

Johoku Business Report

2026年4～6月 城北しんきん地域景況調査

No.91

CONTENTS

p.1 概況

p.3 業種別

p.9 特別調査
[中小企業における価格転嫁について]

p.11 ...NACORD
[ワクワク合同会社さま]



夢をかなえるパートナー

城北信用金庫

概 況

■ 全業種の業況

業況 DI は前期並となり、売上 DI は増加し、収益 DI は減少しました。仕入価格 DI は高い水準が続いているところ今期は上昇し、販売価格 DI は低下しています。

	前 期	今 期	来 期
業 況 D I	2 →	2 →	2 →
売 上 D I	6 ↘	7 ↗	7 →
収 益 D I	2 ↘	0 ↘	△ 2 ↘
仕入・原材料価格DI	46 ↘	52 ↗	46 ↘
販売・請負価格DI	33 ↘	31 ↘	28 ↘
在 庫 D I	2 →	△ 2 ↘	△ 2 →
設備投資を実施した企業の割合	6.7% ↗	8.3% ↗	9.3% ↗

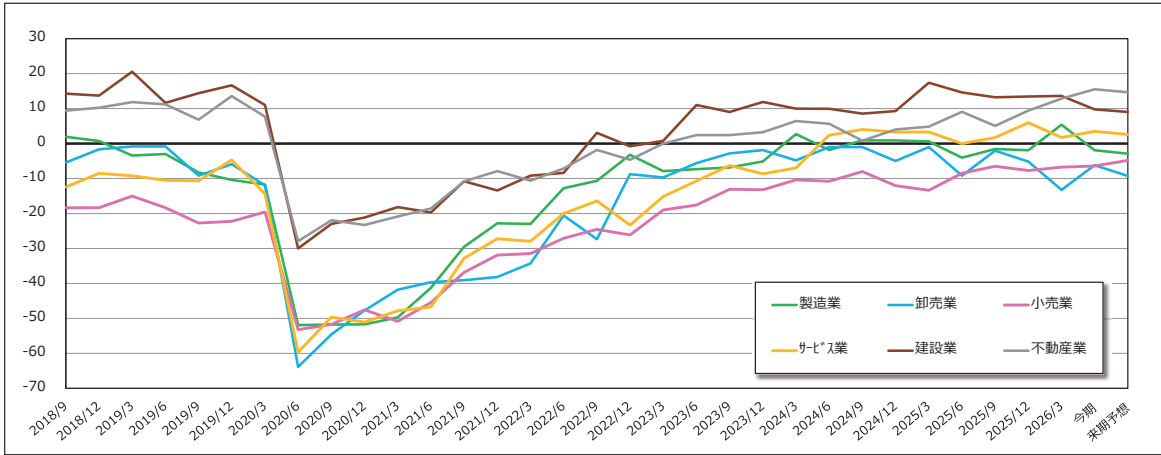
■ 業種／地域別天気図

サービス業で良化、製造業でやや悪化しました。総合では好調だった前期と比べやや後退しています。

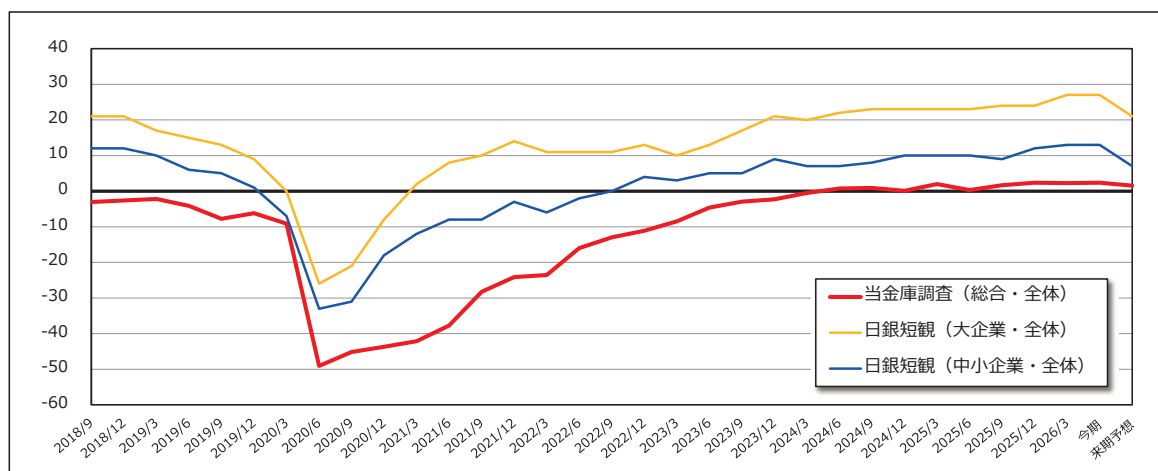
	前 期 2026 年 1～3 月期	今 期 2026 年 4～6 月期			来 期 2026 年 7～9 月期
		全体	都内	埼玉	
総 合					
製 造 業					
卸 売 業					
小 売 業					
サービス業					
建 設 業					
不 動 産 業					

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D Iの推移



調 査 先		2026 年 3 月調査	2026 年 6 月調査	2026 年 9 月予想
製 造 業	短観・大企業	17 ↗	22 ↗	17 ↘
	短観・中堅企業	16 →	17 ↗	9 ↘
	短観・中小企業	7 ↗	9 ↗	2 ↘
	当金庫調査先	5 ↗	△ 2 ↘	△ 3 ↘
非 製 造 業	短観・大企業	36 ↗	37 ↗	28 ↘
	短観・中堅企業	27 ↗	26 ↘	16 ↘
	短観・中小企業	16 ↗	15 ↘	8 ↘
	当金庫調査先	2 ↘	3 ↗	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ヵ月ごとに継続実施しています。

