

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)	◎	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーの生産量の増加と新型車の発表により、客の購買意欲が活性化している。
	◎	その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・お中元時期ということから、お中元商品が売れている。
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・現在も新型コロナウイルス感染症にはある程度の感染リスクを感じる人は多いものの、増えてきた集客イベントや催しものには若い人を中心に人出があり、連日、商店街には多くの客でにぎわいがみられる。ただし、高額品や宿泊・観光、サービス、一部の飲食店は好調だが、その他の物販を含む多くの業種では新型コロナウイルス感染症発生前の売上金額には回復していない。
	○	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上の落ち込みを外商売上がカバーして前年同月比プラスになった。外商売上が非常に良い。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数が増加したことに加え、商品単価の上昇が重なり、売上は伸びている。
	○	コンビニ（総務）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行し初めて制限のない夏休みということと、イベントの復活や梅雨明けも重なり、人出が活発で来客数が前年比で増加している。これまでの商品単価の上昇による売上増加の傾向が変わりつつある。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・6月までの2～3か月は厳しかったが、7月の来客数は、バーゲンセールが始まったことと、天候にも恵まれたことから、徐々に微増で推移した。
	○	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	・周辺イベントの開催等により、人流は順調に新型コロナウイルス感染症発生前の状態へ戻りつつある状況である。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症に移行してから平日以外の人の動きは良くなったと考える。特に金曜日・土曜日は、20%から30%人出が増加している。しかし、タクシーの稼働率が悪いいため、客がタクシーを拾うのに時間が掛かっている。
	○	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・国際線の再開に伴い、アジア圏からの観光客が増加した。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響もなくなりつつあり、前年比で売上が増加しているが、円安や燃料価格の高騰等の影響で必要経費も上昇している。また、顧客の動向が新型コロナウイルス感染症発生前の状況から変わってしまい、以前のような遅い営業時間帯での来客数は回復傾向に向かっていない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症になって以来、マインド的にはかなり消費者も経営者も豊かになったように考えるが、ここに来てまた新型コロナウイルスの感染拡大と、客の購買力の回復には至っておらず、まだコロナ禍が長引いているように考える。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・猛暑の影響により飲料関係商品の売上が大幅に伸びる傾向にあるなか、量販店に対して客が流れているため、個人商店はなかなか売上が伸びない。
	□	スーパー（財務担当）	お客様の様子	・価格が上昇したウナギの予約が極めて低調である。
	□	スーパー（統括担当）	来客数の動き	・来客数は前年比で減少傾向であるが、値上げの影響により買上単価は上昇している。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・物価上昇に伴う客単価の上昇や、競合店の閉店により来客数が増加しているが、物価上昇の影響により前年と比べ1人当たりの買上点数は減少している。
□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・ボーナス商戦が思ったほど盛り上がりせず、エアコンを中心とする季節商材に支えられている状況である。	
□	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・エアコンなどの買換え需要は順調に推移している反面、情報系の商品の販売が苦戦している。	

	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・アフターコロナによる人流の安定と人手不足や仕入価格の高騰が相殺するため、横ばいが続くとみられる。
	□	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築単価は依然として高くなっており、今後も更に上昇する気配がみえている。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	販売量の動き	・取引先からの毎月の注文量、回数が少なくなっており、以前は1ケース・1箱単位の注文であったが、現在は最小単位のバラ注文になっている。
	▲	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感染症の発生以前のように、たくさんの人出で街はにぎわっていたが、少し落ち着いてきた。週末は依然としてにぎわっているが、平日は人が少なくなっている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品価格の上昇が消費者の節約志向の強まりに影響している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売促進効果が弱まり、買上点数の減少がみられる。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・4月と5月は良かったが、6月から人の動きに陰りがみえてきており、7月に入り人の動きや購買意欲が減退している。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・原価・輸送費・光熱費などの販管費の高騰が続いている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・電気代やその他いろいろなものが値上がりした影響から、来客数が少し減少しており、かなり買い控えがあると考える。インバウンドが来ている地区や店は良いといわれているが、国内はさほど良くないと考える。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・新車の長納期化により、販売できない車種が多いため苦戦している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前月モデルチェンジを行った車両は売れているが、総受注台数は前年並みである。
	▲	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・全体的に売上が低調である。
	▲	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援が終了し、日本人観光客の団体入込来客数が減少し、単価も伸びない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・四国遍路の仕事がほぼなくなったことが影響し余り良くないが、街のタクシー台数が減っていることと、暑さの影響もあり需要はある。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価上昇が続いており、遊興に対し金を使うことに、ブレーキが掛かっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・近隣で新型コロナウイルス感染症のり患者が増加しているため、なかなか人が動かなくなってきた。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・客との会話において、物価高と節約の話題が多くなった。
	×	—	—	—
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	・今月に入って洪水被害を受けた地域があるものの、全国的に気温が上昇しており、夏商材の動きが活発になっている。新型コロナウイルス感染症の収束やインバウンドの増加等とあいまって、全体的には新型コロナウイルス感染症発生前よりも受注が増えている。ただし、消費者の購買動向が変化しており、厳しいところもみられる。
	○	鉄鋼業（総務部長）	受注価格や販売価格の動き	・生産量と販売量は共に若干減少しているが、販売価格の上昇が売上を支えている。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ1か月以内に省庁の工事が3件受注できたが、民間工事の受注が少ない。
	○	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格が上がってきている様子から、人件費の見直しをしやすいと考える。
	○	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について、参加者数が引き続き増加傾向にあり、マスクの着用者も感覚としては減少傾向にあり、従来の生活様式に戻りつつあると考えられる。
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・原材料価格の値上がり分に対する価格転嫁ができていないことから、引き続き業績は回復傾向であると考えられる。

	□	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、全体としては前年並みであるが、品目により格差がみられる。7月は例年荷動きがよい月ではないが、薬味等の品目を除き低調な荷動きが続いている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・環境に大きな変化はない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・いろいろな意味で景気は良くないと考えている。それは、大型案件（太陽光・風力・バイオマス発電）の受注を狙っているが、費用面の上昇に対して、値上げによる価格転嫁ができないといった企業がたくさんあるため、発注を控えていることが要因である。
	□	税理士事務所	取引先の様子	・大きく利益や損失が出ているところはない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少しており、今後も低調に推移する見込みである。また、資材高騰の影響を受け、各社の住宅販売価格がアップしており、契約件数の落ち込みが発生している。
	▲	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・特に東京を本社に置くメーカーの広告費が伸びない。
	×	—	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の警戒感がなくなった久々の夏休みということもあり、野外の公共施設には家族連れが多く集まり、猛暑続きではあるものの前年比130%を超えるにぎわいが戻ってきている。ただし、繁忙時期に必要な職員の不足も発生している状況が課題である。
	○	求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・飲食・観光の業界及びその周辺業界では、来客数、売上共に軒並み増加しており、コロナ禍だった前年・前々年と比較して大幅に回復している。人員が不足しているという課題は残っているものの景気はやや良くなっている。
	○	職業安定所（求人開発）	周辺企業の様子	・乾物を扱う食品製造業で6月に1社、7月に1社が外食産業向けの売上増加で業況が良いという発信・発言があった。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・特に非製造業で人手不足感が強まっているように考える。
	□	*	*	*
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染拡大を経て、仮に新型コロナウイルス感染症発生前までの水準に売上が戻った場合でも、民間企業は1度削減した広告費の予算を元に戻さない傾向にある。
	×	—	—	—