

長崎の圧倒的なロケーションで描く、若者たちの熱い青春を描い た作品です。皆さんの郷土愛、大切な人たちへの愛を、思い返しな がら観ていただけると幸いです。



LOCAL と共に生きる

株式会社 NAVICUS 九州 CEO 渡邉 — 平



プロフィール

1979年長崎市に生まれ、高校まで長崎で過ごしました。大学進学をきっかけに32歳まで神戸、大阪に住み関西の「お笑い文化」に触れる事ができたのは今では財産です。関西でWEBマーケティングの会社に就職し、2008年転職を機に事業再生コンサルティングに携わり、32歳まで様々な業種業態の会社の事業を再生する為に正に脳に汗をかきながらやり切りました。そんな中注目されていたのがTwitterをはじめとしたSNS。各業態に取り入れ広報の一部に活用、SNSを一つの武器として事業に携わる事になりました。その後SNSの幅広い可能性に気づき、cafe/洋菓子店/鍼灸院/福祉サービス等多種多様のSNS運営に関わりました。この時は長崎に戻ることになるとは全く思っていなかったのですが、当時の社長に「地方に事業を作る」の号令で長崎に事業を作ろうと長崎を視察しました。結果は「NG」。長崎に事業となりえる魅力はないという厳しい現実が待っていました。今考えると私の提案が全く稚拙でその時の社長の判断は全く間違ってないと思っておりますが、当時は悔しさともどかしさを感じました。

この事をきっかけに長崎の事を考える機会が増え、長崎の歴史や文化に触れる機会を多く持ち、外からが難しいなら「長崎の中の人」になって事業を作り長崎に貢献していく覚悟で長崎に U ターン。 長崎のアパレルショップに入社、Facebook による集客を中心に SNS 運用を担当。また小規模通所介護施設「ひばり」を開所し、その後放課後等デイサービス 2 店舗を開所し、運営に従事する中で地域 の課題に向き合い、地域を巻き込み音楽イベントの開催や長崎南倫理法人会の開設・設立に携わるな ど様々な取り組みを行う中、SNS を中心とした WEB マーケティングの会社を作るというプロジェク トに参画する事となりました。

2022 年 10 月株式会社 NAVICUS 九州の立ち上げ時から常務取締役として参画、2023 年 3 月 CEO に 就任しました。

地方創生の難しさ

地域への貢献は捉え方とスタンスがとても難しいと感じています。

例えば、

- ・自治会に入り主体的に活動する
- ・公共の場所を綺麗に保つ(ゴミ拾い)
- ・ボランティア活動として地域イベントを開催する
- ・小さなコミュニティを作る(高齢者等社会的弱者のサポート)

など、どれもこれも非常に大事な取り組みではあるし、個人で出来る立派な地域への貢献ですが、ふ と「これで地域って元気になるんだっけ?」「いわゆる地域創生のための動きになっているんだっけ?」 と長崎に U ターンして 10 年経って 10 年前の長崎に貢献するんだ!という思いはどんなスタンスだっ たかと考えるようになりました。

地方というのは、ビジネスモデルが作り辛い (儲かりにくい)、「人」という資源が圧倒的に少ない、 という良く聞く課題は確かに思い当たる事も多く、地方創生にトライする事はとてもタフな事だなと 考えるようにもなりました。とはいえ、「大好きな長崎」「生まれ故郷である長崎」と共に成長出来る 可能性をずっと探り続けています。

株式会社 NAVICUS 九州

SNS マーケティングの会社を長崎に作る。そ の話を聞いた時すぐに「はい!喜んで!」と返 事した事を覚えています。NAVICUS 九州に関 わる人を紹介いただき、全てのピースがはまっ ていく何かを感じました。



「NAVICUS」という社名には、我々の存在意義を示す複数の意味合いが込められています。

まず最初の由来として、NAVICUS は、人を「靡かす(なびかす)」という意味を持たせてます。こ れは、私たちが事業を通じて、人々が自身の選択や行動をより良い方向へと向けることを促す使命を 果たすことを象徴しています。

また、NAVIGATION (導く) と CUSTOMER (顧客) の二つの英単語を組み合わせた意味もあります。 これは、私たちがクライアント企業のコンサルティングや SNS マーケティングの伴走支援を行い、彼らをより良い結果に導く役割を担っていることを示しています。 それに加えて、一般の生活者もマーケティングを通じてより良い選択へと導く意味合いも含まれています。

これら全てが合わさり、「カスタマー (クライアント企業・一般生活者)をナビゲートし、全体を靡かしていく存在」、つまりより良い社会へと皆を導く企業であるという私たちの理念を表現しています。

NAVICUS 九州のメンバー構成は

- ①「東京で SNS マーケティングの先頭を走っているマーケッター」且つ長崎大好き
- ②東京から福岡に I ターンした財務に強い元外資系コンサルタント
- ③長崎でウェブメディアを運営する東京からの U ターン WEB マーケッター
- ④長崎の老舗企業で副社長をつとめ、その後東京に移り若い人にチャンスを与え続けるため人と人を 繋げる架け橋
- ⑤わたし
- ⑥青年海外協力隊のボランティアでマダガスカルに派遣経験を持つ元バンカー
- ⑦名古屋で育ち京都→長崎と様々な場所に住む元大手コンビニの商品開発担当であり2児の母

この7人の個性豊かなメンバーで SNS をメインとし「長崎の企業」「自治体」「個人」に対し全力で応援できる土台ができた事で、本気で長崎の事を考え実行出来るチームが整いました。また、それぞれの1人だとブレてしまう意志も、5人それぞれの強い意志をしっかり受け止め実行に移すことでチームとして「地方創生」に対する強固な意志の集合体になれています。

働く環境もフルリモートを取り入れ、どこ



からでも長崎に貢献できる仕組みを作り、多くの人が働きやすい環境を作ることで、様々な場所から 長崎を応援できる状態を作ります。様々な場所(地方)に関わることで、共通するローカルの課題に 直接触れ、長崎の企業だけではなく様々な地方の仕事に取り組みながら様々な地方の知見や情報を長 崎に活かし、長崎での経験を他の地方に活かす事で相互に良い影響を与え続けながら成長していきた いと考えています。

働く環境や人も常に変化する。新しい取り組みではなく、「的を射た環境作り」の中で大きく動く時 代の変化に対応していきたいと考えます。

mission:Party For ALL に込めた想い

この言葉は、私の経験から1人ではできる事が限られる、チームが本気になってこそ「新しい風」 が起こり初めて変化がうまれるという事から、私たちに関わる全ての人々をチームの1人と考え様々 な考え(多様性)を当たり前のものとして、個々の「創造性」 = 「本気」を形にする事で「地方創生」 が成り立つと強く信じる事で、地方に関わる全ての人を応援し、また応援される事を mission として掲 げました。

また、地方創生は中の力だけでは不十分な事も多く、長崎を客観的に外から見れる人も受け入れる 事で大きな「新しい風」を作り出すことができるという想いも含まれています。

