

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)	◎	*	*
	○	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇に伴い、売上の増加につながっていくとみられる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・各種社会活動の再開や規模の回復により、新型コロナウイルス感染症発生前の状態へ回復すると想定しており、それに伴う人流の更なる回復により、当施設関連の消費も増加すると考えられる。
	○	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・子供が夏休みに入ったため、外食へ出掛ける回数が増加すると考えられる。
	○	タクシー運転手	・秋がきて、四国遍路の仕事が増えてくるため、売上は今より増加するとみられる。それなりに街の夜の動きが活発になっているため、現状で推移するとみられる。
	○	通信会社（支店長）	・物価上昇は継続しているものの、外出や消費は少しずつ増加していくとみられる。
	○	観光遊園地（主幹）	・インバウンドの増加に加え、円安による消費額の増加が見込まれる。
	□	商店街（代表者）	・企業・団体等の行動がまだ盛んに行われていないため厳しい状況が続いている。一方で、以前にも増して必要経費の高騰による価格の値上げ等を行っており、難しい状況が続いている。
	□	商店街（代表者）	・全てのイベント行事等が平常どおりに行われるようになり、人出はあるが、なかなか消費に結び付かないという状況が現在も続いている。今後についても、観光客は入ってきているが、消費の回復は厳しいようにみられる。
	□	商店街（常務理事）	・このところの終わりのみえない物価高騰や、今後、電気やガソリンに対する政府の補助が減るなかで、消費者は財布のひもを固くしており、消費マインドが上がる状況にはないものとみられる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・来客数は減少傾向だが、Web注文が増加している。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、現状維持が続くだろう。
	□	百貨店（販売促進）	・人の動きは活発になってきたが、景気の回復が光熱費の高騰や物価高騰に足を引っ張られる。
	□	コンビニ（店長）	・当面はこの景気状況が続くとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・夏休みが終わり季節が変わると人流の動きが鈍くなるのではないかと懸念がある。また、気温の低下により新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染が拡大する可能性があるため、このまま景気が良くなるとは考えられない。
	□	コンビニ（商品担当）	・ウクライナ情勢の解決、政府の軍事費見直し等の進展がみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・7月の売上はそこそこ良かったため、引き続いて8月の売上も期待したいが、お盆が過ぎたら前年と同様大きく後退するため期待はできず、前年の売上程度に維持したい。
	□	衣料品専門店（経営者）	・今後の景気は爆発的には良くなるのではないかとみられる。海外客頼みの店舗は良いが、国内客で景気を回復するために何らかの策を講じなければ、今後の景気回復は厳しいのではないかとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・今後も物価高の影響により節約志向が続くため、3か月先の景気は今と変わらず推移していくとみられる。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・今後も新車の納期の長期化と販売制限が解消させる見込みがないとみられる。
□	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売されても生産台数に限りがありすぐに予約完売となる。半導体不足が解消されない限り景気回復とはならない。	
□	乗用車販売店（従業員）	・新車の登録台数は、新型コロナウイルス感染症及び半導体の影響で生産台数の少なかった前年を1割程度上回る状況で、今後しばらくの間は推移するのではないかとみられる。	
□	乗用車販売店（役員）	・車両の仕入価格や原油価格などの物価高騰による影響が出始める可能性がある。	
□	一般レストラン（経営者）	・物価高に伴い、実質的な賃金上昇にはなっておらず、財布のひもは固くなっているようにみられる。	

