



鹿児島の経済が分かる情報誌

MONTHLY ECONOMIC MAGAZINE

12月号
2025
Vol.429



鹿児島を動かす人々

PEOPLE in Kagoshima

特定非営利活動法人
かごしまこども食堂支援センター たくして

園田 愛美 氏

調査レポート

企業等のSNS運用の
現状について(上)

プラスワン

2025年
冬の賞与支給計画

CONTENTS

- 01 コラム
うなぎの寝床 Vol.60 P.N. 船頭
- 02 南の風
伊仙町長
伊田 正則 氏
- 04 PEOPLE in Kagoshima 鹿児島を動かす人々
Episode 19
特定非営利活動法人
かごしまこども食堂支援センター たくして
園田 愛美 氏
- 10 調査レポート
企業等のSNS運用の現状について(上)
～経営の必須アイテムに～
- 18 プラスワン
2025年 冬の賞与支給計画
－支給増に息切れ感－
- 22 トピックス
県内代位弁済額が大幅増
2025年度上半期 前年比1.5倍超
- 23 Monthly Trend
ユーロ/円相場高騰
～史上最高値更新の背景～
- 24 経営のヒント
ビジネスQ&A【人事・労務】
- 26 台北だより
- 28 経済概況
- 34 経済日誌
- 37 BOOKs 今月の1冊・11月のBEST10
- 38 暮らしのひと皿 第4回
門倉 多仁亜 氏
- 40 アートに触れる VOL.66 城戸 雄介 氏
- 42 鹿児島で魚とともに Vol.09
岩坪 洋樹 氏
- 44 次号予告・編集者のつぶやき

今月の
「1本」



P7:学校や家庭以外の子どもたちの居場所として、注目が集まるこども食堂



P39:イルミネーションが飾られ心が躍るドイツのクリスマスマーケット

KER刊行誌が電子BOOKでも読めます。

電子BOOKは
こちらから



当研究所
ホームページ
はこちらから



URL : <https://www.ker.co.jp>

表紙写真：志布志市 志布志鉄道記念公園のイルミネーション。2025年11月29日～2026年1月4日まで開催。

- マンスリーデータ「全国・鹿児島県の経済指標、宮崎県・熊本県・福岡県・沖縄県の経済指標」につきましては、当研究所ホームページ
- 本誌の内容、テキスト、画像等の無断転載・無断使用を固く禁じます。落丁本・乱丁本はお取り替えします。

こども食堂は、地域みんなの居場所だ

「こども食堂は、あなたの食堂」。
このCMフレーズのように、

こども食堂は全国で確かな広がりを見せていく。

かつては「経済的に厳しい家庭の場」という
先入観が強かったが、今では医療・教育・福祉・
行政など多様な分野と連携し、

地域のニーズに応じた形へと進化した。

鹿児島でも、この流れを早くから体現した女性がいる。

小学校教諭として子どもと向き合いながら、
運営に携わってきた園田愛美さんだ。

現在はNPO法人理事長として、地域に
温かな居場所を広げる活動を続けている。
その歩みと、これからの展望を聞いた。

園田 愛美
SONODA AMI

鹿児島市出身。2003年に鹿児島大学教育学部学校教育教員養成課程卒業。同年4月より鹿児島県小学校教諭として、加治木町立加治木小学校を皮切りに4つの小学校で教壇に立つ。16年6月より自宅近くの玉里団地福祉館で「こども食堂」を開始。18年6月には、「かごしまこども食堂・地域食堂ネットワーク」を立ち上げ、代表に就任する。22年3月に教員を退任し、同年4月に「特定非営利活動法人かごしまこども食堂支援センター」を設立。「こども食堂」の立ち上げ支援や運営サポート、情報発信、資源のマッチングなどに取り組み、子どもを真ん中に置いた持続可能な地域づくりに取り組んでいる。

他者の幸せが自分も幸せに

奪い合えば足りぬ、分け合えば余る。東日本大震災後、買い占め騒動が起きた際に広く知られるようになった言葉だ。相田みつをさんは、自分でなく他の者の幸せを願うことが、巡り巡って自身の幸せにつながるという仏教の「自利利他」の教えを、この一文に込めた。ビジネスの世界でも、京セラ創業者の故・稻盛和夫さんをはじめ、利他の心や思ひやり精神を企業哲学に掲げる経営者は少なくない。

