

くにぎ

筑後信用金庫と久留米大学による地域経済情報誌

「久留米大学生の就職観と消費を四年半前と比較する」

―久留米大学生へのアンケート調査―

「感動を提供し記憶に残る仕事を実践する企業」

―久留米大学生による社長インタビュー―

「紺藍ドル あいくる」

―次世代を担う人づくり 大学生の編集者体験―

取材企業

若菜工ステート株式会社

TAKEFREE

VOI 101

なんでも 相談所



経営者の皆さまには、たくさんのお悩みやご相談ごとがあると思います。

中には、「今のままではいけないと思うけど、何をしたら良いのか分からない。」といった漠然とした不安もあるかもしれません。また、「経営者は孤独だ」とよく言われるように、「取引先には相談できないし、誰にも相談できない。」といった悩みもあるかもしれません。

一度、筑後信用金庫に相談してみませんか？

当金庫は、福岡県中小企業診断士協会、九州北部税理士会筑後地区5支部、福岡県社会保険労務士会、久留米工業大学などのさまざまな専門機関と連携をしながら、経営に関するあらゆる悩み相談に応じる体制を整えており、経営者の皆さまにとっての「なんでも相談所」でありたいと考えています。（相談所を設置しているわけではありません。）

ご相談の際は、営業担当者にご相談いただくか、お電話でお問い合わせください。または、最寄りの営業店にFAX相談用チラシを備え置いておりますのでご利用ください。もちろん、FAX相談用のチラシに「何かを変えたいけど、何を換えればいいのかも分からない。」といった曖昧な表現でのご相談いただくのも大歓迎です。

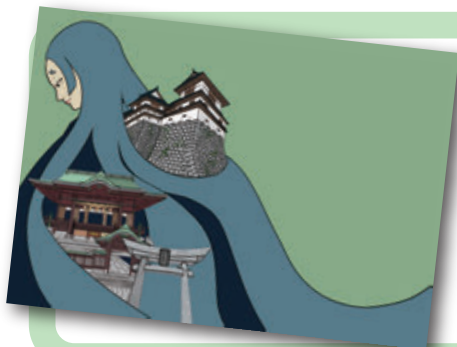
今回の景気動向 特別調査は、SDGs の取組状況です。
※上記内容はフィクションです。

目次

- ◆ 取越教授のみみよりコラム 2
～変化の起点となりつつある先進国の中間層～
- ◆ 景気動向調査レポート 3
- ◆ 特別調査 12
～中小企業におけるSDGs(持続可能な開発目標)の取組状況について～
- ◆ 久留米大学だより 14
フットパスを通じた地域づくりと教育
～「地域再発見！」を事例として～
- ◆ 久留米大学生が社長にきく！ 16
～若菜エステート株式会社 代表取締役 若菜永治～
- ◆ 次世代を担う人づくり 18
～大学生の編集者体験 紺藍ドルあいくるの活動～
- ◆ 久留米大学生にきく！若者のホンネ 20
～久留米大学生の就職観と消費を4年半前と比較する～

ここんにき

当金庫は、久留米市を中心として八女市、筑後市、朝倉市、うきは市、広川町、大刀洗町、筑前町の5市3町を主たる営業エリアとしています。また、本誌に掲載しております景気動向調査を含めた経済情報についても、同エリアを対象として掲載しています。そのため本誌名は、この辺り、この周辺といった意味を表わす方言で5市3町を総称し、「ここんにき」としました。



表紙のデザイン

本誌の表紙は、山田奨馬さん(久留米大学商学部 2022年度卒)のデザインを使用しています。

久留米紺を羽織った女性の髪を筑後川の流れにたとえ、上流に在りし日の久留米城、下流に水天宮が配置されており、悠久の時の流れも表現していただきました。



変化の起点となりつつある先進国の中間層

米国を中心とする西側自由主義諸国とソ連を中心とする東側社会主義諸国の対立である東西冷戦は、1989年、米ソ首脳による冷戦終結宣言(または1991年のソ連崩壊)において終結した。それは、新しい時代の始まりでもあった。グローバル化が加速し始めたのである。冷戦終結までのグローバル化は、先進国内にとどまるものであったが、冷戦終結後のそれは、ロシア、中東欧諸国、そして中国など発展途上国を巻き込んで、まさしく世界規模でのテーマになったのである。

ただ最近、グローバル化の雲行きが怪しくなっている。実際、反グローバル化、反グローバルリズムなどと呼ばれる潮流が強まりつつある。コロナ問題の発生やロシアによるウクライナ侵攻も、そうした潮流を強めるように作用している。ちなみに、多くの経済学者は伝統的に、グローバル化に対して賛成である。その理由は、国際的な分業を行うことで、それぞれの国が得意なビジネスに特化できることからである。そうした理屈の上ではグロー

バル化は好ましいという考え方は、昨今急速に変化しているわけではない。にもかかわらず、反グローバル化が一定の支持を集めつつあるのは何故なのだろうか? その一因は、グローバル化は所得格差を招くのではないか、という疑念にある。

グローバルイノベーションと所得の関係について、ブランク・ミラノヴィッチによる非常に有名な分析がある。氏は、グローバルイノベーションが大きく進展した1988-2008年の20年間のデータを用いて、グローバルイノベーションと所得の関係についての分析を行っている^{※1}。その結果、グローバルイノベーションで恩恵を受け、実質所得が大きく増加したのは、

- ・主に先進国の超富裕層
- ・途上国の中間層(大半が中国などアジアの人々)

であること、逆に、グローバルイノベーションで恩恵を受けることができず、実質所得がほとんど増加していないのは、

- ・先進国の中間層(大半が米・日・独の人々)

であることを示したのである。先進国の中間層とは、もう少し正確に言つと、おおむね各国の所得分布で下位半分に属している「下位中間層」であると指摘されている。つまり、世界を俯瞰すれば、格差は縮小しているものの(途上国の人々の所得が、先進国の人々の所得に近付いているので)、先進国の中だけを見ると、所得格差が大きく拡大してしまったことを示しているのである。これは、直観的にも理解できるような結論であらう。

「先進国の中間層」は、世界経済のトレンドを考える上で重要な存在になりつつある。その理由は、第一に、先進国の選挙に影響を及ぼしつつあるからである。Brexitやトランプ政権誕生などは、その一例である。第二に、先進国の政策に影響を及ぼしつつあるからである。例えば、日本で近年、重要な政策課題となっている「貯蓄から投資」は、実は、「中間層の」資産形成が目的の一つとなっているのである^{※2}。また米国では、中間層をサポートするために、現在行われているようなハイテク製造業振興にもまして、雇用吸収力の高いサービス業に焦点を当てた雇用創出戦略の重要性を指摘するような議論も始まっている。

どのような形にせよ、グローバル化の中でやや劣勢であった先進国の中間層を軸として、時代の潮流目に変化する兆しが現れつつある。今後の動向に注目したい。

※1 立木勝訳(2017)

「大不平等 エレファントカーブが予測する未来」
みすず書房

※2 新しい資本主義実現会議(2022)
「資産所得倍増プラン」



久留米大学経済学部教授

取越 達哉 先生

1991年、早稲田大学政治経済学部卒、大和総研入社。大和総研アメリカ、大和証券キャピタル・マーケットシンガポール、大和アセットマネジメントなどを経て、2021年に久留米大学へ。経済学博士(九州大学)。

【著書】

大和総研「入門の入門 経済の仕組み」(分担執筆)など

【趣味】合気道

景気動向調査について

景気動向調査の概要

調査の目的 筑後地区の景気動向を把握し、当金庫とお取引いただいている企業の経営者の皆さまに景気に関する情報の提供を行い、経営にお役立ていただくことを目的としています。

調査の時期 2023年3月

調査の対象期間 2022年10月～2023年3月の実績
2023年4月～2023年9月の見通し

調査の方法 当金庫の営業担当者による面接聞き取り調査

調査対象企業 当金庫のお取引先企業のうち、久留米市、八女市、筑後市、朝倉市、うきは市、広川町、大刀洗町、筑前町に本社を置く従業員規模20名以下の地元中小企業106社(回収率97.2%)



業種内訳

製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
18社	19社	17社	17社	17社	18社

独自指数「ちくしん指数」と独自調査

「ちくしん指数」とは、久留米大学の教授監修のもとに筑後信用金庫が定めた直感的な景況感を表す独自の景気動向指数です。景気動向調査対象企業の中小企業経営者に、外食の回数・代表者が感じる飲食店の混み具合・業務上のチャンス・従業員への支給ボーナスの増減・従業員の有休取得状況などの景況を表すと思われる項目を聞き取り調査し、分析し、組合せることによって算出しています。

そのほかに独自の調査として、景気動向調査対象企業の中小企業経営者に、「地元の繁華街に飲みに出かけた回数」、「取引先を接待した回数」を聞き取り、その結果を掲載しています。



監修：久留米大学 商学部 伊藤 祐 教授
久留米大学 経済学部 伊佐 淳 教授

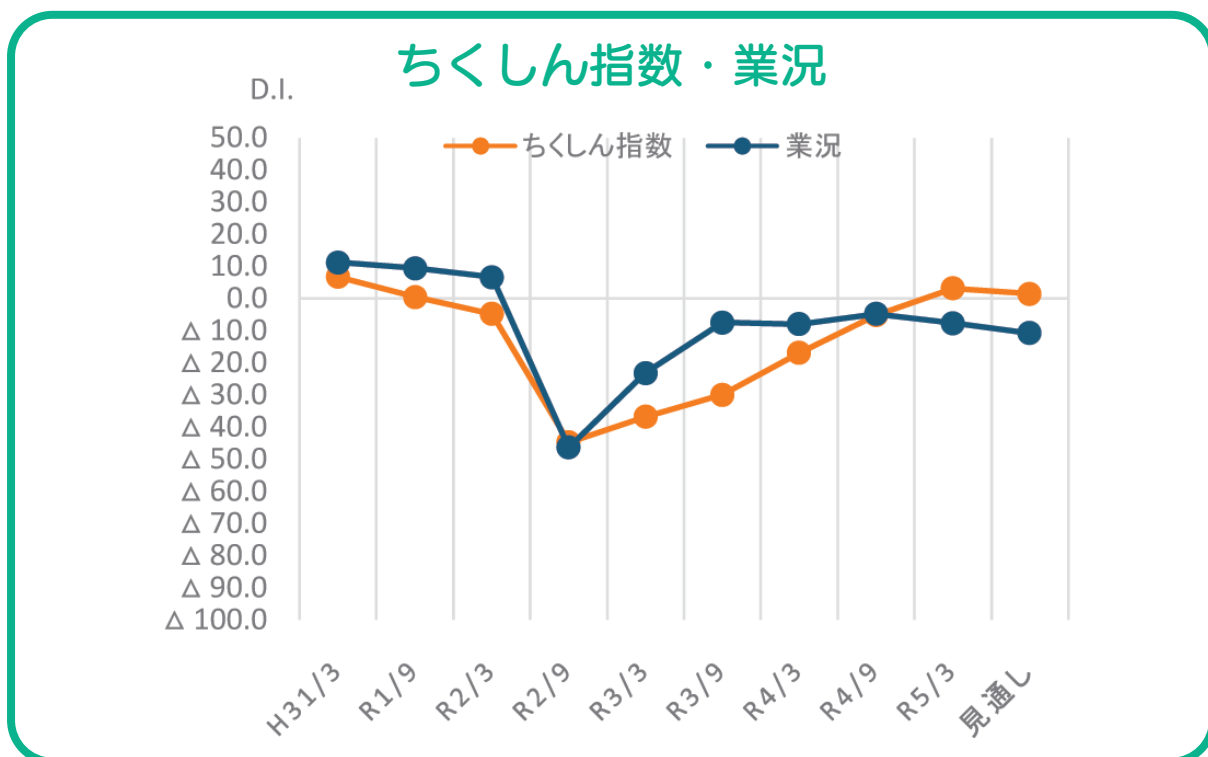
D.I. (ディフュージョン・インデックス)

景気動向調査における調査結果の分析にD.I.という指標を利用しています。

D.I.とは、経済全体または個別の経済事象について、その変化の方向と広がりをとらえるための指標で、多くの景気動向調査に利用されている指標です。代表的な各質問項目について、「良い」、「増加」、「上昇」等と回答した企業の割合から、「悪い」、「減少」、「下降」等と回答した企業の割合を差し引いて算出しています。



