

第104回 愛媛県内企業動向アンケート調査結果

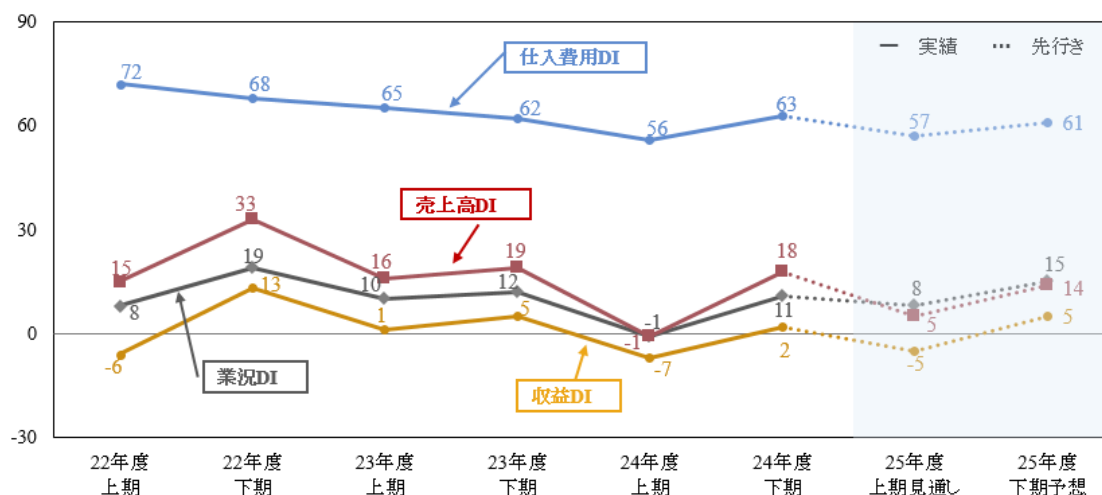
～2024年度下期実績、2025年度上期見通し、2025年度下期予想～

【要約】

1. 業況

- (1) 2024年度下期業況DI（実績）は+11と前期より好転。売上高DI・収益DIともに好転しており、改善状況がうかがえる。また、仕入費用DI（実績）は+63と、前年度水準まで上昇している。
- (2) 先行きについては悪化見通しとなっているが、売上高DI・収益DIともに2025年度下期は好転予想となっている企業が多い。

■DI推移



- (3) 2024年度下期の設備投資実施企業は、全産業で46%。2025年度上期・2025年度下期ともに減少見通し（予想）。特に非製造部門は2025年度上期横ばい見通し、下期減少予想となっており、先行きについては慎重な見方となっている。

2. 原材料価格等の上昇による価格転嫁

- (1) 価格転嫁を既に実施している企業は、製造業は6割以上、非製造業は4割程度。今後（見通し・予想）価格転嫁を実施する企業は製造業・非製造業ともに増加する見込み。
- (2) 価格転嫁率50%以上の企業が減少し、全体で4割程度にとどまっている。

3. 市場環境の影響について

- (1) 物価の上昇について、全体としては費用の増加や利益の減少といったマイナス要因として捉えている企業が多い。
- (2) 金利の上昇について、「プラスの影響の方が大きい」企業が全体2.4%、「マイナスの影響が大きい」企業が全体52.1%であり、非製造業では半数以上の企業が「マイナスの影響が大きい」と回答している。
- (3) トランプ政権「相互関税」について、約半数（48.4%）が「マイナスの影響」を見込み、慎重な見方が目立つものの、「影響を受けない」とする企業も多く（50.2%）、業種による違いが見られる。「プラスの影響」との回答はごくわずか（1.4%）だった。

4. 賃金動向について

- (1) 賃上げについて、2024年度は約9割が賃上げを実施、2025年度も同程度の予定。「3%未満」が最多で、「5%以上」は1割程度にとどまる。
- (2) 採用について、全体として、「新卒のみ」で採用を行う企業は非常に少なく、「新卒と中途採用」・「中途採用のみ」が6割以上となっている。

【調査要領】

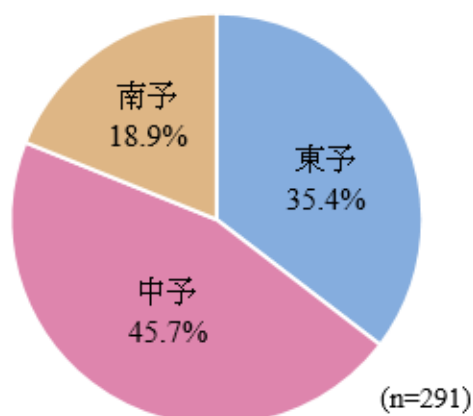
調査目的	愛媛県内における企業の経営実態と景気動向の把握
調査対象	愛媛県内に事業所を置く企業
調査方法	Web によるアンケート調査
調査時期	2025 年 4 月
調査対象期間	実 績：2024 年度下期（2024 年 10 月～2025 年 3 月） 見通し：2025 年度上期（2025 年 4 月～2025 年 9 月） 予 想：2025 年度下期（2025 年 10 月～2026 年 3 月）
調査項目	業況、価格転嫁、金利上昇の影響 等

【回答状況】

業種		調査企業数 (社)	回答企業数 (社)	回答率 (%)	構成比 (%)
全産業		970	291	30.0	100.0
製造部門	製造業	133	58	43.6	19.9
	建設業	105	34	32.4	11.7
	農林水産業	20	9	45.0	3.1
非製造部門	卸売業	123	41	33.3	14.1
	小売業	137	29	21.2	10.0
	不動産業	48	9	18.8	3.1
	運輸・通信業	59	27	45.8	9.3
	サービス業	345	84	24.3	28.9

