

Johoku Business Report

2025年10～12月 城北しんきん地域景況調査

No.89

CONTENTS

p.1 概況

p.3 業種別

p.9 特別調査
[2026年(令和8年)の経営見通し]

p.11 ..NACORD
[NACORDマルシェ ~ごほうびスイーツ2025~]



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は前期並となり、売上DI・収益DIは増加しました。仕入価格DIは高い水準が続いているところ、今期はさらに上昇し、販売価格DIも上昇しています。

	前 期	今 期	来 期
業 況DI	2 ↗	2 →	2 →
売 上 額DI	8 ↘	11 ↗	9 ↘
収 益DI	0 ↘	3 ↗	1 ↘
仕入・原材料価格DI	45 ↘	51 ↗	43 ↘
販売・請負価格DI	31 ↗	34 ↗	29 ↘
在 庫DI	0 ↗	2 ↗	2 →
設備投資を実施した企業の割合	6.4% ↗	6.5% ↗	8.6% ↗

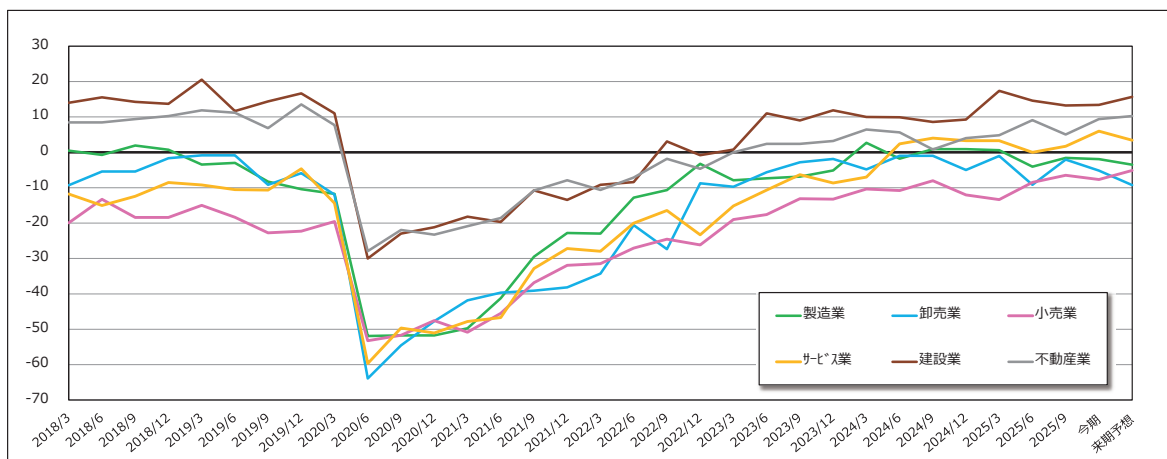
■ 業種／地域別天気図

今期は小売業でやや良化し、総合（全体）は前期同様、好調となりました。

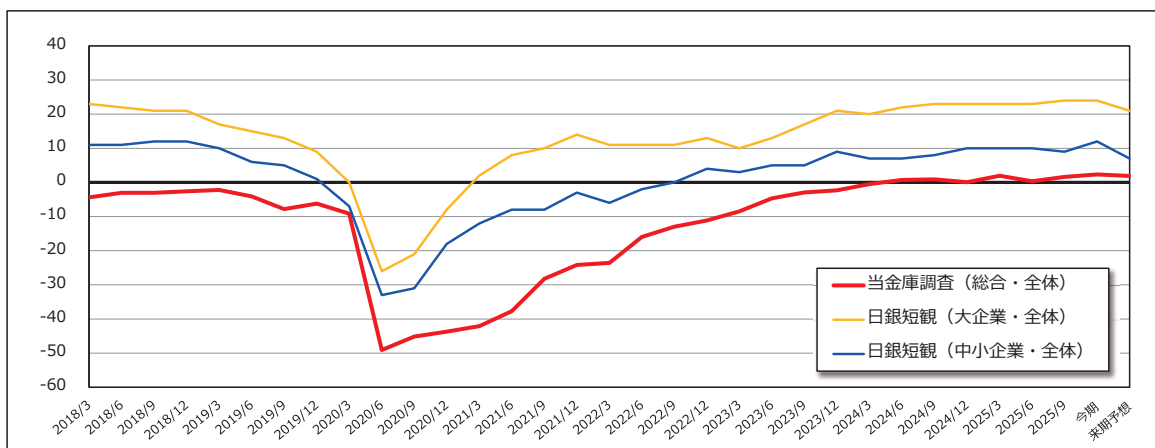
	前 期 2025年 7～9月期	今 期 2025年10～12月期			来 期 2026年 1～3月期
		全体	都内	埼玉	
総 合					
製 造 業					
卸 売 業					
小 売 業					
サ ー ビ ス 業					
建 設 業					
不 動 産 業					

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DIの推移



調査先		2025年9月調査	2025年12月調査	2026年3月予想
製造業	短観・大企業	14 ↗	15 ↗	15 →
	短観・中堅企業	12 ↗	16 ↗	10 ↓
	短観・中小企業	1 →	6 ↗	2 ↓
	当金庫調査先	△ 2 ↗	△ 2 →	△ 3 ↓
非製造業	短観・大企業	34 →	34 →	28 ↓
	短観・中堅企業	24 ↓	25 ↗	18 ↓
	短観・中小企業	14 ↓	15 ↗	10 ↓
	当金庫調査先	2 ↗	3 ↗	3 →

