

中信ビジネス情報誌

人 Nana

たのた

2024 Vol.158
Business information magazine

特集 [伝統を継ぐ]

株式会社西田惣染工場

いろはためく。

「中信ビジネスフェア2024」

〔経営者列伝〕

お客さまの喜びのために
建物の役割と未来を考え、
「共」に「創」る
株式会社大安組

〔景気動向調査〕

いろはたぬめく。



Special Feature
Traditional arts and crafts

特集「伝統を継ぐ」

株式会社西田惣染工場

「旗幟^{しほ}鮮明」という言葉がある。

自分は何者で、

何のためにここに立っているのかを

明らかにすることの重要性は、

戦国武将の旗指物から

企業のC Iまで変わらない。

日本では、その存在証明の役割を、

印染という染め物が担ってきた。

店の顔、団体の顔、国の顔…。

いま、その鮮やかな染色の技法は、

インテリアやファッションのアイテムへ。

西田惣染工場は、

デジタル技術を導入して、

新しい印染の旗を掲げる。



「おい、これは夢のような染め物だぞ」
と、先代社長の西田寛さん（現会長）
が目を輝かせて言ったのを、西田惣染工
場の現社長・西田明子さんは昨日のこ
とのように覚えている。今から20年ほど
前のことだ。

「染色に使う染料は、絹や木綿、皮な
どの天然素材の繊維そのものの中に深
く染み込みます。人間の手も天然素材
ですから、手作業で仕事をしていると、
手が真っ青に染まってしまつて、洗つても
なかなか落ちないんです」と、西田社長
は述懐する。「納期ギリギリで仕事を仕
上げて、手を洗う間もなく電車に乗つて
大阪へ納品に。色の付いた手で切符を
渡したりするのが恥ずかしかった、と父
は言っていました」

先代社長が「夢のような染め物」と
形容したのは、昇華転写という新しい
染色技術。染めてから蒸し、洗いまで
行う引き染めや手捺染^{てなうぜん}などの伝統的
な手法に比べて格段に工数が少なく、
一気に多色染めができる。水を使わな
い無水染色なので、環境負荷も少ない。
何より、手が汚れない。この新しい染色
技術の導入は、西田惣染工場に新しい
成長への転機をもたらした。



実は多くの染色工場が二の足を踏む「日の丸」だが、オリンピックなどの国際的なイベントで掲げられる国の顔を、鮮やかに染め上げるのは印染屋の腕の見せ所でもある。西田惣染工場の技術力に信頼が集まる。

店の顔、国の顔を染める、印染という仕事。



西田惣染工場の創業は、1933年。初代・西田惣次郎が、山科で印染の工房を営んだのが始まりだ。

印染は、「シルシゾメ」または「インセン」と読み、旗、幕、暖簾、のぼり、半纏、浴衣、手ぬぐい、風呂敷、帛紗などに、固有の名称、文字、紋章などを染めつけるもの。室町時代から江戸時代にかけて発展し、今日まで伝わっている染色のジャンルの一つである。現代では、企業戦略の一つとしてコーポレート・

アイデンティティの必要性が認識され、ブランディングの要でもあるシンボルマークのデザインとその運用が重視されているが、本邦では数百年も前から印染がその機能を担ってきたわけだ。そのためには濃度が高く、エッジが際立ち、くつきりと見えることが必要で、西田惣染工場は創業以来、染料のレシビや染色技術の開発に取り組んできた。「のぼりや旗は、文字通り屋外で使われるためくぐものなので、生地裏表、両面がきれいに染め上がっていることが高品質の証です」

青空にはためく旗に染め上げられた象徴は、そこに込められた想いや理想を見上げる者たちに想起させるし、揃いの半纏を着込んで隊列を組めば、自ずと仲間意識も高まるだろう。暖簾は店の信用を表す「顔」でもあるし、オリンピックなどの国際大会で掲げられる国旗も、印染の一つだ。「日の丸、意外と難易度が高いんです。他の染工場では、日の丸の注文には二の足を踏みます。うちは得意ですけど」

世界中の国旗の中でもシンプルこの上ないデザインの日丸、どこに難しさがあるのだろうか。

「日の丸の美しさって、どこにあると思いますか？ 何も染まっていない白いところだと、私は思うんです。でも、白いものを白のままにしておくのが、実は難しいんです」

どこでもいい、染色工場を訪れてみればわかる。至る所に染料や顔料のストックがあり、道具類がひしめいている。白を汚してしまう要素が避け難く存在しているのだ。日の丸が得意、という西田惣染工場は、建て増しを繰り返して複雑な構造になっているが、どこもきれいに片付き、掃除も行き届いている。両面染めを一発で決める集中力もあることながら、工程管理がしっかりしているのだ。2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会でも、西田惣染工場が染めた旗がスタジアムに翻った。



代表取締役
西田 明子 氏

1970年、京都生まれ。
1998年、株式会社西田
惣染工場入社。2010年、
事業継承し、社長に就
任。業界に先んじて印染
のデジタル化に取り組む。



2代目社長・西田寛氏の手になる大型のライト
テーブル。均質な光で図案を照らし出す性能は
衰えを知らず、デザインの詳細を検討したり、工法
の打ち合わせをしたりと、今も現役で活躍している。



敷地内では、紫外線による
色落ちの程度を観察するた
め紺色の布を使った実験も
行っている。

それは工芸か、工業か。 デジタル化の先の、新たな価値。

初代は、創意工夫の人だった。

当時の主要な工法は、ちゅうせん注染。布の染め
ない部分に型紙で糊をつけ、上から染料
を注いで染めていく。初代は、注ぎ入れた
染料を下からバキュームで吸い取る方法
を編み出し、そのための機械も自作した。
これによって、染料が生地の繊維の中によ
く浸透し、両面染がきれいに仕上がるし、
作業効率も格段に向上した。

第二次世界大戦が勃発すると鉄材の
供出を余儀なくされ、初代渾身の機械
を失って休業に追い込まれたが、戦後、
一念発起して手染めで事業を再開。2
代目、西田寛氏も機械や道具にはこだ
わりがあり、文字や図案をトレースする
ための巨大なライトテーブルを自作した。
これは今も西田惣染工場の一角に据え
られて、現役で活躍している。

