

物価上昇の道内企業への影響と賃上げ対応について

2025年4月7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、安達)

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

物価上昇の道内企業への影響と賃上げ対応について

■回答期間

2025年2月中旬～3月中旬

■本文中の略称

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	364	100.0%	
札幌市	141	38.7	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、 日高の各地域、空知地域南部
道 央	75	20.6	
道 南	34	9.3	
道 北	55	15.1	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	59	16.2	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	364	52.0 %
製 造 業	194	102	52.6
食 料 品	69	32	46.4
木 材 ・ 木 製 品	29	18	62.1
鉄鋼・金属製品・機械	58	32	55.2
そ の 他 製 造 業	38	20	52.6
非 製 造 業	506	262	51.8
建 設 業	145	85	58.6
卸 売 業	98	55	56.1
小 売 業	97	38	39.2
運 輸 業	52	27	51.9
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	16	47.1
そ の 他 の 非 製 造 業	80	41	51.3

物価上昇の道内企業への影響と賃上げ対応について

賃上げ率 4.0%(前年比+1.0%pt)へ

< 要 約 >

1. 物価上昇が経営に及ぼす影響<図表 1>

悪影響の割合(91%、前年比±0 ポイント)は 3 年連続で 9 割超となった。「多少は悪い影響がある」(56%、同▲5 ポイント)が 6 業種で低下した一方、「かなり悪い影響がある」(35%、同+5 ポイント)が 7 業種で上昇し、悪影響の度合いは悪化した。

2. 物価上昇の対策<図表 2>

「販売価格への転嫁(値上げ)」(78%、前年比+3 ポイント)が全業種で 3 年連続1位となった。「仕入先・購入先との価格交渉」(43%)は 5 業種で上昇し、ホテル・旅館業、運輸業、鉄鋼・金属製品・機械製造業では 10 ポイント以上上昇した。

3. 物価上昇のうち、価格転嫁できた割合<図表 3>

「75%以上の転嫁(44%、前年比+3 ポイント)」は6業種で上昇した。業種別では、卸売業(72%、同+1ポイント)の価格転嫁が浸透している様子がうかがえた。一方、50%以上(71%、同±0 ポイント)は 6 業種が低下した。業種別では、運輸業(50%)が前年比▲22 ポイントとなり継続した価格転嫁の難しさがうかがえる。

4. 価格転嫁が進まない理由<図表 4>

「他社との価格競争」(52%、前年比▲12 ポイント)が 3 年連続で 1 位となったが、全業種で低下した。また、「取引先や顧客の理解が得られない」(30%、同▲14 ポイント)も低下し、「価格転嫁はおおむね進んでいる」(33%、今回追加)と合わせ、価格転嫁への理解が進んでいる様子が窺えた。ただし、運輸業など価格転嫁に苦戦している業種も見受けられる。

5. 賃上げの対応状況<図表 5、6>

賃上げ実施(予定)企業は、90%(前年比+10 ポイント)に上昇した。
主な手段は「ベースアップ」(90%、同+12 ポイント)となった。

6. 賃上げ実施企業の年収換算賃上げ率<図表 7>

賃上げ率の平均値は 3.97%(前年比+0.04 ポイント)、中央値は 4.00%(同+1.00 ポイント)であった。
人件費増加の負担感が増しているなか、従業員の離職防止のため物価高に対応する経営者の姿勢がうかがわれる。

<図表 1>物価上昇が経営に及ぼす影響

(n=361)

(単位：％、％pt)

