

第95回 道内企業の経営動向調査

1. 2024年10～12月期 実績
2. 2025年 1～ 3月期 見通し

2025年1月14日

北 洋 銀 行

(調査委託先)

株式会社北海道二十一世紀総合研究所

電話 011-231-8681 (調査部 伊東、福本)

調 査 要 項

■調査の目的と対象

アンケート方式による道内企業の経営動向把握

■調査方法

調査票を配付し、郵送または電子メールにより回収

■調査内容

第95回定例調査

(2024年10～12月期実績、2025年1～3月期見通し)

■回答期間

2024年11月中旬～12月中旬

■本文中の略称

(A) 増加(好転)企業

前年同期に比べ良いとみる企業

(B) 不変企業

前年同期に比べ変わらないとみる企業

(C) 減少(悪化)企業

前年同期に比べ悪いとみる企業

(D) DI

「増加企業の割合」－「減少企業の割合」

(E) n(number)

有効回答数

■地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	389	100.0%	
札幌市	140	36.0	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、
道 央	83	21.3	日高の各地域、空知地域南部
道 南	39	10.0	渡島・檜山の各地域
道 北	62	15.9	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	65	16.7	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域

■業種別回答状況

	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	700	389	55.6 %
製 造 業	194	108	55.7
食 料 品	69	33	47.8
木 材 ・ 木 製 品	29	13	44.8
鉄鋼・金属製品・機械	58	41	70.7
そ の 他 製 造 業	38	21	55.3
非 製 造 業	506	281	55.5
建 設 業	145	89	61.4
卸 売 業	98	60	61.2
小 売 業	97	42	43.3
運 輸 業	52	34	65.4
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	17	50.0
そ の 他 の 非 製 造 業	80	39	48.8

売上 DI・利益 DI とともに 2 期連続のプラス

< 要 約 >

1. 2024 年 10～12 月期 実績

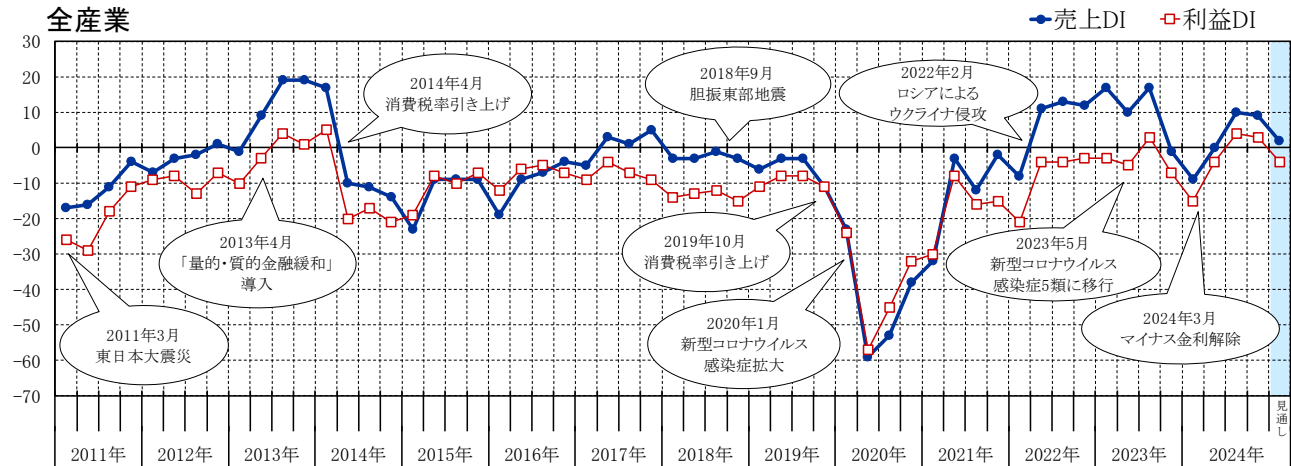
全産業の売上 DI(9)・利益 DI(3)は、ともに前回見通しを上回り、2 期連続のプラスとなった。製造業の売上DI(0)は 5 期ぶりにマイナス圏脱出、利益 DI(△3)はマイナスながら持ち直しの動きが続いている。非製造業は、売上 DI(12)が 3 期連続、利益 DI(5)が 2 期連続のプラスとなった。

地域別では、道東が悪化、道央が持ち直しの動きとなっている。

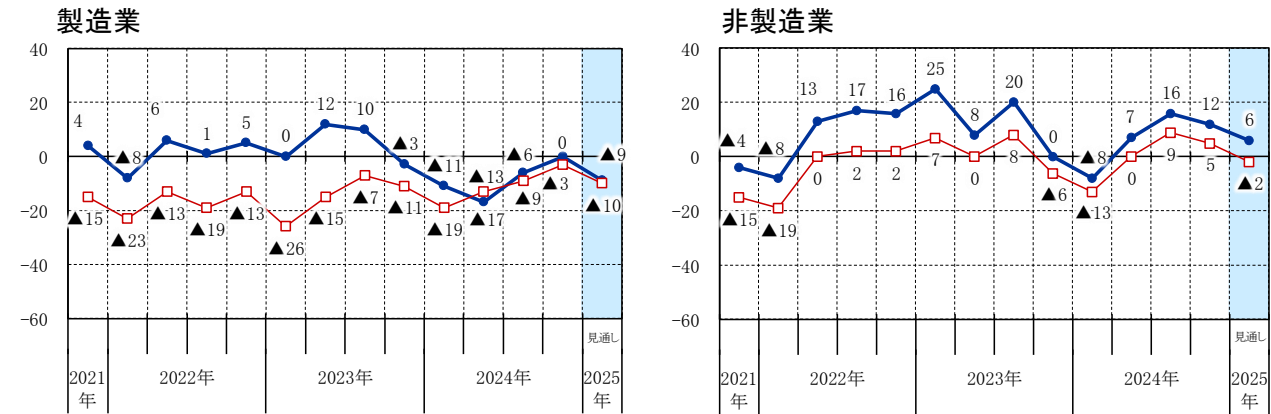
2. 2025 年 1～3 月期 見通し

前期に比べ、全産業の売上 DI(2)、利益 DI(△4)はともに 7 ポイント低下する見通し。製造業では全業種が売上 DI・利益 DI ともマイナスの見通し、非製造業では運輸業、ホテル・旅館業がプラス圏を維持する見通し。

<図表 1> 業況の推移



項 目	2021年 10～12	2022年 1～3	4～6	7～9	10～12	2023年 1～3	4～6	7～9	10～12	2024年 1～3	4～6	7～9	10～12	2025年 1～3 見通し
売上DI	△ 2	△ 8	11	13	12	17	10	17	△ 1	△ 9	0	10	9	2
利益DI	△ 15	△ 21	△ 4	△ 4	△ 3	△ 3	△ 5	3	△ 7	△ 15	△ 4	4	3	△ 4



