

# こころにち

筑後信用金庫と久留米大学による地域経済情報誌

「久留米大学生の製品やサービス購入について」

―久留米大学生へのアンケート調査―

「確かな技術で未来を創造する総合建設業」

―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『ランドセルランドプロジェクト』」

―次世代を担う人づくり 大学生の編集者体験―

取材企業

立花鉄工建設株式会社

株式会社 LeRiRO

patisserie chouette (パティスリーシュエット)

TAKE FREE

Vol.14

# なんでも相談所

経営者の皆さまには、たくさんの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「経営のお悩みアンケート」を備え置いておりますのでご利用ください。もちろん、「経営のお悩みアンケート」に「何かを変えたいけど、何をす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。

## プライベートバンカー



あなたの貴重な資産をお預かりします

## 〇〇詐欺集団



あなたの貴重な資産を必ず倍にします

## 〇〇銀行



あなたの貴重品は、貸金庫に入れないでください

（ちくしんは銀行ではありません、信用金庫です）

今回の景気動向特別調査は中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応です  
※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  
    自分の話に価値をもたらす方法
- ◆ 景気動向調査レポート・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- ◆ 特別調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12  
    ～中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について～
- ◆ 久留米大学だより・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14  
    アクティブプログラムについて
- ◆ 久留米大学生が社長にきく！・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16  
    ～立花鉄工建設株式会社～
- ◆ 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！ ～八女提灯～・・・・ 20
- ◆ 次世代経営者にきく！ ～株式会社LeRIRO～・・・・・・ 22  
    ～patisserie chouette(パティスリー シュエット)～・・・・ 23
- ◆ 久留米大学生にきく！若者のホンネ・・・・・・・・・・・・・・・・ 24  
    ～製品やサービスの購入について～

## 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、林田 彩愛さん（久留米大学経済学部 3 年）のデザインを使用しています。

子供の吹くシャボン玉に、筑後地域を代表するさまざまなモノや風景が浮かんでいるイメージを表現していただきました。





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



取越教授の

# みみよりコラム

Vol.7

## 自分の話に価値をもたらし方法

はじめに

自分の話に価値があると他の人に感じてもらうかどうかは、多くの人にとって切実な問題である。ビジネスマンにとっては、営業成績に直結するし、学校の教員にとっては、生徒の理解度や興味を引き出すための力ギとなるからである。ただ、そんな夢のような方法は存在するのだろうか。

### 論文に価値をもたらす

大学教員は、論文を書くのが重要な仕事の一つである。世界中の大学教員がそうである。そのためか、世の中には多くの「論文の書き方マニュアル」が存在している。恐らくそのほとんどに書いてあることは、「これまでの色んな論文を読んでみると、みんなこう言っているんだけど、そうではなくて(否定)、本当はこうなんだよね(主張)」というふうに書くべしというところである(否定+主張)。つまり、何の前触れもなくいきなり「自分はこう考えるんだよね」といってはダメなのである。例えば、最

近、論文の書き方マニュアル界限で評価の高い阿部(2024)では、「あなたが自分の意見に価値をもたせるために、だしめけに奇抜なことを言うても無駄である。…論文は、かならず『いまAだと思われているが、じつはBなのである』という否定の形式を言っている」と述べられている。

### 話に価値をもたらす

私はビジネスマン時代、色々なレポートを書いたり、人前でプレゼンをしたりしてきた。ビジネスマンにとって非常に重要なことは、自分の話に価値があると他の人に感じてもらうことである。読者や顧客に「刺さる」ことである。

その手法については、色々な人に教えるをうてきたけれども、今でも印象深いのは、ある尊敬する先輩からの助言であった。その方は私に、「書いたり話したりするとき、いきなり主張を始めるのではなく、『皆さん、こう思っているでしょ。でも本当はこうなんです』というふうに書いたり話したりするとよいのだよ」とアドバイスして下さった。例えばこんな感じである。「皆さん、顧客サポートはコストがかかるだけで利益にならないと思っているでしょう。でも、優れた顧客サポートは顧客満足度を高め、リピーターを増やすことで売上を向上させるのですよ」「皆さん、競合製品の方が安いから良いと思っているでしょう。でも本当は、私たちの製品は品質とサポートが優れており、トータルコストで見ればお得なのですよ」「皆さん、脂肪

はすべて悪いものだと思いでしょ。でも本当は、体に良い脂肪もあり、適量を摂取することは健康に良いのです」「皆さん、エジプトのピラミッドは奴隷によって建てられたと思っているでしょう。でも、最近の研究では、ピラミッドは熟練した労働者によって建てられたことがわかっているのです」。この手法は、「皆さん、〇〇と思っているでしょう」ところがとても大事な点である。これは、先の論文に価値をもたらし手法とほぼ同じである。厳密には、「皆さん、こう思っているでしょ。でも本当はこうなんですよ」「よりも、「皆さん、世の中の人はこう思っています。でも本当はこうなんですよ」という方が近いけれども。

つまり、この「自分の論文に価値をもたらし方法」と「自分の話に価値をもたらし方法」はとてもよく似ている。ちなみに、その前提として特に大事なことは、勉強と事前準備である。

ただ、それ以上に重要なのは、肝が据わっていることである。だってどちらでも、常識を見つけて出し、世間に向かって大きな声で、それを否定し、さらに主張までするわけだから。

### 【参考文献】

阿部幸大(2024)「まったく新しいアカデミック・ライティングの教科書」光文社



## 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** 2025年3月

**調査の対象期間** 2024年10月～2025年3月の実績  
2025年4月～2025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 |
|-----|-----|-----|-------|-----|------|
| 17社 | 16社 | 16社 | 18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)

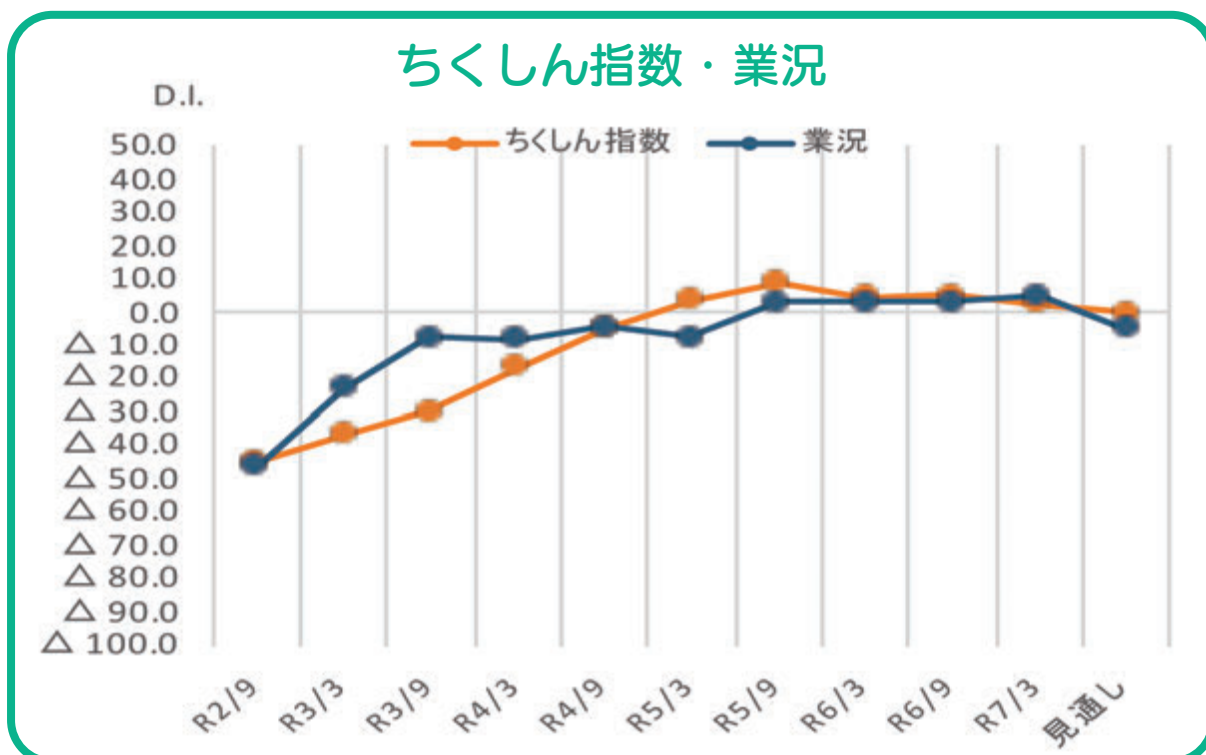
景気動向調査における調査結果の分析にD.I.という指標を利用しています。

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。



## 全業種総合

～ 業況はやや好調感が強まるも、今後は悪化に転じる見通し～



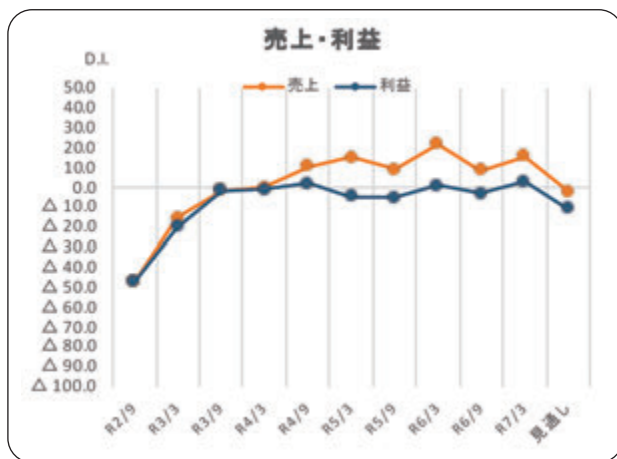
今期のちくしん指数D.I. は、前期比2.6ポイント減少し、プラス2.5と減少した。業種別にみると、卸売業、不動産業以外は前期比減少した。今後はマイナス0.4と2.9ポイント減少し、前期比悪化に転じる見通しとなった。

今期の業況判断D.I. は、前期比2.0ポイント増加し、プラス4.9とやや好調感が強まった。今後はマイナス4.9と9.8ポイント減少し、好況感は悪化に転じる見通しとなった。



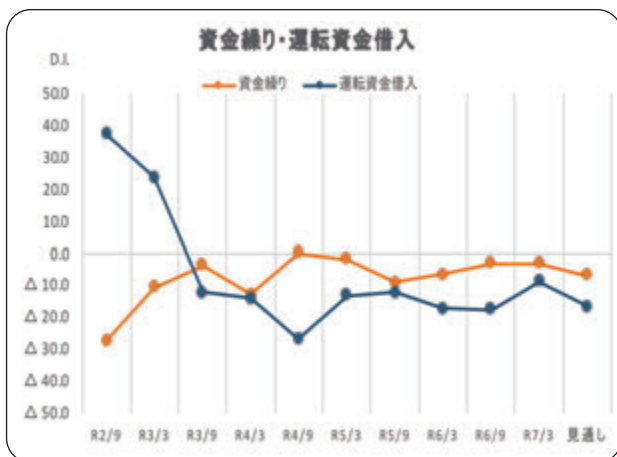
主要判断 D.I.

| 調査項目   | R2/9   | R3/3   | R3/9   | R4/3   | R4/9   | R5/3   | R5/9   | R6/3   | R6/9   | R7/3  | 見通し    |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|
| ちくしん指数 | △ 44.7 | △ 36.8 | △ 29.9 | △ 16.8 | △ 5.1  | 3.3    | 8.6    | 4.5    | 5.1    | 2.5   | △ 0.4  |
| 業況     | △ 46.3 | △ 23.1 | △ 7.4  | △ 7.9  | △ 4.7  | △ 7.6  | 3.0    | 2.8    | 2.9    | 4.9   | △ 4.9  |
| 売上     | △ 47.2 | △ 15.2 | △ 1.9  | 0.0    | 10.4   | 15.2   | 9.0    | 21.7   | 8.7    | 15.7  | △ 1.9  |
| 利益     | △ 47.2 | △ 20.0 | △ 1.9  | △ 1.0  | 1.9    | △ 4.8  | △ 5.0  | 0.9    | △ 2.9  | 2.9   | △ 10.7 |
| 資金繰り   | △ 27.1 | △ 10.5 | △ 3.8  | △ 12.9 | 0.0    | △ 1.9  | △ 9.0  | △ 6.6  | △ 2.9  | △ 2.9 | △ 6.8  |
| 残業時間   | △ 22.4 | △ 25.5 | △ 15.0 | △ 15.3 | △ 4.8  | 1.0    | △ 1.0  | 3.8    | 1.0    | △ 1.0 | △ 2.9  |
| 人手不足度  | △ 5.6  | △ 8.7  | 1.0    | 2.0    | 2.9    | 8.5    | 14.0   | 18.7   | 15.5   | 15.5  | 10.7   |
| 運転資金借入 | 37.0   | 23.8   | △ 12.3 | △ 14.1 | △ 26.7 | △ 13.2 | △ 12.0 | △ 17.1 | △ 17.5 | △ 8.7 | △ 16.5 |
| 設備資金借入 | △ 3.7  | △ 5.8  | △ 19.4 | △ 8.9  | △ 11.3 | △ 18.1 | △ 20.0 | △ 15.4 | △ 5.9  | △ 9.7 | △ 10.7 |
| 繁華街回数  | 1.9    | 0.8    | 0.9    | 1.5    | 1.7    | 1.8    | 2.4    | 2.6    | 2.2    | 2.4   | △ 13.0 |
| 接待回数   | 1.4    | 0.5    | 0.6    | 0.9    | 0.9    | 0.9    | 1.3    | 1.4    | 1.4    | 1.5   | △ 9.0  |



