

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）	・かなり人の移動も出てきているし、消費者も今まで自粛していた分を消費する傾向にある。第2波が発生しないことが前提になるが、今までどおりは無理だが小出しでイベントをやっているというムードもあるので、これから徐々に良くなっていく。
	○	衣料品専門店（経営者）	・都会は相変わらず厳しいようだし、全体的な雰囲気としたら厳しい感じはするが、当店のカジュアル商品に関しては、数字をみる限りまあまあ良い状態で、バーゲンセールの中という感じである。前年と比べても相当良く、このまま続いていくことを期待している。
	○	家電量販店（副店長）	・自粛要請が解除され、客の来店は徐々に通常時の状態に戻ってきている。今後3か月間が気象予報どおりに気温が高めで推移すれば、夏物商材を中心に販売が伸び、前年より期待が持てる。
	○	乗用車販売業（営業担当）	・このまま新型コロナウイルスの感染者が抑えられたら、来客数や販売数の増加が見込まれる。
	○	乗用車販売店（役員）	・車の安全装備は進化し続けており、安全な車に対する需要は継続している。また、新型コロナウイルスの件でプライベートな空間を維持できる車に対する評価も少し変わるかもしれない。
	○	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、客が外出することに慎重になっているため、現在は非常に景気が悪い。しかし、今後は改善されて、今よりは良くなると予測する。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これから夏になり、お中元時期を迎えるし、飲物も売れると予想するが、外出自粛の影響で家飲みが多くなっているため、売上がどこまで回復するかは不透明である。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・現在より良くなることを期待しているが、新型コロナウイルスの収束状況によっては逆戻りする可能性も否定できない。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの状況次第ではあるが、日常を回復しつつあるので、景気は緩やかに回復する。
	○	旅行代理店（営業担当）	・観光需要の掘り起こしを目的とする国のGo To Travelキャンペーンが開始されれば少しは回復する。
	○	通信会社社員	・緊急事態宣言が解除され、ストップしていた訪問販売を徐々に再開していく。
	○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響も回復傾向にあり、夏季商戦に向けて客の動向にも動きがみられる。
	○	通信会社（支店長）	・当地では新型コロナウイルス感染者の状況が落ち着いており、客足がやや戻りつつある。
	○	美容室（経営者）	・自粛が全面解除されてから少しずつ客が戻ってきている。
	○	設計事務所（所長）	・商店街でも若干通行量が増えてきたし、知り合いの飲食店からも徐々に客が増えてきていると聞いている。ただ、一気に元のように戻らないと予測しているところが多い。建設関係では、秋口からの設備投資がどうなるかが非常に不透明な状況である。
	□	商店街（代表者）	・まだ新型コロナウイルスの影響が出ており、ワクチンや特効薬も開発されていないため、停滞した状態で原状回復が模索されている。
□	商店街（事務局長）	・政府は経済活動を再開させたが、国内でも都会を中心に新型コロナウイルスが衰えを見せず、また、海外では依然として猛威を振っている。新しい生活様式が求められるなか、消費者はまだ慎重な行動をとらざるを得ないため、今しばらくは以前のような消費や経済環境に戻ることはない。	
□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、来街客が相変わらず少ない。底を打ち、徐々に回復傾向に向かうと予想するが、以前の状態に戻るには、まだ時間が掛かる。	
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・少しずつ客が戻りつつあるが、まだ消費行動に慎重な感じも見受けられる。お祝いやお供えなど必要なものの予約が中心になっている。	
□	百貨店（企画担当）	・景気回復にはまだ時間が掛かり、2～3か月後では十分な回復には至らない。	

□	百貨店（営業管理担当）	・短期的な回復はみられるものの、新型コロナウイルスの第2波の懸念などもあり、今後の先行きは不透明である。
□	スーパー（店長）	・ワクチン開発など新型コロナウイルスの根本的な解決に至るまでは今の状態が継続する。
□	スーパー（企画担当）	・まだ外食の機会は戻り切らず、夏休みの短縮や旅行の縮小傾向もあることから、スーパーでの消費は、引き続き高めに推移すると予測する。
□	コンビニ（店長）	・このまま新型コロナウイルスが収束し、イベントが再開されれば、何とか現状維持程度は見込めるが、第2波や第3波の懸念もあるため、先行きは非常に不安である。
□	コンビニ（店長）	・今よりは良くなると思っているが、少しでも感染が悪化方向に動けば急ブレーキとなるので、今もこの先もギリギリの状態が続いていく。
□	コンビニ（総務）	・新型コロナウイルスの影響は今後も継続し、景気の良さあしもさることながら、経済活動が元に戻るのがいつになるのか予想できない。
