

Johoku Business Report

2025 年 1 ～ 3 月 城北しんきん地域景況調査

No.86

CONTENTS

p.1 概況

p.3 業種別

p.9 特別調査
[外国人・海外情勢と中小企業]

p.11 ..NACORD
[GRANARYS COFFEE 様]



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・売上 DI が上昇しましたが、収益 DI は悪化しました。仕入価格 DI は高い水準が続いています。

	前 期	今 期	来 期
業 況 DI	0 ↘	2 ↗	3 ↗
売 上 額 DI	7 ↘	9 ↗	8 ↘
収 益 DI	1 ↘	△ 2 ↘	△ 1 ↗
仕入・原材料価格 DI	43 →	43 →	39 ↘
販売・請負価格 DI	27 ↘	28 ↗	25 ↘
在 庫 DI	0 ↗	1 ↗	△ 1 ↘
設備投資を実施した企業の割合	6.7% ↘	4.9% ↘	6.3% ↗

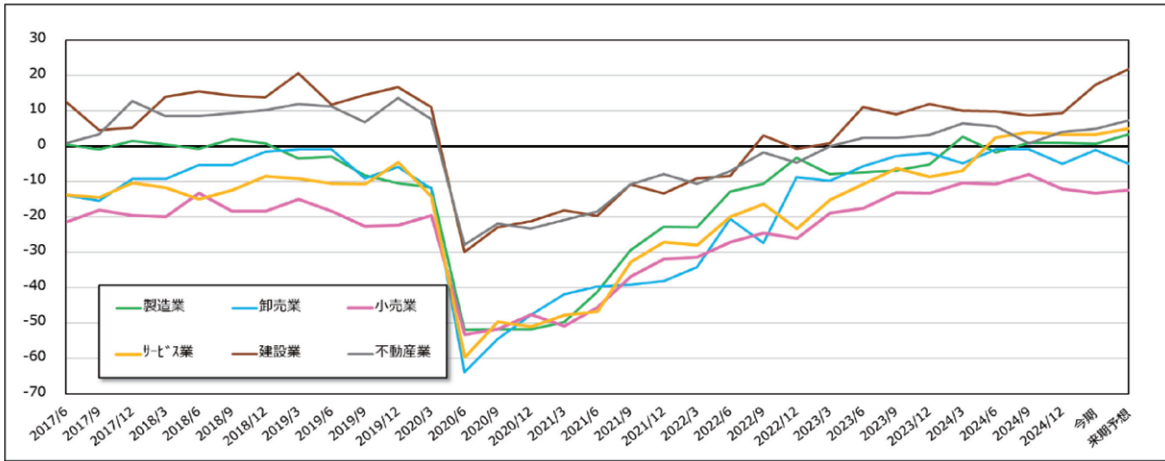
■ 業種／地域別天気図

埼玉の小売業で不調となりました。総合では、好調だった前期と比べ今期はやや後退しています。

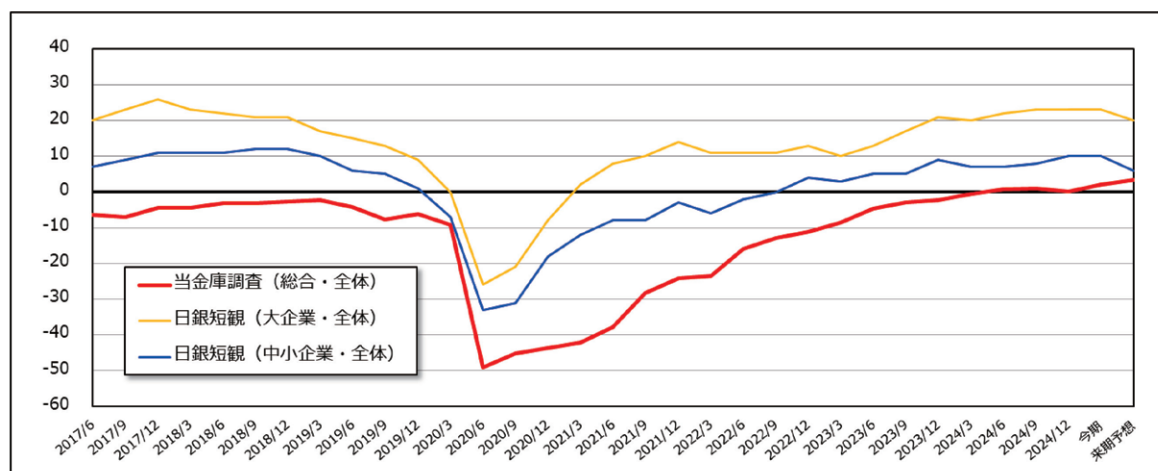
	前 期 2024 年 10～12 月期	今 期 2025 年 1～3 月期			来 期 2025 年 4～6 月期
		全体	都内	埼玉	
総 合					
製 造 業					
卸 売 業					
小 売 業					
サービス業					
建 設 業					
不 動 産 業					

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 12 月調査	2025 年 3 月調査	2025 年 6 月予想
製 造 業	短観・大企業	14 ↗	12 ↘	12 →
	短観・中堅企業	11 ↗	11 →	4 ↘
	短観・中小企業	1 ↗	2 ↗	△ 1 ↘
	当金庫調査先	1 →	1 →	3 ↗
非 製 造 業	短観・大企業	33 ↘	35 ↗	28 ↘
	短観・中堅企業	22 ↘	25 ↗	18 ↘
	短観・中小企業	16 ↗	16 →	9 ↘
	当金庫調査先	△ 0 ↘	2 ↗	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 1～3 月期を対象に、2 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。

