

# しんぶん

## 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活動について」

— 久留米大学生へのアンケート調査 —

「質の高い織物づくりにこだわる企業」

— 久留米大学生による社長インタビュー —

「キャリアゼミによる『学食プロジェクト』

「ユニスタア学生広報プロジェクト」

— 次世代を担う人づくり 大学生の編集者体験 —

### 取材企業

桑野新研産業株式会社

和菓子 うさぎや

オステリアアロトス

TAKEFREE

Vol.13



# 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。

大手企業



春闘はアップです

中小企業



春闘でアップアップです

大手企業



また値上げします！

中小企業



もう音を上げます

（ちくしんは中小企業の味方です。）

今回の景気動向 特別調査は、中小企業における人材戦略です。

※上記内容はフィクションです。

筑後信用金庫 事前相談FAX申込書

FAX 受付時間  
（平日9時～17時）  
FAX 0942-231-2118

行名	〒	市	区	町	番	号
支店名	〒	市	区	町	番	号
ご住所						
電話番号						
相談内容						

〒

建物の  
中小企業経営者の  
みなさんを  
応援します！

経営のことなら  
なんでも  
ちくしんへ  
お任せください！

相談無料

## 筑後信用金庫の 経営相談

各専門機関と連携し、お客様の課題解決をサポート！

- 税務 税理士会
- 労務 社会保険労務士会
- 金融 銀行
- IT 情報系企業
- 人材 人材系企業
- 不動産 不動産系企業
- 建設 建設系企業
- 製造 製造系企業
- 流通 流通系企業
- サービス サービス系企業
- その他 その他

お悩みにあわせてさまざまな相談内容にお応えいたします。

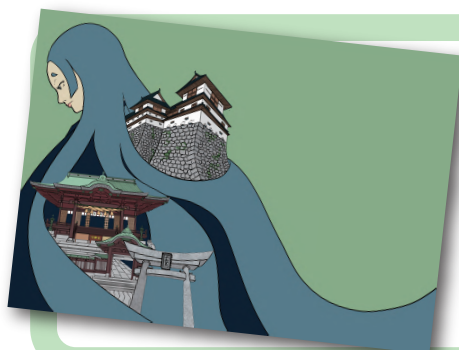
お問い合わせ先  
〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神1-1-1 筑後信用金庫 総務課  
TEL 0942-231-2118 FAX 0942-231-2118

## 目次

- ◆ 取越教授のみみよりコラム . . . . . 2  
    グローバル人材への切符 日本アニメ(anime)への期待
- ◆ 景気動向調査レポート . . . . . 3
- ◆ 特別調査 . . . . . 12  
    ～中小企業における人材戦略について～
- ◆ 久留米大学だより . . . . . 14  
    地域における「市民性」と「社会起業家精神」の醸成
- ◆ 久留米大学生が社長にきく！ . . . . . 16  
    ～桑野新研産業 株式会社～
- ◆ 次世代を担う人づくり ～大学生の編集者体験～ . . . . . 18
- ◆ 久留米大学生が伝統産業を紹介する！ ～八女茶～ . . . . . 20
- ◆ 次世代経営者にきく！ ～和菓子 うさぎや～ . . . . . 22  
    ～オステリアロトス～ . . . . . 23
- ◆ 久留米大学生にきく！ 若者のホンネ . . . . . 24  
    ～就職活動について～

## 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。

久留米絣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。

# 取越教授の みみよりコラム



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  
取越・田端・中井「投資家のための「世界経済」概略マップ」

【趣味】合気道

# グローバル人材への期待

## グローバル人材になるには

グローバルな時代である。どんな人にとっても、外国の人たちと言葉を交わすことはもはや珍しくない。できるなら、いつでもどこでも、世界中の人と話を弾ませることができるようになりたいところである。そのためには一般に、語学力、コミュニケーション能力、主体性、積極性、異文化理解の精神などの重要性が指摘されることが多いが、面白い話題を用意しておくこともまた、非常に重要な要素である。

面白い話題には、趣味や興味の話、食べ物の話など様々なものがある。ただ、どんな国でもその代表格は、音楽、映画、演劇、遊園地、読書、ゲーム、カラオケ、アニメ、マンガなどのエンターテインメント、すなわち娯楽の話である。ただ、エンターテインメントには、国ごとに独自性があることが少なくない。例えば、インドなら、クリケット(インドの国民的スポーツ)やボリウッド映画(インド映画の通称)、インディアンポップ、アメリカなら、三大スポーツ(アメフト、次いでバスケット、野球)やハリウッド映画、TVドラマ、ポップミュージックは、多く

の人が関心を持つ話題である。ただ、それらは、私たちにってはなかなかハードルが高い。

## 日本アニメ(anime)の大ブーム

近年、とりわけ「コロナ禍以降、世界のエンターテインメントにおいて、日本アニメ(英語で、anime、という)の人氣が急速に高まっている。アメリカのZ世代においては、日本アニメの人氣が、三大スポーツを超えたという調査結果もあるほどである(電通)2022)。皆様の中には、バリオリンピックの陸上男子100メートルで金メダルを獲得したノア・ライルズ選手が、星条旗を身にまとい、かめはめ波(ご存じでしょうか?)のポーズを決めたことに驚かれた方も多いのではないだろうか。

その背景には、①ネットフリックスなどのストリーミング(ダウンロード不要で音楽や映像を楽しむサービス)の普及、②「コロナ禍での巣ごもり需要の拡大」、③「コロナ禍で映画やテレビ番組の制作が一時的に中断し、コンテンツ供給が不足したこと、が挙げられることが多い。つまり、日本アニメブームは、「コンテンツの魅力だけでなく、外部環境の変化」という偶然的要素もまた、大きな役割を果たしたと考えられる。大ブームは、しばしばそのようにして起きるものである。

## マクロ的観点からの期待

日本アニメのブームは、マクロ的な観点から、大きな期待を集めている。それには、①経済的観点と②政治的観点が含まれる。①経済的観点については、アニメ自体の経済効果の大きさがあがる。そのことから派生するマンガ、POP、アニメ実写化な

どの関連産業への波及効果も期待される。②政治的観点としては、特に安全保障への期待がある。例えばAFC(2021)は、「アニメは、将来的に重要な外交ツールとなるだろう。ミサイルなどの軍事力よりも、アニメ、マンガ、ゲームが安全保障に直結する時代が来るべきだと指摘している。確かに、日本文化への理解と親近感情の広がりが、日本の安全保障に寄与する可能性は大いにあるであろう。」

## ミクロ的観点からの期待

異文化交流の促進というミクロ的な観点からも、日本アニメは重要な役割を果たしている。この点では、もっと期待されても良い。日本アニメは、国ごとの独自性を超えるエンターテインメントとして、世界中の人たち(特に若者)が話を弾ませる、世界標準の面白い話題となりつつあるためである。そしてそれは、その母国である日本人たちにとっては、特に有利な情勢といえる。日本人たちにとって日本アニメは、長きにわたる日本人は閉鎖的である「というステレオタイプのイメージを大きく変え、世界に開かれた人、すなわちグローバル人材となるための重要な切符となりつつあると考えられる。

## 【参考文献】

数上直志(2024)「世界が日本アニメを愛する理由」Newsweek Japan, 2024年4月30日、5/7頁併記  
電通(2022)「米国における日本アニメに関する意識調査」(<https://dentsu-no.com/articles/8687>)  
Alt.Matt(2022)「軍事とSFアニメ文化輸出立国」で日本が生き残る3つのポイント「日経ビジネス」2022年8月16日刊



# 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** 2024年9月

**調査の対象期間** 2024年4月～2024年9月の実績  
2024年10月～2025年3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103社(回収率95.4%)



## 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	15社	17社	17社	18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

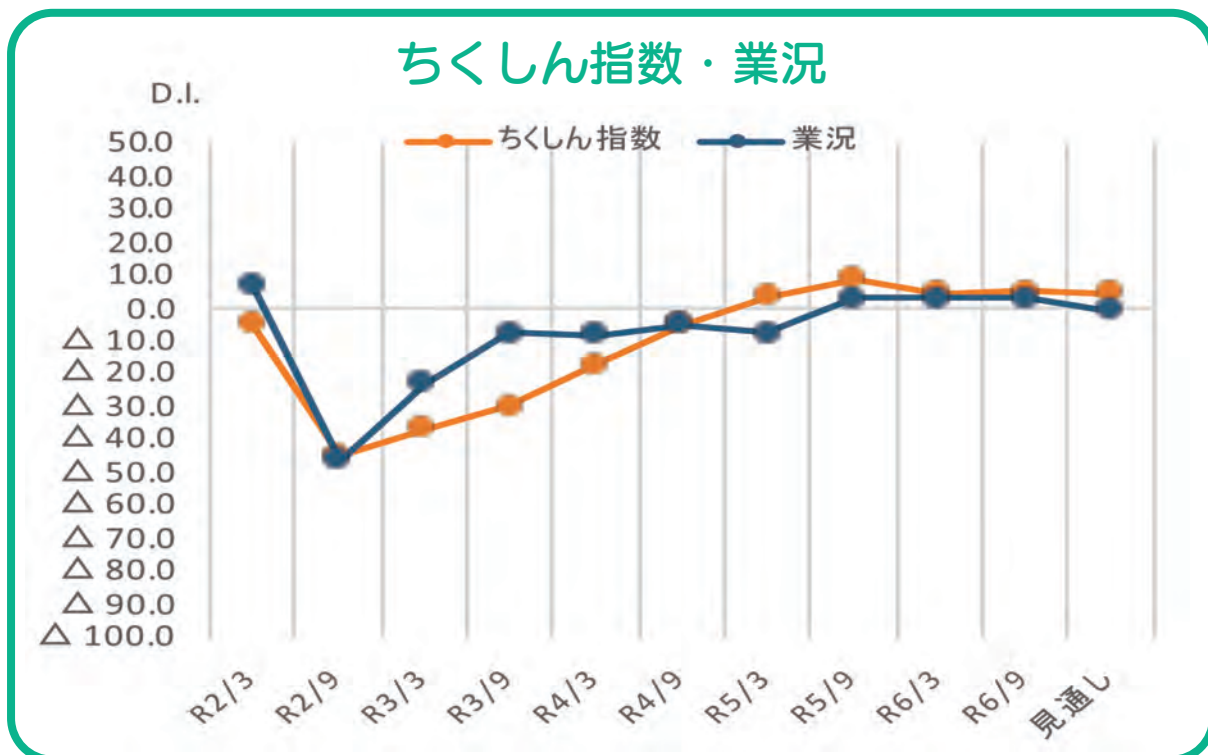
## D.I. (ディフュージョン・インデックス)

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。



～ 業況はほぼ横ばい、今後は悪化に転じる見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比0.6ポイント増加し、プラス5.1と前期並みであった。業種別にみると、小売業、サービス業、不動産業は前期比減少した。今後はプラス4.6と0.5ポイント減少し、前期比と同様の水準となる見通しとなった。

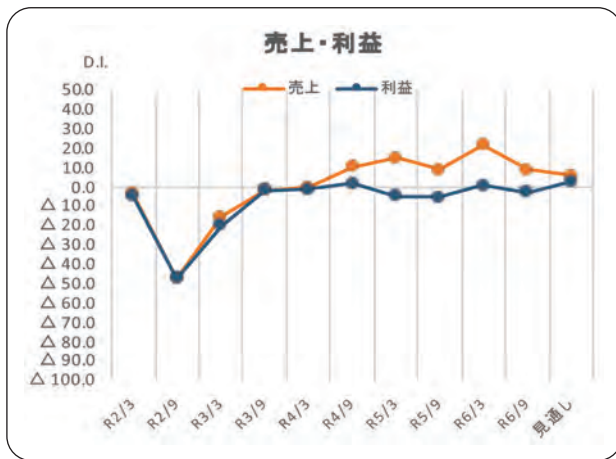
今期の業況判断D.I.は、前期比0.1ポイント増加し、プラス2.9と前期並みであった。今後はマイナス1.0と3.9ポイント減少し、好況感は悪化に転じる見通しとなった。



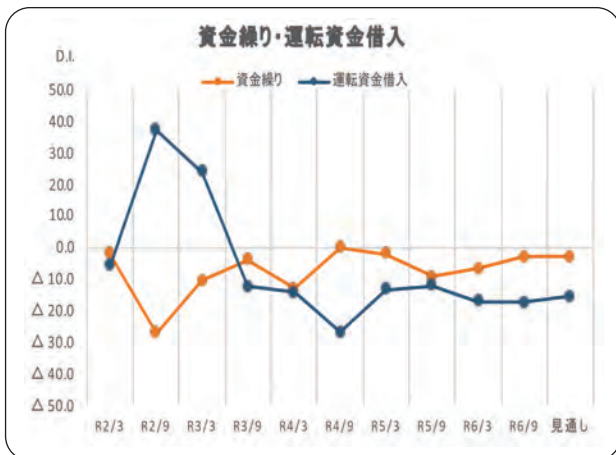
主要判断 D.I.