だが、自分が困っている側になつたときはどうだろう。人に迷惑をかけるくらいなら自分で何とかしようと、頼ることをためらつた経験は誰しもが一度はあるはずだ。特に子育て世代の多くは、人にも迷惑をかけない子に育てなければといふプレッシャーを日々感じながら子どもと向き合つている。特定非営利活動法人かごしまこども食堂支援センターたくして（以下、「たくして」）の理事長、園田愛美さんも、同じ思いで子育てに励んでいた一人だった。

「しっかりした母親だと思つてもらえるように、何でもこなせる完璧な母親を目指していた。」

そう振り返る園田さんは、根が真面目で頑張りすぎるタイプだ。弱音も困った顔も見せない彼女が人に頼れるようになつたのは、こども食堂を始めてからだつたという。こども食堂には、子どもたちだけではなく、ボランティアや子どもたちとの触れ合いを楽しみに訪れる高齢者など、立場も世代も異なる人たちが

集い、同じ食事をとる。誰かが疲れた表

情を見せれば言葉を交わさなくとも自然と手を貸し、子どもたちも嬉々として片付けを手伝う。その輪の中に入ると、間にか曖昧になり、誰もが与え受け取れる存在であることに気付かされる。園田さんにとって、こども食堂は子どもたちと同じくらい自分自身も大切に思える場所である。温かなまなざしを浮かべながら語るその横顔は、分け合えることの喜びに満ちていた。



「子どもたちに届けてくれて、支援を受け取ってくれてありがとうという支援者の声に、私たち皆が支えられている」と語る園田さん

黒島での経験が原点に

園田さんは、小学生の頃からみんなで喜びを分かち合うことが大好きな子どもだった。中学・大学では国体選手に選ばれるほど弓道に打ち込んだ。試合で県内各地を巡る中で、地域ごとの異なる魅力に触れ、地域特性を生かした鹿児島らしい教育をしようと、教員の道に進んだ。

赴任した小学校で、地元の人を学校に招き話を聞く機会をつくつたり、生徒を田んぼ見学に連れ出したりと、体験を通じて地域や学校の魅力を感じてもらおうと取り組んだ。その熱意と明るさが生徒たちを元気づける一方で、教師

一時離れ、母親として我が子と向き合う時間ができた。すると、自分にこの子を幸せに育てあげられるかと不安な気持ちになつた。親としての責任に押しつぶされそうになつた時に、ある雑誌のページが目に止まつた。食を通じて子どもの居場所をつくるこども食堂の広告だった。その瞬間、園田さんの脳裏にかつて赴任した黒島（三島村）での生活がよぎつた。

黒島への渡航手段は週3回の船便しかなく、島内にお店が一つもない。食材の備えがなければ食事すらままならず、お金があつても役に立たない。赴任前は不安でいっぱいだったが、島で暮らすと180度覆された。食材が足りなくなれば島民が当たり前のように分けてくれる。仲良くなつたおばあさんは、毎週のようにご飯に誘つてくれた。高台にあるおばあさんの家に向かう坂道の途中、釜から立ちのぼる煙が見える。決して豪勢な料理が振る舞われるわけではない。そ

ういう立場ではどうにもできない課題にも直面した。共働きで子どもが家で孤立していたり、経済的な理由で朝食を食べられなかつたり、といった家庭環境が子どもの生活を大きく左右する。学校以外の悩みを抱える生徒たちを前に、力になれない自分にもどかしさを覚えた。

そうした中、出産、育児のため職場を一時離れ、母親として我が子と向き合う時間ができた。すると、自分にこの子を幸せに育てあげられるかと不安な気持ちになつた。親としての責任に押しつぶされそうになつた時に、ある雑誌のページが目に止まつた。食を通じて子どもの居場所をつくるこども食堂の広告だった。その瞬間、園田さんの脳裏にかつて赴任した黒島（三島村）での生活がよぎつた。

