

多 度 津 町 経 済 動 向 調 査

《第 4 四半期 (2026年1-3月) 調査結果》

1. 調査期間 令和 8 年3月3日～13日

2. 調査対象 会員 3 2 企業に調査票配布 (回収企業 24 回収率 75.0%)

	製造	建設	卸・小売	サービス
調査対象	12	5	8	7
有効回答	10	3	7	4

3. 調査項目 今期 (2026.1～3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

※D I 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。

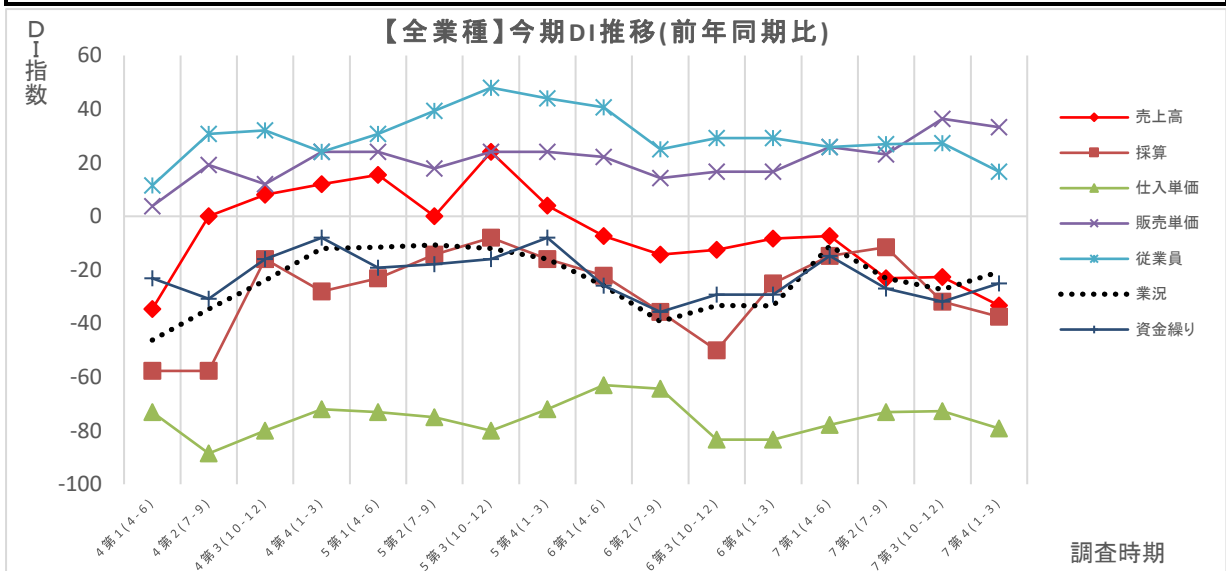
(仕入単価は下落－上昇、販売単価は上昇－下落、従業員は、不足－過剰の割合を差し引いて判断)

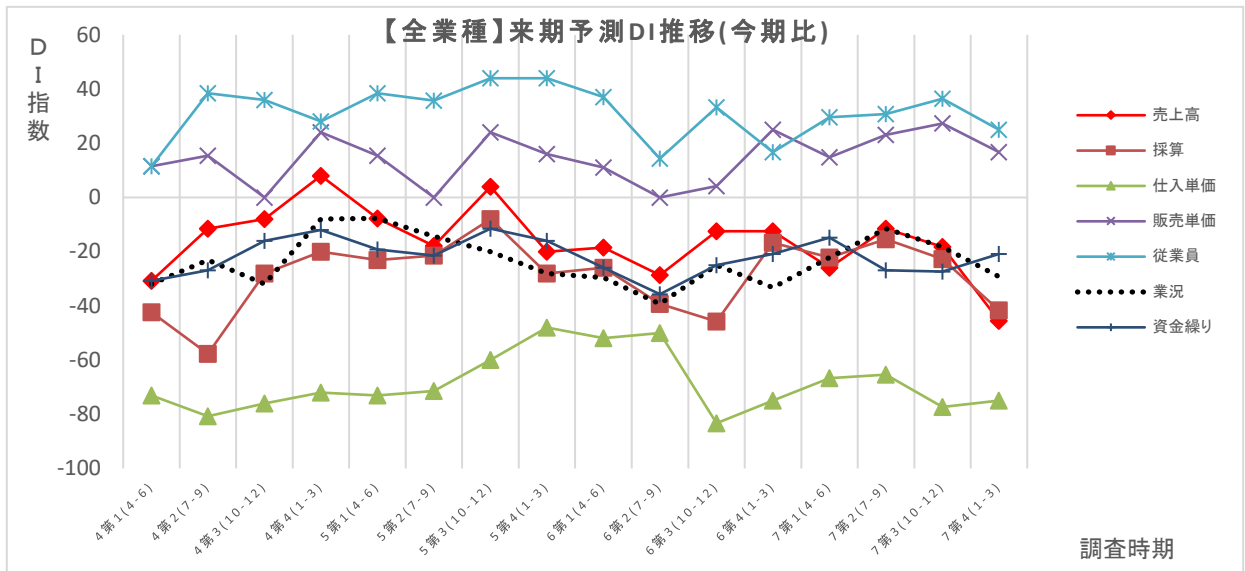
4. 全産業 (DI指数分析)