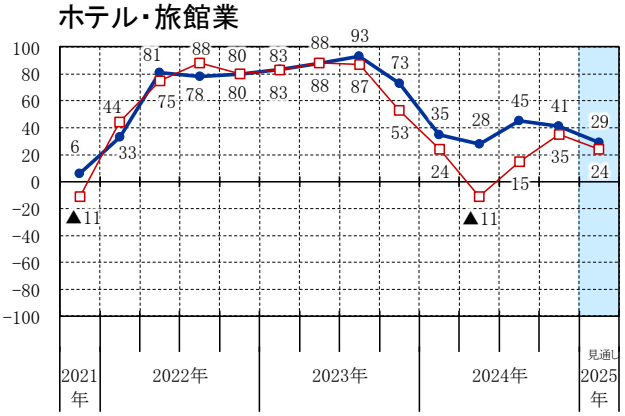
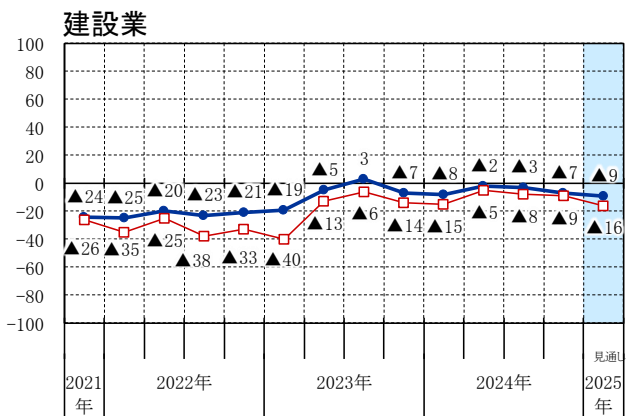
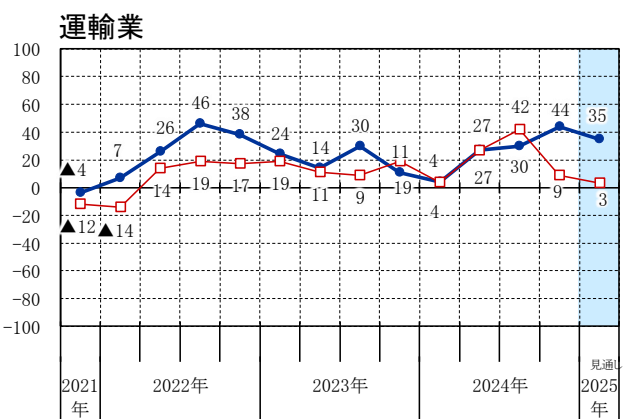
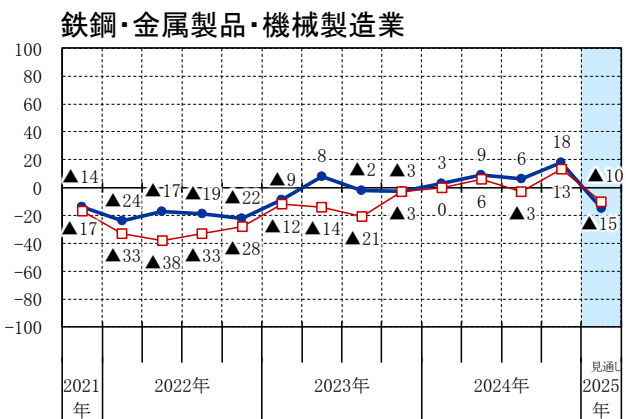
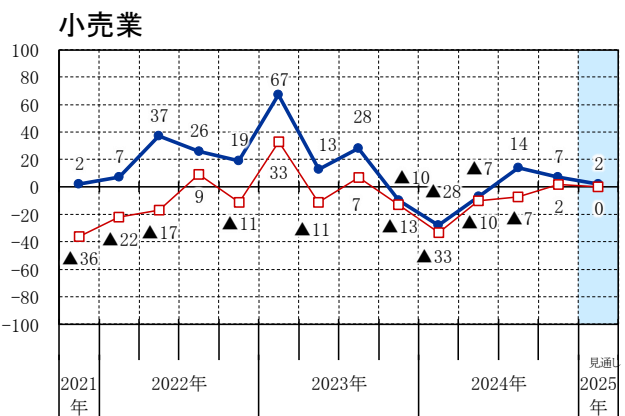
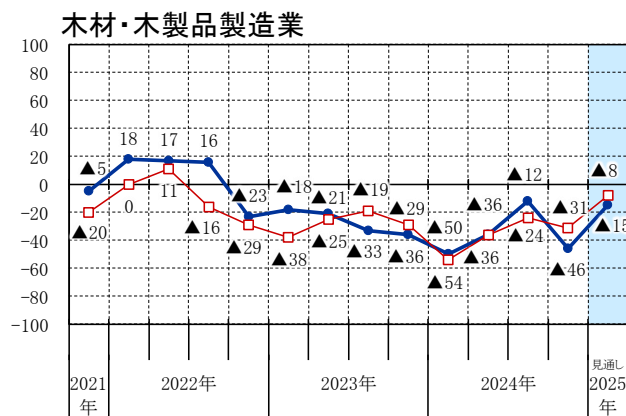
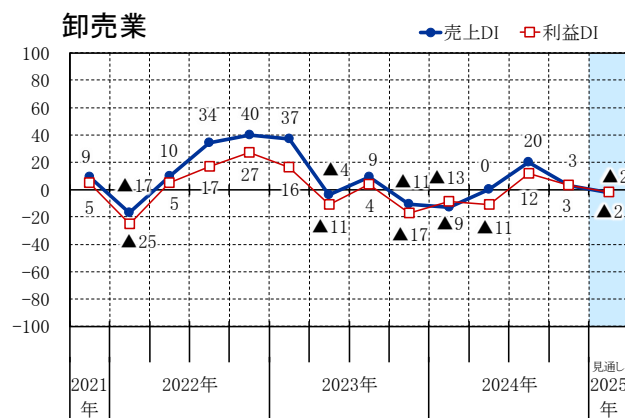
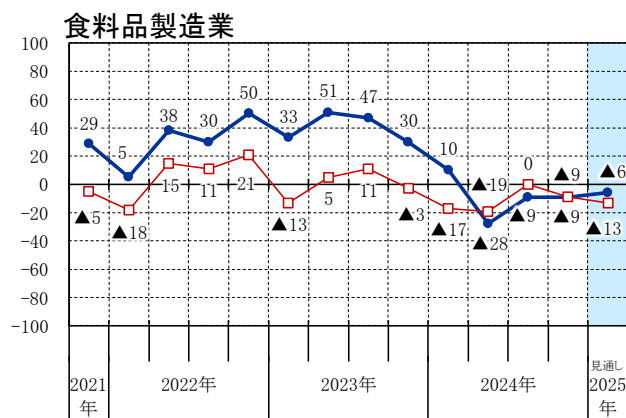
<図表 2>業種別の要点

