

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 | スーパー（財務担当） | ・今年に残暑が予想されているほか、客の買上点数も回復してきている。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ずっと下がり続けていた客単価が上昇した。底をついたのではないか。客の様子も明るくなっている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・これから秋冬物が入荷する。まだまだ暑い、衣料品関係は多少は良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・9月に待望の新型車が発売されるため、軽自動車市場に活気（購買意欲）が出ることを期待している。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・秋に新型車の発売が控えている。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・マンションや分譲住宅の建設が目立つ。金利が低い今、住宅の需要は多く、住宅関連の耐久消費財を扱う当社も少しは良くなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・秋はお遍路の仕事が増えるので、今よりは良くなる。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・中心部の土地の動きが出てきたり、高度成長期に建てた建物の建替のための土地を探している人が増えてきている。 |
| | 変わらない | 商店街（事務局長） | ・昨年のプレミアム付商品券に代わる経済対策が今年はなく、株価も低迷していることから、8月以降の消費は高望みできない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税増税の再延期と、参院選後に消費者マインドを上昇させる具体的な景気対策が見えないことから、厳しい状況がこのまま続く。 |
| | | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・改善の兆しが無い。 |
| | | 一般小売店〔乾物〕（店員） | ・良くなる要素も、悪くなる要素も、特に思い当たらない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・今は天候が良くて暑い、来月以降は客の様子が変わってくるのではないかと予想している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・7月の販売増は天候に起因するところが大きい。月後半はやや失速気味となり、衣料品や高額品の売上回復に力強さが感じられない。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・猛暑のため昼間の来店数が鈍っており、来客数、売上ともに前年を下回っている。 |
| | | コンビニ（総務） | ・猛暑の影響で売上が伸びると考えられるが、景気には全く関係ない。 |
| | | コンビニ（商品担当） | ・外的環境からはプラスに働く要因が見つからない状況が続いている。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・顧客からは給与等の収入面で増加が見込めないという話を多く聞く。生活防衛意識が強く、より支出を抑えていく姿勢が感じられる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ボーナス時期で、新型車の発売など商品的に問題はないが、販売台数は良くなっていない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・最近、新型車効果で販売台数が飛躍的に伸びることがなく、新型車が売れた分だけ従来車が落ち込み、例月と変わらない。話題車やヒット車はあるものの、景気が良いと感じるには至らない。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | ・財布のひもが緩むような雰囲気は感じられない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・目の前に大きな流れがあればずっと乗っていけるのにまだまだ待機状態、そんな感じだ。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・国内も海外も、あまり景気は良くないし、見通しが明るくない。道後温泉は前年よりわずかに観光客が増えただけで、まだそれほど良くない。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・宿泊はまあまあ順調な伸びを示しているが、宴会やレストランの予約状況はあまり良くない。県外客は増えているものの、地元の消費の弱さが見受けられる。 |
| | | 通信会社（支店長） | ・大きな変化をもたらす要素が見当たらない。 |
| | | 通信会社（企画） | ・特に大きな変動要因がない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・新しいスマートフォンのリリースまでは、落ち着いた動きとなる。 |
| | | 観光遊園地（職員） | ・来客数は増えているが、国際線の廃止など不安要素がある。 |
| | | 競艇場（職員） | ・8～9月にかけては、お盆レースの開催、9月には本場開催において、土日に準優勝戦と優勝戦が組まれており、売上増が期待できる。 |