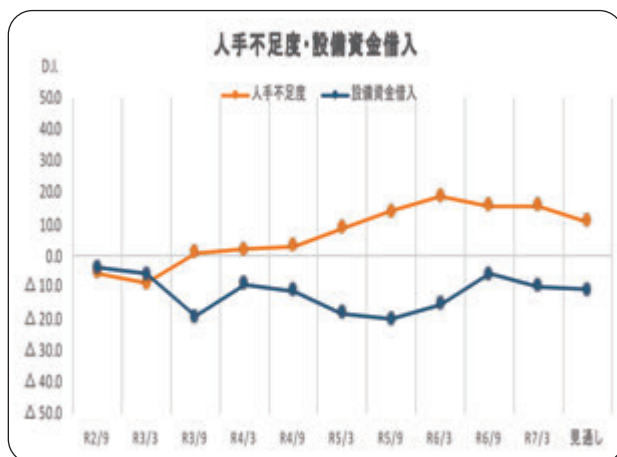
今期の売上D.I.は、前期比7.0ポイント増加し、プラス15.7と増加傾向となった。業種別にみると、小売業、サービス業、不動産業はプラスであった。今後はマイナス1.9と17.6ポイント減少し、増加から減少に転じる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比5.8ポイント増加し、プラス2.9と好転した。業種別にみると、小売業、サービス業、不動産業でD.I.を押し上げた。今後はマイナス10.7と13.6ポイント減少し、増加から減少に転じる見通しとなった。



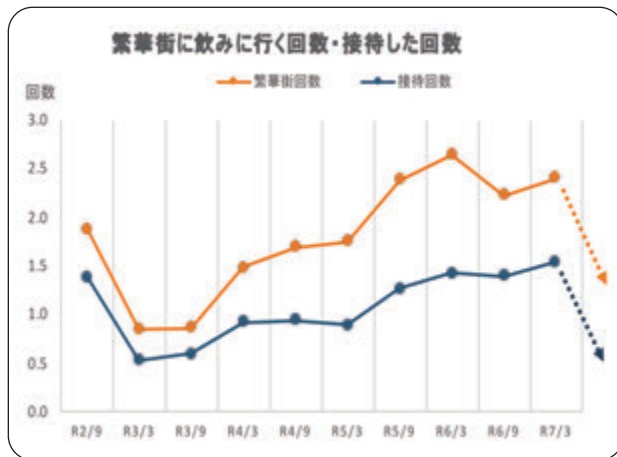
今期の資金繰りD.I.は、前期比プラスマイナスゼロのマイナス2.9となった。今後はマイナス6.8と3.9ポイント減少し、窮屈感が強まる見通しとなった。

今期の運転資金借入D.I.は、前期比8.8ポイント増加し、マイナス8.7と運転資金の必要性は減少傾向が弱まった。今後はマイナス16.5と7.8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、前期比プラスマイナスゼロのプラス15.5となった。業種別にみると、製造業、小売業、サービス業で人手不足の度合いが増加した。今後は10.7と人手不足の度合いはやや弱まる見通しとなった。

今期の設備資金借入D.I.は、前期比3.8ポイント減少し、マイナス9.7と設備資金の必要性は減少傾向が強まった。今後はマイナス10.7と1.0ポイント減少し、設備資金の必要性はほぼ前期並みの見通しとなった。



今期の残業時間D.I.は、前期比2.0ポイント減少し、マイナス1.0と減少に転じた。今後はマイナス2.9と1.9ポイント減少し、残業時間は減少傾向がやや強まる見通しとなった。

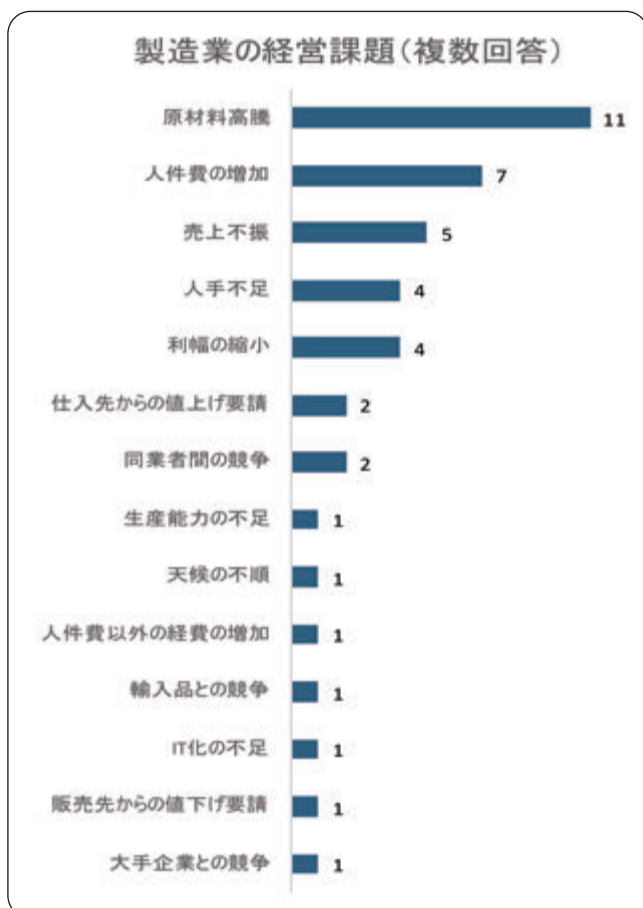
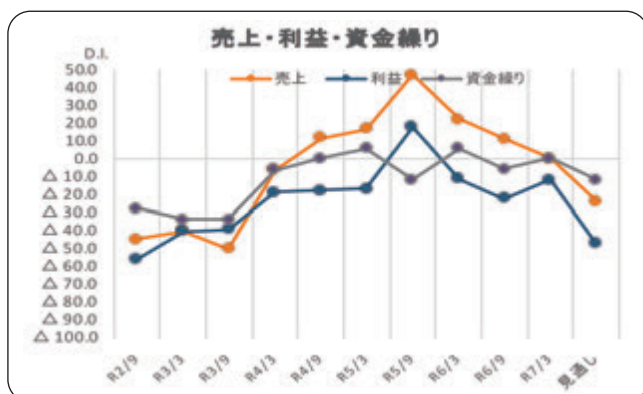
今期の地元繁華街に飲みに行く1ヶ月あたりの平均回数は、前期比0.2回増加し、2.4回と令和5年9月以降2回を上回った。今後は減少する見通しとなった。

今期の取引先を接待した1ヶ月あたりの平均回数は、1.5回とほぼ変わらず。今後は減少する見通しとなった。



## 製造業

# ～ 業況は好調に転じるものの、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10.1ポイント減少し、プラスマイナスゼロの均衡となった。今後はマイナス8.2と8.2ポイント減少し、悪化に転じる見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比5.9ポイント増加し、プラス5.9と好調に転じた。今後はマイナス11.8と17.7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、プラスマイナスゼロの均衡となった。今後はマイナス23.5と23.5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10.4ポイント増加し、マイナス11.8と減少幅が縮小した。今後はマイナス47.1と35.3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5.6ポイント増加し、プラスマイナスゼロの均衡となった。今後はマイナス11.8と11.8ポイント減少し、悪化に転じる見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「原材料高騰(12)」「人手不足(8)」「利幅の縮小(4)」であったが、今期は「原材料高騰(11)」が最も多く、ついで「人件費の増加(7)」「売上不振(5)」となった。

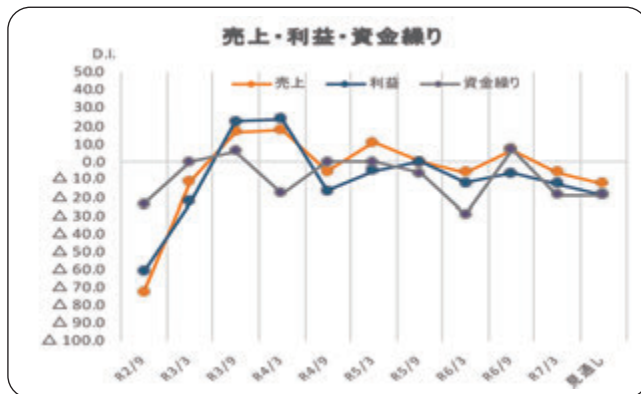
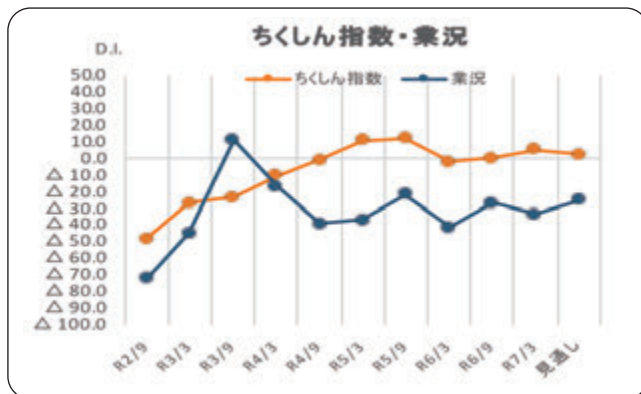
| 調査項目   | R2/9  | R3/3  | R3/9  | R4/3  | R4/9  | R5/3  | R5/9  | R6/3  | R6/9  | R7/3  | 見通し   |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ちくしん指数 | △59.6 | △54.2 | △38.9 | △30.4 | △6.0  | △1.1  | 12.9  | 4.4   | 10.1  | 0.0   | △8.2  |
| 業況     | △55.6 | △46.7 | △44.4 | △31.3 | 0.0   | 11.8  | 41.2  | 11.1  | 0.0   | 5.9   | △11.8 |
| 売上     | △44.4 | △40.0 | △50.0 | △6.3  | 11.8  | 16.7  | 47.1  | 22.2  | 11.1  | 0.0   | △23.5 |
| 受注残    | △44.4 | △33.3 | △22.2 | △12.5 | △5.9  | 5.6   | 17.6  | 5.6   | 5.6   | 0.0   | △23.5 |
| 利益     | △55.6 | △40.0 | △38.9 | △18.8 | △17.6 | △16.7 | 17.6  | △11.1 | △22.2 | △11.8 | △47.1 |
| 販売価格   | △16.7 | △13.3 | 0.0   | 6.3   | 58.8  | 55.6  | 58.8  | 38.9  | 33.3  | 17.6  | 17.6  |
| 原材料価格  | 17.6  | 33.3  | 44.4  | 56.3  | 100.0 | 94.4  | 94.1  | 83.3  | 66.7  | 70.6  | 64.7  |
| 在庫過剰感  | △17.6 | 0.0   | △5.6  | 12.5  | 5.9   | 11.1  | 5.9   | 0.0   | 5.6   | △5.9  | △11.8 |
| 資金繰り   | △27.8 | △33.3 | △33.3 | △6.3  | 0.0   | 5.6   | △11.8 | 5.6   | △5.6  | 0.0   | △11.8 |
| 残業時間   | △55.6 | △46.7 | △38.9 | △37.5 | △11.8 | 16.7  | 17.6  | 5.6   | 33.3  | 5.9   | △11.8 |
| 人手不足感  | △16.7 | △33.3 | 11.1  | 12.5  | 11.8  | 5.6   | 23.5  | 5.6   | 16.7  | 29.4  | 11.8  |
| 運転資金借入 | 27.8  | 40.0  | 0.0   | 6.3   | △52.9 | △50.0 | △17.6 | △44.4 | △11.1 | 0.0   | △5.9  |
| 設備資金借入 | △11.1 | △26.7 | △27.8 | △12.5 | △29.4 | △27.8 | △35.3 | △29.4 | △11.1 | 17.6  | 5.9   |
| 集金回数   | 1.6   | 0.5   | 0.7   | 0.6   | 1.6   | 1.3   | 1.5   | 1.8   | 2.1   | 2.3   | △17.6 |
| 接待回数   | 1.1   | 0.6   | 0.4   | 0.5   | 1.1   | 1.1   | 1.3   | 1.2   | 1.7   | 1.6   | △17.6 |

### ★調査員コメント★

- ・売上高に苦勞している。事業再構築補助金の申請を検討中。新商品開発により販売先を増やす意向。(その他製造業)
- ・原材料高騰による利幅縮小の影響が大きい。(金属加工業)
- ・原材料は毎月のように金額が変わるので随時見積もりをしている。(鉄工業)
- ・ものづくり補助金を活用し機械設備を購入。効率化が図れている。(精密機械製造)
- ・関東方面への輸送コスト等増加傾向にある。(農業)
- ・材料費上昇が続き、価格転嫁に限界がきている。(非鉄金属加工)
- ・昨年の売上落ち込みが少し回復してきた。原材料高騰に対し価格転嫁が難しい。(一般機械製造)

