

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)	◎	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・全国旅行支援の効果があり、個人旅行は2019年度の新型コロナウイルス感染症発生前を超える予約状況になっている。
	○	スーパー（店長）	競争相手の様子	・自社だけでなく競合他社も好調に売上を伸ばしている。
	○	スーパー（人事）	来客数の動き	・年末の状況は現時点では不明であるが、クリスマスなどの状況を見ても来客数は前年を上回っている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーの増産により供給状況が改善される場合には、年度末に向けて販売量が拡大する。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・正月用品がよく売れている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	販売量の動き	・全国旅行支援の実施を受け、一部の業種において売上が増加した。一方、全国旅行支援の恩恵を受けにくい業種は、売上増加の動きとなっていないことから、全体的には景気の強さは感じられない。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援や規制緩和で景気は少し盛り上がってきたが、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響もあり、落ち着きつつある。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べ、行動制限がなくなったことと、Go To Eatキャンペーンや全国旅行支援によって少し人が動いている状況であり、売上も少し良くなった。
	○	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、以前よりも観光地での人の動きが活発である。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・12月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、15日くらいまで客が全く動かなかったが、月後半になり大分忙しくなってきた感じである。
	□	商店街（事務局長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波は全国規模で広がっており、出控える高齢者は多いが、行動制限がないため、多くの人出があり、街はにぎわいを取り戻しつつある。しかし、物価高もあり、多くの業種で売上増加にうまくつなげられていない。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・今月の売上については、前半は前年比で大きく増加したが、後半は大きく減少したため、結局前年比同程度となった。
	□	スーパー（財務担当）	単価の動き	・来客数の減少を値上げによる客単価上昇でカバーしており、売上は順調に推移している。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数減少と客単価上昇の傾向は変わっておらず、売上はほとんど横ばいである。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・12月は後半にかけて積雪の影響で客足が徐々に遠のき、横ばいより少し悪いという状況で推移している。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・販売量は前年比で9%ほど上がっているが、上がり幅がやや緩やかになっている。冷え込みの時期が遅かったこともあり、コートなどの重衣料の動き出しが悪かったことが影響している。また、客の年齢層が高い店舗の苦戦が目立っている。
	□	家電量販店（店員）	単価の動き	・省エネ家電への買換え需要はあるものの、他の商品の販売が鈍化した。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・ボーナス支給による大型商材の販売増加に加え、月後半の寒波による暖房器具の販売増加はあったが、来客数の改善とまではいかない状況が続いている。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・新型車発売により販売台数が増加した。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・12月の新車受注台数は、前年比8割程度で推移している。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果により集客は好調である。	
□	タクシー運転手	来客数の動き	・秋口から遍路関係の仕事が入り悪くはなかった。12月も寒い日が続いたことで客はあった。しかし、忘年会シーズンは夜の客が少なく、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると良くはない。	
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・常連客がふだんどおりに来店しており変わりはない。	

	▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波が猛威を振るっており、特に週末の新型コロナウイルスの新規感染者数が1000人を超えるときには、来客数が極端に減少し、消費者マインドも一層冷え込んでいる。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が沈静化する気配もないなかで、増税論だけが目立ち、国民は先行きの不安感と負担感が増加している。消費景気が良くなる要素はない。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・クリスマスや正月のイベントがあるが、新型コロナウイルス感染症対策の自粛期間が長かったため、街に出歩くのがおっくうになったという多くの声を聞く。年末より秋頃の方が人流が多かった。年末のにぎわいは戻っていない。仕入価格の高騰で販売価格が上昇したものもある。
	▲	スーパー（企画担当）	単価の動き	・クリスマス、年末準備に向かっていているが、商品の値上げの影響もあり、通常品の買い控えが少しみられる。
	▲	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・食料品の売上は余り変わらないが、急を要さない雑貨品やし好品、果物の売上が減少している。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前月より来客数もやや減少傾向にあり、購買力の減少を感じている。また価格上昇が影響し、今月のメインイベントのクリスマス商戦は散々な状況に終わった。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・物価上昇で客単価は上昇しているが、来客数は減少している。
	▲	コンビニ（商品担当）	それ以外	・仕入単価が上昇しているため、販売価格が上昇している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・今年の秋冬物については、10月後半、11～12月の売上は余り良くない。周りの店との話でも、景気が余り良くなっているとはいえない。
	▲	通信会社（営業部長）	単価の動き	・販売数や来客数に大きな変化はみられないものの、廉価のサービス比率の高まりや買い控え客が増加している。
	▲	通信会社（社員）	それ以外	・商品の販売量に変化は余りみられないが、新型コロナウイルスの感染拡大状況によっては全体的な動きが鈍くなる。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価高の影響が出ており、遊興に回せる金額が、少しずつ減ってきている。
	×	*	*	*
	◎	—	—	—
企業 動向 関連  (四国)	○	食料品製造業（商品統括）	取引先の様子	・M&Aに関わる情報及び案内が確実に増えていることもあり、将来の経営に対する選択肢が増え、前向きになれるとの話をする中小企業経営者が増加している。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上については、新規需要に加えて、既存取引先に回復感がみられることから、全体的に前年比で増加している。店舗に来店客が増加していることも要因である。ただし、内容的には選択眼が厳しくなっており、目新しいものや価格的に値上げ幅が納得できるもの以外は売れない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は少ないが、徐々に回復傾向にある。現在は様々な工夫により例年並みの利益を確保している状況である。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・社外イベントやボランティア活動は、新型コロナウイルス感染症に対する対策を行う前提で、おおむね従来の形で実施できつつあり、人の移動も増加している印象を受ける。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・大型野菜の入荷が多かったことから、野菜全般の価格は低調に推移している。クリスマス後は全国的な大雪の影響から入荷が減少し、価格は上昇基調にあるが、力強さに欠けると、上げ幅も少ない。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシアとウクライナ問題の長期化や急激なインフレと為替動向などにより、原材料価格の高騰や、調達と物流環境の悪化が更に進み、状況はより厳しさを増している。

	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の受発注量に停滞期があったが、ここに来て、やや動き始めている。また、新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、従前ほど、事業活動には大きな影響が生じていないことが、マイナスにならない一因でもある。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、公共工事と民間工事共に余り変化がない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・変化を感じない。
	□	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・年末繁忙期でありながら発着する貨物共に増加は見受けられず、臨時便対応を行うこともなく、コロナ禍による消費低迷が強い。
	□	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・国内向けは低調な荷動きで大きな変動はない見込みである。特にパルプ関係の出荷が低調であり、海外向けも大きな荷動きはない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少し、材料価格は高騰したまま落ち着いている。販売価格への転嫁がようやく追いついたが、販売量は低調に推移している。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数と濃厚接触者数の増加により、社内稼働人員の低下が、生産と売上共に悪影響を及ぼしている。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は薄れつつあり、売上は回復傾向にあるものの、仕入コストと燃料費等の経費が増加し、利益を圧縮している。
	▲	税理士事務所	取引先の様子	・物価の上昇や給料が上がっていないことにより購買意欲が下がっている印象を受ける。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	*	*	*
(四国)	□	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・中途採用の求人数は、正社員とパートで大きく変わっておらず、採用難の業種では慢性的な人手不足が継続している。
	□	職業安定所（求人開発）	それ以外	・新規求人数は前年同月比で増加、前月比でやや減少した。それに対し、新規求職者数は前年同月比、前月比共に減少している。その結果として新規求人倍率が押し上げられているだけであり、一概に景気が上向きとはいえない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・印刷の紙代や、イベント時の資材が高騰している。また車業界では生産台数の減少に伴い販売台数が減少し、住宅関連では資材の高騰の影響があり、いずれも広告を自粛及び削減する要因となっているため、広告業界も先行きは楽観できない。
	×	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・製造業・サービス業共に求人数が減少しており、景気の悪化がみられる。