

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)	◎	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・外商売上は9月から10月までは好調を維持できるとみられる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症発生前までにはまだ戻っていないが、大分消費パターンが新型コロナウイルス感染症発生前の形式に変わってきたようにみられる。そのため、徐々に秋冬にかけて消費が伸びると予想される。
	○	百貨店（販売促進）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているが来客数も増えてきており、徐々にではあるが新型コロナウイルス感染症発生前のように戻りつつあると考えられる。
	○	乗用車販売業（営業担当）	・受注を再開する車種が増える予定であり、少し良くなるとみられる。
	○	タクシー運転手	・秋が来て、四国遍路の仕事が今のところ結構入っており、今よりは売上が良くなるとみられる。街での仕事も外に出る人が多くなっていることから、それなりに売上は増加するとみられる。
	○	通信会社（支店長）	・物価の上昇等不安要素はあるものの、人流が活性化しており、少しずつ改善されると想定される。
	○	観光遊園地（主幹）	・中国の団体旅行が再開したことで、中国人観光客がかなり増加すると考えられるが、国際情勢に左右される懸念がある。
	□	商店街（代表者）	・当社の事業自体で1番売上が落ち込む時期であるなか、全体の売上は前年比では多少良くなるとみられるが、維持管理に係る経費の高騰が段々と経営に影響しており厳しい状況が続いている。ガソリン等の燃料費の高騰が一段と厳しくなっており気を引き締めていかなければならない。
	□	商店街（常務理事）	・消費マインドがなかなか上がらず、国内の物価高騰もあるなか、中国の住宅バブル崩壊による景気後退が世界的な経済リスクの要因にならないことを願わずにはいられない。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価や光熱費の上昇で節約志向が高まり、景気が良くなる要素がないとみられる。
	□	スーパー（店長）	・現状を変える要素が特に見当たらないと考えられる。
	□	スーパー（企画担当）	・今後値上げにより来客数が減少しない限り今の状況が続くと予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・旅行や外出など、夏休みで伸ばしていた需要がしばらくは落ち着きをみせると考えられる。
	□	コンビニ（総務）	・9月は台風シーズンに入るためその影響に左右されるが、例年並みであれば夏同様に来客数が前年を上回る状況は変わらないとみられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・物価高の影響が読めない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・後半は厳しい状況が続いており、残暑も厳しいため涼しくなれば、秋商品がそこそこ売れるが、来月の残暑が厳しければ、業況は相当厳しいのではないかと危惧している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・当地域の景気は余りいいとはみられない。インバウンドの観光客が来ているところは良いが、それ以外の場所は余り良くないのではないかとみられる。今後もガソリン代や電気代の高騰により、業況の回復は難しいとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・猛暑が続いており、秋物衣料の販売への悪影響が続くのではないかとみられる。
	□	家電量販店（副店長）	・物価高騰が続くため当分の間、大きな景気改善は見込めない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足が解消されない限り、メーカーの生産台数が増加しないため収益の増加につながらないとみられる。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・お中元の時期も終わり、これから年末までは少し来客数が少なくなるとみられる。	
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（総務部担当部長）	・人流の回復・拡大基調が続く一方、全国旅行支援の終了による売上の減少が想定され、全体としては業況は余り変わらないと想定される。	
□	都市型ホテル（経営者）	・エネルギーコストの増加や食品の値上げ、人件費のアップ、また、人手不足の影響により、販売量は増加しても、収益は低下傾向の企業が多く様子見の状況である。また、全国旅行支援の部分的な再開は好材料ではあるが、台風などの天候の影響が不安要素の1つである。	
□	通信会社（営業部長）	・販売量、来客数等大きな変動要因が見当たらないとみられる。	

