

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	・Go To Travelキャンペーンの効果で、客の旅行需要が増加しており、旅行単価も上昇している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月中旬のイベントや21～23日の3連休は、かなりの来街客があった。Go Toキャンペーンのお陰で、県外からの観光客や地元飲食店の利用客等、かなりの人出で商店街もにぎわっている。
	○	百貨店（営業管理担当）	来客数の動き	・来客数は月を追うごとに増加してきており、前年の消費税増税の反動もあるが、売上が前年を上回る日もみられるようになってきている。
	○	スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店の撤退が、自店の好景気につながっている。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・来客数が前年並みに回復しているが、客は新型コロナウイルス新規感染者の情報に非常に敏感に反応していると感じる。
	○	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が少し和らいできており、来客数も増加している。
	○	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・イベントに振り客が来店するようになった。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・比較対象が消費税増税後の数字であるため、元に戻っただけかもしれないが、自動車業界としては比較的受注が好調である。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（副支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は大都市ほど増加しておらず、徐々に来客数も戻りつつあるように感じているが、元の水準には到底及ばない。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で、現在は、お遍路客を乗せることが多い。大手の旅行業者が大型バスからジャンボタクシーに切り替えている影響で、街ではドライバーが少し減少しており、こちらも忙しいとの話も聞く。しかし、夜はまだ客足が遠のいており、しばらくは回復が期待できない。
	○	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・高価格の新機種の販売が、安価な旧機種とともに、買換え対象として一定数伸びている。
	○	設計事務所（所長）	お客様の様子	・以前から設備投資を検討していた客が、着手し始めている。
	□	商店街（事務局長）	販売量の動き	・再び新型コロナウイルスの大幅な感染拡大が始まっており、人の動きが変わりつつある。9～10月に掛けて上向きつつあった消費環境が明らかに下降してきている。
	□	百貨店（販売促進）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、お歳暮の売上は非店頭部門で大きく伸長している。イベントを実施した際には、じゅうたんや寝具など巣籠り需要と思われるアイテムが好調であった。
	□	コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数の前年比が、依然として回復基調にはない。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前半は若干落ち込んだが、後半から持ち直してきている。
	□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス対策に関する意識が高い人は、既に来店頻度を下げている。意識せずに動いている人は、若い人が多いと感じる。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・様々な施策に支えられて何とか踏ん張っている状態である。
□	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンが始まり、宿泊客数は確実に増加している。11月だけを見ると、前年を上回る宿泊者数となっているが、一般宴会や披露宴はほとんど入ってこない状態で、景気が良いとも悪いとも言い難い状況である。	

	タクシー運転手	お客様の様子	・昼は路上に客がおらず、夜はアルコール飲料を飲まず自家用車で帰宅する人が多いといった状況は、以前と余り変わっていない。Go To Travelキャンペーンで、11月の2週目くらいまでは、週末に県外ナンバーの車を多く見掛けたが、その後は新型コロナウイルスの感染が再拡大し、見掛けなくなっている。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・秋に入り、Go To Eatキャンペーンで居酒屋にたくさんの人が出ていたが、県内の繁華街で新型コロナウイルスのクラスターが発生したことにより、全く人通りがなくなった。夜は車のおりも少なくなっており、タクシーや代行の路上駐車と店の呼び込みの人が立っているだけである。
▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、回復していた研修会のテキストの売上が、再び縮小に転じている。
▲	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・販売量は以前より減少したままではあるが、10月以降徐々に回復してきている。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの見直しが発表された3連休以降、急激に来客数が減少し、売上が悪化している。
▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・外食需要の取り込みが、Go To Eatキャンペーンの影響で弱まりつつある。
▲	コンビニ（商品担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの第3波の状況下においては、Go To Travelキャンペーン等の施策が経済を動かしている気配が全くない。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・10月頃から景気が盛り返せるのではないかという期待感があったが、ここに来て新型コロナウイルスの感染が再拡大しており、少し人出が減少していると感じる。これから寒くなる季節なのでアウター等が売れたらいいが、新型コロナウイルス次第ということである。
▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・7～9月までは自店キャンペーンの実施と新型コロナウイルスの新規感染者の減少により好調であったが、キャンペーンの終了と11月以降新型コロナウイルスの感染者数が増加したことによって再び厳しくなっている。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注数は前年並みで推移しているが、今後徐々に新型車発売の効果がなくなっていくと思われる。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第3波の影響によってキャンセルが増加している。
▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・娯楽施設における来客数の状況は、冬に向かって新型コロナウイルスの感染拡大が続いていることにより、8月頃と比べ徐々に減少傾向となっており、ネットや電話投票を利用する客が増加している。新型コロナウイルスの影響による景気の先行き不安や警戒感から使う金額も控え目傾向にあり、売上も減少してきている。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、以前よりも外出を警戒している客が増えている。
×	商店街（代表者）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くのかに大きく左右されるが、新型コロナウイルス発生以前の環境には戻らないと考える。ポストコロナ、ウィズコロナとはどのような時代になるのか予測が難しい。
×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・21～23日の連休までは、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、売上が順調に推移していた。しかし、改善に向かうかと思われた矢先に、地元で新型コロナウイルスの新規感染者が発生し、全国的な第3波の影響とあいまって、一気に激減方向に転じた。
×	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ最近、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、客足が止まっている。
◎	—	—	—
○	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注が回復傾向にある。新型コロナウイルスの影響で遅れていた現場が順調に進捗している。

