

2026年 道内企業の年間業況見通し

2026年1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

道内に本支店のある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年の業況実績(見込)と2026年の業況見通し

■回答期間

2025年11月中旬～12月中旬

■本文中の略称

(A) 増加(好転)企業

前年に比べ良いとみる企業

(B) 不変企業

前年に比べ変わらないとみる企業

(C) 減少(悪化)企業

前年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	359	100.0%	
札幌市	128	35.7	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 渡島・檜山の各地域 上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部 釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域
道 央	78	21.7	
道 南	31	8.6	
道 北	59	16.4	
道 東	63	17.5	

■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	359	51.3 %
製 造 業	194	104	53.6
食 料 品	69	31	44.9
木 材 ・ 木 製 品	29	16	55.2
鉄鋼・金属製品・機械	58	34	58.6
そ の 他 製 造 業	38	23	60.5
非 製 造 業	506	255	50.4
建 設 業	145	86	59.3
卸 売 業	98	57	58.2
小 売 業	97	36	37.1
運 輸 業	52	24	46.2
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	16	47.1
そ の 他 の 非 製 造 業	80	36	45.0

2026年 道内企業の年間業況見通し

業況見通しに慎重な姿勢

< 要 約 >

1. 2026年 業況見通し

全産業の売上 DI(2、前年比+2 ポイント)はプラス圏に上昇、利益 DI(▲9、同+3 ポイント)は若干持ち直すものの、引き続きマイナス水準となる見通し。

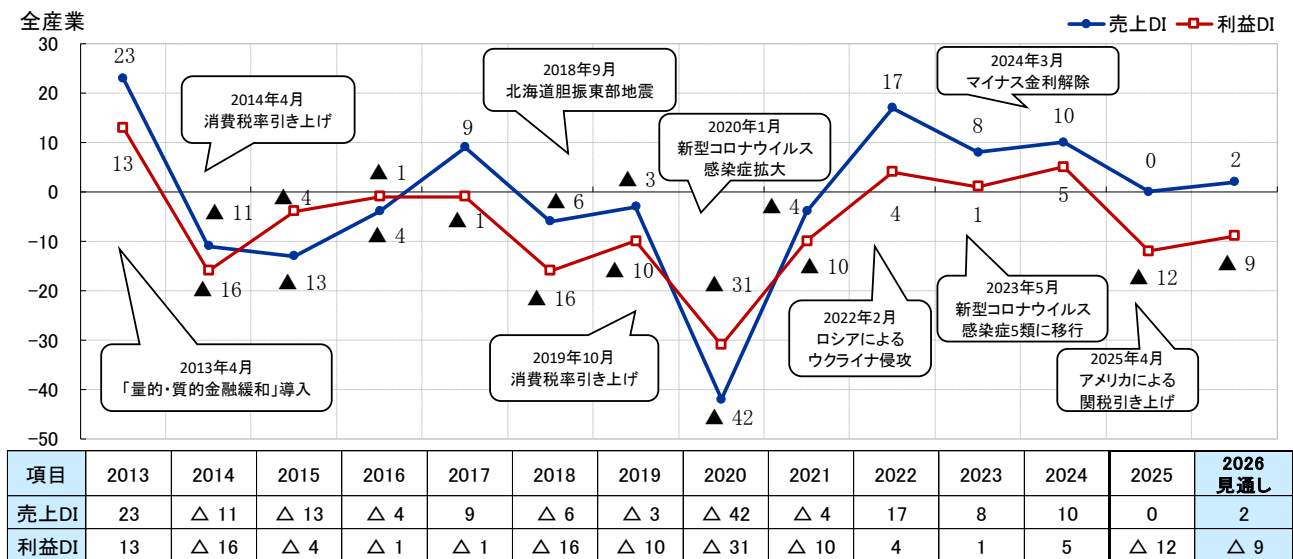
業種別では、売上 DI・利益 DI ともにプラスは鉄鋼・金属製品・機械製造業、運輸業、ともにマイナスは食料品製造業、建設業、卸売業、小売業となった。木材・木製品製造業は4年ぶりに売上 DI がプラス転換も利益 DI は4年連続のマイナス、ホテル・旅館業の利益 DI は5年ぶりにマイナスの見通し。

全産業の道内景気 DI(▲14、同+3 ポイント)は「悪化」が「好転」を上回り、慎重な見方が続いている。

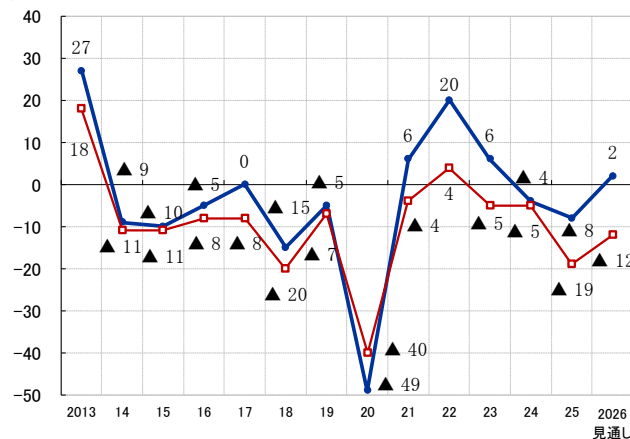
2. 先行きの懸念材料

「物価の動向」(63%、前年比▲4 ポイント)、「原油価格の動向」(56%、同+1 ポイント)、「雇用の動向」(46%、同▲1 ポイント)、「個人消費の動向」(46%、同+5 ポイント)などとなった。

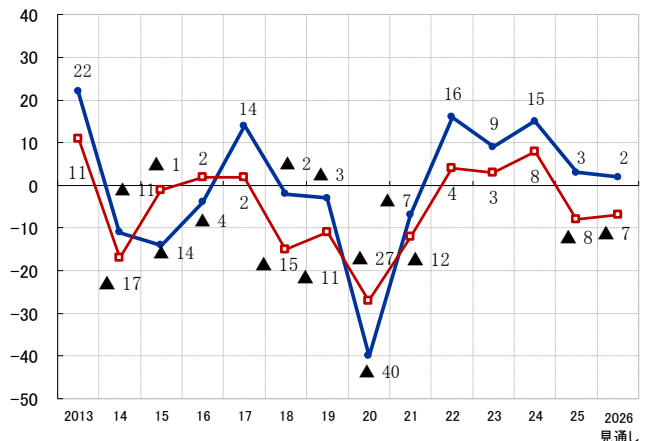
<図表1> 道内企業の年間業況の推移



製造業



非製造業

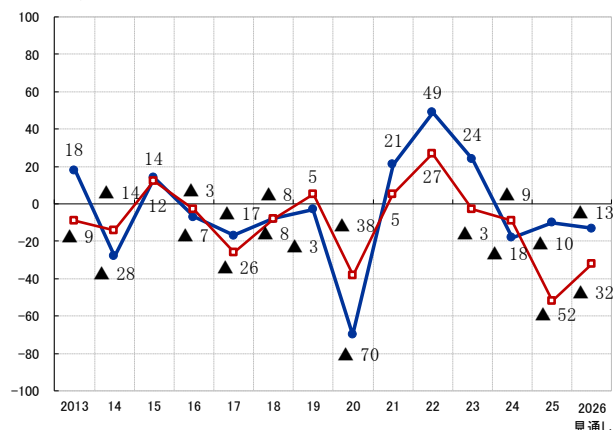


<図表2>業種別の要点(2026年見通し)

