

あなナナ

中信ビジネス情報誌

2024 Vol.155
Business information magazine

特集 [伝統を継ぐ]
京焼・清水焼窯元 楽入



技と、美と。

〔経営者列伝〕

「挑戦するものづくり」で
あらゆるニーズに応え続ける
株式会社名高精工所

〔この企業にこの技あり〕

肉を見極め、加工する
確かな技術と心意気
株式会社Foodでplus

〔景気動向調査〕



昭和34年9月、京都にて二代目吉村
楽入の長男として生まれる。同志社
大学経済学部卒業後、京都市工業
試験場（現：産業技術研究所）、京都
府陶工訓練校を卒業し、父・先代楽入
に師事。平成5年、京都清水焼パリ
展入選出品。平成16年、吉村楽入
を襲名。令和4年「京の名工」に認定さ
れる。京都工芸美術作家協会会員。
（財）京都陶磁器協会理事長。沖縄
県立芸術大学非常勤講師。京都府
陶工高等技術専門校非常勤講師。

技と、美と。

特集「伝統を継ぐ」

京焼・清水焼窯元 萬福堂当主 三代目 吉村楽入氏

Special Feature

Traditional arts and crafts

土を手で捏ね、形を作り、火にくべて焼き締める。
この日本列島では、少なくとも一万数千年前から、
人々はそうやって器を作ってきた。

その中から、ある時、突出した美意識が生まれ、
器は芸術になり、技術は美術に昇華した。

一日に百個を作る修練の果てに

一個の作品を生み出す現代の陶芸家は、

その悠久の歴史を

人生の中に再生しているのではないか。

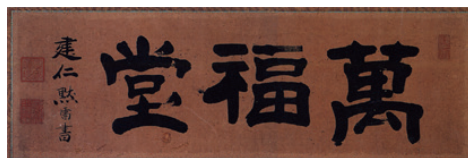
「ちょっと捻ってみましょうか」

吉村さんが、カメラの前で「ひねり成形」の技を披露してくれた。握り拳二三分ほどの陶土の塊が、瞬く間に抹茶盃の形になっていく。が、失礼ながら、そのフォルムはなんだかボツテリしていて、いわゆる楽茶盃の洗練とはほど遠いように見える。

「ここから削っていきます」

削りペラを手にとると、高台（底）から飲み口へ、外側から内側へと、グイグイと削っていく。その手先にはまったくためらいというものが無い。「どうぞ、手に取ってみてください」促されるままに、両手で捧げ持つ。軽い！手に馴染む、というのはこういう感覚なのだろうか、器に触れる手のどこにも違和感がなく、均等にその存在を受け止めている、というか、受け止めさせてもらっている。これで茶道の稽古をしたら、上達したと勘違いするのではないか。

気がつけば、吉村さんが土塊を手にしてからここまで10分も経っていない。この後、素焼き、施釉、そして最重要工程ともいえるべき焼成へと続くわけで、これで完成というわけではないが、それにしても、速い。うつかりするとシャッターチャンス逃してしまう。



「萬福堂」の扁額は、大正年間に建仁寺默雷老師から拝領した。三代目(当代)に代替わりしたことをきっかけに家名とし、「萬福堂楽入」として今日まで続いている。



本物の器とは何か。 作り続け、学び続ける。

「数を作る技術が、職人には必要なのです。一日に百個、ほぼ同じクオリティで作る。その基礎の上に立つて、本当によいものが一個、作れる。私は、そう考えてやってきました」

野球に千本ノックという守備練習がある。科学的・合理的な練習方法が普及した現在では古い根性論と思われるが、

吉村家の歴代が築いてきた窯。木炭を使う穴窯、ガス窯、電気窯と、さまざまな燃料を作品によって使い分ける。

心身ともに追い込まれると、打球に反応して走り、捕球し、送球する一連の動作から無駄が削ぎ落とされ、結果として最も合理的なプレーが身につく(こともある)という。一日に百個作る、という吉村さんの作陶姿勢は、それに一脈通じるところがあるのではないだろうか。



「それだけ注文が来ればいいんですけど、なかなか…」

吉村さんの祖父(初代楽入)が趣味で楽焼を楽しみ、父(二代目楽入)が本格的に茶陶の製造に取り組み始めた時代、とりわけ昭和30〜40年代は茶道ブームの時代であり、街のいたるところに茶道教室が開かれた。稽古用の茶盃の需要が伸び、陶磁器業界も潤って新規参入も増えた。だが、量的拡大が質的低下を招くのは世の常だ。

陶芸家としての吉村さんのスタートは遅かった。同志社大学経済学部を卒業後、京都市工業試験場、京都府陶工訓練校に学び、先代楽入に師事して、本格的に創作活動に入ったのは27歳の時だ。また、20代前半から表千家堀内家入門して茶道を学び、さらに裏千家前家元の次男、故伊住宗晃宗匠の薫陶を受ける機会にも恵まれた。

「紛いものが蔓延る世の中にはしたくない、と父は思っていたようですし、私もその思いは引き継いでいます」

吉村さんは、本物志向の作陶を貫いてきた。「ひねり成形」による自然にできた不均一な造形と、「引き出し焼成」がもたらす艶やかで表情豊かな発色。楽焼の骨法を頑なに守り続ける。



ろくろを使わず、手捻りで自然な歪みを出すのが楽入の骨法。素早く削っていき、最後に高台に印を入れる。





豆皿や置物などの可愛いデザインは、若手女性社員のセンス。社長（楽入さん本人）は、そこには口を出さない。



還元雰囲気の中で真っ赤に焼けた状態から一気に引き出して酸化させ、さらに、すぐに水につけて酸化を止める。そのタイミングによって、独特の「黒」の発色は生まれる。絵付の茶盤は、土から染める楽入のオリジナル。

仕事が生む技術、 技術が生む新しい仕事。

吉村さんの工房では、現在、10名ほどのスタッフが働いている。吉村さん本人は「萬福堂楽入」のブランドで伝統的な赤楽・黒楽を中心に個展活動を展開するほか、スタッフと共同で「楽入」印を押した絵付茶碗を制作。さらに、置物や豆皿などのバラエティに富んだ製品は「楽入窯」の陶印を配して吉村さんの監修の元にスタッフが制作している。

「楽茶盤を一日に百個作るほどの需要がある時代ではありませんが、若い社員たちに腕を磨く機会を与えたい。それで、伝統の枠に留まらないブランド展開をしているというわけです」

吉村さんは、スタッフのことを「弟子」では

なく「社員」と呼ぶ。弟子ならば自分は師匠で、彼らの成長に全人格的に責任を持たなければならぬが、逆に一人前になるまでは下積み、ということになる。それではこの時代、人材確保もままならないだろう、というのが吉村さんの考えだ。「こういう仕事ですから、技術を身につける努力は必要ですが、それはそれとして、普通に働いて普通に暮らしていける環境は必要です」

茶陶以外の分野にも、吉村さんの仕事は広がっている。室内装飾の分野に楽焼の手法を取り入れた「楽タイル」の制作がそれだ。きっかけは6年前、洛北鷹峯にオーブンした高級リゾートホテル「アマン京都」

