

Asahi Information Report No. 116

中小企業景況調査 2023年 7-9月期



街の鼓動に敏感です

朝日信用金庫

CONTENTS

2023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

- 中小企業の事業承継について

- 17のゴールに向かって No.4

- ダイセーロジスティクス株式会社

- 元気企業訪問シリーズ No.120

- 株式会社タケダ

- 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5年度上期の助成事業について

Asahi Information Report No.116

2023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

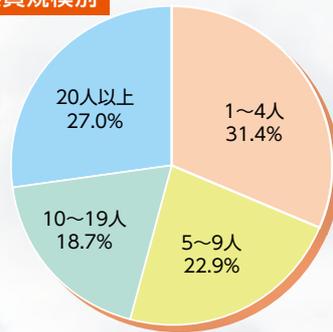
調査依頼先数：872件 回答数：471件 回答率：54.0%

● 調査の方法

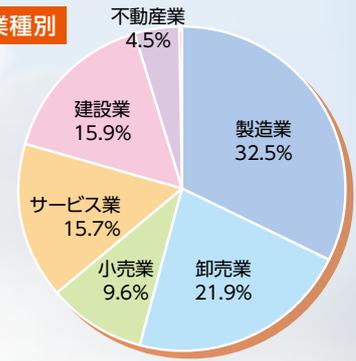
郵送および聴取

● 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

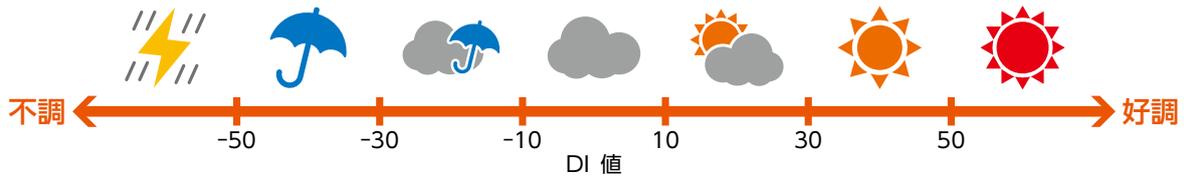
2023年8月中旬～9月上旬

※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。

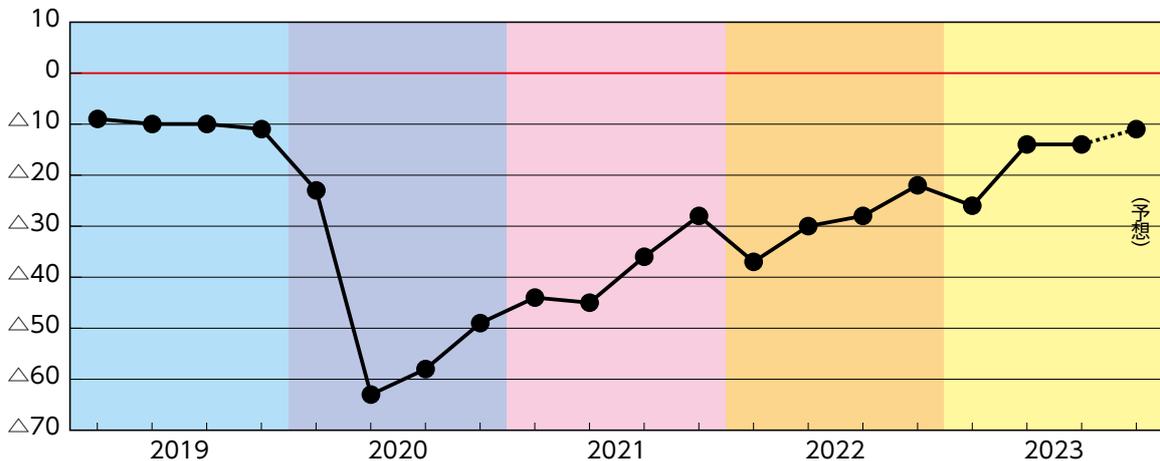
《景気動向判断指数について》

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

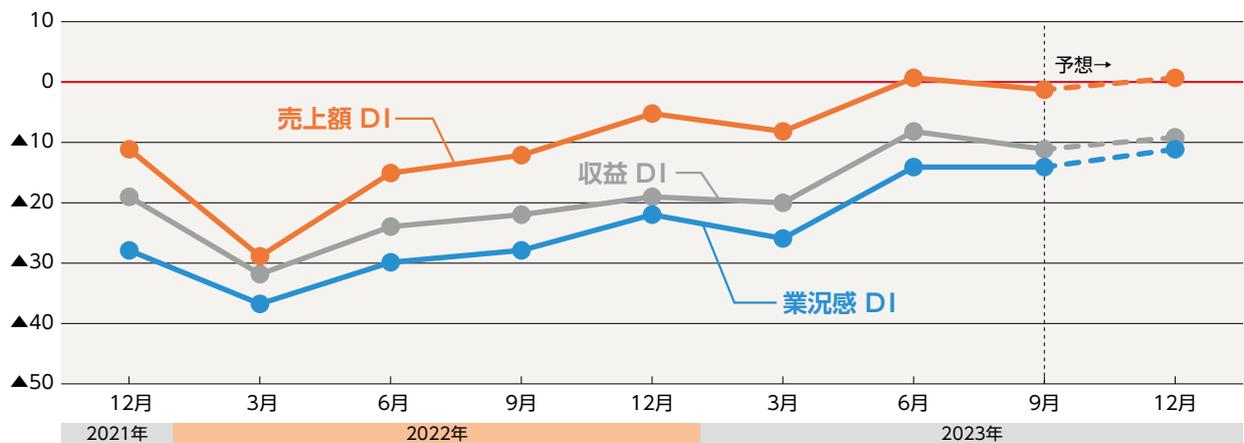
業況感は横ばい、売上額・収益はともにわずかに後退しました。

業種別に見ると、小売業・不動産業の業況感が大きく下落した一方、サービス業・建設業は回復傾向が続いています。

来期の見通し

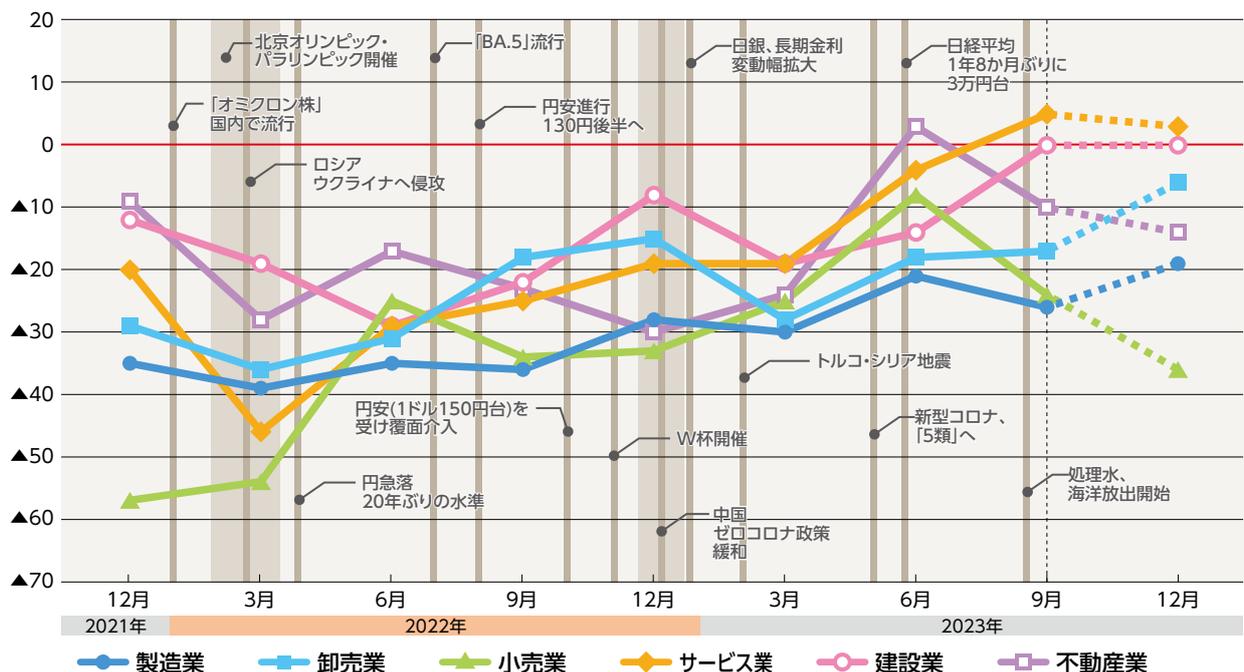
業況感・売上額・収益ともに、やや上向くことを予想しています。

主要指数の推移



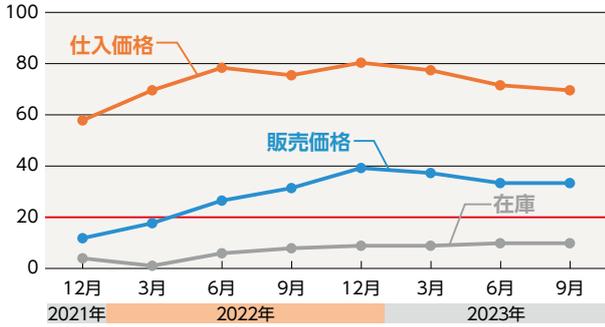
	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月
業況感	▲28	▲37	▲30	▲28	▲22	▲26	▲14	▲14	▲11
売上額	▲11	▲29	▲15	▲12	▲5	▲8	1	▲1	1
収益	▲19	▲32	▲24	▲22	▲19	▲20	▲8	▲11	▲9

