

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)	◎	スーパー（店長）	・今後も周りの競合店舗の閉店の影響が出てくると思うので、この先も景気は良くなってくる。
	◎	乗用車販売店（従業員）	・県内の新型コロナウイルス感染者がいなくなり、長期の買い控えの反動で来客数も増えてきた。
	○	商店街（代表者）	・行政によるG o T o キャンペーン等も始まって、にぎわい創出という気運が徐々に高まっている。また、年末には近隣の広場で、来街客が見込める大きなイベントが開かれることになっている。第3波が来ない限り、経済活動と新型コロナウイルス対策の両立がうまくできる雰囲気徐々にできている。
	○	百貨店（企画担当）	・経済活動が再開しており、今の状況が続けば、年末に掛けて景気回復の期待ができる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・大多数の人が新型コロナウイルスの影響で外出を控えており、なかなか厳しい状態が続いているが、もう少し寒くなれば、自粛の反動もあり、客の消費が多少戻ってくるのではないかと。季節型インフルエンザと新型コロナウイルスがまた流行らないことが条件ではある。
	○	衣料品専門店（経営者）	・9月の後半から少し気配が変わってきている。幸い気温も下がってきており、長期予報では冬は相当寒いらしいので、そこそこ期待できるのではないかと。
	○	乗用車販売店（役員）	・前年10月以降の落ち込みをカバーしつつ、新型コロナウイルスの影響も軽減されていくだろう。
	○	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減っているが、当県は感染者数が落ち着いてきているので、今後は景気は良くなるのではないかと予想する。
	○	一般レストラン（経営者）	・歳末に差し掛かるので、新型コロナウイルスの再流行でもない限り、少しずつは上向くと思う。
	○	旅行代理店（営業担当）	・団体関係はまだまだ厳しいが、個人の動きに期待している。
	○	タクシー運転手	・お遍路の予約が来月、再来月とそこそこ入ってきているので、これがキャンセルにならなければ今よりは良くなる。寒くなってきて、新型コロナウイルスがどうなるかによるが、このまま再拡大せずに収束に向かうようであれば、少しは良くなると思う。
	○	通信会社社員	・訪問販売は、フェイスシールドなど感染予防対策を行うことで徐々に実施している。契約獲得数をみても、3か月程度前と比べ多少増加している。
	○	通信会社（営業担当）	・来客数、購買意欲等も回復傾向にあり、冬商戦期に向けて期待している。
	○	競輪競馬（マネージャー）	・今後、秋から冬に掛けて新型コロナウイルスの感染拡大が予想されるが、並行して経済活動が徐々に回復すると予想される。現在の状況から比べれば集客力や消費力とも増加が見込まれるためやや良くと予想する。
	○	美容室（経営者）	・もう世間も新型コロナウイルスに慣れていると思われるので12月に向けて少しずつ動いてくれると期待している。
	○	美容室（経営者）	・各自で新型コロナウイルス対策をして段々と行動範囲が広がってきている。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響でどのような方向に向かっていくのかわからない状況下であるが、G o T o キャンペーン等の様々な対策で良い方向に向かうことを期待する。
	□	商店街（事務局長）	・特別定額給付金の効果が終わったことや、解雇、減給、閉店、倒産の話がよく聞かれるようになっており、保守的な消費環境が続くと思われる。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・近所の繁華街のテナントは空きが多く、夜の街に活気が戻ってきていない。新型コロナウイルスの流行前に戻るにはまだまだ時間が掛かりそうだ。	
□	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・今後冬に向かい、新型コロナウイルスと季節型インフルエンザの同時流行となれば、もっと経済が回らなくなり、この先いつまで店が維持できるか心配でしょうがない。	

□	百貨店（営業管理担当）	・大手アパレルメーカーの撤退や景気悪化による消費者マインドの更なる低下などを受けて、この先も厳しい状況が続くと思われる。
□	スーパー（店長）	・抜本的な新型コロナウイルス対策が確立され、人々の生活様式が元に戻らない限り、今の状態が継続すると思われる。
□	スーパー（企画担当）	・来客数の動きは落ち着くと推測するが、外食の状況が改善するかどうかは判断できない。
□	コンビニ（商品担当）	・新型コロナウイルスの余波がある。
□	衣料品専門店（営業責任者）	・まだ新型コロナウイルスの収束が見込めないなかで、在庫減少の要因もあり、この秋冬シーズンは現在の状況が続くと考えている。同業の多くが事業の継続に不安を抱いている。
