



2024年 4月 3日 担当 虻川

外為 10 時 円相場、151 円台半ばでもみ合い 減額なし の日銀オペ通知は重荷

3日午前の東京外国為替市場で、円相場は1ドル=151円台半ばを中心にもみ合っている。10時時点は151円57~58銭と前日17時時点と比べて10銭の円高・ドル安だった。10時前の中値決済に向けては「ややドル不足」（国内銀行）との声が聞かれたが、国内輸出入企業の動向は相場の強弱感を決定付ける材料とはなっていないようだ。

円相場は10時すぎに151円64銭近辺まで上昇幅を縮める場面があった。日銀は3日、残存期間「3年超5年以下」など定例の国債買い入れオペ（公開市場操作）を4本通知し、全ての年限で買い入れ予定額を前回から据え置いた。市場では事前に減額観測があったため、通知を受けて円売り・ドル買いが出た。

円は対ユーロでは安値圏で小幅な値動きとなっている。10時時点では1ユーロ=163円19~21銭と、同28銭の円安・ユーロ高だった。

ユーロも対ドルで朝方から小動き。10時時点では1ユーロ=1.0766~67ドルと同0.0025ドルのユーロ高・ドル安だった。



2024年 4月 3日 担当 虻川

オリーブオイル、原料不作で高値 ブレンド品に脚光

オリーブ油の値上げが続いている。主要な産地であるスペインで原材料のオリーブが2年連続で不作となっているためだ。店頭販売価格が上昇するのに伴い、販売数量も減少している。メーカー各社は顧客のオリーブ油離れを防ごうと対策を打っている。

スペインで干ばつ、不作続く

全国のスーパーなどの販売データを集めた日経 POS（販売時点情報管理）情報によると、「エキストラバージンオリーブ油」は2022年5月ごろから平均価格の上昇が続いている。22年3月は521円だったが、24年2月には34%上昇し700円に達した。一方で販売数量は22年3月から24年2月までに18%減少している。

売れ筋の商品も価格上昇のあおりを受けている。日清オイリオグループの「BOSCO エキストラバージンオリーブオイル 456グラム」は23年3月～24年2月の1年間の平均価格が22年3月～23年2月と比べ18%上昇。一方で年間販売数量は同4%減った。J-オイルミルズの「AJINOMOTO オリーブオイルエキストラバージン 200グラム瓶」も直近1年間の平均価格は前年同期比で21%上昇し、販売数量は10%減少した。



主因は世界のオリーブ生産の 4~5 割を占める
スペインでの不作だ。オリーブは温暖で適度に雨
が降る地中海性気候での栽培が好まれる。22
~23 年はオリーブの収穫量に影響する春の開
花時期に雨がほとんど降らなかった。
欧州委員会によると 22~23 年のスペインの生
産量は前年度の 45%ほどにとどまった。23~
24 年も例年の 5 割程度にとどまる見込みだ。

原料高に対応してオリーブ油の値上げを実施してきた食用油メーカー各社は今春、もう一段の値上げを発表している。

2 年間の不作でオリーブの在庫量は逼迫している。今後生産量が回復しても高騰した相場の先行きは不透明だ。

「エキストラバージンオリーブ油」の売れ筋ランキング(2024年2月の月間)

順位	商品名	平均価格	初登場年月
1	日清O ポスコ エキストラバージンオリーブオイル 456G	734.5円	1996年3月
2	日清O ポスコ エキストラバージンオリーブオイル 684G	1263.9	2018年2月
3	日清O やさしく香るエキストラバージンオリーブオイル 350G	627.6	2017年2月
4	Jオイル 味の素 オリーブオイル エキストラバージン 200G	444.3	2004年6月
5	Jオイル 味の素 オリーブオイル エキストラバージン 400G	660.9	2004年7月
6	日清O ポスコ エキストラバージンオリーブオイル 145G	408.5	2016年2月
7	天長 カリッサ エキストラバージンオリーブオイル 682G	929.2	2023年10月
8	日清O ポスコ エキストラバージンオリーブオイル 320G	727.9	2022年8月
9	ヨンジャ エキストラバージンオリーブオイル 682G	766.6	2023年5月
10	Jオイル 味の素 オリーブオイル エキストラバージン 600G	982.6	2010年3月
11	日清O やさしく香るエキストラバージンオリーブオイル 600G	1011.7	2019年2月
12	アルチェネロ 有機エキストラバージンオリーブオイル ドルチェ 250ML	1041.1	2001年8月
13	Jオイル 生活良好 オリーブオイル エキストラバージン 400G	695.4	2010年10月
14	日清O ポスコ エキストラバージンオリーブオイル 228G	537.5	1996年2月
15	Jオイル 味の素 オリーブオイル エキストラバージン 300G	550.3	2022年3月