業況感DI 業種別推移

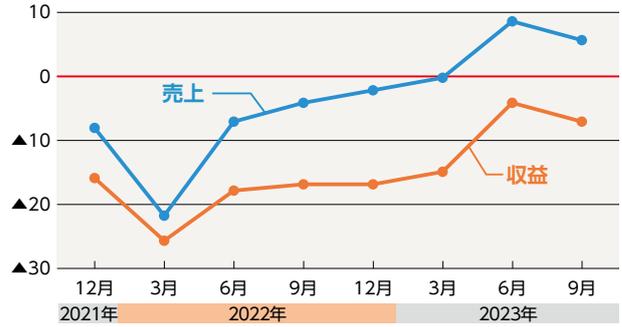


項目別DIの推移

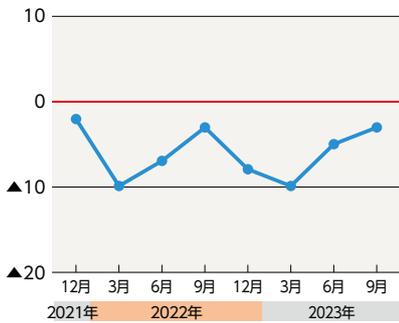
販売価格・仕入価格・在庫



前年同期比 売上・収益



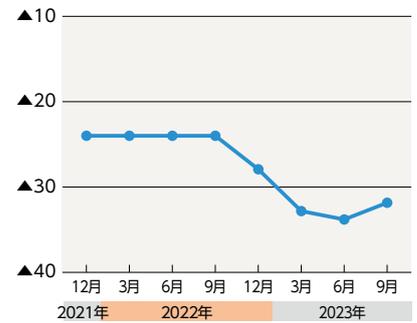
資金繰り



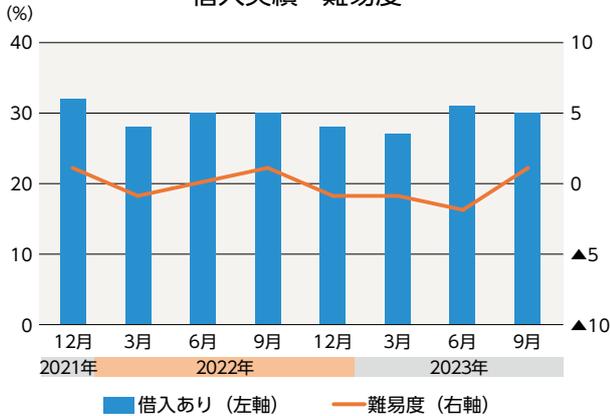
残業



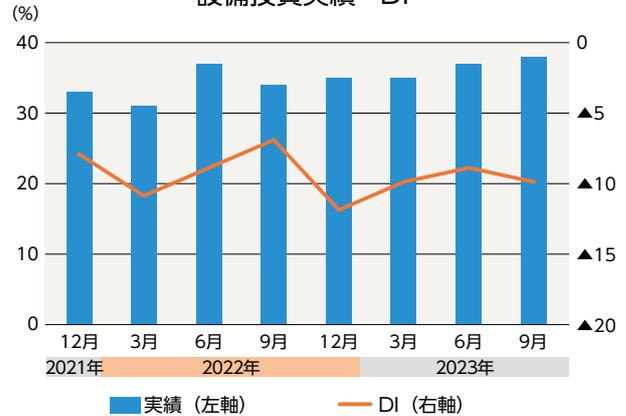
人手



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

順位	問題点	前年同期 (%)	今期 (%)
1	売上の停滞・減少	46.6% (1)	37.6%
2	人手不足	24.4% (3)	32.1%
3	原材料高・仕入高	34.0% (2)	29.7%
4	利幅の減少	20.9% (5)	21.7%
5	仕入先からの値上げ要請	21.2% (4)	13.4%

(複数回答)

重点経営施策トップ5

() 内は前年同期の順位

順位	施策	前年同期 (%)	今期 (%)
1	販路を広げる	43.3% (1)	41.8%
2	経費を節減する	38.3% (2)	37.8%
3	人材を確保する	30.8% (3)	37.2%
4	情報力を強化する	18.4% (4)	18.5%
5	技術力を強化する	8.6% (5)	11.0%

(複数回答)

製造業



概要

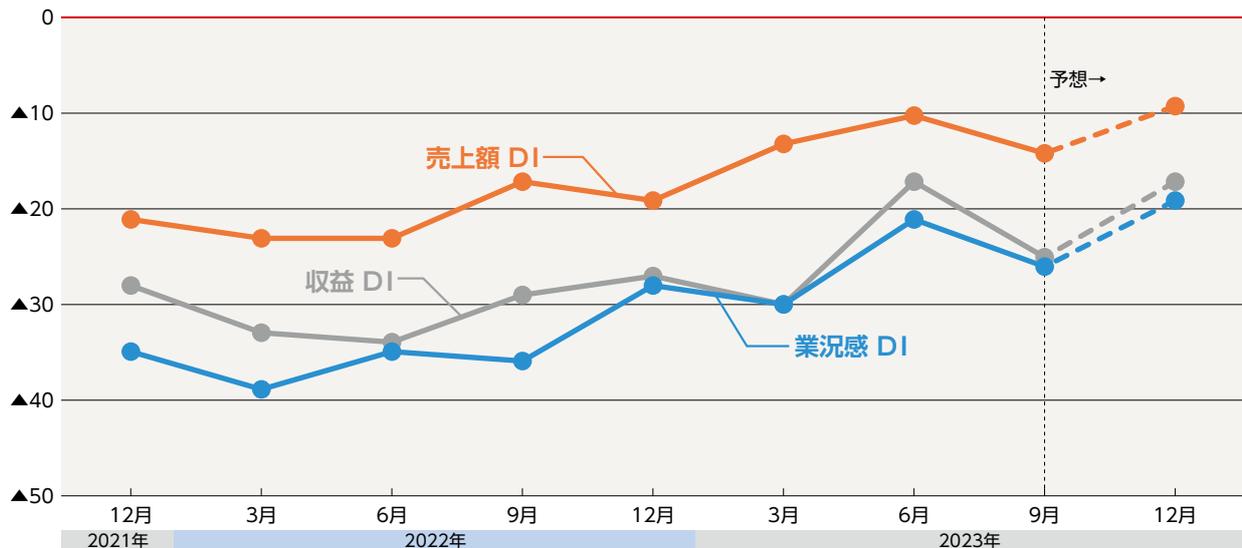
業況感・売上額・収益ともに下落しました。

経営上の問題では、前年同期と同様「原材料高」「売上の停滞・減少」が多く指摘されています。「仕入先からの値上げ要請」を指摘する企業は大きく減少しました。重点経営施策では、「販路を広げる」が最も多く挙げられました。また、前年同期と比べると「経費を節減する」「人材を確保する」を指摘する企業が増加しました。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに、前期並みに回復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	▲35	▲39	▲35	▲36	▲28	▲30	▲21	▲26	▲19
売上額	▲21	▲23	▲23	▲17	▲19	▲13	▲10	▲14	▲9
収益	▲28	▲33	▲34	▲29	▲27	▲30	▲17	▲25	▲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	原材料高	56.9% (1)	47.1%
2	売上の停滞・減少	49.7% (2)	43.8%
3	利幅の縮小	23.9% (4)	20.9%
4	人手不足	16.8% (5)	19.6%
5	仕入先からの値上げ要請	31.0% (3)	17.0%

(複数回答)

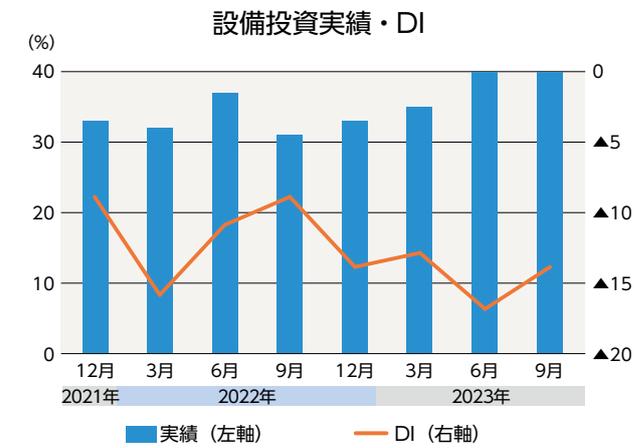
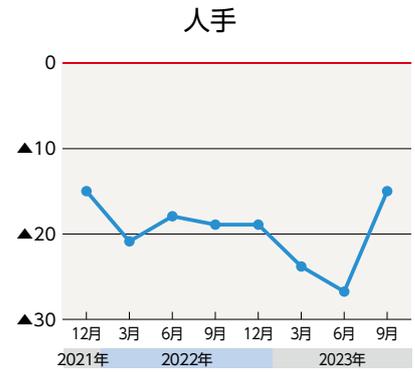
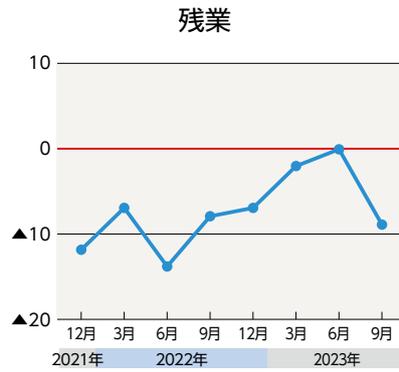
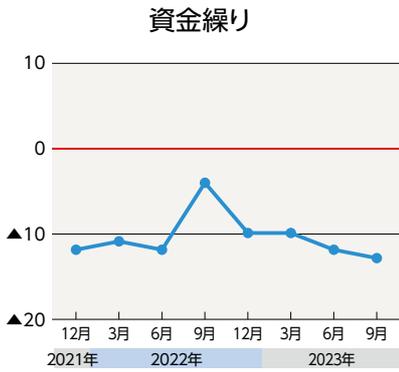
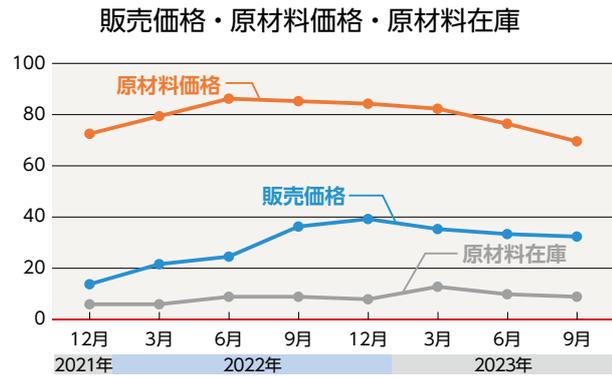
重点経営施策トップ5

() 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	53.8% (1)	47.7%
2	経費を節減する	38.6% (2)	42.5%
3	人材を確保する	20.8% (5)	28.8%
4	新製品・技術を開発する	21.8% (3)	20.9%
5	情報力を強化する	21.3% (4)	19.0%

(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	☁	☁	☁☔	☁☔	☁☔

卸売業



概要

業況感・収益はほぼ横ばいで推移し、売上額はわずかに後退しました。

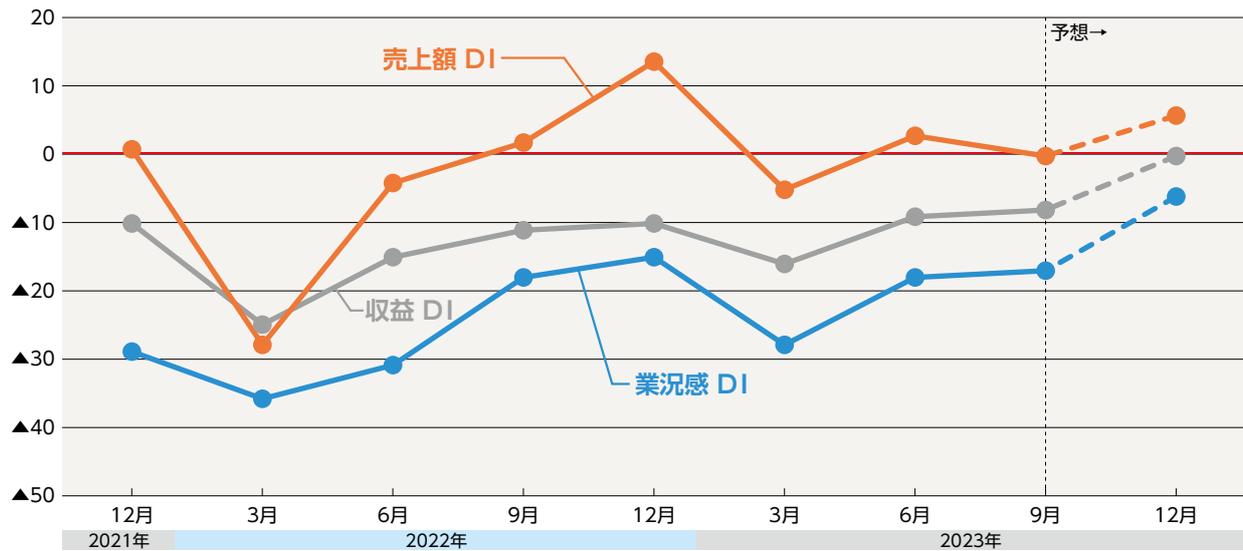
経営上の問題点として半数近くの企業が「売上の停滞・減少」を指摘しました。前年同期と比べ「人手不足」が10ポイント近く増加しています。重点経営施策は「販路を広げる」が6割を超え、次いで「経費を節減する」「情報力を強化する」が挙げられています。

