

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<br>動向<br>関連<br><br>(四国) | 良くなる<br>やや良くなる | -                       | -   |
|                            |                | スーパー（店長）                | ・暖かくなってきており、商品も潤沢に入荷している。夏に向かって景気は若干上向く。                                      |
|                            |                | コンビニ（店長）                | ・客単価と買上点数が増えており、客の購買意欲が出ていると感じられる。また、プラス一品が売れている。                             |
|                            |                | 住関連専門店（経営者）             | ・マイナス金利政策で金利が安くなって住宅需要が増えると、家具等も買ってもらえる。                                      |
|                            |                | その他専門店〔酒〕（経営者）          | ・暖かくなるとビールがたくさん売れて、売上が増加する。   |
|                            | 変わらない          | 商店街（事務局長）               | ・夏の参院選に向けて政府は経済政策に力が入ると思われるが、すぐに景気が上向く可能性は低い。                                 |
|                            |                | 一般小売店〔文具店〕（経営者）         | ・当分、好転の兆しは見えない。   |
|                            |                | 一般小売店〔生花〕（経営者）          | ・「母の日」商品の予約は早めに入ってきているが、平年並みを予想している。その後は夏まで大きなイベントが無いので、落ち着いてくる。              |
|                            |                | 百貨店（営業担当）               | ・今のままの状態が続く。  |
|                            |                | スーパー（企画担当）              | ・4月以降も値上げする商品があり、買上点数の増加は期待できない。来店客数も伸びておらず、今後もこの傾向で推移する。                     |
|                            |                | コンビニ（総務）                | ・天候や気温に大きく左右されるが、今後も同様の動きが予想される。  |
|                            |                | コンビニ（商品担当）              | ・競争環境は一層激しくなっている。横ばいを維持するために頑張りたい。  |
|                            |                | 衣料品専門店（経営者）             | ・長年この商売をやっているが、来客数・販売量すべてにおいて良くないのは、初めてである。今後もさらに悪くなることはないだろうが、あまり変わらない。      |
|                            |                | 衣料品専門店（経営者）             | ・天候に大きく左右されるが、大型連休後の推移が大きな課題である。今まではそこそこ良かったので期待しているが、良くて前年並みになるのではないかな。      |
|                            |                | 衣料品専門店（総務担当）            | ・特に良くなる要因が乏しく、現状のまま推移する。  |
|                            |                | 家電量販店（店員）               | ・高価格の新製品が出て、旧モデル商品ばかり選ばれる傾向が続く。   |
|                            |                | 乗用車販売店（営業担当）            | ・新車購入を検討する客は非常に少ない。来客数も少なく、期待は薄い。   |
|                            |                | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | ・良くなる要素が見当たらない。   |
|                            |                | スナック（経営者）               | ・大型連休で出費が多くなり、来客数は激減する。   |
|                            |                | 観光型旅館（経営者）              | ・熊本地震の影響からか、多少のキャンセルが出てきている。中央構造線が通っている四国では、地震がいつ起こってもおかしくないなので、心配している。       |
|                            |                | 旅行代理店（営業部長）             | ・熊本地震が国内旅行需要に影響を及ぼす可能性が大きい。逆に、復興支援等の特需には期待できる。夏の参院選も控え、お客様の動きが非常に不安定になる。      |
|                            |                | タクシー運転手                 | ・今年に入ってから客の動向は活発ではない。決算月が過ぎても飲食する機会が少ない上に、1次会のみで帰宅することが多い。梅雨入りしても状況はあまり変わらない。 |
|                            |                | 通信会社（支店長）               | ・今のところ大きな変動につながるものは感じられない。  |
|                            |                | 通信会社（企画）                | ・今月の若干悪い感覚も季節要因とすれば来月以降は通常に戻ると思われる。   |
