

2025年 道内企業の雇用の現状について

物価上昇の道内企業への影響について

2025年10月8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

道内企業の雇用の現状について

物価上昇の道内企業への影響について

■回答期間

2025年8月中旬～9月中旬

■本文中の略称

(A)雇用人員判断DI

「過剰企業の割合」-「不足企業の割合」

(B)雇用方針DI

「増員する企業の割合」-「減員する企業の割合」

(C)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

	調査企業数	回答企業数	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

道内企業の雇用の現状について

人手不足続くも、新卒採用は抑制傾向

< 要 約 >

1. 雇用の現状と人手不足の対応策

(1) 雇用の現状<図表1、4>

雇用人員判断 DI(▲66)は前年同期比 7 ポイント上昇した。多くの業種で人手不足感が弱まったが、建設業や運輸業では依然として人手不足感が強い。

(2) 人手不足の対応策<図表8、9>

上位項目は「中途採用の強化」(74%)、「募集賃金の引き上げ」(47%)、「新卒採用の強化」(45%)となった。特に、非製造業では「募集賃金の引き上げ」は3年連続上昇し50%を超えた。

2. 今後の雇用方針と来春(2026年4月)の新卒採用見通し

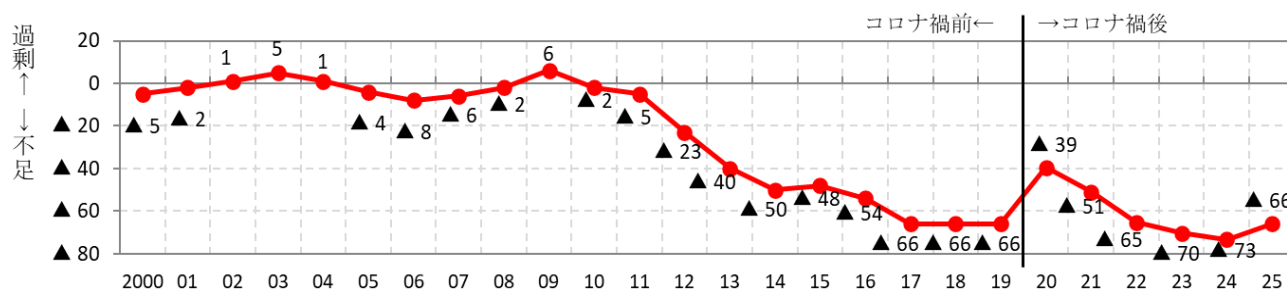
(1) 今後の雇用方針<図表2、10>

雇用方針 DI(59)は前年同期比 5 ポイント低下した。製造業(46)は 15 ポイント低下した一方、非製造業(64)では建設業(83)で 6 ポイント上昇するなど、高水準を維持している。

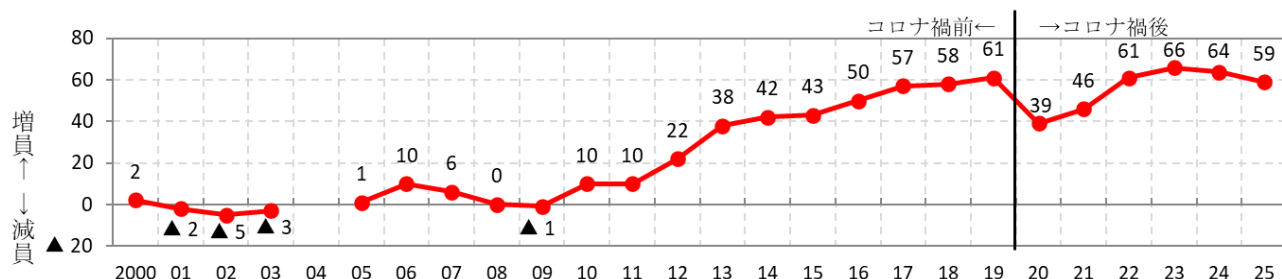
(2) 来春(2026年4月)の新卒採用見通し<図表3、13>

来春に新卒を「採用する」予定の企業は、全産業で 40%(前年同期比▲6 ポイント)と、コロナ禍直後の水準にまで低下した。

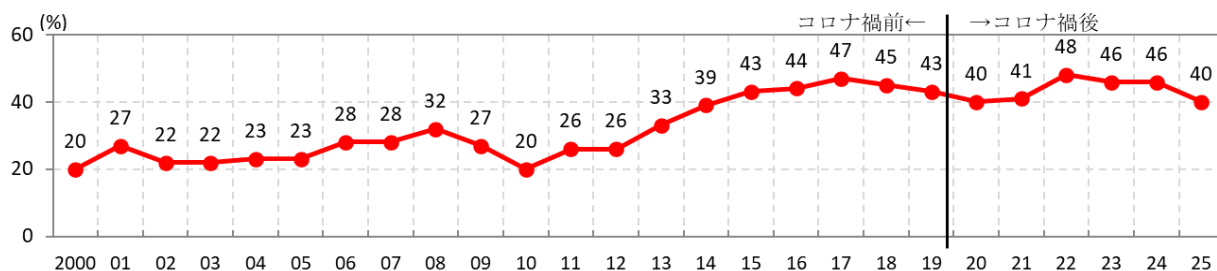
<図表1>従業員の過不足感(雇用人員判断DI)



<図表2>今後の雇用方針(雇用方針DI)