項目別に見ると、資金繰りが容易になった一方、人手が深刻さを増しています。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに、引き続き改善が期待されています。売上・収益はプラスに転じる予想です。

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	▲29	▲36	▲31	▲18	▲15	▲28	▲18	▲17	▲6
売上額	1	▲28	▲4	2	14	▲5	3	▲0	6
収益	▲10	▲25	▲15	▲11	▲10	▲16	▲9	▲8	0

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	48.1% (1)	47.6%
2	人手不足	13.7% (7)	24.3%
2	利幅の縮小	29.8% (3)	24.3%
4	為替レートの変動	22.9% (4)	23.3%
5	仕入先からの値上げ要請	39.7% (2)	22.3%

(複数回答)

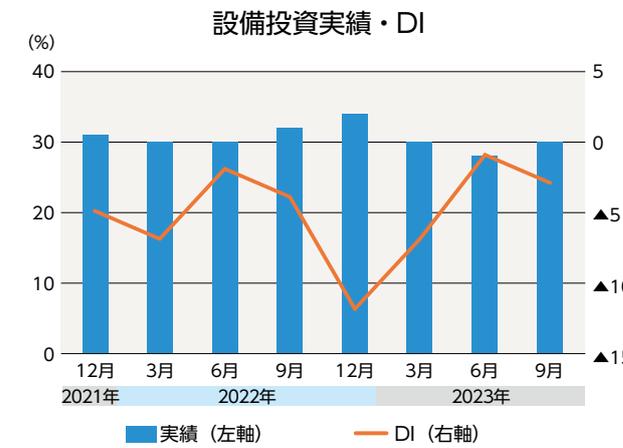
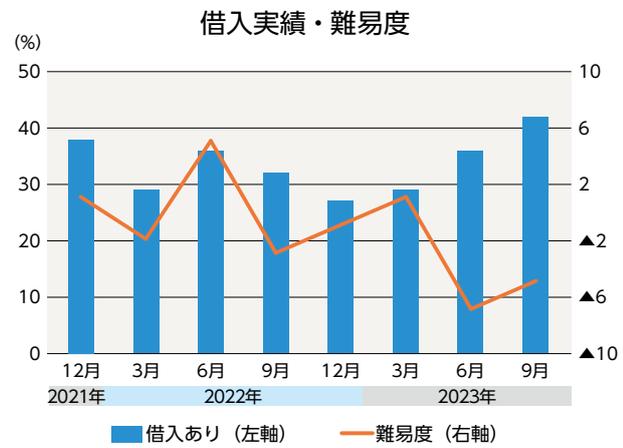
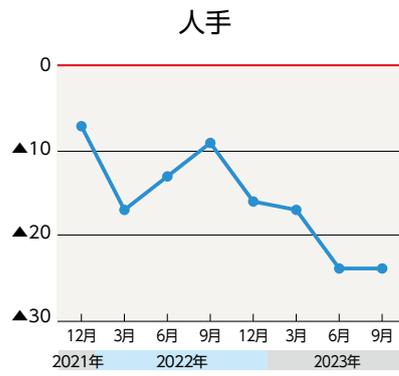
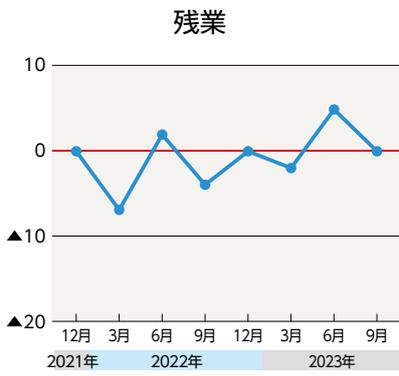
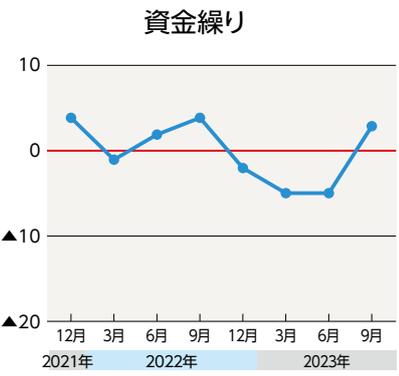
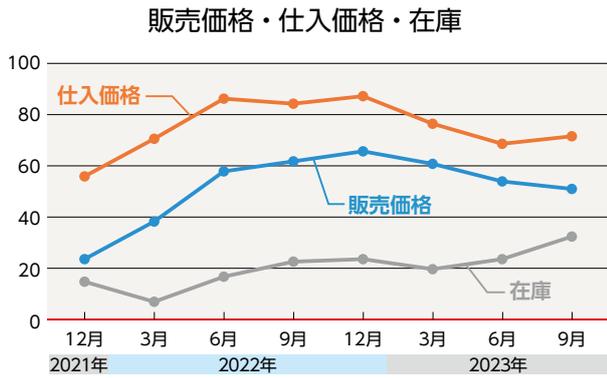
重点経営施策トップ5

() 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	57.3% (1)	65.0%
2	経費を節減する	42.0% (2)	41.7%
3	情報力を強化する	29.0% (3)	35.9%
4	人材を確保する	23.7% (4)	30.1%
5	品揃えを充実する	20.6% (5)	20.4%

(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・売上額は大きく下落した一方、収益は横ばいで推移しています。

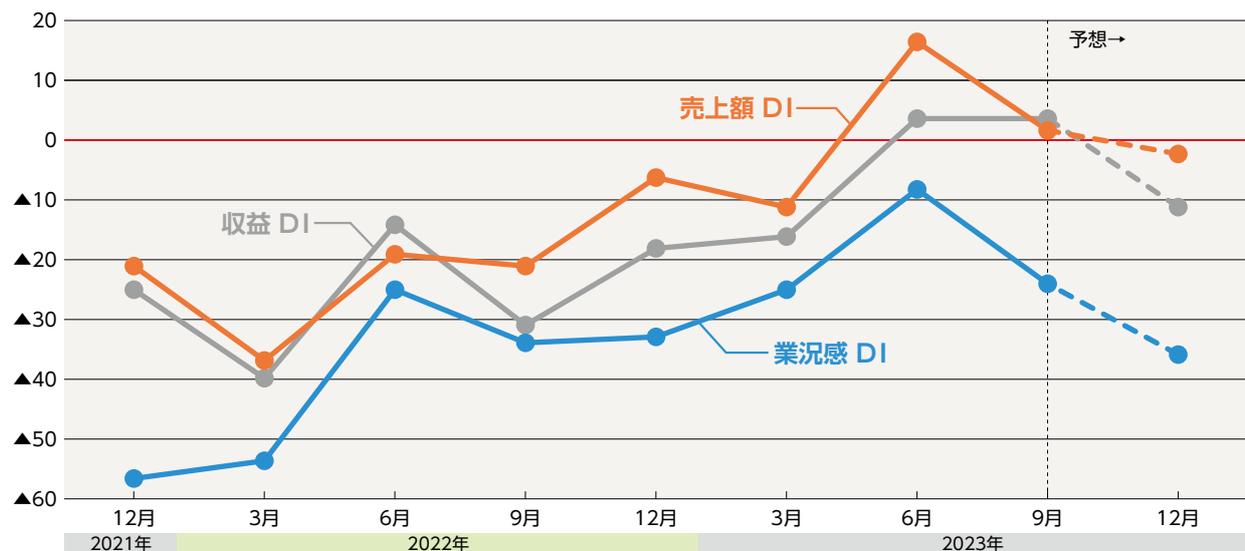
経営上の問題点では、3割を超える企業から「売上の停滞・減少」「仕入先からの値上げ要請」が指摘されています。また「人件費以外の経費の増加」は前年同期と比べ10ポイント近く増加しています。重点経営施策では、「品揃えを改善する」「経費を節減する」が最も多く、次いで「人材を確保する」が挙げられました。

仕入価格は依然として高い水準で推移しています。人手は若干回復しましたが、依然として大きく不足し厳しい状況が続いています。

来期の見通し

業況感・売上額・収益ともに下落を予想しています。

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	▲57	▲54	▲25	▲34	▲33	▲25	▲8	▲24	▲36
売上額	▲21	▲37	▲19	▲21	▲6	▲11	17	2	▲2
収益	▲25	▲40	▲14	▲31	▲18	▲16	4	4	▲11

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	47.5% (1)	37.8%
2	仕入先からの値上げ要請	24.6% (2)	31.1%
3	利幅の縮小	24.6% (2)	28.9%
4	人手不足	23.0% (4)	26.7%
5	人件費以外の経費の増加	8.2% (10)	17.8%

(複数回答)