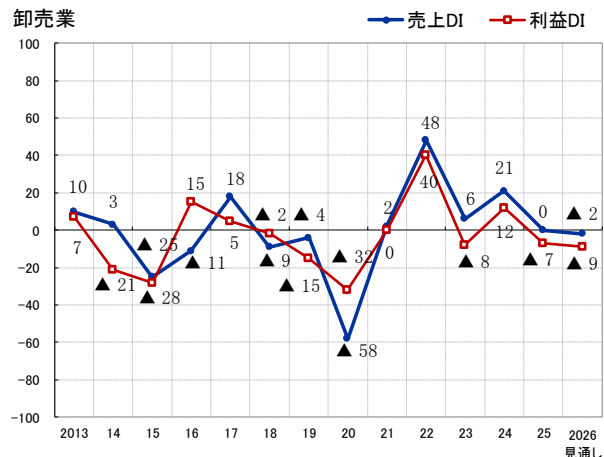
	要 点 (2026年見通し)		2022年	2023年	2024年	2025年		2026年
			実績	実績	実績	実績	年初見通し	見通し
全 産 業	売上DI・利益DIともに若干持ち直す見通しながら、利益はマイナス水準が続く。	売上DI	17	8	10	0	2	2
		利益DI	4	1	5	△ 12	△ 6	△ 9
製 造 業	売上DIはプラス転換、利益DIは4年連続でマイナス。	売上DI	20	6	△ 4	△ 8	5	2
		利益DI	4	△ 5	△ 5	△ 19	0	△ 12
食 料 品	売上DI・利益DIともにマイナスが続く。製菓は堅調、水産はマイナス幅拡大。	売上DI	49	24	△ 18	△ 10	12	△ 13
		利益DI	27	△ 3	△ 9	△ 52	△ 9	△ 32
木 材・木 製 品	売上DIは木製品・製材ともに大幅改善し、4年ぶりにプラス転換。	売上DI	23	△ 32	△ 38	△ 31	△ 8	6
		利益DI	18	△ 19	△ 27	△ 31	△ 20	△ 23
鉄 鋼・金 属 製 品・機 械	金属製品は売上DI・利益DIともにプラス、機械はともにマイナス。	売上DI	0	9	15	△ 9	3	9
		利益DI	△ 18	△ 6	5	△ 15	8	3
非 製 造 業	売上DIは2年連続で低下、利益DIはマイナス続く。	売上DI	16	9	15	3	0	2
		利益DI	4	3	8	△ 8	△ 8	△ 7
建 設 業	公共工事は売上DI・利益DIともにマイナスが続く。民間工事は売上DI、利益DIともプラス転換。	売上DI	△ 30	0	△ 7	△ 11	△ 19	△ 1
		利益DI	△ 42	△ 16	△ 13	△ 20	△ 28	△ 13
卸 売 業	食品卸は利益DI、機械卸は売上DIがマイナス転落、資材卸はマイナス続く。	売上DI	48	6	21	0	△ 7	△ 2
		利益DI	40	△ 8	12	△ 7	△ 10	△ 9
小 売 業	燃料店は売上DI、利益DIともに低下。自動車店はプラス転換、食品小売は堅調続く。	売上DI	11	11	2	△ 3	12	△ 6
		利益DI	△ 11	14	7	△ 3	14	△ 3
運 輸 業	利益DIは旅客で大幅上昇し、2年ぶりにプラス転換。	売上DI	39	4	32	9	24	4
		利益DI	14	26	15	△ 9	15	4
ホテル・旅館業	売上DIは低下したもののプラス圏維持。利益DIは都市ホテルで大幅低下。	売上DI	100	93	47	47	24	13
		利益DI	100	87	19	0	△ 6	△ 7

