Asahi Information Report

No.122

中小企業景況調査 2025年 1-3月期

街の鼓動に敏感です
朝日信用金庫

CONTENTS

2025年1-3月期の中小企業景況調査結果

（本調査は1967年10月より開始しています。）

●特別調査
外国人・海外情勢と中小企業

●元気企業訪問シリーズ　No.128
株式会社オーティーエス

●元気企業訪問シリーズ　No.129
ミヤザキ食器株式会社

●一般財団法人 朝日中小企業経営情報センター（ACC）の活動紹介
令和6年度下期の助成事業について

Asahi Information Report No.122

2025年1-3月期の中小企業景況調査概要

● **調査対象の選定**
当金庫のお取引先

● **調査の方法**
郵送および聴取

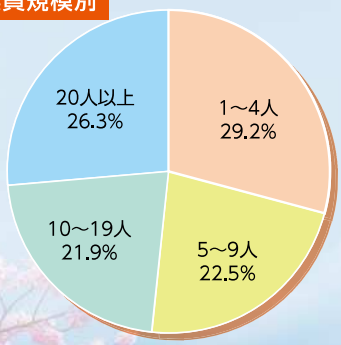
● **調査内容**
売上、収益、価格、設備、借入等について実数だけではなく、経営者の感覚や判断を聴取

● **調査期間**
2025年2月中旬～3月上旬

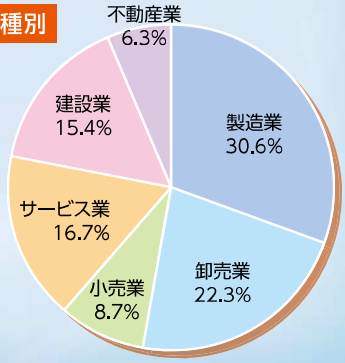
● **調査票の回収状況**
調査依頼先数：818件　回答数：448件　回答率：54.8%

● **回答企業の内訳**

従業員規模別



業種別

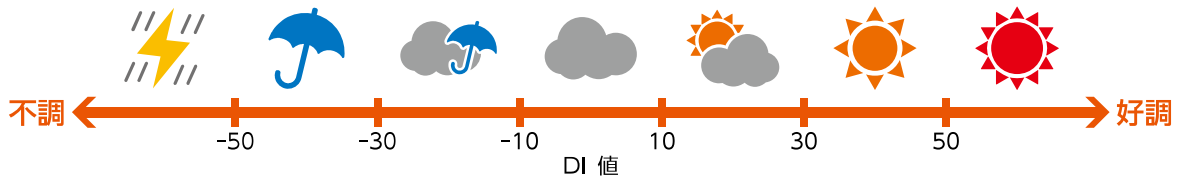


※本資料の計数は四捨五入による端数処理のため、表やグラフの合計が100%にならないことがあります。

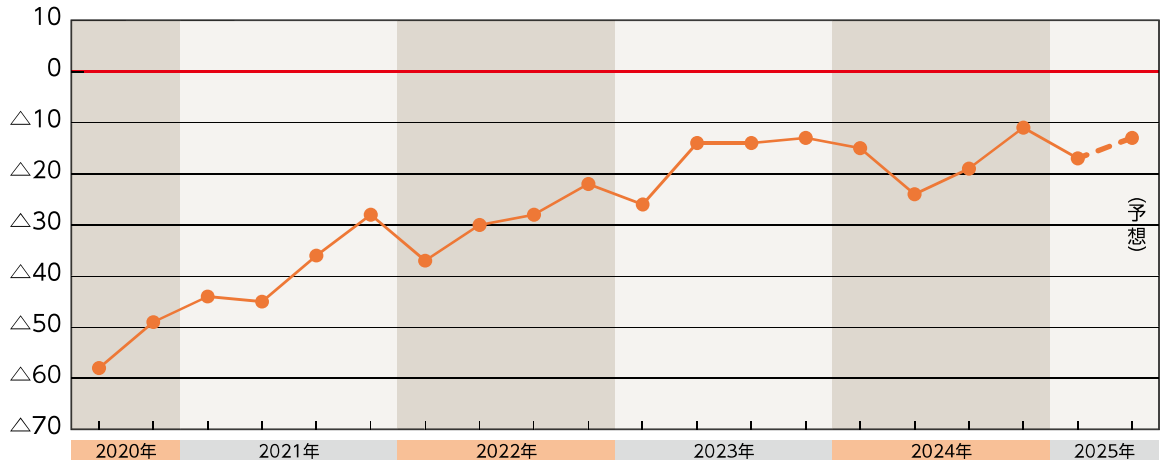
《景気動向判断指数について》

この調査では、景気判断の基準として「DI」(Diffusion Index の略)による分析方法を用いています。
「DI」とは“増加”(または「上昇」、「過剰」など)したと答えた企業割合から、“減少”(または「下降」、「不足」など)したと答えた企業割合を差し引いた数値のことで、不変部分を除き“増加”したとする企業と“減少”したとする企業のどちらの力が強いかを時系列的に比べる方法です。

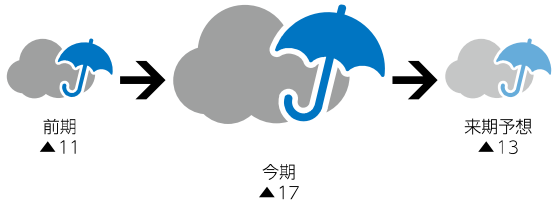
天気図の見かた



歴年業況感 DI 推移グラフ



全業種



概　要

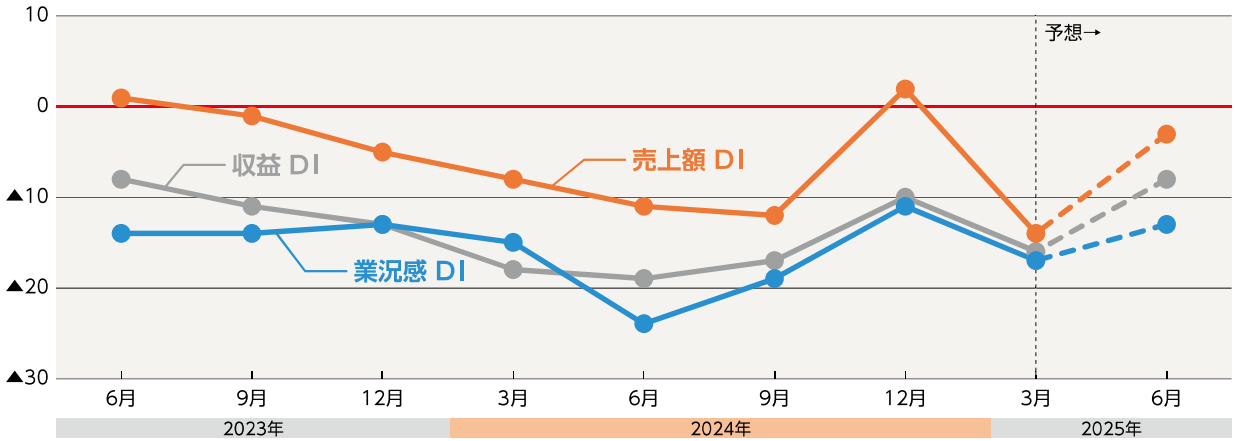
業況感・売上額・収益ともに後退しました。特に売上額は大きく低下しました。

業種別に業況感を見ると、サービス業と卸売業を除く業種で大幅な低下が見られます。

来期の見通し

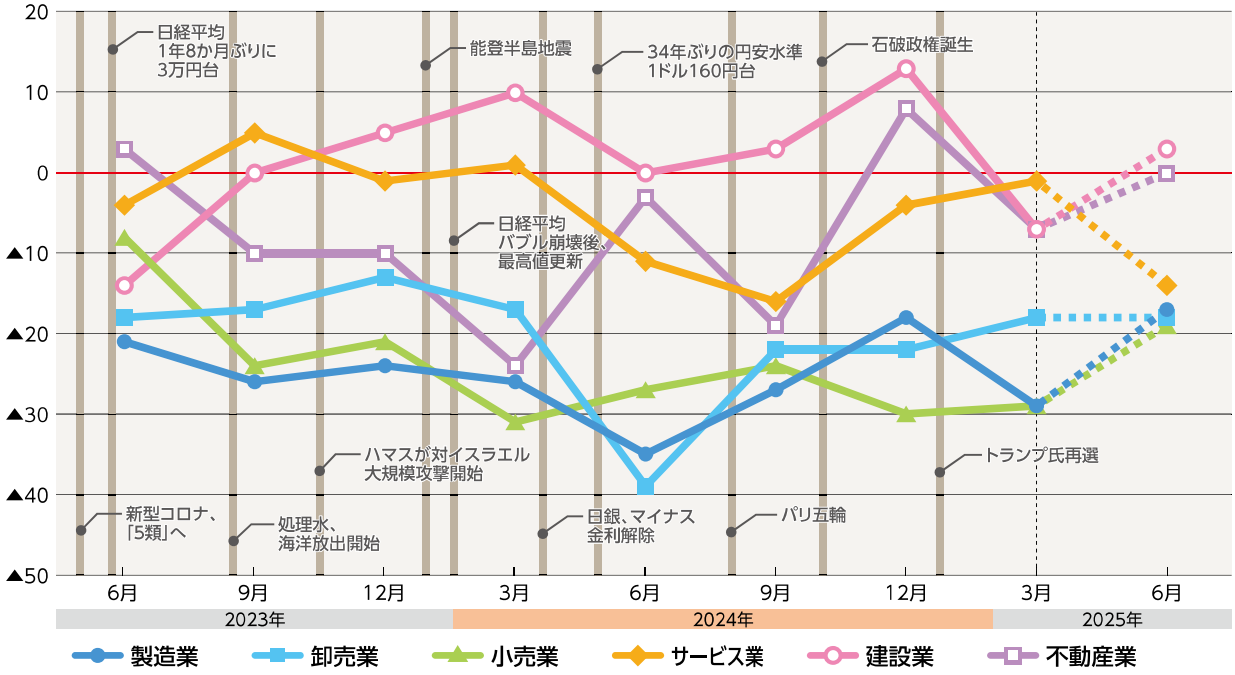
サービス業を除く業種で業況感・売上額・収益ともに回復を予想しています。

主要指数の推移



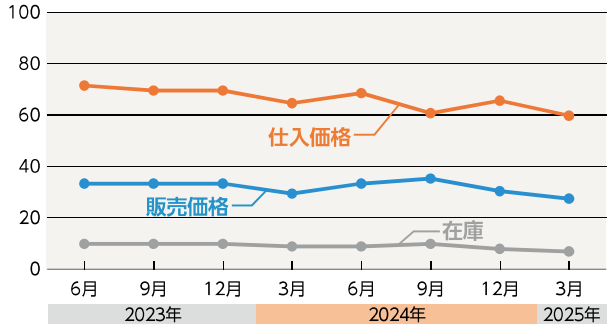
	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月
業況感	▲ 14	▲ 14	▲ 13	▲ 15	▲ 24	▲ 19	▲ 11	▲ 17	▲ 13
売上額	1	▲ 1	▲ 5	▲ 8	▲ 11	▲ 12	2	▲ 14	▲ 3
収益	▲ 8	▲ 11	▲ 13	▲ 18	▲ 19	▲ 17	▲ 10	▲ 16	▲ 8

