

經濟月報

通卷848号 発行日/令和8年5月15日

2026 | 5 | VOL. 153

Economic Monthly Report 2026



16FG

十六総合研究所

CONTENTS



Top interview

トップと語る vol.80

岐阜から世界へ

—「工^{こう}に徹する誇り」が紡ぐ、
アパレル産業の新たな歴史

株式会社 水甚

1

特別寄稿

免許返納後でも気兼ねなく外出できる都市へ

～名古屋市における高齢者の移動実態に即した交通環境の提案～

公益財団法人名古屋まちづくり公社 名古屋都市センター調査課 研究主査 前田 翼

8

特別レポート

観光地の「最適化」を目指して

～岐阜県白川村における、ツアーバス等の駐車場事前予約システムの導入～

14

コラム

INSIGHT — 洞察 発見 本質を見抜く —

100億宣言企業が生み出す力

19

16FGニュース

この街で働くすべての人が、「ず～っと元気」であるために

十六総合研究所は、健康経営[®]に関する各種支援を開始します

20

じゅうろく海外拠点レポート

★ ベトナム

駐在1年目の視点からひもとく「不変」と「激変」の現在地

十六銀行ハノイ駐在員事務所 所長 長谷川 晃照

22

健康コーナー 岐阜大学医学部附属病院 Report vol.103

胸部大動脈瘤^{りゅう}に対する外科治療

岐阜大学大学院医学系研究科 心臓血管外科学 教授 土井 潔

24

税務コーナー 経営に活かす会計・税務 vol.1

会計の目的とは何か

公認会計士・税理士 吉川 明宏

26

今月の 主要経済指標 ぎふ・あいち Data File は、
当社ホームページ (www.16souken.co.jp) に掲載します。

Top

トップと語る

80

interview

株式会社水甚



株式会社水甚 代表取締役社長

中村 好成 氏

NAKAMURA Yoshinari

©聞き手／十六総合研究所 代表取締役社長 澤田 大輔

MIZUJIN Co.,Ltd.

社員の失敗のコストは会社が持てばいいのです。失敗した体験やお客さまに喜ばれる「裏切らないものづくり」の積み重ねが、力になると信じています。

株式会社水甚は、創業77年を迎えた岐阜県ファッションメーカーです。カジュアル衣料の企画・製造から、「ファーストダウン」「アーノルドパーマー」「エディー・バウアー」「ボスゴルフ」といった世界的ブランドの運営まで、その事業領域は多岐にわたります。その原動力となっているのは、創業以来変わることのない「工に徹する」という信念です。

株式会社水葦 代表取締役社長

中村 好成 氏

◎聞き手
十六総合研究所 代表取締役社長 澤田 大輔



FIRST DOWN: ニューヨークの空気感をまとうアクティブで都会的なダウンアパレル



Eddie Bauer: 100年を超える歴史を持つ米国発のアウトドアブランド

今回は株式会社水葦の本社をお訪ねし、代表取締役社長 中村好成さまからお話を伺いました。

「チャイナ・プラスワン」の先へ ——東南アジア生産拠点のリアル



十六総合研究所
代表取締役社長 澤田 大輔

—— 昨今の地政学リスクやコスト高騰を受け、生産拠点の移転が加速しています。貴社の動きは早かったですね。

●中村社長(以下、敬称略): そうですね。中国、ベトナムの工場と直接取引を開始した

のは1990年の事です。その後2001年に中国、2014年にミャンマー、2023年にベトナムに合弁工場を設立しました。以前は中国生産が6割、東南アジア生産が4割でしたが、ここ数年で生産バランスに劇的な変化がありました。現在は完全に

逆転しています。昨年(2025年)の実績では、すでに7割弱が東南アジア。中国の割合は大幅に縮小しました。

—— ミャンマーの政情不安を懸念する声もありますが、現場の状況はいかがでしょう。

●中村: よく聞かれる質問ですが、当社の工場はヤンゴン市内から車で2時間ほど離れた地方にあり、デモなどの直接的な影響はほとんど受けていません。ただ「電力」のインフラは脆弱ですね。

—— 縫製工場では精密な基板を持つミシンも多いですから、急な停電があると影響が大きいのでは。

●中村: その通りです。停電でいきなり電源が断られるとミシンの故障に直結します。また、生産計画に狂いが生じ、ひいては納期に影響が出るので工場敷地内に大規模な自家発電機と蓄電池を備えています。現在は2,000名規模、20



株式会社水葦
代表取締役社長 中村 好成氏

ライン近い体制で運営しており、1ライン80名が並ぶ「ビッグライン」で主にアウターを製造しています。この工場を建てる際、パートナーである合弁会社の社長が熱心な仏教徒で、僧侶を10名ほど招いて、工場を中心に将棋の駒のような形をした「災い除け」の石板を埋める儀式を行ったことが印象に残っています。

—— 日本でいう地鎮祭のようなイメージですね。その工場に2,000名規模の大きな雇用を生んだわけですね。

●中村: 人員募集をかけると、予想を遥かに超える応募がありました。ヤンゴン市内だと少しでも給料が良い方へ流動しがちですが、地方では一度入社すると腰を据えて働いてくれます。

ブランドの魅力は 「歴史」と「ストーリー」

—— 現在、多くの有名ブランドを展開されています。中村社長にとって「ブランド」とはどのような存在ですか。

●中村: 究極的には「商標」であり「信用」ですが、私はそこに「歴史」や「ストーリー」という、資本力だけでは決して買えない絶対的な価値を評価しています。例えば「エディー・バウアー」は、100年以上の歴史を持ち、世界で初めてダウンジャケットの特許を取得したパイオニアです。この重みのある歴史は、一朝一夕には作れません。だからこそ、日本撤退というタイミングで私たちが事業を継承しました。

—— エディー・バウアーといえば、北米での経営破綻(チャプター11適用)がニュースになりました。負債額も巨額ですが、これをどう見ていらっしゃいますか。

●中村: ブランドを管理するオーセンティック・ブランドズ・グループ(ABG)とは密に連携しています。確かに財務的には厳しいニュースですが、ブランド価値は別物です。私がやりたいのは、単なる日本での店舗展開だけでなく、ABGのグローバルなオーダーを自社の生産ラインで引き



ベトナム工場(左、中央)、ミャンマー工場(右): 迅速かつ最高品質の注文に対応できるキャパシティを備える

受けるような仕組みを作ることです。台湾のライセンスには既に当社で販売する商品を買ってもらっており、当社の商品が台湾でも販売されます。ただし、ダウンジャケットはここ、カットソーはあっち……とライセンスを切り売りされるとブランド価値は毀損されます。ABGをコントロールタワーとして、私たちのようなものづくりのプロがその歴史を継承し、今の時代に合わせてブランドを最適化していきたいと考えています。

— 1つの店舗で「ファーストダウン」と「エディー・パウアー」のように、複数のブランドを併設されていますよね。驚いたのは、ポイントサービスを共通化されている点です。ブランドをまたぐポイント制度の運用は本来システム的にも難しいことだと思うのですが。

●中村：他社ライセンスのブランド同士であれば調整が難しいかもしれませんが、「ファーストダウン」はブランドの商標権を自社で保有していますので、施策も柔軟に展開できます。



BOSS GOLF: 洗練されたデザインと機能性を両立したプレミアムなゴルフスタイル



Eddie Bauer 吉祥寺店 (路面店)



Eddie Bauer 大阪 EXPO CITY店



Arnold Palmer 横浜 ジョイナス店

— 「リブランディング」の難しさについてはどうお考えですか。

●中村：ブランドとの出会いは一種の「めぐり逢い」であり、リブランディングの成否を分けるのは「勘」ですね。ただし、勘と言っても闇雲なものではなく、挑戦と失敗を繰り返す中での肌感覚です。失敗したらすぐ方向転換するような柔軟性も重要です。例えば「アーノルドパーマー」なら、かつて傘のマークに親しんだ祖父母世代から、その子どもや孫にあたる30代のファミリー層へ、どう循環を作るか。ブランドのストーリーを、現代の価値観で「再定義」する企画力が不可欠です。

極寒のニューヨークでつかみ取った「ファーストダウン」

— 「ファーストダウン」とのライセンス契約は、貴社にとって大きな転換点になったと伺いました。



水甚本社内ショールーム

●中村：「ファーストダウン」は実用性の高いアウトドア用のスペックを、都会的なセンスでストリートファッションに落とし込んだパイオニアです。ラスベガスの展示会「MAGIC」に出展していた「ファーストダウン」のブースは黒山の人だかりでした。ダメもとで何度も交渉を重ね、どうか契約にこぎつけたのですが、寸前で「やっぱり契約しない」と連絡が来たのです。諦めきれず、急遽、真冬のニューヨークへ飛びました。

— その行動力の源はどこにあるのですか。

●中村：まずやってみる。やってみないと何も結果が出ないので、とにかくチャレンジすることですね。その時、ニューヨークはちょうど大寒波が到来していて。あの時の体と心の寒さは、今でも忘れられません(笑)。ライセンス推進派の社長に対し、ビジネスパートナーである副社長が「自社で世界展開を広げたい」とストップをかけてい

ました。私は毎日のように彼らのオフィスへ通い、日本市場における緻密なビジネスプランを提示し粘り強く交渉を重ねた結果、契約合意に至りました。

— その熱意や誠意が伝わり、1996年から日本での展開が始まったのですね。

●中村：はい。1年目はあえて生産量を絞り、「欲しくても買えない」という飢餓感を作る戦略を取りました。これが当たり、その翌年から当社の柱になりました。その後、ニューヨークに出張した際には、契約に反対していた副社長から「Good job」と言葉をかけてもらいました。契約9年目に「ライセンス料を払い続けるより、自分たちのものにしよう」と商標権の買収交渉を開始しました。当時の私たちには大きな決断でしたが、昨年(2025年)には欧米・中国を含む全世界の販売権を取得し、ヨーロッパでの販売をスタートさせました。

「逆算の商談」と「失敗の蓄積」で実現する高品質

— 貴社のアウター、特に「フィルパワー(FP)800」のダウンを驚きの価格で提供できる理由はどこにあるのでしょうか。



対談風景
株式会社水甚 代表取締役社長 中村 好成氏(右)、
十六総合研究所 代表取締役社長 澤田 大輔(左)

●中村：FP800あれば、少ないダウン量でも十分な膨らみを実現でき、着心地が劇的に軽くなります。一方、FP600で同じボリュームを出そうとすると、ダウン量を増やさなくてはならず、結局コストはそれほど変わらないかもしれません。ならば、最高品質を提供しお客さまに満足していただくことが重要だと考えています。

当社の信条である「工に徹する」つまり「ものづくりを大切に、誇りを持って取り組む」ということを常に心がけています。

それから、全国展開されている大手衣料品量販店向けのPB(プライベートブランド)も手掛けていますが、そこでは4,700円といった価格帯で高品質なダウンを提供しています。これは徹底した「逆算の商談」の賜物です。メンズアウターのトレンドの移り変わりは、レディースほど速くありません。そこを活かし、12月の段階で翌年の冬物の商談をスタートさせます。綿密にデザイン、カラー等を打合せし、まだ他社のオーダーが動いていない時期に生地を発注し、ミャンマーの閑散期に工賃を抑えて生産しています。

—— 海外工場での品質管理において、大切にしていることは？

●中村：1990年にベトナムに進出した当初、温暖な気候で暮らす現地の人々はダウンジャケットを見たことすらありませんでした。「これをいつ、誰が、どう着るのか」という文化から伝える必要がありました。当然、最初は失敗の連続でした。どこよりも早く、たくさん失敗したからこそ、今ではどこにも負けない品質の商品が作れていると



