

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)		コンビニ(店長)	・客の様子が明るいことや会話の中で仕事が忙しいなど前向きな話を聞く。
		衣料品専門店(経営者)	・前年4月に大型ショッピングセンターが4月にでき、それ以降半年くらいは厳しかったのが、ここ3か月くらいは少し上昇気味になっている。
		乗用車販売店(営業担当)	・最需要期である2～3月を迎える事で、4月まではこのまま推移する。
		乗用車販売店(役員)	・安全装備に対する意識が高くなっている事と国としての取組も強化されていくであろう事から当面買換え需要は続いていくと思われる。
		住関連専門店(経営者)	・日経平均株価が上昇していることが1つと、借入金利がかなり下がっているので、住宅がかなり建っている。それに伴い、そこへ入れる家具や調度品が今後売れるのではないかと期待をしている。
		観光型旅館(経営者)	・2～3月の成約状況は、例年より少し良いという状況。
		タクシー運転手	・春は異動やお遍路も始まる。特に今年は、別格二十霊場参りが50周年ということで、例年よりは多くなると予想する。
		通信会社(営業部長)	・新生活時期の需要増が期待できる。
		通信会社(営業担当)	・新生活需要が高まると期待したい。
		通信会社(技術)	・年度末に向けて転宅シーズンになるため、販売量が増えると思われ。
		美容室(経営者)	・卒業、入学シーズンに入ると客が動き出すと思われる。
		商店街(代表者)	・3月の初旬にある商店街中心で行われるイベントの集客がかなり見込まれ、県外からの観光客の流入もかなりある。格安航空による外国人も、グループでかなり来街している。
		商店街(事務局長)	・地方では労働環境に若干の改善の兆しはみられるものの、中小企業労働者の所得の改善にはまだ時間が掛かりそうである。所得が増えないと消費拡大は望みにくい。また、このところの円高傾向も経済への不安材料として感じている。
		一般小売店[文具店](経営者)	・ここしばらくは気候のせいも、客の数が極端に少ない傾向にあり、当面この傾向が続くと思われる。
		百貨店(営業推進)	・この1月の販売量の動きをみると、婦人服、紳士服、子供服を中心に、ファッション部門、特にアパレル部門の動きが悪くなっており、セールスの動きが悪いということを見ると、将来的にも回復の基調は難しい。
		スーパー(店長)	・今年は非常に冬らしい寒波もあり、青果の相場高もある。この傾向は2～3か月先も続いていくと思われ、季節感のある消費動向を予測するため。
		スーパー(企画担当)	・単価は上昇していくとみられるが、競合の出店により客数の奪い合いとなる状況が更に激しくなる。
		スーパー(財務担当)	・価値を認めた商品には支出するが、日々の節約志向は続く。
		コンビニ(総務)	・景気が良くなる要因は見当たらない。来店頻度減少による客数の前年割れは今後も継続すると予想される。
		コンビニ(商品担当)	・季節変動により、暖かくなるのが早ければ回復傾向になるが、それ以外の要因で目に見えて良くなる要因が続いて見いだせない状況。
		衣料品専門店(経営者)	・東アジア情勢の動向次第である。
		衣料品専門店(経営者)	・良くなるとは思えない。ずっとこのまま良くも悪くもなくというのが続くが、消費税が10%に上昇後は、売れなくなるのではないかと懸念している。
		衣料品専門店(総務担当)	・寒さは厳しいが、例年動きが悪くなる時期に入るので良くなるようには感じない。この時期動きが活発になってくる入卒関係の商材への反応もまだである。
	家電量販店(副店長)	・1月は全般的に良くなっているが、商品により販売のばらつきがある。2～3月の春商戦の販売次第と考えている。	
	乗用車販売店(従業員)	・決算期ではあるが、商談件数は伸びておらず、車検や点検などの入庫もやや厳しい状況が続くと予想する。	
	乗用車販売店(従業員)	・ガソリン価格の上昇が新車販売へどのように影響するか、今後の動向が気掛りである。	
	その他専門店[酒](経営者)	・酒類業界では、ビール離れが強くなっており、売上は伸びない。	
	旅行代理店(営業部長)	・3か月先の企画商品の受注状況は国内海外とも数字上は好調だが、前年が低迷したこともあって楽観視は禁物。特に石油価格が高騰しており、回復傾向のある海外旅行に少し不安がある。	