業況感DI　業種別推移

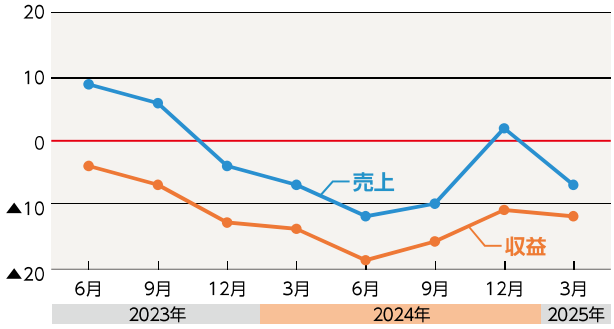


項目別DIの推移

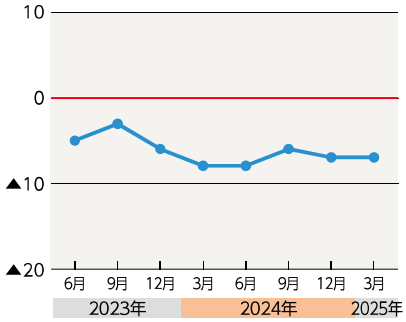
販売価格・仕入価格・在庫



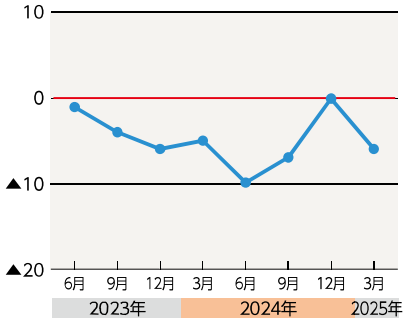
前年同期比　売上・収益



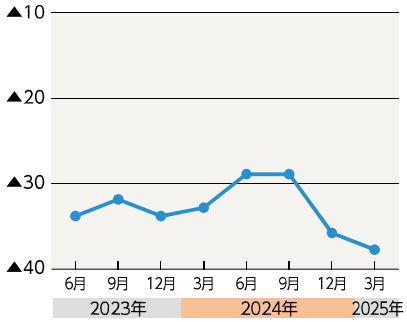
資金繰り



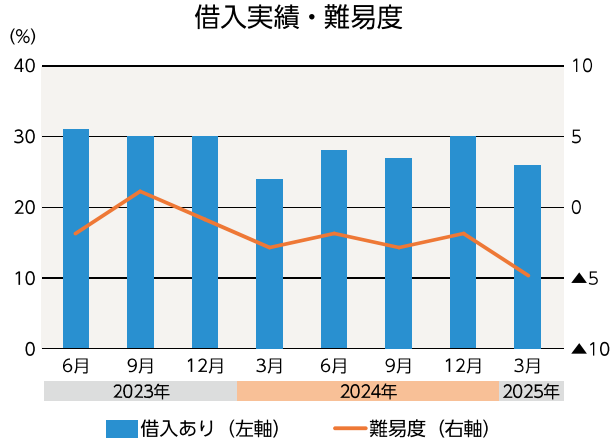
残業



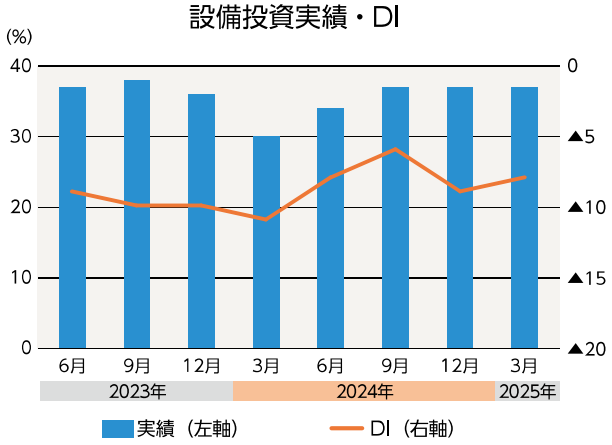
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	売上の停滞・減少	43.1%（1）	**36.8%**
2	人手不足	34.7%（2）	**35.0%**
3	原材料高	29.4%（3）	**28.6%**
4	人件費の増加	18.7%（5）	**27.2%**
5	利幅の縮小	20.1%（4）	**21.4%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	46.0%（1）	**47.3%**
2	経費を節減する	38.3%（3）	**40.9%**
3	人材を確保する	38.3%（2）	**40.0%**
4	情報力を強化する	20.6%（4）	**19.7%**
5	労働条件を改善する	7.3%（5）	**11.8%**

（複数回答）

製造業

概　要

収益以外、業況感・売上額はともに大幅に後退しています。特に売上額は20ポイントマイナスとなりました。

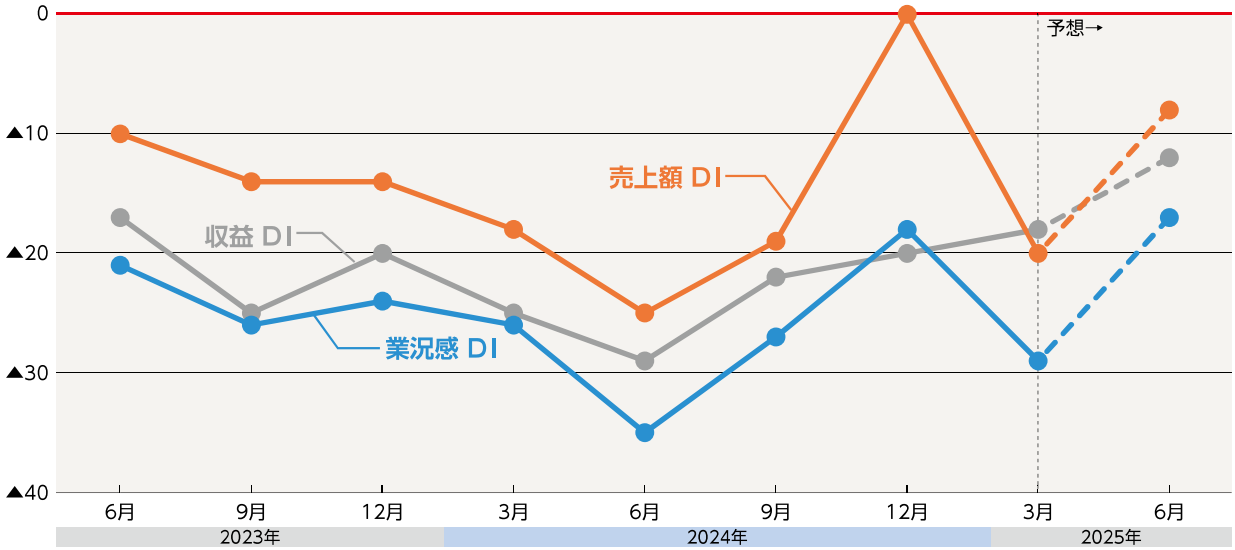
経営上の問題点では、前年同期と比較して「人件費の増加」を指摘する企業が10ポイント以上増加しています。重点経営施策では、過半数の企業から「販路を広げる」が挙げられています。

項目別DIでは、人手不足が前期に比べてさらに悪化しています。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに回復する見込みです。

主要指数の推移



	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月
業況感	▲ 21	▲ 26	▲ 24	▲ 26	▲ 35	▲ 27	▲ 18	▲ 29	▲ 17
売上額	▲ 10	▲ 14	▲ 14	▲ 18	▲ 25	▲ 19	0	▲ 20	▲ 8
収益	▲ 17	▲ 25	▲ 20	▲ 25	▲ 29	▲ 22	▲ 20	▲ 18	▲ 12

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	売上の停滞・減少	55.7%（1）	**46.7%**
2	原材料高	46.1%（2）	**41.6%**
3	人手不足	28.7%（3）	**27.0%**
4	人件費の増加	15.0%（5）	**26.3%**
5	利幅の縮小	21.0%（4）	**22.6%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

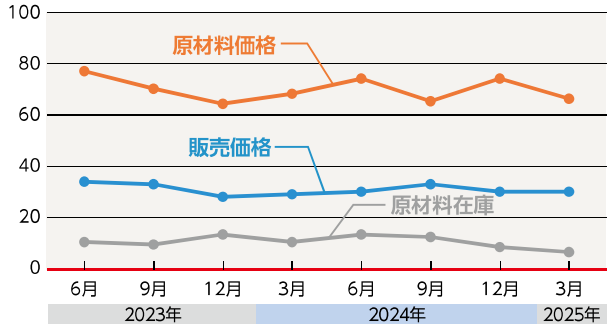
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	57.5%（1）	**59.1%**
2	経費を節減する	41.3%（2）	**45.3%**
3	人材を確保する	34.7%（3）	**38.7%**
4	新製品・技術を開発する	19.2%（5）	**24.1%**
5	情報力を強化する	25.7%（4）	**21.2%**

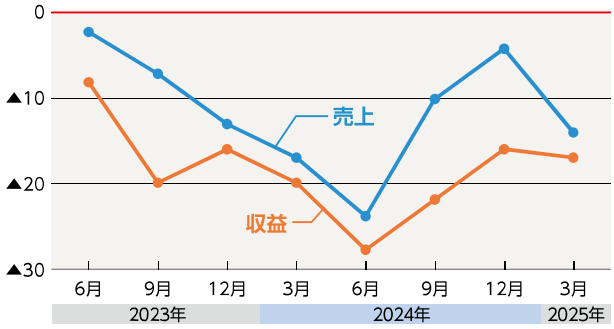
（複数回答）

項目別DIの推移

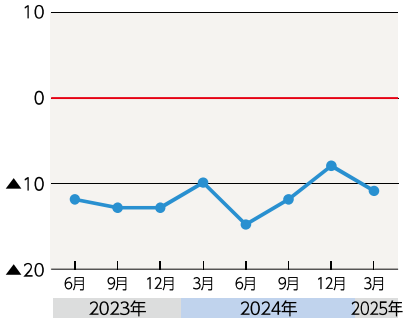
販売価格・原材料価格・原材料在庫



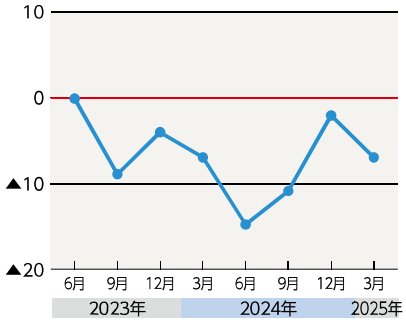
前年同期比　売上・収益



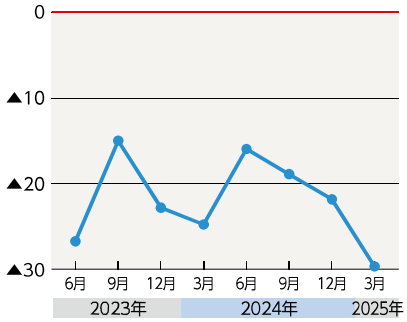
資金繰り



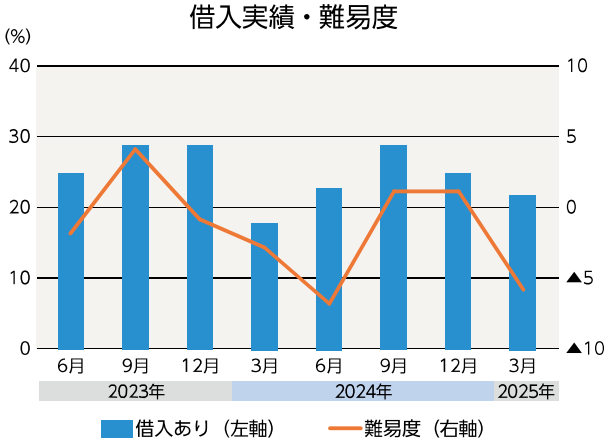
残業



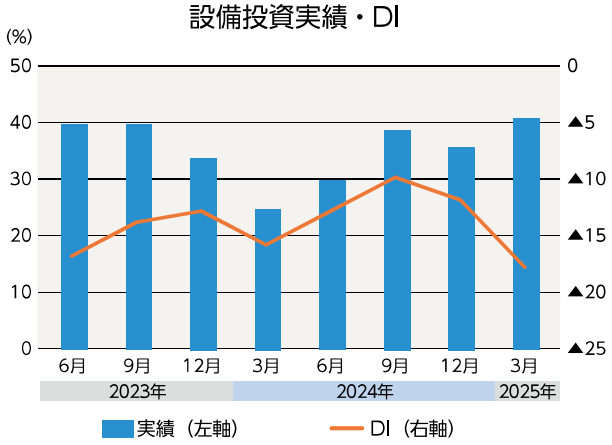
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



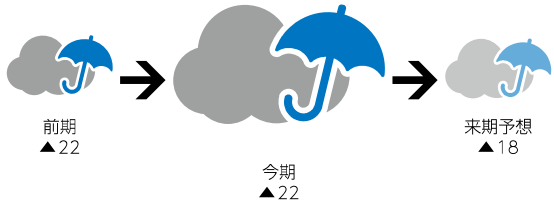
従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期（予想）
1～4人	☂☁	☂	☂☁
5～9人	☂	☂	☂☁
10～19人	☂☁	☂☁	☂☁
20～49人	☂☁	☂	☂☁
50人以上	☁☀	☀	☁☀

エリア別　景況天気図

	都心	副都心	都心近接	東部	北部
業況感	☁☀	☂☁	☂	☂	☂☁
売上額	☀	☂	☂☁	☂☁	☁
収益	☀	☂☁	☂☁	☂☁	☁
資金繰り	☁☀	☂☁	☂☁	☁	☁☀