□	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響はあるが、多少は良くなる予想する。
□	乗用車販売店（従業員）	・中古車の輸出状況の変化を予測するのは難しいため、中古車相場や下取り価格の設定等は、厳しい状況がしばらく続く。
□	乗用車販売店（従業員）	・量販店には客が集まりましたが、自動車の購入はまだ先になる。
□	乗用車販売店（従業員）	・少しずつ回復傾向がみられるが、通常に戻るにはまだ時間が掛かる。
□	一般レストラン（経営者）	・ワクチンが開発されるまで元どおりになることは考えにくい。
□	スナック（経営者）	・自粛解除にはなったが、当地独特の宴会がもっと開催されないと客は戻ってこない。家飲み文化が確立されつつあるので、私たちの業界は平行線をたどると予測する。
□	観光型旅館（経営者）	・今は最低の状況であり、上向きを望むところであるが、総需要が圧倒的に減っているため容易に改善しない。
□	都市型ホテル（経営者）	・新型コロナウイルスが終息しない限り、人の動きは戻らないだろう。自粛が解除されたことにより、また感染が拡大していく可能性があるため、非常に怖い状態である。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で飲み会や会社の会議が減っており、まだ人の動きは悪い。客と話をすると、新型コロナウイルスのワクチンができないと安心できないという声が多い。このため、2～3か月先も現状と変わらないと判断する。
□	通信会社（営業部長）	・緊急事態宣言が解除されて以降、新型コロナウイルスの影響は大分緩和されてきたが、6月後半になっても経済活動は戻り切っていない。感染者が発生し続けると以前のように戻らないし、来店しても長時間の説明を避ける必要があるため、商品の提案が十分できない。
□	競輪競馬（マネージャー）	・経済活動が少し動き始めたものの、まだ手探り状態である。新型コロナウイルスと共存してしていかなければならず、当面は、少し良くなりつつある状況が続くと考える。
□	美容室（経営者）	・今は客が動き始めているが、新型コロナウイルスの感染がどうなるかわからなくて何ともいえない。
▲	スーパー（財務担当）	・新型コロナウイルスの影響で内食の傾向であったが、一部は外食に戻る。ただ、失業や賃金の下落による節約志向が強まる。
▲	家電量販店（店員）	・夏のボーナス商戦も期待できず苦戦を強いられる。
×	商店街（代表者）	・街づくり、都市づくりの根本原理を大胆に再検討すべき時代がきている。この機会を、大都市に機能が集約された極めてリスクの高い社会構造を地方に分散する最大のチャンスと捉え、今後の日本にとって将来に希望が持てる街づくりの在り方を見付けるべきである。
×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・新型コロナウイルスの第2波や第3波のおそれがあるため、経済活動は戻らず、先がみえない不安で一杯だ。
×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの影響がこれから続々と出てくる。さらに7月以降は、キャッシュレス・消費者還元事業の終了、レジ袋の有料化など、客に負担を掛けることも増えてくるので、景気は良くならない。

	×	コンビニ（商品担当）	・盛夏期のイベントなども中止になってきているので、客数が伸びる要素がない。
	×	衣料品専門店（経営者）	・インバウンドも止まっており、国内需要もすぐに元には戻らないので、当面悪いと判断する。
	×	衣料品専門店（営業責任者）	・来月以降どうなるかまだ分からないが、メーカー側の生産縮小により、秋に掛けて商品量が少なくなることで売上への悪影響は避けられないと考えている。
企業 動向 関連	◎	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルスの第2波がどのような影響を及ぼすか読めないところではあるが、経済活動が開始されているので現状よりは改善すると考える。
(四国)	○	食料品製造業（経営者）	・休業要請が解除され、外食、レジャー施設等の売上が少しずつ回復していくと推測する。
	○	食料品製造業（商品統括）	・食品業界における業務向けの売り方変革により、売上は改善に向かう。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・新型コロナウイルスの影響で除菌ウェットクリーナーの需要は高いが、アルコールの仕入れ制限があるため増産ができていない。制限が緩和されれば売上は増加する。
	○	化学工業（所長）	・県外移動の自粛解除や経済活動の再開などで心理的には上向きになってる。人の移動が活発化しており消費も増えることから少し良くなると予測する。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・官民挙げて仕事を作っている感じがあり、見積りが通りやすい印象を受けている。
	○	通信業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染防止対策の緩和により、少しずつ営業活動が再開されてきた。
	○	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルスの動向次第ではあるが、感染拡大を一度経験したことで一定の対処方法も確立しており、第2波が発生しても経済への打撃は軽微と予測する。
