

2025 年度の業績見通し、 「増収増益」企業の割合は 6 社に 1 社にとどまる

人手不足などの構造的な課題に加え、
インフレや増税などのリスクが急増

愛媛県・2025 年度の業績見通しに関する企業の意識調査



本件照会先

担当: 豊田 貴志
株式会社帝国データバンク 松山支店
TEL: 089-933-1221
FAX: 089-933-9561

発表日

2025/05/09

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2025 年度の企業業績見通しは、増収増益を見込む愛媛県の企業の割合が 16.9%と 4 年ぶりに増加、減収減益は 22.6%と 2 年ぶりに減少し、2 年連続で 2 割以上となった。デジタル化を追い風に成長が期待される業界がある一方で、世界経済の減速や資源価格の変動、人手不足が逆風となる業界も多い。今後は個人消費回復が業績改善に不可欠であり、可処分所得の増加がカギとなる。企業はコストの見直しや新事業の開拓など変化への対応力が重要となるほか、トランプ関税の動向も注視すべき点となる。

※株式会社帝国データバンク松山支店は、愛媛県に本社が所在する 431 社を対象に、「2025 年度の業績見通し」に関するアンケート調査を実施した。なお、業績見通しに関する企業の意識調査は、2009 年 3 月以降、毎年実施し今回で 17 回目
調査期間: 2025 年 3 月 17 日～3 月 31 日(インターネット調査)
調査対象: 431 社、有効回答企業数は 126 社(回答率 29.2%)

2025 年度、「増収増益」を見込む愛媛県の企業は 16.9%にとどまる

2025 年度(2025 年 4 月決算～2026 年 3 月決算)の業績見通し(売上高および経常利益)について愛媛県の企業に尋ねたところ、「増収増益」を見込んでいる企業の割合は 16.9%となり、前回調査(2024 年度見通し)を 2.4 ポイント上回り、4 年ぶりに増加した。他方、「減収減益」は同 0.8 ポイント低下の 22.6%となり、2 年ぶりに減少したほか、2 年連続で 2 割以上となった。また、「前年度並み」は 29.0%(同 1.6 ポイント減)だった。

2025 年度の業績見通しを主要 5 業界別にみると、「増収増益」では AI 技術の進化や官民でのデジタル化投資の加速が期待される「情報サービス」を含む『サービス』(29.2%)が最も高く、次いで『製造』(16.1%)が続いた。

