

中信ビジネス情報誌

あなな

あなな

2021 Vol.146
Business information magazine

特集「伝統工芸を継ぐ」

有限会社 藤田染苑

「ジャパンブルー」を
未来へつなぐ。

「中信ビジネスフェア2021」

〔景気動向調査〕

特集「伝統工芸を継ぐ」
有限会社 藤田染苑

Special Feature

Traditional arts and crafts

「ジャパン・ブルー」という言葉がある。

明治時代、政府のお雇い外国人として来日したイギリスの化学者ロバート・ウィリアム・アトキンソンが、農民が着ていた藍染めの木綿を見てそう呼んだと伝えられている。

現在でも、藍色はジーンズの定番の色の一つだ。

日本人にとって古くから身近な

衣料の色である藍色を、

一つずつ丁寧に手作業で染め抜く技が、ここにはある。

「ジヤパン・ブルールー」を
未来へつなぐ。



三代目
藤田 丈博 氏

1966年生まれ。有限会社 藤田染苑
代表取締役。手描きの京友禅職人の
もとで修業を積んだ後に家業を継ぐ。
2019年には京都伊勢丹で初めて自社
ブランド商品を販売する。2人の子は
まだ幼いため、今後10年、20年と先頭
を走り続ける予定。



右京区梅津段町、桂川に近いこの場所に
構えて約90年。「藤田染苑」の工房からは
うつつらと独特な藍染めの染料の香りが
漂ってくる。ここでは全て天然のものを使っ
ており、インディゴという色素が、酸化と還
元の過程を経て深い藍色で生地を彩る。職
人たちは慣れた手付きで生地の上に型を
置き、篋くわで色をつけていく。京友禅では決し
て珍しくない染め方だが、藍染めでこの技
法を使うのは業界でも初めてだという。三
代目の藤田丈博さんに話を伺った。



弁当包みにもなる「SOU・SOU」の手ぬぐい。「間がさね」というオリジナルの柄だ。

京友禅の技術を藍に活かし、 デザインの可能性を広げた。

2021年、大河ドラマの主人公となった

渋沢栄一。渋沢家は畑作や養蚕のほか、藍を栽培して染料となる藍玉を製造する豪農で、少年時代の栄一は一人で藍の仕入れ調達に出て、品質のランク付けをしていたという。500以上の企業に携わり、のちに「日本資本主義の父」と称される彼は、藍で商才を磨いていたのだ。

そんな藍を使った藍染めの、新しい染色技法「藍捺染」を確立させた藤田染苑。従来からある「浸染」では生地を染液にドボンとつけるため、そのままでは無地の染物になってしまう。そのため浸染で柄をつくるには、染めない部分をロウで防染する、無地に染めたものに抜染剤で柄を描くなどして、手間をかける必要がある。藍捺染では、濃さの異なる藍の染料と媒染剤をブレンドした数種類の糊で数回に

分けて染め上げていく。その後、色を定着させる

ために蒸して乾燥させるという工程を経る。同じ「藍」でも、この工程の前後で色合いは大きく異なっている。藍捺染によって、白地に藍色の模様をつけたり、濃さの異なるグラデーシヨンのある模様をつけたりすることができるようになり、藍でできる表現の幅が大きく広がった。

「浸染ではなかなかできない細い線の表現やポップな表現ができるようになりました。さらに、天然藍を使っているので、色が定着したあとの経時変化も楽しめると思います」
藤田染苑が藍染めでこの技法に取り組み始めたのは12年ほど前。一口に藍染めと言っても、綿、絹、ポリエステル、和紙など生地によって、染料や蒸し方が異なってくる。ここでもなかなか色が出ずに試行錯誤していた約2年間を乗り

越えたところ、京都の和装デザインブランド

「SOU・SOU」社長の目に止まったという。「この技法をおもしろいと思ってくださり、コラボレーションさせていただくことになりました。最初は手ぬぐいから始まって、勉強させていた中で技術が積みまじりましたし、その後も継続的に仕事をいただいています」

手ぬぐいに始まり、浴衣、振袖、風呂敷など、和装と呼ばれる類のものはほぼ藍捺染をしてきたという。その確かな技術が認められ、藍捺染で多くのデザイナーやブランドから引き合いを受けるようになっていった。中には世界的に有名なブランドも。かつて明治時代にお雇い外国人が「ジャパン・ブルー」と驚嘆したその色は、令和の今、世界に広がっていく。



藍の濃淡が鮮やかに映える「藍捺染高島紬雲龍」(上)と「藍捺染高島紬金欄緞子」(下)。



工房の奥にはこれまで使ってきた型が並んでおり、その数はおよそ2万枚。季節が巡っても同じ型を複数回使うことはほとんどないそうで、それが逆に、藤田染苑が受けてきた藍捺染の仕事の量を物語る。



創業時から守り続けてきた伝統の京友禅。「京友禅競技大会」での入賞も多い。

藍染めというクリエイティブで、ここにしかない価値を。

京友禅をずっと続けてきた藤田染苑で新たに始めた藍捺染。さらに和装から洋装へとその領域を広げていく。

「今までやってきたことの延長線上で。和装で培ってきたものも活かしていきたいですし、新しくゼロから始めようとするのは難しい。今までの職人さんたちが残してくれた技術、手仕事ですから大切にしようと思いますね。当社が天然染料にこだわるのも『どこにもないものを作りたい』からなんですよね。化学染料では出せない味わいが出てきますし。藍は日本人の郷愁を呼びますね」

インクジェットで簡単に衣料の大量生産ができるようになった今の時代に、ブランドから引き合いを受ける中で追い求めていることとは。

「やっぱりブランドさんどこにもないものを



濃さの違う染料を3回重ねると、細かい色の違いでどんな模様になるかがうっすら見えてくる。

求めていますし、私自身も求めています。期待の少し上をいうと。クリエイティブってそういうものだと思っていて。ハイブランドだと特に手描き感を求めるお客さまがいらつしやいます。型染めでどうやって出していくかを考えて挑戦していくのは燃えますし、驚きを与えたいと思っています」

