

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)	◎	－	－	－
	○	スーパー（店 長）	単価の動き	・値上げによる1品単価上昇に加え、客の買上点数も回復したことで客単価が上昇している。
	○	スーパー（店 長）	販売量の動き	・寒波の影響で冬物の販売が好調に推移している。
	○	乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・新車の受注状況は前年並みの推移であるが、メーカーの新車増産に伴って販売台数も増加している。
	○	乗用車販売店 （役員）	販売量の動き	・メーカーの増産により業績が回復する見込みである。
	○	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。
	○	観光遊園地（職 員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加したが、観光客は以前より増加した。
	○	設計事務所（所 長）	お客様の様子	・観光客やビジネス客、また地元企業の動き等も、以前よりも新型コロナウイルス感染症を気にせず活発に活動が始まっている。
	□	商店街（事務局 長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による高齢者の死者数が高止まりしており、高齢者層を中心に警戒感が強まり、外出を控えて人混みを避ける傾向が相変わらず続いている。
	□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・大寒波が襲来ということもあり、特に平日の人出が非常に悪い。週末のイベント等には一定の人出はあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数も高止まりが継続し、厳しい状態が続いている。
	□	一般小売店〔書 籍〕（営業担 当）	販売量の動き	・11月から売上の上振れと下振れの差が大きかったため、時間差で発生する商品代金支払に対する資金繰りに苦労した。
	□	一般小売店 〔酒〕（販売担 当）	お客様の様子	・例年と比較して寒さが厳しかったことや、新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向であったことから、外食控えが起これ飲食店への納品数が増加しなかった。
	□	スーパー（企画 担当）	来客数の動き	・寒波の影響で来客数が減少傾向である。値上げ発表がされている商品を中心に買だめの様子がみえる。
	□	コンビニ（店 長）	お客様の様子	・不要不急の商品や値上げ商品の販売量は減少しておらず、客が買い控えをしている様子はない。
	□	衣料品専門店 （経営者）	来客数の動き	・1月前半は良かったが、現在は来客数がかかなり減少している。値上げにより消費が減退するのではないかと。景気は余り良いとはいえない。
	□	衣料品専門店 （営業責任者）	販売量の動き	・売上は前年を10%程度上回って着地する見込みだが、客の購買意欲はそれほど上がっておらず、セットで購入する割合が低い状態である。一方で、少しずつではあるが、来店客は増加している。
	□	家電量販店（店 員）	販売量の動き	・省エネ家電は売れているが、ついでの買物や他の商品の買上点数は減少している。
	□	家電量販店（副 店長）	販売量の動き	・客単価は増加しているが、来客数は横ばい傾向が続いており、景気の回復までには至っていない。
	□	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	・売上の回復鈍化の傾向がみられる。
	□	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べて変化は余りない。新型コロナウイルスの新規感染者数は1月に入り減少したが、新年会をするという客の声は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較し、3分の1になっている。
	□	通信会社（社 員）	販売量の動き	・コロナ禍を理由に営業訪問を断る人も一定数はいるが、サービスの販売量については余り変化がない。
	□	競輪競馬（マ ネージャー）	販売量の動き	・販売量、来客数共に大きな変化はみられない。
	□	美容室（経営 者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなったが、良くなる要因もない。
	▲	商店街（代表 者）	お客様の様子	・商品の仕入価格の上昇や、消耗品、燃料、電気代等の高騰が重なり、現在の販売価格では営業利益を圧迫している。値上げ等を検討しているが、客の反応をみると、難しい。

