

Johoku Business Report

2024年10～12月 城北しんきん地域景況調査

No.85

CONTENTS

p.1 概況

p.3 業種別

p.9 特別調査
[2025年(令和7年)の経営見通し]

p.11 ..NACORD
[株式会社アルビットコーポレーション様]



夢をかなえるパートナー

城北信用金庫

Johoku
Shinkin

概況

■ 全業種の業況

業況DI・売上DI・収益DIはすべて前期並となりました。仕入価格DIは依然高い水準で推移していますが、来期は5ポイント下降する見込みです。

	前期	今期	来期
業況DI	1 →	0 ↓	2 ↗
売上額DI	8 →	7 ↓	7 →
収益DI	2 →	1 ↓	1 →
仕入・原材料価格DI	43 →	43 →	38 ↓
販売・請負価格DI	29 ↗	27 ↓	25 ↓
在庫DI	△1 ↗	0 ↗	△1 ↓
設備投資を実施した企業の割合	6.9% ↓	6.7% ↓	7.8% ↗

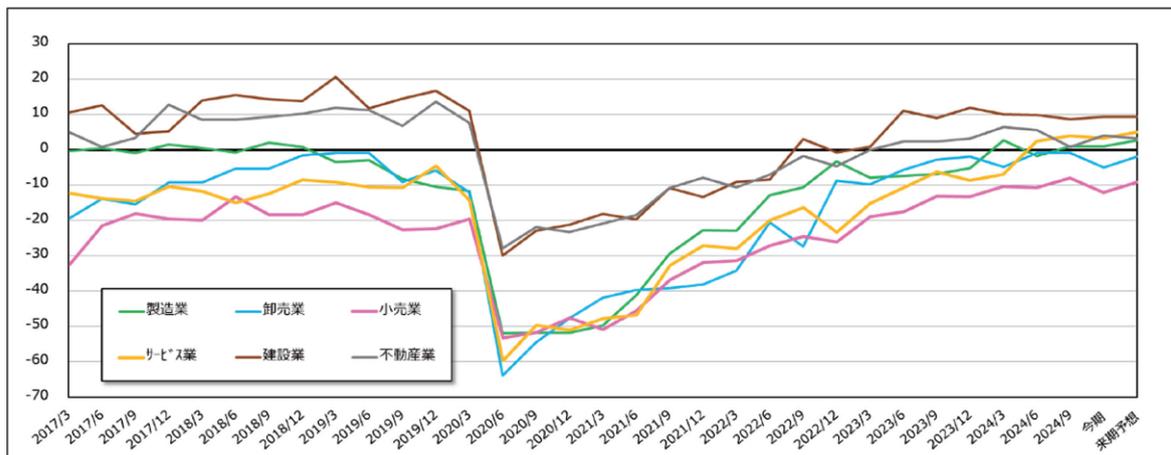
■ 業種/地域別天気図

製造業・小売業で後退しましたが、建設業で改善し、全体では前期同様、好調を示しています。

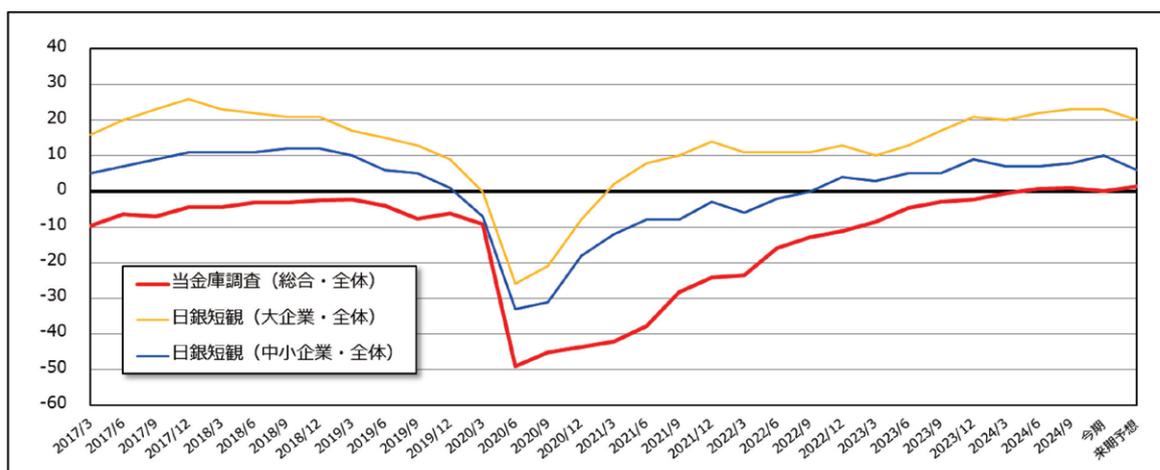
	前期 2024年 7~9月期	今期 2024年10~12月期			来期 2025年 1~3月期
		全体	都内	埼玉	
総合					
製造業					
卸売業					
小売業					
サービス業					
建設業					
不動産業					

この天気図は、景気指標を総合的に判断して作成したものです。

好調 ← → 不調



■ 日銀短観と当金庫調査の業況D I の推移



調査先		2024年9月調査	2024年12月調査	2025年3月予想
製造業	短観・大企業	13 →	14 ↗	13 ↘
	短観・中堅企業	8 →	11 ↗	8 ↘
	短観・中小企業	0 ↗	1 ↗	0 ↘
	当金庫調査先	1 ↗	1 →	3 ↗
非製造業	短観・大企業	34 ↗	33 ↘	28 ↘
	短観・中堅企業	23 ↗	22 ↘	15 ↘
	短観・中小企業	14 ↗	16 ↗	8 ↘
	当金庫調査先	1 →	△0 ↘	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10～12月期を対象に、11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。

