

2026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

2026年4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

2026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

■回答期間

2026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	356	100.0%	
札幌市	136	38.2	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、
道 央	74	20.8	日高の各地域、空知地域南部
道 南	36	10.1	渡島・檜山の各地域
道 北	53	14.9	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	57	16.0	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域

■業種別回答状況

	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	700	356	50.9 %
製 造 業	194	105	54.1
食 料 品	69	35	50.7
木 材 ・ 木 製 品	29	17	58.6
鉄鋼・金属製品・機械	58	35	60.3
そ の 他 製 造 業	38	18	47.4
非 製 造 業	506	251	49.6
建 設 業	145	82	56.6
卸 売 業	98	57	58.2
小 売 業	97	35	36.1
運 輸 業	52	20	38.5
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	18	52.9
そ の 他 の 非 製 造 業	80	39	48.8

新卒採用意欲に陰り 人員見通しは慎重姿勢

< 要約 >

1. 従業員の過不足感<図表1、4>

雇用人員判断DI(▲54、前年比+5ポイント)は、低水準ながら2年連続で上昇した。業種全体では人手不足感がやや緩和したもの、運輸業(▲84)、建設業(▲72)では依然として不足感が強い。

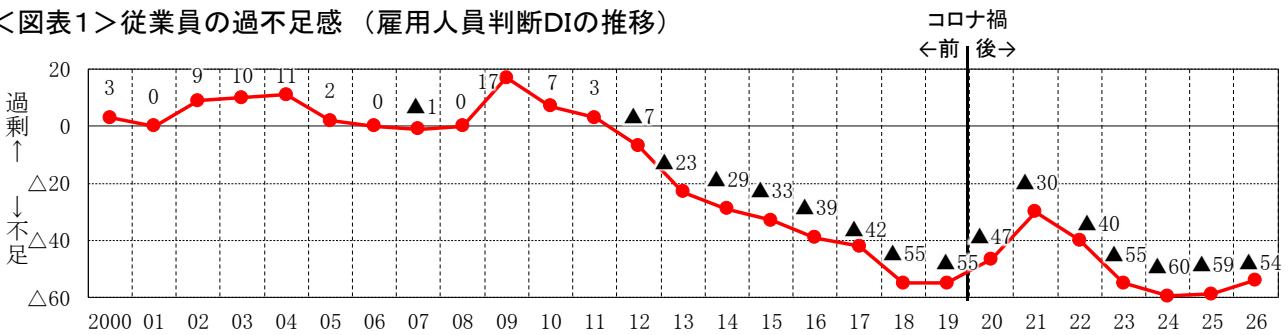
2. 今春の新卒採用状況<図表2、5、10、11>

今春「新卒採用した」企業(37%、前年比▲3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56%(前年比+2ポイント)と上昇した。

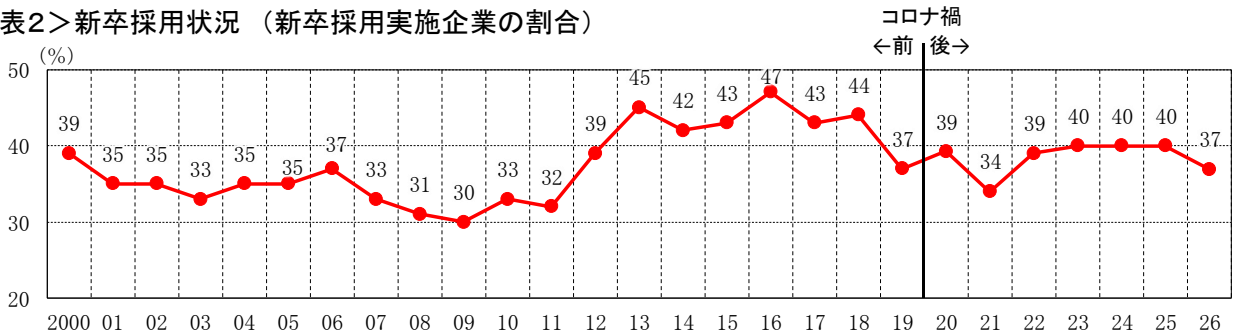
3. 今後1年間の従業員の増減見通し<図表3、6>

雇用方針DI(18、前年比▲2ポイント)は3年連続で低下した。業種別では、食料品製造業(▲6、同▲19ポイント)、木材・木製品製造業(▲6、同▲24ポイント)など3業種で低下した。

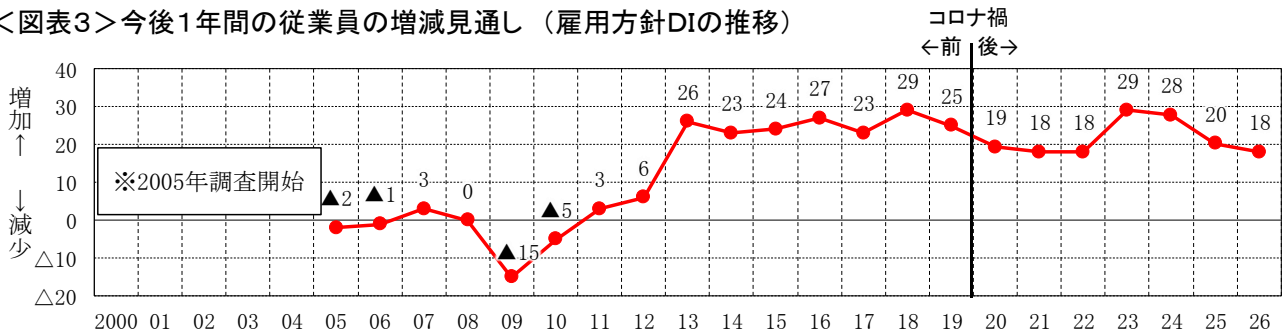
<図表1> 従業員の過不足感 (雇用人員判断DIの推移)



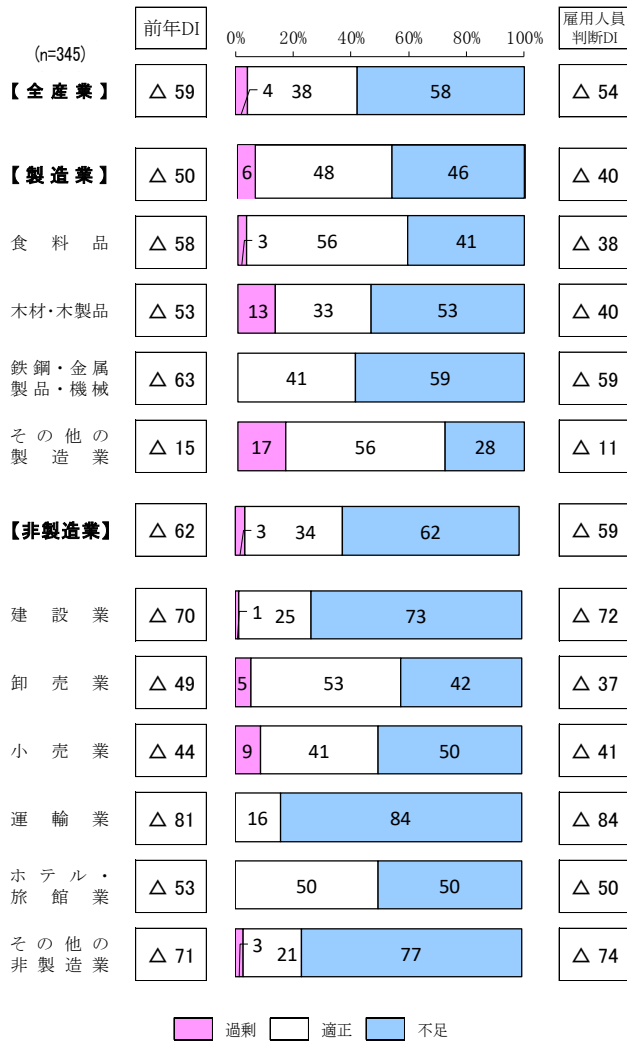
<図表2> 新卒採用状況 (新卒採用実施企業の割合)



