Hokuyo Investigation Report

ほくよう
調査レポート

2025
6

https：//www.hokuyobank.co.jp/company/report/

No.343

- 道内経済の動き
- 2025年　道内企業の雇用動向と新卒採用
- 物価上昇の道内企業への影響と賃上げ対応について
- 経営のアドバイス
  急増する北海道内ワイナリーの課題と対応策

▲二次元コードからも
ご覧いただけます

北洋銀行
www.hokuyobank.co.jp

ほくよう調査レポートは、北洋銀行ホームページでもご覧いただけます。

https : //www.hokuyobank.co.jp/company/report/

目　　次

道内経済の動き……………………………………………… 1

特別調査：2025年　道内企業の雇用動向と新卒採用……6

経営のポイント：新卒採用の充足率低下続く……………11

臨時調査：物価上昇の道内企業への影響と賃上げ対応について……………………………………………14

経営のポイント：物価高続く、価格転嫁の継続は難しい……………………………………………18

経営のアドバイス：急増する北海道内ワイナリーの課題と対応策……………………………………21

主要経済指標…………………………………………………28

道内経済の動き

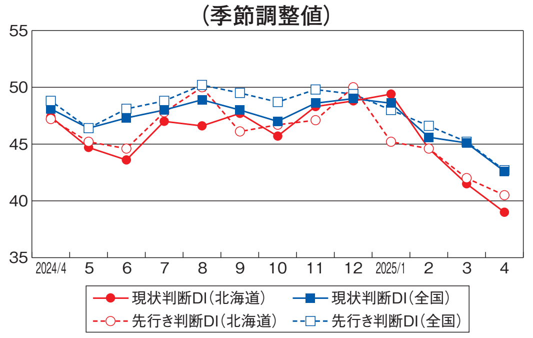
道内景気は、緩やかな回復に足踏みがみられる。生産活動は、弱い動きとなっている。需要面では、住宅投資は、下げ止まりつつある。個人消費は、持ち直しつつも停滞感がみられる。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。観光は、回復している。公共投資は、増加している。輸出は、増加している。

雇用情勢は、有効求人倍率・新規求人数ともに前年を下回り、弱含んでいる。企業倒産は、件数・負債総額ともに前年を上回った。消費者物価は、45か月連続で前年を上回った。

1．景気の現状判断DI～３か月連続で低下

景気ウォッチャー調査による４月の景気の現状判断DI（北海道）は、前月を2.5ポイント下回る39.0と３か月連続で低下し、好不況の分かれ目となる50を17か月連続で下回った。

景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を1.5ポイント下回る40.5となった。

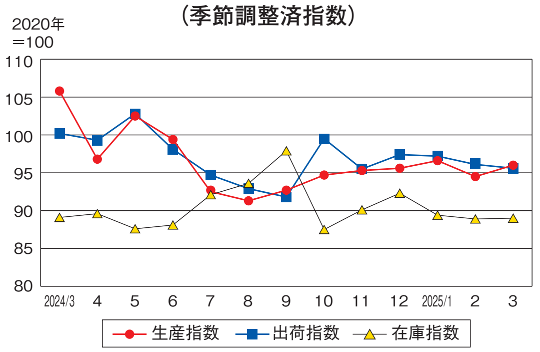


（資料：内閣府）

2．鉱工業生産～前月比が２か月ぶりに上昇

３月の鉱工業生産指数は、96.0（季節調整済指数、前月比＋1.6％）と２か月ぶりに上昇した。前年比（原指数）は▲9.3％と２か月連続で低下した。

業種別では、窯業・土石製品工業、一般機械工業など９業種が前月比上昇となった。金属製品工業、輸送機械工業など４業種は前月比低下した。



（資料：北海道経済産業局）

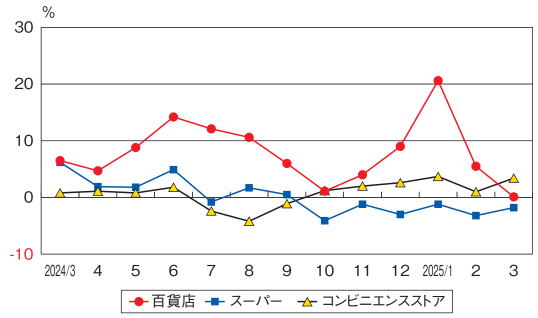
3. 百貨店等販売額～2024年度は４年連続増加

３月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比▲1.5%）は、２か月連続で前年を下回った。

百貨店（前年比＋0.1%）は、飲食料品が前年を上回った。スーパー（同▲1.8%）は、飲食料品、衣料品、身の回り品、その他が前年を下回った。

コンビニエンスストア（同＋3.4%）は、６か月連続で前年を上回った。

百貨店等販売額（前年比）



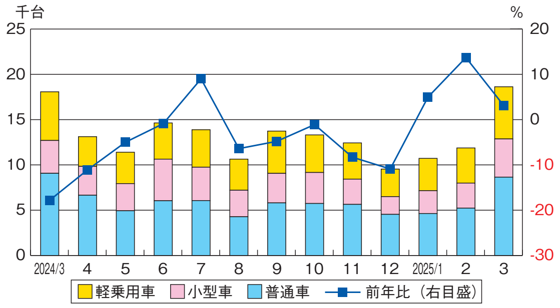
（資料：北海道経済産業局）

4. 乗用車新車登録台数～2024年度は３年ぶりに減少

３月の乗用車新車登録台数は、18,628台（前年比＋3.1%）と３か月連続で前年を上回った。車種別では、普通車（同▲4.7%）、小型車（同＋16.3%）、軽乗用車（同＋7.2%）となった。

４～３月累計（2024年度）は、153,913台（前年度比▲1.7%）と３年ぶりに前年度を下回った。内訳は、普通車（同＋3.2%）、小型車（同▲6.4%）、軽乗用車（同▲4.2%）となった。

乗用車新車登録台数



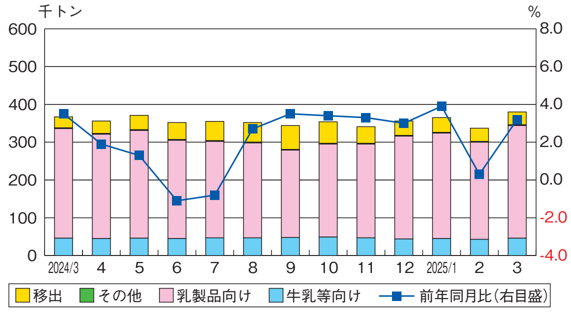
（資料：㈳日本自動車販売協会連合会、㈳全国軽自動車協会連合会）

5. 生乳生産量～2024年度は３年ぶりに増加

３月の生乳生産量は、379千トン（前年比＋3.2%）と８か月連続で前年を上回った。内訳は、牛乳等向け（同▲0.9%）、乳製品向け（同＋2.7%）、その他（同▲8.0%）、道外への移出（同＋16.0%）となった。

４～３月累計（2024年度）では、4,264千トン（前年度比＋2.0%）と３年ぶりに前年度を上回った。

生乳生産量



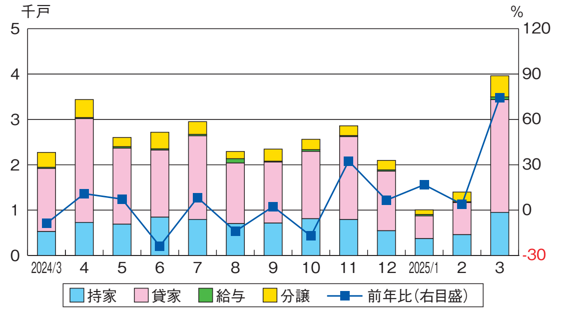
（資料：農林水産省）

6．住宅投資～建築基準法改正前の駆け込み発生

３月の新設住宅着工戸数は、3,963戸（前年比＋74.4％）と５か月連続で前年を上回った。利用関係別では、持家（同＋79.9％）、貸家（同＋78.7％）、給与（同＋144.0％）、分譲（同＋42.1％）と全てで前年を上回った。

４～３月累計（2024年度）では、30,234戸（前年度比＋6.2％）と３年ぶりに前年度を上回った。利用関係別では、持家（同＋2.9％）、貸家（同＋15.2％）、給与（同▲23.6％）、分譲（同▲19.6％）となった。

新設住宅着工戸数



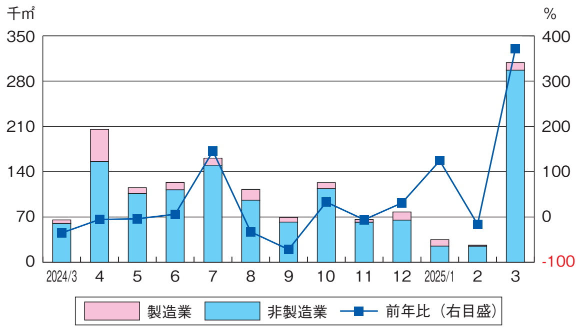
（資料：国土交通省）

7．建築物着工床面積～札幌駅南口の再開発着工

３月の民間非居住用建築物着工床面積は、309千㎡（前年比＋371.2％）と２か月ぶりに前年を上回った。業種別では、製造業（同＋112.2％）、非製造業（同＋395.3％）であった。

４～３月累計（2024年度）では、1,424千㎡（前年度比＋12.4％）と４年ぶりに前年度を上回った。業種別では、製造業（同▲37.4％）、非製造業（同＋24.5％）となった。

民間非居住用建築物（着工床面積）



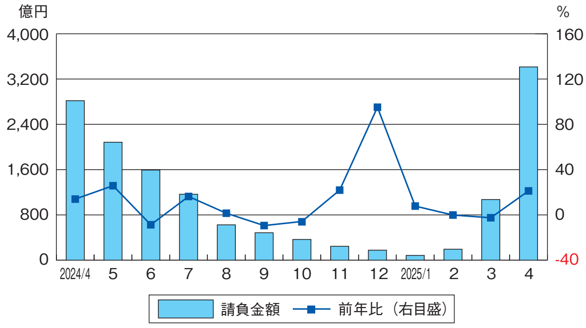
（資料：国土交通省）

8．公共投資～３か月ぶりに増加

４月の公共工事請負金額は、3,414億円（前年比＋21.2％）と３か月ぶりに前年を上回った。発注者別では、国（同▲34.4％）、その他（同▲39.2％）は前年を下回ったが、独立行政法人等（同＋35.7％）、道（同＋25.6％）、市町村（同＋27.5％）が前年を上回った。

１～４月累計は、4,766億円（同＋13.7％）と前年を上回った。

公共工事請負金額



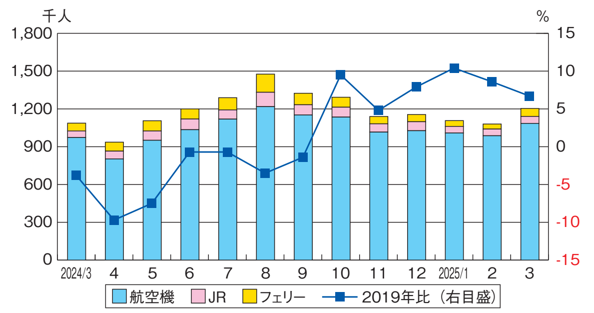
（資料：北海道建設業信用保証㈱ほか２社）

9. 来道者数～2024年度は４年連続で増加、コロナ禍前を２年連続で上回る

３月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,204千人（前年比＋10.8％）と10か月連続で前年を上回った。2019年同月比では＋6.7％とコロナ禍前を６か月連続で上回った。輸送機関別では、航空機（前年比＋11.6％）、JR（同＋7.6％）、フェリー（同＋1.3％）となった。

４～３月累計（2024年度）は、14,348千人（前年度比＋5.4％）と前年度を４年連続で上回った。2019年度比でも＋8.1％とコロナ禍前を２年連続で上回った。

来道者数



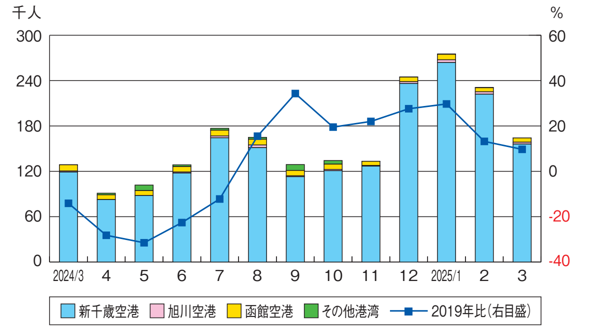
（資料：（公社）北海道観光機構）

10. 外国人入国者数～2024年度は３年連続で増加、コロナ禍前を初めて上回る

３月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、164千人（前年比＋27.6％）と33か月連続で前年を上回った。2019年同月比では＋9.7％とコロナ禍前を８か月連続で上回った。

４～３月累計（2024年度）は、1,975千人（前年度比＋34.8％）と前年度を３年連続で上回った。2019年度比でも＋24.7％とコロナ禍前を初めて上回った。

外国人入国者数



（資料：法務省 出入国在留管理庁）

11. 貿易動向～2024年度は輸出が２年ぶりに増加

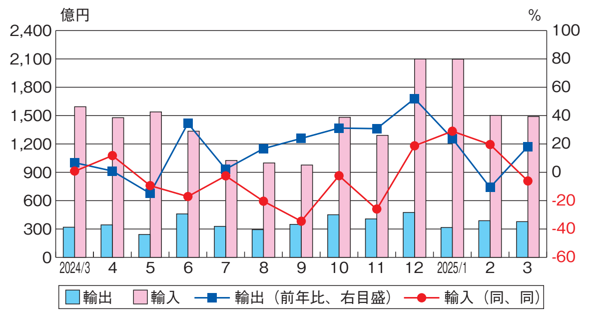
３月の貿易額は、輸出が378億円（前年比＋18.2％）、輸入が1,490億円（同▲6.1％）となった。

