

Hokuyo Investigation Report

2024

3

ほくよう 調査レポート

No.329

- 道内経済の動き
- 2024年 道内企業の年間業況見通し
- 円安が道内企業の経営に及ぼす影響について
- 寄稿
「室蘭工業大学の社会連携活動について」
－MONOづくりみらい共創機構の組織と機能－

● 目 次 ●

| | |
|--|----|
| 道内経済の動き | 1 |
| 特別調査：2024年 道内企業の年間業況見通し | 6 |
| 経営のポイント：人手不足のなか迫る2024年問題 | 15 |
| 臨時調査：円安が道内企業の経営に及ぼす影響について | 19 |
| 経営のポイント：円安のメリット・デメリットが綱引き、 安定相場を望む | 22 |
| 寄稿：「室蘭工業大学の社会連携活動について」 －MONOづくりみらい共創機構の組織と機能－ | 24 |
| 主要経済指標 | 30 |



道内経済の動き

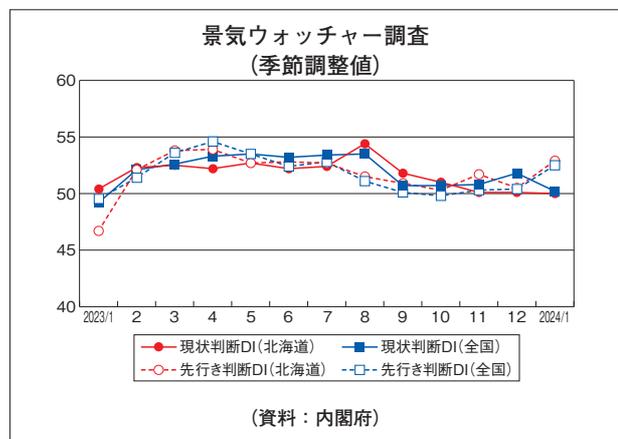
道内景気は、緩やかに回復している。生産活動は、弱いながら持ち直しの動きがみられる。需要面では、住宅投資は、減少している。輸出は、弱い動きとなっている。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。観光は、持ち直しが続いている。個人消費は、緩やかに増加している。公共投資は、増加している。

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、件数、負債総額ともに前年を上回った。消費者物価は、30か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～2か月ぶりに低下

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ポイント下回る50.0と2か月ぶりに低下したが、好不況の分かれ目となる50を維持している。

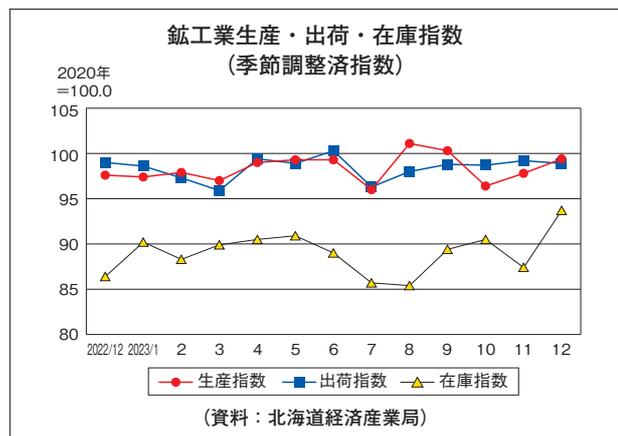
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を2.4ポイント上回る52.9となった。



2. 鉱工業生産～前年比は20か月ぶりに上昇

12月の鉱工業生産指数は99.4（季節調整済指数、前月比+1.6%）と2か月連続で上昇した。前年比（原指数）では+0.2%と20か月ぶりに上昇した。

業種別では、化学・石油石炭製品工業など6業種が前月比上昇となった。鉄鋼・非鉄金属工業など6業種が前月比低下となった。

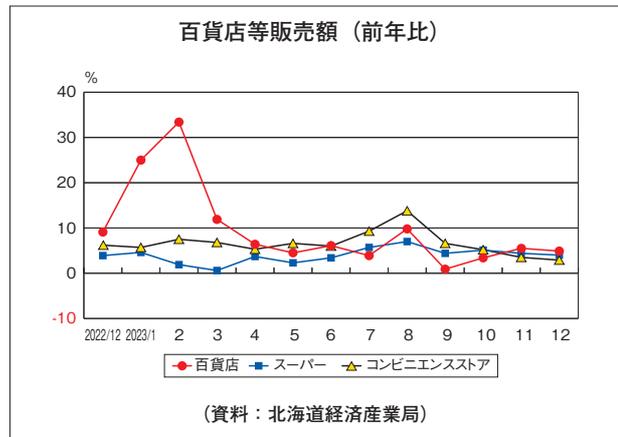


3. 百貨店等販売額～22か月連続で増加

12月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+4.2%）は、22か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比+4.9%）は衣料品、その他が前年を上回った。スーパー（同+4.0%）は飲食料品、その他が前年を上回った。

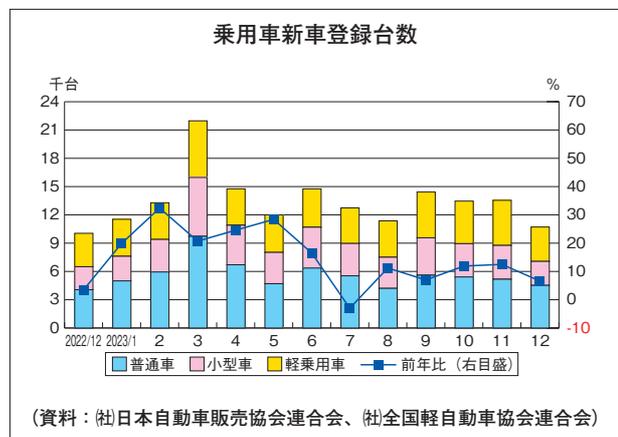
コンビニエンスストア（前年比+2.9%）は、26か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～5か月連続で増加

12月の乗用車新車登録台数は、10,714台（前年比+6.6%）と5か月連続で前年を上回った。車種別では、普通車（同+11.3%）、小型車（同+4.3%）、軽乗用車（同+2.9%）となった。

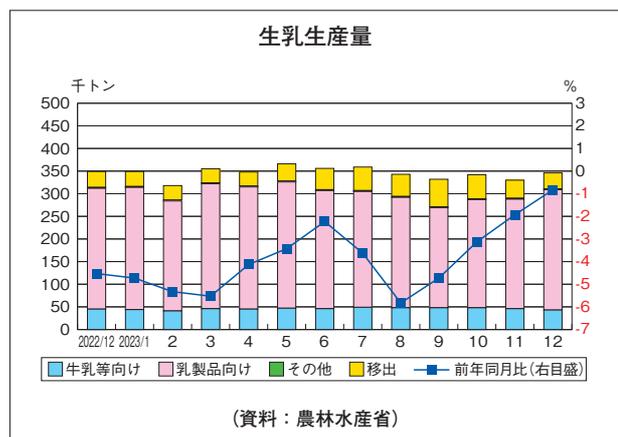
4～12月累計では、117,775台（前年比+12.3%）と前年を上回っている。内訳は普通車（同+22.2%）、小型車（同+2.8%）、軽乗用車（同+9.7%）となった。



5. 生乳生産量～16か月連続で減少

12月の生乳生産量は、346,685トン（前年比▲0.8%）と16か月連続で前年を下回った。内訳は、牛乳等向け（同▲3.5%）、乳製品向け（同▲0.5%）、その他（同▲2.0%）、道外への移出（同+0.6%）となった。

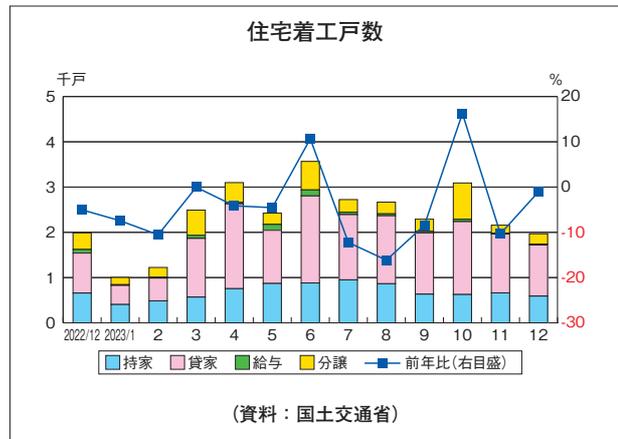
4～12月累計では、3,124,326トン（前年比▲3.3%）と前年を下回った。



6. 住宅投資～2か月連続で減少

12月の住宅着工戸数は1,968戸（前年比▲1.0%）と2か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲10.2%）、貸家（同+27.7%）、給与（同▲76.3%）、分譲（同▲37.2%）となった。

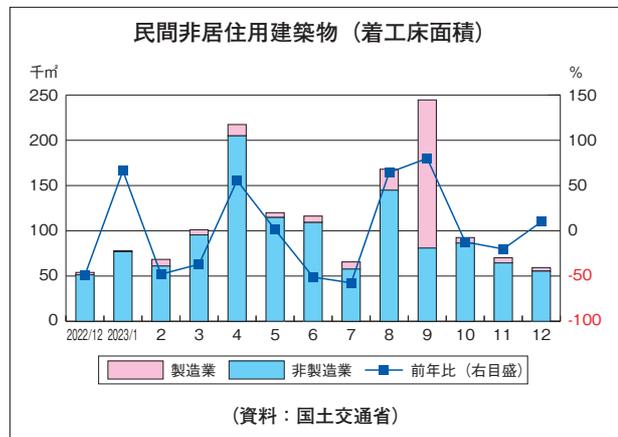
4～12月累計では、23,988戸（前年比▲3.4%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲15.0%）、貸家（同+10.6%）、給与（同+29.4%）、分譲（同▲23.6%）となった。



7. 建築物着工床面積～3か月ぶりに増加

12月の民間非居住用建築物着工床面積は、59,345㎡（前年比+9.9%）と3か月ぶりに前年を上回った。業種別では、製造業（同+50.8%）、非製造業（同+7.8%）であった。

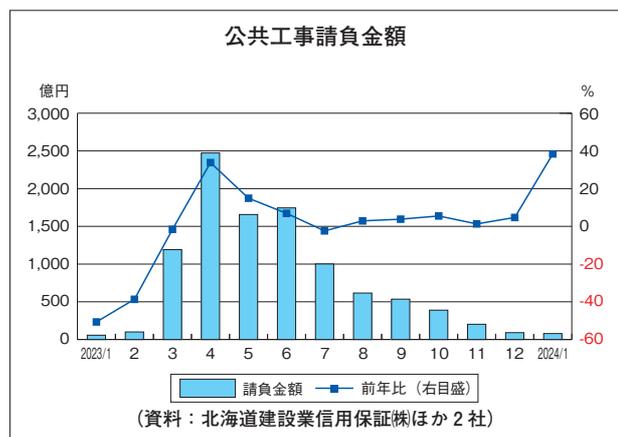
4～12月累計では、1,154,103㎡（前年比+1.6%）と前年を上回った。業種別では、製造業（同+154.8%）、非製造業（同▲12.0%）となった。



8. 公共投資～6か月連続で増加

1月の公共工事請負金額は79億円（前年比+38.4%）と6か月連続で前年を上回った。発注者別では、道（前年比▲45.5%）、が前年を下回ったものの、国（同+37.5%）、独立行政法人（同+1170.4%）、市町村（同+37.5%）、その他（同+107.4%）が前年を上回った。

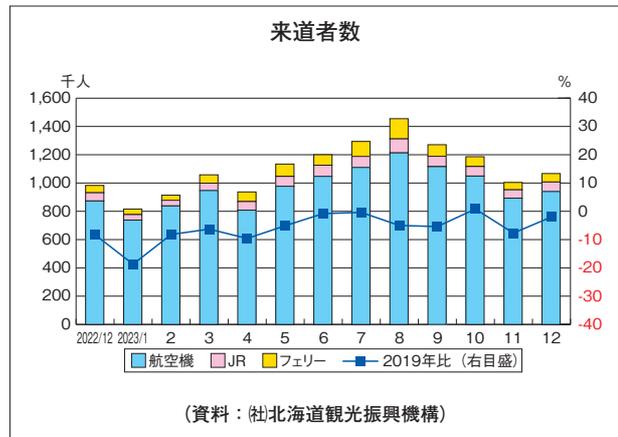
4～1月累計では、8,787億円（前年比+13.0%）と前年を上回った。



9. 来道者数～2019年同月比99.5%まで回復

12月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,067千人（前年比+8.5%）と26か月連続で前年を上回った。コロナ禍前の2019年同月比では▲0.5%となった。輸送機関別では、航空機（前年比+7.6%）、JR（同+15.3%）、フェリー（同+15.8%）となった。

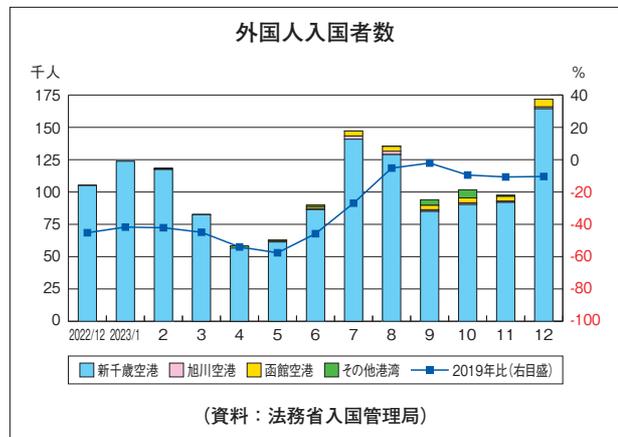
4～12月累計は、10,550千人（同+23.1%）と前年を上回っているが、2019年同期比では▲3.7%と下回っている。



10. 外国人入国者数～2019年同月比89.6%まで回復

12月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、171,804人（前年比+63.5%）と18か月連続で前年を上回った。コロナ禍前の2019年同月比では▲10.4%となった。