からのオーダーだった。

「外国人のインテリアデザイナーが、京都の伝統技法で黒い壁を作りたい、というのです。話が来たのは、オープンする10年ほど前。1200mm四方のタイルを五百枚、寸法精度は±5mm、平面率98%という注文でした」

陶器は、焼き締まることによって寸法が変化する。工業製品のような精度を出すのは至難の業だが、そこは千本ノック的な修業を旨とする吉村さんと社員たち、試行錯誤を繰り返して見事にその要望に応えた。アマン京都のロビーは、今、濡れたような黒が輝くタイルが光彩を放っている。さらに現在、今年春、東山にオープン予定の「シックスセンス京都」からの注文を受けて、より大規模な壁面装飾用の楽タイルの制作が進んでいる。「アマン京都」や「シックスセンス京都」は、外国人の視点から京都の魅力を再発見するプロジェクトだ。アフターコロナでインバウンド需要もV字回復を見せている。

「仕事が増えれば、そしてそれに真面目に取り組んでいけば、職人の腕前はいつの間にか上がっていく。私もまだまだ作り続けますよ」

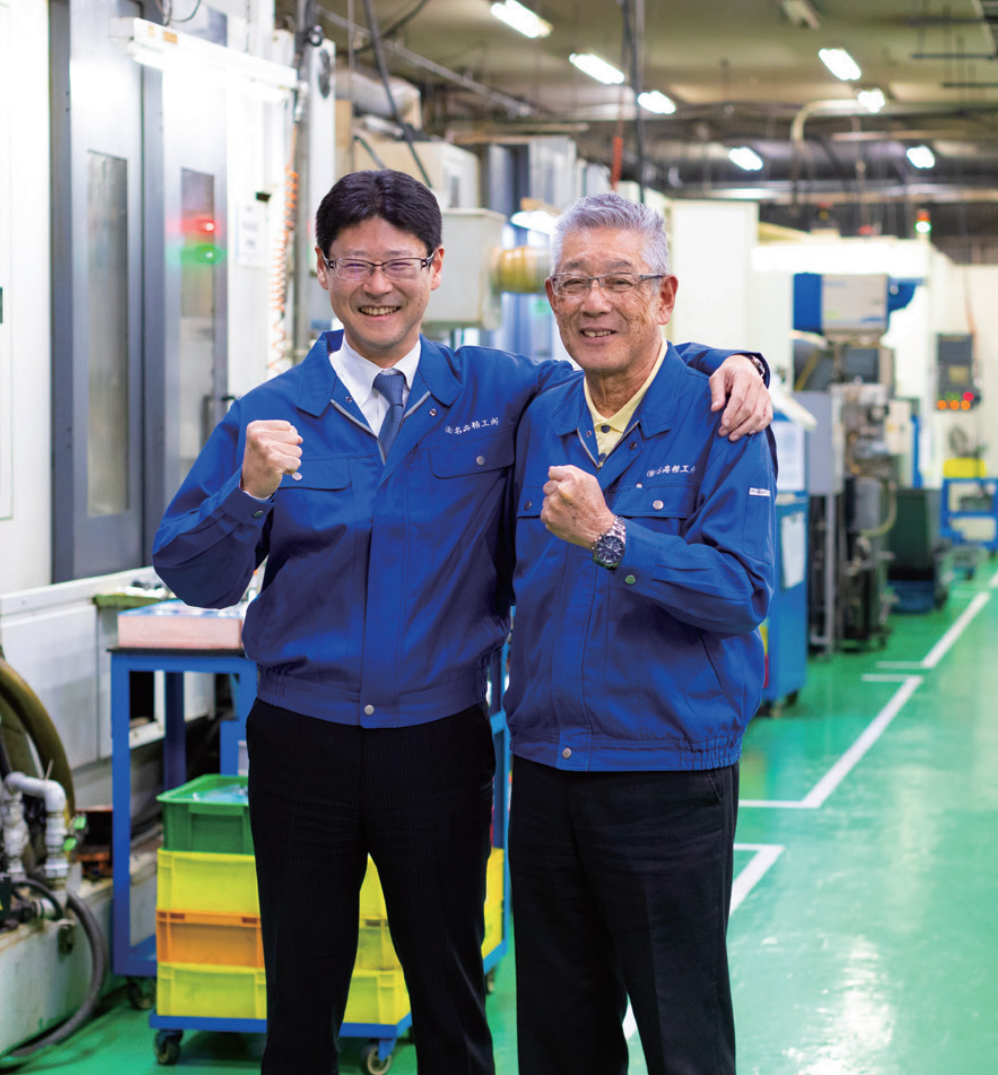
社員たちは吉村さんの仕事ぶりを見て「自分の体、削つてますよね」という。先頭に立つて千本ノックを受け続ける、それが三代目吉村楽入の心意気なのだ。



「挑戦するものづくり」で あらゆるニーズに応え続ける

株式会社名高精工所

代表取締役社長 名高 新悟 氏(左) 代表取締役会長 名高 俊郎 氏(右)



多種多様な材質のあらゆる精密加工に対応するのはもちろん、試作から量産までどのような業務でも、1点から大口までいかなる数量も、そして自動車や航空、医療といった品質要求の厳格な分野までも。決して突出した技術があるわけではない、と代表取締役社長の名高新悟氏は謙遜するが、そのオールマイティさ、総合力の高さ、チャレンジ精神と、それらに裏打ちされた名だたる大企業からの信頼は、確実に名高精工所を唯一無二のサプライヤーたらしめている。

FA化とお客さまとの縁が 成長の礎に

航空機部品の大手製造企業で技術を培った私の祖父が、1954年に伏見区の自宅兼工場で創業し、のちに現在の場所に移転しました。当初は手作業による旋盤加工のみを行っていましたが、8年に父の名高俊郎が社長と



▲伏見区の旧工場の様子。FA化以前は、名高俊郎会長も含め職人たちが旋盤に付きっきりで毎晩遅くまで働いていた。

なつてからは、量産化・事業の多角化を実現するために自動盤を導入。FA化に踏み切ったことで生産量が増えたのはもちろん、従業員はより複雑でクリエイティブな業務に従事できるようになりました。人との縁にも恵まれ、扱う部品の種類や取引先は徐々に増加。知識、技術、経験を積み重ねて、幅広い製品を試作から量産まで一貫して手がけられる高い総合力をお客さまからご評価いただくに至ります。

従業員と共に成長し、 創造してゆく企業を目指す

一方の私はというと、大学卒業後、大手化粧品会社に就職したものの1年で退職し、音楽を仕事にするべくバンド活動に励んでいました。父は何も言いませんでしたが、活動がひと区切りついた頃に色々思うところがあり、28歳で実家に戻ったかたちです。製造業に触れたのもこの時が初めてで、現場の先輩方にはよく怒られましたね。社長就任後、父の方向性を継承しつつもさらに高みを目指すべく、自社を分析して今なすべきことを3点に区分けし、それぞれへの注力を開始しました。まず1点目に「既存事業の改善」。組織運営に関するさまざまなデータを蓄積・分析して、生産効率の最適化を図る当社独自のシステムを構築しており、社内業務の無形資産化と予実管理の実現を目指しています。2点目は「差別化」。競争の激しい機械加工分野で生き残るには、有力なアドバンテージを確立する必要があります。現在売り出し中の「量産最速仕上げ」※1と「アールリーステージ