卸売業



概　要

他業種に比べ主要指数は安定し横ばいで推移しました。売上額はプラス圏を維持しています。

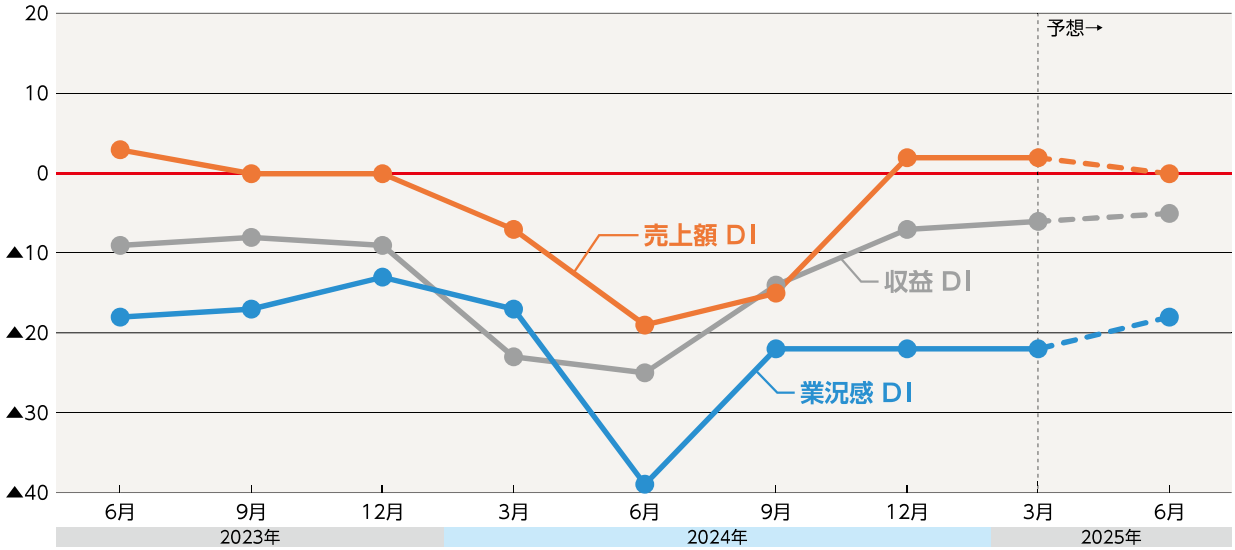
経営上の問題点として前年同期と比べ「利幅の縮小」が6ポイント増加しました。重点経営施策では前年同期と同様「販路を広げる」を指摘する企業が7割近くとなっています。また、情報力の強化により売上の回復が期待されています。

項目別DIでは、人手不足がさらに悪化。販売価格・仕入れ価格・在庫は安定しています。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに横ばいで推移すると予想しています。

主要指数の推移



	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月
業況感	▲18	▲17	▲13	▲17	▲39	▲22	▲22	▲22	▲18
売上額	3	0	0	▲7	▲19	▲15	2	2	0
収益	▲9	▲8	▲9	▲23	▲25	▲14	▲7	▲6	▲5

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	売上の停滞・減少	47.8%（1）	**46.0%**
2	利幅の縮小	20.0%（4）	**26.0%**
3	同業者間の競争の激化	19.1%（5）	**23.0%**
4	人手不足	21.7%（3）	**22.0%**
4	仕入先からの値上げ要請	27.8%（2）	**22.0%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

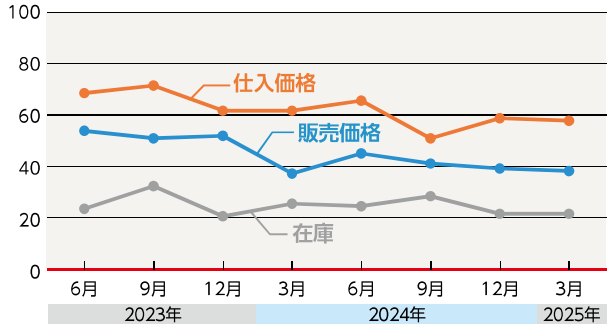
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	64.3%（1）	**69.0%**
2	経費を節減する	39.1%（2）	**41.0%**
2	情報力を強化する	27.0%（3）	**41.0%**
4	人材を確保する	27.0%（3）	**29.0%**
5	品揃えを充実する	20.0%（5）	**24.0%**

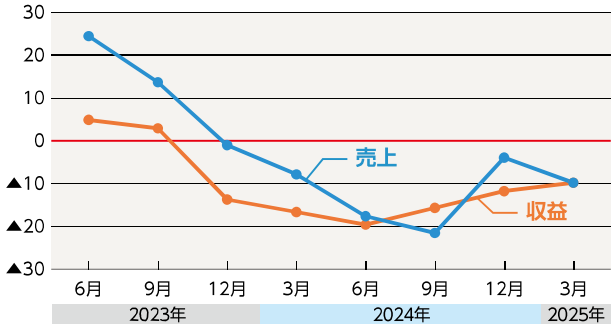
（複数回答）

項目別DIの推移

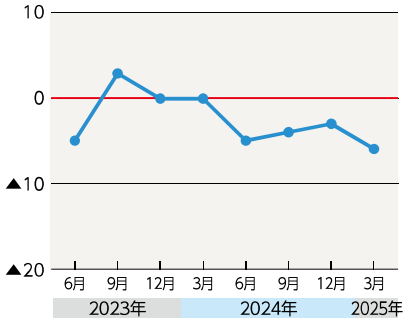
販売価格・仕入価格・在庫



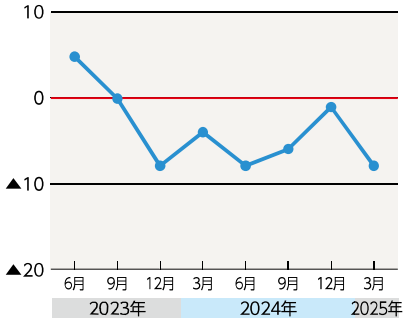
前年同期比　売上・収益



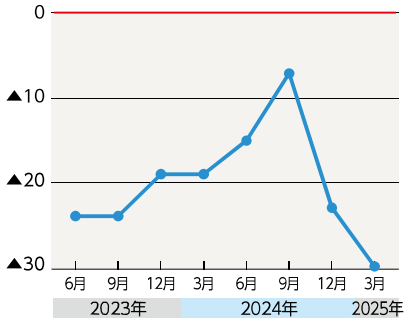
資金繰り



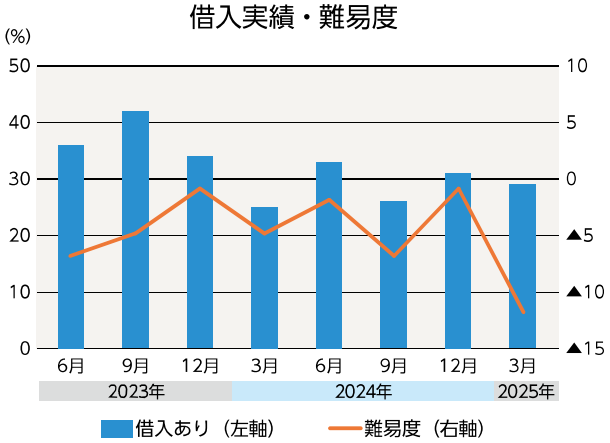
残業



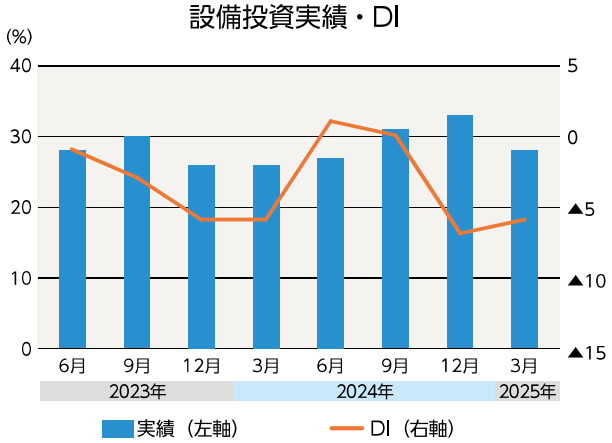
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	**今期**	来期（予想）
1～4人	☂	☂	☂
5～9人	☂	☂	☂
10～19人	☂	☁	☂
20～49人	☂	☁	☁
50人以上	☁	☀	☂

エリア別　景況天気図

	都心	副都心	都心近接	東部	北部
業況感	☁	☂	☂	☀	☁
売上額	☁	☂	☂	☁	☀
収益	☂	☂	☂	☀	☂
資金繰り	☁	☁	☁	☁	☀

小売業

概　要

業況感は若干回復したものの、売上額が低下したほか、収益は20ポイント以上下落しました。

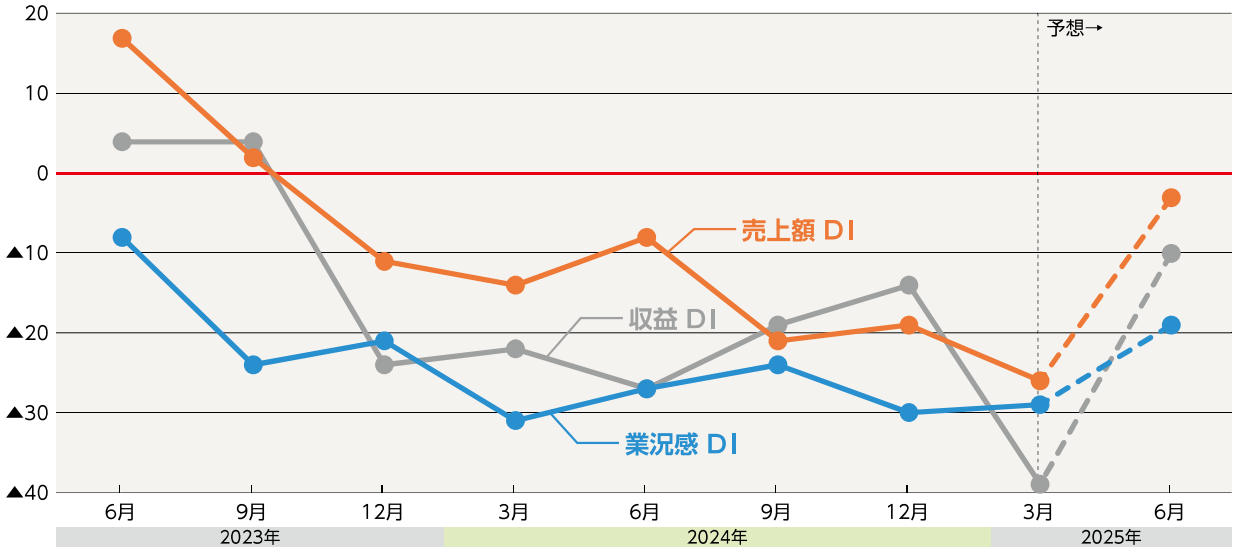
経営上の問題点では、前年同期と同様「売上の停滞・減少」を指摘する企業が多くありました。また、「人件費の増加」が10ポイント増加しています。重点経営施策では、「経費を節減する」が前期に続き増加しました。

項目別DIでは、人手が回復したものの、収益の悪化が顕著です。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに回復を予想しています。

主要指数の推移



	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月
業況感	▲ 8	▲ 24	▲ 21	▲ 31	▲ 27	▲ 24	▲ 30	▲ 29	▲ 19
売上額	17	2	▲ 11	▲ 14	▲ 8	▲ 21	▲ 19	▲ 26	▲ 3
収益	4	4	▲ 24	▲ 22	▲ 27	▲ 19	▲ 14	▲ 39	▲ 10

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	売上の停滞・減少	50.0%（1）	**43.6%**
2	人件費の増加	23.8%（3）	**33.3%**
3	人手不足	19.0%（4）	**30.8%**
4	利幅の縮小	31.0%（2）	**25.6%**
5	仕入先からの値上げ要請	11.9%（7）	**23.1%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

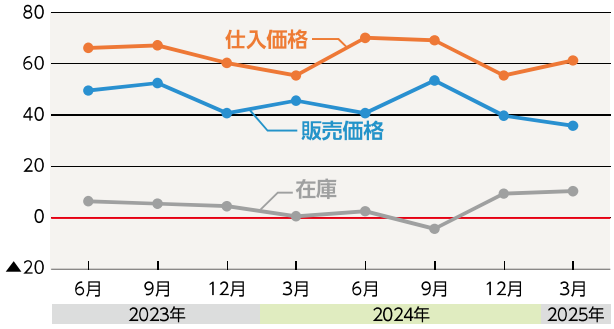
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	経費を節減する	35.7%（2）	**48.7%**
2	品揃えを改善する	42.9%（1）	**30.8%**
3	人材を確保する	23.8%（3）	**23.1%**
4	売れ筋商品を取り扱う	11.9%（7）	**17.9%**
5	宣伝・広告を強化する	9.5%（8）	**15.4%**

