

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)	◎	美容室（経営者）	・今後、各地で様々なイベント行事が開催されることで人出が増え、売上も増加すると思う。
	○	商店街（事務局長）	・中国での新型コロナウイルス感染再拡大やウクライナ情勢、国内物価上昇等の懸念材料は尽きないが、今のところ徐々に景気は上向いていると思う。
	○	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・3回目のワクチン接種が進むなか、ゴールデンウィーク期間中に人流を抑制する規制が設けられなかったことで、観光客を中心に商店街への人出は確実に増加すると思う。本格的な回復にはかなりの時間を要するが、既に飲食関連の売上は増加傾向にあり、景気は少しずつ上向くと予想する。
	○	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が今後も現在の水準に留まり、特に大きな問題が発生しなければ、景気は好転すると思う。
	○	百貨店（販売促進）	・当県では新型コロナウイルス新規感染者数の高止まり状態が続いているが、観光客が徐々に戻りつつあり、今後はこれまで我慢した反動で消費額が増大すると考えている。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスによるマイナス影響が今後薄れていき、観光客が増加することで景気が上向くと予想する。
	○	コンビニ（店長）	・遅い時間帯の来客や長時間滞在する客が増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・コロナ疲れでストレスがたまっており、買物や旅行に出掛ける人が増加することで景気は上向くと予想する。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ゴールデンウィーク期間中も、客の活発な動きが続けば、売上は増加すると期待している。
	○	乗用車販売業（営業担当）	・半導体不足は続くと思うが、景気は今より良くなると予想する。
	○	乗用車販売店（従業員）	・燃料価格や食料品等の値上げ情報をよく耳にするが、景気は徐々に良くなると期待している。
	○	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感染症の収束状況次第ではあるが、少しずつ景気は良くなると期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・今後はアフターコロナやウィズコロナという風潮が主流となり、来客数も増加すると思う。
	○	旅行代理店（営業担当）	・県民割等が開始されたことで、受注が増加傾向にある。今後も経済対策が継続的に実施されれば、旅行需要の更なる回復が期待される。
	○	通信会社（社員）	・ゴールデンウィーク期間中に人の動きが少し活発化すると思う。
	○	通信会社（営業担当）	・コロナ禍でも少しずつ客の動きは回復しており、今後も継続していくと思う。
	○	観光遊園地（職員）	・行動制限が緩和されることで、消費活動が活発化すると思う。
	□	商店街（代表者）	・春先に中止となったイベントの再開決定やゴールデンウィーク期間中のイベント開催に加え、今後は夏祭りも実施される見込みである。景気回復までには時間を要すると思うが、少しずつコロナ禍以前の状況に戻ってきていると感じる。
	□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は、様々な行動規制の緩和により薄れてきている。一方で、円安状態が継続しており、生活用品等の値上げの影響を消費者が徐々に感じ始める時期であることから、消費活動が今後どのように推移していくのか不安である。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・昼間の来客数は少しずつ戻ってきているが、依然として夜間の来客数少なく、全体としては変わらない。
□	百貨店（営業管理担当）	・来客数は前年比プラスで推移しており、客の購買意欲は上向いてきたと感じているが、依然として当県の新型コロナウイルス新規感染者数は横ばいであり、ゴールデンウィーク後の感染者数の急増等の懸念もあることから、今後の予想がつかない。	
□	スーパー（企画担当）	・様々な商品が値上げされることによる駆け込み需要はしばらく継続すると思うが、特需後の反動はかなり大きいため、売上の落ち込みを懸念している。	
□	コンビニ（店長）	・ゴールデンウィーク期間中の消費活動に期待を寄せてはいるが、その後、新型コロナウイルス感染症が再拡大し、市況が減退することを懸念している。	

