

第98回 道内企業の経営動向調査

1. 2025年 7～ 9月期 実績
2. 2025年10～12月期 見通し

2025年10月6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

第98回定例調査

(2025年7～9月期実績、2025年10～12月期見通し)

■回答期間

2025年8月中旬～9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	369	100.0%	
札幌市	135	36.6	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	79	21.4	
道 南	35	9.5	渡島・檜山の各地域
道 北	61	16.5	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	59	16.0	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	369	52.7 %
製 造 業	194	102	52.6
食 料 品	69	31	44.9
木 材 ・ 木 製 品	29	18	62.1
鉄鋼・金属製品・機械	58	31	53.4
そ の 他 製 造 業	38	22	57.9
非 製 造 業	506	267	52.8
建 設 業	145	90	62.1
卸 売 業	98	55	56.1
小 売 業	97	38	39.2
運 輸 業	52	28	53.8
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	18	52.9
そ の 他 の 非 製 造 業	80	38	47.5

単価 DI は全業種プラス、数量 DI はマイナス続く

< 要 約 >

1. 2025 年 7～9 月期 実績

全産業の売上 DI(3)は 5 期連続プラス、利益 DI(△9)は 3 期連続マイナスとなった。製造業は売上 DI(△2)・利益 DI(△20)ともに前回見通しを下回り、マイナスが続いている。非製造業は売上 DI(5)が前回見通しを上回ったが、利益 DI(△5)が同水準となり 2 期連続でマイナスとなった。地域別では、道南の利益DIはマイナス見通しから大幅なプラスに転換、道東は売上 DI が 4 期ぶりにプラス転換。

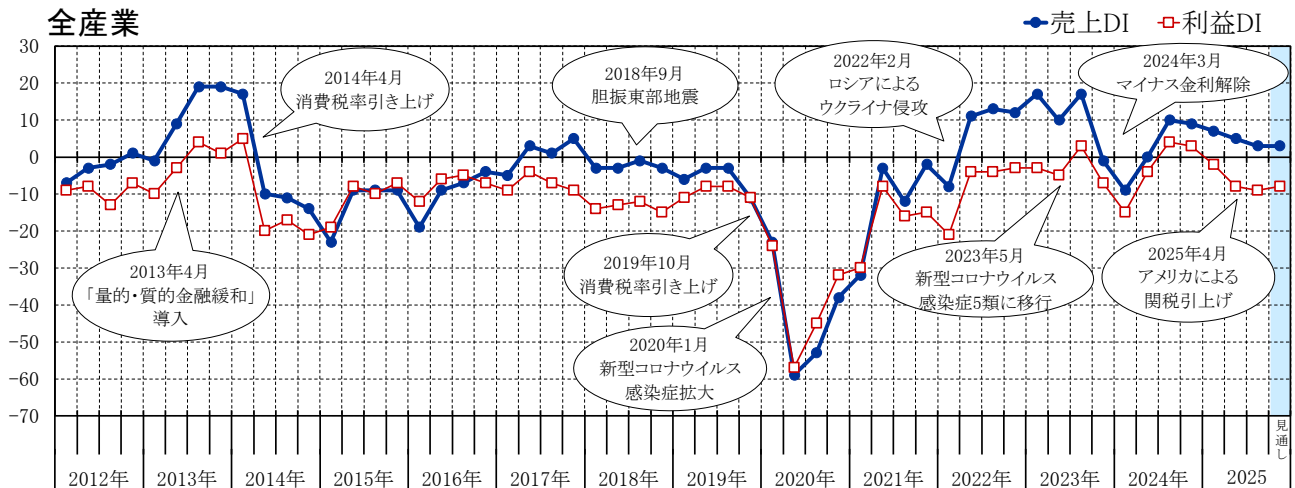
全産業の単価 DI は 2 期連続で全業種プラス、数量 DI は 10 期連続のマイナス。

2. 2025 年 10～12 月期 見通し

前期に比べ、全産業の売上 DI(3)はプラス変わらず、利益 DI(△8)は 1 ポイント上昇するもマイナスが続く見通し。利益 DI は運輸業のみプラス圏維持の見通し。

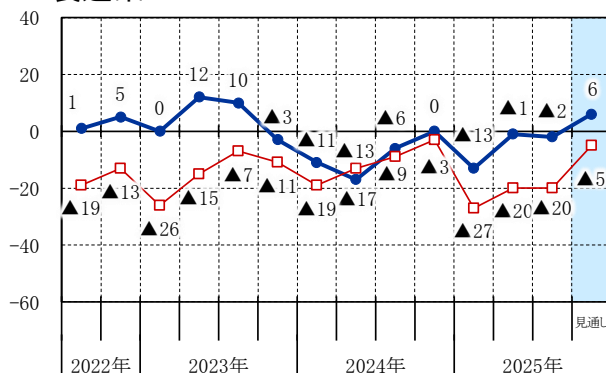
<図表 1> 業況の推移

全産業

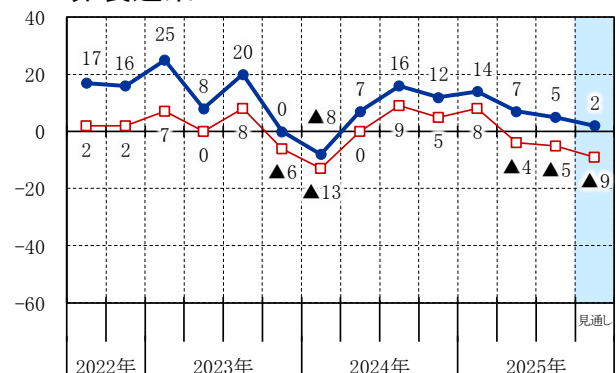


項 目	2022年 7～9	2022年 10～12	2023年 1～3	2023年 4～6	2023年 7～9	2023年 10～12	2024年 1～3	2024年 4～6	2024年 7～9	2024年 10～12	2025年 1～3	2025年 4～6	2025年 7～9	2025年 10～12 見通し
売上DI	13	12	17	10	17	△ 1	△ 9	0	10	9	7	5	3	3
利益DI	△ 4	△ 3	△ 3	△ 5	3	△ 7	△ 15	△ 4	4	3	△ 2	△ 8	△ 9	△ 8

