

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	・新型コロナウイルス感染症対策の自粛終了により、来客数や客の様子が明らかに変化している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・5月の連休の人出は、新型コロナウイルス感染症発生前、若しくはそれ以上の人出があった。また、その後も土日を中心に、平日もかなりの観光客等の客が多く、特に飲食等も普通の状態に戻っている。
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行した後、日々の感染者数を発表しないことに伴って、多くの人が余り神経質にならずにショッピング、会食、レジャー等の外出ができるようになってきている。そのため、週末を中心に、街中も人出が新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況でにぎわいが戻ってきており、店側についても士気が上がっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の人通りは、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいてきているが、日中と夜間の人通りを比べると、回復具合に違いがあり、夜間のにぎわい等の回復は、もう少し時間が掛かると考える。しかし、それでも少しずつ景気は上向いているように考える。
	○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィークでの人流の動きや購買行動に変化がある。
	○	スーパー（人事）	お客様の様子	・旅行やイベントに出掛ける客も多く、また、他県からの客の増加等に伴い利益が出ている。
	○	コンビニ（総務）	来客数の動き	・コロナ禍から3年が経過し、新型コロナウイルスの感染症の分類が2類相当から5類へ移行したことで、直近のゴールデンウィークについては何の規制もなくいろいろなイベントも開催され、人流が活発に動き、特に高速パーキングエリアや街中にある店舗などで売上が増加した。また、ふだんの売上も物価高騰の影響はあるものの、来客数とともに増加傾向である。
	○	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・前年と比べ10%以上売上は回復している。まだ新型コロナウイルス感染症発生前の水準ほどではないが、客足が徐々に戻ってきている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・主にメーカーの生産が順調なことが要因。受注できる車種を少なくし、生産を増強することにより積み上がった受注残を解消することができる。販売会社は登録することで事業が成り立つため、受注残がある間は順調である。
	○	その他飲食 [ファーストフード]（経営者）	来客数の動き	・レストラン業態の来客数が増加傾向にある。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べると、新型コロナウイルスの感染症の分類が5類移行となったことで、会社員・企業の方も、飲食をしてもかまわないという状況に変わり、夜の街も少しずつ人が飲食をするようになってきている。また、昼の状況についても、ゴールデンウィーク等での人の動きや豪華客船の入港もあり、少しずつ戻りつつある。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月からタクシー料金が値上がりしているものの、今月も四国遍路の仕事が入っていること、そのため街中のタクシー台数が少なくなるなか、供給以上のタクシー需要があり、現在は多少良い方向へ向かっていると考える。
	○	通信会社（社員）	競争相手の様子	・関係会社も営業活動がより活発化していると考えられる。
	○	観光遊園地（主幹）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が減少傾向にあり、観光地などににぎわいが戻ってきている。
	○	設計事務所（所長）	来客数の動き	・民間企業からの設備投資の問合せが増加している。
□	一般小売店 [酒]（経営者）	お客様の様子	・物価高による節約志向から、消費者は少しでも安い店へと流れている。	

