

多 度 津 町 経 済 動 向 調 査

《第3四半期（2025年10-12月）調査結果》

1. 調査期間 令和7年12月3日～11日

2. 調査対象 会員34企業に調査票配布（回収企業22 回収率64.7%）

	製造	建設	卸・小売	サービス
調査対象	12	5	9	7
有効回答	7	3	8	4

3. 調査項目 今期（2025.10～12月）を基準に前年同期比、来期3ヵ月予測を今期比にて業況・売上高・採算・仕入単価・販売単価・従業員・資金繰りの項目について調査

※DI指数は、景況判断状況を表すもので増加・好転などの回答割合から減少、悪化などの回答割合を差し引きし、ゼロを基準としてプラス値で景気の上向き、マイナス値で景気の下向きを表す。

（仕入単価は下落－上昇、販売単価は上昇－下落、従業員は、不足－過剰の割合を差し引いて判断）

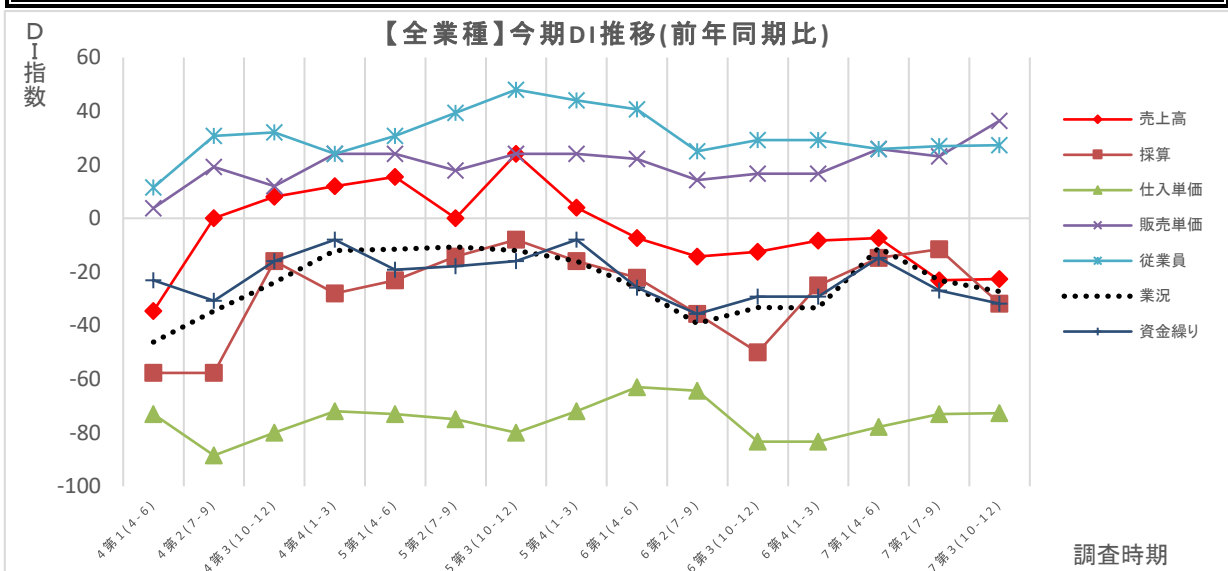
4. 全産業(DI指数分析)