4～12月累計は、959,133人（前年比7.2倍）と前年を上回っているが、2019年同期比では▲26.0%と下回っている。



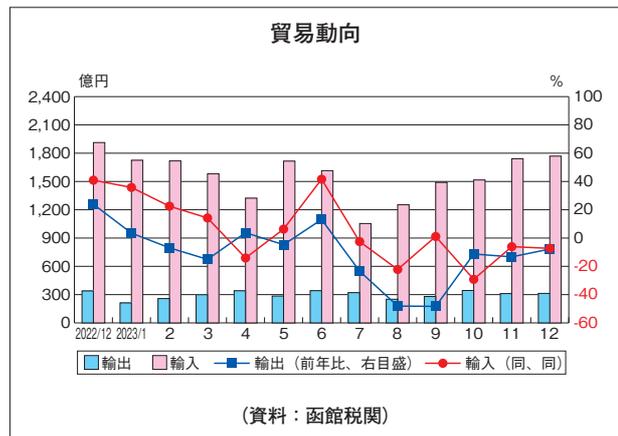
11. 貿易動向～輸出が6か月連続で減少

12月の貿易額は、輸出が313億円（前年比▲7.8%）、輸入が1,769億円（同▲7.3%）となった。

輸出は、自動車の部分品、鉄鋼くずなどが増加したものの、鉄鋼、魚介類・同調製品、再輸出品などが減少した。

輸入は、原油・粗油、飼料などが増加したものの、石炭、石油製品、再輸入品などが減少した。

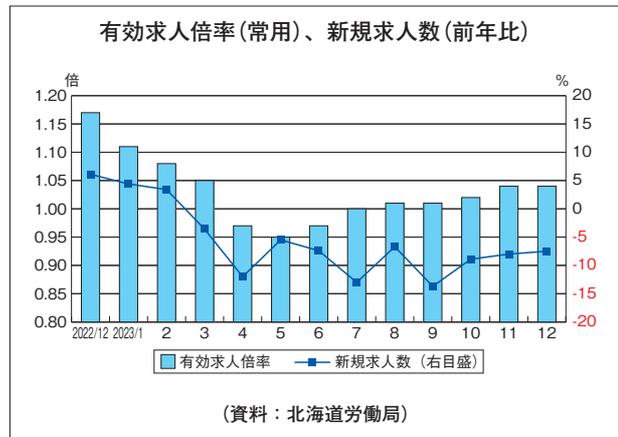
4～12月累計の輸出は、2,787億円（前年比▲19.5%）と前年を下回った。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が9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、1.04倍（前年比▲0.13ポイント）と前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲7.5%と10か月連続で前年を下回った。業種別では、医療・福祉（同▲5.6%）、宿泊業・飲食サービス業（同▲14.9%）、製造業（同▲11.5%）などが前年を下回った。

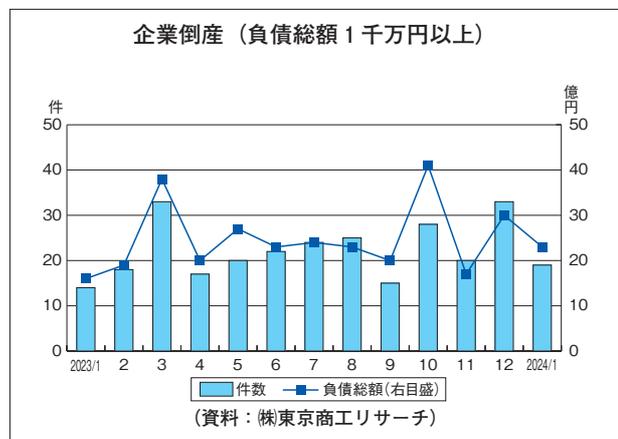


13. 倒産動向～倒産件数が4か月連続で前年を上回る

1月の企業倒産件数は、19件（前年比+35.7%）と4か月連続で前年を上回った。業種別では建設業が8件、サービス・他が4件などとなった。

販売不振を原因とした倒産が10件と過半数を占めた。新型コロナウイルス関連の倒産件数は5件であった。

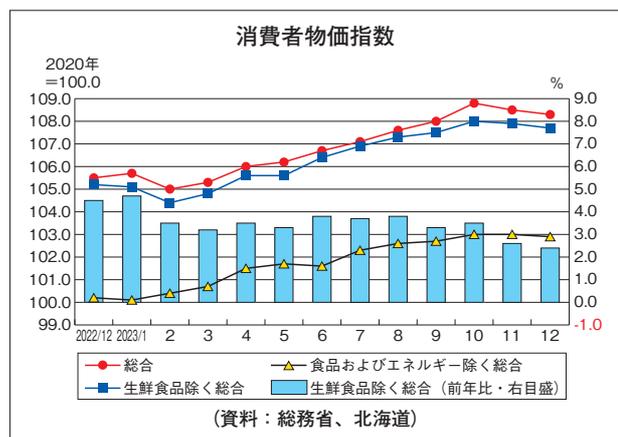
倒産企業の負債総額は、23億円（同+45.7%）と7か月連続で前年を上回った。



14. 消費者物価指数～30か月連続で前年を上回る

12月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、107.7（前月比▲0.2%）となった。前年比は+2.4%と30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（12月10日）時点で、灯油価格が117.2円/ℓ（前月比▲0.3%、前年同月比+0.4%）、ガソリン価格が171.0円/ℓ（前月比+2.4%、前年同月比+4.9%）であった。





長引くコスト高で見通しに漂う減速感

2024年 道内企業の年間業況見通し

< 要約 >

1. 2024年 業況見通し

2023年業況実績（下記3）に比べ、売上DI（1）は7ポイント低下、利益DI（▲7）は8ポイント低下しマイナス圏となる見通し。製造業・非製造業ともに業況の減速を見込むが、業種によってばらつきがみられた。食料品製造業や運輸業、ホテル・旅館業は業況持ち直しを見込み、鉄鋼・金属製品・機械製造業や建設業、小売業などには慎重な見方が広がっている。今後重視する項目は、引き続き「人材の育成・強化（77%）」が最も多く3年連続で上昇している。

2. 先行きの懸念材料（複数回答）

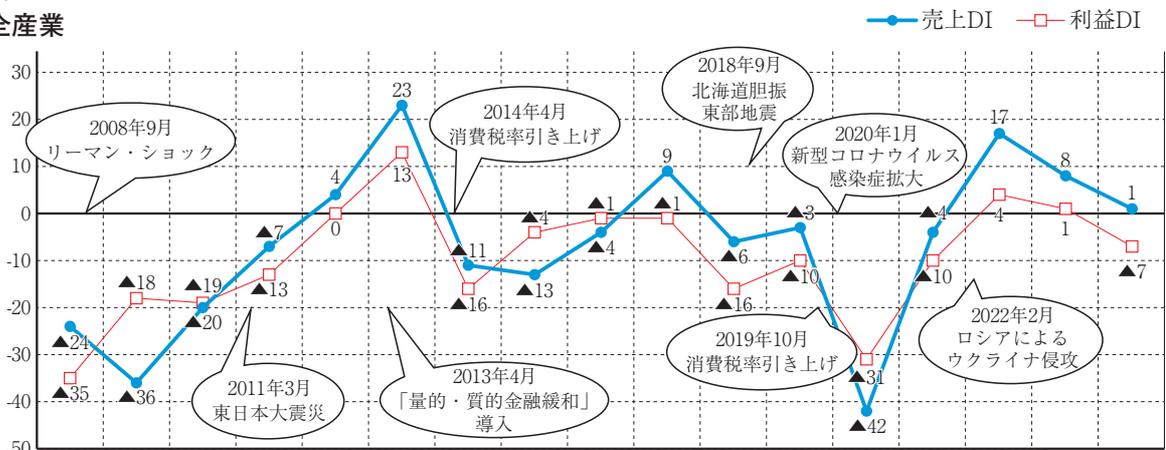
「原油価格の動向」（71%）は5ポイント低下したが、前年に続き最多項目になった。次いで「電気料金の動向（58%）」、「物価の動向（57%）」の順となった。

3. 2023年 業況実績

2022年実績に比べ、売上DI（8）は9ポイント、利益DI（1）は3ポイントそれぞれ低下したものの、プラス圏を維持した。

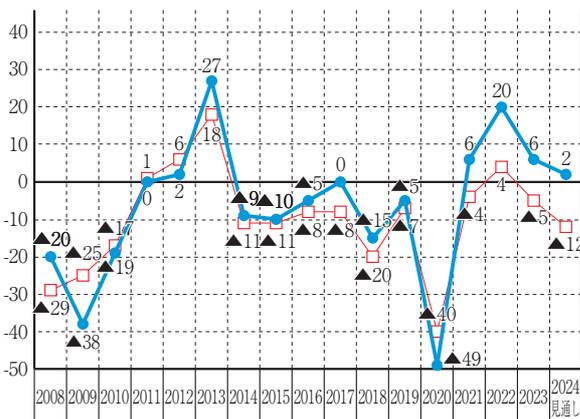
<図表1>道内企業の年間業況の推移

全産業

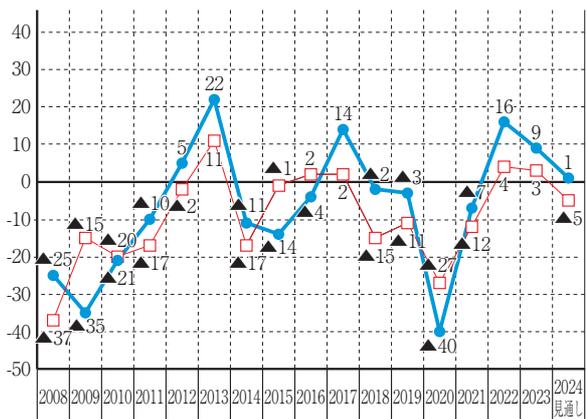


| 項目 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024見通し |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
| 売上DI | ▲24 | ▲36 | ▲20 | ▲7 | 4 | 23 | ▲11 | ▲13 | ▲4 | 9 | ▲6 | ▲3 | ▲42 | ▲4 | 17 | 8 | 1 |
| 利益DI | ▲35 | ▲18 | ▲19 | ▲13 | 0 | 13 | ▲16 | ▲4 | ▲1 | ▲1 | ▲16 | ▲10 | ▲31 | ▲10 | 4 | 1 | ▲7 |

製造業



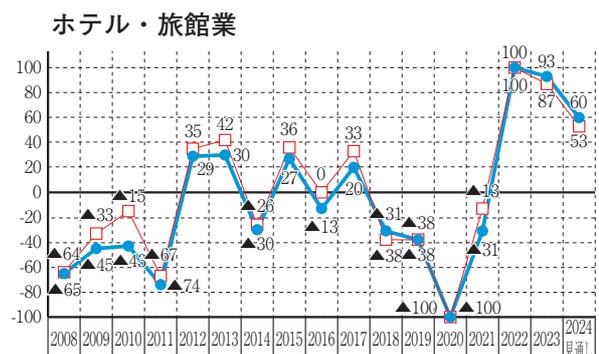
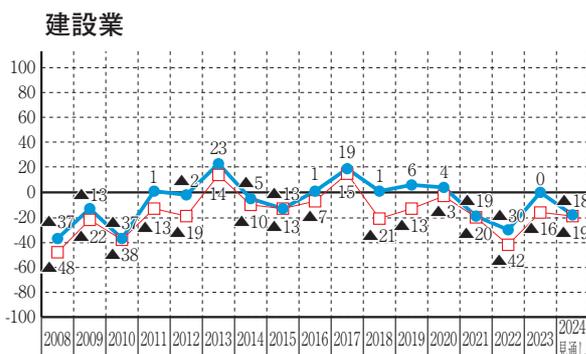
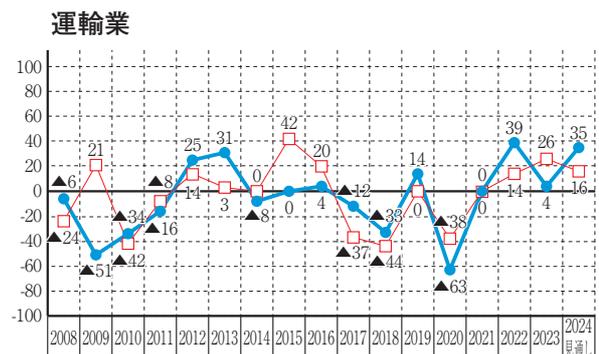
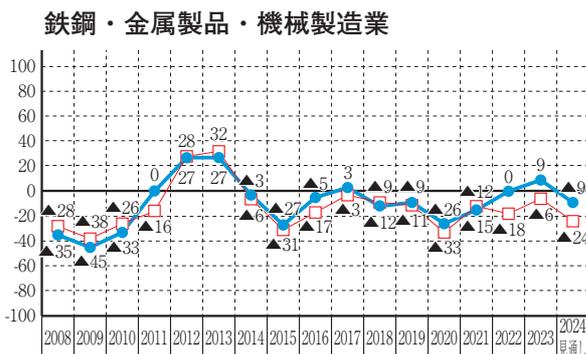
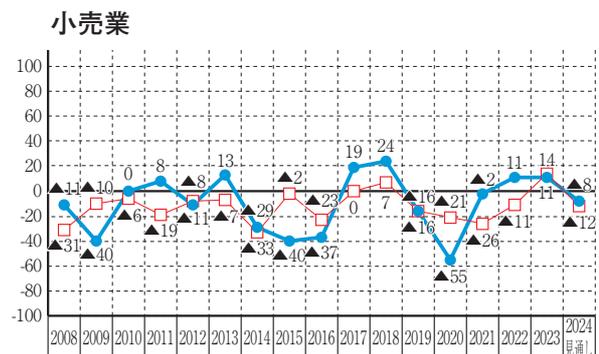
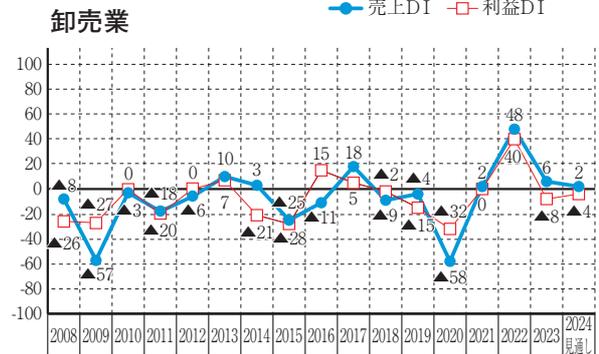
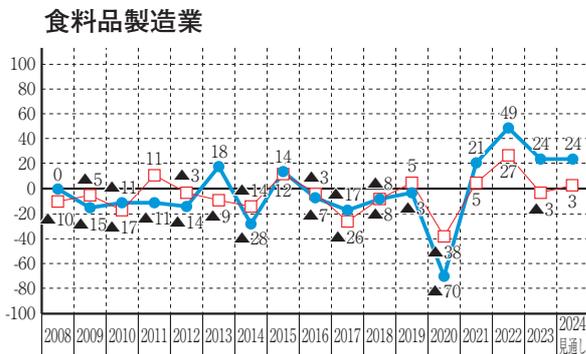
非製造業



