

特集 多摩のうごきを知る

## 海外市場を拓く多摩地域の中小企業

有限会社あこ天然酵母／株式会社アクシス／株式会社吉本製作所

国内市場の成熟や人口減少が進むなか、中小企業にとって海外市場は特別な存在ではなくなりつつある。一方、海外展開には現地市場の理解やパートナー選定、リスク管理など、入念な準備と継続的な対応が不可欠であり、すべての企業にとって容易な選択ではない。本特集では、国内で磨いた技術や製品を海外へ送り出す「輸出」、海外で生まれた商品や資源を日本市場に取り込む「輸入」、そして現地に拠点を構え市場そのものに入り込む「海外進出」の3つの切り口から、各企業の取組みを紹介する。各企業はどのように海外市場と向き合い、新たな一歩を踏み出してきたのだろうか。

## 唯一無二の酵母を世界へ／有限会社あこ天然酵母

最初に紹介する有限会社あこ天然酵母は、パン生地を発酵させるために必要なパン酵母「あこ天然培養酵母」の製造を主業としている。社員数は11人で、八王子市の本社兼工房では、酵母の製造に加えてパンの製造や卸売・小売も行っている。代表取締役社長の近藤泰弘氏によると、あこ天然培養酵母を使って焼いたパンは、シンプルでくせがなく毎日食べても飽きない味わいが自慢だ。

同社ではこの「あこ天然培養酵母」を台湾、中国、シンガポールなどへ輸出している。台湾では現地ベーカリー関係者を集めて、天然酵母の扱い方や製法を直接指導し、同製品の良さを最大限活かしたパンが作れるよう力を尽くしてきた。こうして台湾のベーカリーへと伝わった同

社の天然酵母は現地での評判も良く、取引は10年以上継続しており、現在は商社を通じて安定した輸出体制が整っている。実績ができたことで周囲からの認識が変わり、他社や他国との取引にもポジティブな影響が生まれているという。

輸出業務を担当しているのは専務取締役の近藤直子氏だ。台湾への輸出のきっかけは、現地ベーカリーからの依頼だった。人的余裕やノウハウがない状況の中、当初は断るつもりだったが、留学経験を持つ近藤専務は「チャンスを見逃すのはもったいない」と自ら担当を買って出た。

輸出を進めるにあたっては、公的支援機関のサービスを活用した。法的手続きや書類関係など実務面はもちろん、輸出という未知の領域に飛び込んだ近藤専務の精神的なサポーターとしての役割も大きかった。近藤専務は、「多くの方の支援があったからこそ輸出が実現できた。輸出を検討する際には、公的支援機関のサポートを最大限活用してほしい」と話す。

現在は、各国の取引先とは直接連絡を取り合いやり取りし、プライベートな話もする友人のような付き合いとなっている。信頼関係が築かれた現地パートナーの存在があるからこそ、日本とはあらゆることが異なる海外市場でも安心してビジネスができるとともに、さまざまな困難にも立ち向かっていくことができている。「海外の方とはダイレクトに日々コンタクトを取って関係を深めていくことが、スムーズな取引につながるが多いと感じている」と近藤専務。



100%穀物と水だけで培養しているあこ天然培養酵母



有限会社あこ天然酵母の近藤社長（左）と近藤専務（右）

直近ではイギリスのベーカリーとも交渉を行っており、欧米諸国への進出も視野に入れている。この先も日本の伝統醸造技術を駆使した唯一無二のあこ天然培養酵母と、それを使って焼いたパンの美味しさを世界に広めるため、日本国内のみならず海外でのさらなる販路拡大を目指す。

## 世界の価値あるものを日本市場へ／株式会社アクシス

立川市の株式会社アクシスは、東南アジアを中心に現地の商品を日本向けにカスタマイズして開発し、輸入・販売している。代表取締役の<sup>なかしまようこ</sup>中島洋子氏と取締役副社長の<sup>まつおかとしお</sup>松岡俊男氏は、商社などで輸入業務の経験を積み、1993年に同社を立ち上げた。

