

Tokyo BizBeat 1

2026



輝く企業の現場から

自動乳鉢「石川式攪拌^{らいかい}搗潰機」の
製造・販売

株式会社石川工場

代表取締役 中村 雅一氏

脱「待ちの営業」で看板製品を売り込む

株式会社石川工場

業種：自動乳鉢「石川式攪拌播潰機」の製造・販売
資本金：1,000万円
所在地：東京都江東区辰巳1-1-8

代表取締役：中村 雅一氏
従業員：17名（2025年11月現在）
<https://www.ishikawakojo.jp/>



石川工場は「播潰」（＝すりつぶすこと）を極めようとする企業で、ブランド力の高い商品を抱えている。一時期は受動的な営業体制が原因で停滞していたが、現代表取締役の中村雅一氏（写真右）がデジタル手法を取り入れた「攻めの営業」に転換し、業績を回復基調に乗せた

物質を粉碎・混合する「播潰機」を製造

石川工場は1897年創業の老舗メーカー。手掛けているのは、乳鉢と乳棒を使って物質を自動的にすりつぶし、混ぜ合わせる「石川式攪拌播潰（らいかい）機」だ。当初はかまぼこやソバなど食品製造分野を中心に普及したが、昭和初期以降は各種研究機関や医療機関でも使われるようになった。現在は、10～150リットルの製造に適した大型機、0.2～7リットルまでの製造に対応する小型機、ごく少ない試料向けの微量機の3カテゴリーで製品を提供。顧客の要望に応じ、カスタマイズも行っている。

「この装置は、職人が手作業で粉碎や混合を行う動きを忠実に再現します。また、陶磁器や石製の乳鉢と乳棒を使うことで、材料に熱や電気といった影響を与えずに加工できるのです。こうした利点を生かし、固体電池や半導体といった先端材料の研究・開発にも役立てられています」（中村氏）

ウェブサイト拡充で「攻めの営業」に転換

石川式攪拌播潰機のブランド力は強力。また、この業界は参入障壁が高く、手ごわい競合は存在しない。だがそうした状況にもかかわらず、中村氏が代表取締役に就任した頃の同社は危機に陥っていた。

「当時は既存顧客からの需要にあぐらをかき、顧客開拓をおろそかにしていました。いわゆる『待ちの営業』が停滞を招いていたのです。そこにコロナ禍が起こり、当社の売上は大きく落ち込みました」（中村氏）

ここで中村氏は、2つの方針を打ち出した。1つ目は、研究機関が導入しやすい超小型・軽量製品の開発。そして2つ目が、デジタルマーケティングに力を入れ、受動的な営業体制からの脱却を図ることだった。

「当社製品は『多くの人には無関係だが、必要とする人にとっては喉から手が出るほど欲しいもの』です。こうした層に情報を届けるにはデジタルが最適だと考え、図版やデータをふんだんに盛り込んだ事例記事をウェブサイトにも数多く掲載しました。ま



新製品「Tiny plus」は、理化学領域などで活用されている超小型自動乳鉢「Tiny」にタイマーなどの機能を加えたもの



乳棒の軌道を分かりやすく表示した乳鉢の様子。むらなく乳棒を動かすことで、様々な材料を均一に混ぜ合わせることができる

た、学会など専門家が集まる場で展示を行うなどの工夫をしたことで、売上げは徐々に回復したのです」（中村氏）

すでに社内にあるものを最大限生かすべし

ウェブサイト拡充などで認知度を高め、学会展示などで製品を体験させ購入への導線を整備する手法は、実に戦略的なものだ。だが中村氏は、最初から狙ってこうしたやり方を取ったわけではないという。

「ミケランジェロは、『形はすでにある』と語ったそうですね。作品はすでに石の中に存在しており、彫刻家の役割はそれを取り出すことだけだということです。経営者にも同じことが言えるかもしれません。外から持ってきた経営方針を無理やり当てはめるのではなく、自社の現状をよく観察して、それに合うやり方を見いだす方が良いというのが、私の考えです。」

少なくない企業が成長のために画一的な経営手法を取り入れますが、そうでない企業があってもいいと思うのです。当社が目指すのは、均一なサービスを提供する大手飲食チェーンではなく、小さいながらも常連に愛される町中華。当社製品を求める方々をうまく見いだして良いモノを届け、支えていきたいですね」（中村氏）