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：2025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。

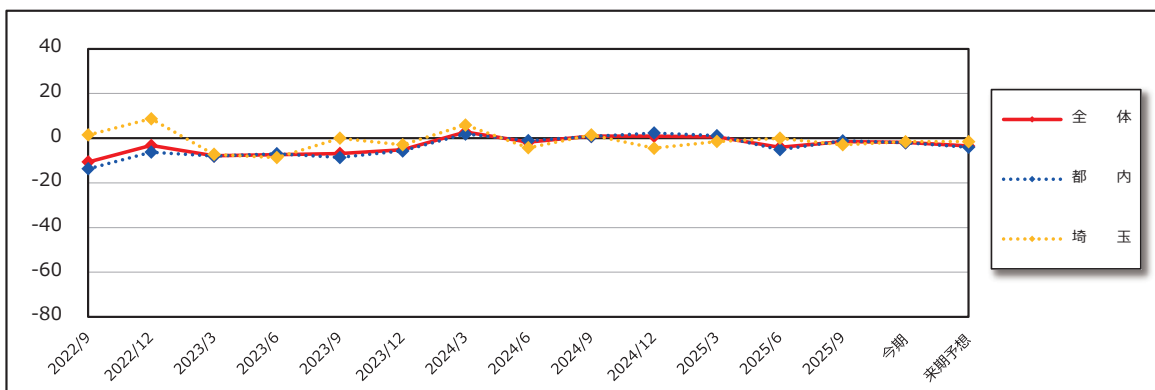
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
調査先数	989	319	97	201	117	136	119
回答数	975	315	97	195	117	134	117
回答率(%)	98.5	98.7	100.0	97.0	100.0	98.5	98.3

製造業



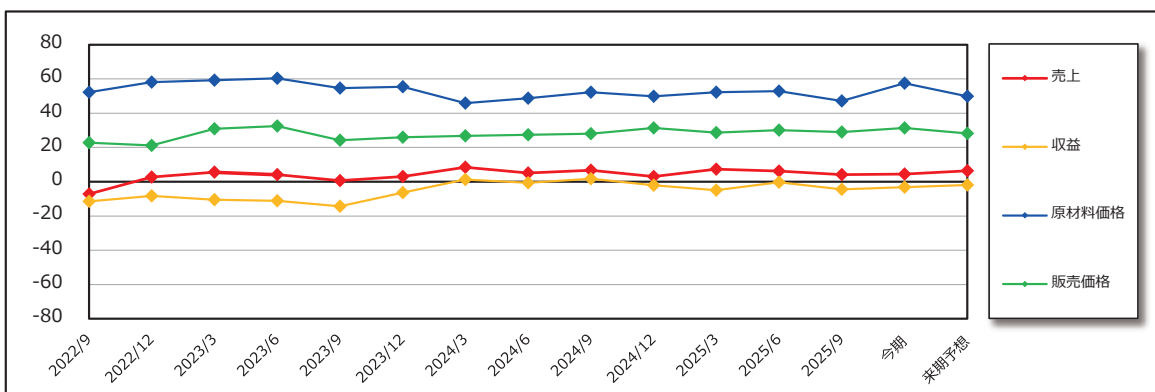
■ 業況DIの推移

業況DIは都内、埼玉ともに前期並となりました。全体では0付近で横ばいが続いています。



■ 各種DIの推移

売上・収益DIともに横ばいで推移し、原材料価格DIは大きく上昇しています。



■ 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	原材料高	38.7% (前期1位)	販路を広げる	55.5% (前期1位)
2位	売上の停滞・減少	32.0% (同2位)	経費を節減する	54.2% (同2位)
3位	同業者間の競争の激化	26.3% (同3位)	情報力を強化する	18.4% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

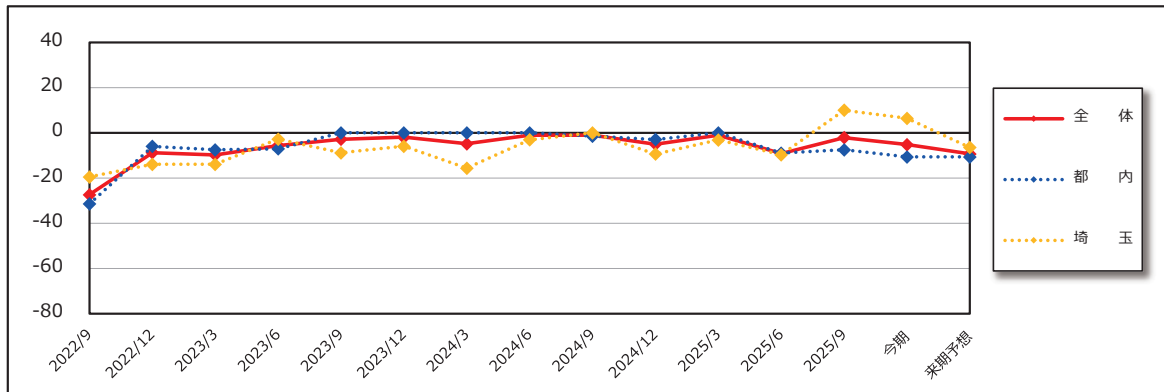
- * 原材料価格の上昇が落ち着いてきて、業況は安定している。 《プラスチック製品、北区》
- * 原材料価格が高騰しているが、販売価格への転嫁は進められている。 《小銃器製造、荒川区》
- * 原材料費、外注費高騰に加え、同業者との競争も激しく、事業運営の逆風となっている。 《ボルト・ナット、足立区》
- * 取引先からの要請で売上金の回収が振込に変わったことから、支払期限までに確実に現金化できるようになった。 《ネジ・金属加工、足立区》
- * 大口受注が減少し、小口案件が増えている。 《電気製品、練馬区》
- * 販路拡大に向けて営業を積極展開している。 《機械製造、江東区》

