

企業訪問 飛耳長目

第64回 株式会社 特殊製鋼所

代表取締役社長 井戸 啓彰 氏

寄稿 気候変動問題の現状と成長戦略としての脱炭素経営

四国銀行ビジネスコンサルティング部 部長代理 油野 広道 氏

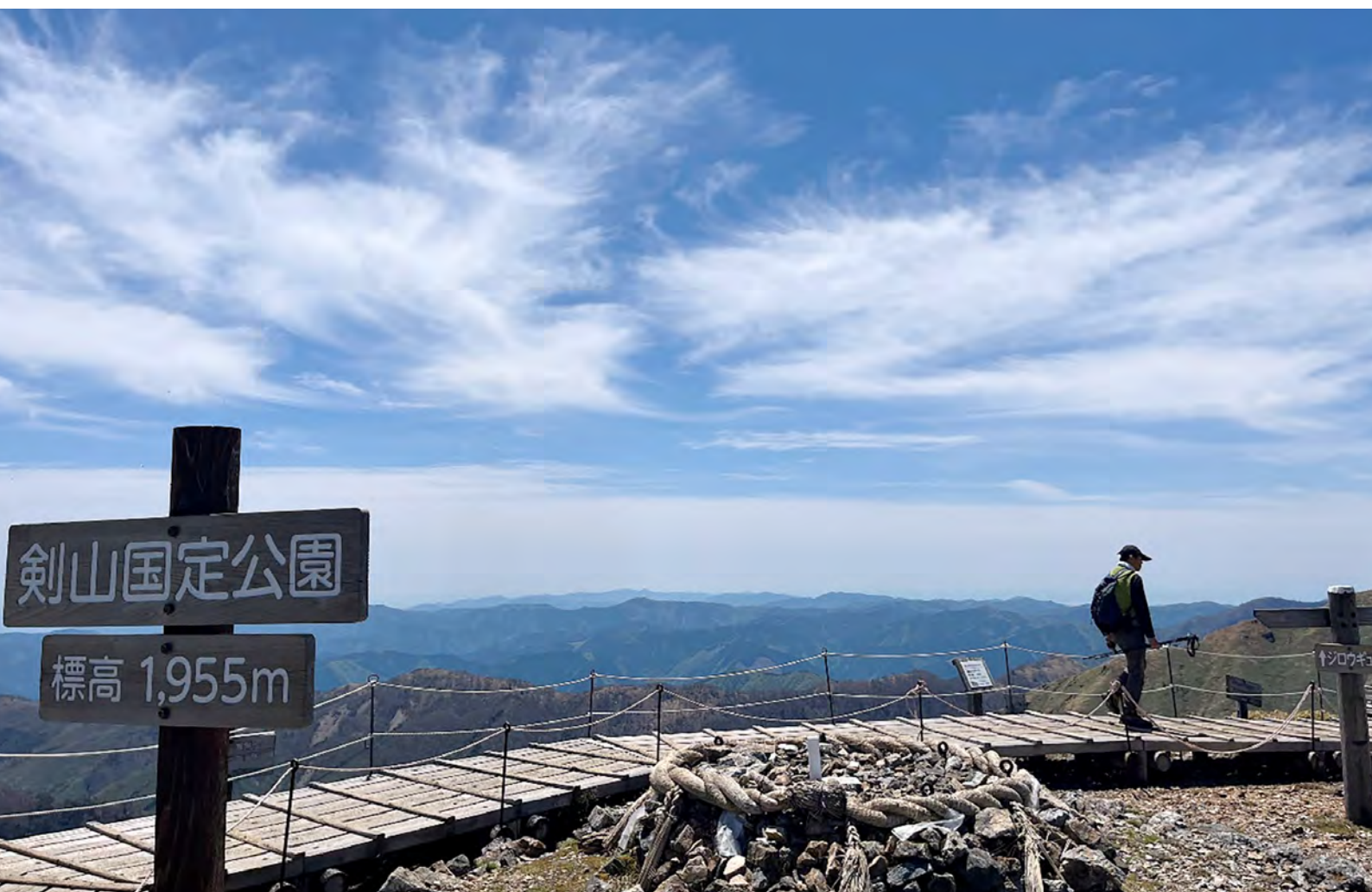
調査 土佐の「おきゃく」2026 経済波及効果38億4,008万円

四銀地域経済研究所 調査部 主任研究員 山本 翔太郎

調査 経済・産業を読み解く！ピックアップ Short！レポート Vol.6
続・香川県の経済 ～2020年産業連関表より～

四国銀行 地域創生部

四銀地域経済研究所 特別研究員 多賀 弘顕



CONTENTS

四銀経営情報 2026.07 No.198

TOP INTERVIEW | 飛耳長目

第 64 回 株式会社特殊製鋼所 井戸 啓彰氏

01

CONTRIBUTION | 寄稿

気候変動問題の現状と成長戦略としての脱炭素経営

四国銀行ビジネスコンサルティング部 部長代理 油野 広道氏

08

REPORT | 調査レポート

土佐の「おきゃく」2026 経済波及効果 38 億 4,008 万円

四銀地域経済研究所調査部 主任研究員 山本 翔太郎

18

Think & Act | キーワードナビ

S E C I モデル

42

REPORT | 調査レポート

経済・産業を読み解く！ピックアップ Short！レポート Vol.6

続・香川県の経済 ～ 2020 年産業連関表より～

四国銀行 地域創生部

四銀地域経済研究所 特別研究員 多賀 弘顕

44

▼ Data & Information

SURVEY 景況調査	53
REPORT 賃上げ調査	66
TRENDS 経済動向	72
STATISTICS 巻末統計	81



表紙写真: 剣山 (徳島県) (当社撮影)



— 企業訪問 トップに聞く

飛耳長目

vol.64 株式会社 特殊製鋼所 代表取締役社長 井戸 啓彰 氏
(取引店：四国銀行木屋橋支店)



特殊製鋼所は、ミロクグループの一員として、戦後に捕鯨砲用の鋳鋼品づくりから歩み始めた。現在は造船、産業機械、土木建設・橋梁関連の分野を中心に、強度と粘り強さを求められる部材を製造している。鋳鋼品は、砂型に溶かした金属を流し込んで成形する大型製品で、製作には通常4カ月以上を要する。船舶の舵やプロペラボス、橋梁のケーブルバンド・支承、建設機械の関節部など、完成品の表面には出にくいのが、社会インフラの安全と機能を支える要所に同社の技術が生きている。

大型品であるだけに、作り直しが生じれば顧客の工程に大きな影響を及ぼす。同社は、品質を安定させ、工程管理を徹底し約束した納期を守ることで、顧客からの信頼を積み重ねてきた。1,600℃の溶湯を扱う現場では、設備だけでなく、湯の状態や砂型の固まり具合を見極める経験に基づく人の判断が欠かせない。人材確保が難しい中でも、社員紹介による採用や現場での技術継承に取り組むとともに、有給休暇取得率80%超、残業時間の削減、年間休日120日など、働きやすい職場づくりを進めている。今後はデジタル化と生産性向上を通じて所得向上にもつなげ、鋳鋼業界のモデルとなる企業を目指す。

今回、代表取締役社長である井戸啓彰氏に同社の創業からのあゆみやこだわり、現状の課題、今後の事業展望などについてお話をうかがった。

—— 鋳鋼品メーカーとしての歩みと、現在の事業展開についてお聞かせください。

井戸社長：当社は、猟銃や工作機械などを手がける株式会社ミロク製作所を中心としたミロクグループのグループ会社という立ち位置になります。ただ、現在当社が作っている製品は猟銃には使われていません。グループの中に鋳鋼品を作る会社がある理由は、戦後の歩みにあります。戦後、猟銃を作っていない時期があり、その間、代わりに捕鯨砲を製造していました。クジラを撃つ捕鯨砲には鋳鋼品が必要で、当初は外部に発注していたものを、グループ内で作ろうという動きから特殊製鋼所が生まれました。

ただ、時代が進むにつれ、ミロクの捕鯨砲は少なくなっていました。それに合わせて当社も事業の形を変えてきました。その中で需要があったのが、造船関係の部品、産業機械向けの鋳鋼品、そして土木建設・橋梁関係の製品です。現在は、造船会社、産業機械会社、橋梁を手掛ける会社等を主なお客さまとして、時代に合わせて取引先や製品を変えながら事業を続けています。



▲ 井戸社長

品質と納期が築く信頼

——お客さまから選ばれる理由は、どのような点にあるのでしょうか。

井戸社長：鋳鋼品は、製作に非常に時間がかかる

製品です。通常、1つの製品を作るのに4カ月以上かかります。しかも、当社が作っているものは大きく、平均すると1トンほど、大きなものでは12トン程度になります。お客さまから見れば、発注してから納品されるまで長い時間がかかるうえ、予備として2つ作っておくような性格の製品ではありません。必要なものを1つだけ発注されます。

一方で、鋳鋼品は不具合をゼロにしきることが難しい製品でもあります。砂で型を作り、そこに溶かした金属を流し込んで作るため、砂が1粒でも製品の中に入れば不具合になることがあります。手直しできるものもありますが、手直しできない不具合であれば、再び製作に4カ月かかることとなります。そうなるとお客さまの工程が止まってしまいます。だからこそ、約束した納期にしっかり納めることが重要です。品質と納期をセットで守る積み重ねが、お客さまからの信頼につながっていると考えています。

——品質・納期・対応の面では、どのようなことを重視していますか。

井戸社長：当社の強みは、品質を含めた工程管理にあると思っています。単に決められた日に出荷するだけでなく、製品の特性、不具合の出やすさ、手直しの可否、お客さま側の工程などを踏まえながら、全体を管理していく必要があります。大型の鋳鋼品は、一つひとつ条件が違います。だからこそ、現場の状況を見ながら、早い段階でリスクを把握し、お客さまにご迷惑をかけない形に持っていくことを意識しています。

——足元の受注や、お客さまからの要望に変化はありますか。

井戸社長：お客さまのニーズは以前から変わらず、品質・納期・価格が重要です。

ただ、以前はお客さまから厳しい納期を求められれば、こちらも何とか対応しなければならない

という場面がこれまではありませんでした。しかし、今は鋳鋼業界でも働き方に対する考え方が進み、納期について以前よりも話し合いやすくなっていると感じます。もちろん、お客さまの要望に応えることは大切です。ただ、無理な工程で作って品質を落としてしまっただけでは本末転倒です。製品の特性を踏まえながら、どこまで対応できるか、どのような工程なら品質を確保できるかを、お客さまとすり合わせることでより重要になっています。

——営業面での課題はありますか。

井戸社長：鋳鋼品は特殊な製品です。そのため、まずは鋳鋼品がどのような特性を持っているのかを、お客さまに理解していただくことが営業面での課題と考えています。当社のこれまでの経験を踏まえて、鋳鋼品ならではの特性を分かりやすく説明しながら、お客さまの要望と鋳鋼品の特性をすり合わせ、より良い製品づくりにつなげていく必要があります。品質が上がれば、他社との競争になった際も、お客さまから自社を選択して頂けるようになります。

新規のお客さまの中には、これまで海外や他社で作っていたものを、国内で作れないかと相談されたケースもありました。その際、以前とまったく同じように作るのではなく、「ここは変えた方が良いのではないか」と提案し成約につながりました。また、当社が直接作らない鋳物についても、外注先と連携して納めたこともあります。鋳鋼品に限らず、鋳物全体の知識と情報量を増やし、提案力を強化することも、今後の営業面での課題だと考えています。

見えないところで社会を支える

——御社の技術は、どのような製品用途で生かされていますか。

井戸社長：鋳鋼品の特徴は、強度が高く、粘り強いことです。この特徴が最も生きている用途の1つが船舶です。造船会社に使われている理由として、強度だけでなく、溶接性の良さもあると考えています。鋳鉄は炭素の含有量が多く、溶接性は悪いのですが、鋳鋼は炭素量を比較的強く抑えることができます。そのため、強く粘り強いだけでなく、船の鉄板と溶接しやすいという利点があります。

採用されている製品は舵の付け根のアップパー・ローアークasting、プロペラの付け根に当たるプロペラボス、錨が出入りするベルマウスです。特に力がかかる部分に鋳鋼品が使われます。船の中で鋳鋼品の割合は大きくないかもしれませんが、船を動かすうえで必要な製品のひとつだと考えています。



▲ 鋳鋼使用例（船舶・船用部品）

——船舶以外では、どのような分野で使われていますか。

井戸社長：橋梁関係では、レインボーブリッジのケーブルバンドに当社の鋳鋼品が使われています。吊り橋は、太いケーブルと橋桁をつなぐ構造になっていますが、そのケーブルを挟み、橋桁を吊るロープを受ける部分に鋳鋼品が使われます。一般の方が日常的に目にしている、なかなか意識されない部分かもしれません。レインボーブリッジ以外にも、橋桁を下から支える支承など、全国の橋梁で鋳鋼品が使われる場面があります。

産業機械や建設機械でも、力がかかる部分に使わ



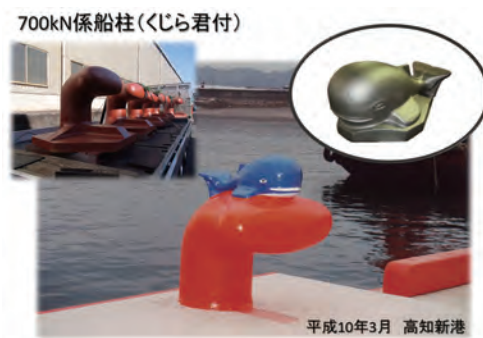
▲ 鋳鋼使用例（橋梁）

れます。たとえば大型クレーンの関節部分です。鋳鉄は硬い一方で割れやすい性質がありますが、鋳鋼は粘り強く、壊れる前に伸びる性質があります。仮に壊れてしまう場合でも、すぐに割れて落下するのではなく、異常に気づける余地がある。安全面から見ても、鋳鋼品の粘り強さは重要です。

——**鋳鋼は一般の方には目に触れにくいところに使われている印象です。社会を支える役割をどのように伝えたいですか。**

井戸社長：当社の製品は、完成品の表面に大きく名前が出るものではありません。船でいえば、船体の大半は鉄板でできていますが、海水の力を受ける舵の付け根や、プロペラ周辺など、力が集中する一部に鋳鋼品が入ります。橋でいえば、ケーブルを挟むバンドや橋桁を支える支承など、目立たない場所に使われています。一般の方には見えにくい部分ですが、そこがなければ船も橋も本来の役割を果たせません。

高知新港に納めた係船柱のように、ロープを掛ける港湾部品を手掛けたこともあります。その時は、高知らしさを出すためにクジラの意匠を付けた製品もありました。現在では同じような製品を多く作っているわけではありませんが、地域や社会のインフラの中に当社の技術が生きていることを、分かりやすく伝えていきたいと思っています。鋳鋼品は派手ではありませんが、安全や機能を陰で支えるものづくりです。



▲ 鋳鋼使用例（係船柱）

経験に基づく現場力

——**製造現場で品質を安定させるため、どのような管理を重視していますか。**

井戸社長：現場で大きいのは、1,600℃の溶湯をどう扱うかです。私たちは「湯を沸かす」と言いますが、実際には鉄を溶かしています。当社ではアーク炉を使い、スクラップに高圧の電気を流して発熱させ、鉄を溶かします。電炉の一種で、原料には鉄鉱石ではなくスクラップを使います。

また、1トンの製品を作るために、単純に1トンの材料を溶かせばよいわけではありません。製品によっては1.5トン程度の材料が必要になることがあります。品質を確保するためには、押湯と呼ばれる製品図面にはない部分を付けて、金属の流れや固まり方を考えながら作る必要があります。一見無駄に見える部分かもしれませんが、それがなければ製品の品質を守れないのです。

——**鋳鋼品づくりの難しさは、図面通りにつくるだけではない点にもあるのですね。**

井戸社長：お客さまから図面をいただきますが、図面の形だけをそのまま作れば、図面通りの製品はできません。溶けた金属は、型の中を流れ、冷えて固まっていきます。その過程で、金属が縮んだり、内部に欠陥が出たりする可能性があります。だから、製品として残る部分だけでなく、金

属をうまく流し、最後まで必要な部分に補給するための仕組みを考える必要があります。

押湯はその代表的なものです。最終製品には残らない部分ですが、内部品質を確保するためには欠かせません。外から見ると、余計な材料を使っているように見えるかもしれません。しかし、鑄鋼品は大型で、作り直す場合には長い時間がかかります。最初の段階で正しく作り込まなければ、後工程で取り返すことが難しい。図面を理解するだけでなく、溶湯の流れ、固まり方、製品にかかる力まで考えて形にしていくところに、鑄鋼品づくりの難しさがあります。



▲ 鑄鋼の現場

——手作業や人の判断が必要になる場面も多いのでしょうか。

井戸社長：非常に多いです。溶解作業では、湯の状態や沸かし方を人が判断しながら進めていきます。設備で温度を管理するだけでなく、経験や知識に基づいて、今の状態が良いのか、次にどう調整すべきかを見極める必要があります。

砂で型を作る造形の工程でも同じです。スイッチを押せば常に同じ状態の砂が出てくるわけではありません。温度や湿度によって砂の固まり具合が変わります。固まり具合を見ながら、添加する材料の量を調整しなければ、砂型がうまく固まらず、その後の作業をやり直すことになります。目で見る、触った感覚で判断する、そうした部分も含めて技術です。技術継承は、先輩社員に付いて

学ぶ部分が大きく、現場での経験の積み重ねが欠かせません。

人を育て、未来へつなぐ

——人材の採用や育成について教えてください。

井戸社長：採用については、当社も苦勞してきました。ただ、今は社員数が充足しつつあります。社員からの紹介で入社してくるケースが増えたためです。友人や先輩・後輩を紹介してくれる社員がいることは、会社として一定の安心感があります。会社を知ったうえで声を掛けてくれているからです。

もちろん、採用できれば終わりではありません。鑄鋼品づくりは、一人前になるのに時間がかかります。溶解、造形、仕上げ、検査など、それぞれの工程で覚えることがあります。先輩に付いて仕事を覚え、現場の感覚を身に付けてもらうことが大切です。そのためにも、安心して長く働ける職場環境を整えることが、人材育成の前提になると考えています。



▲ 現場での指導

——職場環境づくりでは、どのような取り組みを進めていますか。

井戸社長：有給休暇の取得率は、毎年80%を超え

ています。原則は事前申請してもらいますが、柔軟に対応しています。残業時間も以前は月平均15時間程度ありましたが、生産効率を高める活動に取り組んだ結果、現在は半分程度まで減っています。年間休日も段階的に増やし、現在は120日としています。

育児休業や介護休業についても、対象となる社員には積極的に取得してもらう方向で進めています。現場のキーとなる社員が育児休業を取得する場合、残された仕事をどう回すかという課題はあります。それでも、若い世代が安心して子育てできる環境を企業として後押しすることは必要です。現場で協力し合いながら、時代の流れに合わせて働き方を整えていきたいと考えています。



▲ SDGs やワークライフバランスへの取り組み

——生産性向上の取り組みについて教えてください。

井戸社長：生産性向上の取り組みは、単に作業を速くすることだけが目的ではありません。限られた人員で品質を守りながら、残業を減らし、休みも取りやすい職場にしていくための取り組みでもあります。改善活動には社員も協力的に取り組んでくれており、その積み重ねが残業時間の削減にもつながっています。

また、設備投資やデジタル化を進めれば自動的に成果が出るわけではありません。社員が「なぜ生産性を上げる必要があるのか」を理解し、自分

の仕事の進め方を少しずつ見直していくことが大切です。会社としても、必要性を適宜伝えながら、現場の意識を高めていきたいと考えています。働きやすい環境と所得向上を両立させるためにも、生産性向上はこれからの大きなテーマです。

——四銀経営塾の第一期生としてご参加いただきましたが、いかがでしたでしょうか。

井戸社長：参加したのは10年ほど前で、当時私は常務でした。父（前社長）から「行ってみたらどうか」と勧められたのがきっかけです。最初は緊張感がありました。タナベコンサルティングさまの厳しいあいさつから始まり、「本気で取り組む場なのだ」と感じたことを覚えています。

講義やワークショップを通じて会社の方針を考える機会がありましたし、何より大きかったのは、その後の交流です。コロナ禍以降は全体で集まる機会は減りましたが、個別に集まったり、県内のさまざまな会で顔を合わせたりする中で、情報交換を密にできています。経営者や後継者同士で話ができる関係は、経営判断をするうえで助かることが多いです。



▲ 四銀経営塾の第一期生の第一回目講義

——高知県の若者所得向上検討チームの報告書の中に御社の取り組みが紹介されていましたが、所得向上やデジタル化、生産性向上については、どのように考えていますか。

井戸社長：物価が上がっていることを考えると、社員の生活を支える意味でも社員の所得向上は必要だと思っています。当社で働く社員全体について、処遇を見直していく必要があります。ただ、そのためには原資が必要です。原資を生み出すには、生産性の向上が欠かせません。

生産性を高めるためには、デジタル化や効率的な設備投資にも取り組む必要があります。高知県の補助金なども活用しながら、より効率的な設備投資を進めていきたいと考えています。同時に、設備を入れるだけでは成果は出ません。社員一人ひとりが生産性向上の必要性を理解し、意識を高めていくことが大切です。生産性が上がり、その成果を所得向上につなげる。そのサイクルを回していきたいと思っています。

——今後の地域貢献や将来展望についてお聞かせください。

井戸社長：鋳鋼会社は全国的に見ると減少傾向にあります。しかし、鋳鋼品は社会にとって絶対に必要なものであり、ものづくりとして非常に面白い分野です。業界全体を当社だけで盛り上げることは難しいかもしれませんが、当社もその一翼を担う会社でありたいと思っています。

そのためにも、デジタル化や生産性向上に取り組む、他の鋳鋼会社のモデルになれるような企業を目指していきます。お客さまにとっても、社員にとっても、「特殊製鋼所と仕事してよかった」



▲ インタビュー風景（左は井戸社長、右は当社 傍士）

「この会社で働いてよかった」と感じてもらえる会社でありたいです。そういう会社になれば、私自身も幸せだと思います。

地域への貢献という点では、まずは当社が事業を続け、社員が安心して働ける場であり続けることが大切だと考えています。鋳鋼品は一般の消費者に直接届く商品ではありませんが、船舶や橋梁、産業機械などを通じて、社会の基盤を支えています。その仕事を高知で続け、技術を次の世代に伝えていくこと自体が、地域のものづくりを守ることに繋がります。時が経っても今以上に地域や金融機関から必要とされ、お付き合いしていただける会社でありたいですね。

——本日はありがとうございました。

（調査部長 傍士和雄）

会社概要

- 名 称 株式会社 特殊製鋼所
- 創 業 1956（昭和31）年
- 本 社 高知県高知市稲荷町120番地
〒781-0814
- 資本金 6,300万円
- 事業内容 鋳鋼、特殊製鋼、製造販売





気候変動問題の現状と成長戦略としての脱炭素経営

四国銀行ビジネスコンサルティング部 部長代理 油野 広道

1. はじめに

近年、世界各地で災害をもたらす異常気象が毎年のように発生し、私たちの生活やビジネスに深刻な影響を与えています。2024年の台風10号では日本各地で大規模な浸水被害が発生し、2025年末に東南アジアを襲ったサイクロン「セニャール」ではインドネシアだけでも約1,000名の命を奪われてしまいました（写真－1）。

写真－1 2025年サイクロン「セニャール」による大洪水で流された市街地（インドネシア）

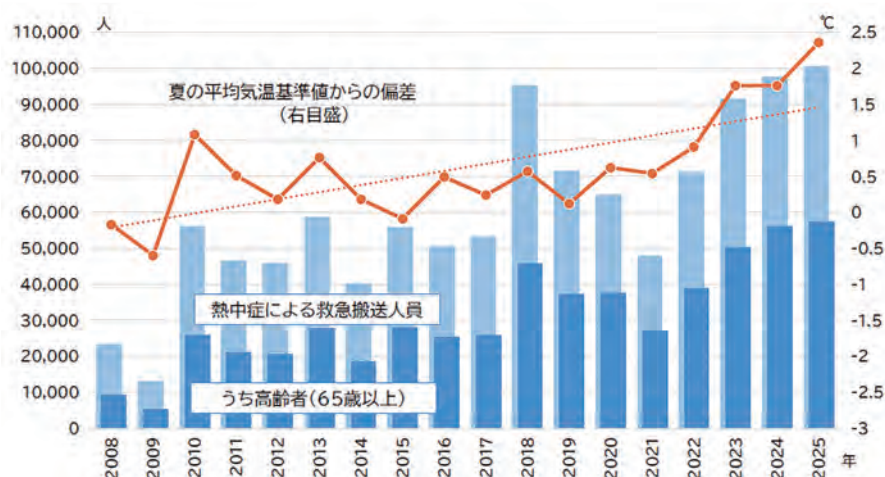


こうした異常気象の背景には「気候変動問題」があると指摘されています。

我が国の夏（6～8月）の平均気温は年々上昇しており、それに伴い熱中症による救急搬送人員も増加しています（図表－1）。都道府県別に人口10万人あたりの熱中症救急搬送人員をみると、高知県は全国11位であり、相対的に深刻な状況にあります（図表－2）。

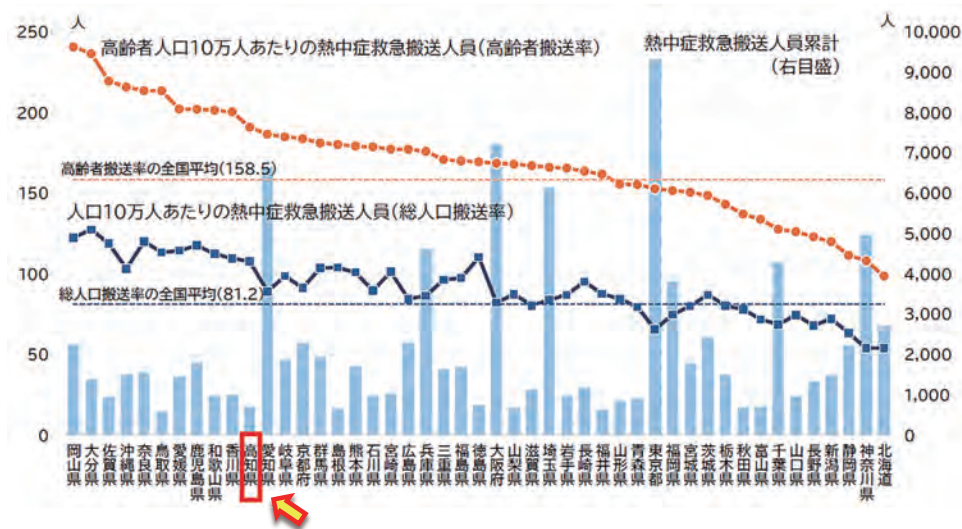
救急隊が夏季に熱中症患者の対応に追われると、他の傷病者への対応が遅延するなど、救急医療体制への負荷が懸念されます。気象庁は「2025年夏に観測された記録的な日本の高温は、地球温暖化がなかったと仮定するとほぼ発生しえない」と指摘しており、気候変動との関係は明らかです。

図表－1 夏の平均気温基準値からの偏差と熱中症による救急搬送人員の推移



出典：ビジネス環境レポート（第一生命経済研究所／2025年11月）

図表-2 都道府県別の熱中症救急搬送率と搬送人員（2025年）



出典：ビジネス環境レポート（第一生命経済研究所／2025年11月）

21世紀末の世界気温シミュレーションでは、現状のまま温室効果ガスの排出が続いた場合、世界の平均気温は4℃上昇すると試算されています。この場合、「海面上昇」「農作物の生産量減少」「干ばつ」「森林火災」「水不足」等の発生頻度が高まり、私たちの生活やビジネスへの甚大な影響が懸念されます。

一方、気温上昇を2℃未満に抑えることができた場合、こうした最悪のシナリオは回避できます。この姿を目指して約200カ国が「パリ協定」に参加し、温室効果ガスの排出量削減に取り組んでいます。子や孫など将来の世代が住みやすい地

球環境を残すためにも、排出量削減に今すぐ取り組む必要があります（図表-3）。

2. 国内の温室効果ガス削減に向けた取組状況

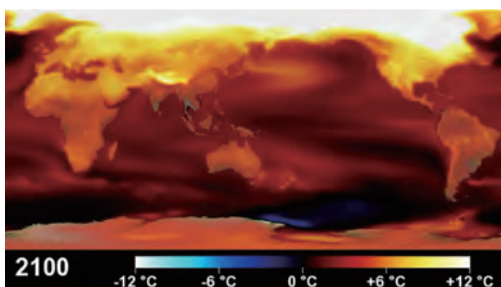
（1）国内・高知県の取組状況

我が国は2050年のカーボンニュートラル¹を最終目標とし、2030年度・2035年度・2040年度にそれぞれ中間目標を設定しています。

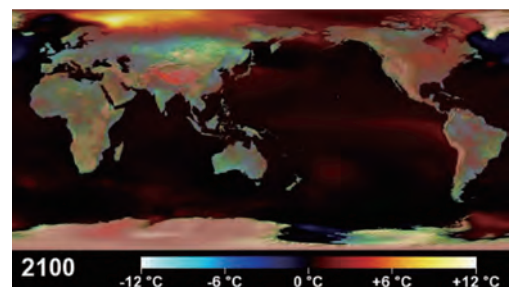
2023年度の実績をみると、ネット排出量は目標線に重なっており、進捗状況は中間目標に対して概ね順調に推移しています（図表-4）。

図表-3 2100年における世界の気温上昇シミュレーション

①平均気温4℃上昇する場合

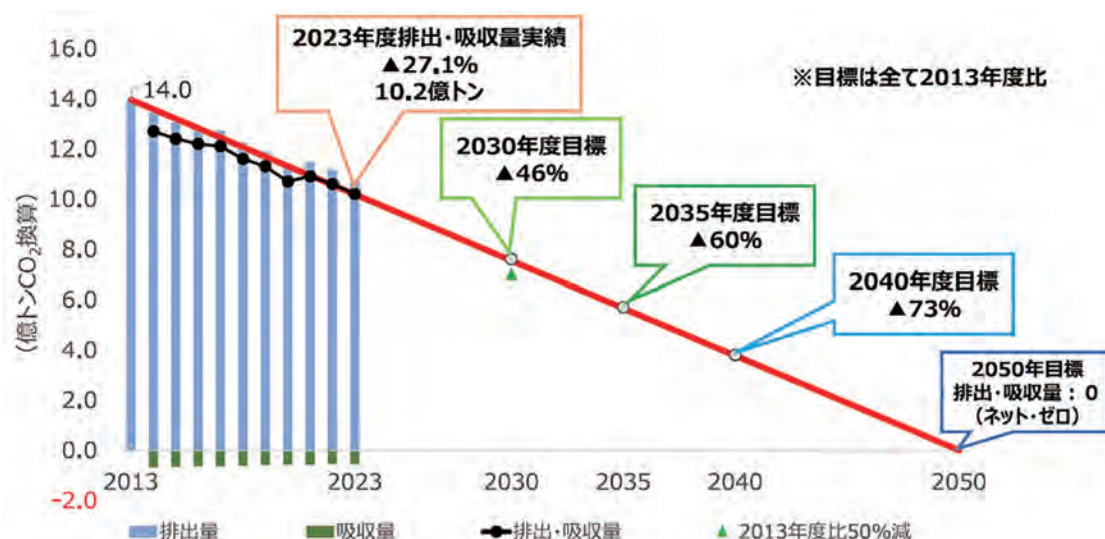


②平均気温2℃未満上昇する場合



¹ 温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること、すなわち「ネットゼロ」の状態を指す。

図表－4 日本の温室効果ガス排出量削減目標と進捗状況



出典：2023年度の温室効果ガス排出量（環境省／2025年4月）

高知県も2050年のカーボンニュートラルを最終目標とし、2030年に2013年度比で排出量を47%削減することを中間目標に設定しています。国の目標（46%削減）よりもやや野心的な目標設定と言えます（図表－5）。

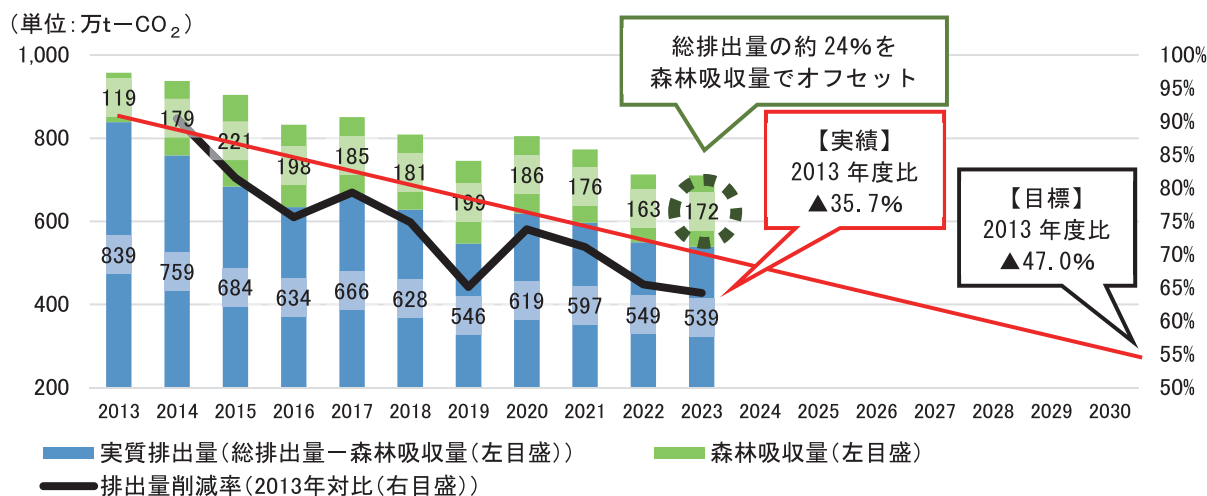
高知県の特長として、全国1位の森林率（84%）を活かし、総排出量の約24%を森林吸収量でオフセットしていることが挙げられます。ただし、県

は高齢林²の割合増加に伴う森林吸収量の低下を見込んでおり、適切な森林整備を継続していく必要があるとしています。

（2）四国銀行の自社排出量削減への取組み

当行は2030年度に2013年度比50%削減、2050年度にカーボンニュートラルを目指しています。排出量削減に向けて、太陽光パネルの活用、高効率

図表－5 高知県の温室効果ガス排出量削減目標と進捗状況



出典：高知県地球温暖化対策実行計画改定について（2025年7月）を基に四国銀行作成

² 森林の年齢区分のひとつ。一般に成長の早い樹種で50年生（苗木を植えてからの年数）以上、遅い樹種で80年生以上の森林を指す。

図表-6 四国銀行のCO₂排出量（Scope 1およびScope 2）削減目標と進捗状況

空調への入替、電気自動車の導入、CO₂フリー電力の使用、照明のLED化、労働時間の短縮、こまめな消灯運動、エアコン設定温度の適正化など、できることに真摯に取り組んでいます。

このような取組みの結果、2024年度の排出量は2013年度比で55.9%削減となり、2030年度の間目標を前倒して達成しています（図表-6）。

エネルギーコストが上昇しているところ、電気料金の削減を実現しています。脱炭素への取組みが、コスト削減にも直結することを実感しています。

（3）高知県内企業の取組事例

当行は、CO₂排出量削減に取り組む事業者さまをご支援するため、野心的な削減目標を掲げる事業者さまに対して、目標の達成時に金利の引下げというインセンティブを提供する「サステナビリティ・リンク・ローン」という融資商品を取り扱っております。

ここでは高知県内で「CO₂排出量の削減」を目標としている4社の事例をご紹介します。

事例1：株式会社エスイージーさま

当社は、工場や事務所のLED照明への切替、

工場内設備のエア漏れ修繕などに取り組む省エネ意識が高い企業です。設備投資の検討時には「省エネ性能」を評価項目の一つとして取り入れ、全社レベルで省エネ意識を醸成しています。昨年稼働した新工場でも太陽光発電設備や省エネ性能の高い機械を導入し、こうした取組みをお取引先とも共有することで関係性強化に努めながらさらなる成長を目指しています。

写真-2 南国日章産業団地（南国市）の新工場



事例2：土佐清水リゾート合同会社さま

当社は、継承した老舗宿泊施設をリゾートホテル「TheMana Village」として再生し、運営しています。客室アメニティはすべて環境配慮型製品³を採用し、電気自動車充電スタンドを設置するなど、環境負荷の低減を通じて地域社会との共

³ 環境負荷の低減に役立つ製品やサービスの総称（環境省「環境表示ガイドライン」より抜粋）

生に取り組んでいます。今後は太陽光発電パネルの設置やエネルギーマネジメントシステムの導入を予定しており、高知県が推進する「サステナブルツーリズム⁴」の体現を目指しています。

