

人 Nana

あな

中信ビジネス情報誌

2022 Vol.149
Business information magazine

特集「伝統工芸を継ぐ」
中川木工芸 比良工房

木桶が、
人の縁を結ぶ。



〔経営者列伝〕

逆境をチャンスに。
時代と共に変化するぼうろ菓子
平和製菓株式会社

〔この企業にこの技あり〕

あらゆる製造業を支える
表面処理のスペシャリスト
南栄鍍金株式会社

〔景気動向調査〕

A close-up photograph of a man, identified as Nakagawa Shuji, working on a wooden barrel. He is wearing a white headband and a dark blue long-sleeved shirt. He is holding a large wooden mallet in his right hand, raised as if about to strike the barrel. His left hand is positioned on the barrel, possibly to steady it. The background is a workshop with various tools and wooden structures visible.

主宰 中川 周士氏

1968年京都府生まれ。京都精華大学美術学部 立体造形卒業後、父である清司氏に師事。2003年に「中川木工芸比良工房」を開き独立。2010年に、楕円形のシャンパンクーラーがフランスの「ドン・ペリニオン」公認となって以来、世界的にも大きな注目を集める。

木桶が、
人の縁を結ぶ。

特集「伝統工芸を継ぐ」

中川木工芸 比良工房

桶や樽を作る職人のことを、

短冊状の木片を箍たがで結ゆいわえるその工程から、

「結桶師ゆいおけし」や「結物師ゆいものし」と呼ぶ。

鉋かんで削られた木片は厚さに寸分のずれもなく、

桎目まきめを合わせたその完成品は、

一目では継ぎ目が分からないほどに

見ても触れても滑らかで、とても心地良い。

正円や長方形だけではなく、楕円形やしずく形、

さらにはアメーバのような不規則な形まで結んでいく確かな技術。

その鮮やかな手さばきで結んでいるのは、

きつと木片だけではない。

滋賀県大津市八屋戸。東に琵琶湖、西に比良山地を望むのどかな地に建つその工房に入ると、うっすらとヒノキの香りが漂ってくる。目の前に現れるのは、木材を削るときに出る渦巻き状の鉋くずが並んだ、光のオブジェ。工房の主宰、中川周士さんは京都の桶屋に生まれたが、高校卒業後は美大で現代アートの専攻に進んでおり、一度は伝統工芸と真逆といっても過言ではない世界に身をおいていた。

「継がないつもりというわけではなかったのですが、あわよくば現代アートの仕事で生活できたらという思いもありました」と話す。

見習いだった頃は、平日は父のもとで修業を積み、休日は一人で鉄の彫刻づくりに励む、そんな生活をしてきた。自身も当時の両者を「別人格」と振り返る一方、「この家に生まれたからこそ、抵抗なく新しいものを作る、ことができました」と、ものを作ることの面白さを再確認していた。このオブジェも、現代アートらしい感性が現れているようにも感じられる。

独立して20年目を迎えた今、芸術的な木工芸で人間国宝となった父とは違う道を行く中川さんの木桶への想いとは。



2021年10月、岡田茂吉記念館で展示した作品。



逆境の中の独立から開けた海外への道。 日常の道具だった木桶に新しい価値が生まれた。

上から刀を当てハンマーで強く叩くと、丸太はパカッと綺麗に2つに割れる。工房に定期的に響くその音は、中川さんの「仕事の音」だ。背後の壁には大きさや角度の異なる鉋（かんな）が掛けられている。初代である祖父、亀一氏（かめいち）のときからのもの、中川さんが毎年新たに購入するものなど、その数は合わせて300を超え。しかし、道具や技術を受け継いできたとしても、世の中は数年、数十年で大きく変わっていくため、同じように商売を続けていくことは難しい。木桶はまさにその壁に直面した。

2017年4月、ミラノで出展した「銀砂ノ酒器」。桶の中に金属製の玉のようなものが入っており、ガラス瓶の中のもの温められる仕組みになっている。

「祖父の頃には京都市内だけで桶屋が250軒ほどあり、おひつ、寿司桶、風呂桶を作っておけば桶屋は生活できる時代でしたが、私が始めた頃には3軒になっていました」

江戸時代には日常の道具のほか、産湯のたらいから棺桶まで、庶民生活に木桶は一生欠かせないものだったが、現代ではおひつは炊飯器に、桶は木製からプラスチック製に取って代わられてしまった。中川さん自身、工房を開いたときには次の世代まで続くとは考えていなかった。

1つの大きな転機は、楕円形の桶「Konoha」が、「ドンペリ」と呼ばれて日本でもおなじみのシャンパンブランド「ドン・ペリニオン」の公認シャンパンクーラーとなったことだった。これをきっかけに海外のブランドやデザイナーが興味を持ち、中川さん自身も新しい製品の開発に取り組んでいった。

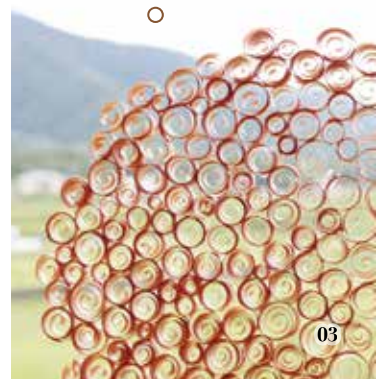
興味深いエピソードがある。フランスで行われる欧州最大級のインテリア・デザイン見本市「メゾン・エ・オブジェ」にプロトタイプ（原型）の桶を持っていたとき、日本との湿度の違いで桶が緩んで隙間が開いてしまった。

とても売り物にはなるものではなかったが、現地のコレクター気質の来場者が購入を希望した。「君がプロトタイプとして海外に最初に作って持ってきた。そういう意味を持つこれを買いたい。水が漏れないように作り直したものに価値がある」と言われたそう。日本の伝統文化、「木桶」に何か感じるものがあつたのだろう。また、海外との木材の使い方の違いについても中川さんは言及する。

「白い木材をそのまま、塗料や油を塗らずに使うというのは、日本人独特の文化観のように思います。あの白い美しさが海外の方には新鮮に見えて評判になったのでしょね」

2016年には、日本の大手電機メーカーとのコラボレーションで、IHでお湯を沸かせる木桶のプロトタイプを制作した。底板にステンレスを使っているのだが、それが全く見えないうえ、知らない人が見るとまるで魔法のようだ。「伝統工芸とテクノロジーとデザインとアート、コラボレーションしていくことによって新しい世界が広がっていますし、私も職人として今までにない価値を提供していきます」

鉋の中には祖父の亀一氏が手習先から受け継いだものもあり、200年以上前のものも。



祖父の亀一氏が初めて「中川木工芸」の名で出したオリジナル商品であるビールジョッキ(手前)。当時としてはなかなかハイカラな逸品。挑戦の精神は周士さんにも受け継がれている。



