

21世紀 WAKAYAMA

Wakayama Institute for
Social and Economic Development

Dec. 2025

111

Magazine

インタビュー SDGsへの取り組みを通して魅力的な会社に

▶▶株式会社クロシオ深谷社長にインタビュー

特集 情報セキュリティ対策について

01 ITの活用状況および情報セキュリティ対策の実施状況
[研究所調査]

02 中小企業のサイバー攻撃に対するセキュリティ対策
(一財)和歌山社会経済研究所 研究委員
(紀陽情報システム株式会社 代表取締役副社長) **大西 徹**

03 [付録] 5分でできる!
情報セキュリティ自社診断

一般財団法人
和歌山社会経済研究所

CONTENTS

講演会 (要旨)

- 02 | 人口減少時代に生き残るための
まち再生実践論
建築家 クリエイティブディレクター
株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役
西村 浩

寄稿

- 06 | 1 観光庁 DMOガイドライン改正を受けた
観光動態調査と地域経済効果の把握
(一社)高野山麓ツーリズムビューロー 副理事長
笠原 英治
- 10 | 2 死に神記者からのお願い
毎日新聞和歌山支局長
鶴谷 真
- 14 | 3 北ぶらくり丁商店街「明るい未来」
和歌山市北ぶらくり丁商店街振興組合 副理事長
平松 博

インタビュー

- 18 | SDGsへの取り組みを通して魅力的な会社に
～株式会社クロシオ深谷社長にインタビュー～

特集 情報セキュリティ対策について

- 24 | 1 IT の活用状況および情報セキュリティ対策の実施状況 (研究所調査)
- 37 | 2 中小企業のサイバー攻撃に対する
セキュリティ対策
(一財)和歌山社会経済研究所 研究委員
[紀陽情報システム株式会社 代表取締役副社長]
大西 徹
- 41 | 3 [付録] 5分でできる! 情報セキュリティ自社診断

経済指標

- 42 | 県内事業者における高齢従業員の
活躍実態と今後の課題・対策
(一財)和歌山社会経済研究所 主任研究員
藤本 迪也
- 45 | グラフで見る和歌山県経済指標
- 49 | 和歌山ブラぶらウォッチング^⑤
- 50 | 研究所だより
- 51 | 編集後記 「金の島」佐渡島——離島、佐渡空港2,000m滑走路の実現は?

人口減少時代に生き残る ためのまち再生実践論

■日時：2025年10月29日(水) 13:00～14:30

■会場：ホテルグランヴィア和歌山 6F ル・グラン

■講師：建築家 クリエイティブディレクター

株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役 西村 浩氏

皆さん、こんにちは。

ただいまご紹介にあずかりました西村と申します。今日はどうぞよろしくお願いいたします。

僕は朝、ジョギングをするのが日課でして、今朝も走りながら和歌山市内を見て回ってきました。僕の出身地・佐賀県佐賀市も県庁所在地ですが、和歌山と同じように「どこもやっぱり頑張らなきゃいけない」と思いながら、まちの様子を見ていました。

今日は、その「頑張り方」が昔とはまったく違うというお話をしたいと思います。

■ 人口減少時代のまちづくりとは

今日のテーマにもある「人口減少時代」。もう皆さん、耳にたこができるほど聞いていると思います。人口減少、高齢化—これはもう避けられない現実です。

だからこそ、「そんな社会情勢の中でどう幸せに暮らしていくか」を改めて考える時代に来ています。

最初に申し上げておきますが、人口が増えていた時代のまちづくりと、人口減少時代のまちづくりは180度違うものです。人口増加の時代は、建設こそが発展の象徴でした。住宅を建

て、商業床を増やし、デパートを造る。全国どこも同じ風景が生まれました。

しかしこれからの都市間競争で「選ばれるまち」になるためには、個性化が必要です。人々は「和歌山はこういうところがいいね」と思って移住します。どこにでもあるまちには、もう誰も移ってきません。そのために大事なことが「基礎体力」をつけること。つま





り、「人気のまち」にすることです。ビルを建てなくても、「和歌山、いいよね」と言われる取り組みを続けること。それが結果として開発や不動産価値の上昇につながります。

■ リノベーションという考え方

十数年前から取り組んでいる「リノベーションスクール」では、増え続ける空き家や空き地を暫定利用で魅力的に使うことを重視しています。リノベーションとは“ハコをきれいにすること”ではなく、“どう魅力的に使うか”の発想です。

小さな投資でスピーディーにエリアの価値を上げ、「あの辺いいよね」と言われるようになる。そうなれば自然と賃料相場も上がります。この「いいよね」と言われる取組を積み重ねることが、都市経営の健全なサイクルを生むのです。

■ 東京のまねをしない

もうひとつ大切なことは、「東京のまねをするのをやめよう」ということです。

これまで多くのまちは、東京のような暮らしを目指してハードを整えてきました。その結果、駅前の風景はどこも同じになりました。しかし今の若い世代、特に学生は「地方都市回帰」に関心を持っています。東京を離れ、地方のどこで暮らそうかと考える時代です。そのとき、和歌山にとって最も可能性があるのは、和歌山出身の若者たちです。そうした若者たちが「和歌山に帰りたい」と思える環境は整っているでしょうか。「和歌山より佐賀の方がよくない？」

と言われないうちに、「和歌山がいい理由」をしっかりと磨いて、発信することが重要です。

■ 旅行と移住の境界をなくす

次に観光の話をしてします。僕がずっと疑問に思っているのは、「旅行と移住は何か違うのか」ということです。

役所では観光部署と移住促進部署が分かれています。実際は短期滞在か長期滞在かの違いにすぎません。

「暮らすように旅をする」という言葉があります。

朝、漁村で地元の人と漁に出て、獲れた魚を食べる、農作業をして収穫できたものを材料に料理する—そうした体験をきっかけに、移住へとつながるケースが増えています。

これからの観光は「1泊2日で安く体験」ではなく、「住む・働く」につなげる発想が必要です。観光と移住促進の部署が連携して政策をつくる時代だと思います。

■ ハコ物から「使われる公共空間」へ

かつて、税金で大きなホールを造っても誰も使わない—そんな「ハコ物批判」が全国で起きました。ものをつくるだけでは意味がありません。誰が使い、どんな経済効果や暮らしの向上が生まれるかを考えなければなりません。

道路、公園、河川といった、まちを訪れたとき最初に目に入るこれらの公共空間が、例えば「この道路、楽しそう」と思われれば、そのま





ちの価値は一瞬で上がります。一方で「車だらけで歩きにくい」と感じられれば、価値は下がります。

こうした公共空間を「大きなリノベーション」と捉えると、「小さなリノベーション」は民間所有の不動産です。接道している道と、沿道の建物を一体の空間としてどう魅力的に使うか。民間と公共が連携しながら通り単位で考えることで、まち全体の価値が上がっていきます。

■ 小さく始めて、大きく回す

「小さく始める」という考え方が僕の信条ですが、昨年、佐賀で国民スポーツ大会が開かれ、僕はそのメインアリーナ「SAGA サンライズパーク」のデザイン監修を担当しました。

佐賀市は人口22万人の県庁所在地。このアリーナはプロバスケットB1チーム「佐賀ブルー

ナズ」のホームアリーナでもあります。

建設コストが上昇する中、客席数を減らせばコストは下がりますが、収益性も下がります。しかし、スポーツだけでなく、一流のミュージシャンやアーティストが来る規模と、空間を創り上げることで収益につながる、という考え方で計画し、その結果、B'z、ユーミン、羽生結弦、Perfumeといった方々が来場しました。

大切なことは「投資額が高いか安いかわけ」ではなく、公共投資をいかにして回収するかです。佐賀はこのアリーナが整備されたことによって、周辺の地価が上昇し、固定資産税額も上昇しました。

投資によってその周辺の税収が上がり、回収できるサイクルをつくること。これが健全な公共投資のあり方です。

■ 佐賀県の「さがデザイン」

「SAGA サンライズパーク」をきっかけに、こうした好循環がどのようにして実現できたのか。背景には、佐賀県庁の知事直轄組織「さがデザイン」の存在があります。

佐賀ゆかりのクリエイターやデザイナーが集まり、行政の各部署にデザインの視点から関わる仕組みです。当初は煙たがられましたが、今では多くの部署が頼りにしています。デザインで政策をつくる—まさに時代の方向を示していると思います。



■ これからのまちづくりに必要なもの

最後にまとめます。

ワークヴィジョンズの仕事は、建築やリノベーションなど“ハード”から始まりましたが、今は「まちの価値を上げる」ことを柱にしています。公共空間のデザインに民間投資が連動し、路線価が上がり、税収が上がる。その循環をつくることが目標です。

そして、これから皆さんにぜひ取り組んでほしいのが「妄想」です。他のまちの事例や教科書ではなく、自分たちのまちを薄目で見、「こうなったら住みたい」と心から思える風景を思い描くこと。それが新しい社会をつくれます。

不動産は、未来の世代に受け渡す「資産」です。子どもや孫が「和歌山のあの土地が欲しい」と思えるようなまちを、今の世代でつくること。そうしなければ、人は帰ってこず、空き家や所有者不明土地が増えるばかりです。だからこそ「今」が大事です。

この転換期にいる私たち大人が、どれだけ若い世代と一緒に魅力的な使い方を実践できるか。その挑戦こそが、人口減少時代を生き抜く鍵だと思います。

(了)

寄稿 その1

観光庁DMOガイドライン改正を受けた 観光動態調査と地域経済効果の把握 ―高野山麓ツーリズムビューローと橋本市の取組―

(一社) 高野山麓ツーリズム
ビューロー 副理事長

笠原 英治



1. はじめに

2025年3月、観光庁はDMO（観光地域づくり法人）に関するガイドラインを改正し、観光地経営の高度化と持続可能な観光振興を目的とした制度強化を打ち出した。観光を地域経済の柱とする動きが全国で加速する中、科学的根拠に基づく戦略策定と成果検証が不可欠となっている。

高野山麓ツーリズムビューローでは、改正前から地域の観光の動きや経済への影響を数値で把握する調査を行っている。橋本市を中心とする高野山麓地域の観光の現状と課題を明らかにし、今後の観光戦略を立てることを目的としている。

2. DMOガイドライン改正の概要と意義

今回の改正は、観光を「地域経営」の視点で再定義する契機となる。従来のPR中心の活動から脱却し、地域課題の解決と持続可能性の確保を重視する方向へと転換された。主な改正点は以下の通りである。

- ・戦略策定の義務化：中長期（4～5年）を見据えた観光地経営戦略の策定を登録要件に追加
- ・成果指標の明確化：KGI（旅行消費額、経済波及効果）とKPI（来訪者数平準化率、観光従事者の給与水準、住民満足度等）の定期測定を義務化
- ・組織体制強化：常勤職員3名以上の配置、専門研修の受講、説明責任の強化
- ・登録区分の明確化：都道府県DMOと地域DMOの役割を整理し、連携体制の構築を促進

これらの改正は、DMOが「観光地経営の司令塔」として機能するための制度的基盤を整えるものであり、地域の持続可能な発展に直結する。

3. 高野山麓ツーリズムビューローの概要と活動実績

当ビューローは2017年10月に設立され、和歌山県北部から奈良県境にかけての高野山麓エリアを対象とする地域連携DMOとして活動している。主な活動は以下の通りである。

- ・世界遺産「高野山と山麓」地域を中心とした宿泊・飲食・体験コンテンツ等の開発・ランドオペレート（手配）・販売
- ・国内外へのプロモーション（旅行代理店・メディアとの面談、及びOTA（オンライン旅行代理店）・SNS等による情報発信）
- ・観光関連データの収集・分析（宿泊統計、人流データ、満足度調査など）
- ・地域資源の磨き上げと体験コンテンツの構築（精進振舞い膳、伝統産業体験、老舗和菓子



づくり体験など)

これら地域で行われている様々な取り組みや、社会の動きの影響で、地域の観光消費額は年々増加しており、観光が地域経済に与える影響は着実に拡大している。

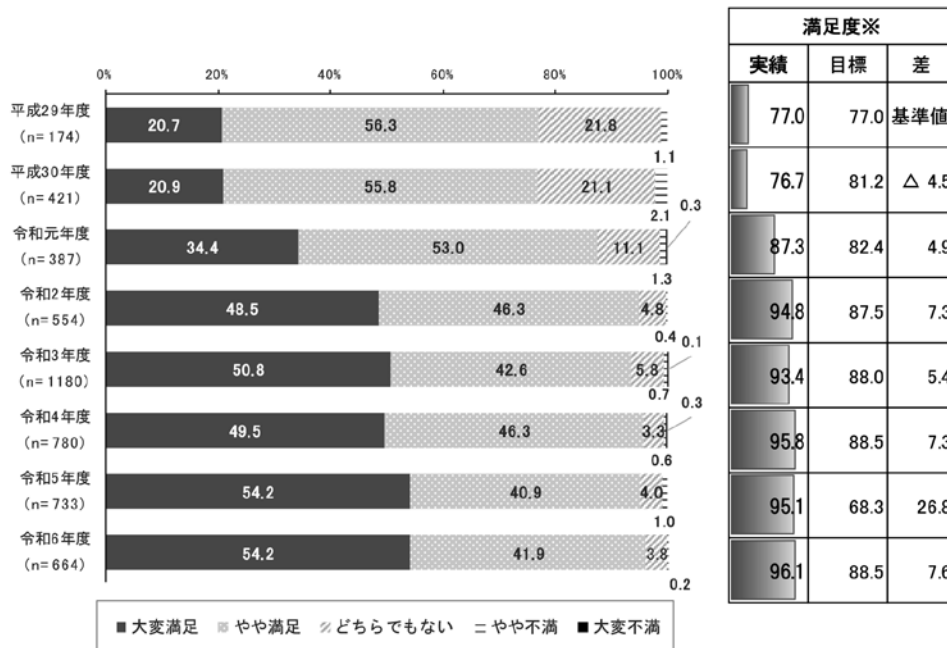


4. 観光動態調査の概要と分析

4.1 調査手法と結果

- ・宿泊統計分析：春（4～5月）と秋（10～11月）に宿泊需要が集中。インバウンド比率は年々上昇し、特に欧米からの訪問者が増加傾向
- ・スマートフォン位置情報分析：高野山の壇上伽藍や奥之院周辺に観光客が集中し、周

図 4.2-1 全体満足度の経年推移 [KPI]



※ 「大変満足」または「やや満足」と回答したサンプル数の割合

辺地域への回遊促進が課題

- ・ 事業者ヒアリング：閑散期の送客策や滞在時間延長に向けたコンテンツ不足など、現場の声から課題が浮き彫りに

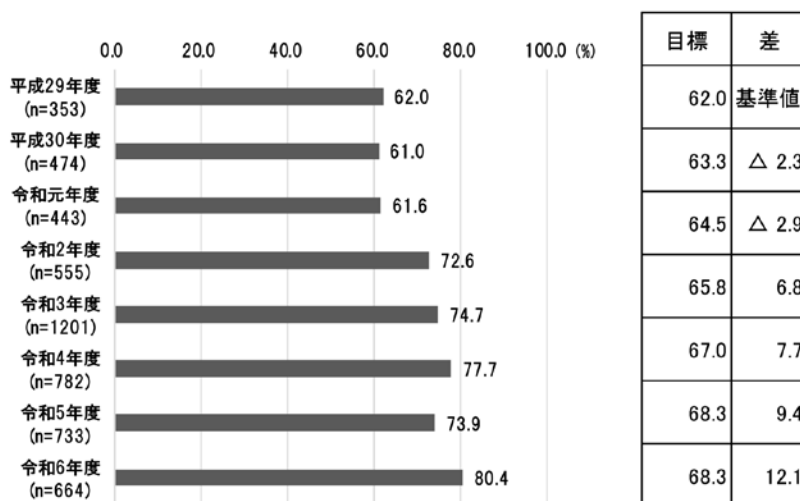
4.2 観光動態調査 (2024年度)

- ・ 満足度：96.1%、リピート率：80.4% (図

4.2-1、4.2-2)

- ・ 平均消費額：日帰り7,007円、宿泊29,515円
- ・ 来訪者属性：全体的に40～60代が中心で女性の比率が高い。ウェブページ・SNSによる情報収集が主流

図4.1-2 リピーター率の経年推移 [KPI]



4.3 高野山との関係性

高野山訪問者は初来訪者や高齢者が多く、知名度の高さが来訪動機に直結。橋本市など周辺地域への誘導が課題となっている。

5. 地域経済への波及効果

橋本市単独の経済波及効果に加え、高野町からの来訪者による消費が橋本市経済に大きく寄与している。今後は、橋本市内での滞在型コンテンツの充実により、域内消費の拡大が期待される。

6. 改正ガイドラインへの対応方針

- ・ KPI測定の制度化と住民満足度の反映
- ・ データ分析体制の強化 (県・大学との共同研究)
- ・ 財源確保 (自主事業の収益性向上と受託事業の拡充など)
- ・ 説明責任の徹底と地域との合意形成

7. 今後の展望と提言

- ・ AIによる人流・消費データのリアルタイム分析
- ・ 閑散期誘客コンテンツの開発 (冬のライトアップ、歴史文化探究講座など)
- ・ 地域資源の高付加価値化 (高野参詣道トレッキングツアー、葛城修験日本遺産ツアー、神仏習合の思想体験、サステナブル×匠の技の伝統産業体験など)
- ・ 広域連携による周遊促進と滞在日数の延長





8. おわりに

今回のDMOガイドライン改正では、観光を単なる集客手段ではなく、地域の未来を育む経営戦略として捉えることが求められている。住民の満足度向上、観光従事者の待遇改善、そして地域経済への好影響を、具体的な数値で示しながら戦略的に運営する力が、これからのDMOに欠かせません。

高野山麓ツーリズムビューローは、データと現場の声を活かし、地域経済の活性化と観光地の持続的成長を両立する役割を担います。文化・自然・人をつなぐ観光の力を信じ、これからも新しい観光モデルの創出に挑み続けます。

参考文献

- ・観光庁（2025）「DMOガイドライン改正概要」
- ・和歌山県（2024）「観光客動態調査報告書」
- ・一般社団法人高野山麓ツーリズムビューロー／和歌山社会経済研究所（2024）「地域観光経済波及効果調査」
- ・日本観光振興協会（2023）「持続可能な観光地経営に関する提言」
- ・地方創生研究会（2022）「観光による地域経済活性化の実証分析」

