

第101回 道内企業の経営動向調査

1. 2026年4～6月期 実績
2. 2026年7～9月期 見通し

2026年7月6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、成瀬)

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101回定例調査

(2026年4～6月期実績、2026年7～9月期見通し)

■回答期間

2026年5月中旬～6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	369	100.0%	
札幌市	137	37.1	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	75	20.3	
道 南	39	10.6	渡島・檜山の各地域
道 北	58	15.7	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	60	16.3	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	369	52.7 %
製 造 業	188	107	56.9
食 料 品	69	28	40.6
木 材 ・ 木 製 品	25	18	72.0
鉄鋼・金属製品・機械	57	39	68.4
そ の 他 製 造 業	37	22	59.5
非 製 造 業	512	262	51.2
建 設 業	145	84	57.9
卸 売 業	105	61	58.1
小 売 業	88	34	38.6
運 輸 業	54	27	50.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	33	16	48.5
そ の 他 の 非 製 造 業	87	40	46.0

売上 DI・利益 DI とも 7 期ぶりに上昇

< 要 約 >

1. 2026 年 4～6 月期 実績

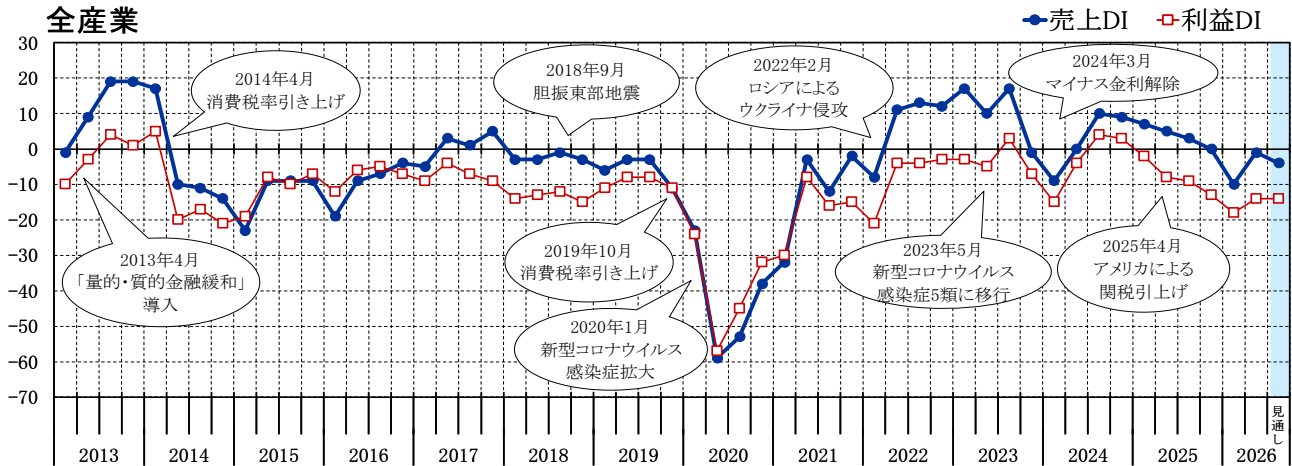
全産業の売上 DI(△1)、利益 DI(△14)はマイナスながら、ともに 7 期ぶりに上昇した。単価 DI(36)は前期比+15 ポイントと 6 業種で上昇した。製造業では、売上 DI(△6)は、食料品が 9 期ぶりにプラス転換し上昇した。利益 DI(△23)は、鉄鋼・金属・機械が低下するなどマイナスが続いている。非製造業では、売上 DI(1)は、卸売業・小売業の上昇が寄与し、3 期ぶりにプラス転換した。利益 DI(△10)は、卸売業と小売業がプラス転換したが、運輸業が低下するなど 5 期連続のマイナスとなった。地域別では、札幌市が売上 DI(△5)2 期連続、利益 DI(△17)5 期連続のマイナス。札幌市の売上 DI では、食料品製造業、建設業、卸売業がプラス転換したが、ホテル・旅館業などが低下しマイナス脱せず。

2. 2026 年 7～9 月期 見通し

全産業の売上 DI(△4)は 3 期連続、利益 DI(△14)は 7 期連続でマイナス見通し。

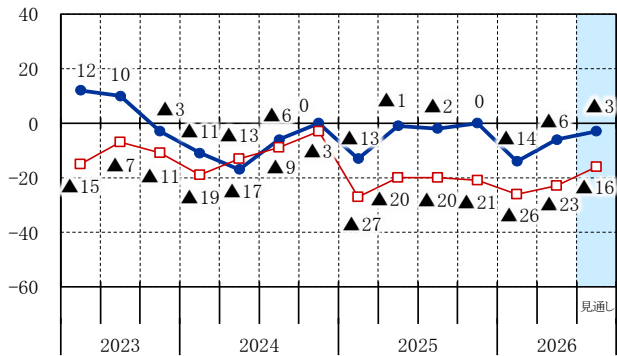
<図表 1> 業況の推移

全産業

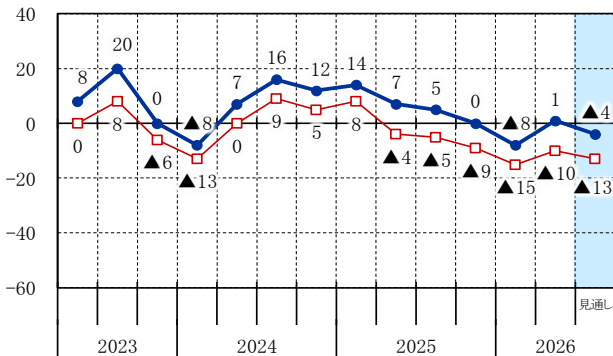


項 目	2023年 4～6	7～9	10～12	2024年 1～3	4～6	7～9	10～12	2025年 1～3	4～6	7～9	10～12	2026年 1～3	4～6	7～9
売上DI	10	17	△ 1	△ 9	0	10	9	7	5	3	0	△ 10	△ 1	△ 4
利益DI	△ 5	3	△ 7	△ 15	△ 4	4	3	△ 2	△ 8	△ 9	△ 13	△ 18	△ 14	△ 14

