

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

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

No.351

- 道内経済の動き
- 2026年 道内企業の年間業況見通し
- 寄稿
函館におけるキングサーモン完全養殖への道のり

2026

3



▲二次元コードからも
ご覧いただけます

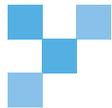
ほくよう調査レポートは、北洋銀行ホームページでもご覧いただけます。

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



● 目 次 ●

道内経済の動き	1
特別調査：2026年 道内企業の年間業況見通し	6
経営のポイント：消費マインド停滞に警戒感	15
寄稿：函館におけるキングサーモン完全養殖への道のり	19
主要経済指標	30



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、減少している。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。個人消費は、緩やかに持ち直している。観光は、回復に足踏みがみられる。公共投資は、増加している。輸出は、増加している。

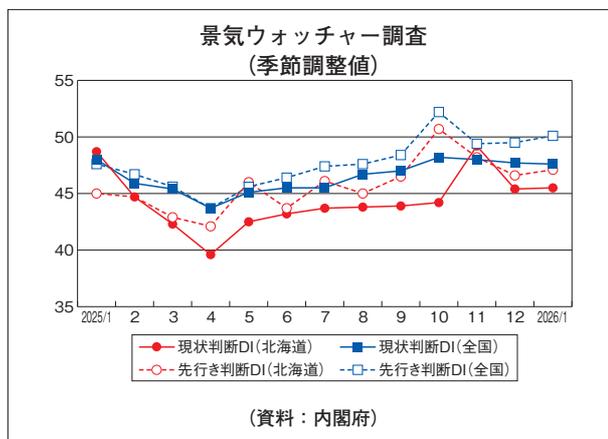
雇用情勢は、有効求人倍率・新規求人数ともに前年を下回り、弱含んでいる。企業倒産は、前年と同じ件数となった。消費者物価は、54か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～2か月ぶりに上昇

景気ウォッチャー調査による1月の景気の現状判断DI（北海道）は、前月を0.1ポイント上回る45.5と2か月ぶりに上昇したが、好不況の分かれ目となる50は26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0.5ポイント上回る47.1となった。

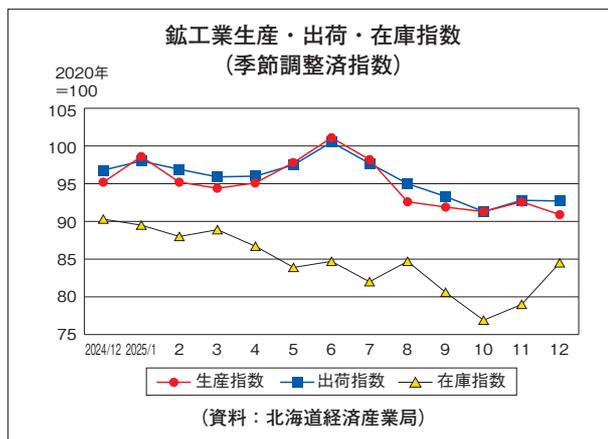
※2026年2月 季節調整値改訂



2. 鉱工業生産～前月比が2か月ぶりに低下

12月の鉱工業生産指数は、90.9（季節調整済指数、前月比▲1.8%）と2か月ぶりに低下した。前年比（原指数）は▲3.3%と3か月連続で低下した。

業種別では、金属製品工業、輸送機械工業など5業種が前月比上昇となった。鉄鋼・非鉄金属工業、一般機械工業、化学・石油石炭製品工業など7業種は前月比低下した。

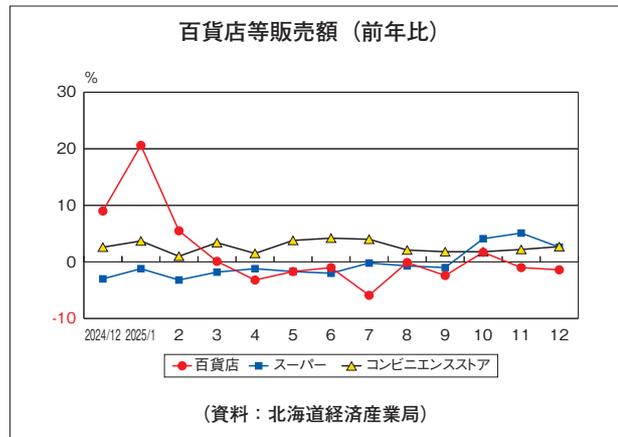


3. 百貨店等販売額～スーパーは前年比5店舗増加

12月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+1.7%）は、3か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比▲1.4%）は、衣料品、身の回り品が前年を下回った。スーパー（同+2.6%）は、飲食料品が前年を上回った。

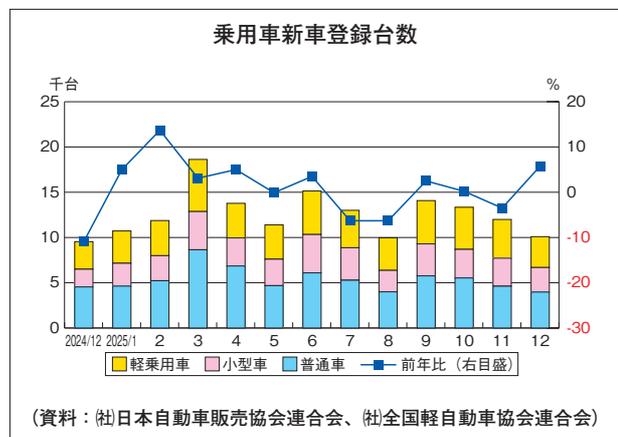
コンビニエンスストア（同+2.7%）は、15か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～2か月ぶりに増加

12月の乗用車新車登録台数は、10,092台（前年比+5.8%）と2か月ぶりに前年を上回った。車種別では、普通車（同▲12.5%）、小型車（同+38.4%）、軽乗用車（同+12.0%）となった。

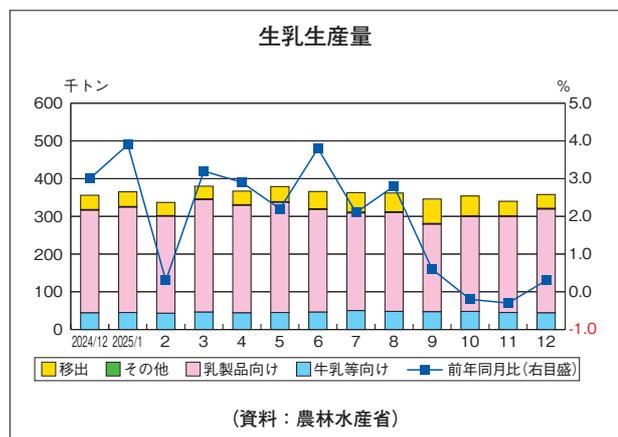
4～12月累計は、112,788台（同+0.1%）と前年を上回った。内訳は、普通車（同▲5.8%）、小型車（同▲0.4%）、軽乗用車（同+9.1%）となった。



5. 生乳生産量～3か月ぶりに増加

12月の生乳生産量は、358千トン（前年比+0.3%）と3か月ぶりに前年を上回った。内訳は、牛乳等向け（同▲1.8%）、乳製品向け（同+1.0%）、その他（同▲3.6%）、道外への移出（同▲2.4%）となった。

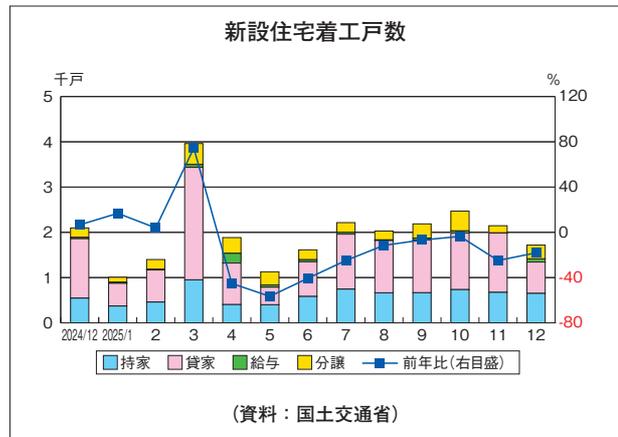
4～12月累計は、3,234千トン（同+1.6%）と前年を上回った。



6. 住宅投資～建築基準法改正の影響続く

12月の新設住宅着工戸数は、1,718戸（前年比▲18.1%）と9か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同+19.2%）、貸家（同▲47.3%）、給与（同+144.8%）、分譲（同+45.5%）となった。

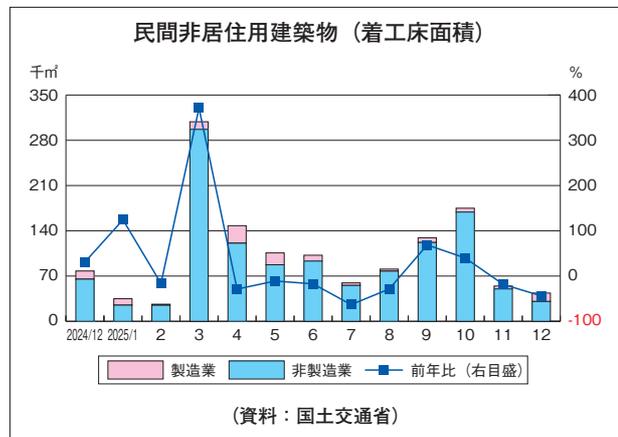
4～12月累計は、17,389戸（同▲27.1%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲16.7%）、貸家（同▲39.3%）、給与（同+69.1%）、分譲（同+6.5%）となった。



7. 建築物着工床面積～2か月連続で減少

12月の民間非居住用建築物着工床面積は、44千㎡（前年比▲43.8%）と2か月連続で前年を下回った。業種別では、製造業（同+3.5%）、非製造業（同▲53.0%）であった。

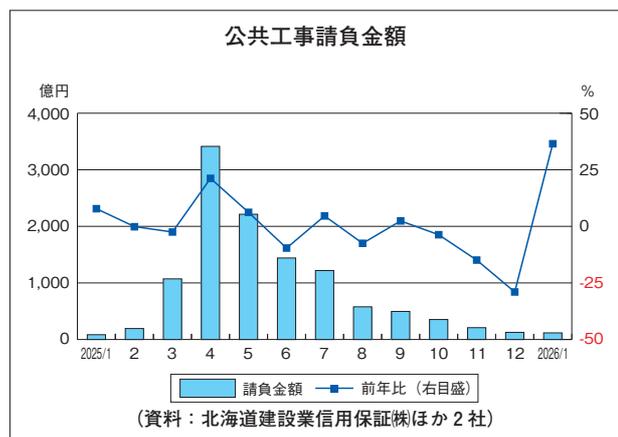
4～12月累計は、899千㎡（同▲16.1%）と前年を下回った。業種別では、製造業（同▲31.5%）、非製造業（同▲13.8%）となった。



8. 公共投資～4か月ぶりに増加

1月の公共工事請負金額は、117億円（前年比+36.5%）と4か月ぶりに前年を上回った。発注者別では、その他（同▲45.8%）は前年を下回ったが、国（同+37.8%）、独立行政法人等（同+818.9%）、道（同+189.9%）、市町村（同+21.1%）は前年を上回った。

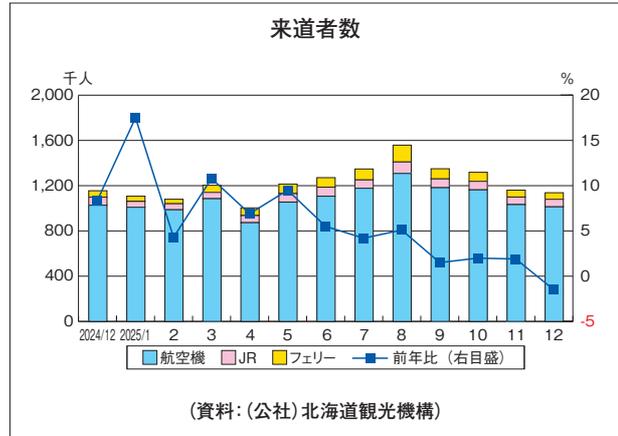
4～1月累計は、10,167億円（同+5.4%）と前年を上回った。



9. 来道者数～19か月ぶりに減少

12月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,139千人（前年比▲1.5%）と19か月ぶりに前年を下回った。輸送機関別では、航空機（同▲1.4%）、JR（同▲6.6%）、フェリー（同+1.9%）となった。

