

Johoku Business Report

2024年1～3月 城北しんきん地域景況調査

No.82

CONTENTS

p.1 概況

p.3 業種別

p.9 特別調査
[中小企業における人材戦略について]

p.11 ..NACORD
[有限会社長沢ベルト工業様]

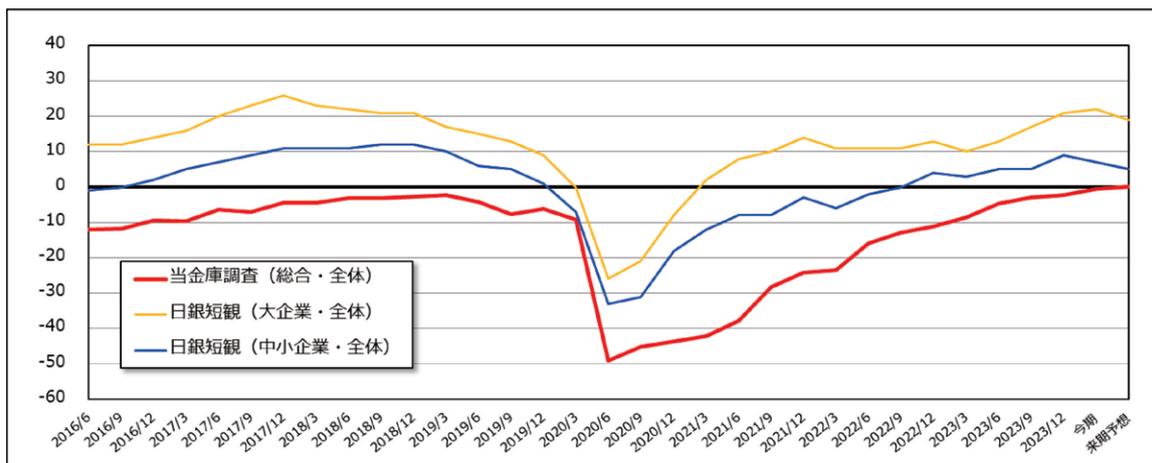


夢をかなえるパートナー

城北信用金庫

Johoku
Shinkin

■ 日銀短観と当金庫調査の業況DIの推移



調査先		2023年12月調査	2024年3月調査	2024年6月予想
製造業	短観・大企業	13 ↗	11 ↘	10 ↘
	短観・中堅企業	6 ↗	6 →	5 ↘
	短観・中小企業	2 ↗	△1 ↘	0 ↗
	当金庫調査先	△5 ↗	3 ↗	4 ↗
非製造業	短観・大企業	32 ↗	34 ↗	27 ↘
	短観・中堅企業	19 ↗	20 ↗	15 ↘
	短観・中小企業	14 ↗	13 ↘	8 ↘
	当金庫調査先	△2 →	△1 ↗	△1 →

調査要領

調査方法：東京都城北地区および埼玉県南部のお取引先を中心に、職員が訪問する面接聞き取り方式によって調査しています。なお、この調査は3か月ごとに継続実施しています。

調査時期：2024年1～3月期を対象に、2月中旬～下旬に実施しました。

分析方法：各項目において「DI (ディフュージョン・インデックス)」を算出しています。「DI」とは、「良い (または増加・上昇)」などの回答割合から、「悪い (または減少・下降)」などの回答割合を差し引いた値によって、景気や価格などの方向性を把握する指標です。

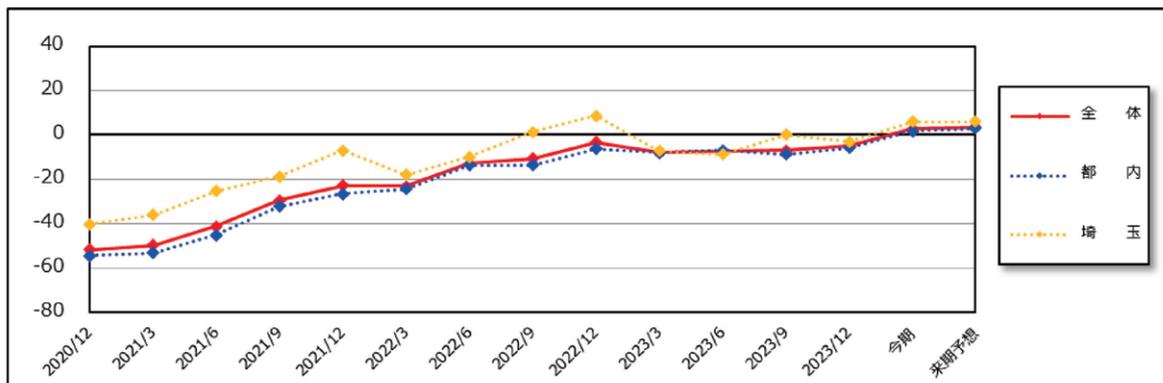
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
調査先数	1,048	333	105	213	129	143	125
回答数	1,042	333	104	212	129	140	124
回答率	99.4	100.0	99.0	99.5	100.0	97.9	99.2