	通信会社（支店長）	・当面、変動要素は見当たらない。
	観光遊園地（職員）	・特に増加・減少する要因がない。
	競輪競馬（マネージャー）	・日経平均株価上昇や輸出関連企業の業績好調が報道されているも、一般企業の給料・ボーナスへの波及はなく、消費力向上は見込めない。一般中小企業の業績アップがなければ消費力向上による景気回復は望めない。
	美容室（経営者）	・特に変化は感じられない。
	設計事務所（所長）	・工場や物流施設などの事業用地を探している事業者が多くある。
	商店街（代表者）	・サービス業全体が既存店での売上に苦戦しており新店を出店する事により売上を伸ばしている状況。客への差別化及び新鮮さを追及していかなければならず経費の増大が見込まれる。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・来店客の購入金額が少しずつ減ってきているのが気になる。開店が増えている一方、閉店も同数存在する。
	コンビニ（店長）	・地場産業も今一つ良いと言う気配もなく、当面現状のじり貧状況が続くと思う。
	タクシー運転手	・通常であれば売上、実車率も良くなる見込みである。ただし、ガソリンスタンドが運営するレンタカー、カーシェアの広がりから、タクシー利用率は低下していると判断した。
	× 一般小売店〔乾物〕（店員）	・たくさんテナントが抜けて、空き店舗が増えている。競合店の大型ショッピングセンターが原因と考えるが、旗艦店が撤退する可能性も感じ、危機感を感じている。
	× 一般小売店〔酒〕（販売担当）	・寒い上、財布のひもも固く、消費者の節約志向が続く。
企業 動向 関連 (四国)	食品製造業（商品統括）	・売上は落ちるものの利益確保はできており、食品業界でも景気やマインドの改善を感じる。
	鉄鋼業（総務部長）	・主力造船関連の建造予定表によると4月以降受注が増加予定。
	電気機械器具製造業（経営者）	・バイオマス発電事業がここに来て受注が増えるようになっている。
	輸送業（経営者）	・大きな問題が起きない限り、高水準に進んでいる。給料も消費も増えると考ええる。
	農林水産業（職員）	・青果物の需給に大きな変化は見込まれず、市場サイドは現状からの回復を優先する動きが想定され、一方産地サイドは災害を受けたかの有無により大きく異なる。燃油価格が高まっている等生産費は上昇傾向にあり、県域全体として台風被害の影響が大きく残る。
	食品製造業（経営者）	・水産物や小麦などの原材料の高騰や、原油高に伴う段ボール、ビニール袋、トレーなどの資材の値上がり分が、製品価格に転嫁できないため、利益が減少すると推測。
	繊維工業（経営者）	・季節的な影響は一時的なものであり、3月位からは前年並みになってくるものと思われる。
	木材木製品製造業（資材購買）	・大きな金融政策の方向転換もない事を予想すると悪くなる要因は少ない。ただし消費税増税を来年に控え、受注額のムラは大きい印象。
	化学工業（所長）	・原油高の影響で原料、資材価格が高騰している。景気に対する悪影響も懸念され、将来的な不安材料であるが直近の影響は少ないと思われる。
	建設業（経営者）	・公共事業を主たる仕事としており、納期の集中する第4四半期は、最も忙しく、最も売上が伸びる時期である。今年度も例年どおりの売上が見込める。
	建設業（経営者）	・良くなってほしいが、見通しは暗い。
	輸送業（営業）	・3～4月は一般貨物に加え引越しも集中し物量が増加する年度末繁忙期に当たり、物流需要が著しく高まる時期であるが、年末繁忙期同様に、燃料価格の高騰、慢性的な人材不足による人件費の上昇、荷動き鈍化による車両調達コストの増加等を要因とする物流の停滞が予想されている。企業の中には社員の人事異動時期を後ろ倒しにする等の円滑な輸送手段確保に向けての対策を早々に打ち出すところも出てきた。
	通信業（総務担当）	・良くなる要素も悪くなる要素も見つからない。
	金融業（副支店長）	・取引先企業へのヒアリングでは、足元の売上は堅調に推移しているものの、先行きにはまだまだ不透明感があるとする経営者が多く、設備投資等にも慎重な姿勢がうかがえる。
	広告代理店（経営者）	・人手不足に伴う新卒・中途採用の求人広告や会社案内・ホームページ作成等は受注が増えているが、多くの消費に係る得意先の販売促進広告は削減傾向である。したがって全体としては余り変わらない見込みである。

		公認会計士	・経営者は人材不足の問題が非常にクローズアップされてきており、設備投資に対する意欲が薄れている。むしろ人材がない、なかなか採用がうまくいかないという話が非常に多い。	
		通信業（営業担当）	・ナショナル企業が地方へのテレビCMの出稿を減らしている。とりわけ、景気動向に連動するスポットCMの受注状況に表れている。	
	x	輸送業（支店長）	・料金交渉の結果如何では大幅な業務減が想定されるのと併せて、世界的な原油価格の高騰による燃油費単価の高騰によるコスト増が経営を圧迫する。	
雇用 関連		-	-	
(四国)		人材派遣会社（営業担当）	・コールセンターの誘致等、採用活動に積極的な企業の動きが目立つ。	
		人材派遣会社（営業）	・近年まれにみる極寒の冬で、行動も控えめになっている分、春先に向けて例年以上に活動が活発化すると期待している。人の入れ替わりの多い季節でもあるため、消費も増え景気もやや良くなると考える。	
		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予想される。	
		職業安定所（職員）	・正規雇用ではあるが時給であるなど、非正規雇用と同条件といったイレギュラーな求人が減少している。	
		求人情報誌（営業）	・求人数に関しては各企業とも多いため、2～3か月で人材確保の見込みが薄いため、横ばいと判断。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・営業をしている感覚から変わらないと判断する。	
		職業安定所（職員）	・新規、有効求人倍率共に、3か月連続で上昇した。多くの職種で人手不足が続いている状況が見受けられる。	
		職業安定所（職員）	・12月の有効求人倍率は1.60倍で、前年7月以降1.3倍以上が続き、大きな変動がない。	
		民間職業紹介機関（所長）	・県外の就職面談会に参加する企業が年々減少してきている。理由としては、参加してもほとんど参加者がいない、高い費用を出しても、見合うだけの成果が期待できないなどの理由があげられる。企業側も今後の採用方法の仕方を模索している。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・首都圏では東京オリンピック開催に向けて、限られた労働力の奪い合いになり、賃金は上昇せざるを得ず、しばらくは景気は過熱気味に推移するものと思われる。ただし、地方圏ではその影響を余り受けないと考えられる。	
			-	-
		x	人材派遣会社（営業担当）	・求人の賃金が高騰しており、経費を圧迫している。