

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（代表者）	・インフレの状況にもよるが、株式市場の好調が続く間は個人消費は安定する。新N I S A等の影響で個人の株式市場参加は増大を続ける。大きな時代変化のなかで可処分所得をどう確保するか、株式市場と個人消費の関係は重要性を増している。
	○	スーパー（店長）	・秋の観光、行楽シーズンの到来により、今より更に人流が活発化する。
	○	スーパー（企画担当）	・今年度も商品の値上げは継続しており、今後來客数の増加以上に売上が増加する。
	○	コンビニ（総務）	・前年の秋口は売上が減少した。今期は前年に比べて堅調であり、芸術祭の秋開催も始まることから売上は増加する。
	○	通信会社（営業部長）	・新サービス、新商品などにより売上は増加する。
	□	商店街（代表者）	・秋冬向けのイベントを予定している。また、新たな飲食店の出店も予定されており、今後好調な状態が続く。
	□	商店街（代表者）	・年々気温が上昇しており夏季期間の来店客数が暑さの影響なのか減少している。まだ少しの期間は残暑が続くため客が活発に動く傾向にはなく、難しい状況になる。
	□	商店街（常務理事）	・国内観光の客数増加に支えられて、商店街のにぎわいや活気は継続する。ただし、地元の一般消費者は物価高に慣れてきている様子もうかがえるが、消費意欲の回復には今しばらく時間がかかる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・記念日祝いや開店などの祝い商品の予約は入ってきているが、余分な贈物は削減し節約していつている様子がみられる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価高に加え、商品の継続した値上げで、消費者の節約志向は継続する。
	□	百貨店（マネージャー）	・物価高が当分継続する。
	□	スーパー（企画担当）	・日中の気温上昇により、客は日中の買物を控えているとみられる。また、集中豪雨などの急な天候変動による影響を受けている。
	□	スーパー（人事）	・賃金上昇などによる、実感ある景気回復に時間を要する。
	□	スーパー（財務担当）	・物価高による節約志向がより顕著になる。
	□	コンビニ（店長）	・最低賃金の引上げが近いが、それにより物価上昇を補う所得増とはすぐにはならないため、しばらく今の状況が継続する。
	□	衣料品専門店（経営者）	・長期の気象予報においては猛暑が続くため、秋物衣料品は苦戦する。
	□	衣料品専門店（経営者）	・まだ暑さと物価高は続くとみられるため、これから先も売上は厳しい。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・暑さが厳しいため、今後の来客数への影響を懸念する。前年が非常に悪かったので今後の回復を期待するが、客との会話からは物価高への印象が強く、今と同様に厳しくなる。
	□	家電量販店（副店長）	・物価高の影響にて節約志向が高まってきている。家電が故障するまで使用する人が多く来客数が伸びていない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・人気車種は販売停止や台数制限があるため売上増加にはつながらない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・良くなる要因も悪くなる要因もない。当面、現状のままである。
	□	乗用車販売店（役員）	・米国の関税問題等、世界情勢が不透明のため、景気がどう動くか分からない。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・引き続き県外客、インバウンド共に好調な推移が見込まれるが、今月より少し落ち着く。
	□	一般レストラン（経営者）	・今が良い状態ではないが、この状態が変わらないとみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・今後2～3か月は前年同期よりも上回っている。
	□	都市型ホテル（経営者）	・宴会を中心に飲食の動きが余り良くない。9月以後も暑い日が続く予報であり猛暑と物価の上昇もあり外出控えがしばらく続く。