<図表3>来春の新卒採用実施予定の企業割合



1. 雇用の現状と人手不足の対応策

項 目	要 点
(1)業種別の過不足感 <図表4>	人手不足感があると回答した割合は、食料品製造業、鉄鋼・金属製品・機械製造業、卸売業、小売業、ホテル・旅館業で低下した。
(2)職種別の過不足感 <図表5>	技能職(雇用人員判断DI▲69)は引き続き不足感が強い。営業販売(同▲46)は前年並み、一般事務(同▲16)は弱まっている。
(3)地域別の過不足感 <図表6>	道東(雇用人員判断DI▲76)は2年連続で人手不足感が強まっている。道南(同▲56)、道北(同▲48)は2年連続で人手不足感が弱まっている。
(4)主な採用経路 <図表7>	「自社ホームページ」(46%)は「民間職業紹介事業者」(47%)並みに活用している。特に、建設業・運輸業の活用は多い。「縁故」(39%)採用の比率は上昇している。
(5)人手不足の対応策 <図表8、9>	「中途採用の強化」(74%)1位は不変ながら5業種では低下した。「募集賃金の引き上げ」「雇用延長」「処遇・労働条件の改善」は比率が上昇傾向にある。

<図表4>業種別の過不足感（雇用人員判断DI）

(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
(A) 過 剰	5	6	3	11	－	14	4	2	4	11	－	－	8
(かなり過剰)	(1)	(1)	(－)	(－)	(－)	(5)	(0)	(－)	(－)	(3)	(－)	(－)	(－)
(やや過剰)	(4)	(5)	(3)	(11)	(－)	(9)	(4)	(2)	(4)	(8)	(－)	(－)	(8)
(B) 適正である	25	28	35	17	30	23	24	14	42	26	19	33	18
(C) 不 足	70	66	61	72	70	64	72	84	55	63	81	67	74
(やや不足)	(57)	(56)	(52)	(61)	(60)	(55)	(57)	(64)	(53)	(53)	(48)	(61)	(58)
(かなり不足)	(13)	(10)	(10)	(11)	(10)	(9)	(15)	(20)	(2)	(11)	(33)	(6)	(16)
雇用人員判断DI(A)－(C)	△66	△60	△58	△61	△70	△50	△68	△82	△51	△53	△81	△67	△66
前年同時期 雇用人員判断DI	△73	△63	△73	△71	△78	△23	△78	△83	△74	△71	△81	△75	△76

※四捨五入の関係により合計が100%とならない場合がある。

<図表5>職種別の過不足感（雇用人員判断DI）

(n=353)

(単位：％)

(項 目)	一般事務	営業販売	技能職	その他
(A) 過 剰	7	3	3	4
(かなり過剰)	(0)	(1)	(0)	(－)
(やや過剰)	(7)	(3)	(3)	(4)
(B) 適正である	69	47	26	62
(C) 不 足	24	49	71	35
(やや不足)	(22)	(43)	(50)	(30)
(かなり不足)	(1)	(7)	(21)	(5)
雇用人員判断DI(A)－(C)	△16	△46	△69	△31
前年同時期 雇用人員判断DI	△21	△48	△70	△31

<図表6>地域別の過不足感（雇用人員判断DI）

(n=365)

(単位：％)

札幌市	道 央	道 南	道 北	道 東
6	1	3	10	2
(1)	(－)	(－)	(2)	(－)
(5)	(1)	(3)	(8)	(2)
21	24	38	32	21
73	75	59	58	78
(62)	(57)	(47)	(45)	(64)
(11)	(18)	(12)	(13)	(14)
△67	△73	△56	△48	△76
△79	△78	△68	△68	△63

※四捨五入の関係により合計が100%とならない場合がある。

<図表 7>採用活動における主な経路（複数回答）

(n=364)

(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) ハローワーク(インターネット含む)	79 (81)	82 (88)	73 (77)	81 (94)	81 (94)	95 (88)	78 (78)	83 (81)	63 (72)	79 (78)	78 (81)	72 (85)	87 (78)
(2) インターネットの求人情報サイト	53 (52)	47 (42)	67 (51)	13 (35)	58 (47)	32 (27)	55 (56)	52 (48)	52 (53)	61 (63)	48 (59)	78 (80)	55 (55)
(3) 民間職業紹介事業者	47 (44)	39 (41)	33 (40)	31 (35)	48 (50)	41 (35)	50 (46)	52 (46)	50 (37)	55 (51)	30 (41)	44 (50)	58 (53)
(4) 自社ホームページ ※今回追加	46	31	23	19	32	50	51	66	26	45	56	39	61
(5) 縁故	39 (31)	31 (29)	30 (31)	50 (47)	16 (22)	41 (23)	42 (32)	53 (40)	28 (22)	32 (17)	41 (38)	44 (40)	42 (37)
(6) 紙媒体(新聞、地元情報誌など) ※今回追加	12	10	20	6	6	5	12	8	7	21	7	28	16