死に神記者からのお願い

毎日新聞和歌山支局長

鶴谷 真



世間をアッと驚かせるスクープをバンバン放つ特ダネ記者にはほど遠く、かといって政治や事件、自然科学やスポーツなど特定の分野に強い記者でもない。ペットボトルや缶入りの飲料を扱う食品卸の会社を辞め、あこがれていた新聞社に転職した私だが、今のところ〇〇記者と二つ名をいただくに至らないのは不徳の致すところである。

あえて畑を言うならば、大阪本社と東京本社で計10年間在籍した学芸部だ。文化部と称する新聞社もあるが、芸術や芸能の動向を報道する。我が社の場合、文学・美術・論壇・書評そして放送・映画・舞台・音楽さらには囲碁・将棋といったあたりが守備範囲である。大阪学芸部の先輩には、ノーベル文学賞も取り沙汰された井上靖（1907～91年）と、デスク時代の井上から記者としての指導を受けた山崎豊子（1924～2013年）という2人の国民的作家がいる。ちなみに人気マンガ「美味しんぼ」の主人公は「東西新聞」の文化部記者という設定だが、我が社の現在の学芸部に料理という持ち場はない。ただ、世界に冠たるマンガ自体は重要な取材対象である。

社内ですら、学芸部は高雅で浮世離れしたイメージを持たれがちで、白状すると私も、学芸部に行けば深夜にたたき起こされたり休日に突如仕事が降りかかってくることはないだろうと高をくくっていたのだが、現実には甘くない。ひとたびテレビ局や芸能人、芸能事務所の不祥事といった世間の耳目を集める事案が生じれば、取材相手ともライバル他社とも切った張ったの立ち回りを余儀なくされる部署である。

私なりに記者の証しを残そうと、もがきにもがく日々を送ったのは純文学を担当した東京での4年半である。「社内ですら一人のエースポジションだ」と当時の部長におだてられて勇躍、取材を始めたのはいいが、私は40代に入って遅まきながら結婚をし、絶対に結果を出さねばならない時期だった。51歳に

なった今、振り返ると、40代は苦しい10年間だった。その文体にひかれて私淑してきた作家、宮脇俊三（1926～2003年）も確か、何かの作品中で、出版社勤務だった40代の苦しさを述懐していた記憶がある。

ともかく、直木賞が対象とするエンタメ文学に対し、芥川賞が対象とするのが純文学だ。人はなぜ生きるのか、自分はどこから来てどこへ行くのか。一読しても意味を取れない、観念的で堂々巡りの小説が非常に多い。さらりと読めたとしても、今度は真意を探り当てるのが至難の業という作品もある。戦後生まれで初めて芥川賞を受賞した和歌山県出身の中上健次（1946～92年）は純文学の旗手であり、私が取材した現役作家たちの中上に対する敬慕は誠に強烈なものがあつた。

私は文学青年ではなかつた。国語の教科書は退屈でたまらず、中学時代に夏目漱石の「こころ」に挑戦したが遅々として進まず、高校時代に井上靖の文庫本を手にとると冒頭で挫折。大学時代には小説を読む努力をしたが、読んだ絶対数が少ないうえ、若いうちに名作を読んでおかねば賢くなれないという教条主義的かつ不純な動機に基づいていた。ドストエフスキーの「カラマーゾフの兄弟」は読了に2カ月ほどかかった。しかも今、内容を覚えていない。井上靖先輩の名作の数々も同様。文豪の皆様に謝りたい。

しかし、である。我田引水を承知で言えば、文学青年ではなかつたが故に食い下がろうとしてきたという距離感が、記者としては結果的に良かったと思っている。つまり、私にとって純文学の大半は難解である。分からない。だから「教えてください」と作家に取材するわけだ。脂汗を流しながら作品を読み、関連の作品や過去の記事にもあたり、1時間のインタビューのために、時にはその10倍以上の時間をかけて準備する。いざ作家にお会いした時点でノートは何ページにもわたって真っ黒、おまけに当時の私は不祥事の取材でない限りは相手の話を録音しなかつたため、

ある作家には「ストロングスタイルですね」とあきれられ、別の作家には笑いながらぐちゃぐちゃのノートを写真に撮られた。ちなみに録音しないのは、単純に、聞き返す時間がもつたくなかつたからで、記事に必要な文言はノートの殴り書きのメモを見れば再現できた。

結局、どんな仕事であっても、仕事である以上、興味関心とか好き嫌いはあまり関係なさそうだ。門前の小僧習わぬ経を読む。専門知識はなくても、日ごろ見聞きしていることは何となく覚えてしまう。新聞記者は、おしなべて門前の小僧である。取材させていただく相手は必ず、自分よりも詳しい人ばかりだ。ノーベル賞作家も犯罪者も、文学や悪事については記者よりはるかに詳しい。どんな相手にも頭を下げ、事実ひいては真実を聞き出してこそ記者である。もちろん「教えてください」ばかりではなめられるので勉強は欠かせない。まともな質問ができなければ、読者の役に立つ記事は書けない。

この文章を我が社の偉い人が読んでいないことを祈るが、文学青年上がりの記者が書いた文学記事は、読めたものではないことが多い。取材対象に耽溺するあまり、記事が中毒を起こしているのだ。新刊小説を紹介する作家インタビューであれば、着想の源や創作の苦労、ネタばれにならない範囲での読みどころなど、新聞読者が本を読みたくなるように補助線を提示するのが眼目であろう。中毒記事は、それらがすっ飛んで、取材者の文学愛あるいは作家への愛を読者に押しつけているものを言う。聞くべきことを聞かず、質問が先回りしすぎて作家の気分を害しているケースも多いと思われる。自戒を込めて。理想はラジオパーソナリティー、浜村淳さんの講談調の映画解説で、映画そのものより面白いと評されるが、これは別格の至芸であろう。

とはいえ、さすがに純文学の取材で切った張ったの場面はあまりなかつた。ただ、伝説的な古典芸能記者だった先輩が言っていたのは「学芸記者の存在意義は訃報にある」とい

うこと。この場合、死亡記事の内容の充実度よりも、死という事実を他社に先駆けて発表前に書くことに重点がある。死に神であってこそ一流の学芸記者というわけだ。死という最もプライベートな事実を早く正確に聞き出せる関係を築くべく努力せよという教えだ。古典芸能分野の大物の周辺をその先輩がウロウロし始めると、ほどなくして社会面に段付きで、時には1面にその人の訃報が載る。ライバル他紙の芸能記者たちの未明の安眠を何度も破ってきたのがこの先輩だった。

別の先輩記者は取材相手に食い込み過ぎて、死亡記事を書かずに通夜の席に座っており、訃報をかぎつけて駆けつけた後輩記者を怒らせたそうだ。ともかく私は死に神記者にもなりきれなかったが、少しは近づいたと思うのは、予定稿を多く書いたからだ。大物作家の訃報が飛び込んできたとして、締め切り時間が迫っている場合に、その文業の全体像や年譜、作品リスト、発言録、評伝、識者談話といった計何百行にもわたる原稿を一気に用意できない。不謹慎ではなく、大きな訃報になる作家は生前から死亡記事を書いておくわけだ。

もちろん、あなたが亡くなった時に載せる記事のための取材に来ましたなどと言われて快く応じる奇特な人はいないだろうし、失礼極まりない。だから、記事がデータベース化される前の時代のスクラップを会社の資料室から引っ張り出し、その作家の偉業をたたえる気持ちをこめて必死にキーボードをたたいた。予定稿はデスクに出し、校閲部の点検を経て、保存される。日の目を見るのはいつか分からない。しかも訃報記事は署名がないから、誰が書いたかも分からない。学芸部を離れて7年半が過ぎた。時折、パッと目に留まる訃報記事がある。最新の情報を盛り込んで更新してあることがほとんどだが、私が書いた予定稿がベースだとすぐに分かる。私にできた作家への手向けであると同時に、わずかも後輩記者の役に立ったと思う瞬間である。

さて、今、新聞は急激に発行部数を落としている。日本の新聞の総発行部数は、2000年には5300万部ほどあったのが、2023年には2800万部あまりになった。23年間で47%もの大幅な減少だ。SNS全盛の今、紙の新聞を読む習慣自体が薄れている。私たちは一私企業に過ぎず、経営が成り立たなくなれば市場から退場するしかない。一社員として、そうならないように仕事に打ち込んでいるが、逆風が長く続いていることは肌で感じる。

毎日新聞の朝刊と夕刊セットの購読料は月額4900円、夕刊のない地域は4000円だ。毎日小学生新聞は1750円。多額のスマホ代がかかる今、安くない。ただ、地域や職場、学校、家庭などさまざまなポジションで多忙な日々を送る老若男女にとって、オールな新聞こそ、簡単に国内外の動きをつかめる新しいツールだと思う。

まず、新聞は1面から社会面まで、念入りの編集がなされている。記事は1本ごとに取材記者とデスクが細かくやり取りして仕上げ、その多くは校閲記者が厳密にチェックする。記事の扱いに変化を付けてレイアウトし、見出しを付ける作業は本社の専門の部署の記者が行う。人に会って記事を書くところから始まり、編集に至る一連の流れは、もちろん使う機器やシステムは変化してきたが、根本的には昔と同じである。ある意味で古典芸能、職人芸だ。朝刊一部の情報量は新書1冊に相当し、忙しい日は拾い読みするだけでもいい。

特に読者のお役に立つと思う点が「意外な発見」である。新聞を広げれば、読み手の関心の外にあることも目に飛び込んでくる。一覽性だ。見出しや写真をきっかけに、新たな世界の入り口に立てる。これは、自分の関心事を検索するうちに、同じような情報にばかり包まれるSNSにはない。思い込みをほぐし、知識の縮小再生産を防ぎ、生きる世界を広げるのが新聞の一覽性だ。多角的な視点を持たれば、お金や名誉の欲をあおったり、分か

りやすい敵をつくって攻撃しようとしたりする人や集団にだまされなくなる。

SNSには罵り合いはあっても、建設的な議論は生まれにくい。同じ意見の人同士がひたすら共感し合うのは排除の構造に等しい。少なくとも毎日新聞は「お上」べったりではなく、時に批判する。これは、ののしっているのではなく、より良い社会を築いていくために必要で、結局は私たち庶民のメリットになる。ナチスドイツや軍国日本の例を見るまでもなく、言論の自由と多様な生き方を認めない社会がどんな末路をたどるかは歴史が証明している。

放っておけば権力は腐敗し、多数派は間違える。真実とは、多数派を疑うところからしか見いだせない。しがない学芸記者として純文学と格闘した日々を振り返って思うのは、あの難しい小説の数々はほぼすべて「私はここにいる！」との叫びだったということだ。世界は一部の金持ちや権力者のものではない。声の小さな人の叫びを代弁し、自分の半径1メートルの自由を必死に守ろうとする営みが純文学と言っていい。

死に神を超えて、すべての新聞記者の存在意義は詰まるところ、この叫びを伝えることにあると思う。言い換えれば民主主義を守る砦。独裁国家は言うに及ばず、強権国家における新聞はプロパガンダの広報機関でしかない。国民が事実を前提として考えたあげく民主主義を捨て去るなら仕方ないが、そのはるか手前で、一時のブームやデマ、空気でもってそうなるのは耐えがたい。

最後に、伏してお願いがあります。新聞をご購読いただけませんか。妻（48歳）は最近、毎日新聞の国際面や経済面を読みながら、しばしば嘖き出しています。「吉本新喜劇より新聞記事の方が面白いやん」と。どうやらトランプ米大統領の言動を報じる記事のようでしたが、ともかく、笑いや涙、新たな発見があり、ローカルな話題も詰まって

います。情報過多かつタイパ・コスパを指摘される今こそ、新聞はお得です。お電話いただきましたら、購読申込書を持参して飛んで参ります。ここまでお読みくださり、ありがとうございました。

北ぶらくり丁商店街「明るい未来」

和歌山市北ぶらくり丁商店街振興組合
副理事長

平松 博

「最近、北ぶらくり丁、賑やかになってきたね」

このところ友人や知人、お客様からそんな風に話しかけられることが増えてきました。長年ここにいる身からすると「そうなんですよ!」と答える時に自然と胸が弾みます。実際、今までなかったような新しい店が出来て、若い年代のお客様も多くなっています。とは言え、通りが人でごった返しているわけでもなく、通行人は少々。これってまだ閑散としてると表現する方が正しいんじゃないのか? 歩いてる人少ないやんか、どこが賑やかなんや!と突っ込まれるかもしれませんね。でも、もうちょっと観察の倍率を上げて通りを見てください。今ここで何かが起きている。それが見えてきます。

現状を整理すると、まず北ぶらくり丁商店街には店舗用地になり得る64戸分の建物間口があります。現在その内の約42%の27箇所が店舗ないしはそれに準じる用途で利用されています。それ以外には3箇所が駐車場として、5箇所が単独の住居として利用されています。残る45%ほどは空き家や倉庫などです。

通りは東西に3つのブロックに分かれていますが、本町通りに近い西側のブロックを見ると、20箇所の75%に当たる15箇所が店舗として利用されていることが分かります。しかもその中の7箇所はコロナ禍以降に新しいオーナーが新規開店した店舗であり、行列が出来てる店もあつたりします。バブル崩壊以降の30数年来、北ぶらくり丁商店街が衰退していると感じることはあっても上向きになると感じるのは初めてのことで、これはまさに大事件です。

なぜ? ここに来て店が増えてきたのでしょうか? まず近年和歌山市が実施した「リノベーションスクール」「まちドリ」「チャッカソソ」といったまちづくりの実践的なプログラムは、いずれも北ぶらくり丁商店街にとっては具体的な出店につながるきっかけとなったことが



挙げられます。また、まちづくり会社であるサスカッチさんの協力で2021年から毎週火曜日に実施してるリメンバーマーケットというストリートイベントも出店のきっかけになっています。さらに「昭和レトロ」の盛り上がりもあります。北ぶらくり丁商店街を歩くと、あちこち店の看板や造作に昭和の面影を見ることが出来ます。

今の商売とは異なる先代の看板がそのまま残っていたり、木枠の昭和のガラス窓、琺瑯の看板、局番なしの4桁の電話番号、etc. 一つ一つ見て行くとよくも今まで残ってたなあと感心する次第です。写真を撮りに来てる方も度々見かけます。

近年出店された方の多くはそんな流れを汲んで元のファサードを残すことを前提にして店作りをするようになってきました。インターネットの中では次々に生まれる最新のものに触れる機会も多く刺激に満ちていますが、この商店街の中ではむしろ「古いもん勝ち」みたいな状態で、面白い時代になったと思います。

そんな北ぶらくり丁は「商店街」の他に「北ぶらくり丁会館」と「北ぶらBASE」というスペースを運営しており、3者は昭和レトロなイメージを共有しながら全体のコンテンツをより充実したものにするために互いに欠かせない存在となっています。

北ぶらくり丁会館

中央のブロックを中ノ店通りに沿って本町公園方向に曲がると、すぐ左手に3階建ての古い建物があります。ここが「北ぶらくり丁会館」で、かつて商店街の若夫婦のために建てられた元アパートですが、ライフスタイルの変化や建物の老朽化もあって、2000年頃には住む人も使う人もなく空室のまま放置されていました。

しかしその一室をフリーペーパー Bravo の編集室として使い始めたことがきっかけで若者が集まり、空き部屋は次々と素敵な空間に生まれ変わり始めました。設備面でも、壊れていた廊下の柱を直し、その次は階段にペンキを塗って、今度は屋上の防水工事を、さらにはトイレをウォシュレットに、Wi-Fiを飛ばそう、看板も作ろうという具合に設備も整ってきて、次第にそれなりの雰囲気になって行きました。

この不思議な建物は一体なんだろう？という隠れ家的存在感も高まってきて、いつしか「古い」って悪いことじゃないと商店街のメンバーも感じるようになってきました。1階には堂々たる一枚板のカウンターを備えたBarが鎮座し、長年ヨーロッパ映画の配給に携わってきたオーナーが2年前にオープンしたミニシアターには他府県は元より海外からの来客もあり、オーストラリアから移住してきたオー



ナーのCafe、クラフトビール販売、ネイルサロンなど入居する方が増えてきて、2025年10月現在全ての部屋が埋まっています。元々ここに出店するのは北ぶらくり丁商店街の中よりは身軽なイメージですが、それぞれのオーナーさんの提供する商品やサービスのクオリティは高く、今や商店街にとっても欠かせない重要な存在になっています。

北ぶらBASE

北ぶらくり丁商店街の中程に、閉店して40年以上経過した古い木造の店舗があって、防犯上の理由から建物正面はパネルで覆われて中に入ることもできない状態のまま長年放置されていました。2022年春、この店を商店街に譲っていただける運びとなりました。

一体中はどんなふうになっているんだろう？ドキドキしながら入ってみると、何十年ぶりに表の世界に現れたのは、木の引き戸、珧瑯の看板、少し波打ったガラスのショーウィンド、ゼンマイ式の掛時計、そんな昭和が色濃く残るレトロな空間でした。

せっかく手に入った「身近な歴史遺産」です。少なくとも当分の間は誰もが気軽に使えるレンタルスペースとして運営してみようということになりました。僅かな費用（1日1,000円〜）でアイデアを実際の形にして試してみることが可能です。



すでに多くの方にご利用いただいております、絵や作品の展示や販売、音楽鑑賞、漫才や落語、映画や映像の上映会、リラクゼーション、骨董市、手作り作品のワークショップ等々、ご利用になる方が次々と新しい使い方を考えてくれます。友達と集まっておしゃべりする場所として使う方や、この雰囲気の中で気分も変わって違うアイデアも浮かぶからと会議に使う方もいらっしゃる。通常商店街は買い物をしたり食事したりする場所ですが、ここはどなたでもご利用いただけて、いつもと違う立場を体験することも出来ます。



これからの北ぶらくり丁商店街

私たちには2つの目標があります。1つは、商店街の空間を作り変えることです。具体的には、築50数年経過して老朽化したアーケードを撤去します。

北ぶらくり丁商店街は元々車両や人が単なる通過のために通って行く要素が少ない通りだと言えます。幅員は約8mもあるので、単に買い物や飲食の通り道だけではなく、市民や来街者の皆さんが快適に楽しく過ごせる空間として生まれ変わる余地は十分あると考えています。

