

寄稿 「四国地域の設備投資動向」

～2024・2025・2026年度四国地域設備投資計画調査より～

株式会社日本政策投資銀行 四国支店 企画調査課 調査役 藤岡 亜希子 氏

共同調査 企業の教育への関わり方に関する調査

～四国の高校生1万名アンケートから考える地元回帰への取り組み～

四国経済連合会 四国アライアンス地域経済研究会

調査 NHK連続テレビ小説を契機とした「ロケツーリズム」の動向と課題

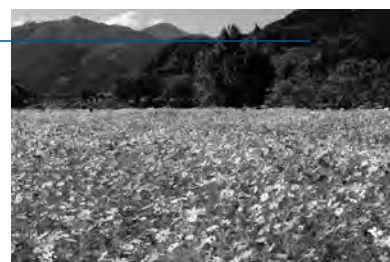
四銀地域経済研究所 主任研究員 山本 翔太郎



## 目次

## 内 容

|                      |                                                                                                                                      |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                    | 寄稿<br>「四国地域の設備投資動向」<br>～2024・2025・2026年度四国地域設備投資計画調査より～<br>株式会社日本政策投資銀行 四国支店<br>企画調査課 調査役 藤岡 亜希子 氏                                   |
| 7                    | 共同調査<br>企業の教育への関わり方に関する調査<br>～四国の高校生1万名アンケートから考える地元回帰への取り組み～<br>四国経済連合会 四国アライアンス地域経済研究会                                              |
| 20                   | 調査<br>NHK連続テレビ小説を契機とした「ロケツーリズム」の動向と課題<br>四銀地域経済研究所 主任研究員 山本 翔太郎                                                                      |
| 36                   | 調査<br>経済・産業を読み解く!ピックアップレポートVol.3 徳島県の経済<br>四国銀行地域イノベーション部(四銀地域経済研究所 特別研究員) 多賀 弘顕<br>四銀地域経済研究所 主任研究員 山本 翔太郎<br>四銀地域経済研究所 主任研究員 森下 和佳奈 |
| 63                   | 調査 第170回 高知県内企業の景況調査                                                                                                                 |
| 73                   | 法務コーナー<br>下請法改正(中小受託取引適正化法)のチェックポイント                                                                                                 |
| 81<br>83<br>85<br>88 | 経済動向<br>……国内経済<br>……四国経済<br>……高知経済<br>……徳島経済                                                                                         |
| 93                   | 経済日誌<br>……(国内・海外)                                                                                                                    |



コスモスまつり (写真提供: 越知町観光協会)





# 「四国地域の設備投資動向」

～2024・2025・2026年度四国地域設備投資計画調査より～

株式会社日本政策投資銀行 四国支店  
企画調査課 調査役 藤岡 亜希子 氏

## 1. はじめに

(株)日本政策投資銀行は、前身である日本開発銀行時代の1956年度より、国内の設備投資動向の調査を行っている。今年度については2025年8月に、2024年度の設備投資実績および2025、2026年度の設備投資計画についての調査結果を公表した(調査時点は2025年7月3日。四国地域については四国支店が公表)。本稿では、2026年度の設備投資計画については未定とする企業が多いことから、調査結果のうち四国地域における2024年度実績および2025年度計画を中心に解説する。

## 2. 調査の概要

当行の地域別設備投資計画調査の概要は以下の通りである。

### (1) 調査方法・設備投資の範囲

調査は対象企業へのアンケート(調査票送付およびWEB回答)により行った。

設備投資額は工事ベースの金額であり、原則として建設仮勘定を含む有形固定資産の計上額(売却、滅失、減価償却を控除せず)で調査した。

### (2) 調査対象・集計分類基準

原則、資本金1億円以上の民間法人企業を対象とした(但し、金融・保険業などを除く)。

集計は主業基準分類(企業の主たる業種に基づく分類)で行っている。

### (3) 回答状況(図表1)

今回の設備投資動向調査は、全国9,140社に調査票を送付し、5,238社から回答をいただいた(回答率57.3%)。うち、本社所在地が四国にある企業については、285社に調査票を送付し、198社から回答をいただいた(回答率69.5%)。

図表1 回答状況

|             |         |
|-------------|---------|
| 調査対象社数      | 9,140 社 |
| うち、本社所在地が四国 | 285 社   |
| 回答社数        | 5,238 社 |
| うち、本社所在地が四国 | 198 社   |
| 回答率         | 57.3 %  |
| うち、本社所在地が四国 | 69.5 %  |

### (4) 四国地域の設備投資集計対象

本調査における四国の設備投資とは、設備投資を実施する企業が四国に本社を有するか否かを問わず、全回答企業(5,238社)を対象に四国で実施される設備投資額を集計したものである。四国に本社を有する回答企業が198社であるのに対し、四国に設備投資を実施すると回答した企業は358社である。

## 3. 四国地域の設備投資動向

2024年度、2025年度の四国地域の設備投資動向は以下の通りである。

### (1) 設備投資動向(図表2)

2024年度実績(以下、増減率は対前年度比)は、製造業が3年連続で増加(2.1%増)し、非製造業が5年ぶりに増加(15.5%増)に転じたことから、全産業でも3年連続で増加(5.9%増)した。

2025年度計画は、製造業が4年連続の増加(8.1%増)、非製造業が2年連続の二桁増(12.5%増)となり、全産業は4年連続で増加(9.1%増)する。

図表2 四国地域の設備投資動向

(単位: %)

|                   | 2023実績            | 今 回 調 査          |                  |
|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
|                   |                   | 2024実績           | 2025計画           |
| 全産業<br>(同除電力)     | 1.7<br>( 15.5 )   | 5.9<br>( 4.0 )   | 9.1<br>( 8.7 )   |
| 製 造 業             | 7.9               | 2.1              | 8.1              |
| 非 製 造 業<br>(同除電力) | ▲ 7.9<br>( 40.4 ) | 15.5<br>( 12.0 ) | 12.5<br>( 10.7 ) |

## (2) 業種別動向 (図表3)

### ① 2024年度実績

製造業は、電気機械 (39.6% 減、寄与度▲13.1%) や食品 (76.9% 減、寄与度▲1.8%) などの業種では、一部投資の先送りや前年度の大型投資の反動などにより減少したが、非鉄金属 (40.0% 増、寄与度5.5%)、化学 (42.6% 増、寄与度2.9%) や輸送用機械 (154.4% 増、寄与度2.9%) などの一部企業で、中長期的な需要増加に向けた電池材料等の能力増強投資や低・脱炭素化に向け需要が見込まれる分野への対応投資があったことなどから増加し、全体では3年連続の増加 (2.1% 増) となった

非製造業は、電力 (20.9% 増、寄与度2.3%) が増加に転じたほか、新規店舗や本社関連投資があった卸売・小売 (24.6% 増、寄与度1.2%) や、新造船建造などがあった運輸 (8.9% 増、寄与度0.5%) が増加したことなどから、全体では5年ぶりに増加 (15.5% 増) した。

### ② 2025年度計画

製造業は、電池材料等の能力増強投資を継続している非鉄金属 (6.3% 減、寄与度▲1.3%) が、高水準を維持しつつも前年度比で減少することや、石油 (38.4% 減、寄与度▲0.8%) や一般機械 (6.1% 減、寄与度▲0.2%) が、前年度の大型投資の反動により減少するものの、蓄電池関連の能力増強投資がある電気機械 (11.4% 増、寄与度2.6%) や、製品高度化やBCP対応の投資がある化学 (18.7% 増、寄与度1.5%)、低・脱炭素化に向けた対応投資のある輸送用機械 (27.2% 増、

寄与度1.4%) などの業種が増加することから、全体では4年連続で増加 (8.1% 増) する。

非製造業は、店舗の新設・改装の反動減がある卸売・小売 (26.2% 減、寄与度▲1.8%) や、長期的な大型投資が終了するその他の非製造業 (10.9% 減、寄与度▲0.1%) などが減少するものの、低・脱炭素化に向けた対応投資のあるガス (124.0% 増、寄与度1.8%) や、事業多角化に向けた投資のある運輸 (20.5% 増、寄与度1.2%)、事業所新設がある建設 (66.3% 増、寄与度0.6%) などが増加することから、全体では2年連続で二桁増 (12.5% 増) となる。

図表3 四国地域の業種別 設備投資動向

(単位: %)

|          | 2024実績  |        | 2025計画 |       |
|----------|---------|--------|--------|-------|
|          | 増減率     | 寄与度    | 増減率    | 寄与度   |
| 全産業      | 5.9     | 5.9    | 9.1    | 9.1   |
| (同除電力)   | 4.0     | 3.6    | 8.7    | 8.6   |
| 製造業      | 2.1     | 1.5    | 8.1    | 6.3   |
| 電気機械     | ▲ 39.6  | ▲ 13.1 | 11.4   | 2.6   |
| 化 学      | 42.6    | 2.9    | 18.7   | 1.5   |
| 輸送用機械    | 154.4   | 2.9    | 27.2   | 1.4   |
| 織 維      | 31.1    | 0.7    | 28.9   | 0.9   |
| 窯業・土石    | 10.0    | 0.2    | 41.6   | 0.9   |
| 食 品      | ▲ 76.9  | ▲ 1.8  | 122.4  | 0.8   |
| 紙・パルプ    | 46.0    | 2.0    | 3.3    | 0.2   |
| 鉄 鋼      | ▲ 4.8   | ▲ 0.0  | 34.0   | 0.1   |
| その他の製造業  | 8.9     | 0.2    | 2.8    | 0.1   |
| 精密機械     | ▲ 100.0 | ▲ 0.0  | —      | —     |
| 一般機械     | 31.3    | 0.6    | ▲ 6.1  | ▲ 0.2 |
| 石 油      | 187.4   | 1.3    | ▲ 38.4 | ▲ 0.8 |
| 非鉄金属     | 40.0    | 5.5    | ▲ 6.3  | ▲ 1.3 |
| 非製造業     | 15.5    | 4.4    | 12.5   | 2.7   |
| (同除電力)   | 12.0    | 2.1    | 10.7   | 2.2   |
| ガ ス      | 9.3     | 0.1    | 124.0  | 1.8   |
| 運 輸      | 8.9     | 0.5    | 20.5   | 1.2   |
| 建 設      | 74.4    | 0.1    | 66.3   | 0.6   |
| 電 力      | 20.9    | 2.3    | 43.5   | 0.5   |
| 通信・情報    | ▲ 4.3   | ▲ 0.1  | 17.9   | 0.3   |
| リース      | 53.3    | 0.1    | 44.1   | 0.2   |
| サービス     | 9.3     | 0.1    | 9.1    | 0.1   |
| 不動産      | 15.5    | 0.2    | ▲ 4.4  | ▲ 0.1 |
| その他の非製造業 | ▲ 20.9  | ▲ 0.2  | ▲ 10.9 | ▲ 0.1 |
| 卸売・小売    | 24.6    | 1.2    | ▲ 26.2 | ▲ 1.8 |

注) 寄与度＝前年度構成比×当年度増減率×100 (合計は全体の増減率に一致)  
業種は製造業、非製造業ごとに2025年度計画の寄与度順に並べ替え後

## (3) 高知県ほか四国4県の県別動向 (図表4)

高知県の2025年度計画は、非製造業が大幅増となる一方で製造業が減少することから、全産業ベースでは微減 (▲0.2%) となる。

製造業は、プラント建設等のある窯業・土石や鉄鋼が増加するものの、工場新設投資が剥落する



一般機械や化学などが減少するため、全体では減少（17.8%減）に転じる。

非製造業は、長期的な大型投資が終了するその他の非製造業などが減少するものの、設備の維持更新がある電力のほかりースなどが増加するため、全体では大幅増（30.0%増）となる。

その他四国3県（徳島県、香川県、愛媛県）の設備投資動向は図表4の通りであり、愛媛県はウエイトの高い非鉄金属が高水準を維持しつつも前年度比で減少することから全体でも微減となっているが、四国地域の設備投資動向は概ね堅調である。

図表4 四国地域の各県別 設備投資動向

| (単位：％) |        |        |        |        |       |
|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
|        | 2023実績 | 今回調査   |        |        |       |
|        |        | 2024実績 | 2025計画 | 製造業    | 非製造業  |
| 高 知 県  | 0.8    | 47.7   | ▲ 0.2  | ▲ 17.8 | 30.0  |
| 徳 島 県  | 12.6   | ▲ 37.4 | 12.1   | 14.1   | ▲ 2.4 |
| 香 川 県  | 13.4   | 15.3   | 27.6   | 30.1   | 23.3  |
| 愛 媛 県  | ▲ 10.8 | 43.2   | ▲ 0.3  | ▲ 0.6  | 1.1   |
| 四 国 計  | 1.7    | 5.9    | 9.1    | 8.1    | 12.5  |

## 4. 全国の設備投資動向

### (1) 全国の設備投資動向（図表5）

全国の2024年度設備投資実績は、「投資内容の精査、無駄の見直し」に加え「工期の遅れ」や「工事費高騰に伴う見直し」等を背景に計画時点（前年比20.6%増）からは下方修正されたものの、通信・情報のA I 計算基盤構築や自動車の電動化投資などにより、3年連続で増加（9.8%増）した。

2025年度計画は、製造業が大幅増（21.4%増）となることに加え、非製造業も二桁増（10.7%増）となることから、全産業でも4年連続で増加（14.2%増）する。

製造業では、半導体や電動化関連を中心に、素材業種や自動車などで増設・拡張投資が継続する。また、鉄鋼の電磁鋼板増産や電炉新設、石油のS A F等次世代燃料増産など脱炭素関連の高度化・高付加価値化投資も見込まれる。

非製造業では、運輸業を中心に、インバウンド

需要の増加を受け、空港機能の増強に加えて、新型航空機・車両の購入が増加するほか、駅周辺・都心再開発も継続する。

図表5 全国の設備投資動向

| (単位：％) |         |        |         |        |
|--------|---------|--------|---------|--------|
|        |         | 2023実績 | 今 回 調 査 |        |
|        |         |        | 2024実績  | 2025計画 |
| 全 国    | 全 産 業   | 7.4    | 9.8     | 14.2   |
|        | 製 造 業   | 13.2   | 5.0     | 21.4   |
|        | 非 製 造 業 | 4.6    | 12.2    | 10.7   |

### (2) 地域別設備投資動向（図表6）

2025年度の地域別設備投資計画は、東北以外の9地域で増加の計画となっており、北陸、北海道、東海などの伸びが高く、全国計では二桁増（14.2%増）となる。

地域別では、北陸は、生産能力増強や設備合理化により増加した電気機械、研究開発投資や能力増強投資が進む金属製品などにより、6年ぶりに増加に転じ大幅増となる。北海道は、発送電関連設備の更新を行う電力や施設更新・拡大が進む不動産、維持更新投資のある鉄鋼などが牽引役となり、3年連続かつ大幅増となる。また東海は、電動化を中心に次世代型車両開発への投資が増加する輸送用機械が牽引することに加え、名古屋駅周辺でも再開発に向けた動きが顕著な運輸が増加し、5年連続かつ大幅増となる。

図表6 地域別の設備投資動向（対前年度比増減率）

（単位：％）

|       | 2023年度<br>実績 | 今 回 調 査      |              |      |      |                               |                                 |
|-------|--------------|--------------|--------------|------|------|-------------------------------|---------------------------------|
|       |              | 2024年度<br>実績 | 2025年度<br>計画 | 製造業  | 非製造業 | 主な増加業種（増加率）                   | 主な減少業種（減少率）                     |
| 北海道   | 13.0         | 40.6         | 31.9         | 3.5  | 38.6 | 電力（94.7）、<br>不動産（47.8）        | 卸売・小売（▲25.7）、<br>その他の製造業（▲55.8） |
| 東北    | ▲12.8        | 8.1          | ▲1.0         | ▲8.7 | 10.2 | 卸売・小売（22.2）、<br>一般機械（99.5）    | 化学（▲37.0）、<br>電気機械（▲41.0）       |
| 北関東甲信 | 7.2          | 38.9         | 9.9          | 14.9 | 1.4  | 化学（41.0）、<br>一般機械（58.8）       | 電力（▲11.1）、<br>その他の製造業（▲19.1）    |
| 首都圏   | 9.6          | 9.0          | 19.2         | 20.5 | 18.9 | 運輸（28.5）、<br>不動産（11.2）        | 化学（▲15.5）、<br>建設（▲15.7）         |
| 北陸    | ▲2.6         | ▲10.8        | 53.0         | 59.5 | 33.1 | 電気機械（127.1）、<br>その他の製造業（60.8） | 鉄鋼（▲18.5）、<br>建設（▲13.8）         |
| 東海    | 14.3         | 12.5         | 28.7         | 31.6 | 18.5 | 輸送用機械（31.5）、<br>運輸（52.1）      | 化学（▲26.4）、<br>サービス（▲6.9）        |
| 関西    | 20.1         | 6.9          | 22.4         | 29.4 | 18.3 | 運輸（27.9）、<br>建設（206.2）        | 不動産（▲6.8）、<br>サービス（▲12.1）       |
| 中国    | 12.5         | 21.8         | 20.6         | 40.0 | ▲6.6 | 電気機械（231.1）、<br>卸売・小売（29.5）   | 電力（▲94.9）、<br>紙・パルプ（▲46.6）      |
| 四国    | 1.7          | 5.9          | 9.1          | 8.1  | 12.5 | 電気機械（11.4）、<br>ガス（124.0）      | 卸売・小売（▲26.2）、<br>非鉄金属（▲6.3）     |
| 九州    | 46.2         | ▲8.8         | 4.5          | 5.9  | 3.1  | 精密機械（63.7）、<br>釜業・土石（81.7）    | 非鉄金属（▲40.0）、<br>建設（▲60.9）       |
| 全国    | 7.4          | 9.8          | 14.2         | 21.4 | 10.7 | -                             | -                               |

注）主な増加業種、減少業種は、寄与度の高い上位及び下位2業種を掲載している

## 5. 四国の企業行動に関する意識調査

2025年度の四国地域の設備投資計画は、ここ数年四国地域の設備投資を牽引している、中長期的な需要増加を受けた電池材料等の能力増強投資が継続して実施されている他、CO<sub>2</sub>排出量の多い従来の燃料から、より環境負荷の少ない燃料への転換など低・脱炭素社会を見据えた投資が製造業、非製造業を問わず幅広い業種で実施されており、四国地域の設備投資マインドは堅調であると言える。

以降では、足下の重要テーマに関する企業の意識や見通し等を把握する目的で当調査と同時に実施した「企業行動に関する意識調査」より、企業経営や人的投資、カーボンニュートラルに向けた取り組み等について、四国地域に本社を置く企業の回答<sup>1</sup>を取りまとめたものを紹介する。

### （1）事業におけるリスクおよび成長要因（図表7）

事業への影響が大きいリスク要因として、最も多いのが「物価上昇」であり、次いで「人件費上昇」や「人手・後継者不足」となっている。原材料・エネルギー価格の高騰や、人手不足およびそれを背景とした人材確保のための賃金引き上げなど、外部環境の変化や構造的な要因をリスクと捉えている企業が多いことが分かる。

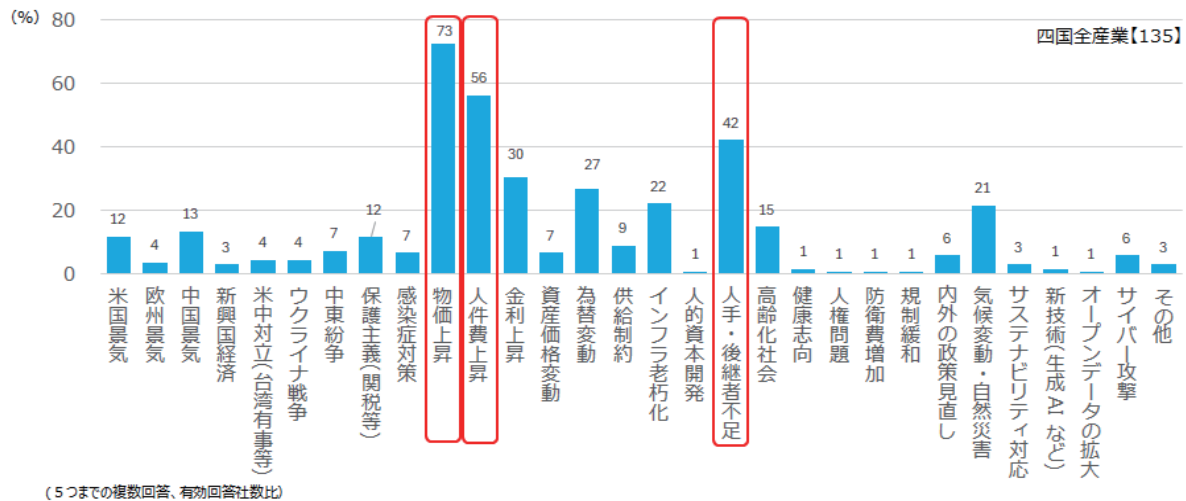
反対に、事業への影響が大きい成長要因としては、「新技術（生成AIなど）」を挙げる割合が高い。四国においてもChatGPTなどの生成AIを活用し、業務効率化や省力化などを図る企業が増えると考えられる。

その他では「内外の政策見直し」や「規制緩和」も多く、それらによる新たなビジネス機会の創出や既存の障壁が取り除かれる等への期待が感じられる。

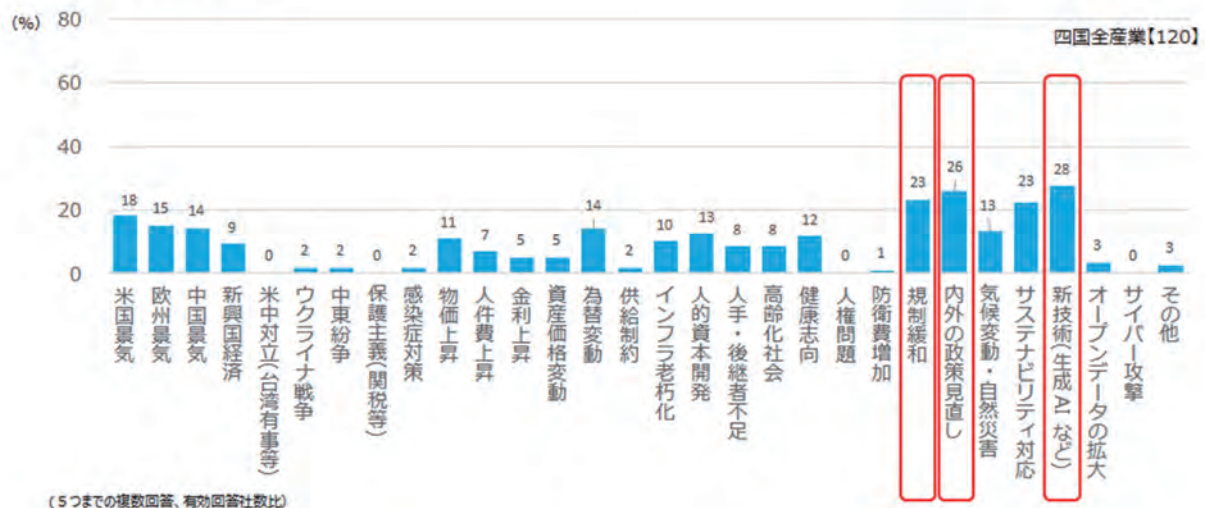
<sup>1</sup> 大企業（資本金10億円以上）20社、中堅企業（同10億円未満）126社。回答社数は1問でも有効回答があった企業。各設問の回答社数はこれを下回るものが多い。

図表7 事業におけるリスクおよび成長要因

事業への影響が大きいリスク要因



事業への影響が大きい成長要因



## (2) 人材不足への対応策 (図表8)

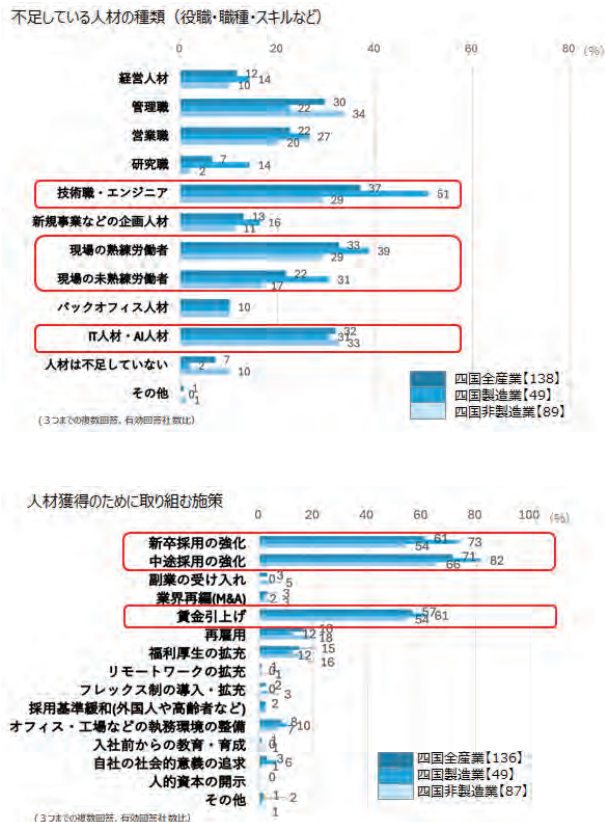
不足している人材の種類(役職、職種、スキルなど)については、「技術職・エンジニア」が最も多く、とりわけ製造業では半数を超えている。次いで「現場の熟練労働者・未熟練労働者」が製造業において高く、また「IT人材・AI人材」では非製造業の比率が高くなっている。製造業と非製造業でやや違いはあるものの、幅広い職種で人材不足を感じている様子がうかがえる。

続いて人材獲得のために取り組む施策としては、「中途採用の強化」と「新卒採用の強化」が多く、製造業においては「中途採用の強化」が8割を超えており、即戦力となる人材の獲得に注力

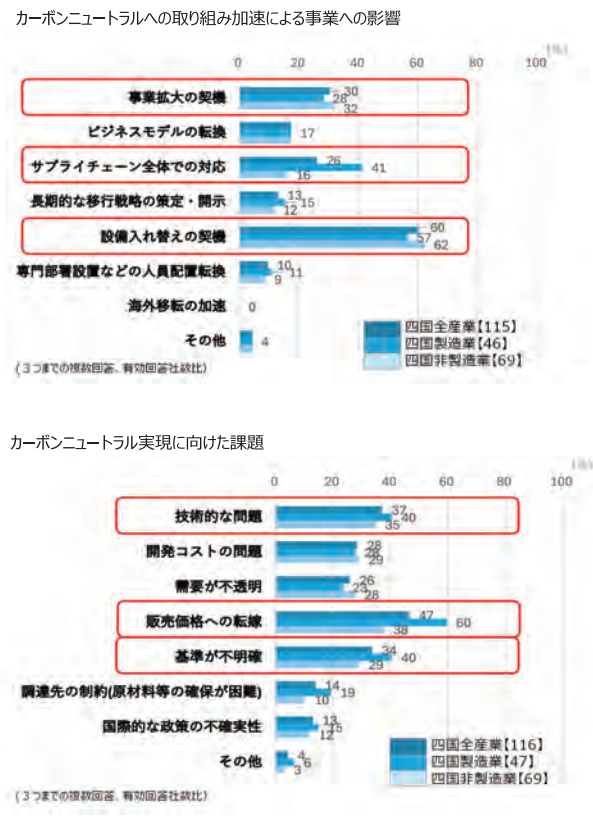
していることが分かる。また「賃金引上げ」の回答も5割超と多く、各社が中途および新卒採用を強化するとともに、優秀な人材の確保や離職防止を図る観点で、賃金引上げを実施していると言える。



図表8 人材不足への対応策



図表9 カーボンニュートラルに向けた取り組み



### （3）カーボンニュートラルに向けた取り組み（図表9）

カーボンニュートラルへの取り組みが加速することによって想定される事業への影響については、製造業、非製造業ともに約6割が「設備入れ替えの契機」となると回答している。脱炭素に向けた意識が、既存設備の更新時等に環境負荷の低い最新設備への入れ替えを実施するきっかけになっていると考えられる。その他、「事業拡大の契機」や、とりわけ製造業において「サプライチェーン全体での対応」の割合も高くなっている。

カーボンニュートラルの実現に向けた課題については、「販売価格への転嫁」が全体で5割弱と最も多く挙げられており、脱炭素の取り組みと採算性の両立が最大の課題であると言える。次いで「技術的な問題」や「基準が不明確」との回答割合も高く、企業が具体的な取り組みを進める上でのデータや手段に関する情報が不足していることも考えられる。

## 6. 今後の設備投資動向 ～先行き不透明感はあるも増加を維持～

足下では、米国による関税措置や、それを起点とする国内および海外景気の減速懸念、また地政学リスクに加え、原材料や建築価格の高騰など、設備投資を左右する先行きの不透明感が高い状況にある。しかしながら、全国的に設備投資計画は増加基調を維持しており、企業の設備投資への意欲は底堅い状況にある。

加えて高知県をはじめとする四国地域においては、カーボンニュートラル関連投資のみならず、全国平均を上回るスピードで加速する人口減少を背景に、ロボットやデジタル技術も活用した省力化や既存の人材を最大限活用するための人的投資が活発化することが期待される。

当行では、今後ともこうした動向に注目しつつ企業の競争力強化を通じた四国経済の持続的な発展に向け、様々な形でサポートして参りたい。

# 企業の教育への関わり方に関する調査

～四国の高校生1万名アンケートから考える地元回帰への取り組み～



四国経済連合会

四国アライアンス地域経済研究会

本稿は、2024年度、四国経済連合会と四国の地方銀行4行（四国銀行、阿波銀行、百十四銀行、伊予銀行）による四国創生に向けた包括提携「四国アライアンス」の地域経済研究会（4行の系列シンクタンクで構成）が共同で作成した、『企業の教育への関わり方に関する調査～四国の高校生1万名アンケートから考える地元回帰への取り組み～』の概要版として、四銀地域経済研究所が再編集しました。

報告書の本編は、四国経済連合会（<https://yonkeiren.jp>）、ならびに四銀地域経済研究所（<https://www.shikokubank.co.jp/ser>）のホームページにて掲載しています。

本調査の実施にあたり、アンケートなどにご協力いただいた県教育委員会や高等学校の教職員の皆様方に対しまして、心より感謝申し上げます。

## 1. 四国の現状と課題

四国の人口は1985年から2023年の40年間で約70万人減少し、2005年以降は減少速度が加速している。将来推計では2050年には2020年比で総人口が約110万人、生産年齢人口は約80万人減少すると予測されている（図表1-1）。

人口減少の要因は、少子高齢化による自然減と、県外流出による社会減である。特に若者の県外流出が顕著であり、年齢階級別の人口動態（2023年）によると、四国の転出超過数（＝転出数－転入数）10,555人のうち、15～24歳が8,726人と約8割を占めている（図表1-2）。

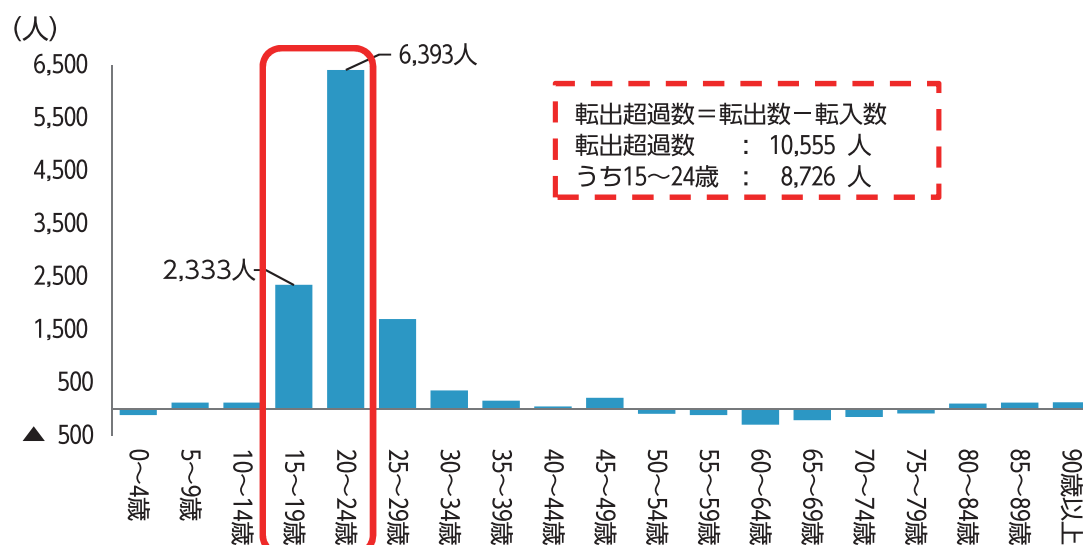
少子高齢化に伴う「自然減」と、若者を中心とした転出超過による「社会減」によって、四国の人口減少は急速に進んでおり、将来的な労働力不足も懸念される。人口減少が深刻化する地域社会が今後も存続するためには、若者が育った地域に戻って来てくれることが大きな意味を持つ。人口動態の推移は、多くの若者にとって高校卒業後の進路選択が地元を離れるかどうかを判断する最初の分かれ道となることを示している。そうした進路選択を控えた高校生が、自身の将来をどのように考えているのかを知することは、県外流出を可能な限り抑制するための解決の糸口になると考える。

図表1-1 四国の人口推移

|                      | 2020年 | 2050年 | 増減     |
|----------------------|-------|-------|--------|
| 四国の総人口               | 370万人 | 260万人 | ▲110万人 |
| うち、労働力人口<br>(15～64歳) | 200万人 | 120万人 | ▲80万人  |

資料：国立社会保障・人口問題研究所「都道府県・市区町村別の男女・年齢（5歳）階級別将来推計人口-『日本の地域別将来推計人口』（令和5（2023）年推計）」を基に作成

図表 1－2 年齢階級別 四国の転出超過数（2023年）



資料：総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告（日本人移動）」（2023年）

注：マイナス（▲）は転入超過（転入数＞転出数）

## 2. 四国の高校生へのアンケート

四国への回帰を促す要因を分析し、地域社会が目指すべき方向性を探るため、四国内の県立高校2年生および中等教育学校5年生ならびに私立・専門学校を含む約1万名の生徒へアンケート調査を実施した。

進路選択を控える四国内の高校生を対象に、地元への愛着度や将来の進路と居留意向、知っている地元企業名などについて、アンケートを行った。なお、本調査では、将来の居留意向のうち「ずっと住み続けたい」を定住志向、「一度県外へ出て、地元に戻って住みたい」を回帰志向と定義した。

|          |                                                     |
|----------|-----------------------------------------------------|
| 調査対象     | 四国の高校2年生および中等教育学校5年生：24,075名<br>(徳島県は定時制や高専などを含む)   |
| 調査方法     | WEB アンケート                                           |
| 有効回答数（率） | 11,648名（48.4%）<br>※うち、高知県は対象3,198名中1,255名（回答率39.2%） |

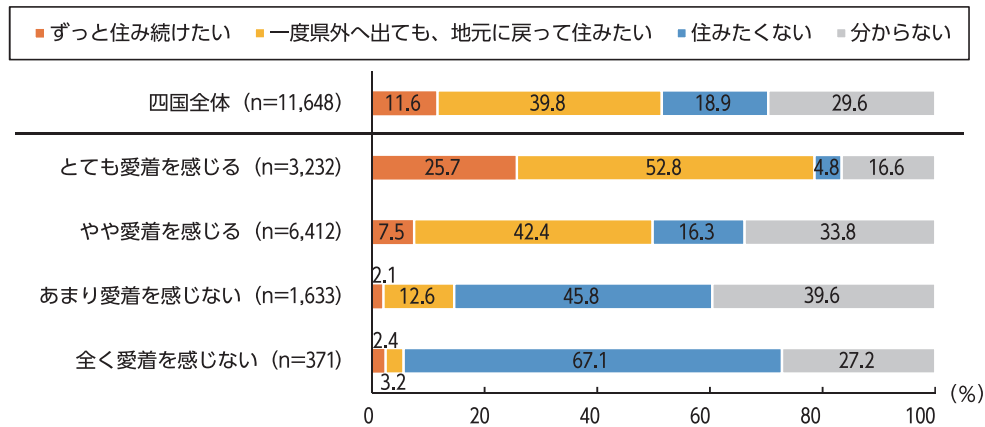
### A. 地元に対する愛着と将来の居留意向

将来の居留意向を尋ねたところ、「ずっと住み続けたい」「一度県外へ出て、地元に戻って住みたい」が合わせて51.4%と5割を超えている（図表2－1）。

また、地元に対する愛着度と将来の居留意向の関係をみると、愛着が強いほど、定住志向または回帰志向が高くなる傾向がある。



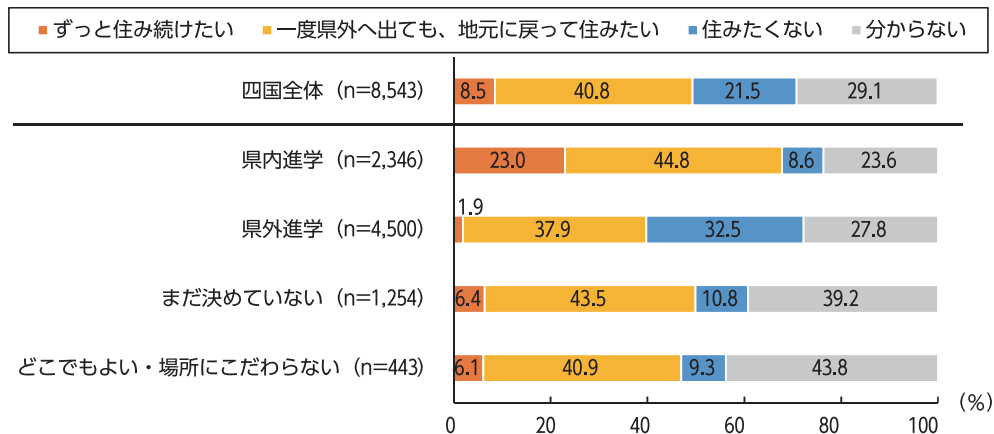
図表 2-1 地元への愛着度と将来の居住意向



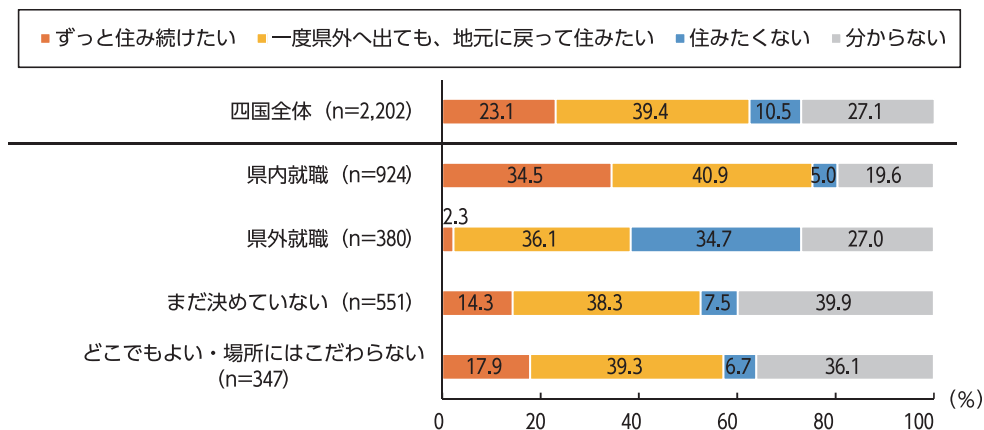
## B. 高校卒業後の進路希望と将来の居住意向

「ずっと住み続けたい」「一度県外へ出ても、地元に戻って住みたい」と回答した生徒の割合は、進学希望者が49.3%、就職希望者が62.5%となった。県外への進学や就職を希望している生徒や、「まだ決めていない」、または「どこでもよい・場所にこだわらない」と回答した生徒については、回帰志向を持つ生徒の割合はそれぞれ約4割となった（図表2-2、図表2-3）。

図表 2-2 進学希望者と将来の居住意向



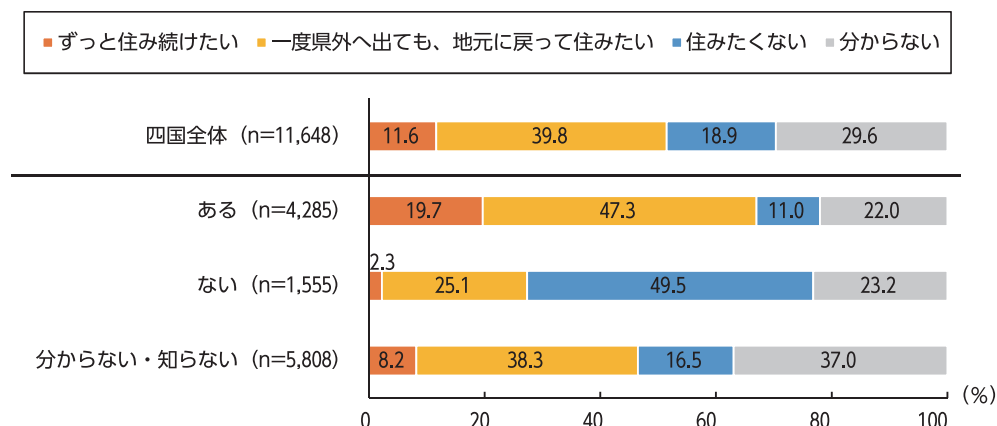
図表 2-3 就職希望者と将来の居住意向



### C. 働きたい地元企業の有無と将来の居住意向

働きたい地元企業の有無と将来の居住意向の関係をみると、「ある」と回答した生徒は定住または帰志向を持つ割合が67.0%と高く、「ない」と回答した生徒では約半数が「住みたくない」（49.5%）と考える傾向がみられた（図表2-4）。地元で働くイメージを持てるかどうかは、将来の居住意向に影響を与える要素の一つと考えられる。