県内の仲間と団体設立

園田さんが雑誌広告でこども食堂の存在を知つたのは2016年のことだつた。当時はまだ、全国的にも十分に認知されておらず、鹿児島市内にこども食堂は一つもなかつた。近くにないなら自分で作るしかない。そう決意した園田さんはすぐに準備を始め、半年後に自宅近くで、森の玉里子ども食堂を開いた。開催は月に2回。その日に集まつた人がしっかりと食べられるだけの食事を用意し提供する。会場の確保、案内や寄付を募るチラシ配り、食材の購入に献立づくりと、やるべきことは山のようになつた。子育ての合間に準備を進めていくと、次の開催日はすぐにやつてくる。育儿眼中とはいえ、園田さんは現役の小学校の教諭もある。その立場は、地域の信頼を得る上で大きな力になつた。子ども食堂を始めて間もなくメディアに取り上げられ、それを見て共感した人たちが次々と手伝いに集まつた。暑い日も

れでも待つてゐる人がいて一緒に温かいご飯を食べられる安心感は、どんなに駆走にも勝るものだつた。誰かと一緒に食卓を囲む人と人とのつながりが生まれる。この島での経験が、園田さんをこども食堂へと導いた。



もうすぐ10年を迎える森の玉里子ども食堂。ボランティアや料理を手伝いにくる仲間に支えられ、子どもたちが笑顔で集まる場所になっている

は鹿児島でも大会が開かれ、その時に県内の子ども食堂の運営者たちが初めて顔を合わせた。互いに同じような悩みや苦労を抱える仲間である。つらい時に支え合い、食材や物を分け合える関係をつくりうるという話で盛り上がった。こうして18年、鹿児島県内の30のことども食堂が集まり、任意団体として「かごしまこども食堂・地域食堂ネットワーク」が発足した。園田さんは「環境づくりに責任を持ちたい」と自ら申し出て、代表に就任した。

断腸の思いで教員を辞す

園田さんは19年に育児休暇を終えて



森の玉里子ども食堂では、大人を含め毎回50~60人が集まり、おかわりができるように70~80食ほどを用意している

小学生教諭として現場に復帰した。そこからは仕事と家庭に加え、子ども食堂や団体での活動が重なり目まぐるしい日々が続いた。平日の授業中に食材などの支援の申し出があつても、電話に出られない。昼休みに生徒とかくれんばしながら携帯電話で折り返しの連絡を入れ、放課後に受け取りに向かった。その後は保育園や幼稚園へ自分の子どもを迎えて行き、帰宅して家事をこなした。慌ただしい毎日を送る中で、社会を搖るがす大きな転機が訪れた。新型コロナウイルスの発生である。

20年以降、それまで当たり前だった子どもたちの日常は一変した。緊急事態宣言



「たくして」ではこども食堂の認知を広げるために、企業や団体に向けた講演活動も行っている

言による外出自粛、学校の一斉休校。ソーシャルディスタンスで人との接触は制限され、子どもたちが楽しみにしていたイベントも次々に中止となつた。そんな状況でも、多くのこども食堂は食事を弁当に切り替えるなど工夫しながら運営を続けた。コロナ禍が長期化するにつれ、こども食堂を支援したいという人が増え始めた。園田さんは「外出自粛が続く中で、人のつながりの大切さを実感したことが大きな理由」と分析する。楽しむ機会を奪われた子どもたちを支えたといいう人や企業が増えたことで、学校や家庭以外にも子どもたちの居場所をつくりたいという、こども食堂のメッセージが、社会に広く届いていった。

支援の輪が広がる一方で、新たな課題も浮かび上がつた。それは、こども食堂につながり受け皿が明確でなかつたこと。支援したいがどこに連絡すれば良いかわからない。このような声を聞き園田さんは「大決心をする。