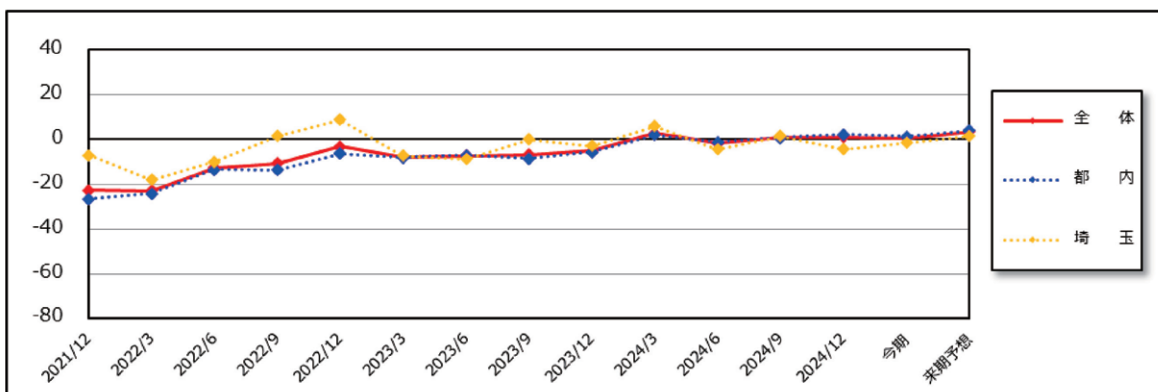
	全業種	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
調査先数	1,024	329	100	208	123	140	124
回答数	1,011	327	99	202	121	138	124
回答率	98.7	99.3	99.0	97.1	98.3	98.5	100.0

製造業



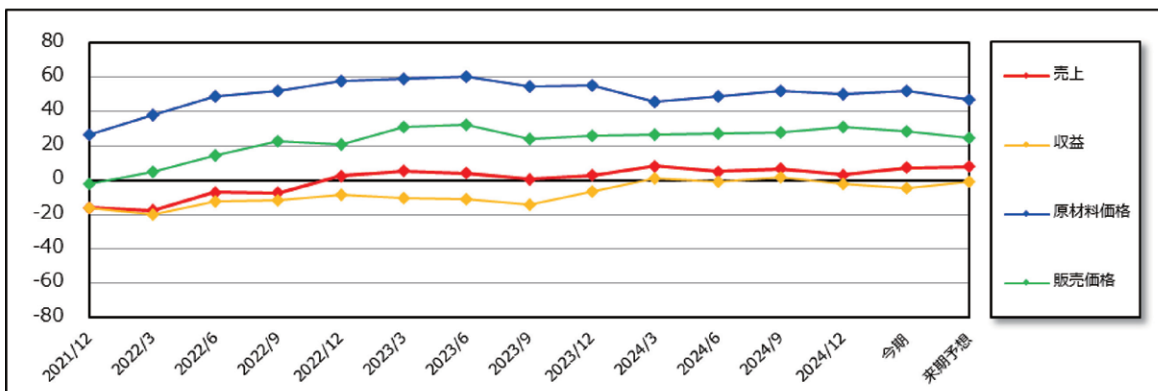
■ 業況DIの推移

全体の業況DIは、過去1年間0ポイント前後で推移し、現状維持が続いています。



■ 各種DIの推移

売上DIは増加しましたが、収益DIは減少しました。



■ 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	原材料高	40.6% (前期 1 位)	経費を節減する	55.0% (前期 2 位)
2 位	売上の停滞・減少	30.8% (同 2 位)	販路を広げる	54.4% (同 1 位)
3 位	利幅の縮小	24.7% (同 4 位)	情報力を強化する	14.6% (同 4 位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

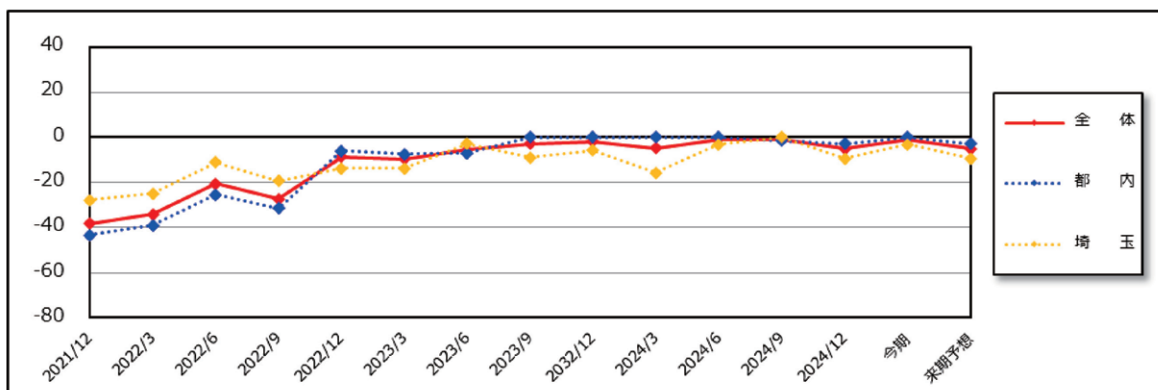
- * 材料価格の高騰の中、現状の売上では賃上げはなかなか難しい。 《建設機械部品、北区》
- * 受注生産が主で、在庫を抱えることなく経営できている。 《電気部品加工、北区》
- * 人手は欲しいが、細かい作業が多く専門性もあるため外注が難しいので、パートの募集を始めた。 《理化学用ガラス、足立区》
- * インターネット販売に注力し、売上の3割を占めている。 《産業用電気機械、練馬区》
- * 賃上げと専門人材育成に力を入れているが、若年層の定着率が上がらず、苦戦している。 《精密機械部品、さいたま市》
- * 高額商品は売上減少しているが、少額商品の売れ行きが好調だ。 《祭具、さいたま市》

