

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	その他専門店〔酒〕 （経営者） 通信会社（企画） 観光名所（職員）	・消費増税後の影響を心配しているが、暖かくなると飲み物、ビール等の売上も上昇してくる。 ・オプション商品への引き合いは減少していないため、やや良くなるとみている。 ・一部の企業において賃金アップが達成されていることから、今後の来客数増加が期待できる。
	変わらない	一般小売店〔文具店〕 （経営者） コンビニ（総務） 一般レストラン（経営者） スナック（経営者） 都市型ホテル（経営者） タクシー運転手 ゴルフ場（従業員） 競艇場（職員） 美容室（経営者） 美容室（経営者）	・消費増税前の駆け込みで、客数、売上ともに増加したが、4月になればその反動で落ち込みがあるとみている。 ・消費増税後の消費がどのように変化するか不透明であるが、増税後はかなり厳しくなる可能性がある。 ・消費動向は低調である。可処分所得がかなり増えないと、大きな変化は見込めない。 ・消費増税前のお客から、増税後は差し控えるようになるのではないかとみている。 ・予約状況を見る限り、消費増税後の消費傾向はあまり良くなることはないだろう。 ・前回の消費増税後も2～3か月は低調であった。 ・景気はやや上向いているが、増税後は一時的に停滞するとみている。 ・ゴールデンウィークレースや当ポート最大レースの周年記念競走が開催されることから、売上増を期待している。5月と6月は本場開催が少ないため、本場での月間売上増は期待しづらい。 ・消費増税の影響はほとんどない。 ・消費増税の影響で消費マインドが鈍くなる。
やや悪くなる	商店街（代表者） 商店街（事務局長） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔生花〕 （経営者） 百貨店（販売促進担当） 百貨店（営業推進） スーパー（店長） スーパー（財務担当） スーパー（統括担当） コンビニ（店長） コンビニ（店長） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（総務担当） 乗用車販売店（従業員） 住関連専門店（経営者） その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人） その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	・消費増税以降、顧客の動向が鈍くなるとみている。 ・消費増税後は多業種で消費が萎縮するが、夏頃には前年並みまで回復するとみている。 ・アベノミクスの影響力が薄れつつあり、状況はまさに前途多難。この状況では消費増税10%に向けた議論が行われる本年未まで明るい見通しはほとんど期待できない。 ・消費マインドは低い。消費増税に伴う駆け込み需要はほとんどみられなかった。消費増税後に買い控えが起きると、かなり厳しい状況になる。 ・消費増税後は消費が落ち込むとみている。母の日の注文予約がどうなるか心配している。 ・消費増税前に買いためしている分、増税後は買い控えが出てくる。 ・消費増税前の駆け込み需要の反動減が4月以降現れるとみている。日用品や食品などは変わらないが、高額品、宝飾品などは動きが悪くなる。 ・消費増税前の駆け込み需要の反動減も、6月頃にはある程度回復するとみている。 ・消費増税前の駆け込み需要の反動減がある。 ・消費増税前の駆け込み需要の反動が起き、景気はやや悪くなる。 ・建設業のお客様の来店が落ち着いてきた。4月は消費増税の影響から売上が減少するとみている。 ・消費増税後の売上減少はやむを得ない。増税前の駆け込みに関わる工事等が終了して、工事関係者の来店が減少することが心配である。 ・消費増税後は景気が悪化する。 ・消費増税の影響は今後1ヶ月くらいの様子をみないと分からない。夏くらいまでは厳しいのではないかとみている。 ・消費増税後の買い控えが発生し、来客数も大きく落ち込むとみている。数か月間は売上は低迷し厳しい状況が続く。 ・消費増税の駆け込み需要の反動はあるが、大幅な落ち込みはないとみている。 ・3月までは消費増税を控えて耐久消費財の販売に駆け込み需要がみられたが、4月以降は状況が厳しくなるとみている。 ・消費増税前の駆け込み需要の反動が、3か月間くらい続くとみている。 ・4月の消費増税の影響が懸念される。	

