Johoku Business Report

2026年7～9月　城北しんきん地域景況調査　No.92

CONTENTS

p.1……概況

p.3……業種別

p.9……特別調査
[中小企業における生成AIの利活用について]

p.11…NACORD
[内藤プロセス株式会社さま]

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 と収益 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やや下降し、販売価格 DI は上昇しています。

	前　期	**今　期**	来　期
業 況 D I	2 →	**2 →**	3 ↗
売 上 D I	7 ↗	**11 ↗**	9 ↘
収 益 D I	△ 0 ↘	**2 ↗**	△ 0 ↘
仕入・原材料価格D I	52 ↗	**50 ↘**	44 ↘
販売・請負価格D I	31 ↘	**35 ↗**	31 ↘
在 庫 D I	△ 2 ↘	**2 ↗**	2 →
設備投資を実施した企業の割合	8.3% ↗	**8.8% ↗**	9.0% ↗

■ 業種／地域別天気図

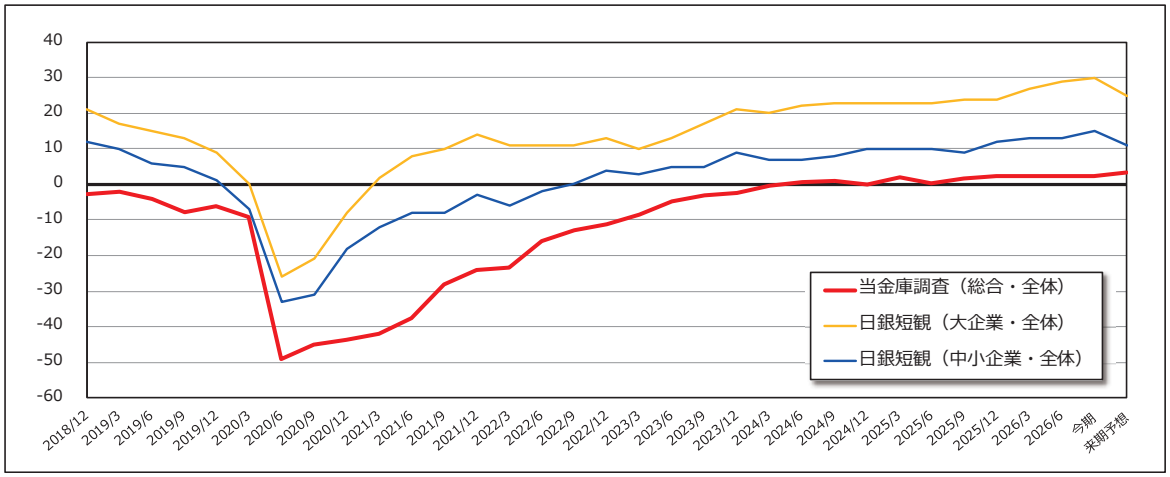
今期は製造業で良化、卸売業と小売業で悪化し、総合（全体）は好調となりました。

	前　期 2026 年 4～6 月期	今　期 2026 年 7～9 月期			来　期 2026 年 10～12 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		2026年6月調査	**2026年9月調査**	2026年12月予想
製造業	短観・大　企　業	22 ↗	**24 ↗**	21 ↘
	短観・中堅企業	17 ↗	**23 ↗**	18 ↘
	短観・中小企業	9 ↗	**14 ↗**	12 ↘
	当金庫調査先	△2 ↘	**0 ↗**	3 ↗
非製造業	短観・大　企　業	37 ↗	**35 ↘**	30 ↘
	短観・中堅企業	26 ↘	**24 ↘**	19 ↘
	短観・中小企業	15 ↘	**15 →**	10 ↘
	当金庫調査先	3 ↗	**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ヵ月ごとに継続実施しています。

調査時期：2026年7～9月期を対象に、８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。

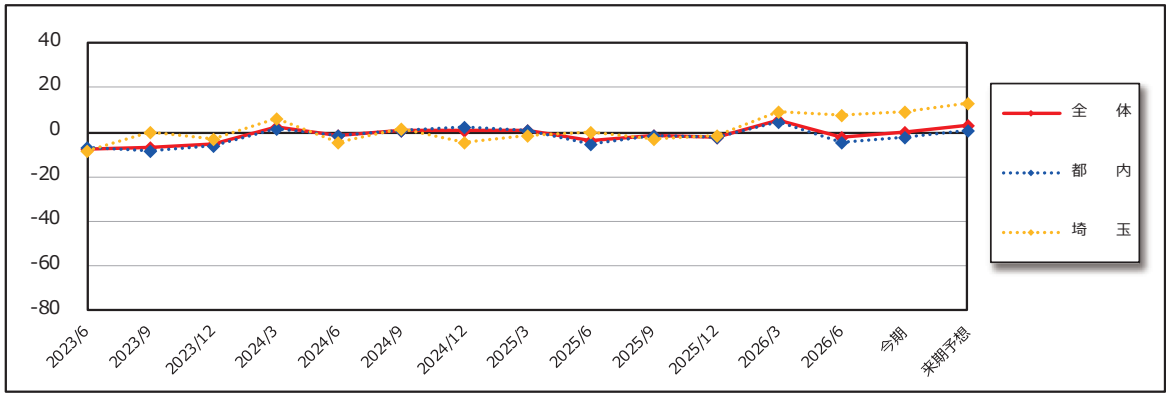
	全業種	製造業	卸売業	小売業	ｻｰﾋﾞｽ業	建設業	不動産業
調査先数	**962**	312	96	188	115	134	117
回答数	**955**	309	96	186	113	134	117
回答率(%)	**99.2**	99.0	100.0	98.9	98.2	100.0	100.0