調査時期： 2026 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「D I（ディフュージョン・インデックス）」を算出しています。「D I」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。

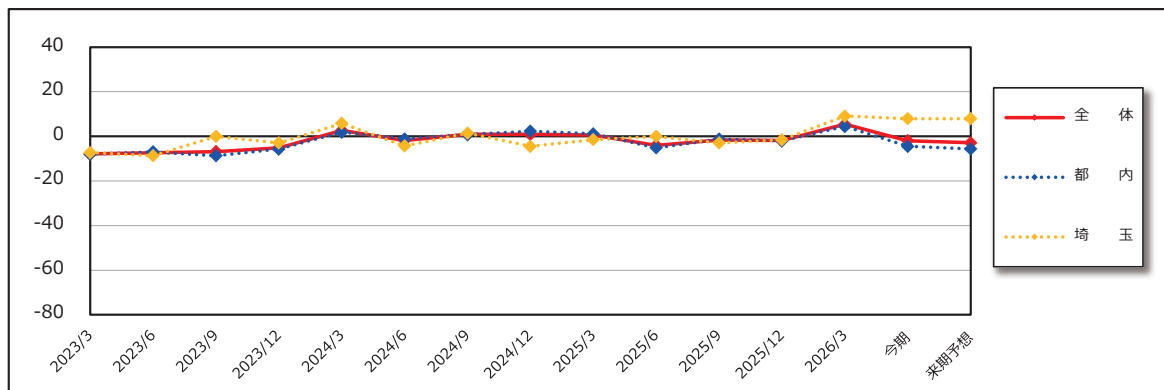
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
調査先数	970	313	97	193	116	134	117
回答数	959	311	97	187	115	133	116
回答率(%)	98.8	99.3	100.0	96.8	99.1	99.2	99.1

製造業



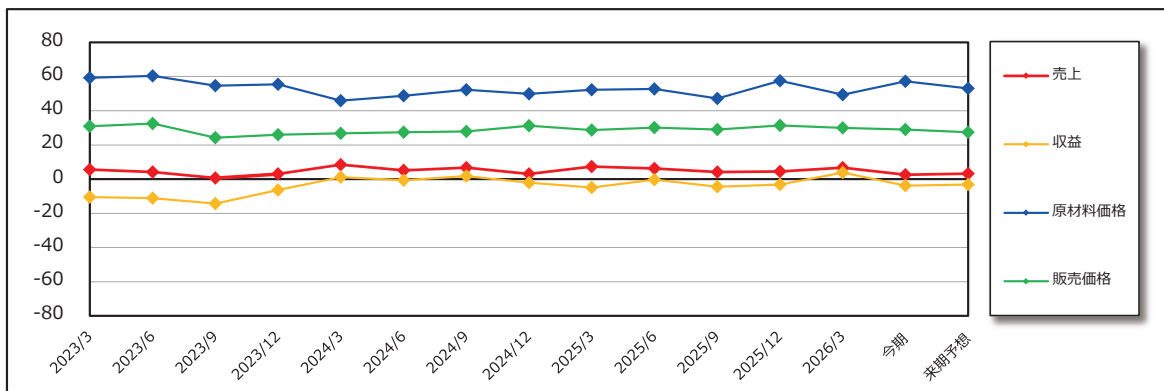
■ 業況DIの推移

業況DIは都内では下降し、埼玉では前期並となりました。全体では下降し、マイナスに転じました。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIともに減少しました。原材料価格DIは上昇しています。



■ 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	41.1% (前期1位)	販路を広げる	54.0% (前期1位)
2位	売上の停滞・減少	31.8% (同2位)	経費を節減する	53.7% (同2位)
3位	同業者間の競争の激化	22.1% (同3位)	情報力を強化する	16.4% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

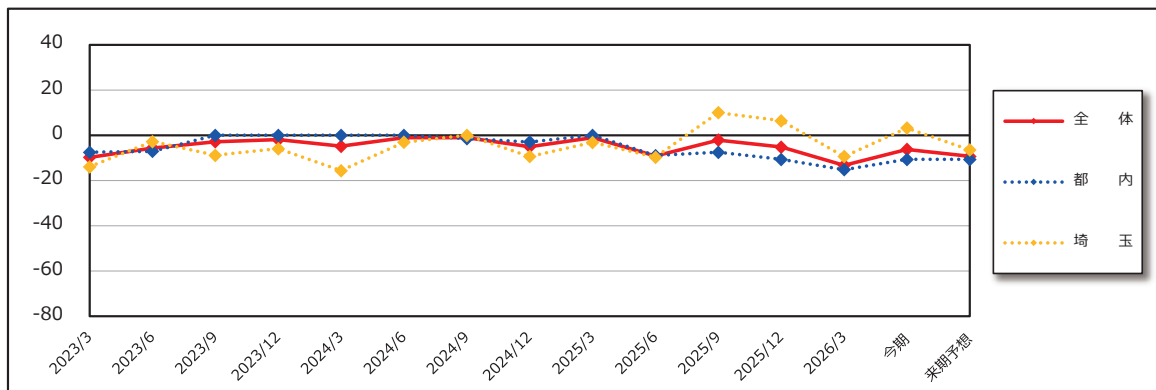
- * ナフサ不足の影響で原材料価格が上がっている。 《プラスチック製品、北区》
- * 物価高騰と、製品需要の減少で、今期の業況はやや落ち込んだ。 《プラスチック製品、足立区》
- * 取引先の大手企業からの受注が増加している。材料の値上げ分を踏まえて販売価格を見直していきたい。 《金属製品、足立区》
- * 主な受注先である下町の町工場の元気がなくなってきている。 《金属プレス加工、葛飾区》
- * 材料などの値上げで利益率が低下している。また、資材不足で納期が延びている。 《産業用電気機械、練馬区》
- * 中東情勢悪化で、消耗品材料の確保ができず困っている。 《金型、川口市》