前職での経験を活かして、商品の輸入は商社を通さず、全て自社で担っている。高濃度酸素水「Oxegenizer」や、ゴートミルクを使ったボディシャンプーが人気のブランド「Leivy Naturally」の商品を主力として、高品質でオリジナリティのある商品を取り扱っている。「日本で知られていない素材や製法、日本にはない技術や機械を使ったものなど、差別化できる商品を取りそろえている」と



株式会社アクシスの中島社長（左）と松岡副社長（右）

中島社長。大掛かりな広告や宣伝をせず、口コミなどでじわじわと固定客やリピーターを増やしている。

今ではオリジナル商品を輸入するビジネスモデルを確立しているが、創業当初はディスカウントストア向けの商品供給が事業の中心だった。大量発注により取引は安定していたものの、単価は極めて低く、その分幅広い商品を取り扱う“総合商社”のような形で取引を拡大していった。しかし、次第に「もっと主体的に商品づくりに関わりたい」という思いが強まり、徐々に海外メーカーと協力して自社主導で商品を開発し、日本市場に紹介する形にシフトしていった。

現在は、現地で直接メーカーを探し、工場と交渉しながら商品開発を進めるスタイルをとる。実際に市場で商品を見つけ、メーカーをたどって連絡を取り、現地を訪問して関係を築くなど、地道な取組みを重ねている。



看板商品のゴート（山羊）ミルクを使ったボディシャンプー

交渉が上手くいけば、日本の規格に沿う商品を開発し販売を行う。商品開発には現地工場とのやり取りが複数回発生するため、順調に進んでも数か月はかかることが多い。そのため流行り廃りがなく、長く手に取ってもらえるような商品を選んでいるという。その狙いの通り、主力商品は発売から十数年が経った今でも緩やかに売上が伸び続けている。

取引が長いメーカーとは仕事上の関係を超えて友人同士となり、互いの会社がピンチの際は助け合うなど、ビジネスにも良い影響をもたらしてきたという。中島社長は、「どんな取引でもトラブルやミスは起きる。そうなった時に事務的ではなく心の通った対応を心掛けてきた。だからこそつながったご縁もたくさんあった」と話す。

今後も新商品の輸入を次々と予定しており、日本でのさらなるマーケット開拓を目指して、新たな価値を取り込んでいく。

## 現地への拠点設立で挑んだ海外進出／株式会社吉本製作所

青梅市の株式会社吉本製作所は、マシニングセンタや旋盤による金属加工を中心に、50年以上にわたり精密加工技術を強みに、多品種小ロットの部品加工を手掛けてきた。代表取締役社長の吉本誠<sup>よしもとまこと</sup>氏のもと、およそ30名の社員が在籍する日本本社のほか、ベトナムにも現地法人を構える。

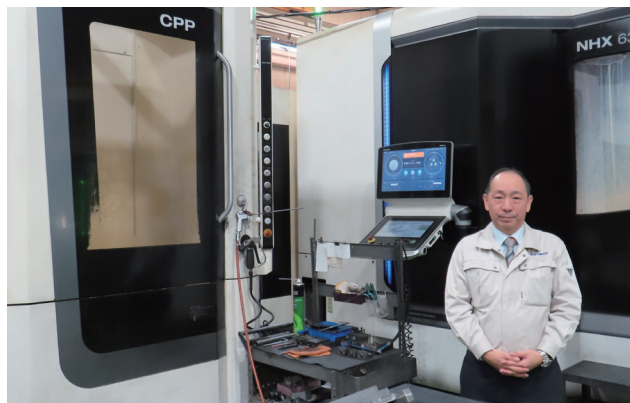
ベトナムでは、現地で中小企業サプライヤーのネットワークを構築し、同社が生産を管理運営する経営スタイルが特徴で、サプライヤーとなる委託先は約50社にのぼる。委託先候補は随時見直しや追加しながら、受注した案件ごとに最適なサプライヤーを選定して発注を行い、日本本社で品質管理やチェックを担うことで、コストとクオリティを両立させている。