	<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・集客数はおおむね安定的に推移すると考えられるが、人手不足が解消されなければ業容の拡大が難しく宿泊業界は全体として横ばいが続くと思われる。
	<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（経営者）	・販売量の動きに変化はない。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（部長）	・物価高騰の影響があるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・7月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が1週間平均で倍になったが、タクシードライバーは不足しており、直ちに増加することは不可能であるとみられる。当地域での祭り・イベント等があるが、夏休みが過ぎると人出は平常時に戻るとみられる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響も落ち着き、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。そのため、今後、商戦期までは一定の落ち着いた状態で推移するとみられる。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・依然として分譲マンションが建設されているが、販売価格が地元のサラリーマンでは手が出しにくい高価格になっているようにみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・取扱商品の原材料が、秋に向けて値上がりする予定であり、今後の売上又は販売量は減少するとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も商品価格の上昇が続き、顧客の消費行動に負の影響を与えるとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価上昇による買い控えが更に進むとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（統括担当）	・今後も物価高が続くため、購買意欲は消極的になるとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（財務担当）	・1品単価の上昇により、来客数や買上点数の減少をカバーできているが、節約志向が更に強まり、カバーしきれなくなる可能性があると考えられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・昨今の商品価格の上昇により、無駄遣いや余分な買物は控えているように見受けられる。しばらくは景気が悪化するようみえる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・季節商材の販売が落ち着くと来客数も落ち込みそうであり、必要最低限の購入にとどまるとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・お中元の時期であることや、夏の猛暑により飲物等が売れているが、3か月先は少し悪くなるとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	競輪競馬（マネージャー）	・物価上昇が一息する時期は秋頃と考えられるため、その時期にならないと以前のように遊興に対して金を使わないと予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・お盆は人の動きがあるが、9月から11月にはまた客の動きが止まると予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・アルバイトを含め人員の確保が難しく、営業内容が安定しないとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続いているため、景気は悪くなるとみられる。
企業動向関連 (四国)	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（商品統括）	・食品業界において、委託先への価格アップの要望が当然に行われるようになってきており、販売店側の抵抗はあるものの、今後はより現実的かつ利益を上乘せした価格設定が可能になりつつあるとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業（経営者）	・受注に関してはしばらく増加するとみられるが、仕入材や管理費、人件費が大幅に上昇しており、今後、コスト面で厳しい部分が出てくるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・受注が決まりつつあるという感触を受けており、景気が良くなるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・暑い季節であり、季節商材の動きが大きくなっていくとみられる。
	<input type="checkbox"/>	通信業（総務担当）	・社外とのイベントやボランティア活動について、参加者数はもうしばらくは増加傾向が続くと考えられる。新型コロナウイルス感染症流行以前の状態に一定程度回復しており、今後は安定的に推移すると想定される。
	<input type="checkbox"/>	農林水産業（職員）	・量販店の1人当たりの購入点数は物価高を背景に1～2品減少しているとの報道があったが、青果物は、客寄せのための売価設定がされている傾向があり、生産費の上昇を価格転嫁できていない状況である。暑い夏が続くそうであり、食欲が増加する環境にはなく、現状のこう着状況が続くと想定される。
	<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・夏休みに入り新型コロナウイルス感染症の第9波が広まっていくのではないかと懸念される。

	□	木材木製品製造業（営業部長）	・大手ハウスメーカーの受注速報がどこも前年比を割り込んだまま継続しており、今期も厳しい状態が続くとみられる。
	□	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの売行きは消耗品ということもありよいが、交替をとらないとこれ以上の生産は難しく、人手不足もありそこまでの対応がまだできていない。フェイスマスクは余り需要がなく、中国人のインバウンドが来なければ売れないため、中国の訪日規制がなくなれば売上は増加するとみられる。
	□	化学工業（所長）	・原油やナフサの価格が下落した影響が、原料の仕入価格に反映されない状態が継続している。その他の要因もあるが、予想以上になかなか反映されておらず、原料価格がそのまま下がる気配がない上に、販売量も回復してこないことが予想される。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・環境に大きな変化はないと予想される。
	□	電気機械器具製造業（経理）	・継続的な原動費（ガソリン価格や電気料金）や日用品の値上げによる物価高や円安基調がいつまで続くのかがみえず、今後の景気が劇的に改善していくことが見込めない。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢の不安定な動きが、我が国の景気に影響を及ぼす可能性があると思われる。
	□	建設業（経営者）	・公共・民間工事の受注件数が読めない状態が続くとみられる。
	□	通信業（企画・売上管理）	・特に大きく景気状況が変わる情報を得ていない。
	□	金融業（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行を受け、観光業を中心に予約状況も良好であることや消費者の観光地での消費意欲も旺盛である一方で、ガソリン価格や食料品等の値上げは引き続き続いていることから、景気は横ばいで推移すると考えられる。
	□	広告代理店（経営者）	・ホテル・旅行等の観光業界の広告受注量は回復傾向であるが、多くの客先は依然として広告費の予算計画は削減又は慎重な傾向である。原因としては、エネルギー価格の高騰や原材料価格の値上がりの影響が考えられるが、業況は余り変わらないと予想される。
	▲	鉄鋼業（総務部長）	・造船以外の受注に陰りが見え始め、人手不足により生産・販売の増加は見込まれない。
	▲	税理士事務所	・新型コロナウイルス感染症関連融資の返済が始まることで資金繰りに問題が出る場所が増加すると考えられる。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (四国)	○	人材派遣会社（役員）	・猛暑続きであるが、これからも野外施設の利用者数は増加傾向が見込まれる。夏休み期間中はコンテンツの内容によって博物館や美術館、公共施設等の県内外からの集客が見込まれ、公共交通、宿泊施設等の利用も増加するため、より一層職員の充足が求められる。
	○	求人情報誌（営業）	・観光・飲食・サービス業界での景気回復の勢いは継続すると予想される。インバウンドの回復もありこの先の予約状況等も堅調に推移しており、景気は引き続きやや良くなるとみられる。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期に入り求人数の増加が予想される。
	○	職業安定所（求人開発）	・新型コロナウイルスの感染状況が再び悪化の兆しをみせているが、夏本番の到来や外出制限解除により飲食業界が活性化するとみられる。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人の動きは活発になっているが、短期的には大きな変化があるとは考えにくい。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・人手不足や景気回復のピークアウトにより、変わらないとみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・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。
	×	—	—
		×	—