現在は妻の千草さん(左端)も含めて6人のスタッフが所属し、中川木工芸の製品づくりを担っている。夏以降は、海外からのインターン生を受け入れる予定。

丁寧に使い、心を磨くことで、 手作りの道具は「美しく古びていく」。

事業の海外進出の頃、ひよんなことから伝統工芸ユニット「GOON」に所属することになった。高級品となった伝統工芸品の海外への市場開拓を主な目的としている。職人以外にもメーカーやプロデューサーもあり、異なる分野、異なる立場との交流で得られる刺激も大きく、お互いにレベルアップにつながっている。

木桶が「日常の道具」ではなく「現代、中川さんは「心を磨く道具」へとその役割が変わった」と考えている。工芸品とは異なるが、同じ木材の例として挙げたのは、お寺のお堂。僧侶の日々の掃除、それが何十年何百年も受け継がれることで、お堂の美しい黒光りの柱や床は存在し続ける。

「手入れに伝えてくれるように美しく古びていく」ことが、手作りの良さだと思っています。木桶は水で流してたわしでこすって干さなきゃいけないし、洗剤も使えない。便利さではプラスチックの桶には及ばないけれど、不便だからいい。だからこそ、丁寧に使おうとしますし、ものへの接し方が変わります。心の豊かさを育てるために、木桶が必要であり続けるはずです」



黒みがかった渋い色の木材は「神代杉」。約2000年もの間土に埋もれていたもので、木の中のタンニンと土の中の鉄分の化合で自然にこの色になる。

その言葉には、逆境の時代にこの世界に入り、道具としての桶の可能性を模索し続けてきた三代目としての誇りを感じさせる。

伝統工芸品が再評価される流れが来つつある。環境に優しいこともそうだが、もしかしたらその「不利益」も理由の一つかもしれない。中川さんは工房のスタッフとして、京都府南丹市にある京都伝統工芸大学校の卒業生を中心に雇用し、後進の育成にも取り組んでいる。これまで3人が桶屋として活躍している。かつて京都の結桶師で最も若いのが中川さん、2番目に若いのが父・清司氏だった頃に比べると、未来は明るい。

「昔は職人仕事って「きつい」とか「汚い」と思われることもありましたが。これからはやっぱり若い人が憧れるような商売にしたいですし、これは「GOON」の活動のテーマの1つでもあるんですが、「カッコいい職人の姿」というものを見せていきたいですね」

中川さんのその誠実でひたむきな職人魂は、木桶の形を支える箍(かぎ)のように、伝統工芸と最新技術を、日本と世界を、そして人と人を結んでいる。



逆境をチャンスに。 時代と共に変化する ぼうる菓子

平和製菓株式会社

代表取締役 野田 英彦氏



伏見区下鳥羽の一角に建つ二棟の「平和製菓」製造工場。一方は、伝統ある京銘菓・そばぼうるを製造する本社工場。もう一方は、「含浸」と呼ばれる技術を用いてチョコレート菓子を作る第二工場だ。伝統と革新の技術で飛躍を続ける三代目代表取締役の野田英彦氏に、これまでの歩みとこれからについて伺った。

多品種製造から

「そばぼうる」の専門メーカーへ

1950年、創業者である小走勇が人工甘味料の卸売を始めたのが由来です。戦後の食糧難に伴い砂糖が非常に高価だったことから、菓子業界を中心に多くの需要があったと聞いています。頻繁に菓子メーカーを訪れていた初代は「自分でも作れないか」と考え、レシピを教わったり、独学で練習したりしながら菓子製造の技術を身に付け



▲平和製菓の主力商品の一つ、京銘菓・そばぼうる。水を使用せず、風味豊かでソフトな食感に仕上がっている。

ていったようです。そうして59年、社名を「平和製菓」に変更し、甘納豆やシュークリーム、米菓などの菓子製造事業を開始しました。

大きな転機となったのが、現在も当社の主力商品となっている「そばぼうる」との出合いです。当時はまだ食糧難が続いており、お菓子は高級品。「お菓子をお腹いっぱい食べたい、という願望を持つている人は多く、中でも販売価格の高かったそばぼうるをもっと安く販売できれば、より広い年齢層にも食べてもらえるのではないか」。そう考えた初代は68年、生産品目を「そばぼうる」一品に絞り、専門メーカーとして新たな一歩を踏み出しました。

会社を動かす新たなエンジン

「含浸」技術

私が代表取締役に就任したのは2014年のことです。初代は母の叔父にあたる人で、父も二代目ではありませんでした。経営者の直系でない私は継ぐことはおろか、会社に入ることもさえ考えておらず、会社員として異業種で働いていました。そんな中、父親が他界した2004年に創業者から「うちで働かないか」と連絡をもらいました。当時26歳だった私は半ば流される形で会社を継ぐことになりました。

初代は「そばぼうるだけ作っていれば大丈夫」と思っていたようですが、多種多様なお菓子があふれる時代に、これまで通りでは厳しいと私は感じていました。そこで、「もう一つのエンジンを作ろう」との思いから、チョコレートやクリームを



▲含浸設備を使用した菓子は第二工場で製造。クッキーやサブレなど、ぼろろ以外にも多様な菓子に対応している。



▲京言葉で「調和」を意味する「Tsuroku(つろく)」は、ぼろろにチョコレートを含浸させた商品。練り込みやコーティングでは出せないサクサクの食感が特徴だ。



▲本社工場では、5台のオープンを使い、1日に約1〜31ものそばぼろろを製造する。

お菓子の浸み込ませる「含浸」技術の開拓と、この技術を用いたOEM(他社ブランドの製品を製造すること)を始めたのです。さらに、19年には当社初の小売店を京都タワー1階にオープン。翌年には、それまで培ってきた含浸技術と伝統のそばぼろろを組み合わせた新ブランド「Tsuroku(つろく)」を立ち上げ、そばぼろろ菓子の新たな可能性を模索してきました。

消費者のニーズを捉える

現在はチョコレート菓子の売上比率がおよそ35%を占めていますが、20年1月より始まったコロナ禍では観光客が激減し、大きな打撃を受けました。一方で、そばぼろろの売り上げはそれほど下がっていませんでした。その要因は、流通菓子としてスーパーやドラッグストアで販売されていたことや、商品規格を見直したことにありました。それまで当社では、「少しでも多く、安く届ける」という創業時からの信条に基づいて量や価格を設定していました。しかし現代は、好きな時にちよつとだけ食べられる「食べきりサイズ」の方が望まれていたのです。いくら作り手の思いが強くとも、消費者のニーズを満たさなければ意味がない。そう実感すると同時に、マーケティングの重要性を知ることができました。