※()内は前年実績。

<図表 8>今年度以降に実施する人手不足の対応策（複数回答）

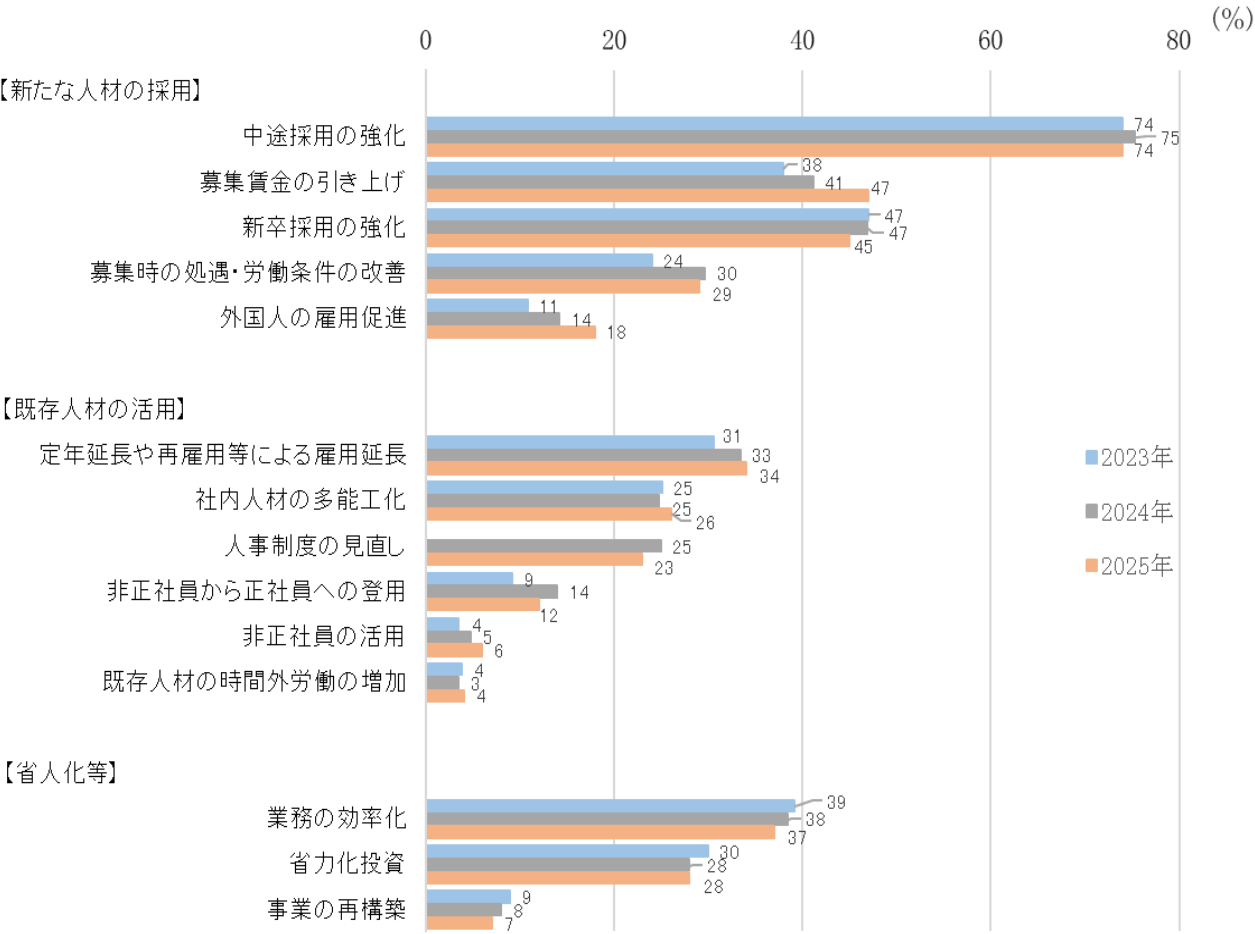
(n=359)

(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) 中途採用の強化	① 74 (75)	① 64 (63)	① 55 (59)	① 59 (65)	① 77 (77)	① 62 (46)	① 78 (80)	① 83 (90)	① 79 (78)	① 57 (63)	① 93 (88)	③ 56 (80)	① 84 (76)
(2) 募集賃金の引き上げ	② 47 (41)	② 34 (38)	② 28 (35)	② 29 (47)	② 29 (43)	② 52 (27)	② 52 (43)	③ 57 (50)	③ 37 (34)	① 57 (46)	③ 30 (31)	① 67 (65)	② 65 (34)
(3) 新卒採用の強化	③ 45 (47)	② 41 (45)	② 48 (47)	② 29 (47)	② 48 (51)	② 29 (31)	③ 46 (48)	② 63 (66)	② 33 (29)	③ 38 (46)	② 19 (41)	③ 56 (45)	③ 49 (44)
(4) 業務の効率化	③ 37 (38)	③ 39 (37)	③ 41 (38)	② 47 (65)	③ 35 (31)	③ 33 (23)	③ 37 (39)	③ 33 (39)	② 44 (34)	③ 38 (34)	② 41 (44)	③ 44 (45)	③ 27 (44)
(5) 定年延長や再雇用等による雇用延長	③ 34 (33)	③ 35 (38)	③ 24 (32)	② 29 (47)	② 48 (40)	③ 33 (35)	③ 34 (32)	③ 41 (40)	③ 25 (33)	③ 41 (15)	③ 30 (34)	③ 28 (30)	③ 27 (30)
(6) 募集時の処遇・労働条件の改善(賃金除く)	③ 29 (30)	③ 18 (19)	③ 21 (18)	③ 24 (29)	③ 16 (14)	③ 14 (19)	③ 33 (34)	③ 43 (42)	③ 27 (28)	③ 11 (22)	③ 37 (44)	③ 39 (45)	③ 32 (26)
(7) 省力化投資	③ 28 (28)	③ 28 (32)	③ 31 (29)	③ 29 (41)	③ 23 (37)	③ 29 (23)	③ 28 (26)	③ 28 (26)	③ 25 (26)	③ 24 (20)	③ 30 (19)	③ 56 (55)	③ 22 (26)
(8) 社内人材の多能工化	③ 26 (25)	③ 32 (36)	③ 31 (38)	③ 35 (53)	③ 29 (31)	③ 33 (27)	③ 23 (20)	③ 21 (14)	③ 23 (24)	③ 11 (15)	③ 19 (19)	③ 67 (50)	③ 24 (22)
(9) 人事制度の見直し	③ 23 (25)	③ 19 (19)	③ 21 (24)	③ 6 (35)	③ 23 (11)	③ 24 (12)	③ 24 (27)	③ 21 (26)	③ 23 (28)	③ 32 (24)	③ 22 (25)	③ 33 (40)	③ 22 (28)
(10) 外国人の雇用促進	③ 18 (14)	③ 23 (19)	③ 38 (35)	③ 24 (18)	③ 19 (14)	③ 10 (4)	③ 16 (12)	③ 20 (11)	③ 2 (2)	③ 19 (15)	③ 15 (13)	③ 33 (45)	③ 16 (12)
(11) 非正社員から正社員への登用	③ 12 (14)	③ 12 (16)	③ 21 (26)	③ - (6)	③ 10 (3)	③ 14 (27)	③ 12 (13)	③ 9 (8)	③ 6 (12)	③ 27 (12)	③ 7 (9)	③ 28 (25)	③ 11 (22)
(12) 事業の再構築	③ 7 (8)	③ 7 (11)	③ 10 (12)	③ - (24)	③ 3 (6)	③ 14 (8)	③ 7 (7)	③ 1 (7)	③ 6 (3)	③ 16 (7)	③ 4 (3)	③ 11 (20)	③ 14 (8)
(13) 非正社員の活用	③ 6 (5)	③ 8 (4)	③ 17 (9)	③ - (-)	③ - (3)	③ 14 (4)	③ 5 (5)	③ 2 (2)	③ 2 (3)	③ 14 (7)	③ - (3)	③ 17 (15)	③ 5 (6)
(14) 既存人材の時間外労働の増加	③ 4 (3)	③ 6 (7)	③ 7 (6)	③ 12 (24)	③ 6 (3)	③ - (4)	③ 3 (2)	③ 4 (1)	③ - (-)	③ 3 (2)	③ 4 (3)	③ - (5)	③ 3 (4)