▲高性能の機械に加え、それらを操る「腕」や品質を確かめる「目」が、名高精工所のクオリティを決定づける。



▲旋盤、マシニング、研磨など各種加工機器を多数揃え、難削材を含め幅広い材質、サイズ、形状に対応する。



▲社内ワークショップの様子。太刀川英輔著「進化思考」をヒントに、本来誰もが持つ、創造性を発揮させる思考法を従業員と共に学ぶ。

「コラボレーション」※2です。この2つのサービス以外にも、当社の総合力を生かす新たなサービスづくりに従業員と共に取り組んでいるのが3点目に挙げる「スモールイノベーション」です。今やイノベーションは企業の存続・成長に欠かせないものですが、私や役員など限られた人間だけでなく、全従業員にまずは小さなものからでも生み出す力を付けてもらいたい。そうした思いから定期的に社内ワークショップを行い、創造性を発揮できる思考法の獲得に努めています。ほかに、経営の方向性や戦略について一般社員もまじえて議論を行う「経営戦略セミナー」や、今後は技術的なセミナーの開催も予定しており、技術と創発の両輪で人づくりに力を入れたい考えです。人の成長なくしては、当然、会社の成長もありません。自分ひとりでなく従業員と全員で成長し、会社をつくり上げていくところに経営者の醍醐味があると感じています。

原点は、あらゆる課題に積極的に取り組む姿勢

当社のモットーは「挑戦するものづくり」。他社が断るような仕事でも、とにかく挑戦してみることが我々の方針です。現在、当社の主力製品となっているターボチャージャーの部品も、最初は他社で敬遠された難削材の切削加工を父が引き受け、挑戦した結果、クオリティ高く仕上げられたことから受注が決まった経緯があります。また同じく父の代の話ですが、お得意先さまから新たに大口ロットの量産を持

ちかけられた際に、まず引き受けてから実現方法を検討し始めた、ということもありました。ちよつど本社隣の広い敷地が建屋付きで空いたため、さっそく機械を入れて無事にご要望にお応えすることができ、今もその工場は休まず稼働し続けています。一見不可能に見えることも、まずはやってみる。そうした挑戦を続け、皆さまに鍛えていただいた結果、今や取引先の数は100〜150社、取扱は約2500アイテムにのぼり、生産拠点も本社付近の第1〜8工場、量産品を扱うタイ工場、そして2021年、22年に相次いで竣工した木津川の2工場と、企業の規模は現在も拡大し続けています。創業から今年で70年。時代の流れと共に、必要とされるアイテムや技術は刻々と変化してきました。どんな時代になろうと、何が求められようと、応えられる会社であり続けるために、これからもあらゆる課題に挑戦してゆきます。



▲高精度な測定機器を複数台導入。随時のサンプル検査が必要な精密部品のワンストップ生産を可能にしている。

沿革

- 1954年 京都市伏見区深草直通橋に名高登が名高精工所創業
- 1969年 株式会社名高精工所設立、翌年宇治市模島町中川原に移転
- 1989年 3階建て新社屋(第2工場)を増設
- 2003年 第3工場、第4工場操業開始
- 2004年 ISO9001:2000認証取得
- 2011年 NADAKA PRECISION(THAILAND)操業開始
- 2015年 第8工場操業開始
- 2019年 三代目代表取締役社長に名高新悟が就任
- 2021年 FACTORY R-1(木津川市加茂町)竣工
- 2022年 FACTORY R-2(木津川市加茂町)竣工

株式会社名高精工所

〒611-0041
京都府宇治市模島町中川原28
TEL:0774-22-6784
URL:<https://nadaka.jp>



この企業に この技あり

Vol.21

株式会社Foodでplus
Food de plus Inc.

肉を見極め、加工する
確かな技術と心意気

モモ、ロース、タンなど、牛肉にはさまざまな部位が存在するが、その種類をどれくらいご存じだろうか。あるいは何種類、実際に食べたことがあるだろうか。京田辺に店を構える焼肉店「七輪焼肉肉屋」では、牛肉が持つあらゆる部位の特徴とその魅力を知ってもらおうべく、黒毛和牛を一頭買いし約70種類を提供している。運営元である「株式会社Foodでplus」の代表取締役・上田孝治さんに、その加工技術と牛肉へのこだわりを聞いた。

良い肉を見極める
目利きの技術

上田さんが仕入れる牛肉は、黒毛和牛といっても「近江牛」や「神戸牛」のようないわゆるブランド牛ではない。「リーズナブルな価格で本物の和牛を提供するためには、ブ

ランド牛は仕入れられないんです。一方で、名前はなくても良い牛を育てている畜産農家さんはたくさんいらっしゃいます。そうした所から、脂の融点が低い高品質な和牛を選ぶことが私の仕事です」。なんと上田さん、真空パックされた状態の牛肉を見るだけで、味はもちろん、どんなエサを食べて育ったかまでおよそ分かるという。その目利きで仕入れた牛肉を加工するわけだが、一頭買いである以上、焼肉に向かない部位も当然出てくる。「肉屋」では、そうした部位を煮込み料理として提供するなど、和牛の魅力を余すところなく伝える工夫を凝らしている。加えて、仲卸業者がバラ売りする手間を省くこともできるため、そちらとも良好な関係を築けているという。

「肉屋」の店舗には精肉店も併設し、家庭用の肉の注文を受け付けたり、特売を実施したりすることで、焼肉利用以外にも多くの人が来店。それが結果的に、焼肉店の



ビジネスは 人々のためにある

代表取締役 上田 孝治 氏

セントラルキッチンでは、包丁の動かし方を動画で分析するなど、加工技術の指導にスポーツ選手のような訓練方法も採り入れています。お客さまに美味しいお肉を食べていただきたい、その一心で取り組んでいることです。また「肉屋」では、公式サポーター制度を導入しています。新メニューの試食会を開いてご意見を伺ったり、サポーター限定の営業日を設けたり…。お客さまに当店のファンになっていただき、共にお店をつくっていきたいと思っています。そのために、今後も加工技術と商品開発力向上に努めてまいります。



縦・横・斜めと細かく隠し包丁を入れることで、肉は驚くほど軟らかくなる。味わいをより良くするための同店の心意気だ。

【株式会社Foodでplus】

〒619-1152

京都府木津川市加茂町里新戸67番地

【七輪焼肉 肉屋 -NIKUYA-】

〒610-0362

京都府京田辺市東東神屋87-11

TEL：0774-62-8940



味は同じでも、
味わいは変わる

おいしく食べてもらうための技術は、目利きや調理法だけではない。上田さん曰く、カットの技術も品質に大きく影響するという。

売上げアップにもつながっている。「工程が複雑化すると負担は増えますが、お客さまにとっては、来る度に新しい発見ができる。飽きない店になるんです」と上田さんは胸を張る。



