

第99回 道内企業の経営動向調査

- 1. 2025年10～12月期 実績
- 2. 2026年1～3月期 見通し

2026年1月13日

北 洋 銀 行

(調査委託先)

株式会社北海道二十一世紀総合研究所
電話 011-231-8681 (調査部 伊東、安達)

調査要項

■調査の目的と対象

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

第99回定期調査

(2025年10~12月期実績、2026年1~3月期見通し)

■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

前年同期に比べ良いとみる企業

(B) 不変企業

前年同期に比べ変わらないとみる企業

(C) 減少(悪化)企業

前年同期に比べ悪いとみる企業

(D) DI

「増加企業の割合」-「減少企業の割合」

(E) n(number)

有効回答数

■地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地域
全道	359	100.0%	
札幌市	128	35.7	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、
道央	78	21.7	日高の各地域、空知地域南部
道南	31	8.6	渡島・檜山の各地域
道北	59	16.4	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道東	63	17.5	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

第99回 道内企業の経営動向調査

売上DI・利益DIとともに5期連続で低下

<要約>

1. 2025年10~12月期 実績

全産業の売上DI(0)は6期ぶりにプラス圏から低下、利益DI(△13)は4期連続マイナスとなった。製造業では利益DI(△21)はマイナスが続くものの、売上DI(0)は4期ぶりにマイナス圏を脱出した。非製造業では売上DI(0)は7期ぶりにプラス圏から低下、利益DI(△9)は3期連続でマイナスとなった。地域別では、道南の売上DIが6期ぶりにプラス圏から低下した。

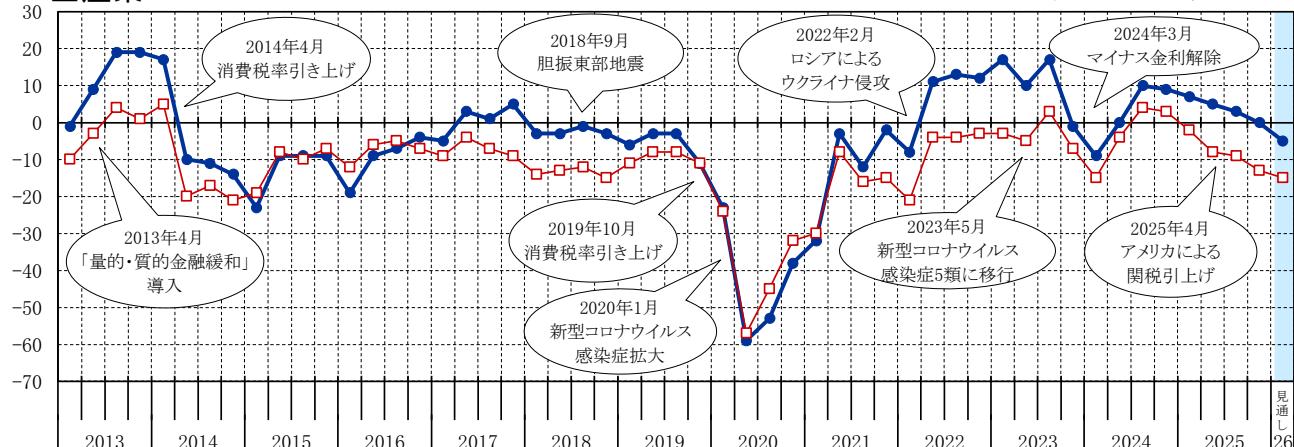
全産業の単価DIは19期連続でプラス、数量DIは11期連続でマイナスとなった。

2. 2026年1~3月期 見通し

全産業の売上DI(△5)は8期ぶりのマイナス、利益DI(△15)は5期連続でマイナスが続く見通し。運輸業、ホテル・旅館業を除く6業種で売上DI・利益DIともにマイナスの見通し。

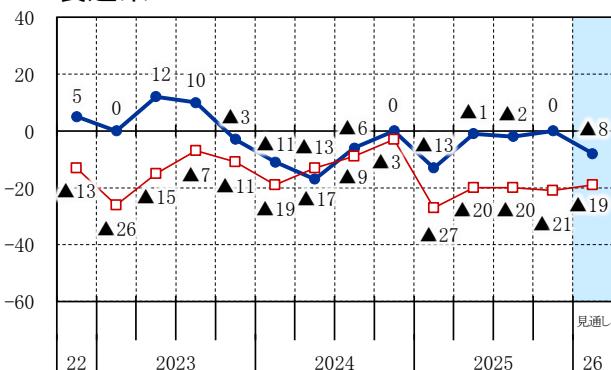
<図表1>業況の推移

全産業

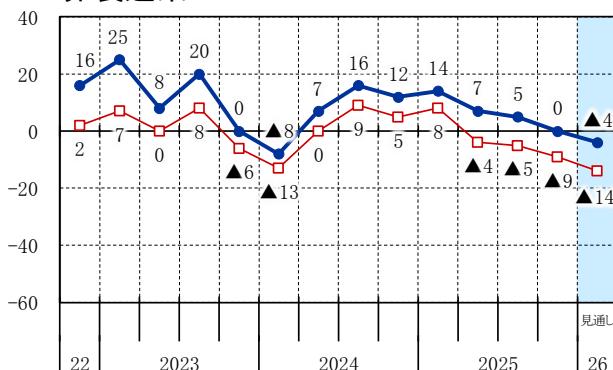


項目	2022年10~12	2023年1~3	4~6	7~9	2024年10~12	1~3	4~6	7~9	2025年1~3	4~6	7~9	2026年10~12	1~3	見通し
売上DI	12	17	10	17	△1	△9	0	10	9	7	5	3	0	△5
利益DI	△3	△3	△5	3	△7	△15	△4	4	3	△2	△8	△9	△13	△15