(注) 社名・商品名は日経POS情報の表記、来店客1000人あたりの販売金額で作成

そうめん、カツオのたたき……新レシピで知恵絞る

オリーブ油は洋食に使われるのが一般的で、キャノーラ油といった汎用油に比べて用途が限られる。重量あたりの販売価格が通常の食用油より数倍高く、嗜好品の側面もあることから消費者離れが進んでいる。度重なる値上がりを受けた消費者離れを食い止めようと、食用油メーカーは新商品づくりやレシピの提案などで知恵を絞っている。

Jーオイルミルズは 2 月、ブレンド油で価格を同容量のオリーブ油商品の 3 分の 2 ほどに抑えた「AJINOMOTO オリーブオイルたっぷりクッキングオイル」（600 グラム）を発売した。オリーブ油 6 割に対しキャノーラ油 4 割を混ぜたもので、原材料価格を抑えつつオリーブの風味を味わえる。

Jーオイルミルズ家庭用油脂マーケティング部長の鈴木篤史氏は「料理に生のままかけても、エキストラバージンオリーブ油と風味の違いは感じられない」と胸を張る。

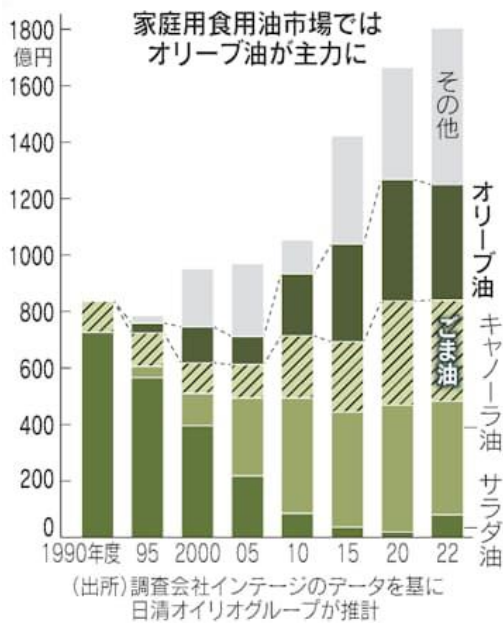
ブレンド品拡充の背景には先行品の売れ行き好調がある。日経 POS 情報によると、同社のブレンド油「AJINOMOTO ユーロリーブ」（910 グラム）は 24 年 2 月の販売数量が前年同月の 2.4 倍だった。日清オイリオグループも 2 月からブレンド品を初めて販売している。

各社は新しいレシピの提案にも力を注ぐ。定番のイタリア料理などだけではなく、和食での活用機会もつかう。Jーオイルミルズはナスやパプリカ、ズッキーニなどの夏野菜をオリーブ油で素揚げし、冷水でしめたそうめんに盛り付けたレシピなどを提案している。日清オイリオグループもカツオのたたきにオリーブ油をかける食べ方を紹介する。

販売金額、家庭用食用油の 2 割

エキストラバージンオリーブ油はオリーブの果実を搾ってろ過しただけのもので酸度が 100 グラムあたり 0.8 グラムを超えない品質のものを指す。規格に満たないオリーブ油は精製されて「ピュア」製品として販売される。

国内販売される家庭用オリーブ油のうち 8 割以上がエキストラバージンオリーブ油だ。オリーブ本来の香りや風味があり、カルパッチョなど生の食材にそのままかけて食べるのに向いている。ピュア製品は加熱調理に向くとされる。



日本でオリーブ油が広まったのはバブル期の「イタメシ」ブームが始まりだとされる。日清オイリオグループによると 2022 年度に家庭用食用油の国内市場（金額ベース）の約 2 割を占めた。汎用油であるキャノーラ油と同規模で、食の多様化に伴い食卓の主力に育っている。