だからといって、伝統的な浸染と競い合うという事はしない。

「昔のやり方と競い合おうとは思っていません。それぞれの染め屋さんそれぞれのやり方でやっていくのがいいと思いますし、当社が得意とする部分でお客さまへ新しい藍染めの提案をしていきたいです」

これまでにない色の表現を求め続ける藤田染苑。難素材への染めや新染料の研究にも



力を入れており、近年は新たに、藍染めと柿渋染めのミックス、ナイロンへの藍染めにも成功した。

「青は藍より出でて藍より青し」という故事成語があるが、京友禅を受け継ぎながら藍染めに革新を起こした藤田さんの姿には、その言葉がよく似合う。そしてまだまだ挑戦を続け、さらに「藍より青」くなる未来を感じさせる。

どこにもないものを作り、お客さまを喜ばせる。藤田さんが言うところの「ブランドからの宿題」を解いていく中で、藍捺染の新たな可能性や、藤田染苑にしかない価値が生まれてくるはずだ。

中信ビジネスフェア 2021

【第33回 大商談会】

今こそ新たなビジネスシーンへ

〜とともに新しい時代を創る〜

リアルとウェブの ハイブリッド開催を実現！

10月6日・7日の2日間にわたって、当金庫・中信サクセスクラブ共催、近畿経済産業局、京都府、京都市、京都商工会議所、一般社団法人京都経営者協会、一般社団法人京都経済同友会、公益社団法人京都工業会後援、日本フルハップ、京都中央信用金庫グループ会社協賛による異業種交流複合イベント「中信ビジネスフェア2021」を伏見区の京都府総合見本市会館（京都パルスプラザ）で2年ぶりに開催しました。

今年「今こそ新たなビジネスシーンへ〜とともに新しい時代を創る〜」をテーマに、リアル会場とウェブ上で、それぞれ287社、316社のビジネスマッチングの実現



を求め、ハイブリッド開催をいたしました。毎年好評の京の味覚「老舗料亭」や恒例となった「中信学生デザインコンテスト」などに加え、今年は「中信モール」のライブ配信や、食品メーカー・設備機器メーカーなど、食品業界に特化した「中信フードソリューションEXPO」を企画し、好評を博しました。初日の6日は、白波瀬理事長、門川大作京都市長の挨拶の後、後援各位によるテープカットで開幕。2日間を通じて約5,000人近くの方にご来場いただき、会場は大変にぎわいました。

主催：京都中央信用金庫、中信サクセスクラブ

後援：近畿経済産業局、京都府、京都市、京都商工会議所、(一社)京都経営者協会、(一社)京都経済同友会、(公社)京都工業会
協賛：日本フルハップ、京都中央信用金庫グループ会社



新たなビジネス チャンスの創出

■オンライン展

リアル会場での展示会と並行して、ウェブ上でのビジネスマッチングを実現するオンライン展を開催。約300社が出展され、コロナ禍で対面での商談が難しい中、新たなビジネスマッチングの可能性を提示することができました。

リアル展示会に先行して、オンライン展は9月1日から開催いたしました。フェア終了後もマッチングしていただけるよう、期間を10月31日までとし、リアルとオンラインの相乗効果で地元企業を支援。2カ月間で167件ものオンラインマッチングが行われました。



出展者詳細ページ



出展者検索画面



ウイズコロナ時代の 新常態を確立

緊急事態宣言の解除直後となった本イベント。今年度は、「一般社団法人日本展示会協会」のガイドラインに基づき、感染拡大予防対策を徹底した上で開催いたしました。特に、メインとなる通路は幅を4mにするなど、展示会協会のガイドライン（幅3mを推奨）以上の対策を取り、感染拡大防止に努めました。

●感染拡大防止の取り組みについて

- ・事前登録制による来場者数の管理
- ・マスクの着用
- ・検温（37.5℃以上のお客さまの来場制限）
- ・アルコール消毒
- ・ブース数削減によるスペースの確保（密の回避）
- ・メイン通路幅を4mに設定（動線確保と密の回避）
- ・職員による施設内の定期消毒

「中信 ビジネスフェア」 について

「中信ビジネスフェア」を運営しているのは、ビジネス情報の提供、異業種交流、ビジネスマッチングを目的とするサークル「中信サクセスクラブ事務局」です。「中信サクセスクラブ」は1989年に発足しました。今年で33回目となる「大商談会」は、1990年より異業種交流によるビジネスチャンスを提供することを目的に開催。2005年からは開催期間を2日間に、名称を「中信ビジネスフェア」とし、京都府下最大級の産学公連携複合イベントとして毎年多くの方にご来場いただいています。

昨年は、新型コロナウイルス感染拡大により中止を余儀なくされましたが、今年は万全の感染対策と徹底した管理体制のもと、無事に開催を迎えることができました。



新たな企画で 食品業界を応援

■ 中信フードソリューション EXPO

昨年から続くコロナ禍により、日本の食品業界は今、さまざまな困難に直面しています。加えて、国内外でSDGsや食品ロス問題への関心も高まっています。

こうした現状を受け、今年はお出展企業による多彩な展示に加え、食品メーカー・設備機器メーカーなど、食品業界に特化したブースを設置しました。約50社の企業にご出展いただいたこのコーナーでは、徹底した感染防止対策のもと試食体験なども盛んに行われ、好評を博していました。



出品企業の方々にもご参加いただき、同時に翻訳も行うことで、商品の魅力をダイレクトに発信しました。

越境ECモール 『京都優品跨境商城』 ライブ配信

中国SNS「WeChat」にて当金庫が運用している、中国向け越境ECモール『京都優品跨境商城』（通称：中信モール）。そのライブ配信を、本イベントの一環として行いました。バイヤーマッチングにエントリートされた企業を中心に20社の商品を紹介。リアルとオンラインを通して多くの方に商品の魅力を発信することができました。

