

# Johoku Business Report

2024年4～6月 城北しんきん地域景況調査

No.83

## CONTENTS

p.1 ..... 概況

p.3 ..... 業種別

p.9 ..... 特別調査  
[中小企業における災害等への対応について]

p.11 ...NACORD  
[株式会社プランナー様]



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は前期から2ポイント改善して1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 ↗	1 ↗	2 ↗
売上額DI	9 ↗	8 ↘	7 ↘
収益DI	1 ↗	2 ↗	2 →
仕入・原材料価格DI	43 ↘	43 →	37 ↘
販売・請負価格DI	26 ↘	27 ↗	23 ↘
在庫DI	△1 ↗	△2 ↘	△2 →
設備投資を実施した企業の割合	6.7% ↘	7.4% ↗	8.9% ↗

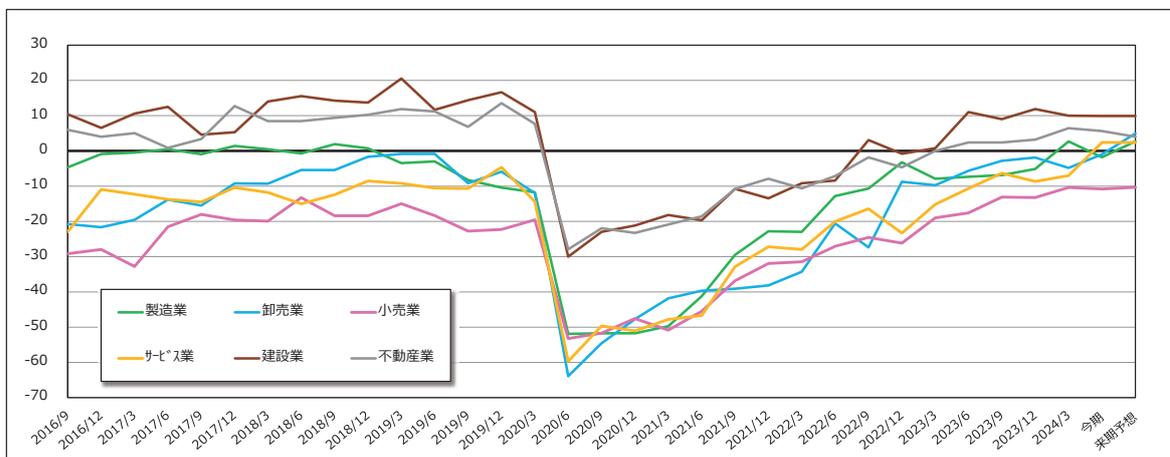
## ■ 業種／地域別天気図

今期は全体で改善しました。来期は製造業、卸売業で改善し、全体でも好調となる見通しです。

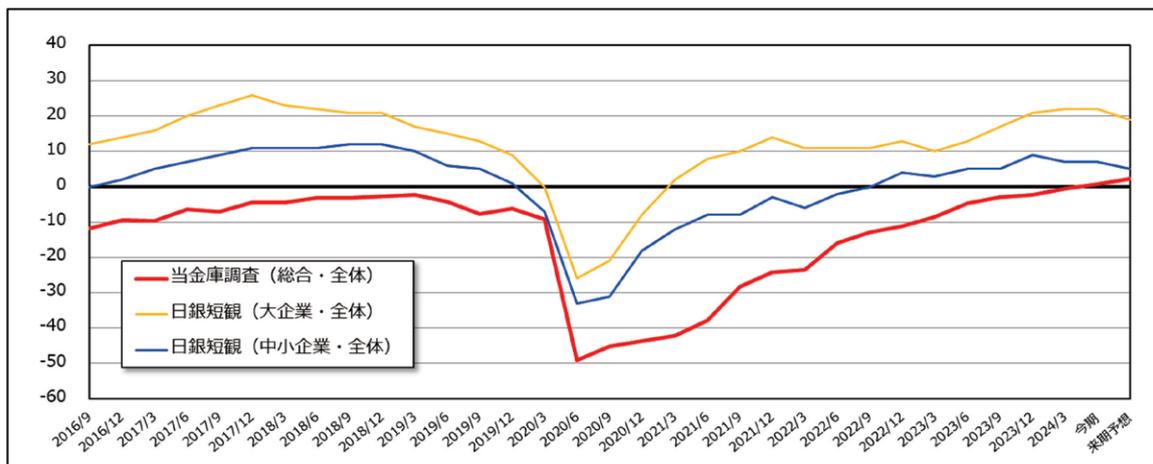
	前期 2024年 1~3月期	今期 2024年4~6月期			来期 2024年 7~9月期
		全体	都内	埼玉	
総合					
製造業					
卸売業					
小売業					
サービス業					
建設業					
不動産業					

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DIの推移



調査先		2024年3月調査	2024年6月調査	2024年9月予想
製造業	短観・大企業	11 ↓	<b>13</b> ↑	14 ↑
	短観・中堅企業	6 →	<b>8</b> ↑	7 ↓
	短観・中小企業	△1 ↓	△1 →	0 ↑
	<b>当金庫調査先</b>	3 ↑	△2 ↓	3 ↑
非製造業	短観・大企業	34 ↑	<b>33</b> ↓	27 ↓
	短観・中堅企業	20 ↑	<b>22</b> ↑	16 ↓
	短観・中小企業	13 ↓	<b>12</b> ↓	8 ↓
	<b>当金庫調査先</b>	△1 ↑	<b>1</b> ↑	2 ↑

### 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4～6月期を対象に、5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。

