

人Nana

たのしみ

中信ビジネス情報誌

2023 Vol.151
Business information magazine

特集 [伝統工芸を継ぐ]

株式会社 牧野漆工芸

塗り重ねる漆が、
歴史を紡ぐ。

〔経営者列伝〕

技と知恵とを巡らせて
京料理をより豊穡な文化に
株式会社 瓢亭

〔この企業にこの技あり〕

使い込むほどに「古美でいく」
ものづくりの神髄
京都炭山朝倉木工

〔景気動向調査〕

塗り重ねる漆が、 歴史を紡ぐ。

特集「伝統工芸を継ぐ」

株式会社牧野漆工芸

刷毛を持って木に向き合うと

そこは静寂に包まれる。

漆工芸の「下地塗り」の現場だ。

木に漆を塗っては砥の粉と水で研ぐ。

繰り返しすることで表面は美しく光を放ち、

かつ丈夫なものになる。

そうして重ねた漆の分だけ、

朽ちることなく在り続ける。

京都府宇治市にある「株式会社牧野漆工芸」。

寺社の柱や仏壇・仏具の新調・修復を中心とする京仏具の塗師たちが、牧野家親子三代を含めて7人集まっている。「漆工芸」というと表面の光沢や金箔の輝きを思い浮かべる人も多いかもしれないが、出来を左右しているのは、その前に施す「下地塗り」の工程だ。手作業でする職人が減っていく、技術の消滅が危惧されているからこそ、牧野家の仕事の価値は高い。代表取締役社長の牧野俊之さんは言う。

「この世界は分業制。僕らは後に恥じない仕事をすることが大事です。下手な下地塗りをすると、後の職人さんがどれだけ頑張っても良い商品にはなりません」

家訓として掲げられているわけではないが、四代にわたる塗師の家には、確かな技術と心が受け継がれている。

Special Feature
Traditional arts and crafts



北山杉に下地塗りをする俊之さん。
あえて木の自然な凹凸を残すこともある。



初代 牧野 新吉氏

1915年生まれ。塗師として約65年勤め上げた。
生涯職人であり続けたという。

二代目から四代目、 それぞれの歩みで塗師の道へ。

会社の歴史は1985年に独立した
代表取締役会長の新一さんから始まるが、
「塗師・牧野家」としてはその父・新吉氏に
始まる。職人として会社勤めをする初代の
姿を見て二代目・新一さんは育った。

「手は漆で真っ黒け、朝は早いし夜も遅い。継ぐこと
は考えていなかったですね」と述懐する。だから
高校卒業後はずっと別業界でサラリーマンをして
いたが、貴重な技術を受け継ぐことの意義を
感じて35歳で退職し、塗師の道へ進んだ。もちろん
伝統工芸の世界ではだいぶ遅いスタートだ。

四代目 牧野 昂太氏

1997年生まれ。美容師専門学校に
進んだが、その道にきっぱり別れを告げ、
元々描いていた自身のビジョン通り
2020年4月に入社。営業やHP制作
など、牧野漆工芸の発信役を務め
ている。チーフマネージャー。

二代目 伝統工芸士 牧野 新一氏

1948年生まれ。35歳のときに塗師を目指そ
うと会社員を辞めて職人に弟子入り、2年
後に独立して「株式会社牧野漆工芸」を
創業。父・新吉氏とともに、鹿苑寺金閣
の「昭和の大修復」に携わった経験を
持つ。代表取締役会長。

三代目 牧野 俊之氏

1973年生まれ。高校卒業後、別
業界で勤めた後に19歳で家業に
入る。以来30年あまり職人として
最前線に立つ。代表取締役社長。

当時小学生だった三代目・俊之さんにとつて
は「サラリーマンの子だと思っていたら、突然親父
が作業着を着て木に漆塗っているんですよ。遅く
までやっていましたし、全然いいイメージなんてな
かった」そうだ。しかし、継ぐなら早いほうがいいと
考えていたため、2年ほど別業界で働いた後に
弱冠19歳で家業に入った。「今思えば、若いとき
にもう少し遊んでおけば良かったですね」と笑う。
そして、四代目・昂太さん。その経歴は少し変
わっている。高校生のときには家業を継ぐと決意
したが、それまでに自分のしたい他のことをする
ために美容師専門学校に進学している。未練を残
すまいと、期限を決めてきつちりと美容の世界に
打ち込んでから家に戻ったという。覚悟の入社だ。
20代も含めて三代の職人が現役で活躍して
いるのはかなり珍しい。3人がそれぞれの回り道

をしながら、最終的には先代の塗師を継ぐこと
を選んだ。「継いで良かったと思いますよ」と話す
新一さんの姿は、どこか嬉しそうに見える。

多くの伝統工芸で「この先が苦しい」と言われる。
漆塗りもご多分に漏れず、ウレタンやカシューで
作る安価な人工漆に押され気味な現状だ。コロナ
禍もあって寄附金を集めるのが難しくなった
お寺からすれば、住職や檀家によほどの想いが
ない限り、補修においても人工漆が選ばれると
いう現実がある。しかし、長い目で見れば、漆の
木から取る天然漆の方が安い。なぜか。

「塗ってすぐのときは、塗師が見ても出来栄えの
違いが分からないほどですが、50年、60年と経った
ときに違いが出てきます。仏具の修復で現場を
訪れたときによく感じます。天然漆であれば
古くなってもボロくはなりません」

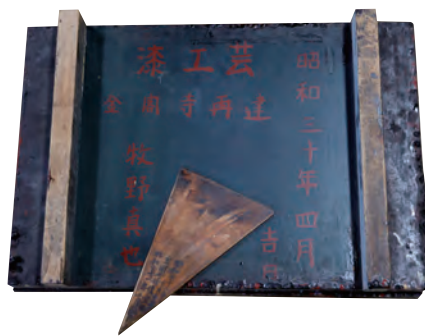
俊之さんは自信を持って話す。天然漆は、ラッカーゼ
と呼ばれる酢素の働きで時間をかけて均質に
硬化し丈夫な塗膜を作るため、人工漆にはない
持ちの良さ、そして味わいがある。牧野漆工芸が
天然漆だけを使い続ける理由だ。



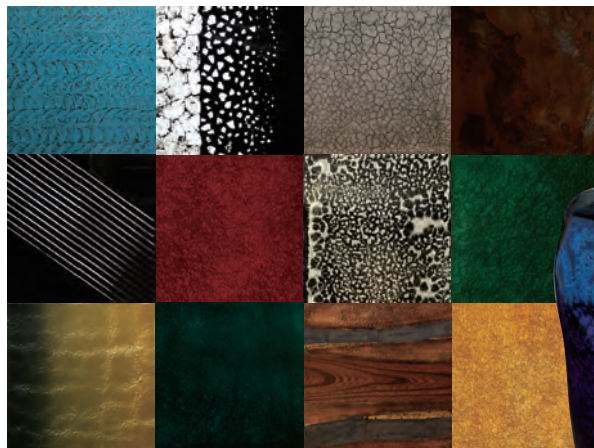
漆工芸の工程を1枚の
長い木板で表現しており、
上半分が下地塗りの工程。
最終的には、はがき1枚分
ほどの厚さの層になる。



