

第 170 回 高知県内企業の景況調査 -2025 年 9 月-

株式会社 四銀地域経済研究所

Summary

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

調査要綱

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

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

業種別回答企業数

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

資本金規模別回答企業数

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

※資本金に該当しない企業…（社会福祉法人、医療法人等）

従業員規模別回答企業数

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

注：少数点第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。

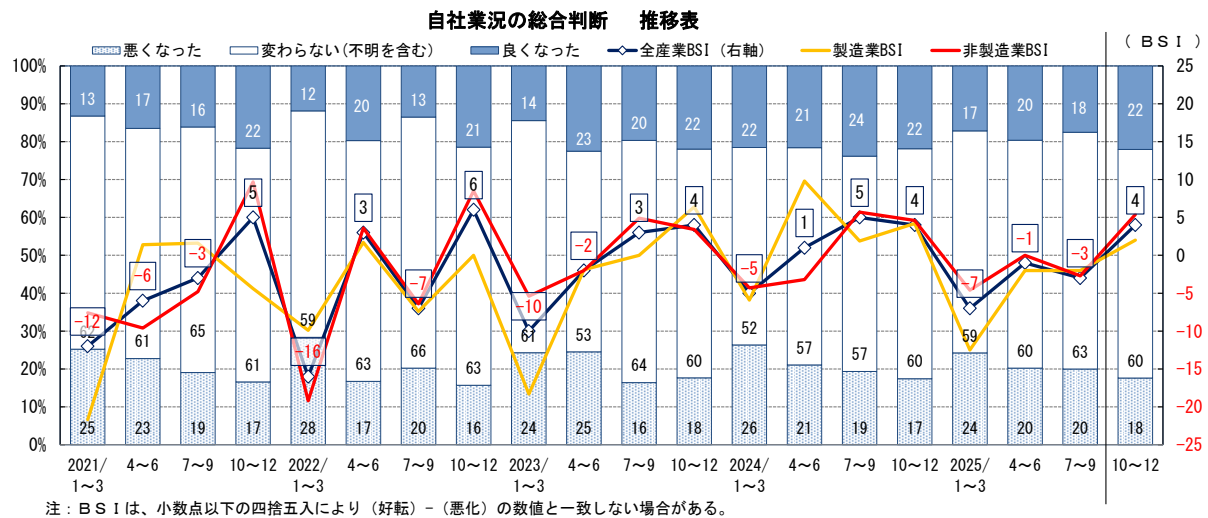
BSIについて

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. 2025 年 7～9 月期（今期）見込みと 2025 年 10～12 月期（来期）見通し

