多　度　津　町　経　済　動　向　調　査

《第２四半期（2026年7-9月）調査結果》

１．調査期間　　令和8年9月1日～14日

２．調査対象　　会員33企業に調査票配布（回収企業 28 回収率 84.8%）

	製造	建設	卸・小売	サービス
調査対象	12	6	8	7
有効回答	12	4	7	5

３．調査項目　今期（2026.7～9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。

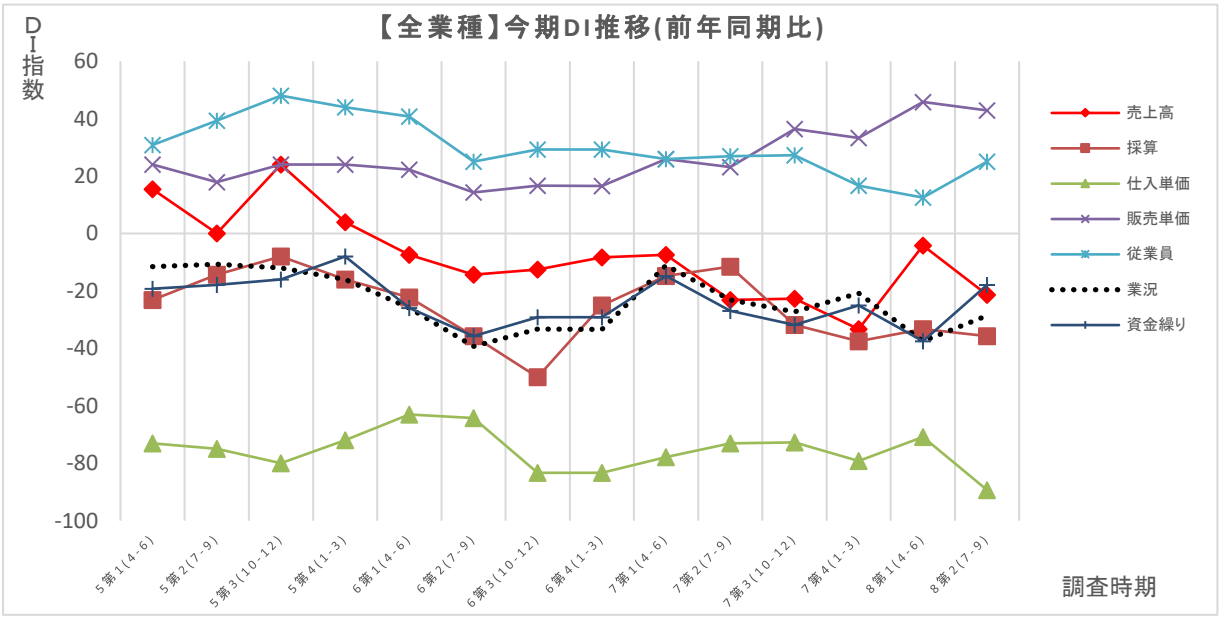
（仕入単価は下落－上昇、販売単価は上昇－下落、従業員は、不足－過剰の割合を差し引いて判断）