卸売業



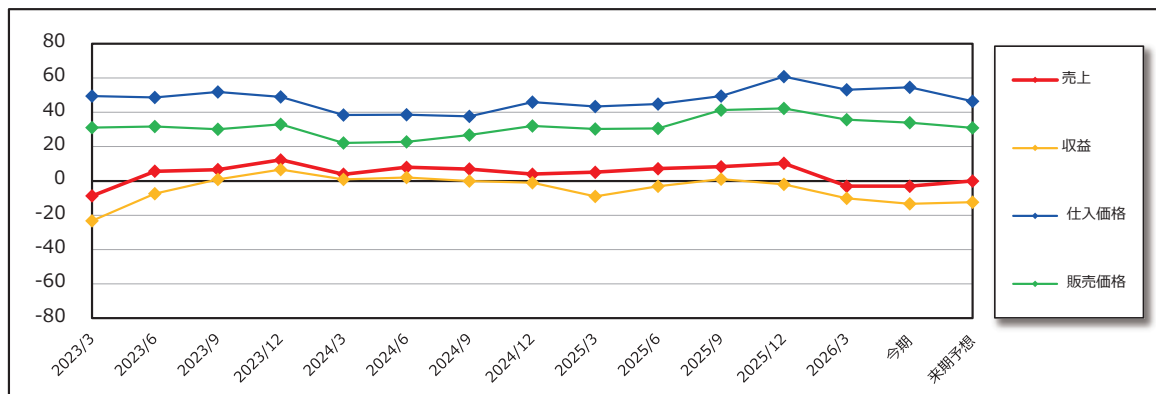
■ 業況DIの推移

埼玉では大きく良化しプラス圏となり、全体でも上昇しています。来期は下降する見込みです。



■ 各種DIの推移

売上DIは横ばい、収益DIは悪化しました。仕入価格DIは高い水準ながら、来期は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	30.9% (前期2位)	販路を広げる	55.6% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化	24.7% (同1位)	経費を節減する	44.3% (同2位)
3位	利幅の縮小	21.6% (同3位)	情報力を強化する	15.4% (同4位)

■ お客様の声、調査員のコメント

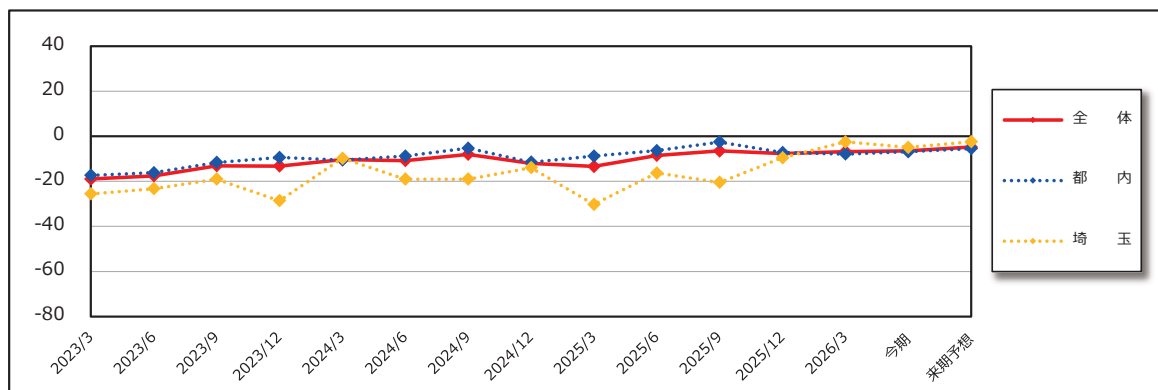
- * 中東情勢の緊迫化により材料が入ってこないの、苦労している。 《貴金属、北区》
- * 中東情勢の影響で、資材や消耗品が値上がりしている。また、品不足によって、売上に懸念が生じてきたほか、生産日程の変更など多大な人的労力もかかっている。 《水産物、荒川区》
- * インバウンド効果で売上は増加している。この時期に新たな改善を検討していきたい。 《貴金属製品、台東区》
- * 売上は上がったが、仕入価格や経費の上昇のため、なかなか収益は上がってこない。 《油脂製品、千代田区》
- * 仕入れコスト上昇分については取引先に理解を得て価格転嫁できている。 《建築資材、吉川市》

小売業



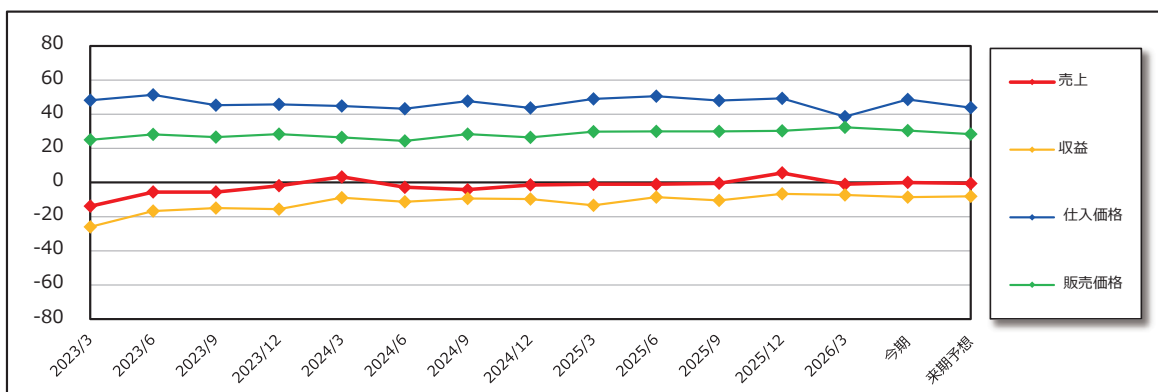
■ 業況DIの推移

業況DIは、全体では水面下で横ばいでの推移が続いています。



■ 各種DIの推移

売上DIと収益DI、販売価格DIは横ばいで推移し、仕入価格DIは上昇しています。



■ 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	売上の停滞・減少	35.8% (前期1位)	経費を節減する	47.5% (前期1位)
2位	仕入先からの値上げ要請	25.1% (同4位)	品揃えを改善する	25.1% (同2位)
3位	同業者間の競争の激化	22.9% (同2位)	宣伝・広告を強化する	21.9% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