製造業



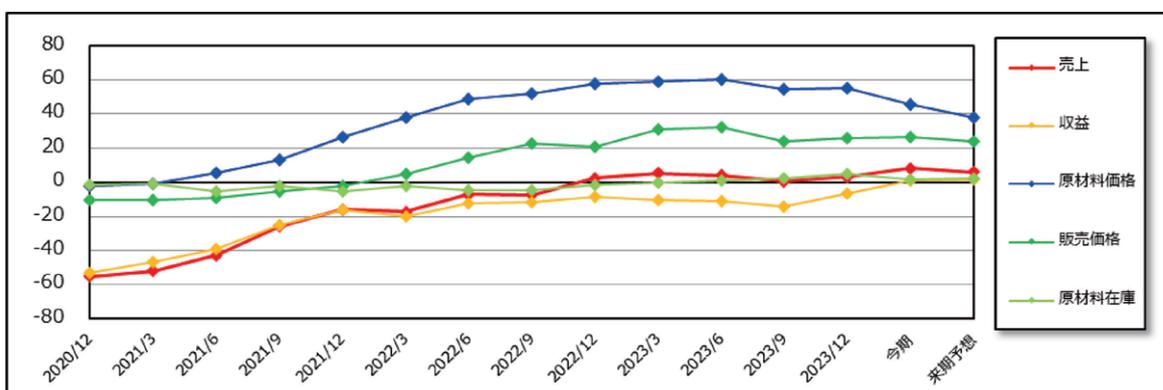
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに上昇し、全体での改善傾向が続いています。



■ 各種DIの推移

収益DIは、埼玉で大きく上昇したことなどにより、プラス圏となりました。



■ 経営上の問題点・当面の重点施策 (複数回答)

	経営上の問題点		当面の重点施策	
1位	原材料高	38.4% (前期1位)	経費を節減する	51.9% (前期2位)
2位	売上の停滞・減少	30.0% (同2位)	販路を広げる	51.6% (同1位)
3位	同業者間の競争の激化	24.6% (同3位)	人材を確保する	13.8% (同4位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

* 業況は順調だが、中国製の製品が台頭してきており影響が出ている。

《電気機械器具、北区》

* ホームページやECサイトを改良した結果、新規顧客の獲得に成果が出始めている。

《家具、足立区》

* 売上は回復し黒字化しただが、人手不足が課題であり解決は困難だと感じている。

《自動制御盤、足立区》

* 仕入価格の高騰が続き、利幅の減少が続いている。

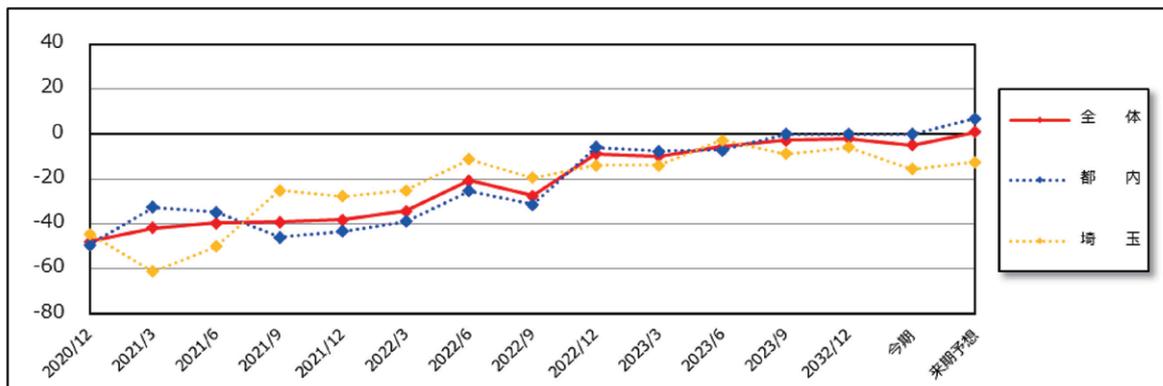
《金属プレス加工、葛飾区》

卸売業



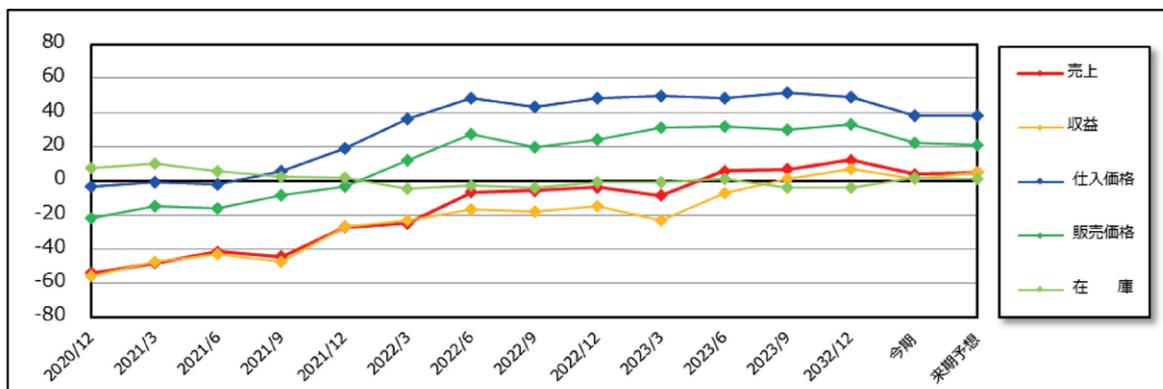
■ 業況DIの推移

都内では横ばいだった一方、埼玉では大きく下落し、全体でも下落しました。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIは、埼玉で大きく下落しました。