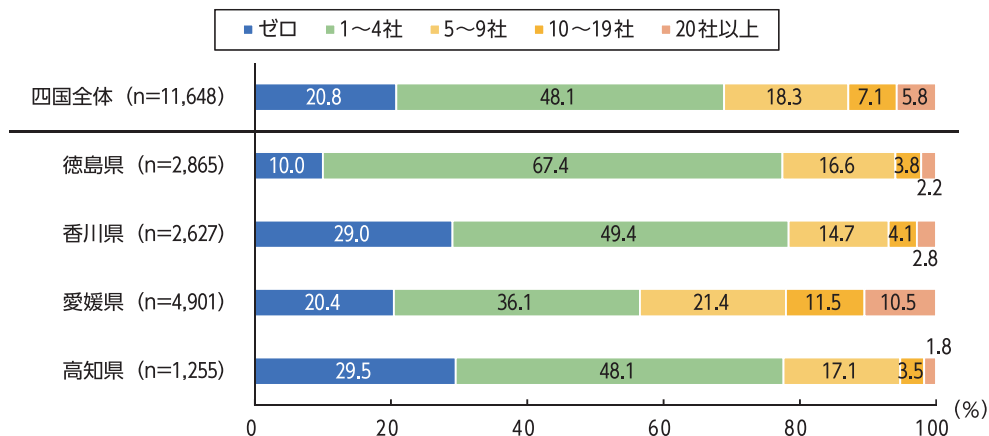
図表2-4 働きたい企業の有無と将来の居住意向



### D. 知っている地元企業の数とその企業を知るきっかけになったもの

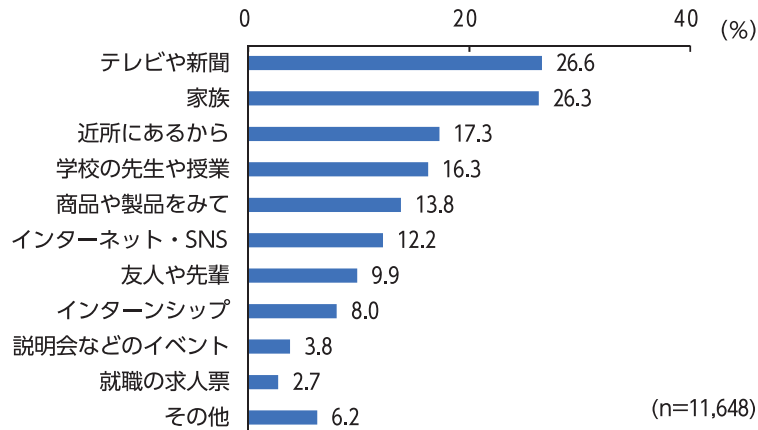
名前だけでも知っている地元企業数を尋ねたところ、全体では「1～4社」と回答した割合が48.1%と最も多く、次いで「ゼロ」（20.8%）となった。県別では、「ゼロ」と「1～4社」の割合に大きな違いがみられるが、5社以上を知っている生徒が比較的少ない傾向にあることは共通している（図表2-5）。

図表2-5 名前だけでも知っている企業数



また、企業を知るきっかけについて尋ねたところ、「テレビや新聞」（26.6%）と「家族」（26.3%）が最も多く、次いで「近所にあるから」（17.3%）や「学校の先生や授業」（16.3%）が続く（図表2-6）。メディアを通じて知るのはもちろんだが、日常生活でよく目にしたり、身近な人が営んでいたりすることで知るケースもあり、高校生との距離の近さを知るための1つの要因になっていると考えられる。

図表 2-6 会社を知ったきっかけ（複数回答）



### 3. キャリア教育の必要性

1 万名を超える生徒からの回答を基に進路選択における意識を分析した結果、将来的な回帰志向を高める上でのポイントとして、以下の4点が挙げられる。

- ①地元への愛着が強いほど定住志向または回帰志向が高くなる
- ②県外進学者でも「地元に戻って住みたい」が4割近くを占め一定数存在している
- ③地元で働くイメージを持てることが将来の居住意向に影響を与える可能性がある
- ④高校生と企業との距離の近さが認知度を高める要因の1つになっている

県外での進学や就職希望者の中にも、回帰志向を持つ生徒が一定数存在していること、地元で働くイメージを持てることが将来の居住意向に影響を与える可能性がある点を踏まえると、地域と地元企業をより身近に感じる取り組みを通じて、「いつかは戻りたい」という回帰志向の意識を高めていくことが求められる。

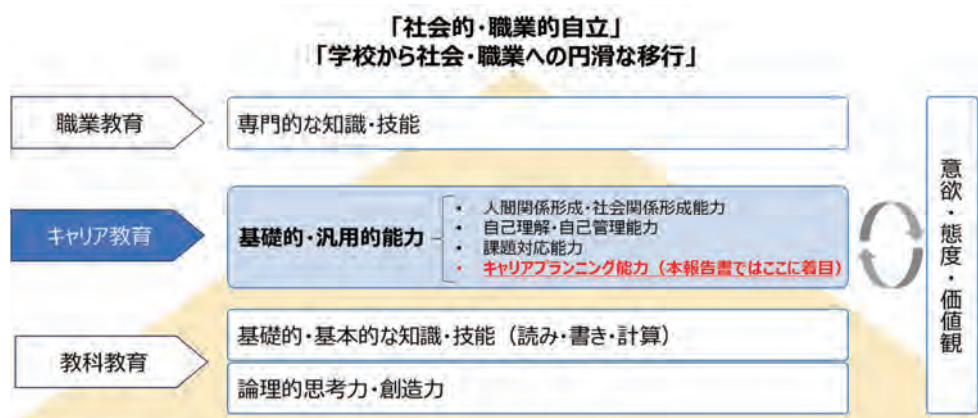
そのため、県外進学前の段階で地域や企業と接点を持ち、進学後も関係性を維持し続けられるような継続性ある取り組みが望まれており、地域や企業が、高校生一人一人の将来を考えるための機会を提供する場として、いわゆる「キャリア教育」への取り組みを強化する必要性がある。

1999年に初めて定義付けられ、主に生徒の職業観・勤労観の育成に主眼が置かれていた「キャリア教育」は、その後2011年に「一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育」と再定義された。

この定義に基づき育成される様々な能力のうち、「キャリアプランニング能力」は、働くことの意義を理解し、主体的に自身のキャリアを形成していく力とされ、その育成には企業活動や働く社員の生の声を知り、地元企業について理解を深めることが有用とされる（図表 3-1）。企業のキャリア教育への参画は、地方で特に顕著に進む人口減少・少子高齢化に歯止めをかける観点からも重要であり、地域活性化にもつながる取り組みと言える。



図表 3-1 「社会的・職業的自立」「学校から社会・職場への円滑な移行」に必要な能力



資料：文部科学省「中学校・高等学校キャリア教育の手引き」（2023年）を基に四国経済連合会作成

## 4. 高等学校におけるキャリア教育の取り組み

教育現場での具体的なキャリア教育の現状、企業連携の経緯、取り組み内容、成果、今後の課題を明らかにするため、四国内の高等学校9校にヒアリング調査を行った。ここでは、高知県の2校における取組概要を紹介する。

### （1）高知県立伊野商業高等学校 キャリアビジネス科

高知県立伊野商業高等学校（以下、同校）では、2012年に「キャリアビジネス科」を設置し、キャリア教育を重視したカリキュラムとなっている。特に2年次生全員が参加する4日間のインターンシップが中心的なプログラムとなっており、2023年度は58社が受け入れに協力した。

インターンシップを通じて職業生活に必要な知識・技能を習得し、就職につながるケースもあるなど、生徒のキャリア形成に役立っている。

また、同校ではこの他、2年次に選択できる4つの専門コースがあり、生徒の興味関心や進路目標に合わせたカリキュラムに基づき、地域と連携した実践的な学びを提供している。

一方で、適切なインターンシップ受入先の選定が難しく、小規模企業では期待した職業体験ができないこともある。また、各コースの特色を活かせる受入先の確保や、教職員の負担軽減が課題となっている。今後はインターンシップ受入先の選定や仲介、そして受入先相互の情報交換による受入体制の整備など、企業側の窓口を担える中間組織による支援体制の整備が期待されている。



インターンシップ



観光列車のおもてなし

## (2) 高知県立室戸高等学校 総合学科

高知県立室戸高等学校（以下、同校）は、室戸ユネスコ世界ジオパークに認定されている室戸市に位置し、地域の発展に貢献できる人材育成を目指している。2019年度から3年間、文部科学省指定事業に選ばれ、地域とともに歩む学校として、ESD（持続可能な開発のための教育）の視点ですべての教育活動を地域貢献につなげたキャリア教育の充実が図られた。現在同校では週に2時間、「総合的な探究の時間」の中で、学年ごとに異なる地域と連携した独自の教育プログラムを設けている。



1年次の「産業社会と人間」ではジオパークに関連する学習「室戸学」を通じた多面的な地域理解、2年次の「続・産業社会と人間」では地域探究学習やジオパーク学を通じ地域資源を活用した地域活性化の方法について考え、3年次の「課題研究」では生徒自身が設定した課題についての調査・研究を通じた問題解決能力を高める取り組みを行っている。

具体的な取り組みとしては、ジオパークガイド養成講座の開催や、地元企業と連携した商品開発などを実施している。今後は企業と協力した「ポスターセッション」を開催し、「自分ごと」として企業のことを詳しく知るプログラムも検討している。

一方で、企業や地域との連絡調整、校内の手続きなど、担当教員の負担が大きく、企業や地域の間に入って代わりにやり取りできる中間組織からの支援が求められる。



全国高校生フォーラムでの発表



「室戸学」の授業の一コマ  
(地域産業の現状や可能性について学んでいる)

## 5. ヒアリング調査を通じた教育現場におけるキャリア教育の現状と課題

四国内の高等学校におけるヒアリングでは、いずれの取り組みにおいても地域の持続的発展に貢献できる人材育成を目指し、地域資源を活用しながら企業や団体と連携した課題解決型の学習を展開していることが分かった。将来の職業や生き方を考える活動を通じて、郷土愛や自己有用感が醸成され、生徒の自主性・主体性の育成にもつながっている。また、地場で働く人々の姿に触れることで、県内進学や県内就職をイメージすることにも役立っている。一方で、次のような課題がみられる。

### ①継続性ある活動に向けた組織的な支援

キャリア教育専任の教員がおらず、通常業務に加えて企業との調整や実習指導などで教員の負担が大きい。また、担当教員の個人的な熱意に依存している面があり、人事異動後の継続性も課題となっている。さらに、予算不足により計画的な取り組みが困難で、関係者のボランティア的協力に頼る部分も多い。持続的な活動のためには組織的な支援体制の確立が不可欠である。

## ②企業との目的と成果の共有

キャリア教育の目的が企業に十分理解されていないと、期待した成果が得られない可能性がある。キャリア教育の質を高めるには、目的の明確な説明と成果の共有を通じて、学校と企業の相互理解を深めることが重要である。今後、キャリア教育を更にレベルアップするためには、キャリア教育の目的について企業への説明を尽くすとともに、成果を共有することで互いの意識を高めることが必要となる。

## 6. 四国の経済界からみたキャリア教育の現状

高校生へのアンケート調査や高等学校へのヒアリング調査と並行して、経済界からみたキャリア教育の現状を把握するため、四国経済連合会会員企業・団体向けのアンケート調査、ならびにキャリア教育を実施している企業への「ヒアリング調査」を行った。

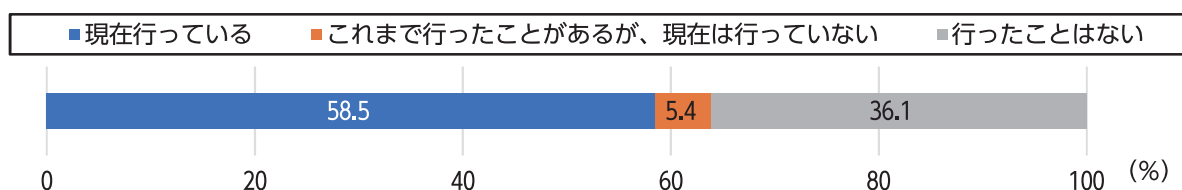
| (1) アンケート調査 |                                            |
|-------------|--------------------------------------------|
| 調査対象        | 四国経済連合会会員企業・団体 340 社・団体                    |
| 調査方法        | アンケート (E-mail・郵送での配布、WEB・E-mail・FAX による回収) |
| 有効回答数       | 147 社／340 社 (有効回答率 43.2%)                  |
| (2) ヒアリング調査 |                                            |
| 調査対象        | アンケート調査回答先から抽出した 4 社・1 団体                  |

### (1) アンケート調査結果の概要

#### A. キャリア教育の実施経験

キャリア教育の実施経験について尋ねたところ、「現在行っている」「これまで行ったことがあるが、現在は行っていない」が合わせて63.9%となった(図表6-1)

図表6-1 キャリア教育の実施経験



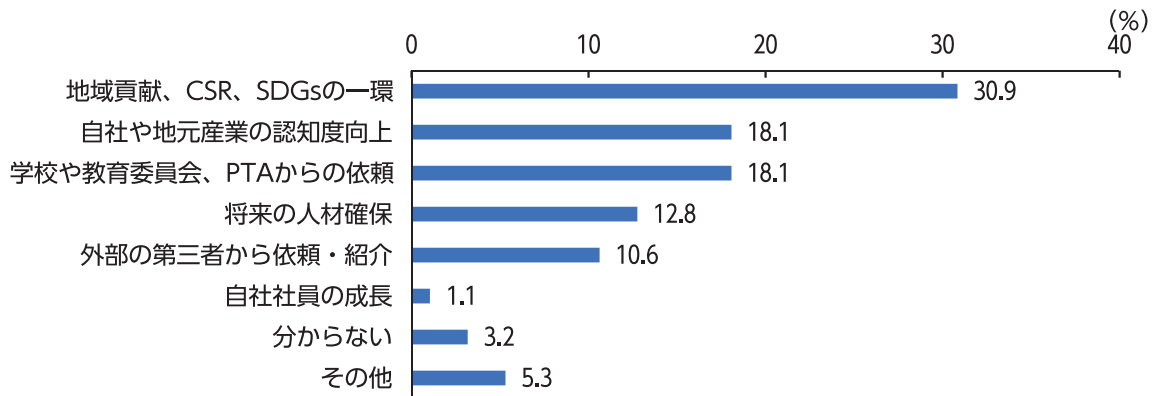
#### B. 取り組みを始めたきっかけ

取り組みを始めたきっかけについて尋ねたところ、「地域貢献、CSR、SDGsの一環」が30.9%で最も多く、次いで「自社や地元産業の認知度向上」と「学校や教育委員会、PTAからの依頼があったため」が18.1%であった(図表6-2)。

「自社や地元産業の認知度向上」や「将来の人材確保」といった地域貢献以外の明確な目的を持った回答がみられた一方で、「学校や教育委員会、PTAからの依頼」や「外部の第三者から依頼・紹介」といった、受動的に取り組みが始まったケースも少なくない。



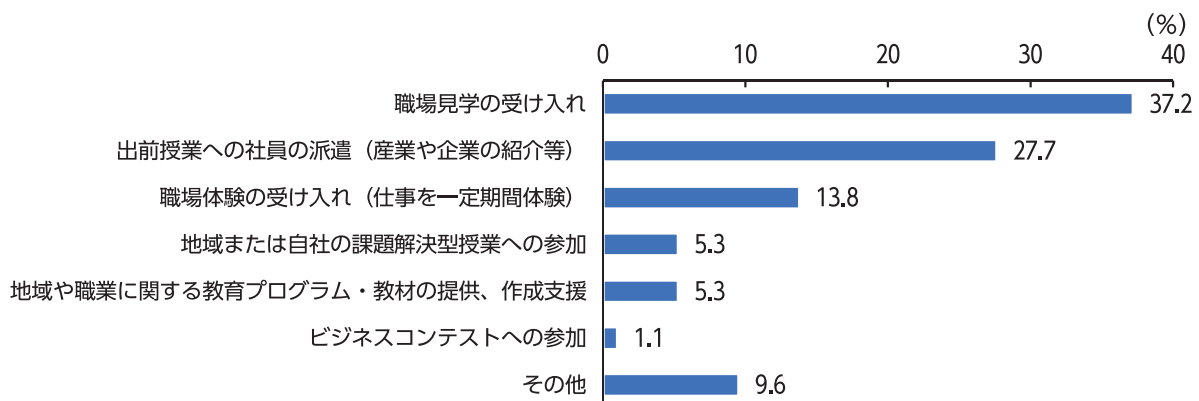
図表6-2 取り組みを始めたきっかけ



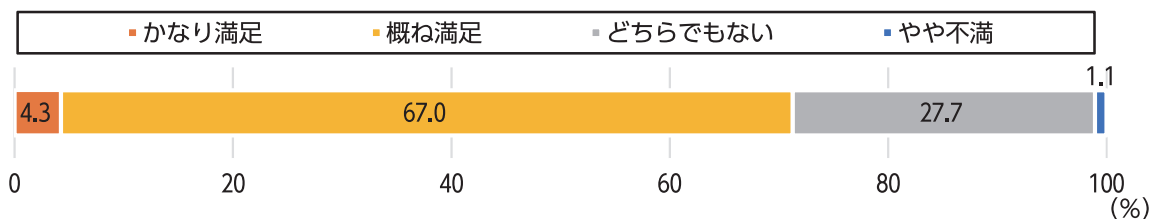
### C. 取り組みの内容と満足度

主要な取り組み内容を尋ねたところ、「職場見学の受け入れ」が37.2%で最も多く、次いで「出前授業への社員の派遣」(27.7%)、「職場体験の受け入れ」(13.8%)が続いており、これらの取り組み内容で全体の約8割を占めている(図表6-3)。また、キャリア教育に取り組んでいる企業の約7割が「かなり満足」、または「概ね満足」と回答している(図表6-4)。

図表6-3 取り組み内容



図表6-4 取り組みの満足度



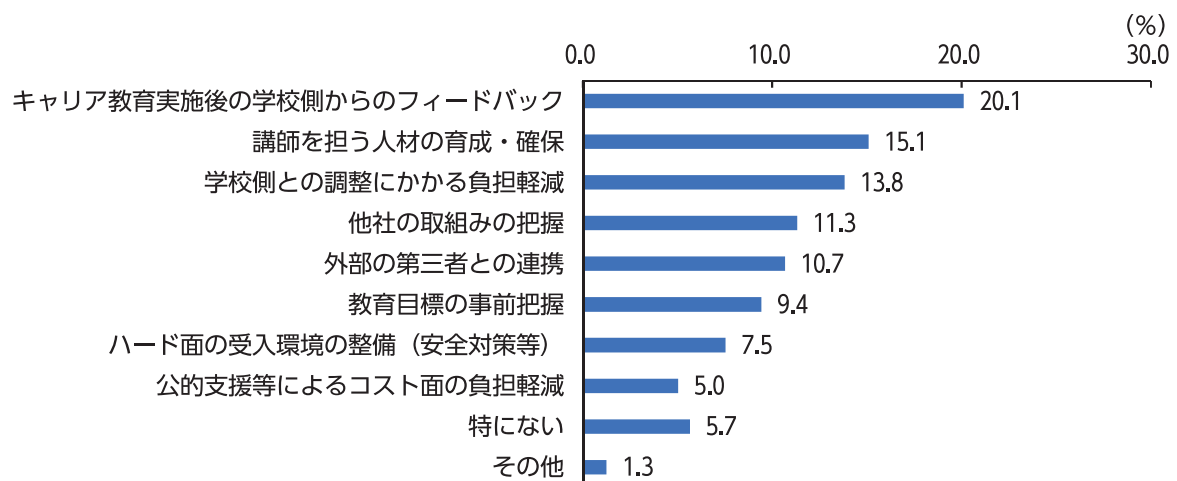
キャリア教育を実施した企業からは、様々な取り組みの意義や具体的な成果に繋がった回答がみられ(図表6-5)、9割以上が今後も現在の取り組みを継続、または拡充の意向がある。一方で、今後その取り組みをより良くするために必要なことを尋ねたところ、「キャリア教育実施後の学校側のフィードバック」が最多で20.1%、次いで「講師を担う人材の育成・確保」が15.1%、「学校側との調整にかかる負担軽減」が13.8%となった(図表6-6)。



図表6-5 取り組みの意義（具体的な成果）

|                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■地域貢献、CSR、SDGs（生徒の職業観の育成に貢献等）                                                                                                                                                                                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・社会的役割を再認識した。</li> <li>・学生の金融リテラシー向上に貢献できた。</li> <li>・地域の子供たちの成長や経験をサポートできた。</li> </ul>                                                                                                |
| ■人材の確保                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・求人応募につながった。</li> <li>・本取り組みがきっかけで受講生徒が入社してくれた。</li> </ul>                                                                                                                             |
| ■自社や地元産業の認知度向上                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・地元企業を知ってもらう良い機会になっている。</li> <li>・生徒の興味、関心が地元企業に向ききっかけになった。</li> <li>・建設業に興味を持ってもらい、仕事の楽しさを知ってもらえた。建設業で働きたいと言ってくれた生徒が多数いた。</li> </ul>                                                  |
| ■社員の人材育成                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・講師として派遣した若手技術者の能力向上につながった。</li> <li>・自社社員の成長を実感している。通常業務とは異なる取り組みを通じて、社員の新たな一面を発見する貴重な機会と感じている。</li> <li>・感謝の手紙等をいただいたことで企業見学会の説明者（自社社員）のモチベーションが向上するとともに、説明スキルの習得にもつながった。</li> </ul> |
| ■自社課題の解決                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・自社の経営課題について、若者の感性による解決策が参考になることがある。</li> <li>・生徒のアイデアが新商品開発のヒントになった。</li> </ul>                                                                                                       |
| ■学校との連携                                                                                                                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校との連携が強くなった。</li> </ul>                                                                                                                                                              |

図表6-6 取り組みをより良くするため必要なこと ※複数回答



## (2) 四国の企業・団体におけるキャリア教育の取り組み事例

四国内の企業・団体向けキャリア教育アンケート調査に基づき、個々の具体的な取り組み内容や取り組みに至った背景、成果等を把握するため、ヒアリング調査を実施した。ここでは高知県内の企業として四国銀行の取り組みを紹介する。

四国銀行は、金融リテラシーの向上と地元人材の育成を目的に、高校生向けキャリア教育を展開している。2023年度からは将来の人材確保も視野に入れ、高知県内の高校で課題解決型授業や出前授業を実施している。

成果として、教員間での取り組みの認知度向上により学校からの依頼が増加し、行内でも地域イノベーション部への理解が深まり、異動希望者が増加している。

一方で、担当教員の人事異動による関係希薄化、マンパワー不足、生徒の消極的な姿勢、効果測定の困難さなどの課題がある。これらに対し、担当教員以外も含めた講習の実施や、授業コンテンツの体系化による業務効率化などの工夫を行っている（図表6-7）。

今後は高知市内での取り組み強化を目指しており、教育現場との持続的な関係構築と効率的な運営の両立を図っている。

図表6-7 四国銀行における年齢階層別のコンテンツ

| 年齢階層別コンテンツ                           |                                   | 「最低限身に着けるべき金融リテラシー」                  |                                               |                                               |                |
|--------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------|
|                                      |                                   | 1. 家計管理                              | 2. 生活設計                                       | 3. 金融知識                                       | 4. 外部の知見の適切な活用 |
|                                      | 小学生以下                             | 中学生                                  | 高校生                                           | 大学生                                           |                |
| 収入と支出<br>1. 家計管理<br>2. 生活設計          | ・お金の役割やはたらき<br>・いろいろな仕事<br>・むだづかい | ・お金の役割やはたらき<br>・いろいろな仕事<br>・ニーズとウォンツ | ・お金の役割やはたらき<br>・いろいろな仕事<br>・ニーズとウォンツ<br>・電子決済 | ・職業選択<br>・金融業                                 |                |
| 貯蓄と借入<br>1. 家計管理 2. 生活設計<br>3. 金融知識  | ・考え方<br>・B&Bゲーム                   | ・考え方<br>・ライフイベント<br>・積立<br>・B&Bゲーム   | ・考え方<br>・ライフプランニング<br>・金利・クレジットカード<br>・B&Bゲーム | ・考え方<br>・ライフプランニング<br>・金利・クレジットカード<br>・B&Bゲーム |                |
| 保険・金融犯罪<br>3. 金融知識<br>4. 外部の知見の適切な活用 | ・お金のトラブルとインターネット                  | ・お金のトラブルとインターネット<br>・成年年齢引き下げ        | ・お金のトラブルとインターネット<br>・成年年齢引き下げ<br>・金融犯罪・保険     | ・お金のトラブルとインターネット<br>・金融犯罪<br>・保険              |                |
| 資産形成<br>3. 金融知識<br>4. 外部の知見の適切な活用    |                                   |                                      | ・考え方<br>・制度の紹介                                | ・考え方<br>・制度の紹介<br>・商品・サービス選択                  |                |
| ESG/SDGs                             | 環境・社会とお金<br>地域の持続可能性              |                                      |                                               |                                               |                |

資料：(株)四国銀行

## (3) アンケート調査、ヒアリング調査からみたキャリア教育の課題

四国内の企業・団体へのアンケート調査やヒアリング調査の結果、キャリア教育に取り組む上で以下のような課題があることが分かった。

### A. 教員の人事異動によるカウンターパートの不在化リスク懸念への課題対応

キャリア教育の取り組みにあたって担当教員のみとのやり取りとなる場合、業務の俗人化に陥りやすく、当人の人事異動により継続して取り組むことが難しくなる。より良いキャリア教育を実現するためには、企業と教育界とのコミュニケーションを深化させていく必要がある。

## B. (企業・生徒側の) 費用の持ち出しの発生に対する課題対応

現状のキャリア教育は企業や生徒の費用持ち出しが発生しており、費用がネックとなって生徒が良い学びの機会を喪失しているケースも見受けられる。

キャリア教育を持続可能な取り組みにするためには、国から企業・教育界への継続的な支援が必要と言える。

## C. マンパワーの確保・人材不足への課題対応

キャリア教育を担うマンパワー不足により、取り組みを始める、あるいは継続するうえでのハードルとなっている。例えば、企業側はキャリア教育を担う講師役のハードルを高く捉え過ぎず、例えばキャリア教育の取り組みを人材育成と捉えて若手社員を中心に起用したり、生徒主体の取り組みに軸足を移したりするなどにより、「柔軟に」「無理なく」「継続して」キャリア教育に取り組む必要がある。

# 7. 企業の教育への関わり方に関する提言

四国におけるキャリア教育の取り組みは一定の成果を上げているものの、個々の努力に依存している部分が大きく、継続性の面で課題がある。

若者の回帰志向を高めるためには、地域、経済界、教育界が現状への危機感を共有し、一体となって長期的な視点に立った取り組みを進めることが不可欠である。キャリア教育を単発的なイベントで終わらせないために、経済界、教育界ならびに国に対して、以下の提言を行う。

### (1) 四国の経済界・教育界向けの提言

人口減少が全国より25年早く進む四国では、地域の存続と企業の発展のため、経済界がこれまで以上に積極的にキャリア教育に関わる必要がある。高校生アンケート調査における将来の居住の意向では、高校生の約4割が「地元回帰」の意向を示しており、「地元の社会を知っている」「いつか地元に戻りたい」と思える若者を増やすために地元企業・産業を知る機会の提供が重要である。

また、経済団体や業界団体などの中間組織を活用し、企業と教育界をつなぐ橋渡し役として機能させることで、教員の事務負担軽減と、生徒に多様な業種の企業を知る機会を提供し、生徒のキャリアプランニング能力向上に寄与することが期待される。

### (2) 国向けの提言

企業のキャリア教育への関わりを単発の取り組みではなく、長期的・計画的な取り組みとするためには、キャリア教育の取り組みに活用できる予算の不足や教員の人員不足への対応が不可欠である。こうした観点から、学校現場に係る予算と人員の拡充、企業がキャリア教育に取り組む上で直接活用できる補助金の創設を要望する。

「自然減」と「社会減」による人口減少に直面する四国にとって、今回のアンケート結果で示された回帰志向を持つ若者の存在は希望の光である。経済界によるキャリア教育への関わりを更に進めるとともに、中間組織との連携強化や国による金銭的・人的な支援等を通じて、四国の若者の回帰志向が高まることを期待したい。

## 【参考】四国の高校生が知っている地元の会社名 県別上位15社

(四国の高校生向けアンケート調査結果より)

| 徳島県 (n=2, 865) | 香川県 (n=2, 627) | 愛媛県 (n=4, 901) | 高知県 (n=1, 255) |
|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 大塚製薬 (1, 929)  | 四国電力 (324)     | フジ (361)       | 高知銀行 (95)      |
| 日亜化学工業 (462)   | タダノ (107)      | 今治造船 (263)     | 技研製作所 (93)     |
| 阿波銀行 (70)      | 丸亀製麺 (61)      | 伊予銀行 (202)     | 四国銀行 (59)      |
| 徳島新聞社 (27)     | 香川銀行 (46)      | 大王製紙 (175)     | 旭食品 (36)       |
| ジェイテクト (24)    | レクザム (45)      | 住友 (147)       | 高知新聞社 (29)     |
| 徳島大正銀行 (22)    | マルヨシセンター (40)  | 愛媛銀行 (137)     | ひまわり乳業 (25)    |
| 四国電力 (13)      | マルナカ (39)      | 日本食研 (123)     | 明神水産 (20)      |
| 大鵬薬品工業 (12)    | 百十四銀行 (37)     | 今治タオル (105)    | 四国電力 (17)      |
| 大塚製薬工場 (11)    | ユニ・チャーム (37)   | 三浦工業 (85)      | 水車亭 (17)       |
| ufotable (11)  | 穴吹 (34)        | 愛媛新聞 (75)      | 馬路村農協 (15)     |
| 日本フネン (10)     | 今治造船 (30)      | BEMAC (71)     | 新来島高知重工 (13)   |
| ワークスタッフ (10)   | BIKEN (28)     | 住友化学 (68)      | とさでん交通 (13)    |
| 王子製紙 (9)       | 四国化成 (25)      | 四国電力 (61)      | 四電工 (11)       |
| 徳島製粉 (9)       | 東洋炭素 (23)      | ポンジューズ (51)    | ごっくん馬路村 (10)   |
| 四国放送 (9)       | アオイ電子 (22)     | 伯方の塩 (44)      | カメラのキタムラ (10)  |

注1：テキストマイニングを使って、AI が出現回数の多い順に抽出

注2：略称や正式な会社名でないが明らかに同じ会社と考えられるものは、出現回数を合算

注3：商品名や商業施設のように会社名でないものでも、極力、高校生の回答のまま集計

(文責：山本 翔太郎)



# NHK連続テレビ小説を契機とした 「ロケツーリズム」の動向と課題

四銀地域経済研究所 主任研究員 山本 翔太郎

2020年からのコロナ禍の影響を受けていた高知県観光は、2023年度上期に放送されたNHK連続テレビ小説（以下、朝ドラ）「らんまん」によって注目され、観光客数・観光消費額ともに大幅な増加となった。2025年度上期から放送開始となった「あんぱん」についても、「らんまん」同様の観光誘客効果が期待されている。こうした「ロケツーリズム」を更なる観光振興に活かすべく、その特徴や動向、今後の課題や方向性について整理する。

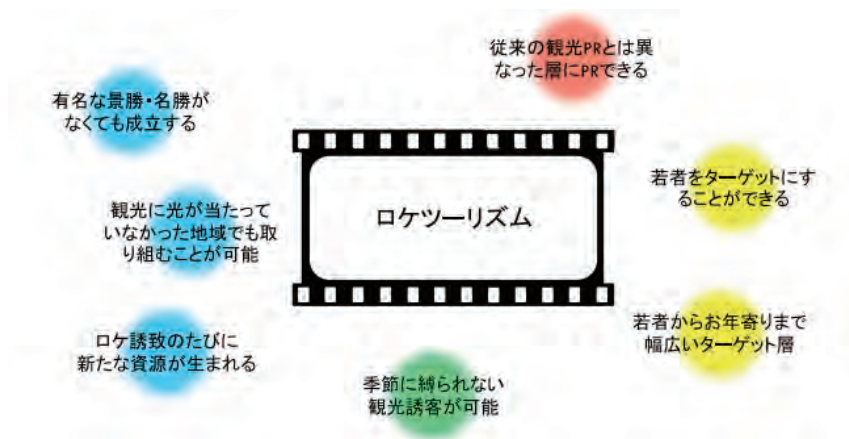
## 1. ロケツーリズムの特徴

ロケツーリズムとは、映画・ドラマのロケ地を訪ね、風景と食を堪能し、人々の“おもてなし”に触れ、その地域のファンになる観光形態の一つである。そのインパクトも大きいことから、ロケ地となった地域での観光振興の手段となっている。観光立国推進基本法に基づき、2023年3月31日に閣議決定された「観光立国推進基本計画」においても、その重要性が示されている。同計画では、「映画やアニメ等のロケ地や舞台は、国内外の観光需要を喚起する重要な拠点である」とし、ロケツーリズムの推進に官民一体となって取り組むことが明記されている。

### （1）ロケツーリズムの意義

ロケツーリズムは、景勝や名勝等を巡る従来型の観光とは異なり、映画やドラマという新たな切り口で、これまでとは違ったターゲット層を観光客として呼び込むことが出来るようになる。これまで観光という面でスポットが当たっていなかった地域においても観光客の誘客が望めることから、その役割は大きい（図表－1）。

図表－1 ロケツーリズムに取り組む意義



出所：国土交通省（2015）「ロケツーリズムによる地域振興マニュアル」

## (2) ロケ地に訪れる観光客の動機

観光社会学者のエリック・コーエンは論文“A Phenomenology of Tourist Experiences (1979)”の中で、観光を経験する精神的な動機として、旅行先に精神的な拠り所を求める度合いに応じて、5つのモードに分類している（図表－2）。コンテンツツーリズム学会会長の増淵敏之らの著書「地域は物語で10倍人が集まる（2021）」によれば、『作品への没入度合いによっても異なるが、多くが「体験モード」「実存モード」といった深いところにある旅である』としている。

図表－2 観光経験における5つの精神的な動機

### ①レクリエーションモード（The Recreational Mode）

日常生活の疲れをいやし、身体的・精神的なリフレッシュを目的とする観光。異文化への関心は薄く、あくまで「娯楽の楽しさ」を求める。

具体例：海辺のリゾート地でビーチやプールを満喫する、温泉地でのんびり滞在する。



### ②気晴らしモード（The Diversionary Mode）

日常の退屈さやストレスから逃れることを目的とする観光。旅行は単なる「気晴らし」に過ぎず、日常生活にも観光にも重きを置かない。

具体例：週末晴れたので遊園地に行く、テレビ番組で特集された観光施設に行ってみる。

### ③経験モード（The Experiential Mode）

日常生活とは異なる、旅先での人々の本物の暮らしや異文化、考え方などに触れることを目的とする観光。但し、あくまで「部外者」として経験するに留まる。

具体例：映画の中でスポットが当たった現地の食文化や地域コミュニティに興味を持ち、現地の料理体験教室や地元住民との交流プログラムに参加する。



### ④体験モード（The Experimental Mode）

日常生活に代わる様々な文化やライフスタイルを実際に体験し、自分に合うものを実生活で試そうとする、いわゆる「自分探しの旅」。

具体例：会社員がドラマで見た酪農家の暮らしに興味を持ち、実際に現地の酪農民宿などで仕事を体験してみる。

### ⑤実存モード（The Existential Mode）

日常生活に代わる様々な文化やライフスタイルを実際に体験した結果、自分に合うものを見出し、それを自分の新たな日常生活の中心に据える観光。

具体例：定期的に同じ地域を訪れ、お祭りの運営や景観の保全に深く携わる。「海女」の伝統的な漁に興味を持ち、実際に「海女」となり漁を始める。



出所：Cohen, E. 1979, “A Phenomenology of Tourist Experiences” Sociology, 13, pp.179-201, (遠藤英樹訳、1998. 「観光経験の現象学」『研究季報』9（1）、奈良県立商科大学）をもとに四銀地域経済研究所作成

観光客によっては「旅行先がたまたまロケ地だったので立ち寄った」という場合も多いため、全てに当てはまるものではない。しかしながら、日常とは別の文化やライフスタイルに憧れを持って観光地を訪れ、作品というフィルタを通して風景や食事を楽しみ、住民の暮らしを体験している観光客も一定数存在する、ということに留意する必要がある。

## 2. ロケツーリズムの動向

じゃらんリサーチセンターが2024年に実施した「じゃらん 映像コンテンツ コンテンツツーリズム調査 調査報告書」によれば、過去1年間の「NHK大河ドラマ・朝ドラ」をきっかけとしたコンテンツツーリズム<sup>1</sup>実施率は全体の8.3%となった。いわゆる「聖地巡礼」として一般的に認知されている日本のテレビアニメ（8.3%）と同等の実施率となっている（図表-3）。

図表-3 コンテンツツーリズムの実施率

| （%）                       |     |
|---------------------------|-----|
| 項目                        | 実施率 |
| 日本の実写ドラマ（NHK大河ドラマ・朝ドラを除く） | 9.8 |
| NHK大河ドラマ・朝ドラ              | 8.3 |
| 日本の実写映画                   | 7.2 |
| 日本のテレビアニメ                 | 8.3 |
| 日本のアニメ映画                  | 7.2 |

(n=31,096)

出所：じゃらんリサーチセンター（2024）「じゃらん 映像コンテンツ コンテンツツーリズム調査 調査報告書」をもとに四銀地域経済研究所作成

なお、世界においても「Set-jetting」と呼ばれる「ロケ地巡り旅」が注目を集めている。大手グローバルOTA<sup>2</sup>「Expedia」の旅行トレンド予測レポート「Unpack'25」によると、世界の旅行者の約62%が「映画やテレビ番組に影響されて旅行先を検索したことがある」と回答している。また、旅行先選定で影響を受けたものについては、「Instagram（43%）」に続いて、「TV 番組（40%）」「映画（39%）」「ストーリーミングサービス（35%）」となっている。

このように、国内外において、映画やアニメ、テレビドラマの撮影地に訪れる観光のニーズが一定数ある。そのため、ロケ自体を誘致すべく、自治体やフィルム・コミッション、民間事業者による誘致活動が行われている事例も多い。ここでは外部要因や自助努力にかかわらず、ロケ地となった地域における観光振興の取り組みや課題等を踏まえ、「ロケツーリズム」を通じた観光振興のあり方について整理する。

<sup>1</sup> 地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムのこと（国土交通省・経済産業省・文化庁、2005）

<sup>2</sup> インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agent の略。

### 3. 「ロケツーリズム」による地域への効果の検証

#### (1) 地域への興味・関心度の底上げ

朝ドラは、毎回主要なロケ地である地域にゆかりの深い物語構成となっているため、当該地域への注目度が高まる。そこで Googleトレンドという、特定のキーワードの検索ボリュームの相対的な動向を調査できるサービスを使用し、各作品放送前後における検索度合いを比較した（図表－4）。

図表－4 各番組における Googleトレンドの検索指数調査概要

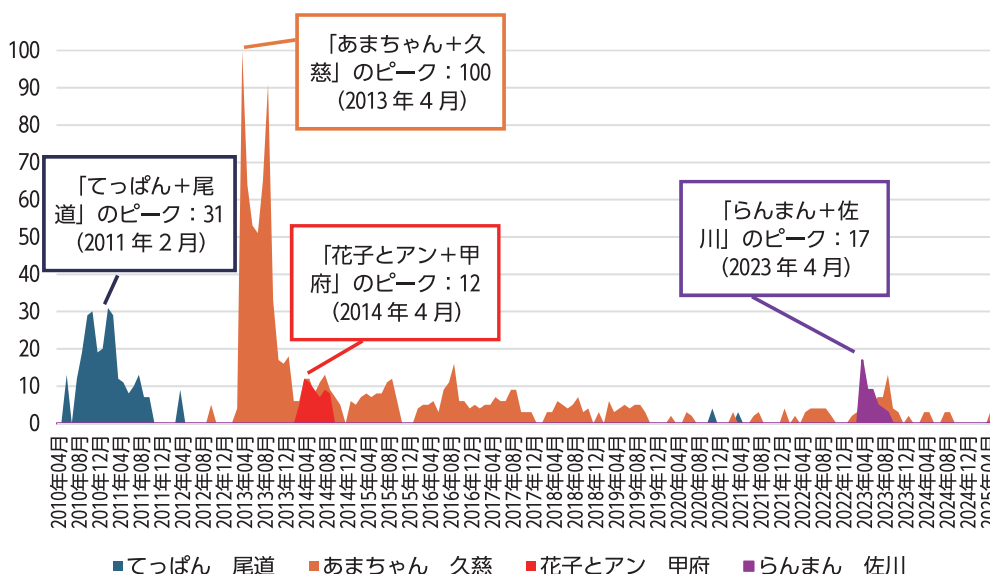
| 調査方法                                                                       |                 |         |        |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|--------|
| 「Googleトレンド」を使用し、検索キーワードに「てっぱん 尾道」といった「作品名＋地域名」で入力し、各作品の舞台となった地域への関心度合いを調査 |                 |         |        |
| 比較対象とした作品一覧                                                                |                 |         |        |
| 作品名                                                                        | 放送期間            | 世帯平均視聴率 | 主な舞台   |
| てっぱん                                                                       | 2010年9月～2011年4月 | 17.2%   | 尾道（広島） |
| あまちゃん                                                                      | 2013年4月～2013年9月 | 20.6%   | 久慈（岩手） |
| 花子とアン                                                                      | 2014年3月～2014年9月 | 22.6%   | 甲府（山梨） |
| らんまん                                                                       | 2023年3月～2023年9月 | 16.6%   | 佐川（高知） |

出所：各種公表資料をもとに四銀地域経済研究所作成

#### ① 各作品の検索指数比較

「作品名＋市町村名」の検索ボリューム（「あまちゃん 久慈」の2013年4月における検索ボリュームを100とした相対指数）をみると、いずれも放送開始と共に急激に検索数が伸びている。作品自体だけでなく、舞台となった地域への興味が高まっている一方で、放送終了後数か月で検索数が急速に減少している。但し、ピーク時の検索数が2倍超となっている「あまちゃん」については、放送終了後も一定数継続して検索されている（図表－5）。

図表－5 「作品名＋舞台となった市町村名」の検索ボリューム推移



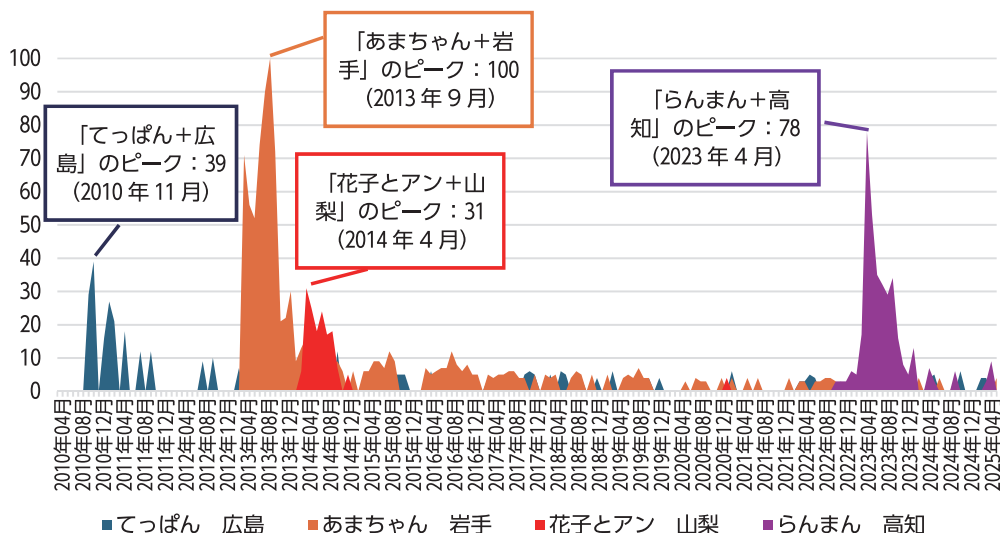
出所：Googleトレンド

（注）「あまちゃん 久慈」の2013年4月検索指数を100とした相対指数



なお、「作品名+県名」の検索ボリューム（「あまちゃん 岩手」の2013年9月検索指数を100とした相対指数）をみた場合は、他の作品における検索指数が相対的に増加している。特に、「らんまん 高知」の検索ボリュームのピーク（2023年9月）は78と、佐川町単体よりも高知県全体への関心度が高かったことが伺える（図表-6）。

