

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)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・外的環境はかなり厳しいが、一般消費者は、ぜいたくはしなくても街へ出て来て楽しむというマインドが高く、にぎわいを増してくるとみられる。
	○	スーパー（店長）	・中東情勢が落ち着き、商品供給や価格が安定して消費マインドが回復してくるとみられる。
	○	スーパー（人事）	・中東情勢に落ち着きが見られる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・梅雨が明け、天候に恵まれ、中東情勢の影響も落ち着くとみられるため、良くなるとみられる。
	○	家電量販店（店員）	・季節商材の更なる伸びと夏ボーナス後の需要で、販売増加が見込まれる。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は中元需要があり、夏場は飲料も出るため、良くなるとみられる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（館長）	・5月のゴールデンウィークは、前年と比べても非常に好調に推移していた。夏季も県外からの来客数増加が見込まれる。
	○	一般レストラン（経営者）	・急上昇していた物価も落ち着き始めており、客も高くなった価格に慣れが出てきている。
	○	観光型旅館（経営者）	・夏休みや9月の大型連休により、人の移動が多くなるとみられる。
	○	都市型ホテル（経営者）	・中東情勢の影響が落ち着き、地域のイベントなどにより客足が回復するものとみられる。
	○	タクシー運転手	・2～3か月先には地域で大きなイベントがあり、客の乗車率は良くなるとみられる。また例年、8～9月は売上や実車率が良くなる。
	□	商店街（代表者）	・中東情勢の影響については、多少改善に向かっている。石油の供給が安定すると、原材料の供給も安定化し環境が落ち着いてくるとみられる。
	□	商店街（常務理事）	・中東情勢の影響により、生活用品や食品の価格が上昇しており、家計を圧迫している。先行きが見通せないなかで、消費者の財布のひもは固いままである。一方では、メリハリある消費行動もみられる。
	□	一般小売店〔文具店〕（経営者）	・2～3か月先の景気については、良くなる材料が見当たらない。商品を注文しても、入荷は注文した数量の一部となる状態になっている。この状態は、恐らく夏明けまで続くともみられる。
	□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・慶事や法事などで必要な商品の予約が中心になっている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・物価の上昇で生活が圧迫しているなか、し好品の酒類までなかなか手が出ない状況が続くとみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・中東情勢の影響や、物価の上昇により、先行きの見えない状況が続くとみられる。
	□	百貨店（企画担当）	・賃上げの進展により個人消費の下支えは期待されるものの、先行きへの慎重姿勢は拭えない。選別消費の定着や気温変動への対応課題、為替変動、物価上昇による収益性の低下といった状況も継続する見通しであることに加え、店舗改装、設備投資や売場構成の見直しを進めているものの、その効果が業績に反映されるまでに時間を要することから、当面は現状水準での推移が続くと判断している。
	□	スーパー（企画担当）	・節約志向のマインドは上昇している。また低価格志向や原価上昇による値入の圧迫により、売上粗利益については苦戦している。消費マインドが回復しなければ、全体的に厳しくなるとみられる。
□	スーパー（企画担当）	・原料費の上昇よりも、資材価格上昇の影響が大きく、販売価格は上昇している。来客数は変化なく、売上が増加するとみられる。	
□	コンビニ（商品担当）	・中東情勢の影響はまだ数か月続くとみられる。	
□	コンビニ（総務）	・景気が良くなる要素が見当たらない。	
□	衣料品専門店（経営者）	・お盆ぐらいまでは、今の状況が続くとみられる。	