■ 経営上の問題点・当面の重点施策 (複数回答)

	経営上の問題点	当面の重点施策
1位	売上の停滞・減少 30.7% (前期1位)	販路を広げる 52.8% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化 25.9% (同2位)	経費を節減する 40.3% (同2位)
3位	利幅の縮小 25.0% (同3位)	情報力を強化する 11.5% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

* 輸入品が商品の7割を占めているため、円安による利幅縮小が著しい。

《スポーツ用品、荒川区》

* 仕入価格が高止まりしており、業況は厳しい。

《娯楽用品、足立区》

* 少額の取引が増加傾向にある。経費削減に努めている。

《機械工具、足立区》

* 売上はコロナ前の水準に戻ったが、材料費高騰により利益は減少している。

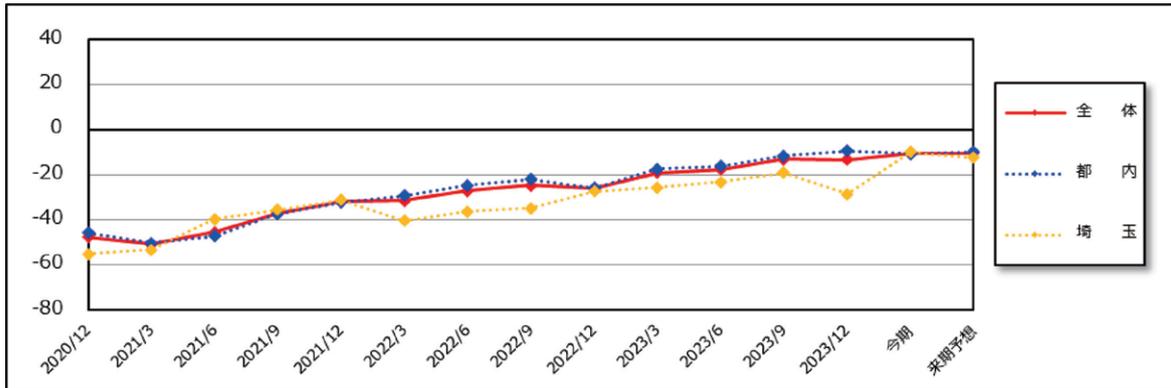
《食品加工、草加市》

小売業



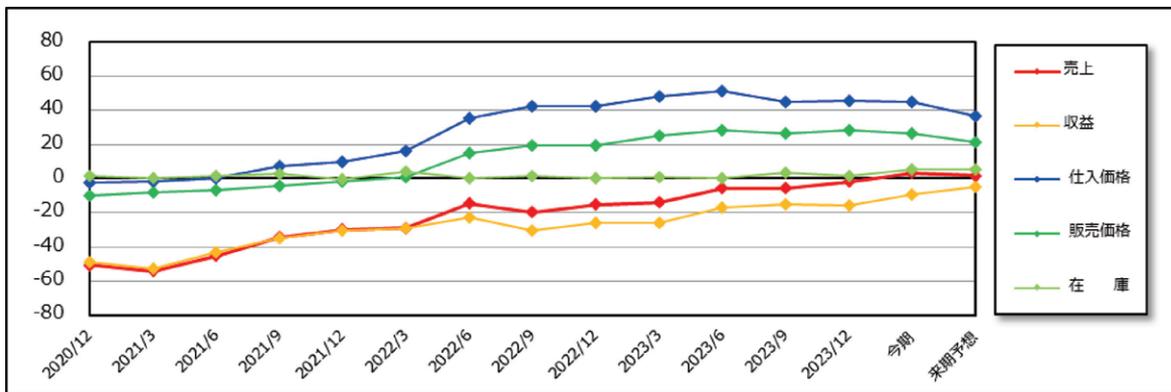
■ 業況DIの推移

埼玉では大きく改善し、全体でもわずかに改善しました。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIは上昇しましたが、仕入価格DI・販売価格DIは下落しました。



■ 経営上の問題点・当面の重点施策 (複数回答)

	経営上の問題点	当面の重点施策
1位	売上の停滞・減少 32.5% (前期1位)	経費を節減する 41.9% (前期1位)
2位	仕入先からの値上げ要請 20.2% (同3位)	品揃えを改善する 25.4% (同2位)
3位	同業者間の競争の激化 18.8% (同4位)	宣伝・広告を強化する 21.2% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