事業内容

NAVICUS 九州は専門領域である SNS を通じて企業様や自治体(LOCAL)のコミュニケーション支 援をしています。企業様の目的に合わせ、SNS を起点とした戦略コンサルティングや社内担当の育成、 運用代行、アカウント分析、SNS 広告運用、SNS キャンペーン事務局対応など幅広くサポートしてい ます。

また NAVICUS 九州はパートナーである自治体様と同じ目線に立ち、得意ジャンルである SNS 運用 で地域のファンになっていただけるような取り組みを自治体様と一緒に考え、サポートしています。

さらに自治体様向けには、ふるさと納税の支援に強みを持っており、地方自治体の抱えるふるさと 納税に関する課題に対し、全体の戦略設計からプロモーション企画の立案と実施、ポータルサイトの 実運用、素材提供、SNS やメールマガジンを通した継続寄付の創出までトータルで支援しています。

また、今後は LOCAL に特化したサービスも充実させて行く予定であり、LOCAL 企業としての強み を最大化するべく、SNSを活用して様々な取り組みをしていきたいと考えています。

1. 「LOCAL ブランディングの再構築」

- ●地域ブランディングの取り組みを地域住民と協働で行います。地域住民の意見やアイデアを 募集し、SNS上で共有するプラットフォームを作成します。
- ●地域住民が自ら地域の魅力を発信し、地域への愛着や関心を高めることで、共同体意識を醸 成します。

2. 「LOCAL 企業支援」

- LOCAL の企業同士がコラボレーションし、共同のプロモーション活動を行います。SNS 上で地域内のお店同士が情報を共有し、相互に紹介する仕組みを構築します。
- ●地域住民と小売業者とのコミュニケーションを活発化させるため、SNS 上でのクチコミやレビューの投稿を促し、お店と顧客の間に信頼関係を築きます。

3.「LOCAL 情報の共有と連携 |

- ●地域住民自身が SNS プラットフォームを運営し、地域情報の共有や交流の場を提供します。 地域住民同士が情報を発信し、コミュニティ内での交流や情報の共有を活発化させます。
- ●地域のイベントやニュース、地域の魅力を発信するだけでなく、地域住民同士のつながりを 深めるためのトピックやグループを設け、コミュニティの形成を促します。

4. 「LOCAL の若者支援と人材育成」

- ●地域の若者を対象にした SNS マーケティングやデジタルスキルの研修プログラムを、地域住 民や地元の企業のメンターとの協働で実施します。
- ●メンターと若者がマンツーマンでコミュニケーションを取りながら、実践的なプロジェクト に取り組むことで、地域コミュニティの中での交流やつながりを促します。

5. 「LOCAL との協業による地産地消の推進」

- ●地元農家や加工業者と地域住民との協働プロジェクトを展開します。地域住民が SNS を通じて地元の農産物や特産品の需要や注文を募集し、共同購入や配送を行います。
- ●地元産品のストーリーや生産者の情報を SNS 上で共有し、消費者と生産者とのつながりや信頼関係を深め、地域コミュニティの結束力を高めます。

これらのアイデアを一つ一つ実行していくことにより、地域住民が参加し、コミュニティ内でのつながりと協働を促進することができます。地域の魅力を発信するだけでなく、地域コミュニティの形成や共同体意識の醸成にも重点を置いた取り組みを行うことで、地域創生をさらに活性化させることができます。

長崎は全国で1番多くの灯台を有しています。この事実は長崎が多くの船を灯台によって導いてきた事を示しています。次頁掲載の写真は長崎にある灯台から写した1枚で、私たちNAVICUS九州は多くの船を正しい航路に導いてきた灯台のように、お客様を導く光となれるように行動指針をLIGHTHOUSEと名付けて多くの人に関わっています。



LOCAL と共に生きる

私の生まれ故郷長崎は、まさに都市部から地方への人口流動と地域活性化が重要な議題となってい ます。私たちはまさにLOCALと共に歩む企業であり続け、長崎にある素晴らしい環境で働く喜びを 感じてもらう事と同時に、様々な地方に携わることで長崎の再発見を促し、貢献する事業として存在 し続けたいと考えております。SNS は、情報の拡散力と個人の声を組織的にまとめる力を持つことが できます。この姿はまさに地方創生そのものではないかと考えています。

シリーズ企画 長崎大学が持つ、産学連携シーズ

目に見えない水資源「地下水」の年齢を探る

長崎大学環境科学部 かがぶまこと 准教授 利 部 慎





「地表水」は我々にとって身 近に目にする水資源です。地球 上に存在する全ての水に占める 地表水の存在量は約 0.01% と非 常に少ないものの、我が国では 水資源として 8 割以上を地表水 に依存しています。量的に僅か な地表水を恒常的に利用できる のは水が循環しているためで す。しかし、昨今の地球温暖化 に伴う降水量の大きな変化によ

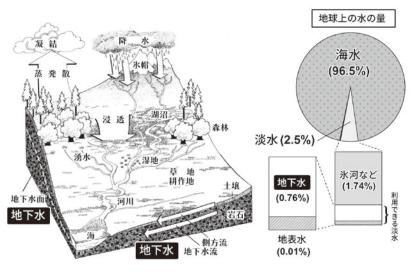


図 1:水循環の概念図と地球上の水資源量 (筑波大学水文学研究室(2009) および Shiklomanov and Rodda(2003) を基に作成)

り、河川水などの「地表水」は著しく水量が増加し氾濫が発生するニュースを見聞きする機会が多くなりました。一方で「地下水」は、人類が利用できる淡水資源量として最も多いうえ、帯水層(地下水で飽和した透水性の良い地層)の緩衝材的な効果のため、激しい降水量変化の影響がかき消され量的に安定した水資源となります(図 1)。また、地下の地層中をゆっくりと移動してきた地下水は、自然の濾過や浄化作用を受けているため、一般的に地表水に比べてその質は非常に良好です。

しかし、地下水は目に見えない水資源です。こうした目に見えない地下水を持続的に利用するため

には、地下水の入口 (涵養域)・経路 (流動過程)・出口 (湧出域) をつなぐ一連の流動メカニズムの 実態把握 (これを『見える化』と呼びます) が必要不可欠です。

では、地下水研究者は、どのように地下水を『見える化』しているのでしょうか。その答えの一つが、「トレーサー」と呼ばれる環境中に自然的に存在したり、人工的に負荷・投入されたりした物質を測定することです。近年ではトレーサー物質を高い精度で測定できる技術が確立され、複雑な水循環プロセスの推定が可能となっています。

地下水の主な源である降水が地表から浸透し地下水になることを涵養と言いますが、涵養後にどのような流動経路をどのくらいの時間をかけて湧出するかを把握することで、地下水の見える化が可能となります。この見える化のために用いられる代表的なトレーサーには、以下のような物質があります。

入口 (涵養域) の推定: 水の水素・酸素安定同位体比 (δ^2 H、 δ^{18} O値)