Arnold Palmer : 家族の絆をコンセプトに世代を超えて親しまれるカジュアルウェア

いう自負があります。「なぜか水甚の商品はよく売れる」というお客さまの一言が、社員たちの自信にもなり、さらなる品質向上に繋がるという好循環が生まれています。

岐阜から「憧れの企業」を作る

—— 社長のものづくりへの想いやチャレンジ精神は若い社員の方々にも伝わっているのでしょうか。

●中村：難しいところですね(笑)。最近の子は失敗を恐れる傾向がありますから。ただ、今は私の息子が副社長として、若い世代と同じ目線で向き合っています。私はどちらかというと情緒的で、「かわいそうじゃないか」と情に流される部分があります。しかし、息子は数字でドライに判断する。その公平性が、今の若手には納得感を与えているようです。

—— 人手不足の企業が多いですが、貴社はいかがですか。

●中村：ブランドの影響力は大きく、採用面でもプラスの影響がでています。「アーノルドパー

マー」を展開する前は、女性の応募は本当に少なかったですが、今では男女比が半々ぐらいになりました。最近では、四国や関西、北陸など全国から応募があります。「このブランドをやりたい」という明確な意志を持った若者が、岐阜の地を選んで来てくれます。

—— それは地域にとっても大きな意味があります。岐阜県の人口減少が懸念される中で、貴社のようにグローバルに稼ぎ、地域に雇用と活力を生む「ロールモデル」の存在は不可欠です。

●中村：大それたことは言えませんが、私たちは常に「まずやってみる」という精神を大切にしています。ネット社会になり、情報の同時性は高



本社にて

会社概要

- 本 社 / 岐阜県岐阜市柳津町流通センター1-15-3
- 創 業 / 1949年3月1日 ●設 立 / 1964年7月1日
- 事業内容 / カジュアル衣料全般を企画、製造卸、販売
全国有名専門店、量販店、百貨店、スポーツ店、セレクトショップへの販売 および、ファーストダウン、アーノルドパーマー、エディー・パウアー、ポストゴルフ ブランドの直営店運営

【沿革】 1949年、創業者・水野景右氏が中古ミシン一台で始めたスラックスの縫製加工業が、水甚の原点です。1964年には卸売業への転換を機に株式会社水甚を設立し、高度経済成長期にはメンズ総合アパレルへと事業領域を拡大しました。その後、1990年代からは海外での自社生産体制を確立し、中国・ミャンマー・ベトナムに生産基地を設立。メンズアパレル業界において確固たる地位を築いています。さらに2021年からは、「アーノルドパーマー」をはじめとする直営店の展開を開始しました。創業以来、「工に徹する」という信条を掲げ、確かな品質を強みに世界的ブランド事業を推進しています。伝統を守りながら、岐阜から世界へ挑むグローバルメーカーとして、今もなお新たな歴史を刻み続けています。

まりましたが、やはり「自分の目で見て体験すること」に勝るものはありません。若い社員にはどんどん海外へ行かせたいですね。社員の失敗のコストは会社が持てばいいのです。失敗した体験やお客さまに喜ばれる「裏切らないものづくり」の積み重ねが、力になると信じています。

(対談日:2026年3月2日)

* 取材後記 *

対談を通じて強く感じたのは、中村社長の「即断即決のスピード感」と「歴史への深い敬意」の絶妙なバランスです。100年のストーリーを持つブランドを、岐阜の技術と東南アジアや中国の生産力で再生させる。このダイナミックな経営は、「工に徹する」——すなわち、ものづくりの本質を突き詰め、誇りを持って取り組む姿勢への絶対的な自信があってこそ成し得ることでしょう。また、「現地の電力が足りなければ自ら発電機を回す」という、課題に対する自己完結型の解決能力は、グローバル市場で戦う日本企業にとって一つの示唆を与えてくれるのではないのでしょうか。岐阜から世界ブランドの展開に挑戦する同社から、今後も目が離せません。

免許返納後でも気兼ねなく外出できる都市へ ～名古屋市における高齢者の移動実態に即した交通環境の提案～



公益財団法人名古屋まちづくり公社 名古屋都市センター調査課 研究主査 前田 翼

1. はじめに

名古屋市は、市域全体で公共交通が広く整備されている。一方、名古屋市は政令指定都市の中でも最も高い道路率を有しており、東京23区や大阪市と比較して高い自動車利用割合を示している【図1】。そのため、公共交通が日常的な移動実態と適合していない可能性が考えられる。

また、名古屋市内における年齢3区分別将来人口推計をみると、高齢化率は2023年の約25.5%から2040年には約30.4%へと上昇することが想定されている【図2】。

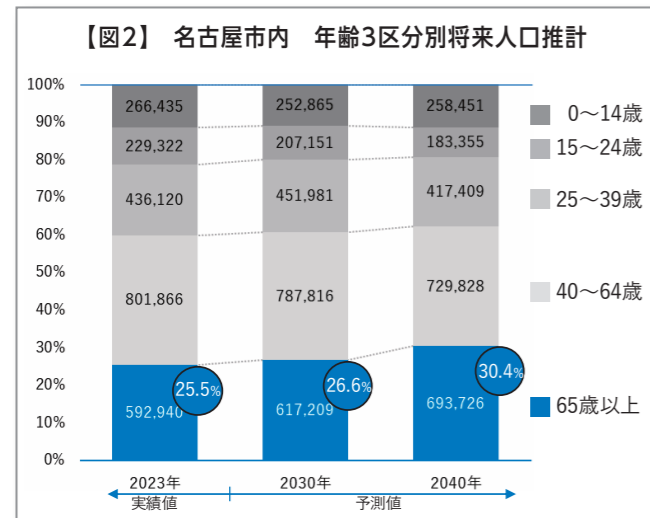
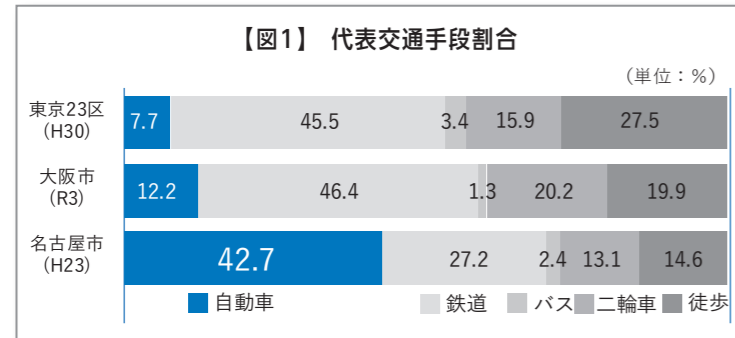
さらに、名古屋市内における世帯類型別将来世帯数推計をみると、高齢単身世帯は、2020年の約13万世帯から2040年の約22万世帯（構成比で

は、約11.6%から約18.8%）へと増加、高齢夫婦世帯は、2020年の約11万世帯から2040年の約13万世帯（構成比では、約9.8%から約10.6%）へと増加することが想定されている【表1】。

以上より、現在、自動車を利用している高齢者が自ら運転できなくなった際、従来のように家族等の送迎に頼ることが困難となる懸念がある。また、人口減少・高齢化が進行することで公共交通サービスの維持が困難になると想定される。そのため、高齢者が自ら自動車を運転できなくなった際に、公共交通サービスが維持されていなければ、外出が困難となる可能性がある。

以上を踏まえ、本研究は、今後、増加すると想定される移動に困難を抱える高齢者を対象として、日常的な移動実態を明らかにするとともに、移動実態に即した交通環境を提案することを目的とする。

なお、本研究では、免許返納者が増加する70歳以上を対象として分析を行った。



【表1】 名古屋市内 世帯類型別将来世帯数推計

	実績値		推計値	
	2020年	2030年	2040年	
一般世帯数	1,119,847	1,168,610	1,181,348	
核家族世帯数	550,240	562,287	561,342	
(構成比)	(49.1)	(48.1)	(47.5)	
高齢夫婦世帯数	109,355	112,074	125,464	
(構成比)	(9.8)	(9.6)	(10.6)	
単独世帯数	505,343	547,877	565,206	
(構成比)	(45.1)	(46.9)	(47.8)	
高齢単身世帯数	130,300	183,204	222,036	
(構成比)	(11.6)	(15.7)	(18.8)	
その他	59,913	54,095	50,449	
(構成比)	(5.4)	(4.6)	(4.3)	
家族類型不詳	4,351	4,351	4,351	
施設等の世帯	2,256	2,256	2,256	
総世帯数	1,122,103	1,170,866	1,183,604	

2. 基礎データの整理

高齢者の外出手段について、名古屋市内の自由目的における移動時間別発生集中度^{*}をみると、自由目的の移動は、20分以内の移動が約6割と多くなっている【表2】。また、これらの移動を代表交通手段別にみると、10分以内の移動では約40%が、11～20分以内の移動では約47%が自動車利用となっている【表3】。これらより、70歳以上の高齢者の自由目的の移動は、短時間移動かつ自動車利用が多い傾向を示している。

^{*}発生集中度: 「出ていく人の移動」と「入ってくる人の移動」を合計して、人の動きを量で表した指標。

【表2】 70歳以上 名古屋市内の自由目的における移動時間別発生集中度

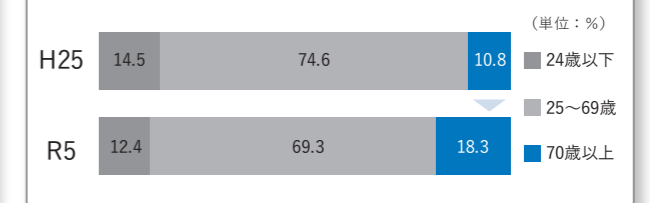
手段計	～10分	～20分	～30分	～60分	～120分	121分～	合計
	34.5%	26.7%	16.0%	16.9%	4.9%	1.0%	100%

【表3】 70歳以上 名古屋市内の自由目的移動時間別代表交通手段別発生集中度

手段計	～10分	～20分	～30分	～60分	～120分	121分～	合計
鉄道	1.3%	7.7%	24.2%	43.1%	46.6%	36.1%	16.3%
バス	1.8%	7.4%	13.2%	14.8%	6.5%	11.2%	7.6%
自動車	39.6%	46.6%	39.8%	27.0%	26.6%	37.8%	38.7%
二輪車	22.2%	13.3%	7.1%	3.7%	4.8%	4.8%	13.3%
徒歩	33.9%	24.0%	14.4%	10.6%	14.5%	8.9%	23.0%
不明	1.2%	1.0%	1.2%	0.9%	0.9%	1.1%	1.1%
手段計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

また、原付以上運転者(第1当事者)の年齢層別交通事故件数(全国)の推移をみると、ここ10年で70歳以上の事故件数割合が約11%から約18%に増加している【図3】。これは、高齢者が自動車を利用しないと満足に移動することができないため、免許を返納することができず、その結果、交通事故が発生してしまっていると推察される。そのため、高齢者が免許返納後も自ら自由に移動できるよう、自由目的の近距離移動に適合した交通環境が求められる。

