

第106回 愛媛県内企業動向アンケート調査結果

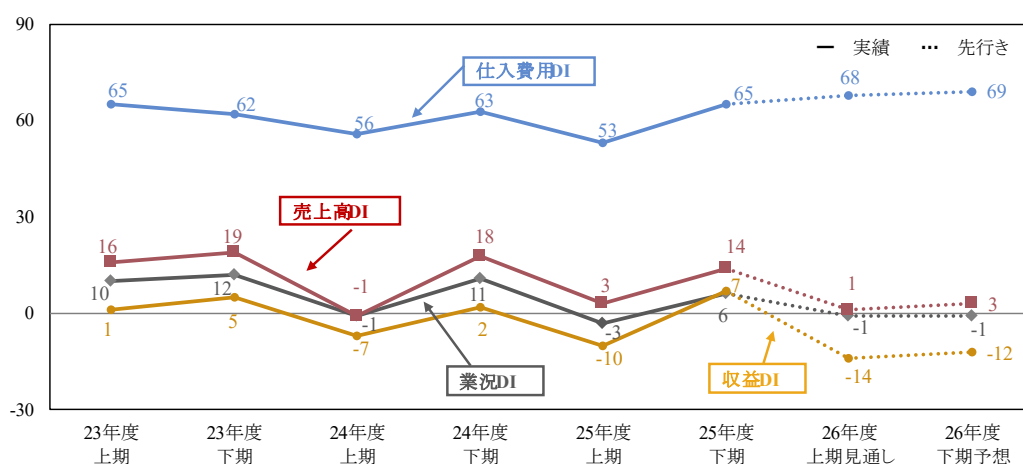
～2025年度下期実績、2026年度上期見通し、2026年度下期予想～

【要約】

1. 業況

- (1) 2025年度下期（実績）は、業況DI+6、売上高DI+14、収益DI+7ともに前期より改善した。一方、仕入費用DI（実績）も+65と前期を上回り、高い水準となった。
- (2) 先行き（2026年度上期⇒2026年度下期）については、売上高DI（+1⇒+3）、収益DI（▲14⇒▲12）、仕入費用DI（+68⇒+69）となり、業況DIは、2026年度上期（見通し）が▲1、2026年度下期（予想）が▲1と、やや慎重な見方となっている。

■DI推移



- (3) 2025年度下期の設備投資実施企業は、全産業で42%（製造部門52%、非製造部門38%）実績であった。2026年度上期は43%（製造部門46%、非製造部門42%）の見通しである。

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（2025年度下期）は、製造業56.0%・非製造業48.0%の実績であった。2026年度下期には製造業73.0%・非製造業54.4%に増加する予想である。
- (2) 価格転嫁率（2025年度下期）が50%以上の企業は44.5%で、前期より増加している。

3. 生成AIの活用について

- (1) 生成AI活用の効果について、「ある程度効果がある」(62.9%)、「非常に効果がある」(27.0%)と全体の89.9%が「効果がある」と感じている。
- (2) 生成AIを活用している業務について、「企画・アイデア出し」から「文書作成・要約」、「データ分析・レポート作成」、「プログラミング支援」等、幅広い業務での活用が見られる。
- (3) 今後の生成AI活用方針について、「活用範囲をさらに広げていきたい」(44.1%)、「現状のまま維持したい」(10.2%)、「現状未利用だが導入を進めたい」(20.3%)と全体の74.6%が前向きであり、今後の活用は拡大していくと予想される。

4. ホルムズ海峡情勢の影響について

- (1) ホルムズ海峡情勢の影響について、「大きな影響がある」(39.8%)、「ある程度影響がある」(47.3%)で、合計すると全体の87.1%に影響が見られる。
- (2) ホルムズ海峡情勢が長期化した場合の懸念事項は、「原材料価格」(27.9%)、「燃料費」(23.3%)、「納期遅延」(16.2%)、「物流コスト」(16.1%)等がある。
- (3) ホルムズ海峡情勢への対策は、「価格転嫁」(23.0%)、「在庫積み増し」(22.5%)、「仕入先の分散」(17.0%)等が挙げられた。

【調査要領】

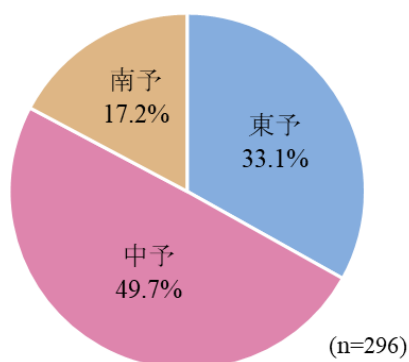
調査目的	愛媛県内における企業の経営実態と景気動向の把握
調査対象	愛媛県内に事業所を置く企業
調査方法	Webによるアンケート調査
調査時期	2026年5月
調査対象期間	実績：2025年度下期（2025年10月～2026年3月） 見通し：2026年度上期（2026年4月～2026年9月） 予想：2026年度下期（2026年10月～2027年3月）
調査項目	業況、経営課題、生成AI活用、ホルムズ海峡影響 等

【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		967	296	30.6	100.0
製造部門	製造業	132	48	36.4	16.2
	建設業	105	39	37.1	13.2
	農林水産業	20	7	35.0	2.4
非製造部門	卸売業	123	38	30.9	12.8
	小売業	137	31	22.6	10.5
	不動産業	48	14	29.2	4.7
	運輸・通信業	58	29	50.0	9.8
	サービス業	344	90	26.2	30.4