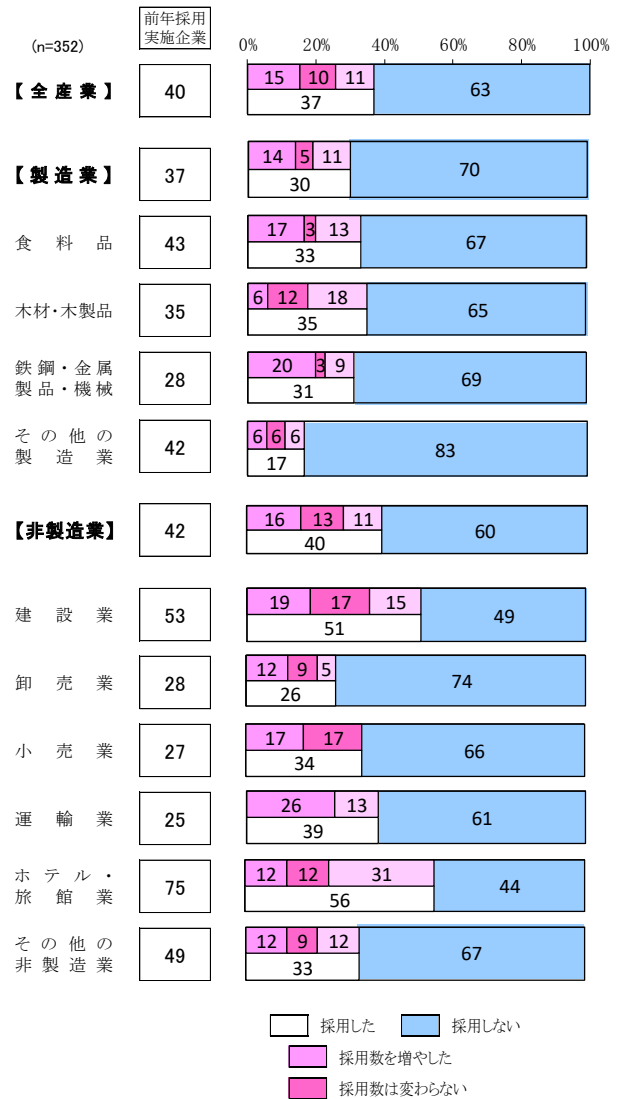
<図表3> 今後1年間の従業員の増減見通し (雇用方針DIの推移)



<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=354) (単位: %, %pt)

項目	製造業						非製造業						
	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	↓▲ 32 (36)	↓▲ 27 (35)	↓▲ 15 (29)	↓▲ 18 (35)	↑▲ 43 (41)	↓▲ 28 (35)	↓▲ 34 (36)	↔▲ 35 (35)	↓▲ 33 (35)	↑▲ 26 (24)	↓▲ 21 (36)	↑▲ 44 (31)	↓▲ 39 (53)
(2) 変わらない	↑▲ 55 (49)	↑▲ 56 (47)	↑▲ 65 (55)	↑▲ 59 (47)	↑▲ 49 (41)	↑▲ 50 (45)	↑▲ 54 (49)	↓▲ 45 (51)	↑▲ 60 (53)	↑▲ 63 (62)	↑▲ 68 (32)	↑▲ 56 (44)	↑▲ 51 (43)
(3) 減少する	↓▲ 14 (16)	↓▲ 17 (18)	↑▲ 21 (16)	↑▲ 24 (18)	↓▲ 9 (19)	↑▲ 22 (20)	↓▲ 12 (15)	↑▲ 20 (14)	↓▲ 7 (13)	↑▲ 11 (14)	↓▲ 11 (32)	↓▲ 0 (25)	↑▲ 10 (5)
雇用方針DI (1)-(3)	↓▲ 18 (20)	↓▲ 10 (17)	△▲ 6 (13)	△▲ 6 (18)	↑▲ 34 (22)	↓▲ 6 (15)	↑▲ 22 (21)	↓▲ 16 (21)	↑▲ 26 (22)	↑▲ 14 (11)	↑▲ 11 (4)	↑▲ 44 (6)	↓▲ 28 (48)

※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%)は前年比横ばいで12年連続の1位。特に運輸業(100%)や建設業(88%)で高水準となった。
(2) 新卒採用する際の重視項目 <図表9>	「協調性」(83%、前年比+4ポイント)は全業種で高水準となり、5年連続で1位となった。「誠実性」(68%、同+4ポイント)は鉄鋼・金属製品・機械製造業(70%、同+37ポイント)や建設業(73%、同+17ポイント)などで上昇した。
(3) 採用予定人数に対する充足率 <図表10><図表11>	「予定通り」の企業の割合(36%)は前年とほぼ同水準。7割以上(56%、前年比+2ポイント)は、鉄鋼・金属製品・機械製造業(82%)、小売業(73%)など3業種で上昇した一方、食料品製造業(33%)、ホテル・旅館業(44%)など4業種で低下し、業種によりばらつきが見られた。
(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」(57%)が4ポイント上昇し、14年連続で1位。2位は前年同様、「応募が無かった」(27%)となった。
(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%)が最も多く利用されているものの、「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」(51%)、「自社ホームページ」(40%)、「縁故」(39%)などその他のチャンネルも幅広く併用されている。

<図表8>新卒採用の決定要因(複数回答) 上位項目

(n=128)

(単位: %)