図表-6 「作品名+舞台となった県名」の検索ボリューム推移



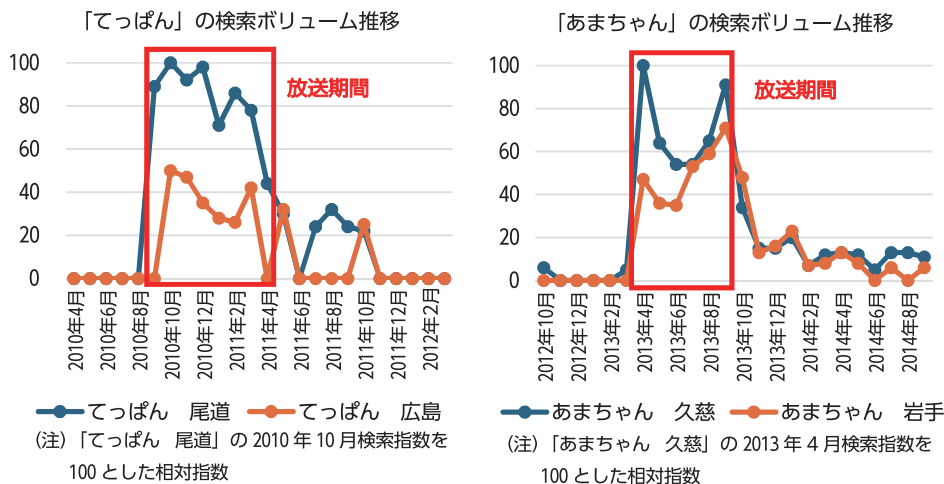
出所：Googleトレンド

(注)「あまちゃん 岩手」の2013年9月検索指数を100とした相対指数

## ② 各作品における検索傾向の比較

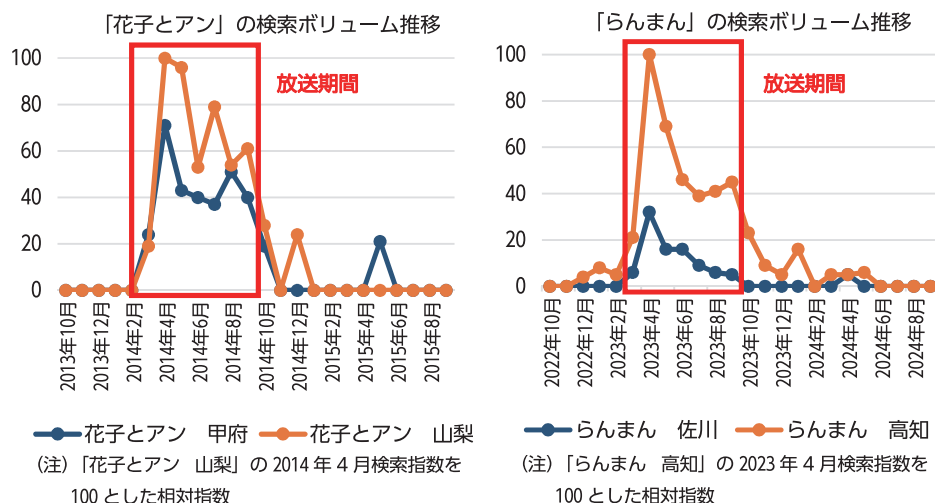
各作品における検索傾向をみると、「てっぱん」や「あまちゃん」といった特定の市町村での撮影が中心となった作品については、「作品名+市町村名」で検索されている（図表-7）。一方で、「花子とアン」や「らんまん」といった複数地域で撮影された作品については、「作品+都道府県名」で検索されている（図表-8）。ロケ地巡りのため当地に訪れたい観光客が「作品+地名」で検索するのであれば、どのような場所でロケが行われたかによって検索の仕方に違いがあらわれ、観光客の動向に影響を及ぼすと言える。

図表-7 特定の市町村での撮影が中心となった作品（てっぱん、あまちゃん）



出所：Googleトレンド

図表－8 特定の市町村ではなく、広域でロケが行われた作品（花子とアン、らんまん）



出所：Googleトレンド

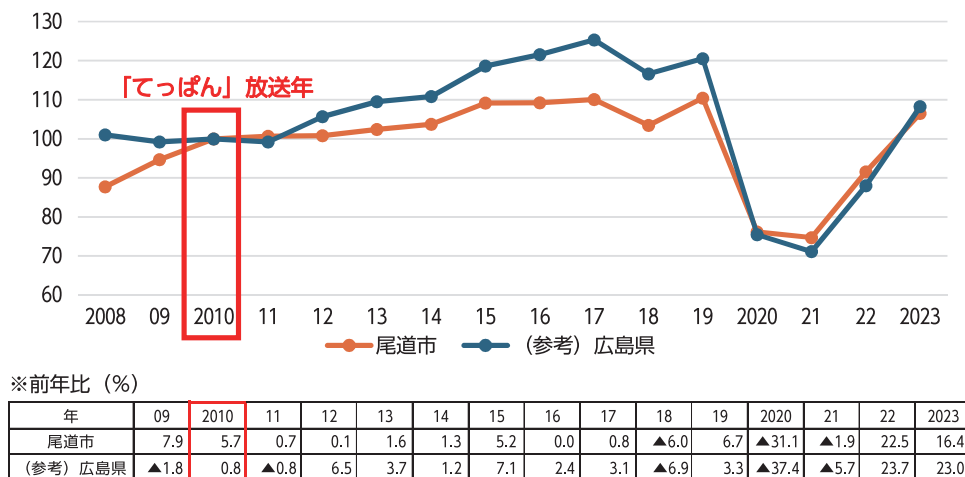
## (2) 入込客数の増加

朝ドラという新たな切り口で各地域への興味関心が高まったことで、いずれも入込客数が増加している。また、これまで観光地としての認知度が低かった地域においては、入込客数の底上げにも繋がっている。

### ① 「てっぱん」（広島県尾道市）

「てっぱん」の舞台となった尾道市における2010年の観光入込客数は前年比5.7%増となり、広島県全体（同0.8%増）よりも増加幅が大きくなった。これは前述のとおり、広島県内でのロケ地が尾道市のみであったことが大きい。尾道市においては、しまなみ海道の自転車通行料の無料化（2014年）や、日本遺産認定（2015年）など、「サイクリストの聖地」としての知名度が上がったことなどにより、その後も観光客数は安定して増加した。2011年以降、2010年の観光客数を下回ったのはコロナ禍の3年間（2020～2022年）のみであり、朝ドラをきっかけの一つとして観光客を着実に増加させている（図表－9）。

図表－9 広島県尾道市の観光入込客数推移（2010年＝100）

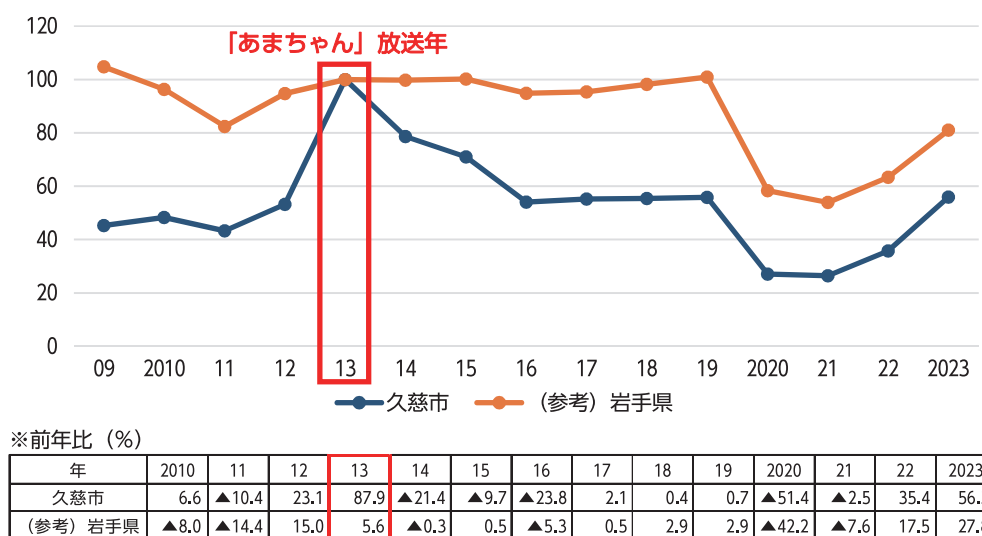


出所：広島県観光連盟「広島県観光客数の動向」より四銀地域経済研究所作成

## ② 「あまちゃん」(岩手県久慈市)

「あまちゃん」の舞台となった久慈市における2013年(放送年)の観光入込客数は前年比87.9%増となり、同年の岩手県全体(5.6%増)と比べても大幅な増加となった。その後「あまちゃん」効果が落ち着き、2016年にかけて観光客数が大幅に減少しているものの、放送前よりも高い水準で下げ止まっている。久慈市では「あまちゃん」のロケ地であることを内外に発信し、ロケ地看板やシャッターアートなど、ロケ地巡りがしやすくなるような観光地整備が行われたほか、あまちゃんファンのつどい「あまちゃんサミット」をはじめとした関連イベントを継続的に実施している。そのような取り組みの結果、従来観光地としての知名度が低かった久慈市が、「あまちゃん」をきっかけに目的地として選択されるようになったと考えられる(図表-10)。

図表-10 岩手県久慈市の観光入込客数推移(2013年=100)

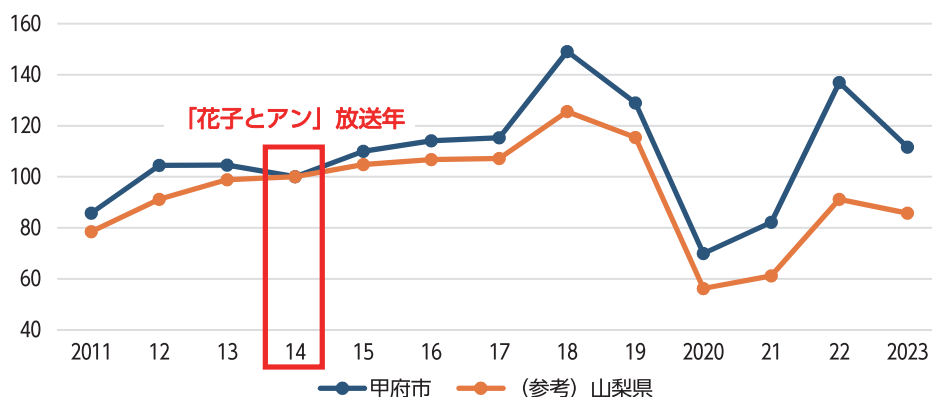


出所：岩手県「各年岩手県観光統計概要」をもとに四銀地域経済研究所作成

## ③ 花子とアン(山梨県甲府市)

山梨県においては、2011年の東日本大震災からの反動や、2013年に富士山が世界文化遺産に登録されたことを受け、2013年の観光入込客数は前年比8.5%増の2,968万人と順調に増加していた。一方、同年の甲府市の観光入込客数は前年比0.2%増の300万人であり、山梨県全体に比べ富士山の世界文化遺産登録の効果が限定的となった。「花子とアン」が放映された2014年には単月での増加があったものの、それ以上に豪雪による交通網の混乱、世界文化遺産登録によって大幅に増加した前年の反動などマイナス要因もあった。その結果、山梨県全体では前年比1.1%増、甲府市単体では前年比4.4%減と、年全体で観光客数を押し上げるほどの追い風とはならなかった(図表-11)。しかしながら、2018年の観光客向けアンケート調査結果によると、「花子とアン」の「県内ロケ地へ実際にいった」と回答した人が全体の1.9%を占めている。同年の山梨県観光入込客数から単純換算すると71.6万人となることから、一定の効果が表れていると考えられる(図表-12)。

図表-11 山梨県甲府市の観光入込客数推移（2014年=100）

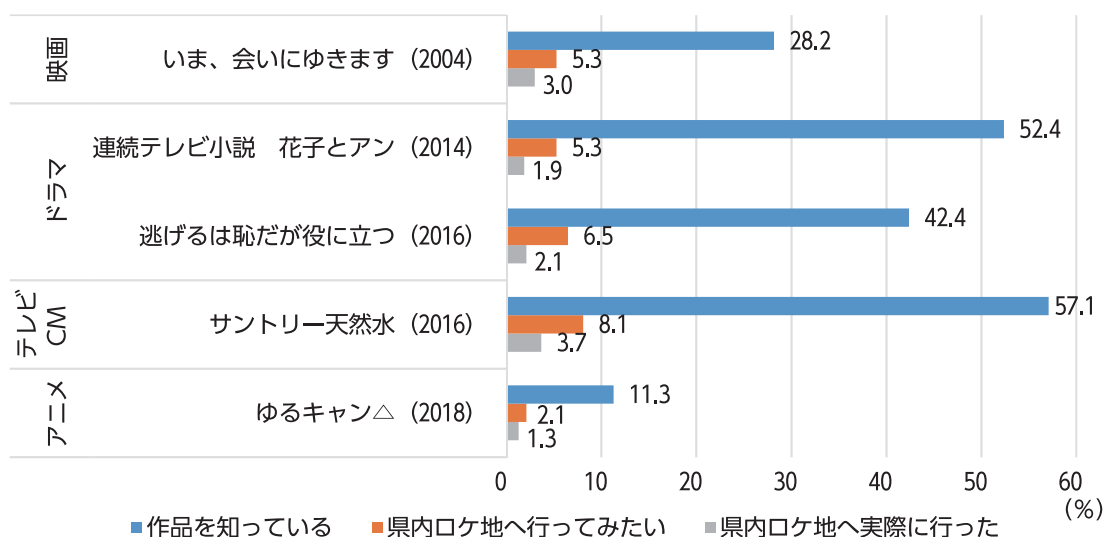


※前年比 (%)

| 年        | 2012 | 13  | 14   | 15   | 16  | 17  | 18   | 19    | 20    | 21   | 22   | 23    |
|----------|------|-----|------|------|-----|-----|------|-------|-------|------|------|-------|
| 甲府市      | 21.8 | 0.2 | ▲4.4 | 10.0 | 3.8 | 1.1 | 29.3 | ▲13.5 | ▲45.8 | 17.6 | 66.6 | ▲18.5 |
| (参考) 山梨県 | 16.1 | 8.5 | 1.1  | 4.8  | 1.9 | 0.3 | 17.2 | ▲8.1  | ▲51.3 | 8.9  | 49.0 | ▲6.0  |

出所：山梨県「各年観光入込客統計調査結果」をもとに四銀地域経済研究所作成

図表-12 山梨県のテレビ・映画等のロケ地について (n=2,135)



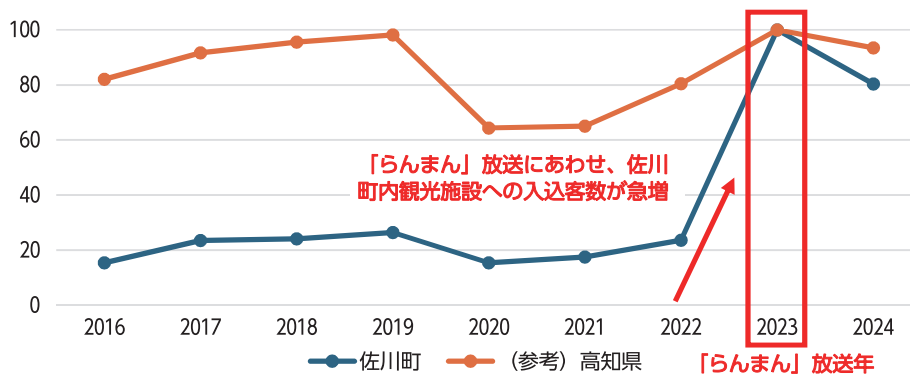
出所：山梨県「平成30年観光入込客統計調査結果」をもとに四銀地域経済研究所作成

## ④「らんまん」(高知県佐川町)

佐川町においては、「らんまん」が放送された2023年の入込客数は前年比323.6%増の大幅な増加となった。2024年には「らんまん」効果が落ち着き前年よりも減少しているが、岩手県久慈市のように観光地として佐川町の認知度が高まったことで、観光の目的地として佐川町が選択され、入込客数が以前よりも高い水準で維持される可能性はある(図表-13)。



図表－13 高知県佐川町の主要観光施設における観光入込客数推移（2023年＝100）



※前年比（％）

| 年       | 2017 | 2018 | 2019 | 2020  | 2021 | 2022 | 2023  | 2024  |
|---------|------|------|------|-------|------|------|-------|-------|
| 佐川町     | 52.8 | 2.6  | 9.5  | ▲41.6 | 13.3 | 34.6 | 323.6 | ▲19.6 |
| （参考）高知県 | 11.7 | 4.3  | 2.8  | ▲34.4 | 1.0  | 23.8 | 24.3  | ▲6.5  |

出所：高知県「各年県外観光客入込・動態調査報告書」をもとに四銀地域経済研究所作成

### （３）観光消費額・経済効果の増加

「テレビドラマのロケ地」という新たな切り口で観光客の誘客が進めば、今まで以上の経済波及効果をもたらされる。地域ごとに推計方法や前提条件が異なるため、推計結果を単純に比較することはできないが、いずれの作品も数十億～百億規模の推計結果となっている。

なお、2010年に放映されたNHK大河ドラマ「龍馬伝」の際は、放送後の実績値に基づく推計結果が535億円と高知県における推計値としては最も大きくなった（図表－14）。

図表－14 過去の朝ドラ放映に伴う各地域への経済波及効果（注１）

| タイトル                      | 放映期間                 | 期間平均視聴率（％） | 推計対象地域       | 経済波及効果                                      | 公表団体     |
|---------------------------|----------------------|------------|--------------|---------------------------------------------|----------|
| てっぱん                      | 2010年9月～<br>2011年4月  | 17.2％      | 広島県          | 151億円                                       | 尾道市立大学   |
| あまちゃん                     | 2013年4月～<br>2013年9月  | 20.6％      | 岩手県          | 33億円                                        | 岩手経済研究所  |
| （10周年再放送時）2023年4月～2023年9月 |                      |            | 久慈市<br>（岩手県） | 1.93億円<br>（6か月間）                            | 久慈市      |
| 花子とアン                     | 2014年3月～<br>2014年9月  | 22.6％      | 山梨県          | 165億円                                       | 山梨県      |
| らんまん                      | 2023年3月～<br>2023年9月  | 16.6％      | 高知県          | 239億円（注２）                                   | 高知県      |
| （参考）<br>大河ドラマ：龍馬伝         | 2010年1月～<br>2010年12月 | 18.7％      | 高知県          | 2009年10月試算：<br>234億円<br>2011年2月試算：<br>535億円 | 日本銀行高知支店 |

出所：各公表団体や報道資料

（注１）推計方法や前提条件が異なるため、各推計結果を比較することは出来ない

（注２）コロナ禍前の2019年と2023年の県外観光客の入込に伴う経済波及効果の差額

#### （４）「ロケツーリズム」による地域への効果の検証結果比較

以上の分析から、多少の地域差はあるものの、検証した４作品いずれも「ロケツーリズム」による地域への効果があったことが確認できた。検索指数による比較では、「あまちゃん」が他の作品を圧倒していたが、観光入込客数・経済波及効果については、「らんまん」が特に顕著な数字を示している（図表－15）。そこで次章では、「らんまん」放送後の観光客や観光消費額の動向を詳細に分析し、今後の示唆を得ることとする。

図表－15 「ロケツーリズム」による地域への効果の検証結果比較

| 作品名               | 検索指数<br>ピーク | 入込客数増加率<br>(前年比) | 経済波及<br>効果 | 備考                                       |
|-------------------|-------------|------------------|------------|------------------------------------------|
| てっぱん<br>(広島県尾道市)  | 31          | +5.7%            | 151 億円     | 朝ドラ効果に加え、「サイクリストの聖地」として観光入込客数が着実に増加      |
| あまちゃん<br>(岩手県久慈市) | 100         | +87.9%           | 33 億円      | 「あまちゃん」ファンのための継続的なイベントを実施し、観光入込客数の底上げに寄与 |
| 花子とアン<br>(山梨県甲府市) | 12          | ▲4.4%            | 165 億円     | 一定の観光客流入はあるも、効果は限定的                      |
| らんまん<br>(高知県佐川町)  | 17          | +323.6%          | 239 億円     | 高知県佐川町だけでなく、高知県全域で観光入込客数が増加              |

## 4. 「らんまん」を活かした高知県観光振興の成功要因

### （１）「らんまん」放映後の観光客の動向

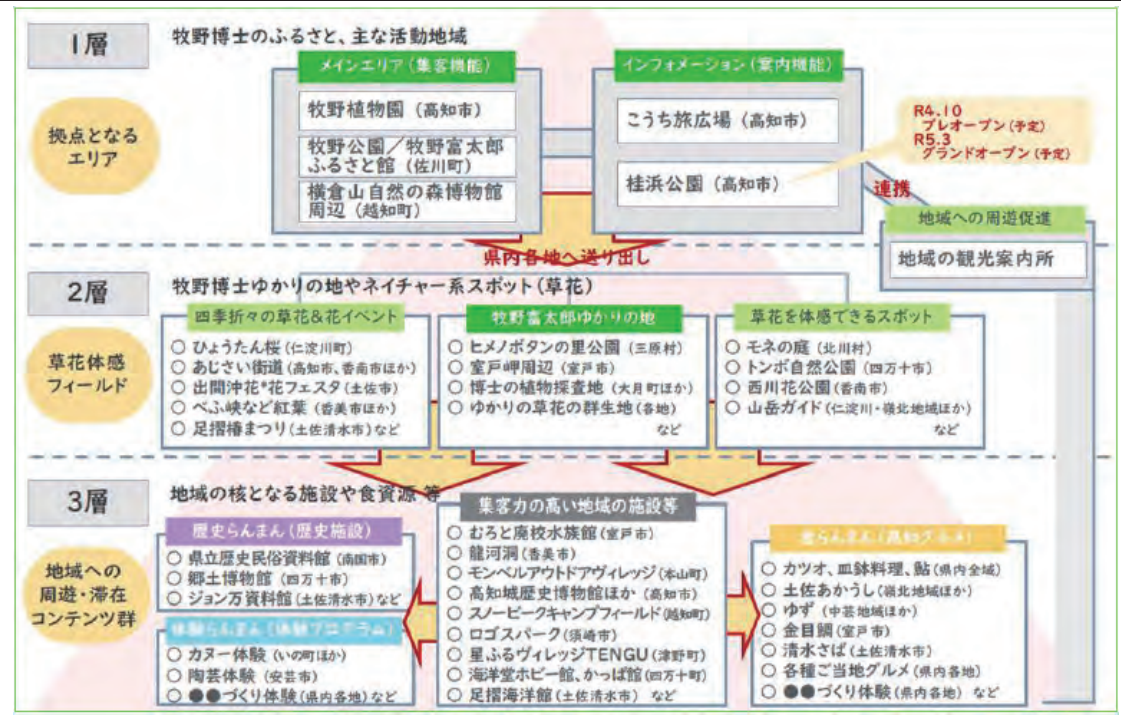
高知県では2023年４月３日から９月29日にかけて放送された朝ドラ「らんまん」（図表－16）を観光振興に活かすべく、「連続テレビ小説を生かした観光博覧会推進協議会」が設立され、2023年３月25日から2024年３月31日まで、観光博覧会「牧野博士の新休日」が開催された（図表－17）。

図表－16 朝ドラ「らんまん」の概要

|      |                                      |
|------|--------------------------------------|
| タイトル | 「らんまん」（第108作目）                       |
| 放送期間 | 2023年４月３日～2023年９月29日                 |
| 内容   | 高知県出身の植物学者・牧野富太郎の人生をモデルとしたオリジナルストーリー |
| 視聴率  | 初回番組平均視聴率：16.1%<br>期間平均視聴率：16.6%     |

出所：各種公表資料をもとに四銀地域経済研究所作成

図表-17 観光博覧会「牧野博士の新休日」の概要

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 開催の目的  | <p>連続テレビ小説の放送を契機として、以下の3点を強く意識して「いきいきと暮らしていける高知」の実現を目指す。</p> <p>①多くの県民の皆様が、草花を育むなど博覧会を通じた活動に広く係わることで、地域全体が元気を取り戻すきっかけとなること</p> <p>②牧野博士がその生涯を捧げた草花をテーマにした観光地づくりを進め、県観光の新たな基盤とするとともに、ドラマ終了後も地域の財産として残すこと</p> <p>③従来の本県への主たる観光客層に加えて、ドラマをきっかけとして、親和性の高い「女性」「若者」などの新しいターゲット層を取り込み、「高知ファン」の厚みを増すこと</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 基本方針   | 2023年4月から放送される連続テレビ小説『らんまん』を県観光の振興に最大限に生かすとともに、ひたすら草花を愛し続けた牧野博士の精神や功績を後世に引き継いでいく取り組みを推進する。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 開催期間   | 2023年3月25日(土)から2024年3月31日(日)まで                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 誘客フレーム |  <p><b>1層</b> 牧野博士のふるさと、主な活動地域</p> <p>メインエリア(集客機能)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>牧野植物園(高知市)</li> <li>牧野公園/牧野富太郎ふるさと館(佐川町)</li> <li>横倉山自然の森博物館周辺(越知町)</li> </ul> <p>インフォメーション(案内機能)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>こうち旅広場(高知市)</li> <li>桂浜公園(高知市)</li> </ul> <p>連携: R4.10 プレオープン(予定)、R5.3 グランドオープン(予定)</p> <p>地域への周遊促進</p> <p>地域の観光案内所</p> <p><b>2層</b> 牧野博士ゆかりの地やネイチャー系スポット(草花)</p> <p>四季折々の草花&amp;花イベント</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ひょうたん桜(仁淀川町)</li> <li>あじさい街道(高知市、香南市ほか)</li> <li>出間沖花*花フェスタ(土佐市)</li> <li>べふ峡など紅葉(香美市ほか)</li> <li>足摺椿まつり(土佐清水市)など</li> </ul> <p>牧野富太郎ゆかりの地</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ヒメノボタンの里公園(三原村)</li> <li>室戸岬周辺(室戸市)</li> <li>博士の植物探査地(大月町ほか)</li> <li>ゆかりの草花の群生地(各地)など</li> </ul> <p>草花を体感できるスポット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>モネの庭(北川村)</li> <li>トンボ自然公園(四万十市)</li> <li>西川花公園(香南市)</li> <li>山岳ガイド(仁淀川・嶺北地域ほか)など</li> </ul> <p><b>3層</b> 地域の核となる施設や食資源等</p> <p>歴史らんまん(歴史施設)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県立歴史民俗資料館(南国市)</li> <li>郷土博物館(四万十市)</li> <li>ジョン万資料館(土佐清水市)など</li> </ul> <p>体験らんまん(体験型施設等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>カヌー体験(いの町ほか)</li> <li>陶芸体験(安芸市)</li> <li>●●づくり体験(県内各地)など</li> </ul> <p>集客力の高い地域の施設等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>むろと廃校水族館(室戸市)</li> <li>龍河洞(香美市)</li> <li>モンベルアウトドアヴィレッジ(本山町)</li> <li>高知城歴史博物館ほか(高知市)</li> <li>スノーピークキャンプフィールド(越知町)</li> <li>ロゴスパーク(須崎市)</li> <li>星ふるヴィレッジTENGU(津野町)</li> <li>海洋堂ホビー館、かつば館(四万十町)</li> <li>足摺海洋館(土佐清水市)など</li> </ul> <p>らんまん「高知グルメ」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>カツオ、皿鉢料理、鮎(県内全域)</li> <li>土佐あかうし(嶺北地域ほか)</li> <li>ゆず(中芸地域ほか)</li> <li>金目鯛(室戸市)</li> <li>清水さば(土佐清水市)</li> <li>各種ご当地グルメ(県内各地)</li> <li>●●づくり体験(県内各地)など</li> </ul> |

出所：高知県「連続テレビ小説を生かした博覧会推進協議会」資料をもとに四銀地域経済研究所作成

2023年5月8日以降、新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限が解除されたことも後押しし、2023年1月～12月の県外観光入込客数は472.2万人(前年比27.4%増)、観光消費額は1,290億円(前年比33.5%増)となった。この数字はコロナ禍前の2019年実績と比較しても大幅な増加となっており、現在の集計方法となった2003年以降で過去最高を記録した。また、各観光施設においても、佐川町「旧濱口家住宅」が前年比522.2%増となったほか、高知県全域で入込客数が増加している(図表-18)。

図表-18 2023年1～12月の高知県観光データ

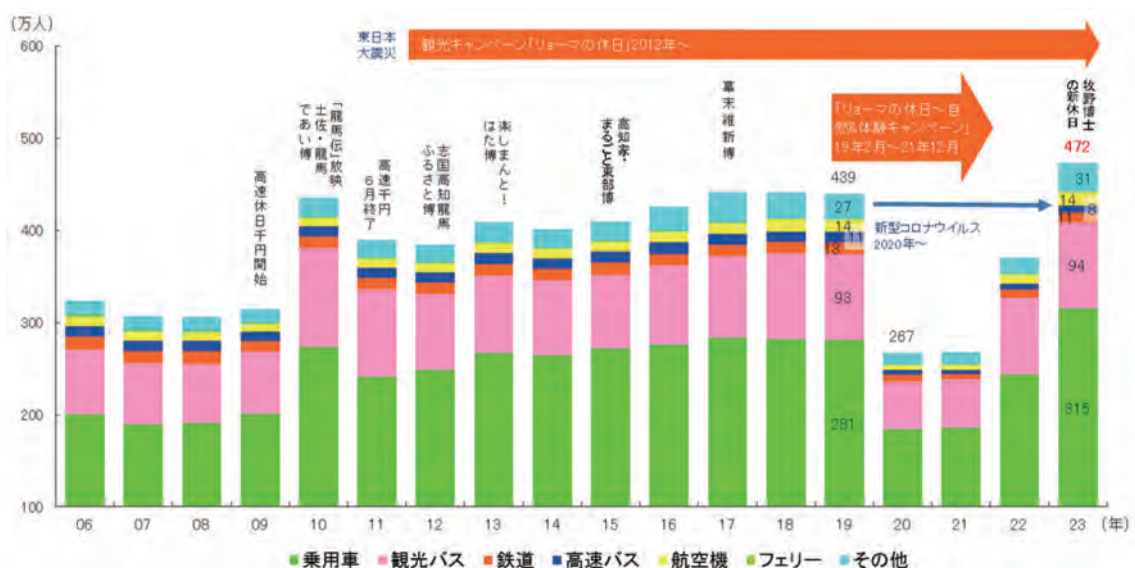
|                 | 2023年実績 | 前年比     | (参考)<br>2019年比 |
|-----------------|---------|---------|----------------|
| 県外観光客数          | 472.2万人 | +27.4%  | +7.6%          |
| 観光消費額           | 1,290億円 | +33.5%  | +17.6%         |
| 県内主要66施設の入込客数   | 332.4万人 | +24.3%  | +1.8%          |
| 高知県立牧野植物園（高知市）  | 44.2万人  | +136.7% | +148.3%        |
| 旧濱口家住宅（佐川町）     | 16.3万人  | +522.2% | +393.9%        |
| 北川村「モネの庭」マルモッタン | 10.9万人  | +22.7%  | +49.3%         |
| 西島園芸団地（南国市）     | 14.8万人  | +23.3%  | +39.6%         |

出所：高知県「令和5年県外観光客入込・動態調査報告書」をもとに四銀地域経済研究所作成

## （2）継続的な博覧会実施による受け入れ体制の整備

「らんまん」効果により、観光客数・消費額ともに過去最高となった背景には、これまで開催してきた観光博覧会の実績と観光事業者のネットワークの蓄積がある。2008年リーマンショックの影響などで700億円台にまで落ち込んでいた高知県内の観光消費額は、2010年に放映されたNHK大河ドラマ「龍馬伝」と連携した博覧会「土佐・龍馬であい博」により、同年に1,010億円まで増加した。県外観光入込客数も同様に、2009年の315万人から120万人も増加し、過去最高の435万人となった。その後も切れ目なく博覧会を開催し、観光客誘致を続けた結果、コロナ前の3年間は440万人を維持する水準となった。また、2011年以降も「志国高知 竜馬ふるさと博（2011年3月～2012年3月）」、「リョーマの休日キャンペーン（2012年4月～2014年3月）」など、継続的に博覧会を実施したことで、観光客誘客の勢いを維持することに成功した（図表-19）。

図表-19 県外観光入込客数の推移（交通機関別）



注1：2011年から「その他」に航空機チャーター便と客船を加えている

注2：各数値は単位未満を四捨五入して表記

出所：高知県「各年県外観光客入込・動態調査報告書」をもとに四銀地域経済研究所作成

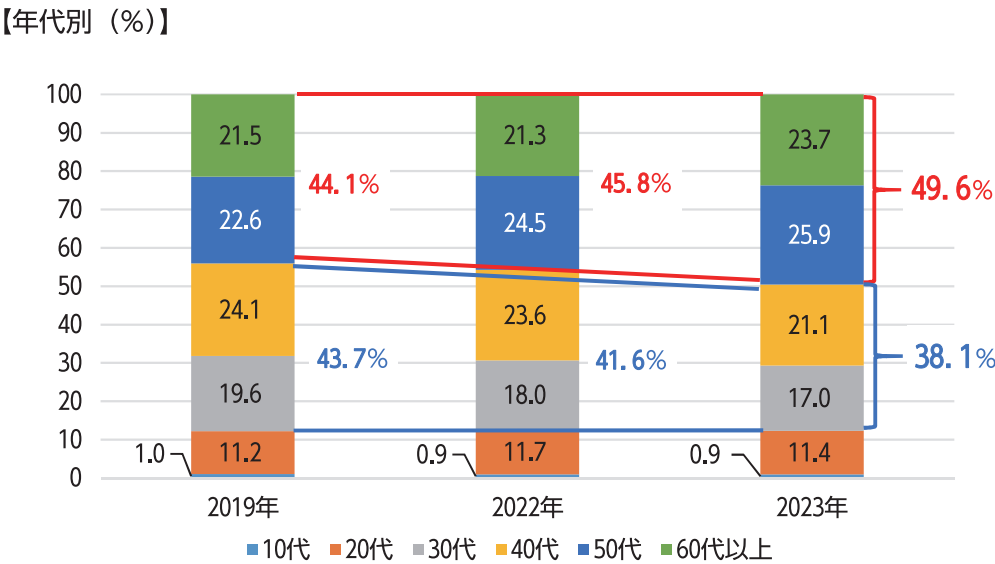


こうした継続的な観光振興の取り組みが、「らんまん」効果を最大化させるための受け入れ態勢整備に繋がっている。

（3）ターゲット層別の動向

2023年度に朝ドラ「らんまん」と連動して実施された観光キャンペーン「牧野博士の新休日」では、「従来の高知県への主たる観光客層に加えて、ドラマをきっかけとして、親和性の高い「女性」「若者」など新しいターゲット層を取り込む」という目標を掲げ、観光客の開拓を図った。一方で、2023年における年代別の県外観光客をみると、「50代」「60代以上」の割合が増加した一方で、「30代」「40代」の割合が減少している。また、性別でみると2023年の入込客数のうち、男性が64.1%、女性が35.9%となり、コロナ前の2019年と性別構成に変化はない。このことから、本キャンペーンは「女性」や「若者」の入込客数増加にも寄与したが、従来の主たる観光客層である「男性」や「50代以上」の層に人気があったことが伺える（図表－20）。

図表－20 県外観光客の年代別・性別入込割合



【性別（％）】

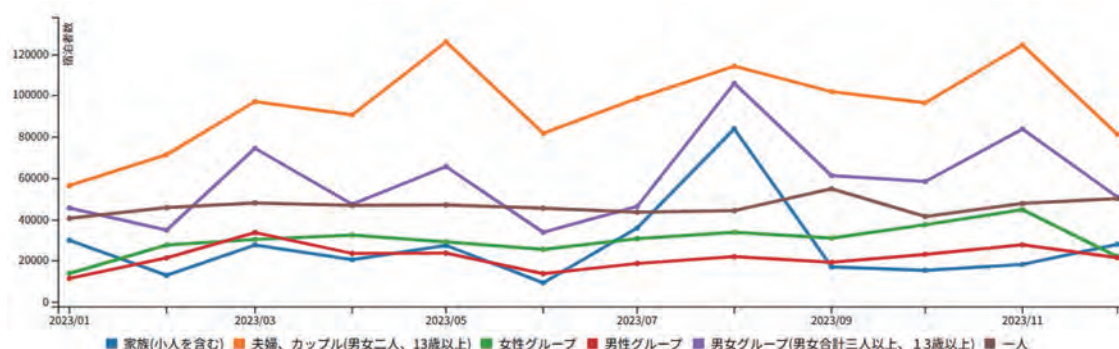
|    | 2019 年 | 2022 年 | 2023 年 |
|----|--------|--------|--------|
| 男性 | 64.1   | 64.5   | 64.1   |
| 女性 | 35.9   | 35.5   | 35.9   |

出所：各年「高知県外観光客入込・動態調査報告書」をもとに四銀地域経済研究所作成

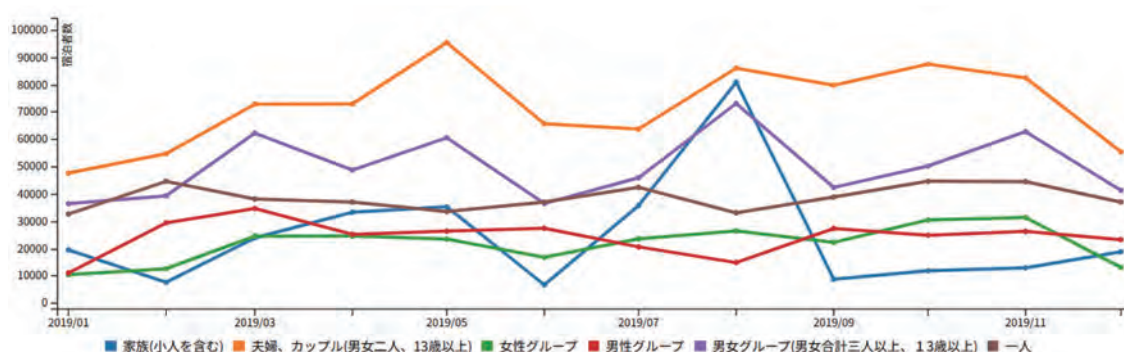
また、参加形態別の宿泊実績を見ると、全ての月において「夫婦、カップル（男女二人、13歳以上）」が最も多くなっている（図表－21）。これはコロナ禍前の2019年においても同様の傾向となっており、朝ドラ「らんまん」の誘客効果の有無に関わらず「夫婦、カップル」層が高知県観光におけるメインターゲット層であることを示している。

図表-21 高知県の参加形態別宿泊実績推移

① 2023年1月～12月



② (参考) 2019年1月～12月



出所：観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

NHK放送文化研究所が2018年に実施した「朝ドラ視聴者調査報告書」においても、視聴者層の約5割が「60代」以上となっている。また同報告書では、「60代」のうち54%、「70代」の65%が「夫婦ともに見ている」ことから、朝ドラの視聴者層と、高知県に来訪する県外観光客の主たるターゲット層が概ね一致していると言える。

## 5. 朝ドラを契機とした「ロケツーリズム」の方向性

前章までの分析結果を踏まえ、「あんぱん」をはじめとする今後の朝ドラを契機とした「ロケツーリズム」を、持続的な観光振興に活かすための方向性について整理する。

### (1) 観光客の心理を捉えた観光商品開発

前述のとおり、ロケ地に訪れる動機は「別の観光目的で訪れ、たまたま近くのロケ地に立ち寄った」場合もあれば、「作品内で表現された、自分とは異なる文化や生活様式に憧れを持ち、わざわざロケ地を訪れた」場合もあり、同じ年齢層や家族構成であっても熱量が大きく異なる。したがって、観光客が旅行する精神的な動機に合わせて、「ロケツーリズム」の観光商品を開発する必要がある。まず①レクリエーションモードや②気晴らしモードといったライトな観光客に対しては、気軽にロケ地巡りや作品と触れ合う機会を設ける必要がある。一方、④体験モードや⑤実存モードといった作品を通して自分の生き方を見つめなおすような観光客に対しては、その心理を上手く掴めるよう、作品の背景や作品に込

められた思いを知る、あるいは追体験できるなどといった没入感のある観光商品を開発することが重要である。これらの取り組みにより、何度も観光客として訪れるリピーターや、その先の関係人口<sup>3</sup>、さらには移住といった、一歩踏み込んだ関係性を構築できる可能性がある。

## （２）リピーター育成のための戦略

観光庁では、2015年に「ロケツーリズムによる地域振興マニュアル」を制定し、ロケ誘致をきっかけとしてロケ地をいかに観光振興や地域振興につなげるかを取りまとめている。本マニュアルで紹介されている取り組みのうち、「観光客・リピーターの確保」については下記の４つのステップが紹介されている。

### ①【First Step】ロケのPR効果により地域を知ってもらう

ロケツーリズムを推進するには、その作品がどこで撮影されたものかを視聴者に伝える必要がある。例えば、ロケ地マップを作成し、作品DVDへの梱包や上映される映画館での配布などを行い、地域と作品がリンクする情報発信を行うことが重要となる。

### ②【Second Step】ロケツーリズムにより地域を訪れてもらう

作品を通じて交流人口を増加させるためには、①のロケのPR効果によりロケ地を知ってもらった人に、実際に地域を訪れてもらう戦略が必要となる。例えば、ロケ地ツアーの商品造成や特別なロケ地の見学会、作品内で食べられていたものや出演者が実際にロケで食べていたグルメの提供など、普段では体験できない特別感を演出し、ロケ地を訪れるきっかけを創出する。

### ③【Third Step】地域の魅力の発信

作品に興味を持ち、ロケ地を知り、実際に地域を訪れた観光客に対しては、ロケ以外の魅力を発信し、地域を観光してもらうことが重要となる。各観光資源の磨き上げを行い、適切な情報発信を行うことで、滞在時間を延ばし、今後のリピーターを育てていくことができる。

### ④【Fourth Step】新たなロケの誘致による継続的な交流の創出

1つの作品による観光誘客効果の有効期間（以下、賞味期限という）は、一部の作品を除き長期に渡るものではないことから、ロケ地巡りの様々な仕掛けを作って作品自体の賞味期限を延ばすと同時に、賞味期限が切れる前に新しいロケを誘致することが必要。

本マニュアルはロケ誘致による観光振興を前提としているため、「④【Fourth Step】新たなロケの誘致による継続的な交流の創出」について触れている。1つの作品による観光誘客効果には基本的には賞味期限があるため、特定の作品に依存し続けることができない。しかしながら、新しい作品のロケを誘致し続けることは他地域との誘致合戦となり、あまり現実的ではないと考えられる。

コンテンツツーリズムを専門とする関東学院大学の岩崎達也教授らの論文「高関与旅行者の行動分析－『夏目友人帳』における聖地巡礼行動を事例として－（2018）」によれば、「作品世界に興味や愛着を持ち、その舞台となったロケ地に訪れた人は、周辺の観光も行うほか、同じロケ地巡りを行う観光客同

<sup>3</sup> 移住した「定住人口」でもなく、観光にきた「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々のこと（総務省）