調査項目	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	R5/9	R6/3	R6/9	見通し
ちくしん指数	△ 4.8	△ 44.7	△ 36.8	△ 29.9	△ 16.8	△ 5.1	3.3	8.6	4.5	5.1	4.6
業況	6.7	△ 46.3	△ 23.1	△ 7.4	△ 7.9	△ 4.7	△ 7.6	3.0	2.8	2.9	△ 1.0
売上	△ 3.8	△ 47.2	△ 15.2	△ 1.9	0.0	10.4	15.2	9.0	21.7	8.7	5.8
利益	△ 4.7	△ 47.2	△ 20.0	△ 1.9	△ 1.0	1.9	△ 4.8	△ 5.0	0.9	△ 2.9	2.9
資金繰り	△ 1.9	△ 27.1	△ 10.5	△ 3.8	△ 12.9	0.0	△ 1.9	△ 9.0	△ 6.6	△ 2.9	△ 2.9
残業時間	△ 8.4	△ 22.4	△ 25.5	△ 15.0	△ 15.3	△ 4.8	1.0	△ 1.0	3.8	1.0	2.9
人手不足度	17.0	△ 5.6	△ 8.7	1.0	2.0	2.9	8.5	14.0	18.7	15.5	21.4
運転資金借入	△ 5.7	37.0	23.8	△ 12.3	△ 14.1	△ 26.7	△ 13.2	△ 12.0	△ 17.1	△ 17.5	△ 15.5
設備資金借入	△ 10.5	△ 3.7	△ 5.8	△ 19.4	△ 8.9	△ 11.3	△ 18.1	△ 20.0	△ 15.4	△ 5.9	△ 7.9
繁華街回数	3.3	1.9	0.8	0.9	1.5	1.7	1.8	2.4	2.6	2.2	△ 6.3
接待回数	1.8	1.4	0.5	0.6	0.9	0.9	0.9	1.3	1.4	1.4	△ 4.2



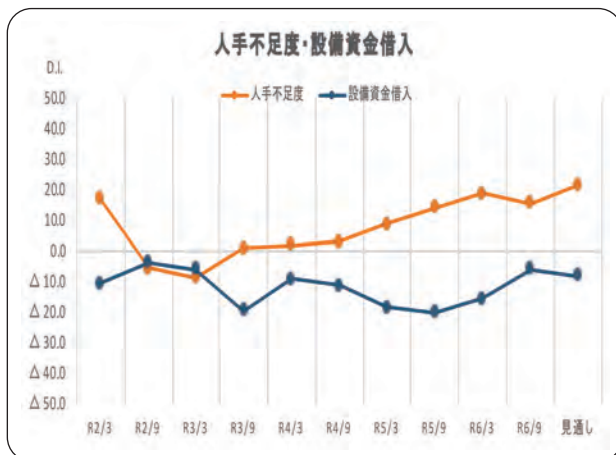


今期の売上D.I.は、前期比13.0ポイント減少し、プラス8.7と減少傾向となった。業種別にみると、卸売業以外はマイナスであった。今後はプラス5.8と2.9ポイント減少し、増加傾向が後退する見通しとなった。



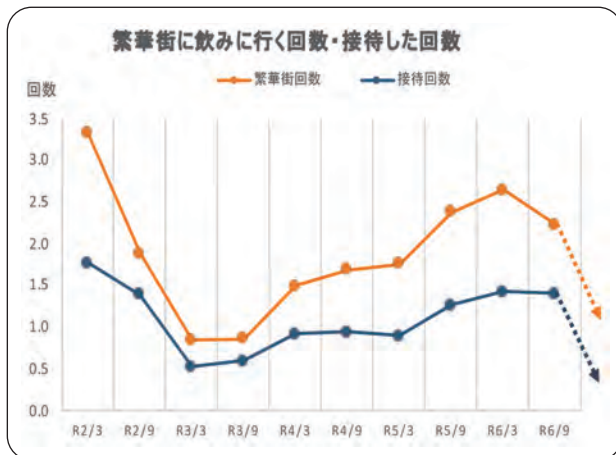
今期の利益D.I.は、前期比3.8ポイント減少し、マイナス2.9と悪化した。業種別にみると、小売業、サービス業でD.I.を押し上げた。今後はプラス2.9と5.8ポイント増加し、好転する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比3.7ポイント増加し、マイナス2.9となった。今後はマイナス2.9と前期並みの見通しとなった。



今期の運転資金借入D.I.は、前期比0.4ポイント減少し、マイナス17.5と運転資金の必要性は前期と同様の水準であった。今後はマイナス15.5と2.0ポイント増加し、運転資金の必要性は減少傾向がやや弱まる見通しとなった。

今期の人手不足度D.I.は、前期比3.2ポイント減少し、プラス15.5と人手不足の度合いがやや弱まった。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減少した。今後は21.4と人手不足の度合いはやや強まる見通しとなった。



今期の設備資金借入D.I.は、前期比9.5ポイント増加し、マイナス5.9と設備資金の必要性は減少傾向が弱まった。今後はマイナス7.9と2.0ポイント減少し、設備資金の必要性は減少傾向がやや強まる見通しとなった。

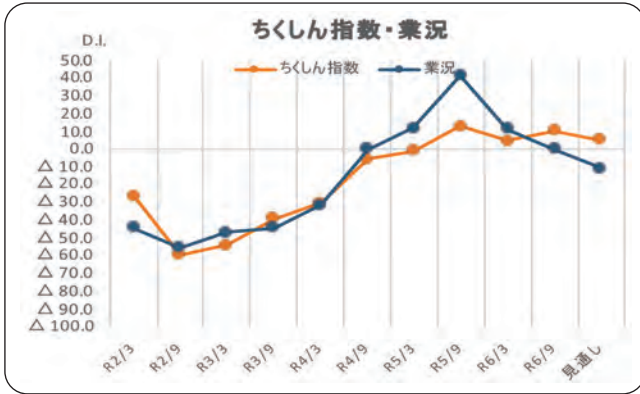
今期の残業時間D.I.は、前期比2.8ポイント減少し、プラス1.0とやや減少した。今後はプラス2.9と1.9ポイント増加し、残業時間はやや増加する見通しとなった。

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0.4回減少し、2.2回と前回、前々回に引き続き2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、1.4回と変わらず。今後は減少する見通しとなった。

# 製造業

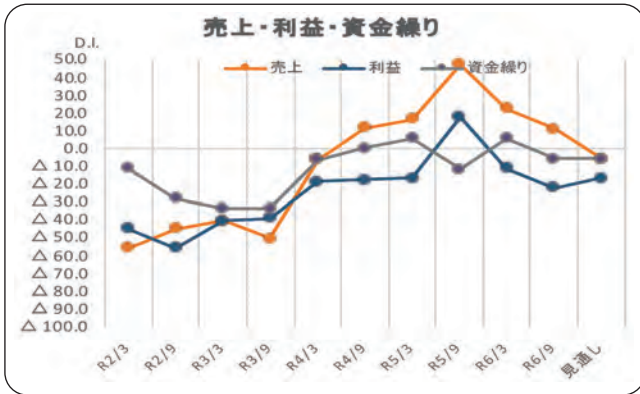
## ～ 業況は好調感が減少し、今後は悪化に転じる見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比5.7ポイント増加し、プラス10.1と増加した。今後はプラス4.9と5.2ポイント減少し、減少する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比11.1ポイント減少し、プラスマイナスゼロの均衡と好調感が減少した。今後はマイナス11.1と11.1ポイント減少し、好調感は悪化に転じる見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比11.1ポイント減少し、プラス11.1と減少した。今後はマイナス5.6と16.7ポイント減少し、悪化に転じる見通しとなった。



今期の利益D.I.は、前期比11.1ポイント減少し、マイナス22.2と厳しさを増した。今後はマイナス16.7と5.5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11.2ポイント減少し、マイナス5.6と厳しい状況に転じた。今後もマイナス5.6と厳しい状況の見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「原材料高騰(12)」「仕入先からの値上げ要請(8)」「人手不足(5)」「利幅の縮小(5)」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(8)」「利幅の縮小(4)」となった。



調査項目	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	R5/9	R6/3	R6/9	見通し
ちくしん指数	△26.1	△59.6	△54.2	△38.9	△30.4	△6.0	△1.1	12.9	4.4	10.1	4.9
業況	△44.4	△55.6	△46.7	△44.4	△31.3	0.0	11.8	41.2	11.1	0.0	△11.1
売上	△55.6	△44.4	△40.0	△50.0	△6.3	11.8	16.7	47.1	22.2	11.1	△5.6
受注残	△44.4	△44.4	△33.3	△22.2	△12.5	△5.9	5.6	17.6	5.6	5.6	0.0
利益	△44.4	△55.6	△40.0	△38.9	△18.8	△17.6	△16.7	17.6	△11.1	△22.2	△16.7
販売価格	5.6	△16.7	△13.3	0.0	6.3	58.8	55.6	58.8	38.9	33.3	33.3
原材料価格	27.8	17.6	33.3	44.4	56.3	100.0	94.4	94.1	83.3	66.7	55.6
在庫過剰感	0.0	△17.6	0.0	△5.6	12.5	5.9	11.1	5.9	0.0	5.6	△5.6
資金繰り	△11.1	△27.8	△33.3	△33.3	△6.3	0.0	5.6	△11.8	5.6	△5.6	△5.6
残業時間	△16.7	△55.6	△46.7	△38.9	△37.5	△11.8	16.7	17.6	5.6	33.3	11.1
人手不足度	22.2	△16.7	△33.3	11.1	12.5	11.8	5.6	23.5	5.6	16.7	22.2
運転資金借入	0.0	27.8	40.0	0.0	6.3	△52.9	△50.0	△17.6	△44.4	△11.1	△16.7
設備資金借入	△5.6	△11.1	△26.7	△27.8	△12.5	△29.4	△27.8	△35.3	△29.4	△11.1	0.0
繁華街回数	2.5	1.6	0.5	0.7	0.6	1.6	1.3	1.5	1.8	2.1	△17.6
接待回数	1.2	1.1	0.6	0.4	0.5	1.1	1.1	1.3	1.2	1.7	△25.0

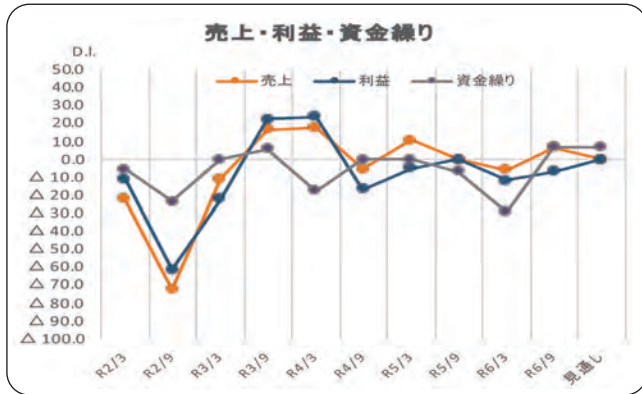
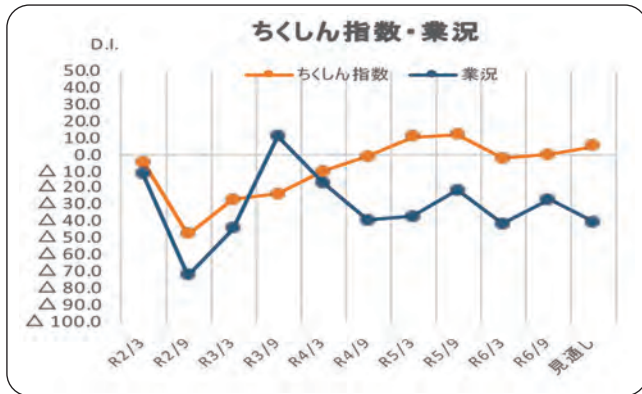
### ★調査員コメント★

・原材料の高騰が大きく影響し、コロナ前には戻っていない。(木材加工業)



## 卸売業

# ～ 厳しさはやや和らぐも、今後厳しさが強まる見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比2.4ポイント増加し、プラスマイナスゼロの均衡となった。今後はプラス5.3と5.3ポイント増加し、好転する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比14.5ポイント増加し、マイナス26.7と厳しさは和らいだ。今後はマイナス40.0と13.3ポイント減少し、厳しさは増す見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比12.6ポイント増加し、プラス6.7と好転した。今後は6.7ポイント減少し、プラスマイナスゼロの見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比5.1ポイント増加し、マイナス6.7と回復の兆しとなった。今後はプラスマイナスゼロと6.7ポイント増加し、持ち直す見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比36.1ポイント増加しプラス6.7であった。今後は前期比プラスマイナスゼロのプラス6.7となり前期並みの見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「仕入先からの値上げ要請(5)」「同業者間の競争(5)」が同順位で、「利幅の縮小(4)」「売上不振(4)」「人手不足(4)」であったが、今期は「同業者間の競争(7)」が最も多く「人手不足(6)」「売上不振(5)」「利幅の縮小(4)」と続いた。