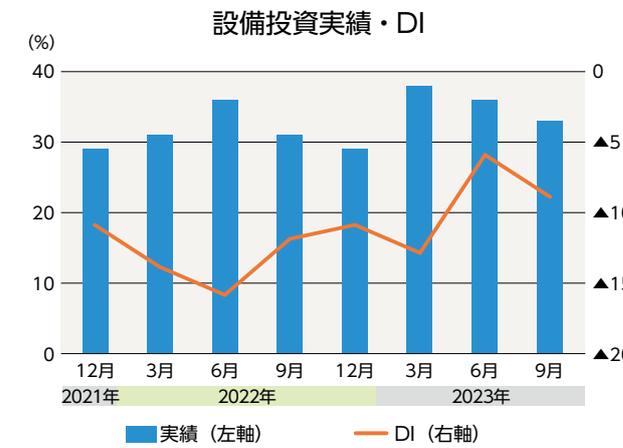
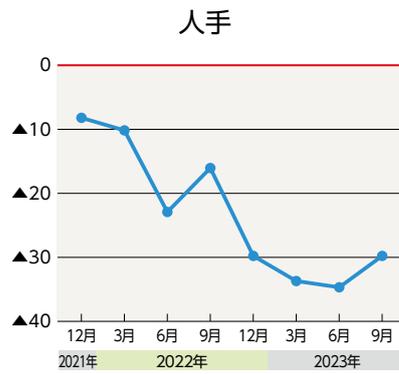
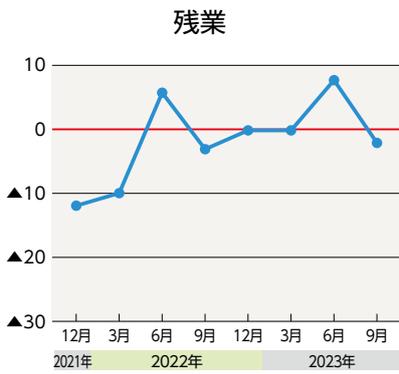
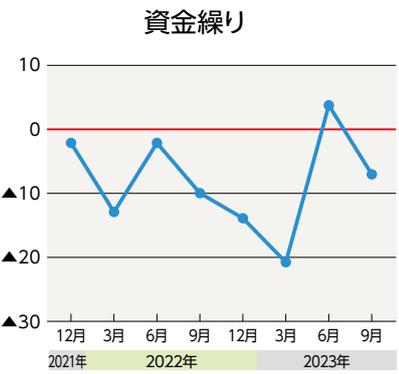
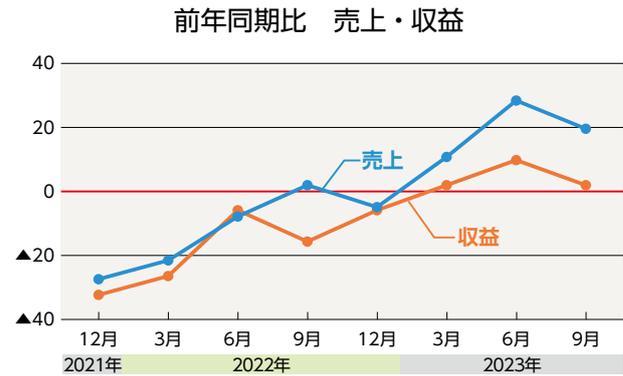
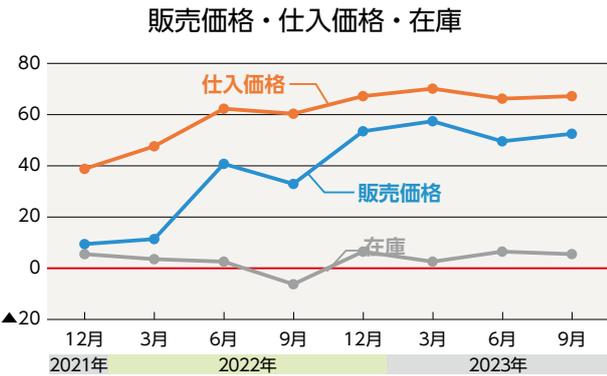
重点経営施策トップ5

()内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	品揃えを改善する	27.9% (2)	33.3%
1	経費を節減する	36.1% (1)	33.3%
3	人材を確保する	21.3% (3)	26.7%
4	売れ筋商品を取り扱う	18.0% (5)	24.4%
5	宣伝・広告を強化する	14.8% (6)	17.8%

(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	☁️	☁️	☁️🌧️
10~19人	☁️	☀️☁️	☁️🌧️
20人以上	☀️	☁️🌧️	☁️🌧️

エリア別 景況天気図

	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。

サービス業



概要

業況感・売上額・収益ともに前回調査の予想（業況感0・売上額6・収益▲4）を大きく上回り、すべてのDIがプラス圏となりました。

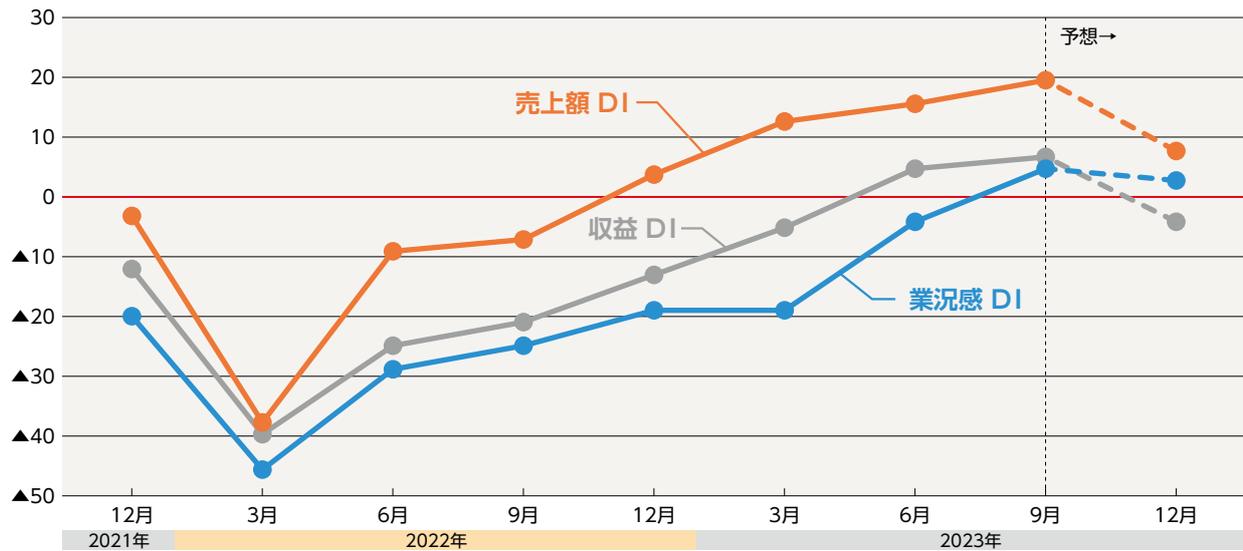
経営上の問題点として最も多く挙げられたのは「人手不足」で半数以上の企業が指摘しています。他の業種と比べても人手DIの数値が突出しています。重点経営施策でも「人材を確保する」が最も多く、他の項目と20ポイント近く乖離があります。

また、エリア別にみると「都心近接」は他と比べ厳しい結果となっています。

来期の見通し

業況感・売上額・収益はともに減少に転じる予想です。

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	▲20	▲46	▲29	▲25	▲19	▲19	▲4	5	3
売上額	▲3	▲38	▲9	▲7	4	13	16	20	8
収益	▲12	▲40	▲25	▲21	▲13	▲5	5	7	▲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	人手不足	47.7% (1)	52.7%
2	材料価格の上昇	35.2% (3)	33.8%
3	売上の停滞・減少	44.3% (2)	31.1%
4	人件費の増加	23.9% (4)	29.7%
5	利幅の縮小	14.8% (5)	21.6%

(複数回答)

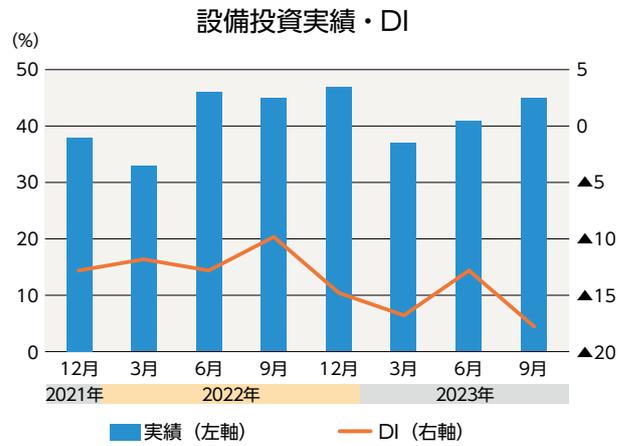
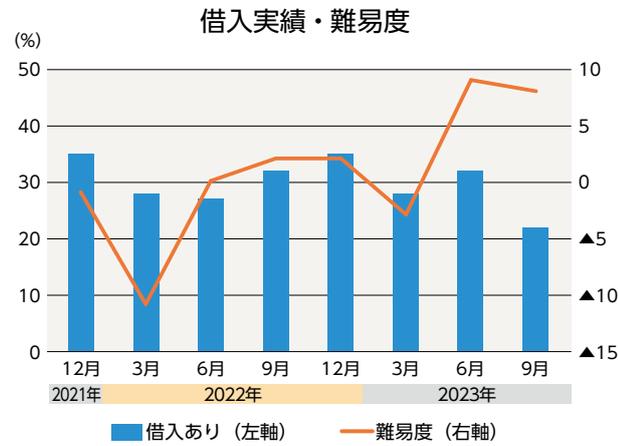
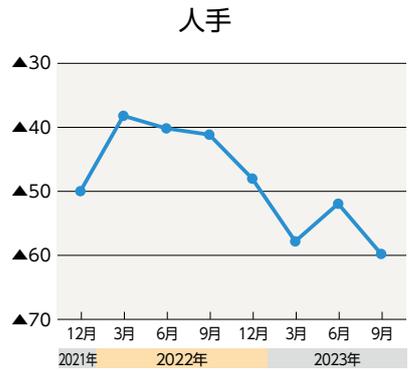
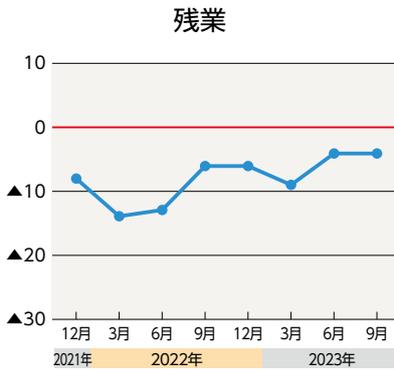
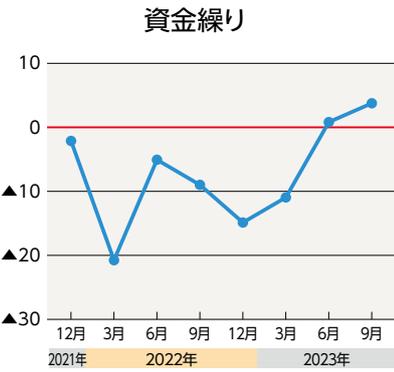
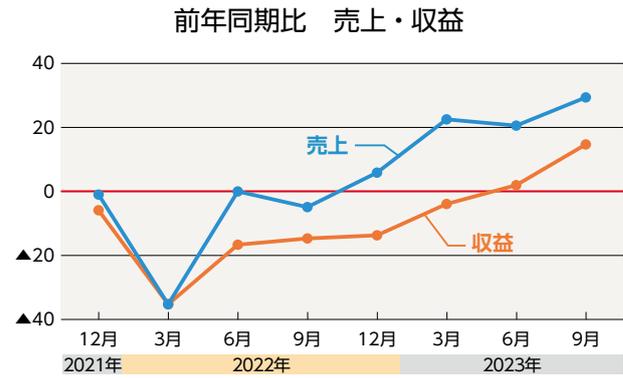
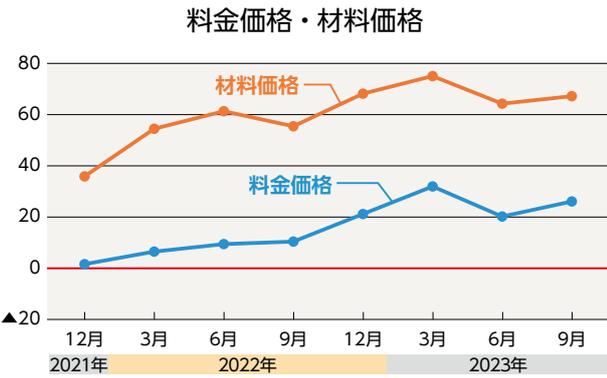
重点経営施策トップ5