製造業



非製造業



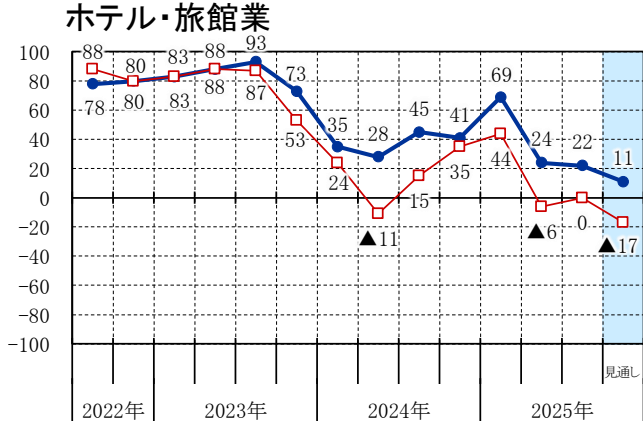
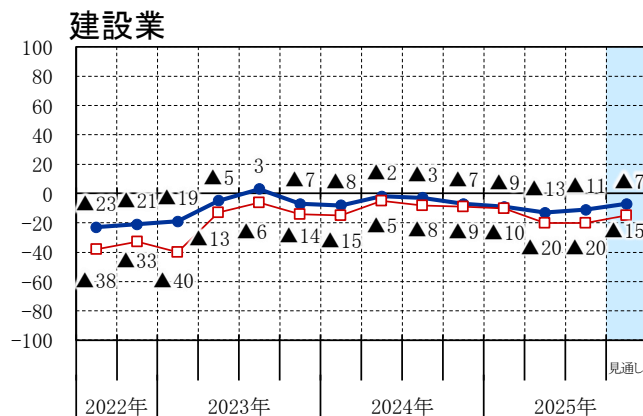
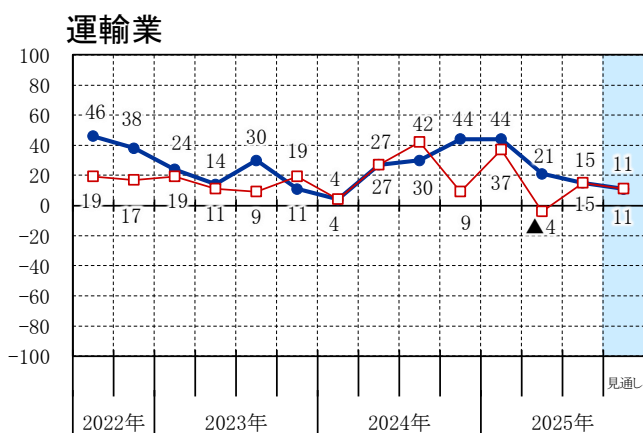
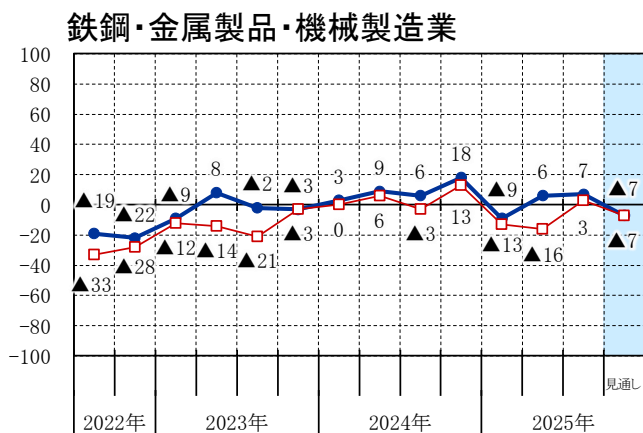
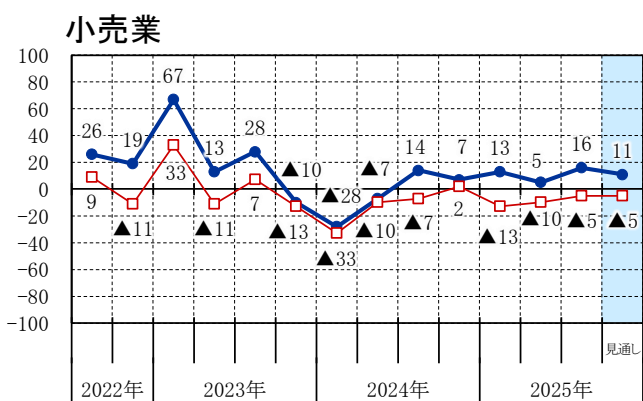
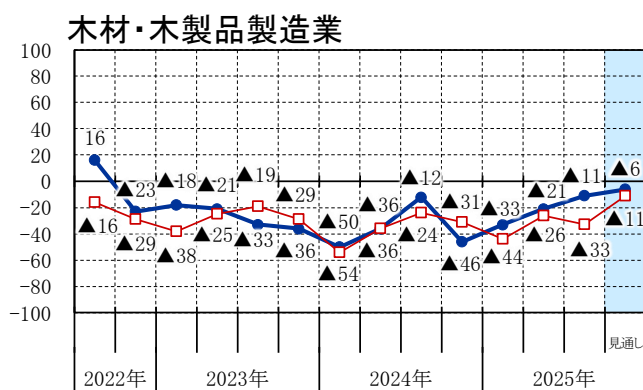
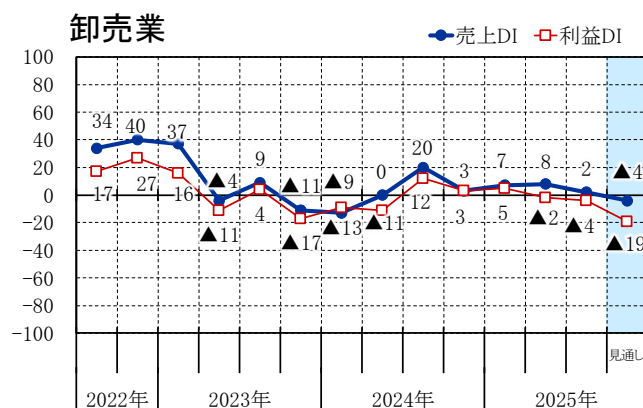
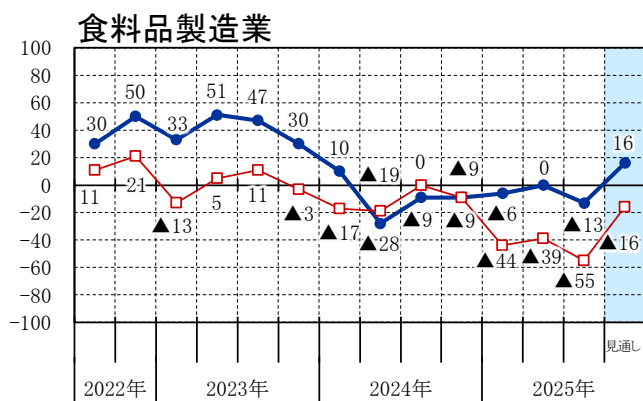
＜図表２＞業種別の要点

	要 点 (2025年7～9月期実績)		2024年 10～12	2025年 1～3	2025年 4～6	2025年 7～9		2025年 10～12
			実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し
全 産 業	売上DIは前回見通しを上回り5期連続プラス。利益DIは前回見通しを下回り3期連続マイナス。	売上DI	9	7	5	3	2	3
		利益DI	3	△ 2	△ 8	△ 9	△ 8	△ 8
製 造 業	売上DI・利益DIともに前回見通しを下回り、マイナス続く。	売上DI	0	△ 13	△ 1	△ 2	3	6
		利益DI	△ 3	△ 27	△ 20	△ 20	△ 17	△ 5
食 料 品	売上DIは水産、食品製造で低下。利益DIは全業種で低下しマイナス圏。	売上DI	△ 9	△ 6	0	△ 13	16	16
		利益DI	△ 9	△ 44	△ 39	△ 55	△ 13	△ 16
木 材・木 製 品	木製品は7期連続マイナス。製材は利益DIが13期連続マイナス。	売上DI	△ 46	△ 33	△ 21	△ 11	△ 5	△ 6
		利益DI	△ 31	△ 44	△ 26	△ 33	△ 16	△ 11
鉄 鋼・金 属 製 品・機 械	売上DIは金属製品が4期ぶりにマイナス圏脱出。利益DIは機械がプラス圏に戻す。	売上DI	18	△ 9	6	7	△ 12	△ 7
		利益DI	13	△ 13	△ 16	3	△ 39	△ 7
非 製 造 業	売上DIは前回見通しを上回るも、利益DIは同水準となり2期連続マイナス。	売上DI	12	14	7	5	1	2
		利益DI	5	8	△ 4	△ 5	△ 5	△ 9
建 設 業	土建、設備工、住宅はマイナス続く。職別工は売上DIがプラス圏維持。	売上DI	△ 7	△ 9	△ 13	△ 11	△ 4	△ 7
		利益DI	△ 9	△ 10	△ 20	△ 20	△ 8	△ 15
卸 売 業	資材卸のみマイナス続く。食品卸は大幅低下。機械卸はプラス圏に戻す。	売上DI	3	7	8	2	2	△ 4
		利益DI	3	5	△ 2	△ 4	△ 3	△ 19
小 売 業	売上DIは燃料店以外上昇。利益DIは食品小売、自動車店がマイナスを脱し上昇した。	売上DI	7	13	5	16	△ 14	11
		利益DI	2	△ 13	△ 10	△ 5	△ 17	△ 5
運 輸 業	売上DIは旅客、貨物ともに低下するもプラス圏維持。利益DIは貨物がプラス圏に戻す。	売上DI	44	44	21	15	21	11
		利益DI	9	37	△ 4	15	△ 7	11
ホテル・旅館業	都市ホテルはプラス圏に戻す。観光ホテルは利益DIが2期連続マイナス。	売上DI	41	69	24	22	6	11
		利益DI	35	44	△ 6	0	△ 6	△ 17

