

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)	◎	*	*
	○	商店街（常務理事）	・高齢者を含めて、新型コロナウイルス感染症発生前の人の動きに戻りつつあり、併せてインバウンドが増加傾向にあることから、徐々にではあるが消費環境は上向いていくとみられる。
	○	商店街（代表者）	・大企業の賃上げが発表され、4月以降に実施されるとみられるため、地方の中小企業にとっては難しい局面である。春になり気候が良くなるため顧客の動向も良くなることを願いたい。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・商品の値段は上がってきているが、予約数は順調に増えてきている。
	○	スーパー（店長）	・発注システムの問題により商品供給が正常に行えない状況が、改善されるとみられる。
	○	スーパー（人事）	・株価、賃上げなどの動向からムードとしては前向きに見える。販売側の努力も大いにあるが、販売点数も前年を上回っており、良い流れになっている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・例年2月と3月は売上が期待できないが、4月になると良くなっていく。今年の場合は、賃上げによる良い影響があるといわれており、その恩恵を受けられるとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・価格上昇基調は続いているが、来店客から買い控えをするような発言も少なくなっている。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これからは花見やゴールデンウィークの旅行などによって景気は良くなるとみられる。
	○	観光型旅館（経営者）	・堅調なインバウンド需要が国内需要の一服感を補うとみられる。
	○	タクシー運転手	・これから4～6月にかけて四国遍路の仕事が入っており、今よりは少し良くなるとみられる。街も動きがあるため、回復傾向にある。
	○	通信会社（営業担当）	・来客数は増加傾向であり、新生活シーズンを経て新たな需要に期待したい。
	○	設計事務所（所長）	・大手企業ほどではないが、賃上げする中小企業も増えており、価格転嫁によって売上も増加している。
	□	商店街（代表者）	・ゴールデンウィークや初夏のイベントが充実して開催されるとみられるが、来街者数が増えても売上増加につながらない状態が続くと予想される。
	□	商店街（代表者）	・先行きが不透明であり、予測ができない。当地方は極めて重要な首長選挙を迎えているが、新たな発想で街づくりが進められるか不安と期待がある。
	□	百貨店（販売促進）	・大企業の株価が上がっているが、実際の景気に反映されるには時間が掛かる上に、恩恵を受ける分野が限定される。
	□	スーパー（店長）	・株価の上昇、給与のベースアップなどによりそろそろ消費が回復傾向になるとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・一時落ち着いていた単価が今後再上昇していくため、売上の増加につながる。来客数、買上数量の増加は期待できない。
	□	コンビニ（店長）	・良くなる要素がない。賃金が上昇するまでは、様子見と買い控えが続くとみられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・株価が上がってきており、一般的に景気回復の傾向がみられるが、原材料・物流費・人件費高騰の影響で、買い控えが続くのではないかと考える。
□	衣料品専門店（営業責任者）	・春らしい気候が続かないまま、暑くなるようであれば、春物商材の消化を含めてかなり厳しくなるのではないかとみられる。	
□	家電量販店（副店長）	・4月以降も値上げが続き、5月には電気ガス料金の負担軽減措置が終了し、景気が良くなる要素が見当たらない。	
□	乗用車販売業（営業担当）	・不正問題の影響で生産が止まっていた車種が再開してきたのは良いが、定期的に購入できている人もいるものの、買えない人も多くなってきており、格差が広がっている。	
□	乗用車販売店（従業員）	・大手自動車メーカーの不正問題や長納期化の影響により、しばらくは現状が続くとみられる。	