() 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	55.7% (1)	56.8%
2	販路を広げる	44.3% (2)	35.1%
3	経費を節減する	36.4% (3)	31.1%
4	技術力を強化する	21.6% (5)	23.0%
5	教育訓練を強化する	23.9% (4)	21.6%

(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
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

建設業



概要

業況感・売上額・収益ともに2期連続で改善しました。

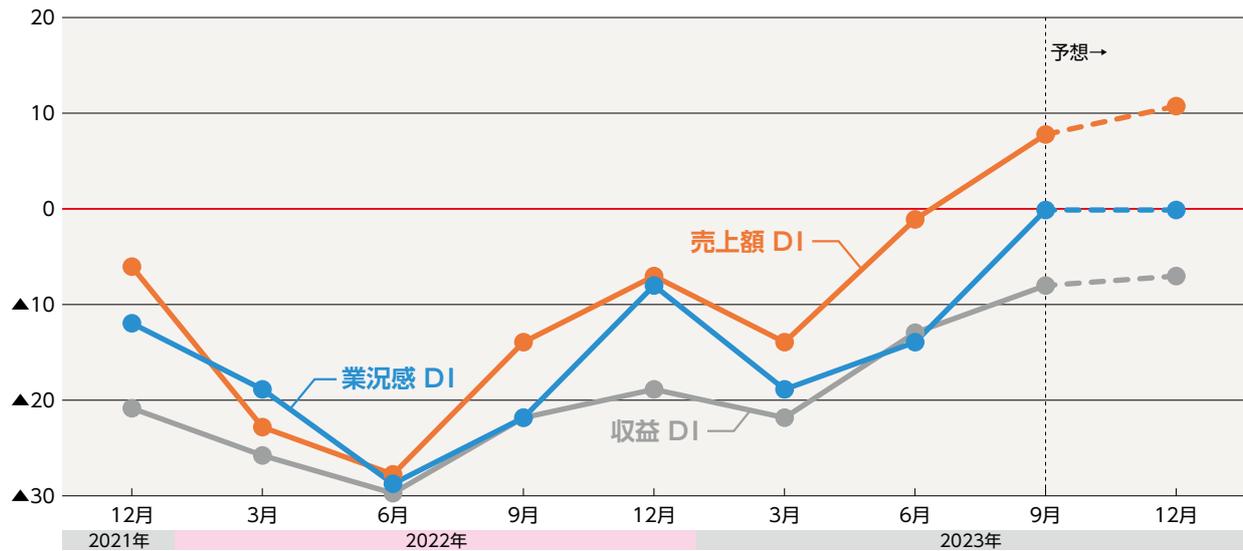
経営上の問題点では、6割近い企業から「人手不足」「材料価格の上昇」が指摘されています。特に、「人手不足」は前年同期と比べ18ポイントと大きく増加しました。また、「人件費の増加」の指摘も大きく増加しています。重点経営施策でも「人材を確保する」が最も多い回答です。

請負価格は10ポイント以上増加しましたが、依然として材料価格と請負価格の乖離幅が大きくなっています。

来期の見通し

業況感・収益は横ばいの推移を予想しています。一方、売上額は上昇を期待しています。

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	▲12	▲19	▲29	▲22	▲8	▲19	▲14	0	0
売上額	▲6	▲23	▲28	▲14	▲7	▲14	▲1	8	11
収益	▲21	▲26	▲30	▲22	▲19	▲22	▲13	▲8	▲7

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	41.7% (2)	60.0%
2	材料価格の上昇	64.6% (1)	57.3%
3	売上の停滞・減少	40.6% (3)	21.3%
3	利幅の縮小	19.8% (4)	21.3%
5	人件費の増加	6.3% (9)	20.0%

(複数回答)

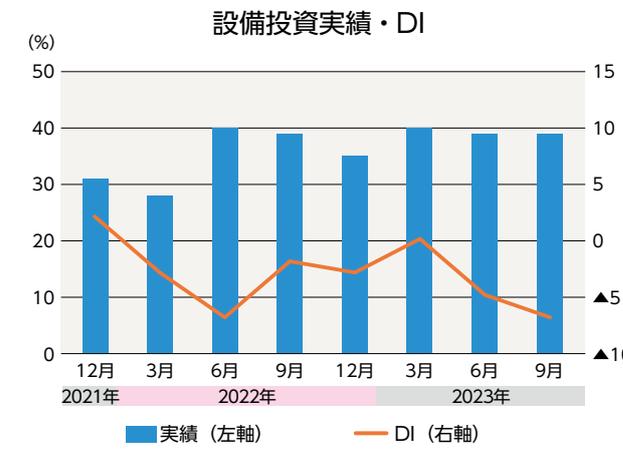
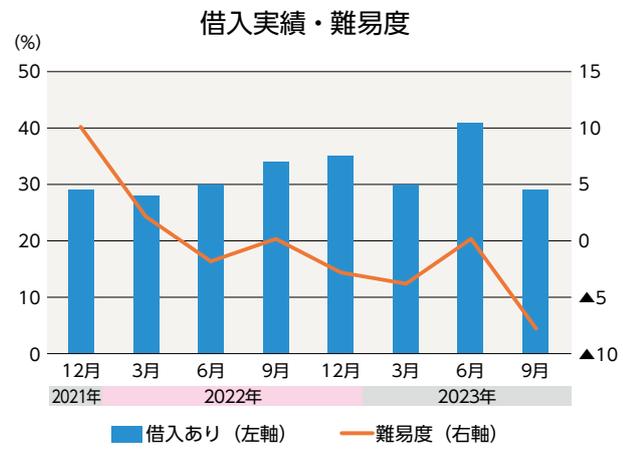
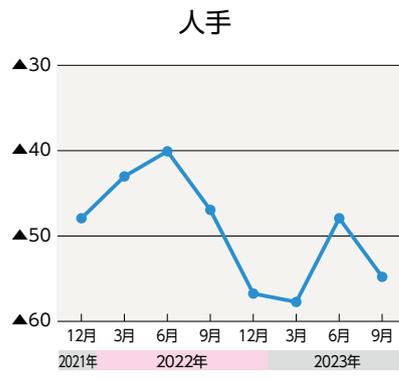
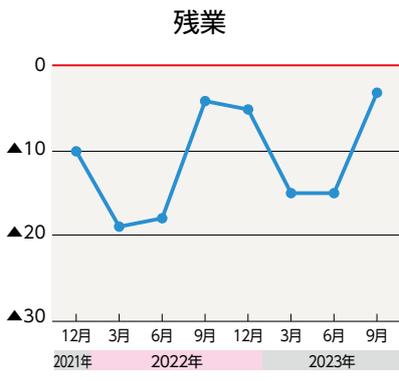
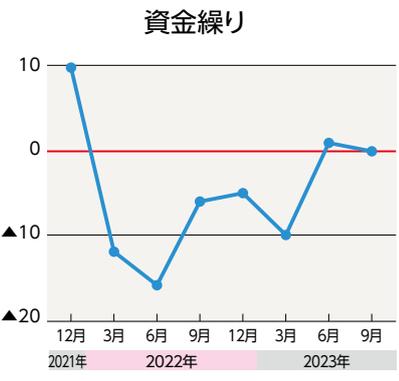
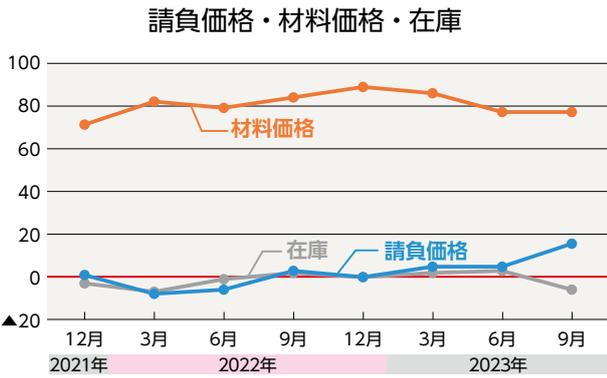
重点経営施策トップ5

() 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	人材を確保する	54.2% (1)	61.3%
2	技術力を高める	34.4% (3)	46.7%
3	経費を節減する	39.6% (2)	34.7%
4	販路を広げる	29.2% (4)	33.3%
5	情報力を強化する	18.8% (5)	20.0%

(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

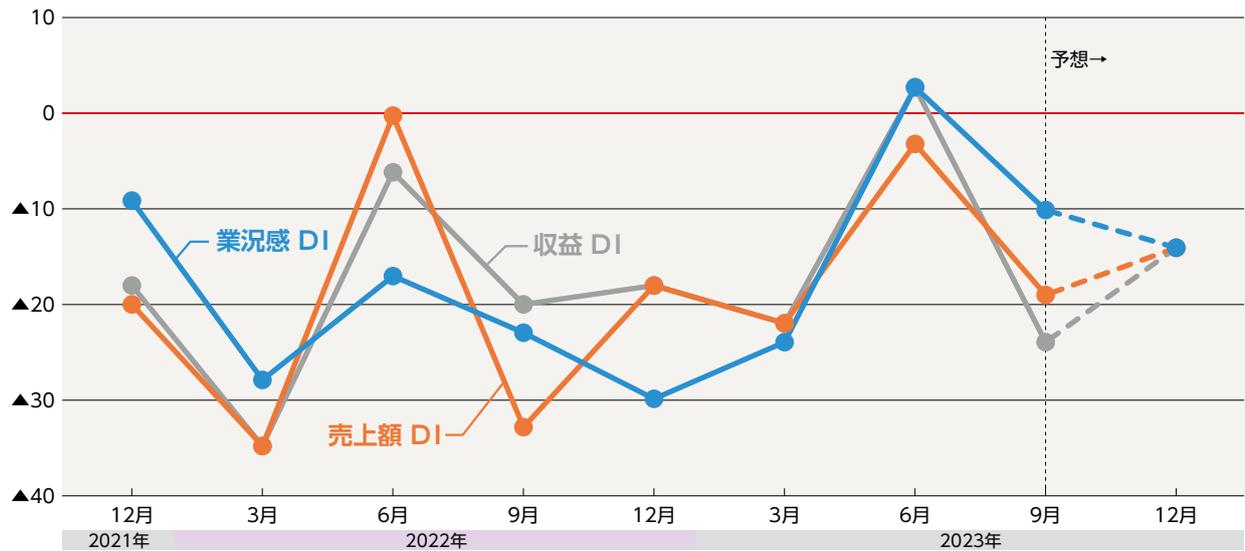
業況感・売上額・収益ともに大きく下落し、特に収益の下落が目立ちました。

経営上の問題点では、「大手企業との競争の激化」「問題なし」が最も多くなりました。重点経営施策は「販路を広げる」「経費を節減する」「情報力を強化する」が3割近い企業から指摘されています。

来期の見通し

業況感はさらに悪化する予想です。売上額・収益は持ち直しを期待しています。

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	▲9	▲28	▲17	▲23	▲30	▲24	3	▲10	▲14
売上額	▲20	▲35	0	▲33	▲18	▲22	▲3	▲19	▲14
収益	▲18	▲35	▲6	▲20	▲18	▲22	3	▲24	▲14