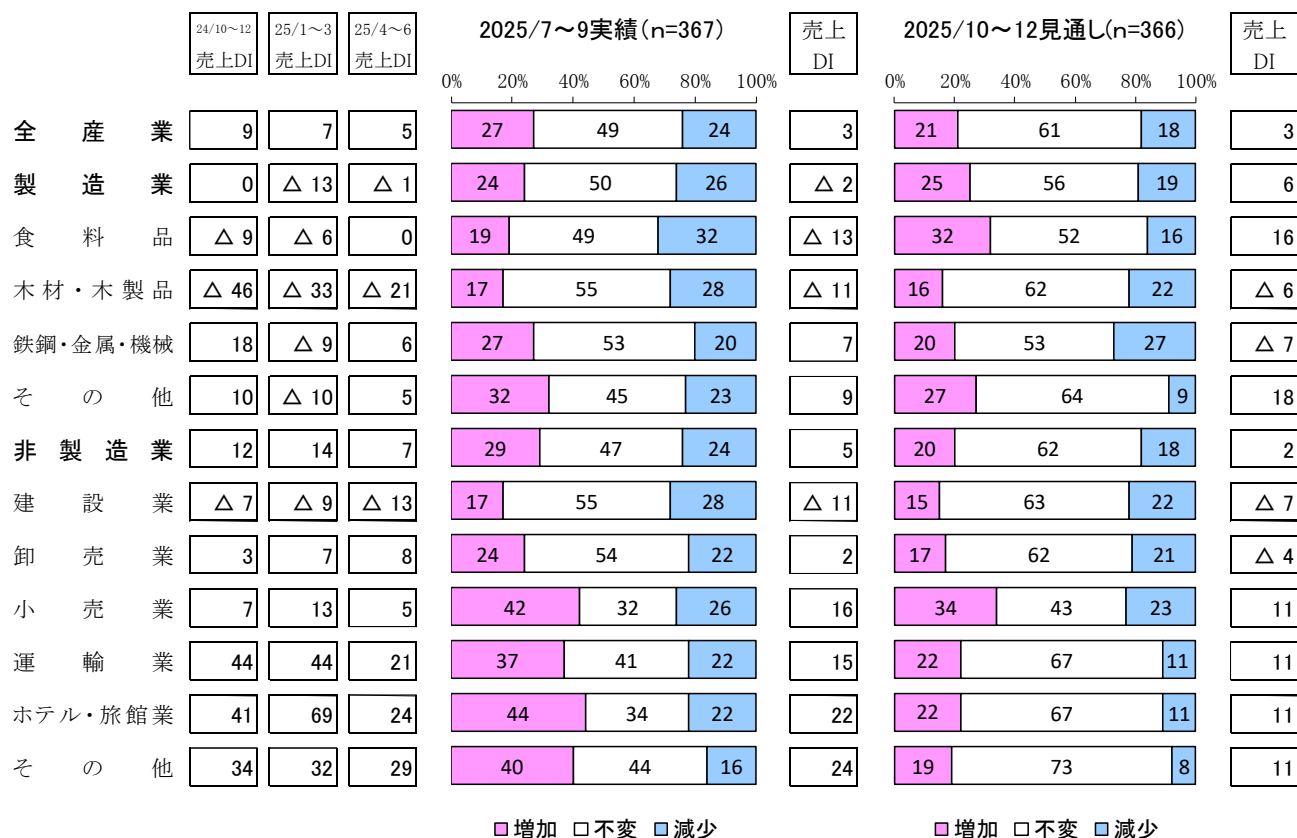
＜図表３＞地域別業況の推移

		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	2025年 4～6	2025年 7～9		2025年 10～12
		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	17	10	17	△ 1	△ 9	0	10	9	7	5	3	2	3
	利益DI	△ 3	△ 5	3	△ 7	△ 15	△ 4	4	3	△ 2	△ 8	△ 9	△ 8	△ 8
札 幌 市	売上DI	18	12	22	△ 2	△ 2	1	16	12	13	8	5	3	7
	利益DI	3	△ 1	11	△ 5	△ 5	△ 2	12	1	11	△ 2	△ 6	△ 3	△ 1
道 央 (札幌除く)	売上DI	27	27	24	8	△ 10	0	4	17	11	8	3	12	6
	利益DI	△ 1	△ 1	6	△ 3	△ 15	△ 1	4	28	1	△ 8	△ 9	0	0
道 南	売上DI	17	5	33	13	△ 8	0	18	13	20	29	20	0	6
	利益DI	△ 9	0	7	△ 10	△ 16	5	11	△ 8	6	△ 2	20	△ 17	3
道 北	売上DI	8	0	5	△ 9	△ 22	7	7	6	△ 2	△ 9	△ 11	△ 18	△ 13
	利益DI	△ 12	△ 16	△ 2	△ 5	△ 31	△ 9	△ 5	3	△ 18	△ 18	△ 28	△ 18	△ 30
道 東	売上DI	11	△ 4	△ 3	△ 10	△ 10	△ 6	1	△ 8	△ 14	△ 10	5	5	5
	利益DI	△ 5	△ 10	△ 15	△ 18	△ 19	△ 12	△ 9	△ 18	△ 24	△ 18	△ 12	△ 17	△ 19

