

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）	・季節商材の需要は伸び悩んだが、前年より涼しくなる時期が早まり、衣料品や雑貨を中心に秋物の動きが良くなるとみられる。
	○	百貨店（企画担当）	・リニューアルオープンするショップがあるため、良くなるとみられる。
	○	スーパー（店長）	・秋の観光シーズンに入り、更に来客数の増加が見込まれる。
	○	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇は継続している。来客数が減少しない限り、売上は安定して推移するとみられる。
	○	コンビニ（総務）	・芸術祭の反動があり、8月は非常に苦戦している。3か月後の芸術祭秋会期は期間が短いため、影響は8月に比べ少なく、改善するとみられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新規客が増加している。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先はイベントがあり、大量に商品が動くので、良くなるとみられる。
	○	通信会社（営業部長）	・新商品の発売があれば、売上が増加する可能性がある。
	○	設計事務所（所長）	・大手や県外の建設会社などからの設計協力依頼が増加しており、断るケースが出てきている。
	□	商店街（代表者）	・今後も物価上昇が続くため、消費者マインドの改善は難しいとみられる。
	□	商店街（代表者）	・しばらくは物価高が続くとみられ、客の行動も活発になりにくい。金利は上昇傾向にあるが、儲かっている人とそうでない人の2極化が顕著になってきている。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・仕入商品に関する値上げの連絡があった。今年で2～3回目の値上げとなるメーカーもある。品物はある程度入ってくるとみているが、大幅な値上げが予定されている。今後数か月については、どんな状態になるのか見通しが立たない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・商品の値上げが続き、家計にも大きく響いてきている。このまま節約志向が続くとみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・今後も物価上昇や実質賃金の伸び悩みによる節約志向が続く一方、大幅な景気後退を示す動きも見られず、消費者の購買行動は当面横ばいで推移するとみられる。催事や新規企画による一時的な販売増加は期待できるものの、基調としての来客数、客単価に大きな変化はないとみている。周辺の商況や取引先の状況からも、急激な好転や悪化の兆しはみられない。先行きの景気も現状とほぼ同水準で推移するとみられる。
	□	スーパー（人事）	・為替、物価上昇、中東情勢など不安定な要素があるため、見通しが立たない。
	□	コンビニ（商品担当）	・米や輸入肉価格、また物流費増加といった価格の上昇要因は、短期間では解消しない。同時に、客が購入品数を抑える生活防衛の姿勢も定着しており、消費意欲が回復する材料が見当たらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・猛暑により厳しい状態が続いている。今後も残暑が続くため、当面は現在の状況が続くとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・暑さや災害、物価上昇の話題が多く、購買意欲の低下がみられる。暑さも続き、心理的に不安なことが多く、景気が回復する要因がない。
	□	家電量販店（店員）	・価格の上昇が続いているため、大きな伸びは期待できないものの、必要な物は購入するという状況は変わらないとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・景気が良くなる要素はない。下期より一部の商品は、値上げが発表されており、先は見えていない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・現時点では景気回復を後押しする要因もなく、しばらくは現在の市場環境が続くとみられる。
	□	乗用車販売店（営業担当）	・人気車種の受注停止が続くなか、車両価格や金利の上昇により買換えに対する負担が増加しており、慎重な購入動向が続くとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・受注見込みや来客数に大きな変動なし。