* 物価が高騰する中、今は価格据え置きで営業しているが、今後は値上げも考えていく。

《飲食店、北区》

* 大型店との競争が厳しくなっている。

《時計・眼鏡、荒川区》

* ナフサショックで樹脂製品の品不足、価格高騰が続いており、今後は心配だ。

《自動車部品、足立区》

* 地元の固定客が多く一定の売上があるが、価格の見直しを進めたい。

《中華料理店、台東区》

* 駅前商店街に店を構えているが、近隣店舗の閉店が続いて客足も減ってきた。

《靴、葛飾区》

* 近隣に同業他社が複数あり、先行しての値上げは顧客離れの心配が大きい。

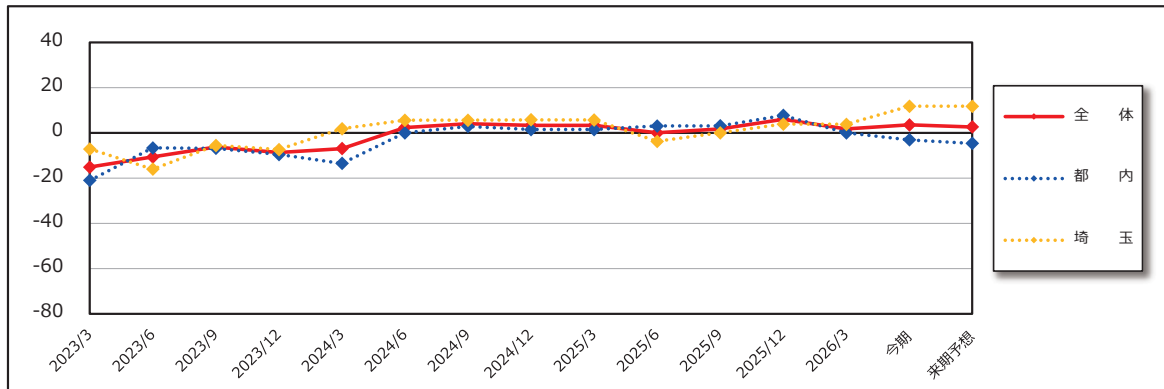
《食料品、中央区》

サービス業



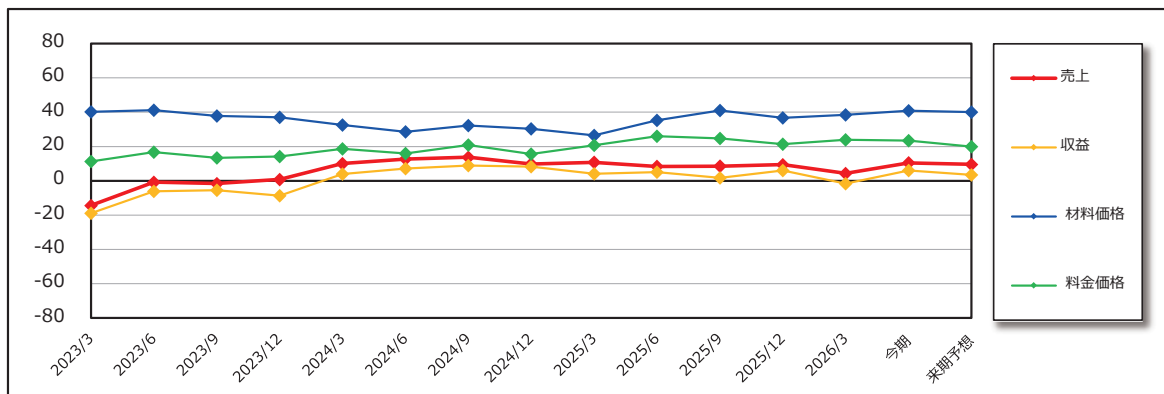
■ 業況DIの推移

業況DIは埼玉では上昇、都内では下降し、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ともに増加しています。材料価格DIと料金価格DIはほぼ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	同業者間の競争の激化	38.2% (前期1位)	販路を広げる	43.4% (前期1位)
2位	売上の停滞・減少	28.7% (同2位)	経費を節減する	42.6% (同2位)
3位	人手不足	20.0% (同3位)	宣伝・広告を強化する	19.1% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