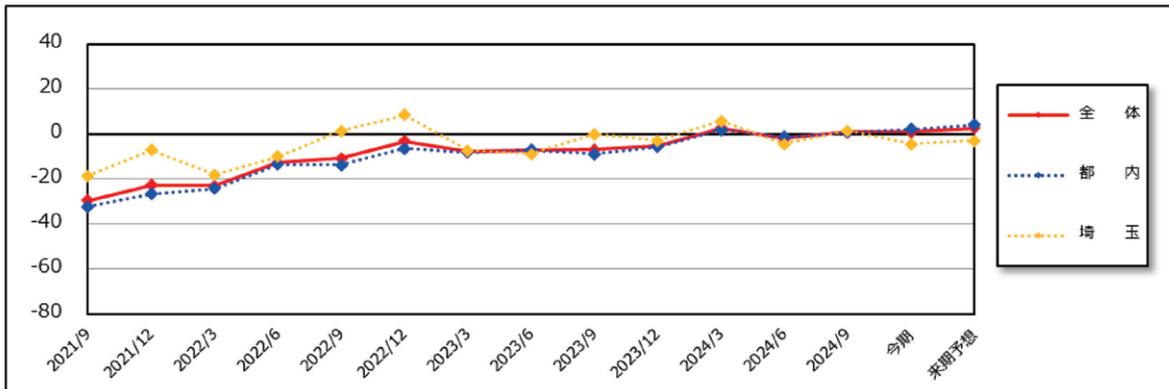
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
調査先数	1,030	329	101	211	125	140	124
回答数	1,023	329	100	208	122	140	124
回答率	99.3	100.0	99.0	98.5	97.6	100.0	100.0

製造業



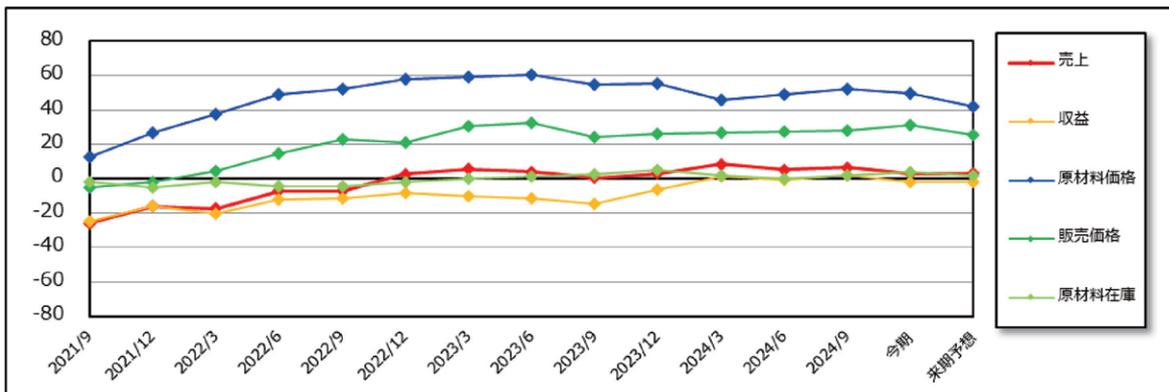
■ 業況DIの推移

今期は埼玉で悪化しましたが、全体では前期並となりました。来期は小幅に改善する見込みです。



■ 各種DIの推移

売上DI、収益DIともに減少しました。来期は原材料価格DIが低下する見込みです。



■ 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	原材料高	36.1% (前期1位)	販路を広げる	56.8% (前期2位)
2位	売上の停滞・減少	32.8% (同2位)	経費を節減する	49.8% (同1位)
3位	同業者間の競争の激化	20.9% (同3位)	人材を確保する	13.9% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

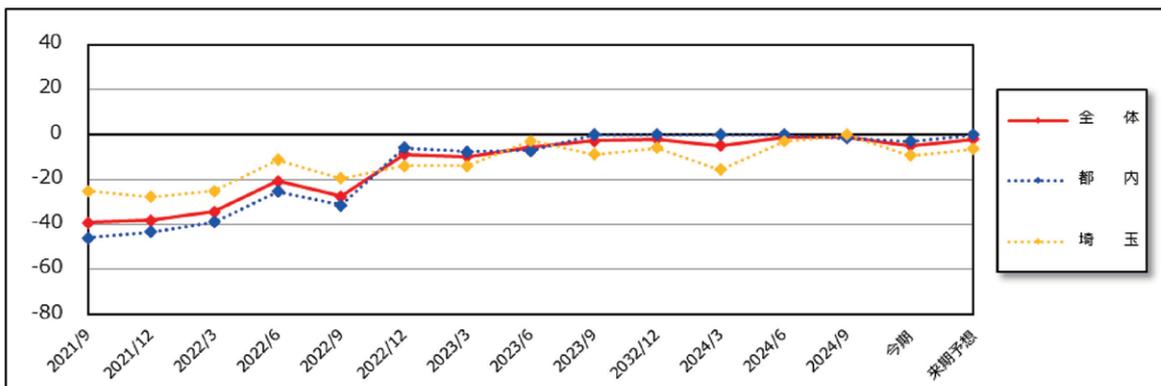
- * 助成金を利用して設備更新が完了。サービスのスピード化が実現したので、今後の売上に期待している。 《製本、北区》
- * 薄利なので給与が上げられず、上げて税金でほとんど持っていかれる。そのせいでモチベーションが低下し生産性も下がっており、負のスパイラルに陥っている。 《金型、荒川区》
- * 世間では一層の賃上げが求められているが、すでに人件費の増加が経営を圧迫している。 《時計バンド・刷毛・ブラシ、荒川区》
- * 紙媒体の縮小はあるが、紙でないとできないものに需要を見出している。 《印刷業、文京区》
- * 原材料価格の高騰の影響で利益が期待できない。 《自動車部品、越谷市》

卸売業



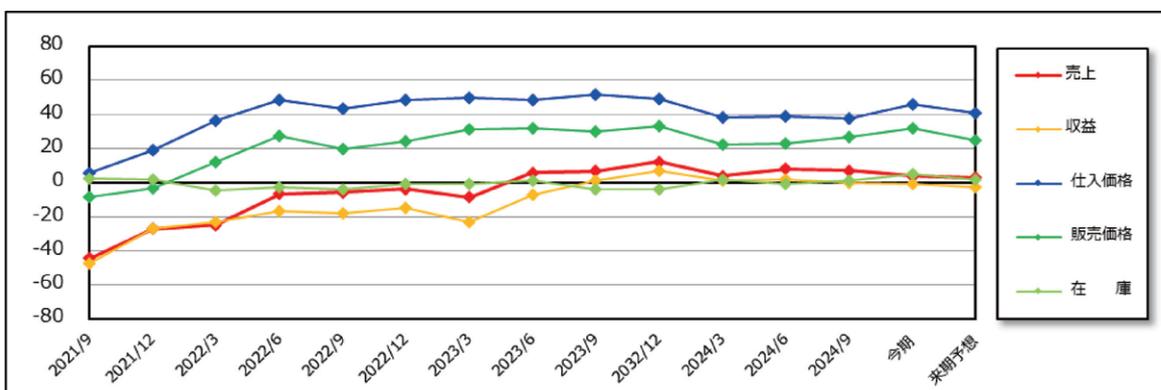
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに悪化し、全体でも悪化しました。来期はやや改善する見込みです。