製造業



非製造業



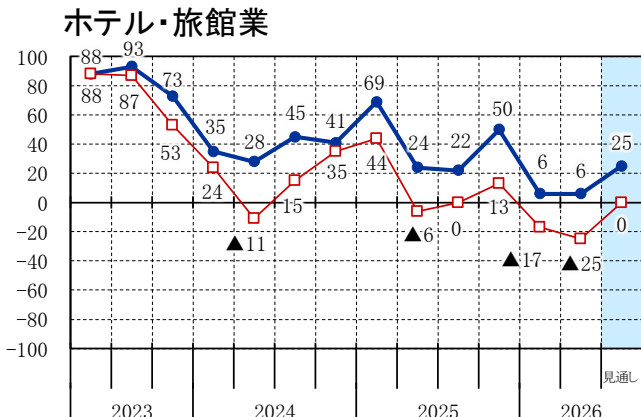
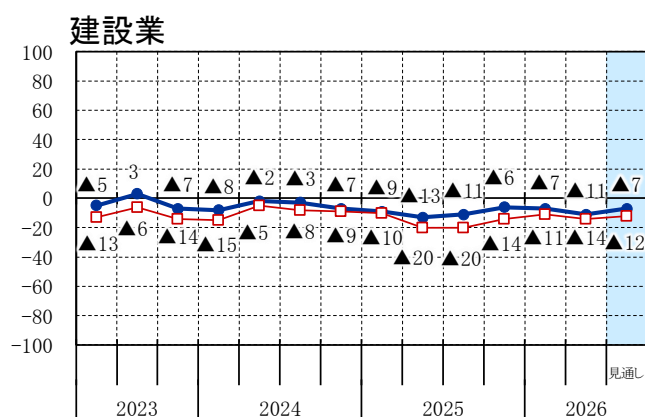
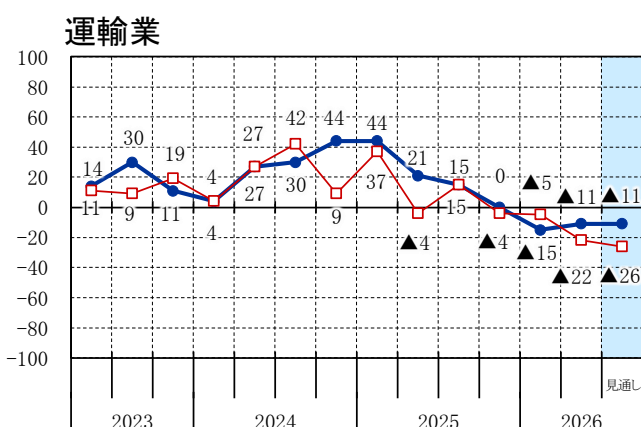
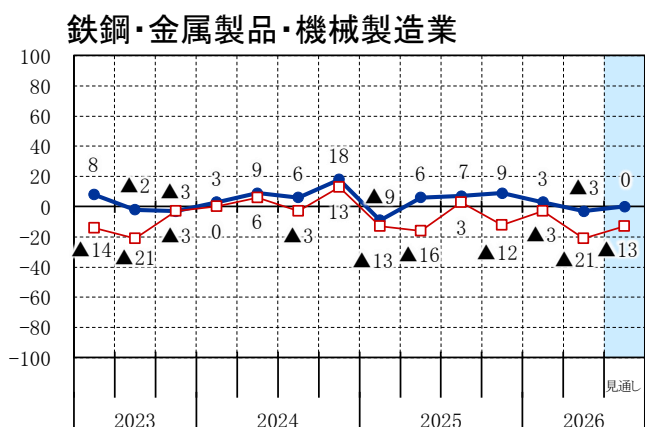
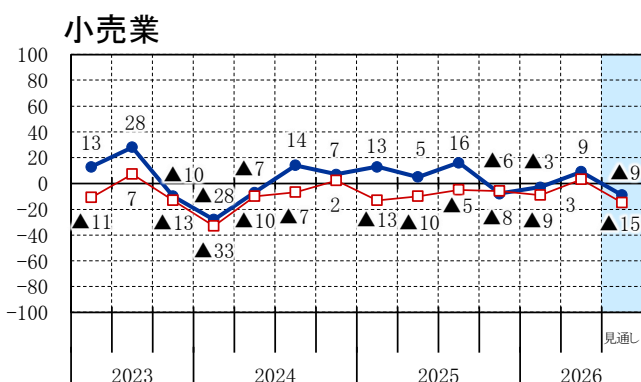
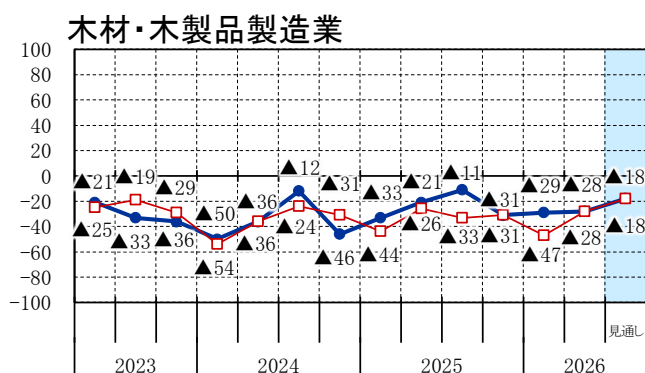
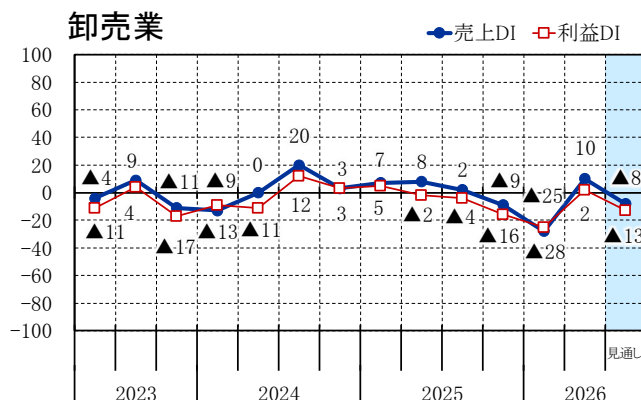
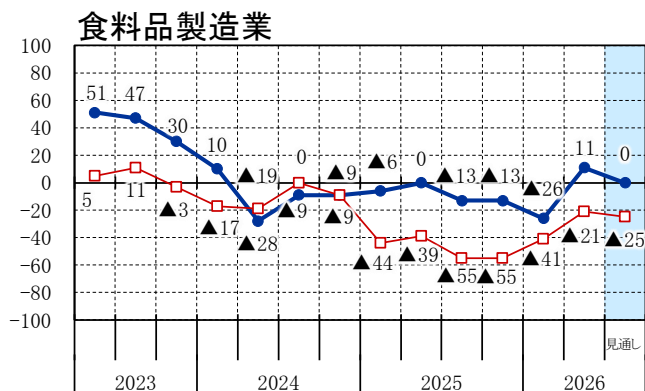
＜図表２＞業種別の要点