(右) 金閣再建時に使用していた定盤と木べら。

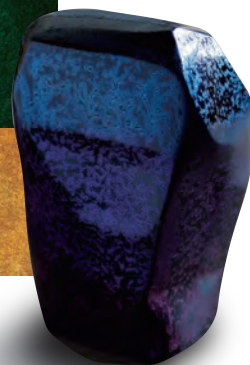


(左) スプレーで下地塗りをすることもある。一気に厚くかけずに同じ場所に薄く数回に分けて重ね塗りをしていくにも技術が必要だ。



(上) 漆塗りのサンプルいろいろ。きれいすぎないデザインが特に海外で受けているという。

(右) 段ボールに漆塗りをした作ったオブジェ。



漆の枠組みを越えることが、
これからの漆工芸が生き残るカギになる。

2020年4月に昂太さんが入社して以来、牧野漆工芸は営業活動にも力を入れるようになった。「美容師という人に見せる仕事をしていたので、発信することの大切さはよく感じていました。けれどもここに帰ってくるとホームページもSNSもない。この状況はまずいなど。待っているだけでは新しい仕事は来ませんし、漆の魅力を外に伝えていかなければと思いました」

これまでほぼ仏具・筋で名を上げてきた牧野家が、昂太さんを先頭に未知の領域へ踏み出した。同年8月、京都中央信用金庫が展開する建築・インテリア商材開発事業「I O K (Inspiration Of Kyoto)」に参画。その後の展示会への出展は、新規案件の受注やデザイナーとのコラボレーションの足がかりになった。東京にある商業ビルの最上階住居に漆塗りの家具を納入したり、フランスのデザイナーとのコラボレーションで卵殻を使った漆塗りの花器を作ったり。さらには、段ボールやプラスチックといった木以外の素材にも漆塗りをするなど、実用の枠を越えた芸術性のある商品にも挑戦している。

こうした商品を仏具以外の世界に持つていくと反応は良いそうだ。それが業界にとつての明るい希望だと、昂太さんは言う。



卵殻を使った漆塗りの花器「Flower base」において、漆は接着剤の役割を果たしている。

「若い人が専門学校で伝統工芸を学んでも、雇い口がなければ彼らの学んできた技術を生かす場所がなく、いずれは途絶えてしまう。家具やインテリア、さらにはアート。今までにない漆工芸を国内外に広げることができれば、需要が増えて雇用も増やしていけるでしょう。それが業界の未来を切り開きます」

受け継いだ技術を守るために、その技術で今までの漆の範疇を越えていく。カギは現状維持ではなく新たな価値の創造。昂太さんが今の新しい年の年齢になるおよそ半世紀後、そのカギはどんな扉を開くだろう。塗師の下地塗りのように、長い時間をかけてきつと価値を証明するはずだ。



技と知恵とを巡らせて

京料理をより豊穡な文化に

株式会社 瓢亭

代表取締役会長 高橋 英一 氏(左) 代表取締役社長 高橋 義弘 氏(右)



早いもので、和食がユネスコの無形文化遺産に登録されて10年近く。朝がゆや瓢亭玉子でつとに有名な南禅寺畔の瓢亭は、常に日本が世界に誇る伝統文化の先頭を走ってきた。とはいえ、時代は移り変わる。料理そのものだけでなく、座敷での凜とした所作や折々のしつらえあつての和食だが、名の知れた料亭のなかにもテーブル席のみの店が増え、食のあり方さえもボータレス化してきた。そんな現状を押しも押されもせぬ京料理の中心人物はどのような人か。15代当主の高橋義弘氏に話を伺った。



▲疏水が流れ込む庭園を抜けて茶室に向かう間にも、どこか清新な気持ちに。
5つの茶室はいずれも離れ座敷で、もっとも古いものは築400年を数える。

多様な食が交錯する時代は
食べる喜びをも変えた

私どもが南禅寺の境内に茶屋として店を開いて400年以上になります。その間、数えきれないお客さまにごひいきいただき、また育てられてきました。私が当主を引き継いだのは2015年。父もそうでしたが、店を任されることに特別気負いがあつたわけではありません。幼少期から調理人や仲居さんにかわいがられていると、不思議と指図されずともその気になるものです。実際に父から代替わりしても、気持ちに大きな変化はなかったですね。かつて従業員が住み込みで働いていた名残もあつてか、家族的な雲囲気のなかで徐々に当主としての振る舞いが身につくといまでしょうか。祖父の急逝に伴い20代で店を継いだ父と違い、準備期間があつたのも恵まれていました。

ただ、京料理を取り巻く環境は大きく変化したと感じます。まず食文化それ自体が拡大してきている。和食、フレンチ、中華といった垣根があいまいになり、互いにクロスオーバーするのが当たり前の時代です。決して悪いことではありませんが、たとえば「和食出身のシェフが手がけるフレンチ」に散りばめられた創意工夫を理解して食べるのと、そうでないのでは体験の意味がまったく異なります。自分が口に運ぶものの背景が見えれば、食はもっと楽しく豊かなものになります。それは個人の経験や知識に依存しているため、人によって見え方も異なってくるのではないのでしょうか。



▲明治期に入り、料亭に衣替えて間もなく供されるようになった瓢亭玉子。
かつては庭園で飼育した鶏の卵を提供していたという。

京に息づく食文化を知れば
「おいしい」がより色濃く

和食や京料理はとかく伝統という言葉とセットで語られますが、伝統を後世に残せるかは若い世代にかかっています。そこで力を入れてるのが、食育による情報発信。京都市と連携して実施している京料理親子文化体験事業では、小中学生とその保護者を当店にお招きし、茶懐石やその周辺文化について解説したうえで、お食事を楽しんでもいただいています。

丹念に出汁をひき、素材各々の持ち味を

重んじる。繊細な調理工程からして、京料理は食への感受性を育むのに格好の教材です。その一端に触れることは、目の前に出された料理を読み解き、少しでも多くの情報を引き出す習慣にもつながるはず。直感的な「おいしい」「きれい」からもう一歩踏み込んだ価値が見えるようになれば、食生活への意識もおのずと高まると思います。食の喜びを左右するのは写真映えでも星の数でもなく、何より自らの感性ではないでしょうか。

もともと、こうした考えは経営の観点からすれば遠回りかもしれませんが、七五三のお祝いでいらしたお子さまが、今度は我が子の七五三で当店を利用されるケースがあるように、ハレの日に関わる私どもの商売

