

北見市における景気動向調査報告書

< 第 I 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8年7月21日

(2) 調査対象期間 令和8年4月～6月期実績および令和8年7月～9月期見通しについて調査した。

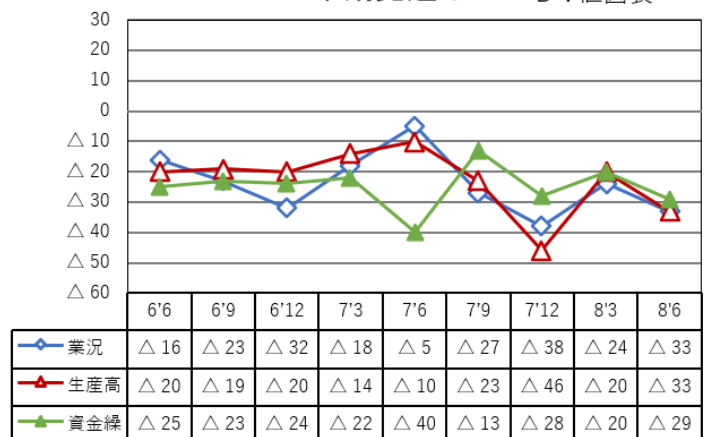
2. 調 査 対 象

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	24社	80.0%
建 設 業	30社	28社	93.3%
卸 売 業	30社	25社	83.3%
小 売 業	35社	26社	74.3%
サービス業	25社	17社	68.0%
合 計	150社	120社	80.0%

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



2) 建設業

完成工事高

前年比で「増加企業」28.6%、「減少企業」53.6%、D・I値△25.0と、前年同期(0.0)に比べ△25.0ポイントの大幅な悪化となりました。

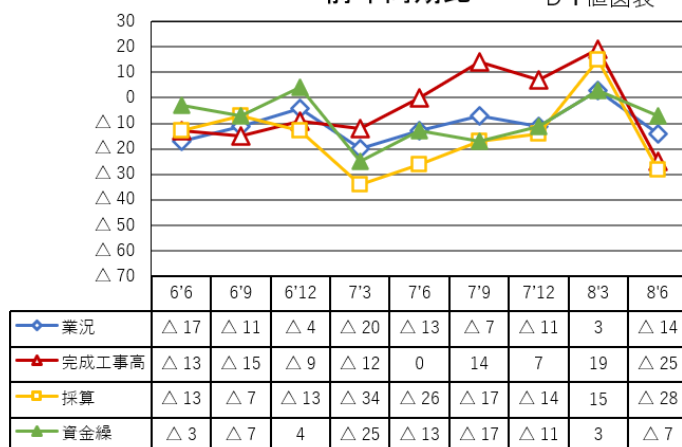
採算

前年比で「好転企業」21.4%、「悪化企業」50.0%、D・I値△28.6と、前年同期(△26.1)に比べ2.5ポイントの悪化となりました。

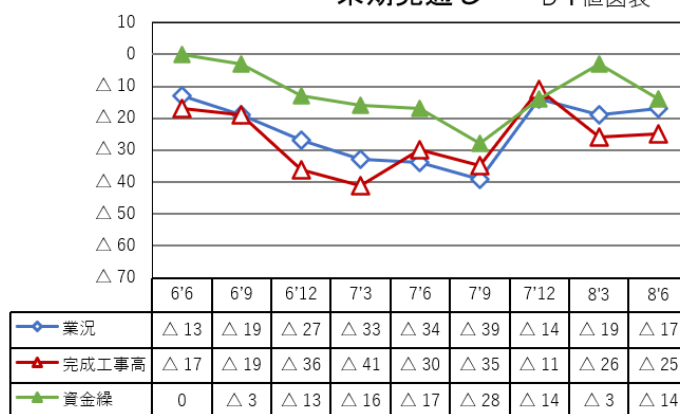
来期見通し

業況D・I値△17.8(前年同期△34.8)、完成工事高△25.0(同△30.4)、資金繰り△14.3(同△17.4)と前年同期に比べ、全ての項目で改善の見通しとなりました。

