

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)	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比で10%増加している。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・7月の4連休については、新型コロナウイルス発生以前の来客数に戻っている。
	○	商店街（事務局長）	来客数の動き	・貴金属や時計等の一部の高額品が好調で、全体の客単価も上昇している。一方で、まだ従来の消費状況には戻っておらず、無駄な出費はしないようにやり繰りする客も見受けられる。
	○	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ここしばらくは厳しかったが、7月に入り、バーゲンセールや気温にも恵まれたことから、相当状態が良くなってきている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・季節商材やテレビを筆頭に販売量が伸びている。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・振りの客が増えてきた。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車の投入により需要が喚起されている。特に高級車両に対する受注が高く、初期受注が2万台を超える車種もある。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ワクチンの接種率が上がり、重症者数も少なくなっていることから、少しずつ客足が戻っている。
	○	旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・非常に厳しい状況が続いていたが、県民向けキャンペーンが発表されてから、来客数が増加した。
	○	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・当初の販売計画を大きく上回っており、客に買い控えの様子は余りみられない。
	○	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・宿泊施設及び観光施設に訪れる観光客が増加しており、その世代も様々である。
	○	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染防止に対する機運が維持されたままであり遊興施設への人流は減少しているものの、巣籠りに伴うネットや電話などの投票が盛んになり販売量が増加傾向にある。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・引き続き古い建物の解体工事が増えており、次の建築を予定しているものと予測している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高い水準で推移したため、特に飲食店に訪れる人数が減少しており、かなり厳しい状況が続いている。日中も夕方もガラガラである。さらには、7月の4連休で観光客がかなり増加したこともあり、感染者数が再び増加しており、より厳しい状況となっている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上額は前年同月比で余り変化なく推移しており、なかなか厳しい状況が続いている。また、新型コロナウイルスの感染が再拡大する懸念があり、厳しい状況を乗り切る努力が必要となっている。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者が再度増えてきているので、来客数は少ないまま変わらない。インターネットでの注文数は前年より増えている。
	□	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・巣籠りといわれているが、業務用の酒販店が家庭向けに小売販売をしてもほとんど売れていない。街に人は出ておらず、飲食店への納品も少ないことから、販売量は減少したままである。
	□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で入店客の減少が続いていることに加え、東京オリンピックの観戦に伴う外出控えもあるため、売上は上向いてきていない。
	□	百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・来客数は5月に大きく減少したが、現在は徐々に回復基調にあり、3か月前と同水準に戻りつつある。
	□	百貨店（販売促進）	来客数の動き	・ワクチン接種が進み、外出意欲が高まるまで来店客の動きは鈍いと予測する。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・晴れの日や催事に合わせて客単価は上がっているが、日常の生活において変化は感じられない。	
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・本来の7月なら前年を上回ってもよいはずであるが、今年は特に増減もなく、ほぼ前年並みの状況である。	

	□	コンビニ（商品担当）	販売量の動き	・高齢者向けのワクチン接種は順調に終わっているが、他の年齢層への接種は始まっていない地域が多い。
	□	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感染が沈静化に向かえば、景気は少しずつ良くなると感じる。今はまだ良くないが、年内には良くなっていくと予測する。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上は前年比101%だが、前々年比74%と非常に厳しいまま推移している。感染者数の増加が来客数の減少につながり、非常に厳しい状況となっている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は2～3か月前より小さくなっているが、半導体不足で新車やカーナビの生産数が減っているため苦戦している。
	□	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	・来客数は、前年と比べると徐々に回復してきているが、前々年と比べるとまだまだ低い水準である。感染者数の急増により、急ブレーキが掛かるのではないかと危惧している。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍は、終息というよりも、むしろ拡大傾向である。購買意欲については、巣籠りによりネット利用が更に伸びると予測する。一方、新たな傾向として、商店街の空き店舗を利用した大学の授業など「街づくり」への意識が徐々に高まっている。また、学生によるゼミナールでの活用が目立つようになっている。
	▲	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を割り込んだ。特に後者の落ち込みが顕著だった。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・これまで売上高は前々年比を超えて推移してきたが、7月は前々年比水準に落ちてきた。
	▲	コンビニ（総務）	来客数の動き	・売上高は、前年比で上回ったものの、前々年比では4%の減少であり、回復基調ではない。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・東京オリンピックの開催でテレビ等の販売を期待していたが、思ったほど伸びていない。また、ワクチン接種の拡大による来客数の増加を期待していたが、特に大きな変化はない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・モデルチェンジの発表に伴い受注が増加した車種はあるものの、総受注台数では2か月連続して前年比を下回る。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	1週間で60人前後の感染者が出たため、人の動きが悪くなっている。加えて、気温の上昇もあり、日中は人の動きが少ない。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染者数が更に増えて客が動かなくなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・相変わらず常連客がほとんどで、新規の来店客はほとんどない。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・お遍路の仕事が春から夏に掛けてなくなっていることが一番の痛手である。夜も時短営業の要請は解除されたが、街に出る人は少ない。若い人は比較的に出ているみたいであるが、余りタクシーの利用は期待できない。
企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月に続いて、ネット販売主力の小売店が好調であり、またこれまで厳しかった都心小売店や観光地の小売店も前々年ほどではないが、少し持ち直している。加えて、梅雨明け後、猛暑が続き、店頭の夏向けタオルの受注が増加している。回復が緩やかな小売店も、人出が増えているなか、店頭商品を見直し、新しい商品を展開する傾向にあり、新規の問合せも多い。
	◎	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量は徐々に回復しているが、販売は納期どおりに行っているため余り伸びていない。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が改善されてきている。ウッドショックの影響を受けると思っていたが、受注は落ち込まなかった。
	○	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係の受注や問合せが増えており、以前と比べて実績が上がりつつあると感じる。