|                            |                | 観光遊園地（職員）               | ・大型連休に期待しているが、良くなるのは夏以降のイベント次第である。  |
|                            |                | ゴルフ場（従業員）               | ・5月は今月よりは良くなると思うが、2～3か月先の状況は総じて変わらない。   |
|                            |                | 競艇場（職員）                 | ・5月はゴールデンウィークレース、6月は周年記念レースを開催するので売上増を期待している。                                 |
|                            |                | 美容室（経営者）                | ・特に変化がない。   |
|                            |                | 設計事務所（所長）               | ・消費税増税が予定通り実施されるか不明なので、事業を先延ばしする顧客もあって駆け込み需要が望めない。                            |
|                            |                | 住宅販売会社（従業員）             | ・受注棟数が増加しているものの、例年と比べて大幅に増加しているわけではない。景気が変わっていくとは思えない。                        |
|                            | やや悪くなる         | 商店街（代表者）                | ・熊本地震の余震が続いていることから、なかなか消費者マインドが上昇しない。南海トラフ巨大地震の不安等もあって、消費の先細りが懸念される。          |
|                            |                | 商店街（代表者）                | ・レジャー産業である当社にとって熊本地震の影響は大きく、景気が良くなるとは思えない。                                    |

|                |        |                    |  |
|----------------|--------|--------------------|--|
|                |        | 商店街（代表者）           | ・消費増税の先延ばし以外、消費を喚起する要件が見当たらない。   |
|                |        | 百貨店（販売促進担当）        | ・株価変動などの影響から高額品が2か月連続で苦戦している。今後の見通しも不透明である。  |
|                |        | スーパー（統括担当）         | ・消費増税の問題など先行きが見えない不安から、消費が伸びる状況にはない。   |
|                |        | スーパー（財務担当）         | ・実質賃金の目減りや不安感などから、節約意識が一層強くなる。   |
|                |        | 衣料品専門店（経営者）        | ・原油価格が上昇に転じており、先行きに不安がある。  |
|                |        | 乗用車販売店（従業員）        | ・熊本地震や大手自動車メーカーの燃費不正問題などマイナスイメージのニュースが多く、今の状況では消費の伸びは期待できない。   |
|                |        | 乗用車販売店（従業員）        | ・決算商戦も終わり、客足は悪くなってきている。  |
|                |        | 都市型ホテル（経営者）        | ・熊本地震の影響で、交流人口が若干減少するのではないかと。また、このところの円高株安により、客の動き自体も悪くなるのではないかと。  |
|                |        | タクシー運転手            | ・うるう年には「逆打ち」する遍路客が多いが、梅雨時や暑い時期は減るので、売上は落ちる。  |
|                |        | 通信会社（社員）           | ・料金や端末販売の見直しが行われているが、各社から発表されるプランなどを様子見する状態が続く。  |
|                |        | 通信会社（営業担当）         | ・今後しばらくは販売数の落ち込みが避けられない。   |
|                | 悪くなる   | 一般小売店〔乾物〕（店員）      | ・熊本地震の影響などから、景気が良くなるイメージがまったく湧かない。   |
|                |        | 一般小売店〔酒〕（販売担当）     | ・し好品は生活費の後回しになり、収入増も期待出来ない。  |
|                |        | コンビニ（店長）           | ・消費増税後の売上は悪化の一途をたどっており、ここ2年は、ゴールデンウィークなど長期休みの後はかなり大きい反動で低迷している。今年も連休明けはかなりの試練に立たされると予測している。  |
| 企業動向関連<br>(四国) | 良くなる   | -                  | -  |
|                | やや良くなる | 食料品製造業（商品統括）       | ・マイナス金利政策により、設備投資への資金流入が進みつつあることや、マイホームへの意欲も出てきているように感じる。  |
|                |        | 繊維工業（経営者）          | ・概ね秋頃までは売場の状況は変わらず、現状の売上が確保できる。  |
|                |        | 鉄鋼業（総務部長）          | ・業界全体で受注見積案件が少ない。当社においても、少ない見積案件において低価格での競争を余儀なくされており、改善の兆しは見えない。  |
|                | 変わらない  | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・新商品投入で売上・利益共に順調に増加してきたものの、中国経済の悪化等から差引ゼロになってしまう。  |
