

中信ビジネス情報誌

人ノモノ

たのしみ

2024 Vol.156
Business information magazine

特集 [伝統を継ぐ]

株式会社 竹定商店

衝天の気。

〔 経営者列伝 〕

土地の注文開発に航空機ビジネス
独創的な事業を続々と展開
株式会社日本マネジメント開発研究所 (JMDシミズ)

〔 この企業にこの技あり 〕

“似合う”と“好き”を両立させ
自分史上最高をサポートする
株式会社caro kyoto

〔 景気動向調査 〕



六代目候補 井上 定治 氏

1983年、京都・太秦に生まれる。大学卒業後、金融機関に6年半勤務。2013年に家業である竹定商店に入社。2015年より竹の未知の可能性を探究するプロジェクト「MICHIKU」を運営。2019年には「竹コミュニティ事業」として放置竹林を再生する取り組みを開始した。

衝天の気。

特集「伝統を継ぐ」 株式会社 竹定商店

Special Feature

Traditional arts and crafts

まっすぐ、上に上に、伸びる竹。

古くから人びとの暮らしに寄り添う植物だ。

竹の幹の部分にあたる桿かたは、

コンクリートをしのぐほどの強さで、

東南アジアでは竹を使った住居が建てられてきた。

しかし、強いのは桿だけではない。

竹の根っこは地下茎と呼ばれ、

曲折しながら地下でつながっている。

そのおかげで、竹林の地盤は強い。

張り巡らされた根っこのおかげで土壌は安定し、

表土が流れるのを食い止めるという。

悩んで迷った過去があるから足場は強くなる。

紆余曲折、寄り道をしながら芽を出し、

天に向かつてまっすぐと伸びていく。

その心意気は、竹定商店の歩みに通じる。

気温が2℃くらい下がった気がする。静けさと、

竹同士が互いを揺らす騒々しさが共存していて、

竹林に来たと実感する。上空を見ると、手を伸

ばすのもいやになるほど遠くに竹の葉。その隙間

から差し込む光に、つい目を細めてしまう。なめ

らかな竹の表面に触れ、一本一本確かめていく

竹定商店六代目の井上定治さん。「育たない

のは日が当たらないからと思われがちですが、

日が当たりすぎてもだめ。恵まれすぎると成

長できないだなんて、人間と一緒にですね」と、

笑う。竹林の整備をするときは外側はなるべく

残し、内側の本数を減らしていく。そうすること

で、いいあんばいに日の当たる竹林を作ること

ができる。

日本では古くから、竹が人間の生活に密接に

関わってきた。扇子や団扇、和傘などの工芸品

の骨組みも印象的だが、京都でよく目にするの

は竹垣や犬矢来などの建材としての竹。清水寺

周辺や祇園の石畳を歩いていると一度は出

くわす京都らしい風景に溶け込んでいる。そう

した工芸品や家庭用品の市場は、縮小傾向に

あるといえる。そんな中、140年以上続く

竹定商店では、竹垣や犬矢来などの伝統を

受け継ぎながらも、常に時代の先を見据え、

新たな可能性を模索し続けている。



※切
 桎割という加工方法。不規則な縦と横が「あみだくじみたいでしょ」と井上さん。たぐさん並べることによって独創的な空間に仕上がりと、建築を彩る。

作業場でひととき存在感を放つ、酒樽のタガ用の竹。タガに使う竹は傷があっても使えるため、放置竹林から伐採した竹を活用することができる。

時代の流れを汲み取って めざすは「日本一おしゃれな竹屋」。

「30歳で家業に加わってから、竹にどんな可能性があるのか、竹屋として何を軸にしていけばいいのかわからず、探り探りでした」と井上さん。転換期となったのは8年前。写真祭KYOTOGRAPHIEでのインスタレーションに竹材の提供で参加したことがきっかけ。「デザイナーさんから作品に使いたいと注文があつて。はじめてのことで驚きました。完成品を見に行ったら想像を遙かに超えていて。自分がやりたいことはこれだつて確信しました」

竹は、その軽さから持ち運びやすく、毎年芽が出て、成長スピードも早い。短いサイクルで安定した作品を展開できる。どれだけ曲げてでも折れない柔軟性は、自由な表現にもってこいだ。そのことから、構造物としてだけでなく、外装材や内装材として世界で注目されはじめている。その流れを汲んだ井上さんが目標に掲げたのは、日本一おしゃれな竹屋。KYOTOGRAPHIEでお世話になったデザイナーに頼んで、ホームページを洗練されたデザインに作り込んだ。

「おしゃれな人はおしゃれなところに集まりますから。見た目だけでもおしゃれにしようという作戦です(笑)」

そうすることでいろんな業界の「おしゃれさん」を引き込もうと考えた。しかし、その反響は期待値を上回らなかった。その後も有名な建築雑誌に広告を出し、かなりのお金と時間をかけ広報活動に励んだ。雑誌広告に至っては2年は芽が出なかったというが、続けたことが功を奏した。「ホームページを見て注文してくださる方が増えていって。施工例を載せられるようになると軌道に乗りはじめました」。雑誌広告の効果も少しずつ見えてきた。井上さんのぶれない軸と根気強さでつかみ取った功績だ。

その姿勢は、実は、代々続いてきたものだ。竹定商店は明治10年創業。当時は竹を育てて伐る仕事をしていて。二代目になつてからは、自分たちで加工して間屋さんに卸すように。そのときに作っていたのが、酒樽用のタガ。今でも売り上げの1/4を占める主力商品だ。その発展に尽力したのは四代目、井上修三さん。手作業が



KYOTOGRAPHIEでの作品。海女さんの写真が展示される空間で、竹で海の波を表現したそう。(表紙)

主流だった当時の業界で機械化の流れを汲み取り、いち早く導入したことで大量生産が可能になり、徐々に売り上げを伸ばしていった。





四代目の井上修三さんが導入した機械は今も使われている。竹を加工するための特注品で高価だったが、竹製品の大量生産が可能になったほか、技術の継承も容易になった。



鉦割にやすりをかける定治さんを指導する、五代目の定信さん。

竹産業の成長を促す 放置竹林とビジネスの掛け算。

現在、井上さんは府内にある放置竹林に危機感を持っている。2019年には府と協働してプロジェクトを始動。井上さん自ら府に働きかけ、実現に至った「竹コミュニティ事業」という取り組みだ。