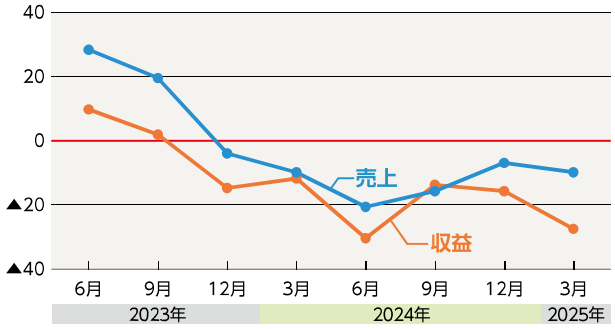
（複数回答）

項目別DIの推移

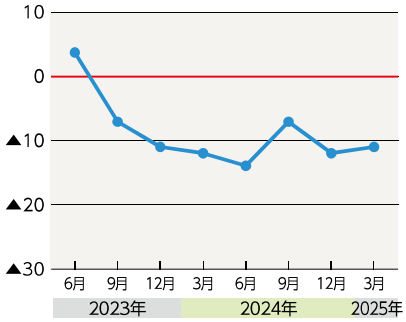
販売価格・仕入価格・在庫



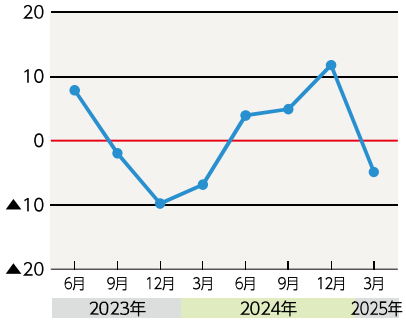
前年同期比　売上・収益



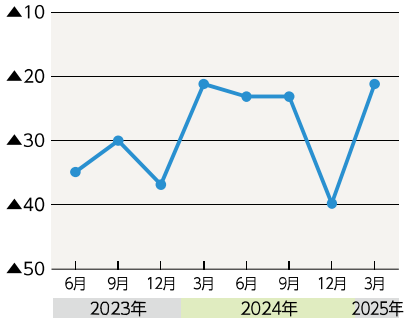
資金繰り



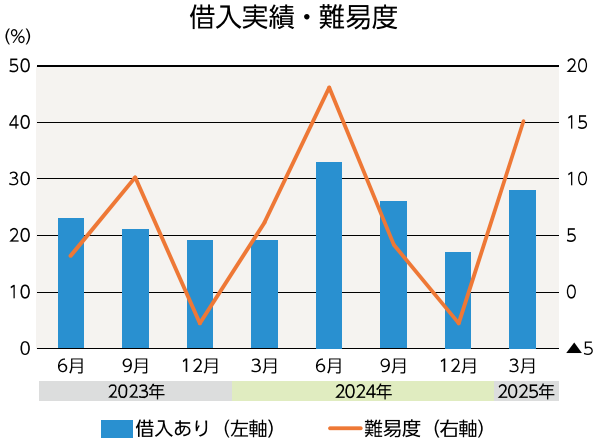
残業



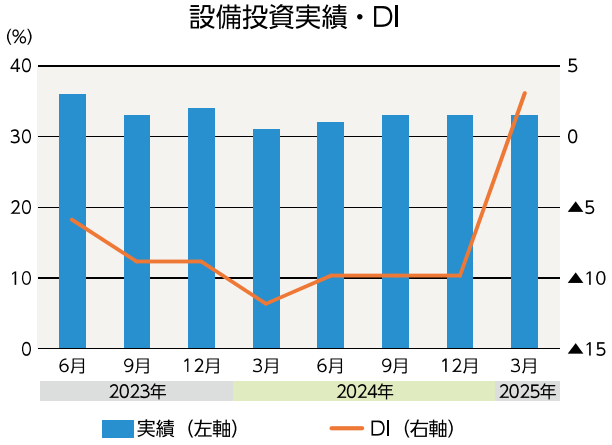
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

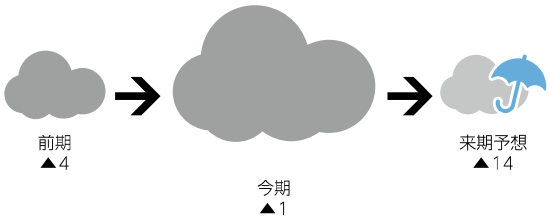
	前期	**今期**	来期（予想）
1～4人	☂	☂	☂
5～9人	☁	☂	☂
10人以上	☁	☂	☁

エリア別　景況天気図

	都心近接	東部
業況感	☂	☂
売上額	☂	☂
収益	☂	☂
資金繰り	☁	☁

※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

サービス業



概　要

売上額・収益ともに下落するも、他業種に比べ幅が小さく業況感はやや回復が見られています。

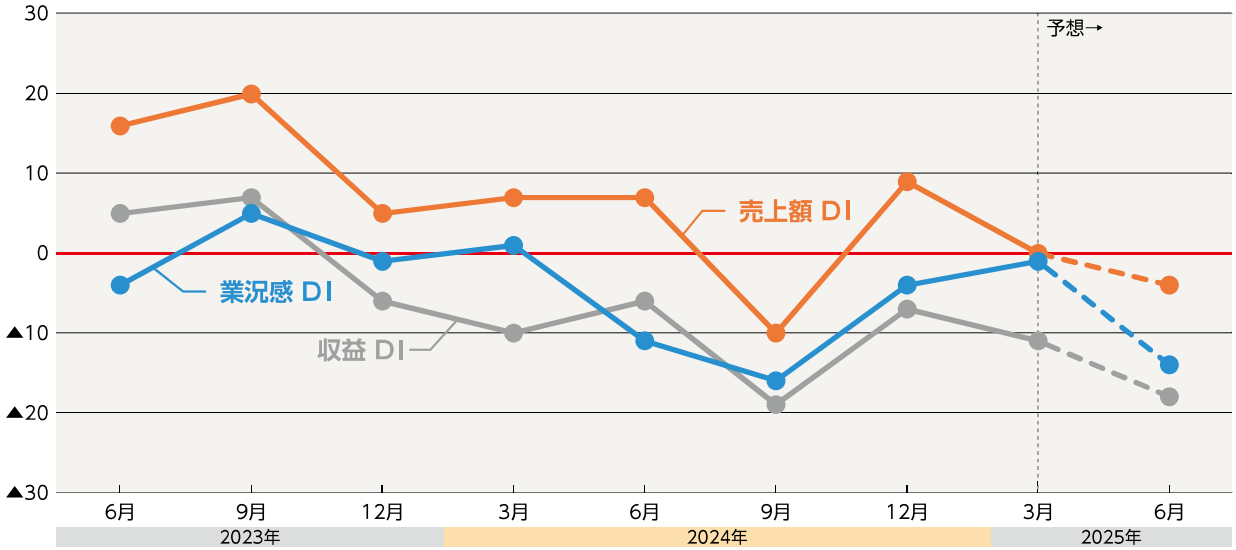
経営上の問題点では、前期と同様「人手不足」が過半数の企業から挙げられています。前期3番目であった「人件費の増加」が今期2番目の問題点となっています。

重点経営施策でも、「人材の確保」が最も多く5割の企業から挙げられています。

来期の見通し

他業種の来期の予想は概ね改善方向にあるものの、サービス業は業況感・売上額・収益ともに悪化を予想しています。

主要指数の推移



	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月
業況感	▲4	5	▲1	1	▲11	▲16	▲4	▲1	▲14
売上額	16	20	5	7	7	▲10	9	0	▲4
収益	5	7	▲6	▲10	▲6	▲19	▲7	▲11	▲18

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人手不足	56.8%（1）	**54.7%**
2	人件費の増加	33.8%（2）	**41.3%**
3	材料価格の上昇	29.7%（3）	**36.0%**
4	売上の停滞・減少	29.7%（3）	**25.3%**
5	利幅の縮小	14.9%（6）	**14.7%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

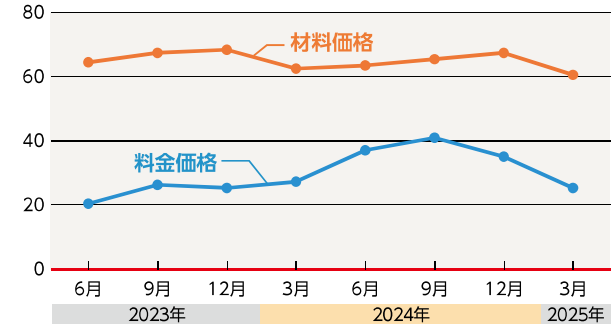
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	54.1%（1）	**50.7%**
2	販路を広げる	33.8%（3）	**40.0%**
3	経費を節減する	36.5%（2）	**29.3%**
4	教育訓練を強化する	25.7%（5）	**28.0%**
5	技術力を強化する	27.0%（4）	**25.3%**

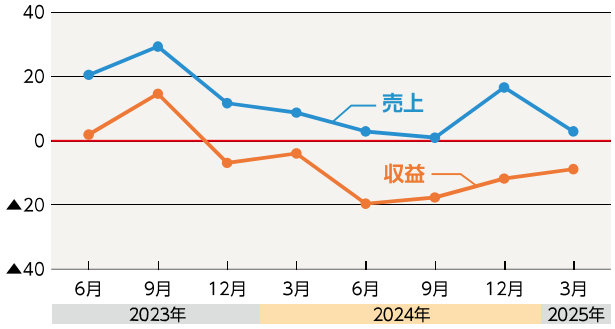
（複数回答）

項目別DIの推移

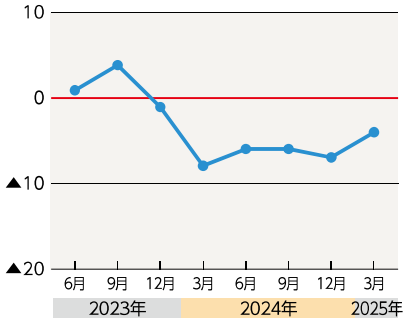
料金価格・材料価格



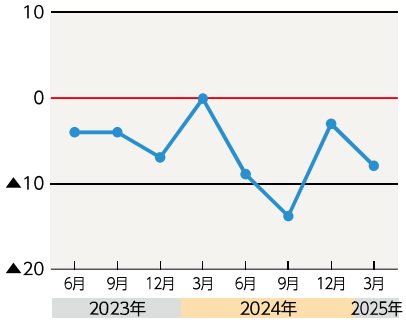
前年同期比　売上・収益



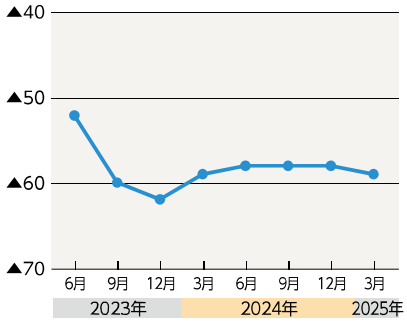
資金繰り



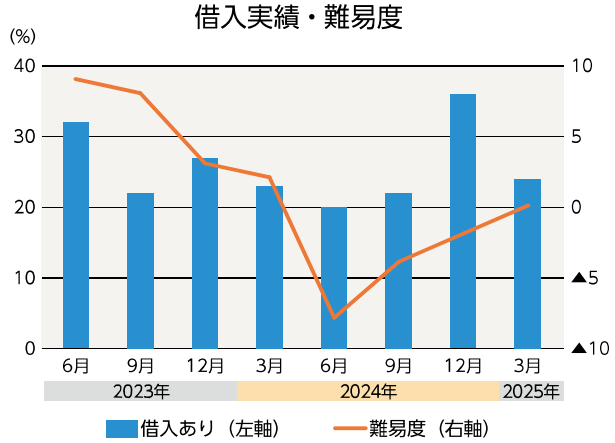
残業



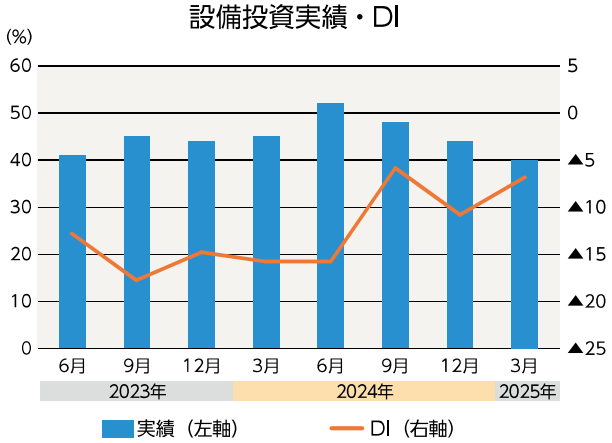
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	**今期**	来期（予想）
1～4人	☂	☂	⛈
5～9人	🌦	☂	☂
10～19人	☁	☁	🌦
20～49人	🌤	🌤	🌤
50人以上	☁	☀	☁