は長期スパンで物事を考えるのが常。いつもそこにある店、記憶に残る店としての気構えは忘れずにいたいものです。

次の時代に通用する「伝統」を
不易流行の心は受け継がれる

当主を継承してからは新たな取り組みも進めてきました。2018年には約20年ぶりの東京再出店を果たし、首都圏の近郊野菜も盛り込んだ「京料理」をお出ししています。食材の産地以上に重要なのは、瓢亭のフィリターを通していかに京都を感じていただくか。父は「瓢亭の垣根から片足だけひよい

と出す」と冗談めかしつつ、和洋の要素を織り交ぜた献立の数々を考案してきましたが、決して本質は曲げなかった。機内食や贈答品の監修、巣ごもり需要を見越した鯛ラーメンの開発といった新事業にも、同じ精神が息づいています。

このように時代に合わせた変化をいとわないのも、より多くの方に関心を向けていたきたいがゆえ。文化遺産、文化財という冠は、和食文化の維持が難しくなっていることの裏返しでもあり、危機感を覚えます。ですが、私たちには長い歴史の中で培ってきた「コンテンツ」がある。その循環の方法を絶えず模索しながら、もう一段上の文化度を目指したいですね。

京野菜再興に尽力 先代当主は生涯現役

先代当主の英一氏は80年代から90年代にかけて、歴史に埋もれつつあった京野菜の掘り起こしに尽くした人物だ。「当時の野菜は形もきれいで傷もない。ただ、おいしくなかったんです。それに比べて、子どものころに食べた山科の野菜は不揃いだけれどおいしくてね」。童心にもそれと分かる味の記憶が原動力になった。役所や市場関係者に話を持ち込むも当初は空振り続き。

それでもめげず、生産者と連携した講習会やパネルディスカッションで周知を図っていたところ、メディアが盛んに取り上げて火がついた。言わずと知れたブランド野菜が現在の地位を得るまでには、老舗当主の泥臭い努力があったのだ。「生涯包丁を握り続けるのが変わらぬ夢」と語る通り、傘寿を過ぎた今も料理教室や講演で全国を飛び回る。バイタリテイの源泉を問えば「ただ好きなかだけ」。ひょうひょうとした答えのなかにも、確かな気骨が感じられた。



瓢亭 京都本店 / 株式会社 瓢亭

〒606-8437 京都市左京区南禅寺草川町35

TEL:075-771-4116

URL: <http://hyotei.co.jp>

沿革

- 江戸初期 南禅寺境内に門番所を兼ねた腰掛茶屋として庵を結ぶ
- 1837年 料理屋に移行
山縣有朋、品川弥二郎ら有力者が訪れるように
- 1868年 朝がゆの提供を開始
- 1967年 高橋英一が14代当主に就任
- 2013年 高橋英一が京都府無形文化財の保持者に認定
- 2015年 高橋義弘が15代当主に就任
- 2018年 東京ミッドタウン日比谷に日比谷店を開店
高橋英一が旭日小綬章を受章
- 2020年 コロナ禍を受け、クラウドファンディングを活用して鯛ラーメンを開発
- 2022年 京料理技術保存会が発足、高橋英一が会長に就任

この企業の技あり

Vol. 17

京都炭山朝倉木工
KYOTO SUMIYAMA ASAKURA MOKKOU

使い込むほどに
古美ふるみていく
ものづくりの神髄

木の芳しい香りに満たされた工房の中、
一人の職人が椅子の座面と思しき木の板に
鉋をかけている。制作途中にもかかわらず、
その表面は驚くほど滑らかだ。ヤスリで
磨きながら整形しているのだろうか。

「木工品といえばヤスリで表面を整える
イメージが強いかもしれませんが、うちでは
ほぼ使いません。鉋などの刃物で仕上げて
います」と話すのは「京都炭山朝倉木工」の
代表を務める朝倉亨さんだ。刃物で切つて
成形するため木の繊維を乱すことがなく、
故に長持ちするのだという。日本の伝統
技法とモダンデザインを融合し、世代を
超えて使える家具を作る技術とは。

セルフビルドの
工房から生みだされる
唯一無二の手仕事

京都府宇治市炭山。京焼・清水焼の工房が
集まるものづくりの町に「京都炭山朝倉木工」
はある。工房兼自宅兼ショールームという
木造2階建ての住居は、朝倉さんがセルフ
ビルドしたものだ。建てている様子を発信
したところ耳目を集め、工房が完成した時
には何件か注文が入っていたというから、その
経営手腕に感服する。京都の大学で伝統的
な木工芸を学んだ朝倉さんは卒業後、東京の
家具ブランドに就職。8年間勤める中でモダン
デザインの家具製作を経験し、2009年に
この地で自分の工房を開いた。



椅子の座面と脚の接合部。枘を通すための穴を開いており、はめ込んだ後に外側から楔を打ち込むことができる。楔によって外側が広がるため、脚は抜けなくなる。



伝統工芸のクオリティと 量産性を両立する

代表 朝倉 亨 氏

木工芸は、木材のどの部分を使ってどう組み合わせるかという「木取り」で8割が決まるといわれます。時には色合いや木目が異なる木を組み合わせ、一つの「景色をつくる」という感覚です。木の並び方次第でちがうになることもあれば、ユニークなデザインが生まれることもある。木取りも一つの技術といって良いかもしれません。一生飽きがこない家具を作るためには、伝統工芸の一点物のように、商品ではなく作品と呼べるクオリティが必要です。一方で、家具作りを生業としている以上は、量産可能なデザインにもしなければなりません。そのため常に、微調整を繰り返しながらデザインを育てています。

工房をセルフビルドした経験も生かして、今後は建築造作にも注力していく予定です。デザインが限定されやすくバリエーションも少ないキッチンなどの内装も、伝統とモダンを融合したデザインによって深化していきたいと考えています。



色合いが異なる3脚だが、実はすべて栗の木で作っている。栗の木に含まれるタンニンとアンモニアを反応させると古びた色合いになり(写真奥)、タンニンと鉄分を反応させることで漆黒に発色する(写真左)。



京都炭山朝倉木工

〒601-1395

京都府宇治市炭山堂ノ元23-3

TEL : 0774-39-8095



(SHOP) 土日OPEN 12:00~17:00 平日は予約制

「量販店でお手頃な家具が簡単に手に入る時代だからこそ、壊れないことはもちろん、一生飽きがこないデザインを目指しています。その時、伝統を重んじすぎると今の暮らしに合わないものになってしまいますし、モダンな



2019年にオープンした新しいショールーム。テーブルや天板、椅子だけでなく、本棚やキャビネットなども数多く並ぶ。

木のルールが、 デザインを決める

デザインを追求すると年を取ってから『今の自分には合わない』という感覚のズレを生じてしまいます。大学で学んだ伝統的・古典的デザインと、東京の会社で経験したモダンデザイン。二つの要素を融合することで、長くご満足いただける家具が作れるんです」

