

だいしん ビジネスたらす レポート

2024年10月～12月期・実績

2025年1月～3月期・見通し



第20回
トップインタビュー

株式会社 ブライト

■ ■ ■ 西濃地域のおすすめショップ紹介 ■ ■ ■

さろん
キュレーションショップ ゴルフ茶論BRT



株式会社 ブライト

〒501-6062 岐阜県羽島郡笠松町田代1030番地1
https://www.bright-sports.co.jp

創業/1989(平成元)年9月 資本金/1,000万円
代表取締役/金森 敏彦 従業員数/15名(令和6年12月現在)
事業内容/国内外人気ブランドのゴルフ用品を中心としたスポーツ用品
の輸出・小売販売・卸売販売・通信販売・販促企画等



2024年11月竣工の新社屋



「輝」の大暖簾は白井鳳九氏の揮毫



代表取締役 金森 敏彦 さん

歴史と文化が息づく町に、 心を紡ぐ新社屋が誕生。 一人一人がその方らしく輝く場所に。

【若山】 ご自宅のガレージを拠点に創業されたそうですね。

【金森社長】 はい。始まりは6畳二間の農機具小屋です。80年代は世の中が週休2日制へと徐々に移行していく時期で、今後は余暇に関わる分野が伸びると踏んでいました。スポーツ用品の関連会社に勤務後、1989(平成元)年に独立。得意先ゼロからのスタートでした。当時はスーパーなどの量販店が次々と出店する時代、一店一店訪ねて回り新規開拓しました。それと同時に海外ブランドの輸入ルートも模索。円高ドル安の追い風に乗って渡米し、face to faceの交渉を重ねて、看板商品を増やしていきました。

創業10年で本社(旧社屋)を移転し、ゴルフショップを併設。「ちょっと贅沢な大人のゴルフ」をコンセプトとする「ゴルフサロンBRT」も開設しました。また、本社移転を機に輸出事業にも着手、韓国のTVショッピングに出店しました。2003年には中国へ進出。世界の工場・中国は「モノを作る国で売る国じゃない」とされていましたが、現地で感じた「ゴルフ熱」を信じて突き進みました。その後は台湾、香港、タイ、ベトナム、シンガポール、オーストラリア等にもネットワークを拡大。単なる輸出業に留まらず、スピリットを共有できる現地企業と連携し、共に業績を伸ばしています。

インターネット市場に参入したのは2004年です。おかげ様で4つのモールで「First Stage」を運営し、大好評いただいています。

現在、最も力を入れているのはゴルフ場とのパートナー事業です。これはゴルフ場の方と一緒に「夢のある売り場を創る」プロジェクト。魅力的な品揃えと空間演出、丁寧な接客など、ゴルフ場に行ったら立ち寄りたくなるお店づくりを目指します。当社では、実店舗のオープン時よりVMD*1の最前線で活躍中の方にディスプレイの監修と指導をお願いしています。例えば、同じ商品でも季節感やストーリー性



注文に即応できる機能的な倉庫



授乳室(休憩室)

1F Living Office



笠松の陣笠を模したデスク



各種パターを試し打ち

縁を結ぶオープンスペース

のある置き方、魅せ方になると驚くほど売り場の印象が変わるのですが、そういったノウハウやアイデアを持ち寄ってゴルフ界に新風を吹き込む取り組みをしています。

【若山】 手掛けた事業が好調のうちに、次の一手を打ちに行く。その決断の速さと軽快さが成長の秘訣でしょうか。

【金森社長】 商売の潮目は常に変わります。ビジネスの大海原に出れば、不測の事態が多く計画通りにいきません。どの波に乗り、何を避けるのか。リスクをチャンスに変えながら経営の安定化を図る、その工夫の一つが「販売チャンネルの多元化」です。当社が扱う商品の約98%はゴルフ用品ですが、オンラインショップ、キュレーションショップ(茶論)、ゴルフ場のプロショップ、中古ショップ、アウトレット、量販店、海外輸出と販売方法は多岐にわたります。いずれの商品もメーカーから直接仕入れたものですが、ラインナップや価格帯、購入層はまったく異なります。商売の基本は「誰に何をどう売るか」です

*1 ビジュアルマーチャンダイジング(視覚的な販売戦略)



趣きのある和室

受け継がれたものを再構築した応接室

から、その選択肢が多いほど社会情勢の変化や個別のニーズに柔軟に対応できると考えています。

商いは、一つの船にいろんな人が乗り合わせる様子と似ています。行き先や目的が合致するほど効率よく進み、荒波にも強くなります。「ブライト」には商品だけでなく、お取引先との信頼関係や社員の人生、お客様やゴルフへの想いなども一緒に乗せています。モノづくりの会社ではないからこそ、人と人とのつながり、関係づくりを何よりも大切にしています。そんな想いを新社屋の建設にも込めています。