写真－3 TheMana Village スイートルーム



事例3：岸防水工業有限会社さま

当社は、SDGsの精神に共感しSDGs宣言書を策定・公表しています。宣言の中で「カーボンニュートラル実現に向けた取組み」を掲げ、再生可能エネルギー（以下、再エネ）や環境配慮型車両の導入を検討しながらCO₂排出量削減に取り組まれる予定です。

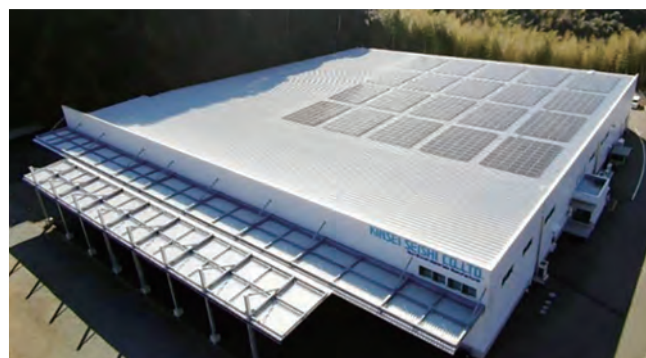
写真－4 SDGs宣言書



事例4：金星製紙株式会社さま

当社は、環境方針を定め、環境負荷を軽減した生産活動と環境配慮型の商品開発・販売活動に重点を置いています。日高DM工場屋上への太陽光パネル設置やFSC認証の取得などを実施し、昨年受診した「省エネ診断」の結果を基に、省エネ投資や自家消費型太陽光発電の追加導入を検討されています。

写真－5 日高DM工場



3. カーボンニュートラル達成に向けた戦略

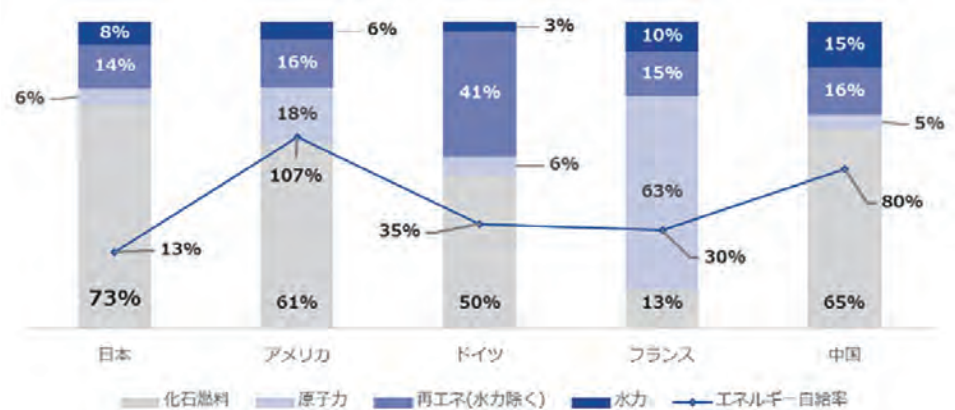
2050年カーボンニュートラルの実現には、エネルギー・産業部門の構造転換と大胆な投資によるイノベーションの創出が必要です。これらを踏まえたグリーン成長戦略では、成長が期待される14の重要分野について実行計画が示されています。以下では比較的身近に感じることができる3つの分野をご紹介します。

（1）再エネの拡大

現在、日本の電源構成において化石燃料（火力発電）が73%を占め、他国と比較して高い水準です（図表－7）。日本は自国で化石燃料を調達しづらいため、エネルギー安全保障の観点からも再エネの導入拡大が急務です。

⁴ 訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光（国連世界観光機関）

図表－7 各国の電源構成比較



出典：資源エネルギー庁「再生可能エネルギー導入状況」（2024年6月）、「日本のエネルギー」（2025年3月）、人民網日本語版（2024年12月20日）より四国銀行作成

我が国は2025年2月発表のエネルギー基本計画において、太陽光発電の電力構成比を現状の9%から「23～29%」へ、発電量としては現状の92TWh（テラワットアワー＝10億kWh）から「253～319TWh」へと拡大させることとしています。

我が国は平地が狭く、また生物多様性の観点からも地上設置のメガソーラーに適した場所は限られています。建物の屋根には900TWh近くの設置余地があると試算されています。こうした背景から、省エネ法の改正により、原油換算で年間1,500kℓ以上のエネルギーを使用する事業者は、2026年度から太陽光パネルの屋根設置に関する報告が求められるようになりました（図表－8）。

図表－8 省エネ法に基づく「中長期計画書」「定期報告書」報告の概要

報告時期	2026 年度	2027 年度
対象	事業者	施設ごと
	原油換算で年 1,500kℓ以上のエネルギーを使う事業者や施設	
報告方式	中長期計画書	定期報告書
内容	太陽光パネルの屋根設置目標	設置可能面積、導入実績など
報告頻度	5年に1回程度	毎年

出典：資源エネルギー庁HP、各種報道などを基に四国銀行作成

屋根への太陽光パネル設置は、もはや一部の先進企業だけの話ではなくなりつつあります。

(2) 電動車の普及促進

グリーン成長戦略では、乗用車について2035年までに新車販売の電動車比率100%を目指す目標が掲げられています。国の定義による電動車とは、電気自動車・水素自動車・ハイブリッド車・プラグインハイブリッド車のことです。

高知県内では、土佐酸素株式会社さまが水素ステーションを運営し、走行時に温室効果ガスを排出しない水素自動車の普及に取り組まれています（写真－6）。当行でも電気自動車・水素自動車・ハイブリッド車など環境性能の高い電動車の導入を進めています。

写真－6 水素ステーション（土佐酸素さま）



(3) Z E H⁵の普及

第6次エネルギー基本計画では、2030年度以降に新築される住宅についてZ E H基準の水準の省エネ性能確保を目指すという政府目標が掲げられています。こうしたことを背景として2024年1月以降に建築確認を受けた新築住宅で住宅ローン減税を受けるには省エネ性能が必須となっています。

当行では「Z E Hの受託率」を目標としたサステナビリティ・リンク・ローンも取り扱っており、高知県内のハウスメーカーのご支援事例もあります。

なお、当行の本店建替えにつきましては、高知県産材の採用や高知産植物の植樹など、高知の自然の豊かさをイメージした緑あふれる環境整備を進めています。

4. 企業を取り巻く環境の変化

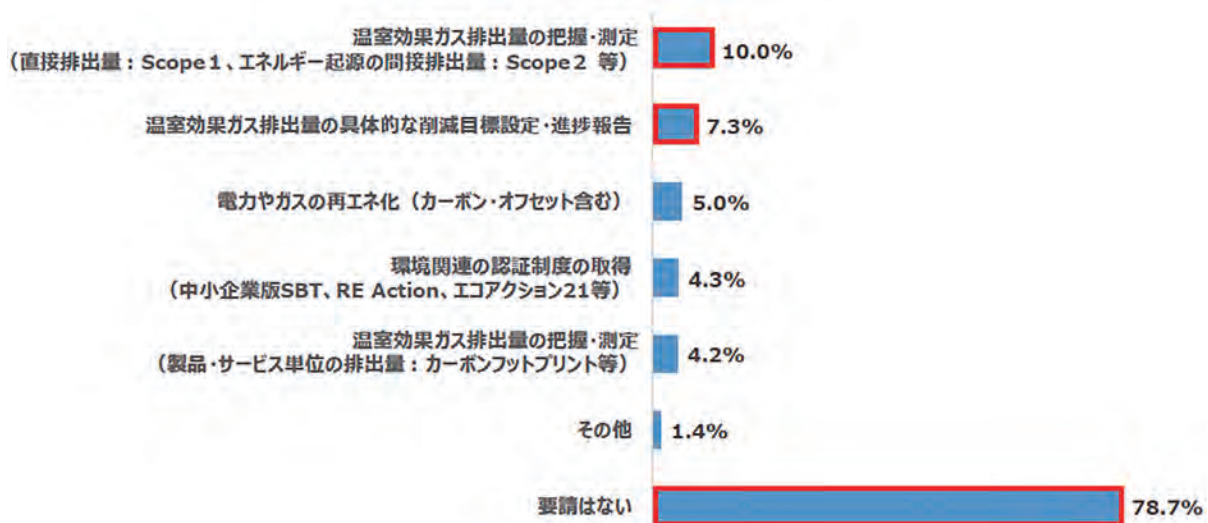
国内外で非財務情報の開示ルールの整備が進み、従来は財務情報の開示だけでよかったものが、現在は脱炭素に向けた企業の取組状況も開示

が求められるようになってきています。大企業などが自社のみならず取引先（サプライチェーン）を巻き込む形で温室効果ガス排出量削減目標をコミットし、その進捗状況等を開示する動きは今後さらに加速していくことが予想されます。

日本商工会議所・東京商工会議所が2025年度に行ったアンケートによれば、取引先から脱炭素に関する要請を受けた中小企業の割合は21.3%に達しています。要請内容としては「温室効果ガス排出量の把握・測定」が最も多く、次いで「具体的な削減目標設定・進捗報告」が多くなっています（図表－9）。

当行グループの四銀地域経済研究所が2026年2月に実施したアンケートでは、高知県内で脱炭素化に取り組んでいる事業者さまの割合は36.4%でした。取り組む理由の最多は「自社の持続的成長のため」というポジティブなものでした。また、取組内容については省エネの取組意識が高いか、再エネの活用には検討の余地がありそうです。なお、26.7%が温室効果ガスの測定に取り組んでいます。一方、取り組んでいない理由として

図表－9 取引先からのカーボンニュートラルに向けた協力要請状況

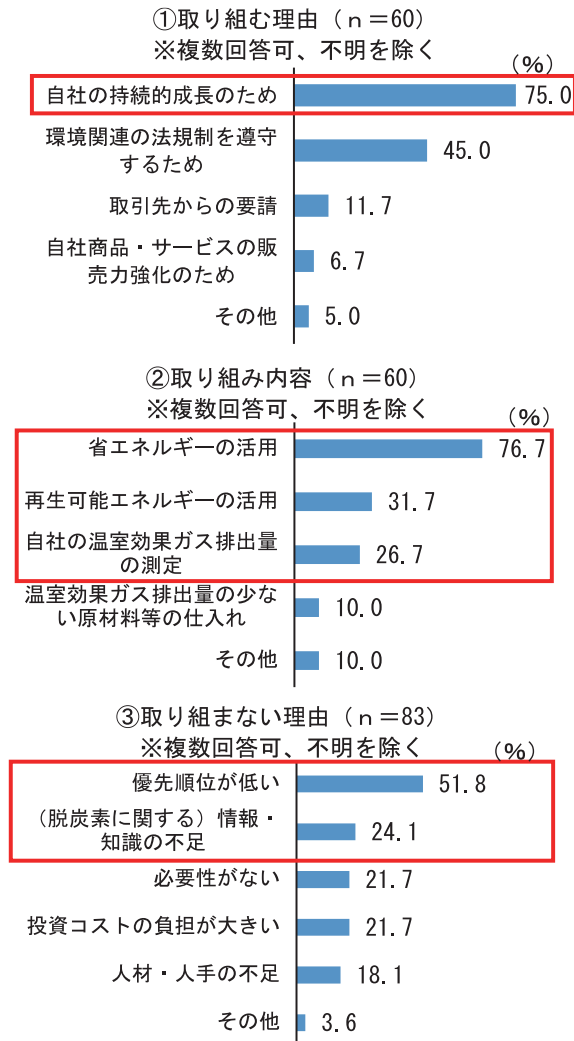


出典：日本商工会議所・東京商工会議所「2025年度中小企業の省エネ・脱炭素に関する実態調査」

⁵ エネルギー収支をゼロ以下にする家のこと。

は「優先順位が低い」、「情報・知識の不足」などが挙げられており、官民一体となったサポート体制をより充実させることが重要であるように感じます。(図表-10)。

図表-10 カーボンニュートラル・脱炭素化への対応についてのアンケート結果



注) ①・②は脱炭素化に「取り組んでいる」事業者さまが対象

③は「取り組んでいない」事業者さまが対象

出典：四銀地域経済研究所「第172回 高知県内企業の景況調査 (2026年2月)」

5. 脱炭素経営に取り組むメリット

脱炭素経営への取り組みは、単なるコストや義務ではなく、企業の成長につながる多くのメリットをもたらします。

(1) 取引先とのビジネスチャンス拡大

サプライチェーン全体でのCO₂排出量削減目標を設定した大企業にとって、排出量削減に取り組む中小企業は価値ある取引先となり得ます。取り組んでいない企業と比較した競争優位性が高まり、ビジネスチャンスの拡大につながります。また、国の令和7年度補正予算案では、GX関連補助金にサプライチェーン連携枠が創設され、サプライチェーン上の4社以上で申請する場合、中小企業は補助率1/2・限度額15億円程度という大きな補助が受けられることも魅力です。

(2) 消費者とのエンゲージメント向上

人や社会、環境、地域に配慮したモノやサービスを選んで消費する「エシカル消費」の認知度や関心が徐々に高まっており、「安心・安全」「品質」「価格」に次いで商品選択の「第4の尺度」になりつつあります。特に幼少期からSDGs教育を受けた若年層と、環境問題を経験したシニア層において、環境配慮型商品への意識が高まっており、こうした層へのアピールが企業価値向上につながるものと考えられます。

(3) 従業員の満足度向上・人材獲得力強化

気候変動問題に取り組む姿勢を示すことで、従業員の共感・信頼を獲得し満足度向上につながります。また、2022年度から高校の必修科目に「公共」が新設され教育指導要領に「SDGs」が加えられた結果、学生が就職先を選ぶ際に約5人に1人が「SDGsに対する姿勢や取り組み」を重視しているという調査結果があります。脱炭素経営の推進と発信が人材確保に直結する時代が到来しています。

(4) コスト削減

例えば、売上1億円・光熱費300万円・営業利益率3%の企業が光熱費の10%相当の省エネを実現した場合、1千万円の増収と同等の収益効果が得られます。定期的な省エネ診断の受診により、改善の余地を発見することをお勧めします。また、再エネで発電した電気の自社利用は、災害時の備えとしても有効です（図表-11）。

6. バックキャスト思考で今すぐ行動を

脱炭素化は単なる環境問題ではなく、中長期的な企業の成長や持続可能性に関わる経営課題です。「取引先」「消費者」「従業員」などステークホルダーからの要請や期待に応えつつ、それを成長機会ととらえて経営に活かしていくことが重要です。

温室効果ガスをどのように削減するかが決まっていないから目標をたてられない、というご意見もあるかと思います。しかし、気候変動リスクの高まりは待ったなしの状況です。先に目標をた

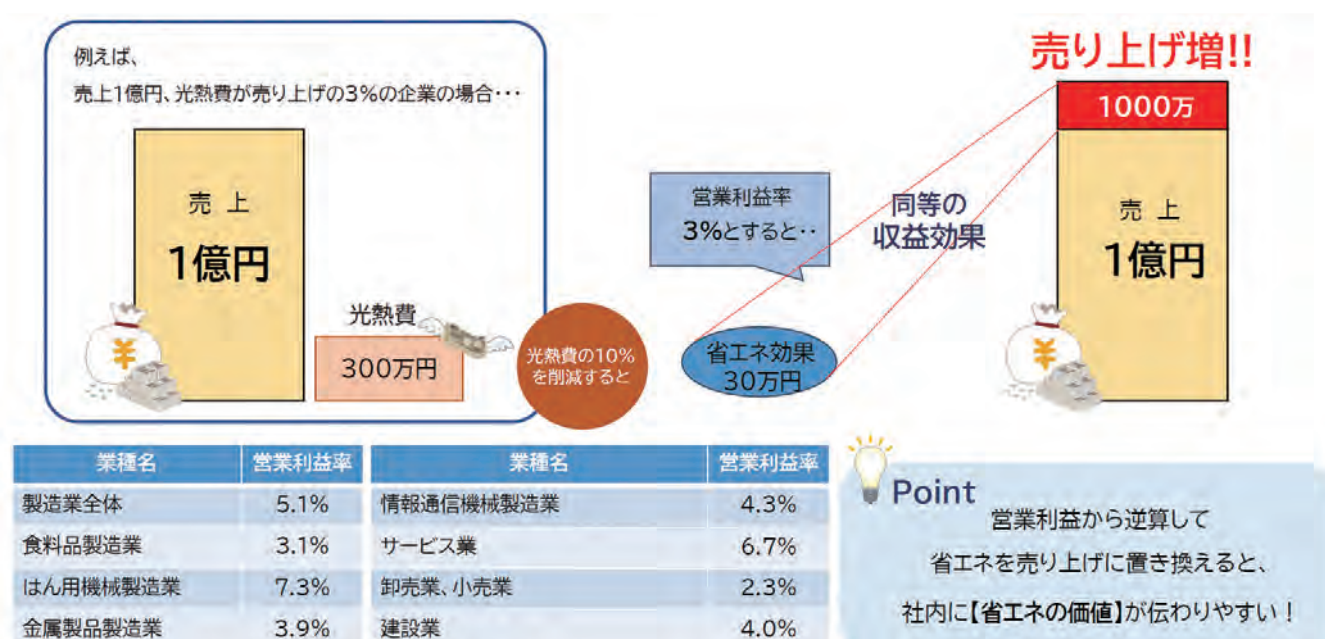
て、そこに到達する施策を企画・実行するバックキャスト思考が大切です。

7. 四国銀行のサポート体制

当行では、脱炭素経営に関する情報提供や設備メーカー等のご紹介、補助金制度活用を含めた資金調達などのご相談を承っています。中でも当行が発行する評価書によって透明性・信頼性が担保されたSDGsの取組姿勢をステークホルダーに訴求できる「サステナブルファイナンス」のうち「サステナビリティ・リンク・ローン」は「CO₂排出量削減」や「ZEH受託率」の高い目標に取り組む事業者さまをご支援するもので、高知県の皆さまがお持ちの「やると決めたことをやりきる熱量」にお応えできる商品となっています（図表-12）。

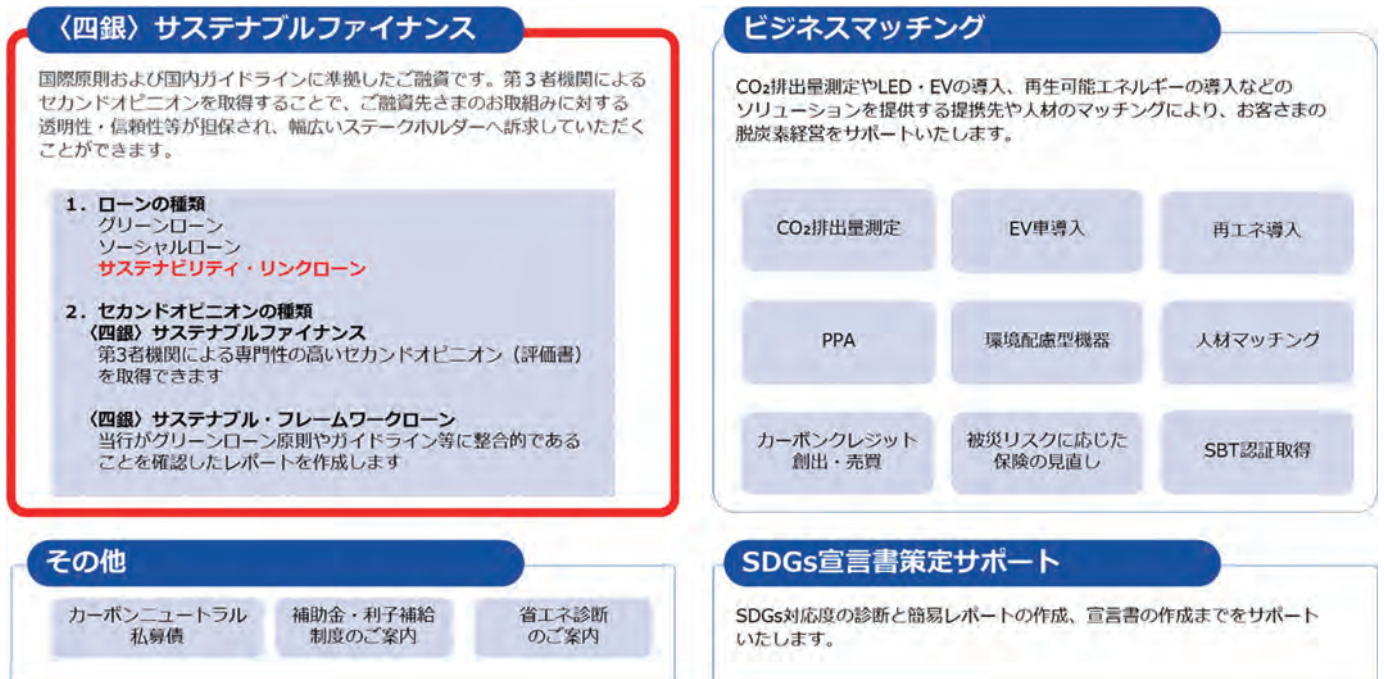
当行は、脱炭素化に向けたご支援を通じて、事業者さまの企業価値向上に貢献してまいりますので、最寄りの営業店に何なりとご相談いただけますと幸いです。

図表-11 省エネによる収益効果の例



出典：財務省「各年法人企業統計調査」等

図表-12 (参考) 脱炭素・カーボンニュートラルに関連する当行サービス



Disclaimer

本資料に記載された内容は、現時点において一般に認識されている経済・社会等の情勢および当行が合理的と判断した一定の前提に基づき作成されておりますが、当行はその正確性・確実性・完結性を保証するものではありません。

また、ここに記載されている内容は、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

本資料は一部の出典記載情報を除き、著作権法によって保護されています。本資料の一部を無断で転載または複製することは禁じられています。



土佐の「おきゃく」2026 経済波及効果38億4,008万円

四銀地域経済研究所 調査部 主任研究員 山本 翔太郎

土佐の「おきゃく」2026
tosa-okkyaku.com
2026 3/7(土)・15(日)
高知県高知市中心商店街ほかで開催!

終電後
過ぎ。スマホ
の画面パキ
パキ。写真
フォルダに
見知らぬ人との
ツーショット。
レシートだけ大量
にある。何を頼ん
だ?冷蔵庫に缶ビー
ル、見ただけで吐き
気。靴下が片方ない!カラオ
ケで演歌熱唱してる動
画が送られてきた。誰
が撮った?起きたらマンショ
ンの下で寝てた。二日酔いで昼になっ
ても動けない。夕方までベッドでうなされなが
ら心に響く。もう酒やめた。スマホのカメ
ラロールに、なぜか自撮りでピースしてる写真が100
枚。飲んだあとの秘めのラーメンがたまらん。乾杯が3回
目。「とりまえず生!」が口癖。みんなで写真撮るのにフラッ
シュがさく。起きたら財布の中空っぽ。枝豆すっと
ある。上司がやたら自分語り。店員さんにやたらフレンド
リー。酔ってるのにお会計はしっかり割り勘。お冷めたのにまたビール来る。
トイレに行った人が、笑う人、寝る人、泣く人。みんな、何となく、仲良くなる。誰かがハグします。急に恋バナ。泣
く人が共感。カラオケ行こう!が合図でみんな立ち上がる。「じゃあ最後に一
曲!」が3回く
らい続く。帰りのコンビニでアイス買う。
「また飲む
な!」って
言いながら次の予定は来月。外は冷たい夜風がやけに
気持ちいい。分がぶっ
て帰ってきて
いた。記憶ぶっとび。謎の運送屋が大量発生。ト
イシかと
思ってた。掃除用具の倉庫だった。居酒屋のベランダにカラオケマイク持って外に出ようとし
ていたら。帰ったら、お店の置物を持って帰ってきていた。スマホに「べろべろ」と意
味不明なメモ。店の外で謎の円陣。頭ズキズキ。タクシーの運転手と仲良
くなった。シラフだったら夜1人で歩くの怖いけど、酔ったら怖くない。
記憶全くないのに、家には絶対
帰ってきている。むしろ楽しい。知らない人と
LINE交換、絶対会わんし、話さんのに。飲み足りなくてコン
ビニで酒を買い足すが、8割残す。家電やAirPods等、
消失。転んで翌朝青あざ。お酒とカラオケがあれば
みんな友達。朝方に一度目が覚めて、水を飲んで再度寝る
と起きたら昼過ぎ。ひろめ市場で相席になった
人に美味しいつまみ奢ってもらう。酔うとな
ぜか走りがち。酔って帰ってきて玄関で
起床。気が付けば全裸。タバコの消費が普段の
2.5倍。最後の店覚えていません。

べろべろでも、かまんき。
酒の失敗は、笑うてすませる。
ちつくと反省したら、またこじやんと飲みまくる。
それでかまんやいか、こじは高知やき。
ほら、べろべろの神様の言う通り!

年に一度の
べろべろ酒へ
高知 SYUKOKU KOCHI

観光客が低迷する早春の名物イベントとしてスタートした土佐の「おきゃく」は、今年で第19回
目の通常開催となった。2026年3月7日（土）～15日（日）の9日間、高知市中心商店街を中心に、
宴（うたげ）、ラリー、市（マーケット）、音楽・踊り、アート&カルチャー、スポーツなど様々な
イベントで賑わった。

～土佐の「おきゃく」Q&A～

Q：そもそも「おきゃく」ってなに？

A：土佐弁で「宴会」の意味です！

土佐では昔から、冠婚葬祭などことあるごとに大勢で集まっては酒を飲み、親交を深めてきました。そうした宴会を「お客（おきゃく）」と言います。参加する人は親族だけでなく、村・町の人、はたまた偶然となり合わせた人など、誰でも気さくに参加できるのが土佐流の宴会です。

Q：どんなイベントなの？

A：中心街など、様々な場所を会場にした大きな宴会！

高知の中心街をはじめ、さまざまな場所を宴会場にみたくて、個性豊かなイベントを開催します。「おきゃく」＝「宴会」ですので、基本、お酒が楽しめる大人向けの宴が繰り広げられますが、どれも「まあ、のんでいきや」と、土佐人のもてなしの文化に触れられる高知らしいイベントです。

酒、グルメ、音楽、アート、よさこい踊りなど、様々なイベントでもてなします。土佐の「おきゃく」に來れば高知の全てが分かったと言っても過言ではありません。



土佐の「おきゃく」2026
実行委員長
土佐かつお

高知ならではの当地グルメや地酒などを楽しめる土佐の「おきゃく」



音楽、よさこい踊りなど、様々なイベントが楽しめる
(左：ラ・ラ・ラ春まつり、右：よさこい春の舞)



Q：人気の秘密を教えてください！

A：スタッフのもてなしの心が県外ゲストを虜に！

「高知の楽しさを知ってほしい」「美味しいものを食べてほしい」「また高知に来てほしい」という、イベントの各主催者のもてなしの心や熱い思いが人気の秘密だと感じています。土佐の人はどんな人でも暖かく受け入れ、その人に喜んでもらうことを最大の喜びと感じているので、初めて訪れた人も自然と馴染んでしまうはずです。



土佐の「おきゃく」2026実行委員長
土佐 かつお

はりまやの大おきゃく



シン・安芸のおきゃく



オールドアメリカンフェスティバル



プロアマ対抗戦 「高知ファイティングドッグス vs 四国銀行」



Q：「おきゃく」文化に欠かせない皿鉢(さわち)と酒。特色は？

A：「献上の美德」が表れた土佐の文化そのもの！

皿鉢料理とは高知県の郷土料理で、大皿に刺身や寿司、煮物や揚げ物、デザートなどが盛り付けられたものです。土佐の「おきゃく」も皿鉢料理のように、様々な味わいの違うイベントを一堂に楽しめます。また、新型コロナウイルス感染症の拡大以降は少なくなっていますが、高知の宴では「献杯」「返杯」という習慣があります。「献杯」は、目上の人や尊敬する人にお酒を差し上げ、教えを頂戴しながらお酒を飲むというもので、「返杯」は、相手からさされた杯のお酒を飲み干して、その杯を相手に返しお酒をつぐことです。いずれも「献上の美德」が表れた土佐の文化そのものです。



べろべろの神様
©デハラユキノリ
©土佐のおきゃく

様々な皿鉢料理が展示される「南国土佐皿鉢祭」



Q：ゆっくりとお座敷遊びを楽しみたい！

A：酒國・土佐の酒席文化を楽しむなら、「お座敷体験」へ！

「はし拳」や「可杯（べくはい）」、「菊の花」や「しばてん踊り」など、土佐の宴会を盛り上げる「お座敷遊び」が一度に体験できる「土佐のお座敷体験」。高知の地酒と料理を嗜みながら楽しむことができます。



©デハラユキノリ
©土佐のおきやく

土佐のお座敷体験



土佐のお座敷遊びに欠かせない
「はし拳」「可杯（べくはい）」「菊の花」



【要旨】

- 2026年3月7日（土）～15日（日）の9日間、19回目の通常開催となる土佐の「おきやく」が開催された。来場者数は100,425人、経済波及効果は38億4,008万円となり、いずれも過去最高を更新した。
- 経済波及効果は過去最高だった前年（2025年）の約1.8倍となった。全ての来場者属性において来場者数が増加するとともに、消費単価の高い県外宿泊客が前年比+10,324人（+71.6%）と大幅に増加したことで、一人当たり観光消費額も前年比+6,642円（+48.3%）の大幅増となり、経済波及効果を来場者数の伸び以上に押し上げた。
- 県外宿泊客の増加の背景として、参加回数2回目以上の県外リピーターが2019年比約4.6倍の推計17,101人に達したことが挙げられる。また、県外来場者が本イベントを知ったきっかけとして「口コミ」（31.6%）・「SNS」（27.9%）が上位を占め、公式 Instagram の1投稿当たりエンゲージメント数平均は前年比約2.3倍に増加するなど、口コミ・SNSを軸とした認知度向上がリピーター定着と新規誘客の両面に貢献したと考えられる。
- 今後も魅力的なイベントを多数開催し、県外宿泊客向けの宿泊プラン造成や効果的な情報発信を継続することで、県内の幅広い地域に「おきやく」の効果が広がっていくことが期待される。

1. はじめに

本報告書は、高知県の食文化を体験できる早春の一大イベント、土佐の「おきゃく」によって高知県経済にもたらされる経済波及効果を調査・把握し、高知県観光振興の一助を担うことを目的とする。

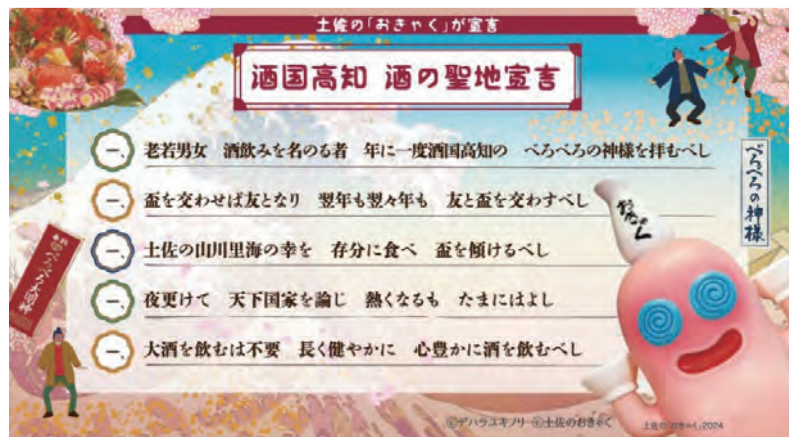
2. 土佐の「おきゃく」開催の経緯

2005年、土佐経済同友会観光振興委員会において、高知県の観光振興策を議論するなか、四季折々、観光誘客が図れるスーパーイベントを開催することが観光振興には欠かせない、との結論に達した。高知県には、春の「お城祭り」、夏には「よさこい祭り」というスーパーイベントがあり、秋には「龍馬生誕祭」があるものの、冬は「南国土佐皿鉢祭」だけで、ボリュームと奥行きに欠けるとの認識があった。

そのような中、観光客数が低迷する冬場に観光客数を増加させるスーパーイベントを開催し、高知県の観光振興を図るとともに、高知県経済への波及効果を狙い、高知の元気へつなげていこうと、2005年9月、「NPO法人高知の食を考える会」、「土佐経済同友会観光振興委員会」などが中心となって事務局を立ち上げた。その後、運営において実質的な役割を果たす「実行委員会」が発足。実行委員会をサポートし、円滑な事業運営のための後方支援組織として「推進会議」が発足した。

そして2006年に、3月2日のプレ開催日を含め12日まで第1回目の土佐の「おきゃく」2006が開催された。以降、毎年3月初旬に開催されている。

図表-1 土佐の「おきゃく」 酒国高知 酒の聖地宣言



出所：土佐の「おきゃく」HP

3. 土佐の「おきゃく」2026概要

(1) イベント名称	土佐の「おきゃく」2026
(2) 開催期間	2026年3月7日（土）～3月15日（日）の9日間
(3) 会場	東洋電化中央公園他
(4) 出店団体	48団体

高知県の自然豊かな食材を使った料理や地酒などが堪能できる「ご当地グルメ屋台村」や「土佐の大座敷」、アーケード内にこたつと七輪が設置され、ゆっくり座って家族やパートナー、友人などで楽しめる「はりまやの大おきゃく」など、「食」をはじめ、「アート」、「スポーツ」、「文化」などをテーマに、延べ39のイベントが行われた（図表－2）。また、「シン・安芸のおきゃく」や「アテンダント特別企画～土佐のおきゃくのものがたり 2026～」など、高知市中心市街地以外でのイベントの広がりもあり、県内外から多くの来場者で賑わった。