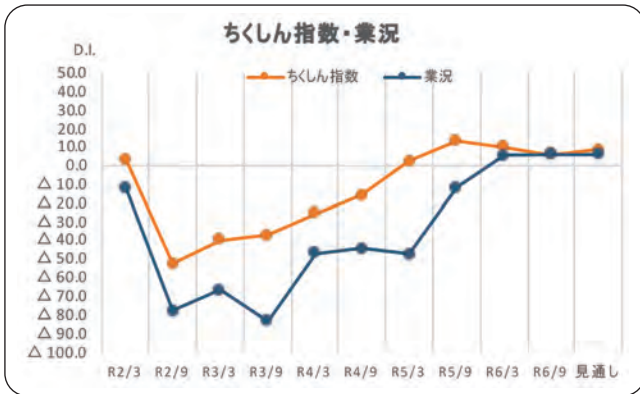
調査項目	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	R5/9	R6/3	R6/9	見通し
ちくしん指数	△4.5	△47.8	△26.7	△23.3	△10.2	△1.1	10.6	12.0	△2.4	0.0	5.3
業況	△11.8	△72.2	△44.4	11.1	△16.7	△38.9	△36.8	△21.4	△41.2	△26.7	△40.0
売上	△22.2	△72.2	△11.1	16.7	17.6	△5.6	10.5	0.0	△5.9	6.7	0.0
利益	△11.1	△61.1	△22.2	22.2	23.5	△16.7	△5.3	0.0	△11.8	△6.7	0.0
販売価格	5.6	△22.2	0.0	27.8	23.5	44.4	42.1	60.0	41.2	46.7	40.0
仕入価格	22.2	0.0	0.0	38.9	41.2	61.1	57.9	66.7	52.9	60.0	40.0
在庫過剰感	0.0	△16.7	△11.1	△22.2	0.0	△11.1	△10.5	0.0	△29.4	△13.3	△13.3
資金繰り	△5.6	△23.5	0.0	5.6	△17.6	0.0	0.0	△6.7	△29.4	6.7	6.7
残業時間	5.6	△22.2	△5.6	△5.9	△5.9	5.9	5.3	△13.3	△11.8	△6.7	0.0
人手不足度	5.6	0.0	△11.1	△5.9	△11.8	△11.8	5.3	13.3	11.8	20.0	13.3
運転資金借入	△16.7	55.6	27.8	△22.2	△27.8	△22.2	26.3	△13.3	11.8	△6.7	6.7
設備資金借入	△17.6	11.1	△11.1	△11.8	△11.8	△11.8	0.0	△20.0	6.3	0.0	△6.7
繁華街回数	4.3	1.3	1.2	1.3	2.4	2.3	2.1	3.5	2.8	2.8	7.1
接待回数	2.1	1.1	0.8	0.7	1.8	1.3	1.3	2.0	1.4	1.6	0.0

### ★調査員コメント★

・昨今の物価高騰に伴う問題(価格転嫁の増強、従業員賃上げなど)対策に努めていく。(建築材料卸売業)

## 小売業

# ～ 業況はほぼ横ばいで、今後もほぼ横ばいの見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比4.0ポイント減少し、プラス6.0とやや減少した。今後は8.4と2.4ポイント増加し、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0.3ポイント増加し、プラス5.9と業況はほぼ横ばいであった。今後は5.9であり、横ばいの見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比43.8ポイント減少し、プラス11.8と増加幅が縮小した。今後は、5.9ポイント減少し、プラス5.9となる見通しとなった。

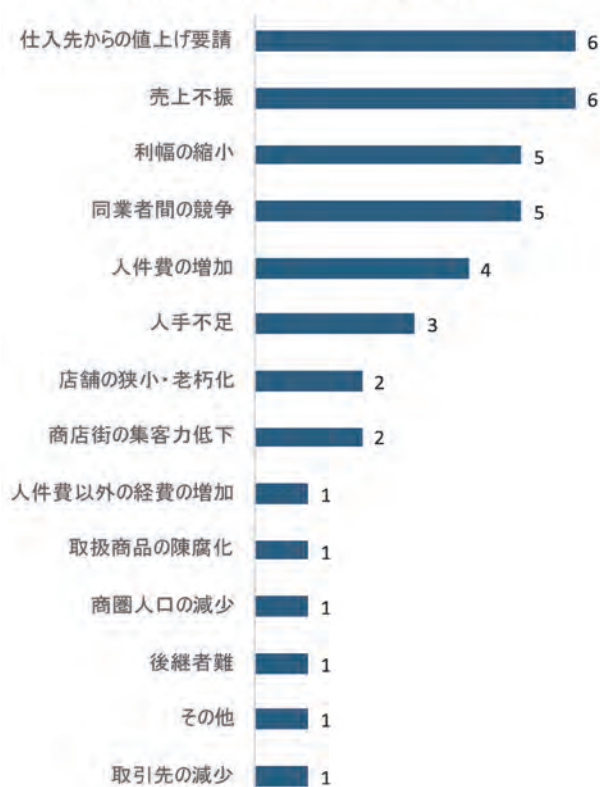


今期の利益D.I.は、前期比10.8ポイント減少し、プラス5.9と増加幅が縮小した。今後はプラス11.8と5.9ポイント増加し、増加幅は拡大する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比11.5ポイント増加し、プラス5.9と窮屈感を脱した。今後はプラス5.9と前期並みの見通しとなった。

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

### 小売業の経営課題(複数回答)



調査項目	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	R5/9	R6/3	R6/9	見通し
ちくしん指数	3.5	△52.2	△39.8	△37.1	△25.4	△15.9	2.5	13.3	10.0	6.0	8.4
業況	△11.8	△77.8	△66.7	△83.3	△46.7	△44.4	△47.1	△11.8	5.6	5.9	5.9
売上	5.9	△94.4	△44.4	△44.4	△6.7	0.0	18.8	11.8	55.6	11.8	5.9
利益	0.0	△94.4	△44.4	△38.9	△26.7	△5.6	18.8	0.0	16.7	5.9	11.8
販売価格	17.6	△11.1	0.0	△11.1	33.3	27.8	50.0	41.2	38.9	35.3	29.4
仕入価格	17.6	5.6	0.0	16.7	40.0	77.8	81.3	88.2	66.7	47.1	52.9
在庫過剰感	△5.9	△27.8	△11.8	△5.6	△6.7	△5.6	6.3	0.0	22.2	5.9	5.9
資金繰り	5.9	△50.0	△33.3	△23.5	△60.0	△22.2	△18.8	△11.8	△5.6	5.9	5.9
残業時間	△17.6	△38.9	△22.2	△18.8	△13.3	0.0	11.8	11.8	5.6	△5.9	△5.9
人手不足度	29.4	△27.8	△16.7	△23.5	△14.3	11.1	11.8	5.9	22.2	17.6	17.6
運転資金借入	△11.8	66.7	5.6	△38.9	△33.3	△27.8	△23.5	5.9	△16.7	△23.5	△17.6
設備資金借入	△17.6	5.6	11.1	△41.2	△7.1	△23.5	△35.3	5.9	△5.9	△23.5	△23.5
繁華街回数	2.7	1.9	0.5	0.4	0.9	1.0	1.2	1.8	2.0	2.0	△6.7
接待回数	1.1	0.8	0.2	0.1	0.4	0.5	0.2	0.6	0.9	0.7	△13.3

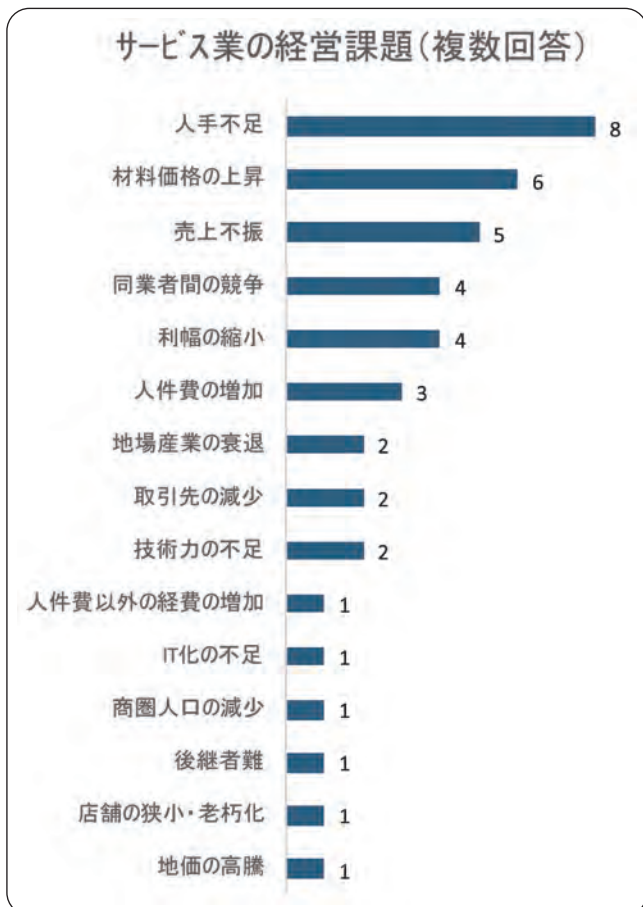
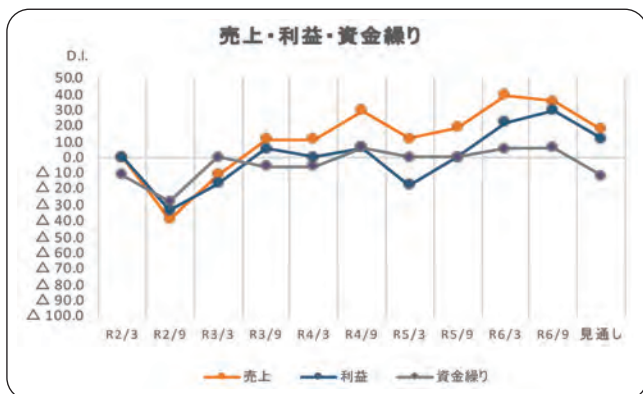
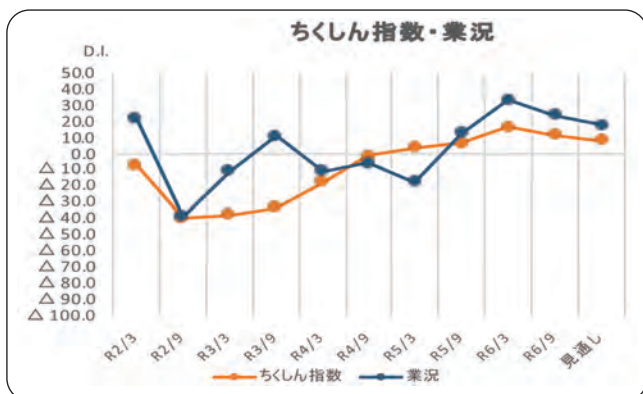
### ★調査員コメント★

・ホビー業界はユーチューブで盛り上がりSNSでの情報共有が進み、商品の陳腐化が早くなってきている。貸家業にも同様の傾向が感じられる。(その他小売業)



## サービス業

# ～ 業況は好調感が弱まり、今後も弱まる見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比4.9ポイント減少し、プラス11.8と好調感は弱まった。今後はプラス8.2と3.6ポイント減少し、やや後退する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比9.8ポイント減少し、プラス23.5と好調感は弱まった。今後は5.9ポイント減少しプラス17.6と好調感は弱まる見通しとなった。

今期の売上D.I.は前期比3.6ポイント減少し、プラス35.3となり増加傾向が一服した。今後は17.7ポイント減少しプラス17.6と増加幅は縮小する見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比7.2ポイント増加し、プラス29.4と増加幅が拡大した。今後はプラス11.8と前期比17.6ポイント減少し、増加幅は縮小する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比0.3ポイント増加し、プラス5.9とほぼ前期並みとなった。今後はマイナス11.8と前期比17.7ポイント減少し、増加から減少に転じる見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「人手不足(10)」が最も多く、ついで「同業者間の競争(5)」「材料価格の上昇(4)」「利幅の縮小(4)」「売上不振(4)」「人件費の増加(4)」であったが、今期は「人手不足(8)」が最も多く、ついで「材料価格の上昇(6)」「売上不振(5)」「同業者間の競争(4)」「利幅の縮小(4)」となった。