※構成比は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも 100 とはならない。

【地域別】



【業況】

◇ 業況判断

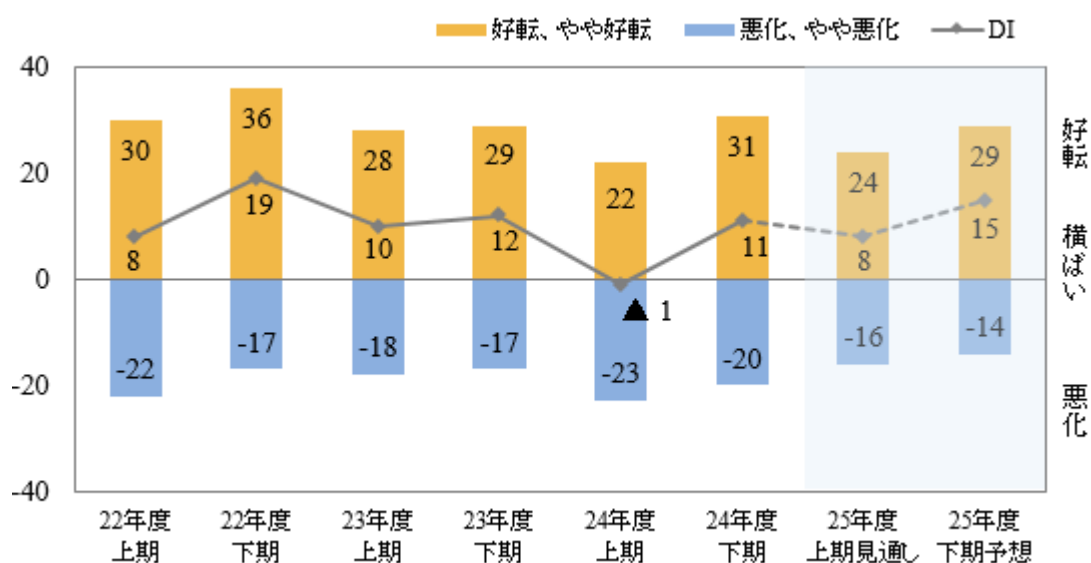
2024 年度下期実績 DI は+11

2025 年度上期見通し DI は+8（前期比 3 割悪化）、2025 年度下期予想 DI は+15（同 7 割好転）

業況判断 DI 推移								
	2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想
全体	8	19	10	12	▲ 1	11	8	15
製造部門	10	18	3	7	▲ 8	12	12	16
非製造部門	6	19	14	15	2	11	5	14

DI = (「好転」、「やや好転」企業の割合) - (「悪化」、「やや悪化」企業の割合)

■業況判断 DI 推移 ⇒ 2024 年度下期は DI 好転、2025 年上期は「好転」「悪化」とともに減少、下期は DI 好転見通し



1. 2024 年度下期実績 DI

- (1) 全体+11、製造部門+12、非製造部門+11
- (2) 増加>減少：「情報サービス・放送」「宿泊」「金属製品」「小売業」「食料品」「印刷・同関連産業」「不動産」「建設」等
増加<減少：「娯楽」「窯業・土石製品」「卸売」「農林水産」等

2. 2025 年度上期見通し DI

- (1) 全体+8(前期比 3 割悪化)、製造部門+12（同±0 割）、非製造部門+5（同 6 割悪化）
- (2) 製造部門は横ばい・非製造部門は悪化見通し。
- (3) 増加>減少：「教育」「食料品」「機械器具」「宿泊」「飲食」「生活関連サービス」「不動産」「パルプ・紙・紙加工品」等
増加<減少：「情報サービス・放送」「娯楽」「印刷・同関連産業」「金属製品」「卸売」等

3. 2025 年度下期予想 DI

- (1) 全体+15（前期比 7 割好転）、製造部門+16（同 4 割好転）、非製造部門+14（同 9 割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに好転予想。
- (3) 増加>減少：「食料品」「宿泊」「不動産」「教育」「機械器具」「飲食」「生活関連サービス」「小売」等
増加<減少：「情報サービス・放送」「娯楽」「印刷・同関連産業」等

◇ 売上高

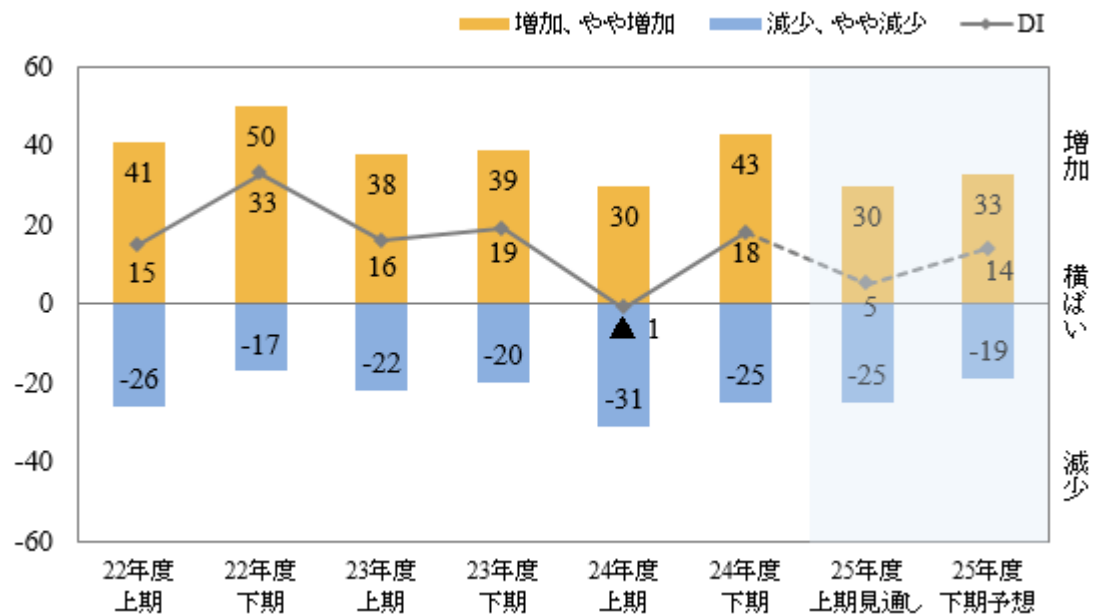
2024 年度下期実績 DI は+18

2025 年度上期見通し DI は+5（前期比 13 ㊦減少）、2025 年度下期予想 DI は+14（同 9 ㊦増加）

売上高 DI 推移								
	2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想
全体	15	33	16	19	▲ 1	18	5	14
製造部門	8	32	1	20	▲ 12	15	2	15
非製造部門	19	33	25	19	5	19	7	14

DI = (「増加」、「やや増加」企業の割合) - (「減少」、「やや減少」企業の割合)

■売上高 DI 推移 ⇒ 2024 年度下期は DI 増加、2025 年上期は減少、下期は増加見通し



1. 2024 年度下期実績 DI

- (1) 全体+18、製造部門+15、非製造部門+19
- (2) 増加>減少：「情報サービス・放送」「宿泊」「食料品」「不動産」「小売」「運輸・通信」「印刷・同関連産業」「農林水産」等
増加<減少：「娯楽」「パルプ・紙・紙加工品」「飲食」等

2. 2025 年度上期見通し DI

- (1) 全体+5（前期比 13 ㊦減少）、製造部門+2（同 13 ㊦減少）、非製造部門+7（同 12 ㊦減少）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに減少見通し。
- (3) 増加>減少：「運輸・通信」「飲食」「医療・保健衛生」「食料品」「生活関連サービス」「不動産」「機械器具」「パルプ・紙・紙加工品」等
増加<減少：「情報サービス・放送」「金属製品」「卸売」「建設」等

