

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） | ・今春以降、地元空港の国際便増便や国際芸術祭開催であったりとインバウンド増加の要因は事欠かず、今後も増え続けるとみられる。地元客は終わらない物価高騰に財布のひもが緩みそうにない。このところの円高基調が原材料やエネルギー価格の下落につながり、商品価格の安定に寄与することを期待している。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・3月になれば春のイベント、また、4月、5月になれば連休のイベント等、今後はイベントがかなり頻繁に実施される計画となっている。来街客もかなり増加し、客の消費マインドも少なからず改善し、財布のひもが緩んでいるとみられる。 |
| | ○ | スーパー（店長） | ・新アリーナの開館や国際芸術祭の開催により人流が活発化すると見込まれ、その恩恵として来客数の増加を期待している。 |
| | ○ | スーパー（人事） | ・春の賃金上昇により物価上昇の影響が緩和されることが見込まれる。 |
| | ○ | コンビニ（店長） | ・来客数が上昇している。客単価は物価上昇分としても売上は前年比110%となっている。他業態との価格差が縮まり客離れが落ち着きコンビニ回帰が発生している。 |
| | ○ | コンビニ（総務） | ・新アリーナがオープンするとともに、国際芸術祭も開催されることから、県内外からの来客やインバウンド需要が見込まれる。 |
| | ○ | 家電量販店（店員） | ・新生活が始まり必要な物を購入する客が増え、小物やインテリア中心に販売量が増えると思われる。 |
| | ○ | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・これから桜も咲き、花見の時期になるため、売上もやや増加するとみられる。 |
| | ○ | タクシー運転手 | ・3月中旬から春にかけて遍路客が増加するため、来客数が増加し、売上は増加するとみられる。市内中心部では、昼夜共に人の動きがそれなりに発生するため、売上は増加する。 |
| | ○ | 観光遊園地（主幹） | ・花見シーズンには来客数の増加が見込まれる。花見シーズンに合わせた台湾線の季節増便や春以降にクルーズ船の寄港が予定されており、インバウンドが増加するとみられる。 |
| | ○ | 美容室（経営者） | ・3月、4月は卒業、入学シーズンであり、売上はおのずと増加する。 |
| | ○ | 美容室（経営者） | ・県外からの来客により、売上は増加するとみられる。 |
| | □ | 商店街（代表者） | ・燃料価格への補助金が終了したことにより燃料価格が上昇し、更に電気料金やガス料金等も少しずつ上昇している。物価上昇に賃上げが追い付かず厳しい状況である。 |
| | □ | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・現在、価格については変化はない。しかし、今後は送料や商品単価が上昇するとみられるため、1か月、2か月程度様子をみないと判断が難しい。 |
| | □ | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・最近では価格高騰のため、悩みながらぎりぎりで購入する客がいるため仕入れの予定が立てにくいのが、購入単価の変化はあっても購入をやめる傾向はない。 |
| | □ | 百貨店（販売促進） | ・景気推移を判断する材料が見当たらないため、変わらないとみられる。 |
| | □ | 百貨店（マネージャー） | ・物価高、エネルギー価格の上昇が家計を圧迫している。 |
| | □ | スーパー（店長） | ・単価の上昇傾向はしばらく続くと予想されるため、変わらないとみられる。 |
| | □ | スーパー（企画担当） | ・メリハリのついた消費に加え、物価上昇による買い控えなどにより買上点数にも影響が出ている。税制や為替の変動など将来の見通しはまだ不透明である。 |
| □ | スーパー（企画担当） | ・更に商品単価の上昇が続くので売上は伸びていくとみられる。 | |
| □ | スーパー（統括担当） | ・物価高、買い控えが定着してきたとみられる。 | |
| □ | スーパー（財務担当） | ・実質賃金の減少で買上点数は減少しているが、商品単価の上昇と来客数の増加によって売上は増加するとみられる。 | |