	要 点 (2024年10～12月期実績)		2024年 1～3	2024年 4～6	2024年 7～9	2024年 10～12	2025年 1～3
			実績	実績	実績	実績 前回 見通し	見通し
全 産 業	前回見通しを上回り、売上DI・利益DIともに2期連続のプラスとなった。	売上DI	△ 9	0	10	9	6
		利益DI	△ 15	△ 4	4	3	△ 2
製 造 業	売上DIは前回見通しより上昇し、5期ぶりにマイナス圏脱出。利益DIもマイナス水準ながら改善傾向。	売上DI	△ 11	△ 17	△ 6	0	△ 2
		利益DI	△ 19	△ 13	△ 9	△ 3	△ 11
食 料 品	畜産、製菓は売上DIマイナス。水産は6期ぶりにプラスに転じるも、利益DIはマイナス。	売上DI	10	△ 28	△ 9	△ 9	3
		利益DI	△ 17	△ 19	0	△ 9	△ 3
木 材 ・ 木 製 品	製材は、売上DIが9期連続、利益DIが10期連続マイナス。木製品は、売上DI・利益DIともに4期連続マイナス。	売上DI	△ 50	△ 36	△ 12	△ 46	0
		利益DI	△ 54	△ 36	△ 24	△ 31	△ 6
鉄鋼・金属製品・機	機械製造業は、売上DI・利益DIともにプラス。金属製品は売上DI・利益DIともマイナス。	売上DI	3	9	6	18	3
		利益DI	0	6	△ 3	13	△ 11
非 製 造 業	建設業はマイナス圏が続くが、非製造業全体では前回見通しを上回りプラス圏を維持。	売上DI	△ 8	7	16	12	9
		利益DI	△ 13	0	9	5	1
建 設 業	売上DI・利益DIともに官工事はマイナス、民間工事はプラス。	売上DI	△ 8	△ 2	△ 3	△ 7	△ 8
		利益DI	△ 15	△ 5	△ 8	△ 9	△ 10
卸 売 業	食品卸、機械卸はプラス圏維持。資材卸は売上DIが7期連続のマイナス。	売上DI	△ 13	0	20	3	△ 3
		利益DI	△ 9	△ 11	12	3	△ 15
小 売 業	食品小売(含む大型店)がマイナス圏脱出。燃料店は先行きマイナスで低調続く。	売上DI	△ 28	△ 7	14	7	7
		利益DI	△ 33	△ 10	△ 7	2	△ 5
運 輸 業	前回見通しは下回ったものの、貨物・旅客ともに堅調推移。	売上DI	4	27	30	44	48
		利益DI	4	27	42	9	45
ホテル・旅館業	都市ホテルは前回より低下したものの、売上DI・利益DIともにプラス圏内。観光ホテルは大幅改善。	売上DI	35	28	45	41	30
		利益DI	24	△ 11	15	35	10

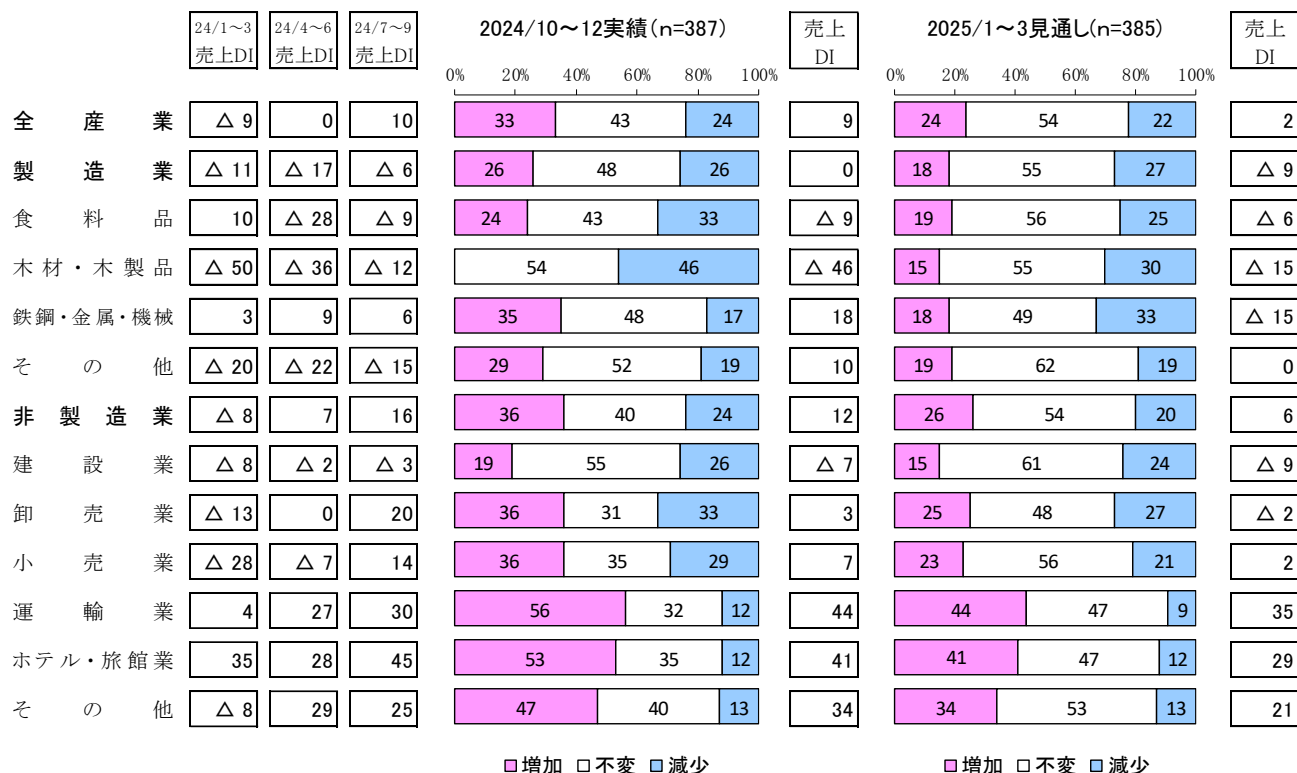
<図表 3>地域別業況の推移

		2022年 4～6	2022年 7～9	2022年 10～12	2023年 1～3	2023年 4～6	2023年 7～9	2023年 10～12	2024年 1～3	2024年 4～6	2024年 7～9	2024年 10～12	2025年 1～3
		実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績 前回 見通し	見通し
全 道	売上DI	11	13	12	17	10	17	△ 1	△ 9	0	10	9	6
	利益DI	△ 4	△ 4	△ 3	△ 3	△ 5	3	△ 7	△ 15	△ 4	4	3	△ 2
札 幌 市	売上DI	11	15	19	18	12	22	△ 2	△ 2	1	16	12	8
	利益DI	0	3	3	3	△ 1	11	△ 5	△ 5	△ 2	12	1	3
道 央 (札幌除く)	売上DI	17	17	19	27	27	24	8	△ 10	0	4	17	4
	利益DI	△ 9	△ 5	3	△ 1	△ 1	6	△ 3	△ 15	△ 1	4	28	△ 2
道 南	売上DI	24	24	34	17	5	33	13	△ 8	0	18	13	11
	利益DI	△ 5	△ 8	△ 3	△ 9	0	7	△ 10	△ 16	5	11	△ 8	△ 8
道 北	売上DI	11	0	2	8	0	5	△ 9	△ 22	7	7	6	△ 7
	利益DI	7	△ 11	△ 7	△ 12	△ 16	△ 2	△ 5	△ 31	△ 9	△ 5	3	△ 10
道 東	売上DI	△ 8	6	△ 12	11	△ 4	△ 3	△ 10	△ 10	△ 6	1	△ 8	10
	利益DI	△ 15	△ 9	△ 17	△ 5	△ 10	△ 15	△ 18	△ 19	△ 12	△ 9	△ 18	△ 4