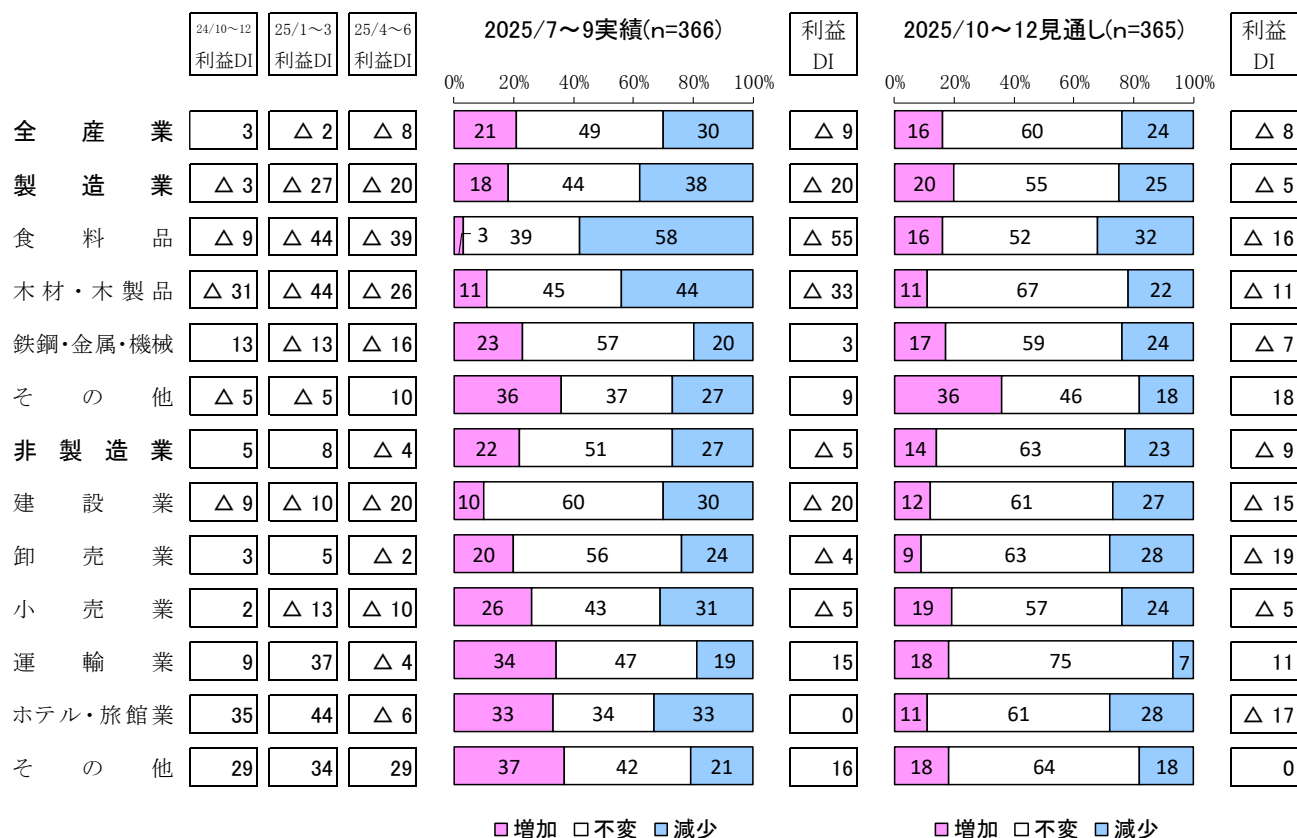
＜図表４＞業況の推移（業種別）



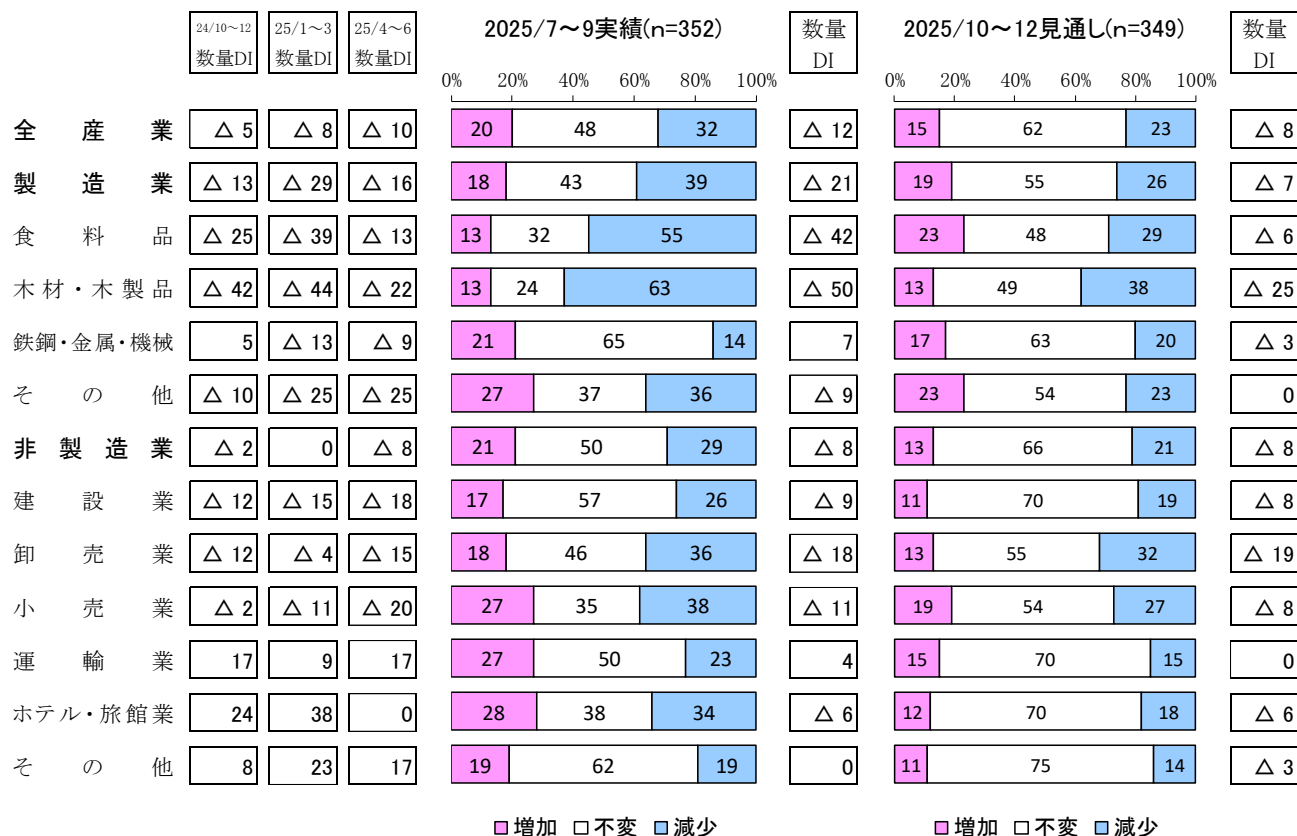
<図表5>売上



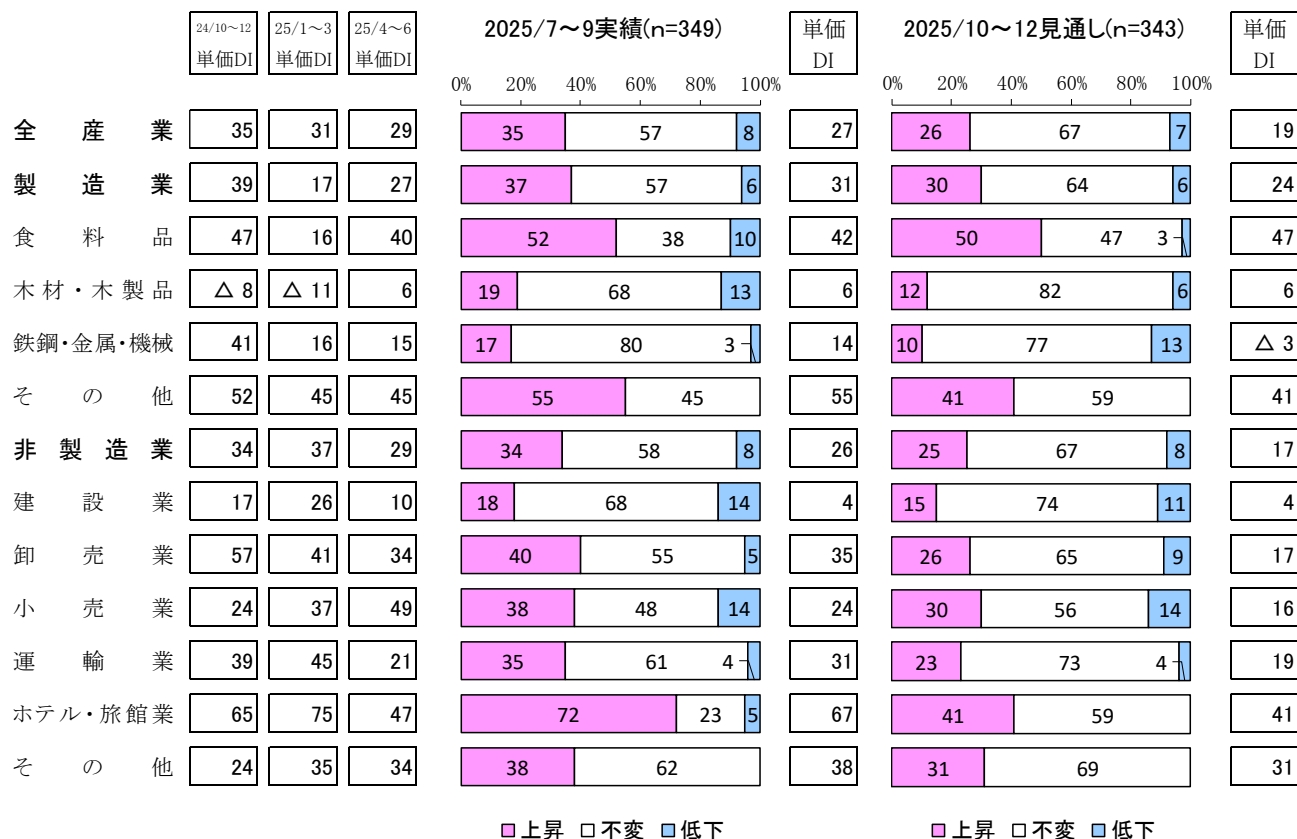
<図表6>利益



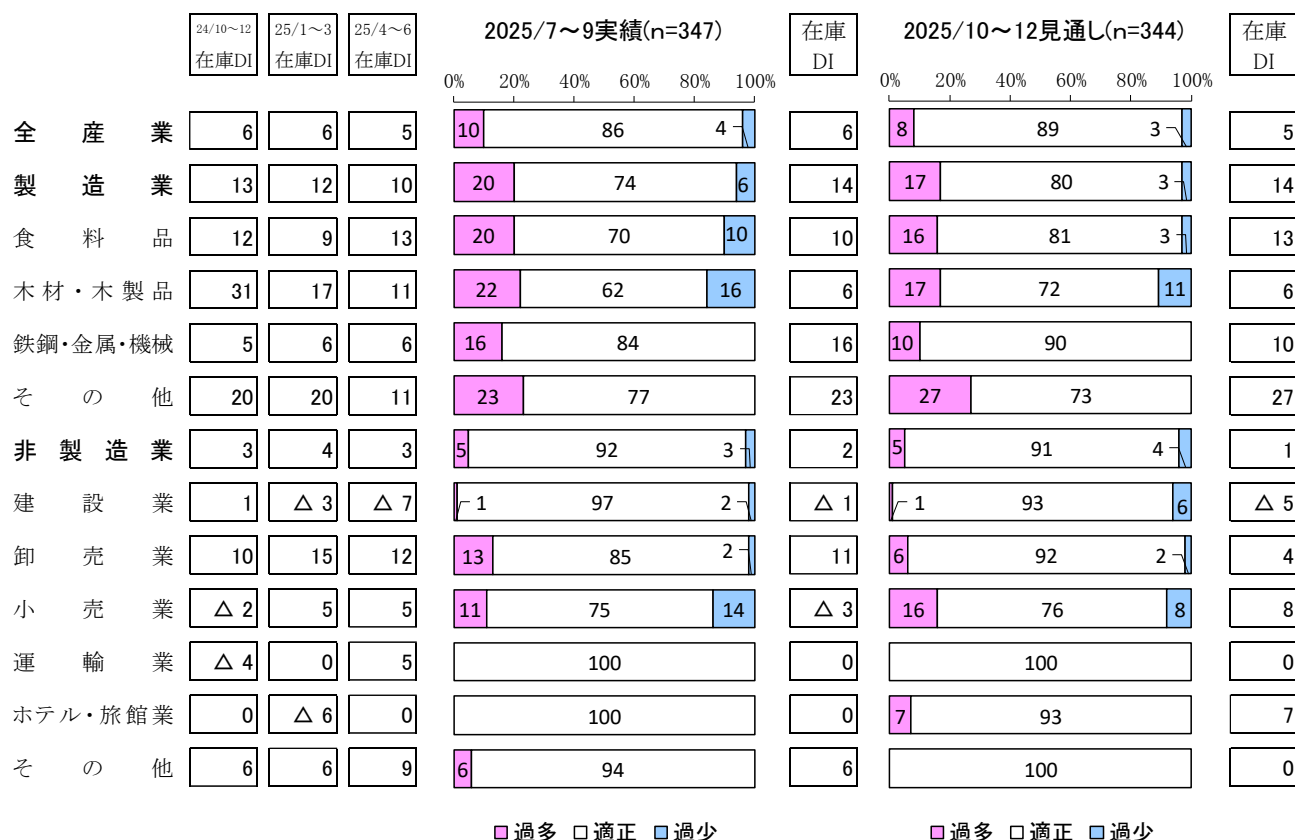
<図表7>数量



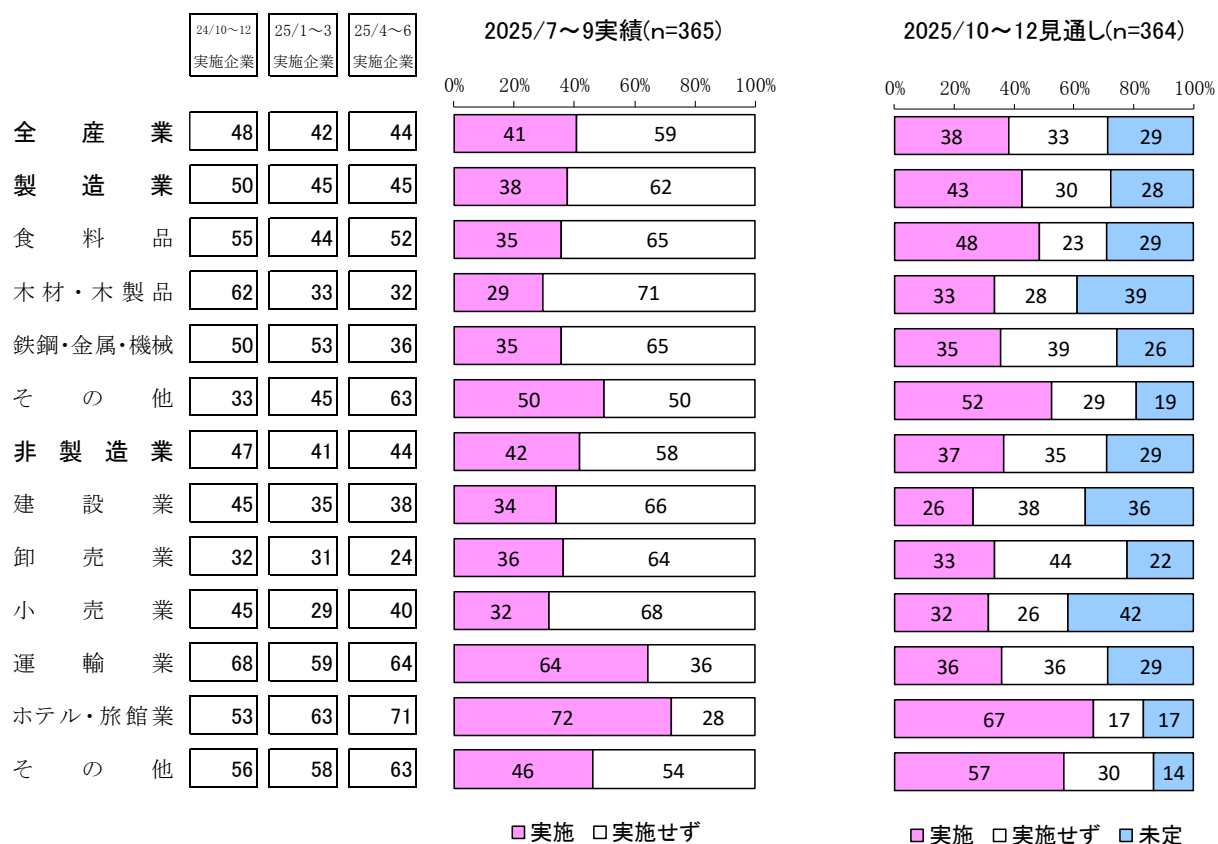
<図表8>単価



<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> 設備投資の目的（複数回答）

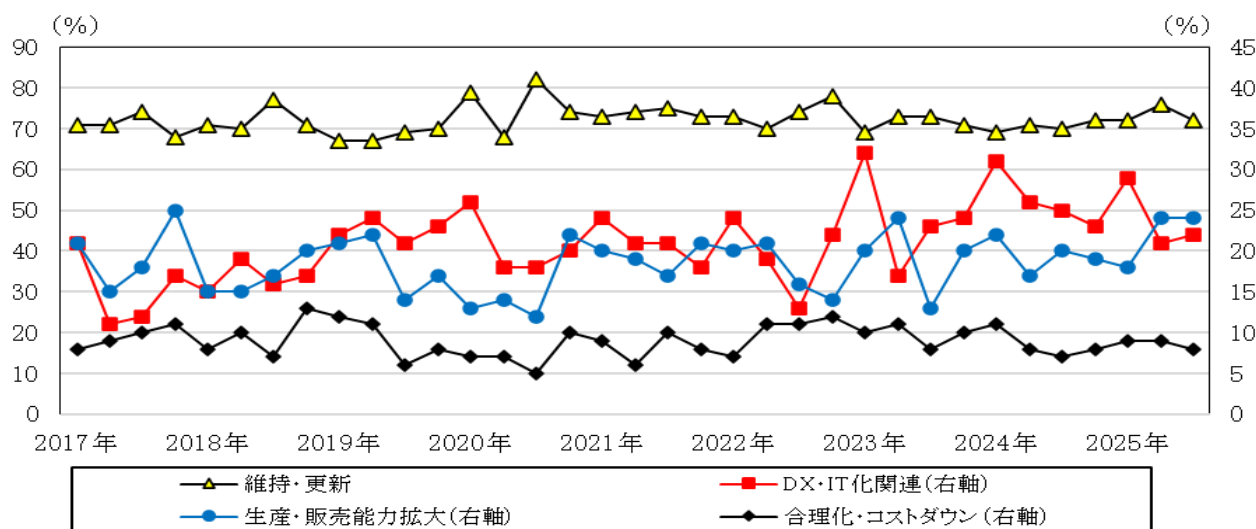
(n=146)

(単位：％)

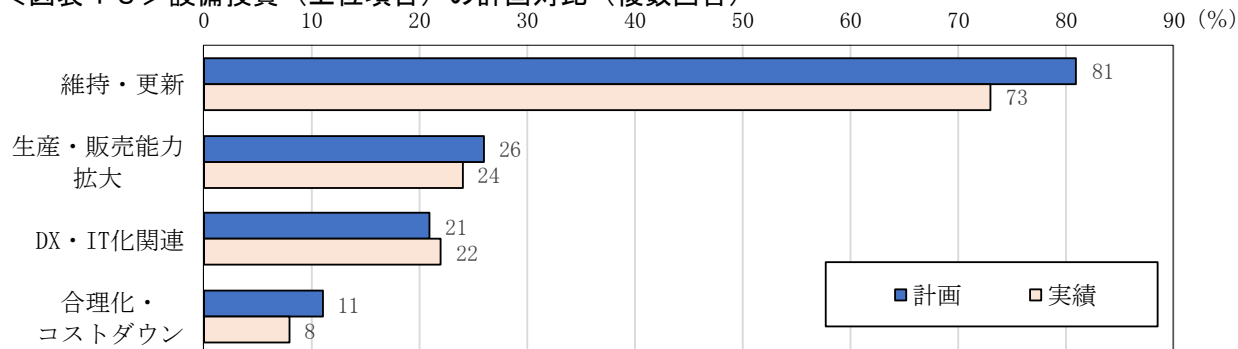
項 目	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1) 維持・更新	① 73 (76)	① 76 (76)	① 82 (73)	① 80 (67)	① 73 (83)	① 73 (75)	① 71 (76)	① 63 (67)	① 60 (71)	① 73 (81)	① 83 (79)	① 75 (75)	① 82 (85)