士、現地の人々との交流を通じて、旅行者の関心が次第にその地域自体への愛着に代わる」としている。このため、朝ドラをきっかけに訪れた観光客に対して、その場所本来の観光地としての魅力を伝え、何度でも同じ場所を訪れるリピーターを育てていく「③【Third Step】地域の魅力の発信」こそが、特定の作品に依存しすぎない持続的な観光振興を行う上で最も重要と言える。

### （３）高知県全体での戦略的な取り組み

前章の分析結果を踏まえると、「あんぱん」をきっかけに地域を知ってもらい、まず初めて訪れてもらう段階においては、基本的には高知県におけるメインターゲット層である「50代以上」「夫婦、カップル」を中心に、来訪意欲を高めるコンテンツを造成し、その情報を発信していく必要がある。物部川エリアのメインターゲットは「小学生以下の子育てファミリー層」だが、同時に「三世代ファミリー」や「アクティブシニア」も重要なターゲット層として位置づけている。50代以上の夫婦が含まれる「三世代ファミリー」の祖父母や「アクティブシニア」の夫婦に対して、「あんぱん」をきっかけとした「ロケツーリズム」を提案していくことで、より観光客の増加が期待できる。

また、これまでの継続的な博覧会の実施経験を活かし、高知県全体を巻き込んだ戦略も重要となる。「あんぱん」をきっかけに物部川エリアを訪れた観光客に対し、季節ごとの魅力発信や、テーマ別の周遊ルート（自然体験コース、歴史文化コース、グルメコースなど）を提案することで、年間を通じて何度でも訪れたい観光地づくりを進めることが重要である。これにより、初回は「あんぱん」目的で物部川エリアを訪れた観光客が、次回は四万十川、その次は室戸岬といったように、高知県内の様々な地域を周遊するリピーターへと育成できる。

上記の戦略的な取り組みにより、「あんぱん」をきっかけに物部川エリアを訪れた観光客の心を掴むとともに、高知県全体の持続的な観光振興へと発展させることが期待される。

#### （参考文献）

- 国土交通省・経済産業省・文化庁（2005）「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」
- Cohen, E. 1979, “A Phenomenology of Tourist Experiences” *Sociology*, 13, pp.179-201, （遠藤英樹訳、1998.「観光経験の現象学」『研究季報』9（1）、奈良県立商科大学）
- 観光庁（2015）「ロケツーリズムによる地域振興マニュアル」
- 岩崎達也・津村将章（2018）「高関与旅行者の行動分析－『夏目友人帳』における聖地巡礼行動を事例として－」
- 二瓶互他（2020）「NHK連続テレビ小説と視聴者－“朝ドラ”はどう見られているか－」NHK文化放送研究所
- 増淵敏之他（2021）「地域は物語で10倍人が集まる－」生産性出版
- 観光庁（2024）「世界的潮流を踏まえた魅力的な観光コンテンツ造成のための基礎調査事業調査報告書」
- 株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター（2024）「じゃらん映像コンテンツ コンテンツツーリズム調査 調査報告書」
- Expedia. 2024, “Unpack’25”



四国銀行 地域イノベーション部（四銀地域経済研究所 特別研究員） 多賀 弘顕  
四銀地域経済研究所 主任研究員 山本翔太郎  
四銀地域経済研究所 主任研究員 森下和佳奈

2025年4月にリリースしたピックアップレポート「高知県の経済」に続き、このほど「徳島県の経済」についてもレポートを作成することとした。徳島県を選んだのは、当行の営業エリアとして、本店所在地である高知県とともに100年以上、地元として歩んできた重要な市場だからである。

本レポートは、徳島県経済の特徴と強み・弱みを把握することで、徳島県が今後、取り組むべき方向性を考えるとともに、高知県が参考にできる点を明らかにし、もって両県がともに発展していくための「気づき」を提供することを目的としている。そのため、随所で高知県との比較に触れているが、図表等を明示していない数字等については、ピックアップレポート「高知県の経済」をご参照いただければ幸いである。

## 目次

1. 徳島県経済の状況：人口と労働力
2. 徳島県経済の状況：所得
3. 徳島県経済の分析
4. 徳島県経済の総括と高知県が学ぶべき方向性についての考察

## 1. 徳島県経済の状況：人口と労働力

### （1）人口

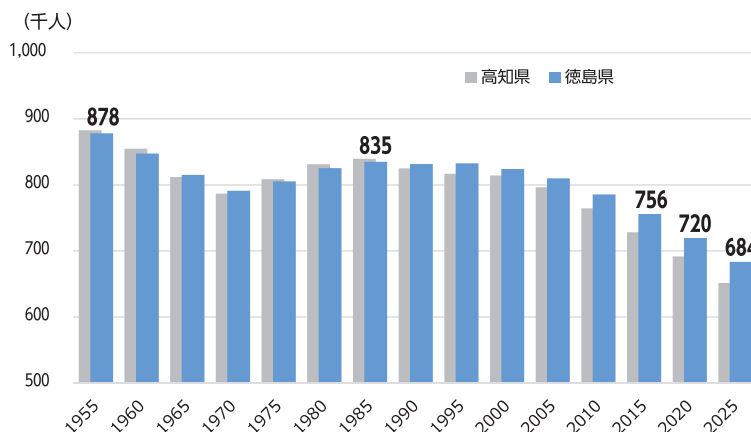
#### ① 人口動態の長期時系列推移

1955年の徳島県の人口は87万8千人で、この時点では高知県（88万3千人）のほうが5千人多かった。その後は高度経済成長期における大都市圏等への人口移動等により人口が減少していくが、その速度は高知県よりも緩やかで、1965年には、徳島県の人口は高知県よりも多くなった。ただ、その後の人口回復期における人口増加速度は高知県のほうが速く、1975年には徳島県の人口は再び高知県を下回った。

その後は両県とも人口減少時代に突入していくが、ここでもやはり高知県の人口減少速度が速く、1990年には再び徳島県の人口は高知県を上回った。2025年1月時点の徳島県の人口は68万4千人で、徳島県のほうが高知県よりおよそ3万2千人、多くなっている。

なお、2025年1月時点で高知県は鳥取県、島根県に次いで3番目に人口が少ない都道府県で、徳島県はそれに次ぐ4番目である。しかし「将来推計人口」によると、5年後の2030年には、高知県は島根県に抜かれて2番目となり、2045年には徳島県も島根県に抜かれて3番目になると推計されている。

図表—1 徳島県の人口推移



(出所) 総務省「国勢調査」、2025年は1月1日時点の徳島県推計人口

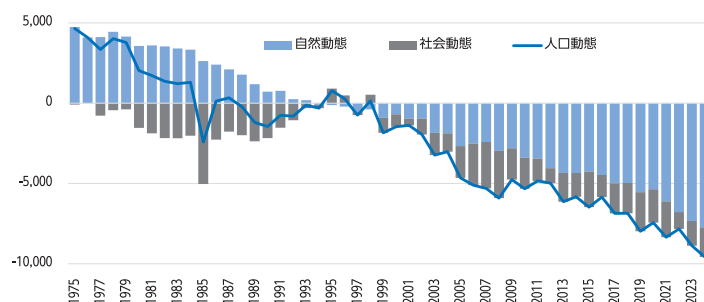
## ② 自然動態と社会動態

徳島県が人口増加を記録したのは1995年が最後<sup>1</sup>である。徳島県でも少子高齢化の進展に伴って、自然動態は95年にマイナスに転じたが、基本的にマイナスで推移してきた社会動態がこの年は一時的にプラスに転じ、人口は増加を記録した。

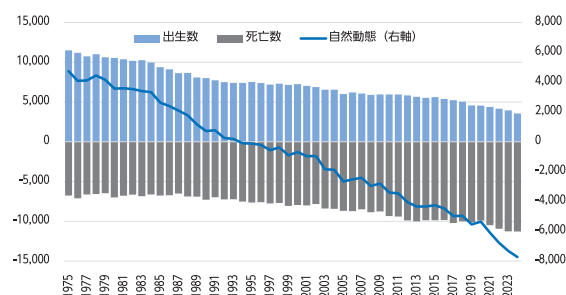
近年の動向としては、自然減は年々拡大し、社会減は足元でやや拡大基調にあるものの、概ね小幅で推移している。

図表—2 徳島県の人口動態、自然動態、社会動態

### ①人口動態

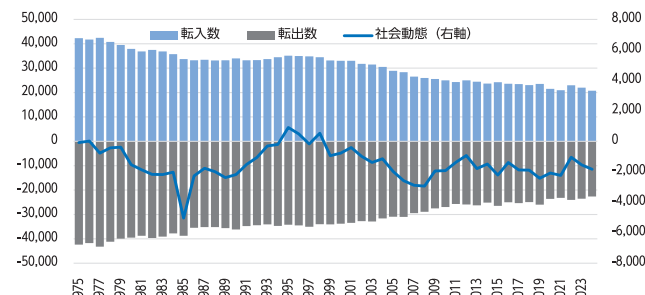


### ②自然動態



(出所) 徳島県人口移動調査年報

### ③社会動態



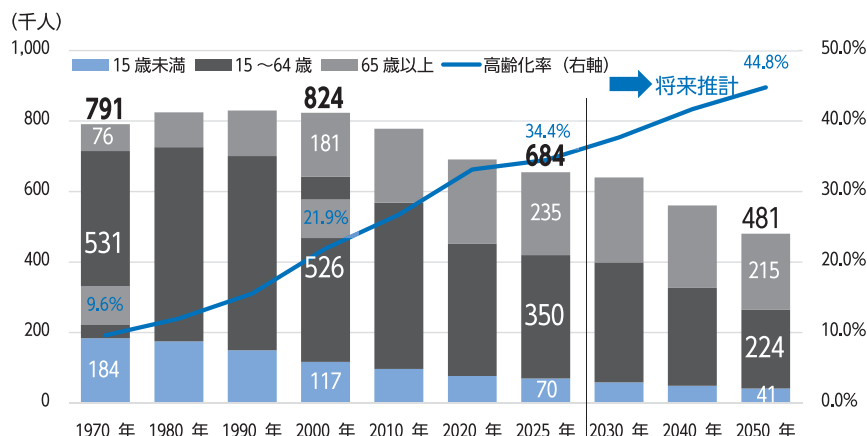
(出所) 徳島県人口移動調査年報

<sup>1</sup> 国勢調査ベース。

### ③ 年齢別人口

徳島県の高齢化は全国に先駆けて進んでおり、2025年1月1日時点の高齢化率（人口に占める65歳以上人口の比率）は34.4%となっている。高知県（36.8%）より低いとはいえ、全国でも指折りの高水準<sup>2</sup>であり、2050年には44.8%にまで高まると推計されている。65歳以上人口は2019年をピークとして減少傾向に入っているが、生産年齢人口と年少人口がそれ以上に減少していくため、高齢化率は今後も上昇し続ける。

図表—3 徳島県の年齢階層別人口構成の推移



（出所）総務省「国勢調査」、2025年は1月1日時点の徳島県推計人口、2030年以降は国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口」

生産年齢人口の減少がもたらすのは働き手、地域の担い手の減少である。徳島県の場合、これまで経済をけん引してきたのが製造業である（後述参照）という事情を勘案すると、担い手が減ることで製造品出荷額等や付加価値額等に与える影響は他の産業より大きいと考えられ、労働力不足がもたらす問題は高知県とは異なるものになる可能性がある。製造業はオートメーションなどによる効率化を進めやすい業種でもあり、対応しやすい側面も持っているが、これまでも相応の効率化が進められているであろうことを考えると、更なる成長を考えた場合には大きな課題となってくることは間違いのないであろう。

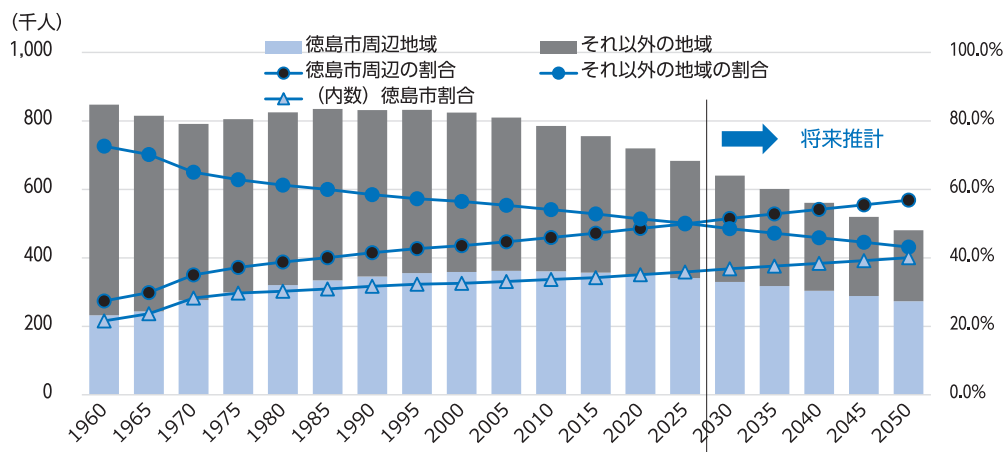
### ④ 地域別の人口動態

徳島県では、県庁所在地である徳島市への人口集中が進んでいる。地方部から都市部への人口流出が継続しているため、徳島市の人口が県人口に占める比率は1955年の19.5%から2025年には35.8%へと大きく上昇した。一方で県全体の人口が減少しているため、県内他地域からの人口供給も減少し、徳島市の人口も1999年をピークとして減少傾向にある。

徳島市以外の地域では概ね人口の減少が目立つが、徳島市と鳴門市に挟まれた松茂町と北島町、藍住町、および徳島市に隣接する石井町においては、徳島市と同様、人口が減少しながらも県全体における人口割合が上昇傾向にある。これらの自治体では、工業団地や大型商業施設が立地するなど仕事があり生活にも便利なこと、また徳島市へのアクセスも良好なことからベッドタウンとして人気が高い。こうした傾向は今後も続く見込みであり、2050年には4町を含めた徳島市周辺の人口は、県内の6割に迫る水準になると推計されている。なお、北島町においては県内で唯一、2025年時点でも人口が増加傾向にある。

<sup>2</sup> 2024年10月時点で高齢化率全国1位は秋田県、2位高知県、3位徳島県である。

図表—4 徳島県の地域別人口推移



(注) 徳島市周辺＝徳島市、松茂町、石井町、北島町、藍住町  
(出所) 総務省「国勢調査」、2025年は徳島県推計人口、2030年以降は社人研「将来推計人口」

## (2) 労働力

### ① 労働力人口と就業者数

1955年、徳島県には39万8千人の労働力人口があり、39万1千人が就業していた。同年の高知県（それぞれ42万9千人、42万1千人）と比較するとおよそ3万人少なく、当時の人口の差が5千人であることを考えると、労働力人口の差が大きい。徳島県では高知県よりも労働力率（15歳以上人口に占める労働力人口の割合）が低いためである。

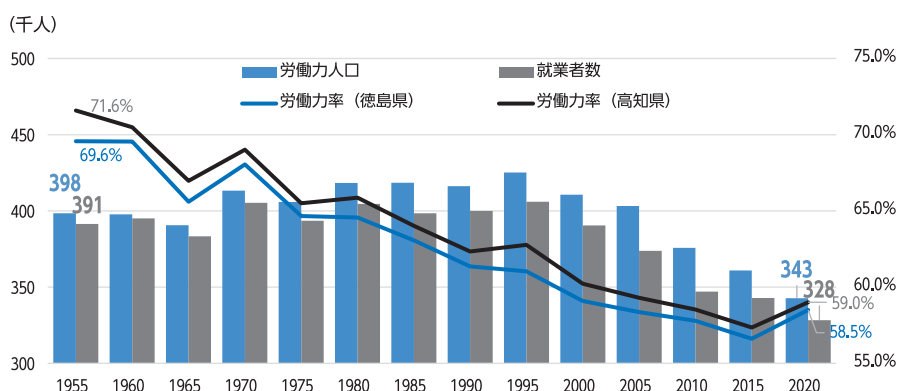
労働力人口、就業者数は人口が増減するに連れて同様に増減し、2000年以降は継続的に減少している。労働力率は年々低下しており、1955年には70%近かったのが、2020年には58.5%まで低下している。

就業者の推移を年齢別に見てみると、20代から30代の若年層の就業者数が大幅に減少している。高齢者雇用が進み、65歳以上の高齢者層の就業者数は増加傾向ではあるが、そもそも少子高齢化により、就労可能な人口が減少している。

性別・年代別に労働力率をみると、高知県との比較において女性の労働力率が全体的に低いのと、男性では高齢者層の労働力率にやや差が生じている。

年齢階層別、性別に非労働力人口の状況（各年齢人口に対する非労働力人口の割合）をみると、特に30代～60代の女性の「家事」による非労働力人口の割合が高い。「専業主婦」の多さが労働力率の低さに繋がっていると考えられる。

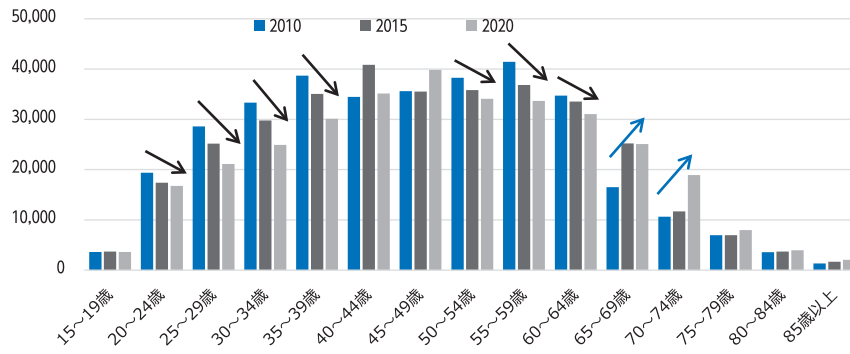
図表—5 徳島県の労働力人口・就業者数の推移



(出所) 総務省「国勢調査」

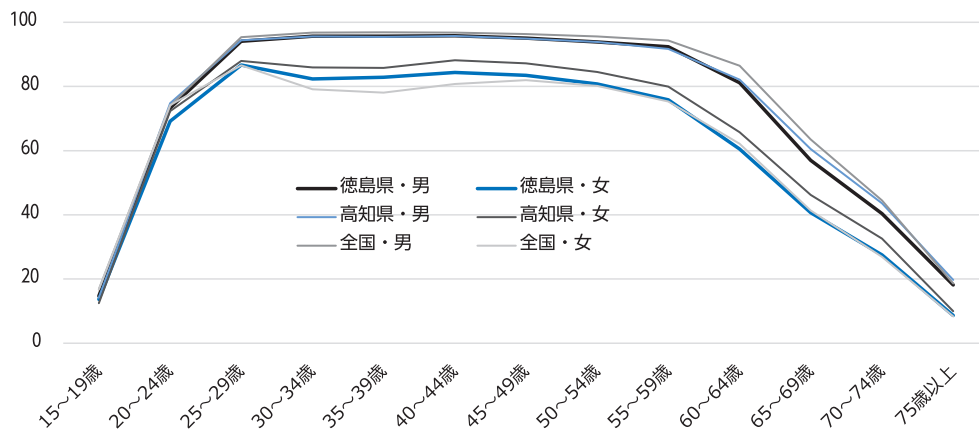


図表—6 徳島県の年齢別就業者数



(出所) 総務省「国勢調査」

図表—7 徳島県、高知県の性別、年齢別労働力率



(出所) 令和2年国勢調査

図表—8 年齢別人口に対する非労働力人口の割合

|   |        | 徳島県    |       |       |       | 高知県    |       |       |       |
|---|--------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
|   |        | 非労働力人口 | 家事    | 通学    | その他   | 非労働力人口 | 家事    | 通学    | その他   |
| 男 | 20～24歳 | 25.1%  | 0.9%  | 21.3% | 2.9%  | 21.6%  | 1.1%  | 17.7% | 2.8%  |
|   | 25～29歳 | 5.5%   | 0.9%  | 2.3%  | 2.4%  | 4.8%   | 0.9%  | 1.6%  | 2.3%  |
|   | 30～34歳 | 4.1%   | 0.8%  | 0.4%  | 2.8%  | 3.8%   | 1.0%  | 0.4%  | 2.5%  |
|   | 35～39歳 | 4.1%   | 1.1%  | 0.2%  | 2.8%  | 4.0%   | 1.0%  | 0.1%  | 2.8%  |
|   | 40～44歳 | 4.0%   | 0.9%  | 0.1%  | 2.9%  | 3.7%   | 0.9%  | 0.1%  | 2.7%  |
|   | 45～49歳 | 4.7%   | 1.1%  | 0.0%  | 3.5%  | 4.5%   | 1.1%  | 0.0%  | 3.3%  |
|   | 50～54歳 | 5.8%   | 1.4%  | 0.0%  | 4.4%  | 5.4%   | 1.3%  | 0.0%  | 4.1%  |
|   | 55～59歳 | 7.4%   | 1.8%  | 0.0%  | 5.5%  | 7.6%   | 2.1%  | -     | 5.4%  |
|   | 60～64歳 | 18.2%  | 4.7%  | 0.0%  | 13.5% | 16.6%  | 4.0%  | 0.0%  | 12.6% |
|   | 65～69歳 | 41.6%  | 7.2%  | 0.0%  | 34.4% | 36.8%  | 5.9%  | 0.0%  | 30.9% |
| 女 | 20～24歳 | 29.2%  | 4.6%  | 23.0% | 1.6%  | 23.7%  | 3.9%  | 17.4% | 2.3%  |
|   | 25～29歳 | 12.6%  | 9.7%  | 1.2%  | 1.6%  | 10.3%  | 7.7%  | 1.0%  | 1.6%  |
|   | 30～34歳 | 16.8%  | 14.8% | 0.4%  | 1.6%  | 12.2%  | 10.4% | 0.5%  | 1.3%  |
|   | 35～39歳 | 16.3%  | 14.5% | 0.2%  | 1.5%  | 12.4%  | 10.6% | 0.3%  | 1.5%  |
|   | 40～44歳 | 14.8%  | 13.0% | 0.1%  | 1.6%  | 10.4%  | 8.7%  | 0.1%  | 1.5%  |
|   | 45～49歳 | 15.8%  | 13.7% | 0.1%  | 2.0%  | 11.3%  | 9.2%  | 0.1%  | 2.0%  |
|   | 50～54歳 | 18.5%  | 16.0% | 0.1%  | 2.4%  | 14.0%  | 11.5% | 0.0%  | 2.5%  |
|   | 55～59歳 | 23.5%  | 20.3% | 0.0%  | 3.2%  | 18.6%  | 15.2% | 0.0%  | 3.4%  |
|   | 60～64歳 | 38.5%  | 29.3% | 0.0%  | 9.1%  | 32.3%  | 24.3% | 0.0%  | 8.0%  |
|   | 65～69歳 | 57.5%  | 34.8% | 0.0%  | 22.7% | 50.6%  | 30.5% | 0.0%  | 20.1% |

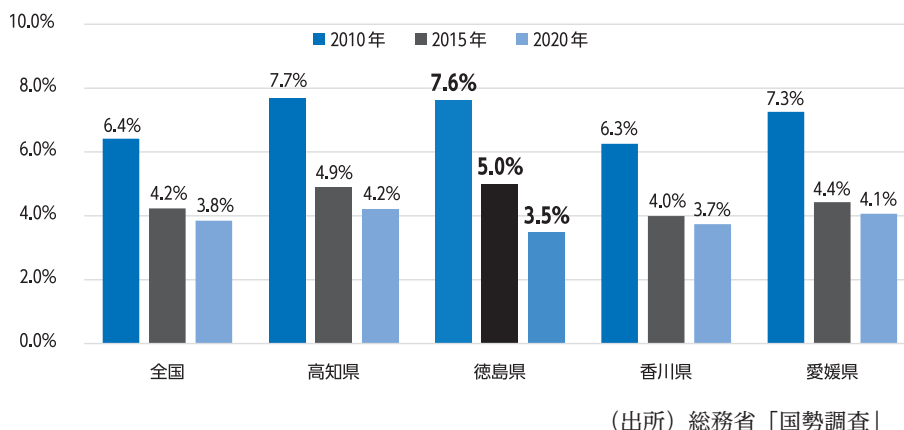
(出所) 総務省「令和2年国勢調査」

## ② 完全失業率

四国の完全失業率推移を見てみると、2010年はリーマンショックの影響で全国的に高くなっているが、四国では香川県を除いて全国を大きく上回る失業率となっている。2015年時点で、徳島県の失業率は四国内でも最も高くなっているが、2020年には3.5%まで低下し、四国で最も低い水準となっている。

2020年はコロナ禍により、全国でサービス業を中心とした従業者数の大幅な減少がみられたが、後述するように、徳島県は化学や電子デバイスといった製造業が主力であり、コロナ禍の影響を受けにくかったと推測できる。

図表—9 全国および四国4県 完全失業率の推移



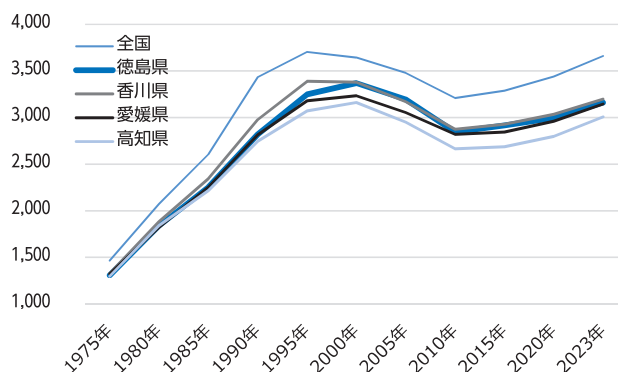
## 2. 徳島県経済の状況：所得

### (1) 所得の全国比較

四国においては、1980年代から1990年代にかけて香川県が先行して所得の向上を果たしたが、1990年代後半、全国的に所得が伸び悩んだ時期に徳島県の所得が向上し、徳島県の所得は香川県と同水準になった。

それ以降、各県とも同様の所得カーブを描くなか、全体的に所得が低下する2000年代後半に愛媛県が所得の落ち込みを小幅に抑え、香川県、徳島県と同水準に並んだ。その後はほぼ同様の推移となっており、高知県だけがやや低いままとなっている。

図表—10 納税義務者一人当たり課税所得額の推移



(出所) 総務省「令和5年度市町村課税状況の調」より四国銀行作成

## (2) 市町村別所得

徳島県では、海岸線沿いに徳島市、鳴門市、小松島市、阿南市など工業、商業の中心となる市が集中しており、これらの市周辺において所得が高い傾向にある。中でも、県都である徳島市は他に抜きんでて所得が高く、まさに徳島県経済の中心地となっている。

松茂町、北島町、藍住町は町の面積自体はさほど大きくないものの、徳島市への通勤圏内であること、また有力企業が多く立地することなどから所得が高くなっている。ほかにも海岸沿いの主要市に隣接する自治体の所得が高くなっている。

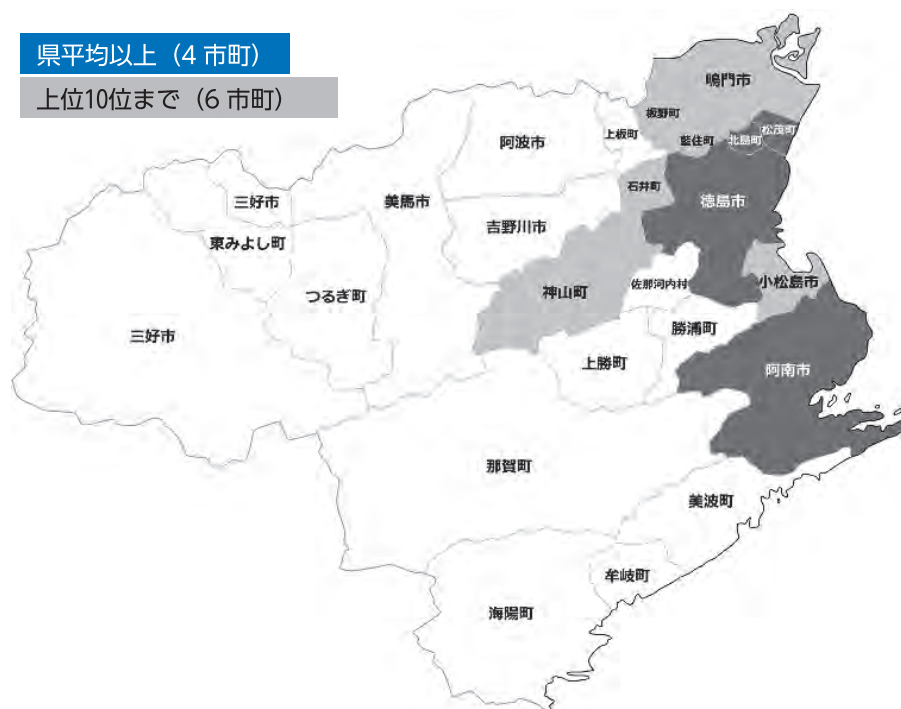
特徴的なのは、阿南市の所得水準（県内順位）が過去50年ほどの間で急速に上昇していることで、日亜化学工業(株)（以下「日亜化学」という）などの有力企業が立地していることが寄与していると考えられる。同様に所得水準（県内順位）を大幅に上げているのが神山町である。神山町は徳島市に隣接しており、道路整備により徳島市への通勤圏内となったこと、IT企業やクリエイターの集積が進んでいること等が所得の向上に寄与しているものと考えられる。

中西部の中山間地域、および南部の海岸沿いに位置する市町村は相対的に所得が低い傾向にある。阿南市より南に位置する美波町、牟岐町、海陽町、および西部に位置する三好市やつるぎ町においては、地理的要因や道路網、港湾などの問題から工業化が進まなかったこと、農林漁業に代わる産業が育ちにくかったことなどを要因として、所得が伸び悩んだ。

図表—11 徳島県市町村別 納税義務者一人当たり課税対象所得の推移

|       | 納税義務者一人当たり課税対象所得 |       |       |         | 県内順位 |      |      |    |
|-------|------------------|-------|-------|---------|------|------|------|----|
|       | 1975             | 2000  | 2023  | 1975 年比 | 1975 | 2000 | 2023 | 傾向 |
| 徳島県   | 1,308            | 3,370 | 3,161 | 141.7%  |      |      |      |    |
| 徳島市   | 1,471            | 3,661 | 3,488 | 137.2%  | 1    | 1    | 1    | →  |
| 鳴門市   | 1,333            | 3,477 | 3,045 | 128.4%  | 5    | 4    | 6    | →  |
| 小松島市  | 1,232            | 3,161 | 2,957 | 140.0%  | 10   | 9    | 7    | →  |
| 阿南市   | 1,225            | 3,308 | 3,271 | 167.0%  | 13   | 6    | 3    | ↑  |
| 吉野川市  | 1,217            | 3,099 | 2,787 | 128.9%  | 14   | 14   | 14   | →  |
| 阿波市   | 1,153            | 2,971 | 2,765 | 139.7%  | 19   | 20   | 15   | →  |
| 美馬市   | 1,174            | 3,067 | 2,789 | 137.7%  | 16   | 16   | 13   | →  |
| 三好市   | 1,247            | 3,123 | 2,747 | 120.3%  | 7    | 12   | 16   | ↓  |
| 勝浦町   | 1,101            | 3,113 | 2,734 | 148.2%  | 21   | 13   | 17   | →  |
| 上勝町   | 1,093            | 2,694 | 2,548 | 133.1%  | 22   | 24   | 24   | →  |
| 佐那河内村 | 955              | 3,006 | 2,654 | 177.9%  | 23   | 17   | 20   | →  |
| 石井町   | 1,192            | 3,258 | 2,944 | 147.0%  | 15   | 7    | 8    | →  |
| 神山町   | 926              | 2,896 | 2,872 | 210.0%  | 24   | 22   | 9    | ↑  |
| 那賀町   | 1,240            | 2,975 | 2,815 | 127.1%  | 8    | 19   | 11   | →  |
| 牟岐町   | 1,437            | 3,091 | 2,610 | 81.7%   | 2    | 15   | 22   | ↓  |
| 美波町   | 1,227            | 2,922 | 2,619 | 113.4%  | 12   | 21   | 21   | ↓  |
| 海陽町   | 1,228            | 2,857 | 2,559 | 108.4%  | 11   | 23   | 23   | ↓  |
| 松茂町   | 1,354            | 3,583 | 3,265 | 141.2%  | 4    | 3    | 4    | →  |
| 北島町   | 1,408            | 3,635 | 3,375 | 139.7%  | 3    | 2    | 2    | →  |
| 藍住町   | 1,281            | 3,399 | 3,118 | 143.4%  | 6    | 5    | 5    | →  |
| 板野町   | 1,150            | 3,228 | 2,847 | 147.6%  | 20   | 8    | 10   | →  |
| 上板町   | 1,153            | 3,143 | 2,791 | 141.9%  | 18   | 10   | 12   | →  |
| つるぎ町  | 1,235            | 3,005 | 2,679 | 116.9%  | 9    | 18   | 19   | ↓  |
| 東みよし町 | 1,155            | 3,140 | 2,698 | 133.7%  | 17   | 11   | 18   | →  |

図表—12 市町村別所得分布



### 3. 徳島県経済の分析

#### (1) 徳島県経済に大きな影響を及ぼした二大要素

徳島県は他の四国3県と比較すると、順調な成長を遂げてきている。直近10年間の通算経済成長率は四国4県の中でも突出しており、まさに「一人勝ち」の様相だ。コロナ禍に見舞われた2020年でも、徳島県のマイナスは小幅に抑えられている。こうした違いをもたらした要因として、一つには地理的に関西に近いことがあげられるが、それに加えて考えられるのが、①道路網の整備、②製造業の発展、の2点である。

図表—13 四国4県の経済成長率

(単位：%)

|     | 2012  | 2013  | 2014  | 2015 | 2016  | 2017 | 2018  | 2019  | 2020  | 2021 | 10年通算  |
|-----|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|-------|-------|------|--------|
| 徳島県 | ▲1.86 | 3.79  | 1.06  | 1.02 | ▲0.77 | 2.32 | 1.25  | 0.02  | ▲2.19 | 4.34 | 9.13%  |
| 香川県 | 0.22  | ▲0.87 | ▲1.93 | 1.30 | 1.05  | 1.23 | 0.27  | ▲0.17 | ▲7.84 | 4.88 | ▲2.32% |
| 愛媛県 | ▲5.50 | 3.28  | ▲2.67 | 0.32 | 0.17  | 3.20 | ▲0.94 | ▲1.01 | ▲7.41 | 8.19 | ▲3.23% |
| 高知県 | 0.33  | 4.04  | ▲0.49 | 1.47 | 0.11  | 0.25 | ▲1.06 | ▲1.26 | ▲5.58 | 2.12 | ▲0.35% |

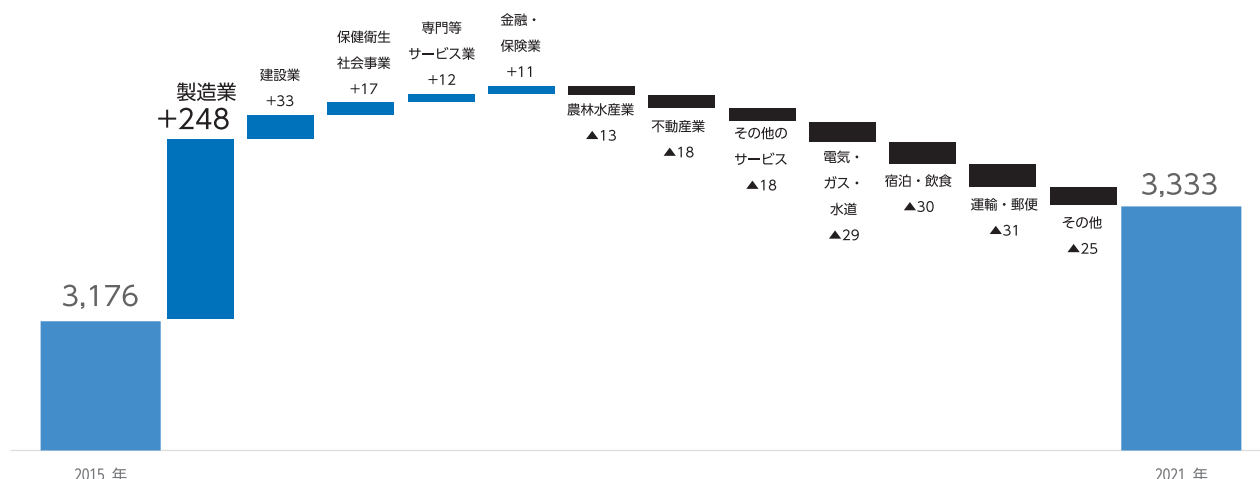
(注) 実質、連鎖方式

(出所) 内閣府「県民経済計算（平成23年度－令和3年度）（2008SNA、平成27年基準計数）」より四国銀行作成



図表—14 徳島県の産業別県内総生産寄与額

(単位：十億円)



(注) 実質：2015暦年連鎖価格による2015年～2021年の6年間の変化額  
(出所) 徳島県県民経済計算より四国銀行作成

## A. 道路網の整備

- ① 1985年 6 月 大鳴門橋開通
- ② 1998年 4 月 明石海峡大橋開通

上記 2 つの本四連絡橋の開通によって、それまで海上輸送が中心だった徳島県の物流が陸上輸送中心に変わり、時間とコストの大幅な削減が実現した。

また、これらの開通に合わせた一般道路網と高速道路網の整備も、徳島県の流通と経済に大きな影響を与えた。一般道では、南北に国道11号から55号へと続く大動脈の整備と拡幅が行われ、鳴門市から徳島市、小松島市、阿南市に至るまでの交通の便が大きく改善された。

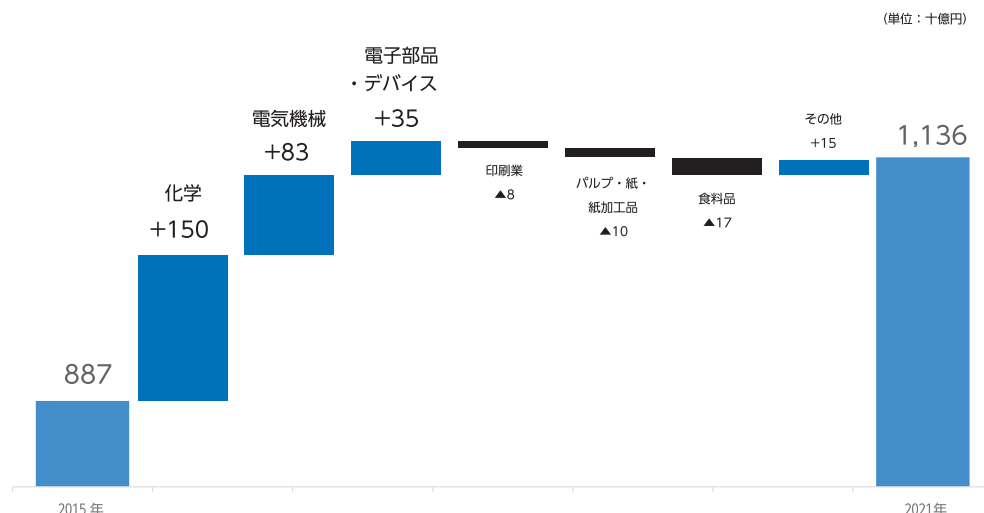
徳島自動車道を含む四国内の高速道路網の完成も、徳島県の経済に大きな影響を与えた。これによって徳島市から四国内 3 県都へのアクセスが劇的に改善され、時間距離が大幅に短縮された。

これら一般道路と高速道路が本四連絡橋と接続したことによって、特に関西のマーケットへのアクセスが改善され、徳島県は従来以上に「地の利」を獲得、商業、製造業、観光など多くの面で有利に働くこととなった。これらの道路網整備は、後に述べる製造業の発展に大きく寄与したであろうと考えられる。

## B. 製造業の発展

徳島県の経済を牽引した製造業のなかでも貢献度が高いのが、医薬品等を含む「化学工業」と発光ダイオード (LED) を含む「電子部品・デバイス・電子回路」である。

図表—15 徳島県の製造業中分類別県内総生産寄与額



(注) 実質：2015暦年連鎖価格による2015年～2021年の6年間の変化額  
(出所) 徳島県県民経済計算より四国銀行作成

徳島県はもともと製塩業から派生した化学・医薬品製造が盛んで、(株)大塚製薬工場や富田製薬(株)などの医薬品メーカーが立地していた。中でも(株)大塚製薬工場、大塚製薬(株)、大鵬薬品工業(株)、大塚化学(株)、大塚食品(株)などを擁する大塚グループは、過去20～30年ほどのうちで飛躍的な成長を遂げ、徳島県の経済成長を支えた。大塚ホールディングス、大塚製薬などは本社を東京としているが、ルーツである徳島県を重要視しており、県内に多くの生産拠点を構えている。

1993年に青色発光ダイオード（LED）を開発し、世界に名を馳せた日亜化学も急速な成長を遂げ、徳島県経済を牽引する企業となった。日亜化学の発展を契機として、徳島県は「LED 関連企業の集積」と「LED を核としたまちづくり」を推し進めたほどだ。日亜化学はまさに徳島県における「ゲームチェンジャー」となり、徳島県の経済と社会を底上げする立役者になったと言っても過言ではない。日亜化学はほかにも数多くの特許を保有するなど「研究開発型企业」として多角的な事業展開を図っており、徳島県の製造業、経済を牽引する存在となっている。

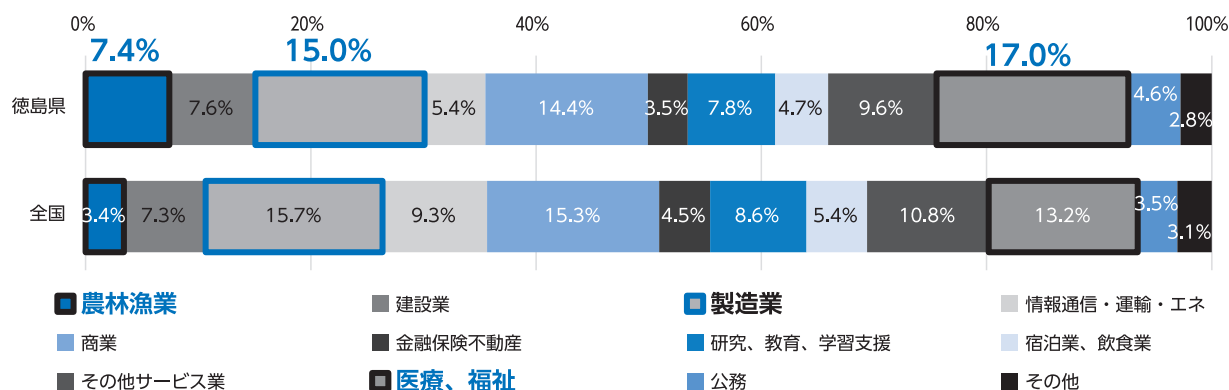
蓄電池等を含む「電気機械」の生産額が大きく増加したのは、2021年以降のことである。車載用リチウムイオン電池を生産するパナソニックエナジー、プライムプラネットエナジー&ソリューションズ等の工場が立地、リチウムイオン電池用正極材を生産する日亜化学など関連企業も集積しており、ここ数年で急速に生産額が増加している。徳島県は2024年7月に「徳島バッテリーバレイ構想」を打ち出し、医薬品、LED に続く産業の柱として振興する方針としている。