【図3】 原付以上運転者(第1当事者)の年齢層別交通事故件数(全国)の推移



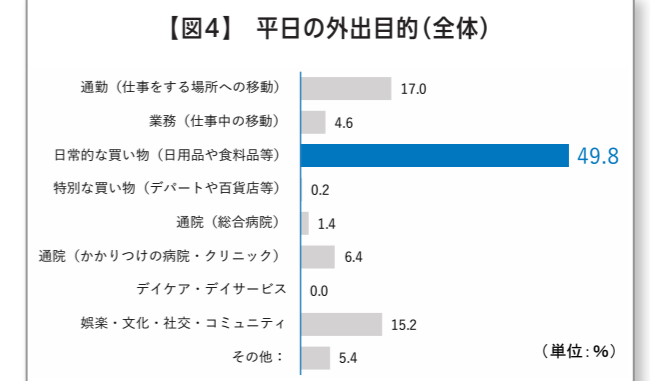
3. アンケート調査

(1) アンケート調査の概要

日常的な移動実態を定量的に把握することを目的としてアンケート調査を行った。調査対象は70歳以上の運転免許を保有し、中区を除いた名古屋市内15区内の居住者とした。インターネット調査にて、2025年1月31日から2月2日の3日間実施し、500件のサンプルを収集した。回答者の普段の生活に関する内容から具体的な平日の外出実態に関する内容まで、幅広く調査項目を設定した。

(2) 外出目的・交通手段

平日の外出目的は「日常的な買い物」が約50%と最も多く【図4】、交通手段は「自家用車(自ら運転)」が約52%となっている。



(3) 所要時間

自宅から目的地までの所要時間は、20分以内が約60%となっており、比較的短時間での移動が多いことが確認された【図5】。

(4) アンケート調査の抽出集計結果

前節までの内容を踏まえ、アンケート調査結果を抽出集計することで、より詳細に高齢者の移動実態を明らかにする。

1 日常的な買い物目的における移動特性

外出目的が日常的な買い物である移動に関する抽出集計を行った。自宅から目的地までの所要時間でみると、20分以内の移動が約73% (全体では約60%)と全体を大きく上回っており、日常的な買い物目的の移動がより短距離に集中していることが確認された【図6】。

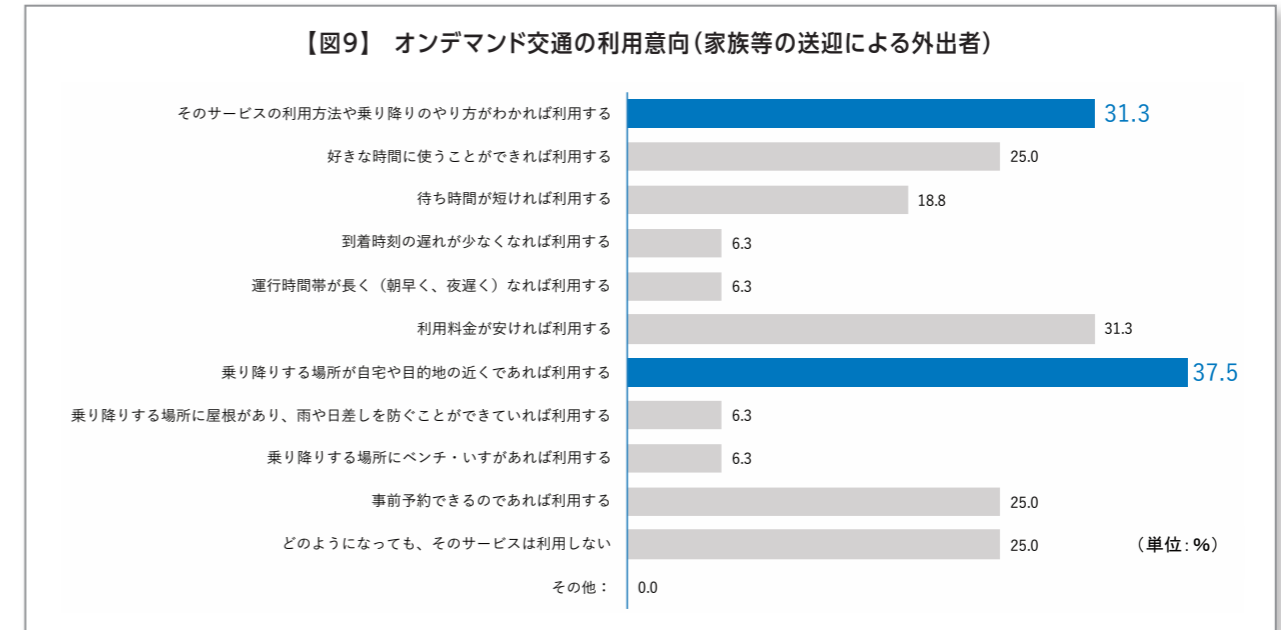
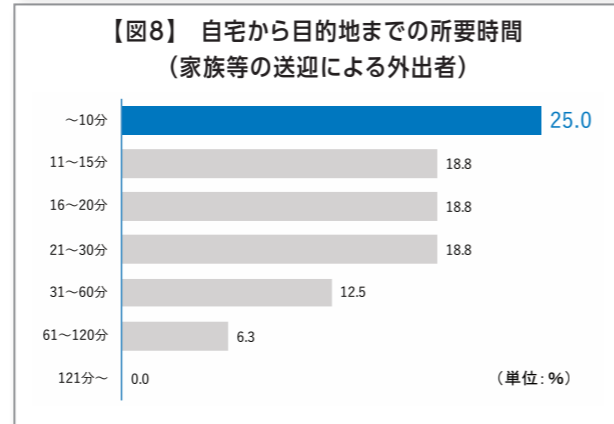
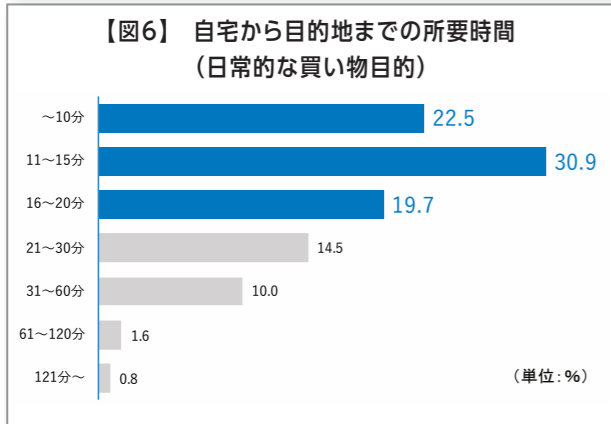
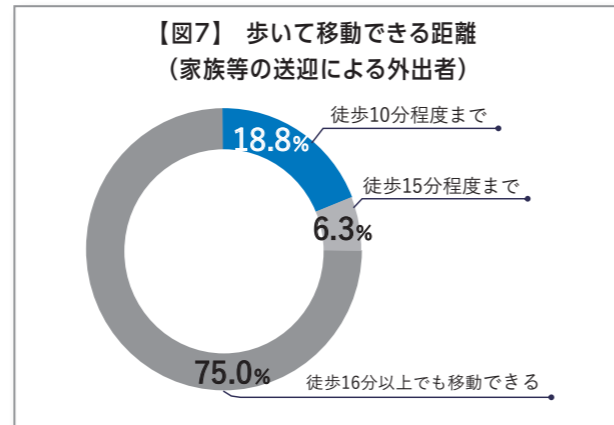
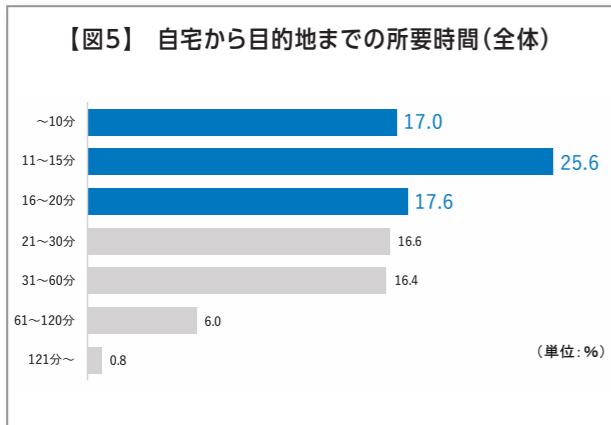
また、交通手段については、自ら自家用車を運

転した移動が約59% (全体では約52%)と全体をやや上回る一方、鉄道・バス利用は約17% (全体では約22%)とやや下回っている。

この結果は、日常的な買い物目的の移動において、公共交通の適合性が特に低いことを示しており、免許返納後の高齢者にとっては、日常的な買い物目的での外出が困難になると想定される。買い物は生活維持に不可欠でありながら、荷物の運搬、複数店舗の巡回、天候に左右されやすいなどの特性があり、これらに対応可能な交通サービスの提供が重要と考えられる。

2 家族等の送迎による外出者の移動特性

家族等の送迎により外出している回答者の移動特性に関する抽出集計を行った。この層は、歩いて移動できる距離が徒歩10分程度までと回答した割合が約19% (全体では約5%)と全体を大



きく上回っており、身体的な移動能力に制約を抱えていることが明らかとなった【図7】。

また、自宅から目的地までの所要時間についても、10分以内の移動が約25% (全体では約17%)と短距離移動の割合が高く【図8】、歩行能力の制約と移動時間の短さが相関していることが示された。

さらに、オンデマンド交通の利用意向をみると、「乗り降りする場所が自宅や目的地の近くであれば利用する」が約38% (全体では約33%)、「そのサービスの利用方法や乗り降りのやり方がわかれば利用する」が約31% (全体では約20%)と全体よりやや高い割合を示していることから、この層におけるオンデマンド交通の利用意向は相対的に高く、歩行能力が限定的で短距離移動が多い層にはオンデマンド交通が有効な解決策となる可能性が考えられる【図9】。

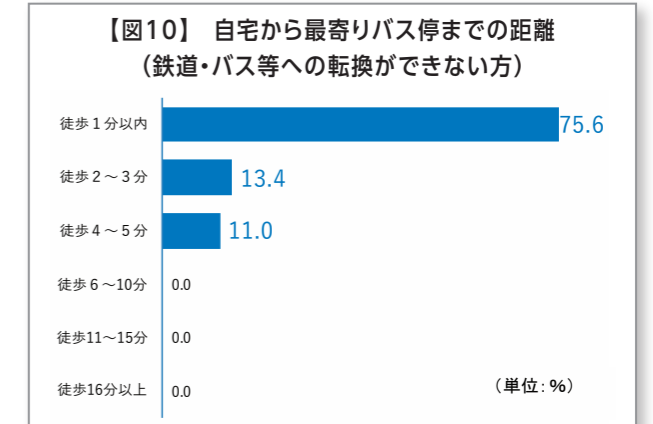
家族等の送迎に依存しているこの層は、今後の高齢単身世帯や高齢夫婦世帯の増加により、送迎を受けることが困難となる可能性が高いと考えられる。そのため、この層に対する適切な交通サービスを提供することは、高齢者の外出機会や

社会参加の機会の創出、生活の質の維持において極めて重要であると考えられる。

3 鉄道・バス等への転換ができない方の移動特性

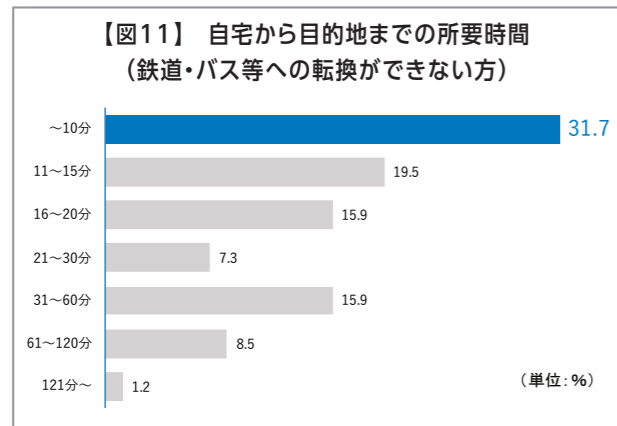
「鉄道・バス等への転換不可」と回答した層の移動特性に関する抽出集計を行った。この層は、バス停まで徒歩5分以内が100% (全体では約76%)と、全員がバス停に近い場所に居住しているため【図10】、鉄道・バス等への転換が困難である理由は、移動距離と所要時間にあると考えられる。