(2) 生産・販売能力拡大	② 24 (24)	② 34 (22)	③ 18 (27)	0 (17)	② 64 (33)	② 36 (8)	③ 20 (25)	③ 23 (17)	③ 20 (21)	② 27 (38)	② 17 (21)	② 17 (25)	② 18 (31)
(3) DX・IT化関連	③ 22 (21)	③ 16 (18)	③ 18 (13)	0 (33)	③ 36 (17)	0 (17)	② 24 (22)	② 33 (27)	② 45 (36)	③ 18 (6)	③ 11 (21)	0 (-)	② 18 (31)
(4) 合理化・コストダウン	8 (9)	13 (13)	② 27 (20)	0 (-)	9 (8)	③ 9 (17)	6 (7)	3 (-)	15 (-)	0 (13)	6 (5)	0 (17)	12 (12)
(5) 研究開発・施設	8 (4)	5 (7)	0 (20)	0 (-)	9 (-)	③ 9 (-)	8 (3)	10 (3)	5 (7)	9 (6)	6 (-)	③ 8 (8)	12 (-)
(6) その他	4 (6)	5 (9)	9 (7)	② 20 (17)	0 (8)	0 (8)	4 (4)	3 (10)	5 (-)	9 (-)	0 (5)	③ 8 (8)	0 (-)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