	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（営業責任者）	・物価の上昇などを含めて若年層の売上が減少している。改善する気配がなく、厳しい状況が続くとみられる。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（副店長）	・エアコン需要先取りの反動が見込まれる。また、中東情勢の影響も出てくる。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・本体価格や金利の上昇により、買換えを控える方も多く、販売環境の大きな改善は見えにくい。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売により、販売面では期待できる。中東情勢の影響により、エンジンオイルや部品の入荷に影響が出ており、サービス入庫では厳しい状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・中東情勢の影響については、これ以上悪化はしないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・来客数は以前と比べ大きな増減はない。物価の上昇により消費は低迷している。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（営業部長）	・好転する要因はなく、現状のまま推移するとみられる。
	<input type="checkbox"/>	観光遊園地（主幹）	・インバウンドの動向は今の状態が続くとみられる。
	<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・7月は余り変わらないとみられる。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（所長）	・中東情勢の影響が不透明であり、今後の動向について見通しがたかない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来客数の回復は難しく、買上点数の前年割れが継続している。価格改定による値上げで客単価は上昇しているが、売上の回復は見込めない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（統括担当）	・給料のベースアップが物価上昇に追い付いていないとみられる。物価が上がって大変だという声が増えている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（財務担当）	・ディスカウントストアへの買い回りによる来客数減少を、客単価の上昇でカバーしきれなくなるとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・コンビニから離れた層は戻る理由がない。今後もじわりと来客数は減少するとみられる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	旅行代理店（部長）	・中東情勢の影響や物価の上昇による不確実性が残る状況である。
	<input checked="" type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・中東情勢の影響で、入荷が困難となったり、価格が上昇したりという話が多い。景気は悪化するとみられる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・為替変動、中東情勢や物価上昇の影響により、家計が圧迫され、景気は悪化するとみられる。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・中東情勢の影響が不透明であり、景気は後退する。
企業 動向 関連 (四国)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	繊維工業（経営者）	・前月から取引先加工場より加工賃、副資材の値上げ要請があり、7月から20～30%程度仕入単価が上昇する。取引先も採算的に厳しいことから、値上げ幅検討の交渉余地はなく、商品の小売価格を改定せざるを得ない。今後は人件費も高くなっていくことから、採算的に厳しくなっていくとみられる。
	<input type="checkbox"/>	木材木製品製造業（営業部長）	・中東情勢の影響による価格改定は上期中には完了見込みであり、下期からは利益も改善できるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・中東情勢の影響により、原材料価格の上昇が更に加速している。価格転嫁を6月から実施しているが、価格交渉は難航している。8月までには全ての客先に値上げをお願いする予定である。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・中東情勢の影響が落ち着き、景気は上向くとみられる。
	<input type="checkbox"/>	通信業（企画・売上管理）	・猛暑対策の各メーカーのキャンペーン等により、6月より良くなるとみられる。
	<input type="checkbox"/>	税理士事務所	・今の状態に慣れてきて、この状態で利益を出せるようになってきたところもある。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務部長）	・特に目立った動きや情報がない。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・竹資源開発は順調であるが、販売先がなかなか出てこない。販売先があつての経済であるため、景気の上昇には至っていないと判断している。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経理）	・中東情勢の影響により、石油関連製品の供給不足も深刻となり物価も高止まりしている。消費税減税の動向の不透明であり、経済情勢の改善がみられない。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・資材価格の値動きが激しく、受注活動が制限されつつある。設備投資の動きが鈍くなっている。
	<input type="checkbox"/>	通信業（総務担当）	・数か月の販売予想については、計画どおりとなる見込みである。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・2～3か月の期間では変わらない。

	▲	食料品製造業（商品統括）	・円安の影響により、原料、エネルギー等の輸入コスト上昇や値上がりが続いている。販売量の減少や値下げ圧力が強くなっている。
	▲	化学工業（所長）	・仮需の反動は秋にかけて表面化してくるとみられる。
	▲	建設業（経営者）	・地方の中小企業は、公共事業の動向に左右される。
	▲	金融業（副支店長）	・中東情勢の影響で材料等の仕入れが滞る見込みであり、受注や生産の減少が見込まれる。
	▲	広告代理店（経営者）	・原材料等の仕入価格上昇により、販売価格は上昇しており、消費マインドは低下している。客先の販売促進広告も削減傾向であり、景気はやや悪くなるとみられる。
	▲	広告代理店（経営者）	・中東情勢の影響に伴う原材料価格の上昇については、終息が見えない。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
	○	—	—
(四国)	□	人材派遣会社（オフィス責任者）	・良くも悪くも変化するきっかけがない。
	□	民間職業紹介機関（所長）	・求人状況について、職種によって大きく差異があり、徐々に買手市場になりつつある職種も出てきている。一方、製造業や建設業を中心に、まだ売手市場の職種も多く、全体として景気に大きな変化はないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・構造的な人手不足は当面変わらないとみられる。
	▲	人材派遣会社（総務部長）	・最低賃金上げの動向による。
	▲	求人情報誌（営業）	・今後は2極化が進み、やや悪化の状態で推移すると予測する。一部の事業者や採用予算に余裕のある大手企業は継続して出稿を続けるとみられる。しかし、体力を削られた地元の一般中小企業や飲食店は、人件費の高騰と、広告を出しても採用できない徒労感から、採用活動を縮小する動きが広がっていくと考える。市場全体の掲載件数は維持されても、求人数の顧客が少なくなるため、求人市場としては手詰まり感が強まるとみられる。
	▲	求人情報誌制作会社（経営者）	・夏休みの短期アルバイトの求人数が減少する。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中東情勢の動向が不透明という声が多く聞かれ、今後の値上げに響いていくとみられる。
	×	職業安定所（求人開発）	・中東情勢の影響により先行きは暗い。株価は上がっても企業の業績は2極化するとともに、個人は全く恩恵を受けていない。今後ますます差が明確になってくる。