項目	全産業	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
		食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業								
(1) 将来の人手不足に備える	① 77 (77)	① 71 (79)	① 64 (54)	① 83 (83)	① 73 (100)	② 67 (100)	① 78 (76)	① 88 (84)	② 60 (86)	① 67 (70)	① 100 (50)	① 70 (36)	① 75 (88)
(2) 年齢構成の改善を図る	② 58 (57)	② 48 (55)	① 27 (62)	② 50 (33)	② 55 (44)	① 100 (80)	② 61 (58)	② 61 (72)	① 67 (50)	③ 50 (40)	② 57 (33)	③ 50 (46)	① 75 (56)
(3) 人材確保の好機である	③ 43 (44)	② 42 (52)	① 64 (62)	① 17 (67)	③ 36 (44)	③ 33 (20)	③ 43 (42)	③ 42 (35)	⑦ 7 (36)	① 67 (50)	④ 14 (83)	① 70 (55)	③ 67 (38)
(4) 生産販売部門の強化を図る	⑦ 27 (29)	③ 45 (42)	③ 46 (46)	② 50 (67)	③ 46 (44)	③ 33 (-)	⑦ 21 (24)	⑦ 17 (35)	⑧ 13 (14)	④ 42 (60)	⑧ 0 (-)	⑧ 20 (9)	⑧ 33 (-)
(5) 事業の拡大を図る	⑧ 20 (17)	⑧ 19 (12)	⑧ 36 (23)	⑧ 0 (17)	⑧ 18 (-)	⑧ 0 (-)	⑧ 21 (19)	⑧ 24 (14)	⑧ 20 (43)	⑧ 42 (20)	⑧ 14 (17)	⑧ 0 (9)	⑧ 8 (19)

※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=126)

(単位: %)

項目	全産業	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
		食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業								
(1) 協調性	① 83 (79)	① 87 (82)	① 91 (85)	① 100 (83)	① 70 (78)	① 100 (80)	① 82 (78)	① 83 (74)	② 67 (67)	② 73 (100)	① 100 (83)	① 80 (82)	① 100 (78)
(2) 誠実性	② 68 (64)	② 60 (70)	④ 46 (77)	② 83 (100)	① 70 (33)	③ 33 (80)	② 71 (62)	② 73 (56)	③ 60 (53)	④ 64 (89)	③ 57 (67)	③ 60 (64)	① 100 (67)
(3) コミュニケーション能力	③ 62 (67)	⑤ 53 (52)	④ 46 (69)	③ 50 (67)	① 70 (44)	③ 33 (-)	③ 65 (73)	③ 68 (74)	④ 47 (67)	② 73 (67)	④ 29 (83)	② 70 (73)	③ 83 (72)
(4) 積極性	③ 62 (73)	③ 57 (76)	② 64 (77)	③ 50 (83)	④ 40 (67)	① 100 (80)	④ 64 (72)	④ 51 (81)	① 73 (80)	① 82 (89)	② 86 (50)	③ 60 (55)	④ 67 (50)
(5) 責任感	⑤ 55 (56)	⑤ 53 (46)	② 64 (54)	③ 33 (33)	⑤ 50 (33)	③ 67 (60)	⑤ 55 (60)	⑤ 59 (70)	⑤ 40 (53)	⑤ 55 (67)	③ 57 (67)	⑤ 50 (46)	④ 67 (44)

※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

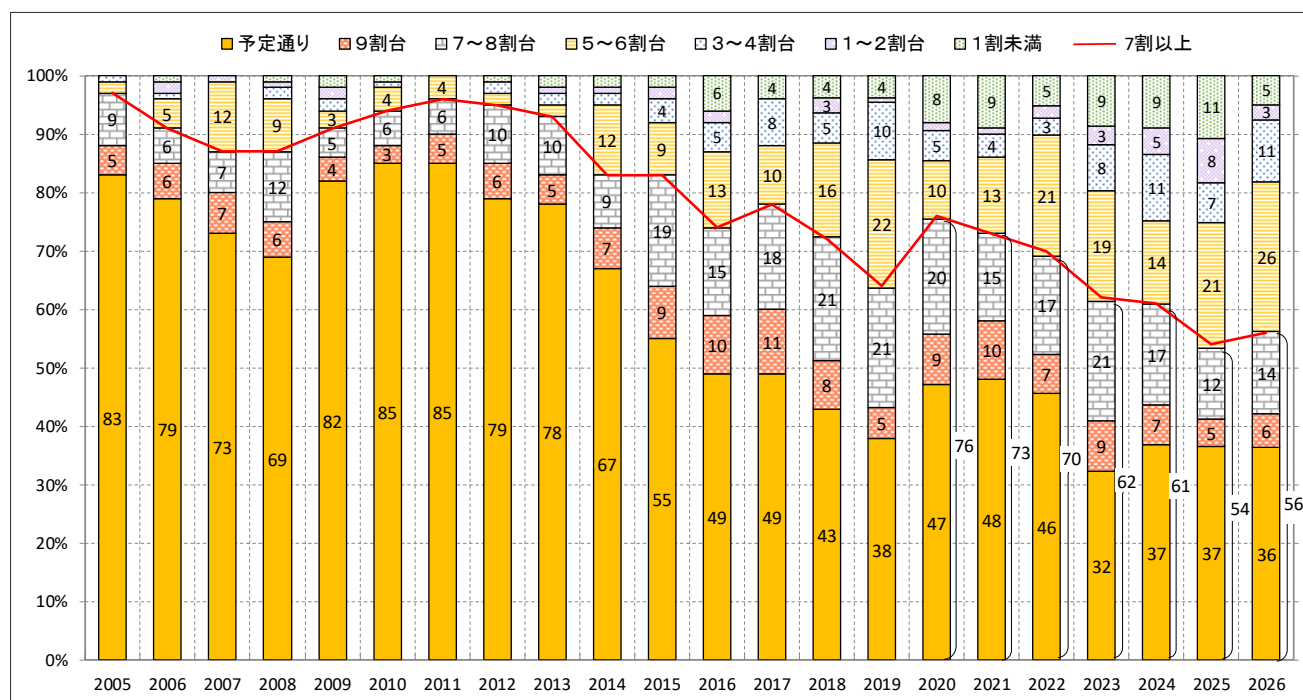
(n=121)

(単位：%)

項目	製造業						非製造業	その他の業種					
	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		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	36 (37)	35 (31)	11 (33)	33 (33)	55 (11)	33 (60)	37 (38)	23 (36)	50 (36)	46 (11)	57 (50)	33 (55)	50 (47)
(2) 9割台	6 (5)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	8 (6)	8 (5)	7 (14)	9 (11)	14 (17)	0 (-)	8 (-)
(3) 7~8割台	14 (12)	21 (16)	22 (8)	17 (17)	27 (33)	0 (-)	12 (11)	18 (12)	0 (14)	18 (33)	0 (-)	11 (9)	8 (-)
(4) 5~6割台	26 (21)	31 (22)	56 (17)	33 (17)	9 (33)	33 (20)	24 (21)	23 (21)	29 (21)	18 (33)	0 (17)	44 (18)	25 (18)
(5) 3~4割台	11 (7)	14 (19)	11 (25)	17 (17)	9 (11)	33 (20)	10 (3)	15 (5)	7 (-)	9 (-)	14 (-)	0 (-)	0 (6)
(6) 1~2割台	3 (8)	0 (6)	0 (8)	0 (17)	0 (-)	0 (-)	3 (8)	8 (10)	0 (14)	0 (11)	0 (17)	0 (-)	0 (-)
(7) 1割未満	5 (11)	0 (6)	0 (8)	0 (-)	0 (11)	0 (-)	7 (12)	5 (12)	7 (-)	0 (-)	14 (-)	11 (18)	8 (29)
7割以上 (1)+(2)+(3)	56 (54)	56 (47)	33 (41)	50 (50)	82 (44)	33 (60)	57 (55)	49 (53)	57 (64)	73 (55)	71 (67)	44 (64)	66 (47)