～ 深刻さは緩和されるも、厳しい状況が続く見通し～



今期のちくしん指数D. I. は、前期比8.4ポイント増加し、プラス3.3とプラスに転じた。

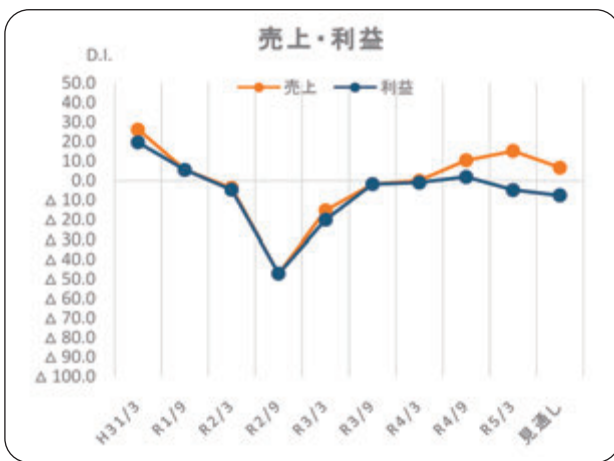
業種別にみても、建設業を除き前期比改善した。今後はプラス1.5と1.8ポイント減少し、前期比好況感がやや減少する見通しとなった。

今期の業況判断D. I. は、前期比2.9ポイント減少し、△7.6と厳しさが増した。今後は△10.7と3.1ポイント減少し、厳しさが増す見通しとなった。



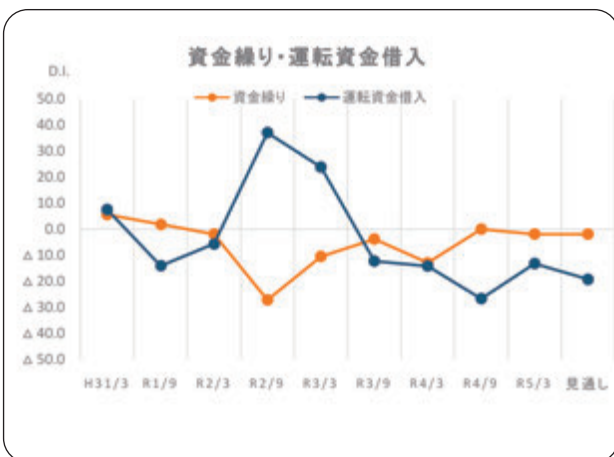
主要判断 D.I.

調査項目	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	見通し
ちくしん指数	6.8	0.6	△ 4.8	△ 44.7	△ 36.8	△ 29.9	△ 16.8	△ 5.1	3.3	1.5
業況	11.3	9.4	6.7	△ 46.3	△ 23.1	△ 7.4	△ 7.9	△ 4.7	△ 7.6	△ 10.7
売上	26.2	5.6	△ 3.8	△ 47.2	△ 15.2	△ 1.9	0.0	10.4	15.2	6.7
利益	19.6	5.6	△ 4.7	△ 47.2	△ 20.0	△ 1.9	△ 1.0	1.9	△ 4.8	△ 7.6
資金繰り	5.6	1.9	△ 1.9	△ 27.1	△ 10.5	△ 3.8	△ 12.9	0.0	△ 1.9	△ 1.9
残業時間	0.0	△ 7.4	△ 8.4	△ 22.4	△ 25.5	△ 15.0	△ 15.3	△ 4.8	1.0	△ 7.6
人手不足度	18.9	12.1	17.0	△ 5.6	△ 8.7	1.0	2.0	2.9	8.5	8.5
運転資金借入	7.5	△ 14.0	△ 5.7	37.0	23.8	△ 12.3	△ 14.1	△ 26.7	△ 13.2	△ 19.2
設備資金借入	0.9	△ 12.3	△ 10.5	△ 3.7	△ 5.8	△ 19.4	△ 8.9	△ 11.3	△ 18.1	△ 11.8
繁華街回数	2.8	2.9	3.3	1.9	0.8	0.9	1.5	1.7	1.8	△ 3.8
接待回数	1.5	1.4	1.8	1.4	0.5	0.6	0.9	0.9	0.9	△ 4.9



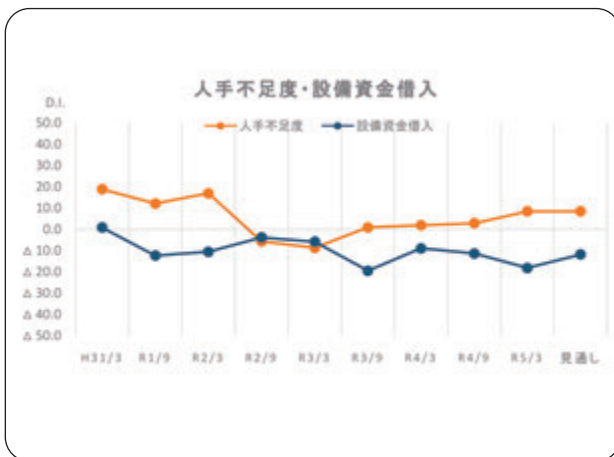
今期の売上D.I.は、前期比4.8ポイント増加し、プラス15.2と増加傾向を強めた。業種別にみると、製造業と小売業、建設業でD.I.を押し上げた。今後はプラス6.7と8.5ポイント減少し、増加幅は減少する見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比6.7ポイント減少し、マイナス4.8と悪化に転じた。業種別にみると、製造業とサービス業、建設業でD.I.を押し下げた。今後は△7.6と前期同様の厳しさが続く見通しとなった。



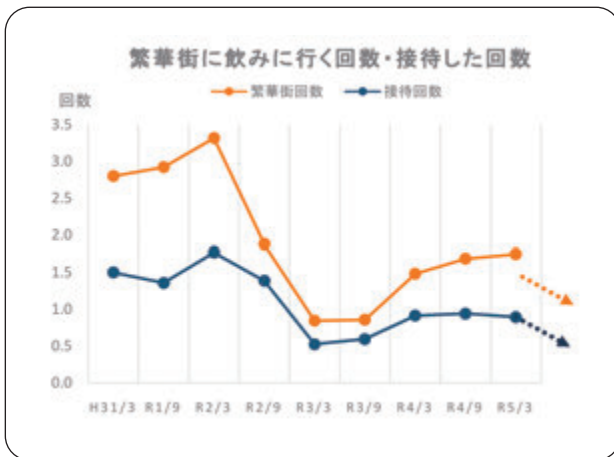
今期の資金繰りD.I.は、前期比1.9ポイント減少し、マイナス1.9となった。今後は△1.9と前期同様の水準となる見通しとなった。

今期の運転資金借入D.I.は、前期比13.5ポイント増加し、△13.2と減少傾向が弱まった。今後は△19.2と6.0ポイント減少し、運転資金の必要性は減少傾向が強まる見通しとなった。



今期の人手不足度D.I.は、前期比5.6ポイント増加し、プラス8.5と人手不足の度合いが強まった。業種別にみると、小売業、サービス業、建設業で人手不足の度合いが増加した。今後は8.5と人手不足の度合いは前期同様の見通しとなった。

今期の設備資金借入D.I.は、前期比6.8ポイント減少し、△18.1と減少傾向を強めた。今後は△11.8と6.3ポイント増加し、減少傾向を弱める見通しとなった。



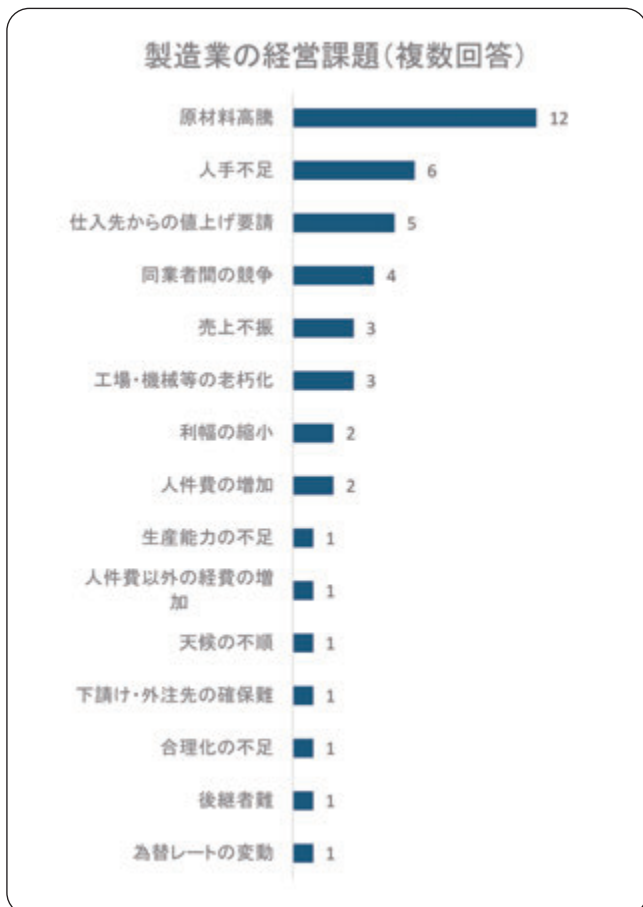
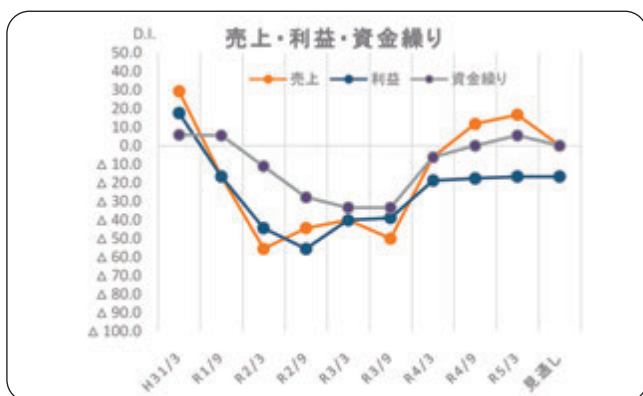
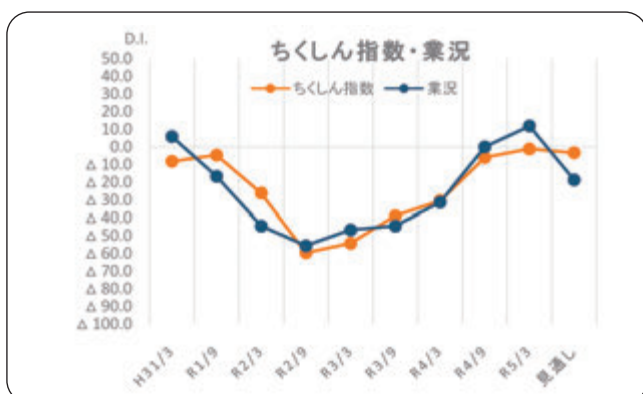
今期の残業時間D.I.は、前期比5.8ポイント増加し、プラス1.0とプラスに転じた。今後は△7.6と8.6ポイント減少し、残業時間は減少に転じる見通しとなった。

今期の地元繁華街に飲みに行く1ヶ月あたりの平均回数は、前期比0.1回増加し、1.8回と前回に続き1回を上回った。今後は減少する見通しとなった。

今期の取引先を接待した1ヶ月あたりの平均回数は、0.9回と横ばい。今後は減少する見通しとなった。

製造業

～ 深刻さは緩和されるも、厳しい状況が続く見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比4.9ポイント増加し、△1.1と厳しさが和らいだ。今後は△3.4と2.3ポイント減少し、厳しさがやや増加する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比11.8ポイント増加し、プラス11.8と増加傾向に転じた。今後は△18.8と30.6ポイント減少し、再び厳しさを強める見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比4.9ポイント増加し、16.7と増加傾向を強めた。今後はプラスマイナス0.0と16.7ポイント減少し、増加傾向から均衡となる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比0.9ポイント増加し、△16.7と前期並みであった。今後は△16.7と増減なく、ほぼ横ばいの見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比5.6ポイント増加し、プラス5.6と増加傾向に転じた。今後はプラスマイナス0.0と5.6ポイント減少し、増加傾向から均衡となる見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「原材料高騰(12)」「人手不足(6)」「同業者間の競争(6)」であったが、今期は「原材料高騰(12)」が最も多く、ついで「人手不足(6)」「仕入先からの値上げ要請(5)」となった。