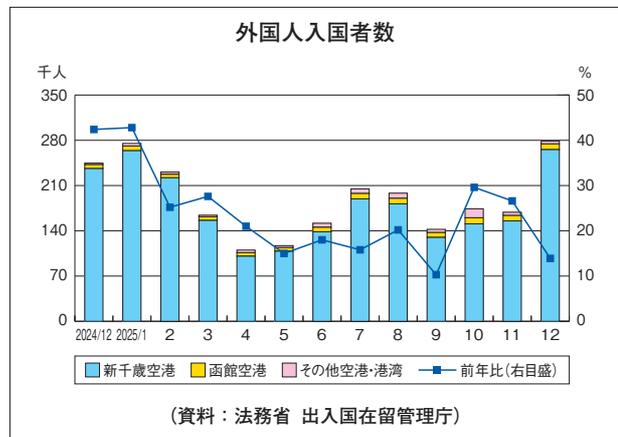
4～12月累計では、11,371千人（同+3.8%）と前年を上回った。



10. 外国人入国者数～42か月連続で増加

12月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、279千人（前年比+13.9%）と42か月連続で前年を上回った。空港・港湾別では、新千歳空港266千人（同+12.4%）、函館空港9千人（同+44.6%）、その他空港・港湾4千人（同+80.7%）となった。

4～12月累計は、1,546千人（同+18.5%）と前年を上回った。



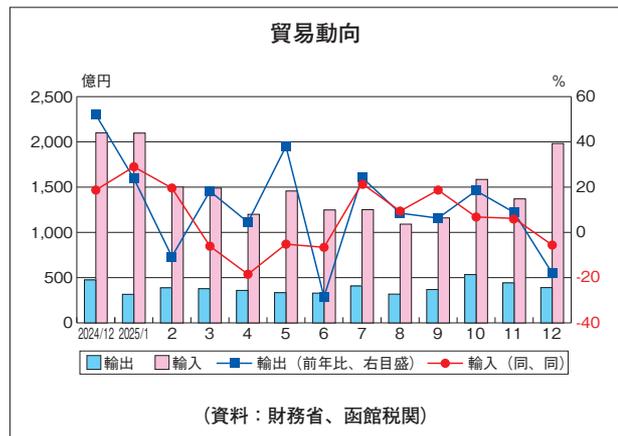
11. 貿易動向～輸出は6か月ぶりに減少

12月の貿易額は、輸出が390億円（前年比▲18.0%）、輸入が1,982億円（同▲5.6%）となった。

輸出は、魚介類・同調製品、鉄鋼くずなどが増加したものの、船舶、石油製品、自動車の部品品などが減少した。

輸入は、一般機械などが増加し、原油・粗油、石油製品などが減少した。

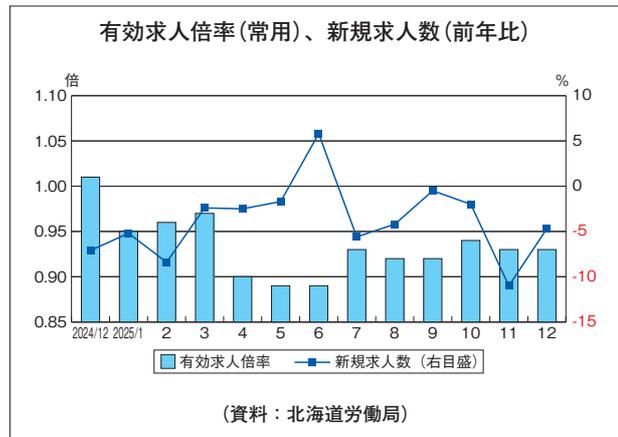
4～12月累計の輸出は、3,484億円（同+4.1%）と前年を上回った。



12. 雇用情勢～有効求人倍率は5か月連続で前年を下回る

12月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、0.93倍（前年比▲0.08ポイント）と5か月連続で前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲4.7%と6か月連続で前年を下回った。業種別では、卸売業・小売業（同+9.2%）、運輸業・郵便業（同+15.6%）などは前年を上回ったが、医療・福祉（同▲12.2%）、宿泊業・飲食サービス業（同▲32.0%）などが前年を下回った。

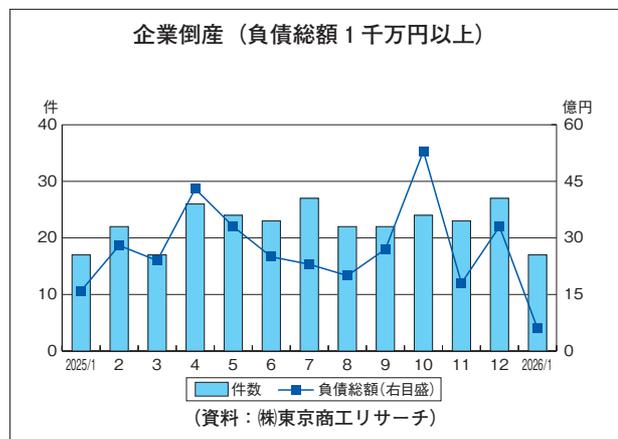


13. 倒産動向～倒産企業の負債額は1億円未満のみ

1月の企業倒産件数は、17件（前年比±0.0%）であった。業種別ではサービス・他が8件、建設業が3件などとなった。

販売不振を原因とした倒産が13件（76.5%）を占めた。

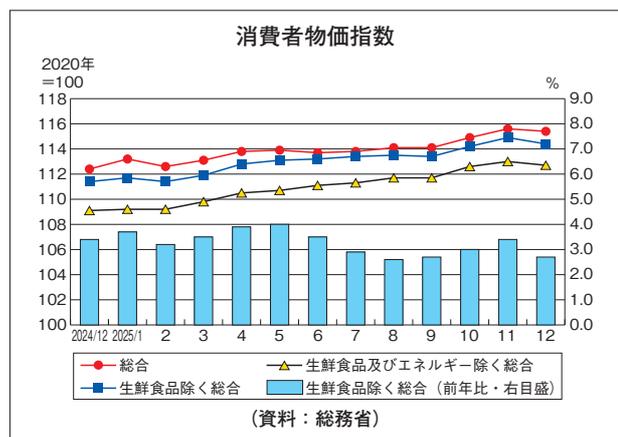
倒産企業の負債総額は、6億円（前年比▲61.6%）と2か月ぶりに前年を下回った。



14. 消費者物価指数～1974年以来のガソリン暫定税率廃止

12月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は、114.4（前月比▲0.4%）となった。前年比は+2.7%と54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（1月10日）時点で、灯油価格が124.5円/ℓ（前月比▲0.1%、前年同月比+0.4%）、ガソリン価格が150.0円/ℓ（前月比▲6.3%、前年同月比▲14.8%）であった。





業況見通しに慎重な姿勢

2026年 道内企業の年間業況見通し

< 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。

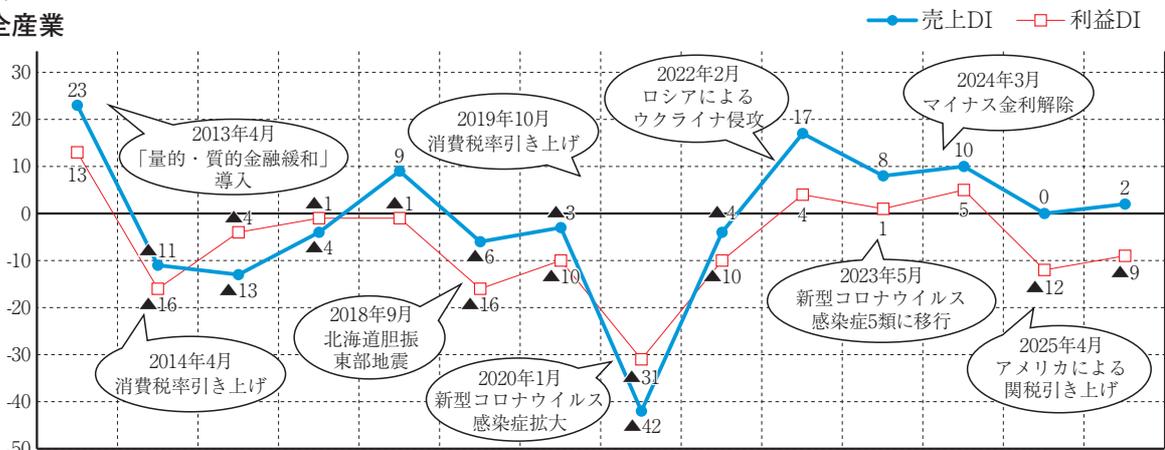
全産業の道内景気DI（▲14、同+3ポイント）は「悪化」が「好転」を上回り、慎重な見方が続いている。

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。

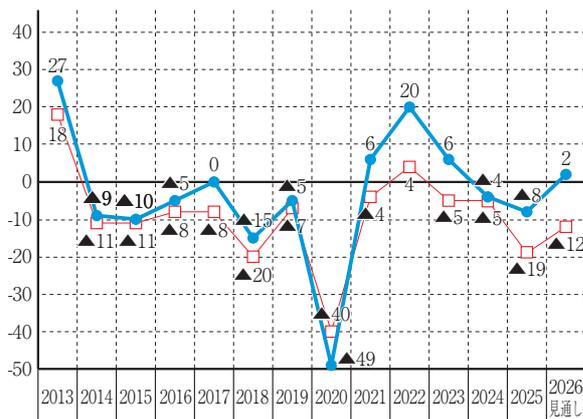
<図表1>道内企業の年間業況の推移

全産業

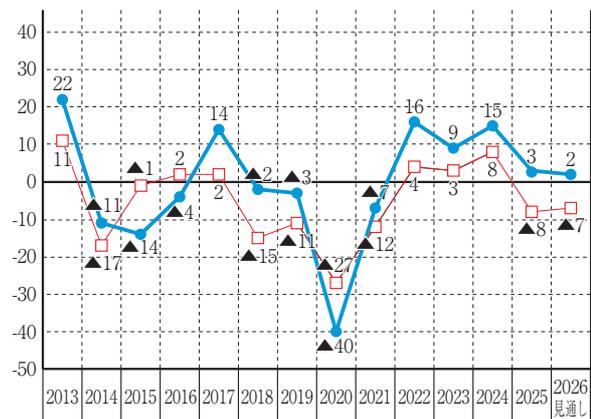


項目	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026見通し
売上DI	23	▲11	▲13	▲4	9	▲6	▲3	▲42	▲4	17	8	10	0	2
利益DI	13	▲16	▲4	▲1	▲1	▲16	▲10	▲31	▲10	4	1	5	▲12	▲9

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D I	17	8	10	0	2	2
		利益D I	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D I	20	6	△4	△8	5	2
		利益D I	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D I	49	24	△18	△10	12	△13
		利益D I	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D I	23	△32	△38	△31	△8	6
		利益D I	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D I	0	9	15	△9	3	9
		利益D I	△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D I	16	9	15	3	0	2
		利益D I	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D I	△30	0	△7	△11	△19	△1
		利益D I	△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D I	48	6	21	0	△7	△2
		利益D I	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D I	11	11	2	△3	12	△6
		利益D I	△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D I	39	4	32	9	24	4
		利益D I	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D I	100	93	47	47	24	13
		利益D I	100	87	19	0	△6	△7