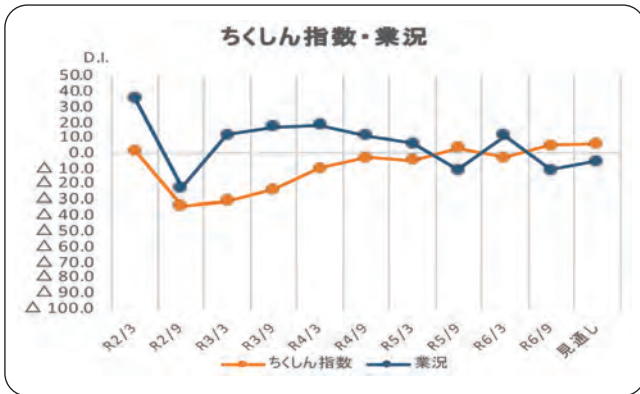
調査項目	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	R5/9	R6/3	R6/9	見通し
ちくしん指数	△ 6.7	△ 39.5	△ 37.8	△ 33.3	△ 17.8	△ 1.2	3.5	6.3	16.7	11.8	8.2
業況	22.2	△ 38.9	△ 11.1	11.1	△ 11.1	△ 5.9	△ 17.6	12.5	33.3	23.5	17.6
売上	0.0	△ 38.9	△ 11.1	11.1	11.1	29.4	11.8	18.8	38.9	35.3	17.6
利益	0.0	△ 33.3	△ 16.7	5.6	0.0	5.9	△ 17.6	0.0	22.2	29.4	11.8
サービス価格	38.9	△ 6.3	0.0	0.0	11.1	12.5	11.8	25.0	33.3	11.8	23.5
仕入価格	44.4	0.0	11.8	11.8	55.6	47.1	52.9	75.0	52.9	50.0	56.3
資金繰り	△ 11.1	△ 27.8	0.0	△ 5.6	△ 5.6	5.9	0.0	0.0	5.6	5.9	△ 11.8
残業時間	△ 5.6	△ 11.1	△ 27.8	5.6	△ 11.1	0.0	5.9	△ 6.3	22.2	0.0	17.6
人手不足度	33.3	0.0	5.6	22.2	11.1	5.9	17.6	12.5	33.3	17.6	23.5
運転資金借入	16.7	50.0	44.4	16.7	5.6	△ 29.4	△ 5.9	△ 18.8	△ 5.6	△ 23.5	△ 11.8
設備資金借入	△ 11.1	5.9	11.1	△ 11.1	△ 5.6	△ 5.9	5.9	△ 31.3	△ 16.7	0.0	△ 11.8
繁華街回数	3.6	1.7	0.7	0.9	0.9	1.6	1.9	2.1	3.4	1.8	△ 5.9
接待回数	1.6	0.7	0.4	0.5	0.4	1.1	0.7	1.3	1.7	1.3	11.8

### ★調査員コメント★

・インバウンドの回復、バス料金の改定等もあり売上は回復する見込みであるが、一部病院関係の顧客離れもあっており懸念している。(旅客自動車運送)

## 建設業

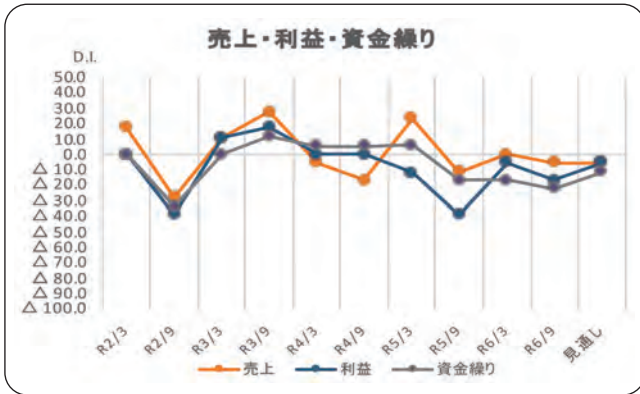
# ～ 業況は悪化に転じるものの、今後やや持ち直す見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比7.9ポイント増加し、プラス4.5と好転した。今後はプラス5.7と前期比1.2ポイント増加し、前期並みの見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比22.2ポイント減少し、マイナス11.1と悪化に転じた。今後はマイナス5.6と前期比5.5ポイント増加し、やや持ち直す見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比5.6ポイント減少し、マイナス5.6と悪化に転じた。今後もマイナス5.6と前期並みの見通しとなった。

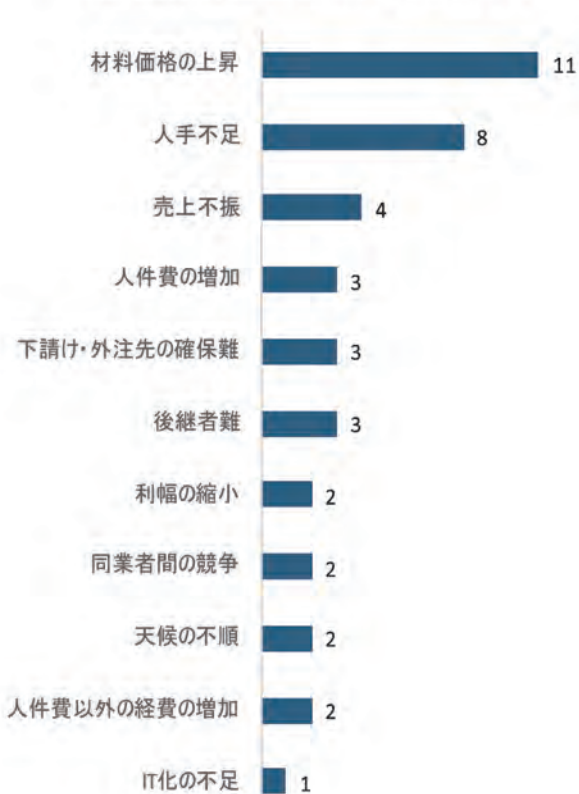


今期の利益D.I.は、前期比11.1ポイント減少し、マイナス16.7と減少幅が拡大した。今後はマイナス5.6と11.1ポイント増加し、やや持ち直す見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比マイナス5.5のマイナス22.2と厳しさが増した。今後は11.1ポイント増加し、マイナス11.1と厳しさが和らぐ見通しとなった。

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(7)」「利幅の縮小(6)」であったが、今期は「材料価格の上昇(11)」が最も多く、ついで「人手不足(8)」「売上不振(4)」となった。

### 建設業の経営課題(複数回答)



調査項目	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	R5/9	R6/3	R6/9	見通し
ちくしん指数	1.2	△34.1	△31.1	△23.3	△10.1	△3.3	△4.8	3.3	△3.4	4.5	5.7
業況	35.3	△22.2	11.8	16.7	17.6	11.1	5.9	△11.1	11.1	△11.1	△5.6
売上	17.6	△27.8	11.1	27.8	△5.6	△16.7	23.5	△11.1	0.0	△5.6	△5.6
受注残	29.4	△27.8	16.7	22.2	5.6	11.8	5.9	5.6	5.6	△5.6	0.0
利益	0.0	△38.9	11.1	17.6	0.0	0.0	△11.8	△38.9	△5.6	△16.7	△5.6
請負価格	5.9	△11.1	0.0	△5.9	5.6	5.6	23.5	16.7	27.8	27.8	11.1
材料価格	41.2	22.2	22.2	77.8	77.8	77.8	88.2	94.4	83.3	83.3	61.1
在庫過剰感	0.0	△11.1	0.0	△11.8	0.0	△5.6	△5.9	0.0	△5.6	0.0	0.0
資金繰り	0.0	△33.3	0.0	11.8	5.6	5.6	5.9	△16.7	△16.7	△22.2	△11.1
残業時間	△11.8	△5.6	△27.8	△22.2	△5.6	△5.6	△23.5	△5.6	0.0	△11.1	△5.6
人手不足度	11.8	11.1	5.6	0.0	11.1	5.6	11.8	27.8	44.4	11.1	27.8
運転資金借入	△12.5	27.8	16.7	△22.2	△22.2	△16.7	△11.8	△22.2	△11.8	△5.6	△16.7
設備資金借入	△18.8	△11.1	△17.6	△22.2	△11.8	11.1	△23.5	△27.8	△35.3	0.0	△5.6
業率街回数	3.2	1.9	1.6	0.9	2.8	2.0	2.6	2.8	3.4	2.1	0.0
接待回数	1.8	1.9	0.7	0.7	1.3	0.9	0.8	1.6	1.8	1.3	12.5

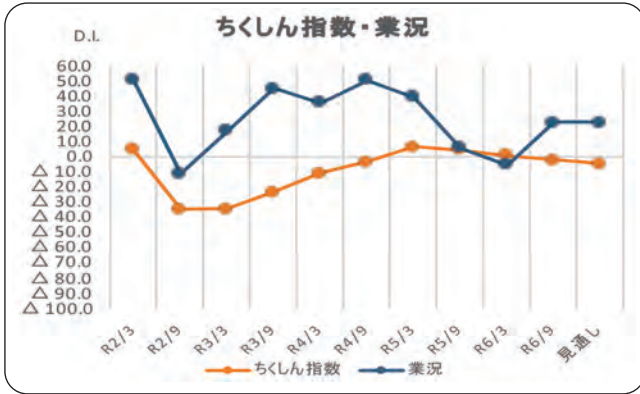
### ★調査員コメント★

- ・災害復旧工事を中心に受注は概ね安定。定期的な短期資金利用あり(建設業)
- ・経費等コスト増加分を販売価格に転嫁できていない状況。利益率を確保できる受注に注力したいが、下請け先として難しいのが現状である(建設業)



## 不動産業

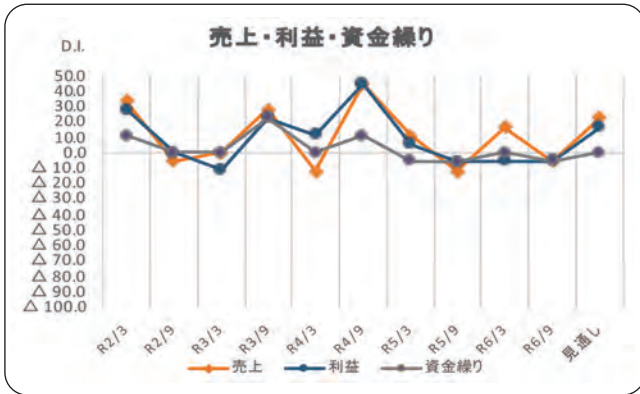
# ～ 業況は好転し、今後はほぼ前期並みの見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比3.3ポイント減少し、マイナス2.2と悪化に転じた。今後はマイナス4.4とやや悪化する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比27.8ポイント増加し、プラス22.2と好転した。今後はプラス22.2と前期並みの見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比22.3ポイント減少し、マイナス5.6と増加から減少に転じた。今後はプラス22.2と27.8ポイント増加し、好転する見通しとなった。



今期の利益D.I.は、前期比プラスマイナスゼロのマイナス5.6と前期並みであった。今後はプラス16.7と22.3ポイント増加し、好転する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比5.6ポイント減少し、マイナス5.6と悪化に転じた。今後はプラスマイナスゼロの均衡でありやや持ち直す見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「商品物件の高騰(10)」が最も多く、ついで「商品物件の不足(6)」「同業者間の競争(5)」であったが、今期は「商品物件の高騰(8)」が最も多く、ついで「同業者間の競争(5)」となった。



調査項目	R2/3	R2/9	R3/3	R3/9	R4/3	R4/9	R5/3	R5/9	R6/3	R6/9	見通し
ちくしん指数	4.5	△34.5	△34.1	△23.3	△10.6	△3.4	6.7	4.7	1.1	△2.2	△4.4
業況	50.0	△11.1	16.7	44.4	35.3	50.0	38.9	5.9	△5.6	22.2	22.2
売上	33.3	△5.6	0.0	27.8	△11.8	44.4	11.1	△11.8	16.7	△5.6	22.2
利益	27.8	0.0	△11.1	22.2	11.8	44.4	5.6	△5.9	△5.6	△5.6	16.7
販売価格	11.1	5.9	0.0	38.9	29.4	35.3	38.9	37.5	22.2	5.6	0.0
仕入価格	11.1	6.7	0.0	38.9	47.1	41.2	41.2	50.0	47.1	16.7	27.8
在庫過剰感	△11.1	△20.0	△29.4	△38.9	△23.5	△23.5	△5.9	12.5	5.9	△16.7	△16.7
資金繰り	11.1	0.0	0.0	22.2	0.0	11.1	△5.6	△5.9	0.0	△5.6	0.0
残業時間	△5.6	0.0	△23.5	△11.1	△17.6	△17.6	△11.8	△11.8	0.0	△5.6	0.0
人手不足度	0.0	0.0	△5.9	0.0	0.0	△6.3	0.0	0.0	△5.6	11.1	22.2
運転資金借入	△11.1	△5.6	11.1	△5.6	△11.8	△11.1	△16.7	△5.9	△35.3	△33.3	△33.3
設備資金借入	5.6	△22.2	△5.6	△5.6	△5.9	△11.1	△29.4	△11.8	△11.8	0.0	0.0
繁華街回数	3.5	2.8	0.6	0.9	1.1	1.6	1.3	2.7	2.2	2.6	△11.8
接待回数	2.8	2.8	0.4	1.2	1.0	0.8	1.0	0.9	1.2	1.8	△11.8

### ★調査員コメント★

- ・土地の売れ行きが悪くなると予測している。(不動産業)
- ・物件の価格が上昇していると感じている。(不動産業)
- ・不動産流通が物価上昇等により中断しているように感じる。分譲地開発・売却の当社スタイルの変換が必要な時期に来ていると思われる。(不動産業)