3. 2025 年度下期予想 DI

- (1) 全体+14(前期比 9 ㊦増加)、製造部門+15（同 13 ㊦増加）、非製造部門+14（同 7 ㊦増加）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに増加予想。
- (3) 増加>減少：「食料品」「運輸・通信」「宿泊」「機械器具」「飲食」「生活関連サービス」「不動産」「小売」等
増加<減少：「情報サービス・放送」「娯楽」「建設」等

◇ 収益

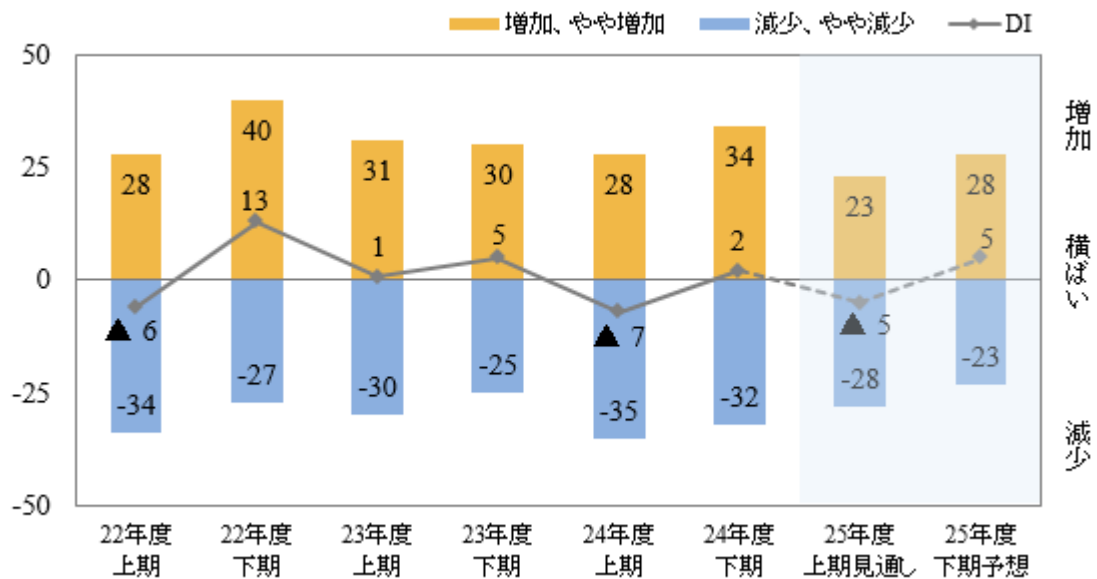
2024 年度下期実績 DI は+2

2025 年度上期見通し DI は▲5（前期比 7 割悪化）、2025 年度下期予想 DI は+5（同 10 割好転）

収益判断 DI 推移	2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想
全体	▲ 6	13	1	5	▲ 7	2	▲ 5	5
製造部門	▲ 10	11	▲ 15	3	▲ 15	▲ 2	▲ 4	8
非製造部門	▲ 4	14	10	6	▲ 3	5	▲ 5	3

DI = (「増加」、「やや増加」企業の割合) - (「減少」、「やや減少」企業の割合)

■収益 DI 推移 ⇒ 2024 年度下期 DI 増加、2025 年度上期は悪化見通しも、2025 年度下期は「増加」が増加し DI 好転予想



1. 2024 年度下期実績 DI

- (1) 全体+2、製造部門▲2、非製造部門▲5
- (2) 増加>減少：「情報サービス・放送」「宿泊」「不動産」「小売」
「印刷・同関連産業」「農林水産」「食料品」等
増加<減少：「教育」「生活関連サービス」「娯楽」「卸売」「機械器具」等

2. 2025 年度上期見通し DI

- (1) 全体▲5（前期比 7 割悪化）、製造部門▲4（同 2 割悪化）、非製造部門▲5（同 10 割悪化）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに悪化見通し。
- (3) 増加>減少：「医療・保健衛生」「機械器具」「パルプ・紙・紙加工品」「運輸・通信」
「不動産」等
増加<減少：「情報サービス・放送」「卸売」「生活関連サービス」「建設」「娯楽」等

3. 2025 年度下期予想 DI

- (1) 全体+5（前期比 10 割好転）、製造部門+8（同 12 割好転）、非製造部門+3（同 8 割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに好転予想。
- (3) 増加>減少：「その他製造」「食料品」「医療・保健衛生」「小売」「宿泊」「運輸・通信」
「飲食」「不動産」「機械器具」等
増加<減少：「情報サービス・放送」「娯楽」「生活関連サービス」「印刷・同関連産業」等

◇ 仕入費用

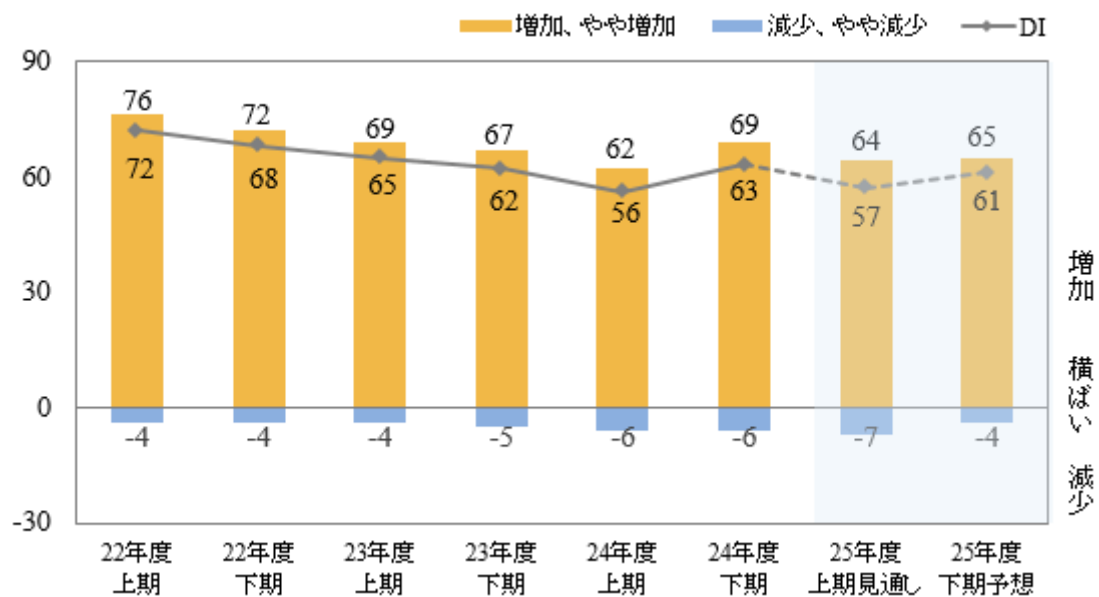
2024 年度下期実績 DI は+63

2025 年度上期見通し DI は+57（前期比 6 ㊦減少）、2025 年度下期予想 DI は+61（同 4 ㊦増加）

仕入費用判断 DI 推移								
	2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想
全体	72	68	65	62	56	63	57	61
製造部門	83	68	67	62	60	63	56	65
非製造部門	67	68	63	63	54	62	58	58