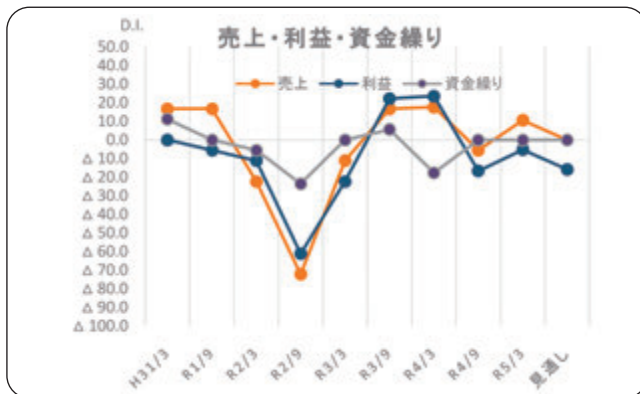
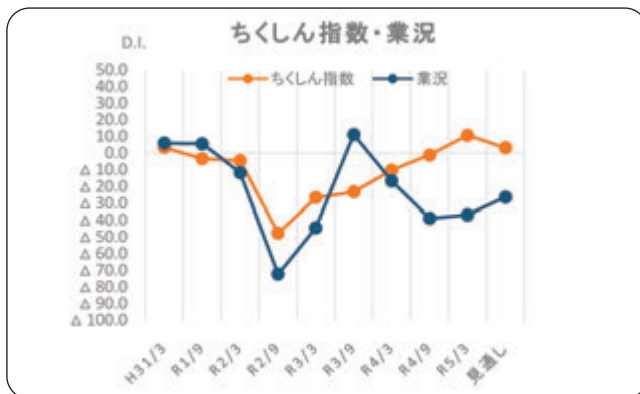
調査項目	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	見通し
ちくしん指数	△ 8.2	△ 4.6	△ 26.1	△ 59.6	△ 54.2	△ 38.9	△ 30.4	△ 6.0	△ 1.1	△ 3.4
業況	5.9	△ 16.7	△ 44.4	△ 55.6	△ 46.7	△ 44.4	△ 31.3	0.0	11.8	△ 18.8
売上	29.4	△ 16.7	△ 55.6	△ 44.4	△ 40.0	△ 50.0	△ 6.3	11.8	16.7	0.0
受注残	35.3	△ 11.8	△ 44.4	△ 44.4	△ 33.3	△ 22.2	△ 12.5	△ 5.9	5.6	△ 11.1
利益	17.6	△ 16.7	△ 44.4	△ 55.6	△ 40.0	△ 38.9	△ 18.8	△ 17.6	△ 16.7	△ 16.7
販売価格	11.8	0.0	5.6	△ 16.7	△ 13.3	0.0	6.3	58.8	55.6	55.6
原材料価格	41.2	23.5	27.8	17.6	33.3	44.4	56.3	100.0	94.4	66.7
在庫過剰感	11.8	△ 5.9	0.0	△ 17.6	0.0	△ 5.6	12.5	5.9	11.1	5.6
資金繰り	5.9	5.6	△ 11.1	△ 27.8	△ 33.3	△ 33.3	△ 6.3	0.0	5.6	0.0
残業時間	0.0	△ 16.7	△ 16.7	△ 55.6	△ 46.7	△ 38.9	△ 37.5	△ 11.8	16.7	△ 16.7
人手不足度	5.9	11.1	22.2	△ 16.7	△ 33.3	11.1	12.5	11.8	5.6	0.0
運転資金借入	0.0	△ 16.7	0.0	27.8	40.0	0.0	6.3	△ 52.9	△ 50.0	△ 37.5
設備資金借入	0.0	△ 5.9	△ 5.6	△ 11.1	△ 26.7	△ 27.8	△ 12.5	△ 29.4	△ 27.8	△ 18.8
繁華街回数	1.8	1.8	2.5	1.6	0.5	0.7	0.6	1.6	1.3	5.9
接待回数	0.9	1.3	1.2	1.1	0.6	0.4	0.5	1.1	1.1	0.0

★調査員コメント★

- ・小規模家族経営であるが、業況は堅調に推移(金属加工)
- ・各ドレッシング類のインターネット販売に注力。人員・設備は不足気味(食品)
- ・今後も車輛、コピー機等設備投資が必要。同業者廃業が出ており、顧客の獲得を逃さないようにしている(木材加工)
- ・人材不足、機械老朽化等課題はたくさんある。注文は増加傾向(シール印刷)
- ・原材料高騰につき、利益が確保しづらい。人手不足(機械加工)
- ・社長が高齢のため、後継者問題が今後の課題(金属加工)

卸売業

～ 深刻さは緩和されるも、厳しい状況が続く見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比11.7ポイント増加し、10.6とプラスに転じた。今後はプラス3.2と7.4ポイント減少し、好況感は縮小する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比2.1ポイント増加するも、△36.8と前期同様の厳しさであった。今後は△26.3と10.5ポイント増加するも、厳しさが続く見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比16.1ポイント増加し、プラス10.5と減少から増加に転じた。今後はプラスマイナス0.0と10.5ポイント減少し、増加傾向から均衡となる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比11.4ポイント増加し、△5.3と厳しさが和らいだ。今後は△15.8と10.5ポイント減少し、減少傾向が強まる見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比変動なく、プラスマイナス0.0であった。今後も変動なく、プラスマイナス0.0と均衡となる見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「売上不振(7)」「同業者間の競争(6)」「利幅の縮小(6)」であったが、今期は「利幅の縮小(7)」「仕入先からの値上げ要請(7)」が同順位で「同業者間の競争(6)」「人件費の増加(6)」「売上不振(5)」と続いた。

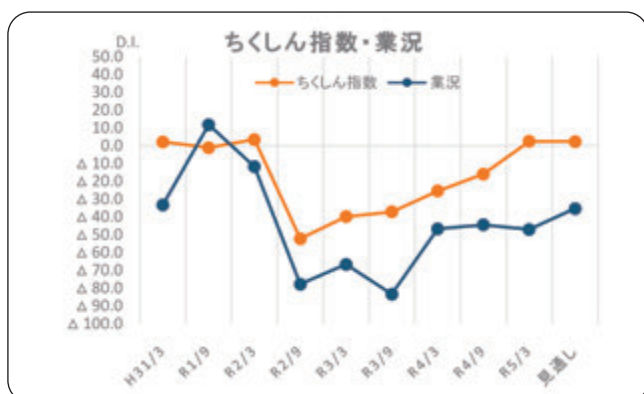
調査項目	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	見通し
ちくしん指数	3.4	△3.4	△4.5	△47.8	△26.7	△23.3	△10.2	△1.1	10.6	3.2
業況	5.9	5.6	△11.8	△72.2	△44.4	11.1	△16.7	△38.9	△36.8	△26.3
売上	16.7	16.7	△22.2	△72.2	△11.1	16.7	17.6	△5.6	10.5	0.0
利益	0.0	△5.6	△11.1	△61.1	△22.2	22.2	23.5	△16.7	△5.3	△15.8
販売価格	5.6	△5.6	5.6	△22.2	0.0	27.8	23.5	44.4	42.1	31.6
仕入価格	22.2	0.0	22.2	0.0	0.0	38.9	41.2	61.1	57.9	57.9
在庫過剰感	△11.1	0.0	0.0	△16.7	△11.1	△22.2	0.0	△11.1	△10.5	△10.5
資金繰り	11.1	0.0	△5.6	△23.5	0.0	5.6	△17.6	0.0	0.0	0.0
残業時間	△5.6	△16.7	5.6	△22.2	△5.6	△5.9	△5.9	5.9	5.3	△5.3
人手不足度	5.6	0.0	5.6	0.0	△11.1	△5.9	△11.8	△11.8	5.3	5.3
運転資金借入	△11.1	△33.3	△16.7	55.6	27.8	△22.2	△27.8	△22.2	26.3	△10.5
設備資金借入	0.0	△22.2	△17.6	11.1	△11.1	△11.8	△11.8	△11.8	0.0	0.0
繁華街回数	3.4	5.2	4.3	1.3	1.2	1.3	2.4	2.3	2.1	5.3
接待回数	1.8	1.6	2.1	1.1	0.8	0.7	1.8	1.3	1.3	16.7

★調査員コメント★

該当ありません

小売業

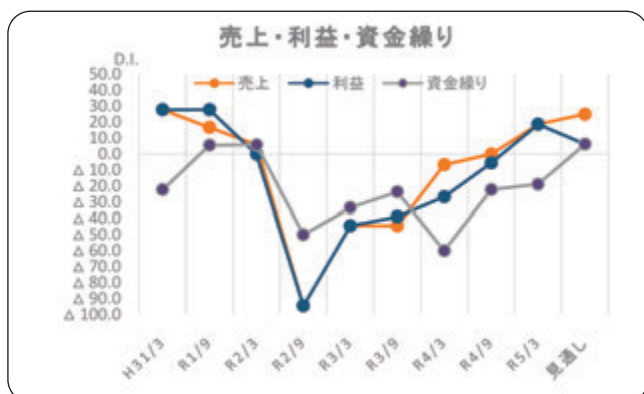
～ 深刻さは緩和され、厳しさは和らぐ見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比18.4ポイント増加し、プラス2.5とプラスに転じた。今後は2.4と0.1ポイント減少するも、ほぼ横ばいの見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比2.7ポイント減少し、△47.1と前期同様の厳しさであった。今後は△35.3と11.8ポイント増加し厳しさがやや弱まる見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比18.8ポイント増加し、プラス18.8と増加傾向に転じた。今後は25.0と6.2ポイント増加し、増加傾向が強まる見通しとなった。

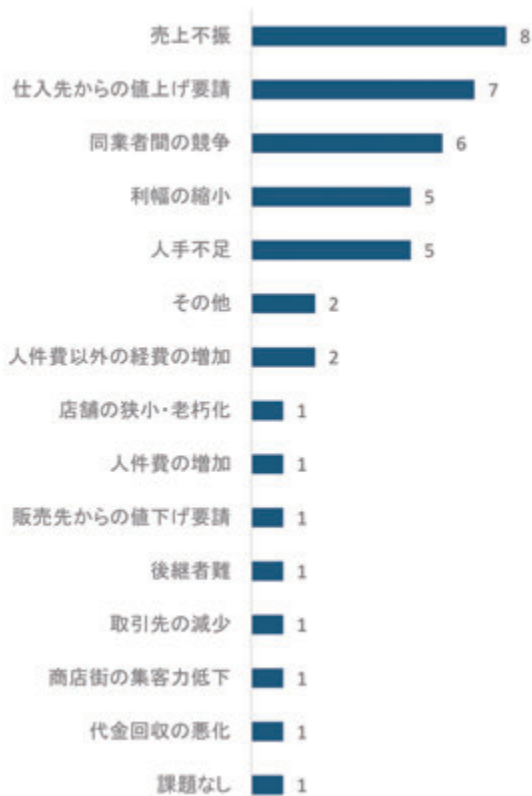


今期の利益D.I.は、前期比24.4ポイント増加し、プラス18.8とプラスに転じた。今後は6.3と12.5ポイント減少し、増加幅が減少する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比3.4ポイント増加し、△18.8とほぼ前期同様であった。今後は6.3と25.1ポイント増加し、窮屈感を脱する見通しとなった。

前期の経営課題は、「売上不振(12)」が最も多く、「利幅の縮小(6)」「人手不足(5)」「仕入先からの値上げ要請(5)」であったが、今期は「売上不振(8)」が最も多く、ついで「仕入先からの値上げ要請(7)」「同業者間の競争(6)」となった。

小売業の経営課題(複数回答)