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) かなり良い影響がある	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	↓ ▲ 1 0 (1)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)
(2) 多少は良い影響がある	↑ +1 2 (1)	↑ +2 3 (1)	↑ +3 3 (0)	↓ ▲ 5 0 (5)	↑ +6 6 (0)	⇒ ±0 0 (0)	↑ +1 2 (1)	↑ +1 1 (0)	⇒ ±0 2 (2)	⇒ ±0 3 (3)	⇒ ±0 0 (0)	⇒ ±0 0 (0)	↑ +2 2 (0)
(3) 特に影響はない	⇒ ±0 6 (6)	↑ +2 6 (4)	↓ ▲ 3 0 (3)	↑ +17 17 (0)	⇒ ±0 6 (6)	⇒ ±0 5 (5)	⇒ ±0 7 (7)	⇒ ±0 6 (6)	↓ ▲ 1 7 (8)	↓ ▲ 11 3 (14)	⇒ ±0 4 (4)	↑ +6 6 (0)	↑ +4 12 (8)
(4) 多少は悪い影響がある	↓ ▲ 5 56 (61)	↓ ▲ 17 38 (55)	↓ ▲ 13 35 (48)	↓ ▲ 47 17 (64)	↓ ▲ 6 52 (58)	↓ ▲ 10 40 (50)	↓ ▲ 1 63 (64)	↓ ▲ 4 68 (72)	⇒ ±0 64 (64)	↓ ▲ 1 53 (54)	↓ ▲ 6 52 (58)	↑ +4 69 (65)	↑ +7 68 (61)
(5) かなり悪い影響がある	↑ +5 35 (30)	↑ +15 53 (38)	↑ +13 61 (48)	↑ +31 67 (36)	↑ +5 35 (30)	↑ +15 55 (40)	↑ +3 29 (26)	↑ +4 25 (21)	↑ +1 27 (26)	↑ +13 42 (29)	↑ +6 44 (38)	↓ ▲ 10 25 (35)	↓ ▲ 7 17 (24)
悪影響の割合 (4)+(5)	⇒ ±0 91 (91)	↓ ▲ 2 91 (93)	⇒ ±0 96 (96)	↓ ▲ 16 84 (100)	↓ ▲ 1 87 (88)	↑ +5 95 (90)	↑ +2 92 (90)	⇒ ±0 93 (93)	↑ +1 91 (90)	↑ +12 95 (83)	⇒ ±0 96 (96)	↓ ▲ 6 94 (100)	⇒ ±0 85 (85)

※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。()内は前年調査。

<図表 2>物価上昇の対策（複数回答）

(n=361)

(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) 販売価格への転嫁(値上げ)	① 78 (75)	① 87 (85)	① 90 (86)	① 72 (65)	① 83 (91)	① 100 (95)	① 74 (70)	① 66 (62)	① 93 (74)	① 71 (77)	① 67 (76)	① 81 (88)	① 70 (66)
(2) 仕入先・購入先との価格交渉	② 43 (42)	② 46 (42)	② 47 (45)	② 33 (48)	② 50 (39)	② 50 (35)	③ 41 (42)	② 45 (49)	② 54 (47)	② 29 (34)	② 52 (40)	③ 31 (18)	③ 28 (37)
(3) 人件費以外の諸経費の削減	③ 40 (43)	③ 35 (40)	③ 43 (48)	③ 28 (30)	③ 27 (33)	③ 40 (50)	② 42 (44)	③ 29 (38)	③ 46 (43)	② 58 (54)	③ 41 (32)	② 50 (53)	② 48 (53)
(4) 商品・サービス内容の見直し	21 (22)	19 (16)	37 (17)	11 (26)	10 (12)	15 (10)	21 (24)	13 (18)	24 (21)	③ 34 (40)	15 (16)	③ 31 (41)	20 (26)
(5) 仕入先・購入先の変更、見直し	18 (20)	17 (21)	20 (21)	6 (13)	17 (27)	25 (20)	18 (20)	18 (25)	17 (19)	13 (17)	30 (12)	25 (18)	13 (18)
(6) 代替的な原材料、部品への切替	12 (12)	16 (10)	27 (14)	11 (0)	3 (9)	25 (20)	10 (13)	12 (14)	6 (15)	5 (9)	7 (4)	25 (29)	10 (8)
(7) 特に対策していない	6 (7)	3 (2)	0 (3)	6 (4)	7 (0)	0 (0)	7 (9)	7 (10)	2 (4)	8 (9)	11 (8)	0 (6)	15 (13)
(8) 人件費の削減	4 (2)	6 (0)	7 (0)	11 (0)	0 (0)	10 (0)	4 (2)	2 (1)	2 (4)	13 (3)	0 (0)	6 (6)	3 (3)
(9) その他	2 (1)	3 (1)	0 (0)	11 (4)	0 (0)	5 (0)	2 (1)	2 (1)	0 (2)	0 (0)	4 (4)	6 (0)	0 (0)

