

10. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)	◎	その他専門店〔酒〕（経営者）	・例年、花見の時期が近づくにつれて景気が良くなっていくため、今後は良くなっていくとみられる。
	◎	タクシー運転手	・今年ほうう年であり、お遍路さんにとっては逆打ちの年であり、大手旅行者もそれなりに客を集めている。気温が暖かくなってくると今よりはお遍路さんが増える見込みだが、4月から納経代が値上がりするため、どのような影響が出てくるかは不明である。街の様子も今よりは活発になるため、景気は良くなるとみられる。
	○	商店街（常務理事）	・海外から地元空港への就航便も増え続けており、一層のインバウンド効果が期待されている。また、今春の鉄道駅ビル増床オープンを皮切りに、目玉となる施設がここ数年かけて次々と完成するなど港湾地区の開発が進んでいく予定であり、商店街への回遊効果も期待できる。
	○	商店街（代表者）	・少しずつではあるが現状の値上げや原料価格高騰に対応ができており、経費節約等の企業努力で乗り越えられている。まだ円安や原料価格高騰等の不安材料はあるが、多少経済が活発に動いてきており株価高騰の好材料もある。後は中小企業等の賃上げが進んでくれば、少しずつ良くなっていくと予想される。
	○	商店街（代表者）	・春先の様々なイベントがゴールデンウィークにかけて準備されている。週末中心にインバウンドを含めた観光客など、多くの人が動く予想される。
	○	スーパー（企画担当）	・年が明けても、商品値上げの情報があるため、単価上昇による売上増加が続くと予想される。
	○	通信会社（支店長）	・新生活シーズンに伴う需要の活性化に伴い、来客数は増加すると想定される。
	○	観光遊園地（主幹）	・令和6年3月から、約4年ぶりに松山～台北線の定期便が再開されることが決定し、インバウンドの増加が見込まれる。
	○	美容室（経営者）	・3～4月は卒業入学シーズンになるため、また客が動き出すとみられる。
	○	美容室（経営者）	・春が来て暖かくなれば、少し良くなるとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・例年であると、年度末にかけて品物の動きは活発になるが、今年は動きが鈍く、分かりにくい。年度末まで商品の動きはずれ込むとみられ、サービス業にとっては先が見えず、4月以降も心配である。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・春の祝い商品の予約が順調に入ってきているが、市場の入荷量が減ってきているため、仕入価格が高騰すると予想される。
	□	百貨店（販売促進）	・物価上昇が続き、先行きが不透明である。
	□	スーパー（企画担当）	・食品は変わらず堅調に推移しているが、気温の影響もあり衣料・住居関連品が苦戦している。総合スーパーとしては、全体として良くも悪くもなっていない。
	□	コンビニ（商品担当）	・インバウンド需要がない地方には経済の活性化がなく、来客数の増加や客単価の上昇は難しいとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・1日に発生した能登半島地震の影響や気温の低下なども間接的に消費に影響している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・例年、2月から1番厳しい時期に入るが、今年は寒波の影響により、更に業況が厳しく、売上が増加することが見込めないため、良くても前年並みに推移するとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今後、人口が少ない地方では、インバウンド需要でもない限り、景気は良くなるとみられる。また、商店街の空き物件もかなり増えている。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・値上げは一段落しているが、その分来客数が減少している。今後消費が改善していくイメージがなかなか湧かない。
	□	家電量販店（店員）	・商品価格自体が上がっており、ついで買いや衝動買いが減っている。
□	家電量販店（副店長）	・数か月間、来客数が前年比91%と低迷しており、しばらくは来客数の増加は見込めないとみられる。	
□	乗用車販売業（営業担当）	・受注停止の車が多く、受注再開する見込みもない。	