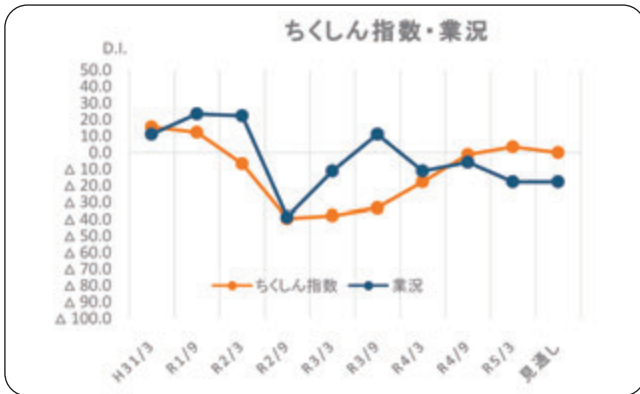
調査項目	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	見通し
ちくしん指数	2.2	△1.1	3.5	△52.2	△39.8	△37.1	△25.4	△15.9	2.5	2.4
業況	△33.3	11.8	△11.8	△77.8	△66.7	△83.3	△46.7	△44.4	△47.1	△35.3
売上	27.8	16.7	5.9	△94.4	△44.4	△44.4	△6.7	0.0	18.8	25.0
利益	27.8	27.8	0.0	△94.4	△44.4	△38.9	△26.7	△5.6	18.8	6.3
販売価格	11.1	5.6	17.6	△11.1	0.0	△11.1	33.3	27.8	50.0	37.5
仕入価格	22.2	27.8	17.6	5.6	0.0	16.7	40.0	77.8	81.3	50.0
在庫過剰感	27.8	△5.6	△5.9	△27.8	△11.8	△5.6	△6.7	△5.6	6.3	12.5
資金繰り	△22.2	5.6	5.9	△50.0	△33.3	△23.5	△60.0	△22.2	△18.8	6.3
残業時間	5.6	0.0	△17.6	△38.9	△22.2	△18.8	△13.3	0.0	11.8	0.0
人手不足度	22.2	5.9	29.4	△27.8	△16.7	△23.5	△14.3	11.1	11.8	5.9
運転資金借入	5.6	5.9	△11.8	66.7	5.6	△38.9	△33.3	△27.8	△23.5	△31.3
設備資金借入	5.6	5.9	△17.6	5.6	11.1	△41.2	△7.1	△23.5	△35.3	△31.3
繁華街回数	2.2	2.7	2.7	1.9	0.5	0.4	0.9	1.0	1.2	0.0
接待回数	1.4	1.3	1.1	0.8	0.2	0.1	0.4	0.5	0.2	△23.5

★調査員コメント★

・今月車両購入し、業務の効率化を図っている(食料品小売)

サービス業

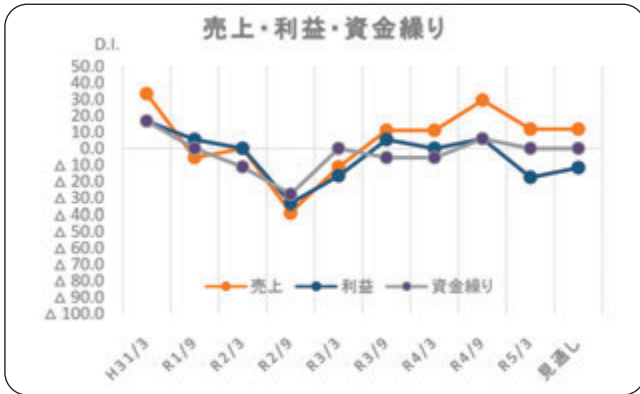
～ 深刻さは緩和されるも、厳しい状況が続く見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比4.7ポイント増加し、プラス3.5とプラスに転じた。今後はプラスマイナス0.0と3.5ポイント減少し、増加傾向から均衡となる見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比11.7ポイント減少し、△17.6と厳しさを増した。今後は△17.6と横ばいの見通しとなった。

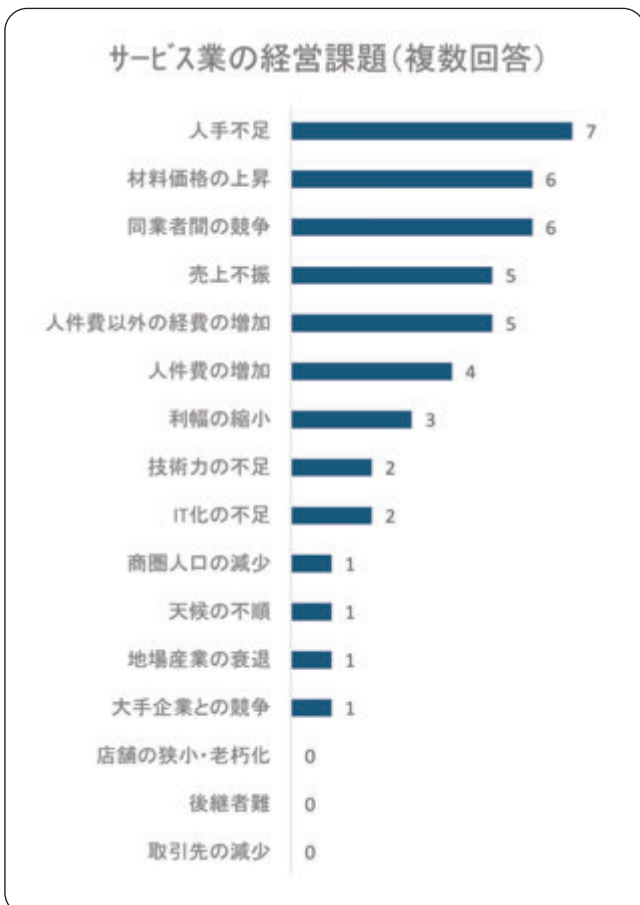
今期の売上D.I.は前期比17.6ポイント減少し、プラス11.8となり増加傾向が弱まった。今後は11.8と横ばいの見通しとなった。



今期の利益D.I.は、前期比23.5ポイント減少し、△17.6となり増加から減少に転じた。今後は△11.8と前期比5.8ポイント増加し、減少幅が縮小する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比5.9ポイント減少し、プラスマイナス0.0となり増加傾向から均衡となった。今後はプラスマイナス0.0と横ばいの見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「人手不足(7)」「材料価格の上昇(6)」「人件費の増加(4)」「売上不振(4)」であったが、今期は「人手不足(7)」が最も多く、ついで「材料価格の上昇(6)」「同業者間の競争(6)」となった。



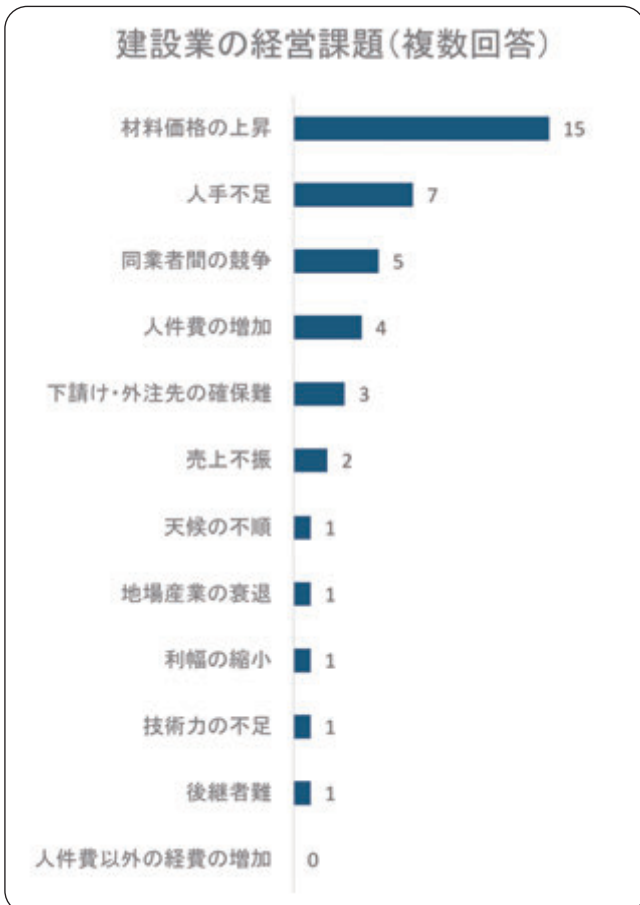
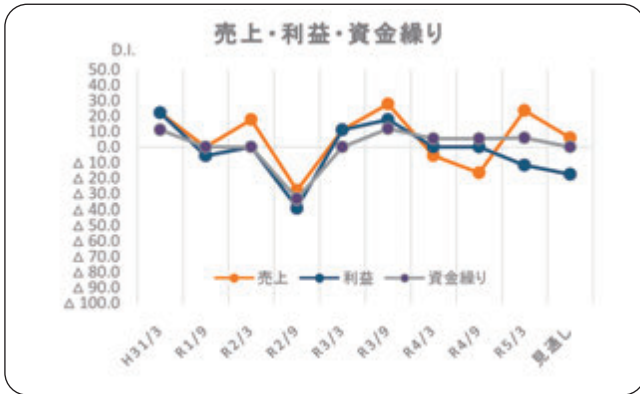
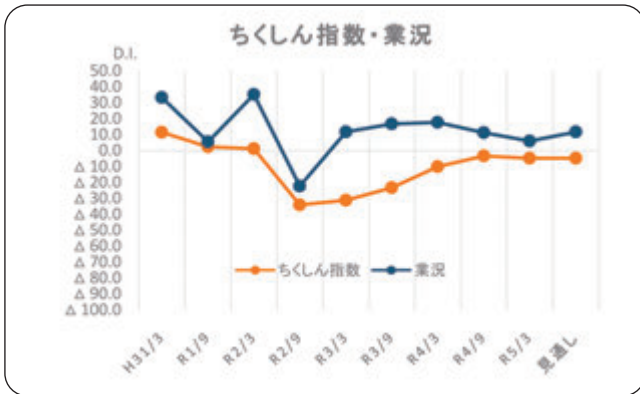
調査項目	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	見通し
ちくしん指数	15.6	12.4	△6.7	△39.5	△37.8	△33.3	△17.8	△1.2	3.5	0.0
業況	11.1	23.5	22.2	△38.9	△11.1	11.1	△11.1	△5.9	△17.6	△17.6
売上	33.3	△5.6	0.0	△38.9	△11.1	11.1	11.1	29.4	11.8	11.8
利益	16.7	5.6	0.0	△33.3	△16.7	5.6	0.0	5.9	△17.6	△11.8
サービス価格	22.2	11.1	38.9	△6.3	0.0	0.0	11.1	12.5	11.8	23.5
仕入価格	33.3	27.8	44.4	0.0	11.8	11.8	55.6	47.1	52.9	41.2
資金繰り	16.7	0.0	△11.1	△27.8	0.0	△5.6	△5.6	5.9	0.0	0.0
残業時間	5.6	△16.7	△5.6	△11.1	△27.8	5.6	△11.1	0.0	5.9	5.9
人手不足度	27.8	5.6	33.3	0.0	5.6	22.2	11.1	5.9	17.6	35.3
運転資金借入	22.2	0.0	16.7	50.0	44.4	16.7	5.6	△29.4	△5.9	11.8
設備資金借入	11.1	△22.2	△11.1	5.9	11.1	△11.1	△5.6	△5.9	5.9	23.5
繁華街回数	1.8	2.1	3.6	1.7	0.7	0.9	0.9	1.6	1.9	△11.8
接待回数	1.1	1.3	1.6	0.7	0.4	0.5	0.4	1.1	0.7	△5.9

★調査員コメント★

・同業者間の競争が激しく、顧客の要望に沿った対応を行い、いかに固定客をつかめるか、リピーターを増やすかが課題である。(サービス業)

建設業

～ 深刻さは緩和され、厳しさは和らぐ見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比1.5ポイント減少し、△4.8とほぼ横ばいであった。今後は△4.8と横ばいの見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比5.2ポイント減少し、プラス5.9と好調感が縮小した。今後はプラス11.8と前期比5.9ポイント増加し、好調感が増す見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比40.2ポイント増加し、プラス23.5とプラスに転じた。今後はプラス5.9と前期比17.6ポイント減少し増加傾向が弱まった。

今期の利益D.I.は、前期比11.8ポイント減少し、△11.8とマイナスに転じた。今後は△17.6と5.8ポイント減少し、減少幅が拡大する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比0.3ポイント増加、プラス5.9とほぼ前期同様であった。今後はプラスマイナス0と5.9ポイント減少し、増加傾向から均衡となる見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「材料価格の上昇(11)」が最も多く、ついで「人手不足(10)」「人件費の増加(5)」であったが、今期は「材料価格の上昇(15)」が最も多く、ついで「人手不足(7)」「同業者間の競争(5)」となった。