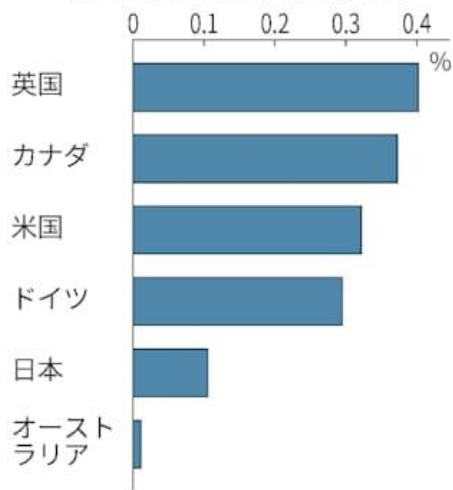
世界で長期金利上昇 強まるインフレ再燃懸念

2024年1～3月の債券市場では、世界で金利が上昇（債券価格は下落）した。米長期金利は0.32%上昇し、低下幅が3年9カ月ぶりの大きさとなった23年10～12月期と対照的な動きだった。米連邦準備理事会（FRB）などがいつ利下げに転じるかが今後の焦点だ。

23年末にかけてはFRBが24年3月にも利下げを始めるとの観測が強まり、米長期金利は12月下旬、一時3.7%台まで低下した。

24年3月末に4.2%台まで上昇に転じた背景には、FRBの利下げ期待の後退がある。1月の米雇用統計や米消費者物価指数（CPI）などの経済指標が市場予想を上回り、堅調な米経済と根強いインフレ圧力が意識された。年末にかけての金利低下の反動が出た面もある。

世界で長期金利が上昇した
(23年末比上昇幅。3月末時点)



米商務省が発表した2月の米個人消費支出（PCE）物価指数は前年同月比2.5%上昇とFRBが目標とする2%を上回る。FRBが「より長い期間、高い政策金利を続ける」との見方が長期金利の上昇にもつながった。欧州などでもインフレ圧力は意識されている。主要国のインフレ率が市場予想に比べてどう推移したかを示すシティFX・G10インフレーション・サプライズ指数は、24年に入

り上昇に転じた。3月に5カ月ぶりのプラス圏に浮上。主要国では市場参加者が見込むほどインフレが減速していない状況を示した。



ドイツ長期金利は23年末にかけて一時2.0%を下回るまで低下したが、年明け以降上昇に転じた。24年3月末には2.2%台後半を付けた。

英国の長期金利は1～3月に0.4%上昇した。英国では賃金の伸びが新型コロナウイルス禍前と比べ高水準で推移し続けている。サービス価格の上昇圧力の強さから英イングランド銀行

行（中央銀行）が高金利状態を続けるとの観測が広がった。

日本では米金利上昇の影響に加え、日銀の政策修正が早まるのではないかと観測も金利を押し上げた。春季労使交渉（春闘）では大幅な賃上げを表明する大企業が相次いだ。日銀は3月19日の金融政策決定会合でマイナス金利政策を解除した。1月上旬に0.5%台だった長期金利は3月末には0.7%台で推移した。

今後の注目点は、各中銀の利下げ開始時期だ。世界的に利上げ局面は一服しているが、特に米国や英国では根強いインフレ圧力などを背景に、すぐに利下げを始める状況にはなっていない。

みずほ証券の上家秀裕シニア債券ストラテジストは「コロナ禍の財政政策によって膨らんでいた米家計の余剰貯蓄は今後底をつく。米景気を支えてきた個人消費は減っていく」と指摘する。米金利は24年末に向け、徐々に低下基調になるとみる。

日銀は17年ぶりの利上げに踏み切ったが、今後も国内金利の上昇が続くかは不透明だ。三井住友トラスト・アセットマネジメントの稲留克俊シニアストラテジストは「日銀が24年中に追加利上げを実施しない場合、米金利低下の影響で日本の長期金利もゆるやかに低下する可能性がある」と指摘する。

日経新聞



バスにも 2024 年問題 タクシーに流れる運転手、減便深刻

運転手の労働規制が強化される「2024 年問題」はバス業界にも深刻な影響を及ぼしている。拘束時間や勤務間インターバルの制限強化で人手不足が深刻化し、4 月以降は減便に拍車がかかる。賃金水準の優位性も薄れ、タクシーや物流業界に転職する運転手が相次いでいる。

「新型コロナウイルス禍後は採用がほとんどできず、人手不足の解消は極めて難しい」。北海道中央バスの担当者はこう嘆く。4 月 1 日のダイヤ改正で路線バスの 5%ほどにあたる 313 便を減便。

23 年 12 月のダイヤ改正でも、札幌市営地下鉄と並行して走る 12 路線 283 便の区間を短縮したほか、361 便を減便・廃止。この数カ月で運行規模を大きく縮小した。

札幌以外の大都市圏でも路線バスの減便が広がる。西日本鉄道グループは福岡地区や北九州地区、久留米地区で平日の路線バスを 588 便（3%）減らすダイヤ改正を 3 月に実施した。