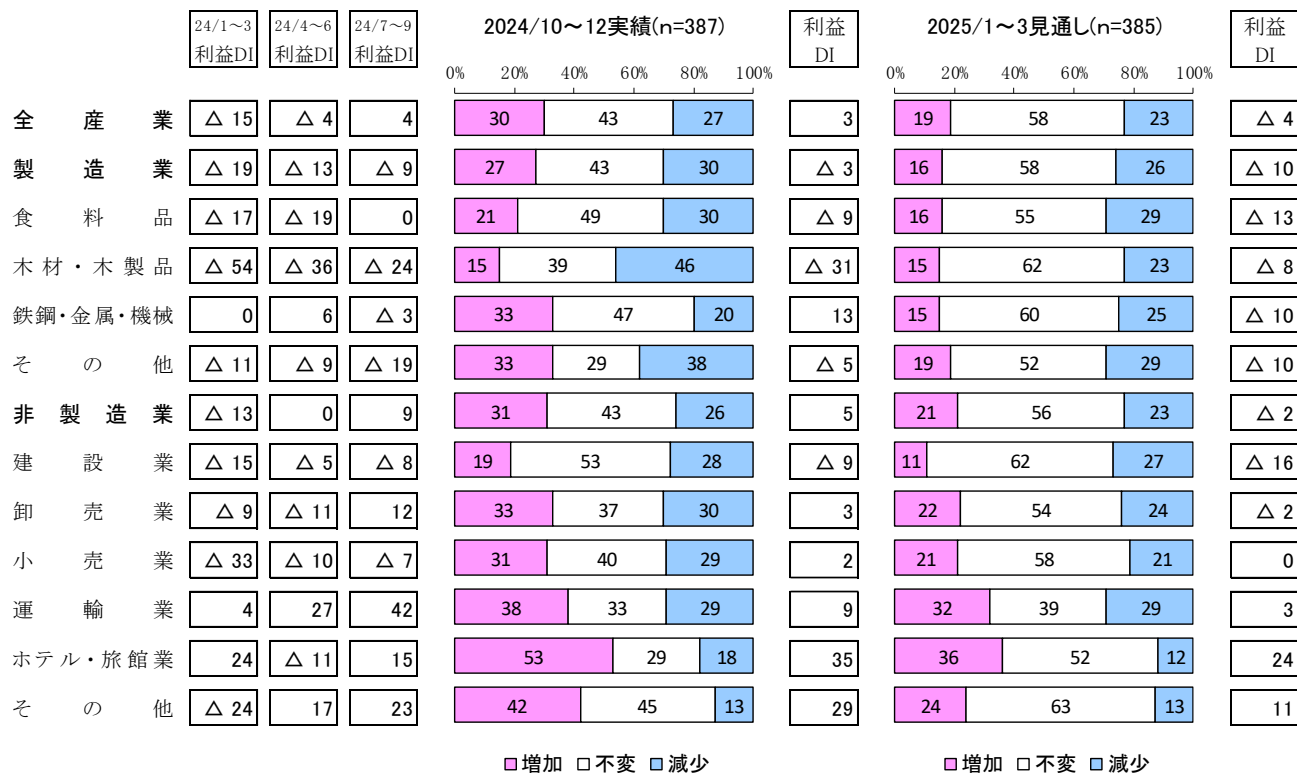
＜図表４＞業況の推移（業種別）



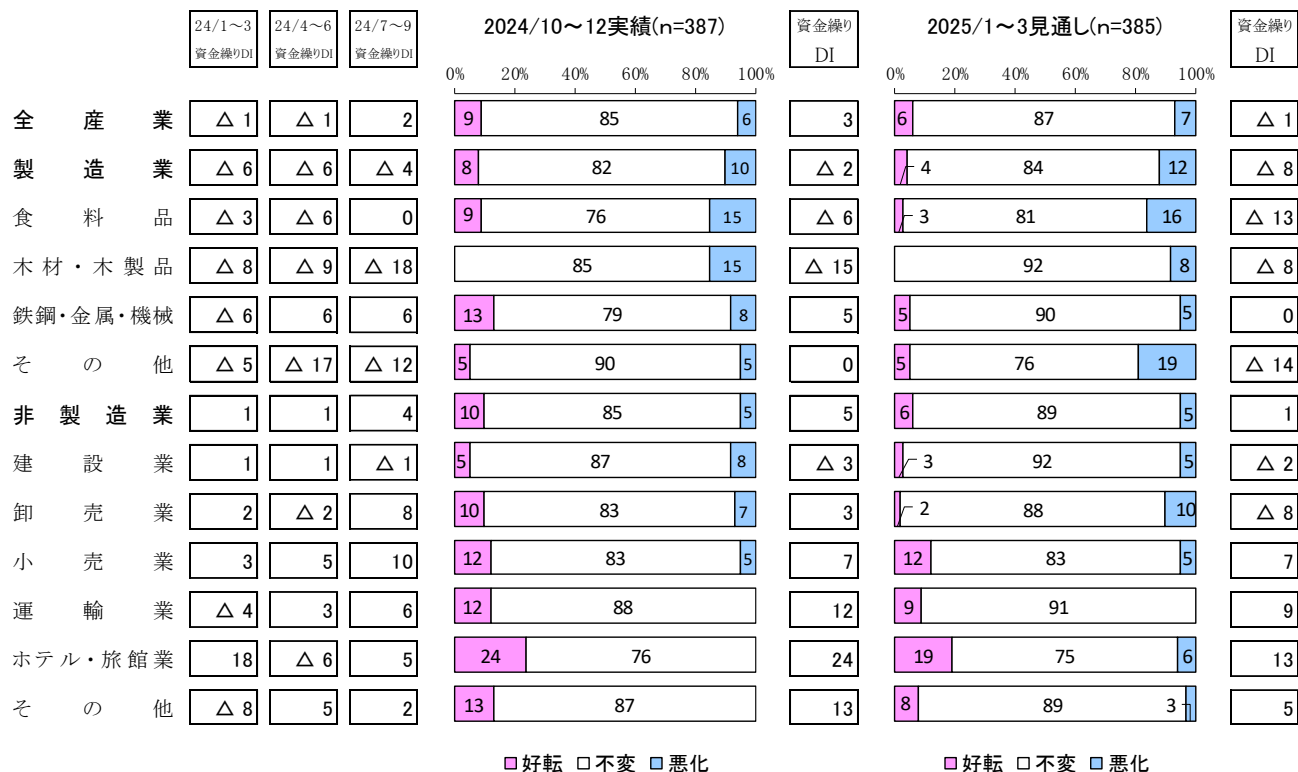
<図表5>売上



<図表6>利益



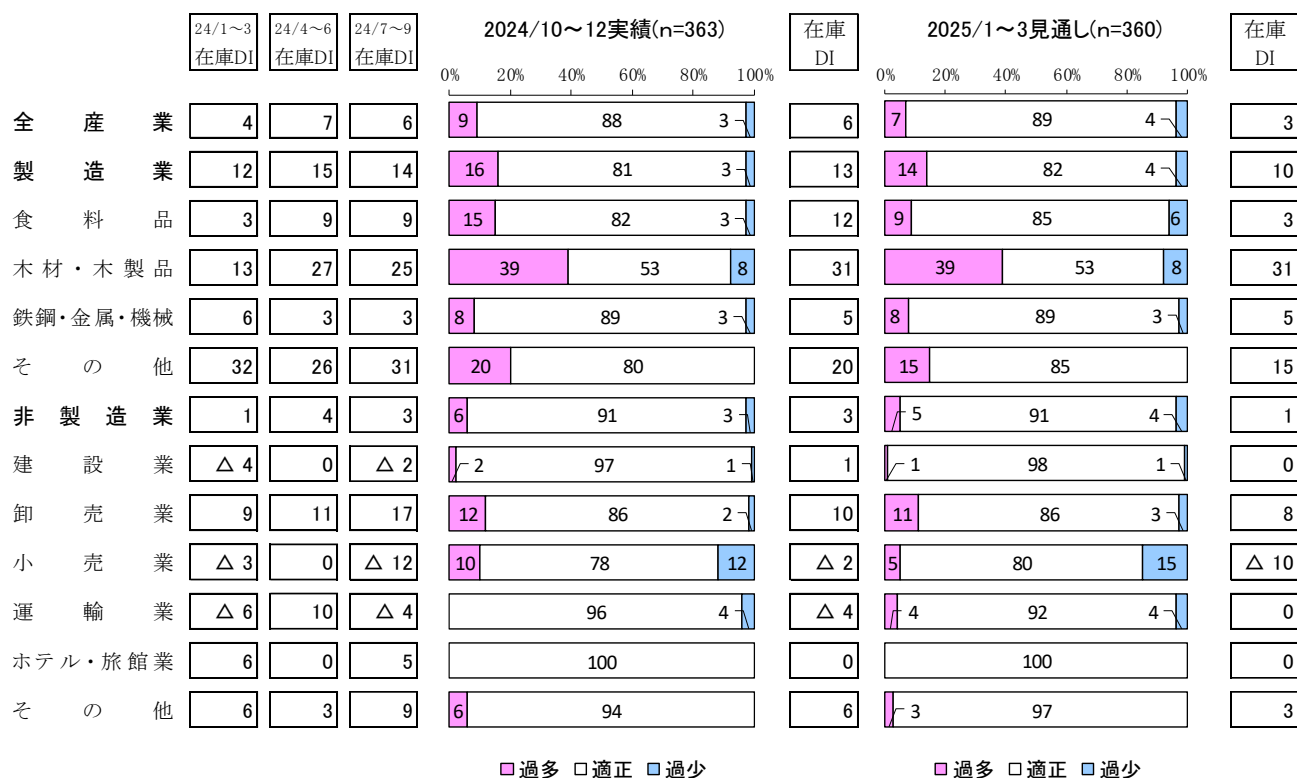
<図表7>資金繰り



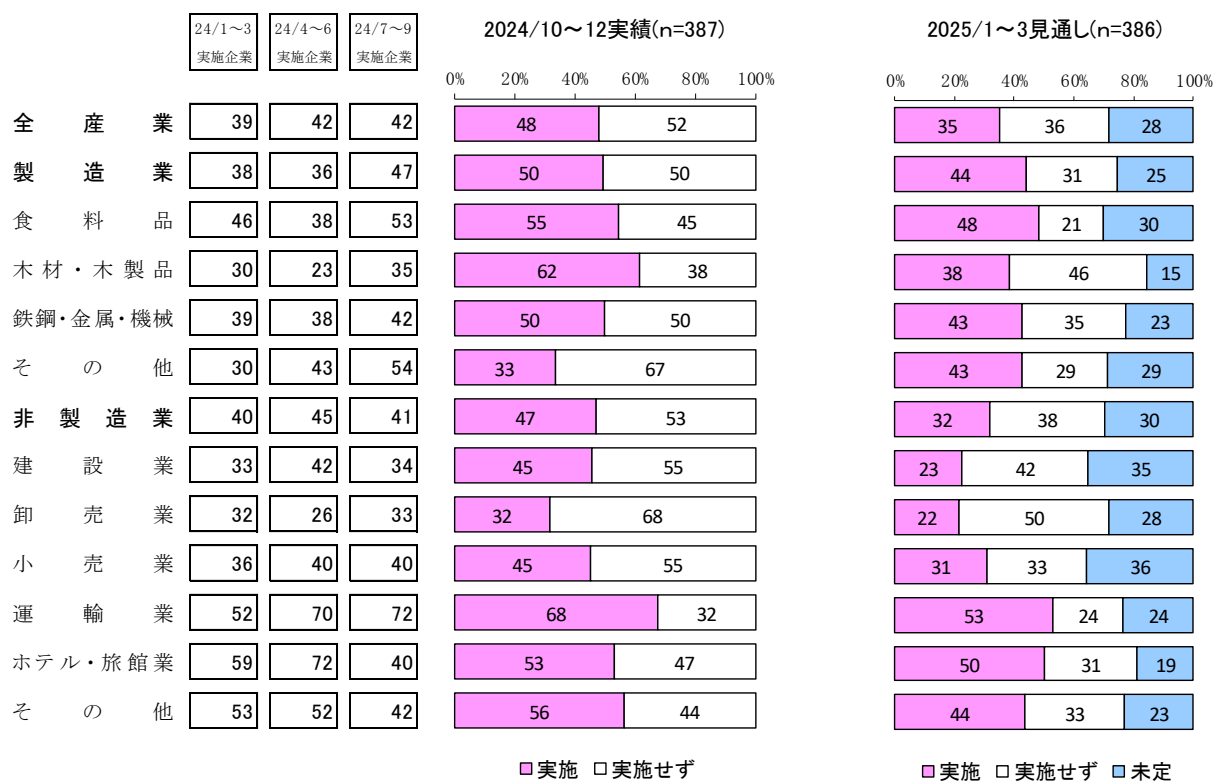
<図表8>短期借入金の難易感



<図表 9>在庫

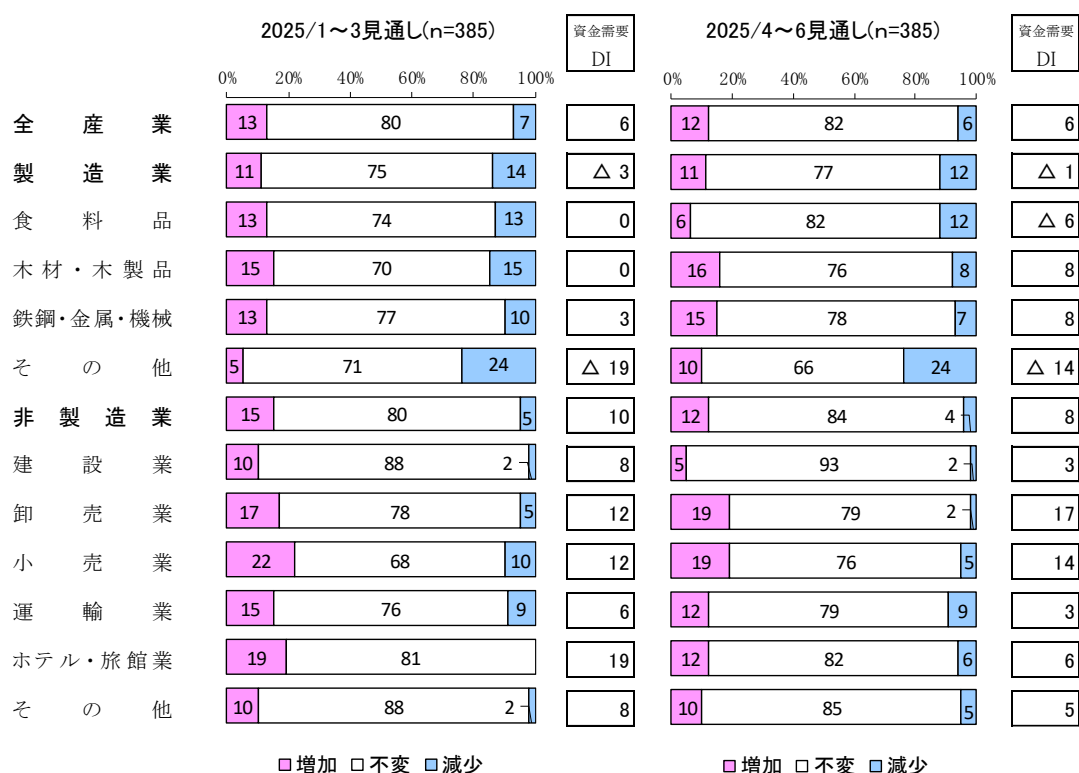


<図表 10>設備投資

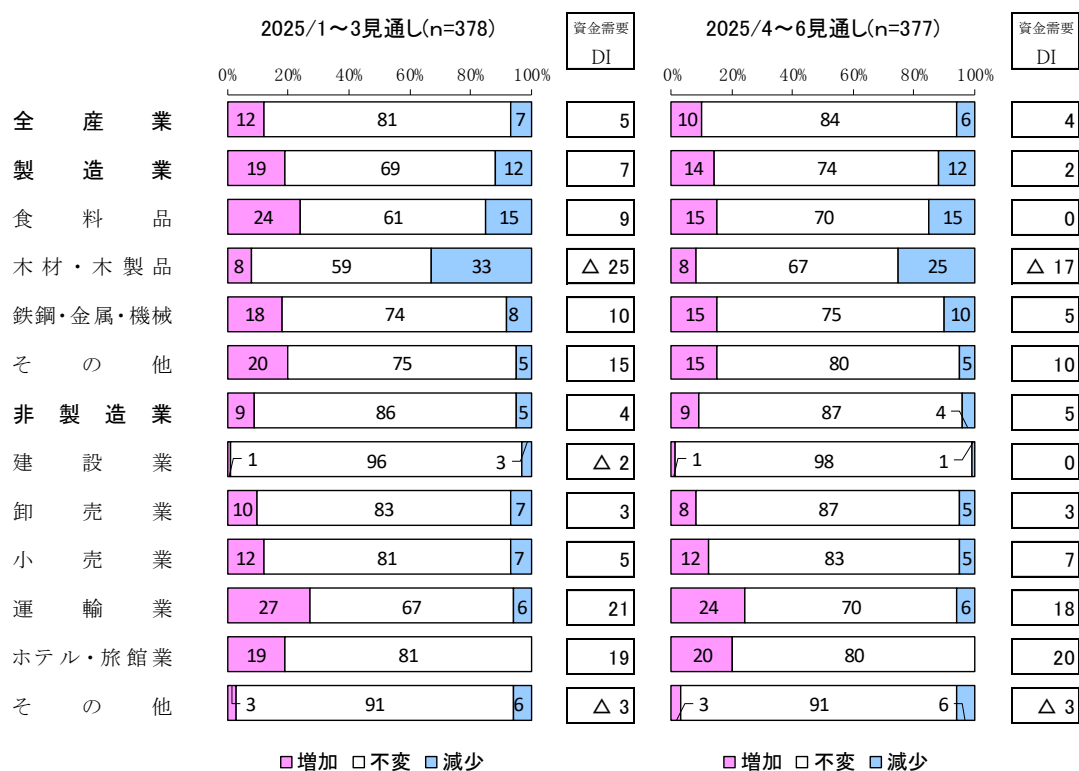