	要 点 (2026年4～6月期実績)		2025年 7～9	2025年 10～12	2026年 1～3	2026年 4～6		2026年 7～9
			実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し
全 産 業	売上DI・利益DIともマイナスながら7期 ぶりに上昇した。	売上DI	3	0	△ 10	△ 1	△ 5	△ 4
		利益DI	△ 9	△ 13	△ 18	△ 14	△ 12	△ 14
製 造 業	売上DIは前回見通しを上回ったが、 利益DIは下回った。	売上DI	△ 2	0	△ 14	△ 6	△ 13	△ 3
		利益DI	△ 20	△ 21	△ 26	△ 23	△ 20	△ 16
食 料 品	売上DIは9期ぶりにプラス転換。利益 DIは全業種でマイナス幅が縮小。	売上DI	△ 13	△ 13	△ 26	11	△ 17	0
		利益DI	△ 55	△ 55	△ 41	△ 21	△ 29	△ 25
木 材・木 製 品	木製品はともに10期連続、製材は売 上DI15期、利益DI16期連続マイナス。	売上DI	△ 11	△ 31	△ 29	△ 28	△ 12	△ 18
		利益DI	△ 33	△ 31	△ 47	△ 28	△ 12	△ 18
鉄 鋼・金 属 製 品 ・ 機 械	売上DIは5期ぶりにマイナス。利益DI は3期連続マイナス。	売上DI	7	9	3	△ 3	△ 11	0
		利益DI	3	△ 12	△ 3	△ 21	△ 11	△ 13
非 製 造 業	売上DIは3期ぶりにプラス、利益DIは5 期連続マイナス。	売上DI	5	0	△ 8	1	△ 2	△ 4
		利益DI	△ 5	△ 9	△ 15	△ 10	△ 9	△ 13
建 設 業	官主体はマイナス続く。民主体の売上 DIは3期ぶり、利益DIは5期連続マイ ナス。	売上DI	△ 11	△ 6	△ 7	△ 11	△ 7	△ 7
		利益DI	△ 20	△ 14	△ 11	△ 14	△ 10	△ 12
卸 売 業	売上DI、利益DIとも全業種で上昇し、 ともにプラス転換。	売上DI	2	△ 9	△ 28	10	△ 5	△ 8
		利益DI	△ 4	△ 16	△ 25	2	△ 11	△ 13
小 売 業	売上DIは3期ぶり、利益DIは6期ぶりに プラス転換。	売上DI	16	△ 8	△ 3	9	△ 6	△ 9
		利益DI	△ 5	△ 6	△ 9	3	△ 6	△ 15
運 輸 業	貨物は売上DI2期連続、利益DI4期ぶ りにマイナス。旅客の売上DIは2期連 続プラス。	売上DI	15	0	△ 15	△ 11	0	△ 11
		利益DI	15	△ 4	△ 5	△ 22	5	△ 26
ホテル・旅館業	都市ホテルはプラス。観光ホテルの利 益DIは5期連続マイナス。	売上DI	22	50	6	6	33	25
		利益DI	0	13	△ 17	△ 25	0	0