経路(流動過程)の推定:水に溶存するイオン(Ca、Na、Mg、Cl、NO3など)

滞留時間(水の年齢)の推定:水に溶存するガス(CFCs、SF6など)

私の研究室では、特に滞留時間の推定に精力的に取り組んでいます。地下水の滞留時間とは、降水が地下水になった(涵養された)時点をスタート(=0歳)として、その後に地中を流動している時間を指しており『水の年齢』を意味します。オーストラリアの大鑽井盆地では、地下水の流動距離が

1,000km におよぶ場合もあるため、数百万年の古さの地下水が確認されています。一方で、日本は降水量が多く、地形が急峻であり、山から海までの距離が短いため、水循環は非常に活発で多くの地下水の滞留時間は数年から数十年の範囲にあると考えられています。したがって、日本国内で滞留時間推定を行う際には、50年未満の「若い地下水」を対象にした時間分解能の高い推定手法が求められます。滞留時間の推定に用いられるトレーサーを「年代トレーサー」と呼び、研究地域の地下水の年代スケールに応じて放射性同位体、安定同位体、溶存ガスなどの種々のトレーサーが提唱されています(表1)。

表 1: 若い地下水の年代トレーサーとそれぞれの長所・短所

年代トレーサー	地下水流動過程での 濃度変化の可能性	必要水量と 分析難易度		
³ Н (トリチウム)	なし (ただし、この数十年は BO 濃度に有意な変化なし)	1000mL 以上必要 煩雑		
CFCs	都市域や工場地域での濃度付加 遠元域での濃度分解	100mL 程度 容易		
SF 6 (六フッ化硫黄)	都市域や工場地域での濃度付加 陸生起源の濃度付加	500mL 程度 比較的容易		
85Kr (クリプトン85)	(g)	10000L 程度 極めて煩雑		
Halon -1301 (ハ□ン1301) ▶	(20)	500mL 程度 比較的容易		
	本研究室で国内初の研	崔立!		

本研究室では、年代トレーサーの長短所を複合的にカバーすべく CFCs、SF₆、⁸⁵Kr の全ての代表的な環境トレーサーの測定が可能となっており、水試料の採水から濃度測定、年代推定に至るまでの一連の技術を保有しています(国内では当研究室のみ)。また、欧米の研究所が近年になり、新たな環境トレーサーである Halon-1301 の濃度測定手法を確立したことが報告されましたが、本研究室でもついにこの最新のトレーサー法を日本国内で初めて確立することに成功しました。

Halon-1301 は1年未満から約50年までの「若い年代」領域の推定を得意としているため、この年代幅をより高い時間分解能で推定することが可能となりました。さらに、これまで各年代トレーサーを用いて滞留時間を測定するためには、それぞれの分析用にそれぞれ容量の異なる専用ボトルで採水する必要があったため、1地点につき多くの本数の水試料が必要でしたが、本研究室で構築した分析システムでは、1つの水試料でCFCs、SF6、Halon-1301の複数の年代トレーサーが一度に測定できるため、効率的な分析データの蓄積が可能となり、水の年齢解明をより強力に進めることができるようになりました。この手法を島原湧水群の湧水に適用したところ、標高の高い地点に湧出し溶存成分量の少ない(流動規模が短いと予想される)湧水では約20年が、標高が低く溶存成分量の多い(流動規模が大きい)湧水では約45年が推定されました。

これら複数の年代トレーサー法の確立により、地下水の滞留時間の推定精度は格段に上昇(日~月単位)し、地下水流動の『見える化』に大きく貢献するとともに、他の追随を許さない国内屈指の水 年齢推定技術の研究機関になりました。

近年の世界的な人口増加やグローバル化、地球温暖化問題などにより水資源のひっ迫度が増している中、量的・質的に安定した水資源である地下水に対する注目は年々高まっています。本研究室で確立した地下水の年齢推定技術は、正しい地域水循環システムの理解への下支え的な役割のみならず、ミネラルウォーターへの付加価値を与えたり、利用可能な地下水資源量の評価など、様々な波及効果も見込まれています(図 2)。長崎の国立大学として、今後は長崎県内各地の地域で大切にされている湧水や、淡水資源が貴重な離島で地下水研究を精力的に行い、得られた成果を地域に還元する研究を推し進めたいと考えています。



図2:地下水の年齢推定技術を基軸とした波及効果

この研究に関心をお持ちの企業の皆さまは、長崎大学研究開発推進機構産学官連携推進室 (TEL:095-819-2231、E-mail:jrc@www.jrc.nagasaki-u.ac.jp) までご連絡ください。

シリーズ企画 長崎大学が持つ、産学連携シーズ

データから現状を読み取り、将来を予測する

長崎大学情報データ科学部 教授 宮 本 道 子





私の研究には大きく、統計科学における研究と経営学における実証研究があります。

統計科学における研究分野では、大量の情報から必要な情報を取捨選択する際に、なんらかの理由により記録されなかった値である欠測データが多く含まれる項目を削除することなく、それを活かす方法を用いて情報収集を行うことで、より適切な行動をするための意思決定の質を向上させることを目標としています。具体的な事例を紹介します。

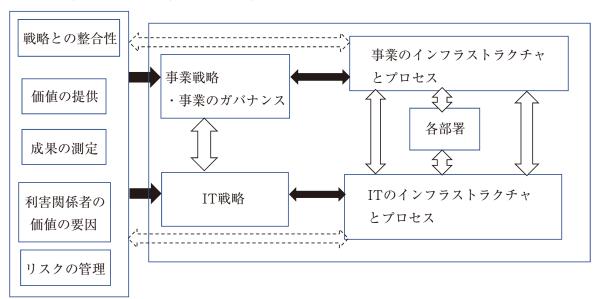
中小企業の財務諸表は、上場企業ほど会計基準が統一されていないため、規模もばらつきが非常に大きいです。よって、中小企業から提供される財務データには欠測データが多く、私はそれらの手法を応用しています。大学で教鞭をとる前は、金融工学の研究所で実際の銀行のデータを使って信用リスクの研究をしたり、統計数理研究所で中小企業の大規模データを使って信用リスクの研究を行ってきました。また最近では、機械学習や多変数の累積分布関数とその周辺分布関数の関係を示すコピュラ(copula)を応用した研究も行っています。コピュラとは資産間の依存性を決定する新しい概念を取り入れたリスク計測手法で、金融実務でも注目されています。

もう1つの研究である経営学における実証研究では、国内企業の組織構造の独自性(人事部の他部門に対する影響の強さ等)を踏まえた事業戦略とIT戦略の整合性と、それに対するITガバナンスの影響について、全国の企業に対して行ったアンケート調査のデータを使って実証研究を行っています。ITガバナンスとは、リーダーシップ、組織構造、プロセスの組み合わせであり、ITからビジネスへの価値の提供とITリスクの軽減を2つの目標としています(図1)。つまり、ITガバナンスとは、ITへ