* 人手不足が業況に悪影響を及ぼしている。

《婦人服地、荒川区》

* 仕入価格は高騰しているが、販売価格に転嫁できているため業況は順調。

《総菜パン、荒川区》

* 取り扱う機械油の仕入価格は上昇を続けており、利益確保は困難を極めている。

《石油、葛飾区》

* コロナ5類移行後、地域のイベントが増えて配達の依頼も増えたが、大規模なイベントについては従前の規模には戻っていない。

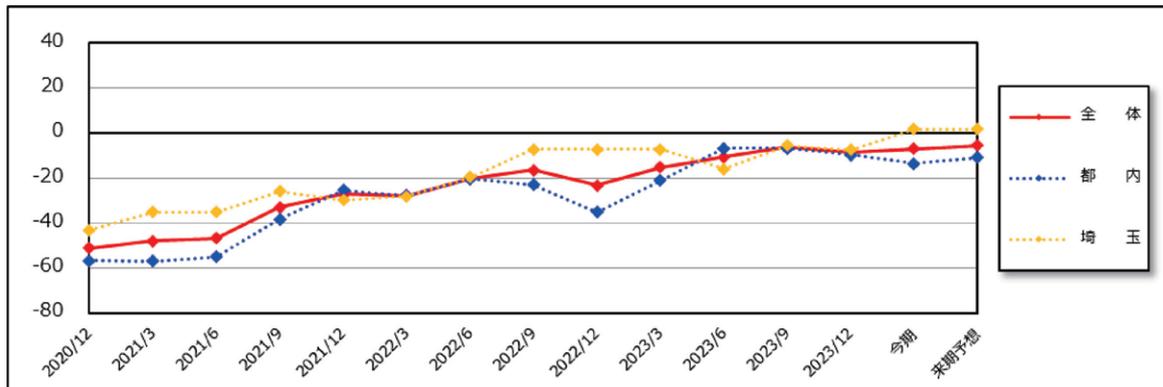
《酒類、蕨市》

サービス業



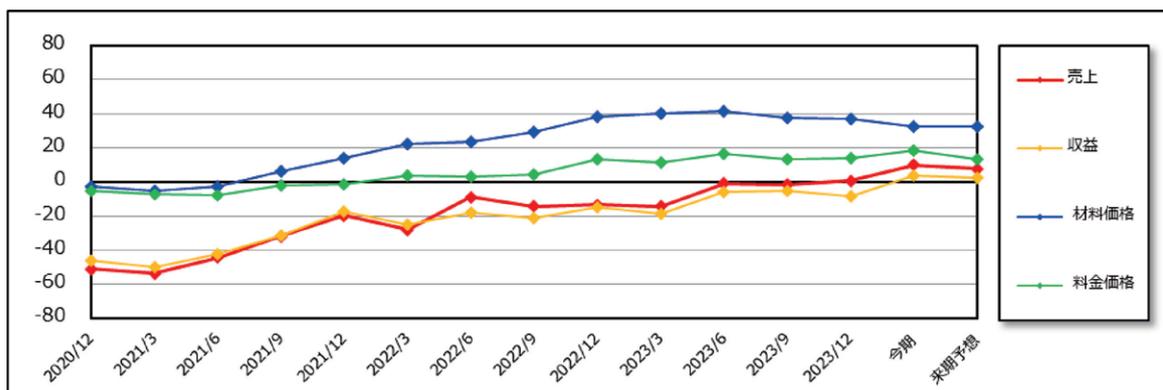
■ 業況DIの推移

埼玉では改善した一方、都内では下落しました。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIは上昇、プラス圏に回復しました。



■ 経営上の問題点・当面の重点施策 (複数回答)

	経営上の問題点	当面の重点施策
1位	同業者間の競争の激化 34.8% (前期1位)	経費を節減する 46.5% (前期1位)
2位	売上の停滞・減少 32.5% (同2位)	販路を広げる 38.7% (同2位)
3位	人手不足 17.8% (同5位)	宣伝・広告を強化する 30.2% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