きっかけは2012年、さまざまな国を視察する中でベトナムとの縁が生まれたことにある。まずは駐在事務所を設置し、現地企業への委託生産を開始。事業が軌道に乗った段階で現地法人を設立し、本格的な体制を整えた。現在は、日本人スタッフ2名に現地採用人材を加えたおおよそ20名ほどが、協力して運営を行う。

ベトナムの加工技術については、「企業によってばらつきがあり、得意分野もさまざまなので、どの企業にどの仕事を回すのかの見極めが重要になってくる。各社の強みを把握して、その都度仕事を割り振るようにしている」と吉本社長。同社の加工技術や生産ノウハウを共有することで、サプライヤー側の技術向上にも寄与しており、「吉本製作所と仕事をすることで新しい加工方法が分かり、仕事の幅が広がった」といった声も聞かれている。このようにサプライヤー側もメリットが享受できる仕組みを構築することで、円満な関係となるよう尽力してきた。



5軸加工機などの最新機器を備え、幅広い加工実績を持つ



株式会社吉本製作所の吉本社長

海外で事業を進める上では、日本との制度や商習慣の違いに戸惑う場面も少なくない。ベトナムでは制度が頻繁に変わることもあり、手続きの解釈が担当者によって異なることも多い。こうした点に関しては、吉本社長自らが現地で判断するなど、中小企業の強みである意思決定の速さで対応している。

さらに、ベトナム拠点の存在は日本本社にも良い影響を与えている。日本では高い技術力に磨きをかけ、ベトナムではその技術を活かしながら生産の幅を広げる。役割を分担しながら互いに刺激を与え合うことで、結果として会社全体の成長につながっている。

「興味があるなら、まずは現地に行ってみること」。そう語る同社の取組みは、ベトナムに拠点を設立し、現地企業との協働を通じて生産ネットワークを築くという、海外進出の新たな形といえる。

## 広がる海外との関わり方

今回紹介した3社に共通していたのは、自社の強みを活かしながら海外での可能性を探ろうとする姿勢であった。自社に合った形を模索し、さまざまな課題に向き合いながら、各企業は着実に歩みを進めてきた。この先海外市場は、より多くの企業にとって、次の成長を見据えた選択肢の一つとなってくるのではないだろうか。

有限会社あこ天然酵母

東京都八王子市中野上町 2-25-16

株式会社アクシス

東京都立川市曙町 2-4-3 TISビル 7F

株式会社吉本製作所

東京都青梅市今井 3-9-17

# たましん中小企業景況調査報告

多摩信用金庫では、多摩地域で事業を営む約 1,000 先の企業にご協力をいただき、事業の動向に関するアンケート調査を実施しています。今回は、2026 年 3 月期の景況についてご報告します。

## 調査概要

	従業者数	全業種		製造業		卸売業		小売業		サービス業		建設業		不動産業		
		回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	
1. 調査実施日	2026 年 1 月 28 日～2 月 26 日	1～4 人	318	32%	55	19%	21	25%	84	54%	60	27%	48	29%	50	59%
2. 調査方法	調査員による聞き取り調査	5～9 人	198	20%	54	18%	26	31%	30	19%	33	15%	41	25%	14	16%
3. 調査対象	多摩信用金庫のお取引先 1,003 先	10～19 人	163	16%	65	22%	16	19%	8	5%	26	12%	36	22%	12	14%
4. 回答先数	1,002 先	20～29 人	93	9%	36	12%	5	6%	15	10%	17	8%	16	10%	4	5%
5. 回答先内訳	右表のとおり	30～39 人	52	5%	22	8%	3	4%	5	3%	12	5%	8	5%	2	2%
		40～49 人	40	4%	16	5%	1	1%	1	1%	14	6%	7	4%	1	1%
		50～99 人	88	9%	27	9%	7	8%	12	8%	34	15%	7	4%	1	1%
		100 人～	50	5%	18	6%	4	5%	0	0%	25	11%	2	1%	1	1%
		合計	1,002	100%	293	100%	83	100%	155	100%	221	100%	165	100%	85	100%