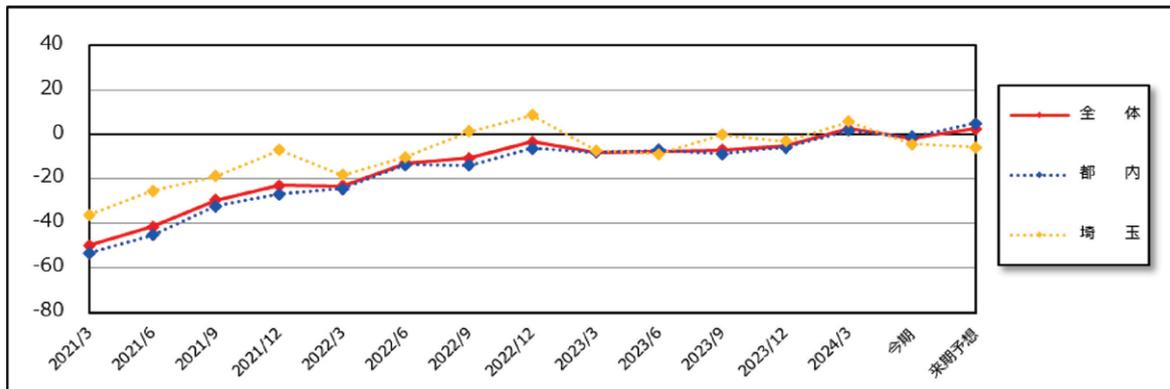
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
調査先数	<b>1,045</b>	332	105	213	128	142	125
回答数	<b>1,037</b>	332	101	213	126	141	124
回答率	<b>99.2</b>	100.0	96.1	100.0	98.4	99.2	99.2

# 製造業



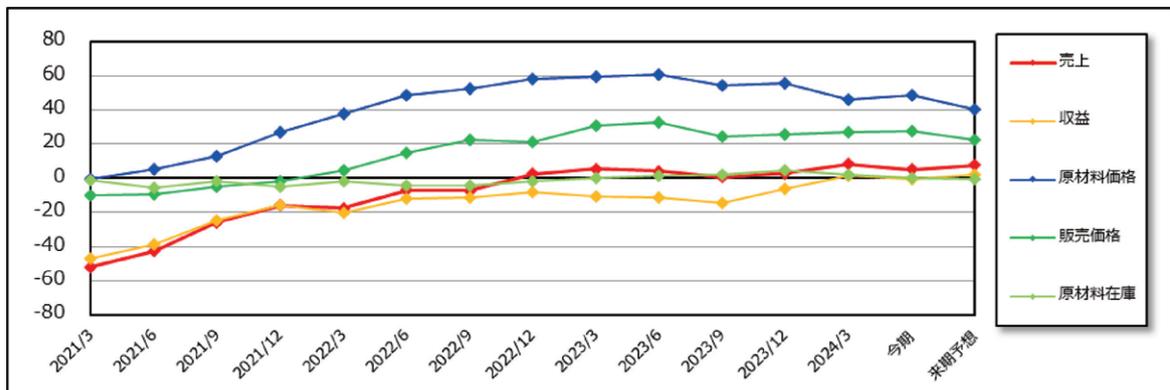
## ■ 業況DIの推移

前期まで改善傾向が続きましたが、今期は都内、埼玉ともに悪化しました。



## ■ 各種DIの推移

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	35.2% (前期2位)	販路を広げる	54.5% (前期2位)
2位	原材料高	34.0% (同1位)	経費を節減する	50.9% (同1位)
3位	同業者間の競争の激化	21.6% (同3位)	情報力を強化する	14.7% (同4位)

