

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)		スーパー（店長）	・現状の良くなってきている傾向が今後も続き、景気が上向くと見込まれる。
		商店街（代表者）	・商店街のハードとソフトの企画が進んでおり、経営者のマインドもかなり上昇している。消費者も街がにぎわっているというポジティブな意見を聞く。秋もかなり期待している。
		乗用車販売店（役員）	・自動ブレーキ車への買換え需要が旺盛。
		住関連専門店（経営者）	・周辺で分譲住宅の建設が増えており、家具等の需要が期待できる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・お盆を過ぎると売上が激減する。その反動で3か月先は良くなる。
		旅行代理店（営業部長）	・香川県で植樹祭、愛媛県では国体が開催予定のため、期待している。
		タクシー運転手	・秋はお遍路さんの仕事がそこそこあるので、少し良くなる。
		通信会社（営業担当）	・新型スマホの登場に期待したい。
		観光遊園地（職員）	・地元での国体開催で集客が見込める。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・来店数が少ない上、客も必要なものしか購入しない傾向が強い。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・長年の低迷から抜け出せる要素が見当たらない。
		百貨店（販売促進担当）	・4月に開店した大型ショッピングモールの影響が長引いている。
		スーパー（企画担当）	・秋に入ると気候が落ち着いて、価格は安定してくると推測する。大手の値下げ断行により、消費者は複数店を買い回る傾向が強くなり、競争が更に激しくなるだろう。
		スーパー（財務担当）	・季節要因の一時的な消費増加はあるものの、節約志向は当面続く。
		コンビニ（店長）	・依然、購買力が低下したまま。これを変えるほどの経済情勢か、あるいは、よほど購買力をそそる商品でも登場しない限り、改善できない。
		コンビニ（商品担当）	・良くなると期待したいが、外的・内的含め好転要因を見い出せない。まずは現状を維持しながら景気回復を待ちたい。
		コンビニ（総務）	・天候や気温に大きく左右されるが、前年と同じなら、景気が良くなる要因は全くない。
		衣料品専門店（経営者）	・変わらないと思うが、もしかすると悪くなるかもしれない。
		衣料品専門店（総務担当）	・残暑が続いていることから、秋物の動きが非常に鈍く、売上が伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	・受注台数は前年を少し上回っているのに、在庫台数が前年割れしている。景気が良くなる気配はない。
		乗用車販売店（従業員）	・秋商戦は難しい。他社は安全装備を目玉に販促しているが、そうではない弊社は厳しいだろう。
		乗用車販売店（営業担当）	・業界各社とも企業努力で頑張っているが、厳しい状況にある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・もうしばらく来店客の減少が続く。
		観光型旅館（経営者）	・地元の国体や松山市のイベント関連で予約が増えている。9月、10月は例年と比べると今年は少し良い。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況を見ると、愛媛県での国体開催の影響が若干あり、やや下振れするのではないかと。
		通信会社（社員）	・人気製品の発売時期だが、販売量は変わらない。
		通信会社（技術）	・年末に向け、新規客を獲得するのは難しい。
		通信会社（支店長）	・大きな変化をもたらす動きは見当たらない。
		競輪競馬（マネージャー）	・娯楽が多様化し、顧客層も薄く、集客力の伸び悩み等、大きな増加は見込めない。
		設計事務所（所長）	・事業用の施設への投資が続いている。
	商店街（代表者）	・株価停滞や世界情勢の不安などから、消費者の財布のひもが固くなっていく。マンション等不動産の動きも鈍化している。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・秋はイベントも少なく、繁華街に人出は見込めない。天候不良もあって入荷量が減少し、商品価格も高くなっている。	
	衣料品専門店（経営者）	・悪くなっている一番大きな原因は、大型ショッピングモールのオープンである。ただ、その悪影響も相当剥落してきている。	
	家電量販店（店員）	・単価上昇が見込めず、これから販売数が減る閑散期に入る。	