	□	タクシー運転手	・客の状況に大きな変化はみられない。猛暑が続き外出を控える人が多く、家計も厳しい状況が続いていると客から聞いている。クルーズ船の寄港もあるが、タクシー利用者はごく一部であり、売上に影響はない。
	□	通信会社（支店長）	・他社も含め料金プランの見直しが行われているが、格安スマートフォンへの移行が急激に伸びているような状況にない。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数は安定してきているが、値上げの影響もあり単価は伸びていない。
	□	観光遊園地（主幹）	・周辺で大きく変わる要素はないが、インバウンドなど大阪・関西万博終了に伴う影響を注視する必要がある。
	□	競艇場（マネージャー）	・秋になると、気温も過ごしやすくなり、屋外の遊興にも客足が向く。
	□	設計事務所（所長）	・建設業関係業者は、売上が好調である。しかし賃金へ反映されておらず、生活への反映には時間が掛かる。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・例年どおり年末に向けて注文が増加する。ただし、閉業した取引先があることから、その分注文が減少する。
	▲	スーパー（店長）	・買上点数が減少傾向にある。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高が続く不安は大きい。
	▲	コンビニ（店長）	・来客数減少に歯止めがかからない。
	▲	コンビニ（商品担当）	・急激な気温の上昇、猛暑で米や野菜の生育に不安があり、飼料にまで影響すると農産、畜産が厳しい。
	▲	家電量販店（店員）	・買換え需要が一段落し、価格上昇の影響で売上は減少する。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・夏商戦と年末商戦の間であり、売上は少し減少する。
	▲	旅行代理店（部長）	・政局不安や物価高騰等の不透明感がある。
	▲	美容室（経営者）	・9月、10月は客が動かない。
	×	美容室（経営者）	・最低賃金が上がるとみられ困っている。現状で値上げも厳しくて全ての商売に最低賃金を設定されても成り立たない。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・最低賃金引上げによる所得の増加が全国的に起こり、購買力の増加につながる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・秋に向けて住宅着工件数が大幅な増加基調に向かっている。受注量の回復に期待している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・気温上昇、また、その対応が喫緊の課題となっており、再生可能エネルギー、温暖化ガス削減に関する事業においては追い風が吹いている。
	○	金融業（副支店長）	・物価高騰が一巡し、社会全体が慣れてきており、消費が上向いている。
	□	食料品製造業（経営者）	・最低賃金が大幅に上がり、価格に転嫁できないため、更に原価率が上がり利益が圧迫される。
	□	繊維工業（経営者）	・製造段階での加工賃上げラッシュや人件費高騰の要因があり、一部商品を今年末に値上げ予定である。現状は売上は順調であるが、今後値上げによる販売数減少により売上が減少するとみられる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・為替変動により資材も高騰したままであるため、価格転嫁していかないと利益を出しづらい。卸売業や小売業は値上げ受入れに消極的なので値上げを実行しづらい。
	□	化学工業（所長）	・物価上昇が収まらない不安感から景気が回復する可能性は低い。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・米国の関税による影響や地政学的リスクの高まり等により、先行きの不透明感が増すなか、世界経済は下振れする。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・米国の関税の先行きに不透明感や相変わらずの円安、物価高に改善の兆候がみられない。
	□	建設業（経営者）	・今の状態が急激には変わらない。
	□	輸送業（経営者）	・我々中小企業では金額をなかなか変えることは難しい。
	□	通信業（企画・売上管理）	・当月並みの推移を見込んでいるが、実態としては前年比では100%を切ることになる。
	□	通信会社（総務担当）	・受注見込みの積上げも落ち着いており、年度目標が達成するか、不透明である。
	□	広告代理店（経営者）	・アリーナのオープン後、ホテル、旅行等の観光関連の客先は多少広告販売促進費が増えている。一方、物価高もあり小売流通関連客先は低調である。全体としては変動はない。
	▲	建設業（経営者）	・利上げ予想、物価上昇等により、先行きは厳しい。
	×	—	—

雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（総務部長）	・求職者の動向や最低賃金の引上げ動向により、大きな変化はない。
	□	人材派遣会社（マネージャー）	・2～3か月の短期スパンでは変わらない。
	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	・良くも悪くも変化のきっかけがない。
	□	求人情報誌（営業）	・景気の状態を改善するための人手不足解消、高騰する人件費への対応が、中小企業にはハードルが高く、改善する見込みが立っていない。そのため景気は横ばいとなる。
	□	職業安定所（求人開発）	・中東情勢等を背景とした原油価格や米国を中心とする金融、為替市場の動きも不安材料となっている。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・今後数か月間で景気動向が大きく変化するとは考えられない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・恒常的な人手不足要因である。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・前年の実績から、求人数の増加数よりも減少数の方が多いため、厳しい。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方では中小企業しかないためその景気が浮揚しない限り厳しい。
	×	—	—