卸売業



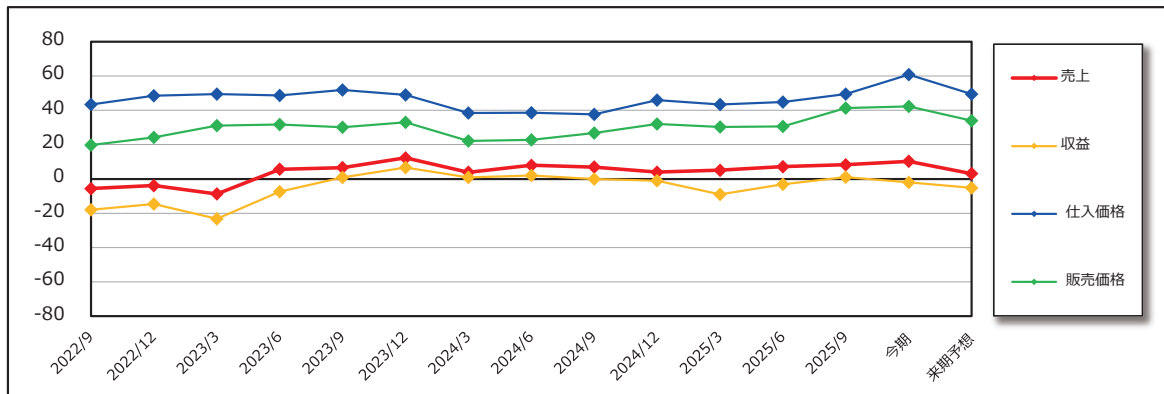
■ 業況DIの推移

埼玉はプラス圏で推移していますが、全体ではマイナスとなりました。



■ 各種DIの推移

仕入価格DIが大きく上昇しましたが、来期は上昇傾向が弱まる見込みです。



■ 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	同業者間の競争の激化	35.0% (前期1位)	販路を広げる	57.7% (前期1位)
2位	売上の停滞・減少	32.9% (同2位)	経費を節減する	47.4% (同2位)
3位	利幅の縮小	20.6% (同3位)	情報力を強化する	13.4% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

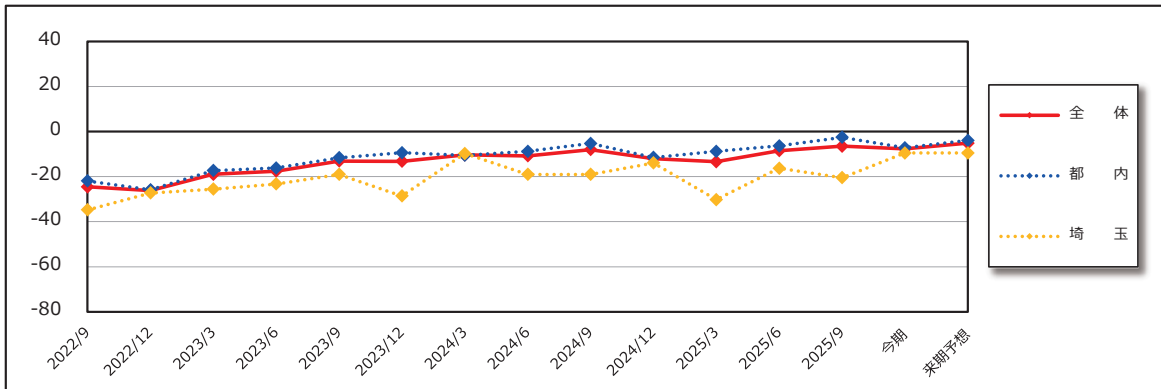
- * 人手の確保が難しい。 《学生服、北区》
- * 為替レート次第で利益が変わってくるので苦労している。 《スポーツ用品、荒川区》
- * 仕入価格が高騰するも、販売価格へ転嫁できている。 《雑貨、荒川区》
- * 今後は後継者を育成し、経理面を任せたい。 《インテリア資材、江東区》
- * 厳しい経営環境ではあるが現状維持を目指していきたい。 《樹脂製品、江東区》
- * 油の仕入価格が上昇し利益が少なくなっている。 《油脂製品、千代田区》
- * インバウンド需要で更なる売上に期待している。 《雑貨・カプセルトイ、戸田市》
- * 温暖化による天候変化に左右され、仕入価格の変動が激しい。 《野菜裁断、草加市》