口に残りやすいのは実は筋ではなく血管。中には髪の毛ほどの太さのものもあるが、全て丁寧に取り除いている。



保存には急速冷凍機を使用。-30℃のアルコールで一気に冷凍することで、肉の繊維を壊さずおいしさを保つことができる。

「残す方が利益は出るけれど、味わいを損なう脂もあるんです。牛ごこ、部位ごとに異なる。一番おいしくなる切り方を見極めてカットするのは、牛肉の選別以上に大切なことかもしれません」。

カットの後も、おいしくするための加工は続く。まずは隠し包丁。肉の繊維を断ち切つて軟らかくするための仕込みだが、「肉屋」では一般的な焼肉店よりも包丁を入れる回数が多い。さらには、口に残りやすい血管も一切れごとに毛抜きで取っているとい

店舗で得たノウハウや声を セントラルキッチンで形に

昨年9月には木津川市にセントラルキッチンを新設し、「肉屋」の仕込みのほとんどを担っている。現状、「肉屋」は1店舗のため、セントラルキッチンはコストになりそうなものだが、同社では仕込みに加え、商品開発を行うことで、利益を上げるセントラルキッチンを実現。ふるさと納税の返礼品にもなっている牛タンや肉みそなどを全てここで製造している。加えて、「肉屋」で培ったノウハウや利用客の声を集約することで、新たなオリジナル

うから、肉への飽くなき熱意に感服する。「肉の味そのものを変えることはできませんが、技術次第で味わいをより良くすることはできます。お客さまに本物の和牛を食べべて驚いてもらいたい。そのための手間は惜しみません」。



肉の仕込みの大部分と、肉以外の食材の加工全てをセントラルキッチンが担うため、作業を効率化でき、店舗では調理や接客などに注力できる。

商品の開発も進めている。将来的にはセントラルキッチン兼店舗として、一般消費者向けの販売も開始する予定だ。「設備を整えたことで仕込み作業の効率が上がった分、加工技術の教育と商品開発に力を入れられるようになりました。ここで地盤を固めて支店を増やし、ゆくゆくは海外にも展開していければと思っています」。お客さまに本物の和牛を届けたい。その心意気こそが、目利きや加工技術以上に大切な、おいしさの秘訣なのかもしれない。

調

査リポート

2023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5.6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5.6ポイント改善の△10.4となり、依然としてマイナス水準にあるものの、地元中小企業の景況感は2四半期ぶりに改善となりました。業種別では、不動産業（3.9ポイント減少）の悪化を除き、製造業（0.2ポイント増加）、卸売業（17.0ポイント増加）、小売業（1.6ポイント増加）、サービス業（2.5ポイント増加）、建設業（15.5ポイント増加）が改善となりました。卸売業については、気温の低下に伴って、冬物の衣料品を中心に売れ行きが増加したことが大幅な改善要因となっています。

業況D.I.の2024年3月期予想は、全業種平均で今期比4.5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、製造業（0.7ポイント増加）、小売業（7.3ポイント増加）は改善、卸売業（13.5ポイント減少）、サービス業（10.1ポイント減少）、建設業（10.1ポイント減少）、不動産業（7.9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15.8ポイント減少の悪化、収益D.I.も全業種平均で11.5ポイント減少の悪化を予想しています。

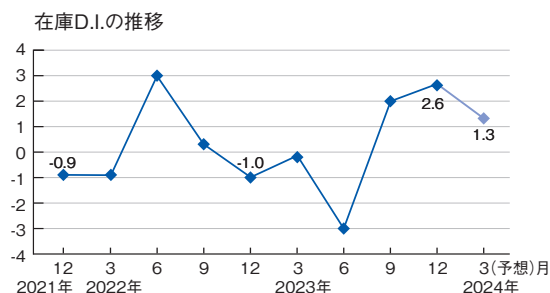
調査要領			
全体	696社	(調査時点 2023年11月)	
製造業	246社 (35.3%)	サービス業	79社 (11.4%)
卸売業	97社 (13.9%)	建設業	139社 (20.0%)
小売業	85社 (12.2%)	不動産業	50社 (7.2%)
対象範囲 京都府内、一部の滋賀・大阪・奈良の当庫取引先922社			
回答数 696社 回答率 75.4%			
分析方法 D.I. (Diffusion Index) による			
*D.I. = 「増加」(増加+やや増加)と回答された企業割合 - 「減少」(減少+やや減少)と回答された企業割合			

かな回復基調が続くことが予想されます。一方で、世界経済は中国経済の停滞や中東情勢の不安定化、ウクライナ戦争の長期化などが懸念材料となっています。

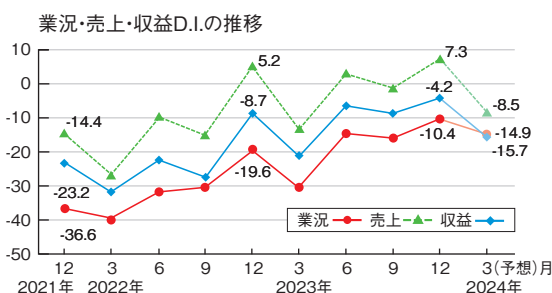
中小・零細企業は、価格転嫁の遅れや人件費増加、円安によるコスト増、エネルギー価格の高騰など厳しい経営環境が続いています。国内外の旅行客増加で宿泊施設や観光関連業界の売上は回復していますが、各業界で深刻な人手不足が続いており、需要の増加に対応出来ず、機会損失となる懸念もあり、先行きの不透明感が漂うなか、回復基調をキープできるか、地元の中小企業を取り巻く経済情勢の動向が注目されます。

全業種

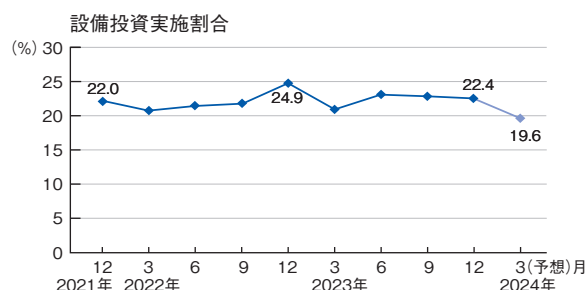
在庫 | 在庫D.I.は上昇



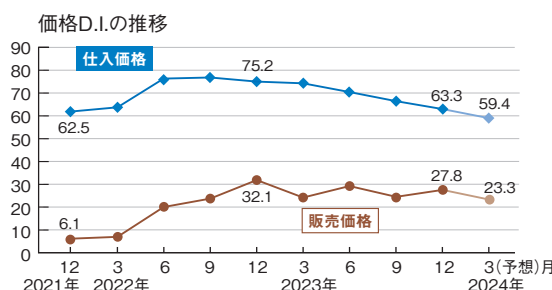
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善