＜図表３＞道内企業の年間業況の推移（業種別）

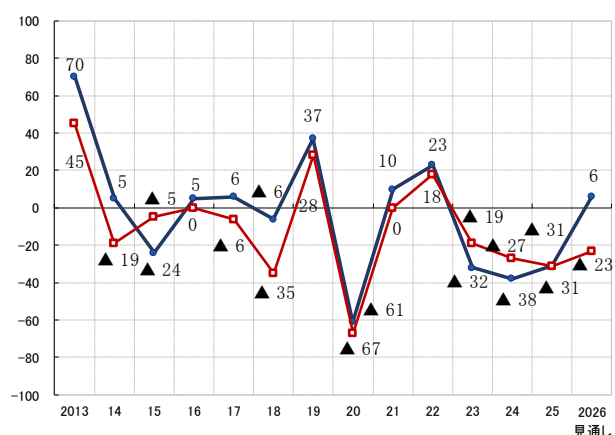
食料品製造業



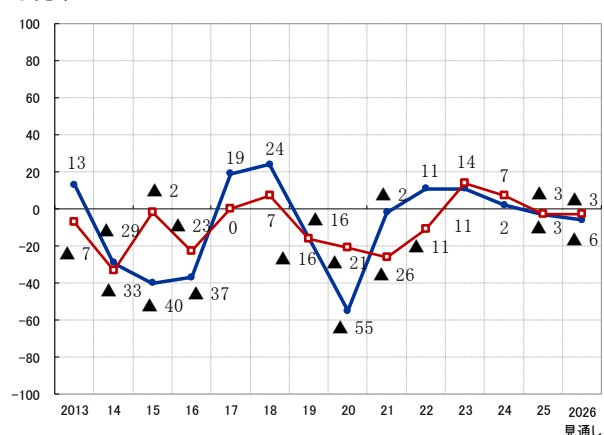
卸売業



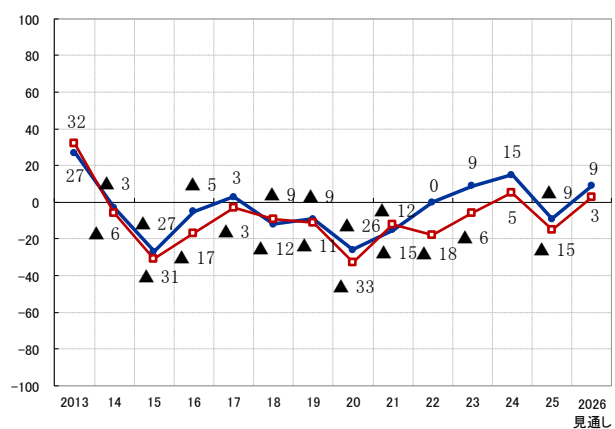
木材・木製品製造業



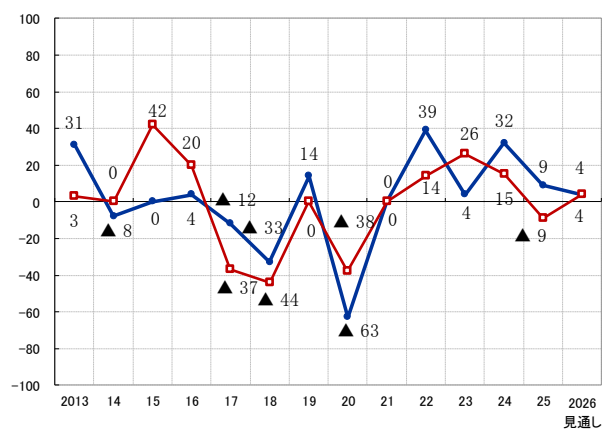
小売業



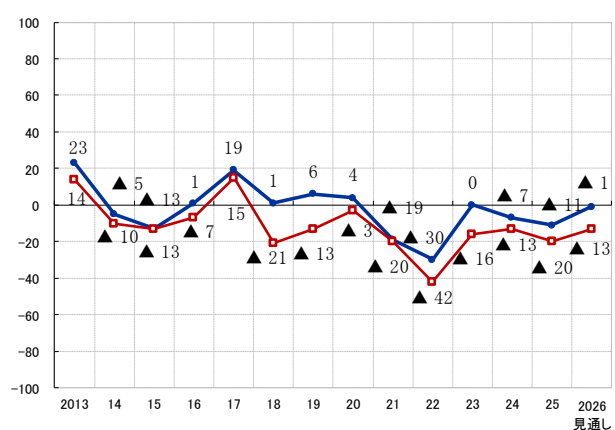
鉄鋼・金属製品・機械



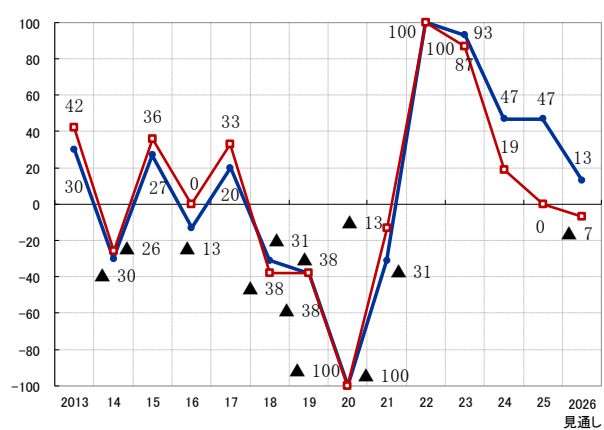
運輸業



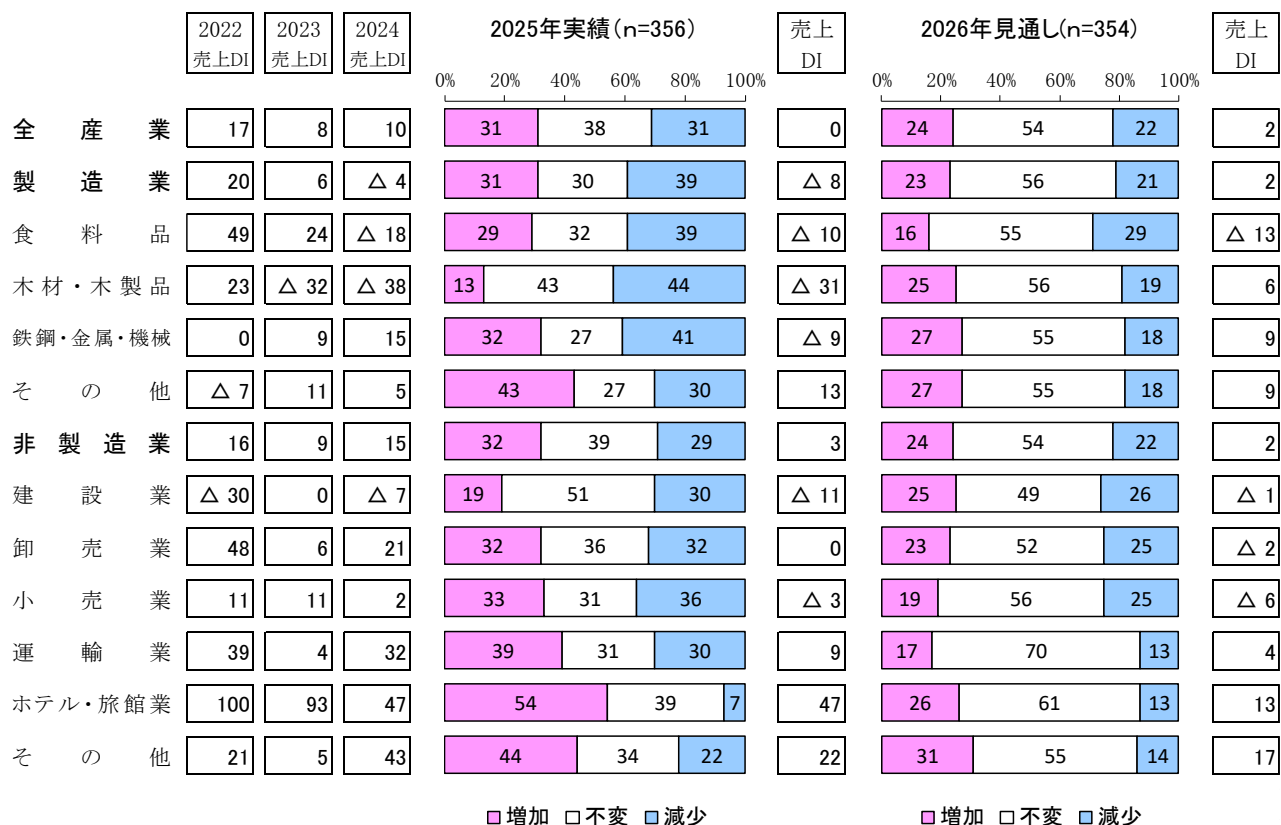
建設業



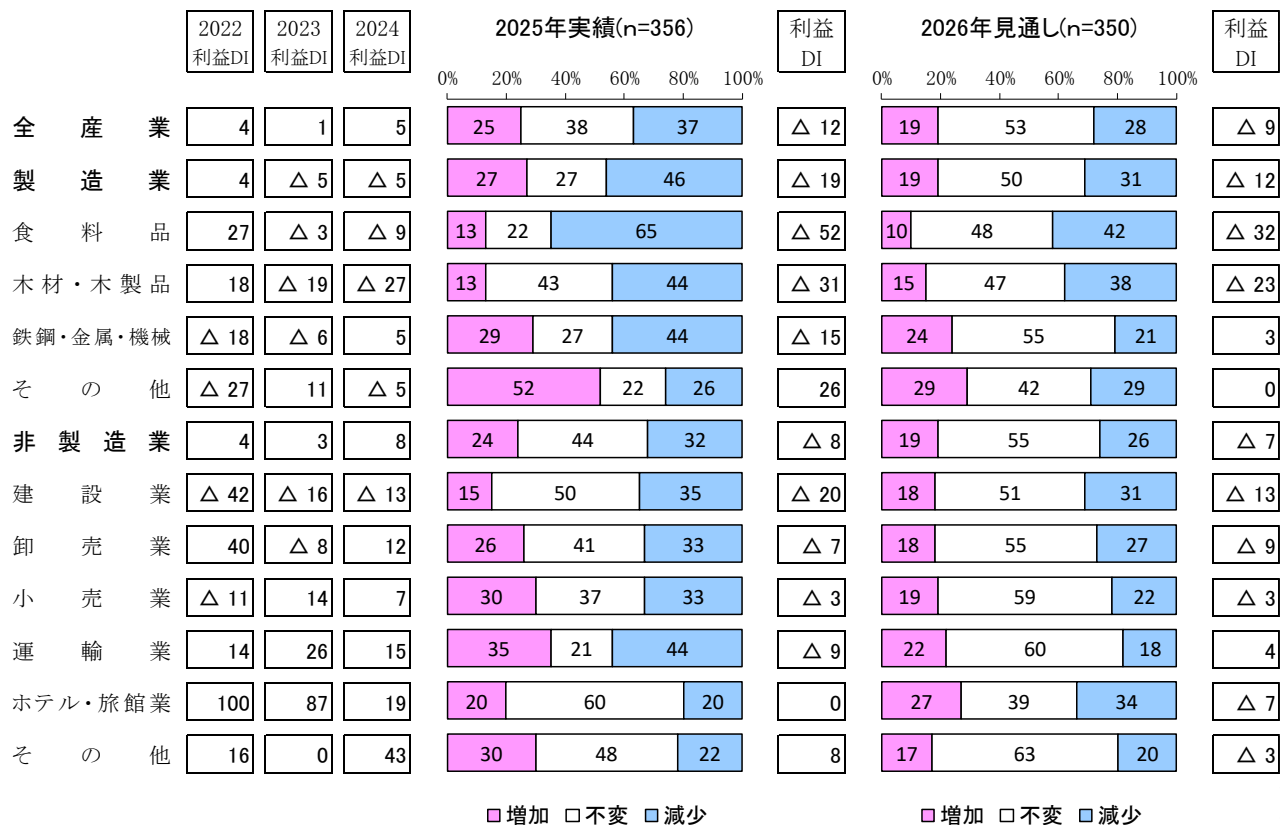
ホテル・旅館業



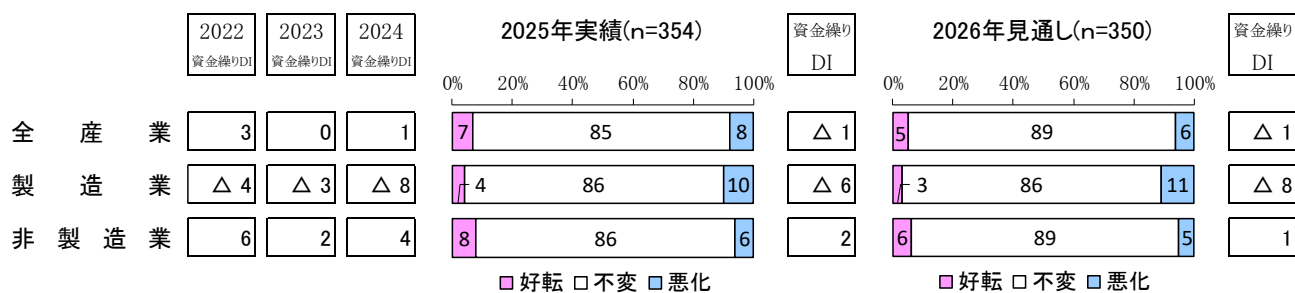
<図表4> 売 上