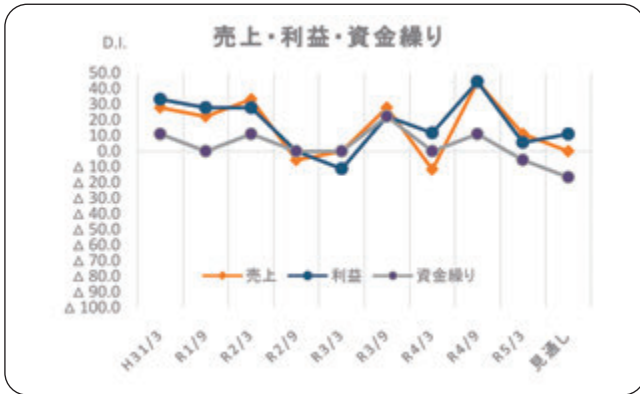
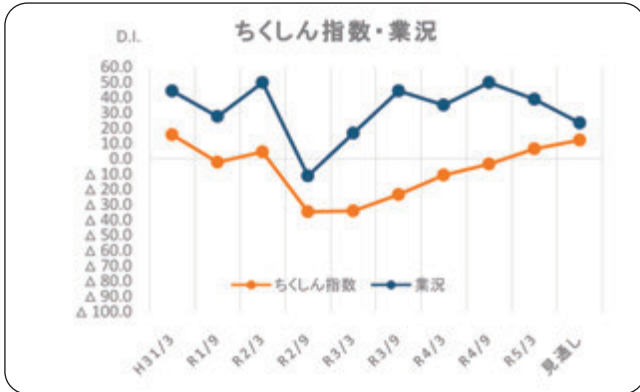
調査項目	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	見通し
ちくしん指数	11.5	2.3	1.2	34.1	31.1	23.3	10.1	3.3	4.8	4.8
業況	33.3	5.6	35.3	22.2	11.8	16.7	17.6	11.1	5.9	11.8
売上	22.2	0.0	17.6	27.8	11.1	27.8	5.6	16.7	23.5	5.9
受注残	22.2	0.0	29.4	27.8	16.7	22.2	5.6	11.8	5.9	5.9
利益	22.2	5.6	0.0	38.9	11.1	17.6	0.0	0.0	11.8	17.6
請負価格	27.8	5.6	5.9	11.1	0.0	5.9	5.6	5.6	23.5	23.5
材料価格	50.0	22.2	41.2	22.2	22.2	77.8	77.8	77.8	88.2	82.4
在庫過剰感	16.7	5.9	0.0	11.1	0.0	11.8	0.0	5.6	5.9	11.8
資金繰り	11.1	0.0	0.0	33.3	0.0	11.8	5.6	5.6	5.9	0.0
残業時間	5.6	0.0	11.8	5.6	27.8	22.2	5.6	5.6	23.5	23.5
人手不足度	35.3	27.8	11.8	11.1	5.6	0.0	11.1	5.6	11.8	5.9
運転資金借入	0.0	27.8	12.5	27.8	16.7	22.2	22.2	16.7	11.8	29.4
設備資金借入	11.1	16.7	18.8	11.1	17.6	22.2	11.8	11.1	23.5	23.5
業華街回数	3.3	2.9	3.2	1.9	1.6	0.9	2.8	2.0	2.6	18.8
接待回数	1.9	1.3	1.8	1.9	0.7	0.7	1.3	0.9	0.8	12.5

★調査員コメント★

- ・取引先も丸電工等、安定している。設備も充実、従業員の定着率も高い。数年内に事業承継予定(電気工事業)
- ・代表者も高齢であり、事業承継予定である。孫と甥の育成が急務である。(電気工事業)
- ・材料高騰により収益減少。社長高齢のため後継者問題が今後の課題。(電気工事業)

不動産業

～ 好調感が強まるも、今後は減速する見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比10.1ポイント増加し、プラス6.7とプラスに転じた。今後はプラス12.2と5.5ポイント増加し、好調感が増す見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比11.1ポイント減少し、プラス38.9と好況感が減少した。今後はプラス23.5と15.4ポイント減少し、好況感は減少する見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比33.3ポイント減少し、プラス11.1と好況感が減少した。今後はプラスマイナス0.0と11.1ポイント減少し、増加傾向から均衡となる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比38.8ポイント減少し、プラス5.6と増加幅が減少した。今後はプラス11.1と5.5ポイント増加し、増加幅が増す見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比16.7ポイント減少し、△5.6と厳しい状況に転じた。今後は△16.7と11.1ポイント減少し、厳しさが増す見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「商品物件の高騰(8)」「商品物件の不足(6)」「大手企業との競争(4)」であったが、今期は「商品物件の高騰(9)」が最も多く、ついで「商品物件の不足(7)」「同業者間の競争(6)」となった。

調査項目	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	見通し
ちくしん指数	15.9	△2.2	4.5	△34.5	△34.1	△23.3	△10.6	△3.4	6.7	12.2
業況	44.4	27.8	50.0	△11.1	16.7	44.4	35.3	50.0	38.9	23.5
売上	27.8	22.2	33.3	△5.6	0.0	27.8	△11.8	44.4	11.1	0.0
利益	33.3	27.8	27.8	0.0	△11.1	22.2	11.8	44.4	5.6	11.1
販売価格	16.7	11.1	11.1	5.9	0.0	38.9	29.4	35.3	38.9	27.8
仕入価格	23.5	23.5	11.1	6.7	0.0	38.9	47.1	41.2	41.2	29.4
在庫過剰感	△11.8	△17.6	△11.1	△20.0	△29.4	△38.9	△23.5	△23.5	△5.9	△5.9
資金繰り	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	11.1	△5.6	△16.7
残業時間	△11.1	5.6	△5.6	0.0	△23.5	△11.1	△17.6	△17.6	△11.8	△11.8
人手不足度	16.7	22.2	0.0	0.0	△5.9	0.0	0.0	△6.3	0.0	0.0
運転資金借入	29.4	△11.1	△11.1	△5.6	11.1	△5.6	△11.8	△11.1	△16.7	△22.2
設備資金借入	0.0	△11.1	5.6	△22.2	△5.6	△5.6	△5.9	△11.1	△29.4	△23.5
繁華街回数	4.6	2.9	3.5	2.8	0.6	0.9	1.1	1.6	1.3	5.6
接待回数	1.7	1.4	2.8	2.8	0.4	1.2	1.0	0.8	1.0	0.0

★調査員コメント★

- ・所有不動産の入居率は高い水準で推移しており、賃貸収入は安定している。不動産プロジェクトについては手掛ける業者が多くなってきており、今後、商品不動産の不足が懸念される。また、コロナや物価高による不動産価格の上昇の可能性もあり、対応が必要。(不動産業)
- ・不動産賃貸、売買、仲介を主に事業展開。賃貸部門は入居率95%超～100%維持、売買部門、PJ販売において、在庫十分に保有、販売回転も安定、今期も前期並みの売上見込み。仲介部門は、物価高騰、建築費上昇の影響から、低調気味であるが、当社業況全体としては安定。(不動産業)
- ・物価上昇、金利上昇を受け、顧客の購買意欲の低下を懸念している。(不動産業)
- ・今後の更なる物価高騰を懸念している。(不動産業)

特別調査

調査目的: 中小企業におけるSDGs (持続可能な開発目標) の取組状況について調査しました。

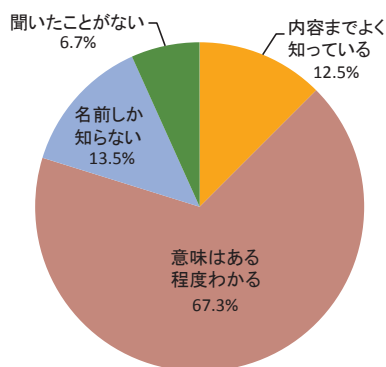
調査対象: 「景気動向調査」に同じ

※小数点第2位以下を切り捨てておりますので、合計は一致しない場合があります。

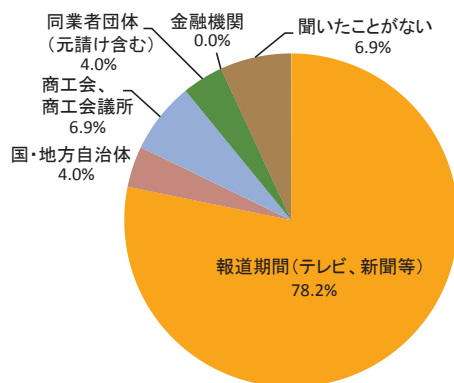


(1) SDGs についての認知度と情報源

認知度



情報源

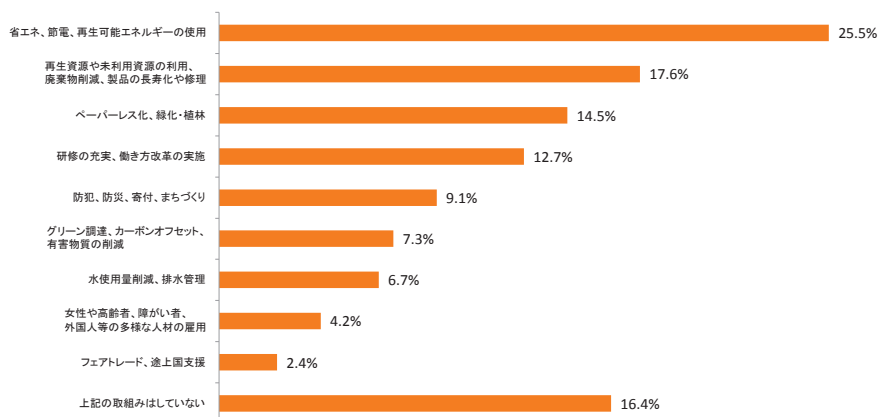


SDGsへの認知はある程度進展

SDGsへの認知度については、「内容までよく知っている」が12.5%、「意味はある程度わかる」が67.3%となり、合計で約8割の企業に認知が広がっていた。一方で、「名前しか知らない(13.5%)」、「聞いたことがない(6.7%)」の回答があった。

SDGsの情報源については、「報道機関(テレビ、新聞等)」が78.2%と圧倒的に高かった。以下、「商工会、商工会議所(6.9%)」、「同業者団体(元請け含む)(4.0%)」、「国・地方自治体(4.0%)」が続いた。

(2) SDGs の理念と一致する取組みの実行状況について

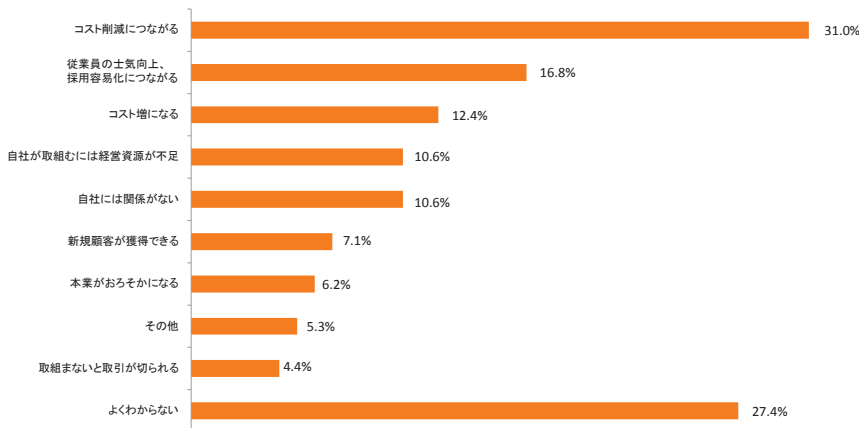


省エネ・省資源への取組みが活発

SDGsの理念と一致する取組みの実行状況については、「省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用」が25.5%と最も多くなった。次に「再生資源や未利用資源の利用、廃棄物削減、製品の長寿化や修理(17.6%)」が多くっており、全般的に省エネ・省資源への取組みが多くなっている。以下、「ペーパーレス化、緑化・植林(14.5%)」「研修の充実、働き方改革の実施(12.7%)」などが続いた。

対して、「上記の取組みはしていない」は16.4%となった。

(3) 企業がSDGsに取り組むことについての印象

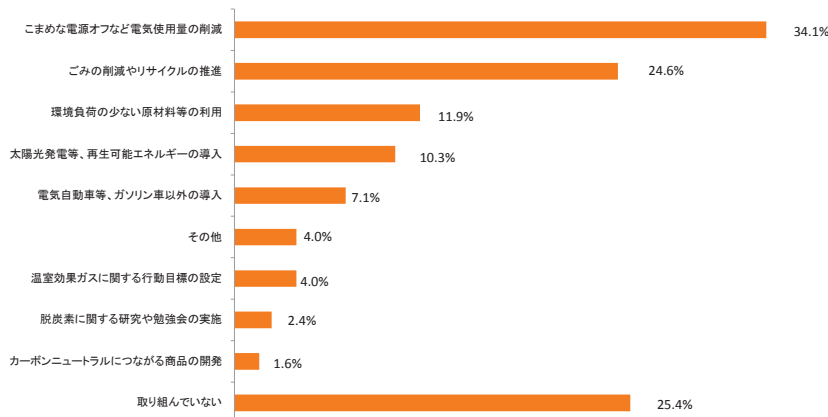


SDGsはコスト削減との印象が強い

企業がSDGsに取り組むことについての印象は、「コスト削減につながる」が31.0%と他を大きく上回った。先ほどの問の答えと合わせると、多くの企業がSDGsに関連し、省エネや省資源を通じたコスト削減に取り組んでいる様子がうかがえる。