公社の専門家とのやりとりで自社を客観視

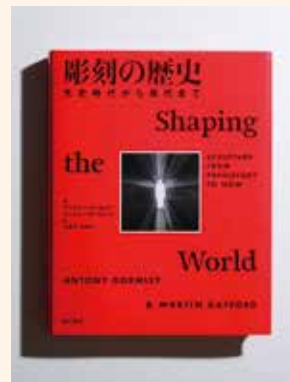
石川工場は2023年、公社の「経営革新計画申請支援事業」

社長の一冊

『彫刻の歴史 先史時代から現代まで』

アントニー・ゴームリー、マーティン・ゲイフォード著
石崎 尚、林 卓行訳
東京書籍刊

イギリスの彫刻家であるアントニー・ゴームリーと美術批評家マーティン・ゲイフォードの対話を通じ、古今東西の彫刻の歴史を綴った書籍。「経営者になって以来、自分にはインプットが足りないと感じていました。ただ、経営に関する知識をたくさん仕入れると頭でっかちになり、かえって経営が下手になる危険性があります。むしろ、経営関連の知識は必要になった時点で学ぶようにし、普段は経営とは全く関係ない本を読もうと考えていた頃、偶然この本に出会いました。写真がたくさん掲載されていて、パラパラめくっているだけでも楽しめます」（中村氏）



を活用して経営革新計画の承認を受けた。これは、新事業に取り組んで経営改善を目指す中小企業に対し、専門相談員によるアドバイスなどによって経営計画の作成を支援するもの。「それまで私の中では、自社でやりたいことややるべきことが漠然としていました。しかし、公社の専門相談員と話すうちに、それらがはっきりと言語化されていったのです。また、中小企業では手に入れづらい情報を教えてもらえたのも助かりました。自社を見つめ直したり、外部から客観的な助言をいただけたりするの貴重な機会。経営革新計画は当社にとって大きな財産になっています」（中村氏）

利用事業：経営革新計画申請支援事業

経営革新計画とは、中小企業が「新事業活動」に取り組み、「経営の相当程度の向上」を図ることを目的に策定する中期的な経営計画書です。公社では、専門相談員による申請内容に関するアドバイスや、公社担当者による申請書のブラッシュアップ支援を行っています。

お問い合わせ

総合支援課 TEL：03-3251-7882

公社 経営革新計画



新年のご挨拶

理事長

中西 亮



明けましておめでとうございます。

令和8年の年頭に当たり、謹んでお慶びを申し上げます。

平素より当公社の事業運営にご理解、ご協力を賜り厚く御礼を申し上げます。

昨年は、米国の関税措置の発動が、世界経済に大きな影響を及ぼした一年となりました。加えて長引く物価高騰、深刻な人手不足等、都内中小企業の皆様を取り巻く経営環境は依然として予断を許さない状況が続いております。

そのような中、原材料費だけでなく、高騰を続けるエネルギーコストや労務費等について、サプライチェーン全体での適切な価格転嫁等を促進するため、この1月から「下請法」が「取適法」に改正・施行されました。

これに伴い、当公社にて取引適正化を支援する「下請センター東京」も「東京都受託取引適正化センター」に名称を変更し、「価格交渉アドバイザー」「原価管理アドバイザー」等による価格転嫁支援策と連携することで、企業の皆様の収益力の確保、賃上げによる人材確保といった好循環を後押ししてまいります。

また、生産性向上のための「DXの推進」、競争力強化のための「設備投資への助成」、収益力アップのための国内外に対する「販路開拓支援」など、企業の皆様の今後の成長に向けた施策をご用意するとともに、高齢化による廃業や雇用や技術の喪失を防ぐことを目的とした「事業承継・再生等の支援」などの施策も実施することで、企業の皆様が抱える経営課題に寄り添った支援を行ってまいります。

公社職員一同、より一層のきめ細かな支援を行ってまいりますので、ぜひご活用いただけますようお願い申し上げます。

結びに当たり、皆様の益々のご発展を心より祈念致しまして、年頭の挨拶とさせていただきます。

令和7年度 東京都中小企業振興公社 中小企業表彰 表彰式にて2名2社を表彰！

2025年11月6日、「東京都中小企業振興公社 中小企業表彰」表彰式を開催いたしました。
今年度で10回目の表彰となり、「功労賞」2名と「奨励賞」2社を表彰いたしました。