(1) 自社業況の総合判断BSI



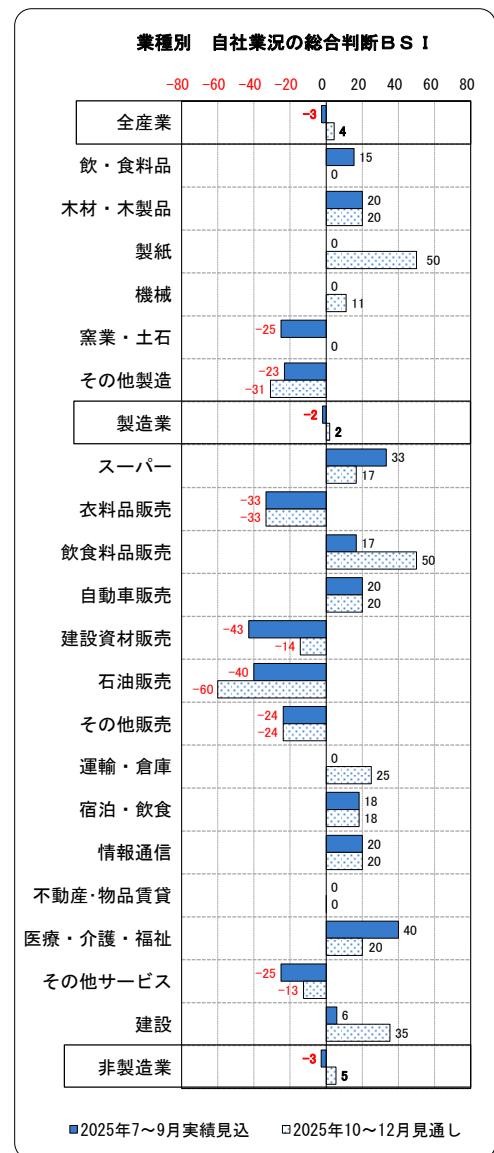
2025 年 7～9 月期（今期）見込み

～個人消費関連業種は概ね堅調に推移～

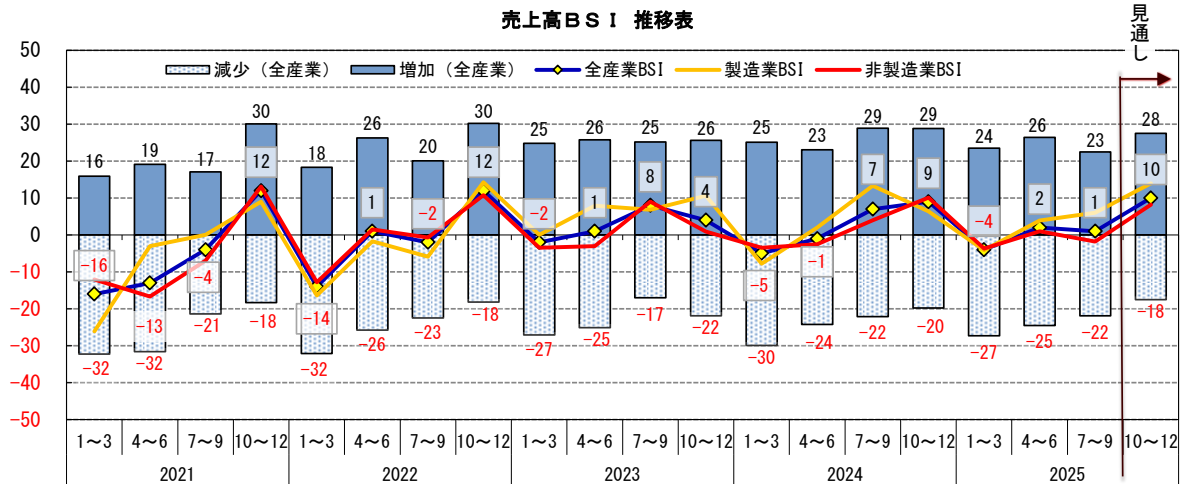
- ◆ 自社業況の総合判断 BSI は、全産業で前期（2025 年 4～6 月）－1 より 2 ポイント低下し－3 となった。前期と比較すると、20 業種中 7 業種で好転、10 業種で悪化した。
- ◆ 製造業は、前期と同じく－2 となった。3 期連続のマイナス。木材・木製品（＋20）や飲・食料品（＋15）はプラスが続いている。一方、窯業・土石（－25）やその他製造（－23）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期 0 より 3 ポイント低下し－3 となった。自動車販売（＋20）や情報通信（＋20）は好転した。一方、衣料品販売（－33）やその他サービス（－25）は悪化した。医療・介護・福祉（＋40）やスーパー（＋33）、宿泊・飲食（＋18）、飲食料品販売（＋17）、建設（＋6）はプラスが続く一方、建設資材販売（－43）や石油販売（－40）、その他販売（－24）はマイナスが続いている。

2025 年 10～12 月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で今期－3 より 7 ポイント上昇し＋4 の見通し。
- ◆ 製造業は、今期－2 より 4 ポイント上昇し＋2 の見通し。
- ◆ 非製造業は、今期－3 より 8 ポイント上昇し＋5 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）

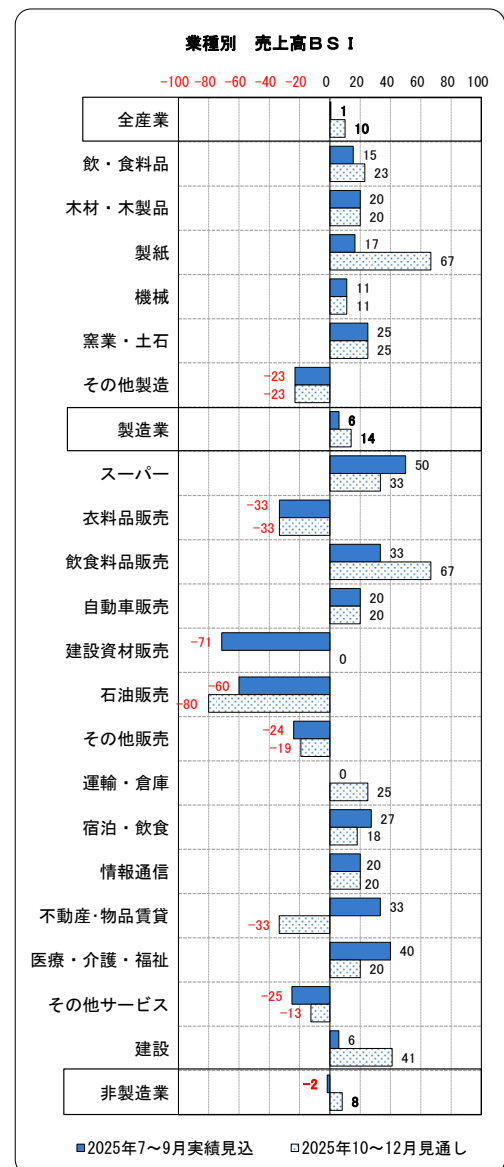
2025年7～9月期（今期）見込み

～製造業2期連続のプラス～

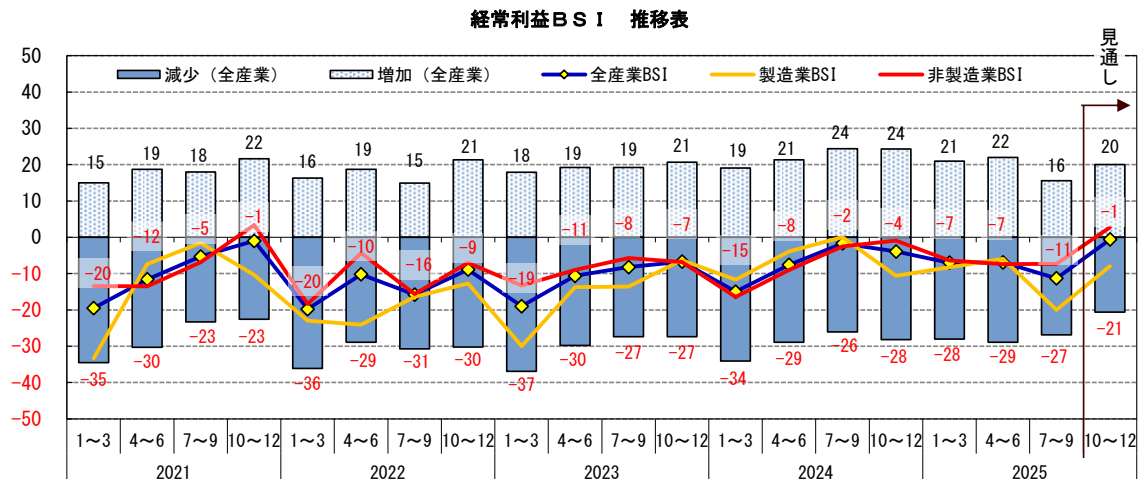
- ◆ 売上高BSIは、全産業で前期+2より1ポイント低下し+1となった。前期と比較すると、20業種中10業種で好転、10業種で悪化した。
- ◆ 製造業は、前期+4より2ポイント上昇し+6となった。窯業・土石（+25）や製紙（+17）、機械（+11）は好転した。木材・木製品（+20）や飲・食料品（+15）はプラスが続く一方、その他製造（-23）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期+1より3ポイント低下し-2となった。飲食料品販売（+33）や不動産・物品賃貸（+33）、自動車販売（+20）、情報通信（+20）、建設（+6）は好転した。一方、建設資材販売（-71）や衣料品販売（-33）、その他サービス（-25）、その他販売（-24）は悪化した。スーパー（+50）や医療・介護・福祉（+40）、宿泊・飲食（+27）はプラスが続く一方、石油販売（-60）はマイナスが続いている。