※○内数字は業種内の順位、()内は前年実績。

<図表9>今年度以降に実施する人手不足の対応策（全産業、分類別）



2. 今後の雇用方針と来春（2026年4月）の新卒採用見通し

項 目	要 点
(1) 今後の雇用方針 <図表10>	雇用方針DIは全産業(59)で前年同期比5ポイント低下した。製造業では全業種で低下した一方、非製造業では建設業、運輸業など3業種で上昇した。
(2) 増員の雇用形態と理由 <図表11、12>	増員の雇用形態は「正社員」が98%を占めた。「パート・アルバイト」は製造業で8ポイント低下した。増員の理由は「将来の人手不足への備え」(83%)が最多となった。
(3) 来春の新卒採用見通し <図表3、13>	全産業の「採用する」(40%)が前年同期比6ポイント低下した。建設業をのぞく全業種で前年を下回り、特に製造業では14ポイントの大幅低下となった。

<図表10>今後の雇用方針

(n=364)		(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
(A) 人員を増加する	63 (67)	51 (64)	52 (68)	39 (53)	73 (78)	32 (43)	67 (68)	84 (80)	58 (66)	43 (50)	74 (77)	50 (65)	66 (64)
(B) 現状維持とする	34 (30)	43 (34)	48 (32)	44 (47)	23 (19)	59 (48)	30 (28)	15 (18)	36 (28)	51 (50)	26 (20)	44 (25)	32 (34)
(C) 人員を削減する	4 (3)	6 (3)	— (—)	17 (—)	3 (3)	9 (9)	3 (3)	1 (2)	5 (7)	5 (—)	— (3)	6 (10)	3 (2)
雇用方針DI(A)－(C)	59	46	52	22	70	23	64	83	53	38	74	44	63
前年同時期 雇用方針DI	64	61	68	53	75	35	65	77	59	50	73	55	62

※()内は前年実績。四捨五入の関係により合計が100%とならない場合がある。

<図表 1 1> 増員の雇用形態（複数回答）

(n=204)

(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
(A) 正社員	98 (98)	96 (94)	92 (86)	100 (100)	95 (100)	100 (90)	98 (99)	100 (100)	94 (97)	100 (94)	100 (100)	100 (100)	95 (100)
(B) パート・アルバイト	24 (26)	23 (31)	62 (62)	－ (－)	9 (25)	14 (10)	24 (23)	8 (8)	26 (12)	50 (67)	22 (30)	78 (64)	29 (21)
(C) 派遣社員	3 (4)	6 (7)	8 (5)	－ (－)	5 (11)	14 (10)	2 (2)	2 (2)	－ (－)	－ (6)	6 (4)	－ (－)	5 (3)

※()内は前年実績。

<図表 1 2> 増員の理由（複数回答）

(n=227)

(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) 将来の人手不足への備え	83 (81)	82 (81)	63 (74)	100 (78)	91 (86)	86 (90)	84 (81)	91 (87)	81 (79)	69 (90)	70 (65)	100 (77)	80 (78)
(2) 既存事業の拡大・強化	46 (49)	37 (41)	44 (43)	50 (56)	27 (39)	43 (30)	48 (52)	43 (54)	59 (55)	50 (57)	50 (57)	33 (46)	52 (41)
(3) 売上増加傾向	33 (27)	18 (20)	13 (30)	17 (22)	23 (14)	14 (10)	37 (29)	36 (30)	38 (24)	31 (33)	35 (30)	44 (38)	40 (28)
(4) 新規事業参入	6 (8)	8 (10)	－ (－)	17 (22)	9 (18)	14 (－)	6 (7)	3 (6)	9 (13)	13 (10)	10 (4)	11 (8)	－ (3)
(5) その他	2 (6)	4 (4)	13 (9)	－ (－)	－ (4)	－ (－)	2 (7)	1 (6)	3 (13)	－ (－)	－ (－)	－ (15)	4 (6)