## 業況 DI

業況 DI とは、自社の業況が「良い」と回答した企業の割合から、「悪い」と回答した企業の割合を引いた値である。プラスであれば、現在の業況を「良い」と認識している企業が多いことを意味している。(ただし、「季節調整法」という手法を用いて、DI の季節的な傾向を除いている。)

今期の全業種業況 DI は、前期より 3 ポイント上昇の 7 となり、景況感は 3 期連続で改善した。

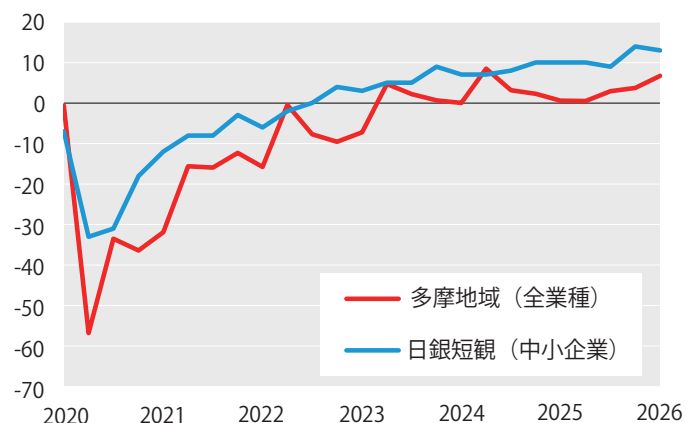
業種別に見ると、建設業が全業種の中で最も上昇幅が大きく、10 ポイント上昇の 26 となった。また、卸売業と不動産業でもそれぞれ 5 ポイント上昇し、卸売業が 10、不動産業が 11 となった。一方、サービス業は、2 ポイント下降の 2 となった。

規模別に見ると、中規模企業では 1 ポイント上昇の 18、また小規模企業では 5 ポイント上昇のマイナス 4 となり、いずれも改善した。

なお、来期の全業種業況 DI は、今期と同様の 7 となる見通しである。

	2025 年 9 月期	2025 年 12 月期	2026 年 3 月期	変化幅	2026 年 6 月期 (見通し)	変化幅
全業種	3	4	7	+3	7	0
中規模	18	17	18	+1	18	0
小規模	-11	-9	-4	+5	-3	+1
製造業	-2	0	2	+2	5	+3
中規模	21	21	20	-1	24	+4
小規模	-17	-14	-11	+3	-8	+3
卸売業	4	5	10	+5	5	-5
中規模	9	10	17	+7	14	-3
小規模	-7	-11	-10	+1	-21	-11
小売業	-5	-4	-3	+1	-1	+2
中規模	16	15	12	-3	11	-1
小規模	-20	-19	-15	+4	-11	+4
サービス業	4	4	2	-2	3	+1
中規模	11	10	7	-3	9	+2
小規模	-16	-13	-9	+4	-11	-2
建設業	18	16	26	+10	22	-4
中規模	51	49	64	+15	53	-11
小規模	6	5	14	+9	11	-3
不動産業	2	6	11	+5	9	-2
中規模	17	19	21	+2	15	-6
小規模	-10	-4	5	+9	4	-1
日銀短観 (中小)	9	14	13	-1	7	-6

業況 DI の推移



※ 本調査では、製造業・建設業は従業者 20 人以上の企業を中規模企業、卸売業・小売業・サービス業・不動産業は従業者 5 人以上の企業を中規模企業と定義している。