卸売業



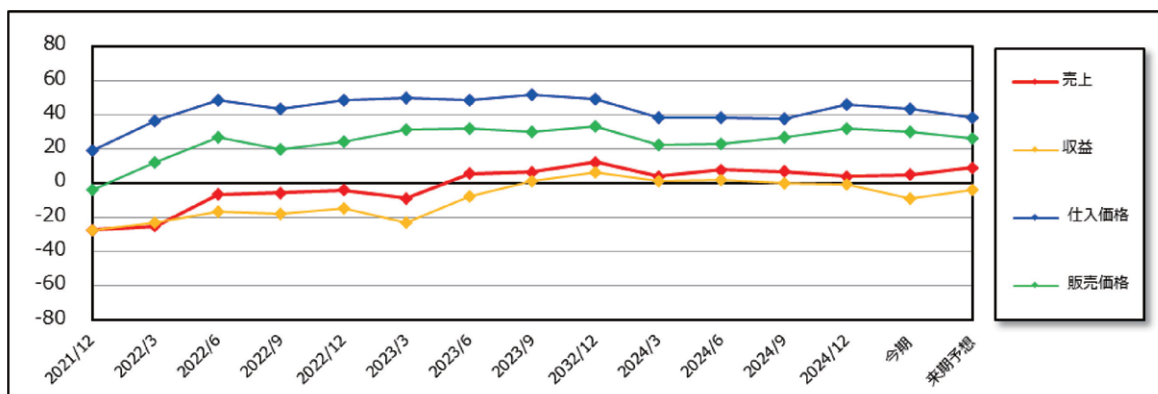
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに持ち直しましたが、来期はやや後退する見込みです。



■ 各種DIの推移

収益DIが減少しました。来期は、売上DI・収益DIともに増加する見込みです。



■ 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	33.3% (前期 1 位)	販路を広げる	59.6% (前期 1 位)
2 位	同業者間の競争の激化	30.3% (同 2 位)	経費を節減する	46.4% (同 2 位)
3 位	利幅の縮小	22.2% (同 3 位)	品揃えを充実する	11.1% (同 4 位)

■ お客様の声、調査員のコメント

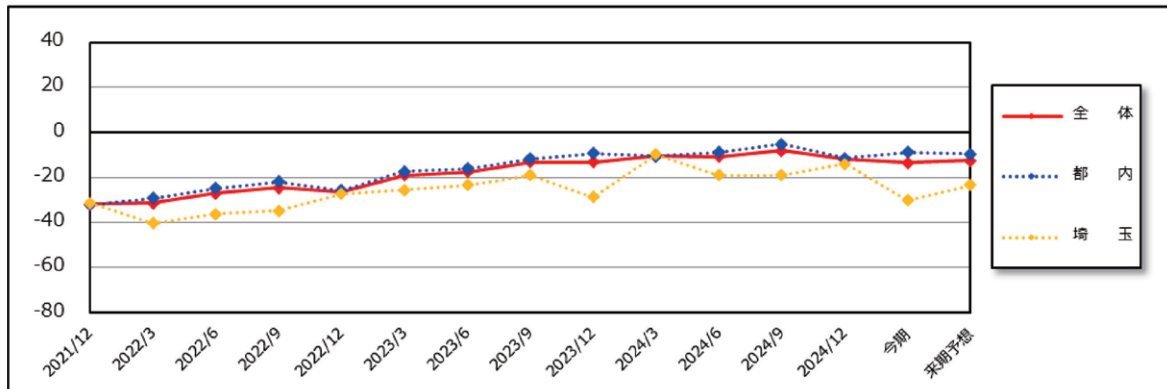
- * 円安が続き、輸入コストの上昇が利益を圧迫している。 《アウトドア用品、荒川区》
- * 学童机を取り扱っているが、児童数減少のため、事業拡大は難しい。 《学童机、足立区》
- * 仕入価格の上昇で利益の確保が難しい。 《食品、練馬区》
- * 外国産生姜の品質が悪いことが影響し国産生姜の仕入価格が高騰しているため、安定した収益を確保できない状況だ。 《食品、さいたま市》
- * 教材のデータ化が進み、紙の教材は顧客が伸び悩んでいる。 《学校教材、さいたま市》
- * 業界全体で不動産関連が不調のように思える。仕入価格が高く、経費削減では限界がある。 《建材、戸田市》