2023年10月、アーケード撤去を前提とした道路空間を検討するための社会実験が実施されました。（主催：和歌山市）期間中はベンチやテーブル、椅子、パーゴラなどのストリー

トファーマニチャーが大量に配置されて、それまでになかった新しい風景が誕生しました。数メートル毎にボリュームのある植栽が配置されて、今までに見られなかった緑の空間は街並みにとって欠くことの出来ない魅力的な要素に見えました。

中央のエリアには大型円形のテーブルも置かれ、知らない人同士がコミュニケーションを持つきっかけとなることもありました。また人口芝エリアでは子供から大人まで寛ぐ様子も見られました。アーケードがなくなれば日差しや雨も受け入れる必要がありますが、木や草花など植物の育つ環境となり、人が集まったり、催しを行ったり、可能であれば椅子やテーブルを置いて一杯のコーヒーを味わうようなことができれば、市民や来街者にとって価値ある場所となり、生活に潤いをもたらしてくれるだろうと思っています。



2つ目の目標は、多くの方にわざわざ行きたいと思っていただけるような店の数をもっと増やすことです。現在、北ぶらくり丁商店街にはまだ多くの空店がありますが、建物の修繕が必要になる場合も多く、出店の希望者が現れてもすぐに貸せる場所は僅かしかありません。最近になって、商店街組合やまちづくり会社が間に入り、建物の補修を引き受けるプランを試みたところ、一気に話が進むことが分かりました。今後空店解消の一つの形として積極的に取り組んで行きたいと思っています。

今後は商店街を構成する店は、特に飲食やサービスが増加していくと思います。しかしながら物販店についても、実物を手にしないとオリジナルの商品の開発が出来たり修理やメンテナンスに於いて特殊な技術を持つような場合はネット通販の時代でも必要とされています。出店される方には我々が知っている商店街での開業ノウハウや地域の情報を提供すると共にPR面でも応援していきます。地元の皆さんに親しまれ必要とされる店が集まれば、商店街は人の顔が見えるコミュニケーションの場として時代を超えて引き継がれていくことでしょう。

北ぶらくり丁商店街はそれが可能な場所として周辺地域と共に発展していければと思っています。

インタビュー



SDGsへの取り組みを 通して魅力的な会社に

～株式会社クロシオ
深谷社長にインタビュー～



株式会社クロシオ 代表取締役

深谷 亜由美

株式会社クロシオ（以下、クロシオ）は、和歌山県海南市椋木に本社を置き、昭和47年の設立（明治41年創業）以来、家具・インテリア用品、医療機器の卸販売を主体に営む社員数35名の事業者です。クロシオは、主に自社が企画した製品を国内外の製造委託先で製造し、卸販売を行うといった事業形態をとっており、中心となる製品は、組立家具です。一般家庭でよく使われている組立家具である「カラーボックス」は、昭和45年、現在のクロシオグループの会長が命名・考案し、世に送り出した商品です。その歴史をふまえて組立家具を普及させていくことを目的に、一般社団法人日本記念日協会によって、会長の誕生日である11月27日が「組立家具の日」に認定されました。

クロシオの経営理念は、「社会に安心と幸せを与えられるようなモノづくりをできる企業であること」、「時代の流れに対応できる企業であること」、「人や社員の幸せを最優先に考えられる企業であること」であり、設立以来、社会と社員の幸せを願い続けてきました。これは、SDGsの理念に通じるところであり、令和4年6月、「SDGs宣言」を行い、社内外にSDGsを経営に取り入れることを発信しました。クロシオは、SDGs宣言を行うにあたり、経営理念を行動指針に落としこんだ結果、「人や地球に配慮したモノづくり」と「持続可能な職場づくり」を2大テーマとしたSDGsの目標を立て、全社一丸となって目標達成に取り組んでいます。本記事では、SDGsを通して会社の魅力を高めるクロシオの取り組みについて、代表取締役 深谷亜由美氏にインタビューを行いました。

（聞き手・構成：和歌山社会経済研究所

研究委員 岡 広史）

—SDGsを経営に取り入れると決めた動機について教えてください。

SDGsで掲げる17の視点で業務を見直し、改善することが、お客様、取引先様、社員の共感呼び、より魅力的な会社に発展できると考えました。

—具体的には、どのようなSDGs活動に取り組まれているのか教えてください。

当初は、下図のような活動でスタートしましたが、その後、梱包用PP（ポリプロピレン）バンドの削減活動、竹を活用した家具の販売などを加えています。

図1 クロシオのSDGs活動
(クロシオウェブサイトより)

人や地球に配慮したモノづくり

<p>家具製品の低ホルマリン化</p>   <p>家具製品には低ホルマリンの接着剤、塗料を使用し、シックハウス対策をしています。放散等級F☆☆☆☆、F☆☆☆☆の使用割合を国内外合わせて80%以上を目指します。</p>	<p>環境に配慮した木材の調達</p>   <p>持続可能な森林木材の使用（環境に配慮した木材の調達）を行っています。インドネシアリーガルウッド該商品は、100%承認済み木材使用を継続します。</p>
<p>発泡スチロールの削減</p>   <p>梱包材への発泡スチロール使用量を2022年に対し80%削減し、海洋プラスチックごみの削減に貢献します。</p>	<p>事務所のペーパーレス化</p>   <p>事務所のペーパーレス化を図る為、業務ごとのコピー紙使用量の見える化を推進します。また森林認証紙の使用を継続します。</p>
<p>残材の利活用</p>   <p>植林樹木、廃材、廃部材の利用した商品を開発し、廃棄物を削減します。 紀州檜等の倒木 → 丸太椅子 廃棄ケーブルドラム → テーブル天板 杉の廃部材の寄木 → テーブル天板</p>	

図2 クロシオのSDGs活動
(クロシオウェブサイトより)

持続可能な職場づくり

<p>社員処遇満足度の向上</p>   <p>性別、年齢に関係なく、能力・適正・意欲による管理職への登用を行っています。人事処遇に対する社員の満足度向上のため、満足度調査を実施します。</p>	<p>社員の能力向上</p>   <p>社員の能力向上の為、担当業務を考慮した外部研修/講習会への派遣計画の作成と計画に基づく派遣を行います。</p>
<p>新しい働き方の推進</p>   <p>社員の子育て、介護などに対応した柔軟に働ける環境づくり在宅勤務制度、ICTインフラ等を拡充するとともに、相談しやすい組織風土の醸成をすすめます。</p>	<p>社員の為の時間の創出</p>   <p>年1回の業務の見直し、IT化の推進、業務マニュアル作成を推進することで無駄な作業を削減し、社員の自己啓発やワークライフバランス拡充のための時間を創出するとともに、自己啓発奨励制度を整備します。</p>
<p>社員の声を活かす経営</p>   <p>社長・幹部社員との対話を通じた社員のモチベーションUPを推進しています。年に4回、社長、幹部社員による全社員の面談を行います</p>	<p>整理・整頓・清掃の徹底</p>   <p>毎朝礼後全員での整理・整頓・清掃活動を継続し、働きやすい職場づくりを推進します。</p>

——なるほど興味深い活動をされていますね。まずは、「人や地球に配慮したモノづくり」に関する活動についてお聞かせください。その中でも残材や竹の活用、発泡スチロールやPPバンドといった梱包用プラスチックの削減活動などは、組立家具を扱う事業者ならではの特徴的な活動だと思います。最初に、残材の利活用について伺います。具体的にはどのような活動でしょうか。

植林倒木や木材の製材、部品製造の過程で排出された残材は、多くの場合、燃料として利用されるか、廃棄、焼却処分されますが、折角、地球温暖化の原因となる二酸化炭素を吸収して樹木に育ったものが、燃やされると二酸化炭素に戻ってしまいます。エコロジーの観点から、残材を活用した商品化にチャレンジしています。その結果、和歌山県旧大塔



図3 紀州ヒノキのスツール
(写真は、クロシオ提供)

村で採れた紀州ヒノキの残材で作ったスツールなどの商品も生まれています。節の部分も使うので、天然木ならではの味わいが楽しめます。

——お客様の反応はいかがですか？

商品展示会や商談では、SDGsを積極的にアピールしており、賛同し、商品を引き受けていただける小売業様も増えています。一方、消費者様等のエンドユーザーは、サステナブルに限らず、値段やデザイン、風合いなど多様な価値観で商品を選ばれますので、売上げにつながるとは限りません。私たちも、もっとサステナブルな魅力を伝えられるよう、商品開発を進めたいと思います。

——続いて竹の活用について教えてください。

竹は成長が早く、二酸化炭素を吸収し、農

薬などの化学物質を使用しないことから、サステナブルな資源です。硬い素材のため、加工には手間がかかりますが、軽く、強度や耐久性に優れ、優雅な美しさをあわせ持つため、家具の素材としては優れています。一方、竹の持つ強い生命力から、管理されずに放置された竹林では、周辺の樹木や農作物に悪い影響を及ぼし、大雨時の土砂災害につながるといった厄介者の面もあるそうです。したがって、竹を利用することは、こういった課題の解決にもつながります。



図4 商品展示会での竹製家具のコーナー
(写真は、クロシオ提供)



図5 竹製のクツペラ (写真は、クロシオ提供)

——本業とサステナビリティの両方に貢献できる活動ですね。お客様の商品に対する反応はいかがですか？

竹を活用した製品は、商品化につながったケースが多いです。特にくつべらは、竹の特徴を生かした長さや強度があり、かがまずに靴が履けることから小売業様に好評をいただ

いています。最終的な売上げは、先ほど申しましたようにエンドユーザーの多様な価値観に左右されますので、まだまだ商品開発努力が必要ですが、新たな商品カテゴリーとして始めたことは、良かったと思います。

——何処で採れた竹を用いるのですか？地産地消の観点から、今後、和歌山県内の竹を使う予定はありますか？

製造委託先のロケーションの関係もあり、中国産の竹を用いています。将来、地元和歌山の竹を利用することができればよいですね。

——次に梱包用プラスチック削減活動について伺います。なぜこの活動に取り組まれたのですか？

弊社を中心となる商品は、組立家具ですが、工場からお客様の元に届くまで、各パーツが擦れあって傷が付かないように、緩衝材として発泡スチロールを用い、配送時の持ち運びのために外箱の梱包にPPバンドを用いています。こういった梱包材は、商品が客先に届いた後は使命を終えるため、ゴミとして廃棄されます。プラスチック製ですので、焼却処分

された場合、二酸化炭素を発生させることになります。また、ゴミの回収ルートからなんらかの原因で漏れ出した場合には、軽いため、風に吹かれて街から川へ、やがて海にたどり着き、海洋プラスチックゴミとなって海の生物に影響を及ぼすと言われていています。そこで「人や地球に配慮したモノづくり」の観点からこれら梱包用プラスチックの削減活動に取り組みました。

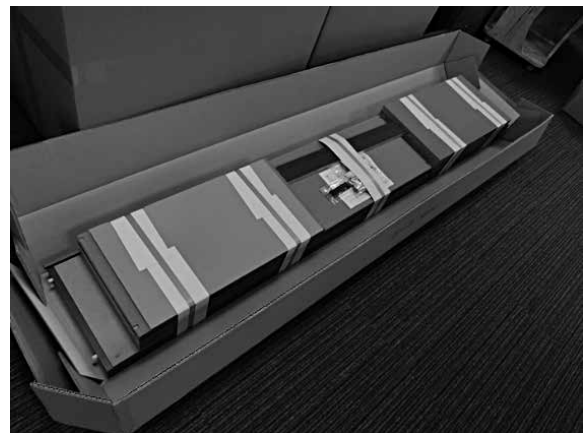
——梱包用プラスチックは、品質保持の役割が大きいと思いますが、これらを減らすにはどのような苦心があるのでしょうか？

発泡スチロールの削減において、サイズの異なるパーツを重ねると動きやすくなるので、段ボールや木材の端材を使って、パーツ同士が動かないように工夫します。また、万が一、商品に傷が付いた場合、製造委託先様や物流業者様の責任にもなりますから、十分にご理解とご協力を得なければなりません。この点が、最も苦心した点です。外箱梱包用PPバンドについては、廃止しても比較的影響が少ないため、削減が進んでいます。

図6 梱包用発泡スチロールの削減



組立家具の部材が動かないように発泡スチロールを使用して梱包
(写真は、和歌山社会経済研究所撮影)



ダンボール、木製の端材、最小限のPPバンド等で固定し発泡スチロールを廃止
(写真は、和歌山社会経済研究所撮影)

——「人や地球に配慮したモノづくり」以外に「持続可能な職場づくり」にも取り組まれています。業種に係わらず他の企業が参考にしたい活動として、特に「社員の声を活かす経営」、「社員の為の時間の創出」などがあげられると思いますが、まずは「社員の声を活かす経営」について、活動の進捗状況を教えてください。

これまでで肌で感じた変化は、社長や幹部社員による社員全員面談の回数を増やしたことで、何でも言える、何でも聞ける雰囲気生まれつつあることです。社員が、面談で率直な意見が言えるように、私は、何かあれば日常業務の現場にも顔を出し、コミュニケーションをとるように心がけています。また、社員の提案でよいものは取り上げるようにしています。面談では、言いたいことを事前に準備して持ってきてくれる社員もいます。また、たとえ自分の意見が取り上げられなくても、聞いてもらったことが励みになっている社員もいます。

——「社員の為の時間の創出」活動の進捗状況を教えてください。

受注や請求書の発行など、ITを活用して手作業を減らしました。これにより、紙の使用量も減り、それらを管理する手間も省けました。そうして生み出した時間を使って、社員の外部研修参加の機会を計画的に作ったことで、積極的に手を上げて参加する社員が増えました。

——SDGsの活動を通して社員の満足度も向上し、モチベーションも高まってきているようですね。職場の風土も変わってきたのではないですか？

社員が、SDGsへの理解を深め、商品開発への活かし方を学ぶために、社内でアイデアコンクールを行いました。客先で不用となった梱包用段ボールの使い道を社員が考えてくれました。優勝作品は、お客様が、接着剤を使

わず、ゴミ箱やペーパーホルダーを簡単に作れるように工夫されています。特に、ゴミ箱は、非常時に簡易トイレとしても使える強度があります。このように社員のSDGsに対する理解が進むことで、新たな視点を取り入れた優れたアイデアを競い合う風土が生まれつつあると感じています。



図7 いらなくなった梱包用段ボールの使い道を社員が考案（写真は、クロシオ提供）

——それでは、SDGs活動全般についてお伺いします。SDGs活動が本業に与えた効果、メリットを教えてください。

小売業様を中心にSDGs活動のアピールを行ってきましたが、良い評価をいただけるものと思います。また、竹製品など、商品のバリエーションを増やすこともできました。一方、社員の間では、SDGsの考え方が当たり前と言えるほど浸透してきており、視野が拡大したことと、活動を通じてモチベーションとコミュニケーションが向上し、組織力が高まってきたのではないかと感じています。このこ

とが近い将来、生産性の向上や新たな事業開拓といった目に見える効果となって現れてくるのではないかと期待しています。さらには、SDGs活動を弊社ウェブサイトで公開することで、採用時には応募者が増え、優秀な人材の採用につながっていると感じています。

いきましょう。

——SDGs活動を進めることで着実に成果があがっているようですね。その秘訣は何でしょうか？

社長の私が必要性を理解し、率先してSDGs活動を推進することが最も重要と思います。幹部や社員に「やっておいて。」では、社員は、ついてきてくれなかったと思います。そして、探りながらでも、じわじわ、日々の中で活動を続けてゆくことが大切と考えています。

——SDGs活動を進めるために、どのような支援があればよいですか？

SDGs活動を進めるためには、SDGsの基本的な知識の理解、SDGsのコンセプトに沿った活動の体系化、定期的な進捗確認とフォローが必要であると感じました。ただ、これを自社だけで行うことは難しく、弊社では、一般財団法人和歌山社会経済研究所にコンサルをお願いしました。特に、定期的な進捗確認とフォローをしていただけたこと、社外からの客観的な目線でアドバイスをいただいたことは、活動を続けていく上での重要なアシストであると思います。願わくば、こういったコンサル費用の補助金があれば、とても有り難いです。

——最後に、一緒に活動を進めてくれている社員の皆様へメッセージをお願いします。

毎日の仕事の中で、SDGsのことを意識しながら取り組んでくれていることに、本当に感謝しています。みんなの小さな工夫やアイデアの積み重ねが、会社の力になり、社会にとっても意味のある活動につながっています。

これからも一緒に、誇れる会社をつくって

特集

情報セキュリティ対策 について



01

研究所
調査

ITの活用状況および情報セキュリティ対策の実施状況

(*) 研究所調査は、2024年12月に当研究所が独自に県内企業を対象に実施

質問

IT機器・ITシステムの活用状況【単一回答】

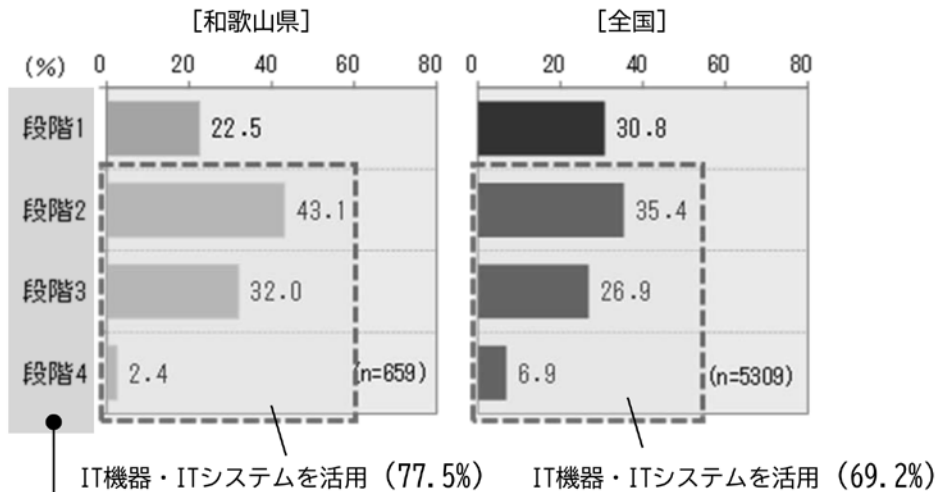
回答 IT機器・ITシステムを活用している事業者は77.5% 全国の69.2%を上回る