製造業



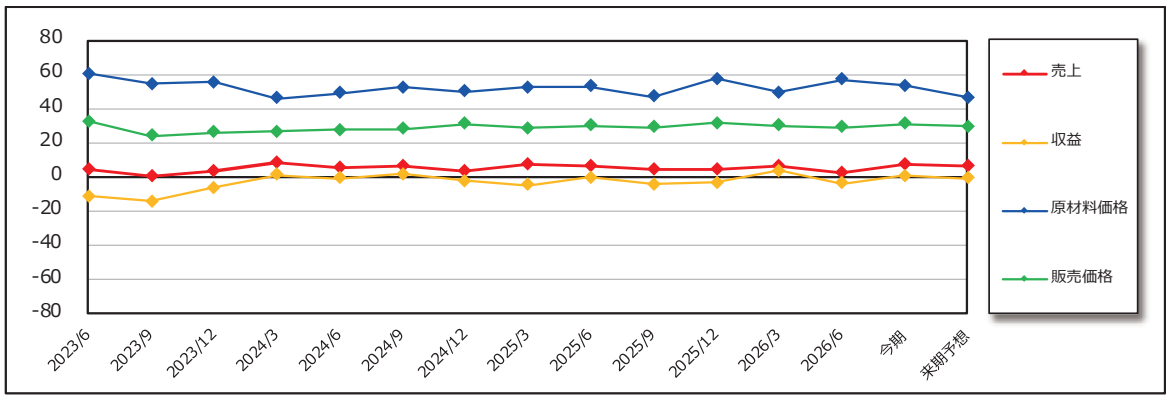
■ 業況ＤＩの推移

業況 DI は都内と埼玉でやや上昇しました。全体はわずかに良化し、横ばい圏となりました。



■ 各種ＤＩの推移

売上 DI は増加し、収益 DI はプラスに転じました。原材料価格 DI は下降するも高水準が続きます。



■ 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	40.1%	(前期 1 位)	販路を広げる	55.9%	(前期 1 位)
2 位	売上の停滞・減少	27.1%	(同 2 位)	経費を節減する	45.3%	(同 2 位)
3 位	同業者間の競争の激化	19.0%	(同 3 位)	情報力を強化する	15.8%	(同 3 位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

＊息子への事業承継を考えているが、どう進めていくかが今後の課題だ。　《梱包材料、北区》

＊仕入価格は上がっているが、販売価格への反映はできている。　《金属プレス加工、荒川区》

＊若い人の採用がうまく進まず、この先の人手不足が心配だ。　《育児用品、足立区》

＊材料費の値上げが続いており、先を見越して一括で仕入れるかどうか検討している。
《間仕切り製造・取付、台東区》

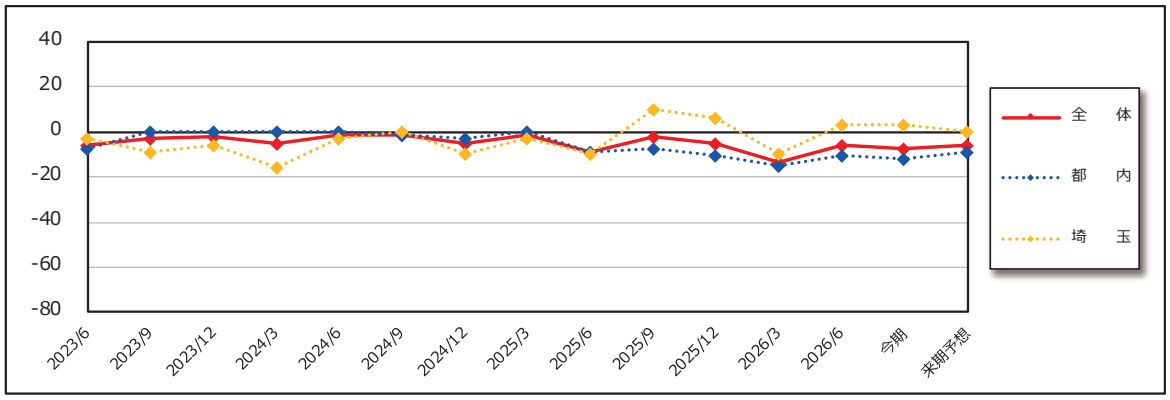
＊下請けや職人の確保を急ぎたい。注文自体は絶えず来ているので、それをしっかり受けられる体制を整えているところだ。　《繊維製品、台東区》

＊業界全体が厳しく、当社も受注が減って苦しい状況だ。　《印刷、江東区》

卸売業

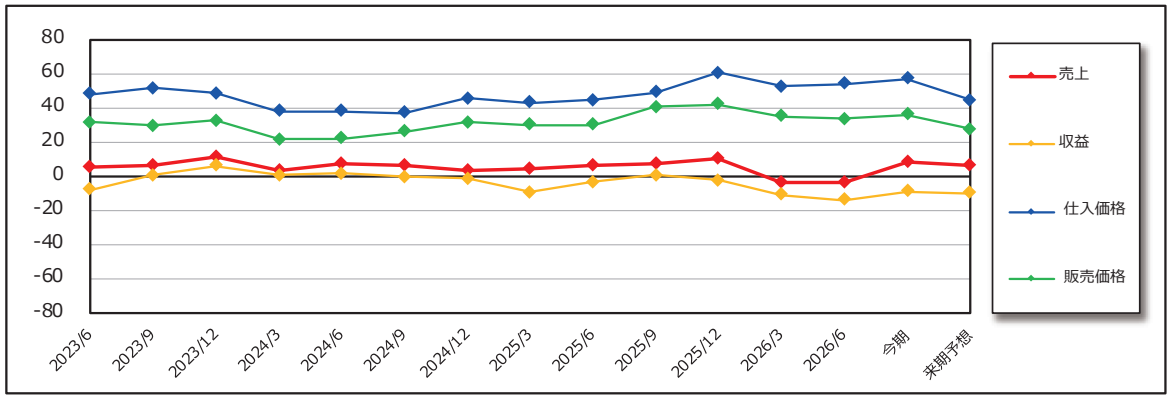
■ 業況ＤＩの推移

都内と全体ではやや下降し、マイナス圏での推移となりました。埼玉は前期並となりました。



■ 各種ＤＩの推移

売上 DI は増加してプラスに転じ、収益 DI は依然マイナス圏ながら改善しました。



■ 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	29.1%	(前期 1 位)	販路を広げる	55.2%	(前期 1 位)
2 位	同業者間の競争の激化	23.9%	(同 2 位)	経費を節減する	39.5%	(同 2 位)
3 位	利幅の縮小	21.8%	(同 3 位)	情報力を強化する	15.6%	(同 3 位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