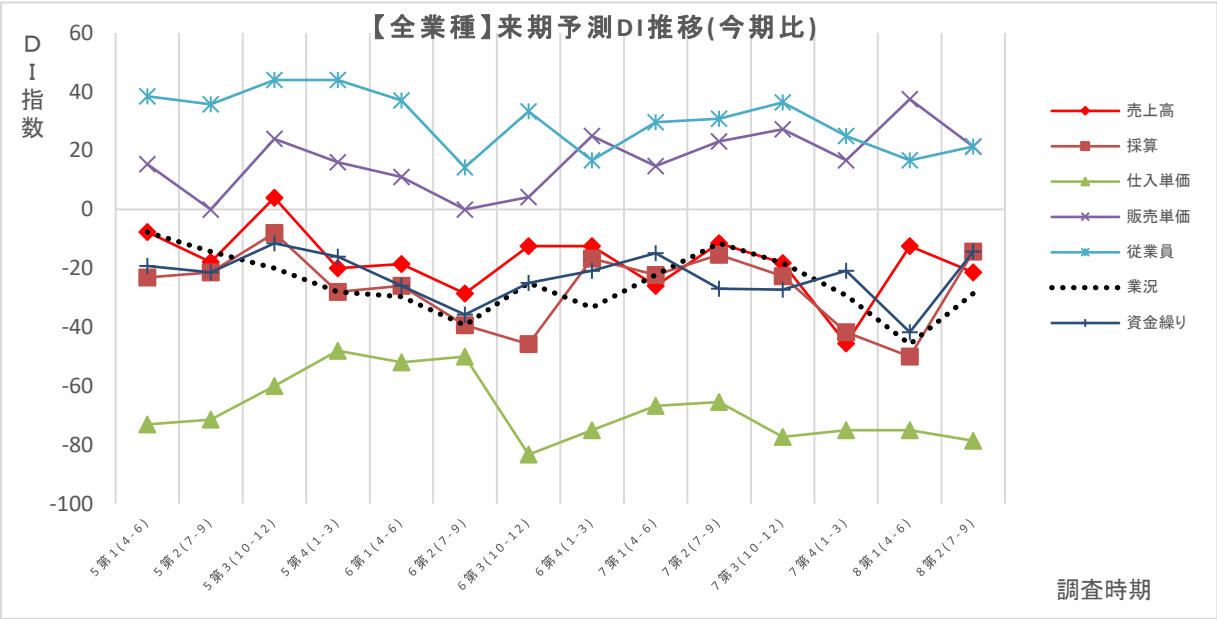
４．全産業（DI指数分析）

中東情勢の影響から仕入価格の上昇は継続するも夏期休暇が消費マインドを押し上げ業況改善。来期見通しも先行き不透明ながら横ばいの予測。

売上高DI▲21.4（前期比−17.2ﾎﾟｲﾝﾄ）、採算DI▲35.7（前期比−2.4ﾎﾟｲﾝﾄ）、仕入単価DI▲89.3（前期比−18.4ﾎﾟｲﾝﾄ）、販売単価DI 42.9（前期比−3.0ﾎﾟｲﾝﾄ）、従業員DI 25.0（前期比+12.5ﾎﾟｲﾝﾄ）、業況DI▲28.6（前期比+8.9ﾎﾟｲﾝﾄ）、資金繰りDI▲17.9（前期比+19.6ﾎﾟｲﾝﾄ）。

先行きの見通し（来期予測）は、売上高DI▲21.4（今期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）、採算DI▲14.3（今期比+21.4ﾎﾟｲﾝﾄ）、仕入単価DI▲78.6（今期比+10.7ﾎﾟｲﾝﾄ）、販売単価DI 21.4（今期比−21.4ﾎﾟｲﾝﾄ）、従業員DI 21.4（今期比−3.6ﾎﾟｲﾝﾄ）、業況DI▲28.6（今期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）、資金繰りDI▲14.3（今期比+3.6ﾎﾟｲﾝﾄ）である。