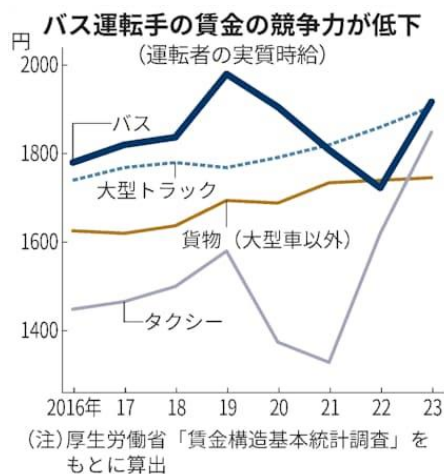
要因は運転手不足だ。一般的な路線バスや貸し切りバスなどの運転に必要な大型 2 種免許の保有者はこの 10 年で約 2 割減った。北海道中央バスの場合、運転手は 10 年前と比べて 340 人減少。特にコロナ禍以降は 200 人減った。別の道内バス事業者の幹部は「半年後、どれだけ運転手が減っているかは我々も見通せない」と漏らす。

「直近ではバスからタクシーやトラックに運転手が流れている」。鉄道会社系のバス事業者の幹部は打ち明ける。物流業界ではコロナ禍でも賃金水準は上昇基調にあった。政府はトラック運転手の賃金が24年度に10%前後上昇するとの見通しを示す。

タクシーは増収策が進む。札幌市内では23年5月に14%超の値上げを実施。同年12月からは多くの事業者が一律200円の「迎車料金」を順次導入したほか、時間を指定して配車した際に500円か800円を運賃に上乗せする事業者も出始めた。タクシー運転手の給与体系は歩合制が目立ち、増収は収入増につながる。

北海道ハイヤー協会の今井一彦会長は「足元では手取りで月30万～40万円稼ぐ人も珍しくなく、稼げる職になっている」と指摘する。北海道運輸局によると、道内のタクシー運転手は23年3月末までの4年で27%減ったものの「足元では増加に転じている」（札幌市内タクシー大手首脳）。

都内など主要都市圏では「現役世代のバスやトラックの運転手が働きやすさを求めて時給制のパートドライバーに転職する動きが出始めている」（都内タクシー大手）という。



バス業界は賃上げの原資に乏しい。札幌市内の路線バスでは24年12月に十数%の運賃値上げが予定されているが、コロナ禍による生活様式の変化などで利用者数は振るわない。賃金構造基本統計調査をもとに計算すると、従来は運転手の中でバスは賞与などを考慮に入れた

実質時給が高かったが、近年はタクシーなどが猛迫する。拘束時間が長い実態も変わらず、運転手流出に歯止めがかからない。

24年4月からの働き方改革関連法の全面施行に伴い、バス運転手は拘束時間の上限規制が強化され、勤務間インターバルも従来より長く取る必要がある。運転手にとっては収入の低下要因となり得るほか、事業者側としては早朝・深夜便を中心に人繰りが一層逼迫し減便を余儀なくされている。

地方部では利用が低迷する鉄道のローカル線の存廃議論にも影を落とす。北海道新幹線の札幌延伸後、JR北海道から経営分離される函館線（小樽—長万部間）では、道と沿線自治体が廃線に合意しているものの、代替バスの運行に向けた地元バス事業者との調整が難航している。地方まで旅客を運ぶ路線バスや貸し切りバスが細れば「観光立国」にも影響が出かねない。

日経新聞

やりがい×働きやすさ＝プラチナ企業 御社はランク入り？

頑張れば豊かになれる——。その希望がモーレツ企業で昼夜問わず働く社員の「働きがい」だった。

この昭和的発想は平成の世に変質。「働きやすさ」を尊重するホワイト企業に脚光が当たる。その副

作用か、企業と社員の関係は淡泊になってきた。令和の現在、働きがいと働きやすさを両立した「プ

ラチナ」への進化が求められている。

プラチナ企業ランキング

順位	企業名	1年後売上高増減率(%)	PBR (倍)
1位	サイボウズ	19.4	20.07
2	コスモスイニシア	14.9	0.46
3	MIXI	24.4	1.05
4	味の素	18.2	3.15
5	メルカリ	17.0	11.83
6	CARTA HOLDINGS	0.5	1.45
7	Robot Home	32.5	1.98
8	日本新薬	4.9	2.91
9	エイチーム	▲13.3	1.45
10	アクシスコンサルティング	23.6	—