※○内数字は業種内の順位、()内は前年調査。

<図表 3>物価上昇のうち、価格転嫁できた割合

(n=357)

(単位：％、％pt)

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) ほぼすべて転嫁できている	↑ +1 12 (11)	↑ +2 9 (7)	↑ +3 6 (3)	↑ +2 11 (9)	↑ +4 10 (6)	→ ±0 10 (10)	↓ ▲1 13 (14)	↑ +6 12 (6)	↓ ▲5 22 (27)	↓ ▲13 11 (24)	↑ +4 4 (0)	↓ ▲5 13 (18)	↑ +2 10 (8)
(2) かなり(75%程度)転嫁できている	↑ +2 32 (30)	→ ±0 32 (32)	↑ +7 35 (28)	↓ ▲20 6 (26)	↑ +5 47 (42)	→ ±0 30 (30)	↑ +1 31 (30)	↑ +1 28 (27)	↑ +6 50 (44)	↓ ▲3 29 (32)	↑ +3 23 (20)	↑ +15 44 (29)	↓ ▲2 17 (19)
(3) 半分(50%程度)転嫁できている	↓ ▲3 27 (30)	↓ ▲5 27 (32)	↓ ▲18 23 (41)	↑ +9 39 (30)	↓ ▲17 13 (30)	↑ +20 45 (25)	↓ ▲3 26 (29)	↑ +1 29 (28)	↓ ▲4 15 (19)	↑ +6 32 (26)	↓ ▲29 23 (52)	↓ ▲4 25 (29)	↑ +4 34 (30)
(4) 少し(25%程度)転嫁できている	↑ +3 20 (17)	↑ +2 20 (18)	↑ +8 29 (21)	↑ +4 17 (13)	↑ +2 17 (15)	↓ ▲10 15 (25)	↑ +3 20 (17)	↓ ▲8 23 (31)	↑ +5 7 (2)	↑ +9 18 (9)	↑ +15 31 (16)	↓ ▲5 13 (18)	↑ +11 27 (16)
(5) 全く転嫁できていない	→ ±0 9 (9)	↑ +1 11 (10)	↓ ▲1 6 (7)	↑ +6 28 (22)	↑ +7 13 (6)	↓ ▲10 0 (10)	↑ +1 9 (8)	↑ +3 7 (4)	↓ ▲2 6 (8)	↑ +5 11 (6)	↑ +11 19 (8)	→ ±0 6 (6)	↓ ▲12 7 (19)
(6) 価格転嫁の必要がない (物価上昇の影響がない)	↓ ▲1 1 (2)	→ ±0 0 (0)	→ ±0 0 (0)	→ ±0 0 (0)	→ ±0 0 (0)	→ ±0 0 (0)	↓ ▲2 1 (3)	↓ ▲3 1 (4)	→ ±0 0 (0)	↓ ▲3 0 (3)	↓ ▲4 0 (4)	→ ±0 0 (0)	↓ ▲3 5 (8)
75%以上の転嫁 (1)+(2)	↑ +3 44 (41)	↑ +2 41 (39)	↑ +10 41 (31)	↓ ▲18 17 (35)	↑ +9 57 (48)	→ ±0 40 (40)	→ ±0 44 (44)	↑ +7 40 (33)	↑ +1 72 (71)	↓ ▲16 40 (56)	↑ +7 27 (20)	↑ +10 57 (47)	→ ±0 27 (27)
半分以上の転嫁 (1)+(2)+(3)	→ ±0 71 (71)	↓ ▲3 68 (71)	↓ ▲8 64 (72)	↓ ▲9 56 (65)	↓ ▲8 70 (78)	↑ +20 85 (65)	↓ ▲3 70 (73)	↑ +8 69 (61)	↓ ▲3 87 (90)	↓ ▲10 72 (82)	↓ ▲22 50 (72)	↑ +6 82 (76)	↑ +4 61 (57)