製造業



非製造業



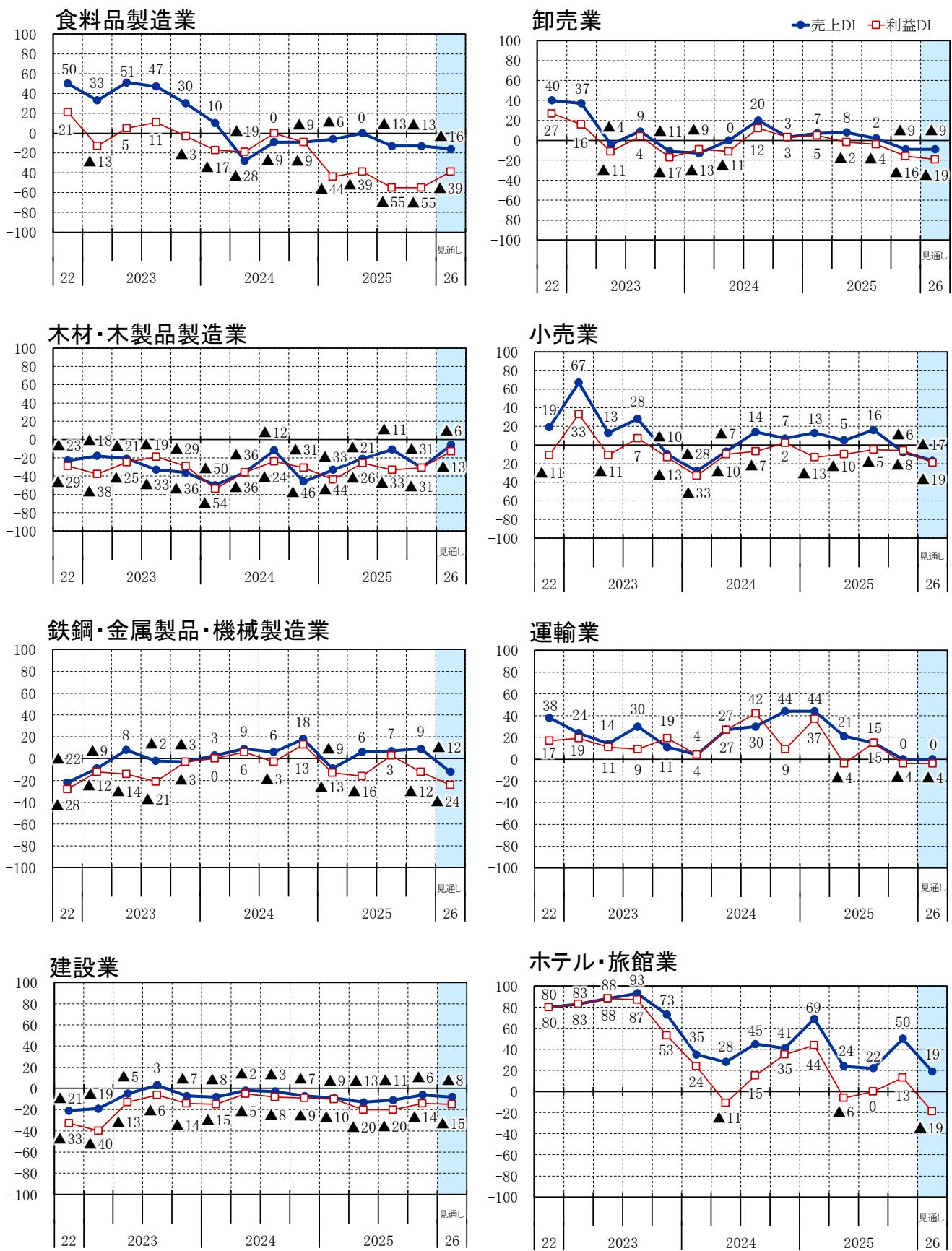
＜図表2＞業種別の要点

	要 点 (2025年10～12月期実績)	2025年 1～3 実績	2025年 4～6 実績	2025年 7～9 実績	2025年 10～12		2026年 1～3 見通し	
					実績	前回 見通し		
全 産 業	売上DI、利益DIともに前回見通しを下回った。	売上DI	7	5	3	0	3	△ 5
		利益DI	△ 2	△ 8	△ 9	△ 13	△ 8	△ 15
製 造 業	売上DIは4期ぶりにマイナス圏を脱出、利益DIはマイナス続く。	売上DI	△ 13	△ 1	△ 2	0	6	△ 8
		利益DI	△ 27	△ 20	△ 20	△ 21	△ 5	△ 19
食 料 品	売上DIは水産が5期ぶり、食品製造が4期連続でマイナス。利益DIは全業種でマイナス続く。	売上DI	△ 6	0	△ 13	△ 13	16	△ 16
		利益DI	△ 44	△ 39	△ 55	△ 55	△ 16	△ 39
木 材・木 製 品	木製品は8期連続マイナス。製材は利益DIが14期連続マイナス。	売上DI	△ 33	△ 21	△ 11	△ 31	△ 6	△ 6
		利益DI	△ 44	△ 26	△ 33	△ 31	△ 11	△ 13
鉄 鋼・金 屬 製 品・機 械	金属製品が6期ぶりにプラス。機械は利益DIがマイナス圏に低下。	売上DI	△ 9	6	7	9	△ 7	△ 12
		利益DI	△ 13	△ 16	3	△ 12	△ 7	△ 24
非 製 造 業	売上DIは7期ぶりにプラス圏から低下。利益DIは3期連続マイナス。	売上DI	14	7	5	0	2	△ 4
		利益DI	8	△ 4	△ 5	△ 9	△ 9	△ 14
建 設 業	民間主体は売上DIプラス転換、利益DIマイナス縮小。官主体はともにマイナス続く。	売上DI	△ 9	△ 13	△ 11	△ 6	△ 7	△ 8
		利益DI	△ 10	△ 20	△ 20	△ 14	△ 15	△ 15
卸 売 業	食品卸、機械卸はプラス圏。資材卸はマイナス続く。	売上DI	7	8	2	△ 9	△ 4	△ 9
		利益DI	5	△ 2	△ 4	△ 16	△ 19	△ 19
小 売 業	食品小売はプラス、自動車店はマイナス。燃料店は売上DIマイナス。	売上DI	13	5	16	△ 8	11	△ 17
		利益DI	△ 13	△ 10	△ 5	△ 6	△ 5	△ 19
運 輸 業	売上DIは旅客が17期、貨物が7期ぶりにプラス圏から低下。利益DIは旅客が19期ぶりにマイナス。	売上DI	44	21	15	0	11	0
		利益DI	37	△ 4	15	△ 4	11	△ 4
ホ テ ル・旅 館 業	観光ホテルは利益DIが3期連続マイナス。都市ホテルはプラス続く。	売上DI	69	24	22	50	11	19
		利益DI	44	△ 6	0	13	△ 17	△ 19