伝統と革新の両輪を回す

そばぼろろの可能性を再発見する少し前、本社工場で問題が起きたことがありました。私

が新しい事業に力を入れるあまり、そばぼろろの生産効率が大幅に低下していたのです。加えて「チョコレート菓子のほうが大事なんだろう」と社員たちのモチベーションも下がっていました。50年以上続けてきたそばぼろろ作りの伝統を守ることに、現場で働く社員たちとコミュニケーションを密に取ることの重要性を痛感した私は、社員任せになっていた採用活動に尽力し、人員の再編に努めてきました。現在は、現場と密に連携を取りながら非常に良い状態で仕事ができています。

当社の企業理念は「菓子製造を通じて心豊かな社会に貢献する」ことです。そのためにはまず、社員が幸せになれるような職場にする必要があります。今後も社内コミュニケーションを活性化しつつ、直営店を通じてお客さまの声も取り入れて、「お菓子を食へながら過ごす和やかな時間づくり」に努めていきたいです。



▲2019年、京都タワー1階にオープンした平和製菓の直営店では、新ブランド「Tsuroku」の商品だけでなく、昔ながらのそばぼろろも販売している。

平和製菓株式会社

1950年創業。そばぼろろの伝統を受け継ぎながら、2016年からはチョコレートやクリームを含浸する技術を用いた新たな菓子の開発や、OEM製造に取り組んでいる。



【京都本社工場(焼菓子製造)】
〒612-8394
京都市伏見区下鳥羽西芹川町74-2
TEL:075-601-1826
FAX:075-611-6048

【京都第二工場(チョコレート・クリーム含浸製造)】
〒612-8394
京都市伏見区下鳥羽西芹川町74-3
TEL:075-601-1836
FAX:075-601-1856

沿革

- 1950年 小走 勇が原料卸業で「小走商店」を創業
- 1959年 「平和製菓」に改名し菓子製造事業開始
- 1968年 製造品目を「そばぼろろ」に限定し専門メーカーに
- 1989年 全国菓子大博覧会 大臣賞受賞
- 1998年 全国菓子大博覧会 内閣総理大臣賞受賞
- 2002年 全国菓子大博覧会 名誉総裁賞受賞
- 2005年 本社工場竣工、本社移転
- 2014年 「平和製菓株式会社」を設立。野田英彦が代表取締役役に就任
- 2016年 宇治工場竣工。チョコレート、クリーム含浸製造開始
- 2018年 京都第二工場竣工
- 2019年 リテール事業部開設。京都タワーサンド店オープン
- 2020年 京都タワーサンド店にて新ブランド「Tsuroku」販売開始

Vol. 15

この企業の技ありに

めっき
南栄鍍金株式会社
NANEI PLATING CO., LTD.

あらゆる製造業を
支える表面処理の
スペシャリスト

「めっき」と聞くと、金めっきなどのアクセサリを連想する読者は多いだろう。しかし実際には、文房具、スマートフォン、医療機器、自動車、さらには建築物に至るまで、ありとあらゆるものに「めっき」の技術は使われている。めっきを施す理由は様々あるが、大きく分けると錆びや腐食を防ぐ「防錆」、美しく輝かせる「装飾」、電磁気特性などの性能を付与する「機能」の3つに分類される。それぞれの技術は年々高度化し、めっき業界においても分業が進んでいるが、品目を絞らず多様なニーズに応えることで成長を図る企業が京都市南区にある。南栄鍍金株式会社。来年3月で創業70年を迎える老舗の総合めっきメーカーだ。大量生産から多品種小ロット生産まできめ細かく対応し、

各種めっき加工をトータルに手掛ける同社が持つ「技術力」とは。
他社が諦めた問題を「できる」と引き受ける

自然光が入らない薄暗い環境で、独特の刺激臭が鼻を突く……。そんな光景を想像して取材に伺うと見事に裏切られた。外観はシンプルな事務所ビル、中のフロアは間仕切りが少なく開放感があり、高窓のおかげで明るく、特有の匂いもしない。「従来のめっき工場らしくないでしょう。『働く人を第一に考えた環境を』と長年思い描いていましたが、昨年ようやく完成しました」と目を細めて語るのは、池田幹弘社長。新工場には、研修室、休憩室、実験・解析室、高度な排水処理設備まで完備されている。生産量を増やす





技術の進化と自動化で 業容拡大を目指す

代表取締役 池田 幹弘 氏

新工場がフル稼働できるように、仕事量をもっと増やしたいと考えています。とは言え、めっき加工を他社から当社に乗り換えていただくのは容易ではありません。他社ができないことを「うちならこうできますよ」と示す必要があります。技術の進化は欠かせません。もう一つ、仕事量増加の鍵になるのは、自動めっきラインの活用です。機械の強みは、稼働時間に比例して生産量を安定的に増やせる点にあります。当社は来年、創業70年を迎えますが、現状に満足することなく、さらなる業容拡大を目指してまいります。



重金属を取り除く排水処理設備。同社は環境対応にも余念がなく、環境に優しい三価クロムを使う亜鉛めっきラインは、関西圏でいち早く導入した実績も持つ。

南 栄

〒601-8141
京都府京都市南区上鳥羽卯ノ花73番地
TEL：075-691-2206



ため、新しく自動めっきラインも2台導入した。「景気が上向かない中での新工場立ち上げでしたが、おかげさまで、当期は予想を超える引き合いをいただいております」

同社は、ニッケルめっき・クロムめっきを柱に、装飾品、工業製品、精密部品、医療機器の試作小ロット品から量産品まで幅広く手掛ける。めっきを施す母材は、鉄、真鍮、銅はもとより、特殊な前処理が必要な鋳物、アルミ、ステンレスなど様々な素材に対応する。「うちは総合めっきメーカー。どんなお悩みにも高いレベルで応えることを信条としています」。顧客であるメーカーのニーズに応じてめっき処理を施す同社には、最終製品が存在しない。つまり、めっきという加工技術そのものが商品になる。他社では「できない」とされためっき加工を「うちならできる」と引き受けることによって、同社は存在感を示してきた。



手動めっきラインから取り出した銅めっき。光沢や膜厚にムラがなく、均一な色調に仕上げるには熟練の技が必要だ。

小ロット品、量産品 両方やるからこそその強み

分業が進むめっき業界で、大量生産と多品小ロット生産を両立するめっきメーカーは珍しい。「そこに、わが社の強みがあります」と池田社長。量産品のみを生産する大規模工場では、問題が発生しても何が原因でそうだったのか究明が難しい。しかし同社は、小ロット品を手掛けるうえで必要となる特殊な薬液を用いた研究開発を日常的に行っているため、量産品の生産工程で起きた問題でも「知識」がある

ので対応が可能となる。全てを機械任せにせず、長年培ってきたノウハウによる手仕事を加えていることも品質に差が付く要素だ。それだけではない。めっき加工のレパートリーを増やすために薬液の種類は豊富に揃え、蛍光X線膜厚測定器や光学顕微鏡など、最新の分析装置も導入している。