* 売上減少傾向。物価高の影響で顧客の財布の紐が堅くなっていると感じる。

《美容業、北区》

* コロナの影響は解消された。訪日客の利用で業況は安定している。

《旅館、台東区》

* 今年は例年より暖かく、クリーニングに出される量が減っているため売上は減少している。

《クリーニング、川口市》

* 修理に使う部品などの値上がりが続いており、利益率に影響している。

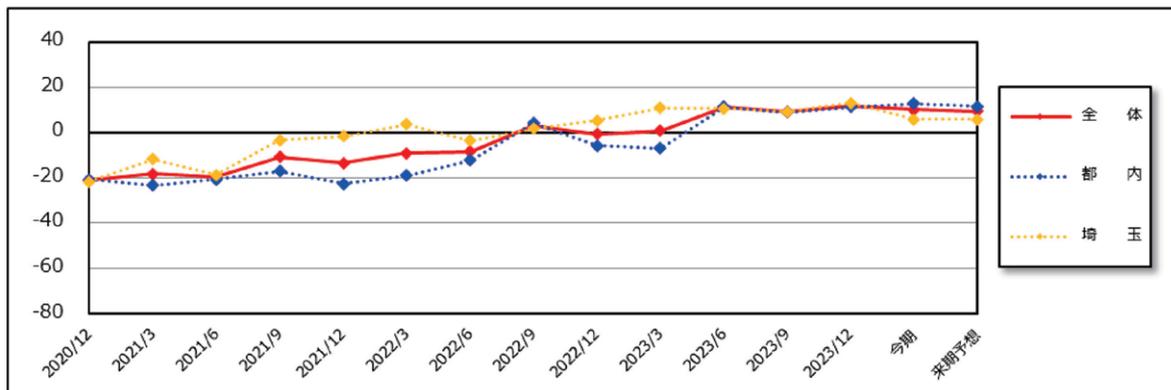
《自動車整備、戸田市》

建設業



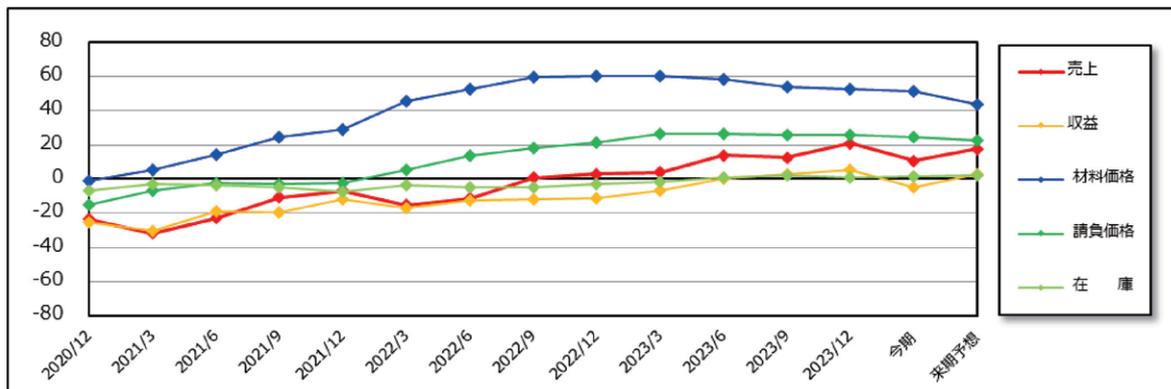
■ 業況DIの推移

都内では前期並みでしたが埼玉では下落し、全体でも下落しました。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIともに悪化しました。材料価格DIは依然として高い水準で推移しています。



■ 経営上の問題点・当面の重点施策（複数回答）

	経営上の問題点		当面の重点施策	
1位	材料価格の上昇	45.7% (前期1位)	販路を広げる	47.1% (前期2位)
2位	人手不足	27.8% (同3位)	経費を節減する	39.2% (同1位)
3位	売上の停滞・減少	24.2% (同5位)	人材を確保する	30.0% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