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

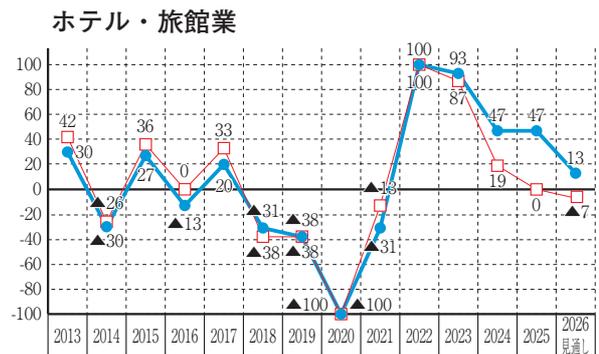
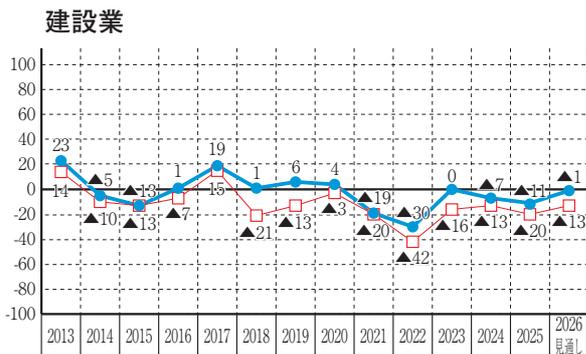
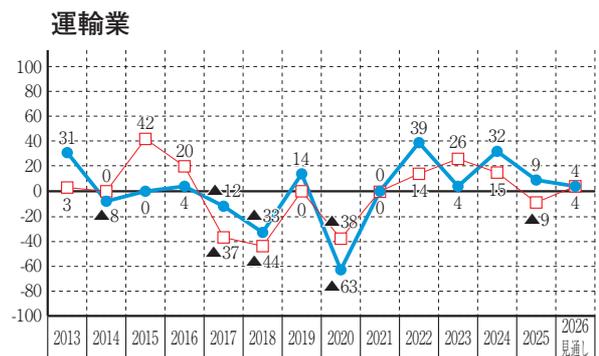
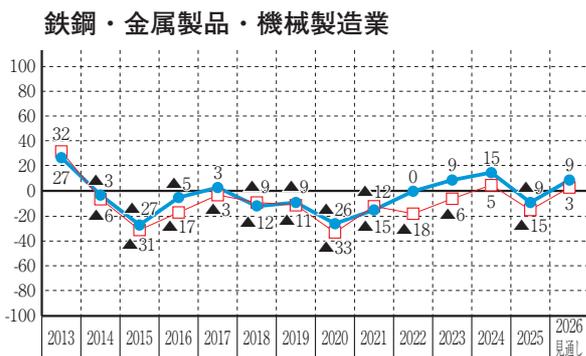
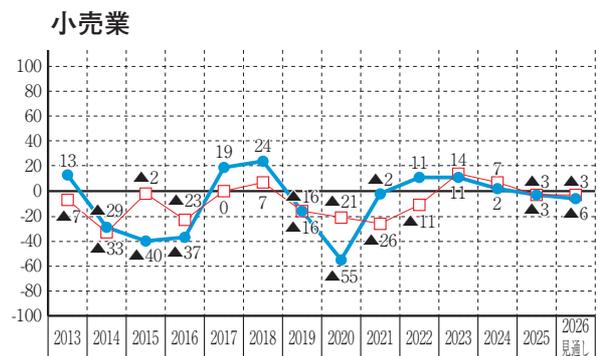
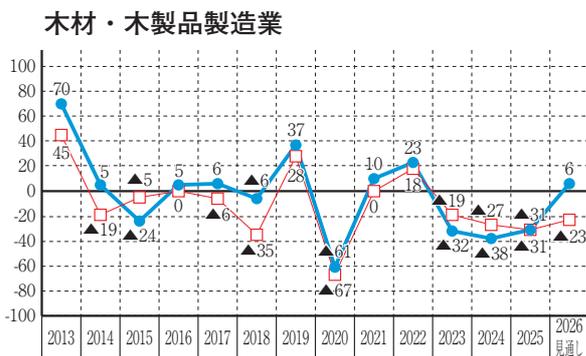
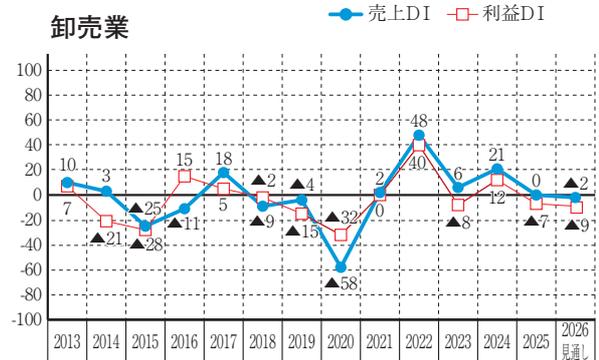
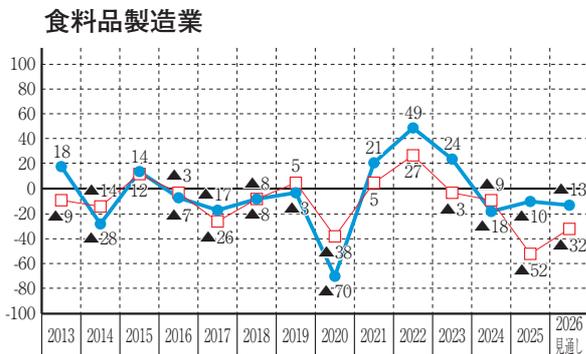
■ 地域別回答企業社数

	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、日高の各地域、空知地域南部
道 央	78	21.7	
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

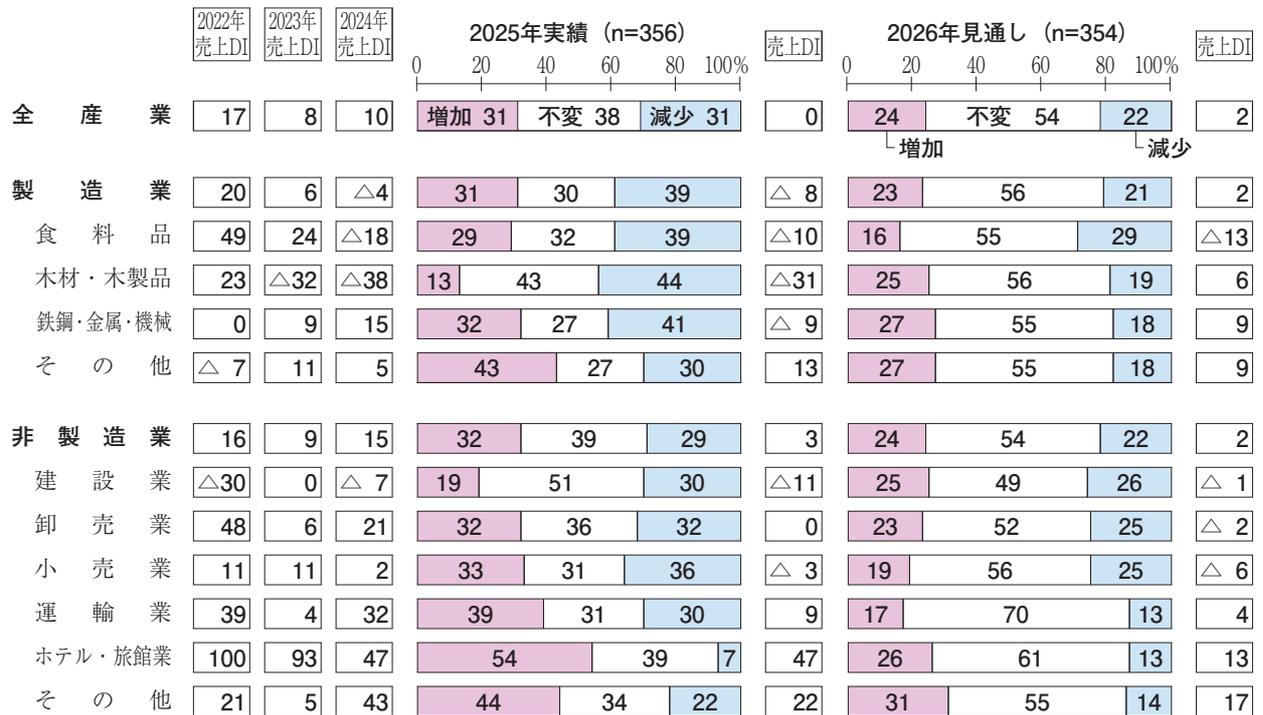
■ 業種別回答状況

	調査企業数	回答企業数	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
その他の製造業	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