※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

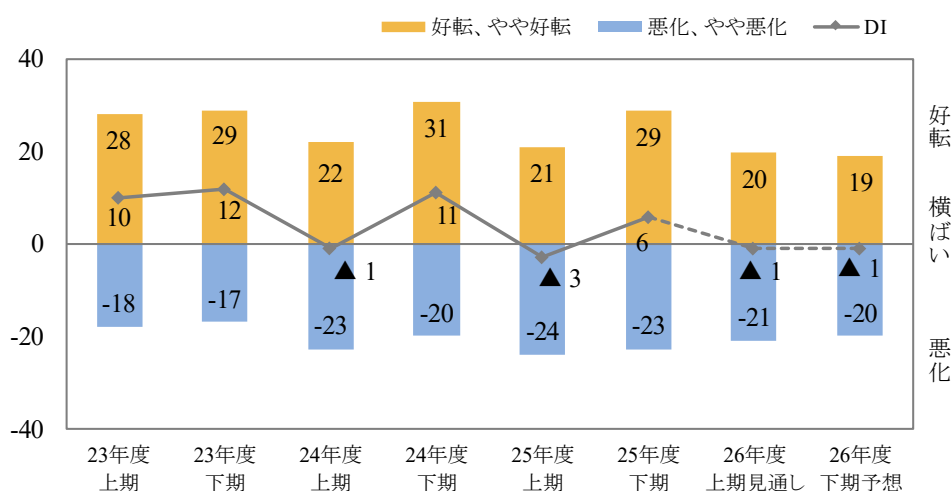
2025 年度下期実績 DI は+6

2026 年度上期見通し DI は▲1（前期比 7 割悪化）、2026 年度下期予想 DI は▲1（同±0 割）

業況判断	D I 推移							
	2023年度		2024年度		2025年度		2026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	10	12	▲1	11	▲3	6	▲1	▲1
製造部門	3	7	▲8	12	1	9	▲8	▲2
非製造部門	14	15	2	11	▲5	4	2	▲1

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 ⇒ 2025 年度下期は好転、2026 年上期は悪化、2026 年度下期は変化なし



1. 2025 年度下期実績 DI

- (1) 全体+6、製造部門+9、非製造部門+4
- (2) 増加>減少：「情報サービス・放送」「その他の製造業」「宿泊業」「金属製品」
「木材・木製品」「パルプ・紙・紙加工品」「娯楽」「食料品」「運輸・通信業」等
増加<減少：「鉄鋼」「繊維品」「印刷・同関連産業」「不動産業」「卸売業」「農林水産」等

2. 2026 年度上期見通し DI

- (1) 全体▲1(前期比 7 割悪化)、製造部門▲8（同 17 割悪化）、非製造部門+2（同 2 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：「非鉄金属」「食料品」「その他の製造業」「宿泊業」「生活関連サービス業」
「娯楽」「医療・保険衛生」「小売業」「機械器具」「不動産業」
増加<減少：「金属製品」「繊維品」「パルプ・紙・紙加工品」「農林水産」等

3. 2026 年度下期予想 DI

- (1) 全体▲1（前期比±0 割）、製造部門▲2（同 6 割改善）、非製造部門▲1（同 3 割悪化）
- (2) 製造部門は改善、非製造部門は悪化予想。
- (3) 増加>減少：「鉄鋼」「非鉄金属」「食料品」「その他の製造業」「パルプ・紙・紙加工品」
「宿泊業」「機械器具」「不動産業」「医療・保険衛生」「飲食店」等
増加<減少：「金属製品」「繊維品」「教育」「印刷・同関連産業」「建設業」等

◇ 売上高

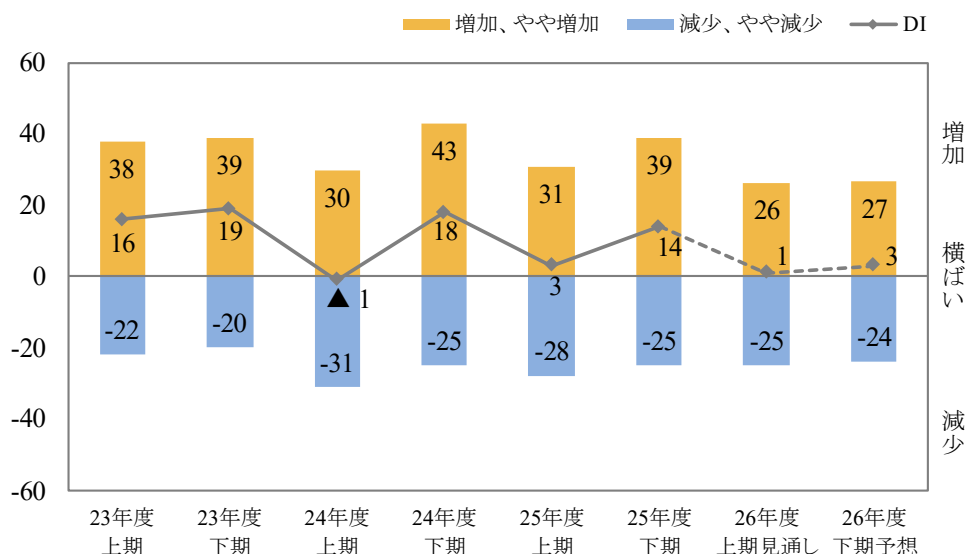
2025 年度下期実績 DI は+14

2026 年度上期見通し DI は+1（前期比 13 ㊦減少）、2026 年度下期予想 DI は+3（同 2 ㊦増加）

売上高 DI 推移	2023年度		2024年度		2025年度		2026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	16	19	▲ 1	18	3	14	1	3
製造部門	1	20	▲ 12	15	▲ 5	9	▲ 12	▲ 5
非製造部門	25	19	5	19	7	16	8	7

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 ⇒ 2025 年度下期は増加、2026 年上期は減少、2026 年度下期は増加



1. 2025 年度下期実績 DI

- 全体+14、製造部門+9、非製造部門+16
- 増加>減少：「化学工業」「情報サービス・放送」「宿泊業」「金属製品」「その他の製造業」「娯楽」「機械器具」「木材・木製品」「小売業」「医療・保険衛生」等
増加<減少：「教育」「繊維品」「農林水産」「飲食店」「生産関連サービス業」「卸売業」等

2. 2026 年度上期見通し DI

- 全体+1（前期比 13 ㊦減少）、製造部門▲12（同 21 ㊦減少）、非製造部門+8（同 8 ㊦減少）
- 製造部門・非製造部門ともに減少見通し。
- 増加>減少：「非鉄金属」「金融・保険」「その他の製造業」「宿泊業」「教育」「医療・保険衛生」「娯楽」「食料品」「機械器具」「小売業」「運輸・通信業」
増加<減少：「金属製品」「木材・木製品」「建設業」「印刷・同関連産業」「卸売業」等

