

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		-	-
		コンビニ（店長） コンビニ（商品担当）	・客単価が上昇している。 ・店舗統合の効果やプレミアムフライデー等の企画で良くなる。
(四国)		乗用車販売店（役員）	・特に悪くなる要因は見当たらない。残価設定型の販売形式が定着してきており、購入しやすい環境になっている。
		住関連専門店（経営者）	・周辺に新築住宅が増えているので、このさき住宅関連商品を購入してもらえ、多少良くなるのではないかと期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・春になれば暖かくなり、飲料がよく売れる。
		旅行代理店（営業部長） タクシー運転手	・4月から実施される四国デスティネーションキャンペーンが起爆剤となり、景気がやや良くなる方向へ進みたい。 ・春には遍路客が少しずつ増えてくる。街でも歓送迎会で多少は活気づいて、少しは良くなる。
		タクシー運転手	・維新祭というイベントが始まると、人も出る。新入社、新学期には人の動きが多少良くなると予測する。
		通信会社（営業担当） 観光遊園地（職員）	・春商戦は例年通りと期待している。 ・4月より四国デスティネーションキャンペーンが始まる。
		競輪競馬（マネージャー）	・4～5月の行楽シーズンに入り、人気レースの開催や、4月から6場販売に拡大された機能も発揮され、客足の増加が見込まれる。
		設計事務所（所長）	・昭和40～50年代初めに建てられた建物の更新が、少しずつ始まっている。
		商店街（代表者）	・3～4月の春商戦、入学商戦はかなり期待が持てる。それ以上に、観光シーズンに入る5月は連休を中心に観光客の来街が見込める。このまま良い感じで推移する。
		商店街（事務局長）	・株価は一進一退で大崩れはないものの、景気を後押しする雰囲気はない。日経平均が2万円の大台に乗れば、景気に明るさが出てくる。プレミアムフライデーによる経済効果はすぐには現れない。
		商店街（代表者）	・若年層の余暇の過ごし方が行動的ではなく、団体から個々の行動へ移行していると感じられる。春先に向けて多少の動きはあるだろうが、例年より鈍くなる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・低価格帯の商品をそろえているのに必要最小限しか購入しない傾向にある。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・法人向け商品は安定している。一方、個人向け商品の予約は鈍く、当日まで購入を見合わせる客も多い。
		百貨店（販売促進担当） スーパー（企画担当）	・食品や特選品など堅調なアイテムはあるものの、主軸の衣料品が業界全体で不振傾向にあり、回復の兆しが見えない。 ・来店動機は価格に左右され、加工食品の競争は続くが、他の業態と差をつけられる生鮮食品や総菜で差別化を図り来店客数を確保している。
		スーパー（財務担当）	・普段は低価格志向で節約し、ハレの日には少し高くても良い物を買うというメリハリ消費が続く。
		コンビニ（総務）	・消費は今後ますます厳しくなっていくと予想される。景気が良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（総務担当）	・国が思い切った政策をしないと地方の景気は良くならない。四国の景気はかなり悪い。 ・買上点数が減少しており、服飾に対して財布のひもは固く、緩む兆しが見えない。
		乗用車販売店（従業員）	・プレミアムフライデーが話題となっているが、自動車販売店に影響はほとんど無い。金曜日の午後に車検受注があると作業効率は良くなるが、そうすると当社社員には勤務してもらうことになる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の受注増はあまり期待できないが、全体の景況感は悪くはない。
		乗用車販売店（従業員）	・リコール作業で利益は確保できているが、自動車や整備商品の販売は好調とはいえない。
	観光型旅館（経営者）	・松山の景気が良くないと地元客も増えず、あまり良くならない。地域の活性化が遅れている。	
	都市型ホテル（経営者）	・予約状況を見ると、そうそう良くならないだろうと判断する。地方経済は伸び悩んでいる。	
	通信会社（社員）	・販売量が年間で最も多い時期を迎えるが、販売を押し上げる新機種や話題も乏しく、例年と同様かそれ以下になる。	
	通信会社（支店長） 通信会社（企画）	・当面、大きな変動要素は見当たらない。 ・オプションチャンネルの申込件数に大きな変化がない。	