前年同期比 D・I値図表



来期見通し D・I値図表



3) 卸売業

売上高

前年比で「増加企業」48.0%、「減少企業」40.0%、D・I値8.0と前年同期(0.0)に比べ8.0ポイントの好転となりました。

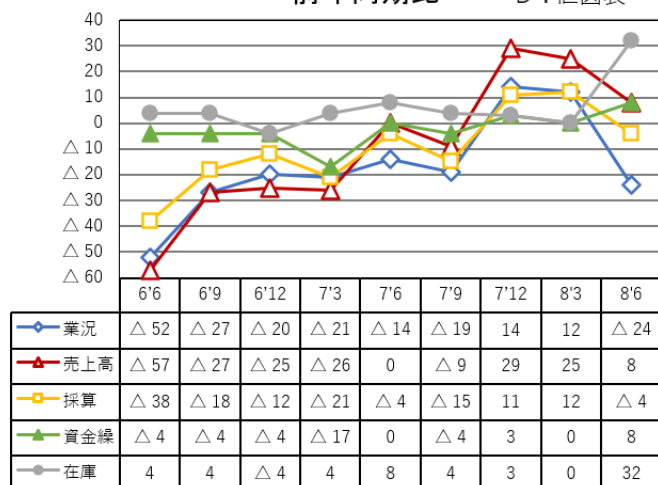
採算

前年比で「好転企業」36.0%、「悪化企業」40.0%、D・I値△4.0と前年同期(△4.7)に比べ0.7ポイントと、わずかに改善しました。

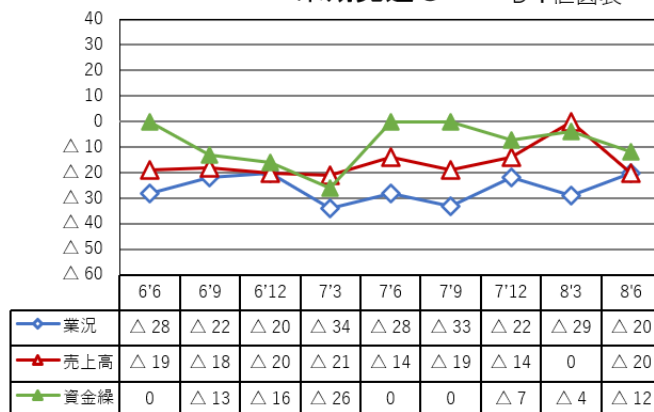
来期見通し

業況D・I値△20.0(前年同期△28.6)、売上高△20.0(同△14.3)、資金繰り△12.0(同0.0)と前年同期に比べ、業況のみ改善、売上高、資金繰りは悪化の見通しとなりました。

前年同期比 D・I値図表



来期見通し D・I値図表



4) 小売業

売上高

前年比で「増加企業」38.5%「減少企業」26.9%、D・I値11.6と前年同期(△34.8)に比べ46.4ポイントの大幅な好転となり、D・I値がマイナスからプラスに転じる結果となりました。