エリア別　景況天気図

	都心	副都心	都心近接	東部	北部
業況感	🌦	☀	🌦	☁	☁
売上額	🌦	☀	🌦	☁	☁
収益	🌦	🌤	☂	☁	🌦
資金繰り	🌦	🌤	☁	🌦	☁

建設業

概　要

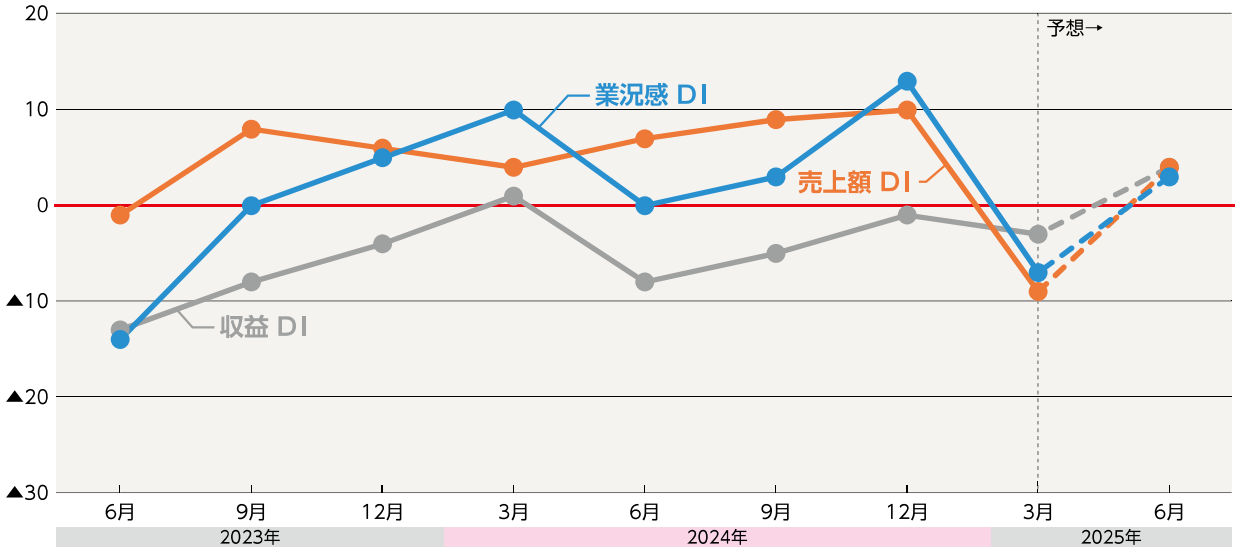
業況感・売上額・収益ともに下落しました。景況感・売上額は久しぶりのマイナス圏へ下落しています。

経営上の問題点では、前年同期で最も指摘が多かった「人手不足」を逆転して「材料価格の上昇」が最も多く、6割以上の企業から指摘さています。重点経営施策は「人材を確保する」が最も多く、項目別DIでは残業が増加しています。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに回復を予想し、プラス圏への回復を見込んでいます。

主要指数の推移



	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月
業況感	▲14	0	5	10	0	3	13	▲7	3
売上額	▲1	8	6	4	7	9	10	▲9	4
収益	▲13	▲8	▲4	1	▲8	▲5	▲1	▲3	4

経営上の問題点トップ5

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	材料価格の上昇	58.4%（2）	**63.8%**
2	人手不足	62.3%（1）	**62.3%**
3	人件費の増加	18.2%（5）	**24.6%**
4	下請の確保難	23.4%（3）	**20.3%**
5	売上の停滞・減少	20.8%（4）	**17.4%**

（複数回答）

重点経営施策トップ5

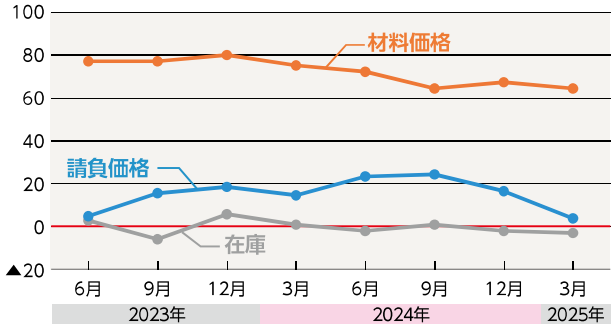
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	66.2%（1）	**63.8%**
2	経費を節減する	40.3%（2）	**44.9%**
3	技術力を高める	36.4%（3）	**39.1%**
4	販路を広げる	36.4%（3）	**34.8%**
5	労働条件を改善する	13.0%（6）	**15.9%**

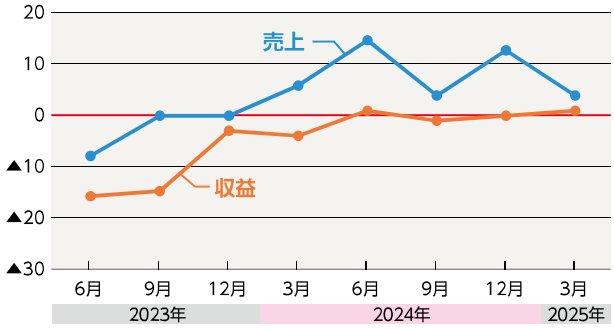
（複数回答）

項目別DIの推移

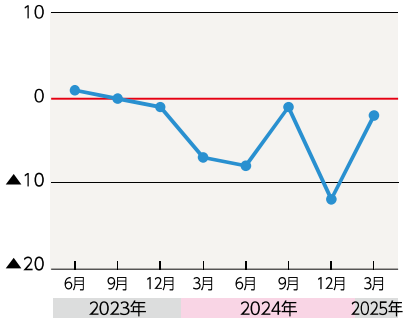
請負価格・材料価格・在庫



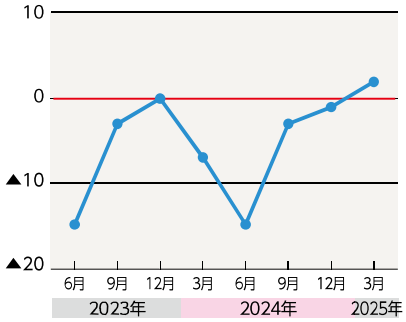
前年同期比　売上・収益



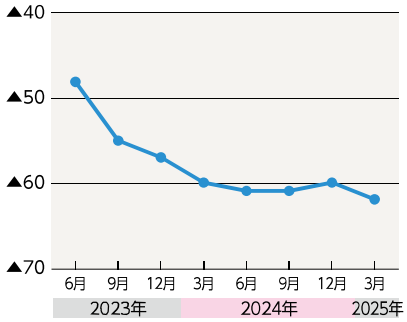
資金繰り



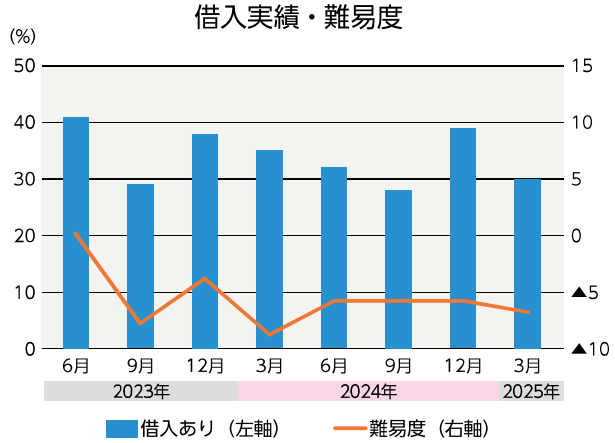
残業



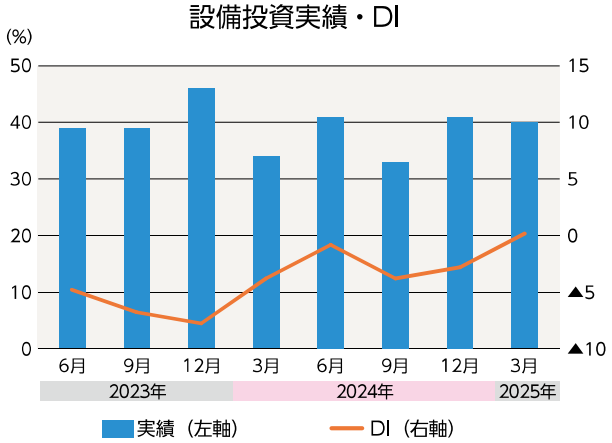
人手



借入実績・難易度



設備投資実績・DI



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期（予想）
1～4人	曇	傘	曇
5～9人	晴曇	傘	傘
10～19人	晴曇	曇	晴曇
20～49人	曇	曇	曇
50人以上	晴	晴	晴

エリア別　景況天気図

	副都心	都心近接	東部	北部
業況感	晴曇	曇	傘	傘
売上額	傘	晴曇	傘	傘
収益	傘	晴	曇	傘
資金繰り	曇	曇	曇	傘

※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

不動産業

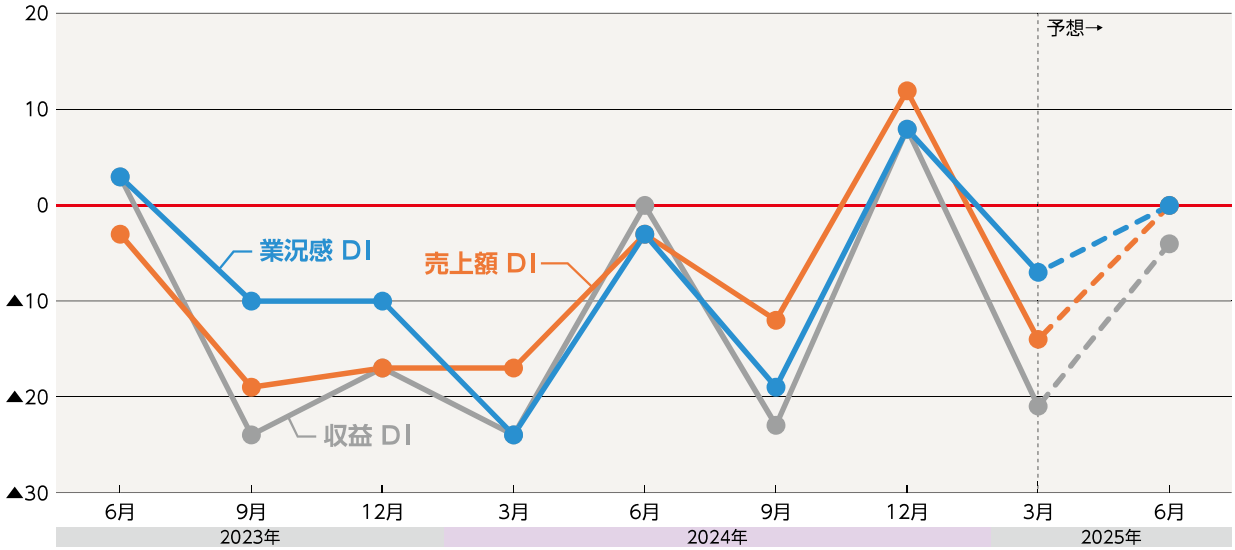
概　要

業況感・売上額・収益ともに大きく低下しマイナスに転じました。
経営上の問題点として、「大手企業との競争の激化」「商品物件の不足」を指摘する企業が増加しています。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに回復すると予想しています。

主要指数の推移



	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月
業況感	3	▲ 10	▲ 10	▲ 24	▲ 3	▲ 19	8	▲ 7	0
売上額	▲ 3	▲ 19	▲ 17	▲ 17	▲ 3	▲ 12	12	▲ 14	0
収益	3	▲ 24	▲ 17	▲ 24	0	▲ 23	8	▲ 21	▲ 4

経営上の問題点トップ５

（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	大手企業との競争の激化	24.1％（2）	**28.6％**
2	商品物件の不足	24.1％（2）	**28.6％**
3	売上の停滞・減少	34.5％（1）	**25.0％**
4	利幅の縮小	24.1％（2）	**21.4％**
5	同業者間の競争の激化	20.7％（6）	**17.9％**

（複数回答）

重点経営施策トップ５

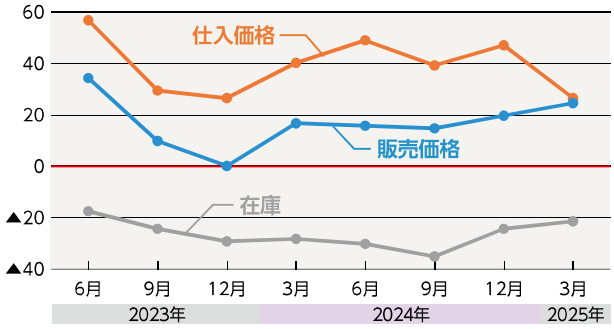
（　）内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	情報力を強化する	44.8％（1）	**35.7％**
2	販路を広げる	31.0％（2）	**28.6％**
2	経費を節減する	20.7％（3）	**28.6％**
4	宣伝・広告を強化する	20.7％（3）	**21.4％**
4	人材を確保する	10.3％（7）	**21.4％**