	○	建設業（経営者）	それ以外	・自社並びに業界については、数年来、公共事業量が堅調に推移しており、景気は悪くはない。ここに来て、新型コロナウイルス対応への慣れや、ワクチン接種が進展したことによる、精神的なゆとりや明るさが若干ではあるがみえるようになってきた。行楽や食事の人出が増えたことがその証であり、徐々にではあるが、景況感が好転してきているように感じられる。
	○	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・前月の売上高は、久しぶりに新型コロナウイルス発生以前の2019年の同月の売上高を上回った。既存客の新規輸出案件もあり出荷量は増加している。
	○	税理士事務所	取引先の様子	・売上が増えつつあり、消費も増えてきている。
	□	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依然低調に推移している。業務需要は相変わらず低調、一般消費も一時的勢いはない。
	□	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・地方では新型コロナウイルスの新規感染者が多少落ち着いているものの、首都圏では増加が激しく、景気に対する影響は大きいと感じる。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・各国政府の経済対策やワクチン接種の進捗により、市場マインドは上向きつつあるものの、本格的な需要回復には至っていない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・少し雰囲気は良くなっているが、最近では感染者数が多過ぎてまだ怖い。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は横ばいの様相にあり、個人消費の回復はみられず、取引先の業況や資金繰りは3か月前から変化はない。
	□	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・ワクチン接種の遅れにより、例年のイベント等も依然として多くが中止になっている。
	▲	電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・ワクチンを保管する保冷庫の需要が一段落し、一過性の特需による注文が落ち着いている。
	▲	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・官民とも受注が思うようには伸びない。
	▲	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染者数の減少に伴い2～3か月前より回復基調に転じていた取扱物量が再び減少しつつある。再三再四の緊急事態宣言発出による行動自粛が消費低迷に直結しており、発送量、到着物量共に減少の傾向にある。
	▲	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・前年同時期と比べると微増だが、前々年同時期ないし3か月前と比べると悪い。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (四国)	○	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・企業の人材採用手法の1つである紹介予定派遣を活用する動きが増加しているようにみられる。
	○	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・製造や建設、IT関連などを中心に求人数が前年度と比較して増えつつある。一方で、観光やサービス業の求人は低調である。
	□	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者数は増加傾向にあるが、ワクチン接種や東京オリンピック開催など景気の良い話題に国民も安心してしまい、飲食店や観光地に人が集まっているので、景気は戻りつつある。しかし、感染者が全国的に再拡大するのも時間の問題と考える。
	□	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、企業は売上が下がった状態のままである。企業が予算を抑えており、広告収入が例年並みに戻る様子はまだない。
	□	職業安定所（求人開発）	採用者数の動き	・新規求人数が3か月前と比べてやや増加している。新規求人倍率も若干増えている。このため、景気が悪化の一途をたどっているとはいえない。
	□	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・求人の動きに余り変化がない。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・内定率は前年よりは少し上向いているが、コロナ禍前の前々年には遠く及ばない。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年度から高卒求人数が減少している。特にサービス業の求人数は前々年から減少した前年度より更に減少している。

	×	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染再拡大によるサービス業関係の派遣の求人が少なく、製造業も増員計画がなく、求人数が悪化している。
--	---	------------------	--------	--