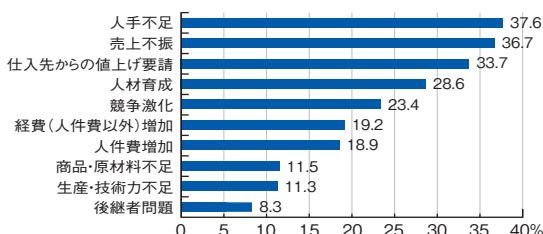
設備投資 | 依然として設備投資には慎重



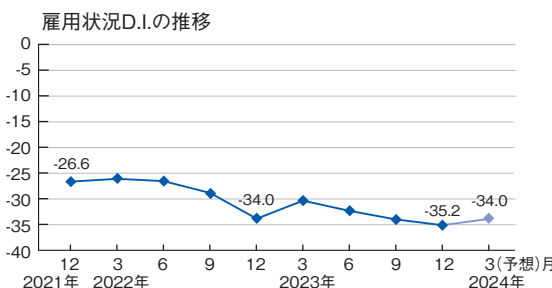
価格 | 販売価格D.I.は上昇、仕入価格D.I.は下降、乖離幅は縮小



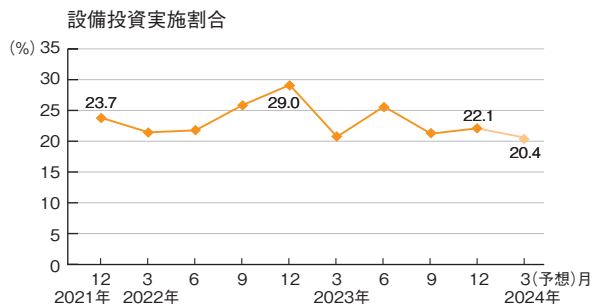
経営上の問題点 | 「人手不足」が深刻



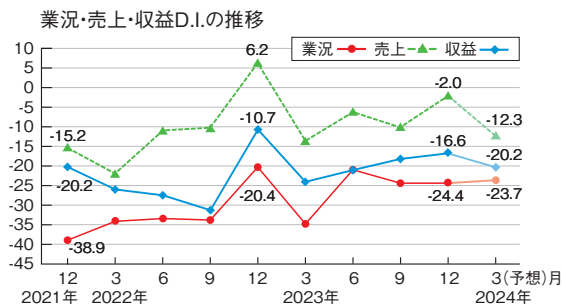
雇用状況 | 雇用D.I.は下降



設備投資 | 依然として設備投資には慎重



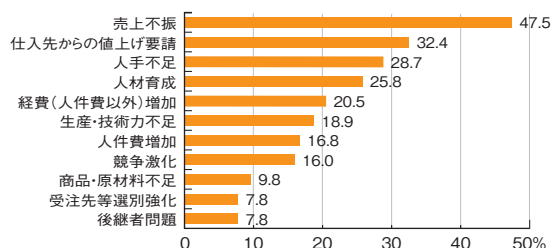
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善



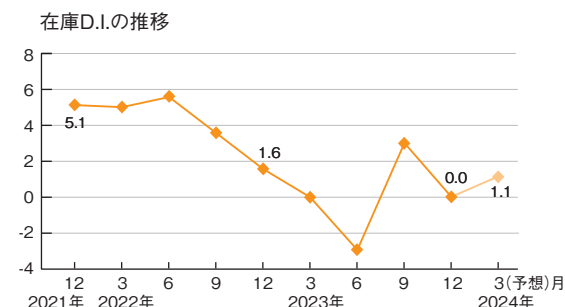
製造業

雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

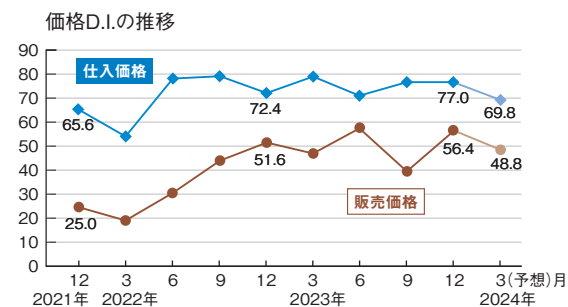
経営上の問題点 | 「売上不振」が深刻



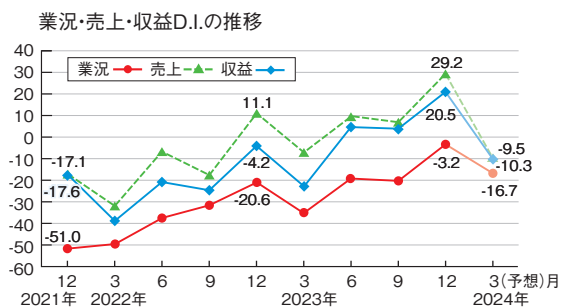
在庫 | 在庫D.I.は下降



価格 | 販売価格・仕入価格D.I.ともに上昇、乖離幅は縮小



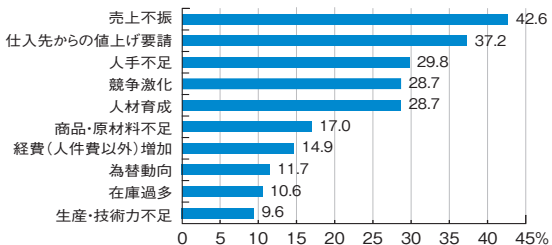
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に改善