!
Point

- ① IT機器・ITシステムを活用している事業者の割合では、和歌山県は全国を上回ったが積極活用(段階4)している事業者は2.4%にとどまり、全国の6.9%を下回る
- ② 従業員規模別では、規模の大きい事業者ほど活用段階が高い傾向にある。また、地域別では和歌山市において活用段階の高い事業者が多い

全国調査との比較

(*) 全国調査は帝国データバンク「中小企業が直面する外部環境の変化に関する調査」(2023年実施)



(参考) IT活用の4段階

段階1	紙や口頭での業務が中心で、IT機器・ITシステムは活用していない (例) 受発注はFAXや電話のみで実施、勤怠管理は手書き・捺印で実施
段階2	IT機器・ITシステムを業務の一部で活用している (例) 電子メールの利用や会計業務における電子処理などを実施
段階3	IT機器・ITシステムを活用し、業務の効率化・データ分析を実施 (例) 電子メール利用、会計業務の電子処理、売上・顧客情報などをシステムで管理
段階4	IT機器・ITシステムを積極活用し、他社との差別化や競争力強化を実施 (例) システム上に蓄積した売上・顧客データを活用して販路拡大・商品開発を実施

(資料) 中小企業庁「2024年版『中小企業白書』」

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

産業別集計（和歌山県）

	建設業 (n=78)	製造業 (n=149)	卸売業 (n=97)	小売業 (n=99)	サービス業 (n=236)
段階1	23.1	22.8	22.7	26.3	20.3
段階2	55.1	43.6	37.1	40.4	42.4
段階3	19.2	30.2	36.1	32.3	35.6
段階4	2.6	3.4	4.1	1.0	1.7

従業員規模別集計（和歌山県）

	4人 以下 (n=159)	5~ 9人 (n=136)	10~ 19人 (n=131)	20~ 29人 (n=56)	30~ 49人 (n=61)	50~ 99人 (n=36)	100人 以上 (n=62)
段階1	42.8	28.7	15.3	10.7	9.8	2.8	3.2
段階2	42.1	41.9	45.8	39.3	49.2	38.9	43.5
段階3	13.2	29.4	36.6	39.3	37.7	55.6	51.6
段階4	1.9	0.0	2.3	10.7	3.3	2.8	1.6

地域別集計（和歌山県）

	和歌山市 (n=294)	紀北地域 (n=140)	紀中地域 (n=100)	紀南地域 (n=125)
段階1	22.8	20.7	28.0	19.2
段階2	39.1	45.7	40.0	52.0
段階3	34.7	31.4	31.0	27.2
段階4	3.4	2.1	1.0	1.6

質問

情報セキュリティ対策として実施していること【複数回答】

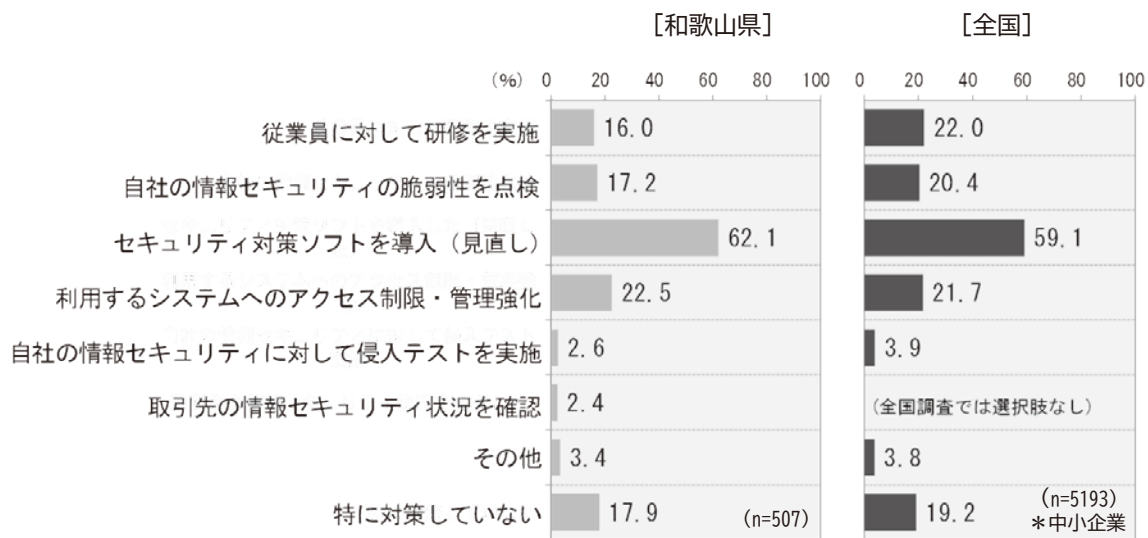
回答 「セキュリティ対策ソフトを導入（見直し）」が62.1%と最も多く、全国の59.1%を上回る

! Point

- ① 「特に対策していない」は17.9%あり、特に小売業（27.4%）、従業員4人以下（28.4%）が多い
- ② IT活用段階別では、「自社の情報セキュリティの脆弱性点検」、「利用するシステムへのアクセス制限・管理強化」が段階4で最も多い

全国調査との比較

(*) 全国調査は東京商工リサーチ「不正アクセスと情報セキュリティ対策に対するアンケート調査」(2024年実施)



産業別集計（和歌山県）

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

	建設業 (n=60)	製造業 (n=114)	卸売業 (n=73)	小売業 (n=73)	サービス業 (n=187)
従業員に対して研修を実施	8.3	20.2	8.2	15.1	19.3
自社の情報セキュリティの脆弱性点検	20.0	14.9	15.1	11.0	20.9
セキュリティ対策ソフトを導入した（見直した）	71.7	67.5	60.3	50.7	61.0
利用するシステムへのアクセス制限・管理強化	16.7	29.8	20.5	27.4	18.7
自社の情報セキュリティに対して侵入テスト実施	3.3	0.9	1.4	0.0	4.8
取引先の情報セキュリティ状況を確認した	0.0	1.8	0.0	2.7	4.3
その他	1.7	4.4	1.4	4.1	3.7
特に対策していない	13.3	13.2	21.9	27.4	17.1

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

従業員規模別集計（和歌山県）

	4人 以下 (n=88)	5～ 9人 (n=97)	10～ 19人 (n=111)	20～ 29人 (n=49)	30～ 49人 (n=55)	50～ 99人 (n=35)	100人 以上 (n=60)
従業員に対して研修を実施	9.1	11.3	9.9	18.4	20.0	25.7	33.3
自社の情報セキュリティの脆弱性点検	15.9	10.3	16.2	20.4	10.9	25.7	26.7
セキュリティ対策ソフトを導入した(見直した)	55.7	59.8	67.6	61.2	63.6	68.6	66.7
利用するシステムへのアクセス制限・管理強化	14.8	14.4	21.6	26.5	20.0	28.6	43.3
自社の情報セキュリティに対して侵入テスト実施	3.4	4.1	1.8	2.0	1.8	0.0	3.3
取引先の情報セキュリティ状況を確認した	2.3	1.0	1.8	2.0	5.5	0.0	5.0
その他	2.3	3.1	4.5	6.1	0.0	2.9	3.3
特に対策していない	28.4	19.6	14.4	12.2	16.4	17.1	13.3

IT活用段階別集計（和歌山県）

	段階2 (n=280)	段階3 (n=211)	段階4 (n=16)
従業員に対して研修を実施	12.1	20.9	18.8
自社の情報セキュリティの脆弱性点検	14.6	18.5	43.8
セキュリティ対策ソフトを導入した(見直した)	61.4	63.0	62.5
利用するシステムへのアクセス制限・管理強化	13.6	32.7	43.8
自社の情報セキュリティに対して侵入テスト実施	2.1	3.3	0.0
取引先の情報セキュリティ状況を確認した	1.4	3.8	0.0
その他	3.2	3.3	6.3
特に対策していない	20.7	15.2	6.3

IT活用段階

IT機器・ITシステムの活用程度を示したものを、ITを活用していない「段階1」から積極活用している「段階4」までの4段階に区分。

地域別集計（和歌山県）

	和歌山市 (n=225)	紀北地域 (n=110)	紀中地域 (n=72)	紀南地域 (n=100)
従業員に対して研修を実施	19.6	13.6	6.9	17.0
自社の情報セキュリティの脆弱性点検	18.7	15.5	18.1	15.0
セキュリティ対策ソフトを導入した(見直した)	63.1	62.7	58.3	62.0
利用するシステムへのアクセス制限・管理強化	22.7	22.7	16.7	26.0
自社の情報セキュリティに対して侵入テスト実施	3.6	2.7	0.0	2.0
取引先の情報セキュリティ状況を確認した	2.7	2.7	2.8	1.0
その他	1.8	6.4	2.8	4.0
特に対策していない	17.3	18.2	23.6	15.0

質問

情報セキュリティ対策を行ったきっかけ【複数回答】

回答

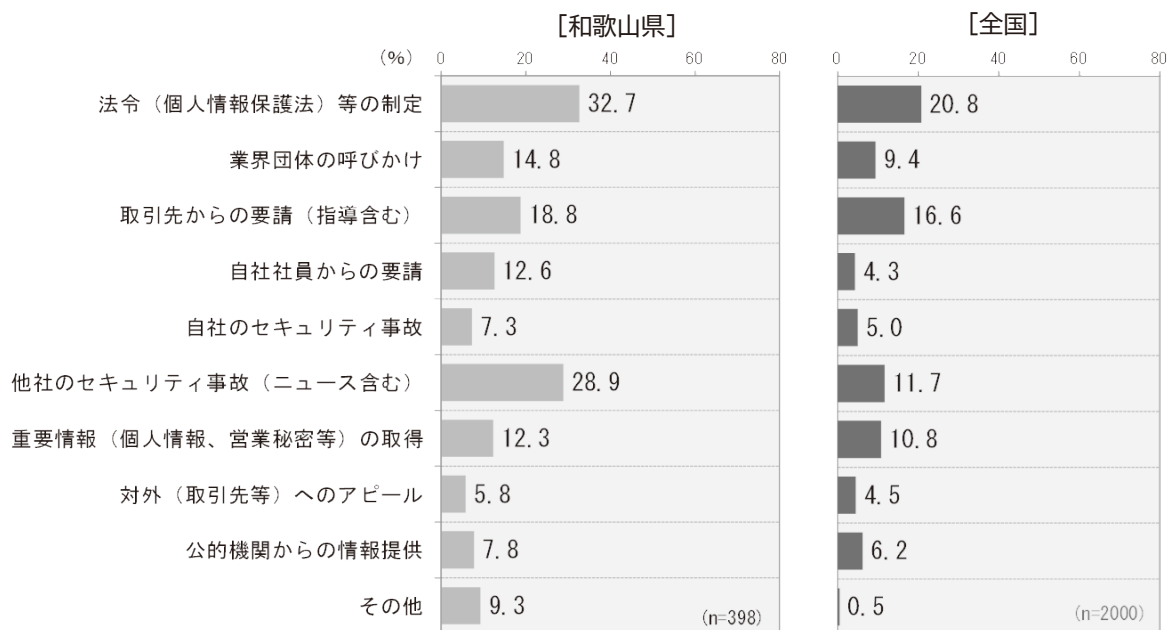
「法令(個人情報保護法)等の制定」、「他社のセキュリティ事故」をきっかけに情報セキュリティ対策に取り組んだ事業者が多い(全国調査に比べても多い)

! Point

- ① サプライチェーン全体での情報セキュリティ対策が重要になる中で、「取引先からの要請」は18.8%
- ② 「業界団体の呼びかけ」は14.8%で、運輸業や医療・福祉などのサービス業で比較的多い

全国調査との比較

(*) 全国調査は三菱UFJリサーチ&コンサルティング「中小企業における情報セキュリティ対策に関する実態調査」(2023年実施)



産業別集計(和歌山県)

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

	建設業 (n=50)	製造業 (n=94)	卸売業 (n=54)	小売業 (n=51)	サービス業 (n=149)
法令(個人情報保護法)等の制定	20.0	36.2	24.1	41.2	34.9
業界団体の呼びかけ	12.0	10.6	11.1	17.6	18.8
取引先からの要請(指導含む)	20.0	22.3	13.0	17.6	18.8
自社社員からの要請	14.0	10.6	25.9	13.7	8.1
自社のセキュリティ事故	2.0	10.6	5.6	3.9	8.7
他社のセキュリティ事故(ニュース含む)	38.0	27.7	22.2	29.4	28.9
重要情報(個人情報、営業秘密等)の取得	10.0	18.1	3.7	5.9	14.8
対外(取引先等)へのアピール	8.0	5.3	5.6	5.9	5.4
公的機関からの情報提供	4.0	12.8	3.7	2.0	9.4
その他	10.0	11.7	9.3	5.9	8.7

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

従業員規模別集計（和歌山県）

	4人 以下 (n=59)	5～ 9人 (n=75)	10～ 19人 (n=91)	20～ 29人 (n=42)	30～ 49人 (n=46)	50～ 99人 (n=24)	100人 以上 (n=52)
法令（個人情報保護法）等の制定	30.5	25.3	28.6	31.0	32.6	50.0	44.2
業界団体の呼びかけ	6.8	20.0	16.5	11.9	8.7	20.8	21.2
取引先からの要請（指導含む）	20.3	16.0	18.7	16.7	23.9	12.5	19.2
自社社員からの要請	10.2	14.7	13.2	21.4	8.7	4.2	11.5
自社のセキュリティ事故	6.8	5.3	7.7	9.5	2.2	16.7	9.6
他社のセキュリティ事故（ニュース含む）	25.4	25.3	26.4	38.1	32.6	37.5	30.8
重要情報（個人情報、営業秘密等）の取得	8.5	4.0	12.1	19.0	10.9	29.2	17.3
対外（取引先等）へのアピール	8.5	4.0	7.7	2.4	6.5	4.2	5.8
公的機関からの情報提供	5.1	5.3	6.6	0.0	15.2	12.5	15.4
その他	11.9	9.3	9.9	9.5	10.9	8.3	3.8

IT活用段階別集計（和歌山県）

	段階2 (n=215)	段階3 (n=168)	段階4 (n=15)
法令（個人情報保護法）等の制定	26.0	39.9	46.7
業界団体の呼びかけ	14.0	16.7	6.7
取引先からの要請（指導含む）	18.6	19.0	20.0
自社社員からの要請	10.2	15.5	13.3
自社のセキュリティ事故	7.4	6.5	13.3
他社のセキュリティ事故（ニュース含む）	28.8	29.2	26.7
重要情報（個人情報、営業秘密等）の取得	8.8	16.1	20.0
対外（取引先等）へのアピール	5.1	6.5	6.7
公的機関からの情報提供	7.0	9.5	0.0
その他	12.1	6.0	6.7

IT活用段階

IT機器・ITシステムの活用程度を示したもの。ITを活用していない「段階1」から積極活用している「段階4」までの4段階に区分。

地域別集計（和歌山県）

	和歌山市 (n=180)	紀北地域 (n=87)	紀中地域 (n=51)	紀南地域 (n=80)
法令（個人情報保護法）等の制定	31.1	33.3	41.2	30.0
業界団体の呼びかけ	18.9	13.8	3.9	13.8
取引先からの要請（指導含む）	17.2	13.8	27.5	22.5
自社社員からの要請	11.7	12.6	11.8	15.0
自社のセキュリティ事故	7.2	6.9	11.8	5.0
他社のセキュリティ事故（ニュース含む）	31.7	27.6	21.6	28.7
重要情報（個人情報、営業秘密等）の取得	12.8	8.0	9.8	17.5
対外（取引先等）へのアピール	7.8	5.7	5.9	1.3
公的機関からの情報提供	8.9	8.0	9.8	3.8
その他	10.0	10.3	5.9	8.8

情報セキュリティ対策を実施する上での課題【複数回答】

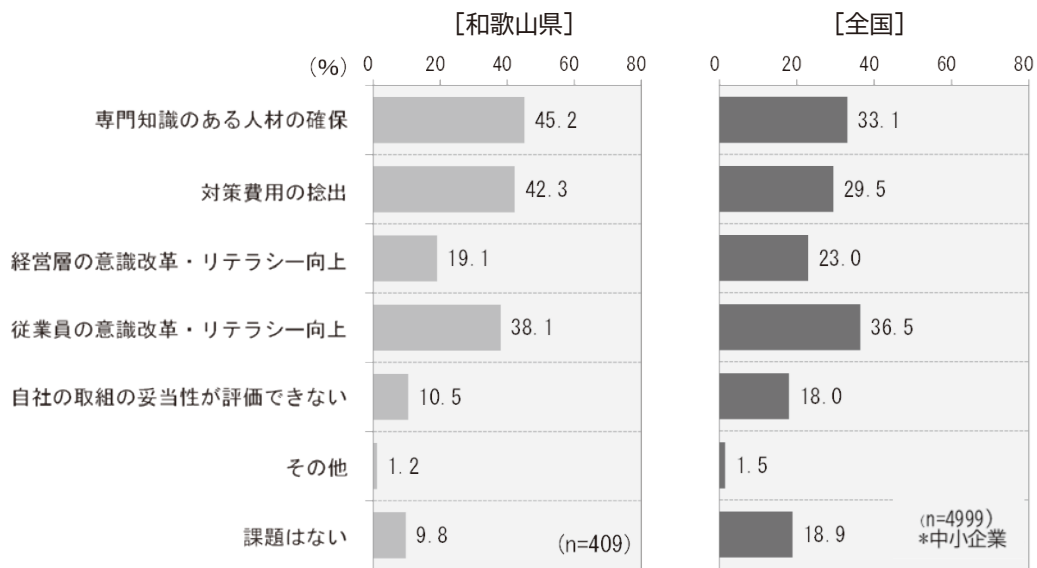
回答 「専門知識のある人材の確保」、「対策費用の捻出」が4割強（全国調査に比べて多い）

! Point

- ①「専門知識のある人材の確保」が45.2%で最多。産業別では小売業（54.7%）、地域別では紀南地域（51.2%）で回答割合が高い
- ②「対策費用の捻出」は42.3%と2番目に多い。産業別では製造業（49.0%）、地域別では紀中地域（60.4%）で回答割合が高い

