

# Asahi Information Report No. 124

中小企業景況調査 2025年 7-9月期



街の鼓動に敏感です

朝日信用金庫





## CONTENTS

### 2025年7-9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

#### 不透明感が増す経済社会情勢と中小企業経営

- 元気企業訪問シリーズ No.131

#### 第一精機株式会社

- 元気企業訪問シリーズ No.132

#### 株式会社美翔

- 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7年度上期の助成事業について



# Asahi Information Report No.124

## 2025年7-9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

### ● 調査票の回収状況

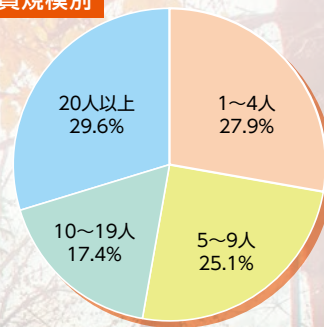
調査依頼先数：803件    回答数：419件    回答率：52.2%

### ● 調査の方法

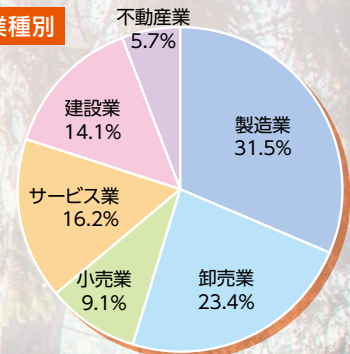
郵送および聴取

### ● 回答企業の内訳

#### 従業員規模別



#### 業種別



### ● 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8月中旬～9月上旬

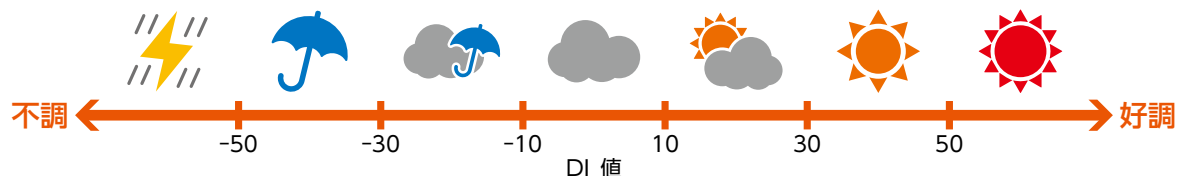
※本資料の計数は四捨五入による端数処理のため、表やグラフの合計が100%にならないことがあります。

### 《景気動向判断指数について》

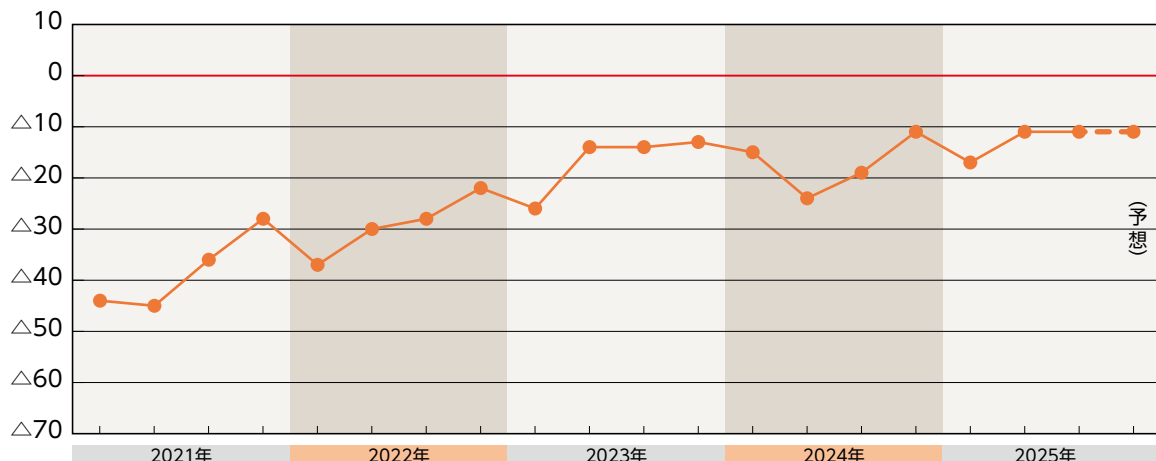
この調査では、景気判断の基準として「DI」（Diffusion Index の略）による分析方法を用いています。

「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



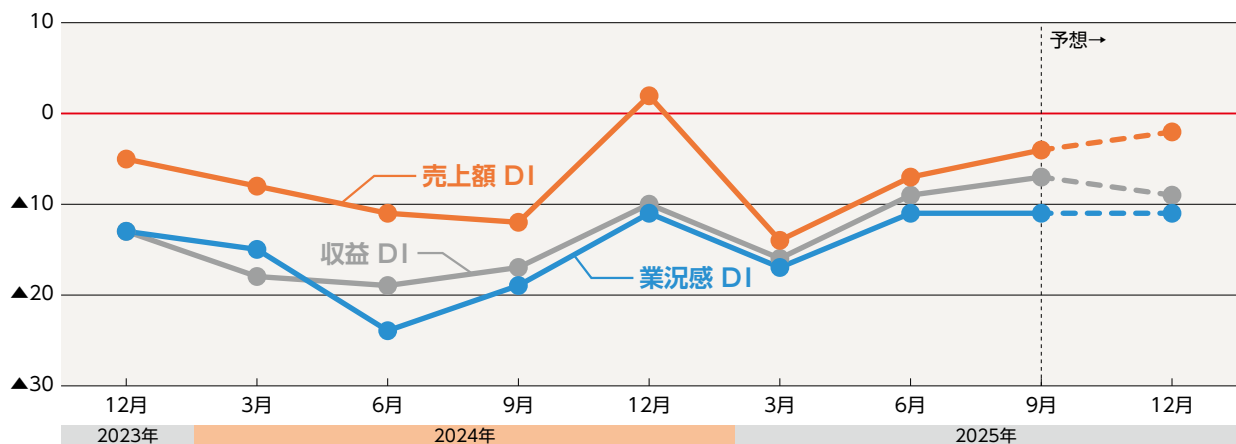
## 概要

業況感は横ばいで推移する一方、売上額・収益はともに若干回復しました。業種別に業況感を見ると、サービス業で低下する一方、製造業・不動産業は回復しました。

## 来期の見通し

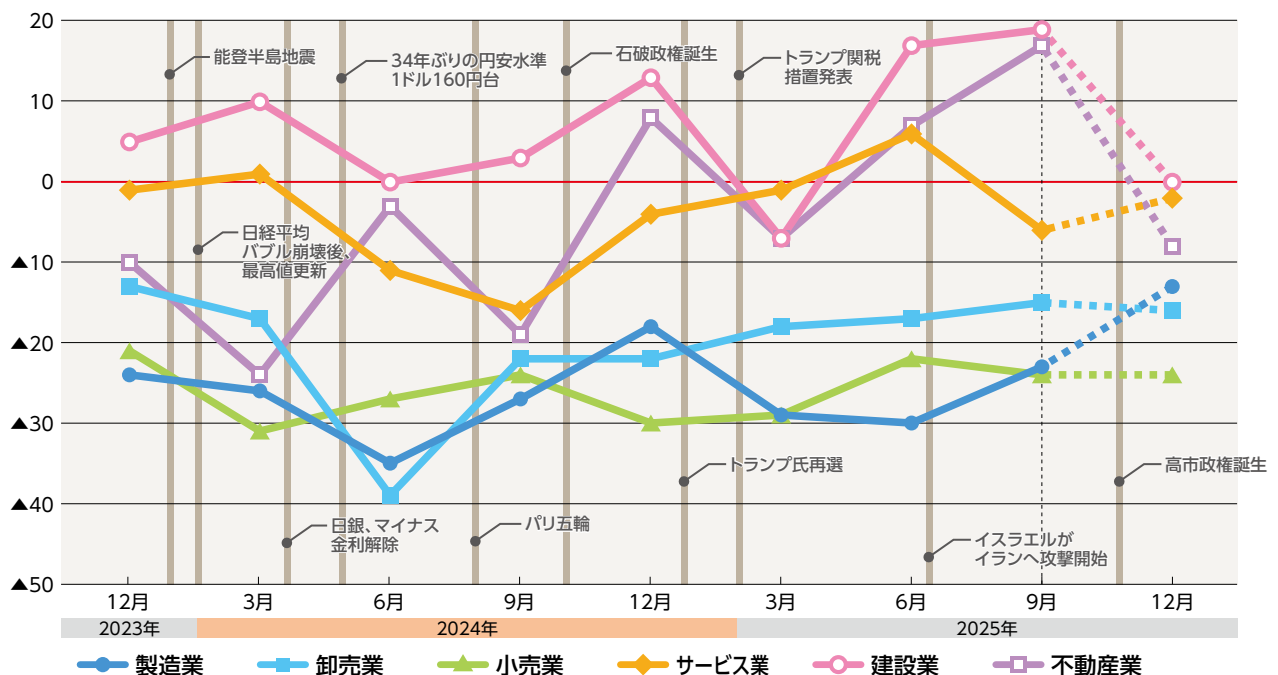
業況感は横ばいで推移、売上額はわずかに回復、収益はわずかに悪化すると予想されています。

## 主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲13	▲15	▲24	▲19	▲11	▲17	▲11	▲11	▲11
売上額	▲5	▲8	▲11	▲12	2	▲14	▲7	▲4	▲2
収益	▲13	▲18	▲19	▲17	▲10	▲16	▲9	▲7	▲9

