

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)	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・スポーツイベント等における人流も良くなっており、新型コロナウイルス感染症発生前まで来客数が回復している。
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・客の通行量が増加し、街には活気がある。物価の上昇はあるものの、イベント等の開催数が増加し、客は外出や会食、買物、レジャー、旅行等を楽しめている。また、それらに付随して衣料や雑貨の購買数も増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いたこともあり、歓送迎シーズンと花見の影響で飲食にも人が流れてきている。また観光客の増加やクルーズ船の入港もあり、にぎわいにつながっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・行動制限の緩和後、初めてのゴールデンウィークで、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行もあり、客の様子が良くなっている。ただ物価上昇等の不安定な要因があり経営的には難しい状況が続いている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・祝い用商品の注文や予約の数が増えた。繁華街の空き店舗だったところの開店が多くなっている。人通りも少しずつ増えてきている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数と買上点数の動きはやや鈍いが、値上げによる1品単価の上昇の影響により売上は前年比で増加している。
	○	スーパー（財務担当）	単価の動き	・1品単価の上昇が、買上点数の減少を上回り、前年を上回る売上となっている。
	○	コンビニ（総務）	来客数の動き	・人流が良くなり、徐々に来客数が増加している。また販売価格の上昇に伴い客単価の上昇が続いている。
	○	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上が良いということではないが、前年と比較して15%程度売上が増加しており、来客数についても徐々に増加している。年配客の動きが悪いが、その動きが改善してくれば更に良くなるのではないかと考える。
	○	家電量販店（副店長）	単価の動き	・来客数と一部販売量は前年を下回っているが、物価高騰の影響により商品単価が上昇し、全体売上の増加につながっている。
	○	乗用車販売業（営業担当）	単価の動き	・生産台数の回復により新車が届くようになった。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・メーカーの生産状況が国内向けにシフトしているため、年内については特に問題なく販売が継続できる見通しである。
	○	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	・人流の回復を受け、客の利用は回復傾向にある。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価は1品単価の上昇以上には上がっていないが、客足は回復傾向にある。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の収束や全国旅行支援に伴う好影響が続いている。
	○	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊を中心に来客が増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・今春は、四国遍路の仕事がたくさん入ってきていることと、全国旅行支援の影響もあり、売上が伸びている。街においても聞くところによると、今までよりは人の動きが良い。全体的に以前よりは少しプラスである。
	○	通信会社（社員）	それ以外	・人の動きが多少活発になっている。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前になり、客がかなり動き始めた。
	○	美容室（経営者）	お客様の様子	・ゴールデンウィークに出掛ける予定の人の話をよく聞いており、人が動き出している。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・1品単価、買上点数に変化はみられない。	
□	スーパー（統括担当）	来客数の動き	・来客数は前年並みを維持している。また、値上げの影響で、単価上昇の分だけ、売上が増加している。	