## 卸売業

# ～ 業況は厳しさが増すものの、今後厳しさはやや和らぐ見通し～



### 卸売業の経営課題(複数回答)



今期のちくしん指数D.I.は、前期比5.1ポイント増加し、プラス5.1と好調に転じた。今後はプラス2.5と2.6ポイント減少し、悪化する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比6.6ポイント減少し、マイナス33.3と厳しさが増した。今後はマイナス25.0と8.3ポイント増加し、厳しさはやや和らぐ見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比13.0ポイント減少し、マイナス6.3と増加から減少に転じた。今後はマイナス12.5と6.2ポイント減少し、減少幅が拡大する見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比5.8ポイント減少し、マイナス12.5と減少幅が拡大した。今後はマイナス18.8と6.3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25.5ポイント減少し、マイナス18.8であった。今後はマイナス18.8と前期並みの見通しとなった。

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

| 調査項目   | R2/9   | R3/3   | R3/9   | R4/3   | R4/9   | R5/3   | R5/9   | R6/3   | R6/9   | R7/3   | 見通し    |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ちくしん指数 | △ 47.8 | △ 26.7 | △ 23.3 | △ 10.2 | △ 1.1  | 10.6   | 12.0   | △ 2.4  | 0.0    | 5.1    | 2.5    |
| 業況     | △ 72.2 | △ 44.4 | 11.1   | △ 16.7 | △ 38.9 | △ 36.8 | △ 21.4 | △ 41.2 | △ 26.7 | △ 33.3 | △ 25.0 |
| 売上     | △ 72.2 | △ 44.4 | 11.1   | △ 16.7 | △ 38.9 | △ 36.8 | △ 21.4 | △ 41.2 | △ 26.7 | △ 33.3 | △ 25.0 |
| 利益     | △ 61.1 | △ 22.2 | 22.2   | 23.5   | △ 16.7 | △ 5.3  | 0.0    | △ 11.8 | △ 6.7  | △ 12.5 | △ 18.8 |
| 販売価格   | △ 22.2 | 0.0    | 27.8   | 23.5   | 44.4   | 42.1   | 60.0   | 41.2   | 46.7   | 50.0   | 50.0   |
| 仕入価格   | 0.0    | 0.0    | 38.9   | 41.2   | 61.1   | 57.9   | 66.7   | 52.9   | 60.0   | 50.0   | 56.3   |
| 在庫過剰感  | △ 16.7 | △ 11.1 | △ 22.2 | 0.0    | △ 11.1 | △ 10.5 | 0.0    | △ 29.4 | △ 13.3 | 13.3   | 0.0    |
| 資金繰り   | △ 23.5 | 0.0    | 5.6    | △ 17.6 | 0.0    | 0.0    | △ 6.7  | △ 29.4 | 6.7    | △ 18.8 | △ 18.8 |
| 残業時間   | △ 22.2 | △ 5.6  | △ 5.9  | △ 5.9  | 5.9    | 5.3    | △ 13.3 | △ 11.8 | △ 6.7  | △ 6.3  | △ 6.3  |
| 人手不足感  | 0.0    | △ 11.1 | △ 5.9  | △ 11.8 | △ 11.8 | 5.3    | 13.3   | 11.8   | 20.0   | 0.0    | △ 6.3  |
| 運転資金借入 | 55.6   | 27.8   | △ 22.2 | △ 27.8 | △ 22.2 | 26.3   | △ 13.3 | 11.8   | △ 6.7  | △ 12.5 | △ 31.3 |
| 設備資金借入 | 11.1   | △ 11.1 | △ 11.8 | △ 11.8 | △ 11.8 | 0.0    | △ 20.0 | 6.3    | 0.0    | △ 31.3 | △ 25.0 |
| 繁華街回数  | 1.3    | 1.2    | 1.3    | 2.4    | 2.3    | 2.1    | 3.5    | 2.8    | 2.8    | 2.1    | 0.0    |
| 接待回数   | 1.1    | 0.8    | 0.7    | 1.8    | 1.3    | 1.3    | 2.0    | 1.4    | 1.6    | 1.5    | 7.1    |

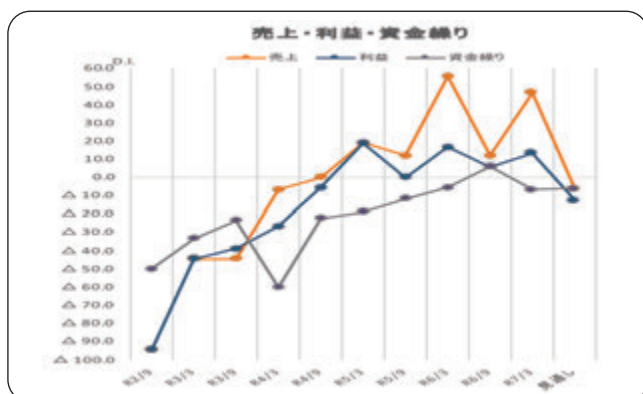
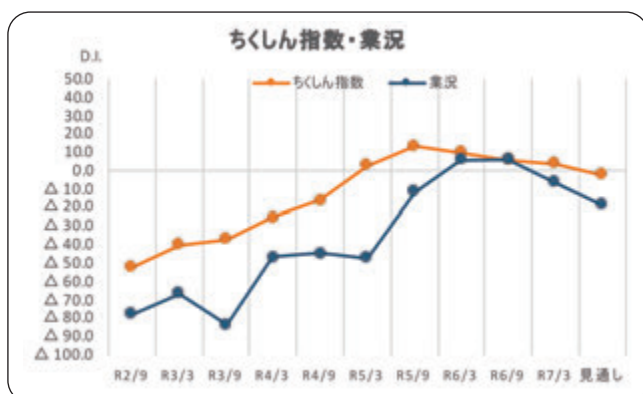
### ★調査員コメント★

- ・R7年夏場以降の受注が少なく、資金繰りに不安あり。(機械卸売)
- ・売上増加するも、仕入価格も増加していることから、業況はあまり変わらず。(その他卸売)
- ・同業大手との競争が厳しい。(その他卸売)
- ・業況に変化なし。物価高騰に伴う価格転嫁を引き続き推進する方針。(建築材料卸売)
- ・経営状況に大きな変化なし。経営上の重点施策を行っていく。(その他卸売)
- ・農機具価格上昇傾向、当社も値上げ実施済み。(機械器具卸売)
- ・例年の冬場と比較して売上減少。卸先等の売上不振によるもの。(その他卸売)



## 小売業

# ～ 業況は悪化に転じ、今後厳しさが増す見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比2.2ポイント減少し、プラス3.8と好調感は縮小した。今後はマイナス2.6と6.4ポイント減少し、悪化に転じる見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比12.2ポイント減少し、マイナス6.3と悪化に転じた。今後はマイナス18.8と12.5ポイント減少し、厳しさが増す見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比34.9ポイント増加し、プラス46.7と増加幅が拡大した。今後はマイナス6.3と53.0ポイント減少し、増加から減少に転じる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比7.4ポイント増加し、プラス13.3と増加幅が拡大した。今後はマイナス12.5と25.8ポイント減少し、増加から減少に転じる見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比12.6ポイント減少しマイナス6.7であった。今後はマイナス6.3と0.4ポイント減少し、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(6)」「売上不振(6)」「利幅の縮小(5)」「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(7)」が最も多く「利幅の縮小(5)」「人手不足(5)」「同業者間の競争(4)」「人件費の増加(4)」と続いた。

| 調査項目   | R2/9   | R3/3   | R3/9   | R4/3   | R4/9   | R5/3   | R5/9   | R6/3   | R6/9   | R7/3   | 見通し    |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ちくしん指数 | △ 52.2 | △ 39.8 | △ 37.1 | △ 25.4 | △ 15.9 | 2.5    | 13.3   | 10.0   | 6.0    | 3.8    | △ 2.6  |
| 業況     | △ 77.8 | △ 66.7 | △ 83.3 | △ 46.7 | △ 44.4 | △ 47.1 | △ 11.8 | 5.6    | 5.9    | △ 6.3  | △ 18.8 |
| 売上     | △ 94.4 | △ 44.4 | △ 44.4 | △ 6.7  | 0.0    | 18.8   | 11.8   | 55.6   | 11.8   | 46.7   | △ 6.3  |
| 利益     | △ 94.4 | △ 44.4 | △ 38.9 | △ 26.7 | △ 5.6  | 18.8   | 0.0    | 16.7   | 5.9    | 13.3   | △ 12.5 |
| 販売価格   | △ 11.1 | 0.0    | △ 11.1 | 33.3   | 27.8   | 50.0   | 41.2   | 38.9   | 35.3   | 60.0   | 25.0   |
| 仕入価格   | 5.6    | 0.0    | 16.7   | 40.0   | 77.8   | 81.3   | 88.2   | 66.7   | 47.1   | 80.0   | 50.0   |
| 在庫過剰感  | △ 27.8 | △ 11.8 | △ 5.6  | △ 6.7  | △ 5.6  | 6.3    | 0.0    | 22.2   | 5.9    | 6.7    | 6.3    |
| 資金繰り   | △ 50.0 | △ 33.3 | △ 23.5 | △ 60.0 | △ 22.2 | △ 18.8 | △ 11.8 | △ 5.6  | 5.9    | △ 6.7  | △ 6.3  |
| 残業時間   | △ 38.9 | △ 22.2 | △ 18.8 | △ 13.3 | 0.0    | 11.8   | 11.8   | 5.6    | △ 5.9  | 0.0    | 0.0    |
| 人手不足感  | △ 27.8 | △ 16.7 | △ 23.5 | △ 14.3 | 11.1   | 11.8   | 5.9    | 22.2   | 17.6   | 31.3   | 25.0   |
| 運転資金借入 | 66.7   | 5.6    | △ 38.9 | △ 33.3 | △ 27.8 | △ 23.5 | 5.9    | △ 16.7 | △ 23.5 | △ 12.5 | △ 12.5 |
| 設備資金借入 | 5.6    | 11.1   | △ 41.2 | △ 7.1  | △ 23.5 | △ 35.3 | 5.9    | △ 5.9  | △ 23.5 | △ 12.5 | △ 18.8 |
| 繁華街回数  | 1.9    | 0.5    | 0.4    | 0.9    | 1.0    | 1.2    | 1.8    | 2.0    | 2.0    | 0.9    | △ 18.8 |
| 接待回数   | 0.8    | 0.2    | 0.1    | 0.4    | 0.5    | 0.2    | 0.6    | 0.9    | 0.7    | 1.0    | △ 12.5 |

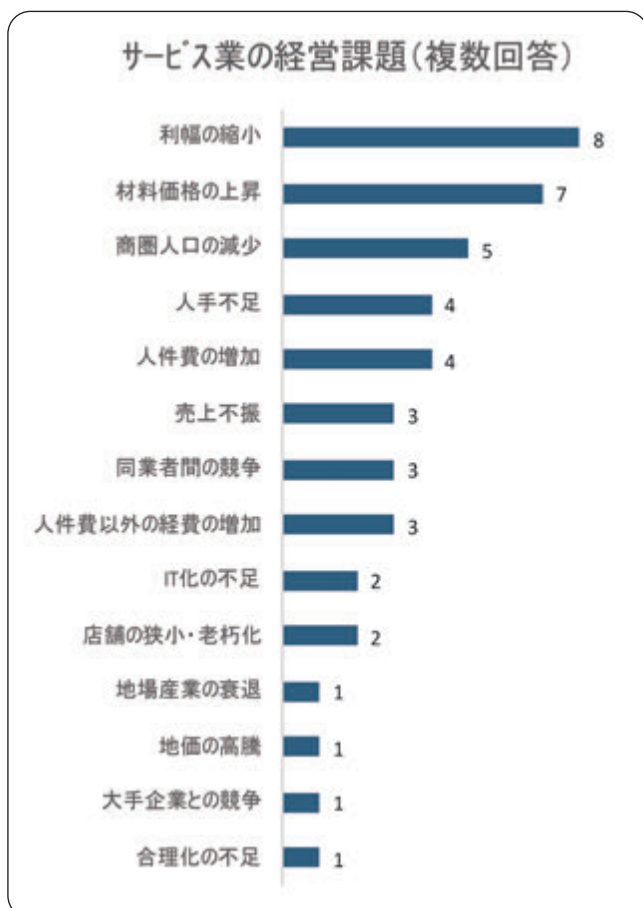
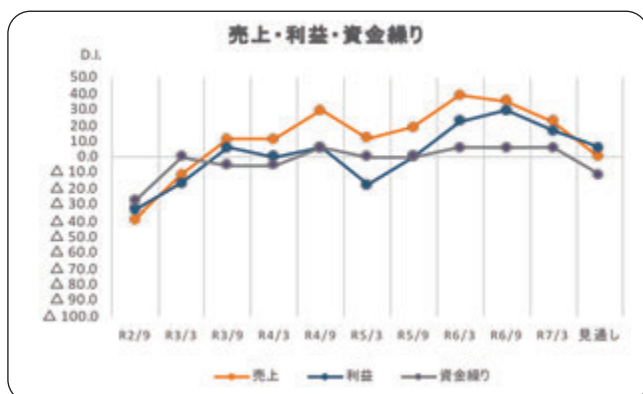
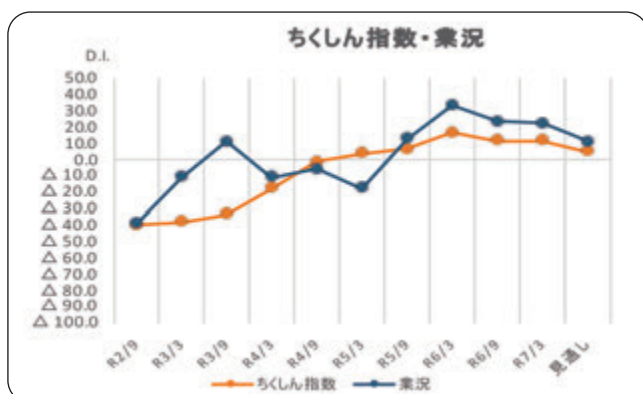
### ★調査員コメント★