小売業



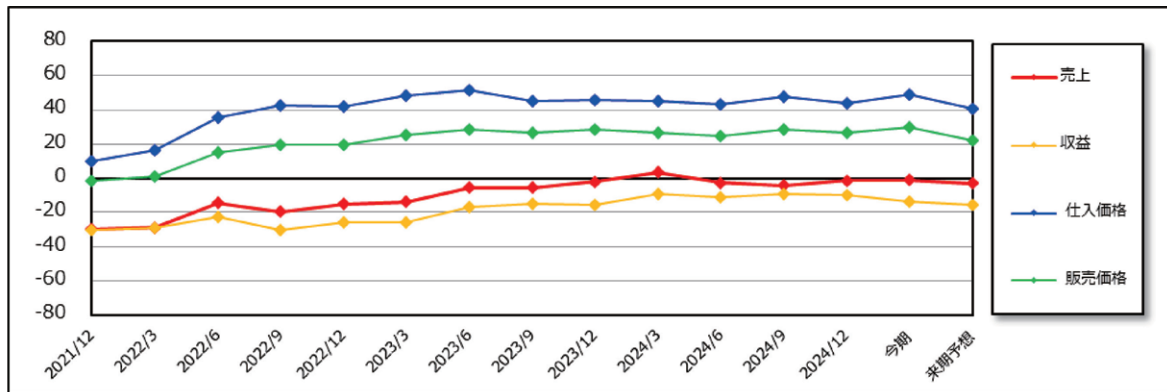
■ 業況DIの推移

埼玉で大きく下落しましたが、都内が支え、全体では前期並となっています。



■ 各種DIの推移

売上DIは横ばい、収益DIは減少しました。来期は仕入価格DI・販売価格DIが下降の見込みです。



■ 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 33.1% (前期 1 位)	経費を節減する 50.5% (前期 1 位)
2 位	同業者間の競争の激化 22.2% (同 2 位)	品揃えを改善する 27.2% (同 3 位)
3 位	仕入先からの値上げ要請 21.7% (同 4 位)	宣伝・広告を強化する 25.7% (同 2 位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

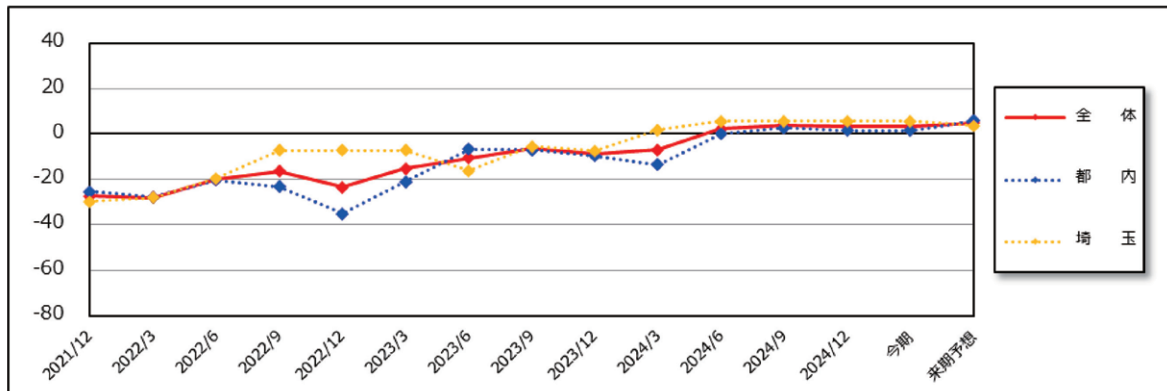
- * 仕入価格が上昇しているが、販売価格の見直しができていない。 《生花、北区》
- * 車を持つ人が減ったり、タイヤの価格が上がったりと、経営にマイナスの影響がある。 《自動車用品、足立区》
- * 同業大手の影響で売上が伸び悩んでいる。低価格競争は避けたい。 《衣料品、足立区》
- * 外国人向けサービスを厚くして、インバウンド客を取り込みたい。 《呉服・着物、台東区》
- * 外国人向けメニューの開発を考える必要がありそうだ。 《レストラン、江東区》
- * 多くの受注があり、車両の仕入れが追い付かないほどだ。 《車両、草加市》
- * 在庫の管理を見直すなど、積極的にコスト削減を図っている。 《書籍、蕨市》

サービス業



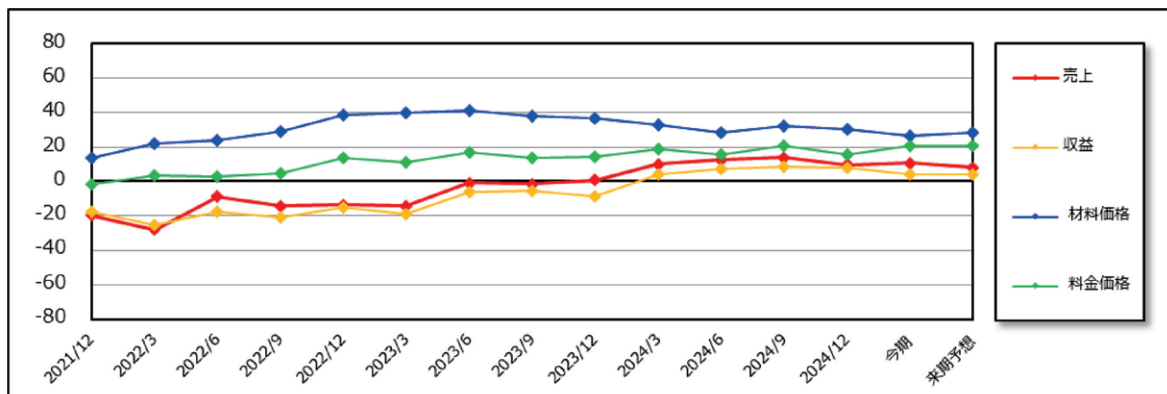
■ 業況DIの推移

前期並となりプラス圏で推移しています。来期は小幅に上昇の見込みです。



■ 各種DIの推移

売上DI・収益DIはプラス圏が続きますが、今期は収益DIがやや減少しました。



■ 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	28.9% (前期1位)	経費を節減する	42.1% (前期2位)
2位	同業者間の競争の激化	28.1% (同2位)	販路を広げる	33.8% (同1位)
3位	材料価格の上昇	15.7% (同3位)	宣伝・広告を強化する	28.9% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