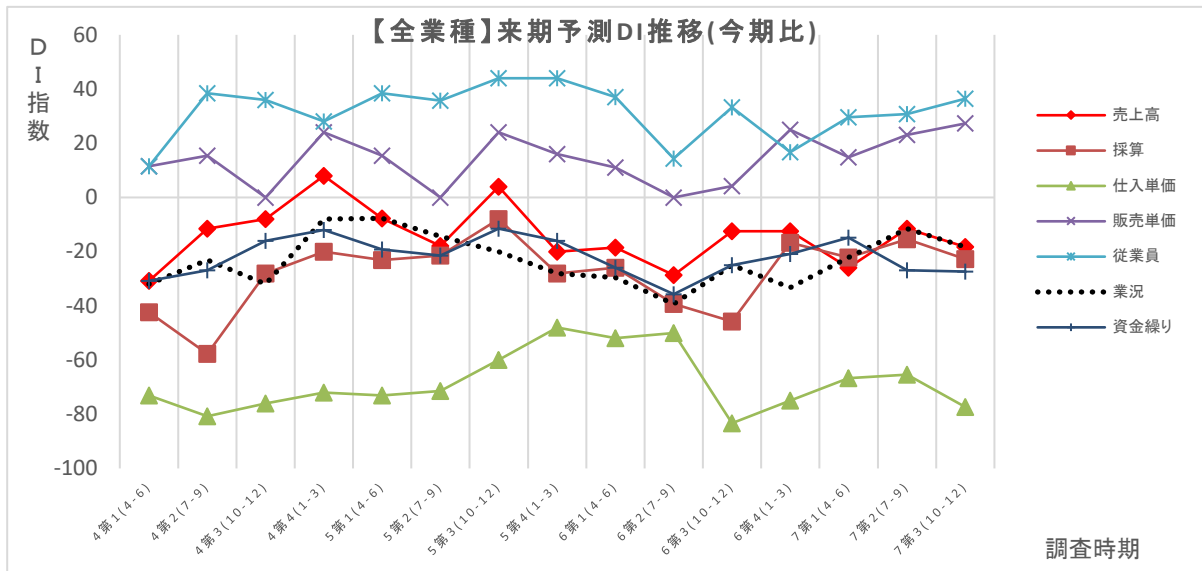
業況は年末需要期にあるも消費マインドの低下から2期連続の悪化。

来期見通しは期待感がうかがえるも慎重な見方。

売上高DI▲22.7(前期比+0.4ポイント)、採算DI▲31.8(前期比-20.2ポイント)、仕入単価DI▲72.7(前期比+0.4ポイント)、販売単価DI36.4(前期比+13.4ポイント)、従業員DI27.3(前期比+0.3ポイント)、業況DI▲27.3(前期比-4.2ポイント)、資金繰りDI▲31.8(前期比-4.9ポイント)。

先行きの見通し(来期予測)は、売上高DI▲18.2(今期比+4.5ポイント)、採算DI▲22.7(今期比+9.1ポイント)、仕入単価DI▲77.3(今期比-4.5ポイント)、販売単価DI27.3(今期比-9.1ポイント)、従業員DI36.4(今期比+9.1ポイント)、業況DI▲18.2(今期比+9.1ポイント)、資金繰りDI▲27.3(今期比+4.5ポイント)である。



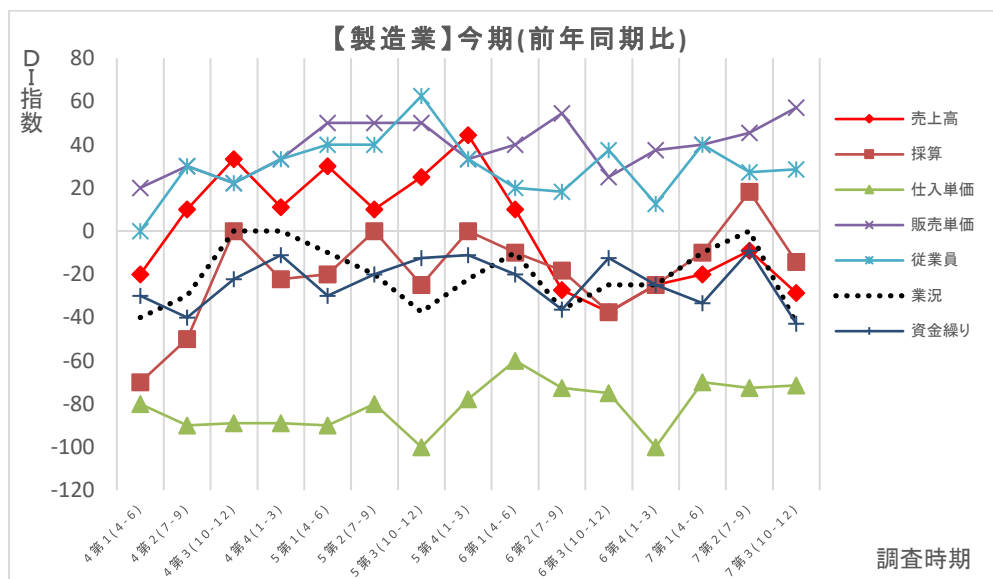


5. 業種別 (DI指数分析:前期比)