の投資・効果・リスクを継続的に最適化するための組織的な仕組みであり、IT が企業の競争優位に役 立つような戦力的思考と IT 利用は日本企業にとって最重要課題と言えます。

ITガバナンス(5つのドメイン)

事業戦略·IT戦略



図表 1. 事業と IT の整合性と IT ガバナンス モデル概念図

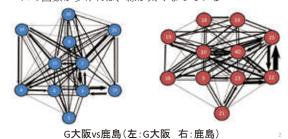
また、マーケティング・サイエンス分野においては、消費者の購買要因に関するデータ分析を行って います。具体的には、テレビ番組視聴、Web サイト閲覧、雑誌・新聞講読などの基礎的なメディアと の接触データと、商品の認知率、店頭接触率、購買率、複数購買率(リピート購買率)や、購入意向のデー タを用いて、消費者が購買に至った経緯をデータサイエンスの視点から分析しています。最近では長 崎の地元のスーパーマーケットから提供された顧客購買データを使った研究を始めました。これまで の研究例として、次のようなものがあります。

- 1) 新しいテレビ CM が生活者に与える影響 (ハーゲンダッツ)
- 2) タイムシフト視聴による広告効果への影響 (氷結)
- 3) テレビ広告・SNS・店舗マーケティングによるスマホ決済利用とその展望(PayPay)
- 4) 血圧系健康食品市場(胡麻麦茶、ヘルシア、ディアナチュラ)
- 5) 家族構成別の消費者行動について
- 6) フラッシュマーケティングにおける消費者行動(グルーポン)
- 7) 美容院チェーンにおける顧客ロイヤリティについて
- 8) 協調フィルタリングを使った高齢者市場に対する食料品推薦モデルの提案

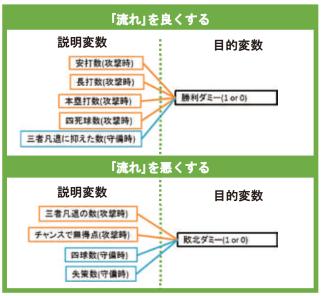
昨年度は本学情報データ科学部の1年生に対して「飲食店における差別化マーケティング」、「バズ りに敏感な EC サイトの提案」などのテーマの研究指導を行いました。また学生たちとの研究に関して は、このほか以前よりスポーツデータ(主に野球とサッカー)の分析を行っています。これは学生た ちの関心が高い分野であり、具体的には実際の試合データを使って、野球やサッカーの戦術を分析し ています。この分野に関しては、学生たちの方が詳しいこともあり、いろんなアイデアを出してくれ るのが楽しいです。

フォーメーションで見た選手間のパス

- 各チームのフォーメーションにおいて、選手間のパスが 見られるように図を作成した(下表が図の例)
- パスの回数が多ければ、線が太くなっている



図表 2. サッカー (パスの回数を使った解析例)



図表 3. 野球の試合の流れを考えたロジスティック回帰モデル

このように私は、様々なデータを用いて、多岐にわたる研究を行っています。私の研究はデータがあっ てこそ成立するので、データを提供してくださる企業等の皆さまとの連携を希望します。ぜひご検討 いただき、一緒にワクワクすることに挑戦してみませんか?

この研究に関心をお持ちの企業の皆さまは、長崎大学研究開発推進機構産学官連携推進室 (TEL:095-819-2231、E-mail:jrc@www.jrc.nagasaki-u.ac.jp) までご連絡ください。

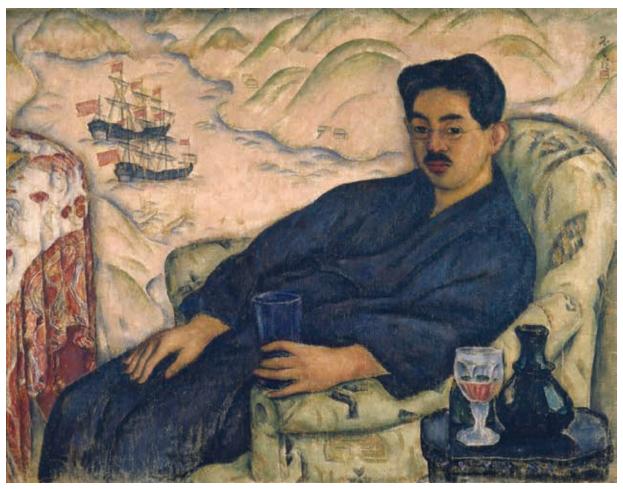
シリーズ企画

長崎の「大」文化人・永見徳太郎をめぐる旅

【第3回】コレクターとしての情熱

長崎県美術館 学芸員 松久保修平

長崎きっての商家、永見家の当主として事業を展開する傍ら芸術をこよなく愛し、コレクター、画家、 写真家、文筆家と多彩な活動によって近代の長崎における芸術文化のキーパーソンであった永見徳太 郎(1890-1950)。本連載はその多彩な活動に呼応すべく様々な角度から彼の実像に迫ることを目指しま す。前回は絵画、写真、文学と幅広い分野にわたる徳太郎のアーティストとしての創作活動を取り上 げました。第3回目となる本稿では、彼のコレクターとしての側面について紹介します。



【画像 1】満谷国四郎《長崎の人》1916(大正 5)年、油彩・カンヴァス、倉敷市立美術館蔵

はじめに、とある作品について見てみましょう(画像1)。グラスを手にした和服姿の男性が、ソファ に腰かけて寛いでいます。《長崎の人》というタイトルからも推測できる通り、洋画家・満谷国四郎によっ て描かれた本作品のモデルとなっている恰幅のよい眼鏡の男性こそ、本連載の主人公、永見徳太郎で す。本作の制作年が1916(大正5)年であることを考慮すれば、モデルとなっているのは20代半ばの 徳太郎の姿ということになりますが、豪奢な調度品に囲まれた堂々たる相貌は、まさに若き長者といっ た雰囲気を放っています。画面右下の小机に載せられたきらめく脚付きグラスと暗褐色の水差しから は、エキゾチックな雰囲気を看取することができるでしょう。こうした舶来のガラス類は「ぎやまん」 「びいどろ」と呼称され愛好されていました。また、ソファの向こうには山々の取り囲む湾内に進入す る2艘の外国船の姿が描かれています。「外国船の入港」というテーマもまた、近世以来、異国の表象 として屏風や版画の形式で盛んに絵画化されてきたものです。このような品々、いわゆる「南蛮もの」 の蒐集によって、徳太郎はコレクターとして名を馳せ、長崎を訪れた多くの文化人が永見のコレクショ ンを目にすることになりました。満谷国四郎による本作は、徳太郎の輝かしい日々を象徴するような 作品といえます。