* 業況は安定しており現場の数は増えているが、人手不足が目立つ。

《一般住宅建築、北区》

* 資材価格の高騰が著しく、仕入先の見直しが必要だと感じる。

《リフォーム、川口市》

* 官公庁からの受注が増加傾向にあり、業況は回復している。

《上下水道工事、戸田市》

* 受注は増加しているが人手が足りないため、請け負えない現場も発生している状況。

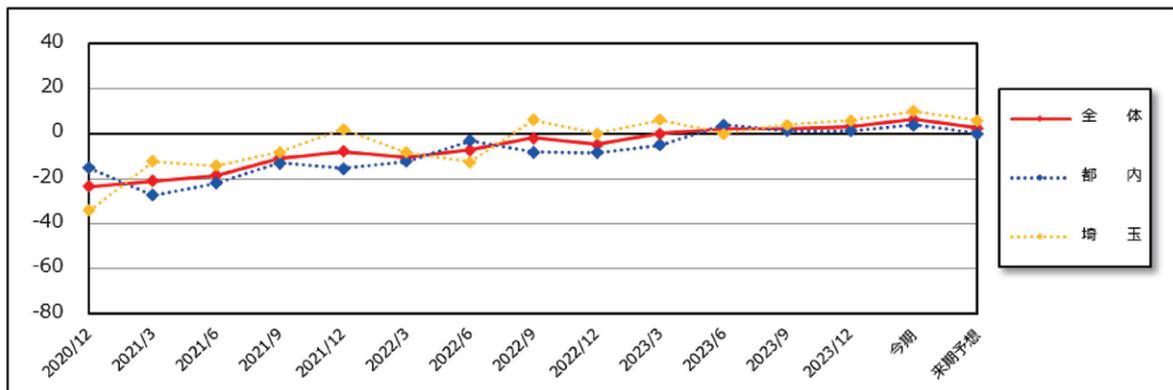
《一般住宅建築、吉川市》

不動産業



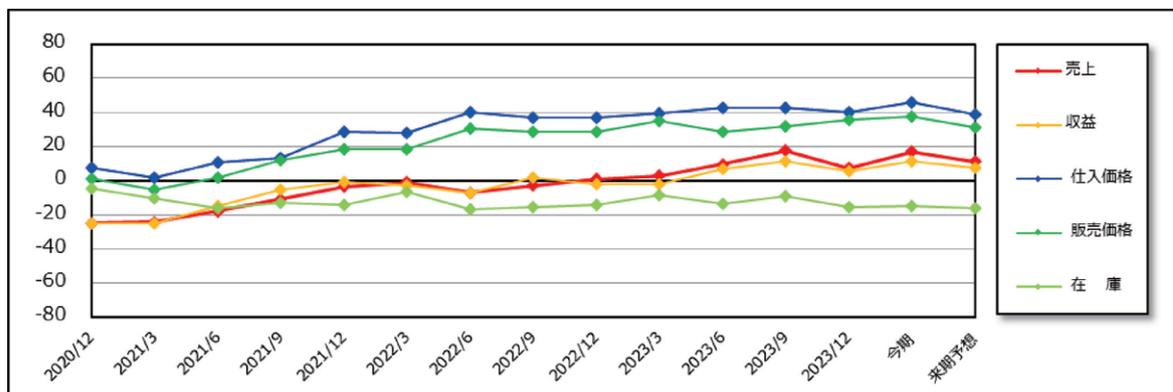
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに上昇し、全体での改善傾向が続いています。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DI・仕入価格DI・販売価格DIは上昇しました。



■ 経営上の問題点・当面の重点施策 (複数回答)

	経営上の問題点		当面の重点施策	
1位	商品物件の高騰	41.1% (前期1位)	情報力を強化する	38.7% (前期2位)
2位	商品物件の不足	29.8% (同3位)	販路を広げる	31.4% (同1位)
3位	同業者間の競争の激化	26.6% (同2位)	経費を節減する	29.0% (同4位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

* 仕入競争が激化しており、情報の早期取得がカギとなっている。

《不動産販売、葛飾区》

* 地価が毎年上昇しており住宅価格も上昇しているが、市場が好調であるため値上げできる環境にあると感じる。

《不動産売買、板橋区》

* 外国人の物件購入が目立ち、日本人の買い手は減少傾向にある。

《不動産仲介、草加市》

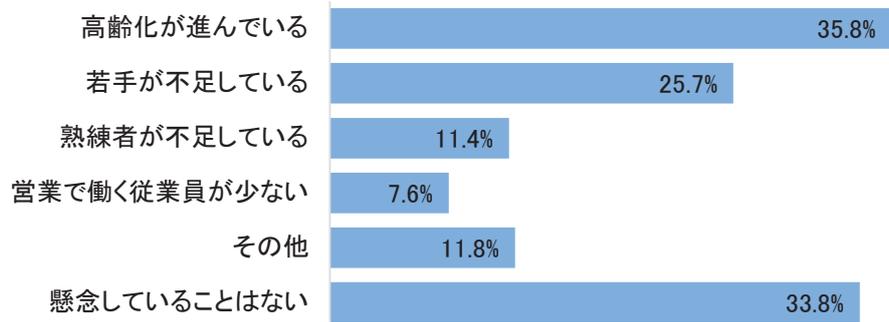
* 物件の高騰が続いており、買うことができる商品が限られている。

《不動産仲介管理、蕨市》

特別調査

中小企業における人材戦略について

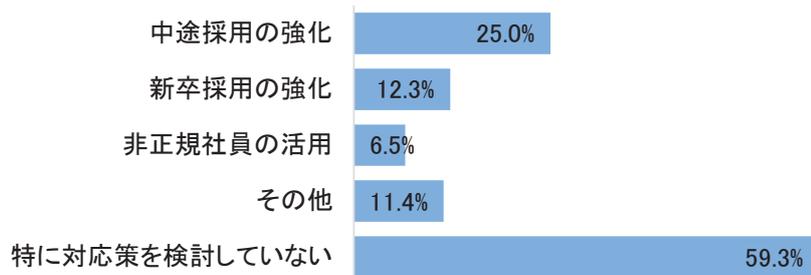
■ 貴社では、現在の人材の状況について懸念していることはありますか？（3つまで）



中小企業における人材の状況について、「高齢化が進んでいる」（35.8%）、「若手が不足している」（25.7%）の回答が上位を占めました。

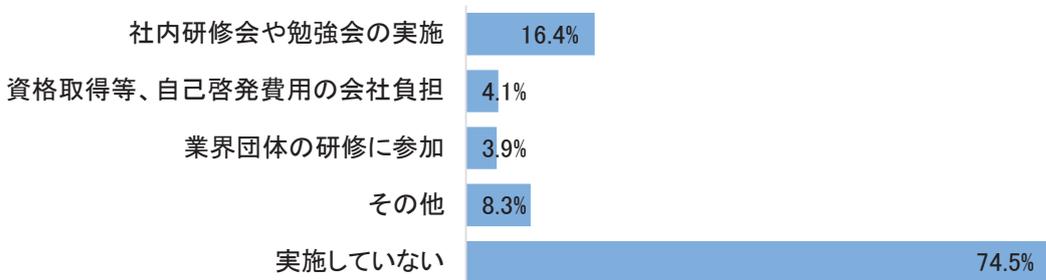
一方で、33.8%の事業者が「懸念していることはない」と回答しています。

■ 今度の貴社の人材に対する対応策について、最も近いものは何ですか？（3つまで）



人材に対する対応策については、「中途採用の強化」とする回答が最も多く 25.0%となりました。一方で、「特に対応策を検討していない」と答えた割合が 59.3%となり、具体的な対応策を考えていない事業者が多いようです。