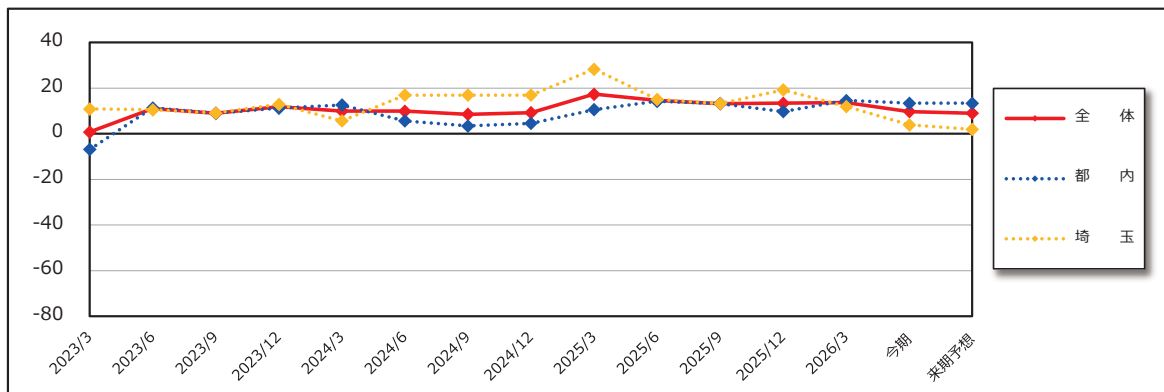
- * 中東情勢が早く落ち着いてほしい。 《廃棄物処理、足立区》
- * 売上減少で苦しい状況が続いている。今後は新規顧客を獲得していきたい。 《清掃用具レンタル、葛飾区》
- * 売上は変化なく安定した経営ができています。 《清掃業、江東区》
- * 地元の来店客が減少しており、新規顧客の確保が課題だ。 《美容院、足立区》
- * 材料の価格などに中東情勢の影響が出てこないか心配だ。 《理容業、戸田市》
- * 価格転嫁を検討しているが、値上げによるお客さま離れが心配だ。周りの競合店の価格にも注意している。 《美容院、草加市》

建設業



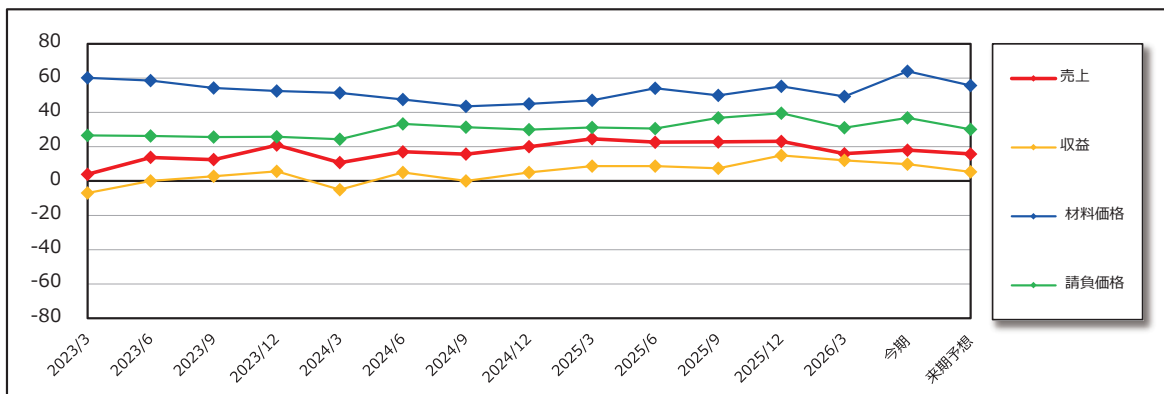
■ 業況DIの推移

業況DIは、都内は横ばい、埼玉では下降し、全体でも下降しています。



■ 各種DIの推移

売上DIはやや増加し、収益DIはやや減少しました。材料価格DI・請負価格DIは上昇しています。



■ 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	材料価格の上昇	54.8% (前期1位)	経費を節減する	52.6% (前期1位)
2位	人手不足	33.0% (同2位)	販路を広げる	34.5% (同2位)
3位	売上の停滞・減少	21.8% (同3位)	人材を確保する	24.0% (同3位)

■ お客様の声、調査員のコメント

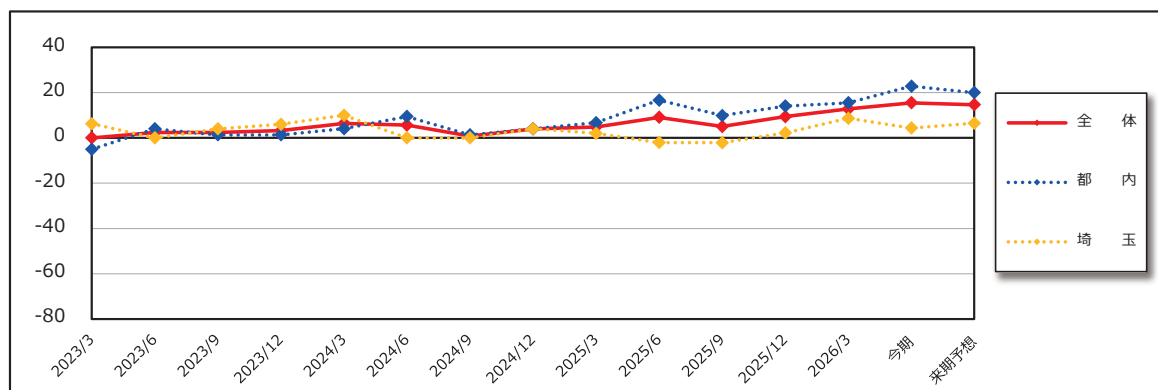
- * ナフサショックの影響で、材料が入手困難になるのが心配だ。 《内装業、足立区》
- * 材料の確保が難しく、現場が止まってしまう恐れがある。 《新築・リフォーム、足立区》
- * 材料価格や人件費が上がっているが、価格転嫁はできている。 《総合建設、足立区》
- * メインの取引先は大手が多いので、安定した受注が確保できている。 《総合建設、練馬区》
- * 以前よりも見積り依頼は増えているが、価格が高騰しているため、成約率は低下している。 《建築、目黒区》
- * 中東情勢の影響が大きく、建築資材の仕入れに苦労している。また、材料価格上昇を受けて価格転嫁を進めた結果、受注が減少している。 《リフォーム、蕨市》