この層は、外出手段でみると、徒歩による外出が約34% (全体では約12%)と高くなっている。また、所要時間が10分以内の移動が約32% (全



体では約17%)と短距離移動の割合が高い【図11】。これは、距離が短い移動においては、公共交通を利用するとかえって所要時間が長くなるためと考えられる。

この層については、将来的にも歩行能力を維持できれば移動に困らず自ら外出できる可能性が高いことから、健康維持や歩行支援に重点を置いた施策が有効であると考えられる。



4. 提案

(1) オンデマンド交通の導入

現在の市バス路線網は、密集した市街地から駅や都心への輸送を担う路線が多く存在している。しかし、高齢者の日常的な移動は、近距離移動をメインとした生活圏内の移動が多いことから、生活圏内を対象エリアとするオンデマンド交通を導入することが考えられる。今後、免許を返納する高齢者の増加が見込まれることから、免許返納後の高齢者の移動手段としてオンデマンド交通がその役割を担うと想定される。また、朝と夕方は、デイサービス施設利用者の送迎のみの専用利用とすることで、デイサービス事業者の送迎負担を軽減することが可能となり、デイサービス事業者からオンデマンド交通事業者へ送迎に係る負担金を支払うことで、オンデマンド交通事業者の収支改善にも繋がると想定される。さらに、生活

(5) 小括

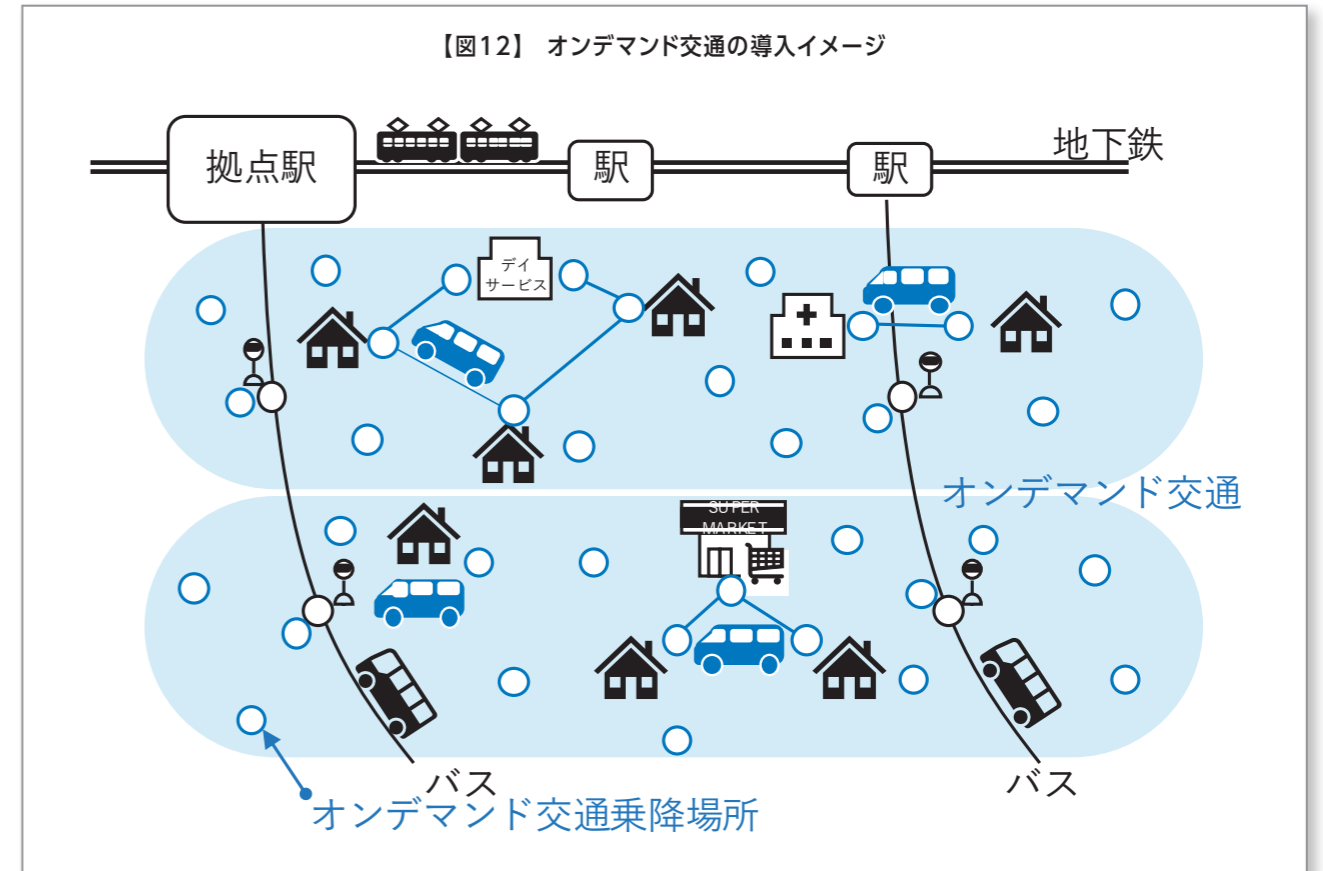
抽出集計の結果より、家族等の送迎で外出している方は、自ら歩いて移動できる距離が短く、所要時間10分以内の移動が多い傾向が明らかとなった。そのため、近距離移動を短時間でできる手段があれば、家族等の送迎に頼らずとも自由に外出が可能になると考えられる。

また、日常的な移動において、公共交通への転換ができない方は、自宅から最寄りバス停までの距離が近いものの、所要時間10分以内の移動が多いことから、徒歩移動が多い傾向が明らかとなった。将来的には歩いて移動できる距離が徐々に短くなっていくと想定されるが、歩く代わりに移動できる手段があれば、日常的な移動に困らず自ら外出できるようになるのではと考えられる。

圏内を運行するオンデマンド交通を導入することで、既存の路線バスの再編を行うことも考えられる【図12】。

(2) 歩行支援モビリティの導入

高齢者は所要時間10分以内の近距離移動が多い結果が明らかとなった。今後、加齢により、徒歩で移動できる距離が徐々に短くなることが想定されるが、そういった方々でも自ら外出可能となるよう、歩行支援モビリティの導入が考えられる。主な歩行支援モビリティとしては、スズキ株式会社のセニアカー、トヨタ自動車株式会社のC+walk S、豊田鉄工株式会社のComove(コモビ)などが挙げられる。名古屋市内全域では、現在、シェアサイクルの普及が拡大しており、市内各地にシェアサイクルポートが設置されているが、今後、高



齢化がさらに進展することを鑑みると、自転車を運転することが困難な高齢者もいることから、歩行支援モビリティが適していると考えられる。シェアサイクルポートの一部を、歩行支援モビリティ用ポートに転換することで、高齢者が歩行支援モビリティを活用できるようになれば、より自ら外出し

やすい環境になると考えられる。さらに、シェアリングだけでなく、自宅からの外出時に歩行支援モビリティを活用したい方もいると想定されることから、福祉施策として車体の貸出しや購入に係る支援制度を設けることも考えられる。

5. おわりに

本調査研究では、人口減少・超高齢化社会の進展を見据え、今後増加が見込まれる移動に困難を抱える高齢者の日常的な移動実態に即した交通環境の提案を行った。

また、日常的な移動実態に即した交通環境として、オンデマンド交通の導入を挙げたが、オンデマ

ンド交通は、まだ高齢者の利用が少なく、社会受容性が低い状況と考えられる。そのため、今後高齢化が進展した際に、徐々にオンデマンド交通の社会受容性が高まることを期待したい。

●執筆者プロフィール | 公益財団法人名古屋まちづくり公社 名古屋都市センター調査課 研究主査 前田 翼

2013年名古屋市役所入庁。2024年より現職。名古屋のまちづくりや都市計画行政に関する調査研究に従事。地方シンクタンク協議会「論文アワード2025」優秀賞受賞。

観光地の「最適化」を目指して

～岐阜県白川村における、ツアーバス等の駐車場事前予約システムの導入～

十六総合研究所 リサーチ部 研究員 森 俊介

昨年、「白川郷・五箇山の合掌造り集落」がユネスコ世界文化遺産登録から30周年を迎えた岐阜県白川村。村内人口は1,500人を切り人口減少が続いていますが、観光入込客数は200万人を超えるなど、国内外から人気を博しています。これは紛れもなく住民の努力の賜物といえるでしょう。

住民にとってより良い観光地となるよう、村では2024年度に引き続き2025年度も、需要の分散やマナー啓発を目指した「レスポンスブル・ツーリズム」の推進に取り組みました。本レポートではその様子と今後の展望を解説します。

(2024年度の取組みについては、本誌2025年5月号【特別レポート】をご覧ください。)

村の現状と2025年度に取り組んだ内容

世界遺産「白川郷・五箇山の合掌造り集落」の荻町合掌造り集落は、国内外から多くの観光客が訪れる中部地方屈指の人気観光地となっている。一方で、合掌造り集落がある白川村へのアクセスは良好とはいえず、交通手段は車やバスに限られる。マイカー・レンタカーのほか、全国各地からのツアーバスや、近隣の人気観光地である岐阜県高山市や石川県金沢市の発着を中心とした高速バスが主な移動手段となっている。

毎年約200万人の観光客が訪れる当地において、住民が負担に感じている点は何か。大きく3点に整理できる。1点目は道路の渋滞である。渋滞は毎日発生するわけではない。しかしながら、ゴールデンウィーク、お盆、シルバーウィーク、秋の紅葉シーズン、年末年始などの特定の時期には、生活道路でもある国道156号で2km以上の渋滞が続くケースがあった。国道の迂回路がないため、ひとたび渋滞が生じると村内の交通が麻痺する深刻な事態に陥ってしまうのだ。2点目はマナー問題である。火気厳禁区域での喫煙、ゴミのポイ捨ては、火災による集落の焼失や環境汚染のリスクを高める。住宅や田畑への侵入、違反駐車は、住民のプライバシーや安心安全な生活を侵害する。3点目は集落内の混雑である。観光客の集中により、集落内の至る所で行列が発生する。行列の発生は観光客の満足度の低下とともに、住民の移動を妨げる原因となっていた。

こうした問題が生じている要因として、大きく2点の環境変化が挙げられる。1点目は、訪日外国人旅行者比率の上昇である。この背景には、2012年に中部運輸局が提唱し、官民一体で推進された「昇龍道」プロジェクトの成功により、地域の魅力が広く海外に認知されたことがある。また、高山市



▲駐車場待ちの車両による渋滞



▲便座が壊され、ごみが溢れるトイレ



▲バスターミナルの混雑

(写真提供:白川村)

や金沢市を拠点とし、バスを利用して日帰りで来訪する訪日外国人旅行者が増加したことも後押しとなり、2024年には訪日外国人旅行者数が国内旅行者数を初めて上回った。2点目は、個人旅行者の増加である。新型コロナウイルス感染症拡大を契機に、国内外を問わず観光スタイルが団体旅行から個人旅行へとシフトした。交通アクセスに限られる当地域では、結果としてレンタカーを利用して来訪する観光客が増加した。

