京都中央信用金庫

中信ビジネス情報誌

ANOVA あのな

2022 Vol.150
Business information magazine

特 集［伝統を継ぐ］

吉川染匠株式会社

挑む、染匠。

「中信ビジネスフェア2022」

［この企業にこの技あり］
「環プラ」を合言葉に
プラスチックリサイクルに変革を
株式会社パンテック

［景気動向調査］

特集「伝統を継ぐ」吉川染匠株式会社

Special Feature
Traditional arts and crafts

挑む、染匠。

繰り返し、繰り返し、
同じ線を引き、同じ色を挿す。
その長い鍛錬の年月を重ねた人だけが
到達できる「自由」がある。
さて、その自由を使って何に挑むか。
問われるのは、その先だ。

２００６年、秋。吉川さんはパリにいた。パリコレに連動して開催されるモード系の服の見本市、アトモスフェールに本格的な友禅の技法を使ったドレスを出展するためだ。世界をリードするデザイナーの作品が集結するパリコレの開催期間中は、一流のファッション・モデルやバイヤー、メディア関係者やセレブリティが街中を民族大移動さながらに右往左往し、このファッションの都はひときわ祝祭性を高める。この空気の中に身を置くだけで、気分が高揚する。

「やっぱりヨーロッパ、すごいわ」吉川さんは独りごちた。

吉川さんがヨーロッパのマーケットに挑戦するのは、実は2度目だ。1度目は２００３年、ミラノ。京都府のバックアップでモンツァ見本市に京友禅と京漆器を融合させた屏風を出展した。その結果は…。

「惨憺（さんたん）たるものでした。ほとんど売り場に立つことさえできず、誰も興味を持ってくれない。ヨーロッパの〝壁〟の高さを感じました」

それでも、吉川さんはヨーロッパを嫌いにはならなかった。古い石造の建物が並び、歴史の記憶を深く刻み込んだ街区。古いものを大切にしながら、新しい思想やファッションを次々に発信し続ける人々。

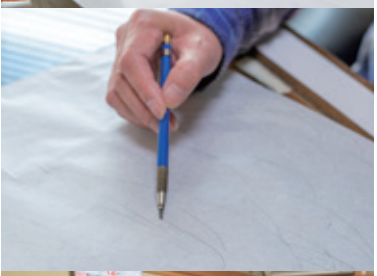
「そういうとこ、あるなぁ、京都も俺も」

その風景と自らのアイデンティティに通底するものを感じていた。だから、ヨーロッパに認められたい。２００６年のパリは、吉川さんにとってはリベンジ・マッチだったのだ。

代表取締役
吉川 博也 氏

1967年、京都に生まれる。1986年、18歳で実家の染匠を継承すべく同業他社に入社。10年間の修業を経て創業140年の家業である吉川染匠の四代目として現在に至る。京都染織美術協会会長。2018年、工芸染匠作品展覧会にて経済産業大臣賞、琳派百図展にて近畿経済産業局長賞など受賞多数。

この夏、開設したスタジオにて。



京友禅の歴史は、元禄時代（1688～1704年）、京都知恩院前に住んだ扇絵師・宮崎友禅斎が絵画的で自由な曲線や色を染め出す技法を生み出したことから始まる。京都の街や空気に美意識を育まれた各工程を担う職人、そしてそれを統べる染匠がその伝統を引き継ぎ、さらに新しい“美”を追求し続けている。

前ページのスタジオ全景。

途切れた関係を繋ぎ直し、涸れた川に水を流す。

吉川さんは、明治から続く京友禅の染匠の四代目だ。友禅染は、意匠考案、下絵、糊置き、引染、挿友禅など、少なくとも10～15の工程に分業化され、それぞれの工程を熟練の職人が担う。染匠とは、その全体を取り仕切るプロデューサーであり、コンダクターだ。吉川さんは幼い頃から二代目の祖父に「お前は四代目やでぇ」と言われて育った。その当時、1970年代には、きものは2兆円産業と言われ、京都・室町に軒を連ねる呉服商社は隆盛を誇っていたから、祖父の言葉は愛する孫への祝福の気持ちが込められていたのだろう。

高校を卒業後、吉川さんは修業のために10年間の約束で同業他社に入社する。その10年の間に、バブル崩壊が起きた。業界を覆っていた楽天的な空気は暗転し、2兆円と言われた市場規模は6分の1にまで縮減した。吉川さんの実家だけが無事でいられるはずもなく、修業を終えて家業に戻ったときには、工場は売却され、従業員も離れてしまっていた。

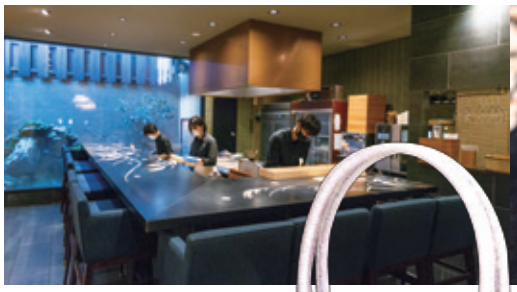
「得意先も加工先もない状態です。家業を継いだといっても四代目という看板があるだけで、ゼロから独立したようなものでした」

そこから、吉川さんは途切れていた関係を繋ぎ直していった。とりわけ友禅の各工程を担う職人の存在は、吉川さんにとっては生命線だ。

「この人たちが仕事を辞めてしまったら、唯一無二の技術がこの世から消えてしまうんです。それはもったいない、というより恐ろしいことだと思いませんか」

家業を再び軌道に乗せることには、どうにか成功した。しかし、業界を取り巻く環境は大変厳しく、個人的な頑張りだけでは如何ともし難かった。そんな吉川さんの目の前に、ヨーロッパへの細い道が見えた。

寿司店のカウンターテーブルに描かれた稲穂の文様（下）や現代アート作品「TSURU ASHI UME NYOTAI」（左）も、京友禅伝統のモチーフや技法によって制作されている。絶対的な技術に裏付けられた自由な創作活動。



手仕事の価値を守るのは、新しいビジネス・マインド。

長い歴史の中で培われた文化遺産とも言える伝統、細部にまでこだわり抜いた装飾美、職人の唯一無二の技術。吉川染匠とMORABITOには、実は多くの共通点がある。それが「KOSHI」に結実した。

アトモスフェールでは、「ＭＯＲＡＢＩＴＯ」が吉川染匠の仕事に注目してくれた。１９０５年創業の老舗で、今も熟練した手縫い職人による伝統的な製法でバッグを作り、世界中の王侯貴族やセレブリティに支持されている。〝職人の手仕事に支えられている〟という共通項が、両者を結びつけた。

