

第172回 高知県内企業の景況調査 -2026年3月-

株式会社 四銀地域経済研究所

Summary

- ◆ 今期（2026年1～3月期）自社業況の総合判断 BSI は、全産業で-8となり、前期（2025年10～12月期）+10より18ポイント低下した。
- ◆ 製造業は前期+8より25ポイント低下し-17、非製造業は前期+10より14ポイント低下し-4となった。製造業、非製造業ともに2期ぶりのマイナスとなった。
- ◆ 来期（2026年4～6月期）は全産業で-1の見通し。製造業は+10、非製造業は-7の見通し。なお、調査時点では、中東情勢緊迫化の影響は含まれていない。
- ◆ 経常利益 BSI は、2期ぶりのマイナスとなった。
- ◆ カーボンニュートラル・脱炭素化に前向きに取り組む企業の割合は、昨年調査時点の52.3%から42.0%に減少した。

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146/239社（回答率61.1%）
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	2026年2月2日～3月6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 8.9
	木材・木製品	4 2.7
	製紙	5 3.4
	機械	11 7.5
	窯業・土石	0 0.0 ※
	その他製造	15 10.3
	製造業計	48 32.9
非製造業	スーパー	8 5.5
	衣料品販売	0 0.0 ※
	飲食料品販売	6 4.1
	自動車販売	6 4.1
	建築資材販売	6 4.1
	石油販売	4 2.7
	その他販売	21 14.4
	運輸・倉庫	4 2.7
	宿泊・飲食	10 6.8
	情報通信	5 3.4
	不動産・物品賃貸	4 2.7
	医療・介護・福祉	5 3.4
	その他サービス	5 3.4
	建設	14 9.6
非製造業計	98 67.1	
合計	146 100.0	

資本金規模別回答企業数

規模	回答企業数	構成比
100万円未満	18	12.3
100万円以上～300万円未満	59	40.4
300万円以上～500万円未満	40	27.4
500万円未満～1000万円未満	15	10.3
1000万円以上	11	7.5
資本金に該当しない企業	3	2.1
合計	146	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	14	9.6
10～49人	59	40.4
50～99人	30	20.5
100～199人	21	14.4
200人以上	22	15.1
合計	146	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。

※集計分析できる数に達しなかったため、[窯業・土石製造]は「その他製造」へ、[衣料品販売]は「その他販売」へ算入。

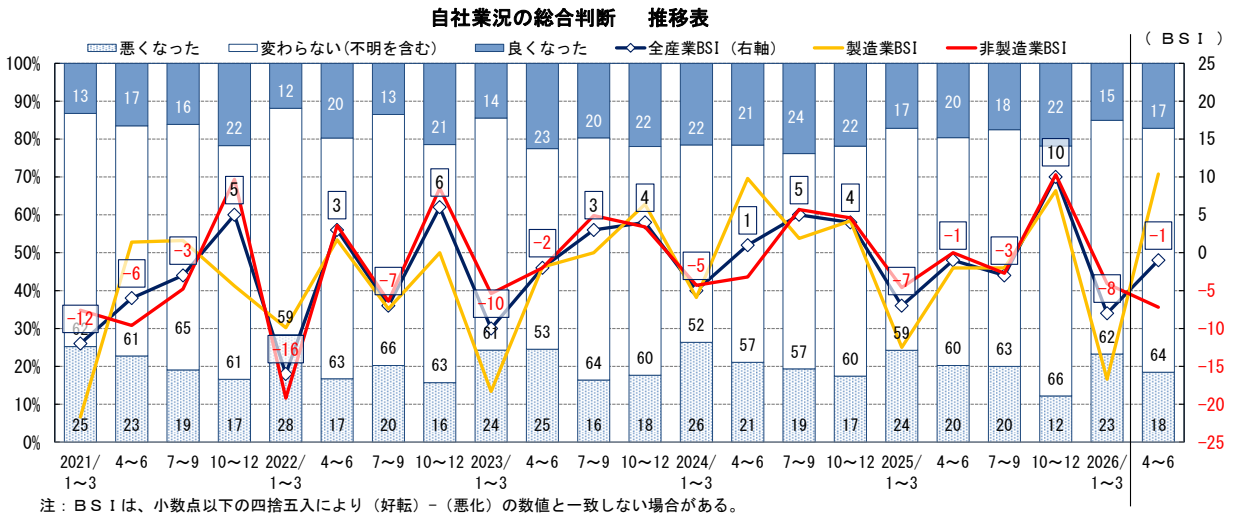
BSIについて

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1～3月期（今期）見込みと2026年4～6月期（来期）見通し