今後はポストコロナも見据え、出品企業の商品やバックボーンを紹介することにより、中信モールが情報発信プラットフォームとして機能する仕組みを考えてまいります。



各種マッチング・展示ブース

今年もさまざまなマッチング機会を創出。地元企業や産学公連携による多彩なブースが数多く展開されました。

中信
サクセスクラブ
マッチング



「配信を止めるな！ワンカット生配信」



今年もキャスター・ジャーナリストの竹内弘一氏にお越しいただきました。6日の午前・午後の2回にわたって生配信で各展示場を回られ、会場を大いに盛り上げてくださいました。

京の味覚 老舗料亭



魚三樓



吉兆



中村楼



六盛



下鴨茶寮



木乃婦



清和荘



萬重

中信学生デザインコンテスト2021

テーマ 「わたしが考える
新・食の京風パッケージ」



「わたしが考える新・食の京風パッケージ」をテーマに、一般社団法人京都知恵産業創造の森共催、日本フルハツプ協賛により開催しました。今年も、京都・滋賀・大阪・奈良の大学・大学院・専門学校に在籍する学生を対象として作品を募集、14大学から71点の応募がありました。

応募作品は特設コーナーに展示され、中信ビジネスフェアの出展者、ご来場者による投票および審査員による審査の結果、10作品が選出されました。

最優秀賞



『きよづのいん』

飯塚 夏穂さん

(京都女子大学 大学院)

〔作品コンセプト〕

京都の伝統文化とサステイナブルな生活を掛け合わせた、パッケージを無くすパッケージ。素材には京都の伝統工芸品であり、百年以上使い続けられる黒谷和紙の紙衣を使用。店と客、そして貴方と後世を継ぎます。

優秀賞



『七味塔』

好本 陽香さん

(京都市立芸術大学)

〔作品コンセプト〕

京の景色を食卓に。各段1種類ずつ入った薬味を好みの組み合わせで調合し味わう事ができます。コロナ禍で旅行が難しい今、自宅に居ても京都の文化を感じられ、インテリアとしても楽しめるパッケージを目指しました。

審査員特別賞



『KYOTO BAX』

吉田 百花さん

(京都美術工芸大学)

京都知恵産業 創造の森賞

『京町家のおくどさん』

高山 春香さん

(京都市立芸術大学)

佳作

『teal letter』

池田 真子さん(嵯峨美術短期大学)

『京の小窓』

岩本 英恵さん(京都精華大学)

『風流茶』

村田 瑞季さん(京都女子大学)

『nagomi』

井上 采香さん(京都美術工芸大学)

『漬物がたり』

曾和 美月さん(京都市立芸術大学)

『かすかし』

和田 千代子さん(京都芸術大学)

講評

経済産業省
近畿経済産業局
産業部 サービス産業室
室長 中島 泰子氏

どの作品も若い感性にあふれた素晴らしいものばかりで、本当に審査するのが大変な力作揃いでした。

受賞された作品は、いずれも個性的で機能的なデザインであり「心温まる京都」といった、作品として表現することが難しい価値観が込められたものだったと思います。

デザインには、多様な価値観を見える化し、人と人をつなぐ力があります。今回ご応募いただいた皆さまにおかれましては、ご自分のデザイン力をさらに磨き、生かして、京都から世界へ羽ばたいていかれることを期待しております。

担当者の声

今回で13回目を迎えた「中信学生デザインコンテスト」では毎年、文系・理系問わず幅広い大学・大学院・専門学校の学生の皆さまにご参加いただいています。美術系・芸術系以外の大学からのご応募も多く、間口が非常に広いコンテストです。

当コンテスト最大の目的は、地元企業と制作者をマッチングし、ご応募いただいた作品を商品化に繋げることにあります。また過去には、商品化に至った事例だけでなく、応募作品のコンセプトが新商品の開発に活用されたり、デザインが他の商品に採用されたりと、さまざまな形でマッチングを実現いたしました。

今後ともこうした産学公連携の取り組みを通じて地域社会の活性化に貢献するとともに、学生の皆さまの社会進出を支援してまいります。



調

査リポート

2021年9月期「中信景気動向調査」結果より

景気動向の概要

業況D.I.は、前期比4.6ポイントの改善

地元中小企業の経営環境は、前回調査時から4.6ポイント改善の△42.1となり、業種別に見てみると、サービス業(4.3ポイント)、不動産業(2.3ポイント)は悪化し、製造業(8.5ポイント)、卸売業(2.0ポイント)、小売業(6.2ポイント)、建設業(7.5ポイント)は改善となりました。

業況D.I.の2021年12月期予想は、全業種平均で今期比2.5ポイント増加し引き続き改善と推移すると予想しています。業種別では、小売業(2.9ポイント)、サービス業(1.2ポイント)、建設業(8.3ポイント)、不動産業(2.2ポイント)は改善、製造業(0.7ポイント)は横ばい、卸売業(1.7ポイント)は悪化を予想しています。売上D.I.については全業種平均で0.1ポイント減少の横ばい、収益D.I.は全業種平均で2.6ポイント改善を予想しています。

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う1度目の緊急事態宣言下で△67.3まで冷え込んだ地元中小企業の景気感は、2度目の緊急事態宣言下に足踏みしたものの、3度目の緊急事態宣言下で実施した前回調査(△46.7:前期比4.6ポイント改善)に引き続き、4度目の緊急事態宣言下での実施となった今回調査でも△42.1(前期比4.6ポイント改善)と2期連続して改善し、景気感は緩やかに持ち

直しつつあるようです。

「繰り返し返される緊急事態宣言による影響」や「緊急事態宣言後のリバウンドによる影響」など依然続くコロナ禍の影響を懸念する声が少なくない一方で、「フクチンパスポートなどに期待したい」や「緊急事態宣言下での制限緩和をめぐる議論に注目している」など緊急事態宣言下でも経済活動を正常化させる動きへの期待を反映し、先行きについても引き続き改善するとの見方となりました。例年であれば、秋の行楽シーズンを迎え景気感の回復が期待されるのですが、昨年のように年末年始に向けて再び感染拡大の波が押し寄せることを不安視する声もあり、地元中小企業を取り巻く経済情勢の動向がより一層注目されます。