| | | | | | |
|----------------|---|--|--|----------------|--|
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・中心市街地のまちづくりが頓挫したことから、今後、中心部の大型商業施設にとって計り知れないマイナス影響が出るかと危惧している。 | | |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・下見のための来店や問い合わせ等が増えているが、購入には慎重になっている様子で、他店やネット販売と比較しているのだろう。必需品以外は売れなくなっている。 | | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・英国のEU離脱問題が世界経済にどれだけ影響するかわからないが、良くはならない。 | | |
| | | 家電量販店（店員） | ・一過性である季節商材の消費が終われば、また以前と同様に落ち込む。 | | |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・自動車教習所の生徒数が減少していると聞く。運転免許証保有者が少なくなれば、自動車販売も徐々に厳しくなっていく。 | | |
| | | 旅行代理店（営業部長） | ・英国のEU離脱問題による円高で、個人の海外旅行に期待していたが、相次ぐテロで政情不安が多く、燃油サーチャージ0円の効果もない。円高が続けば企業業績が懸念され、法人団体需要も非常に不安定になる。 | | |
| | | タクシー運転手 | ・例年9～10月は良くなるが、今年は期待できない。乗客から、給料が増えないとか、小遣いが減ったという話を聞いた。 | | |
| | | 通信会社（営業部長） | ・新商品発売前の買い控えが想定される。 | | |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・予約の埋まりが悪い。平日は特に悪いが、土日も同じような状況で、前年と比べて予約状況は悪い。 | | |
| | | 美容室（経営者） | ・夏が過ぎて涼しくなると、来客数が減る傾向にある。 | | |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・来場者が減っているため、今後の契約数増加は見込めない。 | | |
| | | | 悪くなる | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | ・酒類の小売専門店には、良くなる要素が見当たらない。どう頑張っても、価格競争のみである。 |
| | | | | スーパー（店長） | ・今の調子、今の気候でこの程度の伸びだから、この先の天気や周りの環境次第でさらに悪くなるのではないかと思われる。昨年9月には大型連休があって人の移動も多かったが、今年はそれが無いこともマイナスに影響するのではないか。 |
| コンビニ（店長） | ・コンビニ店は異常なほど出店していて、既存店は売上減少の一途を辿っている。 | | | | |
| 企業動向関連 (四国) | 良くなる やや良くなる | - | - | | |
| | | 食料品製造業（商品統括） | ・世界的な不安要素、円高による輸出企業の利益減が懸念されているが、円安時の価格アップ転嫁が進んでおり、輸入価格のダウンによる利益確保が進むと思われる。 | | |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・現状のまま年末まで好調が続いていく。 | | |
| | 変わらない | 農林水産業（総務担当） | ・薬味用野菜は堅調であり、販売店の注文も入っている。 | | |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・所得が上がらず、消費も低迷が続く。 | | |
| | | 繊維工業（経営者） | ・市場によって厳しい部分と進展している部分があり、全体としては厳しい。 | | |
| | | 木材木製品製造業 | ・アベノミクス再起動に期待したいところだが、金融緩和だけでは持続できない。少子高齢化対策や待機児童ゼロを早期に実施し、民力を上げる施策に期待したい。 | | |
| | | 電気機械器具製造業（経理） | ・実需が大きく変動しそうな要因やトピックが見当たらず、上下動の幅が小さく推移すると考えられる。 | | |
| | | 建設業（経理担当） | ・受注高、受注残高ともに横ばい。今後は民間の受注が伸びると思うが、競争が激しく、景気は変わらない。 | | |
| | | 建設業（経営者） | ・公共工事が増えない限り、相当厳しい。 | | |
| | | 建設業（経営者） | ・今年上期に前倒し発注が期待されていることから、数か月先までは変わらないと見込む。その後は補正予算等に期待している。大手との受注競争激化には危機感を持っており、予算投下されても、地方企業が好条件で受注できなければ、地方の活性化や地方創生の効果は見込めない。 | | |
| | | 輸送業（経営者） | ・景気に直接関係ないが、テロが多発していることなど雰囲気が悪い。全体的には変わらない。 | | |
| | | 輸送業（営業） | ・今のところ天候不順（多雨・日照不足）もなく、購買意欲が改善して消費が拡大すると期待している。ただ、今年9月にシルバーウィークがないので、秋の行楽シーズンの消費は弱いと予想している。 | | |
| 金融業（副支店長） | | ・一時期から見ればやや落ち着いた感を受ける。金利水準は低下傾向にあるものの、景気動向の不透明さから取引先企業の設備投資には慎重な姿勢が見られる。 | | | |
| 広告代理店（経営者） | ・地方の消費低迷は依然として続いており、一部の県外大手得意先以外は広告費削減傾向が続いている。 | | | | |

| | | | |
|----------|--------------|--|---|
| | | 公認会計士 | ・為替動向や今後の景気対策を気にして、いまだ設備投資に消極的な顧客が非常に多い。 |
| | やや悪くなる | 鉄鋼業（総務部長） 通信業（営業担当） | ・産業用機械の受注が少ない。 ・地方企業が広告宣伝を抑制気味である。 |
| | 悪くなる | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・米国経済の成長鈍化、新興国経済の減速、原油価格動向、テロ・難民・紛争等地政学上の問題に加え、英国のEU離脱ショックもあり、下振れリスクが高まっている。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | 求人情報誌製作会社（従業員） | ・求人数の増加が見込まれる。 |
| (四国) | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（営業） | ・有効求人倍率が上昇し、求人条件も良くなっている。一方、企業側では経費の効率化が問われる状況から、マネジメント力の高い経営者が勝ち残る社会環境を痛感する。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・県内の労働者市場は、いわゆる売手市場になっている。当面、この局面が続く。 |
| | | 求人情報誌（営業） | ・採用難に対する明確な解決策がないため、景気は変わらない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・広告業界は全体的に売上が下降傾向にあるものの、ここ3か月は底打ちを感じており、しばらくは低位安定する。 |
| | | 職業安定所 | ・6月の有効求人倍率は1.28倍で、5月と変わらず、前年6月の1.10倍よりも0.18ポイント増にとどまった。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | ・景気浮揚の起爆剤が見当たらず、売上は前年並みか平年並みの企業が多い。経営者は売上を伸ばすための手段を模索している。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・現時点では、雇用状況から2～3か月先の景気動向を判断する材料は見られない。 |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（営業担当） | ・正社員の採用が増えていることから、派遣登録する人が少なくなっている。派遣業界全体の落ち込みを懸念する。 | |
| 悪くなる | - | - | |