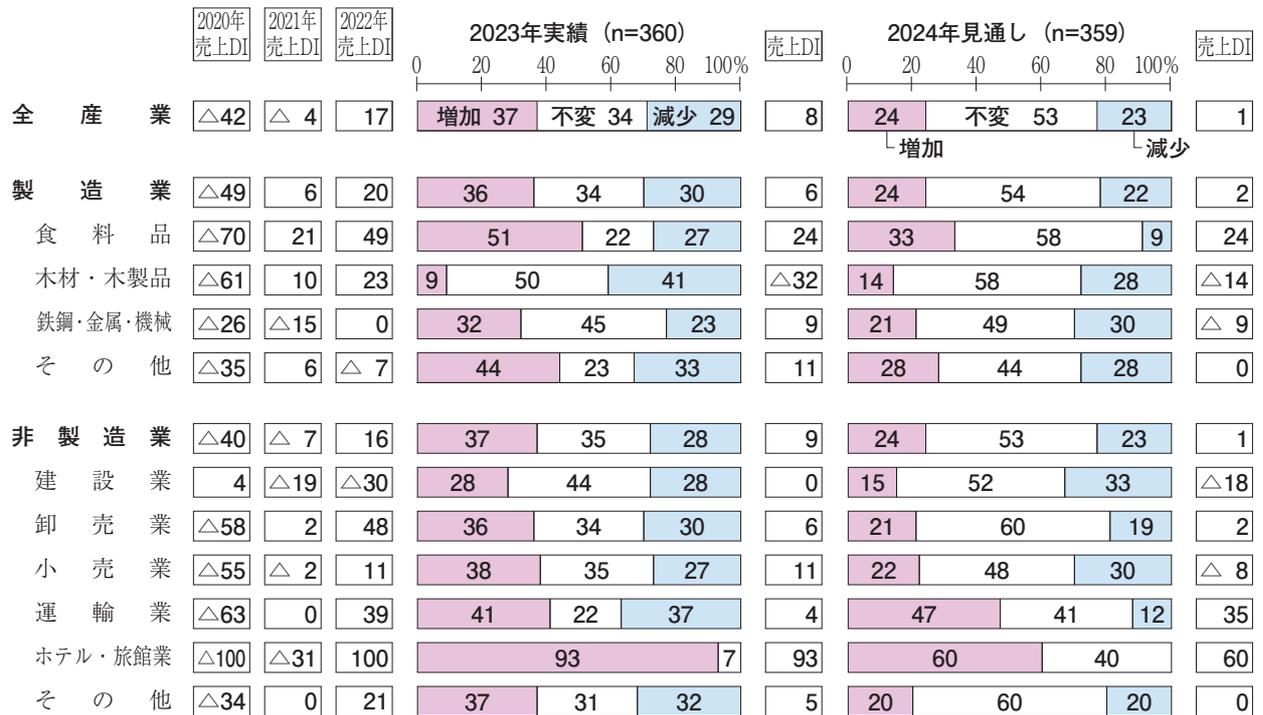
<図表 2> 2024年見通し・業種別の要点

| | 要 点 (2024年見通し) | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | | 2024年 | |
|---------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| | | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 年初見通し | 見通し | |
| 全 産 業 | 売上DIはプラス圏を維持、利益DIは年初ではマイナス見通しが続く。 | 売上D I | △42 | △4 | 17 | 8 | 3 | 1 |
| | | 利益D I | △31 | △10 | 4 | 1 | △8 | △7 |
| 製 造 業 | 売上DIは4年連続プラス見通し。利益DIは2年連続マイナスを見通す。 | 売上D I | △49 | 6 | 20 | 6 | △4 | 2 |
| | | 利益D I | △40 | △4 | 4 | △5 | △13 | △12 |
| 食 料 品 | 水産、食品製造は改善。製菓、畜産は堅調推移。 | 売上D I | △70 | 21 | 49 | 24 | 8 | 24 |
| | | 利益D I | △38 | 5 | 27 | △3 | 3 | 3 |
| 木 材 ・ 木 製 品 | 製材業DIはマイナスが続く、木製品製造業DIは0（ゼロ）と拮抗している。 | 売上D I | △61 | 10 | 23 | △32 | △41 | △14 |
| | | 利益D I | △67 | 0 | 18 | △19 | △50 | △14 |
| 鉄鋼・金属製品・機械 | 建築関連に弱さがみられ、売上DI・利益DIとも大きく後退する。 | 売上D I | △26 | △15 | 0 | 9 | 0 | △9 |
| | | 利益D I | △33 | △12 | △18 | △6 | △6 | △24 |
| 非 製 造 業 | 売上DIは3年連続プラス見通し。利益DIは再びマイナス圏に低下。 | 売上D I | △40 | △7 | 16 | 9 | 5 | 1 |
| | | 利益D I | △27 | △12 | 4 | 3 | △5 | △5 |
| 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がマイナスへ低下。 | 売上D I | 4 | △19 | △30 | 0 | △15 | △18 |
| | | 利益D I | △3 | △20 | △42 | △16 | △28 | △19 |
| 卸 売 業 | 機械器具卸売業は売上DI・利益DIともに上昇。食品卸売業、資材卸売業は売上DI・利益DIともに低下。 | 売上D I | △58 | 2 | 48 | 6 | △6 | 2 |
| | | 利益D I | △32 | 0 | 40 | △8 | △21 | △4 |
| 小 売 業 | 食品小売業のDIはプラス圏維持。自動車小売業はDIマイナスに低下、燃料小売業はDIマイナスが続く。 | 売上D I | △55 | △2 | 11 | 11 | 9 | △8 |
| | | 利益D I | △21 | △26 | △11 | 14 | △11 | △12 |
| 運 輸 業 | 貨物運輸業は売上DIがプラスに転換。旅客運輸業は売上DI・利益DIともにプラスを維持する見通し。 | 売上D I | △63 | 0 | 39 | 4 | 32 | 35 |
| | | 利益D I | △38 | 0 | 14 | 26 | 43 | 16 |
| ホ テ ル ・ 旅 館 業 | DIは低下したものの、売上DI・利益DIともに減少見通しは0（ゼロ）であり改善基調は維持する。 | 売上D I | △100 | △31 | 100 | 93 | 67 | 60 |
| | | 利益D I | △100 | △13 | 100 | 87 | 67 | 53 |