※四捨五入の関係から合計が 100 とならない場合がある。

<図表 1 1> 資金需要見通しの前年比較（運転資金）



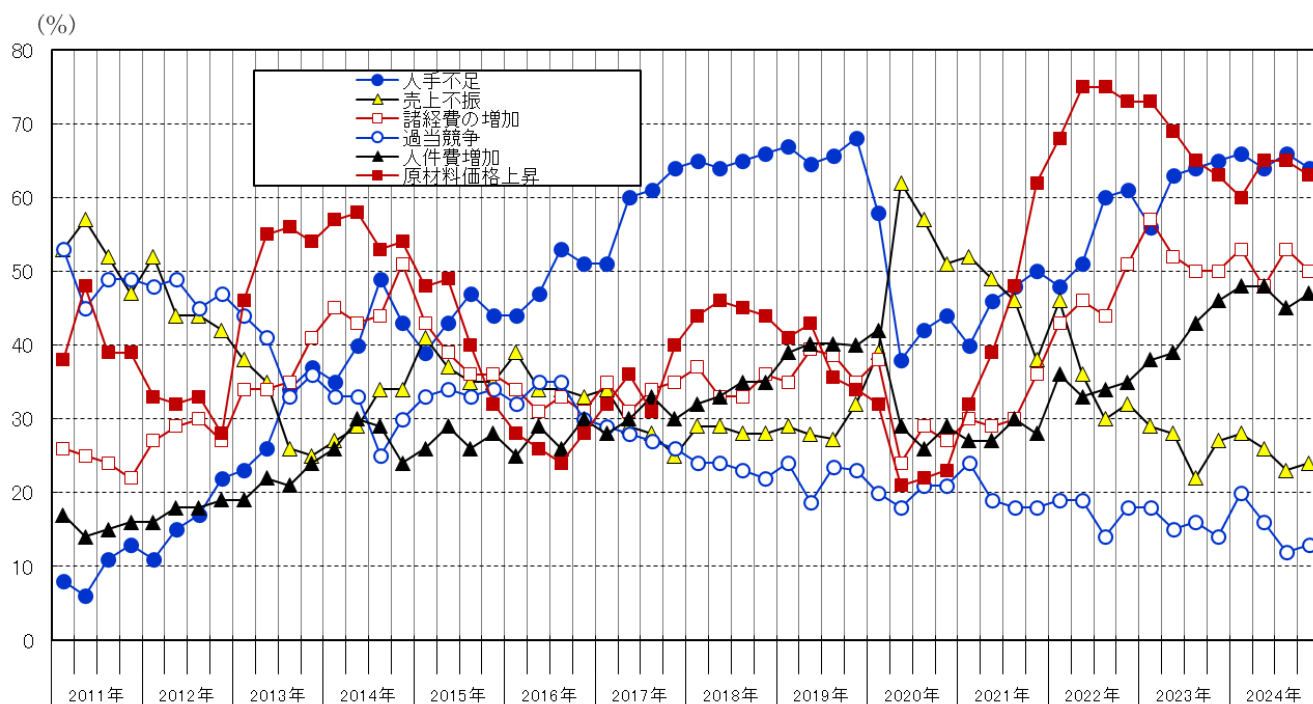
<図表 1 2> 資金需要見通しの前年比較（設備資金）



<図表 1 3> 当面する問題点（上位項目）の要点（複数回答）

項 目	前期比	要 点
(1) 人手不足(64%)	△ 2	ホテル・旅館業(35%、▲20ポイント)、小売業(62%、▲9ポイント)など非製造業を中心に6業種で低下したものの、依然として高水準であり2期連続で1位。
(2) 原材料価格上昇(63%)	△ 2	製造業では食料品製造業(88%)、鉄鋼・金属製品・機械製造業(73%)で1位。非製造業では運輸業(56%)で14ポイント低下。
(3) 諸経費の増加(50%)	△ 3	製造業では食料品製造業(61%、▲1ポイント)をのぞく全業種で上昇。非製造業は卸売業(57%、±0ポイント)をのぞく全業種で低下。
(4) 人件費増加(47%)	+ 2	鉄鋼・金属製品・機械製造業(43%、▲4ポイント)、卸売業(42%、▲8ポイント)で低下したが、ホテル・旅館業(71%、+31ポイント)など6業種で上昇した。
(5) 売上不振(24%)	+ 1	木材・木製品製造業(85%)では9ポイント増加し、3期連続で問題点の1位となった。
(6) 過当競争(13%)	+ 1	卸売業(23%、+3ポイント)、建設業(19%、+2ポイント)など6業種で上昇した。