※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>採用予定人数に対する充足率の推移



<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=223)

(単位: %)

項目	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) 随時、中途採用する	① 57 (53)	① 49 (48)	② 35 (56)	① 55 (60)	① 63 (48)	① 47 (27)	① 60 (54)	① 46 (48)	① 69 (60)	① 48 (41)	① 75 (58)	① 38 (75)	① 77 (65)
(2) 応募が無かった	② 27 (30)	② 30 (44)	② 26 (56)	② 9 (30)	② 42 (44)	② 33 (36)	② 25 (25)	② 44 (43)	② 7 (8)	② 30 (26)	② 25 (37)	② 0 (25)	② 31 (13)
(3) 現従業員で十分である	24 (20)	26 (18)	② 35 (11)	18 (10)	17 (13)	② 33 (46)	23 (21)	13 (14)	26 (33)	① 48 (33)	0 (11)	① 38 (-)	15 (9)
(4) 教育・訓練に時間がかかる	18 (13)	8 (13)	0 (11)	0 (20)	21 (13)	7 (9)	22 (14)	21 (12)	② 36 (20)	13 (4)	② 42 (16)	13 (25)	4 (13)
(5) パート・アルバイトを活用する	14 (6)	18 (8)	① 39 (22)	18 (-)	4 (-)	7 (9)	12 (5)	3 (-)	12 (5)	30 (11)	0 (-)	25 (25)	12 (4)
(6) 採用しても定着しない	9 (10)	15 (16)	17 (6)	② 27 (30)	17 (17)	0 (18)	6 (8)	15 (12)	0 (10)	4 (-)	0 (-)	25 (-)	0 (13)
(7) 採用する余裕がない	9 (8)	14 (10)	17 (11)	② 27 (20)	8 (4)	7 (9)	7 (8)	3 (2)	10 (13)	13 (4)	0 (5)	0 (-)	8 (17)

※○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) 上位項目

(n=350)

(単位: %)

項目	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) ハローワーク(インターネット含む)	77 (77)	83 (82)	79 (77)	75 (77)	89 (81)	88 (95)	74 (75)	83 (81)	68 (66)	74 (78)	63 (68)	65 (88)	74 (73)
(2) インターネットの求人情報サイト	51 (51)	45 (47)	58 (55)	13 (29)	51 (55)	35 (35)	54 (53)	55 (49)	46 (44)	51 (50)	47 (52)	82 (75)	56 (68)
(3) 民間職業紹介事業者	51 (43)	55 (41)	64 (39)	38 (29)	51 (48)	65 (45)	49 (44)	49 (42)	46 (47)	34 (42)	37 (24)	65 (63)	64 (53)
(4) 自社ホームページ	40 (42)	35 (38)	27 (29)	6 (35)	51 (48)	41 (40)	42 (43)	51 (54)	23 (22)	40 (47)	58 (56)	18 (38)	56 (43)
(5) 縁故(従業員の紹介など)	39 (40)	31 (39)	21 (32)	50 (59)	31 (36)	29 (40)	43 (40)	57 (50)	37 (31)	23 (28)	42 (28)	29 (63)	46 (43)
(6) 紙媒体(新聞、地域情報誌など)	10 (9)	13 (10)	12 (19)	6 (-)	17 (13)	12 (-)	9 (9)	5 (4)	9 (2)	20 (17)	5 (24)	12 (13)	10 (13)

※()内は前年実績。

＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) 飲料品製造業 需要が増加しているが、人員不足のため増産ができない。さらなる機械化、効率化を進める必要がある。(道央)

(2) 食肉加工業 新卒は退職率が非常に高いので、今後は採用の予定がありません。異業種への参入も今後考えていますので、中途採用を積極的に行っていきます。(道北)

(3) 水産物加工業 小売接客業は昨年末頃より応募が増加傾向です。人選が行えるようになるとサービスレベルも向上し、業績にも良い影響がでると見込んでいます。新卒は積極的な施策は行っていないですが、応募があれば是非採用したいと思っています。(道東)

【木材・木製品製造業】

(4) 木製品製造業 高齢化により、若手の採用が急務ですが利益水準が不足しています。まずは新商品開発等で収益を改善し、雇用枠を創出します。(札幌)

(5) 家具製造業 毎年一定数の退職者がいるため、各年代の空洞化を防ぐため新卒やキャリア採用を実施しており、今後も行っていく。(道北)

(6) 製材業 週休2日、給与の増額など待遇の改善を図り、宣伝したい。(道北)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(7) 金属製品製造業 新卒採用を進めなければ企業の先行きが見通せないのは解っているが、採用後の教育について準備が不足しており踏み切れな。中途採用でも製造業に対する関心が薄い感じがしており、色々な媒体等を利用しながら採用活動を行っている。(札幌)

(8) 輸送機械器具製造業 ここ数年、ほぼ予定通り新卒採用できたが、来年度はかなり苦戦すると考えている。年間休日の増加や賃金水準の引上げ等実施しているが、そろそろ限界に来ている。(札幌)

(9) 金属製品製造業 多人数を採用する余裕はないため、長期雇用が難しいと思われる新卒者よりも中途採用者の雇用となります。(道東)

(10) 金属製品製造業 正直、若い人材が欲しい。現状は50代以上の方からの応募しかない。今、会社を改革するには若い人材が不可欠と思う。(道北)

(11) 金属加工業 都市部への人材流出が止まらず、地方での新卒採用は困難。若年層の学力低下や努力した経験が乏しくなっている気がする。(道北)

(12) 機械設備製造業 簡単に仕事を見つけることができる媒体が多いが、そのような媒体を使う人は簡単に転職を繰り返す人だった。色々使ってきたが、ハローワーク窓口を通す人は定着率が良い。(道央)

【その他の製造業】

(13) 印刷業 新卒は、最低3年間は投資ですので、退職しないよう全社で育てるシステムを実施している。中途採用は実力と給料のバランスに苦労します。履歴書と面接だけで決めるのは難しいです。(札幌)

(14) プラスチック製品製造業 地方では競争が激しく若手の採用が困難である為、海外の人材に目を向けざるを得ない。(道央)

(15) コンクリート製品製造業 特に製造部門が人手不足。求人情報サイトでの募集を積極的に行っている。既存の従業員の育成により実力の底上げを図ると共に、採用者への教育・ケアが必要。(札幌)

【建設業】

(16) **土木工事業** ここ数年で定年を迎える社員を想定して積極採用しているが、セクションごとに余剰人員が在籍しているのも現状。技術職の育成が急務であるが、進捗がはかばかしくない。(道北)