「放置竹林が社会問題になっていて、竹が余っているような状況なのに、竹屋さんは竹不足で困っている。なんでこんな矛盾が起きるかというところ、竹を伐ることを仕事にする人がいないから。しんどくて儲からないんです。しんどいのはしょうがないにしても、儲からないのはどうにかできると思っています」

府がマッチングしてくれた林業の事業者に、竹の伐り方から搬出の仕方、竹林の整備の仕方まで伝授。そうして採取した竹を、竹定商店が適正な価格で買い取り、商品にして収入に変える。製造過程で出た廃材はNPO法人を通じて農家に配り、土壌改良材として活用する。まさに、持続可能な竹のサイクルといえる。「このサイクルを周知することで、ストーリー性のある竹としてブランディングしていけたら、付加価値の高い案件の獲得につながるんじゃないかな」と話す。実際に世界では、竹をブランド化していく傾向にある。伐採してからす

竹コミュニティ事業の循環サイクル。



創業当時から竹林を管理してきた竹定商店。現在では、嵯峨野や八木町、大野原などに真竹、孟宗竹の竹林を所有する。加工するための工場は太秦と嵯峨野の二カ所。

ぐに芽を出すことから再生可能な資源であることが利点とされている。寄り道とも思われる活動が、竹定商店の地盤を固める要素のひとつになっている。

井上さんにはこの活動を通して達成したい目標がある。「スタッフの給料を上げた」。マイホームを持ち子供2人を育てる…。普通のサラリーマンでも不安がないとは言いい切れない世の中。この不安を払拭できれば、竹産業はもっと拡大していける。そんな展望が井上さんには見えていた。

日本の伝統産業の中で長い時間をかけて発展してきた竹産業。140年以上前から続いてきた竹定商店は、その歴史の先端に立つ。機械化やデジタル化など、時代の変遷とともに彼らの竹との向き合い方も変化してきた。今後の変化として、竹市場でもっとも大きなタケノコには参入しないんですか？と尋ねると「軸がぶれてしまうのは避けたいので、絶対には参入しない」と返ってきた。その意志の強さに井上さんの六代目としての気合いを感じた。

地下で曲折しながらつながる根っこがあるから、地盤は強くなる。竹はその上にまっすぐ伸びる。強靱な地盤とどれだけの折れも折れない竹は、井上さんの精神を映す鏡のよう。その心意気は、天を衝く。

土地の注文開発に航空機ビジネス 独創的な事業を続々と展開

株式会社日本マネジメント開発研究所（JMDシミズ）

会長 清水三雄氏



中学生の時に身につけた連想記憶術を生かして発想・事業化したビジネスアイデアは数知れず。83歳となった今も自らヘリコプターで飛び回り、新たな挑戦を続ける株式会社日本マネジメント開発研究所 清水三雄会長のバイタリテイに迫る。

誰かの困りごとを

アイデア商品で

解決し続けて60年

私が起業家になって早60年が経ちました。最初の起業は大学卒業直後のこと。在学中に、魚屋さんの煙を巡る近隣トラブルの新聞記事を読み、「煙の出ない魚焼き機」を開発・製品化したのがはじまりです。中央市場の鰻屋さんに置かせてもらったところ評判を呼び、卒業時には一人に対応しきれないほどの商売に成長しました。他にも様々な場所でお困りごとを耳にして多くの製品を開発しましたが、とにかく自分でニーズを見つけてはそれを解決する商品を作り、即、お客様のところへお持ちする。この考え方は当時から一貫しており、今日までに10以上の事業を立ち上げています。

社会の転換期は、

ニーズの転換期

新しいビジネスが生まれるタイミングには2つあって、1つは「法律が大きく変わるとき」。平成3年に借地借家法が成立した時、

農地を借りて宅地造成し運送業者に転貸するビジネスを開発しました。当時、運送業者はどれもガレージ用地を必要としていましたから、すぐに多くの申込みがありました。一方で農地の所有者も、本来収益の出にくい農地で賃料が得られ、しかも借地借家法によって契約期間終了後の返還も保証されるということで、喜んで私たちに土地を預けてくださいました。このビジネスは関西ニュービジネス協議会のコンテストで「ニュービジネス大賞」を受賞。全国紙に掲載されたおかげで日本中から商法を学びたいという問合せが届きました。以降、「土地のリース」という概念は全国的に普及することになります。



▲昔から空に強い憧れを抱いていたという会長。「大空は人生の全て、毎日空を飛ぶ夢を見えています」。

さて、この事業で最も難しいのは、市街化調整区域である農地の転用に複雑な手続きや折衝が必要となること。裏を返せば、それを可能にするノウハウこそが我々の強みです。



画像提供 / チャーリー古庄

▲所有権を分譲するいわば「プライベートジェットシェア」サービスは、申込みが殺到する人気ぶり。



▲清水会長にレクチャーを受けながら、シミュレーターで訓練する甥の清水一良氏(石動株式会社取締役)。彼もヘリやプライベートジェットを操縦し、教官同乗で日本の空を飛んでいる。



▲全国にヘリコプター約40機、パイロット約30名を配置。高い機動力を生かし、能登半島地震では自治体の要請を受け物資運搬や救援活動に従事した。

平成30年、土地のサブリース事業を他社に譲渡した私は、元々コンサルティングを主業としていた日本マネジメント開発研究所で農地の「注文開発」事業を開始しました。転用ノウハウを生かし、農地を事業用地に開発して売却するのです。最大の特長は、立地や規模など注文に応じた事業用地を提供する点で、私自身がヘリコプターを操縦して、条件に該当する農地を上空から探します。お客様に同乗いただいて、農地を直接ご覧いただきながら相談することもしばしば。目的の農地が決まれば持ち主を特定して交渉に伺いますが、本来は安価な農地を高く買うので非常に喜んでいただけ、とてもやりがいがあります。物流業界をはじめ様々な企業から多くのご注文をいただいております。近畿全域をヘリコプターで飛び回る日々です。

ビジネスが生まれるタイミングのもう一つは「社会が大きく変わるとき」。近年でいえばコロナ禍を機に始めたのが航空機事業です。プライベートジェット機の所有権を分譲した上で、機体を我々がリースさせてもらい、必要な時は安価に使っていただけるようになりました。移動の制限や人との接触、搭乗待ちの時間がなくなる点でニーズが高く、さらに節税対策で資産運用もできます。減価償却期間が1年のヘリコプターもまた、節税面で非常に有効な商品です。現在、当社で使用している機体は、そうしたリースのものも含めて全国に40機ほど。主な用途は遊覧やプライベートな移動です。一般的にチャーター料が高価なイメージがありますが、当社では離発着するヘリポートや機体の整備工場も自前で保有するなどして、か