| | | | |
|----------------------------|---|-----------------------|--|
| | □ | コンビニ（店長） | ・来月以降も多品目の値上げが予定されており、生活防衛による消費減退が懸念されるが、近年本部の施策がヒットしており、しばらくは順調に推移するとみられる。 |
| | □ | コンビニ（商品担当） | ・改善要素が今のところないため、当面同じ状況が続くとみられる。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | ・物価が上昇しすぎて出費を控えていると話す客がかなり多い。特に地方はかなり厳しくなるとみられる。 |
| | □ | 衣料品専門店（営業責任者） | ・所得の上昇よりも物価の上昇の方が大きいとの客の声がほとんどであり、し好品への購入意欲が低下している。 |
| | □ | 家電量販店（副店長） | ・賃上げやベースアップ等の時期ではあるが、4月以降の物価の高騰により、見通しが立たない。 |
| | □ | 乗用車販売業（営業担当） | ・販売可能車種が増える見込みがないため、先行きは変わらない。 |
| | □ | 乗用車販売店（従業員） | ・メーカーからの配車はある程度見込めてはいるが、車種制限が続くなかで新規受注に苦戦している。 |
| | □ | 乗用車販売店（役員） | ・賃上げの気運は高まっているが、物価も上昇しており、景気は大きく変わらない。 |
| | □ | その他小売〔ショッピングセンター〕（館長） | ・インバウンドによる消費は継続して好調に推移するとみられるが、販売価格の高騰が足元の消費に影響を与えるとみられる。 |
| | □ | 観光型旅館（経営者） | ・地域の宿泊施設の受入れ客数には限界がありこれ以上の受入れは難しい。また、大阪・関西万博の開催によりインバウンドがあるとみている。地方への回遊と相殺され現状維持の状態が続くとみられる。 |
| | □ | 都市型ホテル（経営者） | ・飲食店での需要の伸びが鈍く、物価上昇から外食経費を抑える傾向が続くとみられる。 |
| | □ | 通信会社（支店長） | ・物価上昇により客の消費行動は鈍化しているが、新生活に伴う契約は期待できるため、変わらないとみられる。 |
| | □ | 通信会社（営業担当） | ・来客数は安定しているが、客単価は高くなく節約志向が強い。 |
| | □ | 競艇場（マネージャー） | ・物価の上昇がまだ続いているが、新年度に給料のベースアップが全体的に進めば、遊興に回せる余裕資金に変動はないとみられる。 |
| | ▲ | 商店街（代表者） | ・米国大統領による関税政策等の米国第一主義施策により、市場が混乱するのではないか。物価上昇に賃上げが追い付いておらず、スタグフレーションになりかねない。地方創生が必要である。 |
| | ▲ | 衣料品専門店（経営者） | ・物価上昇が賃金上昇に追い付いていない。 |
| | ▲ | 一般レストラン（経営者） | ・春先にかけて、外食頻度は高くなり、多少の来客数増加は期待できるが、客単価は高くなることはないとみられる。 |
| | ▲ | タクシー運転手 | ・例年は人の動きが活発になるが、実態は不透明である。また、今年に入りタクシー会社が2社廃業したが会社を譲渡することでそのままの屋号が残っており、売上は横ばいである。 |
| | ▲ | 設計事務所（所長） | ・来年度も、建築関係の件数単価が上昇することが確実であり、建築費が上昇しすぎると設備投資が冷え込むとみられる。 |
| | × | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・物価上昇、光熱費上昇、増税の影響が大きく、消費者の消費行動は必要最低限にとどまっている。商売は厳しくなっていくとみられる。 |
| 企業 動向 関連 (四国) | ◎ | 食料品製造業（商品統括） | ・自社のベースアップが世間のベースアップをいかに上回り、人手を確保するか真剣に議論している。 |
| | ○ | 繊維工業（経営者） | ・3月からは新年度を控えているので、例年消費が上向く時期である。 |