## ■ お客さまの声、調査員のコメント

\* 材料仕入先からの値上げの連絡がかなり多い。

《電気機械器具、北区》

\* 自社の収益向上は難しく、業界全体の売上も落ちていると感じる。

《広告宣伝用紙器・合紙加工、荒川区》

\* 建築工事増加に伴い、受注が増え、売上が大幅に増加した。

《金属部品製造、足立区》

\* コスト削減するも、海外製品と価格では競えないので、製品のクオリティや技術力で対抗している。

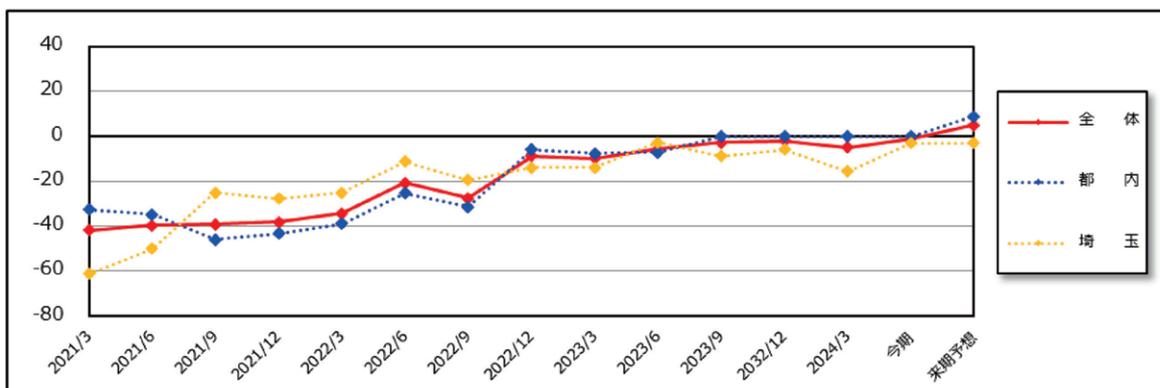
《精密機械部品、さいたま市》

# 卸売業



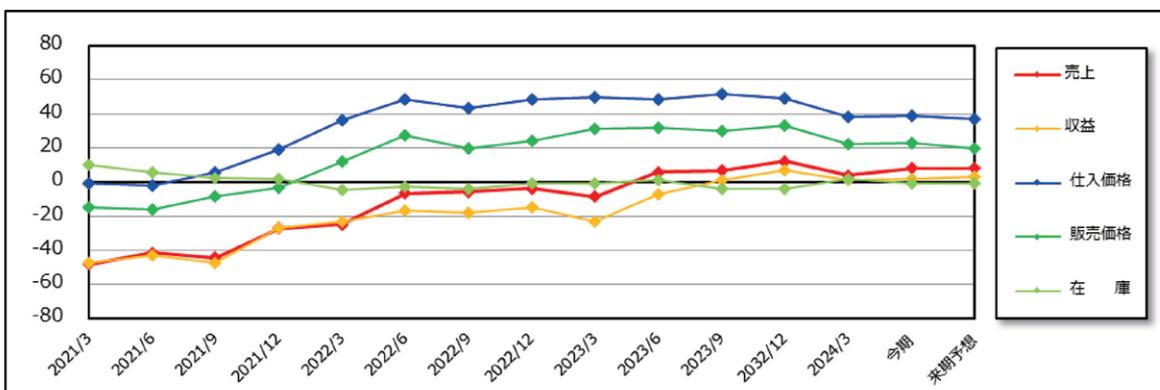
## ■ 業況DIの推移

都内では横ばいで推移し、埼玉では大きく回復しました。



## ■ 各種DIの推移

売上DIは上昇しましたが、収益DIは前期並となりました。



## ■ 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	売上の停滞・減少	36.6% (前期1位)	販路を広げる	51.4% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化	22.7% (同2位)	経費を節減する	45.5% (同2位)
3位	人手不足	17.8% (同4位)	情報力を強化する	11.8% (同3位)

## ■ お客様の声、調査員のコメント

\* 賃金の上昇が厳しいが、経費削減と仕入れ値の価格転嫁でなんとか対応していきたい。

《学生服、北区》

\* アウトドアブームが下火となり、昨年仕入れた在庫をさばく必要がある。

《アウトドア・スポーツ用品、荒川区》

\* 不動産価格高騰の影響で、建築材料の売れ行きが後退している。

《建築材料、荒川区》

\* 仕入価格の上昇や商品の納入遅れなど課題もあるが、訪日客の増加で収益増加を見込んでいる。

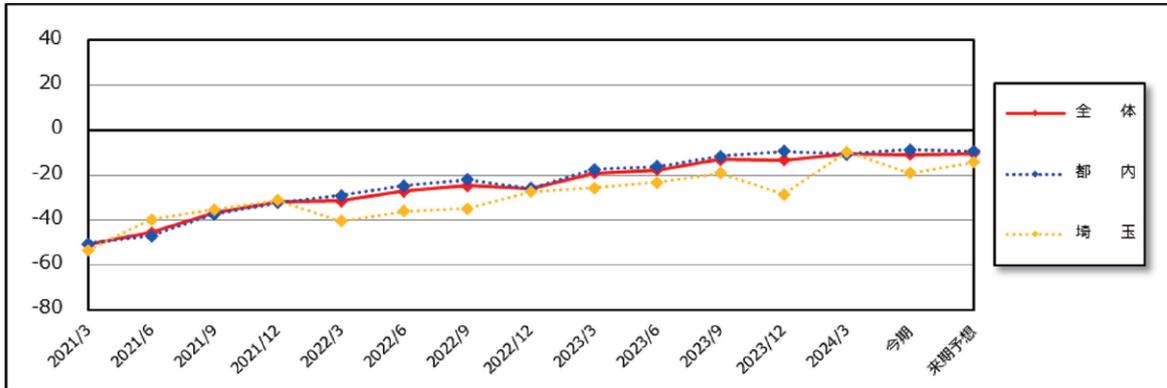
《雑貨・キャラクターグッズ、戸田市》

# 小売業



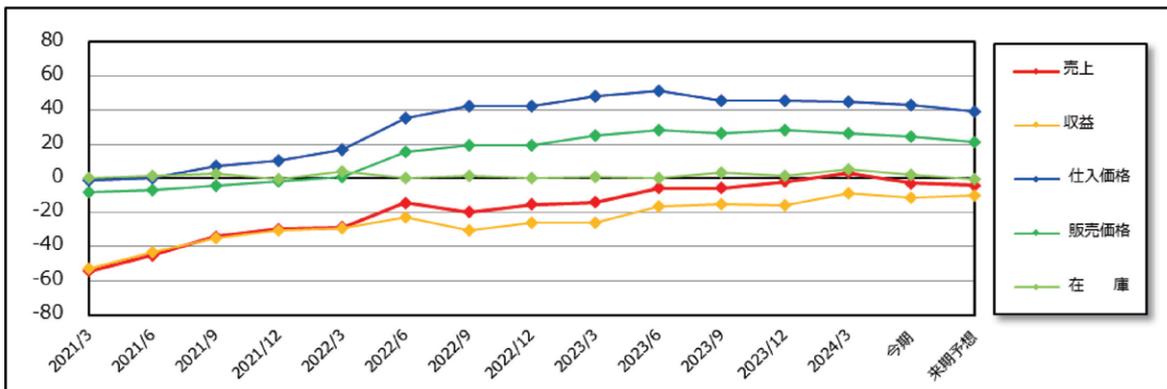
## ■ 業況DIの推移

全体では前期並となりました。来期も横ばいで推移する見通しです。



## ■ 各種DIの推移

売上DIは埼玉で大きく下落し、全体でもやや下降しました。



## ■ 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 38.9% (前期1位)	経費を節減する 46.4% (前期1位)
2位	仕入先からの値上げ要請 20.6% (同2位)	品揃えを改善する 28.1% (同2位)
3位	同業者間の競争の激化 20.1% (同3位)	宣伝・広告を強化する 23.9% (同3位)