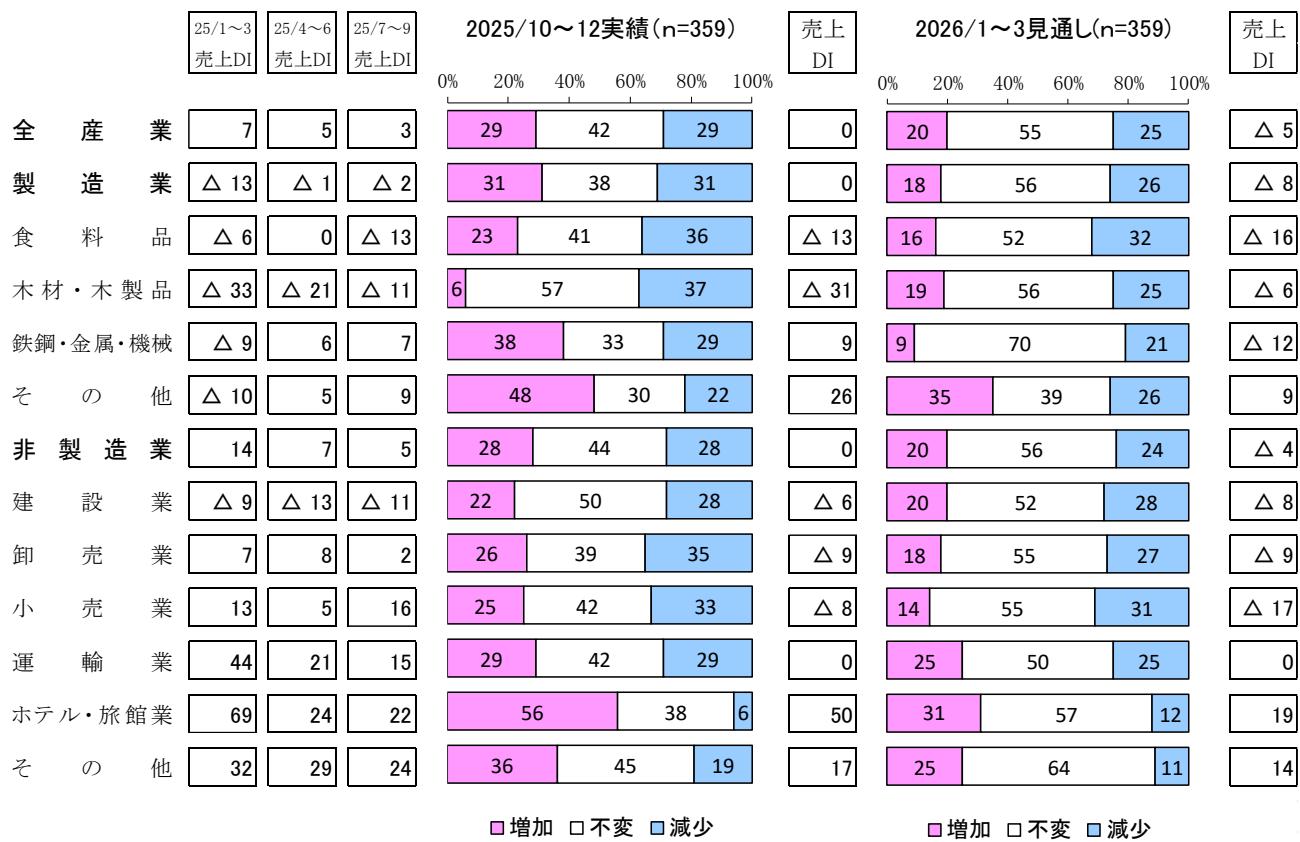
＜図表3＞地域別業況の推移

		2023年 4～6 実績	2023年 7～9 実績	2023年 10～12 実績	2024年 1～3 実績	2024年 4～6 実績	2024年 7～9 実績	2024年 10～12 実績	2025年 1～3 実績	2025年 4～6 実績	2025年 7～9 実績	2025年 10～12		2026年 1～3 見通し
		実績	前回 見通し									実績	前回 見通し	
全 道	売上DI	10	17	△ 1	△ 9	0	10	9	7	5	3	0	3	△ 5
	利益DI	△ 5	3	△ 7	△ 15	△ 4	4	3	△ 2	△ 8	△ 9	△ 13	△ 8	△ 15
札 幌 市	売上DI	12	22	△ 2	△ 2	1	16	12	13	8	5	9	7	5
	利益DI	△ 1	11	△ 5	△ 5	△ 2	12	1	11	△ 2	△ 6	△ 2	△ 1	△ 5
道 中央 (札幌除く)	売上DI	27	24	8	△ 10	0	4	17	11	8	3	3	6	△ 9
	利益DI	△ 1	6	△ 3	△ 15	△ 1	4	28	1	△ 8	△ 9	△ 15	0	△ 16
道 南	売上DI	5	33	13	△ 8	0	18	13	20	29	20	0	6	△ 26
	利益DI	0	7	△ 10	△ 16	5	11	△ 8	6	△ 2	20	△ 6	3	△ 23
道 北	売上DI	0	5	△ 9	△ 22	7	7	6	△ 2	△ 9	△ 11	△ 5	△ 13	△ 7
	利益DI	△ 16	△ 2	△ 5	△ 31	△ 9	△ 5	3	△ 18	△ 18	△ 28	△ 17	△ 30	△ 25
道 東	売上DI	△ 4	△ 3	△ 10	△ 10	△ 6	1	△ 8	△ 14	△ 10	5	△ 14	5	△ 8
	利益DI	△ 10	△ 15	△ 18	△ 19	△ 12	△ 9	△ 18	△ 24	△ 18	△ 12	△ 29	△ 19	△ 24