保守的なめっきメーカーが多い中で、同社は積極的に新しい技術を取り入れてきた。そう



「おしゃれなオフィス」のような快適な職場を目指したという新社屋。大窓の明るい休憩室も完備。

した取り組みは「品質の南栄」という評判を呼び、府外の大手メーカーの認定工場に選ばれるなど、現在の広範囲な受注獲得に至っている。「以前に比べれば知られるようになりましたがまだまだ。新工場での生産が軌道に乗れば、わが社はどう成長していくのか。今から楽しみです」。総合めっきメーカーとして、規模も品質も追う。お客様への期待がある限り、同社のチャレンジがとどまることはない。



全19名の社員の中で女性6人と約3割を占める。検品や研摩など様々な業務に従事している(2022年6月13日現在)。

調査リポート

2022年6月期「中景気動向調査」結果より

景気動向の概要

業況D.I.は、前期比8.0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8.0ポイント改善の△31.6となりました。業種別では、製造業(0.6ポイント)の横ばいを除き、不動産業(27.1ポイント)、小売業(13.7ポイント)、サービス業(13.4ポイント)、卸売業(12.2ポイント)、建設業(3.1ポイント)の改善となりました。前回調査では回復のペースがやや足踏みした地元中小企業の景況感は、緩やかな回復基調を維持した結果となりました。

業況D.I.の2022年9月期予想は、全業種平均で今期比6.4ポイント減少し悪化で推移すると予想しています。業種別では、建設業(4.1ポイント)、小売業(1.9ポイント)は改善、卸売業(15.5ポイント)、製造業(11.3ポイント)、不動産業(10.9ポイント)、サービス業(3.9ポイント)は悪化を予想しています。売上D.I.についても全業種平均で8.3ポイントの悪化、収益D.I.も全業種平均で4.1ポイントの悪化を予想しています。

今後の見通しについては、依然続く「コロナ禍においても、全国各地でさまざまな行事などが「3年ぶり」に開催され、休日には

多くの観光客の姿でにぎわう様子が報道等で流れるなど、徐々に「コロナ禍以前の景色を取り戻しつつある一方、半導体の供給不足をはじめとした各種商品・原材料の高騰などの影響に加え、ウクライナ情勢の悪化や国内経済への影響を不安視する声が多く、先行きについて悪化するとの見方となりました。足元では、為替の急激な円安も進行するなど先行きへの不透明感が一層増す中、緩やかながらも回復基調を維持できるのか、地元中小企業を取り巻く経済情勢の動向が注目されます。

調査要領

全体	676社		
		(調査時点 2022年5月)	
製造業	247社 (36.5%)	サービス業	80社 (11.8%)
卸売業	92社 (13.6%)	建設業	122社 (18.0%)
小売業	89社 (13.2%)	不動産業	46社 (6.8%)