* 駅近に店を構えており、お客さまには気軽に利用していただけている。リピーターも多い。

《美容院、北区》

* 材料費が高騰しており、仕入れを見直しながら対応している。

《理容業、足立区》

* インバウンドで宿泊客が増えている。今後は女性向けホテルに変更するなど、売上増加に向けた戦略を考えている。

《ビジネスホテル、台東区》

* 新聞広告のほか、学校関係のHP制作事業に注力しており、新規のお客さまを獲得していきたい。

《新聞広告・HP制作、千代田区》

* 賃上げは行っていないが、収益が上がった際に賞与を増額し対応している。

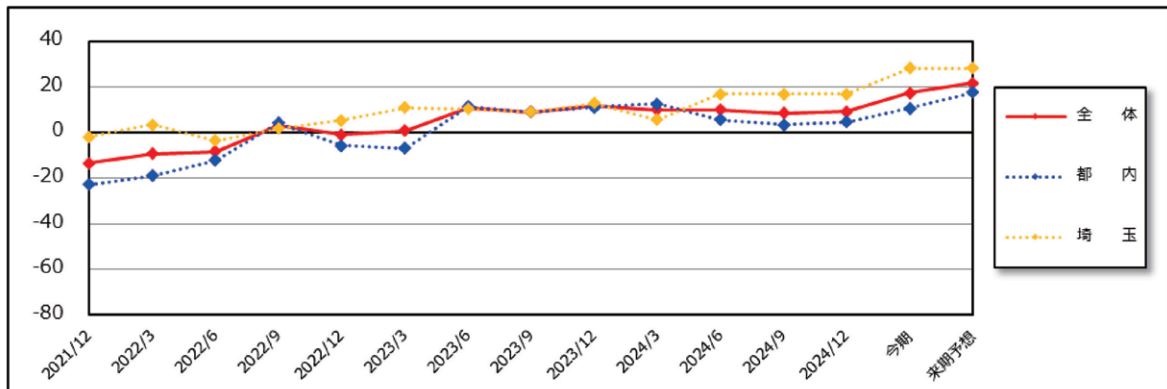
《運送業、蕨市》

建設業



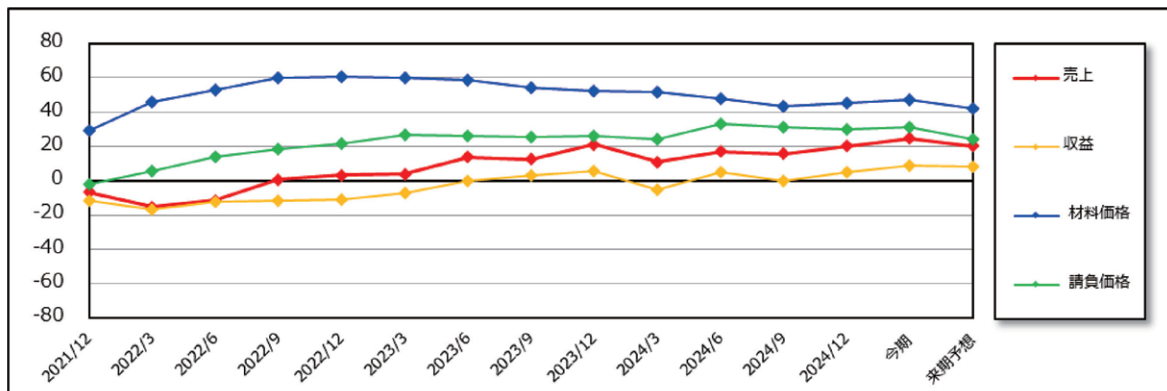
■ 業況DIの推移

都内・埼玉ともに好調で、大きくプラスとなりました。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は上昇が続きます。材料価格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	材料価格の上昇	44.9% (前期1位)	販路を広げる	44.9% (前期2位)
2位	人手不足	29.7% (同2位)	経費を節減する	39.1% (同1位)
3位	同業者間の競争の激化	23.9% (同4位)	人材を確保する	31.1% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

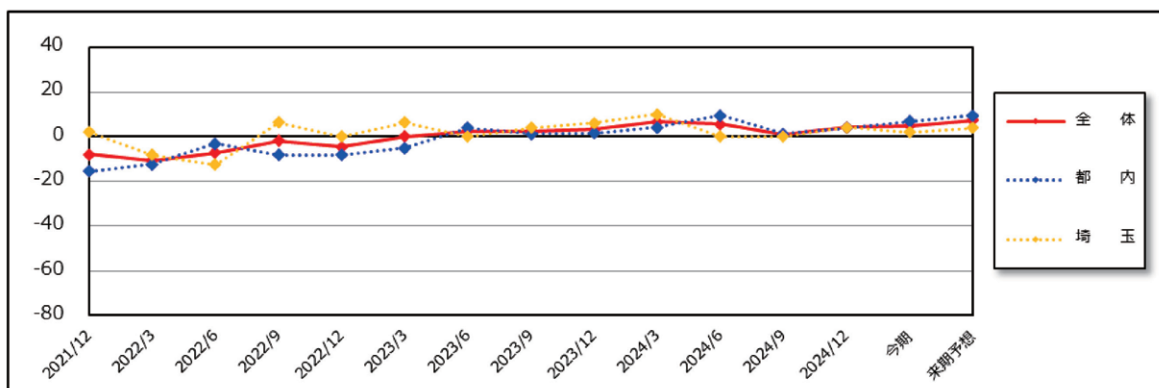
- * 材料価格の上昇が激しく、十分な価格転嫁が難しい状況だ。 《配管工事、北区》
- * 材料確保と人手不足が課題だと感じている。 《建設業、荒川区》
- * 業況は安定しており、外国人技能実習生を受け入れている。 《左官業、足立区》
- * 受注が増えており、社長自身も現場に出ている。 《内装工事、足立区》
- * 現状、受注は安定しているが、受注数が少数の得意先に依存しているとも感じている。 《土木工事、板橋区》
- * 人手不足と従業員の高齢化が課題で、人材育成に力を入れていきたい。 《一般建築、川口市》
- * 仕入価格の高騰を販売価格に転嫁できていない。 《一般住宅建築、吉川市》

