

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)	◎	＊	＊
	○	百貨店（企画担当）	・ ショップのリニューアルにより売上の増加が見込まれる。
	○	スーパー（店長）	・ 先般行われた観光関連の調査において、当地が総合第1位となった。秋の行楽シーズンに入り、県外からの観光客が増加すると見込んでいる。
	○	コンビニ（店長）	・ 現在売上は好調であり、今後も継続することが見込まれる。客の様子も明るく、物価高の影響はない。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ インバウンドの需要は見込めないが、日本人観光客も購買意欲が出てきている。
	○	タクシー運転手	・ 秋は遍路の仕事が入ってくるため、今より良くなる。全体的には、現状維持で推移するとみられる。
	○	通信会社（営業部長）	・ お盆や帰省時期に合わせた来客数増加が見込まれる。
	○	美容室（経営者）	・ お盆に帰省客が増えるため、客も増加するとみられる。
	□	商店街（代表者）	・ イベントへの来外客は多い。しかしながら、消費者の不安が募る状況もあることから、現状で推移していくとみられる。
	□	商店街（代表者）	・ 中東情勢の影響により、原油価格の上昇等が続いている。顧客の買い控えが進んでいる。
	□	商店街（常務理事）	・ 観光客の増加で、飲食店や土産物店は今後も好調を維持する。物販店等、地元客が主な顧客の店舗は、生活防衛からくる顧客の慎重な消費行動により、しばらくは厳しい状況が続くとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・ 一部の商品は客からの問合せは多いが、入荷予定が不明であり、売上が減少している。物価や人件費の上昇等を販売価格に転嫁できず、利益も減少している。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 必要性が高いものについては予約が入ってきている。しかしながら、節約できるものは、安価なものであっても、直前まで悩んで予約をせず購入する傾向が続くとみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・ 生活防衛意識による節約志向が当面続くとみられ、買上点数の伸び悩み傾向は今後も続くとみられる。
	□	スーパー（店長）	・ 大幅な伸長は当地では見込めないとみられる。
	□	スーパー（企画担当）	・ 中東情勢の影響により、仕入原価や物流コストなどは上昇が続いている。消費者マインドは冷え込んでいる。
	□	スーパー（企画担当）	・ 競合条件は落ち着いてきており、販売単価の上昇は継続しているため、売上の増加が見込まれる。経費、人件費の上昇は大きく、利益面において影響があるとみられる。
	□	スーパー（財務担当）	・ 1品単価の上昇がこれからも続き、来客数の減少を補っていくとみられる。
	□	スーパー（人事）	・ 株価や為替変動、中東情勢の影響等により、先行きが読めない。
	□	コンビニ（店長）	・ 来客数の回復が見込めない状況が続いている。商品価格の改定が続いており、客は余分な購買はしない傾向である。また来店頻度の低下がみられる。
	□	コンビニ（総務）	・ 芸術祭の反動で、前年比での苦戦が予想されるが、全体に及ぼす影響はそこまで大きくないとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	・ 例年お盆を境に厳しくなってくる。また、残暑も厳しいことが予想されるため、状態はこのまま継続するとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・ 客からは経済状況が厳しいという話を聞く。また、物価上昇を気にする客も多い。改善する気配を感じない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・ 景気回復の要因がなく、しばらくは現状のままとみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・ 価格や金利の上昇により、購入を見送る客が増えていることから、大きな回復は期待できない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ 秋にイベントがあるため、良くなるとみられる。
	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・ 来街者数が多くなる時期の売上、入館者数は見込める。しかしながら、大きなイベントがない9～10月頃は現在と変わらない状況とみられる。
	□	一般レストラン（経営者）	・ 例年9～10月は来客数が伸び悩むが、前年は猛暑のため秋口から客足が伸びた。今より来客数が増加することはないと思うが、現状程度で推移するとみられる。