南蛮ブームを追い風に

徳太郎の蒐集活動が具体的にいつ頃からはじまったのか、現時点で時期を特定することはできてい ません。さらにいえば、徳太郎が誇った南蛮美術コレクションのうち、長崎でも代表的な名家であっ た永見家で代々受け継がれてきたものがどのくらいあったのかさえ判然としないのが実情です。とも あれ、貿易業を営んでいた時期もある永見家で育ち、舶来品を目にすることも多かった徳太郎が、長 崎という地において「南蛮もの」、すなわち長崎を中心とする日本と海外との間で花開いた交流の所産 ともいえる品々に関心を抱いたとしても何ら不思議はありません。加えて、明治末期より全国的に「南 蛮ブーム」と呼ぶべき現象が巻き起こっていたことも、彼の蒐集活動を後押ししたことでしょう。

1906 (明治 39) 年、帝室博物館 (現在の東京国立博物館) にて催された展覧会 「嘉永以前西洋輸入 品及参考品」においてキリシタン遺物が公開されたことを契機とし、南蛮文化に対する関心が高まる ことになりました。さらに、翌1907年には与謝野鉄幹、北原白秋、吉井勇、木下杢太郎、平野万里の 5 人による九州紀行文「五足の靴」が発表されます。長崎や平戸、天草、島原などキリシタン遺物も数 多く残る地を巡る旅は、北原白秋の「邪宗門」発表(1909 年)など、彼ら 5 人の創作活動に影響を及 ぼしたことはもちろん、文学に触れる多くの人々にも南蛮文化に対する関心を伝播させました。徳太 郎が永見家の当主となり、若き長者として立場を確立しようとするまさにその時期、世間では「南蛮 もの」に注目が集まり、おのずとそのまなざしは長崎へも向かうことになったのです。

来訪者たちの見た永見コレクション

永見邸を彩っていた品々の印象については、訪問した多くの人々も語っているところです。例えば、ジャーナリスト・評論家として知られる徳富蘇峰は、1921(大正10)年10月に永見邸を訪問し、その印象を手記において「永見家は、長崎の旧家の重なる一だ。而して現主人の夏汀君は、全身悉く是れ趣味とも云ふ可き人だ。随て其宅は、一個の博物館と云ふも、過言でない程の蔵儲がある。」(註1)と記しています。「博物館」という例えが浮かぶほど、永見邸には数多くのコレクションがあったようです。またその様子は、近代日本を代表する文豪、芥川龍之介による短編作品にも登場します。芥川は1919年と1922年の2度にわたり長崎を訪問していますが、その際、徳太郎とも交流を結びました。この時執筆された「長崎小品」の舞台となっているのは永見邸なのです。冒頭は次の一節から始まります。「薄暗き硝子ガラス戸棚の中。絵画、陶器、唐皮、更紗、牙彫、鋳金等種々の異国関係史料、処狭きまでに置き並べたるを見る。」(註2)ちなみにこの物語は永見邸のガラス戸棚に収められた品々一すなわち彫刻のキリスト像やマリア観音、古伊万里に描かれたオランダ人などが人間たちの不在を機に様々な事柄について奔放に語り合う、といったもので、最後には徳太郎と思しき「主人」が客を連れ、自慢のコレクションについて語らう場面で幕を閉じます。なお「長崎小品」は、雑誌『サンデー毎日』にはじめ掲載されましたが、その後「序に換ふる小品」と改題の上、徳太郎の戯曲集『阿蘭陀の花』の冒頭にも収録されました。

訪問者たちの語る言葉が端的に示している通り、徳太郎の蒐集対象は南蛮屛風などの絵画、工芸品、彫刻などいわゆる美術品と呼ばれるようなものにとどまらず、道具や古文書など多岐に及びました。そしてその異国趣味豊かな味わいは、長崎を訪れる多くの文化人たちが抱いていた「長崎らしさ」に対する期待を満たしてくれるものであったのでしょう。

蒐集熱

コレクターとしての徳太郎の名を周知のものとしたのは間違いなく南蛮関係の蒐集品ですが、彼の情熱はさらに、同時代の品々にも向けられました。現在、長崎歴史文化博物館が所蔵する数百点に及ぶ徳太郎宛書簡を見てゆくと、当時すでに日本画壇の重鎮であった横山大観や官設美術展の審査員も務めた洋画家、南薫造など数多くの芸術家たちに対し、徳太郎が作品購入を目的としたやり取りを行っていたことが垣間見えます。長崎出身の洋画家、渡辺与平の代表作である《帯》も、かつて徳太郎が所有していた作品です(画像 2)。

加えて泉鏡花や谷崎潤一郎、宇野浩二ら文学者たちに対しては、いわゆる「生原稿」をかなり積極的に求めていたようで、彼らから徳太



【画像 2】渡辺与平《帯》1911 年、油彩・ カンヴァス、長崎県美術館蔵

郎に宛てられた書簡の中には、出版社に問い合わせてみるが恐らくもう捨ててしまったのでは、と面食らった調子で応えるものも見られます。後述の通り、徳太郎のコレクションは散逸し、その全貌を復元的に考察することはかなり困難ですが、南蛮関係の資料を中心に、同時代の画家たちによる絵画作品、文学者たちの生原稿、そして本稿では割愛しますが、これに中国絵画や古写真まで集めていたというのですから、かなり大規模かつバラエティに富んだコレクションであったことがうかがえます。

蒐集から執筆へ―コレクションのゆくえ

数多くの作品・資料を蒐集した徳太郎は、それらを単に愛蔵するだけにとどまらず、コレクションを起点に独学ながら研究を進め、その成果を著作として発表するようになります。長崎に関する美術作品を体系的にまとめた『長崎の美術史』、各地に所在する南蛮屛風について情報を集積し考察した『南蛮屛風大成』などは彼の研究者としての代表的な仕事といえるでしょう(画像 3)。もちろん、現在からみると誤りや論理性を欠く点もありますが、未だ十分な研究蓄積が無かった時代であることに鑑みれば、その先駆者としての働きは十分に評価されてしかるべきでしょう。





【画像 3】《南蛮図屏風》1600 年頃、紙本金地着色(六曲一双屛風)、クリーブランド美術館蔵

大著をまとめあげる仕事がひと段落したためか、1931 年、徳太郎は自慢の南蛮コレクションのすべて、約300点を神戸の蒐集家、池長孟に譲渡(売却)しました。徳太郎旧蔵品を含む池長のコレクションはその後、神戸市立博物館に継承されています。そして連載第1回でも既述の通り、最晩年の徳太郎は、あたかも資料を次の世代へと遺してゆくかのように、外交文書や書簡類など、手元に残っていた資料を長崎の博物館、図書館等に寄贈しました。一方で、現在徳太郎旧蔵品であると特定できる作品・

資料の総量は、徳太郎宛書簡や来訪者たちの記録から推定できる永見コレクションの総量とは大きくかけ離れています。今後、さらなる調査や研究によって永見コレクションの全貌を明らかにしてゆくことが求められます。