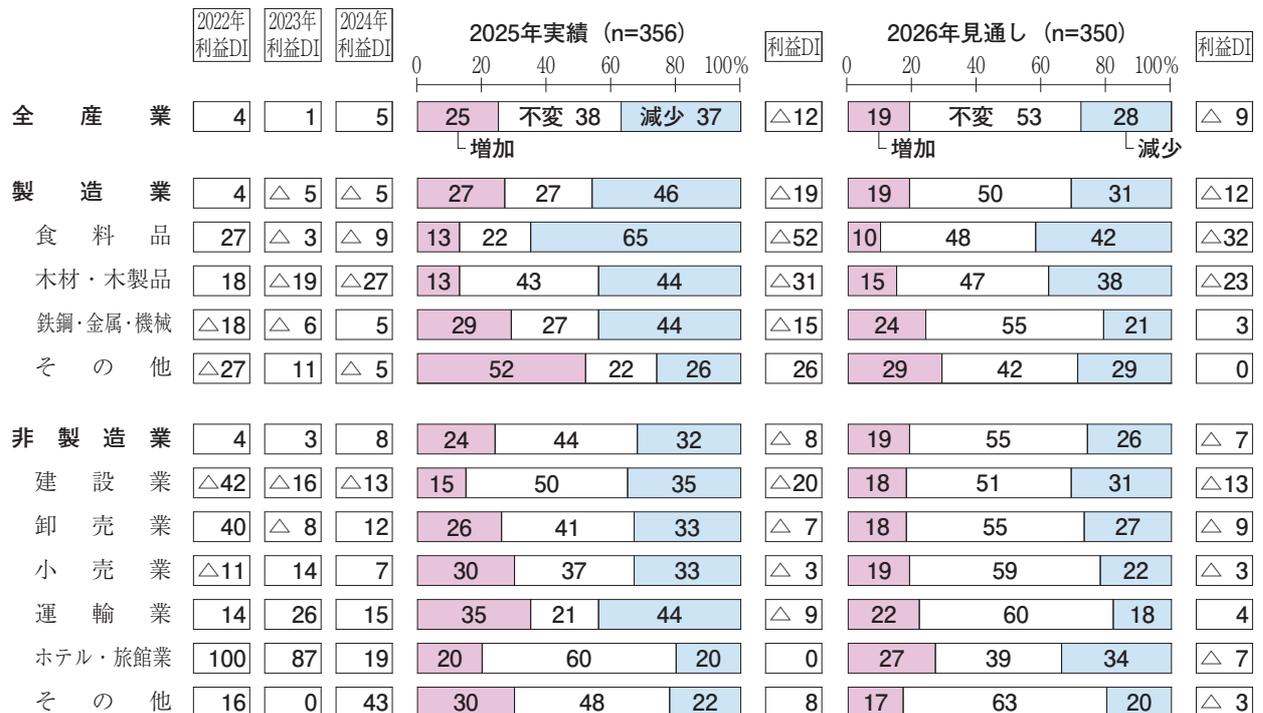
<図表3> 道内企業の年間業況の推移（業種別）



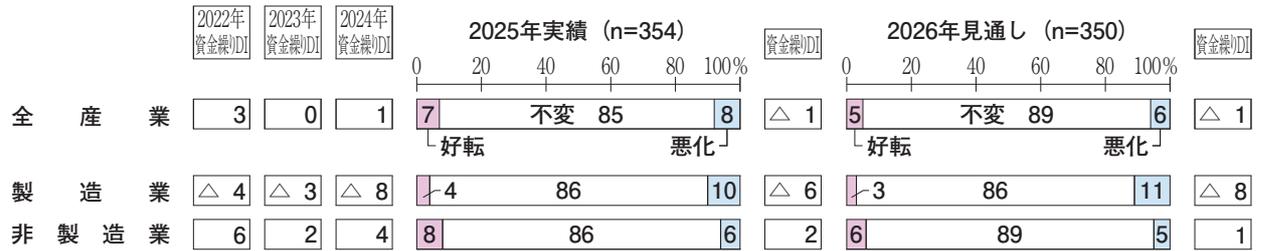
<図表4>売上



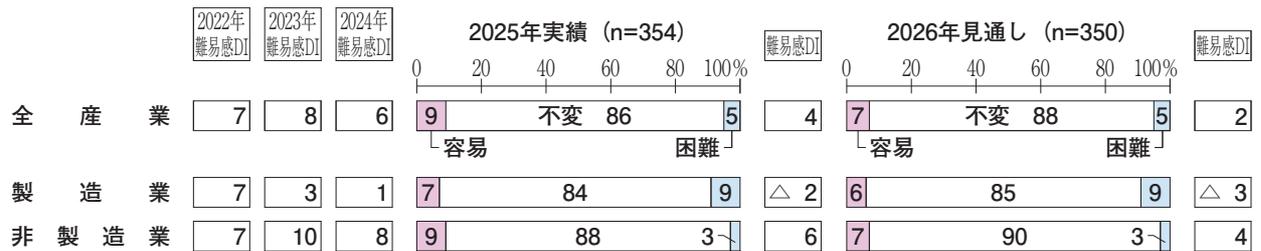
<図表5>利益



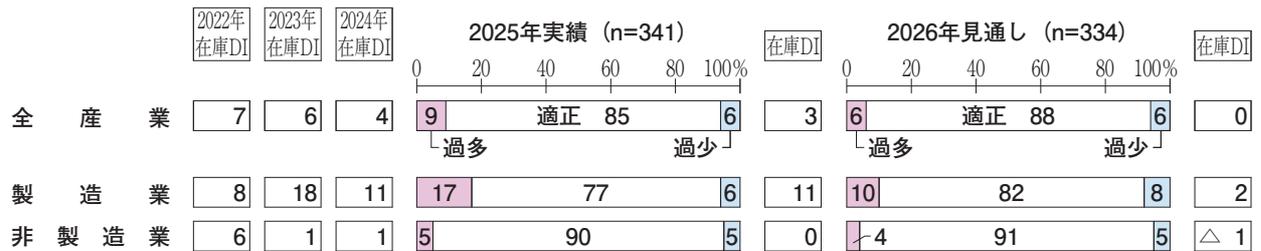
<図表6> 資金繰り



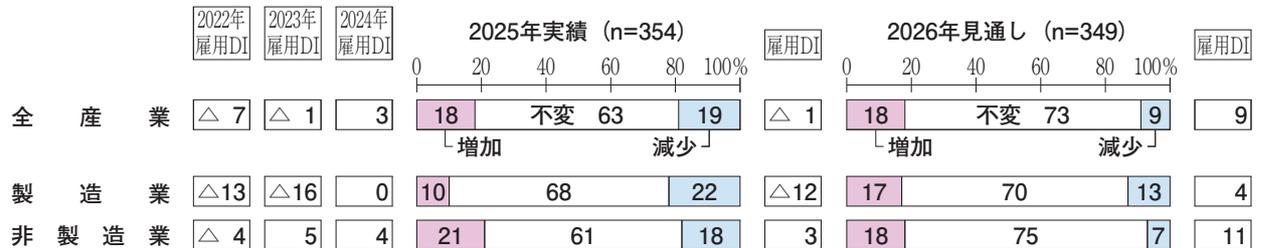
<図表7> 短期借入金の難易感



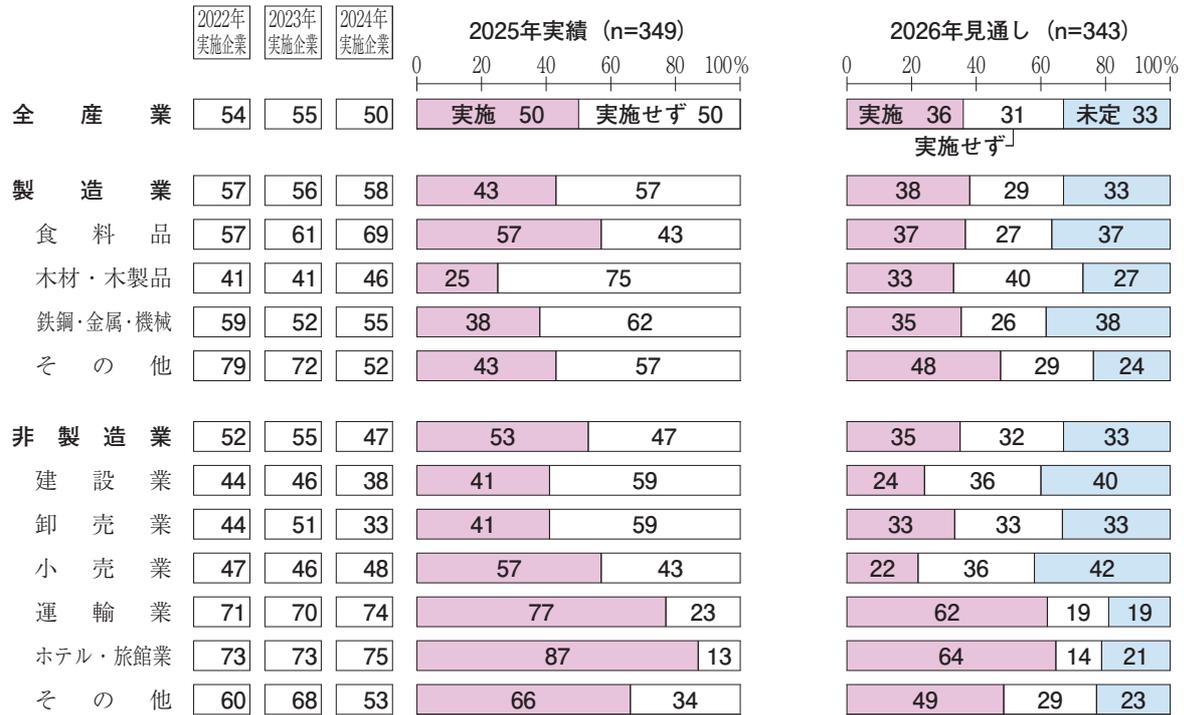
<図表8> 在庫



<図表9> 雇用人員

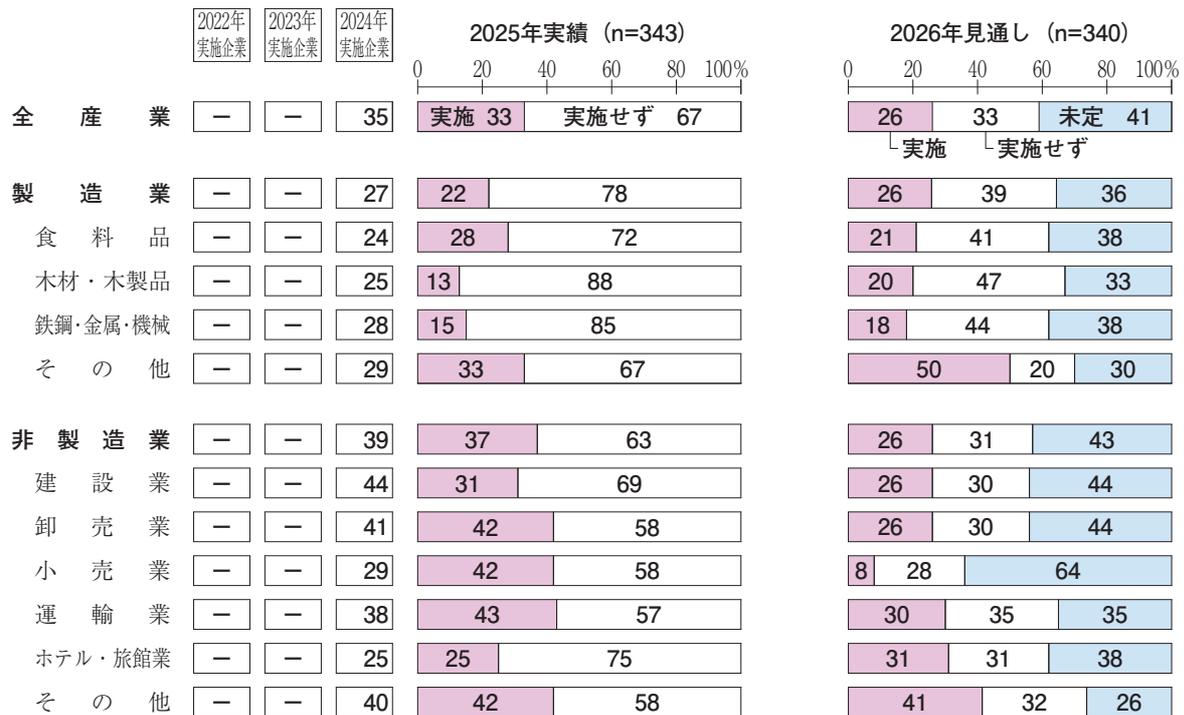


<図表10>設備投資（DX・IT化関連除く）



※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。

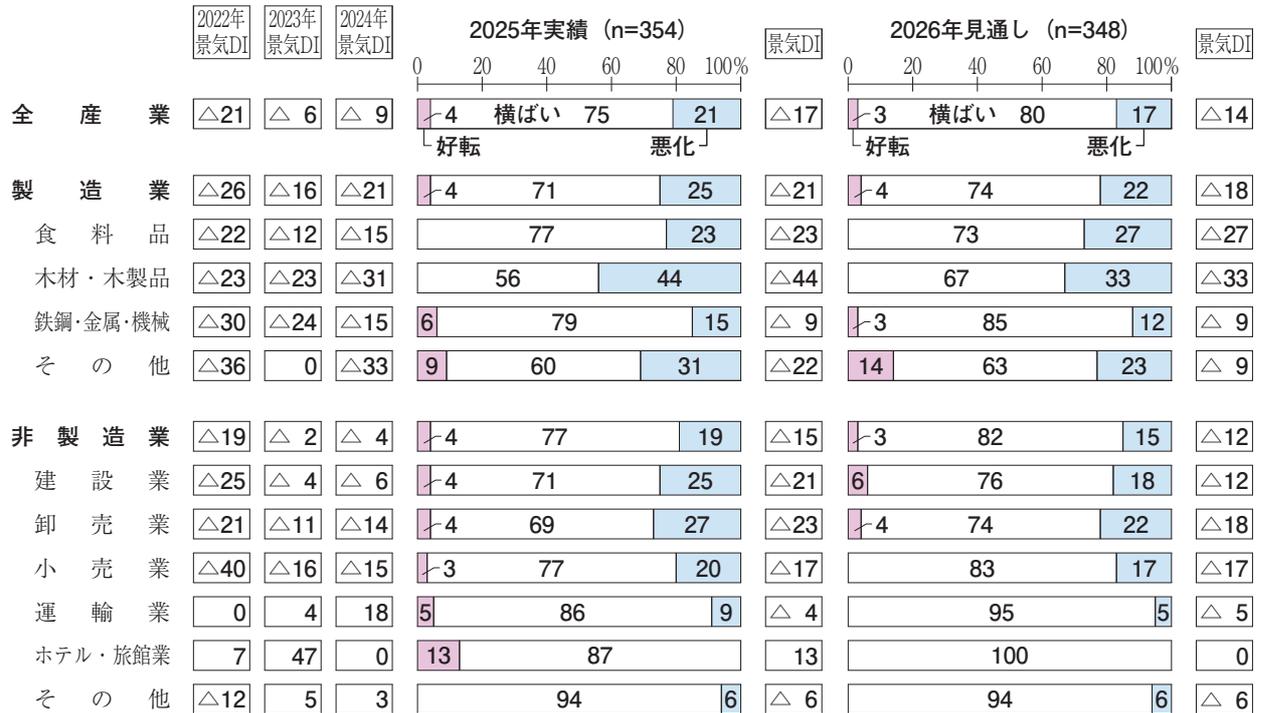
<図表11>DX・IT化関連投資



※2024年より調査開始

※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12>道内景気



<図表13>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14> 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	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)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（%）と前期比（ポイント）

<図表16>売上・販売面で重視する項目
(n=353)

(単位：%)

項目	製造業						非製造業						
	全産業	製造業	食品	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)	③ 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)	② 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)	② 40 (46)	② 58 (58)	① 19 (15)	③ 32 (40)	③ 44 (57)	③ 32 (32)	② 25 (20)	② 23 (22)	③ 43 (29)	③ 39 (56)	② 53 (63)	① 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)	② 27 (29)	① 19 (25)	③ 54 (53)	① 17 (24)	① 22 (21)	① 27 (25)	① 17 (16)
(5)ITの活用、DXの推進	③ 34 (33)	② 21 (27)	② 23 (18)	② 25 (31)	② 18 (33)	② 22 (29)	③ 39 (35)	③ 47 (40)	② 33 (29)	① 37 (43)	① 30 (21)	① 33 (38)	② 39 (32)
(6)既存商品・サービスの見直し	② 22 (23)	② 28 (29)	② 36 (39)	① 31 (31)	② 24 (23)	② 22 (24)	② 20 (20)	② 11 (12)	② 25 (21)	① 31 (31)	① 9 (15)	③ 47 (44)	① 19 (19)
(7)同業他社の商品・サービスとの差別化	② 21 (20)	② 21 (22)	② 19 (21)	② 19 (39)	② 21 (20)	② 26 (19)	② 21 (20)	② 12 (10)	② 25 (26)	② 34 (33)	② 13 (12)	② 27 (13)	② 25 (27)
(8)新商品・サービスの開発	② 21 (19)	③ 39 (33)	① 65 (58)	② 38 (39)	② 27 (15)	② 26 (24)	② 13 (13)	② 2 (2)	② 21 (21)	② 14 (21)	② 4 (9)	② 40 (31)	② 19 (16)
(9)営業方法の見直し	② 19 (20)	② 20 (22)	② 16 (21)	② 31 (31)	② 15 (10)	② 26 (38)	② 19 (19)	② 16 (16)	② 30 (29)	② 17 (26)	② 9 (15)	② 0 (6)	② 22 (14)
(10)他社との業務提携	② 12 (14)	② 18 (12)	② 10 (12)	② 19 (15)	② 18 (10)	② 30 (14)	② 9 (15)	② 7 (17)	② 12 (12)	② 3 (17)	② 13 (15)	② 0 (6)	② 14 (16)
(11)新たな事業への参入	② 11 (9)	② 18 (10)	② 13 (12)	② 25 (8)	② 21 (13)	② 17 (5)	② 8 (9)	② 6 (8)	② 14 (12)	② 9 (7)	② 0 (6)	② 0 (19)	② 8 (5)

