

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) | ◎ | 設計事務所（所長） | ・市内にある高度成長期に建造した建物の解体が進んでおり、大きな流れとして建物の更新が進むと予想される。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・燃料費の高騰や消耗品の価格上昇等、不安要素はいろいろとあるが人々の行動が段々と活発になってきており良い方向に向かっている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・ウクライナ紛争の出口が見え、正常な商品の流通が復活し、燃料価格が安定してくれば、デフレ脱却により消費は上向くだろう。物価上昇が過度に加速しないように期待するとともに燃料価格、特に電気料金の値上がりは個人の家計に大きく響いてくるとみられる。 |
| | ○ | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・新規開店や発表会等、祝い用商品の予約が多くなっており、豪華な賞品を選ぶ人が増えてきている。 |
| | ○ | 衣料品専門店（経営者） | ・ボーナスが出そろう6月の末から7月にかけて、客単価が上昇してきた。商品価格もこのところ落ち着いており、今月の状態をみる限り、少し上向いてきている印象で、そこそこ期待ができるのではないかとみられる。 |
| | ○ | 家電量販店（店員） | ・本格的な電気代の値上げとボーナスの支給により、家電の販売量が伸びるとみられる。 |
| | ○ | 乗用車販売店（役員） | ・大手自動車メーカーの国内分の生産台数がおおむね順調に推移しているため、年末までは大きく崩れることはないとみられるが、受注の調整が続いているため、受注残が解消されたのちに受注が回復するかは不透明である。 |
| | ○ | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・お中元の時期になり、暑い時期にもなるため飲物等がよく売れるとみられる。 |
| | ○ | その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長） | ・来館者数、販売額共に回復基調が継続しており、更なる物価高騰等の影響は危惧されるが、今後は大きなマイナスの出来事もないことから、当面回復基調が続くと考えられる。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | ・夏休みにかけて、人の動きは良くなり、来客数の増加が期待される。 |
| | ○ | その他飲食〔ファーストフード〕（経営者） | ・アフターコロナで徐々にではあるが、外食への回帰がみられる。新型コロナウイルス感染症発生以前までは戻らないかもしれないが、月を経るごとに業況は回復基調にあるとみられる。 |
| | ○ | 通信会社（支店長） | ・物価高の影響により消費は停滞しているが、アフターコロナで外出する人は徐々に増えてきているため、少し先の景気は良くなっていくと想定される。 |
| | ○ | 観光遊園地（主幹） | ・夏の様々なイベントが通常開催される予定であり、特に問題が起これなければ景気は回復していくとみられる。 |
| | ○ | 美容室（経営者） | ・これからの夏休みやお盆により、人が動くようになれば美容室も活気が出るとみられる。 |
| | □ | 商店街（代表者） | ・客の消費動向がかなり変わっているようにみられる。また、燃料費の高騰や電気代の値上がり等、諸経費の上昇が消費にかなり影響を与えると予想される。 |
| | □ | 商店街（常務理事） | ・物価が上昇し続けており、政府によるガソリンや電気代の補助や国内の全国旅行支援が先細りとなるなかで、今以上の消費環境になることは期待できないとみられる。 |
| | □ | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・光熱費や物価高騰の影響で、消費者の購買意欲が低下している。まだ物価上昇は続くので、これから先も景気は変わらないだろう。 |
| | □ | スーパー（店長） | ・現状の景気が続くと考えられる。 |
| | □ | スーパー（企画担当） | ・観光客の増加など、人流の動きにより景気自体は良くなっているようにみられる。一方、新型コロナウイルスの新規感染者数が徐々に増加していることに鑑みると、以前のような行動規制はしないにしても、先行きは不透明であるとみられる。 |
| | □ | コンビニ（店長） | ・商品の価格が上昇しているため、買上点数が減少している。景気が良くなっているとはみられない。 |
| □ | コンビニ（店長） | ・5月以降、今一つ売上、来店客が共に伸びておらず、しばらくは現状で推移すると見込まれる。 | |
| □ | コンビニ（総務） | ・6月の状況が継続した場合、売上や来店客数が鈍化する可能性があり、先行きは不透明であるとみられる。 | |
| □ | コンビニ（商品担当） | ・ウクライナ情勢、円安等の経済状況に変化がみられない。 | |

| | | | |
|------------------------|---|------------------|---|