2025年10～12月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で今期+1より9ポイント上昇し+10の見通し。
- ◆ 製造業は、8ポイント上昇し+14の見通し。
- ◆ 非製造業は、10ポイント上昇し+8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）

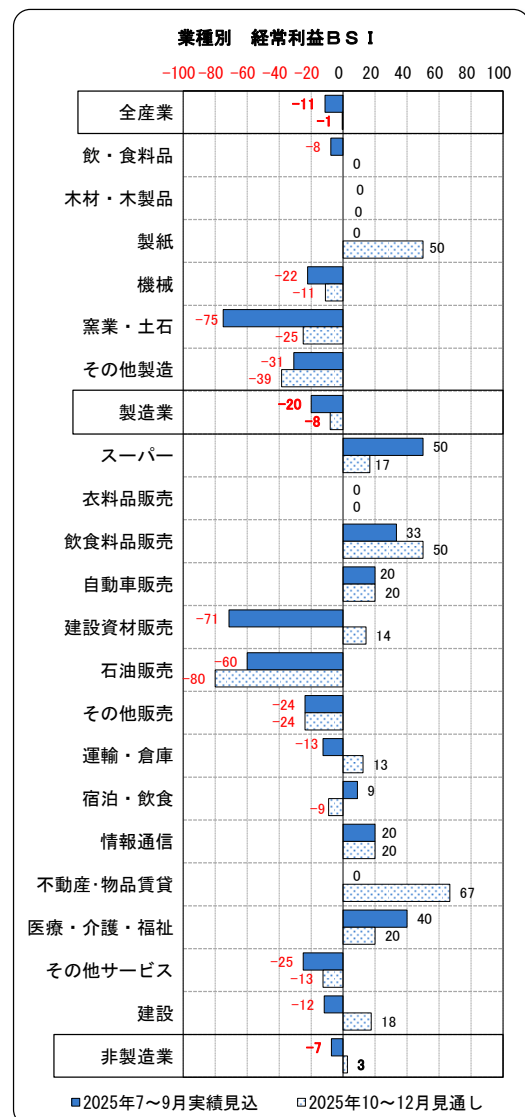
2025年7～9月期（今期）見込み

～物価上昇を販売価格に転嫁できない状況が続く～

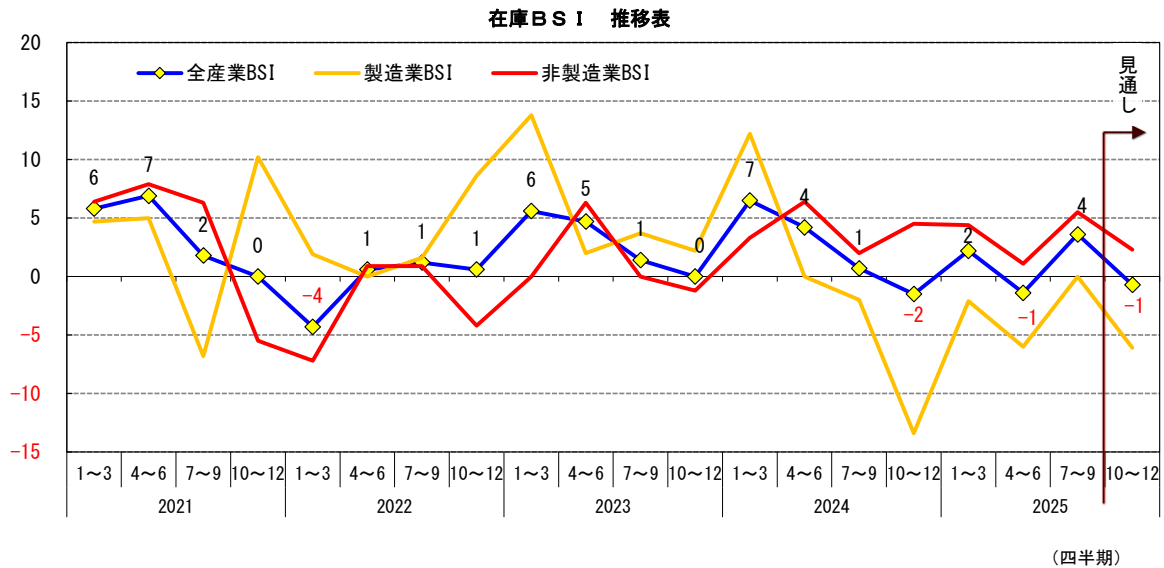
- ◆ 経常利益BSIは、全産業で前期－7より4ポイント低下し－11となった。23期連続のマイナス。前期と比較すると、20業種中8業種で好転、11業種で悪化した。人件費を含めた物価などの上昇を販売価格に一部転嫁できていない状況が続いている。この傾向は、特に製造業で強まっている。
- ◆ 製造業は、前期－6より14ポイント低下し－20となった。機械（－22）や飲・食料品（－8）は悪化した。窯業・土石（－75）やその他製造（－31）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期と同じく－7となった。飲食料品販売（＋33）や自動車販売（＋20）、情報通信（＋20）は好転した。一方、その他サービス（－25）や運輸・倉庫（－13）は悪化した。スーパー（＋50）や医療・介護・福祉（＋40）、宿泊・飲食（＋9）はプラスが続く一方、建設資材販売（－71）や石油販売（－60）、その他販売（－24）、建設（－12）はマイナスが続いている。