※()内は前年実績。

<図表 1 3> 来春(2026年4月)の新卒採用見通し

(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
(A) 採用する	40	32	35	28	29	36	43	56	31	32	30	50	43
（前年より多く採用）	(16)	(12)	(16)	(6)	(10)	(14)	(17)	(24)	(13)	(14)	(15)	(17)	(11)
（前年とほぼ同数）	(22)	(19)	(16)	(17)	(19)	(23)	(24)	(31)	(19)	(19)	(15)	(17)	(27)
（前年より少なく採用）	(2)	(2)	(3)	(6)	(－)	(－)	(2)	(－)	(－)	(－)	(－)	(17)	(5)
(B) 採用しない	30	34	35	33	39	27	29	16	52	32	37	22	22
(C) 未 定	30	33	29	39	32	36	29	29	17	35	33	28	35
前年同時期「採用する」	46	46	43	47	44	50	46	56	32	36	39	55	53

※四捨五入の関係により合計が100%とならない場合がある。

＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) **飲料品製造業** 製造ラインの効率化・自動化をすすめ、少人数での稼働を可能にする設備投資を検討している。遠方からの従業員受け入れができるように社員寮の増設とエアコン設置などを行う予定。(道央)

(2) **食肉加工業** 正社員もパート・アルバイトも不足している。特にレストランは顕著である。自動釣銭機やライスロボ等、まだまだ機械に任せられる業務はあると考えているので、今後も業務効率化につながる設備投資は惜しみなく行いたい。(道北)

(3) **食品製造業** 当社では 60 歳や 65 歳で退職する従業員は少なく、多くが再雇用制度での継続勤務を希望します。そのため若手人材の確保が困難な状況で、世代交代や人材育成の仕組み作りが大きな課題となっております。(道北)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(4) **金属製品製造業** 中途採用者が多く、年々平均年齢が上がっていく。定年後の再雇用を実施しているが、いずれは退職するので後継者を育てなくてはならないが、中々進まない。余剰雇用をして後継者を育てる仕組みが出来ていないのと、今までの評価制度では、時代の変化に追いつけないと思われる。(札幌)

(5) **機械器具製造業** 社員の高齢化が進んでおり、ここ数年は新卒採用に力を入れ、毎年 3～5 名程度採用している。今後は定年延長も視野に入れている。(札幌)

(6) **金属製品製造業** 完全週休二日制導入当初は応募も順調だった。しかし最近は入社時の低賃金が敬遠され、人材が集まらない。(札幌)

【その他の製造業】

(7) **印刷業** 世代交代していく上で、定期採用は必要なことですが、ここ数年の売上減少により積極的な採用を控えています。(札幌)

(8) **印刷業** 新卒を採用したいのですが定着率が悪いので現状ではあきらめています。しばらくは中途採用を中心として、年齢バランスを取っていく予定です。(札幌)

(9) **コンクリート製品製造業** 熟練技能者に依存する工程が多いため、生産能力の維持が課題。技能実習生や特定技能実習生の受け入れも検討中だが、言語・安全教育・定着率等の課題がある。対策として ICT・IoT 導入のほか、省人化投資も検討する。また若年層の当社認知度が低いため、ブランド力の向上と採用広報の強化を考えていく。(札幌)

【建設業】

(10) **土木工事業** 季節労働者が会社全体の 4 割程度を占めている。通年雇用したいが、一定の時期に休暇を取りたいとの事で、本人達が希望しない。(道南)

(11) **住宅建築業** はっきりとした需要増の見込みが立つならば、外国人労働者などを含め積極採用に転じるが、未だ踏み切れない状態にある。一方で、いざ積極採用に転換したところで果たして採用できるものか、また人件費増に耐えられるのか、先行きは不透明と言わざるを得ない。(道央)

(12) **電気通信工事業** 5 年前から外国人雇用を進めており、技術力が高まってきたので、その従業員に新たな外国人を部下につけて稼働できるようにしながら、日本人の雇用も進めたいと思っています。(道央)

(13) **総合建設業** 一昨年度あたりから、技術系の新卒採用は札幌であっても厳しい状況。専門学科卒の採用は大変難しく、1人も採ることができないのではと不安を感じている。普通学科の新卒も求人しているが、まだ採用手段が確立されていない。来年度は今まで以上に予算を確保し採用に当たる予定。(札幌)

(14) **電気工事業** 高卒採用は難しいので、中途採用を強化する方が良い。地元の高校では進学する学生が増えていて、地元就職の希望者がほばいない状況が続いている。(道央)

(15) **鉄筋工事業** 日本人の採用が非常に難しく、賃金含め大きな処遇改善が必要だが、受注価格の上昇スピードと見合わない。(道北)

(16) **鉄筋工事業** 大手企業の新卒初任給に全く太刀打ちできない。新卒採用は継続していくが、必然的に苦戦が予想される。中途採用に注力したほうが効果的。(道央)

(17) **土木工事業** 高校生・大学生の新卒採用が困難なため、第二新卒者等、中途採用に注力する。業界での求人が熾烈な状況にあり、給与・福利厚生面等、特色を出した求人を行う。(道北)

(18) **内装工事業** 道内の定時制高校に求人アプローチすることや、外国人人材の採用を考えている。外国人人材に関しては、年間で3~6名程度の採用を確保済み。(札幌)

【卸売業】

(19) **工業用品卸売業** 賃金引上げや福利厚生を含めた労働条件改善を行っており、中途採用募集時のPRポイントとしている。また社内の研修制度についてコンサルティング会社に依頼中。今後、階層別の研修を実施し、組織強化を図っていききたい。(札幌)

(20) **食材卸売業** 全体として人員は充足しているが、部門によりばらつきがある。事務職はやや過剰であるが、販売部門や配送部門等では人手不足。配置転換を進めているが、簡単ではない。(札幌)