小売業



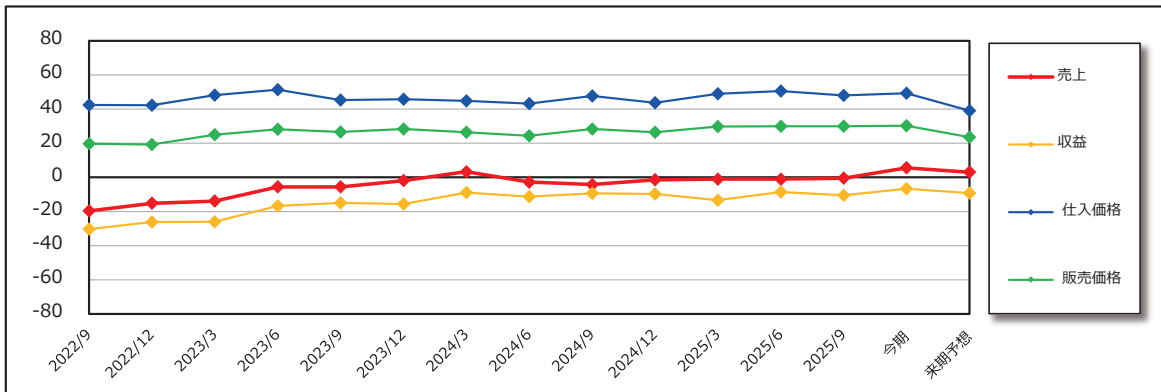
■ 業況DIの推移

都内で下降、埼玉で大きく上昇し、全体では前期並となりました。



■ 各種DIの推移

売上DIが増加しプラスとなりました。収益DIもわずかに増加しています。



■ 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	33.3% (前期1位)	経費を節減する	46.6% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化	27.1% (同2位)	宣伝・広告を強化する	26.6% (同2位)
3位	利幅の縮小	20.5% (同3位)	品揃えを改善する	25.1% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

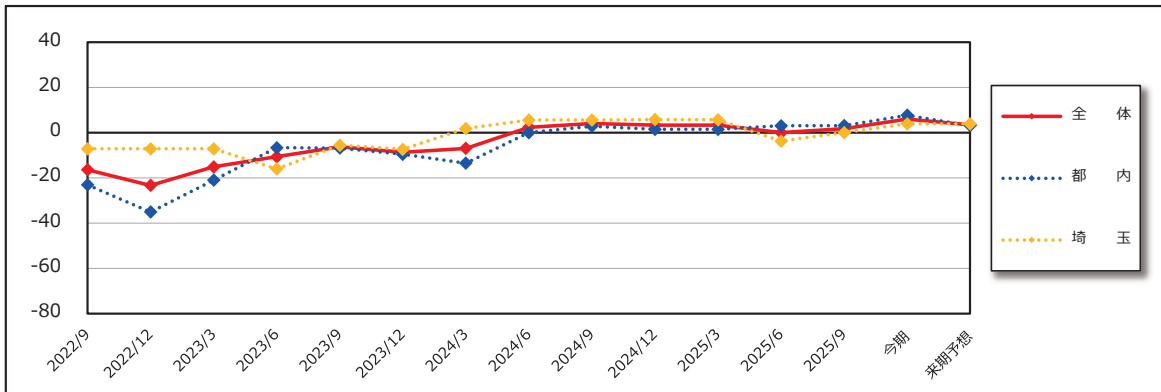
- * イベント出店などで知名度向上に努めている。 《米菓・お茶菓子、荒川区》
- * 海外からのお客さまを含め、リピーターを増やしていきたい。 《生地・洋裁材料、荒川区》
- * 売上を維持できるよう品ぞろえを工夫している。 《学生服等、荒川区》
- * ネット販売を主としており、経費はすでにできる限り削減している。仕入額を抑える努力を行っていききたい。 《オーダーメイドジーンズ、足立区》
- * 物価高が続くがメニューの工夫等に努め、業況は概ねいつもどおりだ。 《弁当・惣菜、葛飾区》
- * 同業他社との価格競争が激しい。 《家具、さいたま市》
- * 売上は変わらず、人手不足である。 《中華料理店、草加市》

サービス業



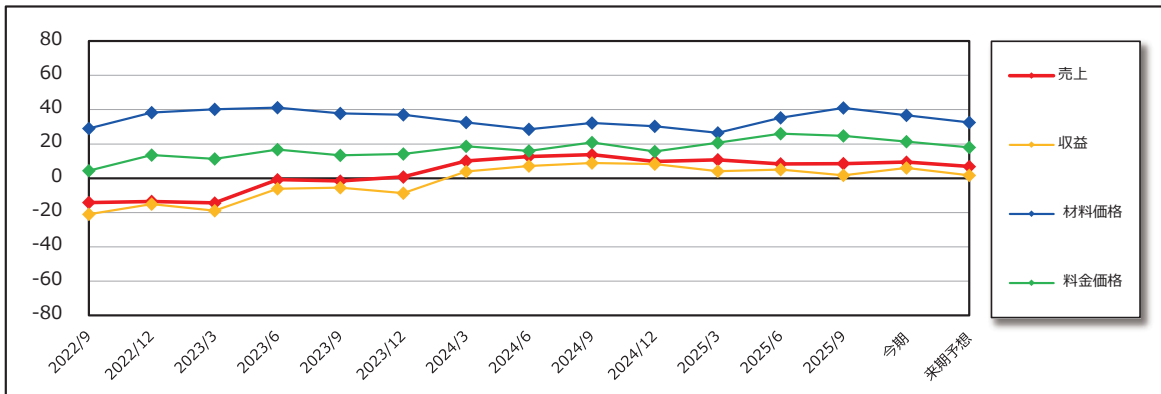
■ 業況DIの推移

業況DIは昨年から横ばいで推移しています。今期は都内・埼玉ともに上昇し、全体でも上昇しました。



■ 各種DIの推移

売上DIは前期並、収益DIはわずかに増加しました。材料価格DIは上昇を弱めています。



■ 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	同業者間の競争の激化	37.6% (前期1位)	経費を節減する	41.8% (前期1位)
2位	売上の停滞・減少	23.9% (同2位)	販路を広げる	39.3% (同2位)
3位	人手不足	17.9% (同4位)	宣伝・広告を強化する	19.6% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

