

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）	・1月は12月の反動で大変不況となった。しかし、今後2か月で桜の開花が進み、酒類の販売も増加することから、売上は増加するとみられる。
	○	商店街（常務理事）	・地元の港湾地区の開発が進み、今春しゅん工する大型施設が増える。それに伴い、利用者数の増加に加え、瀬戸内国際芸術祭や大阪・関西万博の開催もあり、大きく人流が増えると思われる。これらの恩恵を着実に消費に結び付けるための知恵と努力が試されている。
	○	商店街（代表者）	・長年の懸案事項であった私有地の利用も、3月にオープンする予定となり、多くのイベントも開始される。これに伴い、経営者のマインドも、前向きになってくるとみられる。
	○	スーパー（店長）	・県立アリーナの開業や瀬戸内国際芸術祭の開催などにより人流が活発化し、その恩恵を受けると見込んでいる。
	○	コンビニ（店長）	・物価高騰による節約志向も、限界がきたように感じている。買い控えの傾向はあるものの、必要なものは、必要なタイミングで購入する様子がかがえ、以前の消費スタイルに戻りつつあるとみられる。
	○	コンビニ（総務）	・前月、前々月と売上が若干回復傾向にあり、今後も維持若しくは回復が期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからの配車は期待できる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・県外からの旅行者やコンベンション参加者の来県に加え、インバウンドも増加傾向にある。業種によりばらつきはあるが、現在よりも好調に推移するとみている。
	○	旅行代理店（部長）	・ナショナルイベント開催に伴い、インバウンドの増加やMICE参加者の需要拡大を期待している。
	○	タクシー運転手	・2～3か月先は、例年のことながら、異動や入学等により、人の動きが活発となる。また、12月や正月に多く消費していた状態が落ち着き、2月になると小遣いを自由に使える余地ができるという声が出てきており、その状況が続くとみられる。タクシーの台数は少なくなってきたっており、平日は間に合っているものの、週末は間に合っていない。
	○	通信会社（営業部長）	・賃上げを示唆する動きがみられる。
	○	通信会社（支店長）	・物価高などの不安要素はあるものの、新生活需要が喚起されることから、景気は好転すると想定している。
	○	美容室（経営者）	・3～4月は卒業や入学シーズンになるため、客も動いてくれるとみられる。
	□	商店街（代表者）	・自然災害による街の消滅や困難な復興については、これ以上考えたくもないが、現在の首都圏中心な街づくりは人災であり、これによって消滅する都市や街が急増する。ほとんどの地方都市は、もはや限界に近づいている。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・悪い状況が続いている。4月以降も、メーカーからの仕入価格の上昇や燃料価格、ガソリン価格の高騰など様々な要因が影響して、景気は余り良くならないとみられる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・予約が入ってきているため、平年並みの状況を予想している。一方で、市場の商品の入荷量が極端に減っていることが懸念材料である。
	□	百貨店（販売促進）	・特段に良くなる要素も、悪くなる要素も見当たらない。
	□	百貨店（マネージャー）	・物価高は当面継続するとみられる。
	□	スーパー（店長）	・値上げが続いており販売点数の低迷も継続すると考えられる。
	□	スーパー（企画担当）	・賃上げなど各社で実施しており賃金は上昇しているが、為替の影響などによる物価の上昇が続き、消費者の財布事情は依然として変わっていない。先行きは不透明である。
□	スーパー（人事）	・ガソリン価格の値上げ、野菜の価格高騰、米の不足感と価格高騰など不安要素が多くあるなかで、米国の動きや日本銀行の金利上昇などの変化によってマクロ経済に与える影響がプラスかマイナスかは、判断しきれない。	