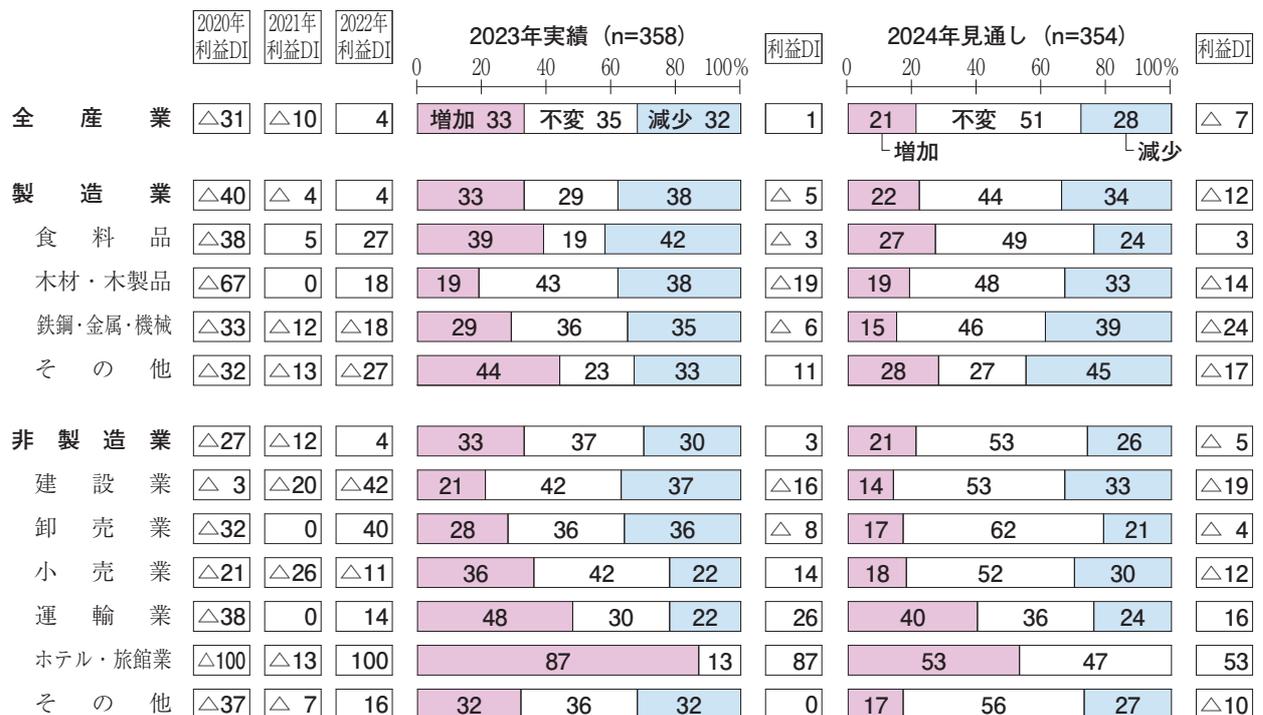
<図表3> 道内企業の年間業況の推移（業種別）



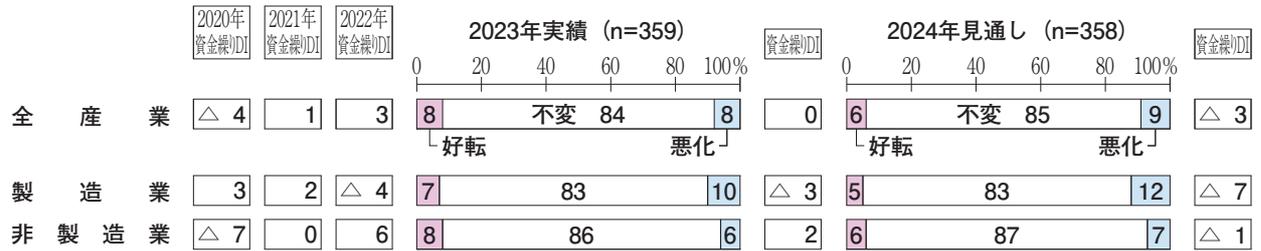
<図表4> 売上



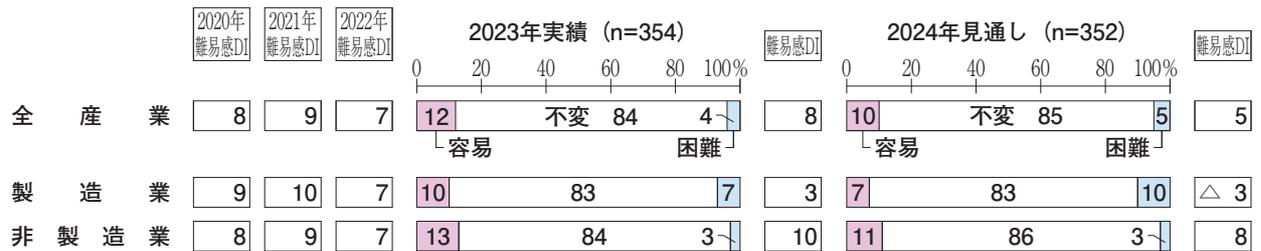
<図表5> 利益



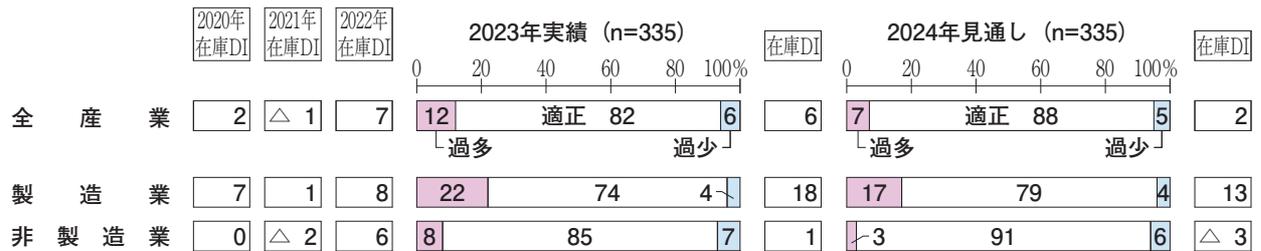
<図表6> 資金繰り



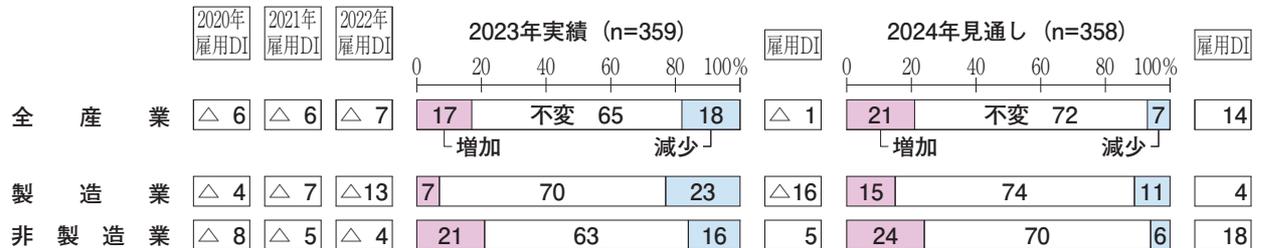
<図表7> 短期借入金の難易感



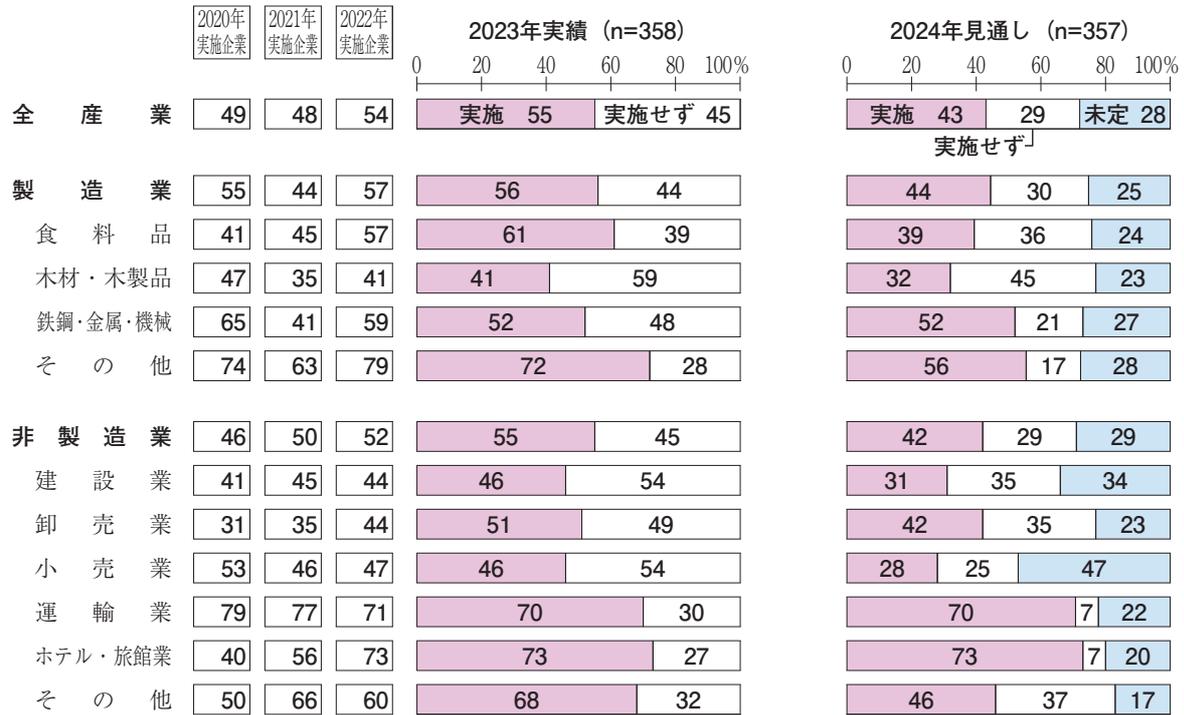
<図表8> 在庫



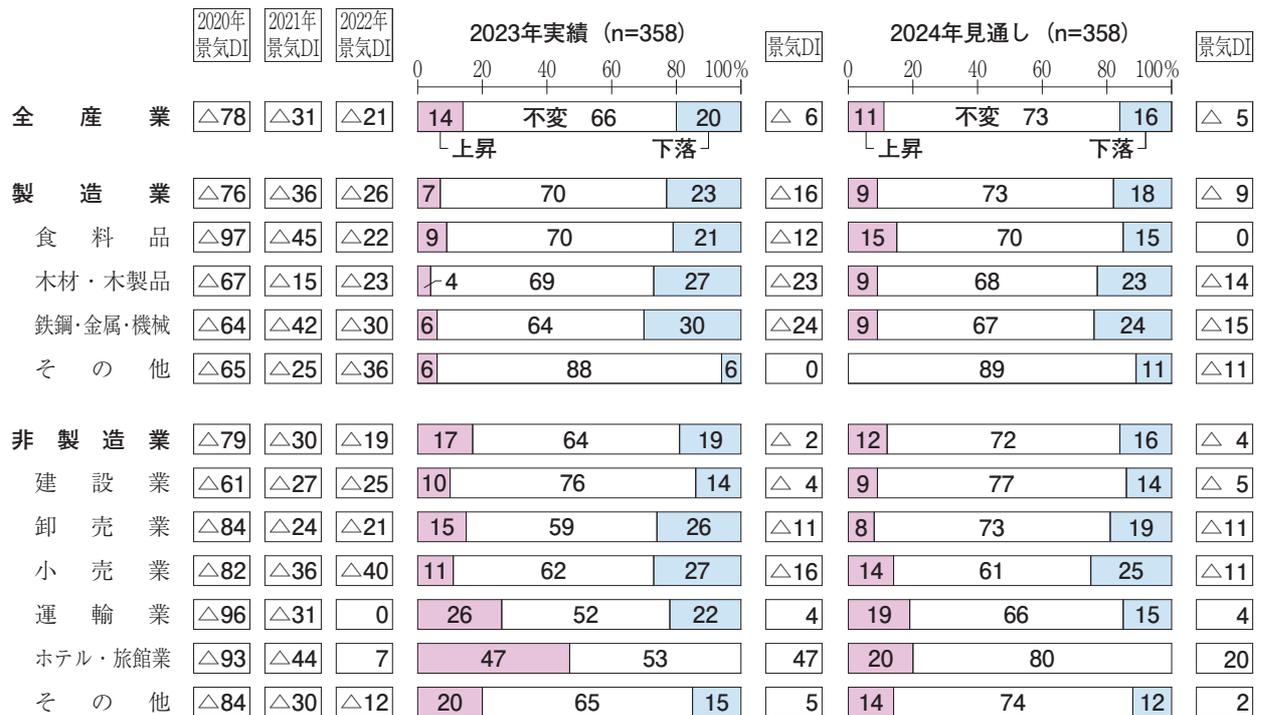
<図表9> 雇用人員



<図表10>設備投資



<図表11>道内景気



<図表12> 売上・販売面で重視する項目（上位5項目）の要点（複数回答）

| 項目 | 前年比 | 要点 |
|---------------------------|-----|---|
| (1)人材の育成・強化（77%） | +4 | 製造業（65%）、非製造業（82%）ともに重視する項目の1位となった。業種別でも全ての業種で上位となり、人手不足感の強まりを裏付ける結果となった。 |
| (2)顧客ニーズの的確な把握（51%） | △4 | 運輸業（39%）は前年から25%ポイント低下、鉄鋼・金属製品・機械製造業（59%）は24%ポイント上昇するなど、業種によりばらつきがみられた。 |
| (3)価格体系の見直し（39%） | △7 | 製造業（41%）、非製造業（37%）ともに前年に比べ低下した。業種別では幅広い業種で低下がみられた。 |
| (4)ITの活用、DXの推進※（35%） | +14 | 唯一前年から2桁増加した項目で、製造業（26%）は+12%ポイント、非製造業（39%）は+15%ポイント前年から伸長。 |
| (5)同業他社の商品、サービスとの差別化（26%） | △2 | 全産業では前年から大きな変動はなかったが、業種別ではホテル・旅館業（40%）が+27%ポイントと大きく上昇した。 |

※前年は「IT（ホームページ等）の活用」として調査

<図表13> 売上・販売面で重視する項目（複数回答）
(n=361)

(単位：%)

| 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)人材の育成・強化 | ① 77 (73) | ① 65 (67) | ② 64 (62) | ① 73 (62) | ① 71 (82) | ③ 50 (53) | ① 82 (75) | ① 90 (93) | ① 69 (65) | ① 81 (64) | ① 69 (64) | ① 87 (47) | ① 90 (81) |
| (2)顧客ニーズの的確な把握 | ② 51 (55) | ② 58 (55) | ③ 61 (65) | ② 50 (67) | ② 59 (35) | ① 60 (60) | ② 48 (56) | ③ 38 (49) | ② 54 (58) | ② 65 (64) | ③ 39 (64) | ② 53 (67) | ② 51 (47) |
| (3)価格体系の見直し | ③ 39 (46) | ③ 41 (53) | ③ 58 (60) | ② 27 (38) | ③ 27 (50) | ② 55 (67) | ③ 37 (43) | ② 21 (31) | ③ 39 (52) | ③ 35 (44) | ② 62 (68) | ③ 47 (60) | ② 51 (30) |
| (4)ITの活用、DXの推進※ | ④ 35 (21) | ④ 26 (14) | ④ 30 (14) | ④ 23 (19) | ③ 27 (3) | ② 20 (33) | ③ 39 (24) | ② 47 (23) | ④ 37 (17) | ④ 38 (28) | ④ 19 (18) | ④ 33 (33) | ④ 44 (30) |
| (5)同業他社の商品、サービスとの差別化 | ⑤ 26 (28) | ⑤ 29 (30) | ⑤ 39 (32) | ⑤ 23 (29) | ⑤ 24 (24) | ⑤ 30 (40) | ⑤ 24 (27) | ⑤ 15 (17) | ⑤ 35 (38) | ⑤ 41 (39) | ⑤ 15 (25) | ⑤ 40 (13) | ⑤ 15 (28) |
| (6)営業方法の見直し | ⑥ 25 (26) | ⑥ 21 (21) | ⑥ 12 (19) | ⑥ 27 (29) | ⑥ 24 (21) | ⑥ 25 (13) | ⑥ 26 (28) | ⑥ 20 (28) | ⑥ 33 (29) | ⑥ 30 (33) | ⑥ 15 (14) | ③ 47 (40) | ⑥ 27 (28) |
| (7)新商品（サービス）の開発 | ⑦ 23 (26) | ⑦ 40 (38) | ① 70 (54) | ③ 32 (33) | ⑦ 24 (24) | ⑦ 30 (40) | ⑦ 16 (20) | ⑦ 5 (8) | ⑦ 27 (25) | ⑦ 22 (33) | ⑦ 12 (14) | ⑦ 20 (33) | ⑦ 17 (23) |
| (8)他社との業務提携 | ⑧ 14 (13) | ⑧ 13 (11) | ⑧ 12 (5) | ⑧ 18 (24) | ⑧ 9 (12) | ⑧ 15 (7) | ⑧ 15 (14) | ⑧ 15 (19) | ⑧ 19 (15) | ⑧ 8 (8) | ⑧ 19 (14) | ⑧ 7 (-) | ⑧ 15 (12) |
| (9)新たな事業への参入 | ⑨ 12 (14) | ⑨ 16 (17) | ⑨ 15 (11) | ⑨ 18 (19) | ⑨ 12 (21) | ⑨ 20 (20) | ⑨ 10 (13) | ⑨ 7 (11) | ⑨ 15 (13) | ⑨ 14 (17) | ⑨ 4 (11) | ⑨ 7 (7) | ⑨ 12 (16) |
| (10)その他 | ⑩ 0 (1) | ⑩ 0 (1) | ⑩ 0 (-) | ⑩ 0 (-) | ⑩ 0 (-) | ⑩ 0 (7) | ⑩ 0 (1) | ⑩ 0 (-) | ⑩ 2 (-) | ⑩ 0 (3) | ⑩ 0 (4) | ⑩ 0 (7) | ⑩ 0 (-) |

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査
※前年は「IT（ホームページ等）の活用」として調査

<図表14>先行きの懸念材料（上位5項目）の要点（複数回答）

| 項目 | 前年比 | 要点 |
|-----------------|-----|--|
| (1)原油価格の動向（71%） | △5 | 製造業（70%）、非製造業（71%）ともに前回調査に続き1位となった。業種別では、運輸業（89%）、ホテル・旅館業（86%）が特に高い割合となった。 |
| (2)電気料金の動向（58%） | +0 | 製造業（70%）は6ポイント低下したが、食品製造業（81%）は高い水準が続いている。非製造業（53%）は3ポイント上昇、特にホテル・旅館業（93%）は最も高い割合となった。 |
| (3)物価の動向（57%） | △2 | 製造業（56%）、非製造業（58%）ともに前年横ばい圏となったが、鉄鋼・金属製品・機械製造業（49%）や運輸業（48%）で10%ポイント超の低下がみられた。 |
| (4)雇用の動向（44%） | +5 | ほぼ全ての業種で前年から上昇した。特に、ホテル・旅館業（71%）では+31%ポイントと大幅に上昇した。 |
| (5)公共投資の動向（44%） | +5 | 建設業（76%）は5%ポイント低下したが、木材・木製品製造業（50%）や卸売業（42%）では10%ポイント超の上昇がみられ、上位項目となった。 |
| (6)個人消費の動向（44%） | △5 | 製造業（47%）、非製造業（43%）とも前年に比べ低下した。業種別では、運輸業（44%）で最も減少幅が大きく、22%ポイント低下した。 |

調査要項

■ 調査の目的と対象：アンケート方式による道内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：2024年道内企業の年間業況見直し

■ 回答期間：2023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) D I：「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 | 371 | 100.0% | |
| 札幌市 | 133 | 35.8 | 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 | 79 | 21.3 | |
| 道南 | 39 | 10.5 | 渡島・檜山の各地域 |
| 道北 | 57 | 15.4 | 上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部 |
| 道東 | 63 | 17.0 | 釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域 |

■ 業種別回答状況

| | 調査企業数 | 回答企業数 | 回答率 |
|------------|-------|-------|-------|
| 全産業 | 692 | 371 | 53.6% |
| 製造業 | 197 | 110 | 55.8 |
| 食料品 | 68 | 33 | 48.5 |
| 木材・木製品 | 31 | 22 | 71.0 |
| 鉄鋼・金属製品・機械 | 60 | 34 | 56.7 |
| その他の製造業 | 38 | 21 | 55.3 |
| 非製造業 | 495 | 261 | 52.7 |
| 建設業 | 139 | 83 | 59.7 |
| 卸売業 | 98 | 54 | 55.1 |
| 小売業 | 94 | 40 | 42.6 |
| 運輸業 | 50 | 27 | 54.0 |
| ホテル・旅館業 | 33 | 15 | 45.5 |
| その他の非製造業 | 81 | 42 | 51.9 |

