

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<br>動向<br>関連<br><br>(四国) | ◎        | －                     | －                                                                                                                         |
|                            | ○        | 衣料品専門店（経営者）           | ・これから寒くなり、アウター購入等につながることから売上が増加するとみられる。                                                                                   |
|                            | ○        | 衣料品専門店（経営者）           | ・気候が秋めいており、単価の高い秋冬物の販売が増加する。                                                                                              |
|                            | ○        | 家電量販店（店員）             | ・ボーナスを見込んだ買換えや新生活準備で売上が増加するとみられる。                                                                                         |
|                            | ○        | タクシー運転手               | ・例年、暮れに近づくとも人の動きも良くなる。                                                                                                    |
|                            | ○        | 通信会社（営業部長）            | ・年末商戦により、一定の景気上昇の効果がみられる。                                                                                                 |
|                            | ○        | 美容室（経営者）              | ・年末に向けて客数が増加するとみられる。                                                                                                      |
|                            | □        | 商店街（常務理事）             | ・9月の大型連休を中心に、イベント参加やレジャー、街歩き、体験を中心とする消費への積極性、意欲は目覚ましく、今後も同様の消費動向が続くとみられる。                                                 |
|                            | □        | 商店街（代表者）              | ・国内観光客を中心に、インバウンドも含めて来訪客は増加している。しかし、客の自己防衛意識が働き、消費意欲が高まらない状態が続いていくとみられる。                                                  |
|                            | □        | 商店街（代表者）              | ・9月以降の食品等の値上げにより、客の負担は増加している。消費意欲は低下に向かっていくとみられる。                                                                         |
|                            | □        | 一般小売店〔文具店〕（経営者）       | ・石油関連の商品については、今年度に入り値上げが続いていたが、現状の価格は落ち着いている。ただし、今後の動向は不透明である。それ以外の商品については、価格に大きな変動はない。                                   |
|                            | □        | 一般小売店〔生花〕（経営者）        | ・繁華街においては、流行の店舗の開店が続いており、新しい人の流れができてきている。                                                                                 |
|                            | □        | 百貨店（企画担当）             | ・先行きに不透明感がある。                                                                                                             |
|                            | □        | 百貨店（企画担当）             | ・物価上昇による節約志向は根強く続くとみられ、来客数、買上点数が急に伸びる要因は見当たらない一方、大幅な悪化を示す動きも見られない。年末に向けた催事やプロモーションによる一時的な販売増加は見込まれるものの、基調としては横ばいが続くとみられる。 |
|                            | □        | スーパー（店長）              | ・今後も断続的に商品値上げが予定されており、当面今の状況が続くとみられる。                                                                                     |
|                            | □        | スーパー（企画担当）            | ・商品の値上げは10月以降も続くとみられるため、客の他店と比較購買する動きが高まるとみられる。                                                                           |
|                            | □        | スーパー（企画担当）            | ・物価の上昇に伴う節約志向が顕著になっている。                                                                                                   |
|                            | □        | スーパー（財務担当）            | ・単価の上昇が、今後も続くとみられる。                                                                                                       |
|                            | □        | コンビニ（総務）              | ・競合店の出店が多く環境面では悪化が続いている。客単価上昇で来客数の減少分を何とか補っているが、来客数が戻るための具体的な策が現時点ではみえない。                                                 |
|                            | □        | コンビニ（商品担当）            | ・消費拡大につながる要因がない。                                                                                                          |
|                            | □        | 衣料品専門店（営業責任者）         | ・消費行動が活発になる要素が少なく、厳しい状況が続くとみられる。                                                                                          |
|                            | □        | 家電量販店（副店長）            | ・販売増加となる要素がない。10月以降値上げ商品もあり、購入に対し慎重になるとみられる。                                                                              |