そして三代目、西田明子社長は、デジ
タル化に向けて大きく舵を切った。

「印染は伝統的な染色ジャンルですけれ
ど、これを昔ながらの職人仕事のままにし
ておいては将来がないと思うんです。祖父
も父も、そこところはたぶん同じ考えで、

この道何十年の職人しかできない仕事な
ら、そのうち担い手がなくなってしまう。
機械にできることは機械に任せる、それが
この仕事の生きる道だと考えたんです」

2003年、大型インクジェット製版
システムを導入。2004年、昇華転写
用大型プリンタ・平板プレス機・輪転機
などを導入。図案や色調は、コンピュータ
で管理する。現在の西田惣染工場は、染
物屋さんというよりは、デザイン事務所
か印刷会社のようなだ。

だが、これによって印染の仕事が誰にで
もできる「簡単なお仕事」になったわけでは
ない。昇華転写はインクジェットプリンタ
で専用の紙にプリントし、それを生地に合
わせて熱プレスすることで生地に色を閉じ
込める手法だが、その際に用いる染料イン
クの成分や、プレスする際の温度や時間な
ど、多くのパラメータがある。試行錯誤を
繰り返しながら蓄積してきたそのデータ
が、西田惣染工場の財産だ。

「職人の勘ではなく、データ。それは、個
人ではなく会社で蓄積されていきます」
現在、西田惣染工場の従業員は29名。



現社長・西田明子氏が制作した西田惣染工
場のキャラクター、そめたる。ご当人は昔ながらの
手染めの道具を携えながらも、デジタル化に舵を
切り、オリジナル商品の製造も進める同社の進路
を期待しつつ見つめている。

そのうち18名が女性で、時短勤務や在宅
勤務など、多様な働き方が実践されてい
る。ものづくりだけでなく情報発信の場
面でもデジタル化を推進していて、商談や
受注はその多くがインターネットを介して
行われている。

「でも、やっぱり手触りや光の透け具合
などは、リアルで見えてほしいですよ」と、
来年の春には下京区の五条にショップを
開設する予定。インテリア分野に焦点を
当てたオリジナル商品を開発して、インバ
ウンドの需要にも応えたいと意気込む。

「商売は三方よし、とよく言われます
が、私は、〃売り手〃〃買い手〃〃世間〃に
〃未来〃を加えて、四方よしで行きたいと
思っています」

西田社長の見つめる未来に、新しい色
がはためく。

中信ビジネスフェア

第36回 大商談会 2024

10月9日・10日の2日間にわたり、京都パルスプラザ（京都府総合見本市会館）にて、異業種交流複合イベント「中信ビジネスフェア2024」を開催しました。

今年のテーマは「出会い つながり イノベーション～価値創造で輝く地域～」。近畿地区内外の信用金庫と連携し、20社のお取引先にご出展いただいたほか、北陸地方の信用金庫の取引先11社を招待しました。過去最大規模の362の企業・団体の皆さまにご出展いただきました。毎年恒例となった老舗料亭のお弁当やキッチンカーに加え、今年は新たに食関連の出展者が結集した「食フェスタ」なども企画し、大盛況のうちに幕を閉じました。お越しいただいた皆さま、誠にありがとうございました。

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



北陸・能登応援ゾーン
 令和6年能登半島地震および能登豪雨災害の被災地復興支援として11社をご招待。輪島塗や薬湯、和菓子などさまざまな製品や展示が並びました。

新たな技術やビジネスモデルで社会課題の解決に取り組む約20社が出展。「京都・知恵アントレ大賞2024」受賞企業さまにも出展いただきました。

当金庫グループ7社も出展しました。



イノベーションゾーン



京都中央信用金庫グループ



信金出展ゾーン



ハイヤーマッチング



ステージプログラム

昨年に続き、大画面モニター付のメインステージを設営。テープカットや各種プレゼンテーションに加え、「令和6年能登半島地震」復興支援定期預金寄付金贈呈式も執り行いました。



「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36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。

今年もリアルとオンラインのハイブリッドで開催し、WEB上では先行してビジネスマッチングを実現。リアル展示会は2日間を通して約15,700人の方にご来場いただき大いににぎわいました。

食フェスタ

食関連の出展者
約40社が会場2階に集結！
お米やお菓子、パンなどが
所狭しと並べられ、
来場者を楽しませました。

グランプリで
2度の優勝経験を持つ
大人気カレーも登場！

キッチンカーも
大盛況！

Taste
Good!

京丹後で栽培された
コシヒカリや、
亀岡生まれの
芋焼酎なども
人気を博しました。

一つひとつ手作りの
和菓子やパンのほか、
学生が手作り・セレクトした
商品なども並びました。

京都の希少な
素材を使った
お菓子や
クラフトコーラも！

京の味覚 老舗料亭

有職料理 萬亀楼

京都吉兆

下鴨茶寮

六盛

菊乃井

魚三樓

京大和

中村楼



中信学生デザイン コンテスト2024

毎年好評のデザインコンテスト。16回目となる今回は新たにポスター部門
を設置し、15大学146作品の応募がありました。中信ビジネスフェア出展
者、ご来場者および審査員による投票の結果、12作品が選出されました。

最優秀賞

雑賀夕衣奈さん
(京都大学大学院)

企業賞(パッケージ部門)

株式会社かなみ緑花園賞 株式会社ちきりや賞
藤村美沙さん 斎藤真緒さん
(京都女子大学) (京都女子大学)

FORNITE GARDEN KOTOYAMA賞 株式会社ミル総本社賞
雑賀夕衣奈さん 高橋 柚羽さん
(京都大学大学院) (総合学園ヒューマンアカデミー京都校)

企業賞(ロゴマーク部門)

株式会社ワイルバートナー賞 株式会社ファーストニシカフ賞
藤本 朱莉さん 寺畑 星良さん
(京都市立芸術大学) (京都美術工芸大学)

京都知恵産業創造の森賞

西村 妃委那さん(京都女子大学)

中信ポスター賞

福田 あやさん(京都芸術大学)

オーディエンス賞

《パッケージ部門》
和田 実咲さん(京都女子大学)
《ロゴマーク部門》
山田 萌瑛さん(京都芸術大学)

(企業様登場順は五十音順です)

お客さまの喜びのために 建物の役割と未来を考え、 「共」に「創」る

株式会社大安組

代表取締役 大村 安司 氏



耐震補強工事のパイオニアとして知られ、耐災害性ほかあらゆるニーズに細やかに応える提案型のものづくりで支持を集める株式会社大安組。同社を率いる大村安司氏の「ぼくは人が好きで、人に喜んでもらうことも好きなんです」という言葉には、経営者として、職業人として、ひとりの人間としての氏のフィロソフィが凝縮されている。

