

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (四国)	◎	－	－	－
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、販売量は増加してきているが、前年比では依然として減少しており、回復には時間が掛かることが予想される。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの第2波がほぼ収束に向かっている。県内でも新規感染者がしばらく出しておらず、商店街への来街者が戻ってきている。また、9月の大型連休では、Go To Travelキャンペーンの影響で県外から多くの観光客が訪れており、夜の街にもぎわっていた。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・週末は少しずつ来客数が増えてきたが、平日は以前と変わらず人通りも少なく来客数も少ない。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・9月中旬より売上は回復基調にあり、9月の大型連休では、ほぼ前年と同水準まで売上が伸びた。
	○	百貨店（販売促進）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの影響もあり、客の動きが活発になっている。
	○	百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・イベント行事の再開やGo To Travelキャンペーンの効果等により、9月後半頃から来客数に戻りが見られた。しかし、高齢者層の外出自粛傾向は変わらず、前年並みの回復には遠い。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・9月の大型連休における家庭内食材料の販売が好調に推移した。
	○	スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店が閉店した地域は、特に客が集中して、売上や利益率が改善している。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・9月の大型連休以降に、来客数の増加に伴い売上回復がみられた。しかし、たばこの増税に伴う一時的な売上増加も含まれており、手放しでは喜べない状況には変わらない。
	○	コンビニ（商品担当）	お客様の様子	・以前と同じ生活に戻っているわけではないが、多少は新型コロナウイルス第2波の収束の雰囲気を感じる。
	○	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・3か月前と比べると来客数は増加しているが、目的の商品のみ購入する客が多い。
	○	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・メーカーや販売店独自のキャンペーンの開催に伴い、一定の販売数を確保することができた。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・9月の新車受注状況は前年を上回る水準で推移している。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・全体的に前年の消費税増税の影響を取り戻す程度の受注を確保できている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が下火になりつつあり、客の自粛ムードも薄れている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーン等の観光復興施策により、宿泊客数は戻ってきている。
	○	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンが10月から開始される影響で受注が増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスが少しずつ収束しつつあり、昼間は街に人が戻っているが、夜はまだ飲みに出る人が少ない印象を受ける。9月中旬以降は遍路道の予約が入っているため、明るい兆しを感じる。
	○	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除以降、少しずつ経済活動が再開されている。レジャーやショッピング、スポーツ観戦等の利用者数が回復傾向にあるため、各業界の売上高は増加しており、景気は上昇傾向にある。
○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・業種によって異なるが、人の行き来は3か月前よりも増えており、都市部との往来も増えている。	
□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭、外商共に売上が前年を割っているが、下げ止まり傾向にあり、底は脱したように思われる。	

	□	一般小売店 [酒] (販売担 当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で外食控えが続いており、飲食店への納品も減少したままである。宅飲みが増加傾向にあるが、消費者はディスカウント店へ流れている。
	□	スーパー (企画 担当)	お客様の様子	・8月以降、来客数は前年並みに戻りつつある。外食自粛の影響はまだ続いているとみられ、客単価は高値で推移している。
	□	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、景気は依然として余り良くない状況である。
	□	その他小売 [ショッピング センター] (副 支配人)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、来客数は少しずつ戻りつつあるものの、前年比では7割程度である。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・6～9月の景気は横ばいといった状況である。自粛している客も多く、久しぶりに出社したという声を聞くことが多い。
	□	通信会社 (営業 部長)	販売量の動き	・販売数からみると、新型コロナウイルスの影響はほぼ感じられなくなってきており、前年と比べても大差はない状況である。
	□	美容室 (経営 者)	来客数の動き	・元々9月は客の動きが鈍い月だが、今年は新型コロナウイルスの影響もあり、更に売上が落ちてる状況である。
	▲	商店街 (事務局 長)	販売量の動き	・街に人が戻り、活気は出てきたが、高齢者は相変わらず外出を控える傾向にあり、消費が力強いとはいえない。
	▲	スーパー (財務 担当)	単価の動き	・外食から内食への需要の変化は継続しているが、その度合いは徐々に鈍りつつある。
	▲	コンビニ (店 長)	来客数の動き	・来客数は減少しているものの客単価は上昇しており、前年比でみれば売上はほぼ横ばいである。目的の商品以外の品物を購入する客が減少している。
	▲	コンビニ (総 務)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で景気の動向は余り変わっていない。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・季節の変わり目で気温の変化もあり、9月下旬頃から比較的値段の高い商品が少しずつ売れ始め、明るい兆しを感じている。
	▲	衣料品専門店 (営業責任者)	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除された6月以降、徐々に売上が減少してきている。前年度の消費税増税による駆け込み消費の反動もあり、今年度は売上が前年比で40%近く減少する見込みである。
	▲	家電量販店 (店 員)	販売量の動き	・季節商材の販売も一段落し、全体的に販売量が減少してきている。
	▲	都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・宿泊部門については、Go To Travelキャンペーンによって、個人の客の動きが出てきた。しかし、団体客に関しては全く動いておらず、宴会等の大人数での飲食は自粛ムードが続いており、依然として非常に悪いという状況である。
	▲	美容室 (経営 者)	お客様の様子	・来店を控える年配の客が依然として多い。
	×	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・地元資本のスーパーや量販店が、県外大手資本店との競合により次々と閉店し、中心街に住む人まで買物弱者になりつつある。
企業 動向 関連 (四国)	◎	*	*	*
	○	農林水産業 (職 員)	受注価格や販売 価格の動き	・青果物の卸売価格は、入荷が安定基調にあり例年並みで推移している。一般消費は新型コロナウイルスの影響による内食需要の増加を受け、量販店の生鮮食料品の売上は伸びているが、業務需要は引き続き低調である。卸売価格は、近年業務需要がけん引してきたことから、飲食業界で倒産や離職者が増加している現在の状況は不安要素が強い。
	○	化学工業 (所 長)	受注量や販売量 の動き	・自粛要請がなくなってきたことや、9月の大型連休に人が動いたことにより、観光業を中心に底を脱した感じがある。また、感染対策をしっかりと行なった上で行動を促すようなニュースを目にするようになり、心理的に後押しする要因にもなっている。