躍動感のあるディスプレイ



Rose Mindをモチーフに



和と洋を楽しむ呈茶席



時を忘れる空間

【若山】「世界で唯一無二の暮らすように働けるオフィス」が新社屋のコンセプトと伺いました。

【恵美子店長】 オフィスは働くだけの場所ではなく、人と出会い、心を通わせ、時を紡ぐ場所でもあります。四季折々の景色の中に私たちの日常があり、毎日の積み重ねが健やかな心と身体を育みます。「暮らすように働けるオフィス」は、一人一人の人生に寄り添うオフィスです。季節の移ろいを感じながら誰もが心地よく働けるように。子育てや介護などのライフステージが変わっても無理なく働き続けられるように。そして、ブライトで働くことが人生の豊かさにつながるように…。



再生の森(ブライトの森)

国際規格のテニスコート



ゴルフ談義に花咲くサロン

さろん ゴルフ茶論 BRT

ブランドの枠を超え、自分らしいスタイルのゴルフライフを応援する
キュレーションショップ



ゴルフ茶論BRT ショップオーナー
金森 恵美子さん

建物だけでなく様々な職場環境を整えて、よりよい未来を皆で一緒に歩むことを目指しています。会社(ブライトファミリー)は、社員は家族、社屋は住まいと考えています。あたたかな家庭を築くためには「家と庭」が必要です。立地、建物、庭園の小石一つに至るまで、新社屋にはブライトの精神が息づいています。

【若山】 1階がリビングのようなオフィス、2階が「ゴルフ茶論BRT」ですね。

【恵美子店長】 1階は、リビングのように様々な方が集い、働き、寛ぎ、絆を深めるフロアです。子育て世代のための授乳室も設置。今後は「こどもレストラン」を開くなど、地域貢献できる場を思案中です。2階はゴルフ用品のお買い

物をお楽しみいただくと共に、お茶を飲み語らいながら至福の時をお過ごいただく茶論です。

建築様式には優美なアール・ヌーヴォーを取り入れており、和と洋の伝統芸術の融合を図っています。アンティークの家具やステンドグラス、組子、蒔絵、欄間など、旧家で眠っていた調度品や役目を終えた建具などを丁寧に再生・加工したものです。また、伐採される樹木や碎石となる銘石なども庭園(再生の森)に活用しています。限りある資源を「過去からの贈り物」として慈しみ、未来へと受け継ぐことも大切な取り組みと考えています。

店内には薔薇を基調とするデザインを施しています。「Rose Mind^{※2}」は思いやり、優しさ、助け合いの心を表す言葉です。その想いが広がってほしいとの願いが込められています。当社とご縁を結ぶすべての方に「輝き(ブライト)」をお届けできるよう、これからも心を尽くします。

【若山】 一つ一つの想いや取り組みがSDGsにつながっているわけですね。本日は貴重なお話をありがとうございました。

語り手/株式会社ブライト 金森 敏彦さん・恵美子さん
聞き手/大垣西濃信用金庫 事業成長推進部 部長 若山 謙一

※2 広島県福山市で戦後復興の旗印とした想い

- 調査期間 2024年10月～12月実績 2025年1月～3月見通し
- 調査時点 2024年12月
- 調査対象 西濃を中心とした地域の当金庫取引先事業所
- 調査方法 アンケート調査
前期(3ヶ月前)・前年同月(12ヶ月前)とを比較した質問を実施。
- 回答企業数 574 (回答率 95.7%)
- 調査結果

回答企業の内訳						
製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業	合計
196	37	105	92	121	23	574

対象企業の地域						
大垣市	瑞穂市	本巣市	海津市	養老郡		
239	21	75	15	40		
不破郡	安八郡	揖斐郡	本巣郡	その他	合計	
27	51	93	10	3	574	