製造業 ▶ **業況DI▲42.9(前期比-42.9°イット)。**

売上高DI▲28.6(前期比-19.4°イット)、採算DI▲14.3(前期比-32.5°イット)、仕入単価DI▲71.4(前期比+1.3°イット)、販売単価DI57.1(前期比+11.6°イット)、従業員DI28.6(前期比+1.3°イット)、資金繰りDI▲42.9(前期比-33.8°イット)。

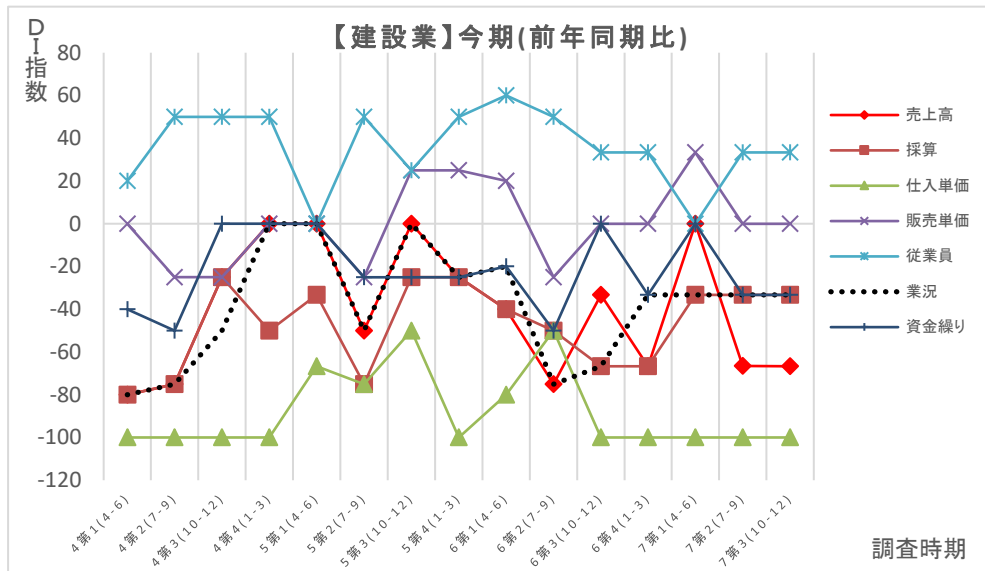
先行き(来期)見通し、業況DI▲28.6(今期比+14.3°イット)改善を見込。



建設業 ➡ **業況DI▲33.3(前期比+0ポイント)。**

売上高DI▲66.7(前期比+0ポイント)、採算DI▲33.3(前期比+0ポイント)、仕入単価DI▲100.0(前期比+0ポイント)、販売単価DI0(前期比+0ポイント)、従業員DI33.3(前期比+0ポイント)、資金繰りDI▲33.3(前期比+0ポイント)。

