

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) | | - | - |
| | | 商店街（代表者） | ・3月には、近くに博物館がオープンして記念イベント等もあることから観光客や県内の消費者も来街すると予想している。4～5月は、大型客船の入港が多数予定されているので、より多くの来街客を見込んでいる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・買上点数や客単価の上昇が続いている。 |
| | | コンビニ（商品担当） | ・春頃には統合の効果が数値として出ることを期待している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・決算商戦に向けて少しずつ動きが出てきているように感じる。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・過去最高益を更新できる見込みで、従業員への利益還元も検討している。同業他社も概ね好調である。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・最近、土地造成や分譲住宅が増えているので、新築の場合は当社の売上が伸びる。金利が低下しているため、改装や新築が多くなると期待している。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・花見などのイベントが多くなり、良くなる。 |
| | | 旅行代理店（営業部長） | ・4月から四国デスティネーションキャンペーンも始まるので、全国からの誘客が見込め、期待感が高い。海外旅行については円安傾向が少し気かりだ。 |
| | | タクシー運転手 | ・春になるとお遍路の仕事が増えるので、今よりは良くなる。ただ、お遍路客が多かった昨年ほどではないだろう。 |
| | | 通信会社（営業部長） | ・新生活時期で販売が活発化する。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・新生活需要の活気は例年どおりと期待したい。 |
| | | 通信会社（企画） | ・引き続き解約件数が減少し、良くなっていく。 |
| | | 観光遊園地（職員） | ・四国デスティネーションキャンペーン等で集客が見込める。 |
| | | 商店街（事務局長） | ・株高傾向は消費環境にとっては追い風であるが、先行きの不透明感を払拭するには至っていない。賃上げや世界経済の行方に安心感が得られると、地方も景気が少しずつ上向き可能性を感じられるのではないかと。 |
| | | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・百円ショップ等の競合他社の影響からお客様の価格訴求の傾向が強くなり、今後もこの傾向が続く。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・来月以降の予約が順調に入ってきている。多くなるとは言えないが、昨年並みを予想している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・天候と件の追い風のなかでも衣料品売上は前年を下回り、高額品の動きも安定しない。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・顧客の買いまわりは、ドラッグストアなどとの比較購買が続いている。生鮮食品では、野菜に続いて海産物も気象の影響を受けて不漁となるなど、明るい話題は無い。 |
| | | コンビニ（総務） | ・天候や気温に大きく左右されるが、景気が大きく変動する要因は見当たらない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・今後良くなる要素がない。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・店舗前の通行量に変化はなく、セールも終了し、客の動きが弱くなる時期に入る。顧客から景気の良い話は聞こえてこないこともあり、現状とそれほど変わらないと考える。 |
| | | 家電量販店（副店長） | ・若年層を中心に販売価格にシビアになっており、競合店との価格競争がある。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車が相次いで発売されているが、売上にはあまり貢献していない。既販車を含めた総販売台数は今後しばらくの間、昨年並みになると予想している。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車投入で販売台数の伸びが期待されたが、計画通りには販売台数が伸びていない。例年と変わらない動きで推移すると予想する。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | ・寒さが厳しくなり、来街者も少し減っているように感じられる。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・「変わらない」というよりも「分からない」。国際的な政治・経済情勢等から、先行きが見えない。もう少し様子を見ないと判断できない。 |
| | タクシー運転手 | ・3～4月には卒業、新入社員、異動等があるので、人が動く。 | |
| | 通信会社（支店長） | ・年度末に向けて、特段の変動要因は見当たらない。 | |
| | ゴルフ場（従業員） | ・季節的にも気候的にも良くなる時期に入るが、予約はあまり伸びていない。 | |
| | 設計事務所（所長） | ・仕事はあったとしても慢性的な人手不足で、受けきれない状況にある。 | |