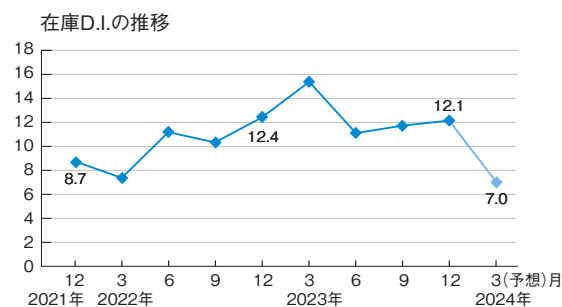
卸売業

雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 「売上不振」が深刻



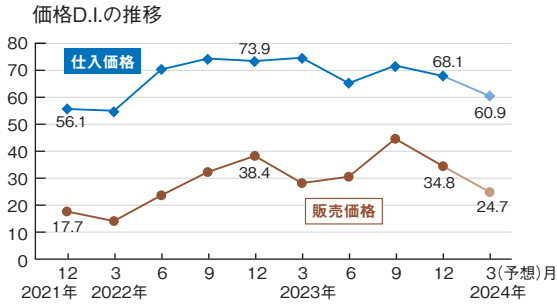
在庫 | 在庫D.I.は上昇



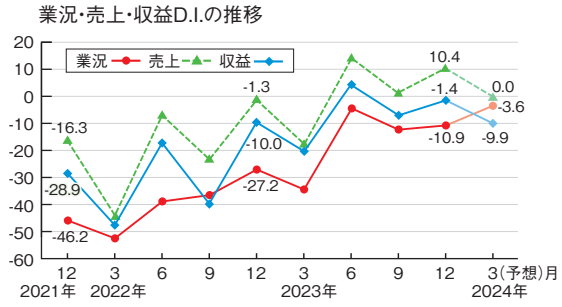


小売業

価格 | 販売価格・仕入価格D.I.ともに下降、乖離幅は拡大

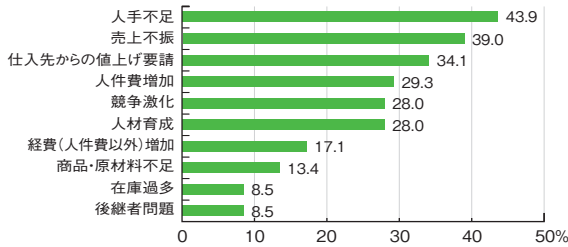


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善

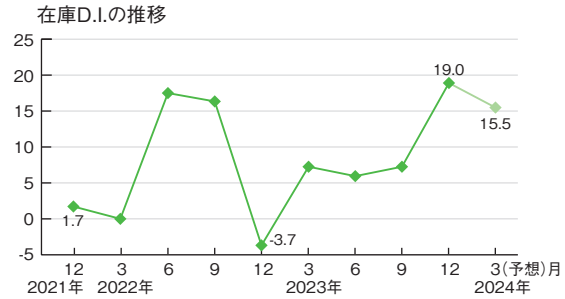


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

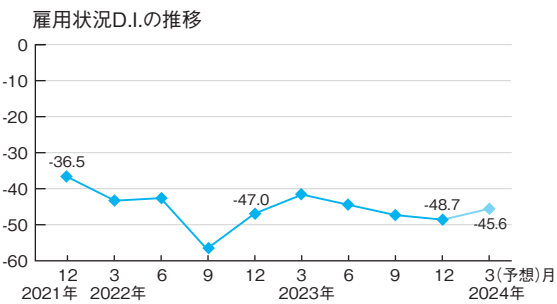
経営上の問題点 | 引き続き「人手不足」が深刻



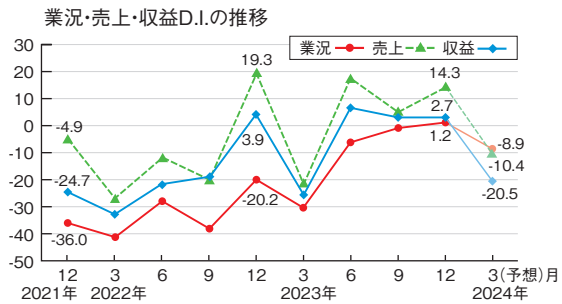
在庫 | 在庫D.I.は大幅に上昇



雇用状況 | 雇用D.I.は下降

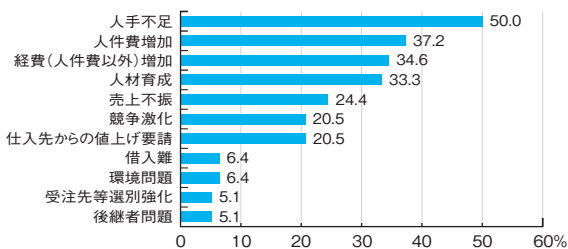


業況 | 業況・売上D.I.は改善、収益D.I.は悪化

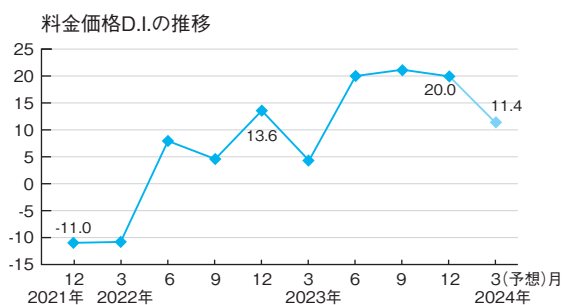


サービス業

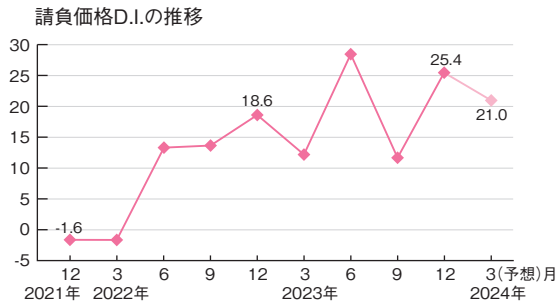
経営上の問題点 | 引き続き「人手不足」が深刻



価格 | 料金価格D.I.は下降

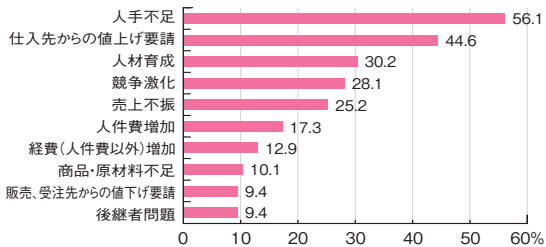


価格 | 請負価格D.I.は大幅に上昇

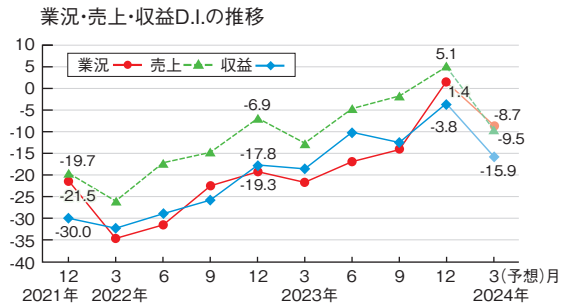


雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

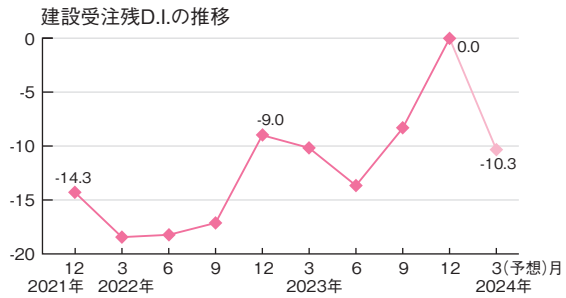
経営上の問題点 | 引き続き「人手不足」が深刻



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



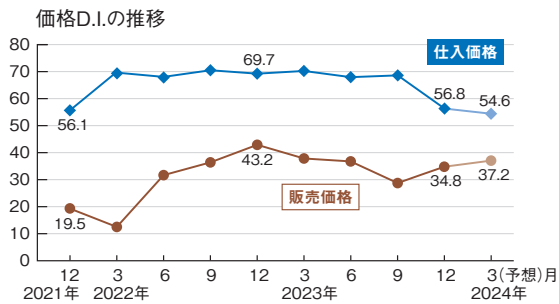
施工高 | 施工高D.I.は大幅に上昇

在庫 | 在庫D.I.は上昇

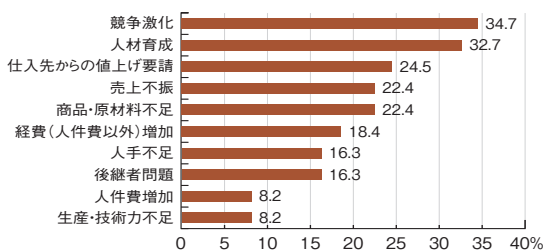


建設業

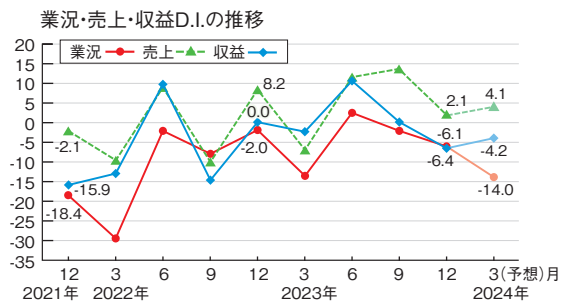
価格 | 販売価格D.I.は上昇、仕入価格D.I.は下降、乖離幅は縮小



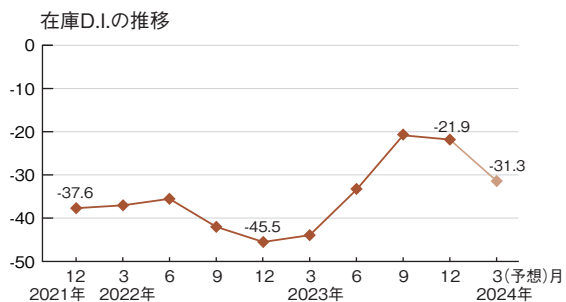
経営上の問題点 | 引き続き「競争激化」が深刻



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて悪化



在庫 | 在庫D.I.は下降