建物とその未来を、
お客さまと「共創」する

創業者である父が弊社を設立したのは

1979年。私が橋などの大きな建築物を作る仕事に憧れ、大学で学んでいた時のことでした。卒業後数年間、土木関係の企業に勤めた後、人手が足りないと感じたこともあり84年に大安組に入社。当時は京都府や京都市の公共工事をほぼ専業としており、仕事を覚えながら一級建築士の資格も取りました。会社を継ぐ決意をしてから強く意識したのは、ただ父の真似をしていても父は超えられないという事実です。そこで90年に関連会社の関西リペア工業を設立。外壁修理から始まった同社は、後に「ハイブリッド耐震補強工法」で特許を取り、国内における耐震補強工事のパイオニアとなるなど大安組成長の大きな原動力となりました。2000年に代表取締役を交代して以降は民間工事への参入を図り、そこで掲げたのがキャッチフレーズでもある「co-creation」、つまり「共創」という、もの



▲大安組では年間120日以上の日を休日を設定。施工管理者の負担となっていた書類仕事をICTの活用で単純作業化しオフィスに移管することで、長時間労働を防ぐなど、貴重な人材を守り生かす取り組みを進めている。

づくりのスタイルです。この考えのルーツには、弊社が長く携わってきた公共工事の原型「普請」があります。近世以前、地域の道路整備や屋根の掛け替えなどの工事は、人々が知恵と工夫と労力を持ち寄って行っていました。その過程では各々が意見を出し合うため、完成形は多様な視点に応えたものになります。現代に置き換えると、お客さま、設計事務所、時にはコンサルティング会社、そして弊社が集まって各視点から意見を出し合いながら、その建物をより良い形へと共に創り上げる。これが弊社の「共創」です。

相手にプラスになるような
先読みと考動の癖付けを

弊社が意見を申し上げる際は、お客さまのニーズをそのまま受け取るのではなく、常に先読みすることをお心掛けています。その建物の立



▲マンションやホテルなど京都を中心に多くの施工実績を誇る。



▲約200もの協会会社と結成する「一飢会」では、安全衛生活動や技術講習会のほか、「医師」「地震学者」など他分野の外部講師を招き見識を広げる活動も行う。



▲ハイブリッド耐震補強工法で施工した学校。外壁に施された「バテン」型の補強材は、誰しも一度は目にしたことがあるはず。

気遣いや話し合いから 始まるSDGs

弊社は2022年にSDGs行動宣言を策定しました。その中では地域貢献や環境配慮、レジリエントなまちづくりについて言及しています。建設会社として、特殊な技術や最新

地や役割、そして社会情勢などとも照らし合わせて先々まで想像力を働かせ、最適な提案を行うのです。例えば、賃貸住宅もコストよりクオリティを重視する昨今の風潮に鑑みて、共用部をホテルライクな内装にした上で、あえて相場以上の家賃に設定して事業性を最大化してはどうか。また例えば、近年の豪雨に備えて従来より大きな径の雨どいなどで排水力を高め、ハザードマップとも照らし合わせながら防災減災に寄与できないか。この先読み、想像の癖付けは非常に大切だと感じていまして、私自身、会話の際には相手の考えや求められる答えについて常に考えながら話しますし、従業員にもよく「予習して会議に臨みなさい」、また「常に作業服で出勤するのではなく、その日のスケジュールや会う人に合わせてコーディネートを自分で考えなさい」と話しています。常に先読みして相手のために考動できるスキルは、時代を問わず、また業種や職種を問わず重要です。千変万化の世の中だからこそ、この基本を身につけて、例えば弊社を離れた後も生涯にわたる武器として活用してほしいと考えています。

素材を用いた建物づくりも当然重要です。しかしもっと広い視野で見れば、日々の掃除や小さな手助け、それに話し合いなどもSDGsのひとつだと私は考えています。掃除や手助けは誰もが生き生きと活動しやすい環境づくりに繋がりますし、また話し合いは相互理解に欠かせません。建設業はクレーム産業ともいわれますが、クレームのほとんどはちよつとしたボタンの掛け違いで、話し合いで改善点を整理しながら「共創」していけばうまくいくものです。同じように、近年深刻化するさまざまな社会的分断についても、互いに話し合い意見を出し合つて、より良い社会を「共創」し続けてゆくことはできないでしょうか。普段の生活のなかで、相手と分かり合っている、相手に喜ばれたり助けになることを見つけて、また自分の喜びに代えてゆく。お客さまの喜びを企業活動に結び付けてゆくことがSDGsだと思うのです。



▲災害に強いまちづくりに貢献したとして、2023年に「これからの1000年を紡ぐ企業」に認定、また京都市輝く地域企業表彰「地域企業輝き特別賞」を受賞した。

沿革

- 1979年 前会長の大村勉が大安組を設立
- 1990年 関連会社の株式会社関西リペア工業を設立
- 1995年 阪神・淡路大震災発生。発災直後から復興工事に携わる
- 2000年 大村安司が代表取締役就任
- 2003年 関西リペア工業がハイブリッド耐震補強工法で特許を取得
- 2017年 関連会社のDO総合防災研究所を設立
- 2023年 京都市輝く地域企業表彰「地域企業輝き特別賞」受賞
- 2023年 京都市「これからの1000年を紡ぐ企業」に認定



株式会社大安組

〒600-8411
京都市左京区高野上竹屋町15番地
TEL:075-781-1500
URL:www.daiangumi.co.jp



▲大村社長自ら開発した多機能型非常用電源蓄電装置「D-rescue」

防災から復興へ 災害に強い建物のために

03年に大村現社長が主導して開発、工法特許を取得した「ハイブリッド耐震補強工法」は、音やホコリを立てずに既存の建物を耐震補強できることから京都をはじめ全国の学校や病院で採用された。しかしその後、日本は立て続けに震災に襲われ、台風や豪雨による災害も毎年苛烈さを増してゆく。その中で大村社長は「災害が起こるのは仕方がない。大切なのはその後いかに復興するか」と発想を転換し、2017年に株式会社DO総合防災研究所を設立。企業のBCP対策やマンションの防災用品に活用できる非常用電源システム「D-rescue」を開発した。「耐震」から「復興」へ。テーマをシフトしつつ、大安組は災害対応のニーズにさまざまな提案で応じ続ける。