	乗用車販売店（従業員）	・最近では野菜が値上がりする傾向にあり、景気が良くなるとは思えない。
	タクシー運転手	・乗客の声を総合すると、給料等は上がっていないようだ。イベントの多い8月、9月を過ぎると、景気はやや悪くなる。
	通信会社（営業部長）	・冬商戦前、新機種発売前の買い控え時期に入る。
	美容室（経営者）	・毎年9～11月は売上が落ちる。
	美容室（経営者）	・来客数が期待できないため。
	x	*
企業 動向 関連 (四国)	*	*
	繊維工業（経営者）	・インバウンド需要は引き続き旺盛である。東京などへは欧米からのリピーターが増えており、商品価値をしっかりと提案することが彼らの消費行動を満足させられる。まだまだ需要は伸びる。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・需要期に向け少しずつ増加しているが、海外市場の売上はもう少し時間がかかりそう。
	鉄鋼業（総務部長）	・自動車関連の受注が見込まれる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・長期にわたって取り組んでいたバイオマス発電の受注、起工がようやく始まり、当社の景気は今後良くなる。
	農林水産業（職員）	・良くも悪くも現状は変わらない。青果物の生産量は減少傾向にある一方、生産者の増収技術導入が進んでいる。卸売会社も1市場1社体制へ移行し、生産販売環境は楽観視できない状況。利益を優先する量販店の販売手法も変わっていない。
	食料品製造業（経営者）	・食品の原料全般の相場が強い状況が続く。
	木材木製品製造業（資材購買）	・大きな落ち込みもなければ、大きな需要の波も少ない状態が続く。
	電気機械器具製造業（経理）	・受注量に大きな変動はなく、受注予測の変動要因も見受けられない。現状維持。
	建設業（経営者）	・官民とも、今後の発注次第となる。
	建設業（経営者）	・今年度の予算規模からみて、今後も前年並みの受注を見通している。
	輸送業（営業）	・秋の行楽シーズンにおける特需に期待するところだが、今年9月の連休は日並びが悪く、消費拡大は見込めない。運輸業界としては、高止まりしている燃料油価格の動向が気になる。
	通信業（総務担当）	・変わる要素が見つからない。
	金融業（副支店長）	・取引先企業の資金需要動向は、運転資金、設備資金ともやや弱含みな印象である。足元の業績に変化が見られないことから、景気にも変化はない。
	広告代理店（経営者）	・一部得意先はインバウンドにより好調で、販促広告も多少増えている。しかしながら、多くの得意先では、消費低迷の折から新たな販促計画等の動きは少ない。全体では変わらない見込み。
	公認会計士	・地元での国体関連で売上増を期待しているものの、国体終了後を心配する経営者もいる。なかなか景気が一気に上向くとは考えていないようだ。
	化学工業（所長）	・人手不足による人件費上昇分が、売価に反映されてきている。その影響が顕著になれば、購買意欲が減少する可能性もある。
	輸送業（支店長）	・夏季繁忙期の終了と、燃料価格の高止まりで悪くなる。
	通信業（営業担当）	・ナショナルクライアントのテレビCMの受注、引き合いが主要地区止まりになるケースが多くみられ、地方まで波及してこない。
	x	-
雇用 関連 (四国)	-	-
	人材派遣会社（営業担当）	・下半期になると組織再編等による派遣社員の増員が見込める。
	人材派遣会社（営業）	・地元での国体の経済効果が期待できる。観光、交通などの体制を整えて、景気回復を望む。
	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り、求人数増加が予想される。
	求人情報誌（営業）	・人材採用に苦戦している企業の景気は厳しいが、一方で採用に予算と労力をかける企業は改善の見通しが立っており、全体で見ると横ばい。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・悪いままで安定するだろう。
	職業安定所（職員）	・7月の有効求人倍率が1.40倍と、前年7月以降、1.30倍以上が続き、大きな変動はない。
	職業安定所（職員）	・労働者の待遇を向上させなければ人手不足は解消しない。

	民間職業紹介機関（所長）	・新卒採用は前年並みという企業が大半で、無理をしてでも採用者数を拡大する企業は少ない。
	学校 [大学]（就職担当）	・採用者の確保は、大手は一段落し、現在は中小企業が躍起になっている。このことが賃金上昇圧力につながると予想されるも、実現にはまだ時間を要する。
	-	-
×	人材派遣会社（営業担当）	・求職者の減少で派遣業への登録が減少するとともに、労働者派遣法や労働契約法の改正に伴う問題など、派遣業の動向を懸念している。