

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)	◎	観光遊園地（主幹）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類感染症に引き下げられたため、今後、社会活動が活発になると考えられる。
	○	商店街（代表者）	・夏場のいろいろなイベントが平常どおり行われる予定であるように、新型コロナウイルス感染症に対応するいろいろなものが解除されて、これからは人の動きも活発になり、消費が伸びると予想される。
	○	商店街（常務理事）	・政府の全国旅行支援が終了すると観光客が減ってしまうのではないかと危惧がある。また今のところ大きくは報道されていないがゴールデンウィーク明け以降の新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が気になるレベルであり、懸念材料である。人流の回復、経済・景気の上昇を背景に、杞憂に終わればよいと願っている。
	○	商店街（代表者）	・客のマスクの使用率が少しずつ減少しており、ようやく新型コロナウイルス感染症の影響がない通常の日常に戻ってきつつあり、顧客行動が活発になっていると感じている。原油高に商品値上げ等が続いてきているが、顧客の消費行動も少しずつ活発になっていくと予想される。
	○	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類への移行で街の雰囲気比以前より確実に良くなっている。まだ以前のようにマスクをしている人は多いが夏場になれば徐々に減ってくると考えられる。街の雰囲気が良くなり店の売上の増加に期待したいが、そう簡単なものではなく、気長に待つしかないとみられる。
	○	コンビニ（店長）	・今月初旬は外出の様子見している感じであったが、日を追うごとに来客数が増加している。今後は新型コロナウイルス感染症の影響が更に緩和していくと予想される。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ここ2～3か月の売上状況はやや悪く、同じか微減の状態が続いていたが、6月はボーナス時期であり、客のボーナスが増加すれば、それに伴い売上も良くなるのではないかと期待している。
	○	家電量販店（店員）	・電気代の値上げにより省エネ家電への問合せが増加しているため、買換えが進むとみられる。
	○	乗用車販売店（役員）	・おおむねあと1～2年程度で受注残が減少していくが、それまでに大きな出来事がなければ業績は順調に推移すると予想される。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・物価は上昇傾向にあるが、客の話しぶりから夏のお中元時期が期待できそうなので、業績は良くなると予想される。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、消費者心理として外食への抵抗感が薄くなっている。まだ新型コロナウイルス感染症発生前まで消費者心理は回復していないが、徐々に回復しつつある。
	○	旅行代理店（部長）	・新型コロナウイルスの感染症の2類相当から5類への緩和による交流人口の拡大と、水際対策の緩和によるインバウンド需要の拡大が予想される。
	○	通信会社（社員）	・外食する人が増加しており、景気が良くなっていると予想される。
	○	通信会社（営業担当）	・来客数はコロナ禍の影響時期と比較し、来店予約なしの客も含めて増加傾向にある。
	○	設計事務所（所長）	・各種経済団体等の会合等が活発に行われるようになっており、懇親会後の2次会等も始まっている。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・予約が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。夜の繁華街も小規模の団体客が増加しており平常に戻っている。このまま安定した状態が続くと予想される。
	□	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルス感染症を気にしない生活に戻ってきたが、今後は新型コロナウイルスの感染再拡大や電気料金の値上げなどが見込まれる。
	□	スーパー（企画担当）	・5月8日以降新型コロナウイルス感染症への対応は変わったが、外国での新型コロナウイルス感染症の動向など、まだ不透明なことも予見され、将来の景気予測の先行きは見えない。
	□	スーパー（人事）	・公共料金や商品の値上げが懸念されるが、人流が活発になっており相殺されると予想される。

□	コンビニ（商品担当）	・ウクライナ情勢が回復せず、一般家庭の電気代が上昇している。また政府が防衛費へ財源を投入し、少子化対策費の財源を税収に依存する場合、家計が厳しくなると予想される。
□	コンビニ（総務）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよると思うが、人流が活発になってくると先行きは手探りの部分が多い。今後は物価高騰の影響もあるため手放して景気が良くなるとは考えられない。