全国調査との比較

(*) 全国調査は東京商工リサーチ「不正アクセスと情報セキュリティ対策に対するアンケート調査」(2024年実施)



産業別集計（和歌山県）

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

	建設業 (n=51)	製造業 (n=96)	卸売業 (n=56)	小売業 (n=53)	サービス業 (n=153)
専門知識のある人材の確保	49.0	44.8	48.2	54.7	39.9
対策費用の捻出	29.4	49.0	37.5	47.2	42.5
経営層の意識改革・リテラシー向上	19.6	22.9	16.1	17.0	18.3
従業員の意識改革・リテラシー向上	49.0	39.6	30.4	34.0	37.9
自社の取組の妥当性が評価できない	5.9	10.4	12.5	13.2	10.5
その他	0.0	1.0	1.8	0.0	2.0
課題はない	9.8	8.3	10.7	5.7	11.8

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

従業員規模別集計（和歌山県）

	4人 以下 (n=62)	5～ 9人 (n=75)	10～ 19人 (n=93)	20～ 29人 (n=43)	30～ 49人 (n=46)	50～ 99人 (n=28)	100人 以上 (n=52)
専門知識のある人材の確保	30.6	36.0	40.9	62.8	54.3	53.6	57.7
対策費用の捻出	40.3	42.7	44.1	44.2	39.1	46.4	42.3
経営層の意識改革・リテラシー向上	17.7	13.3	14.0	16.3	23.9	32.1	26.9
従業員の意識改革・リテラシー向上	21.0	29.3	35.5	32.6	47.8	60.7	61.5
自社の取組の妥当性が評価できない	8.1	13.3	11.8	16.3	4.3	7.1	9.6
その他	0.0	1.3	1.1	2.3	0.0	3.6	1.9
課題はない	16.1	13.3	8.6	4.7	10.9	3.6	1.9

IT活用段階別集計（和歌山県）

	段階2 (n=220)	段階3 (n=174)	段階4 (n=15)
専門知識のある人材の確保	44.1	44.8	66.7
対策費用の捻出	41.8	42.5	46.7
経営層の意識改革・リテラシー向上	16.8	22.4	13.3
従業員の意識改革・リテラシー向上	31.4	48.3	20.0
自社の取組の妥当性が評価できない	10.5	10.3	13.3
その他	1.4	1.1	0.0
課題はない	10.5	9.2	6.7

IT活用段階

IT機器・ITシステムの活用程度を示したもの。ITを活用していない「段階1」から積極活用している「段階4」までの4段階に区分。

地域別集計（和歌山県）

	和歌山市 (n=184)	紀北地域 (n=90)	紀中地域 (n=53)	紀南地域 (n=82)
専門知識のある人材の確保	45.7	40.0	43.4	51.2
対策費用の捻出	39.7	41.1	60.4	37.8
経営層の意識改革・リテラシー向上	21.7	10.0	26.4	18.3
従業員の意識改革・リテラシー向上	43.5	27.8	35.8	39.0
自社の取組の妥当性が評価できない	9.8	13.3	7.5	11.0
その他	0.5	2.2	1.9	1.2
課題はない	10.3	13.3	3.8	8.5

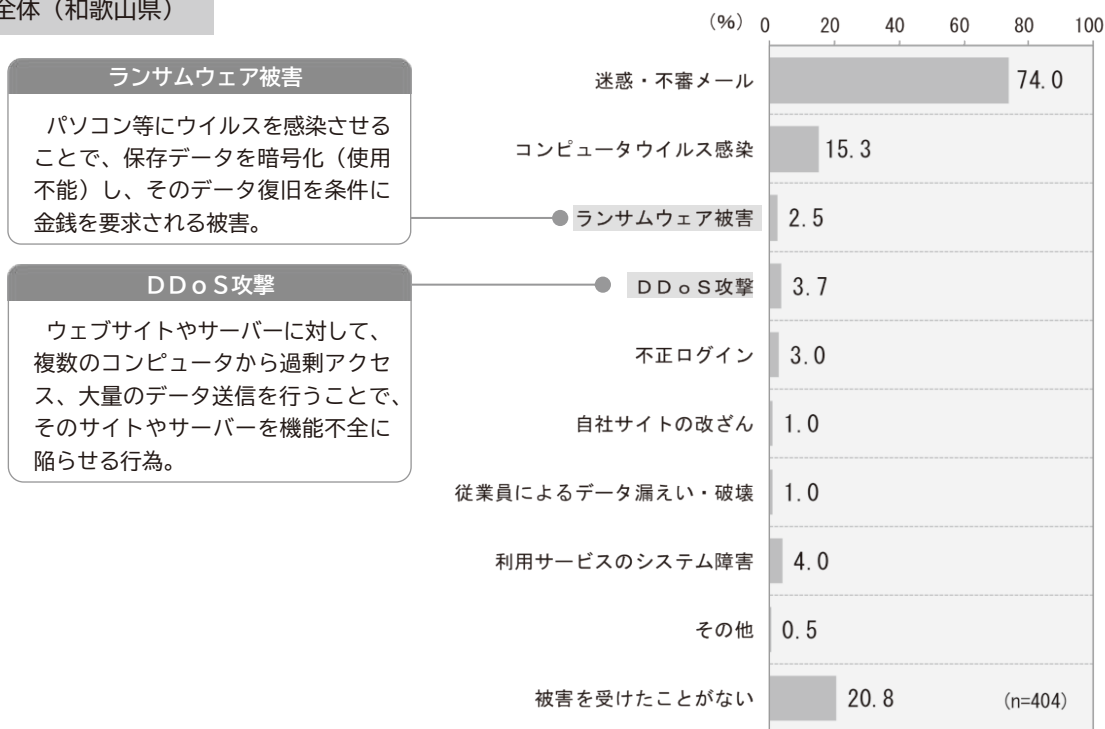
受けたことのある情報セキュリティ被害【複数回答】

回答 「迷惑・不審メール」が74.0%で最多。産業別では、建設業と製造業で85.4%と多い

! Point

- ①「ランサムウェア被害」、「DDoS攻撃」との回答は少ないが、従業員4人以下で回答割合が最も高い
- ②「コンピュータウイルス感染」が15.3%で2番目に多い。産業別では、建設業で20.8%と多い

全体（和歌山県）



産業別集計（和歌山県）

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

	建設業 (n=48)	製造業 (n=96)	卸売業 (n=55)	小売業 (n=53)	サービス業 (n=152)
迷惑・不審メール	85.4	85.4	70.9	73.6	64.5
コンピュータウイルス感染	20.8	13.5	16.4	9.4	16.4
ランサムウェア被害	0.0	2.1	0.0	5.7	3.3
DDoS攻撃	4.2	5.2	3.6	3.8	2.6
不正ログイン	2.1	3.1	1.8	1.9	3.9
自社サイトの改ざん	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6
従業員によるデータ漏えい・破壊	0.0	0.0	1.8	3.8	0.7
利用サービスのシステム障害	8.3	4.2	1.8	3.8	3.3
その他	0.0	1.0	0.0	0.0	0.7
被害を受けたことがない	12.5	12.5	20.0	26.4	27.0

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

従業員規模別集計（和歌山県）

	4人 以下 (n=61)	5～ 9人 (n=73)	10～ 19人 (n=94)	20～ 29人 (n=43)	30～ 49人 (n=45)	50～ 99人 (n=27)	100人 以上 (n=51)
迷惑・不審メール	65.6	78.1	76.6	72.1	73.3	74.1	80.4
コンピュータウイルス感染	9.8	13.7	19.1	20.9	13.3	11.1	19.6
ランサムウェア被害	4.9	2.7	1.1	2.3	0.0	3.7	3.9
DDoS攻撃	8.2	0.0	3.2	4.7	0.0	7.4	5.9
不正ログイン	4.9	2.7	3.2	0.0	2.2	11.1	0.0
自社サイトの改ざん	1.6	0.0	2.1	0.0	0.0	3.7	0.0
従業員によるデータ漏えい・破壊	0.0	2.7	1.1	2.3	0.0	0.0	0.0
利用サービスのシステム障害	1.6	1.4	4.3	7.0	2.2	7.4	7.8
その他	1.6	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0
被害を受けたことがない	27.9	19.2	14.9	18.6	26.7	22.2	15.7

IT活用段階別集計（和歌山県）

	段階2 (n=218)	段階3 (n=171)	段階4 (n=15)
迷惑・不審メール	70.2	79.5	66.7
コンピュータウイルス感染	15.1	15.2	20.0
ランサムウェア被害	1.8	3.5	0.0
DDoS攻撃	2.3	4.1	20.0
不正ログイン	3.2	2.3	6.7
自社サイトの改ざん	0.9	0.0	13.3
従業員によるデータ漏えい・破壊	0.5	1.8	0.0
利用サービスのシステム障害	0.5	7.6	13.3
その他	0.9	0.0	0.0
被害を受けたことがない	22.5	18.1	26.7

IT活用段階

IT機器・ITシステムの活用を度を示したものである。ITを活用していない「段階1」から積極活用している「段階4」までの4段階に区分。

地域別集計（和歌山県）

	和歌山市 (n=179)	紀北地域 (n=90)	紀中地域 (n=54)	紀南地域 (n=81)
迷惑・不審メール	72.1	77.8	72.2	75.3
コンピュータウイルス感染	16.8	18.9	11.1	11.1
ランサムウェア被害	2.2	3.3	1.9	2.5
DDoS攻撃	3.4	4.4	7.4	1.2
不正ログイン	2.8	2.2	1.9	4.9
自社サイトの改ざん	1.7	0.0	0.0	1.2
従業員によるデータ漏えい・破壊	1.1	1.1	1.9	0.0
利用サービスのシステム障害	5.6	1.1	5.6	2.5
その他	0.0	1.1	0.0	1.2
被害を受けたことがない	21.8	17.8	22.2	21.0

情報セキュリティ対策を実施していない理由【複数回答】

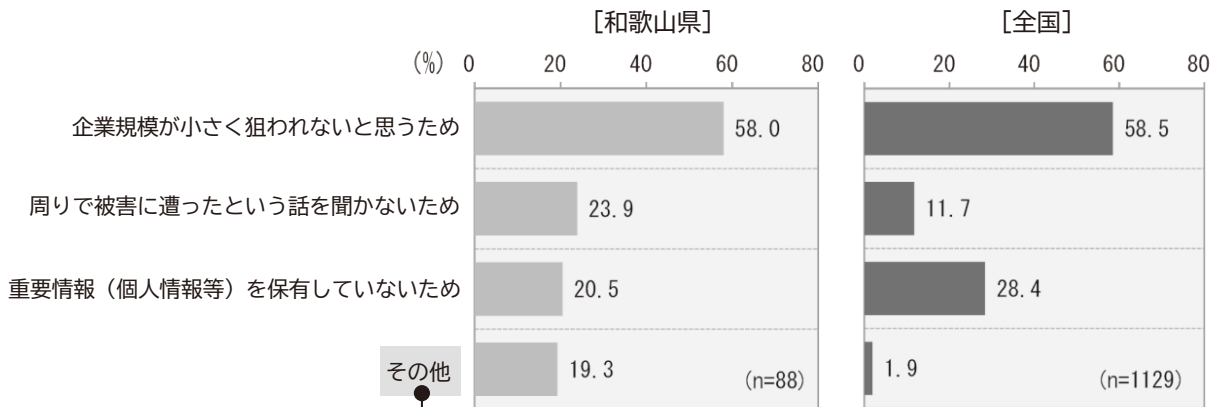
回答 「企業規模が小さく狙われないと思うため」が58.0%と最も多く、全国と概ね同じ割合

! Point

- ①「周りで被害に遭ったという話を聞かないため」が23.9%と2番目に多く、全国より割合が高い
- ②「重要情報（個人情報等）を保有していないため」が20.5%と3番目に多く、全国より割合が7.9ポイント低い

全国調査との比較

(*) 全国調査は三菱UFJリサーチ&コンサルティング「中小企業における情報セキュリティ対策に関する実態調査」(2023年実施)



「その他」の主な意見

- “対策の必要性は感じているが、時間的に余裕がなく実施できない”
- “任せられる人材がおらず、対策できていない”
- “どのように対策をすればよいかわからず、実施できていない”
- “従業員各自に対策を任せている”

産業別集計（和歌山県）

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

	建設業 (n=8)	製造業 (n=13)	卸売業 (n=15)	小売業 (n=20)	サービス業 (n=32)
企業規模が小さく狙われないと思うため	75.0	53.8	53.3	60.0	56.3
周りで被害に遭ったという話を聞かないため	12.5	23.1	20.0	20.0	31.3
重要情報（個人情報等）を保有していないため	12.5	23.1	20.0	35.0	12.5
その他	25.0	15.4	33.3	5.0	21.9

(*) 以下表の網掛け箇所は、各行における最も高い値を示しています

従業員規模別集計（和歌山県）		4人 以下 (n=25)	5～ 9人 (n=17)	10～ 19人 (n=16)	20～ 29人 (n=6)	30～ 49人 (n=8)	50～ 99人 (n=6)	100人 以上 (n=8)
企業規模が小さく狙われないと思うため	84.0	47.1	43.8	50.0	62.5	33.3	62.5	
周りで被害に遭ったという話を聞かないため	16.0	23.5	12.5	66.7	25.0	50.0	25.0	
重要情報(個人情報等)を保有していないため	16.0	29.4	25.0	16.7	25.0	0.0	12.5	
その他	8.0	23.5	37.5	0.0	12.5	33.3	12.5	

IT活用段階別集計（和歌山県）		段階2 (n=56)	段階3 (n=31)	段階4 (n=1)
企業規模が小さく狙われないと思うため	58.9	58.1	0.0	
周りで被害に遭ったという話を聞かないため	23.2	22.6	100.0	
重要情報(個人情報等)を保有していないため	26.8	6.5	100.0	
その他	12.5	32.3	0.0	

IT活用段階

IT機器・ITシステムの活用の程度を示したもの。ITを活用していない「段階1」から積極活用している「段階4」までの4段階に区分。

地域別集計（和歌山県）		和歌山市 (n=38)	紀北地域 (n=18)	紀中地域 (n=17)	紀南地域 (n=15)
企業規模が小さく狙われないと思うため	55.3	61.1	64.7	53.3	
周りで被害に遭ったという話を聞かないため	31.6	22.2	5.9	26.7	
重要情報(個人情報等)を保有していないため	18.4	11.1	29.4	26.7	
その他	15.8	27.8	11.8	26.7	

内容	主な意見
前向きな意見	<ul style="list-style-type: none"> ・本を購入して勉強していきたい ・情報セキュリティについて、分かりやすい話を聞きたい ・セキュリティ対策の専門業者との連携を強化している ・社内で情報セキュリティ対策等の研修を実施している ・ITに詳しい税理士等の意見も聞きながら、必要な対策を講じたい ・IT活用を進め、情報セキュリティ対策についても、自社の脆弱性の点検を行いたい
後ろ向きな意見	<ul style="list-style-type: none"> ・とにかく対策コストが高すぎる。必要最小限の対策しかできていない ・情報セキュリティ対策機器の導入コストが高い上に、職員への周知等の手間もかかる。小規模事業者にとっては多大な負担だった ・サイバー攻撃、情報漏えいには不安を感じる。ただし、対策費用が割高だと感じる
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・情報セキュリティについて、何が正しい情報なのか分かりづらい ・情報セキュリティに関するサービスの利用を検討するも、この分野に詳しい従業員がいないため、適正価格が分からず、導入できずにいる ・ITの活用は必要だと思うが、情報セキュリティ対策をどの程度まで行えばよいのかわからない ・自社において最低限実施しなければならないセキュリティ対策を指摘してくれるような支援機関があってほしい ・情報セキュリティ対策を任せられる人材がない ・ウイルス対策ソフトを導入済み。特に問題はなく、これ以上の対策の必要性を感じない

— 調査結果についての整理 —

- 新型コロナウイルス禍を契機としたテレワークの普及、人手不足を背景とした省力化ニーズの高まりから、多くの事業者がIT機器・ITシステムの利用を進めている。県内事業者におけるIT機器・ITシステムの活用状況を見ると、77.5%の事業者がITを活用しており、その割合は全国に比べても高い結果となった。
- ITの活用が進む一方で、情報漏えいや重要情報の消失、自社サイトのダウン（機能停止）など情報セキュリティ事故が増加している。県内事業者においても、IT活用事業者の約8割が情報セキュリティ被害を受けており、ランサムウェア被害、DDoS攻撃といった深刻な事象が従業員4人以下の事業者においても発生している状況であった。ただし、情報セキュリティ対策の実施状況を見ると、「セキュリティ対策ソフトを導入（見直し）」のみの事業者が大半を占め、対策をしていないとする事業者も一定数見られた。
- 対策を実施しない理由では、「企業規模が小さく狙われないと思うため」とする県内事業者が多いが、前述のとおり、企業規模に関係なく、深刻な情報セキュリティ事故は発生していることから、自社のIT活用状況に応じた情報セキュリティ対策が必要と考える。
- 対策を進める際の課題として、「専門知識のある人材の確保」、「対策費用の捻出」を挙げる事業者が多い結果であったが、資金や人員の制約がある中でも、「できることから始められる」対策もある。2024年版の『中小企業白書』（中小企業庁）において紹介されている『中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン』（情報処理推進機構セキュリティセンター）では、社内において実践可能な手順や手法がわかりやすくまとめられている。まずは、「5分でできる!情報セキュリティ自社診断」を参考に、自社のセキュリティ上の課題を明らかにした上で、前述のガイドラインを参照しながら対策に取り組むことが重要と考える。

はじめに

近年のICT活用の加速は、企業の業務効率化や新たなビジネス機会の創出を可能にする一方で、サイバー空間に潜む脅威の多様化と複雑化をもたらしています。情報システムの高度化に伴い、攻撃者の手口も洗練され、従来の防御策では十分に対応できない場面が増えてきました。特に、社会経済活動の基盤となる中小企業にとっては、情報漏洩や業務の停止が生じるリスクが現実的な課題となっています。リスクマネジメントの観点からも、最新の脅威動向や効果的な対策の把握が不可欠です。