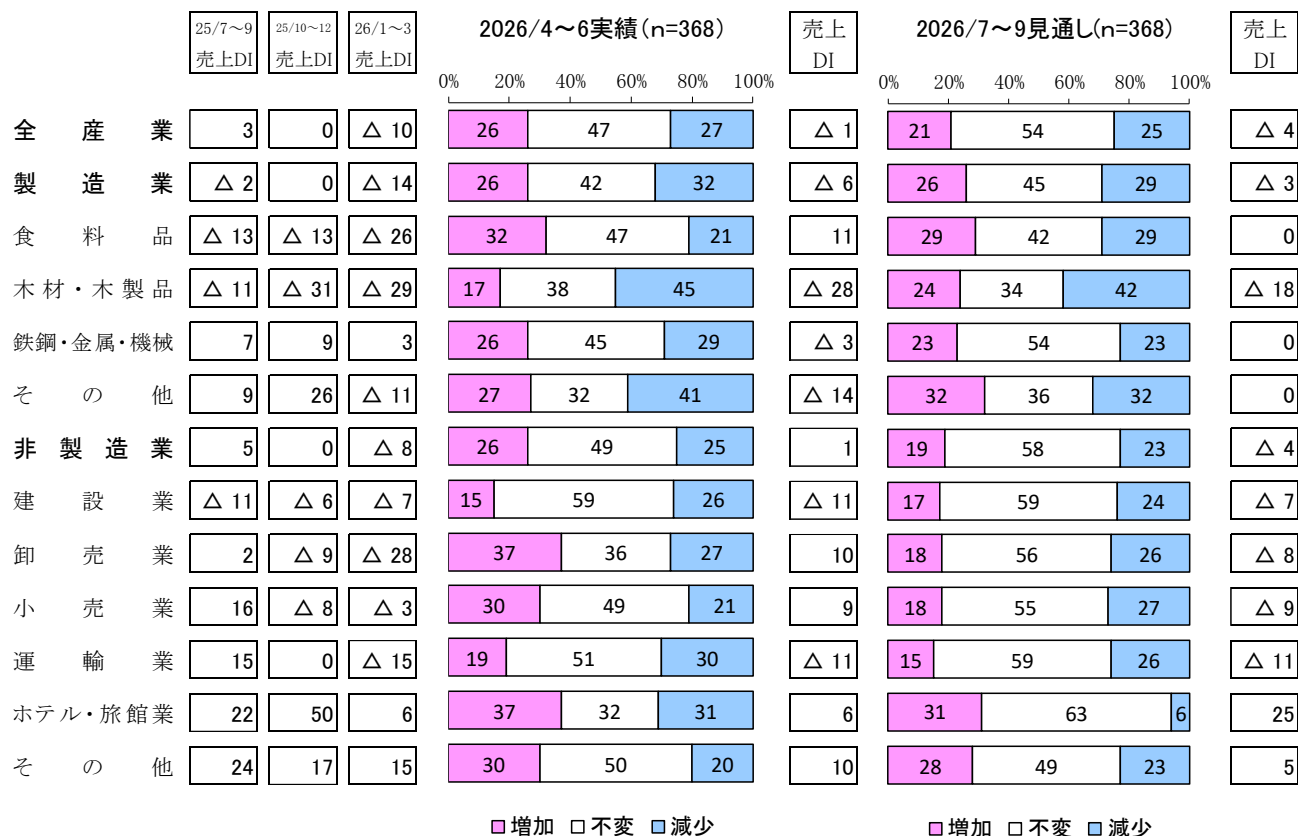
＜図表３＞地域別業況の推移

		2023年 10～12	2024年 1～3	2024年 4～6	2024年 7～9	2024年 10～12	2025年 1～3	2025年 4～6	2025年 7～9	2025年 10～12	2026年 1～3	2026年 4～6		2026年 7～9
		実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し
全 道	売上DI	△ 1	△ 9	0	10	9	7	5	3	0	△ 10	△ 1	△ 5	△ 4
	利益DI	△ 7	△ 15	△ 4	4	3	△ 2	△ 8	△ 9	△ 13	△ 18	△ 14	△ 12	△ 14
札 幌 市	売上DI	△ 2	△ 2	1	16	12	13	8	5	9	△ 12	△ 5	△ 9	△ 1
	利益DI	△ 5	△ 5	△ 2	12	1	11	△ 2	△ 6	△ 2	△ 29	△ 17	△ 18	△ 15
道 央 (札幌除く)	売上DI	8	△ 10	0	4	17	11	8	3	3	△ 7	8	0	11
	利益DI	△ 3	△ 15	△ 1	4	28	1	△ 8	△ 9	△ 15	△ 12	△ 8	△ 4	1
道 南	売上DI	13	△ 8	0	18	13	20	29	20	0	△ 17	8	△ 11	△ 10
	利益DI	△ 10	△ 16	5	11	△ 8	6	△ 2	20	△ 6	△ 17	△ 13	△ 14	△ 26
道 北	売上DI	△ 9	△ 22	7	7	6	△ 2	△ 9	△ 11	△ 5	2	△ 2	4	△ 16
	利益DI	△ 5	△ 31	△ 9	△ 5	3	△ 18	△ 18	△ 28	△ 17	2	△ 19	△ 2	△ 20
道 東	売上DI	△ 10	△ 10	△ 6	1	△ 8	△ 14	△ 10	5	△ 14	△ 14	△ 8	△ 7	△ 13
	利益DI	△ 18	△ 19	△ 12	△ 9	△ 18	△ 24	△ 18	△ 12	△ 29	△ 21	△ 10	△ 18	△ 20