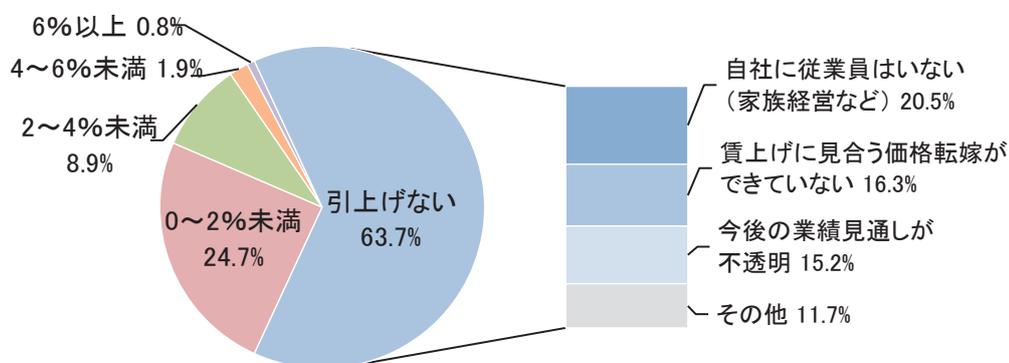
■ 貴社では、人材育成において職場内での実地の訓練（OJT）以外の取組みは実施していますか？（3つまで）



人材育成の取組みについて、「社内研修会や勉強会の実施」（16.4%）、「資格取得等、自己啓発費用の会社負担」（4.1%）等が挙げられました。

一方、全体の約7割の事業者が、人材育成の取組みを「実施していない」と回答しています。

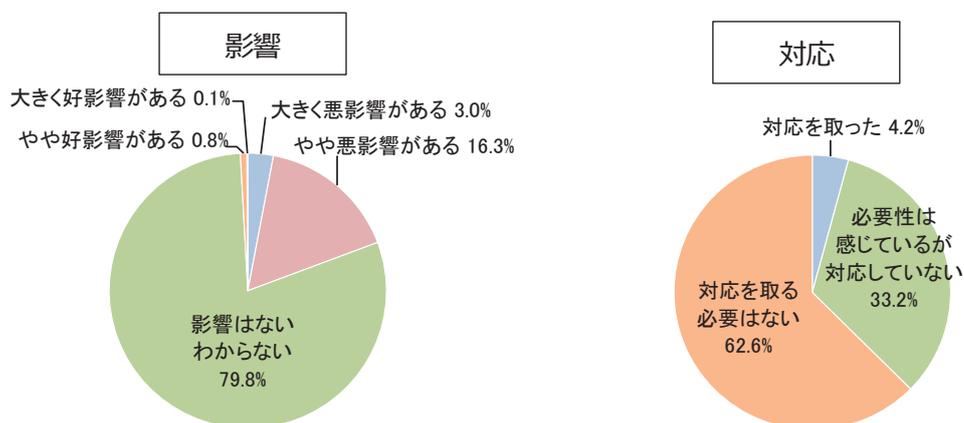
- 貴社では、人材定着などに向けて、2024 年中に賃金（定期昇給分、賞与、一時金除く）の引上げを実施（予定を含む）しますか？引上げる方はその賃金引上げ率について、引上げない方は引上げなかった理由は何ですか？



人材定着などに向けた賃金の引上げについて、約 6 割の事業者が「引上げない」と回答しています。引上げなかった理由としては、「自社に従業員（はいない）」（20.5%）、「賃上げに見合う価格転嫁ができていない」（16.3%）等が挙げられました。

一方で、引上げる事業者の引上げ率は、「0～2%未満」が最も多く 24.7%となっています。

- 2024 年 4 月から、建設業、自動車運転業、医師などで残業時間の上限規制が始まります（2024 年問題）。これに伴い、貴社では業務への影響が出ると見込まれますか？また、2024 年問題を受けて何らかの対応を取りましたか？



「2024 年問題」の業務への影響について、8 割近い事業者が「影響はない・わからない」と回答しており、対応についても、半数以上が「対応を取る必要はない」と回答しています。

一方で、「必要性は感じているが対応していない」との回答が 33.2%となっており、「2024 年問題」への対応は遅れているようです。

当金庫では、ウクライナ情勢や原油価格の上昇、コロナ禍による行動変容・人手不足などにより事業に影響を受けた皆さまからの、各種ご相談を受け付けております。資金繰りのご相談はもちろん、「各種補助金・助成金の活用支援」や「ビジネスマッチング・お取引先の紹介」などにも対応しておりますので、どうぞご利用ください。