DI = (「増加」、「やや増加」企業の割合) - (「減少」、「やや減少」企業の割合)

■仕入費用 DI の推移 ⇒ 依然として企業への負担が重い状況が続いている



1. 2024 年度下期実績 DI

- (1) 全体+63、製造部門+63、非製造部門+62
- (2) 増加>減少：「農林水産」「飲食」「宿泊」「生活関連サービス」「小売」「機械器具」「運輸・通信」「建設」等
増加<減少：「繊維品」

2. 2025 年度上期見通し DI

- (1) 全体+57（前期比 6 ㊦減少）、製造部門+56（同 7 ㊦減少）、非製造部門+58（同 4 ㊦減少）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに減少見通し。
- (3) 増加>減少：「飲食」「生活関連サービス」「宿泊」「機械器具」「運輸・通信」「情報サービス・放送」「農林水産」「小売」等
増加<減少：なし

3. 2025 年度下期予想 DI

- (1) 全体+61（前期比 4 ㊦増加）、製造部門+65（同 9 ㊦増加）、非製造部門+58（同±0 ㊦）
- (2) 製造部門は増加、非製造部門は横ばい予想。
- (3) 増加>減少：「飲食」「生活関連サービス」「宿泊」「印刷・同関連産業」「農林水産」「建設」「機械器具」「食料品」等
増加<減少：「木材・木製品」等

◇ 設備投資

2024 年度下期実績は 46%

2025 年度上期見通しは 43%（前期比▲3%）、2025 年度下期予想は 42%（同▲1%）

設備投資の実施状況 (単位：%)								
	2022年度		2023年度		2024年度		2025年度	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期
全体	48	43	37	43	40	46	43	42
製造部門	54	53	41	47	37	50	44	50
非製造部門	46	37	35	40	41	43	43	38
2024年度下期までは実績、2025年度上期は見通し・下期は予想								

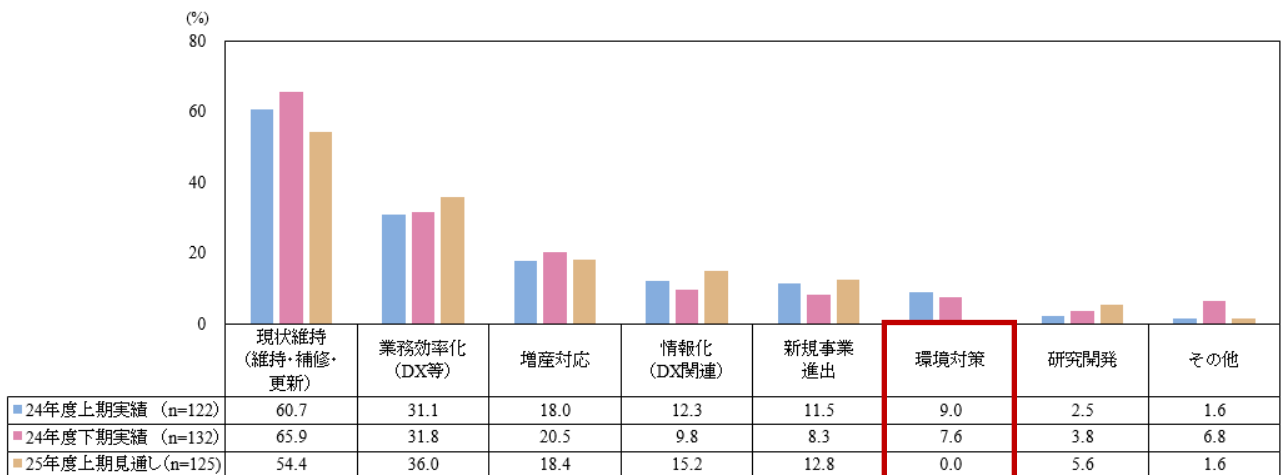
1. 2024 年度下期実績

全体 46%、製造部門 50%、非製造部門 43%

2. 2025 年度上期見通し・2025 年度下期予想

2025 年度上期・2025 年度下期ともに減少見通し（予想）。製造部門は 2025 年度上期減少見通し、下期増加予想。非製造部門は、2025 年度上期横ばい見通し、下期は減少予想となっている。

3. 設備投資の主な目的(複数回答)



- ・ 2024 年度上期実績、2024 年度下期実績、2025 年度上期見通しすべてにおいて、「現状維持（維持・補修・更新）」が最多で、次いで「業務効率化（DX 等）」。
- ・ 「環境対策」を目的とした設備投資は 24 年度下期減少、25 年度上期見通しはゼロとなっており、設備投資の目的に変化がみられる。

◇ 原材料価格等の上昇による価格転嫁

1. 価格転嫁の実施

	実施なし	実施したくてもできなかった	実施あり	(%)
全体	実績(n=285)	32.3	17.9	49.8
	見通し(n=285)	28.8	15.1	56.1
	予想(n=285)	30.2	14.7	55.1
製造業	実績(n=99)	21.2	17.2	61.6
	見通し(n=99)	15.2	17.2	67.7
	予想(n=99)	17.2	17.2	65.7
非製造業	実績(n=186)	38.2	18.3	43.5
	見通し(n=186)	36.0	14.0	50.0
	予想(n=186)	37.1	13.4	49.5

・ 製造業においては価格転嫁実施率が前回より上昇している。非製造業においては、価格転嫁実施率が低下しており、厳しい状況がうかがえる。

【参考】前回調査時結果(2024 年 10 月)