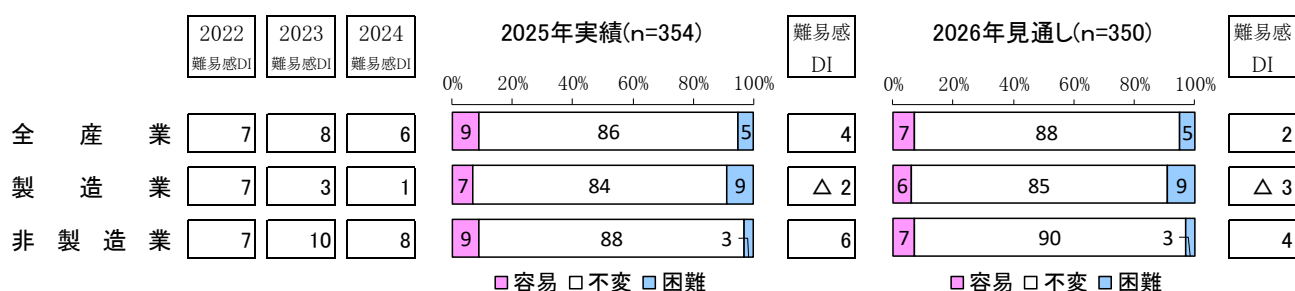
<図表5> 利 益



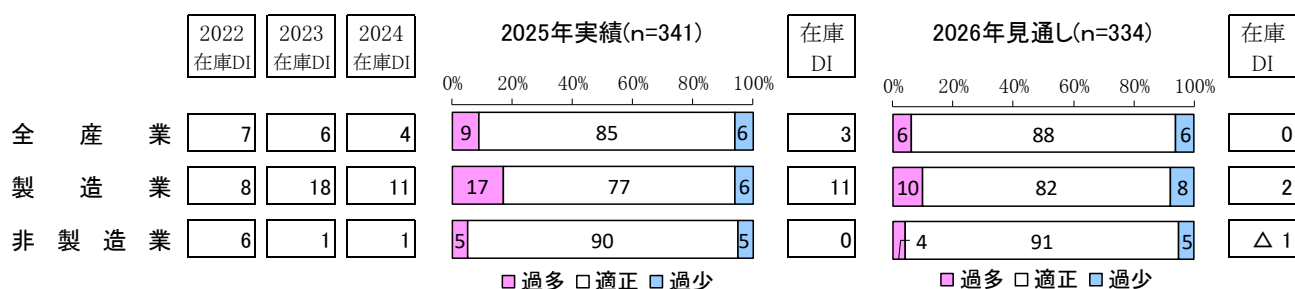
<図表6>資金繰り



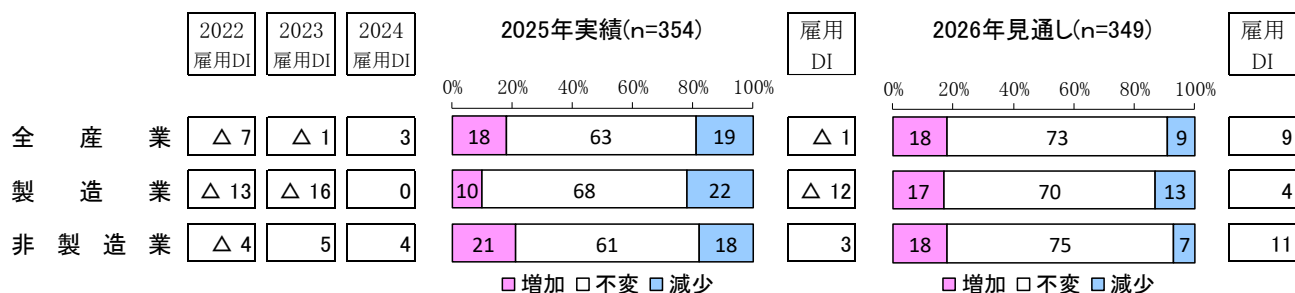
<図表7>短期借入金の難易感



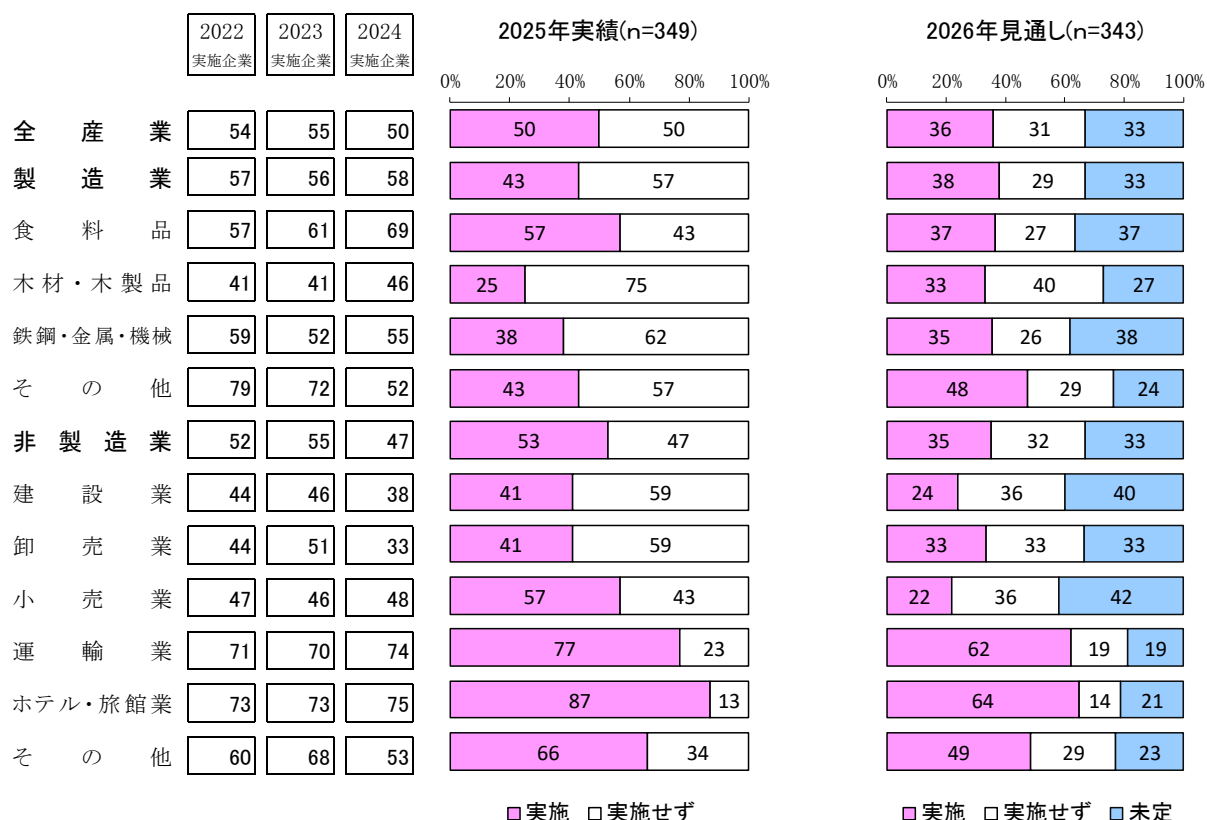
<図表8>在庫



<図表9>雇用人員



<図表１０>設備投資（ＤＸ・ＩＴ化関連除く）



※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１１>ＤＸ・ＩＴ化関連投資



※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 2> 道内景気



<図表 1 3> 先行きの懸念材料（上位 5 項目）の要点

項 目	前年比	要 点
(1) 物価の動向 (63%)	△ 4	製造業(66%、▲5ポイント)、非製造業(62%、▲3ポイント)ともに低下したが、ホテル・旅館業(88%、+23ポイント)、食料品製造業(87%、+8ポイント)など3業種で第1位となった。
(2) 原油価格の動向 (56%)	+ 1	製造業(56%、+5ポイント)では木材・木製品製造業をのぞく全業種で上昇。非製造業(55%、▲2ポイント)は前年に比べ低下したものの、運輸業(83%、▲8ポイント)で高水準。
(3) 雇用の動向 (46%)	△ 1	木材・木製品製造業(25%、+2ポイント)、運輸業(61%、+17ポイント)で上昇した。
(4) 個人消費の動向 (46%)	+ 5	製造業(41%、▲3ポイント)では全業種で低下。非製造業(48%、+7ポイント)では運輸業(44%、±0ポイント)をのぞく全業種で上昇。
(5) 公共投資の動向 (43%)	+ 2	鉄鋼・金属製品・機械製造業(58%、+2ポイント)、建設業(76%、+3ポイント)で第1位。

()内の数値は、回答割合(%)と前年比(ポイント)

<図表 1 4> 先行きの懸念材料（複数回答）

(n=357)

(単位：％)