※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。()内は前年調査。

<図表 4>価格転嫁が進まない理由（複数回答）

(n=338)

(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) 他社との価格競争	① 52 (64)	① 54 (64)	① 57 (67)	① 50 (58)	① 54 (70)	① 55 (58)	① 51 (63)	① 52 (62)	① 69 (73)	① 58 (79)	② 32 (38)	① 50 (64)	② 36 (55)
(2) 価格転嫁はおおむね進んでいる (予定含む) ※今回追加	② 33 (-)	② 35 (-)	② 39 (-)	② 28 (-)	② 46 (-)	③ 20 (-)	③ 33 (-)	③ 28 (-)	③ 31 (-)	② 33 (-)	② 32 (-)	① 50 (-)	① 38 (-)
(3) 取引先や顧客の理解が得られない	③ 30 (44)	③ 21 (39)	② 18 (46)	② 28 (21)	③ 11 (33)	② 35 (58)	② 34 (46)	② 34 (45)	② 35 (51)	③ 31 (28)	① 48 (48)	③ 33 (50)	③ 26 (55)
(4) コスト削減により対応	11 (7)	9 (7)	4 (13)	22 (0)	7 (7)	5 (5)	11 (7)	13 (7)	6 (5)	17 (7)	8 (10)	0 (7)	15 (9)
(5) 代替品・類似品との価格競争	9 (15)	15 (22)	③ 21 (29)	17 (21)	7 (19)	15 (21)	6 (12)	4 (3)	15 (32)	6 (24)	4 (5)	8 (7)	3 (3)
(6) 価格転嫁の必要がない (物価上昇の影響がない)	2 (2)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (3)	1 (1)	0 (2)	3 (7)	0 (5)	0 (0)	8 (6)
(7) その他	3 (7)	3 (7)	0 (0)	6 (16)	0 (7)	10 (5)	3 (7)	5 (7)	2 (5)	0 (3)	4 (10)	8 (7)	3 (9)

<図表 5> 賃上げの対応状況

(n=360)

(単位：％、％pt)

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) 賃上げ実施(予定)	↑ +10 90 (80)	↑ +12 89 (77)	↑ +28 97 (69)	→ ±0 83 (83)	↑ +12 97 (85)	↑ +2 70 (68)	↑ +10 91 (81)	↑ +8 92 (84)	↑ +7 95 (88)	↓ ▲1 82 (83)	↑ +9 89 (80)	↑ +24 100 (76)	↑ +23 90 (67)
(2) 検討中	↓ ▲10 6 (16)	↓ ▲12 8 (20)	↓ ▲28 0 (28)	↑ +4 17 (13)	↓ ▲9 3 (12)	↓ ▲12 20 (32)	↓ ▲10 5 (15)	↓ ▲10 2 (12)	↓ ▲5 5 (10)	↓ ▲4 5 (9)	↓ ▲12 4 (16)	↓ ▲12 0 (12)	↓ ▲23 10 (33)
(3) 賃上げ予定なし	→ ±0 4 (4)	→ ±0 3 (3)	→ ±0 3 (3)	↓ ▲4 0 (4)	↓ ▲3 0 (3)	↑ +10 10 (0)	↑ +1 5 (4)	↑ +2 6 (4)	↓ ▲2 0 (2)	↑ +3 13 (9)	↑ +3 7 (4)	↓ ▲12 0 (12)	→ ±0 0 (0)

※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。()内は前年調査。

<図表 6> 賃上げ実施(予定)企業のうち、主な手段

(n=325)

