

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)		美容室（経営者）	・11月は客の動きがまた悪くなるが、年末を迎える12月には活気が出てくる。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・ここ1か月ほどは来客数が減少傾向になっているが、販売額は上昇している。今後にも期待したい。
		百貨店（販売促進担当）	・台風の影響を除くと前年並みの売上を確保している。7～8月と比べると状況は少し良くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	・気温が低くなると、アウターや重衣料が動き出して売上も伸びる。ある程度、景気も良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬本番となり、回復基調になる。
		乗用車販売店（役員）	・メーカーの広告宣伝や販売店での自動ブレーキ訴求により、乗換え需要が底堅く推移している。
		住関連専門店（経営者）	・近隣の土地が造成され、かなり住宅が建っている。家が完成すれば、家具など住宅関連商品の購入が見込まれる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年末にかけて、少しずつ良くなっていく。
		観光型旅館（経営者）	・地元で国体や障害者スポーツ大会が開催されることや、地元の温泉地区に新しい温泉施設がオープンしたことなどから、11月頃まで予約状況は例年より良い。
		タクシー運転手	・例年11～12月は移動回数や飲み会が増え、タクシー利用も増える。
		通信会社（営業担当）	・新型スマートフォンが続々登場し、冬商戦が活発化すると期待している。
		通信会社（技術）	・年末に向けて、特別サービス等のイベントが豊富にある。
		通信会社（営業部長）	・新商品の発売時期であり、冬商戦が始まる。
		美容室（経営者）	・年末にかけて来店数が増える。
		商店街（代表者）	・12月には商店街内に都市型ホテルがオープンし、また飲食店などの新規出店もあって、景気は良くなる。しかし、消費税増税に対する消費マインドの低下が不安視される。
		商店街（事務局長）	・総選挙の結果次第では政局が大きく動き、経済への影響が少なくない。消費税増税が凍結されると、消費にとっては明るい兆しにつながる。
		商店街（代表者）	・北朝鮮情勢や総選挙などから先行きに不透明感が増し、消費意欲の低下が懸念されるが、年末に向けて、多少なりとも消費拡大を期待する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・問い合わせは多いが、購入や予約を迷う客が多い。
		スーパー（企画担当）	・競合店の出店を控え、10月以降は客の争奪戦が激しくなる。単価の下落につながり、売上げが見込めなくなる。
		スーパー（財務担当）	・業態を超えた競争が更に激化する。
		コンビニ（店長）	・客単価が伸び悩んでいる。消費者はより安い店へと向かっているのではないか。
		コンビニ（商品担当）	・外的要因も含めて、良くなるとは思えない。
		コンビニ（総務）	・地方の景気が先行き不透明のなか、消費税増税を控え、今後ますます消費は冷え込む。
		衣料品専門店（総務担当）	・購買意欲は下がったままだが、気温が順調に下がると客単価は上向く。
		家電量販店（副店長）	・客の財布のひもは固いままだ。
		乗用車販売店（従業員）	・新車はますますだが、その他は落ち込んでいる。全体では、良くもなく悪くもない。
		乗用車販売店（営業担当）	・受注状況は悪くはないが、新規客が少なく、先行きには期待できない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・来店客の減少はもうしばらく続く。
		都市型ホテル（経営者）	・愛媛県と共同開催する国体が始まるので、前年よりも宿泊客の増加が見込める。
		旅行代理店（営業部長）	・海外では北朝鮮のミサイル問題やヨーロッパのテロ事件など、国内では総選挙が実施されることから、旅行は控えるのではと心配している。
	通信会社（支店長）	・年内は、大きな変動要素が見当たらない。	
	競輪競馬（マネージャー）	・来場者は高齢者層が主流で、若者や中年層の利用が低調であることから、状況が好転することは見込めない。	
	コンビニ（店長）	・人口減少、高齢化を背景に、コンビニ、ドラッグストア、外食の出店が続いており、売上減は止まりそうにない。	
	乗用車販売店（従業員）	・解散総選挙が不安定要素として大きい。自動車販売に動きはなく、景気が上向くとは考え難い。	