|                            | □        | 乗用車販売店（従業員）           | ・中東情勢についても先行きが不透明であり、当面は現状が続くものとみられる。                                                                                     |
|                            | □        | 乗用車販売店（役員）            | ・物価の上昇はあるが、賃金も上がってきている。                                                                                                   |
|                            | □        | その他小売〔ショッピングセンター〕（館長） | ・主要なコンベンションなども前年と変わらずに計画されており、現状より大きく落ちる要素は見当たらない。                                                                        |
|                            | □        | 観光型旅館（経営者）            | ・九州ふっこう応援割の影響を懸念していたが、杞憂に終わっており、現状程度で推移するとみられる。                                                                           |
|                            | □        | 通信会社（営業担当）            | ・来客数は安定しているが、廉価な商品を選択する傾向が強い。今後も物価上昇等の影響により、傾向は変わらないとみられる。                                                                |
|                            | □        | 観光遊園地（主幹）             | ・インバウンドの動きが引き続き好調であり、これまでと同程度の来客が見込まれる。                                                                                   |
|                            | □        | 設計事務所（所長）             | ・都市部での開発計画が続いており、郊外においても、製造工場への設備投資が増加している。                                                                               |
|                            | ▲        | 商店街（代表者）              | ・大型実店舗については、大きな過渡期を迎えている。                                                                                                 |
|                            | ▲        | スーパー（統括担当）            | ・買い控えは続くとみられる。                                                                                                            |

|                            |   |                   |                                                                                                            |
|----------------------------|---|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(四国) | ▲ | コンビニ（店長）          | ・コンビニを利用できる客層が減少していくとみられる。                                                                                 |
|                            | ▲ | 乗用車販売店（営業担当）      | ・今後も人気車種の受注停止が続くことに加え、車両価格や金利の上昇による購入負担増のため、買換え時期を先送りにするなど慎重な購入動向が続くとみられる。                                 |
|                            | ▲ | その他専門店〔酒〕（経営者）    | ・お中元等の時期を過ぎると、12月までは閑散期となる。                                                                                |
|                            | ▲ | 一般レストラン（経営者）      | ・例年10～11月は、飲食店の閑散期である。                                                                                     |
|                            | ▲ | 都市型ホテル（経営者）       | ・金利、物価の上昇から、節約志向が強まっている。                                                                                   |
|                            | ▲ | 旅行代理店（部長）         | ・好調なインバウンドには期待を持てるが、国内需要の低下が懸念される。                                                                         |
|                            | ▲ | 美容室（経営者）          | ・例年10～11月は低調である。また商品の値上げの影響が懸念される。                                                                         |
|                            | × | 一般小売店〔酒〕（経営者）     | ・10月からの値上げ商品が多数あり、光熱費も上がり、物価上昇に歯止めがかからない状態である。                                                             |
|                            | × | コンビニ（店長）          | ・10月からの電気料金の値上げや、商品価格の上昇等により、家計防衛のため、消費を控えていくとみられる。                                                        |
|                            | × | 衣料品専門店（経営者）       | ・物価の上昇ペースが速く、賃上げが追いついていない。                                                                                 |
|                            | ◎ | —                 | —                                                                                                          |
|                            | ○ | 食料品製造業（商品統括）      | ・食品業界の値上げが続いているが、消費税減税が予定されていることから、業界が活性化するとみられる。                                                          |
|                            | ○ | 木材木製品製造業（営業部長）    | ・販売価格への転嫁を終えたことから、業績は回復見込みで推移する。ただし、価格と金利上昇の影響による販売の減少について懸念している。                                          |
|                            | ○ | 通信業（企画・売上管理）      | ・新商品の発売により、今後通信事業者や競合他社の広告が増えることなどが期待できる。                                                                  |
|                            | □ | 食料品製造業（経営者）       | ・2026年11月より最低賃金が大幅に上がることで、電気代や原材料、資材包材の値上げが控えていることから、原価は上昇する。全てを販売価格に転嫁できず、利益を圧迫するとみられる。                   |
