

(10) 四 国



四国地域では、景気は一部に弱さがみられるものの、緩やかに持ち直している。

- ・ 鉱工業生産は持ち直しの動きに足踏みがみられる。
- ・ 個人消費は緩やかに持ち直している。
- ・ 雇用情勢は改善の動きがみられる。

(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）。

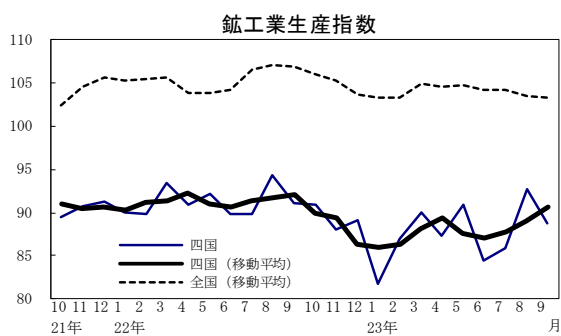
前回からの主要変更点

なし

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直しの動きに足踏みがみられる。

7－9月期の鉱工業生産は、前期比1.7%増となった。月別にみると、7月は汎用・生産用機械が増加したこと等により前月比1.7%増、8月は化学・石油石炭製品が増加したこと等により同7.9%増、9月は化学・石油石炭製品が減少したこと等により同4.3%減となった。



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・石油石炭製品 | 22.1 | 2.4 | 5.8 | ▲5.7 | 38.6 | ▲8.9 |
| 食料品 | 13.8 | ▲0.7 | 0.0 | 3.3 | ▲0.9 | ▲1.1 |
| 電気機械 | 12.8 | 0.8 | ▲2.2 | 3.6 | 0.4 | ▲4.5 |
| 汎用・生産用機械 | 11.3 | 6.6 | 3.3 | 12.8 | ▲7.4 | ▲1.6 |
| 輸送機械 | 7.9 | 3.8 | 2.6 | 5.2 | 8.1 | ▲6.3 |
| 鉱工業 | 100.0 | 1.5 | 1.7 | 1.7 | 7.9 | ▲4.3 |

(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 (全国は2020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

個人消費は緩やかに持ち直している。

(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

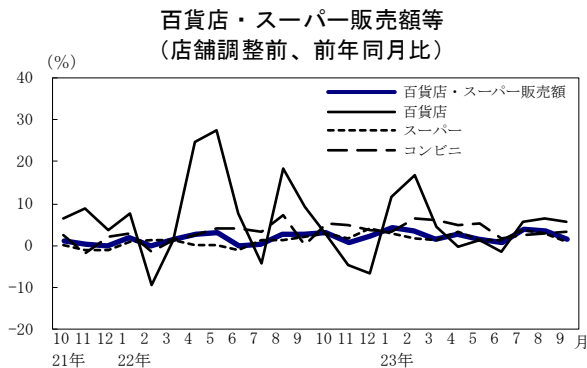
7-9月期は前期比0.7%減となった。月別にみると、7月は前月比0.2%増、8月は同0.5%減、9月は同1.4%減となった。

(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、7-9月期は前年同期比2.9%増となった。月別にみると、7月は前年同月比4.0%増、8月は同3.3%増、9月は同1.5%増となった。

百貨店は、7-9月期は前年同期比5.8%増となった。

スーパーは、7-9月期は同2.5%増となった。

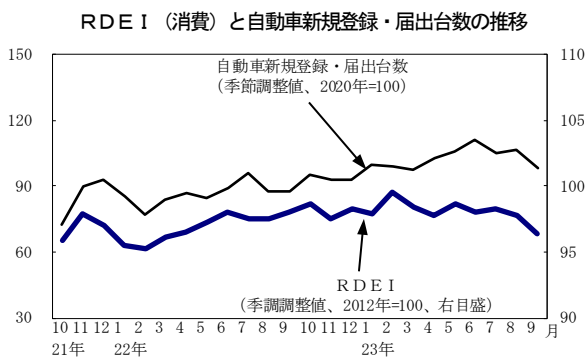


| | 2023年7-9月 | 2023年7月 | 8月 | 9月 |
|--------------|-----------|---------|------|------|
| RDEI (消費*1) | ▲0.7 | 0.2 | ▲0.5 | ▲1.4 |
| 百貨店・スーパー(*2) | 2.9 | 4.0 | 3.3 | 1.5 |
| 百貨店(*2) | 5.8 | 5.6 | 6.3 | 5.7 |
| スーパー(*2) | 2.5 | 3.7 | 2.9 | 0.9 |
| コンビニ(*2) | 2.8 | 2.6 | 2.7 | 3.1 |
| 乗用車(*3) | 13.3 | 9.6 | 21.8 | 10.6 |
| (季節調整値)(*3) | ▲3.2 | ▲5.6 | 1.2 | ▲7.3 |