(17) **鉄筋工事業** 報道される大手企業の新卒初任給に驚いている。どんどん上昇しており、弊社などは全く比較の対象にならない。実態として、中途採用に注力した方が効果的な感じが強い。(道央)

(18) **総合建設業** 新規採用者募集の賃金条件と、在籍従業員との調整が難しい。(道央)

(19) **電気工事業** 競合他社と比べて初任給・年収ベースの見劣りが無いよう設定し、「好業績・福利厚生面」など既存価値に対しどれだけ付加要素を高められるかがポイント。各媒体を活用しながら採用活動に継続的な投資とウェイトを置いていく。(札幌)

(20) **土木工事業** 10年程前から新卒採用を重視してきた。結果、若年層が若干増加してきているので、近い将来楽しみです。(道南)

(21) **土木工事業** 施工管理職として育てる若者を中心に採用を強化し、年齢構成の改善と人手不足に備えたい。収益の悪化は一定程度やむをえないものとし、人手不足倒産を避けるため人材確保に力を注ぎたい。(道南)

(22) **総合建設業** 職員の高齢化が進んでおり、積極的な採用活動をしているが、業務内容や勤務体系(出張が多い等)により敬遠されがちである。DX等、省力化も視野に人員配置を検討中。(道南)

(23) **総合建設業** 2026年春は大卒技術者の採用ができなかった。専門チームを立ち上げ対策を講じている。人事評価は社員育成において最重要だが、評価者によってばらつきがあるため、社員が納得の

いく評価制度・給与制度を構築中。(道東)

(24) **内装工事業** 技術者は外国人技能実習生も含め充実しているが、現場管理者の不足に困っている。色々なアプローチをしているが進まず、AIやアウトソーシングで間に合わせている。将来的には、教育・育成制度の検討と実施を進めたい。(札幌)

(25) **電気工事業** 今後も発注量が増大する中、人材不足は深刻化しています。電気課程を卒業する者が半導体分野に目を向けがちで、なかなかこちらに入職してくれません。(札幌)

(26) **総合建設業** 業界に興味を持つ人材が毎年減っている中、インターンシップや学校訪問を重ねて、アピール努力を続けている。(札幌)

【卸売業】

(27) **工業用品卸売業** 大手企業が新卒給与を大幅に引き上げており、当社で内定を出しても賃金格差で辞退される。新卒採用募集の労力を考えると割に合わないため新卒採用は中断している。紹介手数料はかかるが中途採用の方が効率が良く、社会経験を積んだ人物を採用できる。(札幌)

(28) **食材卸売業** 賃上げやIT投資等の原資を確保するために収益力向上は必須。当面新卒採用を抑制し、体力を付けることを優先する。(札幌)

(29) **塗料卸売業** 採用の多くは中途採用としている。教育・訓練する期間中の退職があり、即戦力が望ましい。賃金体系の見直し、女性基幹職登用等できることは推進している。(札幌)

(30) **機械器具卸売業** 20代の転職が活発の状況で、新卒を育成するよりも長期雇用の見込みがある中途社員の採用比率が高くなっている。(札幌)

(31) **包装用品卸売業** 新卒は応募者が少なく、中

途採用も採用まで時間を要しています。また、ここ 3 年位は賃上げ率をアップしており人件費の増加額が大きくなっています。新入社員の育成をしっかりと行き、地道に収益の拡大を目指したい。(札幌)

(32) **肥料卸売業** 営業担当者として活躍するには最低でも 3~5 年の経験やスキルが必要。農薬の取り扱いに関しては資格も必要で、新卒者の定着率は低く、経験者を中途採用する傾向が強い。(札幌)

(33) **食品卸売業** 毎年新卒採用を行っているが、次年度の入社予定者は当初見込の半分となってしまった。解決策として、社内制度の整備(給与水準の引き上げ、福利厚生充実、キャリアプランの明確化など)と情報発信(大学等へのリクルート、就活イベントへの参加、SNS 等)を行っている。(札幌)

【小売業】

(34) **釣具店** 現在は即戦力重視で中途採用を行っているが、会社の行く末・活性化を考えると、若い柔軟な発想で事業を継続・発展をさせる役割として新卒採用することが重要と考えている。(札幌)

【運輸業】

(35) **旅客運輸業** 当社のような地方企業にとっては一般職員の採用はほぼ絶望的。中途採用も基幹業務への応募はなく、新陳代謝が大きな課題である。乗務員については、東日本広域にわたる専門学校への訪問により新卒採用強化を図ったことで、2026 年度卒の内定者を確保できた。(道南)

(36) **旅客運輸業** 応募者数自体の減少により、単純な人材不足だけでなく、優秀な人材の不足が課題となっている。(札幌)

【ホテル・旅館業】

(37) **観光ホテル** 求職者が企業に対して求めているものの変化に対応していく必要がある。賃金も大

切ではあるが、それだけではないということを肝に銘じなければならない。(道北)

【その他の非製造業】

(38) **土木建築サービス業** コンサルを介した採用がうまくいくことが多い。その分コストが収益を若干圧迫するが、将来投資としてやむを得ない。(札幌)

(39) **自動車整備業** 最近は、給料より休日の多い企業に就職したいとの要望が強い。当社も人が増加したら交代制で休日を増やせるのですが、日本人の面接者がほとんどいない状況です。(道北)

(40) **建設コンサルタント** 近年は大手企業がインターンシップ等で有望な学生に仮内定を出しているため、合同企業説明会では効果が見込まれない。当社単独で WEB 会社説明会を盛んに行い、応募してもらおう学生を探すことに注力しています。(道東)

(41) **不動産賃貸業** 今年度の新卒採用は見送ったが、期中に退職者が発生し従業員不足となっている。来年度は新卒採用を行う計画で募集をしているが、反応は鈍い。初任給水準も上がっており、既存社員も引上げが必要で利益圧迫要因となっている。一方で、給与引上げは社員の退職引き留めにもつながることから痛しかゆしの状況にある。(札幌)

物価上昇の道内企業への影響と賃上げ対応について
賃上げ率 3%に低下、賃上げ原資の確保に苦慮

< 要 約 >

1. 2026 年度の物価予想<図表 1 >
 「2025 年度の物価上昇率とほぼ同じ」が 49%、「2025 年度を上回る」が 44%と物価上昇への警戒感が強い。
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、物価上昇の経営への影響が顕著となっている。
3. 物価上昇のうち、価格転嫁できた割合<図表 3 >
 75%以上価格転嫁できた割合は、「原材料費・仕入価格」57%(2025 年 9 月調査時点との比較▲1 ポイント)、「人件費・労務費」35%(同▲3 ポイント)、「一般経費」32%(同▲2 ポイント)にとどまっており価格転嫁が進んでいない。
4. 価格転嫁が進まない理由<図表 4 >
 「他社との価格競争」(66%、前年比+14 ポイント)は全業種で上昇し 1 位。「取引先や顧客の理解が得られない」(30%、同±0 ポイント)は、製造業(40%、同+19 ポイント)では上昇し、非製造業(26%、同▲8 ポイント)では低下した。製造業では、「代替品・類似品との価格競争」(28%、同+13 ポイント)が上昇するなど競合環境が厳しさを増している。
5. 物価上昇への対策<図表 5 >
 「販売価格への転嫁(値上げ)」(78%、前年比±0 ポイント)が全業種で 1 位に挙げられた。次いで「人件費以外の諸経費の削減」(48%、同+8 ポイント)、「仕入先・購入先との価格交渉」(46%、同+3 ポイント)となった。
6. 賃上げの対応状況<図表 6 >
 賃上げ予定の企業は 71%と前年比 19 ポイント低下した。一方で、「対応を検討中」は 28%と同比 22 ポイント上昇し、企業の慎重な姿勢がうかがえる。
7. 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 3.71%(前年比▲0.26 ポイント)、中央値は 3.00%(同▲1.00 ポイント)であった。原材料費や諸経費の増加が続く中、賃上げ原資の確保に苦慮している状況がうかがえる。

