

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か月先は花見シーズンであり、売上は増加するとみられる。
	◎	通信会社（営業部長）	・年度末は最大の商戦期であり、販売数は増加するとみられる。
	○	商店街（代表者）	・衆議院選挙により新しい政府の経済対策が前向きに進み、消費者の購買意欲が多少上昇するのではないかとみられる。また、春のイベント等もかなり準備されており、来客数も多少は多くなってくるとみられる。
	○	一般小売店【生花】（経営者）	・単価の高くないお手頃価格の贈答商品の予約が増えてきている。
	○	スーパー（店長）	・新政権による物価対策の効果が出て、消費が上向いてくるとみられる。
	○	スーパー（人事）	・衆議院選挙後の政策により、暮らしは良くなるとみられる。
	○	コンビニ（店長）	・物価高騰に対する政府の生活支援政策に基づいた自治体単位での事業が実施され、消費が増えるとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・物価高対策により、やや良くなるとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・新生活準備や季節商品の売上が増加するとみられる。
	○	観光型旅館（経営者）	・3月は繁忙期のため、現在の予約状況からすると悪くはないとみられる。
	○	タクシー運転手	・異動の時期で動きがあり、四国遍路の予約が3月から少しづつ入っているため、現状より良くなるとみられる。
	○	通信会社（営業担当）	・現在は来客数も落ち着いており、安価なプランを希望する傾向は今後も変わらないとみられる。例年同様、新生活シーズンによる来客数の増加により、やや良くなるとみられる。
	○	競艇場（マネージャー）	・4月から場外時の売場が新設稼働するため、来客数が増加するとみられる。
	○	美容室（経営者）	・3月に向けて、行事やイベントがあるため少し良くなるとみられる。
	□	商店街（代表者）	・日本経済の成長とともに地方経済が成長することが理想であり、そうしなければ地方の過疎化は進む一方である。都市部に進学した若者は、ほとんど地元に帰ってこない。地方都市が活気を取り戻すことは容易ではない。我が国が資源国となることや地方への企業誘致が不可欠である。
	□	商店街（代表者）	・衆議院が解散し政治が不安定な状況である。経済政策が未定のため、消費行動が鈍い状況が継続していくとみられる。
	□	商店街（常務理事）	・政治次第ではあるが、積極財政が進められることから景気の先行きは明るいとみているが、実際の消費行動はしばらくは上向かないとみられる。
	□	一般小売店【文具店】（経営者）	・売上は例年どおりである。ただし、今後2～3か月先については、原材料費の上昇や中国の影響、人材不足、人件費の高騰など不透明な点が多い。4月以降は、例年どおり前年と変わらないとみられる。
	□	百貨店（マネージャー）	・衆議院の解散により、今後の先行き不透明である。
	□	スーパー（店長）	・衆議院選挙が終了し、新たな政策が打ち出されるまでは大きな変化はない。
	□	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇が続くことが分かっており、売上は堅調に推移するが、来客数や購入点数、利益については厳しい状況が続くとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・依然として先行きは不透明である。
	□	スーパー（財務担当）	・消費者は、物価高への対策としてポイントの付く日に集中的に買い物をすることから、それ以外の日は売上が減少する状態が続いている。
	□	コンビニ（店長）	・消費税減税のような客の気持ちが大きく変化するような状況にならなければ、状況は変化しない、又は悪くなるとみられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・野菜の値上げも予想され、更に商品単価が上昇するとみられる。

□	コンビニ（総務）	・売上は前年同水準若しくは超えると想定している。更に売上が改善できるような環境の変化はないとみられる。
□	衣料品専門店（経営者）	・直近4～5か月の傾向として、以前に比べて来客数が減少している。商品単価の上昇に対して地方の賃上げが限定的であるため、厳しい状態が続くとみられる。
□	家電量販店（副店長）	・半導体不足の問題や2027年度からは家庭用エアコンの値段が上昇することが話題になっていることから該当商品の売上は期待できるが、それ以外の商品で売上が上昇する要素はないとみられる。
□	乗用車販売業（営業担当）	・車種によっては販売停止が続いていることから、金利が下がらないとみられる。
□	乗用車販売店（従業員）	・決算期ではあるが、税制改正に伴う買い控えを懸念する。
□	乗用車販売店（役員）	・物価上昇の影響は受けつつも、個人消費は底堅く推移するとみられる。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・売上は比較的好調に推移しており、直近の状況も悪くない。来客数が大きく減少する理由も特段見当たらぬため、現状維持であるとみられる。
□	一般レストラン（経営者）	・来客数が少し増加しているため、向こう3か月の来客数も増加する。
□	旅行代理店（部長）	・衆議院選挙の結果により判断したい。
□	タクシー運転手	・2～3か月先の状況は変化がないとみられる。客も少しずつは増加しているが、自由に使える賃金が少ないという声が多い。衆議院解散により、夜間の客は少なくなっている。
□	観光遊園地（主幹）	・現在と同様の傾向が続くとみられる。
□	設計事務所（所長）	・建築単価は上昇し続けるとみているが、それが利益にはつながらない。原材料の単価も上昇するため、利益が出にくい。
▲	スーパー（統括担当）	・物価高の影響が大きいと多くの客から聞いている。
▲	都市型ホテル（経営者）	・2月に全国展開の宿泊特化型ビジネスホテルが新規開業し、影響が出るとみられる。
▲	美容室（経営者）	・来客数や単価が減少しているとみられる。
×	衣料品専門店（営業責任者）	・為替変動、物価高、金利の上昇が重なっており、非常に厳しい状況に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）
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）
	○	電気機械器具製造業（経営者）
	○	電気機械器具製造業（経理）
	○	不動産業（経営者）
	□	食料品製造業（経営者）
	□	繊維工業（経営者）
	□	木材木製品製造業（営業部長）
	□	化学工業（所長）
	□	鉄鋼業（総務部長）
	□	建設業（経営者）
	□	輸送業（経営者）

	□	通信業（企画・売上管理）	・オリンピックなどの影響も踏まえた各種キャンペーンに伴う広告費の増加を期待するが、前年並みに落ち着きそうである。
	□	通信会社（総務担当）	・年度内の受注案件も上積みではなく、計画どおりに推移している。
	□	金融業（副支店長）	・物価上昇に慣れが生じており、消費も特に影響を受けることがないとみられる。
	□	広告代理店（経営者）	・日中関係の影響はありながらも、旅行、ホテル等の観光関連の販売促進は依然として増加傾向である。一方、物価高により小売流通関係の販売促進は減少傾向である。したがって、全体としては余り変わらない。
	□	税理士事務所	・景気が悪くなる要因に改善の見込みがない。
	▲	—	—
	×	—	—
	◎	—	—
	○	人材派遣会社（オフィス責任者）	・人手不足が深刻で、求人数は微増の見込みである。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・春休みによる学生バイトの求人数が増加するとみられる。
雇用関連 (四国)	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方は停滞しており、ここ2～3か月は低調のまま変化がないとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人数の推移に目立った動きはみられない。特に事務職の求人については徐々に減少傾向である。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の人手不足が継続している。
	▲	人材派遣会社（総務部長）	・求職者の動きや最低賃金の引上げが景気を悪くするとみている。
	▲	求人情報誌（営業）	・物価高により、利益が圧迫されている中小企業では、求人においても好条件を提示できないため、採用難が長引くとみられる。
	▲	職業安定所（求人開発）	・世界情勢の不安定化や日中関係の影響に加え、為替変動による輸入コスト増加が懸念される。
	×	—	—
	○	—	—
	○	—	—
	○	—	—