・ 価格転嫁実施率

全体：49.7%

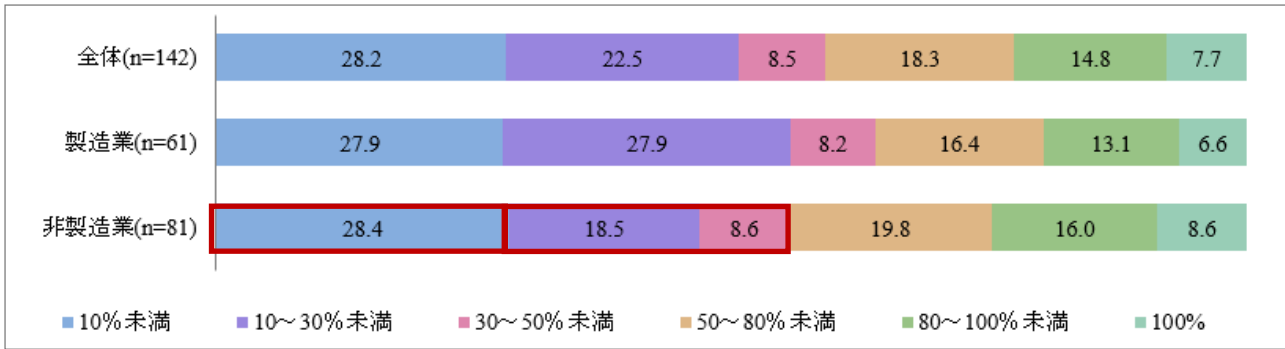
製造業：54.7%、非製造業：47.0%

・ 実施したくてもできなかった

全体：22.4%

製造業：24.5%、非製造業：21.2%

2. 原材料価格等上昇分の価格転嫁率 ※価格転嫁実施企業



- ・ 価格転嫁率 50%以上の企業が減少し、4 割程度にとどまっている。(全体：40.8%、製造業：36.1%、非製造業：44.4%)
- ・ 非製造業において、価格転嫁率 10%未満の企業が減少し、10~50%未満の企業が増加している。

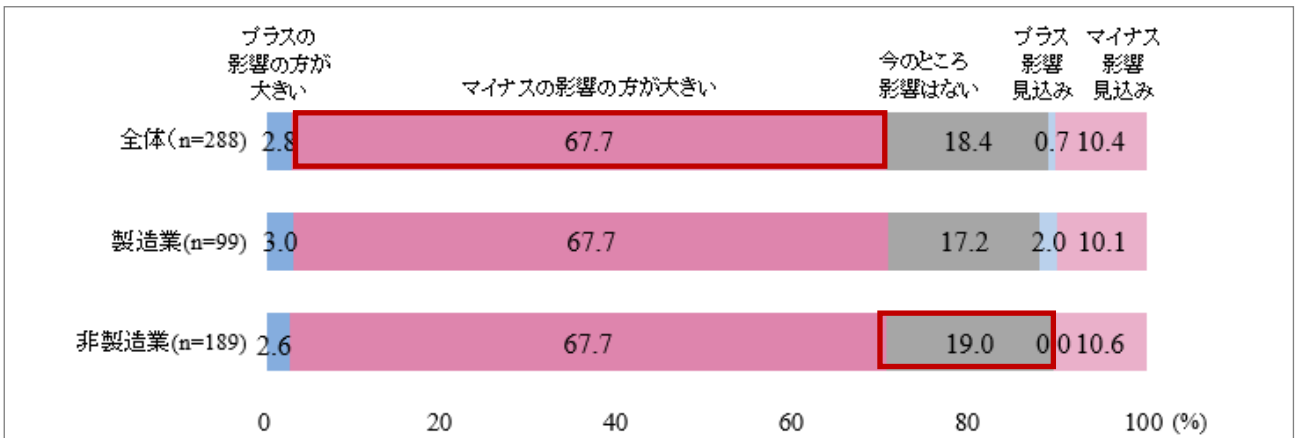
【参考】前回調査時結果(2024 年 10 月)

- ・ 価格転嫁率 10%未満
全体：32.0%
製造業：25.9%、非製造業：35.9%
- ・ 価格転嫁率 10~50%未満
全体：25.3%
製造業：39.7%、非製造業：16.3%
- ・ 価格転嫁率 50%以上
全体：42.7%
製造業：34.5%、非製造業：47.9%

【市場環境の変化について】

◇ 物価の上昇について

1. 物価上昇による自社への影響

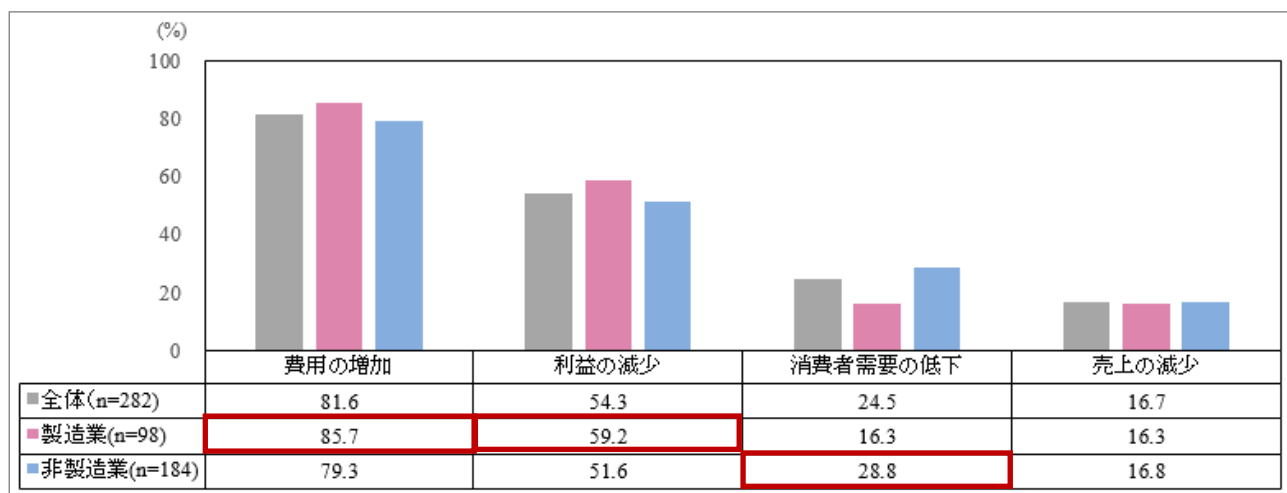


- ・ 全体では「マイナスの影響の方が大きい」と回答した企業が 67.7%と多数を占め、依然として物価上昇が企業経営にとって大きな負担となっていることがわかる。「今のところ影響はない」(18.4%) も一定数見られ、業種によって影響の度合いにばらつきがあることもうかがえる。「プラスの影響の方が大きい」「プラス影響の見込み」を合わせてもわずか 3.5%であり、物価上昇を機会と捉えている企業は少数にとどまっている。
- ・ 製造業・非製造業ともに、「マイナスの影響の方が大きい」は 67.7%と同水準だが、非製造業の方が「今のところ影響はない」とする割合が 19.0%とやや高く、間接的な影響にとどまっている企業も見受けられる。