- ・年末年始は多くの団体客などにより、売上は回復傾向にあるが、閑散期は中々厳しい状況が続く。当社はアルバイト(学生、フリーター)が多いが離職率も高く、人材確保に苦戦している。(飲食業)
- ・売上はコロナ終息以降回復傾向にあるが、仕入価格高騰のため利益率悪化。今後は原価率改善と固定費の見直しを課題。(飲食業)
- ・人材確保が必要であるが、その他経費の増加もあり、難しい。(自動車販売業)
- ・経営改善計画書を作成し業況の改善を図る。(飲食業)
- ・趣味の店では、取扱いジャンルがコンテンツ的に現在厳しい状況であるが、機会好転を待つ。(その他小売)



## サービス業

# ～ 業況はほぼ横ばいで、今後は弱まる見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比0.4ポイント減少し、プラス11.4と好調感はほぼ横ばい。今後はプラス4.5と6.9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1.3ポイント減少し、プラス22.2と好調感はほぼ横ばい。今後は11.1ポイント減少しプラス11.1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13.1ポイント減少し、プラス22.2となり増加傾向が一服した。今後は22.2ポイント減少しプラスマイナスゼロの均衡となり増加幅は大きく縮小する見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比12.7ポイント減少し、プラス16.7と増加傾向が一服した。今後はプラス5.6と前期比11.1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ポイント減少し、プラス5.6とほぼ前期並みとなった。今後はマイナス11.1と前期比16.7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(8)」「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)」であったが、今期は「利幅の縮小(8)」が最も多く、ついで「材料価格の上昇(7)」「商圏人口の減少(5)」となった。

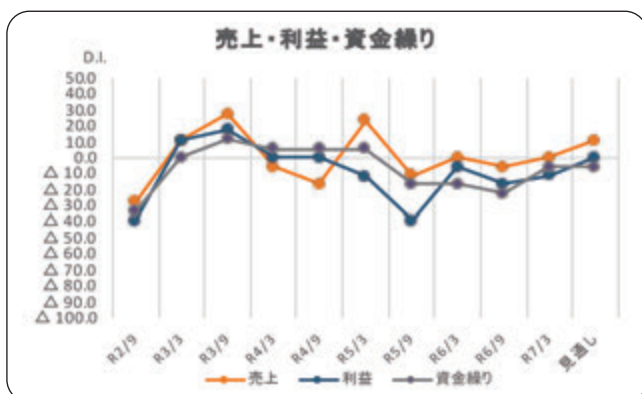
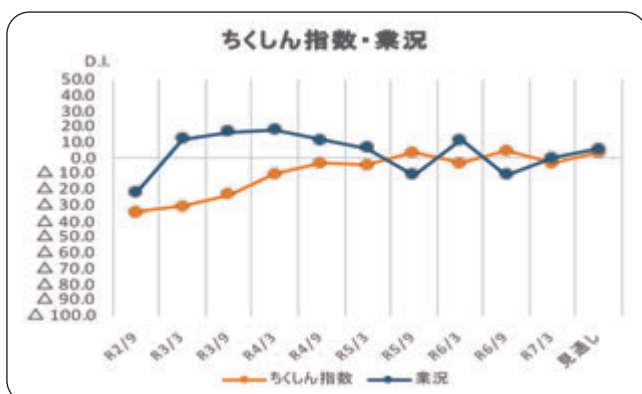
| 調査項目   | R2/9  | R3/3  | R3/9  | R4/3  | R4/9  | R5/3  | R5/9  | R6/3  | R6/9  | R7/3 | 見通し   |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|
| ちくしん指数 | △39.5 | △37.8 | △33.3 | △17.8 | △1.2  | 3.5   | 6.3   | 16.7  | 11.8  | 11.4 | 4.5   |
| 業況     | △38.9 | △11.1 | 11.1  | △11.1 | △5.9  | △17.6 | 12.5  | 33.3  | 23.5  | 22.2 | 11.1  |
| 売上     | △38.9 | △11.1 | 11.1  | 11.1  | 29.4  | 11.8  | 18.8  | 38.9  | 35.3  | 22.2 | 0.0   |
| 利益     | △33.3 | △16.7 | 5.6   | 0.0   | 5.9   | △17.6 | 0.0   | 22.2  | 29.4  | 16.7 | 5.6   |
| サービス価格 | △6.3  | 0.0   | 0.0   | 11.1  | 12.5  | 11.8  | 25.0  | 33.3  | 11.8  | 44.4 | 33.3  |
| 仕入価格   | 0.0   | 11.8  | 11.8  | 55.6  | 47.1  | 52.9  | 75.0  | 52.9  | 50.0  | 61.1 | 55.6  |
| 資金繰り   | △27.8 | 0.0   | △5.6  | △5.6  | 5.9   | 0.0   | 0.0   | 5.6   | 5.9   | 5.6  | △11.1 |
| 残業時間   | △11.1 | △27.8 | 5.6   | △11.1 | 0.0   | 5.9   | △6.3  | 22.2  | 0.0   | 11.1 | 11.1  |
| 人手不足度  | 0.0   | 5.6   | 22.2  | 11.1  | 5.9   | 17.6  | 12.5  | 33.3  | 17.6  | 22.2 | 22.2  |
| 運転資金借入 | 50.0  | 44.4  | 16.7  | 5.6   | △29.4 | △5.9  | △18.8 | △5.6  | △23.5 | 0.0  | △11.1 |
| 設備資金借入 | 5.9   | 11.1  | △11.1 | △5.6  | △5.9  | 5.9   | △31.3 | △16.7 | 0.0   | 0.0  | 0.0   |
| 繁華街回数  | 1.7   | 0.7   | 0.9   | 0.9   | 1.6   | 1.9   | 2.1   | 3.4   | 1.8   | 2.4  | △16.7 |
| 接待回数   | 0.7   | 0.4   | 0.5   | 0.4   | 1.1   | 0.7   | 1.3   | 1.7   | 1.3   | 1.5  | △11.1 |

### ★調査員コメント★

- ・値上げは近隣動向を見ながら検討する。現在他社は値上げは見られない。(その他サービス)
- ・取引先は増加傾向、業況は順調に推移。(その他サービス)
- ・人員が不足し現場作業がうまく回っていなかった。受注見込みはあり、今後業況は改善する見込み。(その他サービス)

## 建設業

# ～ 業況は改善し、今後は好転する見通し ～



## 建設業の経営課題(複数回答)



今期のちくしん指数D.I.は、前期比7.8ポイント減少し、マイナス3.3と悪化に転じた。今後はプラス3.3と前期比6.6ポイント増加し、今後は好転する見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比11.1ポイント増加し、プラスマイナスゼロの均衡に改善した。今後はプラス5.6と前期比5.6ポイント増加し、好転する見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比5.6ポイント増加し、プラスマイナスゼロの均衡に改善した。今後はプラス11.1と前期比11.1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5.6ポイント増加し、マイナス11.1と減少幅が縮小した。今後はプラスマイナスゼロと11.1ポイント増加し、改善する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比16.6ポイント増加し、マイナス5.6と厳しさが和らいだ。今後はマイナス5.6とほぼ横ばいの見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「材料価格の上昇(11)」「人手不足(8)」「売上不振(4)」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(8)」「人件費の増加(5)」「同業者間の競争(5)」となった。

| 調査項目   | R2/9   | R3/3   | R3/9   | R4/3   | R4/9   | R5/3   | R5/9   | R6/3   | R6/9   | R7/3   | 見通し    |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ちくしん指数 | △ 34.1 | △ 31.1 | △ 23.3 | △ 10.1 | △ 3.3  | △ 4.8  | 3.3    | △ 3.4  | 4.5    | △ 3.3  | 3.3    |
| 業況     | △ 22.2 | 11.8   | 16.7   | 17.6   | 11.1   | 5.9    | △ 11.1 | 11.1   | △ 11.1 | 0.0    | 5.6    |
| 売上     | △ 27.8 | 11.1   | 27.8   | △ 5.6  | △ 16.7 | 23.5   | △ 11.1 | 0.0    | △ 5.6  | 0.0    | 11.1   |
| 受注残    | △ 27.8 | 16.7   | 22.2   | 5.6    | 11.8   | 5.9    | 5.6    | 5.6    | △ 5.6  | 0.0    | △ 5.6  |
| 利益     | △ 38.9 | 11.1   | 17.6   | 0.0    | 0.0    | △ 11.8 | △ 38.9 | △ 5.6  | △ 16.7 | △ 11.1 | 0.0    |
| 請負価格   | △ 11.1 | 0.0    | △ 5.9  | 5.6    | 5.6    | 23.5   | 16.7   | 27.8   | 27.8   | 33.3   | 33.3   |
| 材料価格   | 22.2   | 22.2   | 77.8   | 77.8   | 77.8   | 88.2   | 94.4   | 83.3   | 83.3   | 83.3   | 66.7   |
| 在庫過剰感  | △ 11.1 | 0.0    | △ 11.8 | 0.0    | △ 5.6  | △ 5.9  | 0.0    | △ 5.6  | 0.0    | 0.0    | 0.0    |
| 資金繰り   | △ 33.3 | 0.0    | 11.8   | 5.6    | 5.6    | 5.9    | △ 16.7 | △ 16.7 | △ 22.2 | △ 5.6  | △ 5.6  |
| 残業時間   | △ 5.6  | △ 27.8 | △ 22.2 | △ 5.6  | △ 5.6  | △ 23.5 | △ 5.6  | 0.0    | △ 11.1 | △ 11.1 | △ 5.6  |
| 人手不足度  | 11.1   | 5.6    | 0.0    | 11.1   | 5.6    | 11.8   | 27.8   | 44.4   | 11.1   | 11.1   | 16.7   |
| 運転資金借入 | 27.8   | 16.7   | △ 22.2 | △ 22.2 | △ 16.7 | △ 11.8 | △ 22.2 | △ 11.8 | △ 5.6  | △ 5.6  | △ 22.2 |
| 設備資金借入 | △ 11.1 | △ 17.6 | △ 22.2 | △ 11.8 | 11.1   | △ 23.5 | △ 27.8 | △ 35.3 | 0.0    | △ 27.8 | △ 27.8 |
| 業率回数   | 1.9    | 1.6    | 0.9    | 2.8    | 2.0    | 2.6    | 2.8    | 3.4    | 2.1    | 2.8    | △ 16.7 |
| 接待回数   | 1.9    | 0.7    | 0.7    | 1.3    | 0.9    | 0.8    | 1.6    | 1.8    | 1.3    | 1.9    | △ 16.7 |

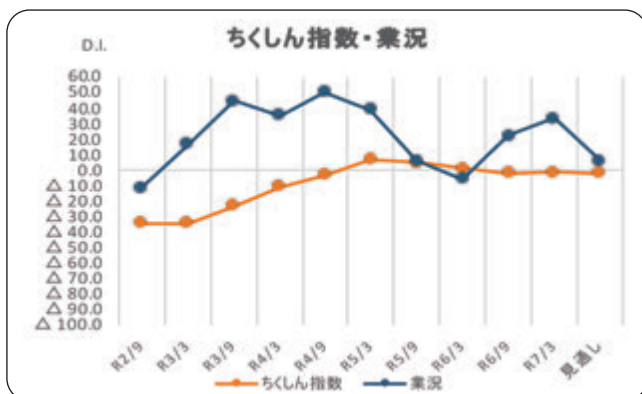
## ★調査員コメント★

- ・建設資材高騰しているものの、販売価格に転嫁できており、資金繰りに懸念なし。(内装工事業)
- ・受注減少傾向、資材高騰、従業員の高齢化等により、事業継続に危機感ある。(一般土木建築業)
- ・増収増益決算となった。今後も安定して業況推移見込み。(一般土木建築業)
- ・原材料費高騰もあり、価格転嫁が追いついていない。(電気工事業)



## 不動産業

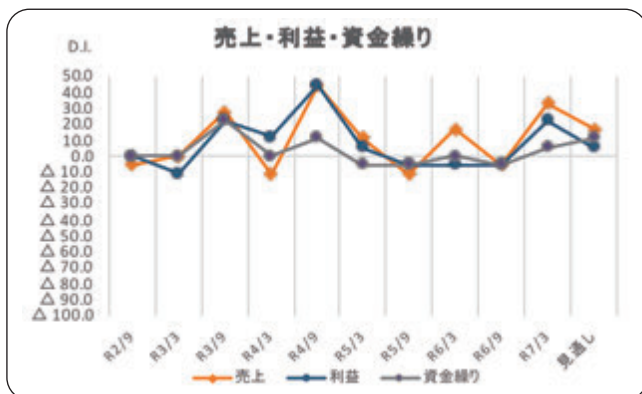
# ～ 業況は好調感が強まるも、今後は弱まる見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比1.1ポイント増加し、マイナス1.1とほぼ前期並みであった。今後はマイナス2.2とほぼ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11.1ポイント増加し、プラス33.3と好調感は強まった。今後は27.4ポイント減少しプラス5.9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38.9ポイント増加し、プラス33.3と好転した。今後はプラス16.7と16.6ポイント減少し、増加傾向が一服する見通しとなった。