景気の状態と今後の見通し

全産業総合	<p>▶概況 全産業総合の3カ月前との比較で見た業況判断D Iは、1.0となり前期4.4と比べ3.4悪化した。業種別の業況では、卸売業・建設業・不動産業で前回調査より悪化した。製造業・小売業・サービス業については厳しい結果となった。全産業総合の個別項目については、生産・売上D I (前期6.6→今期4.4)、収益D I (前期▲4.8→今期▲5.5)は前期より悪化、資金繰りD I (前期▲5.6→今期▲4.3)は悪化した。全産業総合における今後3か月間の予想では、業況、生産・売上、収益は悪化傾向にあるが、資金繰りについては悪化の見通しとなった。幅広い業種で原材料費やエネルギーコストの上昇、人件費増加が共通課題となっている。これらのコスト増加に伴い慎重な資金管理が求められる一方で前回調査同様、合理化・省力化・効率化を目的とした設備投資計画が多くの企業で検討されており、今後の投資動向やその成果が企業の業績にどのように寄与するか注視していく必要がある。</p>
製造業	<p>▶概況 製造業全体の業況判断D Iは2.6と前期より7.1悪化した。今後の見通しについては7.1と悪化傾向が見られる。製造業内での今期業況判断D Iは、窯業・土石業(前期▲14.3→今期60.0)のみが改善。食料品製造(前期10.5→今期0.0)、衣服その他繊維製品(前期16.7→今期▲10.0)、金属製品(前期13.0→今期9.5)、金属プレス・メッキ(前期▲6.7→今期▲7.1)、その他製造業(前期9.4→今期▲14.3)は、軒並み悪化と厳しい結果となった。この結果は、原材料価格の高騰やエネルギーコスト上昇、更には需要の低迷が幅広い業種で収益を圧迫していることが窺える。一方で窯業・土石業は、建設関連需要の堅調さに支えられた結果と考えられる。</p> <p>▶製造業コメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原材料価格やエネルギーコストの高騰は依然として続いており、製造コストの増加により利益率が低下している。価格転嫁も限界があるため効率化や自動化を進めてコスト削減を図っていきたいなどの意見が多数あった。 ・受注については、増加傾向であるとのコメントもあったが、人材不足に対するコメントも多く見受けられた。人手不足が深刻化しており、特に熟練工の確保が難しい状況であることが分かる。労働力の確保が難しい中、従業員の技術教育に注力し、即戦力となる人材を育成することが課題となっている。
卸売業	<p>▶概況 卸売業の業況判断D Iは10.8と前期より5.1改善。今後の見通しは8.1で悪化を見込んでいる。項目別では、生産・売上D Iが前期20.0、今期24.3、今後の見通し13.5、収益は前期0.0、今期0.0、今後の見通し▲2.7、資金繰りは前期▲14.3、今期▲2.7、今後の見通し▲8.1と悪化となり、原材料費や輸送費の高騰が利益率に影響していることが窺える。今後もコスト高や物流問題が続き価格転嫁や価格交渉が厳しい状況が続くことが予想される。</p> <p>▶卸売業コメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発注量が減少しており需要低迷の影響を強く感じている。競合他社との価格競争が激化しているというコメントが多数みられた。 ・健康志向の商品や地域特産品に注目が集まっており、これらの商品を中心にラインアップを強化しECサイト等での直接販売も検討していきたいとのコメントも見受けられた。また、共同配送等による物流コスト削減や少量多品種のニーズに応える等他社との差別化が必要となるとのコメントもあり、物流コストの見直しが必要であることが窺える。
小売業	<p>▶概況 小売業の業況判断D Iは▲11.4と前期▲1.0より悪化。今後の見通しについては▲1.9と改善を見込んでいる。生産・売上D I値は前期▲1.0、今期▲5.7、今後の見通し▲2.9、収益は前期▲5.7、今期▲23.8、今後の見通し▲21.9と改善傾向としている。資金繰りにおいては、今期▲11.1、今後の見通し▲11.1と横這いであり、売上や収益が回復しても資金繰りは回復しないことが窺える。</p> <p>▶小売業コメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従業員確保が困難になっていることに加え、最低賃金引上げによる人件費負担が増加しているとのコメントや、ネット通販や大手チェーン店との価格競争が激化しているなど費用面や収益面でのコメントが見受けられた一方で、省エネ設備導入や仕入業務の合理化を進め、運営コスト削減に努めていきたいとの設備投資に関する前向きなコメントも見受けられた。 ・また、若年層やファミリー層をターゲットにしたキャンペーンを展開するなどのSNSを活用した営業戦略が必要であることも窺える。
サービス業	<p>▶概況 サービス業の業況判断D Iは4.3と前期8.7より悪化。今後の見通しについても▲4.3と悪化を見込んでいる。項目別では、生産・売上D Iが前期9.8、今期3.3、今後の見通し2.2と悪化の見通し。収益D Iについては、前期4.3、今期▲10.9、今後の見通し▲8.7と改善傾向を見込んでいる。年末年始等季節要因により今後3カ月は減収予想。燃料費や光熱費の高騰により、運営コストが大幅に上昇している。特に価格転嫁が難しい業種では収益を圧迫している状況が続いている。</p> <p>▶サービス業コメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の購買意欲が低下しているとのコメントが見受けられ、特に飲食業や美容業では、利用回数や単価の減少が目立つ等、売上減少に直結していることが窺える。 ・介護サービス業は、利用者数は安定しているが、労働力不足で対応に苦戦しているとの人員確保に対するコメントが多く見受けられ、今後は介護サービス業においてもIT活用やデジタル化による効率化が重要な課題となってくる。 ・また、コスト削減策を進める一方で、サービス品質の維持が課題となっている。
建設業	<p>▶概況 建設業の業況判断D Iは6.6と前期0.8より改善。今後の見通しについては4.1と悪化を見込んでいる。項目別では、生産・売上D I値は前期4.1、今期9.9、今後の見通し7.4と悪化。収益は前期▲4.1、今期▲4.1と現状維持、今後の見通しは▲6.6と悪化を見込んでいる。資材価格高騰による建設コスト増加が顕著。価格転嫁は進んでいるが、顧客交渉が厳しくなることもあり収益性の改善には時間がかかる状況になっていることが窺える。</p> <p>▶建設業コメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建材費の高騰が続いており、特に鉄鋼や木材、コンクリート価格が予想以上に上昇している。受注は安定しているが、競争が激化しており単価交渉が難しい状況。特に小規模案件は価格競争が厳しく、原材料高騰の影響も受け利益確保が難しいなどのコメントが見受けられた。 ・職人や若手技能労働者が不足しており適切な人員配置が出来ず、工期遅延に繋がっている等の人員確保に対するコメントが見受けられた。 ・公共工事発注が減少し、民間建設需要は設備投資に対する慎重な姿勢が見られるとのコメントから、受注の見込が立たず厳しい状況になっていることが窺える。
不動産業	<p>▶状況 不動産業の業況判断D Iは▲13.0と前期より4.4改善。今後の見通しについては▲4.3と改善を見込んでいる。項目別では、生産・売上D Iが前期▲17.4、今期▲13.0、今後の見通し▲4.3、収益については前期▲8.7、今期▲21.7、今後の見通しは▲8.7と今後の見通しは改善を見込んでいる。</p> <p>▶不動産業コメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設業界と同様に、工事費や資材費高騰が影響している。それに付随し住宅価格も高止まり推移しており、購入希望者が手が出せない状況が続いている。 ・リフォーム需要はあるものの、価格高騰により顧客交渉が難しく利幅が縮小しているとのコメントが見受けられた一方で、物件リノベーションやターゲット層の変更など顧客ニーズに応じた柔軟な戦略を取ることで業況回復を目指していくとの前向きなコメントも見受けられた。