	□	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・10月以降も週末の集客が大きく減る要因は見当たらず、近隣で県主催のイベント実施などがあることから、集客が期待できる。
	□	観光型旅館（経営者）	・予約状況に鑑み、災害等がなければこのままよい状況が続くとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	・物価の上昇、消費税、最低賃金引上げ等により、経済環境の先行きが不透明である。
	□	タクシー運転手	・猛暑が続いており、人出が少ないため良くならない。タクシーは、65歳以上の高齢者の雇用が増加している。営業車両の台数については、廃業、インボイス制度、75歳定年等により20年前と比べて半分程度まで減少しているが、客の需要に対応できている状態である。
	□	通信会社（営業部長）	・賃上げが続いているが物価上昇も続いている。
	□	通信会社（営業担当）	・来客数に大きな変化はないが、物価上昇の影響がある。下見の客も増加しており、購入や契約に慎重になっている。
	□	観光遊園地（主幹）	・インバウンドが好調であることに加え、秋の行楽シーズンに大型連休もあることから、一定の来客が見込まれる。
	□	美容室（経営者）	・10～11月はイベントも少ないため、変わらないとみられる。
	▲	商店街（代表者）	・15年掛けてようやく再開発の一部であるホテルが完成したが、オープンが目途が立っていない。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・前年と同じ金額の商品にするか、もう少し安い商品で済みますかを考えて予約をする客が多くなってきた。
	▲	スーパー（財務担当）	・年末までは節約志向が続くとみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	・販売単価の上昇は続いているが、販売量が減少傾向である。財布のひもが固くなっていると感じる。
	▲	コンビニ（店長）	・飲料などの季節商材が落ち着けば、客も冷静に買物をするようになり、節約志向になるとみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・例年9～11月は、閑散期である。今年も前年と同じくらい暑かったため、11月辺りから客足が戻ってくる。
	▲	旅行代理店（部長）	・中東情勢の影響により、景況感は悪化する。
	▲	美容室（経営者）	・10～11月は毎年売上が落ちる傾向がある。
	×	コンビニ（店長）	・9月にはまた商品価格の改定が多く予定されており、更に購買意欲の低下、生活防衛、買い控えにより状況悪化は避けられないとみている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇が止まらない。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	・利益は確保しやすくなっている。しかし、消費者の購買行動の価格に対する目は一段と厳しくなっており、安易な値上げは行いにくい状況にある。
	○	繊維工業（経営者）	・今後も受注は活発に推移すると考えるが、来月から一段と加工業者からの値上げが予定されている。小売価格への転嫁にも限界があり、今後人件費の高騰も併せて採算的に厳しくなるとみている。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・下期は受注状況が改善するとみられる。価格改定も完了して業績は回復する見込みである。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・中東情勢の影響による資材価格の上昇については、販売価格に転嫁することができたが、大きく利益を出す水準ではない。しばらく値上げ交渉はできないが、粘り強く対応していく必要がある。
	□	食料品製造業（経営者）	・中東情勢や為替の影響により、原材料、資材、商品の仕入コストの上昇が継続する。コストの上昇分全てを販売価格に転嫁できず、利益が圧迫されることが予想される。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・回復はもう少し先のようにみられる。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・中東情勢や為替の動向について、大きな変化がみられない。
	□	建設業（経営者）	・取引先の動向からも、大きく変わることはないとみられる。
	□	建設業（経営者）	・今の状況が2～3か月では変わらないとみられる。
	□	輸送業（経営者）	・大きな変化がなく、このままの状態で推移するとみられる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・大きく変化するトピックは現状ない。
	□	通信業（総務担当）	・この2か月ほとんど動きが見られず、伸び悩んでいる。

雇用 関連 (四国)	□	広告代理店（経営者）	・中東情勢の影響によりエネルギー価格等の上昇が続き、多くの客先の販売促進広告関係は低調である。一方、旅行、ホテル関係の客先に限っては、広告は順調に推移している。また、人手不足のため採用関連の仕事は、増加している。したがって、全体として余り変わらないとみられる。
	□	税理士事務所	・大きく変わる要素が見当たらない。
	▲	化学工業（所長）	・急激に増えた需要は、価格競争に転じていくリスクを抱えているとみられる。
	▲	金融業（副支店長）	・ナフサ不足や政策金利の上昇の影響により、景気が悪化する可能性が高い。
	▲	不動産業（経営者）	・物価、建築費、金利上昇等により、今後も現状より良くなるとは考えられない。
	▲	広告代理店（経営者）	・状況が好転する材料がない。
	×	—	—
	◎	—	—
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・繁忙期に入り求人数は増加するとみられる。
	□	人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金引上げが将来の業界の景気を左右するとみられる。
	□	求人情報誌（営業）	・人手不足の解決策を見いだせていない。A I の導入やD X で業務の効率化を図ってはいるが、人手不足解消には至っておらず、景気は変わらないとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・大きな変化は考えにくい。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇、あるいは為替の影響について見通しがつかない。
	▲	人材派遣会社（オフィス責任者）	・最低賃金引上げに伴う人件費の増加や価格への転嫁の難しさがある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価上昇の影響がある。大きく変化する要因がないという話をよく聞く。厳しい状況になるとみられる。
	×	職業安定所（求人開発）	・商品の売上が減少しているなかで、仕入価格は上昇している。仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁した影響が表面化するとみられる。