左から

公社常務理事 山下 義昭

公社理事長 中西 充

株式会社島田電機製作所

代表取締役社長 島田 正孝氏

株式会社ムーテック35

代表取締役 谷口 栄美子氏

国際ディスプレイ工業株式会社

代表取締役 渡邊 直子氏

株式会社こんにちハロー

執行役員CSO 早見 泰星氏

公社専務理事 山手 斉

功労賞

公社の事業を長年にわたって活用し、東京都の産業振興及び地域経済の活性化に対して、顕著な貢献をされた方を表彰する賞です。

株式会社島田電機製作所

代表取締役社長 島田 正孝氏

長年にわたり公社事業を利用し、ものづくりに携わる人材を育成するとともに、都内大学生と連携したイベントの開催や、世界初「押す」をテーマにした遊び空間「OSEBA」の開設などを実施しました。自社においては、社員が働きたくなる30以上のアイデアを具現化し、人中心の組織づくりにチャレンジする等、先駆的な取組により東京都の産業振興や地域経済の活性化に貢献されています。



株式会社ムーテック35

代表取締役 谷口 栄美子氏

公社セミナー等で、支援事業を活用した先進的な取組を紹介するなど、都内中小企業に対して有用な情報を積極的に発信しています。また、2代目女性経営者として、女性ならではの感性を活かした新規事業や自社ブランドの立ち上げにより事業を拡大し、女性社員の積極的な幹部登用を実施する等、東京都の産業振興に貢献されています。



奨励賞

優れた製品・技術・サービスや事業プランを有し、今後更に成長が見込まれ、都民生活の向上に大きく寄与することが期待できる企業を表彰する賞です。

国際ディスプレイ工業株式会社

当社は公社の「事業化チャレンジ道場」を通じて、自社ブランド確立に必要なノウハウを習得されました。また、製品企画・価値訴求・マーケティング・販路開拓の一連のプロセスを社内に定着させた結果、自社ブランドKOKUSAI DSP.事業は売上全体の約30%を占める新たな柱事業として成長しています。優れた製品・技術を有しており、今後の新商品開発に大きな期待が見込まれ、都民生活の向上に大きく寄与することが期待されています。



株式会社こんにちハロー

当社は、話者が話す動画を話者の声のままAIが他言語生成し、人間が翻訳や映像調整をすることによって高品質な他言語動画翻訳できるサービスを提供しています。インバウンド対応、海外販売等の幅広い層がターゲットで、市場は成長傾向にあります。また、競合他社に比べ幅広い要望への対応が可能です。今後更に成長することで都民生活の向上に大きく寄与することが期待されています。



経営革新計画を策定、 活用し、将来への 一歩をスタートする

村岡 滋（むらおか しげる）

中小企業診断士
認定経営革新等支援機関
(株) Up's Consulting 代表取締役



経営革新計画は企業が新たなビジネスやサービスをスタートするときに活躍する事業計画です。これまでの事業を見直し、新たなスタートに対して「道しるべ」を作ることによって着実にゴールにたどり着くことができます。

1. 経営革新計画とは

経営革新計画とは、中小企業が自らの事業活動を見直し、新たな取組を通じて将来の「あるべき・なりたい姿」に到達するための計画です。これは中小企業等経営強化法に基づき、都道府県知事の承認を受ける仕組みとして整備されています。単なる事業計画ではなく、「新商品の開発又は生産」「新役務の開発又は提供」「商品の新たな生産又は販売方法の導入」「役務の新たな提供の方式の導入」「技術に関する研究開発及びその成果の利用その他の新たな事業活動」といった従来の延長線上ではない経営の革新性を通じ、厳しい競争を勝ち抜く経営計画です。

また、承認を受けた企業は公的機関からの信用度が高まり、融資や保証などの資金調達が円滑になるほか、東京都や国の補助金申請や支援策において加算対象となる場合もあります。つまり、計画そのものが事業成長の「道しるべ」になると同時に経営資源の獲得にも直結する制度です。

2. 経営革新計画に取り組むメリット

経営革新計画の最大のメリットは、販路拡大につながる点です。承認を受けた計画は行政や支援機関からも注目されやすく、展示会やマッチング支援などの機会に優先的にアクセスできる場合があります。新しい商品やサービスを市場に投入する際、行政や公的機関からの後押しは顧客への信頼性を高め、取引先開拓の後押しとなります。