▶ 図表1 景況DI値

業種	業況			生産・売上			収益			資金繰り		
	前期DI	今期DI	今後の見通し									
全産業総合	4.4	1.0	2.6	6.6	4.4	4.9	▲4.8	▲5.5	▲4.2	▲5.6	▲4.3	▲6.4
製造業総合	9.7	2.6	7.1	11.3	5.1	8.2	3.6	▲3.6	0.0	▲5.1	▲5.8	▲7.3
食料品製造	10.5	0.0	5.0	5.3	15.0	15.0	▲5.3	10.0	10.0	0.0	5.6	0.0
衣服その他繊維製品	16.7	▲10.0	▲20.0	25.0	0.0	0.0	▲8.3	▲30.0	▲20.0	▲16.7	▲20.0	▲10.0
窯業・土石	▲14.3	60.0	60.0	0.0	40.0	20.0	▲28.6	20.0	20.0	▲28.6	▲20.0	▲20.0
金属製品	13.0	9.5	4.8	21.7	19.0	14.3	8.7	9.5	4.8	8.7	4.8	0.0
金属プレス・メッキ	▲6.7	▲7.1	▲14.3	6.7	0.0	▲7.1	0.0	▲7.1	▲14.3	▲6.7	▲14.3	▲14.3
その他製造業	9.4	▲14.3	▲8.6	3.1	▲11.4	▲5.7	3.1	▲14.3	▲8.6	▲3.1	▲20.0	▲22.9
卸売業	5.7	10.8	8.1	20.0	24.3	13.5	0.0	0.0	▲2.7	▲14.3	▲2.7	▲8.1
小売業	▲1.0	▲11.4	▲1.9	▲1.0	▲5.7	▲2.9	▲5.7	▲23.8	▲21.9	▲8.7	▲11.1	▲11.1
サービス業	8.7	4.3	▲4.3	9.8	3.3	2.2	4.3	▲10.9	▲8.7	▲5.4	▲7.6	▲6.5
建設業	0.8	6.6	4.1	4.1	9.9	7.4	▲4.1	▲4.1	▲6.6	▲4.1	▲3.3	▲2.5
不動産業	▲17.4	▲13.0	▲4.3	▲17.4	▲13.0	▲4.3	▲8.7	▲21.7	▲8.7	0.0	▲13.0	▲13.0

今後の見通しは今期DI値と比較してDI値がプラスの場合は マイナスは 0は で表記。

▶ 図表2 設備投資の状況

業種	設備投資			
	今期実施割合	投資の内訳(最も多いもの)	設備の目的(最も多いもの)	今後の実施予定
全産業総合	1.8%	機械の新・増設	合省力化	1.8%
製造業総合	4.1%	機械の新・増設	合省力化	3.1%
卸売業	0.0%	—	—	0.0%
小売業	1.0%	その他	拡販投資	1.0%
サービス業	1.1%	店舗事務所	合省力化	2.2%
建設業	0.0%	—	—	0.8%
不動産業	—	—	—	—

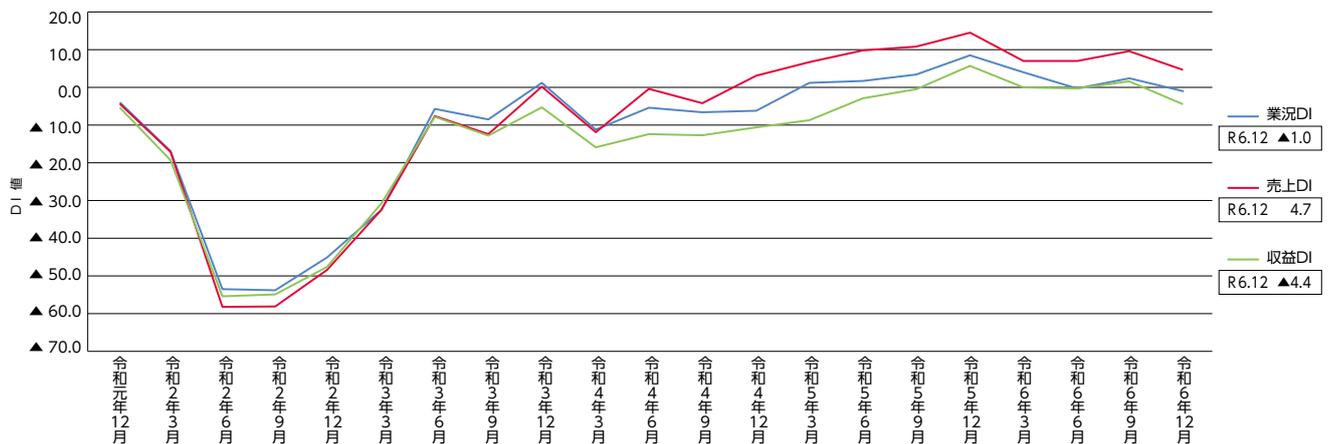
(今後の実施予定は今期実施割合と比較して増加する場合は 減少する場合は 変わらない場合は で表記)