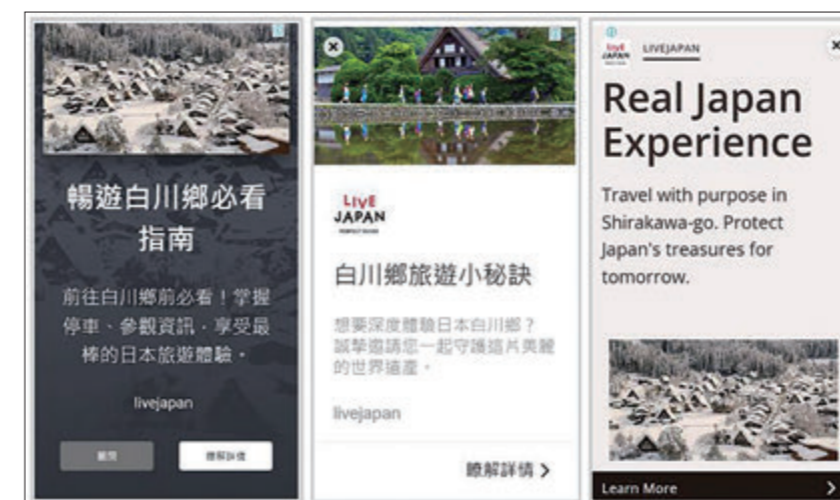
観光振興策の成功により来訪者が増加する一方で、変化への対応も求められている。とりわけ、文化や風土が異なる訪日外国人旅行者に対し、村のルールをどのように伝えるかが喫緊の課題となっている。

そこで村では、2023年度には観光客向けに集落マナー5選(白川郷ルール)を紹介し、ルールを制定している理由や取ってほしい行動、村を守るためにこれまで住民が取り組んできたことを解説する「白川郷レスポンスブル・ツーリズム」特設サイトを開設した。また2024年度には交通・マナー情報発信を軸に、オーバーツーリズム対策総合サイト「白川郷すんなり旅ガイド シラカワ・ゴーイング」を開設し、海外向けマナー啓発を含めた取組みを一体的に展開した。

さらに、2025年度の対策を実施するうえで、村の目指す姿を「地域住民の生活と文化を守りつつ、多様な観光客と喜びを分か



▲シラカワ・ゴーイングで表示される告知



▲訪日外国人旅行者向け観光情報サービス「LIVE JAPAN」ウェブサイト・アプリより、マナー情報等を発信



▲混雑回避を促すマンガ～白川郷マンガガイド～(シラカワ・ゴーイングに掲載)

ち合うことができる持続可能な共生型の観光地」と定義し、①「村営せせらぎ公園小呂^{おろ}駐車場」の料金設定システムの改修 ②駐車場予約システムの開発 ③シラカワ・ゴーイングの機能改善 ④海外OTA(オンライン旅行会社)や訪日メディアを通じたマナー等の情報発信などに取り組んだ。

課題解決に向けたツアーバス等の駐車場事前予約システムの開発

昨年度、村で実施した対策のうち、最も力を入れた「ツアーバス等の駐車場事前予約システムの開発」にフォーカスして解説する。

① 導入の背景

2024年には約200万人の観光客が白川村を訪問しているが、そのうちの約97万人、率にして約48%がツアーバスを利用している。村営駐車場ではバス駐車場の稼働率の高止まりが続いており、時期や時間帯によって飽和状態に陥ることが懸念されていた。また、国内外の観光需要拡大に伴って、特定の季節や時間帯に訪客が集中する傾向も強まっていた。

こうした現状を踏まえ、旅行者が確実に観光できる安心感を確保しつつ、来訪時間の分散を図ることを目的として、世界遺産・白川郷の主要玄関口である「村営せせらぎ公園小呂駐車場」において、ツアーバス等の事前予約制を導入することとなった。



▲ツアーバスで満車状態となる駐車場



▲ツアーバス観光客の様子

(写真提供:白川村)

ところで、マイカーなどの一般車両でなく、ツアーバス等が対象となっているのはなぜか。それは、利用者に対する周知の確実性を考慮したためである。一般車両の利用者は外国人を含む不特定多数の個人であり、事前予約制に関する情報を確実に周知することは困難である。一方、ツアーバス等は旅行会社やバス会社が運行管理を行っているため、事業者を通じて確実な情報伝達のルートを確保できる。また、ツアーバス等には添乗員が同乗しているケースが多い。そのため、旅行会社などに対し、バスを降りる前に村の観光ルールを説明するように依頼することで、より実効性の高いマナー啓発も可能となる。

将来的には一般車両への対象拡大も視野に入れているが、まずは確実な周知と管理が見込めるツアーバス等から先行して導入することとした。

② 見込まれる効果：村民、村内事業者、駐車場運営、観光客(旅行会社)にメリットがある

世界遺産エリアである荻町集落には現在も約500人が暮らしており、これまでも白川村は「村民の暮らし」と「観光」の調和を大切にしてきた。今回の制度導入により、次の効果が見込まれる。

受益者	効果
村民	<ul style="list-style-type: none"> ● 荻町集落内の混雑が緩和される ● 村内の渋滞が緩和される ● 来訪予定のツアーバス等を把握できるため、旅マエ(旅行前)に旅行会社などを通じて、マナー情報を観光客に周知することで、マナーの向上と村民の安心安全な生活の確保につながる
村内事業者	<ul style="list-style-type: none"> ● 事前に観光客の情報を得ることで、需要予測等に活用できる可能性がある ● 過度な混雑を防ぐことで、従業員の満足度向上につながる
駐車場運営者	<ul style="list-style-type: none"> ● ツアーバス等を管理することで、来訪者数のコントロールが可能となる。その結果、無理のない受け入れを行うことができ、駐車場運営の担い手の職場環境改善がはかれる ● 「村営せせらぎ公園小呂駐車場」はバスと普通車の両方が駐車対象となっているが、予約状況を把握することで、両者の受入配分の調整など、限られた駐車場スペースの最適な運用が将来的に可能となる
観光客(旅行会社)	<ul style="list-style-type: none"> ● 駐車場が確保されることで、安心して白川村に訪問できる ● 旅行会社などから村内の有益な情報を旅マエに入手できる ● 過度な混雑を防ぐことで、満足度向上につながる

③ 今後の流れ

1. 事前予約制の概要

- 予約開始日：2026年6月1日
- 運用開始日：2026年12月1日利用分から
- 対象車両：ツアーバス(大型・中型・マイクロバス)
※バス駐車スペースを使用する車両が対象
- 対象駐車場：村営せせらぎ公園小呂駐車場

2. 予約スケジュール

- 2026年6月1日から、2026年12月1日利用分以降の予約受付を開始。以後、利用月の8か月前の1日から予約受付を開始し、1か月単位で予約対象月を順次追加。



▲予約システム画面

(例) 2027年5月利用分の予約は、2026年9月1日に受付開始。

駐車場利用月	2026年			2027年		
	12月	1月	2月	3月	4月	5月
駐車場予約開始日	2026年6月1日～ 予約開始			2026年 7月1日～	2026年 8月1日～	2026年 9月1日～

- 教育旅行・校外学習については、バス予約の優遇枠を設定する予定。(詳細は後日発表)
- 白川郷ライトアップイベント実施日は、別途予約受付を行う。
- 予約方法および旅行会社・バス会社向けの駐車場利用ガイドなどの詳細は、2026年5月下旬頃に公表予定。

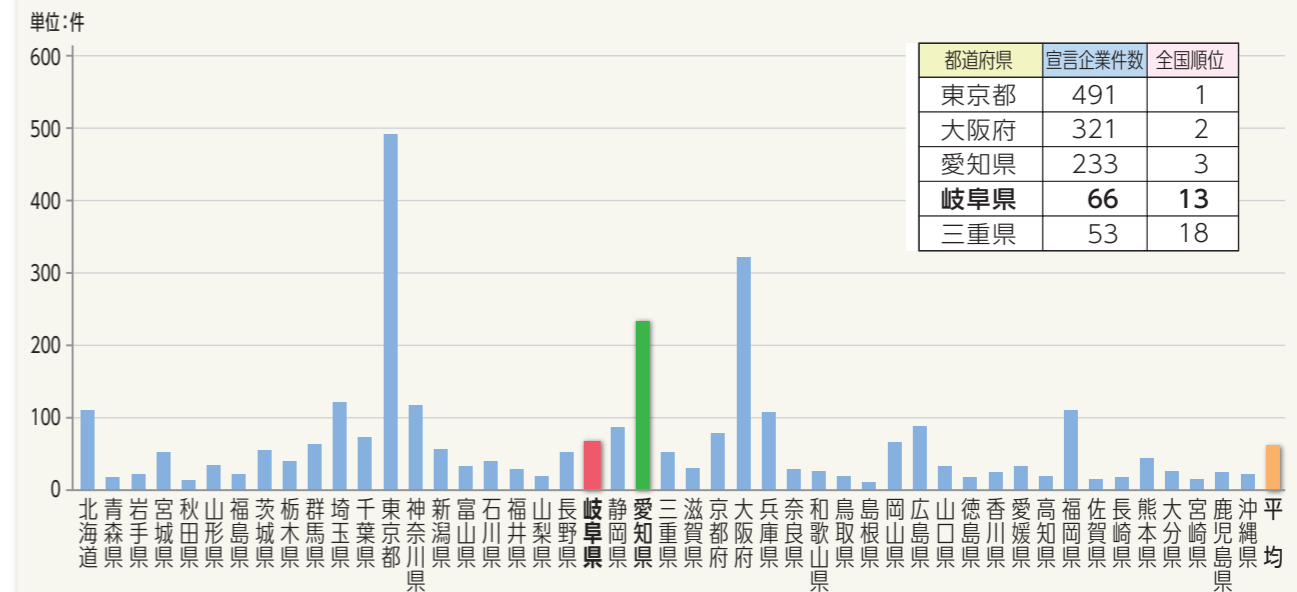
目指すのは村民が望む観光地

最後に、今後の展望について解説したい。村民と観光客の観光に対する満足度は、直近2025年度の調査では、5段階評価で観光客が平均4.64に対し、村民は平均3.14であった。観光客の非常に高い満足度は、地域の関係者(村民、民間事業者、行政など)の努力の賜物である。一方で、村民満足度が観光客満足度と比べて1.5ポイントも低いことから、村民が観光に対して負担を感じている可能性が高い。

両者にギャップが生じた原因を探り、それを埋めるために何ができるのか。今後も白川村では受入環境の最適化を進め、観光客の高い満足度と村民の生活環境保全の両立をはかる方針である。

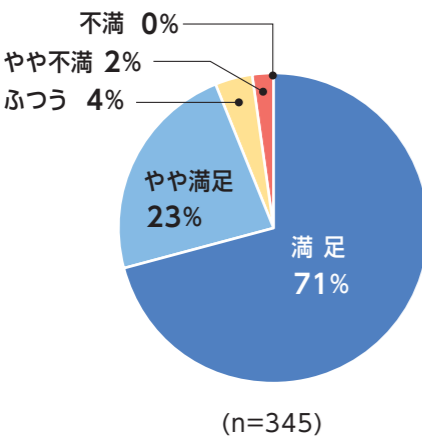
100億宣言企業が生み出す力

都道府県別100億宣言企業件数

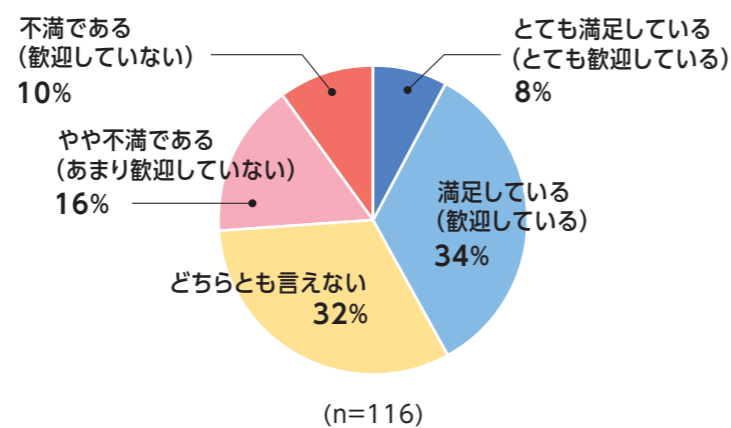


(出所:「100億企業成長ポータル」より十六総合研究所作成)