■ 各種DIの推移

仕入価格DI・販売価格DIは依然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	売上の停滞・減少	30.0% (前期1位)	販路を広げる	60.0% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化	26.0% (同2位)	経費を節減する	39.0% (同2位)
3位	利幅の縮小	23.0% (同3位)	情報力を強化する	13.0% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

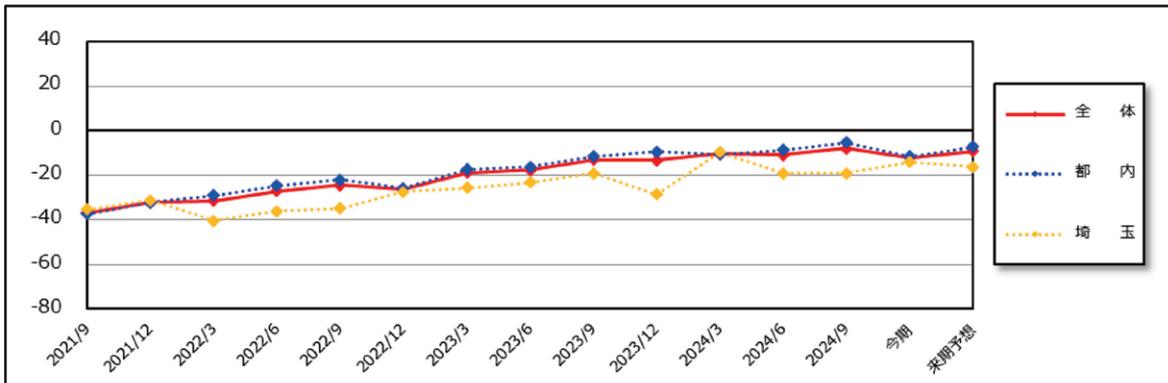
- * 仕入価格が上がっており、販売価格もどうしても上がってしまうが、適切な価格転嫁が難しい。 《包装用品、練馬区》
- * 仕入れ値が落ち着いてきて、利幅改善に向けて取り組んでいる。 《油脂製品、千代田区》
- * インバウンド需要が増加し、増収増益。外国人観光客が減らなければ一定の売上が確保できそう。 《カプセルトイ、戸田市》
- * 依然として、仕入れ先からの値上げ要請が強い。建築業界の動向をみると、来年は工事が少なくなりそうで不安を感じている。 《建材、戸田市》
- * 売上回復傾向だが、天候不順で野菜の高騰が続き利益が縮小している。 《野菜裁断、草加市》

小売業



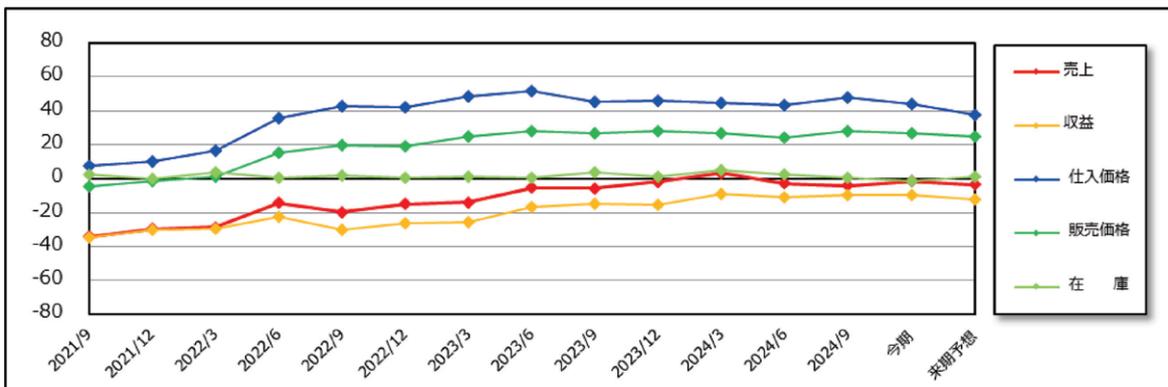
■ 業況DIの推移

今期は都内が軟調で、全体でも悪化しました。来期は都内中心に持ち直す見込みです。



■ 各種DIの推移

売上DIはプラス圏をうかがう水準で推移しています。来期は仕入価格DIが下降する見込みです。



■ 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	売上の停滞・減少 37.0% (前期1位)	経費を節減する 47.6% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化 22.6% (同2位)	宣伝・広告を強化する 29.3% (同2位)
3位	利幅の縮小 19.2% (同4位)	品揃えを改善する 26.9% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