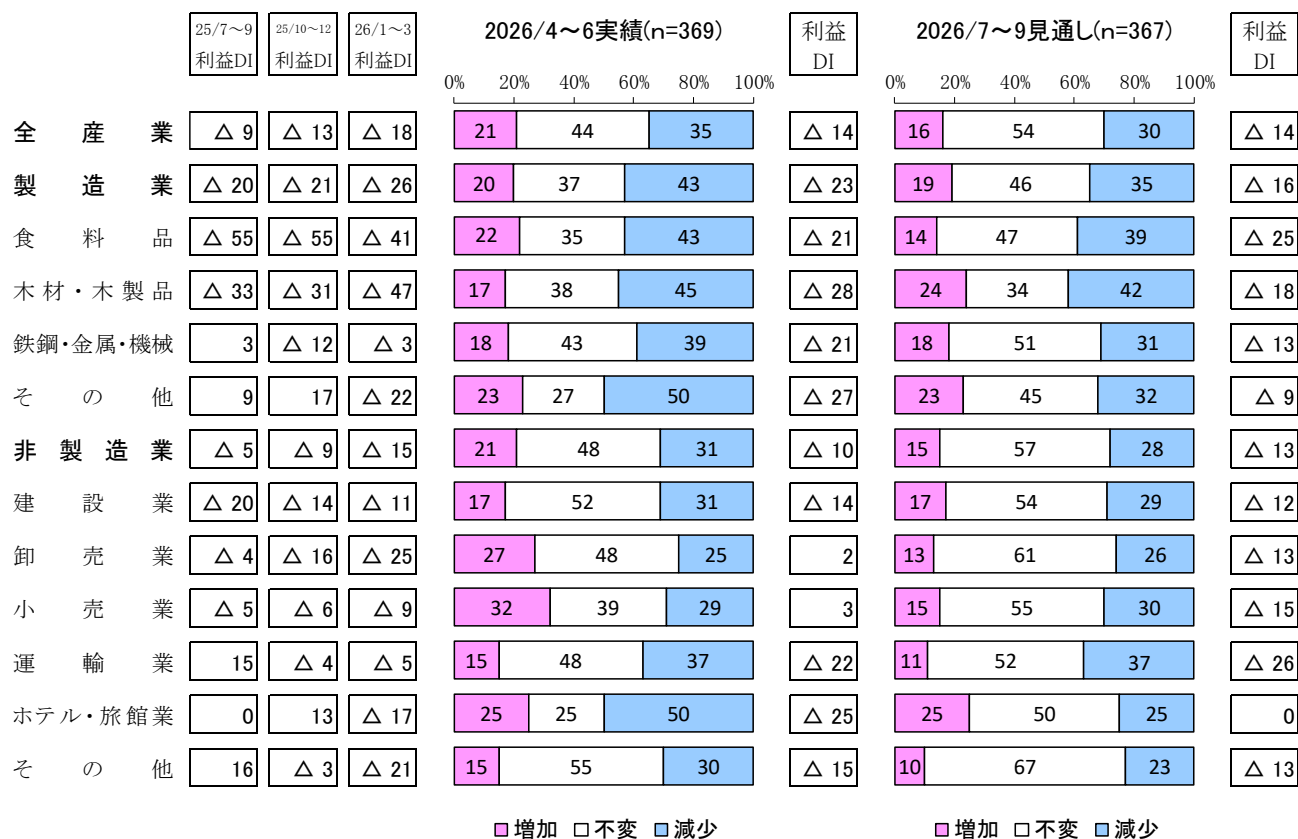
＜図表４＞業況の推移（業種別）



<図表5>売上



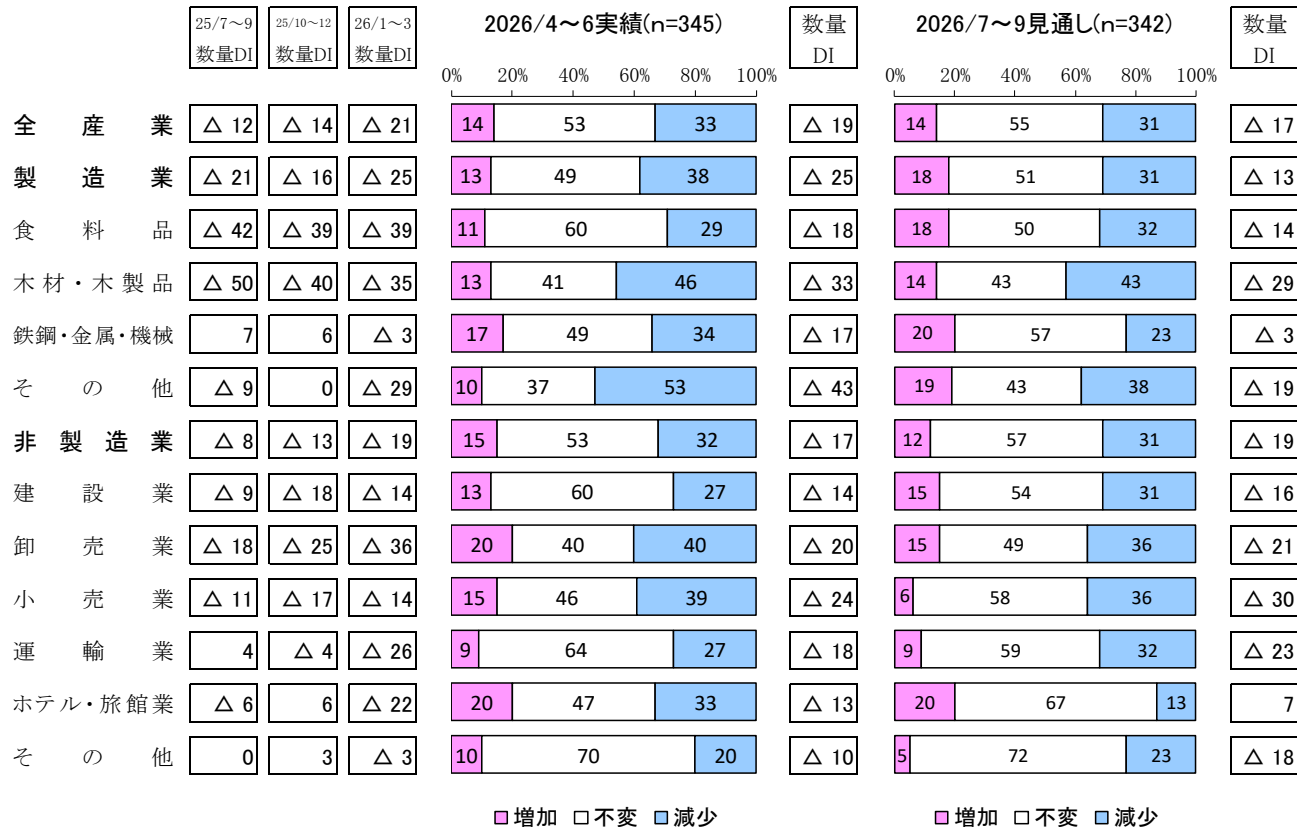
<図表6>利益



<図表7>単価



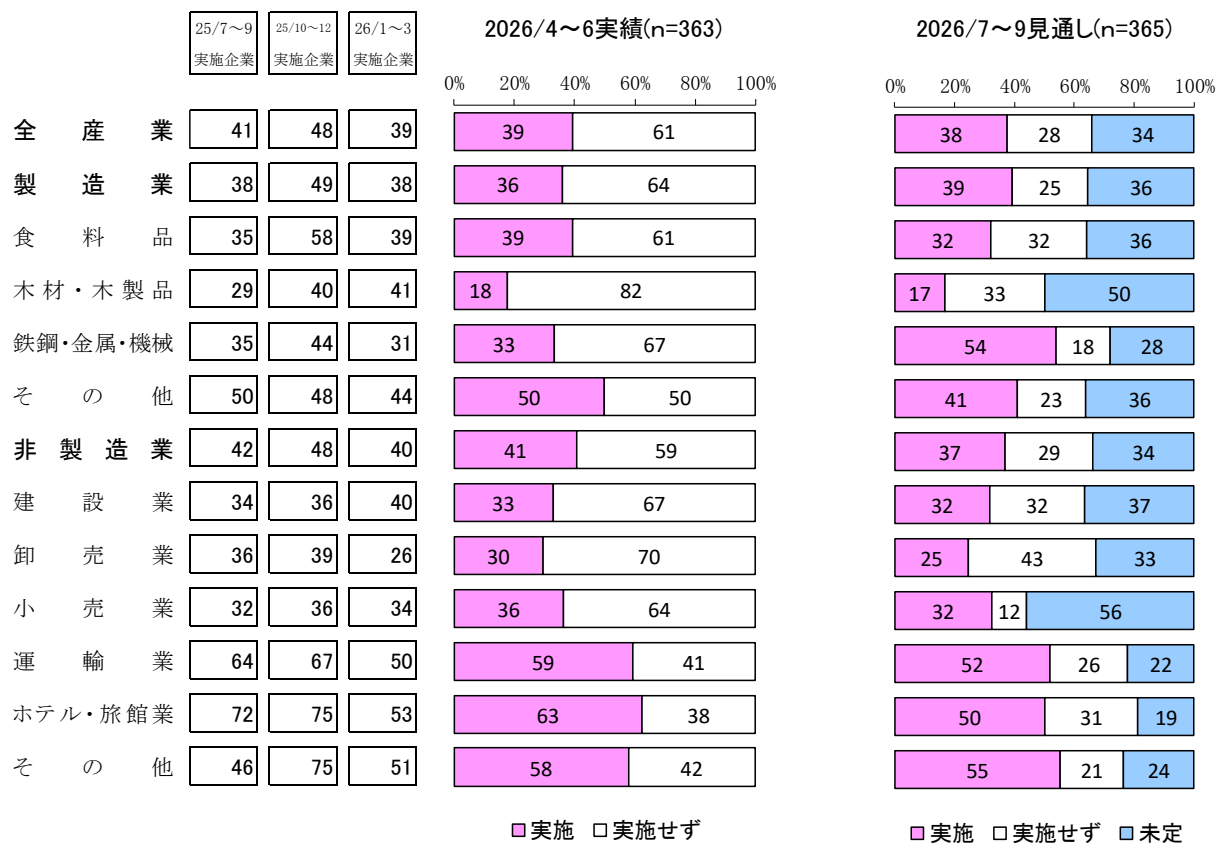
<図表8>数量



<図表 9>在庫

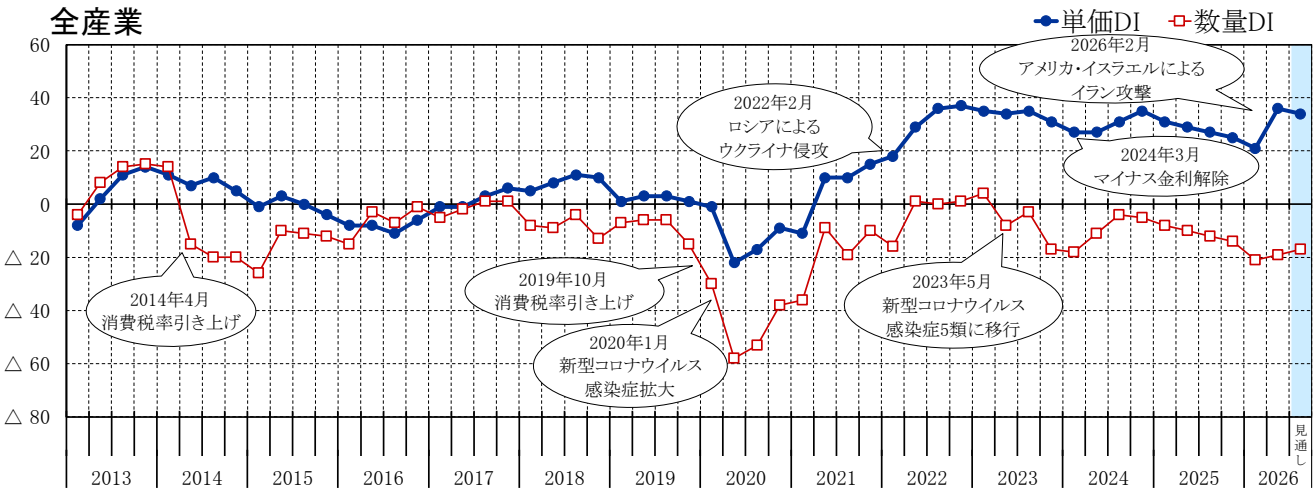


<図表 10>設備投資



※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 1 1＞単価 DI ・ 数量 DI の推移



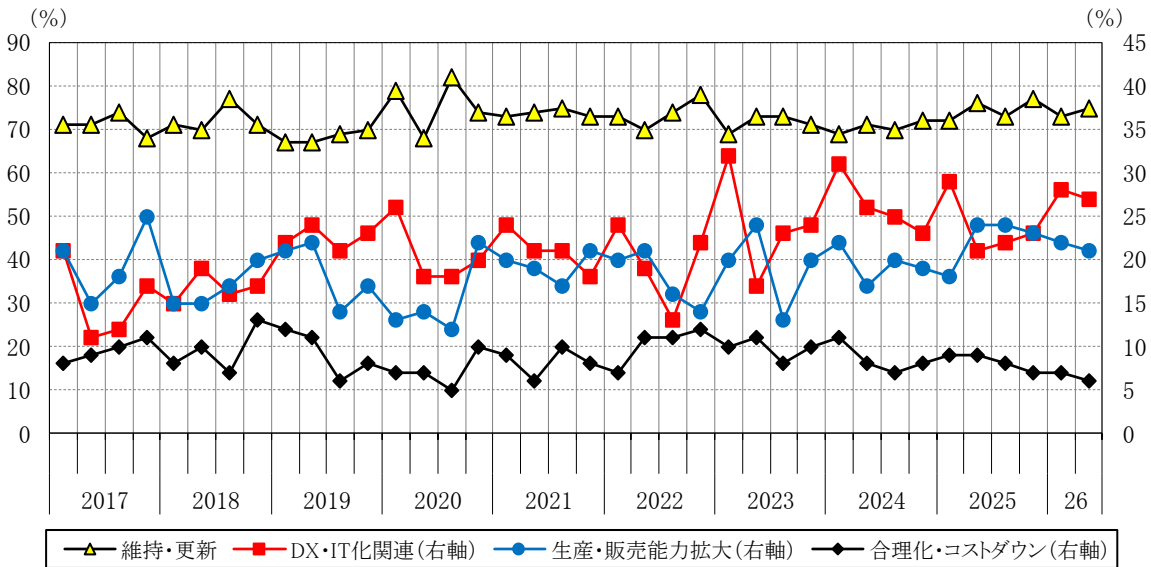
＜図表 1 2＞設備投資の目的（上位項目、複数回答）

(n=142)

(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 75 (73)	① 76 (87)	① 73 (83)	① 67 (71)	① 85 (100)	① 73 (88)	① 74 (68)	① 74 (72)	① 71 (47)	① 75 (58)	① 88 (90)	① 90 (56)	① 59 (79)