□	衣料品専門店（営業責任者）	・今と同様に推移するのではないかと考えているが、単価の上昇による消費悪化の懸念があるためまだ油断はできないと考えられる。
□	家電量販店（副店長）	・これから夏に向けて天候に大きく左右される傾向があるため、景気動向の予測は不透明である。
□	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産量が通常に戻らない限り、景気は良くならないだろう。
□	一般レストラン（経営者）	・賃金の上昇が始まっており飲食業も時給を上げざるを得ないが、非正規労働者は、扶養家族控除から外れないように労働時間を抑えるため、受け取る賃金が変わらない。構造的な規制改革が行われないことには消費が伸びることはない予想される。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響があった3年間で収支が合わなくなり、スナック等のアルコール提供店を含めた飲食店の5分の1が今年に入って廃業している。また、個人タクシー事業者はこの3年間で運賃収入が減少し、組合員の半分が廃業しており、景気は変わらない。
□	通信会社（営業部長）	・電気代等の物価上昇がますます進み、景気が良くなることはない予想される。
□	通信会社（支店長）	・行動制限がなくなり、需要は喚起されているものの、物価上昇による消費の抑制影響で、大幅な回復は見込めない。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・光熱費や食料品の価格上昇のため、家計はどんどん厳しくなるだろう。
▲	スーパー（店長）	・今後も商品の値上げが控えており、買上点数と来客数の減少が更に進むと予想される。
▲	スーパー（店長）	・電気料金や商品価格の値上げの影響により、消費者の節約志向が強まると予想される。
▲	スーパー（統括担当）	・物価高が収まる見通しが立たないだろう。
▲	スーパー（財務担当）	・更なる値上げで買上点数が減少すると考えられる。
▲	コンビニ（店長）	・物価上昇の影響により、6月から電気代の値上げ、食品類の値上げが予定されており、生活防衛の意識が高まるため景気はやや悪くなると考えられる。既に今後半から生活防衛の意識の高まりがみられる。
▲	乗用車販売業（営業担当）	・半導体不足が解消されないため景気はやや悪くなると予想される。
▲	乗用車販売店（従業員）	・物価の上昇に伴い、車両の整備関連商品の値上げが予想されるため、商品の販売及びサービス共に厳しくなるだろう。
▲	観光型旅館（経営者）	・地方のインバウンドの回復はもう少し時間が掛かるとみられるなか、エネルギー価格を始めとするコストアップの影響が出てくると予想される。
▲	都市型ホテル（経営者）	・全国旅行支援の終わりに伴い、宿泊者の動きがやや鈍くなっていくと予想される。
▲	タクシー運転手	・毎年、夏が来ると四国遍路の仕事がほとんどなくなり、街にドライバーが増加するため、今よりも景気が少し悪くなる。
▲	競輪競馬（マネージャー）	・実際の物価上昇の影響もあるが、マスメディア報道により、買い控えといった風評的自制がしばらく続くとみられる。
▲	美容室（経営者）	・物価高、光熱費の高騰で買い控えをする客が多くなっていくとみられる。
×	衣料品専門店（経営者）	・法人の電気代は4月からかなり上昇しており、個人の電気料金も6月から上昇する。電気代の上昇は消費税の増税と一緒であり、収入は増加していない。業種によっては景気の良いところがあると思うが、ネット販売以外の実店舗での販売業は、地方では全般的に景気が良くなるとは考えられない。
×	衣料品専門店（経営者）	・物価高による買い控えが予想される。
×	美容室（経営者）	・電気料金の高騰により、資金のやりくりが大変である。

企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	・今後、インバウンドが更に増加するとみられ、しばらくは景気が上向くとみられるが、燃料費や資材の価格上昇や賃金アップにより、売上増加にふさわしい利益は確保しにくくなっている。今後、最低賃金が引き上げられるが、人手不足は解消されておらず、更に人件費の高騰が進むと予測される。
	◎	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症への対応について5月8日以降、5類感染症に移行となり新型コロナウイルス感染症発生前の社会環境に戻り、その浸透が日を追うごとにみられる。自分の周りでも小旅行や外出をする人が新型コロナウイルス感染症発生前と同じように増加しており、インフレによる物価高や円安基調は継続しているものの、景気の回復は顕著であると考えられる。
