

北見市における景気動向調査報告書

< 第 II 四 半 期 >

北 見 商 工 会 議 所

I. 調 査 要 領

1. 調査時点及び調査対象期間

(1) 調 査 時 点 令和7年10月14日

(2) 調査対象期間 令和7年7月～9月期実績および令和7年10月～12月期見通しについて調査した。

2. 調 査 対 象

北見市に所在する企業を対象に、製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業の5業種150社をインターネット（Google forms）、FAXにより調査した。

3. 回 収 状 況

業 種 \ 企業数	対象企業数	回答企業数	回 答 率
製 造 業	30社	22社	73.3%
建 設 業	30社	28社	93.3%
卸 売 業	30社	21社	70.0%
小 売 業	35社	24社	68.6%
サービス業	25社	17社	68.0%
合 計	150社	112社	74.7%

注) 本調査結果の中で、D・I値とある記号は、ディフュージョン・インデックス（景気動向指数）で好転企業割合から悪化企業割合を差し引いた値を示す

Ⅱ．概 況

《 全 体 の 動 き 》

令和7年度第Ⅱ四半期<7月～9月>の北見市における業況は、前年比で「好転企業」29.5%、「悪化企業」31.3%、「好転」から「悪化」を差し引いたD・I値は△1.8となっています。

前年同期（△10.3）との比較では8.5ポイントの改善を示しました。また、前期調査<令和7年度第Ⅰ四半期>と比較してみると前回△12.7→今回△1.8と10.9ポイントの改善を示しています。

今回の業況を業種別で見ると、製造業D・I値△4.6、建設業D・I値△7.1、卸売業D・I値△19.1、小売業D・I値8.4、サービス業D・I値17.7となっており、前年同期調査と比較すると、製造業が18.5ポイント、小売業が12.0ポイント、卸売業が8.8ポイント、建設業が4.4ポイントの改善を示し、サービス業が8.9ポイントの悪化を示しました。

来期の見通しを全業種で見ると「好転企業」10.7%、「悪化企業」38.4%でD・I値△27.7と、前年同期見通し（△11.1）に比べ16.6ポイント悪化する来期見通しとなっています。