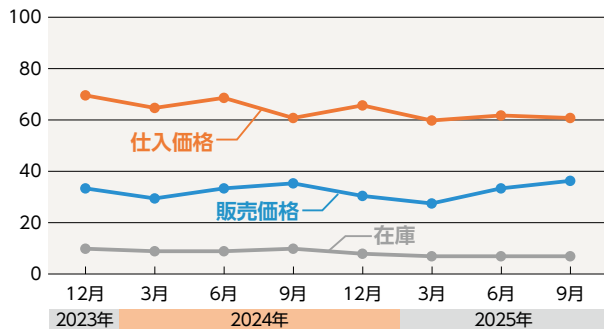
## 業況感DI 業種別推移



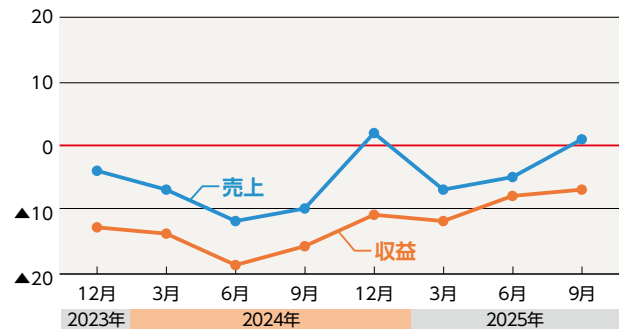


## 項目別DIの推移

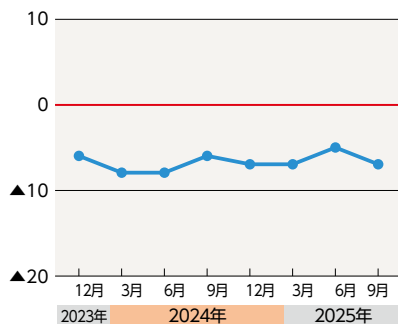
販売価格・仕入価格・在庫



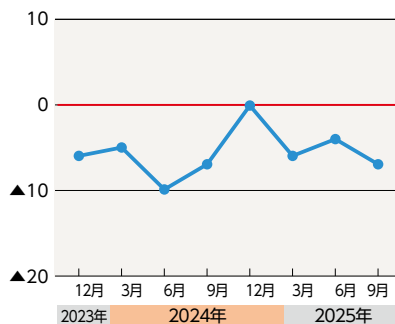
前年同期比 売上・収益



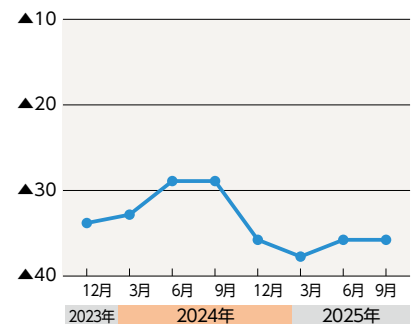
資金繰り



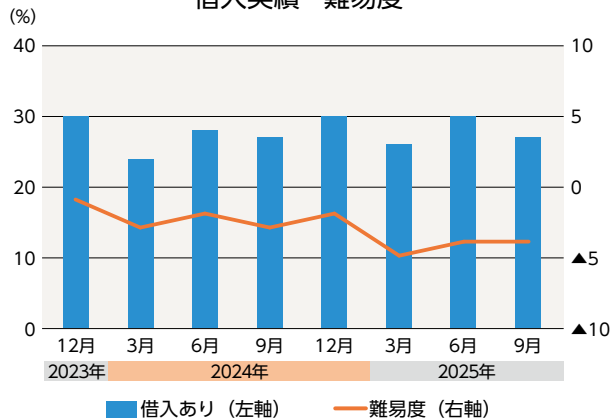
残業



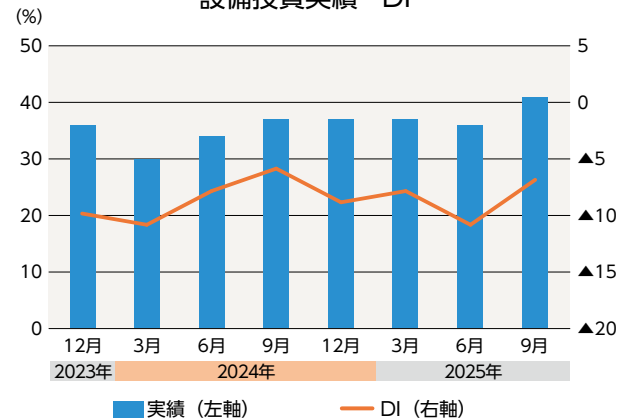
人手



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	40.7% (1)	39.4%
2	人手不足	27.6% (2)	36.3%
3	人件費の増加	13.6% (5)	28.6%
4	原材料高	27.1% (3)	22.2%
5	利幅の縮小	18.6% (4)	17.6%

(複数回答)

## 重点経営施策トップ5

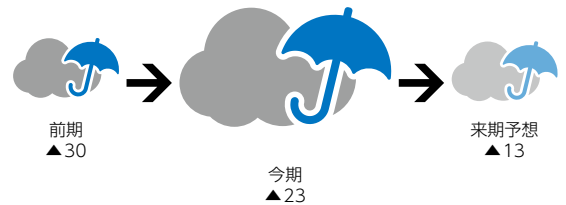
( ) 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	44.7% (1)	43.4%
2	人材を確保する	34.3% (3)	37.7%
3	経費を節減する	38.8% (2)	36.3%
4	情報力を強化する	20.6% (4)	21.0%
5	労働条件を改善する	7.2% (5)	10.5%

(複数回答)



# 製造業



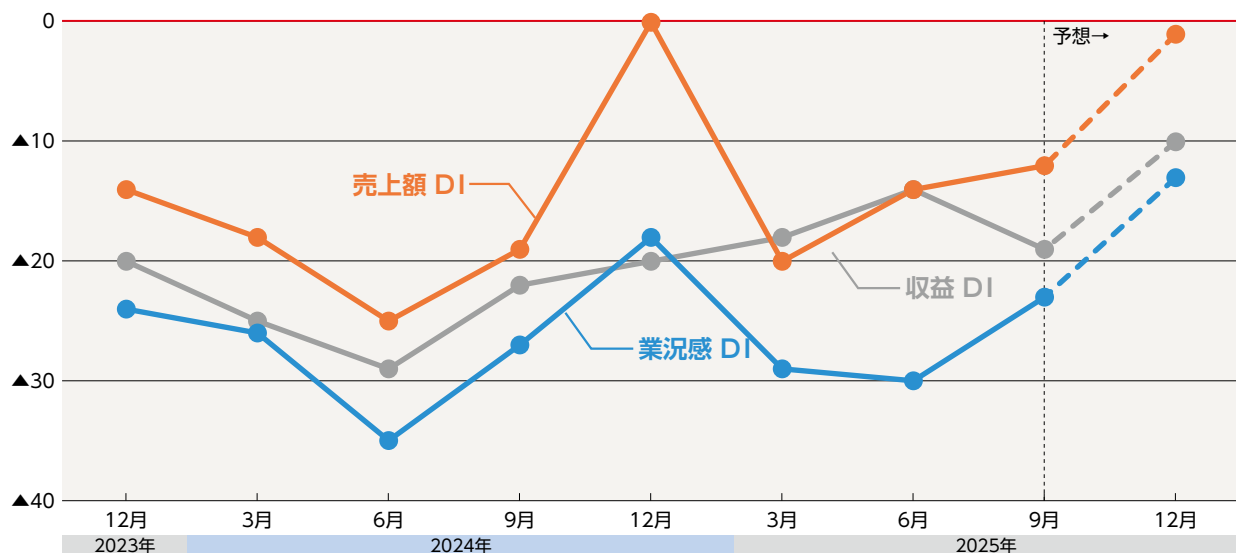
## 概要

収益は下落するも、売上額は若干の回復、業況感は回復しています。経営上の問題点では、過半数の企業から「売上の停滞・減少」が指摘されている一方、「原材料高」を上げる企業は減少しています。重点経営施策では「販路を広げる」が最も多く、次いで「経費を節減する」「人材を確保する」となりました。項目別DIでは、前年同期と比較して売上額・収益がともに増加しています。

## 来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに回復する見込みです。

## 主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲ 24	▲ 26	▲ 35	▲ 27	▲ 18	▲ 29	▲ 30	▲ 23	▲ 13
売上額	▲ 14	▲ 18	▲ 25	▲ 19	0	▲ 20	▲ 14	▲ 12	▲ 1
収益	▲ 20	▲ 25	▲ 29	▲ 22	▲ 20	▲ 18	▲ 14	▲ 19	▲ 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	44.9% (1)	52.3%
2	原材料高	42.2% (2)	33.3%
3	人手不足	25.2% (3)	28.8%
4	人件費の増加	21.1% (4)	28.0%
5	利幅の縮小	18.4% (5)	17.4%

(複数回答)

## 重点経営施策トップ5

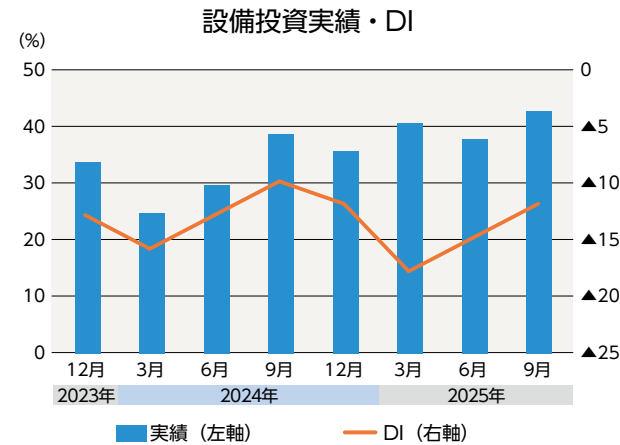
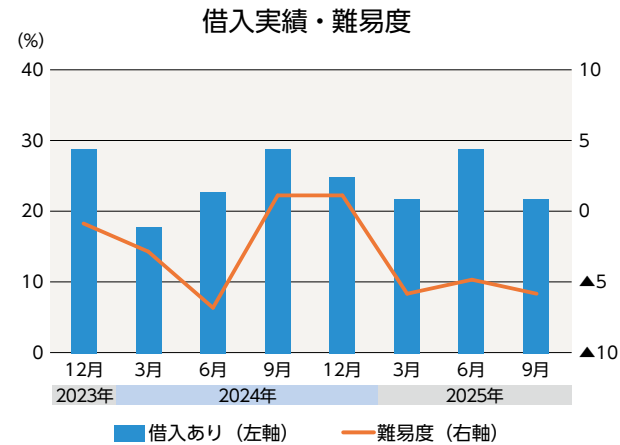
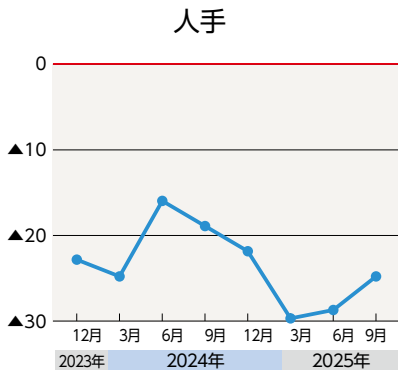
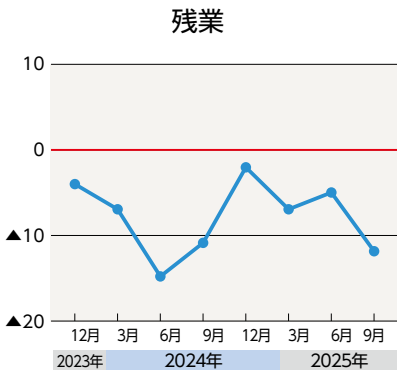
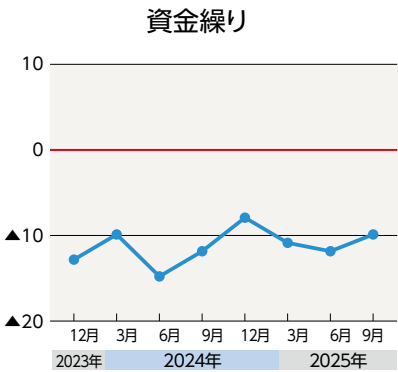
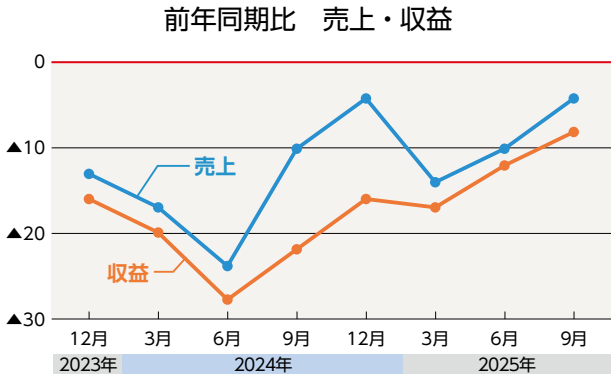
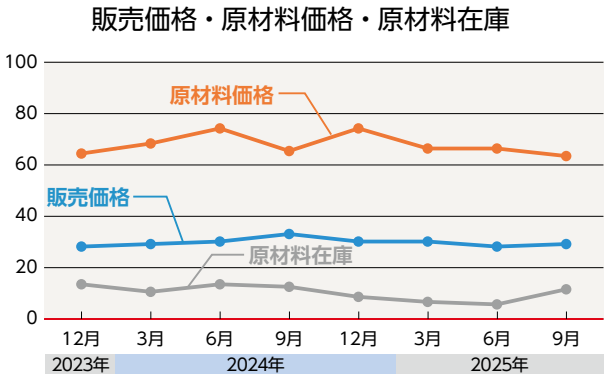
( ) 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	57.8% (1)	54.5%
2	経費を節減する	39.5% (2)	37.9%
3	人材を確保する	30.6% (3)	30.3%
4	新製品・技術を開発する	25.2% (4)	27.3%
5	情報力を強化する	25.2% (4)	22.7%

(複数回答)