以下、「従業員の士気向上、採用容易化につながる」が16.8%、「コスト増になる」が12.4%で続いた。対して「よくわからない」は27.4%となった。

(4) カーボンニュートラルについて取り組んでいる施策

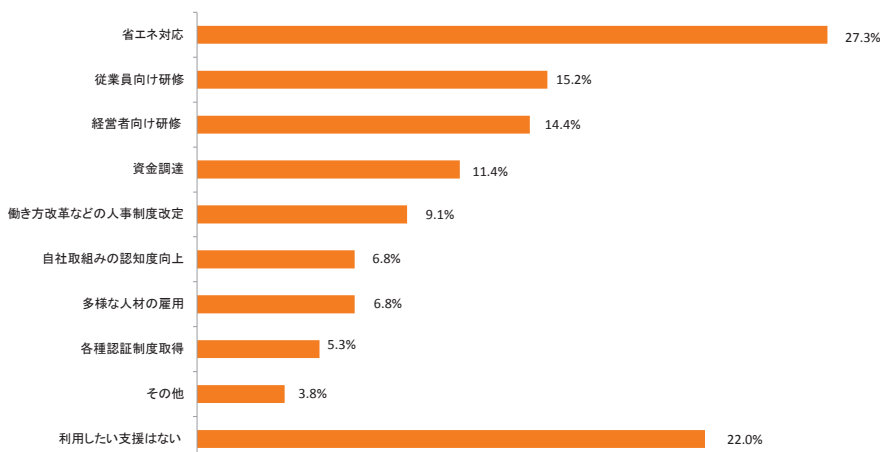


電気使用量削減でカーボンニュートラルに対応

カーボンニュートラルについて取り組んでいる施策は、「こまめな電源オフなど電気使用量の削減」が34.1%と最も多く、以下「ごみの削減やリサイクルの推進」が24.6%、「環境負荷の少ない原材料等の利用」が11.9%、「太陽光発電等、再生可能エネルギーの導入」が10.3%、「電気自動車等、ガソリン車以外の導入」が7.1%で続いた。

対して、「取り組んでいない」は25.4%となった。

(5) SDGsについて外部機関からのサポートを期待すること



外部機関には省エネ対応や研修を期待

SDGsについての外部機関(公的、民間問わず。)からのサポートの期待については、「省エネ対応」が27.3%と最も多く、以下「従業員向け研修」が15.2%、「経営者向け研修」が14.4%、「資金調達」が11.4%、「働き方改革などの人事制度改定」が9.1%で続いた。幅広い分野でサポートを期待している企業の実態が浮き彫りになった。

対して、「利用したい支援はない」は22.0%となった。

フットパスを通じた地域づくりと教育 「地域再発見！」を事例として

はじめに

2007年4月に縁あって久留米大学経済学部に着任して15年が経過した。全く土地勘の無かった九州における研究や教育は手探りの状態から始まったが、同僚や学生、そして地域住民の協力のおかげで何とかやって来ることができた。本稿では、このような研究・教育活動の中で、最近新たに関わっているフットパス活動を取り上げ、教育活動や社会貢献として行った内容を紹介する。

フットパスとはなにか

自己紹介でフットパスをやっていますと言つと、「温泉ですか、いいですね」とあるいはサッカーが好きなんですね」という返事が帰ってくることもあるが、フットパス(足湯)やフットサルとは別物である。

日本フットパス協会の定義によれば、フットパスとは「イギリスを発祥とする森林や田園地帯、古い町並みなど地域に昔からあるありのままの風景を楽しむながら歩くことができる小径」である。

しかし、日本のフットパスは、イギリスのフットパスの模倣ではなく、独自の要素が入っている。また地方によってフットパスの目的や運営方法に差がある。例えば、本稿で紹介する熊本県美里町のフットパスは、地域住民主体でフットパスコースを作成し、農村部の棚田や農道をコースとし、縁側カフェなど交流体験を準備することで訪問者と地元住民の交流ができる仕組みをつくり、地域づくりにつなげるという特徴がある。

このような美里町方式のフットパスは、熊本県から九州全体へと広がりつつある。美里町のフットパスは、最近ではイギリスのフットパスにおいて歩きに来る人を歓迎する制度である Walkers are Welcome (WaW) を取り入れ、「WaWaもともとネットワーク」※1へと発展している。

フットパスと偶然出会う

このようなフットパスに出会ったのは全くの偶然であった。2015年、「九州環境教育ミーティング」岡垣大会に参加し、体験活動として偶然フットパス班を選び、岡垣町の農家レストラン「ぶどうの樹」付近の森や農道を歩いた。このときに案内してくれたのが、熊本県美里町のフットパス協会の主要メンバーであった。参加メンバーで寄り道道草をしながら歩き、地元住民と交流するスタイルに、それまでの研修・実習とは異なる面白さがあるように思えた。「犬も歩けば棒にあたる」である。

その後美里町を訪れ、フットパスが定着した地域におけるランブリング(ぶらぶら歩き)を体験した。さらに2016年、フットパスをより深めるために「FNQ(フットパスネットワーク九州)フットパス大学初級コースin古湯」を受講して、「フットパスリーダー」の資格を取得した。



図1 FNQフットパス大学初級コースin古湯の実習

フットパスの実践

フットパスは、研究者としてだけでなく、一般市民や学生として様々な立場から実践することができる。ここでは筆者は何をやってきたのか。

まず研究者として、フットパスに興味を持っているものの、本格的な調査はまだで、研究成果も出ていない

。ただし、「歩く」という行為・実践を質的・量的に研究する手法は近年非常に多様化しているので、観光地理学を研究する立場として、「歩く」事に関する研究動向には注目している。

教育者として、串中ゼミの活動としてフットパスに関する研修、行事参加を行い、「フットパスリーダー」の資格も推奨した。串中ゼミからは同資格の取得者が5〜6名いる。また、2018年から後述する「地域再発見」という講義科目を立ち上げた。今後は、フットパスを体験した学生がその魅力に目覚め、フットパス実践に関わってくれることを期待している。



図2 2018年度「地域再発見！」のフットパス実習におけるワークショップ

新設講義「地域再発見！」

「地域再発見！」は、2018年度に新設した講義である。フットパスを主なテーマとして、フットパスの理念や事例を学ぶのみでなく、実践者による運営の方法(さらに学外でのランブリングやマップ作りの実習も含まれる。大学周辺の筑後地域においてフットパスの取り組みが定着していないことから、フットパスの概要や魅力を内外に普及する意図がある)。

この科目は、フットパス研究所・九州自然学校協議会よりフットパス普及について打診があり、筆者自身もフットパスを研究・教育に取り入れたいと考えていたことから、今回の検討を経て実現したものである。

久留米大学だより

る。全国的に珍しい内容で先例が少なかったため、関連科目を実施していた鹿児島大学農学部、北九州市立大学地域創生学群から情報提供いただき、フットパス関係者からは講義開設準備と運営において多大な協力を得た。

本科目はオムニバス形式、コーディネーターは筆者が担当する。座学部分はフットパスの歴史、基本的な考え方、運営方法に加えて、九州におけるフットパス運営の具体的な事例についても解説する。講義の大半は、フットパス活動関係者が講師であるため、フットパスが地域でどのように実践されているか、またフットパスが普及すると地域にどのような変化があるのか具体的に学ぶことができる。

一方で、座学で学ぶ知識のみでは理解できない部分も多いため、合計2〜3回の現地実習を行う。具体的には、フットパスを行っている現場において体験と調査実習を行い、ワークショップ形式で実習結果を文字化し、最終的にはフットパスコース案を作成することを目指す。詳細は、本講義シラバスのリンクを参照のこと※2。

フットパス実習の風景

2022年度は、熊本県美里町をフィールドとして、合計3回の実習を行った。第1回目の実習は2021年度に実習を行った緑川ダム湖畔コースにおいてフットパス体験を行った。

初回の実習は、フットパスの魅力を体験すること、調査実習に慣れさせることが目的である。そこで、フットパス研究所メンバーの案内で、先輩が実習を行った成果が取り入れられたコースを歩き、コースの注目を解説してもらった。また、フットパスでは地域住民との出会い、そして地域の食の魅力である。この回では「スイーツ工房きこり」にてダムカリーを味わった。最後は実習を振り返った。

第2、第3回目の実習は、フットパスコースを策定中であった美里町夏水集落において実習を行い、学生からみたこの地域の魅力と課題を検討した。地域に関する概要説明の後、班に分かれて夏水集落内の農道、

用水路脇道などを歩き、気になった地点や印象に残った風景を記録してもらった。道端に蛇がいたり、通り抜けできず引き返したり、あるいは地元住民から昔話を聞いたり、といったことも起きるが、歩くことで色々発見があるのがフットパスの面白さである。



図3 用水路脇道をランプリング

昼食は、地元の食材を活用したフットパス弁当をいただいた。野菜主体の伝統食からなり、容器も竹皮を加えたものである。コースで調査を行った後、班ごとにグループワークを行い、地域資源を洗い出し、コース提案を発表した。



図4 フットパス弁当

実習時間内では報告書作成までできないため、事後学習として各自でフットパスコースを提案する報告書を作成してもらった。必要な場合は追加指導を行った。本講義は半期2単位としては課題が多く、実習には時間と費用が必要であることから、受講者の半分程度は講義開始から1〜2ヶ月で脱落してしまう。しかし、この時期を乗り越えた学生は最後まで取り組んでくれ、最後の報告書や成績評価も優秀であることが多い。参加した学生によるフットパスコースの提案は初歩的なものが多いが、素人の若者ならではの視点がフットパスコース改良に役立つこともある。教育活動の成果が住民に還元できているのは嬉しい限りである。

(以上)



久留米大学 経済学部 准教授
(観光学・地理学分野)

はたなか

まさのり

畠中 昌教 先生

【プロフィール】

1972年、岡山県生まれ。2006年、京都大学大学院人間・環境学研究科博士後期課程単位取得退学。在スペイン日本国大使館専門調査員(政治・社会分野)、スペイン留学を経て現職。専門は観光地理学、スペイン研究。大学院時代から現在まで、都市観光、自然保護、ワインツーリズム、フットパスなどに関して、スペインと日本において調査研究や教育を行いました。また、ポルトガルや中南米における研究にも興味があります。

【著書】

畠中昌教(2012b)。「6章 豊かな大地(1)ーオリーブの地」。立石博高・堀見千加子編。『アンダルシアを知るための53章』144-49。明石書店。
畠中昌教・クレスポ・ゲレーロ、ホセ・マヌエル(2014)。「3-3 スペインのジオパークとジオツーリズム」。横山秀司編。『ジオツーリズム論』110-158。古今書院。
畠中昌教(2016a)。「スペインー太陽と浜辺の観光」。淡野明彦編。『観光先進地ヨーロッパ 観光計画・観光政策の実証分析』141-174。古今書院。
畠中昌教(2021a)。「【コラム】現代の国立公園ー自然公園」。神田孝治・森本泉・山本理佳編。『現代観光地理学への誘いー観光地を読み解く視座と実践』28-29。ナカニシヤ出版。

【趣味など】

読書、旅行、音楽鑑賞(バグパイプなどケルト系)、料理・ワインの食べ歩きや試作、フットパス。コロナ以降はペランダでハーブや柑橘の栽培に試行錯誤しています。

※1 <https://waw-kumamoto.jp/>

※2 [https://portal.mii.kurume-u.ac.jp/campusweb/slbssbdr.do?value\(risyunen\)=2022&value\(semekikn\)=1&value\(kougicd\)=23325250&value\(crclumcd\)=2130310000](https://portal.mii.kurume-u.ac.jp/campusweb/slbssbdr.do?value(risyunen)=2022&value(semekikn)=1&value(kougicd)=23325250&value(crclumcd)=2130310000)