○内数字は業種内の順位、（ ）内は前年調査

消費マインド停滞に警戒感

〈企業の生の声〉

今回の調査では、物価高による消費マインドの停滞・悪化や設備投資計画の見直し、国際関係悪化によるインバウンドへの影響などから需要の減少を警戒する声が多く聞かれました。また、円安による原材料価格の高騰や人件費の増加などにより収益が圧迫される懸念も聞かれます。こうした中、企業は新たな販路の開拓やニッチ市場への進出など、対応策を模索している状況がうかがえました。

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

＜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)

＜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)

＜食品製造業＞ 物価高で低価格志向が強くなり、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)

＜水産物加工業＞ 水産関連では秋鮭不漁が大きな出来事であり、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)

2. 木材・木製品製造業

＜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)

＜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)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜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)

＜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)

＜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)

<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)

4. その他の製造業

<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)

<印刷業> 我々の業種は輸入材料が多く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)

<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)

<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)

<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)

5. 建設業

<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)

<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)

<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)

<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)

<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)

<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)

<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)

<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)

<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の影響で消費マインドは停滞する。(札幌)

6. 卸売業

<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)

<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)

<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るためかなわない。(道央)

<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)

<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)

<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)

<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)

<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、従来と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)

<酒類卸売業> 消費行動は手堅い状況が続くと予想しているが、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りないと考えている。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不服感と“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)

<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)

<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)

7. 小売業

<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いますので、大きく売掛をしている先には注意が必要と思われる。(道北)

<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)

<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)

<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)

8. 運輸業

<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)

9. ホテル・旅館業

<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)

<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)

10. その他の非製造業

<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)

<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ねばいけないと考えています。(札幌)

<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つかなくなる。(札幌)

函館におけるキングサーモン完全養殖への道のり

北海道大学大学院 水産科学研究院
海洋応用生命科学部門 育種生物学分野
教授 藤本 貴史

はじめに

函館でのキングサーモン完全養殖研究は、早いもので令和8年4月には研究を開始して5年が経過することになります。令和3年度に函館市の事業として開始し、令和4年度からは函館市を事業主体として始まった内閣府「地方大学・地域産業創生交付金事業」の中の事業計画の1つとして進められてきました。

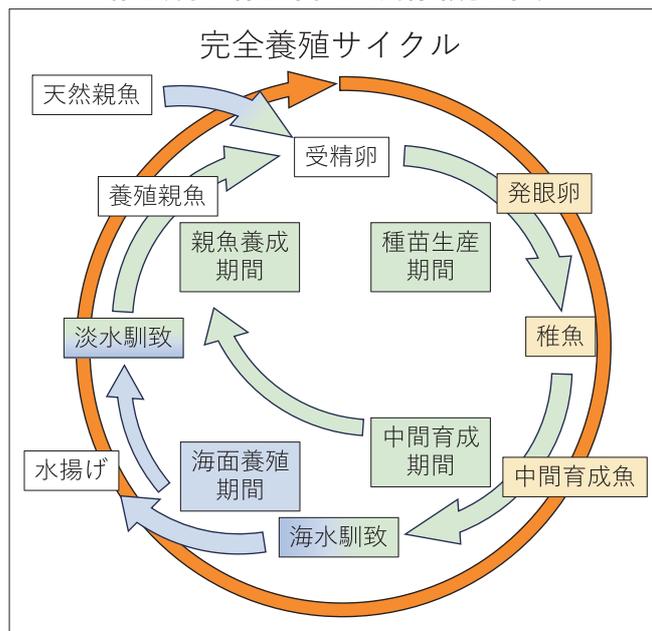
本事業では、函館の主要水産業であるマコブ完全養殖技術研究や、地域における中核的な産業の振興に資する人材育成も進められています。令和8年度は前半5年の最終年度にあたります。本稿では、昨年度に本レポートで紹介した「函館におけるキングサーモン完全養殖への挑戦」¹の続編として、令和7年度に達成した国産キングサーモンの海面養殖初水揚げから完全養殖までの経過について紹介したいと思います。

なぜ完全養殖が必要なのか？

昨年度のレポートとも重複しますが、キングサーモンを用いた養殖の事業化に向けて、完全養殖が必要な理由について少しだけ振り返ってみようと思います。まず、完全養殖とは何か、という点から説明します。

完全養殖とは、卵や精子を産む親魚を自ら確保し、養殖に用いる種苗を自前で生産する仕組みです。生産した種苗の多くは販売用に利用されますが、一部は次世代の種苗生産に用いる親魚として育成されます。このように、親魚の育成から次世代の種苗生産までを、天然資源に依存せず循環的に行う養殖サイクルを指します(図1)。そもそも、キングサーモンの養殖を行おうとしても、養殖に使うための種苗を確保するのが困難であった点が、キングサーモン完全養殖の目的でした。

【図1】サーモン養殖における完全養殖サイクル(オレンジ) 緑は淡水、青は海水での飼育環境を示す



出所：筆者作成

¹ ほくよう調査レポート2025年3月号 (No. 340) P20~28
https://www.hokuyobank.co.jp/pdf/company_report_h_2025_No340.pdf

完全養殖の利点の1つは、計画的に種苗を確保できる点です。種苗を天然資源から確保する場合には、自然環境の影響を大きく受けるため、予定している種苗が確保できなくなる可能性があります。例えば、ブリ養殖では、現在もモジャコ（流れ藻の下にいる小魚（雑魚）に由来）と呼ばれる幼魚を天然から漁獲して養殖種苗に利用されていることがありますが、モジャコの漁獲量によって種苗供給量が左右されます。また、現在、新規で始まった多くのサーモン養殖では海面養殖だけを行っており、そのためには、海面生簀に入れるための種苗を他社から購入する必要があります。それらの種苗は国内の内水面養殖（淡水養殖）の会社から供給されますが、供給量は種苗生産会社の飼育池の容量に制限されるため、需給バランスによって価格が高騰することもあります。さらに、海面養殖で用いられている高成長のトラウト種苗の多くは輸入された海外産の発眼卵に由来するため、外部要因に左右されるというリスクがあります。日本国内で養殖されているサーモンで最も多いのはギンザケです。この養殖ギンザケの種卵は国内で生産・供給されています。

次に、完全養殖ができることでキングサーモンの育種（品種改良）を行うことができます。開始時点では天然採捕した親魚から作出した種苗のため、遺伝的には野生の魚と同じ状況です。寿司ネタとして人気のトラウトサーモンやアトランティックサーモンは1980年代には育種が開始され、今や養殖に適した魚種としてサーモン養殖を牽引しています。現在、私たちがスーパーマーケットで購入する生鮮食材において、野菜と畜産物のほぼ全ては人が育種を重ねてきた賜物です。生物が新しい環境に適応するために進化するように、人が飼育することを前提とした養殖に特化した魚に進化させるのが育種なのです。キングサーモンの完全養殖によって、飼育しやすく、少ない餌で早く大きくなる、病気に強いといった性質を持つ養殖に適した魚に進化させることが可能になります。育種では多くの世代を重ねる必要があるため、相応の時間が必要です。親になるまで3年かかる魚を3世代かけて育種するということは、9年間が必要ということになります。しかし、人類が定住生活を始めてから今日まで、人類は食糧生産を行うために長い歴史の中で、コツコツと生産性を上げるために育種を続けてきたのです。そう考えると、長い時間軸の中で9年という年月は極めて短いのかもしれません。

完全養殖に向けた第一歩 ～天然キングサーモンからの種苗生産～

完全養殖の達成のためには、最初に親を作るためのキングサーモンの子供（種苗）を生産する必要がありました。子供を作るためには親が必要です。前回の寄稿でも紹介しましたが、幸いにも函館沿岸にはキングサーモンが回遊し、極めて少ない数ですが、春先から定置網で採捕されていました。本プロジェクトでは、この天然採捕個体に目をつけました。定置網で生きた状態で採捕されたキングサーモンを海から陸の水槽に移動させ、陸上の淡水環境でキングサーモンを成熟させて卵と精子を得ることで、種苗を作ろう、という試みです。

プロジェクトが開始したのは令和3年からですが、前回の寄稿の通り、1年目では精子は得られたものの卵の確保でつまずき、見事に失敗に終わったのです。失敗ではありましたが、色々と学ぶ点が多くありました。簡単に海から陸に運ぶと言いますが、定置網～漁協の生簀～活魚運搬車～陸上水槽と多くのハンドリングの過程が存在し、その都度、魚にはストレスがかかり、傷が付きまします。陸上水槽に運んだ後も、海水から淡水への変化や淡水飼育下で成熟まで飼育する必要

があります。運搬やハンドリングが悪いと、せっかく陸上水槽に運んでも死亡してしまいます。初年度は陸上水槽での死亡も多かったため、魚のハンドリングや運搬のプロセスなどを工夫し、陸上水槽での飼育密度なども改善しました。そして、2年目の令和4年度に見事に天然採捕個体から卵と精子を得て、人工授精によって完全養殖の第一歩となる人工種苗の作出に成功したのです。

その後、令和5年度、令和6年度も継続して天然採捕キングサーモンを親魚にした人工種苗の生産を行いました。ただ、定置網にキングサーモンが入るかどうかは全くの運まかせです。回遊魚の漁獲量を予想することは困難で、不漁だったサンマが豊漁というニュースを聞くこともあれば、その逆も多々あります。令和3年度から令和6年度まで、順調にキングサーモンが定置網で生きた状態で採捕できた、ということは本当に幸運に恵まれたとしか言えません。令和3年から年を追うごとに採捕される個体サイズが大きくなり、最大で16.4kgのオスが採捕されました(図2)。また、採捕されたキングサーモンの雌雄比については、初めの3年間はオスが多かったものの、令和6年度にはメスの方がオスよりも多く採捕されました。プロジェクトが始まってから順調に天然採捕によりキングサーモンを確保することができたことにより、成熟し採卵や採精まで至る個体の割合も年を追って上昇しました。

成熟して排卵や排精したキングサーモンはどうなってしまうのでしょうか？サケ科魚類には一生のうち一回だけ成熟し成熟後に死亡するタイプ(一回繁殖)と、一生に複数回の成熟を行うタイプ(多数回繁殖)の2種類があります。馴染みのあるシロサケは一回繁殖ですが、ニジマス(トラウトサーモン)とタイセイヨウサケ(アトランティックサーモン)は多数回繁殖です。キングサーモンはシロサケと同じ一回繁殖のため、陸上水槽で成熟した個体は雌雄ともに死亡してしまいます。そのため、キングサーモンでは毎年、種苗生産を行うためには親を確保する必要があります。苦勞して成熟まで持ってきた個体を失ってしまうことは、種のもつ宿命とはいえ、とてももったいない思いです。成熟個体から得た卵は全てを人工授精に用いるため、余す所なく使いますが、人工授精では用いる精子の量は少量ですむため、大部分が余ることになります。天然のキングサーモンは遺伝資源や育種素材として非常に重要なため、我々は余剰の精子を凍結保存により保管しています。

【図2】天然採捕個体からの精子の採取(上)と卵の採取(下)