3. 2026 年度下期予想 DI

- 全体+3(前期比 2 ㊦増加)、製造部門▲5（同 7 ㊦増加）、非製造部門+7（同 1 ㊦減少）
- 製造部門は増加、非製造部門は減少予想。
- 増加>減少：「鉄鋼」「非鉄金属」「金融・保険」「宿泊業」「その他の製造業」「教育」「機械器具」「パルプ・紙・紙加工品」「食料品」「医療・保険衛生」「娯楽」等
増加<減少：「金属製品」「印刷・同関連産業」「木材・木製品」「建設業」「卸売業」等

◇ 収益

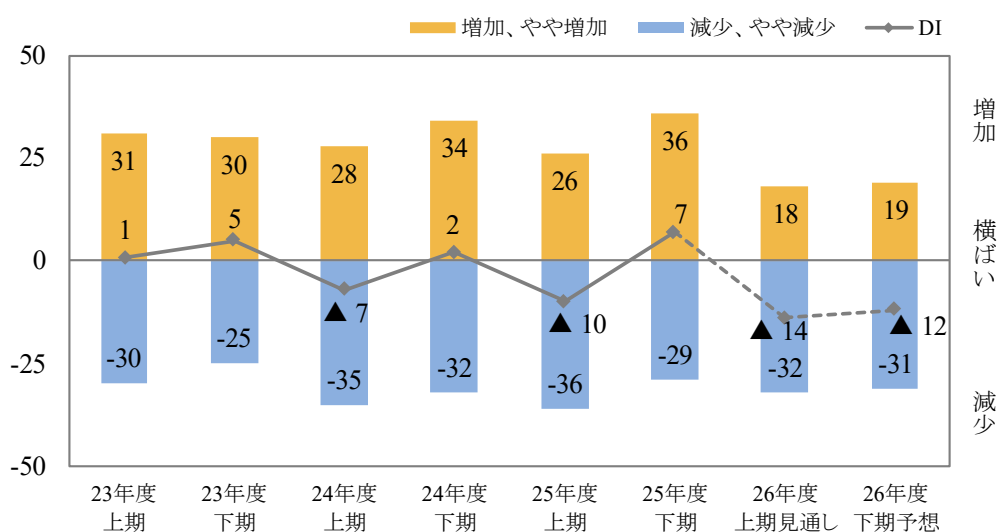
2025 年度下期実績 DI は+7

2026 年度上期見通し DI は▲14（前期比 21 ㊦減少）、2026 年度下期予想 DI は▲12（同 2 ㊦増加）

収益判断 DI 推移	2023年度		2024年度		2025年度		2026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	1	5	▲7	2	▲10	7	▲14	▲12
製造部門	▲15	3	▲15	▲2	▲15	14	▲17	▲7
非製造部門	10	6	▲3	5	▲8	3	▲13	▲14

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 ⇒ 2025 年度下期は増加、2025 年度上期は減少、2026 年度下期は増加



1. 2025 年度下期実績 DI

- 全体+7、製造部門+14、非製造部門+3
- 増加>減少：「木材・木製品」「化学工業」「非鉄金属」「金属製品」「情報サービス・放送」「娯楽」「宿泊業」「食料品」「その他の製造業」「パルプ・紙・紙加工品」等
増加<減少：「繊維品」「教育」「農林水産」「飲食店」「不動産業」「その他のサービス業」等

2. 2026 年度上期見通し DI

- 全体▲14（前期比 21 ㊦減少）、製造部門▲17（同 31 ㊦減少）、非製造部門▲13（同 16 ㊦減少）
- 製造部門・非製造部門ともに減少見通し。
- 増加>減少：「非鉄金属」「その他の製造業」「娯楽」「教育」「食料品」「宿泊業」「生活関連サービス業」
増加<減少：「鉄鋼」「化学工業」「金属製品」「その他のサービス業」「パルプ・紙・紙加工品」等

3. 2026 年度下期予想 DI

- 全体▲12（前期比 2 ㊦増加）、製造部門▲7（同 10 ㊦増加）、非製造部門▲14（同 1 ㊦減少）
- 製造部門は増加、非製造部門は減少予想。
- 増加>減少：「鉄鋼」「非鉄金属」「食料品」「その他の製造業」「宿泊業」「娯楽」「機械器具」「農林水産」
増加<減少：「教育」「金属製品」「印刷・同関連産業」「その他のサービス業」「建設業」等

◇ 仕入費用

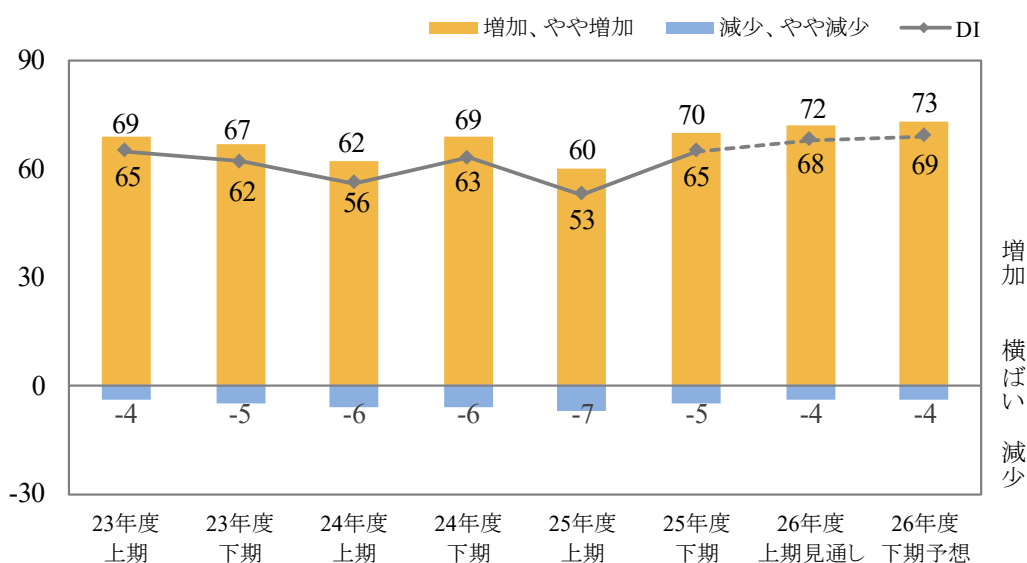
2025 年度下期実績 DI は+65

2026 年度上期見通し DI は+68（前期比 3 割増加）、2026 年度下期予想 DI は+69（同 1 割増加）

仕入費用判断 DI 推移	2023年度		2024年度		2025年度		2026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	65	62	56	63	53	65	68	69
製造部門	67	62	60	63	53	61	68	71
非製造部門	63	63	54	62	54	66	68	68