	▲	商店街（代表者）	それ以外	・飲食関係を中心に、新型コロナウイルス感染症の第8波による影響は第7波のときより大きい。コロナ禍が長期化したり、政府自治体の支援策が経済活動に重点を置かれたりしたことによる新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が影響した。今後、マスクの使用が緩和されることによって、第9波につながるものがあれば甚大な影響がある。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・単価の安い商品がよく売れているが、1月中旬から人流が極端に減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げの影響により、客は安さを求めて買い回りしたり、買上点数を減らしたりしている。
	▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・1月の第2週目辺りから売上は減少している。
	▲	コンビニ（総務）	来客数の動き	・年末年始は、行動制限がなかったことから、観光客や帰省客が増え、売上は好調であったが、年明けから税負担増や商品の値上げ発表が相次いだことから来客数が減少傾向にある。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・物流費や原材料の価格高騰で商品の販売価格も上昇している。これにより客単価は上昇しているように見えるが、徐々に買い控えが起きる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・1月はバーゲンセールがあり、利益はないが売上は増加する月であるが、今年に関しては、寒さや雪による影響に加え、消費が食料品やその他の日用品へ向かったこと、販売単価が上昇したことから、衣類販売は厳しい状態である。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・長納期化で生産や注文ができない車種が多くなっている。
	▲	都市型ホテル（経営者）	販売量の動き	・予約の動きが良くない。
	▲	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・前年の10月から12月までの販売は全国旅行支援の影響により順調に推移したが、年明けの全国旅行支援が開始されてからは販売は鈍化した。
	▲	通信会社（営業部長）	単価の動き	・高価格帯が売れなくなっている。また、中古品の再利用や買換え周期を伸ばすなど、客の節約意識が高まっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・お遍路相手の仕事がメインであるが、3月までお遍路の仕事がない。また街の様子をみても、12月と比べて1月は夜の街へ出る人が減っている。いろいろなものが値上がりしており、タクシーを使う人は少なく、売上は悪い。
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	・値上げによる販売量の減少はあるものの、利益は順調に確保できつつある。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍の厳しい環境下で従来事業の見直しを迫られた多くの事業者たちが目新しい商品やサービスを求める傾向がみられる。また、新型コロナウイルス感染症発生前と比べて厳しくなっている小売店がある反面、当社は新規取引店や異業種事業者からの問合せが旺盛であり、売上は順調に推移している。特に観光地の景気は回復傾向が顕著である。
	○	通信業（総務担当）	それ以外	・社外とのイベントやボランティア活動への参加者が若干増えつつあり、新型コロナウイルス感染症対策に留意しながら、少しずつ従来の形に戻つつある。
	○	通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で前年の同時期には中止にしていたイベントが今年の1月には実施でき、参加費や協賛収入もゼロではなかったため、3か月前と比べて良くなったといえる。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響によって減少していた稼働人員については、現在、全員復帰し生産体制は正常状態である。
	□	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急激なインフレ、為替動向などにより、原材料価格の高騰や調達、物流環境の悪化が更に進み、状況はより厳しさを増している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客からの受注が1か月延びる形となっているものの、景況感に変化なしと判断した。

	□	建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共事業の発注量は国、地方自治体共に前年度よりも減少しているが、前年度が多かったためと評価しており、競合相手も含めて大きな動揺はない。手持ち仕事量は適正規模で抱えており、売上も予定どおり進捗できている。新型コロナウイルス感染症の影響も少ないことから、景況感是不変。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・とにかく受注が伸びない。
	□	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・人流が活発化している一方で、景気に直結する消費財の動きは依然として停滞している。繰り返される各種消費財の値上げが消費者の購買意欲低下につながっている。
	□	金融業（副支店長）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格の値上がり分をすぐに価格転嫁することが厳しく、タイムラグがあるため、景気は変わらない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が低調に推移し始めている。これは、注文住宅の契約が前年から落ち始めていたためであり、回復傾向はしばらくないと判断している。価格転嫁もようやく完了したが、受注減少は今後の業績に大きく影響する。
	▲	輸送業（経営者）	それ以外	・行政の無駄が多いなかで増税の話もあり、閉塞感を持つ。
	×	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、雪や低温により市場入荷量が減少した1月下旬に値上がりしたが、上げ幅が小さいなど需給による価格への反映は鈍い。また、日用品や電気、燃油等の値上げにより、生活防衛のため生鮮食料品を優先する傾向が強まっている。
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（求人開発）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の影響を特に受けていた飲食業、大衆向け飲食店、施設内調理等の求人数が息を吹き返している。また管外からの求人では、娯楽業パチンコ店で久々の大口の求人数があった。
	○	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・企業の採用活動が活発になってきており、学生向けの求人件数も前年比110%程度で推移している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・企業の求人数は一定数あるものの、ミスマッチや派遣の登録をした求職者が少ないことにより、就労につながりにくい。
	□	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・光熱費、食材、資材など物価の上昇に歯止めが利かない状況であり、人件費等の改善が求められる。新型コロナウイルス感染症の行動制限が弱まったとはいえ、景気回復にはまだ時間を要する。□
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・人手不足感がある。また、この先の企業の景況感に少し不透明感が出てきている。
	▲	求人情報誌（営業）	周辺企業の様子	・採用難が継続しており、採用単価が上昇している。単価を上げて採用できればまだよいが、採用の見込みが低い場合が多い。新規採用者に対してだけでなく、現社員の給与を上げる必要も出てきており、採用難に加え、人件費の高騰が経営に影響を及ぼしている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・民間客の広告の動きが悪くなっている。様子見の状態である。
	×	—	—	—