| | ○ | パルプ・紙・紙加工品製造業（経理） | ・12月に年末掃除用のウェットクリーナーが大量に売れるため、その反動で1～2月は販売量が減少し、3月以降徐々に回復する。マスクは物価高の影響もあり需要が多くない。円高基調になっているため、製造原価を下げ利益が取れる製品を多く製造する必要がある。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・中堅都市では農業についての考え方が、目に見えて見直されるようになった。有機農業、安心、安全な農業、そして自給率の上昇に資する農業を市民全体で考える傾向にある。 |

| | | | |
|------------------|---|-----------------|---|
| | ○ | 広告代理店（経営者） | ・人手不足に伴い採用関連広告の増加が見込まれる。また、新アーリーナが完成し鉄道駅近隣の開発も進み、観光関連広告の増加を見込んでいる。 |
| | □ | 農林水産業（職員） | ・主食である米、パン等の値上がりの影響を少なからず受けており、青果物の購入が抑制されている。ハウス物と露地物の出荷が重なる6～7月頃は安定した卸売販売を予想するが天候次第である。猛暑が予報されていることから、8月から年末の間の卸売価格が心配されるが、当面は例年並みの相場展開とみている。 |
| | □ | 木材木製品製造業（営業部長） | ・大手ハウスメーカーの受注量は余り改善しておらず、今後もこの状況は継続すると考えている。早急な価格交渉を行い利益の改善を行うことが必須である。 |
| | □ | 化学工業（所長） | ・上向く要素がない。 |
| | □ | 鉄鋼業（総務部長） | ・産業用機械関連の受注元請先から見積依頼はあるが、発注先の大規模成長投資補助金不採択などの理由で案件が中止となるケースが多い。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・米国の政策動向による世界の政治や経済への影響や中国、欧州経済の先行き不透明感に加え、地政学的リスクの高まり等もあり、より一層先行きの不透明感が増している。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経理） | ・米国政権による景気悪化が色濃くなること及びウクライナ情勢によるグローバルな政治経済が不安定な状況となるとみられ、継続的な円安基調及び物価高の解消がみえてこない。 |
| | □ | 建設業（経営者） | ・資材価格の動向と金利推移次第である。 |
| | □ | 建設業（経営者） | ・官民とも受注の見通しが立たない。 |
| | □ | 輸送業（経営者） | ・変化なくこのまま進むとみられる。 |
| | □ | 通信業（企画・売上管理） | ・テレビ業界は大手放送局の問題を起点に、大きな影響が懸念される。 |
| | □ | 通信会社（総務担当） | ・来年度の受注量が増加しない。 |
| | ▲ | 金融業（副支店長） | ・日本銀行の金利引き上げの影響によって、全体の金利も上昇することで、景気はやや悪くなるとみられる。 |
| | ▲ | 税理士事務所 | ・所得税非課税枠の法律が決まらなかったので働く意欲が減るとみられる。 |
| | × | — | — |
| 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が増加するとみられる。 |
| | □ | 人材派遣会社（総務部長） | ・求職者数が増える見込みがない。 |
| | □ | 職業安定所（求人開発） | ・人件費増大、エネルギーコスト、物流コスト、原材料価格の高騰、為替相場や関税の動向等の不安材料も多く、先行き不透明な状況で一進一退が続くとみられる。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（所長） | ・有効求人倍率は横ばいで、企業の採用意欲に大きな変化はみられないが、極端に人手不足な業界もあり、外国人留学生のニーズが急速に高まっている。 |
| | □ | 学校〔大学〕（就職担当） | ・人手不足感は当面変わらないとみられる。 |
| | ▲ | 求人情報誌（営業） | ・地方では、特にコア人材の確保が従来以上に難しくなっており、今の大学3年生向けの採用早期選考においても競争力がないため、予定数の確保が難しいとみられる。 |
| | ▲ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・年度末に向けて、地方の広告は厳しい状況となっている。求人以外の民間企業の動向が鈍い。 |
| | × | — | — |