

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（店長）	・物価上昇が当然の状況のなか、暖かい日が続くことで外出機会が必然的に増加することで、衝動買いによる売上増加につながるとみられる。
	○	コンビニ（商品担当）	・為替の変動や、米、卵、野菜の価格高騰が収まれば、多少は良くなるとみられる。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・暖かくなるとともに、お中元の時期も近づいてくることから、やや良くなっていくとみられる。
	○	通信会社（営業担当）	・ボーナス時期であり、来客数、販売数とも増加するとみられる。
	○	観光遊園地（主幹）	・7月から国際定期路線の運航再開が予定されており、インバウンド客の来訪がこれまでより増加するとみられる。
	□	商店街（代表者）	・商店街周辺で、新規ホテルの建設やコミュニティー施設等の新築が開始されて、かなり古いビルの取壊し等も含め、新陳代謝が起こっている。商店街内も、飲食店を中心に新規開店が増加し、夕方から夜にかけて、客がかなり増加していることから、夏に向けて一定程度上がっていくとみられる。
	□	商店街（代表者）	・国の政策による景気改善を期待する。
	□	商店街（代表者）	・米国の関税政策等の不透明な状況が続いているなか、燃料の補助金も減少して引き続き厳しい状況が続くとみられる。
	□	商店街（常務理事）	・為替の変動が、好調なインバウンドの購買意欲に水を差す可能性がある。今年は大阪・関西万博や芸術祭による人流に期待は持てるが、物価高がどうしても重しとなっており、楽観できない。
	□	スーパー（店長）	・単価は上昇しているが、買上点数が減少していないため、買い控えはみられない。
	□	スーパー（企画担当）	・販売単価は上昇していることから、売上は上昇するとみられる。
	□	スーパー（人事）	・予測できない。
	□	コンビニ（店長）	・ゴールデンウィーク後に節約が始まり、現状維持するとみている。
	□	コンビニ（総務）	・今月の売上は前年と比べて悪くなく、2～3か月後も同様とみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・例年どおり、ゴールデンウィークが終了すると、急速に売上が悪くなることから、大きな期待はできないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・このまま景気は悪くなることはあっても良くなることはないともみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・賃上げを上回る物価上昇が続いていると客からの話があり、購買意欲が減少しているとみられる。
	□	家電量販店（店員）	・価格の上昇基調がしばらく続くとみられ、買い控えが続くとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・天候に左右される。暑さが早く来れば夏物商材の売上増加が期待できるが、その他商品の販売は厳しい状況が続くとみられる。
	□	乗用車販売店（従業員）	・メーカーからの仕入れは安定しているが、価格高騰や販売車種の制限などもあり、好転はしないとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・米国の関税政策により株価動向が不透明である。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・来客数、単価共に現状維持である。県外客、インバウンド客により現状維持とみられる。
□	観光型旅館（経営者）	・インバウンド客について、為替の変動により来客数の減少が一部見込まれるが、海外定期便の運航再開が予定されており、底堅く推移するとみられる。	
□	旅行代理店（部長）	・国内の競争は厳しいが、インバウンド客による好調を重ね合わせると、総じて不透明な状況にあるとみられる。	
□	タクシー運転手	・ゴールデンウィーク前であり会社員の利用が減少している。週末は若年層の客が利用している。	
□	通信会社（支店長）	・地元舞台のテレビ放送など地域としての好材料はあるが、米国の関税政策等、経済全体への影響が懸念され、景気は不透明な状況にあるとみられる。	

