

9. 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)	良くなる	設計事務所（所長）	・消費税増税の影響にもよるが、建設費の高騰が続くのではないかと思う。ただ、建築単価が上昇しすぎて、事業を取り止める客が出てくるのが心配である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・空店舗だったところが、新規オープンを目指し、改装している。秋冬物の立ち上げに向けて、新規出店・改装がこれから活発になり、商店街のマインドが上昇してくると思う。
		商店街（事務局長）	・オリンピックの誘致が実現すれば、景気への刺激としては大きな効果が出るものと期待している。増税議論が本格化してきているが、ここ数か月の消費は上向いている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・商店街の来客数が、増加傾向にあるように思う。
		百貨店（販売促進担当）	・絵画・宝石・住宅リフォーム等の高額品に、増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		コンビニ（店長）	・建設業の客の購買力が強く、他業種に広がれば景気回復につながる。しかしながら、建設業者の来店もいつまで続くか不安である。
		コンビニ（商品担当）	・販売数量の回復傾向が強くなってきている。購買意欲は上向いている。
		乗用車販売店（役員）	・新車登録は、7月、8月と前年を下回っている。建設や住宅関係、マンション等も上向いてきていることから、9月以降に期待したい。
		乗用車販売店（営業担当）	・待望の主力車種のフルモデルチェンジがあり、良くなると思う。
		都市型ホテル（経営者）	・当地では、「ねんりんピック」開催を控え、景気が持ち直すのではないかという話が出ており、大いに期待するところである。
	通信会社（企画）	・引き続き、集合住宅向けの設備メンテナンスが付帯した契約の引き合いが堅調に伸びると見込んでいる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・地方では、景気や消費の拡大傾向があまり感じられない。
		商店街（代表者）	・少子高齢化、消費税増税、T P P、郊外量販店の乱立等々、消費の混迷が続く要素が極めて多い。高齢化に対応したまちづくりを一時も早く軌道に乗せなければ、地元零細企業のみならず、地方自治体が立ちゆかない時代に入っている。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税増税を実施するかどうかによって、今後のことが大きく変わる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は、地方には動きがみられない。
		スーパー（店長）	・夏が暑かった反動で今冬の寒さが厳しいと感じ、冬物の動きが良くなるのではないかと思う。
		スーパー（企画担当）	・今後、消費税増税など消費者の負担増が話題となるため、買物についてはかなり厳しく抑制される。
		スーパー（財務担当）	・ボーナスの若干の上昇分が、ガソリン価格や輸入食品等の輸入品の値上げによって相殺される。
		家電量販店（店員）	・新機種発売が予定されているが、旧材の価格下落を待っている感が強く、今後も低単価傾向が継続する。
乗用車販売店（従業員）		・受注台数は前年を上回っているものの、単価の低い車種が多い。しばらくは現状が続く。	
乗用車販売店（従業員）		・ハイブリッドの新型車の発売もあり、販売に明るいニュースはあるが、販売量は多くない。景気が上向いているようには感じられない。	
住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びないことが一番大きい。消費税増税について議論しているが、先が分からないため、景気は変わらない。		
その他専門店〔酒〕（経営者）	・夏場はギフト商品が少し売れたが、9月、10月は、日本酒など秋らしい商品が売れる。景気は変わらないと思う。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税が論議されているなかで、消費者の財布のひもは、今以上に緩みそうもない。		
観光型旅館（経営者）	・以前は10月、11月、5月の売上が圧倒的に多かったが、この2、3年は、10月、11月はあまり良くない。景気は徐々に良くなり、消費が伸びるという感じは出てきている。観光業界でも、3世代の旅行が増えてきているので期待している。		
旅行代理店（支店長）	・引き続き景気回復感からの旅行需要の増加は期待されるが、四国の水不足や一部地域での水害等風評被害の影響が懸念される。		