図表－2 土佐の「おきゃく」2026 開催スケジュール

No.	イベント名	開催場所	主催者	3月6日	3月7日	3月8日	3月9日	3月10日	3月11日	3月12日	3月13日	3月14日	3月15日
				金	土	日	月	火	水	木	金	土	日
1	飲みもって 食べもって 寄付ぎふと	県内の協賛飲食店各所	認定特定非営利活動法人 NPO高知市長会議	※各店舗の営業時間に準ずる 3/7～3/31									
2	藍と器 / Indigo & Vessels - Denim Kimono & Tosa Craft	和の文化発信基地eiirro	有限会社 特選呉服いしはら	3/2～3/8 10:00～20:00									
3	土佐の「おきゃく」プレオープン ゲートボール大会	高知県立春野総合運動公園 球技場	高知県ゲートボール協会	09:30～	08:00～								
4	ちょい飲み手帖高知販売	東洋電化中央公園	NTTドコモ四国支社		10:00～ 19:00	10:00～ 19:00							
5	おきゃく横丁 土佐の市	大旺新洋おまち多目的広場	高知市		10:00～ 19:00	10:00～ 19:00							
6	(こ) まんさい×高知まんがBASE	高知まんがBASE 3F Cフロア	こうちまんがフェスティバル 実行委員会		10:00～ 17:00	10:00～ 17:00							
7	デハラSHOP	東洋電化中央公園	デハラユキノリ		10:00～ 21:00	10:00～ 21:00						10:00～ 19:00	10:00～ 19:00
8	おきゃくストリート	帯屋町一丁目商店街	高知異業種交流会あつた会		12:00～ 20:00	12:00～ 19:00							
9	ラ・ラ・ラ春まつり	東洋電化中央公園（7、8日） 帯屋町公園（8日）	高知街ラ・ラ・ラ音楽祭実行委員会		11:00～	11:00～							
10	ご当地グルメ屋台村	東洋電化中央公園	土佐の「おきゃく」事務局		10:00～ 21:00	10:00～ 21:00							
11	ひろめdeおきゃく	ひろめ市場	有限会社ひろめカンパニー		10:00～ 23:00	9:00～ 23:00	10:00～ 23:00	10:00～ 23:00	10:00～ 23:00	10:00～ 23:00	10:00～ 23:00	10:00～ 23:00	9:00～ 23:00
12	ジャンピングMAX2026 四国No.1決定戦	帯屋町1丁目アーケード	スポーツマックス		12:00～ 18:00								
13	濱長のおきゃく	料亭濱長	NPO法人高知の食を考える会		18:30～							10:00～ 16:00	
14	土佐のお座敷体験、土佐の酒肴（さけさかな）	7日：ホテル高砂 11日：ホテルおおりや 13日：土佐御苑	高知市旅館ホテル協同組合		18:30～ 20:30			18:30～ 20:30		18:30～ 20:30			
15	第3回 オールドアメリカンフェスティバル	東洋電化中央公園	アメフェス実行委員会		18:30～ 21:00								
16	おびさんマルシェ	おびさんロード商店街全域	おびさんマルシェ実行委員会			11:00～ 16:00							11:00～ 16:00
17	食の祭典 第58回南国土佐皿鉢祭	大橋通り商店街・ひろめ市場前広場	南国土佐皿鉢まつり実施運営委員会			10:00～ 16:00							
18	第16回 土佐・ぶたん祭	東洋電化中央公園北口	土佐文旦振興対策協議会			10:00～ 17:00							
19	アテンダント特別企画～土佐のおきゃくのものがたり 2026～	土讃線 高知駅～窪川駅間	四国旅客鉄道株式会社		11:56～ 16:09							11:56～ 16:09	
20	ニンジャMAX	帯屋町1丁目アーケード	スポーツマックス			12:00～ 16:30							
21	『あんぱんとべろべろ高知』～西村雄正のうまいことやっちゃうにかーん話！～	ラ・ヴィータ高知店	NPO法人高知の食を考える会			18:00～ 20:00							
22	第42回ドリンクラリーはじご酒大会	受付場所／帯屋町バラソーレ下	高知県社交飲食生活衛生同業組合			18:00～ 21:00	18:00～ 20:00	18:00～ 20:00					
23	あの有名ラーメン店がおきゃくに帰ってくる！ 丸福ラーメン（3/13）、丸太屋ラーメン（3/14～15）	レストランJ	レストランJ								12:00～	12:00～	12:00～
24	ピンクリボンチャリティゴルフコンペ	グリーンフィールゴルフ倶楽部	ピンクリボンチャリティ OMIZU no WORLD OPEN GOLF コンペ開催運営委員会								08:00～		
25	みんなあビールで乾杯！春うたとよさこい踊り withピンクリボン	東洋電化中央公園	NPO法人高知の食を考える会								17:00～ 21:00		
26	おきゃく電車2026	電車車内	とさでん交通株式会社								18:30～ 19:40		
27	高知YEG肉カーニバル	帯屋町バラソーレ下 バラソーレ北側駐車場付近	高知商工会議所青年部									11:00～ 21:00	11:00～ 21:00
28	よさこい高知文化祭2026 PRブース	東洋電化中央公園	よさこい高知文化祭2026高知県実行 委員会事務局								10:00～ 19:00	10:00～ 19:00	
29	よさこい春の舞	東洋電化中央公園、 帯屋町1丁目・2丁目・大橋通り・京町	高知市商店街振興組合連合会青年部									16:24～	
30	はりまやの大おきゃく	はりまや橋商店街	はりまやの大おきゃく実行委員会								15:30～ 21:00	15:30～ 21:00	
31	プロアマ対抗戦 「高知ファイティングドッグス vs 四国銀行」	日本トーター野球場（高知球場）	土佐の「おきゃく」事務局 高知ファイティングドッグス									16:00～	
32	ジェットスターブース	東洋電化中央公園	ジェットスター・ジャパン株式会社								10:00～ 16:00	10:00～ 16:00	
33	あなたの“ひと休み”ここにあります	東洋電化中央公園	高知県喫茶飲食生活衛生同業組合								10:00～ 19:00	10:00～ 19:00	
34	土佐の大座敷	東洋電化中央公園	土佐の「おきゃく」事務局								10:00～ 19:00	10:00～ 19:00	
35	シン・安芸のおきゃく	安芸市ちりめんじゃこ通り南西駐車場	安芸のおきゃく実行委員会									10:00～ 20:00	
36	アテンダント特別企画～土佐のおきゃくのものがたり 2026～	土讃線 高知駅～窪川駅間	四国旅客鉄道株式会社		11:56～ 16:09							11:56～ 16:09	
37	完唱チャレンジ！土佐の「おきゃく」で歌いきり まショー!! 2026	東洋電化中央公園ステージ	株式会社第一興商 高知支店									14:00～ 16:00	
38	ラテンミュージックフェスタ	帯屋町公園	obrigado花山海										19:00～ 16:00
39	土佐のおきゃく ザ・横引き2026 通商青汁カップ	帯屋町アーケード ドトール前	高知県横引き連盟										12:00～ 17:00

出所：土佐の「おきゃく」HP

4. 経済波及効果の推計における前提条件

(1) 使用した産業連関表

「2015年（平成27年）高知県産業連関表」をもとに、高知県（産業振興推進部統計分析課）が作成した「県経済波及効果簡易分析ツール（イベント開催用）」を用いて、経済波及効果（生産誘発額）の推計を行った。

従って、2016年以降の産業構造の変化や物価動向については勘案しておらず、経済実態を十分に反映していない点について留意が必要である。

(2) 算定根拠となるアンケート調査

総消費支出額（直接需要額）の算定については、イベント実施企業や団体、および来場者に対してヒアリング、アンケート調査を行った。

●調査対象企業（団体）数 86

回答企業（団体）数 83

回収率96.5%

●来場者アンケート数 340

土佐の「おきゃく」期間中のうち、2026年3月14日（土）、3月15日（日）の2日間、東洋電化中央公園にて実施。アンケート実施日以外の来場者の動態については反映されていない。

(3) 移輸出入

直接の消費需要により必要とされる消費財の一部のものについては、高知県外からの移輸入によって賄われるものとし、その他のものは自給可能とした。

(4) 来場者数

来場者数は、メインイベントが開催された東洋電化中央公園での集計（3月7～8日、3月11日、3月13～15日の6日間）をベースに、来場者、イベント実施企業・団体からのアンケート結果を踏まえ推計した（[図表－3](#)）。

図表－3 来場者数推計

	高知県内		高知県外		合計
	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	
来場者数	62,766人	3,457人	9,460人	24,742人	100,425人
構成比	62.5%	3.4%	9.4%	24.6%	

なお今回の調査は、あくまでも土佐の「おきゃく」2026の経済波及効果調査である「観光入込客数調査」ではないため、土佐の「おきゃく」2026の全39イベント（調査団体（企業）数86）の購入客、参加者、観光客のみを対象とした。

例えば、「土佐のお座敷体験、土佐の酒肴」に参加した観光客は、明らかに「土佐のお座敷体験、土佐の酒肴」に参加したい意思を持って来場しているため、全員来場者数としてカウントする。一方、「ひろめ de おきゃく」のような、土佐の「おきゃく」の来場者と「ひろめ市場」の来場者の区別がつかない場合、その多くは土佐の「おきゃく」のイベントであることを理由に「ひろめ市場」に来場していないと考えられ、単純な延べ人数を土佐の「おきゃく」の来場者数とするのは過大集計となる。

イベントの場合、土佐の「おきゃく」開催期間中に来場された観光客のうち、「インターネットや雑誌記事、テレビなどをみて行きたいと思った」「知らずに来たが、開催していることを知りイベントに参加した」人たちを土佐の「おきゃく」の来場者数としてカウントすることがより正確となるため、今回もそれに則り集計した。

また、同日開催で同一人が重複してイベントに参加、食事、観覧した可能性があることから、回答のあった全てのイベントごとに来場者数、観光消費額などを調査、補正の上集計した。

（５）一人当たり観光消費額

一人当たりの観光消費額は、来場者へのアンケート結果を踏まえ推計した（図表－４）。

図表－４ 一人当たり観光消費額推計

	高知県内		高知県外	
	日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客
宿泊費	－	6,632円	－	15,145円
飲食費	5,002円	6,129円	4,841円	13,691円
交通費	625円	7,763円	4,750円	15,956円
土産代	1,327円	3,421円	2,500円	7,709円
その他	286円	1,606円	677円	3,424円
合 計	7,240円	25,551円	12,768円	55,924円

（注）小数点以下を四捨五入しているため、内訳と合計の値は必ずしも一致しないことがある。

（６）土佐の「おきゃく」2026の総消費支出額（当初需要額）

土佐の「おきゃく」2026の総消費支出額（当初需要額）推計は、34億1,676万円となった。内訳を見ると、来場者による観光消費額（来場者数、一人当たりの観光消費額などの推計をベースに算出）が33億8,627万円、主催者・参加企業（団体）による直接経費が3,048万円となった。（図表－５）。

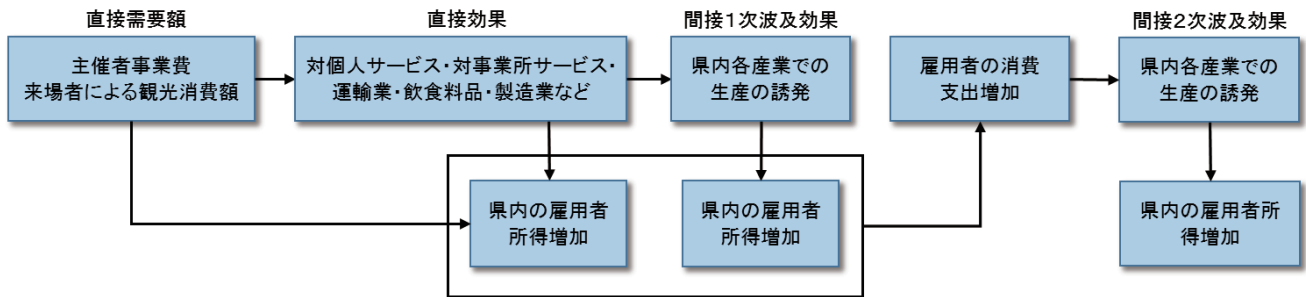
図表－５ 総消費支出額（当初需要額）内訳

合 計	34億1,676万円
うち、主催者などの事業費	3,048万円
うち、来場者による観光消費額	33億8,627万円

5. 経済波及効果について

イベントが開催されると、それに伴った様々な需要が発生し、地域全体に経済的な影響を及ぼすが、こうした経済波及効果は、主に3つに大別される（図表－6）。

図表－6 土佐の「おきゃく」2026 経済波及効果推計の流れ



（1）直接効果

直接効果とは、当初需要により生じる最初の生産増加額を指す。

具体的には、下記のような総消費支出額（直接需要額）のうち、県内で調達できるものについて生じる効果となる。調達できない一部の需要については県外から移輸入してくることになり、県内での生産活動には結びつかないため、経済波及効果の分析上では除外する。

【イベント主催者が直接支出する経費】

パンフレット作成のための印刷・編集費、会場の展示・装飾費用、会場費、レセプション費用、スタッフのための飲食費・交通費、アルバイトなどの臨時雇用費用など。

【来場客（観光客）が個人的に支出する消費】

宿泊費、飲食費、買い物費、会場までの交通費、観光・レジャー費など。

（2）間接1次波及効果

間接1次波及効果とは、直接効果によって生産が増加した産業で必要となる原材料など（財やサービス）を満たすために、新たに発生する県内生産の誘発効果を指す。例えば、自動車100台分の需要が増加し、全て県内で賄えた場合、直接効果としては車100台分の金額となるが、車を製造するために使われる部品（タイヤ・エンジンなど）、そしてその部品を作るための材料（鉄、ガラスなど）が波及的に生産される。このうち、県内で波及的に生産された部品や材料などの総額が間接1次波及効果となる。

（3）間接2次波及効果

直接効果、並びに間接1次波及効果により雇用者所得が増加すると、一定の割合で消費支出に回されるため、県内の各産業で更なる生産が誘発される。この経済波及効果を間接2次波及効果という。

なお、直接効果、間接1次波及効果によって生じる付加価値は、雇用者所得の他に企業利益に相当

する営業余剰がある。雇用者所得に対する消費の比率（消費性向）はある程度安定的であるが、営業余剰に対する企業の支出（設備投資など）は安定的でないことから、間接２次波及効果の計算に当たっては、一般的に営業余剰は対象外とする。

6. 経済波及効果は38億4,008万円（生産誘発倍率1.12倍）

（１）経済波及効果

土佐の「おきゃく」2026における経済波及効果は38億4,008万円となった。内訳は、直接効果25億6,075万円、間接１次波及効果８億5,711万円、間接２次波及効果４億2,222万円となり、生産誘発倍率は1.12倍となった（図表－７）。

図表－７ 土佐の「おきゃく」2026の経済波及効果

（単位：千円）

	生産誘発額	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 誘発額	雇用効果 (人)	税収効果 県税＋市町村税
直接効果①	2,560,751	1,308,264	743,506	354	79,410
間接１次波及効果②	857,112	487,223	251,442	81	31,410
間接２次波及効果③	422,215	275,042	123,623	38	18,008
経済波及効果(生産誘発額) (①＋②＋③)	3,840,078	2,070,530	1,118,571	473	128,828
総消費支出額（当初需要額）	3,416,755	（直接効果＋移輸入＋雇用者所得）			
生産誘発倍率	1.12	＝生産誘発額／当初需要額			

- （注） １．内訳の各数値を四捨五入するため、内訳と合計の数値は必ずしも一致しないことがある。
２．生産誘発額 直接需要額により誘発された各部門の生産額
３．粗付加価値額 生産活動によって新たに生み出された価値をいい、家計外支出を除けば県民経済計算の県内総生産にほぼ対応している。粗付加価値額は、家計外消費支出、雇用者所得、営業余剰、資本減耗引当、間接税、及び（控除）経常補助金から構成されている。

（２）粗付加価値額誘発額 20億7,053万円、本県名目GDPの押し上げ効果0.086%

経済波及効果により生じる粗付加価値誘発額は、20億7,053万円となった。

その内訳は、直接効果が13億826万円、間接１次波及効果が4億8,722万円、間接２次波及効果が2億7,504万円となった。これは、令和４年（2022年）度県内総生産（名目）２兆4,074億円に対し、0.086%の押し上げ効果があったことになる。

(3) 雇用者所得誘発額 11億1,857万円、雇用効果 473人

粗付加価値額のうち、雇用者に分配される雇用者所得誘発額は、11億1,857万円となった。この雇用者所得誘発額が、それぞれの産業の雇用創出にも影響を及ぼす場合、雇用者数を県内総生産で除して得られる雇用係数を用いて、雇用効果を算出すると、473人の雇用効果を創出したことになる。

(注) 雇用者総数＝有給役員＋常用雇用者＋臨時・日雇

(4) 税収効果 1 億2,883万円 (県税5,575万円、市町村税7,308万円)

土佐の「おきゃく」2026がもたらす税収効果について、高知県全体で得られる効果を算出した結果、高知県税として5,575万円、高知県内の市町村税として7,308万円、計 1 億2,883万円となった。

7. 前回 (2025年) との比較

(1) 推計結果の比較

前回 (2025年) と比較すると、土佐の「おきゃく」2026開催による直接効果は11億6,420万円 (+83.4%) の増加、間接 1 次波及効果・間接 2 次波及効果を含めた経済波及効果は17億4,577万円 (+83.4%) の増加となった (図表-8)。

図表-8 経済波及効果の比較

	直接効果①	間接1次 波及効果②	間接2次 波及効果③	経済波及効果 (①+②+③)
2024年	6億8,987万円	2億3,055万円	1億1,444万円	10億3,486万円
2025年	13億9,655万円	4億6,856万円	2億2,920万円	20億9,431万円
2026年	25億6,075万円	8億5,711万円	4億2,222万円	38億4,008万円
前年比	11億6,420万円	3億8,855万円	1億9,302万円	17億4,577万円
(増減率)	(83.4%)	(82.9%)	(84.2%)	(83.4%)

また、来場者数は10万425人と前年比32.3%の増加となった（図表－9）。全ての属性において来場者数が増加しており、特に比較的消費単価の高い県外宿泊客が前年比+10,324人（+71.6%）と大幅に増加した。その結果、土佐の「おきゃく」が始まった2006年以降、同じ計測方法で推計した経済波及効果としては、2年連続で過去最高を更新した。

図表－9 来場者数内訳の比較

		高知県内		高知県外		合計
		日帰り客	宿泊客	日帰り客	宿泊客	
2024年	来場者数	81,084人	1,213人	2,731人	5,158人	90,186人
	構成比	89.9%	1.3%	3.0%	5.7%	100.0%
2025年	来場者数	57,140人	1,592人	2,742人	14,418人	75,892人
	構成比	75.3%	2.1%	3.6%	19.0%	100.0%
2026年	来場者数	62,766人	3,457人	9,460人	24,742人	100,425人
	構成比	62.5%	3.4%	9.4%	24.6%	100.0%
前年比	来場者数	5,626人	1,865人	6,718人	10,324人	24,533人
	増減率	9.8%	117.1%	245.0%	71.6%	32.3%

（注）各構成比は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は100%とならない

一人当たりの観光消費額を見ると、県内宿泊客を除き前年比で増加した。最も増加額が大きくなった県外宿泊観光客は、交通費（前年比36.8%増）や土産代（同63.8%増）の増加が牽引し、全体としては前年比12,201円（27.9%）増の55,924円となった。飲食費については、県内宿泊客のみ減少しているものの、高い水準を維持している（図表－10）。

また、東洋電化中央公園で開催されたイベント（3月7・8日：ご当地グルメ屋台村、3月14・15日：土佐の大座敷）における出店者1店舗当たりの売上高をみると、730千円と前年比43千円（5.6%）減となっている。但し、2019年比では依然消費者物価指数を上回って増加しており、魅力的な店舗の出店により来場者の購買意欲が高まっていることが伺える（図表－11）。

図表-10 一人当たり観光消費額の比較

【県内観光客】

(単位:円)

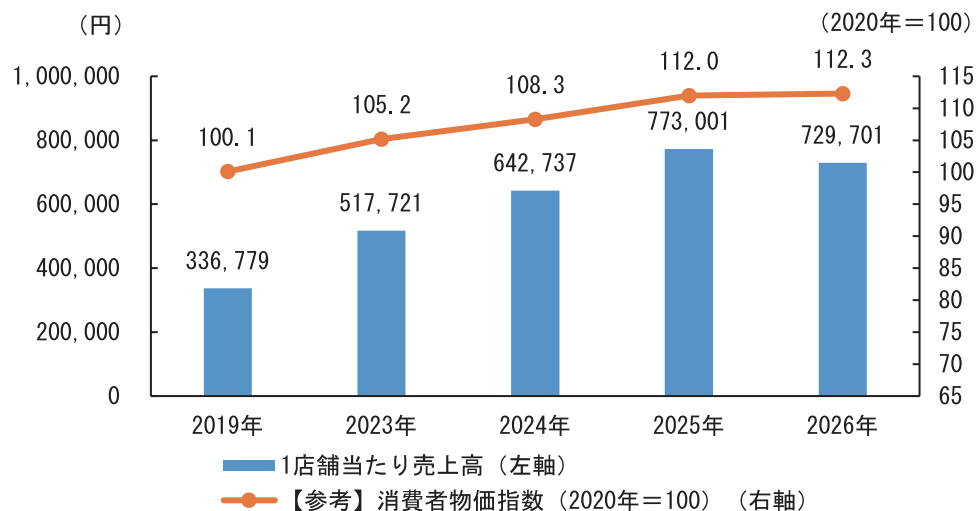
		宿泊費	飲食費	交通費	土産代	その他	合計
日帰り客	2024年	-	3,234	353	672	58	4,317
	2025年	-	4,618	524	523	103	5,769
	2026年	-	5,002	625	1,327	286	7,240
	前年比	-	384	100	803	183	1,471
	(増減率)	-	(8.3%)	(19.1%)	(153.5%)	(176.7%)	(25.5%)
宿泊客	2024年	11,688	7,800	2,344	2,250	181	24,263
	2025年	10,778	9,011	9,944	7,333	1,222	38,289
	2026年	6,632	6,129	7,763	3,421	1,606	25,551
	前年比	▲ 4,146	▲ 2,882	▲ 2,181	▲ 3,912	384	▲ 12,738
	(増減率)	(▲38.5%)	(▲32.0%)	(▲21.9%)	(▲53.3%)	(31.4%)	(▲33.3%)

【県外観光客】

(単位:円)

		宿泊費	飲食費	交通費	土産代	その他	合計
日帰り客	2024年	-	3,985	4,154	3,519	115	11,773
	2025年	-	3,889	2,167	1,917	56	8,028
	2026年	-	4,841	4,750	2,500	677	12,768
	前年比	-	952	2,583	583	622	4,740
	(増減率)	-	(24.5%)	(119.2%)	(30.4%)	(1119.1%)	(59.1%)
宿泊客	2024年	12,283	11,074	11,963	5,331	847	41,498
	2025年	13,280	12,687	11,664	4,707	1,384	43,723
	2026年	15,145	13,691	15,956	7,709	3,424	55,924
	前年比	1,864	1,004	4,292	3,001	2,039	12,201
	(増減率)	(14.0%)	(7.9%)	(36.8%)	(63.8%)	(147.3%)	(27.9%)

図表-11 1店舗当たりの売上高の推移

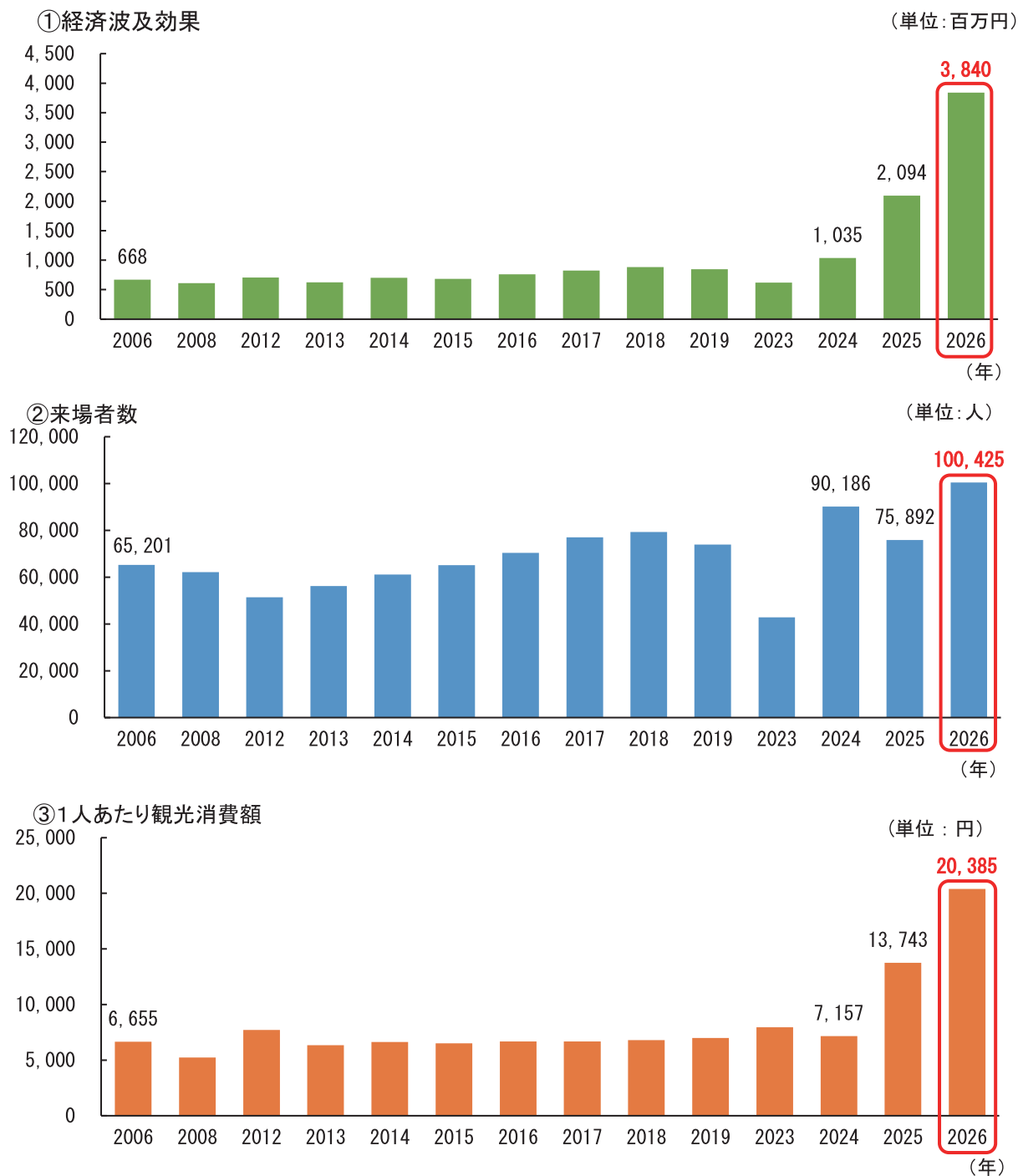


(注) 消費者物価指数は、2019～2025年は年平均、2026年は3月の指数を採用

(資料) 総務省「消費者物価指数」

2006年以降の推計データと比較すると、一人当たりの観光消費額は、最も金額の大きい県外宿泊客の割合が大きくなり、相対的に消費単価が増加したことから、前年比+6,642円（+48.3%）の大幅増となった（図表-12）。

図表-12 経済波及効果、来場者数、一人当たり観光消費額の推移



(注) 分析のために使用した「産業連関表」が調査時期によって異なるため、単純な比較はできない。

(注) 「③一人当たり観光消費額」は、来場客属性（県内・県外、日帰り・宿泊）ごとの観光消費額を加重平均したもの

(2) 推計結果の要因分析

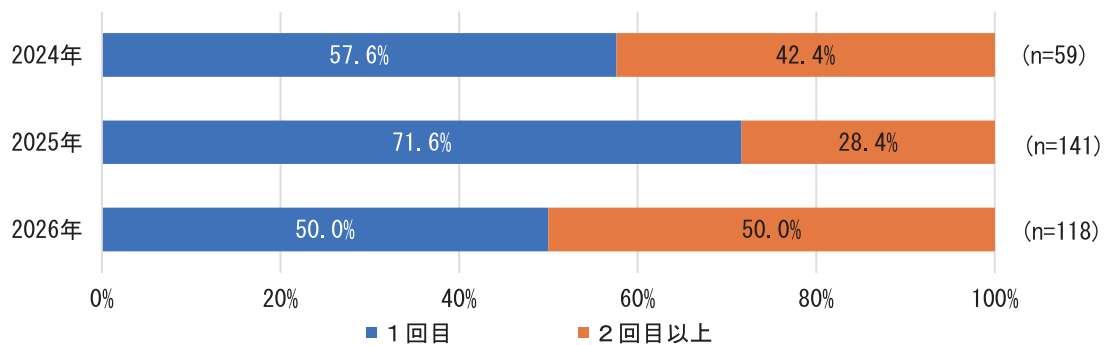
土佐の「おきゃく」2026では、来場者数、一人当たり観光消費額がともに過去最高を更新し、経済波及効果は大幅に増加した前年（2025年）のさらに約1.8倍となった。本節では、その主要因について分析する。

①県外来場者数の大幅増

前述のとおり、2026年の県外来場者数は34,202人（日帰り客9,460人＋宿泊客24,742人）となり、前年比＋17,042人（＋99.3%）と約2倍に増加した。特に消費単価の高い県外宿泊客が前年比＋10,324人（＋71.6%）と大幅に増加したことが、経済波及効果を大幅に押し上げる要因となった。

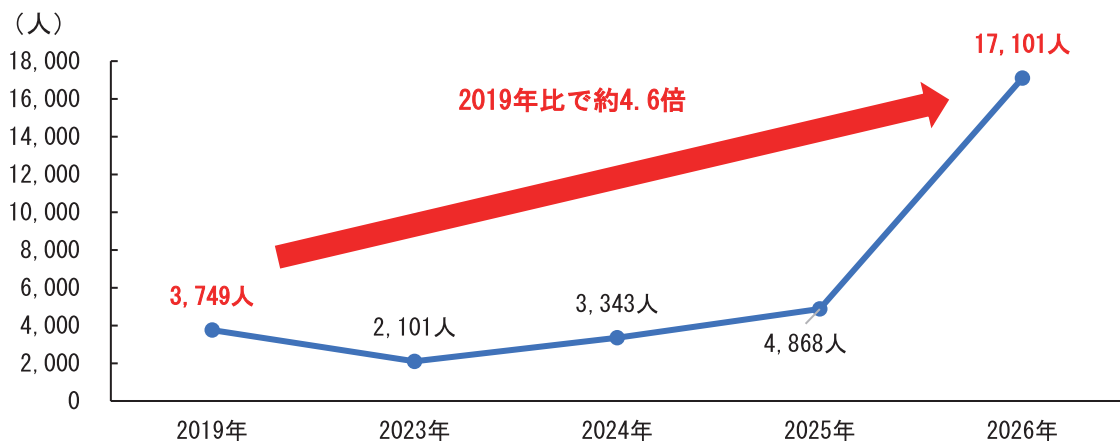
この背景として、リピーター客の増加が挙げられる。県外来場者のうち2回目以上の参加者（＝リピーター）の割合は50.0%となり、前年の28.4%から大幅に上昇した（図表－13）。リピーターの実数ベースで換算すると17,101人（2019年比約4.6倍）に達しており、一度土佐の「おきゃく」を体験した県外客が再び高知を訪れるという好循環が形成されつつあることを示している（図表－14）。

図表－13 おきゃくの参加回数（県外客のみ）



（注）来場者アンケートより抜粋（詳細版は後述の参考資料に掲載）

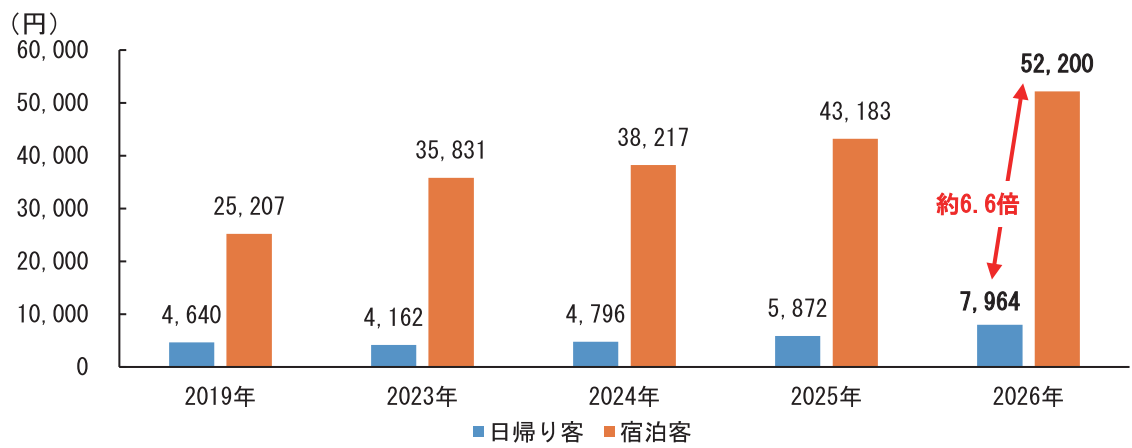
図表－14 県外リピーター客推移（注）



（注）県外からの来場者総数に、土佐の「おきゃく」参加回数が2回目以上の割合をかけた概算値

また、宿泊客の一人当たり観光消費額は日帰り客の約6.6倍に達しており、宿泊を伴う来場者の増加が消費額全体を大きく押し上げている要因となっている（図表－15）。県外宿泊客の観光消費額は55,924円（前年比+12,201円、+27.9%）と過去最高を更新しており、特に交通費（+36.8%）・土産代（+63.8%）の増加が牽引した。遠方からの来訪者が増えたことで交通費が増加するとともに、高知の食文化・地酒・特産品への関心の高まりが土産代の増加に反映されたものと推察される。

図表－15 観光消費単価の比較（日帰り客 vs 宿泊客）



②公式HPに加え、口コミやSNSによる認知度向上

開催期間を含む28日間における、土佐の「おきゃく」公式HPへのアクセス数をみると、2026年は約308万回となった。前年比16.5%減ではあるものの、前年（2025年）が大幅増（+39.7%）であったことの反動も考慮すると、依然として高水準を維持していると評価できる（図表－16）。

図表－16 土佐の「おきゃく」公式HPアクセス数の推移

	前後1カ月間のアクセス数 (2/21～3/20)		うち、開催前1週間の アクセス数	
		前年比		前年比
2019年	1,679,117	—	373,433	—
2023年	1,829,404	9.0%	463,021	24.0%
2024年	2,639,867	44.3%	542,715	17.2%
2025年	3,688,822	39.7%	920,455	69.6%
2026年	3,081,055	▲16.5%	724,830	▲21.3%

（注）うるう年の月末（2/29）考慮のため、2024年のみ2/22～3/20の期間分を集計

出所：アトリエエフ調べ

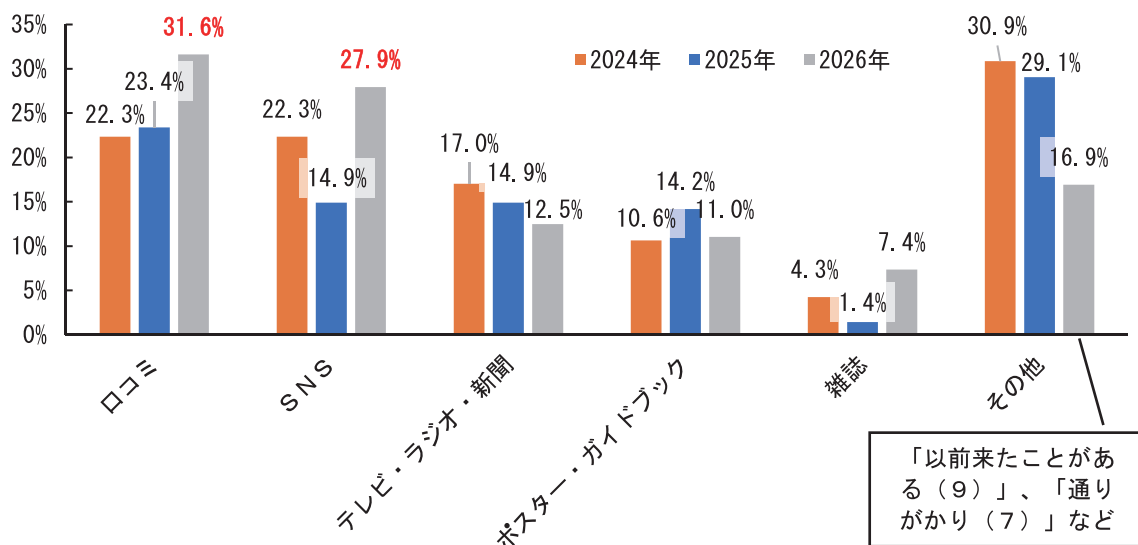
加えて、県外来場者が土佐の「おきゃく」を知ったきっかけとして、「口コミ」が31.6%、「SNS」が27.9%と、「テレビ・ラジオ・新聞」の割合（12.5%）を大きく上回っており、自然な情報拡散が県

外誘客の主要チャネルとなっていることが伺える（図表－17）。

特に Instagram においては、土佐の食文化・よさこい踊り・皿鉢料理など「映える」コンテンツが多く、また各イベントを紹介する投稿を積極的に行ったことで、土佐の「おきゃく」2026に関する投稿に対するエンゲージメント数¹の平均は184と、前年比約2.3倍に増加した（図表－18）。

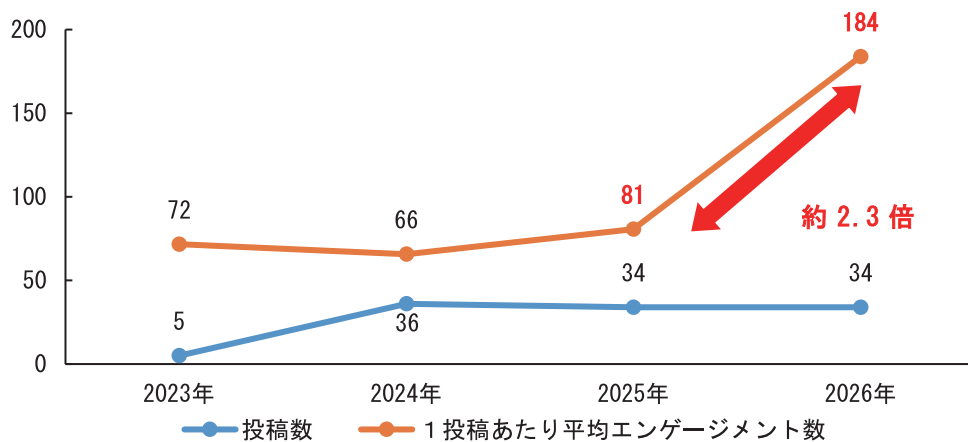
これらを踏まえると、公式HPや口コミ・SNSを通じた継続的な情報発信により、土佐の「おきゃく」の認知度は県外においても着実に向上しており、リピーターの定着と新規県外客の誘客の両面に貢献していると考えられる。

図表－17 土佐の「おきゃく」を何で知ったか（県外客のみ、複数回答）



（注）来場者アンケートより抜粋（詳細版は後述の参考資料に掲載）

図表－18 公式 Instagram の投稿数（注）・1投稿あたり平均エンゲージメント数



（注）各年1月～土佐の「おきゃく」終了日までの投稿数

¹ 投稿に対するユーザーの反応（いいね、コメント、保存、シェアなど）の数。エンゲージメント数が高いほどユーザーの関心を引いている可能性が高い。

8. おわりに

土佐の「おきゃく」2026は、来場者数・一人当たり観光消費額・経済波及効果の全ての項目において過去最高を更新し、高知県の早春を代表する一大イベントとしての地位をさらに確固たるものとした。次回20回目の節目となる土佐の「おきゃく」2027を迎えるに当たり、この成果を一過性のものに終わらせず、持続的な観光振興へとつなげるために、以下の方策について検討が必要となる。

