

10. 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)		衣料品専門店（経営者）	・乗客数は少ないが、来た客は、割と高額商品でもすぐに買っていく。消費税の引上げまでは、ある程度、現状が続いて景気は良いだろう。消費税の引上げ後は、どうなるか分からない。
		スナック（経営者）	・3～4月は歓送迎会が多いシーズンであるが、当店は個人の客が多く、団体が動く時期の乗客数は減少する傾向にある。その後も、ゴールデンウィークに入るため乗客数は減るが、連休後はなじみ客が個人で飲むことが増えるため、6月頃から売上は少しずつ増加する。
		商店街（代表者）	・ナショナルチェーンのドラッグストアが商店街内に、当県で初めてオープンし、かなりの集客力がある。そのため、来街客も増えている。また、商店街周辺にマンションの建設も進んでおり、コンパクトシティとして、人口の増加も望める状態になっている。
		百貨店（営業統括担当）	・ゴールデンウィークの大型連休や、国際芸術祭の影響で乗客数は増加するだろう。元号も改まり、消費税の引上げ前の駆け込み需要拡大は期待できるが、衣料品のマイナストレンドなど客の動向は不透明である。
		百貨店（販売促進）	・今後、消費税の引上げに対する関心が高まり、ある程度、購入意欲が刺激されるだろう。クルーズ船や、直行便の拡大で、観光客の需要が継続、拡大する可能性もある。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ半年は好調に推移しており、今後も継続していくだろう。ただし、5月の連休後の売上は、一時的に大きく減少すると懸念している。6～7月になると、バーゲンセールも始まるので、今年の前半は好調に推移するだろう。
		家電量販店（副店長）	・消費税の引上げ前の需要が見込める。
		乗用車販売業（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込みを見込んでおり、良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・消費税の引上げ前の駆け込みが多少は発生する。
		住関連専門店（経営者）	・金利が安いと、住宅がかなりのスピードで建っている。住宅が建てば、そこにを入れる家具等の需要が出てくるだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・少し物価が上昇しそうなので、それに備えて客の動きは少し良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・大型連休や消費税の引上げ前の特需等、一時的には景気は回復するが、飲食業にはほとんど影響がないだろう。
		タクシー運転手	・6～7月は、季節的に梅雨に入る。また、異動等が完了して人がやっと落ち着く時期なので、人の動きが少し活発化する。
		通信会社（営業担当）	・新商品や新サービスの導入に伴い乗客数は増加するだろう。
		通信会社（技術）	・販売量の好調を維持できている。
		美容室（経営者）	・暑くなってくるので乗客数が増える。
		商店街（事務局長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の動きが一部で始まるが、政府の下支え対策はあるものの、消費税の引上げ後は反動で売上の減少が起こることから、一時的に売上は上がるものの、景気が良いとはいえない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・客の価格訴求の傾向が強く、当分この傾向が続くだろう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・母の日、父の日商品も年々インターネットで予約する人が増えてきた。便利な反面、店舗で追加の余分買いをする人が減ってくる。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税の引上げにはまだ早く、特に思い当たる変動要素はない。
	百貨店（営業推進）	・百貨店は人口動態の変化に大きく左右されるが、その部分は変化がない。	
	スーパー（店長）	・客の減少に歯止めを掛けるための有効な対策が見当たらない。	
	スーパー（企画担当）	・引き続き、値上げを背景に比較購買は継続すると見られ、小型店の対応を進めないと厳しい状況が継続する。	

	コンビニ（店長）	・景気は悪くはならないと感じているが、良くなるとも考えられない。ゴールデンウィークを直前に控え、先週から客が節約している様子である。今後更にメリハリのある購買行動になるだろう。	
	コンビニ（総務）	・身の回りの景気は、今後も変わらずか、消費税の引上げの影響が出れば悪化するだろう。	
	衣料品専門店（営業責任者）	・気温の変化が大きく、季節商材が安定的に売れにくくなっている。夏に向けて気温が安定してくればいいが、単価は下がってくるので難しい状況が続く。	
	乗用車販売店（従業員）	・今後のガソリン価格の変動が気掛りである。	
	乗用車販売店（従業員）	・決算期も終了し、新型車の発売もないため、現状維持が続く。	
	観光型旅館（経営者）	・当温泉地では、各旅館の新築、改築や、温泉本館の補修工事を行っている。また、当市の魅力づくり等にも取り組んでいるが、その効果はまだしばらく期待できない。	
	都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約状況が余り芳しくない。また、デフレ基調から脱していないことが一番の心配材料で、今後はデフレ脱却できるかどうか大きな分岐点となる。	
	通信会社（支店長）	・当面の変動要素は見当たらない。	
	競輪競馬（マネージャー）	・レジャー産業の多様化、株価低迷による経済的影響がマイナス効果となっており、当面好転する兆しが見られない。	
	設計事務所（所長）	・相変わらず、市内中心部でのマンション建設が活発に行われている。	
	商店街（代表者）	・流通業界はまさに第2、第3の流通革命の時代に入った。正確に近未来の予測をすることは困難で、更に人口減少が進み、高齢化は本格的に加速する。悪例である大店法改正は全国にシャッター街や買物難民をつくった。近い未来に令和の大改革が起こり少子高齢社会に対応する大再編成が行われなくなる限り、地方はほとんど過疎化する。	
	商店街（代表者）	・実質賃金は上がっておらず、地方都市においては景気の上昇を感じないままに消費税の引上げが控えている。客の消費行動が堅調に推移しても、客単価は減少傾向にあるため、売上は減少傾向になるだろう。	
	スーパー（財務担当）	・10連休と新元号の祝賀ムードの反動が大きいだろう。	
	スーパー（人事）	・消費が落ち着くだろう。	
	衣料品専門店（経営者）	・原油価格高騰の影響が出てくるだろう。	
	乗用車販売店（従業員）	・次の新型車発表の予定もなく、消費税の引上げがどうなるか様子見の状況である。	
	その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・連休の反動で、節約志向が強くなる。	
	通信会社（営業部長）	・客の価格志向が強くなっている。	
	×	スーパー（店長）	・7月頃に、競合先の新たな店舗が開店することになっている。ますます競合が厳しくなり、単価は上昇せず、デフレ傾向になり、全体としては景気は上昇しない。
	×	コンビニ（店長）	・競合は激化し、地場産業の景況感の改善もなく、更なる悪化が懸念される。
企業 動向 関連  (四国)	輸送業（経理）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、9月末まで客の出荷量・取引量は増加する。	
	食料品製造業（経営者）	・6月から製品の値上げを実施することにより、若干利益率が改善する。	
	繊維工業（経営者）	・将来的に受注が減少すると予測し、1～3月にかけて積極的な営業販売促進を掛けたこと、カタログを刷新し、視覚的な商品紹介を試みたことなどにより受注が増加している。小売店店頭での消費は旺盛である。	
	木材木製品製造業（営業部長）	・ハウスメーカーの受注残状況は前期より約30%増加している。消費税の引上げの駆け込みがあり、今年上期の受注は好調に推移する。	
	通信業（企画・売上管理）	・消費税の引上げがある10月までは消費需要が上がり、スポンサーの広告が増えるだろう。	
	金融業（副支店長）	・10連休でサービス、小売業等は改善する。改元関連で以降も景気への好影響がある。	

