

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)	◎	*	*
	○	商店街（代表者）	・コロナ禍明けの初めての年末年始であり、忘年会、新年会などの需要が高まるとみられる。ホテルによってはもう予約で一杯というところもあるが、人材・人手不足の懸念があると飲食関係者からは聞いている。そのような問題がクリアできれば、まだ景気は良くなっていくとみられる。
	○	商店街（代表者）	・これから年末年始になり、顧客の動向が活発になってくるとみられるため、当社のようなレジャー産業にとっては期待できる時期である。あわせて、企業・個人等の忘年会や新年会等が例年どおり行われることを期待したい。
	○	家電量販店（店員）	・新生活の準備等で販売量の増加が見込まれる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産台数が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、しばらくは期待ができる。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型車発表による市場の活性化が期待される。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在の業況は余り芳しくないが、年末に近づくとお歳暮商戦が始まり、年末関連の商品も売れるとみられ、景気は良くなると期待される。
	○	タクシー運転手	・12月は、忘年会などがあるため、通常より、良くなると予想される。また、例年1月は新年会などで客は少し多くなるため、業況は少し良くなるとみられるが今年がどうなるかは不透明である。また、週末は客がいるが、昼間の客の状態は良くない。
	○	通信会社（社員）	・3か月後となると、引っ越しシーズンが来るが、当社のサービスは引っ越しに合わせて契約するという方が多いため、やや良くなるのではないかと考えられる。
	○	通信会社（支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響により、ここ数年は年末も先行きが不透明な状況だったが、平常に戻りつつあることが実感できており、商戦期である年末に向かうにつれて来客数は増加すると想定される。
	○	観光遊園地（主幹）	・11月から韓国の航空機の定期便が新規就航するため、インバウンドの増加が見込まれる。
	○	美容室（経営者）	・11月は例年どおり売上が下がる月であるが、今年の12月は良くなるとみられる。
	□	商店街（常務理事）	・現在の景気や経済へ悪影響を与えている物価高、円安、グローバルな地政学的リスクは、しばらくの間は悪化することはあるが、突然改善することは考えにくく、沈静化には時間が掛かるとみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・現在は持ち直し状態であるが、来年度初頭から取扱商品の値上げをする通知があったため、今後、取引先からの受注量の減少が心配される。そのため今後の販売量の計画、予定数が予想しにくい状態になっている。
	□	百貨店（販売促進）	・減税などで消費の拡大が期待されているが、国際情勢や経済状況から消費に回らず貯蓄されると考えられる。
	□	スーパー（店長）	・目下のところは消費者の購買力の回復がみられるものの、今後も続くと思われる物価上昇が先行きの不安要素となっており、楽観視できない状況である。
	□	スーパー（店長）	・節約志向は続くものの、年末商戦に向けて消費が活発になると予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・商品値上げは鈍化傾向にあるとみられるが、値上げ後の買い控えの影響がどの程度出てくるのかが推定しにくく、年末に向けての買い控えが予想される。
	□	スーパー（企画担当）	・インフルエンザの流行や今後の新型コロナウイルス感染症の動向など、先行きは不透明である。
	□	コンビニ（店長）	・メリハリのある消費活動が今後も続くと考えられる。
□	コンビニ（総務）	・物価上昇の勢いは衰えず、いまだ商品の値上げは続いている。無駄な出費を抑えつつ生活必需品を消費する状況はしばらく続くと思われる。	
□	コンビニ（商品担当）	・所得税減税等の政府の介入により一般家庭の家計が良くならないと景気回復は難しく、ショートスパンで風向きが変わるかは不明である。	
□	衣料品専門店（経営者）	・例年であれば、年末にかけて客の購買意欲が上がるため衣料品を含め景気は全般的に良くならないといけないが、物価高の影響もあり消費量は増えないと予想される。一方で、インバウンドが影響する業種等の景気は良くなるとみられる。	