▶ 図表3 経営上の問題点

業種	経営上の問題点							
	売上・受注の減少		人手不足		競争の激化		その他	
	今期割合	前期との比較	今期割合	前期との比較	今期割合	前期との比較	今期割合	前期との比較
全産業総合	38.9%		41.6%		9.6%		3.8%	
製造業総合	37.8%		48.5%		4.6%		2.6%	
卸売業	40.5%		37.8%		21.6%		5.4%	
小売業	44.8%		24.8%		19.0%		7.6%	
サービス業	35.9%		43.5%		5.4%		3.3%	
建設業	33.1%		50.4%		5.8%		3.3%	
不動産業	60.9%		13.0%		26.1%		0.0%	

(前期との比較は前回調査と比較して増加している場合は 減少している場合は 変わらない場合は で表記)

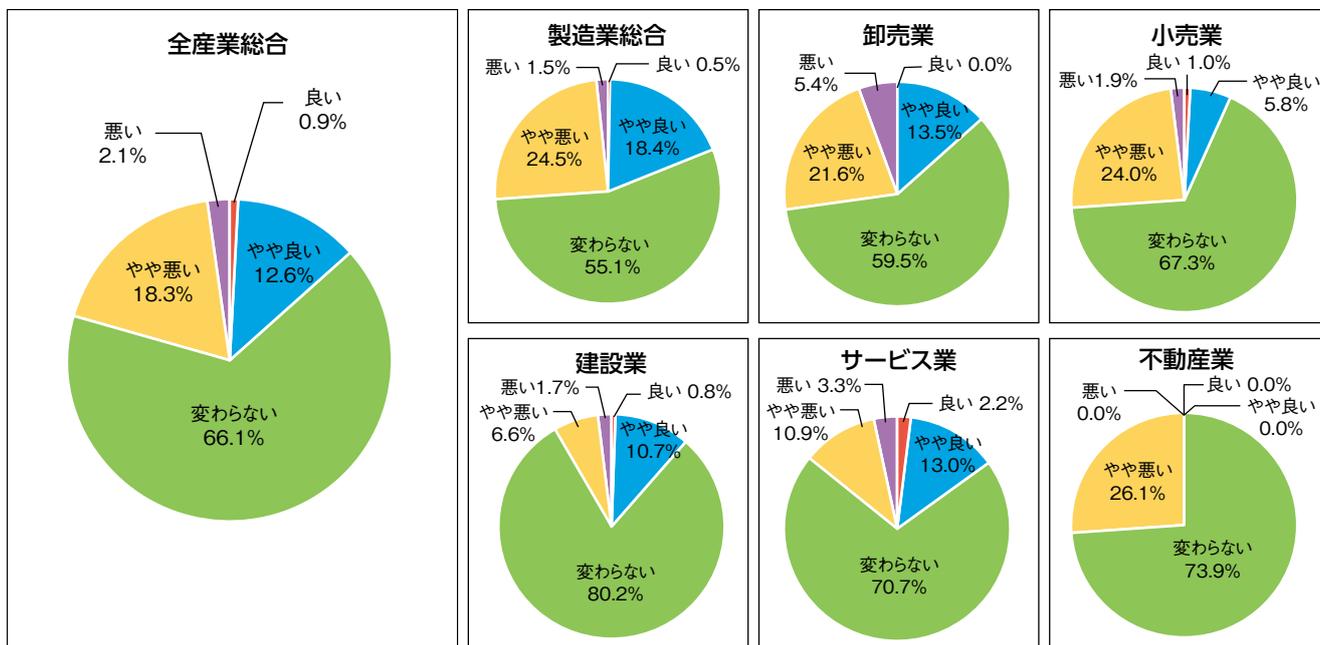
▶ 図表4 主要DI値の推移





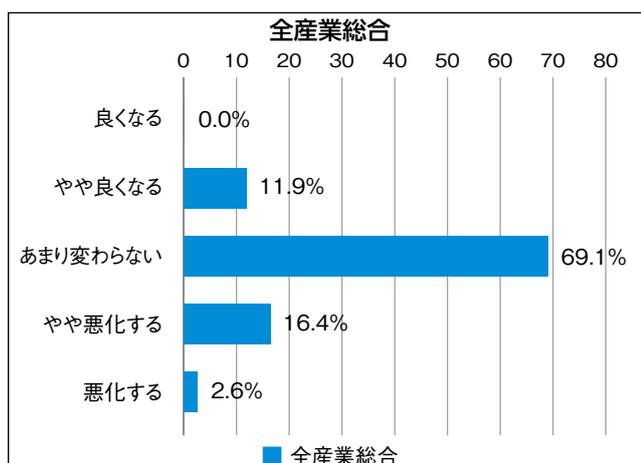
2024年(令和6年)は、円安が進みインバウンド消費が伸びた一方で、円安に伴う物価高の影響を受けた一年となりました。つきましては、経済動向や企業活動への影響を把握するため、2025年(令和7年)の見しをテーマに特別調査を実施しました。

