

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な状況の説明
家計動向関連 (四国)	◎	美容室（経営者）	来客数の動き	・12月は来客数もかなり増加しており、売上も大幅に増加している。物価高により来客数が減少すると考えていたので、安心している。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・我が国がデフレから脱却し、中国経済の衰退が始まるとみている。台湾有事に関する問題が表面化しなければ、経済成長が期待できるとみている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・繁華街の来客数が前年より増加し、にぎわっている。飲食店の来客数も多く、客単価も上昇している。物価上昇を少しずつ受け入れてきている様子がうかがえる。
	○	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・外商売上が好調であった。大口の注文があって売上が增加了。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・年末で客単価は上昇しており、正月用品の売上も順調である。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	来客数の動き	・夏から好調に推移しており、3か月前は一旦落ち着いた月であった。落ち着いて以降も好調に推移しており、現在も良い状態である。特に土産物店や飲食店が好調で全体をけん引している。
	○	旅行代理店（部長）	お客様の様子	・来年度実施の企業系MICEイベントが増加している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・12月は繁忙期であるが、客数は前月よりも少し増えたくらいにとどまっている。車の台数が少ない影響から、客の乗車及び単価が少し増加している。
	○	通信会社（支店長）	来客数の動き	・店頭への来客数が伸び、売上も増加傾向にある。
	○	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・同じ地域でも県によって差はあるが、年末商戦により来客数、売上共に増加している。
	○	美容室（経営者）	それ以外	・SNSでインフルエンサーによる紹介があり、来客数が増加している。
	○	設計事務所（所長）	それ以外	・民間の建築確認機関が非常に多忙になっており、確認審査に時間が掛かるようになっている。
	□	商店街（常務理事）	来客数の動き	・若年層や中間層は節約を心掛けるが、使うところには使うといったメリハリのある消費傾向がみられる。高齢者層の多くは年末年始に支出が増加する傾向にあり、これに備えて商店街での買物に対しては、おおむね慎重な消費行動であることがうかがえる。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・冬のバーゲンセールが始まっているが、客は本当に必要な物のみを買い、単価はかなり低下しているように見える。消費がかなり冷え切っているように見える。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	来客数の動き	・前年と比べて10月、11月は少し売上が減少したが、12月になり前年、前々年と同じ状態になった。しかし、売上の増加や受注量、販売量の動きと直接関係しているとはみられない。少し様子をみたい。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・物価高の影響により、忘年会シーズンの飲食店への納品が増加せず、お歳暮商品の売上も伸びなかつた。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・相次ぐ商品値上げにより、販売量が減少している。
	□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・年末商材等で単価の上昇が大きく、販売量は前年並みか微減であるが売上は大きく増加している。
	□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・物価上昇による節約志向は依然として続いている。冷凍食品や総菜などのすぐ食べられる食料品の売上は増加しているが、日用品については売上が減少している。総じて売上は増加しているが、先行きは不透明である。