<図表 1 2> 設備投資の目的（上位項目）の推移（複数回答）



<図表 1 3> 設備投資（上位項目）の計画対比（複数回答）



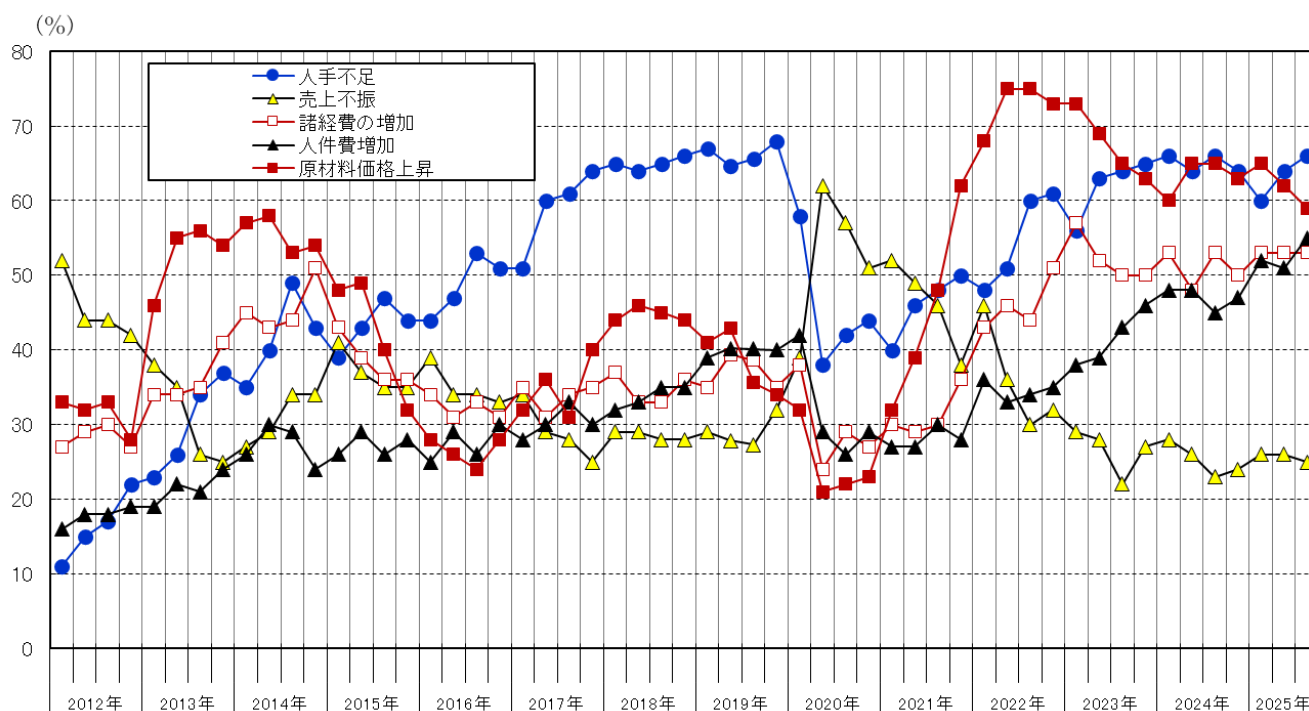
※「計画」は、前回調査における見通し

<図表 1 4> 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 (66%)	+ 2	小売業(63%、+12ポイント)など5業種で上昇。運輸業(82%)、建設業(81%)の人手不足感が依然強い。ホテル・旅館業(39%)は17ポイント低下した。
(2) 原材料価格上昇 (59%)	△ 3	食料品製造業(84%)は突出して高い水準。木材・木製品製造業(39%、▲19ポイント)、ホテル・旅館業(61%、▲14ポイント)など6業種で低下した。
(3) 人件費増加 (55%)	+ 4	卸売業(47%、▲13ポイント)など4業種で低下したが、ホテル・旅館業(78%、+9ポイント)、小売業(68%、+22ポイント)など4業種で上昇した。
(4) 諸経費の増加 (53%)	±0	木材・木製品製造業(39%、▲29ポイント)など4業種で低下したが、ホテル・旅館業(72%、+3ポイント)など3業種で上昇した。
(5) 売上不振 (25%)	△ 1	木材・木製品製造業(61%、▲7ポイント)は引き続き高水準で問題点の2位となった。