対象範囲 京都府内、一部の滋賀・大阪・奈良の当庫取引先958社

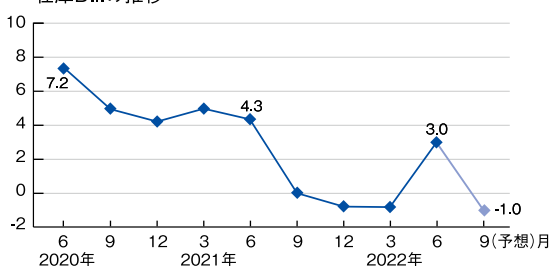
回答数 676社 回答率 70.6%

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

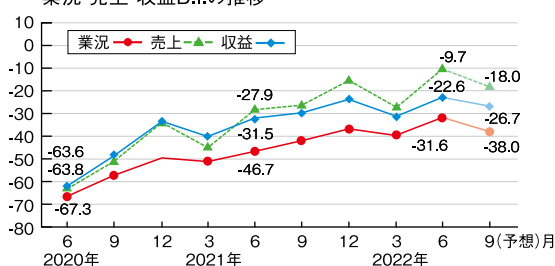
在庫 | 在庫D.I.は上昇

在庫D.I.の推移



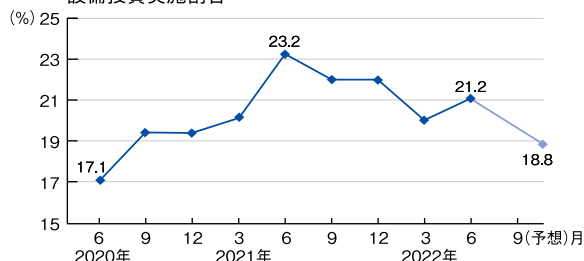
業況 | 業況・売上・収益D.I.すべて改善

業況・売上・収益D.I.の推移



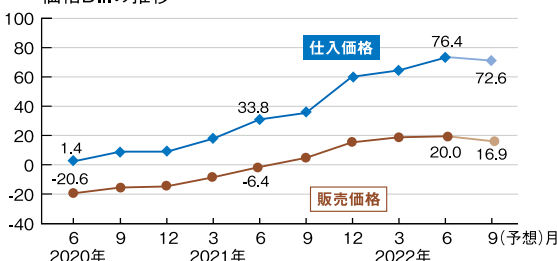
設備投資 | 依然として設備投資には慎重

設備投資実施割合

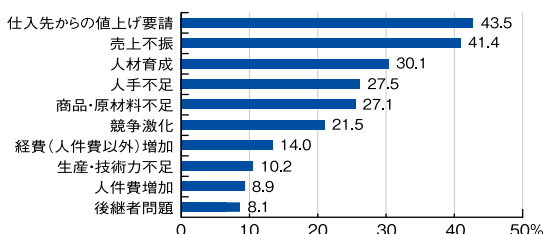


価格 | 販売・仕入価格D.I.ともに上昇、乖離幅は横ばい

価格D.I.の推移

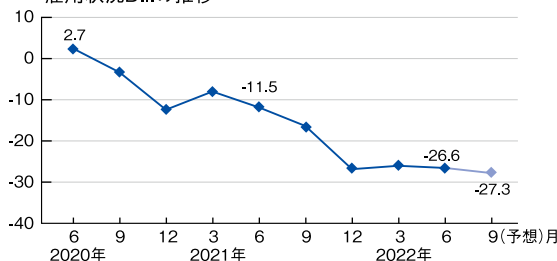


経営上の問題点 | 「仕入先からの値上げ要請」が深刻

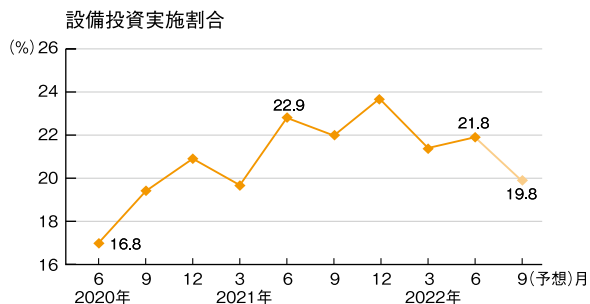


雇用状況 | 雇用D.I.は横ばい

雇用状況D.I.の推移



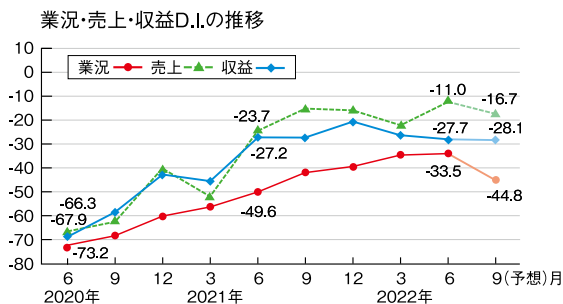
設備投資 | 依然として設備投資には慎重



業況 | 業況D.I.は横ばい、売上D.I.は改善、収益D.I.は悪化

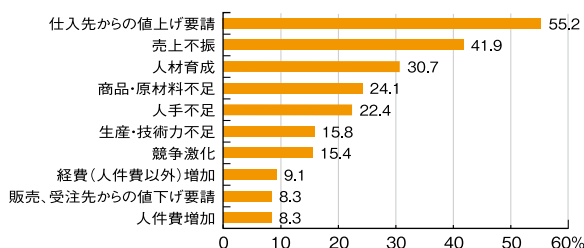


製造業

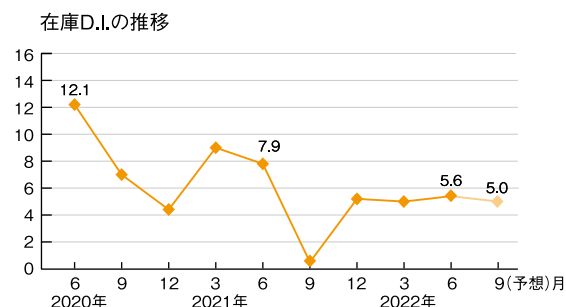


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

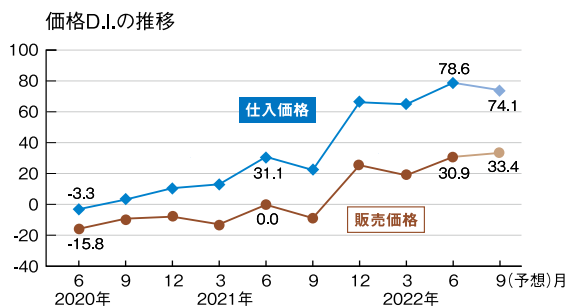
経営上の問題点 | 「仕入先からの値上げ要請」が深刻



在庫 | 在庫D.I.は横ばい



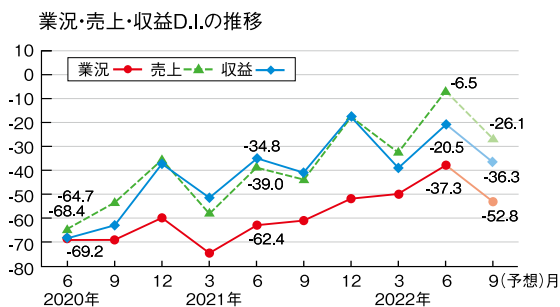
価格 | 販売・仕入価格D.I.はともに上昇、乖離幅は拡大



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

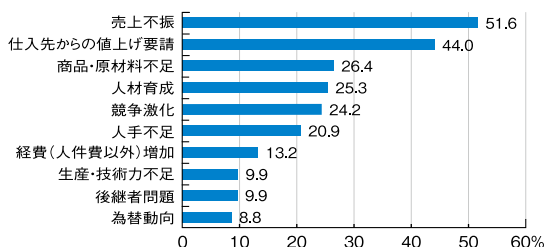


卸売業

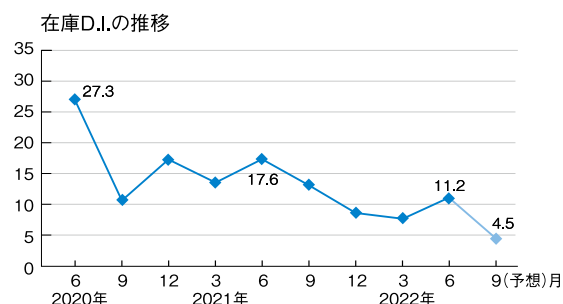


雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

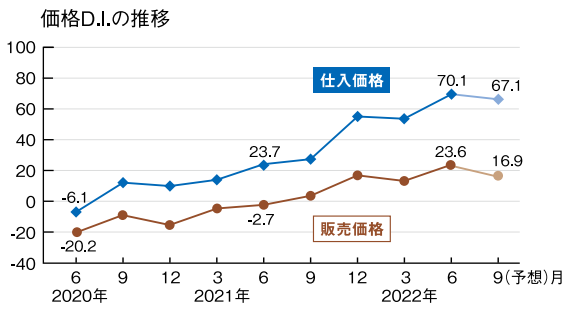