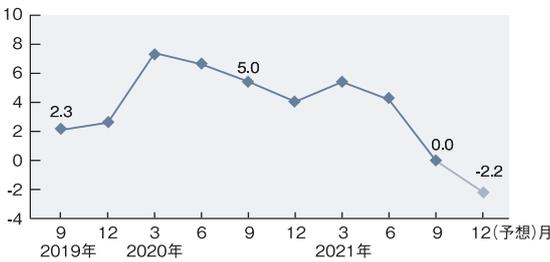
調査要領

全体	688社	(調査時点 2021年8月)	
製造業	237社 (34.4%)	サービス業	87社 (12.6%)
卸売業	96社 (14.0%)	建設業	132社 (19.2%)
小売業	90社 (13.1%)	不動産業	46社 (6.7%)

対象範囲 京都府内、一部の滋賀・大阪・奈良の当庫取引先999社
 回答数 688社 回答率 68.8%
 分析方法 D.I.(Diffusion Index)による
 *D.I.=[増加](増加+やや増加)と回答された企業割合-[減少](減少+やや減少)と回答された企業割合

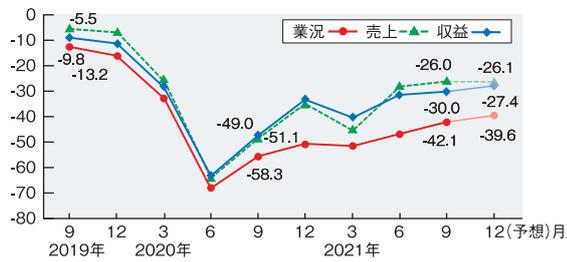
在庫 | 在庫D.I.は下降

在庫D.I.の推移



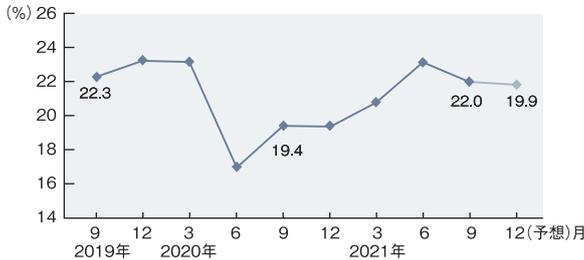
業況 | 業況・売上・収益D.I.すべて改善

業況・売上・収益D.I.の推移



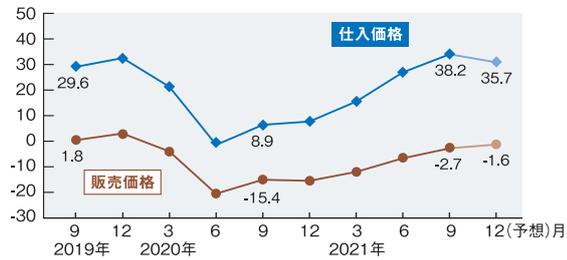
設備投資 | 依然として設備投資には慎重

設備投資実施割合



価格 | 販売・仕入価格D.I.ともに上昇、乖離幅は横ばい

価格D.I.の推移

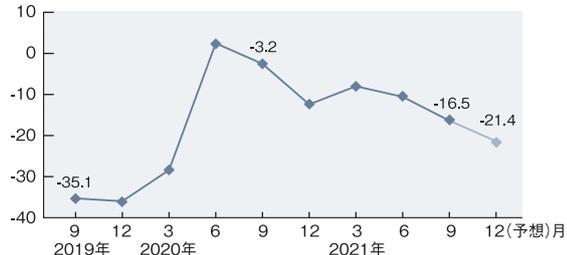


経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



雇用状況 | 雇用D.I.は下降

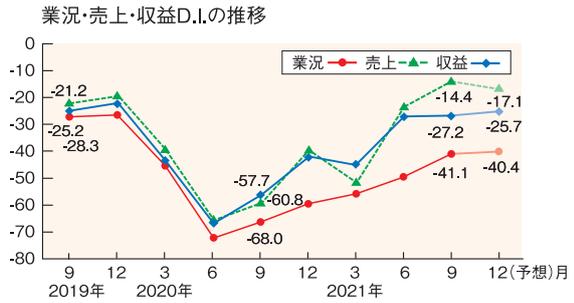
雇用状況D.I.の推移



設備投資 | 依然として設備投資には慎重



業況 | 業況・売上D.I.はともに改善、収益D.I.はかわらず

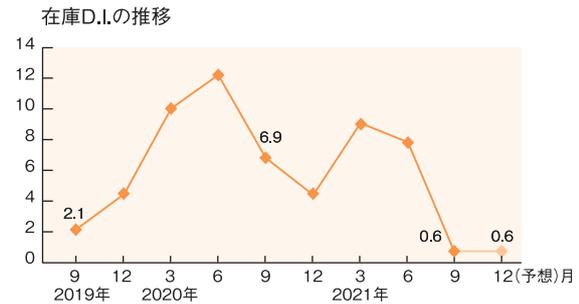


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