《 業 種 別 の 動 き 》

1) 製 造 業

生 産 高

前年比で「増加企業」28.6%、「減少企業」28.6%、D・I値0.0と前年同期（△34.6）に比べ34.6ポイントの大幅な改善となりました。

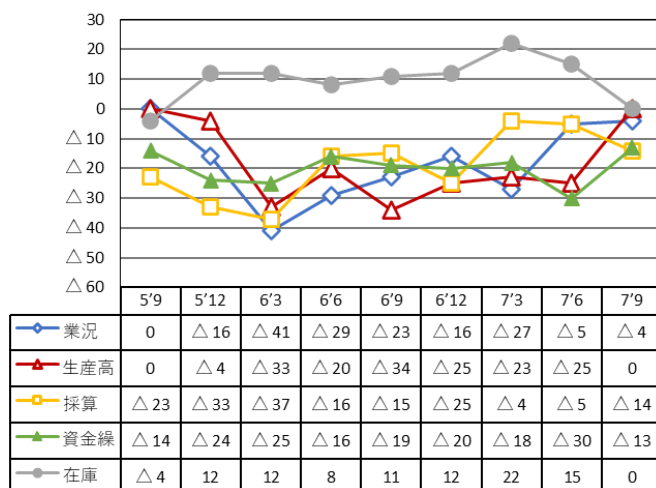
採 算

前年比で「好転企業」23.8%、「悪化企業」38.1%、D・I値△14.3と前年同期（△15.4）に比べ1.1ポイントのわずかな改善となりました。

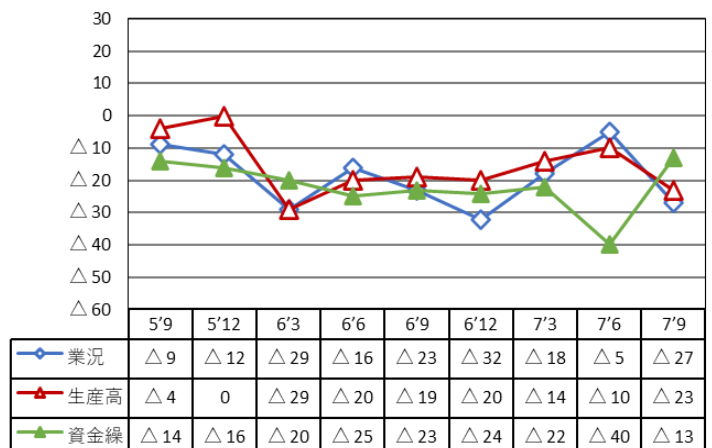
来期見通し

業況D・I値△27.3（前年同期△23.1）、生産高△23.8（同△19.3）、資金繰り△13.6（同△23.1）と、前年同期に比べ、資金繰りのみ改善の来期見通しとなりました。

前年同期比



来期見通し



2) 建設業

完成工事高

前年比で「増加企業」39.3%、「減少企業」25.0%、D・I値14.3と、前年同期(△15.4)に比べ29.7ポイントとD・I値がマイナスからプラスに転じる大幅な好転となりました。

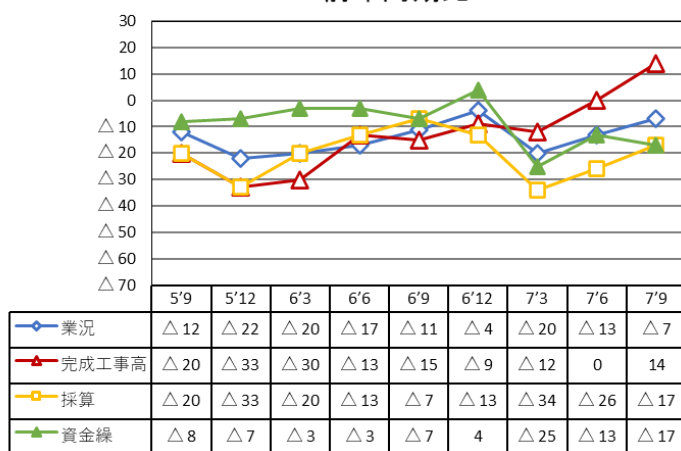
採算

前年比で「好転企業」17.9%、「悪化企業」35.7%、D・I値△17.8と、前年同期(△7.7)に比べ△10.1ポイントの悪化となりました。

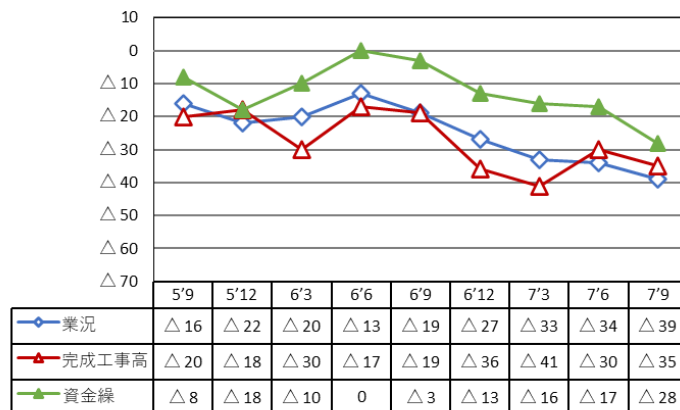
来期見通し

業況D・I値△39.3(前年同期△19.2)、完成工事高△35.8(同△19.2)、資金繰り△28.6(同△3.9)と前年同期に比べ、全ての項目で悪化の来期見通しとなりました。