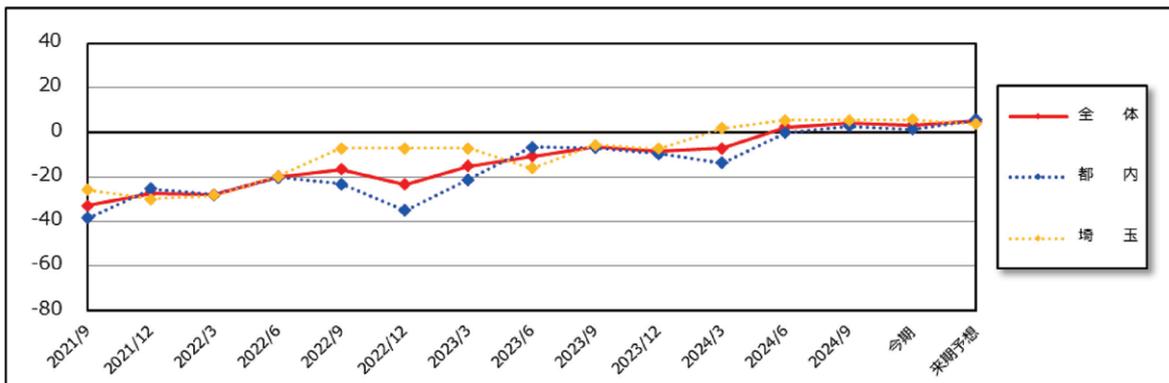
- * 来年から店舗は廃店予定で、出張買取、ネット販売に注力していく。 《娯楽品・玩具、北区》
- * CDはスマートフォンに置き換わり、需要がなくなっている。「街の電気屋さん」は厳しい環境に置かれていると思う。 《CD・家電製品、荒川区》
- * お酒を扱う当社にとってインバウンド消費は大きなプラスで、外国人観光客向けの商品の品ぞろえを充実させている。 《酒類、荒川区》
- * 地球温暖化で野菜・果物の生産が厳しく、値段も高騰している。 《青果・乾物、千代田区》
- * 大型スーパーとの違いを出して売上を確保していきたい。 《米穀類、川口市》
- * 来店客が減少している。店舗前での呼び込みもあまり効果がない。 《書籍、蕨市》

サービス業



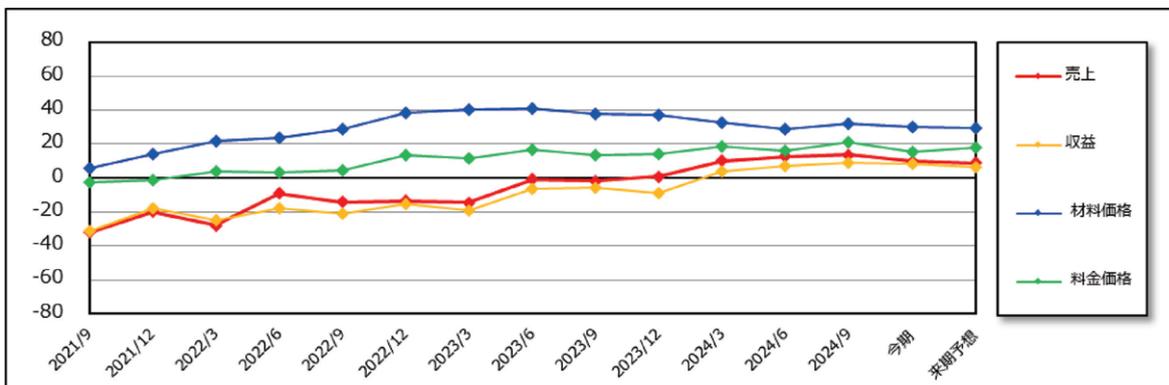
■ 業況DIの推移

前期並となりプラス圏で推移しています。来期も堅調に推移する見込みです。



■ 各種DIの推移

売上DIは減少し、収益DIは前期並で推移しています。



■ 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	売上の停滞・減少 33.6% (前期2位)	販路を広げる 40.1% (前期2位)
2位	同業者間の競争の激化 26.2% (同1位)	経費を節減する 38.5% (同1位)
3位	材料価格の上昇 16.3% (同4位)	宣伝・広告を強化する 22.1% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

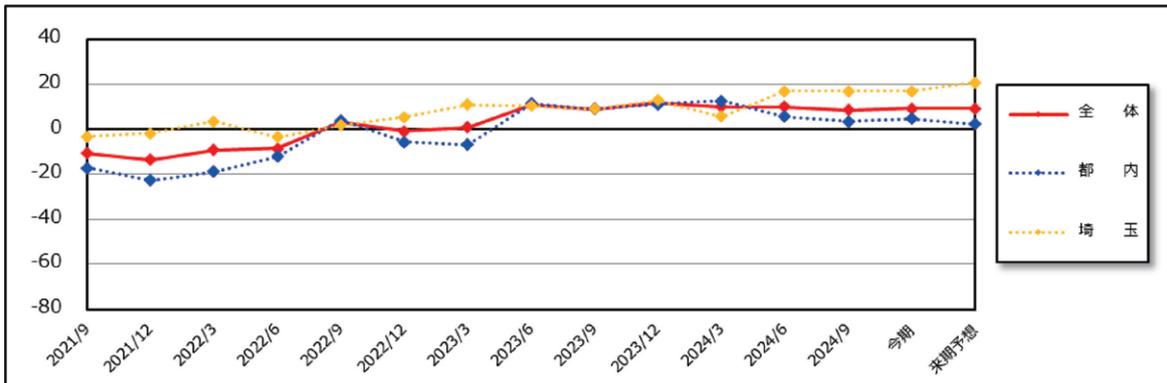
- * 訪問カットに力を入れている。 《美容院、北区》
- * 材料の高騰が心配だ。 《クリーニング、北区》
- * 油断できない状況だが、経営は少し上向いてきているので、やるしかない。 《整体、足立区》
- * 人材不足だが、従業員を採用するなどして受注に対応している。 《自動車整備業、練馬区》
- * 固定客がついているが高齢化が課題。着付け等の利幅が取れる仕事を増やしていきたい。 《理容業、戸田市》
- * 自動車整備需要は景気の良し悪しに左右されると感じているが、日本景気には大きな期待感が持てない。 《自動車部品・整備、草加市》