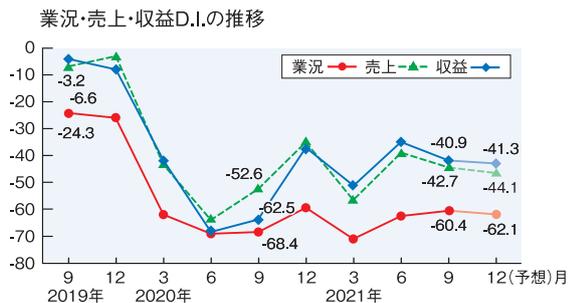
在庫 | 在庫D.I.は下降



価格 | 販売・仕入価格D.I.はともに下降、乖離幅は横ばい



業況 | 業況D.I.は改善、売上・収益D.I.はともに悪化

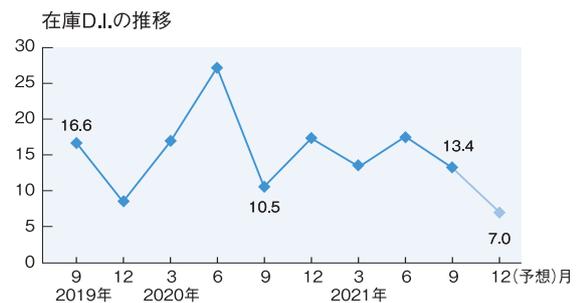


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



在庫 | 在庫D.I.が下降



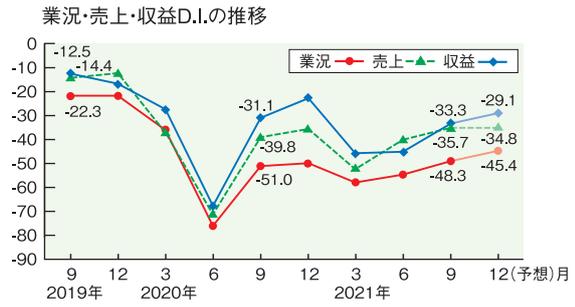


小売業

価格 | 販売・仕入価格D.I.ともに上昇、乖離幅は縮小

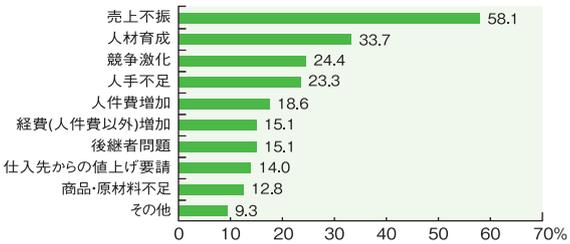


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

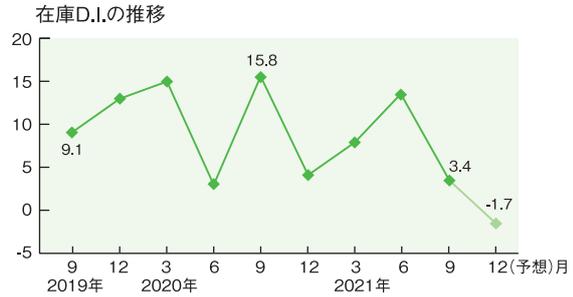


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

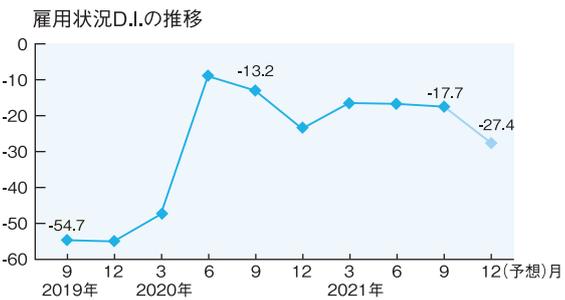
経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



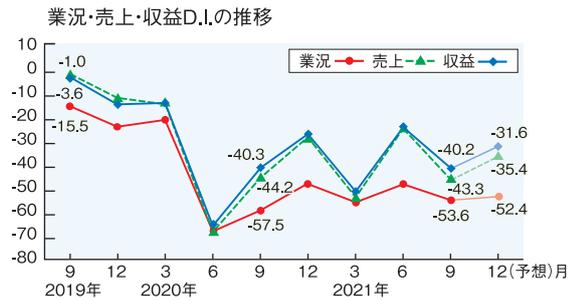
在庫 | 在庫D.I.は下降



雇用状況 | 雇用D.I.は横ばい



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて悪化



サービス業

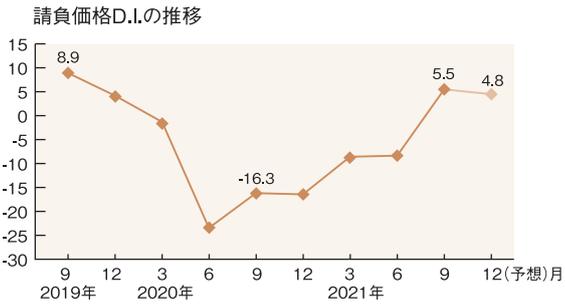
経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