□	乗用車販売店（従業員）	・少しずつ景気は回復してきているが、大きな期待はできない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今月は第3のビールの値上がりの駆け込み需要で少し景気は良いが、年末に掛けては余り良くないと思う。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・新型コロナウイルスについて、もっと安心できるようなニュースがなければ、現在の状況が続くと見ている。
□	観光型旅館（経営者）	・消費喚起施策により一定程度は景気が維持されるが、インバウンドが復活しないと本格回復にはならない。
□	都市型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては、個人客がGo To Travelキャンペーンでそれなりに動いている。ただ、大きな大会や学会等がないので落ち込んでくる。それと料飲部門については予約が全く伸びない状態なので、1～2か月前と同様の動きではないかと思う。
□	タクシー運転手	・通常であれば12月に入ると繁忙期になるが、今は予測が付かない。Go To Travelキャンペーン等で、9月の4連休は自家用車で県外から来る客がいたが、タクシー利用は増えていない。また、電車の乗車率も余り良くなかったし、飛行機で来る人も少なかった。10月からGo To Eatキャンペーンが始まり期待感はあるものの、余り変わらないと予測している。
□	通信会社（営業部長）	・新型コロナウイルスの影響による景気悪化も一段落して、今後は全般的に安定の方向ではないか。
□	通信会社（支店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大状況が見通せない。
□	設計事務所（所長）	・業界にもよるが、我々の建設業界は非常に先行きが不透明で、民間の設備投資がどうなるかがはっきり分からない状況である。
▲	百貨店（販売促進）	・まだまだ先行き不透明である。
▲	スーパー（財務担当）	・取り込んできた外食需要が、再び新型コロナウイルス流行前の状況に戻ってしまうと思われる。
▲	コンビニ（店長）	・目的買い以外の来客が減少し、超節約志向の暮らしが始まっており、景気が悪くなる傾向にあると感じている。
▲	コンビニ（店長）	・たばこ増税の駆け込み需要の反動は避けられず、行楽の出足が回復しないと売上回復の望みは薄い。
▲	コンビニ（総務）	・新型コロナウイルスの影響で良くなる要因が見当たらない。
▲	家電量販店（店員）	・新型コロナウイルスの影響で冬のボーナスが期待できないのか、買い控えが起き始めている。
▲	家電量販店（副店長）	・巣籠り需要等も落ち着いてきているため、大きな売上増加の見込みがない。
▲	乗用車販売業（営業担当）	・9月末で当社のキャンペーンが終了するので、新型コロナウイルスがこのままの状況であれば悪くなると思われる。
▲	乗用車販売店（従業員）	・現状の新車受注台数増加には新型車発売の効果があり、このまま増加傾向が続くとは思えない。
×	商店街（代表者）	・中心市街地活性化のため、20年かけて実現間近になっていた公共文化施設の着工が白紙化され、中心市街地と離れた場所で改めて計画が進みつつある。20年の歳月と投資が無視されるのなら、地方自治体は中心市街地復興の重要性を全く理解できていないとしか思えない。間違いなく自治体の大きな荷物となるだけの結果しか生まない。
×	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・状況が好転するとはとても思えないので不安であるが、年明けには期待している。

企業 動向 関連  (四国)	◎	電気機械器具製造業（経理）	・Go To Travelキャンペーンが全国的に提供されることが決定し、経済が活性化することが見えてきている。
	○	食料品製造業（経営者）	・首都圏を中心とする外食産業に対する営業時間短縮要請が解除され、外食向け商品の受注量が少しずつ回復すると推測している。
	○	繊維工業（経営者）	・ホテル向けはまだ時間が掛かるが、その他の需要は徐々に戻る傾向にあり、少しずつ良くなっていくだろう。ただし、一度落ちた購買力は元に戻ることは望めないで、今後は経営内容を見直し、営業社員の出張をAIでカバーするなど、経費の見直しも同時に対応していく。
	○	化学工業（所長）	・9月に入り受注も増加傾向で今後緩やかに回復していくと思われる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・地域に産業がないということを新型コロナウイルスで強く思うようになった。竹でチップを製造するバイオマス発電が目立つようになってきて、多様性が成長の推進力となることが理解され始めた。
	○	輸送業（経営者）	・前月比では売上は戻りつつあるが、前年比ではかなり苦しい状況である。
	○	金融業（副支店長）	・景気対策の効果や新型コロナウイルスへの慣れもあり、景気は一定程度は改善するものと思われる。
