

富士見町景気動向調査報告書

～小規模事業者・中小企業者景況基本調査～

2025年（令和7年）10月から12月

- 1 調査期間 2025年10月～12月（第3四半期）
- 2 調査対象 富士見町内小規模事業者・中小企業者
- 3 回答状況

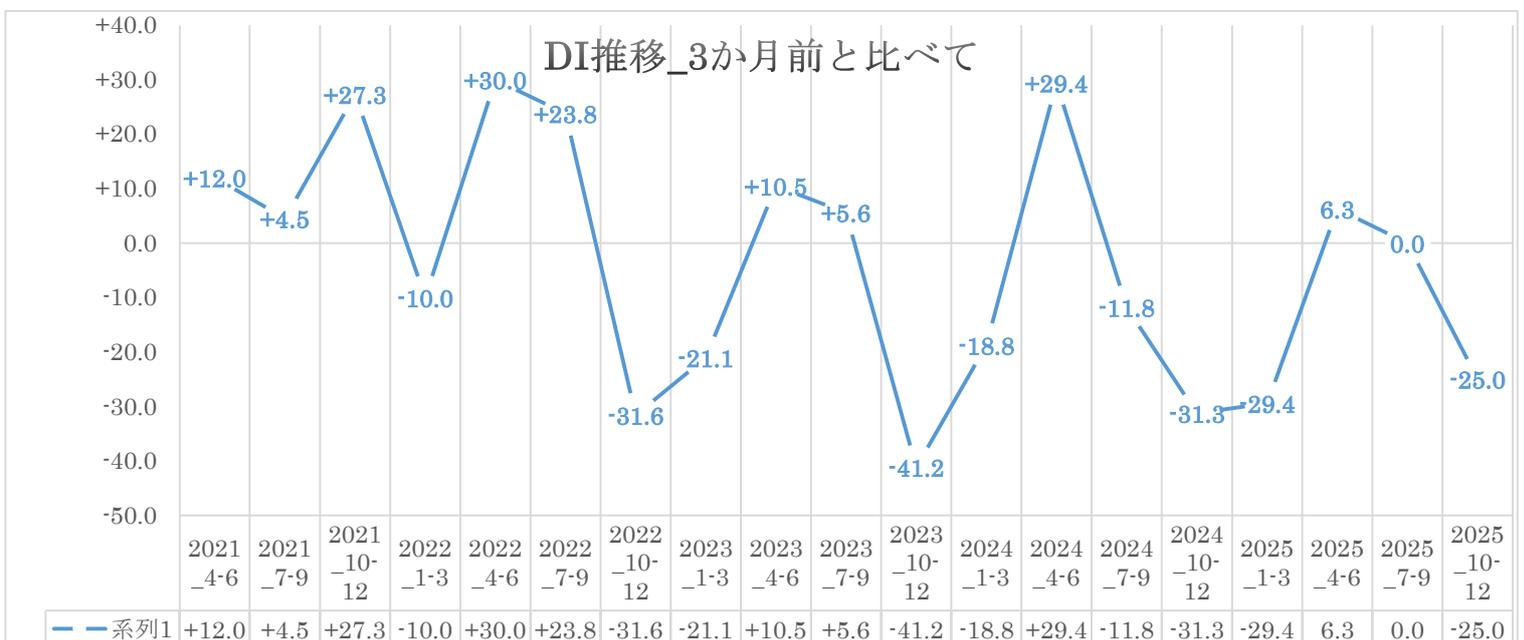
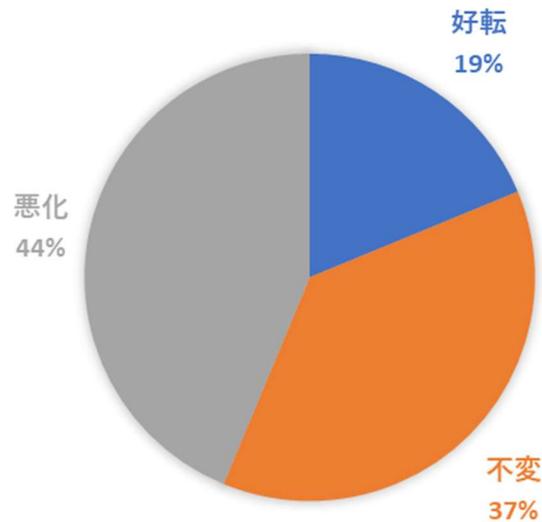
製造業	8社
建設業	2社
飲食業	2社
小売業	1社
観光業	3社
計	16社
- 4 調査項目
 - ① 3か月前と比べて
 - ② 前年同期と比べて
 - ③ 3か月後の見通し※ 経営者が受注額（販売額）・売上高・営業利益等から主観的に判断しています。
- 5 業況DI（Diffusion Index）とはゼロを基準として、プラスの値で景気の上向きを表し、マイナスの値で景気の下向きを表しています。