前年同期比



来期見通し



3) 卸売業

売上高

前年比で「増加企業」23.8%、「減少企業」33.3%、D・I値△9.5と前年同期(△27.3)と比べ17.8ポイントの改善となりました。

採算

前年比で「好転企業」20.0%、「悪化企業」35.0%、D・I値△15.0と前年同期(△18.2)に比べ3.2ポイントの改善となりました。

来期見通し

業況D・I値△33.4(前年同期D・I値△22.7)、売上高△19.1(同△18.2)、資金繰り0.0(同△13.7)と前年同期に比べ、資金繰りのみ改善の来期見通しとなりました。

前年同期比



来期見通し



4) 小売業

売上高

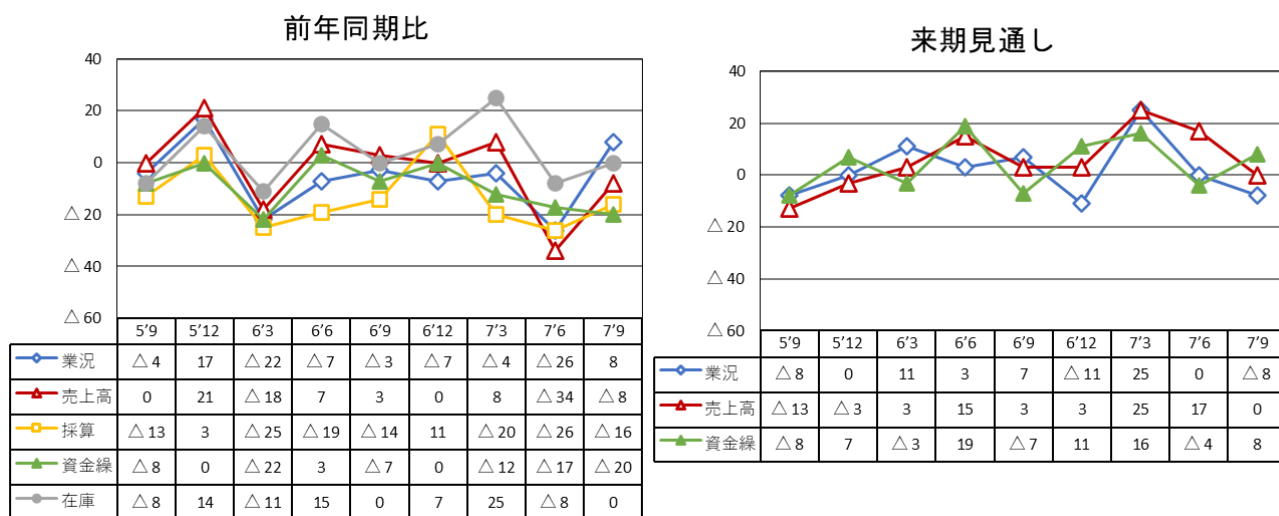
前年比で「増加企業」37.5%「減少企業」45.8%、D・I値△8.3と前年同期(3.6)に比べ11.9ポイントの悪化となりました。