「どの地域でもこども食堂を立ち上げやすく、手続きやすい環境を整えるために、支援を行うNPO法人を立ち上げよう。」

顔の見えない相手に対し、社会的な信頼を得るのは容易ではない。法人化にあ

たり、断腸の思いで教員の職を辞する決

知向上など多岐にわたる。「たくして」の設立を機に、県内で新しいこども食堂が次々と生まれ、その流れは離島にまで広がつていった。

現在、鹿児島県内に220のことども食堂があり、人口10万人当たりの数は全国8位である。「たくして」開設前は40位台だったことを思えば、その増加率はめぐるしい。鹿児島県が00年に登録制度を開始し、多様なこども食堂が補助を受けやすくなつた影響も大きいが、「たくして」の存在も決して小さくない。

ただ、こども食堂が理解から定着へ次の段階へ移行した今も課題は残る。2年前に実施された小中学生へのアンケートでは、こども食堂を利用したことがある人は全体の1割にも満たなかつた。しかし、食事だけでなく他の活動ができる場所なら行きたいと答える子どもは、その3倍以上にのぼつた。こうした声を受け、活動の幅を広げることに大學生づつあり、食事を準備する時間に大学生ボランティアが勉強を教えるところも生まれている。

園田さんは言う。

「こども食堂は、もともと児童の貧困問題から始まつたけれど、社会には他にもさまざまな課題がある。高齢者の孤立や地域のセーフティーネットづくりなど、運営者の取り組みたいテーマに合わせ



「社会が優しくなる」と今の時代に希望を感じる園田さん

(福留一郎、イースト朝日 稲毛健人)

たこども食堂があつていいと思う。」
子どもを真ん中に置き、多様な課題に向き合える場を増やすために奔走する園田さん。本当は、自らも運営者としていたい気持ちは強い。それでも、運営者が余計な負担で心身をすり減らすことなく、やりたいことへ専念できるよう、黒子として全力で支え続けていく。
園田さん。本当は、自らも運営者としている。子どもや様々な悩みを抱える人たちに寄り添う地域の姿を見て、自分も関わつてみたいと、新たな一步を踏み出している。



事務所に掲げられているロゴマークは、支援する人と支援を希望する人を「たくして」がつなぎ、そこから生まれる1本の糸をモチーフに作られた

断をした。22年3月、一生続けたいと考えていた教職の道を離れ、新たな一步を踏み出した。

22年4月に園田さんが開設した「たくして」。その活動は、企業や団体、公的機関からのサポートの橋渡し、安全な運営のためのアドバイス、こども食堂の認

企業等のSNS運用の現状について(上) ～経営の必須アイテムに～

ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)は幅広い世代の日常生活において、必要不可欠な情報収集ツールになっている。また、企業や事業所・店舗(以下、企業等)はSNSをマーケティングや自社PRの手段として活用するようになり、SNS運用を通じたプランディングや顧客との関係構築、採用力強化などを図っている。本稿では、企業によるSNS運用が広がっている背景やその目的、課題などについて、アンケート調査やヒアリングなどをもとに分析し、次号(2026年1月号)で県内企業のSNS運用の実例などを掲載する。

図表1 県内企業のSNS運用広がりの経緯

黎明期 2017年以前	・一部の先進的な飲食店や若手経営者が「試験的に」取り組んでいた ・「SNSは若者がやるもの」「ビジネスには関係ない」という認識が一般的
認知拡大期 2018年～2019年	・Instagramの人気があり、「インスタ映え」が流行語に ・視覚的に訴求しやすい飲食店や観光施設、アパレルショップなどが本格的にInstagramを始める
急拡大期 2020年～2021年	・コロナによる急速なデジタルシフトが契機となり、多くの企業がSNS運用を開始 ・ただ、この時期は必要に迫られ、「とりあえず始めただけ」という企業等が多かった
成熟期への移行 2022年～現在	・アカウントを持っているのは当たり前で、効果的に運用するフェーズへの移行期 ・ただ投稿するだけではなく、戦略的・効率的に運用したいニーズが高まる

(資料)CoCoDigi 富田氏へのヒアリングをもとに当研究所作成、図表13も同じ

半数超の企業等がSNSを運用
当研究所の「県内企業・業況調査」の対象先企業に、SNSの運用状況について調査したところ、^(注1)「アカウントをもつており、発信を行っている」と回答した企業は55・8%となつた(図