項 目	全産業	製造業	食料品				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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) 物価の動向	① 63 (67)	① 66 (71)	① 87 (79)	③ 50 (62)	52 (67)	② 70 (70)	① 62 (65)	② 58 (64)	① 70 (68)	② 58 (67)	35 (59)	① 88 (65)	① 67 (69)
(2) 原油価格の動向	② 56 (55)	② 56 (51)	58 (46)	31 (46)	③ 55 (49)	① 74 (70)	② 55 (57)	56 (51)	47 (42)	③ 50 (62)	① 83 (91)	63 (59)	③ 50 (54)
(3) 雇用の動向	③ 46 (47)	32 (37)	32 (39)	25 (23)	36 (41)	30 (35)	③ 51 (51)	② 58 (59)	33 (39)	42 (48)	② 61 (44)	50 (53)	① 67 (56)
(4) 個人消費の動向	③ 46 (41)	41 (44)	② 74 (76)	38 (46)	12 (15)	39 (45)	48 (41)	34 (18)	② 53 (48)	① 81 (76)	③ 44 (44)	③ 69 (53)	33 (33)
(5) 公共投資の動向	⑤ 43 (41)	36 (35)	0 (-)	③ 50 (54)	① 58 (56)	44 (40)	45 (43)	① 76 (73)	35 (31)	19 (24)	26 (15)	13 (12)	42 (54)
(6) 金利の動向	42 (37)	40 (34)	36 (42)	② 69 (54)	42 (33)	22 (10)	43 (38)	45 (38)	③ 51 (39)	③ 50 (48)	22 (38)	31 (35)	36 (28)
(7) 電気料金の動向	41 (46)	② 56 (64)	③ 65 (70)	25 (46)	① 58 (59)	③ 65 (75)	35 (39)	33 (38)	28 (31)	42 (38)	22 (29)	② 75 (71)	33 (49)
(8) 民間設備投資の動向	32 (29)	24 (27)	0 (3)	6 (23)	③ 55 (51)	26 (20)	35 (29)	48 (49)	46 (36)	14 (17)	13 (9)	6 (6)	33 (18)
(9) 政局の動向	30 (25)	21 (14)	13 (9)	25 (15)	24 (13)	26 (25)	33 (29)	45 (46)	21 (17)	22 (26)	30 (9)	25 (18)	39 (33)
(10) 為替の動向	27 (27)	34 (35)	45 (58)	44 (46)	24 (23)	26 (15)	24 (23)	12 (13)	47 (41)	25 (31)	13 (18)	25 (24)	19 (18)
(11) 税制改正の動向	24 (27)	15 (21)	13 (21)	13 (15)	15 (23)	17 (20)	28 (29)	26 (19)	37 (22)	17 (45)	22 (32)	19 (35)	39 (39)
(12) 金融機関の融資姿勢	23 (18)	21 (14)	29 (21)	44 (31)	9 (5)	13 (10)	24 (20)	28 (24)	23 (20)	25 (21)	22 (12)	6 (12)	25 (18)
(13) 社会保障負担の増加	23 (27)	18 (23)	19 (27)	19 (15)	18 (18)	17 (30)	24 (29)	23 (26)	23 (24)	25 (43)	13 (18)	19 (41)	39 (33)
(14) 住宅着工の動向	22 (20)	22 (19)	3 (-)	① 81 (77)	12 (18)	22 (15)	22 (21)	33 (28)	26 (32)	14 (14)	9 (9)	0 (-)	19 (13)
(15) 中国経済の動向	17 (17)	21 (24)	19 (27)	38 (31)	27 (28)	4 (5)	16 (14)	8 (8)	26 (27)	17 (17)	13 (3)	31 (24)	11 (13)
(16) 台風などの災害の影響	17 (18)	12 (15)	19 (18)	19 (23)	6 (15)	4 (5)	19 (19)	21 (17)	16 (14)	11 (14)	17 (21)	6 (12)	31 (36)
(17) アメリカの通商政策の動向 ※今回より調査開始	12	17	16	19	21	9	11	9	18	11	0	6	11
(18) ウクライナ紛争の影響	11 (19)	15 (24)	16 (27)	13 (15)	15 (26)	13 (20)	9 (17)	7 (14)	14 (20)	8 (19)	9 (21)	6 (18)	8 (13)
(19) 欧米経済の動向	10 (12)	14 (15)	13 (21)	31 (23)	15 (15)	0 (-)	8 (11)	7 (10)	16 (15)	3 (14)	4 (-)	0 (12)	8 (13)
(20) 米中貿易摩擦の影響	8 (12)	11 (14)	13 (15)	6 (8)	15 (21)	4 (5)	8 (12)	5 (7)	16 (17)	3 (19)	13 (6)	0 (6)	6 (13)

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査

<図表 15> 売上・販売面で重視する項目（上位 5 項目）の要点

項 目	前年比	要 点
(1) 人材の育成・強化 (73%)	△ 4	製造業(54%、▲14ポイント)では全業種で低下したものの、非製造業(81%、+1ポイント)では全業種で1位に挙げられ、全産業でも14年連続の第1位。
(2) 顧客ニーズの的確な把握 (48%)	+ 0	木材・木製品製造業(56%、▲21ポイント)など3業種で低下したが、鉄鋼・金属製品・機械製造業(44%、+9ポイント)、卸売業(56%、+6ポイント)など4業種で上昇した。
(3) 価格体系の見直し (34%)	△ 2	3年連続で低下。小売業(43%、+14ポイント)など4業種で上昇したが、運輸業(39%、▲17ポイント)、ホテル・旅館業(53%、▲10ポイント)、鉄鋼・金属製品・機械製造業(32%、▲8ポイント)で低下した。
(4) 新たな販路の開拓 (34%)	+ 2	製造業(51%、+12ポイント)では全業種で上昇。特に木材・木製品製造業(69%、+23ポイント)で第1位となった。
(5) ITの活用、DXの推進 (34%)	+ 1	食料品製造業(23%、+5ポイント)、建設業(47%、+7ポイント)、卸売業(33%、+4ポイント)、運輸業(30%、+9ポイント)で上昇した。

()内の数値は、回答割合(%)と前年比(ポイント)

<図表 16> 売上・販売面で重視する項目（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) 人材の育成・強化	① 73 (77)	① 54 (68)	36 (55)	③ 50 (69)	① 74 (75)	② 52 (76)	① 81 (80)	① 93 (92)	① 79 (66)	① 69 (71)	① 70 (79)	① 67 (69)	① 81 (92)
(2) 顧客ニーズの的確な把握	② 48 (48)	③ 45 (46)	42 (42)	② 56 (77)	② 44 (35)	③ 44 (52)	② 49 (49)	② 48 (46)	② 56 (50)	② 51 (55)	② 52 (41)	③ 47 (56)	② 39 (51)
(3) 価格体系の見直し	③ 34 (36)	40 (46)	② 58 (58)	19 (15)	32 (40)	③ 44 (57)	32 (32)	25 (20)	23 (22)	③ 43 (29)	③ 39 (56)	② 53 (63)	36 (41)
(4) 新たな販路の開拓	③ 34 (32)	② 51 (39)	③ 48 (39)	① 69 (46)	③ 38 (33)	① 61 (48)	27 (29)	19 (25)	③ 54 (53)	17 (24)	22 (21)	27 (25)	17 (16)
(5) ITの活用、DXの推進	③ 34 (33)	21 (27)	23 (18)	25 (31)	18 (33)	22 (29)	③ 39 (35)	③ 47 (40)	33 (29)	37 (43)	30 (21)	33 (38)	② 39 (32)
(6) 既存商品・サービスの見直し	22 (23)	28 (29)	36 (39)	31 (31)	24 (23)	22 (24)	20 (20)	11 (12)	25 (21)	31 (31)	9 (15)	③ 47 (44)	19 (19)
(7) 同業他社の商品・サービスとの差別化	21 (20)	21 (22)	19 (21)	19 (39)	21 (20)	26 (19)	21 (20)	12 (10)	25 (26)	34 (33)	13 (12)	27 (13)	25 (27)
(8) 新商品・サービスの開発	21 (19)	39 (33)	① 65 (58)	38 (39)	27 (15)	26 (24)	13 (13)	2 (2)	21 (21)	14 (21)	4 (9)	40 (31)	19 (16)
(9) 営業方法の見直し	19 (20)	20 (22)	16 (21)	31 (31)	15 (10)	26 (38)	19 (19)	16 (16)	30 (29)	17 (26)	9 (15)	0 (6)	22 (14)
(10) 他社との業務提携	12 (14)	18 (12)	10 (12)	19 (15)	18 (10)	30 (14)	9 (15)	7 (17)	12 (12)	3 (17)	13 (15)	0 (6)	14 (16)
(11) 新たな事業への参入	11 (9)	18 (10)	13 (12)	25 (8)	21 (13)	17 (5)	8 (9)	6 (8)	14 (12)	9 (7)	0 (6)	0 (19)	8 (5)