（1）自社業況の総合判断BSI



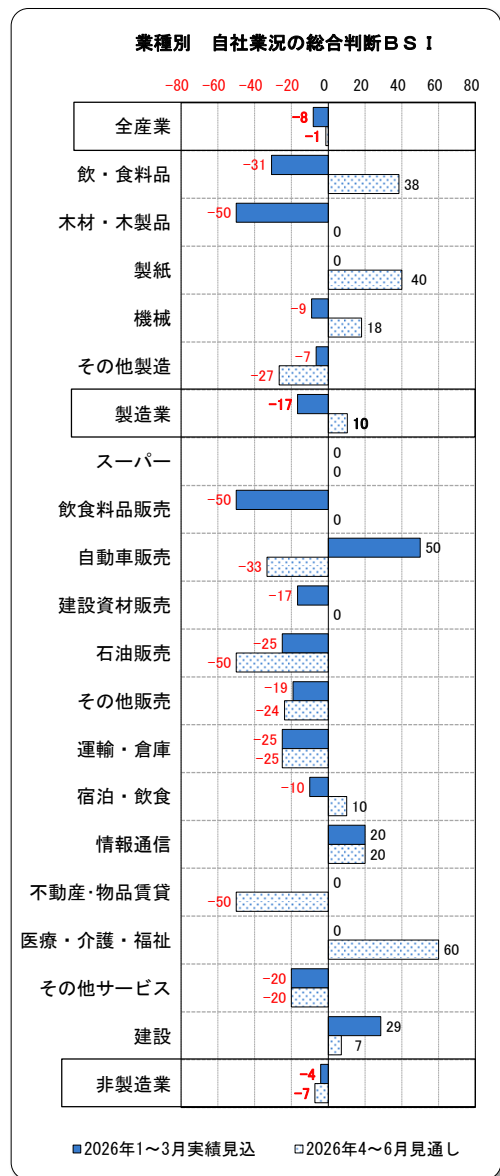
2026年1～3月期（今期）見込み

～製造業、非製造業ともに2期ぶりのマイナス～

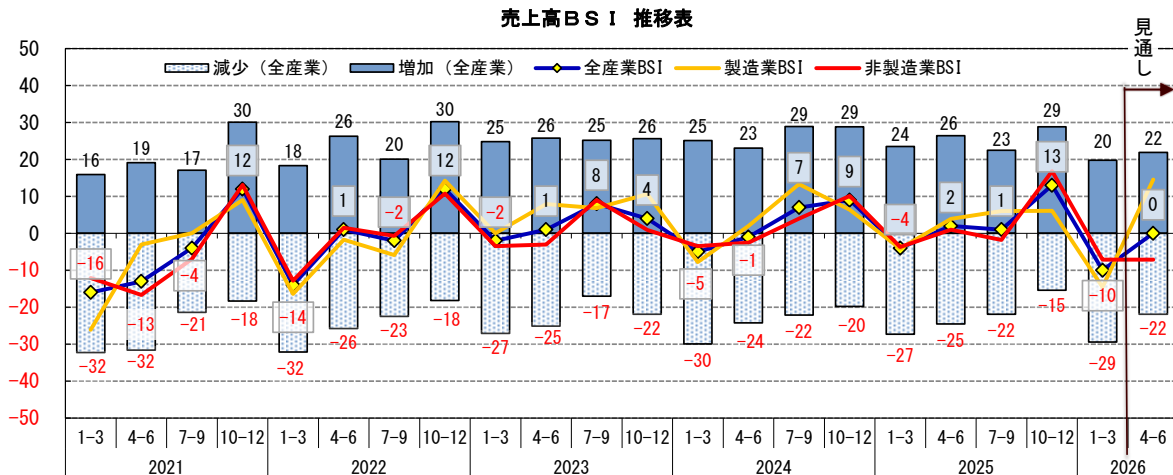
- ◆ 自社業況の総合判断BSIは、全産業で前期（2025年10～12月）+10より18ポイント低下し-8となった。前期と比較すると、18業種中4業種で好転、14業種で悪化した。円安による資材高騰や最低賃金引き上げなどによる人件費の増加が影響した様子。
- ◆ 製造業は、前期+8より25ポイント低下し-17となった。木材・木製品（-50）や飲・食料品（-31）、機械（-9）は悪化した。その他製造（-7）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期+10より14ポイント低下し-4となった。飲食料品販売（-50）や運輸・倉庫（-25）、建設資材販売（-17）、宿泊・飲食（-10）は悪化した。自動車販売（+50）や建設（+29）、情報通信（+20）はプラスが続く一方、石油販売（-25）やその他サービス（-20）、その他販売（-19）はマイナスが続いている。

2026年4～6月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で、今期-8より7ポイント上昇し-1の見通し。
- ◆ 製造業は、今期-17より27ポイント上昇し+10の見通し。国の減税も含めた積極的な経済対策への期待とみられる。
- ◆ 非製造業は、今期-4より3ポイント低下し-7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）

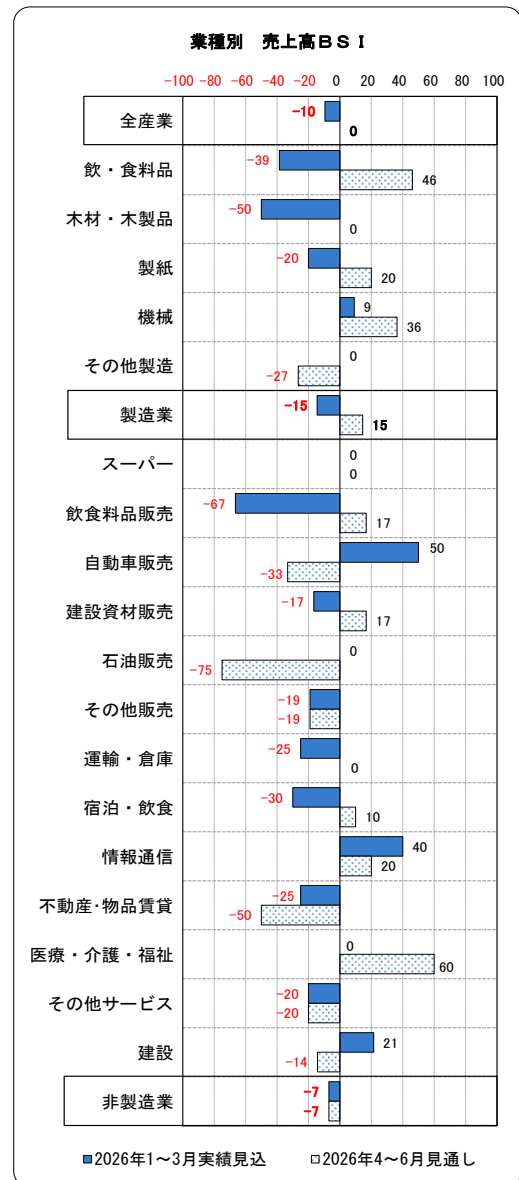
2026年1～3月期（今期）見込み

～製造業4期、非製造業2期ぶりのマイナス～

- ◆ 売上高BSIは、全産業で前期+13より23ポイント低下し-10となった。前期と比較すると、18業種中5業種で好転、13業種で悪化した。
- ◆ 製造業は、前期+6より21ポイント低下し-15となった。機械（+9）が好転した一方、木材・木製品（-50）や製紙（-20）は悪化した。飲・食料品（-39）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期+17より24ポイント低下し-7となった。飲食料品販売（-67）や宿泊・飲食（-30）、運輸・倉庫（-25）、不動産・物品賃貸（-25）、その他販売（-19）、建設資材販売（-17）は悪化した。特に、飲食料品販売（-67）と宿泊・飲食（-30）が大幅に低下した。自動車販売（+50）や情報通信（+40）、建設（+21）はプラスが続く一方、その他サービス（-20）はマイナスが続いている。

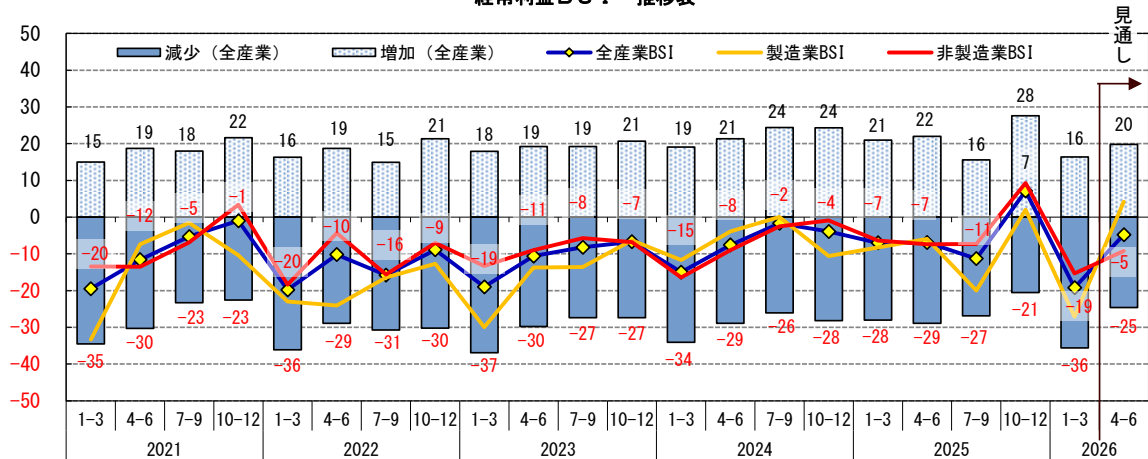
2026年4～6月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で今期-10より10ポイント上昇し0の見通し。
- ◆ 製造業は、今期-15より30ポイント上昇し+15の見通し。
- ◆ 非製造業は、今期と同じ-7の見通し。