出所：筆者撮影

天然親魚由来人工種苗の淡水飼育

函館市国際水産・海洋総合研究センター（以後、海洋研究センター）でしばらく飼育したのちに、人工種苗は函館市内某所の淡水飼育施設である中間育成場に運んで育成します。種苗が小さい時はたくさんの個体を飼育することができますが、成長すると飼育水槽・飼育池の容積に合わせて飼育密度を調整する必要があります（詳細は前回の寄稿文を参照）。令和4年度は人工授精によって約9,000尾の孵化仔魚からの育成開始でした。育成途中で成長不良個体の間引きによって飼育密度の調整を行っていましたが、それでも飼育スペースは不足していました。孵化仔魚の数は令和5年度には約21,000尾、メスの親魚が多かった令和6年度には約35,000尾に達し、もはや試験レベルではない種苗の数が増えてしまったのです。現段階では試験の段階のため、海面養殖試験に用いる個体と完全養殖のための親魚候補個体の飼育スペースしかありません。事業化に向けては、海面養殖の拡大に向けて飼育施設を充実していく必要があります。しかしながら、施設の拡大だけでは事業化は難しく、その施設の管理運営を行う体制や十分な飼育技術や知識を持った人材を確保することが大切になります。キングサーモンだけでなく、日本国内でサーモン養殖産業を拡大するためには技術者などの人材を育成することが重要です。そのためには、養殖業が若者にとって魅力的な産業になる必要があります。従来の働き方を変えるような技術開発を進める必要があるでしょう。

海面生簀での養殖試験

令和6年12月に函館漁港内にて海面養殖試験が無事に開始したことは前回の寄稿でお伝えしました。漁港内での海面養殖試験を行うことができたのは、令和4年産の人工種苗が中間育成場で順調に育成しただけでなく、海面養殖試験の実施に向けて多くの方々に努力していただいた結果でもあります。養殖試験開始の約11ヶ月前、令和6年1月には大森浜沖でキングサーモンの養殖試験に向けて、サクラマスを用いた試験養殖が行われていました。しかし、1月に大時化が生簀を襲って網が破損し、飼育していたサクラマスの大半が散逸する事故が発生しました。この事故を受けて、令和6年11月に予定していた大森浜沖での海面生簀養殖試験が見送られることになったのです。

この見送りによって、海面養殖用に育成してきた魚をどうするか、という問題が生じてきました。親魚として飼育するには多すぎるため、かなりの数を間引かないと維持できない状況になってきたのです。間引き作業は良い魚を残すためには必要な作業ではありますが、日々の飼育を行っている立場からは、せっかく育ててきた魚を処分する辛い作業という側面もあります（そのため、間引き魚を無駄なく利用するための研究については後述で紹介します）。この時は育成に携わってきた関係者一同が最も暗い気持ちになった瞬間でもありました。そのような意気消沈している中、漁港内養殖試験という新たな展開が見えてきたのです。

この展開に至った背景には、生簀の事故が起きた後の令和6年3月に開催された令和5年度第2回サーモン事業推進部会における、私と函館市漁業協同組合函館サーモン養殖部会（以後、函館サーモン養殖部会）の松川雅樹氏（函館サーモン養殖部会 部会長、株式会社マルナマ古清商店 魚介・藻類養殖事業室）との会議に発端がありました。当時（現在もですが）、函館でトラウトサーモン養殖を試験規模から事業規模に拡大されている中、私はキングサーモン養殖に興味

があるかどうかを尋ね、松川氏からは一緒に取り組みたいというやりとりを行っていたのです。そして、その言葉通り、多くの関係者の方々のご努力と函館サーモン養殖部会の協力のもと、令和6年の冬からキングサーモンの海面養殖試験を函館サーモンが養殖されている漁港内で開始することができるようになったのです。

中間育成場から海面生簀へ ～淡水から海水への飼育環境の変化～

海面養殖試験ができるようになったところで、中間育成場の淡水環境で飼育されていた個体を海水環境に移行する必要があります。魚にとって淡水と海水は全く異なる環境です。淡水と海水の大きな違いは何でしょうか？水に塩分が含まれているかどうかという違いですが、これを生理学的な視点から見ると浸透圧が大きく異なります。魚にとって、淡水から海水へ移ることは、体の中の水分バランスを一から調整し直すことを意味します。淡水には塩分がほとんど含まれないため、浸透圧は約0 mOsm/kg・H₂Oなのに対し、海水には3.5%程度の塩分が含まれ、浸透圧は約1,000mOsm/kg・H₂Oです。魚の体液は概ね300～400mOsm/kg・H₂Oに保たれています。そのため、淡水では周囲の環境の浸透圧が体液よりも低いので体に水が入ってくるため、塩分が薄い尿を大量に排泄することで浸透圧を一定に保っています。一方の海水は体液よりも浸透圧が高いので、体の水が脱水されてしまうため、海水を飲んで塩分を体から排泄しています。すなわち、淡水と海水では、体内の水と塩分の動きが全く逆になってしまうのです。

このような劇的な環境変化に対して、遡河回遊性（河川の淡水環境で孵化した後海へ降りて大きく成長し、産卵のために再び河川に遡上する回遊生態）のサケ科魚類では巧みに浸透圧調節機構を使って環境に適応しています。しかしながら、この海水適応能力は全ての時期に備わっておらず、成長過程で獲得していきます。キングサーモンも海を回遊するため、確実に海水適応能力を持っていますが、海面生簀に移し替える段階でちゃんと海水適応できるかどうかは不明でした。今回の海面養殖試験に用いる種苗のサイズは約800g程度です。このサイズのキングサーモンの海水適応能力については全くデータを持っていなかったため、実際に海面生簀に入れる前に少数の魚で海水馴致試験を行いました。薄めの海水から徐々に完全海水に変えたところ、キングサーモンは死亡することなく浸透圧も正常値を保っていました。この結果を受けて、令和6年12月中旬に中間育成場から海水馴致を行った後に、活魚運搬車にて漁港まで運び、海面生簀に移動させました（図3）。

【図3】令和6年12月の漁港内海面養殖試験における中間育成魚の生簀への収容



出所：筆者撮影

漁港内養殖試験の開始

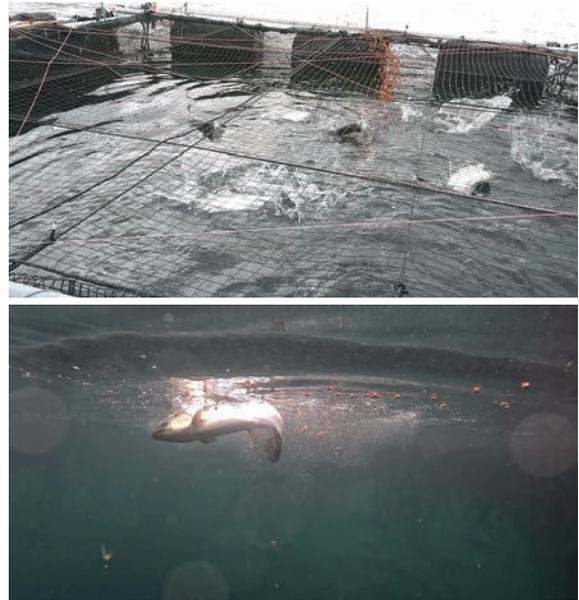
海面生簀に魚を収容したことで、一件落着、と思いきや次なる壁がまた立ちはだかりました。移動のストレスなどで、幾分か魚は死亡しましたが、1週間ほどで死亡は止まりました。しかし、生簀の魚が餌を食べる素振りを見せないのです。函館サーモンがバシャバシャと活発に餌を食べているのを横目に、シーンと静まり返ったキングサーモンの生簀には一抹の不安がありました。この要因はたくさんありますが、大きな要因はやはり養殖用に育種により品種改良された魚かどうかという違いと考えられ、キングサーモンの育種の必要性を実感した瞬間でした。ただ、キングサーモンの摂餌活性は低い状態でしたが、死亡することなく月日が経過していきました。

ところが、3月に入ってから徐々に餌に反応が見られるようになってきました。4月に入ってからは一気に餌への反応が良くなり、5月には函館サーモン養殖部会の松川氏から「キングサーモンの活性が高い」と給餌をしている時の動画が送られてきました（図4上）。そこには、水面を割って餌に飛びつく魚の姿が映っていました。一瞬、目を疑いました。まるでトラウトサーモンの給餌風景を見ているようです。中には水面を飛び出している魚もいます。ついにキングサーモンが目覚めた瞬間でした。水中から真っ直ぐに水面の餌に食いつく個体もいます（図4下）。これまでの不安が吹き飛び、水揚げに向けての期待が一気に膨らんできた瞬間でした。

国産キングサーモン初水揚げ

その後も順調に活発な摂餌状態が続いていました。次は、水揚げをいつ行うかを定める必要があります。水揚げ時期を決める要因の1つが海水温です。一般的にサケ科魚類の飼育に適している水温の上限は16~18℃とされています。この水温は魚種や種内でも系統によって異なります。水温と溶存酸素は反比例し、水温上昇は水中の酸素濃度の低下を引き起こすため、魚にとっては息苦しい環境となります。その結果として、魚へ供給される酸素も少なくなり魚は死亡します。そのような条件を考慮すると、函館では7月中旬までには水揚げを行うのが無難と考えていました。水揚げ時には試験のデータを取ることはもちろんですが、実際の加工工程を経て食材としての評価をする必

【図4】海面生簀で活発に摂餌するキングサーモン



写真提供：函館マリカルチャープロジェクト

【図5】国産キングサーモンの海面養殖試験における水揚げ作業（上）と水揚げ個体（下）



写真提供：函館マリカルチャープロジェクト

要があります。さまざまな調整を行うとともに、生簀周辺の水温変動から6月30日が水揚げ日と決定されました。そして、初めて水揚げしたキングサーモンの試食会を行うことも決定しました。

水揚げ当日、たくさんの関係者や報道関係の方々が見守る中、函館サーモン養殖部会の方々とプロジェクトメンバーの数名が作業に当たりました(図5)。もちろん私も参加しました。魚を美味しく維持するためには、水揚げ後の処理が重要です。網でとった魚は素早く活け締めしました。網から船上に魚が来るたびに、大きさに一喜一憂し、私はひたすら魚のエラを切ることで血抜き作業を行っていました。そのおかげで、水揚げした105尾の全ての魚の形とサイズ感を実際に知ることができました。

水揚げ作業が終わり、魚とともに生簀から戻った時には報道各社からの取材を受けることになりました。その際、「養殖試験自体は合格。だけどまだ70点」という趣旨の発言をしました。大学の成績評価だと「良」あるいは「B」といったところです。これは実際に船で作業をしていたからこそ感じた評価でした。3kgを超えられると思われる大きい魚を手にとった時には興奮し、小さい魚の時には育たなかった理由について考えていました。水揚げ後の測定結果から、最大サイズは4.38kgだったことが判明し、今後の育種によって大型の魚を作ることができるよう可能性が示されました。一方で、小型の魚も一定数出現し、サイズもバラついたため、全体の平均を押し下げる原因となりました。これらの課題を解決することや育種によりキングサーモンのもつ成長ポテンシャルを引き出すことで100点以上の魚を創ることを目指していきたいと思います。

初めての国産キングサーモンのお味は？

令和7年7月4日に海洋研究センターで開催された函館試食会には大泉函館市長と寶金北海道大学総長をはじめ、多くの方々が参加されました(図6上)。試食会では、函館市内で仕出しを行っている「四季海鮮 旬花」が料理したキングサーモン弁当が振舞われました(図6下)。キングサーモンの食材としての可能性を探るために、お刺身と寿司だけでなく(お刺身では背身と腹身が入るように工夫され、お寿司でも握りでは背と腹、炙り、軍艦、巻物と多種多様!)、塩焼き、マリネ、フライ、グラタン、あら汁と火を通した料理が準備されました。私も末席でキングサーモン弁当をいただいていた。個人的な話になりますが、お弁当用に料理されたキングサーモンを見ると令和3年からの本プロジェクトでの様々な思い出が頭をよぎり、ついつい泣けてきてしまい、少し塩っぱい味付けになってしまいました。

【図6】国産キングサーモンを使った試食会(上)と試食会で提供されたキングサーモン弁当(下)



写真提供：函館マリカルチャープロジェクト



出所：筆者撮影

7月4日の試食会での試食用キングサーモン弁当の数には限りがあったため、北大内でキングサーモン完全養殖研究に携わっている学生、教員、事務スタッフなどの全ての方々には試食の機会がありませんでした。そこで、海面養殖による水揚げ魚は少ししかついでませんが、間引きした魚も食用に用いた学内の試食会を別に開催しました。この試食会では寿司屋でアルバイトをしている学生が握った寿司や刺身、事務スタッフによるフライ、あら汁、幼魚のオイルコンフィなどが振舞われ、大盛況で終えることができました（図7）。この試食会でも間引きした魚を使った料理が振る舞われましたが、その他にもキングサーモン水煮缶詰を試作し、その活用方法について検討されています（図8）。