楽なのにかっこいい
ベルト職人が引き出した
本革のパフォーマンス

あらゆるウェアの定番となったストレッチ素材。伸び縮みする合成繊維はビジネスウェアにも浸透しており、スポーツウェアメーカーが開発したスーツが続々と発表されている。

「今は着やすさが追求される時代。脇役のベルトですけど、上質な本革を使って、体に優しい機能性を取り入れた商品が作れないかなって思ったんです」

そう話すのは有限会社長沢ベルト工業の代表取締役・長澤猛臣さん（45歳）。2019年秋、東京都葛飾区のベルトメーカーがかつてない『伸びる本革ベルト』を発売した。



苦労した伸びる本革探し

伸びる本革ベルトは、一般的なベルト用レザーと比べて数倍伸びる革を使っているため、レザー自体が約4cmも伸びる。呼吸や食事、体勢で変わるウエストに合わせて伸縮し、パンツをしっかりとホールドしてくれる。機能性を悟られない装いが魅力だ。

同社は、たたき上げの職人だった創業者の路線を継承し、雰囲気のあるベルト作りにこだわる。基本は表革、芯材、裏革の3層構造で、材料と手間を多くかけて、上品な盛り上がりを作り出す。

芯材には医療用のゴム帯材を使用しており、元に戻ろうとするゴムの弾性によって、レザーが伸びきってしまうのを防ぐ。



表革に採用したのは姫路レザー。兵庫県姫路地方は日本有数の革産地だが、よく伸び、耐久性に優れ、しかも雰囲気を出せる素材を探すのには苦労した。

もっと大変だったのが、ベルトの肝と言われる裏革だ。土台となりながら、表皮のように伸びる革が方々を当たっても見つからず、皮革製造業者からは「無理なこと言うね」と断られるばかり。

開発開始から半年たったある日、同社で受託生産しているバッグ用のショルダーストラップがふと目に留まった。

それがイタリア CHIORINO Technology 社の革。バックメーカーから支給されたもので、日本製にはない厚みがありながらよく伸び、経年変化しにくい。ヨーロッパのビッグメゾンが採用する一級品だ。直接仕入れることも考えたが、最小ロットと生産量が見合わず断念した。

頭を抱えた長澤さんがバッグメーカーの社長に相談したところ、1枚から売ってもらえることに。ベルトの製造だけでは手に入れることが難しい革で作ることができた。



職人が手作りする純国産ベルト

厳選された革をベルトに仕立てるのは腕利きの職人たち。同社にはパリコレで使われた特注ベルトを作った匠もいる。

作業はすべてアナログで、どの工程も一朝一夕でマスターできるものではない。

バックルの雰囲気にもこだわり、職人が砂型で手作りする埼玉県産の真ちゅう鋳物を採用している。磨き工程で表面の滑らかさを作り出し、めっき加工を施した。変色しにくく、美しい輝きを保ち続ける。

革のカラーはブラック、チョコ、キャメル、ワインの4色展開。バックルはスクエアとラウンドの2タイプで、ニッケル、ブラックニッケル、真ちゅう色の3色をそろえた。



長さはレギュラーサイズが全長約 110センチ、ロングサイズが 130センチ。バックルを取り外せば、裁断して長さを調節できる「隠しフリーサイズ仕様」になっている。

自信につながったエンドユーザーの声

定価はレギュラーサイズが1万1000円（税込）、ロングサイズが1万2000円（税込）。3000円前後と1万円以上に二極化する日本のベルト市場では高価格帯に位置する。市販品の倍の時間をかけて作られていることを考えれば決して高くないが、ファストファッションやベルトレスの流行もあり、メーカーにとって厳しい状況が続く。しかし長澤さんは今こそチャンスだと語る。

「海外製の安いものが売れているなかで、ちゃんとした良いベルトを日本で作っているっていうのが逆におもしろいのかなと思ってます」

とはいえ、いまはモノ余りの時代。とがった特長があっても新製品は出しづらい。

そこで利用したのが購入型クラウドファンディング。支援総額131万6000円、支援者112人が集まり、この商品のニーズはあると自信につながった。

この実績は販路開拓の追い風にもなった。家電量販店のヤマダ電機が可能性を感じて、2019年10月からECサイト・ヤマダモールで販売を開始した。ベルトのサイズと色、バックルの形と色をそれぞれカスタムオーダーできる。



「『結局これを使っちゃうんだよね』っていうような商品になれば、それなりの値段でもニーズが出てくると信じています」

成熟した業界における商品開発はたやすいものではない。下町のベルト職人が情熱を注いだ「伸びる本革ベルト」が、日本のビジネスマンの定番アイテムとなる日を夢見る。

有限会社長沢ベルト工業

東京都葛飾区堀切 3-19-4

定休日：土曜日・日曜日・祝日

『地域景況調査』第82号発刊にあたり、ご多忙中にもかかわらずアンケート調査にご協力いただきました事業主の皆さまに厚く御礼申し上げます。今後ともぜひご愛読いただき、また内容について忌憚のないご意見をお寄せいただければ幸いです。

城北しんきん地域景況調査 No.82

発行 2024年5月
城北信用金庫 総合企画部
〒114-8521 東京都北区豊島1-11-1
TEL : 03(3913)5358
<https://www.johokubank.jp/>