地元企業の社長に
久留米大学生が
インタビューをしました。

若菜エステート株式会社

「人生のターニングポイントに感動を」

Q: 御社の歴史と現在の事業内容はどのようなものですか。

弊社は、平成7年7月、若菜不動産の社名で久留米市中央町に創業し、今年で27年を迎えました。平成12年9月に社名を若菜エステート株式会社に変更しています。また、平成22年1月に若菜エステートマネジメント株式会社、平成29年5月にWeサポート株式会社を設立し、不動産に関わるお仕事をグループ各社でトータルサポートしています。事業内容は、不動産の売買、賃貸仲介、賃貸物件の管理、リフォーム事業、不動産のコンサルティング、相続のコンサルティング、家賃保証、インターネット事業、清掃業です。その中でも久留米大学の学生さんには、お部屋探しで過去に数多くの方にご成約をいただきました。

Q: 御社が誇れること(強み)やこだわりはどのようなものですか。

地場企業として、色々な業種の方との交流を創業当時から非常に大切にしてきました。そういった方々からは、お取引だけでなく、お客様の紹介も多々いただいています。

また、様々な資格保有者が在籍しており、お客様の依頼内容によって専門的な話を資格保持者が対応することで、お客様の満足度を高めていることを意識しています。資格内容としては、宅地建物取引士、賃貸不動産経営管理士、管理業務主任者、マンション管理士、ファイナンシャル・プランナー、CPM(米国認定不動産経営管理士)になります。特に、CPMについては、2020年12月時点で全国約620名が資格を取得しており、久留米市でみると数名しか保有していません。その中で、私が初めて久留米で取得したということもあり、弊社の強みでもあります。

Q: 経営者としての意識していること(お気づきの点)はありますか。

弊社は、弊社理念の「お客様に感動を与え、記憶に残る仕事をすること」に基づいた行動を心がけています。私たちは「衣・食・住」の住の部分からお客様のお手伝いができることに喜びと誇りを持っています。また、住の部分は、安い買い物ではありません。だからこそ、私たちはお客様のターニングポイントとなる「コマ」に感動を与えたいと考えています。これを社員一人一人が意識すれば、行動や対応に変化が生まれます。こうしないと社員に言っているのではなく、自身で考えて行動するよう意識をさせています。

Q: 会社として挑戦したい、伸ばしたいところはありますか。

会社として挑戦していきたいのは、タウンマネジメントです。私たちは個々の不動産を取引するケースが多く、その一つを取引する際の隣地に空き家やシャッターが閉まっているお店などが数多くあります。これらの使われていない建物や土地などの所有者にお願いをして、個人と自治体が一体で事業をしていくことを検討してい



若菜エステート株式会社
代表取締役

若菜 永治 さん



ます。例えば、県外のある中核市では、約11,000坪の土地の中に、高齢者ブイサービス、サービス付き高齢者向け住宅、学生向け住宅、障害児入所施設、日用品販売施設、レストラン、温泉施設、ライフハウスまであり、高齢者から若者、障害をお持ちの方まで分け隔てなく暮らすことができる街が形成されています。このような地域コミュニティを作ることで、空き家問題や高齢者の孤立問題などを解決し、サステイナブル社会の実現ができることを考えています。

Q.大企業と比較した場合、中小企業の強みはどんなところだと思いますか。

私たちのような地域に根ざした中小企業の強みは、地域性の理解度や、地域で活躍されている方や企業とのつながりであると考えています。私たちは、不動産に関わる仕事であるため、第一に地域性を理解しておかなければならないと考えています。その実現に向けて、地域活動への参加や、先輩方から今までの経験を伝えていただくことを大切にしています。大企業は人材が一つの場所定着するのが困難な場合や、人事異動、転勤などを通して人の入れ替わりがあります。そのため、新しく別の地域から赴任してきた場合は、まず地域のことを理解するところから始めると思います。こうした一連の流れを、私たちは創業当初から久留米の地で継続してきました。そこが大企業と差別化できるところであると考えています。

Q.どのような人材を求めていますか。

私たちは、人に感動を与える仕事をしているため、まずは、自分自身が自分を愛し、家族を愛し、友人を愛せる人にならなければ、お客様に感動は与えられないと考えています。仕事とプライベートのオン・オフを上手に行いながらも、常に自分を磨ける人、考えて行動できる人を求めています。また、SNSや動画での集客が多くなってきているため、そのような活動に前向きな人材が

今からは重宝されると考えています。

Q.どのようなDXへの取組みを実施していますか。

私たちは現在、eラーニングの利用を社員教育の一環で行っています。eラーニング上での不動産業に特化した動画を利用することが新人研修の一つとなっています。その他、電子申し込みなども行っています。今後進めていきたいのはChatGPTの活用です。お部屋探しをする際には、写真や物件に関するコメントなどを参考にすることがあります。そのため、私たち不動産業者は、物件の良さを引き立たせるためにカメラマンでもあり、ライターでもなければいけません。その中でも、コメントを書くことに関しては、考えるのがとても難しく、他の物件と同じようなことを書いてしまう傾向にあります。そこで、ChatGPTを利用することによって、よりよいコメント作成につながるのではないかと考えています。

Q.学生へのメッセージをお願いします。

今を大事にして、勉強や遊びに精一杯取り組み、学生時代を楽しんで過ごしてほしいと思います。そして、社会人になった際には再度、勉強してほしいです。壁にぶつかったり、悩んだりすることも沢山あると思いますが、それを経験して皆成長していると思います。だから、心配せず、今は何事も本気で頑張ってください。



若菜エステート株式会社

〒830-0032

久留米市東町42-14

TEL.0942-30-7555

FAX.0942-30-7588

<https://www.wakana-e.co.jp>



今回、取材をさせていただいて、お客様の資産価値の最大化を実現し、お客様やオーナー様に喜んでもらうことを目標に仕事をしていることが分かりました。また、自身の持っているノウハウを同業他社に教えてもよいという考えには驚かされ、同時に業界を発展させたいという思いが強く感じられました。また、高齢者や障害をお持ちの方のほかに人種も関係なくコミュニティを作っていきたいとおっしゃっていて、素晴らしい考えだと感じました。学生へのメッセージであったように、私も勉強と遊びの両方を精一杯取り組み、多くのことを経験しようと思えました。これから大変なことがあってもそれを乗り越えていくため努力していきたいと思っています。

久留米大学経済学部文化経済学科 大瀬良 尚英

今回の企業取材を通して、地域に根ざした不動産業について深く知ることができました。地域で活躍するためには、その土地に住む方の信頼を得ることがとても大切になり、それが不動産業を続けていく上でやりがいや達成感につながるということが理解できました。さらに、社長である若菜様の様々な事に挑戦しているというアグレッシブな姿勢から会社の雰囲気であったり、日々成長している企業であるということがとても伝わってきました。私も今後の学生生活において、何事にも積極的に取り組む姿勢を大事にしていきたいと感じました。

久留米大学経済学部文化経済学科 高橋 世馬

インタビューに行く前はとても緊張しましたが、若菜代表取締役は、とても気さくな方で、緊張もほぐれて、インタビューを行うことが出来ました。また、地域性を理解し、地域に根ざした地域一体の企業を目指していることに感銘を受けました。学生の時にしかできないことを行うことが大切とおっしゃっていたので、このことを今後の大学生活で意識しながら、生活していきたいと思っています。

久留米大学経済学部

文化経済学科 松尾 尚弥





次世代を担う人づくり ～大学生の編集者体験～

紺藍ドル あいくる



私たちがあいくるは久留米大学法学部主催の「紺フェスタ」から2022年8月に誕生したアイドルグループです。あいくるのあいは「藍色」、くるは「久留米」、紺藍ドルは久留米、略してあいくるです。私たちは久留米編集界はもちろんのこと、久留米市全体を盛り上げるといふことを目標に掲げ、紺フェスタが従来行っている久留米紺フェスタに加え、ダンスや広報アンバサダーなど様々なことに挑戦しています。今回は、あいくるの代表と副代表二人があいくるの誕生の経緯及び、あいくるとして行ってきた活動をご紹介します。

紺フェスタ

紺フェスタとは、2015年に法学部が開始した久留米市の伝統工芸品である久留米紺をテーマにした地域連携活動です。学生が主体となって企画、運営を行っており、年々規模が拡大しています。

学生が、モデルとなつて、久留米紺を着用してファッションショーを行い、同世代の人たちに若者視点で久留米紺の魅力を発信しています。学生が着用する久留米紺の衣装は、久留米市を拠点に活躍されているデザイナーの古賀円(こがまど)



か)さんがプロデュースされています。

ファッションショーの他にも久留米紺の地域一貫生産活動の支援を行う藍プロジェクト、銀梅花(ぎんばいか)の普及の支援を行うマートルプロジェクトなど多種多様な活動を行っており、久留米編集界や地元企業への認知度が高まっています。

あいくる誕生

久留米編集界や地元企業への認知度が高まっている一方で、一般にはあまり知られておらず、認知度が低いことが課題として挙げられます。紺藍ドルあいくるは紺フェスタに変革をもたらす、認知度を向上させるといった目的で結成されました。

あいくるお披露目

2022年8月久留米座で行われた紺フェスタにて、あいくるをお披露目しました。久留米紺の魅力をより多くの人に知ってもらうための活動の皮切りとして、ファッションショーに加え、久留米紺の創始者である井上伝について研究しプレゼンしました。衣装は、古賀円(こがまど)さんにメンバー一人のイメージに合うように作成していただきました。

衣装に使われている生地は立湧(たてわく)といい、水蒸気がゆらゆらと立ち上がる様子を表した有職文様(ゆうそくもんよう)で、運氣を上げる文様とされており、古賀さんがあいくるの運氣が上がるようにと選んでくださいました。



YouTube はこちら

学祭

10月には久留米工業大学の愁華祭(しゅうかさい)と、久留米大学のあのか祭にそれぞれ1日間出演しました。紺フェスタとは異なり、構成や打ち合わせも代表を中心に全て自分たちで行いました。一からステージを作り上げることは初めての試みだったので楽しんでもらえるのか、上手くパフォーマンスができるのかという不安がありました。しかし、紆余曲折はありましたがメンバーが一致団結し練習した甲斐もあり、無事にステージを終えることができました。パフォーマンスを披露する前はみんな緊張していましたが、観客の皆さんの温かい拍手やご声援のおかげで、心の底から楽しむことができました。あの時の達成感と充実感は今でも忘れられません。これからもっと大きな舞台でパフォーマンスをしたいとあいくるが思うようになったきっかけでもあります。



YouTube はこちら



ほとめぎファンタジー点灯式(久留米市長と対談)

例年、久留米市の明治通りで行われているイルミネーション第18回久留米光の祭典(ほとめぎファンタジー)の広報アンバサダーに10月に就任しました。SNSだけでなくイベントPRのためにアンバサダーとして原口久留米市長を表敬訪問したり、RKBのタダイマ!



