

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（常務理事）	・拡大中の新型コロナウイルス感染症の第11波が景気にもたらす影響が気になるところではあるが、今年の前半に行われた賃上げや定額減税の効果が少しずつ後押しとなり、消費が上向き可能性が出始めている。
	○	コンビニ（店長）	・定額減税や8月からの電気料金は政府の補助が出る予定であり、個人消費の改善に期待したい。
	○	家電量販店（副店長）	・前倒しで季節商材を販売しているが、夏休み、お盆、行楽シーズン等の外的要因も多く、今後2～3か月の売上は期待できない。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・気温が例年よりも高い推移となっているなかで、7月中旬からの入館者数、売上共に前年比で良くなっている。
	○	タクシー運転手	・2～3か月先は、気温が現状より涼しくなり、人の動きは良くなるとみられる。さらに、7月は日中の人の動きが悪く、週末のみ人が出ている状況であるが、8月以降は地域の祭り等もあるためやや良くなると予想される。
	○	タクシー運転手	・暑い夏が過ぎ秋がくると、今年ほうう年で逆打ちの年のため、四国遍路の仕事も増えてくるとみられる。また、街にもそれなりに人が出るため、今よりは良くなるとみられる。
	○	通信会社（営業担当）	・徐々に来客数も増えてきており、収入につながる販売数も増加傾向にある。
	○	美容室（経営者）	・8月は県外から帰省する客が増えるため、売上アップが少し見込まれる。
	□	商店街（代表者）	・今年の夏も暑い日が続いており、外出してレジャーを楽しむ状況とはなりにくそうであり、客の行動が多少鈍化するとみられる。商品やサービスの提供に関しても価格が高騰しており、難しい状況が続いている。
	□	商店街（代表者）	・個人の考えがますます多様化するなかで、対応できないほどのスピードで時代が変化している。スピードとコンパクトな発想がなければ地方都市はどんどん衰退し、過疎化に向かい始めるとみられる。
	□	百貨店（マネージャー）	・インバウンドについては円安の影響もあり好調に推移しているが、2～3か月後も現状のような傾向が続くとは限らないため、将来の先行きは不透明である。
	□	スーパー（店長）	・1品単価は前年を超え続けているが、買上点数は依然として伸び悩んでいる。
	□	スーパー（店長）	・景気変動する要因が見当たらない。
	□	スーパー（企画担当）	・消費の低迷により、5～6月は苦戦したが、7月は気温の上昇とともに季節品が好調に推移しており、前年並みの回復傾向にある。
	□	スーパー（統括担当）	・電気代の抑制や減税など、国からの補助で家計を助けてもらっているが、これがいつまでも続くとは思えず、節約志向が続くとみられる。
	□	コンビニ（総務）	・物価上昇やエネルギー価格の上昇を受け、消費者の節約志向が一層強くなり、曜日や時間帯に応じて小売店を選定しているため、来店頻度が落ちていると考えられる。
	□	コンビニ（商品担当）	・円安や株価の状況では、景気が好転する材料が見えない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールもいよいよ終盤に入ってくるが、厳しい残暑が続く限りは、状況も厳しくなると覚悟している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・夏休みに入り、帰省する人々が増えれば少し良くなるとみられるが、消費が低迷しており、長い目で見れば今のところ良くなるとみられない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・物価高が続くとみられる。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	・来月も引き続き、高い気温の推移が続くとみられ、年齢の高い客の動きが更に悪くなると予想しており、全体的にはマイナスに推移すると考えられる。
	□	家電量販店（店員）	・全体的な割高感が拭えない限り、状況は変わらない。
□	乗用車販売業（営業担当）	・オーダーストップの車が解消される見込みがない。	