<図表 1 >2026 年度の物価予想 (2025 年 4~9 月消費者物価指数 (北海道) の平均上昇率+3.3%を基準として)

(n=347)

(単位: %)

項 目	全産業	製造業	製造業				非製造業	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		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) 2025年度の物価上昇率を上回る	44	38	41	29	31	56	46	50	29	47	68	44	50
(2) 2025年度の物価上昇率とほぼ同じ	49	54	56	59	60	33	47	44	61	50	21	44	45
(3) 2025年度の物価上昇率を下回る	8	8	3	12	9	11	7	6	11	3	11	13	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=344)

(単位：%)

原材料費・仕入価格	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) 増加	85	84	85	81	79	94	86	89	83	82	90	100	76
(2) ほぼ同じ	14	14	12	19	18	6	14	11	17	18	11	-	24
(3) 減少	1	2	3	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-

(n=349)

(単位：%)

人件費・労務費	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) 増加	85	84	94	75	77	89	85	83	79	88	95	94	87
(2) ほぼ同じ	15	16	6	25	23	11	15	17	20	12	5	6	13
(3) 減少	0	-	-	-	-	-	0	-	2	-	-	-	-

(n=343)

(単位：%)

一般経費	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) 増加	81	81	79	81	77	94	81	78	84	76	84	94	78
(2) ほぼ同じ	18	18	21	19	21	6	19	22	15	21	16	6	22
(3) 減少	1	1	-	-	3	-	1	-	2	3	-	-	-

※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=308)

(単位：%)

原材料費・仕入価格	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) ほぼすべて転嫁できている	24	21	7	13	27	44	25	29	36	11	16	31	13
(2) かなり(75%程度)転嫁できている	33	37	37	27	53	19	32	34	36	25	32	31	26
(3) 半分(50%程度)転嫁できている	22	20	30	20	10	19	23	20	17	39	26	25	23
(4) 少し(25%程度)転嫁できている	15	18	17	33	10	19	13	11	9	18	16	6	26
(5) 全く転嫁できていない	6	4	10	7	-	-	7	7	2	7	11	6	13

(n=303)

(単位：%)

人件費・労務費	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) ほぼすべて転嫁できている	11	11	3	7	21	13	11	15	9	7	11	13	9
(2) かなり(75%程度)転嫁できている	24	23	20	-	35	27	25	27	24	14	33	31	24
(3) 半分(50%程度)転嫁できている	28	28	37	36	21	20	28	36	29	21	28	25	18
(4) 少し(25%程度)転嫁できている	19	18	17	7	21	27	20	12	22	31	17	19	24
(5) 全く転嫁できていない	17	19	23	50	3	13	16	10	16	28	11	13	27

(n=290)

(単位：%)

一般経費	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) ほぼすべて転嫁できている	11	9	3	-	19	13	12	21	9	-	6	20	7
(2) かなり(75%程度)転嫁できている	21	25	23	7	41	19	20	23	16	15	19	27	19
(3) 半分(50%程度)転嫁できている	26	23	23	29	19	25	27	29	29	23	38	20	19
(4) 少し(25%程度)転嫁できている	21	22	30	29	11	19	21	17	20	27	19	20	29
(5) 全く転嫁できていない	20	21	20	36	11	25	20	10	27	35	19	13	26

※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）上位項目

(n=277)

(単位：%)

項目	全産業	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
		食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業								
(1) 他社との価格競争	① 66 (52)	① 67 (54)	① 66 (57)	① 71 (50)	① 64 (54)	① 71 (55)	① 66 (51)	① 61 (52)	① 84 (69)	① 83 (58)	① 44 (32)	① 57 (50)	① 52 (36)
(2) 取引先や顧客の理解が得られない	② 30 (30)	② 40 (21)	② 45 (18)	② 50 (28)	② 28 (11)	② 43 (35)	② 26 (34)	② 27 (34)	③ 26 (35)	③ 24 (31)	② 38 (48)	② 29 (33)	① 17 (26)
(3) 価格転嫁はおおむね進んでいる	③ 18 (33)	③ 16 (35)	③ 14 (39)	③ 0 (28)	③ 24 (46)	③ 21 (20)	③ 19 (33)	③ 19 (28)	① 21 (31)	② 7 (33)	② 38 (32)	③ 21 (50)	② 21 (38)
(4) コスト削減により対応	① 17 (11)	① 17 (9)	① 17 (4)	① 14 (22)	① 16 (7)	③ 21 (5)	① 16 (11)	① 13 (13)	① 9 (6)	② 34 (17)	① 25 (8)	① 7 (-)	① 17 (15)
(5) 代替品・類似品との価格競争	① 17 (9)	③ 28 (15)	③ 41 (21)	③ 29 (17)	① 20 (7)	① 14 (15)	① 13 (6)	① 6 (4)	② 30 (15)	① 14 (6)	① 0 (4)	① 0 (8)	① 14 (3)

※○内数字は業種内の順位、()内は前年実績。

<図表5> 物価上昇への対策（複数回答）上位項目

(n=346)

(単位：%)