コロナ禍を機に拡大した 企業等のSNS運用

企業等によるSNSの運用は増加傾向にある。鹿児島県における企業等のSNS運用は10年ほど前までは先進的な飲食店や若手経営者の一部が試験的に導入するケースがある程度で、「SNSは若者がするもの、ビジネスに関係がない」という認識が一般的だった(図表1)。その後、ショート

動画などが若者を中心に人気を博し、Instagramの運用を開始する企業等が出てきたが、それでも視覚的に訴求しやすいコンテンツと親和性の高い飲食店など一部の業種による運用にとどまっていた。

この状況を大きく変えたのがコロナ禍だ。県内で企業等のSNSの運用支援などデジタル分野全般の講座・セミナーを手がけるCoCoDigi 代表の富田貴子氏によると「コロナ禍により実店舗への来客が激減したことでも、多くの企業等がオンラインでの顧客接点を求めた。特に飲食店では自粛期間中もSNSで情報発信を続け、営業再開後への集客を図るところもあつた」と話す。「2022年以降、現在に至るまで、アカウントを持つているだけ、投稿するだけ」の状況から「SNSを戦略的・効率的に運用を目指す成熟期への移行期」となつている」(富田氏)。



プラスワン

2025年 冬の賞与支給計画 — 支給増に息切れ感 —

調査の概要

●調査時期 2025年10月下旬
●調査方法 インターネット及び郵送

●対象企業 県内主要企業 496社
●回答企業数 316社(回答率 63.7%)

【調査結果のポイント】

- 支給の有無・「支給する」80%。前年の80%から横ばい。
業種別では「卸売業」の87%が最も多く、以下、「製造業」、「建設業」、「小売業」(いずれも82%)、「その他産業」(75%)が続いた。
- 支給の有無DI(「支給する」と「支給しない」の割合の差)…DIは76で、前年(76)から横ばいとなった。
- 一人当たりの平均支給額…「増える」27%。前年の36%から9ポイント減。
「前年並み以上」(「増える」+「前年並み」)…91%。前年(92%)からほぼ横ばい。
- 一人当たりの平均支給額DI(「増える」と「減る」の割合の差)…DIは18で、前年(28)を10ポイント下回り、大幅減。

支給する企業は横ばい

2025年冬の賞与支給について、「支給する」企業割合は全産業ベースで80%と前年(80%)から横ばいとなつた(図表1)。また、「支給しない」も4%と前年(4%)から横ばい、「未定」も16%と前年(16%)から横ばいとなつた。

業種別みると、「支給する」企業の割合が最も多かつたのは卸売業の87%で、以下、製造業、建設業、小売業(いずれも82%)、その他産業(75%)の順となつた。前年と比較すると、卸売業(前年84%→今年87%)が3ポイント増、製造業(同80%→82%)が2ポイント増となつた一方、建設業(同82%→82%)、その他産業(同75%→82%)は横ばい、小売業(同87%→82%)は5ポイント減となつた。

「支給しない」企業の割合は、その他産業が5%で最多となり、以下、製造業(4%)、建設業、小売業(いずれも2%)、卸売業(0%)の順となつた。

一人当たりの平均支給額 「増える」が減少し、「前年並み」が増加

賞与を支給する企業において、一人当たりの平均支給額をみると、前年より「増える」は全体の27%と前年(36%)を9ポイント下回り、「前年並み」は64%と前年(56%)を8ポイント上回った(図表1)。一方、「減る」は9%と前年(8%)とほぼ同水準だった。

この結果、前年並み以上(「増える」と「前年並み」)の合計)の支給を実施する割合は91%で前年(92%)からほぼ横ばいとなつた。

「増える」を業種別みると、卸売業(前年30%→今年33%)が3ポイント増となつたが、小売業(同44%→27%)は17ポイント減、建設業(同32%→19%)は13ポイント減、製造業(同36%→26%)は10ポイント減と大幅減となり、その他産業(同38%→30%)も8ポイント減となつた。増加率をみると、全産業ベースでは「1~3%未満」が51%と最も多く、次いで「3~5%未満」(28%)、「1%未満」「10%以上」ともに8%、「5~10%未満」(6%)の順となつた。前年最多だった「1~3%未満」(同41%)