採算

前年比で「好転企業」25.0%「悪化企業」41.7%、D・I値△16.7と前年同期(△14.3)に比べ2.4ポイントのわずかな悪化となりました。

来期見通し

業況D・I値△8.3(前年同期7.1)、売上高0.0(同3.5)、資金繰り8.3(同△7.1)と前年同期に比べ、資金繰りのみ好転する来期見通しとなりました。



5) サービス業

売上高

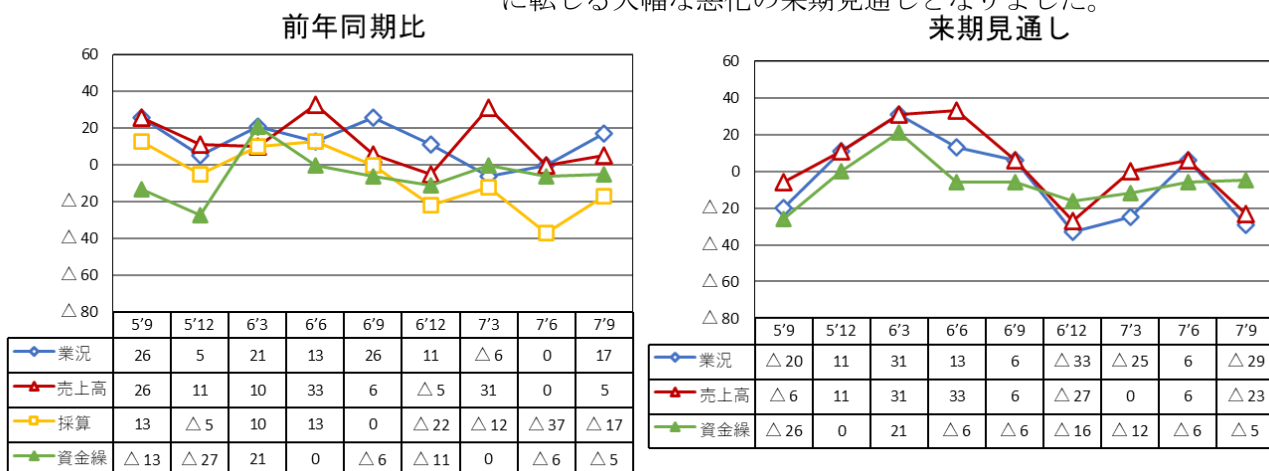
前年比で「増加企業」35.3%「減少企業」29.4%、D・I値5.9と、前年同期(6.6)に比べ0.7ポイントのわずかな悪化となりました。

採算

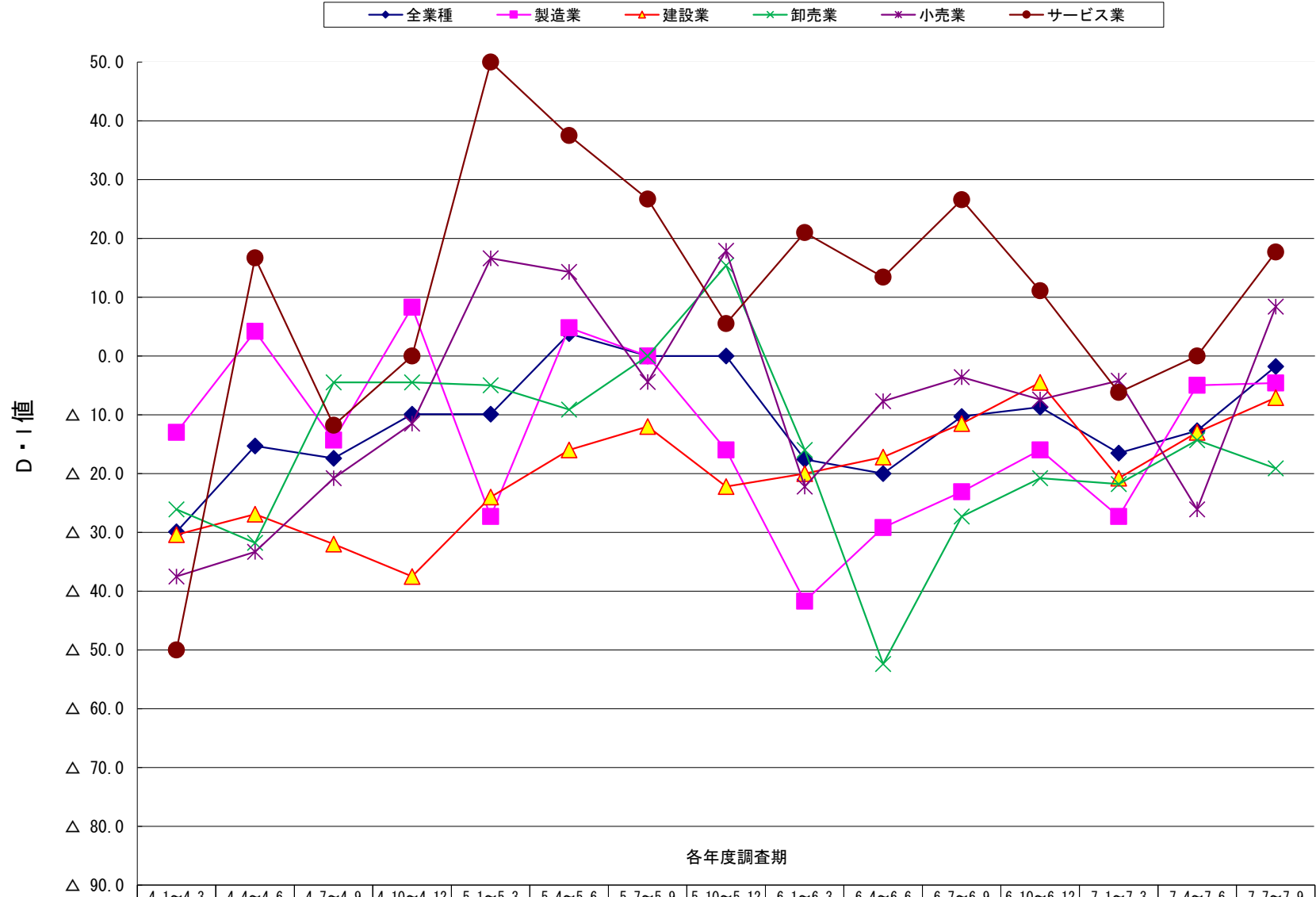
前年比で「好転企業」23.5%「悪化企業」41.2%、D・I値△17.7と前年同期(0.0)に比べ、17.7ポイントの悪化となりました。

