

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）	・国内外の金利差の縮小傾向により、止まらなかった円安も一服感が出ており、原油価格の高騰や続いていた物価高の波もようやく収まるとみられることから、2024年は消費者心理も改善し、消費が拡大すると期待される。
	○	コンビニ（商品担当）	・ロシアのウクライナ侵攻が停戦し、物流の安定、円安が軽減されると期待したい。
	○	衣料品専門店（経営者）	・非常に寒い日が続いており、1月はいよいよバーゲンセール月でもあることから、良い方向に向かっていくと期待している。
	○	家電量販店（店員）	・新生活準備で販売量が増えると思われる。
	○	観光遊園地（主幹）	・台湾の定期便が就航予定であり、インバウンドの増加が見込まれる。
	○	設計事務所（所長）	・銀行が貸出し原資を増やすため、預金を集め始めている。
	□	商店街（代表者）	・最近は商品価格の高騰が続いてきており、段々と消費者の生活行動に買い控えなどが出てきているが、賃金の上昇は大企業ばかりで中小企業にはなかなか届いてきておらず、顧客の懐具合が厳しい状況であり、現状維持で推移するとみられる。
	□	商店街（代表者）	・中心市街地の活性化策が首長が変わるたびに大きく変更されており、今年は県知事選挙、来年は首都の首長選挙があるため、人が変わると、これまで民間主導で行って来た「街づくり」が選挙で振り回されるとみられる
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・法人の注文は減少傾向だが、来年の予約は順調に入っており、個人消費は変わらず需要があるとみられる。
	□	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルス感染症を心配して控えていた外出や旅行が増えたが、物価高の長期化による閉塞感が漂っている。
	□	スーパー（店長）	・今以上に景気が良くなる要素が見当たらない。
	□	スーパー（企画担当）	・人流の活性化やインバウンドの需要・消費については明るい未来がみえるが、物価上昇は今後も続くと予想され、増税の問題など先行きが不透明な問題もみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇はまだ続くとみられ、売上は増加傾向にあるが、来客数の増減が鍵になると予想される。
	□	コンビニ（総務）	・天候や気温、人流によって左右されるが、今月の動きを見る限り良くなる要因が見当たらない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・値上げの影響もあり、しばらくは厳しい売上が続くとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・全体的に物価高の影響で、買換え消費の減少が続くとみられるが、景気が良くなる話題もないため、この状況は続くとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・受注残の台数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、いつまで続くか分からない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車受注台数が減少傾向のなかで、大手自動車メーカーの不正問題により、更に悪い影響が出そうである。
	□	観光型旅館（経営者）	・インバウンド需要の地方波及が徐々に進む一方、仕入費用、人件費が引き続き増加傾向であり、両者を総合し、景気はやや良い状態をしばらく維持できるとみられる。
□	通信会社（支店長）	・物価高騰が一段落し、年末年始で来客数は回復すると想定したが、他のエリアと比較しても回復しておらず、悪くはなっていないが、良くなる兆しもみえない。	
□	通信会社（営業担当）	・物価高の影響もあり来客数は落ち着く見込みであるが、新生活シーズンに入ってくるため、新たな需要に期待したい。	
□	競輪競馬（マネージャー）	・先々の不安材料の状態は、急激には変化しないとみられ、2～3か月後に遊興に回せる余裕資金は、今月と同じくらいで推移するとみられる。	
□	美容室（経営者）	・1月は毎年売上が減少するが、3月から4月は大幅な売上アップが見込まれる。	