今期の利益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5.6と16.6ポイント減少し、増加傾向が一服する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比11.2ポイント増加し、プラス5.6と好転した。今後はプラス11.1と資金繰りは容易となる見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「商品物件の高騰(8)」「同業者間の競争(5)」「商品物件の不足(3)」であったが、今期は「商品物件の高騰(8)」「同業者間の競争(8)」が同順位で続いて「利幅の縮小(6)」となった。

## 不動産業の経営課題(複数回答)



| 調査項目   | R2/9   | R3/3   | R3/9   | R4/3   | R4/9   | R5/3   | R5/9   | R6/3   | R6/9   | R7/3   | 見通し    |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ちくしん指数 | △ 34.5 | △ 34.1 | △ 23.3 | △ 10.6 | △ 3.4  | 6.7    | 4.7    | 1.1    | △ 2.2  | △ 1.1  | △ 2.2  |
| 業況     | △ 11.1 | 16.7   | 44.4   | 35.3   | 50.0   | 38.9   | 5.9    | △ 5.6  | 22.2   | 33.3   | 5.9    |
| 売上     | △ 5.6  | 0.0    | 27.8   | △ 11.8 | 44.4   | 11.1   | △ 11.8 | 16.7   | △ 5.6  | 33.3   | 16.7   |
| 利益     | 0.0    | △ 11.1 | 22.2   | 11.8   | 44.4   | 5.6    | △ 5.9  | △ 5.6  | △ 5.6  | 22.2   | 5.6    |
| 販売価格   | 5.9    | 0.0    | 38.9   | 29.4   | 35.3   | 38.9   | 37.5   | 22.2   | 5.6    | 27.8   | 27.8   |
| 仕入価格   | 6.7    | 0.0    | 38.9   | 47.1   | 41.2   | 41.2   | 50.0   | 47.1   | 16.7   | 27.8   | 33.3   |
| 在庫過剰感  | △ 20.0 | △ 29.4 | △ 38.9 | △ 23.5 | △ 23.5 | △ 5.9  | 12.5   | 5.9    | △ 16.7 | △ 16.7 | △ 11.1 |
| 資金繰り   | 0.0    | 0.0    | 22.2   | 0.0    | 11.1   | △ 5.6  | △ 5.9  | 0.0    | △ 5.6  | 5.6    | 11.1   |
| 残業時間   | 0.0    | △ 23.5 | △ 11.1 | △ 17.6 | △ 17.6 | △ 11.8 | △ 11.8 | 0.0    | △ 5.6  | △ 5.6  | △ 5.6  |
| 人手不足感  | 0.0    | △ 5.9  | 0.0    | 0.0    | △ 6.3  | 0.0    | 0.0    | △ 5.6  | 11.1   | 0.0    | △ 5.6  |
| 運転資金借入 | △ 5.6  | 11.1   | △ 5.6  | △ 11.8 | △ 11.1 | △ 16.7 | △ 5.9  | △ 35.3 | △ 33.3 | △ 22.2 | △ 16.7 |
| 設備資金借入 | △ 22.2 | △ 5.6  | △ 5.6  | △ 5.9  | △ 11.1 | △ 29.4 | △ 11.8 | △ 11.8 | 0.0    | △ 5.6  | 0.0    |
| 繁華街回数  | 2.8    | 0.6    | 0.9    | 1.1    | 1.6    | 1.3    | 2.7    | 2.2    | 2.6    | 3.6    | △ 5.9  |
| 接待回数   | 2.8    | 0.4    | 1.2    | 1.0    | 0.8    | 1.0    | 0.9    | 1.2    | 1.8    | 1.6    | 0.0    |

## ★調査員コメント★

- ・3名の中途採用を行い人材不足解消見込み。営業へ配置予定。(不動産仲介)
- ・売上、利益ともに増加傾向であり安定している。(不動産仲介)
- ・現状家賃引上げは行っていない。現在賃収物件は所有していないため、優良中古物件があれば購入したい。(不動産仲介・管理業)
- ・所有物件の入居率は高い水準で推移しており家賃収入は安定。(不動産賃貸業)
- ・分譲販売は市場の停滞を感じるが、営業力、知名度でゆるやかながら売却できている。(不動産売買、仲介、管理)
- ・現在仲介業務のみ。水害等あることからハザードマップにも注視している。(不動産業)



## 特別調査

**調査目的:** 中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応について調査しました。

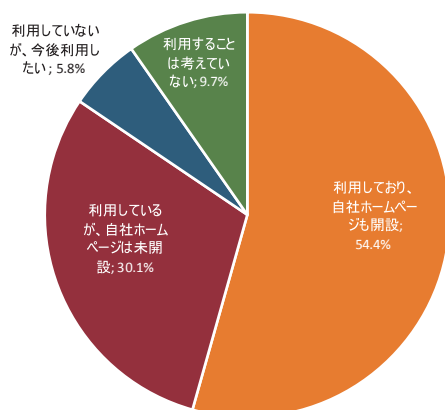
**調査対象:** 「景気動向調査」に同じ

\* 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。

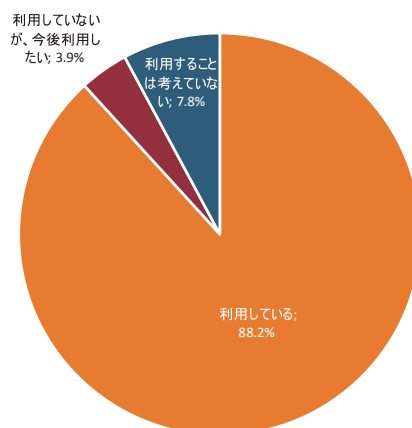


### (1) インターネットおよび電子メールの利用状況

インターネット



電子メール



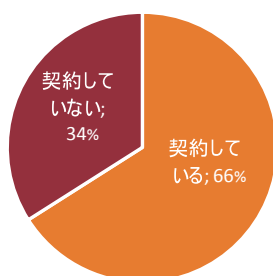
#### ネットやメールの利用率高まる

インターネットの利用状況については、「利用しており、自社HPも開設」が54.4%、対して、「利用しているが、自社HPは未開設」は30.1%、「利用していないが、今後利用したい」は5.8%「利用することはない」は9.7%となった。

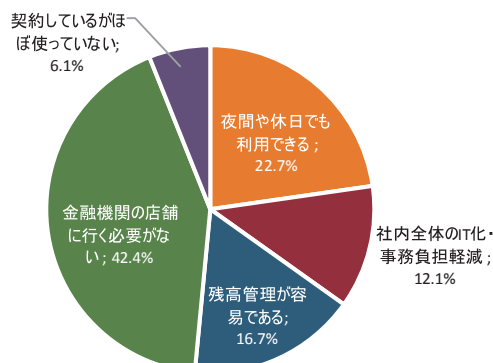
電子メールについては、「利用している」が88.2%、対して、「利用していないが、今後利用したい」が3.9%、「利用することはない」が7.8%であった。

### (2) インターネットバンキングへの契約の有無とその理由

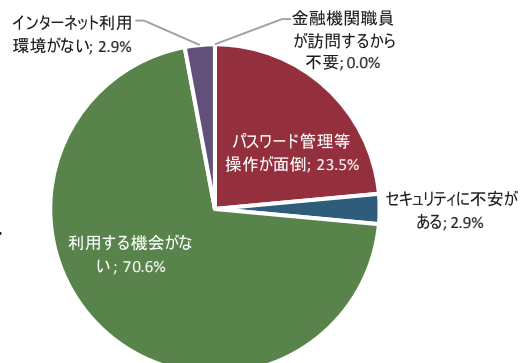
契約の有無



契約している内訳



契約していない内訳



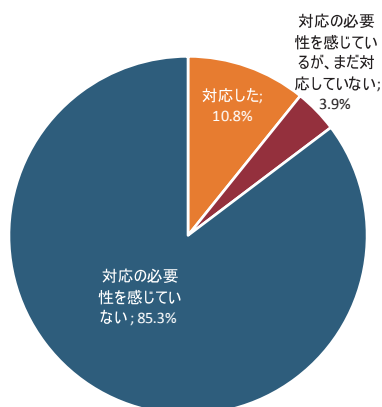
#### 約3分の2がインターネットバンキングを契約

インターネットバンキングの契約状況については、66%が「契約している」と回答した。

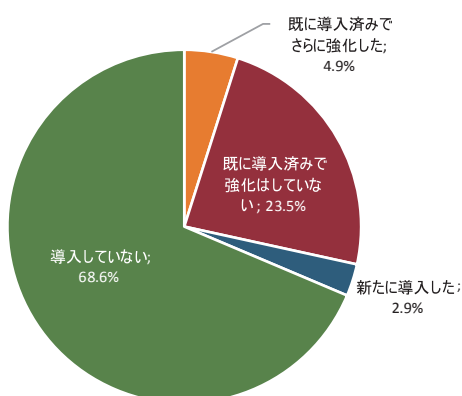
契約している企業の理由や状況については、「金融機関の店舗に行く必要がない(42.4%)」が最も多く、以下「夜間や休日でも利用できる(22.7%)」が続いた。一方、契約していない企業の理由については、「利用する機会がない(70.6%)」が最も多く、「パスワード管理等操作が面倒(23.5%)」が続いた。

### (3) 新紙幣発行に伴う対応状況およびキャッシュレス支払にかかる導入等の状況

新紙幣対応状況



キャッシュレス支払状況

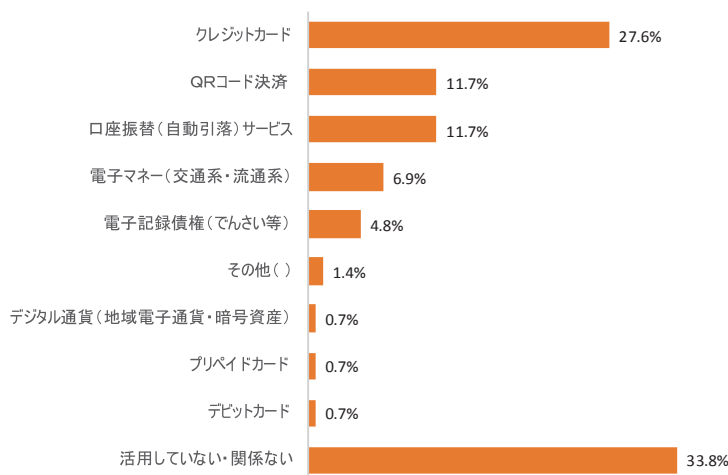


#### 新紙幣への対応は道半ば

新紙幣発行に伴う対応状況については、「対応した」が10.8%に対し、「対応の必要性を感じているが、まだ対応していない」が3.9%となり、必要性があるものの対応していない企業も一定数いることがうかがえる。

また、新紙幣発行を機としたキャッシュレス支払手段の状況については、「既に導入済みでさらに強化した」は4.9%、「新たに導入した」は2.9%にとどまった。

### (4) 活用しているキャッシュレス支払手段

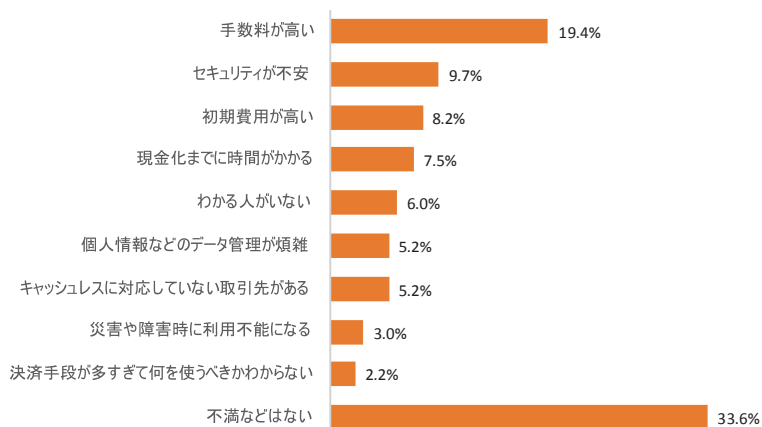


#### 約3分の2の企業でキャッシュレスを利用

活用しているキャッシュレス支払手段については、「クレジットカード」が27.6%と最も多く、以下「QRコード決済(11.7%)」「口座振替(自動引落)サービス(11.7%)」「電子マネー(交通系・流通系)(6.9%)」が続いた。

一方で「活用していない・関係ない」は33.8%となり、残りの66.2%では、何らかのキャッシュレス手段を利用しているとの結果になった。従業員規模が小さい企業ほど利用していない傾向がみられる。

### (5) キャッシュレスに対しての不満もしくは未導入理由



#### 手数料の高さに不満

キャッシュレスに対する不満、未導入の理由については、「手数料が高い」が19.4%と最も多く、以下「セキュリティが不安(9.7%)」「初期費用が高い(8.2%)」「現金化までに時間がかかる(7.5%)」が続いた。