## 特別調査

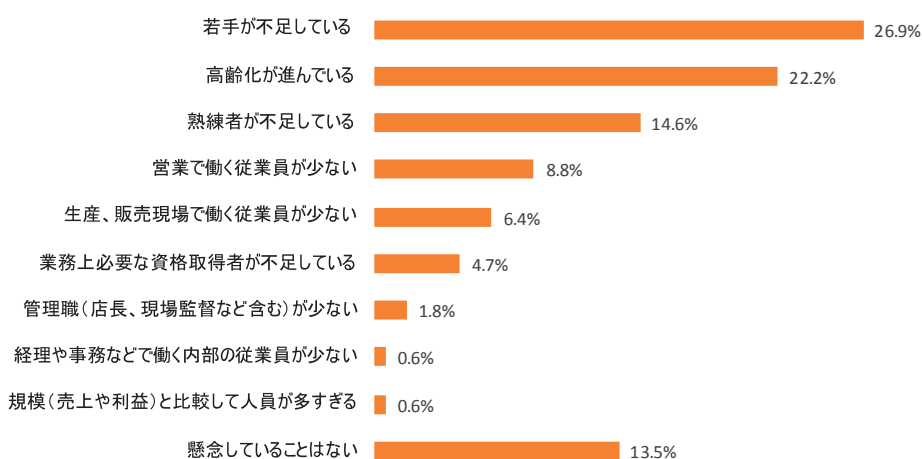
**調査目的:** 中小企業における人材戦略について調査しました。

**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) 現在の人材の状況について懸念していること



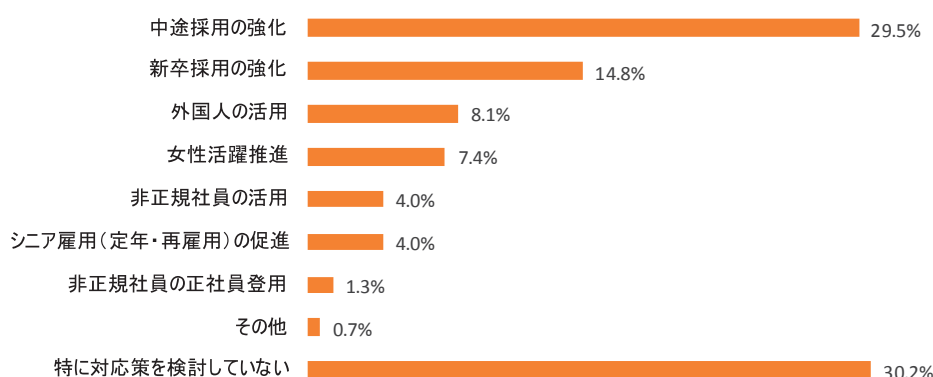
#### 若手の不足と高齢化が悩み

現在の人材の状況について懸念していることについては、「若手が不足している(26.9%)」と「高齢化が進んでいる(22.2%)」の2つが他の選択肢と比べて多くの回答を集めた。この2つの回答については、業種や規模を問わず回答割合が高い傾向にあった。

続いて「熟練者が不足している(14.6%)」は製造業やサービス業で、「営業で働く従業員が少ない(8.8%)」は不動産業で、それぞれ回答割合が高い傾向にあった。

一方で、「懸念していることはない」は13.5%にとどまった。

### (2) 人材に関する今後の対応策

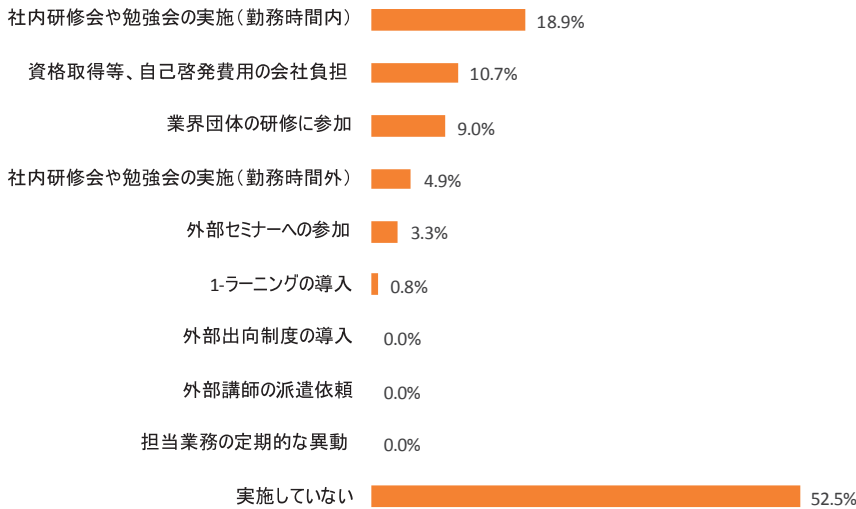


#### 人材不足には中途採用の強化で対応

人材に関する今後の対応策については、「中途採用の強化」が29.5%と最も高くなり、ほぼすべての業種で、「新卒採用の強化(14.8%)」を上回った。以下、「外国人の採用(8.1%)」、「女性活躍推進(7.4%)」が続いた。対して、「特に対応策を検討していない」は30.2%となった。



### (3) OJT以外の教育訓練の実施状況

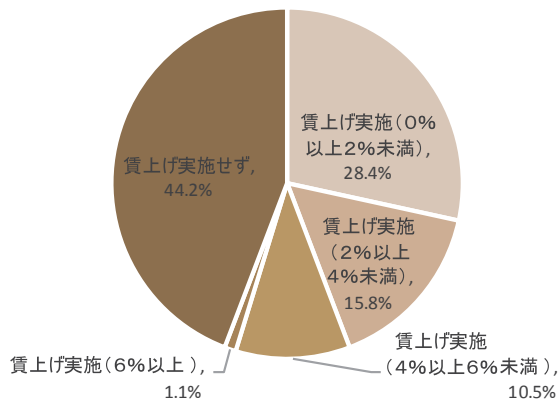


#### OJT以外の教育訓練は低調

職場内での実地の訓練(OJT)以外の教育訓練の実施状況については、「実施していない」が52.5%と過半数を占めた。特に規模の小さい企業を中心に、OJT以外の教育訓練が低調な様子が見て取れる。

対して、OJT以外の訓練を実施している企業においては、「社内研修会や勉強会の実施（勤務時間内）」が18.9%と最も高く、以下「資格取得等、自己啓発費用の会社負担」が10.7%で続いた。業種別にみると、建設業で「資格取得等、自己啓発費用の会社負担」が高い傾向にあった。

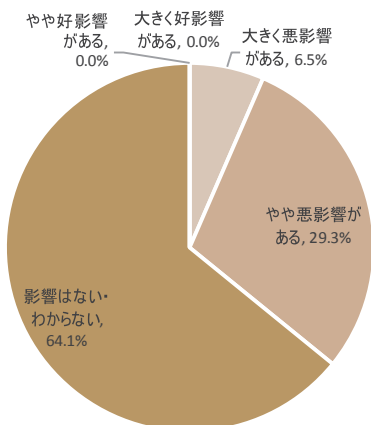
### (4) 2024年中の賃金引上げ状況（実施予定を含む）



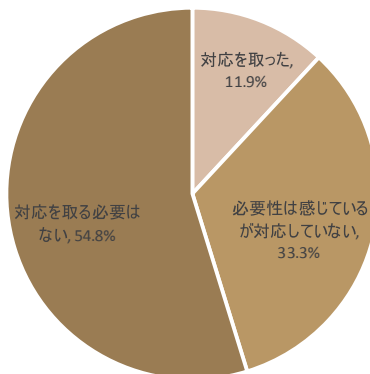
#### 賃金引上げ機運は道半ば

2024年中の賃金引上げ状況（実施予定を含む、定期昇給分や賞与、一時金は除く。）については、「2%以上の賃上げ実施」（「2%以上4%未満」「4%以上6%未満」「6%以上」の合計）は27.4%と、全体の4分の1をやや上回った。また「2%未満の賃上げ実施」は28.4%と、こちらも全体の4分の1をやや上回った。対して、「賃上げ実施せず」は44.2%と、半数近くにのぼっている。

#### 影響



#### 対応状況



#### 3割強が2024年問題で悪影響見込む

2024年問題（建設業、自動車運転業、医師などにおける残業時間の上限規制）の影響については、「大きく悪影響がある（6.5%）」と「やや悪影響がある（29.3%）」の計35.8%で悪影響があると見込んでいる。対して、好影響を見込む企業は「大きく」「やや」を合わせてもゼロであった。また、「影響はない・わからない」が64.1%と全体の3分の2近くを占めた。

対応状況については、「対応を取った」が11.9%にとどまったのに対し、「必要性は感じていないが対応していない」が33.3%を占めた。また「対応を取る必要はない」と考える企業が54.8%を占めた。

# 地域における「市民性」と「社会起業家精神」の醸成

## 社会課題を解決する「市民性」と「社会起業家精神」

現在、筆者は、主に環境問題などの社会課題や地域課題を、起業家精神(アントレプレナーシップ)や市民参画(シティアズンシップ)の視点でアプローチし、持続可能な社会を形成していくための研究や教育、実践活動を行っている。アントレプレナーシップ(entrepreneurship)とは、「目指すべき方向性とビジョンを持って、自らの創意工夫や新しい価値創造により、新規事業創出や組織、社会変革に挑戦する精神性」を意味し、シティアズンシップ(citizenship)とは、「市民性」と訳され、「ある共同体」(コミュニティ)社会に属する人々が、その社会における構成員としていかに振る舞うかといった概念を意味する。

社会・経済の発展には、仕事や雇用の創出が必要不可欠である。そこで、その担い手として、アントレプレナー(起業家)および起業活動が果たす役割は小さくない。アントレプレナー(起業家)から派生し、企業家精神や起業家精神とも呼ばれるアントレプレナーシップという言葉は、新しい事業や組織を創造しようとする果敢に挑む姿勢や態度を意味する。また、ソーシャル・アントレプレナーシップ(社会起業家精神)は、その中で、「社会課題の解決」により重点を置いている。つまり、社会起業家精神が意味するところは、社会課題を解決する際に、ビジネスやマネジメントのスキルを応用し、問題の解決とともに収益の確保にも取り組む事業や組織を創造しようとする取り組みである。

## 社会課題解決事業「ソーシャル・ビジネス」

社会起業家精神に通じる「ソーシャル・ビジネス」は、ノーベル平和学賞受賞者ムハマド・ユヌス氏によって提案された。ユヌス氏は、貧しい人々の経済的自立を助けるマイクロ・クレジット(小額無担保融

資)という金融サービスを発表し、それを母国の Bangladesh のみならず世界各国に広めることにより貧困を軽減した業績でノーベル平和賞を受賞した。ユヌス氏は、ソーシャル・ビジネスにあたって次のことを指摘している。

従来、人間および人間の集合体である企業(会社)は、私利私欲の追求を前提に行動していること理解されてきた。しかし、人間は利己的であると同時に利他心を併せ持つ存在であり、会社組織にとっても、従来型の個人的利益または利潤最大化を追求する会社(営利企業)のみならず、他者の利益に専念するソーシャル・ビジネスが重要であり、資本主義社会においてそれを新しく制度的に導入する必要がある。ソーシャル・ビジネスは、現在の資本主義制度の中で運営されるべきものであり、ビジネスとしての厳しさが強く要請されることを強調している。とくに、持続可能性のある経営、つまり営利企業と同様、経費を賄うだけの収益を確保すること、自らのアイデアを実行に移す野心的な起業家によって設立される必要があることなどの重要性を指摘している。ソーシャル・ビジネスの最も重要な基準は、社会的価値と経済的価値の創出と利潤を社会的活動の発展に再投資することにある。

## 日本の社会起業家の現状

ところで、日本の社会的起業家精神の状況を把握する調査は少ないため、筆者は国内実態調査を複数年にわたって実施し、論文などで公開してきた。直近では、公益財団法人九州経済調査協会と共同で、全国4,000名に対する調査を2024年に実施した。その結果によると、2024年のわが国の「社会起業家」は1.7%にとどまり、「過去の社会起業経験者」も3.4%に留まっている。この両者の合計で示される「社会起業経験者」は約5%となった。なお、今

後の社会起業の意思を持つ「社会起業家予備群」は7.7%、社会起業の意思はないが社会起業に関心を持つ「社会起業関心層」は17.3%であり、社会起業家から社会起業関心層までの合計で約3割となっている。この割合は他国と比べると決して大きな割合とは言えないが、2018年に実施した調査と2024年の調査結果を比較すると、この6年で社会起業関心層の顕著な増加が見られる。社会起業家から社会起業関心層までの合計は倍増しており、社会起業家予備群も増え、ソーシャル・ビジネスの裾野の広がりをみることができると。ちなみに、九州・沖縄地域に限定すると、「社会起業家」は1.8%、「社会起業経験者」は3.2%(上記の合計である社会起業経験者は5.0%)、「社会起業家予備群」は6.3%、「社会起業関心層」は20.0%で、合計は31.3%となり、全国とほぼ同様の結果となっている。

## 「ソーシャル・ビジネス」に関する普及啓発・教育活動

日本においては、社会起業家も、ソーシャル・ビジネスも、まだまだ少なく、認知度も必ずしも高くないというのが現状である。しかしながら、その一方で、社会起業に関心がある人、支援したいと思っている人は少なからず存在し、実際に様々な社会起業支援も進められている。例えば、筆者が客員研究員として所属する九州大学ユヌス&椎木ソーシャル・ビジネス研究センターは、ムハマド・ユヌス氏の名前を冠し、同氏と連携した活動を実施している。同センターが主催するユヌス&ユニー(YNY)ソーシャル・ビジネスデザイン・コンテストは、若い人へのソーシャル・ビジネス啓発や社会起業家精神の醸成を促している。(なお、2024年の同コンテストには、筆者の所