2025年10～12月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で今期－11より10ポイント上昇し－1の見通し。
- ◆ 製造業は12ポイント上昇し－8の見通し。
- ◆ 非製造業は10ポイント上昇し＋3の見通し。



(4) 在庫BSI



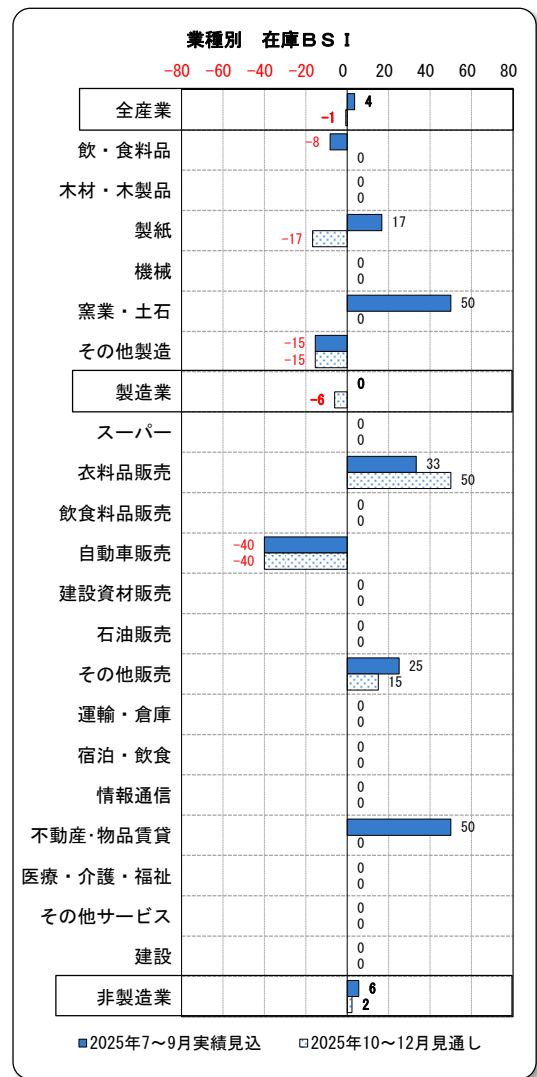
2025 年 7～9 月期（今期）見込み

～全体として適正水準～

- ◆ 在庫 BSI は、全産業で前期－1 より 5 ポイント上昇し＋4 となった。
- ◆ 製造業は、前期－6 より 6 ポイント上昇し 0 となった。その他製造（－15）や飲・食料品（－8）でやや不足感がみられる。一方、窯業・土石（＋50）や製紙（＋17）で過剰感がみられる。製造業全体では「適正」と回答した企業が約 8 割あり、適正水準にある。
- ◆ 非製造業は、前期＋1 より 5 ポイント上昇し＋6 となった。自動車販売（－40）で不足感がみられる。一方、不動産・物品賃貸（＋50）や衣料品販売（＋33）、その他販売（＋25）で過剰感がみられる。非製造業全体では「適正」と回答した企業が約 9 割あり、適正水準にある。

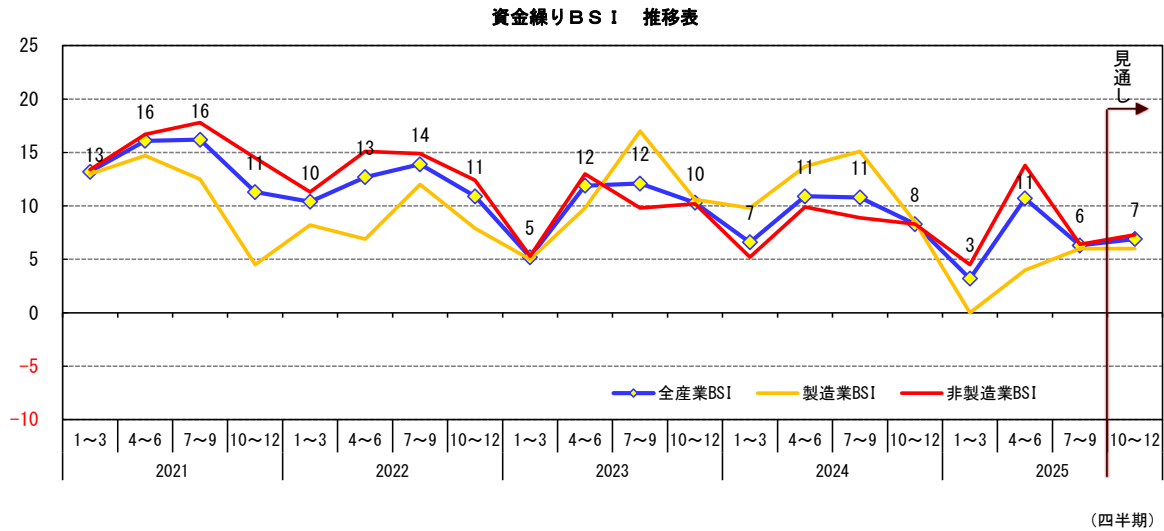
2025 年 10～12 月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で今期＋4 より 5 ポイント低下し－1 となる見通し。
- ◆ 製造業は 6 ポイント低下し－6 の見通し。
- ◆ 非製造業は 4 ポイント低下し＋2 の見通し。