「減収減益」では、『卸売』(36.4%)が最も高く、次いで『建設』(26.1%)、『サービス』(20.8%)が 2 割以上で続いた。

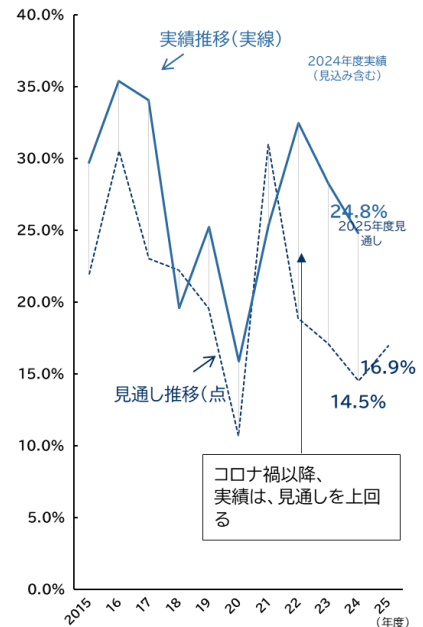
年度別の業績見通し

年度別の業績見通しの推移

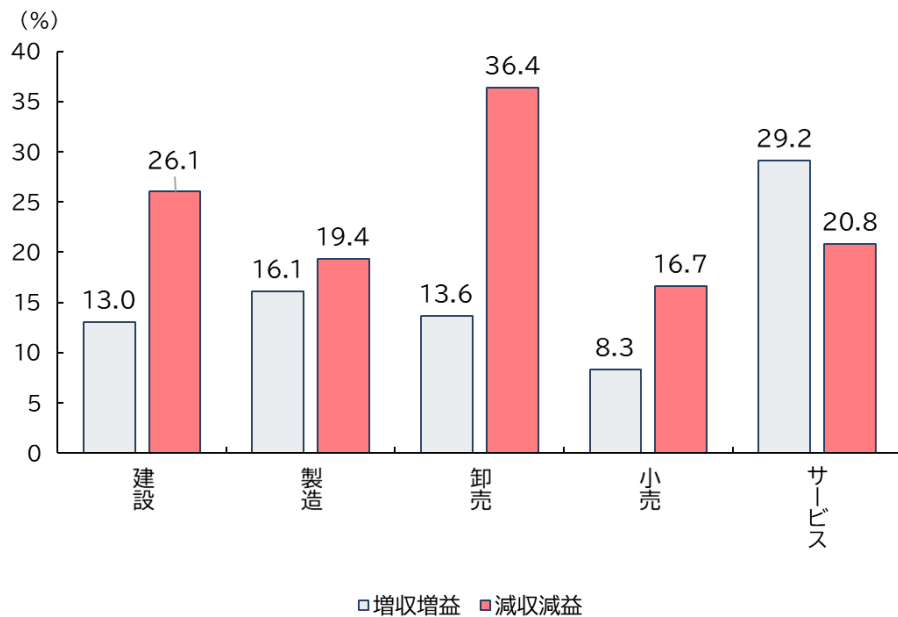
	増収増益 (見込み含む)	増収減益 (見込み含む)	減収増益 (見込み含む)	減収減益 (見込み含む)	前年度並み (見込み含む)	その他
2015年度見通し	22.0%	4.1%	5.7%	17.9%	22.0%	28.5%
2016年度見通し	30.5%	6.8%	5.1%	22.0%	20.3%	15.3%
2017年度見通し	23.0%	10.6%	3.5%	18.6%	23.9%	20.4%
2018年度見通し	22.2%	13.1%	4.0%	16.2%	25.3%	19.2%
2019年度見通し	19.6%	10.9%	4.3%	20.7%	27.2%	17.4%
2020年度見通し	10.7%	4.9%	10.7%	40.8%	16.5%	16.5%
2021年度見通し	31.0%	7.0%	5.0%	18.0%	23.0%	16.0%
2022年度見通し	18.8%	10.1%	3.6%	21.0%	27.5%	18.8%
2023年度見通し	17.1%	14.4%	5.4%	17.1%	26.1%	19.8%
2024年度見通し	14.5%	9.7%	4.0%	23.4%	30.6%	17.7%
2025年度見通し	16.9%	7.3%	5.6%	22.6%	29.0%	18.5%

注:業績は、売上高および経常利益ベース

(参考)各年度の業績実績と見通しの推移



2025 年度の業績見通し「増収増益」「減収減益」割合 - 主要 5 業界別 -



上振れ材料は「個人消費の回復」、 下振れ材料は「物価の上昇(インフレ)」がそれぞれトップに

2025 年度の業績見通しを上振れさせる材料を愛媛県の企業に尋ねたところ、「個人消費の回復」が 34.1%と 5 年連続でトップとなった(複数回答、以下同)。次いで「所得の増加」(28.6%)、「人手不足の緩和」(27.0%)、「原油・素材価格の動向」(24.6%)が 2 割以上で続いた。とりわけ、消費を喚起する材料が目立ち、それらが今後の業績を左右するカギとなりそう。また、「減税」(18.3%)や「雇用の改善」(17.5%)を上振れ材料として捉える企業も一定数あった。

2025 年度の業績見通しを下振れさせる材料では、「物価の上昇(インフレ)」(44.4%)がトップ(複数回答、以下同)。「物価の上昇(インフレ)」は回答材料として追加された 2022 年度以降で初めてトップとなった。次いで「個人消費の一段の低迷」(39.7%)、「人手不足の深刻化」(37.3%)、「原油・素材価格の動向」(34.9%)が 3 割以上で続いた。また、5 社のうち 1 社は「賃金相場の上昇」(21.4%)を下振れ材料として危惧していることが分かった。

2025 年度業績見通しの「上振れ材料」「下振れ材料」

上振れ材料(上位 10 項目)

	2025年度 見通し	2024年度 見通し
個人消費の回復	34.1%	41.6%
所得の増加	28.6%	22.4%
人手不足の緩和	27.0%	24.8%
原油・素材価格の動向	24.6%	28.8%
減税	18.3%	13.6%
雇用の改善	17.5%	21.6%
為替動向	15.1%	15.2%
公共事業の増加	12.7%	13.6%
経済政策の拡大	11.9%	12.0%
緩やかな物価の上昇(インフレ)	11.1%	12.8%