	□	スーパー（人事）	販売量の動き	・クリスマスや年末年始に備えて、平日を中心に節約意識は強い状態が続いているとみられる。また、暖冬であるため季節商品の動きが低調であることも販売点数の伸び悩みに影響している。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は、依然として微減の状態が7月より続いている。売上は価格上昇しているためほぼ前年並みの推移となるが、客に余裕はないようにみられる。
	□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みであり、客単価は物価上昇の影響により前年比107%である。ただ、買上点数は減少しており、来店できない客層も出始めている。今後、来客数は減少するとみている。
	□	コンビニ（総務）	販売量の動き	・売上は前年に比べ好調で、3か月前と同水準で堅調に推移している。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・12月は例年中旬以降に歳末の売出しをするが、今年は大手同業者が1週間程度前倒しでスタートしたため、当店では前年比2%～5%程度売上が減少している。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・地元客は少なく客単価も低い。本来であれば秋冬商材の売上が好調な時期で客単価も上昇するはずであるが、売上は厳しい状況である。
	□	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・今月は前年並みの売上で推移している。特に客の様子で変わったことはないが、単価の上昇もあり来客数が減少傾向である。
	□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・ボーナス商戦や季節商材の動きは活発でなく、他商品の売上減少を補えなかった。
	□	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・年末に向け徐々に来客数は増加しているが、前年比97%での推移である。物価高の影響もあり、客単価は前年比107%で推移している。
	□	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・新車はすぐに注文停止となり、受注停止が続いている車種も多く、注文できない。
	□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・客の購買意欲に大きな変動はない。
	□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・社会全体の景気は良い方向ではなく横ばいの印象を受ける。当店の売上が前年比で同じか若干上回っていることを考慮すると、景気は持ち直しているともみられる。また、広告の成果もあるとみられる。
	□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・12月は閑散期であり3か月前と比べると来客数は減少しているが、前年比では増加している。
	□	観光遊園地（主幹）	来客数の動き	・12月は来客数が減少する時期ではあるが、好天に恵まれたことやイベントを実施していることなどから、前年同期比で同水準を維持できている。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・仕入単価や電気水道等の管理費が少しづつ上昇してきており、経費の上振れが続いている。販売単価を上げなければ難しい局面だが、簡単に上げることもできず難しい状況になってしまっている。顧客も値段等に厳しい目を向けているとみられる。
	▲	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・インバウンドの来客数は前年に比べ大きく減少しており、地元客も前年の来客数に届いていない。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・全部門で販売価格の見直しを行った結果、顕著に販売点数の落ち込みがみられた。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・ディスカウント型スーパーの出店による影響が出てきている。
	▲	スーパー（統括担当）	単価の動き	・客単価がこれまで上昇傾向であったが、現在は前年を下回り始めている。年末年始に備えているとみられる。
	▲	コンビニ（商品担当）	単価の動き	・米、卵、肉、葉物野菜などの高騰が続いているとみられる。
	▲	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・地元客の宴会需要が弱いとみられる。
	▲	競艇場（マネージャー）	来客数の動き	・来客数に大きな変動はないが、以前のような活況はみられなくなった。
	×	—	—	—
企業動向関連	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大手企業とのJ-クレジットの話が進んでおり、景気は良くなっている。

(四国)	□	織維工業（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したため大手取引先からは11月中旬に前倒しでの注文があった。一方で中小の販売店は在庫を多く持たないため、12月も前年並みの売上で推移した。最近、地方都市にも国内外の観光客が訪れている関係か、都心部のみならず地方でも雑貨を扱う小売店が新規開業している。
	□	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・住宅着工件数が減少しており、当社の受注は減少している。価格転嫁できている取引先は利益を確保できているが、できていないところは厳しい状態が続いている。
	□	化学工業（所長）	取引先の様子	・底堅い受注を継続していた食品向け包装材の売上が減少している。
	□	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・見通しがはっきりしていない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材価格の高止まりにより建築価格が高騰しているが、価格転嫁が十分にできていない。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・これまで受注した工事を消化するだけで、新規の工事を受注できていない。
	□	輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大きく変わる雰囲気はないとみられる。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・受注状況が1度悪化してからは大きな変化がなく、横ばいで推移している。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売却依頼の受注に変化はない一方、買取りの引き合いはあるものの購入決定に至る商談はない。
	□	税理士事務所	取引先の様子	・業績は横ばいである。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—
雇用 関連 (四国)	◎	—	—	—
	○	求人情報誌（営業）	求人数の動き	・有効求人倍率が、1.4倍前後と比較的高く推移する求人市場が続いている。周辺企業においても人手不足感は強く、応募は継続的にあるものの充足しきってはいない。地元の雇用市場は活発な状況のため、景気はやや良くなっていると判断している。
	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	周辺企業の様子	・特に大きな変化はない。取引先は人件費の上昇分を価格転嫁ができていないため、利益確保に苦戦している様子である。
	□	職業安定所（求人開発）	求人数の動き	・求人企業において人手不足感は依然として強い。しかし、最低賃金引上げの影響から、採用活動に慎重な動きがみられた。こうした動きは、製造業や卸売小売業で比較的顕著にみられ、新規求人数の減少につながった。
	▲	人材派遣会社（総務部長）	それ以外	・最低賃金引上げによる人件費高騰の影響がみられる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告は明らかに新聞、雑誌、ラジオ、テレビは減少し、Webへのシフトがより顕著になってきた。
	×	—	—	—