※ 日銀短観 (中小) の 2025 年 12 月期の数値については、2026 年 3 月の調査対象企業見直し後の新ベースのデータによる。

## お客さまのコメント

## 製造業

- 給与のベースアップは毎年実施しているが、大手企業等と比較すると乖離があるため、できるだけ近づける必要がある。  
(精密機械部品製造)
- 自動車メーカーのEV化の影響により、受注の大幅な増加は見込めず、厳しい状況が続く見通しである。  
(自動車エンジン金型製造)
- 外注先の廃業により部品が不足しており、請負業者を探している。(衛生機器製造)

## 卸売業

- 業況は堅調であるが、今後の円安や食品の消費税廃止に備える必要がある。(食肉卸売)
- 従業員の賃上げを行い、モチベーションを向上させる経営を行う。(業務用食材卸売)
- 今年度上期は低調であったが、秋頃から受注が増加し、上向き始めた。(電線卸売)

## 小売業

- 販売先から値下げ要請があるが、仕入れ値も上昇しているため、値上げを検討する。(酒類販売)
- 物価高騰により購買ニーズが低下している。(インテリア用品販売)
- EC サイトや SNS を活用して売上増加を目指す。(呉服販売)

## サービス業

- 人手不足や人件費の増加、子どもの数の減少により、経営は以前より厳しくなっている。(託児所・保育所)
- 従業員の定着率向上のため、賃金待遇や福利厚生の実施を意図している。(運送)
- 少子化が進んでいるが、共働き世帯の増加など社会情勢に見合った事業運営を検討している。賃上げは昇給制度で対応する。  
(学習塾)

## 建設業

- 65歳までに後継者に事業を引き継ぎたい。(室内装飾工事)
- 物価高が続く中、取引先への価格交渉を行っているが、思うように進んでいない。継続的に交渉を続ける。(土木工事)
- 毎年、最低5%以上の賃金アップを行っている。(屋根板金コーキング)

## 不動産業

- 都内不動産価格の上昇が都下や郡部にも及び始めている。駐車場賃料の引き上げが今後の課題である。(建売・仲介)
- 賃上げの努力を継続しているが、いつまで対応できるかは不明である。(建売・土地売買)
- 不動産価格が高騰しているが、賃貸物件で強気の価格設定でも買い手がついている。売上も収益も増加傾向にある。(建売・建設)

## 貸会議室

## のご案内

立川市曙町 2-8-28  
TAMA MIRAI SQUARE  
3階

運営：  
株式会社  
多摩情報メディア  
TEL：042-526-7750  
<https://www.rental-tjmedia.jp>



me:rise  
TACHIKAWA

Conference Room

お客さま

# 景気動向 インタビュー

## マッサパワーマネジメント株式会社 代表取締役 久保田 昌人氏

2020年創業のマッサパワーマネジメント株式会社は、太陽光発電システムを中心に手掛ける電気工事会社だ。設計から施工、メンテナンスまでシームレスに自社で完結できる体制を整備し、顧客のニーズに寄り添ったオーダーメイドの提案を行う。また、働きやすさを追求した職場づくりにより社員の定着率は高く、平均年齢は33歳と若手社員が多く活躍している。



代表取締役の久保田氏

### 高圧工事を強みに設計から保守まで一貫対応

当社が特に強みとしているのは、高圧受電設備（キュービクル）など専門性の高い工事を自社で対応できる点です。高圧工事ができる会社は限られているため、そこを入口に太陽光設備全体の工事を一括でお任せいただく機会が増えています。また、当社は各企業が自社で発電し、自社で使用する「自家消費型」を軸に展開しており、電気料金の上昇や脱炭素経営の流れを受け、この分野の需要は今後も続くと考えています。