朝倉さんの工房では、仕上げまで刃物しか用いないのが特徴だが、それだけではない。素材に無垢の木だけを使っているのもこだわりの一つだ。しかし、自然に近い無垢材には吸放湿性があり、湿度によって繊維と垂直方向に約1%伸縮する。家具をデザインする際にはその特性を踏まえ、木材の組み合わせ方を考えていく。当然、強度の高い構造にもしなければならぬため、無垢材を使うことによる



丸みを帯びた部分にも、目を凝らせば鉋の形跡が見て取れる。技術がデザインになっている好例だ。

制約は多い。「木のルールに則って設計する。それが例えば、椅子などには釘を使わず、柄と呼ばれる加工のみで組む、といった技術として表れてくるんです」と朝倉さん。金属を使うことによる木の摩耗を防ぐ構造強度を高めるための技術が、結果的に、量産品にはない



黄蘗(左)と柘栲(右)の仏壇。飾り棚やチェスト、仏壇などの「箱物」をオーダーメイドできるのも、同工房の強みの一つだ。

デザインの一部分になっている。宮大工が建てた神社仏閣や、平安時代に端を発する京指物にも通ずる技術が、そこにはある。『デザインとは、出来上がりの形に関することだけではありません。それがどのように使われ、どのように変化していくのか。新品が一番きれいで、ではなく使い込むことで、古美っていく。私たちの目指す家具の姿です』

調査リポート

2022年12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10.6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10.6ポイント改善の△19.6となり、依然としてマイナス水準にあるものの、地元中小企業の景気感は3期連続の改善となりました。業種別では、製造業（13.5ポイント増加）、卸売業（10.6ポイント増加）、小売業（9.5ポイント増加）、サービス業（18.0ポイント増加）、建設業（3.4ポイント増加）、不動産業（6.1ポイント増加）と全業種で改善となりました。訪日外国人の増加により、観光客は増加傾向にあり、インバウンド需要が回復している中で、小売業やサービス業など一般消費者を対象とする業種の改善が見られました。

業況D.I.の2023年3月期予想は、全業種平均で前期比8.4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、不動産業（6.0ポイント増加）は改善、製造業（7.1ポイント減少）、卸売業（15.7ポイント減少）、小売業（11.1ポイント減少）、サービス業（9.6ポイント減少）、建設業（7.6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16.5ポイント減少の悪化、収益D.I.も全業種平均で11.9ポイント減少の悪化を予想しています。

調査要領

全体	691社		
		(調査時点 2022年11月)	
製造業	240社 (34.7%)	サービス業	84社 (12.2%)
卸売業	103社 (14.9%)	建設業	131社 (19.0%)
小売業	82社 (11.9%)	不動産業	51社 (7.4%)

対象範囲 京都府内、一部の滋賀・大阪・奈良の当庫取引先946社

回答数 691社 回答率 73.0%

分析方法 D.I. (Diffusion Index) による

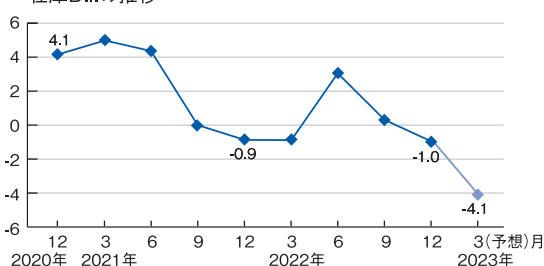
*D.I.=「増加」(増加+やや増加)と回答された企業割合-「減少」(減少+やや減少)と回答された企業割合

今後の見通しについて、新型コロナウイルス感染症の影響は縮小傾向にあり、経済活動は回復基調にありますが、物価の高騰による需要減退、人材不足や人件費の上昇も不安材料として表面化しており、景気は一進一退が継続するものと予想されます。原材料の価格高騰の影響による仕入れコスト上昇に加えて、中国やアメリカなど海外経済の減速による懸念が強まるなど、先行きの不透明感が漂うなか、回復基調をキープできるか、地元の中小企業を取り巻く経済情勢の動向が注目されます。

全業種

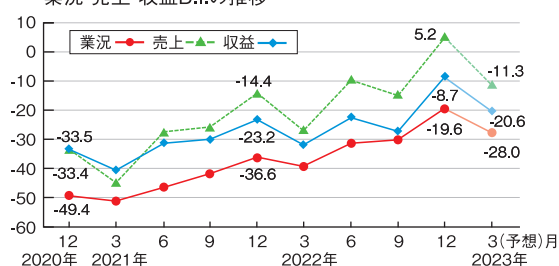
在庫 | 在庫D.I.は下降

在庫D.I.の推移



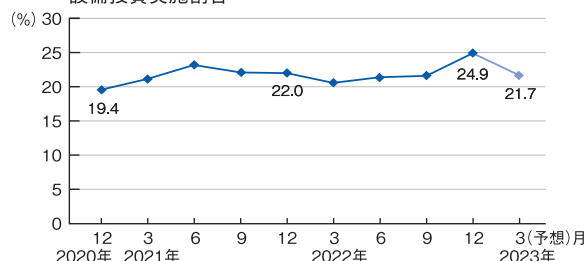
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

