

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)	◎	一般レストラン（経営者）	・景気は回復基調にあり、政治が更に後押ししてくれることを期待している。
	○	商店街（事務局長）	・行動制限がない年末年始を迎えることから、年明けには新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増加し、高齢者を中心とした感染症関連の死者数が増加することで、高齢者層の外出控えが発生すると推測する。一方、来春頃になれば、消費が本格的に回復し、景気が上向くと予想する。
	○	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルスの感染拡大が一段落すると予想する。
	○	乗用車販売業（営業担当）	・1～3月は国内向けの生産台数が増加する予定であるため、今より景気は良くなると思う。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算商戦とメーカーの生産台数増加に期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・来月にはモデルチェンジを予定している車両の発表があり、遅れていた新車の納期も改善される見込みであるため、景気が回復することを期待している。
	○	乗用車販売店（役員）	・4月以降も前年並みの生産台数は確保できるという情報もあり、年度末に向けては明るい兆しがみえている。
	○	一般レストラン（経営者）	・ウィズコロナが定着し、客足は順調に回復している。一気に景気が良くなるとは思わないが、少しずつ上向くと予想する。
	○	通信会社（営業担当）	・値上げの影響もあり客単価は低くなっているが、来客数は回復している。春の新生活シーズンで売上が少しでも増加することを期待している。
	□	商店街（代表者）	・商店街の幾つかの飲食店で新年会の予約がキャンセルになったという話を聞いた。経営者マインドが下がることが、消費者の購買意欲にも悪影響を及ぼしているように感じており、依然として厳しい状況が続くと予想する。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・商店街への人出は増加傾向にあるが、当社の取扱商品は年末商戦にさほど関係なく、余り恩恵を受けていない。新型コロナウイルス感染症の第8波が急速に拡大しており、来年の2月頃までは現状が続くと思う。
	□	スーパー（店長）	・値上げが続いていることで客の来店頻度は減少したが、単価は上昇しているため、全体としての状況は変わらない。
	□	コンビニ（総務）	・行動制限のない環境で、多くの企業で業績が回復しつつあるという報道を目にするが、当社では来客数が増加しておらず、依然として回復基調にあるとはいえない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・例年1月は売上が大きく伸びる月であるが、ここ最近の売上の推移や近隣に進出してきた競合他社の影響を考えると、余り変わらないと予想する。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・特に目立った社会的な動きが少ないため、売上は現状と同じような推移を続けると推測する。
	□	家電量販店（店員）	・依然として客が必要最低限の物だけを購入し、し好み等を買控える状況が続くと思う。
	□	家電量販店（副店長）	・様々な商品の値上げにより、今後も節約傾向が続くと思う。
	□	旅行代理店（営業担当）	・1月から再開される全国旅行支援は前回の割引率から半減するが、同様の需要が見込めることで引き続き好調な状況が続くと予想する。
	□	通信会社（支店長）	・来客数は増加傾向にあるものの、ウクライナ情勢等に伴う燃料費高騰等により、依然として消費は大きく増えないと予想する。
	□	観光遊園地（職員）	・全国旅行支援による需要は一段落するが、新型コロナウイルス感染症の第8波や円安による影響も落ち着くため、ある程度好調な現状が続くと予想する。
□	競輪競馬（マネージャー）	・物価高は今後も続くため、遊興に回せる余裕資金が厳しいということに変わりはないが、賭け事へのマインドが急速にしぼむことはなく、現状が続くと予想する。	
▲	商店街（代表者）	・衆参両院議員の定数削減と資質の向上が喫緊の課題であると思う。経済は政策と直結するため、抜本的な発想の転換がなければ当面経済は上向かないと思う。	

	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・市場の入荷量が減少しているため、客に予約購入を勧めているが、購入を迷うケースが増えている。クリスマスや正月等の大きなイベントの時期でも、予約数は前年よりも伸び悩んでおり、今後も景気の回復は余り期待できない。
	▲	スーパー（企画担当）	・年が明けても商品の値上げが続き、客の買い控えにつながることを懸念している。
	▲	スーパー（財務担当）	・値上げによる単価の上昇が、客の節約志向を更に加速させると思う。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価が上昇していることで、商品1点辺りの金額は増加しているが、購入点数はやや減少しており、この傾向は今後とも続く予想する。
	▲	コンビニ（店長）	・クリスマスや年末等、人流が活発化する時期にもかかわらず客の購買意欲は低下しており、今後更に景気が悪化することを危惧している。
	▲	コンビニ（店長）	・物価上昇による買い控えのため、来客数が減少しており、今後この状況が続くと思う。
	▲	コンビニ（商品担当）	・ウクライナ情勢と現政権の軍事費への税金投入が終わらなければ、景気の上向きは考えられない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末年始は特需で売上が好調であったが、3か月先はどうか分からない。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・全国旅行支援の影響を受けづらい業種においては、売上の回復に力強さがみられない。また、長期金利の上昇による各種活動への悪影響を懸念している。
	▲	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援の効果が一段落するとともに、インバウンド需要は回復途上にあるため、低調である。また、原材料の価格高騰も利益を圧迫しており、景気は悪化すると予想する。
	▲	都市型ホテル（経営者）	・少し先の予約状況が低調に推移しているため、今後景気は悪化すると思う。
	▲	タクシー運転手	・繁忙期である12月は売上が少し回復したが、当県では新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加傾向にあるため、今後客の動きは鈍化すると予想する。
	▲	通信会社（営業部長）	・物価は更に上昇するため、生活必需品以外の需要は減少する一方であると思う。
	▲	美容室（経営者）	・12月に売上が少し伸びた反動で、1～2月は減少すると予想する。
	▲	美容室（経営者）	・年末は来客数が増加しているが、年が明けると再度減少すると予想する。
	▲	設計事務所（所長）	・建設業や製造業においては、売上は増加傾向にあるものの、原材料費や燃料費がそれを上回り、増収減益という状況となっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	・電気代等の様々な経営コストが上昇しており、今後も景気が良くなることはない予想する。中小企業や個人の力でどうにかなる問題ではないと感じる。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高に賃金アップが追い付いておらず、今後も客の買い控えが続き、景気が悪化すると予想する。
	×	タクシー運転手	・例年3～4月はお遍路の仕事が増加するが、新型コロナウイルスの感染が再び拡大し、全体的に街に人が少なくなっている現状を加味すると、今後ますます景気が悪化する可能性もあり、回復には程遠いと思う。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	・長期金利の変動許容幅の拡大は、日本がようやく正常な金利政策に戻るきっかけになったと思う。今後、景気回復や賃金上昇が実現すると予想する。
	○	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・円安の影響で、国産のキッチンペーパーを仕入れる業者が増加したため、当商品の売上は増加する見込みである。また、ウェットシート関連の工場が完成して半年ほど経過したが、徐々に売上が上がってきており、今後の増収に期待している。
	○	化学工業（所長）	・世界情勢が大きく変わらなければという前提ではあるが、為替動向が落ち着いてきていることや、原油やナフサの価格が少し値下がり傾向であることは、景気が少し良くなる方向に向かう材料となると思う。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・当社では、1つつ事業計画を実行していこうという経営マインドを感じることができると、今後景気が上向くことを期待している。