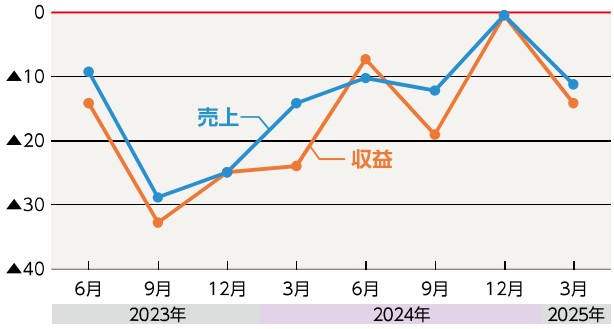
（複数回答）

項目別DIの推移

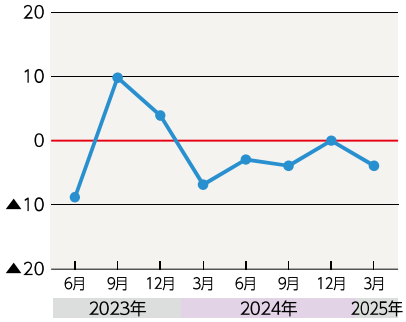
販売価格・仕入価格・在庫



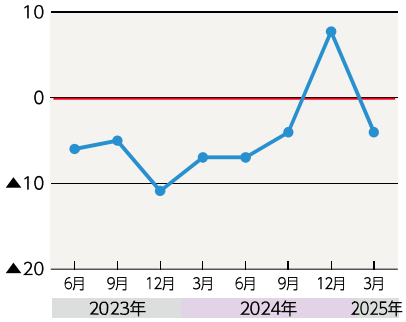
前年同期比　売上・収益



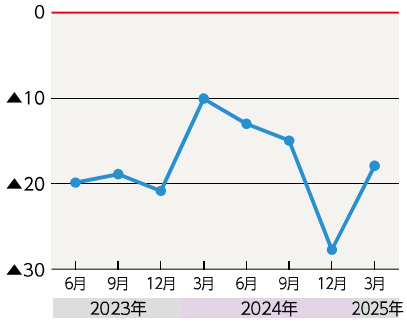
資金繰り



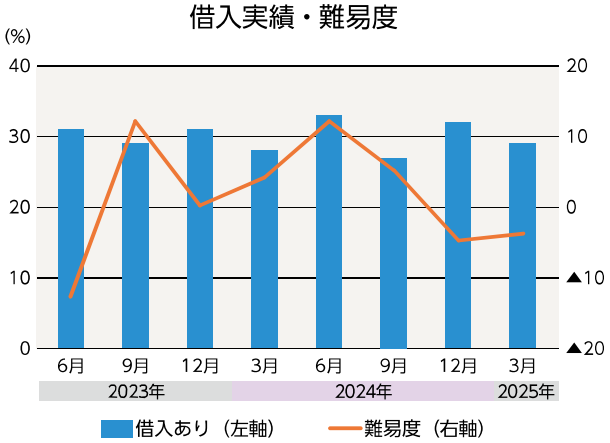
残業



人手



借入実績・難易度



従業員規模別　景況天気図

	前期	今期	来期（予想）
1～4人	☁	☂	☁
5人以上	☀	🌤	☁

エリア別　景況天気図

	都心近接	東部
業況感	☁	☁
売上額	☂	☂
収益	☂	☂
資金繰り	☂	☁

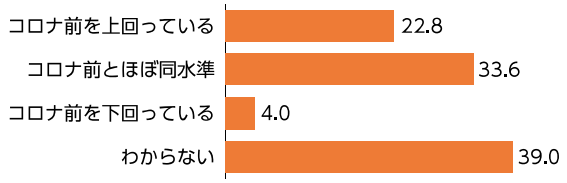
※サンプルが5先未満のエリアは1先の業績の影響が大きいため掲載していません。

特別調査 外国人・海外情勢と中小企業

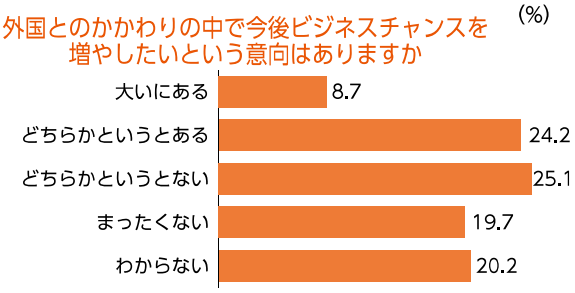
（2025年3月調査／回答数：489件）

昨今貴社を取り巻く事業環境や地域社会の中で、外国の方と接触する機会がコロナ前の水準に戻っているという実感はありますか

外国人の接触機会、ビジネス拡大の意向

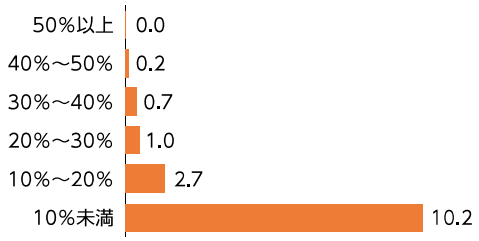


外国とのかかわりの中で今後ビジネスチャンスを増やしたいという意向はありますか

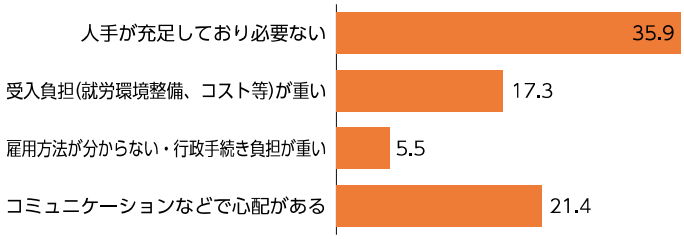


外国人労働者を雇用していますか?

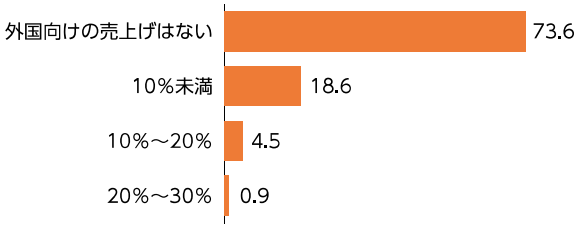
従業員全体に占める割合

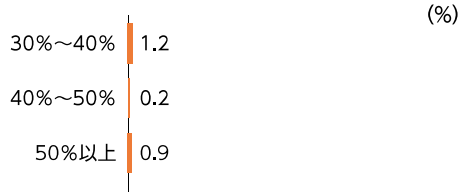


外国人労働者を雇用していない理由



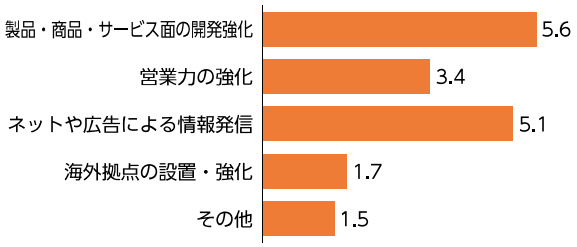
売上全体に占める外国向けの売上はどれくらいですか。



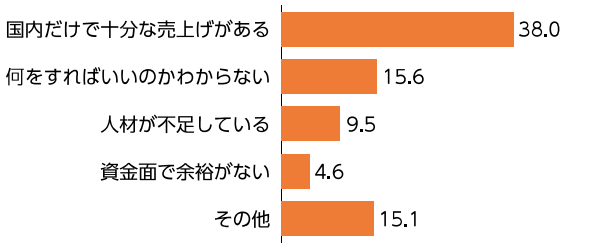


外国向けの売上を増加させるための取組み

外国向けの売上増加対策を行っている

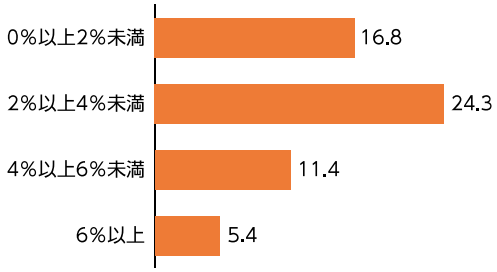


外国向けの売上増加対策を行っていない

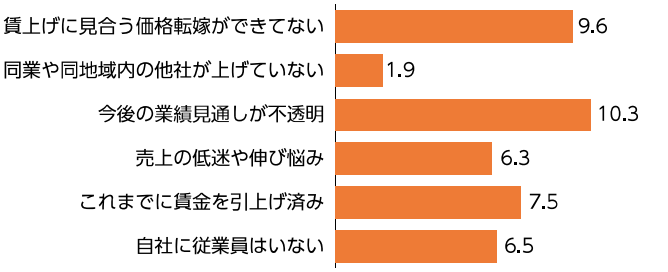


2025 年中に賃金の引き上げを実施しますか

賃金の引上げ実施



賃金の引上げしない



お客さまからのコメント

製造業

国の助成金制度を活用して最新鋭の機械の導入により製造効率が上昇した。（金属精密部品／埼玉／ 47名）

値上げや新規の受注を行っても、既存受注の減少も多く、売り上げを増やすことが非常に難しい状況が続いています。（組版編集／文京区／ 21名）

物価の上昇を追い抜く賃上げはなかなか難しい。（DTP製版／文京区／ 60名）

実質賃金のマイナスが続く中、賃金の引上げは雇用確保の観点からも不可避と考えるが、中長期的な財政面の負担が心配。（商業写真／文京区／ 30名）

次世代での仕事の仕組みがどのように変化していくのか、思いが至らない状態が続いています。（自動車用部品／江戸川区／ 5名）

材料費が高止まりのまま、仕事は多少増えているが、利幅が前よりも少ない状況が続いております。（紙製品の表面加工／墨田区／ 3名）

コロナ以降の低迷、零細企業の弱さと学校(小･中)の仕事の中、内製化が進み外注してもらえない。（印刷／文京区／ 4名）

卸売業

このご時世、経費増は仕方ない。本業でいかに利益を生むか。（鉄鋼二次製品加工･販売／千代田区／ 204名）

海外（中国）からの仕入が全体の70%以上になっており、為替の影響を大きく受ける。リスクヘッジの方策を検討したい。（他の身の回り品卸／墨田区／ 2名）

以前より売上が減少しているため、なるべく在庫品を販売できるよう引続き努める。（鋼材加工販売／墨田区／ 12名）

chatGPT PULS（有料会員）のレベルがどんどん上がっており、商品開発には欠かせない存在になってきました。（自動車用品／墨田区／ 1名）

物価上昇の後追い賃金引上げ。物価安定を望みたい。（ユニフォーム製造販売／中央区／ 6名）

物価の上昇により嗜好品の販売が落ちている。米や日々の必需品の値が落ちるか、手取りが増えないと自社の売り上げも落ちる。（印刷包装容器／台東区／ 24名）

昨年が良すぎた。今期も全然悪くない。人材採用を行い業績を拡大させるが、なかなか人が取れない。（水質検査機材／江東区／ 3名）

建設業

出来る限り努力しかない。（内装／墨田区／ 15名）

賃金を3%以上UPさせたいが、利益率を上げにくい状況です。（店内設計･内装／台東区／ 15名）

外国人および海外との接触は一切ありません。（管工事／北区／ 7名）

サービス業

従業員の処遇改善のため、賃金アップが利幅の減少につながっています。（警備／江戸川区／ 35名）

運転業務なので交通事故が心配。（民間救急搬送／板橋区／ 13名）

令和５年度に比べて６年度は少し売上増加。（理容／葛飾区／１名）

大手のような賃上げは出来ないので仕事面で充実出来るような会社を目指していければと思っています。（受託開発ソフト／千代田区／ 25名）

不動産業

物件の退去後リフォーム費用や大規模修繕のコスト上昇、借入金利の上昇が懸念される。（不動産賃貸業／墨田区／ 4名）

今年は大幅な賃上げ初任給アップなど景気の良い話が聞こえてきますが、小さな会社は景気が良いというのは先の話です。（不動産売買／江戸川区／ 4名）

引き継がれる経営理念「お客さまに喜ばれ、働く人達が喜びを感じ、いつまでも社会に貢献し続ける企業であること」

株式会社オーティーエス（なぎさ支店お取引先）

物流業では広く業界を横断する会社が多い中、株式会社オーティーエスは、「アパレル業界を物流から元気にしたい！」と、ファッション物流に絞って1986（昭和61）年に創業された。「お客さまの永続性に貢献するブランド・ビジネス・サポーター」として、もう30年以上も多くの企業に「おせっかい（自称）」を続けてきた。二代目の田中優一郎社長（53）は1990年にOTSに入社し、2006年に代表取締役社長に就任。その直後に「お客さまに喜ばれるサービスを提供するには、従業員がやりがいや喜びを感じることが不可欠」と「しあわせの経営」のビジョンを掲げた。顧客へのサービスの内容や、しあわせの経営の中身について田中社長にお話を伺った。

物流からファッション業界を元気にしたい

株式会社オーティーエス（以下、OTS）の会議室には、経営理念が大きく掲げられている。

「お客様に喜ばれ、働く人達が喜びを感じ、いつ迄も社会に貢献し続ける企業である事」。

この経営理念は先代の現会長が、1986年に創業当時に考えたもので、以来、現在は田中優一郎社長が陣頭に立って、実直に具現化し続けている。

先代は創業前に、ハンガー輸送の事業を興していたそうだ。トラックの荷台にパイプを通す改造を施し、ハンガー物を掛けたまま運べるようにし、全国に配送網をつくった。その際に、創るタイミングと売るタイミングのタイムラグがあり、拠点で一度預かり、値札や伝票、倉庫内の作業といった流通加工をして店舗に出荷する事業の必要性を実感し、独立に至ったという。