(2) DX・IT化関連	② 27 (28)	③ 13 (21)	② 18 (17)	② 33 (29)	③ 15 (27)	0 (13)	② 32 (31)	② 41 (44)	② 29 (33)	② 33 (25)	② 13 (20)	0 (11)	② 50 (26)
(3) 生産・販売能力拡大	③ 21 (22)	② 26 (29)	9 (25)	② 33 (29)	② 38 (45)	② 27 (13)	③ 19 (20)	③ 15 (22)	③ 18 (20)	③ 25 (42)	③ 6 (-)	② 20 (22)	③ 32 (11)
(4) 合理化・コストダウン	6 (7)	8 (13)	9 (8)	0 (14)	8 (18)	③ 9 (13)	5 (5)	4 (3)	6 (13)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	14 (11)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

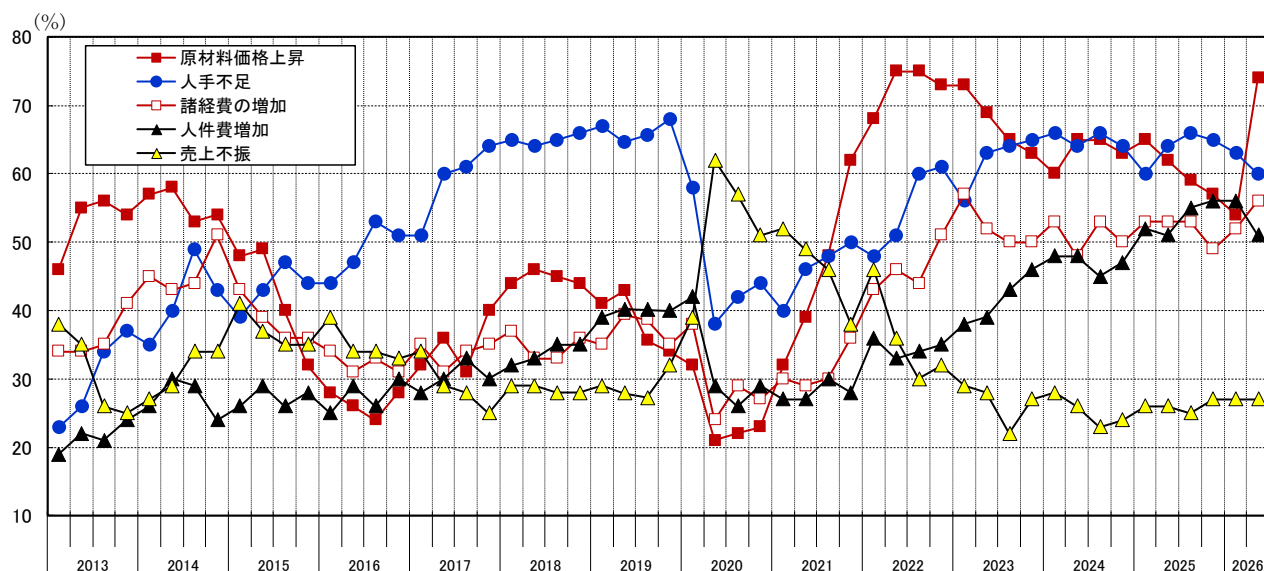


<図表 1 3> 当面する問題点（上位項目、複数回答）

(n=366)