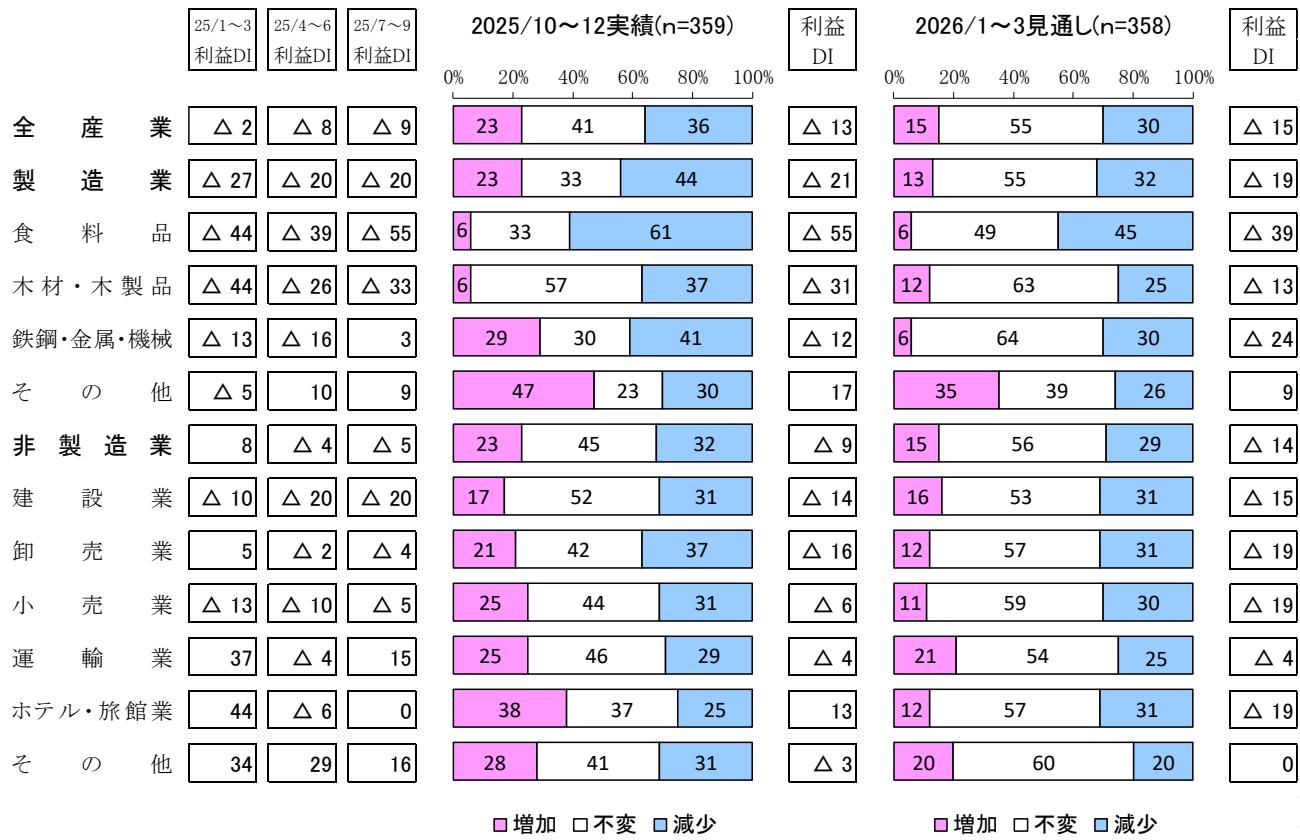
<図表4>業況の推移（業種別）



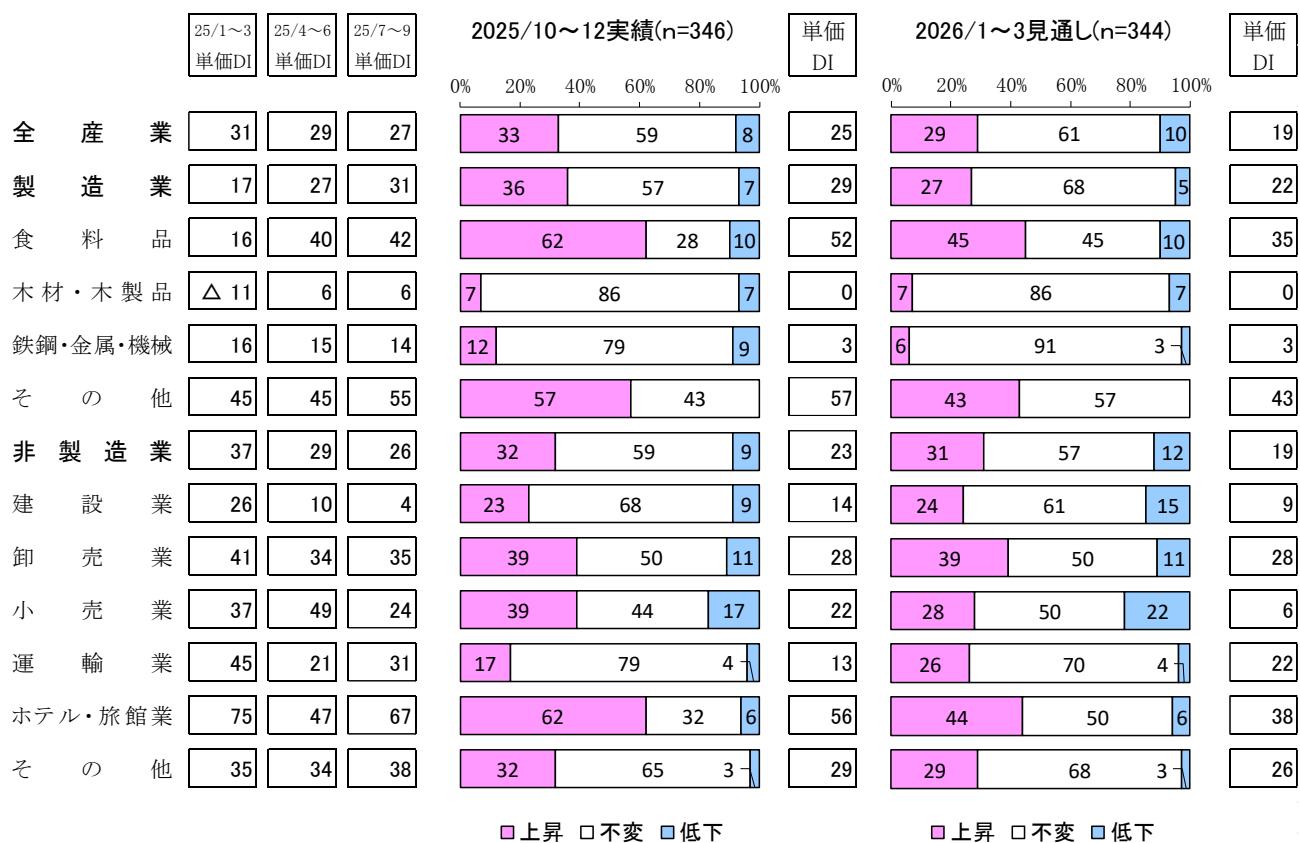
<図表5>売上



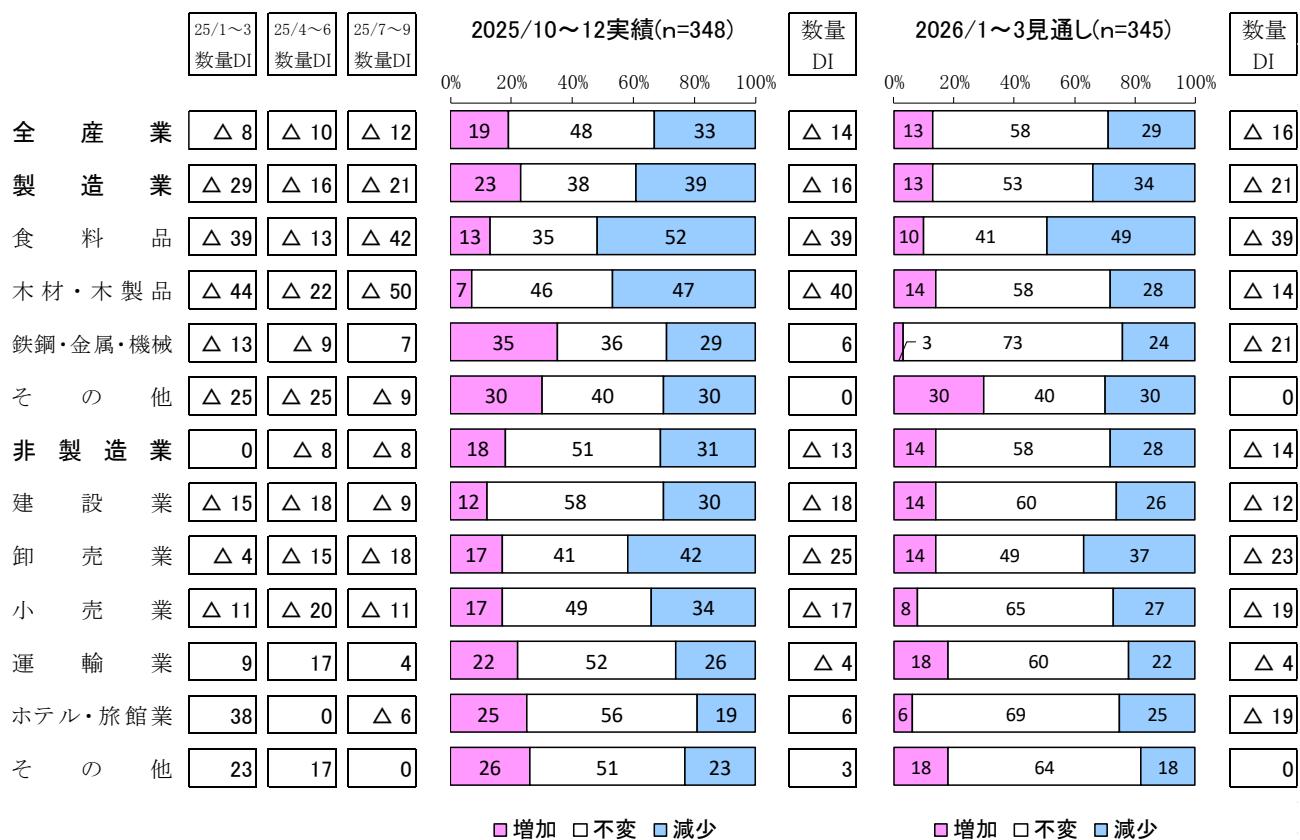
<図表6>利益



<図表7>単価



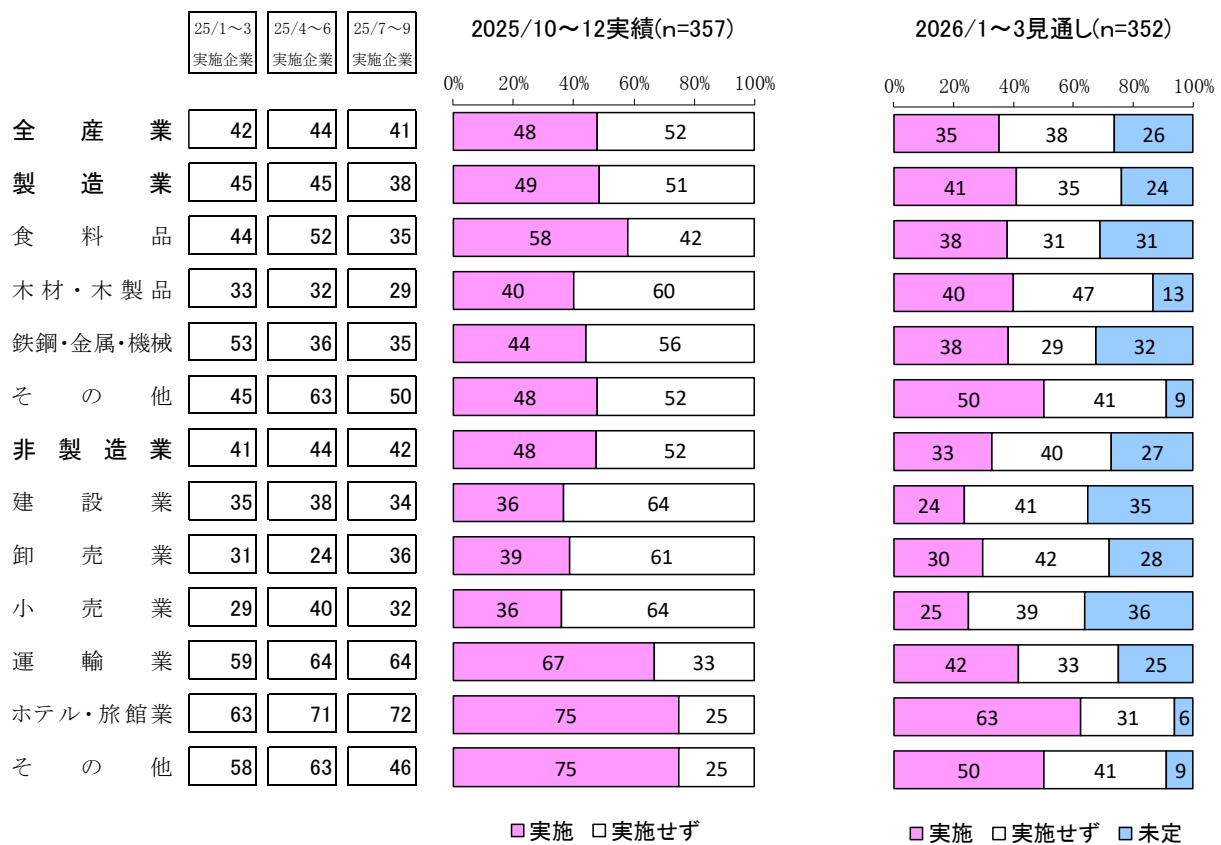
<図表8>数量



＜図表9＞在庫

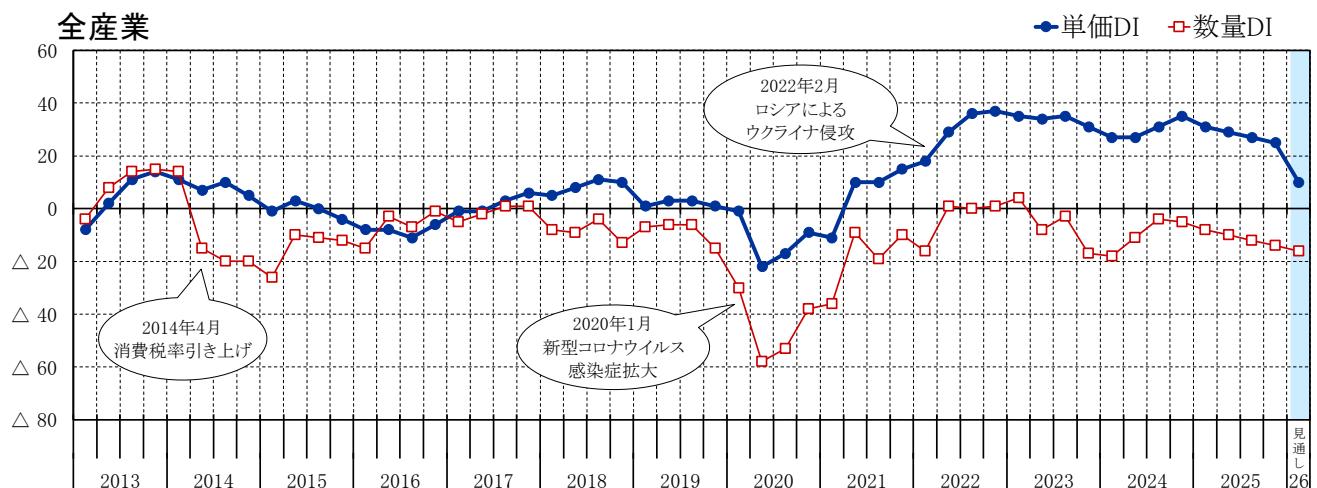


＜図表10＞設備投資



※四捨五入の関係から合計が 100 とならない場合がある。

<図表11>単価DI・数量DIの推移

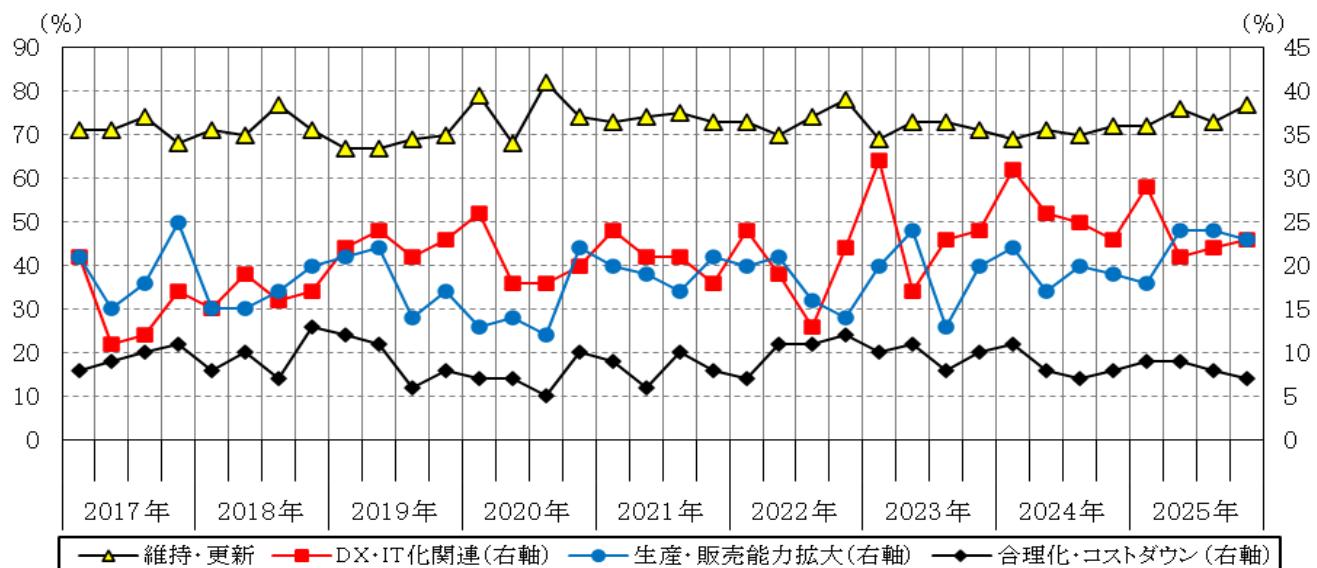