<図表15> 先行きの懸念材料（複数回答）
（n=365）

（単位：％）

| 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)原油価格の動向 | ① 71 (76) | ① 70 (76) | ② 75 (76) | ② 64 (82) | ① 64 (72) | ② 81 (79) | ① 71 (76) | ① 78 (82) | ① 68 (72) | ② 63 (72) | ① 89 (86) | ② 86 (80) | 51 (64) |
| (2)電気料金の動向 | ② 58 (58) | ① 70 (76) | ① 81 (82) | ② 64 (73) | ③ 52 (78) | ① 91 (64) | ③ 53 (50) | 51 (46) | 53 (54) | 43 (56) | 41 (28) | ① 93 (80) | ② 63 (55) |
| (3)物価の動向 | ③ 57 (59) | ③ 56 (58) | 69 (68) | 50 (50) | 49 (61) | ③ 52 (36) | ② 58 (59) | ③ 59 (61) | ② 62 (68) | ③ 50 (53) | ② 48 (59) | ③ 71 (53) | ③ 61 (52) |
| (4)雇用の動向 | ④ 44 (39) | 34 (34) | 50 (47) | 23 (23) | 30 (28) | 29 (29) | 49 (41) | 52 (49) | 28 (16) | 48 (47) | 41 (38) | ③ 71 (40) | ① 66 (50) |
| (5)公共投資の動向 | ④ 44 (39) | 37 (30) | 0 (-) | 50 (36) | ② 55 (50) | ③ 52 (50) | 47 (42) | ② 76 (81) | 42 (28) | 15 (17) | 26 (21) | 7 (7) | 56 (39) |
| (6)個人消費の動向 | ④ 44 (49) | 47 (48) | ③ 72 (76) | 46 (50) | 21 (19) | ③ 52 (43) | 43 (50) | 21 (22) | ③ 55 (60) | ① 78 (83) | ③ 44 (66) | ③ 71 (67) | 29 (43) |
| (7)為替の動向 | 34 (42) | 47 (50) | 50 (58) | 55 (68) | 46 (39) | 38 (29) | 29 (39) | 18 (34) | 45 (58) | 38 (53) | 26 (31) | 36 (40) | 20 (21) |
| (8)金利の動向 | 33 (26) | 32 (26) | 44 (32) | 41 (18) | 24 (19) | 19 (36) | 33 (26) | 33 (30) | 36 (34) | 40 (39) | 37 (17) | 21 (-) | 24 (16) |
| (9)ウクライナ紛争の影響 | 32 (50) | 33 (53) | 44 (55) | 23 (55) | 33 (50) | 29 (50) | 32 (49) | 34 (47) | 26 (60) | 35 (47) | 30 (55) | 29 (27) | 34 (48) |
| (10)民間設備投資の動向 | 30 (29) | 26 (26) | 6 (5) | ③ 18 (18) | ③ 52 (50) | 24 (36) | 32 (30) | 50 (52) | 32 (34) | 13 (17) | 22 (14) | 7 (7) | 32 (14) |
| (11)住宅着工の動向 | 23 (21) | 24 (21) | 0 (3) | ① 68 (64) | 21 (14) | 19 (21) | 23 (21) | 27 (29) | 28 (30) | 23 (22) | 22 (14) | 0 (-) | 17 (9) |
| (12)税制改正の動向 | 22 (22) | 21 (19) | 19 (16) | 9 (14) | 33 (25) | 19 (21) | 22 (24) | 27 (25) | 19 (22) | 23 (31) | 11 (17) | 14 (27) | 27 (21) |
| (13)金融機関の融資姿勢 | 21 (20) | 19 (21) | 19 (21) | 27 (27) | 12 (14) | 19 (29) | 23 (20) | 18 (22) | 21 (24) | 28 (14) | 30 (17) | 14 (13) | 27 (21) |
| (14)政局の動向 | 21 (20) | 16 (19) | 0 (16) | 9 (14) | 30 (28) | 24 (14) | 23 (20) | 24 (31) | 13 (14) | 25 (25) | 19 (7) | 14 (7) | 34 (16) |
| (15)社会保障負担の増加 | 20 (19) | 19 (16) | 28 (18) | 18 (9) | 15 (17) | 14 (14) | 21 (20) | 22 (21) | 9 (8) | 25 (31) | 15 (28) | 14 (7) | 34 (23) |
| (16)中国経済の動向 | 20 (20) | 24 (25) | 31 (24) | 27 (23) | 24 (31) | 10 (14) | 18 (18) | 10 (9) | 30 (28) | 23 (22) | 11 (14) | 36 (27) | 15 (16) |
| (17)台風などの災害の影響 | 19 (18) | 16 (18) | 22 (18) | 14 (14) | 15 (22) | 10 (14) | 20 (18) | 21 (16) | 17 (14) | 25 (14) | 15 (24) | 29 (13) | 20 (25) |
| (18)新型コロナウイルスの影響 | 17 (63) | 15 (62) | 25 (68) | 9 (50) | 9 (58) | 14 (71) | 18 (64) | 10 (44) | 13 (72) | 13 (69) | 30 (72) | 64 (87) | 20 (73) |
| (19)欧米経済の動向 | 12 (12) | 15 (19) | 16 (26) | 18 (23) | 15 (17) | 10 (-) | 11 (9) | 4 (5) | 26 (16) | 8 (8) | 11 (10) | 14 (7) | 10 (7) |
| (20)国と地方の財政改革の動向 | 12 (9) | 10 (8) | 3 (5) | 9 (14) | 18 (11) | 10 (-) | 12 (10) | 16 (17) | 4 (-) | 8 (6) | 15 (3) | 7 (13) | 20 (14) |
| (21)中国政権の政策運営の動向※ | 11 (-) | 14 (-) | 13 (-) | 14 (-) | 21 (-) | 5 (-) | 10 (-) | 6 (-) | 13 (-) | 15 (-) | 0 (-) | 7 (-) | 15 (-) |
| (22)規制緩和の動向 | 9 (6) | 9 (6) | 9 (3) | 18 (9) | 6 (6) | 5 (7) | 9 (7) | 10 (9) | 4 (4) | 10 (8) | 15 (14) | 7 (7) | 10 (-) |
| (23)米中貿易摩擦の影響 | 8 (9) | 7 (14) | 3 (16) | 9 (23) | 12 (11) | 5 (-) | 9 (7) | 5 (5) | 13 (12) | 5 (8) | 7 (7) | 7 (-) | 15 (5) |
| (24)その他 | 3 (-) | 3 (-) | 3 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 10 (-) | 2 (-) | 4 (-) | 2 (-) | 5 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) |

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査、※は前年未調査



人手不足のなか迫る2024年問題

〈企業の生の声〉

今回の調査では、インバウンド需要回復への期待や札幌圏、道央圏での設備投資による道内経済への波及に期待する声が聞かれる一方で、昨年来続くエネルギー価格の高騰や物価上昇による業況悪化を危惧する声が聞かれます。また、従来からの人手不足に加え2024年問題が追い打ちとなり、企業の不安感が高まっています。

以下で、企業から寄せられたの生の声を紹介します。

1. 食料品製造業

＜食料品製造業＞ 現状の物価上昇は個人消費の冷え込みに繋がりがねず、当社売上の減少に直結するため危惧している。円安を背景にしたインバウンド需要の増加に着目し、個人消費の減少をカバーすべく対策を考えていきたい。(道南)

＜製菓業＞ 経済の状況は早期に好転することはないという前提で方針を定めている。注力すべきは人材の確保で、取り組みを進めているものの、満足のいく成果は得られていない。人手不足は生産・販売力の低下に繋がるので、採用活動を強化し人材確保を進めていく。(道北)

＜製粉業＞ 懸念材料は人手不足感が高まっていることであり、新規・中途採用とも応募数が減少している。また、インバウンドの増加が今後も続くかが不透明であることや、穀物相場の変動、戦争の動向、金利の変化など、楽観的な見通しは立てにくい状況である。さらにオリンピック誘致の中止も不透明感に拍車をかけている。(札幌)

＜食料品製造業＞ 物価高騰や経費の増加に対応する賃金上昇について、大手企業と中小零細企業の間には差が生じていると感じている。中小零細企業や下請企業が価格転嫁をし

ても、大手企業がさらに販売価格を釣り上げるため、大手から仕入れる中小零細は価格転嫁の効果が減殺され、賃上げ原資の確保が難しい。(道央)

2. 木材・木製品製造業

＜家具製造業＞ コロナが5類に移行して人流が変化し、消費は「モノ」から「コト」への移行がみられ、結果として家具業界では受注量が減少している。2024年も業界の見通しは明るくないとみている。原材料の価格高騰により製造コストが上昇しており、最低賃金の引き上げや電力コストの増加も原価上昇に拍車をかけている。(道北)

＜製材業＞ 注目しているのは脱炭素に向けた取り組みである。脱炭素化の手法として挙げられる植林等の施業は、その投資が木の成長により利益となって戻ってくるが、炭素を地中に閉じ込める方法は、継続的な研究費用が必要で高コストになる可能性がある。北海道には広大な山地に無立木地があり、大型機械を使った低コストの森林施業ができるため、注目している。(道北)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜機械器具製造業＞ 受注に関しては、今後も好調に推移するものとみている。製品別では、2024年の11月までは工程が埋まっている

が、受注時から資材の高騰が進んでおり、その高騰分を売価に転嫁できるかがカギとなる。また、製造部門のスタッフ不足（特に技術者）が課題となっている。（道央）

<金属製品製造業> 重視する項目としては、インバウンド需要伸張を背景とした空港や百貨店等への投資や、新たな商業施設やホテルの建設、札幌駅前再開発といった設備投資需要が挙げられる。一方、地方圏の衰退が心配である。道内JR網の廃線の動きが止まらないうえバス網の維持も厳しいと思われる。過疎化が進行するなかでも最低限必要な交通インフラの整備は、公費で負担すべきと考える。（札幌）

<金属製品製造業> 当社は住宅設備メーカーであり、住宅着工戸数の増減が売上に影響するため動向を重視している。近年住宅着工数の伸び悩みが目立ち、その結果、価格転嫁を行っても前年比で売上が低下する状況に直面している。（道央）

4. その他の製造業

<コンクリート製品製造業> ラピダスの投資により道央圏、特に札幌から千歳近郊では仕事が増え、人口の増加も期待できるだろうが、それ以外の地域では過疎化が加速し、特に若年層の労働者不足が深刻化すると考えられる。企業だけの問題ではなく、地域の存続自体が問題になる恐れがある。このままでは北海道がまだら模様になってしまうため、一極集中ではなく、北海道全体で良い循環を作る必要がある。（道北）

<印刷業> 景気の本格的な上昇と消費マイ

ンドの回復を期待したい。コロナ後の消費者行動は堅実になってきているように感じる。価格上昇がより多くの品目に拡がると、賃金と物価のバランスがネックとなり、今以上の経済活発化はないと危惧している。（札幌）

<コンクリート製品製造業> 人手不足は継続的な課題である。そのために雇用の維持・確保の対策のほか、DX化を推進する必要があると考えている。また、設備の老朽化やカーボンニュートラルへの対応など、社会的な問題に取り組むための設備投資も不可欠である。（札幌）

5. 建設業

<建設業> 人手不足の深刻化と時間外労働の規制を受け、受注調整が必要になってくると捉えている。IT化やDXの推進だけでは、これらの問題の解決には至らないため、別の対策を考える必要がある。（道央）

<建設業> 外注工事が多くあるなか、専門工事業者を確実に確保できるかが心配である。今後は入札前に業者の意向を確認し、確保可能な工事にしか参加できなくなることが予想される。（道南）

<土木工事業> ようやく民間設備投資意欲が高まり、大型案件の受注に結び付いている。しかし2024年から始まる労働規制に対応するため、DX・ITを利用した生産性の向上に多額の費用が発生していることから、今は我慢の時期と捉えている。人手不足については、特に技術者の不足が続いている。技術者の採用予定もあるが、今後の退職者を考慮すると不足感がある。（道東）

<住宅建築業> 住宅ローンの金利上昇は、住宅市場における大きな逆風となるため、引き続き厳しい状況が続くと予想される。(道北)

<土木工事業> 千歳市の半導体工場や苫小牧市のデータセンターの誘致などにより、一定の需要は確保されているが、道外からの資材調達が多いと考えられる。そのため道内企業が得る経済効果は限定的であるが、企業誘致に伴う労務費の上昇がみられ、道内企業のコストアップと人材不足が懸念される。住宅建設業界は、当面厳しい状況が続くとみている。(道央)

<板金工事業> 2024年の残業上限規制は、建設業における人手不足をさらに悪化させる要因となる。期限内の工事完了が大きな課題である。(道南)

6. 卸売業

<石油製品卸売業> 行き過ぎた物価上昇と円安は、所得の低い道内では個人消費の減退を招く恐れがあるため、各種経済指標に注目している。ラピダス進出や札幌中心部の再開は経済効果をもたらすが、地価や人件費、資材価格の高騰に繋がるためこれら価格の動向も注視している。そのほか倒産・廃業の予兆管理やM&A動向にも注意している。(札幌)

<包装用品卸売業> 倒産件数が増加していることが気になっている。高齢化や後継者不在を理由に廃業を考えている取引先が増えていくと感じ、全般的に経済規模が縮小傾向にあるのではと懸念している。(札幌)

<農産物卸売業> 賃上げや運送業界の2024年問題によりスーパーもコストが上昇している。このしわ寄せが弱い立場の卸売業者に向かいかねないと危惧している。(札幌)

7. 小売業

<作業用品店> 新幹線札幌延伸や札幌中心部の再開、ラピダスなどの大規模設備投資が続いており、これらは道内経済にポジティブな影響をもたらすと予想される。これらの成果実現のためには政府の政策に頼らず、民間企業の自助努力が重要になる。(札幌)