(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) 原材料価格上昇	① 74 (54)	① 85 (60)	① 100 (82)	① 72 (47)	① 74 (43)	① 95 (67)	① 70 (52)	① 82 (56)	① 70 (47)	① 68 (43)	① 70 (60)	② 73 (78)	41 (42)
(2) 人手不足	② 60 (63)	② 51 (50)	③ 39 (42)	① 72 (65)	③ 50 (54)	③ 50 (39)	② 63 (69)	② 77 (84)	③ 43 (49)	③ 53 (60)	① 70 (80)	③ 47 (44)	① 74 (79)
(3) 諸経費の増加	③ 56 (52)	② 60 (50)	② 68 (52)	③ 50 (47)	② 61 (49)	② 59 (50)	③ 55 (53)	③ 43 (43)	② 57 (55)	② 62 (66)	③ 63 (60)	① 87 (67)	③ 51 (47)
(4) 人件費増加	③ 51 (56)	③ 54 (60)	③ 64 (76)	③ 56 (59)	③ 50 (54)	③ 45 (44)	③ 49 (54)	③ 51 (44)	③ 39 (58)	③ 56 (63)	③ 48 (55)	③ 47 (44)	② 56 (63)
(5) 売上不振	③ 27 (27)	③ 33 (36)	③ 14 (30)	③ 56 (71)	③ 34 (23)	③ 36 (39)	③ 25 (23)	③ 32 (23)	③ 26 (36)	③ 21 (29)	③ 11 (10)	③ 27 (11)	③ 21 (11)



＜企業の生の声＞

【食料品製造業】

- (1) **食肉加工業** 物価上昇や中東情勢の影響で売上は減少。原価の上昇だけではなく、消耗品・備品価格の上昇が利益の減少に拍車をかけている。値上げは不可避。コストダウンのための設備投資には力を入れたい。(道北)
- (2) **水産加工業** 加工原料不足による仕入価格の上昇と、資材・燃油価格の高騰等により利益が減少。柱になる原料が減産になり仕事が出来ない。(道南)
- (3) **水産加工業** 北海道近海の漁獲量動向を注視。本年の気象予想では例年以上に暑くなる見通しであり、海水温上昇による不漁が懸念される。(札幌)

【木材・木製品製造業】

- (4) **木製品製造業** 原材料や諸経費の高騰に加え、売上不足により新たな人材の採用活動が行えないことが深刻な問題です。既存人員のスキル底上げと展示会への出店など積極的な新規開拓を進める。(札幌)
- (5) **家具製造業** 中東情勢の影響でナフサ由来の資材の調達が困難になりつつある。資材調達の見直し、代替え、製品仕様変更などで対応。更に人件費・労務費の抑制、費用の圧縮を進める。(道北)
- (6) **製材業** 昨今の原材料費の上昇を価格転嫁できずにいる中で、国際情勢の変化による更なる仕入価格上昇でかなり収益が厳しい。製品価格を上げざるを得ない。値上げによって住宅需要の更なる低下が懸念される。(道南)
- (7) **製材業** 町有林の山づくりの取組が 80 年を

越え、優良な大径材が生産されるようになった。手入れされて育った木は死節が少ないので建築材として喜ばれるため、これを材料として建築材の生産をしたい。(道北)

- (8) **製材業** 中東問題における原油高、ナフサ不足などによる住宅着工数の減少による売上減を懸念している。(道北)

【鉄鋼・金属製品・機械製造業】

- (9) **輸送機械器具製造業** 中東情勢の影響により資材価格の高騰や入手困難な資材等もあり、お客様の希望する塗装が出来ない状況に至る可能性がある。値上げ交渉と並行して、一部の塗装をキャンセルする交渉も実施中。(札幌)
- (10) **鉄鋼業** 建築費高騰というが、資材のみの高騰で工賃は下がり続けている。建築需要が少なすぎるので、このまま絞り続けると多くは廃業・倒産することから、積極的な公共投資を進めてほしい。(道東)
- (11) **金属製品製造業** 中東情勢の影響で一部の材料の入荷予測がつかず、受注を遅らせる状況が出て来ている。売上確保のため、取引先様から了承を得ているものは早く納品し、急な製作依頼にも対応できるよう取り組んでいる。(道東)
- (12) **金属製品製造業** 中東情勢の影響から結果的に取引先店舗の出店改装動向が不透明となり、売上の確保が厳しくなっている。無理な受注を避け、適切な収益が得られるような業務を進めていく。(札幌)

【その他の製造業】

- (13) **皮革製品製造業** 販売コストの増加により、売上増が利益に直結していない。取引先、拠点

の見直しにより経費削減を図る。(道北)

(14) **印刷業** 一部資材においては、供給そのものが不安定となり、メーカー各社による出荷調整や発注制限が実施されるなど、従来通りの安定調達が難しい状況が続いています。(札幌)

(15) **コンクリート製品製造業** やっと価格転嫁ができた年度になりそうだが、また原材料等の値上げが来春に向けて動いてるらしく追っかけっこが本当にしんどい、いつになったら落ち着くのかいい加減にしてほしい。原材料高は知恵を使った経費の削減をして何とか乗り切り、人手を確保しつつ仕事を継続させていきたい。(道北)

(16) **コンクリート製品製造業** 販売単価を上げたが、物価高に追い付かず、厳しい状況。期中の再値上げを検討。(道央)

【建設業】

(17) **住宅建築業** 設備器具(トイレ、エアコン他)の入荷予定が立たない。(道北)

(18) **土木工事業** 公共工事の小口化で人員に見合う工事高維持が厳しくなっている。技術者の退職も出てきており、中途採用を強化して人員獲得により受注増加を目指す。(道北)

(19) **住宅建築業** 集客手段を手数料の高いマッチングサイト中心から、手数料のかからない自社 HP に向けるため、自社 HP の内容を見直し強化する。(札幌)

(20) **土工工事業** 原材料費の値上がりは不可避であるが、仕入先との交渉で仕入価格の引き上げタイミングを段階的にし、業績への影響が緩やかになるようにしている。また、原材料調達先の分散化を図り、安定的な確保を目指している。(道央)

(21) **住宅建築業** 売上最大化ではなく、粗利を守りながら維持できる経営が大切だと思う。①高粗利商品の強化、価格競争しにくい分野へ寄せる。②OB 戦略の強化、紹介・リフォーム・メンテ収益を増やす。③現場生産性改善、デジタル化で少人数でも回る体制へ。④採用より“定着”重視、職人・社員が辞めない仕組みづくり。(道央)

(22) **電気通信工事業** 残業規制により、物件の選択をせざるを得ない。規制内での対応(法令順守)、人員補充の継続、技術伝承の効率化を図る。(札幌)