	□	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対策の自粛期間が終わってから一貫して来客数は増加している。小規模の祝いが多くなっている様子で、手土産くらいの商品がよく売れる。
	□	スーパー（財務担当）	お客様の様子	・値上げによる客の節約志向から、ふだんの来店頻度が減少し、特売日に購入する行動が強まっている。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年秋頃より、順調な消費の回復をみてきたが、ゴールデンウィークを境に、商品の動きが低下している。また、夜の人の動きも減少し始めている。
	□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年、5月は連休が大きな山場となり、月全体を左右するが、今年は天候には恵まれたものの、客が他で散財したためか、県外に出て行ったためか、販売量は微減という感じである。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行により家電以外の消費が高まる一方、家電量販店の来客数と販売量はやや減少している。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・自粛生活が明けて客の来店が、以前の活気を取り戻しそうであったが失速しつつあり、新型コロナウイルス感染症発生前の状況までは回復しそうにない。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援の終了に伴い、宿泊者の動きがやや鈍くなっているが、全体としては堅調に推移している。
	□	通信会社（営業部長）	来客数の動き	・販売数は計画どおりであるものの、来客数は感染症の分類が5類となってからも回復せず、むしろ前年度より減少している。
	□	美容室（経営者）	単価の動き	・何もかも値上げで、高いのか安いのか感覚が麻痺してきた。
	▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上、外商売上共に前年同月を下回ってしまった。特に店頭売上が悪い。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・買い控えが顕著で買上点数が減少している。また、来店頻度が下がり来客数も減っている。
	▲	スーパー（統括担当）	来客数の動き	・コロナ禍の下では客の外出が控えられていたが、少しずつ外出へと戻っている。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・物価上昇、特に原材料（小麦）や輸送費の高騰が商品単価に大きく影響している。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足で生産できない車が増加した。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車受注台数の減少が今後しばらく続くのではないかと心配をしている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・政府の全国旅行支援策が終了し国内の個人需要が一段落している。一方、団体客・インバウンドの戻りは、もう少し時間が掛かるとみられ、夏休み前の谷間ができています。
	▲	競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・物価上昇に対し給料アップが追い付かず、遊興に回せる余裕資金は厳しい状況が続いている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わると客の動きが緩やかになる。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・電気代も上がり、洋服も含めていろいろなものの価格が上がっている。何もかもが値上がりで、それほど景気が良くなっているとは思えない。良くなっているのは業種別では旅行業であり、インバウンドの外国人が訪れる都会については景気が良いのではないかと。地方はこのままでいけば、業種的に小売業などは景気は悪いと考える。
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	・価格アップの流れが定着しており、利益確保が進みつつある。ただし、下請に対する価格について無理を強いていないかを注視、監査等も強化し、より正当利益確保を目指している。
	◎	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月のゴールデンウィーク前後は、前年比で大幅に受注が増加し、新型コロナウイルス感染症発生前と比べても良くなっている。特に全国の主要都市や観光地の小売店からの発注が旺盛である反面、地方都市の小売店では、まだ回復していないところもある。コロナ禍の下ではネット販売が順調であったが、外出機会が増えたことでネット販売のウエイトが減少している。
	○	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注が増加傾向にある。

	○	通信業（総務担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行に伴い、社外イベントやボランティア活動は、自社のみでなく他企業の参加者数も増加しつつあるように見受けられることから、従来の人の流れが戻りつつあると考える。
	○	金融業（副支店長）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類の5類移行に伴い、観光客（インバウンド含む）の増加、各種イベントの再開等により、取引先の業績は改善傾向である。
	○	税理士事務所	取引先の様子	・仕事量が増加し、業績が向上している。
	□	農林水産業（職員）	受注価格や販売価格の動き	・青果物の卸売販売は、気象要因から関東・東北等の夏秋産地の出回りが例年より早まり、大型連休明け後は、生活費を抑える消費行動もあり荷動きが鈍化している。価格を下げた滞りした荷物をさばっている状況である。価格低迷が続いている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシア・ウクライナ問題の長期化やインフレ・円安進行などにより、原材料・エネルギー価格が高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備業だが、なかなか受注が決まらない。それは、物件の金額が大きいこともあるが、やはりマインドがまだコロナ禍のなかであり、大きな企業は大規模な工事等を見送る現状が続いている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・変わらず公共事業待ちだが、芳しくない。また、民間の仕事もほとんど引き合いもない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・マスク着用ルールや感染症法上分類の見直しにより新型コロナウイルス感染症への対応が転換期を迎えることで、緩やかな景気回復が期待されると報道された5月ではあったが、四国に発着する取扱物量をみる限り景気回復に結びつくような目立った物量増加は一向に見受けられず、依然として景気の実感できない状態が続いている。電気・ガス料金や燃料油価格の高騰、食料品価格の高騰が個人消費を押し下げる要因として作用していると推察する。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・雰囲気は良いが、先読みができない。
	▲	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注量が大きく減少しており、6月まではこの状況が続くとみている。今後、賃金が上昇して住宅の契約が回復することを期待している。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
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行動制限も解かれ、各施設でのイベント開催に足を運ぶ客の姿が顕著に増加傾向にある。人手不足で集客のための人員の確保に苦慮する状況は課題点だが、当地域内の公共交通機関や宿泊施設等の観光業界を中心ににぎわいを取り戻している傾向にある。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・特別なことはないが、人手不足感が一段と増していると考えている。
	□	求人情報誌（営業）	求職者数の動き	・周辺企業の中途採用数ほどの業界もおおむね横ばい若しくはやや減少している。コロナ禍明けで業績が回復しつつある企業（サービス業）も、大幅な回復には至っていないため、採用を控え様子をみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・観光業や飲食などの景気が回復している。回復しているもののそれを持って求人広告費に投入しようという動きはまだない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率の低下、人手不足感にもかかわらず求人がなかなか出ていない。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣会社に依頼して求人する企業が減ってきており、製造業でも求人に偏りがある。
	▲	職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・求人数が著しく減少したことに伴い、令和5年1月、3～4月で就職件数が約1000件減少している。
	×	—	—	—