

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	-	-	
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売開始など、年度末に向けて期待している。	
		乗用車販売店（営業担当）	・春の需要期を迎えることと、軽自動車税増税前の駆け込み需要に期待している。しかし、4月以降は反動減が避けられないだろう。	
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税で4～5月と新車受注が落ち込み、上半期は厳しい結果となった。下半期は2月以降に期待をしている。	
		通信会社（営業担当）	・2月から本格的な新生活・春商戦に入るため、期待感はある。	
		通信会社（営業担当）	・新生活シーズンを迎え、需要が増える。	
		競艇場（職員）	・売上を増やすには、本場の努力の他にレースの面白さや人気選手の斡旋等が必要である。今後3か月以内のレースにそれを期待したい。	
	変わらない	美容室（経営者）	・ヘアケアの関心が高くなってきている。	
		設計事務所（所長）	・資産を有効利用したいという相談がある。	
		商店街（代表者）	・地方経済に活力を生む方策は極めて少ない。都会も地方も特に格差のない社会になることを期待したい。	
		商店街（事務局長）	・岡山駅前大型ショッピングモールができた影響が徐々に数字に表れてくるだろう。消費税の再増税が延期されているうちにそのダメージ分を取り戻したい。	
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響が続いており、販売増が見込めず、地方経済はアベノミクス効果が感じられない。	
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・改善される要因が思い当たらない。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年明けの予約はかなり鈍い状況。仕入価格の高騰や市場の品物数の減少もあり、販売が難しくなっている。	
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の昨年と比較すれば、3月は悪くなるが、1月と2月は変わらないとみている。	
		百貨店（販売促進担当）	・年末商戦もセール企画など取り組みを強化して臨むも、衣料品などの動向に改善の兆しは依然見られない。	
		スーパー（企画担当）	・年明けから商品の値上げが予定されており、来店客数は伸びない状態が続くと予測する。値上げ分の売上寄与はあるものの全体を伸ばす状況にはならない。	
		スーパー（企画担当）	・賃金上昇を感じる場面はなく、厳しさが続くとみている。	
		スーパー（財務担当）	・賃金の上昇、ボーナスの若干の増、株高・円安による資産増がフォローの風として吹くが、節約志向が非常に強く、全体では変わらない。	
		コンビニ（商品担当）	・改善する要素が見当たらない	
		コンビニ（総務）	・気温や天候による影響が大きい。景気が回復する要因は見当たらない。	
		衣料品専門店（経営者）	・12月後半の売上が大きなウエイトを占めるが、飛び石連休だったことから、年間の減少分をカバーできなかった。	
		衣料品専門店（経営者）	・同業者や他業種も低調に推移していると聞く。	
		衣料品専門店（総務担当）	・セールの動き出しは鈍く、店舗前の通行量も減少している。客から給与が増えたという話も聞かないので、今後も厳しい状況が続くだろう。	
		家電量販店（店員）	・上向く要因も下向く要因もない。	
		乗用車販売店（従業員）	・新型車を投入も、新車受注台数は伸びない。昨年は消費税増税前の駆け込みがあったが、その分を差し引いても自動車市場は厳しくなっている。	
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税の影響が残り、厳しい状態が続いている。	
		観光型旅館（経営者）	・12月は良かったが、1～2月の予約状況は良いとはいえない。	
		通信会社（企画）	・ここ数か月、大きな変化がない。	
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約状況は、昨年と変わらない。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・安倍政権には目に見える経済政策を早急に打っていただきたい。そうでないと、消費マインドが冷え、商店主のやる気もなくなる。
			コンビニ（店長）	・年末年始のイベント後は急激に冷え込むのではないかと。ボーナス月である12月に客単価が下落し、節約意識が強く感じられた。
			乗用車販売店（従業員）	・年末でも販売動向は鈍い。1～3月の決算期に向けて良くなる要素が見当たらず、不安な年度末になる。消費税増税時期の延期による影響は見受けられない。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末・正月商戦が終わると一段落し、一番暇な時期になる。			