業況・売上・収益D.I.の推移



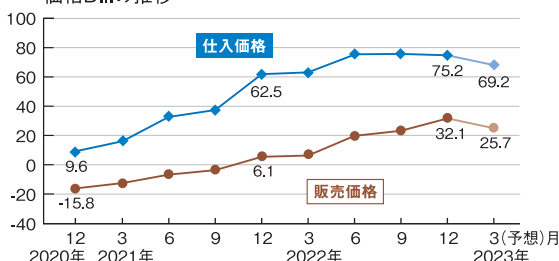
設備投資 | 依然として設備投資には慎重

設備投資実施割合

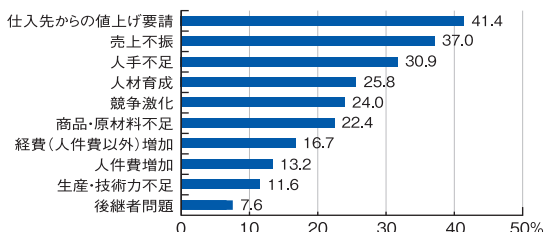


価格 | 販売D.I.は上昇、仕入価格D.I.は下降、乖離幅は縮小

価格D.I.の推移

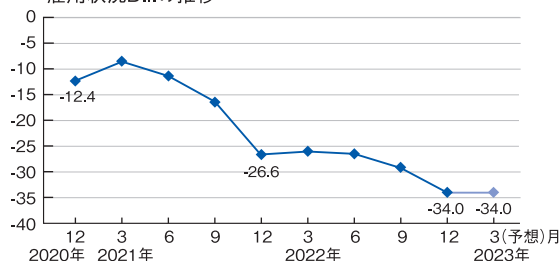


経営上の問題点 | 「仕入先からの値上げ要請」が深刻

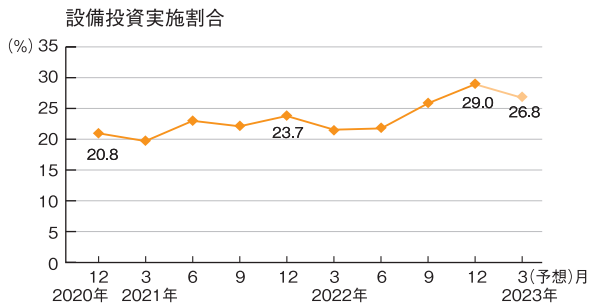


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

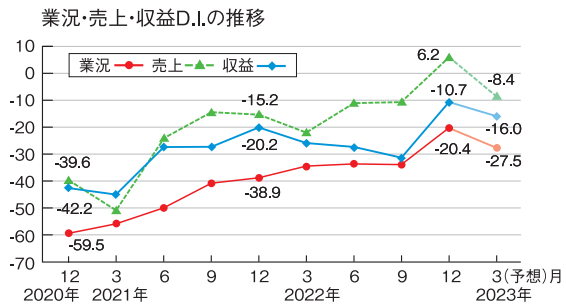
雇用状況D.I.の推移



設備投資 | 依然として設備投資には慎重



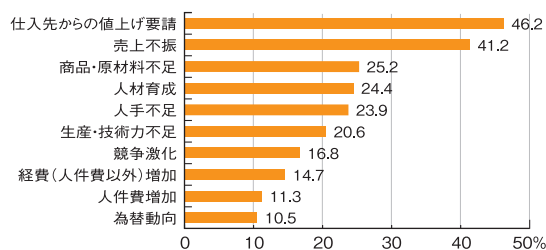
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に改善



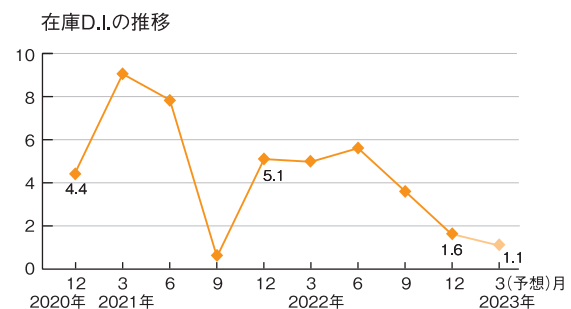
製造業

雇用状況 | 雇用D.I.は下降

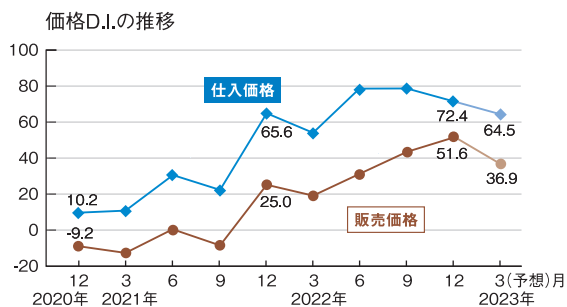
経営上の問題点 | 「仕入先からの値上げ要請」が深刻



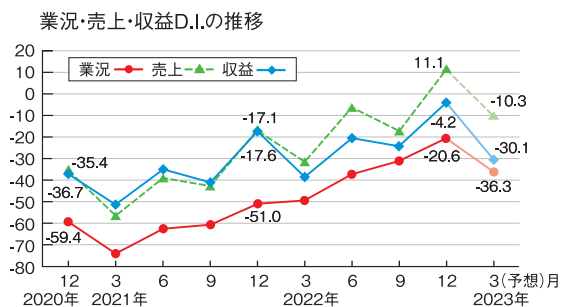
在庫 | 在庫D.I.は下降



価格 | 販売D.I.は上昇、仕入価格D.I.は下降、乖離幅は縮小



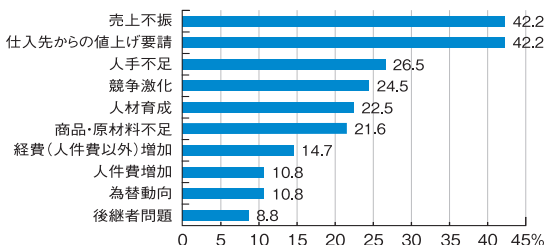
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に改善



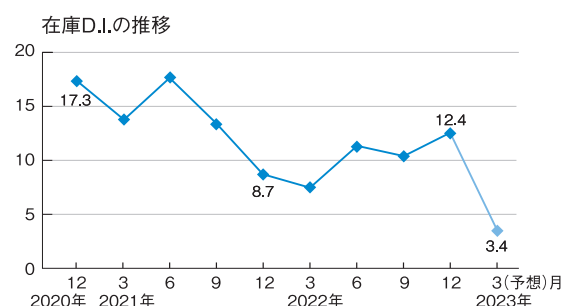
卸売業

雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 「売上不振」、 「仕入先からの値上げ要請」が深刻



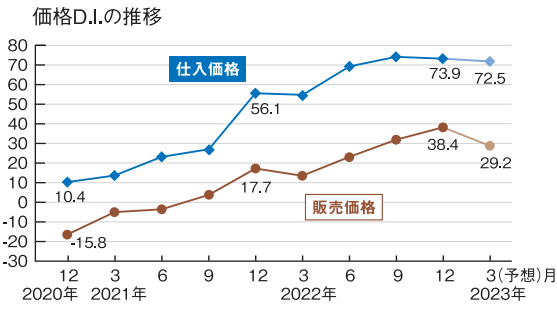
在庫 | 在庫D.I.は上昇



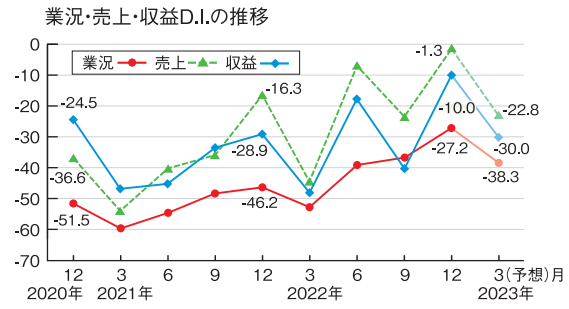


小売業

価格 | 販売価格D.I.は上昇、仕入価格D.I.は横ばい、乖離幅は縮小

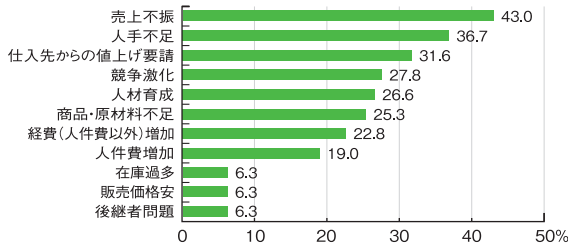


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

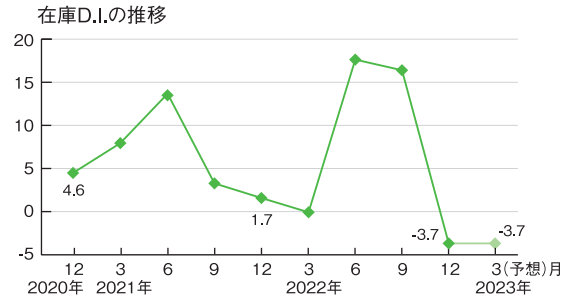


雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

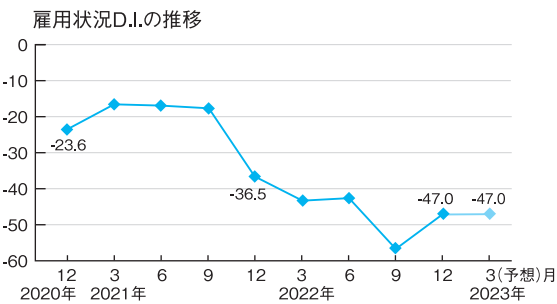
経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