	□	乗用車販売店（従業員）	・客に販売できる車種が少なく、長納期化が解消されない限り良くはならない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・全国旅行支援の終了や能登半島地震の影響などにより、これまで続いたアフターコロナの回復基調が一服し、当面横ばいが続くと思定される。
	□	観光型旅館（経営者）	・インバウンド需要の拡大と能登半島地震による旅行マインドの低下、物価高騰の影響継続が綱引きの状態になるとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・天災や政権政党の失態などからやや気持ちが曇りがちになっている。
	□	旅行代理店（部長）	・物価高騰や金利動向により、景況感是不透明である。
	□	通信会社（営業担当）	・季節変動はあるものの景気が上向く要素が少なく、大きな変化はないとみられる。
	□	競輪競馬（マネージャー）	・物価はまだ少しずつ上昇しているが、遊興への消費マインドを引き下げるほどではなく、現状が続くとみられる。
	□	設計事務所（所長）	・様々な物価高騰により、交際費が以前よりも増加している。建設業界では2024年問題に対する不安があり、先行きが不透明である。
	▲	商店街（代表者）	・今後世界は冷戦の時代に逆戻りするのではないかとみられ、我が国も当面、安定した国会運営は期待できない。国がどういう方向に進むかは地方都市においても決して無関係とは考えられないが、混乱状況から抜け出せる方策が見当たらない。
	▲	スーパー（店長）	・客単価が前年止まりであり、来客数の回復も見込めない。
	▲	スーパー（統括担当）	・大手企業を中心に賃上げの努力をするとみられるが、全体としては物価上昇に追い付かない状況が続くとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・ある程度の賃上げがあったとしても、実質賃金の減少は続くため、節約志向は強まるとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・物価上昇により価格を気にすることなく買物できる客層が増加するとは考えられないため、少しずつ来客数が減少していくとみられる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・新車受注台数の減少傾向は続いており、諸物価上昇するなかではこの状況がしばらく続くとみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・2月や3月は、卒業や転勤などで外食需要が増し、少し良くなるものだが、前年末の客の動きが悪かったため、期待ができない。
	▲	タクシー運転手	・夜の飲食店の場合、前年から発生しているスナックやクラブ等の廃業により、客が外食する頻度が減っており、タクシーの稼働率は当市内は50%である。コミュニティーバスを10年で倍増する計画、デマンドタクシーの導入や4月以降のライドシェア導入にも不安がある。また、タクシー料金の2月からの値上げにより、業況は悪くなるとみられる。
	▲	通信会社（社員）	・当社のサービスはケーブルテレビであるが、若年層の人々はテレビ離れの傾向がある。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・能登半島地震や政治的不安定化による先行きの不安により、最小限度の消費にとどまるだろう。
	×	コンビニ（店長）	・今後、進学・就職シーズンに入ってくるが、物価上昇に収入が追い付く事はなく、消費を控えるのではないかと懸念している。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高による買い控えがあり、業況は厳しい。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・ベースアップが4%を超えるとみられ、労働者も我が国が金利のある世界に復帰することを確信しつつある。商品の値上げのハードルも低くなっており、給与アップにつながる要素が大きくなっている。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・12月は年末の掃除用にウェットクリーナーを購入する人が増え、売上が増加したが、その反動で1月は売行きが悪くなる。また、キッチンペーパーの原紙をすく当社機械の改修が長引いているため、キッチンペーパーの供給が減少しており、売上が減少しているが、今後は改善され今月より良くなるとみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・竹資源開発をしており、肥料や農薬を作っているが、商品が少しずつ売れる道筋がついたため、景気は上向くと予想される。

	○	通信業（企画・売上管理）	・株価の好調に連動した、年度末の駆け込み需要に期待している。
	○	通信業（総務担当）	・ボランティア活動等の社外イベントの参加者数が若干増加していることや、今後気候が温暖になれば、インフルエンザや新型コロナウイルスといった感染症の流行も落ち着くと想定され、少しずつ人の移動が活発になると想定される。
	○	税理士事務所	・株価が高値を更新しているため大企業の業績向上が見込める。
	□	農林水産業（職員）	・物価高により消費者の生活防衛意識は強まっており、食費を落とすことが手っ取り早い動きとなっている。
	□	食料品製造業（経営者）	・為替の変動がないと推測され、海外仕入商品、原材料価格の高止まりが続くとみられる。
	□	繊維工業（経営者）	・購買意欲は社会情勢が反映されるとみられるが、地方の中小企業の先行き不安、物価高騰と賃金上昇の兼ね合い、また、金利上昇など様々な先行きの不安があり、今後、消費者心理の大きな改善は望めないとみられる。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・変動要因が見つからない。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・景気は株価高で良化傾向に見えるものの、実態は原動費及び物価高の高水準の継続、一時的に円高基調になるもまた円安基調となっている点からも、今後の景気回復の動きは不透明だとみられる。
	□	建設業（経営者）	・公共工事発注待ちだが、民間工事も含めて全く先が読めない。
	□	建設業（経営者）	・良くなっていく要素がない。
	□	金融業（副支店長）	・引き続き建設業等の受注状況は好調であることや観光業及び飲食業の客足も好調であることから景気は回復基調と考えるが、一方、能登半島地震や人材不足の影響を受けている企業もあり、景気は現状程度で推移していくとみられる。
	□	広告代理店（経営者）	・人手不足による採用関係の仕事は増えているが、多くの客先の販売促進計画は依然として削減傾向が予想されており、全体としては大きく変わらない見込みである。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの販売状況は、販売価格をアップしたことにより低水準で推移しているため、この状況はしばらく継続する見込みである。そこに2024年問題で配送コストの増加が見込まれ、更に状況は悪化していくと予想される。賃金アップを行い、この問題に対応していく政府指針であるが、価格アップに賃金が追いつかない状況が想定される。
	▲	輸送業（経営者）	・政治も含めて、雰囲気が悪く、頑張ろうという雰囲気ではない。
	×	*	*
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・これから年度末に近づき、人事の動きが激しくなる。雇用形態・雇用条件を見直すことなどの企業努力の影響が、来年度の人員体制の優劣に出てくるとみられる。また、進学や転勤などによる準備等で消費者ニーズの高まりが景気を良くする勢いとなるとみられる。
	○	求人情報誌制作会社（経営者）	・異動時期に入り、求人数の増加が予想される。
	○	職業安定所（求人開発）	・年度末の人事異動などで、人々の動きが活発化し、それに伴う産業が堅調に景気を下支えするとみられる。
	□	求人情報誌（営業）	・地方中小企業においては、中途・新卒とも採用難が継続しており、大きな解決策がないため人員確保に苦戦する状況が続くとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・3月以降の求人の状況を見てからの判断になるとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・今後の中小企業におけるベースアップの状況が不透明である。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・工場等の大きな求人募集は少なく、派遣の登録も少ないため、先行きの景気は厳しいとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が良くなる理由がない。
	×	—	—