(単位：％、％pt)

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) ベースアップ(月例賃金)	↑ +12 90 (78)	↑ +19 93 (74)	↑ +5 90 (85)	↑ +19 87 (68)	↑ +18 97 (79)	↑ +46 100 (54)	↑ +9 89 (80)	↑ +7 90 (83)	↑ +18 90 (72)	↑ +1 87 (86)	↑ +12 92 (80)	↓ ▲12 88 (100)	↑ +12 83 (71)
(2) 一時的な支給(賞与、手当等)	↓ ▲12 10 (22)	↓ ▲19 7 (26)	↓ ▲5 10 (15)	↓ ▲19 13 (32)	↓ ▲18 3 (21)	↓ ▲46 0 (46)	↓ ▲9 11 (20)	↓ ▲7 10 (17)	↓ ▲18 10 (28)	↓ ▲1 13 (14)	↓ ▲12 8 (20)	↑ +13 13 (0)	↓ ▲12 17 (29)

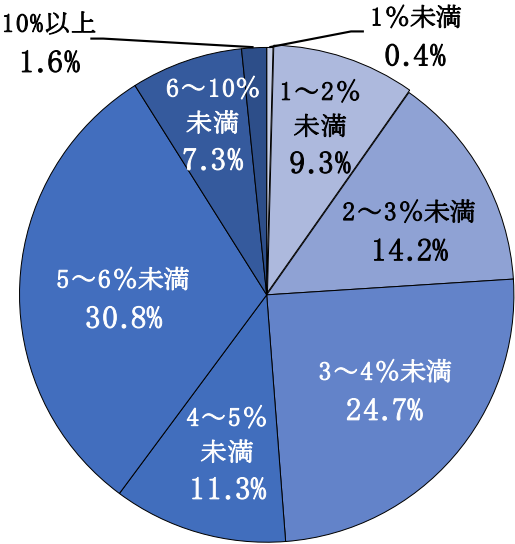
※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。()内は前年調査。

<図表 7> 賃金引上げ企業の年収換算賃上げ率

賃上げ率	回答社数	構成比
1%未満	1 (2)	0.4% (0.9%)
1～2%未満	23 (20)	9.3% (8.8%)
2～3%未満	35 (36)	14.2% (15.9%)
3～4%未満	61 (75)	24.7% (33.0%)
4～5%未満	28 (20)	11.3% (8.8%)
5～6%未満	76 (48)	30.8% (21.1%)
6～10%未満	18 (17)	7.3% (7.5%)
10%以上	5 (9)	1.6% (4.0%)
計	247 (227)	100% (100%)

平均値	3.97% (3.93%)
中央値	4.00% (3.00%)

※()内は前年調査。



＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) 水産物製造業 価格転嫁は一定の理解を得られてきているのではないかと感じています。賃上げは早急な対応が必要と認識しています。(道東)

(2) 食肉加工業 仕入価格の高騰により、販売価格の見直しを行ったが、販売数量が減り、売上の増加には繋がらない。(道北)

(3) 食品製造業 原材料や資材の仕入先から値上げのお話を多数頂戴しており、当社でも商品の価格を値上げする等対策を取っているが、売上数量は減少しました。(道北)

(4) 飲料品製造業 原料や輸送費の値上げは一時的に収まったように思われるが、今後更なる値上げ交渉が行われる可能性はかなり高い。飲料は十分な値上げができないのが現状であり、設備の合理化や自動化を進めてコスト削減する。(道央)

【木材・木製品製造業】

(5) 木製品製造業 材料費上昇分の価格転嫁は受け入れられやすいが、人件費増加分の価格転嫁には応じてもらえないケースが多い。(札幌)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(6) 鉄鋼業 物価高によるコストアップはかなり発生しているが、鉄骨販売価格はドンドン下落している。取引先に交渉しようにも、断れば仕事がない状況であり、ある程度協力せざるを得ない。都市部では本州や海外の同業他社がかなりの低価格で入り込んできているので全く勝負にならない。(道東)