< 自社への影響の主な理由 >

プラスの影響 (見込み含む)	・ 価格転嫁が円滑に進み、売り上げ利益ともに改善 ・ 料金値上げの許容度が高くなった
マイナスの影響 (見込み含む)	・ 仕入れ価格が大幅に上昇する中で、価格転嫁が難しい状況であるので、粗利率が下がる ・ 消費者の買い控え
今のところ 影響はない	・ 原材料の物価上昇分は、売上増による原材料仕入量の増加と仕入単価の減少により吸収することが出来た ・ 市場全般が値上げ基調にあり、弊社としても値上げし易い環境にある

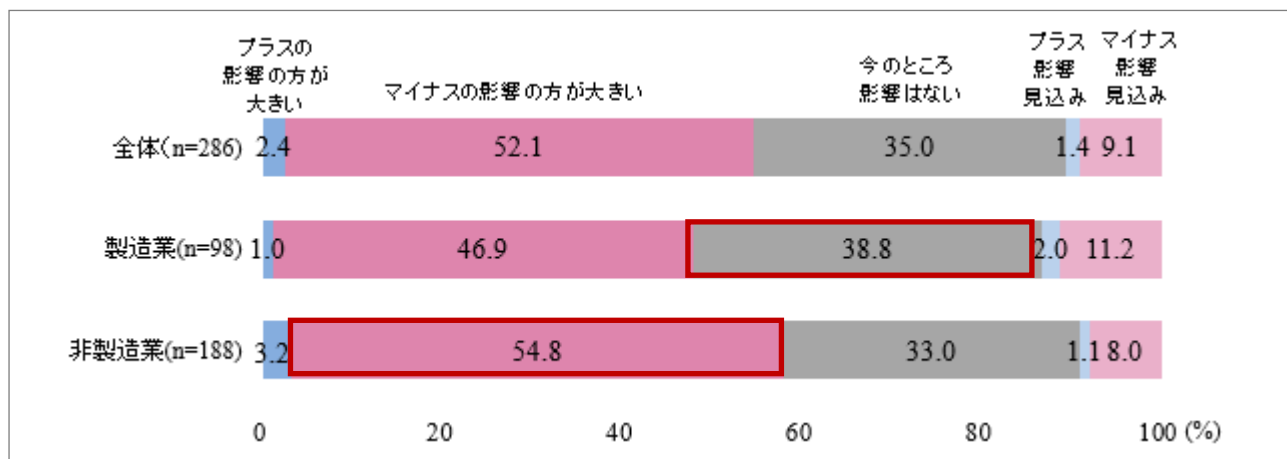
2. 物価上昇の影響で具体的に变化したことは何か



- ・ 全体では「費用の増加」が81.6%と最も多く、企業の多くがコスト負担の増加に直面していることがうかがえる。次いで「利益の減少」が54.3%と過半数に達しており、収益面への影響も広がっている。「消費者需要の低下」(24.5%)や「売上の減少」(16.7%)については、一定数の企業で影響が出ているものの、全体としてはコスト面の変化が中心となっている。
- ・ 製造業では「費用の増加」は85.7%と高く、「利益の減少」(59.2%)も全体平均を上回る。非製造業では「費用の増加」は79.3%、「利益の減少」は51.6%だった。「消費者需要の低下」は28.8%で、全体よりやや高い結果となっている。

◇ 金利の上昇について

1. 金利上昇による自社への影響

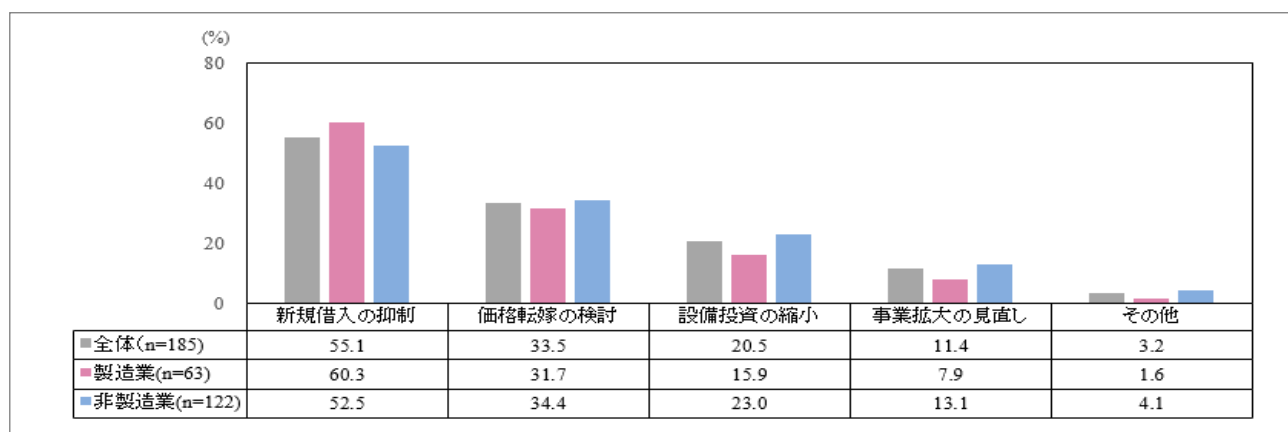


- ・ 「プラスの影響の方が大きい」企業が全体2.4%、「マイナスの影響の方が大きい」企業が全体52.1%。
- ・ 非製造業において、半数以上が「マイナスの影響の方が大きい」と回答している。一方、製造業の4割近くは「影響はない」と回答している。

< 自社への影響の主な理由 >

プラスの影響 (見込み含む)	・ 受取利息の上昇 ・ 弊社は借入金がない一方で、大きな設備投資を行う業種でもないことから、現金を多く保有しているため
マイナスの影響 (見込み含む)	・ 支払利息の負担増 ・ 借入金利の上昇により利益が減少するため。但し、他社も同様の条件であるため、特に悲観はしていない。
今のところ 影響はない	・ 借り入れも少なく手持ち資金も過剰に持たず適正なため ・ 固定金利なので