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | ・景気はこのまま良くも悪くもなく、推移するとみられるが、いろいろなものが値上がりしているため、将来的に景気が良くなるとはみられない。 |
| | □ | 衣料品専門店（営業責任者） | ・セールがスタートしているが、来客数が前年と比べて大幅に減少している。客の購買意欲が減退しているように感じており、7月以降も同様に推移するのではないかとみられる。 |
| | □ | 家電量販店（副店長） | ・猛暑等の急激な変化がない限り大きな変化は期待できないとみられる。 |
| | □ | 乗用車販売店（従業員） | ・部品不足による長納期化が解消されない限り、業況は良くなりたないだろう。 |
| | □ | 観光型旅館（経営者） | ・経済活動の平常化と物価高騰などのマイナス要素が相殺され、景気回復については足踏みするとみられる。 |
| | □ | タクシー運転手 | ・新型コロナウイルスの感染者が地域も増えている。また、タクシー乗務員や営業車等の不足、個人タクシーの廃業等により、客に迷惑が掛かる状態が続くとみられる。 |
| | □ | 通信会社（営業部長） | ・7月以降料金プランを改定する。客からの反応も良く、活性化が見込まれるが、どちらかというと節約のための料金プランの変更の意志が強いとみられる。 |
| | □ | 通信会社（営業担当） | ・客の動きが回復し、安定している。 |
| | □ | 美容室（経営者） | ・物価高で消費を抑える傾向が増えたようにみられるが、そのうち落ち着くのではないかとみられる。 |
| | ▲ | 一般小売店 [文具店]（経営者） | ・今後、取扱商品の仕入単価の上昇が通知されるため、受注数の減少が予想される。 |
| | ▲ | 百貨店（販売促進） | ・新型コロナウイルスの感染再拡大が予想される。 |
| | ▲ | スーパー（店長） | ・商品の価格上昇が今後も続くとみられ、消費者の節約志向が強まるとみられる。 |
| | ▲ | スーパー（統括担当） | ・物価やコストの高騰など、いいニュースはないとみられる。 |
| | ▲ | スーパー（財務担当） | ・更なる値上げで低価格志向がより強まり、安い店への買い回りが進むとみられる。 |
| | ▲ | スーパー（人事） | ・電気料金の値上げなど懸念事項があるとみられる。 |
| | ▲ | 乗用車販売業（営業担当） | ・新型車や人気車の生産枠の超過により、オーダーストップが続いている。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（従業員） | ・今月は車両のモデルチェンジの発表があるが、受注台数の減少傾向が今後もしばらく続くとみられる。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（経営者） | ・団体旅行客の利用が鈍化傾向にある。特に原材料価格の上昇や人手不足による人件費の上昇による収支悪化の懸念により、法人顧客の利用の鈍化が懸念される。 |
| | ▲ | タクシー運転手 | ・四国遍路がほぼ終わったため、街のタクシー台数が増えており、やや売上は減少している。毎年のことであるが、秋になると四国遍路があるため売上の増加が期待できるが、夏は売上、収入共に減少するとみられる。 |
| | ▲ | 競輪競馬（マネージャー） | ・秋になると、物価も安定してくるとみられ、それまでは厳しい状況が続くと予想される。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | ・電気代やガソリン代等、生活に必要な様々なものの値上げが続くとみられる。 |
| 企業 動向 関連 (四国) | ◎ | 食料品製造業（商品統括） | ・食品製造業において販売数量は、2019年時と比べ多少少ないが、販売価格の上昇が浸透し、利益確保が確実にできている。今後、インバウンド及び国内旅行の回復による販売量の増加が予想される。 |
| | ◎ | 繊維工業（経営者） | ・現在、国内外の観光客が増えており、観光地の小売店は順調に推移している。海外からのクルーズ船入港の増加もあり、都市部、九州や北海道等は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。当地のタオル業界では、ホテルからの需要は順調であるが、コンサート向けの需要等は低調であり、特に仏事返礼品の需要は葬儀簡素化の影響により、大幅に縮小している。 |
| | ○ | 食料品製造業（経営者） | ・観光業、外食産業等の市場は緩やかに回復していくと想定される。 |
| | ○ | 木材木製品製造業（営業部長） | ・大手ハウスメーカーの受注状況は低調に推移しているが、パワービルダーの受注状況が好調であり、今後は回復していくと見込まれる。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・竹資源のエネルギー化や肥料化、また海藻の肥料化の試みが行われており、段々と実用化されそうになっているため景気は良くなると予想される。 |

| | | | |