なり抑えた費用を提示しています。その根底にあるのは、日常の移動手段にもっとヘリコプターを普及させたいという思い。いわば「ヘリコプターのLCC」の実現をめざしており、本拠地のJPD京都ヘリポートをはじめ全国の離発着拠点の数をさらに増やして日本中の航路を網羅し、より利便性を高めてゆく予定です。また、ヘリコプターのリソースももっと気軽に取れるよう、同ヘリポートではパイロットスクールを開設しています。実は私がライセンスを取得したのは77歳の頃。航空身体検査に合格しさえすれば、誰にでもチャンスがあるのです。空を飛ぶ魅力をより多くの人に味わってほしいです。

座右の銘は「勇氣と挑戦」、生涯現役で挑戦し続ける

若い経営者の皆さんにアドバイスを申し上げるとすれば、勇氣を持つてまずは挑戦すること。たとえ失敗しても今は手厚い支援がありますし、何より失敗は成功の礎。とにかく次の一歩を踏み出し続けることが肝要です。私は現在83歳ですが、生涯現役を心に決めています。早朝から巨杯働くのはもちろんのこと、睡眠中も新しいアイデアを考え続け枕元にはメモと鉛筆を常備しています。24時間365日ずっと仕事をし通し。このような張り詰めた気持ち私の健康の源なのかもしれません。常にアイデアを出してビジネスに作り上げ事業で挑戦し続ける、それがきっと、私という存在なのです。



機動力に富むヘリコプターは災害時にも力を発揮。24年1月の能登半島地震では自治体の要請を受け、発災の翌日には初動対応を完了、ひと月に渡って物資搬送や救助活動に従事した。

沿革

- 1966年 経営コンサルタント業を軸に創業
- 1979年 法人設立
- 1991年 代表取締役社長を務める「日本駐車場開発株式会社(JPDシズ)」で農地サブリース事業開始
- 2014年 JPD京都ヘリポート開設
- 2018年 「JPDシズ」の全株式を譲渡し代表取締役社長を退任
- 2019年 土地の注文開発事業を開始
- 2020年 航空機事業を開始

株式会社日本マネジメント開発研究所 (JMDシズ)

〒600-8411 京都市下京区烏丸通四条下ル水銀屋町620番地
COCON烏丸ビル4階シティラボ内
TEL:075-933-6000(問合せはURLから)
URL: <http://www.abab.co.jp>



JPD京都ヘリポート

〒612-0000
京都府京都市伏見区向島柳島1番地
TEL:075-631-5611
URL: <https://jpd-khp.com>

この Vol.22

この企業に 技あり

株式会社caro kyoto
caro kyoto Inc.

〆似合う〆と〆好き〆を両立させ
自分史上最高をサポートする

「株式会社caro kyoto」
代表取締役社長のカナタエリカさんは、大学時代のアルバイトからアパレル業界に入り、20年近くこの世界に身を置いてきた。あるラグジュアリーブランドのアンバサダーとして最年少で日本代表に選ばれるなど、国内外で実績を残してきたが、決まった商品を決まった数だけ仕入れる買い付けの方法には不満もあった。

—自分が気に入ったもの・心ときめくものを仕入れたい。

その希望を叶えるべく、2018年に独立してオープンしたのがセレクトショップ「BELLEGANZA」だ。三条会商店街に店舗を構え、キッズ・レディースの商品が国内外からセレクトされており、主婦層を中心に人気を集めてきた。

転機となったのは2020年。コロナ禍で流通が不安定になり、物価が高騰、

オンラインショップの台頭もあり、セレクトショップ以外に、オリジナルのブランドも持ちたいと思うようになった。そこで、22年に「株式会社caro kyoto」を設立、翌年には革小物ブランド「CHATONA」を立ち上げた。現在は、今年の提供開始に向けてファッションセンスを磨くための新サービス「UPDATE ME!」の準備を進めている。

自分の魅力を
最大化するファッションに

コーディネートを考えるのが好きで、ファッションから自信を貰ってきたというカナタさんだが、長年、接客をする中で気付いたこともある。

「着こなし方が分からない」とか「かわいい服だけど自分には似合わない」など、諦めているお客さまが多いということです。実際、日本人女性の3分の2は、自分のファッ





アパレルの分野から 社会課題を解決したい

代表取締役社長 カナタ エリカ 氏
革小物ブランド「CHATONA」では、社会貢献活動の一環として、国際貧困支援、児童支援、災害支援、森林保持支援を行っている5団体の中から、自分で選択した所に寄付されるプログラムを作りました。自分に似合う服を身につけることが自信につながるだけでなく、誰かへの支援にもなっているという実感が得られれば、ファッションを楽しむ、ということをより肯定的に捉えられるようになっていくと思います。また、安価な服を大量生産・大量消費する「ファストファッション」が根強い日本では、とりえず買っただけだと似合わないから着ないという考え方が当たり前になっている側面もあります。「UPDATE ME!」がそうした意識を変革し、持続可能な社会を実現する一助になればと考えています。



「離れがたいほどの愛情を注げる製品」を目指したオリジナル最高級レザーブランド「CHATONA」では、バッグ2型とiPhoneケースを展開している。
URL : <https://chatona.jp/>

【本社】
〒604-8262
京都府京都市中京区油小路通三条上る
宗林町98番地英守ビル209
TEL : 075-756-4140

シヨセンスに自信がない、という日本デザインブランド協会からの調査結果もあります。まずはこの意識を変えていく必要があると感じました」

自分に似合うファッションを知り、着こなし方を知る。その手助けとなるべく同社が開発を進めているのが、オンラインサービス「UPDATE ME!」だ。イェローベース・ブルーベースといった肌の色による分類や、ウエーブ・ストレート・ナチュラルといった骨格による分類はこれまでもあったが、同じ肌の色、骨格であっても、身長や体重が変われば似合う服も変わる。そこで、顔つきや肌の色、BMIなど、複数の要素を組み合わせた72段階の分類方法を考案した。

診断で自分の分類が決まればアカウントを作成し、同じカテゴリの人が属するオンラインコミュニティに加入する。参加

者は自分のファッションやメイクなどを投稿することで、自分と似たタイプの人がどんなスタイリングをしているか、相互に知ることができる。一方で、自分の年代や好きな色などで条件を絞り込めばサンプルが見つからないこともあり得る。そこで現在、同社では他社ブランドとの提携を進めている。各店の店員がコミュニティに参加することでサンプル数が増え、店側にとっては自社ブランドの宣伝にもなる。ユーザーにとつては、新たなブランドの発見につながるだけでなく、気に入ったファッションはリンクから全身コーディネートを一式で購入できるように計画 중이다。