不動産業



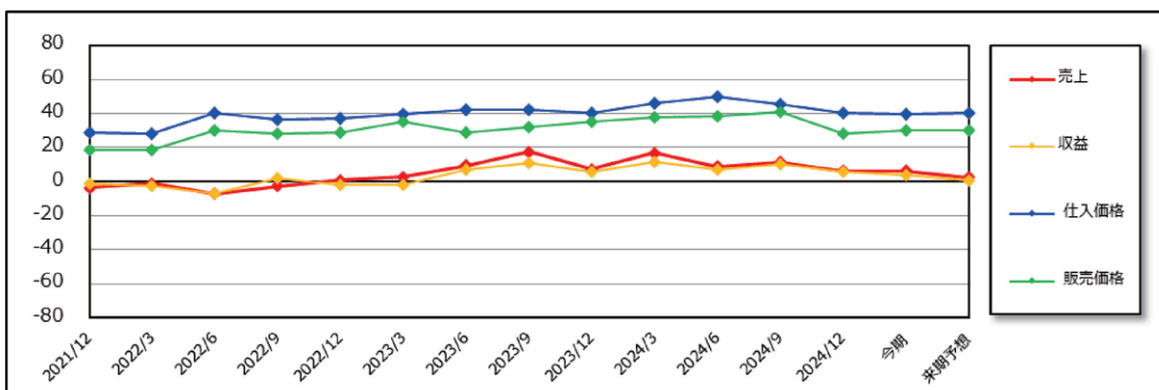
■ 業況DIの推移

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

仕入価格DI・販売価格DIは前期並の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	45.1% (前期1位)	情報力を強化する	41.1% (前期2位)
2位	同業者間の競争の激化	32.2% (同2位)	販路を広げる	39.5% (同1位)
3位	商品物件の不足	25.0% (同3位)	経費を節減する	29.0% (同3位)

■ お客さまの声、調査員のコメント

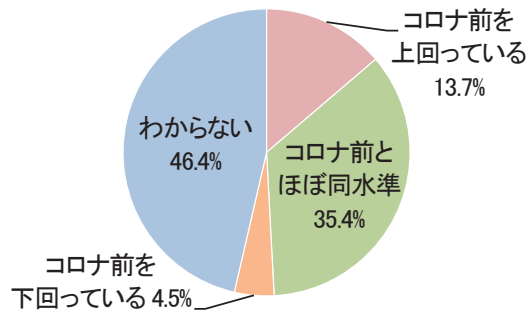
- * 都内の手ごろな土地がなかなか手に入らない。 《不動産代理、北区》
- * 高価格帯物件にマッチするお客さまの確保が課題だ。 《建売、板橋区》
- * 周辺に大学等が多く、物件入居率は良好だ。 《不動産管理、練馬区》
- * 都内のマンション販売価格は高騰しており、当社でも中国人をはじめとする外国人購入者が増えている。 《マンションのリノベーション販売、中央区》
- * 都内事業者の進出でプロジェクト用の土地の仕入れが困難だ。 《不動産販売、さいたま市》
- * 物価が上昇しているので、なるべく従業員の給与を上げるためにも試行錯誤し利益率を高めていきたい。 《不動産賃貸、戸田市》

特別調査

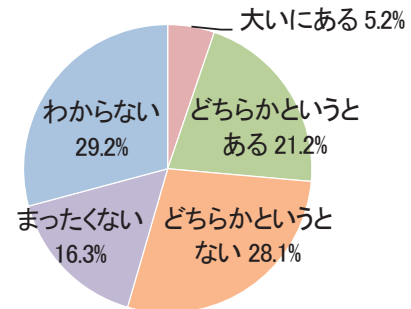
外国人・海外情勢と中小企業

- 外国の方と接触する機会がコロナ前の水準に戻っているという実感はありますか？ また、外国とのかかわりの中で今後ビジネスチャンスを増やしたいという意向はありますか？

外国人との接触機会



ビジネスチャンスを増やす意向

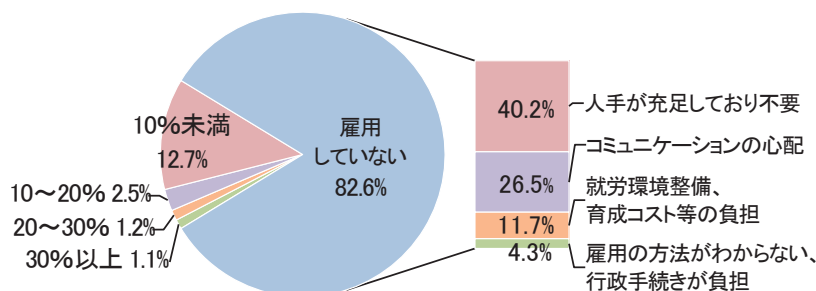


外国人との接触機会については、「わからない」を除くと「コロナ前と同水準」（35.4%）との回答が最も多く、次いで「上回っている」（13.7%）となりました。

外国とのビジネスチャンスの意向については、増やす意向が「大いにある」「どちらかというにある」を合わせると 26.4%となりました。

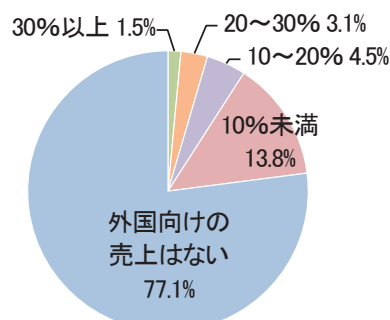
- 貴社では、外国人労働者を雇用していますか？ 雇用している場合は、従業員全体に占める割合はどのくらいですか？ また、雇用していない場合は、その理由は何ですか？