<図表12>設備投資の目的（上位項目、複数回答）

(n=167) (単位: %)

項目	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1) 維持・更新	① 77 (73)	① 70 (76)	① 61 (82)	① 83 (80)	① 73 (73)	① 73 (73)	① 80 (71)	① 77 (63)	① 81 (60)	① 92 (73)	① 69 (83)	① 91 (75)	① 81 (82)
(2) 生産・販売能力拡大	② 23 (24)	② 36 (34)	② 39 (18)	② 17 (-)	② 47 (64)	② 27 (36)	③ 17 (20)	③ 13 (23)	③ 14 (20)	② 23 (27)	② 19 (17)	③ 9 (17)	③ 23 (18)
(3) DX・IT化関連	② 23 (22)	③ 20 (16)	③ 33 (18)	0 (-)	③ 13 (36)	③ 18 (-)	② 24 (24)	② 27 (33)	② 33 (45)	③ 8 (18)	② 19 (11)	② 18 (-)	② 27 (18)
(4) 合理化・コストダウン	7 (8)	14 (13)	17 (27)	17 (-)	7 (9)	18 (9)	4 (6)	0 (3)	10 (15)	0 (-)	6 (6)	0 (-)	8 (12)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査



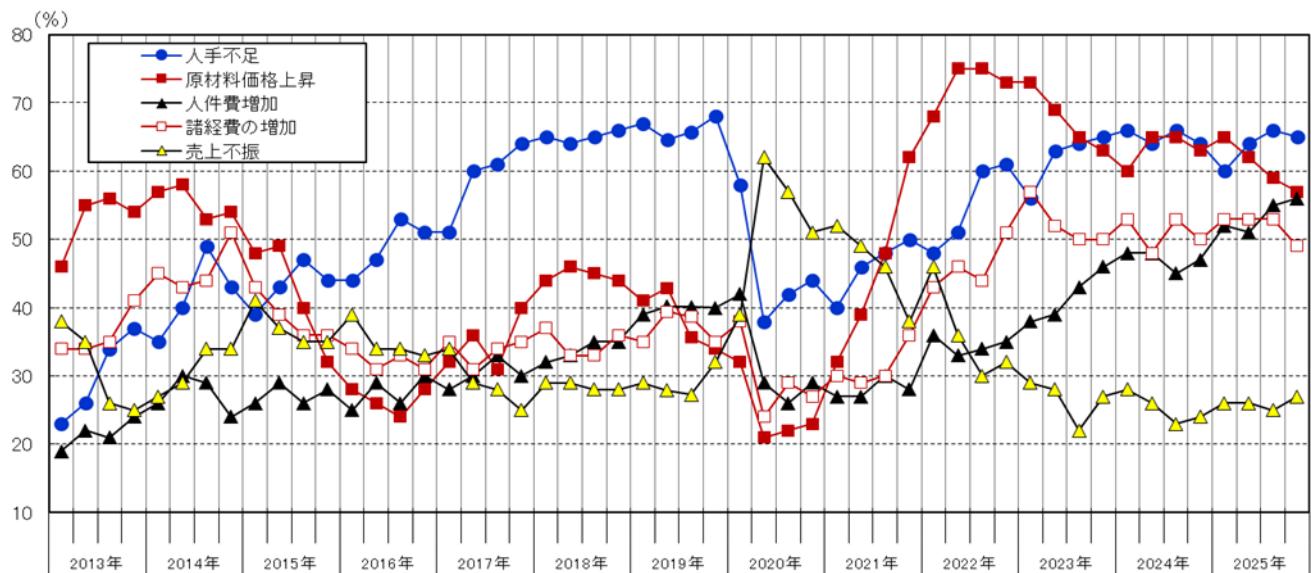
<図表13>当面する問題点（複数回答）

(n=358)

(単位: %)