1. 2024年における貴社の業況は、近年の業況の中でどのように感じていますか？



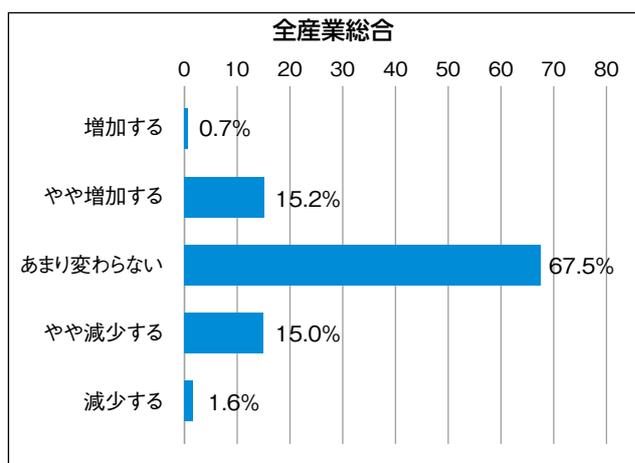
全産業総合においては、「変わらない」が全体の66.1%を占めた。「良い」及び「やや良い」回答合計は13.5%で、「悪い」及び「やや悪い」回答合計20.4%を下回った。業種別においても、すべての業種で「変わらない」が最多の回答となった。「良い」及び「やや良い」回答合計が「悪い」及び「やや悪い」を上回った業種はサービス業と建設業であり、業種ごとの景気回復度合いに大きなばらつきがあることが分かる。多くの企業が現状維持と感じていることは、景気回復の勢いが限定的であることが窺える。

2. 2025年の日本の景気見通しについて、どう予想されていますか？



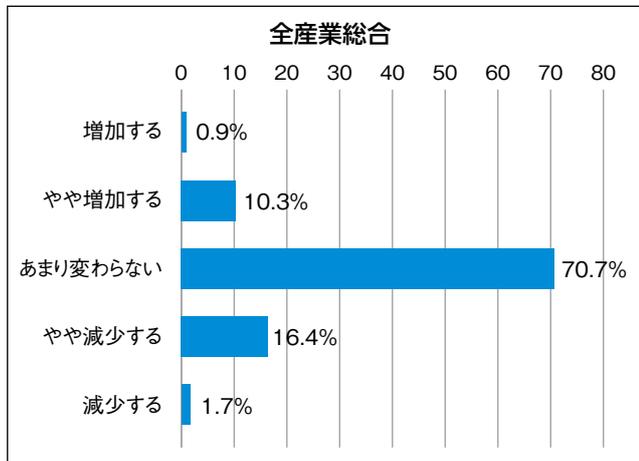
「あまり変わらない」の回答が69.1%と最も多く、次いで「やや悪化する」の回答が16.4%の結果となった。7割弱の企業が令和6年度と同様の景気が継続する予想としており、景気的大幅な回復は期待されていないことが窺える。また、「やや良くなる」が11.9%と一定の期待感はあるものの、「やや悪化する」と「悪化する」の回答合計が19.0%となっており、依然として先行きへの不安感が根強い状況も窺える。

3. 2025年の貴社の売上高について、どう予測されていますか？



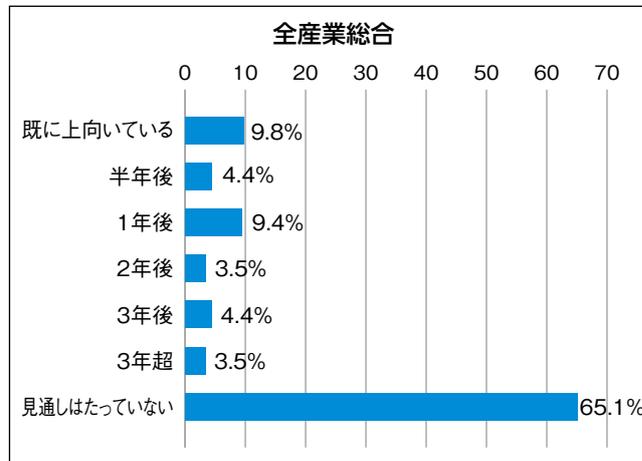
売上高については、「あまり変わらない」が67.5%と最も多く、事業環境の大きな改善は見込まれていないことが窺える。「増加する」「やや増加する」の回答合計が15.9%に留まり、一方で「やや減少する」「減少する」が16.6%と拮抗しており、先行きに対する不透明感が依然として強い状況となる。