創業時は下請け案件が中心でしたが、数年前に特定建設業許可を取得して以降、元請け案件の獲得に力を入れています。大手商社やメーカーとの直接取引も増え、全国の工場やオフィス案件を手がけており、エリアも広がっています。今期も受注は順調に推移しており、着実に次のステージへ進んでいる実感があります。

### 常に知識をブラッシュアップし制度改正に対応

太陽光発電業界は制度改正や商品変更が非常に多く、毎年のように環境が変わります。FIT制度の転換やPPAモデルの拡大など、事業環境は常にアップデートが求められます。大変ではありますが、学び続けることができ



IT企業をイメージしてレイアウトした明るく開放的なオフィス

る点はやりがいでもあります。

私たちは太陽光発電による電気を単に“売る”のではなく、どう“活かす”かを、お客様と一緒に設計する会社でありたいと思っています。パネルを多く載せればよいという考え方ではなく、電力使用状況の分析やシミュレーションを基にコストメリットが最大化する形をオーダーメイドで考えています。

### 若い力と多摩地域の人材が会社を支える

現在の社員数は21名で、平均年齢は33歳です。若い社員が中心となって会社を動かしています。新卒採用も継続しており、将来的には30名ほどの体制を目指しています。働きやすい環境づくりにも力を入れ、有給取得の徹底や営業時間内での社内行事実施など、メリハリのある働き方を意識しています。建設業のイメージを良い意味で変えたいという思いもあります。

私自身が府中市出身ということもあり、多摩地域には強い愛着があります。多摩地域は“人”が魅力です。優秀で前向きな方が多く、この地域で事業を展開できることを誇りに思っています。

これからも技術力を高めながら、地域に根ざし、エネルギーを活かす提案を続けていきたいと考えています。また、今後はAI需要の高まりを背景に、コンテナ型データセンター関連工事への挑戦も視野に入れています。これまで手がけてきた工事との技術的な親和性も高く、新たな成長分野として注目しています。

会社名：マッサパワーマネジメント株式会社  
代表者：久保田 昌人  
本社所在地：東京都調布市布田4-20-2 調布NKビル2階  
業種：電気配線工事業  
インタビュー：2026年2月6日

## 特別調査 中小企業経営者のライフデザイン

今回の特別調査では、中小企業経営者のライフデザインについてのアンケート調査を実施しました。

始めに、10年先の自社の経営についてどのように展望しているか尋ねたところ、経営者の年代が低いほど「事業拡大」と回答した企業の割合が高かった（図1）。年代が上がるにつれてその割合は下がるものの、60歳代・70歳代以上でもおよそ2割が「事業拡大」と回答するなど、意欲的な展望を持っている企業が多かった。

次に、経営者としていつ頃まで現役を続けたいかを尋ねたところ、「具体的な年齢の目途はない」と回答した企業が62.9%と半数以上を占める結果となった（図2）。内訳を見ると、「後継者に託せるようになるまでは現役」との回答が40.9%と最も多かった。具体的な年齢の目途を持った回答は、「70～79歳」が18.7%、「60～69歳」が15.1%となった。