<図表 1 4> 当面する問題点（上位項目）の推移（複数回答）



<図表 15> 当面する問題点（複数回答）

(n=383)

(単位：％)

項 目	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1) 人手不足	① 64 (66)	③ 56 (56)	48 (56)	② 69 (65)	② 63 (64)	48 (38)	① 67 (70)	① 78 (76)	③ 50 (55)	① 62 (71)	① 74 (82)	35 (55)	① 79 (72)
(2) 原材料価格上昇	② 63 (65)	① 77 (72)	① 88 (74)	③ 54 (59)	① 73 (72)	① 81 (77)	② 58 (63)	② 72 (72)	① 57 (60)	45 (48)	② 56 (70)	① 71 (75)	38 (52)
(3) 諸経費の増加	③ 50 (53)	② 58 (50)	③ 61 (62)	③ 54 (53)	③ 55 (42)	② 62 (46)	③ 47 (54)	35 (38)	① 57 (57)	③ 48 (57)	47 (70)	③ 65 (75)	② 49 (58)
(4) 人件費増加	47 (45)	50 (50)	② 70 (65)	③ 54 (47)	43 (47)	29 (38)	③ 47 (43)	③ 40 (37)	42 (50)	② 57 (52)	③ 50 (36)	① 71 (40)	③ 44 (40)
(5) 売上不振	24 (23)	36 (35)	24 (18)	① 85 (76)	23 (19)	③ 52 (50)	20 (18)	27 (24)	22 (22)	21 (14)	12 (15)	12 (10)	10 (14)
(6) 過当競争	13 (12)	10 (8)	9 (6)	15 (6)	8 (6)	14 (15)	14 (13)	19 (17)	23 (20)	12 (14)	0 (0)	6 (5)	5 (8)
(7) 設備投資 (除くDX・IT化関連)	13 (10)	17 (15)	21 (15)	15 (24)	15 (17)	14 (8)	11 (7)	7 (4)	15 (10)	12 (7)	12 (12)	29 (5)	8 (8)
(8) DX・IT化関連投資	12 (10)	10 (8)	15 (9)	0 (6)	13 (11)	5 (4)	12 (11)	12 (12)	18 (17)	10 (5)	6 (6)	12 (5)	10 (12)
(9) 資金調達	8 (7)	11 (10)	12 (9)	31 (24)	5 (6)	10 (8)	7 (6)	10 (9)	7 (3)	5 (2)	12 (12)	6 (10)	0 (4)
(10) 販売価格低下	5 (4)	7 (9)	0 (6)	31 (29)	5 (6)	5 (4)	4 (2)	2 (4)	7 (2)	5 (0)	6 (0)	6 (5)	3 (0)
(11) 販売代金回収悪化	2 (-)	1 (1)	0 (3)	0 (-)	3 (-)	0 (-)	2 (-)	2 (-)	3 (-)	5 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (2)
(12) その他	3 (2)	1 (1)	0 (-)	0 (-)	3 (3)	0 (-)	4 (2)	2 (1)	3 (3)	7 (5)	3 (3)	6 (-)	3 (-)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

＜企業の声＞

【食料品製造業】

(1) **食肉加工業** オーストラリアやニュージーランドからの輸入羊肉原料の仕入価格が、円安や現地の生産遅れ等による品薄から高騰している。売価も上がり特売が打てず、売上低調となっている。(道央)

(2) **製菓業** 原材料や包材の値上は続いているが、先を見据えた価格改定を実施したことから売上・利益は維持している。新商品の開発を進めているが、原材料高騰により、発売時期や価格をどうするか決めかねている。(道北)

(3) **水産加工業** 今後、主原料の値上がりが決まっており、利益が低下する。(道央)

(4) **食品製造業** 主原料の仕入価格の値上がりを見越し、10月から主力商品の値上げを実施。今後も、人件費の増加や資材の値上がりが予想され、更なる変動費の増加が見込まれる。しっかりと商品価格に転嫁したいところだが、売上数量・売上金額がともに減少することを懸念している。商品値上げに伴い高級感のあるパッケージへの変更を検討している。(道北)

(5) **製菓業** 価格改定により、売上点数・売上金額は前年比減少しましたが、利益率改善により利益ベースでは前年比増加となっています。しかしながら、製造コストの上昇が続いていること、消費者の買い控えが続いていることから、再値上げは避けられず、それに伴い販売点数が減少していく流れは止められないと考えています。今まで以上に品質管理を徹底し、味についても常に改良し、場合によっては原材料の質も上げて消費者に選んでいただける商品を作り続けることが必要と考えています。(道央)

【木材・木製品製造業】

(6) **木製品製造業** 取引先の販売不振など、業界全体で需要がふるわない。(道東)

(7) **製材業** 梱包材は受注の波が大きくなって来ているので、建築材のウエイトを高めたい。天然乾燥材の生産を主力にして安定供給ができるまでにしたいが、在庫資金に不安がある。(道北)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(8) **鉄鋼業** スクラップの発生量減少や同業者の新規進出により、取扱数量が減ってきている。選別力の強化など高付加価値化を推進していく。(道央)

(9) **機械器具製造業** 販売価格引上げ・仕入価格据置き交渉が実り、上期は増収増益となった。塗装工場が10月から稼働したが課題も多々あり、効率化に向けて取り組んでいる最中である。(札幌)

(10) **金属製品製造業** 住宅着工数に依存する業種のため、金利上昇や消費マインド低下が売上に大きく影響する。現状は、売上増加の材料が乏しい。(道央)

(11) **鉄骨製造業** 案件はコロナ禍以降最多となったが、原材料の著しい高騰やゼネコンレベルでの激しすぎる過当競争から予算がなく、収益が悪化している。鉄骨市況の著しい悪化を受け、新規収益事業を模索している。(道東)

(12) **金属加工業** 物価の値上がりにより諸経費が増加しているが、受注単価は上昇しないため利益が確保できない。働き方改革により、思うように売上が伸びない。効率の良い作業や受注額の底上げを考えて行かねばならない。(道北)

【その他の製造業】

(13) **コンクリート製品製造業** 売上は例年並みだが、ようやく販売価格の値上げができて適正な利益をとれるようになった。来年度も運賃や原材料費が上昇しそうなので、引き続き値上げの準備をしたい。(道北)

(14) **印刷業** イベント関連の案件が増加しているものの、資材高騰や郵便料金の値上げにより製造ロットが減少傾向にある。商品化提案においては、北海道の特色(自然遺産、動植物)にフォーカスしたインバウンド向けの要望が増えている。(札幌)

(15) **コンクリート製品製造業** 原材料の価格高騰が、売上にも利益にも影響を与えている。良くなる兆しがみられない。(道東)

(16) **皮革製品製造業** 人件費や諸費用の増加に耐えうる業績の確保が課題。新店舗の準備活動に注力する。既存店の来店誘致、ネット売上の回復を図るための仕掛けを継続していく。(道北)

【建設業】

(17) **建設工事業** 売上・利益の変化はあまり無いが、人手不足や原材料の高騰が大きな課題となっている。特に若い世代の積極的な人材採用に努める。(道南)

(18) **土木工事業** 大型工事の工期延長により、資金の回収時期が遅れており、借入金が増加している。(道央)

(19) **鉄筋工事業** 売上、利益とも何とか体裁は整ったが、正直なところ「こんなはずではなかった」。大型プロジェクトの着工遅れが顕著。大型プロジェクトであるだけに、他の案件に手を出すわけにも行かず、結果として工場が暇になる状