(3) 経常利益BSI

経常利益BSI 推移表



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）

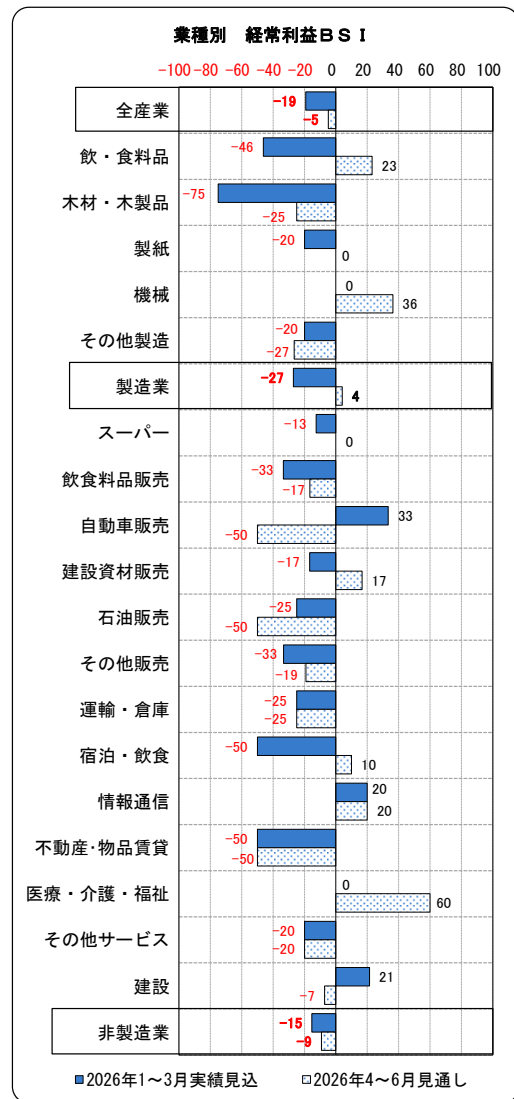
2026年1～3月期（今期）見込み

～製造業、非製造業ともに2期ぶりのマイナス～

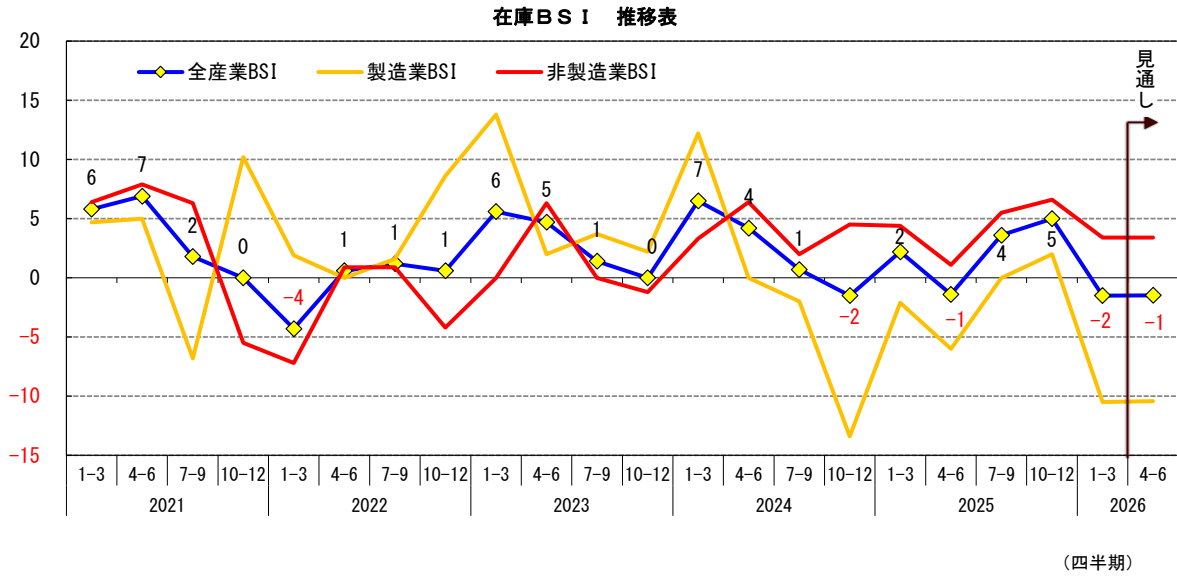
- ◆ 経常利益BSIは、全産業で前期+7より26ポイント低下し-19となった。2期ぶりのマイナス。前期と比較すると、18業種中5業種で好転、13業種で悪化した。
- ◆ 製造業は、前期+2より29ポイント低下し-27となった。住宅需要の低迷や円安による価格高騰などの影響を受けた木材・木製品（-75）や飲・食料品（-46）、製紙（-20）は悪化した。その他製造（-20）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期+9より24ポイント低下し-15となった。宿泊・飲食（-50）や飲食料品販売（-33）、その他販売（-33）、運輸・倉庫（-25）、建設資材販売（-17）は悪化した。自動車販売（+33）や建設（+21）、情報通信（+20）はプラスが続く一方、不動産・物品賃貸（-50）や石油販売（-25）、その他サービス（-20）、スーパー（-13）はマイナスが続いている。

2026年4～6月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で今期-19より14ポイント上昇し-5の見通し。
- ◆ 製造業は31ポイント上昇し+4の見通し。
- ◆ 非製造業は6ポイント上昇し-9の見通し。