建設業



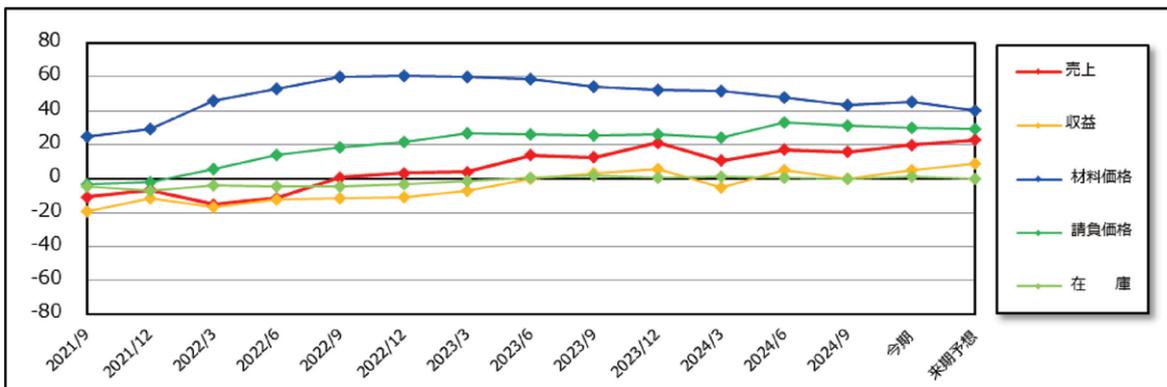
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに堅調で、横ばいで推移しています。来期も今期並となる見通しです。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIは増加しました。材料価格DIはピークを過ぎたものの、高い水準となっています。



■ 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	47.8% (前期1位)	経費を節減する	47.8% (前期1位)
2位	人手不足	27.1% (同2位)	販路を広げる	47.1% (同2位)
3位	売上の停滞・減少	25.0% (同3位)	人材を確保する	30.7% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

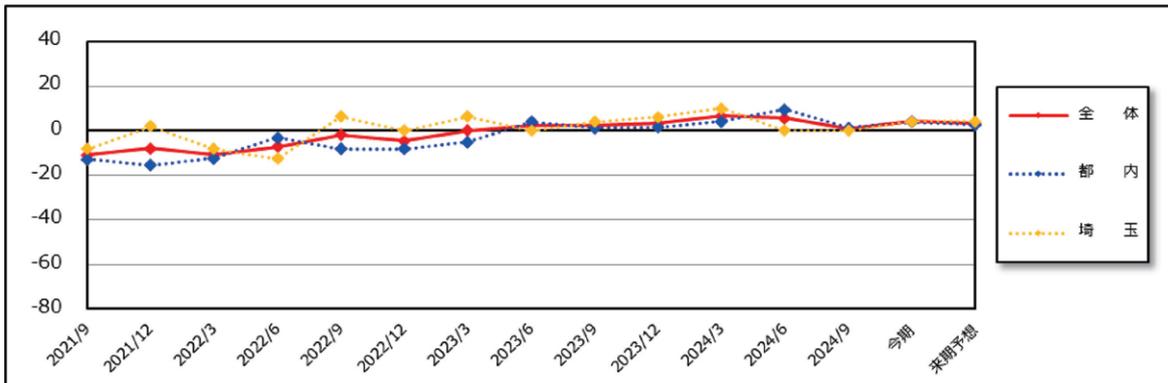
- * 材料費・人件費の上昇分を価格転嫁しきれず、利幅の確保が課題となっている。下請けの職人の確保も難しくなっている。 《建設業、荒川区》
- * 材料・人件費が増加しているが、工事の請負価格も上昇傾向だ。 《総合建設、足立区》
- * 前年以上の売上は確保できる見込みで、業況は悪くない。 《給排水工事、練馬区》
- * 価格の高騰で建築をためらうお客さまが増えた。業界全体的に動きが悪いと感じている。 《新築・増改築・リフォーム、蕨市》
- * 吉川美南の開発に伴い公共工事が増えて増収となったが、人手不足が課題となっている。 《土木工事、吉川市》

不動産業



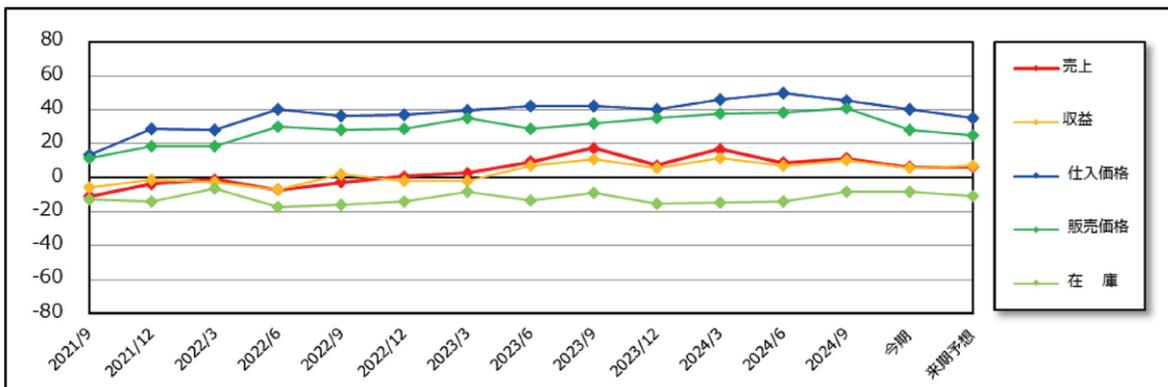
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに堅調で、全体でもやや上昇しています。来期も今期並となる見通しです。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIはやや減少しています。仕入価格DI・販売価格DIは高い水準ながら下降しています。



■ 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	商品物件の高騰	37.1% (前期1位)	販路を広げる	39.5% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化	35.4% (同2位)	情報力を強化する	34.6% (同2位)
3位	商品物件の不足	26.6% (同3位)	経費を節減する	29.8% (同3位)

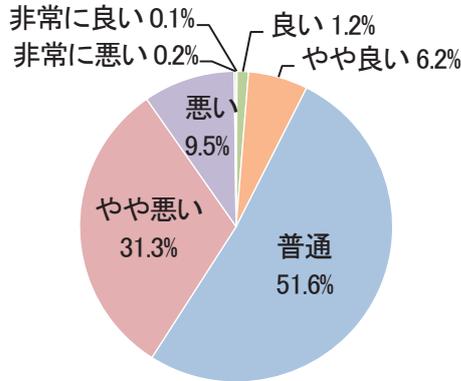
■ お客さまの声、調査員のコメント

- * 荒川区内、特に日暮里周辺の物件は人気が高く、毎年のように価格が上がっている。 《賃貸管理、荒川区》
- * 仕入価格の上昇、人件費の増加、人材の確保や教育など課題は多い。 《建売、板橋区》
- * 今期は好調だったが、不動産市場全体の需要は縮小傾向にあると見ており、来期以降は見通せない状況だ。 《不動産販売、板橋区》
- * 地元川口市の不動産価格が高く、資金力のある大手とは競争にならない。 《不動産業、川口市》
- * 最近外国人の入居者が増えており、新たなニーズととらえている。 《不動産仲介、蕨市》
- * 吉川市は市街化調整区域が多く、市街化区域の物件情報が足りない。 《不動産賃貸管理、吉川市》