また、計画策定の過程で自社の強みや弱みを客観的に整理できるため、戦略的な意思決定が可能となります。社内においても目標が明確化されることで、従業員のモチベーション向上や一体感の醸成につながります。加えて、承認実績があること自体が「革新的な取組に挑戦する企業」としてのブランド強化となり、取引先や金融機関との関係性にも好影響を及ぼします。

3. 活用事例

板金加工をしているY社も経営革新計画を活用して飛躍した事業者です。同社は10年ほど前まで住宅設備の部品製造を主力事業としていました。事業は大手企業の3次、4次下請けであるため収益的には厳しく、繁忙期と閑散期の差が激しい不安定な経営をしていました。

同社は下請けの現状では自社の技術を生かせず、将来

的な成長は難しいという漠然とした不安と課題を持っていました。そこで新進の若手デザイナーと組み、丁寧に精巧な技術力を駆使し「デザイン性に優れた照明」を開発、事業の一部をBtoBからBtoCへ展開することを計画しました。同時に経営革新計画を策定することで、自社の強みや弱みを再確認し、経営理念も策定し直すことで「デザイン力のある照明で自社技術力をアピールする」という経営目標と「自社製品を販売することでブランド力を高め利益率を向上する」という戦略的な方向性も明確になりました。

経営革新計画の承認後、プレスリリースの発行やクラウドファンディングの活用、自社ECサイトの構築や行政の支援する展示会に出展することで販売を開始しました。新聞にも取り上げられ徐々に販売も拡大し、国内だけでなく海外のバイヤーとの取引も獲得できました。同時に本業の板金加工の事業においては自社製品を見た大手企業のお客からオーダーがくるようになり特注照明製造へ移行することができ、売上げが大幅に伸長しました。また、新規事業の活動が評価され、行政や支援機関からも表彰されることもあり同社のブランド力向上にもつながっていきました。

この事例が示すように、経営革新計画は単なる制度上の申請手続ではなく、実際の事業成果に直結する有効な手段となります。特に販路拡大や新市場への進出を考える中小企業にとって、挑戦する価値のある制度といえるでしょう。

東京都の経営革新計画は、全国制度の一環でありながら、東京都独自の展示会支援や制度融資との連携が充実している点が大きな特徴です。単に承認を得るだけでなく、その後の販路開拓や資金調達につながる実効性のある制度といえます。新しい市場や取引先を開拓したい都内中小企業にとって、挑戦する価値の高い取組であることは間違いありません。東京都中小企業振興公社でも提出に向けた支援をしていますので、ぜひご活用ください。

労務管理の エトセトラ

若年層の 採用定着について

大塚 昌子（おおつか まさこ）

社会保険労務士
大塚経営労務管理事務所



Q

当社は製造業で従業員20名ほどの企業です。先日人材紹介会社を通じて若年層を採用しましたが、会社に馴染まず数カ月で自己都合退職となり痛手を受けています。せっかく資金を投じて採用しても長く定着せず従業員の高齢化が進んでいる状態です。若年層を採用し定着させていくためにはどのようなことが必要でしょうか。

A

統計を見てみると、2024年の完全失業率は、15～24歳層、25～34歳層共に前年より微減していますが、全年齢層と比較すると全年齢層の完全失業率2.5%に対し15～24歳層4.0%、25～34歳層3.4%といずれも高水準となっています。若年層の早期離職は今に始まったものではなく、長きにわたり課題として取り上げられているテーマです。

若者の離職理由のアンケートでの主な理由は「労働時間・休日・休暇の条件がよくなかった」「人間関係がよくなかった」「賃金の条件がよくなかった」「仕事が自分に合わない」などが挙げられています。

1. 雇用のミスマッチを最小限としていく

若年層に限らず従業員が早期離職に至る理由の多くは、雇用された従業員の希望や想定していた未来が、入社した会社で実現できる可能性が低いと感じ、やる気を失い離職するというものです。このような現実の原因の一つには、雇入れ段階における求人者と求職者の情報ミスマッチが挙げられます。採用面接時に面接担当者は求職者に質問することが多く、当社の情報を適切に伝えきれていなかったことによるミスマッチなど、様々なミスマッチが発生しています。