内で告知をしたりと様々な



広報活動を行いました。私たちは、企画の立案から携わっており、イルミネーションを青色を基調とした色に統一、インスタグラムで映えるフォトスポットの設置といった案が採用されました。また、2022年12月9日には点灯式が行われ、トップバッターとしてファッションショーとダンスを披露しました。



YouTubeはこちら



PVプロモーションビデオ撮影



私たちはあいくるは久留米耕業界だけでなく久留米市全体を応援できればと思います。活動しています。PV第2弾は2023年4月にオープンした久留米市合川町のくるめブーゲンの森にて撮影を行いました。久留米の素敵な物や場所をPVを通して伝えていきたいと思っています。



YouTubeはこちら

知事との対談



2022年11月25日に、服部誠太郎福岡県知事を久留米大学御井キャンパスにお迎えし、地域連携拠点の「つながるめ」で意見交流会を行いました。私たちはあいくるは、久留米大学学生代表として参加し、ウオーキングを披露しました。久留米で活躍されている他の参加者の方々のお話を聞くことよって刺激を受け、今まで知らなかった久留米の課題を知るこ



とができました。また、私たちもその一員だと思つとすごく嬉しかったです。あいくるは、久留米市全体を盛り上げるという目標があるので、私たちにできることがあれば積極的に参加し、より一層活動を頑張つていかなければならないと思ひました。



Web ページはこちら

久留米植木まつり

2023年1月22日に、久留米市内のゆめタウンで行われた久留米植木まつりのPRイベントに参加しました。久留米市のイメージキャラクターのくるつぱとコラボをし、写真撮影会を行い会場を盛り上げました。



企業訪問

耕フエスタに協賛していただいている企業様への訪問も行つていきます。地域連携活動である耕フエスタやあいくるは、たくさん地元企業からのご支援を受けています。藍プロジェクトでコラボ商品の共同開発を行っているオカモト商店様、練習会場をご提供いただいているスポーツガーデン株式会社様、地域経済の活性化のために私たちの活動を応援していただいている野村證券久留米支店様など、すべて書ききれないほどたくさんのご支援を受けています。



久留米耕の研究



久留米耕の魅力を正確にお伝えするために、私たちは久留米耕の工房を訪れ日々勉強しています。久留米耕協同組合の理事長である山村健さんやあいくるの衣装の生地を作ってくださいた下川強蔵さんの工房に伺い、久留米耕が作られる工程の一つ一つをクイズを

交えて楽しく教えていただきました。実際に工房に足を運ぶことで今まで気が付かなかった耕の新たな魅力を発見することができました。また、地域に寄り添い、地域の文化について細かく分析し、地域の強みを生かしたお店作りをされているようなぎの寝床さんを訪問し、地方創生について教えていただきました。さらに、私たちあいくるが実際にうなぎの寝床で販売されているもんぺを着用し、プロモーション活動を行いました。



終わりに

このように活動をしている私たちあいくるですが、誕生したばかりでまだまだ思うように活動ができていません。もっと活動の幅を広げたいと思つていきます。この記事を読んであいくるに少しでも興味を持っていただいた方、あいくるにイベントに出演してほしいという方は是非あいくる公式のインスタグラムまでお問い合わせください。あいくるはステージのパフォーマンスに限らず、様々なことにチャレンジしたいです！

あいくるといつしよに久留米を盛り上げましょう！



久留米大学 法学部法律学科3年
あいくる代表兼スイーツ担当 松藤花華
全力で楽しむことがモットーです！

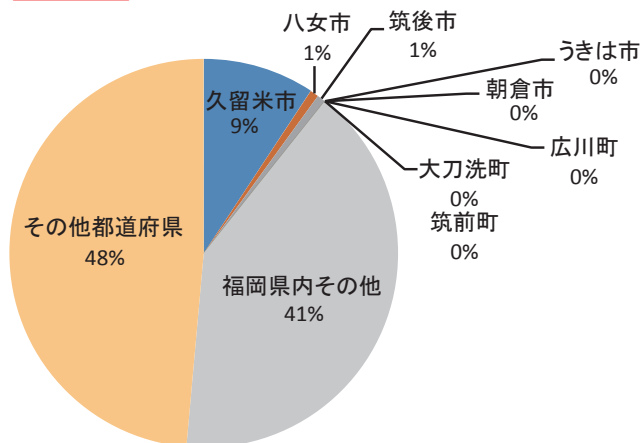
久留米大学 法学部法律学科3年
あいくる副代表兼ボジティブ担当 森美咲
少しでも、久留米耕とあいくるに興味を持っていただけたら幸いです！

久留米大学生にきく！若者のホンネ

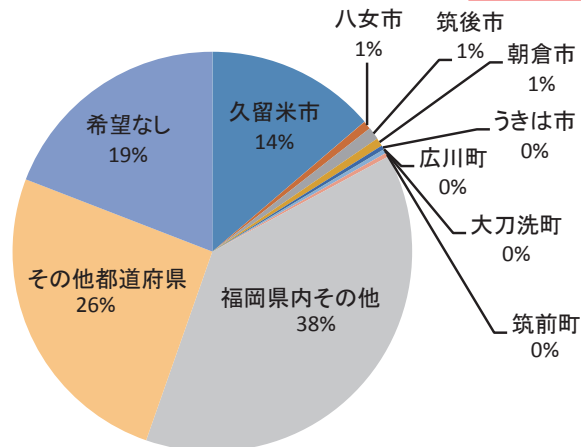
久留米大学生に2018年11月号で140名、2023年5月号で299名を対象に就職観と消費に関するアンケート調査を実施しました。(複数回答や無回答が含まれるため必ずしも100%にならない場合があります)

こんな場所で就職できたらいいな

2018年



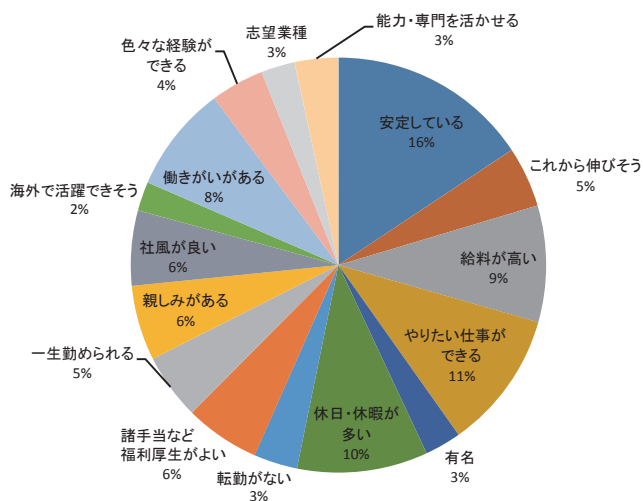
2023年



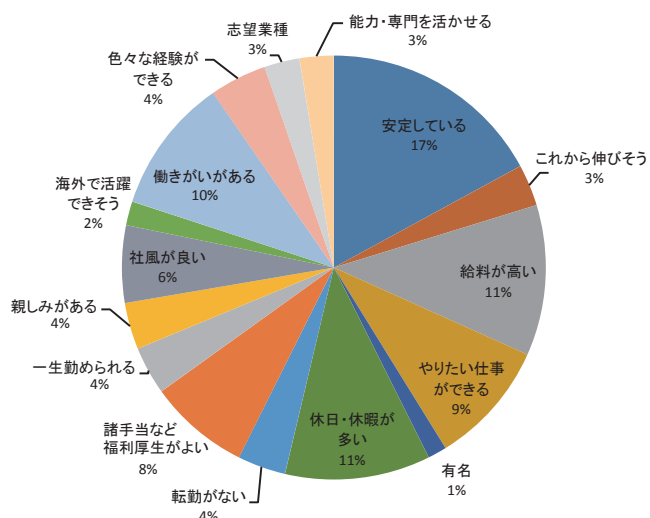
久留米市希望が9%から14%へ増加、福岡県内希望が52%から55%へ増加しており、地元志向がやや強まったのかな？という感じでしょうか。

こんな会社に就職したい

2018年



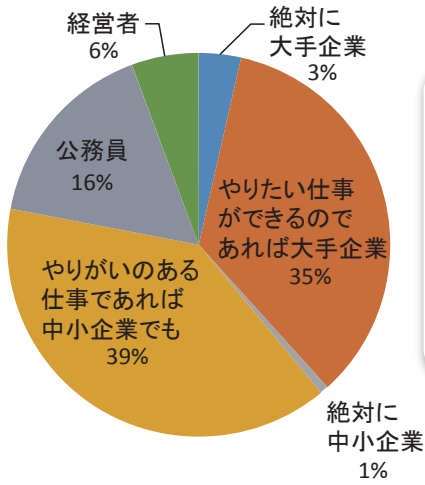
2023年



大きな変化はないようです。ベスト4は、「安定している」「給料が高い」「やりたい仕事ができる」「休日・休暇が多い」で、4年半前も現在も不動です。

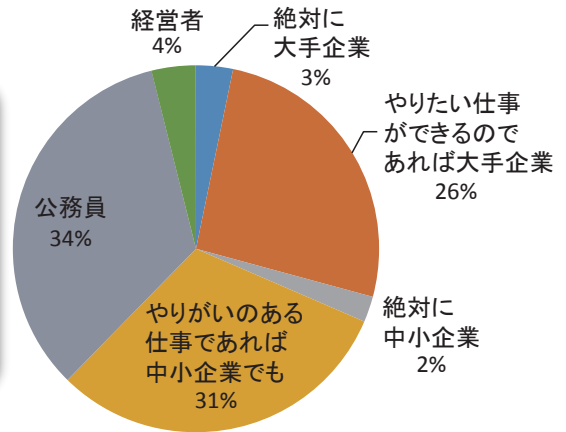
大手志向の程度

2018年



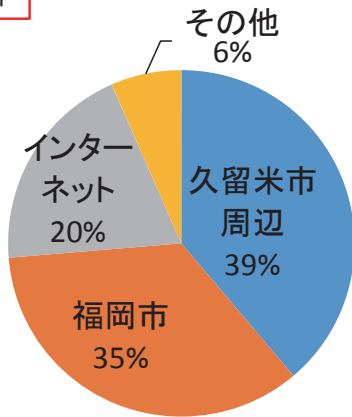
公務員になりたい人が急増しました。コロナ禍で世界中の大きな混乱を目の当たりにして、学生の心境の変化も大きいようです

2023年



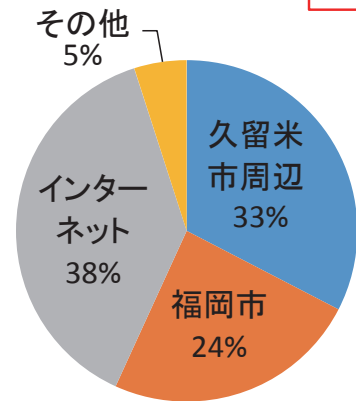
消費する場所

2018年



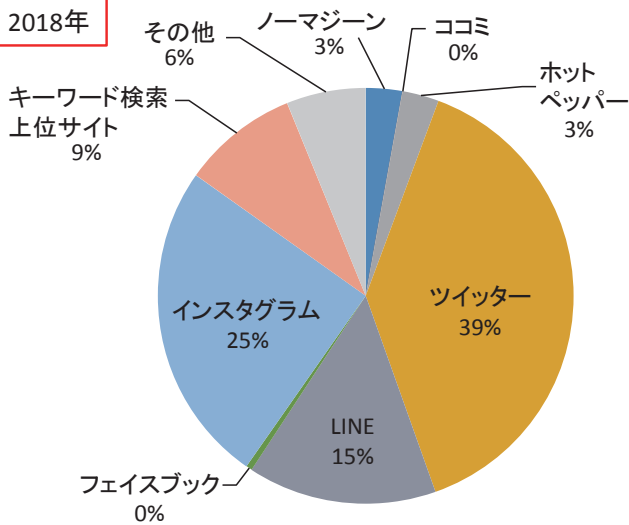
コロナ禍で、ライフスタイルは激変しました。大学生もインターネットによる消費が激増したことがわかります。

2023年

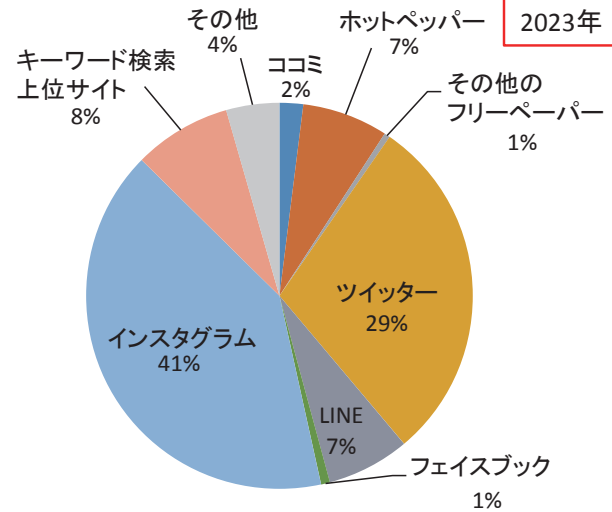


消費のきっかけとなるSNSなど

2018年



2023年



4年半前は、1位ツイッター、2位インスタグラムでしたが、現在は逆転しました。いまやSNSのメインはインスタグラムであることが、この結果からもわかります。



Chikushin Bank

がんばるあなたを応援したい

筑後信用金庫



久留米大学

KURUME UNIVERSITY

発行年月 令和5年5月

企画・取材協力 久留米大学

編集・発行 筑後信用金庫 企業サポート部

〒830-0032 久留米市東町35-10

TEL 0942-33-2106

FAX 0942-33-2198

URL <https://www.shinkin.co.jp/chikugo/>

本誌は情報提供のみを目的としたものです。投資、施策実施等に関する最終決定はご自身の判断でなされるようにお願いします。