※在庫を保有している企業を 100 として算出。

(5) 資金繰りBSI



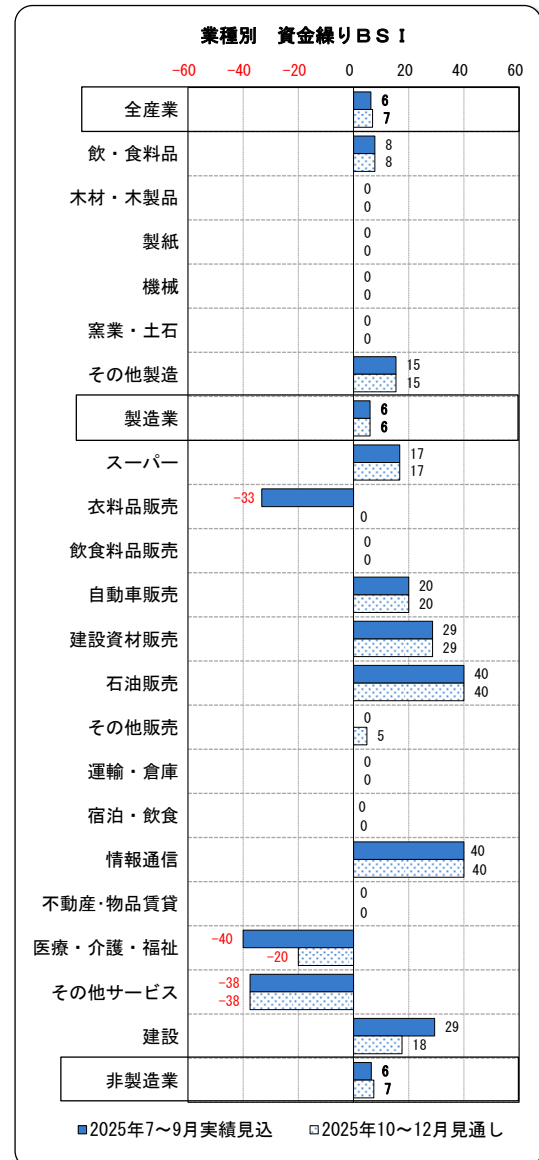
2025 年 7～9 月期（今期）見込み

～全体的に良好といえる～

- ◆ 資金繰り BSI は、全産業で前期+11 より 5 ポイント低下し+6 となった。全般的な資金繰りは良好といえる。
- ◆ 製造業は、前期+4 より 2 ポイント上昇し +6 となった。マイナスの業種はない。
- ◆ 非製造業は、前期+14 より 8 ポイント低下し+6 となった。マイナスは、医療・介護・福祉（-40）、その他サービス（-38）、衣料品販売（-33）の 3 業種。

2025 年 10～12 月期（来期）見通し

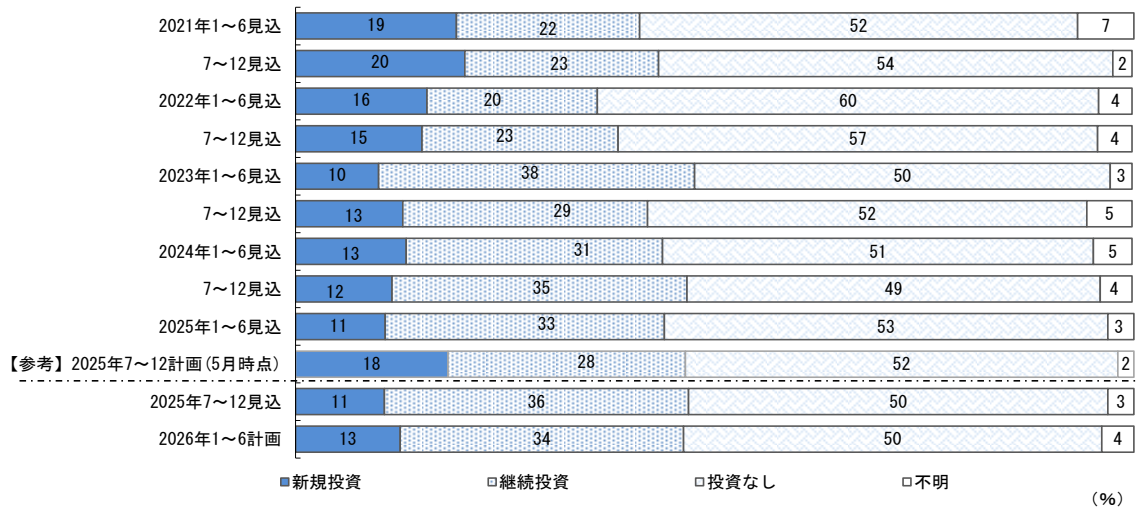
- ◆ 全産業で今期+6 より 1 ポイント上昇し +7 の見通し。
- ◆ 製造業は今期と同じく+6 の見通し。マイナスの業種はない見通し。
- ◆ 非製造業は 1 ポイント上昇し+7 の見通し。その他サービス（-38）や医療・介護・福祉（-20）では、マイナスが続く見通し。