なお、「電気機械」に関しては、2020年が最新データである国勢調査や、2015年が最新データである産業連関表ではその趨勢を確認することができない。本稿における以降の記述でも、国勢調査や産業連関表をもとにした分析では「電気機械」に触れていないことに留意願いたい。

## (2) 産業構造

就業者数をもとに徳島県の産業構造（産業大分類による）をみると、高知県ほどではないにせよ「農林漁業」（7.4%）、「医療、福祉」（17.0%）の割合が高い（高知県はそれぞれ10.2%、17.9%）。

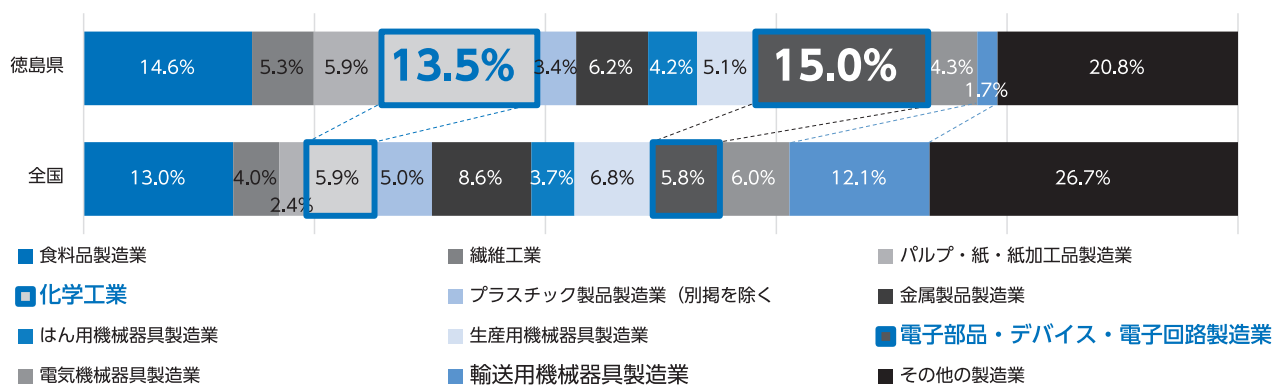
図表—16 徳島県と全国の産業別就業者割合の比較



(出所) 総務省「令和2年国勢調査」

製造業は15.0%と全国（15.7%）よりやや低くなっているが、その内訳をみると、「化学工業」が製造業全体に占める割合は全国の2.2倍にあたる13.5%、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」は同2.6倍の15%を占めており、この2業種が徳島県において特徴的に盛んであることがわかる。

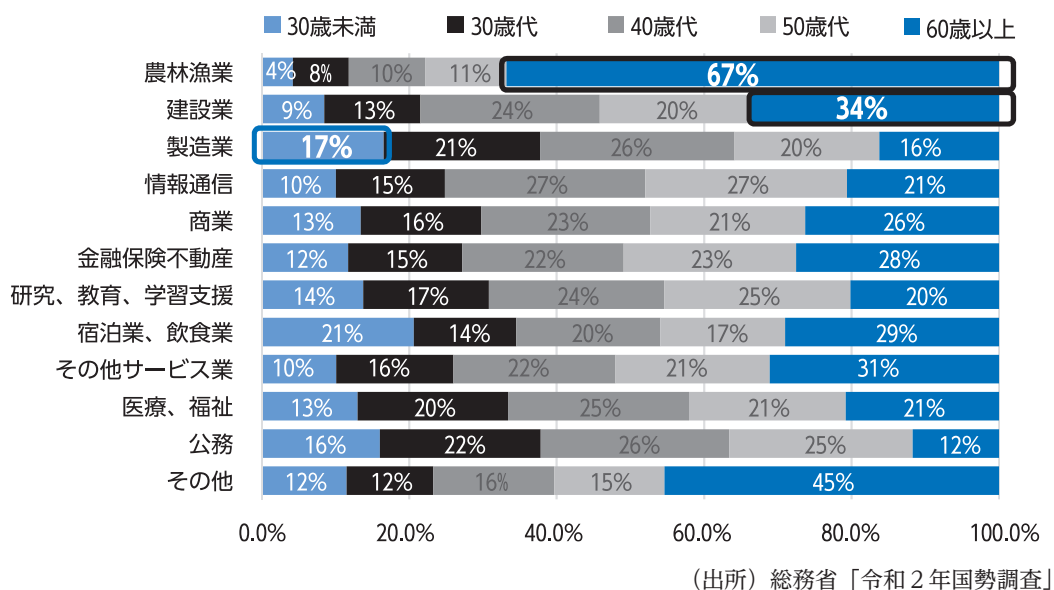
図表—17 徳島県と全国の製造業中分類別就業者割合の比較



(出所) 総務省「令和2年国勢調査」

それぞれの産業の年齢別構成比をみると、「農林漁業」の就業者は実に3分の2にあたる67%が60歳以上となっており、高齢化率は高知県（59%）よりも高い。次に高齢化率が高いのは「建設業」の34%で、これも高知県（33%）を上回っている。製造業の高齢化率は16%となっており（高知県は21%）、30歳未満の就業者割合が17%と高い。労働力人口の減少に伴い、製造業でも人材の確保には苦勞している現実があるが、経済のけん引役である製造業の雇用吸収力が相対的に高いため、他の多くの産業で若年労働力不足が発生している状況が伺える。

図表—18 徳島県の産業別・年齢階層別就業者割合



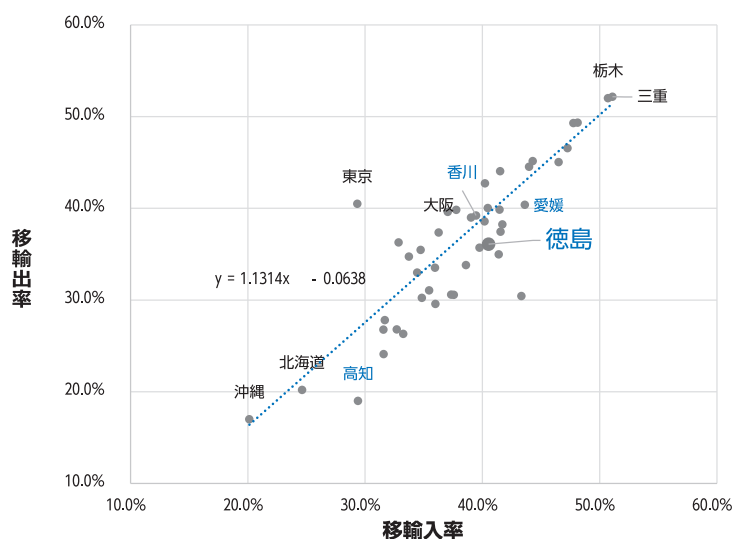
### (3) 県外との経済交流

全国の都道府県の域際収支をみると（下図）、徳島県は移輸出率、移輸入率とも全国的に中位にあり、平均的と言っていい。ただ、近似曲線（図の点線；平均的なラインを示す）よりもやや右下方方向にあり、移輸入、つまり資金の流出が比較的多いことを示している。

次頁上図は徳島県の域際収支を時系列でみた図だが、製造業の発展とともに移輸出率、移輸入率ともに上昇傾向にあったのが、2015年にはともに低下している。

なお、高知県と比較すると徳島県は域際収支の変動が大きい。「移輸出率、移輸入率の推移」でいうと、高知県は過去20年間で縦横2%程度の範囲で変動していたが、徳島県では縦横10%程度のレンジで大きく変動している。後述するように、徳島県では少数の有力企業の存在感が大きく、それら企業の動向が全体に与える影響が大きいと考えられる。

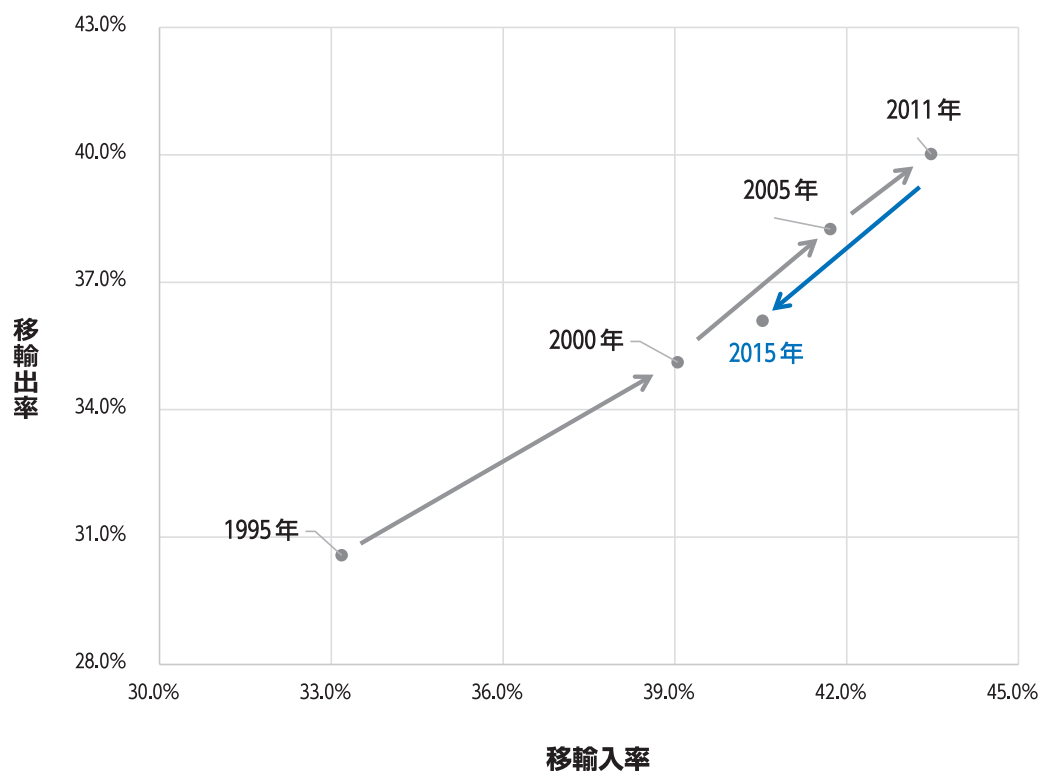
図表—19 都道府県別移輸出率、移輸入率（2015年）



(出所) 各県産業連関表



図表—20 徳島県の移輸出率、移輸入率の推移



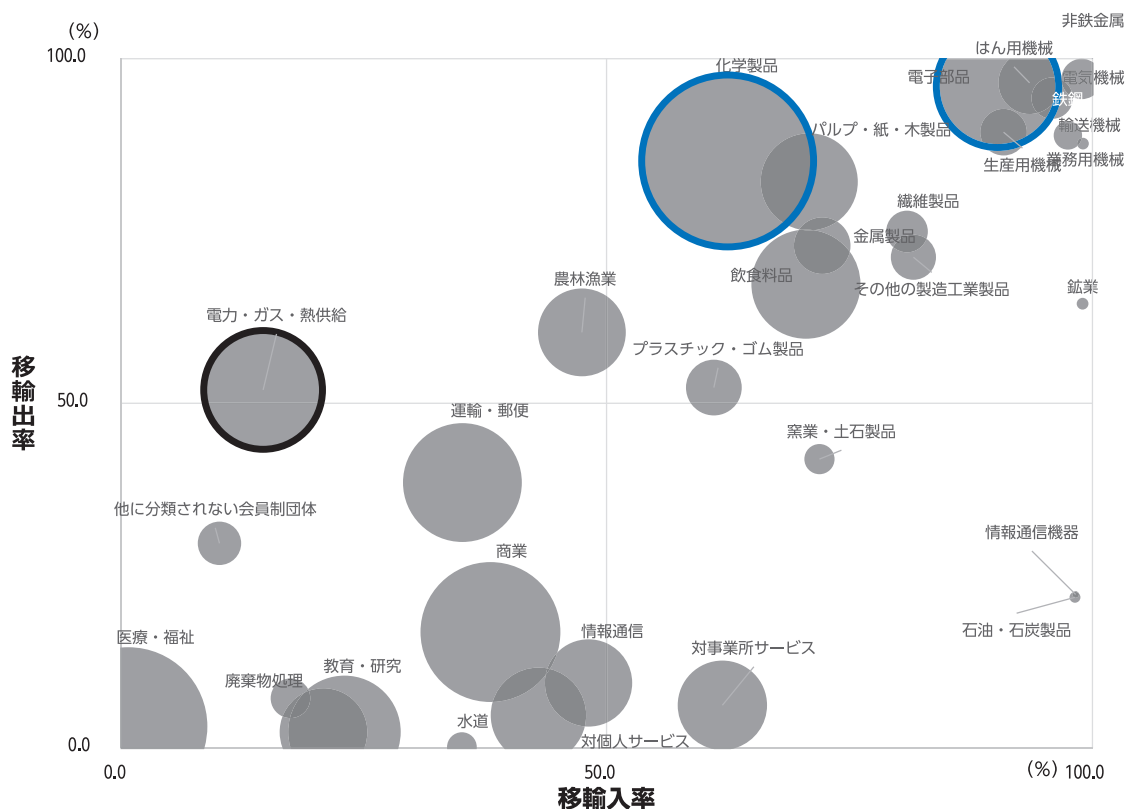
(出所) 徳島県産業連関表

産業（37部門）ごとに域際収支と生産額の大きさをプロットしてみたところ、「化学製品」のバブルが最も大きく（生産額が多く）、また移輸出率が高い割に移輸入率がやや低いことが特徴的である。「電子部品」のバブルは「商業」よりもやや小さいが相応に大きく、徳島県がこの二つの業種に支えられていることが見て取れる。

一般的には左下の第3象限（域内自給型産業）に属することが多い「対事業所サービス」が右下の第4象限（移輸入依存型産業）に入っていること、かろうじて第3象限に入っているが「情報通信」、「対個人サービス」、「商業」等の移輸入率が高くなっていることも特徴的である。大鳴門橋等に関西地域とつながっているため、財だけでなくサービスも県境を越えて移動しやすいことが影響していると考えられる。

もう一つ、徳島県の特徴として「電力・ガス・熱供給」の移輸出率が高いことがあげられる。この件に関しては、後述「外貨獲得産業」の項で触れたい。

図表—21 域際収支から見た徳島県の産業（2015年、37部門）



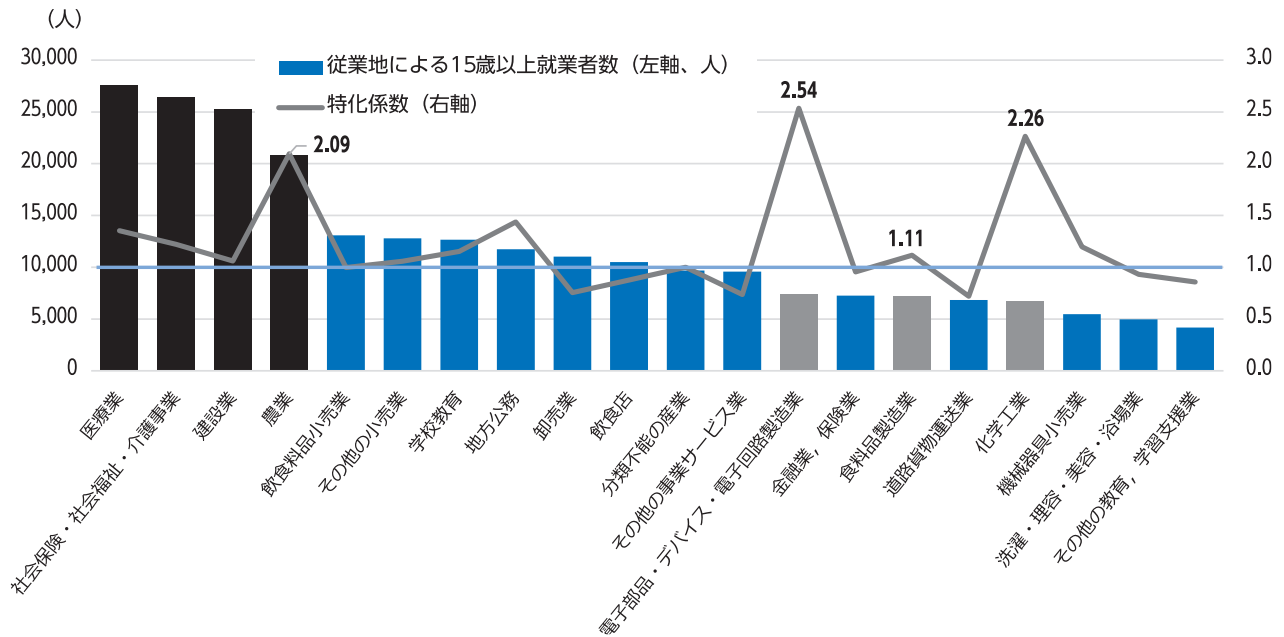
（出所）徳島県産業連関表

#### （4）徳島県の経済を支える産業①：雇用吸収産業

国勢調査における産業中分類（82部門）において就業者数が多い上位20業種とその特化係数をみると、徳島県では「医療業」、「社会保険・社会福祉・介護事業」、「建設業」、「農業」の順に就業者数が多く、4業種とも特化係数が「1」を超えている。中でも「農業」の特化係数は「2.09」と高い。上位4業種は高知県と同じ（高知県では農業が第2位）で、全国では「農業」は第10位であることを考えると、両県において農業は多くの雇用を吸収する重要な産業であると言える。

製造業では、「電子部品・デバイス・電子回路製造業」の就業者数が最も多く、特化係数も2.54と非常に高いほか、「化学工業」、「食料品製造業」の特化係数もそれぞれ2.26、1.11と高い。

図表—22 産業別就業者数、特化係数（従業者数上位20業種）



（出所）総務省「令和2年国勢調査」をもとに四銀地域経済研究所作成

「医療業」に関しては、徳島県は人口あたりの病院数、医療従事者数ともに全国トップレベルにある。高齢化が全国に先駆けて進んでいることもあって医療の重要性は今後も増していくと推測されるが、全国的にみても現時点で医療提供体制は高水準にある。

「社会保険・社会福祉・介護事業」就業者の内訳をみると、「老人福祉・介護」約50%、「児童福祉」約25%、「障害者福祉」約10%、「訪問介護」約8%などとなっている。最も多い「老人福祉・介護」では、介護老人福祉施設、老人ホーム施設数、老人福祉等事業の就業者数は全国中位にある。この分野は全国でも成長途上であり、今後も需要の増加に対していかにサービスを供給していくかが課題となるだろう。

図表—23 徳島県の医療・福祉関係の主な指標

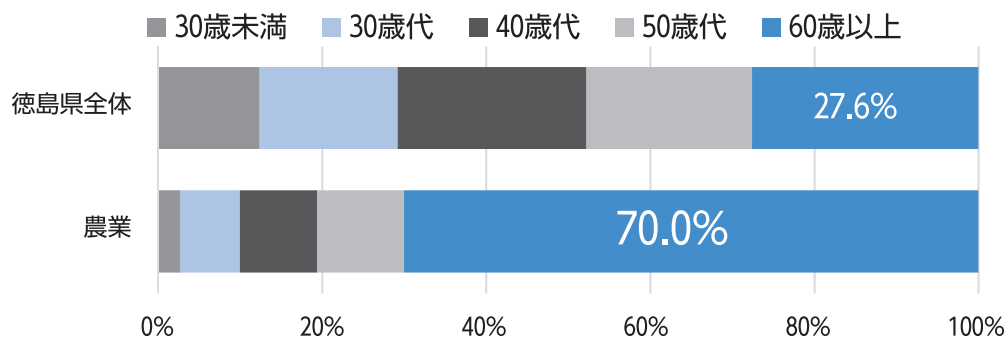
|                     | 徳島県      |      | 高知県      |      | 全国指標     |
|---------------------|----------|------|----------|------|----------|
|                     | 指標       | 全国順位 | 指標       | 全国順位 |          |
| 高齢化率                | 35.3%    | 3    | 36.3%    | 2    | 29.1%    |
| 一般病院年間新入院患者数＊       | 14,499.4 | 8    | 15,985.2 | 2    | 11,829.6 |
| 一般病院の一日平均外来患者数＊     | 1,437.1  | 2    | 1,610.6  | 1    | 960.9    |
| 一般病院数＊              | 12.9     | 2    | 16.0     | 1    | 5.7      |
| 医療施設に従事する医師数＊       | 335.7    | 1    | 335.2    | 2    | 262.1    |
| 医療施設に従事する看護師・准看護師数＊ | 1,397.0  | 9    | 1,631.5  | 1    | 991.4    |
| 介護老人福祉施設数＊＊         | 26.8     | 18   | 24.2     | 28   | 23.4     |
| 老人ホーム数＊＊            | 77.6     | 27   | 67.6     | 33   | 80.2     |
| 老人ホーム定員数＊＊          | 33.4     | 37   | 37.8     | 23   | 39.1     |

（注）＊は人口10万人あたり、＊＊は65歳以上人口10万人あたりの数値。

（出所）総務省統計局「統計でみる都道府県のすがた2025」

「農業」は全就業者に占める割合が6.5%と雇用吸収力が高い一方、年齢階層別にみると、60歳以上が70.0%と、高知県の62.7%を大きく上回り、高齢化が顕著である。若年労働者が農業を敬遠する傾向にあるのは全国どこでも同じだが、徳島県では製造業の雇用吸収力が高いことがその傾向に拍車をかけている可能性があり、今後、農業の担い手不足が一層深刻化するおそれがある。

図表—24 年齢別就業者数の割合（徳島県全体、農業）

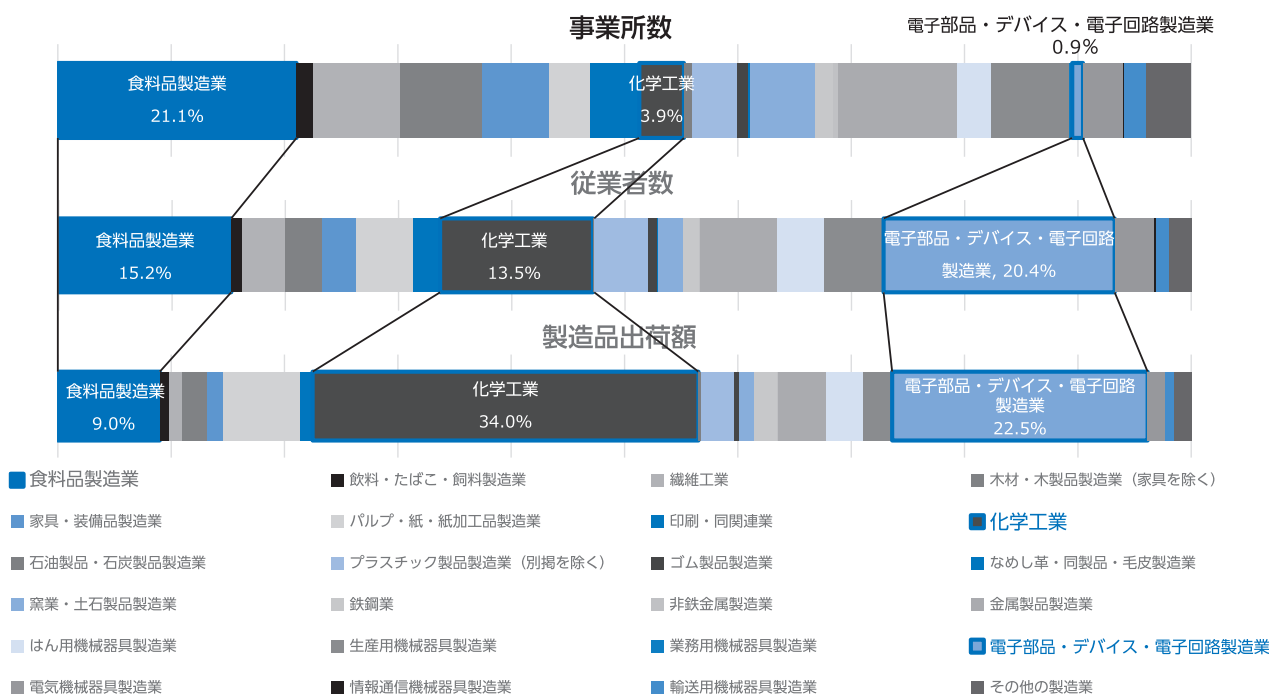


（出所）総務省「令和2年国勢調査」をもとに四銀地域経済研究所作成

「電子部品・デバイス・電子回路製造業」および「化学工業」については、事業所数は少ないものの、多くの従業員を雇用し、製造品出荷額の規模も大きい。医薬品製剤や発光ダイオードといった比較優位性の高い製品の生産を、少数の大企業が担っていることが伺える。

一方、事業所数が多い「食料品製造業」では、雇用および製造品出荷額とも相対的に少なく、中小・零細の事業者が生産を担っていることが伺える。

図表—25 徳島県の製造業の内訳（事業所数、従業者数、製造品出荷額）



（出所）経済産業省「令和3年経済センサス活動調査」



## (5) 徳島県の経済を支える産業②：外貨獲得産業

県外から多くの外貨を獲得している「外貨獲得産業」をみると、「医薬品製造業」が突出している。移輸出から移輸入を差し引いた純移輸出額が約3,181億円（人口一人当たり約42万円）と2位以下の産業を大きく引き離しているほか、2005年から2015年にかけて純移輸出額を約2,282億円から約3,181億円へと着実に伸ばしており、県経済の中核を担う産業として確固たる地位を築いている。

「電子デバイス製造業」も、純移輸出額が約2,446億円と高い競争力を示しており、2011年<sup>3</sup>から2015年にかけて494億円増加している。

特筆すべき点として、「電力」が純移輸出額約1,283億円と第3位に位置していることがあげられる。これは他の四国3県には見られない特徴で、大型火力発電所の稼働などにより電力供給量が県内需要量を大幅に上回っており、他県へ電力供給していることが要因と考えられる。

「食料品」に関しては、高知県では移輸出額は大きいものの純移輸出額では大幅な赤字となっていたが、徳島県では純移輸出額も黒字を確保している。

「商業」については、移輸出額自体は829億円と業種別で6位となっているものの、純移輸出額は約▲1,278億円の大幅な赤字となっている。但し、2005年の純移輸出額は約▲2,081億円、2011年は約▲1,741億円と、徐々に改善傾向にある。

図表—26 外貨獲得産業（産業連関表107部門）上位10業種

|              | 移輸出額<br>(百万円) | 人口一人<br>当たり(円) | 順位 | 純移輸出額<br>(百万円) | 人口一人<br>当たり(円) | 順位  |
|--------------|---------------|----------------|----|----------------|----------------|-----|
| 医薬品          | 342,846       | 453,660        | 1  | 318,094        | 420,908        | 1   |
| 電子デバイス       | 254,618       | 336,915        | 2  | 244,615        | 323,679        | 2   |
| 電力           | 138,590       | 183,385        | 3  | 128,288        | 169,753        | 3   |
| 食料品          | 118,705       | 157,073        | 4  | 10,978         | 14,526         | 16  |
| はん用機械        | 71,404        | 94,483         | 5  | 33,975         | 44,956         | 6   |
| 商業           | 62,690        | 82,953         | 6  | ▲127,782       | ▲169,084       | 107 |
| 無機化学工業製品     | 59,665        | 78,950         | 7  | 48,897         | 64,701         | 4   |
| 耕種農業         | 55,832        | 73,878         | 8  | 27,511         | 36,403         | 9   |
| パルプ・紙・板紙・加工紙 | 54,468        | 72,073         | 9  | 27,365         | 36,210         | 10  |
| 化学最終製品       | 51,519        | 68,171         | 10 | 12,050         | 15,945         | 13  |
| 合計           | 1,834,484     | 2,427,423      |    | ▲379,091       | ▲501,620       |     |

（出所）徳島県「平成27年徳島県産業連関表（107部門）」

<sup>3</sup> 2005年から2011年にかけて業種分類が変更されており、「電子デバイス」に関しては、2005年との比較はできない。

図表—27 業種別純移輸出額の推移

|              | 2005 年   | 2011 年   | 2015 年   | (2011 年比) |
|--------------|----------|----------|----------|-----------|
| 医薬品          | 228,199  | 297,139  | 318,094  | 20,955    |
| 電子デバイス       | -        | 195,234  | 244,615  | 49,381    |
| 電力           | 117,619  | 154,764  | 128,288  | ▲26,476   |
| 食料品          | 6,486    | 14,958   | 10,978   | ▲3,980    |
| はん用機械        | -        | 39,720   | 33,975   | ▲5,745    |
| 商業           | ▲208,124 | ▲174,085 | ▲127,782 | 46,303    |
| 無機化学工業製品     | 72,181   | 79,679   | 48,897   | ▲30,782   |
| 耕種農業         | 33,071   | 28,425   | 27,511   | ▲914      |
| パルプ・紙・板紙・加工紙 | 81,107   | 40,065   | 27,365   | ▲12,700   |
| 化学最終製品       | ▲22,742  | ▲620     | 12,050   | 12,670    |

(注) 2005年産業連関表における「電子デバイス」、「はん用機械製造業」、産業分類が異なるため表示していない。  
(出所) 徳島県「産業連関表（各年版）」

(参考) 四国 4 県の電力需給状況 (2023 年度) (単位: 百万 kwh)

|     | 発電電力量  | 需要電力量 | 受給バランス |
|-----|--------|-------|--------|
| 徳島県 | 16,337 | 5,916 | 10,421 |
| 香川県 | 3,522  | 7,048 | ▲3,527 |
| 愛媛県 | 16,563 | 8,104 | 8,458  |
| 高知県 | 3,965  | 3,754 | 211    |

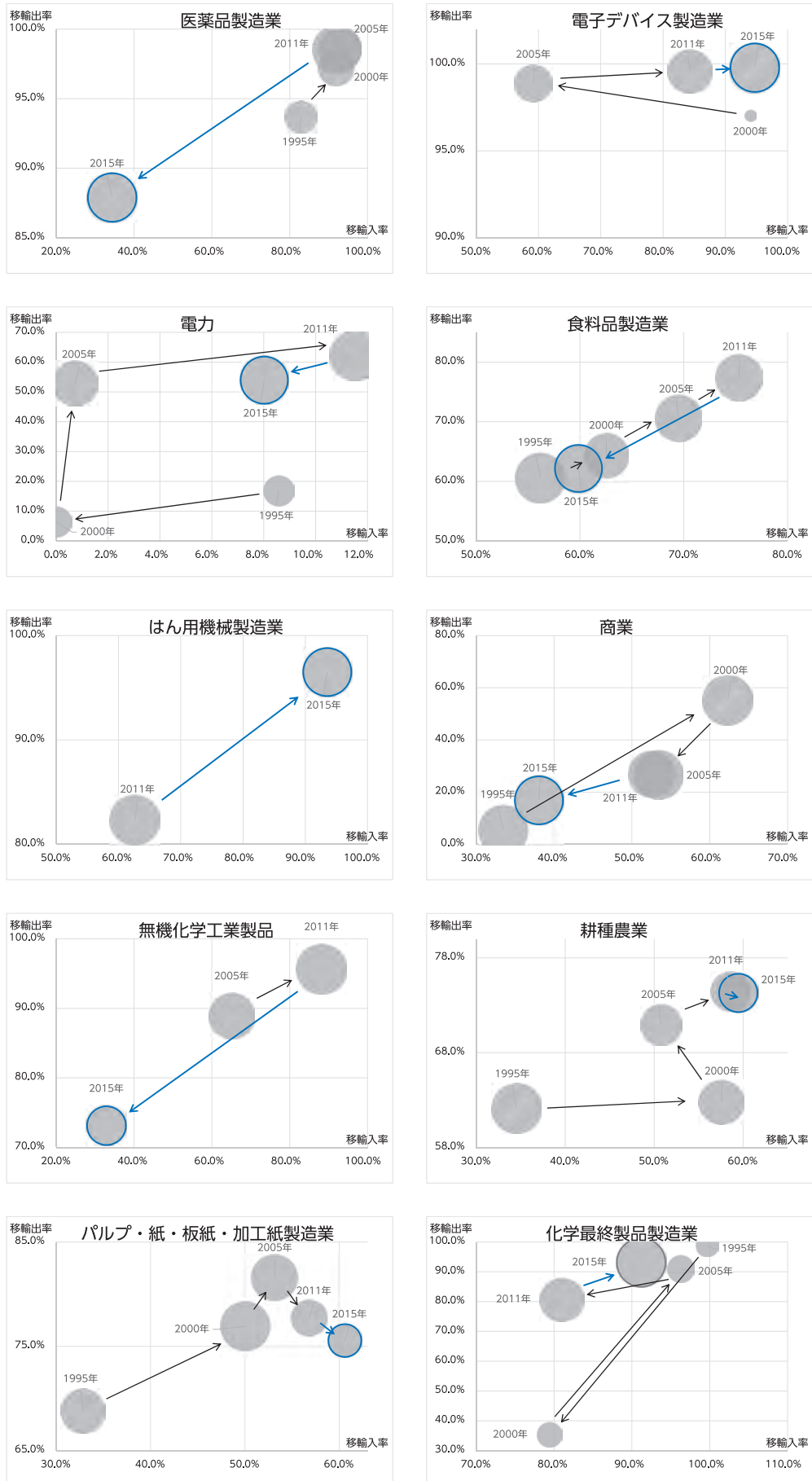
(出所) 資源エネルギー庁「電力調査統計」

外貨獲得産業の上位10業種について、それぞれの移輸出率、移輸入率の推移をみると、多くの業種で大幅に域際収支の変動が起きている。2011年から2015年にかけては県全体で移輸出率、移輸入率がそれぞれ3～4%程度低下しているが、医薬品、電力、食料品、商業、無機化学工業製品など主力産業の動向が全体の変動に大きく影響している。

医薬品製造業に関しては、概ね移輸出率も移輸入率も100%近くで推移していたが、2011年から2015年にかけて、特に移輸入率が大幅に低下した。分母である県内需要が伸びた一方で移輸入額が前年の605億円から248億円へと大きく減少しており、医薬品製剤の原料となる中間財としての医薬品等が内製化されたなどの可能性が考えられる。

全ての業種において域際収支の変動要因を明らかにすることは困難だが、外貨獲得産業上位10業種のうち7業種までが製造業（高知県は3業種）である。徳島県においては製造業、特に少数の有力企業の影響力が大きいため、それら企業の調達・販売の商流変化や事業戦略の変化といった要因が県全体に影響しやすいと考えられる。

図表—28 徳島県の域際収支の推移（10業種）

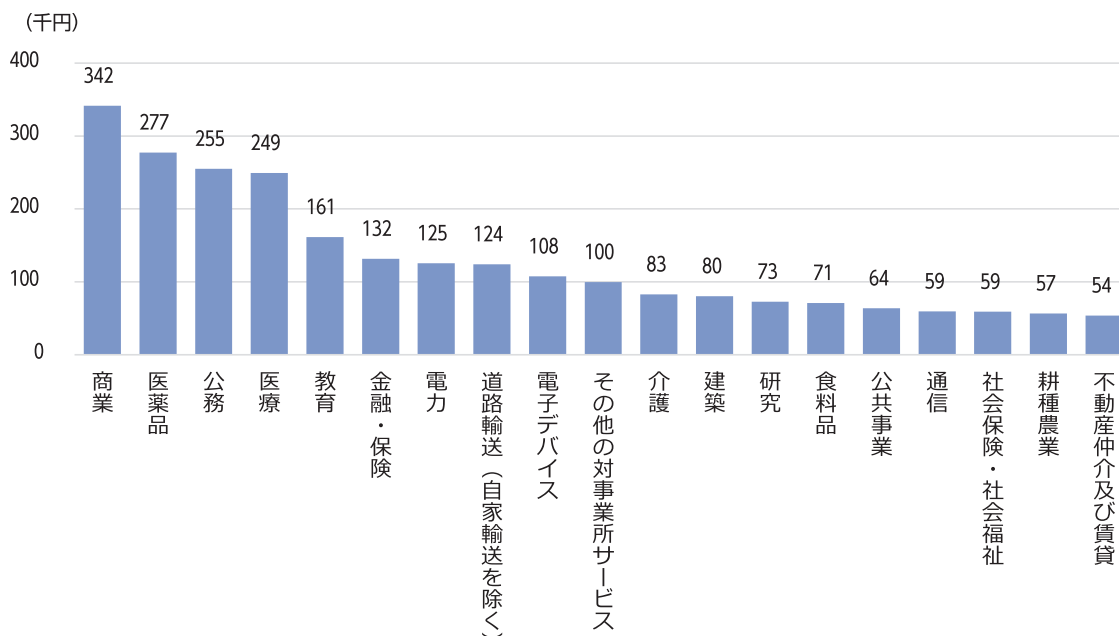


（出所）徳島県産業関連表から四国銀行作成

## （６）徳島県の経済を支える産業③：所得創出産業

人口一人当たりの産業別粗付加価値額をみると、２番目に多い「医薬品製造業」は約277千円と全国平均（約56千円）の約５倍も大きい。同業種を含めた「化学工業」の特化係数は2.26と非常に高く、移輸出額も徳島県内で最も大きい産業である。「医薬品製造業」は雇用を生み出し、外貨を稼ぎ高付加価値を生み出す産業として、圧倒的な強みを持っている。

図表—29 徳島県の人口一人当たり粗付加価値額（上位20業種）



（出所）徳島県「平成27年（2015年）徳島県産業連関表（107部門）」を基に四銀地域経済研究所作成

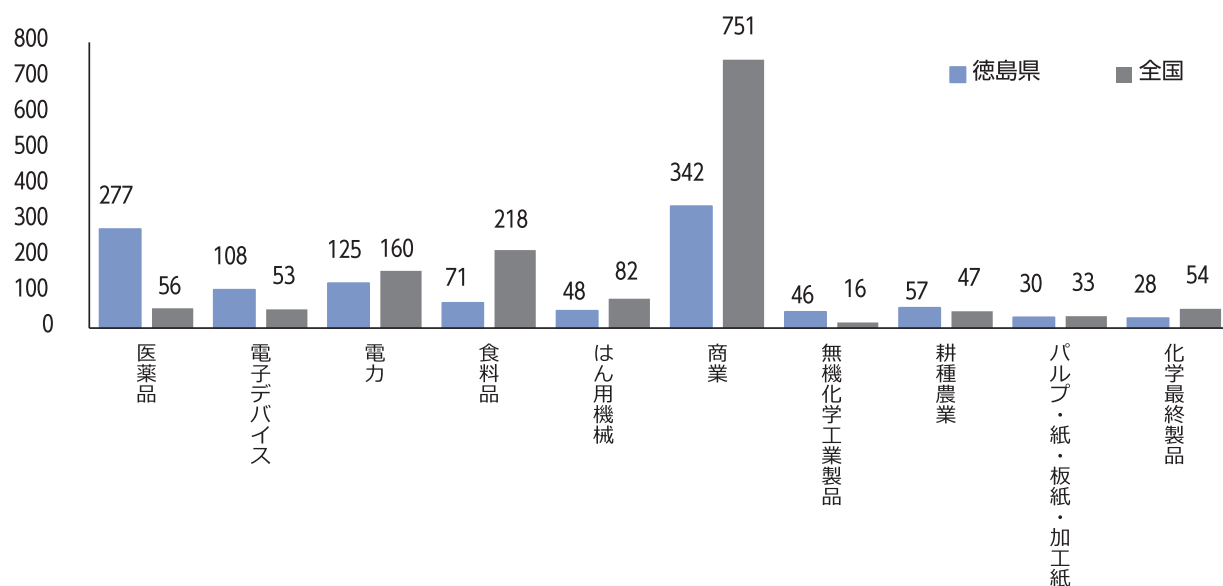
また、９番目の「電子デバイス製造業」は全国平均（約53千円）の約２倍にあたる約108千円となっている。ほかに、「無機化学工業製品」も全国との比較では３倍程度の付加価値を生み出しており、これらの製造業は事業所・従業者数は少数でありながら、徳島県において多くの所得を生み出す重要な高付加価値産業となっている。

一方で、「商業」は県内では最大の所得創出産業（約342千円）だが、全国平均（約751千円）と比較すると半分以下の水準にとどまっており、四国４県の中でも最も小さい。同様に、「食料品製造業」も徳島県内では約71千円と一定の規模がある一方、全国平均（約218千円）の約３割程度と大きく下回っている。



図表—30 人口一人当たり粗付加価値額（移輸出額上位10業種）全国と徳島県の比較

(千円)



(出所) 徳島県「平成27年徳島県産業連関表」総務省「平成27年産業連関表」を基に四銀地域経済研究所作成

## (7) 産業の成長性

国勢調査における業種別の就業者数増減（2010年から2020年の増減）から、徳島県における産業の成長性をみてみよう。

徳島県において最も就業者が増加したのは「社会保険・社会福祉・介護事業」の6,000人で、そのうち約6割程度が「老人福祉・介護事業」の増加となっているほか、「障害者福祉事業」の就業者数も2010年から2020年にかけて約1.8倍へと増加している。また、全国的には減少している「訪問介護事業」の就業者数が増加していることも、徳島県の特徴としてあげられる。

「電子部品・デバイス・電子回路製造業」についても、全国の就業者数が100千人減少している中、徳島県では1,310人増加している。徳島県を代表する産業であり、移輸出額、付加価値の大きさを原動力として、今後も雇用吸収力が高まっていくことが期待される。

就業者が減少している産業としては「農業」が最大で、10年間で5,790人減（▲22%）となっている。雇用吸収産業であり、かつ外貨獲得産業として重要な農業だが、高齢化と新規就農が少ないことにより大幅な減少が続いており、深刻な担い手不足が懸念される。

そのほか、「卸売業（▲3,220人）」や「飲食料品小売業（▲1,470人）」など、域内市場が中心となる商業部門の減少が大きいほか、「娯楽業（▲1,340人）」、「宿泊業（▲1,110人）」などサービス業が減少しているのは高知県と同じである。2020年はコロナ禍という特殊要因はありながらも、観光産業の中核である「宿泊業」において就業者数が3分の2程度に落ち込んでいる。アフターコロナでどの程度回復しているかにもよるが、観光は外貨獲得のための重要な産業であり、DMO等を通じた更なる観光振興が必要であろう。

図表—31 就業者数の増加が多い上位10業種

|                   | 徳島県 (人) |        |       |      | 全国 (千人) |        |       |       |
|-------------------|---------|--------|-------|------|---------|--------|-------|-------|
|                   | 2010 年  | 2020 年 | 増減    | 寄与度  | 2010 年  | 2020 年 | 増減    | 寄与度   |
| 社会保険・社会福祉・介護事業    | 20,410  | 26,410 | 6,000 | 1.73 | 2,756   | 3,864  | 1,108 | 1.87  |
| その他の事業サービス業       | 7,370   | 9,570  | 2,200 | 0.63 | 1,993   | 2,318  | 324   | 0.55  |
| 電子部品・デバイス・電子回路製造業 | 6,060   | 7,370  | 1,310 | 0.38 | 619     | 519    | ▲100  | ▲0.17 |
| 生産用機械器具製造業        | 2,000   | 2,500  | 500   | 0.14 | 590     | 603    | 13    | 0.02  |
| 郵便局               | 1,500   | 1,980  | 480   | 0.14 | 156     | 244    | 88    | 0.15  |
| 医療業               | 27,200  | 27,600 | 400   | 0.12 | 3,259   | 3,642  | 384   | 0.65  |
| その他の製造業           | 1,480   | 1,820  | 340   | 0.10 | 367     | 384    | 17    | 0.03  |
| 不動産業              | 2,940   | 3,280  | 340   | 0.10 | 882     | 1,025  | 143   | 0.24  |
| 電気・ガス・熱供給・水道業     | 1,570   | 1,890  | 320   | 0.09 | 286     | 277    | ▲9    | ▲0.01 |
| 保健衛生              | 480     | 790    | 310   | 0.09 | 106     | 123    | 17    | 0.03  |