輸出は、魚介類・同調製品、一般機械、自動車の部分品などが増加した。

輸入は、石油製品などが増加し、原油・粗油などが減少した。

４～３月累計（2024年度）の輸出は、4,429億円（前年度比＋16.7％）と前年度を２年ぶりに上回った。

貿易動向

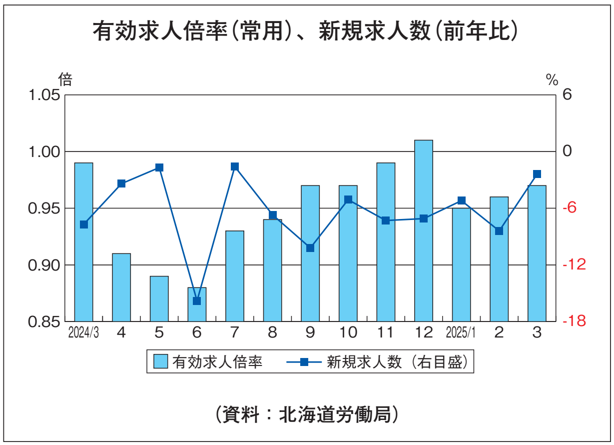


（資料：函館税関）

12. 雇用情勢～有効求人倍率が24か月連続で前年を下回る

３月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、0.97倍（前年比▲0.02ポイント）と24か月連続で前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲2.4％と25か月連続で前年を下回った。業種別では、運輸業・郵便業（同＋14.6％）などは前年を上回ったが、医療・福祉（同▲7.6％）、建設業（同▲4.7％）、製造業（同▲5.3％）などが前年を下回った。

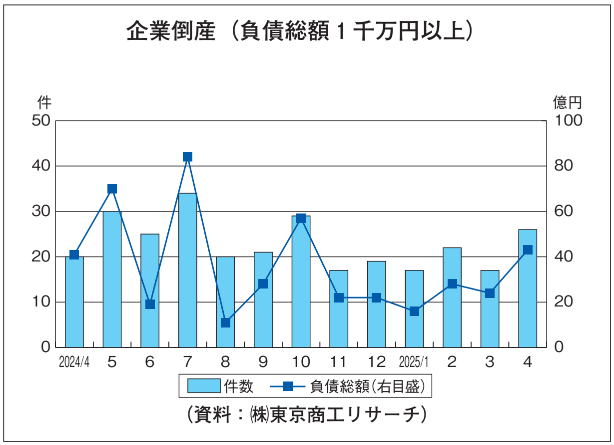


13. 倒産動向～倒産件数、負債総額ともに２か月ぶりに前年を上回る

４月の企業倒産件数は、26件（前年比＋30.0％）であった。業種別ではサービス・他が９件、小売業が６件、製造業が４件などとなった。

販売不振を原因とした倒産が23件（88.5％）を占めた。

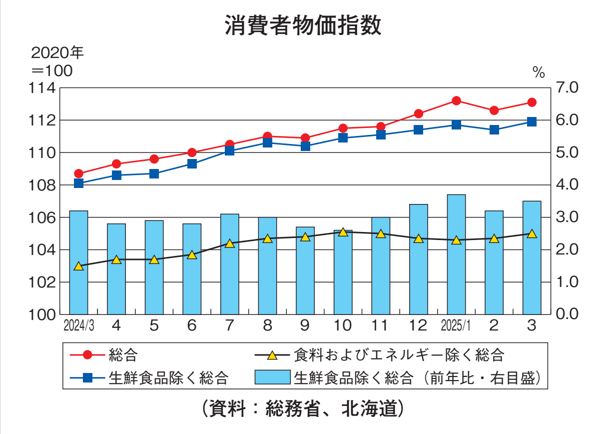
倒産企業の負債総額は、43億円（前年比＋4.6％）と２か月ぶりに前年を上回った。



14. 消費者物価指数～45か月連続で前年を上回る

３月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は、111.9（前月比＋0.5％）となった。前年比は＋3.5％と45か月連続で前年を上回った。

石油製品の価格は調査基準日（４月10日）時点で、灯油価格が129.5円／ℓ（前月比▲0.3％、前年同月比＋8.5％）、ガソリン価格が181.0円／ℓ（前月比＋1.1％、前年同月比＋5.2％）であった。



特別調査

人手不足感は依然強く、新卒採用は苦慮

2025年　道内企業の雇用動向と新卒採用

要　約

1. 従業員の過不足感 ＜図表１、４＞

雇用人員判断DI（▲59、前年比＋１ポイント）は、前年とほぼ横ばいとなり、依然として人手不足感の強さを表す結果となった。業種別にみると、運輸業（▲81）、建設業（▲70）の不足感が特に強かった。

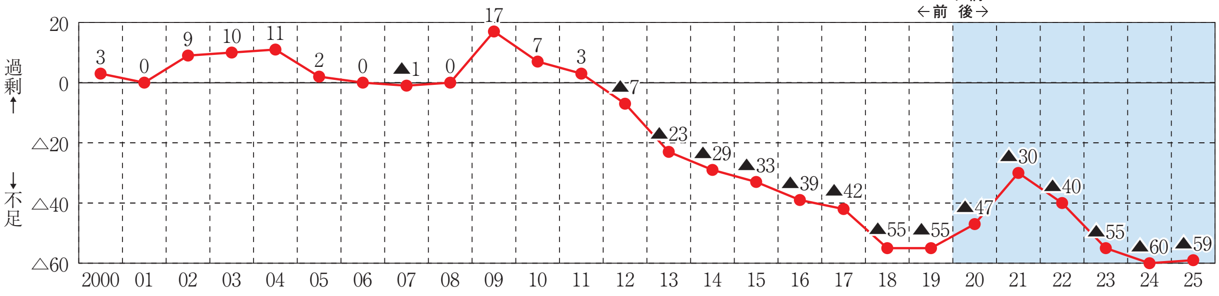
2. 今春の新卒採用状況 ＜図表２、５、10、11＞

今春「新卒採用した」企業（38%、前年比▲２ポイント）は前年から低下した。採用予定人数に対する充足率は、「７割以上」が54%（同▲７ポイント）と５年連続低下している。

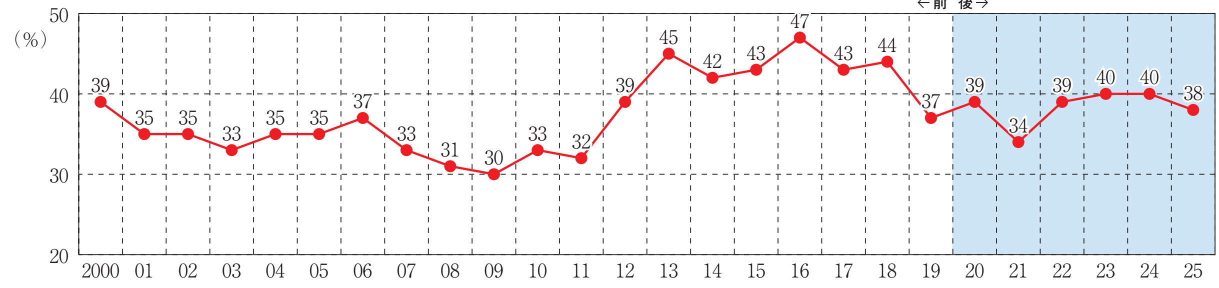
3. 今後１年間の従業員の増減見通し ＜図表３、６＞

雇用方針DI（20、前年比▲８ポイント）は低下した。業種別では、ホテル・旅館業（６、同▲41ポイント）、卸売業（22、同▲20ポイント）など６業種が低下した。

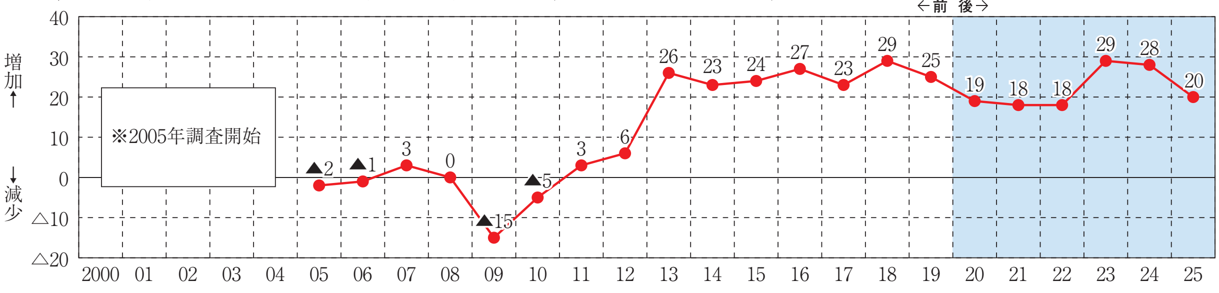
＜図表１＞従業員の過不足感（雇用人員判断DIの推移）



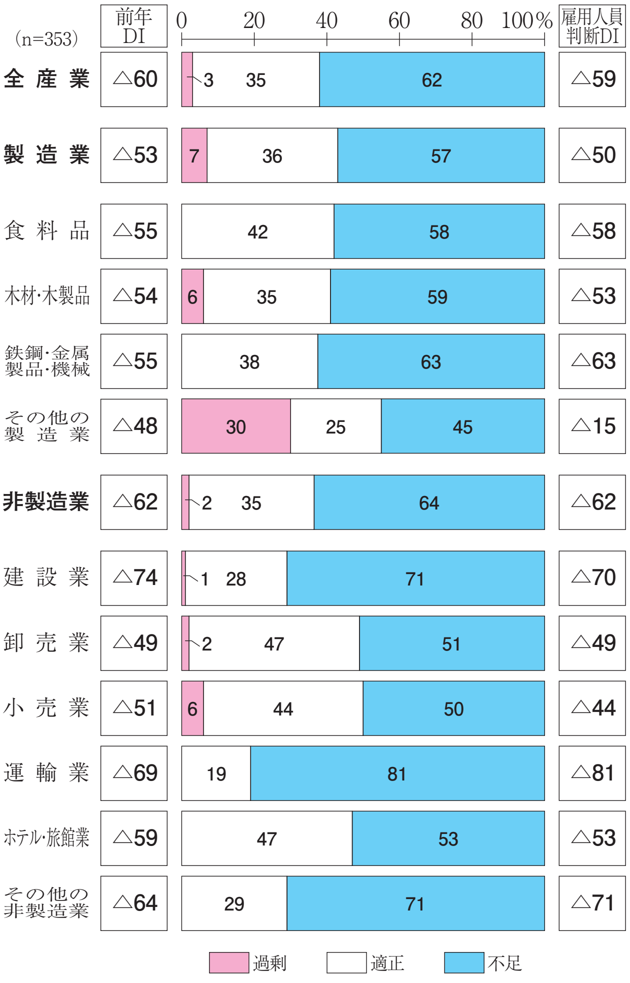
＜図表２＞新卒採用状況（新卒採用実施企業の割合）



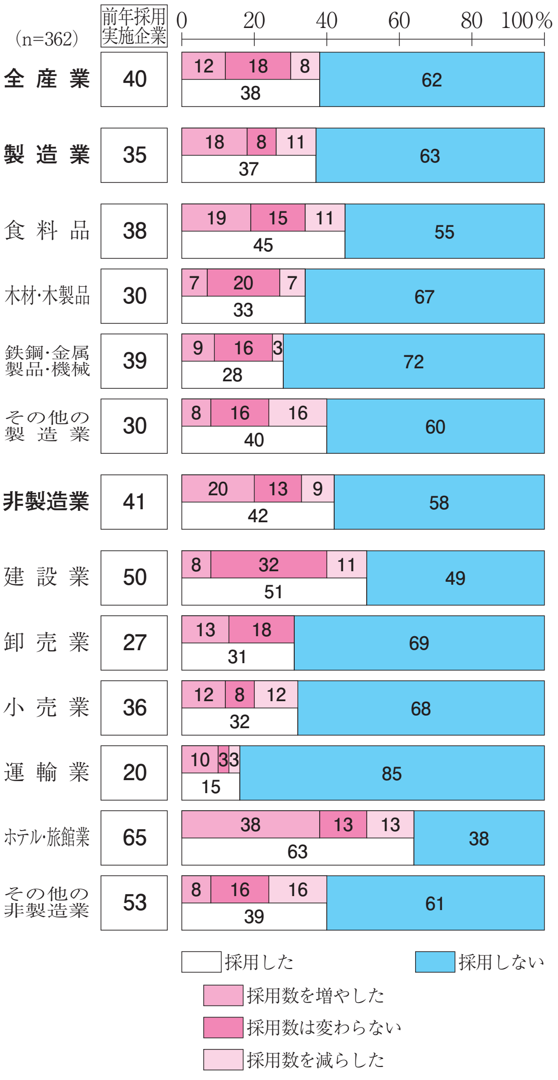
＜図表３＞今後１年間の従業員の増減見通し（雇用方針DIの推移）



＜図表４＞従業員の過不足感（雇用人員判断DI）



＜図表５＞今春の新卒採用状況



※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６＞今後１年間の従業員の増減見通し（雇用方針DI）

（n＝358）　　（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)増加する	↓▲2 36 (38)	↑＋3 35 (32)	↑＋1 29 (28)	↑＋13 35 (22)	↑＋2 41 (39)	↓▲2 35 (37)	↓▲4 36 (40)	↓▲3 35 (38)	↓▲12 35 (47)	↓▲9 24 (33)	↑＋3 36 (33)	↓▲22 31 (53)	↑＋13 53 (40)
(2)変わらない	↓▲4 49 (53)	↓▲12 47 (59)	↓▲14 55 (69)	↓▲23 47 (70)	↓▲8 41 (49)	↓▲2 45 (47)	↓▲1 49 (50)	↑＋6 51 (45)	↑＋6 53 (47)	↑＋1 62 (61)	↓▲22 32 (54)	↑＋3 44 (41)	↓▲12 43 (55)
(3)減少する	↑＋6 16 (10)	↑＋8 18 (10)	↑＋13 16 (3)	↑＋9 18 (9)	↑＋7 19 (12)	↑＋4 20 (16)	↑＋5 15 (10)	↓▲3 14 (17)	↑＋7 13 (6)	↑＋8 14 (6)	↑＋19 32 (13)	↑＋19 25 (6)	→±0 5 (5)
雇用方針DI (1)－(3)	↓▲8 20 (28)	↓▲5 17 (22)	↓▲11 13 (24)	↑＋5 18 (13)	↓▲5 22 (27)	↓▲6 15 (21)	↓▲9 21 (30)	→±0 21 (21)	↓▲20 22 (42)	↓▲17 11 (28)	↓▲17 4 (21)	↓▲41 6 (47)	↑＋14 48 (34)