経営上の問題点 | 「売上不振」が深刻



在庫 | 在庫D.I.が上昇

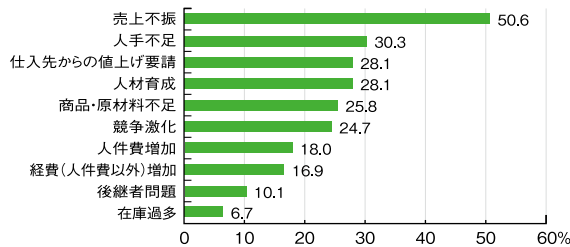


価格 | 販売・仕入価格D.I.ともに上昇し、乖離幅は拡大

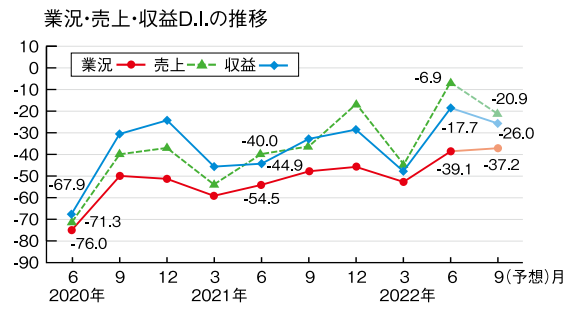


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

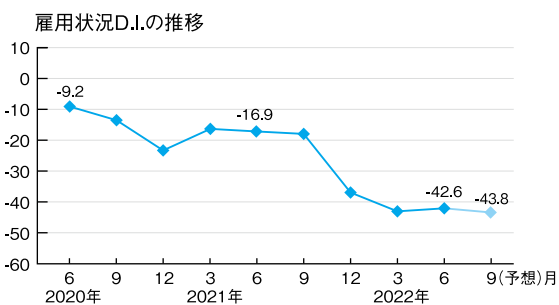


在庫 | 在庫D.I.は上昇

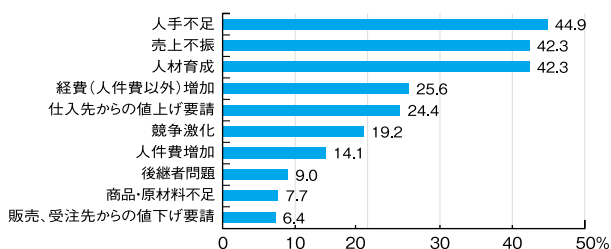


小売業

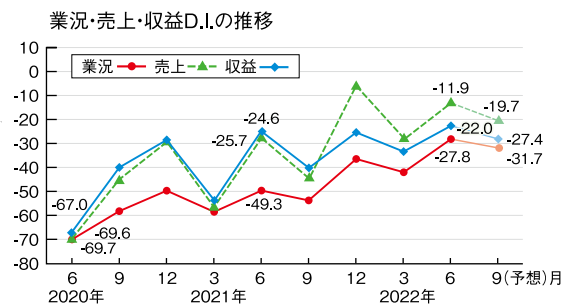
雇用状況 | 雇用D.I.は横ばい



経営上の問題点 | 「人手不足」が深刻

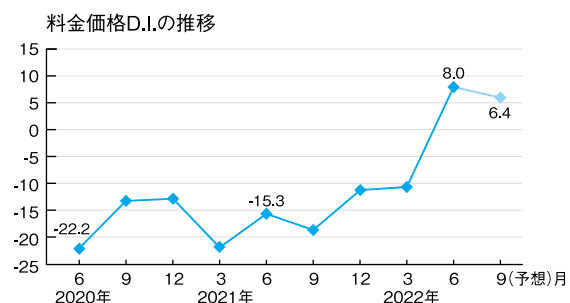


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

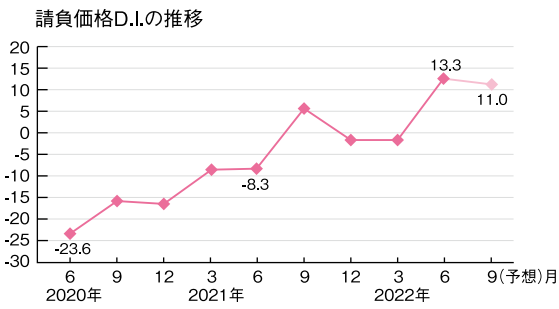


サービス業

価格 | 料金価格D.I.は上昇

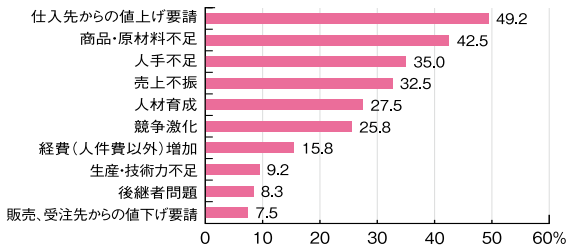


価格 | 請負価格D.I.は上昇

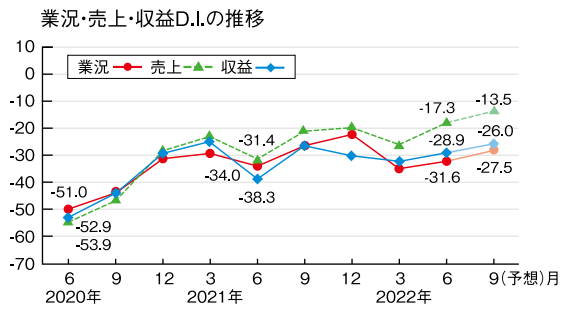


雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

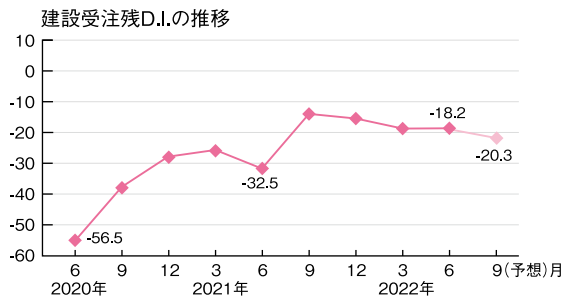
経営上の問題点 | 「仕入先からの値上げ要請」が深刻



業況 | 業況・売上D.I.はすべて改善



受注残 | 受注残D.I.は横ばい



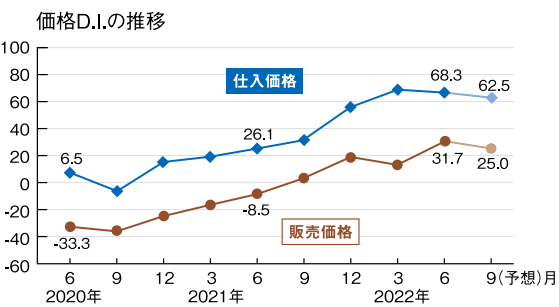
施工高 | 施工高D.I.は下降

在庫 | 在庫D.I.は上昇

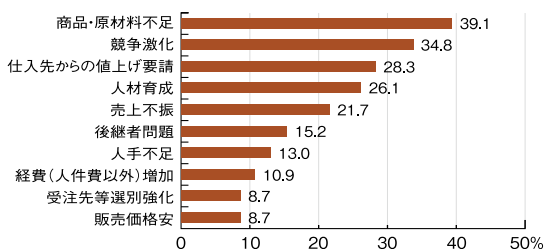


建設業

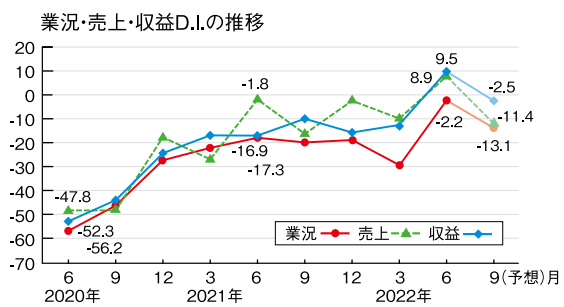
価格 | 販売価格D.I.は上昇、仕入価格D.I.は下降、乖離幅は縮小



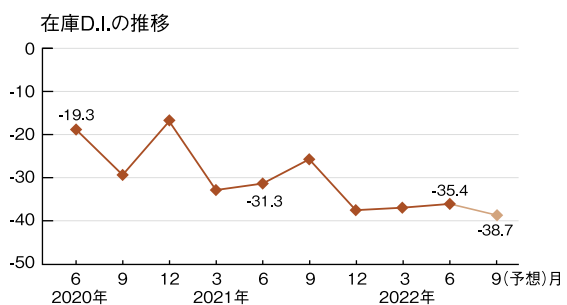
経営上の問題点 | 引き続き「競争激化」が深刻



業況 | 業況・売上・収益D.I.すべて改善



在庫 | 在庫D.I.は上昇



不動産業

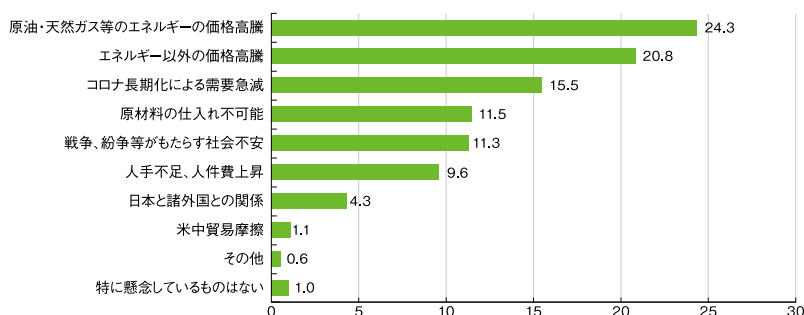
「混乱する経済社会情勢と中小企業経営」について

調査先数 958社
有効回答数 676社
調査日 2022年5月

1 最近の経済社会情勢について、特に懸念しているものはありますか。