(4) 在庫BSI



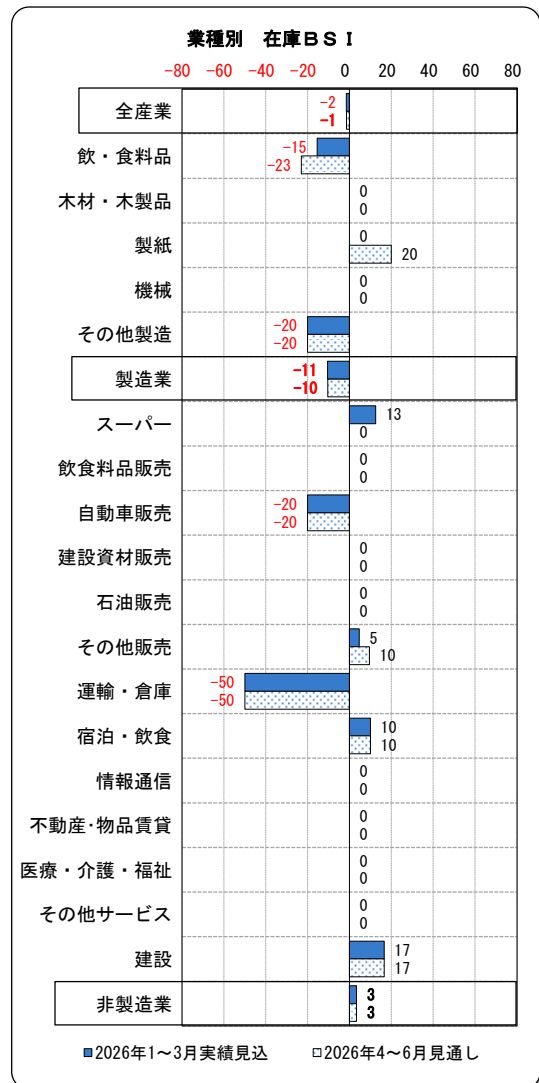
2026年1～3月期(今期)見込み

～全体として適正水準～

- ◆ 在庫BSIは、全産業で前期+5より7ポイント低下し-2となった。
- ◆ 製造業は、前期+2より13ポイント低下し-11となった。その他製造(-20)や飲・食料品(-15)で不足感がみられる。木材・木製品や製紙、機械では、すべての企業が適正在庫と回答した。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。
- ◆ 非製造業は、前期+7より4ポイント低下し+3となった。運輸・倉庫(-50)や自動車販売(-20)で不足感がみられる。一方、建設(+17)やスーパー(+13)、宿泊・飲食(+10)などでやや過剰感がみられる。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。

2026年4～6月期(来期)見通し

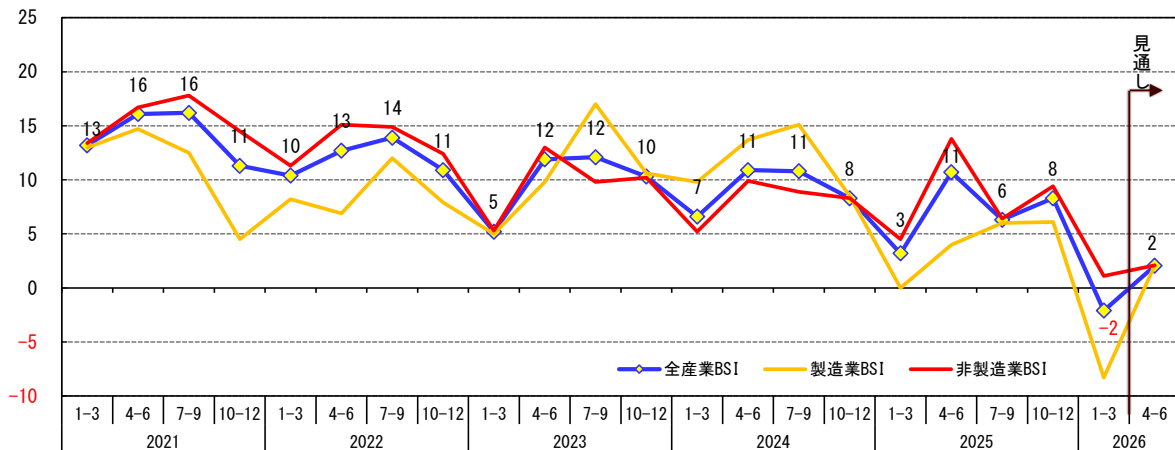
- ◆ 全産業で今期-2より1ポイント上昇し-1となる見通し。
- ◆ 製造業は1ポイント上昇し-10の見通し。
- ◆ 非製造業は今期と同じ+3の見通し。



※在庫を保有している企業を100として算出。

(5) 資金繰りBSI

資金繰りBSI 推移表



(四半期)

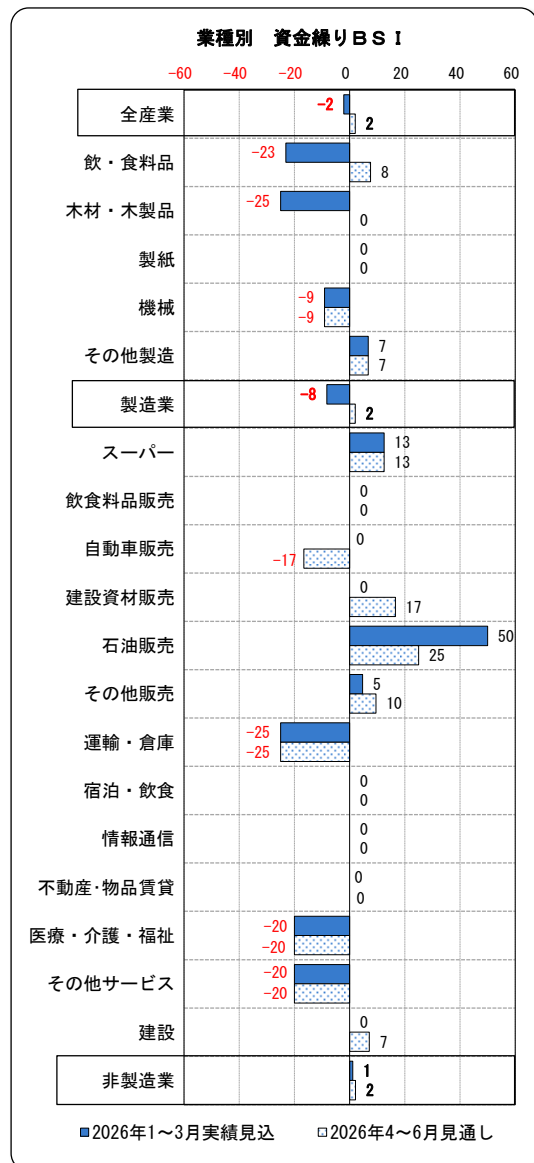
2026年1～3月期(今期)見込み

～全体的に良好といえる～

- ◆ 資金繰りBSIは、全産業で前期+8より10ポイント低下し-2となった。2020年4～6月期以来5年半ぶりのマイナス。
- ◆ 資金繰りに「余裕がある」「普通」と回答した企業が約9割あった。
- ◆ 製造業は、前期+6より14ポイント低下し-8となった。マイナスは、木材・木製品(-25)、飲・食料品(-23)、機械(-9)の3業種。
- ◆ 非製造業は、前期+9より8ポイント低下し+1となった。マイナスは、運輸・倉庫(-25)、医療・介護・福祉(-20)、その他サービス(-20)の3業種。