調査リポート

2024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4.2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4.2ポイント悪化の△21.4となりました。業種別では、製造業（5.8ポイント増加）、建設業（4.1ポイント増加）は改善、卸売業（24.7ポイント減少）、小売業（15.3ポイント減少）、サービス業（11.0ポイント減少）、不動産業（4.4ポイント減少）は悪化となりました。前回調査では卸売業やサービス業など旅行需要をはじめとする個人消費関連を中心に上向き、改善が見られた地元中小企業の景況感は、回復のペースが若干足踏みし、小幅な悪化となりました。半導体関連の需要が引き続き好調な他、夏休みシーズンとなり人流増加が好材料となった一方で、原材料価格の高騰や長期化している人手不足等がマイナス要因となりました。

業況D.I.の2024年12月期予想は、

調査要領

全体	610社	(調査時点 2024年8月)	
製造業	218社 (35.7%)	サービス業	65社 (10.7%)
卸売業	85社 (13.9%)	建設業	122社 (20.0%)
小売業	74社 (12.1%)	不動産業	46社 (7.5%)

対象範囲 京都府内、一部の滋賀・大阪・奈良の当庫取引先880社

回答数 610社 回答率 69.3%

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

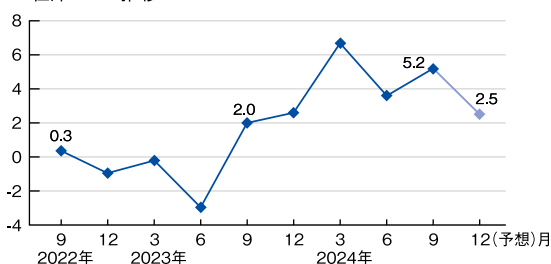
業種平均で9.7ポイント増加の改善を予想しています。

今後の見通しについて、インバウンド需要の拡大や半導体関連を中心とした製造業の改善がプラス材料となり、経済活動は緩やかに回復していくと予想されますが、人手不足の長期化、人件費、原材料価格の上昇など、企業を取り巻く環境は厳しい状況が続きます。引き続き原材料価格の動向や海外情勢などに注視する必要がありますが、先行きの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

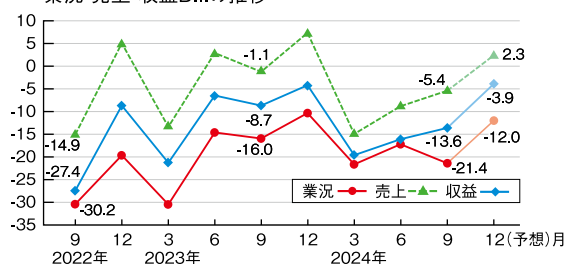
在庫 | 在庫D.I.は上昇

在庫D.I.の推移



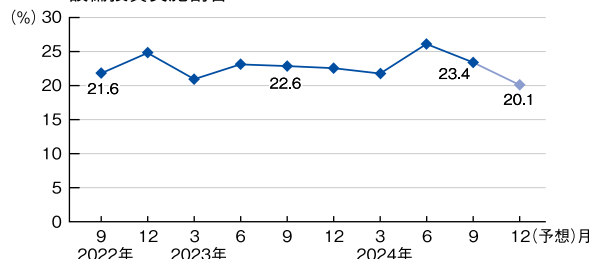
業況 | 業況D.I.は悪化、売上・収益D.I.は改善

業況・売上・収益D.I.の推移



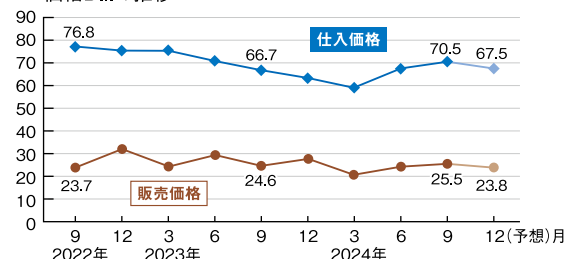
設備投資 | 依然として設備投資には慎重

設備投資実施割合

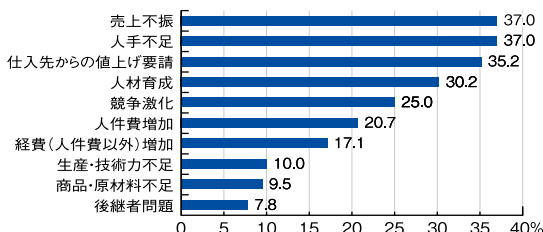


価格 | 販売・仕入価格D.I.ともに上昇、乖離幅は拡大

価格D.I.の推移

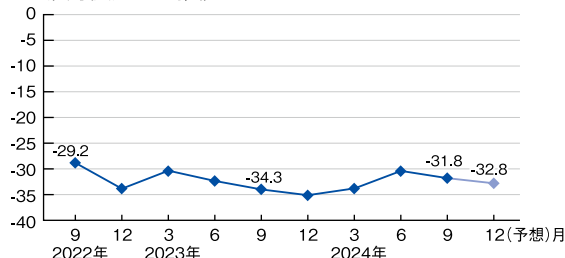


経営上の問題点 | 「売上不振」と「人手不足」が深刻

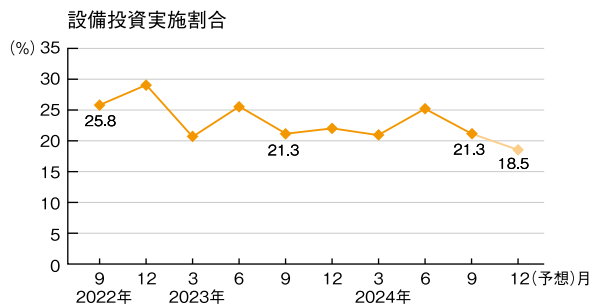


雇用状況 | 雇用D.I.は下降

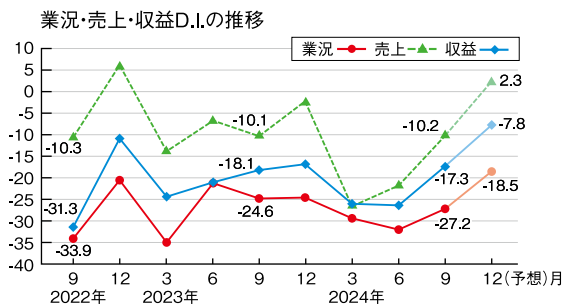
雇用状況D.I.の推移



設備投資 | 依然として設備投資には慎重



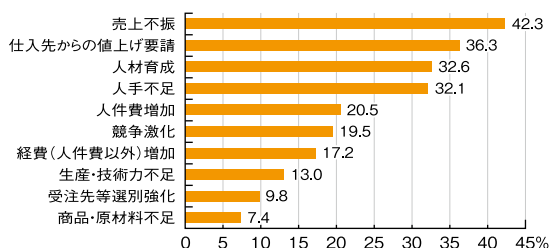
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善