	□	コンビニ（商品担当）	・ウクライナ情勢等の懸念材料が多く、今後の景気動向の判断が難しい。
	□	コンビニ（総務）	・しばらく現状が続くと思う。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・まん延防止等重点措置が解除された後も客の動きは鈍いため、行動制限の更なる緩和が必要だと感じる。
	□	家電量販店（店員）	・今後の値上げラッシュの影響を懸念している。
	□	乗用車販売店（役員）	・地政学的なリスクがあり、今後の景気動向の判断が難しい。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今後の客の動向を予想することは難しく、先行きは不透明である。
	□	観光型旅館（経営者）	・宿泊客数の回復により売上は増加したが、急速な物価上昇により利益率は厳しいままである。
	□	都市型ホテル（経営者）	・人の動きは戻ってきているが、光熱費及び原材料費の高騰がどのように影響するか不透明である。
	□	タクシー運転手	・まん延防止等重点措置が解除された後も人の動きは少なく、景気は変わらない。
	□	通信会社（支店長）	・インフレが改善する見通しが見つからない。
	□	競輪競馬（マネージャー）	・ウクライナ情勢や国内の物価上昇、円安等の懸念材料が多く、今後もしばらく状況は変わらないと予想する。
	▲	スーパー（店長）	・値上げの影響により消費が低迷すると思う。
	▲	スーパー（人事）	・値上げが更に進むと、物価上昇に消費者の賃金が追い付かないという状況に陥ることも予想される。いずれにしても、消費活動は徐々に減退すると思う。
	▲	スーパー（財務担当）	・商品の仕入原価や光熱費の高騰が更に進めば、事業者は販売価格への転嫁を余儀なくされ、結果として消費者の買上点数に大きな影響を及ぼすと思う。
	▲	家電量販店（副店長）	・ゴールデンウィーク期間中は客が旅行や帰省等に流れるため、売上増加は見込めない。また、連休後に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加することで、再び消費が低迷すると予想する。
	▲	タクシー運転手	・夏季になり暑くなると遍路の仕事がなくなる。新型コロナウイルスの感染状況も予断を許さない状態であるため、この先どうなるか分からないが、今より良くなることはないと思う。
	▲	通信会社（営業部長）	・物価が上昇しており、客の購買意欲の低下を感じる。
	▲	美容室（経営者）	・今後は来客数が減少すると思う。
	×	商店街（代表者）	・今後も続くだろう自然災害や、そのための安全で強固な街づくりに注力するという発想や感覚がまだない。地方都市は今なお橋を作り道路を作って大都市への人口流出を促しており、地方都市の個性ある復活再生は極めて難しいと考えている。
	×	スーパー（統括担当）	・物価上昇による消費低迷を日々感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ウクライナ情勢により様々な物資の価格が高騰しており、市場に悪影響が出ている。
	×	設計事務所（所長）	・建築業界では原材料や製品の価格が非常に高騰しており、納期の見通しも立っていないことから、このまま失速するおそれがあると思う。
企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	・注文が増えている小売店は、従来と異なる商品群の展開を増やしたり、ネット販売など新しい取組をしている。当社でもネット販売が大幅に増加しており、しばらくは順調に推移すると思う。
	○	食料品製造業（商品統括）	・物価上昇には追い付いていないが、ベースアップに協力的な経営者が増えている。給与が上昇することで、徐々に国内需要が拡大し、客の購買力が向上することを期待している。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ふたつきのウェットティッシュとキッチンペーパーの工場を新設したため、今後販路を拡大し売上を増加させる予定である。
	○	電気機械器具製造業（経理）	・新型コロナウイルス第7波の兆候はあるものの、社会全体の動きとしてウィズコロナでの経済活動の意識が高くなっている。
	○	輸送業（経営者）	・行政がこれまで以上に国民を信用して政策を進めてくれれば、徐々に景気は回復すると思う。
	○	通信業（総務担当）	・見通しが不透明な部分があるものの、3回目のワクチン接種も進んでおり、社外イベント等が少しずつ従来の形に戻っていくと予想する。

	○	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響は減少傾向にあり、Go To Travel等の経済施策による観光や宿泊需要の回復で販促広告が少し復活すると見込んでおり、景気はやや良くなると予想する。
	□	農林水産業（職員）	・販売者が価格を決められない青果物は、物価の上昇時に取り残される傾向がある。実需者である量販店の意向が強い現在の取引環境では、仕入価格が抑えられ、利益商材に使われる傾向が強く、先行きが不透明である。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・受注量に関しては今後も安定すると判断しているが、原料価格の高騰がいつまで続くか不透明であり、見通しが立たない状況である。
	□	鉄鋼業（総務部長）	・受注数はある程度見込めても、人手不足が続いているため、生産や販売量は現状が続くと予想する。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・景気動向について、どちらともいえない状況である。
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスやウクライナ情勢による経済への影響はしばらく続くと思うが、当業界の景気は今後大きく悪くなることはないと思う。
	□	建設業（経営者）	・公共工事の発注時期が不透明であり、状況は変わらない。
	□	通信業（企画・売上管理）	・今後も状況は変わらない。
	▲	食品品製造業（経営者）	・ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルスの第7波が到来し、景気が悪化すると思う。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大防止措置や各種政策の効果により、持ち直しの動きが続くことが期待される一方、ウクライナ情勢や中国の新型コロナウイルス感染拡大、原材料価格の高騰等、景気悪化の要因となる事案が山積している。
	▲	輸送業（営業）	・燃料油価格の高騰が今後も続き、経営を圧迫すると思う。
	▲	輸送業（経理）	・国内の出荷数計画は変わらず低調なままである。海外への輸出入計画について、ロシア向けは出荷計画なし、中国向けも新型コロナウイルスの影響により先行きが不透明である。
	▲	金融業（副支店長）	・原材料価格の高騰により、身近な生活品の価格の上昇が当面続くと予想されるなか、賃上げを実施する企業は少なく、景気は冷え込んでいくと考える。
	▲	税理士事務所	・新型コロナウイルスの感染再拡大やウクライナ情勢等の影響により景気が悪化すると思う。
	×	化学工業（所長）	・ウクライナ情勢の影響で、今後の見通しが不透明である。また、原油やナフサだけでなく、様々な原材料の価格が高騰しており、今後景気は更に悪化すると思う。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（営業担当）	・外部委託が増加することで雇用が生まれ、景気は少しずつ回復すると思う。
	○	人材派遣会社（営業）	・物価上昇に伴う値上げ等が消費ニーズにどこまで影響するか懸念材料はあるが、これから長期休暇に向けて集客イベントが平常の開催予定となるため、施設の運営や公共交通機関、観光業施設の求人ニーズが高まると予想する。
	○	職業安定所（求人開発）	・原油価格の高騰という懸念材料はあるが、新型コロナウイルスの感染状況が夏には収束傾向に向かうと予想しており、景気は小康状態を保つと思う。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	・雇用情勢が少し明るくなっていくと思う。
	□	求人情報誌（営業）	・サービス業界ではゴールデンウィークの割引施策が起爆剤になることを期待しているが、一過性のものであり、施策により更なる感染拡大も予想されることから長期的には景気は変わらないと思う。
	▲	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動の時期が落ち着き、求人数が減少すると予想する。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費者が物価上昇に対して警戒心を強めており、消費活動が減退すると予想する。
	×	—	—