本稿では、永見徳太郎の蒐集活動について紹介しました。これまで述べてきた通り、徳太郎の蒐集活動及びコレクションは、後半生の執筆活動につながるという点において、徳太郎を長崎の近代に位置付ける上でとりわけ重要なものであるといえます。そして豊かなコレクションと蒐集への情熱は、多くの芸術家たちとの交友関係の構築とも不可分です。次回は徳太郎と芸術家たちの交流について、もう少し深く見てゆくことにしましょう。

【註】

註 1:徳富猪一郎著『烟霞勝遊記 下巻』(1924 年、民友社)92 頁

註2:芥川龍之介「序に換ふる小品」『戯曲集 阿蘭陀の花』(永見徳太郎著、1925年、四紅社)1頁

ながさき暮らしのデータ BOX

2023 年景況感と物価について

日本銀行長崎支店は、2023年5月発表の金融経済概況において、県内の景気について2か月連続で「緩 やかに回復しつつある」との判断を示しました。

皆さんは、現在の景気や物価についてどのように感じているのでしょうか。

法:長崎県内に居住する18歳以上男女をモニターとするwebアンケートサイト「リ 調 サチャン」で実施。

間:2023年5月30日(火)~6月5日(月)

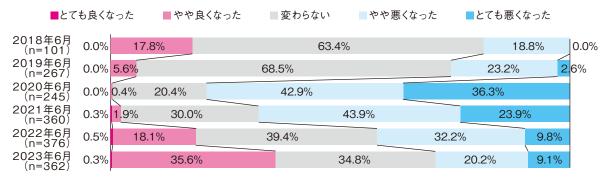
回答者数及び属性: 362 人【年齢】30歳代以下68人、40歳代78人、50歳代121人、60歳代以上95人

《最近の景況感について》

◆県内景気

最近の県内景気について、1年前と比べてどのように感じるか尋ねたところ、「とても良くなった」 は 0.3%、「やや良くなった」は 35.6%となり、これらを合わせた 「良くなった」 は 35.9% でした。 一方、「と ても悪くなった」は9.1%、「やや悪くなった」の20.2%と合わせた「悪くなった」は29.3%となりました。 過去の調査結果と比較すると、景況感を示す指数 DI [= (「とても良くなった 」 + 「やや良くなった」) - (「やや悪くなった」+「とても悪くなった」)] は、調査を始めた 18 年以降、18 年▲ 1.0、19 年▲ 20.2、20 年▲ 78.8、21 年▲ 65.6、22 年▲ 23.4 とマイナス水準が続いていましたが、23 年は+6.6 と初 めてプラスに転じました。

前年と比べた最近の県内景気



【理 由】

「良くなった」

- ○外国人観光客をよく目にするようになったため。(佐世保市、20歳代、女性)
- ○長崎新幹線が開通したし、コロナ規制もなくなって、旅行客の増加や宴会等の開催が活発になったことを感じる から。(佐世保市、40歳代、女性)
- ○街でも人が多くなり、観光客や修学旅行生や出張と思われる人達を電車内でも見かけることが増え、電車などは ぎゅうぎゅう詰めになることも。(長崎市、50歳代、女性)

「変わらない」

- ○コロナ禍が少し落ち着きを見せ、緩やかに人の流れが戻ってきていますが、景気が良くなってきている実感はあ りません。まだこれからというところだと思います。(諫早市、30歳代、女性)
- ○良くはなってない!ただ、悪くなった要素も感じられない。(長与町、50歳代、女性)
- ○賃金も上がっているが、物価もそれ以上に上がっている。(長崎市、60歳代、男性)

「悪くなった」

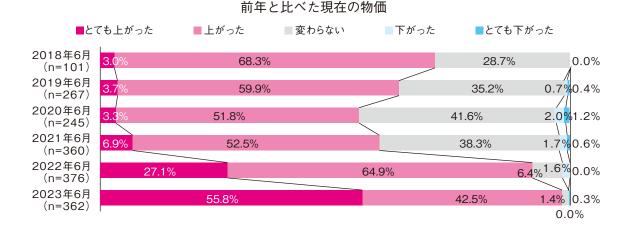
- ○物価が高く、給料も上がらないし、ガソリンも高い。(大村市、20歳代、男性)
- ○再開発が一部で進んでいて華やかな反面、閉店やシャッターなど廃れた部分も目につくようになるなど、貧富の 差も含め二極化していると感じるため。(長崎市、50歳代、男性)
- ○給与が上がらない。ボーナスがない。(長崎市、30歳代、女性)

◆現在の物価

また、現在の物価について、1年前と比べてどのように感じるか尋ねたところ、「とても上がった」 が 55.8% で、「上がった | の 42.5% と合わせると 98.3% に達しており、ほとんどの人が、物価が上がっ たと感じています。

過去の調査結果と比較すると、物価 DI(= [[とても上がった」+「上がった」] - [[下がった」+ 「とても下がった | 「) は、21 年の 57.1 から、22 年の 90.4 へ前年比 33.3 ポイントの大幅上昇となり、さ らに23年は98.0と前年比7.6ポイント上昇しました。この1年で物価の上昇を感じている人の割合が さらに増大しています。

その理由として、「水道光熱費、食費、交通費など日々値上がりを実感する」とのコメントが数多く 寄せられました。



59 ながさき経済 2023 夏号

【理由】

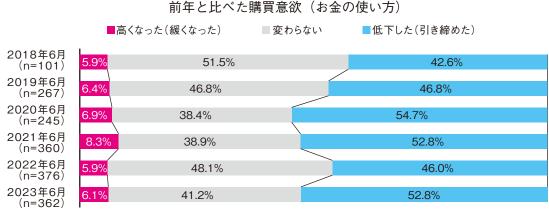
「上がった」

- ○買い物に行くと値上げラッシュで物価の上昇を痛感します。値段据え置きだとサイズダウンして量が少なくなっている 物もあって驚かされます。(諫早市、30歳代、女性)
- ○日用品から食品、ガソリンまで全て価格高騰して贅沢していないのに毎月家計が赤字です。(長崎市、30歳代、女性)
- ○買い物に行くときに必ず一万円札を持っていかないと不安になるくらいに物価が高いと感じるから。(長崎市、40歳代、 女性)
- ○買物に行くたびに値段が2倍3倍に上がっている。(佐々町、60歳代、男性)
- ○スーパーでレジを終えた後、あまりに金額が高いので、本当にこの値段か確認してしまいます。(長与町、60歳代、女性)

◆購買意欲(お金の使い方)

さらに購買意欲(お金の使い方)は、1 年前と比べてどう変化したか尋ねたところ、「高くなった(緩 くなった)」は 6.1%にとどまり、「低下した(引き締めた)」が 52.8%、「変わらない」が 41.2%となり ました。

過去の調査結果と比較すると「低下した(引き締めた)」は、20 年 54.7%、21 年 52.8%、22 年 46.0% と減少傾向にありましたが、23年は52.8%と増加に転じました。「変わらない」も41.2%と割合が高くなっ ていますが、変わらない理由として「既に引き締めれるところは引き締めていてるのでこれ以上引き 締めようがない」とのコメントも多くありました。急激な物価上昇は家計を直撃し、賃金の上昇も追 いつかないなか、購買意欲はなかなか高まらないことがうかがわれます。