不動産業



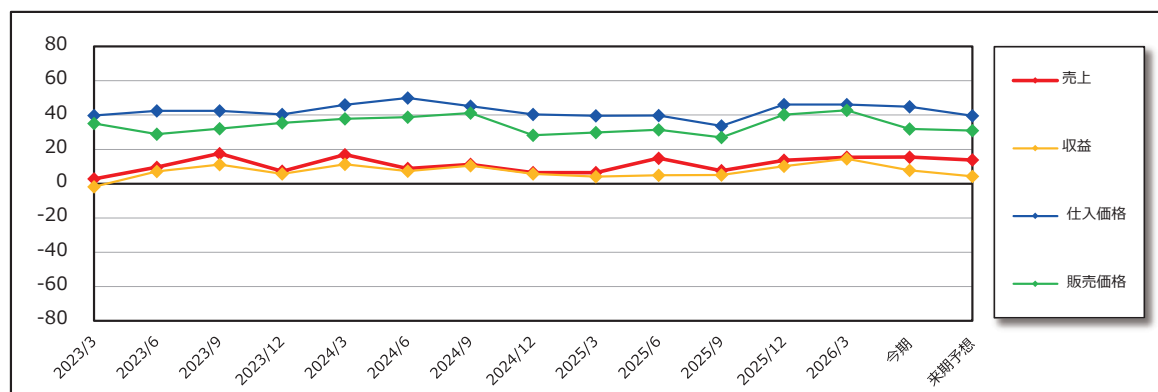
■ 業況DIの推移

都内で上昇、埼玉で下降し、全体ではやや上昇しました。来期は今期並となる見通しです。



■ 各種DIの推移

売上DIは前期並、収益DIは減少しています。販売価格DIは下降しています。



■ 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	43.1% (前期1位)	販路を広げる	40.5% (前期1位)
2位	同業者間の競争の激化	35.3% (同2位)	情報力を強化する	31.9% (同3位)
3位	商品物件の不足	19.8% (同3位)	経費を節減する	28.4% (同2位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

* 不動産価格の上昇が続いて、地主や借主など様々な立場の方から相談が来ている。家賃の値上げ交渉には非常に苦労している。
《不動産売買・仲介、北区》

* 人員不足のため、同業者へ引き継ぎして事業縮小していくつもりだ。
《不動産賃貸・管理・仲介、足立区》

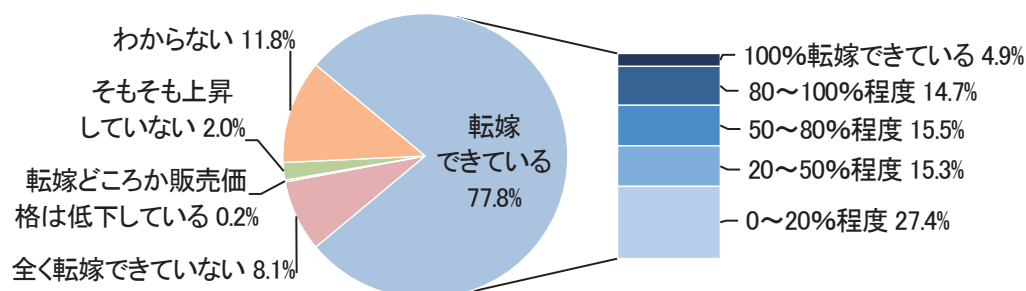
* 不動産価格の高騰が話題となっているが、当社は賃貸や管理が中心のため、それほど大きな変化なく、安定した経営ができています。
《不動産賃貸、練馬区》

* 物件の仕入価格が高騰している。長期在庫とならないよう、物件をよく見極め仕入れたい。
《不動産販売、中央区》

特別調査

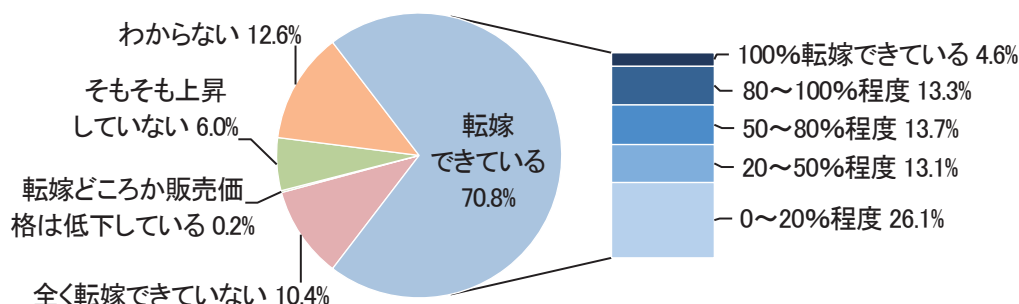
中小企業における価格転嫁について

- 近年、取引条件の適正化を促進する政策的な動きが活発化しています。貴社では、ここ数年（2020 年ごろから）の原材料・仕入価格の上昇分をどの程度販売価格に転嫁できていますか？



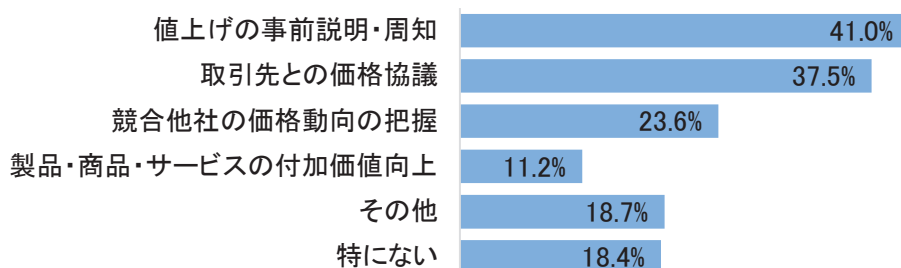
原材料・仕入価格上昇分の販売価格への転嫁について「転嫁できている」との回答が 77.8%を占めました。このうち、「0～20%程度」との回答が 27.4%、次いで「50～80%程度」が 15.5%となりました。一方で、「全く転嫁できていない」は 8.1%となりました。