	□	スーパー（人事）	販売量の動き	・値上げによる買い控えが発生するとみられたが、そこまで大きな変化はなかった。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・売上は横ばいである。その理由は、コロナ禍が落ち着き、人の行動が比較的自由になったものの、県外の大きな店に客が流れているためと考える。
	□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月の新車販売台数は前年並みである一方、受注台数は前年を下回る状況で推移している。
	□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・販売数は大きな減少はみられない。春の新生活需要も特に大きな落ち込みはみられなかった。
	□	設計事務所（所長）	販売量の動き	・特に変化はない。
	▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況の沈静化により部分的に回復方向にあるが、しばらくは新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻るよりも、感染再拡大が起これうる可能性の方が高い。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店への販売が少しずつ戻っているが、家庭用商品については値上げが続き、客が買い控えをしているのか、販売量が低迷している。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に伴い売上が減少している。客の買物エリアが広がり分散しているためと考えている。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・原材料・輸送費の値上げであらゆるカテゴリーの商品単価が上昇しており、購買数などの減少につながっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・景気が良くなっている実感は余りない。電気代や水道代も値上がりし、客が金を使うことをためらっていると考えられる。一方で、インバウンドについては、そこそこ良いと考える。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活需要が落ち着き、季節商材も低迷している。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・客の話から、4月の新入社員の歓迎会の状況は新型コロナウイルス感染症発生前の状態までには戻ってはならず、減少気味である。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価高の影響が続いており、遊興に回せる余裕資金が厳しい状況とみられる。
	×	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・新学期の販売は、店頭売上と外商売上共に前年を下回った。
企業 動向 関連 (四国)	◎	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・前年秋から新型コロナウイルス感染症発生前を上回る状況になってきたが、全国的に人出が増加したことに伴い、3月以降、小売店からの発注が一段と活発になっている。特に海外からの観光客が急増しており、観光地で外国人に人気の商品の売上が増加している。前年来、一部商品は値上げをしているが、現状では値上げによる影響はみられない。
	◎	金融業（副支店長）	取引先の様子	・燃料価格や原料価格の値上がりや賃金引き上げの影響はあるものの、来客数の回復や販売価格への転嫁も進んでおり、業績は改善傾向にある。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー等の環境に関する仕事において、竹から作る特殊飼料を開発した。認可が得られたので、売上につながっている。
	○	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、新型コロナウイルス感染症の対策を一定程度は求められるものの、従来に近い形での実施が増加する傾向にある。
	□	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、需給バランスに対する価格への反映が、値上げすることには鈍く、値下げすることには敏感な状況が続いており、改善の方向がみえない。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格及び製造経費（工賃・燃料費・電気料金）の上昇に伴う受注価格の値上げ交渉の進捗状況は7～8割程度である。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度初期のため公共事業の発注がまだ先であり何ともいえないが、現在は繰越し業務等が、手持ち業務として施工中であることから、売上は例年と比べ大きな変化はない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の発注が少ない。民間も良くない。

	□	輸送業（経営者）	取引先の様子	・良い雰囲気だが人手不足が怖い。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年であれば3～4月は、進学・卒業や就職に伴う移動や企業活動に伴う人事異動等により引っ越し需要が増加する時期であるが、支出を抑えるために、料金値上げを行ってきた引っ越し専門業者に引っ越しの依頼をせず、レンタカーを用いて自前で引っ越しを行う人が、以前にも増して多く見受けられた事や、それらの人流に関する生活消費財の購買も低迷していることから、従前にはない一般消費者や企業、とりわけ中小・零細企業による節約志向の高まりがある。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が大きく減少している。注文住宅市場は約10%程度減少し、ここに来て分譲住宅の販売の鈍化も加わり、各社着工の抑制を行っている状態である。今後の回復に期待する。
	×	—	—	—
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感染症法上の分類が5類へ引き下げられる見通しとなり、消費者は解放感のなかで春休み、ゴールデンウィークと新型コロナウイルス感染症発生前と同様の行動に戻っている。地域のイベントや公共施設での催しなどに、県内外、海外からも人が流れ込み、景気も良くなっている。
	○	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・業界を問わず求人数が増加している。
	□	人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・派遣会社に依頼する企業（求人数）は一定数あるが、派遣会社に登録する求職者数は少ないため、就労につながらず景気が低迷する。
	□	職業安定所（求人開発）	採用者数の動き	・就職件数が前月比50%以上伸びており、前年同月比でも10%以上伸びている。
	▲	求人情報誌（営業）	求職者数の動き	・求人数は変動はあるものの大きく変わっていないが、求職者数が少ないため、採用に至っていない企業が各業種で多い。特にアフターコロナの景気回復を狙う観光や飲食等のサービス業界での人手不足が深刻である。
	▲	新聞社「求人広告」（担当者）	それ以外	・物価の上昇により、企業の求人広告が明らかに鈍っている。
	×	—	—	—