	□	衣料品専門店（経営者）	・衣料品関係の販売に関しては気温に非常に左右され、特に秋冬については寒さが影響するが、長期予報ではそこそこ暖かいと予想されており、業況は少し厳しいと予想される。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・暖冬の予想もあり、高単価の重衣料の動きが悪くなるとみられるが、それ以上に物価上昇による顧客動向の鈍化が売上に悪い影響を与えると考えられる。
	□	家電量販店（副店長）	・今年は暖冬の傾向であるため、冬物商材の大きな伸長が期待できないと予測される。
	□	乗用車販売業（営業担当）	・車両の長納期化が続いている。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新車の販売台数は今後も確保できそうであるが、受注台数の減少傾向が今後も継続することが心配される。
	□	その他小売 [ショッピングセンター]（総務部担当部長）	・10月に入り、前年比でみると以前ほどの回復の強さがみられなくなっている一方、11月からは新たな全国旅行支援が開始されることから、これが消費の下支えになるものと期待しており、結果として今月と同程度の景気が保たれるのではないかと予想される。
	□	都市型ホテル（経営者）	・減税などの政府の景気対策（消費対策）が期待される。
	□	旅行代理店（部長）	・景況に不透明感を持っている。
	□	通信会社（営業担当）	・現在は来客数は落ち着いており、年末年始の商戦期はあるもののそれほど大きな増減はないと予想される。
	□	競輪競馬（マネージャー）	・来年初頭には物価上昇も落ち着き始めると考えられるが、遊興に向けられる資金が増えるのは、その後とみられ、それまでは現状が続くと予想される。
	□	設計事務所（所長）	・建築に限って言えば、仕事は非常に増えており、需要はあるとみられるが、どの会社も人手不足であり、仕事があってもこなせない状況が続くのではないかと予想される。
	▲	一般小売店 [生花]（経営者）	・お盆の時期から仕入価格が下がらないため購入を迷っている人が多くなってきており、予約が入りにくくなっている。
	▲	一般小売店 [書籍]（営業担当）	・インボイス制度のスタートで請求書の再提出などの手間が増えるようになり、請求書作成時間が大幅に増えたことにより、他の作業にしわ寄せがいつている。
	▲	スーパー（統括担当）	・物価高は変わらないため、消費者は生活防衛をするしかないと考えられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・物価高による節約志向で更に買い回りが進むとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・買物に消極的になっており、特に大幅な賃金上昇も望めないため、物価上昇と家計のバランスが取れるまでは、悪化傾向が続くのではないかとみられる。
	▲	観光型旅館（経営者）	・地方空港の国際便の増便が人手不足の影響によりできないため、インバウンドの地方への波及スピードが想定よりも遅い。また、日本人の国内観光需要は新型コロナウイルス感染症のリベンジ需要が息切れしていくとみられる。
	▲	タクシー運転手	・冬場はほぼ四国遍路の仕事は無くなり、街のタクシー台数が増えるため今よりは少し悪くなるとみられる。
	×	商店街（代表者）	・年間を通して大きなイベントが行われたが、人出があっても以前の盛り上がりは無くなり、買物をする客層が減り、買物単価が半分になったという声を聞いた。
	×	一般小売店 [酒]（経営者）	・経済状況も明るい兆しがないため、地方は衰退する一方であるとみられる。物価高騰により消費者は少しでも価格の安い店に流れるため、小売店の経営はもっと厳しくなるだろう。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高とウクライナ紛争に加えて、イスラエル問題による中東の不安定化による原油価格高騰の可能性があるとみられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・常連客の来店回数が減り、間隔が明らかに長くなっており、客単価の低い外食に変えているか、頻度を減らしていると予想される。
	×	美容室（経営者）	・売上は変わらないが、何もかも値上げしており非常に厳しい状況が続くとみられる。
企業 動向 関連  (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・インバウンドの復活による外食ルートの回復が食品の単価上昇に寄与しており、今後も安定すると予想される。
	◎	金融業（副支店長）	・取引先である飲食業や建設関係に今後の状況を確認すると、売上の増加が見込めるとの回答があり、景気回復が見込まれる。