注1:2025年3月調査の母数は有効回答企業126社、2024年3月調査は125社

注2:網掛けは、前年度見通しより5ポイント以上増加(減少)していることを示す

下振れ材料(上位 10 項目)

	2025年度 見通し	2024年度 見通し
物価の上昇(インフレ)	44.4%	32.0%
個人消費の一段の低迷	39.7%	29.6%
人手不足の深刻化	37.3%	44.8%
原油・素材価格の動向	34.9%	36.8%
所得の減少	24.6%	19.2%
雇用の悪化	21.4%	24.8%
賃金相場の上昇	21.4%	16.8%
金融引き締め(利上げ)の実施	18.3%	-
為替動向	18.3%	20.0%
公共事業の減少	17.5%	18.4%

注1:2025年3月調査の母数は有効回答企業126社、2024年3月調査は125社

注2:網掛けは、前年度見通しより5ポイント以上増加(減少)していることを示す

2025 年度の業績見通し、慎重な見方広がる

本調査の結果、「増収増益」を見込む愛媛県の企業の割合は 6 社に 1 社にとどまることが分かった。前年度見通しを 2.4 ポイント上回り、4 年ぶりに増加した。他方、「減収減益」を見込む企業の割合は 22.6%と、前年度を 0.8 ポイント下回り、2 年ぶりに減少したほか、2 年連続で 2 割以上となった。

2025 年度の企業業績は、情報サービス業や人材派遣・紹介業など、デジタル化や労働市場の構造変化を背景に成長が期待される業種が存在する一方で、世界経済の減速懸念や資源価格の変動、人手不足といった外部環境の逆風を受けやすい業種では厳しい見通しとなっている。

直近の日本経済は、実質賃金の伸び悩みや消費者の節約志向など、力強さに欠ける面がある。世界経済においても、地政学的なリスクの高まりをはじめ、不確実性が依然として高い状況にある。特に、再び保護主義的な政策を掲げるトランプ政権の動向に加え、米中による関税戦争の再燃は、グローバルなサプライチェーンや貿易に大きな影響を与える懸念材料となっている。2019 年当時、米中貿易摩擦が世界経済に与えた影響を考慮すると、今回のトランプ関税の動向は企業業績にとって大きなリスク要因といえよう。

このような経済環境下において、企業の業績が上振れ傾向となるためには、国内の個人消費の回復が不可欠であり、可処分所得の増加がカギとなる。しかし、人手不足や物価上昇の圧力は依然として企業経営の重荷となっており、これらの課題への対応が下振れリスクを軽減するうえで重要となる。加えて、各企業は、不確実な外部環境に柔軟に対応するため、コスト構造の見直しや業務プロセスの効率化、人的資本の強化、新たな事業領域の開拓など、中長期的には持続的な成長に向けた戦略を策定する必要もあるだろう。

米中関係をはじめ今後の経済情勢と政策動向を注視し、変化に柔軟に対応できる企業が、厳しい経済環境下でも成長機会を掴むことができるであろう。

<参考> 企業からの主なコメント

	企業からの主なコメント	業種
「増収増益」見通し企業	民間企業では、人件費の高騰や各種コストアップ要因などの外的要因がある中で、いかに業績を伸ばすかが企業が生き残る手段である。大小さまざまな施策のもと、予算としては増収増益を目指すのは当たり前ではないか	製造
「前年度並み」見通し企業	人員不足で、過去の仕事量から現仕事量は減っている	サービス
	消費マインドがどうなるか。給与は上がっても、贅沢してはいけないという心理状態があるため、減税や商品券など財布を緩めるきっかけが欲しい	小売
「減収増益」見通し企業	アメリカ政府による、他国への過剰な関税政策に先が見通せない不安を感じる	小売

・企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金 3 億円を超える」かつ 「従業員数 300 人を超える」	「資本金 3 億円以下」または 「従業員 300 人以下」	「従業員 20 人以下」
卸売業	「資本金 1 億円を超える」かつ 「従業員数 100 人を超える」	「資本金1億円以下」または 「従業員数 100 人以下」	「従業員 5 人以下」
小売業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員 50 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員 50 人以下」	「従業員 5 人以下」
サービス業	「資本金 5 千万円を超える」かつ 「従業員 100 人を超える」	「資本金 5 千万円以下」または 「従業員 100 人以下」	「従業員 5 人以下」

注 1：中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位 3%の企業を大企業として区分
注 2：中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位 50%の企業を中小企業として区分
注 3：上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB 産業分類(1,359 業種)によるランキング