		乗用車販売店（従業員）	・新車の受注は今後も厳しい。
		観光遊園地（職員）	・国体終了に伴い、来県者が減少する。
	×	商店街（代表者）	・消費税が10%になれば、日本経済の長期衰退が予測される。
	×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・総選挙が決まり、ますます景気が悪くなる。
企業 動向 関連 (四国)		*	*
		木材木製品製造業（資材購買）	・住宅メーカーの受注は前年比でマイナス幅が縮小傾向にある。前年並みなら健闘しているといえる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・年末に向けて一番需要が伸びる時期なので、今以上に売上が伸びると見込む。
		電気機械器具製造業（経営者）	・長期の仕事に加えてバイオマス発電を受注することになり、少しは良くなる。
		輸送業（経営者）	・不安要素が爆発しない限り良い。
		農林水産業（職員）	・青果物の動きから景気回復感は見受けられない。宅配運賃の値上げが果物等の贈答品需要に影響するとみられる。市場入荷量が価格を上下させる部分大きい。
		食料品製造業（経営者）	・円安で原材料のコストアップが懸念され、利益を圧迫する。
		鉄鋼業（総務部長）	・産業用機械はやや上昇傾向にあるが、造船は引き続き低迷が続く。
		電気機械器具製造業（経理）	・市場の変動要因を認めず、デマンドも総じて安定的と見込んでいる。得意先からの受注及び受注見通しも同様である。
		建設業（経営者）	・総選挙で良くなることを期待する。
		輸送業（営業）	・総選挙が終わるまでは購買意欲の低下等による消費の低迷は必至で、取扱物量増は到底期待できない。新政権誕生後の購買意欲向上による消費回復に期待する。
		通信業（総務担当）	・景気の変動をもたらす事象が見当たらない。
		金融業（副支店長）	・取引先企業では運転資金・設備資金の需要に大きな変動は見られず、景気の先行きに対する不透明感から、設備投資には慎重な姿勢が見受けられる。
		広告代理店（経営者）	・インバウンドなどで好調なホテル関係からの販促広告は多少増えているが、多くの取引先ではあまり変わらない見込み。
		公認会計士	・関与先企業の経営者の話では、地元開催の国体に期待しているが、一般的に設備投資は控えめで、景気はしばらく変わらない。
		繊維工業（経営者）	・新しいものに取り組むか、全く形態を変えるか、そうしなければ小売店は消費者の支持を得られない。少子高齢化が進み、国内消費は厳しくなる。
		化学工業（所長）	・人手不足でコストがかさむ。販売価格に反映させると価格競争力を失い、受注が低調になる恐れがある。
		建設業（経営者）	・自治体の発注量が回復しないと、見通しは悪くなる。人手不足が慢性化し、大手との競争に勝てないことが顕在化すると、更に悪いシナリオになる。
		通信業（営業担当）	・ナショナル企業によるテレビのスポットCMの出稿は、地方にまでは及ばない。デジタル広告へのシフトの影響も、徐々に感じられるようになってきた。
		×	輸送業（支店長）
雇用 関連 (四国)		-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数も求職者数も旺盛で、より多くの雇用が生まれる可能性がある。
		人材派遣会社（営業）	・国体開催で地元の良さをアピールでき、今後は観光客の増加が期待できる。しかし、その受け皿を担う人員確保と人材育成が今後の課題となる。
		求人情報誌（営業）	・地元だけでの人員確保は難しく、Uターン者の確保が急務なのだが、積極的なコスト・労力をかけられない企業が多い。
		求人情報誌制作会社（従業員）	・年末に向けてアルバイト募集が増える一方、正社員募集の減少が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業から前向きな話を聞かない。消費動向も低調である。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は前年7月以降、1.3倍以上が続いており、大きな変動がない。
	職業安定所（職員）	・安心して働ける環境になる気配がない。	
	民間職業紹介機関（所長）	・高校の面接指導の機会があるが、高校生を採用できないという企業側の事情もあり、高校生の多くに有名企業の採用試験の機会が与えられている。企業では、よほどの理由がない限り、採用する方向で考えているようだ。	

	学校 [大学] (就職担当)	・大手は一段落したが、中小企業は内定を得ていない学生に今後もアプローチを続けていく。しかし、企業側と学生との間にある賃金水準のギャップが解消されずに、結局、雇用にはつながらないとみる。
	-	-
x	人材派遣会社 (営業担当)	・工場作業員の募集が減り、専門職の求人が増える傾向にある。就労につながりにくくなっており、また派遣会社への登録者数も大きく減少している。