

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)	◎	その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は、キャンプやバーベキューなどの材料を買いに来てくれるため景気が良くなるとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・梅雨が7月の中旬までは続くとみられるが、雨の状態や天候などの要素以外が変わらない限り、そこそこ期待できるとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・夏のボーナスと減税効果に期待している。
	○	家電量販店（副店長）	・今年の夏は猛暑の予報が出ており、季節商材を中心とした売上には期待しているが、電気代・物価高騰の影響により大きな景気回復は見込めない。
	□	商店街（代表者）	・全国的に給料アップのニュースが新聞やテレビ等でかなり言われているが、地方都市の中小零細企業の従業員には実感がなく、消費者マインドが下がっており、このままの景気で推移していくとみられる。
	□	商店街（代表者）	・夏季になり人々の動向が活発になってくるとみられるため多少の期待はあるが、賃金上昇が物価上昇に追い付いておらず、顧客全体の余暇等に使われる金額が上昇しづらいのではないかとみられる。
	□	商店街（常務理事）	・所得の改善や定額減税はあるものの、それ以上の物価高騰があり、消費者は先行きの生活が不安でしかないとみられる。何とかインバウンドの消費をもっと取り込めないかと各店舗が模索している。
	□	商店街（代表者）	・円安がどこまで続くかによって、金融政策を上げざるを得ない状況になれば、中小零細企業は非常に厳しくなるとみられる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・開店、開設、就任などの祝い商品の予約が入ってきている。個人向けの商品は単価が伸びないため良くなるのは難しいとみられる。
	□	百貨店（マネージャー）	・物価高、円安など先行きが不透明であるため、将来的に良くなるかは現時点では判断できない。
	□	スーパー（店長）	・定額減税や電気・ガスの補助金再開などプラスに振れる要因はあるが、消費の回復までには至らないと感じる。
	□	スーパー（店長）	・現状を変更する要因が見当たらないため、今の傾向が今後しばらく続くとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・単価上昇はまだまだ続いているため、買上点数の伸びもなくなり、売上の伸びもなくなるとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・インバウンド等の需要増加の報道はあるが、小売業周辺では大きく影響を及ぼしていない。今後の天候・気候変動に注視しながら、トレンドには注意していきたい。
	□	コンビニ（店長）	・今月から始まる定額減税の効果があることを期待しているが、電気料金の値上げもあるため、これ以上の景気の悪化は避けたいと願うばかりである。
	□	コンビニ（総務）	・地方ほど物価上昇に実質賃金が追い付いていない。消費者は常に安く価値がある商品を探して店舗を選んで購入している。
	□	コンビニ（商品担当）	・人流はあるが、地方にまでインバウンドの恩恵がない。円安の悪影響は感じるが、円安の好影響は新幹線が通っていない地方までは届いていない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・これから夏に向けて、また電気料金などが高騰することも鑑みれば、地元で商売しているものとして景気が良くなるとは到底思えない。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・物価が上がり続けているなかで、消費意欲の向上はまだ期待できない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・受注・出荷停止が解消される予定がない。
□	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからの納車はまずまずだが、人気車種の長納期化が解消されておらず、販売できる車種が制限される。	
□	乗用車販売店（役員）	・円安の影響もあり、物価高は当面続くとみられる。	
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・円安傾向や実質賃金の伸び悩みが続き、将来見通しの不透明感が続くなか、今夏の酷暑予想による家計の光熱費負担の増加も見込まれ、消費者マインドは低迷した状態が続くものと予想している。	

	□	観光型旅館（経営者）	・オーバーツーリズムを回避しながら好調を維持するため、地域全体として現状維持を長く続けることに注力している。
	□	都市型ホテル（経営者）	・政府の施策が有効に働くものとしても今後の見通しが立ちづらく、今の状況は変わらないものとみられる。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は徐々に増えてきているが、ランニングコスト等を低く抑えたい客が多く、景気が回復している感覚は少ない。
	□	通信会社（支店長）	・来客数、販売数等の厳しい状況はほぼ変わっておらず、良くなる材料が見当たらない。
	□	観光遊園地（主幹）	・インバウンドを含めた来場者が同水準で推移している。
	□	美容室（経営者）	・景気は悪くても、髪の毛は伸びるし美容室には行くしかないというような話もよく出る。
	▲	百貨店（販売促進）	・長引く円安と物価上昇により、景気の停滞が続く。
	▲	スーパー（統括担当）	・来客数減少、客単価上昇という傾向は変わらず、今後も消費が引き締まっていくとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価上昇が続き、消費者の生活は厳しくなっていく。
	▲	コンビニ（店長）	・物価上昇と来客数減少が続くとみられる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・実質賃金がマイナスであり、高額品の買い控えがみられる。
	▲	旅行代理店（部長）	・物価高騰による消費の減速感がみられる。
	▲	タクシー運転手	・8～9月は例年、客の動きが少なくなる月であり、6月に夏のボーナスが支給され、7月は6月より少し良くなるのが毎年の恒例である。タクシー台数も増えておらず、仕事に出ると最低限の客としか遭遇できず、売上もそれに比例している。
	▲	競艇場（マネージャー）	・物価上昇に、賃金がまだまだ追いついていないというニュースがちまたで流れており、風評もあいまって遊興に回せる余裕資金が少し減少するとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・7月、8月は毎年暑くなり髪を切る客が増えるため安定した売上が見込めるが、9月は毎年売上が下がるため9月の企画次第だとみている。
	▲	設計事務所（所長）	・事業を始めた顧客が融資を申し込んだところ、プラス金利の影響により、融資額が制限され、事業を諦めた事例がある。
	×	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・前年の同時期の売上と今期を比較すると減少傾向にあり、夏は、売上が2～3割減少すると見込んでいる。今年度の後期予想は期待できる水準には到達しないと考えており、何が原因か調査中である。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・お中元シーズンであるが商品の動きがなく、物価高や光熱費の上昇でますます生活がしづらくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・夏になれば、少し客足も伸びるだろうが、客単価が高い焼き肉店に足を運んでもらえるとは考えられない。客単価の低い回転すしやラーメン店等に流れるのではないかとみられる。
企業 動向 関連  (四国)	◎	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	・経営者の危機感が強まり、業況改善のスピードアップを図る企業が増えている。
	○	繊維工業（経営者）	・現在の円安が日本全体に及ぼす負の影響は大きいですが、ここしばらくはインバウンド需要が続き、当社にとっては状況は悪くならないとみられる。また、芸能イベントや宿泊施設からの発注は新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつあるが、それらの大型受注は安価な輸入品に流れており、それらの受注がメインの企業は厳しい状況が続くとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注速報では前年比アップしている。第2クォーターに向けてもう少し回復を期待している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーやバイオマス関係が徐々に消費者に理解されてきており、景気は着実に良くなるとみられる。
	○	通信業（企画・売上管理）	・パリオリンピックで選手の活躍を応援する企業のキャンペーンに期待している。
	□	農林水産業（職員）	・物価高の影響は消費者の購買行動に反映されており、スーパーでは購入点数の減少や売価によって買うか買わないかが決まる傾向にある。家計の収支が改善されない限り、抜本的な解決にはつながらない。