「ヨーロッパのハイブランドに対して、自分の仕事は、京友禅は、どんな価値を提供できるのか。２年間、そればかりを考えていました」

ヨーロッパのモダニズムを表現するプラチナカラーの背景に、京都の伝統的な町家の格子戸。そこに桜の花びらがハラハラと散り込んでいく。２００８年、ＭＯＲＡＢＩＴＯと吉川染匠のコラボレーションが生み出した「ＫＯＳＨＩ」は、フランスと日本の美意識を高い次元で融合させた作品だ。

異分野とのコラボレーションは、さらに続く。革製品と友禅の融合によるバッグチャームやキーホルダーなどの小物の製作、本格友禅の技法を用いた寿司店のカウンターや室内装飾用のアートパネルの製作を始めとするインテリア分野への展開、友禅の染料を食用色素に置き換えることで実現したチョコレートブランド「Chocolat de 吉祥」の立ち上げ…。その活動はこうした商品開発にとどまらず、友禅技法を用いた現代アート作品を自ら制作、個展を開催するまでになっている。長い歴史を経てきた京都の〝土地のパワー〟は、決してヨーロッパに引けを取らない。だが、京都のものをそのままヨーロッパに持ち込んでも売れないことは実証済みだ。世界に、現代に、通用する新しい魅力を発見し続けていかなければならない。だから吉川さんは、京友禅の染匠にして商品開発者、そしてアーティストと、さまざまな顔を持つことになる。

「私がなりたいと思っているのは、ビジネスマンです。手仕事が基本の京都の伝統産業は人件費のかたまりで、これを抑えようとすると職人さんに無理を言うことになる。でも、いいものを作るために頑張るのは当然ですが、安く作ってくれ、というのは違うと思います。その価値がきちんと評価されるビジネスモデルを作りたいのです」

自分の半分は職人でできている、と言う吉川さんにとって、ビジネスとは何よりもまずその手仕事を守ることなのだろう。手間と時間をかけなければ美しいものはできない、と言う考え方は、効率とスピードと当期利益が重視されるビジネス環境の中では〝古い〟のかもしれない。だが、それを守ろうとする取り組みは、はっとするほど新しい。

京友禅をモチーフとしたチョコレートブランド「Chocolat de 吉祥」は、ANAとコラボ。公式ECサイト「ANA STORE／ANAショッピング A-style」でこの秋から販売されている。

中信ビジネスフェア2022【第34回 大商談会】

SDGsで持続可能な未来を創る
～ここから始まる新しいビジネスチャンス～

10月12日・13日の2日間、京都府総合見本市会館（京都パルスプラザ）にて、異業種交流複合イベント「中信ビジネスフェア2022」を開催しました。

毎年好評の「学生デザインコンテスト」や京の味覚「老舗料亭」などに加え、今年はSDGsに取り組む企業に特化したゾーンを設置。昨年に引き続き「中国向けLIVE配信」も開催し、好評を博しました。

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

中信SDGsフェスタ

今年は出展企業による多彩な展示に加え、SDGsに取り組む企業に特化したブースを設置。ご来場の個人・企業の皆さまに、SDGsをより身近に感じていただくきっかけをつくると同時に、新たなビジネスマッチングの機会創出を支援しました。また、当金庫では今年3月より「京都中信SDGs宣言サポート」の取り扱いも開始しています。今後も、お客さまのSDGs達成に向けた取り組みを社内外へ広く〝見える化〟するお手伝いを続けてまいります。

会場では、ペットボトルキャップの回収にも取り組みました。回収したキャップはリサイクル資源として売却、その資金の一部はワクチン支援に利用いたしました。

中国向けLIVE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（優品）跨境商城：Kyoto Selection Mall（Global）』。昨年に引き続き、そのライブ配信を2日間にわたって行いました。今年は、中国最大のSNS「微博（ウェイボー）」に560万人超のフォロワーを有する林萍在日本（リンピンザイリーベン）さんにご出演いただき、約30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。

中信バイヤーマッチング2022

地元企業の事業者さまと国内百貨店・スーパー、海外に販路を持つ貿易商社などのバイヤー企業との出会いの場を提供しました。

中信学生デザインコンテスト2022

テーマ

「食」の魅力を伝えるパッケージ

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、10大学から65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、ご来場者および審査員による投票の結果、9作品が選出されました。

最優秀賞

『mai bag』
宇佐美 菫さん
（滋賀県立大学）

優秀賞・オーディエンス賞

『京飴花火』
足立 玲奈さん
（京都女子大学）

審査員特別賞

『鯖の出汁スープ』
山崎 結生さん
（京都市立芸術大学）

京都知恵産業創造の森賞

『京灯菓』
酒井 月乃さん
（京都美術工芸大学）

佳作

『個性の多い八百屋』
山根 五和さん（京都女子大学）

『京の酒』
池田 真子さん（嵯峨美術短期大学）

『まるごとビワマス一尾缶セット』
西山 亜津美さん（京都美術工芸大学）

『D meet, C fish.』
吉田 百花さん（京都美術工芸大学）

『コーヒークッキー』
中谷 華世さん（滋賀県立大学）

中信サクセスクラブマッチング

異業種交流ビジネスサークル「中信サクセスクラブ」の会員さま、約1,400先を対象に、個別商談の場を提供しました。

京の味覚 老舗料亭

魚三楼

京都吉兆

京大和

中村楼

六盛

下鴨茶寮

木乃婦

清和荘

萬重

「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34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。

今年も万全の感染対策と徹底した管理体制のもと、無事に開催日を迎えることができました。2日間を通して約7,700人の方にご来場いただき、会場は大変にぎわいました。

Vol.16

この企業にこの技あり

株式会社パンテック
PANTECH Corporation

「環プラ」を合言葉にプラスチックリサイクルに変革を

私たちの生活に非常に身近なプラスチック。「使った後はリサイクル」とはよく言われるが、日本では、プラスチックを資源として再利用する「マテリアルリサイクル」「ケミカルリサイクル」の割合が合わせて約25％しかないということをご存じだろうか。実は約60％が、焼却で発生する熱エネルギーを回収する「サーマルリサイクル」で、これは世界的にはリサイクルとはみなされていない。そのほかは、埋め立てや熱エネルギーにならない焼却で処理されている。そんな中、滋賀県大津市にある「株式会社パンテック」は、プラスチック再利用の割合を上げようと事業を展開している。その内容と、描くビジョンに迫る。

企業のプラスチック廃棄物を価値あるものに

事務所を訪問した私たちに見せてくれたのは、植物を育てるときに使うプランター。「大手化粧品メーカーとの共創事業で作りました」と代表の黒木正明氏は説明する。これは、店舗で消費者から回収・洗浄した使用済みボトルをパンテックが購入、再生原料化して