2. 設備投資

(1) 設備投資動向

【全産業】設備投資動向推移表



注:少数点以下端数処理のため合計が100とならない場合がある。

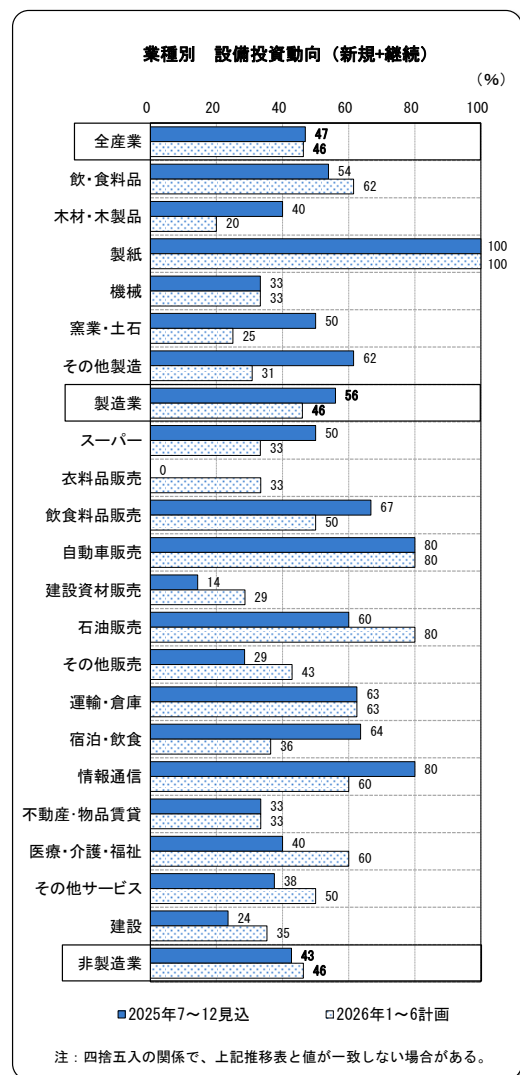
2025 年下半年 (7～12 月期) 見込み

～非製造業が前向きな姿勢～

- ◆ 今期、新規・継続設備投資をする企業の割合は前期(2025年1～6月)44%より3ポイント上昇し47%となった。新規投資は前期と同じく11%となった。
- ◆ 製造業は、前期61%より5ポイント低下し56%となった。うち「新規投資」は前期18%より6ポイント低下し12%となった。
- ◆ 非製造業は、前期36%より7ポイント上昇し43%となった。うち「新規投資」は前期7%より3ポイント上昇し10%となった。
- ◆ 製造業は設備投資に慎重な姿勢となっているが、非製造業はマインドが高まりつつある。

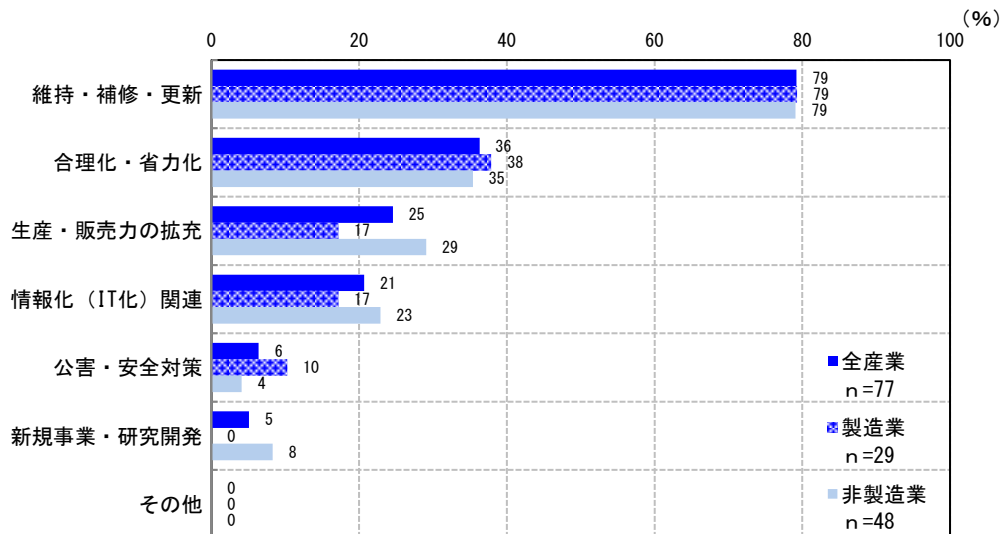
2026 年上半期 (1～6 月期) 計画

- ◆ 2026 年上半期に設備投資を計画する企業の割合は全産業で46%、うち新規投資は13%となった。
- ◆ 計画については、従来から保守的に回答する傾向があるが、非製造業は、今期の新規投資10%を3ポイント上回る13%となる計画であり、前向きな姿勢がみられる。



(2) 設備投資目的

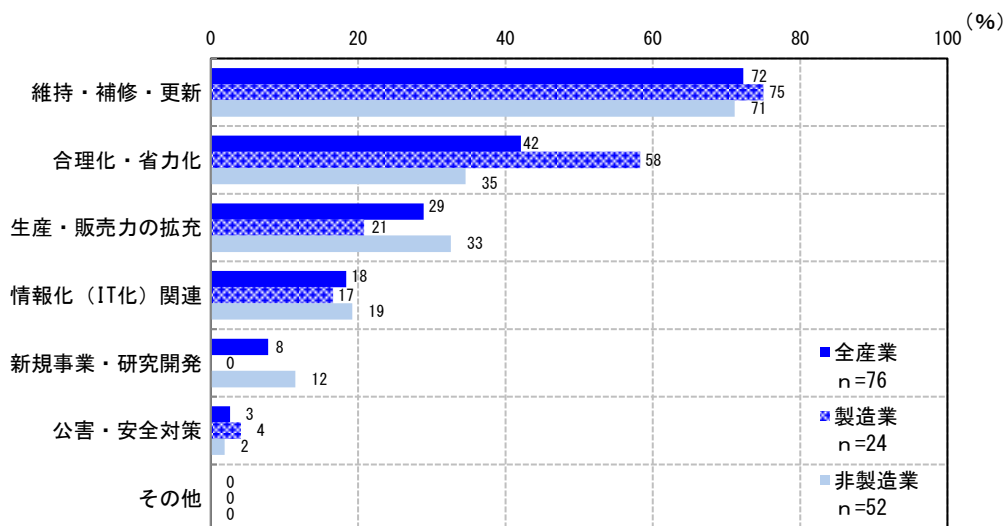
① 2025 年下半期（7～12 月期）見込み



注：複数回答のため合計で100%にはならない。

- ◆ 2025 年下半期の設備投資目的は、全産業で「維持・補修・更新」が 79%で最も高く、前期 70%より 9 ポイント上昇した。次いで「合理化・省力化」36%、「生産・販売力の拡充」25%、「情報化（IT化）関連」21%と続く。
- ◆ 製造業においては、「生産・販売力の拡充」が前期 29%より 12 ポイント低下し 17%となった。前向きな投資に慎重な姿勢がみられる。

