

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)	◎	＊	＊
	○	コンビニ（商品担当）	・政府の為替介入等で多少でも円安が回避できれば、夏場の需要伸長やインバウンド等の人流の動きにより少し回復するとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・5月はゴールデンウィークがあるため、そこそこ景気が良くなると期待しているが、現在の動きを見る限り厳しいのではないかとみられる。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先はお中元時期が重なり、気温も暑くなってくるため飲料が売れるとみられる。
	○	観光遊園地（主幹）	・インバウンドの増加により来場者数の増加が見込まれる。
	○	美容室（経営者）	・SNSやテレビなどでの紹介があったため、その効果を期待したい。
	□	商店街（代表者）	・経費の高騰が続いており、かつ部品等の供給不足に加え、人材の確保が難しくなっている。大企業の賃金は多少上昇しているが、中小企業は賃上げ・人材確保等が難しい状況である。
	□	商店街（代表者）	・かなり商店街はにぎわってきているが、まだまだ物価高であることや大企業での給料アップなどが消費者マインドのアップにはつながっていないことから、しばらく今のままの景気で推移するとみられる。
	□	商店街（常務理事）	・今夏以降は定額減税の効果が出て消費も少し上向くと期待しているものの、今のところはレジャー、観光関連分野以外への消費者の財布のひもは固く、しばらくは改善されないと考えている。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新年度に入り、一部商品の値上げ、商品の品薄、仕入れの運送費用の値上げといった必要経費のアップなど、いろいろな要素があり、売上が伸び悩んでいる。例年この時期の売上は低い伸び率ではあるが、今年は特に低いようにみられ、営業努力はしているが、先行きは不透明である。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費者の節約志向は変わらず、景気は低迷したままで良くなる要素がない。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・質や量を少し落としてでも値上がり以前の価格で買物をしたい客が多いため、値上がりした商品がよく売れて景気が良くなるのは難しい。
	□	百貨店（販売促進）	・外国人観光客が増えてきているが、それ以上に物価上昇の影響が大きく、消費が冷え込むと予想される。
	□	スーパー（店長）	・今の傾向が今後もしばらく続くとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・商品の値上げがまだ収まっていないため、これまでと同様の状況が続くと推定される。
	□	スーパー（財務担当）	・節約志向が継続し、安売り店への買い回りが進むとみられる。
	□	スーパー（人事）	・消費者マインドの変化がみられず、今後もこの傾向が続くとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・現在の状況が大きく変わることはないともみられる。地方では味よりも価格で勝負できないと来店動機にはつながらないため、今後コンビニは便利さに加え、どのように客にお買い得感を訴えていき、来店を促していくかを考えなくては良くなっていかない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・まだまだ円安が続いており、輸出、インバウンド相手の商売は良いとみられるが、地方の小売業は厳しいのではないかとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・円安の進行や税金、社会保障費の増加などのニュースが顧客の話題に上がり、消費意欲がやや低減しているようにみえており、景気が悪化するのではないかと懸念している。
□	家電量販店（店員）	・価格がじわじわ上昇を始めていることもあり、ボーナス商戦の時期までは変わらないとみられる。	
□	家電量販店（副店長）	・物価高の影響により、来客数増加は見込まれない。上期においては特に天候により大きく左右される見込みである。	
□	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産台数は増えてきているものの、新たに発注できる車種に制限があり、景気回復にはつながらない。	

	□	乗用車販売店（役員）	・物価は上がっているが、客の購買意欲に大きな変化はない。
	□	観光型旅館（経営者）	・オーバーツーリズムへの懸念があり、観光地だけでなく市域を含めた交流人口の受入れ対策を進めないといこれ以上景気は伸びないとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・もとより人口が少ない上に、若年層の流出が続き、雇用環境が厳しさを増している。仕事はあっても利益の増加につながらなかったり、仕事を受けることができない場合もあり、景気が良くなっている心配がしない。
	□	タクシー運転手	・6～7月は梅雨の時期であり、ハイヤーやタクシーの稼働率が良くなる要因もなく、客が多少増えても、それに対応できる台数が稼働していない現状がまだまだ続くと予想される。
	□	通信会社（営業担当）	・現状と大きく変わる要素がなく、落ち着くとみられる。
	□	通信会社（支店長）	・新生活需要が一段落し、来店・販売は下降傾向である。
	□	競艇場（マネージャー）	・実際の給料アップは大手企業が中心であり、中小企業が今より良くなるのは、まだまだ先であり、継続的な遊興費が増加するのでもまだ先だと予想される。
	□	美容室（経営者）	・ゴールデンウィークにどれだけ人が動くか次第である。
	□	設計事務所（所長）	・相変わらずマンション建設等の都市開発の分野では新築が増えてきているが、更新できない建物も増えてきている。
	▲	商店街（代表者）	・少子高齢化への対応にどう取り組んでいくかを考える必要がある。高速道路や大橋はメンテナンスの時期に入り、我が国の将来が描けなくなっており、地方都市は更に加速度を増して過疎化していくため、コンパクトシティ、ウォークアブルな街づくりに徹しない限りもはや解決策はないとみられる。
	▲	スーパー（店長）	・実質賃金のマイナスが続き、購買力の低下が予測される。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高が続くなか、給与は上がらず、買上点数は減少傾向が続くとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・ゴールデンウィーク終了後は節約期に入ると考えている。
	▲	コンビニ（店長）	・来客数の減少傾向と、物価高騰による購買意欲の低下がみられるなか、政府の減税策も少額かつ即効性がないとみられ、しばらくこの状況が続くのではないかとみられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続くとみられる。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	・購入できる人は定期的に車を買換えているが、できない人が多くなっている。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（総務部担当部長）	・急速な円安傾向が継続すれば、各種値上げとこれに伴う家計防衛により、消費が減退することが大いに危惧される。
	▲	旅行代理店（部長）	・円安が進行するとみられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・例年ゴールデンウィーク明けから梅雨明けまでは、売上が低迷しているが、今年は外食頻度が減っているようにみられ、例年に増して悪くなると予想される。
	×	タクシー運転手	・夏が近づき、暑くなってくるため、四国遍路の巡礼者が減り、真夏はほとんどいなくなる。そのため、街のタクシー台数は増えるが、売上は減少し、景気は悪くなるとみられる。
企業 動向 関連  (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・物価上昇、金利アップがあり、国内だけを考えると給料アップが追い付かない状況となっている。しかし、インバウンドの旺盛な消費行動が円安で固定化されており、今後の拡大が予想される。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・5月まではこの状況が継続するが、販売価格の改定、受注量の回復が見込めるため回復基調になるとみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・市に地域創生のための提案をしているが、それがいろいろな形で採決されており、もっと増えていくと、景気は良くなり、雇用も十分確保できるとみられる。
	○	通信会社（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いる。また、前年度までと比べると、イベント等の運営における新型コロナウイルス感染症の影響はかなり小さくなっており、今年度はより活動しやすくなると考えられる。
	□	農林水産業（職員）	・気象要因による作況次第であり、青果物の販売環境の根幹が変わらないと、根本的な動きは出てこない。なお、宅配料金が4月から値上げしており、果物の贈答需要への影響が心配される。

