

総評

今期建設業は、公共工事請負額が3か月連続で前年実績を上回るなど総じて堅調に推移。年度末に向けた工期の集中により施工体制の過密化が見られる中、特に若年層の確保・定着が業界共通の喫緊の課題となっている。製造業では、地元大手農機メーカーの解散という地域経済を揺るがす事態に直面。取引企業では補用部品の一時的な需要一巡後の受注減少が不可避となった。また、原材料価格の高騰に対して、労務費を含めた価格転嫁が十分に進んでおらず、収益性が悪化。卸売業は飲食料品や建築資材の引き合いが弱まり、力強さに欠ける展開となった。小売業においても、衣料品の低迷や家電の買い替え需要の一巡、新車登録台数の前年割れなど、消費者の節約志向が顕著となった。スーパーでは地震や大雪による物流の混乱が一時的に見られたものの、客数減を客単価の上昇が補う形で、売上は概ね横ばいを維持した。宿泊、飲食業を中心としたサービス業では、年始の地震や大雪によるキャンセルが相次ぎ厳しいスタートとなったが、後半はドラマ「ばけげん」による観光客増や送別会需要により、飲食・特産品を中心に持ち直しの動きが見られた。来期は、ドラマ「ばけげん」効果の継続や大型連休による人流拡大に期待が寄せられている一方、中東情勢の不安定化に伴う原油価格上昇が物流費や原材料費をさらに押し上げ、消費者の節約志向が一段と強まることへの警戒感が高まっている。製造業においては、農機関連の受注減を補完するための販路開拓が急務である。また人手不足が深刻化する中、AIの導入や設備投資による生産性向上、継続的なコスト増に対応する収益構造の見直しが全業種共通の課題となっている。

		前期状況 (10～12月期)	今期状況 (1～3月期)	来期見通し (4～6月期)	調査事業所のコメント
建設業		➡	➡	➡	今期は、全国的にも公共工事請負額が3か月連続で前年を上回り、堅調な動きとなった。一部では年度末の工期集中により施工体制や工程管理に負担が生じたほか、資材価格の高止まりや人手不足も継続している。来期も同様の傾向が見込まれ、適正な工期設定や単価改善への対応が重要となる。また、若者やその保護者によるマイナスイメージからの「建設業離れ」の改善による担い手確保にも国をあげて取り組んでいる。
製造業		➡	➡	➡	今期は大手農機メーカーの解散という構造変化に直面する中、地域内での販路再編や技術維持に向けた動きが活発化した。一方で、製造現場からは深刻な人手不足と原材料高騰に伴う採算悪化を訴える声が多く、特に労務費の価格転嫁が喫緊の課題として浮き彫りになった。来期は輸送費や資材費の上昇に加え、一部資材の調達難や供給網の変化への対応が求められる。各コスト増加の長期化がさらなる収益圧迫を招くことが懸念される。
卸売業		➡	➡	➡	今期は、燃料価格上昇に伴い節約志向が高まった飲食料品関係で引き合いが減少したほか、住宅の着工戸数の減少により、建設業からの引き合いが減少した建築資材関係で受注が減少した。来期は、繰り返される食料品や日用品などの値上げにより、生産性向上による利益確保に対応するため、受発注システムにAIを取り入れるなど設備導入が急務となっているが、同時に導入資金の高騰も懸念される。
小	衣料品	➡	➡	➡	今期は、物価高騰や需要低迷の影響を受け、来店客数の減少や売上の伸び悩みが続いた。仕入単価の上昇や在庫の増加もあり、収益性や資金繰りへの影響が見られた。販売促進や商品構成の工夫を通じて売上改善が試みられたが、利益面では慎重な対応が求められた。来期は、在庫回転率の向上や商品運用の改善を進めることで収益性の持ち直しが期待される。また、消費者ニーズの把握や販売戦略の強化により、来店客数の回復も期待される。
	家電	➡	➡	➡	今期は、省エネタイプやパワーのある寒冷地仕様エアコンは一定の動きはあったが、他のいわゆる白モノ家電については動きが悪かった。概ね全ての製品について仕入れ価格はここ2～3年上がり続けており、価格転嫁はできているものの、故障したから仕方なく買い替えるというマインドが感じられる。来期は、業界的に比較的モノが動かない時期であるため営業活動に注力することで夏季にむけての足掛かりとしたい。
売	自動車	➡	➡	➡	今期は、需要期であり昨年以上に賑わいを見せたところもあるなかで、新型車の投入が少なかったことに加え原材料費および輸送費の高騰による車両価格の上昇、物価の高騰による購入者の低価格志向も強まっていることなどから、登録台数は前年同期比若干減少。来期は、中東紛争の長期化による原油価格の高騰懸念、実質賃金のマイナス傾向、物価高騰の動きが加速しているなかで、自動車税および軽自動車税の環境性能割の恒久廃止や重量税の軽減に加え、新型車や特別仕様車のリリースによる市場の活性に期待。
	スーパー	➡	➡	➡	今期は、雪や地震の影響で配送の遅延・停止が見られ、供給面に不安定さが生じる場面があった。北海道産のじゃがいもや玉ねぎの不作により価格は高騰した一方、米は下落傾向となった。売上高は横ばいながら、客数減少を単価上昇で補う状況となった。来期は、中東情勢の不安定化に伴う原油価格上昇リスクがあり、物流費や原材料費の増加が見込まれる。これにより価格転嫁が進む一方、消費者の節約志向の強まりによる需要抑制が懸念される。
	特産品	➡	➡	➡	今期は、前期に引き続きNHK連続テレビ小説「ばけげん」の影響により、前年同期と比べ観光客が増加し、土産品を中心に売上が伸びている。例年、1～2月は閑散期ではあるものの、全体の売上が押し上げられていることから、前年同期を下回る状況には至っていない。今後は、原材料価格の上昇による工芸品の値上がりなど、来期以降に不透明な要素もあるものの、「ばけげん」効果による観光需要の継続が見込まれ、売上が堅調に推移していくことを期待したい。
サービス業	飲食	➡	➡	➡	今期は、1月は地震発生によるキャンセル、2月は大雪の影響もあり厳しいスタートとなったものの、その後は「ばけげん」効果で観光客増加、3月は送迎会等の団体需要もあり、全体では持ち直した店舗が多かった。来期は、4月、5月の観光・イベントシーズンに入ることから集客に期待している。一方、物価高によるコスト増が続いており経営環境は厳しい。
	旅館・ホテル	➡	➡	➡	今期は、「しまね旅キャンペーン」や「ばけげん」効果を期待して臨んだが、地震や大雪の影響でその効果が打ち消される結果となった。近年、ダイナミックプライシングの導入により客単価の伸びが見られる。来期は、大型連休の需要や「ばけげん」効果を持続する取組みに期待。特に、閑散期6月に予定されている小泉八雲関連の取組みによる宿泊者の底上げを期待。
	運輸・旅客	➡	➡	➡	今期は、地震や大雪の影響で一部支障が発生した。また、3月頃から中東情勢の急激な悪化に伴い、原油価格が急騰。エネルギー供給への不安から、仕入量の確保にも苦慮した事業所もあった。旅客運送業では、「ばけげん」効果でバス・タクシー事業とともに観光需要が見込まれた。来期の出荷については、先行き不透明感や燃料費の高騰の継続が懸念される。旅客運送業では、歓迎会シーズン・大型連休があり需要の増加に期待する。

※売上の前年同期比について ➡ ➡ ➡ により表しています。