プラスチック廃棄物を再生原料化してできたペレットのサンプル。幾多ある中のほんの一部。

取引先の伴走者となって「プラスチックの完全循環」へ

代表取締役 黒木 正明 氏

地球環境への負荷を低減するためにプラスチック廃棄物をどうするかが重要な課題となっている中、2022年4月に「プラスチック資源循環促進法」が新たに施行されました。私は「プラスチックの完全循環」という究極の目標を、世界一高い山、エベレストの頂上に見立てています。シェルパ族の人々がいるから登山家がエベレストに登れるように、私たちはプラスチックのリサイクルにおいて、高みを目指す人たちの良き伴走者となり、「共創（Co-Creation）」による課題解決を通じて、「プラスチックの完全循環」に向けた歩みを進めていきたいと考えています。

環境配慮型製品として再生プラスチック原料から作ったフレコンバッグ。（右）

海ゴミ問題の解決に向けて、海洋プラスチックから作ったサングラス。（左）

PANTECH

〒520-2134
滋賀県大津市瀬田4丁目5番8号
TEL：077-543-6625

できたペレットを加工して誕生したものだ。通常ならば消費者がそのままゴミ箱に捨ててしまうものでも、パンテックが資源循環の提案をすることで価値ある製品に生まれ変わった。プラスチックを資源として活用し続ける循環型スキームを構築・支援することが中心事業の1つで、プラスチック製品を製造・流通させた企業に最終製品をリターンしていることもポイントだ。

このプランターはメーカーが本社を構える自治体に寄贈され、花と緑のイベントで活躍。回収店舗を拡大し、継続実施されている。

ファブレスだからできること

同社の大きな特徴が、「自社で加工工場を持たない（ファブレス）」ということ。プラスチックは非常に種類が多く、工業的に作られる代表的なものだけでも約100種類、加えて、新しい機能を持つものが生まれるたびにその数は増えていく。そして、プラスチックの種類や形状によって再生原料化に必要な設備や条件が異なる。また、日本の至るところで発生するプラスチック廃棄物を加工のために1カ所に集約するというのは効率的とは言いがたい。ゆえに、加工を自社で行うのではなく、全国各地に点在する多くのリサイクル関連会社と手を結ぶことを選んだ。現在、同社の国内パートナー工場は50以上にのぼる。

「ファブレスだからこそ、何十、何百とある特徴の異なるいろいろな種類のプラスチックをリサイクルすることができます。プラスチック廃棄物の処理や再生原料の調達、循環型スキームの構築など、プラスチックリサイクルに関するお悩みがあれば、どんなことでも当社にお問い合わせ下さい。〝プラスチックリサイクルのトータルプロデューサー〟として課題に寄り添い、解決に導きます」と代表取締役の黒木氏は語る。

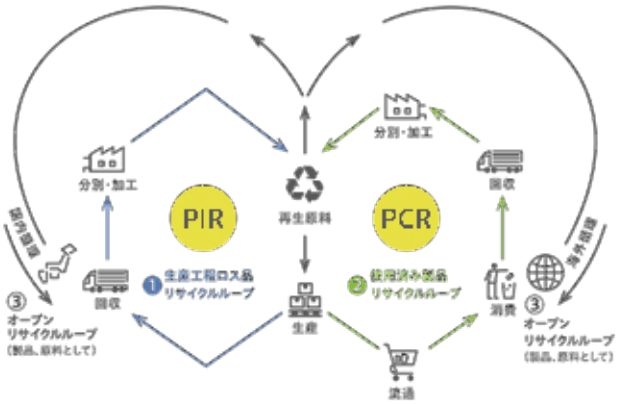
現在の年間取扱量は、日本全体の約5％にあたる年間9万8千トン。取引企業数も取扱量も年々増加している。

「環プラ®」を共通ワードに

同社は、プラスチックを資源として循環させることを意味する「環プラ®」という言葉を独自に作り、2021年9月に商標権を取得した。この言葉が共通ワードとなってほしいというのが願いだという。

「脱プラ、減プラと言われますが、プラスチックは人類にとってなくてはならない素材です。今後、世界人口が増えていく中では、『環プラ®』がより重要な意味を持ちます。私たちは『環プラ®』という言葉が社会に広く浸透し、プラスチックが埋め立て、焼却されることなく、資源として循環することが当たり前になる未来をつくっていきたいと考えています」

先述の大手化粧品メーカーとの共創事業も「環プラ®」の事例の1つだ。国内外のクライアントやパートナー工場とともに、常に共創しながら進み続ける同社ならば、日本のプラスチックリサイクルのあり方を変えられることだろう。



同社が手掛けるプラスチックリサイクルスキーム。工場から❶、消費者から❷の廃棄物を再生原料化して新たに製品を生産するまでの2つのクローズドループと、再生原料を国内各社および海外25カ国へ供給するオープンループ③がある。

調査リポート

2022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1.4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1.4ポイント改善の△30.2となりました。業種別では、製造業（0.4ポイント減少）の横ばいを除き、建設業（8.9ポイント増加）、卸売業（6.1ポイント増加）、小売業（2.4ポイント増加）は改善、サービス業（10.4ポイント減少）、不動産業（5.9ポイント減少）は悪化となりました。2期連続の改善となった地元中小企業の景況感は、緩やかながら回復基調を維持した結果となりました。

業況D.I.の2022年12月期予想は、全業種平均で今期比1.6ポイント増加し改善で推移すると予想しています。業種別では、小売業（0.0ポイントかわらず）を除き、建設業（7.2ポイント増加）、製造業（2.8ポイント増加）、サービス業（1.3ポイント増加）は改善、卸売業（4.7ポイント減少）、不動産業（2.1ポイント減少）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6.0ポイント増加の改善、収益D.I.も全業種平均で7.7ポイント増加の改善を予想しています。

今後の見通しについては、エネルギー価格や各種商品・原材料の高騰などの影響に加え、ロシアによるウクライナ侵攻を起因とした世界規模での経済指標の変化や国内経済への影響を不安視する声が散見される一方、行動制限のない「3年ぶり」の夏の行楽シーズンを迎え、全国各地で花火大会などさまざまな行事が有観客で開催され、休日には多くの観光客の姿で各地が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り、先行きについて改善するとの見方となりました。足元では、為替の急激な変動や世界各地でインフレへの懸念が増すなど不透明感が漂うなか、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。