一方、「不満などはない」の回答割合が33.6%となった。

# アクティブプログラムについて

## アクティブプログラムとは

経済学部では、全学部生に対し、四年間のうちに実践的・体験的学修を義務付けており、これは本学経済学部の教育の特色である。具体的には、海外研修、地域事情研修（国内研修）、論文A・B、そしてアクティブプログラムなどの科目を設けている。その中でもアクティブプログラムは、学内外の社会的活動により社会に貢献する取り組みを行うものであり、学生自身が自主的に計画を立て、取り組み、振り返りを行い、能動的に学ぶこと（いわゆるPDCAサイクルに沿って活動すること）を目的とした科目である。

アクティブプログラムは、以前から、いくつかのプログラムが実施されているが、今回、新規に開始したのが、スポーツ（サッカー）を通じた地域連携、社会連携活動をテーマとしたプログラムである。これは2021年9月にアビスパ福岡株式会社（以下、アビスパ福岡）と本学が締結した包括連携を活用したものである。今回はその新規プログラムの活動について簡単に紹介する。

## 活動内容と何をどのように学ばせるのか？

今回は主に3つ活動を実施した。1つ目は、アビスパ福岡ホームゲームの久留米市応援デーでの久留米市のPR活動への参画、2つ目は、株式会社エイジエックとの産学連携プロジェクト「福岡4大学合同アビスパ福岡集客プロジェクト」の活動、3つ目は株式会社ハートアップのFUCKO's Take Action「D&Sサッカーフェスタ「久留米」への参画である。これら3つの活動を実施することを前提に、履修を希望した十一名の学生と計画を立てていった。

私自身、アクティブプログラムを実施するのが初めてであり、授業計画も手探りで、彼らにどのような

に教育していくかを考えることに苦心した。最終的に至った結論が、結果とその過程を重視することである。その理由は、このような取り組みを実施する場合、学生は、当日の活動（結果）に力点を置きがちになる。つまり、当日、どれだけ自分たちが参加したか、頑張ったかである。もちろん、イベント当日の運営、活動は大事だが、その結果を出すためには、どれだけ準備できたか（過程）が大事であり、その過程に大きな学びがあると考えているからである。

そこで、3つの活動に取り組む際に、各関係機関・企業にお願いしたのが、企画段階からの参画であり、幸いにもご快諾を頂けた。そここうしているうちに実際に活動を開始できたのは6月中旬だったので、そこから準備が本格的にスタートした。

以降、簡単に3つの活動について説明する。

## 久留米市応援デー

久留米市応援デーとはアビスパ福岡と久留米市が締結したフレンドリータウン協定に基づいて2023年度から開催されている。具体的な事業は、小学生のホームゲームへの無料招待、久留米市PRブース、物販などが実施されている。私たちは、PRブースの企画・運営を担当した。今回は、時間がない中での企画だったため、限られた時間の中で、学生のアイデアを整理しながら、準備を行った。

企画したのは、PRチラシの作成・配布である。それに加え、地場産くるめからの依頼で「Uの」のお友達登録を中心に活動を行った。

チラシ作成では、デザイン、文言、写真について、久留米市や地場産くるめを確認しながら作業を行った。その際、写真の使用許可をとるなどの多くの経験ができた。また、「Uの」登録を促すためのボードを作成し、当日の物販ブースへの呼び込みを行った。



久留米市応援デー  
(2024年11月3日(日))  
での活動の様子

この活動から学生は、チラシを作成するだけでも多くの手順が必要であること、アイデアを実行することの大変さを学んだと考えられる。また、チラシ配布によるPRはできたが、設置されたブースは活用できていなかったため、これは次回の大きな課題であると、学生自らが挙げた。

このように、企画、実行、振り返りを学生が実践することを経繰り返すことになる。

## 産学連携集客プロジェクト

久留米市応援デーの準備の開始後、同時並行的に「福岡4大学合同アビスパ福岡集客プロジェクト」を開始した。これは、株式会社エイジエックとの産学連携プロジェクトであり、本学以外に、九州産業大学、中村学園大学、福岡大学も参加している。各大学がエイジエックのアドバイスを受けながら、アビスパ福岡ホーム最終戦の集客に関する活動に取り組むものである。

本学の学生が取り組む課題は「福岡の南部地域からの集客UP」であった。この課題に取り組むために、学生は、学内で学生へのアンケートを実施し、その結果にもとづいて、学生の観戦バスツアーを企画した。アンケート実施前における程度の予測はしていたが、実際にアンケートを集計してみると、サッ



# 久留米大学だより

カーに興味を持っていない学生が多く、持っている学生でもアビスパ福岡に興味をもっている学生は皆無に近く、観戦しない理由も遠いという結果が出た。

この結果を踏まえ、往復の交通費込で三千円の観戦ツアーを計画し、11月14日から約2週間、昼休みにチケット販売を行った。四十枚の販売を目標としたが、結果は五枚だった。また、協賛の協力を久留米の企業、事業者に依頼にいき、一万一千円の協賛金を得ることができた。さらに、購入した学生が当日のバスツアーを楽しんでもらえるように、推し選手の紹介冊子を作るなどの工夫を自ら考え、実行した。

これらの活動は十二月十三日に四大学の学生会し、結果報告会が開催され、各大学がアビスパ福岡の関係者をはじめ、スポンサー企業などに報告を行った。

その報告の中で、来年も挑戦したいと締めくくったことは、単なる振り返りによる気づきだけでなく、失敗を次につなげたいという意識への変化であり、教える側にとつては予想以上の収穫であった。

## Fukuoka Take Action

### 「D&Iサッカーフェスタ in 久留米」

最後に紹介するのが、D&Iサッカーフェスタ in 久留米である。このイベントは株式会社ハートアップが主催、アビスパ福岡の協力で開催されたイベントである。イベントの趣旨は、発達に不安や心配があるなどの様々な理由によってスポーツに挑戦できない子供たちに、誰もが参加できるサッカーフェ



報告会で活動結果を報告する本学学生  
(2024年12月13日(金))

スタを開催することでその様な子供たちの未来づくりをサポートすることである。

この活動で担当したのは一般募集の広報・募集活動、チラシの作成、メインのサッカー教室以外の企画、キッチンカーの選定、その他、運営に関する準備である。

なかなか全体的な企画が定まらない中での準備だったため、学生たちは苦労したと思われる。そのような中でも、ハートアップの職員さんに同行し、近隣の学校などへ広報・募集活動を行った。また、参加者を想定して、ゲームコーナーを企画し、自らの創意工夫でゲームコーナーの道具の準備、ルールの作成などを行った。キッチンカーの選定、連絡では、最初は、どのように連絡するかさえ、手間取っていたが、連絡を重ねるうちに、スムーズなコミュニケーションが図れるようになったようである。

当日は小雨だったが、約百五十名の小学生の参加があった。サッカー教室には、アビスパ福岡の松岡大起選手、岩崎悠人選手がゲストとして参加し、子供たちとサッカーでふれあい、大盛況のうちに終了した。学生は、頑張つて準備したボード等を使用することができなかったという不運もあったが、最後までイベントの成功のために奮闘してくれた。

反省点は、全体的に行動が遅く、準備が前日夜まで



サッカー教室の様子



学生によるゲームコーナー

かかってしまったこと。当日のコミュニケーションが足りなかったことが挙げられた。

## 総括と今後の展望

今回のプログラムを履修した、学生の反応は「大変だったけど、いろいろな経験ができて良かった」という感想が多かった。私からみても開始当初に比べるとかなりの成長を感じられたので、プログラムの目的はある程度達成できているものと思われる。

他のプログラムでもそうだが、授業としてのプログラムは終わるものの、履修した学生には、一回限りでは、折角の反省が活かされにくい。そこで、学生に引き続きの活動の継続を呼びかけた結果、数名が挑戦したいと表明してくれている。次年度は新たな履修者が加わることになるので、さらに活動を深められるようにしたい。



アクティブプログラム参加学生

久留米大学  
経済学部経済学科  
教授

野崎 竜太郎  
教授



### 【略歴】

2017年4月より久留米大学経済学部准教授、2019年10月より同大学経済学部教授、現在に至る。主に企業統治に関する研究を行っています。

### 【著書】

細江守紀(編著)『企業統治と会社法の経済学』勁草書房、2019年6月  
第3章「経営者の保身行動と企業統治」および、第11章「買収防衛と株主保護」を分担執筆。

【趣味など】 サッカー観戦、旅行



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。

## 立花鉄工建設株式会社

### 「確かな技術で未来を創造する」

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。

私たちの会社は、昭和52年に先代が創業し、法人設立48年の総合建設業（ゼネコン）です。一昨年9月に創業者である父が会長に就任し、私が2代目として代表取締役を務めています。

当社は、一般的な建築に加え、物流センター、定温冷凍倉庫、食品加工場など、衛生管理が求められる特殊な施設の建設を得意としています。売上の約8割は、自社で設計・施工を行う建築プロジェクトです。

Q、御社が誇れること、こだわりはなんですか。また、経営する上でこのようにすることを意識しているのか。



立花鉄工建設株式会社  
代表取締役

平島 周 さん

外注比率が非常に少ないのが強みです。鉄骨の加工場などを持つことで、内製化し、自社で鉄骨を作ることが出来ます。

また、建築土木重機で穴を掘ったり、コンクリートを打設したりすることの出来るオペレーターや作業員を自社で雇用しているため、外注する必要がなく、そのコストを抑えることが可能です。そのため、他社と比べて外注費が少ないと言えます。そして、特殊な建物についての企画力で負けることはなく、コスト面や運用面でもいいものを提供することが出来ていると考えています。

経営上で意識していることは、付加価値をどうつけていくかを大切にしています。例えば、他社様と競合になったとき、弊社を選んでいただく為にメリットをどう付け加えるかを考えています。弊社に任せていただければ、長いお付き合いのなかで知り合えてよかったと人間的な付加価値を付けられる。お客様に弊社が違ってお客様をつなげ、お客様の事業をより良くなるようにできれば、付加価値を付けて差上げることができたと考えています。

Q、会社として挑戦したい、伸ばしていきたいことはなんですか。

伸ばしていきたいところは内製化と収益物件の建築の2つです。弊社の安定的な収益を確保するために、この2つを更に伸ばしていくのが大きな目標です。







その中でも収益物件の賃貸は弊社にとって安定的な収益が確保でき、また賃借いただくお客様にとってもニーズを反映させた建物を建築できるというお互いにWINWINの事業であると考えます。近いところでは今年の3月には2棟の引渡しがあり、10月にも1棟引渡しがある予定です。

弊社の賃貸物件で、長い期間ご入居頂いて入居企業様の安定した経営を支援することができるともこの事業のやりがいだと捉えております。

近年は、関東圏の物流関連の企業が物流の中継地として九州のI-C付近を物色しており、弊社の営業基盤である八女地区は特に引き合いが多い地域であります。そういった企業の九州の営業拠点として、今後もさらなる発展、ニーズが見込めるものと考えております。

**Q. 大企業と比較した場合、中小企業の強みは何ですか。**

一長一短あるので、強みになるか弱みになるかわからないですが決断力の早さです。例えば、営業担当者が取引先を見つけた時に私と電話1本ですぐやらせていただくことが出来ます。

私と現場が近いところがあるので、決断のスピード感は大企業より優れていると思います。そのときの状況次第で、実行の指示ができると考えています。

**Q. どのような人材を求めていますか。**

仕事に対してやりがいやプライドを持ち、学ぼうとする意欲がある人です。前向きな考えや多くの意欲をもっている人の方が成長の伸びしろが大きいので、こういう人材を求めています。

**Q. 学生へのメッセージ**

ある程度、目標が決まっているならば、自分がそこに到達するためには何が必要なのか、それを今のうちに考え、準備しておく、スタートラインが違ってきます。目標が決まっていなくても、とりあえず取り組んでみて、自分に合わないなと思ったら、転職などすればいいと思います。だから、なんでも挑戦をして、自分に一番合う業種を見つけて欲しいです。

また、大学を卒業して就職をすると、その企業には、大学に進学せずに、仕事をしている人たちが勿論いるわけであって、その人たちの勢いに圧倒されるのも良い経験でしょう。だけど、そこで打ち勝てるような精神力を持つて欲しいと思います。



#### 立花鉄工建設株式会社

〒834-0004

福岡県八女市納楚697-1

TEL.0943-24-8101 FAX.0943-24-8102

<http://www.tachibana-tk-k.jp>

E-mail:m-hirashima@tachibana-tk-k.jp

今回の取材を通して、自社での設計、施工の強みを持ち、特殊な施設にも対応できる会社であることがわかりました。また、その規模をより広げるための人材育成や平島社長のこだわりについてのお話しが聞けてよかったです。

新西晃聖

今回の取材や会社見学を通じて、自社ならではの鉄鋼の加工場などを持ち、外注比率を下げているところに、企業努力を感じました。この経験を今後の就職活動に役立てていきたいです。

高山寛未



今回、話を聞いた上で、仕事がどんなものかより想像することができました。学生がアルバイトで経験できることより、もっと深いことが分かりました。先を見据えて何を行動しなければならぬのか、規模を大きくするためには自分自身や自社の方針、強みをしっかりと理解していなければ、上を目指すことはできないのだと実感することができました。

南康陽

今回の取材を通して、やり方一つで売り上げや利益が変わっていくことを勉強できました。強みである建設を生かし、賃貸などの部門に分けて仕事の内容が分かれているところに刺激を貰い、良い時間になりました。