	○	建設業（経営者）	・来年の2月以降、公共工事、民間工事共に少し見通しが良くなるかもしれない。
	○	通信業（企画・売上管理）	・12月は予想を下回る悪さだったが、行動制限がなければ2～3月は新生活に向けて多少広告費が増えると予想する。
	□	農林水産業（職員）	・寒さが年明け以降も続けば、需給バランスが崩れることで、品目によっては高単価な商品が生まれる可能性もあるが、販売環境そのものの回復は見通せないことから、今後も状況は変わらないと思う。
	□	繊維工業（経営者）	・原材料や加工賃は、今後更なる値上げが予定されているものがあり、加えて電力料金も来春以降大幅な値上がりが見込まれている。現在売上は順調に推移しているが、当社も再度値上げをしなければならなくなっており、次の値上げをした際、消費者に納得してもらえるかどうか不安である。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注棟数が低調に推移しているため、今後の受注量についても引き続き低調に推移すると予想する。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・一部米国金利の上げ幅が低下したものの、円安基調やインフレによる物価高の終わりがみえない。加えて、新型コロナウイルス感染症の第8波の経済への影響も懸念されるため、先行きは不透明である。
	□	建設業（経営者）	・当業界は、例年年度末にかけて繁忙期となり、業績が上向く傾向にある。前年と比べると売上や利益率はやや低調であるものの、ここ数年が特に良かったことに起因するものであり、総合的には現状が続くと思う。
	□	輸送業（経営者）	・不安要素が多く、先行きは不透明である。
	□	輸送業（経理）	・国内向けと海外向けの出荷予定数量について、共に大きな変動はない。
	□	輸送業（営業）	・政府による景気回復に向けた施策が打ち出されているなかではあるが、新型コロナウイルスの感染拡大と収束を交互に繰り返しているような状態が続く限り、景気の先行きは極めて不透明である。
	□	通信業（総務担当）	・社外イベントやボランティア活動への参加者が増加傾向にあったが、足元で新型コロナウイルスの新規感染者数が急増しており、先行きは不透明である。
	□	広告代理店（経営者）	・客の販促広告やイベント等の数は回復傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症やエネルギー価格の高騰等の影響により慎重な姿勢の客も依然として多く、今後も全体としては余り変わらないと推測する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・エネルギー価格の上昇により製造経費や物流費が高騰しているが、製品の価格に転嫁することは難しく、粗利率が下がると推測する。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・新型コロナウイルスの感染状況が今後も悪影響を及ぼすと予想する。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・足元では世界的な金融引締めによる景気後退や新型コロナウイルスの感染再拡大の懸念があり、先行きの不透明感が強まっている。
	▲	金融業（副支店長）	・年明けに仕入価格の更なる値上がりや燃料費の値上げが見込まれるため、景気は悪化すると思う。
	×	税理士事務所	・景気回復につながる要素がないため、今後状況は更に悪化すると予想する。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—
	○	—	—
	□	求人情報誌（営業）	・当県の製造業においては、受注量や人材採用数が増加傾向にあり、景気は緩やかに回復している。一方、観光業においては、全国旅行支援により一定程度の回復はあったものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加を受けて、更なる打撃が見込まれており、大幅な回復は更に先になるため、状況は余り変わらない。
	□	職業安定所（求人開発）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が押し寄せ、当県では「医療ひっ迫防止対策強化宣言」が発出された。年末年始の会食は、必要最小限にとどまると思われるが、前年ほどの制限はなく、飲食業界は小康状態を保つと推測する。また、生活関連サービス業や娯楽業も同様に、消費者の行動はそれほど抑制されないと予測する。

□	学校 [大学] (就職担当)	・依然として構造的な人手不足が続いている。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	・資材の高騰が様々な業界に影響を及ぼし、結果として企業の広告自粛及び削減につながっており、広告業界の先行きは不透明である。
×	人材派遣会社 (営業担当)	・求人数と派遣会社に登録する求職者数の双方が減少しており、先行きに大きな不安を感じる。