# 久留米大学だより



国際会議でユヌス氏と

属する久留米大学の学生も参加している。また、過去には筆者の所属していた中央大学商学部とのゼミ生グループが、学生部門で優勝し、その後その学生は自ら社会起業をした。また、筆者も運営メンバーとして参加している「久留米ソーシャルビジネスネットワーク（久留米市民活動サポートセンター・みんくろ／久留米ガス／久留米商工会議所／久留米市／日本政策金融公庫久留米支店／久留米大学地域連携センター）」では、ソーシャル・ビジネスに取り組み久留米市の個人や組織・団体をつなぐ「くろめソシヤルビジネスセミナー&交流会」を毎年実施している。2023年度のセミナーでは、久留米大学御井キャンパスの地域連携施設「つながるめ」にて、吉本興業ホールディングス株式会社元取締役会長で、一般社団法人mother.naの代表理事である大崎洋氏を講師に迎え、2023年10月21日に開催された。オンラインを含め約100名の方にご参加いただいた。

大崎氏は、吉本興業でソーシャル・ビジネスを展開

開する新会社「ユヌス・よしもとソーシャルアクション株式会社」の設立や、地方創生をコンセプトに2022年3月に開局された「BSよしもと」開設などに関わり、2023年退職後は一般社団法人mother.naを設立、2025年に開催される「大阪・関西万博」の催事検討会議委員の共同座長にも就任している。筆者自身も「文化、芸術、教育の振興を通して、地方の活性化や社会問題の解決を促進し、地域社会に貢献することを目指す」一般社団法人mother.naの一員（プロフェッショナル契約）として活動を共にしている。なお、2024年度の「くろめソシヤルビジネスセミナー&交流会」は、株式会社代表取締役CEOの中村多加氏を基調講演者として、2024年10月25日に実施した。

## 今後の展望

最後に、「地域における「市民性」と「社会起業家精神」を醸成するアプローチは、ソーシャル・ビジネスの普及・啓発だけに限らない。特に若い人に向けた政治的リテラシーや政治参加意識を育む主権者教育も重要である。余談ではあるが、2024年8月、シエイク・ハシナ前首相が辞任・国外脱出したBangladeshでは、前述のユヌス氏が、暫定政府のリーダーに指名された。ハシナ政権を退陣に追い込んだ抗議運動を主導した学生らは、ユヌス氏が暫定政権を率いることを求めている。それが実現した形となった。

一人ひとりの「市民参画」と「社会起業家精神」で、地域や社会をよりよい方向に少しずつでも変えていくことができるという認識を持つことが重要だ。筆者が久留米大学基盤教育研究センターで担当する講義「地域連携実践演習（シニヤス・シップ演習）」では、久留米市選挙管理委員会および南筑高校と連携した主権者教育事業を実施している。若い世代の選挙の投票率向上を目指し、選挙のイメージに親しみやすさを与え、興味関心を持ってもらうことを目的としている。高校生と大学生が協力して、選挙啓発動画の制作や、

模擬選挙の実施など、さまざまな取り組みを実施している。今後、このような地道な活動および関連する学術的な研究を積極的に進め、地域・社会を少しでも良くしていくための実践者と、支援者、研究者、行政、金融機関、企業、地域団体との有機的なネットワークを構築していきたい。

久留米大学  
基盤教育研究センター  
教授

ナカムラ ヒロキ  
**中村 寛樹** 教授

【略歴】  
福岡県田川市生まれ、久留米市出身。久留米大学附設中学・高等学校卒業。東京工業大学・同大学院社会理工学研究科修士課程修了（修士（工学））。同大学院理工学研究科国際開発工学専攻博士課程修了（博士（工学））。財団法人日本生産性本部、北九州市立大学、九州大学、中央大学、東京大学 社会科学研究所准教授を経て現職。

【著書】  
『はじめてのアントレプレナーシップ』中央経済社、2019年（単著）、『持続可能なまちづくりリーダータで見る豊かさ』中央経済社、2019年（共著）、『新国富論-新たな経済指標で地方創生（岩波ブックレット）』岩波書店、2016年など。その他、国際査読付き論文など多数。

【趣味など】 サッカー、音楽

久留米ソーシャルビジネスチラシ





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。

## 桑野新研産業株式会社

### 質の高い織物づくりにごだわる

**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。**  
当社は平成7年に先代の桑野弘明が桑野新研産業株式会社を創業し、平成12年に久留米市三潴町にて織布工場を設立しました。平成20年からはネット販売を始め、今では国内へのネット販売だけでなく、海外へのネット販売にも力を入れています。

主な事業内容は、革新織機の織布、衣類製造、卸販売、OEM生産、越境ECでの販売などを行っています。平成2、3年時は綿入りはんでんがブームになりました。なお、現在でも綿入りはんでんが軸になっています。販売の中心は日本国内であり、海外向けはおまけですが、海外の人にとっては日本製というのが1つのブランドです。それ以外にも、甚

平、作務衣、部屋着などの日常的な商品は海外でも人気です。7、8年前までは裁断作業は職人による手作業でしたが、今は機械を導入して裁断作業も機械で行っています。

**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。**  
当社は、日本製のみ織物の販売を1つのブランド価値としています。日本で販売されている織物の92%ほどが輸入品である中、当社が製造する織物は、糸染、製織、整理加工、縫製、検品といった全ての工程を日本で行っており、純日本製の織物を販売しています。また、品質面では厳選した素材を昔ながらの製法で製造し、目の届く細かいところまでこだわり、品質の高い商品づくりを目指しています。

**Q: 経営者として特に意識していることや今後の展望などありますか。**  
当社は、卸販売だけでなくネット販売も行っており、商品に対するお客様の口コミや配送スピードを重要視しています。特に口コミは、お客様がどのような点に満足しているか、どのような改善が必要かを知ることができ、そこから商品開発を進めることで、よりお客様が求めている織物を製造することができます。また、大手企業が効率化を優先して無地の物を多く生産する中、当社では柄の入っている物を多く生産しており、市場における希少価値を意識し、競争優位を確立するための工夫も行っています。

**Q: 会社として挑戦したい、伸ばしていきたいこと(目標)はありますか。**

当社には、営業活動をする人はいませんが、できる範囲で当社のPRをしていきたいと考えています。また、BtoCの営業だけではなく、BtoBの営業の構築にも力を入れたいと思っています。当社ではECサイトで注



桑野新研産業株式会社  
代表取締役

桑野 弘共 さん





文された商品は当社のシステムで集約しているため、このシステムをB to Bのサイト作成においても利用することができるのではないかと考えています。そのため、ほかの企業よりも優位性を持って進めることができると感じます。

**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ですか。**

中小企業の強みは、第一に「日本製」というブランドだと思っています。第二に意思決定が早くできる点です。第三に経営者自身が商品を身近に感じられることです。当社の場合、経営者自身も物づくりに関わっているため、常に商品が100点に近づけるように最初のデザインから関わっています。これに関しては強みでもあると考えます。



また、従業員とお客様、従業員と経営者、販売者と生産者などの距離が非常に近く、親密な関係を築きやすいことが、中小企業の大きな強みであると考えます。距離が近いと仕事上でもきちんと連携が取れるという利点があります。

**Q. ごのような人材を求めていますか。**

私たちが求める人材は、好きな事、得意な事に「一生懸命」に取り組む人です。特に学生などの若い方には様々なことに本気で取り組んで欲しいです。人材としての技術は特に求めず、何事も全力で取り組むということができれば十分だと考えています。

**Q. 学生へのメッセージをお願いします。**

近年は企業における人手不足が発生しており、求職者数に対して求人数が上回っている状態です。学生のうちに会社の雰囲気を知るために会社訪問したり、実際に仕事体験をしたりするなど色々と行動して自分のやりたい仕事、自分に合う仕事を見つけていくことが大事だと思います。また、若い方は経験がある方と比べて信頼が低くなってしまうかもしれません。しかし、求める人材で話したように何事にも一生懸命に取り組んでいくことで、いずれ信頼を得られます。よって、まずは色々な事に挑戦し何事にも一生懸命に取り組んでほしいと思っています。



**桑野新研産業株式会社**

〒830-0111

福岡県久留米市三瀬町西牟田1128-1

TEL.0942-54-6011 FAX.0942-54-6007

<https://www.kuwanoshinken.com>

E-mail:kuwanoshinken@yahoo.ocn.ne.jp

今回の取材を通して、桑野新研産業さんは、業界内でも早く機械化を進めた企業であり、また、日本製に特化して生産・販売を行い、品質へのこだわりを持っていることを実感しました。

久留米大学経済学部経済学科 緒方玲菜

今回の取材を通して、織布(じょくふ)の製造方法や品質管理について学ぶと同時に、仕事の大変さを実感しました。また、社長の話を聞き、歴史や経営など、様々なことを知ることができた貴重な体験でした。

久留米大学経済学部経済学科 三宮一晟

今回取材を通して、中小企業を知るきっかけになったと思います。社長自身もモノ作りに関わり、その商品売っていくというものは、大企業にはないところだなと改めて感じました。

久留米大学経済学部経済学科 平川諒輔

今回、取材を通して、社長の製造業への強い思いを聞くことができました。海外にも販売を行っている所が驚きでした。とても印象に残った言葉は、「何事にも挑戦し、継続することは社会に出てとても重要である。」です。

久留米大学経済学部経済学科 池田翔太

初めて織物業の企業を訪れ、製造している所を見学して、布生地を形に切り取る作業や布を縫う作業を効率化している、桑野新研産業さんは、機械の導入にも力を入れていて感じました。

久留米大学経済学部経済学科 三島美咲



# 次世代を担う人づくり ～大学生の編集者体験～



## キャリアゼミ(旧就職ゼミ)について

私たちは学部横断的な「キャリアゼミ」に所属している学生です。将来のキャリアを見据えつつ、自身の知識・スキルを高めることを目標として授業以外の時間を使いプロジェクトに取り組んでいます。昨年度の活動として「学食プロジェクト」「ユニスタア学生広報プロジェクト」の2つを紹介したいと思います。

### ①学食プロジェクト

経済学部文化経済学科 4年 嵯峨 佑梨  
久留米大学の学食を盛り上げたいという思いから、キャリアゼミの学生7名で2023年7月から開始しました。5つのフェアの開催と学食を宣伝するインスタグラムを開設し4力所の学食の日替わりメニューを掲載する取り組みをしました。



写真1  
私たちが7名で活動した学食プロジェクトです！

### 【学生アンケート調査】

まず私たちは好きなメニューや学食の要望などを学生300人にアンケート調査を行いました。調査方法も、昼休みという短い時間の中で多くの学生に楽しんで回答してもらおうという考えからシール投票で行いました。学生からは「値段が高い」「野菜不足」「辛いメニューがほしい」等の意見を頂きました。

### ①農園フェア

学生の要望を踏まえ、農園から規格外で廃棄される野菜を無償で提供してもらい、学食で利用す

ることを提案しました。先生に頼ることなく、久留米市の農園に直接依頼し、協力してもらえるように働きかけました。規格外のナスとオクラを頂き、学食に51食分のマールボー茄子と79食分のオクラの天ぷら、オクラのたたきを提供したところ、好評ですぐに完売しました。学食の利用者も徐々に増え、フードロスを考える機会にもなりました。



写真2  
堀農園さんのところで規格外で廃棄されるナスとオクラを収穫

### ②秋の味覚を楽しんでもらおうフェア

一人暮らしをしている人が多い大学生に、自炊する中で秋の味覚を堪能している人が少ないと感じ、秋の味覚を使ったメニューを提供するフェアを5日間実施しました。アンケートで人気メニューだったオムライス、きのこのハンバーグ、かぼちゃのバスタを提案しました。オムライスの



写真3  
秋の味覚を楽しもうフェアのポスター



写真4  
秋の味覚フェアで提供したカボチャのコロッケ

上にはハロウィンの形をしたチーズが乗っており、見た目も可愛いというメニューを提供することができました。

### ③アジアフェア

久留米大学は中国人留学生が多いことから、母国の味を楽しんでもらおうと中華メニューを中心にしたフェアを2週間実施しました。麻婆豆腐やエビマヨ、春巻きなどのメニューはこのフェアを通して、定番メニューになるほど、アジアフェアは好評で盛り上がりました。



写真5  
アジアフェアのポスター

### ④アジアフェア第二弾

アジアフェアが好評につき第二弾を開催しました。次はガパオライス、フォー、ルーローハンといふかなり珍しいメニューに挑戦してみました。馴染みのないメニューだったということもあり、なかなか思うように売上が伸びずに苦戦しました。そんな時は声を大切に行い、自分自身で食べた感想を伝えたり、普段ではなかなか食べられない機会なので是非！といった言葉を伝えました。

### ⑤クリスマスフェア

12月に「クリスマスフェア」を1週間開催しました。クリスマスに何が食べたいかインスタグラムで質問を取り、多かったものをメニュー化しました。ピーシチュー、グラタン、ローストビーフなど学食のクオリティーを大きく上回る豪華なメニューにしました。学内のパン屋さんにも協力してもらい、クリスマスツリーパンや雪だるまパンを数量限定で販売しました。学食メニューもパンも、全て昼休み前には完売するほど大盛況