()内の数値は、回答割合(%)と前期比(ポイント)

<図表 1 5> 当面する問題点（上位項目）の推移（複数回答）



<図表 16> 当面する問題点（複数回答）

(n=365)

(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 66 (64)	③ 57 (54)	48 (50)	① 67 (58)	③ 60 (59)	59 (50)	① 69 (68)	① 81 (86)	② 51 (48)	② 63 (51)	① 82 (79)	39 (56)	① 78 (73)
(2) 原材料価格上昇	② 59 (62)	① 66 (66)	① 84 (83)	③ 39 (58)	① 63 (59)	① 68 (61)	② 56 (60)	② 69 (71)	③ 47 (52)	42 (51)	② 64 (71)	③ 61 (75)	③ 46 (46)
(3) 人件費増加	③ 55 (51)	② 58 (50)	② 68 (57)	③ 39 (42)	57 (59)	② 64 (33)	③ 53 (52)	③ 48 (44)	③ 47 (60)	① 68 (46)	54 (61)	① 78 (69)	② 49 (46)
(4) 諸経費の増加	53 (53)	56 (56)	③ 55 (63)	③ 39 (68)	① 63 (50)	② 64 (44)	52 (52)	40 (35)	① 60 (62)	② 63 (66)	③ 61 (61)	② 72 (69)	43 (44)
(5) 売上不振	25 (26)	36 (40)	35 (30)	② 61 (68)	27 (26)	27 (50)	21 (21)	27 (29)	25 (23)	21 (27)	7 (7)	11 (6)	19 (12)
(6) 過当競争	13 (17)	13 (16)	3 (10)	17 (21)	10 (12)	27 (28)	13 (17)	14 (15)	15 (23)	21 (32)	4 (7)	6 (6)	11 (10)
(7) 設備投資 (除くDX・IT化関連)	13 (11)	15 (15)	10 (20)	6 (5)	27 (18)	14 (11)	12 (9)	11 (4)	11 (10)	8 (5)	21 (14)	17 (13)	11 (20)
(8) DX・IT化関連投資	11 (13)	9 (13)	10 (17)	11 (5)	13 (9)	0 (22)	12 (14)	8 (11)	23 (20)	13 (5)	7 (11)	0 (6)	16 (22)
(9) 資金調達	9 (9)	11 (14)	19 (17)	22 (32)	0 (3)	5 (11)	8 (7)	11 (9)	8 (7)	3 (5)	11 (18)	6 (6)	8 (-)
(10) 販売価格低下	4 (4)	5 (6)	6 (7)	11 (5)	0 (3)	5 (11)	3 (4)	3 (1)	4 (7)	8 (10)	0 (4)	6 (-)	0 (-)
(11) 販売代金回収悪化	0 (1)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (2)	0 (1)	0 (2)	3 (2)	0 (-)	0 (-)	0 (2)
(12) その他	1 (1)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	1 (1)	1 (-)	2 (2)	0 (2)	4 (4)	0 (-)	0 (-)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) **食肉加工業** 原料価格の高騰により、当社の卸価格も上がり、売れ行きが非常に鈍い。比較的安価な鶏肉、豚肉等を使った商品開発を急ぐ。(道央)

(2) **食品製造業** 原材料価格の高騰が続いているので、値上げに向けた価格の精査と利益が確保できるよう原価管理の精査を進める。(道南)

(3) **食肉加工業** 設備投資や DX・IT 化を引続き推し進めており、業務効率化は図れている。問題点は、業界内では依然として紙での取引が多く、こちらが IT 化を進めても取引先がついてこられない状況がある。(道北)

(4) **食品製造業** 新規事業として取り組んでいる洋菓子製造の販路拡大に力を注ぎ、地元のお客様のみならず、広い市場への展開を視野に入れ、販路の確保と拡充を進めていく考えです。さらに、ものづくり補助金を活用し、最新の包餡機を導入する予定です。効率的な生産体制を構築するとともに、従来にはない新商品の開発を推進します。(道北)

(5) **水産物加工業** 商品を潤沢に入荷したことで販売数が増加し売上が好調な一方で、価格競争が起き利益を圧迫している。仕入価格や諸経費高騰分を販売価格に反映させていく。(道東)

【木材・木製品製造業】

(6) **製材業** 梱包材の需要減と価格の低下が厳しい。加工度を上げた製品の生産で付加価値の高いものをつくりたい。(道北)

(7) **製材業** 製材の動きが特に悪い。土木製材で何とか工場を回している。バイオマスチップが

売上を伸ばしているが、原料が減少しつつある。(道央)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(8) **金属製品製造業** 売上は昨年と同じ状況が続いており、経費の増加分利益が減少傾向にある。新規製品もまだ販売戦略が確定しておらず、試行錯誤の状態から抜け出せずにいる。(札幌)

(9) **鉄鋼業** 金属スクラップ及び廃車の発生数量は減少傾向かつ、外国人ヤードが乱立し、過当競争が発生。買い占めによる原価高騰が問題。競争における対策として付加価値をつける新たな設備投資の検討を開始。(道央)

(10) **機械設備製造業** 農業、酪農向けの製品を製作、販売しているが、備蓄米の低価格販売により米農家の様子見姿勢が強まってしまった。見積りは出しているので待つしかない。(道央)

【その他の製造業】

(11) **印刷業** 弊社は、何でも取り扱う総合印刷から脱却し、専門性の高いブック印刷へ軸足を置いた経営をすすめ、生き残ってきています。主要材料の紙、インキなどが急騰し財務状況を圧迫し続けているなか、今年 10 月より仕入先が 10%以上の値上げを表明し、荒れた経営環境下にあります。お客様の課題を解決する点に集中し、全社員の英知で、経営を守っている所です。(札幌)

(12) **紙製品製造業** 販売先で M&A の拡大が続き、店舗の統廃合が起きています。また、ペーパーレス化が進み、紙製品には逆風が起きています。新規需要増につながる営業体制を整え開拓掘り起こしを進める予定。(札幌)

(13) **コンクリート製品製造業** 相変わらずの人手不足ではあるが、ハローワークでは全く効果がなく、民間の人材派遣を利用したところ期間限定ではあるが驚くほどカバーでき、今後もスポット的に利用したい。今の時代いかに求職者がネット上で職を探しているということが身に染みるほど感じる事ができた。(道北)

(14) **印刷業** 値上げは希望価格に届きませんが、ある程度の会社でご理解いただいています。紙媒体以外の受注と東京方面からのデザイン制作の受注が順調に伸びており、売上自体は前年に比べて上昇していますが、利益がいまいち伸びていないです。システムエンジニアを採用して、ペーパーレス化や見える化のシステム構築により社内の無駄を省き、社員の経営意識向上に効果を上げ、受注物件ごとの利益計算も各自で見えるようにしてチェックをしています。(札幌)

(15) **プラスチック製品製造業** 業界の動きが鈍化している。関税問題の影響か、特に半導体関連の設備投資が鈍い。人材不足により海外よりエンジニアを採用した。日本語教育を始め、人材育成に注力して行く。(道央)

(16) **プラスチック製品製造業** 販売価格転嫁するも、原材料・光熱費の上昇に追い付けず、利益を圧迫している。省エネルギー設備への更新、省人化の推進を行う。(道央)