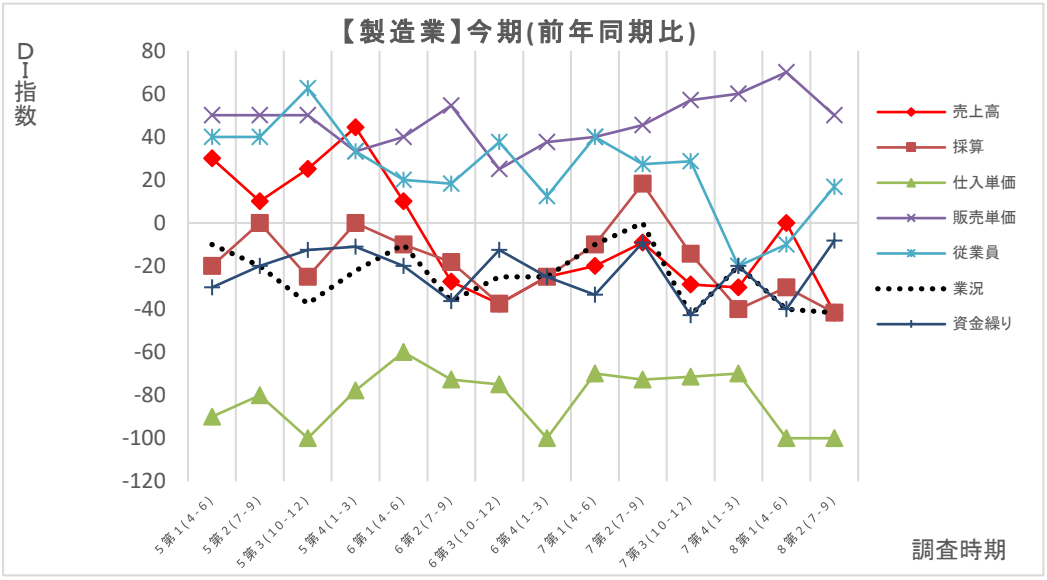


５． 業種別 (DI指数分析:前期比)

製造業 ↓ **業況DI▲41.7(前期比-1.7ﾎﾟｲﾝﾄ)**

売上高DI▲41.7(前期比-41.7ﾎﾟｲﾝﾄ)、採算DI▲41.7(前期比-11.7ﾎﾟｲﾝﾄ)、仕入単価DI▲100(前期比+-0ﾎﾟｲﾝﾄ)、販売単価DI 50.0(前期比-20.0ﾎﾟｲﾝﾄ)、従業員DI 16.7(前期比+26.7ﾎﾟｲﾝﾄ)、資金繰りDI▲8.3(前期比+31.7ﾎﾟｲﾝﾄ)。

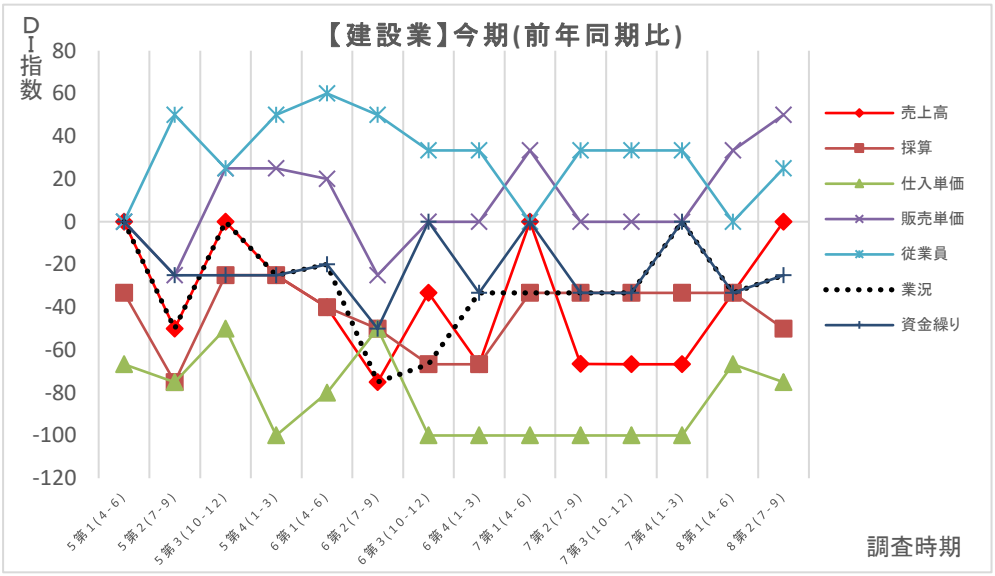
先行き(来期)見通し、業況DI▲41.7(今期比+-0ﾎﾟｲﾝﾄ)横ばいを見込。