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

＜図表７＞項目別の要点

項目		要点
(1)新卒採用の決定要因	＜図表８＞	「将来の人手不足に備える」(77％）が11年連続で１位となった。次いで、「年齢構成の改善を図る」(57％)、「人材確保の好機である」(44％）など順位の変動は無いが、業種によるバラつきがみられた。
(2)新卒採用する際の重視項目	＜図表９＞	「協調性」(79％）が４年連続で１位となった。「積極性」(73％)、「コミュニケーション能力」(67％)、「誠実性」(64％）も毎年６割を超えており、多くの業種で上位となった。
(3)採用予定人数に対する充足率	＜図表10＞ ＜図表11＞	「予定通り」(37％、前年比±０ポイント）が引き続き低水準となった。また、７割以上（54％、前年比▲７ポイント）が５年連続低下しており、新卒採用が年々難しくなっている様子がうかがえた。
(4)新卒採用が無かった企業の理由	＜図表12＞	「随時、中途採用する」(53％）が13年連続で１位となり、引き続き中途採用を重視する企業の様子がうかがえた。次いで、「応募が無かった」(30％）が２位となり、新卒採用に苦慮する様子も見受けられた。
(5)中途採用活動における主な経路	＜図表13＞	「ハローワーク」(77％）のほか、「インターネットの求人情報サイト」(51％)、「民間職業紹介事業者」(43％)、「自社ホームページ」(42％)、「縁故」(40％）など多様な経路を活用する企業の様子がうかがえた。

＜図表８＞新卒採用の決定要因（複数回答）上位項目

(n＝133)　（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)将来の人手不足に備える	① 77 (74)	① 79 (66)	③ 54 (73)	① 83 (86)	① 100 (50)	① 100 (60)	① 76 (76)	① 84 (79)	① 86 (86)	① 70 (77)	② 50 (40)	③ 36 (55)	① 88 (85)
(2)年齢構成の改善を図る	② 57 (56)	② 55 (51)	① 62 (46)	33 (57)	② 44 (50)	② 80 (60)	② 58 (57)	② 72 (63)	② 50 (36)	40 (46)	③ 33 (40)	② 46 (46)	② 56 (80)
(3)人材確保の好機である	③ 44 (40)	③ 52 (43)	① 62 (64)	② 67 (43)	② 44 (25)	③ 20 (40)	③ 42 (40)	③ 35 (34)	36 (43)	③ 50 (62)	① 83 (20)	① 55 (46)	③ 38 (35)
(4)生産販売部門の強化を図る	29 (34)	42 (43)	46 (55)	② 67 (43)	② 44 (33)	0 (40)	24 (31)	③ 35 (40)	14 (14)	② 60 (31)	0 (60)	9 (18)	0 (25)
(5)業績の推移を重視する	18 (24)	24 (20)	31 (46)	33 (14)	11 (8)	③ 20 (－)	16 (26)	16 (26)	0 (21)	30 (23)	17 (－)	18 (27)	19 (35)

※今春に新卒採用を実施した企業の数値、○内数字は業種内の順位、(　）内は前年実績。

＜図表９＞新卒採用する際の重視項目（複数回答）上位項目

(n＝135)　（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)協調性	① 79 (79)	① 82 (75)	① 85 (80)	② 83 (100)	① 78 (55)	① 80 (75)	① 78 (80)	② 74 (82)	② 67 (86)	① 100 (92)	① 83 (60)	① 82 (73)	① 78 (74)
(2)積極性	② 73 (74)	② 76 (72)	② 77 (80)	② 83 (57)	② 67 (82)	① 80 (50)	③ 72 (74)	① 81 (74)	① 80 (64)	② 89 (92)	50 (60)	55 (73)	50 (74)
(3)コミュニケーション能力	③ 67 (71)	52 (59)	69 (60)	67 (71)	③ 44 (46)	0 (75)	② 73 (74)	② 74 (74)	② 67 (86)	67 (69)	① 83 (40)	② 73 (82)	② 72 (74)
(4)誠実性	64 (68)	③ 70 (66)	② 77 (80)	① 100 (86)	33 (36)	① 80 (75)	62 (69)	56 (68)	53 (79)	② 89 (62)	③ 67 (100)	③ 64 (46)	③ 67 (74)
(5)責任感	56 (58)	46 (44)	54 (50)	33 (57)	33 (27)	60 (50)	60 (62)	70 (79)	53 (50)	67 (69)	③ 67 (40)	46 (46)	44 (47)

※今春に新卒採用を実施した企業の数値、○内数字は業種内の順位、(　）内は前年実績。

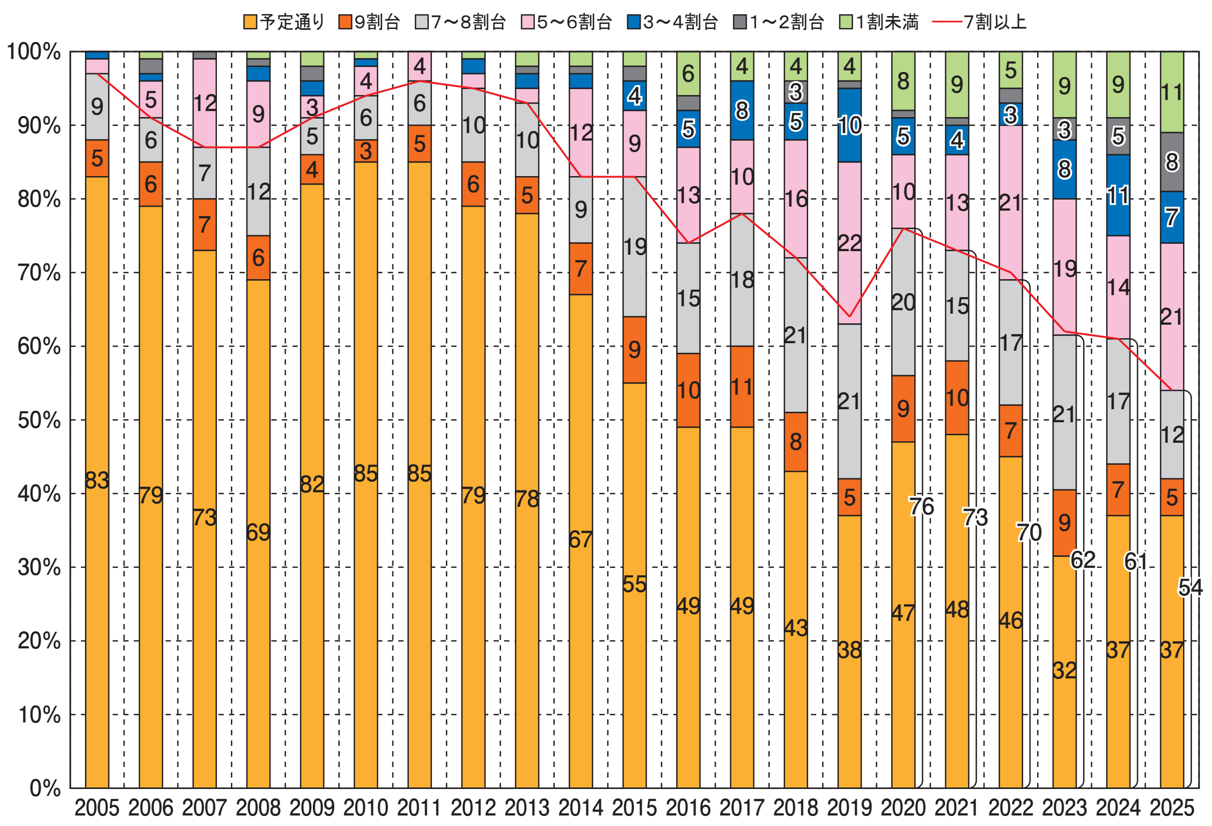
＜図表10＞採用予定人数に対する充足率

（n＝131）　　（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)予定通り	37 (37)	31 (32)	33 (30)	33 (29)	11 (33)	60 (40)	38 (38)	36 (37)	36 (43)	11 (39)	50 (25)	55 (36)	47 (42)
(2)9割台	5 (7)	0 (6)	0 (−)	0 (−)	0 (17)	0 (−)	6 (7)	5 (3)	14 (21)	11 (8)	17 (−)	0 (9)	0 (5)
(3)7～8割台	12 (17)	16 (29)	8 (30)	17 (57)	33 (17)	0 (20)	11 (13)	12 (11)	14 (21)	33 (8)	0 (−)	9 (18)	0 (16)
(4)5～6割台	21 (14)	22 (15)	17 (30)	17 (−)	33 (17)	20 (−)	21 (14)	21 (16)	21 (14)	33 (15)	17 (−)	18 (18)	18 (11)
(5)3～4割台	7 (11)	19 (6)	25 (−)	17 (14)	11 (8)	20 (−)	3 (13)	5 (21)	0 (−)	0 (8)	0 (−)	0 (9)	6 (16)
(6)1～2割台	8 (5)	6 (6)	8 (10)	17 (−)	0 (−)	0 (20)	8 (4)	10 (3)	14 (−)	11 (8)	17 (25)	0 (−)	0 (5)
(7)1割未満	11 (9)	6 (6)	8 (−)	0 (−)	11 (8)	0 (20)	12 (10)	12 (11)	0 (−)	0 (15)	0 (50)	18 (9)	29 (5)
7割以上 (1)+(2)+(3)	54 (61)	47 (67)	41 (60)	50 (86)	44 (67)	60 (60)	55 (58)	53 (51)	64 (85)	55 (55)	67 (25)	64 (63)	47 (63)

※今春に新卒採用を実施した企業の数値、（　）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11＞採用予定人数に対しての充足率の推移



＜図表12＞新卒採用が無かった企業の理由（複数回答）上位項目

（n＝217）　（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)随時、中途採用する	① 53 (62)	① 48 (56)	① 56 (50)	① 60 (53)	① 48 (55)	27 (69)	① 54 (65)	① 48 (55)	① 60 (69)	① 41 (60)	① 58 (85)	① 75 (67)	① 65 (59)
(2)応募が無かった ※今回追加	② 30 (－)	② 44 (－)	① 56 (－)	② 30 (－)	② 44 (－)	② 36 (－)	② 25 (－)	② 43 (－)	8 (－)	26 (－)	② 37 (－)	② 25 (－)	13 (－)
(3)現従業員で十分である	20 (16)	18 (17)	11 (17)	10 (13)	13 (20)	① 46 (15)	21 (16)	14 (11)	② 33 (22)	② 33 (15)	11 (10)	0 (－)	9 (29)
(4)教育・訓練に時間がかかる	13 (15)	13 (8)	11 (6)	20 (－)	13 (10)	9 (15)	14 (18)	12 (13)	20 (19)	4 (35)	16 (25)	② 25 (－)	13 (6)
(5)採用しても定着しない ※今回追加	10 (－)	16 (－)	6 (－)	② 30 (－)	17 (－)	18 (－)	8 (－)	12 (－)	10 (－)	0 (－)	0 (－)	0 (－)	13 (－)

※○内数字は業種内の順位、（　）内は前年実績。

＜図表13＞中途採用活動における主な経路（複数回答）

（n＝353）　（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）	77 (76)	82 (80)	77 (68)	77 (74)	81 (82)	95 (100)	75 (74)	81 (78)	66 (66)	78 (74)	68 (75)	88 (88)	73 (71)
(2)インターネットの求人情報サイト	51 (48)	47 (41)	55 (32)	29 (26)	55 (52)	35 (53)	53 (52)	49 (49)	44 (42)	50 (57)	52 (54)	75 (77)	68 (53)
(3)民間職業紹介事業者	43 (47)	41 (44)	39 (57)	29 (26)	48 (36)	45 (58)	44 (48)	42 (47)	47 (49)	42 (49)	24 (54)	63 (41)	53 (50)
(4)自社ホームページ ※今回追加	42 (－)	38 (－)	29 (－)	35 (－)	48 (－)	40 (－)	43 (－)	54 (－)	22 (－)	47 (－)	56 (－)	38 (－)	43 (－)
(5)縁故（従業員の紹介など）	40 (26)	39 (26)	32 (21)	59 (48)	36 (21)	40 (16)	40 (26)	50 (34)	31 (19)	28 (14)	28 (17)	63 (18)	43 (42)
(6)紙媒体（新聞、地域情報誌など）※今回追加	9 (－)	10 (－)	19 (－)	0 (－)	13 (－)	0 (－)	9 (－)	4 (－)	2 (－)	17 (－)	24 (－)	13 (－)	13 (－)
(7)その他	2 (4)	2 (1)	0 (－)	12 (4)	0 (－)	0 (－)	2 (5)	2 (5)	2 (4)	0 (3)	4 (8)	6 (－)	3 (5)

※（　）内は前年実績。

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：2025年度の新卒採用と雇用状況について
- 回答期間：2025年２月中旬～３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：「従業員を増員する割合」－「従業員を減員する割合」
  - (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	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	74	20.3	
道　南	35	9.6	渡島・檜山の各地域
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

	調査企業数	回答企業数	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
その他の製造業	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

経営のポイント

新卒採用の充足率低下続く

〈企業の生の声〉

　今回の調査では、年齢構成や技術承継に備え新卒採用を進めるため、福利厚生などの充実を目指す動きはあるものの、応募がなく新卒採用を断念している声が聞かれます。また、初任給の上昇や定着率の悪化などから新卒採用を敬遠し中途採用を重視する姿勢がうかがえました。
　以下に企業から寄せられた生の声を紹介します。

1．食料品製造業

＜飲料品製造業＞　福利厚生などについてはかなり充実させてきたが、その成果は今のところあまり見られない。当社の勤務体系（24時間２交代制）がネックと思われるが、これは変えようがない。苦慮。（道央）

＜食品製造業＞　年々就職活動が早まっており、企業説明会の早期実施、インターンシップの開催などPRの場を増やしている。今後の年齢構成を考え、業績に関係なく新卒採用を実施する。（道南）

＜食品製造業＞　新卒の採用は高卒者を予定しておりましたが、応募がありませんでした。予定外ですが、専門学校卒の方とご縁があり、採用することができました。今までは高校生を対象に募集を行っておりましたが、来年度の参考になりました。（道北）

＜水産物加工業＞　新卒採用はしばらく応募がありませんので、今後のためにも雇用条件を見直し将来に備えたい。（道東）

2．木材・木製品製造業

＜木製品製造業＞　従業員の高齢化が進みつつある為、若い人材は欲しいが、向き不向きのある職業であり、パート・アルバイト従業員を正社員登用していく方が、現状合理的に思える。（札幌）