図1. 10年先の自社の経営についての展望（年代別）

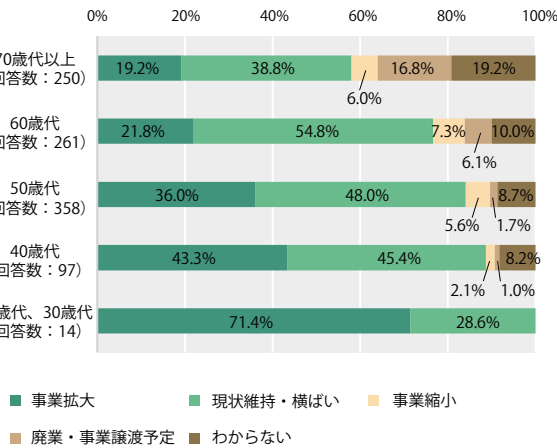
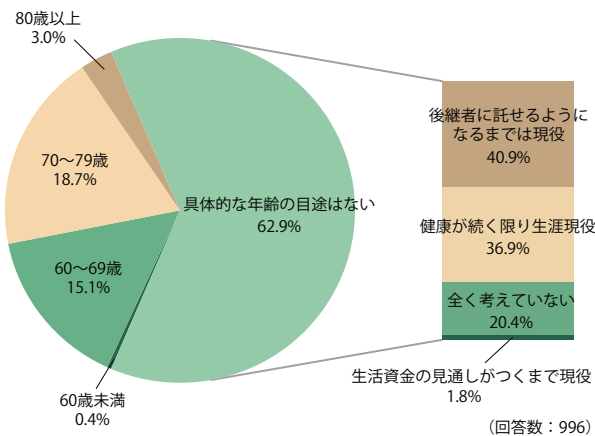


図2. 経営者としていつ頃まで現役を続けたいか



続いて、経営者を引退した後の生活資金についてどのように考えているかについて尋ねた。年代が上がるにつれて「十分だと思う」と回答した企業の割合は高くなり、70歳代以上では56.8%となった。一方で、「まだ不十分だと思う」と回答した企業の割合は、20歳代、30歳代で14.3%、40歳代以上の各年代でおよそ2割前後と、年代による大きな差は見られなかった。

最後に、各企業の経営者が個人としてどのような資産管理・運用をしているか尋ねたところ、圧倒的に多かった回答は「預貯金（円貨）」で、72.2%であった。次に多かった回答は、「投資信託（19.6%）」となった。一方で「何もしていない」と答えた割合は13.4%であった。

図3. 経営者引退後の生活資金（年代別）

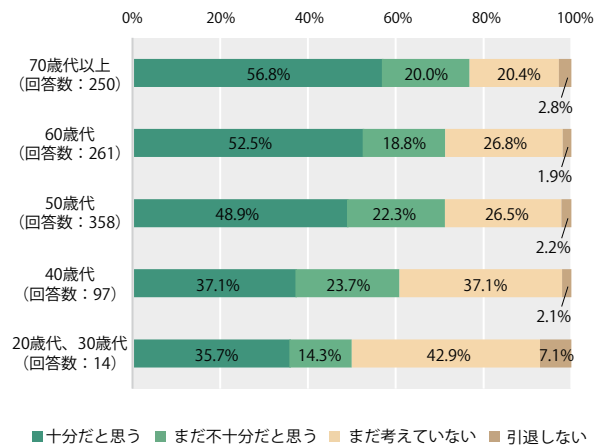
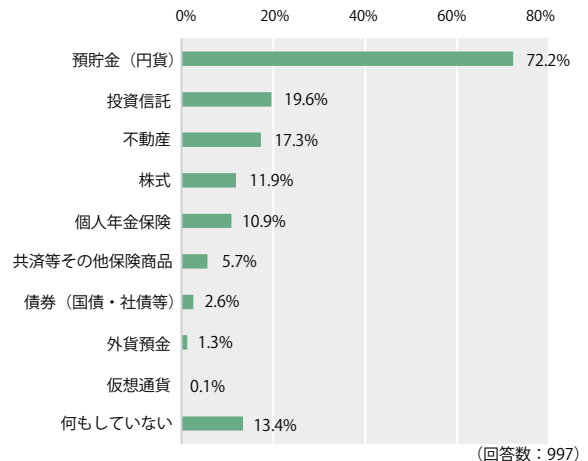