② 2026 年上半期（1～6 月期）計画

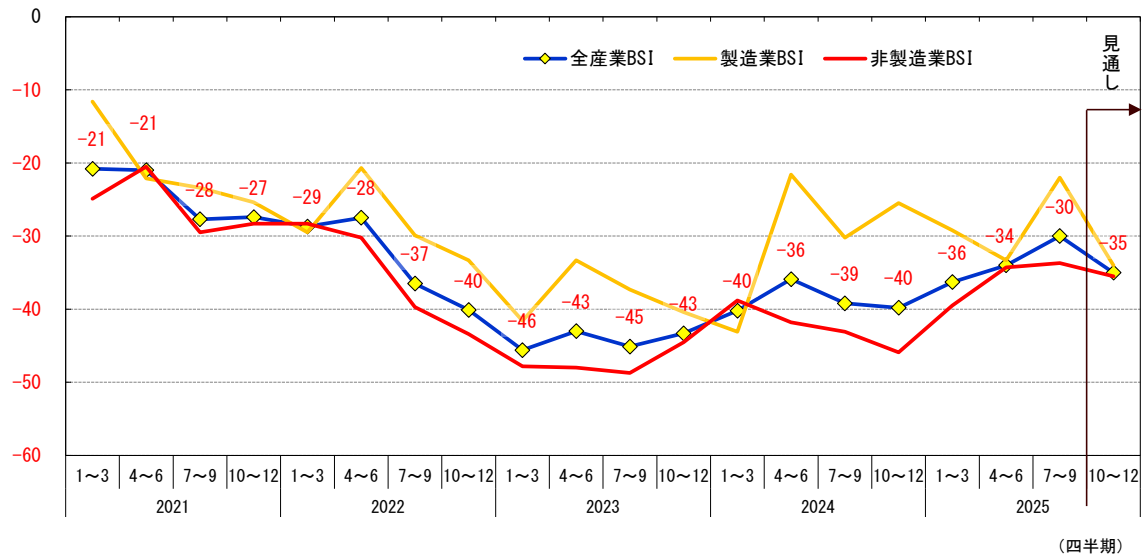


注：複数回答のため合計で100%にはならない。

- ◆ 2026 年上半期の設備投資計画は、全産業で「維持・補修・更新」が 72%で最も高く、次いで「合理化・省力化」42%、「生産・販売力の拡充」29%、「情報化（IT化）関連」18%となった。
- ◆ 製造業で、「合理化・省力化」が 2025 年下半期（7～12 月期）見込み 38%より 20 ポイント上回る 58%となった。人手不足への対策の必要性を感じているとみられる。

3. 雇用

雇用BSI 推移表



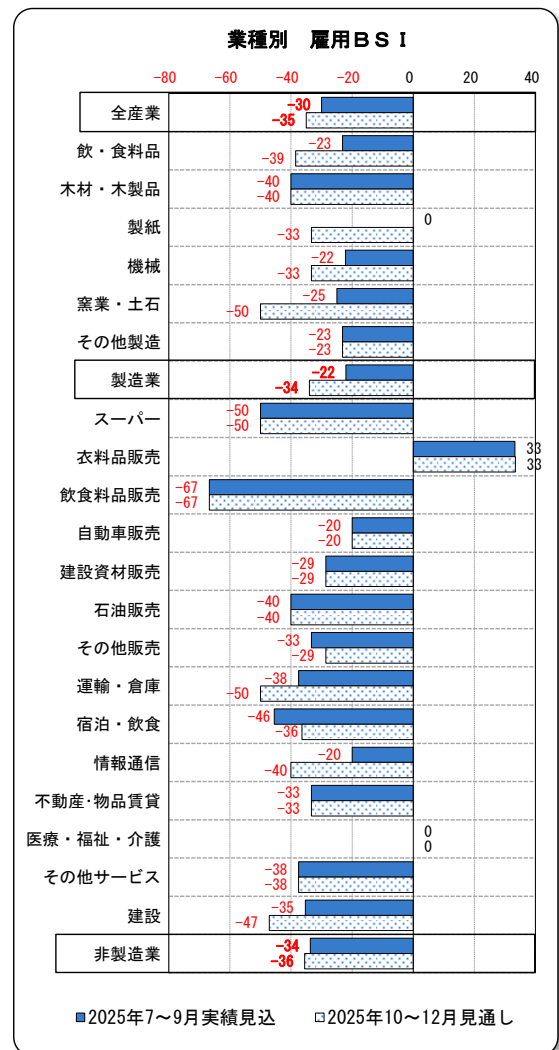
2025 年 7～9 月期（今期）見込み

～強い人手不足感が続いている～

- ◆ 雇用 BSI は全業種で前期－34 より 4 ポイント上昇し－30 となった。強い逼迫感が継続している。2013 年 7～9 月期からマイナスが続いている。
- ◆ 製造業では－22 となり、前期より 11 ポイント上昇。製紙 (0) を除くすべての業種でマイナスとなった。特に、木材・木製品 (－40) などでの不足感が強い。
- ◆ 非製造業では、前期と同じく－34 となった。衣料品販売 (+33) と医療・介護・福祉 (0) 以外のすべての業種でマイナスとなった。特に、飲食料品販売 (－67) やスーパー (－50)、宿泊・飲食 (－46)、石油販売 (－40) などでの不足感が強い。