外国人労働者について、「雇用していない」が8割超となりました。理由として「人手が充足している」が多く挙げられたほか、「コミュニケーションの不安」や「環境整備、育成コスト



の負担」などを踏まえ、あえて外国人を雇用しようとは思わない事業者が多いようです。外国人を雇用している事業者は、製造業で多く、不動産業で少なくなっています。

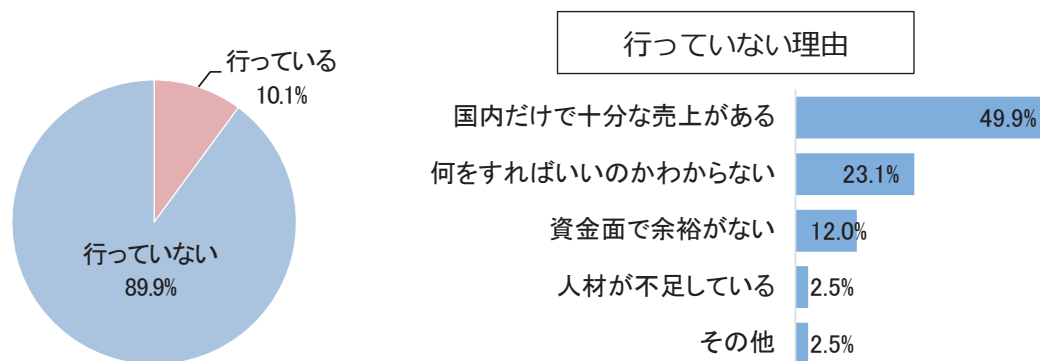
- 貴社では、外国人（旅行客を含む）、もしくは外国企業向けの売上はどのくらいですか？



「外国向けの売上はない」との回答が最も多く 77.1%となりました。外国人との接触機会が増えている事業者はあるものの、全体を見ると日本人向けの事業を営む事業者が多いようです。

一方、外国向けの売上がある事業者を業種別でみると、小売業・不動産業で多く、建設業で少なくなっています。

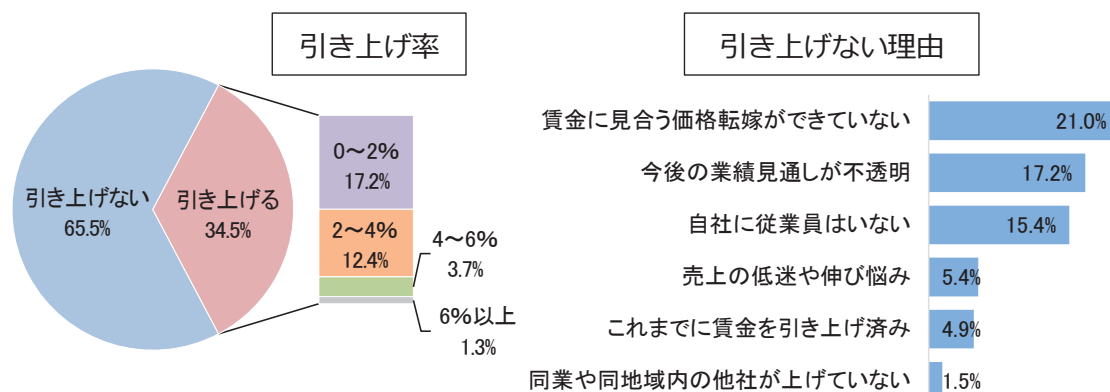
■ 貴社では、外国向けの売上を増加させるための取り組みを行っていますか？ 取り組みを行っていない企業は、その理由は何ですか？



外国人向けの売上を増加させるための取り組みを行っている事業者は約 1 割にとどまりました。行っていない理由としては、約半数が「国内だけで十分な売上がある」と回答したほか、「何をすればいいかわからない」も 23.1%挙げられました。

特別設問

■ 貴社では、人材定着などに向けて、2025 年中に賃金の引き上げを実施しますか？
引き上げる場合は、賃金引き上げ率はどのくらいですか？ また、引き上げない場合はその理由は何ですか？



「賃金を引き上げる」と回答した割合は 34.5%で、その内多くは 4%までの賃上げを予定しています。一方、賃金を引き上げない理由としては、「賃金に見合う価格転嫁ができていない」(21.0%)「今後の業績見通しが不透明」(17.2%)などが挙げられました。原材料価格や仕入価格の上昇など厳しい経営環境の中で、賃上げに慎重な姿勢が見られました。

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。



北区
王子で

古本と古家具と こだわりのコーヒーを

店主が目指す“街の喫茶”とは

コーヒーの湯気を感じながら本のページをめくり、古家具に囲まれた静かな空間で、日常と非日常のあいだのようなひとときを過ごす。

そんな喫茶店が、北区・王子の住宅街の一角にひっそりと佇んでいる。

「“街の喫茶”になりたいんです。“街の喫茶”というのは、街の人をいちばんに想っているもの、そして街の人も想ってくれているものだと思います」



そう話すのは、『GRANARYS COFFEE』（グラインナリーズコーヒー）店主の伊能大樹（イヨク・ヒロキ）さん（46歳）。

物語のはじまりは、築140年の建物との出会いから

喫茶店の開業は、当時住んでいた足立区・北千住で、ある物件と出会ったことから始まった。

お店をはじめると、徐々に口コミや SNS で話題を呼び、人気店に。ところが開業から 12 年経った頃、建物の売却が決まり、立ち退かなければならなくなった。

そこで、もともと王子に構えていた焙煎所に喫茶スペースを増設し、2022 年に『GRANARYS COFFEE』を移転した。

古いものを修繕し、使い続けていく

王子に根を下ろして約 2 年。手作りで改装を重ねた店内は、調和と心地よさに満ちている。

「古いものが好きなんです。前のお店の天井や床を剥がしてその木を再利用したり、祖父が 80～90 年前から使っていたものなどを、補強したりリメイクしながら使っています」