<食品スーパー> ラピダスやエスコンフィールドの投資効果で道内景気は上向くが、人手不足により経営継続が困難なケースも発生する可能性がある。人口減少と人手不足のなかで経済規模が拡大するのは北海道にとって歴史上初めてのこともかもしれない。一見、道内経済には好材料が揃っているように見えるが、社会インフラの老朽化や災害への耐性低下など、根本的な問題は依然として残っている。(札幌)

<酒小売業> 経済団体や大企業では新年交歓会のような大規模会合が復活しつつあり、本格的な経済回復が印象付けられることを期待している。一方で、業務用酒類の需要は形態が変化しており、コロナ禍前にあったような2次会・3次会需要は回復しないと考えている。そのため、建物の空き室情報をビルオーナーと共有し、入居業者を結びつける活動が必要となってくる。従来の枠を超えた発想を大事にしたい。(札幌)

8. 運輸業

<運輸業> ドライバーの時間外労働上限規制（2024年問題）や、改善基準告示の改正等により人件費の上昇が予想され、さらに燃料費や電気料金の上昇、社会保障負担増大が経営を圧迫するものと思われる。また、人材不足は公共事業の停滞を招く恐れがある。（道央）

<運輸業> 働き方改革の完全実施により労働時間が短縮されると、売上と労働者の生活を維持するためには、大幅な運賃の値上げが必要となる。行政には規制強化ばかりではなく荷主企業への指導を行い、適正な運賃を受受できる環境作りに注力してほしい。（道東）

<運輸業> 道央圏を中心とした雇用拡大による人手不足、酪農業の将来展望、JR北海道およびJR貨物の動向（並行在来線の維持など）、2024年問題への対応が来年（2024年）の重視項目であり、懸念材料と捉えています。（道東）

9. ホテル・旅館業

<都市ホテル> 来年（2024年）の業況は、今年度より上向くと予想している。課題は人手（主に近隣地域のパート）の確保と育成であり、外注と内製化のすみわけを進める。（札幌）

<観光ホテル> 2024年は、日本経済が上向いて観光需要が増加するかどうかに注目している。そのためには交通業界（バス、タクシー、航空等）の人手不足対策が進み、観光の足が確保できること、海外からの直行便が地元空港に発着して海外旅行客が増えること

が重要なポイントである。旅行業界としては、コスト増に対して価格転嫁ができるだけの需要回復が見込めるか、賃上げを行い若手社員の定着を図れるかも注視したい。（道南）

<観光ホテル> 中国の需要回復の見通しが見えないため、欧米需要がどこまで高まるか注視している。（道東）

10. その他の非製造業

<廃棄物処理業> 電気・燃料等のエネルギー価格を含め、物価の上昇傾向は変わらないと思われる。原価の見直しを適時行い、適正な価格転嫁を実施し、時代の流れに取り残されないよう努めたい。（道央）

<建設コンサルタント> 国、道、市の予算動向および民間の投資に注視し、公共・民間両面でのシェア拡大を図るべく技術力・営業力を強化する方針である。業界内での技術者不足が顕在化している背景から、雇用動向も注視している。企業活動を安定させ持続的に業容を拡大するために、人的資本の確保が喫緊の課題である。（札幌）



円安環境下、企業の適応力向上がみられる

円安が道内企業の経営に及ぼす影響について

< 要 約 >

1. 円安が経営に及ぼす影響 <図表1>

経営にとって「円安は不利」(59%)と回答した企業は、前年調査から8%ポイント低下した。業種別にみると、ホテル・旅館業は特徴的な動きとなり、有利・不利の形勢が逆転した。

2. 円安がもたらしたプラスの影響 <図表2>

「円安は有利」と回答した企業のうち、最も多く回答された項目は、前回調査同様「訪日外国人客への販売が増加」(40%)であった。

3. 円安がもたらしたマイナスの影響 <図表3>

「円安は不利」と回答した企業のうち、最も多く回答された項目は、前回

調査同様「仕入価格、原材料・部品価格の上昇」(36%)であった。次いで「燃料価格の上昇」(31%)となった。

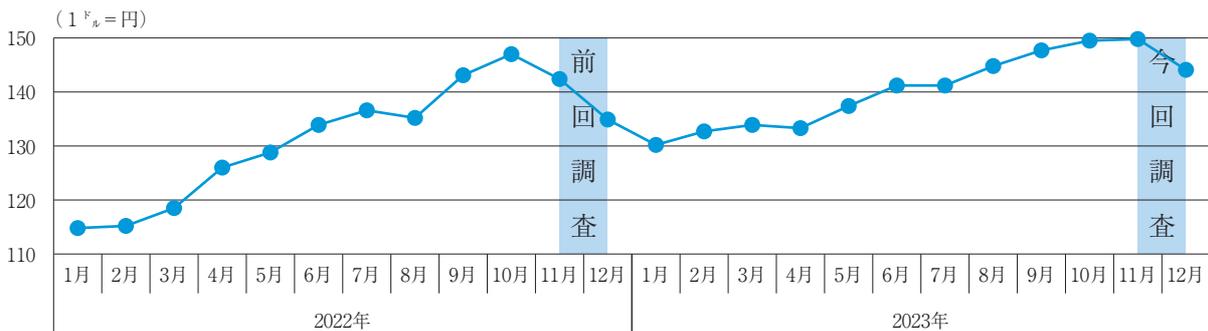
4. 今後さらに円安が進行した場合の対策 <図表4>

「製品・商品・サービスの販売価格を値上げする」(58%)、「仕入先や調達先の見直しを行う」(27%)が上位となり、前年調査から大きな変動はみられなかった。

5. 望ましいドル円相場 <図表5-1、図表5-2>

望ましいドル円相場の全産業平均は、前年調査から7円安の122.4円となった。最も回答が多かったレンジは、「120~130円未満」(36%)、次いで「130~140円未満」(26%)となった。

<参考>為替相場の推移



資料：日本銀行、中心相場/月中平均

<図表1>円安が経営に及ぼす影響 (n=361)

(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)円安は有利 | ▲+0 5 (5) | ▲+1 8 (7) | ▲+1 6 (6) | ▲+14 27 (14) | ▲▲3 3 (6) | ▲▲7 0 (7) | ▲+0 4 (4) | ▲+0 0 (0) | ▲▲0 2 (2) | ▲▲3 5 (9) | ▲▲4 4 (7) | ▲+21 36 (14) | ▲+0 3 (2) |
| (2)どちらでもない | ▲+8 36 (28) | ▲▲1 22 (23) | ▲+8 27 (19) | ▲▲5 5 (9) | ▲▲9 32 (42) | ▲+8 14 (7) | ▲+11 42 (30) | ▲+12 43 (31) | ▲+13 35 (22) | ▲+18 41 (23) | ▲▲11 12 (22) | ▲+14 43 (29) | ▲+15 68 (52) |
| (3)円安は不利 | ▲▲8 59 (67) | ▲+0 70 (70) | ▲▲8 67 (75) | ▲▲9 68 (77) | ▲+12 65 (53) | ▲▲1 86 (87) | ▲▲12 54 (66) | ▲▲12 57 (69) | ▲▲13 63 (76) | ▲▲15 54 (69) | ▲+14 85 (70) | ▲▲36 21 (57) | ▲▲15 30 (45) |

() 内は前年調査

<図表2>円安がもたらしたプラスの影響（複数回答）
(n=20)

(単位：%)

| 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)訪日外国人客への販売が増加 | ① 40 (38) | 0 (11) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (100) | ① 73 (58) | 0 (-) | 0 (-) | ① 100 (67) | ① 100 (100) | ① 80 (67) | ① 100 (50) |
| (2)輸出量が増加 | ② 10 (5) | ① 22 (-) | ① 100 (-) | ② 14 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (8) | 0 (-) | 0 (50) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) |
| (3)為替差益が発生 | ② 10 (10) | ① 22 (22) | 0 (50) | ② 14 (-) | ① 100 (33) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) |
| (4)自社の生産量が増加 | ② 10 (14) | ① 22 (22) | 0 (-) | ① 29 (33) | 0 (33) | 0 (-) | 0 (8) | 0 (-) | 0 (50) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) |
| (5)取引先からの受注量が増加 | 5 (10) | 0 (22) | 0 (50) | 0 (-) | 0 (33) | 0 (-) | ② 9 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | ② 20 (-) | 0 (-) |
| (6)その他 | 25 (24) | 33 (22) | 0 (-) | 43 (67) | 0 (-) | 0 (-) | 18 (25) | 0 (-) | 100 (-) | 0 (33) | 0 (-) | 0 (33) | 0 (50) |

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査

<図表3>円安がもたらしたマイナスの影響（複数回答）
(n=548)

(単位：%)

| 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)仕入価格、原材料・部品価格の上昇 | ① 36 (35) | ① 37 (35) | ① 34 (32) | ① 42 (36) | ① 40 (38) | ① 34 (35) | ① 36 (36) | ① 38 (39) | ① 36 (33) | ① 36 (34) | ② 30 (33) | ① 33 (39) | ① 39 (34) |
| (2)燃料価格の上昇 | ② 31 (31) | ② 30 (30) | ② 33 (29) | ② 21 (29) | ② 32 (36) | ② 32 (27) | ② 32 (31) | ② 34 (30) | ② 25 (28) | ② 27 (30) | ① 42 (38) | ① 33 (39) | ② 32 (34) |
| (3)コスト上昇分を価格に転嫁できない | ③ 15 (15) | ③ 16 (16) | 15 (19) | 15 (14) | ③ 13 (14) | ③ 20 (16) | 14 (14) | ③ 16 (17) | 10 (10) | 13 (13) | ③ 20 (15) | 11 (9) | ③ 16 (18) |
| (4)物価上昇に伴う消費マインドの落込み | 15 (16) | 14 (15) | ③ 16 (18) | ② 21 (19) | 11 (8) | 10 (16) | ③ 15 (16) | 10 (11) | ③ 22 (25) | ③ 21 (22) | 4 (13) | ③ 22 (13) | 13 (12) |
| (5)販売先からの値下げ要請 | 2 (3) | 2 (3) | 2 (2) | 0 (-) | 2 (4) | 2 (5) | 3 (3) | 1 (4) | 7 (4) | 4 (-) | 2 (2) | 0 (-) | 0 (2) |
| (6)その他 | 1 (0) | 1 (0) | 0 (-) | 0 (2) | 2 (-) | 2 (-) | 1 (-) | 1 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 2 (-) | 0 (-) | 0 (-) |

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査

調査要項

- 調査の目的と対象：アンケート方式による道内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：円安が道内企業の経営に及ぼす影響について
- 回答期間：2023年11月中旬～12月中旬
- 本文中の略称
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 | 370 | 100.0% | |
| 札幌市 | 133 | 36.9 | 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 | 79 | 21.5 | |
| 道南 | 39 | 9.7 | 渡島・檜山の各地域 |
| 道北 | 56 | 14.6 | 上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部 |
| 道東 | 63 | 17.2 | 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 | 692 | 371 | 53.6% |
| 製造業 | 197 | 110 | 55.8 |
| 食料品 | 68 | 33 | 48.5 |
| 木材・木製品 | 31 | 22 | 71.0 |
| 鉄鋼・金属製品・機械 | 60 | 34 | 56.7 |
| その他の製造業 | 38 | 21 | 55.3 |
| 非製造業 | 495 | 261 | 52.7 |
| 建設業 | 139 | 83 | 59.7 |
| 卸売業 | 98 | 54 | 55.1 |
| 小売業 | 94 | 40 | 42.6 |
| 運輸業 | 50 | 27 | 54.0 |
| ホテル・旅館業 | 33 | 15 | 45.5 |
| その他の非製造業 | 81 | 42 | 51.9 |

<図表4> 今後さらに円安が進行した場合の対策（複数回答）
(n=419)

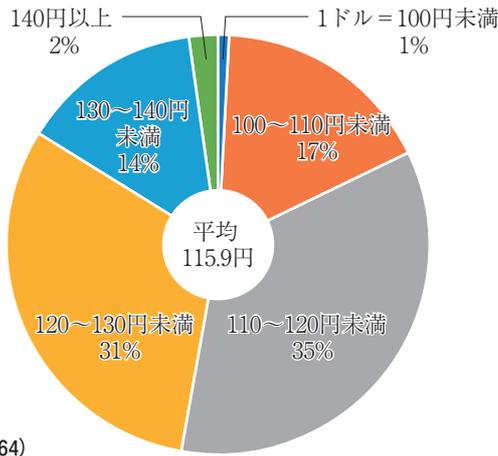
(単位：%)

| 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)製品・商品・サービスの販売価格を値上げする | ① 58 (59) | ① 61 (60) | ① 52 (56) | ① 54 (52) | ① 67 (69) | ① 76 (65) | ① 57 (58) | ① 53 (63) | ① 59 (53) | ① 53 (53) | ① 67 (73) | ① 62 (68) | ① 60 (48) |
| (2)仕入先や調達先の見直しを行う | ② 27 (26) | ② 24 (23) | ② 25 (23) | ② 29 (14) | ② 23 (29) | ② 20 (20) | ② 28 (28) | ② 32 (29) | ② 24 (28) | ② 27 (31) | ② 25 (15) | ② 38 (26) | ② 28 (30) |
| (3)取扱品の削減や業容の縮小を行う | ③ 6 (6) | ③ 6 (7) | ③ 11 (11) | ③ 4 (10) | ③ 5 (-) | ③ 0 (5) | ③ 7 (6) | ③ 8 (4) | ③ 9 (9) | ③ 6 (6) | ③ 8 (-) | ③ 0 (5) | ③ 3 (7) |
| (4)輸出を拡大する | 3 (3) | 5 (4) | 9 (5) | ③ 7 (7) | 3 (2) | 0 (-) | 2 (2) | 0 (-) | 5 (5) | 4 (2) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (2) |
| (5)為替予約により、為替変動リスク低減を図る | 2 (2) | 2 (3) | 2 (4) | ③ 7 (10) | 0 (-) | 0 (-) | 1 (1) | 0 (-) | 3 (1) | 4 (2) | 0 (4) | 0 (-) | 0 (2) |
| (6)海外拠点の新設や拡大を行う | 1 (0) | 1 (1) | 0 (-) | 0 (3) | 3 (-) | 0 (-) | 1 (0) | 1 (-) | 0 (1) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | ③ 3 (-) |
| (7)輸入を縮小する | 0 (1) | 0 (1) | 0 (2) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 1 (1) | 0 (-) | 0 (1) | 4 (4) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) |
| (8)海外拠点の縮小や撤退を行う | 0 (-) | 2 (-) | 0 (-) | 0 (-) | 0 (-) |
| (9)その他 | 2 (3) | 1 (2) | 0 (-) | 0 (3) | 0 (-) | 4 (10) | 3 (4) | 7 (3) | 0 (-) | 0 (2) | 0 (8) | 0 (-) | 8 (11) |

