

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)	◎	－	－	－
	○	衣料品専門店 (営業責任者)	販売量の動き	・景気が良いとはいえないが、マイナスの幅は縮小している。売上は前年と比較して90%程度となっており、依然として状況は厳しいが、3か月前よりは良くなっていると感じる。
	○	家電量販店(店員)	販売量の動き	・新生活の準備のため、白物家電を中心に販売量が増加している。
	○	家電量販店(副店長)	販売量の動き	・来客数は減少しているが、購入単価や買上点数が増加しているため、売上については計画どおりに推移している。
	○	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきており、気分的に緩んできたのか客の動きが活発になりつつある。
	○	通信会社社員	お客様の様子	・最近是客户への通信関連の提案件数が増えている。
	□	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数はかなり落ち着いてきているように思うが、夕方以降の出入がまばらであり、特に飲食業は苦戦しているように感じる。
	□	商店街(事務局長)	販売量の動き	・一部の地域でワクチン接種が始まったが、高齢者が2回の接種を終えるのは秋頃まで掛かりそうな見通しである。緊急事態宣言はようやく解除となる見通しであるが、安心して外出や買物ができる環境にはまだないと考える人が多い。
	□	一般小売店〔書籍〕(営業担当)	販売量の動き	・店頭売上、外商売上共に、前年同月比でほぼ同水準であった。
	□	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と寒波の影響で人の動きがなく、外食控への傾向もあるため、料飲店への納入業者としての販売量が激減している。
	□	スーパー(店長)	お客様の様子	・ふだん外食をする人が、内食のためスーパーを利用するようになっている。
	□	コンビニ(商品担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で外食機会が減っても、コンビニ等の中食商品の売上が増えるわけではない。さらに、レジ袋有料化でカウンターフーズも売りにくい状況であり、併売数も落ちている。
	□	コンビニ(総務)	来客数の動き	・前年比で来客数が減少、客単価が増加という傾向は変わっておらず、売上は微増だが企業努力によるものだと考えている。
	□	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて景気は余り変わっておらず、洋服や衣料品の販売状況も良くないままである。依然として新型コロナウイルスの影響がかなり響いていると感じる。
	□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新車の受注状況は前年並みで推移している。
	□	乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・消費税増税や新型コロナウイルスの感染が懸念されていた前年の数字とほとんど変わっていない。
	□	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・地元の人には用心深く、外出控えが続いている。
	□	競輪競馬(マネージャー)	お客様の様子	・都市部を中心に緊急事態宣言が発出され、レジャーや娯楽交遊業界にも自粛ムードが継続しており、事業も大幅な縮小傾向にあるため景気は低調に推移している。
	□	美容室(経営者)	来客数の動き	・売上は減少したまま停滞している。
	▲	商店街(代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で都市部に緊急事態宣言が発出されたため、当地域でも営業時短要請が発出され、来客数が伸び悩んでおり販売量が前年比で減少している。
▲	一般小売店〔生花〕(経営者)	それ以外	・県内の飲食店の営業自粛が解除になり、夜の店も営業を始めたが、依然として人もまばらでほとんど通っていない状況である。居酒屋などは客が2～3人入っているところもあるが、ほとんどの店は開店休業の日が多い。飲食店には給付金の給付があったが、繁華街のその他の業種は救済がなく、経営が悪化している。	