項目	全産業	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
		食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業								
(1) 販売価格への転嫁(値上げ)	① 78 (78)	① 85 (87)	① 91 (90)	① 71 (72)	① 85 (83)	① 89 (100)	① 76 (74)	① 73 (66)	① 82 (93)	① 74 (71)	① 74 (67)	① 88 (81)	① 69 (70)
(2) 人件費以外の諸経費の削減	② 48 (40)	② 47 (35)	② 59 (43)	② 47 (28)	③ 38 (27)	③ 39 (40)	② 49 (42)	③ 39 (29)	③ 50 (46)	② 71 (58)	② 63 (41)	② 53 (50)	② 38 (48)
(3) 仕入先・購入先との価格交渉	③ 46 (43)	③ 39 (46)	③ 38 (47)	③ 35 (33)	② 44 (50)	① 33 (50)	② 49 (41)	② 60 (45)	② 55 (54)	③ 29 (29)	③ 53 (52)	① 41 (31)	③ 33 (28)
(4) 商品・サービス内容の見直し	① 25 (21)	① 27 (19)	③ 50 (37)	③ 35 (11)	① 12 (10)	① 6 (15)	① 24 (21)	① 14 (13)	① 30 (24)	① 26 (34)	① 16 (15)	② 53 (31)	① 28 (20)
(5) 仕入先・購入先の変更、見直し	① 21 (18)	① 22 (17)	① 22 (20)	① 6 (6)	① 18 (17)	② 44 (25)	① 21 (18)	① 16 (18)	① 21 (17)	① 26 (13)	① 16 (30)	① 47 (25)	① 18 (13)
(6) 代替的な原材料、部品への切替	① 11 (12)	① 11 (16)	① 13 (27)	① 12 (11)	① 12 (3)	① 6 (25)	① 11 (10)	① 11 (12)	① 11 (6)	① 12 (5)	① 0 (7)	① 18 (25)	① 10 (10)
(7) 特に対策していない	① 3 (6)	① 1 (3)	① 0 (-)	① 6 (6)	① 0 (7)	① 0 (-)	① 3 (7)	① 4 (7)	① 0 (2)	① 3 (8)	① 0 (11)	① 0 (-)	① 10 (15)
(8) 人件費の削減	① 3 (4)	① 3 (6)	① 3 (7)	① 12 (11)	① 0 (-)	① 0 (10)	① 2 (4)	① 1 (2)	① 4 (2)	① 9 (13)	① 0 (-)	① 0 (6)	① 0 (3)

※○内数字は業種内の順位、()内は前年実績。

<図表6> 賃上げの対応状況

(n=344)

(単位：%、%pt)

項目	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1) ベースアップにて実施予定	↓ ▲17 64 (81)	↓ ▲27 56 (83)	↓ ▲53 34 (87)	↓ ▲19 53 (72)	↓ ▲17 77 (94)	↓ ▲14 56 (70)	↓ ▲13 67 (80)	↓ ▲8 74 (82)	↓ ▲20 65 (85)	↓ ▲6 65 (71)	↓ ▲13 68 (81)	↓ ▲23 65 (88)	↓ ▲16 59 (75)
(2) 一時的な支給にて実施予定	↓ ▲2 7 (9)	→ ±0 6 (6)	↓ ▲7 3 (10)	↓ ▲5 6 (11)	↑ +6 9 (3)	↑ +6 6 (-)	↓ ▲3 7 (10)	↓ ▲5 5 (10)	↑ +2 11 (9)	↓ ▲8 3 (11)	↑ +4 11 (7)	↓ ▲13 0 (13)	↓ ▲5 10 (15)
(5) 対応を検討中	↑ +22 28 (6)	↑ +28 36 (8)	↑ +59 59 (-)	↑ +24 41 (17)	↑ +11 14 (3)	↑ +13 33 (20)	↑ +19 24 (5)	↑ +19 21 (2)	↑ +19 24 (5)	↑ +21 26 (5)	↑ +12 16 (4)	↑ +35 35 (-)	↑ +18 28 (10)
(6) 実施予定なし	↓ ▲2 2 (4)	↓ ▲1 2 (3)	→ ±0 3 (3)	→ ±0 0 (-)	→ ±0 0 (-)	↓ ▲4 6 (10)	↓ ▲3 2 (5)	↓ ▲6 0 (6)	→ ±0 0 (-)	↓ ▲7 6 (13)	↓ ▲2 5 (7)	→ ±0 0 (-)	↑ +3 3 (-)

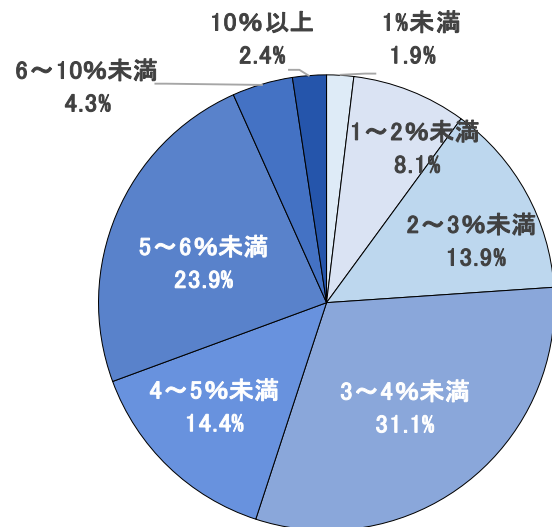
※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。()内は前年実績。

<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	4 (1)	1.9% (0.4%)
1~2%未満	17 (23)	8.1% (9.3%)
2~3%未満	29 (35)	13.9% (14.2%)
3~4%未満	65 (61)	31.1% (24.7%)
4~5%未満	30 (28)	14.4% (11.3%)
5~6%未満	50 (76)	23.9% (30.8%)
6~10%未満	9 (18)	4.3% (7.3%)
10%以上	5 (5)	2.4% (2.0%)
計	209 (247)	100% (100%)

平均値	3.71% (3.97%)
中央値	3.00% (4.00%)

※()内は前年調査。



＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

(1) 食肉加工業 原材料がほぼ輸入に頼っているため、円安は非常に困ります。賃上げは実施する予定ですが、可能な範囲で無理な賃上げはしない予定です。(道北)

(2) 食品製造業 販売価格の値上げを行うも、消費動向を見ながらのため十分な利益を生み出すまでには至っていない。賃上げに関しても、最低賃金の上昇幅を見ながら実施する程度である。(札幌)

(3) 食品製造業 現行商品の価格転嫁は、もう限界です。新商品と新販路による利益獲得で、賃上げ財源を確保したいです。(道央)

(4) 水産加工業 経営内容が改善していない中での賃上げは非常に厳しく、最低賃金の上昇率にはついていけない。(道東)

【木材・木製品製造業】

(5) 製材業 物価上昇は止めようもないので、コスト削減と効率化で対処していくしかない。少しでも賃上げして士気を高めたい。(道南)

(6) 製材業 来期に向けて、年間賞与の8割程度を基本給におこむ予定。社員の月の手取りを増やそうと考えています。(道南)

(7) 家具製造業 手仕事と品質を売りにしている当社にとって、どこまでお客様の理解が得られるかが価格や賃上げに影響する。当社の価値を知ってもらうことで、賃上げにのぞみたい。(道北)

(8) 木製品製造業 物価高騰によるコスト増と賃上げの上昇分を販売価格へ転嫁することが極めて困難な状況です。業界全体の低迷により価格競

争が激化しており、見積価格への単純な上乘せは失注に繋がる点が最大の課題。(札幌)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

(9) 金属製品製造業 人員確保と継続雇用の為には、物価上昇に見合った賃上げを実施せざるを得ない。しかしその全てを価格転嫁は出来ない事が想定されるので、諸経費の軽減をすることによって不足分を補っていかなければならない。(札幌)

(10) 機械設備製造業 3年連続賃上げしたが、今後どこまで出来るか疑問。販売価格は他社相場を見ながら上げてきたが、全ての物価の急上昇により購買力が失せていくように思われる。(道央)