(21) **水産物卸売業** 勤務時間帯が深夜~早朝に偏っており、人材を確保しにくい。大手企業に比べて賃金水準が低いため、技能職においては当社で経験を積んだ後、転職してしまう若手職員が散見される。(札幌)

(22) **塗料卸売業** 技術職、経理職の専門性ある職種が人手不足である。民間人材紹介業者を介して面接、インターンシップ採用しているが、短期就労で終わっている。(札幌)

(23) **食品卸売業** 人材確保についての課題は多く、専門的な知識が必要なことも多い。外部機関等にアドバイスをもらうにしても時間と費用が必要となっていて、遅々として進んでいない。(札幌)

(24) **電気製品卸売業** 基本的にハローワーク経由もしくは知人などを採用しているため採用コストを予算化できておらず、採用チャネルを多様化すると一般経費が更に負担となる。(札幌)

【小売業】

(25) **作業用品店** コロナ禍が明け、中堅~若年層の離職率が上昇傾向。新卒採用も年々厳しさが増している。ベアも実施しているが、他業種や大手と比較すると見劣りするため苦慮している。最低賃金の上昇や社会保険料負担も増しており、非正規雇用も採用コストが増している。店舗従業員の採用は特に地方店舗で難航することも多く、雇用側と労働者側のミスマッチを感じている。転勤を忌避する傾向は年々強まっており、異動による補充も難しい状況。(札幌)

(26) **新聞販売店** パート採用については、常に苦戦。年収の壁問題の早期解決を強く願う。最低賃金の上昇は、社会全体の底上げが伴わないと、とても厳しい。(道東)

(27) **事務用品小売業** 物価上昇に見合うだけの給与の上昇に繋がっておらず、それが原因で若手が退職する状況が続いている為、給与・評価の見直しを行う。未来に向けた人材採用を進める為にも、人件費の見直しが急務。(札幌)

(28) **食品スーパー** 慢性的な人手不足。今後、定年退職者の増加が見込まれるため新卒採用にも取り組んでいるが、減少分を埋めるほどの採用は難しい。働きやすい環境作りを行いながら、セルフレジの導入等機械化も進めている。(札幌)

【運輸業】

(29) **貨物運送業** トレーラーの仕事は時間が不規則、ダンプトラックの仕事は勤務地が地方となるため人手不足です。(道央)

【ホテル・旅館業】

(30) **観光ホテル** 新卒採用、中途採用はある程度できているが、勤続5～10年程度の間層の離職が多い。(道東)

(31) **旅館** 最低賃金が上がるが、職員の練度が上がる訳ではない所にジレンマを感じる。(道央)

(32) **都市ホテル** 新卒、中途採用は競合企業が多く、採用条件面で後手になっている。特に調理師等の専門職は採用条件が上昇しており、同等の条件に追いついていない。(札幌)

【その他の非製造業】

(33) **飲食店** 新卒や若者を対象にした採用活

動より、シニア向けの方が集まりが良く、好感触。スーパーの惣菜担当やホテル料理担当など、即戦力となるシニアを調理補助として積極的に採用していく。(札幌)

(34) **環境コンサルタント** 平均年齢は40代半だが、経験年数が短い社員が多い。かつ、勤続年数が長い社員の業務範囲を広げてこなかったツケが、運営に支障をきたしている。世代交代を図るべく経営しているが、危機意識が希薄であり、全体的に取り組む状況に至らない。(札幌)

(35) **自動車整備業** 自動車整備業界の求人倍率は相変わらず5倍程度で推移している。資格保有者の採用は困難であり、未経験者を採用して育てている。(札幌)

物価上昇の道内企業への影響について

物価上昇続く見通しながら、価格転嫁は低調

< 要 約 >

1. 2025年度の物価予想<図表1>
「2024年度の物価上昇率を上回る」(59%)が約6割を占め、次いで「2024年度とほぼ同じ」(36%)となった。
2. 物価上昇による経営への影響<図表2>
「原材料費・仕入価格」、「人件費・労務費」、「一般経費」の全てで「増加した」企業が8割を超えた。
3. 物価上昇のうち、価格転嫁できた割合<図表3>
「原材料費・仕入価格」については75%以上転嫁できている企業が58%と過半数を占めた。一方、「人件費・労務費」では38%、「一般経費」では34%にとどまっており、価格転嫁が進んでいない状況がうかがえる。
4. 価格転嫁が進まない理由<図表4>
「他社との価格競争」(73%)が運輸業を除く全業種で1位に挙げられた。次いで、「取引先や顧客の理解が得られない」(36%)、「コスト削減により対応」(24%)となった。

<図表1> 2025年度の物価予想（2024年度北海道の消費者物価指数の上昇率+3.1%を基準として）

(n=363) (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) 2024年度の物価上昇率を上回る	59	61	70	78	48	55	58	58	49	51	74	53	68
(2) 2024年度の物価上昇率とほぼ同じ	36	34	27	17	42	46	37	33	49	46	26	47	26
(3) 2024年度の物価上昇率を下回る	5	5	3	6	10	-	5	9	2	3	-	-	5

※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2> 物価上昇による経営への影響

(n=363) (単位：%)

原材料費・仕入価格	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) 増加	87	84	94	67	77	96	88	85	84	86	100	100	90
(2) ほぼ同じ	12	15	7	33	19	5	12	15	15	14	-	-	11
(3) 減少	1	1	-	-	3	-	0	-	2	-	-	-	-

(n=362) (単位：%)

人件費・労務費	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) 増加	87	85	97	72	84	82	87	86	85	87	89	100	87
(2) ほぼ同じ	13	15	3	28	16	18	13	14	15	14	11	-	14
(3) 減少	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(n=360) (単位：%)