(23) **内装工事業** 中東情勢の緊迫化の影響により、水回り製品などの納期未定や受注制限が発生し、工事が遅れる物件が出始めてきている。また、7 月以降、資材各メーカーから 20～30%の値上げ要請が来ており、今後の影響が懸念される。(札幌)

(24) **住宅建築業** 今期から計画着工安定化の為、建売事業を開始予定。工事関係職員、職方、作業員の業務効率化、生産性向上を図る。課題は不動産仕入資金の調達と考える。(道央)

【卸売業】

(25) **機械器具卸売業** 売上は原材料費高騰等に伴う価格転嫁により微増となっているが、あまり業績好転に実感はない。中東情勢に起因してプラスチック製品の納期が一部未定となり困っている。(札幌)

(26) **工業用品卸売業** 4 月は例年より売り上げが大きかった。ホルムズ海峡閉鎖による供給不安から、取引先が商品確保に動いたと思われる。仕入先から一部の商品値上げや商品供給停止の動きがある。仕入先との情報交換を密にし、多めに商品仕入れが出来るか検討中。(札幌)

(27) **食品卸売業** 仕入価格の上昇は販売価格への転嫁が第一だが、買い控えを避けるため、全額を転嫁することは難しい。そのため、配送コストや梱包コストの削減も検討するが、中東情勢の影響もあり、コスト自体も上昇する恐れがあり、どこまで削減効果があるか不透明です。在庫の回転率を上げることも有効だと考えるので、複合的に組み合わせて対処していきたい。(札幌)

(28) **電気製品卸売業** 2027 年に蛍光灯の生産終了により LED の売上が伸びてくる事を期待しているが、現在メーカーの欠品が続いている為、今後の動向もかなり不安がある。現時点にて、生産の回復の動向が見えない為、エアコン等の販売に力を入れていきたい。(札幌)

(29) **塗料卸売業** ナフサ連動による塗料の価格高騰、在庫切れ、納期遅延の状態。①メーカー各社の価格改定に追従した改定を推進。②電債化による資金面と塗料類の供給不安から取引先の事業縮小、不良債権発生が考えられる。与信管理の徹底を重視する。(札幌)

(30) **紙類卸売業** 春の値上げにより出荷重量は減少しているものの、売上高は微減で収まっている。中東情勢の影響もあって、製紙メーカーは再度の値上げを表明した。実行されると更に需要減少が進む。利益確保をするために、価格転嫁を間違いなく実行する。(札幌)

(31) **梱包資材卸売業** 仕入価格の上昇に合わせて価格転嫁を進めているが、取引先も現状を理解していただいており交渉は比較的スムーズ。メーカーからの商品確保が滞り気味で、納期が長期化しており、一部は出荷停止となる商品も出てきている。(札幌)

(32) **食品卸売業** 輸送費や原材料費が高騰しているが、販売価格に転嫁し減益にならないよう

にしています。作業効率の見直しを行い、残業を減らすことにより人件費の削減を行いたい。(札幌)

【小売業】

(33) **リサイクルショップ** 銀行から紹介頂いた「アリババ」との契約で海外に向けた販路を広げる予定。(道北)

(34) **食品小売業** 中東情勢不安が売上に影響しているように感じます。資材納入業者からのパック製品の新規発注停止通知、2 か月連続の20%~30%値上げ依頼も大きな課題となっています。(道東)

(35) **食品スーパー** 単価上昇が続くので売上は昨年を上回る見通し。原価上昇、コスト、人件費の上昇で利益は厳しい状況が続く。値頃、納得価格を意識した商品製作で、売上、粗利益額の確保、コスト上昇分をカバーしていく。(道南)

(36) **食品スーパー** 収益構造の抜本的な見直しを図るため、新たに「経費削減プロジェクト」を発足した。現在は、事業運営におけるあらゆるコストの最適化に向けて具体的な施策の策定と実行を進めており、筋肉質な経営体質への転換と事業全体の改善を推進している。(札幌)

(37) **釣具店** 路面店を中心に小売業を行っているが、適正な人員確保が難しくなっている。マンパワーを必要とする事業形態から人員軽減できるネット販売等の強化を指向していく。(札幌)

【運輸業】

(38) **農産品運送業** 燃料、車両に係る備品等の値上がり、人手不足及び人件費の上昇が利益を圧迫している。運賃の改定を推進しているが、荷主との交渉が極めて困難。(道央)

(39) **食品輸送業** お客様との価格交渉はうまくいっている。ランニングコスト上昇にどう対策していくかが大事である。(道央)

【ホテル・旅館業】

(40) **旅館** 4月は北海道旅行市場が弱く、年間の社員の有給取得にあてて、エンゲージメントを上げる策に舵を切った。欧米、インバウンドを定めて活動を行う。AI を活用した集客、SDGsを盛込んだ能力開発、他社との差別戦略を進める。(道央)

(41) **観光ホテル** 他旅館の対応などから諸経費増加分を 100%宿泊単価に上乗せできない。海外個人客の集客を強化する。(道東)

(42) **観光ホテル** 仕入価格、諸経費の増加分を過当競争のため売値に反映できない。徹底したローコストオペレーション、自社の強みの情報発信(ブランディング)を行い、売値向上を目指す。(道南)

(43) **観光ホテル** マルチタスク化の推進。フロントのみ、清掃のみ、という縦割り型を廃止し、時間帯に応じて複数の業務をこなす転換が必要。高付加価値化の推進。サービスの質や体験価値を高め、高くても選ばれる宿を作る。(道北)

【その他の非製造業】

(44) **自動車整備業** 車両架装販売が順調だが、中東問題でシンナー等の入手が困難で、一部塗装ができずお客様に待ってもらっています。(道北)

(45) **ソフトウェア開発業** AI が業界に与える影響について見極めは完了していないが、一部の業務は大きく削減されることで当座の人手不足の穴を埋めるようになる。中長期で考えると、人員不足というより能力者不足に

繋がる。意識して若手を育成するプロセスを維持することしかないと考える。ただ、現在の若手採用難+育成難という課題を解決することが前提となるが。(札幌)

(46) **飲食店** 一部店舗の来店客数が前年比マイナスもあり、既存店売上の落ち込みを新規出店の売上でカバー。スマホによるセルフオーダーの導入店舗を増やし、生産性の向上を推進する。(札幌)

(47) **土木建築サービス業** 定期的な単価の改定を検討し、適正価格を維持する。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)

(48) **クリーニング業** クリーニング需要の低下は、ビジネス衣料のカジュアル化の進行や、家計節約指向の高まりから歯止めがかかっている。加えて、原油価格高騰によるエネルギーコストや、原材料価格上昇の影響が重くのしかかっている。需要が底堅い他部門の強化や、原材料の見直しなどでカバーしていく。(札幌)