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 ⇒ 2025 年度下期は増加、2026 年度上期は増加、2026 年度下期は増加



1. 2025 年度下期実績 DI

- (1) 全体+65、製造部門+61、非製造部門+66
- (2) 増加>減少：「繊維品」「印刷・同関連産業」「窯業・土石製品」「非鉄金属」「金融・保険」「教育」「物品賃貸業」「飲食店」「宿泊業」「金属製品」「その他の製造業」等
増加<減少：「木材・木製品」

2. 2026 年度上期見通し DI

- (1) 全体+68（前期比 3 割増加）、製造部門+68（同 7 割増加）、非製造部門+68（同 2 割増加）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに増加見通し。
- (3) 増加>減少：「繊維品」「パルプ・紙・紙加工品」「印刷・同関連産業」「窯業・土石製品」「鉄鋼」「非鉄金属」「金属製品」「金融・保険」「教育」「物品賃貸業」「娯楽」「小売業」等
増加<減少：なし

3. 2026 年度下期予想 DI

- (1) 全体+69（前期比 1 割増加）、製造部門+71（同 3 割増加）、非製造部門+68（同±0 割）
- (2) 製造部門は増加、非製造部門は±0 予想。
- (3) 増加>減少：「繊維品」「印刷・同関連産業」「窯業・土石製品」「鉄鋼」「非鉄金属」「金属製品」「金融・保険」「教育」「物品賃貸業」「建設業」「小売業」「宿泊業」「娯楽」等
増加<減少：「木材・木製品」

◇ 設備投資

2025 年度下期実績は 42%

2026 年度上期見通しは 43%（前期比+1%）、2026 年度下期予想は 37%（同▲6%）

	2023年度		2024年度		2025年度		2026年度	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期
全体	37	43	40	46	42	42	43	37
製造部門	41	47	37	50	44	52	46	40
非製造部門	35	40	41	43	41	38	42	36

2025年度下期までは実績、2026年度上期は見通し、2026年度下期は予想

1. 2025 年度下期実績

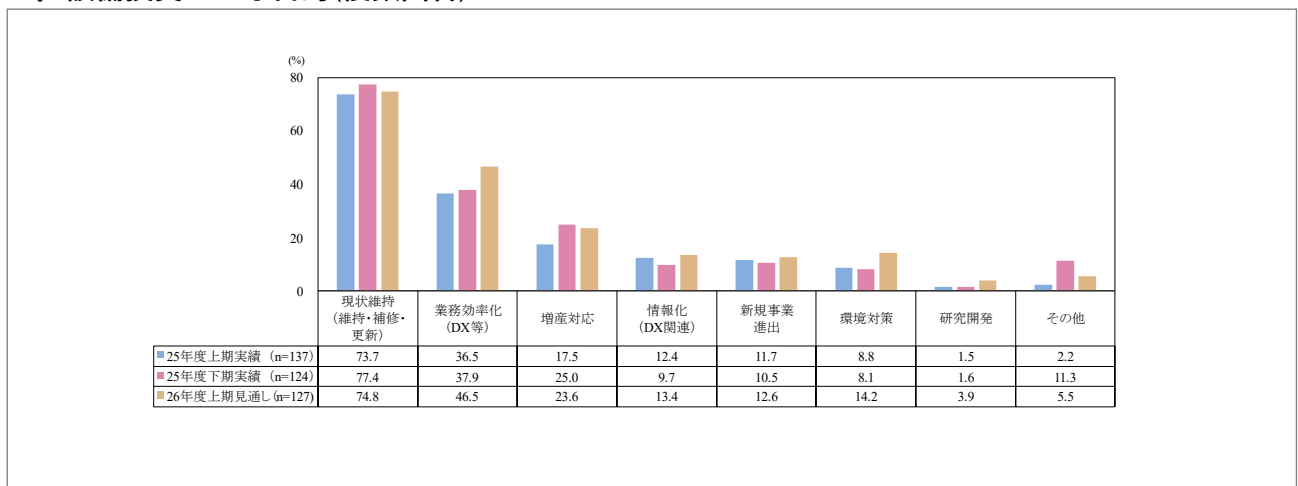
全体 42%、製造部門 52%、非製造部門 38%。

2. 2026 年度上期見通し・2026 年度下期予想

2026 年度上期は全体 43%、製造部門 46%、非製造部門 42%。

2026 年度下期は全体 37%、製造部門 40%、非製造部門 36%。

3. 設備投資の主な目的(複数回答)



- ・ 2025 年度上期実績、2025 年度下期実績、2026 年度上期見通しすべてにおいて、「現状維持（維持・補修・更新）」が最も高く、次いで「業務効率化（DX等）」。
- ・ 「業務効率化（DX等）」が増加傾向にある。