企業  
動向  
関連

(四国)	○	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・Go Toキャンペーン等の需要喚起策の効果で徐々に回復傾向にある。業務用食品の売上は伸びているが、土産物の回復は遅れている。旅行に行ったことを他人に知られないよう土産物を買わない傾向が見受けられる。	
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・産業全般が振るわないなか、再生可能エネルギー事業に関しては人々の関心も高く、良い方向に向かっていると感じる。	
	○	電気機械器具製造業（経理）	それ以外	・株価がバブル崩壊後最高値を更新しており、また当社のように新型コロナウイルスの影響による特需を受けている業種もあるため、第3波は来ているものの、景気は回復してきているように感じる。	
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月よりは稼働率が上昇している。	
	○	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・10月の下旬頃より取扱物量に僅かながら復調の兆しが見えるが、新型コロナウイルス感染症が再び拡大傾向にあるなか、いまだ先行きは見通せない状態であることに変わりはない。取扱物量の増加は、10月よりサービスの足並みがそろった各種Go Toキャンペーンが作用しているのではないかと思う。	
	○	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・下半期が始まった10月から受注量がかかなり増加している。	
	○	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・11月から明らかに受注量が増えている。特に流通や小売業で、家庭用品、飲料、嗜好品等が好調である。	
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・Go Toキャンペーンの効果により、新型コロナウイルスで打撃を受けた宿泊業や飲食業関連が改善傾向にあり、前期に近い売上まで戻りつつある。	
	□	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で、11月は前年に比べ順調に推移していた。これまで最悪であった首都圏の観光地の小売店では、インバウンドは全く期待できないものの、観光客が増えて売上も前年比の半分程度に回復したとのことである。しかし、全国的に新型コロナウイルスの感染者が急増しており、年末に掛けてにぎわいが急激に萎んでしまうのではないかと、先行きを不安視する小売店が多い。	
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業が堅調に発注されている。特に上半期の発注量が増えて、工程管理や労務管理が以前と比べて容易になってきている。働き方改革に寄与していることもプラス材料である。新型コロナウイルスによる大きな影響を受けない本業界の景況感は悪くないが、自由な諸活動が制限されていることへの抵抗感により、経済活動全体の景況感はなかなか向上しないという面もある。	
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注が思うようには増加しない。	
	□	税理士事務所	取引先の様子	・顧問先の毎月の売上をみても変化がさほど出ていない。	
	▲	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・卸売価格は内食需要に支えられながらも、直近では入荷量が安定していることもあり単価が前年同期を下回っている。価格は業務需要の大小で動く傾向が強く、新型コロナウイルス感染症の第3波が来ているとされている現状を反映したものといえる。	
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特に外食業界向けの製品の出荷数量が減少してきている。	
	×	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・改善に向かう兆候はみられない。	
	×	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もあって、海外工場の時短勤務や海外での商談が長引く等の影響が見受けられる。	
	雇用関連	◎	—	—	—
	(四国)	○	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で沈み込んでいた経済が、多少回復してきたため、以前と比較すると求人数が増え、採用活動が動き出していると感じる。ただ、業種や職種は限られており、全体的に良くなっているとはいえない。
		○	学校 [大学] (就職担当)	採用者数の動き	・大学、短大とも就職内定者が出ており、前年度同時期の内定率に近づいてきている。

□	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・これまでであった産休や育休の代替としての派遣依頼が全くない状態である。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・飲食業や観光業等の景気は少し戻りつつあるが、求人広告を打ち出せるほどには回復していない。
▲	人材派遣会社 (営業)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染拡大の第3波が到来後、戻りかけていた景気が再度足踏みし始めている。Go Toキャンペーンの活用も鈍くなっているため、旅行代理店や公共交通機関、飲食、宿泊関連企業は厳しい状況となっている。
▲	職業安定所 (求人開発)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が様々な産業において出ており、事業所閉鎖や事業縮小等による人員整理を実施する事業所の発生が、4月以降継続している。11月になって、県内でクラスターが頻発している状況等から、現在の状況は若干悪化していると感じている。
×	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で求人数が全ての分野で減少しており、求職者とマッチしにくい状況が続いている。