4. 2025年の貴社の利益について、どう予測されていますか？



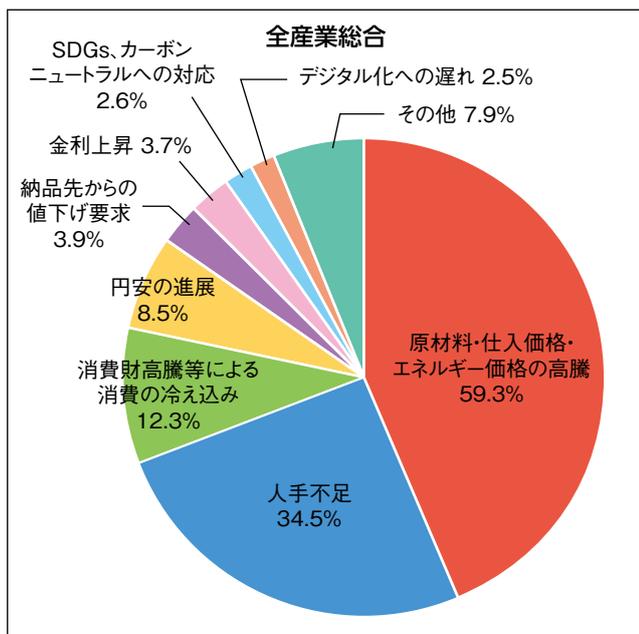
利益についても、「あまり変わらない」の回答が70.7%を占め、利益改善への期待感が薄いことが示されました。「増加する」「やや増加する」回答合計は11.2%と低水準に留まり、一方で「やや減少する」「減少する」回答合計は18.1%となり、利益圧迫の懸念が依然として根強いことが分かる。

5. 自社の業況が上向き転換点はいつ頃になる見通しですか？



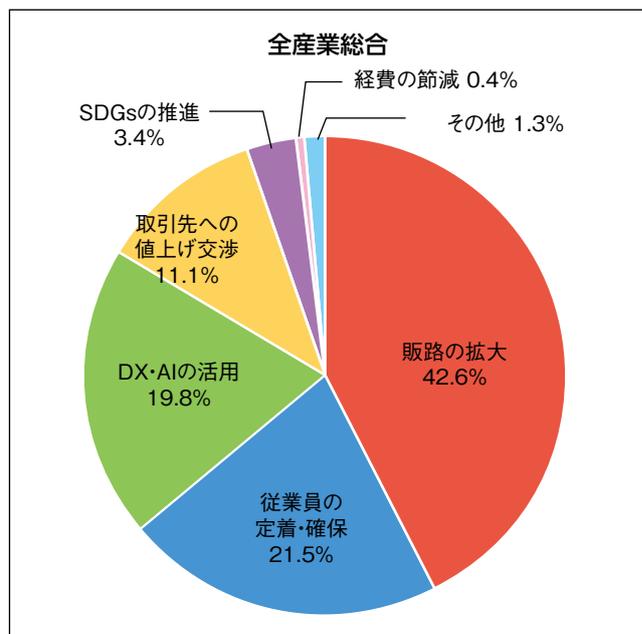
「見通しはたっていない」が65.1%を占め、多くの企業が先行きの見込みを立てられない状況にあることが窺えます。「既に上向いている」は9.8%に留まり、「半年後」や「1年後」といった短期間での回復見込みも少数に留まっている。物価高、人材不足、コスト増などの課題が解消されない限り、業況改善は難しいことが考えられる。

6. 2025年の事業環境を展望したとき、貴社が経営リスクとして特に懸念している項目をお答え下さい。（複数回答可）



「原材料・仕入価格・エネルギー価格の高騰」が59.3%と突出しており、コスト上昇が経費を圧迫していることが窺えます。「人手不足」34.5%も深刻であり、労働力確保が引き続き課題となっている。コスト管理や生産性向上、DX化推進が求められている。

7. 貴社が2025年に特に力を入れる項目についてお答え下さい

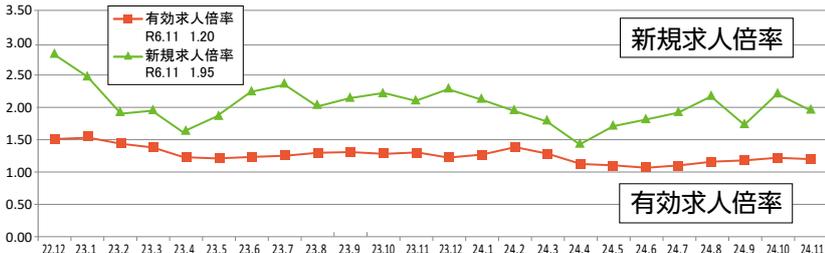


特に力を入れる項目は「販路拡大」で42.6%が最も多く挙げられ、新たな市場や顧客層の開拓を重視していることが窺えます。次いで「従業員の定着・確保」21.5%が続き、人手不足への対応や働きやすい職場環境整備が課題となっている。



有効求人倍率・新規求人倍率の推移

(対象地域：西濃地方=2市4郡=大垣市・海津市・不破郡・養老郡・安八郡・揖斐郡) (単位：%)