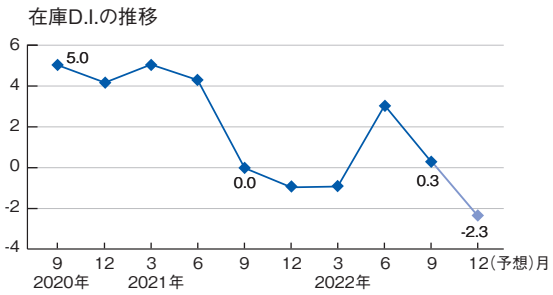
調査要領

全体	649社	（調査時点 2022年8月）	
製造業	225社（34.7%）	サービス業	77社（11.9%）
卸売業	93社（14.3%）	建設業	123社（19.0%）
小売業	80社（12.3%）	不動産業	51社（7.9%）

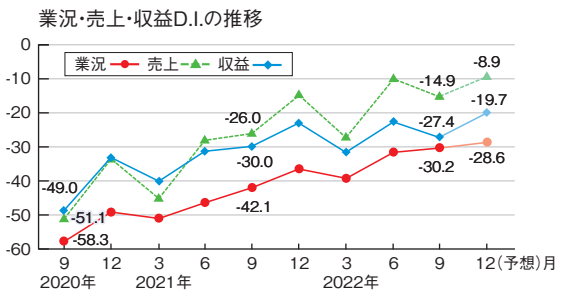
対象範囲 京都府内、一部の滋賀・大阪・奈良の当庫取引先950社
回答数 649社　**回答率** 68.3%
分析方法 D.I.（Diffusion Index）による
＊D.I.=「増加」（増加+やや増加）と回答された企業割合－「減少」（減少+やや減少）と回答された企業割合