不動産業

「2024年の経営見通し」について

各グラフの凡例



調査先数 922社
有効回答数 696社
調査日 2023年11月

1 2024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30.7%で1位、「普通」が30.4%で2位、「やや良い」が19.0%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6.3ポイント増加の23.7%、「非常に悪い」「悪い」「やや悪い」の合計が昨年比15.3ポイント減少の45.9%と、今期調査では昨年より明るく見通している企業が増加しています。

2 2024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37.7%で1位、「やや悪い」が27.0%で2位、「やや良い」が20.9%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3.9ポイント増加の25.6%に対し、「非常に悪い」「悪い」「やや悪い」の合計が昨年比4.7ポイント減少の36.7%と、今期調査では昨年より明るく見通している企業が増加しています。

3 2024年において売上額の伸び率は、2023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30.7%で1位、「10%未満の増加」が27.3%で2位、「10%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」45.3%に対し「減少」は23.9%となりました。前年に比べ「増加」が3.4ポイント増加しており、昨年より明るく見通している企業が増加しています。

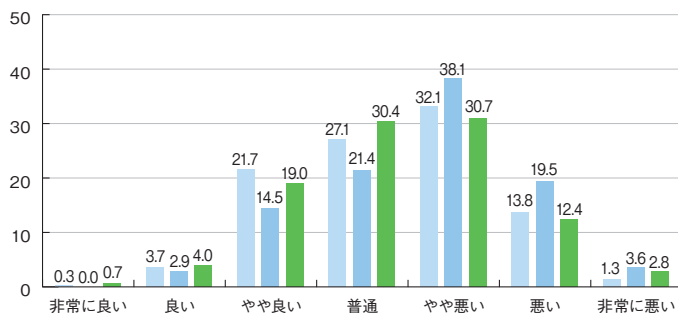
4 自社の業況が上向く転換点をいつ頃になると見通していますか？

全体では「すでに上向いている」が21.8%で1位、「1年後」が21.6%で2位、「6カ月以内」が18.9%で3位となりました。コロナ禍で落ち込んだ業況について、すでに業況が回復している企業が増えており、業況が上向くのに2、3年程度要すると見通している企業は減少しています。

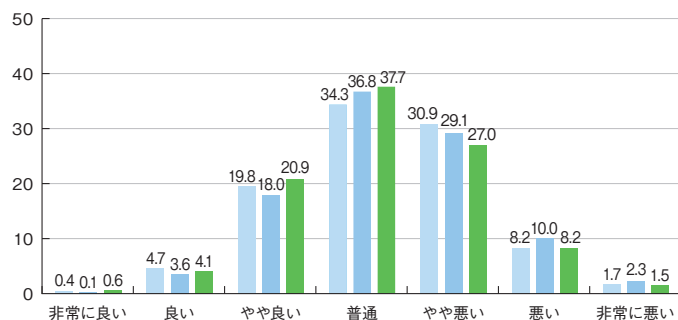
5 近年、販売価格や仕入価格に上昇の傾向がみられますが、2024年を展望したとき、価格面の動向をどのように見通していますか？

販売価格、仕入価格ともに、「緩やかな上昇(10%未満)」が最も多く、全体の5割以上を占めています。販売価格では「変わらない(進退など)」が36.2%に対し、仕入価格では「変わらない(進退など)」の回答は12.6%と乖離が見られます。

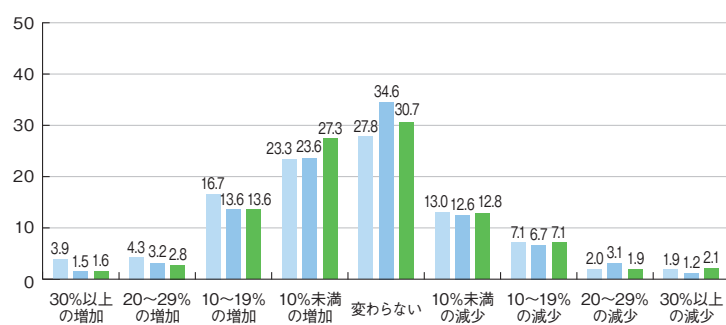
2024年の経営見通しについて〈日本の景気〉(%)



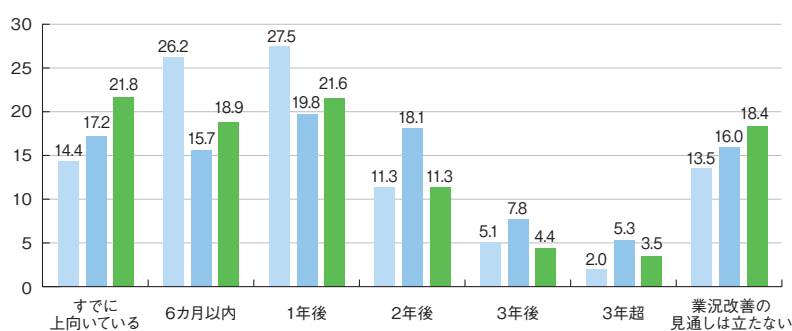
2024年の経営見通しについて〈自社の業況(景気)〉(%)



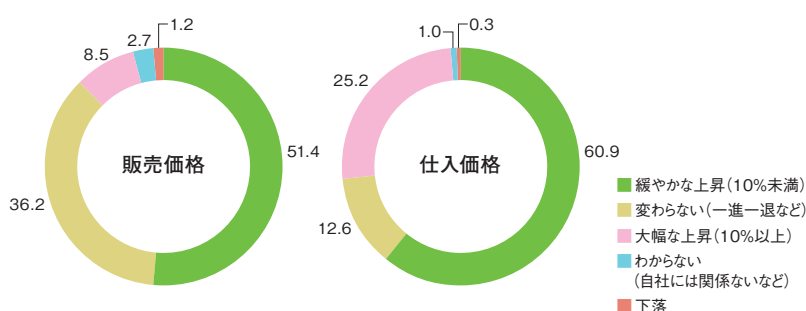
2024年の売上額伸び率について(%)