項目	全産業	製造業	食料品	木材 ・木製品	鉄鋼・ 金属製品 ・機械	その他の 製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル ・旅館業	その他の 非製造業
(1) 人手不足	① 65 (66)	53 (57)	45 (48)	① 69 (67)	② 53 (60)	③ 52 (59)	① 70 (69)	① 86 (81)	② 55 (51)	③ 50 (63)	① 71 (82)	50 (39)	① 83 (78)
(2) 原材料価格上昇	② 57 (59)	① 72 (66)	① 90 (84)	① 69 (39)	① 62 (63)	① 65 (68)	③ 50 (56)	② 59 (69)	48 (47)	39 (42)	② 67 (64)	③ 56 (61)	31 (46)
(3) 人件費増加	③ 56 (55)	② 56 (58)	② 68 (68)	50 (39)	50 (57)	③ 52 (64)	② 56 (53)	③ 50 (48)	① 59 (47)	① 72 (68)	33 (54)	81 (78)	56 (49)
(4) 諸経費の増加	③ 49 (53)	③ 55 (56)	③ 58 (55)	② 38 (39)	① 53 (63)	① 65 (64)	④ 47 (52)	③ 30 (40)	② 52 (60)	③ 69 (63)	③ 58 (61)	② 63 (72)	③ 42 (43)
(5) 売上不振	27 (25)	38 (36)	32 (35)	56 (61)	26 (27)	48 (27)	22 (21)	27 (27)	27 (25)	31 (21)	13 (7)	6 (11)	8 (19)
(6) 過当競争	14 (13)	9 (13)	3 (3)	6 (17)	9 (10)	17 (27)	16 (13)	21 (14)	20 (15)	22 (21)	4 (4)	13 (6)	0 (11)
(7) DX・IT化関連投資	13 (11)	13 (9)	16 (10)	0 (11)	18 (13)	9 (-)	14 (12)	12 (8)	23 (23)	6 (13)	8 (7)	6 (-)	19 (16)
(8) 設備投資 (除くDX・IT化関連)	13 (13)	17 (15)	13 (10)	6 (6)	26 (27)	17 (14)	11 (12)	6 (11)	11 (11)	14 (8)	17 (21)	13 (17)	17 (11)
(9) 資金調達	9 (9)	12 (11)	23 (19)	19 (22)	0 (-)	9 (5)	8 (8)	12 (11)	7 (8)	6 (3)	8 (11)	0 (6)	6 (8)
(10) 販売価格低下	4 (4)	9 (5)	6 (6)	25 (11)	6 (-)	4 (5)	2 (3)	1 (3)	2 (4)	3 (8)	0 (-)	6 (6)	0 (-)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査



＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) **水産加工業** ホタテや秋鮭が減産となっており、販売が低迷。漁期初期に豊漁と話題になった秋刀魚も終えてみれば前年比140%程度の水揚量だった。イワシの巻き網漁も水揚減となったことから、原料確保に苦戦。持続可能で安定した原料を用いた新商品の開発、現実性のあるコストカットを進める。(道東)

(2) **水産加工業** 原材料、特にホタテと加工向け魚が無い。扱う魚種を広げる。水産加工の他に視野を広げる。(道南)

(3) **食品製造業** 値上げにより売上単価は上昇しているものの、原材料費の高騰が継続しており利益率は依然として圧迫されています。一方、例年実施している早期予約特典の割引率を引き上げたことで予約件数が増加し、顧客維持に寄与しています。また、道の駅などの店舗販売において、当社初となるイベントを開催したことでも来客数・売上ともに増加し、有効性を確認できました。今後は、直営店限定商品の展開を軸に、話題性・集客効果を期待しています。(道北)

(4) **水産加工業** 既存店舗の売上は増加傾向にあり販促効果が出ている一方で、人件費や包材費の増加で利益を圧迫している。値上げ、内容量変更などを常時行い、定期的に諸経費見直しを行っていく。(道東)

(5) **水産加工業** 秋サケの不漁による原料の調達が難しく、委託加工のみで自社製品の加工が予定通り実施できなかった。(道東)

【木材・木製品製造業】

(6) **家具製造業** 住宅着工数の減少などで落ち込みが続いている。販売イベントなどの参

加やショップ販売の強化を実施する。(道北)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(7) **輸送機械器具製造業** 当社が製作する製品ニーズは旺盛であり、受注は好調に推移中。製品別では既に来期の受注も確保している。特に特装系の車両については、架装メーカーが全国的に少なく、競合他社が人員不足等を背景に受注ができず、当社に引き合いが多数寄せられている。(札幌)

(8) **金属製品製造業** 直近決算は増収増益だったが粗利益率は低下。原材料、外注費等の高騰を考慮すると善戦した。原価上昇分の価格転嫁は社会情勢もあり、ある程度柔軟に実施できた。しかし、今期は金利上昇圧力でそう簡単に行かない雰囲気が感じられる。(札幌)

(9) **機械器具製造業** 売上基盤である抄紙機関連売上は、ペーパーレス化に伴う需要の減少と、生活紙や段ボール需要の増加があり、プラスマイナスがある状況。製紙業界の変化を捉え、主要取引先のニーズに的確に応えていく。(道央)

【その他の製造業】

(10) **印刷業** 業界内で企業同士の協業、合併、グループ化などが急速に進んでいる。顧客は業界への信用不安を増加させているし、業界は価格競争に陥っている。当社は価格競争に巻き込まれない市場への選択と集中を図っている。(札幌)

(11) **コンクリート製品製造業** 人手不足と資材価格、経費の上昇が問題。DXを駆使して経費を圧縮し利益を出すようにしたい。(道北)

(12) **印刷業** 売上高は増加しているが、既存

顧客の特需が大半を占めるため、新規顧客の獲得や安定的に売上を増加できる施策が必要である。新規事業（営業倉庫）を展開すべく補助金の申請等準備を進めている。（札幌）

(13) 皮革製品製造業 売上・粗利益は順調に伸びているが、販管費が高止まりしており、収益を圧迫している。海外やネット販売の売上増加を図る。また、ふるさと納税返礼品を早期納品する事で実績を改善していく。（道北）

【建設業】

(14) 土木工事業 公共工事は、一工事当たりの金額が減少する傾向が2~3年前より続いている。完工高を維持することが難しくなっている。新築住宅需要も一気になくなり、過当競争が続く。民間工事の受注強化と市町村の不採算工事の改善交渉を行う。（道北）

(15) 鉄筋工事業 大型プロジェクトの遅れや延期で厳しい状況が続いているが、札幌中心部での再開発の一部が動き出し、多少は好転した。この2年、大型案件の集中リスクを目の当たりにしたので、中小案件の需要回復に期待し、そちらに注力していきたい。（道央）

(16) 住宅建築業 注文住宅の集客について、営業拠点によってバラツキがあるものの全体としては昨年度より増加している。ただ目標売上に達するにはもうしばらく苦戦が予想される。物価高騰による住宅取得意欲の低下が続いている。地域の専門職の取引先の廃業が進み、建物が建てられなくなるリスクが高まっている。（道央）

(17) 住宅建築業 新築工事が無いので、改修工事・解体工事をメインに営業する。（道南）

(18) 土木工事業 売上は前年比・予算比ともに

上回って推移しており、利益面でも順調に伸長しています。特に新幹線関連の売上が堅調に推移しています。大手ゼネコンとのつながりをこれまで以上に深めて、大きな案件をしっかりと狙っていきます。今後しばらく続きそうな設備投資の流れもチャンスと捉え、関連する仕事を逃さず受注していく方針です。（道央）

(19) 住宅建築業 原価高騰、納期伸長にともなう経費増により利益の確保に苦慮している。加えて、建築規制強化により許認可がなかなか下りず売上が低迷している。（道央）