＜家具製造業＞　昨年中盤から業績悪化はしているが、将来の人手不足や、年齢構成の改善を図るため少し多く採用した。（道北）

3．鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜金属製品製造業＞　製造業に対するPRの仕方を変えなければ、雇用は難しい環境の感じがする。当社も各関係団体の求人サイトに掲載しているが、製造現場を考えると稼動時間を減らすことはできず、完全週休２日は無理なので給料・福利厚生等の充実をPRしていくしかないと考えている。（札幌）

＜機械器具製造業＞　新卒採用は、対象者が減少する中、競合する企業が増加しており苦戦している。ここ数年は、新卒を採用し組織の若返りを行っているが、離職者も相応に出ており、熟練工の技術の伝承が課題となっている。（札幌）

＜金属製品製造業＞　若手人材は、完全週休二日制導入で採用にこぎつけている。新入社員の戦力化と生産性向上がカギとなるが、当社は手作業が多く年単位の育成時間を要するのが難点。（札幌）

＜金属製品製造業＞　当社では、新卒採用者は長く続かないので、中途採用が基本となります。ハローワークやインディードを活用しています。技術の継承には年数がかかるため、新しい製作機械の導入等でまかなっていけたらよいと考えます。（道東）

4. その他の製造業

＜コンクリート製品製造業＞　都市部も同じかもしれないが、とにかく地方には人がいなく困っている。新卒・中途採用にかかわらず本当に人が欲しい。（道北）

＜印刷業＞　新卒初任給が高くなり、既存従業員とのバランスを取るのが難しい。新卒の教育期間の投資が難しくなってきているので、即戦力の中途採用を重視している。（札幌）

＜断熱材製造業＞　募集をかけても電話すらこない。ハローワークには、給与は悪くないと言われている。有給休暇の取得率も高いのになぜかわからない。地域性の問題なのか、募集の仕方なのか。（道央）

5. 建設業

＜土木工事業＞　建設業全体が人手不足の中、弊社も例外にもれず採用が上手くいかない。新卒採用しても定着しないため、現場代理人の技術継承が滞りつつある。このまま採用が伸び悩むと、高齢化による退職で事業の縮小を余儀なくされる懸念が大いにある。採用戦略が同業他社より遅れているため、戦略を抜本的に見直して、毎年コンスタントに採用数を増やしていきたいと考えている。（道南）

＜土木工事業＞　現在、建設業はなり手が少なく、中小零細企業には、新卒はやってこない。マイナビ等で中途採用を模索している。このままだと、会社の存続が危ぶまれる。（道東）

＜土木工事業＞　コロナ禍の2020年以降、新規採用を見送っており、今年度においても予定はない。現状は、人員不足感もなく特段の問題はないが、社員の年齢分布に偏りができること、および社内の技術・ノウハウの伝承が途切れる恐れがあることから、長期にわたる見送りはデメリットが大きい。今後、中途採用の積極的な活用を検討している。（道央）

＜電気工事業＞　採用後の一定期間において、経済的自立を支援するバックアップを企業側が担うことによって、業界・企業への魅力・働きやすさを考慮していくことが、若手の離職防止にもつながっていくものと考える。（札幌）

＜総合建設業＞　将来の人員確保のため、業績や収益だけで判断せず安定的に確保していく。（札幌）

＜内装工事業＞　特定技能外国人の積極的な採用を進める。採用後は、当社の再教育プログラムにて育成を進めていく。現在、特定技能の１号から２号移行に対してのサポートを強化している。（札幌）

＜住宅建築業＞　新卒を採用できるイメージがない。採用できたとしても育成についての負荷とその成果を見通すことが出来ないように思える。地域の同業プレーヤーが減っている状況から、社会経験のあるUIターン者の採用が基本と捉えています。（道央）

＜総合建設業＞　当社の新卒採用は技術職が主であり、専門学科（土木・建築）の学生をターゲットとしているが、少ないパイの奪い合いで困難を極めている。26年卒からは専門学科卒にこだわらず、文系や普通学科卒にも対象を広げ、幅広く展開する予定であるが、技術職（施工管理職）採用についてどうアピールするか難しいと感じている。（札幌）

6. 卸売業

＜工業用品卸売業＞　新卒採用は大手企業との賃金格差があり、応募者が少ない。また採用したとしても転職の可能性が高い。新卒は半ば諦め、コストはかかるが、中途採用紹介事業者などを活用し人材確保に努めている。（札幌）

＜食材卸売業＞　設備投資による業務の効率化、省人化を図ったことにより、業務負担が軽減され、時間外勤務と退職者が減少してきている。新卒採用は、世代の継続性を図るた

め実施していくが、無理な採用はせず優秀な人材の確保に努める。（札幌）

＜紙類卸売業＞　新卒を一から育てている余裕はない。業界や対象業種の経験者の採用をした方が効率的。人手不足と言われているが、ここまでは必要な中途採用はできている。（札幌）

＜水産物卸売業＞　新卒で採りたい人数を確保するのが困難で、今までやってこなかった中途採用活動をグループ会社で着手しノウハウ吸収中。表面的な賃金条件の改善は必須と考えて、来春の新卒者に向けた態勢も整備した。業容拡大していかないと持続的な賃金上昇に対応できない危機感を持っている。（札幌）

＜包装用品卸売業＞　新卒の離職率上昇を懸念して採用に前向きになれない。会社の利益に貢献できるようになるまでに時間がかかりすぎる。（札幌）

＜食料品卸売業＞　若い人の定着率が悪い為、主に中途採用している。（道南）

＜食材卸売業＞　新卒者は定着しないし、弊社はフォークリフトでの仕事なので資格を取らせても、その資格を持って辞められてしまうので中途採用で資格保有者を募集している。（道南）

＜電気製品卸売業＞　定着するのであれば採用してみたいが、いわゆるZ世代と呼ばれる人間の扱いが分からず、満足のいく環境を準備できる自信がない。（札幌）

＜食品卸売業＞　賃上げ機運の高まりから初任給の見直しを行っているが、全体の給与体系にも波及している。人材確保やモチベーション維持の観点から必要不可欠であるが、損益への影響もあるので、バランスを取りながら実施していく。（札幌）

7. 小売業

＜タイヤ販売店＞　当社では、訓練の理解が早く、長く働いて頂ける方が多いので、中途での採用がほとんどです。（道北）

＜記念品販売店＞　これまで新卒採用をしていなかったので、今後は視野に入れたいと考えます。（札幌）

8. 運輸業

＜バス会社＞　初任給が30万円を超える時代。会社の魅力を伝え、採用を確保するのは非常に難しい。（道央）

9. ホテル・旅館業

＜観光ホテル＞　退職防止の観点から社宅の改善を進めているが、相当の投資となる見通しにあり、人件費見直しと共に利益減の要因となる。（道東）

＜都市ホテル＞　訪日観光客の増加により売上は増加傾向であり、サービスの質維持・向上は必須なため、人員は必要。中途採用による確保や、10年先を見据えた会社組織のために新卒採用も不可欠。（札幌）

＜観光ホテル＞　募集をかけても札幌以外ではなかなか人手が集まらない。業界への敬遠なのか、賃金の問題なのか。苦戦が続いている。（道北）

10. その他の非製造業

＜自動車整備業＞　日本人の雇用については、60歳以上を採用するしかない。若い人材の入社希望者は全くなく、インドネシア・ベトナム人実習生に頼っています。今後の会社経営が不安です。（道北）

＜廃棄物処理業＞　企業に定着するか分からないが、社内の年齢分布を考慮し、定期的に新卒若年者の採用に力を入れていきたい。（道央）

＜建設コンサルタント＞　内定者がその後公務員試験に合格し、辞退に至るケースが散見され苦慮しています。（道東）

臨時調査

賃上げ率4.0%（前年比＋1.0%pt）へ

物価上昇の道内企業への影響と賃上げ対応について

＜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、悪影響の度合いは強まった。

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うかがえた。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 (−)	↓▲1 0 (1)	→±0 0 (−)	→±0 0 (−)	→±0 0 (−)	→±0 0 (−)	→±0 0 (−)
(2)多少は良い影響がある	↑+1 2 (2)	↑+2 3 (3)	↑+3 3 (−)	↓▲5 0 (−)	↑+6 6 (6)	→±0 0 (5)	↑+1 2 (2)	↑+1 1 (−)	→±0 2 (2)	→±0 3 (3)	→±0 0 (−)	→±0 0 (−)	↑+2 2 (8)
(3)特に影響はない	→±0 6 (6)	↑+2 6 (4)	↓▲3 0 (3)	↑+17 17 (−)	→±0 6 (6)	→±0 5 (5)	→±0 7 (7)	→±0 6 (6)	↓▲1 7 (8)	↓▲11 3 (14)	→±0 4 (4)	↑+6 6 (−)	↑+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)	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 (−)	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 (−)	7 (9)	7 (10)	2 (4)	8 (9)	11 (8)	0 (6)	15 (13)
(8)人件費の削減	4 (2)	6 (−)	7 (−)	11 (−)	0 (−)	10 (−)	4 (2)	2 (1)	2 (4)	13 (3)	0 (−)	6 (6)	3 (3)
(9)その他	2 (1)	3 (1)	0 (−)	11 (4)	0 (−)	5 (−)	2 (1)	2 (1)	0 (2)	0 (−)	4 (4)	6 (−)	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 (－)	↓ ▲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 (－)	↓ ▲2 1 (3)	↓ ▲3 1 (4)	→ ±0 0 (－)	↓ ▲3 0 (3)	↓ ▲4 0 (4)	→ ±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)	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 (－)	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 (－)	2 (3)	1 (1)	0 (2)	3 (7)	0 (5)	0 (－)	8 (6)
(7)その他	3 (7)	3 (7)	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 (－)	↑＋1 5 (4)	↑＋2 6 (4)	↓▲2 0 (2)	↑＋4 13 (9)	↑＋3 7 (4)	↓▲12 0 (12)	→±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 (－)	↓▲12 17 (29)

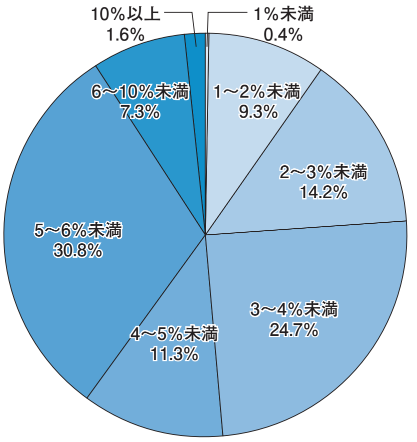
※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。（　）内は前年調査。

＜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。



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	33.1	
道央	75	23.0	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
道南	34	10.4	渡島・檜山の各地域
道北	55	14.9	上川･留萌･宗谷の各地域、空知地域北部
道東	59	18.5	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	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
その他の製造業	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

経営のポイント

物価高続く、価格転嫁の継続は難しい

〈企業の生の声〉

今回の調査では、原材料価格や仕入価格上昇分の価格転嫁は進んでいるものの、人件費・労務費・一般経費上昇分の価格転嫁は難しいとの声が聞かれます。また、競合環境を考慮した交渉や度重なる価格見直しの交渉は難易度が上がっているとの声が聞かれました。

以下に企業から寄せられた生の声を紹介します。

1．食料品製造業

＜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）

＜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）

＜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）

＜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、設備の合理化や自働化を進めてコスト削減する。（道央）

2．木材・木製品製造業

＜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）

3．鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜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）

＜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）

＜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）

4．その他の製造業

＜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）

＜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）

＜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）

＜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）

5．建設業

＜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）

＜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）

＜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、契約時期が延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）

＜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、足元はけっして良くない。（札幌）

＜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）

＜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）

＜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）

＜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）

6．卸売業

＜機械器具卸売業＞ 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）

＜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）

＜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、ベ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）

＜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）

＜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）

＜電気製品卸売業＞　販売価格はほぼ転嫁できているが、物価高に追い付くほどの賃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）

＜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）

＜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）

＜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が進んでいるが、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）

＜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）

＜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）

＜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）

7．小売業

＜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）

＜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）

8．運輸業

＜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）

9．ホテル・旅館業

＜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）

＜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で延期。（札幌）

10．その他の非製造業

＜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）

＜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。店舗運営の見直しに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）

＜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）

急増する北海道内ワイナリーの課題と対応策

北洋大学
教授　中田　和則

1．はじめに

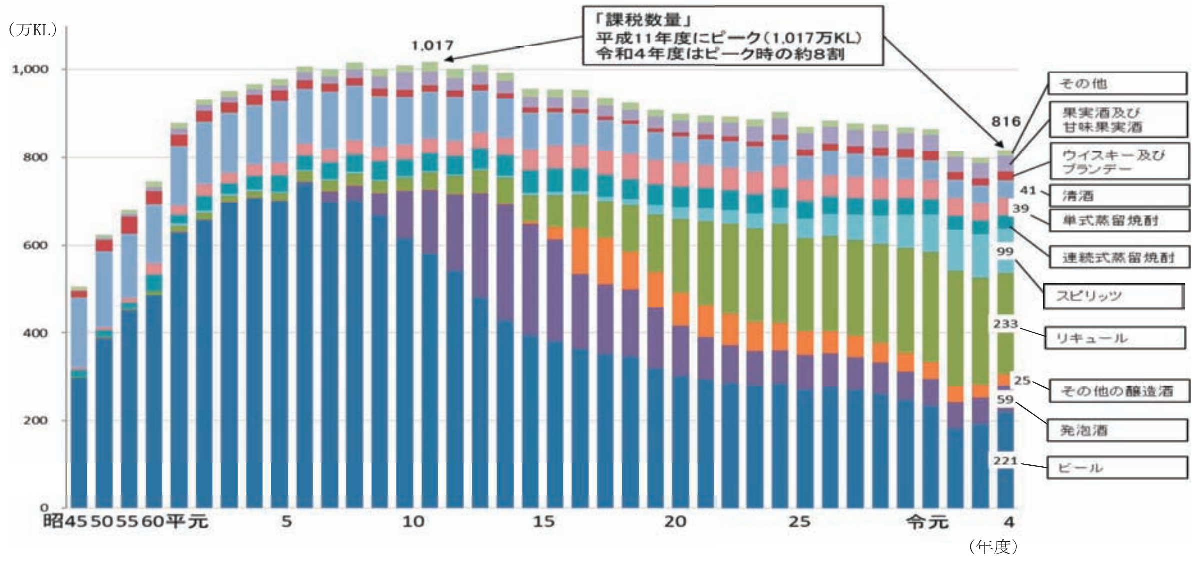
近年、北海道内のワイナリー開業が急増しています。インバウンド観光の拡大、海外の著名ワイナリーの進出、行政の積極的な後押し等もあり、ワイン産業は新規就農者の増加や地域活性化に繋がると期待されています。その一方で、国税庁の調査によると、既存のワイン製造者の４割強、新規ワイン製造者の６割弱が赤字や低収益事業者で厳しい経営状況にあります。本レポートでは、北海道内ワイナリーの現状、経営的課題、対応策について考えます。