	▲	百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・1月に減少した来客数はやや持ち直しつつあるが、依然として低調に推移している。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・キャッシュレス決済事業者が自治体と組んだポイント還元キャンペーンがあり、対象のスーパーやドラッグストアに客が流れている。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数の減少を客単価の増加で補ってきた1年であったが、最近は客単価も落ち始めている。当地域の感染状況は落ち着いてきたが、依然として来客数は戻ってこない状況である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・例年2月は非常に厳しい月ではあるが、改正特別措置法の成立の影響により、更に売上が落ちていると感じる。3月以降は気温も上昇し衣替えの時期にもなるため、徐々に売上が回復していくことを期待している。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・年末のキャンペーンが終了し販売台数は苦戦しているが、売上は前年とほぼ同水準で推移している。
	▲	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	・緊急事態宣言が一部地域で解除される見通しであるが、依然として不要不急の外出控えは続いており、すぐに景気は回復しないと考えている。
	▲	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの第3波及び緊急事態宣言の発出により、Go To Travelキャンペーン事業の再開も未定であり、依然として客の旅行自粛が続いている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・最近は客が減少していることに加え、客の移動も近距離化している。新型コロナウイルスの影響による自粛期間が長引いており、3～4か月ぶりに夜の街に出たという客も多い。
	▲	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・来客数が前年度と比べると1～2割減少している。
	▲	設計事務所（所長）	それ以外	・自分が所属する社会奉仕関連のクラブでは、休会をする人が増えてきている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍を転機とした、更なる消費者の購買行動の変化が大きな時代転換をもたらすと思われる。商品志向においては従来型の価値観が変わり、購入方法においても更にネット化が進み、新たな流通革命が到来していると感じる。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による当地域独自の自粛要請があり、人の動きがかなり悪かった。現在は解除となっているが、人の動きは依然としてかなり鈍い状況である。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の長期化により景気の不透明感が増している。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・依然として夜の街に人はほとんどいない。若者は多少出ているが、タクシーを利用してくれる客はおらず、売上もさっぱりな状況である。昼も全体的に暇な状態が多く、当社では休みを通常より5日ほど増やしている。
企業 動向 関連	◎	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響により減少していた出荷量のうち、国内輸送については低水準のままだが、海外向けや特に中国向けの出荷量が増加してきた。
(四国)	○	電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・1～2か月前と同様に、新型コロナウイルスのワクチンを保管する保冷庫の需要が伸びており、一過性の特需に近いものであるが、一部の事業体で受注量や販売量が改善している。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・令和2年度の当初予算やこれまでの補正予算、前年度繰越し等で公共事業量は前年度よりも多く、売上も順調で業界の景気は上向きであった。加えて、年度末の補正予算の執行で更に上乗せされ、新年度以降の仕事量も確保できていることから景況感が好転している。
	○	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・都市部の大企業の広告料は、上期に新型コロナウイルスの影響でCMを控えていた反動で、下期からは復調気味で、特に12月からは前年超えが多い。2月も引き続き前年超えとなっているが、12月と比べると微増である。

	○	金融業（副支店長）	受注量や販売量の動き	・業種により偏重はあるものの、足元では前年同期比の売上が回復基調にある取引先が増加傾向にある。
	○	税理士事務所	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響を受けていた企業の業績が回復傾向に向かっている。
	□	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ついては、客からの問合せはあるが、成約まで至らない状況が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月以降、受注が伸び悩んでいる。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これ以上の下げ幅がない状況である。
	▲	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、例年の7～8割程度で推移している。価格を押し上げる業務需要の動きが低調であり、青果物全体の基調価格を押し下げている。家庭消費も一時期のような勢いはなく、巣籠りの定着により家庭での食事が当たり前となり、低価格志向が強まっている傾向にある。春商材の動きも例年より鈍い。
	▲	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の取引先のうち、地方の雑貨小売店やインテリア家具などセレクト店舗の景気は悪くない状況である。しかし、観光地の景気は低迷しており、それらの地域の小売店は非常に厳しく、全体的には前年比90%前後の売上推移である。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の影響が2月後半の売上に出ていると感じている。また、3月の受注量は大きく減少している。
	▲	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・まだまだ新型コロナウイルスの影響を大きく受けている状況に変わりはない。ただし、良くなる兆しも感じており、来月以降は現時点より良い状態となると思われる。
	▲	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が続き、受注残が減少している。また、雇用維持のため臨時休業による雇用調整助成金の受給を余儀なくされている。
	▲	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・12～1月は第3波到来や二度目の緊急事態宣言発出の影響があったにもかかわらず、大きな減少は見受けられなかったが、2月に入り見受けられた。業界を見渡してみると個人向けの消費を支える宅配便分野が好調である一方、企業向けの商業物流分野は依然として苦戦を強いられており、景気の回復を実感できるような動向はいまだ見受けられない。
	×	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もあって、海外での商談が長引き、需要は前年割れが続いている。
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	*	*	*
(四国)	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・登録者数は例年と変わらず、大きな変動は感じない。
	□	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・飲食業の営業時短要請は解けたものの、いまだ警戒期間であるため外食産業の経営状況は回復できていない状況である。旅行業や宿泊業、公共交通機関、公共施設の集客も厳しく、企業は雇用確保の抜本的な見直しを迫られており、離職者も増加している状況がうかがえる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・サービス業以外の求人はあるが、以前と比べると求人数が伸び悩んでいる。
	□	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を受けていなかった分野の広告出稿にも少しずつ影響が出始めている。
	▲	求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・周辺企業では一部業界を除き、軒並み売上や利益が前年と比較して厳しい状態である。観光や飲食を始めとするサービス業界と、その周辺業界では壊滅的なダメージを受けているところもある。
	▲	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、事業所閉鎖や事業縮小等による人員整理を実施する事業所の発生が4月以降継続している。緊急事態宣言の発出によって、都市部から地方への人の移動が激減したことによる影響が、解除の時期まで続くと思われる。

	▲	学校 [大学] (就職担当)	周辺企業の様子	・緊急事態宣言が都市部に発出されているなか、時短営業を実施している飲食業や観光業、旅行取扱業者、ホテル業界は深刻な状況が継続している。
	×	—	—	—