全業種

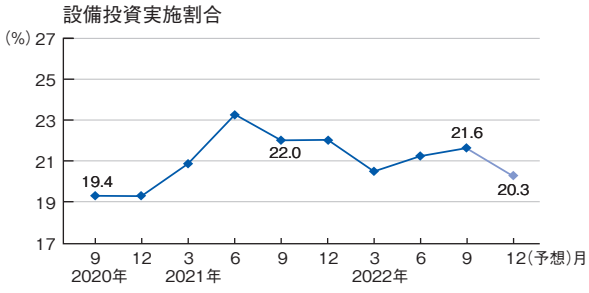
在庫 | 在庫D.I.は下降



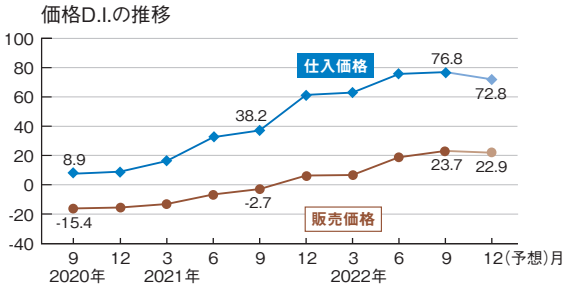
業況 | 業況D.I.は改善、売上・収益D.I.はともに悪化



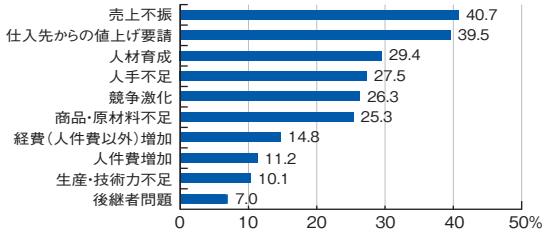
設備投資 | 依然として設備投資には慎重



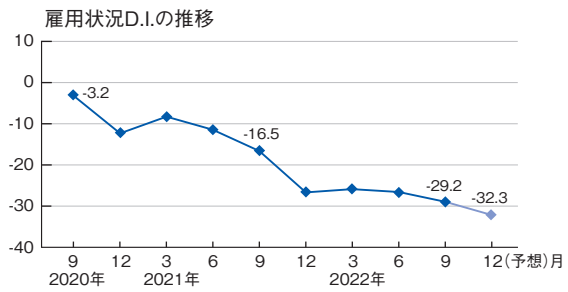
価格 | 販売D.I.は上昇、仕入価格D.I.は横ばい、乖離幅は縮小



経営上の問題点 | 「売上不振」が深刻



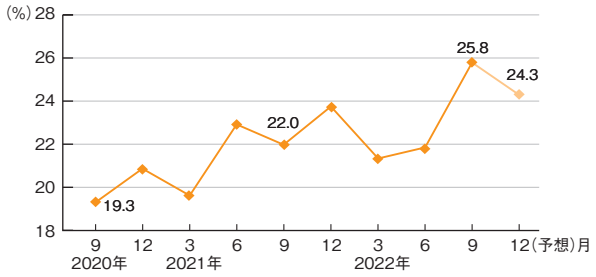
雇用状況 | 雇用D.I.は下降



製造業

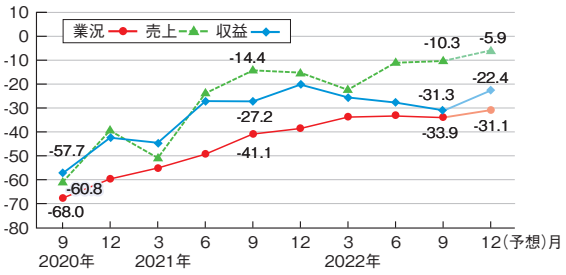
設備投資 | 依然として設備投資には慎重

設備投資実施割合



業況 | 業況・売上D.I.はともに横ばい、収益D.I.は悪化

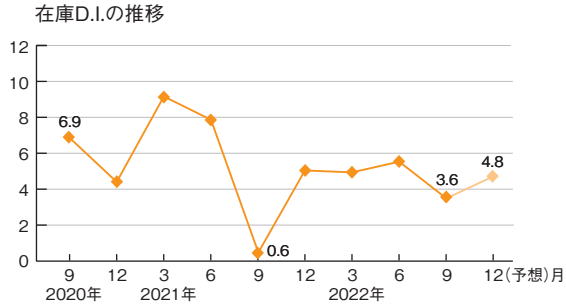
業況・売上・収益D.I.の推移



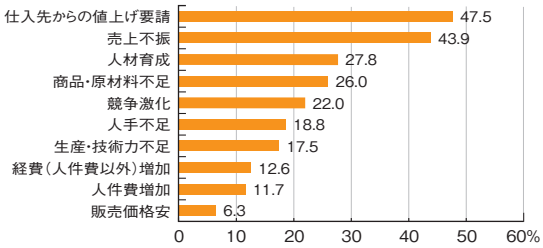
雇用状況 | 雇用D.I.は横ばい

在庫 | 在庫D.I.は下降

在庫D.I.の推移



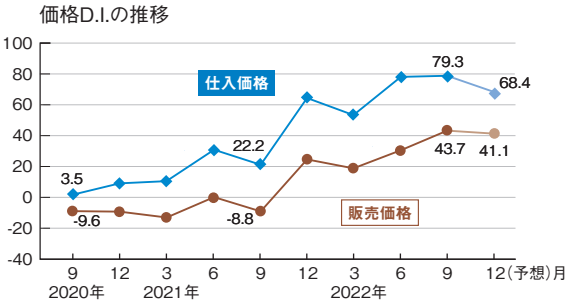
経営上の問題点 | 「仕入先からの値上げ要請」が深刻



卸売業

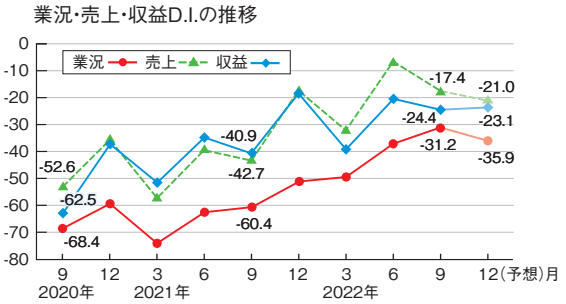
価格 | 販売D.I.は上昇、仕入価格D.I.は横ばい、乖離幅は縮小

価格D.I.の推移



業況 | 業況D.I.は改善、売上・収益D.I.はともに悪化

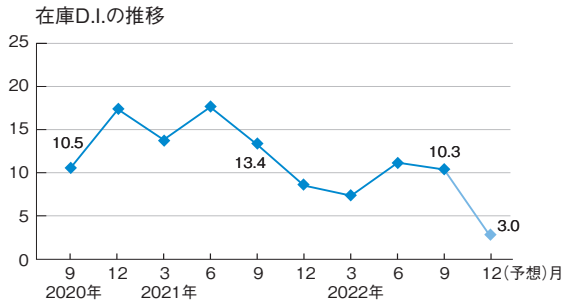
業況・売上・収益D.I.の推移



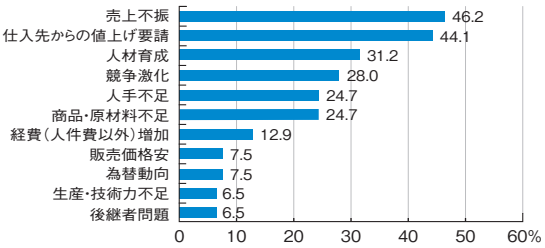
雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

在庫 | 在庫D.I.は横ばい

在庫D.I.の推移



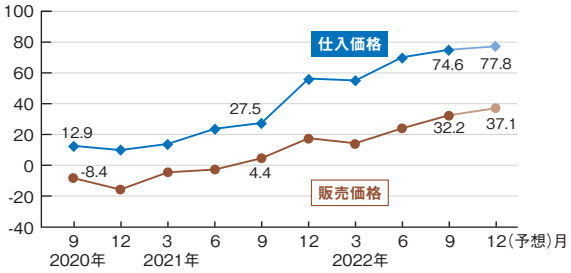
経営上の問題点 | 「売上不振」が深刻



小売業

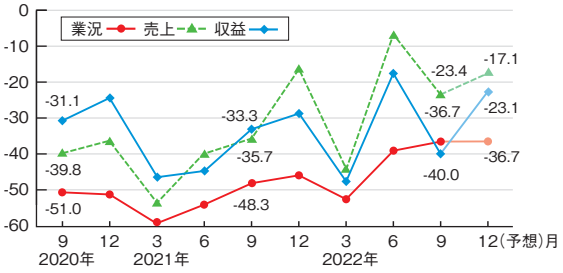
価格 | 販売・仕入価格D.I.ともに上昇し、乖離幅は縮小

価格D.I.の推移



業況 | 業況D.I.は改善、売上・収益D.I.はともに悪化

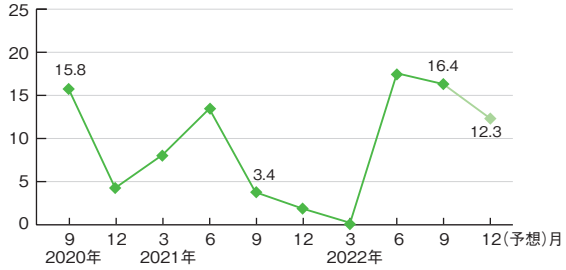
業況・売上・収益D.I.の推移



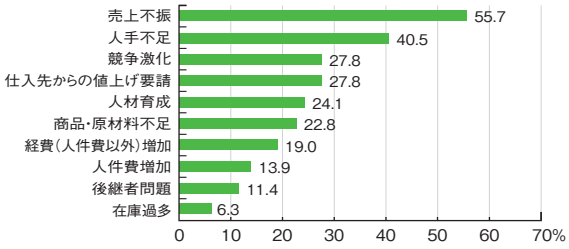
雇用状況 | 雇用D.I.は下降

在庫 | 在庫D.I.は下降

在庫D.I.の推移



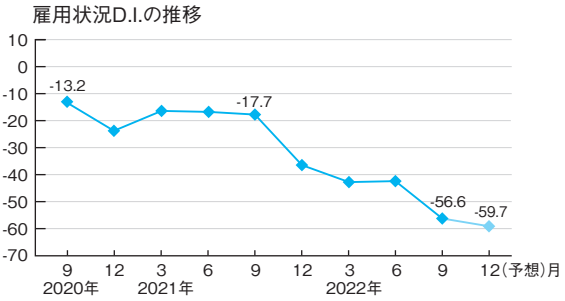
経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