求人倍率

●新規求人倍率とは

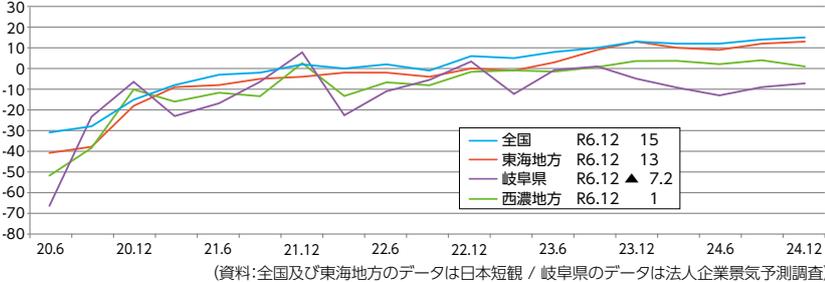
新規求人数(当該月に新たに受け付けた求人数の合計)を新規求職者数(当該月に新たに受け付けた求職者数の合計)で割ったもの

●有効求人倍率とは

月間有効求人数(先月から繰り越した求人数に、当月新たに発生した求人数を合計したもの)を月間有効求職者数(先月から繰り越した求職者数に、当月新たに発生した求職者数を合計したもの)で割ったもの

各地域と当金庫地区内の景気動向比較

(単位：ポイント)



(資料：全国及び東海地方のデータは日本短観 / 岐阜県のデータは法人企業景気予測調査)

※直近調査データ対象企業数 回答率(%)

全国	9,004	99.4	岐阜県	168	82.7
東海地方	645	99.8	西濃地方	574	95.7

景気動向比較

●日銀短観とは(DI調査)

正式名称を「全国企業短期経済観測調査」といいます。全国の企業動向を的確に把握し、金融政策の適切な運営に資することを目的に、全国の約1万社の企業を対象に四半期毎に実施されております。

全国のデータ 出典 / 「全国企業短期経済観測調査」(日本銀行) <https://www.boj.or.jp/statistics/tk/index.htm/> を加工して作成

東海地方のデータ 出典 / 「東海3県の短観」(日本銀行 名古屋支店) <https://www3.boj.or.jp/nagoya/toukei.html> を加工して作成

●法人企業景気予測調査とは(BSI調査)

法人企業景気予測調査は我が国経済活動の主要部分を占める企業活動を把握することにより、経済の現状及び今後の見通しに関する基礎資料を得ることを目的として、資本金1千万円以上の法人企業を対象に実施している調査です。

出典 / 「法人企業景気予測調査」(東海財務局) <https://fbb.mof.go.jp/tokai/soumu/pagetk00400005.html> を加工して作成



お客様とお客様をつなげたい

「つながり」は、だいしん経済クラブ・だいしん経営者懇話会を中心に、地元経営者の皆様のご縁を結ぶコーナーです。



有限会社クッチーナ 田中 照道さん



南部運送株式会社 高橋 まなみさん



株式会社NEXT 高橋 江美さん



岐阜梱包株式会社 堀部 友里さん



株式会社荒川急送 渡邊 勝也さん

岐阜梱包株式会社

代表取締役

堀部 友里さん

(本巣市出身)

岐阜梱包に関わるすべての人に笑顔をお届けいたします

揖斐郡大野町大字五之里123番地1
Tel.0585-34-2211



株式会社荒川急送

代表取締役

渡邊 勝也さん

(羽島市出身)

『安全かつ正確をモットーに従業員教育に力を入れています!!』

岐阜県羽島市堀津町横手3丁目37番地2
Tel.058-398-2165

ワンちゃんを通じて広がる人とのご縁

私にとって愛犬2匹との時間は人との繋がりを広げる大切なきっかけです。散歩や旅行先での出会いが、仕事にも生きる新たな気づきをもたらしてくれます。そんな温かな繋がりを大事にしながら、「笑顔」を大切にしている経営にも心掛けています。毎月発行している社内報「スマイル通信」を通じて、その想いを多くの社員に届けています。(愛犬はトイプードル 名前はあずきとみるくです)

震災を超えて広がる支援と交流の絆

「困ったときはお互いさま」という思いを胸に、阪神淡路大震災や東日本大震災、能登半島地震など、災害が起こるたびに被災地に足を運び、物資を届けたり炊き出しを行ったり支援を続けてきました。特に東日本大震災以降は、毎年福島県会津若松市を訪れ、地元の人々との交流を大切にしています。今後は羽島市と会津若松市を繋ぐ新たな活動にも挑戦したいと思っています。

2025 WINTER Vol. 37

だいしん ビジネスでらす レポート

- 調査期 2024年10月～12月期
- 発行所 大垣西濃信用金庫 事業成長推進部 〒503-0828 大垣市恵比寿町1丁目1番地 TEL(0584)75-6148
- 発行日 2025年1月20日

DI(Diffusion Index)について

DIとは、増加企業割合から減少企業割合を引いた数値で、どちらの力が強いかを比べて、景気がどの方向に向きつつあるかを見る方法である。
(例)前期に比べて売上が増加した企業割合30%、変わらなかった企業割合50%、減少した企業割合20%の場合、DIは30%-20%=10%となる。

本レポートの分析について

本レポートの全業種総合及び各業種の分析は、前期(3ヶ月前)と比較した回答結果で実施しました。

だいしん ケータイサイトは こちらから