白川村観光の満足度(観光客)



観光客の来訪にあなは満足していますか?(村民)



出所:白川村「観光に関するアンケート」より十六総合研究所作成

十六総合研究所は、2024年度に引き続き2025年度も観光庁「オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業」における白川村での取組みにおいて、事業間の調整や効果検証のためのアンケート調査を担い、村をサポートしました。今後も自治体が掲げる理想の姿の実現と、そこで生活する住民に寄り添ったサポートを続けてまいります。

2025年2月に中小企業庁と独立行政法人中小企業基盤整備機構は、中小企業の飛躍的な成長を後押しする「100億宣言」をスタートさせた。本制度は、中小企業が「売上高100億円」という野心的な目標を目指し、実現に向けた取組みを公に宣言するものである。宣言企業には、補助金や税制面での優遇に加え、地域や業種の枠を超えた経営者ネットワークへの参加、「100億企業成長ポータル」への掲載による認知度向上など、多角的な支援が行われる。本制度は、経営者の挑戦を官民で支える象徴的な取組みといえる。

日本経済は、長年にわたるデフレやコストカット型経済から脱却し、「賃上げと投資が牽引する成長型経済」への移行という極めて重要な局面にある。中小企業は国内企業数の99.7%、雇用の7割、付加価値の5割以上を占める日本経済の屋台骨だが、大企業との労働生産性格差は依然として大きい。外需や内需を的確かつ持続的に取り込み、中小企業が「稼ぐ力」を高めることは、地域経済に好循環をもたらすために不可欠である。売上高100億円を超える中小企業は全

国的に少なく、中堅企業へのステップアップを促す政策的支援が求められていた。

2026年3月30日時点の都道府県別宣言企業数は、東京都が491社と最多で、次いで大阪府の321社、愛知県の233社と大都市圏が多い。岐阜県は66社、全国順位は13位と上位に位置する。宣言企業は増加を続けており、こうした挑戦の広がりや、一企業の成長にとどまらず、地域における良質な雇用の創出、域内仕入れの拡大、そして生産性向上を通じた持続的な賃上げの実現に寄与することが期待される。地方に魅力ある企業が増えれば、雇用増を通じ都市部への人口流出に歯止めをかける効果も期待できるだろう。

100億企業の創出は、大規模な設備投資を可能にし、スケールメリットによる競争力強化をもたらすと同時に、地域の経済や社会にプラスの影響を及ぼす。全国の宣言申請企業は3,000社を超えた。これらの企業が目標を達成し、100億企業へと成長を遂げたとき、その波及効果は日本全土の地域活性化を力強く牽引する原動力となるはずだ。

[主任研究員 松波 匡宜]

この街で働くすべての人が、「ず~っと元気」であるために

十六総合研究所は、健康経営[®]に関する各種支援を開始します

「何から手を付ければいいかわからない…」 「自社の現状を客観的に把握できていない…」
まずは、貴社の「現在地」を知ることから始めませんか？ 私たちが貴社に最適な健康経営戦略をサポートいたします。
「健康経営[®]」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

社員の健康管理が**戦略**になる。 「健康経営」で、会社を元気に、持続的な成長へ。



採用力強化

「健康経営優良法人」の認定取得などで企業のブランド力を高めます。

生産性向上

従業員の心と体の健康が生産性を向上させます。

定着率向上

働きやすい環境が優秀な人材を惹きつけ長く働ける環境をつくります。

企業が取り組むべき3つのステップ

① 「健康宣言」をする

経営者の本気度を宣言。

② 現状を「見える化」

自社の課題を把握。

③ 「小さな施策」の実行

ローコスト施策からスタート！

健康経営とは、従業員の健康保持・増進の取組が、将来的に収益性等を高める投資であるとの考えの下、健康管理を経営的視点から考え、戦略的に実践することです。

(出典：経済産業省「これからの健康経営について」2025年4月24日更新資料より引用)

✓ こんなお悩みはありませんか？

- 従業員のモチベーションが低い、離職が続いている
- 健康状態のよくない従業員の生産性が気になる
- 人事戦略と連動した健康経営を実践したい
- 取り組んだ方がいいのは分かるが、専門知識がなく、何から始めたらいいかわからない

■ ご支援の流れ

01

初回相談

まずは健康経営に関する情報のご提供と、貴社の現状・課題に関するヒアリングを行います。

02

初期診断

貴社の現状・課題とそれに対する具体的な施策をご提案します。

診断報告書
を作成します

03

健康宣言

健康経営の実践にあたっては、原則、保険者の健康宣言事業への参加が必要です。

健康宣言
を作成します

04

体制整備・計画策定

健康経営を実践するための体制整備と推進計画をともに考え、策定します。

推進計画
を作成します

05

アドバイザー／活動推進

定期的に貴社の状況を確認し、アドバイスを行うことで、自走できる健康経営を目指します。また、課題解決のために、弊社提携先のサービスもご紹介します。

まずは十六銀行お取引店までお気軽にお問い合わせください。



ベトナム

駐在1年目の視点からひもとく「不変」と「激変」の現在地

十六銀行ハノイ駐在員事務所 所長 長谷川 晃照

■ テトの静寂と変貌する首都ハノイ

ハノイ駐在を開始して1年、初めて迎えたテト（旧正月:2026年の元日は2月17日）は、西暦の年末年始とは一線を画す「魂の節目」であることを強く実感させるものであった。テト直前のベトナムは、街中を彩る金柑や桃の木、深紅の装飾などを背景に熱気にあふれるが、元日から数日間、街は静まり返る。普段の喧騒が嘘のような静寂。これこそが、家族を何よりも優先するベトナムの本質なのだと思身で感じた。



静まり返るテトの街（筆者撮影）

この1年を振り返ると、ベトナムは「不変」と「激変」が共存する特異なフェーズにある。街を埋め尽くすバイクの波や、乾季特有の深刻な大気汚染は変わらぬ景色だ。一方で、路上から屋台で使われるプラスチック製の低い椅子が徐々に姿を消し、スマートなカフェが増え、VinFast（ビンファスト:ベトナムのEVメーカー）の充電設備が街の至る所に整備されるなど、都市の近代化とクリーン化はすさまじい速度で進んでいる。

■ 政治的な節目と自然の猛威

この1年、政治・社会面でさまざまな出来事があり、それに伴う変化とひずみを感じた。

■ 行政再編とデジタル化の摩擦

昨年7月に断行された行政区画再編は、省庁の統廃合に伴う混乱を招いた。これに加え、電子身分証（VNeID）の強制導入は現場に多大な負担を強いている。特に外国人駐在員にとっては、一時在留許可証（TRC）の更新手続きや、ベトナム国内用携帯番号を持たない場合の代替措置が極めて不透明なまま運用が始まり、実務上の大きな障壁となった。

■ 建国80周年の熱狂とナショナリズム

9月の「建国80周年」パレードは圧巻であった。主要幹線道路を封鎖し、戦車や装甲車が行進する光景は、単なる軍事力の誇示ではない。沿道を埋め尽くす市民の熱狂的な愛国心を目の当たりにし、これが一党支配体制下における国民の結束を確認する極めて重要な政治装置であることを再認識した。

■ 露呈したインフラの脆弱性

一方で、夏場から秋口にかけての記録的な大雨被害は深刻であった。経済成長のスピードに排水インフラの整備が追いつかず、ハノイ市内でも大規模な冠水が相次いだ。これは、今後の持続的成長における最大の懸念事項が「都市機能のキャパシティ不足」にあることを示唆している。

■ 「若い国」ベトナムで起きている人手不足

ベトナムの年齢の中央値は33.9歳（2026年推計）と若く、労働力に事欠かない印象を受けるが、日系企業の現場では「ワーカー確保」が最重要課題に浮上している。

■ 製造拠点の南下と分散化

北部バクニン省やハイフォン市といった既存の工業集積地では、労働力争奪戦が激化し、離職率の高止まりが経営を圧迫している。これを受け、新規投資はハノイ南部（ハナム省等）や、さらに遠方の地方都市へシフトする傾向が鮮明だ。もはや「安価で豊富な労働力」という言葉だけでベトナムを語る時代は転換期を迎えている。

■ チャイナ・プラス・ワンの功罪

中国リスクを回避するサプライチェーン再編の動きは依然として強い。しかし、急速な国内外からの投資拡大が、電力不足や物流コストの上昇、さらには賃金インフレを招いており、既存進出企業にとっては「恩恵よりもコスト増」の側面が強まりつつあるのが実情である。

■ グリーン・ファイナンスへの転換と「ベトナム的」即応性

ベトナムの金融・産業界が「クリーン」へと明確にかじを切った点は特筆に値する。政府が掲げる「2050年カーボンニュートラル」目標は、今や単なる外交上のスローガンではない。地場銀行の融資担当者が、バイオマス発電や太陽光関連の再生可能エネルギー案件に対し、審査基準を柔軟にしても推進しようとする姿勢は印象的だ。ESG投資への対応が、ベトナム企業にとっても国際競争力を維持するための必須条件となりつつある。

また、2026年早々に起きた「政令46号」をめぐる騒動は、ベトナムビジネスの難しさと面白さを凝縮した出来事であった。1月26日に公布・即日施行されたこの政令は、輸入食品・農産物への検査免除枠を大幅に縮小するもので、港湾での物流停滞という大混乱を招いた。現場は大パニックに陥ったが、産業界の悲鳴を受けた首相指示により、わずか数日後には施行延期が決定された。現場を顧みない強引な施行と、実利を優先した迅速な撤回。一見無計画に見えるが、この「走りながら考え、致命傷になる前に修正する」という即応性こそが、「ベトナム的」ガバナンスの本質であり、この国のバイタリティの源泉であろう。

■ 結びに代えて

ハノイの空を覆う灰色の雲の向こうには、確実に次の時代の光が差し込んでいる。行政の不条理に憤り、交通渋滞にため息をつく日々ではあるが、それでもこの国に漂う「明日が今日より良くなる」という確信に近い熱量は、今の日本が最も必要としているものではないか。

ベトナム政府は、2026年の実質GDP成長率の目標として10%という非常に強気な数字を掲げている。クリーンエネルギーへの投資加速と、若年層の活力を背景とした内需拡大により、経済の成長エンジンは今後も高回転を維持するであろう。「予測不能なスピード感」と「したたかな適応力」を併せ持つこの国を今後も注視し、共に歩んでいきたい。

胸部大動脈瘤に対する外科治療

岐阜大学大学院医学系研究科 心臓血管外科学 教授 土井 潔



◆ はじめに

動脈瘤は血管が拡張する病気です。原因として多いのは加齢や動脈硬化であり、60歳を超えるとその有病率は増加していきます。また、胸部大動脈瘤の有病率は10万人あたり6人と推測されています。胸部大動脈瘤は稀に嗄声(声が かすれる)や食物の通過障害などを自覚することがありますが、大部分は無症状のまま経過します。そしてある時突然破裂すると胸腔内に大出血をきたすため、多くの場合は病院にたどり着く間もなく死亡する恐ろしい病気です。そのため、胸部大動脈瘤は、健診などで胸部CTや超音波検査を行なった際に偶然発見されることがほとんどです。胸部大動脈瘤の破裂による突