1. 本レポートの目的

近年、デジタル化の進展とともにサイバー攻撃の脅威が増大し、規模を問わずあらゆる企業がその標的となっています。特に中小企業は、人的・技術的・財政的なリソースの制約から大企業に比べて脆弱性が高い傾向にあります。本レポートでは、中小企業が直面するサイバー攻撃の最新トレンドや主要な攻撃手口、現状把握のための方法を解説します。そして、最終的に、今後の展望と推奨事項を提示し、中小企業が自社の情報資産を守るための一助となることを目的とします。

2. サイバー攻撃の現状

(1) 最新のサイバー攻撃のトレンド

サイバー攻撃は年々高度化・巧妙化しています。例えば、標的型攻撃やランサムウェアの拡散、クラウドサービスを狙った侵害など、従来の手法に加えて新たな攻撃が増加傾向にあります。独立行政法人情報処理推進機構の「情報セキュリティ10大脅威(2025)」によると、特に「ランサムウェア攻撃による被害」や、「サプライチェーンや委託先を狙った攻撃」が急増しています。

順位	「組織」向け脅威	初選出年	10大脅威での取り扱い
1	ランサム攻撃による被害	2016年	10年連続10回目
2	サプライチェーンや委託先を狙った攻撃	2019年	7年連続7回目
3	システムの脆弱性を突いた攻撃	2016年	5年連続8回目
4	内部不正による情報漏えい等	2016年	10年連続10回目
5	機密情報等を狙った標的型攻撃	2016年	10年連続10回目
6	リモートワーク等の環境や仕組みを狙った攻撃	2021年	5年連続5回目
7	地政学的リスクに起因するサイバー攻撃	2025年	初選出
8	分散型サービス妨害攻撃(DDoS攻撃)	2016年	5年ぶり6回目
9	ビジネスメール詐欺	2018年	8年連続8回目
10	不注意による情報漏えい等	2016年	7年連続8回目

(独立行政法人情報処理推進機構「情報セキュリティ10大脅威2025」より)

(2) 中小企業が直面する脅威

中小企業は「セキュリティ対策は自社には必要ない」といった誤った認識を持つことがありますが、実は攻撃者にとっては狙いやすいターゲットとなっています。理由として、脆弱なセキュリティ体制、古いシステムの使用、従業員の意識不足などが挙げられます。結果として、情報漏洩や業務停止といった深刻な被害に繋がるケースが増えています。

3. サイバー攻撃の種類と手口

(1) ランサムウェア

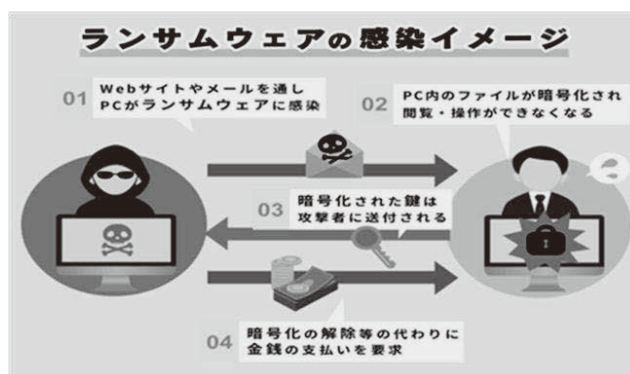
システムやファイルを暗号化し、復号のための身代金を要求する攻撃です。中小企業はバックアップ体制が不十分な場合が多く、復旧困難となる事例が目立ちます。

① 攻撃手口（ランサムウェアに感染させて金銭を要求）

- ・ソフトウェアの脆弱性を悪用し、PC やサーバーをランサムウェアに感染させる。
- ・意図せず公開されているポート(リモートデスクトップ等)を利用した不正アクセスからマルウェアに感染させる。
- ・ランサムウェアをダウンロードさせるようにWebサイトの脆弱性を悪用して改ざんし、閲覧した際に感染させる、またはメールで悪意のあるリンクを仕込んだり、不正な添付ファイルを開かせて感染させる。

② 最近の事例（ランサムウェア感染による被害と二次被害）

- ・2024年6月、KADOKAWAがランサムウェア攻撃を含む大規模なサイバー攻撃にあった。フィッシング攻撃等により従業員のアカウント情報が窃取され、社内ネットワークに侵入されたことが原因と推測。複数のサービスが停止したほか、約25万4,000人分の個人情報や企業情報の漏えいが判明した。また、攻撃組織が公開したとされる情報が、SNS 等を通じて拡散された。
- ・2025年9月、飲料メーカーであるアサヒグループホールディングスが大規模なサイバー攻撃を受け、国内の業務システムが停止。
- ・2025年10月、オフィス用品通販大手のアスクルが、ランサムウェア攻撃によって顧客などの情報が外部に流出したことを公表。



(2) サプライチェーンや委託先を狙った攻撃

調達から販売、業務委託等一連の商流において、セキュリティ対策が甘い組織が攻撃の足掛かりとして攻撃される事例が増えています。

① 攻撃手口

- ・セキュリティが脆弱な取引先や委託先、国内外の子会社等を攻撃し、標的組織の機密情報を狙う。
- ・ソフトウェアやサービスを改ざんしてマルウェアを仕込み、インストールやサービス利用の際に顧客にマルウェアを感染させる。

② 最近の事例（業務委託先業者からの顧客情報漏えい）

- ・2024年5月、イセトはVPN経由の不正アクセスを受け、端末やサーバー等がランサムウェア攻撃を受けたと公表した。2024年6月、攻撃者が窃取したとされる情報のダウンロードURLが攻撃者グループのリークサイトに掲載された。自治体だけでも約50万件以上の個人情報漏えいした。また業務委託元より損害賠償請求の予定も報告された。

(3) 内部不正による情報漏洩

従業員や関係者による情報漏洩や不正アクセスも重大な脅威です。退職者のアカウント管理や権限設定の不備がきっかけとなることがあります。

① 攻撃手口

- ・付与されたパスワードを悪用し、組織の重要情報を取得する。また、必要以上のアクセス権限を付与していると被害が大きくなる。
- ・在職中に使用していたアカウントを使って不正に情報を取得する。

② 最近の事例（顧客情報を転職先に持ち出し、営業活動に使用）

- ・2024年4月、プルデンシャル生命保険は元社員が退職時に顧客情報を不正に持ち出し、転職先で使用したと公表した（約970件）。
- ・2024年8月、東急リバブルも元社員が個人情報情報を不正に持ち出し、転職先でDM（ダイレクトメール）に利用したことを公表した（約2万5千件）。

4. 現状把握の方法

セキュリティ対策を講じるためにも、現状の自社の状況を把握することが必要です。

(1) セキュリティ診断

外部専門機関による脆弱性診断やペネトレーションテストを受けることで、現状の問題点を明らかにします。無料診断を提供する自治体や団体も増えており、積極的に利用することが推奨されます。保険会社の無料診断サービスなどを利用することも有効です。

(2) リスクアセスメント

自社でシステム部門がある場合は、自社の情報資産と脅威、脆弱性の洗い出しを行うことが有効です。課題がある場合に、すべての対策を同時に実施することは難しいので、リスクの優先順位を決定する必要があります。

5. 対策の具体例

サイバー攻撃の対策として、「人的・組織的対策」、「技術的対策」、「物理的対策」の実施が推奨される。一方で、サプライチェーン上のサイバーセキュリティリスクが増大していることも踏まえ、対策ガイドラインの整備が業界単位で進んできている。

(1) 人的・組織的対策

セキュリティポリシーの策定や、情報資産管理台帳の作成、従業員向けの教育・訓練（フィッシング対策、パスワード管理等）など、社員に、なぜセキュリティが重要かということ認識してもらい、どこに重要な情報があるかを管理することが必要です。

(2) 技術的対策

データの暗号化、アクセス権限の適切な管理や、ファイアウォールなどのネットワークの監視、アンチウイルスソフトの導入、データのバックアップなど、システム面でデータを守る対策が必要です。

(3) 物理的対策

入退室管理システムの導入や重要機器の施錠と監視カメラの設置など、物理的に、不正にシステムにアクセスできないような対策を講じることが必要です。

6. まとめ

サイバー攻撃は今後も進化し続け、特に中小企業にとっては重大なリスクとなり得ます。攻撃手法は日々巧妙化し、標的型攻撃やランサムウェア、サプライチェーン攻撃など、組織の規模や業種を問わず被害が拡大しています。こうした状況の中で、組織的・技術的・物理的な対策を三位一体で講じることが、防御力向上の鍵となります。

さらに、公的機関が提供する最新情報や支援策を活用することは、組織の防御力強化に役立ちます。たとえば、IPA（情報処理推進機構）や警察庁が発信する脅威情報やガイドライン、サイバーセキュリティお助け隊などの支援サービスを積極的に利用することも有効です。リスクアセスメントや教育・訓練は一度で終わるものではなく、継続的かつ定期的な実施が重要です。

今後は「ゼロトラスト」や「クラウドセキュリティ」といった新しいセキュリティ概念への理解を深めるとともに、AIを活用した脅威検知や自動化された防御体制の構築も求められます。サプライチェーンの多様化に伴い、取引先や外部パートナーとのセキュリティ連携も不可欠です。将来的には、変化する脅威環境に柔軟かつ迅速に対応できる体制を整え、組織の安全と事業継続を守ることがより一層重要となります。

しかしながら、自社にセキュリティに詳しい人材がいない企業は少なくありません。地域のIT企業やコンサルなど、セキュリティの知見のある企業と連携しながら、自社のセキュリティレベルを上げていくことが必要です。

以上

CHECK

情報セキュリティ対策の第一歩は、現状を正しく把握することです。

まずは、次項に 03付録 として掲載している「5分でできる！情報セキュリティ自社診断」を活用し、自社の現状を簡単に確認してみてください。

☑ チェックシート

No	診断内容
基本的対策	1 パソコンやスマホなど情報機器の OS やソフトウェアは常に最新の状態にしていますか？
	2 パソコンやスマホなどにはウイルス対策ソフトを導入し、ウイルス定義ファイル [*1] は最新の状態にしていますか？
	3 パスワードは破られにくい「長く」「複雑な」パスワードを設定していますか？
	4 重要情報 [*2] に対する適切なアクセス制限を行っていますか？
	5 新たな脅威や攻撃の手口を知り対策を社内共有する仕組みはできていますか？
従業員としての対策	6 電子メールの添付ファイルや本文中のURLリンクを介したウイルス感染に気をつけていますか？
	7 電子メールや FAX の宛先の送信ミスを防ぐ取り組みを実施していますか？
	8 重要情報は電子メール本文に書くのではなく、添付するファイルに書いてパスワードなどで保護していますか？
	9 無線 LAN を安全に使うために適切な暗号化方式を設定するなどの対策をしていますか？
	10 インターネットを介したウイルス感染や SNS への書き込みなどのトラブルへの対策をしていますか？
	11 パソコンやサーバーのウイルス感染、故障や誤操作による重要情報の消失に備えてバックアップを取得していますか？
	12 紛失や盗難を防止するため、重要情報が記載された書類や電子媒体は机上に放置せず、書庫などに安全に保管していますか？
	13 重要情報が記載された書類や電子媒体を持ち出す時は、盗難や紛失の対策をしていますか？
	14 離席時にパソコン画面の覗き見や勝手な操作ができないようにしていますか？
	15 関係者以外の事務所への立ち入りを制限していますか？
	16 退社時にノートパソコンや備品を施錠保管するなど盗難防止対策をしていますか？
	17 事務所が無くなる時の施錠忘れ対策を実施していますか？
	18 重要情報が記載された書類や重要なデータが保存された媒体を破棄する時は、復元できないようにしていますか？
組織としての対策	19 従業員に守秘義務を理解してもらい、業務上知り得た情報を外部に漏らさないなどのルールを守らせていますか？
	20 従業員にセキュリティに関する教育や注意喚起を行なっていますか？
	21 個人所有の情報機器を業務で利用する場合のセキュリティ対策を明確にしていますか？
	22 重要情報の授受を伴う取引先との契約書には、秘密保持条項を規定していますか？
	23 クラウドサービスやウェブサイトの運用等で利用する外部サービスは、安全・信頼性を把握して選定していますか？
	24 セキュリティ事故が発生した場合に備え、緊急時の体制整備や対応手順を作成するなど準備をしていますか？
	25 情報セキュリティ対策（上記1～24など）をルール化し、従業員に明示していますか？

[*1] コンピュータウイルスを検出するためのデータベースファイル「パターンファイル」とも呼ばれます。

[*2] 営業秘密など事業に必要で組織にとって価値のある情報・顧客・従業員の個人情報 など 管理責任を伴う情報のことです。

【資料】独立行政法人 情報処理推進機構セキュリティセンター

県内事業者における高年齢従業員の活躍実態と今後の課題・対策

(一財)和歌山社会経済研究所
主任研究員

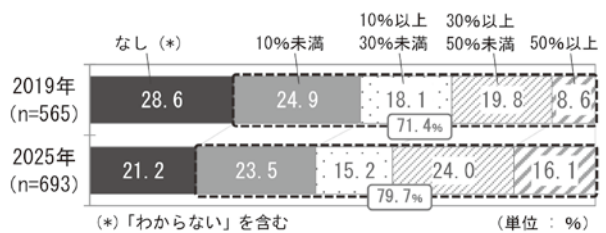
藤本 迪也

1. 高年齢従業員の活躍状況について

○高年齢従業員が活躍する事業者は約8割であり、過去最多となっている

当研究所で実施した景気動向調査（四半期に1度、県内企業2,000社を対象に実施）によると、60歳以上の高年齢従業員が活躍（在籍）している事業者は2025年に79.7%となり、過去最多となった（2019年は71.4%）。特に、高年齢従業員が30%以上を占める事業者が大きく増加している。

図表1 県内事業者における高年齢従業員（60歳以上）の割合（過去調査との比較）

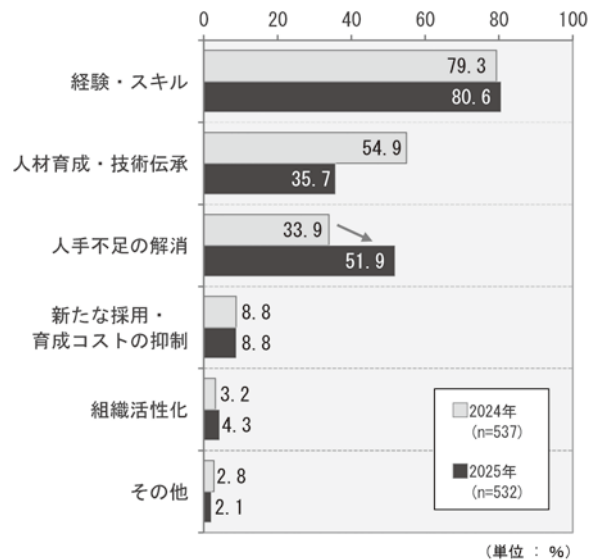


(資料) 和歌山社会経済研究所「景気動向調査」
(2025年6月実施)

○高年齢従業員の「経験・スキル」、「人手不足の解消」への期待が大きい

高年齢従業員に期待することでは、「経験・スキル」が80.6%で最多回答となっており、次いで「人手不足の解消」(51.9%)が多い。「人

図表2 高年齢従業員に期待すること（過去比較）



(資料) 和歌山社会経済研究所「景気動向調査」
(2025年6月実施)

手不足の解消」との回答は2024年調査に比べて18.0ポイント増えた。医療・福祉、旅館・ホテル業、飲食業など人員不足が深刻化する業種で、「人手不足の解消」との回答割合が高くなっている。

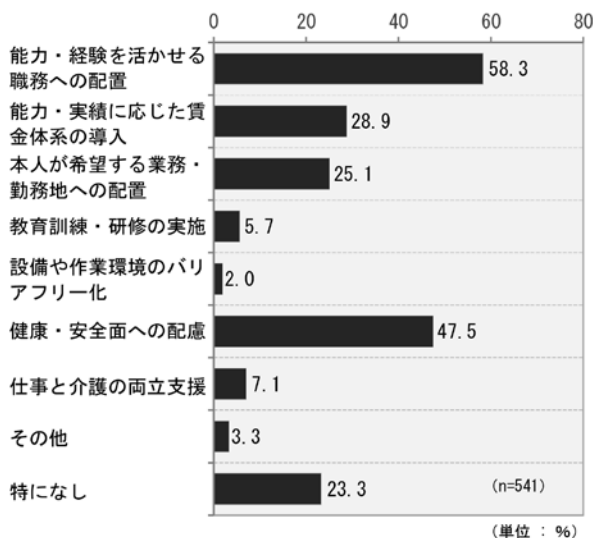
2. 高齢従業員活躍に向けた取り組みについて

○「能力・経験を活かせる職務への配置」「健康・安全面への配慮」に取り組む事業者が多い

増加する高齢従業員に対して、県内事業者は様々な取り組みを通じて、活躍できる環境整備を行っている（図表3）。最も多い取り組みは、「能力・経験を活かせる職務への配置」（58.3%）であり、2番目は「健康・安全面への配慮」（47.5%）となっている。

その他にも、柔軟な勤務形態を整備する事業者も多く、約4割の事業者が「短日数勤務」、「短時間勤務」制度を導入している。

図表3 高齢従業員の活躍推進のために取り組んでいること



(資料) 和歌山社会経済研究所「景気動向調査」(2025年6月実施)

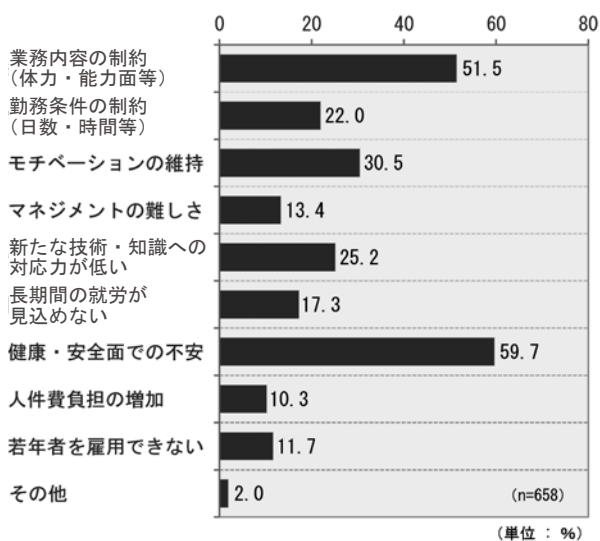
3. 高齢従業員の活躍推進における課題

○半数以上の事業者が「健康・安全面での不安」、「業務内容の制約」を課題と認識

様々な取り組みを展開する県内事業者だが、高齢従業員の活躍推進に関して、多様な課題

に直面している（図表4）。最も大きな課題は、「健康・安全面での不安」（59.7%）であり、次に大きな課題としては「業務内容の制約（体力・能力面等）」（51.5%）が挙げられる。厚生労働省によると、高齢従業員の労働災害発生件数は増加の一途をたどっており、従業員の休業期間も長期化している。今後、高齢従業員のさらなる活躍を推進する上では、「健康・安全面での不安」を払拭できるような職場環境の整備が求められる。