井手徹

今回の取材を通して、「自分の仕事にプライドを持てるかどうか」という社長の言葉がとても印象に残っています。私も自分の職業に誇りを持てるようなところで働きたいなと思いました。

後野史陽





# 次世代を担う人づくり ～大学生の編集者体験～

## キャリアゼミによるランドセルランドプロジェクト

2024年12月21日、久留米シティプラザ六角堂広場において久留米大学キャリアゼミのメンバーが、ランドセルを無償で配布するイベント「ランドセル+αプロジェクト」を企画・運営いたしました。

### 【ランドセル+αプロジェクトとは】

ランドセル+αプロジェクトは、元々NPO法人次世代のチカラ、九州産業大学造形短期大学部から声をかけていただき、多くの方々との共同プロジェクトとしてスタートしました。これまで6年間使われたランドセルを新たに必要としている子どもたちにお届けする活動です。当時、久留米市の4人に1人の家庭が経済支援を必要としている現状を知り、久留米の大学生としてなができるかを考え少しでも力になればと思い取り組みました。イベントでは単にランドセルを渡すだけではなく、実際に参加してくれる子どもたちが楽しく学べる「知育・体育・創育」の場になるよう大学生でアイデアを検討しました。

### 【はじめての久留米大学主催】

ランドセル+αプロジェクトは、2022年福岡市にて、九州産業大学造形短期大学部主催で初開催されました。2023年には久留米市で初開催され、私もスタッフの一員としてお手伝いをさせていただきました。2024年2回目となる久留米市開催は、私たち久留米大学のメンバーが中心に開催することになりました。昨年、ご協力いただいた企業または行政はもとより新たな地域の企業とのつながりを増やしてイベントを盛り上げていこうと考えました。協力していただけた企業を探して、会社の役員の方々などを前にプレゼンテーションを行いました。結果として、予想を上回る数の企業から助成金、その他イベントの出版などでご協力をいただくことができました。

した。また、本学のメンバーのみならず、大学を越えて積極的にプロジェクトメンバーと意見交換し、当日のイベントに向けて試行錯誤しながら準備をしてきました。



写真3:当日の会場(受付)



写真2:当日の会場(協賛・協力企業案内)



写真5:久留米大学イベントブース



写真4:久留米大学イベントブース

【イベントに向けて広報活動】  
ランドセルランドについて、1人でも多くの方に知ってもらおうと久留米市役所を通じて、保育園・幼稚園の年長の子どもたちへチラシの配布をお願いしました。また、協賛・協力いただいた企業・団体の皆様にもお客様などへのチラシ配布をお願いしました。その他、朝の情報番組内で



写真7:テレビでのPR活動(全体)



写真8:テレビでのPR活動(代表者)

のPR、新聞へのイベント告知の記事掲載もお願いしました。特にテレビでのPRは、何度も企画を検討して練習をし、本番に臨みました。後日開催したランドセルランドでは、「テレビを見て来ました」とお声掛けをいただく場面があり、地道な活動が多くの方に伝わっていることを実感し、とてもうれしく思いました。

### 【ランドセルランドへの想い】

ランドセルを必要としている家庭に届けることはもちろんですが、子ども達には自分で選んだランドセルを来年度からの小学校生活をもっと楽しみなってほしいという想いがありました。そのため企業・学生のオリジナルブースを楽しみながら体験できるよう検討しました。久留米大学のブースは、小さなお子様でも楽しめるダーツゲームを実施することにし、点数に応じて動物や学校をモチーフとした消しゴムのプレゼントを行いました。手探りでつくったランドセルランドは、子どもたちとご家族の笑顔が多く見られ、私たちにとっても大きな達成感を得ることができました。

### 【当日のイベント会場ごと】

当日は、朝8時半から会場準備を開始、協賛企業の方も準備に加わってくださりました。午後1時開始前から多くの方がお越しくださり、当日は合計185人がランドセル

ランドに会場していただきました。私は全体を見ながら各ブースを補助しました。どのブースも子どもたちの笑顔で、関係者全員心あつたまるイベントになりました。最終的には、お譲りできたランドセルは42個、寄付していただいたランドセルは149個でした。

### 【イベントを振り返って】

はじめての久留米大学主催ということでもゼロからイベントの企画、協賛活動、広報活動と多くのタスクをこなしながら準備してきました。「ランドセルを必要としている家庭に届けたい」という想いで地域・企業とつながることができたと感じました。私は現在4年生で今年度の活動で卒業となりますが(令和7年3月卒業)、次の代に引き継ぎ、新たなメンバーで活動をつないでもらいたいと思っています。1人でも多くの方にランドセルを通じて大学、地域、企業つながりが広がることを期待しています。



写真6:スタッフメンバー



久留米  
大学生が

Vol.3

# 伝統産業を紹介する!!

筑後地方を代表する伝統産業

〜八女提灯について〜



(株)ヤマグチ様での八女提灯製作現場

## 【提灯の歴史】

日本の提灯の歴史は古く、室町時代に中国から伝わったといわれています。最初は、現在よく見かける折り畳み式の形ではなく竹で作った箱に和紙を貼り付けた簡素なものでした。しかし、日本人の手によって改良され、室町時代の終わり頃には折り畳み式の提灯になっていきました。

八女提灯は当初、八女市の福島町で生まれたことから福島提灯と呼ばれていました。文化年間（1813年頃）に荒巻文右衛門（あらまきぶんえ

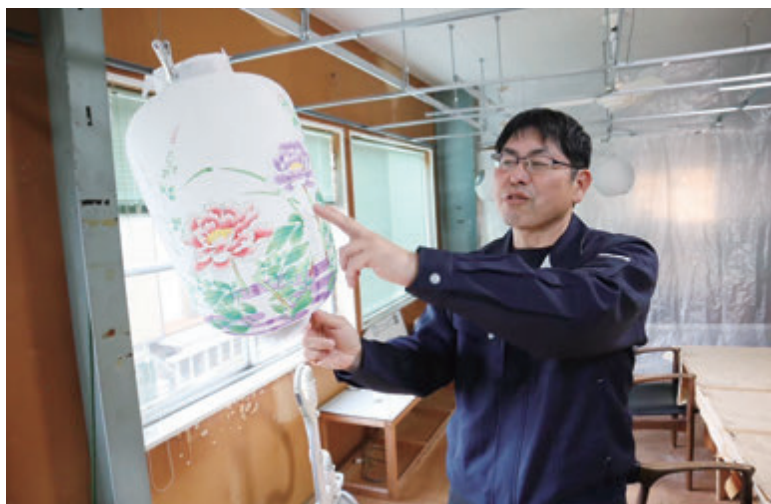
もん）によって創製された福島提灯は、場提灯と称され人気を博していました。その後、同じく福島に住む吉永太平により意匠が凝らされ、提灯の骨に使う竹を細かく裂いて1本に繋げ螺旋状に巻く「条螺旋式」を考案。また、薄紙を用いてほのかに内部が透けるように改良が施され、その後八女地方全域で生産されるようになりました。それにより、福島提灯は美しい螺旋状の骨組みと水彩画が特徴である「八女提灯」と呼ばれるようになり、平成13年（2001年）に国指定伝統的工芸品に指定されました。

## 【二ノズに合わせた提灯】

お盆になると、ご先祖様の霊が迷わずに帰ってくるための道しるべだったり、感謝の意を示したりするための道具として提灯が飾られます。盆提灯といっても、上から吊り下げる提灯。脚がついている提灯。玄関に燈明としてお迎えする門提灯。縁側に飾る送り提灯。洋室のお宅によく使用されるミニ提灯や創作提灯など様々な二ノズに合わせた、たくさん種類の提灯があります。実際に私たちが店舗へ訪問させていただいた際には、提灯の美しさや豊富な種類に圧倒されました。提灯の温かい色味や形には安心感があり、絶やしてはいけないう素晴らしい文化だと改めて感じました。また、盆提灯だけではなくインテリアとしても使用できる提灯もあり、日常の癒しの一部として普及してほしいと感じました。

## 【山口さんの職人としての思いやこだわり】

「地場産業として、できるだけ八女や筑後地域のもので提灯を作り上げたい」。現在は、職人の高齢化や後継者不足、時代の変化により全てを地産



(株)ヤマグチ 代表取締役社長 山口昇平氏から、八女提灯の説明をいただきました

品で賄うことが難しくなってきました。しかし、できるだけ地元のもので作り上げていきたいというこだわりが伝わってきました。

また、提灯を飾るといふ風習を失くしたくないという強い思いも持つていらつしやいました。「風習」というものは、誰でも作り出すことができるが、その分消えてしまうのも早い。提灯というと、私たちにとってはお盆の時期によく見かけるものですが、そもそも飾る文化すらない地域もあるそうです。そのような地域にも提灯の魅力、飾る意味などを知ってもらい、使ってもらいたいと語っていただきました。昔ながらの伝統や技を守りな

から、時代に応じて変化させ作り続けるという姿にとても感銘を受けました。今の若者の中で、日本の伝統工芸に興味がある人はほんの一部だと思います。私たちのように、何かをきっかけに伝統工芸に触れ、魅力を知り、後世に繋げていこうという思いを広げていきたいです。

### 【実際に見学させていただきました】

ヒコ巻きという、提灯の原型に「二条螺旋式」でワイヤー（昔は竹）を巻き付けていく作業。そして、和紙・絹張りという一問事に、和紙または絹を張り、重なった部分を継ぎ目が同じ間隔になるように切る作業を見学させて頂きました。素早く、正確な手つきで作業をされている姿を見ると、私も体験してみたくなりました。等間隔の螺旋の形や薄く繊細な和紙が貼られていく様子は美しく見とれてしまいました。私たちが見学させていただいた提灯は事前にイラストが和紙にプリントされているもので、提灯のカープに合わせてイラストの繋ぎ目を合わせる作業がとても難しそつだと感じました。ひとつひとつの工程に様々な工夫や技術、大きな思いが詰まっており、職人さんの素晴らしいさを痛感しました。

### 【私たちの「リボン」】

今回私たちは、普段提灯に使われている和紙を用いたミニ団扇を製作しました。授業で培った知識を応用し、イラストをパソコンのアプリを用いて、団扇のサイズに合うように調整していく作業です。二苦勞でした。またイラストはイラストレーター（なまけるあひる）さんに仕上げてもらいました。これから暑くなりますので涼みながら伝統産業にぜひ触れてみてください。あいくるの推し活にもびつたりですー！

あいくるが出演するイベントでも紹介し、販売したいと思っています。

### 【ミニ団扇デザイン】

ミニ団扇サイズ

横11.5cm×縦16.5cm



久留米大学 法学部 国際政治学科4年  
小山 りん

久留米大学 法学部 法律学科4年  
前田 はな



2人の裏



はなver.(表)



りんver.(表)



(株)ヤマグチ代表取締役社長 山口昇平氏と記念撮影





# 株式会社 LERIRO

筑後地域をホストエリアとするラグビーチームを率いる株式会社LERIROの代表取締役島川大輝さんにお話を伺いました。



【税理士法人勤務から日本一を目指すコーチに】  
もともとは税理士法人で数字と向き合う仕事をしていましたが、独立後、夢や起業をサポートする経営コンサルをしていました。すると浮羽真真館高校の吉瀬監督からラグビー部を日本一にしたいという依頼が来て、コンサルとして引き受け1年間外部コーチとしてグラウンドに立ちました。ラグビー部はある日突然強くなっていることに気が付き、いきなり日本一を目指すというよりは、関わった卒業生が地域に残り、いつでも後輩たちに教えることができる環境や後援の輪を広げようと思っていました。



株式会社LERIRO  
代表取締役

島川 大輝 さん

【強豪校へのし上がったが直面した課題：そこから生まれた考え】

県内外から生徒が集まるほど強くはなりませんが、浮羽真真館高校で教えれば教えるほど、卒業と同時に生徒が強いラグビーチームがある関東や関西に行つて帰ってこなくなる問題も生まれ、学校中心で成る地域の強さには繋がらなかった。でも、ラグビー部を日本一にするならラグーマンが地域にたくさんいて県外に出た卒業生も帰ってくる地域にしたい。その思いから2021年2月に日本一の社会人チームを作るしかないと考えつきました。その中で、高校生はトップ選手と練習できるコミュニティを手に入れ、その魅力から入学者もさらに増える。尚且つ地元企業の人手不足も改善できるという良い循環を作れるのではないかと考えました。

【想定外の出来事から急ピッチでLERIRO福岡が誕生】

そこから地元で人手不足の企業はあるかとヒアリングを始めていたところ、たまたま2021年4月にコカコーラレッドスパークスという福岡市を中心に活動していたラグビーチームの廃部報道が出ました。まだ諦められなくて福岡のクラブハウスで練習している選手も何人かいたので、一緒にチャレンジしないかと声をかけました。もともとは吉瀬監督のサポートをしながらロングスパンを動かそうと思っていたのですが、すぐにチームを作り、スポーツビジネスを確立しなくてはいけなくなつて急ピッチで2022年4月LERIRO福岡の誕生に向けて奔走しました。4月12日、真真館高校のグラウンドで初めて練習を行った時は3人だけでした。

