

(10) 四 国



四国地域では、景気は新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる。

- ・ 鉱工業生産は下げ止まりつつある。
- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す（ は上方に変更、 は下方に変更）。

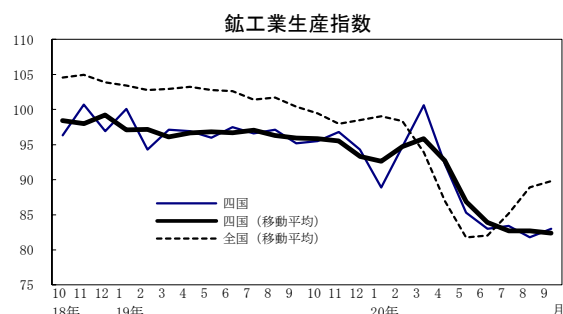
前回からの主要変更点

	前回（令和2年9月）	今回（令和2年12月）	
景況判断	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、このところ持ち直しの動きがみられる	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる	→
個人消費	このところ持ち直している	持ち直している	→
雇用情勢	感染症の影響により、弱い動きとなっている	感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる	↑

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は下げ止まりつつある。

7—9月期の鉱工業生産は、輸送機械は船用ボイラ、原動機等が減少したこと、電気機械が減少したこと等により、前期比4.7%減となった。月別では、7月に前月比0.5%増、8月に同1.9%減の後、9月は同1.5%増となった。



域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		4—6 月期	7—9 月期	7月	8月	9月
化学・石油石炭	22.1	▲7.1	1.0	1.7	▲1.1	2.6
食料品	13.8	▲6.2	▲3.5	▲2.0	0.5	2.1
電気機械	12.8	▲1.3	▲7.8	5.7	▲3.3	1.9
汎用・生産用機械	11.3	▲13.6	▲6.1	0.4	▲1.5	▲4.6
輸送機械	7.9	▲23.6	▲18.9	▲9.8	▲10.3	19.1
鉱工業	100.0	▲8.3	▲4.7	0.5	▲1.9	1.5

(備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。

2. 7—9月期、9月は速報値。

(備考) 1. 2015年=100、季節調整値。四国の最新月は速報値。
2. 全国及び四国の太線は中心3か月移動平均。
直近月は2か月平均。

2. 個人消費の動向

個人消費は持ち直している。

(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

7-9月期は前期比4.7%増となった。

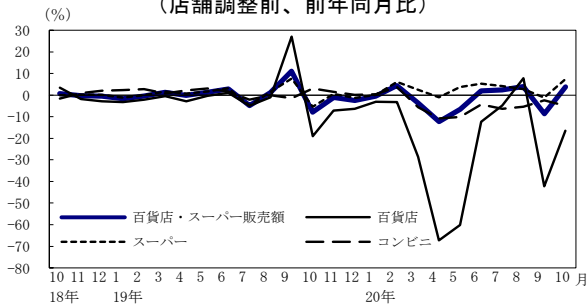
(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、4-6月期は前年同期比5.5%減、7-9月期は同0.8%減となり、減少幅が縮小している。

百貨店は、4-6月期は同45.5%減、7-9月期は同15.0%減となった。

スーパーは、4-6月期は同2.7%増、7-9月期は同1.9%増となった。

百貨店・スーパー販売額等
(店舗調整前、前年同月比)



	2020年7-9月	2020年7月	8月	9月	10月
RDEI (消費*1)	4.7	▲2.6	0.3	2.7	—
百貨店・スーパー(*2)	▲0.8	2.4	4.0	▲8.6	3.8
百貨店(*2)	▲15.0	▲4.8	7.8	▲42.3	▲16.6
スーパー(*2)	1.9	4.1	2.8	▲1.1	7.4
コンビニ(*2)	▲4.7	▲6.4	▲5.3	▲2.4	▲4.9
乗用車(*3)	▲15.4	▲11.7	▲14.0	▲19.2	33.7
(季節調整値)(*3)	28.2	9.4	2.0	▲3.0	9.9

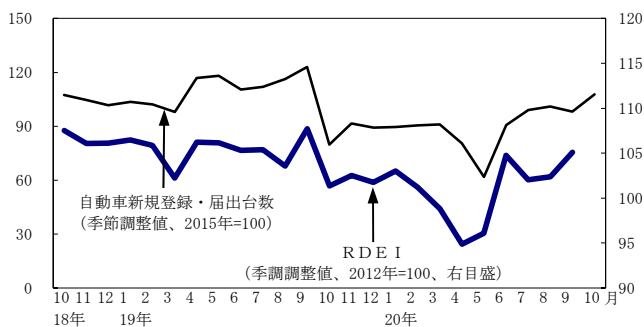
(備考) 1. 季節調整済前期(月)比 (%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

2020年10月は速報値。

3. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比 (%))