2025 年 10～12 月期（来期）見通し

- ◆ 雇用 BSI は全産業で－35 (製造業－34、非製造業－36) と人手不足は続く見通し。衣料品販売 (+33) と医療・介護・福祉 (0) 以外のすべての業種でマイナスとなる見込み。
- ◆ 非製造業の個人消費関連を中心に不足感が強く、人手不足を要因としたビジネスチャンスの逸失などが続いている。



4. 経営上当面の課題

- ◆ 全産業で「仕入れ価格の上昇」が48%と6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44%となった。
- ◆ 製造業では「仕入れ価格の上昇」が56%と15期連続で最も高いが、前期の71%より15ポイント低下した。特に機械（78%）や飲・食料品（77%）、製紙（67%）で高い割合を示した。
- ◆ 非製造業では「人件費高」が48%と最も高い。特にスーパー（83%）や建設資材販売（71%）、不動産・物品賃貸（67%）、自動車販売（60%）などで高い割合を示した。

全産業	2025年1～3月期			2025年4～6月期			2025年7～9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 (%)
	1	→ 仕入れ価格の上昇	59	1	→ 仕入れ価格の上昇	55	1	→ 仕入れ価格の上昇	48
	2	→ 人手・人材不足	53	2	→ 人手・人材不足	45	2	→ 人手・人材不足	44
	3	↗ 人件費高	36	3	↗ 販売・受注の停滞、減少	40	3	↗ 人件費高	43
	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	35	4	↘ 人件費高	31	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	37
	5	→ 設備の不足・老朽化	27	5	→ 設備の不足・老朽化	28	5	→ 設備の不足・老朽化	33

製造業	2025年1～3月期			2025年4～6月期			2025年7～9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 (%)
	1	→ 仕入れ価格の上昇	79	1	→ 仕入れ価格の上昇	71	1	→ 仕入れ価格の上昇	56
	2	↗ 人手・人材不足	38	2	↗ 設備の不足・老朽化	51	2	→ 設備の不足・老朽化	46
	2	↘ 設備の不足・老朽化	38	3	↗ 販売・受注の停滞、減少	39	3	→ 販売・受注の停滞、減少	44
	4	→ 販売・受注の停滞、減少	33	3	↘ 人手・人材不足	39	4	→ 人手・人材不足	42
	5	↗ 人件費高	31	5	↗ 販売力の不足	20	5	↗ 人件費高	30

非製造業	2025年1～3月期			2025年4～6月期			2025年7～9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 (%)
	1	→ 人手・人材不足	60	1	↗ 仕入れ価格の上昇	48	1	↗ 人件費高	48
	2	→ 仕入れ価格の上昇	50	2	↘ 人手・人材不足	47	2	→ 人手・人材不足	45
	3	↗ 人件費高	39	3	↗ 販売・受注の停滞、減少	41	3	↘ 仕入れ価格の上昇	44
	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	36	4	↘ 人件費高	40	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	34
	5	↗ 販売・受注競争の激化	28	5	→ 販売・受注競争の激化	30	5	→ 販売・受注競争の激化	33

5. 今後の経営方針

- ◆ 全産業で「販売力の強化」が53%と最も高い。
- ◆ 製造業では「販売力の強化」が56%と最も高く、「合理化・効率化」48%、「品質・サービスの向上」42%と続いた。
- ◆ 非製造業でも「販売力の強化」が51%と最も高く、「合理化・効率化」41%、「品質・サービスの向上」39%と続いた。

全産業	2025年1～3月期			2025年4～6月期			2025年7～9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 (%)
	1	→ 販売力の強化	46	1	→ 販売力の強化	48	1	→ 販売力の強化	53
	2	→ 合理化・効率化	43	2	→ 合理化・効率化	47	2	→ 合理化・効率化	43
	3	→ 品質・サービスの向上	38	3	→ 品質・サービスの向上	32	3	→ 品質・サービスの向上	40
	4	→ 従業員教育の強化	34	3	↗ 人材確保	32	4	↗ 従業員教育の強化	34
	5	↘ 人材確保	31	5	↗ 得意分野へ特化	31	5	↘ 人材確保	29

製造業	2025年1～3月期			2025年4～6月期			2025年7～9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 (%)
	1	→ 販売力の強化	54	1	↗ 合理化・効率化	61	1	↗ 販売力の強化	56
	2	→ 合理化・効率化	48	2	↘ 販売力の強化	45	2	↘ 合理化・効率化	48
	3	→ 品質・サービスの向上	40	3	↗ 得意分野へ特化	41	3	↗ 品質・サービスの向上	42
	4	→ 得意分野へ特化	29	4	↗ 人材確保	33	4	→ 人材確保	30
	5	↗ 人材確保	25	5	↘ 品質・サービスの向上	27	5	↘ 得意分野へ特化	28

非製造業	2025年1～3月期			2025年4～6月期			2025年7～9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 (%)
	1	→ 販売力の強化	43	1	→ 販売力の強化	49	1	→ 販売力の強化	51
	2	→ 合理化・効率化	40	2	→ 合理化・効率化	40	2	→ 合理化・効率化	41
	2	↗ 従業員教育の強化	40	3	↗ 品質・サービスの向上	34	3	→ 品質・サービスの向上	39
	4	↘ 品質・サービスの向上	37	4	↘ 従業員教育の強化	33	4	→ 従業員教育の強化	36
	5	↘ 人材確保	33	5	→ 人材確保	31	5	→ 人材確保	28