来期見通し

業況D・I値△29.4(前年同期D・I値6.6)、売上高△23.5(同6.7)、資金繰り△5.9(同△6.7)と前年同期に比べ、業況、売上高でD・I値がプラスからマイナスに転じる大幅な悪化の来期見通しとなりました。



各年度調査期における業況（前年同期比）のD・I値の比較



全業種	△ 29.9	△ 15.3	△ 17.4	△ 9.9	△ 9.9	3.8	0.0	0.0	△ 17.6	△ 20.0	△ 10.3	△ 8.7	△ 16.5	△ 12.7	△ 1.8
製造業	△ 13.0	4.2	△ 14.3	8.3	△ 27.3	4.8	0.0	△ 16.0	△ 41.7	△ 29.2	△ 23.1	△ 16.0	△ 27.3	△ 5.0	△ 4.6
建設業	△ 30.4	△ 26.9	△ 32.0	△ 37.5	△ 24.0	△ 16.0	△ 12.0	△ 22.2	△ 20.0	△ 17.2	△ 11.5	△ 4.5	△ 20.8	△ 13.0	△ 7.1
卸売業	△ 26.1	△ 31.8	△ 4.5	△ 4.5	△ 5.0	△ 9.1	0.0	15.4	△ 16.0	△ 52.4	△ 27.3	△ 20.8	△ 21.8	△ 14.3	△ 19.1
小売業	△ 37.5	△ 33.3	△ 20.8	△ 11.5	16.6	14.3	△ 4.4	17.9	△ 22.2	△ 7.7	△ 3.6	△ 7.4	△ 4.2	△ 26.1	8.4
サービス業	△ 50.0	16.7	△ 11.8	0.0	50.0	37.5	26.7	5.5	21.0	13.4	26.6	11.1	△ 6.2	0.0	17.7

業 種 別 経 営 上 の 問 題 点

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
製 造 業	諸 経 費 増	人 件 費 増	得 意 先 減 少	人 材 不 足	同業者間の競合
建 設 業	人 材 不 足	人 件 費 増	諸 経 費 増	得 意 先 減 少	同業者間の競合
卸 売 業	諸 経 費 増	人 材 費 増	得 意 先 減 少	人 件 不 足	同業者間の競合
小 売 業	諸 経 費 増	人 材 費 増	人 件 不 足	得 意 先 減 少	同業者間の競合
サービス業	諸 経 費 増	人 件 費 増	人 材 不 足	得 意 先 減 少	同業者間の競合
合 計	諸 経 費 増	人 材 費 増	人 件 不 足	得 意 先 減 少	同業者間の競合