	□	乗用車販売店（従業員）	・自動車メーカーの生産が上向かない限り、景気は良くなりませんとみられる。
	□	乗用車販売店（役員）	・円安傾向が続いており、物価上昇に対する懸念もみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	・秋の観光シーズンにかけて、現状の好調は維持されるとみられるが、宿泊施設のキャパシティに限界があり、来客数増加に向けた施策が限られている。インバウンドの拡大による連泊の増加、消費単価の上昇が今後の課題である。
	□	都市型ホテル（経営者）	・円安と猛暑によるエネルギーコストの増加、さらには物価上昇と実質賃金の低下傾向といった先行き不安により、現状が大きく改善されることはないと考えられる。
	□	旅行代理店（部長）	・先行きが不透明な状況である。
	□	通信会社（支店長）	・前年度と比較し、来客数、販売数は横ばいであり、自社の需要も含め、景気が良くなる兆しがみえていない。
	□	美容室（経営者）	・2～3か月先の9月、10月は売上が悪い年が多いが、現状も良くないため変わらないとみられる。
	□	設計事務所（所長）	・当社も含め、周辺の中小企業は賃上げをしたと聞いているが、生活必需品や交通費等の値上げに追い付いておらず、実感として景気が良いとは感じにくい。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・気温が高すぎて花の生育が悪くなっているため、入荷量や質が良くない。また、今年はお盆に予約をする動きが遅いとみられる。
	▲	百貨店（販売促進）	・賃金の上昇が物価に追い付いておらず、政府の対策も不十分だと考えている。さらに、お盆にかけて新型コロナウイルスの感染拡大が懸念される。
	▲	スーパー（人事）	・定額減税や電気代補助などが終了し、出費に対して敏感になるとみられる。
	▲	スーパー（財務担当）	・晴れの日にはしっかり消費されるが、物価高の継続により日常的には節約志向が強く、買上点数が減少するとみられる。
	▲	コンビニ（店長）	・景気が良くなる理由がない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・7～8月にかけてはお中元の時期でもあり、最もよく売れる時期であるため、良い状態が続くとみられる。
	▲	観光遊園地（主幹）	・7月に発生した当地域の土砂災害により、観光の主要地が営業を休止している。
	▲	競艇場（マネージャー）	・買い控えの風潮であり、遊興に回せる資金もシビアになるとみられる。
	×	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・今年に入り、仕入商品の値上がりの通知が何度かあり、商品価格に転嫁したいが、できない状況である。また、秋に向けても商品の値上げの連絡があり困惑しており、今後が特に心配である。
	×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・止まらない物価上昇により生活に余裕がなくなる一方であり、消費者の財布のひもは一層固くなるとみられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる理由が見つからない。
企業 動向 関連  (四国)	◎	食料品製造業（商品統括）	・販売価格の計画的な値上げが消費者に許容されてきており、今後金利のメリットも現れて全体的な消費・景気のアップにつながっていくとみられる。
	○	繊維工業（経営者）	・人手不足、物価高騰などの問題があり、地方の景況感は決して良いとはみられないが、一方でインバウンド需要による景気の押し上げ感もある。国内景気が急激に良くなることは期待できないが、現状の情勢が続くとみられる。
	○	木材木製品製造業（営業部長）	・大手住宅メーカーの受注速報が回復しているため、下期の売上が回復すると見込んでいる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・再生資源の事業をしているが、市や県、国も関心を寄せてくれるようになっており、少しずつ受注を伸ばしていけると感じており、景気は良くなっていくとみられる。
	□	農林水産業（職員）	・新型コロナウイルスが感染拡大しており、当職場でも職員の3分の1程度が感染した状況である。地方は、慢性的な人手不足の職場が多く、非感染者への業務のしわ寄せが増加している。猛暑もあり、経済活動の低下が心配される。
	□	食料品製造業（経営者）	・運賃、倉庫料、宅配便などの物流費の値上がり、エネルギー費の高騰、円安による海外輸入の原材料価格が高騰しているが、製品価格に転嫁できず利益が圧迫される状況が続いている。

	<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・原材料価格の高騰で仕入先の値上げが相次いでおり、売上の採算が合わず利益が出にくい。来年以降、自社に関しても値上げを行い、利益が取れる商品を中心に販売していくが、値上げされるまでの間は利益がほとんどでない予想される。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経理）	・物価高・円安基調・金利上昇等の経済環境の傾向は変わらないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・変わらず公共工事頼りであり、民間工事の見通しが悪い。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・景気に変化がない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（企画・売上管理）	・パリオリンピックのあとのポジティブなニュースが現状特にないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（総務担当）	・イベント等の運営において新型コロナウイルス感染症の影響はかなり小さくなっており、ボランティア活動等の社外イベントへの参加者数は増加傾向が続くと想定していたが、直近の動きを見る限り、今後しばらくは大きく変動しないようにみられる。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う採用関連やSNS等のデジタルマーケティング関連の広告は増えているが、エネルギー等の物価高騰の影響により消費マインドが低下しており、小売・流通等の広告費の削減傾向は続いている。したがって、全体としては余り変わらないと予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務部長）	・現状の受注状況が続けば、生産・販売量は大きく落ち込む可能性がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・国際情勢、物価高、政治が不安定である。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（副支店長）	・為替相場や金利動向によっては仕入価格、エネルギー価格、支払利息の負担に影響を及ぼし、景気が冷え込む可能性がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・不動産仲介業をしているが、地価や建築費、人件費等が上がっており、客や売主も模様眺めの状況が続くとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	税理士事務所	・海外の事件により、株価に大きな変動があり、中小企業には良い影響が発生していないとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
雇用 関連 (四国)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（経営者）	・異動時期に入り、求人数の増加が予想される。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（総務部長）	・求職者数が劇的に増えるとは考えられない。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌（営業）	・どの業種においても人材採用のハードルの高さは変わらず、求人数が増えることも予想されるが、採用難が続くため景気は横ばいと判断される。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（求人開発）	・管内の事業所からは、価格転嫁で心配していた需要の低下もみられず、売上も好調という声を聞く一方、為替の値動きや賃上げ、電気代高騰など、先行きの見通しについて不安要素が拭えないという声もある。製造業では、中国景気の冷え込みや為替の影響を受けているかどうか景況判断の分かれ目になる等、2極化の様相を呈している。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（所長）	・景気を左右しそうな要素が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な人手不足感が変わらないなか、地方の中小企業は一段と人材不足が強まっていくとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・民間企業の広報費の削減が止まらないとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—