

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	スーパー（店長）	・消費増税のインパクトが大きく、3月は良くなるのみでいる。逆に4月以降はマイナスに転じるとみている。
	やや良くなる	商店街（事務局長）	・消費増税前の駆け込み需要は一部の高額品に限定されており、全体では慎重な消費態度がみられる。株価や大手企業の賃金は上昇しており、年明け以降は消費行動の改善を期待したい。
		百貨店（営業担当）	・消費増税前の駆け込み需要に期待している。
		百貨店（営業推進）	・消費増税前の駆け込み需要で、宝飾などの高額品の動きが活発になっている。
		スーパー（財務担当）	・売上は消費増税前の3月までは前年比プラスが続く。4月以降は節約志向と駆け込み需要の反動で若干下落するとみている。
		コンビニ（店長）	・店の周辺では、解体工事、宅地造成、新築やリフォームなどが活発で、来客数も増加している。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の販売開始、消費増税前の駆け込み需要等で3月末まで売上は堅調に推移するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・駆け込み需要の勢いが3月まで続く見通し。しかし、ハイブリッド車の生産が需要に追いつかないため、3月末までに受注車全体の登録が完了できない。結果として苦しい状況は変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・現状の動きは駆け込み需要によるものであって、4月以降は激減する事が目に見えている。
		住関連専門店（経営者）	・耐久消費財については、消費増税前の駆け込み需要があるという期待感を持っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・2月、3月は消費増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費増税前の駆け込み需要に若干期待しているが、それ以上に4月以降の反動減を懸念している。
		旅行代理店（支店長）	・4月からの消費増税の影響で、旅行申込の駆け込み需要が大いに期待できる。
		通信会社（営業担当）	・新生活シーズンとなる今後数か月間は例年需要が増加する。
		通信会社（企画）	・客の状況もここ半年ほど良好であり、景気はやや良くなるとみている。
	競艇場（職員）	・1月、2月、3月と本場での開催が多く組まれ、場外も記念レース・SGレースの発売があり、売上増を期待している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・忘新年会の予約状況は前年と変わらず、まだ地方では景気回復の兆しが見られない。
		商店街（代表者）	・3年目を迎えた「とくしまマルシェ」や「マチアソビ」等のイベントは、中心街に2万から5万人（県外客も含む）を集めるまでになった。今後は、開催期間中のさらに幅広い回遊性と期間外の対応についてどうすべきかが課題になっている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・景気回復が地方に波及するには、まだ時間がかかるとみている。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・4月の消費増税前の駆け込み需要が期待されるが、それ以降は売上低下が懸念される。
百貨店（総務担当）		・景気回復や株価上昇が報じられているが、消費増税を控えているため、現状では良い悪いの判断ができない。	
スーパー（企画担当）		・消費増税前の駆け込み需要が始まり、売上に貢献するとみるが、それは景気がよくなる動きではない。増税後の反動減も懸念される。前回の増税時も年間で2～3%の売上減少が発生している。	
コンビニ（総務）		・景気や消費は天候や気温等にも左右されるが、景気が上向きになってきているという実感はなく、また消費も目に見えて伸びていない。	
衣料品専門店（経営者）		・1月は1年で一番大きなバーゲン月となる。年末の動きをみる限り期待感はある。	
衣料品専門店（総務担当）		・消費増税前の一時的な駆け込み需要があると考えているが、その後はそれ以上に売上は落ち込むと考えている。	
家電量販店（店員）		・消費増税前の駆け込み需要で現状維持するとみている。	
乗用車販売店（役員）	・賞与支給と消費増税を控え、販売面は上向くとみている。ただし、車種によっては3月末までの登録ができないことが気掛かりである。		