でした。

### 【終わりに】

このように学食の利用者を増やすべく活動してきた私たちですが、徐々にインスタグラムのフォロワー数が伸びていき600人を超え、「インスタを見て学食に来ました」という温かい言葉を頂くことも増えていき、学食が盛り上がりつついく姿を肌で感じるようになりました。大学生という貴重な時間に、沢山の方々を巻き込み、創っていった学食プロジェクトは貴重な思い出です。

### 【②「ユニストア学生広報プロジェクト」の取組】

経済学部経済学科 4年 吉田 修也

私たちは久留米の農家や飲食店を応援しようと、キャリアアゼミの学生5名でユニストア学生広報プロジェクト(通称Uプロ)を立ち上げました。今回は、Uプロの誕生の経緯及び、Uプロとして行った活動(フルーツ祭りとクリスマス焼き菓子マルシェ)を紹介します。

### 【Uプロ誕生の経緯】

Uプロの誕生には、大きく分けて2つのきっかけがありました。1つ目は2023年7月に九州北部を襲った大雨。この大雨で特に大きな被害を受けた久留米市の農家などの力になりたいという目的で結成されました。2つ目は、大学内にあるユニストアというお店の現状です。ユニストアとは久留米大学の関連会社である久大エントープライズが学内で運営しているお店のごとで、普段は就活関連グッズや久留米餅など久留米の特産品を取り扱っているお店です。私たちがイベントを企画する前までのユニストアは、販売している商品は、学生にとって日常的に利用し、商品を買ったりするようなお店ではなかったため、学生自体の利用者も少なく、ユニストアがあることは知っているが、何が売られているのかわかっていない学生もたくさんいるというような状態でした。そこでユニストアの活性化に貢献したいという目的で結成されました。

### 【③「フルーツ祭り」】

フルーツ祭りは、私たちUプロの学生メンバーが中心となり、先生やユニストアの職員の協力のもと、果樹園や



写真6  
フルーツ祭りの  
チラシの写真



写真7  
自分が店依頼したお店に  
学生が興味を持ってくれて、  
楽しそうに会話する様子



写真8  
購入を検討中の学生に、  
実際に自分が足を運んだ農園で  
学んだ情報を提供している様子



写真9  
出荷に行き品出し後の写真

飲食店へ自分たちで交渉に行き、仕入・販売・広報・集客の全てに関わった企画です。学生5人で交渉し、4つの果樹園と5つの飲食店に参加してもらいました。その中でも、私は藤山町のフルトリエ中村果樹園と呼ばれる梨農園とCinq Bouche(サンクブークレ)というアイスクリーム店を担当しました。私は農園で1日働きながら、若者に梨を売り込む悩みを聞きました。イベントが実際に始まった時には、農家さんの悩みを参考に多くの若者に梨を手にとってもらう為に、「むくみ予防」といった梨の効能や梨キム子など梨を使ったアレンジレシピを書いたチラシを配布し販売しました。アイスクリーム店は発泡スチロールを使って食品サンプルを作り、PRしました。フェアがおよそ1ヶ月間の開催だったので、フェア中は、ぶどうの

無料試食会を実施したり、飲食店から取り寄せるメニューを前半と後半で変えるなど工夫しました。また、豪雨によって被害を受けた右田果樹園へ学生でボランティアに行き、実際に感じたことや、復興からお店に至るまでの過程を資料としてパネル展示しました。フルーツ祭りというイベントを通して、企画・仕入・宣伝・販売という流れを体験することで、タスクや小さなノルマを設定し続けることが大切だと学ぶこともでき、最終日には売上目標の40万円を達成しました。

### 【④「クリスマス焼き菓子マルシェ」】

フルーツ祭りの反省を活かし、クリスマス焼き菓子マルシェを企画・運営しました。フルーツ祭りでは広報活動がチラシ配りのみだったので、今回は自分たちで動画を作成し、PRしました。また、飲食店選びの際には、価格だけでなく、味や見た目、日持ちする商品であるかどうかなども意識して、実際にお店の商品を購入し、学生で試食会を開き、慎重に検討しました。フルーツ祭りと同様自分たちで交渉に行き、スイーツ販売している9つのお店と、雑貨を販売している13のお店に出店していただきました。クリスマス焼き菓子マルシェは開催期間が2週間とフルーツ祭りと比較すると短かったのですが、出店いただいているお店の数は、約2倍になったので、店内のレイアウトを日替わりで変更するなどして、全ての商品がお客様の目に届くように工夫をしました。また、クリスマスということで、期間中にケーキホールや文房具が当たるクリスマス抽選会も行いました。今回のイベントでも売上目標の25万円を達成することができました。客、店、仕入先の三方よしを最優先にしてイベントの運営を行うことの大切さを学ぶことができました。



写真10  
期間中の運営の様子



写真11  
品出し後の様子

次頁では、「三ツドセルランド」への参加について紹介します。

久留米  
大学生が

# 伝統産業を紹介する!!

Vol.2

筑後地方を代表する伝統産業

〜八女茶について〜



茶の葉堂の新工場と水出し煎茶

## 【お茶の歴史】

昨年(2023年)、八女茶の歴史が6000年を迎えました。室町時代に中国の明から帰国した学僧・栄林周瑞(えいりんしゅうずい)禅師が、現在の八女市黒木町の北部に靈巖寺を建立しました。その時に明から持ち帰った茶の種と栽培・製茶法を、当時の庄屋・松尾太郎五郎久家(まつおたろうごろうごさいえ)に伝授します。そのことがきっかけで靈巖寺は「八女茶発祥の地」と言われるようになりました。

当時、お茶は非常に希少で、殿様が薬として飲んでいました。

安土桃山時代に千利休が抹茶の普及を行い、江戸時代には庶民も番茶を飲むようになりました。

## 【八女茶とは】

八女は、昼夜の寒暖差があるためお茶づくりに最適だと言われており、生産量は全国で6位、生産額は3〜4位と上位を占めています。

八女は肥沃な土地で様々な作物が育ちます。そのため、お茶を栽培するのに最適な土地です。また、八女は山に位置するので、平地と山の寒暖差により甘味が増します。更に、八女のお茶は、編んだ藁で遮光します。これによってお茶の旨味成分であるテアニンが日光によってカテキンやカフェインに変化するのを防ぎ、甘みやコクがあり旨みの強いお茶に仕上がります。

## 【原野製茶本舗さんのこだわり】

お茶はオーガニックのものを作ることは困難だとされています。しかし、原野製茶本舗さんの茶葉は8月以降、無農薬で栽培され4月の収穫期には残留農薬がなくなります。そのため、オーガニックに近いお茶を作ることが出来ます。

先代の頃は、茶畑を所有し、収穫と販売をされてきました。しかし、多事多端で収穫の時期を逃していたそうです。そこで、二代目の現社長からは専売農家と契約し、収穫と販売を分業する方針に移行されました。また、産地を豊富に所有されているので、新芽を長く扱えるそうです。早い所は4月中頃に、遅い所は5月末に収穫をされています。

現社長は、八女地区で初めての通販を始め、売り上げを伸ばされて功績も残されています。

## 【苦勞・課題】

4、5月の繁忙期は、1年分の茶葉を摘むた



お茶への熱い気持ちを語る社長



茶の葉堂の看板

め睡眠時間が1日あたり4時間ほどしかありません。それに加え、茶葉の栽培は気候に左右されやすく霜が下りると芽が赤くなり、出荷不能になります。手間暇かけて育てた茶葉が、一晩で水の泡になってしまつたのです。また、毎年茶葉の厚みや香りが変化するため、茶葉に対応して製造方法を変えます。慣れるまでは、茶葉の加工の調整に苦戦するそうです。このような苦勞があっても、お客様の「美味しかった



た」という言葉が励みになり、頑張ることが出来るそうです。

お茶産業の課題は、お茶農家の数と生産量の減少です。特に手摘みは減少傾向にあり、深刻です。この課題を解決するため、原野製茶本舗さんは商品開発に力を入れています。

【多様な商品開発 / イチオシ商品】

お茶のまろやかさを伝えるために、20年前からお菓子作りを始められました。若者が、お茶を飲むきっかけ作りをするためにソフトクリームなどの販売を始められたそうです。私たちも実際にソフトクリームを頂きました。抹茶とほうじ茶の2種類のフレーバーがあり、どちらも本格的なお茶の味わいでも美味しくかったです。

また、原野製茶本舗さんが手がけられている商品の中でイチオシの商品は、「大人の金平糖」だそうです。「接待の土産」「セレクション2021 SPINOFF」の「特選」を受賞されているほどの代物です。他にも、あごだしや高菜など様々な商品を手掛けられ、毎年、1〜2商品開発されています。

昨年、お菓子を製造するための工場を自社に建設されました。従来、無添加の消費期限が短いお菓子を作られていましたが、今後は海外向けに日持ちのするお菓子も作られる方針です。

【展開】

日本が人口減少しているため、海外との



(店舗で販売されている)バラエティに富んだ商品

交易を増やしていくつもりです。現時点で、台湾やイギリスなど計5カ国もの国と交易されています。海外は、コロナの影響もあり、ヘルシー飲料が流行しています。お茶はビタミンが豊富で健康に良いのです。特に、アレンジがしやすい抹茶が人気とのこと。先述しましたが、これからは海外向けに日持ちする焼き菓子を作られます。

【紺藍ドル・あいくるのSPINOFF】

本誌の取材を機に原野製茶本舗さんと紺藍ドル・あいくるのコラボ商品の発売が決定しました！あいくるがパッケージになっている水出し煎茶、ほうじ茶、玄米茶の三種のお茶のティーバッグを発売します。お茶の



ほうじ茶と抹茶のソフトクリーム



特選を受賞した【大人の金平糖】



久留米大学 法学部法律学科 4年  
紺藍ドルあいくる ポジティブ担当  
森美咲

久留米大学 法学部法律学科 4年  
紺藍ドルあいくる スイーツ担当  
松藤花華



↑ 水出し煎茶の飲み方はこちらから



茶の葉堂×あいくるの  
コラボティーバッグ

種類でパッケージのメンバーが変わります。お水やお湯にティーバッグを入れるだけで本格的なお茶をお楽しみいただけます。ぜひご賞味ください。



## 和菓子 うさぎや

多くの人に和菓子のすばらしさを知ってほしいという想いで「和菓子 うさぎや」を経営されている重松保文さんにインタビューしました。



**Q.** 何がきっかけで起業を考えることになりましたか。また、なぜここで起業しようと決意しましたか。

**A.** 妻の実家が和菓子屋を営んでいて、そこで一緒に働いていました。働き始めた当初は思いませんでしたが、月日が流れていくうちに、独立して自分でやってみたいという気持ちが生えました。ただ、和菓子店といえは、代々続く老舗というイメージがあり、新規出店は難しいと考えていました。その後、



和菓子 うさぎや  
店主  
**重松 保文** さん

**Q.** 今後どのような事業展開を目指していますか。また、挑戦したい夢や志はどのようなものですか。

**A.** 令和5年11月に店をオープンして、まだ1年経っていない状況ですので、まずは地元になじむことが先決だと考えています。先日も

**Q.** 現在の事業内容はどのようなものですか。おすすめの商品はどのようなものですか。

**A.** おすすめ商品は丸ぼうろです。昔ながらの手ごね製法で生地を作り、一晩寝かせた生地を高温で焼き上げます。そうすることで、外はカリッと中はしっとりとし、蜂蜜の風味が口いっぱいに広がります。また、うさぎも人気商品です。蒸した生地にあんこを挟んで、外の生地はしっとりしたごら焼きで、店舗ロゴのうさぎの刻印がされていることから、見た目も楽しめます。季節商品も展開しており、春は柏餅等、夏はわらび餅・富アイス等、秋は十五夜饅頭、冬は苺大福等、多くの商品を取り揃えています。

**Q.** 起業をする時の一番の課題はどのようなものでしたか。また、どのように解決しましたか。

**A.** 設備の面が大きな課題でした。いかにコストを抑えて、自分たちの思い描く和菓子を作れるか。また、周辺地域へいかに自身の店舗をアピールできるかも課題でした。現在は口コミ・インスタ等のSNSで認知度は上がってきており、リピーターのお客様も増えてきました。

勤めていた和菓子店が移転することになり、日々仕事をこなす中で、やはり「自身の思い描く和菓子店をやりたいたい」と強く思うようになり、今回、起業することを決意しました。この場所を選んだ理由は、久留米大学・久留米大学附設中学・高校等もあり、若い人にも和菓子のすばらしさを知ってほしいと思い、この場所を選びました。お陰様で、学生さんにも多く来店してもらっています。



和菓子 うさぎや

〒839-1851 福岡県久留米市御井町1974-2

TEL 0942-65-8655



**Q.** 起業したことによって変わったことはどのようなことですか。

**A.** 勤めていた時は、ひたすら和菓子を作ることに没頭していました。今は、これまで培ってきた和菓子作りにも自信が持っています。この店を初めて訪れた方が2回、3回と足を運んでくださることに、感謝の気持ちがいっぱいです。勤めていた時も感謝の気持ちはありましたが、今はより一層強く感じています。来てくれて、買って来てくれて、お客様から美味しかったよの一言がとても嬉しいんです。この場所に出店してとてもよかったと思います。今後も、誰もが食べやすく、長く愛されるお菓子作りを目指していきたいと思っています。