(7) 金属製品製造業 受注価格の転嫁はある程度進んでいますので、売上の確保ができれば、問題ないと考えます。(道東)

(8) 金属製品製造業 景気が上向き傾向なのは事実で当社も受注が回復傾向にある。増益分は社員へ還元したいが、老朽化した設備の更新等もあり容易には実施できない。(札幌)

【その他の製造業】

(9) 断熱材製造業 現状は全ての物が上昇しているので価格は上げやすい状況。しかし、次から次へと色々な物が、何度も値上げされるので、価格転嫁が追いつかない状況である。(道央)

(10) コンクリート製品製造業 原材料・仕入価格上昇分の価格転嫁はおおむね進んでいる。機械による省略化はコスト等を考えるとなかなか進まない状況であり、製造・販売能力を維持するため、人材の確保が課題である。週休二日制、福利厚生の見直し等働きやすい環境づくりをすると共に、人材育成に対する投資を行っていく考えである。(札幌)

(11) コンクリート製品製造業 昨年までは材料費の値上げがひどかったが、今後は輸送コストに関する値上げが予想されとても危惧している。すぐに価格転嫁できない業界であるため、値上げまでのタイムラグがとてもつらい。(道北)

(12) 印刷業 他社との競争があるので、全ての価格転嫁はむずかしい。デジタルコンテンツの対応を試みたが、営業力のなさを実感した。(札幌)

【建設業】

(13) 土木工事業 苦しい時こそ、持っている内部留保を枯渇しない程度に、社員に還元する。給与のアップ、賞与の特別支給、福利厚生の充実、今年は大阪関西万博で社員旅行など、景気がよくなるようにお金を使う。社員は会社の宝である。(道東)

(14) 土木工事業 工事原価に係る物価高は、入札

時にある程度価格転嫁されるが、一般管理費部分は物価高が直接影響するので、利益率を上げるか、受注件数を増やす必要がある。(道南)

(15) **総合建設業** 公共工事においては、概ね物価上昇分を設計変更等で交渉できる。民間工事においては、相手先の予算によっては、計画変更、延期、取止めの判断がなされる。資材の値段は急激に上がっているため、契約時期が伸びると予定金額での施工が困難になるケースもある。(道南)

(16) **内装工事業** 建設費の上昇により、札幌市内の再開発も含め、先々の計画はあるものの具体化する時期が見えてこない。新年度以降の受注見通しも不透明であり、足元は決して良くない。(札幌)

(17) **土木工事業** 建築資材の高騰により、製造原価が上昇している。販売価格への転嫁を計画的に進めているが、競合他社との競争が激しく、これ以上の転嫁は困難である。大手元請企業は、価格引き上げに際しその根拠を厳密に示すように要請してくるが、精緻な数値に基づくロジックを構築することができず、交渉において押し負けてしまう。交渉力の強化、人材育成の必要性を感じている。(道央)

(18) **鉄筋工事業** 無理に価格転嫁を要請していくと、最終的に建築工事自体の延期あるいは中止につながる可能性がある。とはいえ、価格転嫁以外の対応策については見いだせない。(道央)

(19) **総合建設業** 賃金について、ベースアップを実施する予定ではあるが、物価上昇率に対応できるか疑問。新卒採用における初任給上昇については、同業他社との比較が重要だが、職員全体のベースアップのトリガーとなるので厳しい状況。(札幌)

(20) **機械器具設置工事業** 原材料仕入れ価格上昇分を販売価格に転嫁出来ていない。建設業界の工事延期などの影響で計画的な受注目途が立たな

いので、目先の案件での競争が激しいまま。(札幌)

【卸売業】

(21) **機械器具売業** 物価高に関しては、販売価格への転嫁は出来ているが、それ以外の経費に関しては影響が少なからずある。(札幌)

(22) **食材卸売業** 仕入値上がり分の価格転嫁は概ね出来ているが、荷受け作業料や保管倉庫料、運送料までは価格に転嫁はできない。(道南)