（１）県外宿泊客に向けた魅力的な宿泊プランの造成

消費単価の高い県外宿泊客のさらなる取り込みに向け、「土佐のお座敷体験」「土佐の酒肴」など旅館・ホテルを舞台とした体験型イベントと宿泊をセットにした旅行商品の造成が有効である。現状、これらのイベントについて県外客へのPRが十分でないことが事業者の課題として挙げられており、旅行会社・OTA（オンライン旅行代理店）との連携強化や、SNSを活用した体験コンテンツの積極的な発信が求められる。

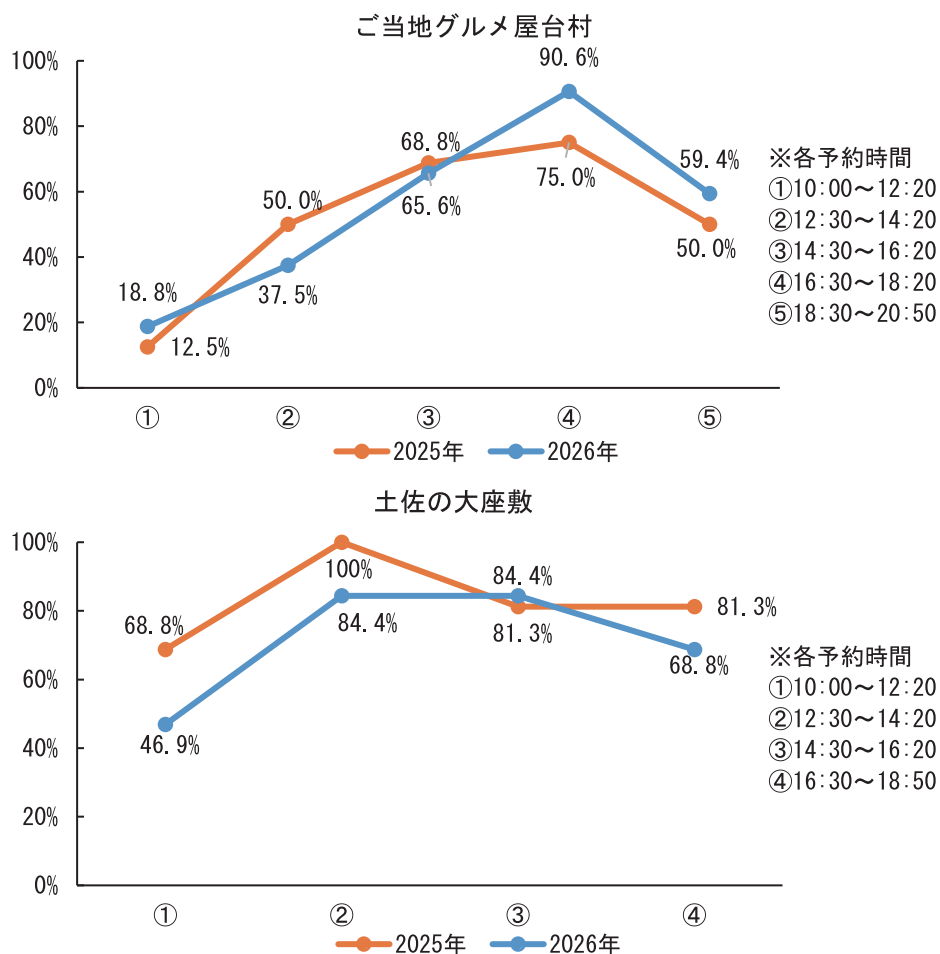
（２）多様な協賛メニューの整備などによる安定的な運営基盤の確立

イベントの継続・拡充には安定した運営資金の確保が不可欠である。企業規模や業種に応じた多様な協賛メニューを整備することは、協賛者の裾野を広げ、地域経済界全体での「おきゃく」支援の機運を高めることができる。同時に、特定スポンサーへの依存度を低減することにも繋がると考えられる。

例えば、来場者からはリユースカップの売り切れに対する意見があった。この対策として、当日販売のみであるリユースカップ&カップホルダーをクラウドファンディングのような個人向け協賛の特典とすることで、来場者が事前に確保できるようになる。

また、2025年より導入した有料席も、時間帯によって稼働率にばらつきがあるため、稼働率向上に向けた価格設定の見直しも検討に値する（[図表－19](#)）。

図表-19 東洋電化中央公園の有料席の時間帯別稼働率



(注1) いずれも開催2日間の平均値

(注2) 各時間帯のテーブル数は、2025年：8席、2026年：16席

(3) 県内広域への「おきゃく」効果の波及

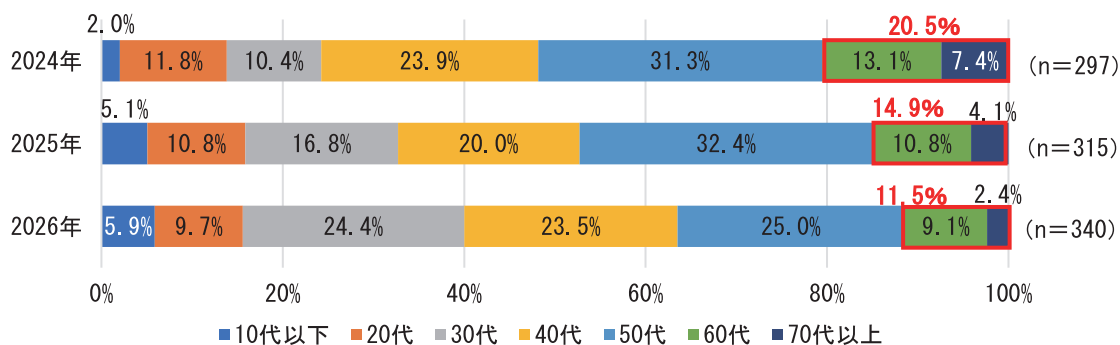
安芸市「シン・安芸のおきゃく」や鉄道を活用した「アテンダント特別企画」など、高知市中心部以外へのイベント展開は、県内広域への経済波及という観点から高く評価できる。今後も県内各地域と連携した分散型イベントの拡充を図ることで、高知県全体の観光底上げにつなげることが期待される。

土佐の「おきゃく」が持つ「誰でも気さくに参加できる」という本質的な魅力を守りながら、時代に合った情報発信と受入環境の整備を継続することで、高知県の観光振興と地域経済の活性化に一層貢献することが期待される。

【参考資料】 来場者アンケート調査結果²

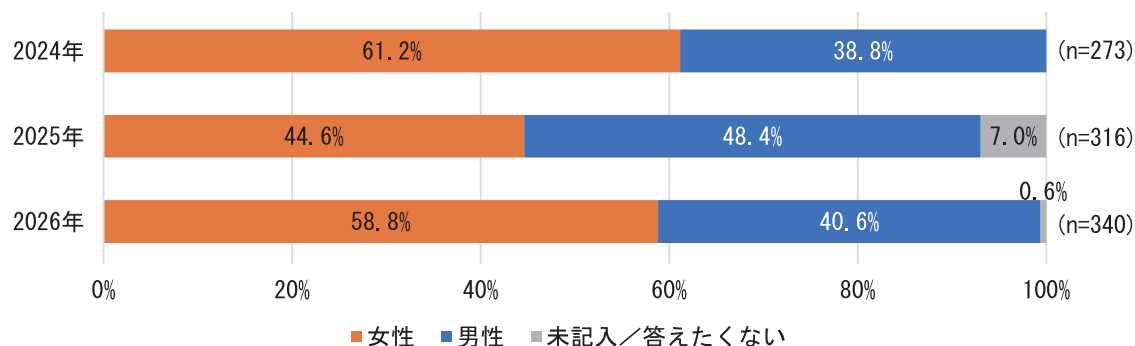
(1) 年齢

土佐の「おきゃく」2026来場者の年齢は、「50代」が25.0%と最も多く、次いで「30代（24.4%）」、「40代（23.5%）」となった。「30代」の来場者の割合が前年比+7.6%と大幅に増加している一方、「60代」・「70代以上」の割合は3年連続で減少している。



(2) 性別

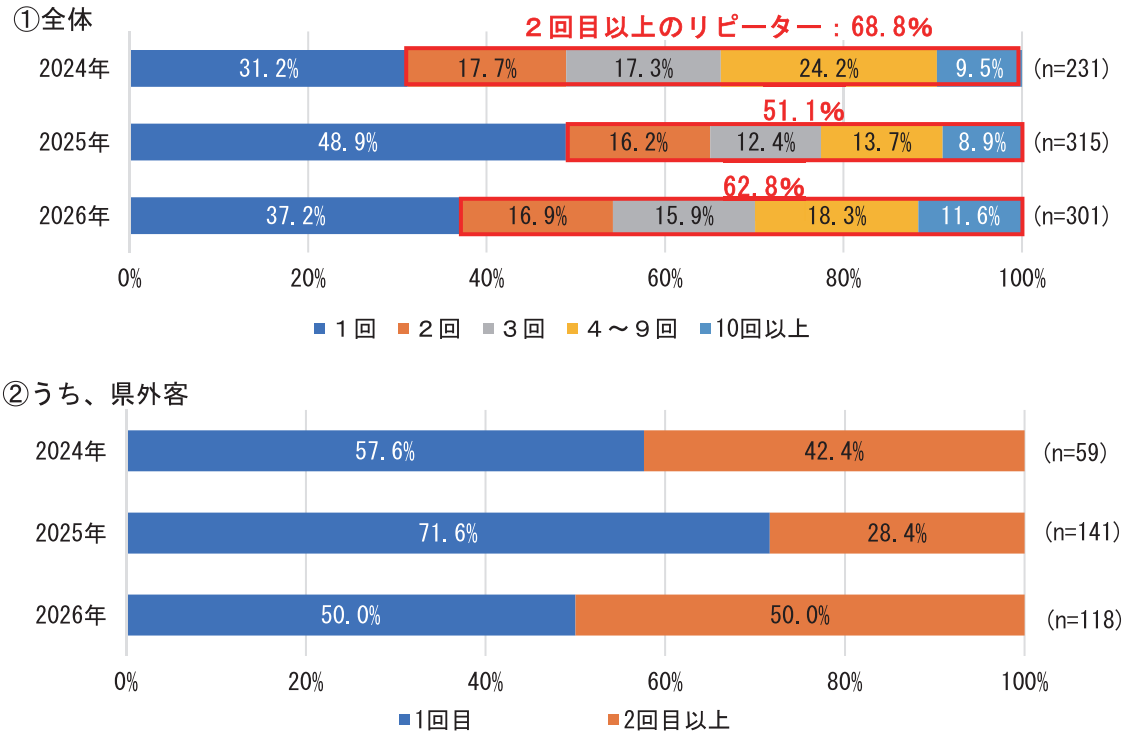
来場者の性別は、「女性」が58.8%、「男性」が40.6%となり、女性の参加者が男性を大きく上回った。



² 構成比は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計値は必ずしも100%とにならない。

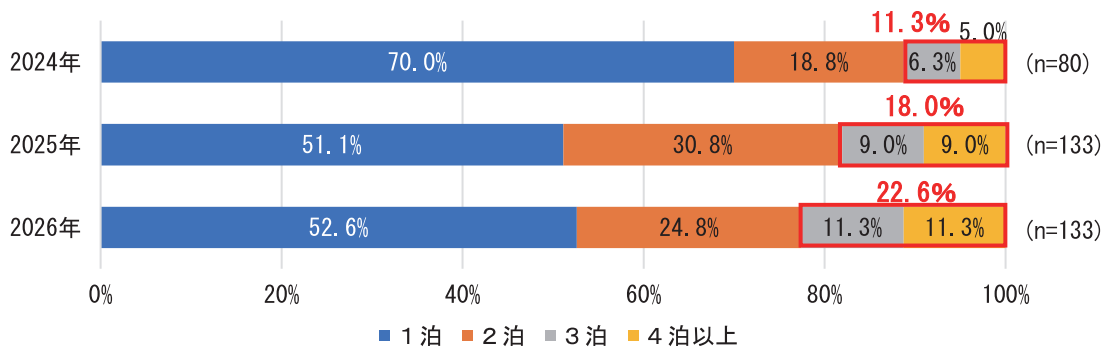
(3) 何回目の参加か

これまでに、土佐の「おきゃく」に何回参加したかを尋ねたところ、「1回」が37.2%で最も多くなった。また、2回目以上参加した県外客の割合は50.0%となり、前回よりリピーターの割合が大きく増加した。



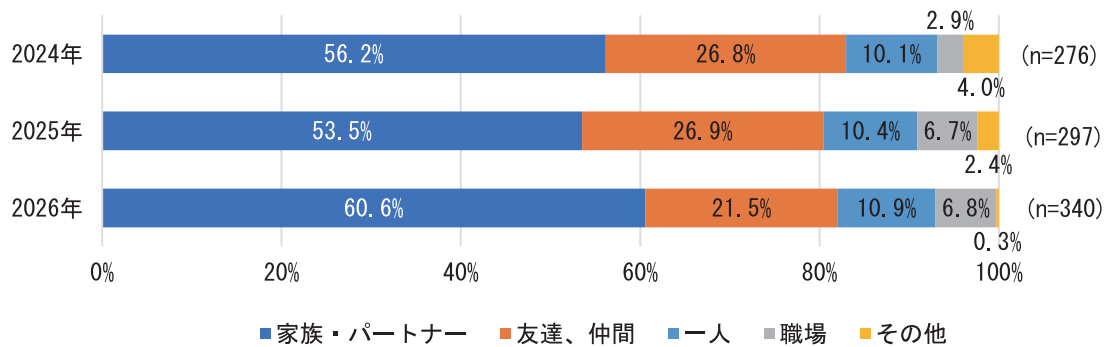
(4) 宿泊日数（宿泊者のみ）

宿泊者に対し宿泊日数を尋ねたところ、「1泊」が52.6%と半数を占め、次いで「2泊」が24.8%となった。「3泊」以上の長期滞在者の割合は22.6%（2024年：11.3%）と2024年比で約2倍に増加している。



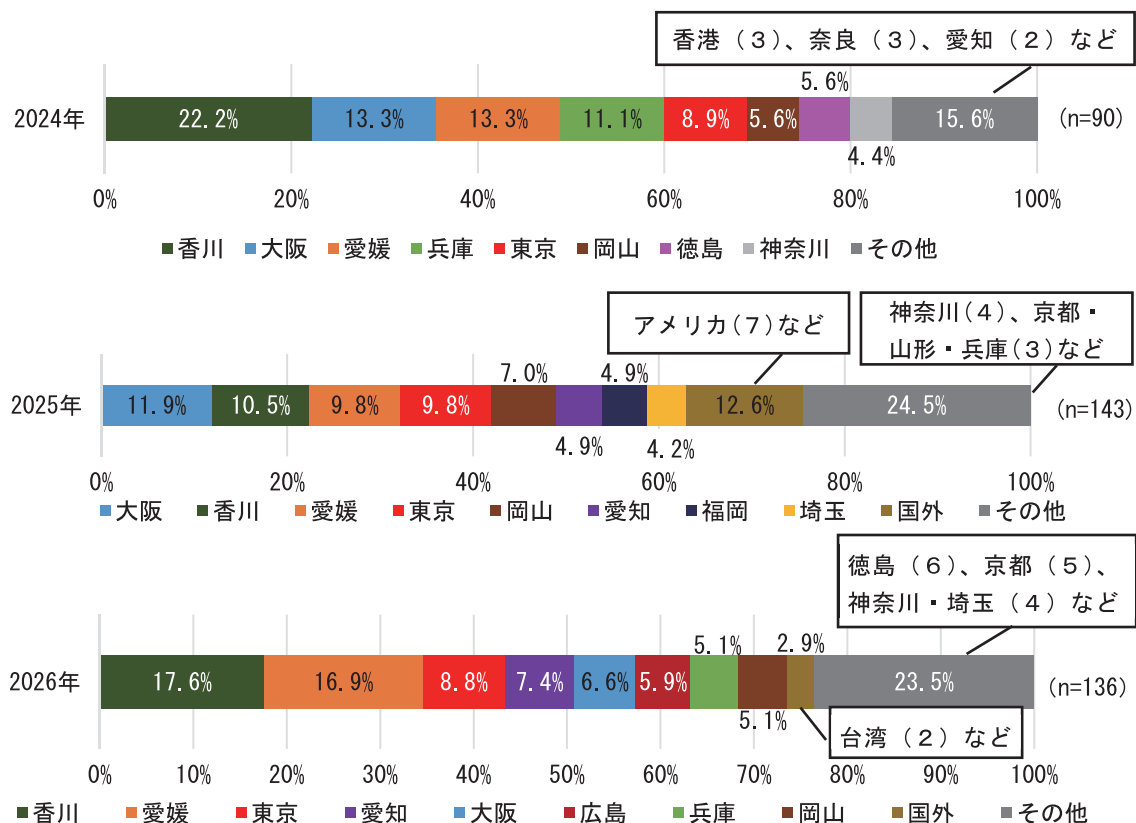
(5) 同行者の属性

同行者の属性について尋ねたところ、「家族・パートナー」と来場した人が全体の60.6%を占め、次いで「友達、仲間」が21.5%、「一人」が10.9%となった。来場者総数が前年比3割以上増加する中、例年「一人」の来場者が全体の1割を占めている。



(6) 出発地

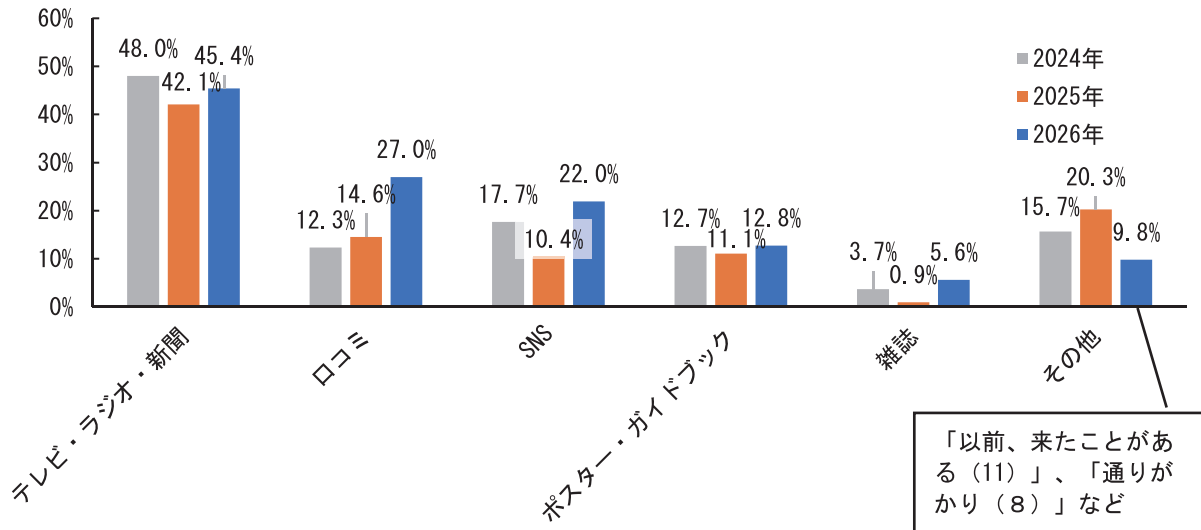
県外観光客に対し出発地を尋ねたところ、香川県が17.6%と最も多くなり、次いで愛媛県(16.9%)、東京都(8.8%)となった。2025年と比較して香川県や愛媛県といった近隣からの来訪が大幅に増加しているものの、なお全国各地から来訪しており、インバウンドの来場者も一定数みられた。関西圏・首都圏・インバウンドなど遠方からの来訪者のさらなる取り込みに向け、今後も情報発信やインバウンドに向けた多言語化・キャッシュレス対応を継続して行うことで、更なる観光客の入込が期待される。



(7)

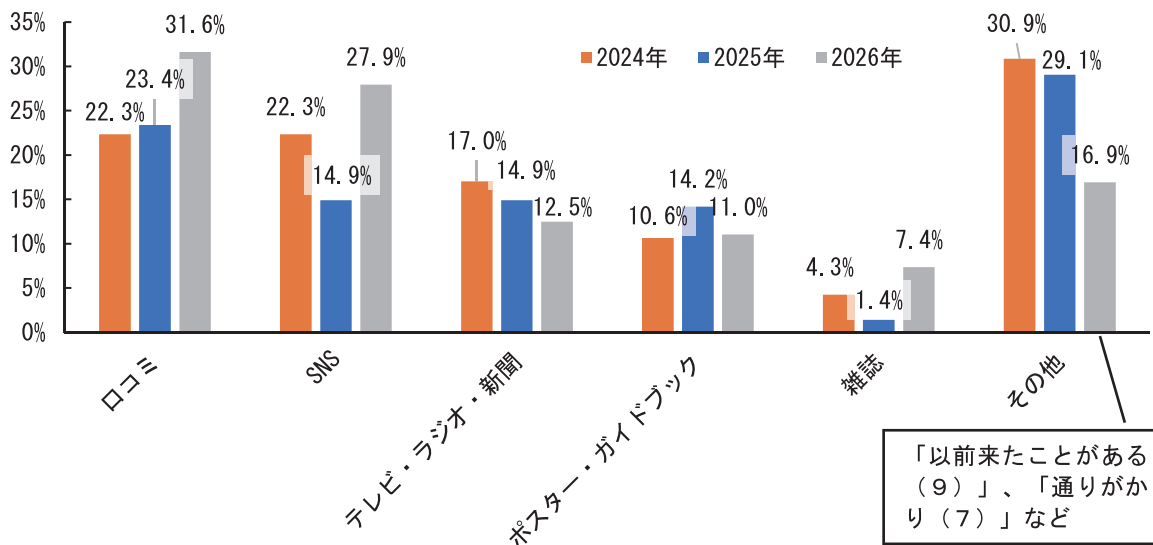
①何で知ったか（複数回答）

土佐の「おきゃく」を何で知ったかについて尋ねたところ、「テレビ・ラジオ・新聞」が45.4%と最も大きくなった。土佐の「おきゃく」参加者の大多数を県内客が占めることから、例年「テレビ・ラジオ・新聞」の割合が一番多くなっている。



②何で知ったか（県外客のみ、複数回答）

県外客については、「口コミ」が31.6%、「SNS」が27.9%、「テレビ・ラジオ・新聞」が12.5%となった。知人・友人などからの純粋な「口コミ」による来場者が多く、土佐の「おきゃく」の満足度の高さが、新たな県外客を呼び込む要因となっていると推察される。また、「その他」の項目では、「以前来たことがある」という回答数も一定みられた。





セキ S E C I モデル

1. セキ S E C I モデルとは

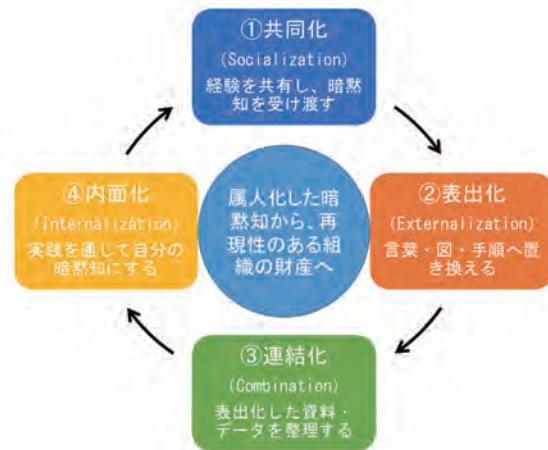
熟練者の判断や段取り、顧客対応、あるいは異常の予兆を見抜く感覚は、本人が自然に行っているがゆえに、言葉やマニュアルだけでは伝わりにくいものです。こうした、経験や勘に根ざした言語化しにくい知識のことを「暗黙知」と呼びます。

企業の競争力は、設備や資金だけでなく、現場に蓄積された暗黙知にも支えられています。しかしながら、近年さらに人手不足が深刻化する中、担当者が固定化し、作業が属人化してしまうと、異動や休職・転職などで担当者がいなくなった際、業務が遂行できなくなるリスクが生じます。

こうしたリスクを排除し、組織が持続的に成長するためには、個人の「暗黙知」を誰もが再現できる「形式知」に変換し、組織全体の資産として共有する仕組みが必要です。その仕組みの一つが、経営学者の野中郁次郎氏らが提唱した「S E C I モデル」になります。

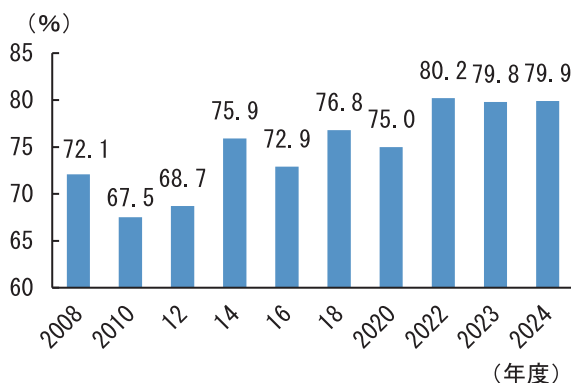
厚生労働省の調査によると、能力開発や人材育成に何らかの問題がある事業所は全体の79.9%を占め、近年高止まりの傾向にあります。また、問題点の内訳については、「指導する人材が不足している」が59.5%、「人材を育成しても辞めてしまう」が54.7%、「人材育成を行う時間がない」が47.4%となっています。これらのデータは、人材育成の担い手不足・時間不足・定着率の低さという複合的な課題を示しており、従来のようにベテランの善意や口頭指導だけに頼る育成方法では対応が難しくなっていることを示唆しています。

▼「S E C I モデル」の概要

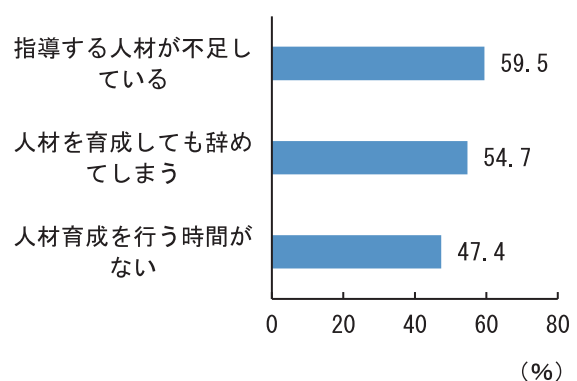


出所：野中郁次郎・竹内弘高（2020）「知識創造企業 新装版」をもとに、四銀地域経済研究所作成

▼人材育成に関する問題がある事業所（推移）



▼人材育成に関する問題点の内訳（複数回答）



出所：厚生労働省「令和6年度 能力開発基本調査」をもとに四銀地域経済研究所作成

2. ^セ ^キ S E C I モデルの実践

一般的な業務引継の方法として、「マニュアル整備」や「O J T」が挙げられます。これらは手順の伝達には有効ですが、多くの場合「なぜその判断をするのか」などといった熟練者の経験や感覚まで網羅されていません。

熟練者の暗黙知を引き継ぎ、新任者でも一定の水準以上を維持していくためには、次のような手順で^セ ^キ S E C I モデルを実践していくことが重要です。

①共同化 (Socialization)

共同化は、まだマニュアル化されていない熟練者の判断のコツや着眼点などを、同じ現場での経験を通じて受け渡す段階です。同行訪問やO J T、案件後の振り返りなどを計画的に実施します。その際、「なぜ今その判断をしたのか」「どこを見て異常に気付いたのか」「顧客の反応で何を読み取ったのか」などをその場で質問し、写真や動画、メモなどで記録しておきます。引継では手順書やマニュアルだけで終えず、実際の画面や現場と一緒に共有しながら説明することで、経験が共有されやすくなります。

②表出化 (Externalization)

表出化は、①共同化で受け取った暗黙知を、言葉、図、チェック項目、FAQなどの形に翻訳する（形式知化する）段階です。ここでは、長い説明文を作るよりも、何を見ればよいか、どう判断すればよいかを見える化することが重要になります。例えば、「うまくいった理由」「失敗を防ぐ観点」「最初に確認すべき条件」を書き出すだけでも、個人の経験は再利用可能な知識に近づきます。

③連結化 (Combination)

連結化は、②表出化された複数の知識を集め、整理し、組み合わせることで、より使いやすい体系へ編み直す段階です。部署ごとにバラバラだった手順を統合して共通のFAQを作成したり、似た案件の報告書をまとめて標準的な対応手順にまとめたりする作業がこれにあたります。表出化された知識も、バラバラに蓄積されているだけでは活用されません。探しやすい形に整えられて初めて力を持ちます。

④内面化 (Internalization)

内面化は、整理された知識を実際の仕事で使い、自分の判断や行動として身につける段階です。新しいマニュアルやテンプレートは周知するだけでは定着しません。まず、実際に使ってみて、「手順通りでは不足している点」、「顧客や現場の反応」、「次に直すべき点」などを都度記録します。そして自分の経験に基づいて少しずつ修正・調整していくことで、形式知は現場で使える個人の暗黙知へと変わります。この暗黙知を再び①共同化や②表出化によって共有していくことで、マニュアルは固定された規則ではなく、現場の学習を反映して進化する資産となります。

^セ ^キ S E C I モデルは、今まで行ってきた引継、O J T、マニュアル整備などに、①～④のプロセスの視点を加えることで取り入れることができます。重要なのは、経験を共有して終わるのではなく、言語化し、整理し、実際に使って自分のものにしていくプロセスを一つの流れにして設計することです。本稿を参考に、自身の職場では^セ ^キ S E C I モデルのどの段階で循環が止まっているかを点検すると、改善点が見えやすくなります。

<参考文献>

野中郁次郎・竹内弘高（2020）「知識創造企業 新装版」東洋経済新報社
厚生労働省「令和6年度 能力開発基本調査」



経済・産業を読み解く！ピックアップ Short！レポート Vol. 6

続・香川県の経済 ～2020年産業連関表より～

四国銀行 地域創生部（四銀地域経済研究所 特別研究員）多賀 弘顕

四国銀行/四銀地域経済研究所は、これまで県民経済計算や産業連関表といったデータに基づいて、高知県をはじめとした四国4県の経済を分析してきた。ただ、産業連関表については5年ごとの作成であること等もあり、前回の分析（2026年1月号掲載「ピックアップレポート Vol. 4 香川県の経済」）で使ったのは、およそ10年前の2015年産業連関表だった。

このほど、香川県から2020年産業連関表が公表されたため、改めて直近（といっても5年前になるが）の香川県経済の状況とその変化を概観してみたい。2020年はコロナ禍が始まった年であるため、飲食、宿泊、小売といった観光関連産業を中心としてその影響がみられるが、2015年からの5年間は、有力産業の盛衰などの変化がみられ、今後の香川県経済の「目指す姿」を考えるうえで重要なヒントになるだろう。

目次

1. 産業連関表からみた香川県経済
2. 一人当たり生産額等の推移
3. 主要産業の変化
4. 粗付加価値額
5. 外貨獲得産業の変化
6. 香川県経済の総括

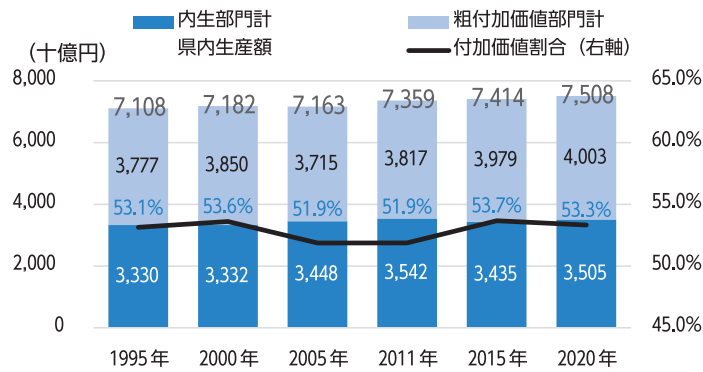
1. 産業連関表からみた香川県経済

香川県の県内生産額は徐々に増加しており、2020年の生産額は7兆5,083億円（2015年比で+1.3%）となった。内訳をみると、内生部門が3.5兆円前後で推移している一方で、粗付加価値額が増加傾向にあり、2020年には初めて4兆円を超えた。粗付加価値額の中身をみると、雇用者所得が減少して営業余剰が増加、それに伴って雇用者所得の割合は低下している。雇用構造の変化（非正規雇用の増加による人件費の低下）などが要因として考えられる。

域際収支をみると、移輸出、移輸入ともに増加傾向にあるが、2020年には移輸入が大きく伸びたことから、域際赤字が1,600億円を超えた。香川県は四国で唯一、域際収支が拮抗していたが、近年は域際収支が徐々に悪化傾向にある。

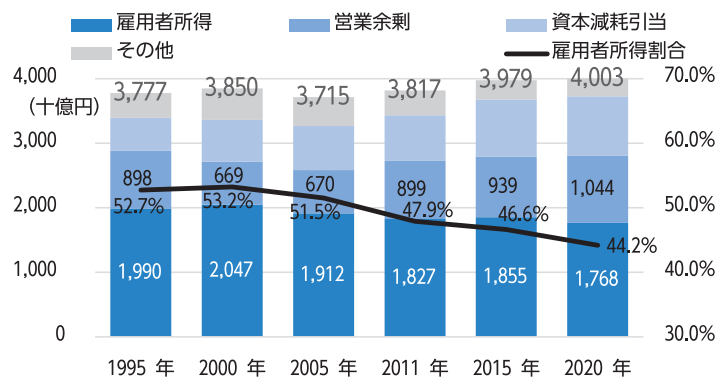
図表－１ 香川県の県内生産額、粗付加価値額、域際収支の推移

①県内生産額の推移



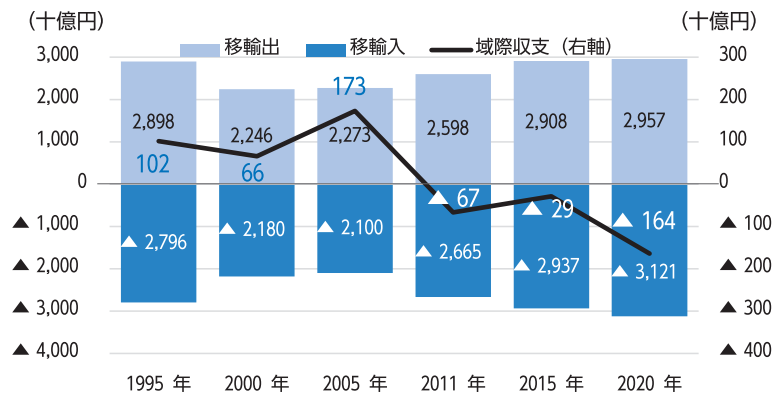
(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

②粗付加価値額の推移



(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

③域際収支の推移



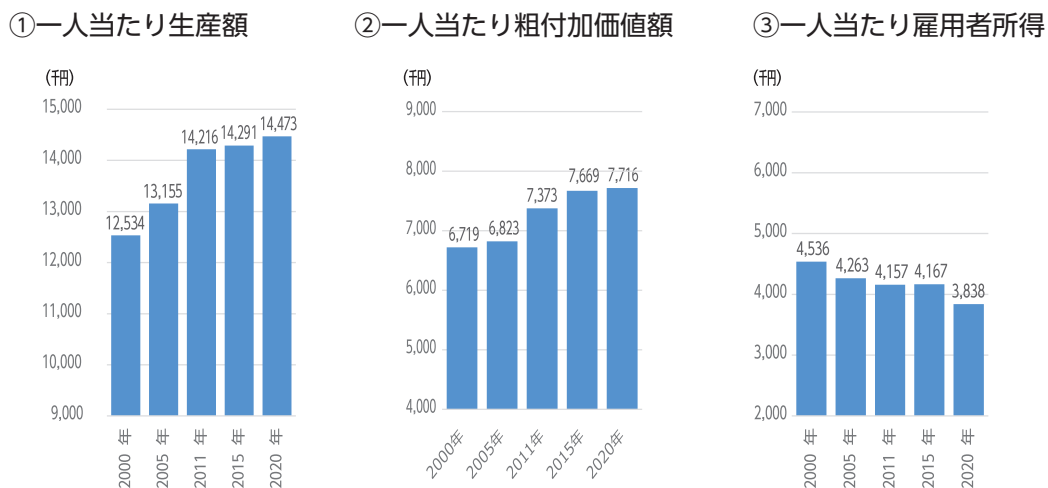
(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

2. 一人当たり生産額等の推移

一人当たり生産額と一人当たり粗付加価値額は年々増加しており、生産性が向上し続けているのが見て取れる。しかし、一人当たり雇用者所得は年々低下している。このレポートの作成時点で高知県、徳島県は2020年産業連関表が公表されていない状況ではあるが、他県では多少の増減はありこそすれ、このような状況はみられない。