「似合わないと思っていたデザインや色でも、着こなす方次第で、似合うようにすることが出来ます。自分のタイプを知って、好きごと、似合うを一致させていけば、自信は自ずと付いてくると思っています」

服というモノの販売から 着る人主体のコトのサービスへ。

アプリだけでは個別のニーズを聴くことが難しいため、体験型サロンとしての店舗展開



「UPDATE ME!」は「第12回京都女性起業家賞」にて特別賞を受賞した。一般会員は利用無料、提携ブランドは月額利用料制で運営予定。サイト経由の購入手数料や、ダイエットグッズなどの関連商品の広告料で収益を得る。

も構想している。カウンセリングのように個々の「なりた姿」をヒアリングし、髪型やメイクに至るまでトータルコーディネート提案する。定期的に、短時間でメンテナンスができる「チケットプラン」、入学式や就活といったイベントに合わせたコーディネート提案する「コミットプラン」など、ファッションのあらゆるニーズに応えるべく、プランの開発も進めている。

「自分が好きな服を着て、それがちゃんと似合っていれば気持ちも前向きになれる、というのは老若男女問わず誰にでも当てはまることではないでしょうか。ポジティブであることは心の余裕になりますし、もっと言ううとそれは人にやさしくできるか、ということにもつながっていきます。大げさかもしれませんが、ファッションに自信が持てるようになることは、やさしい社会をつくることにもつながっていくように思います」

調

査リポート

2024年3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11.0ポイントの悪化

地元中小企業の経営環境は、前回調査時から11.0ポイント悪化の△21.4となり、業種別では、製造業(4.9ポイント減少)、卸売業(20.0ポイント減少)、小売業(4.1ポイント減少)、サービス業(20.9ポイント減少)、建設業(15.9ポイント減少)、不動産業(3.9ポイント減少)と全業種で悪化となりました。インバウンドによる観光関連需要はあるものの、物価上昇による節約志向が高まり、これまで堅調であったサービス業の悪化が目立つ結果となりました。賃上げが物価高に追いついておらず、今後、さらに消費意欲を低下させることが懸念されます。

業況D.I.の2024年6月期予想は、全業種平均で今期比9.2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、製造業(9.5ポイント増加)、小売業(26.3ポイント増加)、サービス業(13.2ポイント増加)、建設業(7.2ポイント増加)は改善、卸売業(1.3ポイント減少)、不動産業(2.0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15.6ポイント増加の改善、収益D.I.も全業種平均で11.0ポイント増加の改善を予想しています。

調査要領	
全体	666社 (調査時点 2024年2月)
製造業	239社 (35.9%)
卸売業	95社 (14.3%)
小売業	80社 (12.0%)
サービス業	77社 (11.6%)
建設業	124社 (18.6%)
不動産業	51社 (7.7%)

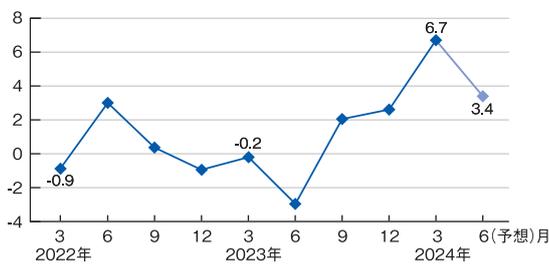
対象範囲 京都府内、一部の滋賀・大阪・奈良の当庫取引先911社
 回答数 666社 回答率 73.1%
 分析方法 D.I.(Diffusion Index)による
 *D.I.=「増加」(増加+やや増加)と回答された企業割合-「減少」(減少+やや減少)と回答された企業割合

の、中国経済の減速や中東情勢の不安定化などが、エネルギー価格の高騰など各国の経済に悪影響を及ぼしています。一方、国内経済は日経平均株価が史上最高値を更新するなど、大手企業の景況感は向上していますが、中小・零細企業は、人材不足や度重なる物価高、円安などにより売上に対して利益が伴わないことに収益性の厳しさも見られます。深刻な人手不足により需要増加に対応できず、機会損失となる事例もあり、企業間格差が進んでいます。このような先行き不透明感が漂うなか、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

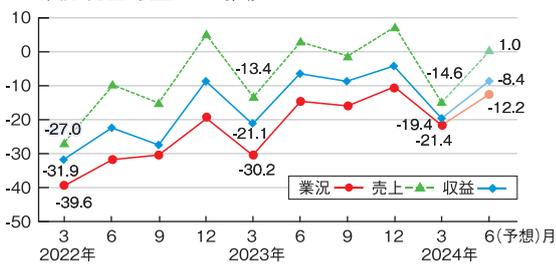
在庫 | 在庫D.I.は上昇

在庫D.I.の推移



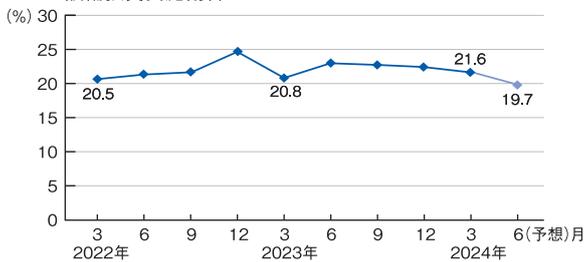
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に悪化