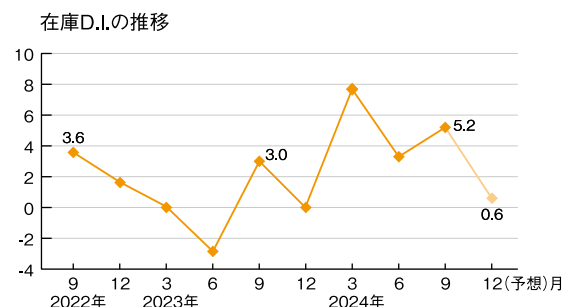
製造業

雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

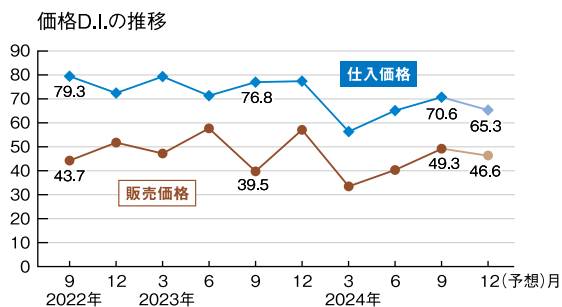
経営上の問題点 | 前期に引き続き「売上不振」が深刻



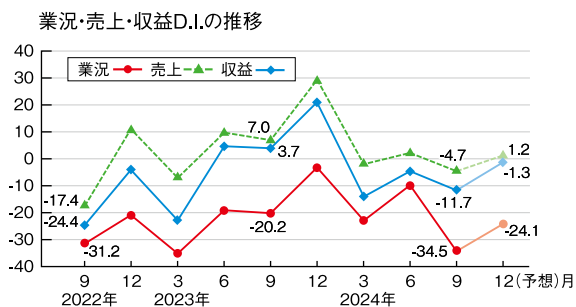
在庫 | 在庫D.I.は上昇



価格 | 販売価格・仕入価格D.I.ともに上昇、乖離幅は縮小



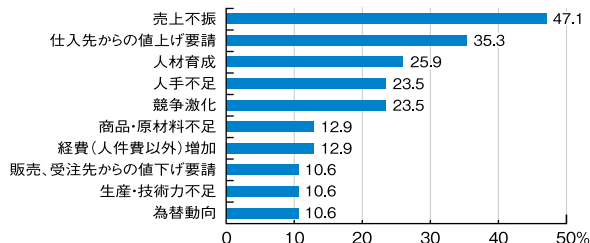
業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて悪化