お客さまからの「こんなことができたら助かる」の声や要望をできるだけ取り入れ、運送業ではなく倉庫事業を重点的に行うこととし、流通加工サービスをメインに置いた。現在、OTSの業務内容は、ファッション物流の他、インポート物流、ジュエリー物流、ECサイト物流（BtoC）、品質管理（QC）、撮影事業などがある。

法人概要

株式会社オーティーエス
代表取締役　田中 優一郎
本社所在地
東京都江戸川区南葛西5-16-1
ＴＥＬ．03-5605-6511
https://www.e-ots.jp/

お客さまの「困っている」を何とかします

OTSには、本部を含め倉庫機能を持ったセンターが、東京都内に6カ所、埼玉県、茨城県に各1カ所、計8カ所ある。そこで荷受けをし、効率的に保管をし、的確に出荷する。

「私自身、前職がアパレルメーカーなので、ファッション業界のお客さまが在庫を抱え過ぎて困っている現状が理解できます。そこで、欲しい人と在庫を繋ぐための機能を持たせたのが『カイテン倉庫』です」。(田中社長)

アパレル商品は生モノみたい、と言われる。季節が変わったり、期末になると剰余品は返品され、急に在庫が増えてしまう。返品されたデッドストックの対応に手が回らない顧客に肩代わりして、スピード感を持ってリードタイムを短縮し、廃棄処分を最小限に食い止める。例えば、フラッシュセールを行う買取業者との繋ぎ役となったり、あるいはOTSで一部を買い取ってセールをやる。割安で大好評で、従業員も社内セールを楽しみにしているほどだという。

もう一つの柱となるサービスは「おまかせ品質管理」というネーミングの流通加工だ。インポート品は日本の品質基準と比べると、どうしても品質管理の面でクオリティが低くなりがちだ。そこで検査・検品を実施して、問題のある製品は補修・修繕をする。これは洋服だけでなく、バッグ、靴、小物、アクセサリー、ジュエリーまで多岐にわたる。

日本国内でのモノづくりが減少傾向にあり、生産管理のノウハウや経験を持った人材が減ってしまっている現状がある。「だから検品基準やチェックの仕方自体が我が社のノウハウといえるのです。しかもここまで広く扱っているところはあまりないのではと思います」と、田中社長の表情から自信がうかがえた。

モノづくりにもサステナビリティを導入し、オーパースペクティブという最新のデジタル技術を使用したテキスタイルプリントサービスも始めた。水の使用をゼロにし、エコインクで様々な素材に、小ロット生産することが可能になった。

働く人達が喜びを感じられるしあわせの経営

お客さまファースト同様、これからの企業は従業員ファーストも生命線になる。田中社長は就任直後に、経営ビジョンとして「しあわせの経営」を掲げている。

労働環境・労働時間などをどうすれば従業員が快適に働きやすくなるのか。またできるだけ長く働いてもらうために、従業員のWell-being（身体も心も良い状態にあること）を追究している。

まず「健康企業宣言」をした。これは企業が職場の健康づくりに取り組む環境を整えるためのもの。100％健診受診などの宣言をしたあと、80点以上の評価で「銀の認定」をもらえる。会社と本人の努力も大切になるが、その結果、2019年には健康優良企業に認定されている。

ファッション業界は繁忙期と閑散期の波が大きい。2～3月、7～9月のピーク時は約800人の従業員がフル稼働となるほど忙しくなるため、パートタイマーのパディ（＝パートナーレディ）さんの活躍に負う部分が非常に大きい。10年目から永年勤続表彰を行うが、パディさんには勤続10年以上の方がとても多く、中には30～35年になる方もいるということだ。年に一度、事業計画発表会のパーティの場で、ドレスアップした姿での表彰が行われるのは励みになることだろう。

全従業員の85％強が女性なので、「女性が安心して長く働ける労働環境づくり」も大事なテーマで、その証となる「えるぼし認定」と「くるみん認定」を受けている。前者は、女性の活躍に関する状況が優良な企業として、後者は次世代法に基づき、少子化対策として、子育てと仕事の両立を支援する取り組みを進めている企業に、厚生労働大臣が認定するもの。OTSは「子育てサポート企業」として2020年にくるみんマークを取得している。

「認証をとるとよいのは足りない部分が見えてくるところ」と語る田中社長が日ごろから心がけているのは、「学ぶこと」だそうだ。「経営のトップがやらなければいけない最終的な役割は意思決定ですが、いい判断をするために『学ぶこと』を常に意識しています」。東京都江戸川区は田中社長にとってもOTSにとっても、大切な故郷である。そこで、地元ラグビーチーム「クボタスピアーズ」のスポンサードやイベントへの参加、そして2023年からは子ども食堂とフードドライブ（各家庭にある保存食や賞味期限の迫った食品を持ち寄り、必要としている施設や団体に寄付をする）活動にも参加している。

自ら窯元へ足を運び 独自の視点と感性でM.STYLEを展開 職人と食器とをグローバルに繋ぐ

ミヤザキ食器株式会社(合羽橋支店お取引先)

1954年に設立された食器メーカー。ディナーウェアやバンケットウェアなど自社企画のテーブルウェアやキッチンツールを幅広く扱っており、大手ホテルやレストランのテーブルコーディネート提案も行っている。メーカーといっても工場は擁しておらず、業種で分けると卸売業に近い。世界各地の協力工場とパートナーシップを結んで商品開発を進め、各産地の伝統と特性を反映させつつ、デザイナーと職人のコラボレーションで独自のブランド「M.STYLE」を展開している。洋食器と和食器の比率は決めておらず、今はほぼ半々。自ら陶磁器の窯元を回るという宮崎守弘社長（71）に、会社の歴史や発展、食器のクオリティへのこだわりなど、お話を伺った。

プライスリーダーになるために 他メーカーと差別化

宮崎社長がミヤザキ食器株式会社（当時は有限会社宮崎常司商店）に入社したのは、40年ほど前。戦後間もなく開業した同社は東京台東区合羽橋の道具街で商売をしていた。食器・陶器で先行している他メーカーと勝負するためには、違うアプローチが必要だと感じ、そこから業態を少しずつ変え、生き残りをかけて貿易や産地回りをして独自のルートでモノを仕入れるなど、多くのチャレンジを試みた。

1988年のイタリア・カレカ社を手始めに、まず輸入業をスタートさせた。

法人概要

ミヤザキ食器株式会社
代表取締役社長　宮崎 守弘
本社所在地
東京都台東区上野7-2-7　SAビル
ＴＥＬ．03-3844-1014
https://mtsco.co.jp/

「輸入はいろいろ学びを得る機会となりました。ちょうど中国商品のブームが来ていて、ルートがあったので、直接、入れることもできました」と宮崎社長。ビュッフェが人気になる少し前のころで、大きな白い食器が必要とされていた。当時、中国は日本にはほとんど輸出しておらず、安く入手することができた。

またカレカ社については、某ファミリーレストランチェーンから引き合いがあったときに、「日本にミヤザキ食器というところがあるから、そこから買ってくれ」という話になり、大口の契約に結びついた。

次に輸出に目を向けた。2004年２月、ドイツのフランクフルトメッセに出展できた。これは「アンビエンテ」といい、テーブルウェア、キッチン用品、インテリア雑貨などあらゆる消費財が集まる世界最大規模の国際消費財見本市で、1000年以上の歴史を持つ。

2001年３月に自社企画アイテムの「M.STYLEブランド」を発表していたが、世界中のバイヤーが集まるこのメッセが海外へ初お披露目する機会となった。

M.STYLEを展開、陶磁器の職人問題は切実

M.STYLEは、広く海外と取引をしてきた経験を活かし、2001年に満を持して誕生。ブランドのコンセプトは、「食器に国境はない」。各々の文化背景に敬意を表し、新たな価値を見出す。器だけでなく、ボーダーレスなテーブルスタイルまで提案していく。

全ての人が、「作る楽しさ」「盛る楽しさ」「食べる楽しさ」を共有できることが最大の喜びで、大切にしているのは「盛りつけて美しい器」という世界観。テーマ毎に豊富なシリーズ展開をしている。

陶磁器も扱っており、多治見や美濃地区での美濃焼、有田焼、最近だと九谷焼、備前焼などを扱う工場に生産を依頼している。「職人さんとユーザーを食器で繋ぐのが我々の仕事」と、宮崎社長が自ら窯元を回り続けてもう30年以上になる。人間関係は非常に濃密だ。

岐阜県土岐市に土岐物流センターを開設したのは1994年９月。2015年２月には、同県瑞浪市に瑞浪物流センターも開設した。これらは地元の職人との信頼関係構築の一助となっている。

陶磁器にも時代の変遷による流行がある。「うちのはデザインや色合いが独特なんです」。ターゲットとなる世代をどこに置くかも含め、自分の感性をどこまで入れるかさじ加減が難しい、と宮崎社長は語ってくれた。

また陶磁器業界は窯が減り続けており、職人の後継者不足という問題がある。「陶磁器を創る方自身がまずは自分たちの価値を知ってほしい」と、品物に見合った価値を価格にきちんと乗せる。そこがミヤザキ食器が窯元から信頼を寄せられる理由でもある。

「給料を上げる、職人さんの手間賃を上げていく、政府レベルでそういった施策を打っていかないと本当に職人が枯渇してしまう」と宮崎社長は警鐘を鳴らしている。

多様化の時代、いい食器をつくって使い手にまかせる

和食器と洋食器の割合は今、ほぼ半々ぐらいということだが、「そのあたりは特に決めていないんです。フランス料理でも和食器を使ったり、和食に洋食器を使ったり、多様化でもう国境はありませんから」。

日本への憧れを持つ外国人は多く、宮崎社長は日本食しかり日本酒しかり、日本のものが広く求められていると実感している。日本酒を江戸切子のガラスのグラスで飲んだり、フランス料理を箸で食べたっていい。食器に求められるのはかつての固定概念ではなく、料理の美味しさを目でも舌からでも楽しめればいいのだ。

それほどまでに端正こめて仕上がってきたM.STYLEの作品だからこそ、責任を持って売る場を設ける。カタログは高級感のある「M.STYLEジャポネ」と、ホテルやレストラン向けの「M.STYLEホレカ」の２種類ある。

展示会ならば、的を絞りディスプレイに手間も費用もかけて、より美しく映えるようにする。ドイツ等の展示会に出展しながら、国内では「ホテレスジャパン（国際ホテルレストランショー）」に毎年出展を続けている。

海外での出展と国内ではスタイルが異なるのだそうだ。海外はスペースが広いので、一点単位ではなく、セット一式をトータルで見せる。同じ柄というわけではなく、皿の一品一品に勝負を挑み、前菜はこれ、メインはこの器と、サイズや色やカタチを変えた上でのトータルコーディネートだ。展示会の様子をビデオにおさめ職人に見せることもする。それが彼らへの刺激となり、新たなモチベーションに繋がっていくからだ。

その素晴らしさ・艶やかさ・美しさは、同社ビルの１・２階にあるショールームに足を踏み入れた途端にすぐ理解することができた。バラバラな色やカタチなのに、バランスのとれた心地よい統一感がある。

今後は、輸出に力を入れていくという。

「“プライスリーダー”にならないと、と考えています。円安の時代に大変な企業は多いですが、うちはそんなとき、無理せず値上げをさせてもらいます。買ってもらえなくなったらそれは仕方ない。無理は続きませんから。

多様性の時代に、どこの国の料理に絞るなんてしません。極端なことを言えば、『こちらは“いい皿”をつくるからあとは使い手が考えてくださいね』ということです」

ワールドワイドにグローバルに。宮崎社長の目は楽しげに光った。

NEWS

令和6年度下期の助成事業について

朝日信用金庫が平成８年に設立した一般財団法人朝日中小企業経営情報センター（ACC）は、「経営者、従業員に対する研修事業」、「企業振興のための助成事業」、「異業種交流事業」という３つの事業に取り組んでいます。今回は、その中から「助成事業」についてご紹介します。

○助成事業

毎年上期・下期に「新製品開発」「新分野進出」「環境改善」「創意工夫」「伝統工芸、その他等」の各分野で実績のある企業や長年努力した企業を選んで顕彰しています。今回は、当金庫本支店から27社が推薦され、12社が一次審査を通過しました。２月26日の「選考委員会」で７名の選考委員により最終審査が行われ、その結果８社（内最優秀賞１社）が採択されました。角膜内皮再生医療に関わる手術器具「SKデスメ膜ポリッシャー」の開発が高く評価された、株式会社イナミ様が最優秀賞を受賞されました。

なお、受賞各社には、朝日信用金庫の伊藤理事長と当財団の桝内常務理事が訪問して顕彰盾と助成金の贈呈をさせていただきました。

訪問した際、各社から開発等に至った背景や苦労されたことなどの話を聞くことができ、伊藤理事長からは「これまでのご尽力と努力が実を結び、このような素晴らしい成果を収めることができたことに対し、深く感銘を受けております。今後も新たな挑戦に向けて更なる飛躍を遂げられることを期待しています」との思いが伝えられました。