(20) 電気通信工事業 既存業務の売上低下を補填するため、メーカーと施工業者で防犯カメラ関連の講習会および各種団体や自治体への需要拡大の準備を進めている。（道央）

【卸売業】

(21) 食材卸売業 今年は観光関連が大阪万博やジャングリア沖縄など西日本で好調となり、北海道は伸び悩んだ感がある。当社の売上についても微増で目標には及ばなかった。販売先への提案をしっかりと行うことでトップライン収益を確保するのは勿論のこと、DX・IT投資による省力化は今後も重要。人員の余力を捻出し、倉庫・配送業務のより良い安定化を図る。（札幌）

(22) 水産物卸売業 単価高により増収となる反面、数量が減少し、減益を招いている。トピックは秋鮭の大不漁で卸、小売り共に影響が大きい。2025年一杯は弊社含め水産業界の稼ぎ時である一方、年明けは同業他社からの投げ売りが出来やすい時期。リスク品目はフリー在庫を持たず、年明け以降のチャンス品を拾えるように年内は足許在庫の販売を進めていく。（札幌）

(23) 紙類卸売業 デジタル化の進展等により、当社の顧客である印刷業界が苦境に陥っており、

出荷量が大幅に減少している。また、製紙メーカーの断続的な価格修正により、需要の更なる低下を招いている。需要の底堅い板紙などへ軸足を移していく。(札幌)

(24) **塗料卸売業** 原料高騰と輸送費高騰により、利益率がやや低下した。更に人件費、アウトソーシング等の経費負担増により営業利益が年々低下傾向となっている。運送費圧縮に向け、同業他社との協同物流、ストックヤードの協同利用等、取り組みしやすい分野での推進を図る。(札幌)

(25) **包装用品卸売業** 物価高の影響により物の動きは鈍い。既存取引先については弊社で取扱いしている資材関係も減少傾向にある。既存取引先の落ち込み分を新規取引先の拡充で補うべく活動している。(札幌)

(26) **スポーツ用品卸売業** 物価高騰によりユーザーの優先度が買い替えから修理などに移行している。価格に左右されない独自性のある商品開発を行う。(札幌)

(27) **酒類卸売業** 仕入価格の高騰が続いている、仕入の「数量」が減少しても「額」は増加するという状態になっている。特に輸入品の価格は、長引く円安や輸送費高騰等により高値が続いている。きめ細かな既存取引先のフォロー、メーカーと連携した商品・サービスの紹介、新規取引店の開拓、不動産情報の提供、債権管理の強化、仕入コストの価格転嫁による粗利益確保、店舗・倉庫統合による経費削減と人手不足対応に力点を置く。(札幌)

(28) **食品卸売業** 主要魚種の極端な不漁による取扱数量の著しい減少と仕入価格の高騰により、販売価格への転嫁が難しく、売上の維持と利幅の確保が困難な状況となっております。短期的には、加工度を上げ付加価値を生むことでの利

益確保と、魚種の転換に対応した体制作りを進めていきたいと考えています。長期的には、安定的な養殖魚の取扱いや輸出の割合を増やしていくことを考えています。(札幌)

【小売業】

(29) **タイヤ販売店** 車の販売価格の上昇で、タイヤの販売は好調でした。今年は新製品の販売が多く、ディーラーに販売する本数も昨年より増加しました。中国問題によるバスの動きが気になる所ですが、あまりにも観光客が減るようであれば来年の送迎用車のタイヤ販売に影響が出て来そうです。(道北)

(30) **釣具店** 競合激化、ネット販売の拡大など小売店舗販売は苦戦を強いられている。店頭小売以外の販売方法を模索していく方針。(札幌)

(31) **機械器具小売業** 売上、利益とも回復基調にあります。ただし、一部メーカーのLED照明等が中国との関税の影響により原材料調達難で納期未定との連絡もあり苦慮している。(札幌)

(32) **食品スーパー** インフレ傾向が続いているが、売上高は微増しているが、客数及び購入点数の減少を点単価で補っている状態は依然として改善していない。「おいしさと安心」にこだわった商品企画を継続し他店との差別化を図る。(札幌)

(33) **リサイクルショップ** 問題は人手不足とスキルの低さ、そして今後も続く人件費増加。補助金等の活用で宣伝効果を高め同業他社との競争力を強める。人手不足の問題は敢えての高齢者雇用などで業務遂行を目指す。(道北)

【運輸業】

(34) **港湾運送業** 労働力の確保(事務系、技術系)が課題。DXの推進、採用の柔軟化と賃金の改定で対応する。(道東)

【ホテル・旅館業】

(35) **旅館** 道内消費者の動きが悪く、道内宿泊者の割合が大きな施設は厳しい。一方インバウンド消費者は順調に増えている。管理職、管理業務の効率化を進める。(道央)

(36) **観光ホテル** 売上は前年比微減にて推移。国内売上については、大阪万博の影響が認められる。中国政府による日本への旅行自粛通達により、R8年1~2月の売上への影響が確実となり、国内客向け推進策を急ぎ策定中。(道東)

(37) **観光ホテル** 売上は好転しているが、米をはじめとする食料品の価格高騰、最低賃金上昇に伴う人件費増が顕著。DX化を加速させ、属人化されている作業も徐々に廃止していく。(道北)

【その他の非製造業】

(38) **クリーニング業** 価格転嫁や提供サービスの向上など営業努力により売上は増加しているものの、人件費やエネルギーコスト等の上昇により、利益につながっていない。サービス向上と需要が高まっている部門の推進をさらに強化して新規顧客を獲得し、設備の増強や人材育成・確保などにより生産性の向上と運営面の改善を進めていく。(札幌)

(39) **廃棄物処理業** 仕事はあるが人手不足のため、さばけない状態になってきている。結果として売上げの対前年割れに陥らないか危惧している。新卒者求人及び若手中途採用に向けて当社のホームページのリニューアルを実施している最中であるが、専門業者に依頼しているため、それなりに費用負担は大きい。(道央)

(40) **土木建築サービス業** 売上、利益とも前期より好調の見通し。中途採用をあと一歩進めて数名確保したい。(札幌)

(41) **土木建築サービス業** 公共事業費に占める試験費の割合が減っているため、売上が減少している。また、従業員の年齢構成がいびつな為、若年層への技術継承が問題となっている。定期的な単価の改定により適正価格を維持し、定年退職者の雇用延長を積極的に行い若年層への技術継承に務める。(札幌)

(42) **飲食店** 個人消費の二極化が見られる。アッパー層はメニュー価格引き上げに伴い客単価は上昇するも、ミドル層は注文点数の減少により客単価変わらずリピート客の来店頻度の減少が考えられる。札幌中心部の新規店舗出店により売上増大を図っていく。(札幌)

(43) **建設機械リース業** 単価が上がったことなどで売上は増加したものの、人手不足で従業員にかかる負担も増えた為、人件費の見直しを行い利益は減少する見込みです。広告やSNSなどで求人募集をして若い人材の確保をめざします。(道央)