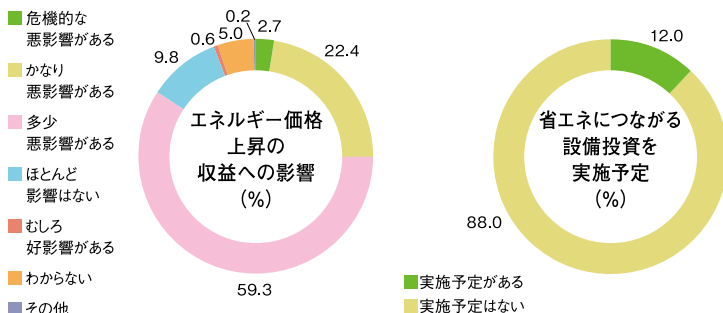
最近の経済社会情勢について最も多かった回答は「原油・天然ガス等のエネルギーの価格高騰」で24.3%、次いで「エネルギー以外の価格高騰」が20.8%となり、合計が45.1%と約半数を占めています。様々な価格高騰が、多くの企業にとって経済社会情勢における懸念となっているようです。

懸念する経済社会情勢について (%)



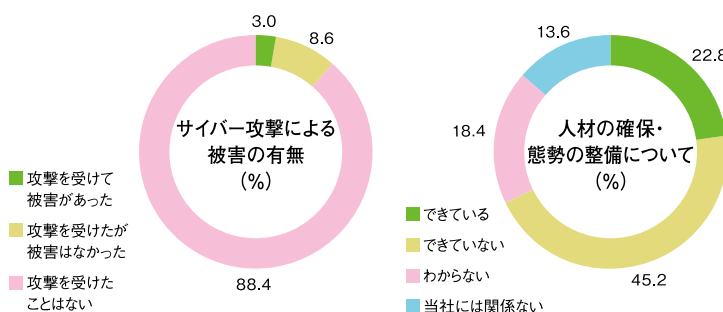
2 最近の原油・天然ガスなどのエネルギー価格の上昇により収益にどのような影響を受けていますか。また、今後、省エネにつながる設備投資を実施する予定はありますか。

エネルギー価格上昇の収益への影響については「何らかの悪影響がある」(危機的な悪影響がある)とかなり悪影響がある十多少悪影響があるとする企業の割合が84.4%となりました。また、省エネにつながる設備投資を実施する予定については「実施予定はない」との回答が88.0%となりました。



3 企業や団体などを標的としたサイバー攻撃による被害が数多く報告されています。サイバー攻撃による被害を受けたことがありますか。

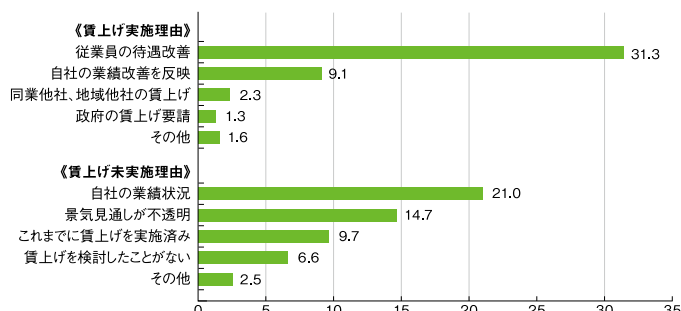
サイバー攻撃による被害の有無については「攻撃を受けたことはない」が88.4%となりました。また、人材の確保・態勢の整備については「できていない」との回答が22.8%にとどまった一方で「できていない」との回答が45.2%となりました。



4 経済社会情勢の混乱のなかで政府から賃上げが要請されていますが、今春、賃上げを実施しましたか。実施した場合は、その理由について、最もあてはまるものを、賃上げを実施しなかった場合は、その理由について最もあてはまるものを選んでお答えください。

賃上げを実施した理由について最も多かった回答は「従業員の待遇改善」で31.3%、次いで「自社の業績改善を反映」が9.1%となりました。一方、賃上げを実施しなかった理由について最も多かった回答は「自社の業績状況」が21.0%、次いで「景気見通しが不透明」が14.7%となりました。

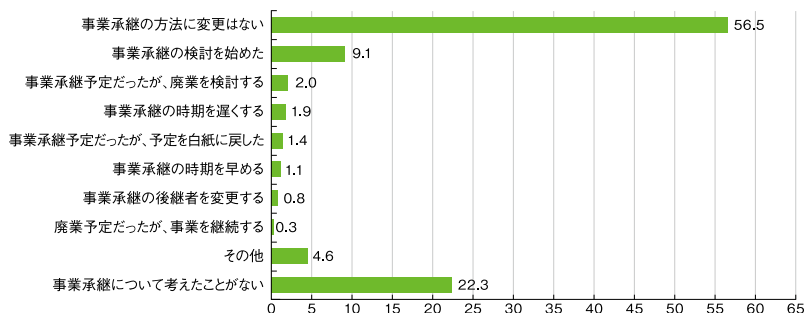
賃上げ実施について (%)



5 コロナ禍を受けて、事業承継(M&Aを含む)についての考え方に変化はありましたか。

コロナ禍を受けた事業承継(M&Aを含む)についての考え方の変化について最も多かった回答は「事業承継の方法に変更はない」で56.5%、そのほかの変化については「事業承継の検討を始めた」9.1%、「事業承継予定だったが、廃業を検討する」2.0%、「事業承継の時期を遅くする」1.9%などとなった。一方「事業承継について考えたことがない」との回答が22.3%となりました。

事業承継について (%)