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	26.7% (3)	33.3%
1	問題なし	13.3% (7)	33.3%
3	同業者間の競争の激化	26.7% (3)	28.6%
4	売上の停滞・減少	43.3% (1)	23.8%
4	商品物件の不足	30.0% (2)	23.8%

(複数回答)

重点経営施策トップ5

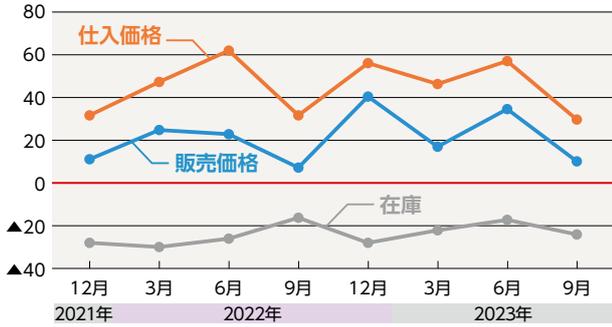
() 内は前年同期の順位

		前年同期	今期
1	販路を広げる	43.3% (1)	28.6%
1	経費を節減する	26.7% (3)	28.6%
1	情報力を強化する	43.3% (1)	28.6%
4	特になし	6.7% (5)	23.8%
5	新しい事業を始める	6.7% (5)	19.0%

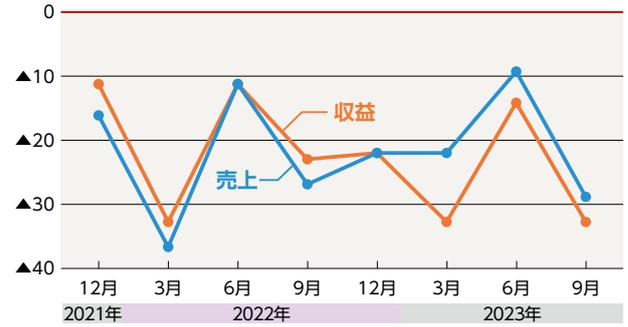
(複数回答)

項目別DIの推移

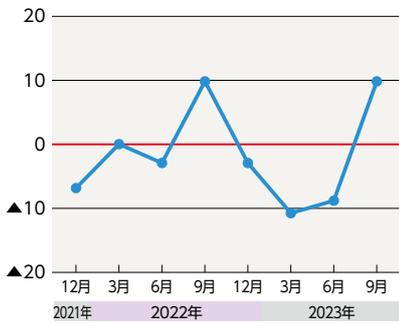
販売価格・仕入価格・在庫



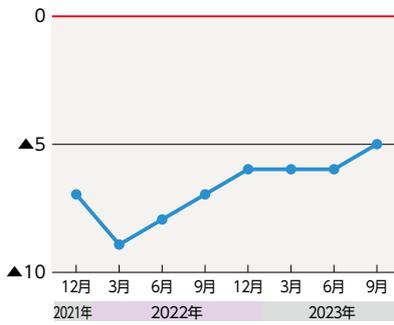
前年同期比 売上・収益



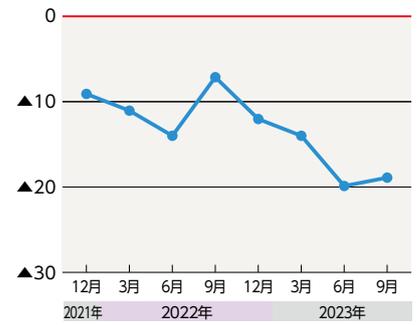
資金繰り



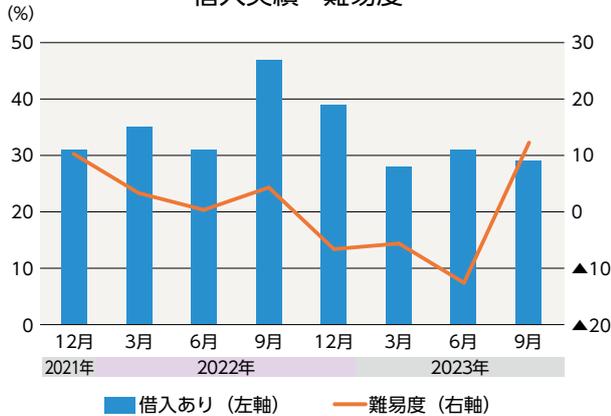
残業



人手



借入実績・難易度



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

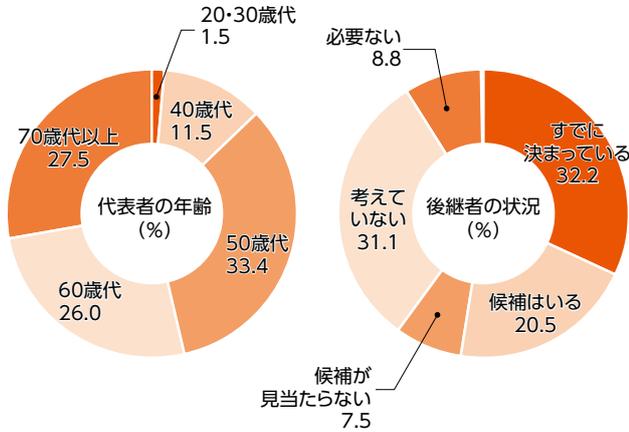
	都心近接	東部
業況感	☀️☁️	☁️🌧️
売上額	☁️	☁️🌧️
収益	☁️	☁️🌧️
資金繰り	☀️	☁️

※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。

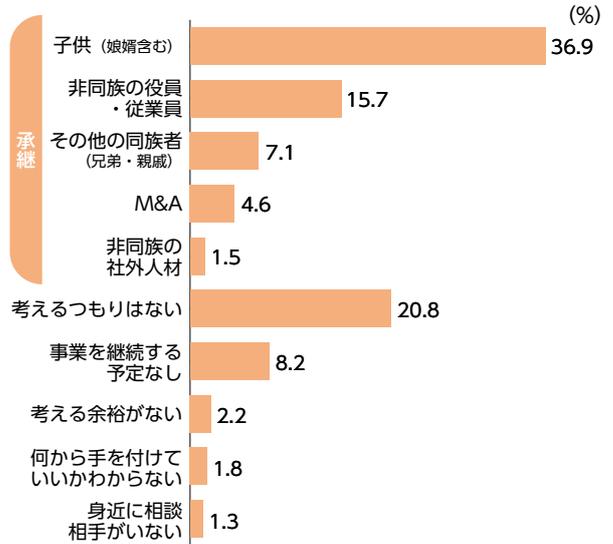
特別調査 中小企業の事業承継について

(2023年9月調査／回答数：471件)

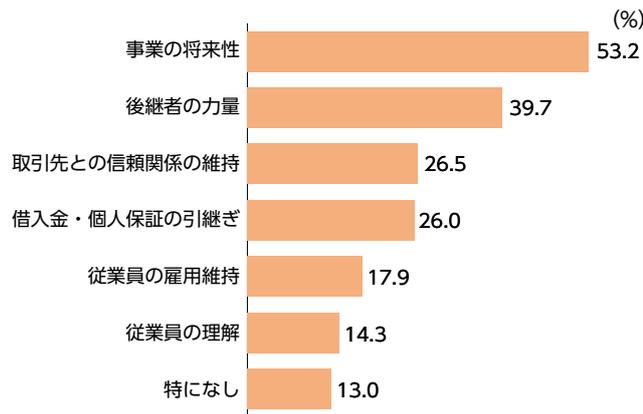
代表者の年齢階層・後継者について



事業承継の考え方

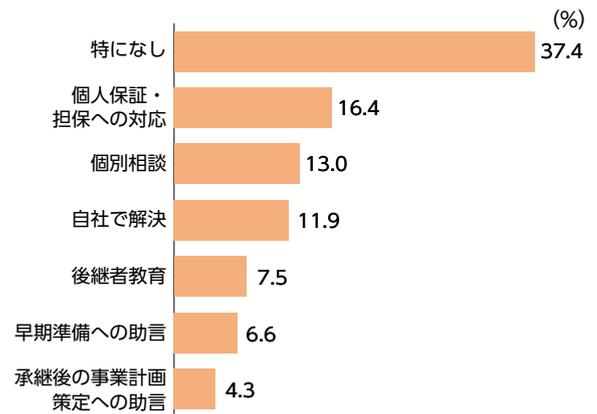


事業承継における課題



(複数回答)

信用金庫に期待すること



M&A についての認識



(複数回答)

特別調査に寄せられたコメント

- M&Aには譲渡・新規事業拡大の両面の意味で関心を持っている。(プラスチック製造/文京区/34名)
- 親族経営における事業承継は難しい。継がせる側と継ぐ側の相互理解を深めないと会社は伸びないと感じる。(洋紙・ノベルティ販売/豊島区/9名)
- 現状全社員2名の企業では、個人のパフォーマンスが最優先され、事業承継は困難。(衣料品卸/墨田区/2名)
- 後継者がまだ若く、認識が甘いことが不安である。(コンビニ/江戸川区/33名)
- 事業承継は税理士やメインバンクから説明を受け必ず取りかかかなければならないと感じている。(産業資材繊維製造/台東区/8名)

お客さまからのコメント

製造業

所有ビルの設備更新・現場で使用する機器の更新が多く、補助金等を活用しながら進めている。

(文京区／文字組版／21名)

施工管理・配送業務での人手不足、設備・機械の老朽化等に対応すべく社内PJを通して改善に向けて取り組んでいく予定です。

(ガラス／台東区／93名)

コロナが収束して一段落。これから来年にかけて新製品の詰めが始まるので資金とのらみ合い。

(美容機器工具／江戸川区／7名)

ゼロゼロ融資の返済が重い。売上はコロナ前に戻ったが増えてはいない。借入返済は増えている。

(同上)

コロナ禍後の営業は止まっています。打開策もありません。

(出版／文京区／4名)

得意先のテレワークが定着している。元通りのやり方では進まない。

(DTP製版／文京区／36名)

卸売業

コロナが5類に移行したことで、消費が内向きから外向き変わってきた感じがする。

(自動車用品卸／墨田区／1名)

会社を始めて37年になるが、これからはより一層、取引先をしっかりと守り、社員を安心させる経営ができるよう努めたい。

(冷凍食品／江戸川区／40名)

前期から継続して、為替レートが収益を圧迫している。

(皮革繊維卸／墨田区／10名)

消費者の行動パターンが変化して、夜10時以降の売上が戻ってこない。客単価の高い店・安い店の二極化が以前より進んでいる。

(食肉卸／江戸川区／5名)

8月の売上が2割位減少している。リピート材の動きがよくない。

(ステンレス鋼加工／墨田区／12名)

小売業

前年に比べ、売上は増加。外国人による購入が大きい。一方で、円安による全体的な原価高や輸入品の仕入が厳しいなど課題も多い。

(手芸材料卸・小売／荒川区／2名)

フランチャイズのため、仕入・商品開発に不安はない。自社の売上も順調。

(コンビニ／江戸川区／33名)

サービス業

人手不足と社内教育(研修)が悩みである。

(運送業／江戸川区／44名)

単価アップ交渉に苦慮しています。物価高に負けない賃金を従業員に支給すべく、最大限の努力をしています。

(警備業／江戸川区／30名)

建設業

原材料の値上がり、インボイスの対応や社会不安など中小企業にとって今までにない課題に直面している。時代の大きな転換期に向かってどう乗り切るか、経営判断に不安を感じている。

(商業施設の設計施工／台東区／18名)

資材・燃料の値上がりがきつい。

(住宅基礎杭施行／江戸川区／23名)

この夏は気力だけでは乗り切れなかった。体力が重要。人手不足がづらい!!