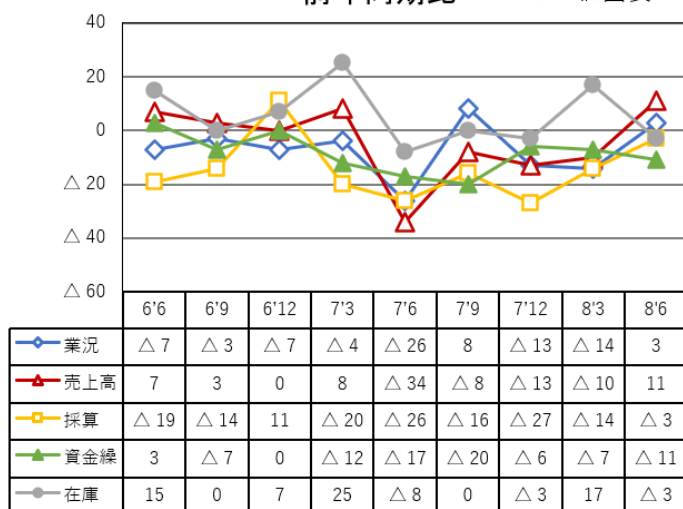
採算

前年比で「好転企業」26.9%「悪化企業」30.8%、D・I値△3.9と前年同期(△26.1)から22.2ポイントの大幅な改善となりました。

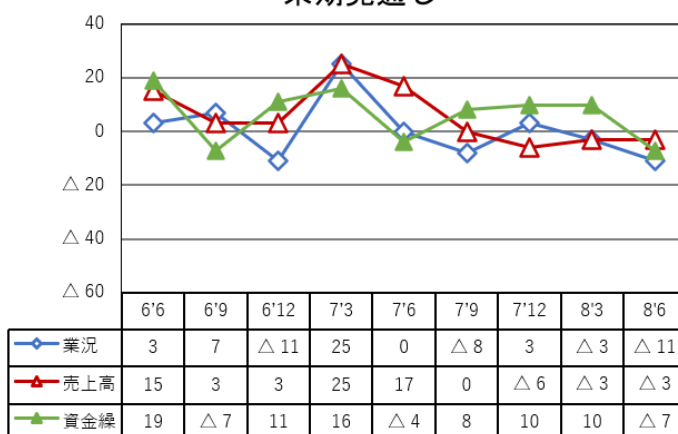
来期見通し

業況D・I値△11.5(前年同期0.0)、売上高△3.8(同17.4)、資金繰り△7.7(同△4.3)と前年同期に比べ、全ての項目で悪化の見通しとなりました。

前年同期比 D・I値図表



来期見通し D・I値図表



5) サービス業

売上高

前年比で「増加企業」29.4%「減少企業」52.9%、D・I値△23.5と、前年同期(0.0)に比べ23.5ポイントの大幅な悪化を示しました。

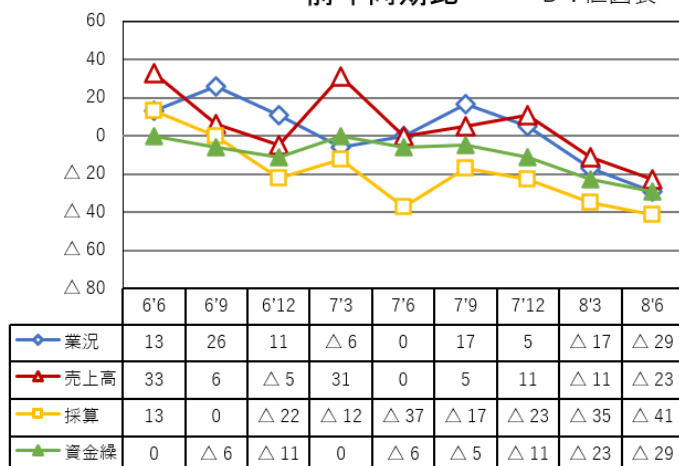
採算

前年比で「好転企業」11.8%「悪化企業」52.9%、D・I値△41.1と前年同期(△37.5)に比べ、3.6ポイントの悪化を示しました。

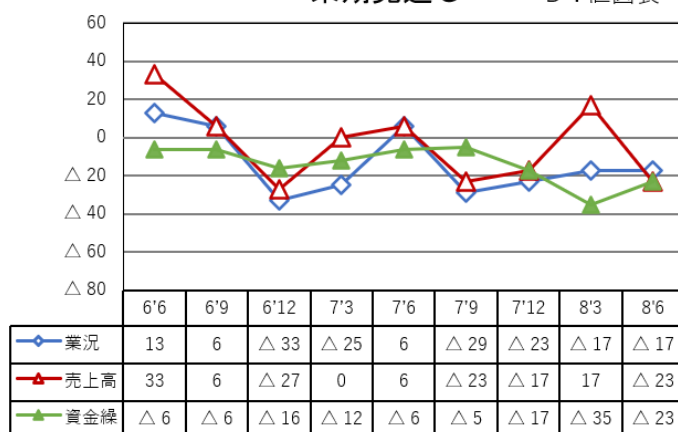
来期見通し

業況D・I値△17.7(前年同期6.3)、売上高△23.6(同6.3)、資金繰り△23.5(同△6.2)と前年同期に比べ、全ての項目で大幅な悪化の見通しとなりました。