特別調査

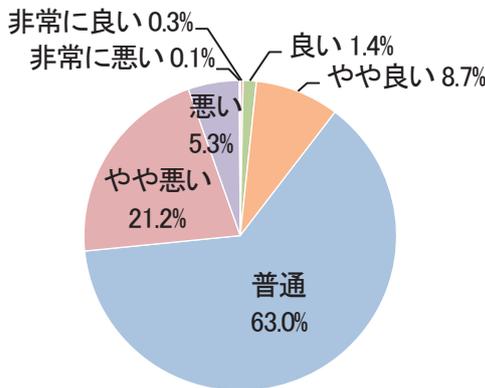
2025年（令和7年）の経営見通し

■ 貴社では、2025年の日本の景気をどのように見通していますか？



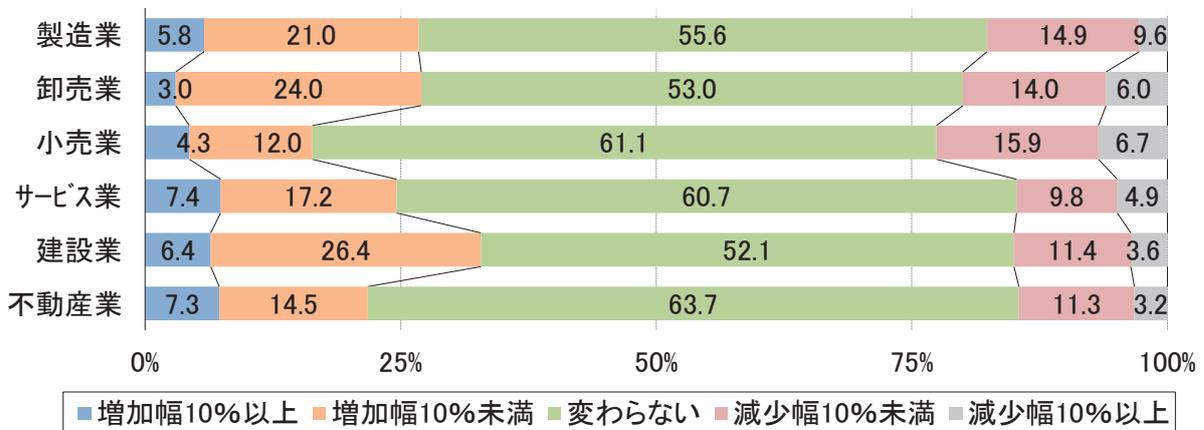
2025年の日本の景気について、前年同時期の調査結果と比較して、「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」とする割合の合計が5.6ポイント減少し、全体の41.0%となりました。また「普通」とする割合が7.4ポイント増加し、全体の51.6%と半数を上回りました。1年前と比較すると、景気に対する見通しはやや改善しているようです。

■ 貴社では、2025年の自社の業況（景気）をどのように見通していますか？



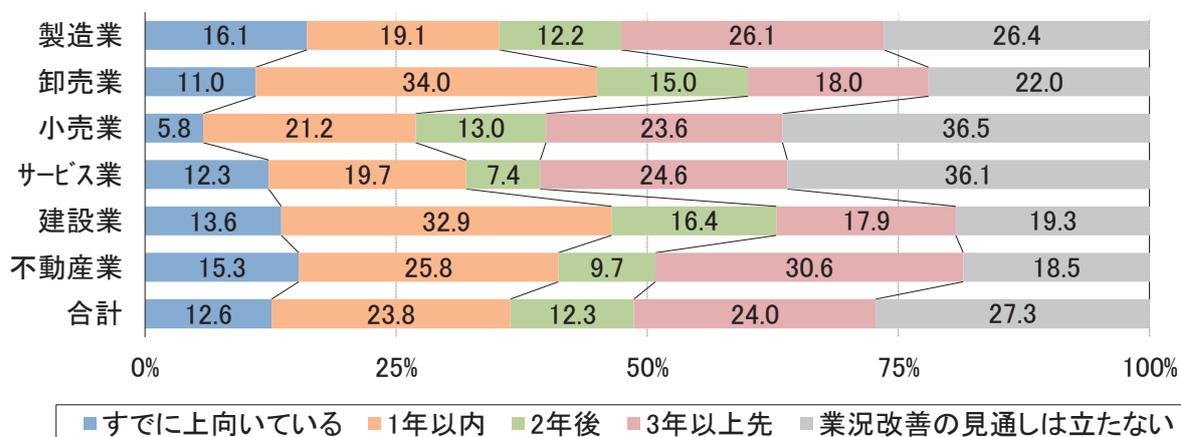
2025年の自社の業況見通しについては、「普通」とする回答が全体の63.0%を占めました。「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」とする割合は3.6ポイント減少しています。業種別に見ると、「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」と答えた割合は、サービス業では前年同期に37.8%だったのに対し、今期は23.0%と低下しており、全業種の平均も下回っています。また建設業では「やや良い」「良い」「非常に良い」と答えた割合は13.6%となっており、他業種よりも高い結果となりました。

■ 2025年において貴社の売上額の伸び率は、2024年に比べておおよそどのくらいになると見通していますか？



売上額の伸び率について、6業種すべてで「変わらない」との回答が最も多くなりました。建設業では増加する（「増加幅10%以上」「増加幅10%未満」と）の回答が合わせて32.8%と、比較的多く挙げられており、来年に期待が持たれています。