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査

＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) **食肉加工業** 飲食店事業では、国内観光客の動向を重視する。懸念材料は、景気動向により国内観光客の動きが鈍化する可能性があること。中国人客はごく少数なので影響はない。全体としては、原料の高騰が続いている。仕入先であるオーストラリアやニュージーランドの生産状況も影響するが、やはり昨今の円安が大きな影響を与えている。このままの状況が続けば、更なる値上げに踏み切らざるを得ない。(道北)

(2) **食品製造業** 賃上げや物価抑制の動きが進んでも、家計の改善が実感できない家庭が多い場合、「菓子・嗜好品」は優先順位が下がりやすいと考えています。特に高価格帯のスイーツは節約対象となりやすく、価格競争に巻き込まれるリスクもあります。このため、単に「日常的に購入される食品」としての需要を追うのではなく、“特別な日に選ばれる価値ある商品”としてのポジション確立が重要になると考えています。(道北)

(3) **食品製造業** 物価高で低価格志向が強く、既存品の価格改定が通用しなくなっている。新商品、新販路拡大が急務と感じています。(道央)

(4) **水産物加工業** 水産関連では秋鮭不漁が大きな出来事で、次年度にも影響が及びそうな状況。準主力商品の未曾有の高騰で客離れを懸念しております。訪日外国人客の増加については店舗の売上で恩恵を受けている一方、人気観光スポットではキャパオーバーが発生しており、満足度低下による国内旅行客の減少が懸念されます。(道東)

【木材・木製品製造業】

(5) **家具製造業** 業界や北海道経済も厳しい中、新規顧客開拓を積極的に行っていかなければならない。アメリカの関税問題も輸出事業にとっては影

響がある。国内においては、金利上昇が大きな課題となる。(道北)

(6) **製材業** 建築材と梱包材の組合せ生産により、建築材の選別を厳しくして梱包材の生産に回すことで品質を高める。製造機械の配置換えを行い省力化と製品歩留まりの向上を図る。(道北)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(7) **金属製品製造業** 公共事業の減少傾向は今後も続くと思われ、新規販路の確保が急務である。原油価格はガソリン暫定税率廃止により一時的に下がると思われるが、米国・ロシアの動向によっては上昇する可能性はぬぐえない。電気は基本料金の値上げがあり、泊原発が稼動し始めたとしても低下するとは考えにくい。今後も我慢の時代が続くと感じています。(札幌)

(8) **金属製品製造業** 札幌圏の旺盛な再開設備投資が数年は続く見通しなのと、道外主要都市部の同投資も盛んであり、今後も期待が持てる。ただし、金利動向・世界紛争情勢・インバウンド動向が心配。(札幌)

(9) **機械器具製造業** 道路・上下水道(マンホール鉄蓋)に関わる仕事なので、公共投資の動向により上下します。八潮市の陥没事故の影響で、国の予算がマンホール管老朽化対策に回されるため、その影響で業績が低迷すると思われる。(札幌)

(10) **鉄鋼業** 取扱商材が相場品につき、影響を与える各種材料に注意を払う必要がある。半導体、CCS(二酸化炭素回収・貯留技術)、駅前再開発など、苫小牧周辺の動向が特に気になる。(道央)

【その他の製造業】

(11) **印刷業** 価格競争に巻き込まれず、自社で仕様

や価格、納期をリードすることができる自費出版、研究成果出版、社史、記念誌を強化商材として位置づけている。研究成果出版は未開拓のスキマ市場であるからこそ、教育者個人を対象に掘りおこしを図っている。(札幌)

(12) **印刷業** 我々の業種は海外輸入材料が多いので、円安の影響はかなり大きいですが、単価に大きく反映させるのは難しいです。役所関係にもう少し受注単価を上げてもらわないと、市場価格は上がらないと感じます。(札幌)

(13) **建築資材製造業** 人手不足により公共物件での入札不調が多くなり、物件数が減少するのでは？道内の建築関連業者は公共事業に依存しているところが多い為、更に景気悪化につながると思う。大規模物件は道内でも出ているが、価格の叩き合いで利益を出すことが難しい状況である。(道央)

(14) **コンクリート製品製造業** セメント等の原材料価格、労務費・物流費の高騰により製造原価が上がっており、物価動向は注視している。従来並みの売上は確保しているが、民間工事等は原材料価格高騰で工事自体が取り止めになっているとの新聞情報もあり、今後の需要が不透明である。(札幌)

(15) **皮革製品製造業** 賃上げ動向について、会社としては財源となる収益確保が必須となる。会社の収益が確保されない状況で賃上げは困難。企業格差がどこまで波及するか不安。(道北)

【建設業】

(16) **土木工事業** 中国本土から日本への移住希望者が多くなっており、中国人留学生、中国人公務員退職者などに求人募集で接する機会が増えた。また、開発局予算等、国土強靱化にかかる工事がどこまで継続されるのか、総理交代後の政策が見えてこない。(道北)

(17) **土工工事業** 北海道新幹線竣工の後ろ倒しに伴い、札幌市内の再開発計画の見直しが相次いでいる。建築価格の高騰に伴う規模縮小により経済効果が当初予想より下振れしており、景気に与える影響を注視している。一般住宅の着工件数も引き続き減少が予想される。販売単価の上昇に伴い、売上自体は横ばい推移を予想するが、収益低下は避けられないとみている。(道央)

(18) **電気工事業** 技術者不足等の課題に対し、DX推進等のデジタル化導入を進めていくことや、同業者との協業・連携が、業界を生き抜くために不可欠と考える。(札幌)

(19) **土木工事業** 2026年は高速道路の道東延伸により公共工事の減少は抑えられると考えるが、政府の経済対策の影響が北海道、さらには道東にどの程度、いつ現れるかが不透明である。(道東)

(20) **住宅建築業** 2025年は賃上げできるまでの価格転嫁に至らず、利益率の低下が見られた。そこに資材高騰が続き、職人不足、単価アップが加わり、事業継続の為には販売価格の見直し、経費削減が必要。また、受注獲得に向け、地域毎に市場のニーズ、消費者の動向に柔軟に対応し新しいカタチを造り出さなければいけない。(道央)