	○	広告代理店（経営者）	・移動制限が全国的に解除されたことに伴い、客も営業を再開し、販促広告も少しだけ戻りつつある。また、国の消費喚起策であるGo To Travelキャンペーンの計画もあり、第2波がない限りは8割程度は回復すると予想する。
	□	農林水産業（職員）	・新型コロナウイルスの影響はピークを過ぎたが、国民の生活スタイルが変化し、日帰り中心の旅行や夜の飲食自粛等の状況が当面続く。農家でも次回作を花から野菜に変更したり、業務用品目から一般野菜に変更する動きがみられる。しかし、農業者の高齢化が進み、栽培品目の変更ができる農家は限られるため、品目ごとの販売環境は変化が少なくと予想する。
	□	繊維工業（経営者）	・特殊要因を除けば、小売店頭の受注状況は相変わらず厳しい。しかし、地方では3密が心配される大型ショッピングモールを避け、当社の取引先が多い路面小売店を訪問する傾向にあり、順調に推移している小売店が多い。当社だけでなく、取引先小売店もネット販売に力を入れているところが多くなっており、当社の受注は順調である。
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの第2波や第3波が懸念されることや、今年3月以降の自粛による生産性への影響が懸念されることから、数か月先の景気は見通しが難しい。公共事業の発注が順調に進んでいるので、大きく悪化することはないものの、競合相手の様子や地域の業況から、良くなるとは考えられない。
	□	建設業（経営者）	・売上回復の頼みは公共事業である。
	□	輸送業（営業）	・新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せず、断続的な経済活動の制約や抑制が長期化すれば、人とモノの動きが停滞し景気の低迷につながる。また、個人消費の持ち直しによる景気の回復は期待できないので、必然的に取扱物量も減少する。原油安による事業用トラックの燃料費負担の軽減は好材料であるが、取扱物量が増加しなければ仕事量が減り、従業員の就労状況の悪化につながることを考えると非常に深刻である。
	□	輸送業（経理）	・依然として新型コロナウイルスの影響による国内物流の鈍化が懸念される。また、需要減少や販売不振による供給側の生産調整などの影響も懸念される。しかし、人の流れが以前のようになるにつれて、景気の回復が徐々にみられると考える。
	□	税理士事務所	・新型コロナウイルスの収束の見通しが全く立っていない。
	▲	*	*

	×	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの住宅契約数が良くなっておらず、受注量の回復は見込めない。新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのかも不透明である。
	×	鉄鋼業（総務部長）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのか全く予想できない。
	×	一般機械器具製造業（経理担当）	・新型コロナウイルスの収束時期やその後の経済への影響は計りかねる。
	×	輸送業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響により先がみえない。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業）	・感染予防対策の実施を前提に開放感が出てきているが、まだイベント等の実施や集客には積極的になれない状況が見込まれる。そのため、公共交通の利用もまだ本来の状態には至らない状況である。
	○	人材派遣会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響次第ではあるが、徐々に依頼件数が戻りつつある。
	○	職業安定所（求人開発）	・新型コロナウイルスの影響で、休業している事業所からの雇用調整助成金の相談が多数あり、人員整理を実施する事業所も出てきている。しかし、緊急事態宣言が解除となり、県外への移動等も可能となり、今後の状況は緩やかに改善していくと考えられるので、2～3か月先は現状よりはやや良くなる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新型コロナウイルスの影響が長期化する。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・徐々に経済活動が活発になり、一部の分野では回復しつつあるが、まだ楽観視できない。
	▲	求人情報誌（営業）	・大きな打撃を受けた飲食、サービス、観光とその周辺企業では景気がかなり悪化するが、大きな影響を受けていない製造業では操業に変化がなく、扱う商品によっては需要の高まりで好況の企業もあるため、全体的にはやや悪くなる程度と推測する。
	▲	求人情報誌製作会社（従業員）	・飲食や観光業界の景気が戻らず求人がほとんどない。また、売上は回復しつつあるにもかかわらず第2波を警戒してなかなか増員に踏み切れない企業が多い。
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの影響を受けて、広告業界、特にイベント部門は大きく落ち込む。
	×	職業安定所（職員）	・失業者の増加と求人の減少が予想され、就きたい仕事に就くことができない人が増える。
	×	民間職業紹介機関（所長）	・高校の就職担当者から、今年は就職試験が1か月遅くなったので、就職希望者全員が内定をもらえるか不安という声を聞いている。短大や大学も同様の状況のようである。