| | | |
|----------------------------|--------------------|---|
| | 商店街（代表者） | ・当社の業種は利用顧客数の微減状況で同業他社との競争もあり、厳しい状況が続いていく。地方では景気回復感が浸透しておらず、厳しい状況にある。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・米国の動向が読めないため。 |
| | 乗用車販売店（営業担当） | ・自動車販売は2～3月の需要期を過ぎると極端に動きが止まる。4月以降このまま推移する要素はない。 |
| | 競艇場（職員） | ・2月は各地区選手権競走が開催され、地元の有力選手、若手の期待選手の活躍が売上増加に繋がる。3月は対岸のポート場でレースが開催されるため、売上は少なくなる。 |
| | 美容室（経営者） | ・周辺の店が閉店するなど、当店だけでなく活気が無くなっている。 |
| × | 商店街（代表者） | ・中心市街地の活性化事業が白紙になり、極めて厳しい状況が起こっている。 |
| × | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | ・景気が悪いので消費者の購買意欲も無く、とても不安だ。 |
| × | コンビニ（店長） | ・地盤産業である造船会社で働く人達の収入が増えず、目減りしている話も聞く。先行きは厳しい。 |
| × | スナック（経営者） | ・周囲の人の話でも、ますます景気は悪くなっているようだ。 |
| × | 住宅販売会社（従業員） | ・受注数やイベント来場者数は変わらないが、受注につながる名簿数は減少している。受注増につながるプラス要因が思い浮かばない。 |
| 企業 動向 関連 (四国) | 食料品製造業（商品統括） | ・政府が求める賃上げ、プレミアムフライデー実施、保育士の給与改善などに対し、企業は答えようとしている。消費拡大に向かうのではないかと。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・3月以降は売上、利益とも良くなっていく。 |
| | 通信業（営業担当） | ・3～4月のテレビ広告受注が上向いている。特に自動車、不動産、情報通信などがけん引している。 |
| | 繊維工業（経営者） | ・厳しい状況に変わりはなく、地方は当面この状況が続く。 |
| | 鉄鋼業（総務部長） | ・回復の気配が見えない。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・全国的に再生エネルギー事業は下降しているが、当社を含め周辺ではまだ需要がある。 |
| | 電気機械器具製造業（経理） | ・得意先からの受注は数%程度の増減は生じるが、市場のデマンドは概ね安定的に推移すると見込む。 |
| | 建設業（経営者） | ・変わらない。 |
| | 建設業（経営者） | ・年度末までは手持業務の売上を順調に上げていける。年明け後に発注された次年度案件や2か年継続案件の発注量ならばにその受注量は、4月以降の景況に大きく影響されるため、受注に向けては厳しい競争下にある。 |
| | 建設業（総務） | ・先行き不透明なため。 |
| | 輸送業（経営者） | ・やはり不安が解消されないと長期的に良くならない。思い切った政策を打ち出してほしい。 |
| | 輸送業（営業） | ・米国の新大統領就任による影響が心配される中、景気動向は極めて不透明感が強く、繁忙期の3～4月の景気は予想がつかない。 |
| | 金融業（副支店長） | ・取引先企業へのヒアリング調査によると、今後2～3か月の業績予想は概ね現状並みとする回答が多い。ただ、人手不足を不安視する企業が多く、先行きに不透明感を感じている様子が見受けられる。 |
| | 広告代理店（経営者） | ・県外娯楽関係の新規出店に伴う販促広告が予定されているが、多くの得意先は変わらない見込み。 |
| | 公認会計士 | ・多くの関与先企業が為替動向を非常に気にしている。そのため設備投資も控えめで、様子見の顧客が非常に多い。米国の新大統領就任による影響で、先が読めない状況が続いている。 |
| | 農林水産業（職員） | ・農業分野にも間接的に、米国の新大統領就任による影響が予想される。食に対する消費者の意識は二極化しているが、いまは低価格志向が上回っている。大企業の業績が悪化すれば、この傾向が一段と強まる。 |
| | 食料品製造業（経営者） | ・円安の影響で原材料が高騰しているが、小売店のデフレ傾向は変わらないため、利益が圧迫されると推測する。 |
| | 木材木製品製造業 | ・昨年10～12月の大手住宅メーカーの契約状況は前年を下回っている企業が多く、主要8行の住宅ローン申込件数（12月）も前年より減少しているため、やや悪くなる。 |
| | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・中国経済の減速、原油・資源価格動向、地政学上のリスクに加え、米国の政策や欧州の政治動向もあり、不透明感が強まっている。 |
| | × | 輸送業（支店長） |

| | | | |
|----------------------|-----------|---|--|
| 雇用 関連 (四国) | | - | - |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・当面はこのまま継続する。 |
| | | 人材派遣会社（営業） | ・年度末に向けた景気対策や、事業の見直し・拡充に伴い消費意欲は増していくだろう。人の入れ替わりも増えるこの時期に、求人数・求職者数に動きがみられ、景気は良くなる傾向にある。 |
| | | 求人情報誌制作会社（従業員） | ・異動時期に入り、求人数の増加が見込める。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・12月の有効求人倍率は1.52倍で、5月以降上昇が続いており、前年比0.15ポイント上昇している。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・いまでも今春卒業予定の学生に対する求人が多く見られる。大手企業も含まれている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・低調維持という営業感覚がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・現在の人手不足感がいつまで続くか先行きが見えず、条件の好転には至っていない。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | ・29年度の新卒者採用計画が立てられない企業が多いのは、28年度の新卒者を予定通り採用出来ていないことにある。新卒採用には閉塞感が強いようだ。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人数は増加にあるが、派遣登録する人が減っていることでスタッフを募集するのに経費がかかり過ぎている。また、製造関係の仕事の求人が減っていることが懸念される。 |
| | 求人情報誌（営業） | ・人員不足の解決策が見当たらず、今後も続く見込み。さらに、愛媛県の基幹産業の一つである造船の受注状況が悪くなっている。先行き不透明で、造船と周辺業界の景気が悪化していく。 | |
| | x | - | - |