＊中東情勢の影響もあり、電気代の高騰が非常に厳しい。販売価格を上げざるを得ず、お客さまの購買力も落ちている。売上も思うように伸びていない。《水産物、荒川区》

＊非鉄金属（銅）の価格が高騰しており、今後どこまで上がるのか懸念している。《非鉄金属くず、葛飾区》

＊従業員、特にドライバーの高齢化が課題となっている。《総合金属材料、練馬区》

＊仕入れや経費の高騰が続いているが、取引先としっかり交渉を行うことで、販売価格への反映はできている。《魚介類全般、中央区》

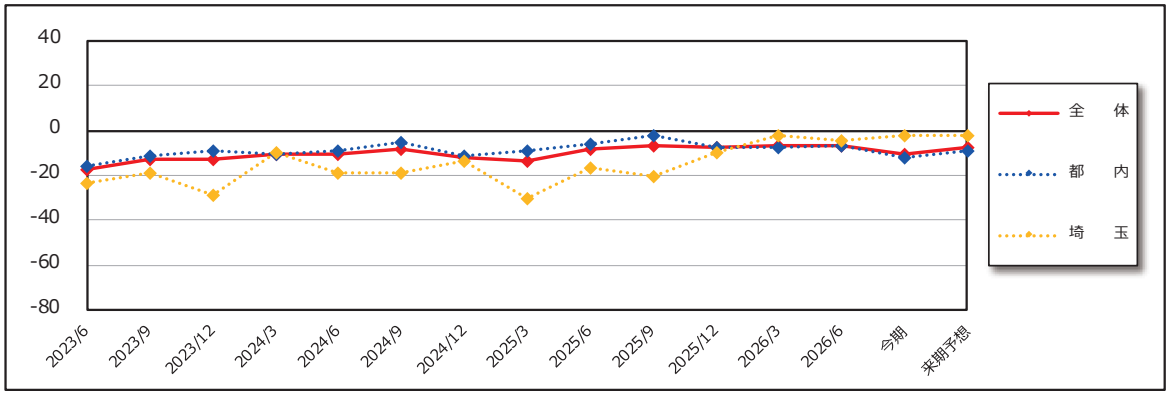
＊部材の高騰が続いているが、なかなか価格に反映できていない。《ケミカル塗料、草加市》

小売業



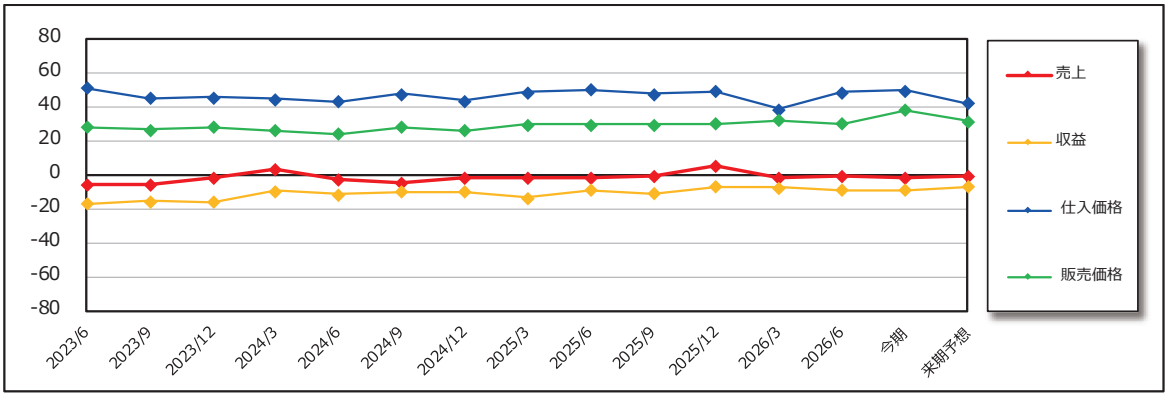
■ 業況ＤＩの推移

業況 DI は都内では悪化し、埼玉では良化しました。全体では悪化し、マイナス幅が拡大しました。



■ 各種ＤＩの推移

売上 DI はやや減少し、来期もマイナス圏での推移が続く見通しです。収益 DI は前期並でした。



■ 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	34.9%	(前期 1 位)	経費を節減する	47.8%	(前期 1 位)
2 位	仕入先からの値上げ要請	23.6%	(同 2 位)	品揃えを改善する	21.5%	(同 2 位)
3 位	同業者間の競争の激化	20.9%	(同 3 位)	宣伝・広告を強化する	20.4%	(同 3 位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

＊子どもの数の減少が悩みだ。今後は婦人服にも力を入れていきたい。　《学生服等、荒川区》

＊これからは採算をしっかり意識した販売を心掛けたい。固定のお客さまはついているので安定はしているが、新規のお客さまをどう増やしていくか、いろいろと模索している。《生花、台東区》

＊大型店との価格競争に飲み込まれないように、リピート顧客の獲得に努めている。販路を広げることよりも、品揃えを充実させることを重視している。　《家電製品販売、練馬区》

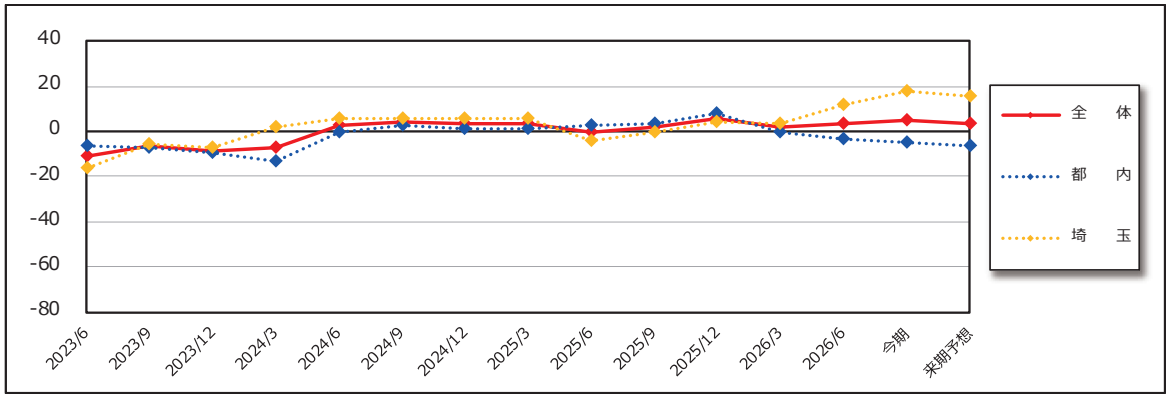
＊中東情勢が落ち着かない限り、仕入れ値は上がり続けそうだ。　《ワイシャツ、千代田区》