	ゴルフ場（従業員）	・人が動く時期になるが、現在も3か月先もあまり変わらない。
	美容室（経営者）	・良くも悪くもない。
	コンビニ（店長）	・消費意欲が乏しい。消費者の収入が減少しているように感じられ、当面悪化の状況が続く。
	衣料品専門店（経営者）	・米国の新大統領の動向が読めない。
	乗用車販売店（営業担当）	・3月は現状維持、4月は前月までの受注分があるも、5月以降は厳しさが戻る。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・4月に競合店がオープンする予定で、その影響を少なからず受けることになる。
	通信会社（営業部長）	・ゴールデンウィークによる需要減と、夏の新機種発売前の買い控えが想定される。
	美容室（経営者）	・例年3月は忙しいが、4～5月には落ちつく。
×	商店街（代表者）	・4月に四国最大規模のショッピングモールがオープンする。その影響は大きく、少なくとも数か月～半年は続くのではないかと。
×	一般小売店〔乾物〕（店員）	・予定どおり2か月後に大型ショッピングモールがオープンすると、廃業の危機に陥る可能性がある。
×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・地方では景気が良くなる要素が無い。
企業 動向 関連 (四国)	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後更に新規開拓先へのアプローチが実ってくるので、受注が増加する。
	電気機械器具製造業（経営者）	・大型物件の契約許認可がようやく下り、工事が始まると大変な好景気になる。
	通信業（営業担当）	・40歳以上を対象とした食品やヘルスケア、不動産投資などのテレビCMの出稿を検討する企業が増えつつある。
	食料品製造業（経営者）	・円安で海外原材料が高騰しているが、小売店の販売価格はデフレ傾向が続き、一般消費者の所得も増えない。
	木材木製品製造業	・3月の受注は前年比マイナスとなる見込みで、大きな落ち込みは無いものの、取引先との契約に鑑みて3～5月は足踏み感がある。
	電気機械器具製造業（経理）	・受注量や得意先のフォーキャストに大きな変動は無く、注視すべきトピックも存在しない。
	建設業（経営者）	・2～3か月では今の状態は変わらない。
	建設業（経営者）	・先月から翌債工事が発注されてきている。補正予算で弾みが付けばいいが、業者間競争は相変わらず厳しく、仕事を一定量確保するのが難しい。
	建設業（総務）	・新たな案件もなく、経済の活性化につながる動きはあまり感じられない。
	輸送業（経営者）	・大きくは変わらない。
	輸送業（営業）	・年度末需要期を目前に控え、海外の政治・経済不安が地場産業へ及ぼす影響は深刻だ。地方の消費拡大には、将来の不安を払拭することが不可欠である。宅配便を扱わない運送事業者にとって、消費者による実店舗での購買動向が鍵となる。
	金融業（副支店長）	・直近3か月の動向と同様、当面は横ばい推移と予想する企業が多い。年度末を控え、運転資金や設備資金は若干ながら需要の伸びが感じられる。
	広告代理店（経営者）	・得意先のうち、地元資本は広告費削減が来期も続く見込みで、大手資本では新規出店等に伴う販促計画がある。全体としては、あまり変わらない。
	公認会計士	・ホテル業界はインバウンドで景気が良いが、為替の影響を受ける輸出関係等は非常に不安を抱いている。総じて、景気はあまり変動がない。
	農林水産業（職員）	・荷動きの回復に向けての打つ手がない状況であり、また、近年春から初夏にかけての荷動きが比較的よかっただけに厳しさが伺える。また、マイナス金利の影響は取引先、会員JAの資金運用面でボディーブローのように効いてくる。
	繊維工業（経営者）	・小売店は高い家賃と人件費に苦しみ、そういうコストのからまないネット業者へ消費者は流れている。その結果、小売店の廃業が一段と進み、ひいては商店街が疲弊し、地方都市は衰退する。さらに雇用環境の悪化が顕在化しており、都市部との二極化が進む。
	鉄鋼業（総務部長）	・主力造船の船表を見ても受注案件は少ない。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・需要が減少するなか、中国経済減速、原油・資源価格の動向、地政学上のリスクに加え、米国や欧州の政治動向もあり、不透明感が強まっている。
×	輸送業（支店長）	・季節波動が終われば受注量が減る。売上が減る以上に、燃料費高騰が心配だ。

雇用 関連 (四国)	-	-	
		人材派遣会社（営業）	・年度変わりは職場や生活環境の変化に伴う消費ニーズが高まり、景気アップを後押しする。就職活動解禁となり、ますます雇用マッチングの機会が重要になる。
		求人情報誌制作会社（従業員）	・異動時期に入り、求人数の増加が予想される。
		職業安定所（職員）	・企業の人手不足感が、正社員募集につながればと期待する。
		学校 [大学]（就職担当）	・来年度の求人の出足が早く、新規の企業からの求人相談も多くみられる。
		求人情報誌（営業）	・多くの企業で、人材不足気味の状況が続くと予想する。
		民間職業紹介機関（所長）	・先行き不透明な部分が多いことから設備投資を控える、又は様子を見るという企業が多い。なかなか5年後、10年後を見据える状況では無いようだ。
	-	-	
	×	人材派遣会社（営業担当）	・求人数が増加しているが、派遣の登録数は減っており、正社員の求人へ流れる傾向にある。派遣のニーズが増えているので、派遣業として先行きが懸念される。