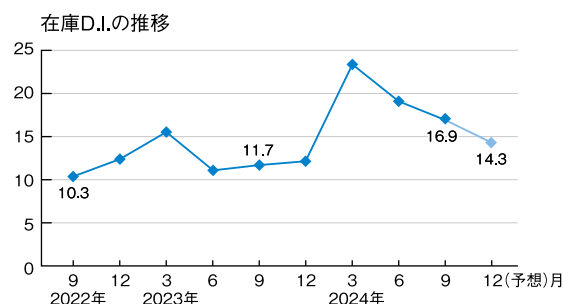
卸売業

雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

経営上の問題点 | 前期に引き続き「売上不振」が深刻



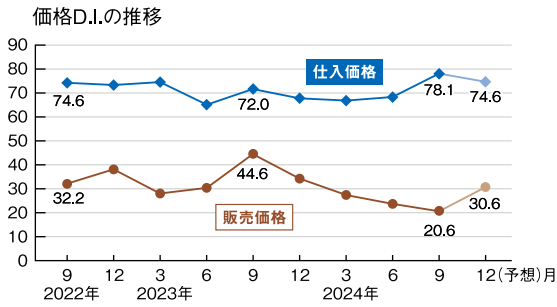
在庫 | 在庫D.I.は下降



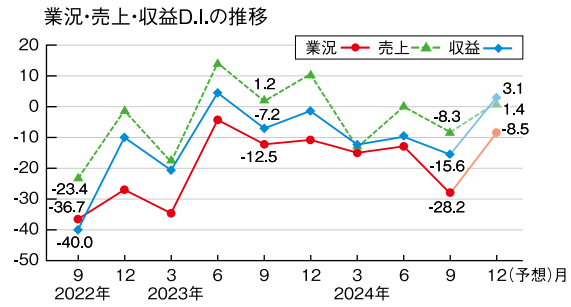


小売業

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

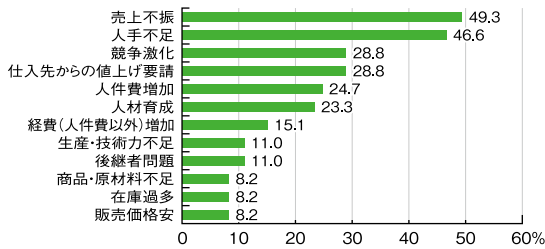


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて悪化

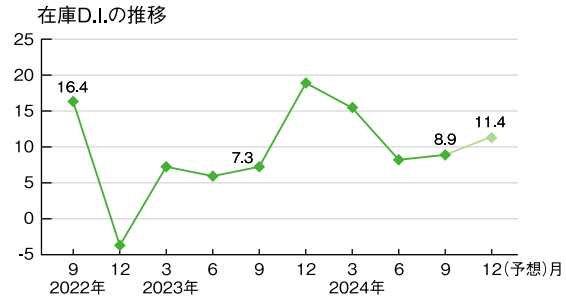


雇用状況 | 雇用D.I.は上昇

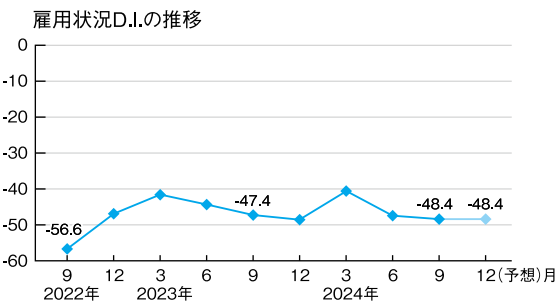
経営上の問題点 | 前期に引き続き「売上不振」が深刻



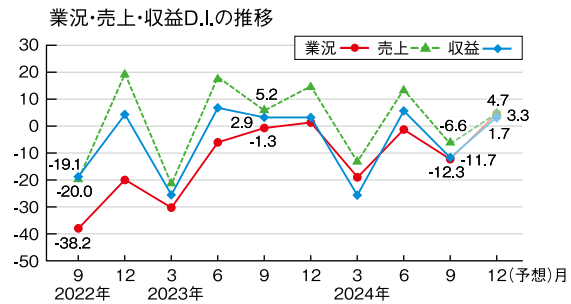
在庫 | 在庫D.I.は上昇



雇用状況 | 雇用D.I.は下降

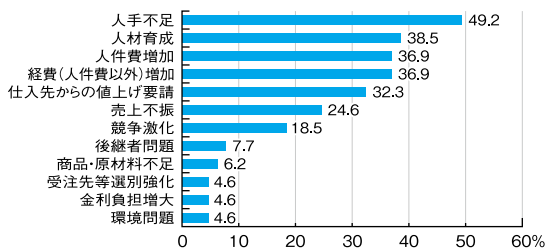


業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて大幅に悪化

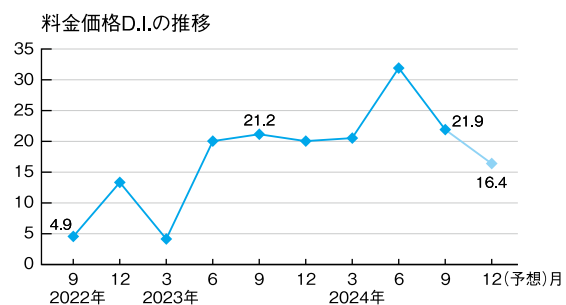


サービス業

経営上の問題点 | 「人手不足」が深刻



価格 | 料金価格D.I.は大幅に下降

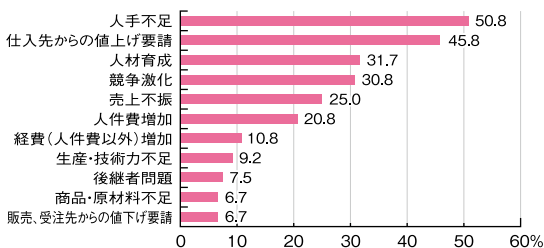


価格 | 請負価格D.I.は大幅に上昇

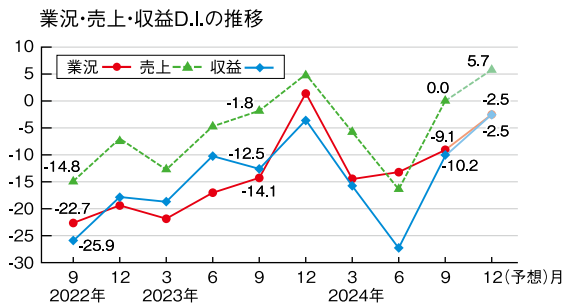


雇用状況 | 雇用D.I.は大幅に下降

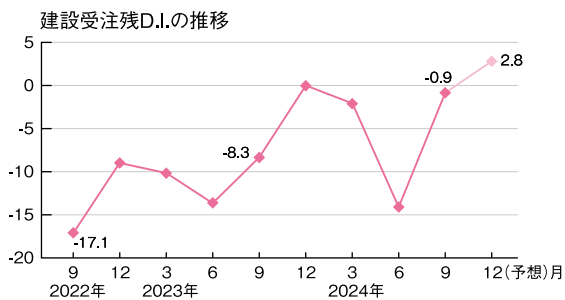
経営上の問題点 | 前期に引き続き「人手不足」が深刻



業況 | 業況・売上・収益D.I.はすべて改善



受注残 | 受注残D.I.は大幅に上昇

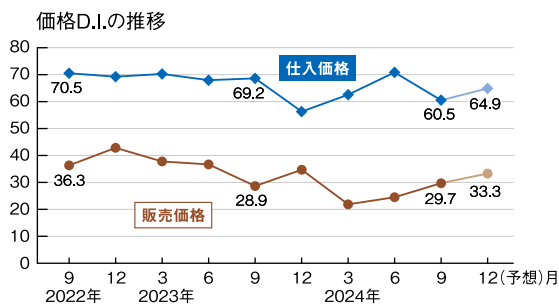


施工高 | 施工高D.I.は上昇

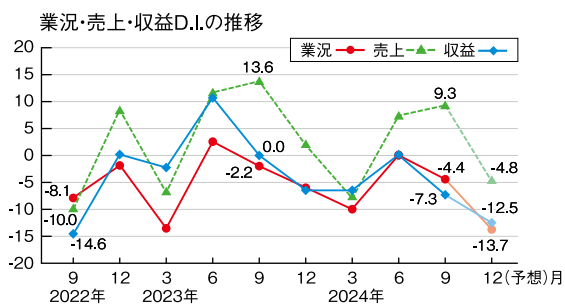
在庫 | 在庫D.I.は上昇



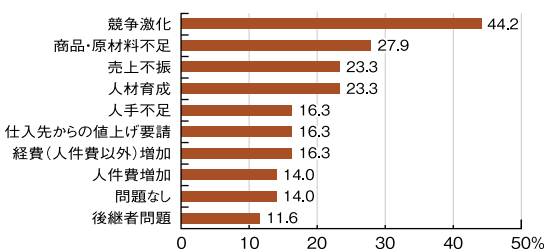
価格 | 販売価格D.I.は上昇、仕入価格D.I.は下降、乖離幅は縮小



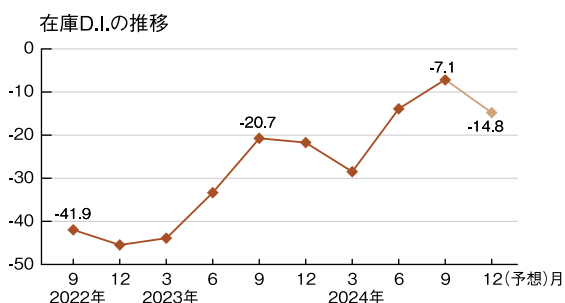
業況 | 業況・収益D.I.は悪化、売上D.I.は改善



経営上の問題点 | 前期に引き続き「競争激化」が深刻



在庫 | 在庫D.I.は上昇

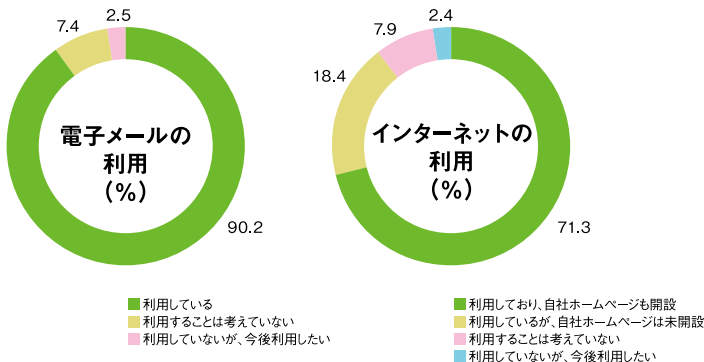