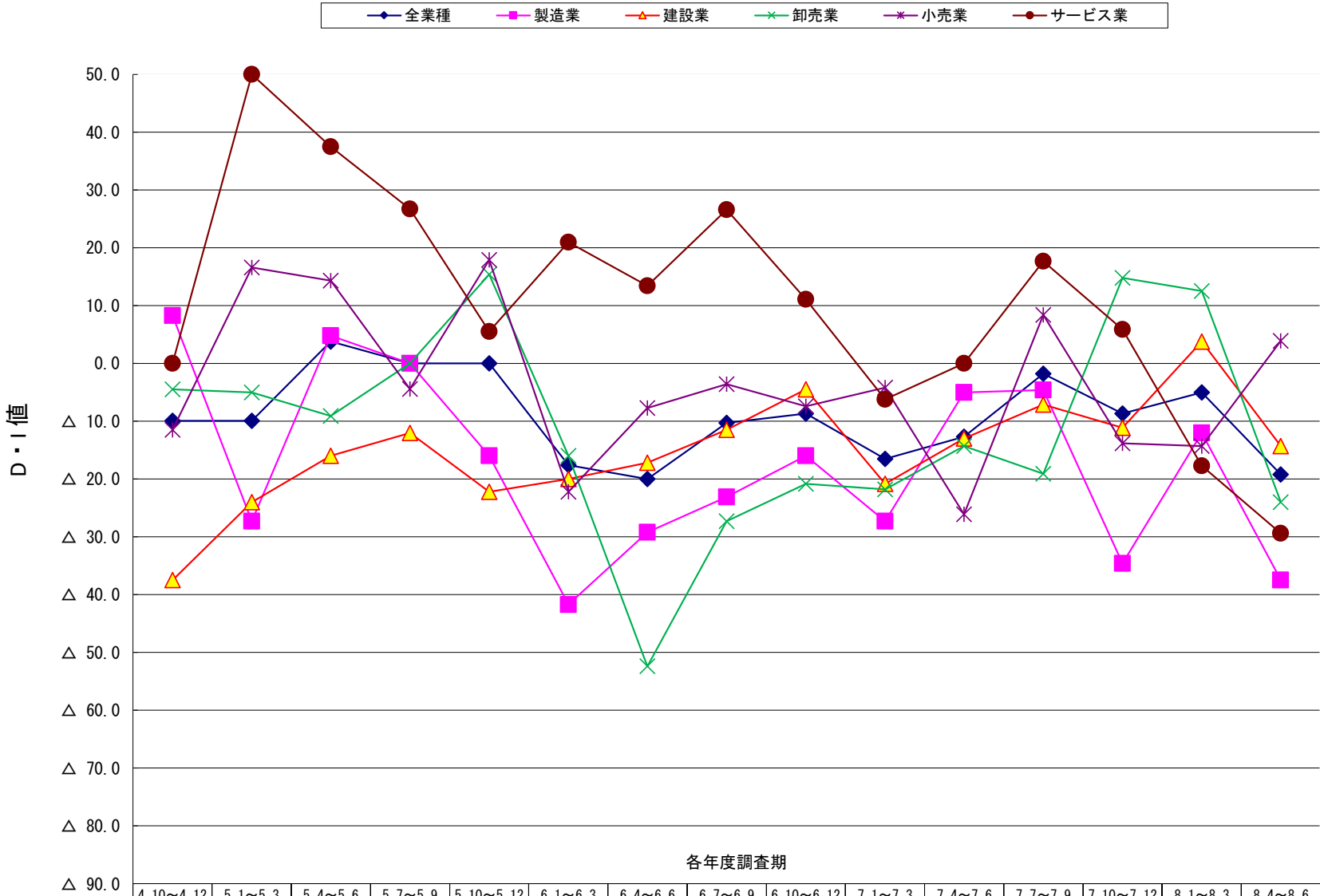
前年同期比 D・I値図表



来期見通し D・I値図表



各年度調査期における業況（前年同期比）のD・I値の比較



	4.10~4.12 令和4年度 Ⅲ	5.1~5.3 令和4年度 Ⅳ	5.4~5.6 令和5年度 Ⅰ	5.7~5.9 令和5年度 Ⅱ	5.10~5.12 令和5年度 Ⅲ	6.1~6.3 令和5年度 Ⅳ	6.4~6.6 令和6年度 Ⅰ	6.7~6.9 令和6年度 Ⅱ	6.10~6.12 令和6年度 Ⅲ	7.1~7.3 令和6年度 Ⅳ	7.4~7.6 令和7年度 Ⅰ	7.7~7.9 令和7年度 Ⅱ	7.10~7.12 令和7年度 Ⅲ	8.1~8.3 令和7年度 Ⅳ	8.4~8.6 令和8年度 Ⅰ
全業種	△ 9.9	△ 9.9	3.8	0.0	0.0	△ 17.6	△ 20.0	△ 10.3	△ 8.7	△ 16.5	△ 12.7	△ 1.8	△ 8.7	△ 5.0	△ 19.2
製造業	8.3	△ 27.3	4.8	0.0	△ 16.0	△ 41.7	△ 29.2	△ 23.1	△ 16.0	△ 27.3	△ 5.0	△ 4.6	△ 34.6	△ 12.0	△ 37.5
建設業	△ 37.5	△ 24.0	△ 16.0	△ 12.0	△ 22.2	△ 20.0	△ 17.2	△ 11.5	△ 4.5	△ 20.8	△ 13.0	△ 7.1	△ 11.1	3.8	△ 14.3
卸売業	△ 4.5	△ 5.0	△ 9.1	0.0	15.4	△ 16.0	△ 52.4	△ 27.3	△ 20.8	△ 21.8	△ 14.3	△ 19.1	14.8	12.5	△ 24.0
小売業	△ 11.5	16.6	14.3	△ 4.4	17.9	△ 22.2	△ 7.7	△ 3.6	△ 7.4	△ 4.2	△ 26.1	8.4	△ 13.8	△ 14.3	3.9
サービス業	0.0	50.0	37.5	26.7	5.5	21.0	13.4	26.6	11.1	△ 6.2	0.0	17.7	5.9	△ 17.7	△ 29.4

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	人 材 不 足	得 意 先 減 少	同業者間の競合