前ページで記載したとおり、粗付加価値額に占める雇用者所得への分配割合は、2000年には53%だったのが2020年には44%まで低下し、かわって営業余剰への分配割合が上昇した。企業収益を確保することは重要である一方、雇用者に十分な報酬が分配されなくなると、今後の労働者の労働意欲や就労の動機づけの低下につながりかねないことは懸念される。

図表－2 一人当たりの生産額、粗付加価値額、雇用者所得



(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

3. 主要産業の変化

「主要産業」について、一般的には付加価値（GDP）を指標とすることが多いが、ここでは産業連関表における「県内生産額」を指標として主要産業の動向を見てみよう。

産業連関表の統合中分類（108部門）のうち、県内生産額が大きい10業種は以下の通りである。生産額では「商業」が最も大きく、7,000億円超と突出している。以下、「医療」や「非鉄金属精錬・精製」、「住宅賃貸料（帰属家賃）」¹、「食料品」といった産業が上位に並んでおり、年ごとに順位の変動はあれど、これらのラインナップは基本的に大きくは変わっていない。

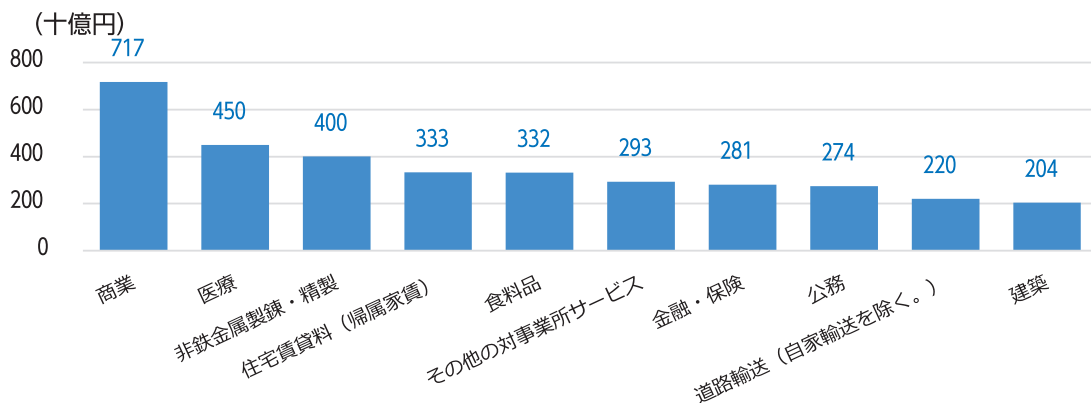
近年の変化としては、「医療」の存在感が年々増していることがあげられる。2005年までは「保健衛

¹「帰属計算」は国民・県民経済計算特有の概念で、実際には市場でその対価の受け払いが行われていないにもかかわらず、あたかも行われたかのようにみなして擬制的に取引計算を行うことをいう。「帰属家賃」とは、自己が所有する住宅に居住した場合、家賃の支払いは発生しないものの、通常の借家や借間と同様のサービスが生産され、消費されるものと仮定して、それを一般の市場価格で評価したもの。

生」との合算だったため上位にあったが、「保健衛生」と分けられた2011年以降も生産額の増加傾向が顕著である。また、「その他の対事業所サービス」が上位に上がってきていること、「建築」の順位が年々低下傾向にあること、「石油製品」が2015年以降は上位10業種からなくなっていること等も近年の特徴としてあげられる。「その他の対事業所サービス」には「法務・財務・会計サービス」や「労働者派遣」、「ビルメンテナンス」「警備業」など多種多様な業種が含まれることから、産業の多様化に加え、企業活動における「選択と集中」（付随業務の外注化）に伴って新たな事業所向けサービスが生まれるなどして市場が拡大したものと考えられる。

上位10業種が全体の生産額に占める割合は、2011年に一時的に50%を超えたものの、概ね47%前後で推移している。

図表－3 産業別県内生産額上位10業種（2020年）



(出所) 香川県「2020年産業連関表」

図表－4 香川県における主要産業の変化

	2000年	2005年	2011年	2015年	2020年
1位	商業	商業	商業	商業	商業
2位	住宅賃貸料(帰属家賃)	医療・保健	石油製品	非鉄金属製錬・精製	医療
3位	食料品	石油製品	住宅賃貸料 (帰属家賃)	医療	非鉄金属製錬・精製
4位	医療・保健	住宅賃貸料(帰属家賃)	非鉄金属製錬・精製	住宅賃貸料 (帰属家賃)	住宅賃貸料 (帰属家賃)
5位	建築	金融・保険	医療	食料品	食料品
6位	金融・保険	食料品	食料品	金融・保険	その他の対事業所サービス
7位	公務	建築	船舶・同修理	その他の対事業所サービス	金融・保険
8位	石油製品	公務	公務	公務	公務
9位	教育	道路輸送 (除自家輸送)	金融・保険	建築	道路輸送 (自家輸送を除く。)
10位	通信	非鉄金属製錬・精製	建築	船舶・同修理	建築
全生産額に占める割合	43.4%	46.6%	50.1%	47.6%	46.7%

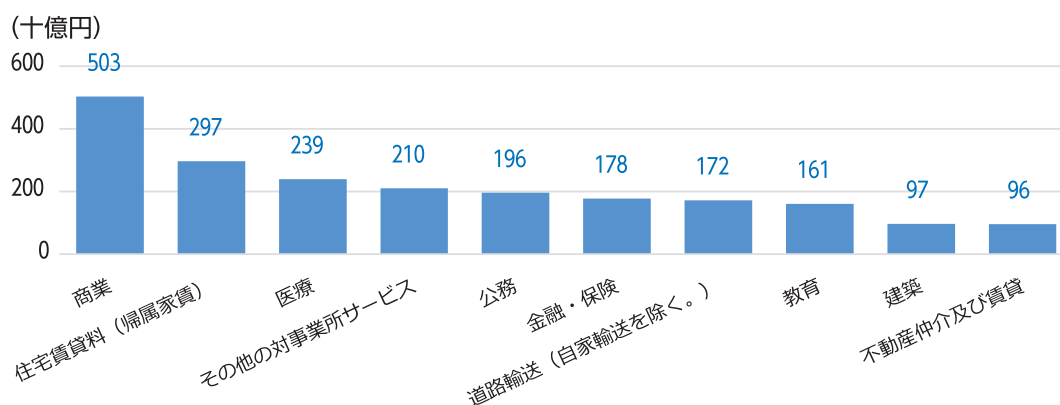
(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

4. 粗付加価値額

粗付加価値額に着目すると、こちらも最も大きいのは「商業」である。第2位につけている「住宅賃貸料（帰属家賃）」は実体経済とは異質なことを考えると、産業としては「医療」、「その他の対事業所サービス」、「公務」、「金融・保険」などが多くの付加価値を生み出している。また、粗付加価値額の面でも「その他の対事業所サービス」は年々順位が上昇してきており、近年の香川県における主要産業の一角としての存在感を高めている。生産額では「非鉄金属精錬・精製」や「食料品」といった製造業が上位に入っていたが、直近の粗付加価値額では、9位に「建築」が入っている以外はすべて第三次産業となっている。製造業は中間投入が多く、粗付加価値額は小さくなる傾向にあるが、香川県経済におけるサービス産業の存在感が大きいことがよくわかる。

これら上位10業種の粗付加価値額が全体に占める割合は54～56%程度となっており、生産額に占める同割合と比較すると、付加価値の面では主要産業の存在感がさらに大きくなっている。

図表－5 産業別粗付加価値上位10業種（2020年）



（出所）香川県「2020年産業連関表」

図表－6 香川県の粗付加価値額上位10業種の推移

	2000年	2005年	2011年	2015年	2020年
1位	商業	商業	商業	商業	商業
2位	住宅賃貸料(帰属家賃)	住宅賃貸料(帰属家賃)	住宅賃貸料(帰属家賃)	住宅賃貸料(帰属家賃)	住宅賃貸料(帰属家賃)
3位	公務	金融・保険	医療	医療	医療
4位	医療・保健	医療・保健	公務	その他の対事業所サービス	その他の対事業所サービス
5位	教育	公務	金融・保険	金融・保険	公務
6位	金融・保険	教育	石油製品	公務	金融・保険
7位	建築	道路輸送（除自家輸送）	その他の対事業所サービス	教育	道路輸送（除自家輸送）
8位	道路輸送	建築	教育	道路輸送（除自家輸送）	教育
9位	食料品	その他の対事業所サービス	道路輸送（除自家輸送）	非鉄金属製錬・精製	建築
10位	その他の対事業所サービス	石油製品	非鉄金属製錬・精製	建築	不動産仲介及び賃貸
全付加価値額に占める割合	51.6%	56.2%	56.1%	55.1%	53.7%

（出所）香川県産業連関表から四国銀行作成

5. 外貨獲得産業の変化

2020年に最も多くの外貨を稼いだのは「商業」であったが、商業は移輸入額も大きいため、純移輸出額としては「非鉄金属精錬・精製」に続く2番目であった。他県では「商業」は域際赤字であることが多いことを考えると、香川県の「商都」としての機能の高さが維持されていることがわかる。

なお、商業は域際収支が若干ながら改善されているのに対し、非鉄金属精錬・精製は域際収支が790億円ほど悪化している。純移輸出額としては3番目の「船舶・同修理」も600億円ほど域際収支が悪化しているほか、「食料品」で239億円、「はん用機械」で107億円など、外貨獲得の主力産業のうち、域際収支が悪化しているのは製造業が多い。これら4業種だけでも域際収支が1,739億円悪化しており、県全体の域際収支を悪化させる大きな要因となっている。

図表－7 2020年の外貨獲得産業

(単位：百万円)

	移輸出額	移輸入額	域際収支	2015年比 (域際収支)
商業	553,127	▲421,478	131,649	+6,115
非鉄金属精錬・精製	405,244	▲104,660	300,584	▲79,025
食料品	268,850	▲222,061	46,789	▲23,866
船舶・同修理	154,177	▲26,859	127,318	▲60,296
プラスチック製品	105,553	▲72,886	32,667	+25,337
紙加工品	96,212	▲18,655	77,557	+3,543
生産用機械	86,951	▲61,422	25,529	▲2,929
石炭製品	84,263	▲4,260	80,003	+2,797
産業用電気機械	77,307	▲26,866	50,441	▲1,862
はん用機械	74,486	▲53,388	21,098	▲10,718
合計	2,957,076	▲3,121,122	▲164,046	▲135,014

(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

下図は純移輸出額ベースでみた、外貨獲得産業上位10業種の推移である。20年以上にわたって外貨を稼いでいる産業として「非鉄金属精錬・精製」や「船舶・同修理」、「石炭製品」、「紙加工品」、「食料品」などが並んでいるが、近年の大きな特徴として「商業」が有力な外貨獲得産業になってきていることがあげられる。

図表－8 外貨獲得産業（純移輸出額ベース）の推移

	2000年	2005年	2011年	2015年	2020年
1	船舶・同修理	非鉄金属製錬・精製	非鉄金属製錬・精製	非鉄金属製錬・精製	非鉄金属製錬・精製
2	非鉄金属製錬・精製	石油製品	船舶・同修理	船舶・同修理	商業
3	建設・建築用金属製品	船舶・同修理	石油製品	商業	船舶・同修理
4	石油製品	石炭製品	石炭製品	石炭製品	石炭製品
5	食料品	食料品	紙加工品	紙加工品	紙加工品
6	紙加工品	紙加工品	食料品	食料品	産業用電気機器
7	たばこ	建設・建築用金属製品	建設・建築用金属製品	産業用電気機器	食料品
8	重電機器	通信	産業用電気機器	はん用機械	建設・建築用金属製品
9	石炭製品	無機化学工業製品	その他の窯業・土石製品	生産用機械	プラスチック製品
10	その他の窯業・土石製品	製材・木製品	住宅賃貸料（帰属家賃）	無機化学工業製品	その他の窯業・土石製品

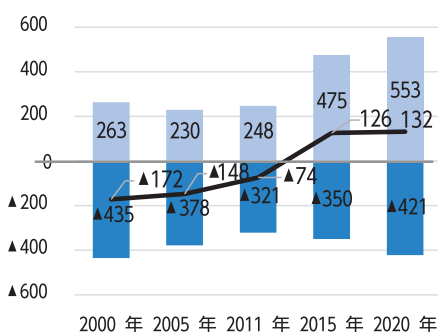
(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

商業は2011年までは域際赤字の産業だったが、2015年には移輸出が大きく伸びたことで域際黒字に転換した。同年には飲食サービスや宿泊業の移輸出額も大きく伸びており、この時期に観光産業に大きな変化があったことが伺える。2020年はコロナ禍が始まった年であったものの、商業はさらに移輸出が増加し、若干ながら域際黒字も拡大している。香川県においては、商業が外貨獲得産業として定着したと言えるだろう。

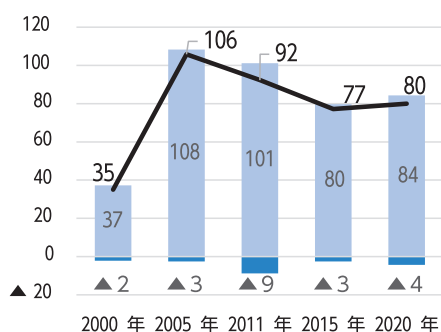
図表－9 外貨獲得産業（純移輸出額ベース）域際収支の推移

①商業 ②石炭製品

(十億円) ■ 移輸出

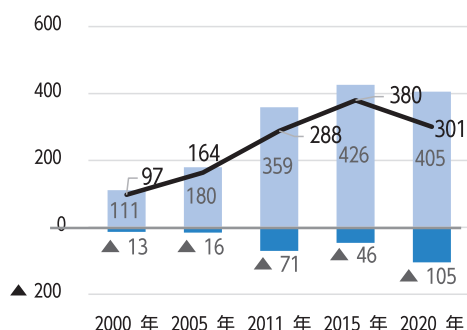


(十億円) ■ 移輸出

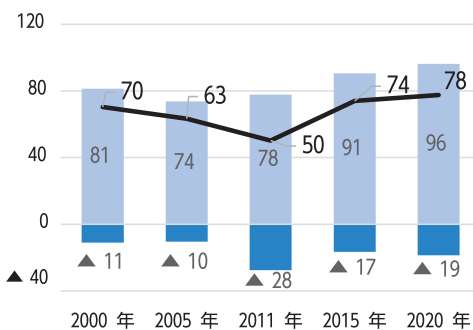


③非鉄金属精錬・精製 ④紙加工品

(十億円) ■ 移輸出

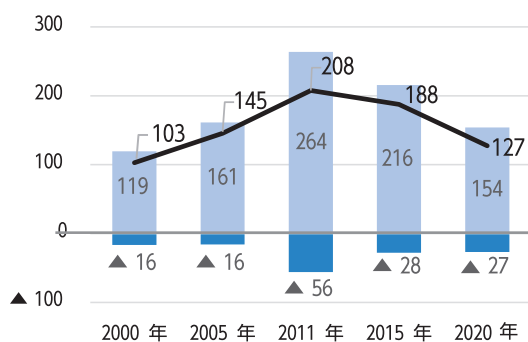


(十億円) ■ 移輸出

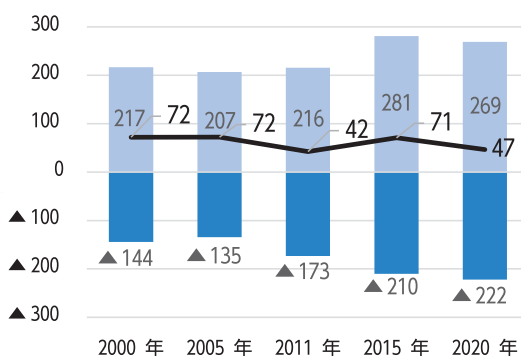


⑤船舶・同修理 ⑥食料品

(十億円) ■ 移輸出



(十億円) ■ 移輸出



(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

赤字産業についてしてみると、「その他の鉱業」「石油・原油・天然ガス」といった鉱業、「石油製品」「乗用車」「通信・映像・音響機器」「医薬品」「鋼材」「飲料」といった製造業が多い。

サービス産業でも、「情報サービス」や「研究」といった産業が赤字となっている。情報サービスに関しては、2011年の都道府県間産業連関表（ただし31部門表における「情報サービス・映像音声文字情報製作業」）によると、東京都からの移入が移入額全体の約80%を占めており、東京依存の傾向が顕著な産業である。

2015年比でみると、「石油・原油・天然ガス」や「石油製品」、「鋼材」の赤字幅が縮小した一方で、「情報サービス」は552億円、「医薬品」は438億円、「研究」でも337億円、それぞれ収支が悪化している。

自立した経済を志向するうえでは、域外から外貨を稼ぎ、域内での資金循環を強化することで付加価値（≒所得）を高めていくことが理想的である。石油化学などの素材系産業や乗用車の製造は「装置産業」でもあり多額の投資が必要なため、県内で新たに産業として育成していくことは簡単ではない。「情報サービス」や「研究」は今後の経済発展に向け重要な産業であると考えられるが、域外、特に首都圏の機能に頼っている部分が多いことから、これら産業の育成を図っていく必要があるだろう。

図表－10 2020年の赤字産業

(単位：百万円)

	移輸出額	移輸入額	域際収支	2015年比 (域際収支)
飲料	672	▲46,991	▲46,319	▲1,776
鋼材	21,257	▲69,568	▲48,311	22,287
医薬品	64,034	▲117,776	▲53,742	▲43,790
通信・映像・音響機器	134	▲68,556	▲68,422	▲2,867
乗用車	0	▲76,757	▲76,757	▲3,783
研究	3,865	▲84,353	▲80,488	▲33,661
石油・原油・天然ガス	0	▲93,518	▲93,518	24,961
石油製品	300	▲102,406	▲102,106	23,826
情報サービス	4,262	▲119,830	▲115,568	▲55,165
その他の鉱業	1,246	▲197,177	▲195,931	▲4,822

(出所) 香川県産業連関表から四国銀行作成

図表－11 香川県「情報サービス・映像音声文字情報製作」の移出先・移入元都道府県（2011年）

(百万円)

移出先都道府県		移入元都道府県	
東京都	329	東京都	18,627
神奈川県	138	神奈川県	2,535
埼玉県	89	大阪府	661
大阪府	79	北海道	385
兵庫県	67	埼玉県	223

(出所) 経済産業省「2011年都道府県間作業連関表」

6. 香川県経済の総括

今回、2020年産業連関表の分析によって、香川県経済が中長期的に順調に成長している一方、これまで外貨獲得の主力だった製造業を中心として域際収支が悪化傾向にあることがわかった。このままマネーの流出が増加していくと、県内での資金循環力が弱まり、付加価値（≡所得）の低下につながりかねないことが懸念される。四国他県と同じ課題になってしまうが、既存産業の外貨獲得力の向上と、新たな外貨獲得産業の育成が求められるだろう。

また、雇用者への所得の分配率が低下していることも気がかりだ。粗付加価値額が年々増加するなか、営業余剰（≡企業収益）が増加する一方で雇用者報酬は減少している。企業の収益力が向上していくことは非常に重要だが、労働者への分配が低下しすぎると賃金水準の低下につながり、若者の流出を加速させかねない。今後の香川県の経済、社会を考えたとき、やはり労働者に適正な分配がなされることが重要なのではないだろうか。（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173回 高知県内企業の景況調査

2026年7月

Summary

- 今期（2026年4～6月期）自社業況の総合判断BSIは、全産業で－2となり、前期（2026年1～3月期）－8より6ポイント上昇した。
- 製造業は前期－17より13ポイント上昇し－4、非製造業は前期－4より3ポイント上昇し－1となった。製造業、非製造業ともにマイナス幅は縮小した。
- 来期（2026年7～9月期）は全産業で－12の見通し。製造業は－14、非製造業は－12の見通し。
- 経常利益BSIは、製造業、非製造業ともにマイナス幅は縮小した。
- 物価高騰・中東情勢悪化により、「原材料の仕入価格上昇」や「燃料費やエネルギーコストの上昇」等の影響を大きく受けており、「価格転嫁」や「生産性向上」等への対応が望まれる。

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。
※1922年調査開始、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162/253社（回答率64.0%）
調査方法 電子メール、郵送
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 2026年5月11日～6月10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	10 6.2
	木材・木製品	5 3.1
	製紙	7 4.3
	機械	10 5.2
	窯業・土石	5 3.1
	その他製造	13 8.0
	製造業 計	50 30.9
非製造業	スーパー	6 3.7
	衣料品販売	7 4.3
	飲食料品販売	7 4.3
	自動車販売	6 3.7
	建築資材販売	6 3.7
	石油販売	4 2.5
	その他販売	18 11.1
	運輸・倉庫	7 4.3
	宿泊・飲食	9 5.6
	情報通信	5 3.1
	不動産・物品賃貸	7 4.3
	医療・介護・福祉	4 2.5
	その他サービス	8 4.9
	建設	18 11.1
	非製造業 計	112 69.1
合 計		162 100.0

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	20	12.3
10百万円以上～30百万円未満	69	42.6
30百万円以上～50百万円未満	37	22.8
50百万円以上～100百万円未満	21	13.0
100百万円以上	13	8.0
資本金に該当しない企業	2	1.2
合 計	162	100.0

※資本金に該当しない企業…（学校法人、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	22	13.6
10人～49人	63	38.9
50人～99人	33	20.4
100人～199人	27	16.7
200人以上	17	10.5
合 計	162	100.0

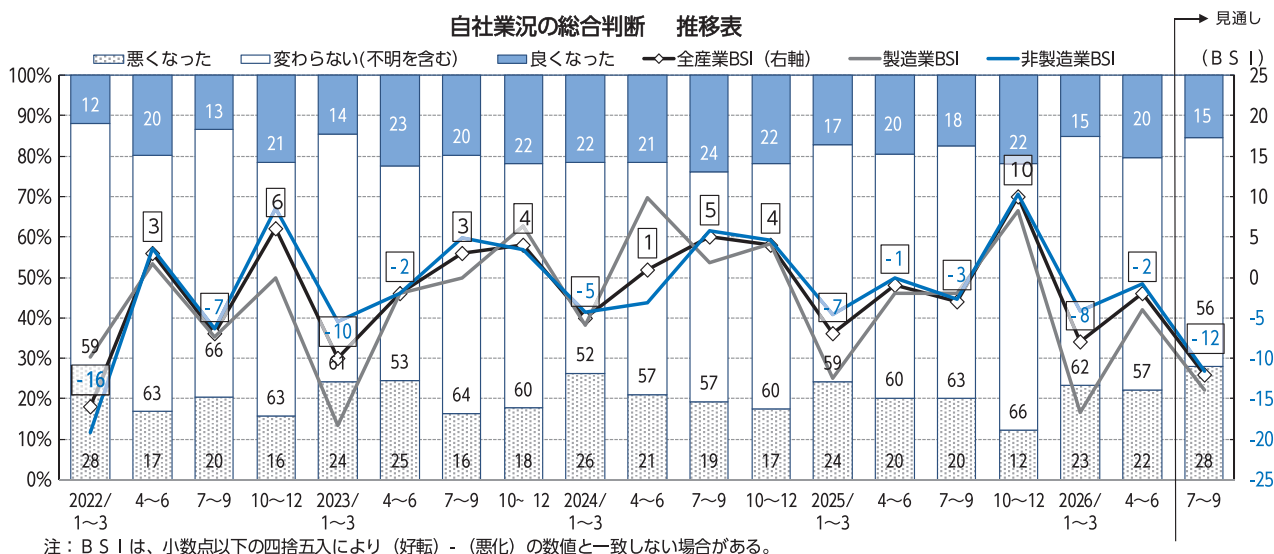
注：小数点第2位以下を四捨五入し、端数処理するため、合計が100%にならない場合がある。

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。

1 2026年4～6月期（今期）見込みと2026年7～9月期（来期）見通し

1. 自社業況の総合判断 B S I



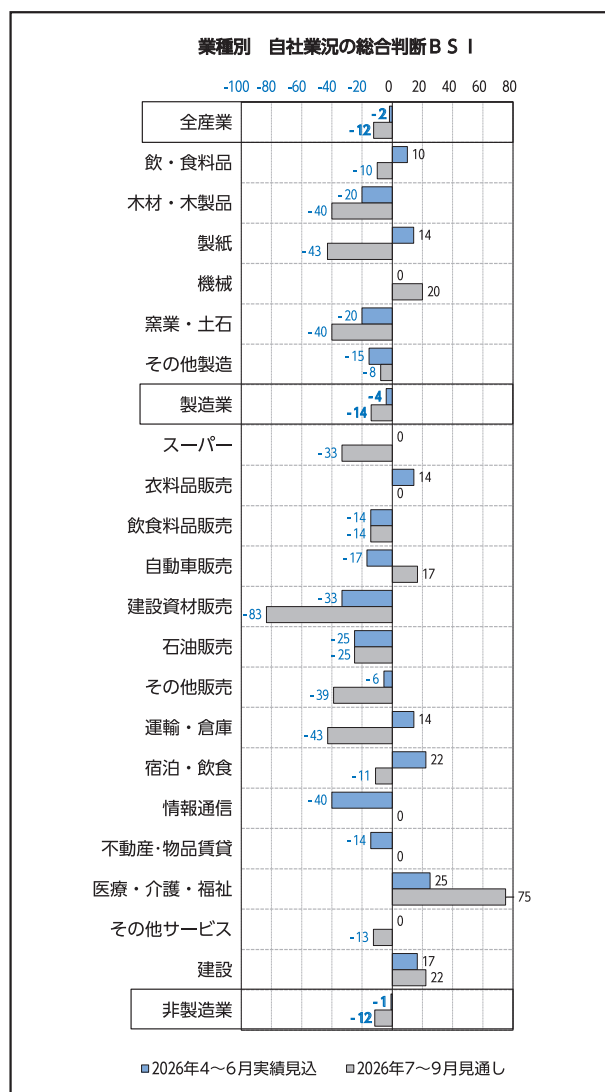
2026年4～6月期（今期）見込み

～製造業、非製造業ともにマイナス幅は縮小～

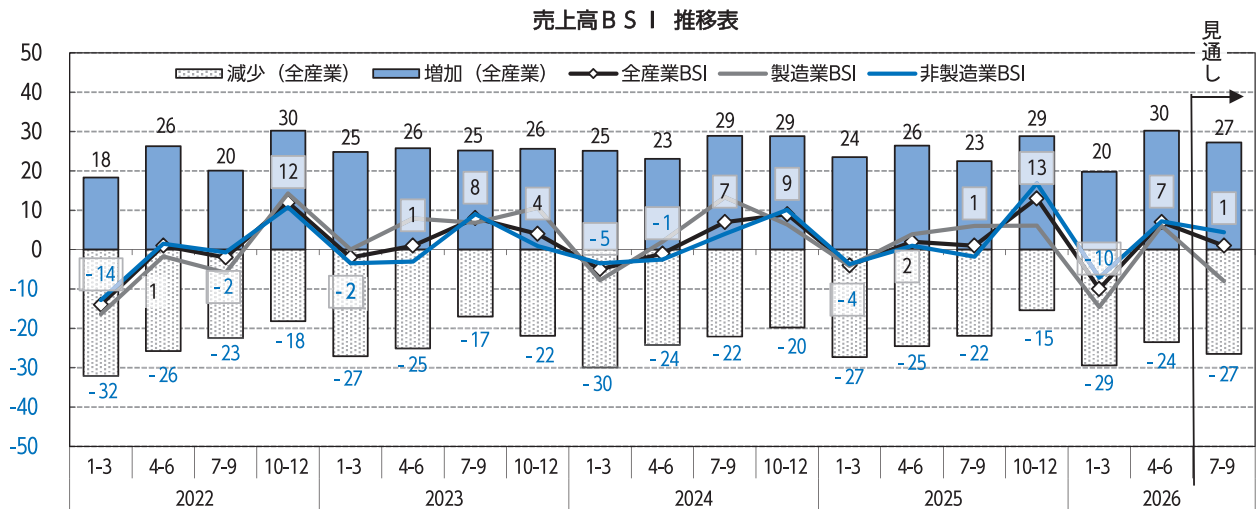
- ◆ 自社業況の総合判断 BSI は、全産業で前期（2026年1～3月）－8より6ポイント上昇し－2となった。前期と比較すると、20業種中11業種でBSIが上昇、7業種で低下、2業種で横ばいとなった。
- ◆ 製造業は、前期－17より13ポイント上昇し－4となった。飲・食料品（+10）、木材・木製品（－20）、製紙（+14）はBSIが上昇した。
- ◆ 非製造業は、前期－4より3ポイント上昇し－1となった。運輸・倉庫（+14）、宿泊・飲食（+22）、医療・介護・福祉（+25）はBSIが上昇した一方、自動車販売（－17）、建設資材販売（－33）、情報通信（－40）はBSIが低下した。

2026年7～9月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で、今期－2より10ポイント低下し－12の見通し。
- ◆ 製造業は、今期－4より10ポイント低下し－14の見通し。飲・食料品、木材・木製品、製紙、窯業・土石が悪化の見通し。
- ◆ 非製造業は、今期－1より11ポイント低下し－12の見通し。医療・介護・福祉が良化、建設資材販売、その他販売、運輸・倉庫、宿泊・飲食は悪化の見通し。



2. 売上高BSI



注：BSIは、小数点以下の四捨五入により（好転） - （悪化）の数値と一致しない場合がある。

（四半期）

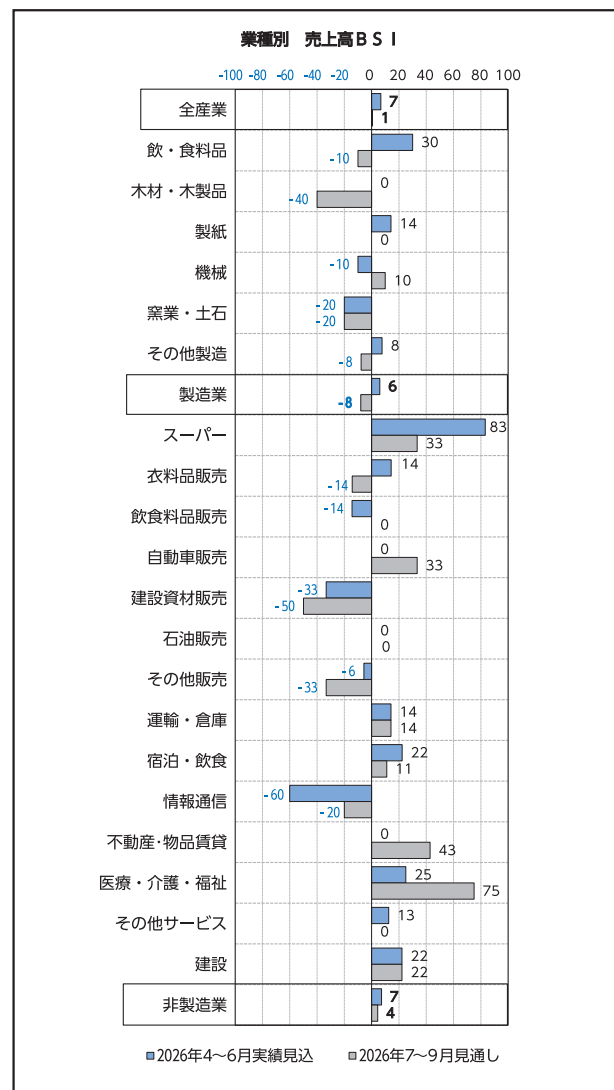
2026年4～6月期（今期）見込み

～製造業、非製造業ともプラス～

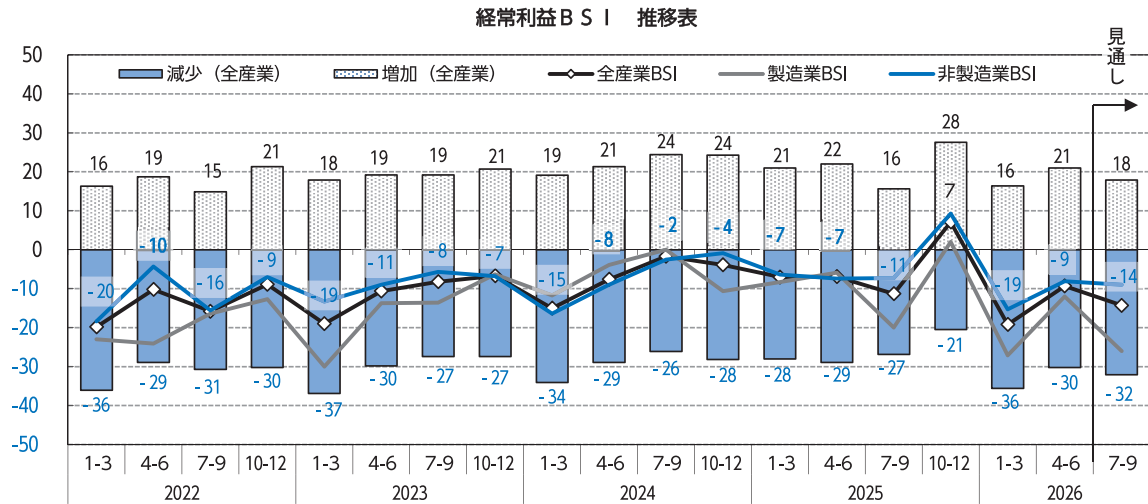
- ◆売上高BSIは、全産業で前期－10より17ポイント上昇し＋7となった。前期と比較すると、20業種中14業種でBSIが上昇、5業種で低下、1業種で横ばいとなった。
- ◆製造業は、前期－15より21ポイント上昇し＋6となった。飲・食料品（＋30）、木材・木製品（0）、製紙（＋14）はBSIが上昇した一方、機械（－10）はBSIが低下した。
- ◆非製造業は、前期－7より14ポイント上昇し＋7となった。スーパー（＋83）、飲食料品販売（－14）、宿泊・飲食（＋22）はBSIが上昇した一方、自動車販売（0）、建設資材販売（－33）、情報通信（－60）はBSIが低下した。

2026年7～9月期（来期）見通し

- ◆全産業で今期＋7より6ポイント低下し＋1の見通し。
- ◆製造業は、今期＋6より14ポイント低下し－8の見通し。飲・食料品、木材・木製品が悪化の見通し。
- ◆非製造業は、今期＋7より3ポイント低下し＋4の見通し。不動産・物品賃貸、医療・介護・福祉が良化、建設資材販売、その他販売、宿泊・飲食、その他サービスは悪化の見通し。