2. 求人情報の特徴を明確にする

上記のような情報のミスマッチを軽減していく方法としては、まず、当社の求人情報の特徴を明確にしていくことです。最近では、ハローワークで提供される求人情報も内容の特徴が一目で分かるような工夫がなされています。「残業ほぼなし」「土日祝休日」「服装自由」「在宅ワーク」など働く条件の特徴的なものをキーワードで示しており、求人者はその会社に興味を持てば詳細を見にいくという形式になっています。採用に当たっては大量の求人情報の中で求職者の目に留まるような情報が必要です。雇用条件の特徴となるようなキーワードを検討されてはいかがでしょうか。

3. 人材定着に向けた取組について

早期離職を防ぎ人材を定着させていくためには、まず、採用面接時から入社に至るまでの間に当社の事業内容を丁寧に説明し当社への理解と共感を得ることです。当社の理念、行動指針、事業計画などあればそれに沿って説明し、将来に向かって当社はどのようなことを実現していきたいのかというビジョンを語ることです。そして、そのようなビジョンを実現するために従業員に期待する役割やその成果を明確にし、期待値を達成できた場合の処遇などを示すことです。これらの一連の取組をサポートする手法として「目標管理」というものがあります。

4. 目標管理について

目標管理とは会社における事業計画を実現していくための具体的な行動に対し期待する姿を明確にし、管理していく手法です。会社の目標は一般的には、今期売上〇〇億円、営業利益〇億円などと示され、その実現のために個々の従業員がどのように行動し自分の目標を達成していくのかということを計画し日々の業務と向き合います。そして、定期的に上司は部下と面談し進捗状況を共有し、その時点での成果は褒め、悩んでいる部分についてはどのように進めればできるようになるのかを一緒に検討しサポートをするというものです。

このような定期的な面談を通じ、上司は常に部下と向き合い見守ることが定着につながる取組であると考えます。

ネットクラブ会員サービス内容の変更について

中小公社

この度、当会員サービスの利便性向上とサイバーセキュリティへの対応強化のため、令和8年（2026年）2月よりサービス内容を変更いたします。※サービス内容の変更に伴う既存会員の皆様からのお手続きは不要です。

2026年2月以降の変更点

●「メルマガ（個人）区分」の新設

個人のメールアドレスのみの申込みで、公社メールマガジン「TOKYOネットクラブまがじん」の受信ができるようになります。申込内容は即時反映されます。企業情報の入力が必要となりますので、どなたでもお気軽に受信が可能となります。

●「企業区分」の設置

従来型の企業情報を含めた申込みの区分です。公社メールマガジン「TOKYOネットクラブまがじん」の受信のほか、「Tokyo BizBeat」「ビジネスサポートTOKYO」等の情報誌の配送（無料）が受けられます。企業経営者・管理者等の方は、こちらでの申込みをご検討ください。

※システム上の新区分への移行について

既存ネットクラブ会員の皆様は、「企業区分」へ移行されるほか、登録されているメールアドレスについては、新設の「メルマガ（個人）区分」へ自動的に移行されます。

●「TOKYOネットクラブまがじん」の配信機能拡充

カテゴリ選択機能を導入します。会員の皆様が希望する支援分野（カテゴリ）を選択できるようにして、必要な情報に絞られた受信ができるようにします。

●ログイン機能および企業Myポータルの運用終了

セミナー等の申込みに当たり必要としていたネットクラブ会員ID・PWの入力を不要とし、通常の一般的な申込フォームのみの運用へと切り替えます。これにより、幅広い企業の皆様にセミナーの受講をしていただけるようになります。

また、これに併せ、セミナー等の予約確認・変更、利用履歴・管理、My情報管理等の企業Myポータル機能も終了します。今後、ネットクラブ会員ID・PWの管理は不要となります。

● 参考サイトのご案内

- ネットクラブ会員サービス
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/kosha/netclub/index.html>
- 公社メールマガジン「TOKYOネットクラブまがじん」
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/kosha/netclub/backnumber.html>
- 広報情報誌「Tokyo BizBeat」
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/kosha/public/tbb/index.html>
- 中小企業BtoB広告誌「ビジネスサポートTOKYO」
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/kosha/other/support.html>



今後も皆様にとってより良いサービスを提供できるよう努めてまいりますので、引き続きご利用くださいますようお願い申し上げます。

お問い合わせ 企画課

TEL : 03-3251-7897 E-mail : kikaku@tokyo-kosha.or.jp

「下請センター東京®」の名称が変わります！

中小公社

東京都受託取引適正化センター（商標出願中）に名称が変更となります！

2026年1月から「下請法」は「**取適法**」へ！

下請法の改正法が令和8年（2026年）1月1日に施行され、規制内容の追加や規制対象の拡大がなされるとともに、法律名も変更されます（新通称：**とりてきほう**「取適法」）。