一般経費	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) 増加	85	82	84	67	84	91	86	80	89	97	77	100	87
(2) ほぼ同じ	15	18	16	33	16	9	14	20	11	3	23	-	13
(3) 減少	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

※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3>物価上昇のうち、価格転嫁できた割合

(n=335)

(単位：％)

原材料費・仕入価格	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	25	24	18	19	37	19	25	26	31	26	11	12	29
(2) かなり(75%程度)転嫁できている	33	28	18	19	37	38	35	35	46	40	33	24	18
(3) 半分(50%程度)転嫁できている	20	24	39	31	11	14	19	22	12	17	11	41	18
(4) 少し(25%程度)転嫁できている	14	19	21	19	11	24	13	13	10	3	15	18	24
(5) 全く転嫁できていない	8	5	4	13	4	5	10	5	2	14	30	6	12

(n=325)

(単位：％)

人件費・労務費	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	15	14	10	21	15	10	16	24	8	15	12	11	15
(2) かなり(75%程度)転嫁できている	23	29	28	14	42	25	20	23	18	9	32	17	18
(3) 半分(50%程度)転嫁できている	23	17	21	21	19	5	26	28	22	27	8	44	27
(4) 少し(25%程度)転嫁できている	23	28	24	36	15	45	21	14	35	18	16	17	24
(5) 全く転嫁できていない	16	12	17	7	8	15	17	10	16	30	32	11	15

(n=321)

(単位：％)

一般経費	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	14	14	11	21	15	10	14	12	12	14	13	17	19
(2) かなり(75%程度)転嫁できている	20	25	22	21	37	15	18	23	16	8	35	17	6
(3) 半分(50%程度)転嫁できている	20	14	11	14	15	15	22	27	18	17	13	39	22
(4) 少し(25%程度)転嫁できている	29	34	33	29	30	45	27	23	35	25	17	22	34
(5) 全く転嫁できていない	18	14	22	14	4	15	19	14	20	36	22	6	19

※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4>価格転嫁が進まない理由（複数回答）

(n=273)

(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 73	① 71	① 54	① 80	① 81	① 76	① 74	① 79	① 88	① 82	② 35	① 80	① 58
(2) 取引先や顧客の理解が得られない	② 36	② 39	② 46	② 50	③ 24	② 41	② 35	② 29	② 37	③ 32	① 43	② 33	② 46
(3) コスト削減により対応	③ 24	③ 26	③ 29	③ 20	② 29	② 24	③ 23	③ 26	③ 9	② 39	③ 17	③ 13	③ 31
(4) 代替品・類似品との価格競争	③ 19	③ 29	② 46	② 10	② 10	② 41	③ 16	③ 12	③ 26	③ 18	③ 4	③ 13	③ 19
(5) その他	④ 7	④ 6	④ 4	④ 10	④ 5	④ 6	④ 7	④ 6	④ 5	④ 4	④ 26	④ -	④ 4

※○内数字は業種内の順位

＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) **食肉加工業** 現状は全てを価格転嫁できていないが、今後価格改定や量の見直しを行い、適正利益が確保できるよう取組む。問題は、価格を見直すことにより、販売数が減少する点である。やはり一般消費者が販売価格に付いてこられない現実がある。(道北)

(2) **食品製造業** これ以上の値上げは、販売個数の大幅減少をまねくので難しい。(道央)

(3) **飲料品製造業** 昨年から今年の春にかけて、自社商品の値上げを行ったことで物価上昇に対応できている。(道央)

(4) **食品製造業** 原材料費・人件費・光熱費のいずれも上昇傾向にあります。単純に販売価格を引き上げるだけでは買い控えにつながる恐れがあり、十分な価格転嫁が難しい状況です。新商品の開発や付加価値の高い商品などで、価格上昇分をお客様に納得いただける形で反映させ、持続的な収益確保を目指します。(道北)

【木材・木製品製造業】

(5) **家具製造業** これまで複数年に渡り販売価格への転嫁をしてきたが、これ以上は、買い控えや他社への乗り換えなどの懸念があり、売上にも影響が大きいと考えている。(道北)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(6) **金属製品製造業** 価格転嫁は積極的に実行しているが、材料費や外注費の上昇に中々追いつけない。価格競争もあり容易ではないが、価格転嫁は今後も必要。技術力と製品力の評価は高いので何とか生き残りを図りたい。(札幌)

(7) **金属製品製造業** 鋼材価格は落ち着いているものの、トランプ関税により不透明さがかなりある。また、人件費は物価上昇分の補填および人材確保の観点から増額せざるをえない。但し、取引先に全ての価格転嫁をお願いする事は、他社との比較もあり難しい状況。利益確保のため、経費削減と生産効率を上げる事に注力する。(札幌)

(8) **機械器具製造業** ここ数年、資材高騰分は販売価格へ転嫁できているが、高騰が尚続いており、値上げ交渉が追い付かない。(札幌)

(9) **鉄鋼業** 相場商品を扱うことから価格転嫁しにくい業界である為、原価低減もしくは付加価値を上げる必要がある。また、営業力を上げ、企業との接点を増やす。(道央)

【その他の製造業】

(10) **印刷業** 値上げ交渉は希望価格の50%いけば上々です。今後、利益が薄い物件に関しては断る方向です。物価上昇に追いつくような賃金アップが出来る社内状況を作っていきたいです。(札幌)

(11) **コンクリート製品製造業** 原材料、輸送費などの物価上昇が落ち着かない。人件費も上げていかないと人も確保できない。価格転嫁は簡単ではなく時間がかかる。(道北)