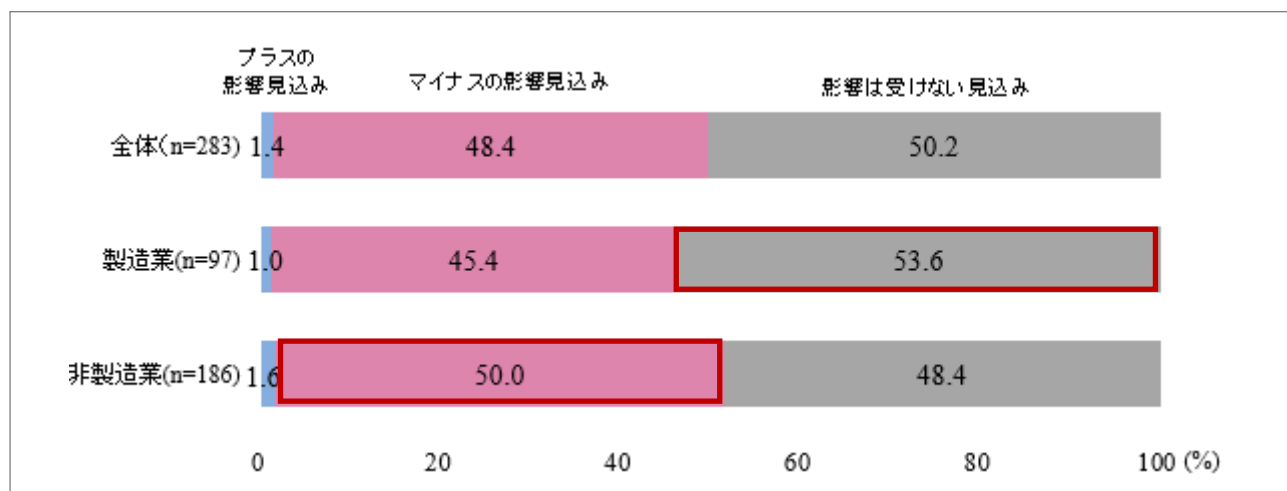
2. 自社における具体的変化について



- 「新規借入の抑制」と回答した企業が全体 55.1%で最多。次いで「価格転嫁の検討」が全体 33.5%となっている。

◇ トランプ政権「相互関税」について

1. 相互関税による自社への影響予想



- 全体では「マイナスの影響見込み」が 48.4%と半数近くへのぼり、「影響は受けない」とした企業が 50.2%と拮抗している。「プラスの影響見込み」と回答した企業はわずか 1.4%にとどまり、恩恵を見込む企業はごく少数となっている。
- 製造業においては「影響は受けない」とする割合が 53.6%とやや多く、非製造業では「マイナス影響」が 50.0%と全体よりやや高めとなっている。

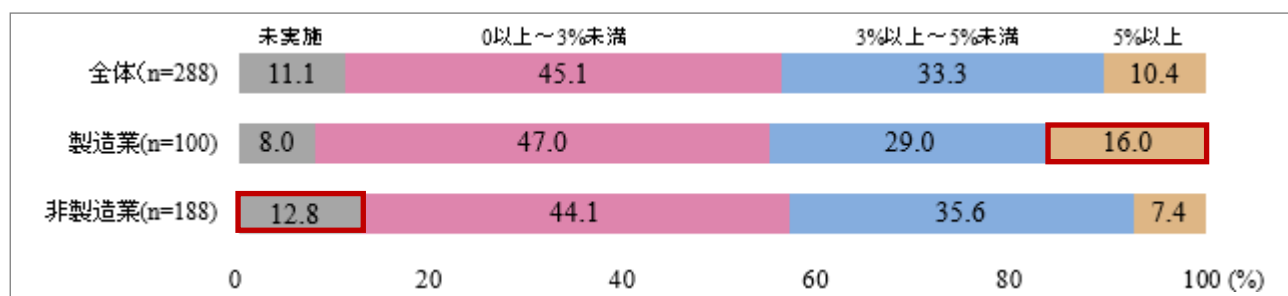
< 自社への影響の主な理由 >

プラスの影響見込み	- 国内におけるトヨタの新車の流通が早まり、国内中古車市場の球数と相場が安定する - 世界的に不安定な状態で原油の先物価格が下落している。為替も円高基調。
マイナスの影響見込み	- 直接的な影響はすぐには無いと思われるが、仕入業者を中心に間接的に仕入価格の上昇に関わってくると思われるため。 - 具体的な影響は出ているわけではないし今後の予想が立っているわけでもないがなんとなく市場全体が警戒している様子が見て取れるのであまりいい影響が起こるとは思えない - 仕入れ価格等物価上昇が見込まれる
影響は受けない見込み	- 商圏が内需型につき、直接関税の影響はないから - 物流が乱れて物が入ってきにくくなる反面円高になり為替面で有利になる - 輸出入の業務がない