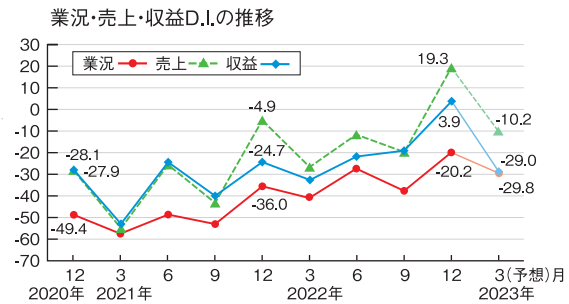
在庫 | 在庫D.I.は大幅に下降



雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

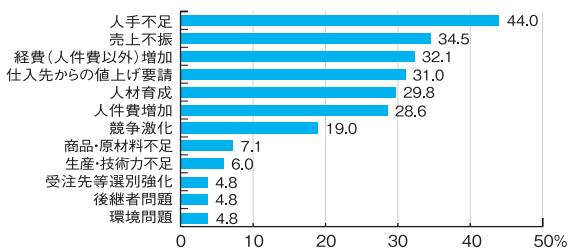


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に改善

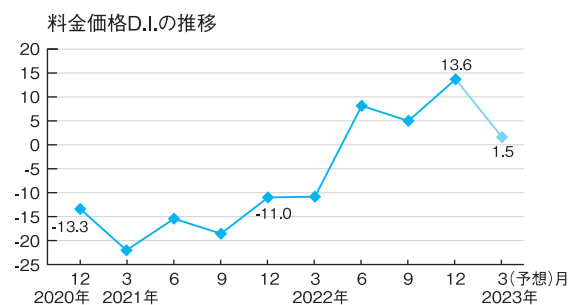


サービス業

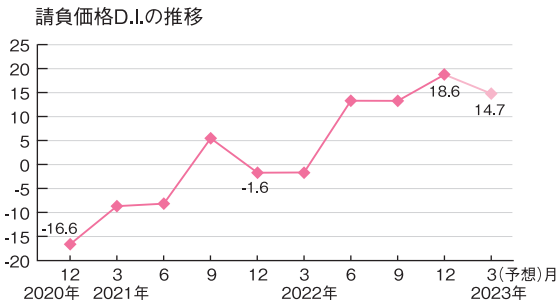
経営上の問題点 | 引き続き「人手不足」が深刻



価格 | 料金価格D.I.は上昇

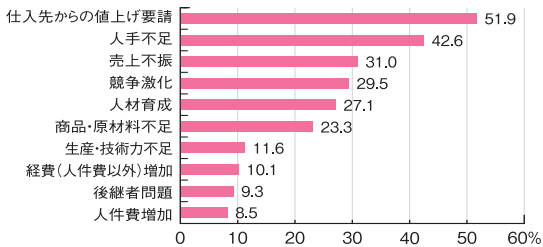


価格 | 請負価格D.I.は上昇

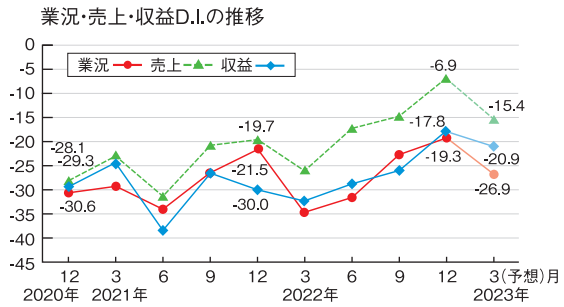


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

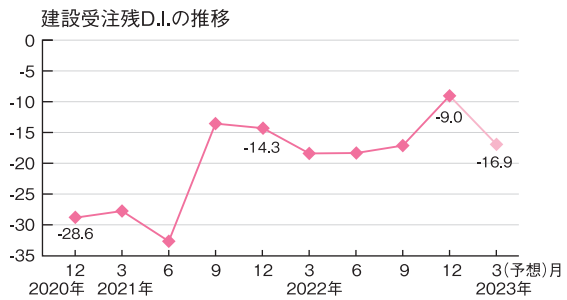
経営上の問題点 | 引き続き「仕入先からの値上げ要請」が深刻



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善



受注残 | 受注残D.I.は上昇



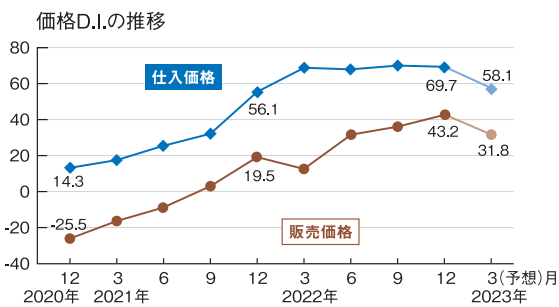
施工高 | 施工高D.I.は上昇

在庫 | 在庫D.I.は上昇

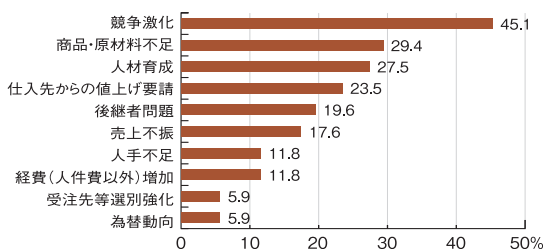


建設業

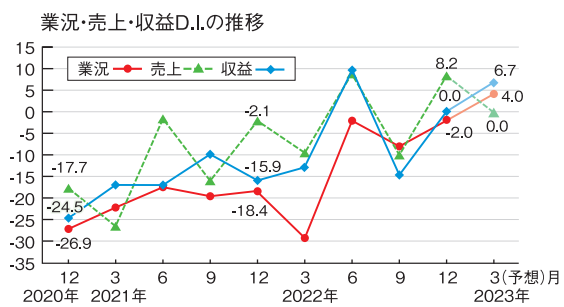
価格 | 販売価格D.I.は上昇、仕入価格D.I.は横ばい、乖離幅は縮小



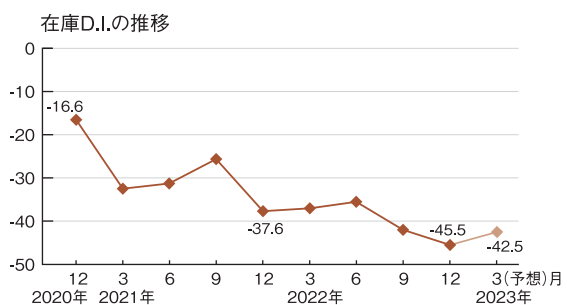
経営上の問題点 | 「競争激化」が深刻



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善



在庫 | 在庫D.I.は下降



不動産業

「2023年の経営見通し」について

各グラフの凡例

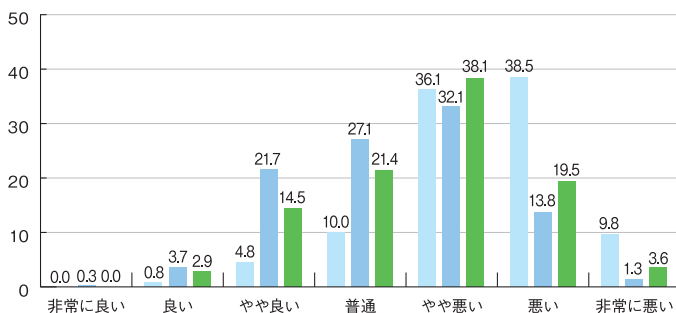
調査先数 946社
有効回答数 691社
調査日 2022年11月

1 2023年の日本の景気をどのように見通していますか？

全体では「やや悪い」が38.1%で1位、「普通」が21.4%で2位、「悪い」が19.5%で3位となりました。

昨年調査との対比で見ると、「非常に良い」「良い」「やや良い」の合計が昨年比8.3ポイント減少の17.4%、「非常に悪い」「悪い」「やや悪い」の合計が昨年比14.0ポイント増加の61.2%と、今期調査では昨年より厳しく見通している企業が増加しています。

2023年の経営見通しについて〈日本の景気〉(%)