## ■ お客様の声、調査員のコメント

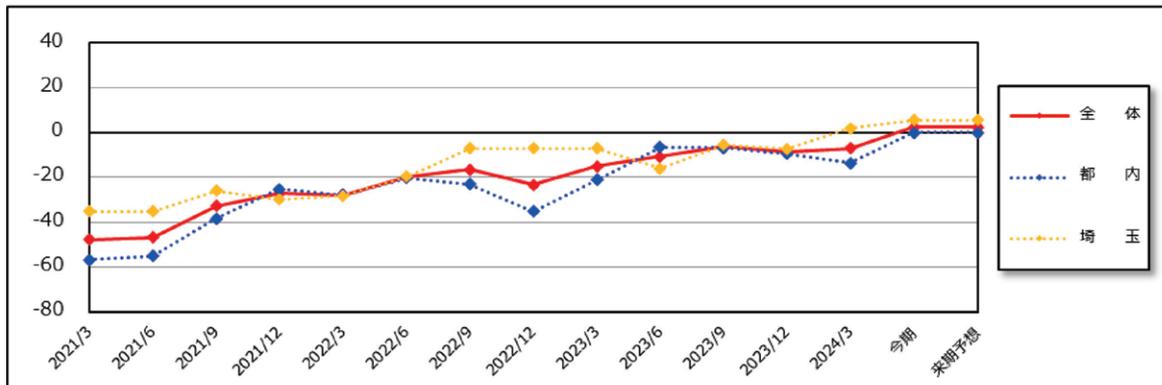
- \* インターネットを利用した個人間売買が増えているためか、売上に影響が出ている。  
《娯楽品・玩具、北区》
- \* 地域密着で営業してきたが、お客様の減少が課題となっている。  
《酒類・食品類、北区》
- \* コロナ禍の後、商店街のにぎわいは戻ってきたものの、いまだ経営には苦しさが残る。  
《金属部品製造、足立区》
- \* イベント関連の受注が増えているので、夏から秋にかけては売上が増加しそうだ。  
《オーダーメイド衣類、足立区》

# サービス業



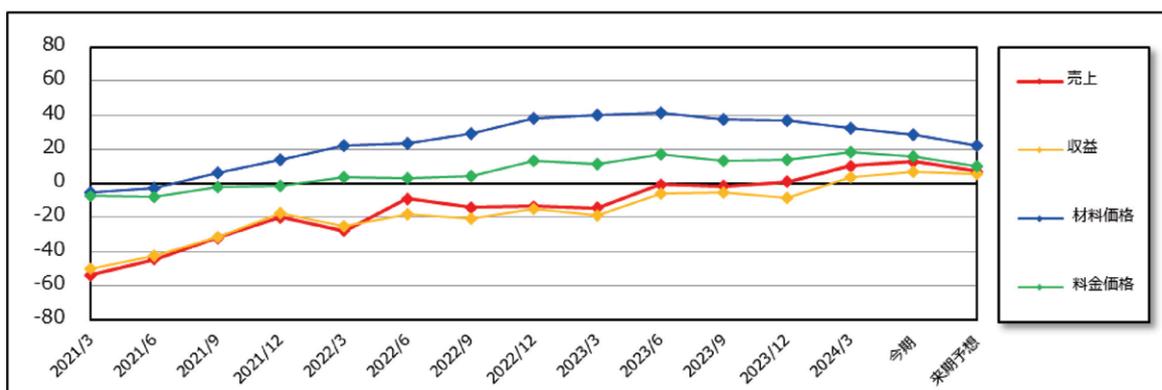
## ■ 業況DIの推移

都内で大きく回復したことなどから、全体でも改善しプラス圏となりました。



## ■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIは上昇、材料価格DI・料金価格DIは下降しました。



## ■ 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 36.5% (前期1位)	経費を節減する 44.4% (前期1位)
2位	売上の停滞・減少 34.1% (同2位)	販路を広げる 41.2% (同2位)
3位	人手不足 15.0% (同3位)	宣伝・広告を強化する 30.1% (同3位)