建設業　↑　**業況DI▲25.0（前期比+8.3ﾎﾟｲﾝﾄ）**

売上高DI 0（前期比+33.3ﾎﾟｲﾝﾄ）、採算DI▲50.0（前期比−16.7ﾎﾟｲﾝﾄ）、仕入単価DI▲75.0（前期比−8.3ﾎﾟｲﾝﾄ）、販売単価DI 50.0（前期比+16.7ﾎﾟｲﾝﾄ）、従業員DI 0（前期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）、資金繰りDI▲25.0（前期比+8.3ﾎﾟｲﾝﾄ）。

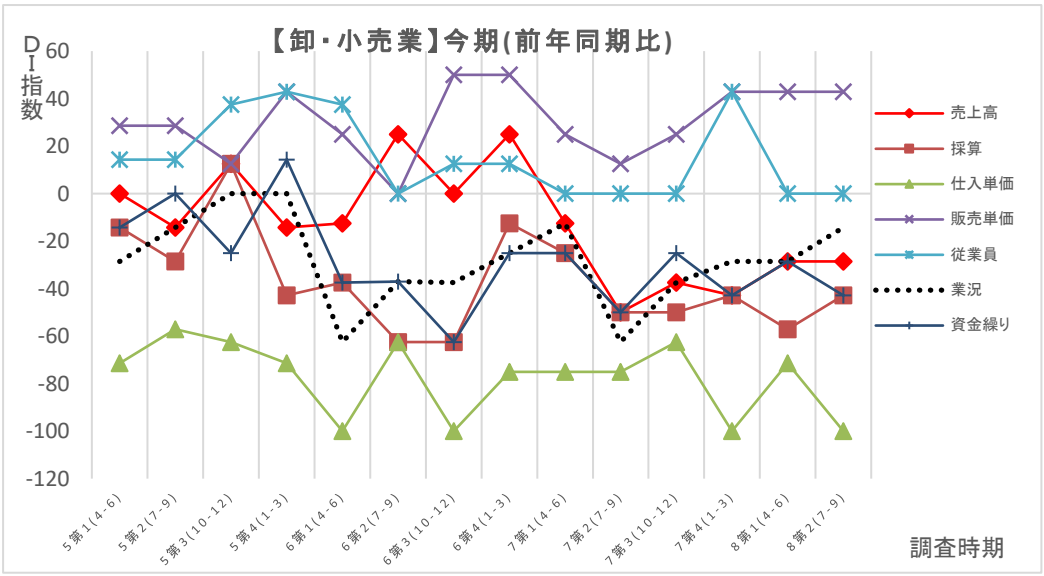
先行き（来期）見通し、業況はDI▲25.0（今期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）横ばいを見込。



卸・小売業　↑　**業況DI▲14.3（前期比+14.3ﾎﾟｲﾝﾄ）。**

売上高DI▲28.6（前期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）、採算DI▲42.9（前期比+14.2ﾎﾟｲﾝﾄ）、仕入単価DI▲100（前期比−28.6ﾎﾟｲﾝﾄ）、販売単価DI 42.9（前期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）、従業員DI 0（前期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）、資金繰りDI▲42.9（前期比−14.2ﾎﾟｲﾝﾄ）。