図表—32 就業者数の減少が多い上位10業種

|              | 徳島県 (人) |        |        |       | 全国 (千人) |        |        |       |
|--------------|---------|--------|--------|-------|---------|--------|--------|-------|
|              | 2010 年  | 2020 年 | 増減     | 寄与度   | 2010 年  | 2020 年 | 増減     | 寄与度   |
| 農業           | 26,610  | 20,820 | ▲5,790 | ▲1.67 | 2,147   | 1,776  | ▲371   | ▲0.63 |
| 分類不能の産業      | 13,310  | 9,690  | ▲3,620 | ▲1.04 | 3,482   | 1,733  | ▲1,749 | ▲2.95 |
| 卸売業          | 14,240  | 11,020 | ▲3,220 | ▲0.93 | 3,117   | 2,609  | ▲508   | ▲0.86 |
| 建設業          | 27,890  | 25,220 | ▲2,670 | ▲0.77 | 4,544   | 4,252  | ▲292   | ▲0.49 |
| 電気機械器具製造業    | 3,730   | 2,000  | ▲1,730 | ▲0.50 | 569     | 538    | ▲31    | ▲0.05 |
| 飲食料品小売業      | 14,550  | 13,080 | ▲1,470 | ▲0.42 | 2,454   | 2,344  | ▲110   | ▲0.18 |
| 娯楽業          | 4,030   | 2,690  | ▲1,340 | ▲0.39 | 745     | 658    | ▲87    | ▲0.15 |
| 繊維工業         | 3,870   | 2,600  | ▲1,270 | ▲0.37 | 479     | 356    | ▲123   | ▲0.21 |
| 洗濯・理容・美容・浴場業 | 6,160   | 4,970  | ▲1,190 | ▲0.34 | 1,040   | 953    | ▲87    | ▲0.15 |
| 宿泊業          | 3,220   | 2,110  | ▲1,110 | ▲0.32 | 566     | 503    | ▲63    | ▲0.11 |

(参考)「社会保険・社会福祉・介護事業」における就業者数増減の内訳

|                       | 徳島県 (人) |        |       | 全国 (千人) |        |     |
|-----------------------|---------|--------|-------|---------|--------|-----|
|                       | 2010 年  | 2020 年 | 増減    | 2010 年  | 2020 年 | 増減  |
| 社会保険事業団体、福祉事務所        | 480     | 350    | ▲130  | 72      | 65     | ▲7  |
| 児童福祉事業                | 5,110   | 6,490  | 1,380 | 727     | 1,071  | 343 |
| 老人福祉・介護事業 (訪問介護事業を除く) | 10,370  | 13,810 | 3,440 | 1,335   | 1,952  | 617 |
| 障害者福祉事業               | 1,670   | 2,980  | 1,310 | 235     | 409    | 175 |
| 訪問介護事業                | 1,720   | 2,060  | 340   | 279     | 264    | ▲15 |
| その他の社会保険・社会福祉・介護事業    | 1,060   | 1,170  | ▲70   | 108     | 102    | ▲6  |

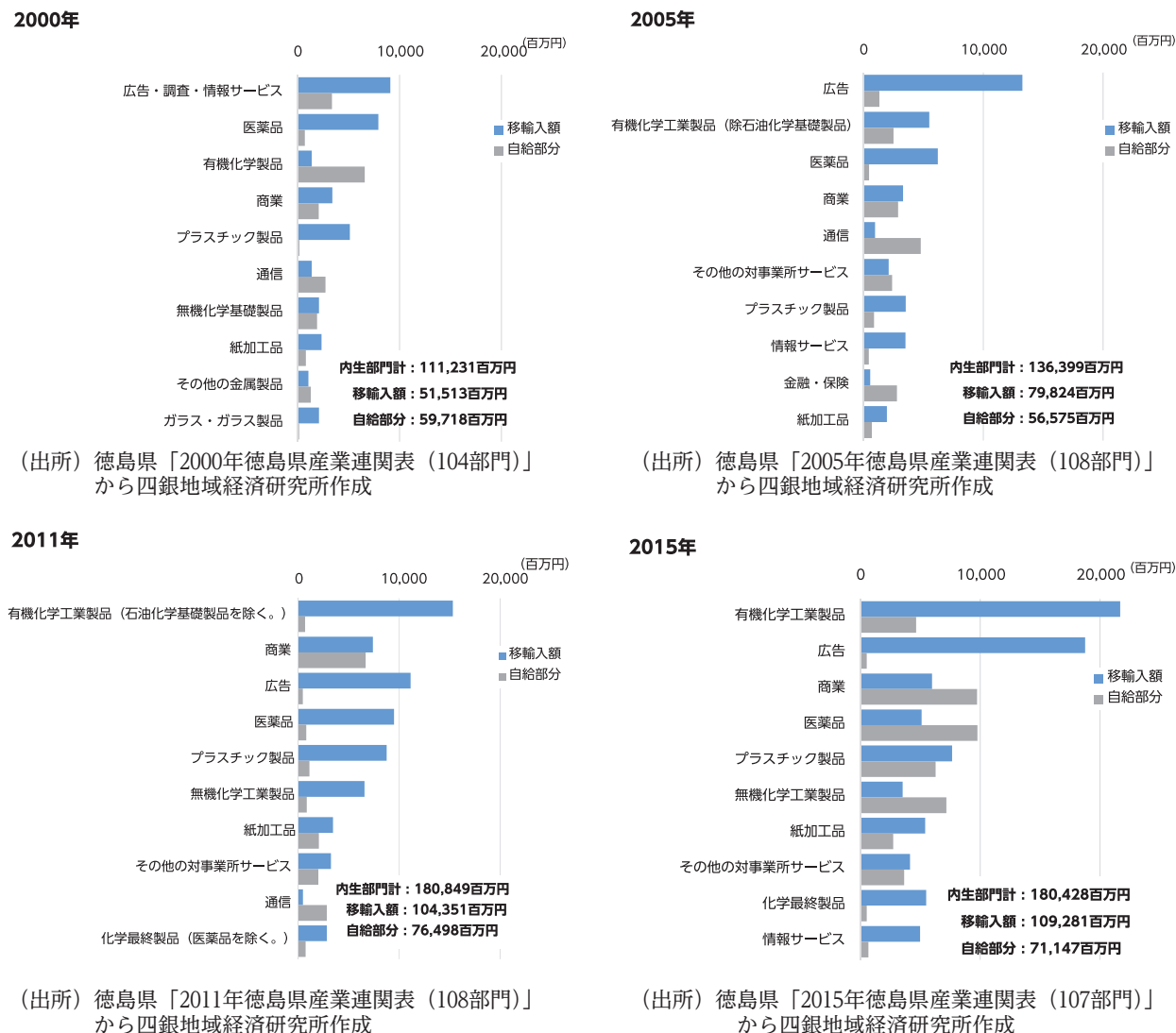
(出所)：総務省「平成22年国勢調査」「令和2年国勢調査」をもとに四銀地域経済研究所作成

## (8) 産業同士のつながり

ここでは、徳島県の主力産業である「医薬品」と「電子デバイス」について、県内の産業とのつながりを知るため、調達先産業の自給率と移輸入の状況を概観する。なお、ここで推計に使用した「移輸入係数」は各産業の平均値であり、必ずしも個々の産業同士のつながりを反映しているものではない。どの産業にとって、どの産業のウェイトが高いか、またその推移を中心にご理解頂きたい。

医薬品では、中間財として「有機化学工業製品」や「医薬品」、「プラスチック製品」といった産業が並ぶほか、「広告」部門のウェイトが高くなっている。これらは生産が増加するにつれて移輸入への依存が高くなっていったが、2015年にはこれら中間財の移輸入率が軒並み下がっており、医薬品の移輸入率が大きく低下する要因となったと考えられる。

図表—33 医薬品部門における調達の域際バランス（2000年～2015年比較）

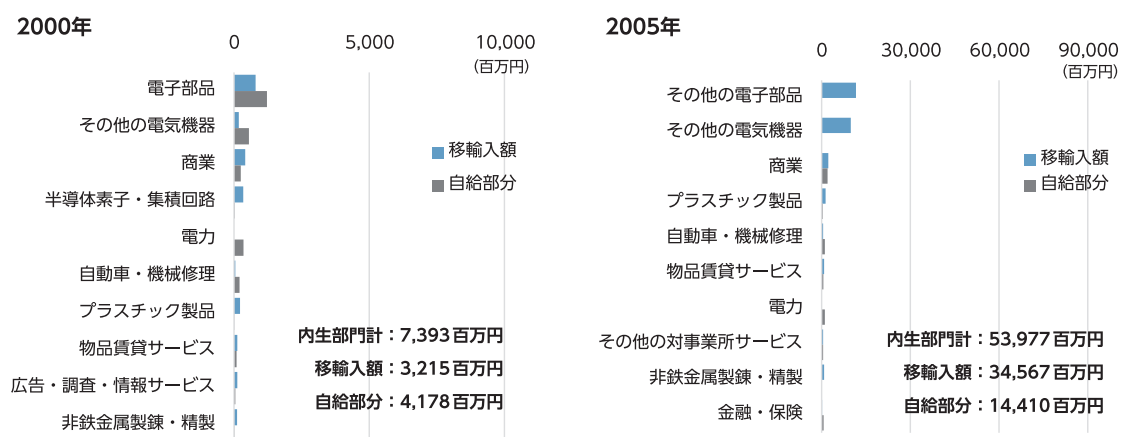


電子デバイス（LED 含む）<sup>4</sup>の生産が本格的に拡大したのは2000年以降のことで、2000年時点では調達も少ないながら、調達先各産業では比較的自給率が高いものが多かった。

以降、生産額が増加するにしたがって調達も増加していくが、中間財である「その他の電子部品」「その他の電気機器」のウェイトが高く、これら産業では自給部分が少ないため、電子デバイス産業全体としての移輸入率の高さにつながっている。2015年には自給率がやや上昇しているが、徳島県では2005年に「LED バレイ構想」、2019年に「次世代 LED バレイ構想」を策定して LED 関連企業の集積に力を入れており、それまでよりも調達先産業の自給率が向上した可能性がある。

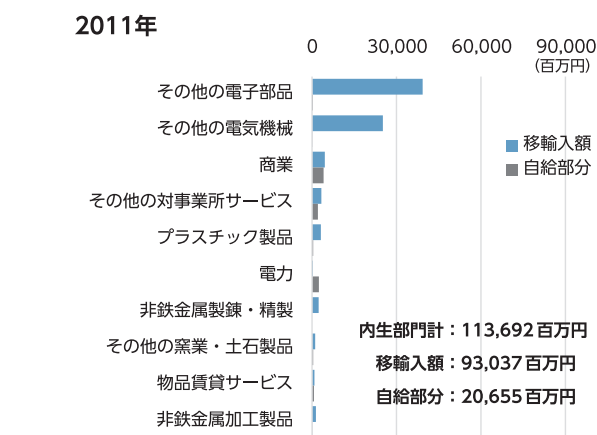
<sup>4</sup> 2011年に産業分類が変更されており、2005年以前の「半導体素子・集積回路」と2011年以降の「電子デバイス」は連続しないが、いずれも LED を含む産業分類として参考に掲載している。

図表—34 半導体素子・集積回路部門、電子デバイス部門における調達の域際バランス（2000年～2015年比較）

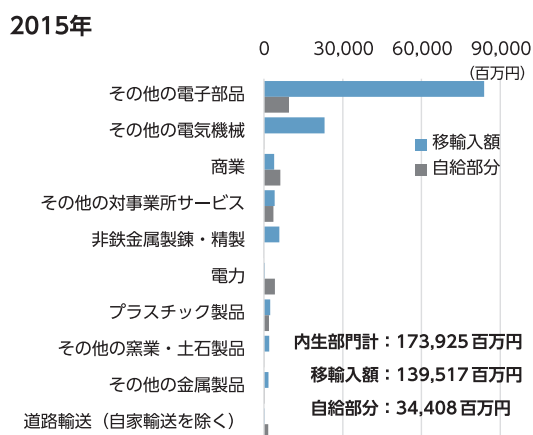


（出所）徳島県「2000年徳島県産業連関表（104部門）」から四銀地域経済研究所作成

（出所）徳島県「2005年徳島県産業連関表（108部門）」から四銀地域経済研究所作成



（出所）徳島県「2011年徳島県産業連関表（108部門）」から四銀地域経済研究所作成



（出所）徳島県「2015年徳島県産業連関表（107部門）」から四銀地域経済研究所作成

## 4. 徳島県経済の総括と高知県が学ぶべき方向性についての考察

### （1）徳島県と高知県の共通する点、相違する点

#### ① 地理的要因

両県はともに四国山地が県土の大部分を占め、豊富な水量を持つ河川と海に恵まれているなど、自然環境は似通っている。ただ、両県の間で決定的に違うのが、大市場である関西圏との距離とアクセスである。同じ四国にありながら、徳島県は「関西の台所」と呼ばれるほど経済的・文化的に関西圏と近い。大鳴門橋、明石海峡大橋で結ばれており、時間的・心理的な距離が近い。2010年に発足した「関西広域連合」には四国から唯一、徳島県が参加しており、関西圏との結びつきをますます強くしている。

#### ② 人口・労働力

人口の少なさと高齢化の進展、労働力人口（＝地域の担い手、働き手）の減少にどう対応していくかという課題は両県に共通しており、県庁所在市に人口が集中する点でも共通している。

市単体でみれば徳島市より高知市への集中度のほうが高いが、徳島市周辺のベッドタウンまで考慮すると遜色ない水準の集中度となっている。中山間地域等における地域・経済振興は、両県が直面する大きな課題だ。

### ③ 所得

高知県においては、県平均以上の所得があるのは高知市と大川村だけで、実質的には、高知市の単独一強状態である。徳島県においても徳島市の所得が最も高いが、ベッドタウンでもある周辺の町、製造業が集積する阿南市などでも相応に高く、高知県のような極端な一強状態とまではいえない。とはいえ地域による所得格差は大きく、それが人口の集中などにもつながっている点では同じである。

### ④ 経済・産業

徳島県では製造業が産業の中核をなし、特に大塚グループや日亜化学といった全国区の企業の成長が経済を牽引してきた。他にも四国化工機(株) (紙容器成型充填機の国内シェア70%、世界シェア20%) や、坂東機工(株) (自動車用窓ガラス加工装置の世界シェア80%) など、グローバル展開している企業が数多く存在する。

高知県にも世界シェアを持つなどの有力企業はいくつかあるが、一社で県全体の産業構造を変えてしまうようなインパクトのある企業・産業はない。高知県では製造業のウェイトが小さく、外貨獲得を農業・漁業といった第一次産業や観光関連産業に、経済成長を建設業や医療、福祉等に依存している点で、徳島県とは大きく異なる。

## (2) 徳島県産業・経済の課題

### ① 人口・労働力

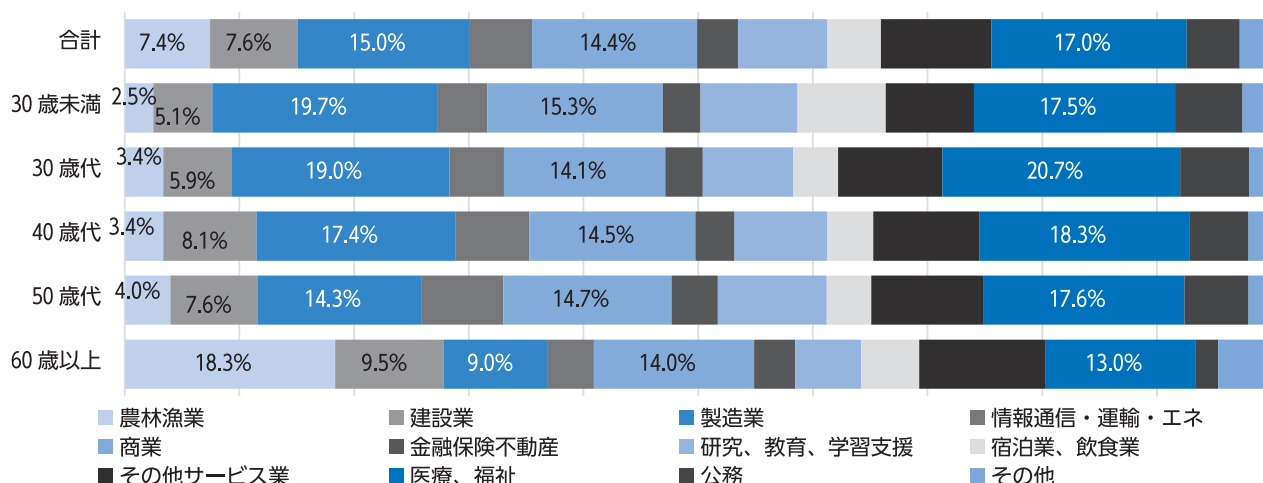
徳島県の課題の一つとして、労働力率が低いことがあげられる。少子高齢化により労働力が減少していく中であって、労働力率の向上を図っていくことが必要であろう。

高齢化の影響もあって労働力率が低下しつつあるという点では両県とも同じだが、女性と高齢者の活用という点では高知県のほうが進んでいる。徳島県でも、女性社長の割合が全国トップ、主要経済団体のトップに女性が就任するなど女性活躍の推進は進んでいるが、県全体の労働力という点においては改善の余地が認められる。保育所の整備など女性が働きに出やすい社会環境の整備や、女性のみならず高齢者や外国人も働きやすいユニバーサルな職場環境の整備を進める等の対策が有効と考えられる。

徳島県も「関西の台所」と言われるほど農業が盛んな県だが、農業就業者の高齢化は高知県を凌ぐ。農業はただでさえ若年労働者の新規就農が少ないのに、製造業の雇用吸収力が強いがゆえに、さらに新規就農者が少なくなっている。年齢層ごとに就業業種をみると、40代までの層で製造業の割合が高く、若い層ほど製造業に集中していることがわかる。農業に限らず、製造業以外の産業についていかに生産性を向上させ、活力を維持していくかが徳島県の重要な課題であろう。



図表—35 徳島県の年齢階層別・産業別就業者割合



(出所) 総務省「令和2年国勢調査」

## ② 所得

所得の地域間格差という点でも課題を残す。発展した県都や工業地帯とそれ以外の地域の所得格差が大きく、これがさらに県都への人口移動を誘発する要因となっている。中山間地域との経済格差と過疎化、県都への人口集中は全国的な課題だが、そもそも人口が少ない徳島県にとって、中山間地域の行政・コミュニティ機能の低下は対応すべき喫緊の課題である。

## ③ 産業構造

域際収支の視点では、外貨獲得産業としての医薬品、電子デバイスの存在感が非常に大きい。製造業を中心として外貨は獲得できているが、一方で対事業所・個人サービスや情報通信、商業などの移輸入率が高く、製造業で稼いだ外貨がサービス業で流出する構造になっている。獲得した外貨をいかに地域内で循環させていくか、検討の余地がある。

医薬、電子デバイスなど、経済を支える産業があることはストロングポイントだが、一方で中核産業への依存度が高く、県全体として経済の多様性・柔軟性が低いことも課題と言える。

また、これら産業は自動車産業のようなピラミッド構造ではないため、下請け・孫請けなどの取引関係が少なく、地域内での経済波及効果は相対的に小さい。県全体として、産業が大きく成長することはメリットもありながら、特定の産業の一本足打法になることにはリスクも存在する。有力産業を振興しつつ、地域の経済循環を意識した、バランスの取れた産業構造を目指すべきであろう。

## (3) 徳島県から高知県への示唆

徳島県と高知県は隣接しており、自然環境や人口構成など似ているところもあるが、地理的要因や産業構造が大きく異なるほか、経済を牽引する大企業の存在など決定的な違いもある。なかなか徳島県の良いところを真似しようというわけにはいかないのが実際のところだ。

その中で、もう一つ徳島県と高知県が異なると感じたのは、行政のスタンスである。高知県では、農業振興や観光振興といった産業振興策を進める場合に、どちらかというと県が主導することが多いように見受けられる。一方、徳島県では、自律的に成長する企業が動きやすいように県がサポートする、い

わば「民主導型の経済成長」といいいい。

どちらが良いとは言えないし、産業構造など経済の構成要素によって行政のスタンスは選択されるべきものだろう。高知県としては、「主力産業」と言える有力な産業がないぶん、育成すべき産業分野等に関しては手厚く支援を行い、民間の事業者が起業や事業拡張などをしようとした場合のハードルを下げるなどの環境整備が必要だ。民間事業者としては、そのように様々な支援が整えられた環境のもと、まずは自助努力を前提とし、足りない部分で行政のサポートを活用する。一方の行政は、民間が自ら成長しようとする活力を阻害しないよう、出すぎることなく最大限の支援を整える。こうした官民のバランスが最適化されたときに、高知県の経済は新たな局面を切り開くことができるのではないかな。

高知県では、一次産業や観光関連産業によって外貨を獲得し、獲得したマネーを地域内で循環させることによって所得向上を目指す「地域内経済循環」を志向している。これは非常に重要なことだが、経済は県単体で完結するわけではない。時と場合によって、県内のみならず四国内での循環という観点も持つ必要があるだろう。四国4県が相互に連携し、より広範な経済圏として一体化することで、各地域に平等に所得が落ちていくのが理想である。

その枠組みの整備と社会的意識の醸成は、主に行政が主導すべきことである。その上で必要なのは、現実に経済を回し社会を発展させる、企業と県民の理解と実践だ。そして私たち金融機関には、それをサポートし牽引する責務がある。産官学、様々な関係機関とともに、企業と県民の皆さまがこの地域で暮らしていけるよう、責務を全うしなければならない。

(了)

## Disclaimer

- ・本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、取引の勧誘を目的としたものではありません。
- ・本資料は、当行が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。
- ・本資料のご利用に際しては、ご自身の判断にてなされますようお願い申し上げます。本資料に掲載された情報を利用したことによって利用者等に何らかの損害が発生したとしても、かかる損害について当行は一切の責任を負いません。
- ・本資料に記載された内容は予告なしに変更されることがあります。

# 第170回 高知県内企業の景況調査

－2025年9月－

## Summary

- ◆ 今期（2025年7～9月期）自社業況の総合判断 BSI は、全産業で－3 となり、前期（2025年4～6月期）－1 より2ポイント低下した。
- ◆ 製造業は前期と同じく－2 となった。非製造業は前期0 より3ポイント低下し－3 となった。製造業で3期連続、非製造業で2期ぶりのマイナスとなった。
- ◆ 来期（10～12月期）は全産業で＋4 の見通し。製造業は＋2、非製造業は＋5 と、ともに好転する見通し。

## 調査要綱

高知県の景気動向を観測するため、県内企業経営者へのアンケート方式による景況調査を年4回（2・5・8・11月）実施している。 ※1992年調査開始（年2回）、2000年から（年4回）変更

調査目的 高知県内企業の景況感把握  
調査対象 高知県内に事業所を置く法人160/239社（回答率66.9%）  
調査方法 郵送、電子メール  
調査事項 自社業況の総合判断、売上高、経常利益、設備投資、在庫、雇用など  
調査時期 2025年8月5日 ～ 9月2日

### 業種別回答企業数

| 業 種      | 回答企業数 | 構成比   |
|----------|-------|-------|
| 製 造 業    |       |       |
| 飲食料品     | 13    | 8.1   |
| 木材・木製品   | 5     | 3.1   |
| 製紙       | 6     | 3.8   |
| 機械       | 9     | 5.6   |
| 窯業・土石    | 4     | 2.5   |
| その他製造    | 13    | 8.1   |
| 製造業 計    | 50    | 31.3  |
| 非 製 造 業  |       |       |
| スーパー     | 6     | 3.8   |
| 衣料品販売    | 3     | 1.9   |
| 飲食料品販売   | 6     | 3.8   |
| 自動車販売    | 5     | 3.1   |
| 建築資材販売   | 7     | 4.4   |
| 石油販売     | 5     | 3.1   |
| その他販売    | 21    | 13.1  |
| 運輸・倉庫    | 8     | 5.0   |
| 宿泊・飲食    | 11    | 6.9   |
| 情報通信     | 5     | 3.1   |
| 不動産・物品賃貸 | 3     | 1.9   |
| 医療・介護・福祉 | 5     | 3.1   |
| その他サービス  | 8     | 5.0   |
| 建設       | 17    | 10.6  |
| 非製造業 計   | 110   | 68.8  |
| 合 計      | 160   | 100.0 |

### 資本金規模別回答企業数

| 規 模              | 回答企業数 | 構成比   |
|------------------|-------|-------|
| 10百万円未満          | 16    | 10.0  |
| 10百万円以上～30百万円未満  | 68    | 42.5  |
| 30百万円以上～50百万円未満  | 43    | 26.9  |
| 50百万円以上～100百万円未満 | 18    | 11.3  |
| 100百万円以上         | 12    | 7.5   |
| 資本金に該当しない企業      | 3     | 1.9   |
| 合 計              | 160   | 100.0 |

※資本金に該当しない企業…（社会福祉法人、医療法人等）

### 従業員規模別回答企業数

| 規 模       | 回答企業数 | 構成比   |
|-----------|-------|-------|
| 10人未満     | 16    | 10.0  |
| 10人～49人   | 63    | 39.4  |
| 50人～99人   | 35    | 21.9  |
| 100人～199人 | 28    | 17.5  |
| 200人以上    | 18    | 11.3  |
| 合 計       | 160   | 100.0 |

注：小数点第2位以下を四捨五入し、端数処理するため、合計が100%にならない場合がある。

## BSI について

Business Survey Index（ビジネス サーベイ インデックス）の略称。  
好転した企業と悪化した企業の割合の差で企業経営者のマインドから景気判断をみる指標である。前回調査と比較し、BSI がプラスであれば、その項目は「良い、好転、上昇」とみることができ、逆にマイナスであれば「悪い、悪化、下降」と判断できる。

























# 下請法改正（中小受託取引適正化法）のチェックポイント

2025年5月16日、発注者・受注者の対等な関係に基づき、事業者間における価格転嫁及び取引の適正化を図るための「下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法の一部を改正する法律」が成立し、同月23日に公布されました。本改正により、「下請代金支払遅延等防止法」は、「製造委託等に係る中小受託事業者に対する代金の遅延等の防止に関する法律（略称：中小受託取引適正化法、以下改正下請法）」に名称変更され、2026年1月1日から施行されます。

本改正の主な内容について、押さえておくべきポイントを紹介します。

## 1. 下請代金支払遅延等防止法の概要

今回改正される「下請代金支払遅延等防止法（以下、下請法）」は、下請取引の公正化と下請事業者の利益保護を目的として、昭和31年（1956年）に制定された法律です。（図表－1）。

親事業者と下請事業者との間で行われる下請取引では、仕事を発注する側の親事業者の方が、下請事業者よりも有利な立場になりがちです。そのため、親事業者の都合によって、下請代金の支払が遅れたり、代金を不当に引き下げられたりするなどして、下請事業者が不利な扱いを受けてしまう場合が少なくありません。下請法ではこれを防ぐため、親事業者に対して委託取引における義務と禁止事項を定めています。

図表－1 下請法の概要



資料：公正取引委員会HP

## 2. 改正下請法の概要

(1) 施行日：2026年1月1日

(2) 法改正の目的

近年の急激な労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇を受け、発注者・受注者の対等な関係に基づき、サプライチェーン全体で適切な価格転嫁を定着させる。

(3) 改正事項の内容（図表－2）

①「下請」等の用語の見直しに伴う各名称の変更

- ・現行法における「下請」という用語は、発注者と受注者が対等な関係ではないという語感を与えるという指摘があります。また、時代の変化に伴い、「下請」という用語が使われなくなっています。
- ・これを踏まえ、用語や法律名称が以下の通り改正されます。

図表－2 改正下請法施行に伴う各名称の変更内容一覧

| 変更前          | → | 変更後                                   |
|--------------|---|---------------------------------------|
| 下請代金支払遅延等防止法 | → | 製造委託等に係る中小受託事業者に対する代金の支払の遅延等の防止に関する法律 |
| 親事業者         | → | 委託事業者                                 |
| 下請事業者        | → | 中小受託事業者                               |
| 下請代金         | → | 製造委託等代金                               |

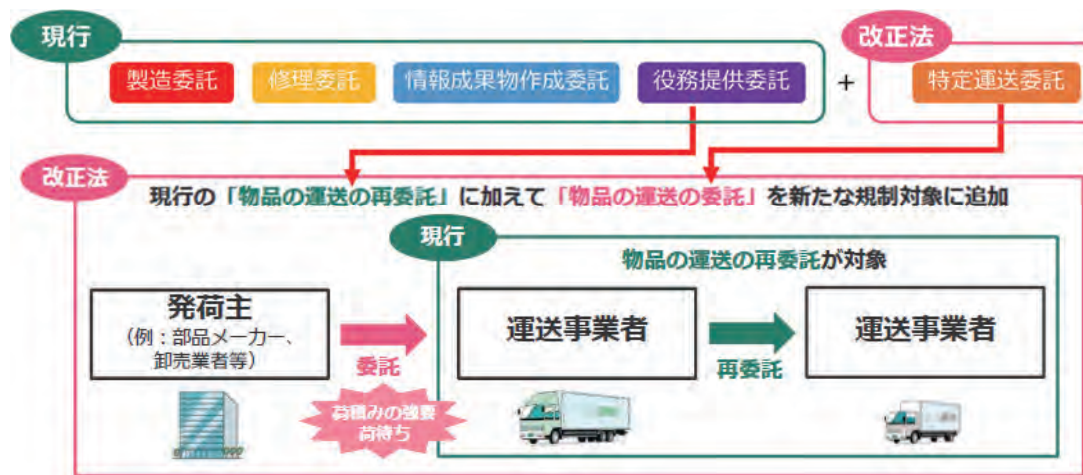
資料：公正取引委員会資料をもとに四銀地域経済研究所作成

② 対象となる取引の追加（図表－3）

- ・現行法では物品の運送の再委託のみ対象（役務提供委託に該当）となっていましたが、発荷主から元請運送事業者への委託は対象外（独占禁止法の物流特殊指定で対応）となっていました。
- ・立場の弱い物流事業者が、荷役（荷物の積み降ろしや運搬等、運送以外に発生する様々な業務）、荷待ち（荷物の積み降ろしのために、物流拠点で待機する時間）を無償で強要されるなど、荷主・物流事業者間の問題が顕在化しています。
- ・これを踏まえ、運送事業者間の再委託に加え、発荷主から運送事業者への委託も改正下請法の規制対象に追加されます。



図表－3 改正下請法が適用される取引



資料：公正取引委員会資料をもとに四銀地域経済研究所作成

### ③ 従業員基準の追加（図表－4）

- ・実質的には事業規模は大きいものの資本金が少額である事業者や、減資をすることによって、本法の対象とならない例があります。また、本法の適用を逃れるため、受注者に増資を求める発注者も存在します。
- ・これを踏まえ、現行法の適用基準①取引の内容、②資本金区分に加え、③従業員基準が新たに追加されます。
- ・委託取引ごとに規模要件を判断し、資本金基準・従業員基準いずれかの要件を満たした場合に適用されます。したがって、今まで対象とならなかった委託取引についても適用される可能性があるもので注意が必要です。

図表－4 改正下請法が適用される資本金・従業員基準

【製造委託・修理委託・情報成果物製作委託の一部（※１）・役務提供委託の一部（※１）・特定運送委託（改正により追加）の場合】

|     | 委託                       | 中小受託                                  |
|-----|--------------------------|---------------------------------------|
| 現行  | 資本金3億円超<br>資本金1千万円超3億円以下 | 資本金3億円以下(個人を含む。)<br>資本金1千万円以下(個人を含む。) |
| 改正法 | 従業員300人超                 | 従業員300人以下(個人を含む。)                     |

（※１）プログラムの作成、運送、物品の倉庫保管および情報処理に係るもの

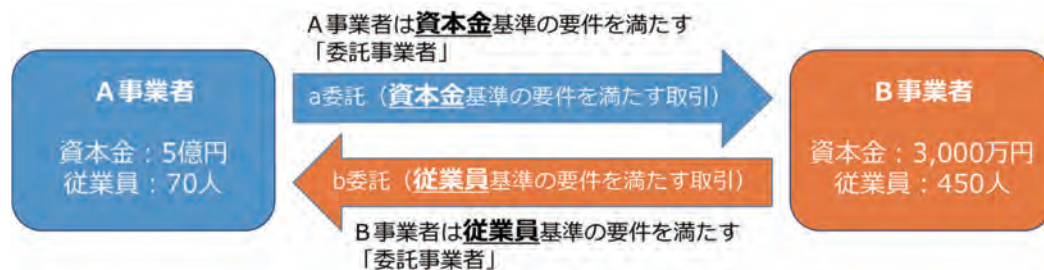
【情報成果物作成（※２）・役務提供委託（※２）の場合】

|     | 委託                         | 中小受託                                   |
|-----|----------------------------|----------------------------------------|
| 現行  | 資本金5千万円超<br>資本金1千万円超5千万円以下 | 資本金5千万円以下(個人を含む。)<br>資本金1千万円以下(個人を含む。) |
| 改正法 | 従業員100人超                   | 従業員100人以下(個人を含む。)                      |

（※２）プログラムの作成、運送、物品の倉庫保管および情報処理に係るものを除く



## 【参考】相互に委託取引が適用されるケース

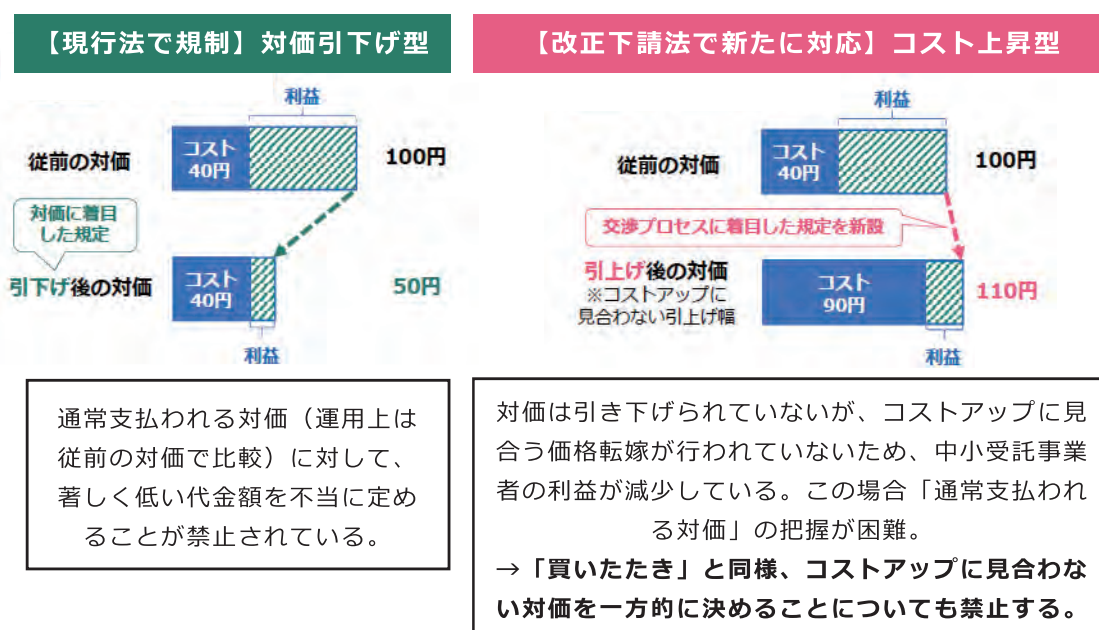


資料：公正取引委員会資料をもとに四銀地域経済研究所作成

## ④ 協議を適切に行わない代金額の決定の禁止（図表－5）

- ・コストが上昇している中で、協議することなく価格を据え置いたり、コスト上昇に見合わない価格を一方的に決めたりするなど、上昇したコスト分の適切な価格転嫁が行われる取引環境の整備が課題となっています。
- ・現行法で規制対象となっている「対価引下げ型」に加え、中小受託事業者から価格協議の求めがあったにも関わらず、協議に応じなかったり、委託事業者が必要な説明を行わなかったりするなど、一方的に代金を決定して、中小受託事業者の利益を不当に害する行為を禁止する規定が新設されます。

図表－5 規制対象となる代金額の決定プロセスの具体例



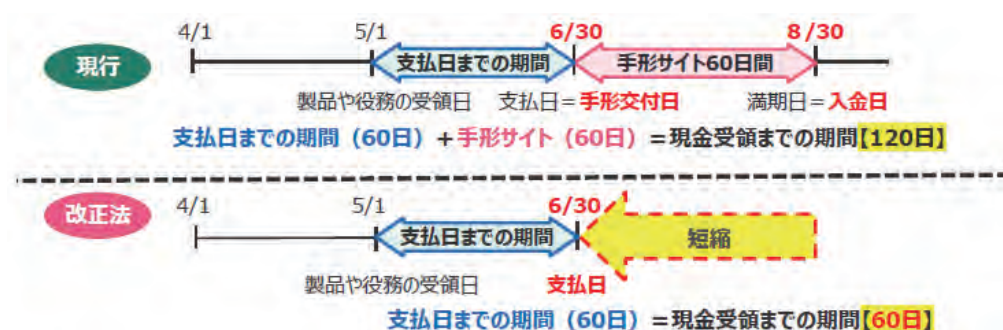
資料：公正取引委員会資料をもとに四銀地域経済研究所作成

## ⑤ 手形払等の禁止（図表－6）

- ・支払手段として手形等を用いることにより、発注者が受注者に資金繰りに係る負担を求める商慣習が続いています。
- ・これを踏まえ、中小受託事業者の保護のため、改正下請法の対象取引における支払手段として、手形払が禁止となります。

- ・電子記録債権（でんさい）やファクタリングについても、支払期日までに代金に相当する金銭（手数料等を含む満額）を得ることが困難であるものについては同様に禁止されます。

図表－6 手形払等の禁止に伴う現金受領までの期間の違い

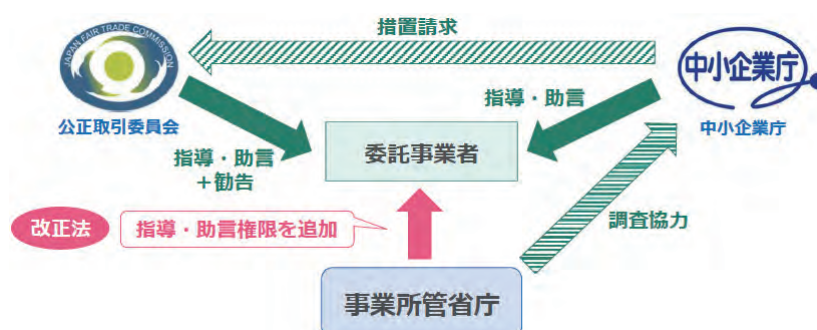


資料：公正取引委員会HP

## ⑥ 面的執行の強化（図表－7）

公正取引委員会、中小企業庁、事業所管省庁の連携した執行を拡充するため、従前は調査権限のみ与えられていた事業所管省庁の主務大臣に、指導・助言権限が付与されます。また、事業所管省庁（「トラック・物流Gメン」など）に通報した場合、下請法の「報復措置の禁止<sup>1</sup>」の対象となっていないことを受け、申告先として事業所管省庁の主務大臣が追加されます。

図表－7 委託事業者に対する関係省庁の監督体制



資料：公正取引委員会HP

## ⑦ その他の改正事項

- ・製造委託の対象物に、物品の製造に用いられる金型に加え、木型や治具等が追加されます。
- ・書面などの交付義務について、中小受託事業者の承諾の有無にかかわらず、必要的記載事項を電磁的方法により提供可能となります。
- ・遅延利息の対象に「減額」が追加されました。委託事業者が、中小受託事業者に対して責任がないのに、発注時に決定した製造委託等代金を減額した場合、起算日から減額した金額の支払日までの期間について、減額分に対して遅延利息を支払う義務が追加されます（図表－8）。

<sup>1</sup> 中小受託事業者が委託事業者の下請法違反行為を公正取引委員会等に知らせたことを理由として、委託事業者がその中小受託事業者に対して取引数量を減じたり、取引を停止したり、その他不利益な取り扱いをすることを禁止するもの（公正取引委員会HP）

図表－8 製造委託等代金を減額した場合における遅延利息の具体例



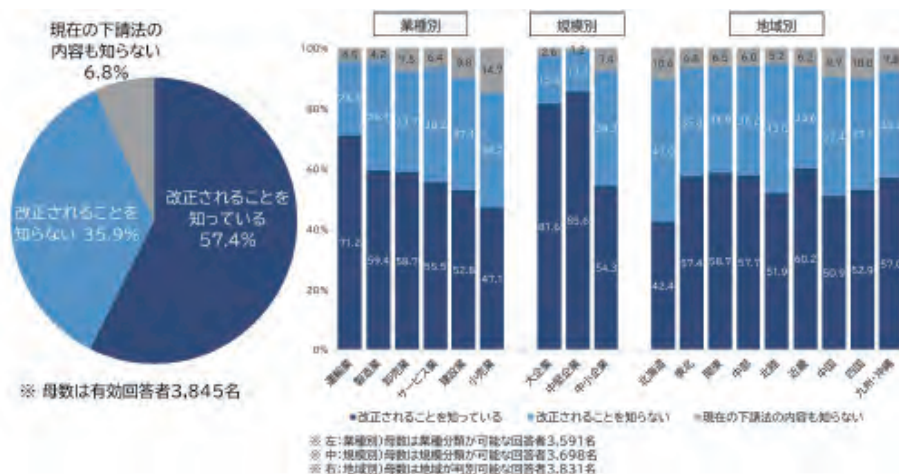
資料：公正取引委員会HP

- ・受領拒否や支払遅延等、改正下請法の禁止行為を行った委託事業者に対して、勧告前に是正された場合でも再発防止策などを勧告できるように改正されています。

### 3. 改正下請法に係るチェックポイント

帝国データバンクが2025年6月に実施した「改正下請法に関する企業の意識調査」によると、改正下請法の認知度は全体では57.4%となっていますが、地域別では四国での認知度は52.9%と平均に比べて認知度が低くなっています（図表－9）。対象取引に「特定運送委託」が追加されたり、適用基準に「従業員基準」が追加されたりと、思わぬ取引が当てはまる可能性があります。今一度改正下請法の内容を確認し、自社の委託取引で該当するものがないか確認が必要です。