「中小企業におけるデジタル化とキャッシュレスへの対応」について

調査先数 880社
有効回答数 610社
調査日 2024年8月

1 事業上の情報収集・情報発信等において、パソコンやスマートフォン等でインターネットを利用していますか。また、同様に事業上で電子メールを利用していますか。

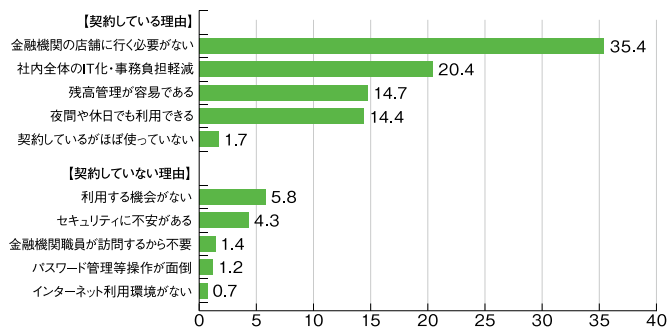
インターネットの利用については「利用しており、自社ホームページも開設」が最も多く71.3%と全体の7割を超える結果となりました。電子メールの利用については「利用している」が最も多く90.2%と全体の約9割を占める結果となりました。



2 インターネットバンキングを契約していますか。契約している方は、契約している主な理由または状況をお答えください。契約していない方は、契約していない主な理由をお答えください。

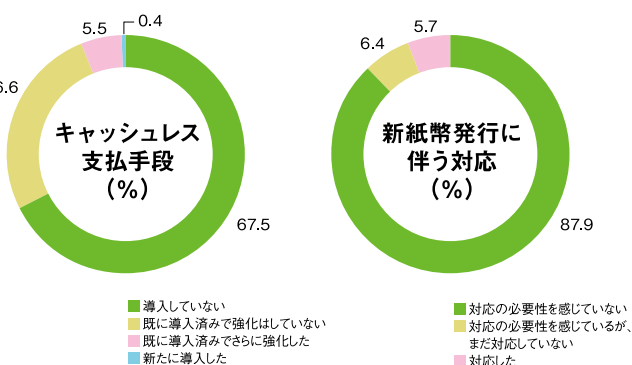
インターネットバンキングを契約している理由では、「金融機関の店舗に行く必要がない」が最も多く35.4%となりました。次いで、「社内全体のIT化・事務負担軽減」が20.4%となりました。契約していない方の契約しない理由では「利用する機会がない」が最も多く5.8%となりました。次いで「セキュリティに不安がある」が4.3%となりました。

インターネットバンキングを契約しているか (%)



3 7月に実施された新紙幣の発行に伴い、貴社では何らかの対応（設備投資など）を実施しましたか。また、新紙幣導入を機にキャッシュレス支払手段の導入または強化をしましたか。

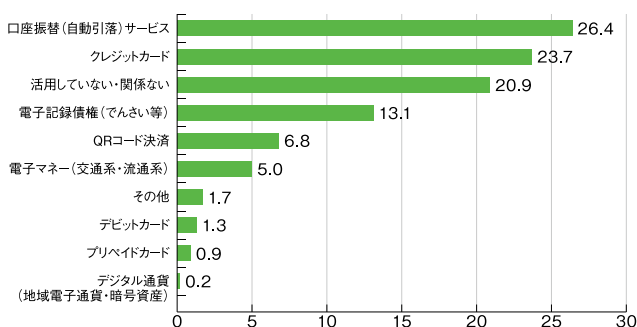
新紙幣発行に伴う対応については「対応の必要性を感じていない」が87.9%と約9割を占め、最も多い回答となりました。キャッシュレス支払手段の導入または強化については「導入していない」が67.5%と最も多く、次いで「既に導入済みで強化はしていない」が26.6%となりました。



4 貴社では、取引先や顧客との決済にあたって、現在、どのようなキャッシュレス支払手段を活用していますか。主に活用しているキャッシュレス支払手段をお答えください。

主に活用しているキャッシュレス支払手段としては、「口座振替（自動引落サービス）」が26.4%と最も多く、次いで「クレジットカード」が23.7%となりました。「活用していない関係ない」が20.9%と3番目に多い回答となりました。

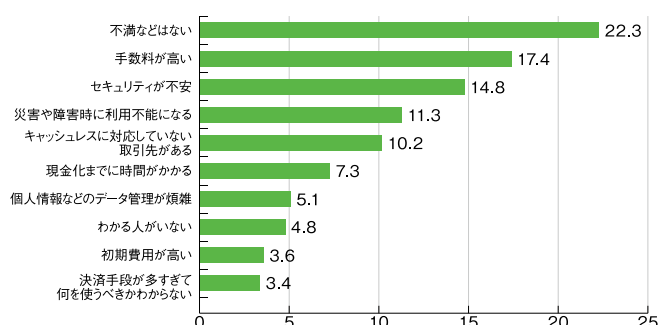
主に活用しているキャッシュレス支払手段 (%)



5 問4のキャッシュレス支払手段について、導入している方は感じている不満を、導入していない方は導入していない理由をお答えください。

キャッシュレス支払手段を導入している方が感じている不満および導入していない方の導入しない理由について、「不満などはない」が22.3%と最も多い回答となりました。次いで「手数料が高い」が17.4%、「セキュリティが不安」が14.8%、「災害や障害時に利用不能になる」が11.3%、「キャッシュレスに対応していない取引先がある」が10.2%となりました。

キャッシュレス支払手段について (%)