【その他の製造業】

(11) 印刷業 エネルギー価格、原材料価格、円安など外部要因によるコスト上昇に歯止めがききません。一方で、賃金を上げないと、新たな社員の確保ができないばかりか、ベテラン社員の流出をまねく事態となります。賃上げ原資が生み出せない状況下で苦慮しています。(札幌)

(12) 印刷業 中小企業は大企業に比べ利益率が低く賃上げ余力が限られるため、価格転嫁と生産性向上を進め、持続的な賃金改善が可能な体制づくりに取り組んでいます。(札幌)

(13) プラスチック製品製造業 原材料価格、エネルギー価格は高止まりで変動リスクを大きく含んでいるため、価格転嫁は進んでいるが十分とは言えない状況。最低賃金上昇の継続等により、売上が伸びても利益水準は回復途上である。賃上げは行いが、生産性は思ったように上がらない。(道央)

【建設業】

(14) **土木工事業** 物価上昇に対応して賃金スライドしていますが、収益環境が厳しくなっているために将来的に不安があります。(道北)

(15) **住宅建築業** 利益が出るようであれば、年末賞与として支給します。(道南)

(16) **土工工事業** 退職補充をせず人員の適正化と効率的な人員配置に取り組んだ結果、毎年賃上げを行いつつも人件費を抑制できている。ただし、これ以上の人員削減は難しく、今後の対応が課題である。(道央)

(17) **電気工事業** 新卒1~3年目社員のベース賃金を引き上げし、生活基盤の確立を図れるようにする。全社員に対し、物価上昇に伴うベースアップは意識的に行う。中堅以降には、技術力・能力・職制とリンクした形の賃金ベースを原則とし、継続した雇用環境を賃金面に限らず、福利厚生部分でも補填していく。(札幌)

(18) **土木工事業** 毎年賃上げは実施しており特に問題はないが、大手企業のアップ率をみると、中小企業では不可能と考える。(道南)

(19) **土木工事業** 価格改定により一部の増加分を売上に転嫁出来たと思える。ただし、競合他社の動きも気になり若干控えめになっている。賃上げについては売上単価に転嫁しきれはないものの、モチベーションアップや定着率に良い影響が出ている。(道央)

(20) **電気工事業** 3年間約5%ずつ賃上げをしてきたが、世間相場はまだまだ上昇するので中小企業といえども一層の賃上げはやらねばならない。半導体分野の賃金水準が高いので、電気工事業界も苦戦している。(札幌)

(21) **総合建設業** 下請業者との契約において、仕入れ単価等の高止まりが続いている。それでも予定利益は毎年クリアできているので、賃上げは出来る限り行っていく。(道東)

(22) **電気通信工事業** 食料品や光熱費などの物価高に対して昇給が間に合っているかは微妙です。今後の生産性向上と利益率の確保を踏まえて、緊急的な物価高支援が出来るように検討していきたいです。(道央)

【卸売業】

(23) **工業用品卸売業** ニュース等での大手企業の賃上げにより中小企業も賃上げせざるを得ない状況にある。度重なる賃上げにより固定費が増加しており、業況悪化時には人件費負担が大きくなる。取引先への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)

(24) **紙類卸売業** 需要減退がどこまで進むか不透明。その中での賃上げ検討なので、慎重にならざるを得ない。(札幌)

(25) **塗料卸売業** 社員給与は道内平均よりやや高い水準であると思うが、有能な人材の確保や流出しないよう、春闘を参考に見直しを図りたいと考えている。2026年は子ども・子育て支援金制度の税金発生等により、増々厳しい資金繰りとなる。(札幌)

(26) **鋼材卸売業** 中小零細企業にとっては物価高と賃上げはダブルパンチ。存続すら危ぶまれる。(道東)

(27) **石油製品卸売業** 資材・備品の価格や賃金の上昇で販管費が上昇する一方、同業他社との競合もあり、価格転嫁が十分にできていない。採用面の課題もあり、コストアップが中期的に継続することが予想でき、既存事業の

効率化、付加価値向上のほか、事業の多角化等による一層の収益機会の拡大に取り組む必要がある。(札幌)

(28) **酒類卸売業** もともと他業態より人件費の水準が低い業界であり、休日も他業態より少ない事情もあって、人材確保が厳しい。退職防止の意味からも人件費の引き上げが必須だが、経営環境は厳しさを増している。(札幌)

【小売業】

(29) **自動車販売店** 2024年より毎年の昇給に加えベースアップを実施。その財源を確保するために、価格転嫁を実施しながら費用の削減を図ってきました。(道東)

(30) **タイヤ販売店** 昨年は賃上げを実施し、本年も実施の検討をしております。物価が上がる中で利益を出していくのは大変ですが、良い仕入をしてSNSを活用して販売力を上げ、増益につなげていきたいと思っております。(道北)

(31) **食品スーパー** 仕入や配送にかかる輸送費の高止まりやエネルギー価格の高騰が経営を圧迫しています。こうしたコスト増を価格に転嫁せざるを得ない一方、お客様は買い控えをしており、利益が積みあがらない。さらに最低賃金の大幅な引き上げは自社努力でのコスト吸収が限界に近いレベルに達しており、構造改革を急がなければ生活インフラとしての維持すら危ういという強い危機感を持っています。(札幌)

【運輸業】

(32) **旅客運輸業** 部品の多くが海外製である等、円安によるコスト増加の影響を強く受ける一方で、旅客単価が低水準にとどまり収益性が悪化している。(札幌)

(33) **旅客運輸業** あらゆる経費が増加して経費コントロールで賄える状況ではなくなってきたため、やむを得ず本年4月より運賃を値上げすることとした。賃上げについては、業界組合の水準で要求が来て妥結せざるを得ない状況から経営コントロール外の事象となってしまう、経営上は非常に厳しい。(道南)

【ホテル・旅館業】

(34) **旅館** 大手企業との格差を感じるのが、給与水準です。出来るかぎり今年もベースアップを行いたい。(道央)

【その他の非製造業】

(35) **観光施設運営** 大企業並みの賃上げ率を確保したい。(道南)

(36) **建設機械器具リース** 大手企業を中心に大幅な賃上げが進み、従業員のモチベーションが低下していると感じる。出来る限りの賃上げや福利厚生の見直しを実施しているが、販売価格への転嫁や仕入価格等のコストダウンが満足に進んでいる訳では無い為、結果として身を切る改革となっている。(札幌)

(37) **飲食店** 利益が出ないので従業員の賃上げができない。アルバイトは最低賃金が毎年上がるので収益を圧迫している。(札幌)

(38) **自動車整備業** 最低賃金が上昇する度に、現在雇用している実習生から最低賃金上昇率を現在の給料(最低賃金ではない)に上乘せし欲しいと依頼が来て、交渉するのが大変です。(道北)

(39) **建設コンサルタント** 毎年、物価上昇率を上回る賃上げを実施する方針です。(道東)