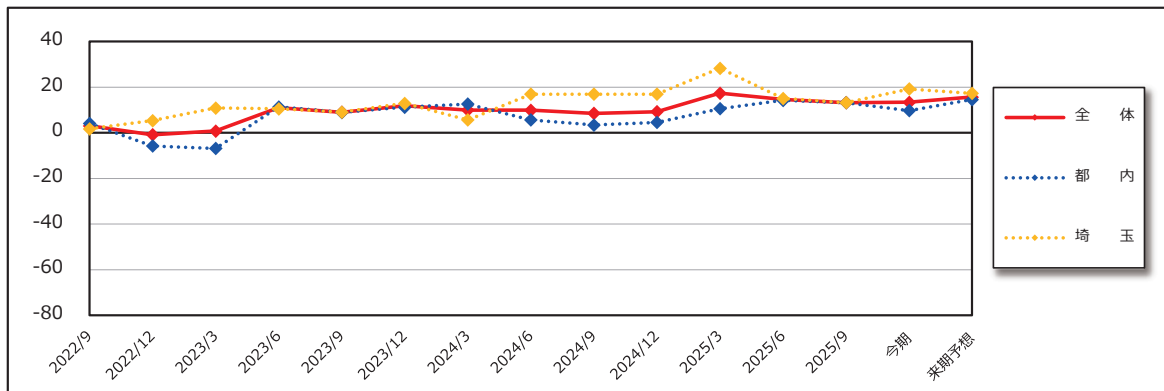
- * 顧客の高齢化、来店客の減少で売上確保が難しい状況が続く。 《美容院、北区》
- * 従業員の確保が難しい。 《美容院、北区》
- * 政府の政策の動向を注視しながら、業績向上に向けて積極経営を続けている。 《産業廃棄物中間処理・運搬、足立区》
- * インバウンド効果により顧客増加傾向にある。 《ビジネスホテル、台東区》
- * 人手不足に特に困っている。 《清掃用具レンタル、葛飾区》
- * 中小零細企業にいつ景気の良い流れが来るのか不安に思う。 《自動車修理、江東区》
- * 物価高がどこまで続くのか心配だ。 《葬儀社、八潮市》

建設業



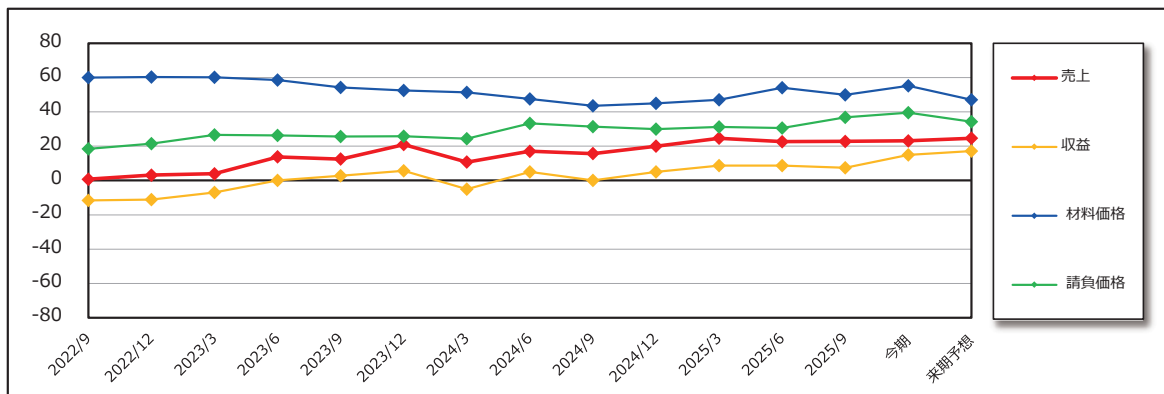
■ 業況DIの推移

業況DIは、前期同様の良好感が続きます。来期は都内で上昇する見込みです。



■ 各種DIの推移

収益DIが上昇しています。来期は材料価格DIの上昇が弱まる見込みです。



■ 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	材料価格の上昇	46.2% (前期1位)	経費を節減する	41.0% (前期1位)
2位	人手不足	31.3% (同3位)	販路を広げる	39.5% (同2位)
3位	同業者間の競争の激化	20.9% (同2位)	人材を確保する	29.1% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