◇ 原材料価格等の上昇による価格転嫁

1. 価格転嫁の実施

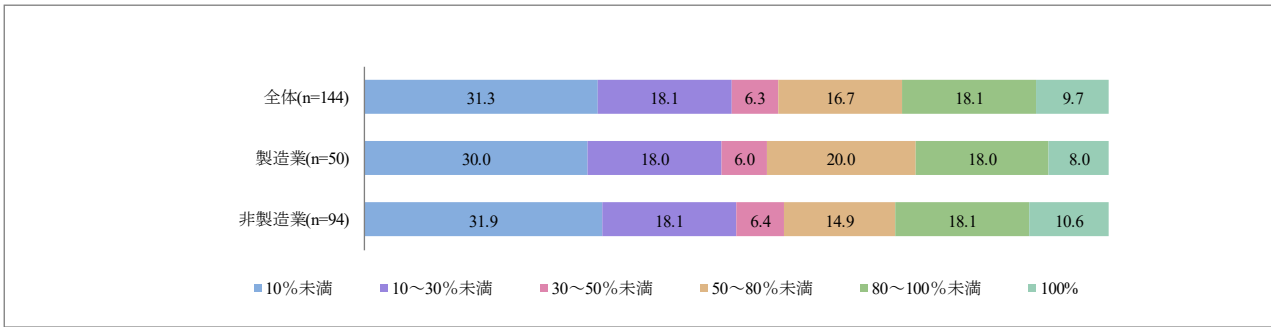
		実施なし	実施したくてもできなかった	実施あり (%)
全体	実績(n=287)	32.1	17.4	50.5
	見通し(n=285)	26.3	12.6	61.1
	予想(n=284)	27.1	12.7	60.2
製造業	実績(n=91)	29.7	14.3	56.0
	見通し(n=89)	20.2	11.2	68.5
	予想(n=89)	19.1	7.9	73.0
非製造業	実績(n=196)	33.2	18.9	48.0
	見通し(n=196)	29.1	13.3	57.7
	予想(n=195)	30.8	14.9	54.4

・ 全体では価格転嫁実施率が前回よりやや低下している。

【参考】 前回調査時結果(2025 年 10 月)

- ・ 価格転嫁実施率
全体：53.8%
製造業：69.2%、非製造業：46.0%
- ・ 実施したくてもできなかった
全体：19.5%
製造業：14.0%、非製造業：22.3%

2. 原材料価格等上昇分の価格転嫁率 ※価格転嫁実施企業



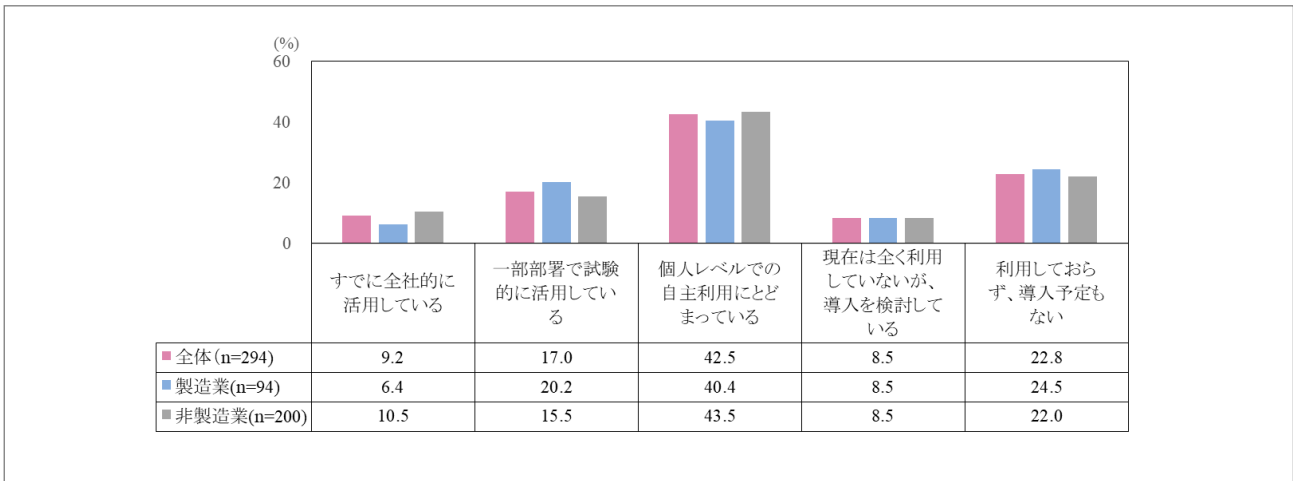
- ・ 全体・製造業で価格転嫁率 50%以上の企業が増加している。(全体：44.5%、製造業：46.0%、非製造業：43.6%)

【参考】前回調査時結果(2025年10月)

- ・ 価格転嫁率 10%未満
全体：32.0%
製造業：28.8%、非製造業：34.4%
- ・ 価格転嫁率 10~50%未満
全体：24.3%
製造業：28.7%、非製造業：20.8%
- ・ 価格転嫁率 50%以上
全体：43.7%
製造業：42.4%、非製造業：44.8%