2．国内のワイン市場の動向

日本国内の酒類全体の消費量は、宴席の減少や若者のアルコール離れなどの社会的な影響で年々減少傾向にありますが（図表１）、ワインの消費量については、これまでの赤ワインブームや低価格輸入ワイン市場の拡大等を経て、着実に伸びてきています。ワインの国内消費量は1981年からの40年で約５倍に拡大しています（図表２）。

2012年からの第７次ワインブーム以降、輸入ワインではチリを中心とした新世界ワイン[1]が消費を牽引し、国内製造ワインでは日本産ブドウ100％で造る「日本ワイン」への人気が高まっています。

【図表１】酒類の消費量

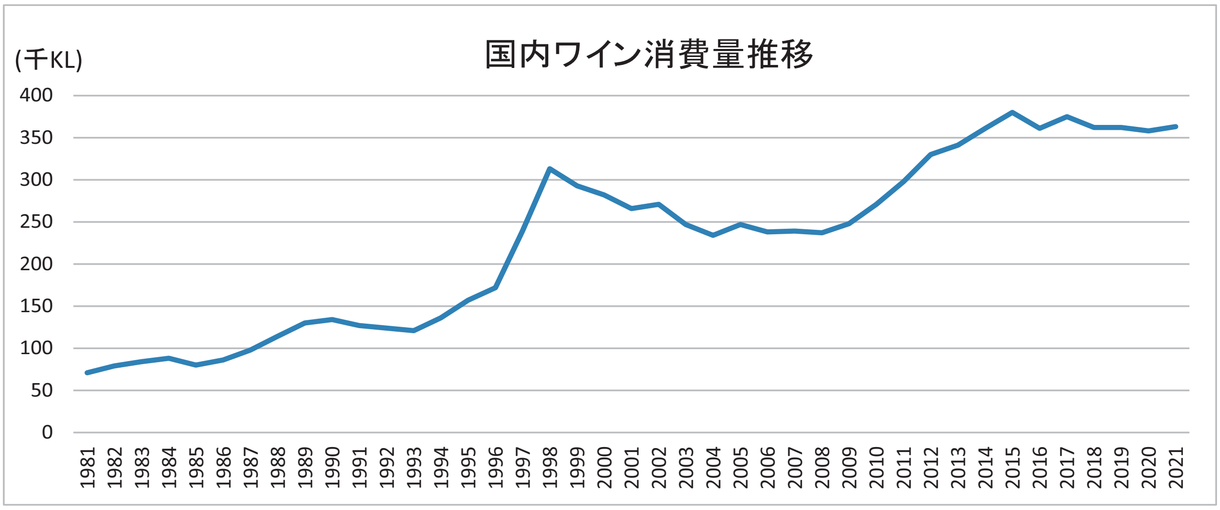


資料：国税庁統計年報（以下の図表において、特記がない資料は国税庁統計年報による。）
（注）昭和60年度以前は「その他」に「スピリッツ」が含まれている。

出所：国税庁「酒レポート」（令和６年６月）

[1] ワイン造りの歴史が浅い国・地域（主に欧州以外）で生産されたワインのこと。

【図表２】国内ワインの消費量推移



出所：国税庁「長期時系列データ」(酒税）より筆者作成

3．北海道内ワインを取り巻く状況

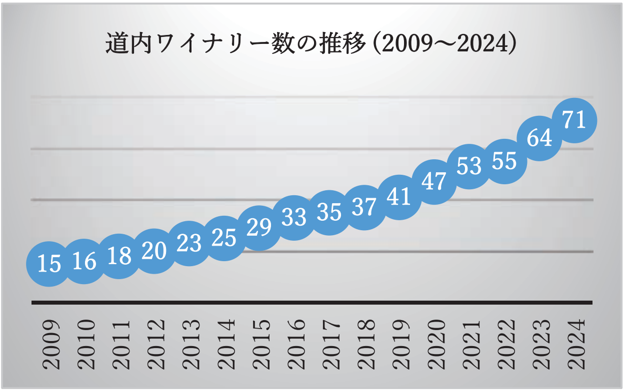
（1）ワイナリー数の急増

地球温暖化の影響で、世界のワイン産地が激変し、北海道がワイン生産の適地として注目されるようになりました。北海道はブドウ生育期間の日照時間が長く、日中の寒暖差が大きいことに加え、他産地に比較し、降水量も少ないことから、糖度が高く有機酸を豊富に含むブドウが生産できます。さらに、ブドウ生産者やワイン製造者の創意工夫や経営努力により高品質で、こだわりのある個性豊かなワインづくりが道内各地で行われるようになりました。

環境要素や生産者・関係者の努力に加え、道内では余市町や仁木町などのように「ワイン特区」[2]に指定される地域が増加していることや、北海道庁や各地方自治体の道産ワイン振興策もあり北海道内ワイナリー数は、新規参入により近年、急速に増加しています。

北海道内のワイナリー数は、現在71ケ所（2025年２月現在）で、15年前の15ケ所から約4.7倍と大幅に増加しています（図表３、４）。

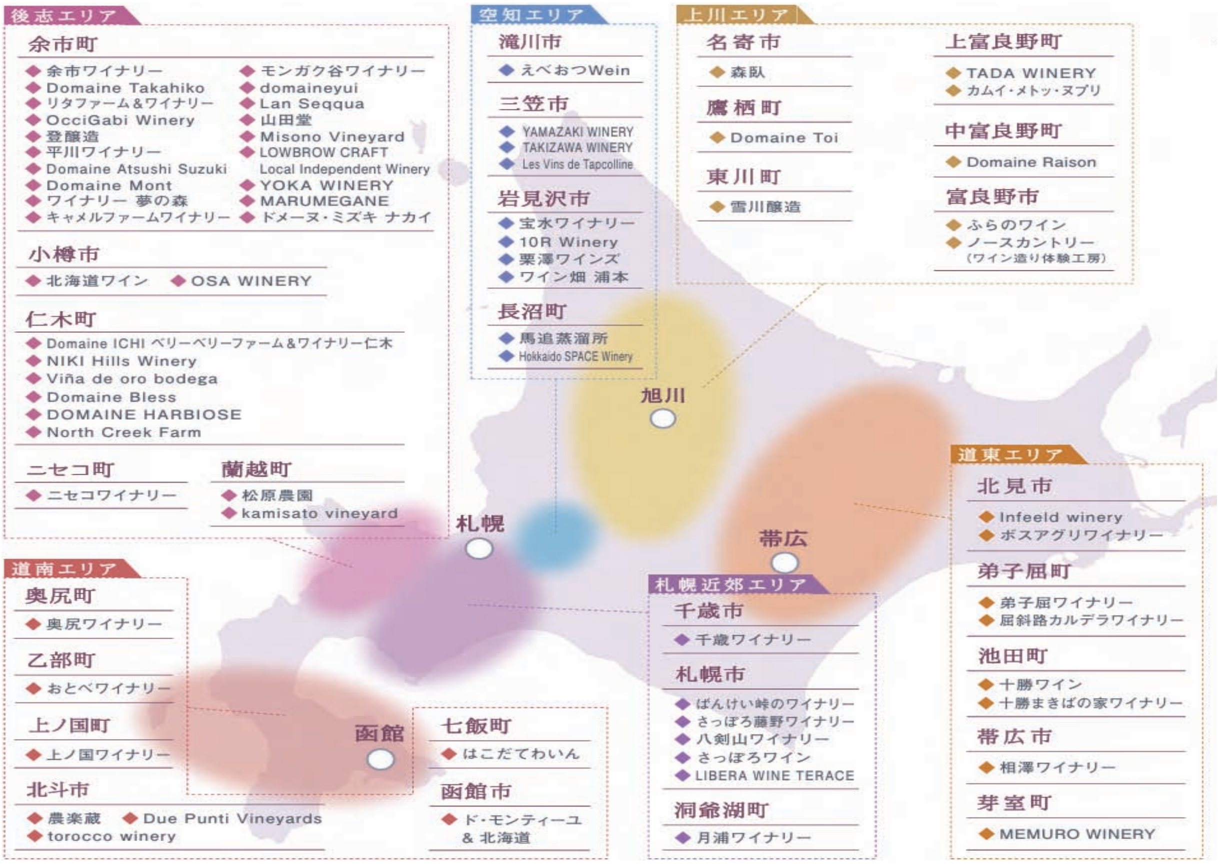
【図表３】北海道内ワイナリー数の推移



出所：国税庁「国内製造ワインの概況」、「酒類製造業及び酒類卸売業の概況」および北海道ワイナリー協会HPをもとに筆者作成

[2] 最低製造数量基準を６KLから２KLへ引き下げるなど、果実酒製造に関する規制が緩和された地域のこと。これにより、小規模事業者でもワイン造りに挑戦しやすくなった。

【図表４】北海道のワイナリーマップ（令和７年２月現在）



出所：北海道経済部食関連産業局食産業振興課HP

（２）北海道産ワインの動き

【地理的表示（Geographical Indication）：GI制度】

「GI北海道」マーク

出所：NPO法人ワインクラスター北海道HP

GI制度は、特定の産地ならではの特性（品質、社会的評価等）が確立されている場合に、産地名（地域ブランド）を独占的に名乗ることができる制度です。海外では、ボルドーワイン（フランス）が有名ですが、日本では、ワインのGIとして「北海道」が2018年に指定されました（「山梨」に次いで２例目)。「GI北海道」認証は、原料や製造方法、官能テスト等の厳しい基準[3]をクリアーし認定されたもののみにラベル表示かロゴマーク表示が認められています。「GI北海道」認証により、北海道産ワインのブランド力が高まり、国内の消費拡大のみならず、海外への輸出が期待されています。

【北海道産ワインのうち日本ワインの生産比率】

国内に流通するワインのうち、国内製造ワイン（R２年度）は35.4％であり、そのうち国産ブドウ原料のみで製造された「日本ワイン」の割合は5.4％となっています（図表５）。

[3] 北海道で収穫されたブドウのみを使用、北海道内で製造された日本ワインであること等がある。

また、国内製造ワインに占める日本ワインの比率（R２年度）は、全国では２割程度にとどまる中、北海道産ワインの日本ワインの比率は、なんと96.4％になっています。北海道産ワインは、地元産ブドウ原材料にこだわっている実態がわかります（図表６）。

【図表５】国内市場におけるワインの流通量構成比（推定値）

区　分	H30	R1	2
国内分	33.5%	32.4%	35.4%
日本ワイン	4.6%	4.9%	5.4%
その他国内製造ワイン	28.9%	27.5%	30.1%
輸入分	66.5%	67.6%	64.6%
ボトルワイン	42.0%	42.8%	41.6%
スパークリングワイン	9.6%	10.4%	9.1%
バルクワイン	15.0%	14.4%	13.9%

出所：国税庁「酒類製造業及び酒類卸売業の概況」をもとに筆者作成

【図表６】国内製造ワインのうち日本ワインの生産量　（単位：KL）

区　分	H30			R1			2		
	生産量（製成数量）	うち日本ワイン	比率	生産量（製成数量）	うち日本ワイン	比率	生産量（製成数量）	うち日本ワイン	比率
全国	82,319	16,612	20.2%	85,415	17,775	20.8%	91,136	16,499	18.1%
うち北海道	2,715	2,603	95.9%	3,455	3,294	95.3%	3,173	3,058	96.4%

出所：国税庁「国内製造ワインの概況」、「酒類製造業及び酒類卸売業の概況」をもとに筆者作成

【北海道産ワインの評価】

北海道産ワインは国内のワインコンクールはもとより、海外でも高い評価を受けています。日本最大の日本ワイン生産量を誇る、小樽市の「北海道ワイン株式会社」は、香港のワインコンクール「キャセイ香港インターナショナル　ワイン＆スピリッツ　コンペティション（HKIWSC）2024」で金賞を受賞。余市町の「ドメーヌ　タカヒコ」は、「世界のベストレストラン50」で４度にわたり第１位を受賞しているデンマークのレストランに採用され、町内でも入手困難になっています。隣町の仁木町にある「NIKI HILLS WINERY」(北洋６次産業化応援ファンドの支援を受けて創業、筆者も北海道中小企業総合支援センターでモニタリングに関与）も世界最大の国際ワインコンテストである「Decanter World Wine Awards」で金賞を受賞し、北海道産ワインのブランド知名度を高めています。

４．ワイナリーの経営的課題

（１）ワイナリーの経営状況

国税庁による「酒類製造業及び酒類卸売業の概況（令和６年アンケート）」(ワイナリーの回答数：全国355／493場、うち北海道43／64場）によると、製造規模100KL未満の小規模ワイナリーが301／333者と全体の約９割を占めています。収益率をみると、300KL以上の大規模ワイナリーが売上高営業利益率49.2％としっかりと利益を確保しているのに対して、９割を占める100KL未満の小規模ワイナリー全体で売上高営業利益率が▲27.3％で赤字であるといった衝撃的な事実がわかります。また、100KL未満の小規模ワイナリーのうち44.9％が欠損（税引前当期純利益が赤字）または低収益（同50万円未満）事業者ということになります（図表７）。

大規模ワイナリーが、原材料に外国産ブドウの割合が高く、原価率を低く抑えているのに対して、小規模ワイナリーは日本ワイン（国産の原材料使用）の生産にこだわっており、日本ワインの生産比率が高く、高い原価率のため営業利益段階で黒字を生み出せない経営体が多い状況にあります。

（２）新規ワイン製造者（製造開始３年以内）の経営状況

新規ワイン製造業者の経営は、更に厳しい状況であることがわかります。国税庁の令和６年度調査結果によると、売上高製造原価率が82.8%、売上高営業利益率が▲33.5%と赤字です。新規ワイン製造者の56.4%が欠損または低収益事業者になります（図表８）。