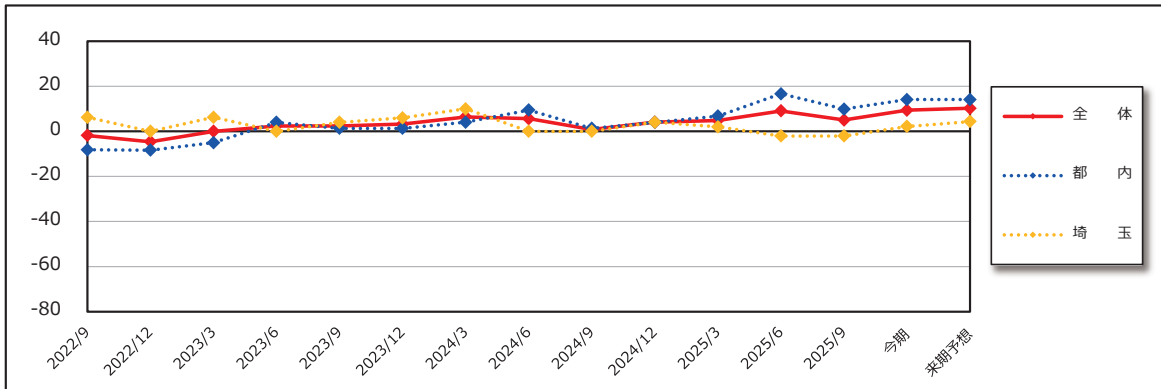
- * 紙の手形が交換廃止となると、企業間の決済がスムーズにいくか不安だ。 《総合建設、荒川区》
- * 元請からの受注が好調で、業況も安定している。外国人人材を採用して職人不足に対応している。 《左官工事、足立区》
- * 取引先からの回収が手形から振込に変わり、資金繰りが助かっている。 《内装、足立区》
- * 同業者は人手不足で仕事を請けられないことがあると聞かすが、当社では安定した仕事量を確保できている。 《瓦屋根工事、練馬区》
- * 材料費は上がっているが、利益も上がっている。 《建築工事、川口市》
- * 材料費高騰は苦しいものがある。利益率確保が当面の課題だ。 《新築・増改築など、蕨市》

不動産業



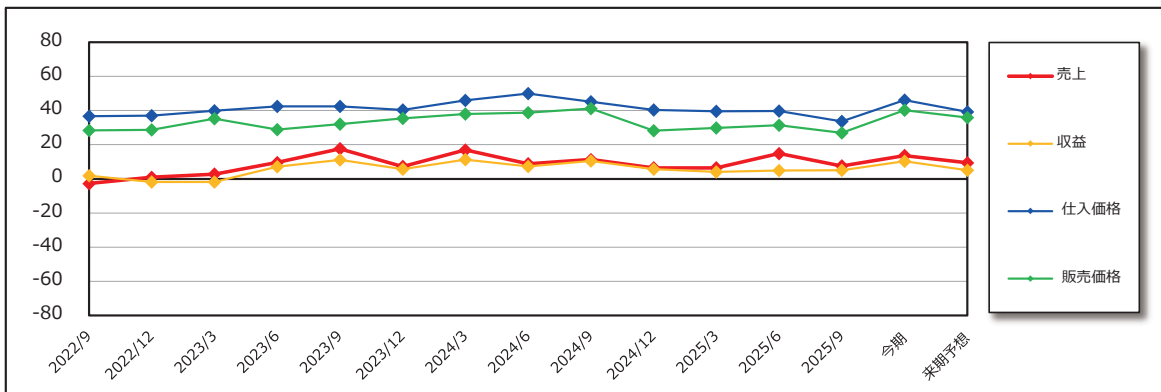
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに上昇し、全体でも上昇しました。来期は今期並となる見通しです。



■ 各種DIの推移

仕入価格DI・販売価格DIが上昇し、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	38.4% (前期1位)	経費を節減する	39.3% (前期2位)
2位	同業者間の競争の激化	32.4% (同2位)	販路を広げる	38.4% (同3位)
3位	商品物件の不足	21.3% (同3位)	情報力を強化する	32.4% (同1位)

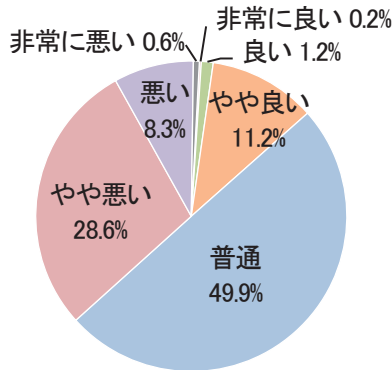
■ お客様の声、調査員のコメント

- * 商品物件が不足している。 《不動産代理、北区》
- * 不動産価格の高騰が続いており、仕入値が上昇している。 《不動産管理・賃貸、足立区》
- * プロジェクト等の土地の仕入価格が上昇傾向にある。 《不動産業、建設業、葛飾区》
- * 土地価格の高騰でなかなか良い仕入れができないため、条件の悪い物件を買わざるを得ない。 《不動産販売、練馬区》
- * 在庫が長期化することが多いと感じる。 《不動産販売、練馬区》
- * 仕入値が上昇しており、利益を確保できるように努力している。 《不動産売買、千代田区》
- * 仕入物件、販売価格ともに高騰している。 《建売分譲・不動産販売、越谷市》

特別調査

2026年（令和8年）の経営見通し

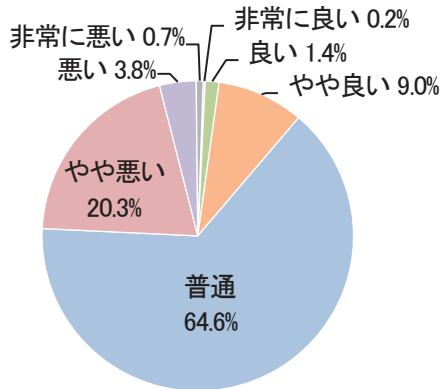
■ 貴社では、2026年の日本の景気をどのように見通していますか？



2026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3.5ポイント減少し、全体の37.5%となりました。また「やや良い」「良い」「非常に良い」とする割合が5.1ポイント増加し、全体の12.6%となりました。