3. 経常利益BSI



注：BSIは、小数点以下の四捨五入により（好転） - （悪化）の数値と一致しない場合がある。

（四半期）

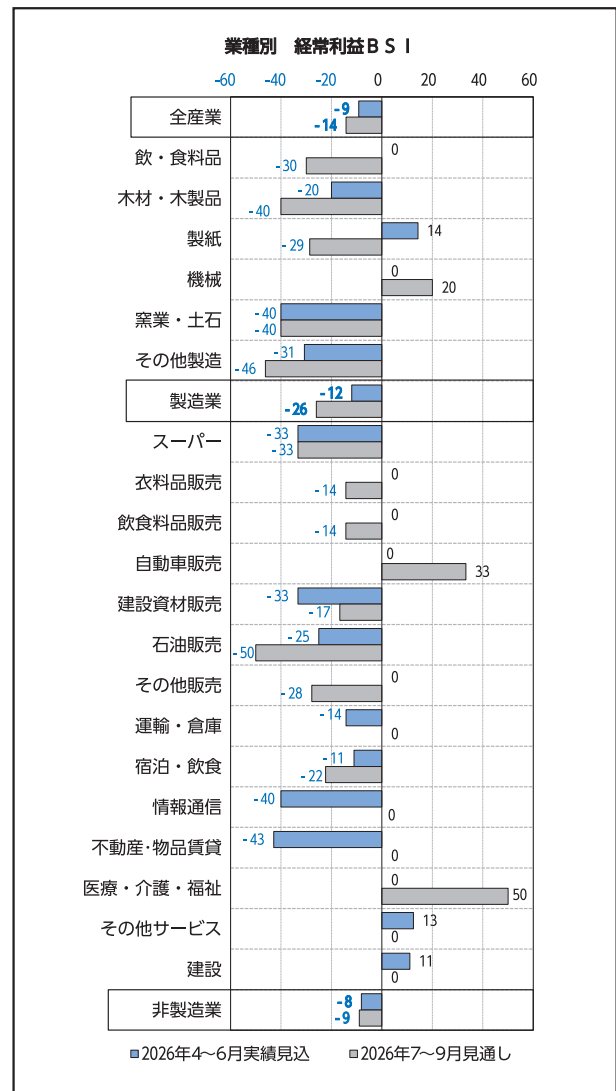
2026年4～6月期（今期）見込み

～製造業、非製造業ともにマイナス幅は縮小～

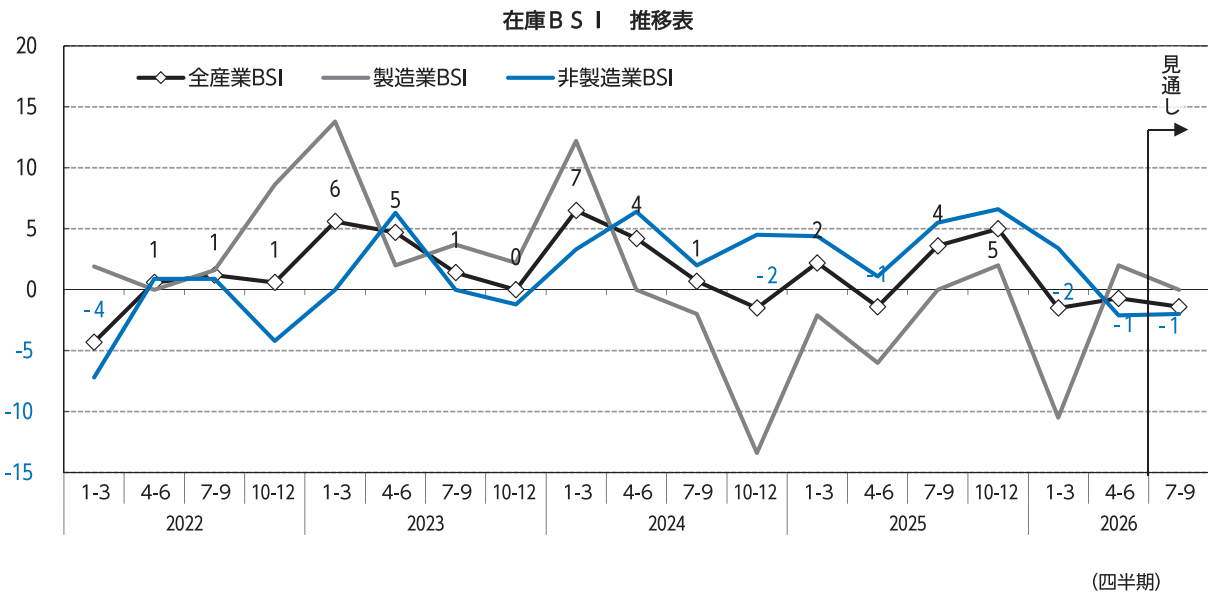
- ◆経常利益BSIは、全産業で前期-19より10ポイント上昇し-9となった。前期と比較すると、20業種中10業種でBSIが上昇、7業種で低下、3業種で横ばいとなった。
- ◆製造業は、前期-27より15ポイント上昇し-12となった。飲・食料品（0）、木材・木製品（-20）、製紙（+14）はBSIが上昇している。
- ◆非製造業は、前期-15より7ポイント上昇し-8となった。飲食料品販売（0）、その他販売（0）、宿泊・飲食（-11）、その他サービス（+13）はBSIが上昇した一方、スーパー（-33）、自動車販売（0）、情報通信（-40）はBSIが低下した。

2026年7～9月期（来期）見通し

- ◆全産業で、今期-9より5ポイント低下し-14の見通し。
- ◆製造業は14ポイント低下し-26の見通し。飲・食料品、製紙などで悪化の見通し。
- ◆非製造業は1ポイント低下し-9の見通し。自動車販売、医療・介護・福祉が良化、石油販売、その他販売、宿泊・飲食などで悪化の見通し。



4. 在庫BSI



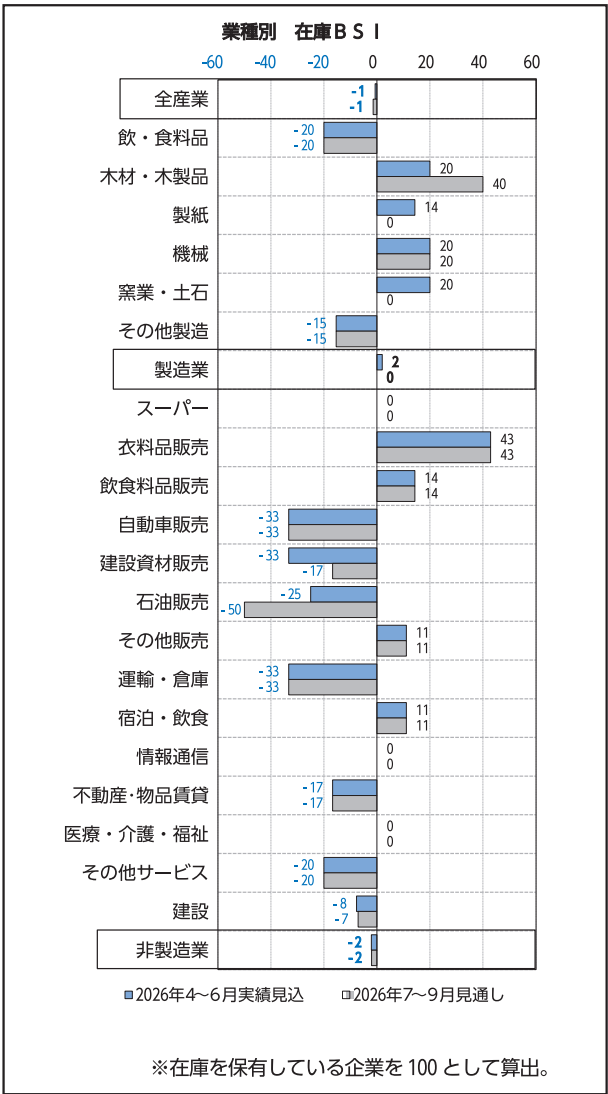
2026年4～6月期（今期）見込み

～業種によって過不足のバラツキあり～

- ◆在庫BSIは、全産業で前期－2より1ポイント上昇し－1となった。
- ◆製造業は、前期－11より13ポイント上昇し＋2となった。飲・食料品（－20）、その他製造（－15）で在庫の不足感がみられる。その他の製造業種ではやや過剰感がみられる。
- ◆非製造業は、前期＋3より5ポイント低下し－2となった。自動車販売（－33）、建設資材販売（－33）、石油販売（－25）、運輸・倉庫（－33）で在庫の不足感がみられる。一方、衣料品販売（＋43）では過剰感がみられる。

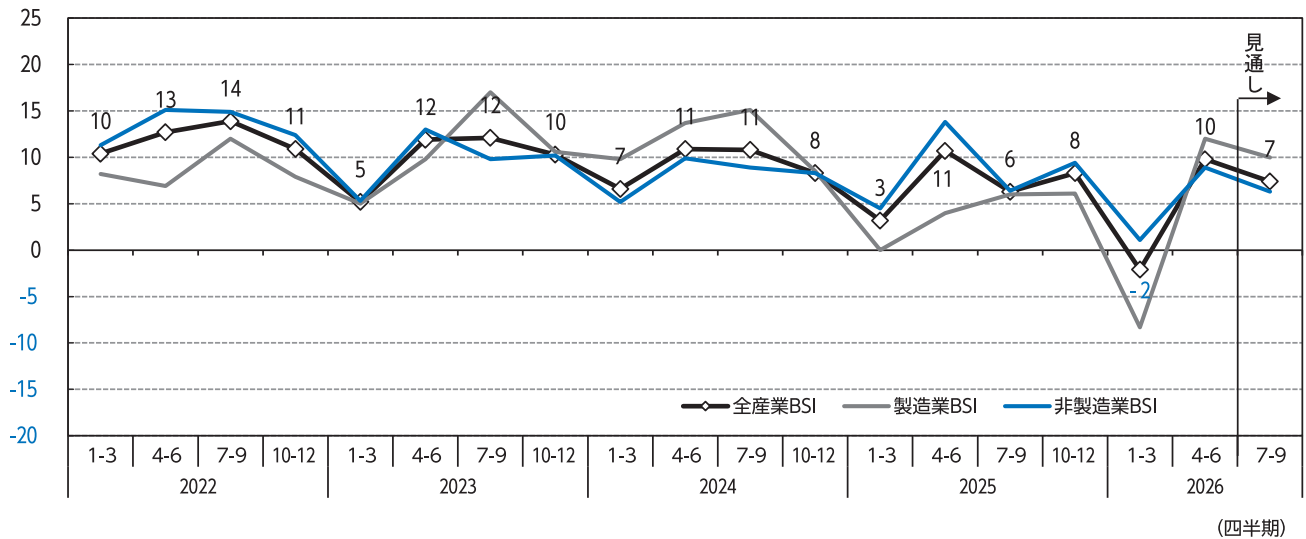
2026年7～9月期（来期）見通し

- ◆全産業で、今期と同じ－1となる見通し。
- ◆製造業は、2ポイント低下し0の見通し。木材・木製品は過剰感が進む見通し。
- ◆非製造業は、今期と同じ－2の見通し。石油販売は、中東情勢の悪化で、在庫不足が進む見通し。



5. 資金繰りBSI

資金繰りBSI 推移表



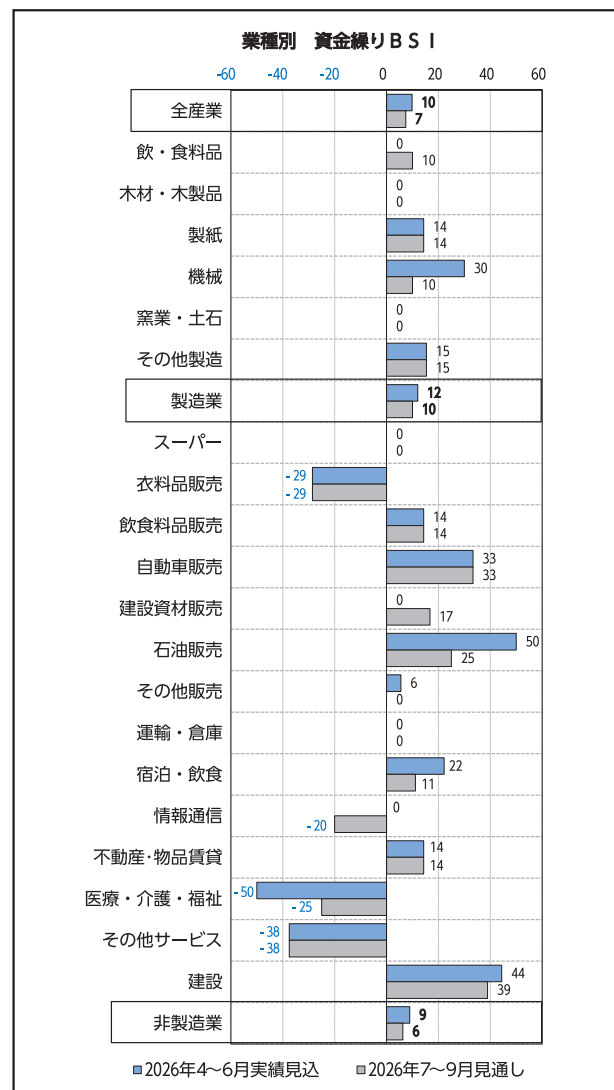
2026年4～6月期（今期）見込み

～全体的に改善している～

- ◆資金繰りBSIは、全産業で前期－2より12ポイント上昇し+10となった。
- ◆製造業は、前期－8より20ポイント上昇し+12となった。製造業ではマイナスとなっている業種はない。
- ◆非製造業は、前期+1より8ポイント上昇し+9となった。マイナスは、衣料品販売（－29）、医療・介護・福祉（－50）、その他サービス（－38）の3業種。

2026年7～9月期（来期）見通し

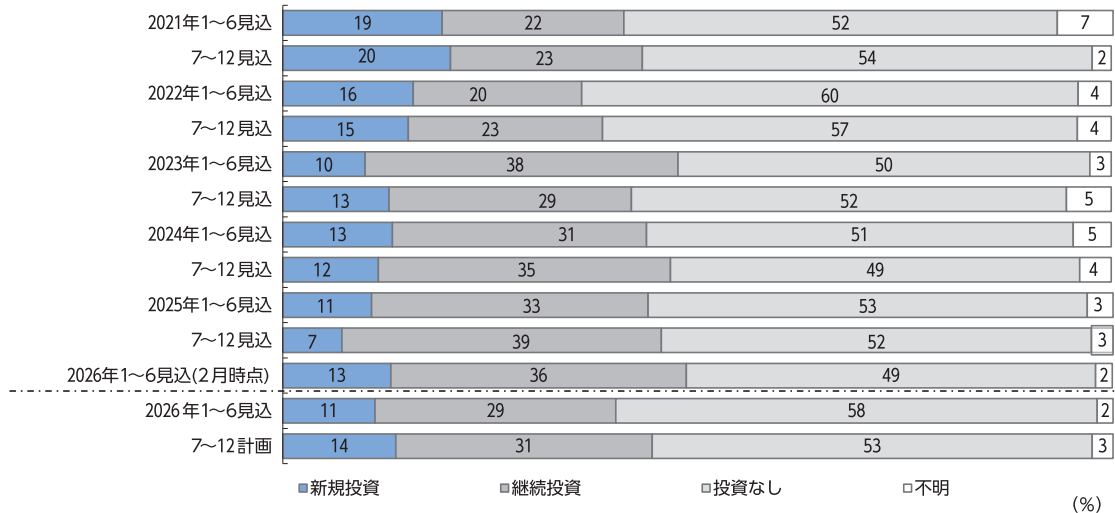
- ◆全産業で、今期+10より3ポイント低下し+7の見通し。
- ◆製造業は、2ポイント低下し+10の見通し。
- ◆非製造業は、3ポイント低下し+6の見通し。マイナスは、衣料品販売、情報通信、医療・介護・福祉、その他サービスの4業種となる見通し。



2 設備投資

1. 設備投資動向

【全産業】設備投資動向推移表



2026年上半期（1～6月期）見込み

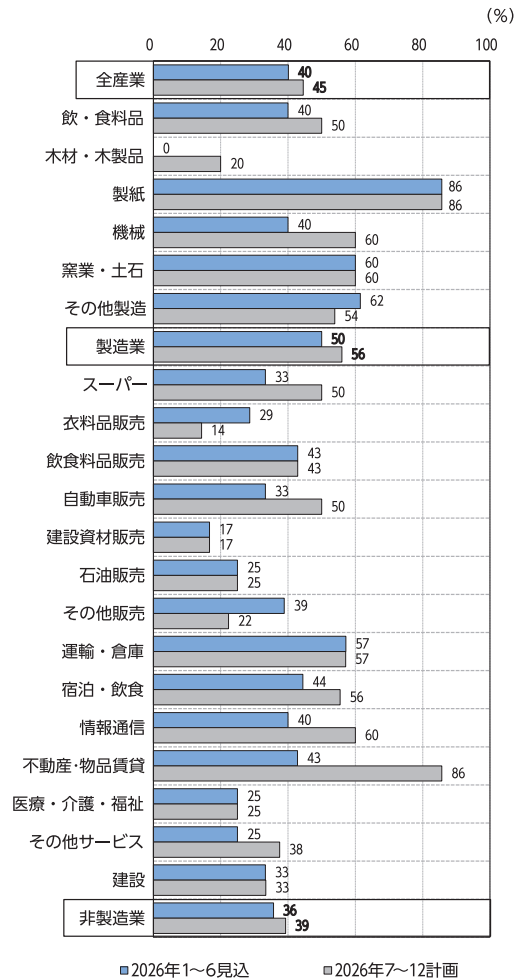
～新規投資は回復するも投資なしも増加～

- ◆ 今期、新規・継続設備投資をする企業の割合は前期（2025年7～12月）46%より6ポイント低下し、前回調査（2026年3月調査）49%から9ポイント下方修正となり、40%となった。うち新規投資は前期7%より4ポイント上昇し11%となったものの、投資なしの割合も58%へ上昇しており、物価高や先行き不透明感を背景に、投資姿勢には慎重さもみられる。
- ◆ 製造業は、前期57%より7ポイント低下し50%となった。
- ◆ 非製造業は、前期40%より4ポイント低下し36%となった。

2026年下半期（7～12月期）計画

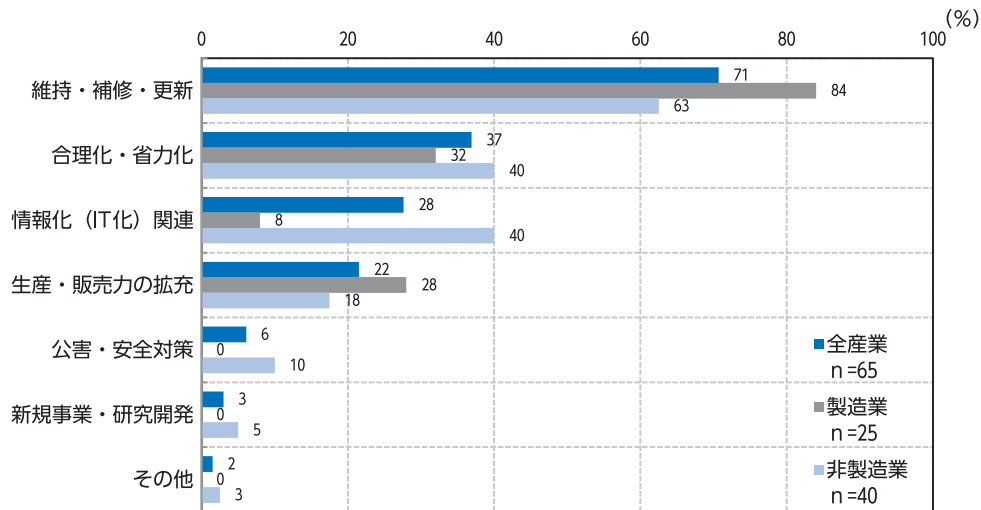
- ◆ 2026年下半期に設備投資を計画する企業の割合は、全産業で5ポイント増加し45%の見通し。うち「新規投資」は14%の見通し。
- ◆ 製造業は、6ポイント増加し56%の見通し。うち「新規投資」は18%の見通し。
- ◆ 非製造業は、3ポイント増加し39%の見通し。うち「新規投資」は12%の見通し。

業種別 設備投資動向（新規+継続）



2. 設備投資目的

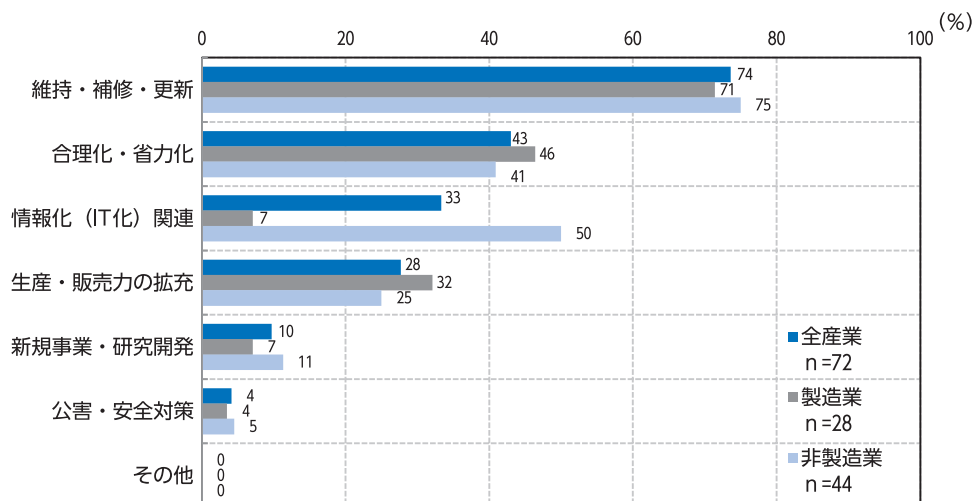
① 2026年上半期（1～6月期）見込み



注：複数回答のため合計で100%にはならない。

- ◆2026年上半期の設備投資目的は、全産業で「維持・補修・更新」が71%で最も高い（前回調査（2026年3月調査）比－8ポイント）。次いで「合理化・省力化」37%、「情報化（IT化）関連」28%、「生産・販売力の拡充」22%と続いた。
- ◆製造業では、「維持・補修・更新」84%、「生産・販売力の拡充」28%が相対的に高く、非製造業では、「情報化（IT化）関連」40%が相対的に高い。

② 2026年下半期（7～12月期）計画

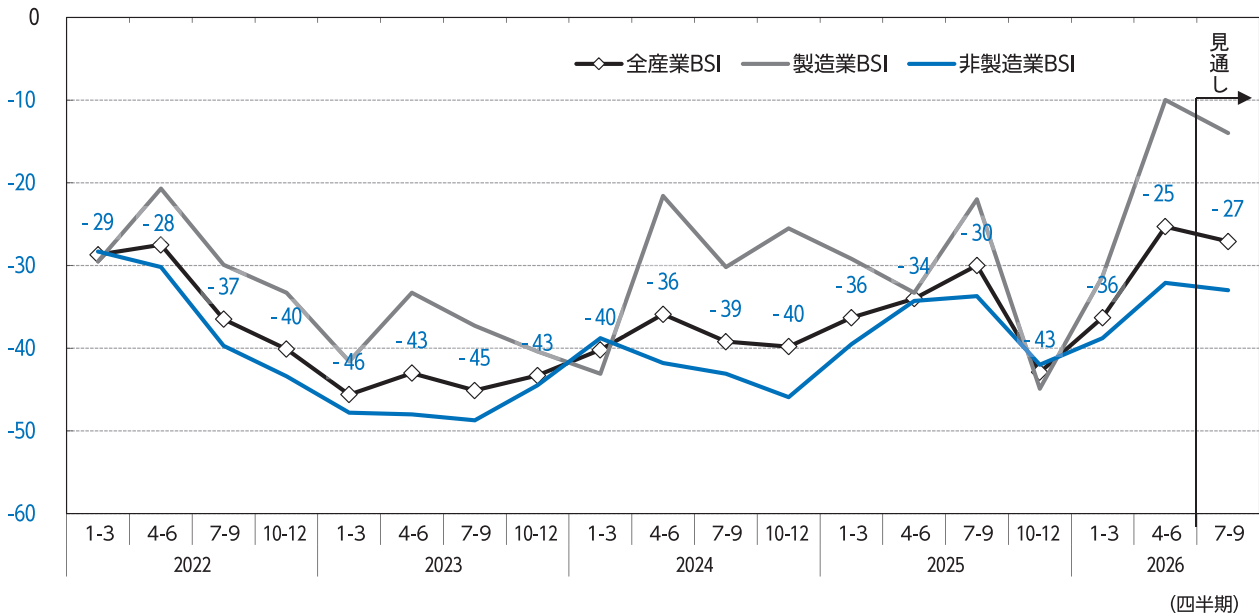


注：複数回答のため合計で100%にはならない。

- ◆2026年下半期の設備投資計画は、全産業で「維持・補修・更新」が74%で最も高く、次いで「合理化・省力化」43%、「情報化（IT化）関連」33%、「生産・販売力の拡充」28%と続いた。
- ◆製造業で「合理化・省力化」が今期の見込み32%より14ポイント高い46%の計画、非製造業では「情報化（IT化）関連」が今期の見込み40%を10ポイント上回る50%の計画となった。業種に応じた人手不足に対応する動きとみられる。

3 雇用

雇用BSI 推移表



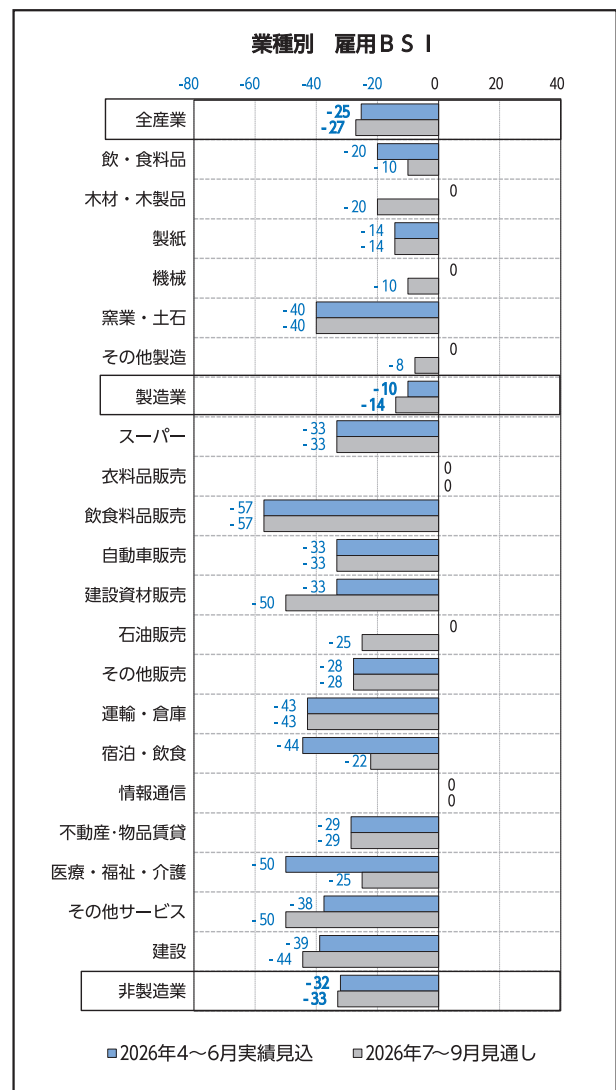
2026年4～6月期（今期）見込み

～人手不足感が継続している～

- ◆雇用 BSI は全産業で前期－36より11ポイント上昇し－25となった。2013年7～9月期からマイナスが続いており、人手不足感はやや緩和したが、構造的な人手不足は継続している。
- ◆製造業では－10となり、前期より21ポイント上昇。木材・木製品、機械、その他製造の3業種で人材雇用は適正に相当する0となった。特に、窯業・土石（－40）での不足感が強い。
- ◆非製造業では－32となり、前期より7ポイント上昇。特に、飲食料品販売（－57）、運輸・倉庫（－43）、宿泊・飲食（－44）、医療・介護・福祉（－50）などでの不足感が強い。

2026年7～9月期（来期）見通し

- ◆雇用 BSI は、全産業で－27（製造業－14、非製造業－33）と人手不足は続く見通し。衣料品販売、情報通信以外の業種でマイナスとなる見通し。特に、建設資材販売、石油販売で今期よりも人手不足が強まる見通し。



4 経営上当面の課題

- ◆全産業で「仕入れ価格の上昇」が69%と9期連続で一番の経営課題となった。続いて「人手・人材不足」が40%となった。
- ◆製造業では「仕入れ価格の上昇」が92%と18期連続で最も高く、前期の69%より23ポイント上昇した。項番6に記載した物価高騰・中東情勢悪化の影響を大きく受けている。
- ◆非製造業では「仕入れ価格の上昇」が58%と最も高い。特に、石油販売、運輸・倉庫、情報通信などで高い割合を示した。

	2025年10～12月期			2026年1～3月期			2026年4～6月期		
	順位	項目	回答割合 (%)	順位	項目	回答割合 (%)	順位	項目	回答割合 (%)
全産業	1	→ 仕入れ価格の上昇	55	1	→ 仕入れ価格の上昇	53	1	→ 仕入れ価格の上昇	69
	2	→ 人手・人材不足	47	2	→ 人手・人材不足	46	2	→ 人手・人材不足	40
	3	↗ 販売・受注の停滞、減少	38	3	↗ 人件費高	42	3	→ 人件費高	35
	3	↘ 人件費高	38	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	33	4	→ 販売・受注の停滞、減少	33
	5	↗ 販売・受注競争の激化	28	5	→ 販売・受注競争の激化	29	4	↗ 設備の不足・老朽化	33
製造業	1	→ 仕入れ価格の上昇	71	1	→ 仕入れ価格の上昇	69	1	→ 仕入れ価格の上昇	92
	2	↗ 人手・人材不足	41	2	→ 人手・人材不足	50	2	↗ 設備の不足・老朽化	52
	2	→ 設備の不足・老朽化	41	3	↗ 人件費高	40	3	↗ 販売・受注の停滞、減少	40
	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	39	4	→ 販売・受注の停滞、減少	35	4	↘ 人件費高	26
	5	→ 人件費高	33	5	↘ 設備の不足・老朽化	29	5	↘ 人手・人材不足	22
非製造業	1	↗ 人手・人材不足	50	1	↗ 仕入れ価格の上昇	45	1	→ 仕入れ価格の上昇	58
	2	↗ 仕入れ価格の上昇	48	2	↘ 人手・人材不足	44	2	→ 人手・人材不足	48
	3	↘ 人件費高	40	3	→ 人件費高	43	3	→ 人件費高	38
	4	→ 販売・受注の停滞、減少	37	4	↗ 販売・受注競争の激化	33	4	↗ 販売・受注の停滞、減少	29
	5	→ 販売・受注競争の激化	33	5	↘ 販売・受注の停滞、減少	32	5	↘ 販売・受注競争の激化	25

5 今後の経営方針

- ◆全産業で「合理化・効率化」が49%と最も高く、「販売力の強化」43%と続いた。
- ◆製造業では「合理化・効率化」が52%と最も高く、「販売力の強化」が48%と続いた。「得意分野への特化」は前期33%より13ポイント上昇し、順位を4位から3位に上げた。
- ◆非製造業でも「合理化・効率化」が48%と最も高く、「販売力の強化」が41%と続いた。「品質・サービスの向上」は前期34%より4ポイント上昇し、順位を5位から3位に上げた。

	2025年10～12月期			2026年1～3月期			2026年4～6月期		
	順位	項目	回答割合 (%)	順位	項目	回答割合 (%)	順位	項目	回答割合 (%)
全産業	1	→ 販売力の強化	49	1	→ 販売力の強化	49	1	↗ 合理化・効率化	49
	2	→ 合理化・効率化	45	2	→ 合理化・効率化	41	2	↘ 販売力の強化	43
	3	→ 品質・サービスの向上	40	3	→ 品質・サービスの向上	36	3	→ 品質・サービスの向上	38
	4	↗ 得意分野へ特化	31	4	↗ 従業員教育の強化	34	4	↗ 得意分野へ特化	33
	5	→ 人材確保	24	4	↗ 人材確保	34	5	→ 人材確保	29
製造業	1	→ 販売力の強化	53	1	→ 販売力の強化	46	1	→ 合理化・効率化	52
	2	→ 合理化・効率化	47	1	↗ 合理化・効率化	46	2	↘ 販売力の強化	48
	3	→ 品質・サービスの向上	37	3	→ 品質・サービスの向上	40	3	↗ 得意分野へ特化	46
	4	↗ 得意分野へ特化	31	4	→ 得意分野へ特化	33	4	↘ 品質・サービスの向上	38
	5	↗ 経費削減	27	5	↗ 人材確保	29	5	↗ 経費削減	26
非製造業	1	→ 販売力の強化	48	1	→ 販売力の強化	50	1	↗ 合理化・効率化	48
	2	→ 合理化・効率化	44	2	→ 合理化・効率化	39	2	↘ 販売力の強化	41
	3	→ 品質・サービスの向上	42	3	↗ 従業員教育の強化	38	3	↗ 品質・サービスの向上	38
	4	↗ 得意分野へ特化	32	4	↗ 人材確保	37	4	→ 人材確保	32
	5	↘ 従業員教育の強化	28	5	↘ 品質・サービスの向上	34	5	↘ 従業員教育の強化	28

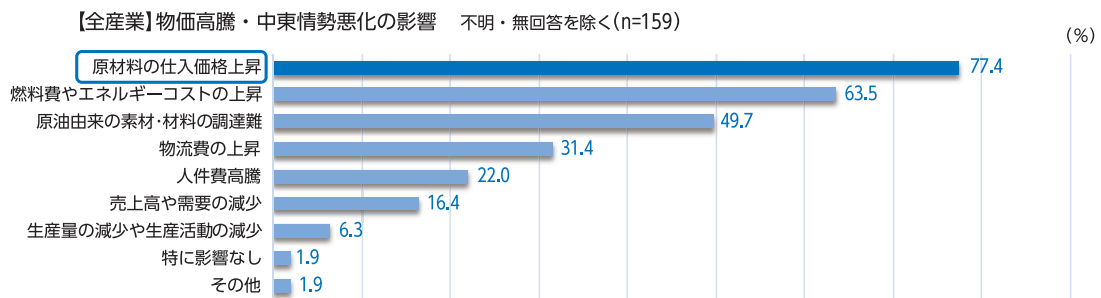
6 物価高騰・中東情勢悪化の影響と対応策

米国の関税政策や中東情勢に伴う原油・原材料価格の上昇、物価高の継続などにより、企業経営への影響が懸念される。

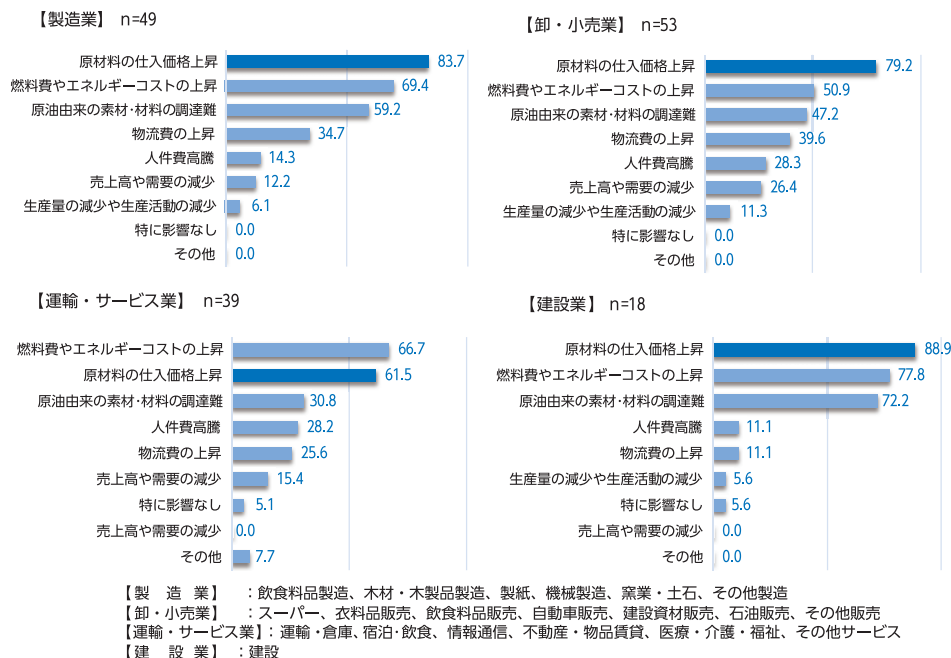
今回、173回景況調査（2026年5月実施）と合わせて、影響を受けている点と対応策（予定・検討中を含む）について、県内企業経営者にアンケート方式でたずねた。（各項目とも重要度の高いものを3つ以内の選択として回答を求めた）

1. 物価高騰や中東情勢悪化により影響を受けている点

① 産業別



◆全産業では「原材料の仕入価格上昇」が77.4%で最も高く、「燃料費やエネルギーコストの上昇」63.5%、「原油由来の素材・材料の調達難」49.7%と続いた。



◆製造業と建設業では、「原材料の仕入価格上昇」、「燃料費やエネルギーコストの上昇」、「原油由来の素材・材料の調達難」の各比率が相対的に高い。

◆運輸・サービス業では、「燃料費やエネルギーコストの上昇」が66.7%で最も高く、次いで「原材料の仕入価格上昇」61.5%が高い。

② 業種別

【業種別】物価高騰・中東情勢悪化の影響

不明・無回答を除く（n=159）

	燃料費やエネルギーコストの上昇	原材料の仕入価格上昇	人件費高騰	原油由来の素材・材料の調達難	物流費の上昇	売上高や需要の減少	生産量の減少や生産活動の減少	特に影響なし	その他	n
全産業	63.5	77.4	22.0	49.7	31.4	16.4	6.3	1.9	1.9	159
飲・食料品製造	60.0	80.0	30.0	40.0	60.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10
木材・木製品製造	80.0	60.0	20.0	0.0	60.0	60.0	20.0	0.0	0.0	5
製紙	85.7	85.7	0.0	100.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	7
機械製造	50.0	90.0	10.0	90.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10
窯業・土石製造	60.0	100.0	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	5
その他製造	83.3	83.3	0.0	58.3	33.3	8.3	0.0	0.0	0.0	12
スーパー	100.0	83.3	0.0	50.0	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	6
衣料品販売	50.0	83.3	66.7	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	6
飲・食料品販売	85.7	71.4	28.6	42.9	28.6	14.3	14.3	0.0	0.0	7
自動車販売	50.0	66.7	0.0	50.0	16.7	33.3	16.7	0.0	0.0	6
建設資材販売	33.3	66.7	0.0	66.7	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	6
石油販売	50.0	100.0	50.0	25.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	4
その他販売	27.8	83.3	38.9	61.1	50.0	22.2	16.7	0.0	0.0	18
運輸・倉庫	100.0	42.9	28.6	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	7
宿泊・飲食	55.6	88.9	33.3	66.7	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	9
情報通信	40.0	60.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	20.0	5
不動産、物品賃貸	71.4	71.4	28.6	42.9	28.6	14.3	0.0	14.3	0.0	7
医療・介護・福祉	75.0	75.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	4
その他サービス	57.1	28.6	14.3	14.3	57.1	28.6	0.0	0.0	14.3	7
建設	77.8	88.9	11.1	72.2	11.1	0.0	5.6	5.6	0.0	18