業況・売上・収益D.I.の推移



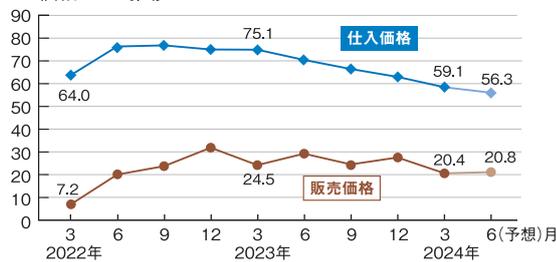
設備投資 | 依然として設備投資には慎重

設備投資実施割合



価格 | 販売、仕入価格D.I.はともに下降、乖離幅は拡大

価格D.I.の推移

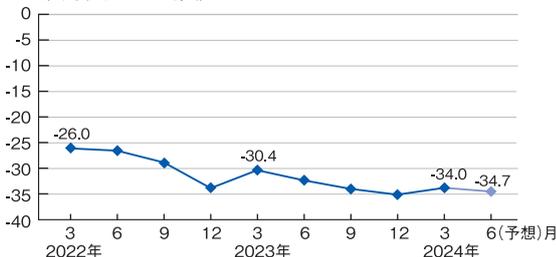


経営上の問題点 | 「売上不振」が深刻



雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

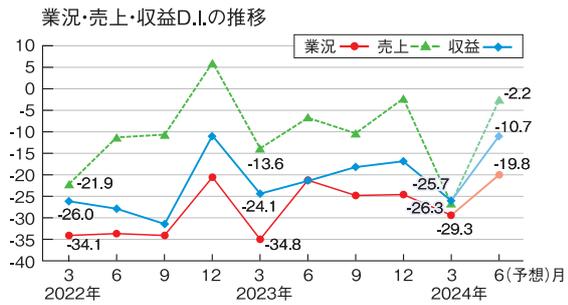
雇用状況D.I.の推移



設備投資 | 依然として設備投資には慎重



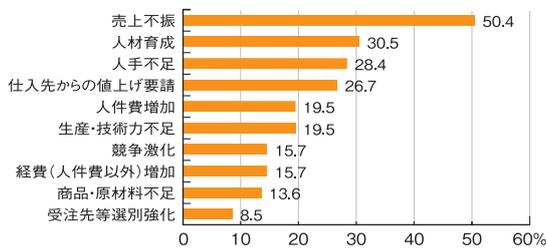
業況 | 業況・売上・収益D.I.すべて悪化



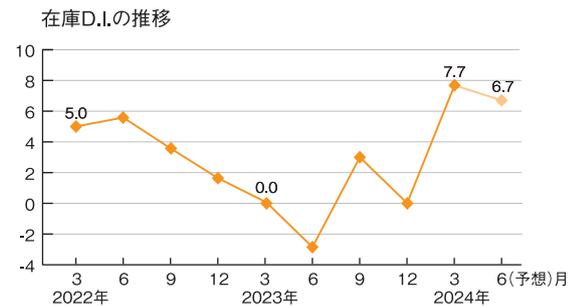
製造業

雇用状況 | 雇用D.I.は下降

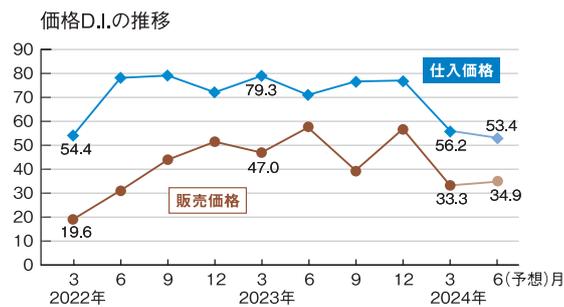
経営上の問題点 | 引き続き「売上不振」が深刻



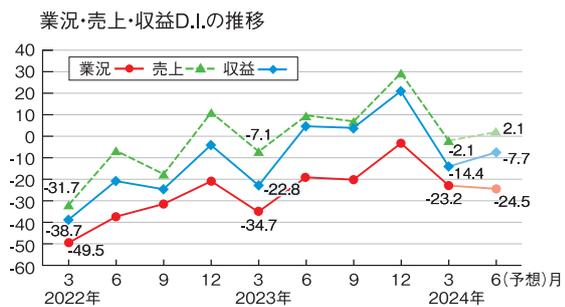
在庫 | 在庫D.I.は上昇



価格 | 販売・仕入価格D.I.ともに下降、乖離幅は拡大



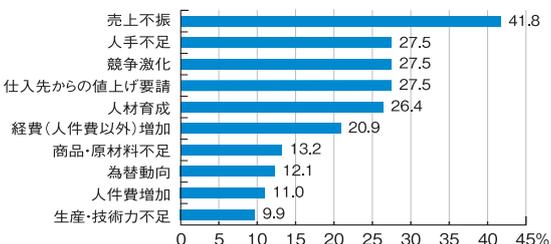
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に悪化