(23) **工業用品卸売業** 仕入価格上昇については、価格転嫁がほぼできており問題ない。ただし、大手企業との賃金格差があり、ペースアップで人件費も増加している。現状は業績が良いため、利益を確保できているが、売上減少など業績下方時には人件費が相当な重しになる可能性がある。(札幌)

(24) **食品卸売業** 原則は販売価格に転嫁を行っているが、事前見積もりで契約している場合は価格の変更が難しく、100%対応できているわけではない。従業員への対応は来年度のベースアップも検討が進んでおり、モチベーションアップのために継続していけるとよいが、業績悪化等で実施が困難な場合に陥った時にどうするかが不安である。(札幌)

(25) **医療機器卸売業** 販売先となる医療、介護業界の診療報酬が上がらないので医療機器の値上げをするにも限界がある。(道東)

(26) **電気製品卸売業** 販売価格はほぼ転嫁できているが、物価高に追いつくほどの値上げはできていない。ベースアップで対応したいが、恒久的な経費の上昇と考えると慎重にならざるを得ない。(札幌)

(27) **包装用品卸売業** 仕入価格の上昇が複数回にわたっており、価格交渉の難易度が高くなってきていると感じています。また、値上げは商品全般に及んでおり、交渉の進捗管理も大変になってきてい

ます。仕入価格の改定日までに交渉の決着をつけることが出来るよう取組を強化している。(札幌)

(28) **酒類卸売業** 仕入原価の値上げだけでなく、労務費上昇分を価格転嫁することが難しい。(札幌)

(29) **水産物卸売業** ほぼ全ての品目で単価上昇がみられる。インバウンド、観光客需要の品目は価格転嫁進んでいるが、大衆魚など内需品目や加工品は量販店との価格交渉がタフ。(札幌)

(30) **包装用品卸売業** 価格転嫁はおおむね進んでいる。値上げ作業に時間を取られて新規開拓に時間を使えていないのが問題。(札幌)

(31) **酒類卸売業** 酒税法の規定により仕入価格上昇分の価格転嫁と粗利益の維持改善は比較的容易といえる。しかし、物価高騰が続くなか、節約志向により飲食業者の売上が伸び悩んでおり、弊社の売上もコロナ前の水準に戻らない。(札幌)

(32) **食材卸売業** 仕入価格の上昇については、価格転嫁するように交渉している。配送に関しては、配送効率の向上やチャーターから自社便への変更を進めている。(札幌)

【小売業】

(33) **リサイクルショップ** 仕入単価は上がるが、相場も上がっているため、さほど影響は感じません。むしろ水道光熱費の方が気になります。(道北)

(34) **タイヤ販売店** ベース UP をするために作業工賃の見直しを図り収益性を上げています。(道北)

【運輸業】

(35) **建材運送業** 車両本体価格、タイヤ代、燃料代、修理代等の高騰により、経営は厳しさを増している。(道東)

【ホテル・旅館業】

(36) **観光ホテル** 調理原価の上昇が止まらず、宿泊代金の設定(値上げ)に大変苦慮している。国内客の敬遠が心配である。(道東)

(37) **都市ホテル** 人件費含めほとんどの経費が上昇しており、利益率が圧迫され減益傾向。設備等の更新計画は数年単位に延長。(札幌)

【その他の非製造業】

(38) **信販会社** 賃上げが追い付いていない状況での物価高の為、買い控えが出ていると思われる。当社においては、単価は上昇しているが、数量は減少している。(道東)

(39) **飲食店** 米調達価格は2倍近く上昇したが、メニュー価格は維持。店舗運営より業務の効率化を図り、なるべく価格を抑えていく。(札幌)

(40) **建設機械リース業** 製造原価の7%が燃料費で、高騰すると損益への影響がもろに出る。また、クレーン購入価格が物価高により軒並み上がっており、会社にとって大きな負担になっている。(道央)