Volume 19

主管 ふじみまち産業振興センター

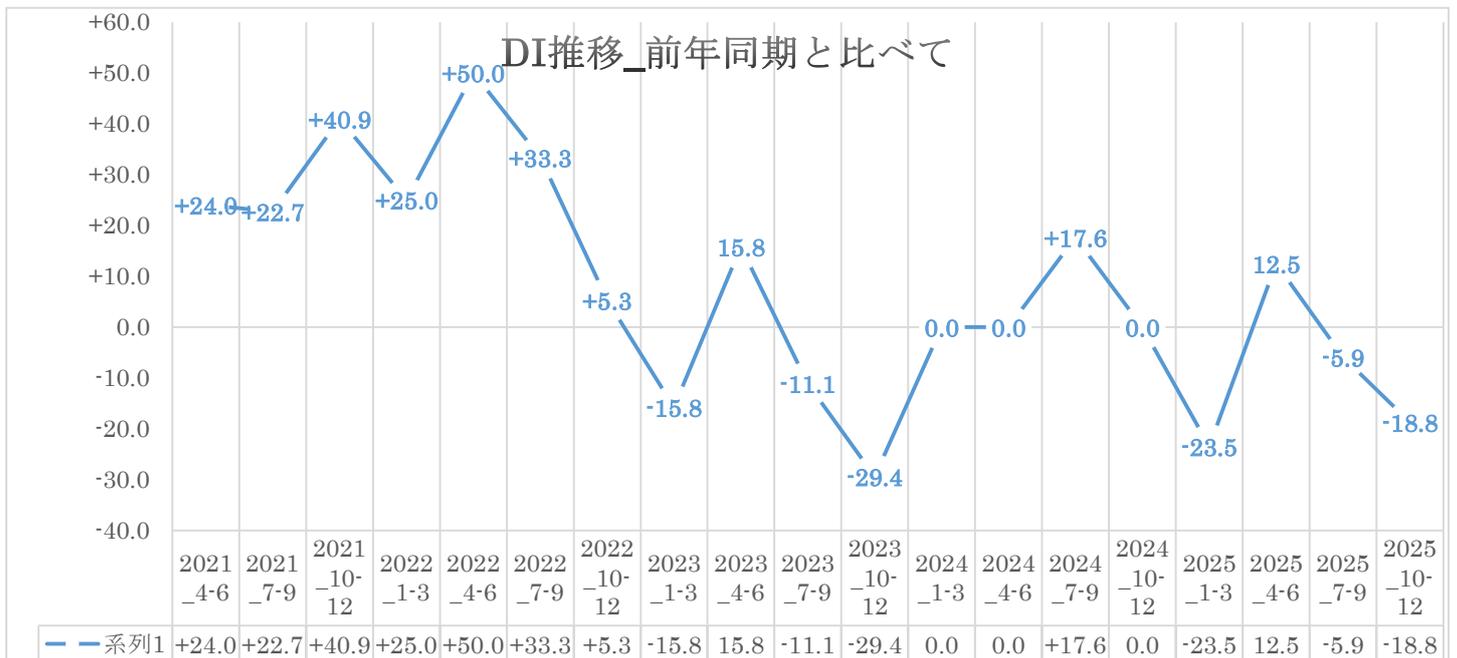
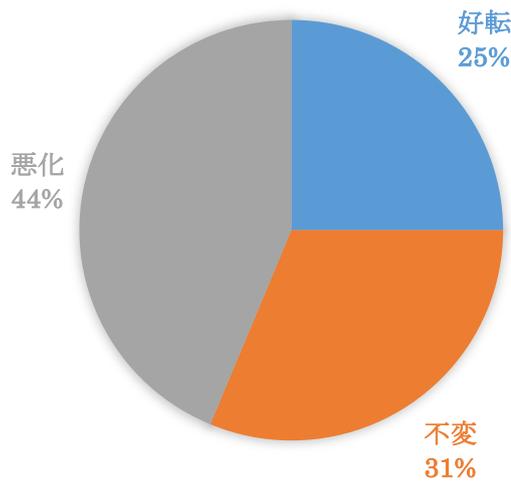
<調査項目① 3か月前と比べて>