※ 問題点は、各業種とも3つ選択。

全業種でみると、前年同期と比較して2位と3位の順位が入れ替わったものの、その他は変動がなく地域の課題が慢性化していることが伺えます。

業種別でみると、製造業、卸売業、小売業、サービス業で「諸経費増」がトップで、建設業では「人材不足」がトップとなっています。

業 況

製造業 ⇒ 好転（製麺、農業機械用製品、建設用製品、ハッカ製品）
悪化（木製家具、弁当、酒類）

建設業 ⇒ 好転（電気工事、新築・リフォーム、一般土木・給排水）
悪化（土木、内装工事、管、塗装）

卸売業 ⇒ 好転（上下水道資材、事務機器）
悪化（鉄鋼、一般製材、家電、自動車ガラス、石油製品、建築金物）

小売業 ⇒ 好転（眼鏡、靴、食料品雑貨）
悪化（菓子、緑茶、生花、火薬、プロパン・灯油）

サービス業 ⇒ 好転（ホテル（宿泊）、クリーニング、カーリース、IT）
悪化（ホテル（宴会）、清掃）

（※太字アンダーライン表示は重複該当業種）

その他および具体的な業界の問題点等についての記載事項

【製造業】

- 原材料費および運送料等の値上げに対し、販売価格に転嫁するのが難しい。
- 住宅着工戸数の減少。
- 光熱費の上昇、資材の価格上昇。
- 電気料金上昇による影響から自社加工が減少している。
- 価格転嫁のタイミングを窺っている間に収益がダウンしている。

【建設業】

- 現場の働き手不足。
- 働き方改革（就業環境の改善や多様な人材の活躍、生産性の向上等）への取り組み。
- 仕入価格高騰と納期の遅れの影響。
- 最低賃金上昇分を民間工事に価格転嫁が難しい。働きたくても、働き方改革で制限がかかる。
- 物価高騰分を単価に反映できてはいるが、最終的な消費者に対する金額が上がりすぎて、工事を控える傾向が感じられる。
- 人手不足と、北見市財政悪化による工事費減少。
- 働き方改革により、時間外労働を制限し、生産高を低下させるしかない。さらには人材不足労働力不足によって、低下した生産高をカバーすることができず、Wパンチを受け、困窮している。
- 中堅世代の人材確保が不足。

【卸売業】

- 資材の高騰。

【小売業】

- 人口減少による売上高減少が大きく響いている。北見市財政悪化による予算削減の影響が大きい。
- 繰り返される価格改定の影響。
- ロシアのウクライナ侵略による影響。
- 最低賃金が上がり、人件費削減のため休日増や労働時間減など。大変厳しい。
- 賃金上昇により給与水準が均一化し、ベテラン従業員のモチベーションに影響が出ている。

【サービス業】

- 人口減少・高齢化・人材不足。
- 自動車用品、特にタイヤ価格の上昇がコスト増加に悪影響となっている。インバウンド利用は増加しているが、国内旅行客は減少傾向。（カーリース）

近年、社会情勢は目まぐるしい変化を続けており、急激な物価高騰や深刻化する人材不足など、企業を取り巻く経営環境は厳しさを増しています。

当所が行う景気動向調査において経営上の問題点に関するヒアリングを行っておりますが、多様化する経営課題の実態を深掘りし、企業が求める施策等を把握することを目的に経営課題に関する意識調査を実施しました。