(管工事業／北区／8名)

前期に比べ、コロナが落ち着いてきたこともあり、新規受注や前向きな工場移転が増えつつあります。

(機械器具設置工事業／足立区／4名)

仕入値上げが一旦収まったように思えるが、ガソリン高騰や2024年問題など今後の経営環境も悪化が予想される。

(金属製建具工事／江戸川区／8名)



すべてのクルーが働きやすい、 持続可能な経営を目指す 総合物流企業

ダイセーロジスティクス株式会社（神明支店お取引先）

関東を中心に総合物流事業を展開しているダイセーロジスティクス株式会社は1972年3月、旧・ダイセー陸運東京営業所が名古屋から文京区駒込へ進出。関東の5社を統合して1991年に現社名へ変更。幅広い温度帯の食品輸送とお菓子類の共同配送、法人向け雑貨や包装材の「3PL」事業、アパレル大手の包括物流という4本柱で業績を伸ばし、まもなく創立50周年を迎える。間近に迫る物流業界の「2024年問題」を前にして、すべての従業員（クルー）が働きやすい持続可能な経営を実現するため、多様な改革を実施中の同社社長、田浦辰也氏（57）に話を聞いた。



一人ひとりにいい仕事をしてほしい

田浦社長によれば今年9月現在、ダイセーロジスティクス株式会社は関東・関西の国内28拠点に約45,000坪の倉庫（ハブセンター）を保有。大小約330台の車両が稼働中で、約190社の顧客を対象にパートやアルバイトも含めて900余名のクルーが働いている。



その事業のルーツは同社を含む「ダイセーグループ」の創業者、田中孝一氏がニューヨークの港湾でコンテナシステムを研修中、日米のトラックドライバーの社会的地位の格差に衝撃を受け、1969年4月に名古屋市内で白ナンバーのトラック1台で起業。ドライバーの仕事をもっと誇り高い仕事に変えようと志したのが契機となった。その後、縁あって米国の物流業界大手、FedEx Japanの初代社長に就任した田中氏は同社の物流システムと米国のコンテナシステムに着想を得て、自社の物流センターに顧客の貨物を集約し、一括配送する「ハブ&スポークス」方式を導入。1995年、茨城県古河市に約5,000坪の物流倉庫を設けたことが今日の同社の基礎となった。

青森県鰺ヶ沢町の出身で、中途入社ドライバーとして戸田営業所に配属された田浦辰也・現社長は、当時最年少の28歳でセンター長に抜擢され、事業本部長を経て2013年から代表取締役役に就任。顧客の物流をさらに活性化させるため、すべてのクルーに伸び伸び仕事をしてもらおうをキーワードとして「いい仕事」をしようと呼びかけている。「個々のクルーの仕事や能力、知識は異なっても、それぞれが自分のポジションでベストを尽くせば自律的な仕事ができるようになる。さまざまな改善点も出てくるので、何かを強制するのではなく一人ひとりが“いい仕事”をしてほしいと願っています」（同社長）。

法人概要

ダイセーロジスティクス株式会社
代表取締役社長 田浦辰也
本社所在地 文京区本駒込5-28-7
TEL. 03-3827-2551
<https://www.daisei-log.com/>



若手を積極的に登用し、女性クルーの活躍も支援

ちなみに物流業界では今、働き方改革の一環として来年度に迫った「2024年問題」への対応が課題となっている。これは自動車運転業務の時間外労働時間の上限を年間960時間までに制限する規制で、輸送力の減退とドライバー不足が懸念されている。その事態を予測した国土交通省は、今年度中に外国人労働者の「特定技能」の資格対象に「自動車運送業」を加える検討を開始したという。



今後は物流業界の人材獲得競争の激化が予想されるが、とくにデジタルネイティブ世代と呼ばれる若手人材の育成と離職率の低下対策がカギになるだろう。そこで、ダイセーロジスティクスは新卒や中途採用、選抜された若手社員、管理職等を対象に実施している各種研修を充実させるとともに、関連会社を含む15社の経理・人事部門を統合。「経営の効率化と人事改革を進め、男女を問わず若手の人材を責任ある役職に登用していきたい。役職に就いてから学び、成長していくのもいいと思うからで、クルーの平均年齢を35歳から30歳くらいまで下げるのが目標です」(田浦社長)。

さらに、今後は正社員の2割以上を占める女性も部長やセンター長等の中間管理職に登用する予定で、昨年に初の女性取締役と執行役員2名が誕生した。とはいえ、女性社員が責任ある職務に従事するには従来とは異なる職場環境が必要になるため、役職の職務範囲を明確に区切り、結婚や出産を経ても仕事を続けられる制度を整えた。同社はこうした改革を推進するため、6年前に「女性委員会」を設置。毎月1回のミーティングで女性の立場から制度の改善点を提案してもらい、身だしなみや髪形等のルールも自主的に定めて、社内の新たな秩序づくりに貢献してもらっている。

「リセット」をスローガンにすべてを見直す

一方で、従来から取り組んできた業務のDX化にも進展があり、今年2月に「A-m o b i l e」という新たなスマホ端末をすべてのクルーに配布。ドライバーには配送ルートを確認できるアプリ、倉庫内で荷物の仕分けをするスタッフにはバーコードを簡単にスキャンできるアプリを提供し、より効率的に業務を遂行できるようにした。この端末は有給や慶弔休暇の申請や給与明細の確認、自社開発のeラーニングにも活用できるので、「クルーの勤務態度に変化が見られるようになり、業務の質を向上させていい仕事をするにはどうしたらいいか。主体的に考えて取り組んでくれるようになりました」(同社長)という。

加えて、ダイセーロジスティクスでは従来の会社のあり方を根本的に見直すため、「リセット」をスローガンとして業務内容から働き方まで800項目を洗い出し、すべてのクルーにその改善法を提案してもらうことにした。田浦社長によれば、その背景には6年後の2029年に株式を上場したいという目標があるが、「その目標はあえて言わず、会社が次のステージに進むための調査として進めています。正直、どんな意見や提案が集まるかハラハラしていますが(笑)、当社が社会から認められる会社になるにはもっと中身を磨かなければならないと思っています」。

また、クルーの健康管理を会社の“死活問題”ととらえ、専任の看護師2人を招いて人事部に「ウェルネスチーム」を立ち上げたのもその一環だ。田浦社長によればこうしたポリシーの根底には、グループの創業者譲りの「一隅を照らす、これすなわち国宝なり。」(伝教大師/最澄)という教えがある。同社のさまざまな社内改革は今後、どんな環境の変化にも耐えうる持続可能な経営を目指す企業にとって、重要なヒントになると思われる。





対面販売・修理とネット対応で 着実に業績を伸ばすミシン専門店

株式会社 タケダ(千住支店お取引先)

JR北千住駅近くに本社を構える株式会社タケダは、全ミシンメーカーの販売・修理代理店として首都圏に10店舗を展開するミシン専門店だ。アフターサービスの一環としてミシンの講習会や洋裁教室を開講するとともに、早くからネット通販やYouTubeによる情報発信を開始し、コロナ禍の巣籠もり需要を“追い風”として着実に業績を伸ばしてきた。電器店や家具店など専門店が全国的に少なくなる中、ミシンショップタケダの2代目社長、武田芳典氏（52）に同社の営業戦略の眼目を聞いた。

全メーカーの販売・修理を行う正規代理店

武田社長によればミシン業界は特殊で、各メーカーは製品を製造するのみで、その修理は基本的に街のミシン屋さん（＝販売代理店）が担っている。加えて、メーカーの系列直営店システムがないため、個店が担うか、それ以外は手芸用品店等が販売や修理を細々と行っているのが現状だという。

現社長の父で、株式会社タケダの創業者は老舗ブランドのシンガーミシンの広島営業所に勤務していたが、1979年に上京して北千住の営業所を引き継ぐ形で独立。バブル経済の好況の波に乗り、シンガーミシンをはじめブラザーやジャノメ、JUKI、ベビーロック等、家庭用・工業用を問わず、全メーカーのミシンの販売・修理を行う正規代理店として成長した。創業から44年目の現在、日暮里や池袋、越谷、柏市等、首都圏の10店舗にショールームを開設。各店舗での販売や持ち込み修理だけでなく、全国規模のネット通販や出張修理にも力を入れている。「当社としてはやはり、少しでも多くのお客さまに店に来ていただき安く良いミシンを紹介したいと思っていますが、最近ではインターネットでミシンを購入するお客さまが増えています」（武田社長）。



さまざまなメーカーの機種が並ぶ店内

アフターサービスの一環で 講習会や洋裁教室を開講

同社の営業戦略の第一の眼目は、顧客へのアフターサービスを重視し、顧客向け講習会や洋裁教室（「縫工房」）を常時開講していることだ。各地に設けたスタジオでソーイングアドバイザーの指導の下、ミシンの基本的な操作から複雑なアタッチメントの活用法まで教える講座は好評で、洋裁教室にはセミプロ級の腕前を持つ受講生も通っているという。

ちなみに、同社の顧客に付与される「Tショップ安心保証カード」を持参すれば、その機種に対応する講習会は無料で受講することができ、最長5年の品質保証サービスがつく。5年ほど前に父親から経営を受け継いだ武田社長はその狙いをこう語る。

「うちの店でミシンを買っていただく動機付けが必要で、“なぜ、タケダで買うのか”という理由が重要になります。その意味で、お客さまに講習会や洋裁教室にも参加していただき、膝を突き合わせながらの対面サービスが当社の最大の強みだと思っています。こうしたことはどの店もあまりやらなくなっていますが、ミシン専門店ならではの強みかもしれませんね」。

しかし、最近の若い消費者はトリセツ（取扱説明書）を読むより、YouTube等で操作法を検索するケースが増えている。そこで、同社ではすでに50本程度の動画を自ら制作して配信し、1万回以上再生された人気動画もあるそうだ。売れ筋のミシンの9割以上は2万円以下の製品だが、同社長は今後、「10万円以上の高額商品のアタッチメント活用法等を有料で配信することも考えている」という。



YouTubeをはじめSNSでの発信にも力を入れている

販売と修理を一体化した経営

同社の営業戦略のもう一つの眼目は本社に「修理サポートセンター」を設けていることだ、国家資格の1級縫製機械整備士6名が在籍し、最新のコンピュータミシンから業務用刺繍ミシン、稀少なアンティークミシンまで、店舗への持ち込みや宅配修理をはじめ、エリア別に出張修理体制を整えていることだ。過去数年のコロナ禍により、多くの町のミシン店が電器店や家具店等と同様、後継者不足や物販の不振で姿を消したが、約30人の従業員で、全メーカーの製品を修理する体制を整えた同社へのニーズは今後も伸びることが予想される。