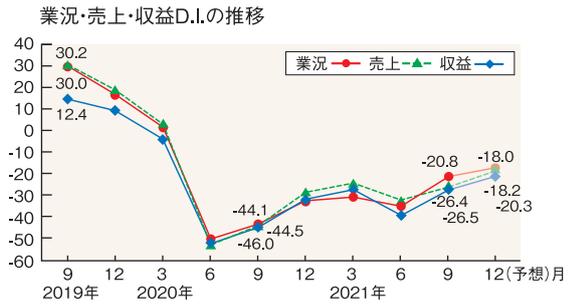
価格 | 料金価格D.I.は下降



価格 | 請負価格D.I.は上昇

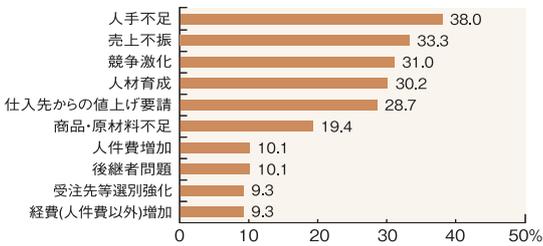


業況 | 業況・売上・収益D.I.すべて改善

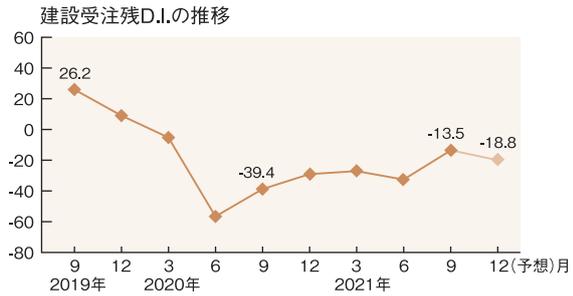


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 「人手不足」が深刻



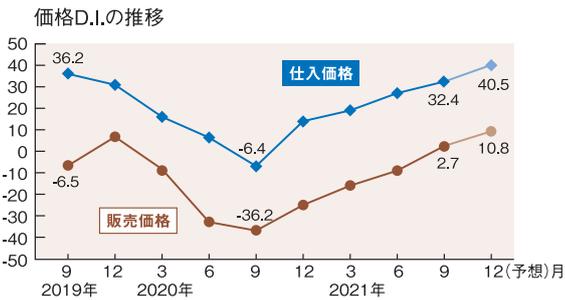
受注残 | 受注残D.I.は上昇



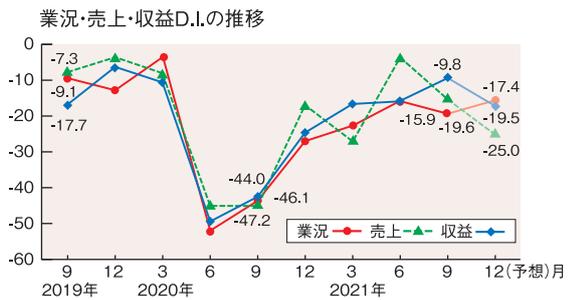
施工高 | 施工高D.I.は上昇

在庫 | 在庫D.I.は上昇

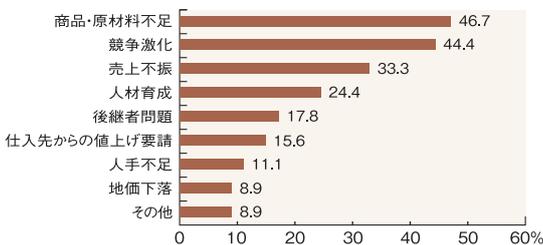
価格 | 販売・仕入価格D.I.はともに上昇、乖離幅は縮小



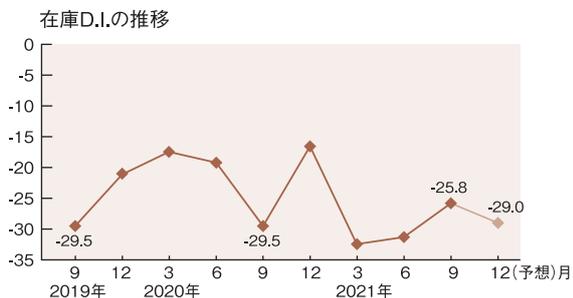
業況 | 業況・売上D.I.はともに悪化、収益D.I.は改善

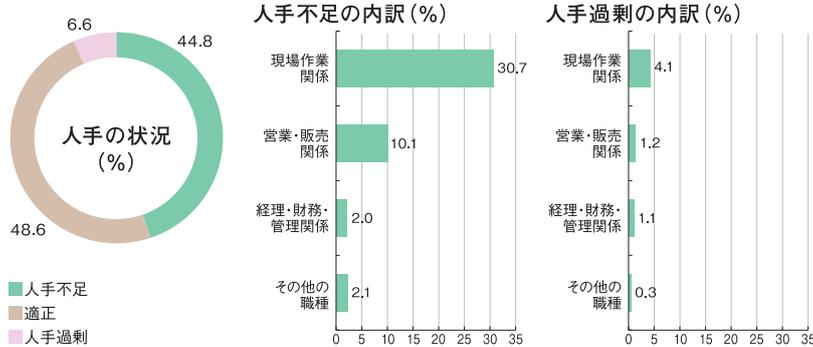


経営上の問題点 | 「競争激化」が深刻



在庫 | 在庫D.I.は上昇



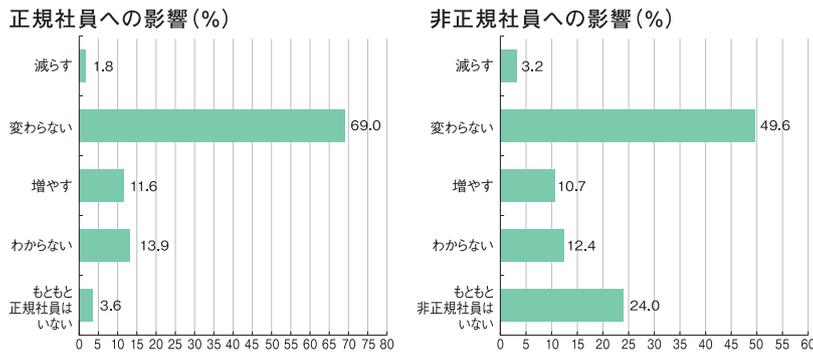


1 人手の状況をどのように認識していますか。

全体では、「人手不足」が44.8%、「適正」が48.6%、「人手過剰」が6.6%となり、5割弱の企業が人手不足と感じているようです。

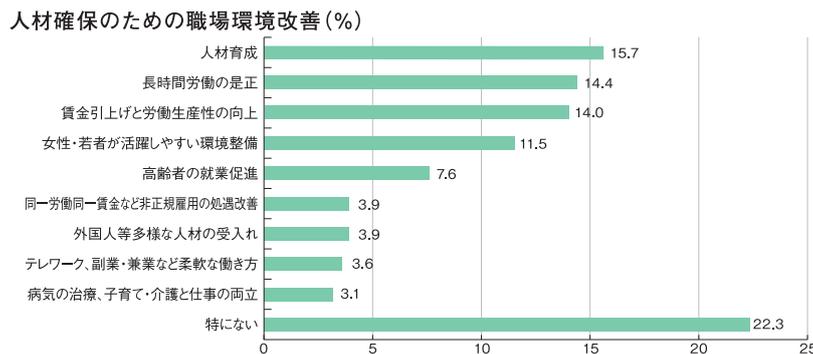
業種別では、「人手不足」と回答した割合が60.3%で建設業が最も多く、サービス業47.0%、製造業45.4%、小売業(36.5%)、卸売業(35.2%)、不動産業(28.3%)となりました。