	□	競艇場 (マネージャー)	・物価高の基調に変動はみられず、販売量の大きな変化は予測できない。
	□	美容室 (経営者)	・ゴールデンウィークの反動で、6月、7月は売上が減少するとみられる。
	□	美容室 (経営者)	・値上げは行わず現状維持である。
	□	設計事務所 (所長)	・今後に大きな不安を感じている会社が多いが、現状では繁忙感を持つ会社が多く、大きく変わらないとみられる。
	▲	一般小売店 [文具店] (経営者)	・米国の関税政策に関連して、資材価格や燃料価格が上昇している。この2～3か月後には、現在よりも景気が悪くなるとみられる。
	▲	一般小売店 [生花] (経営者)	・予約をして購入するスタイルが少しずつ増えてきている。余分なものは購入しない傾向にある。
	▲	百貨店 (販売促進)	・数多くの値上げや景気の停滞が続いている。
	▲	百貨店 (マネージャー)	・米国の関税政策の影響があり、客の購買意欲が減退するとみられる。
	▲	スーパー (店長)	・観光行楽シーズンが一旦収束して来客数が減少するとみられる。
	▲	スーパー (企画担当)	・米不足による価格の高騰など、物価上昇により消費マインドが低下するとみられる。
	▲	スーパー (統括担当)	・政治情勢や物価高など、不安要素が多い。
	▲	スーパー (財務担当)	・値上げに耐え切れない客が、安売り店へ移るとみられる。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・米国の関税政策に左右されるとみられる。
	▲	乗用車販売業 (営業担当)	・一時的な販売量増加により納期に時間を要し、メーカーへの注文ストップの可能性が高いとみられる。
	▲	都市型ホテル (経営者)	・物価上昇、米国の関税政策など不安要素が増加しており、賃金上昇圧力から収支は悪化するとみられる。
	▲	タクシー運転手	・暑くなることで外出者が減少するとともに、芸術祭の会期が終了することから、悪化するとみられる。
	×	一般小売店 [酒] (経営者)	・猛暑により光熱費がかさむこと、物価上昇が続くことから、消費者の財布のひもが固くなるとみられる。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業 (商品統括)	・各国の関税政策により米国への輸出に支障が出る可能性はあるが、東南アジア諸国の購買意欲は高まっているとみられる。国内での利益確保、輸出による新たな利益の可能性が高まっているとみられる。
	○	繊維工業 (経営者)	・夏までのハイシーズンに備えた在庫確保も含めて活発な注文があり、今年も前年同様、順調に推移するものとみられる。
	○	木材木製品製造業 (営業部長)	・大手ハウスメーカーの受注量が回復基調にある。第2四半期からは受注量も回復する見込みで計画している。価格転嫁を行い利益が出る体制に転換していくことが必須である。
	○	通信業 (企画・売上管理)	・大阪・関西万博の相乗効果で交通、レジャー関係企業の広告が活性化することを期待している。
	□	食料品製造業 (経営者)	・労務費、人件費、エネルギー費、物流費の更なる高騰が控えており、そのコスト全てを製品販売価格に転嫁できていない。
	□	化学工業 (所長)	・世界的な株式相場の先行きを見ても、方向性がみえてくるまでは状況は変わらないとみられる。
	□	建設業 (経営者)	・資材価格の動向や金利の動向による客の買い控えがあるとみられる。
	□	建設業 (経営者)	・民間工事の件数も少なく、公共工事が発生するのを待っている状況である。
	□	輸送業 (経営者)	・大きな変化は無いとみられる。
	□	通信会社 (総務担当)	・フードドライブの活動を前年度より本格化しているが、食料品を持ち寄る社員数は増えているものの、集まる品数がそれほど増えていない。
	□	広告代理店 (経営者)	・人手不足に伴う採用関連広告や芸術祭の影響もあり、旅行やホテル関係などの観光関連広告は増加するとみられる。しかし、米国の関税政策の影響で、客先は不透明な状況であることから、景気はあまり変わらないとみられる。
	▲	パルプ・紙・紙加工品製造業 (経理)	・ゴールデンウィークに掃除や外出する人が増えるため、ウェットクリーナーの受注が増えている。その反動で5月以降の売上は減少する。原材料価格の上昇が続いているため、価格転嫁しなければならない。
	▲	鉄鋼業 (総務部長)	・今後、米国の関税問題の影響が出てくるとみられる。

	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の充電器や燃料電池の原料生産、機械を組立てる会社は受注が減少している。再生可能エネルギー事業にも影響がでており、不況にさらされている。
	▲	電気機械器具製造業（経理）	・米国の関税政策により、世界的な景気減速と物価上昇及び為替動向の不安定さを招くとみられる。
	▲	金融業（副支店長）	・物価上昇に加えて、米国の関税政策により先行きは不透明であるため、景気はやや悪くなるとみられる。
	▲	税理士事務所	・融資の返済により資金繰りが不安定になり、積極的な活動を控える企業が増えてくるとみられる。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
	○	—	—
(四国)	□	職業安定所（求人開発）	・賃上げへのプレッシャーに加えて、人件費や原材料価格、エネルギーコストの高騰を不安視する声が聞かれ、先行き不透明な状況が続くとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きに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、当面継続するとみられる。
	▲	人材派遣会社（総務部長）	・人手不足が解消されない限り、景気は良くなるないとみられる。
	▲	求人情報誌（営業）	・一部の人気業種を除いて、人員不足が続いており、事業の成果や売上への影響がみられる企業が多く、根本的な改善の見込みはない。
	▲	求人情報誌制作会社（経営者）	・異動時期も落ち着き、求人が減少するとみられる。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価上昇により、消費が減少するとみられる。