「来春の採用計画」について

各グラフの凡例 2022年

2023年

2024年

調査先数 880社
有効回答数 610社
調査日 2024年8月

1 今春の採用人員は何名ですか？

―採用ゼロが増加―

「採用ゼロ」の企業は70.6%で昨年調査から0.4ポイント増加しており、昨年に引き続き採用ゼロの企業が7割以上を占め、依然として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？

―採用する企業が増加―

最も高い割合を占めたのは、今年も「未定」で、昨年調査より2.6ポイント減少し、37.1%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42.3%で、昨年調査から3.8ポイント増加となりました。

3 雇用情勢の動きは？

―若干の悪化傾向に―

「最悪期が続く」と「まだ先行き悪化する」の合計は42.6%で、昨年調査より4.0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11.4%で、昨年調査より9.1ポイント減少し、昨年調査に比べ悪化しました。なお「わからない」は44.4%で昨年調査より5.0ポイント増加しています。

4 今後雇用対策として必要なことは？

企業として

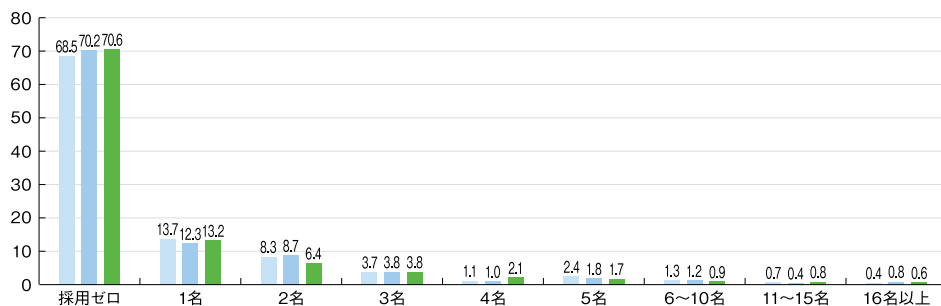
―昨年に引き続き「人件費水準の引上げ」がトップとなる―

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0.6ポイント増加し、71.3%となりました。次いで「採用時期の通年化」が昨年調査より1.6ポイント減少の13.2%、「産業間の労働移動の円滑化」が昨年と同値の10.0%となりました。

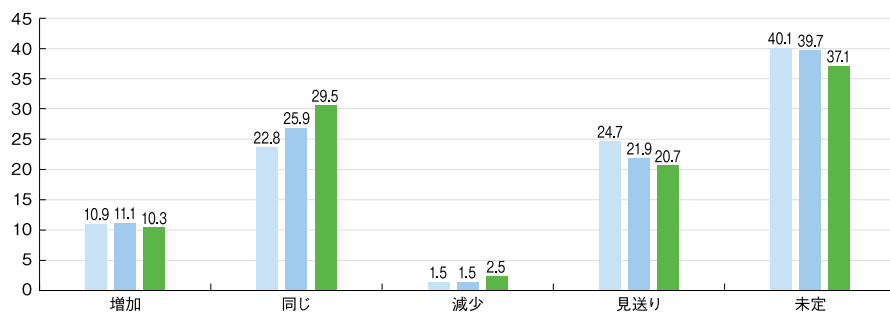
国として

―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1.7ポイント増加し40.2%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1.2ポイント増加し30.3%となりました。「公共事業拡大」は昨年調査より1.2ポイント減少し9.5%となっています。

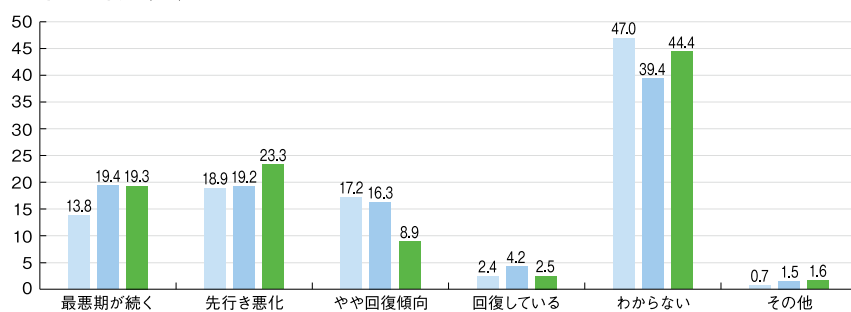
採用実績 (%)



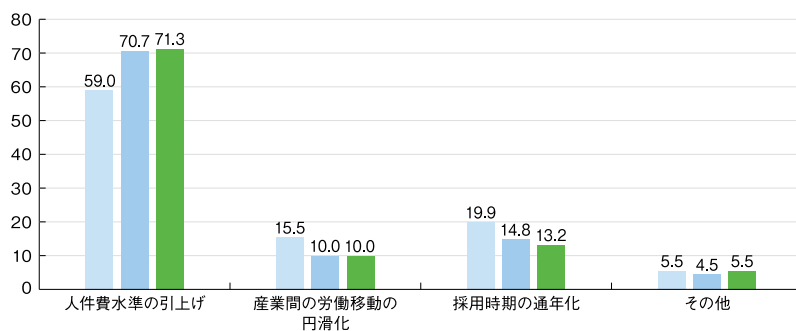
来春採用予定 (%)



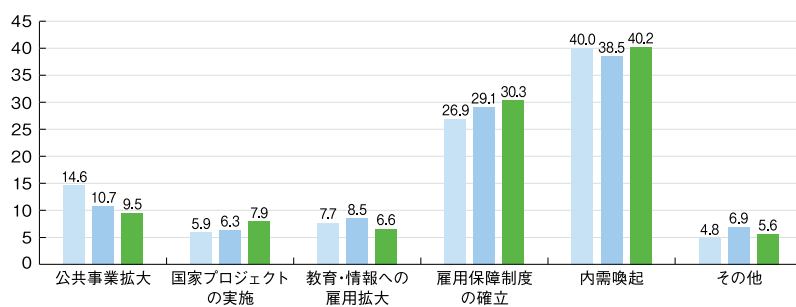
雇用情勢 (%)



企業の対策 (%)



国の対策 (%)





京都中央信用金庫に グループ会社があることを ご存知ですか？



地域のお客様が抱えている課題の解決サポート
並びにサステナブルな社会の実現に向けて、
京都中央信用金庫グループを是非ご利用ください！



京都中央信用金庫

2024年10月1日現在

発行 | 2024.11

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鉦町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。