＊店舗での売上が伸び悩んでおり、厳しい状況だ。実店舗だけに頼らず、ネット売上の拡大を図ることで、新たな販路を開拓していきたい。　《自動車部品、八潮市》

サービス業

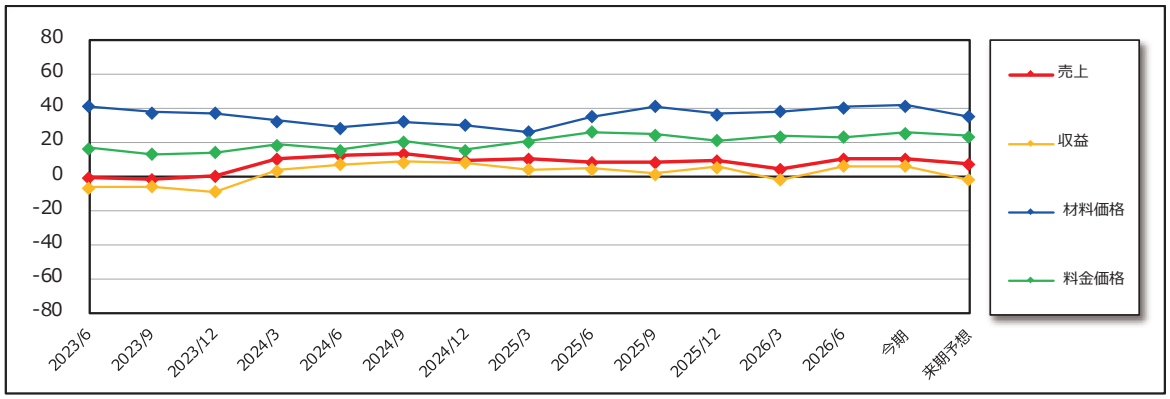
■ 業況ＤＩの推移

業況 DI は、都内ではやや悪化しましたが、埼玉では良化し、全体ではわずかに良化しました。



■ 各種ＤＩの推移

売上 DI はプラス圏で推移する一方、収益 DI は来期マイナスに転じる見込みです。



■ 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	25.6%	(前期 1 位)	経費を節減する	38.0%	(前期 2 位)
2 位	売上の停滞・減少	23.0%	(同 2 位)	販路を広げる	30.9%	(同 1 位)
3 位	利幅の縮小	18.5%	(同 5 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

＊設備の老朽化が進んできている。すぐに全部を入れ替えるのは難しいため、今後は状況を見ながら少しずつ買い替えを検討していきたい。《美容院、北区》

＊地元のお客さまの高齢化が進み、顧客数が徐々に減少している。新しいお客さまの開拓も含め、今後の対応を考えていく必要がある。《美容室、足立区》

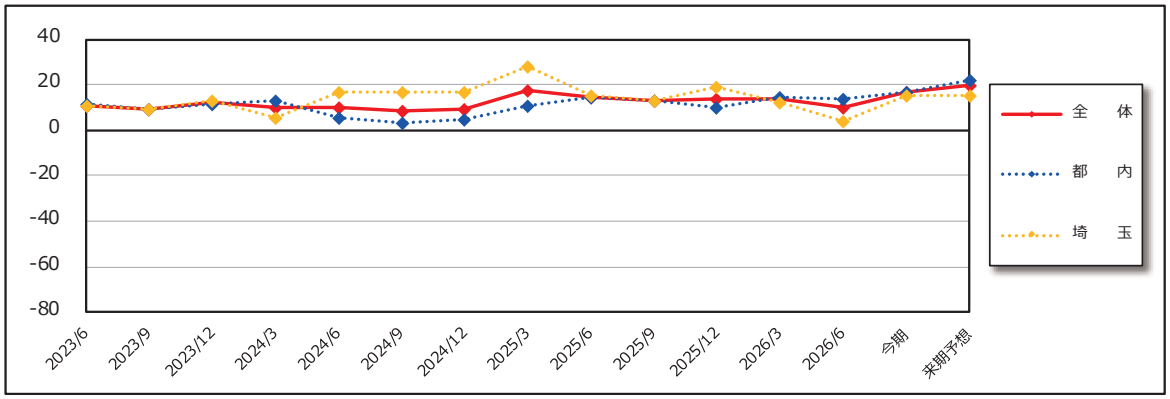
＊自動車の修理をすることが少なくなってきている。これまでと同じような受注の仕方では厳しくなってきていると感じている。《自動車整備、台東区》

＊シャンプーなどの原材料が値上げされているが、お客さまへの影響を考えると、なかなか価格に反映しづらいのが実情だ。《ヘアサロン、草加市》

建設業

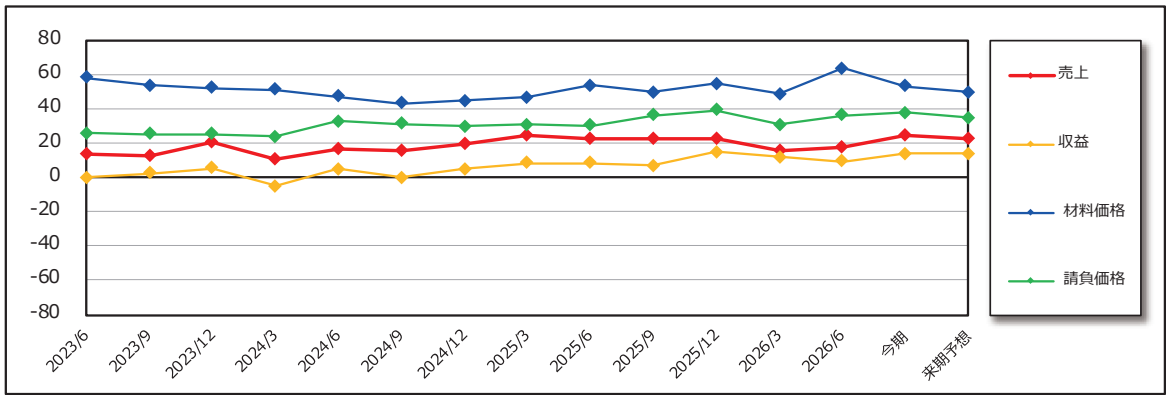
■ 業況ＤＩの推移

都内と全体で上昇し、埼玉では大幅に上昇しました。来期も都内と全体で上昇する見通しです。



■ 各種ＤＩの推移

売上 DI と収益 DI はともに増加し、材料価格 DI は大幅に下降したものの、高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	44.0%	(前期 1 位)	経費を節減する	43.2%	(前期 1 位)
2 位	人手不足	32.8%	(同 2 位)	販路を広げる	36.5%	(同 2 位)
3 位	売上の停滞・減少	25.3%	(同 3 位)	人材を確保する	29.8%	(同 3 位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