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査

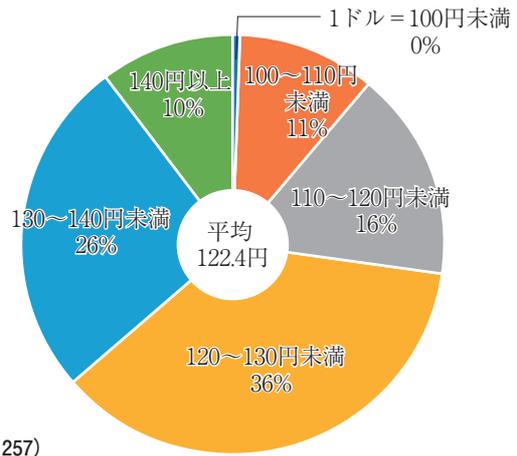
<図表5-1> 望ましいドル円相場（全産業）

前回調査



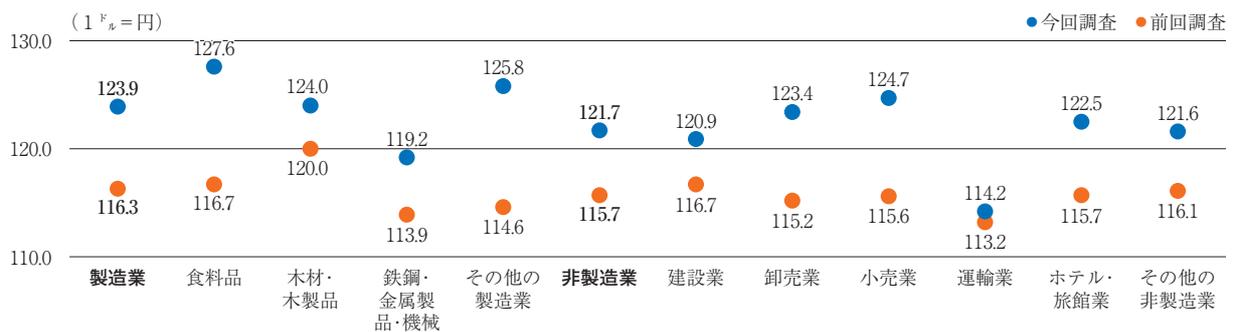
(n=264)

今回調査



(n=257)

<図表5-2> 望ましいドル円相場の平均値（業種別）



円安のメリット・デメリットが綱引き、安定相場を望む

〈企業の生の声〉

2年連続で実施した「円安が道内企業の経営に及ぼす影響について」の調査では、円安はコスト増の要因と捉える企業が多い一方で、インバウンドの増加や輸出機会の拡大などの好機と認識し始めている企業も増えています。また、さらなる円安に対しては値上げによりコスト転嫁する姿勢が見受けられます。

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

＜食料品製造業＞ 円安により輸入大豆の価格が高騰し、国産大豆の価格と遜色ない状況になっている。この国産回帰・輸入離れの傾向は、食料自給率向上の一助となるが、いまだ水田転作奨励金を考慮しないと大豆生産者、加工メーカーともに採算は維持できない。商品販売価格への転嫁は不十分であり、多くの課題が残っている。(道央)

＜水産加工業＞ フィッシュミールやフィッシュオイルは親会社経由で輸出を行っており、円安の恩恵を受ける一方、魚卵原料など海外からの買い付けも発生するため、円安による有利不利は一概に断言できない。(道東)

2. 木材・木製品製造業

＜家具製造業＞ 輸出・輸入とも行っている企業にとって、激しい為替の変動は経営に大きな影響を及ぼすため、ある程度制御されることが望ましい。(道北)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜金属製品製造業＞ 円安進行に伴い、当社では原材料の仕入価格の高騰が問題となっている。現在はコスト上昇分を販売価格に転嫁できているため、利益の大幅な減少はない。しかし長期的にはコストが一方的に上昇し続ける状況は、当社の経営状況の悪化につながりかねないと考えられる。(道央)

＜鉄鋼製造業＞ 鉄鋼業界では、鉄鉱石や

コークスなどの材料がすべて輸入品であるが、製造された鉄鋼製品の大部分は国内で消費される。これは、製品の重量が重く長距離輸送に不向きであるため、輸出が困難であることに起因する。さらに、材料費の高騰により、日本全国で建築投資の見直しが進んでいる。このような状況を踏まえると、鉄骨造の建築に対して補助金を付けるなどの対策があっても良いと感じている。(道東)

4. その他の製造業

＜印刷業＞ 円安の影響により原材料費が高騰している。特に用紙については、2022年に続き2023年に入ってから仕入先から値上げ要請がある。さらに、配送用の段ボールやトナーなど、様々な物品の価格も高騰している。印刷費の値上げを実施したが、それでも経営は厳しい状況にある。今後円安が進行すれば、さらに物価高が加速する恐れがあり、大きな懸念を抱いている。(札幌)

＜コンクリート製品製造業＞ 円安について、直接的な影響は受けていないが、仕入価格、原材料価格、燃料価格の上昇により製造原価が増加し、利益が圧縮される要因となっている。販売価格には比較的転嫁できているものの、すべてをカバーすることはできない。(札幌)

5. 建設業

＜内装工事業＞ 円安により、外国人材が日本企業を選ぶ誘因が減少してきている。具

体的には、海外労働に出る際に母国で借りたスタート資金の返済に悪影響が出ており、家族に送金する金額も目減りしている。(札幌)

<土木建設業> 円安は資材や燃料価格の上昇だけでなく、外国人労働者の賃金にも影響を与えている。母国通貨換算の賃金が低下することで外国人労働者の雇用が減少し、労働力不足と費用の高騰が生じている。為替には高低に関わらず、長期的な安定を望む。(道南)

<土木工事業> 公共工事主体の建設業としては、為替変動による物価の変動は積算価格に反映されるため、直接的な影響は少ない。しかし、一般管理費に関しては、円安による物価の高騰の影響が大きい。(道南)

6. 卸売業

<包装用品卸売業> 直接輸入している商品の仕入価格には円安の影響が出ているが、最近米国金利の動向などによる円高の傾向もみられ、為替相場の動きが大きくなっている。円高になれば仕入価格の低下が期待できる半面、取引先からの値下げ要請も想定され、タイミングを見極めながら対応していくことになる。(札幌)

<水産物卸売業> 円安になれば、輸出への契機となり、直接輸出に力を入れることが考えられる。最大の問題は為替変動幅が大きいことであり、安定的な推移さえあれば、たとえドル円相場が150円であってもかまわないと考えている。(札幌)

7. 小売業

<酒小売業> 業務用酒類販売という業種柄、輸入品の取り扱いが多く、円安は仕入れコストの高騰に直接的につながる。高級銘柄は他商品への代替が困難であるため、仕入れコストを販売価格に転嫁せざるを得ない状況にあるが、販売価格が過度に上昇すると、購

入意欲が減退する危険もある。現状より2割程度の円高水準が望ましいと考える。(札幌)

<リサイクルショップ> 当社には円安の直接的な影響はないが、取引先の購買意欲低下や流通コストの増加として間接的な影響が出ている。補助金などは現在、製造業を主な対象としているが、他業種に対しても支援を受けやすくしてほしい。(道北)

8. 運輸業

<運輸業> 運輸業は、原油価格の高止まりと円安による燃料価格上昇により、経営に大きな影響を受けている。適正な運賃の収受には、行政によるトップダウンの解決策が必要であり、下からの積み上げだけでは問題の解決は難しい。(道東)

9. ホテル・旅館業

<観光ホテル> 円安は海外客を惹きつけやすくする利点があるものの、輸入食材等のコスト上昇や、外国人労働者の給与の目減りを招き、日本で働くことの魅力が低下するなどの問題も生じることから、その影響を一概には評価できない。(道央)

<観光ホテル> 円安で外国人旅行客が来やすくなっているはずだが、海外からの直行便が戻っていないため、実際には客数が増えていない。(道南)

10. その他の非製造業

<飲食店> 一部輸入品から国内生産品への見直しを行い、商品の安全性や美味しさを積極的にアピールする方針である。(札幌)

<飲食店> 円安のメリットとしては、インバウンド客の増加に伴う売上の増加が期待される。一方、デメリットとしては、光熱費などの経常コストの増加が懸念されるほか、輸入肉の仕入れ価格の上昇が問題となる。(札幌)

「室蘭工業大学の社会連携活動について」 — MONOづくりみらい共創機構の組織と機能 —

室蘭工業大学 MONOづくりみらい共創機構
副機構長 地域共創オフィス長・教授 吉成 哲

1. はじめに

室蘭工業大学は、北海道南西部に位置する室蘭市の東部の緑に囲まれた閑静な高台に位置し、理工系の単科大学として基礎から応用に至るまでの教育・研究を行っています。また、本学に地域共同研究開発センターが設置された1988年以来、大学の「知」を活用した地域産業活性化への貢献を掲げ、地域支援機関等との連携のもと、様々な取組みを展開してまいりました。今年度、センター機能を抜本的に見直し、新たに「MONOづくりみらい共創機構」が創設されましたので、ご紹介いたします。

2. 室蘭工業大学の概要と学長ビジョン

所在地である室蘭市は、特定重要港湾に指定されている室蘭港とその臨海部に重化学工業地帯を抱えた工業港湾都市であるとともに、近年は、工場夜景、鯨・イルカが見られる綺麗な海と風光明媚な海岸線、全長1,380mの東日本最大のつり橋となる白鳥大橋など観光、レジャー都市としても整備が進んでいます。

本学は1949年に設置され、70周年となる2019年4月、工学部を廃止し理工学部を新設しました。学部・大学院を合わせて約3,300名の学生が勉学・サークル活動に励み、約190名の教員が教育研究に従事しています。「創造的な科学技術で夢をかたちに」を理念として掲げ、総合的な理工学教育、未来をひらく科学技術者の育成、人間・社会・自然との調和を考えた創造的な科学技術研究、地域社会さらには国際社会における知の拠点として豊かで持続可能な社会の発展に貢献することを目指しています。

第4期中期目標期間が始まった2022年には、10年後の本学のありたい姿を見据え「教育」「研究」「共創」の3つの視点から描く「学長ビジョン」を策定し、ビジョン共有のもと教職員一体となって教育研究活動を展開しています。

学長ビジョン：エビデンスに基づく柔軟で迅速な改革の推進

- 教育：地域に貢献できる理工系人材の育成
 - ・専門×情報人材の輩出
 - ・大学院進学率50パーセントの実現
 - ・優秀な博士課程学生の育成・支援
- 研究：確かな『世界水準』の研究力
 - ・強みの研究・確かな研究力の向上
 - ・世界水準の教育・研究コミュニティの形成
 - ・若手研究者の支援

- 共創：北海道を世界水準の価値創造空間へ
 - ・北海道のカーボンニュートラルへの貢献
 - ・北海道のMONOづくり・価値づくりへの貢献
 - ・積極的な情報発信

また、改革の推進として、大学業務運営のDX化を目指すデジタル・キャンパス推進室の設置や教職員及び学生一体となった広報体制の充実を進めたほか、強み・特色を活かした教育研究機能の拡充としてコンピュータ科学センターの設置、及び社会共創機能の拡充としてMONOづくりみらい共創機構の設置といった新たな組織改革を行っています。



図1 学長ビジョン

3. MONOづくりビジョン2060

本学は、北海道における理工学系単科大学として、「創造的な科学技術で夢をかたちに」を基本理念としています。北海道の自然を活かす知識・技術及び情報技術の力を備えた、北海道そして世界の産業を担う人材を育成するため行った学部改組を機に、国や北海道が定める計画・戦略の目標の実現に向け、本学がどのように貢献していくか、その役割を明確にするため、「北海道MONOづくりビジョン2060－『ものづくり』から『価値づくり』へ－」を策定し、本学の研究戦略の基礎としています。本ビジョン策定に当たっては、北海道をはじめとする産業界・経済界・学会などの有識者で構成する賢人会議（議長：元北海道大学総長 丹保憲仁 氏）を設置し、幅広い観点から議論いただき策定を進めました。そのなかで、経済循環も科学技術も大きな変革の波は、約40年から50年周期であることから、本ビジョンでは、40年後、すなわち2060年の北海道の姿を本学の研究者が描き、これを本学の理念である科学技術でかたちにしたい「夢」としようと考えました。これは、シンクタンクなどによる未来予想とは異なる視点をもった技術屋が考える将来像です。また、2060年ごろは石油に代表される化石燃料が「限りある資源である」ことが確実に認識され、そのための対策が行われている時代であるとも考えています。



図2 MONOづくりビジョン2060HP
https://www.muroran-it.ac.jp/mono_vision/



北海道を「世界水準の価値創造空間」へ

技術屋が描く2060年の世界の姿のもと、北海道総合開発計画に掲げられた「北海道を世界水準の価値創造空間とする」という目標を達成するために次の6つの項目を設定しています。

- (1) 北海道をメトロポリスと基礎生活圈域からなる新しい自律分散型地域構造とする
- (2) 北海道を付加価値の高い素材の世界への供給基地とする
- (3) 北海道を高品質・高機能食素材の世界への供給基地とする
- (4) 北海道内で物質とエネルギーの自立化とID化を目指す
- (5) 北海道を宇宙にむけた基地とする
- (6) 北海道を大いなるテストフィールドとする