業況は改善するも物価高騰から消費マインドの低下を招き予断を許さない状況にある。来期見通しは先行き不透明さから期待感なく慎重な見方。

売上高DI▲33.3(前期比-10.6ポイント)、採算DI▲37.5(前期比-5.7ポイント)、仕入単価DI▲79.2(前期比-6.4ポイント)、販売単価DI33.3(前期比-3.2ポイント)、従業員DI16.7(前期比-10.6ポイント)、業況DI▲20.8(前期比+6.5ポイント)、資金繰りDI▲25.0(前期比+6.8ポイント)。

先行きの見通し(来期予測)は、売上高DI▲45.8(今期比-12.5ポイント)、採算DI▲41.7(今期比-4.2ポイント)、仕入単価DI▲75.0(今期比+4.2ポイント)、販売単価DI16.7(今期比-16.7ポイント)、従業員DI25.0(今期比+8.3ポイント)、業況DI▲29.2(今期比-8.3ポイント)、資金繰りDI▲20.8(今期比+4.2ポイント)である。



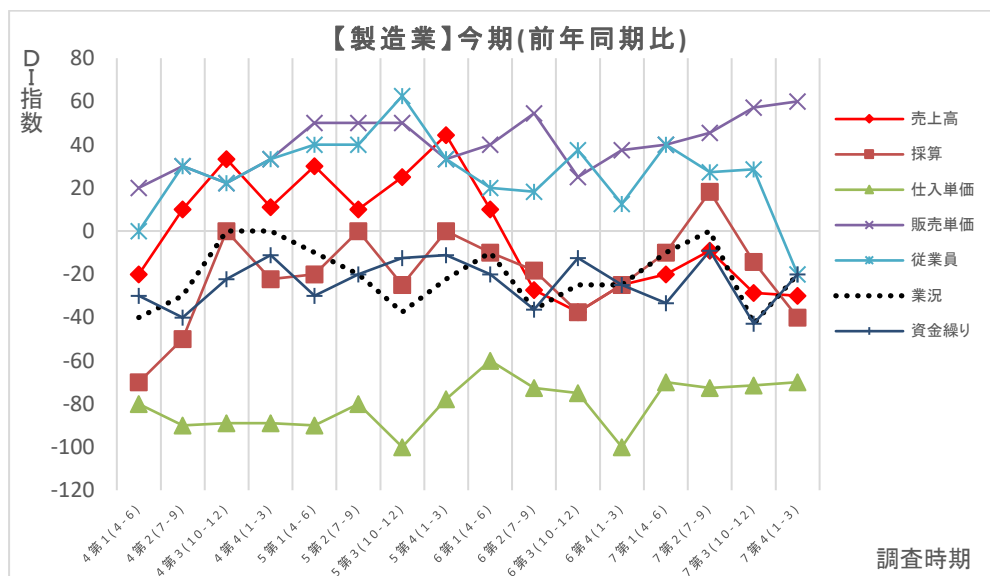


5. 業種別 (DI指数分析:前期比)

