

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)	◎	美容室（経営者）	来客数の動き	・卒業シーズンのため客がかなり動いている。
	○	商店街（事務局長）	来客数の動き	・2月中旬に新型コロナウイルス感染症の第8波がピークアウトして以降、外出を控えていた高齢者層が人混みにも多く出てきたことで、週末を中心に街に久しぶりの活気があふれている。インバウンドの増加と併せて消費にも良い影響が出るものと期待している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・2月は週末に各種イベントが開かれるようになり、人出がかなり多く大分にぎわいが戻ってきた。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・ようやく新型コロナウイルス感染症が減少傾向になり、多少なりとも客の行動が活発になりつつある。レジャー産業では来客数が前年比で伸びており、来春に向けての予約状況も多少なりとも改善している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への意識が薄れて、少しずつ新型コロナウイルス感染症発生前の水準にまで戻ってきている。来客数の回復は緩やかではあるものの、予約状況や販売量は戻った。また、仕入価格の高騰のため販売価格が上昇しているが、多少の値上がりは理解して客は購入している。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・来客数の増加傾向が続いているため、売上も上向きである。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・予想以上に順調な売上推移となった。販売価格が上昇している商品もあるが、意外と良い状況であった。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活準備と省エネ家電への買換えが重なり販売量が増加している。
	○	家電量販店（副店長）	単価の動き	・来客数全体での伸びに大きな変化はみられないものの、前年度よりシングルライフ関連の需要時期が早くなっており、白物家電を中心に好調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーの新車増産に伴い、受注残となっていた車両に対する登録が可能となり、販売台数が前年比で大幅に増加している。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーの増産により登録車数が増加したため、売上にも貢献し、受注残高の解消に向けて進んでいる。
	○	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感染症の終息に伴い、来客数が増加している。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果が継続している。
	○	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており、ビジネスを中心とした多くの客が移動している。それに伴いビジネス需要と観光需要が復活し、販売量も拡大している。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・2月に入ってからサービスの販売量は増加しており、客の経済活動も若干上向いている。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・夜の人出が戻ってきた。週末においては結構な人出がある。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数は前年比で増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。商品値上げによる客単価の上昇もあり売上は前年比で増加しているが、更に物価上昇が進めば客の来店頻度が低下する可能性もある。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上は前年比120%程度で推移しているが、前年はまん延防止等重点措置の期間中の実績であり、前々年と比較した場合は95%程度にとどまっている。売上は上向きつつあるが、まだまだ物足りない。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・半導体などの不足により長納期化し、受注停止になっている車が多い。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べ、客との会話では、飲み会が全くなく自分だけの飲み食べという客の声が多い。また、スナックなどの廃業も随分増加しているといった客の声もあるが、全体的に変化はない。
□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・買換えサイクルは伸びるものの、新入学に伴う需要は大きく減っているわけではないため、最低限の景気は維持できている。	