	☐	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・暑さもまだ続くため、家での調理よりも外食で済ませようと考える人も多いとみられる。
	☐	都市型ホテル（経営者）	・先行きの見通しがたたない。
	☐	タクシー運転手	・8月はイベントがあり、数日間は忙しくなる見込みであるが、状況は大きな変化がないとみられる。客からは、小遣いがカットされたという声を聞く。
	☐	通信会社（営業部長）	・数か月では変化はないとみられる。
	☐	通信会社（営業担当）	・来客数は安定している。廉価品をメインに購入も増え、相乗的に安価な携帯関連商品やサービスの販売につながっている。
	☐	観光遊園地（主幹）	・屋外施設のため、猛暑の影響を受ける可能性はある。しかしながら、イベントやインバウンドが好調に推移しており、現状を維持できるとみられる。
	☐	美容室（経営者）	・新規客は少なく、既往の顧客中心の営業となっている。大きな変化はないとみられる。
	☐	設計事務所（所長）	・受注量は今年度分は確保できている。建築費の高止まりの状況がこれからも続くともみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・買い控えは続くともみられる。
	▲	コンビニ（商品担当）	・中東情勢の影響による食料品の価格上昇に加え、猛暑による作物への影響で来期以降も価格が上昇するとみられる。
	▲	家電量販店（店員）	・値上げの情報が増えてきている。ボーナス商戦が終わると買い控えが起こるとみられる。
	▲	家電量販店（副店長）	・夏物商材の先取りの影響もあり、9月以降影響が出てくるとみられる。
	▲	乗用車販売店（役員）	・中東情勢等に不透明感がある。
	▲	観光型旅館（経営者）	・猛暑の影響で8～9月の集客は低調である。10～11月は例年好調であり、涼しくなってから人流は動く気配がある。
	▲	旅行代理店（部長）	・人件費の上昇や物価上昇により、法人需要が減速する。
	×	衣料品専門店（経営者）	・価格の上昇により、買い控えがある。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—
	○	繊維工業（経営者）	・現状の受注傾向が秋口までは続くともみられる。特にネットでの注文が増加している。買物の利便性と併せて、猛暑や雨天など天候に関係なく自宅で注文できるなどの点で今後も増えていくとみられる。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・6～8月に値上げが実施でき、原材料価格の高騰の価格転嫁が少し進んだ。依然として原材料価格の上昇が進んでいるため価格転嫁を再度実施しないといけない。今後の値上げは難航するとみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・再生資源を開発しているが、段々と企業、特に行政が興味を持ち始めている。現在の経済情勢に困っており、良くなりたいという気持ちを持つ人が多い。
	☐	食料品製造業（経営者）	・中東情勢や為替変動の影響にて原材料、資材、包材の価格上昇が続くことが見込まれる。全てを価格転嫁できず、利益への影響が懸念される。
	☐	化学工業（所長）	・先行受注の反動が秋口から始まるため、全体での景気は変わらないとみられる。
	☐	鉄鋼業（総務部長）	・特に大きな変動要因はないとみられる。
	☐	一般機械器具製造業（経理担当）	・関税や中東情勢の影響等、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）	・関税や中東情勢の影響がある中、国内において大きく変わるような要因がみられない。
	☐	通信業（企画・売上管理）	・今より良くなるような特筆すべきトピックはない。
	☐	通信業（総務担当）	・長期的な案件の動きがみられない。
	☐	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連の仕事は少し増えている。しかし、多くの客先は原材料価格の高騰もあり、販売促進広告については慎重である。また、ある会社は、販売促進広告費を9月以降大幅に削減傾向である。全体としては、余り変わらないとみられる。
	☐	税理士事務所	・状況が回復する要因が見当たらない。
	▲	食料品製造業（商品統括）	・地震の影響で野菜の一大産地でもある九州からの出荷停滞が予測される。食品業界としても減産、遅延の発生が見込まれる。

雇用 関連 (四国)	▲	木材木製品製造業（営業部長）	・中東情勢の影響を受け、各住宅メーカーが販売価格を値上げしている。販売棟数の減少が懸念される。
	▲	建設業（経営者）	・建設、住宅市場共に、動きが鈍い。資材価格の高止まりや金利の上昇が要因である。
	▲	建設業（経営者）	・公共事業も民間工事も見通しが暗い。
	▲	輸送業（経営者）	・株価下落の影響が懸念される。
	▲	金融業（副支店長）	・中東情勢の影響、金利や物価上昇の影響が継続し、販売等が抑制されるとみられる。
	▲	不動産業（経営者）	・中東情勢の影響が長期化するとみられる。
	▲	広告代理店（経営者）	・原材料価格の上昇分を販売価格へ転嫁することが困難である。
	×	—	—
	◎	—	—
	○	人材派遣会社（マネージャー）	・8月は季節商材の需要が多く、レジャーや設備投資などで良くなるとみている。
	○	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（オフィス責任者）	・最低賃金引上げにより、引き続き人件費は上昇していくが、その全てを価格転嫁ができない状況が継続する。
	□	人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金引上げの影響がある。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・全体的には横ばいであるが、製造系以外の職種については、従来問題なく内定を獲得できていた企業でも、前々年辺りから難易度が上がっているようにみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・地元企業の人手不足感は続いている。一方で企業収益、物価上昇等による影響は不透明である。当面、横ばいとみられるが先行きは不透明感が出てきている。
	▲	求人情報誌（営業）	・全業種で、仕入れ、原価、人件費が上がっているが、その分を売上金額に転嫁できておらず、利益を圧迫している。大きな打開策や改善が見込めないため、その傾向はしばらく続くとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中東情勢の影響が不透明であり、地方にも影響が出てくるとみられる。
	×	職業安定所（求人開発）	・中東情勢と為替変動の先行きが見えないため、原価上昇分を販売価格に転嫁すると、今度は消費が減少するという悪循環になっている。