小規模な新規就農者は、苗木の確保が難しいこと、せん定技術が未熟で生産性が低いこと、そもそも苗木からブドウを本格的に収穫するまで３年以上かかること、そのためブドウ原材料を農家からの仕入れに頼ることになり、結果的にコストが高くなってしまうといった問題もあります。また、新規就農者にはコストに見合った価格設定ができていない、知名度が低いことから販路をうまく捉えきれていないといった課題もあります。

【図表７】ワイン製造者の経営状況

項目 ＼ 製成数量規模	合計	300kl以上	100kl以上300kl未満	100kl未満
	者	者	者	者
回答者数	333	17	15	301
欠損又は低収益事業者数	144	3	6	135
割合	43.2%	17.6%	40.0%	44.9%
欠損事業者数	118	3	6	109
割合	35.4%	17.6%	40.0%	36.2%
低収益事業者数	26	－	－	26
割合	7.8%	0.0%	0.0%	8.6%
	百万円	百万円	百万円	百万円
売上高	93,377	75,515	4,926	12,936
日本ワイン	23,886	10,528	3,922	9,437
製造原価	42,320	29,685	2,864	9,771
原料費	25,191	21,086	1,185	2,920
売上総利益	51,057	45,830	2,062	3,166
販売費・一般管理費	17,144	8,691	1,760	6,693
営業利益	33,914	37,139	302	△3,527
	%	%	%	%
売上高製造原価率	45.3	39.3	58.1	75.5
原料費率	27.0	27.9	24.1	22.6
売上高売上総利益率	54.7	60.7	41.9	24.5
売上高販売費・一般管理費率	18.4	11.5	35.7	51.7
売上高営業利益率	36.3	49.2	6.1	△27.3

【図表８】新規ワイン製造者の経営状況

項目 ＼ 製成数量規模	合計	10kl以上100kl未満	10kl未満
	者	者	者
回答者数	55	9	46
欠損又は低収益事業者数	31	5	26
割合	56.4%	55.6%	56.5%
欠損	25	5	20
割合	45.5%	55.6%	43.5%
低収益	6	－	6
割合	10.9%	0.0%	13.0%
	百万円	百万円	百万円
売上高	663	311	352
日本ワイン	620	308	312
製造原価	549	234	315
原料費	116	54	62
売上総利益	114	77	37
販売費・一般管理費	336	182	154
営業利益	△ 222	△ 105	△ 117
	%	%	%
売上高製造原価率	82.8	75.3	89.4
原料費率	17.6	17.4	17.8
売上高売上総利益率	17.2	24.7	10.6
売上高販売費・一般管理費率	50.7	58.6	43.7
売上高営業利益率	△ 33.5	△ 33.9	△ 33.1

出所：国税庁「酒類製造業及び酒類卸売業の概況（令和６年アンケート）」

５．経営改善のための対策と支援策

北海道内のワイナリーには、今後の発展と生き残りをかけ、それぞれ個々の経営努力や経営改善策の実行が求められます。また、同時に、個々の経営体の努力を地域で支える行政や関係機関のサポート支援策を、更に充実していく必要があります。

（1）経営改善策

①ブランディング強化と付加価値創出

・まず、収益確保の問題です。コストと品質に見合った価格設定にしなければ、赤字を脱出できません。「北海道産ブドウ×寒冷地ワイン」の独自性を前面に出し、ストーリーマーケティングで高価格帯を狙う。一般的な商品の価格帯でなら、競合商品と勝負になりません。独自のこだわりをブランド化しコアな顧客層の開拓を行い採算の取れる価格設定を目指す必要があります。直接に消費者との会員組織づくりも、リピーターづくりと顧客の固定化に有効です。

・ワイナリーツーリズムを強化し体験価値を提供（例：ワインづくり体験、テイスティング＋宿泊プラン等）。個々の経営体単独での取り組みは難しいですが、地域、行政や観光業者等との連携を強化する必要があります。

②生産技術の強化とコスト削減

・新規就農者は、生産性が低く、せん定技術も就農しながら習得継続している割合が８割（北海道農政部令和６年度醸造用ぶどう生産者アンケート調査）です。栽培や製造技術の向上を図り、単収（単位面積あたりの収穫量）を高め、生産コスト削減を行う必要があります。

・販売コストについても、特に小規模な経営体は、卸等の流通を経由すると２割以上の手数料がかかり採算の確保が難しくなります。EC（自社サイト＋楽天・Amazon・Yahoo等）で全国へ直販し、中間マージンの削減をめざすべきです。

③販路の多角化、共同での生産・物流・販促

これも、各種関係機関や行政との連携が必要ですが、次のような対応策や戦略が求められます。

・百貨店や高級スーパー、レストランと連携した販売。

・近隣のワイナリーと「地域ブランド」化し、共同で原料や資材の仕入れ、加工、イベント開催を行う。特にアジアの富裕層向けマーケティングも視野に入れる。

（2）公的支援策の活用

経営改善や事業の発展には、公的支援策の活用も有効です。

①政府や自治体による補助金・助成金

・「地域ブランド創出事業」「農業スタートアップ支援金」等の補助金・助成金活用

・設備投資に対する公的補助や税制優遇策

②技術指導・研修プログラム

・北海道農業試験場や大学との連携で、ブドウ栽培技術やワイン醸造のスキルアップ

・北海道ワインプラットフォーム（北海道大学を中心とした産学官金連携支援組織）の活用

③公的経営支援組織の活用

・北海道農業公社の農業経営相談室、北海道中小企業総合支援センター等では様々な分野（税務・法務・経営・販路・プロモーション他）の専門家による経営相談を無料で行っています。有効に活用し経営改善や経営発展に役立てて下さい。

6．おわりに

現在、北海道はワイナリー設立ブームと呼べる状況にあります。新規参入している個別の各ワイナリーには、独自の個性を発揮し、しっかりとしたブランド化により、採算面も含めた盤石な経営基盤づくりが求められています。同時に、産学官に金融を含めた支援、ワイン消費量の拡大策の推進が求められています。北海道産ワインが地域を潤し、更に豊かな地域づくりに貢献し、世界のブランドに、大きく育っていくことを心から願っています。

＜参考資料＞
・阿部眞久　2023.1「北海道産ワインの魅力と課題」開発こうほう
・阿部亮　2021「北海道産ワインの現状と『北海道ワインアカデミー』の取組について」American Society Enology&Viticulture JAPAN Chapter
・叶芳和　2024.1「日本ワイン産業紀行」藤原書店
・阿部さおり・阿部眞久　2022.11「北海道のワイナリー50」北海道新聞社
・国税庁課税部酒税課　2024.12「酒類製造業及び酒類卸売業の概況（令和6年アンケート）」国税庁
・日本政策投資銀行 北海道支店　2021.1「北海道産ワインの現状と今後の展望」日本政策投資銀行
・北海道農政部生産振興局農産振興課　2025.3「令和6年度 醸造用ぶどう生産者アンケート調査結果概要」北海道農政部
〈参考URL〉https://www.pref.hokkaido.lg.jp（2024.4.5検索）

主要経済指標（1）

年月	鉱工業指数											
	生産指数				出荷指数				在庫指数			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	2020年＝100 季調値	前期比（%）	2020年＝100 季調値	前期比（%）	2020年＝100 季調値	前期比（%）	2020年＝100 季調値	前期比（%）	2020年＝100 季調値	前期比（%）	2020年＝100 季調値	前期比（%）
2021年度	106.1	6.5	105.2	5.5	106.4	6.4	103.8	4.1	81.3	0.6	98.4	7.9
2022年度	100.5	△ 5.3	104.9	△ 0.3	100.7	△ 5.4	103.7	△ 0.1	85.7	5.4	100.6	2.2
2023年度	98.4	△ 2.1	102.9	△ 1.9	98.0	△ 2.7	102.0	△ 1.6	86.3	0.7	99.6	△ 1.0
2024年度	p 95.7	△ 2.7	101.5	△ 1.4	p 96.7	△ 1.3	100.1	△ 1.9	p 86.2	△ 0.1	98.9	△ 0.7
2024年1～3月	98.0	△ 0.4	99.0	△ 5.2	96.2	△ 2.4	97.5	△ 5.9	89.1	△ 6.1	102.9	0.2
4～6月	99.6	1.6	101.1	2.1	100.1	4.1	100.7	3.3	88.1	△ 1.1	102.4	△ 0.5
7～9月	92.2	△ 7.4	101.4	0.3	93.1	△ 7.0	100.0	△ 0.7	97.9	11.1	102.3	△ 0.1
10～12月	95.2	3.3	101.8	0.4	97.5	4.7	100.0	0.0	92.4	△ 5.6	101.1	△ 1.2
2025年1～3月	p 95.8	0.6	101.5	△ 0.3	p 96.4	△ 1.1	99.9	△ 0.1	p 89.0	△ 3.7	102.1	1.0
2024年 3月	105.8	10.3	101.4	3.5	100.2	4.9	100.0	4.1	89.1	△ 3.4	102.9	0.6
4月	96.8	△ 8.5	100.8	△ 0.6	99.3	△ 0.9	99.7	△ 0.3	89.6	0.6	102.4	△ 0.5
5月	102.5	5.9	101.9	1.1	102.8	3.5	102.8	3.1	87.6	△ 2.2	102.7	0.3
6月	99.4	△ 3.0	100.7	△ 1.2	98.1	△ 4.6	99.5	△ 3.2	88.1	0.6	102.4	△ 0.3
7月	92.5	△ 6.9	102.5	1.8	94.7	△ 3.5	101.0	1.5	92.1	4.5	102.5	0.1
8月	91.3	△ 1.3	100.5	△ 2.0	92.9	△ 1.9	99.1	△ 1.9	93.6	1.6	102.1	△ 0.4
9月	92.7	1.5	101.2	0.7	91.8	△ 1.2	99.9	0.8	97.9	4.6	102.3	0.2
10月	94.7	2.2	103.0	1.8	99.5	8.4	101.1	1.2	87.5	△10.6	102.2	△ 0.1
11月	95.3	0.6	101.3	△ 1.7	95.5	△ 4.0	99.5	△ 1.6	90.1	3.0	101.4	△ 0.8
12月	95.6	0.3	101.0	△ 0.3	97.4	2.0	99.5	0.0	92.4	2.6	101.1	△ 0.3
2025年 1月	96.8	1.3	99.9	△ 1.1	97.5	0.1	98.5	△ 1.0	89.4	△ 3.2	102.6	1.5
2月	r 94.5	△ 2.4	102.2	2.3	r 96.1	△ 1.4	101.5	3.0	r 88.9	△ 0.6	100.9	△ 1.7
3月	p 96.0	1.6	102.4	0.2	p 95.6	△ 0.5	99.7	△ 1.8	p 89.0	0.1	102.1	1.2
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■鉱工業指数の年度は原指数による。
■北海道の「p」は速報値、「r」は修正値。

年月	百貨店・スーパー販売額											
	百貨店・スーパー計				百貨店				スーパー			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）	百万円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）	百万円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）
2021年度	978,041	0.8	199,978	1.9	144,763	7.1	49,683	8.9	833,277	△ 0.2	150,295	△ 0.3
2022年度	1,016,255	3.9	208,912	4.5	171,697	18.6	56,739	14.2	844,558	1.4	152,173	1.2
2023年度	1,066,220	4.9	218,968	4.9	183,092	6.6	60,904	7.3	883,128	4.6	158,064	3.9
2024年度	1,076,947	1.0	225,543	3.0	197,807	8.0	63,227	3.8	879,140	△ 0.5	162,316	2.7
2024年1～3月	266,751	6.2	54,083	5.7	48,357	11.6	15,405	9.6	218,394	5.1	38,678	4.2
4～6月	260,532	3.9	54,362	4.6	43,807	9.3	15,515	11.9	216,725	2.9	38,847	1.9
7～9月	265,316	1.9	55,016	2.5	45,616	9.6	14,562	3.5	219,701	0.5	40,455	2.1
10～12月	284,672	△ 1.3	60,351	1.9	55,861	5.3	17,801	1.4	228,811	△ 2.8	42,550	2.2
2025年1～3月	266,426	△ 0.1	55,814	3.2	52,524	8.6	15,350	△ 0.4	213,903	△ 2.1	40,464	4.6
2024年 3月	90,899	6.2	18,832	6.6	16,599	6.5	5,609	9.6	74,300	6.2	13,222	5.3
4月	85,193	2.3	17,554	2.7	13,611	4.7	4,870	8.3	71,582	1.9	12,684	0.7
5月	86,242	2.9	18,172	4.2	14,464	8.8	5,149	13.7	71,779	1.8	13,022	0.9
6月	89,097	6.5	18,636	6.7	15,733	14.2	5,495	13.5	73,364	4.9	13,141	4.1
7月	90,438	1.3	18,958	1.2	16,591	12.1	5,489	5.1	73,847	△ 0.8	13,469	△ 0.4
8月	91,038	3.1	18,664	4.5	14,738	10.6	4,434	3.4	76,300	1.7	14,231	4.9
9月	83,840	1.4	17,394	1.8	14,286	6.0	4,639	1.7	69,554	0.5	12,755	1.8
10月	84,329	△ 3.2	17,895	△ 0.6	15,273	1.1	4,912	△ 1.3	69,056	△ 4.1	12,982	△ 0.3
11月	87,891	△ 0.2	18,976	3.3	16,317	4.0	5,658	2.8	71,574	△ 1.2	13,318	3.6
12月	112,451	△ 0.7	23,480	2.8	24,271	9.0	7,230	2.2	88,180	△ 3.0	16,250	3.0
2025年 1月	92,916	2.6	19,159	4.9	19,200	20.6	5,273	4.4	73,716	△ 1.2	13,886	5.1
2月	83,971	△ 1.6	17,306	1.9	16,716	5.5	4,647	△ 2.0	67,254	△ 3.2	12,659	3.4
3月	89,540	△ 1.5	19,350	2.8	16,607	0.1	5,430	△ 3.2	72,933	△ 1.8	13,920	5.3
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■百貨店・スーパー販売額の前年同月比は全店ベースによる。

