

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 やや良くなる	-	-	
		一般小売店〔文具店〕 （経営者）	・年末年始商材で売上が上向き、商店街に足を運ぶ人も増える と期待している。	
		コンビニ（店長）	・競合店の出店の影響などから客数が減少している。弁当など 昼食の販売量が増えているなど、力強くないが景気は上 向いていると感じる。	
		衣料品専門店（経営 者）	・冬物はまだ低調であるが、これから上向いていく。	
		衣料品専門店（経営 者）	・ここ2か月の売上は安定しており、今後も継続するとみて いる。	
		乗用車販売店（従業 員）	・新型車の発売やモデルチェンジが予定されており、販売増 が見込める。	
		その他専門店〔酒〕 （経営者）	・一年で最も忙しい年末は、売上が伸びる。	
		スナック（経営者）	・年末年始は上向く。	
		タクシー運転手	・忘年会や新年会が行われる年末年始は、少しは良くなる。	
		通信会社（営業担当）	・冬商戦に入り、需要が高まる。	
		通信会社（支店長）	・年末商戦に期待感を持っている。	
		競艇場（職員）	・11月と12月には大きなレースを開催するので、売上増が期 待できる。	
		美容室（経営者）	・年末年始に向けてキャンペーンを企画する予定。	
		設計事務所（所長）	・事業用の施設で、大型投資が増えてきている。	
		変わらない	商店街（代表者）	・消費税の再増税の行方が見えてくるまでは、消費行動の判 断が難しい。
			商店街（事務局長）	・消費税の再増税に関心が高まっており、再増税が確定すれ ば年末の消費はイベントやレジャーの支出を除き、更に萎縮 する傾向が強まるのではないかと。
			商店街（代表者）	・現時点では消費税の再増税が不確定なので、年末の需要が 予測できない。
	一般小売店〔生花〕 （経営者）		・年末商品の下見をしても予約はせず、他のものと検討して いる様子が見受けられる。買物に慎重になっている方が多 い。	
	一般小売店〔酒〕（販 売担当）		・消費税増税や物価上昇により財布のひもは固い。先行きの 不安から最小限の支出に留めている、との話をよく耳にす る。	
	百貨店（販売促進担 当）		・衣料品、高額品は回復の兆しを感じられない。	
	百貨店（営業推進）		・消費税増税以降、売上は低調に推移している。今後も景気 が上向くとは考えられず、地方は非常に厳しい状況にある。	
	スーパー（店長）		・景気を刺激する要因が見当たらない。	
	スーパー（店長）		・年末商戦の結果次第で、来年1月以降の景気変動するの ではないかと。	
	スーパー（企画担当）		・来店客の伸びにつながる要素が少ない。	
	スーパー（企画担当）		・消費動向の基調に変化は見られない。	
	スーパー（財務担当）		・節約志向と価値志向の2つの流れが続く。	
	衣料品専門店（経営 者）		・消費税増税の影響は落ち着いてきている。当面の売上は安 定するとみる。	
	衣料品専門店（総務担 当）		・景気は徐々に悪くなっていると感じている。すぐに良くな るとは思えないし、景気の回復は期待していない。	
	家電量販店（店員）		・通常ならボーナス商戦、クリスマス商戦、年末年始と繁忙 期を迎えるが、景気は上向かず、今年は期待薄である。	
	乗用車販売店（従業 員）		・来客数等は低調な状況が続いている。	
	乗用車販売店（従業 員）		・年末商戦に期待するが、新型車発売の予定もなく、景気が 上向く見込みがない。	
	乗用車販売店（営業担 当）	・11～12月に新型車の発売を控えているので期待したい。		
	乗用車販売店（役員）	・上半期は消費税増税で新車販売が落ち込み、11月は少しは 伸びるだろう。景気が上向くのは来年2月頃になるのではな いか。		
	住関連専門店（経営 者）	・消費税増税後は落ち込みが続いている。		
その他小売〔ショッピ ングセンター〕（支配 人）	・節約志向が全体的に見られる。			
その他小売〔ショッピ ングセンター〕（副支 配人）	・少々値段の高い物でも、良質な物を必要な時に購入する客 が増えている。			