建 設 業	人 材 不 足	諸 経 費 増	人 件 費 増	得 意 先 減 少	同業者間の競合
卸 売 業	諸 経 費 増	人 材 不 足	人 件 費 増	得 意 先 減 少	同業者間の競合
小 売 業	諸 経 費 増	得 意 先 減 少	人 件 費 増	人 材 不 足	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 件 費 増	人 材 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、1位「諸経費増」、2位「人件費増」、3位「人材不足」となっており、前年同期からみると、2位と3位の順位が入れ替わりました。

また、業種別のトップ回答は前年同期からみると、建設業で「人材不足」が、卸売業で「諸経費増」が2位から1位へと順位が入れ替わりました。

業 況

製造業 ⇒ 好転（石材加工、農業用機械）
悪化（建具、菓子、麺類、弁当、ビール、一般製材、農業用コンテナ、一般機械
石灰製品）

建設業 ⇒ 好転（塗装、内装）
悪化（管工事、リフォーム、舗装）

卸売業 ⇒ 好転（家電、自動車ガラス）
悪化（米穀、包装資材、機械工具、上下水道資材、医療機器、玩具）

小売業 ⇒ 好転（自動車、菓子、酒類、眼鏡、家電、生花、プロパン・灯油、食品）
悪化（教材教具、青果、贈答品、家具、日曜大工、火薬）

サービス業 ⇒ 好転（エステ）
悪化（ホテル、写真、建物清掃、床屋、カーリース、IT）

（※太字アンダーライン表示は重複該当業種）

その他及び具体的な業界の問題点等についての記載事項

【製造業】

- 包装資材の入荷遅れや値上がり等、ナフサ不足の影響が続いている。早めの発注を心掛けてはいるが、これから繁忙期に入るので販売機会の喪失が懸念される。
- 仕入れ価格の上昇と人件費の上昇に対し売上があまり上がっていない。
- 電気料金は経営をかなり圧迫している。デマンド料金を月平均などにして欲しい。
- コスト上昇分の価格転嫁が難しい、人件費の上昇による影響が大きい。
- 働き方改革で、外注が増えて大変
- 建設関係の工事が急減している為、倒産、廃業せざるを得ない状態に陥るのではと懸念している。
B. Cクラスの小規模な公共工事の発注によって、生活インフラに直結した電気設備、大工、木工、内装業の仕事が増え、それが防げる手立てになるのではと考えている。