|                            | □ | 繊維工業（経営者）         | ・原材料の値上げラッシュが続いているため、当社も商品ごとに値上げをしており、今後は受注に影響が出ることが予想される。                                                 |
|                            | □ | パルプ・紙・紙加工品製造業（経理） | ・中東情勢の影響により原料価格が上昇しているが、販売価格に転嫁ができた。しかしながら、今後も原料価格の上昇が見込まれるため、収益は圧迫されるとみられる。短い期間での値上げ交渉は難しいため、コスト削減が必要である。 |
|                            | □ | 化学工業（所長）          | ・物価が上昇しており、消費は一旦落ち込むが、その後安定するとみられる。                                                                        |
|                            | □ | 鉄鋼業（総務部長）         | ・受注は増加するが、コストも上昇している。                                                                                      |
|                            | □ | 電気機械器具製造業（経理）     | ・物価や為替の動向に大きな変化がない。                                                                                        |
|                            | □ | 建設業（経営者）          | ・公共工事、民間工事ともに見通しが立たない状況である。                                                                                |
|                            | □ | 輸送業（経営者）          | ・中東情勢に変化がない。                                                                                               |
|                            | □ | 通信業（総務担当）         | ・下期の動向についても、大きな変化がない。                                                                                      |
|                            | □ | 不動産業（経営者）         | ・良くなる理由が見当たらない。現状のまま推移するとみられる。                                                                             |
|                            | □ | 広告代理店（経営者）        | ・多くの客先で人手不足は続いており、採用等の関連業務は増えている。一方、小売、流通関連の客先は、依然として広告費の削減傾向が続いている。全体としては余り変わらないとみられる。                    |
|                            | □ | 税理士事務所            | ・良くなる要因がみられない。                                                                                             |
|                            | ▲ | 電気機械器具製造業（経営者）    | ・先行きが不安定である。                                                                                               |
|                            | ▲ | 建設業（経営者）          | ・資材価格、人件費の上昇が収益に影響を与える。                                                                                    |
|                            | ▲ | 金融業（副支店長）         | ・物価や金利の上昇により、住宅ローンの申込件数は減少している。収益物件等の投資についても減っている。                                                         |
|                            | ▲ | 広告代理店（経営者）        | ・引き続き資材価格が上昇する。                                                                                            |
| 雇用<br>関連<br><br>(四国)       | × | —                 | —                                                                                                          |
|                            | ◎ | —                 | —                                                                                                          |
|                            | ○ | 求人情報誌製作会社（経営者）    | ・年末年始のアルバイト募集の増加が予想される。                                                                                    |

|      |   |                 |                                                                                                                   |
|------|---|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (四国) | □ | 人材派遣会社（総務部長）    | ・求職者の動向や最低賃金引上げ率により左右されるとみられる。                                                                                    |
|      | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・先行きがみえない。                                                                                                        |
|      | □ | 民間職業紹介機関（所長）    | ・A I 活用が飛躍的に進んでおり、事務職系求人数は今後も減少していくと予想されるため、全体では大きな変化はないとみられる。                                                    |
|      | ▲ | 人材派遣会社（オフィス責任者） | ・物価上昇や人件費が増加しているが、販売価格への転嫁は一部にとどまる。                                                                               |
|      | ▲ | 求人情報誌（営業）       | ・人手不足が改善する要素がなく、景気は悪化していくとみられる。人手不足に加え、最低賃金が大幅に引き上げられ、人員の多くをアルバイトやパートタイマーで賄っている飲食、流通、サービス業などの経営環境は一段と厳しさを増すとみられる。 |
|      | ▲ | 学校〔大学〕（就職担当）    | ・物価、エネルギー価格や仕入コストの上昇等によって、収益に影響が出てきている。                                                                           |
|      | × | 職業安定所（求人開発）     | ・管内の利用者は、様々な努力をしているが、物価上昇の影響により、良い状況になっていない。地域が衰退していくとみられる。                                                       |