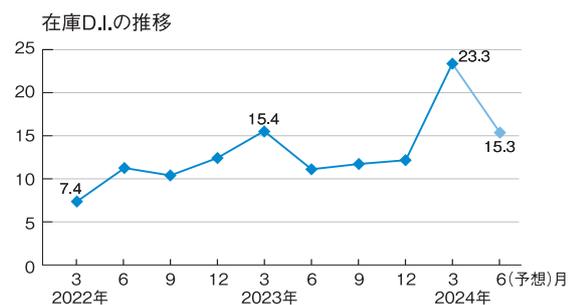
卸売業

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



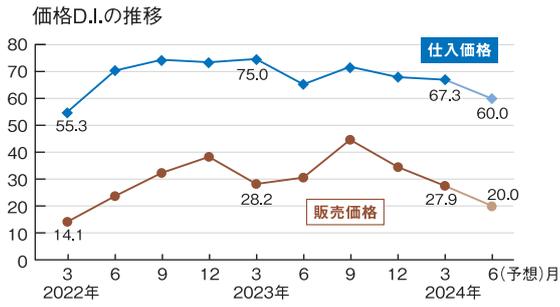
在庫 | 在庫D.I.は大幅に上昇



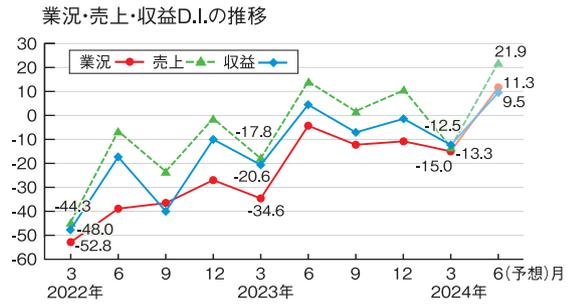


小売業

価格 | 販売価格・仕入価格D.I.はともに下降、乖離幅は拡大

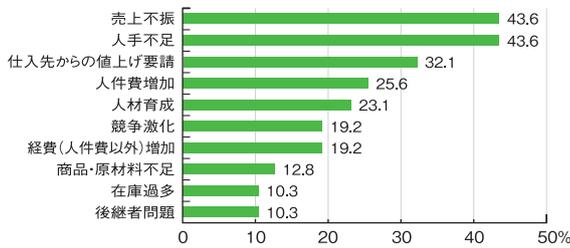


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて悪化

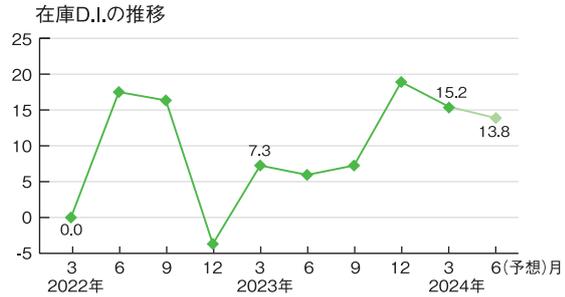


雇用状況 | 雇用D.I.は横ばい

経営上の問題点 | 「売上不振」と「人手不足」が深刻



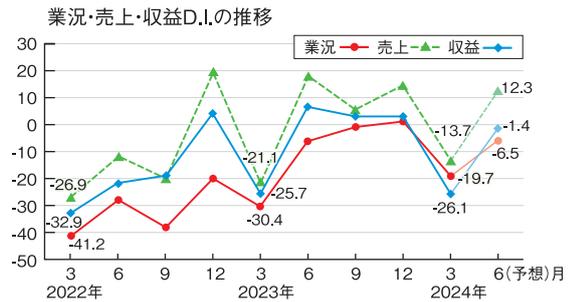
在庫 | 在庫D.I.は下降



雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

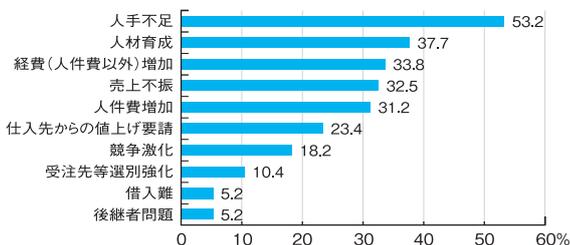


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に悪化

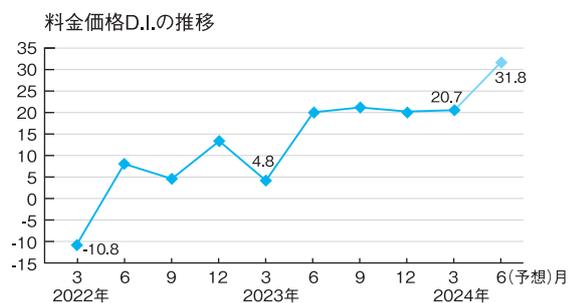


サービス業

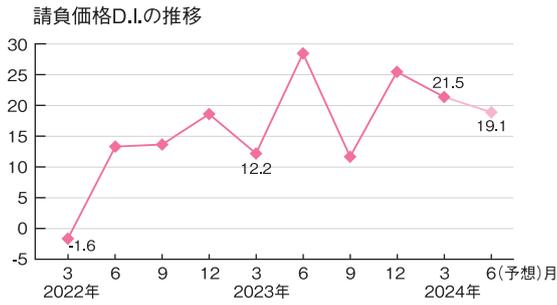
経営上の問題点 | 引き続き「人手不足」が深刻



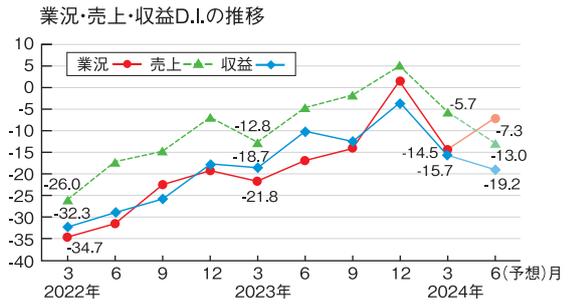
価格 | 料金価格D.I.は横ばい



価格 | 請負価格D.I.は下降



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に悪化

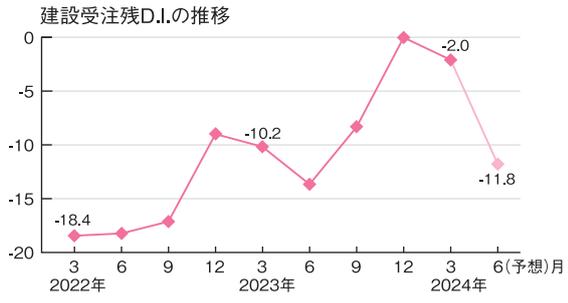


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

経営上の問題点 | 引き続き「人手不足」が深刻



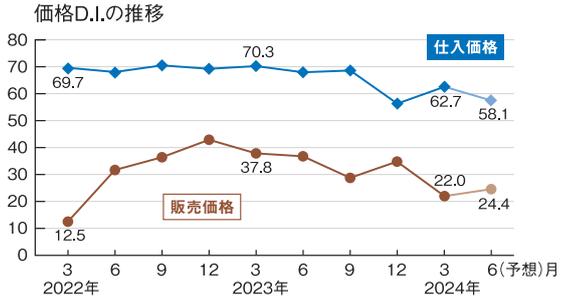
受注残 | 受注残D.I.は下降



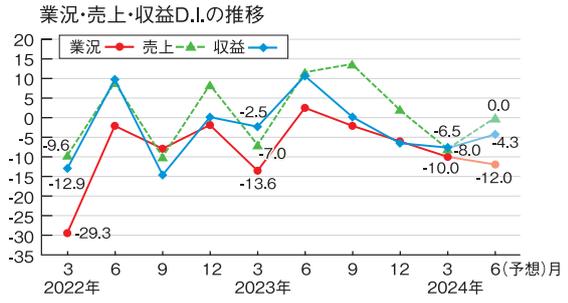
施工高 | 施工高D.I.は大幅に下降

在庫 | 在庫D.I.は横ばい

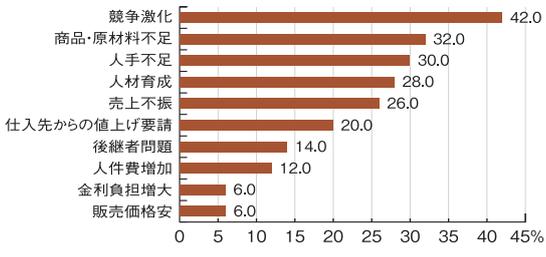
価格 | 販売価格D.I.は下降、仕入価格D.I.は上昇、乖離幅は拡大



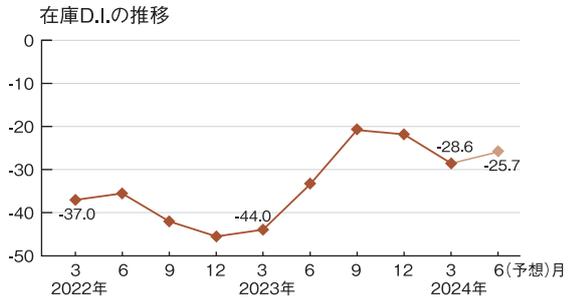
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて悪化