この法改正を受け、「下請センター東京」は

「東京都受託取引適正化センター」

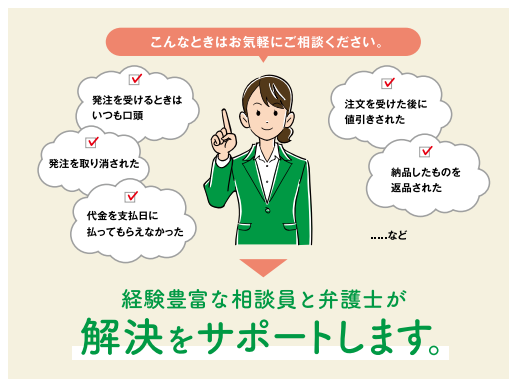
（商標出願中）へ名称変更いたします。

受託取引（下請取引）のお困りごとをお伺いします！お気軽にご相談ください。



お問い合わせ

東京都受託取引適正化センター（旧 下請センター東京）
受付時間 9:00～11:30／13:00～16:30



秋葉原本社

TEL 03-3251-9390

多摩支援室

TEL 042-500-3909

カスタマーハラスメント対策に向けた専門家派遣事業

中小公社

東京都では、昨年4月に「東京都カスタマー・ハラスメント防止条例」が施行されました。公社では、カスタマーハラスメント対策を検討している都内中小企業等を対象に、中小企業診断士や社会保険労務士等の専門家を無料で派遣し、マニュアルの策定支援やカスタマーハラスメントに対する基本方針策定に関する助言等、カスタマーハラスメント対策の実行に向けた、経営上の課題解決のためのアドバイスを実施しております。

受付期間 令和8年1月31日まで

費用 無料

申込方法 以下の公社Webサイトからお申し込みください。

お問い合わせ 総合支援課 専門家派遣事業担当

TEL：03-3251-7882 Email：senmonka-haken@tokyo-kosha.or.jp

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shitauke/customerharassment/specialist.html>

公社 カスハラ 専門家派遣



《フリーランス法のポイントを分かりやすく解説》

中小公社

フリーランス法に関するセミナー 【再配信】お申し込み受付中！

令和6年11月1日に「フリーランス・事業者間取引適正化等法」が施行されました。この法律は、フリーランスの方が安心して働ける環境を整備することを目的としており、違反した事業者への指導が行われる等とされています。

本セミナーでは、法施行により、フリーランスの方、発注事業主の方向けに、それぞれ気を付けるべきことについて、「就業環境の整備」と「取引の適正化」の観点から解説いたします。※本セミナーは、令和7年11月19日～12月9日に配信したものと同一の内容です。

配信期間 令和8年1月28日 9:00～2月17日 17:00

開催方法 期間中のオンデマンド配信

費用 無料

定員 200名

申込期限 令和8年2月16日 16:00

申込方法 以下の公社Webサイトからお申し込みください。

お問い合わせ 総合支援課

TEL：03-3251-7882 Email：freelance@tokyo-kosha.or.jp

https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shitauke/freelance_torihiki/index.html

公社 フリーランス



今すぐ始められる！お金をかけないデジタルマーケティング ～種類と始め方・社内運用のポイントとは～ セミナー参加企業募集！

中小公社

「デジタルマーケティングに取り組みたいけどお金をあまりかけたくない」「結果が出るかわからないからまずは予算なしでできるデジタルマーケティングを知りたい」「デジタルマーケティングの社内運用の重要性を経営者や社員に理解してもらいたい」と考えている方必見！

お金をかけずにデジタルマーケティングを行う方法と、なぜデジタルマーケティングには社内での協力が不可欠なのかその理由を解説します。実際に中小企業を支援している専門家とデジタルマーケティングに取り組んでいる企業の対談により、現場のリアルな声もお届け！初心者にもおすすめのセミナーです。

開催日時 令和8年2月25日 14:00～16:00

開催方法 オンライン

費用 無料

募集数 120社(1社につき3名まで)