現在までの助成実績累計は、応募件数964件、顕彰件数419件、助成金総額１億8,328万円となっています。

次回の「助成事業」の申請受付は、本年５月を予定しています。是非、応募をお待ちしております。

令和６年度下期　顕彰先企業

（敬称略）

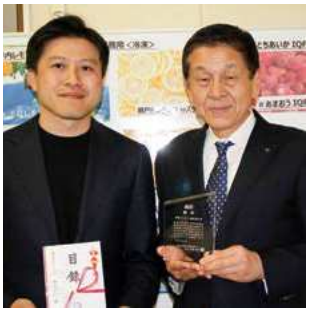
企業名	業種（主な取扱商品等）	助成申請事由
【最優秀賞】 株式会社 イナミ	眼科用医療器機器具製造卸売業 （眼科用各種手術用器具）	＜ 新製品開発 ＞ 培養ヒト角膜内皮細胞移植による角膜内皮再生医療に関わる手術器具「SKデスメ膜ポリッシャー」の開発。様々な課題の多い角膜移植をせずに細胞移植による再生医療を可能にした手術器具。本製品一本で既存の角膜内皮を1ミリ以下単位で削り取り、内皮細胞を注入し移植することにより角膜内皮再生医療が現実となったもの。平成28年度から治験に入り、令和6年6月から販売開始。医学教授や眼科医とコラボレートした手術器具製造開発を得意とする当社に長年協力関係にあった京都府立医科大学名誉教授の木下教授が器具開発を要請、度重なる治験を経てようやく製品化に至ったもの。角膜内皮細胞を取り出し増殖させ移植することで①ドナーから1角膜だったものを約100個以上の細胞増殖培養することで、より多くの患者を救える②手術時間も約1時間から約5分と患者と医者の負担軽減となるなど画期的な手術を可能とする器具である。

（敬称略）

企業名	業　種 （主な取扱商品等）	助成申請事由
 パールヨット 株式会社	工業用ミシン糸 製造・販売業 （工業用ミシン糸）	＜ 伝統工芸、その他 ＞ 「想いをつなぐこだわりの糸」。当社は、工業用スレン染色を取り扱う世界only Oneの企業であります。「ずっと変わらずきれいな色であるように」との想いから保管状況が良ければ半永久的に色が落ちないといわれるスレン染色を始めたもの。工業用ミシン糸を専業としていたが、コロナによる巣ごもり需要により個人で刺繍を始める人が多かったことから、当社の１階を改装して「カフェラボ」を開設、刺繍カフェとラボを運営することにより、学生、起業する方、一般の方でも気軽に工業用刺繍に触れられる機会を作り、当社の認知度向上と新規顧客の創出を目標に、BtoBに加え今までにない顧客層（BtoC）の取り込みをはかったもの。年間に数件だった個人層からの問い合わせが、今ではほぼ毎日問い合わせが来るようになり、芸大生が「カフェラボ」で制作した刺繍で個展を開催するなど、刺繍を通じたイベントが開催されているもの。
 株式会社 N sketch	システムデザイン （UI/UXデザインほか）	＜ 新製品開発 ＞ 簡単クラウド在庫管理サービス「nanco」の開発。「誰でもすぐ使える操作性」、「運用の手軽さ」、「導入費用の安さ」を兼ね備えたwebアプリとスマートフォンアプリからなるクラウド在庫管理サービス。どこでも手軽に商品を登録、在庫管理・更新することで、現場での在庫管理や棚卸にかかる時間を削減でき、だれでも使いやすいUI/UXデザインや初期費用ゼロの定額制サービスにより、小規模事業者でも手軽に導入が可能となるもの。本商品の開発に至った経緯は、当社代表者の妻がアパレル事業を行っており、少ない従業員で運営、慢性的な人手不足から営業活動に割く時間を確保したいとの思いから開発に至ったもの。2023年度グッドデザイン賞受賞、2024年５月よりサービス開始、現在までに約100ユーザー（無料ユーザー含む）が利用中。 スタンダードプラン月額5,980円
  マリン・サイエンス 株式会社	その他の畜産物・ 水産物卸売業 （カラギナン・寒天ほか）	＜ 新製品開発 ＞ ゲル化剤製剤（MCG-5GP）の開発。解凍時の離水を低減、解凍後もおいしさをそのままに。飲食業界の課題である商品解凍後の離水により温度変化が起こり、うま味が劣化してしまうことに着眼し、離水量を大幅に改善することができるゲル化剤製剤（MCG-5GP）を自社製品として開発。本商品を利用することにより、解凍時の離水を低減、解凍後もおいしさを維持することが可能、流通時の冷蔵保存で出荷する冷凍チルド対応が可能になりフードロスに貢献すると期待されている。 2023年６月頃に開発開始。 2024年５月、東京ビッグサイト「ifia JAPAN 2024 第29回国際食品素材・添加物展会議」出展
 株式会社 葱善	野菜卸売業 （江戸千住葱・ 葱関連加工品ほか）	＜ 伝統工芸、その他 ＞ 伝統野菜「千住ねぎ」の普及、食育活動を行っているもの。当社は創業明治18年のねぎ専門問屋。江戸時代初期から受け継がれる伝統野菜「千住ねぎ」の生産農家は１％未満となり、固定種の衰退を危惧し30年ほど前栽培方法の研究を行い、2007年より契約農家での栽培を開始、オリジナルブランド「江戸千住葱」として販売を開始したもの。知名度向上を図り伝統の味・食の重要性を守ると同時に、地元小学校敷地内にて栽培も行い、台東区給食などを通じ食育活動も行っているもの。2007年より契約農家での栽培開始以降、各種メディアに取り上げられ知名度が向上した。ポップアップ店舗の出店、飲食店他とのコラボ企画、レシピの公開、2021年度より加工品などを含め週に２日小売り販売を開始、売り上げは増加傾向となっている。 Ｒ４年　224百万円　　Ｒ５年　284百万円　　Ｒ６年　293百万円

一般財団法人 朝日中小企業経営情報センター（ACC）の活動紹介

（敬称略）

企業名	業種（主な取扱商品等）	助成申請事由
 株式会社 久保柳商店	皮革製品卸売・販売業 （皮革製品）	＜ 新製品開発・創意工夫・伝統工芸、その他 ＞ 日本各地の職人の「手技」を纏うレザーブランド「te saho」。天然染料を用いた日本の伝統的な染色技術をはじめ、異素材の組合せなど、各地の職人の手技と、久保柳商店による長年の経験を活かし、厳選された革を融合し日本ならではの「japanese rether」を生み出したもの。2020年より日本特有の伝統技法などを落とし込んだ素材展開を広げ、唯一無二の個性を持つレザーブランドの企画を開始。2023年２月の「ギフトショー」で新事業のブランドとして発表したもの。メディア日経MDほかに取り上げられたことから、現在は４社のECサイトと契約、他の素材販売会社５社と契約するなど、売り上げは増加傾向にある。コロナ禍による生活様式の変化や海外からの安価な商品の輸入が増加し、規模は縮小傾向となっているも、日本の伝統的な染色技法と異素材の組合せ、各地の職人の手技と久保柳商店の長年の経験を活かし「te saho」を立ち上げたもの。
 果実クラフト 株式会社	果実加工品卸売業 （果実加工品）	＜ 新製品開発 ＞ 廃棄処分となる国内名産地のブランド果実を活かしたこだわりのピューレの開発。平成29年創業より規格外・余剰生産物を活かしたこだわりの果実ピューレを、保存料・着色料・香料・砂糖などを使用せず、完全無添加にて製造。冷凍ピューレとすることで保存性・汎用性の高い商品展開を可能としているもの。BtoBでは業務用として一斗缶サイズの納品にも対応。BtoCでは小分け可能なオリジナルパッケージを作成し、ネット販売も行っている。代表者は東京農業大学を卒業し、食品会社２社を経験、そこで各地農業従事者との人脈を構築し、本商品の開発に至ったもの。本商品を使用しているお菓子メーカーは、木村屋總本店・不二家・山崎製パン・榮太樓總本舗・大手コンビニスイーツや洋菓子店、カフェなど多数採用されているもの。当社の高品質かつ食品ロス削減といった社会的意義を持つ商品性、代表者の新たな分野への挑戦性から今後期待の持てる企業。
 プロモツール 株式会社	香料製造業 （芳香製品）	＜ 新製品開発 ＞ ミクロンミスト芳香器「セントFOREST」の開発。本機は放香力（香の拡散力）、香の自由度、静音性にこだわった業務用アロマディフューザー。映画「チャーリーとチョコレート工場」の試写会でチョコレートの香を漂わせる空間演出が高い評価となったもの。オリジナルの香を調香師と開発、香の変更を容易にしてほしい、より広範囲に長時間噴霧してほしいなどの要望により、本機の開発に至ったもの。2022年11月に販売開始、現在は日本航空の日本国内全ラウンジでの取扱いやグランドニッコー東京台場、東京ヴェルディのVIPルームなど一流企業に導入している。ミストの平均粒径５～10ミクロンと細かい霧で、消臭、除菌抗菌にも最適で人にも設備にも優しい仕様となっているもの。また、空間の規模に合わせて、噴霧量の設定が可能であり、香の拡散も自在に変更ができる商品。

ACCでは、「経営者・従業員に対する研修事業」「企業振興のための助成事業」「異業種交流事業」を行っています。ご興味がある方はお取引支店またはACC事務局までお問合せください。

一般財団法人 朝日中小企業経営情報センター（ACC）
台東区東上野1-2-1 朝日信用金庫西町ビル５階　電話：03-5818-1281

営業地域の統計データ

	面積 (㎢) 令和７年 1月１日	人口 (人) 令和７年 1月１日	世帯数 (世帯) 令和７年 1月１日	事業所数 (所) 令和３年	事業所 従業者数 (人) 令和３年	卸売業小売業 商品販売額 (百万円) 令和2年	製造品 出荷額等 (百万円) 令和4年
特別区	627.51	9,730,552	5,527,395	508,722	8,493,109	168,563,606	3,549,410
千代田	11.66	68,835	39,410	36,346	1,199,113	44,993,875	69,537
中央	10.21	187,404	106,555	34,239	782,742	29,067,069	61,338
港	20.36	267,780	153,885	41,220	1,134,499	35,080,369	71,472
文京	11.29	235,345	130,932	13,907	222,078	4,207,870	102,058
台東	10.11	216,084	137,054	23,012	241,112	4,076,072	138,645
墨田	13.77	287,302	170,273	15,022	168,392	1,960,020	259,236
江東	42.99	541,685	294,261	19,718	412,421	6,042,806	338,169
豊島	13.01	294,644	188,094	19,292	278,087	2,044,044	73,495
北	20.61	362,089	211,567	11,922	137,271	1,701,264	162,013
荒川	10.16	222,278	125,357	8,469	80,996	571,795	88,551
板橋	32.22	578,914	334,750	17,472	207,012	1,334,278	405,577
練馬	48.08	745,927	395,526	20,673	197,530	936,628	66,540
足立	53.25	698,276	379,192	23,376	235,458	1,397,800	285,936
葛飾	34.80	469,916	252,845	15,883	141,421	689,947	191,022
江戸川	49.90	693,570	359,749	20,087	200,245	1,118,524	237,688
市川市	57.44	499,279	253,571	11,798	132,138	739,130	480,008
船橋市	85.62	648,118	304,758	15,608	209,983	1,155,161	792,458
松戸市	61.38	499,846	243,678	13,178	141,743	1,144,907	345,513
三郷市	30.13	142,152	68,602	5,171	57,212	365,258	139,295
出典	国土交通省 国土地理院 『全国都道府県市区町村別面積調』 ※境界未定部等除く	東京都 『住民基本台帳による東京都の世帯と人口』 千葉県 『毎月常住人口調査月報』 埼玉県 『埼玉県推計人口(月報データ)』		総務省・経済産業省 『経済センサス-活動調査』			経済産業省 『経済構造実態調査』

Asahi Information Report

街の鼓動に敏感です
朝日信用金庫

pannapitta
イメージキャラクター
「パンナピッタ」

© 2025 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L655361

CARBON ZERO PRINT
SUSTAINABLE PRINTING ASSOCIATION OF JAPAN
SPA-230015-J
CARBON EMISSION
336.371▸292.134 gCO2
この印刷物は、Scope1,2のCO2排出量が実質ゼロで稼働するカーボンゼロプリント工場で印刷しています。
CZP-42503091

CARBON NEUTRAL PRINT
SUSTAINABLE PRINTING ASSOCIATION OF JAPAN
SPA-230015-J
CARBON EMISSION
292.134 gCO2 ▸ 0
この印刷物は、CO2排出量を算定しカーボンオフセットすることで、CO2排出量を実質ゼロにしています。
CNP-42503091

FSC www.fsc.org
ミックス
紙 | 責任ある森林管理を支えています
FSC® C178432