自社の業況が上向く転換点について(%)



2024年を展望したときの価格面の動向について(%)



「2023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2.7ポイント増加し57.7%となりました。一方、「支給なし」は昨年比2.0ポイント増加し23.9%となり、「未定」は昨年比4.7ポイント減少し18.4%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(5.1ポイント増加)、卸売業5.4ポイント増加、小売業(3.2ポイント増加)、不動産業(9.0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、サービス業(3.6ポイント減少)、建設業(1.7ポイント減少)となりました。

2 支給率は？

全体では「0.6～1.0カ月」が28.8%(昨年比0.2ポイント増加で1位)、「1.1～1.5カ月」が26.1%(昨年比6.6ポイント減少で2位)、「1.6～2.0カ月」が18.4%(昨年比3.8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31.6%(昨年比4.6ポイント増加)、1.6カ月以下の合計は42.4%(昨年比2.2ポイント増加)となりました。

3 支給率、対前年比では？

全体では「前年並」が75.0%(昨年比0.8ポイント増加、「上回る」が17.1%、昨年比0.5ポイント減少)、「下回る」が7.9%(昨年比0.3ポイント減少)となりました。業種別に見ると、製造業、卸売業、不動産業で「上回る」が昨年比増加しています。

4 支給金額は？

支給金額は、「20～30万円未満」が30.5%(昨年比0.4ポイント減少で1位)、「30～40万円未満」が21.0%(昨年比1.2ポイント増加で2位)、「10～20万円未満」が17.8%(昨年比0.4ポイント増加)で3位と続いています。業種別においては、小売業を除いた全業種で「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？

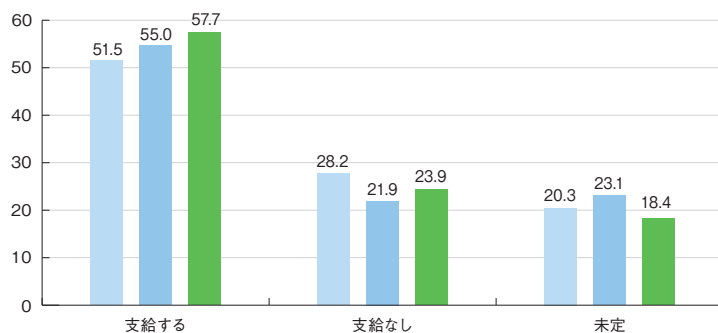
全体では「支給率の対前年比」調査同様、「前年並」が68.1%(前期比1.0ポイント減少)、「上回る」が22.0%(前期比0.5ポイント増加)、「下回る」が9.9%(前期比0.6ポイント増加)となりました。業種別に見ると、製造業、卸売業、不動産業で「上回る」が増加している一方で、小売業、サービス業、建設業では「上回る」は減少しており、業種によって差異が見られます。

各グラフの凡例

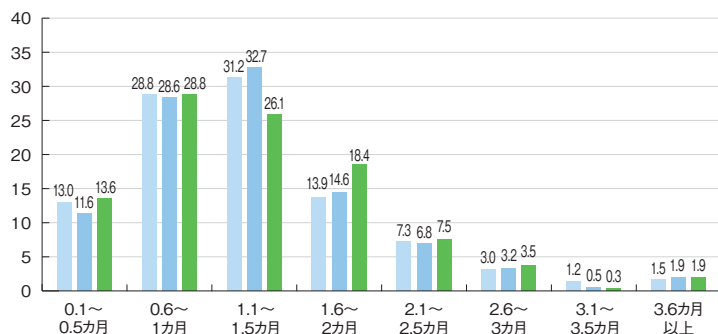
2021年	2022年	2023年
■	■	■

調査先数 922社
有効回答数 696社
調査日 2023年11月

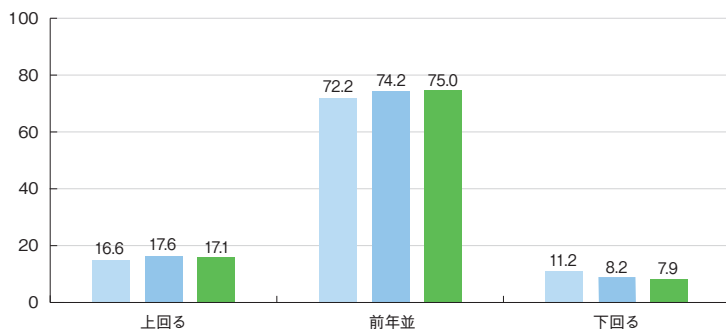
冬季ボーナス支給予定(%)



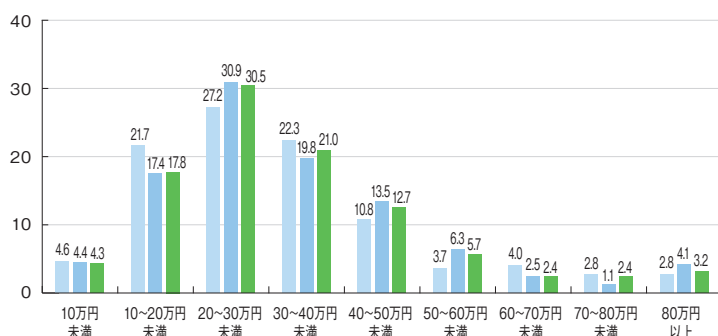
支給率(%)



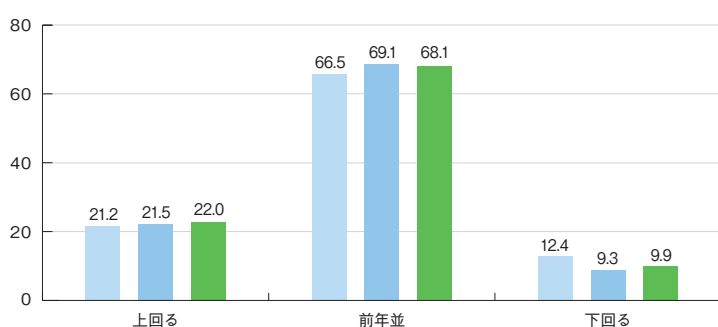
対前年比(支給率)(%)



支給金額(%)



対前年比(金額)(%)



CERAMIC SIGHT

清水六兵衛
8th Kiyomizu Rokubey

2024
2月7日「水」
—
3月15日「金」
入場無料



「シャフトB」2021年 © 米田 敏

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

■お問い合わせは財団事務局 京都中央信用金庫 総合企画部
TEL.075(223)8385 FAX.075(223)2563

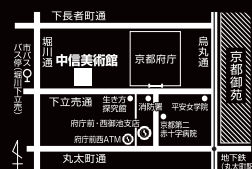
感染症対策(ご来館のお客様へお願い)

・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。・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。

文化庁 京博連 京都へ

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



中信美術館

| 発行 | 2024.2

京都中央信用金庫 総合企画部

〒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