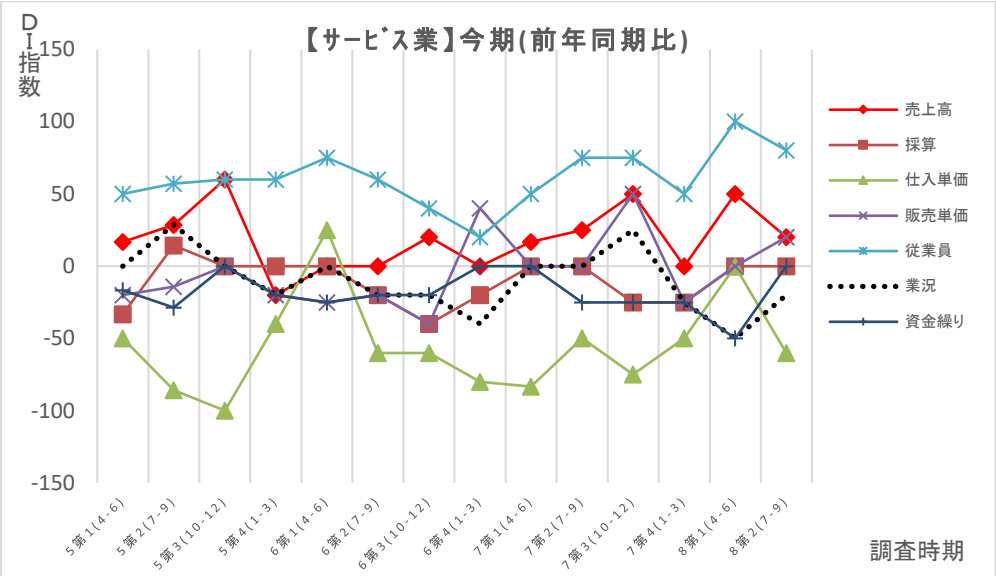
先行き（来期）見通し、業況DI▲14.3（今期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）と横ばいを見込。



サービス業　↑　業況DI▲20.0（前期比+30.0ﾎﾟｲﾝﾄ）

売上高DI 20.0（前期比−5.0ﾎﾟｲﾝﾄ）、採算DI 0（前期比+−0ﾎﾟｲﾝﾄ）、仕入単価DI 60.0（前期比−60.0ﾎﾟｲﾝﾄ）、販売単価DI 20.0（前期比+20.0ﾎﾟｲﾝﾄ）、従業員DI 80（前期比−20.0ﾎﾟｲﾝﾄ）、資金繰りDI 0（前期比−50.0ﾎﾟｲﾝﾄ）。

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



【業況感等コメント】

●2026年7･8･(9予測)月の販売成績に関しては、対前年を若干下回った状態ではあるが、第1四半期と同様に原材料（仕入れ単価）高騰対策として、販売単価への価格転嫁を進めてきたものの、中東情勢に端を発した原材料の価格高騰に、追従しきれていないのが実情。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、依然生産量（物量）に関しての減少状態は継続している。とりわけ、年末・年度末特需に向け幾分かの明るさが見える部分も感じ取れるが、今年度に関しては特に、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更なる期待を込め、今期の市場動向を注視していきたい。また、職場環境への投資と労働条件の更なる向上も進めながら、市場動向を注視し顧客（代理店ユーザー）獲得競争を勝ち抜いて行く。　**（金属品製造業）**

●住宅着工戸数減少が続く中、円安、金利上昇、中東問題などにより仕入れ価格の大幅な上昇が続き価格転嫁が追い付かない状況となっている。
住宅価格の上昇高止まりのため住宅着工件数は70万戸台まで低下、延べ床面積も平屋の割合が増えることで少なくなり、建築資材メーカーは過当競争となり利益確保が難しい状況といえます。社員の２０%は60歳代となり若手社員を増やす必要があるものの、雇用条件をよくする状況にはなく非常に厳しい状況が続いている。　**（木製品製造業）**

●包装資材（袋、段ボール）がイラン情勢の悪化により30%以上の仕入価格が上昇し、業績悪化を招いている。消費においても猛暑の影響から外食、買い物に出かける機会も減少している。主力のブロイラーの年末需要（10～12月）に期待をかけている。　**（食品製造業）**

●７月に製品の販売価格を改定した。　**（金属品製造業）**