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。

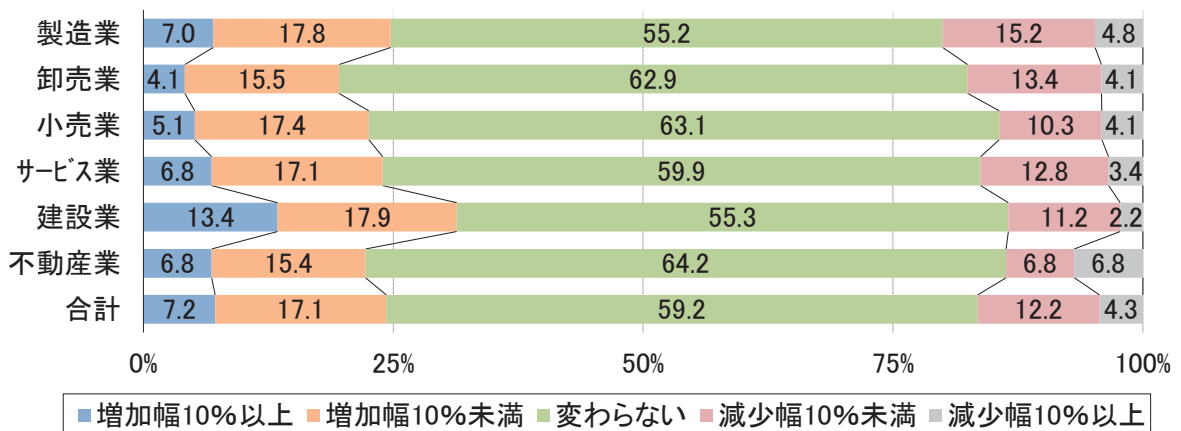
■ 貴社では、2026年の自社の業況（景気）をどのように見通していますか？



2026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64.6%を占めました。「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」とする割合は前年同時期と比較して1.8ポイント減少し24.8%となりました。

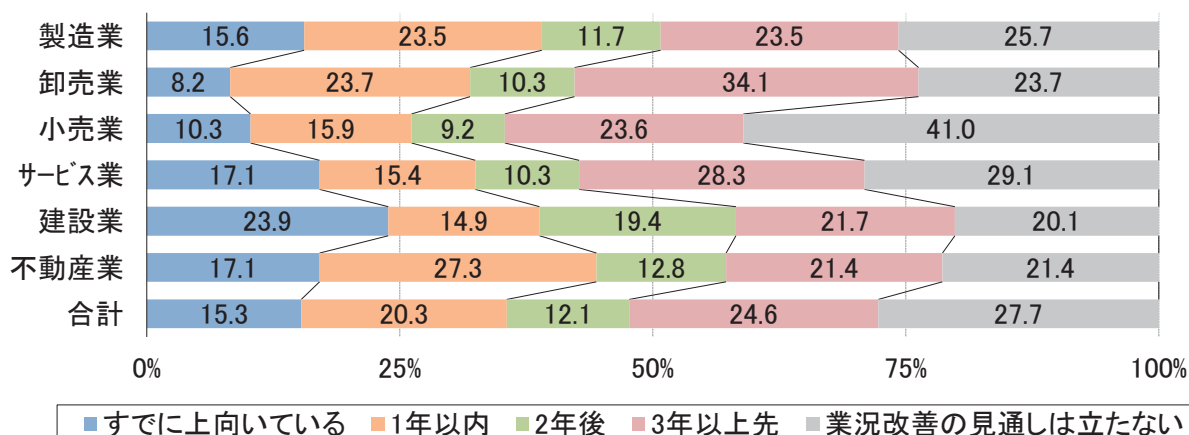
業種別に見ると、建設業では「やや良い」「良い」「非常に良い」と答えた割合は14.9%で、他業種よりも高い結果となりました。卸売業では「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」と答えた割合は31.9%で、他業種よりも高い結果となりました。

■ 2026年において貴社の売上額の伸び率は、2025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31.3%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。

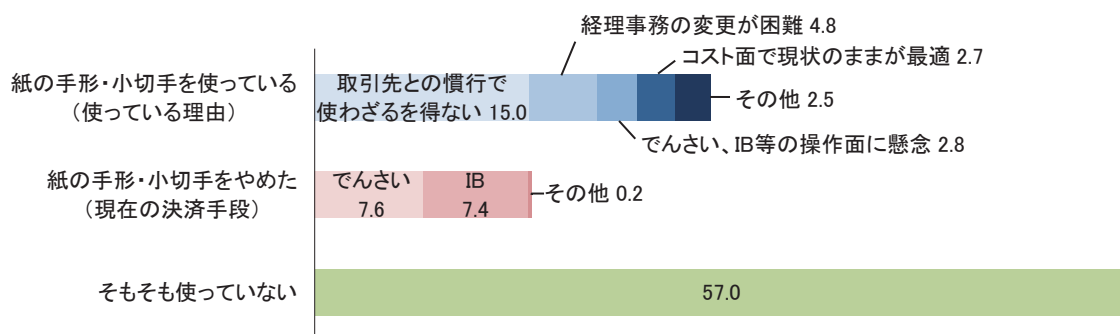
■ 貴社では、自社の業況が上向く転換点をいつ頃になると見通していますか？



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」（27.7%）、「3年以上先」（24.6%）、「1年以内」（20.3%）となりました。