人手不足の内訳としては、「現場作業関係」が30.7%、「営業・販売関係」が10.1%、「経理・財務・管理関係」が2.0%、「その他の職種」が2.1%となりました。



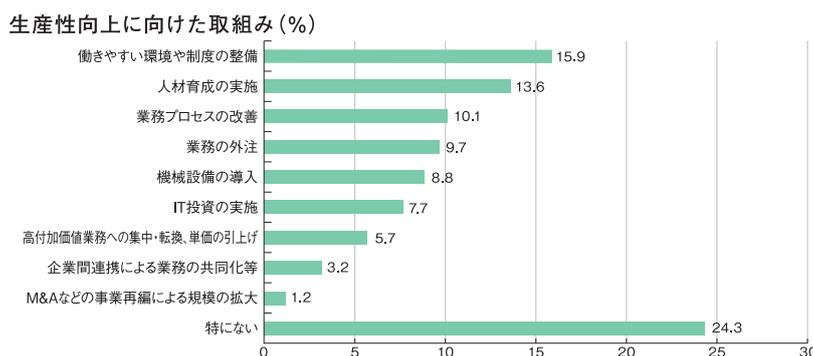
2 政府はこれまで、最低賃金を毎年3%程度引き上げてきました(2020年を除く)。最低賃金の引き上げが、雇用に与える影響はありますか。

全体でもっとも多くの回答は「正規社員への影響」として「変わらない」が69.0%、同じく「非正規社員への影響」としては「変わらない」が49.6%となり、近年の最低賃金の引き上げによる雇用への影響は多くの企業で「変わらない」と感じているようです。



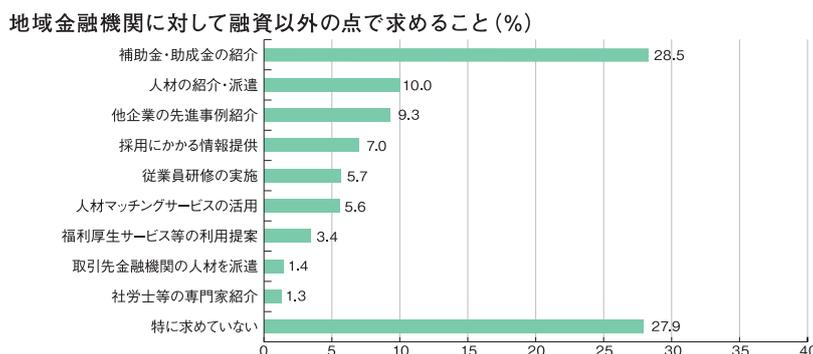
3 人材確保のための職場環境改善へ向けて実施していることはありますか。

全体では「人材育成」が15.7%、「長時間労働の是正」が14.4%、「賃金引上げと労働生産性の向上」が14.0%、「女性・若者が活躍しやすい環境整備」が11.5%となりました。「特になし」との回答は22.3%にとどまり、多くの企業が人材確保に向けて何らかの職場環境改善を実施しているようです。



4 人材確保が難しくなるなか、生産性向上に向けた取組みをしていますか。

全体では「働きやすい環境や制度の整備」の回答の合計が15.9%、「人材育成の実施」13.6%、「業務プロセスの改善」が10.1%となりました。「特になし」との回答は24.3%にとどまり、多くの企業が人材確保に向けて何らかの生産性向上に向けた取組みを実施しているようです。



5 人材育成や確保のために、地域金融機関に対して融資以外の点で求めることはありますか。

全体では「補助金・助成金の紹介」が28.5%、「人材の紹介・派遣」が10.0%、「他企業の先進事例紹介」が9.3%となりました。「特に求めている」との回答は27.9%にとどまり、人材育成や確保について多くの企業が地域金融機関に対して融資以外に求める点があると感じているようです。

「来春の採用計画」について

各グラフの凡例 — 2019年 2020年 2021年

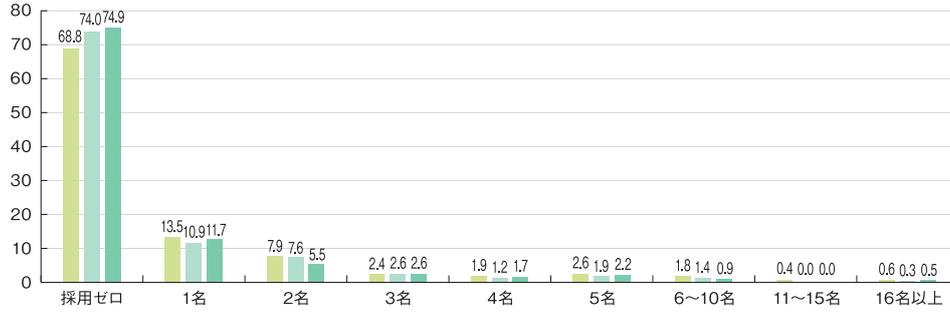
調査先数 999社
有効回答数 688社
調査日 2021年8月

1 今春の採用人員は何名ですか？

— 「採用ゼロ」が増加 —

「採用ゼロ」の企業は、今年は74.9%で昨年調査から0.9ポイント増加の幅はいとなりました。依然として採用ゼロの企業が7割以上を占め、厳しい状況が続いています。

採用実績 (%)