■ 貴社では、自社の業況が上向く転換点をいつ頃になると見通していますか？

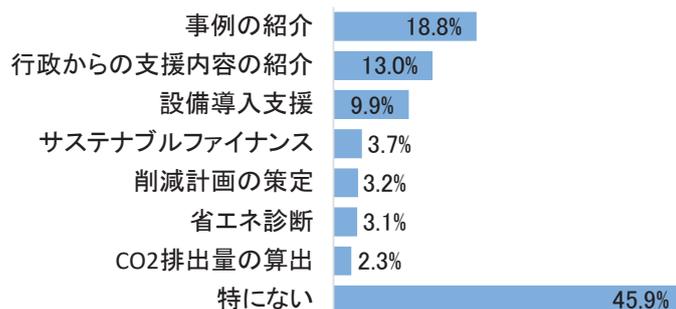


業況が上向く転換点について、回答割合が多い順に「見通しは立たない」(27.3%)、「3年以上先」(24.0%)、「1年以内」(23.8%)となりました。

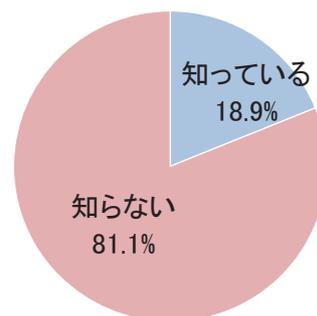
業種別にみると、製造業・不動産業では業況は「すでに上向いている」と回答した割合が他業種よりもやや高くなりました。一方で、小売業・サービス業では「業況改善の見通しは立たない」と回答した割合が他業種よりも高くなりました。

■ 脱炭素化に向けて、信用金庫業界に対して期待する取り組みはありますか？また、信用金庫業界が地域のために積極的に取り組みを行っていることを知っていますか？

信用金庫業界に期待する取り組み



信用金庫業界の取り組み状況



脱炭素化に向けて信用金庫業界に期待する取り組みとして、「事例の紹介 (18.8%)」「行政からの支援内容の紹介 (13.0%)」などの情報提供が多く挙げられました。

信用金庫業界の取り組み状況については、「知らない」との回答が約8割となりました。

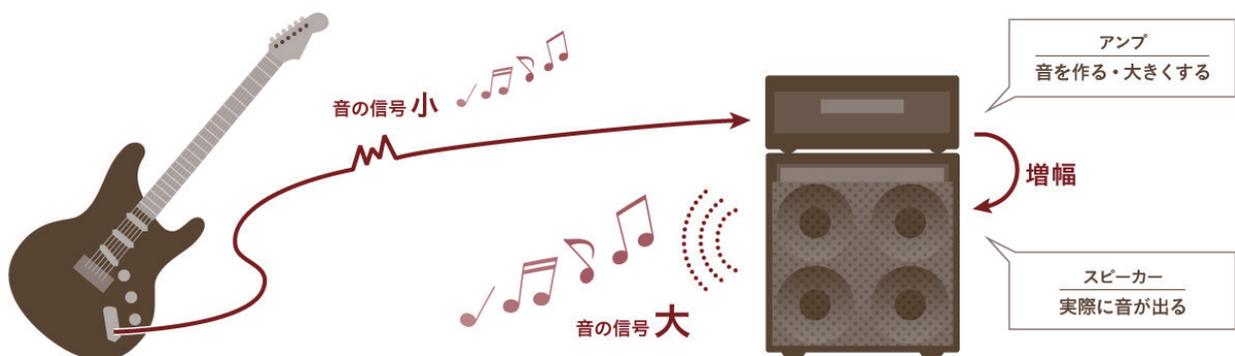
城北信用金庫では、補助金申請の支援や、脱炭素化に資する設備投資等に利用できる融資、SDGs診断ツールのご提供などを通じて、事業者のみならず脱炭素化に向けた取り組みを支援しています。今後ともお客さまのお役にたつソリューションを提供するとともに、事例の紹介などによって、当金庫の取り組みを知っていただけるよう努めてまいります。



「僕はよく『音を出して気持ちよくなるとダメだよ』と言ってるの。それが原点の考え方ですね」
 そう語るのは、株式会社アルビットコーポレーション代表取締役の中沢喜代志さん（76歳）。
 埼玉県草加市を拠点に、44年にわたってオリジナルの楽器用アンプ、プリアンプなどの製造・販売を行ってきた。
 アルビットを利用するのは、趣味で音楽を楽しんでいる方からプロのミュージシャンまで幅広い。
 「仲間同士でウチを評価してくれているんです。『アルビットに行ったら良かった』と言ってもらえます」

音が心地よく聴こえる真空管アンプ

アンプとは、ギターやベースの音を増幅して大きな音で鳴らす機械のこと。アンプに付随する、高音を上げたり低音を足したりして音を作る部分のことを、プリアンプと呼ぶ。テレビの音楽番組で演奏しているギタリストの背後に四角い箱が置いてあるのを見たことがある人も多いだろう。



アルビットのアンプの特徴は、真空管を使用しているところだ。
 ともにアンプの製作を行う次男の中沢尚史さん（44歳）は「真空管アンプの音は心地いいんです」と説明する。
 「真空管アンプの音は倍音が心地良く、音に色艶が出ます。人っていい音を知ると、戻れなくなるんです」
 尚史さんの言葉を聞いて、喜代志さんが頷く。取り寄せた新品の真空管に、通電することで動作を安定させる『エージング』を自社で24時間施し、自作の試験機を使用し質を測定している。徹底した品質管理の元でアルビットのアンプは生まれるのだ。