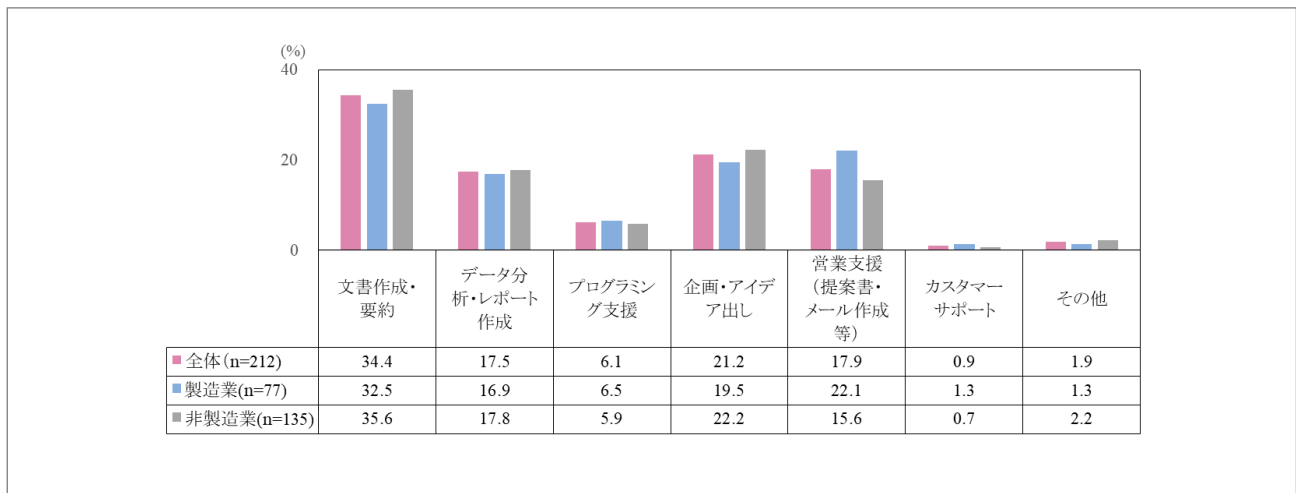
【生成 AI の活用について】

1. 生成 AI の活用状況



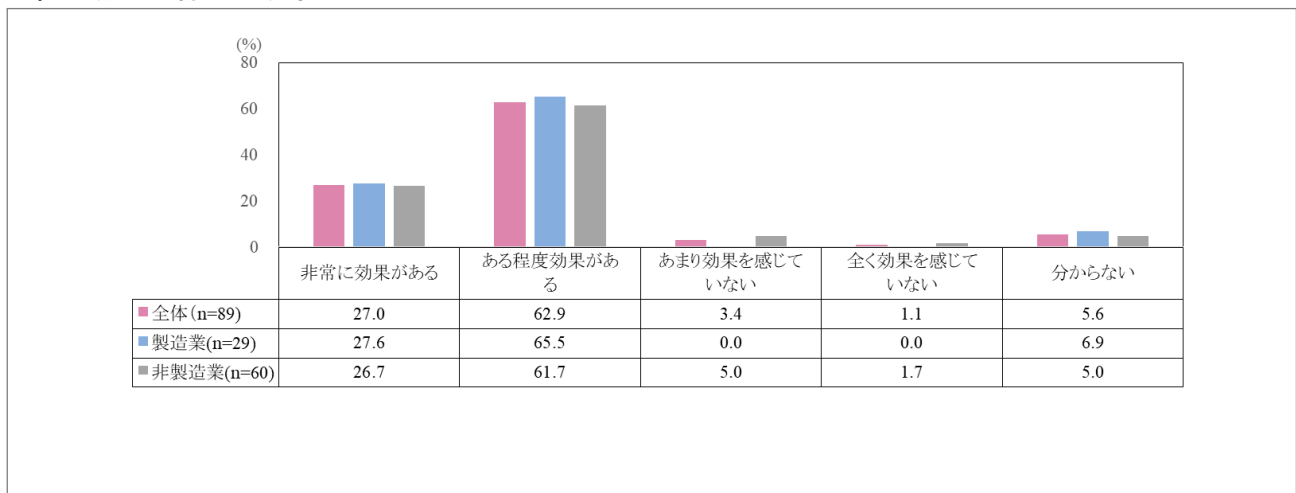
- ・ 「個人レベルでの自主利用にとどまっている」が全体 42.5% (製造業 40.4%、非製造業 43.5%) で最も多く、「すでに全社的に活用している」が全体 9.2% (製造業 6.4%、非製造業 10.5%)、「一部部署で試験的に活用している」が全体 17.0% (製造業 20.2%、非製造業 15.5%) であった。また「現在は全く利用していないが、導入を検討している」が全体 8.5% (製造業 8.5%、非製造業 8.5%) であった。
- ・ 一方、「利用しておらず、導入予定もない」が全体 22.8% (製造業 24.5%、非製造業 22.0%) であった。

2. 生成 AI を活用している業務（複数回答可）



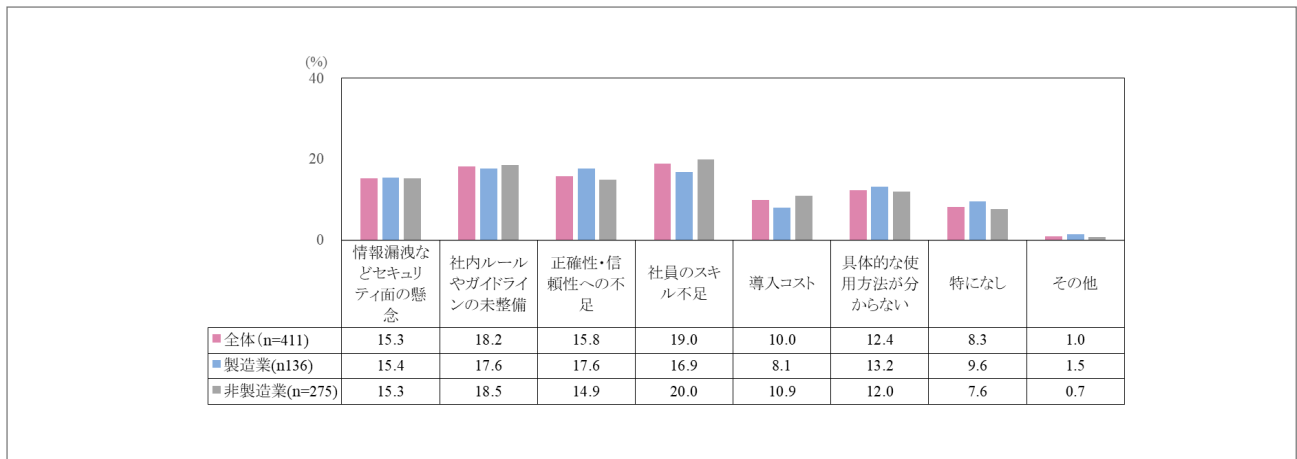
- 「文書作成・要約」が全体 34.4%（製造業 32.5%、非製造業 35.6%）で最も多く、「企画・アイデア出し」が全体 21.2%（製造業 19.5%、非製造業 22.2%）、「営業支援（提案書・メール作成等）」が全体 17.9%（製造業 22.1%、非製造業 15.6%）、「データ分析・レポート作成」が全体 17.5%（製造業 16.9%、17.8%）と続いている。
- 「企画・アイデア出し」から「プログラミング支援」まで幅広い業務での活用が見られる。