項目別DIの推移



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			

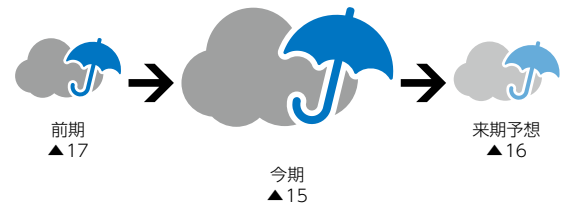
エリア別 景況天気図

	副都心	都心近接	東部	北部
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。



# 卸売業



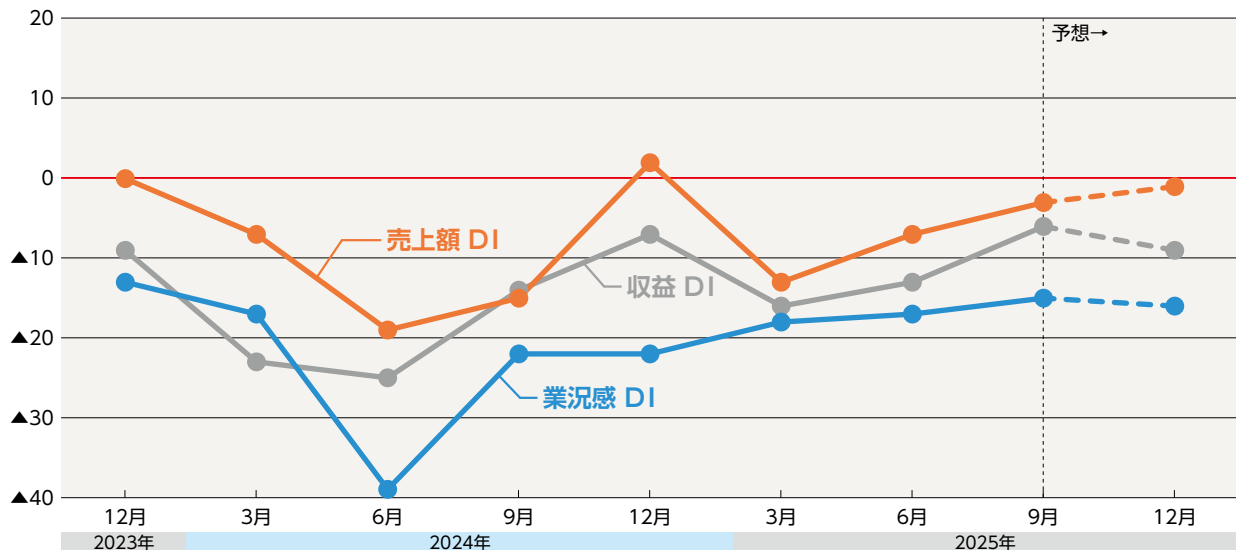
## 概要

業況感・売上額はともに若干回復、収益は回復しています。経営上の問題点では、前年同期と比較して減少したものの、依然として4割を超える企業から「売上の停滞・減少」が指摘されています。また、「人件費の増加」や「同業者間の競争の激化」を挙げる企業が増加しています。重点経営施策では「販路を広げる」が最も多く、次いで「経費を節減する」「情報力を強化する」となりました。項目別DIでは、人手不足が回復し、残業は改善しています。

## 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



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲ 13	▲ 17	▲ 39	▲ 22	▲ 22	▲ 18	▲ 17	▲ 15	▲ 16
売上額	0	▲ 7	▲ 19	▲ 15	2	▲ 13	▲ 7	▲ 3	▲ 1
収益	▲ 9	▲ 23	▲ 25	▲ 14	▲ 7	▲ 16	▲ 13	▲ 6	▲ 9

## 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	53.2% (1)	46.9%
2	人件費の増加	18.0% (6)	26.5%
3	同業者間の競争の激化	21.6% (4)	24.5%
4	人手不足	15.3% (7)	23.5%
4	仕入先からの値上げ要請	25.2% (3)	23.5%

(複数回答)

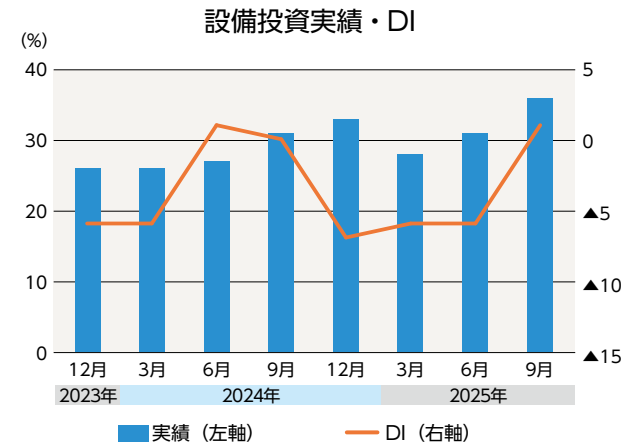
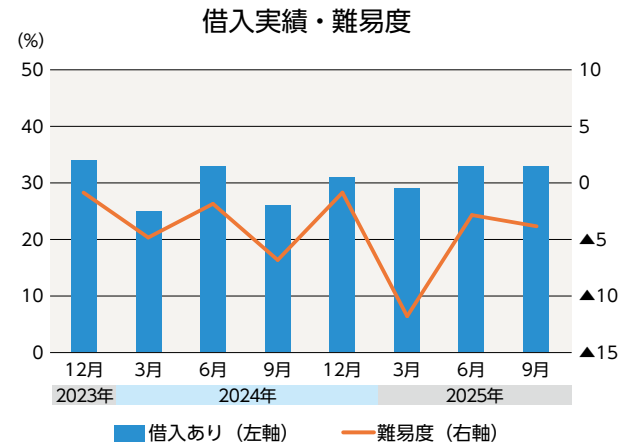
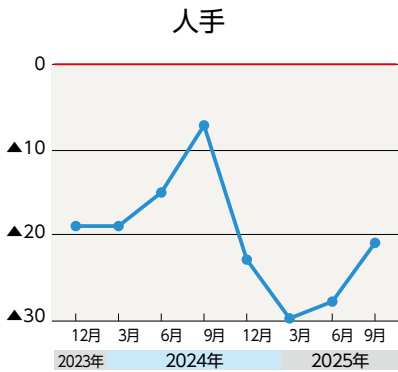
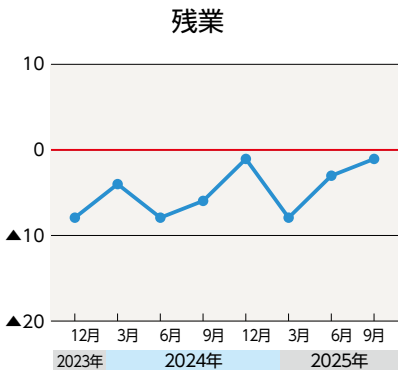
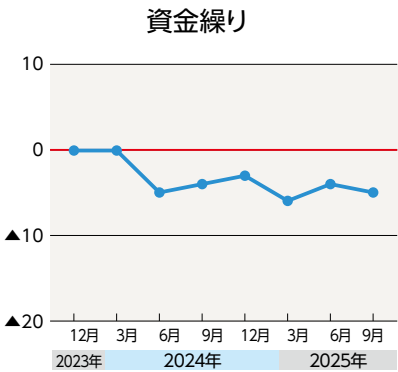
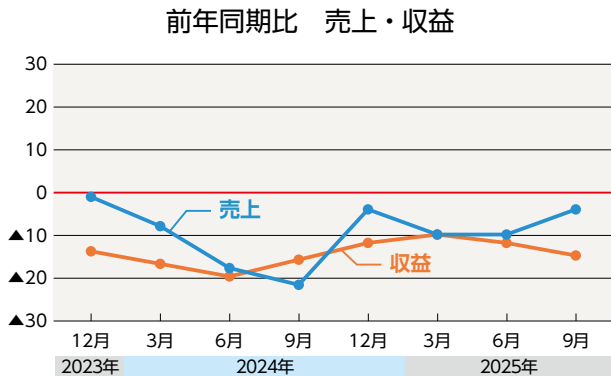
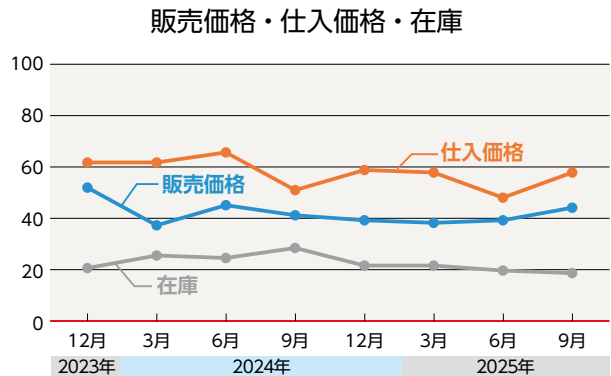
## 重点経営施策トップ5

( ) 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	64.9% (1)	60.2%
2	経費を節減する	44.1% (2)	40.8%
3	情報力を強化する	34.2% (3)	35.7%
4	人材を確保する	25.2% (4)	33.7%
5	品揃えを充実する	25.2% (4)	17.3%

(複数回答)

項目別DIの推移



従業員規模別 景況天気図

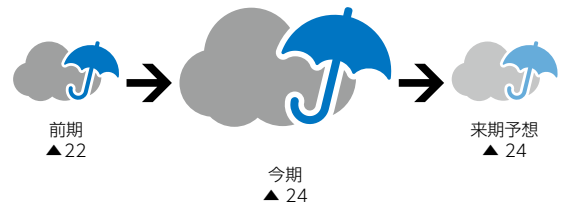
	前期	今期	来期(予想)
1～4人			
5～9人			
10～19人			
20～49人			
50人以上			

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



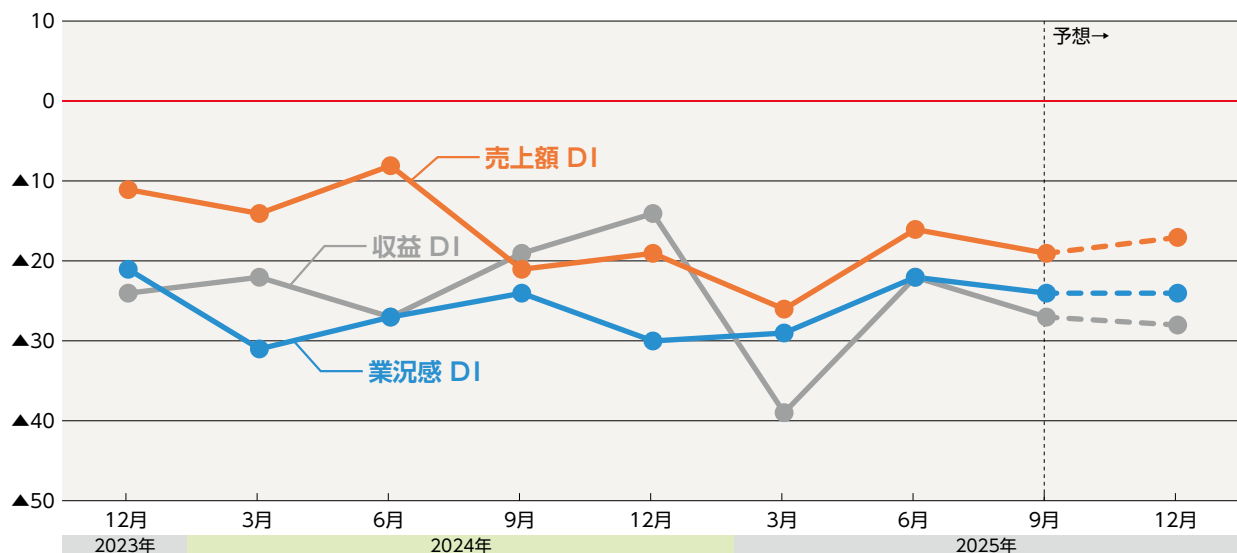
## 概要

業況感・売上額・収益ともに下落しました。経営上の問題点では、4割を超える企業から「売上の停滞・減少」が指摘されています。また、「人件費の増加」を挙げる企業が大幅に増加しています。重点経営施策では「経費を節減する」が最も多く、次いで「品揃えを改善する」となりました。項目別DIでは、人手不足が大きく悪化しています。

## 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



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲21	▲31	▲27	▲24	▲30	▲29	▲22	▲24	▲24
売上額	▲11	▲14	▲8	▲21	▲19	▲26	▲16	▲19	▲17
収益	▲24	▲22	▲27	▲19	▲14	▲39	▲22	▲27	▲28