	□	乗用車販売店（従業員）	・自動車及びフォークリフト等の生産停止の継続中は厳しい状況が続くとみられる。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・観光・出張等による人流の拡大は継続することが期待され、物価高の影響はあるものの、賃上げ等を踏まえて堅調に推移すると考えている。
	□	旅行代理店（部長）	・物価高騰による国内需要の低迷を、旺盛なインバウンド需要で相殺するとみられる。
	□	タクシー運転手	・5～6月は現状のままスライドするとみられる。昼の人出は少なく、夜の飲食店についても送迎会がほとんどない状況であり、廃業している店も多い。
	□	競輪競馬（マネージャー）	・ギャンブルへのマインドには慎重さがうかがえる。世間全体の給料がアップしていくには、まだまだ時間を要するとみられ、景気は今と変わらないと予想される。
	□	美容室（経営者）	・4～5月はまだまだ客の動きがあるとみられる。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・前年は数回、商品の値上がりがあったため、多少売上は増えてきているが、利益率は下がっている。4月からは更に厳しくなるとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高の影響で、消費が上向くとはみられない。売上は増えるが、家計は苦しいとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・大幅賃上げは大企業が引っ張っており、地方の中小企業は大きくは望めず、実質賃金のマイナスが続くとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・物価高騰の状況下で、春闘の満額回答をよく耳にするが、地方では賃金上昇の期待は薄く、しばらく消費は悪くなるのではないかとみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・早春が過ぎ、ゴールデンウィークが過ぎれば、飲食業者は、暇な時期に突入する傾向にある。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・宿泊部門は堅調であるが、飲食部門の先行予約の動きは悪い。
	▲	通信会社（支店長）	・5月以降は新生活需要も一段落し、来客数や販売量が従来の状況に戻ると想定される。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価高で消費者の購買意欲が低下しており、本当に物が売れない時代になっている。
	×	コンビニ（総務）	・2月から続く来客数の前年割れに歯止めがかからなければ、この状況は続くとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価はまだ上がりそうであり、インバウンド相手の商売以外は余り景気は良くならないとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高に賃金が追いつかない。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・農産物・食料の価格高騰が始まり、大手企業はベースアップが確実に行われている。輸入品の価格上昇などのマイナス要因もあるものの、金利発生により正常な消費行動へつなげるとみられる。
	○	繊維工業（経営者）	・人件費、原材料、副資材、そして加工賃が更に値上がりしており、今後、売上は順調ではあるものの、その割には利益が確保できないとみられる。そのため安易に増員するのではなく、作業の効率化などコストの見直しを進めている。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの受注は多く、生産が間に合っていない。機械の改造をしているため、それが終われば生産数がアップし、売上が増加する。まだまだ円安の影響で物価高が続いているため、売価の値上げが必要である。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・現在、SDGsやカーボンゼロは官民産学が少しずつ実行する段階に入っており、徐々に景気も連動し、経済効果も出てくるとみられる。
	○	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前年から増加しており、今後気候が温暖になれば更に人の移動が若干増えると想定する。
	□	農林水産業（職員）	・物価高によりエンゲル係数は上昇しているが、青果物の販売価格には反映できていないのが実情である。大手企業的大幅な賃上げがマスコミ報道されているが、中小企業の動きは鈍く、地方は蚊帳の外の状況である。
	□	化学工業（所長）	・国内人口の減少、災害による不安感からも回復はまだ先であるとみられる。

	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・世界経済全体としては、長期化するロシア・ウクライナ問題やイスラエル・パレスチナ情勢等の地政学リスクの高まりに加え、米国はじめ各国で総選挙が予定されており、より一層先行きの不透明感が増している。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・株価の最高値更新や賃上げについても大幅な上昇率となっているものの、原動費や物価の高騰が高水準で継続しており、併せて継続的な円安傾向となっている点からも、まだまだ景気回復の動きは不透明だとみられる。
	□	建設業（経営者）	・政治情勢が不安定であり、将来が不安である。
	□	建設業（経営者）	・4月から建設業の時間外労働の上限規制が始まるが、どのような影響が出るのか不透明である。
	□	広告代理店（経営者）	・人手不足改善のための求人広告やホテル・旅行等の観光関連広告は多少増えているが、多くの客先では広告予算の削減傾向が続いており、全体としては余り変わらない予想である。
	□	税理士事務所	・環境に変化が起きる外的要因がない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注量が減少したまま継続している。回復の兆しがみえない状態である。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・このまま受注の低調が続けば、生産・販売にも大きな影響が出てくる。
	▲	輸送業（経営者）	・先が見えづらい状況である。
	▲	通信業（企画・売上管理）	・3月と比べると例年5～6月の受注状況は悪くなる。
	▲	金融業（副支店長）	・賃上げに伴う人件費の増加や光熱費の高止まり等による経費増加分を価格転嫁できるかが不透明であり、価格転嫁ができなければ景気が悪化する懸念がある。
	×	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	—	—
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きについては、業種や職種でばらつきが多く、人手不足が深刻な業界もある一方、事務関係やデザイン系などの求人募集が不足している職種もあるため、全体的には大きな変化はないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な人手不足要因が変わらないとみられる。
	▲	人材派遣会社（役員）	・春休みからゴールデンウィークにかけて、家族連れで利用する施設や観光事業などは、前年度と比較しても上回る予測である。しかし、人材不足の問題として、求人を出してもなかなか充足できないサービス業などの業界については、消費ニーズに十分な対応するには厳しい状況である。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・求人倍率が下がっているように感じており、派遣での就労より直接雇用が増える傾向にある。
	▲	求人情報誌（営業）	・新卒・中途採用共に人材が不足しており、採用のめどが立っていない。さらに、1人当たりの採用コストが金銭的・労力的にも上昇しているため、利益が圧迫されている中小企業も多くみられる。
	▲	求人情報誌制作会社（経営者）	・異動時期が終わり、募集の減少が予想される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・特に地方の民間企業では良い要素が見当たらない。
	▲	職業安定所（求人開発）	・年度末になり、就職件数、就職率共に増加したが、これは季節要因とみられる。物価高騰は変わらず、2024年問題などの不安材料も払拭されておらず、前年より冷え込むと予想される。
	×	—	—