「焼肉きんぐ」など約 700 店の飲食店を運営する物語コ

ーポレーションは、働きがいを軸に組織を発展させてきた。

同社は働きがいが高い一方、働きやすさは低い「モーレツ」

に分類される。日本経済新聞社が国内最大級の会社情

ホワイト企業ランキング

1位	千趣会	▲19.5	0.61
2	ソーバル	0.0	2.38
3	日本化薬	7.3	0.79
4	かんぽ生命保険	—	0.38
5	わかもと製薬	3.3	0.67
6	インプレスホールディングス	2.6	0.84
7	高砂香料工業	15.0	0.47
8	中国電力	49.1	0.43
9	リコー	21.4	0.68
10	ゆうちょ銀行	—	0.41

報の口コミサイトにある社員らの投稿を分析し、上場企業

約 2300 社の労働環境と業績を調べた結果だ。

2023 年 7 月、物語コーポレーションは社員の成長を促

モーレツ企業ランキング

1位	テー・オー・ダブリュー	5.7	1.35
2	セントラルスポーツ	8.1	1.18
3	ひらまつ	34.2	2.55
4	成学社	2.7	1.48
5	ナガセ	6.0	2.41
6	TOKYO BASE	▲0.2	2.32
7	フロンティアインターナショナル	▲32.2	1.30
8	スペース	10.1	0.80
9	九電工	5.1	0.97
10	イー・ピーホールディングス	114.8	10.86

す仕組みを導入。店長など役職に必要なスキルを細かく

分類して、熟達度を可視化した。能力に応じた役職や報

酬で社員に報い、仕事のやりがいを醸成する。横浜任執

1年後売上高増減率は2021年度と22年度の売上高を比較。PBRは22年末の株価と22年12月までの直近通期決算における数値から算出。▲はマイナス。出所はCPC

行役員は「意欲のある社員が活躍できるよう、一人ひとりが自分の力を発揮できる環境をつくっていく」と話す。



の分析でも働きがいに関する項目ではモーレツに対する好意的な意見が散見された。

例えば、モーレツ企業には「若手のチャンスの多さ」「挑戦を奨励する風土」などの長所がある。しかし働きやすさに関する項目は「残業」や「過労」などワーク・ライフ・バランスの悪さを示す言葉が上位に並んだ。

今日の企業が目指すべき方向はこの調査から透けて見える。働きがいを持って仕事に臨む社員を組織に定着させる働きやすさの掛け算こそが持続的な成長を実現する。モーレツとホワイトは「移行期」。それぞれの不足を補い、プラチナへの脱皮を果たす必要がある。

創業 26 年で連結売上高が 1 兆円を突破するなど急成長を遂げたオープンハウスグループもプラチナを目指す一社だ。



- 1** 老若男女が生き生きと働ける
- 2** 会社と社員の目指す方向が一致している
- 3** 働く場所や時間を問わない柔軟な労働環境が整備されている

成長の原動力はモーレツな社風だ。木曜日の
 全社朝礼は社長も出席し、各事業部から実
 績が報告される。会社目標を全社員に共有
 することで経営への参画意識を植え付ける。

人事部の山根正義課長は「やる気があり、結
 果を出した人が評価される」と表現する。

「結婚や出産を見据え、20代で管理職にな
 りたかった。男女関係なく平等に評価されるの

で良い環境だ」。10年に入社した小山内悠子さん（36）はこう話す。実際、27歳で課長に就任
 した。正しい実力主義は社員の達成感を高め、企業成長のドライバーとなり得る。

ただ、オープンハウスグループの平均勤続年数は23年9月期で男性3.99年、女性2.55年
 で、日本全体の12.3年（厚生労働省、22年の男女計）と比べて短い。働きやすさとのバランス
 調整が目下の課題だ。近年では最短2時間からの時短勤務制度の実施や、生理休暇取得の促
 進など働きやすさを高める制度を充実させている。

人材コンサルティングの米コーン・フェリーがグローバル企業585社（うち日本企業85社）を対象
 に実施した23年度の調査では「働きがいを感じる」割合は世界平均で71%だった。日本は12ポ
 イント低い59%となった。

働きがいと働きやすさの両立は難しい。プラチナ化は一部の先進的な企業にとどまる。ただ、コーン・フェリー担当者は「日本企業の『働きがい』は連続的な低下傾向にあったが、改善の兆しがみられる」と分析する。

社員が自ら動き、成長できる職場環境づくりは企業の持続的な成長に不可欠だ。モーレツとホワイトからの進化が日本企業の「伸びしろ」と捉えれば、見える景色も変わってくる。

日経新聞