図表－9 改正下請法の認知度



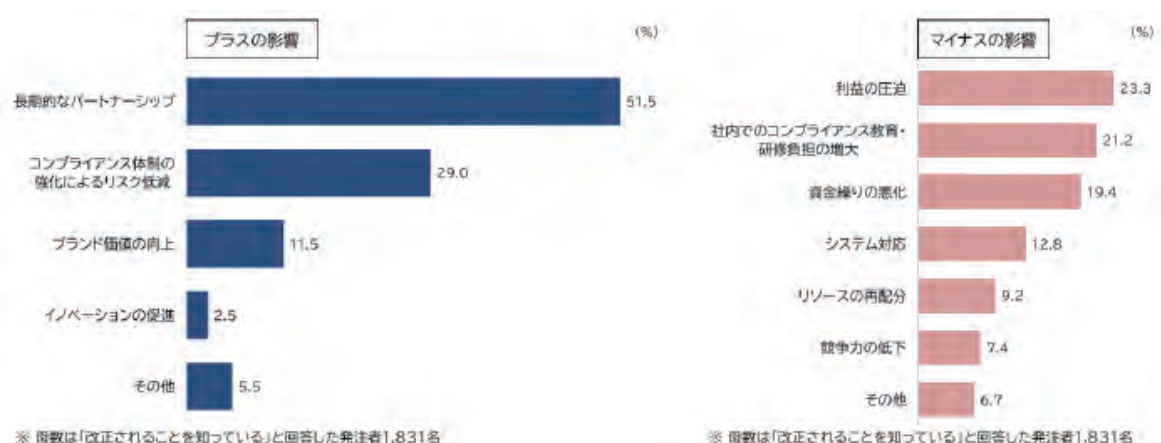
資料：帝国データバンク「改正下請法に関する企業の意識調査（2025年6月）」

また同調査では、「下請法」が改正されることを知っていた発注者1,831名のうち、19.4%が「資金繰りの悪化」によるマイナスの影響を懸念しています（図表－10）。2024年度の手形交換残高は10年前と比較して10分の1以下となっはいますが、手形取引の比較的多い業種（製造業、卸売業等）を中心に、運転資金やCCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）の変化について注視する必要があります。

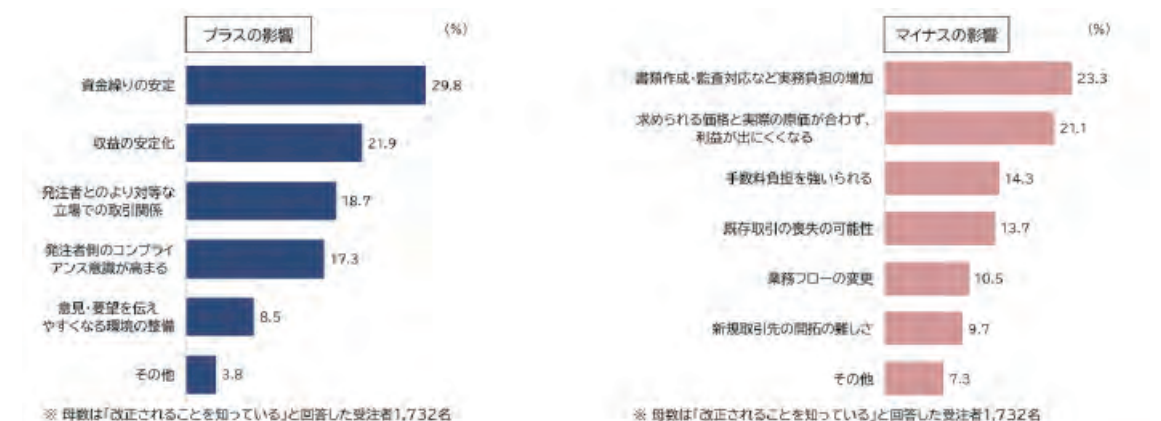


図表-10 改正下請法施行に伴い想定されるプラスの影響／マイナスの影響

① 発注者



② 【参考】受注者

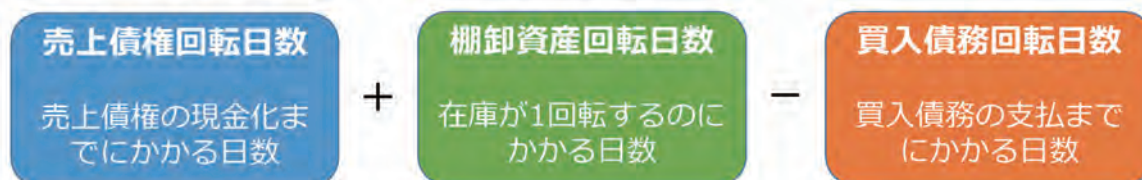


資料：帝国データバンク「改正下請法に関する企業の意識調査（2025年6月）」

【参考】CCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）

Cash Conversion Cycle の略で、仕入れに必要な費用を支払ってから、売上代金を現金として回収するまでの期間を指す。CCC が短いほど、事業継続のために必要な資金が少なくなり、資金繰りが安定する。改正下請法により手形払等が禁止されるため、支払手形が多い企業にとっては買入債務回転日数が短縮し、全体の CCC が長くなる可能性がある。

CCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル）＝



（文責：山本 翔太郎）

## Disclaimer

- ・本資料は公的資料等に基づき一般的な経営示唆を目的として作成されたものであり、法的助言を構成するものではありません。具体的な実務における判断は、弁護士等専門家への相談をお願い致します。
- ・本資料は、当研究所が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。
- ・本資料のご利用に際しては、ご自身の判断にてなされますようお願い申し上げます。本資料に掲載された情報を利用したことによって利用者等に何らかの損害が発生したとしても、かかる損害について当研究所は一切の責任を負いません。
- ・本資料に記載された内容は予告なしに変更されることがあります。



# 経済動向



国内経済

月例経済報告

2025年9月

景気は、米国の通商政策による影響が自動車産業を中心にみられるものの、緩やかに回復している

| 項目   | 判断                                        | 主な判断理由                                                                                                                                                       |
|------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 個人消費 | 持ち直しの動き*                                  | 7月の「商業動態統計」によると、小売業販売額（季節調整済指数）は前月比1.6%減。1世帯あたりの平均消費支出額を示す「世帯消費動向指数（CTIミクロ）」の実質値（季節調整済指数）は前月比0.8%増。新車販売台数は持ち直しの動きに足踏み。家電販売は持ち直し。旅行はおおむね横ばい。外食は緩やかに増加。        |
| 設備投資 | 緩やかに持ち直している*                              | 「日銀短観」（6月調査）によると、全産業の2025年度設備投資計画は増加が見込まれている。また、「法人企業統計季報」（4-6月期調査）によると、季節調整済前期比で1.6%増。業種別では、製造業は同6.3%増、非製造業は同1.0%減と製造業が牽引している。                              |
| 住宅投資 | 建築物省エネ法等改正に伴う駆け込み需要の反動もあり、このところ弱含み*       | 2025年4月の法改正に伴う駆け込み需要の反動もあり、同年5月の新設住宅着工戸数は過去最低水準となった。足元では徐々に回復傾向にある。利用関係別にみると、持家および分譲住宅は、このところ弱含んでいる。貸家は横ばい。                                                  |
| 公共投資 | 堅調に推移*                                    | 7月の公共工事出来高は前月比0.7%減。8月の公共工事請負金額は同6.1%減。7月の公共工事受注額は同0.3%減。国の一般会計予算における公共事業関連費は、令和6年度は補正予算を含め前年度比1.4%増、令和7年度は前年度当初予算比で0.0%増となっており、関連予算の執行により堅調に推移していくことが見込まれる。 |
| 輸出   | おおむね横ばい*                                  | アジア、EUおよびその他の地域向けはおおむね横ばい。アメリカ向けは、輸送用機器を中心に、このところ弱含んでいる。先行きについては、米国の関税引上げや、通商問題による世界経済を通じた影響等に留意する必要がある。                                                     |
| 輸入   | 持ち直しの動き*                                  | アジアからの輸入は持ち直しの動き。アメリカおよびEUからはおおむね横ばい。                                                                                                                        |
| 生産活動 | 横ばい                                       | 7月の鉱工業生産指数は前月比1.2%減。輸送機械および生産用機械は横ばい。電子部品・デバイスを持ち直しの動き。                                                                                                      |
| 企業収益 | 米国の通商政策による影響が自動車産業を中心にみられる中で、改善に足踏みがみられる* | 「法人企業統計季報」（4-6月期調査）によると、経常利益は前年同期比0.2%増。業種別では、製造業が同11.5%減、非製造業が同6.6%増。規模別では、大・中堅企業が同1.0%減、中小企業が同6.0%増。                                                       |

| 項 目     | 判 断      | 主 な 判 断 理 由                                                                                              |
|---------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 業 況 判 断 | おおむね横ばい* | 「日銀短観」（6月調査）によると、「最近」の業況判断DIは、「全規模全産業」で前期差0と横ばい。「景気ウォッチャー調査」（8月調査）の企業動向関連DIでは、現状判断、先行判断ともに上昇。            |
| 雇 用 情 勢 | 改善の動き    | 7月の完全失業率は、前月から0.2%低下し、2.3%となった。「日銀短観」（6月調査）によると、企業の人手不足感を示す、全産業の雇用人員判断DIは-35と、3月調査（-37）から2ポイント不足超幅が縮小。   |
| 物 価     | 上昇       | 消費者物価の基調を8月の「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」とみると、前月比、前年比ともに上昇。                                                         |
| 企 業 倒 産 | おおむね横ばい  | 5月の企業倒産（負債1,000万円以上）の件数は805件（前年同月比11.3%増）で、3カ月連続で前年同月を上回った。負債総額は1,143億7,300万円（同12.8%増）で、6カ月ぶりに前年同月を上回った。 |

上記の＊は、前回掲載時から判断の変更があった箇所。

|       |                                              |                                           |
|-------|----------------------------------------------|-------------------------------------------|
| ◆個人消費 | 消費者マインドが弱含んでいるものの、雇用・所得環境の改善の動きが続く中で、持ち直しの動き | →持ち直しの動き                                  |
| ◆設備投資 | 持ち直しの動き                                      | →緩やかに持ち直している                              |
| ◆住宅投資 | おおむね横ばい                                      | →建築物省エネ法等改正に伴う駆け込み需要の反動もあり、このところ弱含み       |
| ◆公共投資 | 底堅く推移                                        | →堅調に推移                                    |
| ◆輸 出  | このところ持ち直しの動き                                 | →おおむね横ばい                                  |
| ◆輸 入  | このところ持ち直しの動き                                 | →持ち直しの動き                                  |
| ◆企業収益 | 改善しているが、通商問題が及ぼす影響等に留意                       | →米国の通商政策による影響が自動車産業を中心にみられる中で、改善に足踏みがみられる |
| ◆業況判断 | このところおおむね横ばい                                 | →おおむね横ばい                                  |

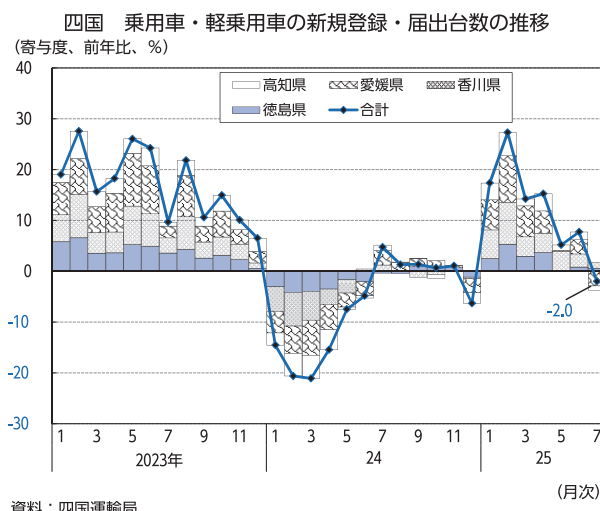
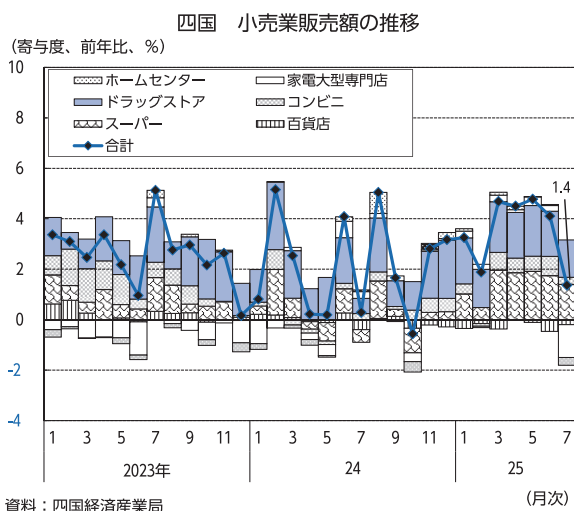
資料：内閣府「月例経済報告（令和7年9月）」などより四銀地域経済研究所作成



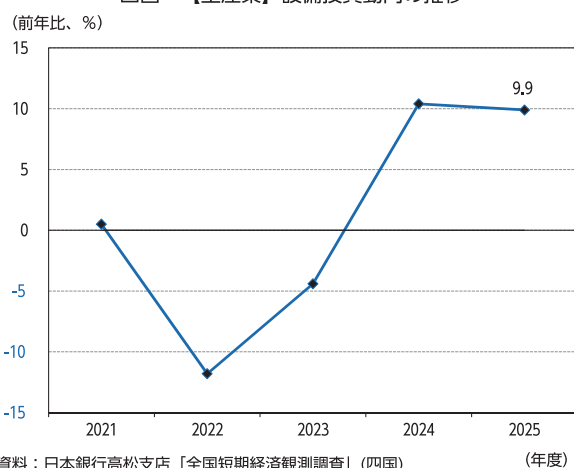
## 概要 (2025年 7月)

### 持ち直しの動きがみられる

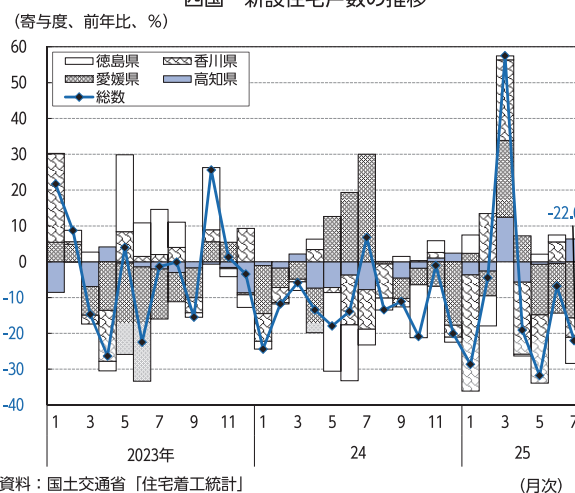
| 項目   | 判断         | 主な判断理由                                                                                                                                                    |
|------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 個人消費 | 持ち直している    | 7月の小売業販売額全体では、前年同月比1.4%増と9カ月連続で増加。調剤医薬品や健康食品が好調なドラッグストア（同7.2%増）や、米や惣菜などの飲食料品を中心としたスーパー（同4.0%増）などが牽引した。また、7月の乗用車の新規登録・届出台数は同2.0%減となり、7カ月ぶりに前年同月を下回った。      |
| 設備投資 | 前年度を上回る見込み | 全国企業短期経済観測調査（全産業）によると、2025年度は前年度を上回る見込み（前年度比9.9%増）。業種別では、製造業が同2.7%増、非製造業が同19.6%増。                                                                         |
| 住宅投資 | 前年を下回っている  | 7月の新設住宅着工戸数は、前年同月比22.0%減となり、4カ月連続で前年を下回った。                                                                                                                |
| 公共投資 | 前年度を上回っている | 7月の公共工事請負金額は前年同月比14.6%増となり、5カ月連続で前年を上回った。                                                                                                                 |
| 生産活動 | 一進一退       | 7月の鉱工業生産指数（季節調整値、2020年＝100）は95.9と3か月連続で減少。3ヵ月後方移動平均値でも、5月100.2→6月98.9→7月96.5と減少傾向。業種別では「電気機械工業」、「金属製品工業」などが上昇した一方、「汎用・生産用機械工業」、「化学・石油石炭製品工業」などが低下した。      |
| 雇用情勢 | 緩やかに持ち直し   | 7月の有効求人倍率（季節調整値）は1.33倍で、前月を0.02ポイント上回る水準。一般新規求人数（新規学卒、パートタイムを除く）は、「建設業」や「サービス業（他に分類されないもの）」などが前年を上回ったものの、「製造業」や「医療、福祉」などが前年を下回り、全体では前年同月比0.8%減と、3か月連続で減少。 |
| 貸出残高 | 増加         | 7月の国内銀行貸出残高は前年同月比3.3%増と、引き続き増加基調で推移している。                                                                                                                  |
| 企業倒産 | おおむね横ばい    | 7月の倒産件数は16件（前年同月比5.9%減）と、3か月連続で前年を下回った。負債総額は18.3億円（同20.1%増）と、4か月連続で前年を上回った。                                                                               |



# 四国 【全産業】設備投資動向の推移



# 四国 新設住宅戸数の推移



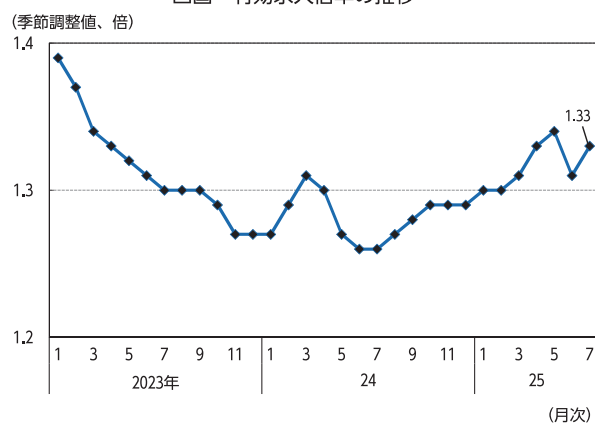
# 四国 公共工事請負金額の推移



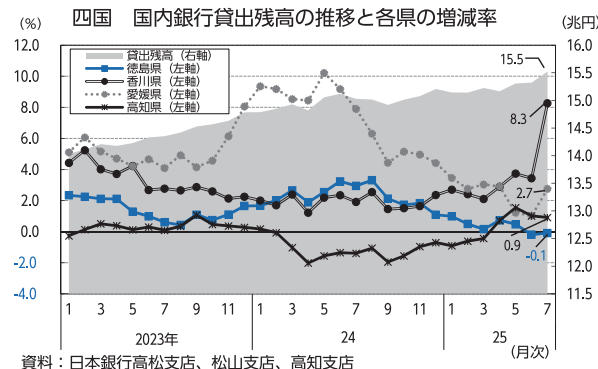
# 四国 鉱工業生産指数の推移



# 四国 有効求人倍率の推移



# 四国 国内銀行貸出残高の推移と各県の増減率



注：各年1月に季節調整値が訴求改定されるため、以前の数値とは一致しない。  
資料：四国経済産業局



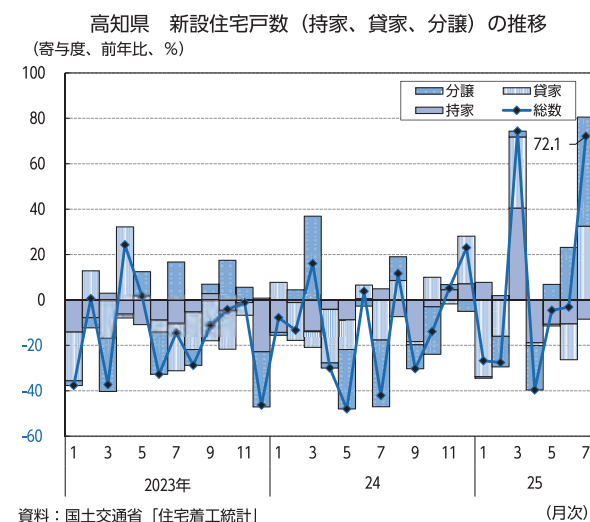
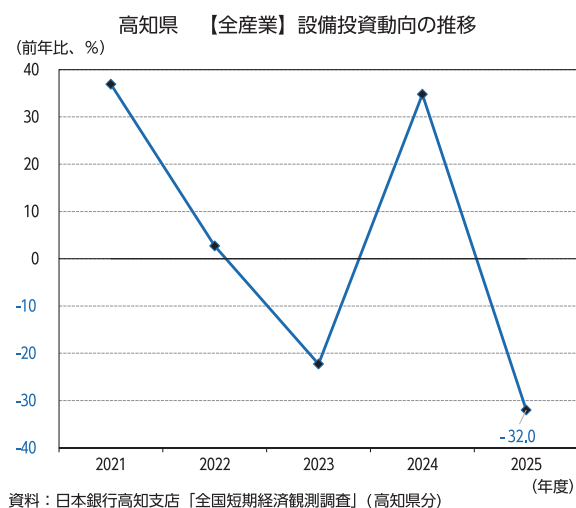
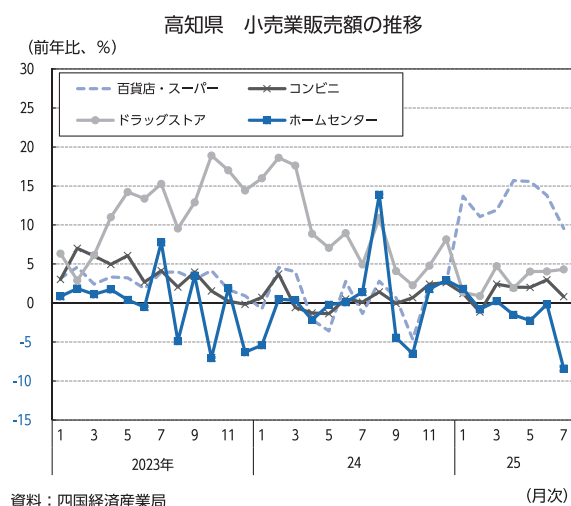
## 景気は、緩やかに持ち直している

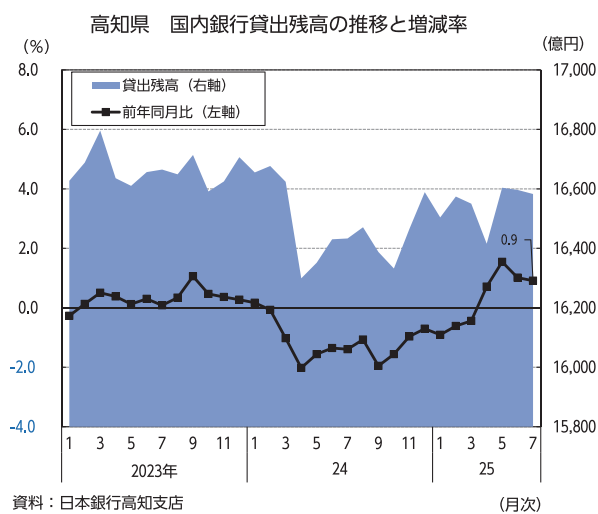
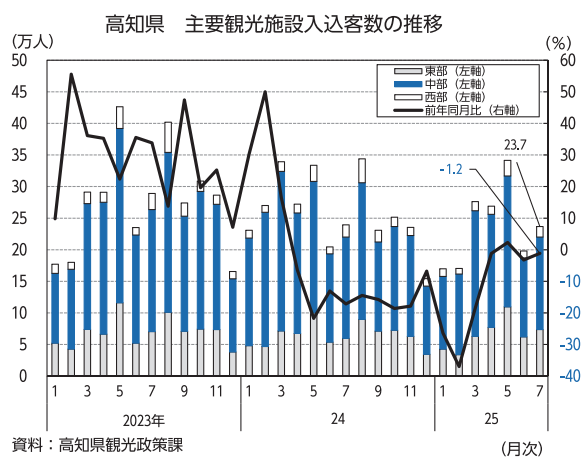
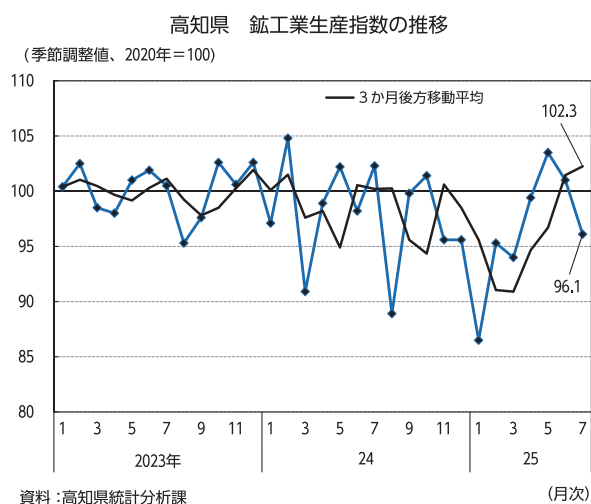
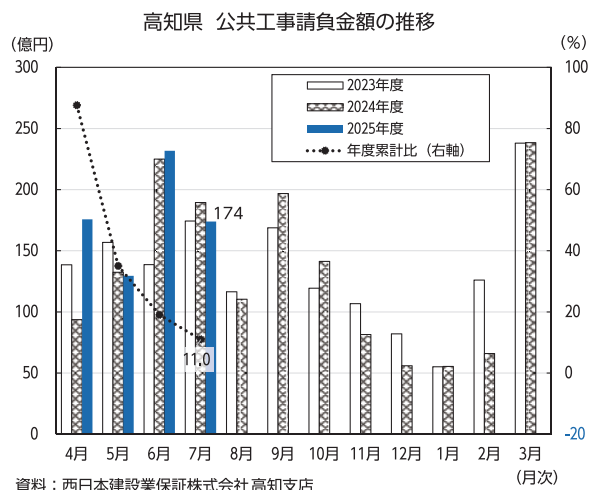
## 2025年7月概況

- ◆ 個人消費は堅調に推移している。小売販売額は前年同月比4.3%増と9カ月連続のプラスとなった。乗用車・軽自動車の登録・届出台数は同4.7%減と7カ月ぶりのマイナスとなった。
- ◆ 設備投資は持ち直しの動きが続いている。住宅投資は2025年4月の建築物省エネ法等改正に伴う駆け込み需要の反動で減少傾向にあったが、直近の7月は前年同月比で増加した。公共投資は横ばい圏内で推移している。また、製造業の生産は、一部で弱めの動きがみられるものの、全体では横ばい圏内で推移している。
- ◆ 先行きについては、緩やかに持ち直していくとみられる。ただし、コスト上昇と価格転嫁の動向や、人手不足の影響と賃金の動向、各国の通商政策等の今後の展開とそれに伴う生産や企業収益等の影響を受ける可能性がある。

| 項 目     | 判 断                           | 主 な 判 断 理 由                                                                                                             |
|---------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 個 人 消 費 | 堅調に推移                         | 7月の小売業販売額は、前年同月比4.3%増加。百貨店・スーパーは大型店舗の出店や飲食料品の価格高騰などの影響により同9.5%増となり、全体を牽引した。7月の乗用車・軽乗用車の新車登録・届出台数は、同4.7%減と7カ月ぶりに前年を下回った。 |
| 設 備 投 資 | 持ち直しの動き                       | 全国短期経済観測調査（全産業）によると、2025年度は製造業を中心に前年度を下回り、前年度比32.0%減となる計画。                                                              |
| 住 宅 投 資 | 緩やかな持ち直し                      | 7月の新設住宅着工戸数（持家、貸家、分譲）は、前年同月比72.1%増。内訳をみると、持家は同11.6%減、貸家は同227.3%増、分譲住宅は同370.0%増。                                         |
| 公 共 投 資 | 横ばい圏内で推移                      | 7月の公共投資請負金額は、前年同月比8.3%減。2025年度累計は、前年同期比11.0%増。                                                                          |
| 生 産 活 動 | 一部で弱めの動きがみられるものの、全体では横ばい圏内で推移 | 7月の鉱工業生産指数（季節調整値、2020年＝100）は、96.1（前月比4.9%減）。機械は一部で弱めの動き。食料品、パルプ・紙・紙加工品、鉄鋼は緩やかに持ち直し。窯業・土石製品は減少。                          |
| 観 光     | 持ち直し                          | 7月の県内主要観光施設への入込客数は、前年同月比1.2%減となったが、主要旅館・ホテルの宿泊客数は同0.6%増。NHK連続テレビ小説の効果により、ゆかりの地である東部地域の入込客数が増加傾向にある。                     |

| 項目   | 判断            | 主な判断理由                                                                                           |
|------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 雇用情勢 | 引き締まった状態      | 7月の有効求人倍率（季節調整値）は、1.07倍で前月比0.04ポイント下回り、2カ月連続の減少。7月の一般新規求人数（新規学卒を除きパートタイムを含む、原数値）全体では、前年同月比5.0%減。 |
| 貸出残高 | 前年を上回る        | 7月の国内銀行貸出残高は、前年同月比0.9%増。                                                                         |
| 企業倒産 | 感染症拡大前の水準まで増加 | 7月の倒産（負債額1,000万円以上）の件数は1件（前年同月比66.6%減）、負債総額は0.1億円（同82.8%減）となった。                                  |





### 高知県 企業倒産件数と負債総額の推移

(件、百万円)

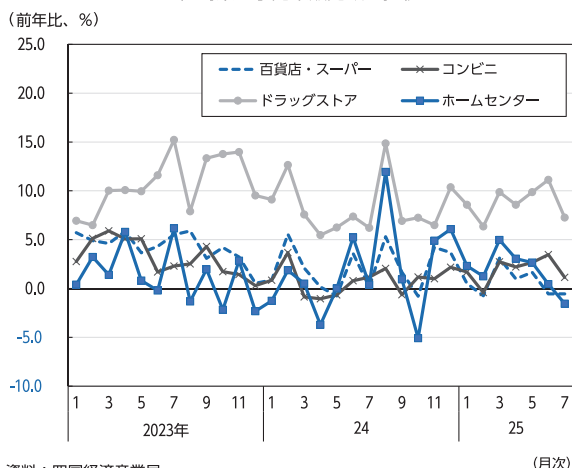
| 年    | 月  | 件数 | 負債総額  | 前年比 (%) | 年    | 月  | 件数 | 負債総額 | 前年比 (%) |
|------|----|----|-------|---------|------|----|----|------|---------|
| 2024 | 1  | 2  | 410   | -37.5   | 2025 | 1  | 1  | 150  | -63.4   |
|      | 2  | 2  | 197   | 100.0   |      | 2  | 2  | 8    | -95.9   |
|      | 3  | 2  | 540   | 100.0   |      | 3  | 6  | 337  | -37.6   |
|      | 4  | 3  | 431   | -41.7   |      | 4  | 2  | 294  | -31.8   |
|      | 5  | 4  | 291   | 99.3    |      | 5  | 2  | 204  | -29.9   |
|      | 6  | 2  | 72    | -84.0   |      | 6  | 1  | 220  | 205.6   |
|      | 7  | 3  | 58    | -3.3    |      | 7  | 1  | 10   | -82.8   |
|      | 8  | 4  | 700   | -75.4   |      | 8  |    |      |         |
|      | 9  | 2  | 20    | -66.7   |      | 9  |    |      |         |
|      | 10 | 8  | 1,520 | 15100.0 |      | 10 |    |      |         |
|      | 11 | 3  | 211   | 2010.0  |      | 11 |    |      |         |
|      | 12 | 8  | 576   | 547.2   |      | 12 |    |      |         |

資料：東京商工リサーチ

### 景気は、持ち直しの動きが一服している

| 項目   | 判断                  | 主な判断理由                                                                                     |
|------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 個人消費 | 物価上昇の影響を受けつつも、底堅く推移 | 7月の小売業販売額は、前年同月比0.9%増加。ドラッグストア（同7.3%増）が全体を牽引している。また、7月の乗用車新車登録・届出台数は同3.1%増と、7カ月連続で前年を上回った。 |
| 設備投資 | 高水準で推移              | 全国短期経済観測調査（全産業）によると、2025年度は、前年度を11.9%下回る計画ながら高水準となっている。                                    |
| 住宅投資 | 弱めの動き               | 7月の新設住宅着工戸数は、全体で前年同月比33.8%減と、3カ月ぶりに前年を下回った。内訳は、持家同24.4%減、貸家同56.0%増、分譲同79.5%減。              |
| 公共投資 | 高水準で推移              | 7月の公共投資請負金額は、前年同月比60.0%増。2025年度累計は、前年同期比28.0%増。                                            |
| 生産活動 | 足もと水準が低下            | 7月の鉱工業生産指数（季節調整値、2020年＝100）は88.3、前月比4.3%減。3カ月後方移動平均値も5月111.3→6月104.6→7月96.7と減少傾向。          |
| 雇用情勢 | 緩やかに改善              | 7月の有効求人倍率（季節調整値）は1.18倍と前月比0.01ポイント上回り、2か月ぶりに改善。新規求人数（原数値）（新規学卒を除きパートを含む）全体では、前年同月比1.6%増。   |
| 貸出残高 | 前年を上回る              | 7月の国内銀行貸出残高は前年同月比0.1%減と、2カ月連続で前年同月を下回るも、2025年全体としては引き続き堅調に推移している。                          |
| 企業倒産 | 感染症拡大前の水準           | 7月の件数（負債額1,000万円以上）は7件（前年同月比40.0%増）、負債総額は6.6億円（同16.1%増）。                                   |

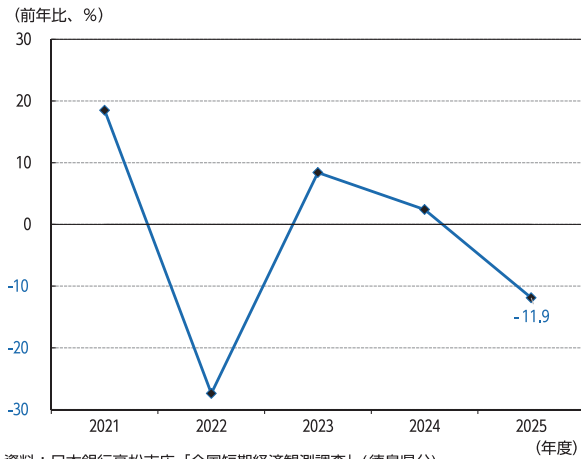
徳島県 小売業販売額の推移



徳島県 乗用車の新規登録・届出台数の推移

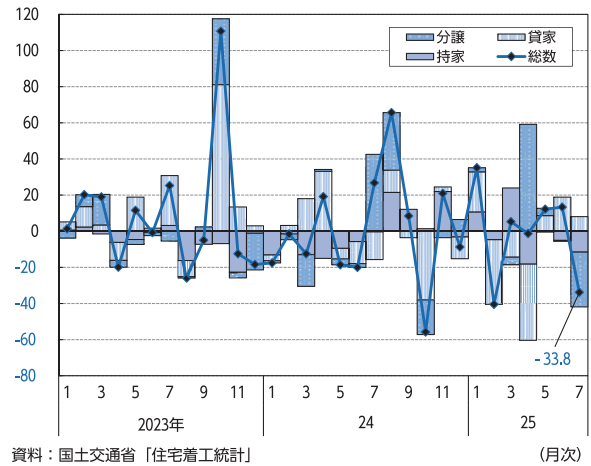


徳島県 【全産業】設備投資動向の推移



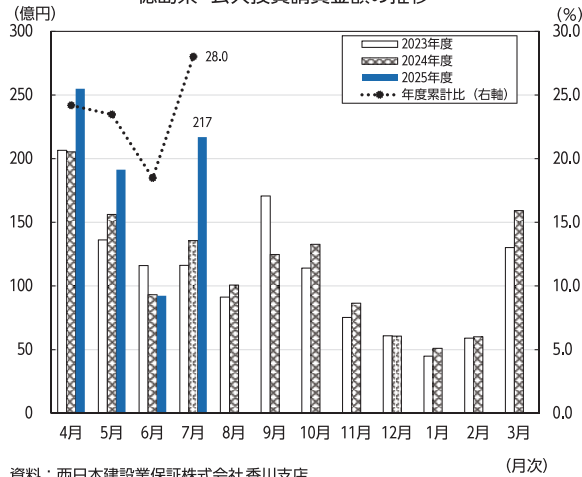
資料：日本銀行高松支店「全国短期経済観測調査」(徳島県分)

徳島県 新設住宅戸数（持家、貸家、分譲）の推移  
(寄与度、前年比、%)



資料：国土交通省「住宅着工統計」

徳島県 公共投資請負金額の推移



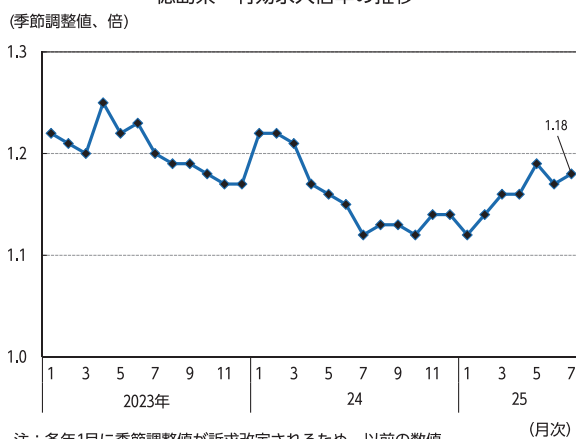
資料：西日本建設業保証株式会社香川支店

徳島県 鉱工業生産指数の推移



資料：徳島県統計データ課

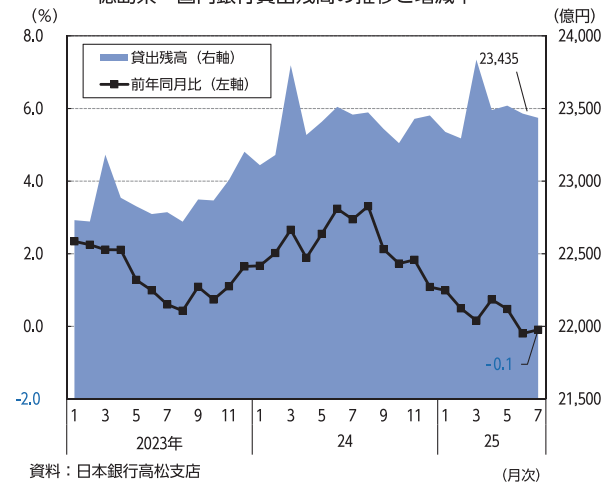
徳島県 有効求人倍率の推移



注：各年1月に季節調整値が訴求改定されるため、以前の数値とは一致しない。

資料：厚生労働省「一般職業紹介状況」

徳島県 国内銀行貸出残高の推移と増減率



資料：日本銀行高松支店



# 百貨店・スーパー販売状況

(単位：億円、%)

|       | 高 知   |       | 徳 島   |       | 香 川     |       | 愛 媛     |       | 四 国     |       | 全 国     |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
|       | 前年比   |       | 前年比   |       | 前年比     |       | 前年比     |       | 前年比     |       | 前年比     |       |
| 2013年 | 729.5 | 99.7  | 683.9 | 101.3 | 1,605.9 | 98.6  | 2,062.1 | 99.5  | 5,081.3 | 99.5  | 197,774 | 100.6 |
| 14年   | 723.6 | 99.2  | 727.5 | 106.4 | 1,607.9 | 95.8  | 2,108.1 | 101.1 | 5,167.1 | 99.8  | 201,946 | 101.7 |
| 15年   | 719.6 | 99.5  | 747.9 | 102.8 | 1,553.5 | 99.6  | 2,095.7 | 100.0 | 5,116.3 | 100.2 | 200,487 | 101.3 |
| 16年   | 715.2 | 99.4  | 747.3 | 99.9  | 1,524.8 | 101.0 | 2,100.8 | 100.7 | 5,088.5 | 100.5 | 195,948 | 99.6  |
| 17年   | 706.0 | 98.7  | 781.3 | 104.6 | 1,502.4 | 98.5  | 2,086.9 | 99.3  | 5,073.5 | 99.8  | 196,025 | 100.0 |
| 18年   | 707.8 | 100.3 | 811.4 | 103.8 | 1,515.3 | 100.8 | 2,070.7 | 99.2  | 5,105.3 | 100.6 | 196,044 | 100.0 |
| 19年   | 697.4 | 98.5  | 820.8 | 101.2 | 1,517.1 | 100.1 | 2,057.1 | 99.3  | 5,092.3 | 99.7  | 193,962 | 98.9  |
| 20年   | 725.3 | 97.6  | 916.6 | 99.3  | 1,741.8 | 98.8  | 2,066.4 | 97.8  | 5,450.0 | 98.3  | 195,050 | 94.6  |
| 21年   | 733.1 | 99.9  | 866.7 | 103.6 | 1,767.4 | 98.8  | 2,044.6 | 98.4  | 5,411.8 | 97.8  | 199,071 | 100.9 |
| 22年   | 733.4 | 100.0 | 901.2 | 96.0  | 1,786.1 | 101.1 | 2,085.8 | 102.0 | 5,506.5 | 101.8 | 206,603 | 103.8 |
| 23年   | 755.1 | 103.0 | 939.1 | 104.2 | 1,823.1 | 102.1 | 2,104.3 | 100.9 | 5,621.6 | 102.1 | 216,049 | 104.6 |
| 24年   | 759.4 | 100.6 | 958.7 | 102.1 | 1,857.3 | 101.9 | 2,076.5 | 98.7  | 5,651.9 | 100.5 | 224,065 | 103.7 |
| 23年1月 | 62.5  | 103.2 | 78.1  | 105.7 | 152.3   | 103.8 | 179.1   | 103.9 | 471.9   | 104.1 | 17,681  | 105.5 |
| 2     | 54.7  | 104.6 | 68.8  | 104.9 | 132.8   | 102.9 | 151.2   | 102.4 | 407.4   | 103.3 | 15,820  | 105.2 |
| 3     | 61.4  | 102.4 | 75.7  | 104.6 | 148.4   | 101.0 | 173.2   | 100.4 | 458.7   | 101.6 | 17,669  | 103.6 |
| 4     | 59.5  | 103.3 | 74.8  | 105.8 | 142.6   | 102.8 | 166.0   | 101.3 | 442.9   | 102.8 | 17,095  | 105.2 |
| 5     | 63.0  | 103.2 | 78.3  | 103.7 | 148.0   | 100.7 | 172.8   | 100.5 | 462.1   | 101.4 | 17,436  | 103.7 |
| 6     | 58.9  | 101.9 | 74.0  | 104.3 | 145.3   | 100.5 | 167.7   | 99.3  | 445.9   | 100.8 | 17,461  | 104.3 |
| 7     | 65.3  | 103.9 | 80.1  | 105.5 | 159.3   | 104.0 | 184.6   | 103.3 | 489.2   | 104.0 | 18,741  | 105.9 |
| 8     | 64.3  | 104.0 | 83.5  | 105.9 | 156.1   | 103.1 | 173.5   | 101.9 | 477.5   | 101.4 | 17,859  | 106.5 |
| 9     | 59.3  | 103.0 | 75.2  | 103.1 | 145.0   | 101.7 | 161.5   | 100.0 | 441.0   | 100.8 | 17,085  | 104.8 |
| 10    | 64.2  | 104.2 | 79.0  | 104.2 | 151.2   | 101.7 | 178.2   | 98.1  | 472.6   | 101.0 | 17,999  | 103.9 |
| 11    | 61.0  | 101.7 | 76.4  | 103.2 | 151.6   | 102.2 | 175.8   | 100.4 | 464.8   | 101.6 | 18,363  | 104.4 |
| 12    | 81.1  | 100.9 | 95.2  | 100.5 | 190.6   | 100.9 | 220.7   | 99.7  | 587.6   | 100.4 | 22,846  | 102.6 |
| 24年1月 | 62.0  | 99.2  | 78.8  | 100.9 | 156.8   | 103.0 | 180.2   | 100.6 | 477.8   | 101.2 | 18,264  | 103.3 |
| 2     | 57.2  | 104.5 | 72.6  | 105.6 | 140.1   | 105.5 | 156.1   | 103.3 | 426.0   | 104.6 | 17,021  | 107.6 |
| 3     | 63.8  | 104.0 | 77.2  | 102.1 | 152.9   | 103.0 | 174.4   | 100.7 | 468.4   | 102.1 | 18,876  | 106.9 |
| 4     | 58.2  | 97.8  | 75.0  | 100.2 | 142.8   | 100.1 | 162.9   | 98.2  | 438.9   | 99.1  | 17,612  | 103.0 |
| 5     | 60.7  | 96.3  | 77.7  | 99.2  | 148.4   | 100.3 | 166.1   | 96.1  | 452.9   | 98.0  | 18,211  | 104.4 |
| 6     | 60.6  | 102.9 | 76.7  | 103.6 | 152.4   | 104.9 | 169.3   | 101.2 | 459.0   | 102.9 | 18,675  | 106.9 |
| 7     | 64.4  | 98.6  | 80.2  | 100.2 | 157.4   | 98.8  | 176.7   | 95.7  | 478.7   | 97.9  | 18,990  | 101.3 |
| 8     | 66.1  | 102.8 | 87.9  | 105.3 | 164.7   | 105.5 | 176.0   | 101.4 | 494.8   | 103.6 | 18,691  | 104.7 |
| 9     | 59.7  | 100.7 | 76.4  | 101.7 | 148.0   | 102.1 | 161.3   | 99.8  | 445.4   | 101.0 | 17,425  | 102.0 |
| 10    | 61.2  | 95.3  | 78.4  | 99.2  | 149.0   | 98.5  | 169.7   | 95.2  | 458.2   | 97.0  | 17,890  | 99.4  |
| 11    | 62.3  | 102.1 | 79.6  | 104.2 | 153.2   | 101.1 | 170.5   | 97.0  | 465.7   | 100.2 | 18,976  | 103.3 |
| 12    | 83.2  | 102.6 | 98.7  | 103.7 | 192.7   | 101.1 | 213.4   | 96.7  | 588.0   | 100.1 | 23,477  | 102.8 |
| 25年1月 | 70.5  | 113.7 | 79.2  | 100.5 | 159.9   | 102.0 | 175.5   | 97.4  | 485.1   | 101.5 | 19,022  | 104.2 |
| 2     | 63.5  | 111.1 | 72.1  | 99.3  | 142.7   | 101.8 | 151.1   | 96.8  | 429.4   | 100.8 | 17,303  | 101.7 |
| 3     | 71.4  | 111.8 | 79.6  | 103.1 | 159.2   | 104.1 | 176.0   | 100.9 | 486.3   | 103.8 | 19,354  | 102.5 |
| 4     | 67.3  | 115.7 | 75.7  | 101.0 | 150.9   | 105.7 | 164.8   | 101.1 | 458.7   | 104.5 | 18,024  | 102.3 |
| 5     | 70.2  | 115.7 | 79.0  | 101.7 | 154.3   | 104.0 | 169.1   | 101.8 | 472.6   | 104.3 | 18,498  | 101.6 |
| 6     | 68.9  | 113.7 | 76.3  | 99.5  | 155.2   | 101.8 | 172.9   | 102.1 | 473.2   | 103.1 | 18,820  | 100.8 |
| 7     | 70.5  | 109.5 | 79.8  | 99.5  | 162.7   | 103.4 | 179.9   | 101.8 | 492.9   | 103.0 | 19,259  | 101.4 |