【理由】

「高くなった(緩くなった)」

- ○旅行や観光、外食などへ足を運ぶ機会が増え、購買意欲も高まっている。(佐世保市、30歳代、女性)
- ○コロナ禍で旅行に行けなかったが、規制がなくなり一気に今まで貯めた分を放出したくなった。(長崎市、50歳代、 女性)

「変わらない」

○欲しいものは買う。「買うかどうか迷ったらやめる」の基準は変わらないから。(佐世保市、20歳代、女性)

- ○既に引き締めれるところは引き締めていて、これ以上節約するのも困難なので。(長与町、40歳代、女性)
- ○原材料などを見て納得したものを買うようにしているので、今更価格で質を落としたくはない。なので、量で調 節できるものは量で調節している。(諫早市、40歳代、女性)

「低下した(引き締めた)」

- ○引き締めなければ毎月赤字になる。(長与町、20歳代、男性)
- ○食品や日用品など、生活必需品が軒並み値上がりしています。今までの買い方では家計に響くので、必要なもの 以外は買わないよう心がけています。(諫早市、30歳代、女性)
- ○給料上がらず……ならば引き締めないと。子供の進学のための貯金もいるし。(佐世保市、50歳代、女性)

- 1 年後の県内景気

1年後の県内景気予想 (n=362)良くなりそう 24.6% 悪くなりそう 32.0% 変わらない 43.4%

《1年後の見通しについて》

1年後の県内景気について、今と比べてどう変化すると思うか尋ね たところ、「良くなりそう」は24.6%で、「悪くなりそう」が32.0%、「変 わらない」が最も多く43.4%でした。

1年後の景況感を示す指数 DI(=「良くなりそう」 - (「悪くなり そう」) は▲ 7.4 となり、現在(前述、現在の DI + 6.6) のプラス水 準からマイナス水準へ転じる見通しです。

【理由】

「良くなりそう」

- ○人の流れが戻りだしているので、経済活動は活発になり、以前よりは良くなる気がします。ただ、物価上昇のダ メージがあるので、緩やかではないかと思います。(諫早市、30歳代、女性)
- ○おくんちやスポーツイベント等で人が増えると思うから。また円安で外国人観光客も増えると思うから。(長与町、 50 歳代、女性)
- ○スタジアムシティや駅ビルの完成により、交流人口が増加し、新しい店舗や企業も増え、景気も良くなるのでは。 期待しています。(長崎市、50歳代、男性)

「変わらない」

- ○インバウンドの回復で景気は少し良くなるかもしれないが、収入は上がらないと思うので。(長与町、20歳代、 男性)
- ○物価が上がり続けるマイナス要素も有ると思いますが、旅行客が増えたり長崎駅ビルが完成したりとプラス要素 も有ると思うので。(長崎市、50歳代、女性)
- ○新幹線効果も落ち着くだろうし、駅前開発は進んでも今後の物価高騰を考えたら変わらないならベストというと ころではないだろうか。(諫早市、60歳代、女性)

「悪くなりそう」

- ○長崎県の産業が発展していく未来が見えない。(大村市、40歳代、女性)
- ○アーケード街を歩いてもシャッターが閉まった店が増えてる。局地的にしか景気は良くならないと思う。(佐世 保市、50歳代、女性)
- ○他の県より少子高齢化が進んでいるし若者の流出が止まらない。(雲仙市、60歳代、男性)

◆これから先 1 年間の購買意欲(お金の使い方)

これから先1年間の購買意欲予想 (n=362)



購買意欲(お金の使い方)は、これから先1年の間に、どのように 変化すると思うか尋ねたところ、「高くなる(緩くなる)」は 5.0%に とどまり、「変わらない」(47.5%)と「低下する(引き締める)」(47.5%) がそれぞれ半数を占めました。値上ラッシュが続く中、引き続き個人 消費は慎重な姿勢が続くようです。

【理由】

「高くなる (緩くなる)」

○旅行に出かけたり、外食をしたりする機会が増えると思う。(長崎市、60歳代、女性)

「変わらない」

- ○本当に欲しいものがあれば購入するが、必要かどうかはこれからも考えて行動すると思う。(諫早市、30歳代、 女性)
- ○賃上げがあっても、ごく僅か。節約志向は変わらないと思うので。(長崎市、40歳代、男性)
- ○まだ景気も不透明な時代なので、変わらず引き締めていきたい。(長崎市、50歳代、女性)

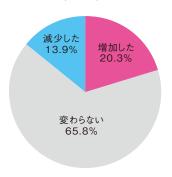
「低下する (引き締める)」

- ○収入は変わらないのに、こんなになんでも物価が上がると引き締めざるを得ない。(佐世保市、20歳代、女性)
- ○上の子が受験生となり、出費が増えそうなので。(長与町、40歳代、女性)
- ○節約しないとこれから先が不安なので。(長与町、60歳代、女性)

《賃金について》

◆賃金の変化

前年と比べた賃金の変化 (n=281)

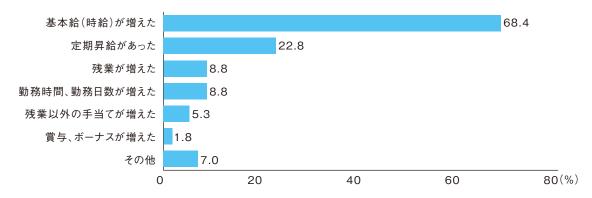


賃金は、1年前と比べてどう変化したか尋ねたところ、「増加した」 は20.3%にとどまり、「変わらない」が65.8%を占めました。一方、「減 少した」も13.9%ありました。

《増加した理由》

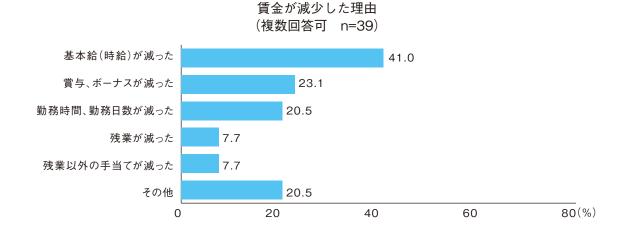
増加した理由で最も多かったのは「基本給(時給)が増えた」(68.4%)でした。このほかでは、「定期昇給があっ た」(22.8%)、「残業が増えた」(8.8%)、「勤務時間、勤務日数が増えた」(8.8%)でした。

賃金が増加した理由 (複数回答可 n=57)



《減少した理由》

減少した理由で最も多かったのは、「基本給(時給)が減った」(41.0%)でした。次いで「賞与、ボーナスが減った」(23.1%)、「勤務時間、勤務日数が減った」(20.5%)が続きました。