2026年4～6月期(来期)見通し

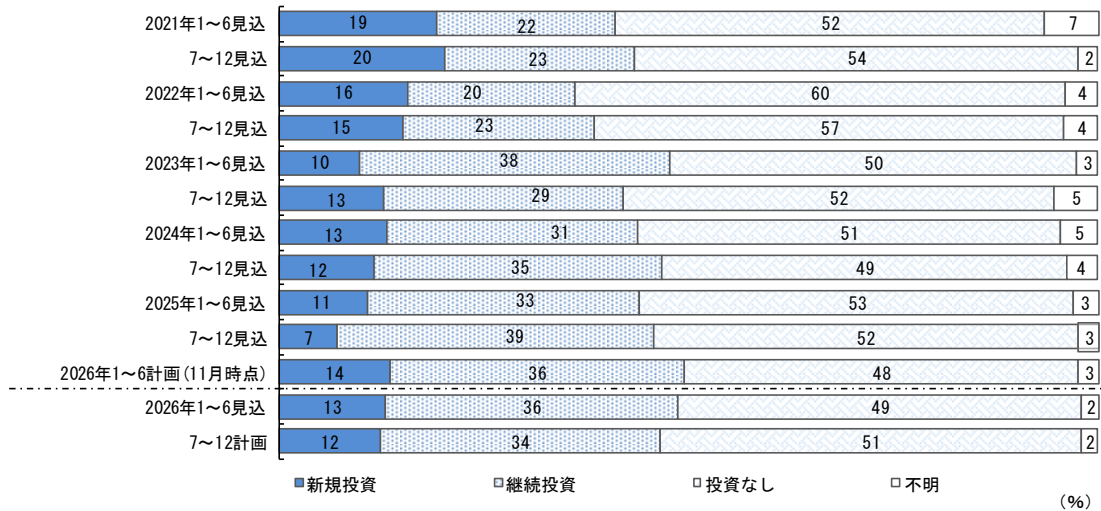
- ◆ 全産業で4ポイント上昇し+2の見通し。
- ◆ 製造業は10ポイント上昇し+2の見通し。マイナスは、機械(-9)の1業種となる見通し。
- ◆ 非製造業は1ポイント上昇し+2の見通し。マイナスは、運輸・倉庫(-25)、医療・介護・福祉(-20)、自動車販売(-17)の4業種となる見通し。



2. 設備投資

(1) 設備投資動向

【全産業】設備投資動向推移表



注:少数点以下端数処理のため合計が100とまらない場合がある。

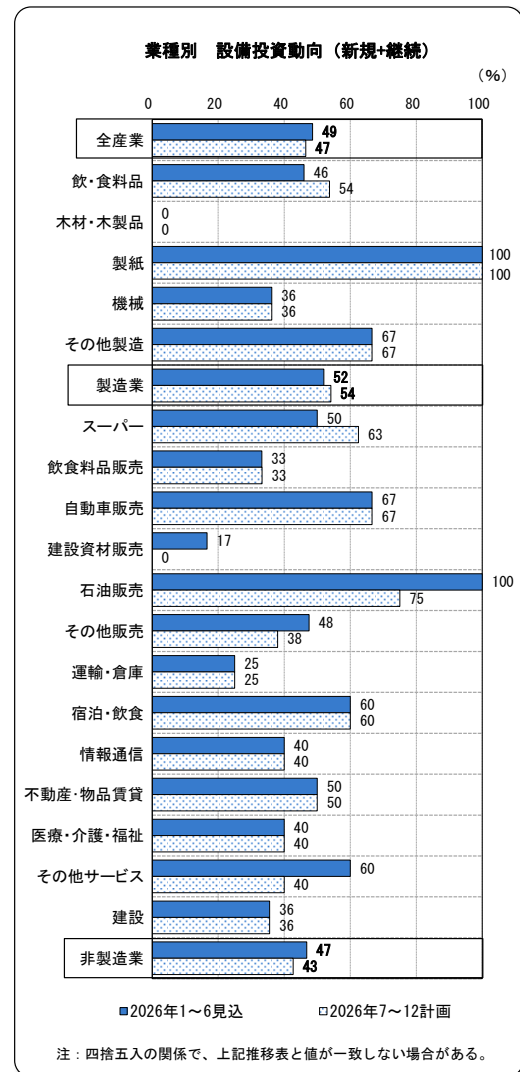
2026年上半期(1～6月期)見込み

～全般的に新規投資に積極的な姿勢～

- ◆ 今期、新規・継続設備投資をする企業の割合は前期(2025年7～12月)46%より3ポイント上昇し49%となった。新規投資は前期7%より6ポイント上昇し13%となった。
- ◆ 製造業は、前期57%より5ポイント低下し52%となった。うち「新規投資」は前期10%より3ポイント上昇し13%となった。
- ◆ 非製造業は、前期40%より7ポイント上昇し47%となった。うち「新規投資」は前期6%より7ポイント上昇し13%となった。
- ◆ 製造業、非製造業とも「新規投資」に回復の兆しがみられる。

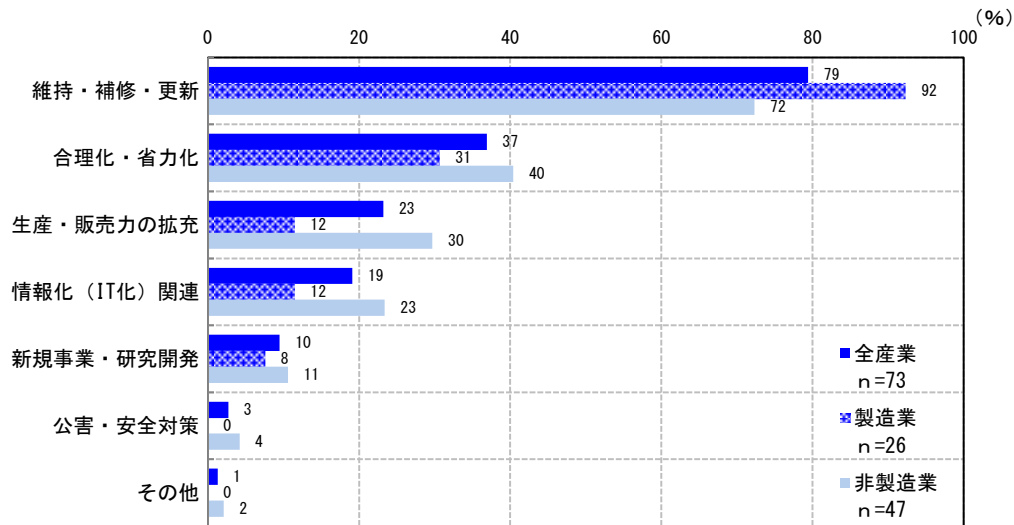
2026年下半期(7～12月期)計画

- ◆ 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47%、うち「新規投資」は12%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、製造業においては、「新規投資」が19%と今期13%を6ポイント上回る計画であり、投資意欲が高まっているといえる。