＊地元の工務店において、中東情勢の影響により材料の仕入れに供給不安が生じている。

《総合建設、荒川区》

＊原材料の高騰分を価格に反映してもらえるよう、取引先と交渉するのが大変な状況だ。

《内装業、足立区》

＊工務店事業において、建築資材の価格高騰に加え、仕入れにかなりの時間がかかるようになっている。

《不動産管理建築工事、台東区》

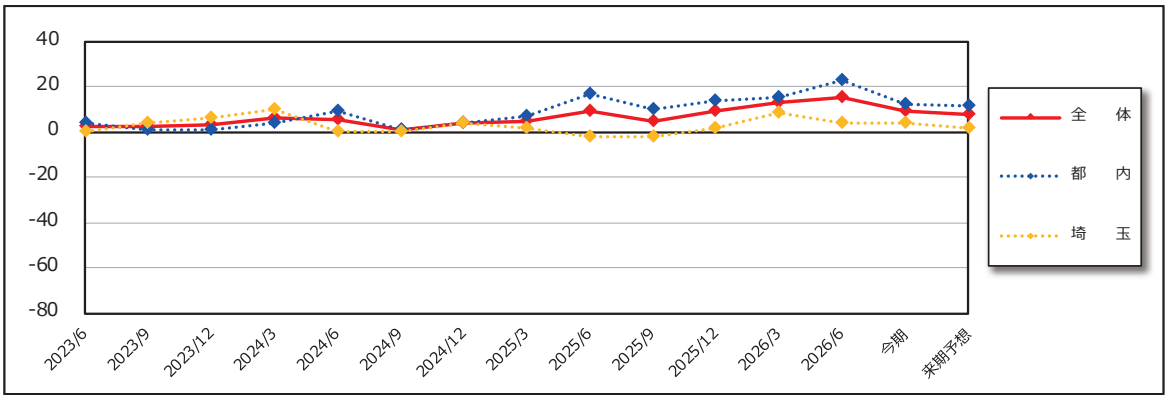
＊人材の確保が非常に難しい状況だ。外国人労働者であっても、長く定着してくれる人材を求めている。

《道路補修工事業、台東区》

不動産業

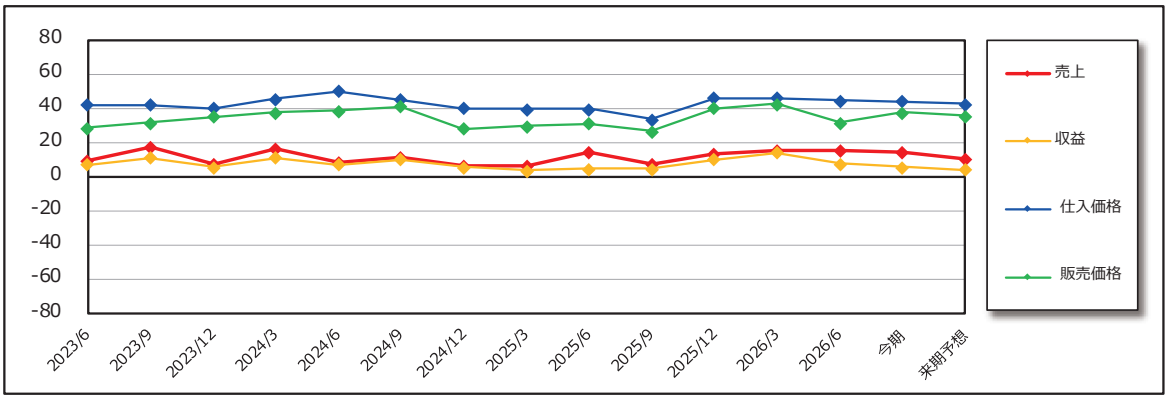
■ 業況ＤＩの推移

都内は大きく悪化し、埼玉は前期並となりました。全体では悪化しました。



■ 各種ＤＩの推移

売上 DI と収益 DI はともにわずかに減少しました。仕入価格 DI は緩やかに下降しています。



■ 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	35.9%	(前期 1 位)	経費を節減する	35.0%	(前期 3 位)
2 位	同業者間の競争の激化	33.3%	(同 2 位)	販路を広げる	30.7%	(同 1 位)
3 位	商品物件の不足	17.9%	(同 3 位)	情報力を強化する	27.3%	(同 2 位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

＊安定した売上を維持しているものの、管理物件は少しずつ減少してきている。
《不動産管理・仲介、荒川区》

＊不動産価格が上昇しており、家賃の値上げ交渉を行う機会が増えているが、なかなかまとまらず難航している。
《不動産売買・仲介、荒川区》

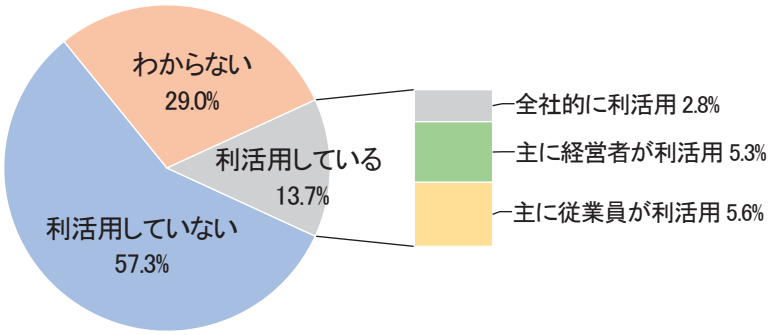
＊材料費高騰の影響はあるが、価格交渉により利幅の確保に努めている。
《建築業、葛飾区》

＊物件価格の高騰により、仕入れ値が上昇している。
《不動産仲介、千代田区》

＊建築関係も含め、中東情勢の影響による遅れが生じている。早期に状況が改善されることを願っている。
《不動産業、草加市》

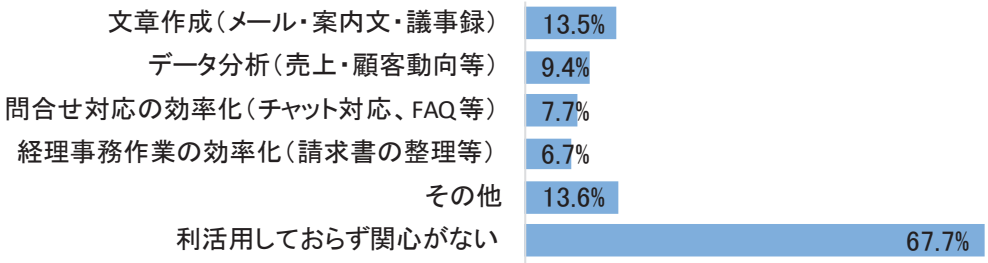
特別調査　中小企業における生成 AI の利活用について

■ 貴社では、業務上で生成 AI（ChatGPT、Gemini、Claude、DeepSeek 等）を利活用していますか？利活用している場合は、主にどのような方が使っていますか？