	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー関連の事業においては、少しずつ新規の仕事の受注が入るようになった。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の納期の平準化施策により、例年よりも上半期の発注量が予想以上に増加していることから、受注量も相応に前年より増加している。売上や利益についてはこれからの処理状況によるが、発注量と受注量が増えていることは好ましい。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・行政からの受注が順調である。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月と比較すると売上は戻ってきているが、前年比でみると90%の落ち込みであり、かなり苦しい状況である。
	○	税理士事務所	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で客足が遠のいていた取引先の売上などに回復傾向がみられている。
	□	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に入り、小売店への客足が少しずつ戻り、受注が旺盛になっているが、スポーツタオルやホテル向けタオル、大型イベント向け商品の受注が戻っていない。8月までの産地各社の売上は前年比60%程度であったが、今月は70%程度まで回復している。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で受注量が低迷したままである。今後もしばらく現状の受注量で推移すると予想しており、回復は難しい。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先各社の試算表や決算数値に新型コロナウイルスの影響が依然として残っている。
	□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先企業の販促意欲は依然として低く、例年のイベント等の中止も続いており、販促広告は厳しい状況が続いている。
	▲	食料品製造業（商品統括）	それ以外	・残業抑制により、収入が減少する業種が増加している。
	▲	輸送業（経理）	取引先の様子	・新型コロナウイルスによる影響は依然として続いており、重厚長大の物資に関して国内物流の動きは鈍い。輸出入については、若干の持ち直しがみられるものの大きな動きはみられない。
	×	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、受注と販売量は前年比20%減少程度で推移している。
	×	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、海外工場の時短勤務や海外での商談の長期化が見受けられる。
	×	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・4～6月よりも7～9月における取扱物量の落ち込みが激しい。9月に入り、国内における新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向にあるものの、取扱物量の減少に歯止めが掛からず、企業収益の悪化が長引くなか、企業経営は体力勝負の様相を呈している。ネット通販等に代表される非対面型や非接触型購買への生活様式の変化を支持する消費者の増加は、個人向け宅配便業者を除いた商業物流業者に深刻なダメージを与えている。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大防止のための規制が少しずつ緩和され、夏場は前年比80%減少であった公共施設への客足が、前年比50%減少まで戻ってきている。しかし、集客イベントの人数制限や感染防止対策等が必要であり、まだまだ気が抜けない状況であることは変わらない。
	□	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・県内の求人倍率は低下しているが、周辺企業の求人状況を見ると極端には減少しておらず、低い水準で横ばいに推移している状況である。求人数が減少していることや、求職者数が増加してきていることで、採用に至る割合が以前と比較すると増えてきたという側面もある。
	□	職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が、様々な産業において出ており、事業所閉鎖や事業規模縮小等により人員整理を実施する事業所が4月以降継続的に発生しているが、件数は落ち着いている。

□	民間職業紹介機関 (所長)	求人数の動き	・製造業や観光業、ホテル業、ビューティ関連の業界については、依然として大幅に求人が減少している。
□	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・内定者数等の大学、短大の就職状況は、前年の同時期に比べ、依然として厳しい状況にある。
▲	—	—	—
×	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人が増えつつある職種もあるが、全体としては求人数はいまだに少なく景気が下向きである。
×	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、広告業界は依然として落ち込んでいる。都市部では回復してきていると聞くが、地方の代理店はその恩恵にあずかれない。地方では、依然として飲食業やイベント関連の落ち込みが大きい。