(2) 設備投資目的

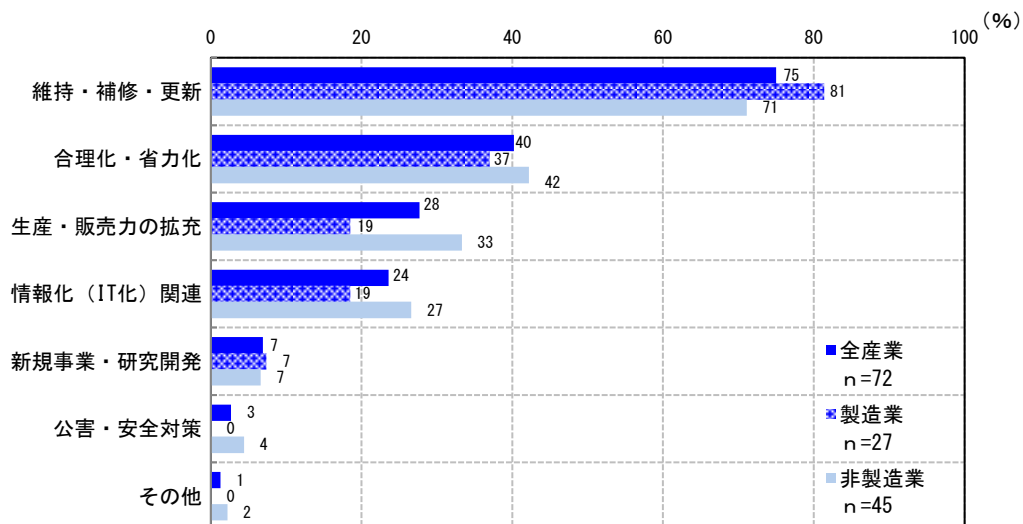
① 2026 年上半期（1～6 月期）見込み



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 79% で最も高く、前期の 85% より 6 ポイント低下した。次いで「合理化・省力化」37%、「生産・販売力の拡充」23%、「情報化 (IT化) 関連」19%、「新規事業・研究開発」10% と続いた。
- ◆ 前期の「新規事業・研究開発」は全産業で 0% であったが、製造業 8%、非製造業 11% となっており、新事業展開の動きがみられる。

② 2026 年下半期（7～12 月期）計画

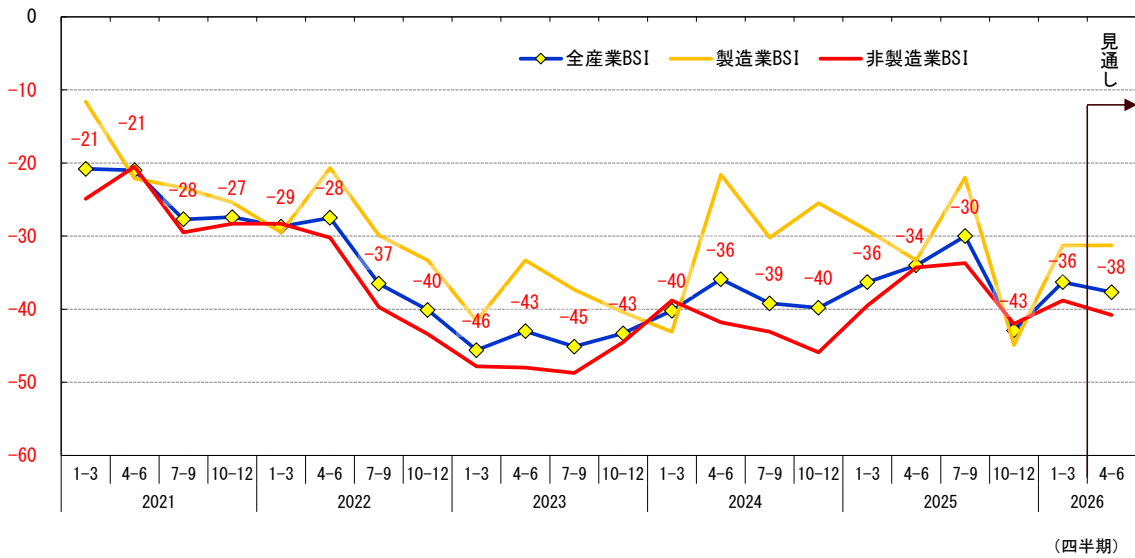


注：複数回答のため合計で100%にはならない。

- ◆ 2026 年下半期の設備投資計画は、全産業で「維持・補修・更新」が 75% で最も高く、次いで「合理化・省力化」40%、「生産・販売力の拡充」28%、「情報化 (IT化) 関連」24%、「新規事業・研究開発」7% と続いた。
- ◆ 製造業で、「情報化 (IT化) 関連」が今期の見込み 12% を 7 ポイント上回る 19% の計画となった。業務の効率化・高度化やコスト削減などを進める動きがみられる。

3. 雇用

雇用BSI 推移表



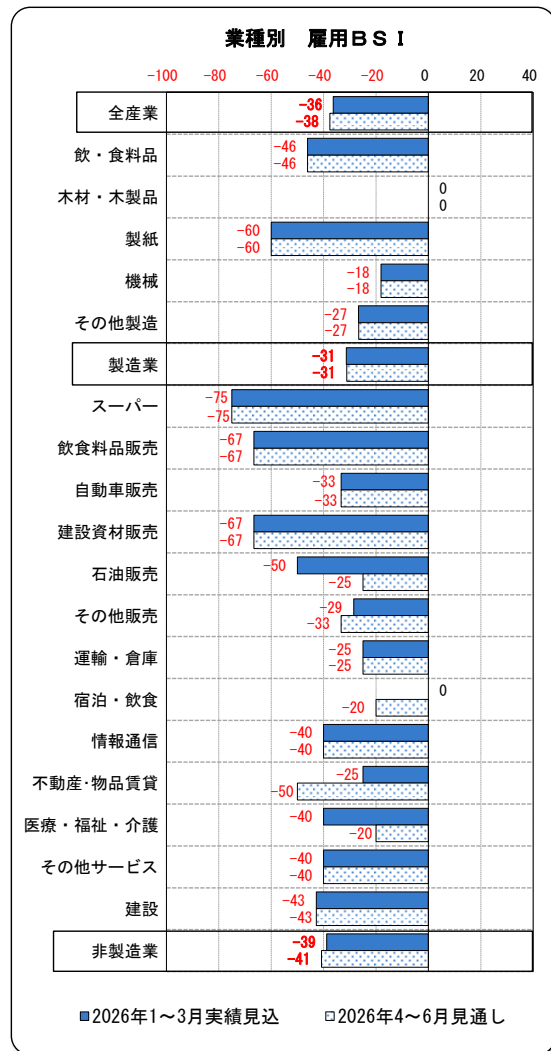
2026年1～3月期（今期）見込み

～人手不足感が継続している～

- ◆ 雇用BSIは全業種で前期-43より7ポイント上昇し-36となった。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-31となり、前期より14ポイント上昇。木材・木製品（0）を除くすべての業種でマイナスとなった。特に、製紙（-60）や飲・食料品（-46）などでの不足感が強い。
- ◆ 非製造業では-39となり、前期より3ポイント上昇。宿泊・飲食（0）以外のすべての業種でマイナスとなった。特に、スーパー（-75）や飲食料品販売（-67）、建設資材販売（-67）、石油販売（-50）などでの不足感が強い。