RDEI (消費) と自動車新規登録・届出台数の推移

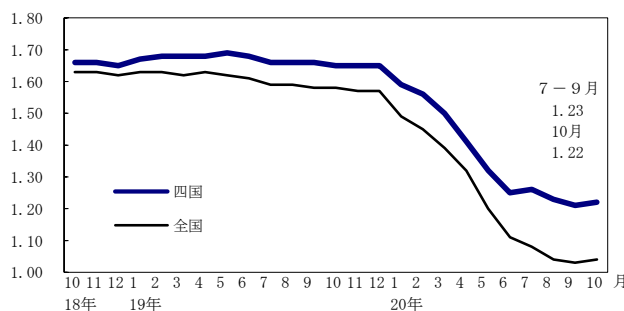


3. 雇用情勢

雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

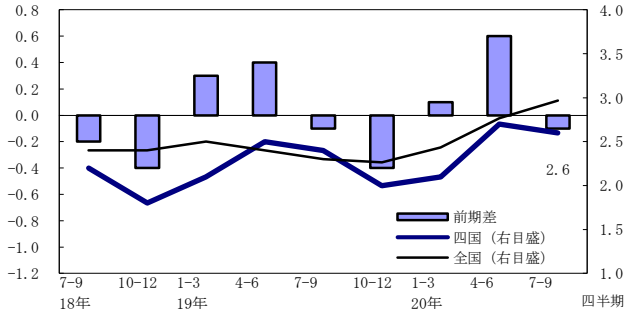
有効求人倍率は低下している。完全失業率は前期を下回っている。

(倍) 有効求人倍率 (季節調整値、就業地別)



(ポイント)

完全失業率 (季節調整値)



(備考) 内閣府にて季節調整をおこなったが、季節性が認められなかったことから、原数値と同じ。

(13) 景気ウォッチャー調査（令和2年10月調査）景気判断理由の概要

10. 四国

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連	○	・Go To Travelキャンペーンの効果で来客数は増えている（観光型旅館）。
		□	・3か月前と余り景気は変わらない。客はGo To キャンペーンで食事や旅行に金を使っているようで、まだ服にまで波及効果はないが、将来的には良くなりそうな感じはする（衣料品専門店）。
		▲	・秋祭りの中止の影響で、当該地域の店舗はやや苦戦を強いられている（スーパー）。
	企業 動向 関連	○	・自動車産業の回復やGo To キャンペーンの効果などで需要は回復傾向にあり、受注が増加している（化学工業）。
		□	・取引先の売上が以前よりも上がってきている（税理士事務所）。
		▲ ×	・発注が鈍化している（建設業）。 ・新型コロナウイルスの影響もあって、海外工場の時短勤務や海外での商談が長引く等の影響が見受けられる（一般機械器具製造業）。
	雇用 関連	○	・Go To キャンペーンにより人の動きが出てきている。宿泊業や旅行代理業、飲食業などに少しずつ景気の回復が感じられる。感染防止対策が求められるなかでの販売戦略において、求人ニーズは徐々に戻ってきている（人材派遣会社）。
		□	・新型コロナウイルスの感染拡大による影響が様々な産業において出ており、4月以降、事業所閉鎖、事業縮小等による人員整理を実施する事業所の発生が継続しているが、件数的には落ち着いている（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		○：繁華街にたくさんあった空きテナント店舗で内装工事を始めるところが出てきた。Go To Eat キャンペーンで居酒屋は少しずつ人が戻りつつあるが、スナックやバーは客が少ない（一般小売店〔生花〕）。 □：3か月前と比べて変化は余りない。新型コロナウイルスの感染者が当県でも継続して出ている。Go To Eat キャンペーンが始まったが、利用者は週末に集中している。また、公共交通機関ではなく自家用車を利用する客が多いことから、タクシー業界の景気は良くない（タクシー運転手）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・年末に向けて、密な空間で飲酒を伴う忘年会のような宴会をする機会は減少すると予想する（一般レストラン）。
		○	・Go To 商店街キャンペーン等の施策が進んでいる。この秋冬に開催予定のイベントで観光客の入込増加も期待でき、人々の新型コロナウイルスに対する抵抗感が弱まったように感じる（商店街）。
	企業 動向 関連	□	・冬季の新型コロナウイルス感染拡大の予測が不透明であるため、3か月先の状況は読み切れない（通信業）。
		○	・Go To キャンペーン関連の仕事や、比較的影響の少ない建設業の採用キャンペーン等が見込まれており、企業マインドも少し上向き、販売促進広告も若干増加傾向である（広告代理店）。
	雇用 関連	□	・業績が悪化しているサービス業を中心とした業種では求人数や採用数は激減しているが、直接的な影響を受けていない業種では増加しており、トータルでは大きく変わらない状況である（求人情報誌）。
	その他の特徴 コメント		□：現在の予約状況を勘案すると、今後も伸び悩むことが予想される。宿泊についてはGo To Travel キャンペーンの影響で増加が見込めるが、これからの忘年会シーズンの予約状況を前年と比較すると非常に悪い。これからも現在の景気状況はさほど変わらないと予想する（都市型ホテル）。 ▲：新型コロナウイルスの感染が再拡大しつつあり、少し心配である（百貨店）。

(D I)

現状・先行き判断D I（四国）の推移（季節調整値）