	□	コンビニ（商品担当）	・パレスチナとイスラエル間での停戦の合意もあり、ウクライナとロシア間でも停戦で情勢が良くなれば、景気も上向くとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・衣料品関係の商売は、非常に厳しい状況が続いている。現在の季節は冬だが、冬物は客が既に購入していることから、今後は気温に左右される。気温が暖かい状態を継続すれば、早めに春物を購入する客も出てくるため、気温次第である。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・食料品を中心とした物価の上昇が止まらず、顧客との会話のなかでも大いに心配する声が多く、明るい会話が少ない。
	□	家電量販店（副店長）	・2～3か月前と比較すれば回復傾向になっているが全体の販売量でみると大きな変化はみられない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・オーダーストップ車の再開のめどが立たない。
	□	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産台数に大きな変化はない。
	□	観光型旅館（経営者）	・客室数の限界があり宿泊単価の上昇も一巡しており、当面はこの状態が続くとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・賃金が上がっても、人件費の高騰が物価に反映されることで、結果として客の消費意欲の増加につながる効果があるかどうかは疑問が残る。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は安定し増加傾向にあるが、客単価は物価高の影響もあり下落傾向にある。
	□	観光遊園地（主幹）	・国際線の定期便に増便、減便の予定がなく、現状が続くと予測される。
	□	競艇場（マネージャー）	・給料アップを先取りする風潮はまだ続くとみられ、今月と同じペースが続くと予想する。
	▲	商店街（代表者）	・現状の燃料価格の高騰に原材料高が続いていく場合は、厳しい状況が続くため、大手企業のように賃金を上昇させることが難しい状況にある。顧客の財布事情が改善しなければ、景気の上昇も実現しにくいとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・先頃の物価高や将来不安に加えて、ガソリン価格の高騰により、店に行く回数を減らすとの意見も聞かれた。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価高の影響により、祝い事以外は節約志向が強まっている。
	▲	コンビニ（店長）	・これから節約が始まると考えている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・賃金上昇が物価高に追い付いていない。
	▲	家電量販店（店員）	・各種値上げの影響により、若干の買い控えが起こるとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・何かしないと少しずつ悪くなるとみているが、対策が思い付かない。
	▲	設計事務所（所長）	・建築費の高騰が、住宅建設や設備投資に影響を及ぼし始めている。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・増税や物価高騰の影響により、消費者の財布のひもは、ますます固くなるとみられる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・地方は特に厳しくなると考えている。商店街の空き物件もかなり増えてきている。10年前であれば家賃が高くても、地元の中小企業が借りていたが、物価高で消費も冷え込み人件費も上がり設備投資どころではなく、事業の縮小しかない状況と考えている。一部では、地方の景気持ち直しなどの動きもみられるが、地方の中小企業は景気が悪い実感しかないと感じている。これからまだ景気は悪くなるとみられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・2～3月は、合格、卒業、転勤などに伴う来店機会の増加が見込まれるが、大人数での来店は少ない傾向が続いている。そのため、前年比では減少するとみられる。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・食品業界においても、給与が5%以上増加する可能性が高くなった。また、原料費、燃料費、最低賃金の上昇を含む経費の増加に伴い、商品価格の引上げも確実に進んでいる。物価高に追い付く給与の引上げの機運が醸成されつつあるとみられる。
	○	繊維工業（経営者）	・インバウンド需要により、来日記念として自分用や土産用に小物雑貨を購入するケースが多い。アイテムの種類や価格帯もこれらの需要に合致しており、今後もインバウンド観光客の増加が見込まれ、さらに需要が増えるものとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注数が回復基調にあり、4月からの回復を見込んでいる。

	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウエットクリーナーは年末の掃除用に11月、12月の売上は上がるが、その反動で1月、2月の売上が落ちる。円安の影響で外国人観光客が増えているが、以前のような爆買いではなく、サービスや観光目的で来ている人が増えている。マスクのような商品の売行きは芳しくない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・世の中がGX、DXそしてHXに向かっていく過程のなかで、着実に新しい農業や工業分野で効果が出ている。地方創生も、これからは本番になるとみられる。
	○	通信業（企画・売上管理）	・例年、年度末が最も広告の動きが活況であり、期待している。
	○	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連の広告増加に加え、大阪・関西万博への期待による旅行やホテル関連広告の増加が見込まれることから、やや良くなる予想である。
	□	食料品製造業（経営者）	・国内外の原材料が高騰しており、販売価格に転嫁できないため、利益が圧迫されることが予想される。
	□	化学工業（所長）	・米国の政策に左右されるため、非常に予測は困難である。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械の受注案件が少なく、回復の兆しがみえない。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・米国の新政権による影響がネガティブに働くことが想定されるなか、更なる円安基調及び継続的な物価高の解消にはまだ至らないと考えている。
	□	建設業（経営者）	・建設資材の高止まりや金利の先高感、顧客の購買意欲の低下等がみられる。
	□	建設業（経営者）	・公共事業予算が、どの程度割り当てられるかといった問題があるとともに、民間の事業も予定はあるものの確定していない。
	□	輸送業（経営者）	・不安要素の先行きが見えない。
	□	通信会社（総務担当）	・年度末に向けての売上見込みの積み上げがほとんど伸びていない。
	▲	農林水産業（職員）	・消費者物価の上昇に対し、所得の伸びが追いつかない地方経済は厳しい状況にある。大企業と中小企業、1次産業と他産業、大都市と地方の格差拡大が続く傾向は否めない。
	▲	金融業（副支店長）	・売上や収入が変わらない状況下での金利の引上げがあり、企業は金利負担が増加し、一般消費者は給与所得が増えないなかで物価が上昇しているため、今後はやや悪化するとみられる。
	▲	税理士事務所	・良くなるための法律の改正案などが無い。
	×	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期に入り求人数の増加が予想される。
	□	人材派遣会社（総務部長）	・求職者の動きに比例するとみられる。
	□	職業安定所（求人開発）	・周辺企業からは、今春賃上げへのプレッシャーに加えて、増大する人件費、エネルギー価格、物流価格、原材料価格の高騰、米国新政権による為替相場や関税の影響等を不安視する声も聞かれ、先行き不透明な状況で一進一退が続くのではないかとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・新年度の求人の動きが活発になる3月頃までは大きな変化はみられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足感は変わらない。求人を実施している会社では、初任給を引き上げている。
	▲	求人情報誌（営業）	・県内中小企業では、採用の早期化が進みつつある。2026年卒学生に対する新卒採用活動が本格化してきたが、学生の大手志向や都会志向が変わらず、打ち手が見いだせていないため、人員確保に苦慮する状況が続く。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告には需要がある一方で、商品広告やセール広告などは微減傾向である。
	×	—	—