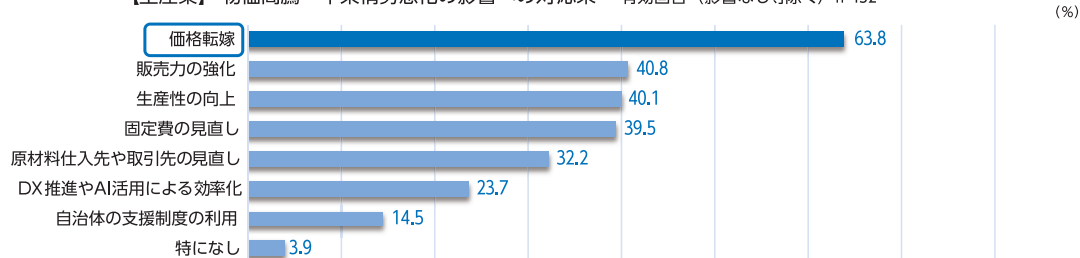
- ◆製紙では、「原油由来の素材・材料の調達難」が100%で最も高い。
- ◆機械製造では、「原材料の仕入価格上昇」90.0%、「原油由来の素材・材料の調達難」90.0%が同率で高い。
- ◆建設資材販売では、「原材料の仕入価格上昇」66.7%、「原油由来の素材・材料の調達難」66.7%、「物流費の上昇」66.7%が同率で高い。
- ◆その他サービスでは「燃料費やエネルギーコストの上昇」57.1%、「物流費の上昇」57.1%が同率で高い。
- ◆その他の業種では、「原材料の仕入価格上昇」「燃料費やエネルギーコストの上昇」のいずれか又は両方が最も高い。

2. 対応策（予定・検討中も含む）

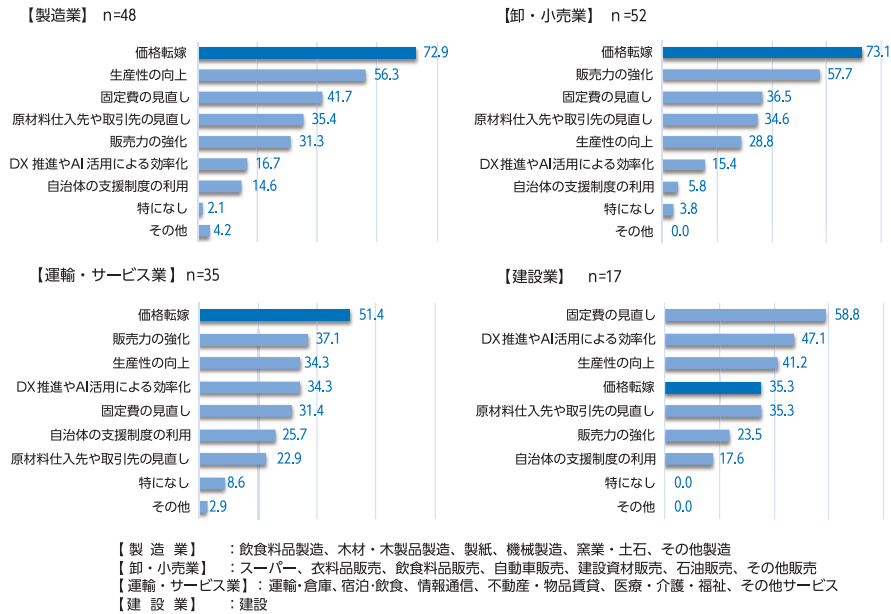
① 産業別

【全産業】物価高騰・中東情勢悪化の影響への対応策

有効回答（影響なし等除く）n=152



- ◆全産業では「価格転嫁」が63.8%で最も高く、「販売力の強化」40.8%、「生産性の向上」40.1%、「固定費の見直し」39.5%と続いた。



- ◆製造業では、「価格転嫁」が72.9%で最も高く、次いで「生産性の向上」56.3%が高い。
- ◆卸・小売業では、「価格転嫁」が73.1%で最も高く、次いで「販売力の強化」57.7%が相対的に高い。
- ◆運輸・サービス業では、「価格転嫁」が51.4%で最も高く、その他の対応策も広く挙げられた。
- ◆建設業では、「固定費の見直し」が58.8%で最も高く、「DX推進やAI活用による効率化」47.1%、「生産性の向上」41.2%と続いた。「価格転嫁」35.3%は第4位となった。建設業は公共工事の受注により価格転嫁が困難な構造的要因が背景にある可能性がある。

② 業種別

【業種別】物価高騰・中東情勢悪化の影響への対応策

有効回答（影響なし等除く） n=152

	価格転嫁	固定費の見直し	生産性の向上	DX推進やAI活用による効率化	自治体の支援制度の利用	原材料仕入先や取引先の見直し	販売力の強化	特になし	その他	n
全産業	63.8	39.5	40.1	23.7	14.5	32.2	40.8	3.9	2.0	152
飲・食料品製造	70.0	40.0	50.0	10.0	20.0	40.0	60.0	0.0	0.0	10
木材・木製品製造	40.0	60.0	100.0	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	5
製紙	100.0	28.6	57.1	28.6	42.9	14.3	28.6	0.0	0.0	7
機械製造	77.8	22.2	44.4	22.2	11.1	44.4	11.1	0.0	11.1	9
窯業・土石製造	60.0	100.0	60.0	0.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	5
その他製造	75.0	33.3	50.0	25.0	8.3	25.0	25.0	8.3	8.3	12
スーパー	83.3	50.0	50.0	16.7	0.0	33.3	16.7	16.7	0.0	6
衣料品販売	50.0	16.7	0.0	0.0	33.3	16.7	83.3	0.0	0.0	6
飲・食料品販売	85.7	28.6	28.6	14.3	0.0	28.6	85.7	0.0	0.0	7
自動車販売	50.0	16.7	16.7	33.3	0.0	16.7	66.7	16.7	0.0	6
建設資材販売	83.3	33.3	33.3	0.0	0.0	66.7	66.7	0.0	0.0	6
石油販売	100.0	75.0	25.0	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	4
その他販売	70.6	41.2	35.3	17.6	5.9	41.2	47.1	0.0	0.0	17
運輸・倉庫	50.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	33.3	16.7	6
宿泊・飲食	88.9	22.2	66.7	11.1	22.2	22.2	55.6	0.0	0.0	9
情報通信	75.0	75.0	25.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	4
不動産・物品賃貸	50.0	16.7	33.3	66.7	0.0	33.3	50.0	0.0	0.0	6
医療・介護・福祉	0.0	50.0	50.0	50.0	75.0	50.0	0.0	0.0	0.0	4
その他サービス	16.7	16.7	16.7	50.0	33.3	33.3	33.3	16.7	0.0	6
建設	35.3	58.8	41.2	47.1	17.6	35.3	23.5	0.0	0.0	17

- ◆木材・木製品製造では、「生産性向上」が100%で最も高く、「価格転嫁」は40%と相対的に低い。
- ◆窯業・土石製造、情報通信、建設では、「固定費の見直し」が最も高い。（情報通信は「価格転嫁」も同率で高い）
- ◆不動産・物品賃貸とその他サービスでは「DX推進やAI活用による効率化」が最も高い。
- ◆医療・介護・福祉では「自治体の支援制度活用」が75%で最も高く、「価格転嫁」は0%となった。医療・介護・福祉は、診療報酬や介護報酬等が公定価格となっており価格転嫁が困難であるため、公的支援への依存度が高い。
- ◆その他の業種では、「価格転嫁」「販売力の強化」のいずれか又は両方が最も高い。



2026年 高知県内企業の賃上げ調査

2026年 7 月
株式会社 四銀地域経済研究所

Summary

- 正社員の賃上げ（定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金のいずれかまたはすべて。以下同じ）を実施した企業の割合は、昨年の85.4%から3.6ポイント増加し89.0%と、2016年の調査開始以降、2番目に高い数値となった。
- 非正規社員の賃上げを実施した企業の割合は、昨年の61.9%から2.2ポイント増加し64.1%と、2016年の調査開始以降、最も高い数値となった。
- 正社員の定期昇給、ベースアップ引き上げ額は、5千円以上7千円未満が21.9%で最も多い。また、非正規社員の時給引き上げ額は、30円以上50円未満が31.4%で最も多い。
- 賃上げの理由としては「社員のモチベーション向上」が71.9%で最も多く、「採用・人材の確保」（51.1%）、「物価上昇を考慮」（46.0%）と続いた。
- 中東情勢に伴う原油・原材料価格の上昇、物価高の継続など、企業を取り巻く経営環境には引き続き不透明感が残る。こうしたなかでも、社員のモチベーション向上や人材確保、生活防衛のため、90%近くの企業が正社員の賃上げを実施した。規模の小さい企業での賃上げ割合が上昇するなど賃上げの裾野は広がっている。

はじめに

当研究所は例年4～6月期の「高知県内企業の景況調査」とともに、県内企業の賃上げ調査を実施している。今回の調査は、2016年の調査開始から数えて11回目となる。

なお、アンケート設問と本稿における「賃上げ」の定義については、下記の通りである。

調 査 要 綱

調査時期	2026年 5月11日～6月10日
調査対象	高知県内に事業所を置く法人154/253社（回答率 60.9%）
調査方法	電子メール、郵送（第173回景況調査に付帯）

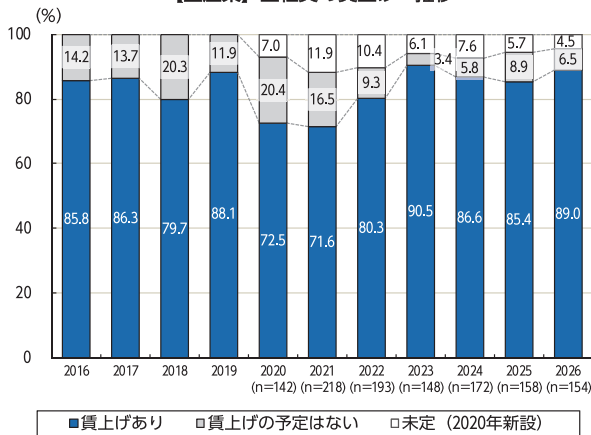
賃上げの定義について

本調査における「賃上げ」とは、「定期昇給」、「ベースアップ」、「賞与・一時金」のいずれか、または、すべてを含むものである。理由は下記の通り。

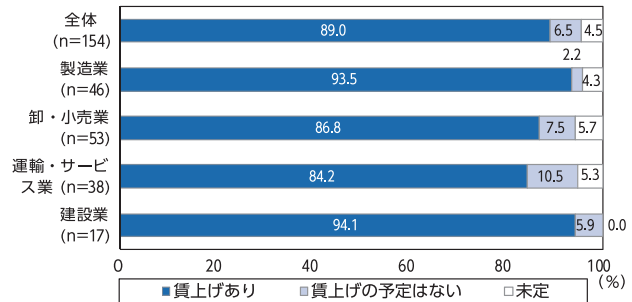
- 「賃上げは一時金を含めた年収ベースで判断すべき」（経団連）のように、「賞与・一時金」を含んだ概念としても用いられる場合がある。
- 中小企業においては定期昇給を含む賃金制度を持たない企業がある。

1. 正社員の賃上げ（定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金等含む）

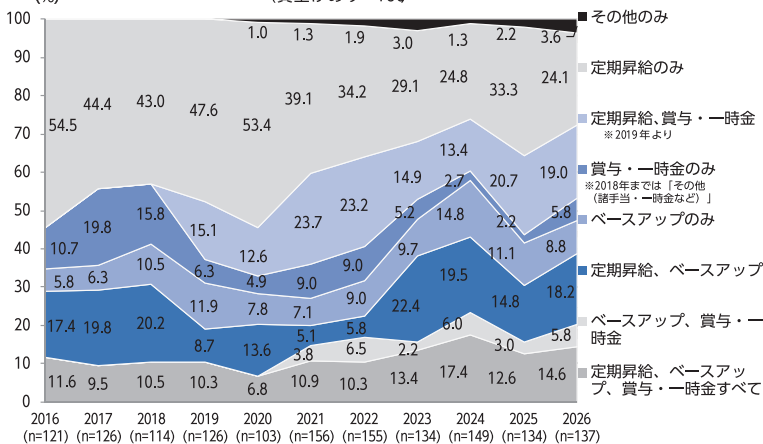
【全産業】正社員の賃上げ 推移



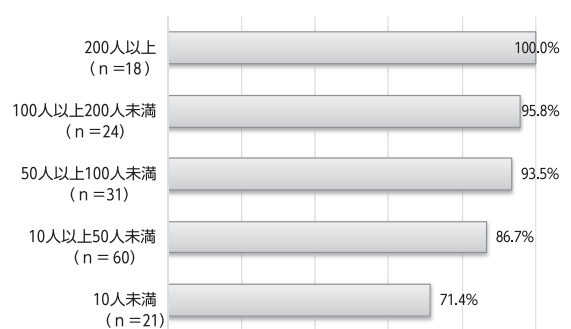
【業種別】正社員の賃上げについて



注：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
 【製造業】：飲食料品、木材・木製品、製紙、機械、窯業・土石、その他製造
 【卸・小売業】：スーパー、衣料品、飲食料品、自動車、建設資材、石油、その他販売
 【運輸・サービス業】：運輸・倉庫、宿泊・飲食、情報通信、不動産・物品賃貸、医療・介護・福祉、その他サービス
 【建設業】：建設 (業種区分は以下同じ)

【全産業】正社員の賃上げ 内訳推移
(賃上げあり=100)

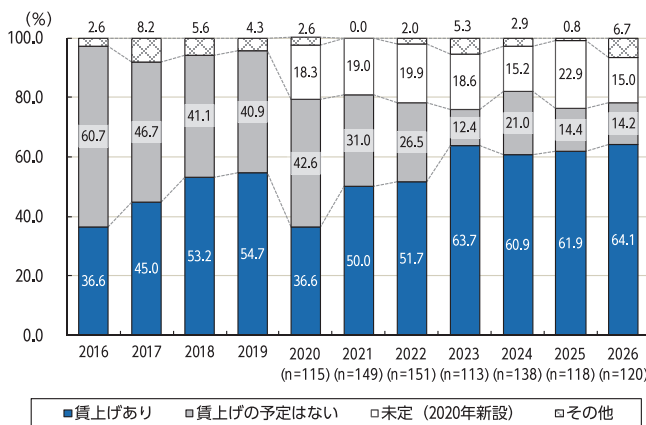
【従業員規模別】正社員賃上げありの割合



- 正社員の賃上げ（予定含む。以下同じ）を実施した企業の割合は、昨年の85.4%から3.6ポイント増加し89.0%と、2016年の調査開始以降、2番目に高い数値となった。
- 賃上げの内訳をみると、最も多いのが「定期昇給のみ」の24.1%、次いで「定期昇給、賞与・一時金」（19.0%）、「定期昇給、ベースアップの両方」（18.2%）、「定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金すべて」（14.6%）、「ベースアップのみ」（8.8%）、「ベースアップ、賞与・一時金」（5.8%）、「賞与・一時金のみ」（5.8%）と続いた。
- ベースアップを実施した企業の割合（「ベースアップのみ」、「定期昇給、ベースアップの両方」、「定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金すべて」、「ベースアップ、賞与・一時金」）は47.4%と、昨年調査の41.5%から5.9ポイント増加した。
- 業種別では、「賃上げあり」と回答した割合は、製造業93.5%（昨年比+3.3ポイント）、卸・小売業86.8%（同+1.1ポイント）、運輸・サービス業84.2%（同-1.1ポイント）、建設業94.1%（同+19.1ポイント）となった。運輸・サービス業以外の業種で昨年より増加した。
- 従業員規模別では、「賃上げあり」と回答した割合は、「10人未満」で71.4%となり、昨年の40.0%から31.4ポイント増加した。また、「50人以上」の規模では90%以上となった。従業員規模に応じて差は認められるものの、昨年と比較して小規模事業者の賃上げの実施割合は増加している。

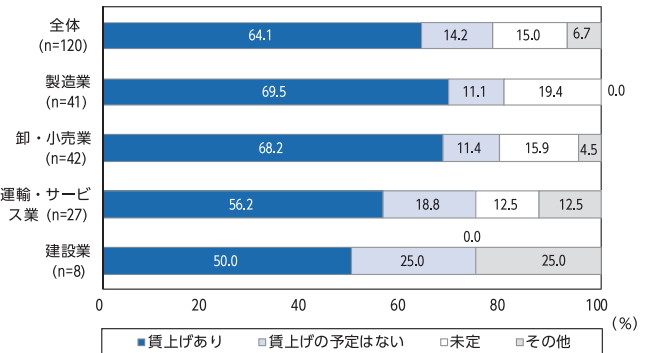
2. 非正規社員（パートや契約社員等）の賃上げ

【全産業】 非正規社員の賃上げ 推移



※ 「無回答」と「非正規社員はいない」を100%から除外。

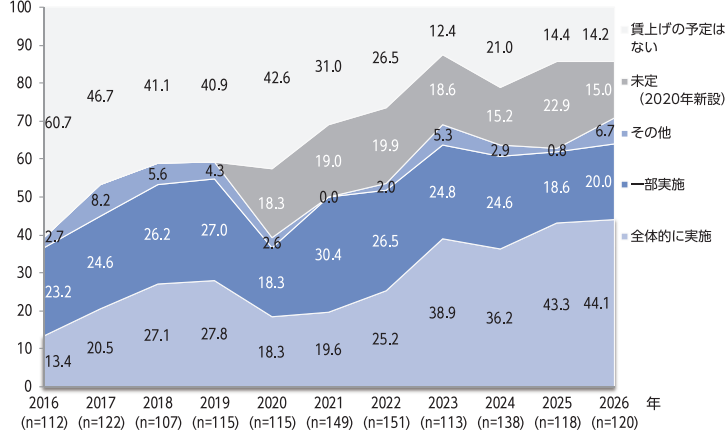
【業種別】 非正規社員の賃上げについて



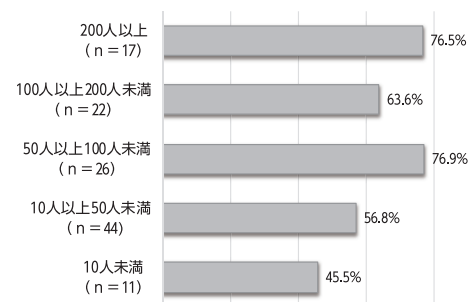
注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。

注2：「非正規社員はいない」と「回答無」を賃上げの内訳構成比から除外。

【全産業】 非正規社員の賃上げ 内訳推移
(非正規社員雇用あり=100)



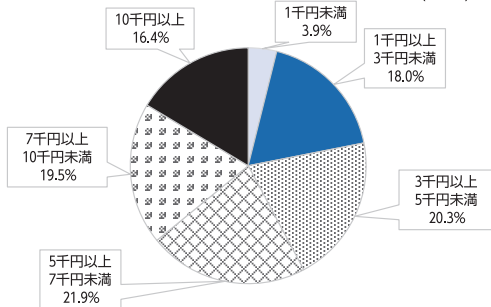
従業員規模別 非正規社員賃上げありの割合



- 非正規社員の賃上げ（予定含む。以下同じ）を実施した企業の割合は、昨年の61.9%から2.2ポイント増加し64.1%と、2016年の調査開始以降、最も高い数値となった。
- 賃上げの内訳をみると、「全体的に実施」が44.1%（昨年比+0.8ポイント）、「一部実施」が20.0%（同+1.4ポイント）となった。
- 全体で「賃上げの予定はない」は、昨年の14.4%から0.2ポイント減少し14.2%となった。製造業以外の業種で増加した（製造業：昨年17.1%→今年11.1%：-6.0ポイント、卸・小売業：昨年9.5%→今年11.4%：+1.9ポイント、運輸・サービス業：昨年18.5%→今年18.8%：+0.3ポイント、建設業：昨年12.5%→今年25.0%：+12.5ポイント）。
- 業種別では、「賃上げあり」の割合が、製造業（昨年65.8%→今年69.5%：+3.7ポイント）、卸・小売業（昨年64.3%→今年68.2%：+3.9ポイント）、運輸・サービス業（昨年55.6%→今年56.2%：+0.6ポイント）、建設業（昨年50.0%→今年50.0%：同率）となり、3業種で増加した。
- 従業員規模別では、「賃上げあり」と回答した割合は、「50人以上100人未満」が76.9%と最も多く、昨年の50.0%から26.9ポイント増加した。また、「10人未満」が45.5%と最も少なく、昨年の30.0%から15.5ポイント増加した。正社員の賃上げと比較して、非正規社員の賃上げの割合は低位となっている。

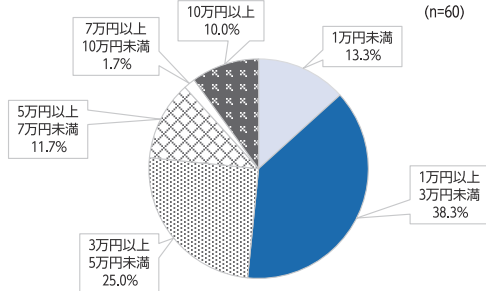
3-1. 正社員の賃上げ額（1人当たりの平均賃上げ額）

【全産業】正社員の定期昇給、ベースアップ 引き上げ額 (n=128)



注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

【全産業】正社員の賞与・一時金 引き上げ額 (n=60)



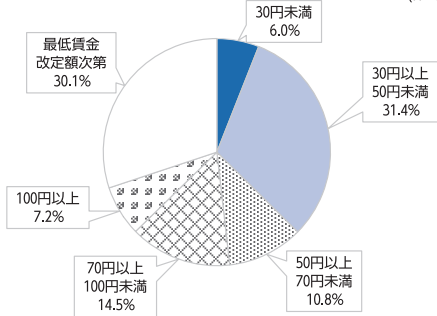
注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

- 正社員の定期昇給、ベースアップ引き上げ額は、5千円以上7千円未満の割合が21.9%で最も多い。昨年は7千円以上10千円未満が最多。
- 10千円以上の割合は昨年の15.0%から16.4%に増加しており、最多帯の下方シフトと合わせて、当該引き上げ額は企業によって対応にバラツキがみられる。

- 正社員の賞与・一時金引き上げ額は、1万円以上3万円未満の割合が38.3%で最も多い。
- 10万円以上の割合は、昨年の8.2%から10.0%に増加した。また、1万円未満の割合も、昨年の21.6%から13.3%に減少しており、賞与・一時金の引き上げ額は昨年と比較し増加傾向がみられる。

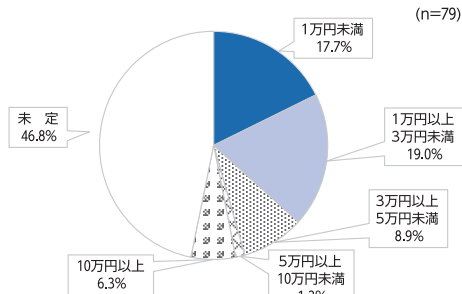
3-2. 非正規社員の賃上げ額（1人当たりの平均賃上げ額）

【全産業】非正規社員の時給 引き上げ額 (n=83)



注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

【全産業】非正規社員の賞与・一時金 引き上げ額 (n=79)



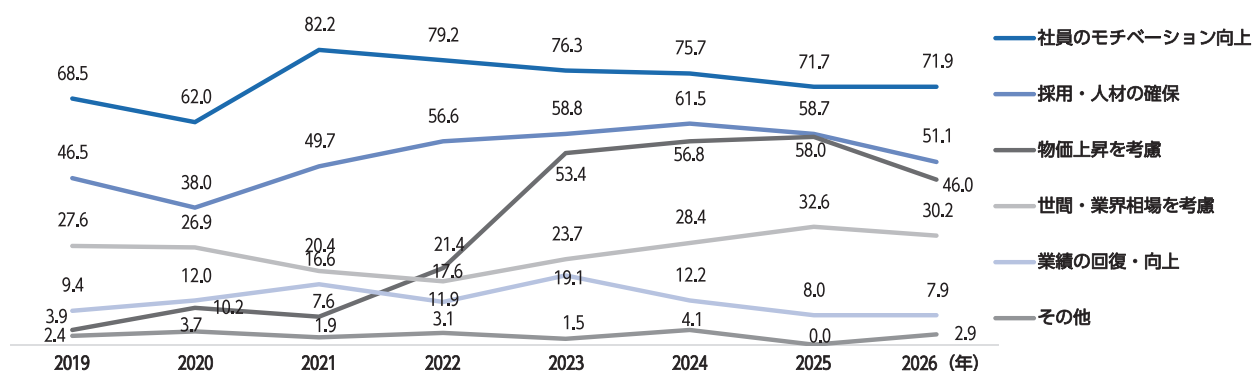
注1：四捨五入の関係で合計100%にならない場合がある。
注2：「賃上げあり」と回答した企業から無効回答を除き集計。

- 非正規社員の時給引き上げ額は30円以上50円未満の割合が31.4%で最も多い。
- 70円以上の割合は、昨年の13.5%から21.7%に増加した。また、50円未満の割合は、昨年の45.0%から37.4%に減少している。
- 時給引き上げは実施するが、最低賃金改定額次第と回答した企業の割合が30.1%と3割に達し、最低賃金の動向に左右される傾向が強まっている。（昨年の同割合は21.3%）

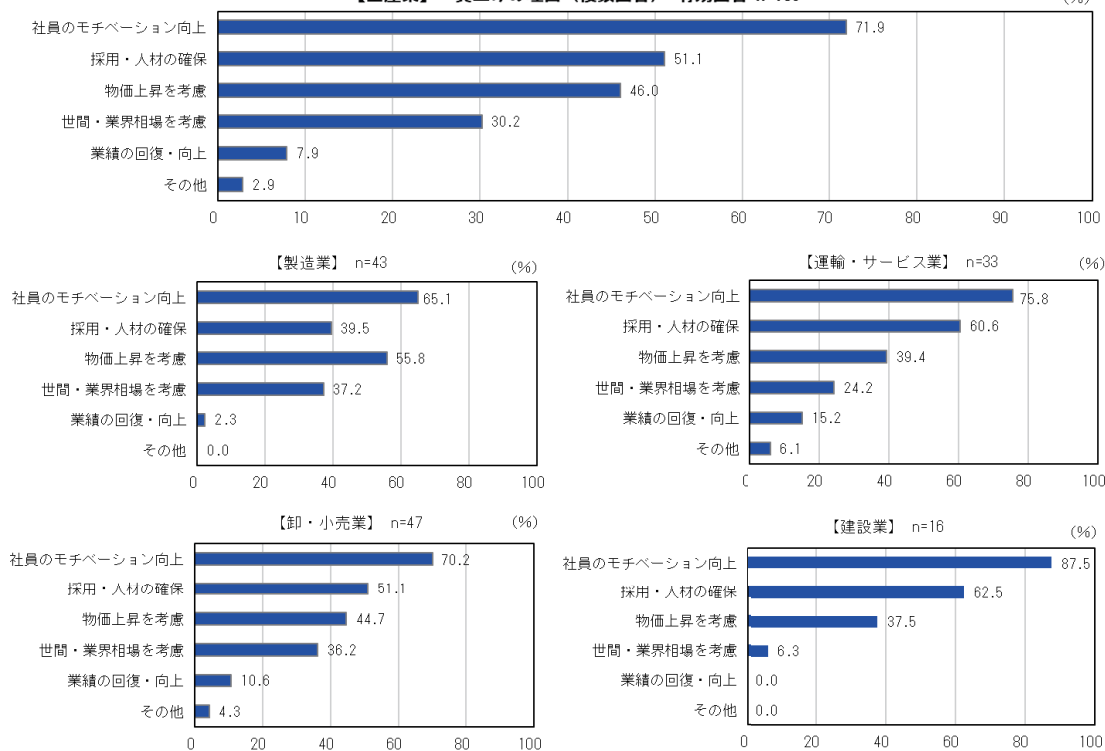
- 非正規社員の賞与・一時金引き上げ額は、1万円以上3万円未満の割合が19.0%で最も多い。昨年は1万円未満が最多。
- 5万円以上の割合は、昨年の8.0%から7.6%に減少した。また、1万円未満の割合は、昨年の23.0%から17.7%に減少した。
- 賞与・一時金引き上げは実施するが、額が未定と回答した企業の割合が46.8%あった。（昨年の同割合は44.9%）

4. 賃上げの理由

【全産業】賃上げ理由の推移（複数回答） 2026年の有効回答 n=139



【全産業】賃上げの理由（複数回答） 有効回答 n=139



- 賃上げの理由としては、「社員のモチベーション向上」が71.9%と最も多い。昨年の71.7%から0.2ポイント増加した。
- 次に「採用・人材の確保」（昨年58.7%→今年51.1%：－7.6ポイント）、「物価上昇を考慮」（昨年58.0%→今年46.0%：－12.0ポイント）と続いた。
- 業種別では、製造業で「物価上昇を考慮」（55.8%）が相対的に高く、「採用・人材の確保」（39.5%）が相対的に低い。
- 建設業では、「社員のモチベーション向上」（87.5%）と「採用・人材の確保」（62.5%）が相対的に高い。
- 賃上げ理由の推移をみた場合、2022年以降の賃上げ理由の順位は変わっていない。人材不足や物価上昇が恒常化しており、「採用・人材の確保」「物価上昇を考慮」を理由として賃上げをする割合は、以前と比べて低下した。

計数表

正社員の賃上げ

	全 体			製造業			卸・小売業			運輸・サービス業			建設業		
	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A
定期昇給のみ	28.5	21.4	-7.1	35.3	19.6	-15.7	26.4	22.6	-3.8	26.5	18.4	-8.0	20.0	29.4	9.4
ベースアップのみ	9.5	7.8	-1.7	7.8	2.2	-5.7	9.4	13.2	3.8	17.6	10.5	-7.1	0.0	0.0	0.0
定期昇給とベースアップ	12.7	16.2	3.6	7.8	17.4	9.5	18.9	18.9	0.0	11.8	15.8	4.0	10.0	5.9	-4.1
定期昇給、ベースアップ、賞与・一時金すべて	10.8	13.0	2.2	13.7	17.4	3.7	11.3	15.1	3.8	8.8	7.9	-0.9	5.0	5.9	0.9
賞与・一時金のみ	1.9	5.2	3.3	2.0	4.3	2.4	0.0	1.9	1.9	5.9	5.3	-0.6	0.0	17.6	17.6
定期昇給と賞与・一時金	17.7	16.9	-0.8	15.7	19.6	3.9	17.0	9.4	-7.5	14.7	18.4	3.7	30.0	29.4	-0.6
ベースアップと賞与・一時金	2.5	5.2	2.7	3.9	4.3	0.4	1.9	3.8	1.9	0.0	7.9	7.9	5.0	5.9	0.9
その他のみ	1.9	3.2	1.3	3.9	8.7	4.8	0.0	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	-5.0
賃上げの予定はない	8.9	6.5	-2.4	5.9	2.2	-3.7	7.5	7.5	0.0	8.8	10.5	1.7	20.0	5.9	-14.1
未定	5.7	4.5	-1.2	3.9	4.3	0.4	7.5	5.7	-1.9	5.9	5.3	-0.6	5.0	0.0	-5.0

注1：四捨五入の関係で合計が100%とならず、また、文中記載数値とも一致しない場合がある。

注2：上表は有効回答を100としており、「賃上げあり=100」としたP2の賃上げ内訳推移表及び文中記載数値とは一致しない。

非正規社員の賃上げ

	全 体			製造業			卸・小売業			運輸・サービス業			建設業		
	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A
全体的に実施	43.3	44.1	0.8	46.3	52.8	6.5	52.4	43.2	-9.2	29.7	40.6	10.9	25.0	25.0	0.0
一部実施	18.6	20.0	1.4	19.5	16.7	-2.8	11.9	25.0	13.1	25.9	15.6	-10.3	25.0	25.0	0.0
賃上げの予定はない	14.4	14.2	-0.2	17.1	11.1	-6.0	9.5	11.4	1.9	18.5	18.8	0.3	12.5	25.0	12.5
その他	0.8	6.7	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	4.5	3.7	12.5	8.8	0.0	25.0	25.0
未定	22.9	15.0	-7.9	17.1	19.4	2.3	26.2	15.9	-10.3	22.2	12.5	-9.7	37.5	0.0	-37.5

注1：四捨五入の関係で合計が100%とならず、また、文中記載数値とも一致しない場合がある。

注2：非正規社員の賃上げ構成比に「非正規社員はいない」「無回答」を含まない。

賃上げの理由

	全 体			製造業			卸・小売業			運輸・サービス業			建設業		
	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A	2025年度 A	2026年度 B	B-A
採用・人材の確保	58.7	51.1	-7.6	47.9	39.5	-8.4	60.9	51.1	-9.8	69.0	60.6	-8.4	66.7	62.5	-4.2
業績の回復・向上	8.0	7.9	-0.1	8.3	2.3	-6.0	6.5	10.6	4.1	3.4	15.2	11.7	20.0	0.0	-20.0
社員のモチベーション向上	71.7	71.9	0.2	75.0	65.1	-9.9	63.0	70.2	7.2	72.4	75.8	3.3	86.7	87.5	0.8
世間・業界相場を考慮	32.6	30.2	-2.4	29.2	37.2	8.0	50.0	36.2	-13.8	17.2	24.2	7.0	20.0	6.3	-13.8
物価上昇を考慮	58.0	46.0	-11.9	62.5	55.8	-6.7	58.7	44.7	-14.0	51.7	39.4	-12.3	53.3	37.5	-15.8
その他	0.0	2.9	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	4.3	0.0	6.1	6.1	0.0	0.0	0.0

注1：四捨五入の関係で合計が100%とならず、また、文中記載数値とも一致しない場合がある。

注2：複数回答の設問のため、合計は100とならない。



国内経済

月例経済報告 2026年 6 月

景気は、緩やかに回復しているが、中東情勢の影響を注視する必要がある

項目	判断	主な判断理由
個人消費	持ち直しの動き	需要側の統計をみると、4月の「消費動向指数（CTI）」では、世帯消費動向指数（CTIミクロ、総世帯）の実質値は前月比1.5%増。供給側の統計をみると、4月の「商業動態統計」では、小売業販売額は同2.1%増。新車販売台数は持ち直しの動き、家電販売はこのところ増加、旅行は弱含んでおり、外食は緩やかに増加。
設備投資	持ち直している＊	「法人企業統計季報」（1－3月期調査、含むソフトウェア）でみると、2026年1－3月期の設備投資は前期比2.0%減。業種別にみると、製造業は同0.6%増、非製造業は同3.4%減。一方、「日銀短観」（3月調査）及び「法人企業景気予測調査」（4－6月期調査）によると、全産業の2026年度設備投資計画は増加が見込まれている。先行きについては、堅調な企業収益や省力化投資への対応等を背景に、持ち直し傾向が続くことが期待される。
住宅投資	弱含んでいる	4月の新設住宅着工戸数は、前月比1.7%減。持家及び分譲住宅は弱含んでいる。貸家はおおむね横ばい。
公共投資	堅調に推移＊	4月の公共工事出来高は前月比0.7%増。5月の公共工事請負金額は同6.7%減。4月の公共工事受注額は同16.0%減。国の令和7年度一般会計予算では、補正予算において約2.5兆円の追加額を計上しており、補正後は前年度比2.3%増。令和8年度予算や地方財政計画でも公共投資関連費が増加しており、先行きについても堅調に推移していくことが見込まれる。
輸出	このところ持ち直しの動き＊	アジア及びEU向けの輸出はこのところ持ち直しの動き。米国向けの輸出は持ち直しの動き。その他地域向けの輸出は中東地域向けの輸出の減少により、このところ弱含んでいる。先行きについては、中東情勢等による下押しリスクに留意する必要がある。
輸入	おおむね横ばい	アジア及び米国、EUからの輸入はおおむね横ばい。先行きについては、中東情勢による下押しリスクに留意する必要がある。
生産活動	横ばい	4月の鉱工業生産指数は前月比0.5%増。業種別にみると、輸送機械はこのところ持ち直しの動き。生産用機械は横ばい。電子部品・デバイスは持ち直している。
企業収益	改善の動きがみられるが、中東情勢の影響を注視する必要がある＊	「法人企業統計季報」（1－3月期調査）によると、経常利益は前年同期比14.6%増。業種別にみると、製造業が同42.9%増、非製造業が同1.4%増。規模別にみると、大・中堅企業が同20.9%増、中小企業が同1.5%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」（3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」（5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。ただし、先行きについてはやや慎重な見方となっており、中東情勢の影響を注視する必要がある。
雇用情勢	改善の動き	「日銀短観」（3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-38と、12月調査（-38）から横ばい。完全失業率は、4月は前月から0.2ポイント低下し、2.5%となり、完全失業者数は減少。賃金は、定期給与や現金給与総額が増加。
物価	緩やかに上昇*	消費者物価の基調を5月の「生鮮食品及びエネルギーを除く総合」とみると、前年同月比、前月比ともに上昇。
企業倒産	増加	6月の企業倒産（負債1,000万円以上の法的整理による倒産）の件数は1,021件（前年同月比20.4%増）で、2024年5月（1,009件）以来、2年1カ月ぶりに1,000件を超えた。負債総額は1,311億5,000万円（同26.0%増）で、4カ月連続で前年同月を上回った。円安の定着で物価高騰が続くほか、人件費上昇、中東情勢の影響で小・零細企業の息切れが目立つ。