## ■ お客様の声、調査員のコメント

\* 円安の影響か、外国人客が増加している。

《ビジネスホテル、台東区》

\* 仕入価格は上がっているが、お客さま商売は価格転嫁が難しい。

《理容業、練馬区》

\* 固定客が高齢化しているので、売上向上のため新規顧客獲得の取り組みをしたい。

《美容業、さいたま市》

\* 2024年問題が取引先にも認知され、運賃の値上げに柔軟に対応してもらえるようになってきた。

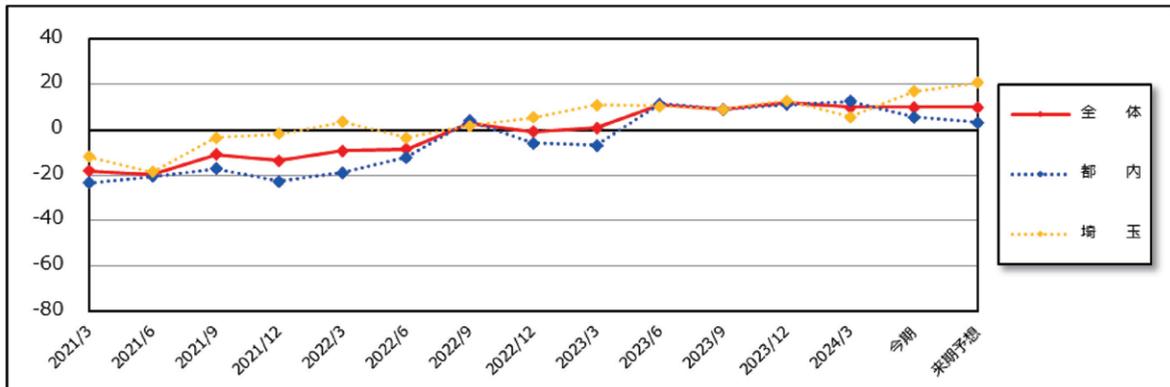
《運送業、蕨市》

# 建設業



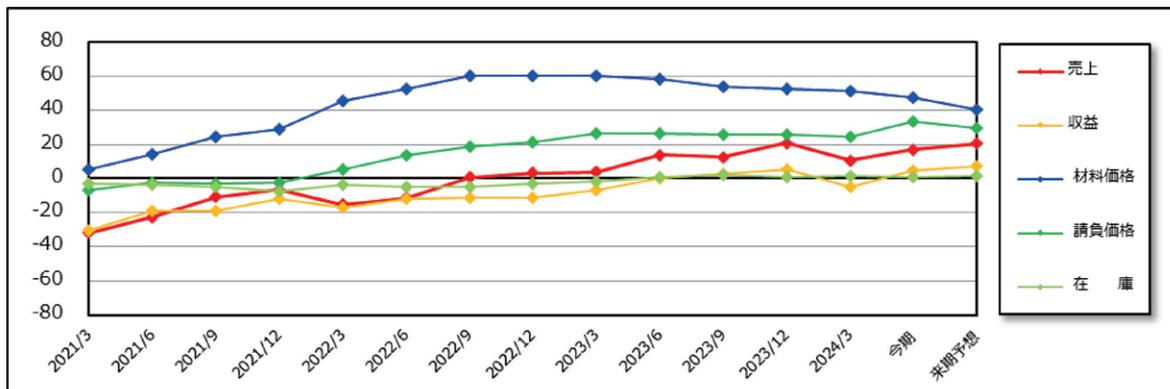
## ■ 業況DIの推移

都内では悪化、埼玉では大きく改善し、全体では前期並となりました。



## ■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIともに上昇しました。材料価格DIは依然として高い水準ながら、やや下降しました。



## ■ 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	材料価格の上昇	45.3% (前期1位)	販路を広げる	45.3% (前期1位)
2位	人手不足	36.8% (同2位)	経費を節減する	39.7% (同2位)
3位	売上の停滞・減少	26.2% (同3位)	人材を確保する	34.0% (同3位)