		好転	不変	悪化	計	業況DI	前回調査比
全体	実数	3	6	7	16		↘
	構成比	18.8%	37.5%	43.8%		-25.0	
製造業	実数	2	3	3	8		↗
	構成比	25.0%	37.5%	37.5%		-12.5	
建設業	実数	1	1	0	2		↗
	構成比	50.0%	50.0%	0.0%		+50.0	
小売業	実数	0	1	0	1		→
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	
飲食業	実数	0	0	2	2		↘
	構成比	0.0%	0.0%	100.0%		-100.0	
観光業	実数	0	1	2	3		↘
	構成比	0.0%	33.3%	66.7%		-66.7	



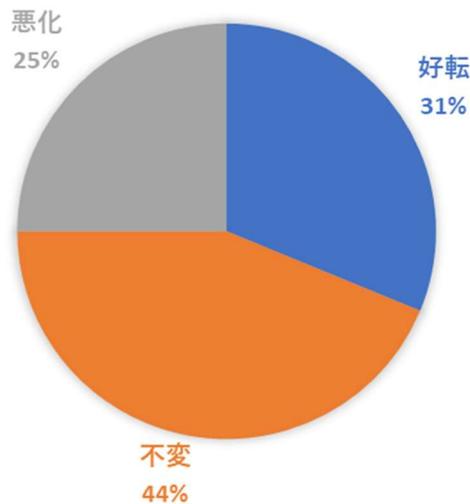
<調査項目② 前年同期と比べて>

		好転	不変	悪化	計	業況DI	前回調査比
全体	実数	4	5	7	16		↘
	構成比	25.0%	31.3%	43.8%		-18.8	
製造業	実数	3	2	3	8		↗
	構成比	37.5%	25.0%	37.5%		0.0	
建設業	実数	0	1	1	2		↘
	構成比	0.0%	50.0%	50.0%		-50.0	
小売業	実数	0	1	0	1		→
	構成比	0.0%	100.0%	0.0%		0.0	
飲食業	実数	1	0	1	2		↘
	構成比	50.0%	0.0%	50.0%		0.0	
観光業	実数	0	1	2	3		↘
	構成比	0.0%	33.3%	66.7%		-66.7	