【2025年9月、回答92社】

1. 経営課題

■人材確保など

- 人材の募集はかけているが、高い経費をかけなければ、紹介を得られない
- 人材不足（他16件）
- 若い世代の人材確保（他2件）
- 人材の高齢化（他7件）
- 人材が定着しない
- 5年、10年先に向けての人材確保
- 人材募集しても応募も来ない。会社の規模が小さい、魅力がない、業界が不人気など、全てに当てはまってしまうような事業所はどうしたらいいか
- 若手職員の育成（他3件）
- 教育者不足
- 技能の継承
- 職人不足（他1件）
- 整備士の離職増
- 美容師の人材不足。業界を離れる人が多い
- 人材不足による納期遅れ
- 人手不足により、平日営業日をお休みすることが多くなっている
- 仕事量が減った時に、簡単に人員削減できない
- 管理職不足による各部署の管理体制の不備（他1件）
- 定期的に新入社員を採用してこなかったため、今になって人材不足が深刻化。今まで以上に費用をかけた採用活動が急務。少子高齢化、地方過疎化、得意先の高齢化などが売上に徐々に影響。新たな販路や新規事業への参入などを検討。一部大口取引先でコロナの影響により、経営不振となり売掛金が増加し続け回収難に。取引先の再建策、回収策を行っているが苦戦

■賃金・労働時間など

- 人材確保が難しい中での働き方改革
- 働き方改革と最低賃金の上昇が営業に影響を与えている
- 残業削減
- 時給単価の増加

- 最低賃金上昇による、給料の均一化
- 最低賃金を気ままに引き上げられても困る
- 人件費上昇（他 1 件）

■原材料・諸経費軽減など

- 材料費高騰（他 2 件）
- 米の値上がり
- 経費高騰・削減（他 5 件）
- 経費増が右肩上がりで続くのは間違いない。見合った売り上げを上げるために客単価と同時に時間単価を上げるための課題と仕掛けが課題
- 物流問題
- 原料入手困難。気温上昇などで米、果実の金額上昇があるが、売価に転嫁しづらい
- 原材料費・送料・人件費、全てが上がっていく中で商品に価格を上乗せするにも限界がある
- 価格転嫁・売上（収益）増加を行ってはいるが、日々の運営経費や人件費増大に追い付いていない。また、市内以外にも全道・全国単位の競合他社が市場参入する傾向が目立ち、仮に受注できたとしても非常に収益性の悪い販売になることが増えた
- 価格転嫁ができておらず、思ったより売上が伸びていない
- 人件費高騰のため、商品の価格転嫁を行いたいが業界の相場があり、葛藤している
- 原価管理
- 修繕費の増加
- 社会保険加入者の増加
- 週 20 時間以上働いた人への社会保険加入への対応

■売上減少など

- 売上の減少（他 1 件）
- 住宅着工戸数の減少による売上減
- 需要減による売上の減少が予想よりも大きい
- 顧客減少（他 1 件）
- 新規顧客の獲得（他 2 件）
- 仕事数の減少
- 取引先減少
- 同業他社との競合
- 顧客の減少。少子高齢化による顧客の減少および同業他社との競合による減少が増加している
- 顧客の高齢化に伴う現象があるが、その分キャパが決まっている中で増加は見込めない
- 少子高齢化で子供の数が少ないため、中々売上が安定しない
- 工場生産ではなく、他の収入に頼る昨今であり、今後については読み取れない
- 工事量の減少（冬季期間の工事）
- 公共工事が大半を占めている
- 北見市発注工事の減少
- 住宅価格高騰による若者の住宅離れ
- 個人消費に低下が顕著

- 物価高により消費低迷。小規模化する傾向があり、売上に中々繋がらない
- 中心商店街の集客力の低下（他 1 件）

■その他

- 事業承継
- 各方面に対しての勉強不足
- 新規事業の検討（他 2 件）
- 資金繰りの悪化（他 1 件）
- 新型コロナウイルス感染特別融資返済
- コロナ融資の返済開始が経営圧迫
- 設備投資のための資金調達
- 医療業界の厳しい状況
- 北海道経済の不安定性に危惧
- 北見市の経済縮小への対応
- 国内市場の縮小
- 人口減少、市の財政悪化など地域の零細小売店には対応できないような構造的問題。このままでは大企業のみしか生き残れない時代になる（他 1 件）
- 情報だけで景気が悪化しているように見える