## 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	36.4% (1)	44.7%
2	人件費の増加	18.2% (6)	36.8%
3	仕入先からの値上げ要請	29.5% (3)	28.9%
4	人手不足	27.3% (4)	23.7%
5	利幅の縮小	31.8% (2)	18.4%

(複数回答)

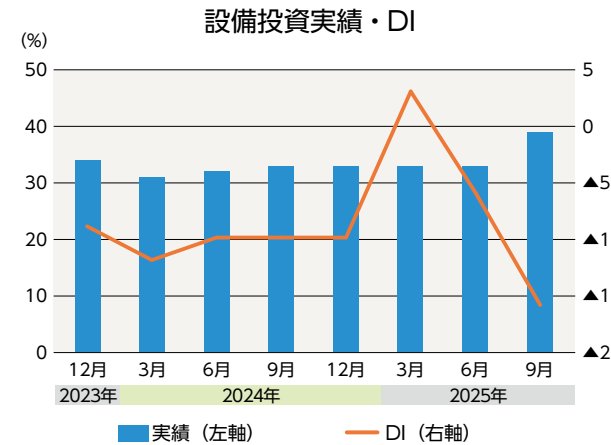
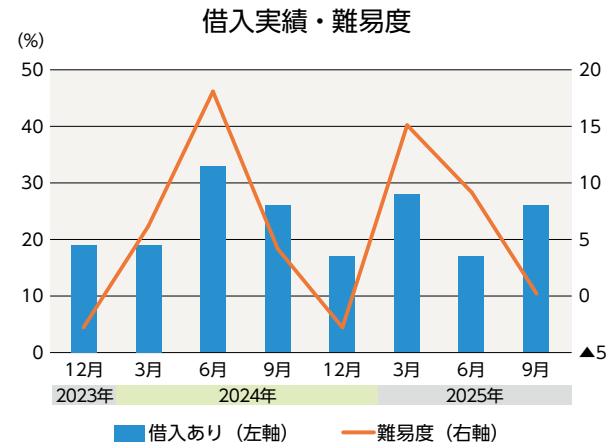
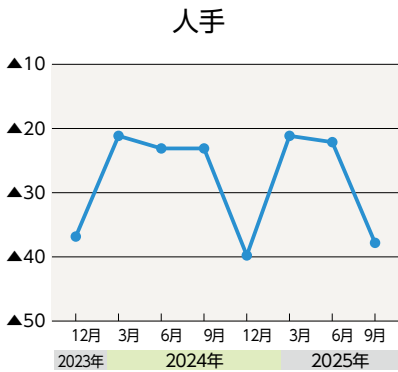
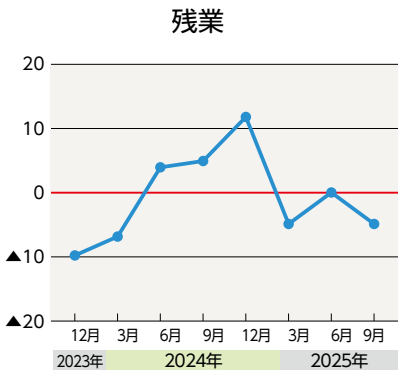
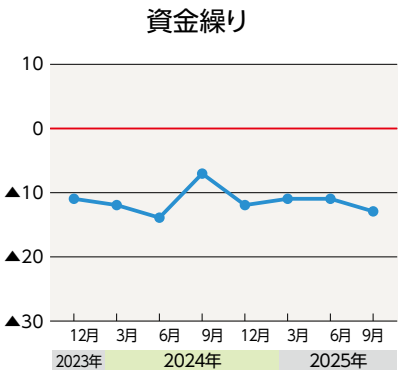
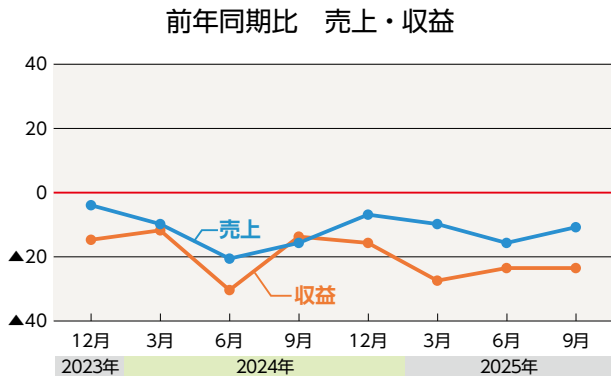
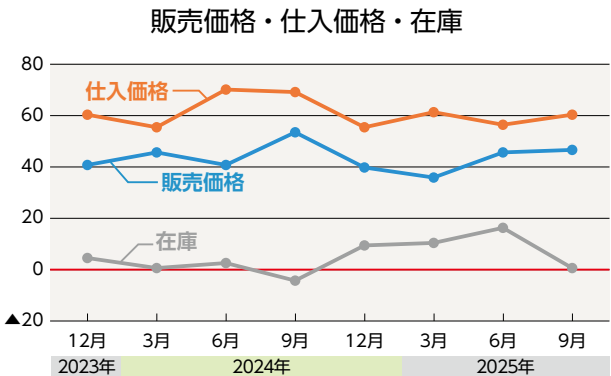
## 重点経営施策トップ5

( ) 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	経費を節減する	40.9% (1)	42.1%
2	品揃えを改善する	36.4% (2)	31.6%
3	人材を確保する	20.5% (4)	28.9%
4	売れ筋商品を取り扱う	15.9% (5)	21.1%
5	宣伝・広告を強化する	11.4% (6)	15.8%

(複数回答)

項目別DIの推移



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



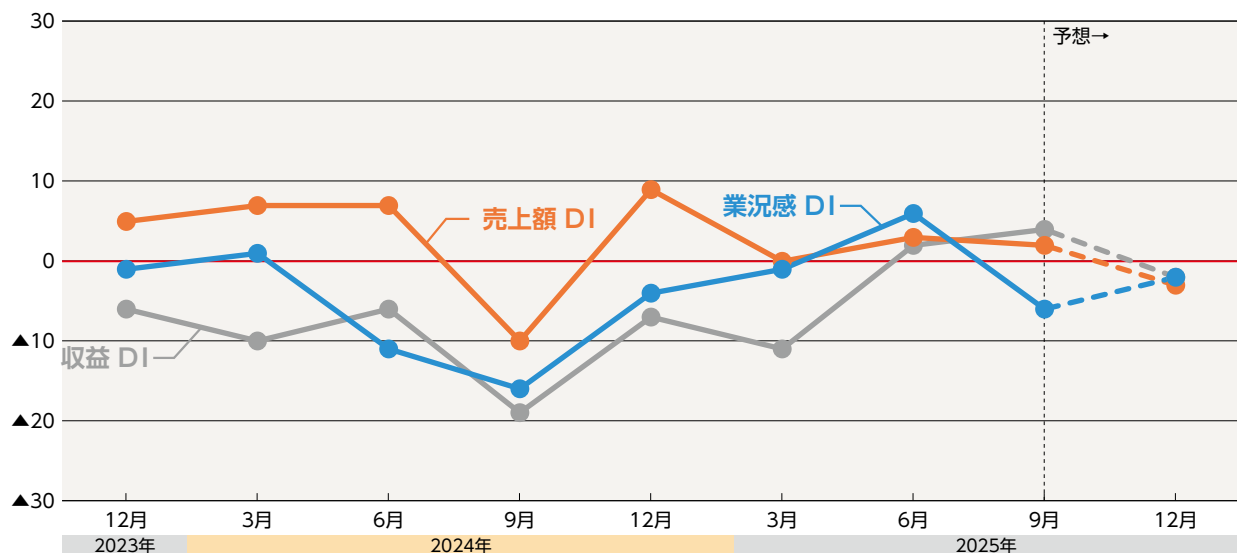
## 概要

収益は若干回復するも、売上額は低下したほか業況感は大きく低下しマイナスに転じました。経営上の問題点では、前年同期と同様に過半数を超える企業から「売上の停滞・減少」が指摘されています。重点経営施策では「人材を確保する」が最も多く、前年同期比で9ポイント増加しました。項目別DIでは、収益は回復したものの、資金繰りが厳しくなっています。

## 来期の見通し

業況感は回復するものの、売上額・収益は悪化すると予想しています。

## 主要指数の推移



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲ 1	1	▲ 11	▲ 16	▲ 4	▲ 1	6	▲ 6	▲ 2
売上額	5	7	7	▲ 10	9	0	3	2	▲ 3
収益	▲ 6	▲ 10	▲ 6	▲ 19	▲ 7	▲ 11	2	4	▲ 2

## 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	55.9% (1)	<b>58.8%</b>
2	人件費の増加	48.5% (2)	<b>39.7%</b>
3	材料価格の上昇	26.5% (4)	<b>27.9%</b>
4	売上の停滞・減少	35.3% (3)	<b>22.1%</b>
5	技術力の不足	11.8% (7)	<b>14.7%</b>

(複数回答)

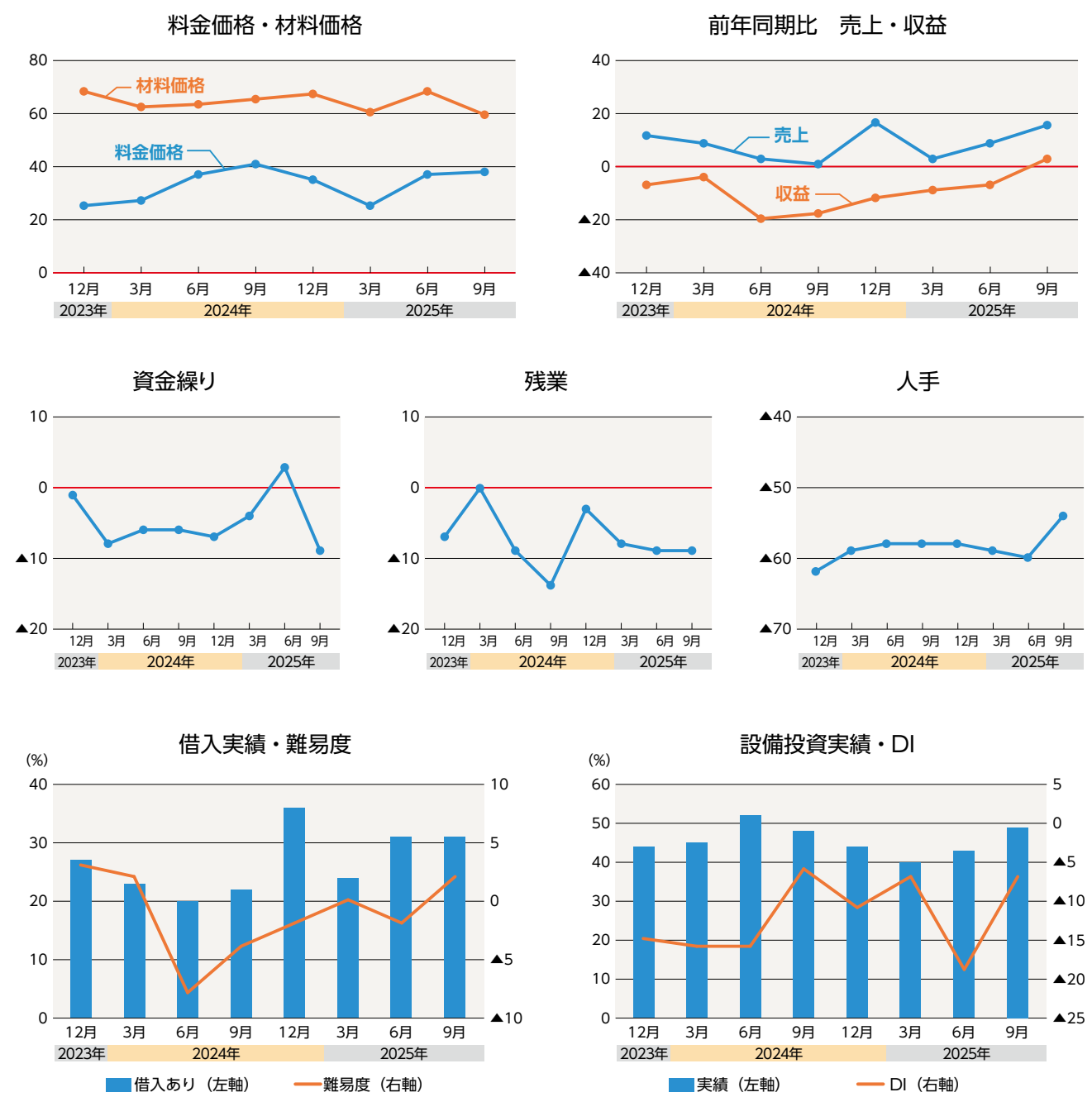
## 重点経営施策トップ5

( ) 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	45.6% (1)	<b>54.4%</b>
2	販路を広げる	36.8% (3)	<b>36.8%</b>
3	技術力を強化する	33.8% (4)	<b>33.8%</b>
4	経費を節減する	38.2% (2)	<b>29.4%</b>
5	教育訓練を強化する	22.1% (5)	<b>27.9%</b>