		その他小売 [ ショッピングセンター ] ( 副支配人 )	・物価上昇に伴い、財布のひもはより固くなりそうだ。
		旅行代理店 ( 支店長 )	・円安や海外でのテロ事件等で、年明けの海外旅行需要が大きく落ち込んできている。
		通信会社 ( 支店長 )	・今後も円安基調は変わらず、景気がよくなるとは考えにくい。原油安で悪くなるスピードは遅くなる可能性もある。
		住宅販売会社 ( 従業員 )	・例年、1～3月は来客数・契約数とも少ない。良くなる要因が見当たらない。
	悪くなる	一般小売店 [ 酒 ] ( 販売担当 )	・消費者の財布のひもが緩むことはない。先行き不安である。
		スーパー ( 店長 )	・精肉の相場高、野菜の相場安があって現状はバランスが取れているが、3か月先になると、昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったので、その反動があるとみている。
		コンビニ ( 店長 )	・売上げが見込める12月でも低調。年が明けてしばらくは回復の見込みはないとみている。
		タクシー運転手	・客から、「給料が上昇していない」、「小遣いが少なくなった」という話が多い。
		タクシー運転手	・年が明ければ、忘年会などの需要も無くなり暇になる。お遍路関連の乗車も3月の半ばを過ぎないと戻らない。
		美容室 ( 経営者 )	・アベノミクスの恩恵は地方まで届かず、各種値上げも追い討ちをかけ、一般家庭の消費マインドは低いままである。
企業 動向 関連  ( 四国 )	良くなる	食料品製造業 ( 商品統括 )	・政権が安定したことと景気に対する取り組みの発信が常時行われている。
	やや良くなる	繊維工業 ( 経営者 )	・高額の商品が売れており、消費の回復傾向が今後も続くともみている。
		鉄鋼業 ( 総務部長 )	・当社の造船関連主要取引先は3年先まで受注完了しており、当社の受注増も期待できる。
		建設業 ( 経営者 )	・毎年、公共事業の納期が集中する1～3月にかけては、変更契約増も含めて、完成売上額が増える。また、補正予算も多少想定でき、手持ち仕事量を得るといい好感が大きい。
		輸送業 ( 経営者 )	・燃料費が若干抑えられるため、やや良くなると思われる。しかしながら、受注量に関しては不透明で不安が先に立つ。
		金融業 ( 副支店長 )	・第3次安倍内閣に期待をしている。
		広告代理店 ( 経営者 )	・消費税の再増税は先送りになったが、地方の消費は依然として冷えており、地元得意先の広告費は変わらない。ただ、県外の大手の得意先は出店等もあり、少し増える見込み。
	変わらない	農林水産業 ( 総務担当 )	・例年、年明けは需要が一段落する時期であり、寒波など気象要因による入荷量に左右される。
		一般機械器具製造業 ( 経理担当 )	・原油価格の急落が海外受注に与える影響を注視する必要があるが、当面は大きな変化はないと考える。
		電気機械器具製造業 ( 経理 )	・事業年度末という季節要因が予想される製品もあるが、得意先からの発注予想データに大きな変動は認められない。
	建設会社 ( 経理担当 )	・予算が合わない不調工事や、職人不足による工期の延長が予想される。	
	建設業 ( 経営者 )	・公共事業はかなり出件されそうだが、民間工事は増えないとみている。	
	輸送業 ( 支店長 )	・消費税再増税の延期により当面は現状維持が続くとみている。また、円安の影響で輸入貨物量が減っている。	
	通信業 ( 部長 )	・選挙も終わり経済政策に期待がかかるが、地方まで浸透するには時間を要し、しばらく変化は無いと考える。	
	公認会計士	・設備投資を計画する経営者は少なく、景気動向を見極めたいという考えの方が圧倒的に多い。また、社員の給料などを上げたいという企業はほとんど皆無である。	
	やや悪くなる	食料品製造業 ( 経営者 )	・原材料価格が高騰しており、販売価格への転嫁ができない状況である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業 ( 経営者 )	・1～2月は年間で一番落ち着く月なので、売上は確実に落ちるだろう。
		電気機械器具製造業 ( 経営者 )	・再生エネルギー関連の契約が取れなくなった。
		輸送業 ( 営業 )	・製造業は円安による原材料の高騰や消費税増税分の価格転嫁が進み、生活必需品である食品や家庭紙等の値上げが相次いでいる。今後も消費者の購買意欲は鈍化し、景気の低迷は長引くと予想している。入学・就職シーズンと重なる3月は、引越し等で多少なりとも取扱物量の増加が見込める。
		通信業 ( 総務担当 )	・電気料金の値上げ等により、経費が増大している。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社 ( 従業員 )	・異動時期に入り、求人増が見込まれる。
	やや良くなる	-	-

(四国)	変わらない	人材派遣会社（営業）	・第3次安倍内閣が発足して、様々な政策に期待しているが、地方が活性化して景気の改善を実感できるまでには時間を要する。
		人材派遣会社（営業担当）	・設備投資の増加や賃金上昇等が消費者心理を和らげるほどのインパクトがない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者数が減少しており、派遣法改正など先行きに不安を感じる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復が地方にまで還流する仕組みができていない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は前月比0.06ポイント上昇しているが、新規求人数は3か月連続で前年を下回っている。
		職業安定所（職員）	・パートや非正規労働者では人手不足感も出てきているが、雇用条件の改善に進む兆候が見られない。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は1.04倍と17か月連続で1倍を維持しているものの、3か月連続で減少している。求人減少の動きがみられる。
		民間職業紹介機関（所長）	・次年度の採用計画は、大半が前年並み、または1～2名程度増やす企業が多い。
	やや悪くなる	求人情報誌（営業）	・先行きに不透明感があり、採用人数を大幅に増やす企業は少ない。公共工事の増加を見込む地元の土木建築業界と周辺業界のみが俄かに活況づいている。
	悪くなる	-	-