		タクシー運転手	・秋になると、お遍路の仕事も多少増えると期待しているが、昨年は逆打ちの年で、来年は開創1200年に当たるため、今年はお遍路が大きく減っている。景気は変わらない。
		タクシー運転手	・所得が全然上昇していない、建設関係の仕事、資材等の動きが鈍いと聞く。マイカーを利用する観光客が多くなっている。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦終了後、冬モデル発売までは販売が落ち着く時期であり、ほぼ例年通りの動きが想定される。
		通信会社（営業担当）	・新商品発売等、現時点では大きなトピックがない。
		観光名所（職員）	・大きなトピックス等もなく、来客数も昨年並みと考えられる。
		ゴルフ場（従業員）	・8月が大きく下落しており、その反動から、若干は良くなると思うが、予約状況は前年並みか、やや弱い程度で推移している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の動向について、まだ様子見の客が多いように思う。状況としては今と変わらないとみられる。
	やや悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、お盆以降から秋にかけて売上は少ないが、今年は客数も少なく、予算が低い傾向にあり、予約も少な目である。繁華街なのに人出の少なさが気になる。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・夏休み、お盆と出費が続いた後は、次のイベントまで平日・休日ともに厳しくなる。
		スーパー（店長）	・電気料金値上げに加え、いくつかの食品価格の値上げ予定もあり消費節約傾向になる。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるため、季節要因が良好であれば維持もしくは上向き可能性もある。
		衣料品専門店（総務担当）	・猛暑の影響により、秋冬商材の売上にマイナスの影響が懸念されるため、非常に厳しいと感じざるを得ない。
		競艇場（職員）	・年末まで大きなレースもなく、売上増加が期待できない。
		美容室（経営者）	・新規客が少ないので、対策をしないと悪くなる。
		美容室（経営者）	・消費が拡大するほような景気回復の兆候はみられない。
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・猛暑の時期でさえビールなどアルコール飲料の販売が伸び悩んでいたため、今後の売上には期待が持てない。消費者は底値と比較しながら購入するので、小売販売は厳しい。
		コンビニ（店長）	・円安が定着しつつあり、電気料金やガソリン価格の上昇など燃料費は増加傾向にある。また、連日消費税増税論議が行われ、マインド的にも不安を感じている世帯が多いとみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・9月から電気代が値上げ予定であることに加え、ガソリンの小売価格も上昇してきており、その他様々なものが値上がりしている。
		乗用車販売店（従業員）	・3年前の10月以降は補助金終了による反動で新車販売台数が減少したため、今年の中検対象台数が少なく、整備の売上が減少する。
			・消費税増税前の駆け込み需要があると見込む。
企業動向関連	良くなる	食料品製造業（商品統括）	
(四国)	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・国産商品へのニーズが増加しており、しばらく継続するものと思われる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・12月までは1年間で一番よく売れる時期なので売上は伸びていくと思うが、数量は増えても単価が上昇していないから、金額的には大幅な上昇にはならない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光パネルの入荷が難しいため、客の不満も多いようだが、太陽光の小型物件の引き合いがたくさん来ているので、少しは良くなるとみている。
		建設業（経営者）	・受注が増えて、出来高も上がってくるが、受注競争で落札率は低調であり、利益率も低い。悪くはないが、良くなるとは言い難い。利益率上昇が今後の課題である。
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・新興国等一部地域に不透明感があるものの、全体としては大きな変化はないと考える。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの発注予測数量に大きな変化がない。
		建設会社（経理担当）	・前年より受注量は増えているが、粗利益が増えていないので、変わらないのではないと思う。
		建設業（経営者）	・今より発注量が増えるとは思えない。
		輸送業（経営者）	・燃料費高騰など会社は苦しいが、雰囲気は良い。
		通信業（部長）	・消費税増税問題などがあり、通信機器への投資は控える状況にある。現状のまましばらくは様子見が続くような感じである。
		金融業（融資担当）	・消費者心理は改善傾向にあるが、売上は横ばい状態が続いており、今後も変わりそうにない。
		広告代理店（経営者）	・来年の消費税増税を想定して、住宅関連等の広告が一部増えている。一部の全国ネットの取引先を除くと、多くの取引先の広告予算はあまり変化がみられない。

		公認会計士	・電気代、ガソリン代等の値上げ、消費税増税といった事柄が非常に気になっている経営者が多く、景気は変わらないと予想する。
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・受注回復の兆しは見え、電気料金、資材価格の値上げが収益面に大きな影響を与えると予想する。
		広告代理店（経営者）	・電気料金の値上げに加え、用紙、インキなどの原材料価格が上がる事が確定しているが、販売価格に反映させることが困難である。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・燃料費高騰によるコストアップが大きく影響しており、それを荷主に転嫁できない。また、荷主サイドの生産調整も浮上しており、更に同業他社によるダンピングが顕著となっていることから、受注量が減少している。
雇用 関連  (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化してきそうである。いままでは不動産関係で見られたが、家電関係や新商品ラッシュの自動車関係など広がってきそうである。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は先月比0.05ポイント上昇、前年同月比0.11ポイント上昇している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数、内定者数ともに前年並みで推移している状況下で、夏休みに入り、学生の就職活動は活発派と一休み派に二分している。夏休みが明けると、就職活動は活発になり、状況は好転すると考える。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・製造業等の設備投資が未だ滞っており、周辺企業への波及効果が期待薄である。
		人材派遣会社（営業）	・早期離職の理由として、就業条件等の相違や、人間関係による精神的不安などで追い詰められるケースが目立つ。景気が上向きになるためには、心身ともに充実した職場環境の改善が急がれる。
		求人情報誌（営業）	・消費税増税前の高額商品の駆け込み需要が終わると、大きな景気回復要因がみられない。求人数は増加が予想されるが、適性人材とのマッチングがうまくいかないケースが多く、景気回復は容易ではない。
	職業安定所（職員）	・医薬品販売業で多数の離職者が予想される。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数は6か月連続で前年を上回っており、改善の動きがみられるものの、全体としては、管内中小零細企業は依然厳しい状況にある。	
	民間職業紹介機関（所長）	・求人動向を見た場合、少し景気が良くなったとしても、中途採用を増やす企業は、ごくわずかである。景気が良くなっているという高揚感は感じられない。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・車業界の景気は回復しているが、他業種の景気が回復しておらず、景気回復の期待ができない。
		求人情報誌製作会社 （従業員）	・9月の異動時期が終わり、求人数がやや落ち着くと予想される。
	悪くなる	-	-