(複数回答)

項目別DIの推移



従業員規模別 景況天気図

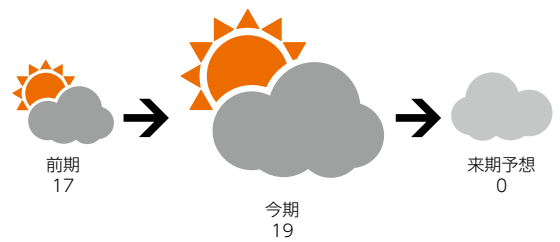
	前期	今期	来期(予想)
1～4人			
5～9人			
10～19人			
20～49人			
50人以上			

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



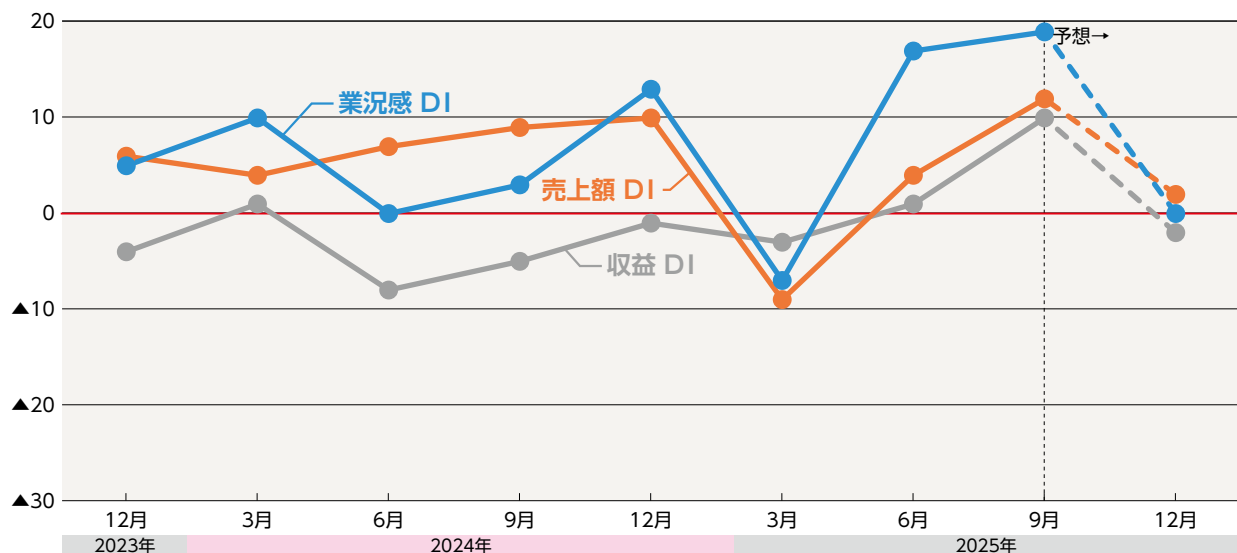
## 概要

業況感・売上額・収益ともに回復し、特に売上額・収益は大幅に改善しました。経営上の問題点では、過半数を超える企業から「人手不足」が指摘されています。重点経営施策では引き続き「人材を確保する」が最も多くなりました。項目別DIでは、人手不足が悪化しています。

## 来期の見通し

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



	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	5	10	0	3	13	▲7	17	19	0
売上額	6	4	7	9	10	▲9	4	12	2
収益	▲4	1	▲8	▲5	▲1	▲3	1	10	▲2

## 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	56.6% (1)	66.1%
2	材料価格の上昇	52.6% (2)	50.8%
3	売上の停滞・減少	23.7% (3)	25.4%
4	下請の確保難	23.7% (3)	22.0%
5	人件費の増加	17.1% (6)	18.6%

(複数回答)

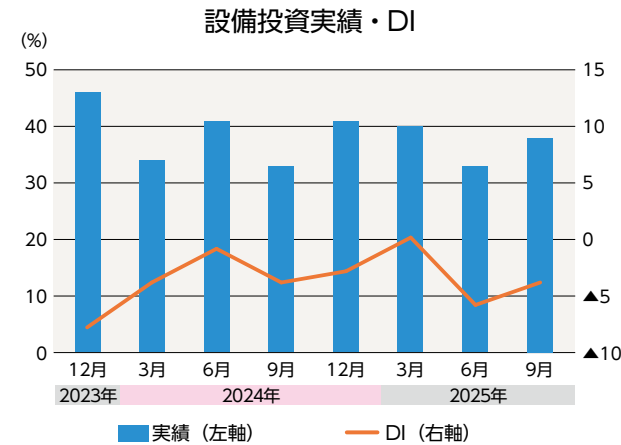
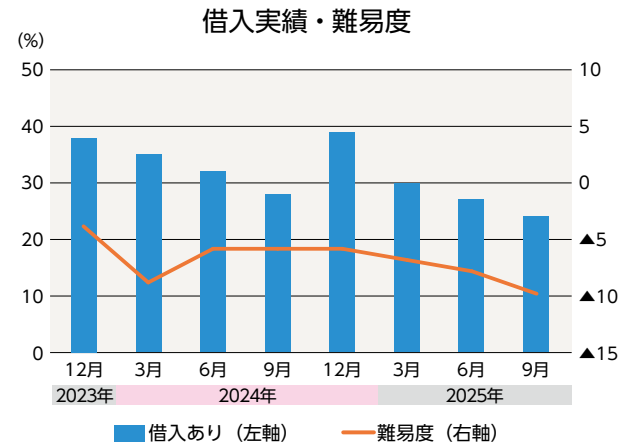
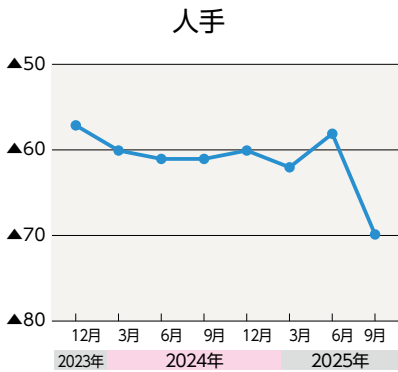
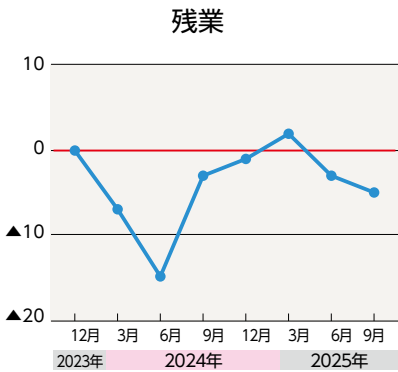
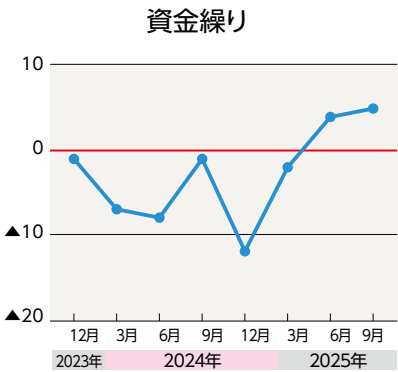
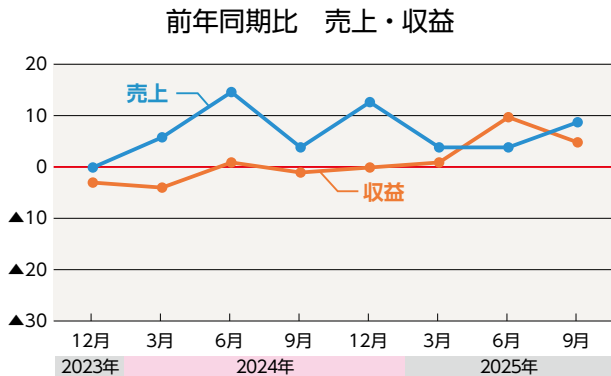
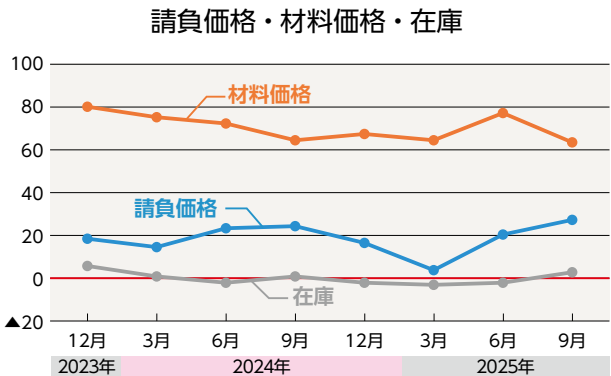
## 重点経営施策トップ5

( ) 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	64.5% (1)	59.3%
2	技術力を高める	32.9% (3)	39.0%
3	販路を広げる	26.3% (4)	32.2%
3	経費を節減する	34.2% (2)	32.2%
5	情報力を強化する	15.8% (5)	20.3%

(複数回答)

項目別DIの推移



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			

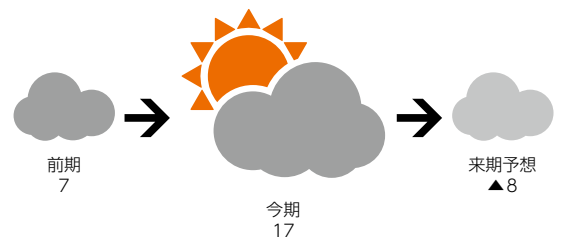
エリア別 景況天気図

	副都心	都心近接	東部	北部
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。



# 不動産業



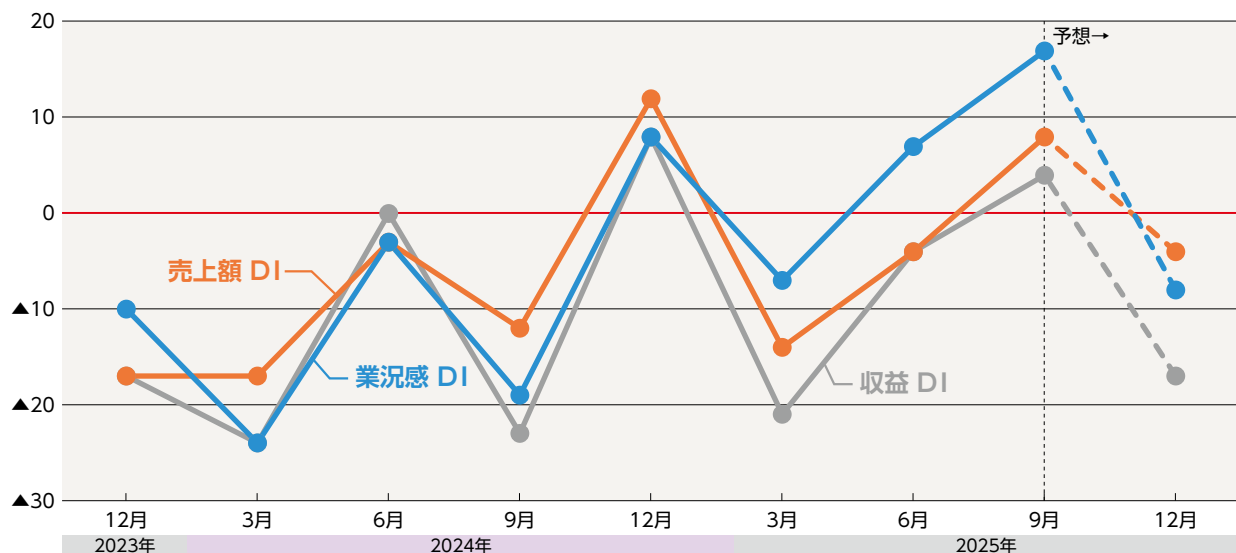
## 概要

業況感・売上額・収益ともに大幅に改善しました。経営上の問題点では、「商品物件の不足」が前年同期比で18ポイント増加し、「同業者間の競争の激化」と同率で最も多くなりました。重点経営施策では「情報力を強化する」が最も多くなりました。項目別DIでは、売上額が回復するものの、人手不足が悪化しています。