これらの試食会などではキングサーモンの食味アンケートを行いました。このアンケート調査を通して様々な感想や意見を頂戴し、脂のりや食感、キングサーモンに対して持っているイメージなどを知ることができました。

【図7】学内での試食会の料理。（左上）握り寿司、（右上）フライ、（左下）刺身、（右下）あら汁



写真提供：北海道大学 地域水産業共創センター

【図8】間引きしたキングサーモンの缶詰加工。（左：処理前の塩水処理した状態、右：加工後に開封した中身）



写真提供：西村俊哉助教（北海道大学大学院水産科学研究院）

完全養殖の達成に向けてのカウントダウン

初水揚げと試食会が行われている裏で、本プロジェクトの肝となる完全養殖案件が進行していました。初水揚げの1年前の令和6年7月に、令和4年に作出した人工種苗のオスが成熟し精子を得ることに成功していました。オスは2年で成熟したことになります。しかし、完全養殖を達成するためには、成熟メスからの卵が人工授精に必要でした。これまでの北大系統での経験や天然採捕個体の排卵個体のサイズから、私は排卵までは4年かかることを予想していました。一方、本プロジェクトで飼育・管理を行っている石原学氏（一般財団法人 函館国際水産・海洋都市推進機構）の見立ては異なっており、令和7年に成熟が来るという予想でした。彼は博士号をもつ魚類生殖生理学の専門家であり、現場で最も魚を見ています。そして、彼の見立て通り、令和7年7月に飼育している親魚に成熟への兆しが現れてきたのです。

ハラハラしながら親魚からの排卵を待ちつつ、卵が得られた時の人工授精と受精卵培養の環境整備を行いました。また、天然採捕個体を用いた人工授精とは異なり、今回の人工種苗を用いた人工授精では交配する親をしっかりと選択する必要があります。なぜなら、人工種苗では兄弟がたくさん含まれているため、適当に個体を選んで人工授精を行うと兄妹交配を行ってしまう可能性があるからです。いわゆる近親交配にあたり、遺伝的な多様性が失われてしまう原因になります。完全養殖では育種を行なっていくことが重要なため、少数の天然親魚から作出した人工種苗を開始点とする本プロジェクトにおいて、まずは完全養殖の第1世代では遺伝的に多様な集団を作出する必要があります。そのため、完全養殖における人工授精では、成熟親魚の両親を特定し、成熟親魚が属する家系を把握して家系図を作っておく必要があります。

そのため、親魚として飼育されている全個体の遺伝情報を調査し、事前に家系を確定しておきました。親魚は見た目では個体を判別できないため、PITタグ（PIT tag：Passive Integrated Transponder）と呼ばれるICタグを体内に埋め込み、固有のID番号による個体識別を行なっています。

そして、ついに排卵個体が7月下旬に確認され、念願の完全養殖に向けた人工授精を7月30日に行うことになりました。そして8月中旬のお盆前まで排卵確認と人工授精の作業を行いました。人工授精を行った時期は夏真っ盛りのため、気温が30℃を超える日も続きました。サケ科魚類は冷たい水を好み、産卵場所の水温も10℃前後です。そのため、受精卵の培養も10℃前後で行います。受精前の卵と精子の管理も重要で、低温で保管しておかないと劣化してしまいます。私がこれまで人工授精に携わってきたサクラマスやニジマスは秋から冬に採卵するため、人工授精は室温環境で行なっても大きな問題は生じていませんでしたが、夏に採卵したキングサーモンでは操作環境から考慮に入れる必要が出てきたのです。

キングサーモン養殖での人工授精方法

我々が行なった人工授精は「吸水前消毒法」と呼ばれる方法です。サケ科魚類は精子と卵を混ぜるだけでは受精は生じません。卵と精子が混ざった状態で水を加えることで、精子が活発に動き、卵膜（卵本体を物理的に保護する役割をもつ外側の薄い膜）にある卵門という精子が通る穴から卵に到達します。卵も水と触れることで活性化し、精子との受精反応が生じます。そして、卵では卵膜が硬化する反応が起き、吸水して膨張します。受精前の卵と比較して、受精後の卵は

非常に硬くて張りがあるようになります。この卵の吸水する過程で、受精環境に存在する病原菌が卵に入る可能性があります。病気に罹患している親魚では、病原菌は卵とともに排出される卵巣腔液や精液に含まれています。病気が顕在化していない魚は、見た目では病気にかかっていることは判断できません。そのため、病気の有無に関わらず、全ての卵では、受精前に卵を等張液（卵が活性化しない浸透圧の塩類溶液）で洗うことで病原菌数を減らす作業を行います。それでも病原菌数はゼロにはなりません。そこで、用いられるのが「吸水前消毒法」です。

「吸水前消毒法」では、洗卵後の卵に等張液を少量加えて精子を加えてよく混ぜた後、精子が含まれる等張液を捨てます。等張液中で精液は運動するため、この時点では精子は卵の卵門に入った状態ですが、卵が活性化していないため受精反応は起きません。その後、イソジン（うがい薬で使われている薬剤）が入った等張液に15分間浸漬することで、卵表面の消毒を行います。消毒後に水を加えることで卵は活性化して受精し、胚発生が開始します。こうした手間のかかる作業を一つ一つ積み重ねることで、初めて完全養殖が実現するのです。

完全養殖第1世代の誕生

このように「吸水前消毒法」による人工授精では多くの工程があるため、夏の暑い環境での作業はできません。さらに、完全養殖第1世代では遺伝的多様性を創出するために、1腹の卵を複数に小分けし、別々のオスの精子による受精を行うため、さらに人工授精の作業が長時間にわたります。そのため、我々は北海道大学水産学部の環境制御実験棟内の室温10℃に管理された部屋で人工授精作業を行うことにしたのです（図9）。真冬にこの部屋に入った時は暖かいと感じますが、真夏はその逆でとても寒く感じます。夏なのに防寒着を着込んでの作業となりました。それでも4～5時間の作業を行なっているうちに体は芯から冷え、部屋から出た時の温度差で体調を崩しそうでした。この作業環境にて、メス16個体から得られた約26,000粒の卵を人工授精に供し、この部屋に卵培養のために設置した水槽で受精卵が発眼期に達するまで管理しました。

人工授精までは行いましたが、この段階ではまだ受精したかどうか分かりません。受精の成否は受精卵の細胞分裂（卵割）の有無で確認します。全てではありませんでしたが、卵割が確認できたことから人工授精作業には問題なかったことが分かりました。ただ、この時点では安心できません。卵の質が悪い時には胚発生に異常をきたすことがあります。さらに、準備した培養水槽の全てのスペースに受精卵を収容していました。これまでに経験がない収容量だったため、無事に胚発生が進むことを祈るばかりでした。

その心配は人工授精して約3週間後に解消されました。発眼卵（胚発生過程で眼が形成され、卵膜を通して色素が入った眼を確認できる段階）が無事に確認できたのです（図10上）。その数は約11,000粒でした。発眼卵までの受精卵は衝撃に弱いために移動させることは困難ですが、発

【図9】10℃に環境設定された部屋における人工授精作業



出所：筆者撮影

眼卵以降は衝撃にも強くなるため、冷たく湿潤な環境を保つことで移動することが可能です。そのため、発眼卵は海洋研究センターと北海道大学七飯淡水実験所の2箇所に移動させて孵化を待つことにしました。稚魚が得られるかどうかは卵質に大きく依存し、正常な稚魚が誕生して、初めて完全養殖に成功したと言えます。9月から10月にかけて孵化が開始し、約9,000尾の稚魚を得ることに成功しました(図10下)。まさに完全養殖を達成した瞬間でした。

完全養殖はスタートライン

函館沿岸で採捕した天然キングサーモンから得た卵と精子の人工授精によって誕生した人工種苗を起点とし、人工的な飼育条件下で次世代の作出に成功したキングサーモンの完全養殖は、本プロジェクトにおいて非常に大きな成果です。しかし、完全養殖はキングサーモン養殖におけるゴールではありません。完全養殖技術の確立は、安定した種苗供給と育種のための基盤技術です。そして、完全養殖第1世代は養殖用キングサーモンを創出するための素材であり、これからがスタートです。事業化に向けては、養殖に適したキングサーモンの育種とともに、事業規模での海面養殖生産のための種苗生産方法や生産システムの構築が必要です。そして、それを支える人材育成や、販売に向けたマーケティングなども求められます。すぐに大量生産というわけにはいきませんが、事業化に向けて着実に歩みを進め、函館といえばキングサーモンと言われるように、今後も研究開発に取り組んでいきます。

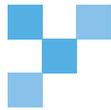
【図10】完全養殖第1世代の発眼卵(上)と孵化した稚魚(下)



出所：筆者撮影

<参考文献>

- ・会田勝美・金子豊二(編)(2013) 魚類生理学の基礎(増補改訂版). 恒星社厚生閣, 東京.
- ・国立研究開発法人 水産研究・教育機構 水産技術研究所(編)(2025) 日本の養殖魚介・藻類図鑑 -生態、歴史、課題、展望-. 緑書房, 東京.
- ・藤本貴史(2025) 函館におけるキングサーモン完全養殖への挑戦. ほくよう調査レポート 340, 20-28
- ・藤本貴史(2026) 国内で初めて完全養殖を達成 北海道のキングサーモン養殖. 養殖ビジネス 63(2), 6-11
- ・Gjedrem, T. (2020) The first family-based breeding program in aquaculture. *Reviews in Aquaculture* 2: 2-15
- ・函館マリカルチャープロジェクト <https://mariculture.marine-hakodate.jp/> (2026年1月31日閲覧)
- ・川那部浩哉, 水野信彦 編・監修(1998) 日本の淡水魚. 山と溪谷社. 東京.
- ・小林俊将・高橋憲明(2023) 岩手県における吸水前消毒によるサケの冷水病防除に関する取り組み. SALMON情報 17: 17-20
- ・Troutlodge ホームページ Trout eggs https://www.troutlodge.com/en/trout-genetics/trout-eggs/?utm_source=chatgpt.com