図4. 個人としての資産管理・運用（3つ以内）



# 多摩の統計データ

	面積 (km <sup>2</sup> ) 2026年1月	人口 (人) 2026年2月	世帯数 (世帯) 2026年2月	民営 事業所数 (所) 2021年	民営事業所 従業者数 (人) 2021年	製造品 出荷額等 (百万円) 2023年	卸売業小売業 商品販売額 (百万円) 2020年	農業産出額 (千万円) 2023年
東京都	2,199.94	14,074,570	7,776,417	628,239	9,592,059	8,552,651	176,190,281	2,190
特別区	627.51	9,795,279	5,598,951	503,699	8,114,913	3,593,224	168,563,606	364
多摩地域	1,159.81	4,256,723	2,163,663	122,541	1,467,276	4,957,067	7,609,939	1,471
八王子市	186.38	558,255	288,113	17,390	224,135	478,266	1,252,561	143
立川市	24.36	187,397	98,939	7,692	115,163	97,657	810,035	107
武蔵野市	10.98	147,945	79,603	7,717	83,709	9,449	342,798	25
三鷹市	16.42	191,109	98,533	4,957	57,347	35,849	216,528	68
青梅市	103.31	128,407	66,660	4,243	46,589	163,621	347,722	33
府中市	29.43	262,109	133,129	7,330	100,370	963,646	563,635	77
昭島市	17.34	116,031	58,690	3,330	47,809	458,835	269,321	15
調布市	21.58	241,076	126,550	6,666	78,080	49,830	418,216	45
町田市	71.55	430,330	210,614	11,694	135,702	109,236	653,206	82
小金井市	11.30	125,962	64,171	2,866	28,594	14,613	103,593	21
小平市	20.51	197,377	98,128	4,360	56,966	139,586	206,568	72
日野市	27.55	189,176	95,617	4,309	54,911	224,198	175,711	41
東村山市	17.14	151,965	76,940	3,633	37,043	54,868	139,470	65
国分寺市	11.46	130,069	65,340	3,413	33,840	27,719	121,403	54
国立市	8.15	76,404	40,324	2,637	27,089	4,877	240,146	15
福生市	10.16	56,910	31,807	1,608	15,426	21,045	86,159	2
狛江市	6.39	82,168	43,532	1,916	16,248	13,670	68,970	18
東大和市	13.42	84,977	41,523	2,327	21,157	85,632	106,517	16
清瀬市	10.23	75,756	38,229	1,736	18,109	21,140	42,097	81
東久留米市	12.88	116,521	57,493	3,075	30,197	162,989	188,694	78
武蔵村山市	15.32	70,573	33,612	2,297	25,536	171,178	121,315	144
多摩市	21.01	148,164	76,704	3,603	63,880	26,487	486,743	8
稲城市	17.97	94,536	43,941	2,216	24,846	26,823	84,722	60
羽村市	9.90	53,917	26,966	1,783	23,996	716,422	101,247	16
あきる野市	73.47	78,515	37,623	2,191	20,706	44,911	57,209	70
西東京市	15.75	207,116	104,133	4,792	47,292	44,140	260,152	43
瑞穂町	16.85	31,962	15,723	1,655	20,516	718,064	107,289	58
日の出町	28.07	15,732	7,478	696	9,140	65,847	36,892	14
檜原村	105.41	1,901	1,102	167	875	1,109	113	0
奥多摩町	225.53	4,363	2,446	242	2,005	5,361	907	0
島しょ	412.61	22,568	13,803	1,999	9,870	2,361	16,733	355
出典	国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」	東京都「住民基本台帳による世帯と人口」	東京都「住民基本台帳による世帯と人口」	総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」	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」	総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」	農林水産省「市町村別農業産出額（推計）」

本誌に対するご意見・ご感想をお寄せください。

発行日 2026年4月27日

発行 多摩信用金庫 経営戦略室 地域経済研究所  
〒190-8681 東京都立川市緑町3-4

TEL 042-526-7737 FAX 042-526-6161

URL <https://www.web-tamashin.jp/rire/>



『多摩けいざい』は、WEBと併せてご覧いただくのがお勧めです。本誌には載せきれない様々なデータやレポートのほか、バックナンバーもご覧いただけます。