サービス業

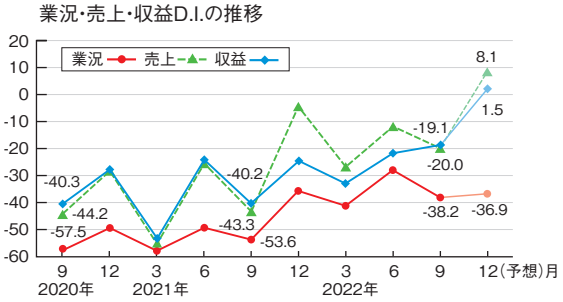
雇用状況 | 雇用D.I.は下降

雇用状況D.I.の推移

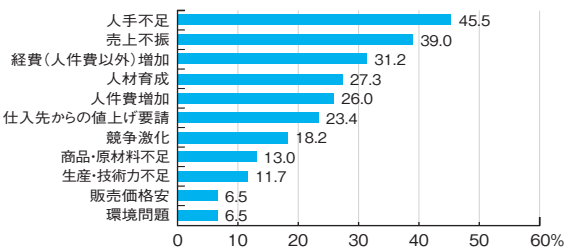


業況 | 業況・売上D.I.は悪化、収益D.I.は改善

業況・売上・収益D.I.の推移

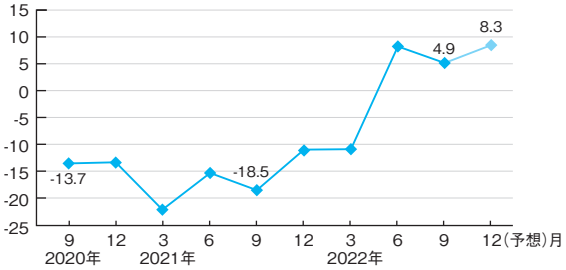


経営上の問題点 | 「人手不足」が深刻



価格 | 料金価格D.I.は下降

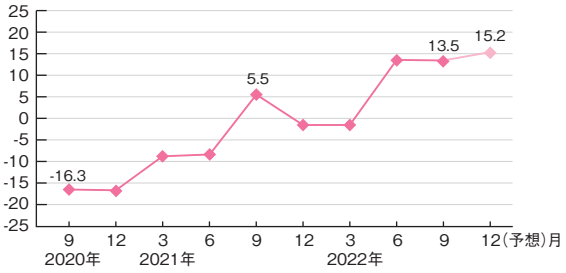
料金価格D.I.の推移



建設業

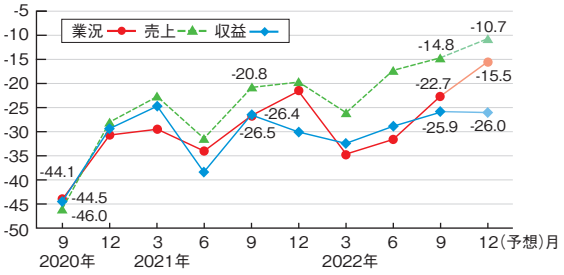
価格 | 請負価格D.I.は横ばい

請負価格D.I.の推移



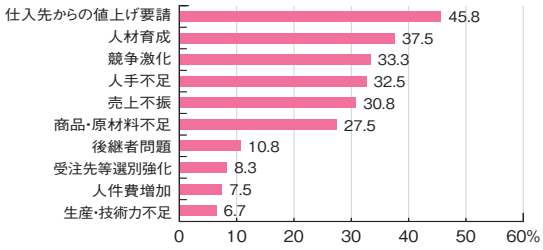
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

業況・売上・収益D.I.の推移



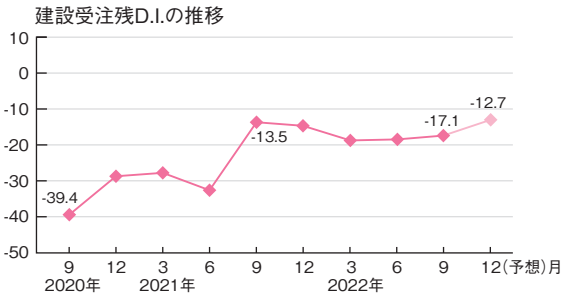
雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 「仕入先からの値上げ要請」が深刻



受注残 | 受注残D.I.は上昇

建設受注残D.I.の推移



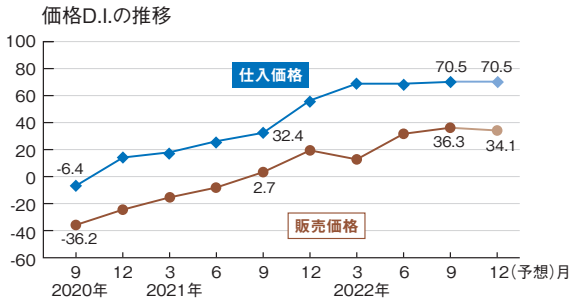
施工高 | 施工高D.I.は上昇

在庫 | 在庫D.I.は下降

不動産業

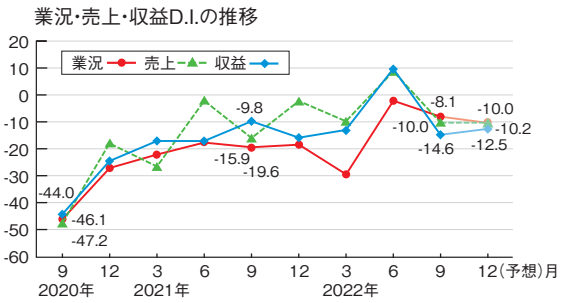
価格 | 販売・仕入価格D.I.はともに上昇、乖離幅は縮小

価格D.I.の推移

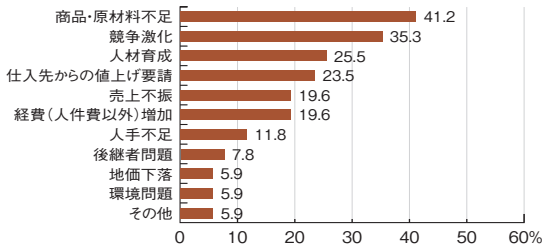


業況 | 業況・売上・収益D.I.すべて悪化

業況・売上・収益D.I.の推移

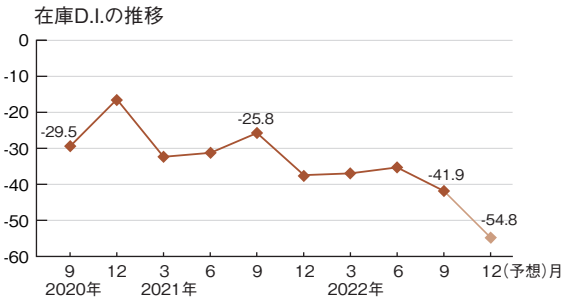


経営上の問題点 | 引き続き「商品・原材料不足」が深刻



在庫 | 在庫D.I.は下降

在庫D.I.の推移



特別調査

Special Investigation 1

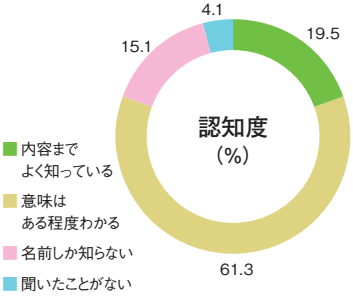
「中小企業におけるSDGs（持続可能な開発目標）の取組み状況」について

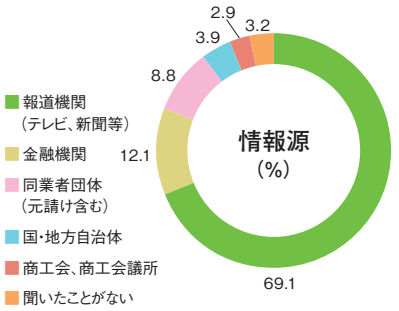
調査先数 950社
有効回答数 649社
調査日 2022年8月

1 SDGsについてどのような認知度にありますか。また、SDGsについて、どういった機関から情報を得ていますか。

SDGsについての認知度は、「内容までよく知っている」（19・5％）「意味はある程度わかる」（61・3％）「名前しか知らない」（15・1％）の合計が95・9％となり、多くの企業に「SDGs」という名称が浸透しているようです。