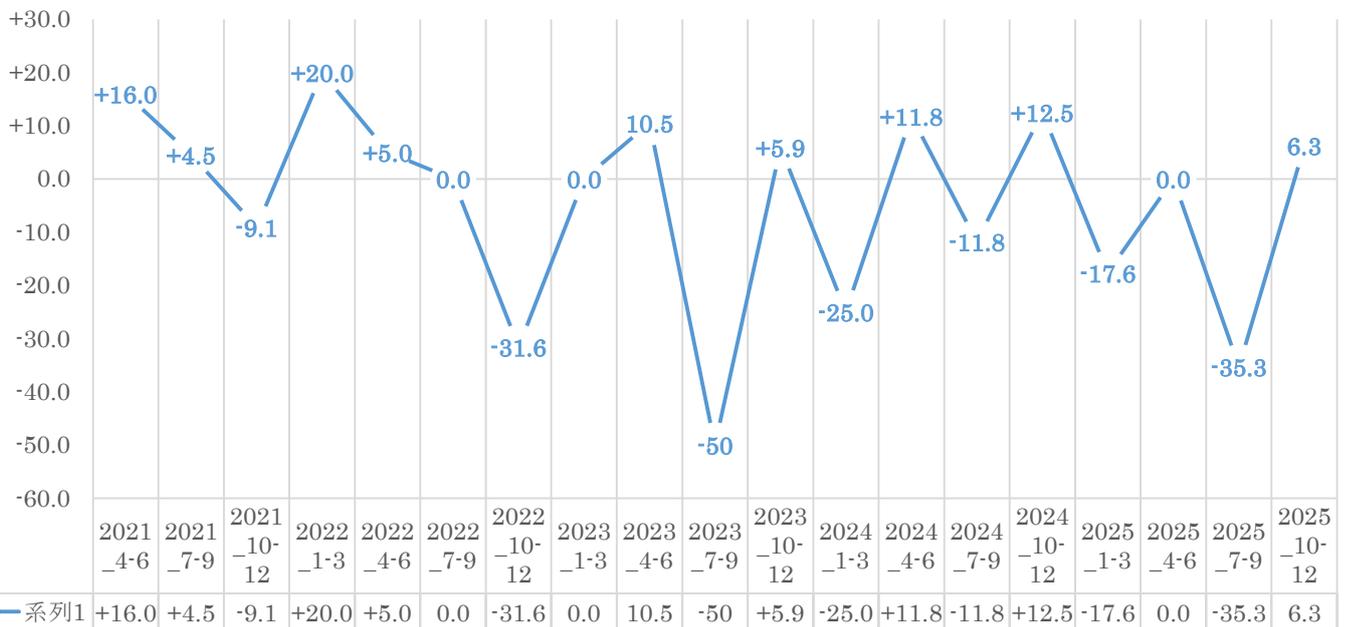


<調査項目③ 3か月後の見通し>

		好転	不変	悪化	計	業況DI	前回調査比
全体	実数	5	7	4	16		↗
	構成比	31.3%	43.8%	25.0%		+6.3	
製造業	実数	3	5	0	8		↗
	構成比	37.5%	62.5%	0.0%		+37.5	
建設業	実数	1	0	1	2		→
	構成比	50.0%	0.0%	50.0%		0.0	
小売業	実数	1	0	0	1		↗
	構成比	100.0%	0.0%	0.0%		+100.0	
飲食業	実数	0	1	1	2		↘
	構成比	0.0%	50.0%	50.0%		-50.0	
観光業	実数	0	1	2	3		↘
	構成比	0.0%	33.3%	66.7%		-66.7	



DI推移_3か月後の見通し



<経営者の眼(見方)>

事業主コメント	業種
4月以降の見通しを読めない。	製造業
仕事の引き合いは増えている感じはあるが、相見積もりの件数が多く早急の受注には結びついていない。 お客様からはしばらく空いてしまうとの話もあり、全体的には薄い感じがある。 トヨタのEV用モーターコアの金型がうまくいっていないので今後どうなるのか不安あり。	製造業
海外向けは一部増加したが、国内が振るわない。増加分も先方の混乱の結果なのか、実需の向上なのかが判別しがたい。	製造業
半導体製造装置生産20%UPの要請が出始めた。客先からは2026年の前半はこの状況で推移するので増産体制を整えるよう通達 came。	製造業
物価高による需要の減退が一服したと思われ、徐々に引き合いが増えつつある。仕入材量の値上げもほぼ一巡し落ち着きつつあることから、売価も安定することが期待され、需給バランスの改善に期待したい。	建設業
天候に恵まれた為、屋外アクティビティは好調であった。	観光業
価格帯の大きなもののお話がいくつか出てきている。 値上げの傾向に乗じて商機を早めにするように心がけている。	小売業
工事件数はあるけれど、利益がでる工事が少ない。	建設業
秋まではともかく、寒い冬にわざわざさらに寒い場所に来る人がいない印象。年末年始と新生活の間の時期で金銭的余裕も無く多忙な時期でもある所為だろう。ウィンタースポーツ人気もいまいち。有名温泉地でもない。酸ヶ湯のような豪雪もない。御神渡りもできない。オーロラが見られるわけでもない。わざわざ来たくなるような【特別感】が何も無い。寒いほどお得キャンペーンだって数百円のお得程度。極寒の中微々たるお得の為に雪道を運転して他県まで出かけたのだろうか？割引額を上げて、それで客寄せが出来たとしても、実際に寒い日が続いてしまえば正直利益は出ない。地元住民向けには楽しいが、小規模宿泊業的にはほぼ無意味。ギャンブル性を含まない「富士見町ならでは」が見つかるといいですね？いっそアメリカ某州のように「何もない事」を売りにしてみても？都会でお疲れの方々にはぼーっと何もしない時間を過ごすためのイベントにわざわざ参加するそうですし？利便性の向上は大切ですが、それはそれとして、むしろデジタルデトックスとかも有りだと思います。	観光業
昨年の秋の反動か？問い合わせも少ない。	観光業
町の観光スポットのグリーンシーズンが終わるとともに観光客や別荘住まいのお客様が減った。この先の3ヶ月は例年、年間でも最も閑散期となるが今年は雪が降らないものの寒波が激しく、暖冬だった昨年並みの売り上げはみこめないのではと思う。	飲食業