

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)	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・10月の来客数は個人旅行・団体旅行ともに増加している。
	○	商店街（常務理事）	来客数の動き	・芸術祭の秋会期が始まり、観光客を中心に来客数が増加している。気温も下がり、季節商材の需要が喚起されている。ただし、物価高により消費者の財布のひもは固く、手放しで喜べる状況にはない。
	○	コンビニ（総務）	販売量の動き	・売上高は前年同月比で増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・10月前半は気温が高く売上は前期比で減少となるが、後半は気温が下がり、売上が増加した。10月全体では売上は前期比微増である。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・現行OSのサポート終了に伴う買換え需要で販売数は増加した。
	○	旅行代理店（部長）	販売量の動き	・底堅い上向き感ではないが、若干の好感触である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・夏前から始めた新たな配車サービスによる乗車が増えてきている。固定客の利用も堅調である。四国遍路に関連した仕事も増えており、売上は増加している。
	○	設計事務所（所長）	単価の動き	・建築見積依頼に応じない建設業者が出始めている。
	□	商店街（代表者）	それ以外	・個人所得、可処分所得の増加が期待できる環境が整いつつある。この状況をいかに定着させるかが、地方都市再生の唯一無二の試金石であるとみられる。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・顧客の様子や話からは、まだ景気は難しい状況が続いていると感じる。株高は続いているが従業員への給与への反映は程遠い状況にあり、レジャー産業には厳しい状況が続いている。顧客からは活発な購買に対する話はない。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	来客数の動き	・週によってばらつきがある。以前より景気が落ち込んでいる。
	□	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・食料品の値上げなど物価高により購買意欲が上がらない。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・物価高騰による販売数の減少傾向が続いている。
	□	スーパー（店長）	単価の動き	・販売単価は上がり、販売数量は落ちている。客単価自体の変動はない。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・かなりの期間、商品単価の上昇が続いている。生鮮商品の単価が下がってもカバーできない状況にある。来客数は前年より減少しているが、売上は前年比増加で推移している。
	□	スーパー（人事）	販売量の動き	・新米価格も高止まりしており、10月から多くの商品などが値上げとなったことから、消費マインドはやや鈍っている。各家庭内で、支出を抑えるところと、しっかり使うところでメリハリをつけているのが最近の傾向であるが、更に加速している。
	□	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・低価格帯の同業者の進出により、買い回りする客が増加している。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・減少し続けていた来客数がようやく下げ止まった。客単価は前年同月比105%の状況にあるが、物価上昇により来客数は今後減少するとみられる。
	□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・相変わらず来客数は少なく、客単価も低い。今は洋服に掛ける金額は少ないとみられる。
	□	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・依然として地元宴会の動きが低調である。
	□	通信会社（社員）	お客様の様子	・訪問営業時に客の警戒度が以前よりかなり高くなっており、接触できなくなってきた。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・来客数は前年同期比で変化がない。
	□	競艇場（マネージャー）	お客様の様子	・来客の動向に大きな変化はなく、3か月前と変わらない。

	▲	商店街（代表者）	それ以外	・ 気候が安定しないことから、秋物販売が低調である。
	▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・ 大手飲料メーカーに対するサイバー攻撃による商品欠品の影響がある。また物価高で消費者の酒類を含む外食が低迷しており、飲食店への売上は減少したままである。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・ 米の値段が高止まりする中、予算を減らしたり値段の安い商品を見る客が増加している。繁華街も週末だけしか人出がない。節約傾向がみられる。
	▲	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・ 来客数が減少している。また、物価高による買い控えが進行している。
	▲	スーパー（統括担当）	販売量の動き	・ これまでは物価高の影響により客単価は高かったが、最近では購入数が減少しており、客単価も低下傾向である。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・ 最近の商品価格上昇により売上は、ほぼ前年並みに推移しているが、来客数の減少傾向が7月より続いている。価格上昇分を除くと、実質売上、来客数共に減少している。物価上昇のなか、消費意欲の低下を感じている。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・ 原材料の値上げが厳しい。特に米の価格上昇が厳しく、来客数減少につながりかねない。
	▲	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・ 月中は暑さが続いていたため、秋物の動きが鈍く、売上は前年比減少で推移していた。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・ パソコンは現行OSのサポート終了に伴う買換え需要により、売上高は前期比280%で推移しているが、白物家電の販売が低迷しており、全体での売上は減少している。
	▲	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・ 受注停止車種が多数あり販売できない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・ 様々な商品が値上がりをしており、また、大手飲料メーカーの受注停止により売上は減少している。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・ 9月との比較では売上増加しているが、7月との比較では売上は減少している。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ 10月、11月は例年閑散期である。気温の上昇により、繁盛期の夏場は売上減少。そのまま閑散期に入った様子である。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・ 賃金の上昇を上回る物価上昇が続いており、家計は厳しい状況が続いている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・ 毎年10月、11月は来客数の増加はない。さらに、インフルエンザ、コロナも少しずつ増え始めたことも来客数の増加しない要因である。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・ 物価高の影響か、ヘアカラーの客が自宅で染髪するため客単価が下がっている。
	×	－	－	－
企業 動向 関連 (四国)	◎	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・ 受注量は増加している。第3四半期に入り12月までは受注は好調に推移する。
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 12月から主力商品の一部を値上げするため、今月中旬から値上げ前の需要があり、受注が旺盛である。それに加え、都市圏や地方都市でも景況感は良くなっている。ただし、売れる商品と売れない商品がはっきりしており、全体的に前年並みという小売店が多い。
	○	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・ 10月の受注状況は前月と比較して増加している。継続できるかどうかで状況が見えてくる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 女性初の首相の発言や所信表明演説が強く景気に結び付いているとみられる。行政の動きが良くなっている。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・ 全体として大きな変動はない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ 住宅販売の客の減少と買い控えが影響している。公共工事も減少している。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ このところほとんど受注がなく、これまでに受注した工事を消化しているだけである。

雇用 関連 (四国)	☐	輸送業（経営者）	取引先の様子	・政治の停滞感がある。
	☐	通信会社（総務担当）	それ以外	・ボランティア活動の参加人数、フードバンクへの寄贈量について、参加人数・数量共に3か月前と大幅な変化がない。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・業績が悪化している取引先が散見される。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	☐	人材派遣会社（マネージャー）	求職者数の動き	・採用活動を年間通して実施しているが、求職者の動きがかなり増加している。不満や不服を感じてというより、より良い待遇や職場環境を求めている転職活動が多く、企業側の好待遇求人も増えている。
	☐	人材派遣会社（総務部長）	求職者数の動き	・求職者数が増えれば業界の景気も上向くとみられる。
	☐	人材派遣会社（オフィス責任者）	求職者数の動き	・求人数に対し求職者数が変わらず不足している。
	☐	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・周辺企業で求人数が増えつつあり、裏付けるように県内求人倍率も上昇している。ただし、景気が良くなっているとはいえず、人手不足に対して打ち手がなく苦勞し続ける企業が増加している。
	☐	職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・新規求人数は、おおむね前年同月と同水準で推移しているものの、新たな好材料は見当たらない。数か月前と変化がない状況が続いている。物価の上昇が続くなか、年金だけでは生活ができないとする高齢求職者数の増加が続いている。
	☐	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・募集職種により差異はあるが、全体的に求人数の推移に大きな変化はみられない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・地方の広告に関して、官公庁以外の出稿は減少している。例年ある少額の広告も減少し続けている。
	×	—	—	—