|------------------|---|-------------------|---|
| | ○ | 輸送業（経営者） | ・株価の上昇や外国人の入国数の増加など雰囲気が良いとみられる。 |
| | ○ | 通信業（総務担当） | ・社外でのイベントやボランティア活動についての参加者数の増加傾向は、もう少ししばらく続くと考えられる。ただし、新型コロナウイルス感染症発生以前の状態に一定程度戻っていることから、今後の変化は小さくなると想定される。 |
| | ○ | 税理士事務所 | ・消費者が物価上昇に慣れてきたことやインバウンド需要の効果による景気の回復が期待される。 |
| | □ | 農林水産業（職員） | ・一次産品については、委託販売であり、抜本的に変わる要素がないとみられる。 |
| | □ | パルプ・紙・紙加工品製造業（経理） | ・ウェットクリーナーの需要が落ちてきており売上が伸びていない。物価高による買い控えが影響している可能性があり、生活必需品以外は売上が減少すると予想される。 |
| | □ | 化学工業（所長） | ・ゴールデンウィーク等の国内の動きが盛んになり、海外からの観光客数も年間2000万人のペースまで回復したと聞いているが、実需が増加した実感が全くない。観光客の質の変化により、以前ほどインバウンドの大きな影響はなく、最小限の景気の回復にとどまる可能性が十分にあると考えられる。 |
| | □ | 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・円安進行などにより、原材料・エネルギー価格は高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続くと予想される。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経理） | ・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行になって以来、新型コロナウイルス感染症発生前のような経済活動や日常生活の動きに戻りつつあるものの、継続的な物価高騰及び円安基調により、今後の景気が劇的に改善していくとはみられない。 |
| | □ | 輸送業（経営者） | ・行動制限が緩和され消費が回復基調に転じているとの見方がある一方で、地域差はあるものの新型コロナウイルス感染症第9波の入り口的な見方もあり、地方圏における景気回復の先行きについてはいまだ不透明感が根強いとみられる。 |
| | □ | 通信業（企画・売上管理） | ・特に景気が良くなる話を聞いておらず、その見込みも立っていない。希望も含めて景気は変わらないと期待している。 |
| | □ | 金融業（副支店長） | ・引き続き原材料価格の値上がり等の影響は受けるが、販売価格への転嫁がしやすい環境下にあり、現状程度の景気で推移すると考えられる。 |
| | □ | 広告代理店（経営者） | ・観光業関連の客先は徐々に販売促進の広告が戻ってきているが、多くの客先は広告費の削減傾向が続いており、全体としては余り変わらないと予想される。 |
| | ▲ | 鉄鋼業（総務部長） | ・造船関連の受注は安定しているが、自動車関連設備の鋳鋼品の見積案件が急激に減少している。 |
| | ▲ | 建設業（経営者） | ・公共工事の受注件数に影響される。 |
| | × | — | — |
| 雇用 関連 (四国) | ◎ | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（役員） | ・夏休みに突入することもありこれまで縮小していた行事が何年かぶりに開催され売上増加も期待できる。新型コロナウイルス感染症を規制しない体制での人員確保が急がれるが、求職者とのマッチングが厳しい状況である。 |
| | ○ | 求人情報誌（営業） | ・飲食・サービス業・観光業界を中心に客足が戻りつつあり、売上が軒並み回復している。そのため、周辺業界の景気も上向いてきており、引き続き景気は良くなってくると想定される。 |
| | ○ | 職業安定所（求人開発） | ・食品製造業については、外食産業からの引き合いがあり、業況は若干上向きとの回答がある等、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行による外出機会の増加の恩恵を受けている。 |
| | ○ | 民間職業紹介機関（所長） | ・積極的な人材採用の動きは当面続くとみられる。 |
| | ○ | 学校〔大学〕（就職担当） | ・人手不足感が強まってくるとみられる。 |
| | □ | 人材派遣会社（営業担当） | ・製造業などの業種で求人数は増えているが、派遣に登録するも就労条件が合う方が少なく、大きな景気上昇にはつなげていかなないとみられる。 |
| | □ | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・夏休みに入ると学生アルバイトの募集が減少すると予想される。 |
| | ▲ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・中小企業が大半の地方では、所得への反映が難しく個人消費の伸びる要素がないが、観光だけには期待している。 |
| | × | — | — |