	▲	一般小売店 [文具店] (経営者)	・石油関連商品の高騰、また、運輸・運送価格の上昇等、暗い面しか見当たらない。民間からの受注が減っており、その分官庁からの受注が増えているが、例年と比べて年度末の商品の売上、見積件数も減少しており、今後に不安がみられる。
	▲	スーパー (店長)	・来客数回復の兆候がみられない。
	▲	スーパー (人事)	・明確な理由はないものの、値上げが落ち着いた状況に鑑みて、3月頃まではやや悪い状況が続くのではないかと予想される。
	▲	スーパー (統括担当)	・物価高の収束が見えにくい。
	▲	スーパー (財務担当)	・いよいよ実質所得の減少が、大きく影響してくるとみられる。
	▲	コンビニ (店長)	・所得が増加するとは考えられず、物価上昇が落ち着かなければ再び節約志向が始まるとみられる。
	▲	乗用車販売業 (営業担当)	・多くの車種が注文できないことに加えて、他メーカーの影響で生産ストップの車が出てきている。
	▲	乗用車販売店 (役員)	・大手自動車メーカーの不正問題による販売台数の減少や客離れが懸念される。
	▲	その他専門店 [酒] (経営者)	・例年、年が明けて2～3か月は景気がやや悪くなる。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター] (総務部担当部長)	・11月や12月のような地域クーポンによる特需が無くなることから、本来の利用状況に戻り、今年よりは若干シビアな状況になるとみられる。
	▲	都市型ホテル (経営者)	・政党不祥事による宴会自粛、大手自動車メーカーの不正問題による混乱などの影響が出始めている。
	▲	旅行代理店 (部長)	・物価高騰、人材不足がみられる。
	▲	タクシー運転手	・客との話では、ガソリン代、電気代、食品関係など全てが高騰したため、会社の忘年会はなく、友人との忘年会が多かったようである。6割程度の客が来年も景気が厳しいと話をしていたため、景気はやや悪くなると予想される。
	▲	美容室 (経営者)	・営業時間の短縮や定休日の増加がみられた。
	×	一般小売店 [酒] (経営者)	・国内の情勢が良くないため、消費者の購買意欲が湧かずもなく、今後はもっと財布のひもが固くなるだろう。
	×	コンビニ (店長)	・地元企業の冬季ボーナスの状況が良いとは聞いておらず、物価上昇に対し生活防衛色が強くなっているため、しばらくは悪化傾向が続くのではないかとみられる。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・このまま円安・物価高が続けば、景気が良くなる見込みはなく、景気が良いのはインバウンド相手の業種だけだと予想される。
	×	衣料品専門店 (経営者)	・賃金上昇が物価高に追い付かない。
	×	タクシー運転手	・来年の冬の仕事量は、今年の年末よりは少なくなり、四国遍路も春から始まるため、景気が良くなることはない。
	×	通信会社 (社員)	・当社サービスは、ケーブルテレビサービスであるが、現在はテレビ離れしている客が多い。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業 (商品統括)	・円安も一息つき、米国金利低下が想定されるものの、短期金利の引上げが行われる流れになっていくとみられる。金利の正常化・為替の安定化により、輸出入の活発化が想定される。
	○	繊維工業 (経営者)	・インバウンド観光客が主な顧客である取引先の小売店からは順調に発注がきている。以前は海外観光客は都市部、奈良県、京都府が中心であったが、地方にも広がっており、この傾向が今後も広がっていくことで地方経済の後押しになるとみられる。
	○	電気機械器具製造業 (経営者)	・当社の仕事はB to Bであるが、顧客の反応をみると商品への質問も多く熱心な様子であり、これから受注が決まっていくのではないかと期待している。
	○	広告代理店 (経営者)	・多くの客先は依然として広告費削減傾向であるが、製造業を中心に人材不足に伴う採用関連の仕事は少し増加傾向であり、景気はやや良くなると予想される。
	□	農林水産業 (職員)	・中小企業では物価高に対応する賃金上昇の動きは鈍く、特に地方では鈍くなっている。また、農業収入は、肥料・燃料費等の高騰から全国平均で7%下がるなど、一次産業従事者の多い地方は、景気回復の兆しすらみえない。
	□	鉄鋼業 (総務部長)	・受注、生産、販売状況が変化する要因が見当たらない。

	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・日本、海外共に傾向は大きく変わらないと予想される。
	□	建設業（経営者）	・どうなるか分からないが、今のところ見通しが良くない。
	□	輸送業（経営者）	・大きく変わる様子はみられない。
	□	通信業（企画・売上管理）	・特に明るい話は聞いていない。
	□	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に大きな変動はなく、参加者の状況は新型コロナウイルス感染症流行以前の状態におおむね戻ったところである。そのため、これからの参加者数の更なる増加、人の移動が活発になるような要素が当面は見当たらない。
	□	金融業（副支店長）	・年末年始を控えていることで消費が上向くと考えられるが、年明け以降の情勢が不透明であるため、現状程度の景気で推移すると予想される。
	▲	食料品製造業（経営者）	・物流の「2024年問題」により物流費が高騰し、製品価格に転嫁できず利益を圧迫することが予想される。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・住宅価格高騰により戸建て住宅の購入意欲が弱くなり、アパートなどの賃貸住宅が好調に推移している。大手住宅メーカーも戸建て住宅に注力するのではなく、アパート物件に注力しているためしばらく受注は低調に推移するとみられる。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・年末の掃除需要で掃除用のウェットクリーナーの売上が増加したが、その反動で1月から2月は売行きが悪くなるとみられる。また、キッチンペーパーの原紙製造機械の改造工事により機械が停止するため生産数が減り、売上は減少するが、完了後は生産数がアップするため売上は増加するとみられる。
	▲	化学工業（所長）	・OPECの減産、中東情勢の緊迫化、ロシア・ウクライナ問題の長期化等で原料の価格高騰や供給面の不安定等があり、まだ景気回復につながる要因が少ない。
	▲	建設業（経営者）	・現在の業界の動き、将来の見通し、今後の自社の状況が不明である。
	▲	税理士事務所	・政治家の不祥事や大手自動車メーカーの不正問題の影響が出てくるとみられる。
	×	建設業（総務）	・資材の値上がりや供給困難が予想される。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・年末年始に向けて購買意欲も高まるなか、観光客が増加傾向にある。引き続き人材確保に向けて賃金面や就業時間などの就業条件の改善やサービス向上に向けたデジタル化推進など効果的な体制づくりが景気回復の大きな鍵を握るとみられる。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期が迫り求人数の増加が予想される。
	□	求人情報誌（営業）	・好条件を提示できる比較的大手の企業のみが、不足人員の充足・増員ができつつあり、資金力等の問題で改善が追い付いていない地元の中小企業は、引き続き採用の苦戦と人手不足の継続が見込まれており、景気は横ばいと予想される。
	□	職業安定所（求人開発）	・企業により景気の良さあしにばらつきがあり、売上が良くても収益が上がらず値上げ要請を続けたり、経費削減に努めたりと企業それぞれが収益を維持するための防衛策を講じている。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・企業の採用活動について、大きな変化があるとはみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・大企業はこの先賃上げ等で給与所得が上がっていくとみられるが、地元の中小企業の大多数はむしろ物価上昇と原材料価格の上昇等で収益は少し厳しくなり、その綱引きによって景気は余り変わらないと予想される。
	▲	*	*
	×	—	—