業種別にみると、建設業では業況は「すでに上向いている」と回答した割合が他業種よりも高く23.9%となりました。一方で、小売業では「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41.0%となりました。

■ 貴社では現時点で、企業間の資金決済の手段として、紙の手形・小切手を使っていますか？また、使っている場合はその理由、使うのをやめた場合は現在の資金決済手段は何ですか？



2027年3月末には紙の手形・小切手の交換が廃止されますが、現時点（2025年11月時点）で紙の手形・小切手を使っている割合は27.8%、紙の手形・小切手をやめた割合は15.2%となりました。現在も使用を続ける理由として、「取引先との慣行で使わざるを得ない」「経理事務の変更が困難」といった、移行の難しさが多く上げられました。

でんさいセミナーのお知らせ

でんさいの利用開始方法や操作方法をご紹介しますオンラインセミナー（全国銀行協会・全銀電子債権ネットワーク主催）が定期的開催されています。

参加費無料、各回定員1000名（先着順）で、

インターネットに接続できるパソコンやスマートフォンがあれば視聴可能です。

開催日時・お申込方法は各取引店舗または担当の営業職員までお問い合わせください。



9月17日（水）から9月23日（火・祝）までの7日間、北千住マルイ 2F にて『NACQRD マルシェ～ごほうびスイーツ 2025～』が初開催されました。

“日々の頑張りにちょっとしたごほうびを”をテーマに、多彩なスイーツが集結したこのイベント。会場には甘い香りと笑顔があふれました。



地域の魅力が詰まったスイーツが大集合

当イベントには、城北信用金庫の取引先 7 店舗が出店しました。

取引先への販路支援を目的に、「作り手の想いを直接届けることができる新たな機会を提供したい」という城北信用金庫の想いから、株式会社丸井との地域活性化包括連携協定のもと実現した企画です。



和洋を問わず、素材や製法にこだわったスイーツが勢ぞろい。どれも自分へのごほうびにはもちろん、大切な人への手みやげや贈り物としても選びたくなる逸品ばかりで、来場者の目を引いていました。

来場者の声が続々「贅沢なひとときでした」

北千住マルイが位置する北千住駅は、1 日あたりおよそ 143 万人もの乗降客数を誇ると言われるハブターミナルです。駅直結の 2 階入り口にあるイベントスペースには、7 日間で多くの来場者が訪れ、賑わいを見せました。商品を購入された方々からは、「甘いものしよっぱいものも豊富で、見て回るのが楽しかった」「いつもの生活にちょっとした贅沢をプラスできた」などの声が寄せられました。



出店店舗の一つである『築地いろは』の森さんは、

「コロナ禍を経て、今回が初めてのイベント出店でした。お声がけいただき本当にありがたかったです。ふだんは海外のお客さまが多いのですが、マルイに来られるのはほとんど日本の方。いつもとは異なるお客さまに商品を手にとっていただけて、とても良い機会となりました」

と語っていただきました。

SNS や動画で広がる“ごほうびスイーツ”の魅力

『NACORD マルシェ』は、“ヒト・モノ・マチをつなぐ”をコンセプトに城北信用金庫が運営するサイト『NACORD』のリアルイベントです。

当イベントのPR 活動として、Instagram アカウント『NACORD グルメ』での出店店舗紹介や、プロモーションビデオの制作を行い、イベントの魅力を発信しました。

SNS を見て来たという方は、

「普段は北千住に来ることが少ないけど、SNS でイベント情報を知って、思い切って来てみました。新しいお店を知るきっかけになりました」

と話していただきました。

プロモーションビデオは、『NACORD』にて 2025 年 6 月に配信した記事「日常に、美味しい革命を 体験型オリーブオイル専門店味わう新感覚」で取材したオリーブオイル専門店『おしおリーブ』や、本イベントに出店した『felice chiffon』の協力を得て制作。城北信用金庫の職員が撮影・制作・編集・出演を担当しました。

このビデオは、8 月末からイベント終了までの期間中、城北信用金庫や北千住マルイのデジタルサイネージで放映され、多くの関心を集めました。



NACORD マルシェは今後も継続的に開催される予定です。

ただ“モノ”を買うだけでなく、“ヒト”と出会い、“マチ”を知る。そんな体験を通して、地域の魅力をあらためて感じていただけるイベントを目指して。

次回の開催もどうぞ楽しみに。

※記事内容は、2025年10月時点の情報です。

『NACORD マルシェ ～ごほうびスイーツ 2025～』概要

○日程 2025年9月17日（水）～23日（火・祝）

○時間 10:00～20:00（最終日のみ 18:30 まで）

○場所 北千住マルイ 2F カレンダーium 3

プロモーション

○Instagram アカウント

「NACORD グルメ」

https://www.instagram.com/nacord_gurume/



○プロモーションビデオ

「【NACORD マルシェ】ごほうびスイーツ 2025 PV 」

<https://youtu.be/7wf9CMj9dPY?si=MoLu6FNWBSJu7H8T>



出店店舗（五十音順）

○おせん・おかき小藤屋 様

○米粉の焼き菓子専門店「小天（おあま）」様

○築地いろは 様

○つきぎ松露 様

○ドンレミー 様

○felice chiffon 様

○蜜芋千寿 様

『地域景況調査』第89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.89

発行 2026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/>