(資料) 四国経済産業局

# 乗用車新車登録・届出台数(軽乗用車含む)

(単位：台、%)

|       | 高 知    |       | 徳 島    |       | 香 川    |       | 愛 媛    |       | 四 国     |       | 全 国       |       |
|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|---------|-------|-----------|-------|
|       | 前年比    |       | 前年比    |       | 前年比    |       | 前年比    |       | 前年比     |       | 前年比       |       |
| 2013年 | 27,925 | 96.8  | 28,847 | 93.2  | 40,672 | 96.4  | 45,299 | 96.2  | 145,248 | 97.4  | 4,562,184 | 99.8  |
| 14年   | 29,564 | 102.5 | 30,621 | 99.0  | 44,081 | 104.5 | 50,639 | 107.5 | 152,205 | 104.8 | 4,669,463 | 103.0 |
| 15年   | 25,794 | 87.2  | 26,206 | 85.6  | 37,515 | 85.1  | 41,713 | 82.4  | 131,228 | 86.2  | 4,215,798 | 90.3  |
| 16年   | 23,930 | 92.8  | 25,578 | 97.6  | 36,111 | 96.3  | 41,610 | 99.8  | 127,409 | 97.1  | 4,146,404 | 98.4  |
| 17年   | 25,878 | 108.1 | 26,777 | 104.7 | 38,502 | 106.6 | 44,474 | 106.9 | 135,630 | 106.5 | 4,386,314 | 105.8 |
| 18年   | 30,070 | 116.2 | 31,789 | 118.7 | 45,909 | 119.2 | 53,259 | 119.8 | 136,430 | 100.6 | 4,391,089 | 100.1 |
| 19年   | 25,576 | 85.1  | 27,312 | 85.9  | 38,640 | 84.2  | 44,797 | 84.1  | 136,325 | 99.9  | 4,301,012 | 97.9  |
| 20年   | 22,452 | 87.8  | 24,679 | 90.4  | 34,518 | 89.3  | 40,819 | 91.1  | 121,753 | 89.3  | 3,809,894 | 88.6  |
| 21年   | 21,222 | 94.5  | 22,624 | 91.7  | 32,346 | 93.7  | 37,369 | 91.5  | 113,561 | 93.3  | 3,675,650 | 96.5  |
| 22年   | 19,306 | 86.0  | 20,374 | 82.6  | 30,910 | 89.5  | 35,658 | 87.4  | 106,248 | 87.3  | 3,448,272 | 90.5  |
| 23年   | 22,124 | 114.6 | 24,346 | 119.5 | 35,746 | 115.6 | 41,565 | 116.6 | 123,781 | 116.5 | 3,992,660 | 115.8 |
| 24年   | 20,112 | 90.9  | 22,382 | 91.9  | 33,111 | 92.6  | 39,039 | 93.9  | 114,644 | 92.6  | 3,725,141 | 93.3  |
| 23年1月 | 1,778  | 108.2 | 2,117  | 131.6 | 3,065  | 118.0 | 3,481  | 119.1 | 10,441  | 119.0 | 319,866   | 117.4 |
| 2     | 2,080  | 129.9 | 2,280  | 134.5 | 3,398  | 129.0 | 3,625  | 121.1 | 11,383  | 127.6 | 356,279   | 122.9 |
| 3     | 2,681  | 115.6 | 2,815  | 118.3 | 4,086  | 114.2 | 4,761  | 115.4 | 14,343  | 115.6 | 477,937   | 112.1 |
| 4     | 1,654  | 115.9 | 1,843  | 118.1 | 2,563  | 114.4 | 3,225  | 122.8 | 9,285   | 118.2 | 289,524   | 118.5 |
| 5     | 1,376  | 115.5 | 1,660  | 126.0 | 2,361  | 126.9 | 2,903  | 130.9 | 8,300   | 126.0 | 272,034   | 128.4 |
| 6     | 1,716  | 119.7 | 2,021  | 124.2 | 2,868  | 122.1 | 3,453  | 128.5 | 10,058  | 124.2 | 332,020   | 123.9 |
| 7     | 1,757  | 104.3 | 2,033  | 119.0 | 2,856  | 110.5 | 3,333  | 106.8 | 9,979   | 109.7 | 320,993   | 111.4 |
| 8     | 1,481  | 116.4 | 1,668  | 122.0 | 2,490  | 122.2 | 2,944  | 124.3 | 8,583   | 121.8 | 280,533   | 119.8 |
| 9     | 1,996  | 109.3 | 2,070  | 114.0 | 3,183  | 110.8 | 3,606  | 109.3 | 10,855  | 110.6 | 363,391   | 111.8 |
| 10    | 1,902  | 117.3 | 1,976  | 116.7 | 3,016  | 112.1 | 3,509  | 115.2 | 10,403  | 114.9 | 334,474   | 113.1 |
| 11    | 1,931  | 110.5 | 2,047  | 111.7 | 3,098  | 110.6 | 3,463  | 108.5 | 10,539  | 110.1 | 344,042   | 111.7 |
| 12    | 1,772  | 115.4 | 1,816  | 102.7 | 2,762  | 103.8 | 3,262  | 106.7 | 9,612   | 106.5 | 301,567   | 106.1 |
| 24年1月 | 1,528  | 85.9  | 1,797  | 84.9  | 2,562  | 83.6  | 3,034  | 87.2  | 8,921   | 85.4  | 285,425   | 89.2  |
| 2     | 1,570  | 75.5  | 1,806  | 79.2  | 2,644  | 77.8  | 3,014  | 83.1  | 9,034   | 79.4  | 298,487   | 83.8  |
| 3     | 2,028  | 75.6  | 2,248  | 79.9  | 3,270  | 80.0  | 3,771  | 79.2  | 11,317  | 78.9  | 384,157   | 80.4  |
| 4     | 1,289  | 77.9  | 1,517  | 82.3  | 2,286  | 89.2  | 2,758  | 85.5  | 7,850   | 84.5  | 258,754   | 89.4  |
| 5     | 1,339  | 97.3  | 1,523  | 91.7  | 2,141  | 90.7  | 2,676  | 92.2  | 7,679   | 92.5  | 262,323   | 96.4  |
| 6     | 1,672  | 97.4  | 1,812  | 89.7  | 2,910  | 101.5 | 3,175  | 91.9  | 9,569   | 95.1  | 311,899   | 93.9  |
| 7     | 1,863  | 106.0 | 1,996  | 98.2  | 2,976  | 104.2 | 3,618  | 108.6 | 10,453  | 104.7 | 338,699   | 105.5 |
| 8     | 1,491  | 100.7 | 1,626  | 97.5  | 2,495  | 100.2 | 3,084  | 104.8 | 8,696   | 101.3 | 271,464   | 96.8  |
| 9     | 2,006  | 100.5 | 2,165  | 104.6 | 3,051  | 95.9  | 3,778  | 104.8 | 11,000  | 101.3 | 366,210   | 100.8 |
| 10    | 1,824  | 95.9  | 2,071  | 104.8 | 2,948  | 97.7  | 3,628  | 103.4 | 10,471  | 100.7 | 337,674   | 101.0 |
| 11    | 1,933  | 100.1 | 2,116  | 103.4 | 3,100  | 100.1 | 3,501  | 101.1 | 10,650  | 101.1 | 330,026   | 95.9  |
| 12    | 1,569  | 88.5  | 1,705  | 93.9  | 2,728  | 98.8  | 3,002  | 92.0  | 9,004   | 93.7  | 280,023   | 92.9  |
| 25年1月 | 1,822  | 119.2 | 2,017  | 112.2 | 3,066  | 119.7 | 3,533  | 116.4 | 10,438  | 117.0 | 327,711   | 114.8 |
| 2     | 1,984  | 126.4 | 2,286  | 126.6 | 3,388  | 128.1 | 3,841  | 127.4 | 11,499  | 127.3 | 354,135   | 118.6 |
| 3     | 2,185  | 107.7 | 2,581  | 114.8 | 3,704  | 113.3 | 4,457  | 118.2 | 12,927  | 114.2 | 420,279   | 109.4 |
| 4     | 1,555  | 120.6 | 1,803  | 118.9 | 2,586  | 113.1 | 3,102  | 112.5 | 9,046   | 115.2 | 286,794   | 110.8 |
| 5     | 1,421  | 106.1 | 1,528  | 100.3 | 2,438  | 113.9 | 2,689  | 100.5 | 8,076   | 105.2 | 269,143   | 102.6 |
| 6     | 1,821  | 108.9 | 1,888  | 104.2 | 3,158  | 108.5 | 3,441  | 108.4 | 10,308  | 107.7 | 328,750   | 105.4 |
| 7     | 1,775  | 95.3  | 2,058  | 103.1 | 3,097  | 104.1 | 3,314  | 91.6  | 10,244  | 98.0  | 325,732   | 96.2  |

## 新設住宅着工戸数

(単位：戸、%)

|       | 高 知   |       | 徳 島   |       | 香 川   |       | 愛 媛   |       | 四 国    |       | 全 国     |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|-------|
|       | 前年比   |       | 前年比   |       | 前年比   |       | 前年比   |       | 前年比    |       | 前年比     |       |
| 2013年 | 3,612 | 130.8 | 4,516 | 124.9 | 7,217 | 145.0 | 8,613 | 114.3 | 23,958 | 126.8 | 980,025 | 111.0 |
| 14年   | 2,706 | 98.0  | 4,023 | 111.3 | 5,899 | 118.5 | 6,937 | 92.1  | 19,565 | 81.7  | 892,261 | 91.0  |
| 15年   | 2,734 | 101.0 | 3,802 | 94.5  | 6,412 | 108.7 | 6,817 | 98.3  | 19,765 | 101.0 | 909,302 | 102.0 |
| 16年   | 3,098 | 113.3 | 4,506 | 118.5 | 6,898 | 107.6 | 7,278 | 106.8 | 21,780 | 110.2 | 967,705 | 106.4 |
| 17年   | 3,326 | 107.4 | 4,859 | 107.8 | 7,063 | 102.4 | 7,696 | 105.7 | 22,944 | 105.3 | 964,641 | 99.7  |
| 18年   | 3,288 | 106.1 | 4,335 | 96.2  | 5,913 | 85.7  | 7,178 | 98.6  | 20,714 | 95.1  | 942,370 | 97.4  |
| 19年   | 3,310 | 100.7 | 4,122 | 95.1  | 5,680 | 96.1  | 7,756 | 108.1 | 20,868 | 100.7 | 905,123 | 96.0  |
| 20年   | 3,437 | 103.8 | 3,554 | 86.2  | 4,747 | 83.6  | 8,049 | 103.8 | 19,787 | 94.8  | 814,963 | 90.0  |
| 21年   | 2,790 | 81.2  | 3,044 | 85.6  | 5,718 | 120.5 | 8,069 | 100.2 | 19,621 | 99.2  | 856,484 | 105.1 |
| 22年   | 2,881 | 103.3 | 2,718 | 89.3  | 5,198 | 90.9  | 6,843 | 84.8  | 17,640 | 89.9  | 859,435 | 100.3 |
| 23年   | 2,407 | 83.5  | 3,108 | 114.3 | 5,279 | 101.6 | 6,234 | 91.1  | 17,028 | 96.5  | 819,633 | 95.4  |
| 24年   | 2,031 | 84.4  | 2,770 | 89.1  | 4,828 | 91.5  | 5,281 | 84.7  | 14,910 | 87.6  | 792,109 | 96.6  |
| 23年1月 | 156   | 63.2  | 159   | 100.6 | 571   | 185.4 | 410   | 116.5 | 1,296  | 121.7 | 63,604  | 106.6 |
| 2     | 180   | 99.4  | 257   | 118.4 | 407   | 102.3 | 504   | 113.5 | 1,348  | 108.7 | 64,426  | 99.7  |
| 3     | 169   | 62.6  | 240   | 119.4 | 408   | 91.9  | 429   | 78.6  | 1,246  | 85.3  | 73,693  | 96.8  |
| 4     | 246   | 139.0 | 197   | 81.7  | 303   | 55.9  | 488   | 68.3  | 1,234  | 73.7  | 67,250  | 88.1  |
| 5     | 253   | 101.6 | 243   | 112.0 | 529   | 145.3 | 486   | 78.0  | 1,511  | 104.0 | 69,561  | 103.5 |
| 6     | 185   | 68.0  | 245   | 98.4  | 423   | 75.4  | 589   | 75.7  | 1,442  | 77.5  | 71,015  | 95.2  |
| 7     | 271   | 86.9  | 281   | 128.3 | 413   | 79.3  | 552   | 113.6 | 1,517  | 98.6  | 68,151  | 93.4  |
| 8     | 182   | 79.5  | 332   | 149.5 | 555   | 112.6 | 488   | 79.3  | 1,557  | 99.9  | 70,399  | 90.6  |
| 9     | 218   | 88.3  | 248   | 92.2  | 432   | 86.1  | 521   | 78.8  | 1,419  | 84.5  | 68,941  | 93.2  |
| 10    | 232   | 95.9  | 492   | 210.3 | 427   | 113.0 | 713   | 113.2 | 1,864  | 125.6 | 71,769  | 93.7  |
| 11    | 176   | 89.8  | 196   | 87.5  | 369   | 98.9  | 522   | 115.0 | 1,263  | 101.3 | 66,238  | 91.5  |
| 12    | 139   | 53.7  | 218   | 81.6  | 442   | 140.8 | 532   | 98.7  | 1,331  | 96.5  | 64,586  | 96.0  |
| 24年1月 | 142   | 91.0  | 131   | 82.4  | 471   | 82.5  | 236   | 57.6  | 980    | 75.6  | 58,849  | 92.5  |
| 2     | 156   | 86.7  | 252   | 98.1  | 350   | 86.0  | 431   | 85.5  | 1,189  | 88.2  | 59,162  | 91.8  |
| 3     | 196   | 116.0 | 210   | 87.5  | 399   | 97.8  | 368   | 85.8  | 1,173  | 94.1  | 64,265  | 87.2  |
| 4     | 155   | 63.0  | 233   | 118.3 | 345   | 113.9 | 335   | 68.6  | 1,068  | 86.5  | 76,583  | 113.9 |
| 5     | 134   | 53.0  | 197   | 81.1  | 465   | 87.9  | 444   | 91.4  | 1,240  | 82.1  | 65,921  | 94.8  |
| 6     | 191   | 103.2 | 198   | 80.8  | 389   | 92.0  | 464   | 78.8  | 1,242  | 86.1  | 66,285  | 93.3  |
| 7     | 163   | 60.1  | 347   | 123.5 | 384   | 93.0  | 726   | 131.5 | 1,620  | 106.8 | 68,014  | 99.8  |
| 8     | 183   | 100.5 | 280   | 84.3  | 407   | 73.3  | 478   | 98.0  | 1,348  | 86.6  | 66,819  | 94.9  |
| 9     | 153   | 70.2  | 269   | 108.5 | 398   | 92.1  | 441   | 84.6  | 1,261  | 88.9  | 68,548  | 99.4  |
| 10    | 198   | 85.3  | 217   | 44.1  | 433   | 101.4 | 627   | 87.9  | 1,475  | 79.1  | 69,669  | 97.1  |
| 11    | 189   | 107.4 | 237   | 120.9 | 389   | 105.4 | 435   | 83.3  | 1,250  | 99.0  | 65,037  | 98.2  |
| 12    | 171   | 123.0 | 199   | 91.3  | 398   | 90.0  | 296   | 55.6  | 1,064  | 79.9  | 62,957  | 97.5  |
| 25年1月 | 106   | 74.6  | 181   | 138.2 | 153   | 32.5  | 259   | 109.7 | 699    | 71.3  | 56,134  | 95.4  |
| 2     | 125   | 80.1  | 152   | 60.3  | 510   | 145.7 | 349   | 81.0  | 1,136  | 95.5  | 60,583  | 102.4 |
| 3     | 342   | 174.5 | 223   | 106.2 | 663   | 166.2 | 619   | 168.2 | 1,847  | 157.5 | 89,802  | 139.7 |
| 4     | 94    | 60.6  | 228   | 97.9  | 130   | 37.7  | 412   | 123.0 | 864    | 80.9  | 56,188  | 73.4  |
| 5     | 125   | 93.3  | 223   | 113.2 | 229   | 49.2  | 269   | 60.6  | 846    | 68.2  | 43,237  | 65.6  |
| 6     | 185   | 96.9  | 222   | 112.1 | 458   | 117.7 | 292   | 62.9  | 1,157  | 93.2  | 55,956  | 84.4  |
| 7     | 266   | 163.2 | 229   | 66.0  | 296   | 77.1  | 472   | 65.0  | 1,263  | 78.0  | 61,409  | 90.3  |

(資料) 国土交通省

## 公共工事保証請負高

4 県 (単位：百万円、%) 四国、全国 (単位：億円、%)

|       | 高 知     |       | 徳 島     |       | 香 川     |       | 愛 媛     |       | 四 国   |       | 全 国     |       |
|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|-------|-------|---------|-------|
|       | 前年比     |       | 前年比     |       | 前年比     |       | 前年比     |       | 前年比   |       | 前年比     |       |
| 2013年 | 152,659 | 115.8 | 139,184 | 116.3 | 101,092 | 103.0 | 162,638 | 115.9 | 5,556 | 129.7 | 141,492 | 128.9 |
| 14年   | 152,652 | 100.0 | 129,687 | 93.2  | 99,849  | 98.8  | 155,401 | 95.6  | 5,376 | 96.8  | 147,942 | 104.6 |
| 15年   | 150,377 | 98.5  | 120,025 | 92.5  | 104,308 | 104.5 | 166,209 | 107.0 | 5,408 | 100.6 | 139,365 | 94.2  |
| 16年   | 159,429 | 106.0 | 121,547 | 101.3 | 113,963 | 109.3 | 153,254 | 92.2  | 5,482 | 101.4 | 142,743 | 102.4 |
| 17年   | 152,972 | 95.9  | 117,801 | 96.9  | 120,870 | 106.1 | 136,465 | 89.0  | 5,281 | 96.3  | 143,691 | 100.7 |
| 18年   | 156,516 | 102.3 | 128,363 | 109.0 | 94,111  | 77.9  | 136,998 | 100.4 | 5,160 | 97.7  | 139,209 | 96.9  |
| 19年   | 182,597 | 116.7 | 127,270 | 99.1  | 97,887  | 104.0 | 190,313 | 138.9 | 5,981 | 115.9 | 148,383 | 106.6 |
| 20年   | 163,577 | 89.6  | 144,112 | 113.2 | 110,002 | 112.4 | 181,801 | 95.5  | 5,994 | 100.2 | 153,968 | 103.8 |
| 21年   | 180,257 | 110.2 | 138,300 | 96.0  | 98,432  | 89.5  | 167,525 | 92.1  | 5,845 | 97.5  | 142,865 | 92.8  |
| 22年   | 160,115 | 88.8  | 126,321 | 91.3  | 89,957  | 91.4  | 162,152 | 96.8  | 5,385 | 92.1  | 136,174 | 95.3  |
| 23年   | 157,225 | 98.2  | 139,734 | 110.6 | 97,634  | 108.5 | 178,698 | 110.2 | 5,733 | 106.4 | 145,878 | 107.1 |
| 24年   | 164,576 | 104.7 | 132,949 | 95.1  | 98,639  | 101.0 | 183,237 | 102.5 | 5,616 | 98.0  | 153,153 | 105.0 |
| 23年1月 | 3,879   | 52.1  | 5,333   | 96.1  | 4,397   | 148.0 | 5,794   | 113.3 | 194   | 91.9  | 5,088   | 97.7  |
| 2     | 10,070  | 128.7 | 8,660   | 194.8 | 10,546  | 252.4 | 13,335  | 157.4 | 426   | 171.0 | 8,978   | 152.2 |
| 3     | 23,099  | 99.3  | 17,032  | 116.7 | 8,015   | 85.1  | 28,962  | 146.2 | 771   | 115.0 | 15,301  | 105.5 |
| 4     | 13,856  | 122.5 | 20,651  | 122.2 | 11,652  | 94.4  | 17,334  | 66.0  | 635   | 95.0  | 20,480  | 101.9 |
| 5     | 15,680  | 120.4 | 13,616  | 162.2 | 10,309  | 99.5  | 10,726  | 112.6 | 503   | 121.8 | 14,163  | 111.8 |
| 6     | 13,861  | 87.3  | 11,600  | 113.6 | 11,334  | 124.3 | 15,440  | 106.5 | 522   | 105.1 | 18,151  | 109.9 |
| 7     | 17,427  | 114.9 | 11,620  | 67.0  | 13,214  | 128.0 | 12,986  | 79.2  | 553   | 93.4  | 13,802  | 106.8 |
| 8     | 11,652  | 72.6  | 9,121   | 79.7  | 6,150   | 73.3  | 16,298  | 99.6  | 432   | 82.7  | 11,147  | 96.4  |
| 9     | 16,882  | 94.5  | 17,074  | 93.4  | 5,853   | 66.6  | 23,087  | 111.2 | 629   | 95.8  | 12,995  | 100.1 |
| 10    | 11,942  | 94.4  | 11,406  | 191.4 | 5,782   | 99.6  | 13,451  | 132.7 | 426   | 123.2 | 10,933  | 103.6 |
| 11    | 10,674  | 85.0  | 7,534   | 123.8 | 8,165   | 204.5 | 10,997  | 131.8 | 374   | 120.6 | 7,647   | 109.9 |
| 12    | 8,203   | 116.2 | 6,087   | 85.7  | 2,217   | 51.9  | 10,288  | 159.0 | 268   | 107.6 | 7,193   | 114.5 |
| 24年1月 | 5,513   | 142.1 | 4,483   | 84.1  | 4,535   | 103.1 | 5,425   | 93.6  | 200   | 103.1 | 5,734   | 112.7 |
| 2     | 12,604  | 125.2 | 5,895   | 68.1  | 5,705   | 54.1  | 14,036  | 105.3 | 382   | 89.6  | 8,917   | 99.3  |
| 3     | 23,798  | 103.0 | 13,017  | 76.4  | 7,277   | 90.8  | 26,702  | 92.2  | 708   | 91.8  | 16,243  | 106.2 |
| 4     | 9,372   | 67.6  | 20,531  | 99.4  | 15,047  | 129.1 | 13,253  | 76.5  | 582   | 91.7  | 24,324  | 118.8 |
| 5     | 13,238  | 84.4  | 15,614  | 114.7 | 11,693  | 113.4 | 15,448  | 144.0 | 382   | 75.9  | 15,901  | 112.3 |
| 6     | 22,495  | 162.3 | 9,317   | 80.3  | 12,105  | 106.8 | 12,753  | 82.6  | 567   | 108.6 | 17,197  | 94.7  |
| 7     | 18,951  | 108.7 | 13,565  | 116.7 | 9,433   | 71.4  | 21,477  | 165.4 | 634   | 114.7 | 15,307  | 110.9 |
| 8     | 11,034  | 94.7  | 10,070  | 110.4 | 7,165   | 116.5 | 15,663  | 96.1  | 439   | 101.6 | 10,706  | 96.1  |
| 9     | 19,686  | 116.6 | 12,476  | 73.1  | 9,484   | 162.0 | 24,855  | 107.7 | 665   | 105.7 | 12,752  | 98.1  |
| 10    | 14,133  | 118.3 | 13,274  | 116.4 | 6,154   | 106.4 | 12,911  | 96.0  | 465   | 109.1 | 11,288  | 103.2 |
| 11    | 8,153   | 76.4  | 8,642   | 114.7 | 6,987   | 85.6  | 10,039  | 91.3  | 338   | 90.5  | 7,999   | 104.6 |
| 12    | 5,599   | 68.3  | 6,065   | 99.6  | 3,054   | 137.8 | 10,675  | 103.8 | 254   | 94.8  | 6,785   | 94.3  |
| 25年1月 | 5,542   | 100.5 | 5,102   | 113.8 | 4,001   | 88.2  | 5,825   | 107.4 | 305   | 102.4 | 5,662   | 98.7  |
| 2     | 6,602   | 52.4  | 6,003   | 101.8 | 6,519   | 114.3 | 11,413  | 81.3  | 205   | 79.9  | 6,914   | 77.5  |
| 3     | 23,849  | 100.2 | 15,926  | 122.3 | 10,953  | 150.5 | 29,926  | 112.1 | 807   | 113.9 | 17,220  | 106.0 |
| 4     | 17,578  | 187.6 | 25,497  | 124.2 | 15,789  | 104.9 | 16,322  | 123.2 | 752   | 129.2 | 27,254  | 112.0 |
| 5     | 12,951  | 97.8  | 19,131  | 122.5 | 8,277   | 70.8  | 20,184  | 130.7 | 605   | 158.5 | 16,541  | 104.0 |
| 6     | 23,173  | 103.0 | 9,235   | 99.1  | 7,276   | 60.1  | 17,033  | 133.6 | 567   | 100.1 | 19,055  | 110.8 |
| 7     | 17,386  | 91.7  | 21,700  | 160.0 | 10,735  | 113.8 | 22,839  | 106.3 | 727   | 114.6 | 16,765  | 109.5 |

(資料) 西日本建設業保証㈱、四国経済産業局

# 企業倒産

4 県（単位：百万円、％） 四国、全国（単位：億円、％）

|       | 高 知 |        |          | 徳 島 |        |       | 香 川 |        |         | 愛 媛 |        |         | 四 国 |      |         | 全 国    |        |       |
|-------|-----|--------|----------|-----|--------|-------|-----|--------|---------|-----|--------|---------|-----|------|---------|--------|--------|-------|
|       | 件数  | 負債総額   | 前年比      | 件数  | 負債総額   | 前年比   | 件数  | 負債総額   | 前年比     | 件数  | 負債総額   | 前年比     | 件数  | 負債総額 | 前年比     | 件数     | 負債総額   | 前年比   |
| 2013年 | 50  | 10,781 | 170.1    | 33  | 6,683  | 57.4  | 50  | 9,272  | 56.3    | 59  | 12,378 | 43.3    | 192 | 391  | 62.0    | 10,855 | 27,823 | 72.6  |
| 14年   | 45  | 6,788  | 107.1    | 42  | 4,797  | 41.2  | 45  | 9,909  | 60.1    | 67  | 28,738 | 100.6   | 199 | 502  | 71.6    | 9,731  | 18,741 | 67.4  |
| 15年   | 36  | 8,432  | 124.2    | 45  | 11,109 | 231.6 | 51  | 7,203  | 72.7    | 48  | 9,732  | 33.9    | 180 | 364  | 72.5    | 8,812  | 21,124 | 112.7 |
| 16年   | 31  | 4,920  | 58.3     | 32  | 4,972  | 44.8  | 40  | 6,729  | 93.4    | 43  | 16,247 | 167     | 146 | 329  | 90.3    | 8,446  | 20,063 | 95.0  |
| 17年   | 29  | 5,565  | 113.1    | 34  | 5,789  | 116.4 | 36  | 6,346  | 94.3    | 40  | 11,449 | 70.5    | 139 | 291  | 88.6    | 8,405  | 31,676 | 157.9 |
| 18年   | 38  | 9,986  | 179.4    | 33  | 4,491  | 77.6  | 49  | 13,075 | 206.0   | 44  | 8,266  | 72.2    | 164 | 358  | 122.9   | 8,235  | 14,584 | 46.9  |
| 19年   | 38  | 3,142  | 31.5     | 43  | 6,402  | 142.6 | 63  | 10,474 | 80.1    | 48  | 9,511  | 115.1   | 192 | 295  | 82.5    | 8,384  | 14,238 | 97.6  |
| 20年   | 31  | 3,521  | 112.1    | 50  | 10,953 | 171.1 | 37  | 6,711  | 64.1    | 40  | 8,712  | 91.6    | 158 | 300  | 101.7   | 7,773  | 12,200 | 85.7  |
| 21年   | 17  | 7,331  | 208.2    | 27  | 6,214  | 56.7  | 39  | 10,434 | 155.5   | 46  | 14,002 | 160.7   | 129 | 380  | 126.6   | 6,030  | 11,507 | 94.3  |
| 22年   | 13  | 962    | 13.1     | 32  | 7,342  | 118.2 | 27  | 4,434  | 42.5    | 37  | 5,094  | 36.4    | 109 | 178  | 46.8    | 6,428  | 23,315 | 202.6 |
| 23年   | 17  | 5,070  | 527.0    | 37  | 3,278  | 44.6  | 63  | 9,699  | 218.7   | 52  | 22,501 | 441.7   | 167 | 405  | 228.2   | 8,690  | 24,026 | 103.1 |
| 24年   | 43  | 5,026  | 99.1     | 46  | 3,595  | 109.7 | 53  | 4,583  | 47.3    | 62  | 10,803 | 48.0    | 204 | 240  | 59.2    | 10,006 | 23,435 | 97.5  |
| 23年1月 | 2   | 656    | 100.0    | 5   | 489    | 878.0 | 5   | 720    | 323.5   | 2   | 229    | 1.8     | 14  | 21   | 423.5   | 570    | 565    | -15.5 |
| 2     | 0   | 0      | -100.0   | 2   | 300    | -72.5 | 8   | 1,568  | 185.1   | 2   | 110    | -72.8   | 12  | 20   | -5.8    | 577    | 966    | 36.0  |
| 3     | 0   | 0      | -100.0   | 2   | 80     | -96.7 | 4   | 573    | -47.3   | 3   | 357    | 23.1    | 9   | 10   | -73.4   | 809    | 1,474  | -13.1 |
| 4     | 2   | 739    | 100.0    | 3   | 140    | 68.7  | 8   | 2,766  | 100.0   | 3   | 118    | -79.0   | 16  | 38   | 483.4   | 610    | 2,039  | 150.9 |
| 5     | 2   | 146    | 21.7     | 5   | 605    | -43.8 | 4   | 96     | -90.9   | 3   | 390    | -50.9   | 14  | 12   | -59.4   | 706    | 2,787  | 219.0 |
| 6     | 2   | 450    | 100.0    | 2   | 65     | 550.0 | 5   | 655    | 6,450.0 | 8   | 254    | -10.6   | 17  | 14   | 368.4   | 770    | 1,509  | -87.8 |
| 7     | 2   | 60     | 100.0    | 4   | 336    | -64.3 | 3   | 279    | 99.3    | 6   | 405    | -29.2   | 15  | 11   | -34.7   | 758    | 1,621  | 91.7  |
| 8     | 2   | 2,850  | 9,400.0  | 2   | 40     | -84.7 | 2   | 26     | -62.9   | 7   | 538    | 572.5   | 13  | 35   | 683.2   | 760    | 1,084  | -2.7  |
| 9     | 1   | 60     | 50.4     | 4   | 730    | 702.2 | 3   | 178    | 64.8    | 2   | 635    | -7.4    | 10  | 16   | 73.3    | 720    | 6,919  | 377.6 |
| 10    | 1   | 10     | -84.1    | 4   | 293    | 337.3 | 6   | 405    | 743.8   | 7   | 18,488 | 5,152.3 | 16  | 192  | 3,521.9 | 793    | 3,080  | 254.1 |
| 11    | 1   | 10     | -98.3    | 1   | 130    | -89.3 | 7   | 2,158  | 585.1   | 7   | 884    | 655.6   | 16  | 32   | 42.7    | 807    | 949    | -17.9 |
| 12    | 2   | 89     | 11.3     | 3   | 70     | 600.0 | 8   | 275    | -68.8   | 2   | 93     | -87.2   | 15  | 5    | -68.9   | 810    | 1,032  | 30.3  |
| 24年1月 | 2   | 410    | -37.5    | 3   | 70     | -85.7 | 3   | 595    | -17.4   | 2   | 222    | -3.1    | 10  | 13   | -38.1   | 701    | 791    | 40.0  |
| 2     | 2   | 197    | 100.0    | 1   | 20     | -93.3 | 4   | 597    | -61.9   | 4   | 741    | 573.6   | 11  | 16   | -21.4   | 712    | 1,396  | 44.5  |
| 3     | 2   | 540    | 100.0    | 8   | 453    | 466.3 | 7   | 497    | -13.3   | 9   | 778    | 117.9   | 26  | 23   | 124.6   | 906    | 1,423  | -3.5  |
| 4     | 3   | 431    | -41.7    | 2   | 115    | -17.9 | 2   | 87     | -96.9   | 4   | 1,045  | 785.6   | 11  | 17   | -55.4   | 783    | 1,134  | -44.4 |
| 5     | 4   | 291    | 99.3     | 6   | 705    | 16.5  | 1   | 150    | 56.3    | 8   | 725    | 85.9    | 19  | 19   | 51.3    | 1,009  | 1,368  | -50.9 |
| 6     | 2   | 72     | -84.0    | 5   | 265    | 307.7 | 4   | 584    | -10.8   | 5   | 396    | 55.9    | 16  | 13   | -7.5    | 820    | 1,099  | -27.2 |
| 7     | 3   | 58     | -3.3     | 5   | 565    | 68.2  | 4   | 73     | -73.8   | 5   | 831    | 105.2   | 17  | 15   | 41.4    | 953    | 7,812  | 381.8 |
| 8     | 4   | 700    | -75.4    | 3   | 215    | 437.5 | 5   | 707    | 2,619.2 | 5   | 3,081  | 472.7   | 17  | 47   | 36.2    | 723    | 1,014  | -6.5  |
| 9     | 2   | 20     | -66.7    | 2   | 42     | -94.2 | 6   | 397    | 123.0   | 2   | 90     | -85.8   | 12  | 5    | -65.8   | 807    | 1,328  | -80.8 |
| 10    | 8   | 1,520  | 15,100.0 | 4   | 115    | -60.8 | 5   | 144    | -64.4   | 3   | 150    | -99.2   | 20  | 19   | -90.0   | 909    | 2,529  | -17.9 |
| 11    | 3   | 211    | 2,010.0  | 3   | 595    | 357.7 | 4   | 290    | -86.6   | 10  | 2,381  | 169.3   | 20  | 35   | 9.3     | 841    | 1,602  | 68.9  |
| 12    | 8   | 576    | 547.2    | 4   | 435    | 521.4 | 8   | 462    | 68.0    | 5   | 363    | 290.3   | 25  | 18   | 248.4   | 842    | 1,940  | 88.0  |
| 25年1月 | 1   | 150    | -63.4    | 4   | 438    | 525.7 | 6   | 1,632  | 174.3   | 6   | 460    | 107.2   | 17  | 27   | 106.6   | 840    | 1,214  | 53.5  |
| 2     | 2   | 81     | -58.9    | 4   | 185    | 825.0 | 5   | 219    | -63.3   | 6   | 60,524 | 8,067.9 | 17  | 610  | 3,823.4 | 764    | 1,713  | 22.7  |
| 3     | 6   | 337    | -37.6    | 4   | 515    | 13.7  | 4   | 227    | -54.3   | 8   | 729    | -6.3    | 22  | 18   | -20.3   | 853    | 986    | -30.7 |
| 4     | 2   | 294    | -31.8    | 8   | 203    | 76.5  | 8   | 595    | 583.9   | 4   | 774    | -25.9   | 22  | 19   | 11.2    | 828    | 1,028  | -9.4  |
| 5     | 2   | 204    | -29.9    | 5   | 350    | -50.4 | 8   | 3,487  | 2,224.7 | 2   | 160    | -77.9   | 17  | 42   | 124.5   | 857    | 904    | -33.9 |
| 6     | 1   | 220    | 205.6    | 8   | 570    | 115.1 | 2   | 337    | -42.3   | 4   | 333    | -15.9   | 15  | 15   | 10.9    | 848    | 1,057  | -3.8  |
| 7     | 1   | 10     | -82.8    | 7   | 656    | 16.1  | 6   | 1,108  | 1,417.8 | 2   | 60     | -92.8   | 16  | 18   | 20.1    | 961    | 1,670  | -78.6 |

（資料）東京商工リサーチ、四国経済産業局

販路拡大・業務効率化等

# Webを活用して 経営課題を解決!

ビジネスに直結した  
経営支援サービスを定額料金で  
ご提供いたします!

新機能  
新サービス  
拡充中!

〈会員制〉経営支援プラットフォーム

## 四国銀行 Big Advance

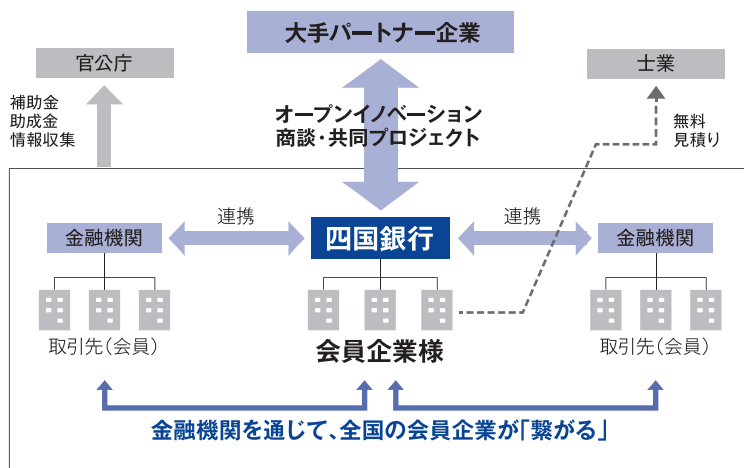
### 全国の会員がつながる!/ ビジネスマッチング機能

全国の金融機関が連携し会員企業同士が繋がることで地域を超えたビジネスマッチングを実現。新たな技術やサービス、新事業が創出可能に。

参加 全国 2万7,000 社超  
金融機関 42 社  
中小企業  
(2020年9月30日現在)

ビジネスマッチング機能  
チャット  
士業相談  
ホームページ作成  
福利厚生サイト「FUKURI」  
補助金・助成金情報  
安否確認

全部  
使える!



初期費用 0円 基本料金 3,300円 (税込)  
入会金 月額

※クレジットカードでのお支払いのみとなります。

※引き落とし日はカード会社によって異なります。なお、ご利用明細には「四国銀行 Big Advance」と記載されます。  
※領収証の発行は行いません。

※本サービスで登録と同時にSHARES(登録無料)にも自動登録されますのでご了承ください。

#### ●お申し込みからご利用まで簡単ステップ

当行ホームページから専用サイトへアクセス

四国銀行 検索

または、右記の二次元バーコードから専用サイトへアクセス

※四国銀行とお取引のある法人・個人事業主のお客さまが対象となります。  
※ご利用開始までは最大3営業日かかります。

サービスサイトはこちら



詳しくは下記、もしくはお近くの営業店までお問い合わせ下さい。

四国銀行 Big Advance 事務局

メールアドレス  
big-advance0175@shikokubank.co.jp

地域とともに歩む、皆様のしぎんグループ



四国銀行



ファイナンスリース業

四銀総合リース株式会社

TEL 088-884-5171

住宅ローン・個人ローンの債務保証業務

四国保証サービス株式会社

TEL 088-885-5300

コンピュータシステムの開発業務

四銀コンピューターサービス株式会社

TEL 088-862-0520

四国銀行各代理店の運営業務

四銀代理店株式会社

TEL 088-871-2251

株式・社債等への投資業務、投資ファンドの運営等  
しぎんキャピタルパートナーズ株式会社

TEL 088-802-5959

産業・経済の調査、投資事業組合財産の管理・運営  
株式会社 四銀地域経済研究所

TEL 088-883-1152

編集・発行

株式会社四銀地域経済研究所

〒780-0823 高知市菜園場町1-21 四国総合ビル3階  
TEL (088) 883-1152 FAX (088) 883-1156



経営情報

11

2025  
No.195

HP



X



〈個人情報の取扱いに関するお問い合わせ先〉

株式会社四銀地域経済研究所 〒780-0823 高知市菜園場町1番21号 E-mail: shiginr@crux.ocn.ne.jp 代表者氏名: 岩井俊介 (受付時間: 休業日を除く月曜日～金曜日 9:00～17:00)