- 貴社では、ここ数年（2020 年ごろから）の労務費・人件費の上昇分をどの程度販売価格に転嫁できていますか？



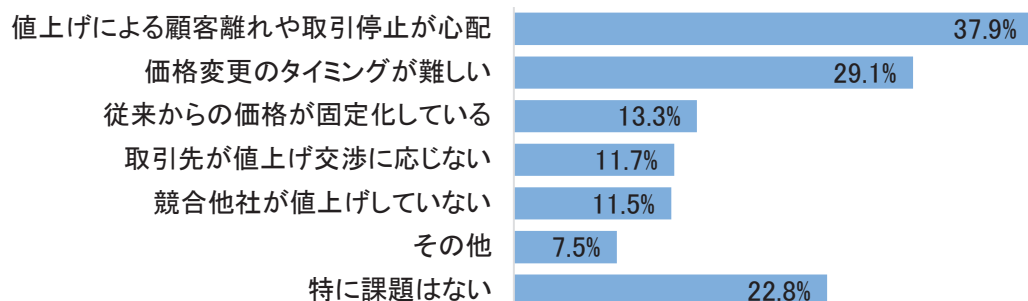
労務費・人件費上昇分の販売価格への転嫁について「転嫁できている」との回答が 70.8%を占めました。このうち、「0～20%程度」との回答が 26.1%、次いで「50～80%程度」が 13.7%となりました。一方で、「全く転嫁できていない」は 10.4%となりました。

- 貴社が取引先（販売者）との円滑な価格交渉・価格転嫁を進めるために、重視している取り組みは何ですか？（3つまで）



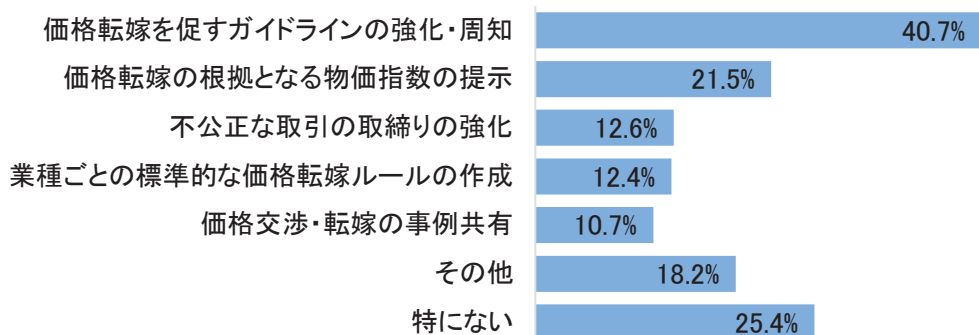
重視している取り組みについて、「値上げの事前説明・周知」が 41.0%、「取引先との価格協議」が 37.5%、「競合他社の価格動向の把握」が 23.6%となりました。

■ 貴社が価格転嫁を進めるうえでの課題は何ですか？（3 つまで）



価格転嫁を進めるうえでの課題について、最も多く挙げられたのは「値上げによる顧客離れや取引停止が心配」（37.9%）で、特にサービス業で多く回答されました。次いで、「価格変更のタイミングが難しい」が 29.1%となりました。そのほか、「従来からの価格が固定化している」が 13.3%、「取引先が値上げ交渉に応じない」が 11.7%、「競合他社が値上げしていない」が 11.5%となりました。なお、「特に課題はない」は 22.8%となりました。

■ 今後、貴社が円滑な価格交渉・価格転嫁を進める上で、行政に重視してほしいと感じる取り組みはありますか？（3 つまで）



行政に重視してほしい取り組みについて、「価格転嫁を促すガイドラインの強化・周知」が 40.7%となりました。また、「価格転嫁の根拠となる物価指数の提示」が 21.5%、「業種ごとの標準的な価格転嫁ルールを作成（12.4%）」など、価格転嫁の基準を求める回答もありました。そのほか「不公正な取引の取締りの強化（12.6%）」「価格交渉・転嫁の事例共有（10.7%）」が挙げられました。

当金庫では、原材料価格や仕入価格の上昇、人手不足などにより事業に影響を受けられたみなさまからの、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。



猫の街として知られる東京・谷中。夕焼けだんだんを下り、谷中銀座商店街から一本路地を入ると、ひととき印象的な空間がある。

店内を埋め尽くすのは、どこを見ても猫、猫、猫。



「猫は“自由の象徴”みたいな存在なんです」

そう語るのは、『WAKUWAKU YANAKA』店主で、ワクワク合同会社 代表社員の佐山愛さん。

“ねこだらけ”のアイコンを軸に、『ねこだるま』や『美濃焼コースター』など日本の伝統文化と掛け合わせた作品も展開しているが、その原点は売る考えもなかった一枚の絵から始まったという。