		観光型旅館（経営者）	・観光面では、関東地区や京都、大阪、九州などは外国人客も多いが、四国は取り残されている状況にある。四国内でも道後温泉は一定数の観光客を確保できているものの、四国全体では依然厳しい状況が続くとみている。
		都市型ホテル（経営者）	・消費税増税までは今の状態が続くとみている。それ以降の展望は難しいと考える。
		タクシー運転手	・忘年会等の回数が少なくなっており、タクシー業界には痛手である。消費動向としては量販店の安価な商品に消費者が引き寄せられているように見受けられる。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況、客単価ともに、12月と変わらない。
		美容室（経営者）	・新しい動きはない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・百貨店では4月の消費税増税を目前に、高額商品については、かなり先取りで売れている。一方、商店街の店舗では一般商品、消耗品を含めて、高価な商品を扱っているところが少なく影響はない。今後は買い控えのほうが強くなって、ますます消費者の財布のひもが固くなっていくとみている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、年末に物が動いて、年明けは暇になるが、今年は年末の出入が少なかったため、年明けに良くなるとは考え難い。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・消費税増税前後で消費の波があり、消費は一時的に厳しくなるとみている。
		スーパー（統括担当）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるとみているが、可処分所得が減っていることから、景気は後退していくだろう。
		コンビニ（店長）	・当店では、年末関連商品が堅調に推移したこととライフサイクルの需要にうまく対応出来たため、12月の売上は堅調であった。1月以降はまだ状況が読めないが、消費税増税前の特需に動き出すと、コンビニやスーパー等の小売業界は頭打ちになるのではないかと不安。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後は新車販売台数が減少するとともに、車検対象台数の減少傾向にあり、サービス売上も減少が予想される。小幅な車体課税減税では売上減少をカバーすることは出来ない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・今月はクリスマス用品や年末ギフトで大変にぎわっている。しかし、2、3か月先は消費税増税で今より少し売行きが悪くなるとみている。
		タクシー運転手	・例年12月は繁忙期であるのに、客足は鈍い。年明けはさらに厳しくなり、2月、3月はお遍路は少なく、街もまた静かになり、今後に期待感を持てる材料もない。
		美容室（経営者）	・顧客は来店時期を年末に合わせているので、年明けは閑散期に入る。今年は消費税増税直前でなおさら財布のひもが固くなるとみている。
		設計事務所（所長）	・建設費の高騰が続くと、景気上昇機運も失速してしまう。
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・清酒の値上げと消費税増税を控え、消費者の財布のひもはますます固くなるだろう。地方は不景気、不況から脱していない。
企業動向関連	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・自動車など輸出業に有利な円安を好感しており、今後も円安が伸長・継続すると感じる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注・商談状況から、国内海外ともに景気は堅調に推移するものとみている
(四国)	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要、原材料の高騰で製品価格が上昇すると、デフレ脱却に向けて進むと推測する。
		繊維工業（経営者）	・景気回復基調はしばらく続くものと考える。
		電気機械器具製造業（経理）	・翌四半期の受注（見込含む）量が微増傾向が窺える。
		建設業（経営者）	・1月から年度末までを納期とする業務が予定通り完工すれば、新たな業務の受注が可能となる。
		輸送業（経営者）	・国の借金を考えると、期待感だけでは景気動向を判断できない。
		輸送業（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
		通信業（部長）	・12月期は若干受注量も増え、冬春商戦も本番を迎えるため良くなる見込み。
		金融業（融資担当）	・株価も緩やかに上昇しており、一過性でない景気回復基調が感じられる。
		広告代理店（経営者）	・地方経済の実態は依然として厳しいが、今後消費税増税前の販促広告が期待できる。最近になって得意先より販促広告の復活あるいは新規案件等が少し増えてきている。
	変わらない	鉄鋼業（総務部長）	・造船業界の2014年問題は回避できる見通しから受注増加が若干期待できるが、受注単価は底値が続いており景気上昇感はない。

	電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電関連商材の受注は徐々に減少傾向にある。足元の工事は順調に進んでいるが、次が読めない。競争相手も増えており、太陽光発電機器の市場自体が一巡したのではないかと考える。
	建設会社（経理担当）	・受注量は若干増加傾向にあるが、資材価格上昇や、仮設材や職人の不足により、材料費や労務費も増えている。
	建設業（経営者）	・人手不足や材料費の高値が続いている。
	輸送業（営業）	・消費税増税を前に、一部の食品等を除き、増産が見込まれるため、2～3月は取扱物量がやや上向くとみている。しかしながら、長引く景気低迷により多くの企業は設備投資を控えており、慢性的な車輛不足や運転者不足から、自社で捌ける物量には限度がある。そのような環境の中では案件をすべて受託する事が難しく、大幅な増収に繋がる事はないとみている。
	やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） 不動産業（経営者）
		・1、2月は1年間で一番落ち込む時期であり、売上が12月に比べて下落するのはやむを得ないと考えている。 ・3か月先は消費税増税が目前に迫っており、不動産市場は冷え込むとみている。
	悪くなる	-
雇用 関連 (四国)	良くなる	求人情報誌製作会社（従業員） 新聞社〔求人広告〕（担当者）
		・例年、年明けとともに求人数が増加する。 ・消費税増税前の駆け込み需要が一時的に景気を押し上げる。ただし、円安株高の恩恵は全く感じられないのでその反動が厳しいとみている。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）
		・消費税増税の影響などもあり、業種によってはより一層の人手不足が予想される。慢性的な人手不足（スキルのある求職者の不足）を解消できれば、更に景気は上がると考える。
		人材派遣会社（営業担当）
		・消費税増税は気になるが、求人が全般に増えている。製造業も増加傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）
		・首都圏を発端とした景況感向上の波が地方まで届くには、まだ時間が掛かると考えている。また自動車関連や工作機械等の製造業集積が希薄なため、恩恵も軽微と考える。
		求人情報誌（営業）
		・新卒採用を中心に人員確保に動いている地元企業が増えてきている。
	職業安定所（職員）	
	・月間有効求人倍率が、前月比0.07ポイント上昇、前年同月比0.19ポイント上昇している。	
	変わらない	職業安定所（職員）
		・雇用労働者の労働条件が改善されなければ、現況に変化は起こらないと感じている。
		民間職業紹介機関（所長）
		・冬の賞与が例年と比較してアップしている報道も多く見られるが、私の担当している企業、法人では、そのような声は聞こえてこない。
		学校〔大学〕（就職担当）
		・消費税増税を前にして、足踏み状態となると考える。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）
		・4月の消費税増税を控え、求人にも慎重な姿勢がみられる。
	悪くなる	-