	繊維工業（経営者）	・前年来、商品グループごとに値上げをしてきたが、他の物価も値上がりしているため、値上げの影響はみられない。販売単価は上昇したものの、当社の原材料費や人件費も大幅に値上がりしており、利益圧迫要因が多すぎるためであるとみられる。また、更なる円安が進んでおり、今後の不安材料も多い。日本企業は多くの原材料を輸入に頼っており、金利が安いメリットよりも為替による仕入商品の高騰というデメリットが厳しく、早急な対策を願いたい。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの需要が多いため、原紙を抄紙する機械を改造し、生産能力をアップし、それにより売上が増加するとみられる。しかし、円安などによる原料費の高騰が影響し、利益を出しにくい。値上げは慎重に行わなければ取引先が撤退する恐れもあり、更なる値上げはできていないが、値上げをしないと今以上の利益を出すのは難しい。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・世界的な金融引締めに伴う影響や中国経済の先行きの不透明感に加え、地政学的リスクの高まり、物価上昇・人件費を始めとしたコスト増加等もあり、世界経済の下振れが懸念される。	
	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス感染症の対応が5類感染症になって1年がたち、新型コロナウイルス感染症発生前の状況にほぼ戻ったように感じるが、いまだ原動費や物価の高騰、円安傾向が収まらず、まだまだ景気回復の兆しがみられない。	
	建設業（経営者）	・金利の上昇懸念と資材価格の高止まりがみられる。	
	建設業（経営者）	・これから公共工事の出件数はどんどん増えるだろうが、問題はその受注量であるとみられる。	
	輸送業（経営者）	・世界との差をかなり感じるが、年配者は特に関係ない様子である。	
	通信業（企画・売上管理）	・健康食品の問題もあり、一部通販事業者のCM出稿に陰りがみえる。	
	金融業（副支店長）	・円安の影響で、インバウンド需要が見込めることから、観光業や飲食店の業績が堅調に推移する見込みである。	
	広告代理店（経営者）	・ホテル・旅行等の観光関連の広告は多少増えているが、人手不足による賃金コストアップや物価高による客の買い控えが予想され、客先の広告予算は削減傾向が続いている。したがって、全体としては余り変わらない予想である。	
	食料品製造業（経営者）	・物流費の高騰に加え、円安の影響により海外原材料、商品の仕入価格が高騰しており、すぐに製品価格に転嫁できず、利益が圧迫されると予想される。	
	鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械関連受注が鈍く、今後の生産量への影響が懸念される。	
	不動産業（経営者）	・不動産業では、建築資材、人件費や土地等がかなり値上がりし、銀行の融資も厳しくなっており、停滞している。	
	税理士事務所	・円安、物価高など好景気になる要因が見当たらない。	
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・夏休みに向けて消費意欲も増してくることで、景気は上向いていくが、更に人材不足の状態が続いていくとみられる。そのため、賃金の改善や、AIを活用した業務のロボット化などの人員体制の整備に向けた課題対策が必要だと考える。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・夏休みのアルバイト求人数の増加が予想される。
	□	職業安定所（求人開発）	・管内の主要事業者からは景気の明るい兆しがみられるものの、あらゆるコストアップを跳ね返す収益構造改革の途中のため、まだ予断を許さない状況であるという声や、価格転嫁による需要の限界を感じているという声もある。先行きの見通しについても、不安要素が拭えない様子があるため、一進一退の状況がしばらく続くと思われる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・地方の人手不足は深刻ではあるが、業界間で偏りが大きく、全体的には変わらないと考える。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・製造関係の需要が少なくなっており、派遣雇用の減少が懸念される。
	▲	求人情報誌（営業）	・人材採用面ではどの業界も苦戦しており、特に地元中小企業での人材不足が長期化しておりまだ長引く見込みである。さらに、人件費や原料価格の高騰などを売価に転嫁できていない企業も多くみられる。

	▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	・物価は上がり続け、給与の上がり幅では吸収できない。
	×	-	-