2. 課題解決のための対応策

■労務

- 労働時間の把握や労働環境の整備といった社内体制の見直しを行っている（他 4 件）
- 業務効率化
- DX を含めた業務効率化を図り、利益率の向上を目指す（他 1 件）
- IT の活用による残業の減少等
- 福利厚生の実施
- 賃上げ実施（他 2 件）
- 人員の削減と効率化は当然だが、人件費上昇に対する減税政策も併せて進めてほしい
- 睡眠美容師が働きやすい環境の整備

■採用・人材

- 雇用の見直し・強化（他 4 件）
- 中途採用のテコ入れ（他 2 件）
- 新卒者の採用（他 2 件）
- 市内及び道内教育機関との連携
- SNS を利用した求人活動（他 1 件）
- 外国人労働者の採用検討
- 求人サービスの利用・模索（他 1 件）
- コンサル委託、人材採用会社への委託、外部機関の活用を検討
- インターンシップの受け入れ、人材確保（他 1 件）
- 地域の小学生、中学生へ物作りへの興味や体験などをさせてあげる場所、機会を設ける（木

- 工教室、出前教室、工場見学など)
- 学校・職訓等への定期訪問（他 1 件）
- リクルート活動
- U ターン就職やI ターン就職の対応
- 一時的に即戦力になる人がいればいい
- 人材募集に関して、募集をかけても反応なし、高い単価の民間媒体に捻出し続ける体力もなくなる、という悪循環を脱するような仕組みなど

■研修

- 人材教育・研修制度の充実（他 1 件）
- マニュアルを導入したが、逆効果だった
- 職人の養成
- 若手と熟練職員が一緒に仕事をする

■売上強化

- 利益率を上げる
- 新規得意先の開拓（他 2 件）
- 取引先を北見以外にも幅広く考える（他 1 件）
- 販売商品の拡充（他 3 件）
- 仕込み外注
- バンケット（会場）による売上以外を増やす
- 商品のサイズ、入数の変更
- 他官庁の工事受注の強化
- 民間工事を積極的に受注
- 引き続き新築住宅促進は継続しつつ、古い住宅リフォームを強化
- 新規（新築）物件の獲得をメインとし、他社への切替も並行して実施する
- 抜本的な販売方法革命（Web 販売の利用や、商品→サービス商品への転換等）
- 顧客の減少は防ぎようがないので、これまでの経験実績を活かした新しい取り組みにチャレンジする

■価格転嫁

- 価格転嫁（他 5 件）
- 仕入価格の値下げ交渉
- 単価アップに伴い、キャッシュレス決済の増加運転資金を確保したい

■宣伝・その他

- 数値の精緻化
- 経費の見直し・削減（他 3 件）
- 積極的な宣伝・広告・営業（他 3 件）
- 広告掲載等（インスタグラム等）による集客
- 自社ブランド強化
- 年間を通してイベントを紐付け盛り上がりを作っている
- 資金が循環する仕組みを作る

- 設備投資による機械化・省力化（他1件）
- 返済のための借入れ
- 情報収集（他2件）
- 人との繋がり
- 顧客減少、公共事業縮小を見据え、事業規模を縮小（他1件）
- 競合他社との合併
- 国による物価高対策や物流問題に対しての対策を要望
- 補助金の活用で新規分野、新規顧客の開拓、コロナ融資のリスクを希望
- 折角中心部に人を住ませようとマンション等の建築も顕著になっているので、当社だけでなく中心商店街全体の問題として、新規住民の方々が生活するのに必要最低限の業種が中心商店街には不可欠です

3. その他意見

- 今の日本社会、個人の考えが変わらない限り難しいと考える。時を待つとき
- 国が何らかの対策が講じられなければさらに悪化し、深刻な問題になる恐れあり
- 国は中小企業を本気で守る気があるのか疑問に思う
- 昨年度出生率過去1。これは当社では対策できません
- 顧客の大小にかかわらず均一のサービスを心掛けてきたが、そろそろ難しくなっている
儲からないことや経費のかかる顧客は取引せず、効率を上げるしかないのだろうか