然死を防ぐ最も確実な方法は手術です。

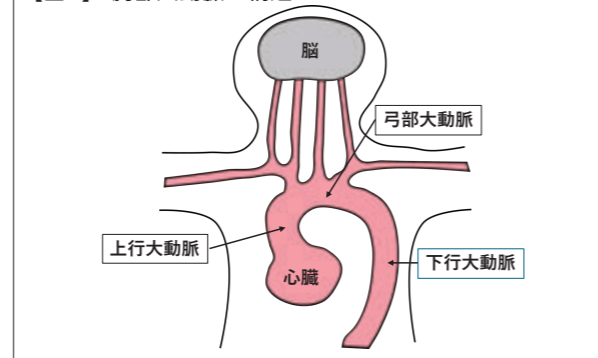
しかし、胸部大動脈瘤が発見された場合、その全てを手術の対象とするわけではありません。動脈瘤が小さい場合には破裂の危険度は低いため、発見しても、しばらくの間は定期的にCTを撮影しながら経過を見ていきます。そして動脈瘤の多くは少しずつ大きくなり、それに伴い破裂する危険度も増していきます。一般的に成人の胸部大動脈の直径は約3cmですが、直径が6cm以上になると1年以内に破裂する可能性は約15%と報告されていますので、この段階ではじめて手術を検討することになります。

◆ 胸部大動脈の構造

胸部大動脈は、心臓から始まる大動脈の最初の部分である上行大動脈、胸郭(胸の骨格)の上部で急カーブを描いて曲がる弓部大動脈、脊椎に沿って胸郭内を下っていく下行大動脈に分かれます【図1】。弓部大動脈からは、脳に血液を送る重要な3本の動脈(腕頭動脈、左総頸動脈、左鎖骨下動脈)が分岐しています。また、下行大動脈からは、脊椎の中を走る脊髄に血液を送る肋間動脈が分岐しています。したがって、胸部大動脈瘤の手術の際の重要なポイントは、血流を確保することにより脳や脊髄などのデリ

ケートな神経組織をいかに守るかということです。

【図1】 胸部大動脈の構造

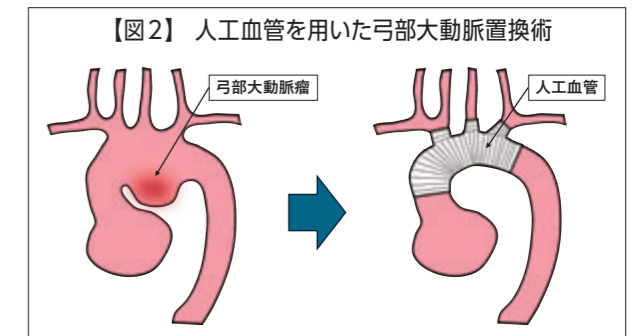


◆ 人工血管(グラフト)を用いた大動脈置換術

動脈瘤に対する最も一般的な手術法は、その部分を人工血管(グラフト)に置き換える「置換術」です。弓部大動脈を置換する場合には、先に述べた脳に血液を送る重要な3本の動脈も人工血管で繋ぎ直す必要があります【図2】。脳

は非常にデリケートな臓器で、数分間血流が止まると大きなダメージを受ける可能性があります。そのため、胸部大動脈を人工血管で置換する際は、動物が冬眠する時のように体温を下げて、脳の代謝のスピードを落とすことによりダ

メージを軽減します。また、人工心肺を使用し、脳や下半身などに別々に血液を送りながら手術を行います。非常に大掛かりな手術ですが、十分な準備のもとで行えば、命に関わるような重大なリスク(手術死亡率)は3%程度です。



◆ スtentグラフトを用いた血管内治療法

動脈瘤に対するもう一つの手術法は、動脈瘤を内側からバネ付きの人工血管(stentグラフト)で覆ってしまう「血管内治療法」です【図3】。この治療法は、動脈瘤に血圧がかからないようにして破裂を防ぐことを目的としています。したがって、動脈瘤を切除するわけではありません。

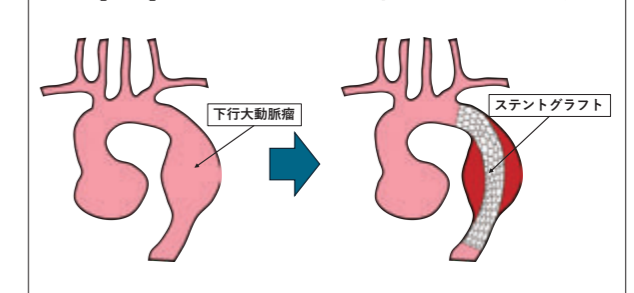
stentグラフトは、一般的に足の付け根にある大腿動脈から挿入し、レントゲンで位置を確認しながら動脈瘤の部分を覆うように血管内から人工血管を広げていきます。非常に小さな傷で治療できますし、手術時間も短時間で終了します。優れた治療法ですが、どんな動脈瘤でも治療できるわけではなく、いくつかの条件を満たす必要があります。

stentグラフトが治療効果を発揮するためには、stentグラフトの上流部分と下流部分が正常な動脈壁にピッタリと密着し、血液が動脈瘤内に流入してこないようにすることが絶対

条件です。また、重要な動脈の枝が動脈瘤から分岐している場合は、stentグラフトによって枝が塞がってしまうため、この治療法は使えません。したがって、上行大動脈瘤や弓部大動脈瘤では、stentグラフトを用いた治療は一般的ではありません。一方で、下行大動脈瘤に対しては非常に高い効果が期待できます。

また足の大腿動脈からstentグラフトを挿入するため、腹部から足にかけての動脈に高度の蛇行や狭窄(狭くなること)がある場合にも治療が難しくなることがあります。

【図3】 stentグラフトを用いた血管内治療法



胸部大動脈瘤は恐ろしい病気ですが、早期に発見し適切に対応すれば80歳を超えた高齢者でも十分に治療可能です。動脈瘤と診断された場合には、心臓血管外科の専門医にご相談ください。

あなたとの対話が創る 信頼と安心の病院

岐阜大学医学部附属病院 <https://www.hosp.gifu-u.ac.jp/>

診療科 内科/消化器内科/循環器内科/腎臓内科/呼吸器内科/血液・感染症内科/脳神経内科/外科/消化器外科/心臓血管外科/呼吸器外科/乳腺外科/脳神経外科/整形外科/形成外科/精神科/小児科/皮膚科/泌尿器科/産婦人科/眼科/耳鼻咽喉科/リハビリテーション科/放射線科/放射線診断科/放射線治療科/病理診断科/救急科/麻酔科/歯科/小児歯科/矯正歯科/歯科口腔外科

※麻酔科専任医/紙谷 義孝



岐阜大学医学部附属病院 広報誌 うぶね は 病院ホームページで公開中です ▶

<https://www.hosp.gifu-u.ac.jp/guide/ubune.html>



経営に活かす 会計・税務

vol.
1



公認会計士・税理士
吉川明宏

会計の目的とは何か

はじめに

はじめまして。本連載を担当させていただく公認会計士・税理士の吉川明宏です。前回までは、「相続税と事業承継」のタイトルで前任の吉川富造（父）が連載してきましたが、今号から私が引き継ぎ、「経営に活かす会計・税務」として、中小企業の経営判断に活かす決算書の見方や税務の考え方などをお伝えします。

私は、公認会計士試験に合格後、監査法人

という組織で大企業の決算書が正しく作成されているかを確認する会計監査に従事しました。その後、父の税理士事務所に入り、中小企業や個人事業主向けの決算書作成や税務申告業務を行いながら、決算書の見方や税務に関する研修講師も務めています。大企業と中小企業の双方の実務を見てきた立場から、できるだけ実践的なお話をしていきたいと考えています。

決算書と経営

この仕事をしていると、決算書をほとんど見たことがない経営者の方や、顧客から決算書を預かってくるものの、実は読み方が十分に分からない金融業界の若手社員の方とお会いすることがあります。

ビジネスの現場では、「売上を伸ばしたい」「利益を増やしたい」「資金繰りは大丈夫か」といった会話が当たり前のように交わされています。これらはすべて会計の世界の話です。会計が分からなければ、ビジネスの実態を正しく理解することはできません。

一例として、損益計算書では黒字なのに資金繰りが厳しいというケースがよくあります。詳しく見ていくと、売掛金や在庫の増加による資金サイト（代金回収と支払いの時間差）の悪化が原因である場合があります。利益が出ていることと、現金が十分にあることは同じではありません。会計を理解し、数字を分解して見ることができれば、回収条件の見直しや在庫水準の調整など、具体的な打ち手が見えてきます。

これこそが、会計を経営に活かすということです。

京セラの創業者である稲盛和夫氏は、『稲盛和夫の実学 経営と会計』の中で、「経営者が会計を十分理解し、日頃から経理を指導するくらい努力して初めて、経営者は真の経営を行うことができるのである」と述べています。もちろん、そこまで徹底することは簡単ではありません。しかし、決算書を税務申告のためだけに作成しているとすれば、それは非常にもったいないことです。決算書は過去の結果を示すものであると同時に、将来の経営判断の材料でもあるのです。



会計の目的

では、そもそも会計の目的とは何でしょうか。会計は大きく財務会計と管理会計に分かれます。さらに中小企業の実務においては、税務会計も重要ですので、ここでは三つに分けて説明します。

① 財務会計とは

株式会社は、外部から集めた資金で事業を行う仕組みを持っています。株主（出資者）と社長が別の人である場合や、銀行から融資を受けて事業をしている場合を考えると分かりやすいでしょう。その場合、株主や銀行は、事業が順調なのかどうかを把握する必要があります。そこで社長は、事業の成果を報告することになります。その報告のための会計が財務会計です。つまり財務会計とは、外部報告用の会計です。

外部に報告する以上、会社ごとに異なる基準で作成されていることは比較できません。そのため、日本の会計基準や国際会計基準、中小企業向けの会計指針など、統一したルールに基づいて作成されることが重要になります。

まとめ

このように、会計には、外部に説明するための財務会計、内部で意思決定を行うための管理会計、そして税額を計算するための税務会計という三つの目的があります。

会計は単なる記録作業ではありません。誰に何を伝えるための数字なのかを意識することで、決算書の見え方は大きく変わります。本連

② 管理会計とは

一方で、社長は日々の経営判断を迫られています。製品の価格をいくらに設定するのか、人件費はどの水準が適切か、新たな設備投資を行ってもよいのか。こうした判断に役立てるための会計が管理会計です。

管理会計は内部経営管理のための会計であり、統一したルールよりも、経営にとって有用であることが重要です。会社ごとに方法が異なっても構いません。原価計算や損益分岐点分析などはその代表例です。重要なのは、数字が意思決定につながるかどうかです。

③ 税務会計とは

中小企業にとって、会計の大きな目的の一つが税金計算です。税額計算は法律で厳密に定められており、税法に基づいた正確な処理が求められます。そのため、減価償却なども実態に基づく判断ではなく、税法上のルールに従って処理されることが実務上多くあります。