【建設業】

- 人件費の上昇による影響が心配である。
- 不景気のためリフォーム工事までのお金がない人が増えている。
- 材料高騰、材料遅延。
- 値上がり分の価格転嫁はできているが、完成する建物の価格が高くなりすぎて消費が冷え込む懸念あり。各労働者の賃金が上昇すれば問題は解決へ向かう。
- 資材の調達が難しい。(LED照明器具・高圧ケーブル)
- 原油・原材料価格の変動の影響が大きい。
- 原材料価格毎月高騰している。
- 原材料価格・A重油価格が高騰し、今後の高止まりが懸念される。

【卸売業】

- ナフサ由来の商品の出荷制限、価格改定による悪影響。
- 円安が止まらない中、金利上昇や値上げによるコスト増と負担ばかりが大きくなっている。
- 中東情勢の悪化、為替相場の変動の影響による値上げ、一部商品の欠品、出荷規制。この状況が続くと秋、春と更なる値上げが続く。
- 全般的に厳しいです。
- コスト上昇分の価格転嫁が出来ていない。
- 原油・原材料価格の変動の影響。(他1件)
- ナフサ等の不足に起因する商品の欠品(ビニール製品等)による販売機会喪失。

【小売業】

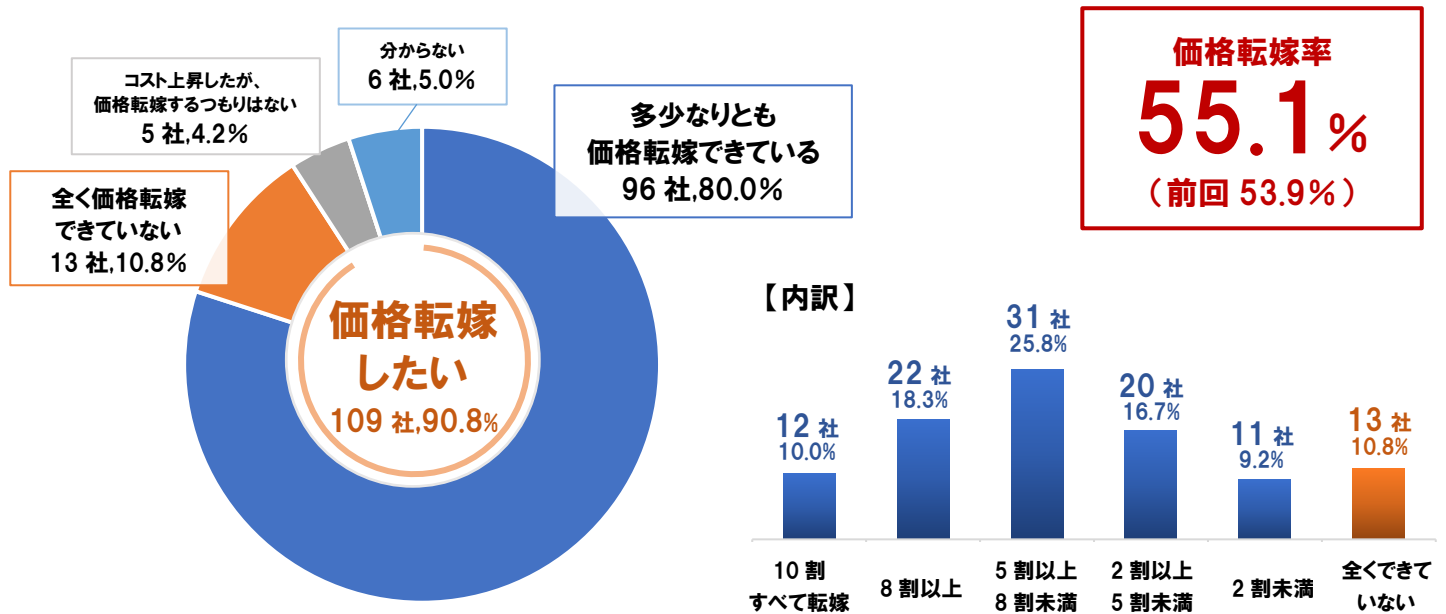
- 消費行動の変化を感じる。小規模小売業の存在意義が薄れてきている。
- 物価上昇による買い控え。
- 原油・原材料価格の変動の影響。(他3件)
- 市中心部の駅前商店街での人の流れが激減しているのも要因の一つだが景気が今一つなのが買い物客の減少に繋がっていきそうな気もして気が気でない。原油・原材料価格の変動は商品の値上げに直結している。
- 原油調達が困難。