## 来期の見通し

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



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

## 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	同業者間の競争の激化	30.8% (3)	37.5%
1	商品物件の不足	19.2% (5)	37.5%
3	大手企業との競争の激化	38.5% (1)	25.0%
4	商品物件の高騰	30.8% (3)	20.8%
4	人件費の増加	7.7% (8)	20.8%

(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	38.5% (1)	45.8%
2	販路を広げる	34.6% (2)	29.2%
2	経費を節減する	23.1% (3)	29.2%
4	宣伝・広告を強化する	15.4% (6)	20.8%
4	不動産の有効活用を図る	15.4% (6)	20.8%

(複数回答)

項目別DIの推移



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。

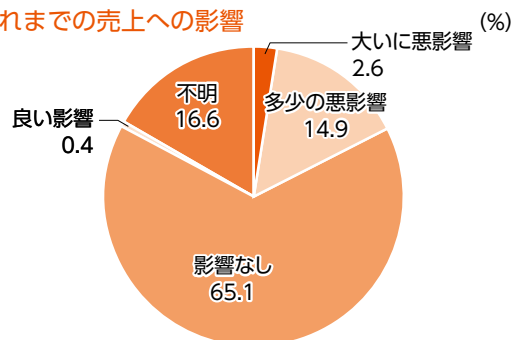
# 特別調査

## 不透明感が増す経済社会情勢と中小企業経営

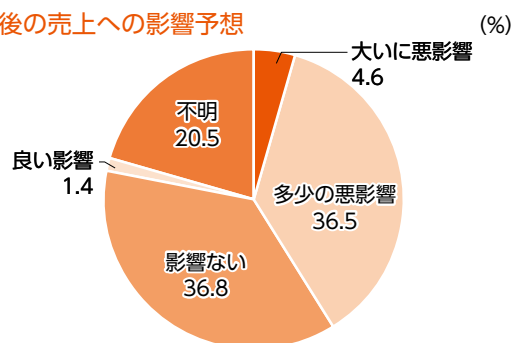
(2025年9月調査／回答数：410件)

### 米国の経済社会政策（関税等）による、売上への影響について

これまでの売上への影響

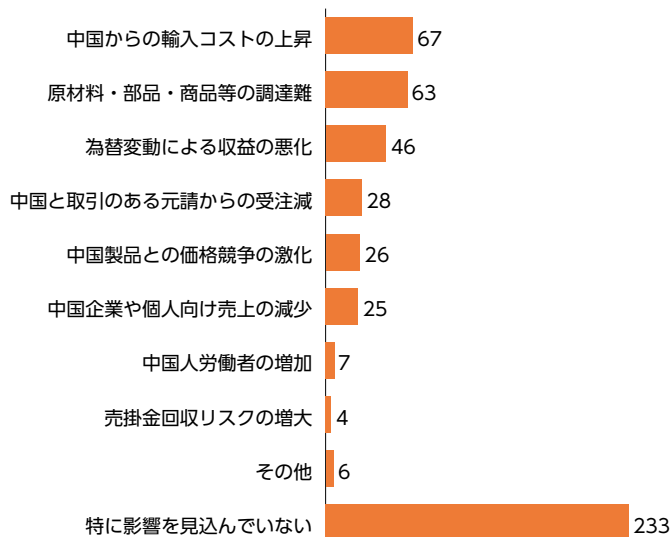


今後の売上への影響予想



### 中国経済の減速懸念による影響見込み

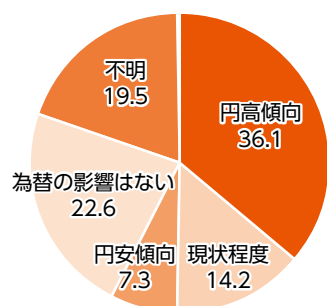
(複数回答) (件数)



### 今後の外国為替相場（主に円ドル）の望ましい水準および、コロナ禍以降の物価上昇傾向の影響

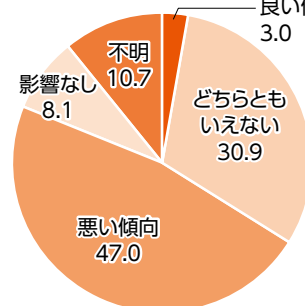
望ましい為替水準

(%)



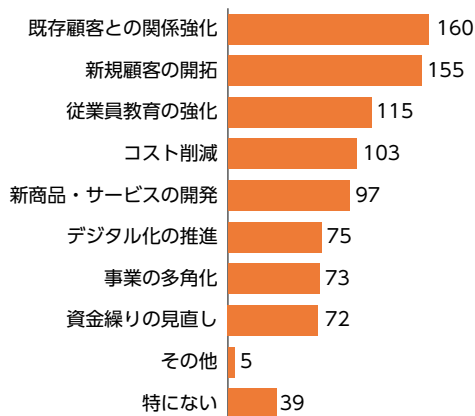
物価上昇がもたらす傾向

(%)



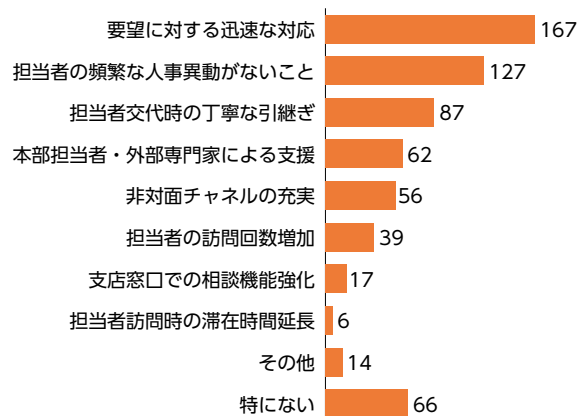
### 不透明感が増す社会情勢において、経営面で見直したい取組み

(複数回答) (件数)



### 不透明感が増す社会情勢において、地域金融機関の体制面で望むこと

(複数回答) (件数)





# お客さまからのコメント

## 製造業

物価高、人件費増、金利の上昇等、小企業にとって企業活動は今後増々険しい環境になっていくと感じています。  
(商業写真/文京区/30名)

高齢化に伴いデジタル化を進めて行くつもりです。  
(ボルト/葛飾区/19名)

AI化の進む中での商いはデジタルに追い付けない企業は廃業に向かいます。  
(オフセット印刷/文京区/4名)

人手不足はこれから先も続いていくので労働環境を良くしていく。  
(DTP製版/文京区/60名)

不安定な中東情勢が続いており、今後原油価格の高騰を危惧しております。  
(紙製品表面加工/墨田区/3名)

時代の変化に対応していくため、対高齢者だったスタイルを対若者向けに舵を切っていく。  
(和洋菓子製造販売/足立区/50名)

## 卸売業

人件費の高騰対策が必要だが、対応策を見出せずにいる。販売価格への転嫁も限界を感じている。  
(鞆製の製造・卸/千代田区/301名)

食品を取扱っているので、あまり大きな波はない。卸先がスーパーマーケットで、その売上は順調である。  
(冷凍食品卸/江戸川区/48名)

生成AIの進化が加速度を増しています。最適解を得る為の質問力を磨く必要があると感じます。  
(自動車用品卸/墨田区/1名)

見積件数が減少しているため、顧客への訪問営業を強化したい。  
(ステンレス鋼材卸/墨田区/13名)

今後金利上昇による負担の増加が心配される。  
(紐類卸/台東区/5名)

卸売販売売上が低迷しており「卸売の復権!」に向け、顧客・商材・販売手法の各視点から抜本的見直しを行う準備をはじめた。  
(ガラス、鏡加工、内装/台東区/95名)

## 小売業

最低賃金の急上昇が負担となっています。  
(和菓子/練馬区/6名)

## サービス業

コロナ融資の返済が始まっているが、一般客のマインドはまだまだ回復していない。ここで金融機関のより一層の応援を望みたいところです。  
(美容室/江戸川区/1名)

営業範囲を広めた事と値上げが認められた事で、一応上向きに動きかけている。  
(運送/足立区/5名)

外注先・材料屋さんの減少が進み、同じ材料を探すことが大変です。  
(クリーニング/台東区/3名)

## 不動産業

今年に入り入居率が減少しています。  
(不動産賃貸/江戸川区/3名)

米不足も落ち着いたかと思うと、夏の猛暑、集中豪雨、物価高と不安は尽きることなく、7年度の後半に期待できる情報を探しています。  
(不動産取引・管理/江戸川区/4名)

## 建設業

政治と経済の世界をリードする力が弱くなっている。  
(店舗設計、内装/台東区/14名)

建設業界の高齢化に対する対応には苦慮しています。材料費はおちついてきました。  
(電気配線工事/江戸川区/4名)





# 福島県浅川町発、設備と人で 応える提案型精密板金加工の 技術と信頼

## 第一精機株式会社(西巢鴨支店お取引先)

第一精機株式会社は、創業以来、70年以上にわたり、精密板金加工の分野で、信頼と技術を築いてきた。福島県浅川町に広がる工場では、最新設備と人が融合し、医療機器や複写機など多様な製品が生み出されている。設計段階から関わる提案型ものづくりと、試作から量産までを社内ですべて完結できる一貫生産体制。この二つの力が、顧客との信頼を支えている。川音周次取締役会長（70）は、管理畑出身の現場育ち。技術畑の大塚浩一社長との二人三脚で、設備投資と現場力を磨きながら、同社の基盤を築いてきた。偶然の出会いにより、浅川の地に根を張り、地域とともに歩んできた第一精機。今回は、その歩みと未来への展望について、川音会長にお話を伺った。



## 偶然が導いた地域密着のものづくり

1954年、東京都北区で創業した第一精機株式会社は、写真機や映写機、露出計、双眼鏡などの部品加工から事業をスタートした。初代社長は比与森幹広氏で、創業からわずか数年で、写真機の自家製造や輸出にも挑戦している。時代のニーズを敏感にとらえ、1960年代には事務機器や電子複写機、電子計算機などの精密部品加工へと事業を拡大していった。

都市部での騒音や公害の問題を予見し、1967年には福島県石川郡浅川町で仮操業を開始。

1969年には同地での本格的な工場建設に踏み切り、以降は板金・金型部門の移転、NCT機やロボット導入による合理化、事務所・物流の統合など、長期にわたり段階的に一貫生産体制を築いていった。

浅川町は自然に囲まれた静かな町でありながら、ものづくりに適した環境が整っていた。この場所が選ばれたのは、土地が安く人手がある所ということで探していたところ、偶然の出会いに導かれたものだったようだ。福島出身の川音会長は、1973年に新卒入社をされたとのことで、同社がこの地に根を張ることは、しかし必然であったのかもしれない。

現在は、浅川町で2番目に大きな企業として、地域経済を支える存在になっている。社員の約7割が通勤20分圏内に暮らし、地域密着型の雇用体制が築かれている。「浅川町だけでなく、隣接の石川町や棚倉町からも通ってくれています。離職率は少ないですよ」と川音会長は説明してくれた。