	○	広告代理店（経営者）	・多くの客は依然として販促広告予算の削減が続いているが、Go To Travelキャンペーンが全国で始まるので、旅行関係等の販促広告は少し期待でき、売上は少し良くなる。
	□	農林水産業（職員）	・新型コロナウイルスの予防接種薬や治療薬が流通するまでは、国民の不安解消や経済活動の回復は想像できない。依然として県外出張等は自粛している。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの契約数は回復傾向にあるが、当社の受注回復には半年程度掛かるとみている。
	□	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、除菌用ウェットクリーナーの需要は高まっているが、アルコールの仕入制限があり、受注以上の生産ができていない。また、フェイスマスクはインバウンドがなくなったことで売行きが悪い。
	□	建設業（経営者）	・年間予算のうち上半期の発注量が増えた分、下半期の発注量が減ることは自明であり、年間を通した受注量に大きな変化はないと思われる。ただし、業務実施期間の平準化が進めば、その分、生産性の向上が期待できることから、業界では相応の取組を始めているところである。
	□	建設業（経営者）	・良くなるには民間の工事がもう少し増えないと厳しい。
	□	輸送業（営業）	・新型コロナウイルスの感染拡大防止への警戒を重要視するなかで、自社で取り組むことができる即効性のある業績回復の手立てとして、取引条件の適正化推進等が挙げられる。しかし、越県移動や渉外活動自粛等の安全配慮を考慮した行動が推奨されるなか、荷主との交渉も難航する状況にあり、厳しい経営環境を打破できる見通しは一向に立っていない。同業者の置かれている事業環境も同じであり、自社都合による目先の収益を意識した運賃ダンピングにより、取引適正化の流れに水を差されることを危惧している。
	□	通信業（総務担当）	・新型コロナウイルスの第2波は感染者数に減少傾向が見受けられるが、当社を取り巻く状況においては、中小企業向けのサービスや商材の販売低迷が継続している。
	□	税理士事務所	・新型コロナウイルスの影響は減ってきたとしても抜本的な解決策がないので、警戒心が解けず現況のままを予測する。
	▲	輸送業（経理）	・新型コロナウイルスの感染者数は一時期より減少しているが、冬季に流行する季節型インフルエンザと同様に、増加するとの予想もある。そのため、一時期のように国内外共に自粛や規制が始まると生活必需品以外の貨物輸送は減少することが懸念される。
	×	鉄鋼業（総務部長）	・受注状況は更に悪化し、雇用維持のため10月から当面は月2日程度で臨時休業を実施予定である。
	×	一般機械器具製造業（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響の長期化、点在する地政学的リスク等、景気は極めて厳しい状況にある。
雇用	◎	—	—

関連 (四国)	○	人材派遣会社（営業）	・企業の営業活動における出張エリアの制限が少しずつ緩和され経済の動きも出てきた。これから気温も下がり、新型コロナウイルスや季節型インフルエンザの流行など安心できない状況のなか、ウィズコロナ対策ができる業種とできない業種で景気に格差が出てくると考える。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・Go To Travelキャンペーンや飲食店に対する営業時間短縮要請の緩和等の現状から、今後新型コロナウイルスの感染が再拡大しなければ景気は好転すると思う。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・徐々に回復傾向にはあるが、派遣の求人につながらない。
	□	求人情報誌（営業）	・求人面からみると、県内周辺企業での求人数は横ばいの状況が続く。求職者数は増えつつあるため、採用難ではなくなってきたが、事業の先行きが不透明な業種が多く、トータルでみると景気は横ばいと判断する。
	□	求人情報誌製作会社（従業員）	・新型コロナウイルスの影響により業績が悪化した企業が多く、求人数の増加が見込めない。
	□	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申請が多数あり、人員整理等を実施する事業所も出てきている。Go To Travelキャンペーン等により人の動きが若干増えてきて、今後の状況は緩やかに改善していくのではないかとされる。しかし、急激な変化はしばらくないと思われるので、今後2～3か月後の状況は現状と変わらない。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・好転する要素が見当たらない。
	▲	—	—
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの影響を大きく受け、広告業界は落ち込んでおり、前年の売上には程遠い。