2026年4～6月期（来期）見通し

- ◆ 雇用BSIは、全産業で-38（製造業-31、非製造業-41）と人手不足は続く見通し。木材・木製品（0）以外のすべての業種でマイナスとなる見込み。



4. 経営上当面の課題

- ◆ 全産業で「仕入れ価格の上昇」が53%と8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46%となった。
- ◆ 製造業では「仕入れ価格の上昇」が69%と17期連続で最も高く、前期の71%より2ポイント低下した。特に、機械(91%)や製紙(80%)などで高い割合を示した。
- ◆ 非製造業では「仕入れ価格の上昇」が45%と最も高い。特に、運輸・倉庫(75%)や宿泊・飲食(70%)などで高い割合を示した。

全産業	2025年7~9月期			2025年10~12月期			2026年1~3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	48	1	→ 仕入れ価格の上昇	55	1	→ 仕入れ価格の上昇	53
	2	→ 人手・人材不足	44	2	→ 人手・人材不足	47	2	→ 人手・人材不足	46
	3	↗ 人件費高	43	3	↗ 販売・受注の停滞、減少	38	3	↗ 人件費高	42
	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	37	3	↘ 人件費高	38	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	33
	5	→ 設備の不足・老朽化	33	5	↗ 販売・受注競争の激化	28	5	→ 販売・受注競争の激化	29

製造業	2025年7~9月期			2025年10~12月期			2026年1~3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	56	1	→ 仕入れ価格の上昇	71	1	→ 仕入れ価格の上昇	69
	2	→ 設備の不足・老朽化	46	2	↗ 人手・人材不足	41	2	→ 人手・人材不足	50
	3	→ 販売・受注の停滞、減少	44	2	→ 設備の不足・老朽化	41	3	↗ 人件費高	40
	4	→ 人手・人材不足	42	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	39	4	→ 販売・受注の停滞、減少	35
	5	↗ 人件費高	30	5	→ 人件費高	33	5	↘ 設備の不足・老朽化	29

非製造業	2025年7~9月期			2025年10~12月期			2026年1~3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	↗ 人件費高	48	1	↗ 人手・人材不足	50	1	↗ 仕入れ価格の上昇	45
	2	→ 人手・人材不足	45	2	↗ 仕入れ価格の上昇	48	2	↘ 人手・人材不足	44
	3	↘ 仕入れ価格の上昇	44	3	↘ 人件費高	40	3	→ 人件費高	43
	4	↘ 販売・受注の停滞、減少	34	4	→ 販売・受注の停滞、減少	37	4	↗ 販売・受注競争の激化	33
	5	→ 販売・受注競争の激化	33	5	→ 販売・受注競争の激化	33	5	↘ 販売・受注の停滞、減少	32

5. 今後の経営方針

- ◆ 全産業で「販売力の強化」が49%と最も高い。
- ◆ 製造業では「販売力の強化」と「合理化・効率化」が46%と最も高く、「品質・サービスの向上」40%と続いた。
- ◆ 非製造業でも「販売力の強化」が50%と最も高く、「合理化・効率化」39%、「従業員教育の強化」38%と続いた。「従業員教育の強化」は前期28%より10ポイント上昇し、順位も5位から3位に上げた。

全産業	2025年7~9月期			2025年10~12月期			2026年1~3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	53	1	→ 販売力の強化	49	1	→ 販売力の強化	49
	2	→ 合理化・効率化	43	2	→ 合理化・効率化	45	2	→ 合理化・効率化	41
	3	→ 品質・サービスの向上	40	3	→ 品質・サービスの向上	40	3	→ 品質・サービスの向上	36
	4	↗ 従業員教育の強化	34	4	↗ 得意分野へ特化	31	4	↗ 従業員教育の強化	34
	5	↘ 人材確保	29	5	→ 人材確保	24	4	↗ 人材確保	34

製造業	2025年7~9月期			2025年10~12月期			2026年1~3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	56	1	→ 販売力の強化	53	1	→ 販売力の強化	46
	2	↘ 合理化・効率化	48	2	→ 合理化・効率化	47	1	↗ 合理化・効率化	46
	3	↗ 品質・サービスの向上	42	3	→ 品質・サービスの向上	37	3	→ 品質・サービスの向上	40
	4	→ 人材確保	30	4	↗ 得意分野へ特化	31	4	→ 得意分野へ特化	33
	5	↘ 得意分野へ特化	28	5	↗ 経費削減	27	5	↗ 人材確保	29

非製造業	2025年7~9月期			2025年10~12月期			2026年1~3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	51	1	→ 販売力の強化	48	1	→ 販売力の強化	50
	2	→ 合理化・効率化	41	2	→ 合理化・効率化	44	2	→ 合理化・効率化	39
	3	→ 品質・サービスの向上	39	3	→ 品質・サービスの向上	42	3	↗ 従業員教育の強化	38
	4	→ 従業員教育の強化	36	4	↗ 得意分野へ特化	32	4	↗ 人材確保	37
	5	→ 人材確保	28	5	↘ 従業員教育の強化	28	5	↘ 品質・サービスの向上	34

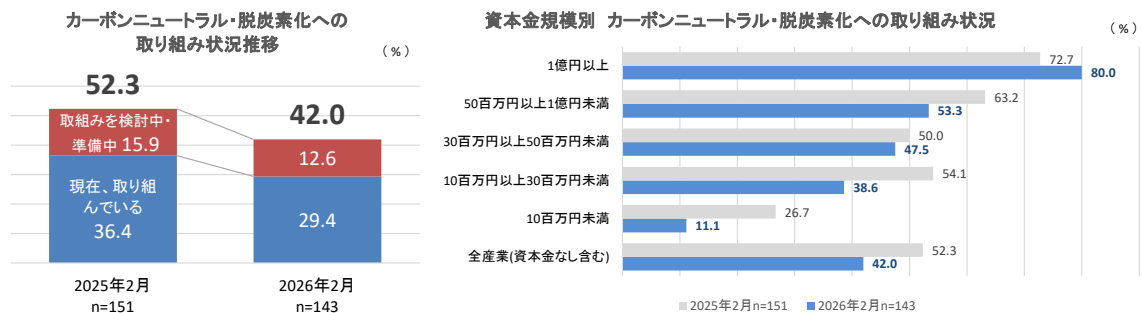
6. カーボンニュートラル・脱炭素化への対応

2050年までに温室効果ガスの排出量を実質ゼロにする、いわゆるカーボンニュートラルの実現を目指す「改正地球温暖化対策推進法」が施行された。法律の理念を実現するため、地域の再生可能エネルギーを活用した事業を推進するための計画・認定制度の創設や、脱炭素経営の促進に向けた企業の排出量情報のデジタル化・オープンデータ化の推進などが行われた。加えて、2023年に成立したGX推進法（グリーントランスフォーメーション法）に基づく成長志向型カーボンプライシング構想の具体化や、省エネ法（エネルギーの使用の合理化等に関する法律）の改正による非化石エネルギーへの転換促進など、関連制度の整備が進んでいる。