## ■ お客様の声、調査員のコメント

\* コロナの感染状況が落ち着いてから、若干受注が増えたと感じる。

《内装工事、足立区》

\* 元請けへの賃上げ交渉が進んだことで、売上・利益ともに増加した。

《左官業、足立区》

\* 大手建設会社からの受注が多く売上は安定しているが、職人不足が課題となっている。

《建築工事、川口市》

\* 大口の注文が入っても、人手不足のため請け負える工事に限界がある。

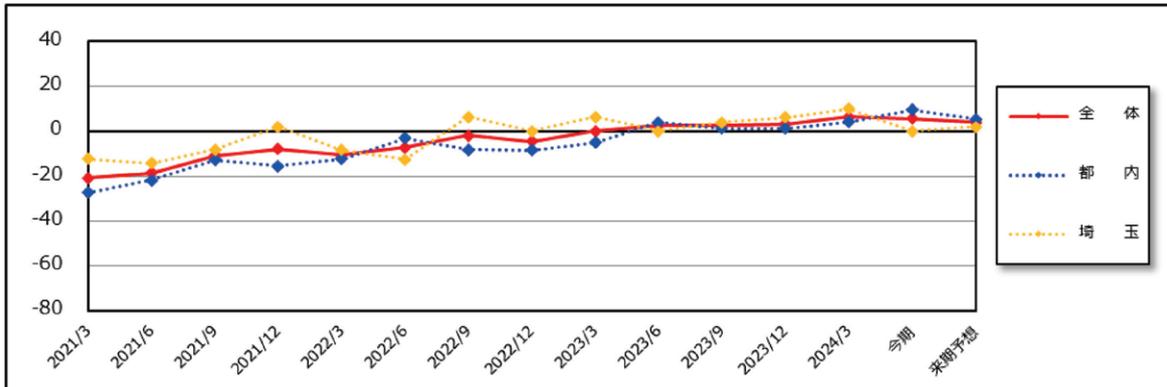
《一般住宅、吉川市》

# 不動産業



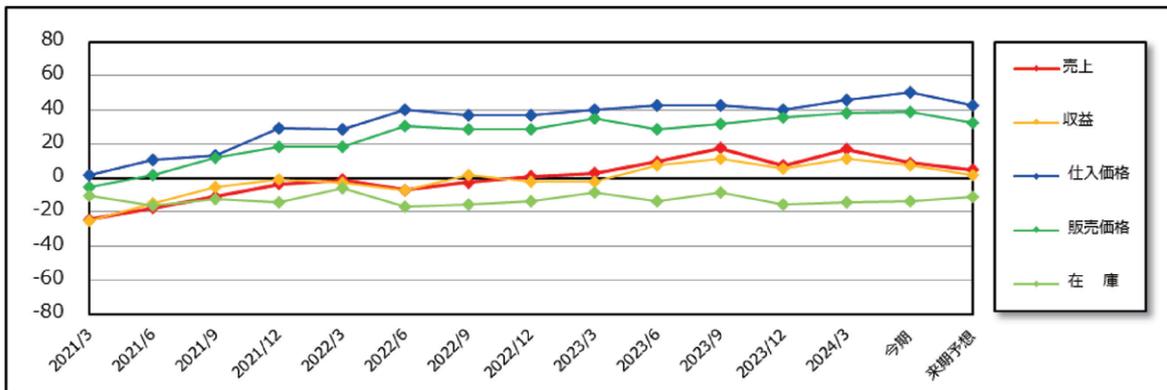
## ■ 業況DIの推移

都内では改善、埼玉では悪化し、全体では横ばいとなりました。



## ■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIは下降しました。仕入価格DI・販売価格DIは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	商品物件の高騰 37.9% (前期1位)	販路を広げる 38.7% (前期2位)
2位	同業者間の競争の激化 31.4% (同3位)	情報力を強化する 36.2% (同1位)
3位	商品物件の不足 25.0% (同2位)	経費を節減する 28.2% (同3位)

## ■ お客様の声、調査員のコメント

\* 不動産価格の上昇で、以前から保有していた物件を取得価格より大幅に高い値段で売却できた。

《不動産売買、千代田区》

\* 円安の影響もあってか、外国人の入居者が減少し空室ができています。

《不動産仲介管理、川口市》

\* 不動産価格の高騰で、県内業者が地元で仕入れができず、都内業者が買い付けしている。

《土地売買、川口市》

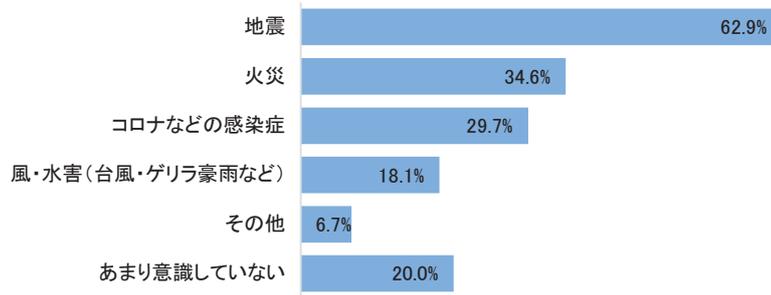
\* 建築材料の価格が高いため、物件価格も高くなっている。仕入れも難しいが、販売にも苦労している。

《建売分譲、越谷市》

# 特別調査

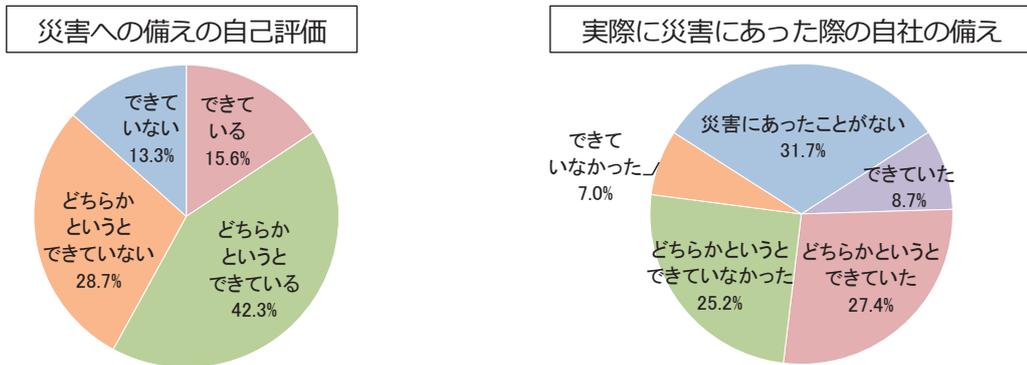
## 中小企業における災害等への対応について

### ■ 貴社では、普段どのような災害を意識していますか？（3つまで）



普段意識している災害について、過半数が「地震」（62.9%）と回答しました。そのほか「火災」（34.6%）、「コロナなどの感染症」（29.7%）との回答が多く挙げられました。

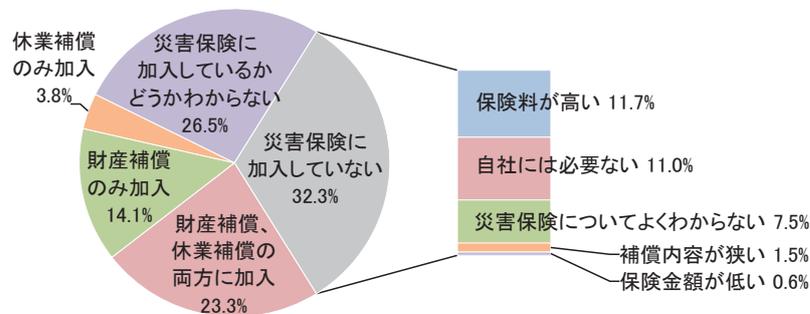
### ■ 貴社では、自社の現在の災害への備えについてどのように評価していますか？また、実際に災害にあった際、自社のそれまでの備えについてどう感じましたか？