### 法人概要

第一精機株式会社  
取締役会長 川音 周次  
代表取締役 大塚 浩一  
浅川工場所在地  
福島県石川郡浅川町大明塚111-18  
TEL. 0247-36-3125  
<http://www.daiichi-ak.co.jp/>



安定した職場環境が整っていることは、企業と地域の信頼関係の深さをも物語っている。商工会や経営者協会での活動、地域イベントへの参加、工場見学会の

開催など、同社は地域社会とともに歩んできた。

浅川町への移転から半世紀以上が経過した今、第一精機は地域に不可欠な存在となっている。企業の成長と地域の発展が、互いに支え合う関係として根付いているのだ。

### 図面に寄り添う 提案型ものづくりが築く信頼

第一精機の最大の強みは、試作から量産までを一貫して対応できる「提案型ものづくり」にある。顧客からの図面データに対して、CADという設計ソフトを用いて提案を行い、干渉や構造上の課題を事前に解決する。

「図面をそのまま形にするだけでなく、『ここはこうしたほうがいいですよ』と提案できるので口スを生まないのが、当社のやり方です」（川音会長）。

さらに同社は、受注生産100%の体制をとっており、見積もりから納品まで社内で完結できるという強みがある。打抜加工、曲げ、溶接、組み立て、外注処理、検査までの工程を一貫して管理し、納期厳守と品質安定を実現している。

「外注比率は今では2~3%で、ほぼ社内で完結できるようになりました」と力強く話す川音会長だが、同社は決して順風満帆に來たわけではない。1984年ごろは大不況に陥ったこともある。以前は外注の比率が高かったが、2001年6月に川音会長が五代目の社長に就任して以来、社内での生産性を高めることに努め、外注への依存度を徐々に抑えていった。

管理畑の川音会長と、技術畑の大塚社長。第一精機の現在地は、この二人のタッグによって築かれてきたといっても過言ではないだろう。会長は顧客との対話を重ね、現場の声を吸い上げながら、設備投資や事業構造の転換を進めた。一方で社長は、技術面からその構想を支え、現場の仕組みづくりや工程設計に力を注いできた。——設備は整った。あとは、どう動かすか。

会長の言葉に、社長は静かに応える。経営と技術、営業と現場というその両輪



が、第一精機のものづくりを支えている。

当社の提案型ものづくりは、顧客との対話と信頼の積み重ねによって成り立っている。現場の声を吸い上

げ、設備投資を判断し、最適な工法を選択する。その一つひとつが、企業としての誠実さを物語っている。



### 設備と人が支える、現場発の企業力

技術革新への投資は、第一精機の成長を支えるもう一つの柱だ。2016年以降、同社はファイバーレーザー溶接機を複数台導入して、従来のアーク溶接に比べ工数を約90%削減した。

「これで、溶接と仕上げの手間が一気に減りました。設備は使いこなしてこそ意味がある。現場の効率を考えて、現場の声を聴いて必要な設備を入れる。それが当社のやり方なんです」と、晴れやかな表情で川音会長は話す。

設備投資は、単なる技術導入ではなく、戦略的な意思決定の結果である。測定器や加工機など、1台数千円~億円単位の設備も、投資対効果を見極めながら慎重に導入していく。

川音会長は力強く断言する。「設備がなければ提案もできません。だから先に整えるんです」。

板金加工やプレス等の工程では、機械化が進み、人の手を介さずに生産が進んでいる。設備投資のお陰で、現場には人がほとんどいないという状況が珍しくない一方で、内視鏡のような精密医療機器の製造においては、微細な部品の組み立てや検査に人の手は欠かせない。

その様子を伺うと、「内視鏡の部品は、本当に細かいんです。シャープペンの芯くらいのピンを、20個くらい連結して組み立てるのですが、スタッフは拡大鏡を使って丁寧に作業しています」（川音会長）ということだ。

そんな現場では、熟練の女性スタッフが活躍している。職人技から操作技術へと時代が変化する中でも、やはりものづくりを支えているのは“人”の力なのだ。

環境への取り組みも進んでおり、ISO14001の取得に加え、SBT (Science Based Targets) 認証も取得。

第一精機株式会社は、技術力と人間力を兼ね備えた企業として、地域とともに歩み続けている。浅川町から、これからも信頼と技術を届けていく。その歩みは、静かに力強く続いていくことだろう。



# “必要なものを、必要な分だけ” —— 流通加工に宿る哲学が、 都市型物流の未来を照らす

## 株式会社美翔(ししばね支店お取引先)

東京都江戸川区を拠点に、流通加工・アッセンブリ・梱包発送・商品保管までを一貫して担っているのが株式会社美翔である。都市型物流のハブとして、機械化しづらい工程を人の手で支える“鋭い着眼点とそれを形にする力”を武器に、2024年には過去最高の売上を達成。2025年7月には月商記録を更新するなど、勢いよく発展を続けている。その成長の背景には、印刷業界出身の仲村章源社長（48）による事業再構築と、ニッチ市場に特化した営業戦略、そして現場を愛する感性とDX（デジタルトランスフォーメーション）への投資がある。美翔が手がけるのは、単なる作業ではなく、“流れを整え価値を設計する仕事”。その発想と現場力について、仲村社長にお話を伺った。



## 印刷出身の社長が挑んだ “流通加工の再設計”

仲村章源社長は、株式会社美翔の2代目社長である。美翔の創立は1998年で、印刷業界に身を置いていた仲村社長は先代からヘッドハンティングされ、2012年4月に入社した。印刷業界から流通加工へ。この転身は、「時代の変化を読む力」と「現場感覚」の稀有な融合と言ってよいのかもしれない。

印刷物の梱包には2種類ある。ひとつは、各店に同じ数・部数・アイテムを一律に送るセット梱包である。かつては主流だったが、実際には不要なものも含まれるため、廃棄するものが多いという問題点があった。そこに疑問を抱いた仲村社長は、「必要なものを必要な分だけ送る」、アッセンブリ梱包と呼ばれるスタイルへと舵を切った。これは、顧客にとっては“ニーズに応じてムダを減らす提案”となるので、企業販促・マーケティングチームや印刷会社、広告代理店に最適化提案を展開し、受注を広げていった。これによって、コストの削減と業務



の効率化を同時に実現することができた。

この発想は、美翔のサービスを象徴するものであり、アッセンブリ梱包という“個別にフィットする形”という領域で、他社にはない柔軟性と提案力を磨き上げた。顧客の課題を自身のテーマとしてとらえ、最適化を導き出す姿勢は、まさに“設計者”としての視点だ。



## “ニッチしか狙わない” ——都市型物流を支える裏方力

同社の拠点は、東京都江戸川区と千葉県浦安市にある。都市型物流において、消費地に近いという地理的優位性を活かし、配送効率と人材確保の両面で強みを発揮している。

同社が狙うのは、大手が手を出しづらい“かゆいところに手が届くビジネス”。例えば機械化しづらい行程を人の手で丁寧に対応する。顧客からの難しい要望にも作業工程の組立を行い、それを単価に変えて価値を提供するアプローチは、まさに“裏方のプロフェッショナル”だ。「ニッチしか狙っていません。人の手で



できることなら可能性を探す」という仲村社長の言葉には、覚悟と自信がにじんでいる。

またこの柔軟さを支えているのは、女性を中心としたパートスタッフの活躍がある。ダイバーシティ&インクルージョンにも取り組み、さらに役割等級制を導入し、スタッフの活躍や多様な働き方を推進する事で、スタッフとの関係構築が深まり、良い仕事ができる。

企業の“顔”としての役割を見事に果たしている同社のWEBサイトも、営業ポイントの1つだ。初めてのお客様に伝わりやすいコンテンツ作成と、業界トレンドを反映したトピックスを毎月更新して流通、アセンブリ、梱包業を身近に感じていただけるように構成している。実際、問い合わせ・相談は月に30~40件と多く、返答をお待たせしないレスポンス力で、新規顧客獲得に貢献している。

「見つけてもらえていない方がまだたくさんいるはずなんです」と語る仲村社長にとって、WEB流入は“出会いの場”であり、“信頼の入口”でもある。

“オフィス”という拠点の設計にも、仲村社長の感性が宿る。大きなモニターには4つのセンターの状況が映し出されており、それぞれの時点情報を把握できるようにし、情報と時間の共有を大切にしている。一方で、キャラクター「ししばねくん」を生み出したり、「自社開発商品」を発売し一般販売したりと、働く人々のモチベーションを上げ、かつ訪れた人の記憶に残る空間を演出している。物流の現場でありながら、企業の“顔”としての場づくりにもこだわる姿勢が、顧客との距離を縮めている。

### 感性が動かす現場 ——DXと提案力で進化する美翔

ダンボールの設計においても、中身を見ずに捨てられがちなポスター類を「見えるようにして捨てられない工夫」「FSC認証（持続可能な森林管理を推進する国際的な認証制度）のダンボールの使用」「ワンタッチ式で作業効率を高めるケース」など、効率と環境への配慮が行き届いている。

また、海洋プラスチックゴミ配合の再生素材パレットも採用している。これは海に流れ出る前に回収された廃プラスチックを再利用したもの。「ウミガメが泣かなくて済むなら」という仲村社長の言葉には、サステナビリティの精神が貫かれている。

社長は現場が好きだ。作業に没頭する姿は、単なる現場主義ではなく、“現場を愛する感性”の表れだろ

う。『美味しくなれ』とぬか床をかき回すような幸せ」と語るその方向性は、スタッフにも伝播し、責任感と緊張感のある職場文化を育んでいる。

パート間でもレベルの高い意見が飛び交い、熱量が生まれるが、それこそが品質を支える力となっている。

一方で、DXやAIへの投資も積極的に進めている。Google Workspaceを活用した業務共有化に加え、WMS（倉庫管理システム）・OMS（受注管理システム）の開発、チャット対応の自動化、社内スケジュールの可視化など、日々の業務にテクノロジーが溶け込んでいる。

未来への布石は着々と打たれている。仲村社長は営業方法、見積、梱包設計における“勘・経験・度胸（KKD）”いわゆる属人化の解決のため、デジタルシフトへの挑戦を続ける。過去にもシステム投入を試みたが、結局、社内に浸透しなかったという苦い経験もあるそうだ。それでも「失敗は糧になる」と語る社長は、ユーザビリティと現場の声を重視しながら、2025年から2026年にかけて新しいシステムの段階導入を進めている。

とはいえ、前述したアセンブリ梱包の現場には“人の手”が欠かせない工程もある。例えば、アパレル店舗への販促物発送では、店舗ごとに異なるアイテムを組み合わせて梱包する必要がある。ポスター、POP、資料などを、明細に従って一箱にまとめる作業は、ミスが許されない緻密な仕事だ。

近年の流通マネジメントを通じて、販促品、流通商品の保管・出荷、製品企画など事業領域も広がっている。これからの物流は、単なる“運ぶ”ではなく、“整える”“提案する”“支える”という価値を伴うものになる。美翔は立ち止まることなく次の目標に向けて確かに進んでいく。



#### 法人概要

株式会社美翔  
代表取締役 仲村 章源  
流通ベース（江戸川区3拠点）  
東京都江戸川区鹿骨4-31-16  
TEL 03-5243-0951  
<https://www.bisho-group.co.jp/>



# 令和7年度上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。

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」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23社が推薦され、15社が一次審査を通過しました。8月27日の「選考委員会」で8名の選考委員により最終審査が行われ、その結果10社（内最優秀賞1社）が採択されました。

助成額は1社10万円で、特に内容の優れたものについては最優秀賞として20万円を贈呈しております。今回の最優秀賞は株式会社新日本リプラス様が受賞いたしました。不要になったプラスチックパレットやコンテナを買取り、自社工場において再生材（再生チップ・ペレット）に再資源化する技術力が高く評価されました。