年月	専門量販店販売額											
	家電大型専門店				ドラッグストア				ホームセンター			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2021年度	151, 468	△ 2.9	46, 757	△ 4.9	282, 274	0.2	73, 922	2.2	138, 437	△ 1.4	33, 683	△ 4.3
2022年度	148, 484	△ 2.0	46, 685	△ 0.2	293, 364	3.9	78, 206	5.8	138, 186	△ 0.2	33, 395	△ 0.9
2023年度	150, 012	1.0	46, 294	△ 0.8	314, 671	7.3	85, 204	8.9	135, 188	△ 2.2	33, 484	0.3
2024年度	148, 410	△ 1.1	47, 917	3.5	329, 583	4.7	90, 421	6.1	133, 536	△ 1.2	34, 035	1.6
2024年1～3月	39, 933	3.5	11, 927	△ 0.3	78, 778	8.0	21, 087	9.1	25, 278	△ 3.5	7, 470	1.0
4～6月	35, 400	13.0	11, 109	4.9	79, 431	5.1	21, 958	6.8	39, 138	0.7	8, 981	2.1
7～9月	36, 154	△10.3	12, 201	1.8	84, 343	3.6	22, 908	5.2	34, 246	0.4	8, 566	2.7
10～12月	36, 340	△ 5.5	12, 051	2.2	84, 424	7.1	23, 247	6.7	35, 671	△ 3.4	8, 972	1.0
2025年1～3月	40, 516	1.5	12, 556	5.3	81, 385	3.3	22, 309	5.8	24, 481	△ 3.2	7, 517	0.6
2024年 3月	16, 028	10.7	4, 563	6.3	25, 233	11.4	7, 313	8.9	9, 334	△ 5.5	2, 747	2.5
4月	12, 211	15.4	3, 540	3.5	26, 689	5.6	7, 149	6.1	12, 746	2.3	3, 022	0.9
5月	11, 275	10.8	3, 532	0.6	25, 599	4.3	7, 315	6.7	13, 911	△ 3.3	3, 070	1.0
6月	11, 914	12.8	4, 037	10.3	27, 143	5.2	7, 493	7.5	12, 481	3.8	2, 888	4.6
7月	12, 549	△ 7.5	4, 540	1.6	27, 849	4.2	7, 793	4.5	12, 280	△ 2.4	2, 977	△ 1.5
8月	12, 092	△12.6	3, 891	3.6	28, 514	3.2	7, 830	7.4	11, 728	3.3	2, 984	7.9
9月	11, 513	△10.7	3, 771	0.2	27, 980	3.4	7, 285	3.8	10, 238	0.7	2, 605	2.2
10月	10, 240	△13.8	3, 315	△ 2.4	26, 561	2.2	7, 415	4.3	10, 945	△ 6.5	2, 709	△ 3.3
11月	11, 703	△ 1.6	3, 831	3.3	27, 156	5.0	7, 371	6.2	11, 529	△ 1.5	2, 834	2.8
12月	14, 397	△ 2.0	4, 905	4.8	30, 707	13.6	8, 461	9.3	13, 197	△ 2.3	3, 428	3.2
2025年 1月	13, 367	6.3	4, 138	5.0	27, 673	0.3	7, 396	6.3	8, 161	△ 4.4	2, 458	0.6
2月	11, 050	△ 2.5	3, 616	5.6	26, 176	0.9	7, 047	3.4	7, 138	△ 3.7	2, 286	0.3
3月	16, 099	0.4	4, 802	5.3	27, 536	9.1	7, 866	7.6	9, 182	△ 1.6	2, 773	0.9
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

年月	コンビニエンスストア販売額				消費支出（二人以上の世帯）				来道者数		外国人入国者数	
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		北海道	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	円	前年同月比(%)	円	前年同月比(%)	千人	前年同月比(%)	千人	前年同月比(%)
2021年度	573, 792	2.0	118, 043	2.4	263, 733	△ 0.3	280, 935	1.7	6, 376	38.6	0	△57.1
2022年度	605, 785	5.6	123, 530	4.6	284, 288	7.8	293, 671	4.5	11, 361	78.2	458	7640366.7
2023年度	640, 790	5.8	128, 025	3.6	277, 059	△ 2.5	294, 116	0.2	13, 617	19.8	1, 465	219.6
2024年度	645, 375	0.7	129, 770	1.4	280, 904	1.4	304, 178	3.4	14, 348	5.4	p 1, 975	34.8
2024年1～3月	149, 709	3.1	30, 456	2.4	274, 484	△ 3.3	296, 016	0.2	3, 067	9.9	506	55.9
4～6月	156, 757	1.2	31, 866	1.0	275, 995	3.3	294, 839	2.2	3, 256	△ 0.5	322	52.1
7～9月	171, 036	△ 2.6	33, 630	0.7	261, 732	△ 1.5	292, 127	2.2	4, 107	2.2	471	25.0
10～12月	163, 761	2.0	32, 935	1.0	296, 951	△ 1.3	317, 990	3.9	3, 590	10.2	512	38.0
2025年1～3月	153, 821	2.7	31, 339	2.9	288, 936	5.3	311, 755	5.3	3, 394	10.7	p 670	32.5
2024年 3月	51, 088	0.8	10, 602	0.4	285, 535	△ 5.7	318, 713	1.9	1, 087	2.6	129	56.0
4月	50, 348	1.1	10, 423	0.3	296, 325	4.2	313, 300	3.4	941	0.3	91	56.0
5月	52, 746	0.8	10, 773	1.3	267, 933	8.2	290, 328	1.4	1, 110	△ 2.1	102	61.7
6月	53, 663	1.8	10, 670	1.6	263, 726	△ 2.2	280, 888	1.9	1, 206	0.4	129	42.9
7月	58, 134	△ 2.4	11, 482	0.7	275, 142	3.7	290, 931	3.3	1, 295	0.1	177	20.2
8月	58, 864	△ 4.2	11, 466	0.7	237, 880	△ 8.8	297, 487	1.5	1, 483	1.9	165	21.8
9月	54, 038	△ 1.1	10, 682	0.6	272, 175	0.6	287, 963	1.8	1, 330	4.7	129	37.2
10月	54, 812	1.2	11, 030	2.0	262, 668	△16.1	305, 819	1.3	1, 293	8.9	134	32.0
11月	51, 824	2.0	10, 534	1.9	264, 660	△ 4.2	295, 518	3.0	1, 140	13.5	133	36.6
12月	57, 125	2.6	11, 372	△ 0.9	363, 526	16.0	352, 633	7.0	1, 157	8.4	245	42.4
2025年 1月	51, 986	3.7	10, 496	4.1	284, 379	2.9	305, 521	5.5	1, 108	17.5	275	42.8
2月	49, 000	1.0	9, 802	0.3	298, 944	14.3	290, 511	3.8	1, 082	4.3	r 231	25.2
3月	52, 835	3.4	11, 041	4.1	283, 484	△ 0.7	339, 232	6.4	1, 204	10.8	p 164	27.6
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省、北海道				(公社)北海道観光機構		法務省	

■コンビニエンスストア販売額の前年同月比は全店ベースによる。

■年度及び四半期の数値は月平均値。

■「p」は速報値、「r」は修正値。

年月	乗用車新車登録台数									
	北海道								全国	
	合計		普通車		小型車		軽乗用車		普･小･軽･計	
	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)
2021年度	139, 868	△ 9. 4	52, 310	△ 1. 2	41, 815	△15. 8	45, 743	△11. 6	3, 467, 561	△10. 1
2022年度	151, 633	8. 4	60, 138	15. 0	43, 625	4. 3	47, 870	4. 6	3, 613, 705	4. 2
2023年度	156, 501	3. 2	66, 120	9. 9	40, 954	△ 6. 1	49, 427	3. 3	3, 806, 718	5. 3
2024年度	153, 913	△ 1. 7	68, 211	3. 2	38, 328	△ 6. 4	47, 374	△ 4. 2	3, 860, 782	1. 4
2024年１～３月	38, 726	△17. 2	17, 888	△13. 5	8, 750	△28. 9	12, 088	△12. 5	968, 085	△16. 1
４～６月	39, 153	△ 5. 7	17, 634	△ 0. 8	10, 778	△ 9. 0	10, 741	△ 9. 8	831, 992	△ 6. 9
７～９月	38, 256	△ 0. 7	16, 142	5. 2	9, 878	△ 7. 7	12, 236	△ 2. 0	976, 385	1. 2
10～12月	35, 281	△ 6. 5	15, 923	5. 3	8, 169	△15. 4	11, 189	△13. 6	948, 738	△ 3. 2
2025年１～３月	41, 223	6. 4	18, 512	3. 5	9, 503	8. 6	13, 208	9. 3	1, 103, 667	14. 0
2024年　３月	18, 073	△17. 8	9, 073	△ 6. 7	3, 626	△41. 9	5, 374	△10. 5	384, 161	△19. 6
４月	13, 120	△11. 1	6, 655	△ 0. 8	3, 183	△24. 1	3, 282	△15. 0	258, 761	△10. 6
５月	11, 401	△ 5. 0	4, 937	5. 0	2, 999	△ 9. 6	3, 465	△13. 0	261, 327	△ 3. 9
６月	14, 632	△ 0. 9	6, 042	△ 5. 0	4, 596	6. 1	3, 994	△ 1. 9	311, 904	△ 6. 1
７月	13, 883	9. 0	6, 061	9. 5	3, 688	7. 5	4, 134	9. 6	338, 704	5. 5
８月	10, 639	△ 6. 4	4, 274	1. 6	2, 932	△11. 2	3, 433	△10. 9	271, 469	△ 3. 2
９月	13, 734	△ 4. 8	5, 807	3. 6	3, 258	△17. 8	4, 669	△ 3. 9	366, 212	0. 8
10月	13, 311	△ 1. 1	5, 743	6. 0	3, 421	△ 3. 1	4, 147	△ 8. 2	337, 677	1. 0
11月	12, 428	△ 8. 3	5, 641	9. 0	2, 789	△22. 2	3, 998	△16. 4	330, 611	△ 3. 9
12月	9, 542	△10. 9	4, 539	0. 3	1, 959	△23. 0	3, 044	△16. 5	280, 450	△ 7. 0
2025年　１月	10, 723	5. 0	4, 633	6. 8	2, 522	△ 3. 3	3, 568	9. 2	328, 208	15. 0
２月	11, 872	13. 7	5, 230	16. 8	2, 764	9. 9	3, 878	12. 5	354, 579	18. 8
３月	18, 628	3. 1	8, 649	△ 4. 7	4, 217	16. 3	5, 762	7. 2	420, 880	9. 6
資料	㈳日本自動車販売協会連合会、㈳全国軽自動車協会連合会									

年月	新設住宅着工戸数				民間非居住用建築物着工床面積				機械受注実績	
	北海道		全国		北海道		全国		全国	
	戸	前年同月比(%)	百戸	前年同月比(%)	千㎡	前年同月比(%)	千㎡	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2021年度	32, 091	1. 0	8, 659	6. 6	1, 732	△ 6. 5	43, 738	9. 3	103, 732	9. 3
2022年度	29, 576	△ 7. 8	8, 608	△ 0. 6	1, 384	△20. 1	43, 279	△ 1. 0	107, 937	4. 1
2023年度	r28, 469	△ 3. 7	r8, 002	△ 7. 0	1, 267	△ 8. 5	38, 831	△10. 3	102, 968	△ 4. 6
2024年度	r30, 234	6. 2	r8, 160	2. 0	1, 424	12. 4	34, 728	△10. 6	106, 734	3. 7
2024年１～３月	r 4, 481	△ 5. 6	r1, 823	△ 9. 6	113	△54. 5	8, 715	△ 6. 8	28, 465	△ 2. 0
４～６月	r 8, 757	△ 3. 7	r2, 088	0. 5	444	△ 2. 1	9, 265	△ 8. 9	25, 732	2. 7
７～９月	r 7, 590	△ 1. 2	r2, 034	△ 2. 0	343	△28. 3	8, 704	△10. 3	25, 235	△ 0. 4
10～12月	r 7, 518	4. 2	r1, 977	△ 2. 4	267	20. 2	8, 387	△18. 2	25, 699	6. 6
2025年１～３月	r 6, 369	42. 1	r2, 061	13. 1	370	228. 5	8, 372	△ 3. 9	30, 068	5. 6
2024年　３月	r 2, 272	△ 8. 8	r 643	△12. 7	66	△35. 2	2, 882	13. 5	14, 175	2. 7
４月	r 3, 438	10. 9	r 766	13. 9	205	△ 5. 5	3, 555	△18. 2	8, 803	0. 7
５月	r 2, 602	7. 3	r 659	△ 5. 2	115	△ 4. 0	2, 627	△ 8. 5	7, 783	10. 8
６月	r 2, 717	△23. 8	r 663	△ 6. 7	123	6. 1	3, 083	4. 6	9, 147	△ 1. 7
７月	r 2, 951	8. 3	r 680	△ 0. 2	161	145. 3	2, 866	△10. 3	8, 183	8. 7
８月	r 2, 293	△14. 0	r 668	△ 5. 1	113	△32. 9	2, 711	△17. 3	7, 179	△ 3. 4
９月	r 2, 346	2. 4	r 686	△ 0. 6	69	△71. 7	3, 127	△ 3. 1	9, 872	△ 4. 8
10月	r 2, 562	△17. 1	r 697	△ 2. 9	123	32. 9	3, 006	△26. 8	8, 000	5. 6
11月	r 2, 859	32. 5	r 651	△ 1. 8	66	△ 5. 9	2, 816	△ 4. 7	8, 145	10. 3
12月	r 2, 097	6. 6	r 630	△ 2. 5	78	31. 1	2, 566	△19. 4	9, 553	4. 3
2025年　１月	r 1, 007	16. 8	r 561	△ 4. 6	35	124. 2	2, 247	△26. 1	6, 917	4. 4
２月	r 1, 399	3. 9	r 606	2. 4	26	△16. 3	2, 943	5. 4	7, 782	1. 5
３月	3, 963	74. 4	894	39. 1	309	371. 2	3, 182	10. 4	15, 369	8. 4
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■「r」は修正値。