3. 生成 AI 活用の効果



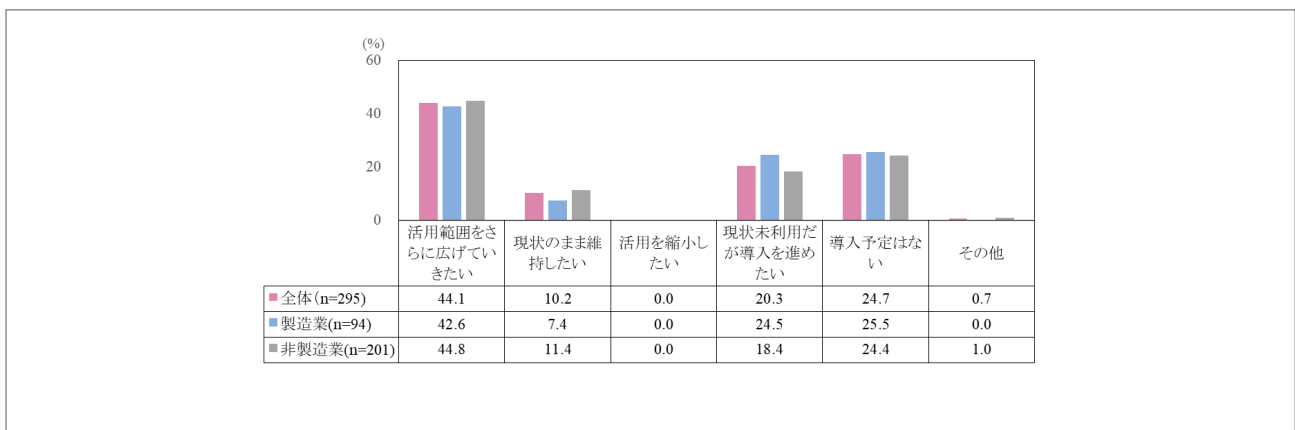
- 「ある程度効果がある」が全体 62.9%（製造業 65.5%、非製造業 61.7%）が最も多く、「非常に効果がある」が全体 27.0%（製造業 27.6%、非製造業 26.7%）で、合計すると全体の 89.9%が「効果がある」と感じていることが分かる。
- 一方、「あまり効果を感じていない」が全体 3.4%（製造業 0.0%、非製造業 5.0%）、「全く効果を感じていない」が全体 1.1%（製造業 0.0%、非製造業 1.7%）、「分からない」が全体 5.6%（製造業 6.9%、非製造業 5.0%）となっている。

4. 生成 AI の活用に至らない理由（複数回答可）



- ・ 「社員のスキル不足」が全体 19.0%（製造業 16.9%、非製造業 20.0%）、「社内ルールやガイドラインの未整備」が全体 18.2%（製造業 17.6%、非製造業 18.5%）、「正確性・信頼性への不足」が全体 15.8%（製造業 17.6%、非製造業 14.9%）、「情報漏洩などセキュリティ面の懸念」が全体 15.3%（製造業 15.4%、非製造業 15.3%）の順が多い。
- ・ 「具体的な使用方法が分からない」（全体 12.4%、製造業 13.2%、非製造業 12.0%）、「特になし」（全体 8.3%、製造業 9.6%、非製造業 7.6%）等、活用につながりそうな理由もあった。

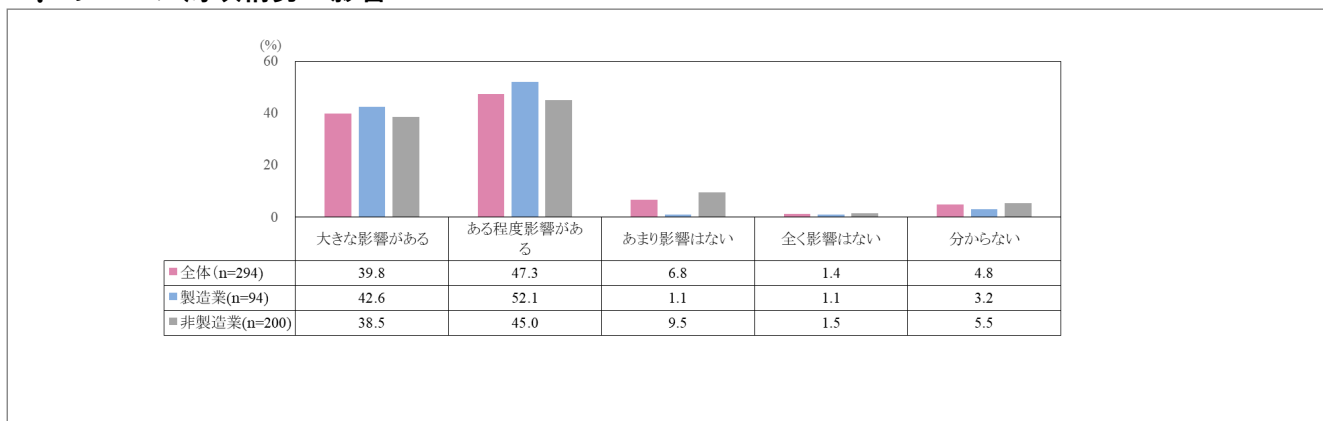
5. 今後の生成 AI 活用方針



- ・ 「活用範囲をさらに広げていきたい」が全体 44.1%（製造業 42.6%、非製造業 44.8%）、「現状のまま維持したい」が全体 10.2%（製造業 7.4%、非製造業 11.4%）、「現状未利用だが導入を進めたい」が全体 20.3%（製造業 24.5%、非製造業 18.4%）であり、合計すると、全体の 74.6% となり、今後の活用は拡大していくと予想される。
- ・ 一方、「導入予定はない」は全体 24.7%（製造業 25.5%、非製造業 24.4%）、「活用を縮小したい」は全体 0.0%（製造業 0.0%、非製造業 0.0%）であった。