地元で開催されたお祭りのお菓子の注文があったり、久留米大学さんの冊子に店舗概要を載せていただいたりと、地元での認知度も上がってきたと感じています。SNS等を見て、遠方からお越しになるお客様もいらっしゃいますので、本当にありがたいと思っています。今すぐ事業を拡大しようとは思っていませんが、より多くの人に当店の和菓子を食べていただきたいと思っていますので、試行錯誤しながらやっていきたいと思っています。



## オステリアロス

自分が培った「イタリア料理」で色々な方々に恩返ししたいという想いで「オステリアロス」を経営されている岩崎靖弘さんにインタビューしました。



**Q. 何がきっかけで起業を考えることになりましたか。また、なぜここで起業しようと思ったのですか。**  
 A. 昔から料理を作るのが好きでした。父がデザイン会社を営んでいて、飲食店のパンフレット作成等の打ち合わせが飲食店（イタリアンレストラン）で行われていて、よく父について行っていました。そこで、イタリア料理を食べる機会も多く、イタリア料理に興味を持ちました。将来は父の事業（デザイン会社）



オステリアロス  
店主  
岩崎 靖弘 さん

**Q. 現在の事業内容はこのようなものでしょうか。おすすめの商品はどのようなものですか。**  
 A. 店名の「オステリア」はイタリアアでは「気軽に」行くレストラン」を指しており、お気軽にご来店いただきたいと考えています。おすすめはたくさんありますが、やはりパスタでは「アマトリチャーナ」、ピザは「マルグリータ」がおすすめです。「アマトリチャーナ」はトマトソースにモッツァレラチーズを絡めたパスタで、

**Q. 起業をする時の一番の課題はどのようなものでしたか。また、どのように解決しましたか。**  
 A. 料理には自信がりましたが、「どうやって認知してもらうか？」が一番の課題でした。料理に自信があっても食べてもらわなければ伝わりません。そんな時に日本政策金融公庫及び筑後信用金庫共同でのセミナーがあり、集客アップや写真の見せ方等を学ぶことで、インターネットやSNS等を充実させることに注力し、徐々にではありますが、お客様も増加し、リピーターのお客様も増えました。また、コロナ禍以降、飲食店の営業形態が大きく変化していく中、当店では持ち帰り用の冷凍ピザもあり、また店舗前には冷凍ピザの自動販売機も設置しています。お客様からも大変好評を頂いております。

社）を継ぐつもりでしたが、昔の思い出（イタリア料理）が忘れられず、高校の時にイタリア料理店でアルバイトを始めました。そこで、イタリア料理のいろはを学び、正社員になりました。数店舗の飲食店を渡り歩き、料理長・メインの仕事をごなさいましたが、一時、飲食店を離れることになりました。一度飲食店を離れましたが、やはり料理を始めたころの思い（イタリア料理）でお客様に喜んでほしいという思いが忘れられず、自身で起業することになりました。この場所を選んだ理由ですが、15年間の付き合いになる元同僚がこの地で店舗を構えていた。したが、店を辞めることになり、起業するならば非ここに店を構えてほしいと言われ、ここに出店することに決めました。



オステリアロス

〒830-0035

福岡県久留米市東和町3-1黒川ビル1F

TEL 0942-27-7687



**Q. 起業したことによって変わったことはどのようなことですか。**  
 A. 飲食店勤務時代は、料理が上手になりたいとか、出世したいとか自身のことだけを考えていました。自身のお店を持った現在では、考え方が変わりました。自身の為から社会や周りの人の為にと強く思うようになりました。自分が培った「イタリア料理」で色々な方に恩返しできればと思います。

**Q. 今後どのような事業展開を目指していますか。また、挑戦したい夢や志はどのようなものですか。**  
 A. 今はとにかくこの店を大事にしつつ、お客様から求められることはやっていきたいと思っています。店舗に来ていただいた方には、最高のおもてなしを行い、店舗に来られなくても家で美味しくピザを食べることができるよう、冷凍ピザの自動販売機も設置しています。より多くのお客様に美味しいピザを食べたい、だいたいという思いがありますので、今後、自動販売機を増設していけたらと思います。

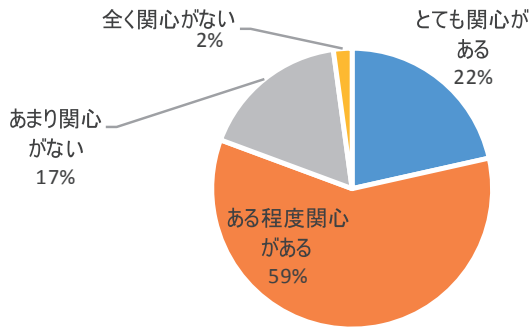
モッツァレラチーズは宮崎県の農場から仕入れてあります。ランチはパスタセット・ピザセットがあり、安価で本格的なイタリアンが楽しめます。ティナーも多くのイタリア料理を取り扱っており、当店の料理を通じて、イタリアの食文化を知っていただけたらと思います。

# 久留米大学生にきく！若者のホンネ

## ～久留米大学生の就職活動～

久留米大学生93名を対象に、「就職活動」についての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。)

### ご両親または保護者の方は、あなたの就職活動に対してどの程度関心を持っていますか

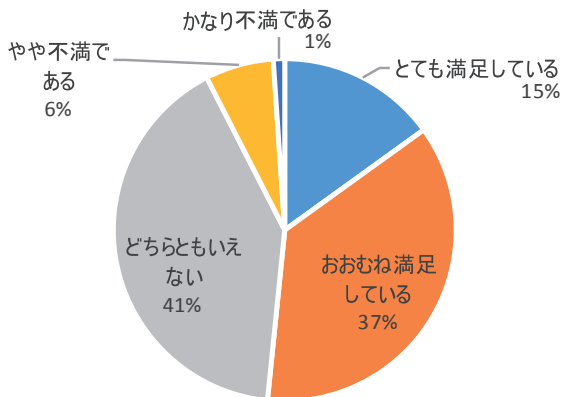


**両親または保護者のうち約8割はわたしたちの就職活動に関心あり！**

両親または保護者のうち、「とても関心がある」は全体の22%で、「ある程度関心がある」(59%)との合計は81%となりました。

両親または保護者は、わたしたちの就職活動に関心を持ち、その行く末を案じてくれています。

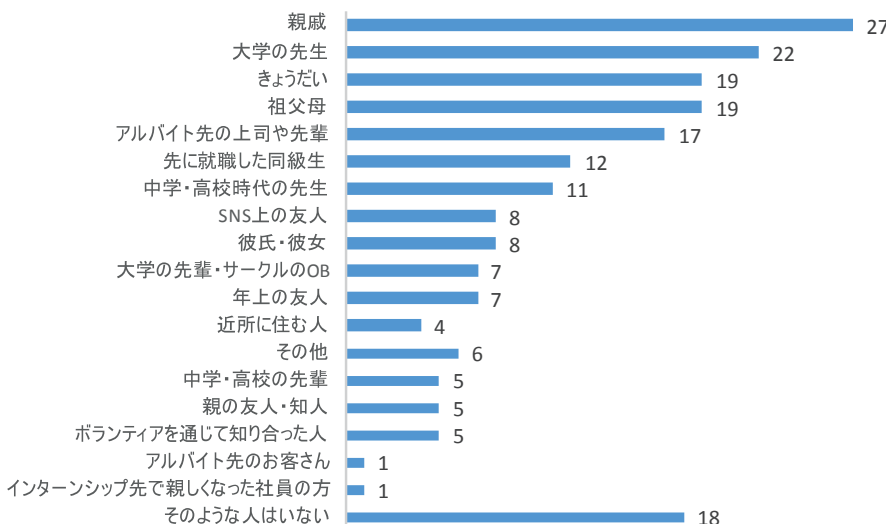
### ご両親または保護者の方の、あなたの就職活動に対する関わり方について、あなたはどのように感じていますか



**わたしたちの就職活動について、両親または保護者の過半数は満足してくれている、と感じています！**

ただし、両親または保護者のうち48%は、わたしたちの就職活動への関わり方について「かなり不満である」(1%)「やや不満である」(6%)「どちらともいえない」(41%)と感じているようです。

### ご両親または保護者の方以外の方で、あなたの周りに自分自身の仕事の内容について話してくれる社会人の方はいますか



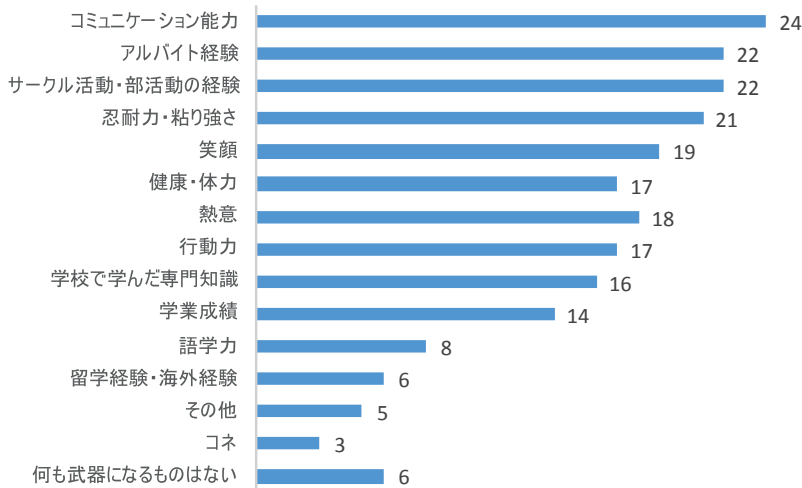
**両親または保護者以外では、「親戚」「きょうだい」「祖父母」そして「大学の先生」を頼りにしています！**

ベスト5は「親戚」「大学の先生」「きょうだい」「祖父母」「アルバイト先の上司や先輩」です。

一方、「そのような人はいない」も多いです。



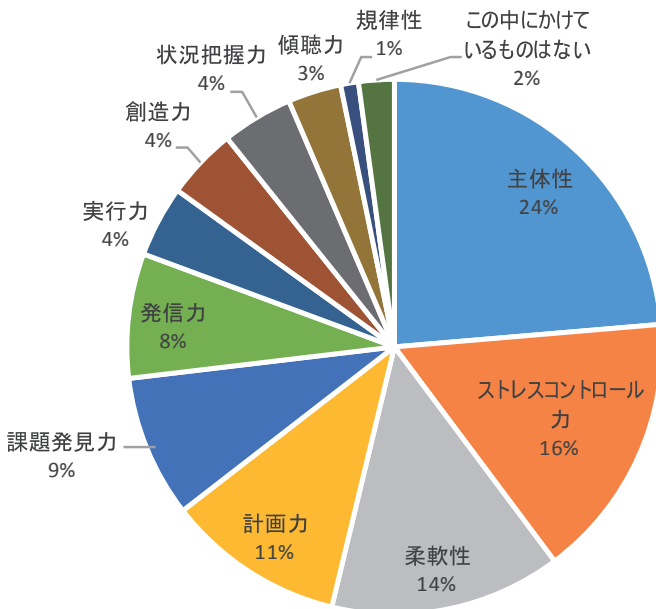
## 就職活動におけるあなたの最大の武器は何だと思いますか



### 「コミュニケーション能力」に自信あり！！

自分の最大の武器は、上位から「コミュニケーション能力」「アルバイト経験」「サークル活動・部活動の経験」「忍耐力・粘り強さ」と回答しています。最大の武器が「コミュニケーション能力」とは、久留米大学生は頼もしいですね！

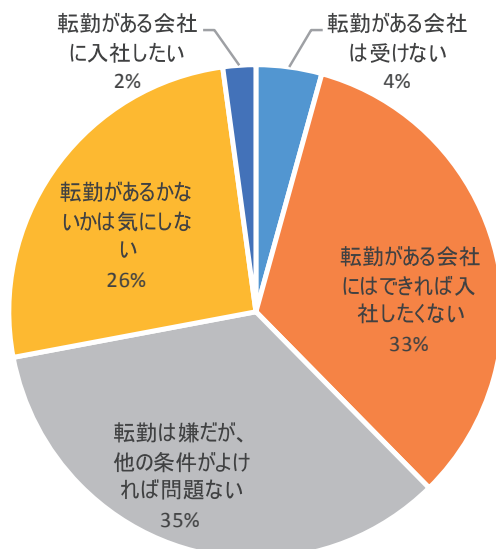
## あなたに欠けていると思うものは何ですか



### 自分に欠けているのは「主体性」「ストレスコントロール力」「柔軟性」がワースト3

最近の若者が自覚している「自分に欠けているもの」の調査です。「主体性」が欠けているという自覚、「ストレスコントロール力」が欠けているという自覚、「柔軟性」が欠けているという自覚、は最近の若者の世相を表すキーワードかもしれません。

## 転職がある会社への応募・入社をどう考えますか



### 転職がある会社への応募・入社を回避する割合は、37%

ただし、「転職がある会社に入社したい」(2%)「転職があるかないかは気にしない」(26%)「転職は嫌だが、他の条件がよければ問題ない」(35%)の合計は63%もあります。なお、大手人材派遣会社の全国調査では「転職がある会社への応募・入社を回避する割合は、約50%であり、久留米大学生は転職をあまり苦にしない人が多い？ようです。



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6年11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。