製造業 **業況DI▲20.0(前期比+22.9ポイント)**

売上高DI▲30.0(前期比-1.3ポイント)、採算DI▲40.0(前期比-25.7ポイント)、仕入単価DI▲70.0(前期比+1.4ポイント)、販売単価DI60.0(前期比+2.9ポイント)、従業員DI20.0(前期比-48.6ポイント)、資金繰りDI▲20.0(前期比+22.9ポイント)。

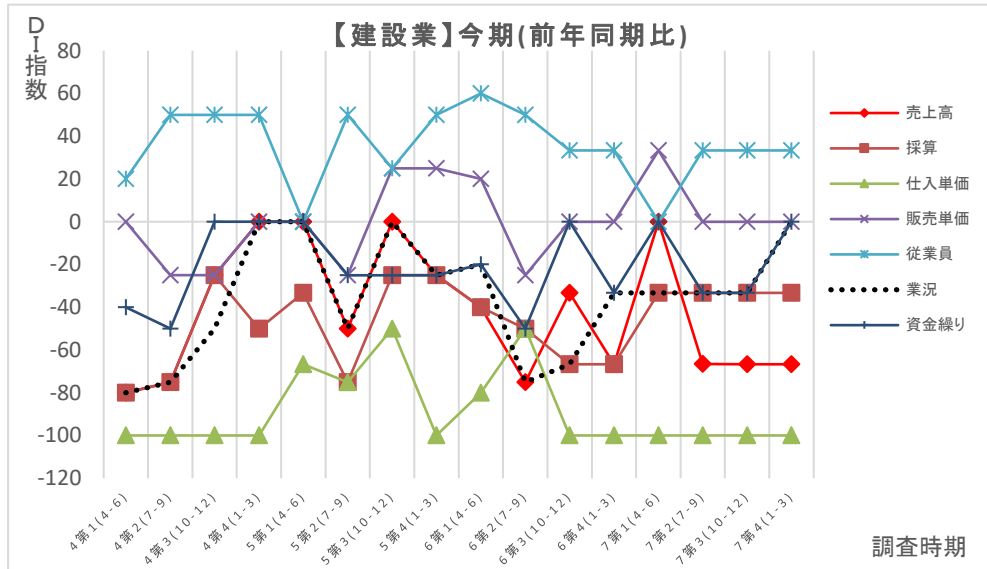
先行き(来期)見通し、業況DI▲20.0(今期比+0ポイント)横ばいを見込。



建設業  **業況DI0(前期比+33.3^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DI 0(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DI0(前期比+33.3^ポｲﾝﾄ)。