|                |        | 電気機械器具製造業（経理）      | ・得意先の受注量に大きな変化は無く、受注見通しも特別な変動を予測していない。   |
|                |        | 建設業（経理担当）          | ・受注量が増えないので、景気は変わらない。  |
|                |        | 建設業（経営者）           | ・公共工事の出具合による。  |
|                |        | 通信業（営業担当）          | ・スポットCMの需要に比べ、中長期契約のタイムCMの引き合いが少ない傾向は変わらない。  |
|                |        | 不動産業（経営者）          | ・消費増税が延期になれば、不動産需要は高まる可能性がある。  |
|                |        | 広告代理店（経営者）         | ・一部の得意先では周年事業や新規出店が見込まれているが、予算規模はあまり大きくない。多くの得意先では依然消費低迷が続いており、販促予算を増加させるより削減傾向の話が多い。従って、あまり変わらない見込みである。                               |
|                |        | 公認会計士              | ・経営者の話では、設備投資により消極的になってきている。それが一番大きな問題である。   |
|                | やや悪くなる | 木材木製品製造業           | ・ここ最近の円高基調、株価安はアベノミクスの停滞を感じるが、まずは熊本地震の復興施策を優先して欲しい。  |
|                |        | 一般機械器具製造業（経理担当）    | ・国内需要は横ばい状態が続くと見込む。一方、海外需要は新興国経済の減速や原油・資源価格の低迷継続の影響により、地域毎に程度の差はあるものの減少を見込んでいる。  |
|                |        | 建設業（経営者）           | ・今後は手持ち業務量が減少していくので、売上は伸びない。景気対策で、今年度は公共事業の前倒し発注の徹底がなされることに期待しているが、売上に計上できるのは第2～第3四半期になるので、数か月先はやや悪くなっている。                             |
|                |        | 輸送業（営業）            | ・燃料油価格が上昇に転じ、5月以降もこの傾向は続くと思われる事から、先行きは極めて厳しい。長期化している取扱物量の減少は、購買意欲の低下による消費の鈍化を裏付けるもので、景気の好転は極めて期待薄の見方をしている。燃料油価格の上昇は景気低迷に拍車をかけるものと危惧する。 |

|                      |        |                           |  |
|----------------------|--------|---------------------------|--|
|                      |        | 金融業（副支店長）                 | ・取引先のなかには人材不足を課題に挙げる企業が多く、発注オファーがあってもキャパオーバーとなるため受注に至らず、結果売上が思うように伸ばせない状況が目につく。この状態が近時に解消される要素は見当たらず、景気はやや低下傾向にある。 |
|                      | 悪くなる   | 電気機械器具製造業（経営者）            | ・再生エネルギー、特に太陽光は難しくなっており、危機感を持っている。次の再生エネルギーを3年前から軌道に乗せようと取り組んでいるが遅れ気味で、今後悪くなると予想する。                                |
|                      |        | 輸送業（支店長）                  | ・中国経済の失速、熊本地震、アベノミクス失敗との世界的評価などによる。  |
| 雇用<br>関連<br><br>(四国) | 良くなる   | -                         | -  |
|                      | やや良くなる | 民間職業紹介機関（所長）              | ・就職活動の時期が早まったので、採用活動を開始している中小企業が多い。前年、内定辞退が多かった様子で、今年度は、例年より若干採用人数を増やす企業が多く見受けられる。                                 |
|                      | 変わらない  | 人材派遣会社（営業）                | ・現実には、賃金ベースを底上げしても即戦力としての人材確保は厳しい。人材不足でも生産性向上が実現できる業界は景気も上向くが、人材不足で戦略の立たない業界は景気が落ち込み、総じて変わらない。                     |
|                      |        | 人材派遣会社（営業担当）              | ・引き続き正社員採用意欲の高い企業は多く、当面は派遣にて仕事を探す求職者が少ないと感じる。  |
|                      |        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）            | ・基本的には停滞基調であるが、消費税増税前には需要を多少押し上げる側面を考慮すると、変わらない。   |
|                      |        | 職業安定所                     | ・3月の有効求人倍率1.39倍、2月は1.38倍だったので、変わらないと判断した。  |
|                      |        | 職業安定所（職員）<br>学校〔大学〕（就職担当） | ・雇用労働者の賃金に変化が起きる気配は無い。<br>・求人数、採用担当者の動き等において景気に変化を与える情報は得られていない。   |
|                      | やや悪くなる | 人材派遣会社（営業担当）              | ・季節（夏需要）の工場系の求人が少なく、やや景気に不安を感じる。   |
|                      |        | 求人情報誌製作会社（従業員）            | ・異動時期が過ぎ、正社員求人の減少が予想される。   |
| 悪くなる                 | -      | -                         |  |