【ホルムズ海峡情勢の影響について】

1. ホルムズ海峡情勢の影響



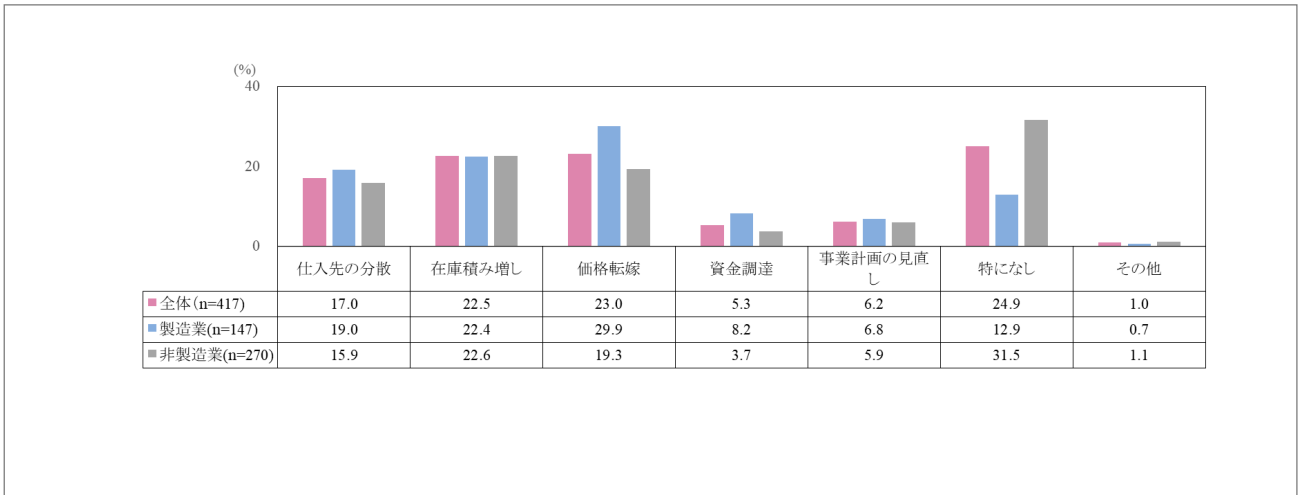
- ・ 「大きな影響がある」は全体 39.8%（製造業 42.6%、非製造業 38.5%）、「ある程度影響がある」は全体 47.3%（製造業 52.1%、非製造業 45.0%）、合計すると全体の 87.1%に影響がある結果となった。
- ・ 一方、「あまり影響はない」は全体 6.8%（製造業 1.1%、非製造業 9.5%）、「全く影響はない」は全体 1.4%（製造業 1.1%、非製造業 1.5%）であった。

2. 長期化による懸念事項



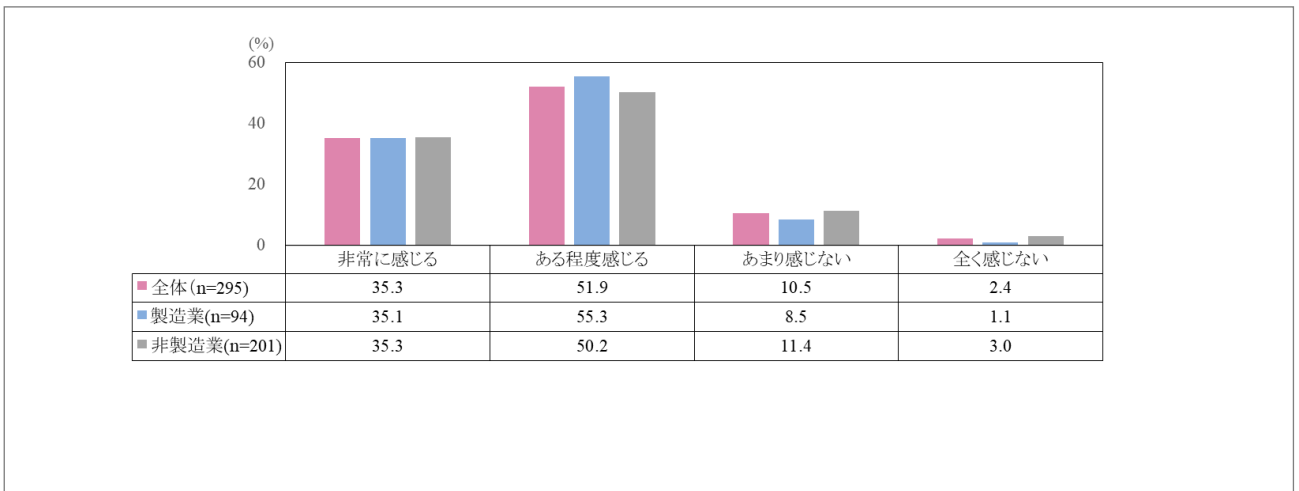
- ・ 「原材料価格」は全体 27.9%（製造業 28.3%、非製造業 27.7%）、「燃料費」は全体 23.3%（製造業 23.7%、非製造業 23.1%）、「納期遅延」は全体 16.2%（製造業 19.4%、非製造業 14.6%）、「物流コスト」は全体 16.1%（製造業 14.5%、非製造業 17.0%）であった。
- ・ 一方、「特になし」は全体 1.1%（製造業 0.7%、非製造業 1.4%）であった。

3. ホルムズ海峡情勢への対策（複数回答可）



- ・ 「価格転嫁」は全体 23.0%（製造業 29.9%、非製造業 19.3%）、「在庫積み増し」は全体 22.5%（製造業 22.4%、非製造業 22.6%）、「仕入先の分散」は全体 17.0%（製造業 19.0%、非製造業 15.9%）となっている。
- ・ 一方、「特になし」は全体 24.9%（製造業 12.9%、非製造業 31.5%）となっている。

4. 地政学リスクへの備えの必要性



- ・ 「非常に感じる」は全体 35.3%（製造業 35.1%、非製造業 35.3%）、「ある程度感じる」は全体 51.9%（製造業 55.3%、非製造業 50.2%）、合計で全体の 87.2%が地政学リスクへの備えの必要性を感じた。
- ・ 一方、「あまり感じない」は全体 10.5%（製造業 8.5%、非製造業 11.4%）、「全く感じない」は全体 2.4%（製造業 1.1%、非製造業 3.0%）、合計で全体の 12.9%が地政学リスクへの備えの必要性を感じなかった。