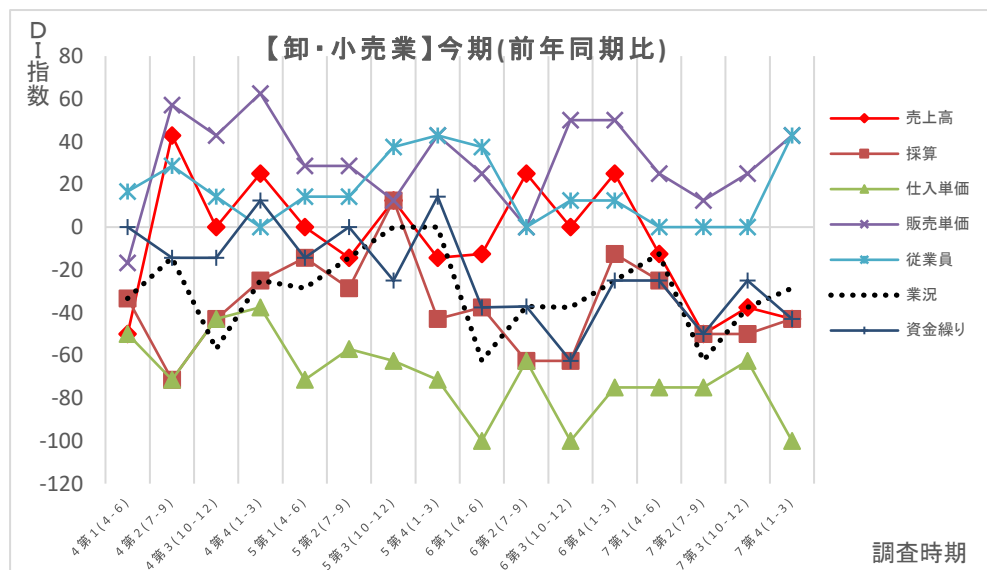
先行き(来期)見通し、業況はDI 0(今期比+0^ポｲﾝﾄ)横ばいを見込。



卸・小売業  **業況DI▲28.6(前期比+8.9^ポｲﾝﾄ)**

売上高DI▲42.9(前期比-5.4^ポｲﾝﾄ)、採算DI▲42.9(前期比+7.1^ポｲﾝﾄ)、仕入単価DI▲100(前期比-37.5^ポｲﾝﾄ)、販売単価DI42.9(前期比+17.9^ポｲﾝﾄ)、従業員DI42.9前期比+42.9^ポｲﾝﾄ)、資金繰りDI▲42.9(前期比-17.9^ポｲﾝﾄ)。

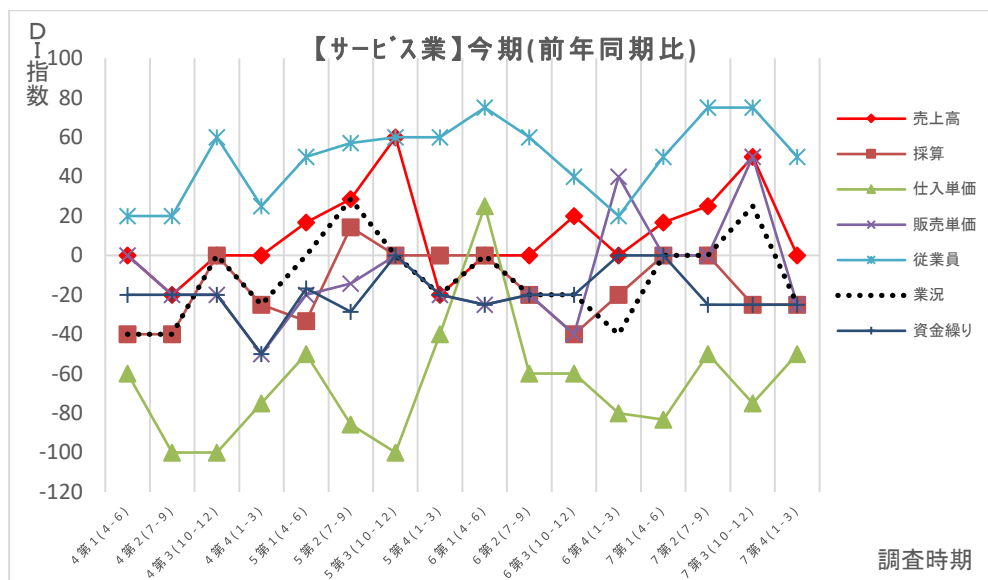
先行き(来期)見通し、業況DI▲42.9(今期比-14.3^ポｲﾝﾄ)と悪化を見込。



サービス業 業況DI▲25.0(前期比-50.0ポイント)

売上高DI0(前期比-50.0ポイント)、採算DI▲25.0(前期比+0ポイント)、仕入単価DI▲50.0(前期比+25.0ポイント)、販売単価DI▲25.0(前期比-75.0ポイント)、従業員DI50.0(前期比-25.0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▲50.0(今期比-25.0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、前年同様に原材料(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。新規住宅着工件数の減少に伴う生産工場としての景況感から見ると、生産量に関する減少状態は継続している。とりわけ、年末、年度末特需を前に幾分かの明るさが見えたが、来年度に関しては、脱炭素・環境配慮向けのソーラー関連新商品投入とその拡販需要への期待を含め、市場動向を注視していきたい。また、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)
- 住宅着工戸数の減少、延床面積の減少によりフローリングの需要が毎年6-7%程度減少しており、シェア獲得に向けた過剰な競争もありコストアップに見合った価格転嫁ができない状況が続いている。経営状況の改善のため値上げを実施するも販売数量の落ち込みが想定以上となり、固定費の圧縮が必要不可欠な状況となっている。(製造業)
- 今期は季節需要もあり前年同期より売上、収益とも増加したものの、来期は季節的要因から悪化の見込みである。(製造業)