	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新市場向けの商品が更に売上高の積み上げに貢献するが、5月は連休で休みが多く、単月としてはそれほど良くならない。
	鉄鋼業（総務部長）	・受注、販売量は安定しているが、販売価格は低迷を続けており、今後も大きな上昇は見込めない。
	一般機械製造業（経理）	・引き続き不透明な状況が懸念される。
	電気機械器具製造業（経営者）	・バイオマス発電は、既存の燃料に頼れないため、新しいバイオマス燃料を開発した。これが軌道に乗れば、少しは業績も上昇してくるだろう。
	電気機械器具製造業（経理）	・得意先からの受注量並びに受注予測情報において、製品別の変動はあるものの、総量については大きな変動が認められない。また、得意先の様子や市場のトピックに関しても、特段の気になる要因はない。
	建設業（経営者）	・19年度の公共事業予算も増加しており、また業務発注や納期の標準化に取り組んでいることもあって、年間を通じて計画的な事業展開がやりやすいように改善されてきている。よって、地域の景況は、これからの発注量並びに地元企業がどのくらい受注できるかにかかっている。事業が増えても大手企業ばかりが受注するようでは地域経済は改善されない。
	建設業（経営者）	・今後の公共工事の発注状況にかかっている。
	輸送業（経営者）	・良くも悪くもなく変化がない。
	輸送業（営業）	・労働力不足を受け、運転職や作業職の求人を継続しているが、有効求人倍率が低下するなかにあっても、ほとんど応募がなく、雇用できない深刻な状況が続いている。また、燃料価格の値上げが止まらず依然として高止まり傾向にあることから予断を許さない。
	通信業（総務担当）	・変動する原因が見つからない。
	広告代理店（経営者）	・一部の得意先は広告費の増加を見込むが、多くの得意先は新聞広告・新聞折込等の紙媒体の広告が減少傾向であり、全体としては余り変わらない。
	公認会計士	・経営者は10月からの消費税の引上げに警戒感を持っており、消費者の動向が非常に気になるという話をしていた。設備投資についても、若干控え目になっている。
	農林水産業（職員）	・青果物は例年大型連休明けに値下がりするが、今年は10連休であり、連休明けの相場に不安が高まる。消費者は行楽等で出費が多く、一方、荷物は連休明けに集中するため、例年以上の厳しい販売環境となるだろう。また、燃油や日販品の値上げも、生産、消費への影響が大きい。
	化学工業（所長）	・今春は食品、生活雑貨の値上げが続いたが、その原因である原油が更に上昇しており、影響が心配である。
	x	-
雇用 関連  (四国)		-
		-
	職業安定所（求人開発）	・3月の有効求人倍率は1.64倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動はなく、企業整備の情報も余り新規で入ってこなくなった。しばらく同じような状況が続くだろう。
	学校〔大学〕（就職担当）	・今後の景気は、不透明な要素が多いので判断が困難である。しかし、新卒学生の就職に関しては、学生が有利な状況が継続するだろう。
	人材派遣会社（営業）	・人材派遣、人材紹介の求人は、賃金を引き上げた案件も増加傾向にあるが、登録スタッフの数はそれに反比例して減少傾向にある。また、登録希望者のスキルも求人ニーズとのミスマッチがあり、なかなか成約につながらない現状である。
	人材派遣会社（営業担当）	・求職者がますます少なくなっており、企業によっては、外国人労働者の活用が目立っている。
	求人情報誌（営業）	・求人数は大きく変わらず、人手不足が続いている。人手不足で、業務縮小を余儀なくされる企業もあり、この状態が続けば景気は悪化するだろう。
	求人情報誌製作会社（従業員）	・求人募集を出しても人材をなかなか確保できないため、それまで広告掲載に使っていたコストを給与アップなど現在勤務している従業員に使用することで人材の流出を抑えようとする企業が増えてきた。

		民間職業紹介機関（所長）	・先日の地方選挙の影響で、建設、土木関係の工事の進捗が遅れている。実際、家に不具合が出たが、選挙が終わるまで修理は待つてほしいと建設業者から返事があったケースもある。このような状態が他の業種にも影響を及ぼしているだろう。
	x	-	-