	○	食料品製造業（商品統括）	・低価格商品への要望は強いものの、原材料価格の高騰を織り込んだ妥当な価格に対する理解、定着が進んでいる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・住宅の契約が回復基調で、展示場の来場者数が増加しているとの情報があり、賃金の引上げが販売価格に追い付いたと期待したい。厳しい状態が継続していた住宅販売市場にも光が見え始めた。
	○	鉄鋼業（総務部長）	・受注に対応できる生産能力が上昇すれば景気は良くなるだろう。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・設備や物件についてはかなりの見積り依頼があり、段々と受注が決まっていけば、景気は良くなると予想される。
	○	通信業（総務担当）	・社外でのイベントやボランティア活動の参加者が戻っており、従来の形に近づいていくと考えられる。
	□	農林水産業（職員）	・相次ぐ値上げにより消費者の食費に充てる予算は制限されており、青果物等の生鮮食料品で食費を調整する動きが強まっているため、台風や集中豪雨等の天災等による農産物の不作で需給状況が大きく変わらない限り、現状が続くと予想される。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーの売行きが、供給量の超過により悪くなっている。また、新型コロナウイルス感染症の収束もあり、除菌クリーナーの売上もこれ以上増加しないだろう。
	□	化学工業（所長）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したが実需が増加している実感はなく、いつかは回復するとみるが、まだ時間が掛かるようにみられる。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・ロシア・ウクライナ問題の長期化やインフレ・円安の進行などにより、原材料やエネルギー価格が高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続いている。
	□	建設業（経営者）	・とにかく早く公共事業を受注したい。
	□	輸送業（経営者）	・行動制限が緩和され人流が戻ったにもかかわらず、地域経済を押し上げるような好材料は見当たらないことから、都市圏と地方圏の地域間の所得格差を埋めることができる新たな政府のてこ入れ施策が打ち出されない限り、地方圏における個人消費は伸び悩み、景気回復は極めて限定的な状態が続くと予想される。
	□	通信業（企画・売上管理）	・特に景気が良くなる情報は入ってきていない。新型コロナウイルス感染症に制限されない今年の夏場のレジャー関係の広告の増加に期待したい。
	□	金融業（副支店長）	・今後、景気は回復すると考えられるが、電気料金や原材料価格の値上がりや米国の景気やウクライナ情勢等の外的要因の影響により、景気は現状程度での推移が予想される。
	□	広告代理店（経営者）	・旅行・ホテル等観光業界の客先は販売促進広告等が戻りつつあるが、エネルギー等の高騰の影響を受けた客先の多くは広告費の削減を継続しており、全体として景気は余り変わらないと予想される。
	▲	建設業（経営者）	・この1～2か月、引き合いもなく受注状況に上向きの要因も見受けられないため、この状況がもう少ししばらく続くとみられる。
▲	輸送業（経営者）	・人材の不足が顕著に表れている。	
▲	税理士事務所	・社会保険料の引上げにより購買意欲の低下が予想される。	
×	—	—	
雇用	◎	—	—

関連 (四国)	○	人材派遣会社（役員）	・これから夏休みに向かうにつれ、様々なイベントが3年ぶりに開催するという情報が広まり、企画内容によっては新型コロナウイルス感染症発生前以上の集客が見込まれる。ただし、課題である客対応する人材の不足をどう充足していくかにより規模や内容も変わり、売上に大きく影響すると予想される。消費者のイベント参加へのニーズはゴールデンウィーク以上の増加が見込める。
	○	求人情報誌制作会社（経営者）	・夏季の学生アルバイトは募集人数の増加が予想される。
	○	職業安定所（求人開発）	・4月の製造業の求人数は減少したが、今年の4～7月の値上げによる価格転嫁が順調に進むと景気は持ち直すと予想される。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・稼働している派遣スタッフの変動に大きな動きはない。
	□	求人情報誌（営業）	・2024年度の新卒採用が落ち着き始めるこの時期に、今年度も地元の中小企業は採用に苦戦をしているところが多い。新卒採用で目標人数までの充足ができない場合も、中途採用に転換するわけではないため、短期的な求人倍率等にも影響せず、景気は横ばいと予想される。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・短期間では大きな変化はないとみられる。
	□	学校 [大学]（就職担当）	・企業側の人手不足は引き続き変わらないだろう。
	▲	新聞社 [求人広告]（担当者）	・一般企業では少し景気が回復しても、新型コロナウイルス感染症発生前のような求人広告を出してくれる企業はほとんどいない。
	×	—	—