また、「SDGsについての情報源は、「報道機関（テレビ、新聞等）」との回答が69・1％となりました。

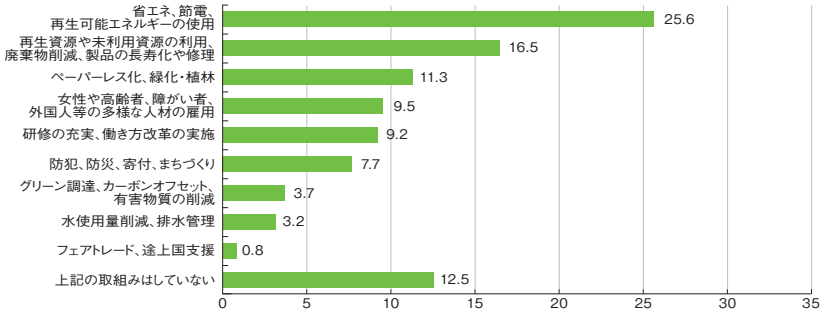




2 SDGsの理念と一致する取組みを行っていますか。

SDGsの理念と一致する取組みについては、「省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用」が25・6％、「再生資源や未利用資源の利用、廃棄物削減、製品の長寿化や修理」が16・5％、「ペーパーレス化・緑化・植林」が11・3％となりました。一方、「上記の取組みはしていない」との回答は12・5％にとどまり、多くの企業でSDGsの理念と一致する何らかの取組みを行っているようです。

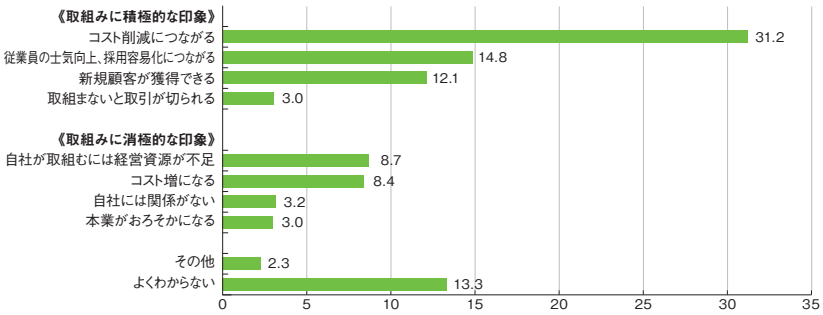
実施しているSDGsの取組み（%）



3 企業がSDGsに取組むことについてどのような印象を持っていますか。

SDGs取組みの印象については、「コスト削減につながる」（31・2％）「従業員の士気向上、採用容易化につながる」（14・8％）「新規顧客が獲得できる」（12・1％）「取組まないと取引が切られる」（3・0％）の合計が61・1％となり、半数以上の企業が積極的な印象を抱いているようです。

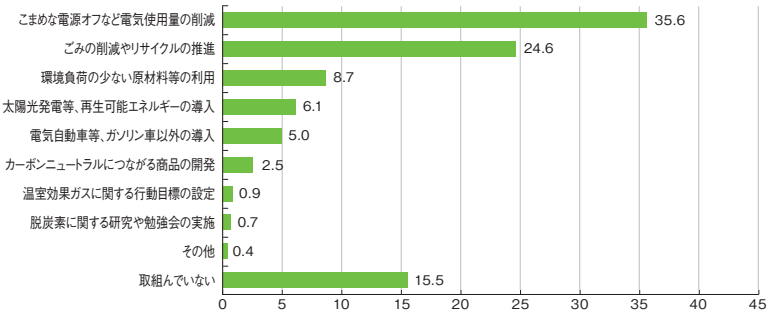
SDGs取組みの印象（%）



4 SDGsの取組みの一つとして、カーボンニュートラル（温室効果ガスの排出量の削減ならびに吸収作用の保全及び強化）に関する取組みがありますが、取組まれている施策は何ですか。

カーボンニュートラルに関する取組みについては、「こまめな電源オフなど電気使用量の削減」が35・6％、「ごみの削減やリサイクルの推進」が24・6％となりました。一方、「取組んでいない」との回答は15・5％にとどまり、多くの企業でカーボンニュートラルに関する何らかの取組みを行っているようです。

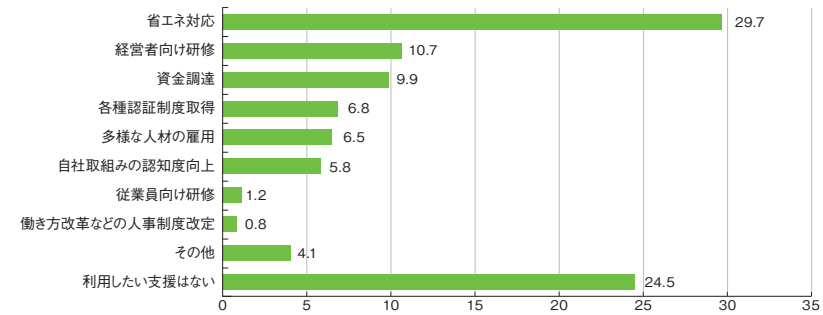
カーボンニュートラルの取組み（%）



5 SDGsについて、外部機関（公的、民間問わず。）からどのようなサポートを期待しますか。

SDGsについて外部機関に期待するサポートについては、「省エネ対応」が29・7％、「経営者向け研修」が10・7％となりました。一方、「利用したい支援はない」との回答は24・5％にとどまり、多くの企業でSDGsについて外部機関から何らかのサポートを期待しているようです。