	□	観光遊園地（職員）	お客様の様子	・観光地を訪れる客が多い状態は継続しており、変化はない。
	▲	商店街（代表者）	それ以外	・郊外型店舗の閉店が見立つようになった。中心街は以前からシャッターを下ろす店舗が続いている。増税に続き、電力、ガス等の経費の大幅な増加を国は余りにも軽く見過ぎている。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	それ以外	・物価上昇しているものの、今のところ客の買い控えはそれほどみられない。経費は上がっている。
	▲	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・毎年2月は業務用への納品が低迷しているが、家庭用についても、物価高騰の影響で客からの注文が随分減少した。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・節約志向が強まり買上点数が落ち込んでいる。
	▲	スーパー（人事）	販売量の動き	・販売単価の上昇により買い控えが起こり、結果、買上点数が減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・商品の値上げで客の買上点数は減少している。
	▲	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・生鮮食料品等の販売量は変わらないが、日用雑貨品などは減っており、急を要しない物の購入を控えている。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・商品の値上げで客単価が上昇し売上は前年比で増加しているが、来客数が減少している。価格の上昇を許容できない人が出始めている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・来客数が少ない。一時は景気が良くなると思ったが、いろいろなもの値上がりし、4月から電気代も30～40%上がるということで、客の買い控えが起こる。このままだと将来的に景気はどうなるのか分からない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2月は日数も少なく例年厳しい月だが、今年は来客数が少なくなっており売上は微減となっている。
	▲	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	・全国旅行支援のクーポン金額の変更を機に、客の買上や利用が顕著に減少し、その傾向が2月も継続している。
	▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・エネルギーコストの上昇による利益水準の低下が客足に影響している。全国旅行支援終了後は客足の伸びが弱くなっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・前年秋頃から年末にかけて四国遍路関係の仕事が入っていたが、年が明けてから来月まではほとんどない。また夜の客も平日は少ない。新型コロナウイルス感染症発生前にはなかなか戻ってはみられない。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・急激な物価上昇の影響が出始め、遊興費へ回せる余裕資金が少なくなってきたと思われる。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・光熱費が高くて、困っている客が多い。
	×	コンビニ（商品担当）	それ以外	・物価上昇と電気代や輸送費などのコストが上昇している。
企業 動向 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（商品統括）	受注価格や販売価格の動き	・値上げにより売上は増加しているが、利益は低下している。ただし、販売量は回復傾向にあるため、利益は回復に向かう。
	○	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきており、観光地を中心に小売店への来客数が増加している。今月の東京での雑貨展示会においても、新しい商材を求める新規取引先小売店の来場が多くみられた。あわせて、前年頃から、若者の間で温浴が新たなブームとなっており、全国的に温浴施設の新設、改装が活発になっている関係で、それらの施設からの発注が増加している。
	○	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量、見積案件共に増加傾向。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する世間の考え方の変化が大きい。

	○	通信業（総務担当）	それ以外	・社外でのイベントやボランティア活動について、新型コロナウイルス感染症対策に留意することで、前年度は実施できなかったものが再開されるケースがあるなど、人の動きが従来に近づきつつある。
	□	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、数量が少ないなかでも単価への反映が乏しい状況が続いている。本来なら多少上がるべきだが、量販店の売り方が変化し、青果物を利益商材化する傾向がみられる。また、かつてのように青果物を特売商品とする扱いは減少しており、販売量は減少傾向である。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・先行き不透明である。
	□	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、ウクライナ問題の長期化やインフレ、円安傾向などにより、原材料価格の高騰や、調達、物流環境の悪化が進んでいる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社だけではなく、周りの人に聞いても、景況感に変化はない。物は普通に動いており、景気が良いとか悪いとかはなく、ずっと同じ状況が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・第4四半期に入り、繰り越した業務が発注されてきているが、年間を通した総額では、公共事業の発注額と受注額が前年度を下回る状況に変わりない。納期の平準化も期待どおりには進まず、例年どおり、繁忙期であることも変わらない。当業界では、物価上昇による原価等への影響は小さく、総合的には数か月前と変わらない景況感である。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・官民とも工事の受注が伸びない。
	□	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・主に量販、小売店等の企業向け貨物を取り扱う当社の取扱量は、発着共に直近3か月間を通していずれの月も前年割れとなっており、取扱量に回復の兆しが一向にみられない一方で、宅配便を取り扱う他事業者の取扱量は増加傾向にあることから、好調な通販等無店舗販売による需給が市場の景気をけん引しているものの、全体的にみて変化はない。
	□	税理士事務所	取引先の様子	・売上や利益に大きな変動がみられない。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・電気代や原材料費等の経費負担が大きくなっている。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (四国)	○	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新規感染者数も減少し、公共施設への来客数が増加傾向にある。また、県外からの観光客も増加しており、イベントの開催規模も大きくなっている。一方で、光熱費と物価の上昇に伴い飲食、物販については経費の見直しをしつつ、消費者ニーズを見ながら値上げも視野に入れる必要が出てきている。
	○	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・製造業など、一部の業種で企業の求人活動が活発になっている。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・政府の全国旅行支援策の効果もあり、人の移動が非常に多くなっている。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は一定数あるものの、派遣会社に登録後、実際に就労できる求職者数が少ない。結果として景気の上昇に反映されにくい。
	▲	求人情報誌（営業）	求職者数の動き	・人材不足から採用を継続的に行っている企業や新規募集を開始した企業も、求職者からの応募が少なく、採用数を充足できていない状況が続いている。求職者の数自体が足りていないことに加え、労働市場の流動性が低くなっている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・物価上昇に伴い、企業の広告出稿への慎重さがうかがえる。
	×	—	—	—