「私の絵って、売れるんだ」と気づいた瞬間

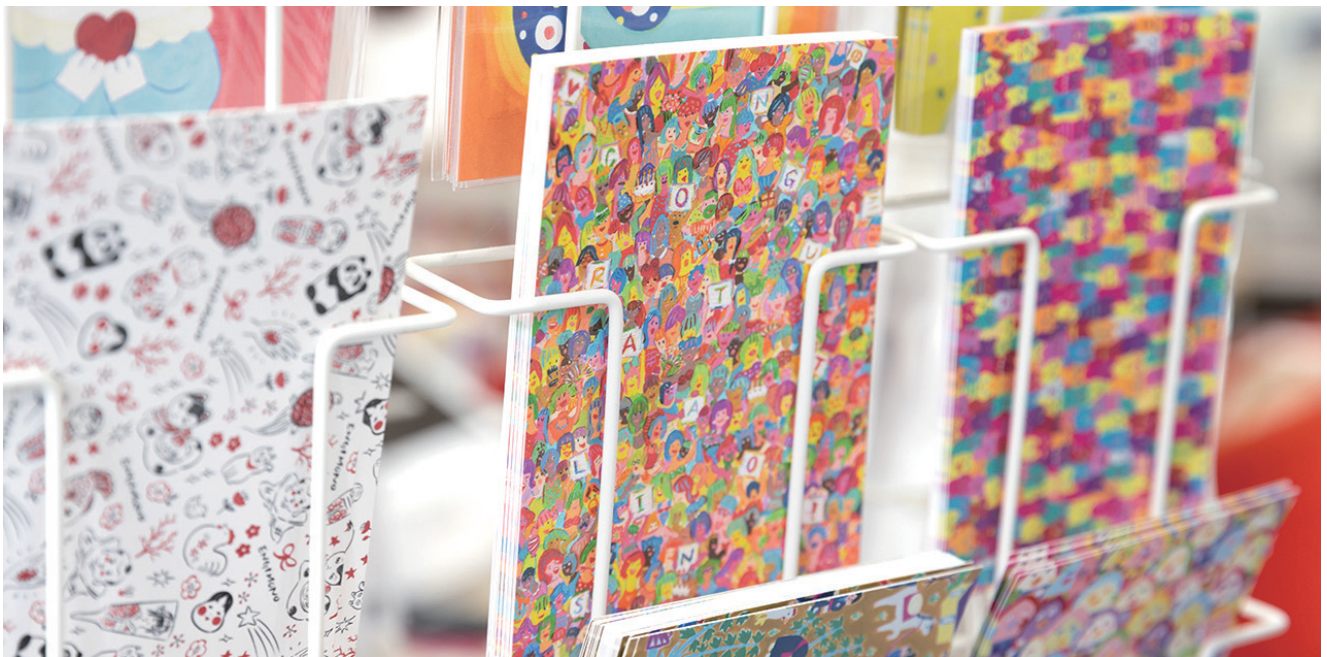
「もともと絵を描くことは好きではあったんですけど、それで食べていくっていう発想はまったくなかったですね」



そう振り返る佐山さん。大学卒業後は絵画販売の会社に就職した後 IT 企業へと転職。絵はあくまで“趣味”として続けていた。転機となったのは、2010 年ごろに通い始めたイラストスクールだった。

「プロとして活動している人たちの話を聞いたり、仕事を見たりして、こんな仕事ができたら死んでもいいなと思うようになって」そんな思いを抱える中で参加した国内最大級のアートイベント『デザインフェスタ』が、佐山さんの価値観を大きく変えた。

「商品はポストカードだけ持っていきました。けど一人のお客さまが展示用に飾っていた原画を指して、『この絵が買いたい。出展しているブースを全部見てきたけど、私の家に飾りたいと思ったのはこの絵だけだった。』とおっしゃって」



「『私の絵って、売れるんだ』と衝撃でした。まさか原画を買いたいって言われるとは思ってなくて値段も決めていなかったくらいです」

“家に飾りたい”と言われてもらったことで、自分の絵は誰かの生活の中に入り込んでいくものだ気づいたという佐山さん。
この出来事をきっかけに、「描くこと」は個人的な楽しみから、誰かに届けるものへと変わっていった。

猫とだるま、日本のものづくりと向き合う理由

作品の多くに猫が登場する理由について、佐山さんは「特別に選んだというより、自然と描いていた」と話す。

その猫と、日本の伝統を掛け合わせた代表的な作品が『ねこだるま』だ。

「もともとだるまを使ったクリエイター向けの企画に参加したのがきっかけで、立体に描く面白さに気づいたんです」

真っ白なだるまに向き合い、耳や表情を加えていく中で、徐々に現在のスタイルが形づくられていった。

現在は高崎のだるま職人と関わりながら、型の制作から手がけ、商品として展開している。



2025年には、美濃焼コースターが『東京 TASK ものづくりアワード』にて「審査員のイチ推し製品」に入選。文化性やデザイン性が重視される場でも、その表現は評価されている。



このころにはテレビ出演も果たし、販路も大きく開拓。

現在はロフト銀座店などの文化的商業施設でも販売されているほか、4月21日からは、上野の『東京都美術館』開館100周年記念のコラボレーションとして、ミュージアムショップに作品の展示・販売が行われている。

大型作品「お祝いのねこだるま ねこだらけ 16号」をはじめ、ねこだるまやぱんだるまなど約30点の小作品も展開。

12月31日までの記念期間を通して、展示やグッズ展開なども予定されている。

楽しさを届け続けるために

一方で、事業として続けていく難しさも感じている。

「もともとお金を目的にやっているわけではないので、そのバランスをどう取るかはずっと課題ですね」

制作に集中するための体制づくりや、価格設定、販路の拡大。アーティストとしての感覚と、経営の視点との間で模索が続く。

「お金って“応援”でもあると思っていて。作品の価格が上がるほど、“それだけの価値があるのか”って自分自身に問いかけるようになるんです。いただいた分だけ、それに応えられるものをちゃんと届けていきたいです」

現在は海外展開にも力を入れ、台湾での展示や販売にも取り組んでいる。谷中という場所での手応えを感じながら、その先へと視野を広げている段階だ。



「日本でも海外でも、“楽しい”って思ってもらえるものを届けたいという気持ちは変わりません。見た人の気持ちが少し軽くなったり、思わず笑顔になったりするような、そんな“ワクワク”を広げていきたいですね」

猫を軸としたクリエイティブを通じて、誰かの日常に“ワクワク”を届ける。一つひとつに向き合い、価値を問い続けるその歩みは、この先も谷中の街から広がっていく。

※記事内容は、2026年4月時点の情報です。

WAKUWAKU YANAKA

東京都台東区谷中 3-12-17 初音テラス 1B

11:00-18:00

定休日：祝日を除く月・火(イベント等による不定休はSNSでお知らせ)

『地域景況調査』第91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.91

発行 2026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/>