【建設業】

(17) **土木工事業** 資材価格の上昇と人手不足により受注機会の逸失がある。原価管理の徹底により利益率向上を図る。(道北)

(18) **住宅建築業** 住宅業界的にはダウンが続くが、当社は増収予測。アフター点検、各種イベント等により、ご紹介やブランドイメージ強化にて安定受注の更なる推進を図る。(道北)

(19) **土工工事業** 販売単価の上昇と、建築基準法改正前の駆け込み需要により、上半期は若干の増収基調で推移した。一方で仕入単価が上昇しており、経費増から若干の減益となった。社内人材の適所配置により生産性を高め、収益性の改善を図る。(道央)

(20) **鉄筋工事業** 新幹線延伸ほか、大型プロジェクトが多数あるため、毎年「来年は繁忙を極める」と期待しながら今年もすでに半分経過してしまった。道内案件の動きが遅いため、決まりの早かった本州の大型案件に着手した。(道央)

(21) **土木工事業** 物価上昇に加え人件費等の上昇により利益が減少しています。今後は、経費削減等により利益確保に邁進します。(道東)

(22) **土木工事業** 前年並みの受注高をようやく確保しましたが、人件費増、資材価格や外注費高騰により利益が薄くなっています。人件費以外で削減できる経費が無いか、一つひとつの経費を総点検し、コストダウンに向けた見直しを図っていきたい。(道南)

(23) **総合建設業** 大型工事を受注する中、立替金の支出が増大。融資は問題なくされているが、金利上昇と、期末に残る完成工事未収入金が経営事項審査(公共工事)上痛手となる。可能な限り債権譲渡を実施したいと考えます。(道東)

(24) **住宅建築業** 新築商談数は低迷気味。維持更新型のリフォーム案件は徐々に少なくなってきたが、中規模リノベ案件は相談増加している。新モデルハウスの集客に努めるとともに、中古売り相談が増加していることから、中古購入+リノベのビジネスモデルを構築したい。(道央)

【卸売業】

(25) **工業用品卸売業** 今年度はスポット売上が見込めず、売上、利益とも減少見込み。人件費、一般経費ともに増加基調にあり、今後の収益状況によっては来年度の賃上げに影響が出る可能性がある。取引先全般に再度価格転嫁交渉を行い、利益率改善に努める。(札幌)

(26) **食材卸売業** 食料品価格が上昇しており、仕入れ値も上昇。販売価格に転嫁しているが、同業者同士の価格競争は激しい。小売部門については、お客様のコスト削減意識の強まりから、買い控えが見られる。お客様のニーズに合った商品の提供、他社にはない付加価値(メニュー提案等)を地道に進めていく。(札幌)

(27) **靴卸売業** 単価 up により売上はKEEPしているが数量減、客数減が強まっている。食品、レジャー、趣味が優先で靴は後回しの傾向。コストダウン含め適正価格の維持、価格上昇分の価値を感じる新商品の開発を進める。(札幌)

(28) **石油製品卸売業** 数量増強の戦略を継続し売上増加。一方、販売先の価格競争により、収益環境は厳しい。販売先と連携し、販売数量増加と付随取引の拡大により収益確保を図る。(札幌)

(29) **機械器具卸売業** 空調業界は、近年の猛暑の影響もあり仕事は多い。学校案件など、まだまだエアコン設置が行き届いておらず今後数年もこの状況は続くと考えられる。ただ、エアコンなどの機器の生産が追いつかない、取付工事をする人が足りないなどの問題点もある。(札幌)

(30) **酒類卸売業** 嗜好品を扱う業界であるため節約指向の時代には真っ先に支出抑制の対象となるなか、仕入額の高騰が続いており厳しい運営を強いられている。新規先の獲得と既存先取

引の拡大、確実な代金回収が基本であることは変わらないが、企業運営の合理化、売上に拘らず利益重視の経営の徹底を図る。(札幌)

(31) **食品卸売業** 年々新卒採用の人員の確保が難しくなっており、給与水準の引き上げや業務の見直し、就活生や社外への情報発信等様々な方向から選ばれる企業への努力を行っている。(札幌)

【小売業】

(32) **作業用品店** 全国的な猛暑の影響により、暑さ対策関連品の需要が大きく伸びた。また、6月から熱中症対策の義務化も追い風となり、法人単位の受注も増加。値上により粗利益率が改善し、人件費や諸経費が高騰してはいるものの、営業利益も改善傾向。一般家庭の服飾品への支出は依然厳しい状況が続くことが見込まれる為、職人・農家などへの訴求を強める。(札幌)

(33) **食品スーパー** 各商品の値上げで売上はとれるが、点数減が進む。最低賃金の大幅な上昇による人件費のコントロールが課題。(道南)

(34) **食品スーパー** 単品食品の値上にお客様はついて来てくれているが、販売数の推移からこれ以上の価格転嫁は難しい。対策として生鮮(青果、鮮魚精肉、惣菜)の小分け販売を強化するなど、買いやすさの追求をしている。(道北)

【運輸業】

(35) **農産品運送業** 一次産品主体の運送事業の為、天候等の影響が大きい。また、各諸経費の値上がり、人件費等の改正により収益を圧迫しているが、運賃改定は荷主になかなかご理解いただかず、極めて厳しい状況にある。一般物の輸送や、新規事業の開拓、不動産の有効利用等、利益確保を推進する。(道央)

(36) **タクシー会社** 売上・利益共に前年度を割っている。配車アプリの教育を進める等、実車率を上げる方法を模索していく。(道央)

(37) **バス会社** インバウンド需要に少しずつ、陰りが見えてきた(特に韓国)。教育旅行(修学旅行、課外学習、スキー学習等)の集中化(同じ時期に各校が開催するためバス不足が発生)が問題。(札幌)

【ホテル・旅館業】

(38) **旅館** 単価上昇に伴い稼働は少し下がったが全体としては増収増益である。積極的な投資が出来ない事、価格上昇に顧客満足がついてくることが課題。満足度の計数化を実施して、戦略的に決断をしていきたい。(道央)

(39) **観光ホテル** 知床が世界遺産登録 20 周年、国立公園 60 周年という事で注目度が高い年でもあり、集客は比較的順調であった。観光船事故の記憶も残るなか、羅臼岳のヒグマ事故の影響が大きくならないことを願います。(道東)

(40) **都市ホテル** ホテルの新規開業や民泊の新規参入が増え、インバウンド客の増加率が弱く、国内客も前年を若干増加している程度。清掃単価や原価率は上昇しており、客室稼働は前年を維持するのが精一杯。販売単価も前年に比べそれほど高く上げられない。差別化を図るため、従業員の待遇改善と個々の能力アップを図り、お客様のサービスの質的向上につなげる。(札幌)

【その他の非製造業】

(41) **飲食店** 売上の減少と仕入原価の高騰で利益は赤字である。物価高が原価を押し上げており、個人消費を減少させている。商品の値上げと人件費の削減に取り組む。(札幌)

(42) **自動車整備業** 大型自動車架装など、特殊な仕事をしている同業他社が少なくなっている。北海道一円から仕事に来ていて売上及び利益も今のところ好調です。ただし人手不足(特に若い日本人)で悩んでいます。日本人の人手不足を解消する為に、インドネシア・ベトナム実習生に頼り、まだ増加する予定です。(道北)

(43) **飲食店** 既存店舗の売上が前年比プラスとマイナスの店舗が半々。店舗の立地によりインバウンドの客入りの影響を受けたことや地元客の消費マインドの落ち込みも影響している可能性あり。メニュー価格を昨年 4 月以降引上げていないため、今年度中に引上げる予定。(札幌)

(44) **建設コンサルタント** 近年、公共工事受注が漸減傾向にあったが、前年ようやく下げ止まり、今期はやや増収基調で推移しています。極力収益を確保するため、外注費等の経費削減に注力しています。(道東)