クリエイティブコラボレーションセンター

ビジョンの実現に向け、専門分野で活躍する研究者と情報分野のスペシャリストが深くコラボレーションすることを特徴とする、クリエイティブコラボレーションセンターが設置されました。「情報化されたMONOづくり」をキーワードに、本学を代表する9つのラボ、「AIラボ」、「先端ネットワークシステムラボ」、「北海道マテリオームラボ」、「スーパーマルチキャストリングアロイラボ」、「アーバンインフォマティックスラボ」、「構造物減災リサーチラボ」、「自然災害・防災技術リサーチラボ」、「災害廃棄物リサーチラボ」、「カーボンポジティブラボ」が活動しており、MONOづくりみらい共創機構もソリューションを担うラボ群と連携したりエゾン活動を行っています。

4. 産学官連携の状況

室蘭工業大学MONOづくりみらい共創機構研究協力会

学外から室蘭工業大学の支援を行う目的で、1993年に発足した研究協力会は、室蘭、札幌等の道内企業を中心に、道外企業も加え、現在72社の企業と支援機関による会員を擁しております。その寄附金によってプレ共同研究制度や、講演会開催など各種事業を推進しています。プレ共同研究とは、本学教員と共同研究を実施する前準備や予備検証を行うための、1年間の事前研究制度です。企業等の研究パートナーとなる本学教員に対して研究資金50万円を上限に支給し、初期段階の可能性検証を行えることから、次のステップである共同研究に進むテーマも増えてきました。

共同研究・受託研究等の推進

「学長ビジョン（世界水準の研究力をベースとした社会共創）」、「北海道MONOづくりビジョン2060」に基づく戦略、マッチング機会の増加などにより、共同研究は増加傾向にあります。地域や企業の皆様にとって、より魅力のある活動を展開することがMONOづくりみらい共創機構に求められていると認識しております。

民間企業・独立行政法人等との共同研究



図3 共同研究受入れの推移

室蘭工業大学同窓会社会連携大学協力会

連携推進のための方策の一つとして、オープンイノベーション、とりわけ約4万人の同窓生のお力添えが重要と考えております。同窓会に相談申し上げたところ、西尾会長をはじめ皆様のご尽力により、同窓会の中に、「社会連携大学協力会」を組織して頂くことができました。

本学は同窓会の動きに同調し、大学では有し得ない人的資源の共有・融合による、機能の強化・拡充を図るため「学外協力員（社会共創）」を設置しました。設置と同時に9名の方を委嘱し、MONOづくりビジョンの社会実装を目指すクリエイティブコラボレーションセンター（徳楽センター長）との意見交換から活動がスタートしました。その中の大きなトピックとして、「カーボンニュートラル社会づくり」がテーマアップされたため、社会連携大学協力会と本学の共催により、産学官金が参加する情報交換会を開催しました。現在は、情報交換会をきっかけとした横の繋がりや、自治体との連携を深め、より具体的な活動に進展しています。

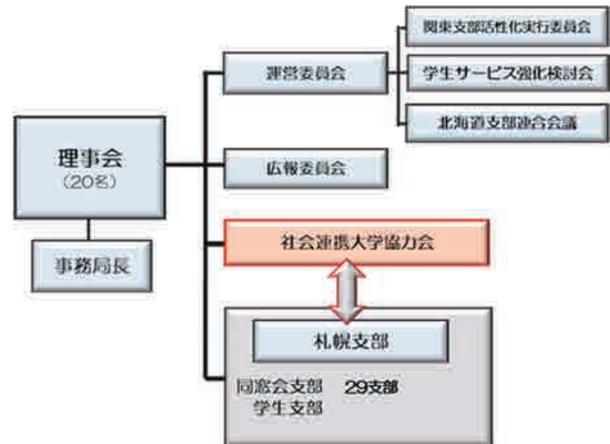


図4 同窓会理事会組織図

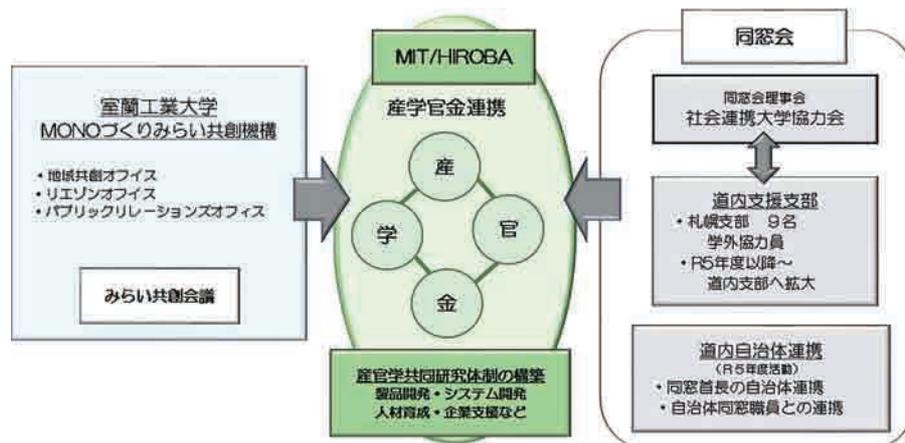


図5 大学と社会連携大学協力会の関係

道内自治体等との連携

本学は、胆振地域はもとより、北海道の自治体等と連携体制を構築しています。COI-NEXT事業を展開している白糠町、SIP事業を展開している伊達市、ロケット開発等で包括連携協定を締結しているインターステラテクノロジズ、スペースポート構想を展開する大樹町など、連携強化のために本学のサテライトオフィスを設置している自治体もあります。引き続き、本学の「知」が貢献できる自治体との連携を構築・推進してまいります。

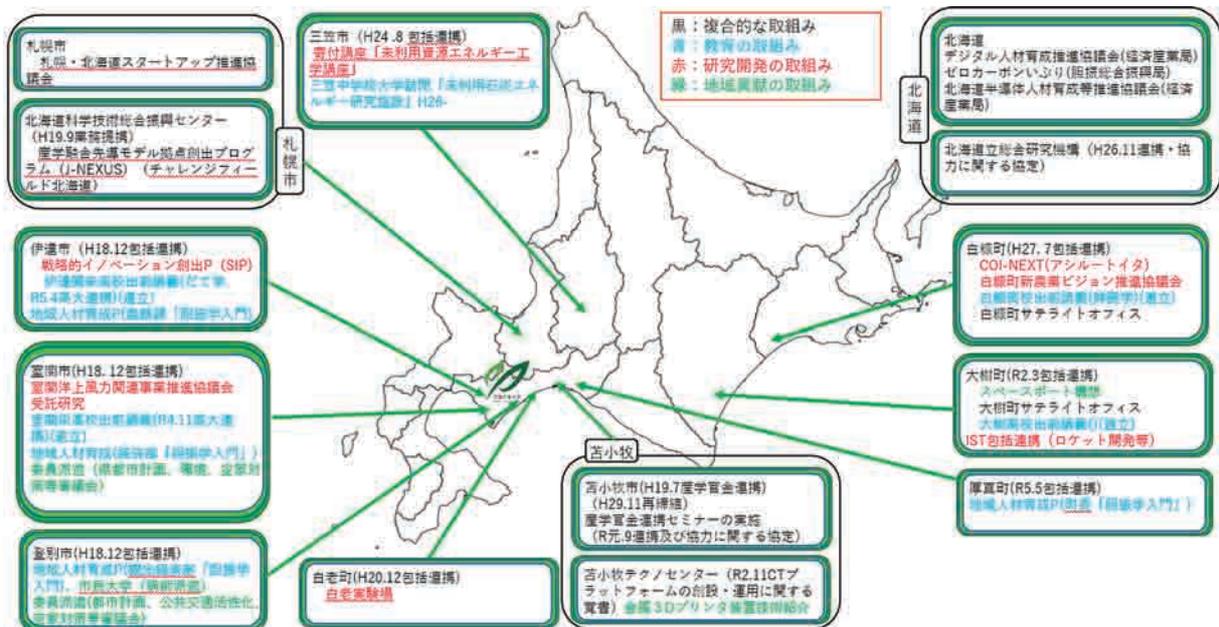


図6 自治体等との連携状況および主な取組み

5. MONOづくりみらい共創機構

本学は、これまで、理工学部への改組、北海道に貢献するビジョンの策定、分野横断的な研究グループの設置、「組織」対「組織」の共同研究推進など、様々な改革を進めてきました。一方で、センター間の縦割りによる硬直性や、地方単科大学では十分なリソースの確保が難しい機能不足などの課題も見えてきました。このような状況を踏まえ、社会との共創を推進するために必要な機能を特定した上で再編統合し、「共創」をデザインし促進していく組織として、「MONOづくりみらい共創機構（機構長：学長）」を設置しました。

当機構には、ヘッドクォーターとして「地域共創オフィス」、インパクト評価やステークホルダーとの関係づくりのための「パブリックリレーションズオフィス」、シーズとニーズのマッチングやスタートアップ創出のための「リエゾンオフィス」を設置し、社会との共創を推進するための機能を強化するとともに、自治体の首長、企業経営層などで構成される「みらい共創会議」を創設し、機構長である学長と「ビジョン」を基礎とした、バックキャストによる地域の未来ビジョンを共有していくことを目指しています。

また、共創の現場で、刻一刻と変化する状況を最前線で捉えつつ、共創の糸口をつかむ少数精鋭チームとして、柔軟に組成・改廃できる「アジャイル型タスクフォース」を設置しています。加えて、共創に必要なリソースは、自前主義ではなく積極的に他機関と連携する中で補完することとしており、2023年に設置された「北海道ユニバーシティアライアンス」の枠組みの中で、北海道大学をはじめ道内各大学との連携・協力を図ってまいります。

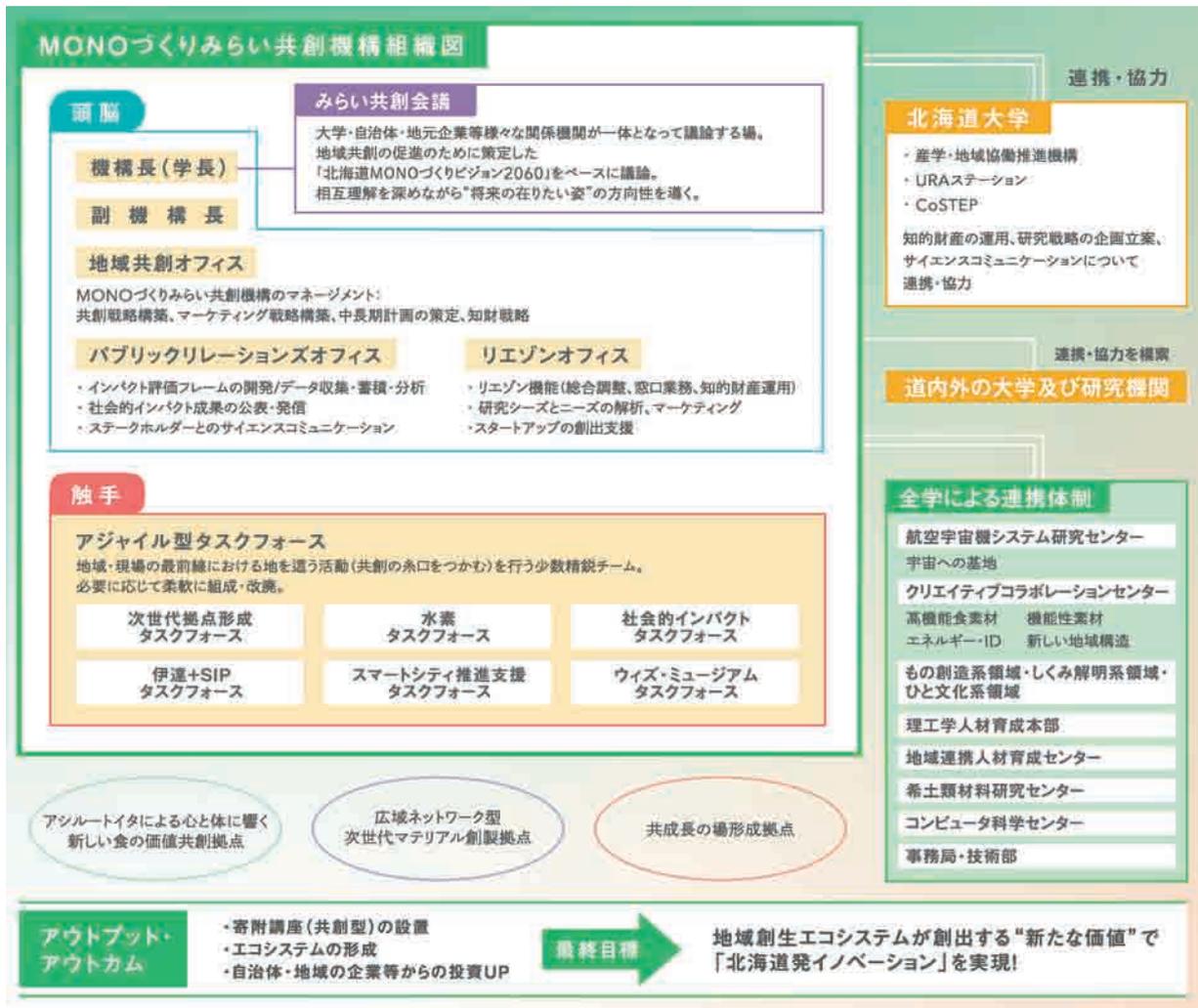


図7 MONOづくりみらい共創機構組織図

6. おわりに

MONOづくりみらい共創機構は、社会との共創において、これからの社会の中核となる可能性を秘めた振興グループを開拓し、共創の場の構築、組織対組織の共創、新しい連携プラットフォームの構築を行い、エコシステムの構築を先導することを目指しております。北海道を「世界水準の価値創造空間」にするため、これまで以上に本学と地域・産業とをつなぐ活動の強化を図り、本学の「知」が各分野で活用されるよう尽力する所存でございます。引き続き、ご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。



ほくよう調査レポート 2024.3月号 (No.329)

令和6年 (2024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

<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。>