申込期間 令和8年1月6日～2月20日

申込方法 以下の公社Webサイトからお申し込みください。

■事例登壇：株式会社奈良機械製作所
取締役部長/丸山 修氏・紺谷 幸花氏
担当アドバイザー/石井 邦利氏

■講師

ブリックワイヤー株式会社

代表取締役

松田 健太郎氏



お問い合わせ 販路・海外展開支援課 販路開拓支援担当
TEL：03-5822-7234 Email：online@tokyo-kosha.or.jp
https://digiport.tokyo/learn/seminar/

公社 デジポート



海外展開プラン策定支援事業 募集受付中！

中小公社

国内だけでなく海外市場への進出を検討されている方、一度海外展開を行ってみたいけれど計画を再検討されたい方、専門家とともに海外展開プランを策定してみませんか？

海外ビジネス経験豊富なプランマネージャーが、貴社の商材の特徴や強み、ターゲット国の現地ニーズ等を把握し、「何を」「どこに」「どうやって」の3つの軸で貴社の海外プランづくりをサポートします！

お問い合わせ 販路・海外展開支援課 プラン策定支援担当
TEL：03-5822-7241 Email：ttc@tokyo-kosha.or.jp
https://www.tokyo-kosha.or.jp/TTC/

公社 販路海外



開所から2周年/ものづくりをはじめとした中小企業のイノベーションを応援します！

中小公社

オープンイノベーションフィールド多摩 国分寺館・八王子館

オープンイノベーションフィールド多摩とは、多摩地域等のものづくりをはじめとした中小企業のイノベーションを支援する施設です。お気軽にご利用ください。

■プロトタイプラボ (国分寺館)

最新の金属・樹脂の3Dプリンター等を活用し試作品の開発プロセスを支援します。

■ものづくり相談 (国分寺館) ※オンライン相談可能

ものづくりに精通した専門家が相談に無料で対応します。

■イノベーションイベント

イノベーションを促進するためのセミナー等を多数実施します。

■コワーキングスペース・カンファレンスルーム・セミナールーム

様々な用途に合わせてご利用いただける大・中・小の施設を設置しています。

※無料Wi-Fi設置

Open
InnoVation
Field TAM



プロトタイプラボ(国分寺館)

お問い合わせ
オープンイノベーションフィールド多摩 国分寺館 TEL：042-329-5270
オープンイノベーションフィールド多摩 八王子館 TEL：042-656-8280
https://oif-tama.jp/

オープンイノベーションフィールド多摩

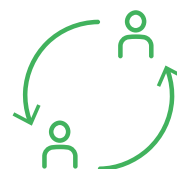


登録企業情報コーナー

公社では登録制による受発注紹介を行っています。


本コーナーでは受注・発注など登録企業からの情報を発信しています。

掲載企業へのお問い合わせや本コーナーへの掲載は、取引振興課へご連絡ください。



受注情報

以下のような加工や開発の対応ができる公社会員企業様がいらっしますので、委託先等にお困りの際にはぜひお問い合わせください。

業種・事業内容 など	所在地 資本金 従業員数	受注内容	得意分野／自己PR
FA設備を軸とした、機械設計、電気設計、ロボット制御、制御盤製作、機械組立、電気配線、部品加工	町田市 1,000千円 1名	当社はFA設備メーカー向けの総合エンジニアリング企業です。設備メーカーを対象に、設計・製作・工事・メンテナンス・人材手配までを一貫して手がける体制を整備しております。機械設計、電気設計、制御盤製作、電気配線、機械組立、ロボットティーチングなど多様な作業に対応可能です。また国内外問わず対応しており、全国各地の設備案件をパートナー企業と協業しながら支援しております。	国内外問わず最短即日手配を含む特急案件への対応が可能です。全国各地に点在するパートナー会社との連携により、最短1日からの柔軟な対応体制を整備しております。 ロボット分野は国内外のメーカーならびに協働・産業用を問わずプログラム設計から現地対応まで対応しております。
各種セラミックス製品の開発・製造・販売	千代田区 16,337千円 41名	熱・絶縁・摩耗はセラミックスで解決！ 原料配合から成形・焼成・加工までの一連の工程をワンストップで行うため、1個から数万個単位の量産まで素早く・柔軟に対応することが可能です。 60年以上の専門知識と経験に加え、常に業務改善に取り組み、釉薬処理や異材質との接着・精密加工にも対応できる高い技術力を維持しています。	各種セラミックスの取り扱いがございます。 詳細はぜひお問い合わせください。 