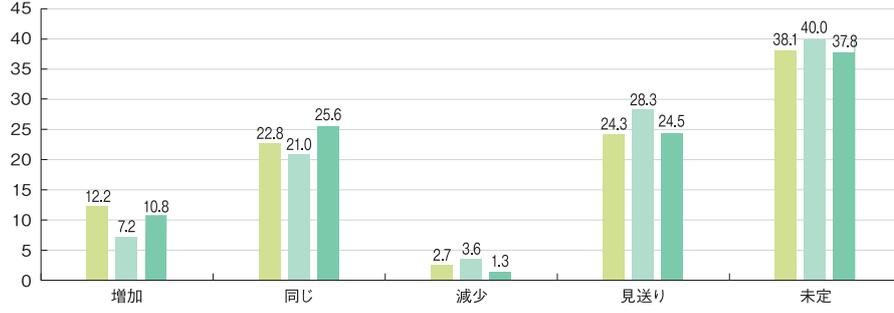


2 今春に比べて、来春の採用人員は？

— 採用する企業が増加 —

最も高い割合を占めたのは、今年も未定で、昨年調査より2.2ポイント減少し、37.8%となりました。一方、採用するとした「増加」「同じ」「減少」の合計は37.7%で、昨年調査から5.9ポイント増加となりました。

来春採用予定 (%)

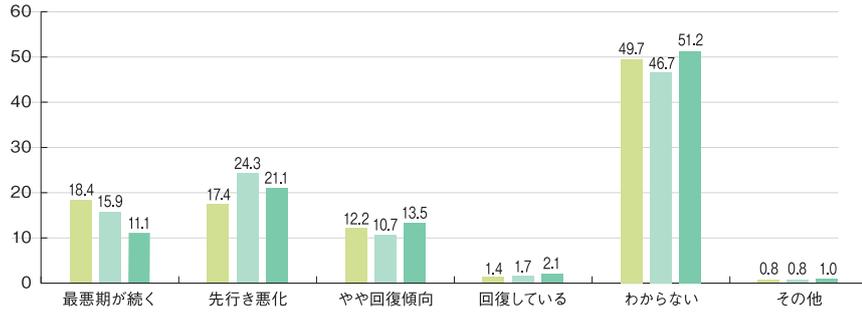


3 雇用情勢の動きは？

— 若干の改善傾向 —

「最悪期が続く」と「まだ先行き悪化する」の合計は32.2%で、昨年調査より8.0ポイント減少に対し、「やや回復傾向」と「回復している」の合計は15.6%で、昨年調査より3.2ポイント増加し、昨年調査に比べ若干改善しました。なお、「わからない」は51.2%で昨年調査より4.5ポイント増加しています。

雇用情勢 (%)

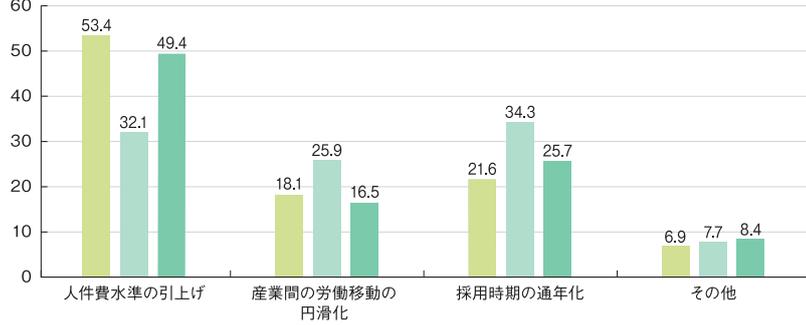


4 今後雇用対策として必要なことは？

— 企業として

「人件費水準の引上げ」がトップとなる。雇用対策として最も高い割合を占めたのは、「人件費水準の引上げ」で、昨年調査より17.3ポイント増加し、49.4%となりました。次いで採用時期の通年化が昨年調査より8.6ポイント減少の25.7%、「産業間の労働移動の円滑化」が昨年調査より9.4ポイント減少の16.5%となりました。

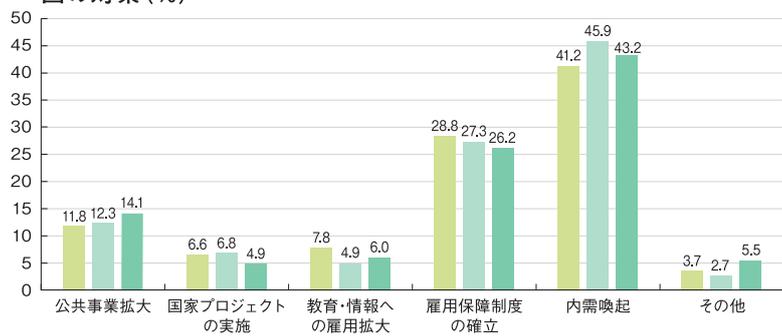
企業の対策 (%)



— 国として

依然として「内需喚起」がトップ。全体では、内需喚起が昨年調査より2.7ポイント減少したものの43.2%と最も高くなりました。次いで「雇用保障制度の確立」が昨年調査より1.1ポイント減少し26.2%となりました。一方、「公共事業拡大」は昨年調査より1.8ポイント増加し14.1%となりました。また、「教育・情報への雇用拡大」も昨年調査より1.1ポイント増加し6.0%となっています。

国の対策 (%)



京都

第34回
受賞記念展

2022.1.14. fri. – 1.23. sun.

京都文化博物館 [京都市中京区三条高倉]
(地下鉄「烏丸御池」駅下車、5番出口
から三条通を東へ徒歩約3分)

午前10時～午後6時まで(最終日は午後4時30分まで)
1月17日(月)は休館

受賞作家

高橋 匡太
児玉 靖枝
大野 俊明

現代美術

絵画

日本画

美術

主催：公益財団法人中信美術奨励基金

後援：京都府・京都市・京都府教育委員会・京都市教育委員会

協力：京都中央信用金庫

【コレクション展示 京都美術文化賞受賞者作品】

第7回 — 黒崎 彰 鈴木 治 来野月乙

第8回 — 下村良之介 番浦有雨 深見陶冶

第9回 — 岩倉 寿 木村光佑 富樫 実

入場無料

文化賞

| 発行 | 2021.12

京都中央信用金庫 On Your Side事業部

〒600-8009 京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町91番地

TEL (075)223-8385 / FAX (075)223-2563

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

| 印刷 | 佐川印刷株式会社



この報告書は環境に
配慮し、植物油インキを
使用しています。