経営上の問題点 | 引き続き「競争激化」が深刻



在庫 | 在庫D.I.は下降



「中小企業における人材戦略」について

調査先数 911社
有効回答数 666社
調査日 2024年2月

1 現在の人材の状況について懸念していること。懸念していることはありますか。

現在の人材の状況について懸念していることとして、「若手が不足している」が27.0%と最も多く、次いで「高齢化が進んでいる」が26.5%となり、2項目が全体の5割以上となっている結果より、少子高齢化が中小企業の人材の状況に影響を与えていることが顕著となっています。

2 今後の人材に対する対応策について最も近いものをお答えください。

今後の人材に対する対応策については、「中途採用の強化」が32.3%と最も多い回答となりました。次いで「特に対応策を検討していない」が17.4%、「新卒採用の強化」が15.2%、「女性活躍推進」が9.4%、「シニア雇用(定年・再雇用)の促進」が8.2%となりました。即戦力となる人材獲得を図り、中途採用に注力する中小企業が多いことが窺えます。

3 人材育成において、職場内での実地の訓練(OJT)以外の取り組みを実施していますか。

職場内での実地の訓練(OJT)以外の取り組みの実施については「実施していない」が28.8%と最も多い回答となりました。次いで「社内研修会や勉強会の実施(勤務時間内)」が21.0%、「資格取得等、自己啓発費用の会社負担」が17.0%、「外部セミナーへの参加」が12.8%、「業界団体の研修に参加」が11.6%となりました。

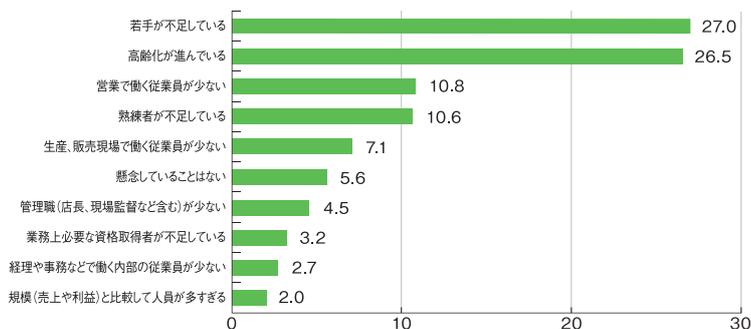
4 人材定着などに向けて、2024年中に賃金(定期昇給分除く、賞与や一時金除く)の引上げを実施(実施予定を含む)しますか。引上げる場合はその賃金引上げ率について、引上げない場合は引上げない理由についてお答えください。

2024年中の賃金の引上げ実施について、引上げる場合では、「0%以上2%未満」が23.0%、「2%以上4%未満」が22.8%、「4%以上6%未満」が8.8%、「6%以上」が2.2%となりました。また、全体の43.2%となる引上げない理由については、「賃上げに見合う価格転嫁ができていない」と「今後の業績見通しが不透明」が同値で10.2%、次いで「これまでに賃金を引上げ済み」が8.3%、「自社に従業員はいない(家族経営など)」が7.7%、「売上の低迷や伸び悩み」が5.4%、「同業や同地域内の他社が上げていない」が1.4%、「引上げない理由」が0.3%となりました。

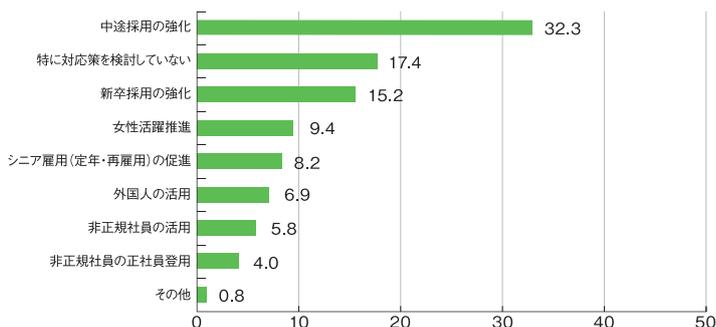
5 2024年4月から、建設業、自動車運転業、医師などで残業時間の上限規制が始まります(2024年問題)。これに伴い、業務への影響が出ると思われる場合がありますか。また、2024年問題を受けて何らかの対応策を取りましたか。

業務への影響については、「影響はない・わからない」が60.2%で、全体の6割を占める回答となりました。次いで「やや悪影響がある」が30.2%、「大きく悪影響がある」が7.8%となりました。対応については、「対応を取る必要はない」が46.9%と最も多く、次いで「必要性は感じているが対応していない」が42.4%、「対応を取った」が10.7%となりました。

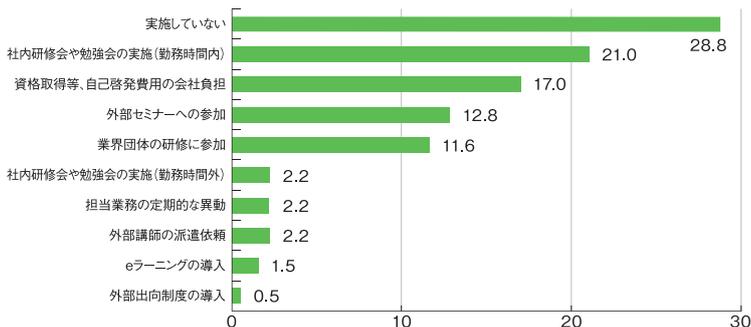
現在の人材の状況について懸念していること (%)



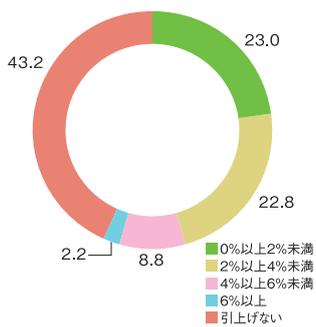
今後の人材に対する対応策 (%)



職場内での実地の訓練(OJT)以外の取り組みを実施しているか (%)



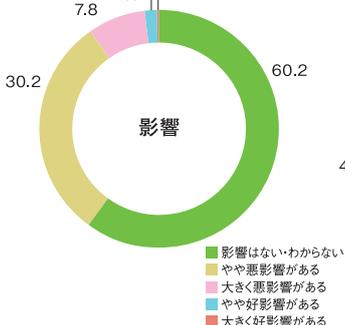
賃金引上げ率 (%)