お問い合わせ 取引振興課 TEL：03-5822-7250 Email：torihiki@tokyo-kosha.or.jp

東京都中小企業の景況

～東京都産業労働局 商工部 中小企業の景況調査～

令和7年11月調査 「10月の景況」

業況：わずかに下向き
見通し：ほぼ横ばいで推移

10月の都内中小企業の業況DI（業況が「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲28（前月▲25）とわずかに下向いた。今後3か月間（11～1月）の業況見通しDI（当月（10月）に比べて「良い」とした企業割合－「悪い」とした企業割合）は、当月▲22（前月▲21）とほぼ横ばいで推移した。

※都内中小企業の景況指標ダッシュボード

<https://www.keikyuu-dashboard.metro.tokyo.lg.jp/>



都内各地域の景況情報（令和7年10月）

取引振興課と城東支社・城南支社・多摩支社の職員が企業を訪問し、お聞きした内容の一部を事例としてご紹介します。

都心・城北・城西地域（取引振興課より）

製造業では全般的に売上微増の一方、利益は横ばい～減少の企業が多い。特に人件費のコスト上昇分の価格転嫁不足が要因。自動車部品製造業では発注に慎重な傾向あり。

城南地域（城南支社より）

コメ価格が高止まりする中、米穀等小売業では調達量が不透明な状況が続く。既存顧客への影響を懸念し、積極的な営業ができないとの声も挙がっている。

城東地域（城東支社より）

労務費急増の反面、その分の価格転嫁は難しいため、経営を圧迫する要因になっている。特に零細企業は人材確保が難しく、人材不足による失注もあるとの声が挙がった。

多摩地域（多摩支社より）

経営者が高齢で、事業承継が進まない企業は廃業が多く、取引先の連鎖的廃業が懸念される。米国関税の直接的な影響は見受けられないが、先行きは不透明である。

城東支社 TEL.03 (5680) 4631

〒125-0062 東京都葛飾区青戸7-2-5
城東地域中小企業振興センター



城南支社 TEL.03 (3733) 6284

〒144-0035 東京都大田区南蒲田1-20-20
城南地域中小企業振興センター [2階・3階]



多摩支社 TEL.042 (500) 3901

〒196-0033 東京都昭島市東町3-6-1
産業サポートスクエア・TAMA



「Tokyo BizBeat」誌名の由来

「Biz」はビジネス、「Beat」はリズムや鼓動の意です。これを「BizBeat」と組み合わせ、頭に「Tokyo」をつけることで、活気ある東京の中小企業を表し、さらに公社がこれからもより積極的に中小企業を支援していく意思を表現しました。



商品ジャーナリスト・北村 森

百年企業が送り出す新商品に込めた思い



1921年から百年を超えて続くこの店に入ってすごしていると、次々に注文が舞い込んでいました。ヘアブラシを求める遠方の消費者からの電話、あるいは、刷毛の納品まで時間がかかって構いませんと告げる寿司職人の来訪…。ブラシも刷毛も、そして一般ユーザーもプロユーザーも、この老舗が生む商品を大事に考えているのを理解できる、そんなひとこまでした。

3代目が2023年に完成させた商品が「かおる洋服ブラシ」です。同梱されている和紙に好みのアロマや香水を垂らして、それを本体に差し込むと、ブラシをかける衣類に香りをまとわせることができます。上の画像は「柄付き型」で17,600円、右下の画像は「置き型」で15,400円です。

製造手法は同店で継承されてきたもので、木地に穴をあける工程も、毛を植え込む工程も、独自の手法だといいます。「毛の量がきちっと決まるんですよ」と3代目が教えてくれました。

3代目には強い思いがありました。洋服ブラシが一般的な道具としてもっと広まってほしい。「値の張る服ではなくて、安い服であってもブラシをかけるのは大切。埃が取れると色が冴えてきますし、毛玉がつくのを防ぐこともできるんですよ」。

確かにそうですね。このブラシが手元になれば「ていねいな暮らしをおくれます」という3代目の言葉にも納得できました。

かおる洋服ブラシ

販売価格1万5,400円(税込)～
細部には心が躍る仕様が…
有限会社宮川刷毛ブラシ製作所
(東京都台東区)

<https://edo-hake-brush.com/>



植物油インキを使用しています。