今回、168回調査（2025年2月実施）と同様に、県内企業に取り組みの有無、内容、取り組む理由、取り組まない理由をたずねた。

1. カーボンニュートラルや脱炭素化に取り組んでいるか

「現在取り組んでいる」「取り組みを検討中・準備中」「取り組んでいない（予定も検討もしていない）」の3択で回答を求めた。



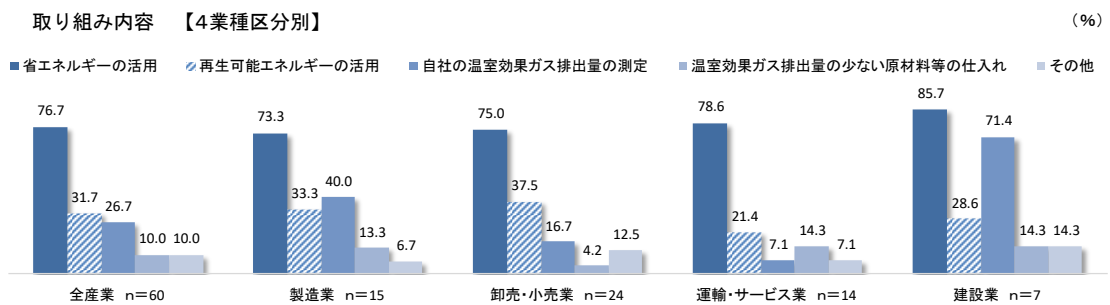
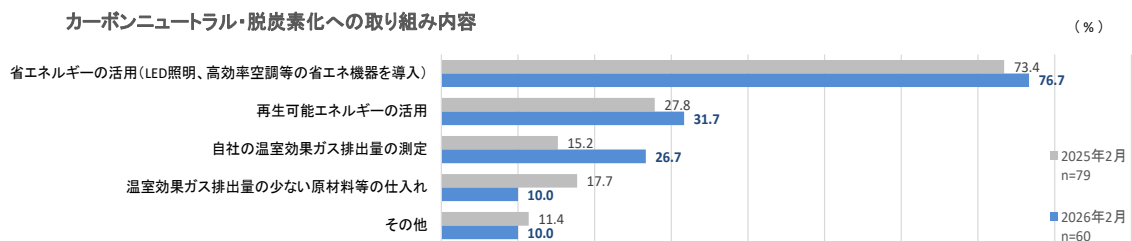
- ◆ 全産業で「取り組んでいない」が58.0%で最も高く、「現在取り組んでいる」29.4%、「取り組みを検討中・準備中」12.6%と続いた。「現在取り組んでいる」と「取り組みを検討中・準備中」の合計は42.0%となり、約4割の企業で取り組みに前向きな姿勢がみられる。
- ◆ 168回調査と比較すると、「取り組みに前向きな」割合が52.3%から42.0%に低下し、「取り組んでいない」が47.7%から58.0%に上昇した。1年間経過して、カーボンニュートラル・脱炭素化に取り組む意欲は進展せず、むしろ減退したといえる。投資の優先順位が低くなっているとみられる。
- ◆ 資本金規模別でみると、「取り組みに前向きな」割合は「100万円未満」11.1%、「100万円以上～300万円未満」38.6%、「300万円以上500万円未満」47.5%、「500万円以上1億円未満」53.3%、「1億円以上」80.0%となっており、資本金規模が大きくなるほど高くなった。また、168回調査と比較すると、「1億円以上」が上昇する一方、それ以外はすべて低下した。特に「100万円未満」は26.7%から11.1%に大幅に低下した。

2. 具体的な取り組み内容

「現在取り組んでいる」「取り組みを検討中・準備中」と回答した企業に具体的な取り組み内容をたずねた。「自社の温室効果ガス排出量の測定」「再生可能エネルギーの活用」「省エネルギーの活用（LED照明、高効率空調等省エネ機器を導入）」「温室効果ガス排出量の少ない原材料等の仕入れ」「その他」の5択（複数回答可）で回答を求めた。

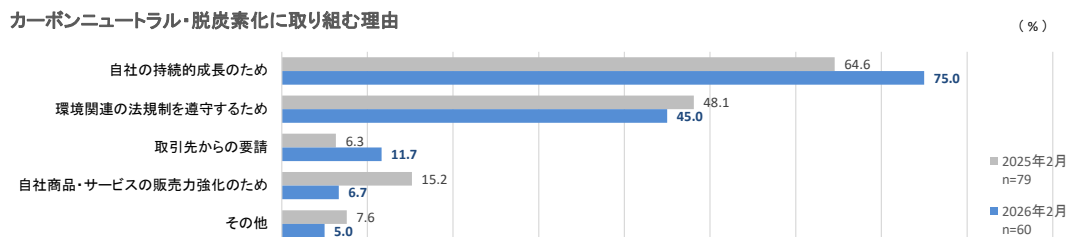
- ◆ 全産業で「省エネルギーの活用」と回答した割合が 76.7%と最も高く、「再生可能エネルギーの活用」31.7%、「自社の温室効果ガス排出量の測定」26.7%、「温室効果ガス排出量の少ない原材料等の仕入れ」・「その他」10.0%と続いた。
- ◆ 比較的ハードルが高いと考えられる「自社の温室効果ガス排出量の測定」が 15.2%から 26.7%に増加した。特に、建設業では71.4%と高く、他業種比較で突出した数字となった。一方「温室効果ガス排出量の少ない原材料等の仕入れ」が17.7%から10.0%に減少した。
- ◆ その他の取り組み内容
 - ・ 製品容器等、環境に配慮した素材を選ぶ
 - ・ Jクレジット創出

※ Jクレジット—温室効果ガスの排出削減量や吸収量を国が認定する制度。企業が自主的にCO₂削減に取り組んだ際に、その排出量をクレジットとして活用することができる。



3. 取り組む理由

「取引先からの要請」「環境関連の法規制を遵守するため」「自社の持続的成長のため」「自社製品・サービスの販売力強化のため」「その他」の5択（複数回答可）で回答を求めた。



- ◆ 全産業で「自社の持続的成長のため」と回答した割合が 75.0%と最も高く、「環境関連の法規制を遵守するため」45.0%、「取引先からの要請」11.7%、「自社商品・サービスの販売力強化のため」6.7%、「その他」3.6%と続いた。「取引先からの要請」が6.3%から 11.7%に増加した一方、「自社商品・サービスの販売力強化のため」が 15.2%から 6.7%に減少した。

4. 取り組まない理由

「取り組んでいない（予定も検討もしていない）」と回答した企業に取り組まない理由をたずねた。「必要性がない」「(脱炭素に関する) 情報・知識の不足」「優先順位が低い」「人材・人手の不足」「投資コストの負担が大きい」「その他」6 択で回答を求めた。

- ◆ 全産業で「優先順位が低い」と回答した割合が 51.8%と最も高く、「(脱炭素に関する) 情報・知識の不足」24.1%、「必要性がない」・「投資コストの負担が大きい」21.7%、「人材・人手の不足」18.1%、「その他」3.6%と続いた。
- ◆ 「優先順位が低い」が 48.6%から 51.8%、「必要性がない」が 15.3%から 21.7%に増加した。一方「人材・人手の不足」が 31.9%から 18.1%に大きく減少した。

カーボンニュートラル・脱炭素化に取り組んでいない(取り組まない)理由

