

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	-	-
		スーパー（統括担当）	消費税増税の再延期を受けて、随分と明るくなるのではないかと思う。
		コンビニ（店長）	買上点数、客単価が上昇しており、お客様の購買力が回復していると感じる。
		住関連専門店（経営者）	貸出金利が低下しており、住宅着工件数が増加傾向にあるようなので期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	夏になるとお中元としてのビール等が売れるので良くなると思う。
		旅行代理店（営業部長）	先週から店頭での相談件数も増えた感じに見受けられる。参院選挙・オリンピック等で外出控えが気になるが、復興支援や復興特需等にも期待したい。
		タクシー運転手	梅雨入り後ぐらいのタイミングになると思うが、飲食をする頻度が増えると思う。昼間の病院送迎等のタクシー利用は少なくなるが、やや良くなってもらいたいという希望もある。
		通信会社（営業担当）	5～7月にかけて新商品が発売される。
		通信会社（企画）	オリンピックシーズンに入るため、TV業界は多少良くなる事が期待できる。
	設計事務所（所長）	賃貸マンションの建設が増えてきた。また、消費税増税が再延期となる見込みのため、事業を再開する人も出てきた。	
	変わらない	商店街（事務局長）	政府による経済政策が大きな影響力を持つが、期待できる施策が打ち出せるかは疑問である。株価が18,000円を回復しないと消費環境は上向かない。
		商店街（代表者）	商店街内の空き店舗が、飲食店を中心に開店しだした。また、公共博物館の完成も間近であり経営者のマインドは改善しているように思うが、消費マインドが改善しないことから、売上につながっていない。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	プラス要因を強いてあげるなら、インバウンド（特に中国人）が確かに増えていると思う。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	消費税増税を前に開業をするところが多く、御祝用品の予約が多く入っているが、個人消費が減ってきているので、変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	消費税増税の再延期の可能性が高まるも将来的な不安は拭えず、現状のやや厳しい傾向が継続する見通し。
		スーパー（企画担当）	地元企業の賞与の状況により、若干の伸びは期待できるかもしれないが、大きな伸びにつながるとは考えられない。
		コンビニ（総務）	天候や気温に大きく左右されるが、景気が良くなる要因が何もない。
		コンビニ（商品担当）	外的環境含めてやや悪い状態が続くのではと思う。
		衣料品専門店（経営者）	消費税増税の再延期の可能性が高くなったため、このまま推移すると思われる。
衣料品専門店（総務担当）		現状では顧客心理が改善する傾向になく、客との電話でのアプローチでも来店に繋がらない状況が続いているため、当分は今のような状況が続くと考えている。	
家電量販店（店員）	オリンピックと猛暑でテレビとエアコンの売行きを期待したいが、現状不透明。		
乗用車販売店（従業員）	ガソリン価格も上昇しており、現在の状況から新車販売台数の増加には期待が持てない。		
乗用車販売店（従業員）	熊本地震や大手自動車メーカーの燃費不正問題の影響が考えられる。		
乗用車販売店（従業員）	小型新型車の投入により、販売量の増加が期待されたが、思うような伸びが見えない。軽自動車の販売も苦しく、全体的な景気低迷が続いている。		
乗用車販売店（営業担当）	軽自動車市場では、このまま低水準で推移する見込み。		
乗用車販売店（役員）	新型車発売があると上向きになるが当面モデルチェンジがない。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	必要な物しか購入しない姿勢が強く、良くなる要素が見当たらない。		
観光型旅館（経営者）	道後はそれなりに伸びているが、四国全体でみると、必ずしも熊本地震の影響がプラスに出るわけではなく、中央構造線の問題もあり、そんなに売りやすい状態にはない。		
都市型ホテル（経営者）	予約件数を見たところ、あまり変わらない状況。熊本地震による自粛等があったが、これ以上何もないなら、普通に動いていくのではないかと感じている。		
通信会社（支店長）	特に、大きな変動をもたらす材料は見当たらない。		