【賃金動向について】

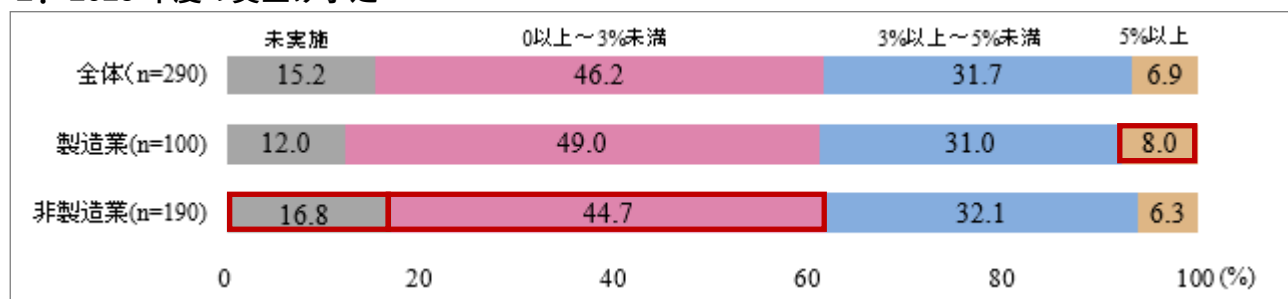
◇ 賃上げについて

1. 2024 年度の賃上げ実績



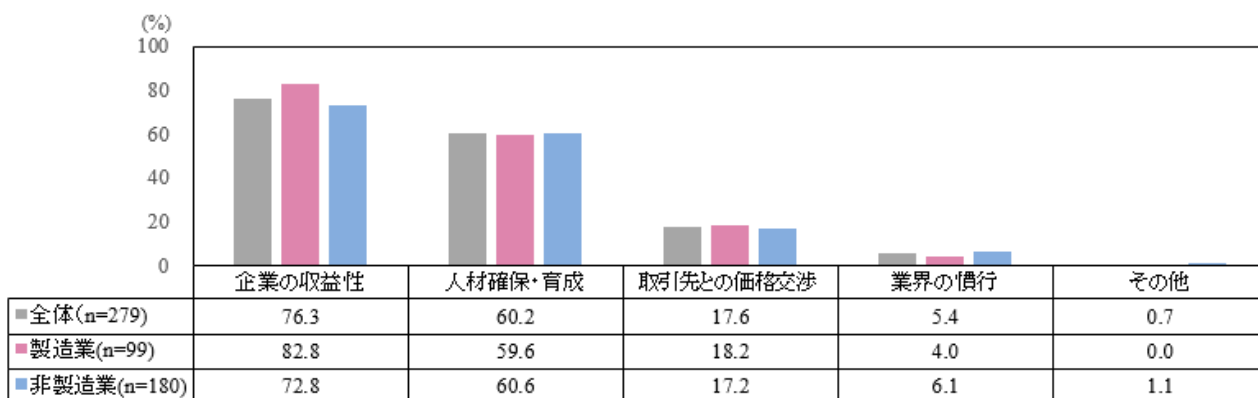
- ・ 全体では「0%以上～3%未満」の賃上げが最も多く 45.1%、次いで「3%以上～5%未満」が 33.3% となっており、9 割近くの企業が何らかの賃上げを実施している。「5%以上」の積極的な賃上げを実施した企業も 1 割（10.4%）程度確認された。未実施の企業は 11.1%と一定数いるが、全体としては賃上げに前向きな傾向が見られる。
- ・ 製造業では「5%以上」の賃上げが 16.0%と全体より高く、比較的積極的な対応が見られた。一方で、「未実施」は 8.0%にとどまり、ほとんどの企業が対応を進めている。非製造業では「未実施」が 12.8%とやや高めとなった。

2. 2025 年度の賃上げ予定



- ・ 全体では「0%以上～3%未満」が最多の 46.2%、次いで「3%以上～5%未満」が 31.7% となっており、8 割以上の企業が賃上げを予定している。「5%以上」とした企業は 6.9%にとどまり、積極的な賃上げは一部に限られる。一方で、「未実施」とした企業も 15.2%あり、前年（11.1%）と比べるとやや増加傾向が見られる。
- ・ 製造業では「5%以上」が 8.0%と全体より高く、「未実施」は 12.0%にとどまっており、比較的前向きな傾向がうかがえる。非製造業では「未実施」が 16.8%とやや高めで、「0%以上～3%未満」が最多の 44.7%と、引き続き慎重な対応を取る企業が一定数存在している。

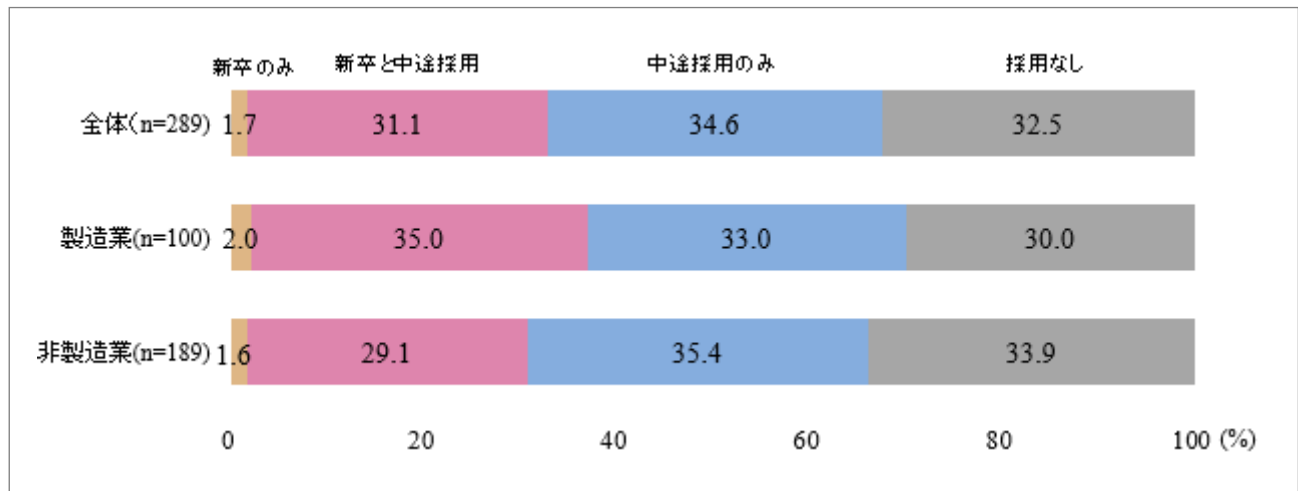
3. 賃上げを進める上で課題



- ・ 全体では「企業の収益性」が 76.3%と最多で、賃上げの最大の障壁となっている。「人材確保・育成」が 60.2%で続き、人的リソースへの対応も大きな課題となっている。
- ・ 収益性と人材対応が共通の主要課題であり、「取引先との価格交渉」（17.6%）や「業界の慣行」（5.4%）といった外部要因は一部にとどまっている。

◇ 今後の採用状況について

1. 今後の採用状況



- ・ 全体では「中途採用のみ」が最多の 34.6%、次いで「採用なし」32.5%、「新卒と中途採用」31.1%と、企業の姿勢が三分される傾向となった。「新卒のみ」は 1.7%と非常に少なく、新卒採用単独での人材確保を予定している企業はごく一部にとどまる。
- ・ 製造業では「新卒と中途採用」(35.0%) が最多で、次いで「中途採用のみ」(33.0%)、「採用なし」(30.0%)と続く。非製造業では「中途採用のみ」(35.4%) が最多で、「採用なし」(33.9%)、「新卒と中途採用」(29.1%)と続く。

2. 賃上げ以外で従業員満足度を高めるために実施している施策（自由記述）

製造業	・ 年間休日数の増加 ・ 福利厚生充実、働き方改革による有給休暇の取得、出産休暇、産後休暇、育児休業の取りやすさ等 ・ 食堂（休憩所）の改装、社員旅行の実施など ・ 定年延長 60 歳⇒65 歳 ・ 副業支援 ・ 完全週休 2 日制導入の検討 ・ 社内イベントの開催。月間 MVP に報奨金制度。
非製造業	・ 従業員とのコミュニケーションの充実、一声運動 ・ 5 月、8 月、12 月～1 月にかけて長期休暇実施している ・ 新たに、福利厚生として社内懇親会費の補助、誕生月にケーキ贈呈を行った ・ ワークライフバランスの向上など仕事と家庭の両立支援の充実 ・ 週休 3 日の試験的な取り組み ・ 福利厚生と健康経営を兼ねて、全従業員のジム費用を負担している ・ 労働時間の短縮