「今年の夏季ボーナス支給予定」について

各グラフの凡例

2020年	2021年	2022年

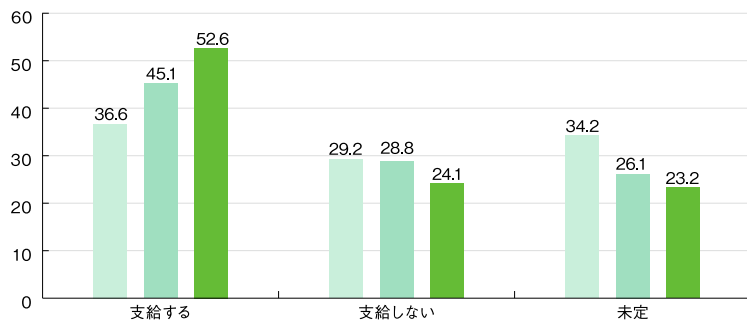
調査先数 958社
有効回答数 676社
調査日 2022年5月

1 今年の夏季ボーナス支給の有無(予定)について

「支給する」が増加

「支給する」は52.6%で前年比7.5ポイント増加し、「支給しない」は24.1%で前年比4.7ポイントの減少となりました。「未定」は、23.2%で前年比2.9ポイントの減少となりました。

夏季ボーナス支給予定(%)

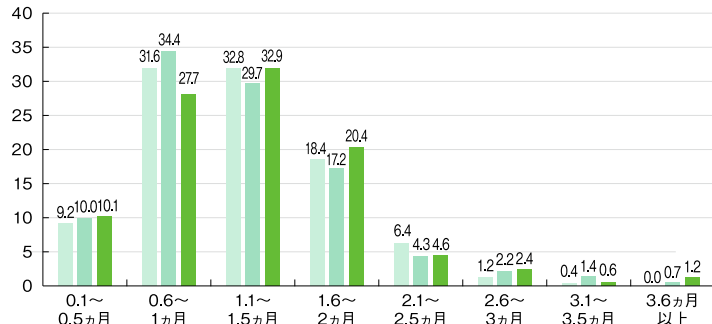


《支給率は?》

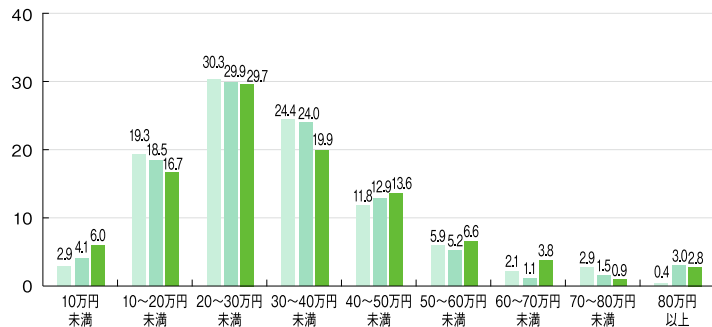
「支給する」と回答された方は以下の項目もご回答ください

「支給率」は「支給する」の割合と答えた割合を指します。また、「1.6ヵ月以上」の高支給率も29.2%（前年比3.4ポイント増加）とほぼ前年調査並となりました。

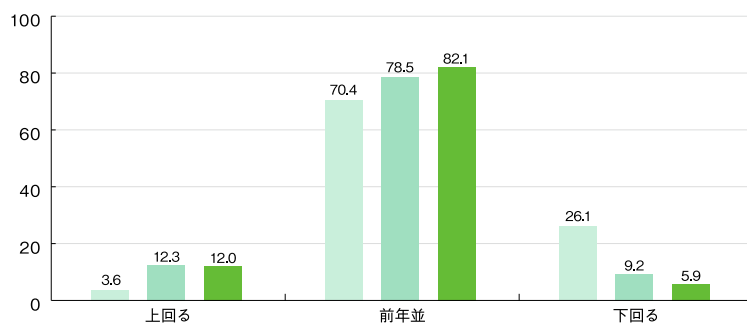
支給率(%)



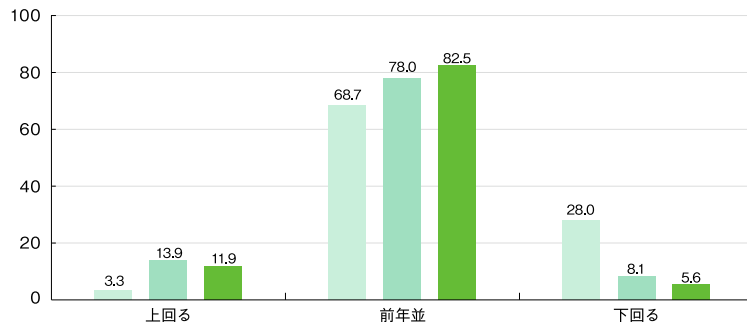
支給金額(%)



前年対比(支給率)(%)



前年対比(支給金額)(%)



《金額では?》

「支給金額」は「20~30万円未満」が中心。支給金額では「20~30万円未満」が前年比0.2ポイント減少の29.7%で最も高い割合となりました。「30万円未満」までの合計が全体の52.4%（前年比0.1ポイント減少）を占めています。

《支給率、対前年比では?》

支給率では「前年を上回る」が前年比0.3ポイント減少の12.0%、「前年並」は前年比3.6ポイント増加の82.1%、「前年を下回る」は前年比3.3ポイント減少の5.9%となりました。

《支給金額、対前年比では?》

支給金額では「前年を上回る」は前年比2.0ポイント増加の11.9%、「前年並」は前年比4.5ポイント増加の82.5%、「前年を下回る」は前年比2.5ポイント減少の5.6%となりました。

下保昭展

幽玄へのいざない

2022年

7月1日〈金〉—8月12日〈金〉

開館時間：午前10時～午後5時(入場は午後4時45分まで) 休館日：月曜日
主催：公益財団法人中信美術奨励基金 協力：京都中央信用金庫

入場無料

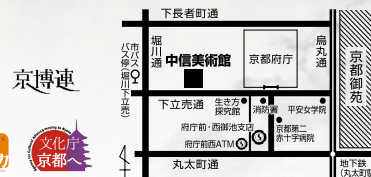
中信美術館

■お問い合わせは財団事務局 京都中央信用金庫 On Your Side事業部 CSR推進課
TEL.075(223)8385 FAX.075(223)2563

京都市上京区下立売通油小路東入西大路町136-3(京都府庁正門西約100メートル) 専用駐車場はございません 地下鉄/丸太町駅下車10分 市バス/堀川下立売下車2分 TEL.075(417)2323

感染症対策(ご来館のお客様へ) ・マスクの着用をお願いします。・発熱や咳など風邪のような症状がある方はご来館をお控えください。熱などの症状が認められた場合、入館をお断りする場合があります。・展示室内混雑時に入場制限をさせていただくことがあります。・新型コロナウイルス感染症の状況により、予定を変更する場合があります。・最新情報は「中信美術館」のホームページにてお知らせします。

「華 厳」(部分) 2000年



京博連



発行 | 2022.7

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。