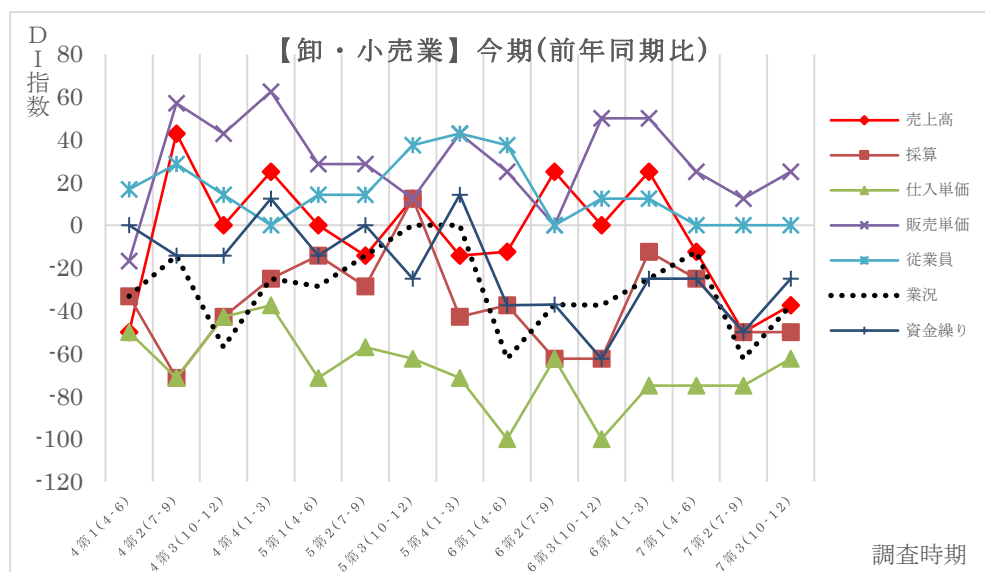
先行き(来期)見通し、業況はDI▲33.3(今期比+0ポイント)横ばいを見込。



卸・小売業 ➡ **業況DI▲37.5(前期比+25.0ポイント)。**

売上高DI▲37.5(前期比+12.5ポイント)、採算DI▲50.0(前期比+0ポイント)、仕入単価DI▲62.5(前期比+12.5ポイント)、販売単価DI25.0(前期比+12.5ポイント)、従業員DI0(前期比+0ポイント)、資金繰りDI▲25.0(前期比+25.0ポイント)。

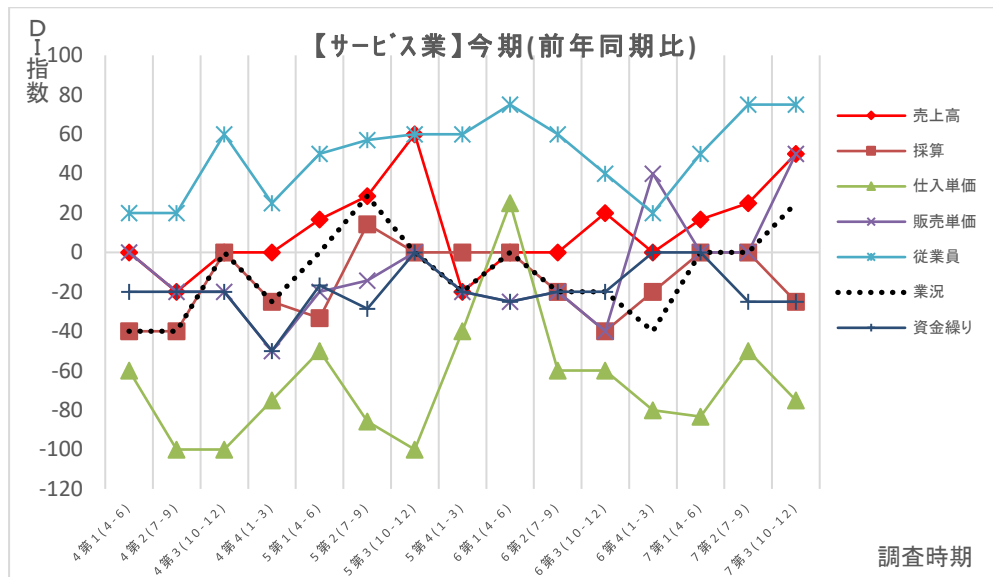
先行き(来期)見通し、業況DI0(今期比+37.5ポイント)と改善を見込。



サービス業 業況DI25.0(前期比+25.0ポイント)。

売上高DI50.0(前期比+25.0ポイント)、採算DI▲25.0(前期比-25.0ポイント)、仕入単価DI▲75.0(前期比-25.0ポイント)、販売単価DI50.0(前期比+50.0ポイント)、従業員DI75.0(前期比+0ポイント)、資金繰りDI▲25.0(前期比+0ポイント)。

先行き(来期)見通し、業況DI▲25.0(今期比-50.0ポイント)と悪化を見込。



【業況感等コメント】

- 今期の販売成績は、対前年を維持した状態ではあるが、前期同様に原材料(仕入単価)高騰対策として、販売単価への価格転嫁を進めてきた結果によるもので、現時点では特段の変化は感じられない。生産工場としての景況感から見ると、依然生産量に関する微減状態が継続している。年末、年度末特需を前に幾分かの明るさが見え始めており、新商品投入とその拡販需要への期待を込め、年明けの市場動向を注視していきたい。来期も脱酸素・環境配慮向けの新商品投入施策により幾分かの明るさが見え、年度末特需に向けた拡販への期待を込め、職場環境への投資も進めながら、市場動向を注視し顧客獲得競争を勝ち抜いていく。 (製造業)
- 新設住宅の着工減少、延床面積の減少、住宅価格の高騰により業況が悪化しておりコスト増の状況でも価格転嫁が容易でない。住宅資材メーカー全体採算が合わず、メーカーの再編が行われている厳しい状況である。 (製造業)