況が続いた。来年度以降に備え、機械設備更新を一巡させる。(道央)

(20) **住宅建築業** 住宅需要の低下により業界全体の衰退(同業者や専門職種技能者の減少)が加速している。非住宅事業は多忙であるため、柔軟に事業比率を変えることで全体の収支を維持し、体制を柔軟に変えている。(道央)

(21) **総合建設業** 札幌圏での大型工事を控える中、運転資金の確保もさることながら、人繰りの確保が課題。毎年、技術職の新入社員を採用しているが、資格を取るまでは中間職に負担がかかる。また、残業規制がかかる中、現場の効率化をいかに図るかが課題。(道東)

(22) **住宅建築業** 住宅価格の上昇!!新築住宅の着工棟数の減少が心配だ。リノベーションや賃貸住宅の受注に力を入れたため、売上は増加している。SNS での広告が効いたと考えており、今後他社との差別化を進め、動画配信を広告の柱としてPRしていく。(道南)

(23) **総合建設業** 来年度から生コン単価が大幅に引き上げられる。民間工事は諸経費の上昇をすべて転嫁できるわけもなく、もともと少ない利益を圧迫している。工期については、こちら側の希望が認められるようになってきたため、受注環境は若干ではあるが良くなってきた。また、技術者が引抜きに近い状態で流出しており、受注に影響を与えている。賃金アップやフォロー体制の整備により、流出を防ぐ。(札幌)

(24) **鉄筋工事業** 人手不足により受注抑制しており、諸経費の増加を吸収できるかが心配。DX化・IT 化を進めるための設備投資が必要。(道北)

【卸売業】

(25) **食料品卸売業** 天候不順による農産物の仕入価格高騰・販売価格上昇により売上は増加するも、構造的な改善によるものとは評価できない。(道北)

(26) **酒類卸売業** 業務用を中心に売上回復している。一方で、経費も増加しているため、取引先への価格転嫁が求められている。(札幌)

(27) **塗料卸売業** 入札案件を本州業者に取られ、売上低下。建設資材等の高騰で、民間の設備投資、修繕工事とも低下傾向が止まらない。本州業者との接点を得られるよう、情報入手に努める。また、北海道の冬季間対策としてインフラ関連事業に強い業態への新規参入を図る。(札幌)

(28) **電気製品卸売業** 売上は好調で新入社員も採用できたが、新入社員が利益を生み出せるようになるまで売上・利益を維持できるかが課題。(札幌)

(29) **包装用品卸売業** 商品全般で仕入先からの値上げ要請があり、前向きな営業活動ではなく販売先との値上げ交渉に迫られている。(札幌)

(30) **包装用品卸売業** 少額取引の顧客の離脱が多いことが課題。営業職が新規開拓に集中できるよう、顧客管理システムの導入を検討している。(札幌)

(31) **建材卸売業** 一般ユーザーのローン審査が通らないことが多く、注文住宅やアパート向けの売上が減少している。(道北)

(32) **製材卸売業** グループ企業と共に事業の効率化、再編を行い大幅に経費削減した。収益体質に改善し、効果が出始めている。(道北)

(33) **酒類卸売業** 売上は回復傾向だが、コロナ禍前と比べると2割以上足りない。物価高騰と先行き不安もあり消費活動が節約優先となっており、安心できる状態とはいえない。主な販売先である飲食業は新陳代謝が激しく、既存先を無くすピンチと新規先獲得のチャンスが混在する。確かな信用情報がない中での新規取引先獲得は難しさを伴うが、チャンスを的確に捉えたい。(札幌)

(34) **食料品卸売業** 秋鮭の不漁が年末商戦に向けての不安材料。過剰に在庫することは避け、比較的安定して漁獲されているタラ等の製品を販売する等の対策を取っていく。(札幌)

【小売業】

(35) **食品スーパー** 価格転嫁以外に道はないと思うが、業界大手がPB商品の値下げを行うなどチグハグな状況。本州からの新規参入もあり、商環境は厳しい。今後は粗利益率の改善が最大のテーマ。仕入価格上昇をきちっと価格転嫁する。(札幌)

(36) **食品スーパー** 弊社の基盤である生鮮品の利益率が落ち気味となっている。今までは客単価が上がることで利益が確保されていたが、客単価上昇が鈍ってきておりお客様の購買力が天井に着いている状態かもしれない。当社の強みである「おいしさと安心」にこだわり、商品政策を再度強化する。(札幌)

(37) **事務用品小売業** 印刷、印章部門では取引先の廃業が増加しているため、新たな顧客を探さなければならない。(札幌)

(38) **機械器具小売業** インバウンド増加に伴い、ホテル・施設用のクリーニング機械需要増が売上アップに貢献している。売上・利益ともにコロナ禍前をキープできるようになった。働き方改革の推進に伴い、休暇取得や残業削減に努めているが、人手不足感は否めない。(札幌)

【運輸業】

(39) **バス会社** 乗務員不足が著しく、路線の減便・廃止を検討しなければならない。(道東)

(40) **バス会社** 売上は増えても、運送コストも増えており、収支改善には至っていない。運賃改定を行うことで、さらなる増収を見込む。(道央)

(41) **港湾運送業** 2024 問題に対応した保管施設の拡充や、中継施設の整備が求められる。倉庫業にも待機時間の短縮化、パレット規格の統一、手作業の軽減など、物流改革への対応が求められている。(道東)

【ホテル・旅館業】

(42) **観光ホテル** コロナ禍以降、友人や家族との外食、職場や自治会の宴会が激減。推進策を模索中だが、難しさを痛感している。(道央)

(43) **観光ホテル** 宿泊客数はコロナ禍前の水準に 100% 戻っているものの、人件費・光熱費などいずれも高騰していることから減益傾向である。設備資金を借入して、光熱費削減のためガス・電気のボイラー設備を更新中。(道南)

(44) **観光ホテル** 更なる値上げや販売促進の取組みを検討している。また、人材確保のため、就業規則や・給料体系・営業日の変更を検討している。(道北)

(45) **都市ホテル** 原材料の仕入価格、人件費等が増加しているが、価格転嫁が上手くできない。IT 化、DX 化を目指している。(道央)

(46) **都市ホテル** 取引先の企業が、経費削減のため出張経費の規定等が変更となり、市況に応じた対応がされず売上・利益ともに上がらない。(道東)

【その他の非製造業】

(47) **ビルメンテナンス** 人手不足環境下での人繰りの難しさに加えて、賃金の上昇スピードが早すぎ、対応できない。お客様への値上げにも限度がある。(道央)

(48) **土木建築サービス業** 従業員の年齢構成がいびつなため、技術継承が課題。教育する側が世代間の考え方の違いを理解し、若年層の定着を促す。(札幌)

(49) **自動車整備業** 取引先である運送業が運転手不足により車両の更新周期が長くなっており、大型自動車の売れ行きが悪い。営業職員を増員したいが、求人を出しても見つからない。(道北)

(50) **飲食店** 4 月の値上げ実施により前年比プラス推移であるが、一部店舗では来店客数が頭打ちとなっている。また、人手不足により売上が伸び悩む店舗が出ており、省人化に向けた取組が必至。(札幌)

(51) **建設コンサルタント** 主力のコンサル部門は苦戦しているが、IT 部門では受注が前年を上回った。収益を確保できる部門への人員の再配置を検討中。(道東)