(12) **コンクリート製品製造業** 原材料価格、労務費・物流費の高騰により製造原価が上がっており、コスト削減案を模索している最中である。価格転嫁は比較的行えているが、すべて出来ているわけではない。民間工事は原材料価格高騰により工事自体が取り止めになっているとの情報もあり、今後の需要が不透明である。(札幌)

【建設業】

- (13) **土木工事業** 物価上昇に対応するべく給与や賞与を引き上げているところで、経常利益が前年・前々年対比減少した。材料費の上昇分は価格転嫁出来ているが、人件費、一般管理費上昇が利益率を引下げる要因となっている。(道北)
- (14) **土工工事業** 建築資材が押しなべて高騰していることから、取引先との丁寧な交渉を重ね、価格転嫁を進めている。しかし上昇分のすべてを転嫁することはできず、収益は悪化傾向。価格折衝では具体的な数字とロジックが求められるため、担当者の折衝力強化が課題である。(道央)
- (15) **総合建設業** 公共工事は、労務費・資材費はある程度市場単価が反映されるが、一般管理費は明確なコストを示せず交渉が難しい。民間工事については、顧客の財務状態、資材会社の事情等もあり妥協点を探す状況。(道南)
- (16) **総合建設業** 物価高に対しては取引先の理解が得られていますが、価格上昇に伴う計画の延期や中止による受注減少が心配です。(札幌)
- (17) **内装工事業** 来年の受注見通しが不透明なことから、価格転嫁に逆行し安値受注の動きをする同業他社が出始めてきている。材料費や労務費などコストが上昇する中、営業に苦慮している。(札幌)
- (18) **総合建設業** 公共工事に関しては世間相場に準ずる価格で受注出来ている。民間工事では見積もりの段階でかなり転嫁出来ている。(道東)
- (19) **鉄筋工事業** 右肩上がりが続いていた鋼材価格がここ数ヶ月安定推移、というより値下が

りが続く状況となった。鋼材内需の不振や、過剰生産で輸出を続ける中国の影響など、要因は多々あると思うが、製造原価の過半を占める鋼材価格の上昇が止まったことは、適正収益確保の観点から前向きに捉えている。(道央)

【卸売業】

- (20) **包装用品卸売業** これまでは販売先の理解もあり価格転嫁はそれなりに出来てはいるが、値上げも複数回にわたっており、抵抗感は強くなっていると感じる。(札幌)
- (21) **機械器具卸売業** 物価は上がっているが、今のところ取引先への転嫁が出来ているので問題はないが、この先のことはわからない。(札幌)
- (22) **食材卸売業** 仕入れ価格の上昇分は極力価格転嫁しているが、人件費・配送コストの上昇分までは転嫁できていない。(札幌)
- (23) **食品卸売業** 売価を上げると売れなくなるため、適正価格の維持に努めているが、仕入価格の動向を見ながら売価の値上げを検討している。(道南)
- (24) **食品卸売業** 過当競争において、不利になる恐れから販売価格への転嫁を実行できない。(札幌)
- (25) **酒類卸売業** 物価高騰を受け、社員の生活保護の面から給与・賞与の支給額向上を実現していきたいところではあるが、仕入と人件費以外の経費も高騰しており、さらにコロナ禍で借入した特別融資の返済も含めると、資金繰りの厳しさが増してきている。(札幌)
- (26) **水産物卸売業** インバウンド需要がある品目は価格転嫁が可能だが、一般消費者が口にする物は

物価高な現状では利益を乗せにくい。売上は増加しても、数量は減少している物が多い。(札幌)

【小売業】

(27) **作業用品店** 原材料や仕入価格の価格転嫁は概ね完了。しかし、服飾への支出が減り、競合もある中、人件費や諸経費については全ては転嫁できていない。低価格帯商品の需要は根強く、品揃えを考慮する必要がある。(札幌)

(28) **釣具店** 仕入価格、人件費、その他コスト全てが上がり、中小企業が追いつくのが難しくなっている。中でも人員確保の観点から人件費増を待たないで行わなければならない、影響が大きい。(札幌)

【運輸業】

(29) **旅客運輸業** 公共交通機関であり、かつ競合他社もいることから、価格転嫁はなかなか容易に行えない。燃料費の変動については、燃料価格変動調整金を導入しているものの、100%の転嫁までには至っていないため、想定以上に高騰した場合には利益面への影響が大きい。(道南)

【ホテル・旅館業】

(30) **観光ホテル** 価格転嫁は出来ているが、それに比例して、宿泊者からの評価は厳しくなりがちである。いかに高評価を維持していくかが難しい。(道東)

(31) **観光ホテル** 他社の販売価格を注視している。一部、前年を下回る価格を提示している先もあり、コスト増を全て価格に上乗せすることは難しい状況になってきた。(道東)

(32) **都市ホテル** 清掃委託料や客用消耗品、朝食原価率、従業員給与等の上昇分を全て販売料金に転嫁できない状況。理由としては、近隣ホ

テルの販売料金が、そこまで上昇していないことが大きい。(札幌)

(33) **観光ホテル** コメをはじめとする物価上昇にかなり打撃を受けている。価格転嫁も進めているが、完全ではない。10月からの最低賃金上昇もかなりインパクトがある。(道北)

【その他の非製造業】

(34) **自動車整備業** ライバル会社の価格動向もあって、なかなか転嫁できていません。(札幌)

(35) **不動産賃貸業** 不動産業であり、土地や建築資材の価格上昇で賃貸物件の利回りが低下し、新築物件の収支が見合わないことが増えている。(札幌)

(36) **美容業** 価格転嫁は来店頻度に関係する為、メニューの見直しや技術力向上にて付加価値を増加することで客単価のアップを図る。(札幌)