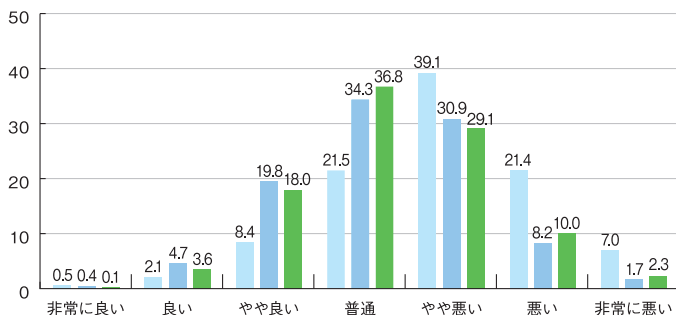


2 2023年の自社の業況景気をどのように見通していますか？

全体では「普通」が36.8%で1位、「やや悪い」が29.1%で2位、「やや良い」が18.0%で3位となりました。

昨年調査との対比で見ると、「非常に良い」「良い」「やや良い」の合計が昨年比3.2ポイント減少の21.7%に対し、「非常に悪い」「悪い」「やや悪い」の合計が昨年比0.6ポイント増加の41.4%と、自社の景気についても同様に昨年より厳しく見通している企業が増加しています。

2023年の経営見通しについて〈自社の業況(景気)〉(%)

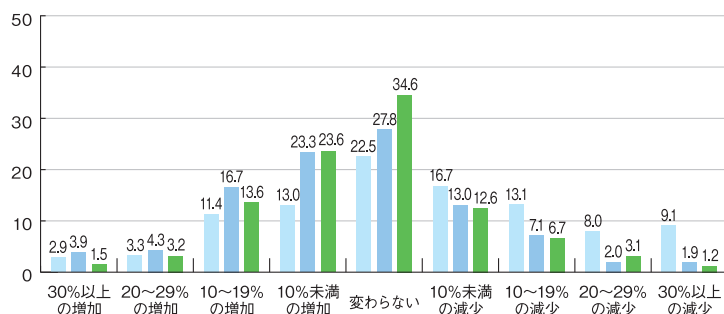


3 2023年において売上額の伸び率は、2022年に比べておおよそどのくらいになると見通していますか？

全体では「変わらない」が34.6%で1位、「10%未満の増加」が23.6%で2位、「10%以上の増加」が13.6%で3位となりました。

「変わらない」「増加」「減少」と大きく3分類すると、全体で「増加」41.9%に対し「減少」は23.6%となりました。前年に比べ「増加」が6.3ポイント減少しており、昨年より厳しく見通している企業が増加しています。

2023年の売上額伸び率について(%)

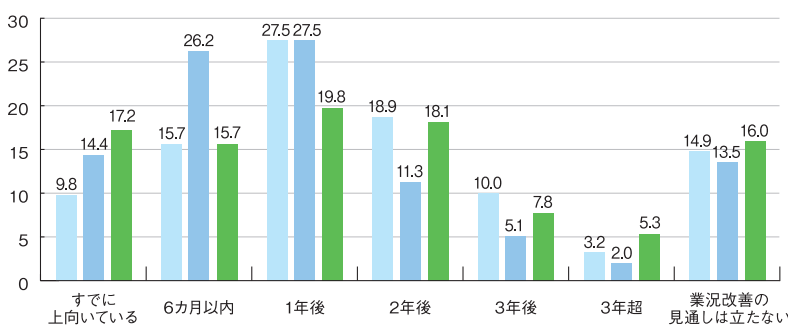


4 自社の業況が上向く転換点をいつ頃になると見通していますか？

全体では「1年後」が19.8%で1位、「2年後」が18.1%で2位、「すでに上向いている」が17.2%で3位となりました。

「すでに上向いている」「1年後」「2年後」が回復している企業が増えている一方で、業況が上向くには2、3年程度要すると思われる企業が増加しています。

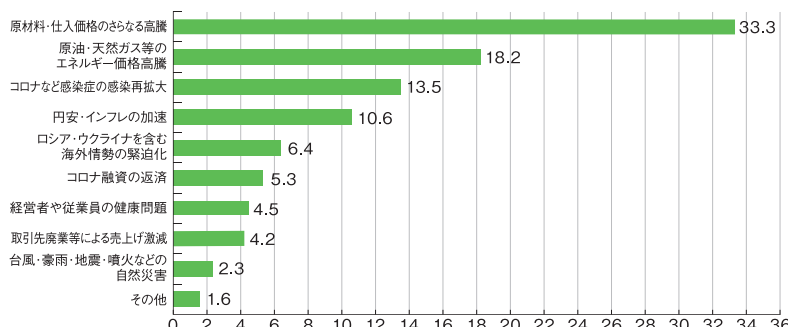
自社の業況が上向く転換点について(%)



5 2023年の事業環境を展望したとき、貴社にとっての経営リスクは何ですか？

2023年の事業環境を展望したときの経営リスクについて、「原材料・仕入価格のさらなる高騰」の回答が33.3%と1番多く、2番目の「原油・天然ガス等のエネルギー価格高騰」が18.2%となり、原材料やエネルギーのさらなる高騰が不安視されています。

2023年の事業環境を展望したときの経営リスクについて(%)



「2022年冬季ボーナス支給予定」について

1 今年の冬季ボーナス支給の有無(予定)について

全体では「支給する」との回答が昨年比3.5ポイント増加し55.0%となりました。一方、「支給なし」は昨年比6.3ポイント減少し21.9%となり、「未定」は昨年比2.8ポイント増加し23.1%となりました。業種別に見ると、「支給する」が昨年比増加したのは、製造業(4.6ポイント増加)卸売業(0.5ポイント増加)小売業(6.6ポイント増加)サービス業(7.2ポイント増加)不動産業(1.2ポイント増加)となりました。一方「支給する」が昨年比減少したのは、建設業のみ(1.8ポイント減少)となりました。

2 支給率は?