災害への備えについて、「できている」・「どちらかというとできている」と答えた事業者は、合わせて約6割となりました。

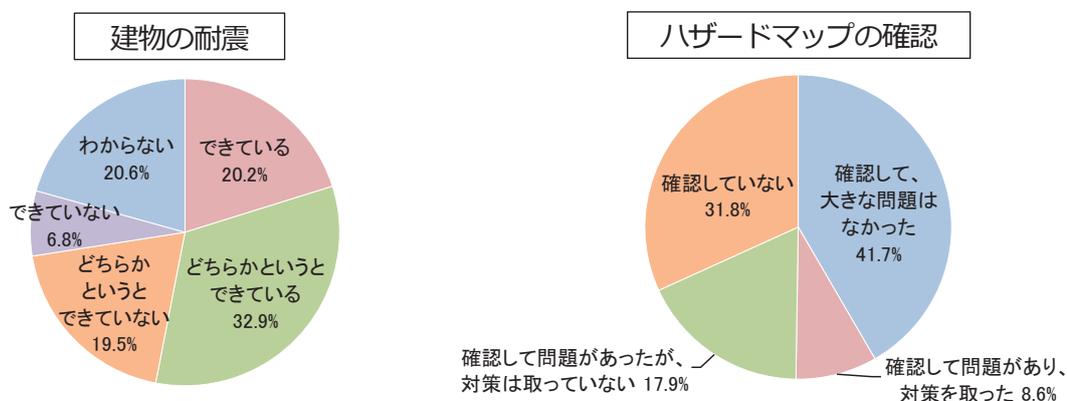
実際の災害に際し、備えが「できていた」・「どちらかというとできていた」との回答は約4割で、「できていなかった」・「どちらかというとできていなかった」とほぼ同じ割合となりました。

### ■ 貴社では、事業継続にかかる財務補償や休業補償の保険に加入されていますか？ また加入していない方はその理由は何ですか？



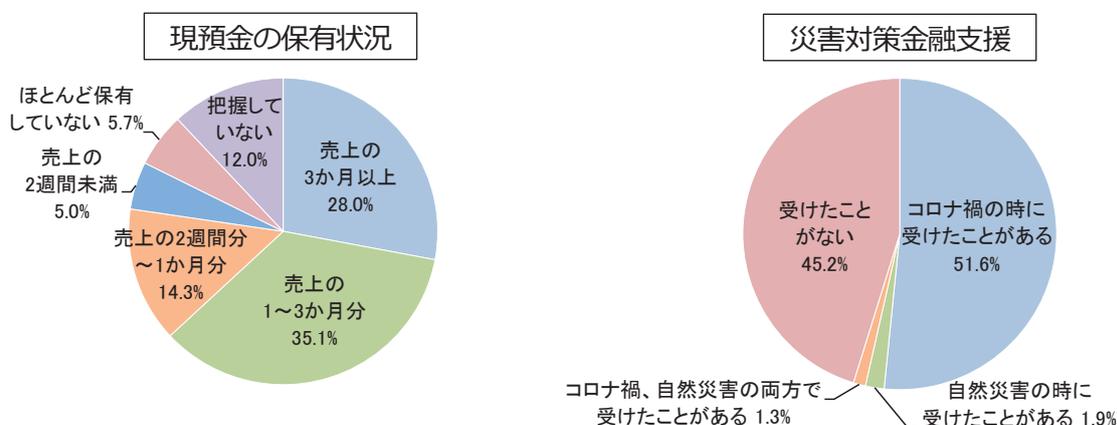
災害に関する保険について、「加入していない」との回答が約3割となりました。加入していない理由としては、「保険料が高い」（11.7%）「自社には必要ない」（11.0%）「災害保険についてよくわからない」（7.5%）等が挙げられました。

■ 貴社では、使用している建物の耐震についてどのように考えていますか？また、自社所在地周辺のハザードマップを確認していますか？



建物の耐震について約半数が「できている」・「どちらかというとできている」と回答しました。また、ハザードマップの確認について、確認した事業者は約7割に上りましたが、「確認して問題があったが、対策はとっていない」との回答は17.9%となりました。

■ 災害時への対応として、一定程度の現預金を保有しておくことがBCP策定基準などで推奨されています。貴社では、通常、現預金をどの程度保有していますか？また、貴社では公的団体から災害対策金融支援を受けたことがありますか？



災害対応としての現預金の保有状況について、「売上の1~3か月以上」(35.1%)、「売上の3か月以上」(28.0%)との回答が多く挙げられました。

災害対策金融支援については、約半数の事業者が受けたことがあると回答しており、その大半がコロナ禍の際の金融支援でした。

当金庫では、災害対策金融支援をはじめ、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。



頬をなでる風も暖くなる3月は、溪流では水生昆虫の羽化とそれを捕食する魚の活動が活発になる。水生昆虫の成虫や幼虫を模したフライで渓魚を誘うフライフィッシングは、自然の素晴らしさを実感できる遊びだ。

ただ、野生の魚は手ごわい。さまざまな道具を使い分けながら駆け引きに知恵を凝らす必要がある。小道具類を整理収納し、状況に応じてさっと出し入れできるフィッシングベストが欠かせない。