財務会計、管理会計、税務会計は目的が異なるため、それぞれの役割を理解したうえで使い分けることが重要です。

載では、これら三つの視点を踏まえながら、どの数字をどのように経営判断に活かすかを具体的に考えていきます。

今回は、財務会計の中心である貸借対照表から、「会社の体力」をどう読み取るかを取り上げます。

Profile 吉川 明宏(よしかわ あきひろ) ●吉川明宏事務所/〒500-8455 岐阜市加納栄町通3丁目4番地 電話:058-274-5030

吉川明宏事務所所長。公認会計士・税理士・社会保険労務士。岐阜市出身。中央大学法学部法律学科卒。EY新日本有限責任監査法人勤務を経て吉川富造事務所へ入所。2025年1月に事業承継し、現在は中小企業・個人事業主の会計・税務支援に従事。

同じ空の下、この街で暮らすあなたの力になりたい。



十六TT証券



そばにいるから、力になれる。
資産運用のご相談は
お近くの十六TT証券へ。



〒500-8833
岐阜県岐阜市神田町九丁目27番地
大岐阜ビル1階
TEL:058-265-6111



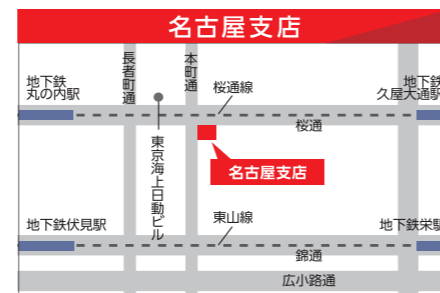
〒503-0901
岐阜県大垣市高屋町一丁目26番地
十六銀行大垣支店内
TEL:0584-74-9711



〒507-0033
岐阜県多治見市本町三丁目101番地の1
クリスタルプラザ多治見2階
TEL:0572-25-1151



〒508-0033
岐阜県中津川市太田町二丁目4番6号
TEL:0573-66-1621



〒460-0003
愛知県名古屋市中区錦三丁目1番1号
十六銀行名古屋ビル17階
TEL:052-265-5216

商号等 十六TT証券株式会社 金融商品取引業者 東海財務局長(金商)第188号
加入協会 日本証券業協会
<https://www.16ttsec.co.jp>



人と、地域と、未来をむすぶ



人と、地域と、未来をむすぶ



十六リース

● 本社

〒500-8833 岐阜市神田町7丁目12番地 十六ビル2F
Tel.058-262-3116 Fax.058-263-3926



● リース・割賦販売業務

本社営業部

〒500-8833
岐阜市神田町7丁目12番地 十六ビル
Tel.058-262-3120 Fax.058-263-2822

名古屋営業部

〒460-0003
名古屋市中区錦3丁目1番1号 十六銀行名古屋ビル18F
Tel.052-972-8916 Fax.052-972-9622

大垣営業所

〒503-0901
大垣市高屋町1丁目26番地 十六銀行大垣支店3F
Tel.0584-81-3216 Fax.0584-81-3215

多治見営業所

〒507-0033
多治見市本町5丁目34番1 タイムビル3F
Tel.0572-24-0216 Fax.0572-24-0217

中津川出張所

〒508-0033
中津川市太田町2丁目5番1号 十六銀行中津川支店3F
Tel.0573-62-6616 Fax.0573-62-2716

美濃加茂営業所

〒505-0041
美濃加茂市太田町後田1751番地の4 十六銀行美濃加茂支店2F
Tel.0574-25-7116 Fax.0574-25-7117

高山営業所

〒506-0026
高山市花里町6丁目29番地 十六銀行駅前中央通り出張所2F
Tel.0577-34-7016 Fax.0577-34-7349

一宮営業所

〒491-0858
一宮市栄1丁目2番5号 十六銀行一宮支店2F
Tel.0586-73-3816 Fax.0586-73-3827

三河営業所

〒448-0858
刈谷市若松町6丁目35番地 十六銀行刈谷支店2F
Tel.0566-24-2216 Fax.0566-24-2219

● キャピタル業務

本社キャピタル営業部

〒500-8833 岐阜市神田町7丁目12番地 十六ビル2F
Tel.058-264-7716 Fax.058-264-7718

請求書をいつまで紙で出しているんですか？

電子帳簿保存法対応・請求業務効率化・生産性向上



【法改正】 電子帳簿保存法への対応

- 電子取引の請求書はデータ保存が法律で義務化
- インボイス制度と電帳法の法対応を同時に実現



【業務効率化】 手間を大幅に削減

- 面倒なファイリングが不要に
- 電子化で紙の保管コストと郵送費を削減
- 集金業務の効率化でキャッシュフロー改善



【生産性向上】 多様な働き方に対応

- 空いた時間を有効活用し、ビジネス成長へ
- 残業時間の削減やリモートワークなど働き方改革を実現
- ペーパーレス化で環境保全に貢献

お客様のニーズに合わせ、さまざまなソリューションをご提案させていただきます。
お取引のある十六銀行の本支店へご相談ください。

人と、地域と、未来をむすぶ

法人・個人事業主の方のビジネスを
キャッシュレスを通じてバックアップ。



16FG

十六カード

十六カードでは、
皆さまのカードライフを
もっとお得に・もっと便利にする
さまざまなサービスを
ご用意しております。

地元でのお買い物をもっと楽しく！もっとおトクに！
地域 No.1 を目指す十六カードの
オリジナルサービスです。



エリワンパートナーで十六カードまたは
じゅうろくJCBデビットを使うと、カード
利用ポイントが2倍になったり、割引きが
受けられたりするサービスです。
十六カード、じゅうろくJCBデビットをご
利用の皆さまに、ポイントアップやおトク
な割引きをお届けします。

エリワラ

詳しくは下記までお問い合わせください
0120-16-3916
月～金/9:00～17:00
(祝・休日および12/31～1/3を除く)



十六カードHP

人と、地域と、未来をむすぶ



地域と共に歩む 保険と不動産の総合コンサルタント

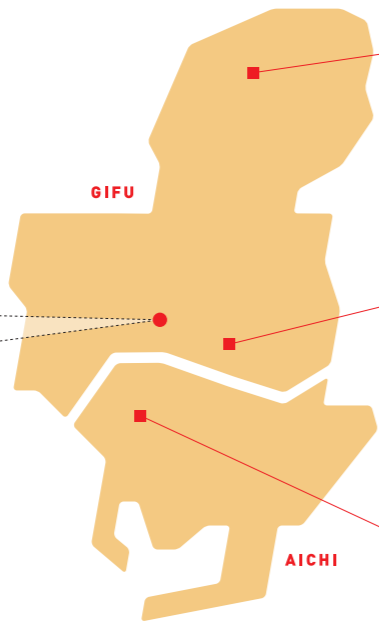
共栄ライフパートナーズ

この街で暮らす、あなたと共に。



本社・不動産部

〒500-8833
岐阜県岐阜市神田町7丁目18番地
Tel:058-265-2361
Fax:058-266-7407



高山営業所

〒506-0026
高山市花里町6丁目29番地
Tel:0577-36-1783 Fax:0577-36-0243

多治見営業所

〒507-0033
多治見市本町5丁目34番地1号 タイムビル2階
Tel:0572-25-8833 Fax:0572-25-8895

名古屋営業所

〒460-0003
名古屋市中区錦3丁目1番1号 十六銀行名古屋ビル19階
Tel:052-957-2322 Fax:052-973-2678

ポケットに
いつも銀行を。

じゃらるくアプリ



じゃらるくアプリ



人と、地域と、未来をむすぶ

十六銀行

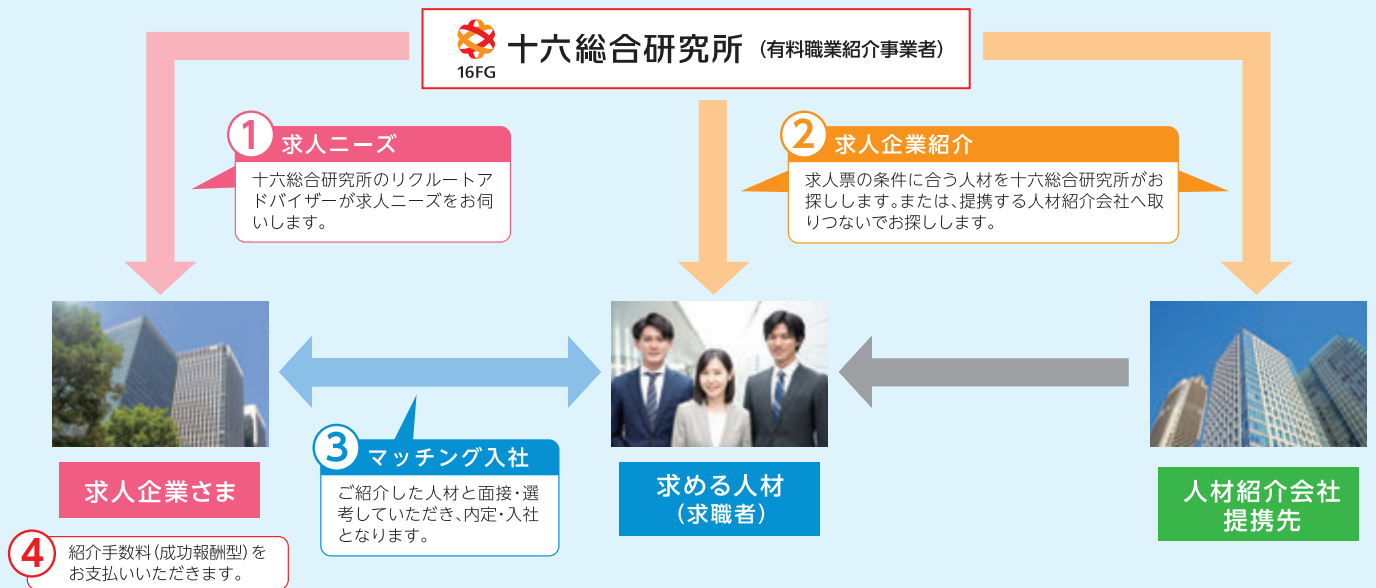
ダウンロードは
こちらから!



十六総合研究所の人材紹介サービス

当社の人材紹介サービスでお客様の事業の発展をサポートします

サービス内容



詳細はウェブサイトをご覧ください。

十六総研 人材紹介

検索



【お問い合わせ先】

十六総合研究所 コンサルティング部
TEL.058-266-1916

定価/1,650円(税込)

紙冊子版をご希望の方はこちらの二次元コード、または十六総合研究所のウェブサイトもしくはお電話にてお申込みください。

- ・万一、本書に乱丁・落丁、破損、汚損等があった場合は、すみやかに当社にご連絡ください。詳細を確認の上、当社の判断で当該号の新品をお送りします。
- ・本書に記載される記事、図表、画像等に関する著作権、商標権等の知的財産権およびその他の法的権利は、当社、情報提供者および許諾者に帰属し、お客様その他の利用者は、これらの権利を侵害してはならないものとします。
- ・本書掲載記事および写真の無断使用を禁じます。本書のコピー、スキャン、デジタル化などの無断複製は、著作権法上での例外を除き禁じられています。
- ・本書を代行業者などの第三者に依頼してスキャンやデジタル化することは、たとえ個人や家庭内の利用であっても著作権法上認められません。
- ・当社は、細心の注意を払って本書に各種情報を掲載していますが、本書の記載内容について、その正確性を保証するものではなく、本書の内容に基づいて利用者が行う判断・行為により生じた損害について、損害賠償の責を負いません。
- ・本文中に記載した組織名称、肩書などは、特に断りのない限り取材・インタビュー実施日時時点のものです。



発行 | 株式会社 十六総合研究所

〒500-8833 岐阜市神田町7丁目12番地 十六ビル7階
TEL:058-266-1916
<https://www.16souken.co.jp>

UD
FONT

見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。