■船舶・電力を除く民需（原系列）。

年月	公共工事請負金額				有効求人倍率（常用）		新規求人数（常用）				完全失業率	
	北海道		全国		北海道	全国	北海道		全国		北海道	全国
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	倍 原数値		人	前年同月比(%)	人	前年同月比(%)	% 原数値	
2021年度	**962,717**	△ 2.0	**140,503**	△ 8.6	**0.98**	1.05	**29,623**	6.7	**718,719**	9.1	**3.1**	2.8
2022年度	**906,498**	△ 5.8	**139,937**	△ 0.4	**1.09**	1.19	**32,248**	8.9	**784,749**	9.2	**3.0**	2.6
2023年度	**1,008,093**	11.2	**147,405**	5.3	**1.00**	1.17	**29,467**	△ 8.6	**767,072**	△ 2.2	**2.8**	2.6
2024年度	**1,091,120**	8.2	**152,054**	3.2	**0.94**	1.14	**27,627**	△ 6.2	**747,270**	△ 2.6	**―**	2.5
2024年1～3月	**137,347**	1.9	**30,894**	5.2	**1.00**	1.19	**29,739**	△ 6.5	**780,770**	△ 4.3	**2.4**	2.5
4～6月	**649,515**	10.6	**57,423**	8.8	**0.89**	1.06	**27,797**	△ 7.1	**741,055**	△ 3.6	**3.0**	2.7
7～9月	**227,469**	5.7	**38,765**	2.2	**0.94**	1.12	**27,630**	△ 6.1	**742,353**	△ 3.0	**2.6**	2.6
10～12月	**78,987**	15.9	**26,072**	1.2	**0.99**	1.19	**26,925**	△ 6.4	**746,999**	△ 0.9	**2.6**	2.3
2025年1～3月	**135,148**	△ 1.6	**29,795**	△ 3.6	**0.96**	1.19	**28,155**	△ 5.3	**758,674**	△ 2.8	**―**	2.4
2024年 3月	**110,023**	△ 7.6	**16,243**	6.2	**0.99**	1.17	**30,060**	△ 7.7	**753,828**	△ 6.4	**2.4**	2.7
4月	**281,773**	14.0	**24,324**	18.8	**0.91**	1.08	**29,602**	△ 3.4	**748,699**	△ 1.7	**↑**	2.8
5月	**208,449**	25.8	**15,901**	12.3	**0.89**	1.05	**27,758**	△ 1.7	**754,659**	△ 0.0	**3.0**	2.8
6月	**159,292**	△ 8.7	**17,197**	△ 5.3	**0.88**	1.06	**26,032**	△15.8	**719,807**	△ 8.8	**↓**	2.6
7月	**116,498**	16.3	**15,307**	10.9	**0.93**	1.11	**29,682**	△ 1.6	**765,194**	1.7	**↑**	2.7
8月	**62,509**	1.5	**10,706**	△ 3.9	**0.94**	1.13	**26,466**	△ 6.7	**725,413**	△ 4.9	**2.6**	2.5
9月	**48,460**	△ 9.4	**12,752**	△ 1.9	**0.97**	1.14	**26,743**	△10.2	**736,451**	△ 5.6	**↓**	2.5
10月	**36,653**	△ 5.8	**11,288**	3.2	**0.97**	1.16	**30,292**	△ 5.1	**828,506**	1.8	**↑**	2.4
11月	**24,592**	21.9	**7,999**	4.6	**0.99**	1.18	**25,764**	△ 7.3	**720,812**	△ 1.8	**2.6**	2.4
12月	**17,741**	95.1	**6,785**	△ 5.7	**1.01**	1.22	**24,720**	△ 7.1	**691,679**	△ 3.1	**↓**	2.2
2025年 1月	**8,544**	7.8	**5,662**	△ 1.3	**0.95**	1.20	**27,703**	△ 5.2	**794,348**	0.0	**―**	2.3
2月	**19,377**	△ 0.1	**6,914**	△22.5	**0.96**	1.19	**27,426**	△ 8.4	**751,778**	△ 5.4	**―**	2.4
3月	**107,227**	△ 2.5	**17,220**	6.0	**0.97**	1.16	**29,336**	△ 2.4	**729,895**	△ 3.2	**―**	2.6
資料	北海道建設業信用保証㈱ほか２社				厚生労働省 北海道労働局		厚生労働省 北海道労働局				総務省	

■年度及び四半期の数値は月平均値。　■年度及び四半期の数値は、月平均値。　■年度の数値は四半期の平均値。

年月	消費者物価指数（生鮮食品除く総合）				企業倒産件数（負債総額1,000万円以上）				円相場（東京市場）	日経平均株価
	北海道		全国		北海道		全国			
	2020年＝100	前年同月比(%)	2020年＝100	前年同月比(%)	件	前年同月比(%)	件	前年同月比(%)	円／ドル	円 月(期)末
2021年度	**100.2**	0.5	**99.9**	0.1	**144**	△13.3	**5,980**	△16.5	112.36	27,821
2022年度	**103.9**	3.6	**103.0**	3.0	**214**	48.6	**6,880**	15.1	135.40	28,041
2023年度	**107.2**	3.2	**105.9**	2.8	**269**	25.7	**9,053**	31.6	144.55	40,369
2024年度	**110.5**	3.1	**108.7**	2.7	**271**	0.7	**10,144**	12.1	152.48	35,618
2024年1～3月	**107.9**	3.0	**106.6**	2.5	**65**	0.0	**2,319**	18.6	148.54	40,369
4～6月	**108.9**	2.8	**107.5**	2.5	**75**	27.1	**2,612**	25.2	155.79	39,583
7～9月	**110.4**	2.9	**108.4**	2.7	**75**	17.2	**2,483**	10.9	149.22	37,920
10～12月	**111.1**	3.0	**109.2**	2.6	**65**	△19.8	**2,592**	7.6	152.36	39,895
2025年1～3月	**111.7**	3.5	**109.9**	3.1	**56**	△13.8	**2,457**	6.0	152.54	35,618
2024年 3月	**108.1**	3.2	**106.8**	2.6	**28**	△15.2	**906**	12.0	149.63	40,369
4月	**108.6**	2.8	**107.1**	2.2	**20**	17.6	**783**	28.4	153.43	38,406
5月	**108.7**	2.9	**107.5**	2.5	**30**	50.0	**1,009**	42.9	156.13	38,488
6月	**109.3**	2.8	**107.8**	2.6	**25**	13.6	**820**	6.5	157.82	39,583
7月	**110.1**	3.1	**108.3**	2.7	**34**	41.7	**953**	25.7	158.06	39,102
8月	**110.6**	3.0	**108.7**	2.8	**20**	△20.0	**723**	△ 4.9	146.23	38,648
9月	**110.4**	2.7	**108.2**	2.4	**21**	40.0	**807**	12.1	143.38	37,920
10月	**110.9**	2.6	**108.8**	2.3	**29**	3.6	**909**	14.6	149.63	39,081
11月	**111.1**	3.0	**109.2**	2.7	**17**	△15.0	**841**	4.2	153.72	38,208
12月	**111.4**	3.4	**109.6**	3.0	**19**	△42.4	**842**	4.0	153.72	39,895
2025年 1月	**111.7**	3.7	**109.8**	3.2	**17**	△10.5	**840**	19.8	156.49	39,572
2月	**111.4**	3.2	**109.7**	3.0	**22**	22.2	**764**	7.3	151.96	37,156
3月	**111.9**	3.5	**110.2**	3.2	**17**	△39.3	**853**	△ 5.8	149.18	35,618
資料	総務省				㈱東京商工リサーチ				日本銀行	日本経済新聞社

■年度及び四半期の数値は、月平均値。　■円相場は対米ドル、インターバンク中心相場の月中平均値。

年月	通関実績							
	輸出				輸入			
	北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）	百万円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）
2021年度	336,702	52.9	858,737	23.6	1,334,035	58.1	915,432	33.7
2022年度	422,975	25.6	992,230	15.5	1,937,370	45.2	1,213,090	32.5
2023年度	379,635	△10.2	1,029,024	3.7	1,793,024	△ 7.5	1,090,454	△10.1
2024年度	442,921	16.7	1,089,394	5.9	p1,731,380	△ 3.4	p1,141,507	4.7
2024年1～3月	100,935	31.2	250,565	8.8	446,878	△10.7	269,131	△ 4.8
4～6月	104,603	8.1	264,662	8.8	434,839	△ 6.0	279,747	7.0
7～9月	96,827	13.6	270,810	4.5	300,177	△21.0	287,269	6.8
10～12月	133,317	37.8	284,843	3.2	487,507	△ 3.2	289,445	△ 0.5
2025年1～3月	108,175	7.2	269,079	7.4	p 508,857	13.9	p 285,047	5.9
2024年 3月	31,937	6.8	94,749	7.4	158,781	0.7	91,250	△ 4.7
4月	34,383	0.9	89,796	8.3	147,463	11.8	94,843	8.4
5月	24,230	△14.9	82,777	13.5	153,785	△ 9.4	95,029	9.5
6月	45,990	34.5	92,089	5.4	133,591	△17.1	89,875	3.2
7月	32,819	2.2	96,116	10.2	102,870	△ 2.5	102,399	16.5
8月	29,339	16.7	84,325	5.5	99,648	△20.4	91,439	2.2
9月	34,670	23.9	90,369	△ 1.8	97,659	△34.5	93,430	1.9
10月	45,104	31.2	94,256	3.1	148,241	△ 2.4	98,979	0.5
11月	40,675	30.8	91,520	3.8	129,074	△26.1	92,676	△ 3.8
12月	47,538	52.0	99,067	2.7	210,192	18.7	97,790	1.8
2025年 1月	31,624	23.8	78,652	7.3	209,644	29.0	106,069	16.3
2月	38,792	△10.7	91,901	11.4	r 150,165	19.6	r 86,046	△ 0.7
3月	37,759	18.2	98,526	4.0	p 149,047	△ 6.1	p 92,932	1.8
資料	財務省、函館税関							

■「p」は速報値、「r」は確報値。

年月	預貸金（国内銀行）							
	預金				貸出			
	北海道		全国		北海道		全国	
	億円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）	億円	前年同月比（%）
2021年度	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
2022年度	200,220	2.0	9,571,243	3.6	114,290	1.1	5,703,065	4.0
2023年度	203,646	1.7	9,874,290	3.2	113,510	△ 0.7	5,960,061	4.5
2024年度	206,998	1.6	9,996,568	1.2	114,784	1.1	6,162,027	3.4
2024年1～3月	203,646	1.7	9,874,290	3.2	113,510	△ 0.7	5,960,061	4.5
4～6月	204,593	2.5	9,880,299	2.7	113,476	0.2	6,004,258	4.7
7～9月	201,032	1.4	9,801,551	2.2	113,584	0.7	5,995,302	3.4
10～12月	203,619	2.0	9,869,470	2.2	115,899	1.5	6,124,681	4.2
2025年1～3月	206,998	1.6	9,996,568	1.2	114,784	1.1	6,162,027	3.4
2024年 3月	203,646	1.7	9,874,290	3.2	113,510	△ 0.7	5,960,061	4.5
4月	202,486	1.5	9,934,284	3.0	112,738	△ 0.7	5,962,890	4.4
5月	202,382	1.9	9,906,369	2.4	112,974	△ 0.3	5,971,657	4.5
6月	204,593	2.5	9,880,299	2.7	113,476	0.2	6,004,258	4.7
7月	201,921	2.2	9,873,441	2.4	113,831	0.2	6,007,534	4.5
8月	202,908	2.4	9,856,578	2.1	114,517	0.8	5,994,010	4.0
9月	201,032	1.4	9,801,551	2.2	113,584	0.7	5,995,302	3.4
10月	201,125	1.5	9,820,536	1.9	114,402	1.2	6,007,134	3.6
11月	203,496	2.4	9,886,436	1.6	115,500	1.8	6,058,614	3.8
12月	203,619	2.0	9,869,470	2.2	115,899	1.5	6,124,681	4.2
2025年 1月	201,254	1.3	9,901,711	2.1	115,737	1.4	6,141,106	4.3
2月	201,494	1.2	9,883,214	1.6	115,753	1.5	6,139,803	4.0
3月	206,998	1.6	9,996,568	1.2	114,784	1.1	6,162,027	3.4
資料	日本銀行							

来場のご案内

※出展企業は確定次第
フェア専用のHPにて公開します。

北洋銀行

ものづくりサステナフェア

挑戦あふれる大地 北海道

2025

2025.7/23（水）

10:00〜17:00

アクセスサッポロ 札幌市白石区流通センター4丁目

規模	出展予定／約150社･団体 来場予定／約4,200人	前　年 開催実績	●日時／2024年7月24日（水）　●場所／アクセスサッポロ ●出展者数／153社･団体　●来場者数／約4,200人

主　　催：北洋銀行
後援（予定）：経済産業省北海道経済産業局、環境省北海道地方環境事務所、北海道、札幌市、北海道経済連合会、一般社団法人北海道商工会議所連合会、独立行政法人中小企業基盤整備機構 北海道本部、一般社団法人北海道機械工業会、公益財団法人北海道科学技術総合振興センター、一般社団法人北海道新産業創造機構
協力（予定）：地方独立行政法人北海道立総合研究機構、公益財団法人北海道中小企業総合支援センター、国立研究開発法人産業技術総合研究所北海道センター、国立研究開発法人土木研究所 寒地土木研究所、北海道信用保証協会、一般社団法人北海道発明協会、日本弁理士会北海道会、一般社団法人北海道IT推進協会、公益財団法人大田区産業振興協会、公益財団法人静岡県産業振興財団、STARTUP HOKKAIDO実行委員会、北海道航空宇宙ビジネスネットワーク、北海道大学、北海道国立大学機構（オープンイノベーションセンター）、室蘭工業大学、札幌医科大学、札幌市立大学、公立千歳科学技術大学、北海道科学大学、北海学園大学、函館工業高等専門学校、苫小牧工業高等専門学校、釧路工業高等専門学校、旭川工業高等専門学校
特別協力（予定）：北海道信用金庫、室蘭信用金庫、空知信用金庫、苫小牧信用金庫、北門信用金庫、伊達信用金庫、北空知信用金庫、日高信用金庫、渡島信用金庫、道南うみ街信用金庫、留萌信用金庫、北星信用金庫、帯広信用金庫、釧路信用金庫、大地みらい信用金庫、北見信用金庫、網走信用金庫、遠軽信用金庫、北央信用組合、札幌中央信用組合、函館商工信用組合、空知商工信用組合、十勝信用組合、釧路信用組合

北洋銀行
www.hokuyobank.co.jp

ものづくり産業の関係者が一堂に会する
北海道随一の展示型商談会！

北洋銀行
www.hokuyobank.co.jp

ほくよう調査レポート 2025.6月号（No.343）
令和7年（2025年）5月発行
発　　行　　株式会社 北洋銀行
企画・制作　株式会社 北海道二十一世紀総合研究所　調査部
電話（011）231-8681
ほくよう調査レポートは、北洋銀行ホームページでもご覧いただけます。
https://www.hokuyobank.co.jp/company/report/

＜本誌は、情報の提供のみを目的としています。投資などの
最終判断は、ご自身でなされるようお願いいたします。＞