なお、受賞各社には、朝日信用金庫の伊藤理事長と

当財団の柊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「卓越した技術力だけでなく、日々のたゆまぬ努力と情熱の賜物であり、このような素晴らしい成果を収めることができた事に対し、大変感動しています。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987件、顕彰件数429件、助成金総額1億8,438万円となっています。

今回の「助成事業」の申請受付は、本年11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7年度上期 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
<p><b>【最優秀賞】</b></p>  <p><b>株式会社 新日本リプラス</b>  <b>廃プラ製品製造業</b>  (再生チップ・再生ペレットほか)</p>	<p><b>&lt; 環境改善 &gt;</b></p> <p>当社は不要になったプラスチックパレットやコンテナを買取、自社で回収、種類や色など自社工場で選別し、粉碎・洗浄・脱水加工を施し再生材（再生チップ・ペレット）に再資源化しているもの。自社工場で完結できることから環境面で他社との差別化が図れるもの。実施時期は平成13年にワンストップ循環型リサイクルモデルを構築し、現在に至っている。背景に至っては地球環境の保護、資源の有効活用の観点から今後国内外で廃プラスチックの再生需要が高まると思い、循環型リサイクルモデルの構築が当社の存在意義と考えたことから事業を立ち上げたもの。倉庫・物流業・小売業・食品業など幅広い業種からの買取実績は3,000社ほど、再生チップ・ペレットの販売実績は20社ほどとなっている。世界的なリサイクル原料のニーズが高まっていることからマレーシアに現地法人を設立。</p>

**企 業 名  
業 種**  
(主な取扱商品等)

**助 成 申 請 事 由**



**株式会社 アイスイノベーション**  
食品小売業  
(飲むかき氷・かき氷)

**< 新製品開発・創意工夫 >**

「飲むかき氷 Chururu Shaved Ice」の開発を行ったもの。東京上野でかき氷専門店「四代目大野屋氷室」の店名で行列のできる人気店を運営しているが、地方などの来店できない方々にも同じ味・同じ風味のかき氷を食べてもらいたいという四代目代表者の思いから考案したもの。氷は、独自の保存方法と温度管理によって氷本来の品質を保持した「生氷」を使用。決して冷凍せず、マイナス10度前後に保ち、その日の諸条件に合った氷を選びとって切り出すこだわり。また、シロップはすべて当社の代表者の創作で、これまでのラインナップは800種を超えているもの。2021年経済産業大臣賞受賞（氷業界・かき氷業界史上初）。各種大手デパートのお中元ギフトでの販売。主なメディアでの出演は2024年日テレ「ミヤネ屋」・2025年TBS「THE TIME」などに出演している。



**株式会社 マリエッタ**  
受託開発ソフトウェア業  
(マイホームクラウドほか)

**< 新製品開発 >**

インターネットを利用した住宅設計サポートシステム。施主、業者、設計者、支店、本社、間取りに関係する方々をインターネットで結ぶ建築に特化した業務支援ツール「WebCAD (Ver.15) INマイホームクラウド」の開発。専門知識がない初心者から専門職の熟練者でも誰もが手軽に操作・利用できる建築図面システム。利用者からの意見を反映させるために、システム利用者からより多くの意見を聴取、完成に至ったもの。①業界初の「リアルタイム高画質レンダリング」機能搭載、②3Dアイテムの種類の追加、③マンションモードの搭載、④一般ユーザーから専門家まで幅広いニーズに対応。建築現場において、昨今の人手不足問題や生産性向上が必須となっており、デジタル革命 (DX) は喫緊の課題であることから、当社システムは業務プロセスを効率化させる一端を担うことが期待される。



**株式会社 ナラハラ・ニット**  
ニット製外衣製造業  
(ニット・カットソー)

**< 環境改善 >**

当社1957年創業、ベビー服・子供服のOEM生産を主要業務とする企業。2017年、日本製・オーガニックなど「こだわりや安全性」「独自性」に力を入れ、子供が着やすいデザイン・ファッション性を持った自社ブランド「Chene」(シェヌ)を立ち上げた。自社ブランドの製造地である秋田県横手市から依頼を受け、ふるさと納税の返礼品としてりんごの葉・木の幹を使用した100%天然素材の草木染め(リンゴ染め)にてSDGsに貢献した「ベビーギフト」を出品。色落ちの問題があるため洋服には化学染料の使用が一般的だが、ベビー服・子供服に天然染料が使われるよう、安心・安全な子供たちの未来を目指している。また、自社ブランドが成長することで、企業としてOEM生産と自社ブランドが将来の2本柱となることを描いている。「ベビーギフト」は企業としてのSDGs貢献に取り組んでおり、助成申請に至ったもの。



<p>企 業 名 業 種 (主な取扱商品等)</p>	<p>助 成 申 請 事 由</p>
 <p><b>株式会社 小出製作所</b> 建築金物製造業 (製作・装飾金物ほか)</p>	<p><b>&lt; 新製品開発 &gt;</b></p> <p>災害時でも公共施設内で情報機器（スマホ・タブレット・その他端末）が充電できる蓄電池内蔵の電源ポールの開発を行ったもの。蓄電池内蔵の電源ポールは、平時は空港等の公共施設利用者の情報機器の充電器として利用されているが、災害時は内蔵されている蓄電池を取り外し持ち運ぶことができ、通常のACアダプタの他、USBの接続口があるコンセントも備わっていることから利便性は多大である。すでに羽田空港のロビーに設置されており多くの空港利用者が利用している。空港だけではなく多岐にわたる公共施設や複合施設なども災害時の避難場所となっていることから、今後もかなりの需要が見込まれるもの。(特許第7083383号) 現在は、羽田空港第1～第3ターミナルに延べ1,000台設置済み。令和8年3月頃さらに羽田空港に200台設置予定。成田・徳島・千歳空港に設置する計画。</p>
 <p><b>株式会社 ポータークラシック</b> 衣料品企画販売業 (衣類・バッグ)</p>	<p><b>&lt; 新製品開発 &gt;</b></p> <p>2018年5月より販売開始、2023年8月に特許取得。体感重量が半減されるバッグ「ニュートン」の開発・改良・ラインナップの増加を行った。リュック型バッグのショルダーストラップに鞆業界で初めて昭和西川(株)の敷布団で使用されている「ムアツ」素材を採用。ストラップの効果によりバッグの重さが分散され、体感重量の半減に成功した。バッグ業界では、バッグそのものを軽量化することを追及してきたが、代表者がムアツ敷布団に着目し、重さを分散することで体感重量を軽減できる本商品の開発に成功した。昭和西川(株)に使用許可を得ることの苦労や、ムアツ素材は厚みがあり縫製には高度の職人技が必要で、何度も試行錯誤し完成に至った。当社は衣料品の企画販売を主業務としているが、本商品を開発したことで看板商品の一つとして業績に貢献している。</p>
 <p><b>株式会社 ヘリックスジャパン</b> 医療用機械器具製造 (水素吸入器)</p>	<p><b>&lt; 新製品開発 &gt;</b></p> <p>業界最高水準の水素・酸素発生量を誇り、安全性にも配慮された「水素吸入器」を開発。水素1600ml/分・酸素800ml/分、合計2400ml/分の圧倒的な水素・酸素発生量を誇り、16時間の長期連続運転と人体への安全性が高いPEM型電解槽を使用。水素は糖尿病・脳卒中・脳梗塞・心筋梗塞などの疾患や症状に対する効果効能の研究が行われており、睡眠改善・疲労回復などにも効果があるとSNS等で取り上げられている。2025年3月に販売開始、医療機関・クリニック等で20台の販売実績を持つ。現在は、山梨大学大学院と共同でアスリートに対する水素ガス吸入の有効性についての研究や、くまもと免疫統合医療クリニック等の医療機関と共同で「がん」の免疫法としての有効性についての研究等、水素ガスの働きの解明に取り組み、水素を活用し人の幸せと社会の進歩に貢献している。</p>



<div>企業名 業種 (主な取扱商品等)</div>	<div>助成申請事由</div>
 <p><b>有限会社 橋自動車工業所</b> 自動車車体等製造業 (各種トラックボディー製作・修理)</p>	<p style="text-align: center;"><b>&lt; 創意工夫 &gt;</b></p> <p>トラックの荷台およびトラックの荷台作業用安全装置（特許取得 特許第558383）の開発。当社はトラックの荷台制作、修理を行う業者。主に大手自動車メーカーが販売したトラックの荷台をエンドユーザーの業種、使用用途に合わせた荷台架設を提供しているもの。開発内容は、①伸縮自在な伸縮支柱を設置、②荷台の煽りが2段に分割されていることで作業用足場ができる、③作業者の出入りが自由にできるように前方部分両側に出入り扉も設置。当該特許を取得した背景は、建設業者（ゼネコン）から近年工事現場での安全性の要求が高く、運搬会社に求める安全レベルが強まっており作業時の安全性確保の観点から、本商品の開発に至ったもの。高い技術力と手作業による製作は業界内で高い評価を得ており、同業他社との差別化が図られているもの。</p>
 <p><b>株式会社 シエエス化学工業</b> 化学工業製品製造業 (パルコートほか)</p>	<p style="text-align: center;"><b>&lt; 環境改善 &gt;</b></p> <p>杭工事の際に発生する汚泥を改良、産業廃棄物として処分することなく再生利用し環境改善、自然環境と調和した理想の地球を創造するもの。杭工事の際に発生する汚泥は残土処理することが多いが、当社製造の科学工業製品「パルコート（木質系パルプスラッジ灰を主成分とする無公害型土壌系固化材・改良材）」で残土を改良し、再生利用することでSDGsの観点からも社会貢献しているもの。令和5年度の産業廃棄物の種類別排出量は、汚泥が最も多く全体の42.2%（154,127千トン）と市場価値が高く、その反面再生利用率が最も低く7.2%となっている。そのことから、当社の製品は潜在的価値が高く、日本全土の環境改善、100年先も輝く地球環境のために貢献できる商品となっている。官公庁・大手ゼネコンからの知名度も高まっており、当社の製品が幅広く使用されている。</p>
 <p><b>有限会社 中台製作所</b> 宗教用具製造業 (神輿・山車・祭礼用品ほか)</p>	<p style="text-align: center;"><b>&lt; 伝統工芸、その他 &gt;</b></p> <p>行徳にて寛永元年（1848年）創業、「先代より受け継がれた伝統文化を時代とともに進化させ未来へとつなげる」を経営理念に掲げ、神輿製造、保守、修繕を主業務とする法人。昨今、職人の高齢化や後継者問題により廃業が相次ぐ中、「神輿の町・行徳」における最後の神輿製造業者として神輿文化を発信し続けている。平成30年7月に自社所有地に神輿ミュージアムを創設し無料で開放。他、代表者は「行徳まちづくり協議会」の会長を務め「神輿の町・行徳」の伝統・文化に触れる機会を設け、街歩きイベントの企画、景観まちづくりにも取り組み、行徳の歴史と文化を守る重要な役割を担っている。そうした活動から、テレビ東京「アド街ック天国」では行徳エリア1位を獲得するなど、様々なメディアに取り上げられ、当社は行徳のランドマークとなっている。自社の発展だけに留まらず、神輿文化の伝承や地域のブランディングに注力し、地域に貢献している企業である。</p>

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

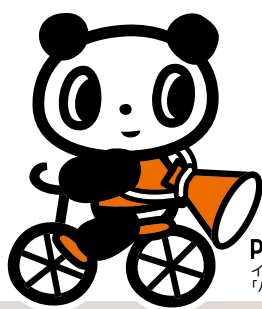


# Asahi Information Report



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」



SPA-230015-J

CARBON EMISSION

336.371 ▶ 292.134 g CO<sub>2</sub>

この印刷物は、Scope 1, 2のCO<sub>2</sub>排出量が  
実質ゼロで稼働するカーボンゼロプリント

CZP-42509091



SPA-230015-J

CARBON EMISSION

292.134 g CO<sub>2</sub> ▶ 0

この印刷物は、CO<sub>2</sub>排出量を算定し  
カーボンオフセットすることで、CO<sub>2</sub>  
排出量を実質ゼロにしています。

CNP-42509091



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