店内の至るところには、伊能さんが買い集めたさまざまな古本が並べられている。それは、みんながスマホを持つ時代に、喫茶店に来たときくらいは紙に触れるという選択肢を用意しておきたいという想いから。

コーヒーは農作物。その時いちばん美味しい旬の 1 杯を

喫茶店に欠かせないメニューといえばコーヒー。そのコーヒーには並々ならぬこだわりがある。



「コーヒーは農作物なので、味わいが毎年違うんです。『この農園のこの豆だから絶対に美味しい』ということではないので、その都度状態を見て、お店で扱うものを選んでいきます」

『INDIA』は、トウモロコシやきな粉のような甘みがあるオールドロブスタ種。ブレンドも、フローラルでカスタードのような風味の『Mocha Blend』など個性的なものが揃う。(2024 年 11 月取材時のメニュー)

ほかにも、定番の原産地だけではなく、ベトナムや中国など日本に近いアジア諸国が原産の豆を使った珍しいメニューが多数あり、コーヒーを通して世界を旅しているような気分になる。

日本製の道具を使い、味も工程も妥協せず

コーヒーはメニューだけではなく、焙煎も季節によって変えている。

「例えば、ココアって冬に飲みたくなるものですね。だから、冬はちょっとココアに近づけて、厚みや苦みが出るようにしてみたり。反対に、夏はカラッと仕上げます。こだわりは、とにかく豆を美味しくしてお出しすることだけですね」

焙煎に使うロースターは、フジローヤル（富士機器）の 3 kg 釜『R-103』。

使いはじめたきっかけは、フジローヤルの東京支店が足立区にあり、同じ地域で事業を営む身として親近感がわいたため。また、近年海外製のロースターを使う店が多いなかで、日本製の機械を使うことにもこだわった。他の道具もできるだけ日本製を選んで使っている。

お店に来てくれるお客さまに、今まで存在を知らなかった豆や、飲んだことのない味に出会ってほしい。だからこそ、道具と工程一つひとつに想いを込め、一切妥協はしない。

価格の理由と、常連さんとのコミュニケーション

提供するコーヒー 1 杯の値段は“500 円以上にはしない”と決めている。

「コーヒーは、好きな方だと毎日飲むような嗜好品じゃないですか。家やコンビニでも飲めますが、週に 1 回でも喫茶店に来て飲んでもらえればいいなと思っています」

時代とともに喫茶店の経営も揺れ動くけれど、どんなときもお客さまの視点を忘れずに物事を考えていきたい。



「チーズケーキ 税込 500 円」、「フレンチトースト 税込 900 円」(2024 年 11 月取材時)。

フードメニューはコーヒーに合うものを基準に考案されている。

常連さんと交わす挨拶やささいな雑談から、何かが始まることもある。例えば、今年の 9 月に王子で出版物を取り扱う『PRINTING PEEPS』(プリンティングピープス) と共同で『ぐらぐら』という冊子を作成した。

「王子に来てくれる方たちに持って帰ってもらえる王子のパンフレットみたいな、お土産のような物を作りたいと思っていました。といっても地図やお店の紹介じゃなくて、王子に住んでる人とか、お仕事や休みの日に王子に来ている人が、好きに書（描）いたり撮ったりしたものを集めて載っけています」

“王子発”というコンセプトで、今後は定期的に発行したいと考えている。

お店で販売している本も『PRINTING PEEPS』のセレクトによるもの。本を仕入れるのは『玄玄書林』（ゲンゲンショリン）という書店で、店主はもともと毎週コーヒーを買いに来る常連さんだった。

また、作品の展示やブランドの商品販売など、常連さんの取り組みを時々お店で紹介したりすることも。

これらの根底にはお客さまへの感謝の気持ちがある。

「やっぱり、街の人がいてこそこの店なので。この街の人にお店をやらせていただいていると思っています」

“街の喫茶”になる

街と人と、切っても切り離せない喫茶店。伊能さんが目指している“街の喫茶”とは、どんなものなのだろう。

「この街に住んでいる人や働いている人に、『自分の街にこんな喫茶店があるんだ』と思ってもらえたり、『この店があるなら近所に引っ越したい』と思ってもらえるような場所になれたらいいですね。進学や就職で別の街へ出て、久しぶりに帰って来た人にとっても、変わらずにそこにあり続ける喫茶店になりたいです」



そのために大切なのは、今やっていることをこれからも続けていくこと。当たり前のように、いちばん難しいことかもしれない。

「ただ、毎日、いちばん美味しいコーヒーを出す。それだけです」

『GRANARYS COFFEE』は、今日も王子の街角にひっそりと佇み、訪れる人を待っている。その光景はやがて街並みに溶けていき、この街の原風景になっていくだろう。

GRANARYS COFFEE

東京都北区豊島 1-7-6-102

12:00～19:00

定休日：土曜・年末年始など

https://www.instagram.com/granaryscoffee_jp/

『地域景況調査』第86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.86

発行 2025 年 5 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/>