図表4 高齢従業員の活躍推進における課題



(資料) 和歌山社会経済研究所「景気動向調査」(2025年3月実施)

4. 高齢従業員のさらなる活躍推進に向けて

高齢化が進行する中で、高齢従業員のさらなる活躍推進に向けて、国の動きが活発化している。2026年4月1日に施行される改正労働安全衛生法により、60歳以上の高齢従業員を雇用する全ての事業者を対象に、労働災害防止措置が課されることになる（努力義務）。

取り組みの指針となる「エイジフレンドリーガイドライン」（2020年3月策定）には、「事業者に求められる事項」として、下表の5点が挙げられている。

図表5 高齢従業員の活躍推進に向けて
事業者求められる5つの取り組み

1. 安全衛生管理体制の確立等
2. 職場環境の改善
3. 高齢労働者の健康や体力の状況の把握
4. 高齢労働者の健康や体力の状況に応じた対応
5. 安全衛生教育

(1) 安全衛生管理体制の確立

事業者における最初の取り組みとしては、経営トップによる方針表明が挙げられる。高齢従業員の労働災害発生リスクを洗い出し、対策の優先順位を決定することで、どのような安全衛生課題から対処するのか、その方針を明示することが重要となる。

(2) 職場環境の改善

次に、高齢従業員でも安全に働き続けることができるよう、施設、設備、装置等の改善を行う。対策例としては、階段への手すりの設置、通路の段差解消、涼しい休憩場所の整備、床や通路の滑りやすい箇所への防滑素材の採用などが挙げられる。

さらに、高齢従業員の体力に配慮し、勤務形態・勤務時間を工夫（短時間勤務、隔日勤務等）することも重要となる。

(3) 高齢労働者の健康や体力の状況の把握

職場環境の改善を実施する上で、個々の高齢従業員の健康状態や体力の状況把握も欠かせない。健康診断の確実な実施、継続的な体力チェックが重要となるが、その際、健康や体力の状況把握の目的は、あくまでも「職場環境の改善」であることを従業員に説明することがポイントになる。

(4) 高齢労働者の健康や体力の状況に応じた対応

左記(3)で把握した健康状態・体力に応じて、個々の従業員に適合する業務をマッチングすると同時に、健康づくりをサポートすることが重要となる。取り組み例としては、体力低下が見られる従業員に対して、職場での健康体操実施などが挙げられる。

(5) 安全衛生教育

高齢従業員を対象とした社内での安全衛生教育を実施する際には、時間をかけて作業内容とリスクについて理解度を高めることが重要となる。また、再雇用や再就職等により経験のない業種、業務に従事する従業員に対しては、特に丁寧な教育訓練が求められる。

以上の取り組み事例を参考に、県内事業者においては、高齢従業員の就労状況等の実情に応じて、国や関係団体による支援も活用しながら、実施可能な対策から積極的に取り組むことが求められている。

グラフで見る 和歌山県経済指標

和歌山県経済は、総じて弱さが見られる

日本経済の現状(内閣府「月例経済報告 2025年9月」)

景気は、米国の通商政策による影響が自動車産業を中心にみられるものの
緩やかに回復している

- ・総合判断に「米国の通商政策による影響が自動車産業を中心にみられる」との表現が追加(9月)
- ・「個人消費」の判断が1年1か月ぶりに引き上げられた(9月)
- ・6月以降では、「輸出」、「企業収益」、「住宅建設」で判断が下方修正される一方、「設備投資」、「公共投資」で判断が引き上げられた

日本経済の見通し(内閣府「月例経済報告 2025年9月」)

先行きについては、雇用・所得環境の改善や各種政策の効果が緩やかな回復を支えることが期待されるが、米国の通商政策の影響による景気の下振れリスクには留意が必要である。加えて、物価上昇の継続が消費者マインドの下振れ等を通じて個人消費に及ぼす影響なども、我が国の景気を下押しするリスクとなっている。また、金融資本市場の変動等の影響に一層注意する必要がある。

- ・「米国の通商政策の影響による景気の下振れリスク」について、それまでの「高まっている」から「留意が必要である」に変更された(7月)

和歌山県に関する経済指標の概況(9月公表の指標を中心に)

- 百貨店・スーパー販売額(全店、8月)は、2か月連続で前年を下回った
- 新車販売台数(軽自動車[乗用]含む、8月)は、2か月連続で前年を下回った
- 新設住宅着工戸数(8月)は、3か月ぶりに前年を下回った
- 鉱工業生産指数(7月)は、前月比0.5ポイントの上昇となった
- 公共工事請負金額は、4月～8月累計で前年同期比3.9%増となっている
- 消費者物価指数(8月)は、コアコアCPIが3か月ぶりに上昇
- 有効求人倍率(8月)は、約4年ぶりに1.10倍を下回った

和歌山県内の主な経済指標の状況(前年同月との比較、一部前月との比較)

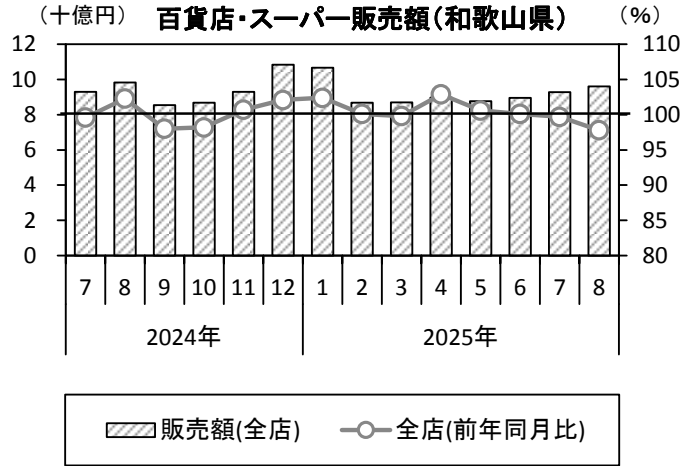
		2024年						2025年								
		7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	
個人消費	百貨店・スーパー販売額(全店)	●	○	●	●	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	●
	新車販売台数(登録車、軽自動車[乗用]含む)	○	●	○	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	●	●
	新設住宅着工戸数	●	●	●	●	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	●
	家計消費支出(除く住居等、二人以上の世帯)	○	○	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	
企業活動	鉱工業生産指数 ※前月比	●	○	○	●	●	●	○	○	●	●	○	○	○		
	公共工事請負金額	○	○	○	●	●	●	●	●	●	○	●	○	○	●	
	TDB景気DI ※前月比	●	○	●	○	●	○	●	○	●	○	●	●	○	○	
物価	消費者物価(コアコアCPI、和歌山市)※前月比	○	○	●	○	●	●	○	○	○	○	○	○	-	●	○
雇用	有効求人倍率(季節調整値)	○	○	-	-	○	○	-	●	●	-	○	○	●	●	●

(注) ○: 上昇(増加) - : 横ばい ●: 下降(減少)、空白はデータ未発表

個人消費

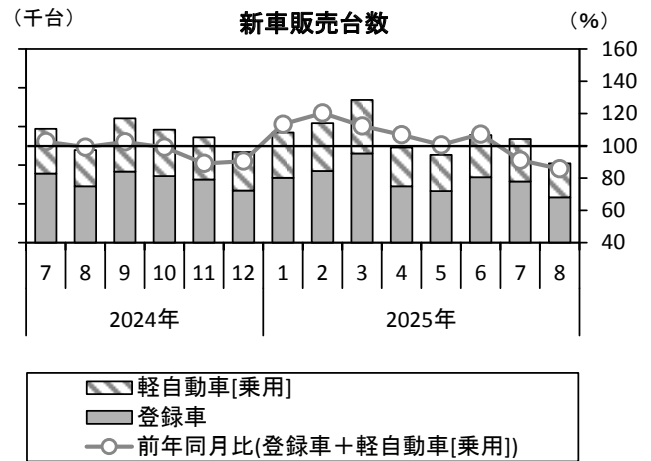
百貨店・スーパー販売額(全店、8月)

は、前年同月比2.2%減となり、2か月連続で前年を下回った。業態別では、県内唯一の百貨店である近鉄百貨店和歌山店の販売額(8月)が前年同月比0.2%増であり、スーパー販売額が前年同月を下回った。前年8月は、南海トラフ地震臨時情報に伴う防災意識の高まりから、水・食品等の備蓄需要が増加しており、今回の販売額減少はその反動減と考えられる。



(資料)経済産業省「商業動態統計調査」

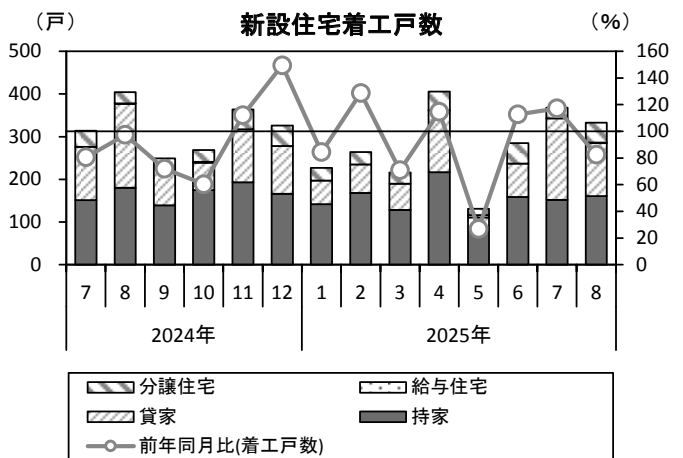
新車販売台数(軽自動車[乗用]含む、8月)は、前年同月比14.3%減となり、2か月連続で前年を下回った(2か月連続の前年割れ)。車種別では、登録車が前年同月比19.8%減、軽乗用車が同5.7%減となっている。全国の販売動向を見ても、2か月連続で販売台数が前年を下回っており、物価高騰や車両の値上げによる消費者の購入意欲の低下、一部車種での納期長期化などが販売減につながっている。



(資料)一般社団法人全国軽自動車協会連合会ウェブサイトならびに和歌山県自動車販売協会資料

新設住宅着工戸数(8月)は、前年同月比17.6%減となり、3か月ぶりに前年を下回った。1月～8月累計での新設住宅着工戸数(2,230戸)は前年同期比14.0%減となっており、同時期の着工戸数としては直近10年間で最も少なくなっている(最も多かったのは2019年で3,441戸)。

住宅種別では、「分譲住宅」、「持家」で減少傾向が続いている。資材価格の高騰や人件費の上昇で住宅建設価格は上昇傾向にあり、そのことが着工戸数の減少につながっているものと考えられる。



(資料)国土交通省「住宅着工統計」

家計消費支出(除く住居等、7月) は、

前年同月比11.7%減と4か月ぶりに前年を下回った。費目別では、主要項目である「食料」、「被服及び履物」、「一般外食」のいずれの支出額も前年同月を下回った。「食料」に関しては、価格が高騰している米穀支出が9か月連続で前年を上回っており、肉類支出も増加傾向にある。その一方で、果物、菓子、飲料などの嗜好品において支出額が減少傾向にある。

その他の費目では、洋服への支出額に減少傾向が見られる。食料品などの値上げを背景として、家計の節約志向は強まっており、県内家計消費についても今後の動向に注意を要する。

企業活動

鉱工業生産指数(7月) は、前月比0.5ポイントの上昇となった。

主力業種である「はん用機械工業」、「鉄鋼業」の生産指数が上昇している。

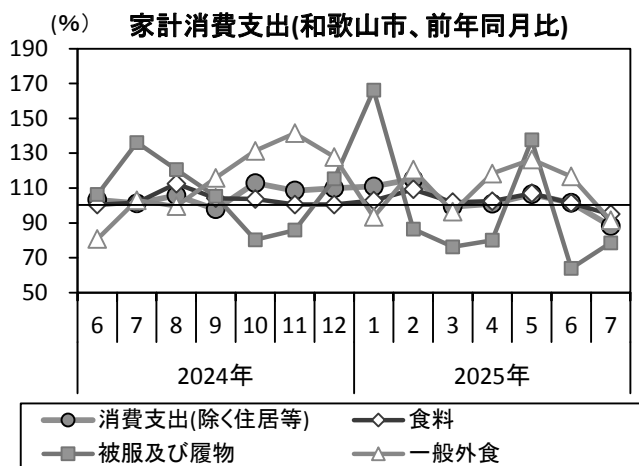
国内全体では、米トランプ政権による関税政策の影響もあり、自動車工業や生産用機械工業などで減産の動きが広がり、生産指数は「一進一退」の状況にある。日米関税交渉は合意に達し、先行き不透明感は弱まっているものの、生産指数は横ばいでの推移が見込まれる。

※本月より、和歌山県の鉱工業生産指数の基準値が2015年から2020年に変更されている。

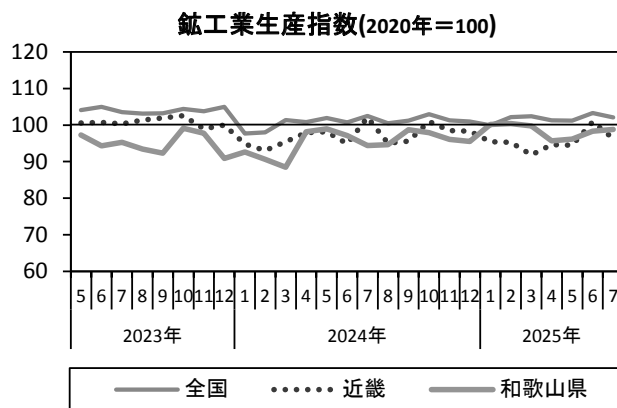
公共工事請負金額(8月) は、前年同月

比39.5%減と大きく減少した。ただし、4月～8月累計での請負金額は前年同期比3.9%増となっている。2021年度以降、減少傾向にある請負金額だが、足下では底打ちの兆しが見られる。

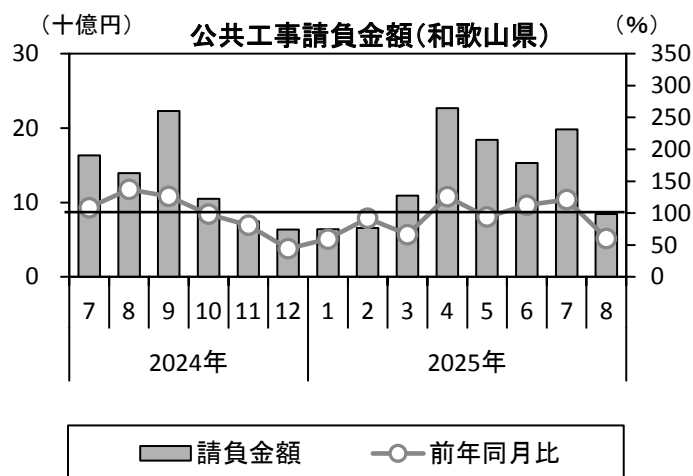
内閣府「月例経済報告」によると、国内の公共投資は「堅調に推移」しており、8月の公共工事請負金額は、前年同月比2.7%増となっている。ただし、全国生コンクリート工業組合連合会によると、8月の全国生コン出荷量は前年同月比6.5%減で、お盆休みや暑さ対策による工事時間の短縮などの影響が見られるとしている。



(資料)総務省「家計調査」(二人以上の世帯)



(資料)経済産業省「鉱工業指数」、近畿経済産業局「鉱工業生産動向」和歌山県調査統計課ウェブサイト



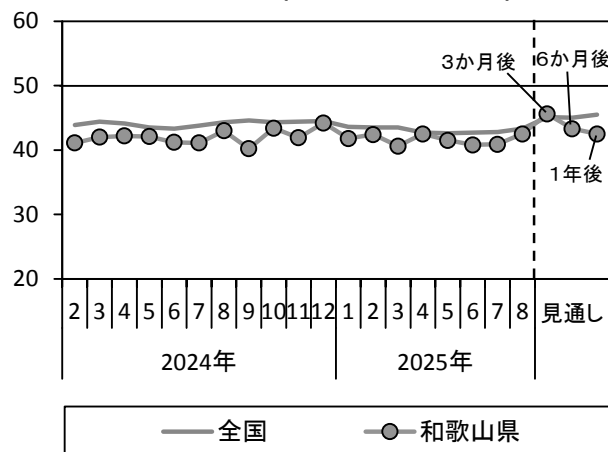
(資料)西日本建設業保証㈱「公共工事動向」

TDB景気DI(8月)

は、(株)帝国データバンクが月次で実施している景気動向調査から算出された景況感を表す値である。この値が50を超えると、現在の景気を「良い」とする事業者数が「悪い」とする事業者数を上回る。

8月の景気DIは前月から1.6ポイント上昇した(上昇は2か月連続)。建設業、卸売業などで景気DIが上昇する一方で、製造業は下降し、40を下回る低い水準にある。帝国データバンクは、白浜エリアにおける宿泊客減少(パンダ返還、大阪・関西万博の影響などから)や公共工事件数の減少もあり、景気DIは改善の兆しが見られるものの、実体経済としては、「どちらともいえない」といった企業の声が多いとレポートしている。

TDB景気DI(判断の分れ目は50)