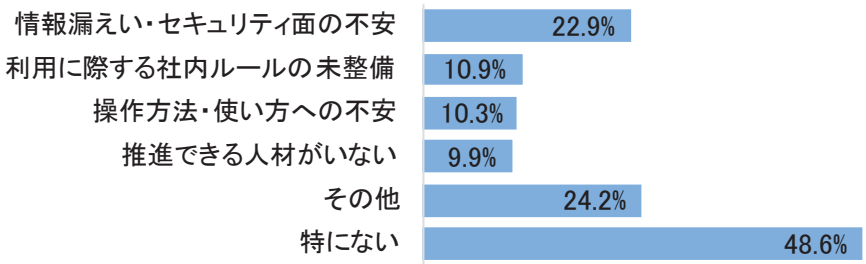
業務上での生成 AI の利活用について、「利活用していない」が 57.3%で最多となりました。「利活用している」は 13.7%で、内訳は「主に従業員が利活用」5.6%、「主に経営者が利活用」5.3%、「全社的に利活用」2.8%となりました。

■ 貴社では、業務上で生成 AI をどのような用途で利活用していますか？また、現時点で利活用していない場合には、どのような用途での利活用に関心がありますか？（３つまで）



生成 AI の利活用用途（未利活用の場合での関心を含む）では、「利活用しておらず関心がない」が 67.7%で最多となりました。一方、具体的な用途・関心では「文章作成（メール・案内文・議事録）」13.5%、「データ分析（売上・顧客動向等）」9.4%が上位となりました。

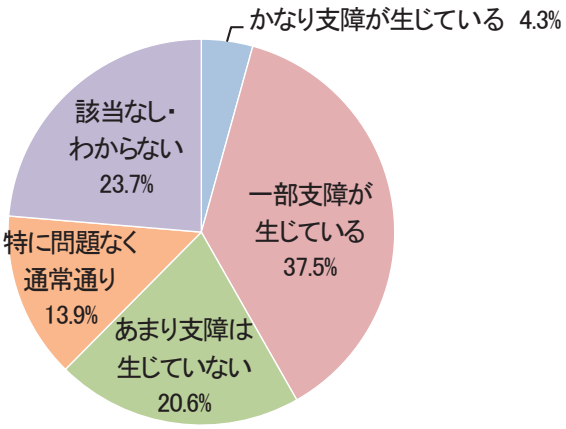
■ 貴社が生成 AI を業務で利活用する上で、課題となる点は何ですか？（３つまで）



生成 AI を業務で利活用する上での課題は、「情報漏えい・セキュリティ面の不安」22.9%が最多でした。以下、「利用に際する社内ルールの未整備」10.9%、「操作方法・使い方への不安」10.3%、「推進できる人材がいない」9.9%が続きました。

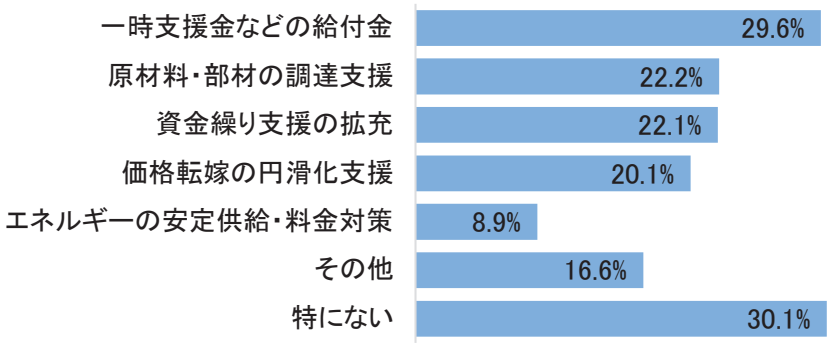
特別設問　**中東情勢による影響**

■ 2026 年春以降の中東情勢の混迷等により、貴社では原材料や商品等の調達（仕入れ）に際して、欠品や納期の遅れ等、価格面以外での支障が生じていますか？



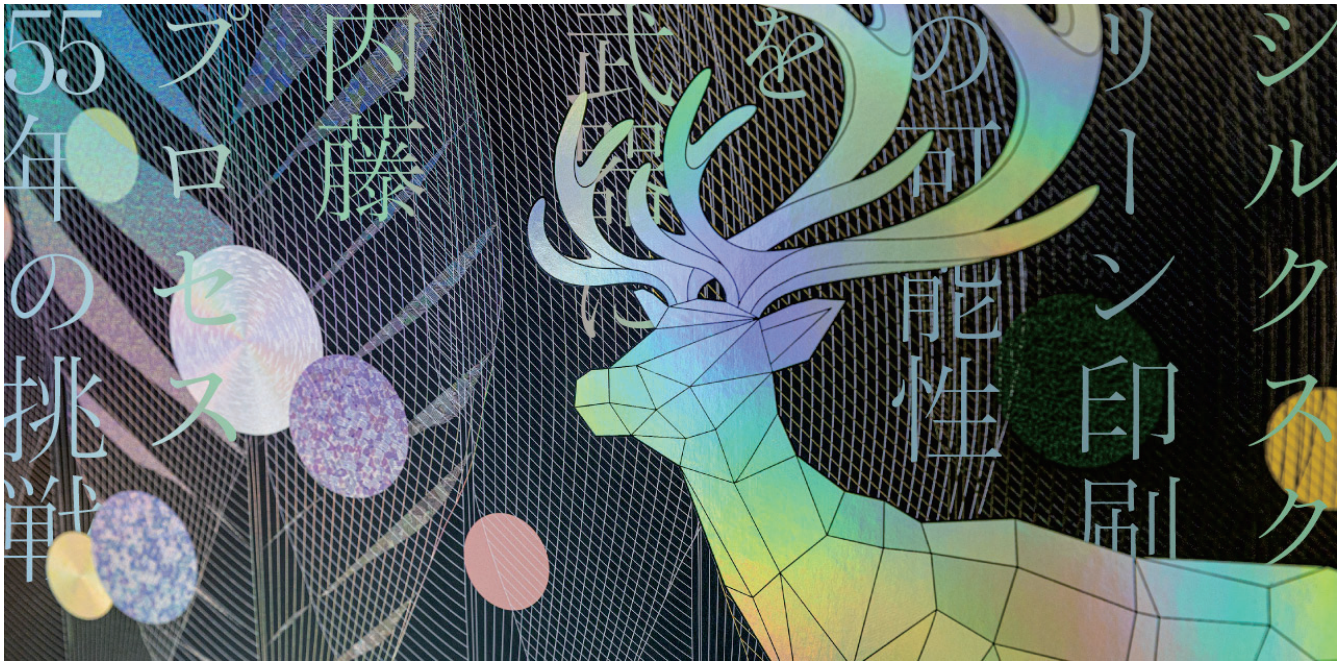
2026 年春以降の中東情勢の混迷等による調達面（価格面以外）への影響については、「一部支障が生じている」が 37.5%で最も多く、欠品や納期遅れなどの実務面で影響を受ける企業が一定数みられました。次いで、「あまり支障は生じていない」が 20.6%、「特に問題なく通常通り」が 13.9%となりました。