プロも絶賛するアルビットのアンプ

アルビットの代表的な製品を紹介しよう。

スピーカーと一体型のコンポアンプ『A-1 Dream』（写真左）は、リバーブという残響が出る回路が実装されているため、ギターを弾くと気持ちいい響きに包まれる。

ギターやベースなど幅広い楽器に対応した『A-1 Artist』（写真右）は、音が太く、まっすぐに飛んでくるのが特長である。



喜代志さんが“自信作”と言う『A-1 Inspire』は、2024年7月に発売されたばかりのプリアンプ。名前の由来を尋ねると、こんなエピソードを教えてくれた。

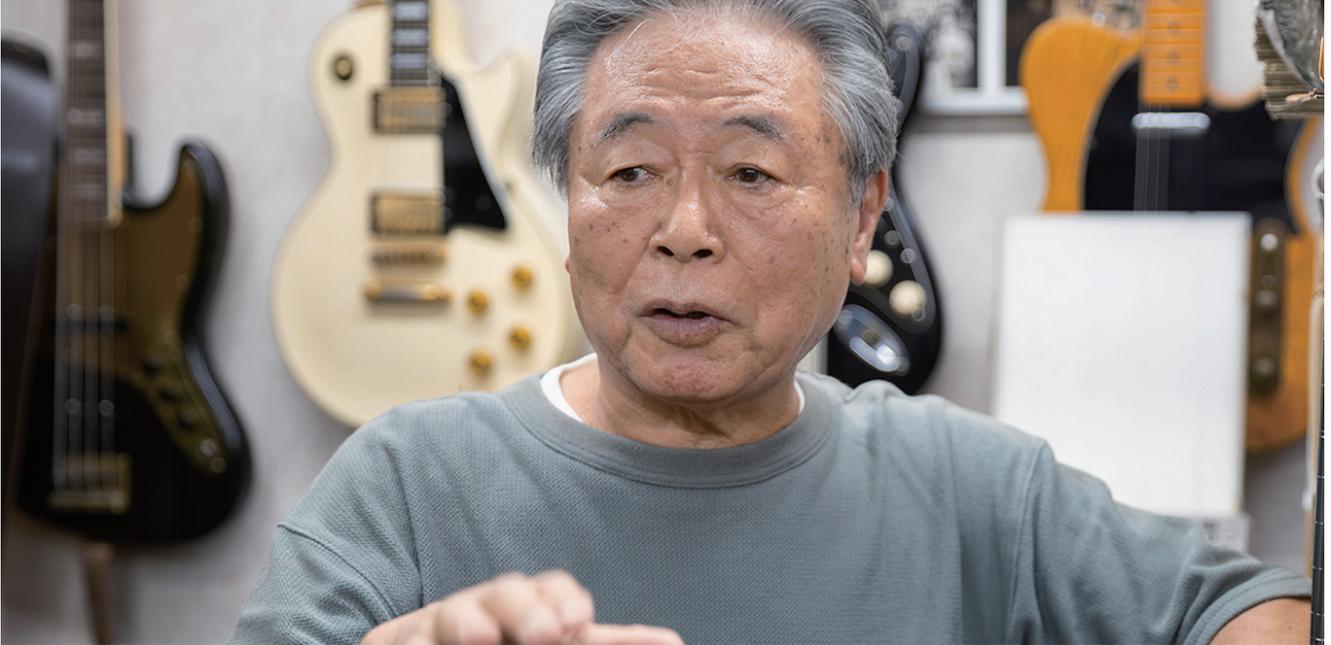
「大御所のミュージシャンがウチに来たとき、試作品を見て『俺、買うよ』と言ったんです。その後に招待されたライブでは、とてもいい音を出していました。それで“Inspire（奮い立たせる）”という名前にしたんです」

ミュージシャンはいい音で元気になるんですよ、と笑顔を見せる喜代志さん。お客さまのためを思うからこそできた製品が、アルビットには沢山あるのだ。

アンプを修理しながらベースアンプを開発

就職先の楽器メーカーでギターアンプなどの開発を行っていた喜代志さん。1980年に独立して独自のアンプの開発を始めたのは、ライブハウスで聴いたアンプの音がきっかけだった。

「ライブハウスに行って一番後ろで聴いていると、ドラムの音がベースの音がわからない。だから、後ろまでボーンと力強い音が届くアンプを作ろうと思ったんです」



同時に、海外の大手楽器メーカーのアンプを販売する山野楽器から修理を請け負うことに。

トップクラスのアンプを修理し続けてアンプ修理が軌道に乗った頃、とある日本を代表する有名ミュージシャンがベースアンプを探していると聞き、半年間休みなくアンプの試作を続けた。

苦勞の未完成したベースアンプ『B-200』は、ミュージシャンの間で評判に。600台以上の注文が舞い込んだ。



これを機に、有名ミュージシャンもひっきりなしにアルビットを訪れるようになった。

「ハービー・ハンコック（世界的なジャズ・ピアニスト）のバンド、ザ・ヘッドハンターズにいたベーシストのポール・ジャクソンもよく来てくれました。江川ほーじん（元爆風スランプのベーシスト）から『こういうプリアンプを作ってくれ』というFAXが来てプリアンプを作ったこともあります。頼りにされるのはやっぱり嬉しいですね」

職人というより『アーティスト』

アルビットでは、新しい製品を作るときに雑談程度の打ち合わせをする。そこで出たひらめきを大切に製作しているのだ。

製品開発について喜代志さんは次のように言う。

「やり方は『アーティスト』に近いんじゃないかな。ミュージシャンは演奏して音を形にするけど、僕たちはアンプなどの製品として音を形にしています。ひらめきや直感を大切にしているんです」

職人ではなくアーティストに近い。長年アンプに向き合ってきたからこそ出る言葉に納得だ。

すべては“いい音”とお客さまのために

「真空管のアンプの中には『ブティックアンプ』といって、すべて手作りで 100 万円近くするものもざらにある。ウチはそれと同じような作り方をしているけど、お客さんのことを考えた価格付けをして、40 万円前後から販売しています。正直にやっているから、お客さんがついてきてくれるんです」

売れてもほとんど利益が出ない製品もあるというアルビットがそれでも作り続けるのは、喜代志さんの“いい音を残したい”という強い信念による。

尚史さんも続ける。

「デジタルの時代になって真空管の音を知らない人たちが増えてきているので、いい音を残したい、真空管の音を知らない世代にも知ってほしいです」

すべては、いい音のため。いい音を多くの人に体験してもらうため。この姿勢を貫いているから、アルビットは熱く支持されている。

「みんな喜んでくれるからね。あの顔を見たら、やめられないよな」

嬉しそうに話す喜代志さんと尚史さん。

アルビットは今後も世界にいい音を送り続け、未来へと継承していくことだろう。



※記載内容は、2024 年 9 月時点の情報です。

株式会社アルビットコーポレーション

埼玉県草加市西町 1382-3

048-928-1637

定休日：日曜・祝日・第 2 / 第 4 / 第 5 土曜・他年末年始など

『地域景況調査』第85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に存じます。

城北しんきん地域景況調査 No.85

発行 2025年2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/>