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 (%)										
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	98.6	△1.9	102.9	△1.9	98.2	△2.5	102.0	△1.6	85.2	△0.6	99.6	△1.0
2024年度	95.6	△3.0	101.5	△1.4	96.9	△1.3	100.1	△1.9	85.3	0.1	98.9	△0.7
2024年10~12月	94.8	1.6	101.8	0.4	96.6	1.9	100.0	0.0	90.3	△6.4	101.1	△1.2
2025年1~3月	96.1	1.4	101.5	△0.3	96.9	0.3	99.9	△0.1	88.9	△1.6	102.1	1.0
4~6月	98.0	2.0	101.9	0.4	98.0	1.1	101.1	1.2	84.7	△4.7	99.2	△2.8
7~9月	94.2	△3.9	102.0	0.1	95.3	△2.8	99.8	△1.3	80.6	△4.8	99.9	0.7
10~12月	p 91.6	△2.8	102.8	0.8	p 92.3	△3.1	100.6	0.8	p 84.5	4.8	98.2	△1.7
2024年12月	95.2	0.5	101.0	△0.3	96.8	1.6	99.5	0.0	90.3	2.8	101.1	△0.3
2025年1月	98.6	3.6	99.9	△1.1	98.0	1.2	98.5	△1.0	89.5	△0.9	102.6	1.5
2月	95.2	△3.4	102.2	2.3	96.9	△1.1	101.5	3.0	88.0	△1.7	100.9	△1.7
3月	94.4	△0.8	102.4	0.2	95.9	△1.0	99.7	△1.8	88.9	1.0	102.1	1.2
4月	95.1	0.7	101.3	△1.1	96.0	0.1	99.8	0.1	86.7	△2.5	101.3	△0.8
5月	97.8	2.8	101.2	△0.1	97.5	1.6	102.2	2.4	83.9	△3.2	99.5	△1.8
6月	101.1	3.4	103.3	2.1	100.5	3.1	101.4	△0.8	84.7	1.0	99.2	△0.3
7月	98.2	△2.9	102.1	△1.2	97.7	△2.8	99.3	△2.1	82.0	△3.2	100.1	0.9
8月	92.6	△5.7	100.6	△1.5	95.0	△2.8	99.5	0.2	84.7	3.3	99.1	△1.0
9月	91.9	△0.8	103.2	2.6	93.3	△1.8	100.6	1.1	80.6	△4.8	99.9	0.8
10月	91.3	△0.7	104.7	1.5	91.3	△2.1	102.3	1.7	76.9	△4.6	100.3	0.4
11月	r 92.6	1.4	101.9	△2.7	r 92.8	1.6	100.6	△1.7	r 79.0	2.7	97.3	△3.0
12月	p 90.9	△1.8	101.8	△0.1	p 92.7	△0.1	99.0	△1.6	p 84.5	7.0	98.2	0.9
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
4~6月	256,183	△1.7	55,341	1.8	42,972	△1.9	14,462	△6.8	213,211	△1.6	40,879	5.2
7~9月	262,656	△1.0	56,529	2.7	44,274	△2.9	14,364	△1.4	218,382	△0.6	42,165	4.2
10~12月	293,241	3.0	62,526	3.6	55,619	△0.4	17,948	0.8	237,622	3.9	44,578	4.8
2024年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
4月	83,918	△1.5	18,025	2.7	13,175	△3.2	4,633	△4.9	70,743	△1.2	13,392	5.6
5月	84,799	△1.7	18,495	1.8	14,220	△1.7	4,776	△7.3	70,579	△1.7	13,719	5.4
6月	87,466	△1.8	18,821	1.0	15,576	△1.0	5,054	△8.0	71,889	△2.0	13,767	4.8
7月	89,327	△1.2	19,259	1.6	15,615	△5.9	5,127	△6.6	73,712	△0.2	14,132	4.9
8月	90,513	△0.6	19,277	3.3	14,720	△0.1	4,541	2.4	75,793	△0.7	14,736	3.6
9月	82,815	△1.2	17,993	3.4	13,939	△2.4	4,696	1.2	68,876	△1.0	13,297	4.2
10月	87,422	3.7	18,815	5.1	15,532	1.7	5,108	4.0	71,890	4.1	13,707	5.6
11月	91,404	4.0	19,903	4.9	16,156	△1.0	5,698	0.7	75,248	5.1	14,205	6.7
12月	114,415	1.7	23,809	1.4	23,931	△1.4	7,142	△1.2	90,484	2.6	16,667	2.6
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
4~6月	33,566	△5.2	11,536	3.8	83,321	4.9	23,401	6.6	38,597	△1.4	9,052	0.8
7~9月	39,713	9.8	12,394	1.6	86,312	2.3	23,965	4.6	34,051	△0.6	8,432	△1.6
10~12月	39,182	7.8	12,728	5.6	88,044	4.3	24,465	5.2	35,866	0.5	8,916	△0.6
2024年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
4月	10,790	△11.6	3,577	1.1	26,951	1.0	7,628	6.7	11,722	△8.0	3,008	△0.5
5月	10,630	△5.7	3,697	4.7	27,945	9.2	7,792	6.5	14,315	2.9	3,089	0.6
6月	12,146	1.9	4,261	5.6	28,425	4.7	7,981	6.5	12,560	0.6	2,955	2.3
7月	14,817	18.1	4,320	△4.8	29,428	5.7	8,241	5.7	12,587	2.5	3,006	1.0
8月	13,042	7.9	4,099	5.4	29,476	3.4	8,094	3.4	11,539	△1.6	2,880	△3.5
9月	11,854	3.0	3,975	5.4	27,408	△2.0	7,630	4.7	9,925	△3.1	2,546	△2.3
10月	11,717	14.4	3,679	11.0	28,238	6.3	7,856	5.9	11,165	2.0	2,716	0.2
11月	12,865	9.9	4,122	7.6	29,027	6.9	7,955	7.9	11,199	△2.9	2,862	1.0
12月	14,600	1.4	4,927	0.4	30,779	0.2	8,654	2.3	13,502	2.3	3,338	△2.6
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	1,975	34.8
2024年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	670	32.5
4~6月	161,763	3.2	33,214	4.2	292,571	6.0	312,407	6.0	3,492	7.3	379	17.9
7~9月	175,566	2.6	34,744	3.3	272,851	4.2	307,628	5.3	4,258	3.7	545	15.8
10~12月	167,432	2.2	33,915	3.0	322,260	8.5	324,212	2.0	3,620	0.8	621	21.3
2024年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	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	164	27.6
4月	51,096	1.5	10,779	3.4	307,656	3.8	325,717	4.0	1,005	6.9	110	21.0
5月	54,762	3.8	11,223	4.2	284,631	6.2	316,085	8.9	1,216	9.5	117	15.0
6月	55,905	4.2	11,211	5.1	285,427	8.2	295,419	5.2	1,272	5.5	152	18.0
7月	60,479	4.0	11,900	3.6	253,097	△8.0	305,694	5.1	1,349	4.2	205	15.8
8月	60,088	2.1	11,845	3.3	313,040	31.6	313,977	5.5	1,559	5.1	198	20.2
9月	54,999	1.8	11,000	3.0	252,416	△7.3	303,214	5.3	1,350	1.5	142	10.3
10月	55,784	1.8	11,318	2.6	284,702	8.4	306,872	0.3	1,320	2.0	174	29.6
11月	52,981	2.2	10,941	3.9	351,677	32.9	314,242	6.3	1,162	1.9	169	26.6
12月	58,667	2.7	11,656	2.5	330,401	△9.1	351,522	△0.3	1,139	△1.5	279	13.9
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 ■年度及び四半期の数値は月平均値。
同月比は全店ベースによる。

■「p」は速報値、
「r」は修正値。

主要経済指標 (3)

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
4~6月	40,309	3.0	17,633	△0.0	10,257	△4.8	12,419	15.6	885,718	6.5
7~9月	37,050	△3.2	15,045	△6.8	9,486	△4.0	12,519	2.3	933,111	△4.4
10~12月	35,429	0.4	14,127	△11.3	8,961	9.7	12,341	10.3	913,884	△3.7
2024年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
4月	13,778	5.0	6,854	3.0	3,100	△2.6	3,824	16.5	287,105	11.0
5月	11,391	△0.1	4,686	△5.1	2,919	△2.7	3,786	9.3	269,494	3.1
6月	15,140	3.5	6,093	0.8	4,238	△7.8	4,809	20.4	329,119	5.5
7月	13,005	△6.3	5,282	△12.9	3,587	△2.7	4,136	0.0	326,323	△3.7
8月	9,967	△6.3	4,001	△6.4	2,368	△19.2	3,598	4.8	249,328	△8.2
9月	14,078	2.5	5,762	△0.8	3,531	8.4	4,785	2.5	357,460	△2.4
10月	13,341	0.2	5,532	△3.7	3,157	△7.7	4,652	12.2	328,349	△2.8
11月	11,996	△3.5	4,622	△18.1	3,093	10.9	4,281	7.1	307,467	△7.0
12月	10,092	5.8	3,973	△12.5	2,711	38.4	3,408	12.0	278,068	△0.8
資料	(社)日本自動車販売協会連合会、(社)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	28,469	△3.7	8,002	△7.0	1,267	△8.4	38,832	△10.3	102,968	△4.6
2024年度	30,234	6.2	8,160	2.0	1,441	13.7	34,744	△10.5	106,734	3.7
2024年10~12月	7,518	4.2	1,977	△2.4	270	21.4	8,390	△18.1	25,699	6.6
2025年1~3月	6,369	42.1	2,061	13.1	370	226.6	8,372	△3.9	30,068	5.6
4~6月	4,625	△47.2	1,554	△25.6	356	△20.9	9,662	4.2	27,351	6.3
7~9月	6,431	△15.3	1,853	△8.9	269	△23.2	7,592	△12.9	26,896	6.6
10~12月	6,333	△15.8	1,935	△2.1	273	1.3	7,440	△11.3	27,786	8.1
2024年12月	2,097	6.6	630	△2.5	78	31.1	2,566	△19.4	9,553	4.3
2025年1月	1,007	16.8	561	△4.6	35	124.2	2,247	△26.1	6,917	4.4
2月	1,399	3.9	606	2.4	26	△16.7	2,943	5.4	7,782	1.5
3月	3,963	74.4	894	39.1	309	367.7	3,182	10.4	15,369	8.4
4月	1,884	△45.2	562	△26.6	148	△28.8	3,615	1.6	9,385	6.6
5月	1,128	△56.6	432	△34.4	106	△11.0	3,346	27.2	8,123	4.4
6月	1,613	△40.6	560	△15.6	102	△17.2	2,701	△12.4	9,843	7.6
7月	2,215	△24.9	614	△9.7	59	△63.1	2,181	△23.9	8,586	4.9
8月	2,029	△11.5	603	△9.8	81	△28.6	2,344	△13.6	7,292	1.6
9月	2,187	△6.8	636	△7.3	129	68.8	3,067	△2.1	11,017	11.6
10月	2,469	△3.6	719	3.2	175	40.0	2,740	△8.9	9,004	12.5
11月	2,146	△24.9	595	△8.5	55	△18.4	2,180	△22.6	7,627	△6.4
12月	1,718	△18.1	621	△1.3	44	△43.8	2,521	△1.8	11,155	16.8
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■船舶・電力を除く民需(原系列)。

主要経済指標 (4)

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	2.7	2.5
2024年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	2.6	2.4
4~6月	706,840	8.8	62,850	9.5	0.90	1.06	27,899	0.4	727,353	△1.8	2.5	2.6
7~9月	229,341	0.8	42,109	8.6	0.92	1.09	26,660	△3.5	717,857	△3.3	3.1	2.5
10~12月	68,844	△12.8	28,578	9.6	0.93	1.13	25,390	△5.7	701,830	△6.0	—	2.5
2024年12月	17,741	95.1	6,785	△5.7	1.01	1.22	24,720	△7.1	691,679	△3.1	2.6	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	2.6	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
4月	341,431	21.2	27,254	12.0	0.90	1.08	28,867	△2.5	763,999	2.0	↑	2.7
5月	221,357	6.2	16,541	4.0	0.89	1.05	27,283	△1.7	717,904	△4.9	2.5	2.6
6月	144,051	△9.6	19,055	10.8	0.89	1.05	27,547	5.8	700,156	△2.7	↓	2.5
7月	121,895	4.6	16,765	9.5	0.93	1.09	28,011	△5.6	757,744	△1.0	↑	2.4
8月	57,831	△7.5	10,996	2.7	0.92	1.09	25,352	△4.2	680,289	△6.2	3.1	2.6
9月	49,614	2.4	14,348	12.5	0.92	1.10	26,618	△0.5	715,539	△2.8	↓	2.6
10月	35,313	△3.7	13,327	18.1	0.94	1.10	29,695	△2.0	777,504	△6.2	—	2.6
11月	20,933	△14.9	7,452	△6.8	0.93	1.12	22,920	△11.0	646,274	△10.3	—	2.4
12月	12,597	△29.0	7,799	14.9	0.93	1.17	23,554	△4.7	681,712	△1.4	—	2.4
資料	北海道建設業信用保証(株)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 ■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(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
4~6月	113.0	3.8	111.2	3.5	73	△2.7	2,533	△3.0	144.55	40,487
7~9月	113.4	2.8	111.5	2.9	71	△5.3	2,639	6.3	147.44	44,933
10~12月	114.5	3.0	112.3	2.8	74	13.8	2,671	3.0	154.09	50,339
2024年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
4月	112.8	3.9	110.9	3.5	26	30.0	828	5.7	144.39	36,045
5月	113.1	4.0	111.4	3.7	24	△20.0	857	△15.1	144.75	37,965
6月	113.2	3.5	111.4	3.3	23	△8.0	848	3.4	144.50	40,487
7月	113.4	2.9	111.6	3.1	27	△20.6	961	0.8	146.71	41,070
8月	113.5	2.6	111.6	2.7	22	10.0	805	11.3	147.67	42,718
9月	113.4	2.7	111.4	2.9	22	4.8	873	8.2	147.94	44,933
10月	114.2	3.0	112.1	3.0	24	△17.2	965	6.2	151.28	52,411
11月	114.9	3.4	112.5	3.0	23	35.3	778	△7.5	155.12	50,254
12月	114.4	2.7	112.2	2.4	27	42.1	928	10.2	155.88	50,339
資料	総務省				(株)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中平均値。



ほくよう調査レポート 2026.3月号(No.351)

令和8年(2026年)2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。>