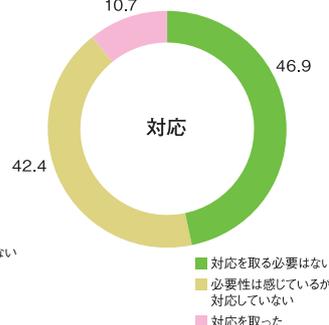
引上げない理由 (%)



影響



対応



「賃金改定、雇用の見通し」について

各グラフの凡例

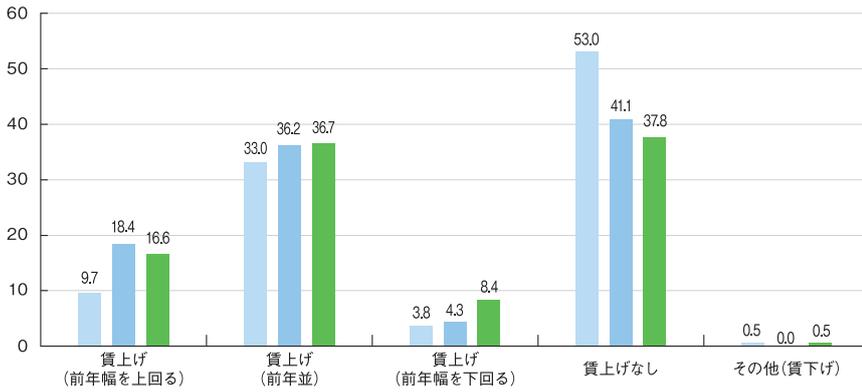
2022年 2023年 2024年

調査先数 911社
有効回答数 666社
調査日 2024年2月

1 2024年度の賃金改定の方針は？

賃上げの回答合計(前年幅を上回る+前年並+前年幅を下回る)が61.7%、「賃上げなし」が37.8%、「賃下げ」等が0.5%となり、賃上げの回答合計が前年58.9%から2.8ポイント増加しました。前年並以上の回答合計は53.3%で、前年の54.6%から1.3ポイント減少しました。

賃金改定の方針 (%)

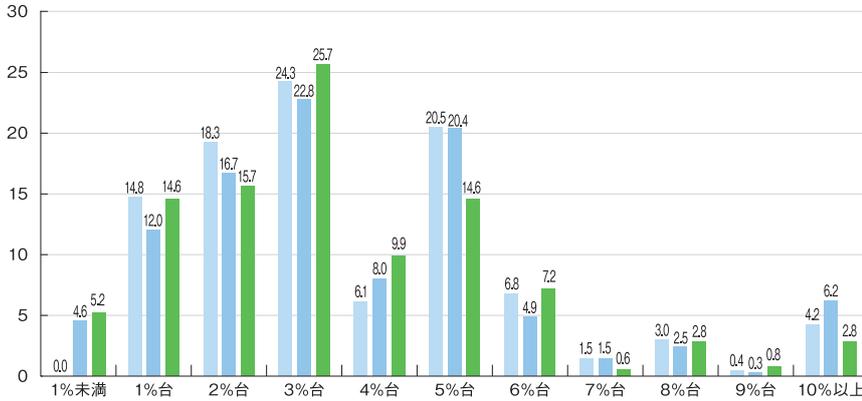


2 改定率は？

「賃上げ」と回答された方のみ、改定率の予定についてお答えください

賃上げすると回答した企業に改定率を尋ねたところ、「3%台」の25.7%が最も高く、次いで「2%台」が15.7%となりました。

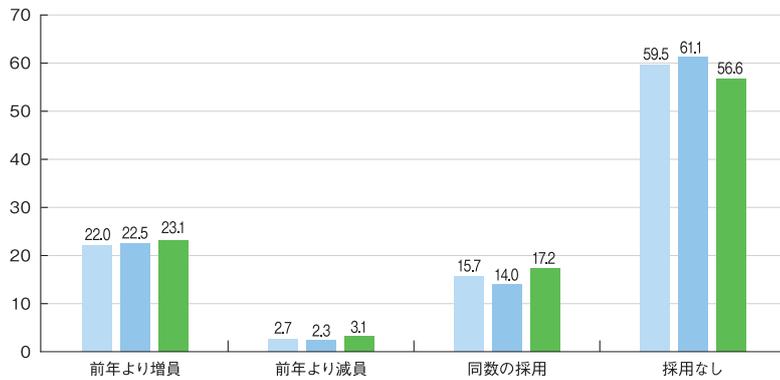
改定率 (%)



3 2024年度の採用予定人員は？

「採用なし」が56.6%と前年より4.5ポイント減少していますが、依然として高い割合を占めています。また、「同数の採用」は17.2%で前年より3.2ポイントの増加、「前年より減員」は3.1%で前年より0.8ポイント増加、「前年より増員」は23.1%で前年より0.6ポイント増加となっています。

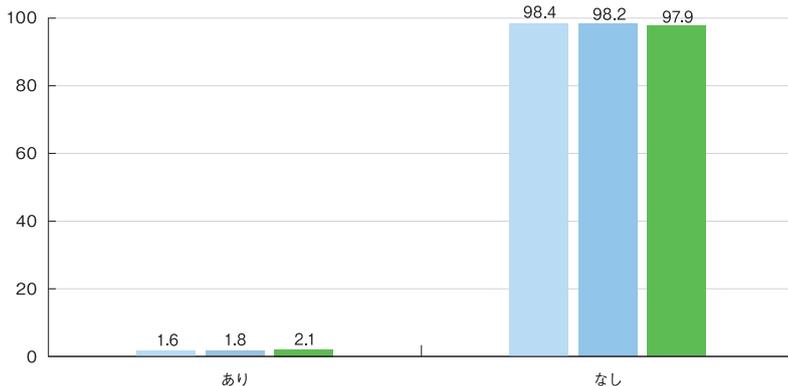
採用予定 (%)



4 現人員の削減予定は？

「現人員の削減予定あり」との回答割合は2.1%で、前年とほぼ横ばいとなっています。

現人員の削減予定 (%)



京都中央信用金庫
所蔵品展

万彩の 息吹

【出品作家】

池田遙邨、梅原龍三郎、大野俊明、児玉靖枝、重松あゆみ、
澁谷和子、畠中光享、浜田観、山本倉丘ほか



「さくら咲く」川村悦子 2017年

2024年

4月9日(火) — 5月17日(金)

入場無料

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、5月3日(金) — 6日(月)

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



中信美術館

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



発行 | 2024.4

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



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。