		観光型旅館（経営者）	・旅館業は、2～3か月先までの予約状況を見て判断するが、4～5月は例年と比べて落ちるのではないかとという予約状況である。消費税増税後、予測は難しく、また期待もできない状況。
		旅行代理店（支店長）	・3月までの申込増加の反動が4月以降現れると予想され、消費税増税の影響で先行きが全く見えない。
		タクシー運転手	・消費税増税でタクシー代も値上がりするため、乗客は減るだろう。遍路関連の客も、例年5～6月頃から減ってくるので、売上は今より少し悪くなる見通し。
		通信会社（営業担当）	・販売量は落ち着き、消費税増税の影響もあって低調になる。
	悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税が増税されて、景気が良くなるわけがない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費税増税の影響が出て、需要も減少する。
		百貨店（営業担当）	・5月以降は分からないが、4月は必ず消費税増税前の駆け込みの反動減がある。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の買いだめの反動と増税後の節約志向により、しばらく景気が低迷する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税によって支出が増えるにもかかわらず、すべての人の給料が上がるわけではない。
		家電量販店（店員）	・エコポイント特需・地デジ移行特需の時と同様に、需要の前倒しの影響で閑散期以上に落ち込む可能性がある。
		乗用車販売店（従業員）	・4月以降の落ち込みは想定しているが、新車販売は想定以上に大きく落ち込みそうな気配がある。整備は、震災3年目で車検台数が激減しており、当分の間明るい話題は無い。
		乗用車販売店（従業員）	・3月中に登録が出来ない新車の受注がすでに大幅に減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	・4～6月は駆け込み需要の反動で、販売台数は停滞するとみている。
		乗用車販売店（役員）	・消費税増税で、3月の受注はすでに減ってきており、4～5月は大幅な落ち込みが予想される。特に5月の受注次第では、6月に多大なる影響を及ぼす。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		繊維工業（経営者）	・消費税増税後も現状から悪化する要因は見当たらない。
		通信業（部長）	・携帯電話事業においては消費税増税の影響は小さいとみている。
(四国)	変わらない	食料品製造業（経営者）	・取引先のスーパー、小売店の売上増、単価アップは見込めない。
		食料品製造業（商品統括）	・消費税増税による今後2～3か月の景気の停滞は確実であるが、住宅に対する優遇措置もあり、活発化するだろう。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内・海外ともに受注が堅調に推移するとみている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光関連事業は、買取価格が来月から下落するため、今後は低圧の50KW未満の機器が落ち込むとみている。
		建設会社（経理担当）	・受注案件は確保できているが、利益は見込めない。
		建設業（経営者）	・次年度にまたがる公共事業の発注があり、例年と比べても手持ち業務量を大きく減少させることなく、安定した売上計上が可能。よって、少なくとも数か月先までは変わらない。
		建設業（経営者）	・人員も足りず、材料、特に鉄骨が間に合わない現場が多い。
		輸送業（経営者）	・周りが様子見をしている。
		広告代理店（経営者）	・消費税増税後は買い控えが予想されるため、一部の得意先の販売促進広告は2～3か月間は減少するだろうが、大きくは影響しないとみている。
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・主力の造船関連は2014年中の完成及び引渡し船が少なく、単価も安い。したがって、受注も減少傾向にある。
		電気機械器具製造業（経理）	・国内における消費税増税の反動減を懸念している。海外得意先の中期的な販売見通しの不安定さもネガティブ要素になっている。
		輸送業（営業）	・4月から消費税増税分と石油石炭税の上乗せにより、燃料油価格は更に高騰する。車輛を使用する運送事業者にとって良い兆しは見当たらない。
		公認会計士	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で売上が例年より20%以上伸びている企業が多い一方、4月以降の反動減を非常に警戒している。
	悪くなる	輸送業（支店長）	・消費税増税後は購買力が減退する。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
(四国)		人材派遣会社（営業）	・消費税増税後にどれほどの落差が出るか不明である。しかし、この時期に発生した雇用の確保で人材活用に活気を取り戻し、経営改善とともに景気も改善していく事を期待している。

変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の増産が顕著になれば、雇用拡大に繋がるとみるが、景気回復には相当時間を要する。
	求人情報誌（営業）	・雇用数は高止まりすると予想され、採用の競争が激しくなっているため人員確保が難しく、景気は横ばいとみている。
	職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、先月より0.04ポイント上昇しているが、事業所訪問では「消費税増税で悪影響が出る」と回答した事業所が多くみられた。
	職業安定所（職員）	・事業主の求人意欲は増加しているものの、先行きの不安感から労働条件の好転には至っておらず、景気の急な回復は見込めない。
	学校 [大学]（就職担当）	・景気に対する期待と不安が入り混じり、しばらくは変化がない。景気回復が地方まで波及するには時間が掛かる。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税により、景気の先行きが懸念される、3月まで増産している企業の人員の推移が気掛かりである。
	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期が終わり、求人数は落ち着いてくる。
	職業安定所（職員）	・消費税増税後の一時的な消費の落ち込み等が懸念される。
	民間職業紹介機関（所長）	・消費税増税に絡む仕事が一段落し、4月以降に仕事量が減る業種が多い。また、景気浮揚感が26年度は感じられないという企業経営者が多い。
悪くなる	新聞社 [求人広告]（担当者）	・消費税増税の反動減があるのは自明の理。