(備考) 1. 季節調整前前期(月)比 (%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

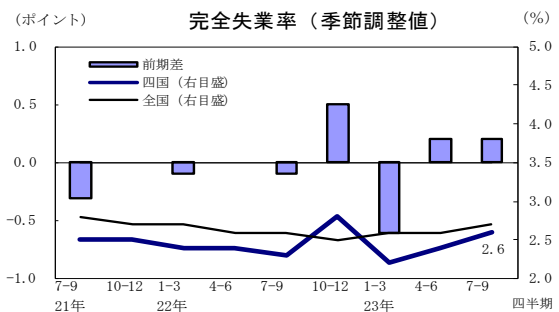
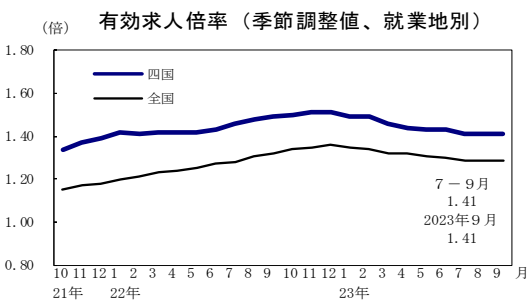
3. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比(%))



3. 雇用情勢

雇用情勢は改善の動きがみられる。

有効求人倍率はこのところおおむね横ばいとなっており、前回の景気循環の平均的な水準にある (P10 参照)。一般労働者の定期給与は上昇している (P10 参照)。完全失業率は前期を上回っている。



(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5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)

| | 判断 | | 判断の理由 |
|----------------|----------------|---|--|
| | 分野 | 判断 | |
| 現状 | 家計 動向 関連 | □ | ・宿泊を中心に堅調な推移を維持しているが、忘年会などの飲食店の動きは円安や物価高騰に賃金の上昇が追いつかず、必ずしも良い傾向とは言い難い（都市型ホテル）。 |
| | | ▲ | ・客は必要最低限の物のみを購入している様子で、ついで買いや衝動買いが減少している（家電量販店）。 |
| | | ○ | ・自社が今月実施した北海道フェア及びハロウィーン商戦は好調に推移した（スーパー）。 |
| | 企業 動向 関連 | □ | ・受注環境が厳しくなっており、金利の上昇に関する懸念も存在している（建設業）。 |
| | | ◎ | ・当社は今春から全社的に受注が活発になっているが、受注内容は大きく変化している。当社の取引先小売店においては、一般の路面雑貨店や大型店ではおおむね厳しい状況にある。一方で、新規に改装を行った店舗や品ぞろえを新たに入れ替えている店舗、又は観光地にある小売店は好調である（繊維工業）。 |
| 雇用 関連 | ○ | ・物価高騰や賃上げに対応して、企業の売上が向上していない状況である（税理士事務所）。 | |
| | □ | ・求職者は一定数あるが、求職者数の希望条件と派遣の依頼とのミスマッチが目立っている（人材派遣会社）。 | |
| その他の特徴 コメント | ○ | ・週末や夜の時間帯は街中に人流が戻っており、観光や飲食業界を始めとするサービス業界がコロナ禍から復調している様子だが、いずれの業界も人手不足のため、営業体制が整っていない状況が多い。その結果、景気は横ばいと考え、求人数は継続的に出しているものの、人員の充足がままならない状態が続いている（求人情報誌）。 | |
| | | □：来場者数は夏以降、新型コロナウイルス感染症が発生する前とほぼ同数になっている（観光遊園地）。 | |
| | | ▲：明らかに買上点数が減ってきている。無駄な買物を控え、物価上昇に対処するため生活防衛に転じたという印象を受ける（コンビニ）。 | |
| 先行き | 家計 動向 関連 | □ | ・暖冬の子供もあり、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（衣料品専門店）。 |
| | | ○ | ・これから年末年始になり、顧客の動向が活発になるとみられるため、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（商店街）。 |
| | 企業 動向 関連 | □ | ・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（パルプ・紙・紙加工品製造業）。 |
| | | ○ | ・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（広告代理店）。 |
| | 雇用 関連 | □ | ・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（求人情報誌製作会社）。 |
| その他の特徴 コメント | ◎ | ◎：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（人材派遣会社）。 | |
| | □ | □：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（百貨店）。 | |

(D I) 現状・先行き判断D I（四国）の推移（季節調整値）