■ 中東情勢の混迷等により、原油価格等の高騰や、原材料・商品等の調達が困難な状況が生じています。これを受けて、今後、行政に求める支援策は何ですか？（3 つまで）



中東情勢の混迷等を踏まえ、今後行政に求める支援策は、「一時支援金などの給付金」29.6%が最多となりました。次いで、「原材料・部材の調達支援」22.2%、「資金繰り支援の拡充」22.1%、「価格転嫁の円滑化支援」20.1%となりました。特に建設業では、「原材料・部材の調達支援」が 30.6%と高い割合を示しました。

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。



トレーディングカードのキラキラと輝くレアカード。その光沢の裏側に、一人の職人が何十年もかけて進化させた技術がある。
埼玉県川口市に拠点を置く内藤プロセス株式会社は、印刷の特殊技術で業界に革命を起こした企業だ。



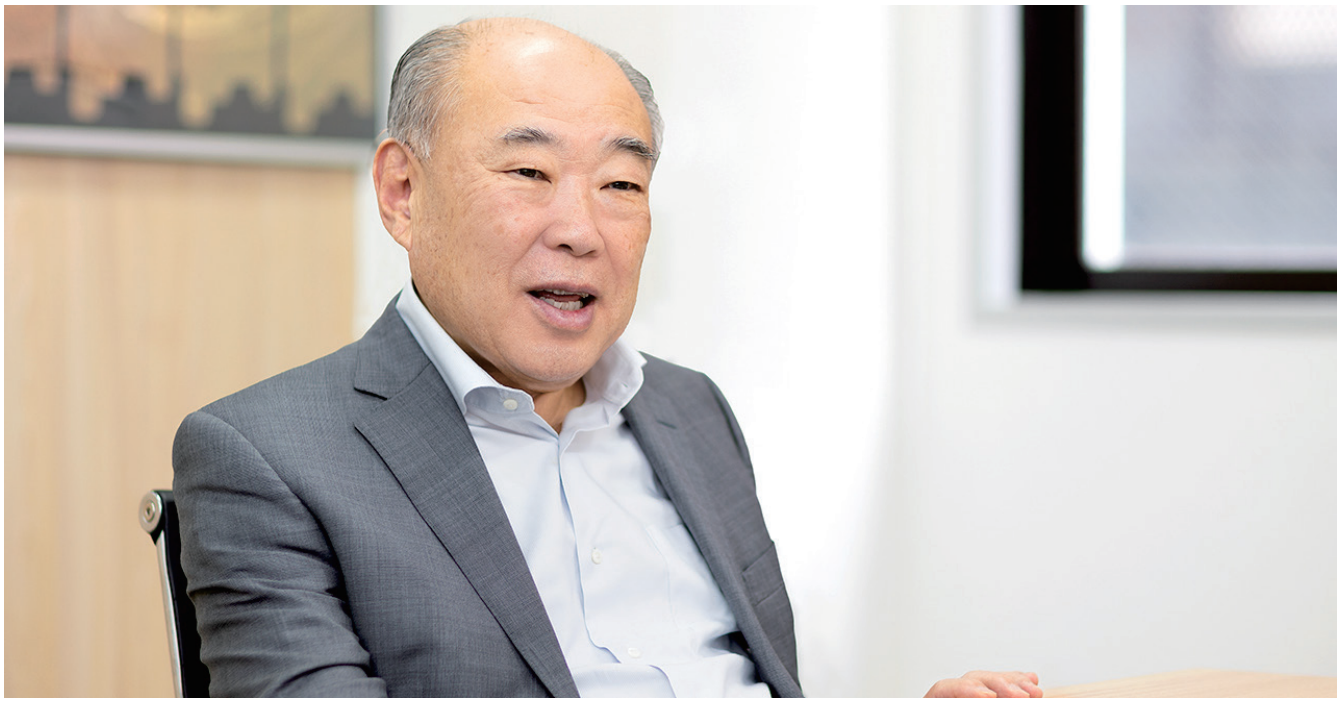
2026 年 5 月 26 日～8 月 31 日まで、神保町のショールームで開催されていた展示会『Discover Miracle Print』

同社が強みとするのは、版を用いてインキを印刷面に直接転写するシルクスクリーン印刷。
平面の印刷物に動きを与える特許技術などさまざまな開発を行っている。

「武器がない」危機感が技術開発の原点に

「父が、美術の専門学校に通う甥っ子から『シルクスクリーン印刷は面白いよ』と聞いたのが、会社のはじまりでした」

創業のきっかけを語ってくれたのは、内藤プロセスの代表取締役を務める内藤正和さん（73 歳）。



1971 年、木工所を経営していた父と共に個人会社「アド・スクリーン印刷」を創業。高校卒業後、シルクスクリーン印刷会社に約２年間勤め、データ作成から製版、印刷まで一通りの技術を身につけてから合流した。だが、時代はオイルショックでの不景気下。けっして順風満帆な船出ではなかった。