		観光型旅館（経営者）	・忘年会や新年会の予約状況は、景気に左右されない病院や大学関係は例年通り期待できるが、一般企業の利用はあまり期待できない。
		都市型ホテル（経営者）	・地元の景気に回復の兆しがみえない。
		通信会社（営業担当）	・労働力不足が一段と深刻になっている。
		通信会社（企画）	・客の引き合いは鈍いが、局面としては悪くなるほどでもない。
		ゴルフ場（従業員）	・現状と変わらない。
		美容室（経営者）	・年末年始といっても客が増える傾向はみられなくなってきた。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・秋物のスタートが非常に悪い。冬物にもその影響が出て、冬物バーゲンの売上もかなり厳しくなるのではないかと。
		コンビニ（総務）	・依然として景気は悪く、消費喚起する政策もない状況では今後の改善は見込めない。
		旅行代理店（支店長）	・国内旅行需要は大きくは変わらないが、海外旅行需要はエボラ出血熱の感染拡大や中東情勢によるテロ等の不安要素などから今後は落ち込むことが懸念される。
	悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税増税を実施して景気が良くなるわけがない。
		コンビニ（店長）	・客の買い回り状況からみて、先行き余裕のある感じは伺い取れない。購入単価も減少している。
		タクシー運転手	・寒くなる12月以降はお遍路関連の予約もほとんどない。暖かくなる3月頃まで、売上は低調に推移する。
企業動向関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	食品品製造業（商品統括）	・食品業界において年末商品の価格は比較的高めに設定されている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・11～12月は一年で一番売れる時期なので、売上、利益ともに上昇する。
	変わらない	食品品製造業（経営者）	・受注量が前年よりも若干落ち、上向く傾向はみられない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外情勢に大きな変化はないとみている。
		電気機械器具製造業（経理）	・得意先の提示する発注予測に大きな増減が見られないことなどから、変わらないと判断する。
		建設会社（経理担当）	・民間工事の受注高は増えているものの利益は見込めず、景気は変わらない。
		建設業（経営者）	・受注環境が変わってほしいが、現状ではなかなか難しい。
		輸送業（営業）	・消費者の購買意欲が鈍く、廉価指向の状態が続いている。荷主が本当に売りたい採算性の高い戦略商材の販売が振るわない限り、景況感の向上を感じられない状況が続くであろう。
		通信業（部長）	・得意先等からは、今後の見通しが良くなる話は聞かない。受注状況からみても改善する要素は少ない。
		広告代理店（経営者）	・売上が回復していない乗用車販売会社や小売流通会社等は、消極的である。得意先の販売促進費も削減傾向にあって、現状と変わらないと予想している。
		公認会計士	・消費税増税のマイナスの影響を心配する声を聞く。しかし、観光客等の増加が見込まれていることから、景気は変わらないと判断した。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・円安効果による株高傾向があるが、一般の消費レベルでは厳しい状況が続くとみている。
		鉄鋼業（総務部長）	・主力の造船関連は現状維持が続き、産業用機械関連の受注は、円安なのに海外、国内ともに低位で推移するとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電の買い取り中断が大きく響いている。他の部門でその穴埋めが出来てはいるが、再生エネルギーが主力なので痛手を被っている。営業は引き続き行っているが、受注につながるかは疑問だ。
		建設業（経営者）	・補正予算額や執行する事業分野に大きく依存すると思われる。また、既に企業間で受注量等に格差が出てきている。
		輸送業（支店長）	・年末は例年並みの荷動きになると思うが、1月以降は期待できない。
		金融業（副支店長）	・消費税増税が決まると、景気はやや悪くなっていく。
	悪くなる	-	-
雇用関連 (四国)	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・生産増や消費の伸びが見られない。消費者心理にも買い控え等の動きがあり、それに伴って労働市場における大きな変化の兆しは感じられない。

	求人情報誌（営業）	・人材確保に苦悩する企業の数はいくつは変わらないだろう。現状維持の企業の割合が多く、景気は変わらないと推測する。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・消費税増税の動向による。企業は人手が必要だが、積極的経営になるには不安材料を多く持っている。消費税増税前の駆け込みの動きともとれる新築建物が増えてきているが、お金が回っていない現状では、景気は良くならない。
	職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、前月比0.01ポイント減となったが、前年比では0.08ポイント上昇している。
	職業安定所（職員）	・在職中の被保険者数は微増しているものの、大きく変動する要因は見られない。
	職業安定所（職員）	・人手不足が強い傾向にある医療・福祉、建設業などからの求人増が目立っている。また、新規求職者数が前月比26.9%増となった。求人の態様別でも、全てにおいて増加している。
	民間職業紹介機関（所長）	・企業訪問のなかで、好材料を発信する会社は少ない。景気高揚を掲げるマスコミ等の報道とは、かなり懸け離れている。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業）	・季節的な雇用の確保はできるが、求職求人ともに安定した就労につながらない状況では、気持ち的にも経済的にも安定するには時間がかかる。
	人材派遣会社（営業担当）	・派遣法改正など業界の様子をみる企業もあり、求職者の減少と景気に不安を感じている。
	求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、年末にかけて求人数が減少する。
悪くなる	-	-