### 釣り人の両手と行動を自由にする

「フライフィッシングをする人はバッグ派とベスト派に分かれますが、ベストだと両手が空くから、動きやすかったり転倒防止にもなるので安全なんですよ」



---

子どもの頃から釣りが好きで、フライフィッシングは24歳の時に覚えたという株式会社プランナーの代表取締役、齊藤淳司さん（54歳）はそう話す。

30年以上にわたり大手釣り具メーカーのODM/OEM製品を手掛けてきた同社が、初のオリジナルブランドとして2023年3月に立ち上げた『Minowa Vest Laboratory』（ミノワ ベスト ラボラトリー）は、長年のノウハウが詰まった自信作だ。

とくにマス釣り専用の「High-Spec 3way Trout Fishing Vest 税込 29,700円」は、フラグシップモデルにふさわしい機能と風格を備える。

全部で17個あるポケット内にはループが付いている。糸を切るためのクリッパーなど、うっかり落としてしまいがちなアイテムを結びつけておくことができる。また、前身頃と後身頃の2カ所にあるロッドホルダーには、両手を空けたいときにロッド（釣りざお）を挿しておくことができる。



シーンに合わせて3つの形態に変化するのもこの製品の大きな特徴。2つ目の形態は背中をメッシュ仕様に変更できる。蒸れを防げるだけでなく、メッシュの部分には保冷剤やペットボトルが入る大きさのポケットが隠されている。3つ目の形態は、バックパックを背負って山岳源流に分け入るような釣り上級者におすすめ。背面部を付属のハーネスパーツに変更することによって、背中が涼しくなりゴワゴワした不快感もなくなる。

他にも、さまざまな体型にフィットするジョイント機能があったり、はっ水性や耐久性の高いリサイクルナイロンを生地に使用するなど、こだわりは尽きない。

「商品企画や開発に長年携わってきた中で最高峰の出来だと思います。自分が釣りに行く時も着ていますし」

色のバリエーションは、カーキ、コヨーテ、ネイビー、そしてフライフィッシングには珍しいブラック。親子で釣りを楽しみたい人向けにキッズ用もある。価格は税込 17,600円。

---

---

また、荷物を最小限にしたいミニマリストには「Mountain Stream Vest 税込 18,700 円」がおすすめ。スタイリッシュな見た目なので釣り以外のシーンでも使える。



### フライフィッシング界の重鎮が認めた個性

ミノワベストを手にとることのできるショップが、浅草にある「つるや釣具店」。1931年に創業した同店は日本最古のフライショップといわれ、価格より品質を重視する目利きの顧客がついている。また、店主の山城良介さんは業界の生き字引として全国にファンがいる。店のドアを開けた瞬間、ミノワベストが視界に入る。



「うちは、一般の釣具店に置いてあるものは少ないんです。手づくりだったり、オリジナル性に富んでいたり、工夫されているものしか置いていない。このベストはアイデア満載でしかも使いやすい」

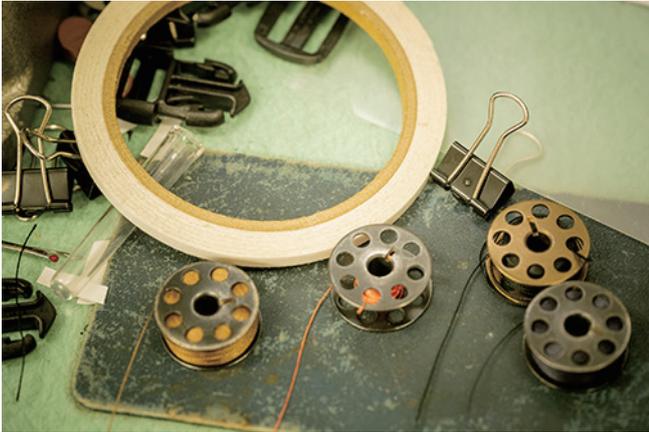
お店での反響は上々。フィッシングベストを何着も持っている人も「これ、いいよね」と買っていくという。

---

## トップダウンを封印して部下に任せる

同社が自社ブランドを立ち上げたのは、コロナ禍で売り上げの激減に直面したことがきっかけだった。東京都の中小企業振興公社の売れる製品開発道場に参加し、新規事業立ち上げのプロセスを学んだ。社内で一番釣りに詳しいのは齊藤さんだが、フライフィッシング用ベストのデザインと機能以外は従業員に任せている。

「マーケティング、企画、デザイン、営業までチーム体制で進めています。社員みんなでキャンプに行って、ベストの使い心地を試して改良に生かすこともありますよ」



販売したらそれで終わりではない。本社の3階にはミシンが置いてあり、購入後の製品の修理に対応する。アメリカ発のベストのほとんどに生涯保証が付いているように、ミノワベストも同様のサービスをうたう。

「今後は釣りだけではなくさまざまなシーンに対応する商品をつくって、ゆくゆくは『ベストといえばミノワベスト』と言われるようになりたいですね」

齊藤さんにとって、釣りは人生そのものであり、釣りを通して多くのことを学んだという。

「大自然の中に行くと、人間関係も仕事も、あらゆる事象が自然と同じだと思うんです。長い間釣り場に通い続けることによって、現場には何かしら解答があることを知りました」

ビジネスも釣りも、自ら考え工夫して仕掛けることが大切。そんなふうに変化やニーズを見極めながら新しいビジネスや製品を展開している同社。その実績と確かな品質で、自然を愛する人たちの生涯の相棒となるような製品を生み出し続けていこう。

※記載されている商品の価格は、2024年5月末時点のものとなります。



株式会社プランナー  
東京都台東区竜泉 1-21-18  
info@minowa-vest-laboratory.jp  
<https://www.minowa-vest-laboratory.jp/>  
STORE: <https://minowa-vest.stores.jp/>

『地域景況調査』第83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.83

発行 2024年8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/>