「当時は紙を印刷する仕事は少なかったんです。地道に取引先を開拓していました」

やがてプラスチック製品の普及とともに印刷需要も拡大し、業績は上向いた。他社が不動産投資に目を向けるなか、内藤プロセスは本業への投資を優先する堅実経営を貫いた。

顧客からの信頼を得ながらも、内藤さんの心中には危機感もあったという。

「『他は 10 円だから、８円でやってよ』と言われるんです。利益率は 0.5%、1%と、そんな状況でした。仕事をしていても何も特徴がない。だから『武器を持たなければならない』と、ずっと考えていました」

下請け中心の仕事では、価格競争から逃れられない。 厳しい要求にも耐えながら、内心では「今に見ていろ」と反骨心を燃やし続けた。それが、特許技術の開発へ挑む原動力となった。

初の特許を取得するも営業の成果は出ず

転機は 1990 年代。前例のない挑戦のきっかけとなったのは、知人が持ち込んだホログラム製品だった。

「見る角度によって色合いが変わる素材を、シルクスクリーン印刷でやったら面白いのではないかと思ったんです」

開発は難航した。インクは気温で性質が変わるため四季を通じた検証が必要で、印刷物表面のライン設計も 0.01 ㎜単位の精度が求められた。周囲の協力も得ながら約 3 年をかけて完成したのが『ミラクルビジョンプリント』。レンチキュラーレンズをヒントに、インキを厚く盛るスクリーン印刷の技術で、印刷物に立体視覚効果を実現した。

2005 年には初の特許を取得。社外からは「面白い」と好評を得た。しかし、受注には結びつかなかった。

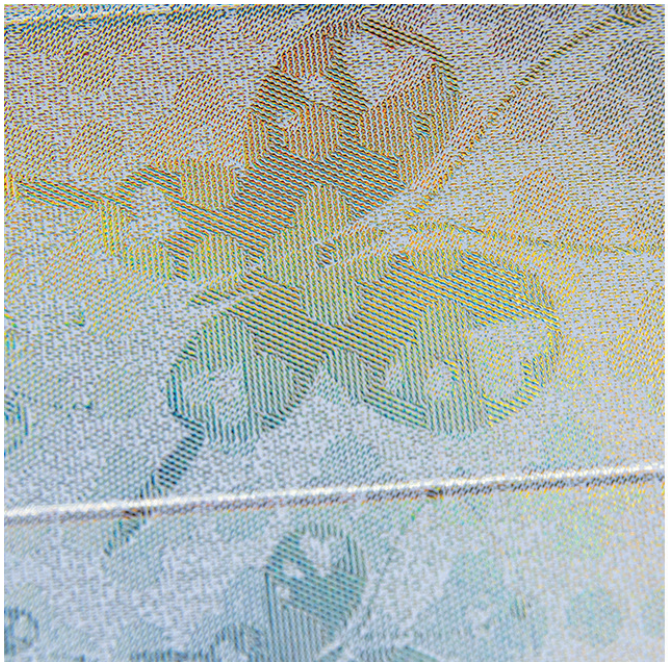
「取引先はこの新技術を何に活用したらよいのかわからない。高い価格も壁になりました」

しかし、歩みは止めなかった。ミラクルビジョンプリントの開発経験は、次なる挑戦の礎となった。

あきらめず開発した新たな特許が転機に

「印刷物に描かれたものが動いたら、面白いだろうと。ミラクルビジョンプリントの技術を応用できると、直感したんです」

誕生したのが、特許技術『フラッシュビジョンプリント』だ。前作の技術を進化させ、透明インキで微細な模様を表現できるほか、1 枚の印刷物に複数の異なる模様をあしらうことも可能になった。





「実際に動いた時は感激しました。『よし、これなら売り込める』と確信しました」

それまで、営業先では、「お宅の特徴は何ですか」と聞かれても答えられなかった。しかし、新たな特許技術によって状況は変わる。雑誌掲載をきっかけにメーカーからの問い合わせが増え、“武器”が初めて生まれた。

さらに、技術開発は続く。ヒントとなったのは、写真などの印刷で起きるエラー「モアレ現象」だった。試行錯誤の末に完成したのが、見る角度によって表面の絵柄が変化する『チェンジング』だ。

「社員も力を尽くしてくれたんです。全社一丸となって、完成したときの達成感はひとしおでした」

しかし、喜びも束の間だった。大手家電メーカーとの取引が最終局面まで進んでいたが、2008 年のリーマンショックによって話はすべて白紙に戻った。折しも工場の移転と設備投資を終えたばかりで、返済に追われる日々が 1 年半ほど続いた。

特許取得が呼んだ、新たな市場との出会い

それでも、内藤プロセスは突き進んだ。チェンジングの開発では、思わぬ出会いも生まれた。特許調査を進めるなかで、類似技術の特許がすでに存在していることが分かったのだ。

正々堂々とやりたいと思った内藤さんは、みずからその機関へ連絡し、技術者らと協議を重ねた。
「結果的に、弊社の技術は先方が持つ特許とは微妙に異なることが分かり、共願のご提案をいただいたんです」
2014 年にその機関との共願で「チェンジング画像印刷物」の特許を、 2015 年にはフラッシュビジョンプリントに関する「微細線模様の成形方法」の特許を単独で取得した。やがて、需要はトレーディングカード市場へと広がった。



「最初の 1 社が決まると、他のメーカーの方も『面白い』と言ってくれて、顧客も自然と増えていきました」
今では多くのトレーディングカードに内藤プロセスの技術が使われている。かつて武器がなかったはずの内藤プロセスは、唯一無二の技術により「選ばれる企業」へと発展していった。

業界の「外」を見れば可能性は切り拓ける

近年、印刷で培った知見を活かし、空間プロデュースなど新たな領域へと事業を展開する同社。
業界団体の会長も務める内藤さんが、同業者に繰り返し伝えている言葉がある。
「私からは『業界の外を見てください』と伝えています。外を見れば、仕事はたくさんある。イメージにある紙媒体の印刷だけを追いかけていたら頭打ちになりかねませんし、市場を切り拓くのは自分自身ですから」
一時は価格競争に苦しみながらも「今に見ていろ」の精神で、時代を乗り越えてきた内藤プロセス。
原点となるシルクスクリーン印刷へのこだわりはそのままに、特許技術によって新たな価値を生み出す挑戦はこれからも続いていく。

※記事内容は、2026 年 7 月時点の情報です。

内藤プロセス株式会社
埼玉県川口市東領家 2 丁目 16 番地 8 号
048-224-7145

『地域景況調査』第92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.92

発行　2026年11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/