上記の＊は、前回掲載時から判断の変更があった箇所。

- ◆設備投資：「緩やかに持ち直している」→「持ち直している」
- ◆公共投資：「底堅く推移」→「堅調に推移」
- ◆輸出：「おおむね横ばい」→「このところ持ち直しの動き」
- ◆企業収益：「米国の通商政策による影響が残るものの、改善の動きがみられる」→「改善の動きがみられるが、中東情勢の影響を注視する必要がある」
- ◆物価：「このところ緩やかに上昇」→「緩やかに上昇」

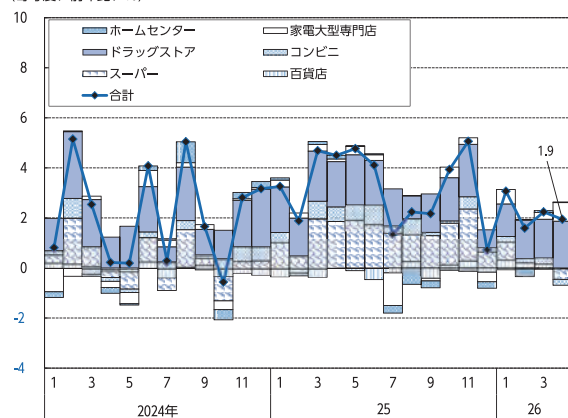
資料：内閣府「月例経済報告（2026年6月）」などより当研究所作成

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	4月の小売業販売額全体では、前年同月比1.9%増と18カ月連続で増加。家電大型専門店（同12.4%）、ドラッグストア（同8.8%増）、ホームセンター（同0.2%増）が前年を上回り、百貨店（同0.7%減）、スーパー（同1.2%減）、コンビニエンスストア（同1.0%減）は前年を下回った。また、4月の乗用車の新車登録・届出台数は同8.6%増となり、10カ月ぶりに前年同月を上回った。
設 備 投 資	前年度を上回る見込み	企業短期経済観測調査（全産業）によると、2026年度は前年度を上回る見込み（前年度比1.8%増）。業種別では、製造業が同11.7%増、非製造業が同8.4%減。
住 宅 投 資	前年を上回る	4月の新設住宅着工戸数は、前年同月比33.1%増となり、3カ月ぶりに前年同月を上回った。
公 共 投 資	前年を上回る	4月の公共工事請負金額は前年同月比4.6%増となり、2カ月ぶりに前年同月を上回った。また、前年度同月累計比では、5.1%増と24カ月連続で前年度を上回った。
生 産 活 動	一進一退	4月の鉱工業生産指数（季節調整値、2020年＝100）は、95.7、前月比7.3%減。3カ月後方移動平均値をみると、2月97.1→3月98.3→4月98.4と一進一退。業種別では「パルプ・紙・紙加工品工業」や「繊維工業」などが上昇した一方、「汎用・生産用機械工業」や「化学・石油石炭製品工業」などが低下した。
雇 用 情 勢	前月を上回る	4月の有効求人倍率（季節調整値）は1.32倍で、4カ月ぶりに前月を上回った。一般新規求人数（新規学卒、パートタイムを除く）は、「製造業」や「建設業」などが前年同月を下回ったものの、「サービス業（他に分類されないもの）」や「医療、福祉」などが上回り、全体では前年同月比0.5%増と、2カ月連続で前年を上回った。
貸 出 残 高	増加	4月の国内銀行貸出残高は前年同月比5.9%増と、引き続き増加基調で推移している。
企 業 倒 産	前年を上回る	6月の倒産件数は24件（前年同月比60.0%増）と、2カ月連続前年同月を上回った。負債総額は24.9億円（同70.8%増）と、3カ月ぶりに前年同月を上回った。

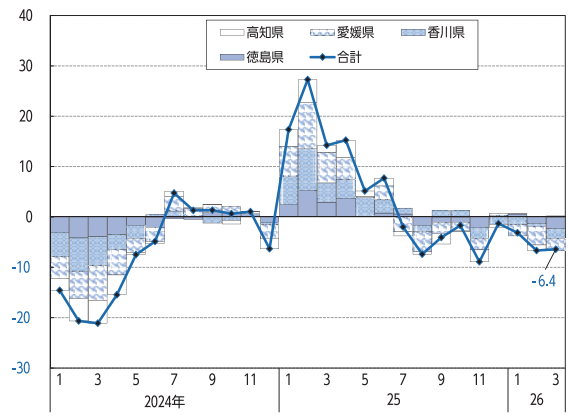
四国 小売業販売額の推移

(寄与度、前年比、%)

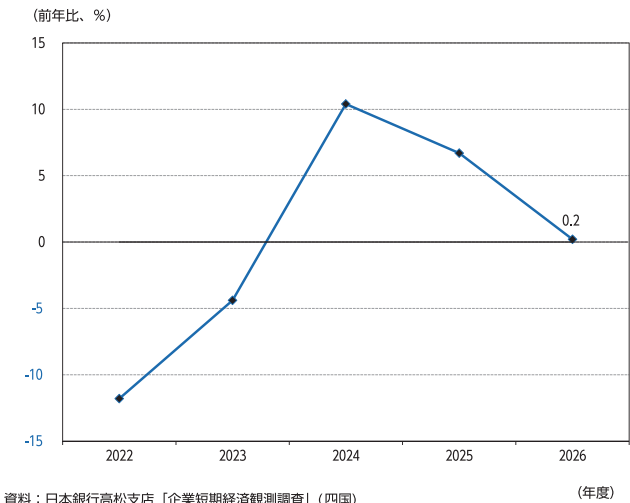


四国 乗用車・軽乗用車の新車登録・届出台数の推移

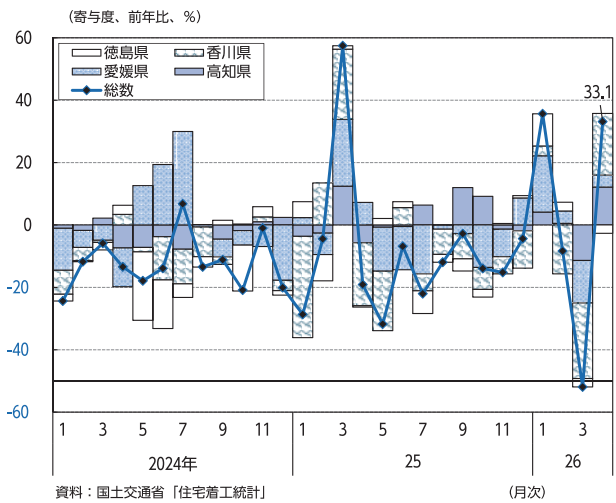
(寄与度、前年比、%)



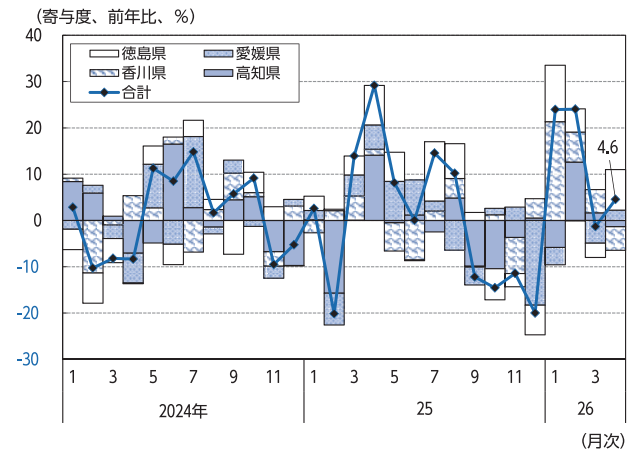
四国 【全産業】設備投資動向の推移



四国 新設住宅戸数の推移



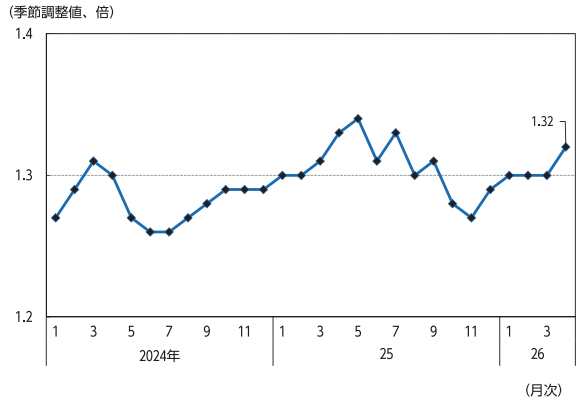
四国 公共工事請負金額の推移



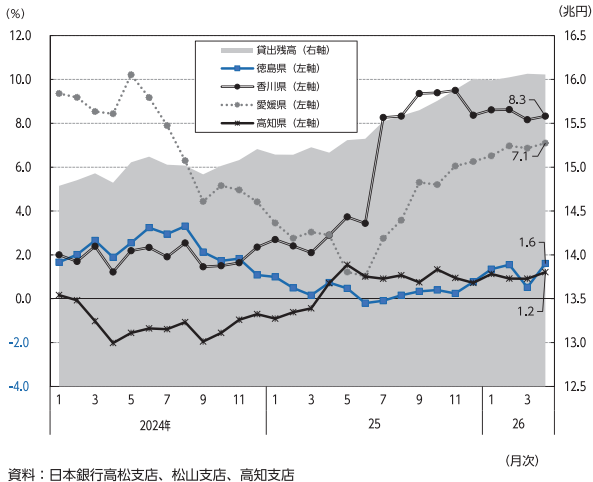
四国 鉱工業生産指数の推移



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



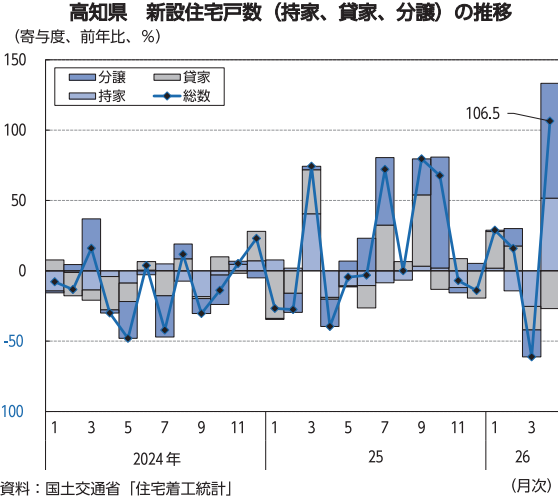
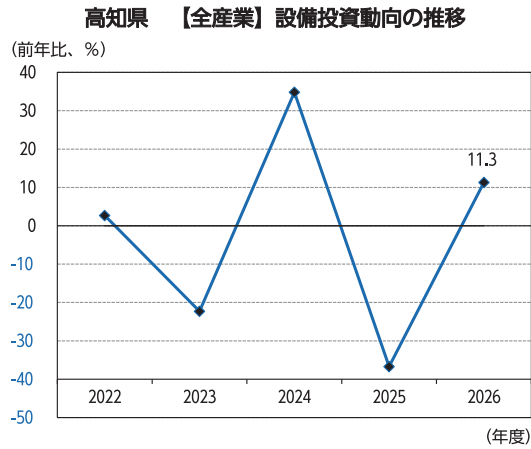
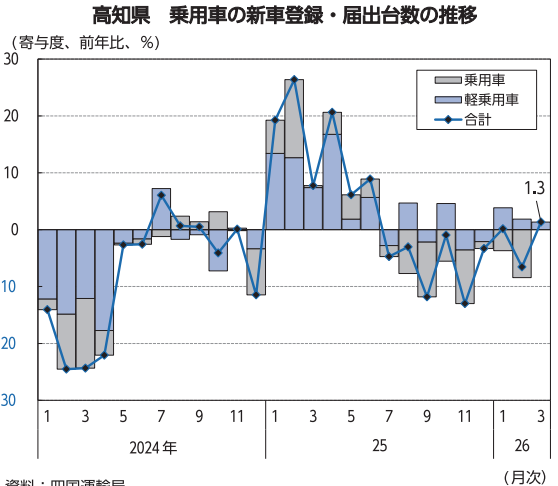
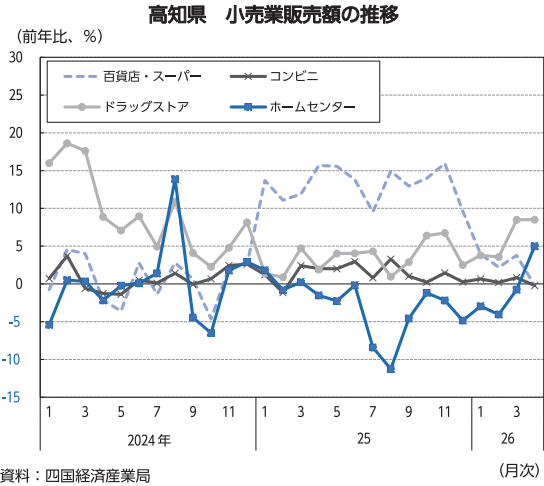
景気は、緩やかに持ち直している

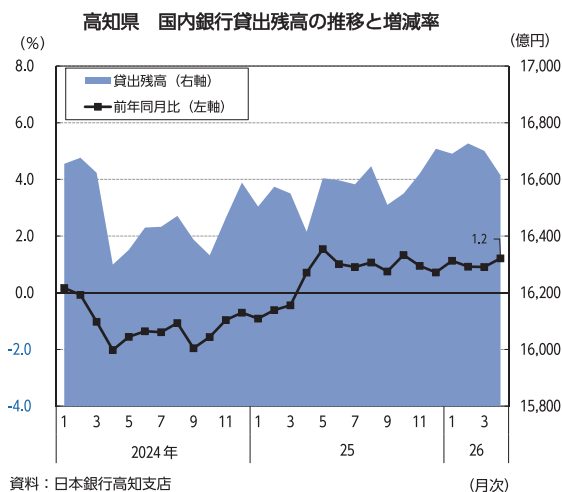
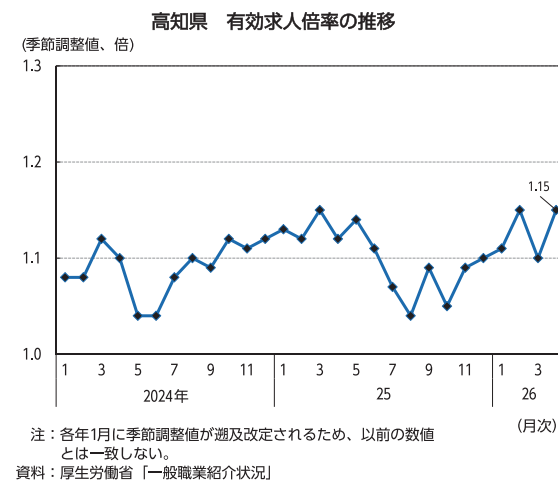
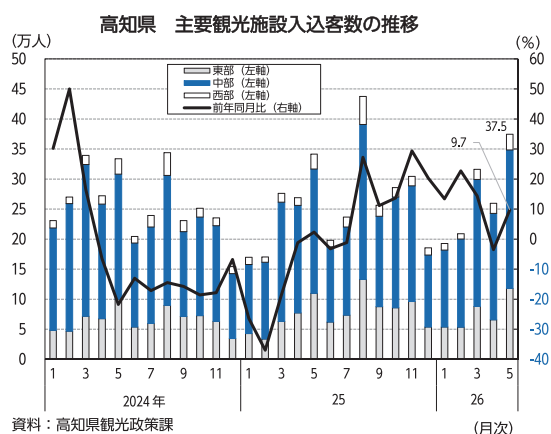
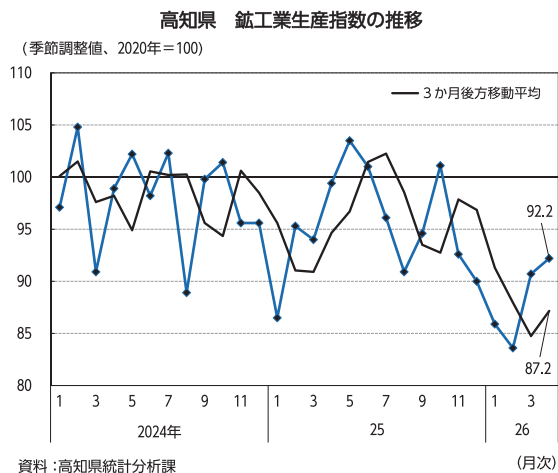
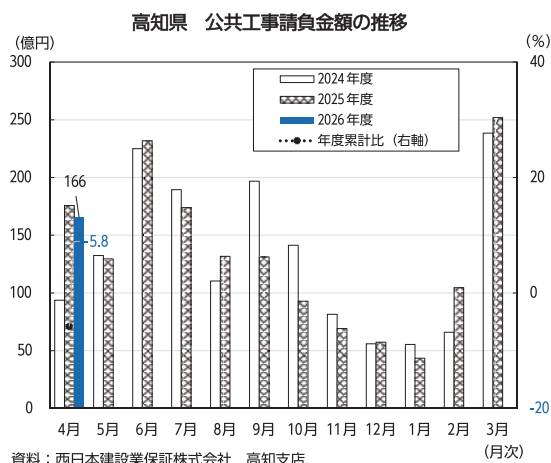
2026年 4 月概況

- ◆ 個人消費は堅調に推移している。観光は回復している。
- ◆ 住宅投資、公共投資は横ばい圏内で推移している。
- ◆ 設備投資は、持ち直しの動きが続いている。
- ◆ 製造業の生産は、業種によるバラツキはあるものの、全体では弱めの動きとなっている。
- ◆ 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、中東情勢・海外経済の動向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	4月の小売業販売額は、前年同月比2.2%増と18カ月連続で前年を上回った。業態別ではドラッグストアが同8.5%増、ホームセンターが同5.0%増と前年を上回り、百貨店・スーパーが同0.2%減、コンビニエンスストアが同0.2%減と前年を下回った。3月の乗用車・軽乗用車の新車登録・届出台数は同1.3%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
設 備 投 資	持ち直しの動き	企業短期経済観測調査（全産業）によると、2026年度は非製造業を中心に前年度を上回り、前年度比11.3%増となる計画。
住 宅 投 資	横ばい圏内で推移	4月の新設住宅着工戸数（持家、貸家、分譲）は、前年同月比106.5%増。内訳をみると、持家は同88.9%増、貸家は同75.8%減、分譲は同1,266.7%増。ただし、月々の振れが大きく、均してみれば横ばい圏内の動きとなっている。
公 共 投 資	横ばい圏内で推移	4月の公共投資請負金額は、前年同月比5.8%減。月々の振れを均せば横ばい圏内の動き。
生 産 活 動	業種によるバラツキはあるものの、全体では弱めの動き	4月の鉱工業生産指数（季節調整値、2020年＝100）は、92.2（前月比1.7%増）。機械、窯業・土石製品は減少。食料品、パルプ・紙・紙加工品、鉄鋼は緩やかに持ち直し。
観 光	回復	4月主要旅館・ホテルの宿泊客数は同2.3%増。足もとの5月の県内主要観光施設への入込客数は、前年同月比9.7%増となった。

項目	判断	主な判断理由
雇用情勢	引き締まった状態	4月の有効求人倍率（季節調整値）は、1.15倍で前月を0.05ポイント上回り、2カ月ぶりの増加。4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4.1%増。
貸出残高	前年を上回る	4月の国内銀行貸出残高は、前年同月比1.2%増。
企業倒産	件数は前年を上回り、負債総額は前年を下回る	6月の倒産（負債額1,000万円以上）の件数は3件（前年同月比200.0%増）、負債総額は0.9億円（同57.3%減）となった。





高知県 企業倒産件数と負債総額の推移

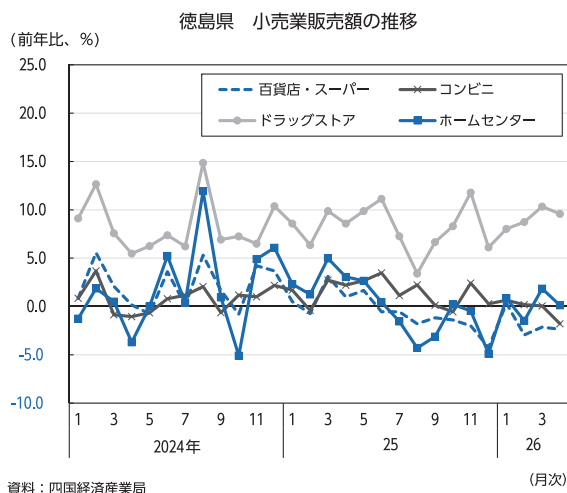
(件、百万円)

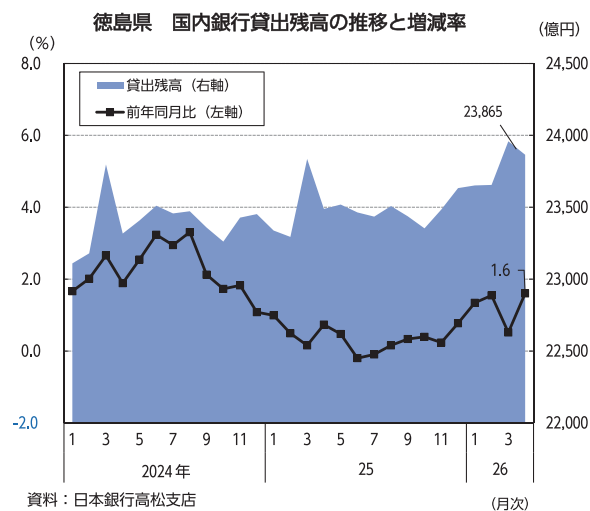
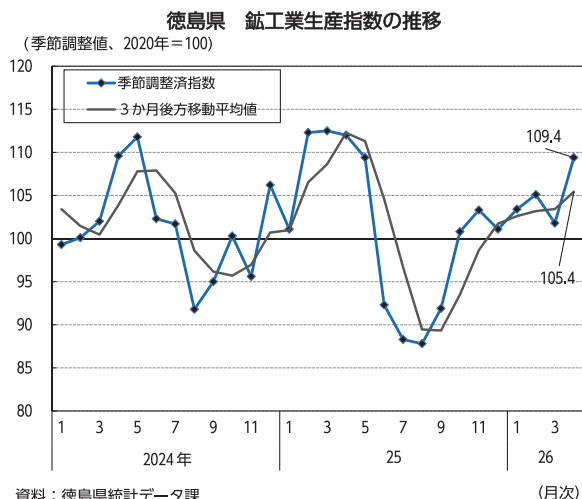
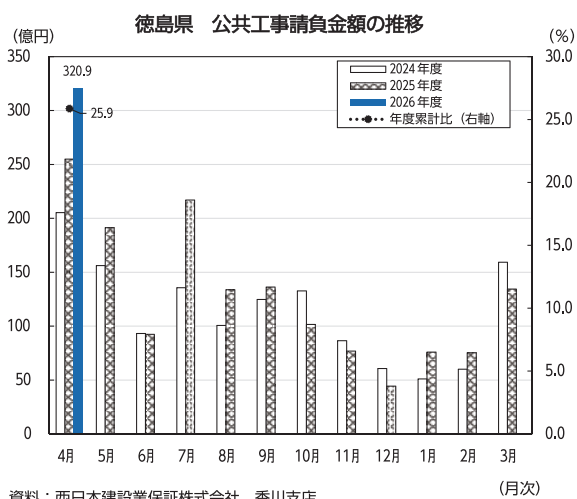
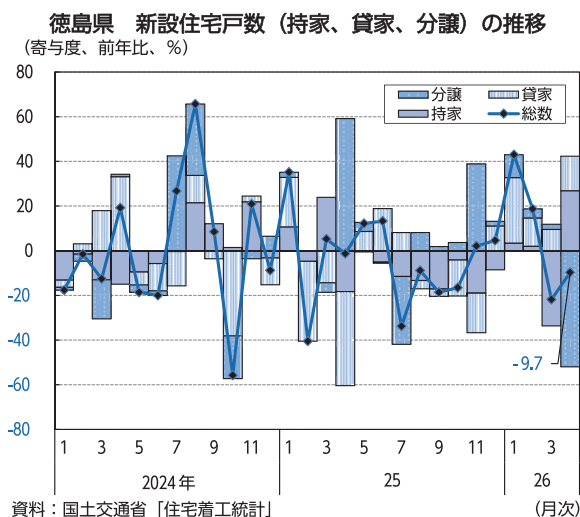
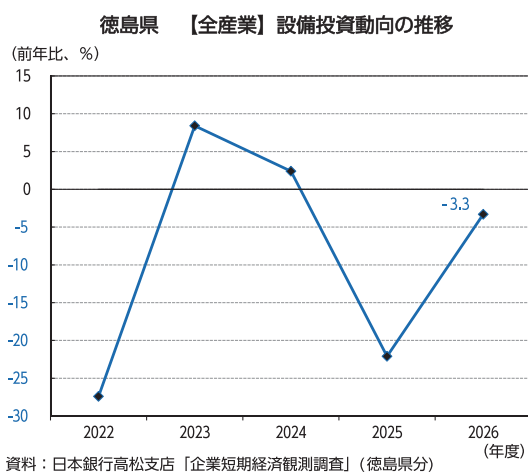
年	月	件数	負債総額	前年比 (%)	年	月	件数	負債総額	前年比 (%)
2025	1	1	150	-63.4	2026	1	1	600	300.0
	2	2	8	-95.9		2	3	149	1739.5
	3	6	337	-37.6		3	5	194	-42.4
	4	2	294	-31.8		4	2	28	-90.5
	5	2	204	-29.9		5	2	65	-68.1
	6	1	220	205.6		6	3	94	-57.3
	7	1	10	-82.8		7			
	8	1	10	-98.6		8			
	9	4	530	2550.0		9			
	10	3	394	-74.1		10			
	11	4	163	-22.7		11			
	12	1	56	-90.3		12			

資料：東京商工リサーチ

景気は、弱含んでいる

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	4月の小売業販売額は、前年同月比0.0%減（ほぼ横ばい）。業態別では、ドラッグストア（同9.6%増）が前年を上回り、百貨店・スーパー（同2.4%減）、コンビニエンスストア（同1.8%減）が前年を下回った。また、3月（直近公表分）の乗用車新車登録・届出台数は同11.5%減と、2カ月連続で前年を下回った。サービス消費は、回復を続けている。主要観光地の入込客数（2～4月）は、前年を上回った。
設備投資	弱めの動き	企業短期経済観測調査（全産業）によると、2026年度は、前年度を3.3%下回る計画となっている。
住宅投資	弱めの動き	4月の新設住宅着工戸数は、全体で前年同月比9.7%減と、2カ月連続で前年を下回った。内訳は、持家同91.0%増、貸家同3,500%増、分譲同74.2%減。
公共投資	高水準ながら足もと弱めの動き	4月の公共工事請負金額は、前年同月比25.9%増。高水準で推移している一方、日銀判断では足もと弱めの動きがみられている。
生産活動	横ばい圏内の動き	4月の鉱工業生産指数（季節調整値、2020年＝100）は109.4、前月比2.3%減。3カ月後方移動平均値は、2月103.2→3月103.4→4月105.4と横ばい圏内の動き。電気機械は弱含み、食料品は持ち直し、化学、パルプ・紙・紙加工品、はん用・生産用機械、金属製品は横ばい圏内。
雇用情勢	緩やかに改善	4月の有効求人倍率（季節調整値）は1.22倍と前月を0.02ポイント上回り、3カ月連続の増加。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2.0%増と、2カ月ぶりに前年を上回った。
貸出残高	前年を上回る	4月の国内銀行貸出残高は前年同月比1.6%増と、9カ月連続で前年を上回り、引き続き堅調に推移している。
企業倒産	前年を上回る	6月の倒産件数（負債額1,000万円以上）は11件（前年同月比37.5%増）、負債総額は19.0億円（同234.0%増）。





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
2014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
25年	859.0	113.1	953.4	99.4	1,913.5	103.0	2,101.7	101.2	5,827.5	103.1	230,092	102.7
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
8	76.0	115.0	86.4	98.2	168.3	102.2	180.3	102.4	510.9	103.3	19,277	103.1
9	67.4	113.0	75.5	98.8	150.6	101.7	161.3	100.0	454.8	102.1	17,992	103.3
10	69.7	114.0	77.3	98.6	154.7	103.8	176.1	103.8	477.8	104.3	18,810	105.1
11	72.3	116.0	78.0	98.0	161.9	105.7	179.5	105.3	491.7	105.6	19,905	104.9
12	91.2	109.6	94.5	95.8	193.2	100.3	215.2	100.8	594.1	101.0	23,828	101.5
26年1月	73.2	103.9	79.4	100.3	162.5	101.6	181.3	103.3	496.5	102.3	19,739	103.8
2	64.9	102.2	70.0	97.0	142.4	99.8	153.5	101.6	430.8	100.3	17,725	102.4
3	74.1	103.8	77.9	97.9	159.7	100.3	175.6	99.8	487.4	100.2	19,625	101.4
4	67.2	99.8	73.9	97.6	148.7	98.5	163.8	99.4	453.6	98.9	18,459	102.4

(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
25年	20,784	103.3	23,265	103.9	35,557	107.4	40,422	103.5	120,028	104.7	3,830,429	102.8
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
8	1,446	97.0	1,478	90.9	2,386	95.6	2,743	88.9	8,053	92.6	248,975	91.7
9	1,769	88.2	2,046	94.5	3,192	104.6	3,544	93.8	10,551	95.9	356,966	97.5
10	1,807	99.1	1,962	94.7	3,081	104.5	3,446	95.0	10,296	98.3	327,568	97.0
11	1,682	87.0	1,893	89.5	2,862	92.3	3,265	93.3	9,702	91.1	306,840	93.0
12	1,517	96.7	1,725	101.2	2,599	95.3	3,047	101.5	8,888	98.7	277,536	99.1
26年1月	1,825	100.2	2,080	103.1	2,905	94.7	3,331	94.3	10,141	97.2	307,387	93.8
2	1,854	93.4	2,131	93.2	3,324	98.1	3,423	89.1	10,732	93.3	328,042	92.6
3	2,214	101.3	2,285	88.5	3,448	93.1	4,150	93.1	12,097	93.6	406,931	96.8

(資料) 四国運輸局、四国経済産業局

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
25年	2,385	117.4	2,555	92.2	3,953	81.9	4,678	88.6	13,571	91.0	740,667	93.5
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
8	182	99.5	246	87.9	298	73.2	461	96.4	1,187	88.1	60,275	90.2
9	304	198.7	220	81.8	296	74.4	406	92.1	1,226	97.2	63,570	92.7
10	333	168.2	181	83.4	329	76.0	426	67.9	1,269	86.0	71,871	103.2
11	172	91.0	243	102.5	320	82.3	325	74.7	1,060	84.8	59,524	91.5
12	151	88.3	207	104.0	271	68.1	388	131.1	1,017	95.6	62,118	98.7
26年1月	135	127.4	253	139.8	175	114.4	385	148.6	948	135.6	55,898	99.6
2	131	104.8	184	121.1	332	65.1	394	112.9	1,041	91.6	57,630	95.1
3	132	38.6	173	77.6	216	32.6	367	59.3	888	48.1	63,495	70.7
4	199	211.7	205	89.9	301	231.5	445	108.0	1,150	133.1	62,569	111.4

(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
25年	155,312	94.4	151,853	114.2	97,109	98.4	189,285	103.3	5,936	105.7	163,333	106.6
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	205	102.4	5,662	98.7
2	6,602	52.4	6,003	101.8	6,519	114.3	11,413	81.3	305	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
8	13,176	119.4	13,370	132.8	9,009	125.7	12,846	82.0	484	110.3	10,996	102.7
9	13,119	66.6	13,624	109.2	9,360	98.7	22,294	89.7	584	87.8	14,348	112.5
10	9,291	65.7	10,151	76.5	6,720	109.2	13,557	105.0	397	85.5	13,327	118.1
11	6,914	84.8	7,680	88.9	4,349	62.2	11,013	109.7	300	88.6	7,452	93.2
12	5,731	102.4	4,434	73.1	4,121	134.9	6,033	56.5	203	80.0	7,799	114.9
26年1月	4,352	78.5	7,593	148.8	8,370	209.2	5,055	86.8	254	123.9	6,180	109.1
2	10,455	158.4	7,533	125.5	8,496	130.3	11,394	99.8	379	124.0	8,547	123.6
3	25,189	105.6	13,440	84.4	14,995	136.9	25,972	86.8	796	98.7	20,231	117.5
4	16,558	94.2	32,091	125.9	11,961	75.8	17,997	110.3	786	104.5	28,541	104.7

(資料)西日本建設業保証(株)、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
25年	28	2,449	48.7		68	6,046	168.2	65	9,527	207.9	58	67,207	622.1	219	852	355.0	10,300	15,922	67.9
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	50.0		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
8	1	10	-98.6		4	575	167.4	5	495	-30.0	6	271	-91.2	16	14	-71.3	805	1,144	12.8
9	4	530	2,550.0		5	755	1,697.6	4	230	-42.1	3	180	100.0	16	17	208.7	873	1,125	-15.3
10	3	394	-74.1		4	990	760.9	4	479	232.6	8	2,400	1,500.0	19	43	121.0	965	1,275	-49.6
11	4	163	-22.7		7	205	-65.5	6	399	37.6	3	462	-80.6	20	12	-64.7	778	824	-48.6
12	1	56	-90.3		8	604	38.9	7	319	-31.0	6	854	135.3	22	18	-0.2	928	2,982	53.7
26年 1 月	1	600	300.0		9	615	40.4	8	1,634	0.1	2	830	80.4	20	37	37.3	887	1,198	-1.3
2	3	149	84.0		7	1,205	551.4	6	415	89.5	6	854	-98.6	22	26	-95.7	851	1,332	-22.3
3	5	194	-42.4		7	1,080	109.7	3	1,123	394.7	7	833	14.3	22	32	78.7	924	1,149	16.5
4	2	28	-90.5		7	565	178.3	5	164	-72.4	6	674	-12.9	20	14	-23.3	883	1,119	8.8
5	2	65	-68.1		7	445	27.1	3	227	-93.5	8	1,140	612.5	20	19	-55.3	780	1,212	34.1
6	3	94	-57.3		11	1,904	234.0	2	46	-86.4	8	450	35.1	24	25	70.8	1,021	1,332	26.0

(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
金融機関 全国
42社

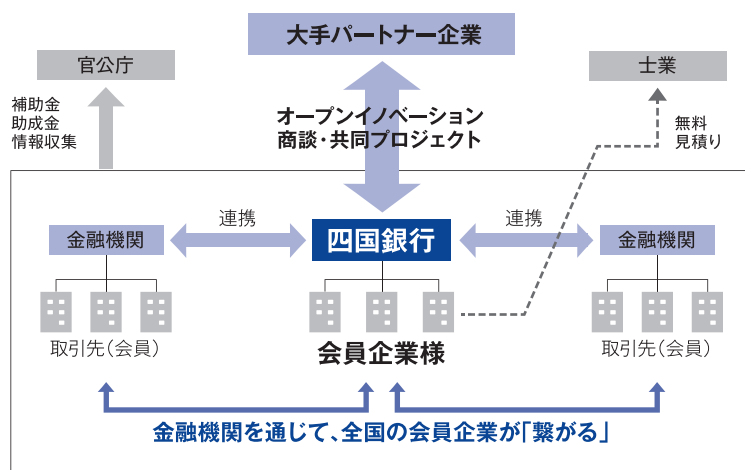
(2020年9月30日現在)

参加
中小企業 全国
2万7,000社超

(2020年9月30日現在)

ビジネスマッチング機能
チャット
土業相談
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 入会金 0円 基本料金 月額 3,300円 (税込)

※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。

※本サービスご登録と同時に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



スマホも
OK!



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 088-885-3535

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

四銀 経営情報

7

2026
No.198

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)