外部機関からのサポートへの期待（%）



Special Investigation 2

「来春の採用計画」について

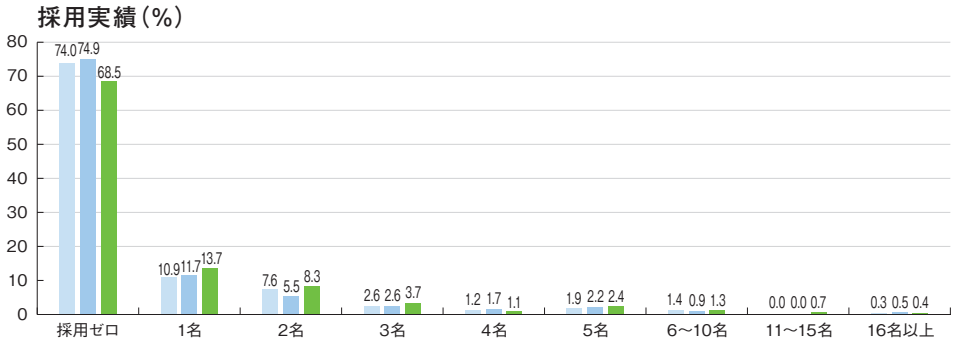
各グラフの凡例 ― 2020年 2021年 2022年

調査先数 950社
有効回答数 649社
調査日 2022年8月

1 今春の採用人員は何名ですか？

― 「採用ゼロ」が減少 ―

「採用ゼロ」の企業は、今年は68・5％で昨年調査から6・4ポイント減少しました。依然として採用ゼロの企業が6割以上を占め、厳しい状況が続いています。

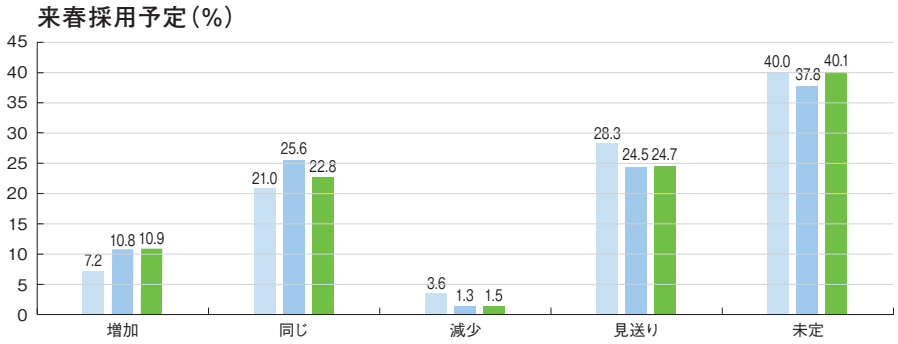


2 今春に比べて、来春の採用人員は？

― 採用する企業が減少 ―

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・3ポイント増加し、40・1％となりました。

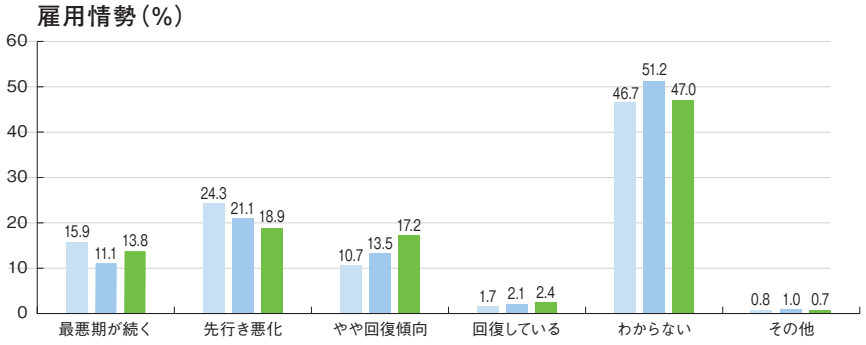
一方、採用するとした「増加」、「同じ」、「減少」の合計は35・2％で、昨年調査から2・5ポイント減少となりました。



3 雇用情勢の動きは？

― 若干の改善傾向に ―

「最悪期が続く」と「まだ先行き悪化する」の合計は32・7％で、昨年調査より0・5ポイント増加に対し、「やや回復傾向」と「回復している」の合計は19・6％で、昨年調査より4・0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47・0％で昨年調査より4・2ポイント減少しています。

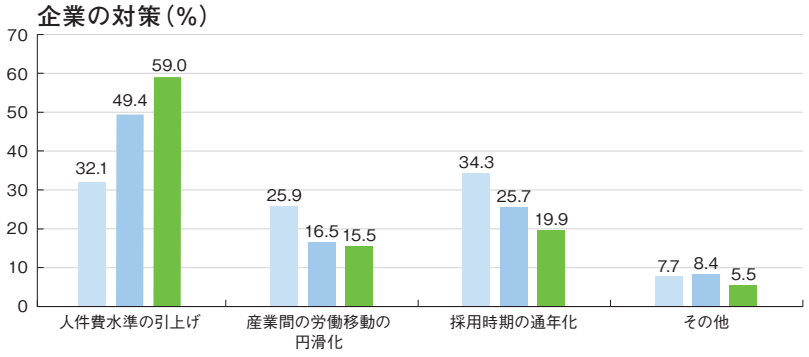


4 今後雇用対策として必要なことは？

企業として

― 「人件費水準の引上げ」がトップとなる ―

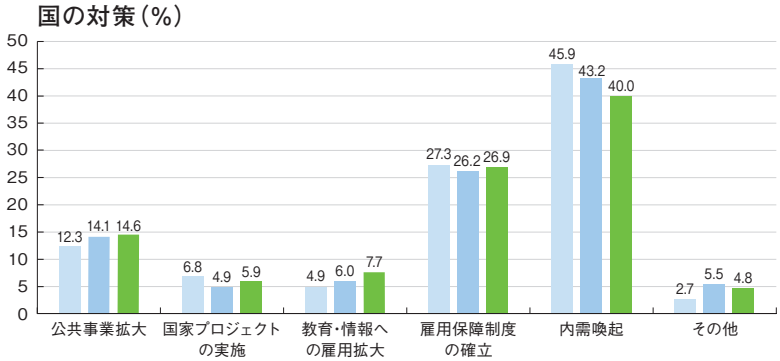
雇用対策として最も高い割合を占めたのは、「人件費水準の引上げ」で、昨年調査より9・6ポイント増加し、59・0％となりました。次いで「採用時期の通年化」が昨年調査より5・8ポイント減少の19・9％、「産業間の労働移動の円滑化」が昨年調査より1・0ポイント減少の15・5％となりました。



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3・2ポイント減少したものの40・0％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0・7ポイント増加し26・9％となりました。一方、「公共事業拡大」は昨年調査より0・5ポイント増加し14・6％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・7ポイント増加し7・7％となっています。



みなさまに支えていただき

創刊150号

1992年4月に創刊号を発行してから30年、
当金庫と地域の今を映し続けて『ANONA』は歩んでまいりました。
これまで取材にご協力くださった取引先のみなさまをはじめ、
150号を支えていただいた全ての方々に感謝申し上げます。

これからも、お客さまのそばに。

| 発行 | 2022.11
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

ミックス
紙 | 責任ある森林管理を支えています
FSC® C022337

VEGETABLE OIL INK
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。