【サービス業】

- 物価やエネルギー価格の高騰により主に原価仕入れコストが増加している。人材についてはこれまでの業務体制の見直しをし、業務の効率化に取り組んでいる。無駄な経費の削減と働きやすい職場（特に若い人に）という二つの目的を持って取り組んでいる。
- 宿泊税徴収の煩雑さ。使途についての説明が必要。
- 仕入れ（食材）の価格高騰。
- 常連さんの減少、キッチンカーまつりや地方お祭りが増えた事によりお客さんの流れが変わって街中が前年より静かになった気がする。
- 地場企業の衰退。
- 人件費、材料費、資材高騰など。
- 原油・原材料価格の変動の影響。

原材料価格やエネルギー価格の高止まり、賃金引き上げの動向など、中小企業を取り巻く環境は厳しい状況が続いています。本調査は2025年4月に行った調査※に続き、市内事業者へ「価格転嫁」に関する実態調査をインターネット（Google Forms）、FAXにより実施しました。【2026年7月、回答120社】

■ 現在の価格転嫁の状況について



自社の主な商品やサービスにおいて、コスト上昇分を商品価格やサービス料金にどの程度転嫁できているか調査したところ、「多少なりとも価格転嫁できている」が96社（80.0%）となりました。その内訳をみると「10割すべて転嫁できている」が12社（10.0%）、「8割以上転嫁」が22社（18.3%）、「5割以上8割未満」が31社（25.8%）、「2割以上5割未満」が20社（16.7%）、「2割未満」が11社（9.2%）となり、コスト上昇分を多少なりとも販売価格へ転嫁している状況が伺えました。一方で「全く価格転嫁ができていない」と13社（10.8%）が回答した他、「コスト上昇したが、価格転嫁をするつもりはない」が5社（4.2%）、「分からない」が6社（5.0%）となりました。また、「コストは上昇していない」の回答は0件となり、あらゆる業種で価格高騰が進んでいることが伺えます。

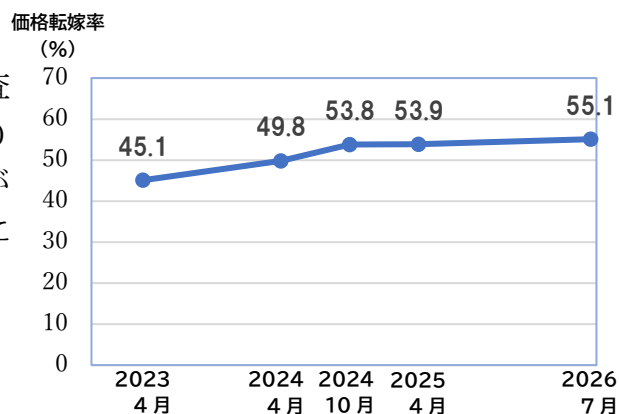
価格転嫁をしたいと考えている企業（「多少なりとも価格転嫁できている」と「全く価格転嫁ができていない」）は全体で109社（90.8%）、このうち販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率」は55.1%となり、前回調査より1.2ポイント上昇する結果となりました。

【これはコストが100円上昇したうち、55.1円分販売価格に反映できていることを示しています。】

※前回調査 <https://kitamicci.or.jp/kcciws/wp-content/uploads/kakakutenkaR6.4.pdf> (2025年4月発表)

■ 価格転嫁率の推移

価格転嫁率は、市内事業者へ初めて調査を行った2023年4月は45.1%、2024年4月が49.8%、2025年4月が53.9%、今回調査が55.1%と徐々に価格転嫁が進んでいます。