全体では「1.1~1.5カ月」が32.7%昨年比1.5ポイント増加で1位、「0.6~1.0カ月」が28.6%昨年比0.2ポイント減少で2位、「1.6~2.0カ月」が14.6%(昨年比0.7ポイント増加で3位)となりました。また、1.6カ月以上の合計が27.0%(昨年比0.1ポイント増加、1カ月以下の合計は40.2%(昨年比1.6ポイント減少)となりました。

3 支給率、対前年比では?

全体では「前年並」が74.2%昨年比2.0ポイント増加、「上回る」が17.6%昨年比1.0ポイント増加、「下回る」が8.2%(昨年比3.0ポイント減少)となりました。業種別に見ても、製造業を除いた業種で「下回る」が昨年比減少しており、支給率については若干明るい見通しの企業が増加しているようです。

4 支給金額は?

支給金額は、「20~30万円未満」が30.9%(昨年比3.7ポイント増加で1位)「30~40万円未満」が19.8%(昨年比2.5ポイント減少)で2位、「10~20万円未満」が17.4%(昨年比4.3ポイント減少)で3位と続いています。業種別においても、全業種で「20~30万円未満」が最も高い割合となっています。

5 支給金額、対前年比では?

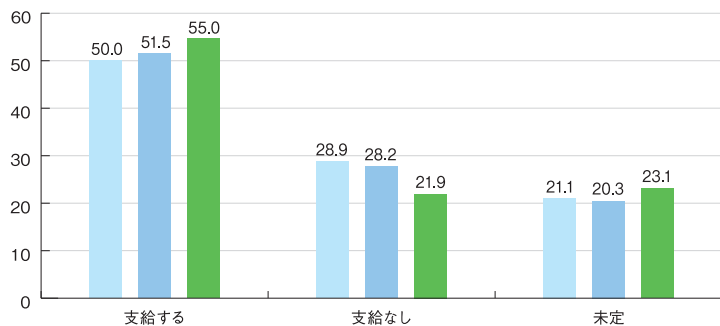
全体では「支給率の対前年比」調査同様、「前年並」が69.1%(前期比2.6ポイント増加、「上回る」が21.5%(前期比0.3ポイント増加、「下回る」が9.3%(前期比3.1ポイント減少)となりました。業種別に見ると、卸売業小売業サービス業、建設業で「上回る」が増加している一方で、製造業、不動産業では「上回る」は減少しており、業種によって差異があります。

各グラフの凡例

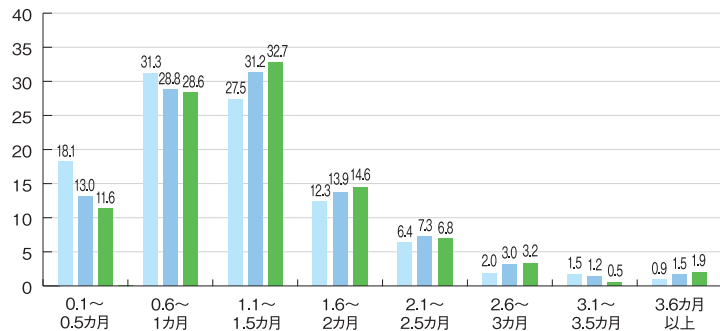
2020年	2021年	2022年
■	■	■

調査先数 946社
有効回答数 691社
調査日 2022年11月

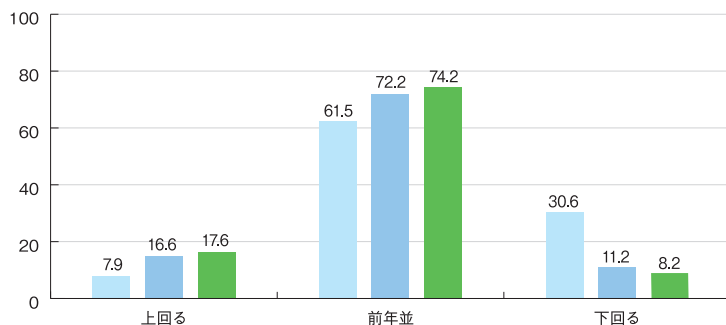
冬季ボーナス支給予定(%)



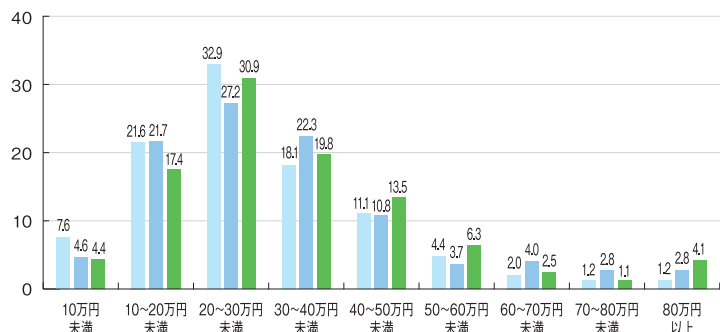
支給率(%)



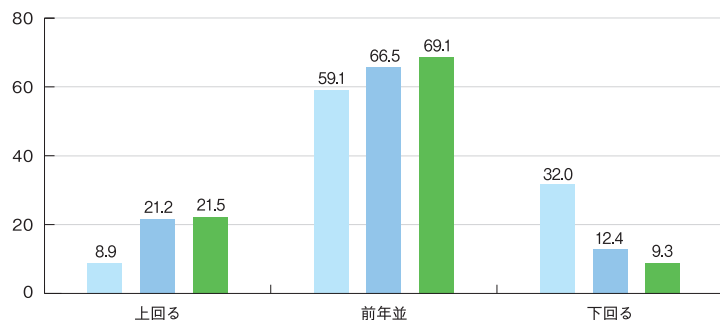
対前年比(支給率)(%)



支給金額(%)



対前年比(金額)(%)





この街で、ともに未来へ。



京都中央信用金庫



発行 | 2023.1

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。