(資料)株帝国データバンク

物価

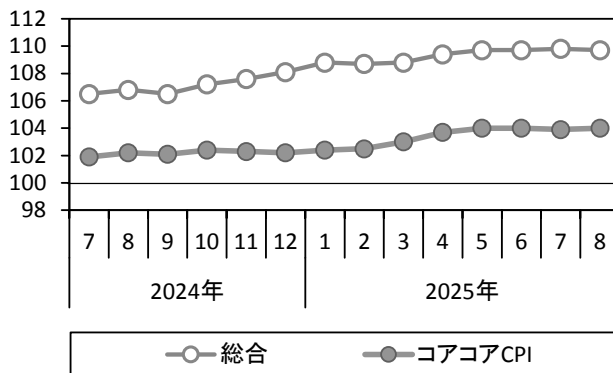
消費者物価指数(和歌山市、8月)

は、コアコアCPIが前月比0.1ポイント上昇(上昇は3か月ぶり)、総合については前月比0.1ポイントの下降となった(下降は6か月ぶり)。

政府による電気・ガス代の負担軽減策の補助再開もあり、エネルギー価格が下落した。その他の品目では、生鮮食品、その他食品、被服及び履物、教養娯楽サービスなどで価格が上昇している。

先行きについては、食料品価格の上昇率鈍化やガソリンの暫定税率廃止が見込まれることから、全体の物価動向も上昇率鈍化が予想される。

消費者物価指数(和歌山市、2020年=100)



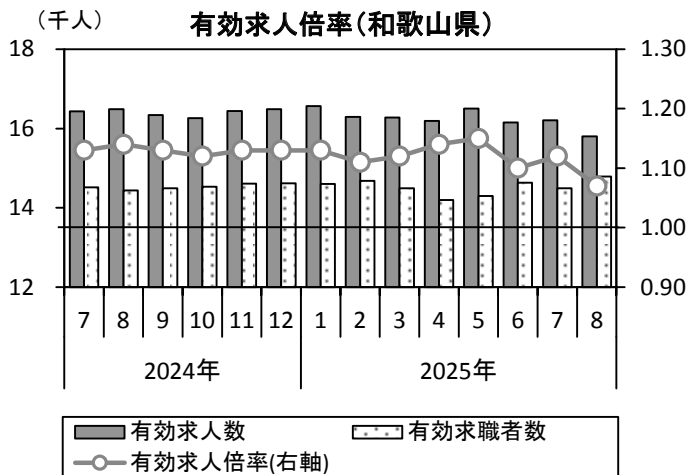
(注)コアコアCPIは食料(酒類を除く)及びエネルギーを除いた物価指数。
(資料)総務省「消費者物価指数」

雇用

有効求人倍率(8月)

は、前月から0.05ポイント下降し、1.07倍となった。コロナ禍の2021年5月以来、約4年ぶりに有効求人倍率が1.10倍を下回った。有効求人数に減少傾向が見られる一方で、有効求職者数の増加が続いている。このような状況を受けて、和歌山労働局は「雇用情勢は、求人が求職を上回る状況が続いているが、持ち直しの動きに弱さがみられる」としている。11月からは最低賃金が65円引き上げられ、事業者の人件費負担増に伴う、求人控えが懸念される。今後の県内雇用情勢については、これまで以上に注視する必要がある。

有効求人倍率(和歌山県)



(資料)厚生労働省「一般職業紹介状況」

葛城館 ～駅前に建つ木造三階建ての旧旅館～（橋本市高野口町）

JR和歌山線高野口駅前に建つ三階建て木造建築物の旧旅館「葛城館」は明治後期に開業したそうである。高野口の地名から分るように、開業当時当地は高野山参詣の入口としての拠点で賑わっており、駅前に十数軒の旅館があったそうである。しかし大正後期には南海電鉄がより高野山に近い路線（現南海高野線）を開業させたことから、高野山参詣の拠点としての地位が薄れてしまった。現存するこの旧旅館「葛城館」は総ガラス張りの壮麗な佇まいで、国の登録有形文化財に登録されている。

最近カフェとして活用されている。

（取材 萬羽）



葛城館

エビとカニの水族館

～ユニークな水族館～（すさみ町）

地域性や信念に基づく特別なこだわりを持った水族館がある。様々なクラゲに特化した加茂水族館（山形県）、琵琶湖水系や古代湖の淡水魚だけの琵琶湖博物館（滋賀県）、深海生物にこだわった沼津深海水族館（静岡県）。ホタルイカの生態や富山湾の神秘について学べるほたるいかミュージアム（富山県）。世の中ユニークな水族館がいくつかあるが、実は小規模ながらも本県にもエビとカニに特化したユニークな水族館がすさみ町にある。人口3.6千人ほどの町のこの水族館、「日本一貧乏な水族館」と揶揄されるほど手作り感満載の水族館である。それは中学校の体育館を再利用して町民が一致協力して幾多の困難を乗り越えて本水族館を開館させたもので、館内には「世界初！体育館を再利用した水族館」の説明書きが誇らしげに貼ってある。一度覗いてみる価値がある。

（取材 萬羽）

カブトガニ（生きた化石）



伊勢エビ



水族館の外観



当研究所の研究員が講演を行いました。

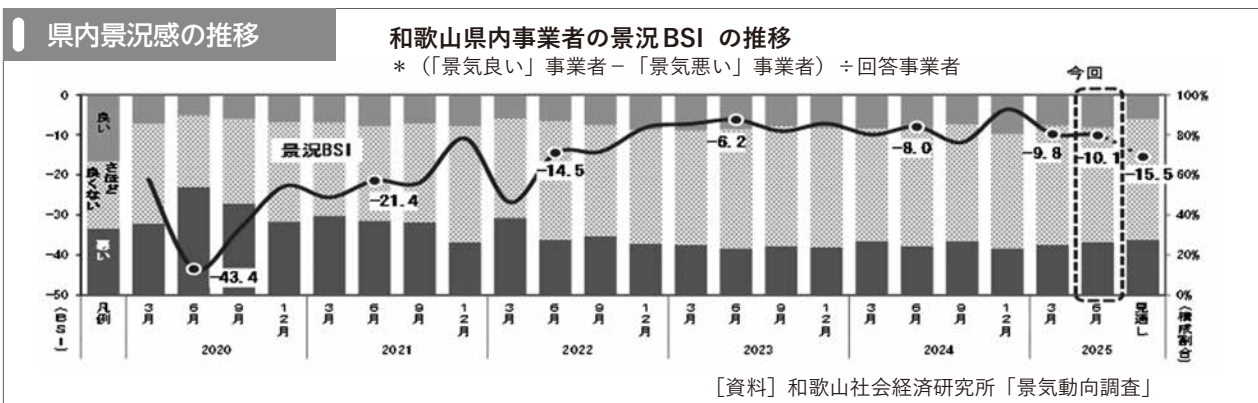
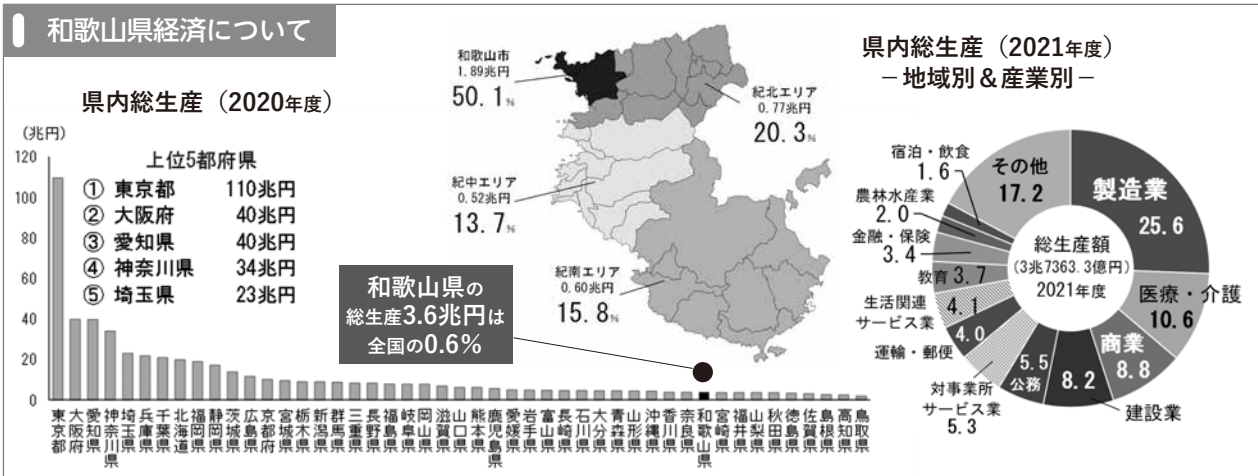
テーマ 和歌山県経済の特徴と足下の情勢



令和7年7月15日（火）、一般社団法人和歌山銀行協会の7月事務連絡協議会にて、当研究所の藤本主任研究員が、「和歌山県経済の特徴と足下の情勢」をテーマに講演を行いました。



講演では、和歌山県経済の特徴や歴史、最近のトピックに加え、当研究所が定期的に行っている景気動向調査結果にも触れながら、今後の和歌山県経済の展望について説明いたしました。



メールマガジンのご案内

当研究所では“WISEメールマガジン”を発行し、HPの更新状況や、講演会・セミナー等のご案内などをお知らせしております。登録ご希望の際は、下記アドレスの「WISEメールマガジン」から、必要事項をご記入の上、お申し込み下さいますようお願いいたします。

URL : <https://www.wsk.or.jp>

賛助会員募集中

- 会費：1口 2万円(年)
- 特典：刊行資料の配付、調査・研究成果の提供、講演会・セミナー等への参加、情報提供等

編集後記

「金の島」佐渡島——離島、佐渡空港の2,000m滑走路実現は？

山の頂きから、巨大な鉞（まさかり）を振り降ろされたかのような、幅30m、深さ74mもの鋭いV字型の切れ込み——江戸時代に、山頂に金鉱脈が露出しているのが発見され、全て人の手で、下へ下へと掘り進められた採掘跡が「道遊の割戸」、佐渡島金山のシンボルである。UFOに乗った宇宙人も不思議に思うであろう、シュールな光景を眼前に、言葉を失う。

古来より、「金の島」と呼ばれ、日本最大の金銀鉱山として、世界有数の産出量を誇り、1989（平成元）年、資源枯渇に伴い、採掘を休止するまで、78tの金と、2,330tの銀を産出した佐渡島。

徳川家康は、ここを天領とし、金銀山管理のため、奉行所を設け、全ての工程を管理した。佐渡島金山は、江戸幕府を支え、ゴールドラッシュをもたらした。佐渡の刻印のある金貨が、遠くオランダにも伝わっていたという。

2024年7月27日、インド・ニューデリーでの世界遺産会議に於いて、全会一致で、「佐渡島の金山」の世界文化遺産登録が決議された。加えて、産業遺産、ジオパーク、離島…と、格別な理由が4つも揃っては、行かないわけではない？と、先般、佐渡島金山を訪ねました。

「遠隔地から船や電車、そして歩いて行く長い旅の道中、その連続した一連の行為、過程にこそ、旅の意味、価値がある…」と語ったのは、プリツカー賞受賞の建築家、伊東豊雄氏（※大阪万博で、EXPOホール（通称「シャイン ハット」）を設計。東京オリ・パラの国立競技場のコンペでは、惜しくも隈研吾氏に敗れた。当時、伊東氏は「誠に残念。敗因は察しがついているが、今さら振り返りたくもない」と語った。わたしは「伊東案」推してしたが）。その通りだと思うが…、「佐渡」は遠かった。

陸路の場合、「東京～新潟」は、乗り換えなしの上越新幹線「とき」（県鳥「朱鷺」に因む）で最速90分とスムーズだが、関西から新潟へは不便。新潟まで飛行機で行っても、そこから、日本海に浮かぶ佐渡島は遠い。

新潟市中央区から佐渡島を横断して、新潟県上越市に至る「国道350号」（総延長195.5km）は、フェリー航路の海上区間145.2kmを含む「海の上の一般国道」である。

新潟港から、佐渡島中程の両津港へは、67.2km。多くの人が利用するカーフェリーで、2時間30分（船体を海面に浮上させ、時速80kmの超高速で走行するジェットフォイルでは、1時間7分だが、料金は、フェリー2等の倍以上の片道7,000円余。車の積載なし）、フェリーには、応接セットやベッド、トイレ、洗面所まで設えられたホテルのような立派な「スイート」（1.6万円余）や特等室もあるが、貸し毛布を被って、じゅうたん敷の大部屋で寝ている人も多い。

また、佐渡島西南部の小木港（若い女性船頭が巧みに櫂を操る「たらい舟」が観光ポスターの定番）から、直江津港（上越市）までは78km、ジェットフォイルの運航はなく、カーフェリーのみで2時間40分を要する。

漸く佐渡島に到着。ここが島だとは思えない悠々たる大地には、1,000m級の山々もあり、起伏のある堂々とした佐渡島。この大きな島に空港はないのか？と地図を見ると、両津港の近くに「ある」のだが…。

（※以前、この欄に書かせて戴いた「隠岐の島」（島根県の沖合。古くは、後醍醐天皇や小野篁ら貴人の遠流の地。北前船の風待ちや物資の補給寄港地として栄えたが、現在もIターン、移住した若者達、観光客も多い。世界ジオパークに認定）の場合、2006（平成18）年7月に、小型ジェット機が就航可能な2,000m滑走路が整備され、伊丹空港からわずか1時間で到着する。）

「佐渡空港」は、1958（昭和33）年に「地方管理空港」として開設され、新潟県が設置・管理を行う。今まで富士航空、新日本航空等、いくつかの運航会社を経て、現在は運休中で定期便はなく、緊急用途や訓練用途、チャーター便に限定されている。

定期便がない最大の理由は、①「滑走路が890m、幅25m」と短く、就航可能な機体がアイランダー（9席）やドルニエ228（19席）等小型機に限られ、運航コストが高くなること。次いで、②カーフェリーや高速船が便数も多く運航されている ③島の人口減少と今後の航空需要 ④特に冬季の天候（欠航率が高い）等である。

空港開設2年後の1960年には、滑走路1,100mへの拡張工事に着工するも、障害物件問題で難航、頓挫した経緯がある。

「滑走路2,000m、幅45mへの拡張を促進し、大都市圏との新航空路の開設」を目指すという「佐渡新航空路開設促進協議会」が設立されたのは、40年前の1985（昭和60）年。爾来、国等への要望活動、離島における大型空港の必要性をPRしてきたという。

協議会は、拡張による整備効果を、①災害等の緊急時における救援機による人員・物資輸送の受入れ ②時間距離の大幅な短縮による観光客増。海外チャーター便による外国人誘客 ③航空会社の路線参入による製造・農水産業の販路拡大等地域経済の活性化、等を挙げている。開港には、地権者や住民合意、環境アセスメントの実施等にも、かなりの時間を要すると思われるが、「国内外の交流人口の拡大と地域経済の活性化を図るためには、2,000m滑走路は必要不可欠」と、官民の力を結集して、拡張整備計画の推進、定期空路の就航等、島内外の世論を喚起し、機運を高めたいという。

協議会では、新潟市に本社を置く地域航空会社、トキエア㈱（現在、新潟空港～札幌・丘珠、仙台、名古屋・中部、神戸に就航している）による「佐渡～新潟」、「佐渡～首都圏（成田）」への就航を進めていきたいとしている。

そんな中、今年10月、「新潟を地方創生のモデル都市に」を大テーマに掲げるトキエア㈱は、ロケット開発事業も手掛けるなど話題も多い実業家のホリエモン、堀江貴文氏を取締役の一人に迎えると発表した。「航空業界に憧れていた」と、記者会見で興奮気味に語る堀江氏の発信力も期待されてのことであろう。

離島、「佐渡空港」の滑走路拡張、新航空路開設をめぐる様々な動き——物流、起業、インバウンド、関係人口の増加etc…、地方空港、離島空港に見られる共通の課題であり、今後、どのように進展するか、「フェリーもいいけど、また、佐渡を訪ねる時は、飛行機で…」と、協議会サポータークラブに登録したわたしも、遥か和歌山から見守っていききたい。

（研究委員 谷 奈々）

21世紀 Wakayama Institute for Social and Economic Development WAKAYAMA

VOL. 111

発行 2025年12月10日

編集発行者 一般財団法人 和歌山社会経済研究所
〒640-8033
和歌山市本町2丁目1 フォルテワジマ6階
TEL 073-432-1444(代) FAX 073-424-5350
<http://www.wsk.or.jp/>

印刷 株式会社 さかぐち昇和印刷

無断転載・複写を禁ずる

地域とともに、

「データ」で「未来」をつくる

～自治体さまの課題を「調査・分析」「計画策定」「実装」までワンストップで支援します～

私たち一般財団法人和歌山社会経済研究所は、1981年に和歌山県を中心とした県内自治体、民間企業の出捐により設立された、和歌山県唯一のシンクタンクです。

これまでに蓄積された調査実績と地域に対する知見をもとに、自治体の皆様と持続可能な地域づくりをおこなってまいります。

主な自治体支援メニュー

各種調査分析

- 住民・企業団体アンケート調査
- 対面ヒアリング調査
- 観光客動態調査
- 先進事例調査
- 経済波及効果分析 等



各種行政計画策定支援

- 長期総合計画
- 総合戦略
- 男女共同参画基本計画
- 子ども・子育て支援事業計画
- 地域防災計画
- BCP(業務継続計画)
- 健康増進計画
- 農業振興計画
- 地球温暖化対策計画
- 一般廃棄物処理基本計画
- 空き家等対策基本計画
- 観光振興計画 等

その他

- 各種セミナー・ワークショップの運営
- 地方創生に関わる各種コンサルティング 等

社経研の特色

- 和歌山を最もよく知る専門機関
- シンクタンクとしての調査・分析力に加え、行政実務の経験者が計画策定を支援
- 地元専門機関だからこそできる、きめ細やかなサポート体制の構築

お問い合わせ
窓口

一般財団法人 和歌山社会経済研究所 Wakayama Institute for Social and Economic Development

〒640-8033 和歌山市本町2丁目1番地フォルテワジマ6階

TEL : 073(432)1444 FAX : 073(424)5350

✉ : info@wsk.or.jp

担当：研究部 塩路・藤本





一般財団法人 和歌山社会経済研究所

〒640-8033 和歌山市本町2丁目1 フォルテワジマ6F
TEL : 073-432-1444 FAX : 073-424-5350

2025年12月10日発行 和歌山社会経済研究所報 第111号

www.wsk.or.jp



リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。