	通信会社（営業担当）	夏の商戦時期に入るが、総務省指導による端末購入価格の上昇により、買換えマインドが期待するほど喚起されないのではないかと。
	観光遊園地（職員）	現状、観光客の増減など、変化の兆しが見えないため。
	ゴルフ場（従業員）	今月が良かっただけに、そのままの状況ではないような気がする。予約件数も減少してきており、やや悪くなるのではないかとと思う。
	競艇場（職員）	6月には周年記念競走が開催され売上増加が期待されるが、いかに来場してもらうかが鍵を握っている。地元選手の活躍や人気選手の斡旋ができるかが売上増加に寄与する。
	美容室（経営者）	特に変化がない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	消費税の増税が控えている上に多少の物価上昇で個人消費が控えめになっていく。
	商店街（代表者）	自然環境や伝統文化を生かした街づくりを20数年に亘り続けてきたが、先行きが見えにくくなってきた。コンパクトシティ構想のなかでしか地方都市の再生は困難だと考えている。
	百貨店（営業担当）	先行きがまだまだ分からない。
	スーパー（財務担当）	消費者の節約志向は更に強くなる。
	衣料品専門店（経営者）	客の動向を見ても悪くなることはあっても良くなることは無いように感じる。消費税が10%になれば地方の小売業は壊滅状態になるのではないかと。とにかく消費が悪すぎる。
	タクシー運転手	夏は今以上にお遍路向けの仕事が減り、水揚げはかなり悪くなる。暑くなれば街ではそれなりに動くが、それも天候に左右され、今より良くなることはない。
	住宅販売会社（従業員）	イベントでの集客が悪い。
悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	地方は景気が良くなる要素が見当たらない。
	スーパー（店長）	ドラッグストア等の進出が続き、競合状況が更に厳しくなっている。ディスカウントが中心になってしまい、なかなか厳しい状況になっている。
	コンビニ（店長）	消費者の生活防衛意識を感じる。安いもの、必要な量だけしか買わず、購買力は一段と下がった感じがする。現状では、改善はしばらくない。
	スナック（経営者）	農繁期に入り、一層暇な日が続くのではないかとと思う。
	美容室（経営者）	先行きが不透明で、上向き気配が見られない。
企業動向関連 (四国)	良くなる	-
	やや良くなる	食料品製造業（商品統括）
		製造の国内回帰は継続しており、少々の円高により停滞することはない。海外製造のメリットよりも国内基盤の強化を各社目指しており、客先も国内製造の選択・価格アップを許容している。よって、国内設備の投資は継続すると考える。
		木材木製品製造業
		雇用・所得情勢が堅調な点から緩やかな持ち直しに期待している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）
		一般消費者の所得が上らないため。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）
		インバウンドによるプラス部分の幅が小さくなりつつある。今のままでは、全体的に少し落ち込むのではないかと。
		鉄鋼業（総務部長）
		低価格での見積がつづき、今後も受注状況は好転の兆しは見えていない。
		電気機械器具製造業（経営者）
		再生エネルギー設備の注文は減っているが、バイオマス発電設備の受注が増えており売上高はキープできることから、あまり変わらない。
		電気機械器具製造業（経理）
		得意先からの受注量に大きな変動が無く、また受注見通しの先行きについても変化を想定させる特段の要因を認めていないため。
		建設会社（経理担当）
		民間工事が少し増加したが、競争が厳しく変わらない。
		建設業（経営者）
		2～3か月では、悪い現況は変わらない。
		建設業（経営者）
		今年度は、公共事業の予算規模が前年度並みで、かつ前倒し発注がされるとのことで、経営上はありがたく、心理効果も含めてプラスに寄与すると思う。しかし、売上額等、その効果が具体的に現れるのは、半年以上先になるものと思われるため、変わらないとした。
		輸送業（経営者）
		何だかんだこのままの流れになりそうです。ただし、自然淘汰はあると思う。
		通信業（総務担当）
		変動する要素が見つからない。
		金融業（副支店長）
		日銀の政策に引っ張られ取引先企業にとっては調達コストが低下傾向にあるにもかかわらず資金需要は伸びておらず、景気の先行きに慎重な姿勢が感じられる。

		広告代理店（経営者）	一部の得意先では新店舗に伴う販売促進広告を受注しているが、多くの得意先では消費低迷とマインド低下が続いており、結果としてあまり変わらない見込みである。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	熊本地震以外に円高、株安などの影響もあり、市況が好転する明るい兆しが見当たらないことから、当面は厳しい状況が続くものと思われる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	市場は不透明感が強まっており、予測困難な局面に入っている。
		通信業（営業担当）	熊本地震の影響などで広告を控える大手企業が多い。また、その影響が長引きそうである。
		公認会計士	熊本地震の関係等から四国、松山においても、今後、地震が想定されることを非常に心配をしている地元経営者が多い。また、設備投資について非常に消極的な意見が増えてきている。
	悪くなる	輸送業（支店長）	軽油価格の上昇が経営を圧迫するのではないが。
雇用 関連	良くなる	-	-
(四国)	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	夏商戦に入ること、消費意欲も高まる。雇用拡大に伴い求人数も増加する傾向にあるが、期間雇用が中心となる。
		職業安定所（職員）	先行きの不透明さゆえに非正規労働で人手不足を賄う動きが変化し、正社員を採用して会社の構造を作る動きを感じる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	引き続き売手市場が続く中、直接雇用を積極展開している企業が多く、派遣スタッフとして登録や派遣できる機会の増大が期待薄である。
		求人情報誌製作会社（従業員）	例年、求人数が落ち込む時期になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	消費税増税の再延期を受けて大きくは下らない。低水準で安定して推移する。
		職業安定所	4月の有効求人倍率は1.28倍だが、前月3月は1.39倍で0.11ポイントの減少となった。しかし、昨年4月の有効求人倍率の1.09倍と比べると、0.19ポイント増加している。
		民間職業紹介機関（所長）	就職セミナーも終盤を迎えつつあり、今年度の採用人数は、前年と変わらない企業が多い。また、中小企業においては、予定人数を確保するのが難しいところが多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人は順調であるが、これは景気の変動とはあまり関係がなく、むしろ人員確保の必要性からと思われる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	求人倍率が上昇傾向にあり、派遣業界に求職者が登録する数が激変しているため、派遣業の景気は不安視される。
		求人情報誌（営業）	中央資本の大型ショッピングセンターのオープンにより、広範囲での周辺店舗が集客、人員確保の面で苦戦している。地元資本の中小企業が経営する店舗では、店舗の閉鎖等を視野に入れているところもある。
	悪くなる	-	-