	□	通信会社（営業担当）	・来客数は安定しており、今後の新商品の発売など来客数の活性化が期待される。
	□	競輪競馬（マネージャー）	・3か月後には物価が安定し始めると予想されるが、遊興に回せる資金が増えるのは、その後の2～3か月後になるとみられるため、現状と変わらないと予想される。
	□	美容室（経営者）	・新しい試みなどいろいろ試してはいるが、結果がどう出るかは全く読めない。
	□	設計事務所（所長）	・古い建物の更新の時期が来ているが、人手不足や資材の高騰により、建築単価が上がったため、更新できる企業と諦める企業と両方出てきている状況であり、先が読めない状況である。
	▲	商店街（代表者）	・地方の衰退は今後少子高齢化によってどこまで進むか、予測ができない。
	▲	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・現在取引先への出荷量、受注点数が前年と比べ多少減っている状態である。また、メーカーより秋に向けて商品の値上げの通知があり、景気はやや悪くなるとみられる。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・秋はふだんでもイベントがなく売上が伸びない時期だが、8月に入った段階で街の人流や注文が少しずつ減ってきており、週末だけ営業する店も出てきている。
	▲	スーパー（店長）	・前年の売上を超えにくくなると予測される。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高による買い控えが増えるとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・値上げによる実質所得の減少が続くため、価格志向が更に強まり、安売り店を中心に買い回りが一層進むとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の収束により来店を控えなくなったが、商品価格の上昇により購入ができず、来店頻度が徐々に減るのではないかと考えられる。
	▲	コンビニ（店長）	・この夏場で余り積極的な購買はみられなかったため、今後しばらくは、消費は消極的になってくるのではないかとみられる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・ガソリン代の大幅な上昇は新車販売への影響が大きいとみられ、今後の動向が心配である。
	▲	乗用車販売店（役員）	・中古車市場ではロシアへの輸出制限の影響によるオークション価格の下落がみられる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価上昇に、所得が追い付いていないとみられる。来客数は若干増加しているが、客単価は下がっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・日本人のアフターコロナのリベンジ消費が一段落した後はインバウンド需要が期待されるが、地方への波及についてはしばらく時間が掛かるため身の回りの景気は一旦悪化するとみられる。
	▲	旅行代理店（部長）	・物価高騰による影響が続くとみられる。
	▲	タクシー運転手	・8月はイベント、お盆等があり、乗車率も良かったが、ガソリン代や電気代の高騰等、何もかもが上がっており、小遣いがないという客の声がある。飲食についても、飲食の回数が半減しているという声が多く、景気はやや悪くなると予想される。
	×	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン価格や電気代の高騰などいろいろなものが高くなっているため買い控えが続くとみられる。
	×	通信会社（社員）	・若年層はテレビを視聴しない傾向になっている。
	×	美容室（経営者）	・毎年9月から11月は売上が下がることに加え、学校が始まり、また新型コロナウイルス感染症が流行し、更に人が動かないのではないかと懸念される。
企業 動向 関連 (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・食料品は、世界的な戦略物資となり、安く買うことができなくなった。現在の世界情勢からも安くなる要素は少なく、不毛な安売り競争ではなく適正価格での販売へとつつある。
	◎	繊維工業（経営者）	・当社の場合、企業の販売促進への別注は主力ではないが、当社商品を新規に販売促進に使いたいとの注文が増えている。景況感が良くなっているため、企業は新しい販売促進商材を積極的に探しているようにみられる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・企業としていろいろな努力をしているなか、いろいろな対策、制度資金が出ており、それが徐々に浸透しているため景気は良くなるのではないかと期待される。
	○	建設業（経営者）	・公共工事も、民間工事も発注件数が増えており、当社も受注できるかもしれないとみられる。

	<input type="checkbox"/>	農林水産業（職員）	・生鮮野菜を取り巻く環境は、加工食品等の値上げや電気料金を含めた物価高騰により、生活防衛をする上で生鮮野菜で調整する消費者行動がみられる厳しい状況であり、この傾向は続くと思われる。
	<input type="checkbox"/>	木材木製品製造業（営業部長）	・住宅の契約者数が伸びておらず、前年比を割り込んだままである。
	<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・ウェットクリーナーの売上が悪く、特にプラスチックのふたがついたウェットクリーナーが売れていない。ふたがついている分値段が高くなり、昨今の物価上昇により少しでも安い物を購入したいという思考があるため売れていないとみられる。今後中国人観光客の増加が見込まれるため、フェイスマスクについては多少の売上増加が見込まれる。
	<input type="checkbox"/>	化学工業（所長）	・アフターコロナのなかで海外からの観光客が増加しているものの、以前のような中国人観光客による爆買いは影を潜め、我々を取り巻く環境ではその恩恵はまだみられない。また、中国に上陸した台風被害の影響もあり、中国の復興がますます先送りとなった感触がある。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務部長）	・受注量に対し生産・販売が追いついていないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経理担当）	・我が国では、大型公共工事を中心とした順調な稼働を背景に、需要は堅調に推移している。海外では、緩やかな景気回復を背景に、欧州を除く全ての地域で需要は増加傾向となっている。一方で、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・エネルギー価格は高止まりし、調達・物流環境は厳しい状況が続いている。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経理）	・原材料費の高騰、物価高や円安基調が継続しており、その解消時期が不透明でもあり、今後の景気改善が劇的に良くなっていくことが見通せない。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・経費における人件費の比率が相変わらず高くなっている。
	<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、参加者数の増加は一服した様子もあり、新型コロナウイルス感染症流行以前の状態に一定程度近づいたと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	通信業（企画・売上管理）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなり、CMの受注に関しては、地元の受注・販売は増えているものの、東京・大阪本社の顧客が下降トレンドから脱却できていないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・観光業界に関係する旅行業、ホテル等の販売促進広告は増えているが、多くの客先はエネルギー高騰の影響もあり広告費削減傾向が継続されている。したがって、先行きは余り変わらないと予想される。
	<input type="checkbox"/>	税理士事務所	・今の時期に大きく変動するような事象が起こるとはみられない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・円安傾向のため、海外からの輸入原材料価格が上がり、原価が上昇するが製品価格に転嫁できないため、利益を圧迫すると予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・世界情勢の動きに懸念がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（副支店長）	・価格転嫁も限界が来ている上に、人材不足もあり、経費負担の増加による利益減少に懸念がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
雇用 関連 (四国)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（役員）	・猛暑が続いた夏も終わり行楽シーズンとして施設利用客の増加が見込まれる。安定的な人材の確保が求められる一方、全国的に最低賃金が大幅に上がるため、求人募集での雇用条件などが見直され、業務の効率化に企業課題として取り組む必要が出てくる。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（求人開発）	・企業は物価高騰で収益が増えない状態が続いているが、人手不足であり、人材確保に向け求人募集をする傾向は続くと思われる。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌（営業）	・引き続き求人数は増加傾向であるが、人員充足の兆しが見えないため、横ばいと予想される。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（経営者）	・年末に向けアルバイトの募集は増加するが正社員の募集が減少すると予想される。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（所長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な人手不足要因が続いていくと思われる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方と都市部の景気の差が少しずつだが確実に広がっている。