実際に、他店から「昔の製品だから部品がない」とか「もう直せない」と言われたミシンでも、同社の修理センターで下取りしたミシンから使える部品を回収して再利用する等、かなりひどく故障したミシンにも対応。修理後のメンテナンスや使い方等を丁寧に説明するだけでなく、部分修理なら3カ月、オーバーホールしたミシンには1年間の保証をつけている。古いミシンのトリセツも大量にストックしており、希望があればそのコピーを渡しているそうだ。

加えて、北千住の本社を中心とする第一エリアへの出張修理費は、ミシンの購入後10年間無料とし、修理に必要な部品を80%割引する等、販売と修理を一体化した経営が最大の特徴となっている。株式会社タケダのホームページにこうした事業への感謝の声に掲載されているので、そのうちいくつかを紹介しよう。

「私がどのようにミシンを使用したために故障してしまったか、今後はどう使用すれば長く使うことができるのか。愛着のあるミシンなので、単に修理するだけでなく、長く使うためのアドバイスまで丁寧に教えてくれたのがうれしかったです」（東京都/Tさん）。

「娘のお遊戯の衣装を縫っている最中、ミシンが急に壊れてしまったので越谷店に持ち込ませていただきました。縫製機械整備士の資格を持ったスタッフの方がお店にいらっしゃり、その場で直していただいたおかげで衣装も間に合い、娘が喜んだ姿は一生忘れられません」（埼玉県/Uさん）。

近年は全国的にミシン店が少なくなったため、北海道から飛行機で上京し、同店で購入していく人もいるそうだが、「コロナ特需」が一段落し、反動不況が来ている現在、対面販売・修理とネット対応の二正面作戦で乗り切りたいと言う同社長は、「最終的にビジネスは人と人とのつながりを大切にすることに尽きる」と考えているようだ。

法人概要

株式会社タケダ
代表取締役 武田 芳典
本社所在地
足立区千住寿町6-16
TEL. 03-3870-2570
FAX. 03-3870-2576
<https://www.takedamishin.com>



令和5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。

○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12社が推薦され、11社が一次審査を通過しました。8月25日の「選考委員会」で9名の選考委員により最終審査が行われ、その結果7社 (内最優秀賞1社) が採択されました。

助成額は1社30万円で、特に内容の優れたものについては最優秀賞として50万円を贈呈しております。今回の最優秀賞は、歯科矯正用アンカースクリュー「i-station α」の開発が高く評価されたオカダ医材株式会社さまが受賞されました。

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榎内常務理事が訪問して顕彰盾と助成金の贈呈をしました。訪問した際、各社から開発等に至った背景や苦勞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「厳しい審査を通過してきた事案だけに顕彰にふさわしく、仕事に対して一生懸命取り組んでいる姿勢に感銘を受けました。今後の益々の繁栄を期待しています」との思いが伝えられました。

これまでの助成実績累計は、応募件数906件、顕彰件数395件、助成金総額1億7,548万円となっています。

令和5年上期 顕彰先企業

(敬称略)

企業名 代表者名	業 種 (主な取扱商品等)	助 成 申 請 事 由
<p>【最優秀賞】</p>  <p>オカダ医材(株) 岡田 典久</p>	<p>医療用 機械卸売業</p> <p>(感染予防製品・ 歯科口腔外科 製品・陰圧式 固定具他)</p>	<p>< 新製品開発 ></p> <p>歯科矯正用アンカースクリュー「i-station α」の開発。一般的な唇側矯正治療と違い矯正装置が見えないため、人目が気にならない。 従来のアンカースクリュー矯正は一方向にしか動かせないが、3次元的に動かせることから難しい症例でも正確に矯正できる、など矯正バリエーションが増え、幅広く患者のニーズにマッチする治療法。治療をあきらめていた方の治療促進や患者の負担軽減から、約20年程前に当社の代表取締役会長である岡田氏と(社)日本先進矯正歯科学会会長の斉宮氏の開発により、会長自ら矯正臨床に臨み完成した商品であり、当社の熱い思いがこもった商品である。先行モデルの「i-station」は6,000症例以上の矯正臨床に使用されており、昨年より更に進化した「i-station α」を販売。国内で約400万円販売、現在は海外向けの国際特許審査中であり、今後は海外展開も目指している。</p>

企業名 代表者名	業 種 (主な取扱商品等)	助 成 申 請 事 由
 <p>(株)谷口化学工業所 谷口 弘武</p>	<p>靴関連製品製造 卸売・塗料製造 (靴クリーム・靴用ブラシ・ 中敷などの靴付属品・ 塗料)</p>	<p>< 新製品開発 ></p> <p>日本最古の靴クリームメーカーが生み出した新たなDIY塗料「クロマニオンペイント」を開発。</p> <p>「誰でも」「手軽に」「心地よく」をコンセプトとしたスポンジ付の塗料。今までの塗料は刷毛で塗る概念を覆し、特別な道具がなくても簡単に塗装が可能。使い切れるサイズ感で多色展開。準備、片付けの手間がない。また、香料を配合したことで、塗装中でも良い香りに包まれ、室内での塗装に最適となっている。開発に至った背景は、DIY関連商品を取り扱うホームセンター業界の躍進に加え、コロナ禍による巣ごもり需要の増加等の要因から、今までにない木材塗料を開発しようと着手に至った。令和3年10月から販売を開始し、売上は年間300万円となっている。取引のないホームセンターや生活雑貨店に加え海外輸出への営業活動も強化している。</p>
 <p>(株)地盤試験所 山本 伊作</p>	<p>土木建築サービス業 (地盤試験全般における 技術提供)</p>	<p>< 新分野進出・環境改善 ></p> <p>主力業務は建物や構造物を支えるために地中に打ち込む杭の支持力試験。構造物に応じた杭基礎の提案、試験方法の提案、実施計画、試験実施、結果解析評価まで一貫対応体制が整備されており、国内(陸上)での地盤調査、載荷試験ではNo.1である。</p> <p>国内建設投資は減少基調にあり、得意としてきた陸上で地盤調査も連動して減少。政府は国策として洋上風力及び関連産業の育成に本腰を入れる方針が決定する中、陸上で培った技術・経験・実績により編み出した技術「ハイブリッドナミック試験工法」を洋上にカスタマイズ、シュミレーションを繰返し、改良を加えパッケージ化に成功し、これまでの「陸上」から「海上」へと未開発分野への進出を果たす。</p>
 <p>ワヨー(株) 和倉 大輔</p>	<p>店頭広告用POP等 製造販売 (店頭広告用POP・POP パーツシェルフ・ 販促什器等)</p>	<p>< 新製品開発 ></p> <p>脱プラスチックを目指した燃やせるPOPパーツの開発。店頭販促物の多くにプラスチックが使われている理由は、軽い・強度がある・安価で大量生産が可能であること。しかしながら分別されないごみとして処分され、焼却か埋め立て等による処理が大半である。そこで商品の材質を紙プラスチック、PLA(生分解性バイオマスプラスチック)、バルカナイズドファイバー、植物性レーヨン紐等天然素材の使用に変更することにより、生産から処分までのトータルで二酸化炭素を増やさず、SDGs目標13「気候変動に具体的な対策を」に合致。海洋汚染や埋め立てなどで残存することによる環境負荷を軽減することが可能となりSDGs目標14「海の豊かさを守ろう」にも貢献している。</p>
 <p>(株)エイチアンドエイ 守屋 英俊</p>	<p>かばん卸業 (皮革素材のバッグ・ 革小物ベルトなどの レザーグッズ)</p>	<p>< 環境改善 ></p> <p>SDGsへの取組として、破棄されるはずだった残革や車のエアバッグなども利用しバッグや小物などを生産し販売している。資源の有効活用と循環型社会の実現につながるのと同時に、環境負荷の削減にもつながる。レザー商品は革の風合いや色にこだわり、エアバッグ再利用商品は、同じ型のないオンリーワン商品として人気。また、SDGs「消費と生産の持続可能性」に対する取組みとしても位置づけられ、社会的な責任を果たす企業を目指すとともに、当社の強みを活かしたデザイン性やオリジナリティ溢れる商品に対し、情報番組「ZIP!」にも取り上げられ、注目が高まっている。</p>

(敬称略)

企業名 代表者名	業 種 (主な取扱商品等)	助 成 申 請 事 由
 <p>(株)東さく技工 杉野 正治</p>	<p>さく井工事業 (さく井工事・その他 付帯工事・調査業務)</p>	<p>< 環境改善 > ディープウエル工法による土壌・地下水汚染の削減を実現。掘削時に湧き出る水を下水道に流して処理する工法が多く、下水道使用料が嵩むことが多いが、ディープウエル工法は汲み上げた水を再度地下に戻す排水処理工法であり、下水道を使用せずに施工できることから、土壌・地下水汚染の削減により、環境改善に寄与している。法人設立80年超の実績から膨大な地質データを保有しており、取引先からの信用度も高い。さく井工事に関するコンサルティング機能も保有、トータルで提案することができ、他社よりも費用を抑えて工事することができる。近年はビルの地下に災害対策用の井戸を建設するケースが多く今後も市場でのニーズは高い。</p>
 <p>シェアクレスト(株) 菅嶋 誠一</p>	<p>受託開発ソフトウェア (ソフトウェア開発)</p>	<p>< 新製品開発 > 市役所HP等に避難所案内などのリンクを追加し、避難場所の混雑状況の把握が容易にできる住民サービスの一環として「らくらく避難所」を開発。住民は、災害発生時に避難所の混雑状況を把握することで、「密」ではない避難所を選ぶことができる。バリアフリー施設、トイレ、飲食等の状況も検索可能。自治体側からは、避難所での住民受付業務負担の軽減が図れ、住民の安全状況が確認でき、かつ避難民の場所の特定も行える。災害での死亡リスク、避難民のストレスを抑えるソフトウェアで、現在43市区町村からの問合せがあり、デモ版が7市区町村で利用されている。</p>

募集要項

助成対象企業	公的保証機関が保証対象とする業種を営んでいる、資本金3億円以下または従業員300名以下の中小企業
助成金額	1件あたり30万円(最優秀賞50万円)
選考	助成先は当財団の「選考委員会」により選考
応募方法	事務局宛に電話またはFAXにてご連絡ください



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



ご参考 日銀短観 (2023年9月調査)

2023年9月の日銀短観が発表されました。

大企業製造業の業況判断DIIは、プラス9ポイントと2期連続で改善しました。半導体供給不足の解消や自動車生産が回復傾向にあることが主な要因です。一方、大企業非製造業の業況判断DIIはプラス27ポイントで1991年以来、およそ32年ぶりの高い水準となりました。新型コロナの影響緩和・外国人観光客の増加で、「宿泊」「飲食」「小売」が改善しています。

中小企業では、製造業・非製造業ともに前回調査から横ばいで推移しています。

大企業



中小企業



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」