【設立7ヶ月後に九州チャンピオンに】

LERIRO福岡が誕生したと思いきや、コカコーラレッドスパークスの廃部に続き2022年5月に宗像サニックスブルースというチームが休部したこともあり、9月には36名の選手が集まり、初年度のリーグ戦がスタートしました。そして2022年11月、設立7ヶ月後には九州の数あるチームのチャンピオンになりました。ヒト・モノ・カネが何も無いところから最短、最速でゼロイチを立ち上げるプロジェクトでしたので痺れました。

【今後に向けた課題】

今となつては選手が72人いて、その就職先も45社になりました。選手には安心して、住んで、働いて、チャレンジしていくサポートし、企業には、ラグ

ビーをたくて入ってきている選手たちが仕事を疎かにしたらこのプロジェクトは総倒れなので両立を目標にチームとしてやっていかないとはいけません。また3年目にもなりますと、選手にいつかは訪れる引退のことも考え、せっかく縁をいただいたこの地域で、その後も働いて、住んで、プレイヤーではなく、ルリーロOBとして違う角度からチームに関われるような場を用意したいです。

【これからの目標】

LERIRO福岡というトップチームのベースが出来たので、より多くの選手を呼び込み、地元企業やファンの方を増やしていくことを地域的に取り組みたい。競技面では集まった選手で勝つていくことですね。事業の面では今、480社のパートナー企業がいますけど、大きなスポンサーが離れたからチームが潰れるということがないように、廃部・休部を経験した選手やファンの皆さんが期待する、持続可能な経営をしていきたい。

【スポーツ×地域×OOO】

パートナーと呼んでいるのも、スポンサーというより企業にLERIRO福岡を使つてもらつて一緒に事業共創をしたり、地域を盛り上げたりしたいという気持ちからです。その中でビジネスマッチングしてLERIRO福岡を応援していただこうな企業と出会えた。こんなサービスを受けたらというプラットフォームを目指しています。「スポーツ×地域×OOO」のような、OOOって皆さんなんですけど皆さんとのコラボで盛り上げられる可能性や未来があると思うんですよね。そういうところにスポーツがもたらす産業、地域創生にチャレンジしたいです。



株式会社LERIRO

〒839-1321

福岡県うきは市吉井町18-10





パティスリー シュエット  
**patisserie chouette**

たくさんの方にお菓子を通して、「幸せで素敵なひととき」を過ごしていただきたいという想いで「patisserie chouette(パティスリー シュエット)」を経営されている山川 浩範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しょうか。

長年、ケーキ職人として勤務しており、以前から「いつかは自分のお店を持ちたい」と考えていました。私の年齢が49歳ということもあり、タイミング的にも「今お店を持つことができたらいいな」と思い、起業することを決めました。お店を持つなら、「生まれ育った地元で開業したい、地元で愛されるお店にしたい」と思っている中、今の店舗に巡り合うことが



patisserie chouette  
店主  
**山川 浩範** さん

でき、開業に至りました。  
また、田主丸町、うきは市はフルーツが豊富です。おいしいお菓子を作るには最適ということもこの地を選んだ理由です。素材にこだわった材料を使い、お菓子本来の自然な美味しさを引き出し、その時々季節に合ったフルーツを使ったおいしいお菓子を提供しています。

**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。

一番の課題は資金面でした。資金計画を考える上で、創業計画書の作成については、何もわからない状態でしたので、久留米市が主催する創業塾に参加しました。担当の中小企業診断士の先生からは、創業計画書の作成以外にも集客面のアドバイスや、お店のコンセプト・デザイン面について、同業種などの事例等をふまえた多くのアドバイスがいただきました。

また、筑後信用金庫さんに相談した際、担当の方が親身に相談にのっていただいたので、とても心強かったです。いろんな方に恵まれて、たくさんの方々の力添えがあり、理想のお店を持つことができたと感じています。

**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。

当店は、田主丸町、うきは市の季節ごとのフルーツを使ったケーキを提供しており、ケーキ全般おすすめですが、そして私は焼きものも得意としていますので、焼菓子全般もお客さまから大変ご好評いただいています。特に「フロランタン」というお菓子と「紅茶とイチジクのパウンド」が人気です。「フロランタン」というお菓子は、サブレ生地の上にキャラメルでコーティングしたアーモンドを乗せたフランスのお菓子です。たくさん美味しいお菓子を取り揃えておりますので、皆さまのご来店をお待ちしています。

**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。

令和6年9月にオープンして、今年1年目でもあり、クリスマスやバレンタイン、ホワイトデーなど各イベントが初めての経験となっています。イベントごとの材料の仕入れ等、反省点もあつたため、今年の反省点や良かった点

などを活かし、次の1年、さらに次の1年をお客様に喜んでいただけるように繋げていきたいと思っています。

店名の「Chouette(シュエット)」はフランス語で「フクロウ」という意味とともに「素敵」という意味もあります。そして私自身「フクロウ」が大好きであったため、店名は「Chouette(シュエット)」にしようと思った。ご来店してくださるお客さまに「Chouette(シュエット)」のお菓子を通して、「幸せで素敵なひととき」を過ごしていただけたらと思います。

**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。

経営者となり、経営全般への責任が増しました。経営する上で営業・経理と製造以外のこともしていかなければいけません。販売に関しては、明るいスタッフが揃っていますので助かっています。より多くの方に当店を知っていただくためにInstagramを開設していますが、私はInstagramでの投稿が苦手です。しかし、スタッフが情報発信してくれているため、バランスのとれたチームワークができています。そのため、スタッフに恵まれているなと感じています。

また、起業したことでお客さまから「おいしかった!」と直接嬉しい言葉をかけていただける機会が増え、ご来店していただくことに幸せを感じています。長年培った経験や大好きなお菓子作りを通して、たくさんの方が笑顔になり、いつまでも愛されるお店になりたい。いけるようこれからも邁進していきたいと思っています。



パティスリー シュエット  
**patisserie chouette**

〒839-1234

福岡県久留米市田主丸町豊城574-2

TEL 0943-73-7390

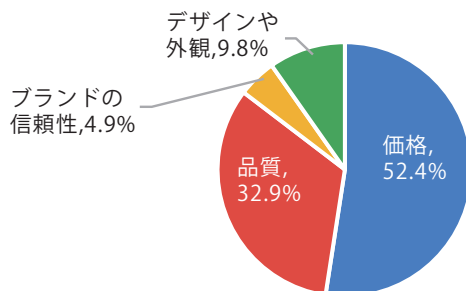




# 久留米大学生にきく！若者のホンネ

久留米大学生82名を対象に、「製品やサービスの購入」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。)

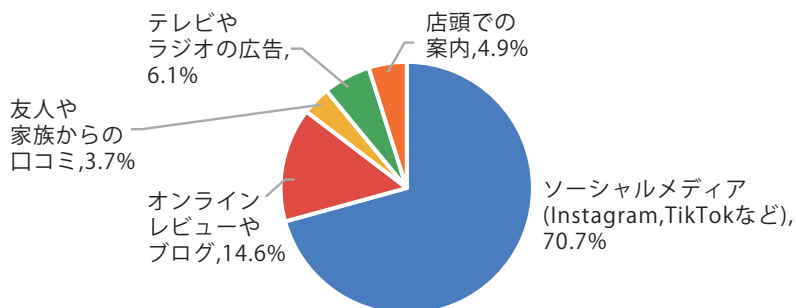
## 購買動機：製品やサービスを購入する際に、何が最も重要ですか？



### やっぱり価格は重要！

「価格」は52.4%で過半数ですが、「品質」が最も重要と思う人も32.9%あり。価格だけじゃない。

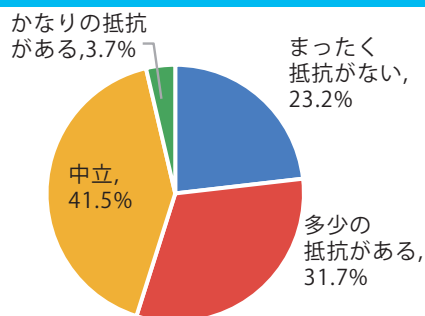
## 情報収集手段：新しい製品やサービスについての情報をどこから得ますか？



### 圧倒的にソーシャルメディア！

「ソーシャルメディア」は70.7%、「オンラインレビューやブログ」は14.6%、情報収集はインターネットー強ですね。

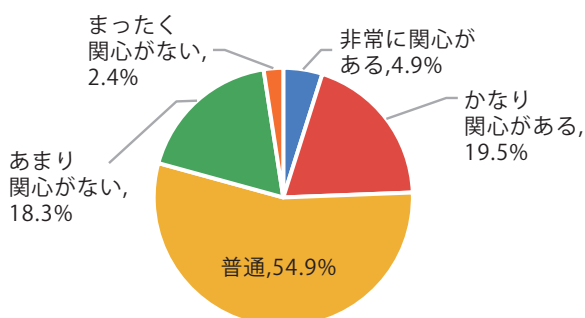
## ブランドロイヤリティ：新しいブランドを試すことにどれくらい抵抗がありますか？



### 新しいブランドを試すことには抵抗少ない！

「まったく抵抗がない」23.2%、「中立」41.5%で計64.7%、約3分の2は抵抗がなさそうです。

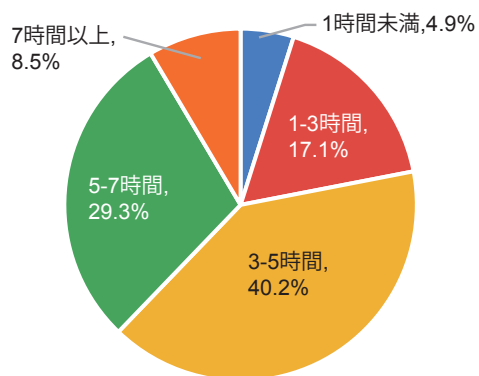
## 環境意識：環境に配慮した製品やサービスに対する関心度はどれくらいですか？



### 約4分の1は関心あり！

「非常に関心がある」4.9%、「かなり関心がある」19.5%で計24.4%、約4分の1は「環境に配慮した製品・サービスなのかな？」という意識を持つようです。

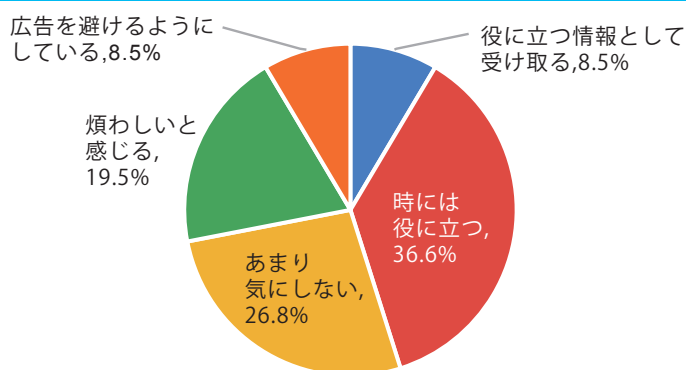
## デジタル行動:1日にどれくらいの時間をオンラインで過ごしていますか？



**学生はオンラインにつながっている時間が長い！**

「3-5時間」40.2%、  
「5-7時間」29.3%、  
「7時間以上」も8.5%、  
学生とデジタルは切り離せないようです。

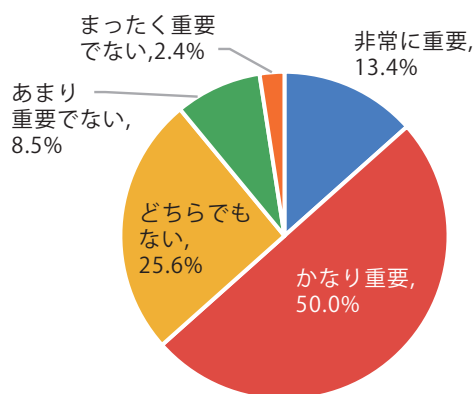
## 広告の受け取り方:広告を見たとき、どのように感じますか？



**広告に対しては臨機応変に対応している？**

「時には役に立つ」36.6%、  
「あまり気にしない」26.8%  
とうまく対応している人が多いようです。

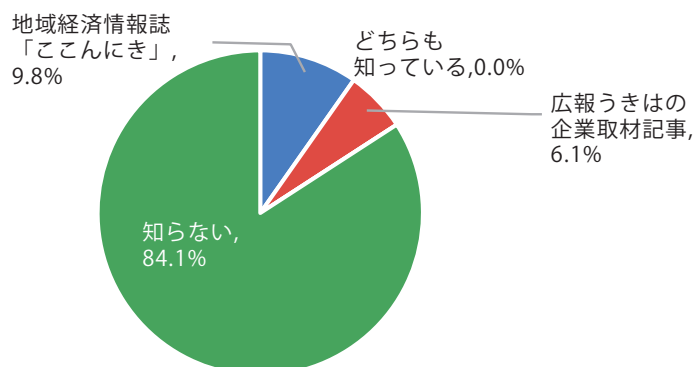
## 社会貢献活動:企業の社会貢献活動(CSR)にどれほどの重要性を感じますか？



**企業の社会貢献活動(CSR)は重要と考える人が多い！**

「非常に重要」13.4%、  
「かなり重要」50.0%  
で計63.4%もあり、学生は企業の社会貢献活動に注目しています。

## 久留米大学と筑後信用金庫と一緒にやっている取り組みを知っていますか



**知らない人が8割超、残念！**

久留米大学と筑後信用金庫は一緒に色々やってるんです。  
この雑誌もそうなんです。  
これを機に、少し知ってくださいね。





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7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。