(21) **総合建設業** 政局の行方が不安定な中、積極財政の声はあるが、公共工事や民間の設備投資につながるか予測がつかない。ガソリン暫定税率廃止の影響も気になる。人材確保、施工業者確保が業界全体の課題であり、取り合うことにより工事原価の増加や、施工が滞る危険がある。(道南)

(22) **土木工事業** 当社は公共土木工事の請負を主体に事業を行っているので、ガソリン暫定税率廃止により、国や北海道のインフラ整備予算に影響が出るのではないかと懸念している。(道南)

(23) **総合建設業** 中国リスクによるインバウンドの縮小、投資の鈍化が懸念される。金利の上昇も懸念材料。支払利息が増加し利益を圧迫する。また、財務の健全性が損なわれることで評価が下がり、受注に影響がないか心配だ。(札幌)

(24) **管工事業** 住宅着工数減少という逆風の中ではあるが、省エネ設備は増加している。特に給湯器や蓄電池などの省エネ機器は成長分野であり、今後さらに拡大が期待される。最低賃金の上昇や雇用環境の改善により個人消費は持ち直すと思うが、どんどん上がる物価高の影響で消費マインドは停滞する。(札幌)

【卸売業】

(25) **工業用品卸売業** 毎年賃上げせざるを得ない状況にあり、人件費を中心とした経費は増加傾向。売上数量はほぼ横ばいであり、経費増加分をカバーするには更なる価格転嫁による利益確保が必要。現状、価格転嫁はほぼ出来ているが、取引先へ度重なる値上げ交渉となることから、価格転嫁率が悪化する懸念がある。(札幌)

(26) **食材卸売業** 主要な得意先はホテル、病院、スーパーマーケットなどであり、道内の個人消費、物価、観光動向などは重視している。特に物価は高騰を続けており、経営に与える影響も大きい。政府の早期対策を要望する。(札幌)

(27) **建材卸売業** 地方にまでハウスメーカーが参入し、地元建設業者の仕事が減っている。施主対応ではハウスメーカーが勝つためかなわない。(道央)

(28) **建材卸売業** 市況及び内需の好転が見受けられず、先行きが不透明。特に、個人消費マインドは悪化の一途であると感じる。可処分所得の伸びと物価上昇に大きなずれがある。(札幌)

(29) **紙類卸売業** 業界においては引き続き印刷、紙

需要の減少に直面することになる。減少の激しい商品から堅調な商品へ販売の軸足をどう移していくかが大きな課題となる。(札幌)

(30) **石油製品卸売業** 物価、為替と原油価格は、卸売事業の商品価格や販売数量に影響するため、注視している。ガソリン等の暫定税率廃止に伴い、流通業のコストダウンによる経済活性化のプラス効果が出るものと期待している。(札幌)

(31) **包装用品卸売業** 政府の物価高対策に期待はするものの、消費にどれ位寄与するかは読みづらいところがあります。円安や原材料価格の上昇等、利益にマイナスとなり得る要因もあり、販売量を極力落とさずに価格転嫁をどれだけ出来るのかが収益に大きく影響してくると考えております。(札幌)

(32) **食品卸売業** ここ数年のインフレで各企業の賃上げ機運も高まっているが、止まらない物価上昇に個人消費の鈍化が懸念されます。さらに、主要魚種の不漁等のマイナス要因が重なっており、先行きは不透明かつ厳しい状況が続くと考えております。そうした中でも従業員のエンゲージメントを高め、従来の枠にとらわれない働き方を創出することを目標に環境整備を行ってまいります。(札幌)

(33) **酒類卸売業** 消費行動は手堅い状況が続くと予想しており、人件費・諸経費の高騰が続くなか、売上・利益の確保が厳しい環境に変わらないと考えている。観光やビジネスによる来道者は高水準を保つだろうが、人手不足とインフラ整備等で受入れに不安がある。消費マインドは物価上昇の「一服感」と「節約疲れ」もありやや上向きになると予想されるが、外食・宿泊業に好影響を与えるかどうか楽観視できないと考えている。(札幌)

(34) **機械器具卸売業** 設備投資や観光業の活性化が見込まれる一方、物価高などの逆風もあり、景気の先行きには慎重な見方をしています。(札幌)

(35) **塗料卸売業** 著しい人口減と高齢化による地方都市の縮小で、札幌圏への一極集中傾向が更に強まって来た。各地域の産業の鈍化により設備投資が縮小することで、価格競争が益々激化し、倒産、廃業、事業縮小が増加すると感じる。(札幌)

【小売業】

(36) **タイヤ販売店** 観光業が中国問題でどうなるのか。近郊の運輸会社さんにも多数のキャンセルが出ているようです。稼ぎが少なければ当社への支払いサイクルが長くなってしまうので、大きく売掛をしている先には注意が必要と思われます。(道北)

(37) **釣具店** 昨今、景況は上向きを実感していたが、突然の中国からの観光中止令、海産物の輸入禁止令が発せられ、どこまで影響が及ぶか先行きに不安がある。カントリーリスクを踏まえた事業の対応が一層重要と考えている。(札幌)

(38) **事務用品小売業** 仕入物価高は、当面変わらないと思われる。輸入に頼る日本としては、今後も物価、仕入、原材料が高騰し続ける見込み。価格転嫁が充分対応できるか、懸念材料。(札幌)

(39) **リサイクルショップ** 物価高が買い控えに直結し、全てのサイクルが鈍化している気がします。地場に根付いた原点回帰が必要と感じます。(道北)

【運輸業】

(40) **旅客運輸業** 費用の約3割を燃料費が占めていることから、重油価格の動向(含む補助金)が最重要視する課題。加えて、人件費の上昇も懸念される。また、特に当社は農業や漁業産品の動向にも左右されることが多く、天候不順等による同産品の豊作・不作を注視している。(道南)

【ホテル・旅館業】

(41) **旅館** 外資企業の新規参入により、インバウンド客のホテル選びに幅が出来て、消費者にとっての

道内観光がより豊かになる。市場の動向を見極めて、ターゲットを定め、施設の価値を差別化し競争優位を築いていかなければならない。(道央)

(42) **都市ホテル** 重視項目は人手不足の解消、収益性向上(販売料金への転嫁)、リピーター確保。人件費、光熱費、原材料費の高騰、競争激化による収益の圧迫などを懸念している。(札幌)

【その他の非製造業】

(43) **建設コンサルタント** 公共事業の受注がコンサル部門の大半を占めますので、2026年度も今年度並みに発注されることを期待しています。またIT部門では、デジタル庁が進めるシステム標準化作業とクラウド移行が全国的に遅れており、主力である自治体の委託ソリューション事業への影響が大きいので動向を注視しております。(道東)

(44) **警備業** 警備業は未だ労働集約型の業界であるので、人員の採用および定着に課題があります。DX化を推進して省人化も図っていかなければいけないと考えています。(札幌)

(45) **クリーニング業** 最も重視するのは個人消費とエネルギー価格の動向。価格転嫁には限界があり、物価上昇に施策が追い付かなくなる。(札幌)