《自由コメント》

【個人ができること】

地産地消

- ○県内消費の拡大の為、県産品を優先消費。(長崎市、50歳代、男性)
- ○地元にある店が存続出来るように、地元の店で購入すること。(長崎市、50歳代、女性)

地域コミュニティ

- ○地域コミュニティを活性化させる。(長崎市、50歳代、男性)
- ○老齢化がすすむのは確実なので、近隣の人たちとの協力、連携を続けていけるようにする。(南島原市、50歳代、 女性)

SDGs

- ○ゴミの分別やフードロスなど少しでも SDGs を心がけていきたい。(長崎市、40歳代、女性)
- ○不要品の分別収集に留まらず、未だ使える物品は自治体主導でリサイクルボックスを設置して、必要な人が利用できる社会作り。(島原市、70歳以上、女性)

魅力発信

- ○ひとりひとりが外に向かって長崎の魅力を発信すること。ありのままに日々の暮らしの様子でも良いと思う。(長崎市、30歳代、女性)
- ○住んでいる人達が長崎やその地域の良さに気づき、長崎の良さを SNS で発信する。(長与町、40 歳代、女性)

若者支援

- ○自分の子供が長崎県を好きになり、できれば県内から離れずに生活してくれたら。そのためにも、長崎県内でも 充分生活できる、楽しめるような魅力的な話を今後も親子でしていきたい。(長崎市、40歳代、女性)
- ○若い世代のサポートをしていきたい。(長崎市、60歳代、男性)

【企業や自治体に期待すること】

賃上げ

- ○物価の上昇に賃金の上昇(上がってない)が追いつかず実質賃金が下がり続ける一方です。これでは購買意欲は 低下していく一方です。(長崎市、40歳代、男性)
- ○賃上げは、物価を上回る率で実施しなければ、消費は低迷したままだと思います。継続した賃上げを宣言すれば、 経済も明るくなると思います。(長崎市、40歳代、男性)
- ○最低賃金の値上げ。土地代を安くする。移住者の誘致を積極的に行う。離島に大企業を誘致し観光以外でもやっ ていけるように支えてほしい。(長崎市、30歳代、女性)

補助金・給付金

- ○これまで我慢ばかりの生活が続いたので、市民や県民が得するようなイベントの企画や補助金などを提供して欲 しい! (プレミアム付き商品券の再販売に期待!)(佐世保市、30歳代、女性)
- ○給付金などは、子育て世帯だけでなく、全世帯全国民が少しでも楽になるような支給をして欲しい。(長崎市、 40 歳代、女性)
- ○無駄な予算、補助金は勇気をもってやめる。(諫早市、50歳代、男性)

観光

- ○観光客を迎えるために何かとパネルなどの飾りを増やすのではなく元あるベンチなどをきれいに整備したほうが いいと思う。(佐世保市、20歳代、女性)
- ○長崎には良い物が沢山あるのに知られていないのが残念。もっと思い切りアピールして欲しいです。 あと、もっ と住む人目線で考えて欲しい。人の暮らしやすさと観光客の観光しやすさは共存できると思います。(長崎市、 50 歳代、女性)

企業誘致

- ○地元に若者が戻ってくるように企業誘致して欲しい。(長崎市、30歳代、女性)
- ○若者が長崎で働けるように企業の誘致を行って欲しい。年配者が働ける職場も必要。(長崎市、50歳代、女性)

若者

- ○若者が住みたくなる街づくりのための支援や企業誘致等。全てを変えていかないと、造船・観光だけでは、長崎 市に未来はない。南部地区には、ファミレスも減り、若者が友達と語らう場所すらない。(長崎市、60歳代、女性)
- ○長崎は進学や就職で県外に人口流出してしまうので、定住してもらえるような働く場所やその後の保育サポート などを充実してもらいたい。(長崎市、40歳代、女性)

空き家対策

- ○空き家を買い取り、有効に使って欲しい。(長崎市、60歳代、女性)
- ○空き家が気になる。倒壊する前に対策をして欲しい(既に倒壊した所もあるが…)。移住者を募集するのもいい けど、もう少し道路整備や不便さを解消しないと難しいと思う。(南島原市、50歳代、女性)

(高橋 純子)



長崎日英協会創立25周年記念事業 「チャールズ3世国王即位記念植樹式」

2023年3月22日(水)グラバー園で「チャールズ3世国王即位記 念植樹式」を行いました。

この植樹は、当協会の創立25周年記念事業の一環で、チャール ズ3世国王陛下の即位をお祝いするとともに、故エリザベス2世女 王陛下の70年間に渡る功績を称賛し、長崎と英国との更なる友好 関係の発展を祈念して実施したものです。

植樹式には在大阪英国総領事館のキャロリン・デービッドソン総 領事をはじめ、約30名の会員や関係者の方々にご列席をいただき ました。

来賓挨拶でキャロリン・デービッドソン総領事は「故エリザベス女 王とチャールズ3世が自然を大切にしていたことを考えると植樹はと てもふさわしく、イギリスと日本には長い歴史があり、明るい未来につ ながっている」と述べられ、三井一明長崎日英協会会長と来賓の方 で「イングリッシュ・オーク」の苗木を植樹しました。





文化事業部へのご照会は 電話番号:095-828-8859/ファックス番号:095-821-0214 e-mail nri@nagasaki-keizai.co.jp



投信のパレット

選ぶ、組みあわせる、育てる。 資産づくりに「てあつさ」を。

これまで投資経験はないみなさんが、パレットで資産 づくりの大切さにあらためて目覚めはじめています。 数多い投資信託から選びぬいた商品を組み合わせ、 ぴったりの提案をお届けしたい。ひとりひとりに合った 「てあつさ」を、投信のパレットが実現します。お気軽に お近くの十八親和銀行窓口までご相談ください。

- ※「投資信託」は、市場動向等により投資元本を割り 込むおそれがあります。
- ※ご検討にあたっては、「商品パンフレット」「契約締結 前交付書面」および「目論見書」等の書面の内容を 十分にお読みください。

[商号等]株式会社 十八親和銀行(登録金融機関) [登録番号]福岡財務支局長(登金)第3号 [加入協会]日本証券業協会

2023年6月現在

SDGs取組みの評価・分析を通じて、サステナビリティ活動をサポート

Sustainable Scale Index

■Sustainable Scale Indexについて Sustainable Scale Indexは、約200の評価項目に回答することで、回答した企 業のSDGsに関連する取組みを指標化できます。類似同業者との相対評価で、回 答した企業の立ち位置を把握することができます。

■SDGsとは

『持続可能な開発目標』 (Sustainable Development Goals) の略称で、2015年 9月に国連で採択された国際目標です。17の目標と、その目標を具体的にした 169のターゲットからなり、国連に加盟する全ての国が、2030年までに、貧困や 飢餓、エネルギー、気候変動、平和社会など、幅広い課題の解決を目指しています。

くわしくはお近くの十八親和銀行窓口までおたずねください。