	繊維工業（経営者）	・今後も受注はおおむね順調であると考えられるが、現在の円安による輸入商材の値上がりの関係で、関連の染色加工賃や包装資材の値上げ要請が続出しており、来春には完成品の小売価格を再度値上げしなければならないとみられる。しかし、これ以上小売価格が上昇するとさすがに消費が落ち込むことは目に見えている。我が国の低金利誘導による輸入原材料の価格高騰の弊害がひどくなっていることに目を向けてほしい。繊維業界も地方の造船業者も為替相場100円よりも円高の相場を経験しており、政府が経済が第1というのであれば、一度に円高に振れることはまずいが、早急に政策転換をするべきだと考えている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・大型の風力発電の受注が決まりかけているなどの理由から、景気はやや良くなるとみられる。
	通信業（企画・売上管理）	・10月の売上が回復基調であるため、交通・レジャー関係の業種を中心に下期全体として景気は良くなると予想される。
	広告代理店（経営者）	・景気は徐々に回復傾向で、ホテル等観光関連の広告や人材不足に伴う採用ソリューション関連の仕事は増えている。多くの客先はエネルギー高騰の影響もあり依然として広告に慎重であるが、全体としてやや良くなると予想される。
	農林水産業（職員）	・消費は冬商材に切り替わり、個人消費は物価高の影響を受けているが、インバウンドの回復等で業務需要は回復している。今後の天候を背景とした作況にもよるが、青果物の販売状況に変化はないとみられる。ただし、生産資材価格の上昇により農家所得は減少しており、離農や作付面積の着実な減少により、異常気象の発生時の影響は強まる傾向にあると予想される。
	木材木製品製造業（営業部長）	・第3クオーターの受注状況は悪くないが、第4クオーターの着工計画がかなり悪い予想となっており、3月以降の受注状況はかなり厳しいとみられる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・掃除用のクリーナーは年末の掃除に向けて需要が高まるため、この時期になると売上が増え、正月以降は売上が落ちる。また、フェイスマスクは以前のような売上は見込めない。
	鉄鋼業（総務部長）	・自動車設備関連の低迷が続くと予想される。
	電気機械器具製造業（経理）	・一時的な減税の話はあるものの、従前からの原動費を含めた物価の高止まり・円安基調の解消時期が不透明な点等、今後の景気回復の兆しがみえない。
	建設業（経営者）	・もっと仕事を取りたいが、相手次第であり難しい。
	建設業（経営者）	・前月と何も変わっていない。
	輸送業（経営者）	・人材不足や選挙対策の減税が見込まれる。
	通信業（総務担当）	・社外向けのボランティア活動やセミナー等の参加者数の増加傾向も一服しており、おおむね新型コロナウイルス感染症流行以前の状態に戻るとみられる。また、物価高の影響により食品寄贈ボランティアへの参加者が減少したと見受けられるなど物価高の影響は落ち着く様子もみられず、当面この状況が続くと考えられる。
	食料品製造業（経営者）	・原材料の価格高騰、円安による輸入品のコストアップによる利益の減少、コスト高の製品価格への転嫁による受注量の減少が予想される。
	化学工業（所長）	・OPECプラスの減産に加え、中東情勢の緊迫化も重なり、原油価格は高値継続が濃厚であると予想される。一方で円安は歯止めが掛からず、原料価格の更なる高騰が見込まれる。
	税理士事務所	・止まらない円安や賃上げにより、企業の経営が圧迫される可能性が高いとみられる。
雇用 関連 (四国)	人材派遣会社（役員）	・コロナ禍が明け、久々の年末に向けてのイベントが各地でめじろ押しとなるが、集客人数は更に伸びてくるとみられる。引き続きサービス提供が十分対応できるように人員の確保に向けての対策が必要となり、また、公共交通についても人手不足で一部運休や減便などの状況のなか、地域の活性化のため雇用創出への取組が求められる。
	求人情報誌（営業）	・飲食・観光業界では人手不足が継続しており、忘年会や新年会を含む繁忙期に数年ぶりの集客数を見込んでいるが、受入体制が整っていない店舗も多く、景気は上向きのもののやや良くなる程度を見込んでいる。

□	求人情報誌製作会社（経営者）	・正社員の求人数が減少し、年末年始のアルバイトの求人数が増加すると予想される。
□	職業安定所（求人開発）	・インフルエンザ、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているなかでこの4か月の有効求人倍率は変化がないため、この傾向は冬場も変わらないと予想される。
□	民間職業紹介機関（所長）	・現状の求人状況では、景気が大きく変化する要素が見当たらない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な要因が大きいため、景気変動の影響は余りないとみられる。
▲	人材派遣会社（営業担当）	・派遣の依頼は一定数あるが、専門性が高いため就労につながっていかず、流れ作業などの工場系の仕事は減ってきている。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・個人消費が回復しないと当地域全体では回復は厳しいだろう。
×	—	—