■ 業種別の価格転嫁率

業種別にみると、小売業、卸売業、製造業については転嫁率が上昇しました。特に卸売業は、前回から5.3ポイント増加となりました。

一方で、建設業、サービス業については転嫁率が下降しました。度重なる値上げに対応しきれていない状況が伺えます。

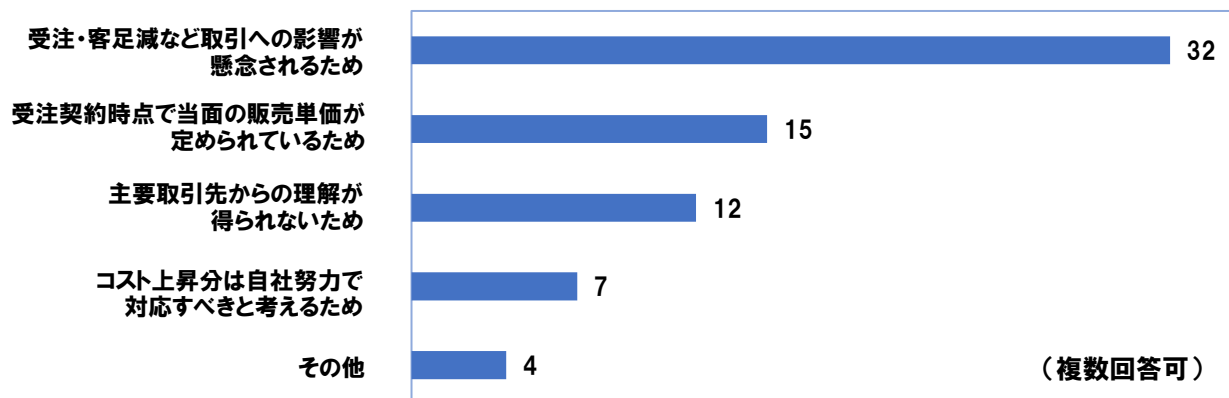
業種別 価格転嫁率

業 種 (回答社数)	前回調査時	今 回
小売業 (26社)	65.0	67.1 
卸売業 (25社)	58.5	63.8 
建設業 (28社)	57.6	56.0 
製造業 (24社)	48.8	50.2 
サービス業 (17社)	32.5	29.3 

■ 価格転嫁できない理由について

コスト上昇分を転嫁できない理由を伺いました。

「受注・客足減など取引への影響が懸念されるため」が32社、「受注契約時点で当面の販売価格が定められているため」が15社、「主要取引先からの理解が得られないため」が12社、「その他」で「北見の相場があるため、転嫁できない」といった回答がありました。「その他」の回答については、後述の価格転嫁に対する記載事項に掲載しています。



価格転嫁に対する記載事項

価格転嫁で苦慮していること

- 単価を上げると、メーカー販売価格が上がり、購入者が二の足を踏むことが考えられる。
(製造業)
- 業界としてはある程度足並み揃えて価格転嫁できている風潮。職人不足と仕事量の減少がある意味帳尻が合ってきている気がする。多少仕事量が減っても利益率アップを目指すべきだと考えている。(建設業)
- コロナ融資の返済が増えたため簡単に顧客に転嫁できない(建設業)
- 工事落札後に材料費上昇があり対応不可なため(建設業)
- コロナ禍以降、毎年値上りが続いている。(建設業)
- 価格転嫁により見積書の価格が上昇、競争激化に加え自社施工の場合、工事原価に影響が出る。(建設業)
- 多少、受注減になっても価格転嫁は強行したいが、先行きが不安。(卸売業)
- 価格転嫁への個々のお客様の考え方が多様化している。(卸売業)
- 競合相手との価格競争。(卸売業)
- 業界全体で一斉に上げなければ難しい。(サービス業)
- 人件費を含む全ての原価が高騰の為、価格に転嫁する事は必要である。フランチャイズ契約の事業の為にフランチャイザーに認めさせる事に時間を要した。(サービス業)
- 北見の相場がある為、転嫁できない
- そもそも売上が不足している

価格転嫁で工夫していること

- こういう情勢だからと仕方がないと顧客からの理解は得られているが、ただ単純に値上げを繰り返すだけだと客離れが起きてしまうので、それに見合う価値の提供を心掛けていきたい
(製造業)
- お客様が離れないような価格設定の見極め。(製造業)
- 何度かに分けて価格転嫁。(製造業)
- 再見積をとる。(建設業)
- 全てのモノが上がっているので、お客様の理解は得られている。しかしサービスの質を落とさないことがマスト。(卸売業)
- サービス内容や工類を見直し、価格改定の必要性を丁寧にお客様へ説明し、ご理解いただき、価格転嫁を実施しました。そのため減少するかもしれない受注を懸念し、今までとは違った提供方法を考え、理解を得られるように努めました。(サービス業)
- 1人前のポーションを減らすなど(サービス業)
- 価格転嫁というより当社はメーカーが組立・販売している商材を値上げされてくるのであまり影響は感じません。(小売業)