

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	良くなる やや良くなる	-	-
		商店街（代表者）	・2月は地元商店街に新しい集客施設、アンテナショップがオープンした。また、空き店舗であった店が徐々に開店に向けて工事を始めたり、業種転換した新店も開店している。そういうことで、すぐに売上増加にはつながらないかもしれないが、来街客は多くなる。
		スーパー（店長）	・売れる商品の品質が少し向上してきた。低品質低価格の商品は、少し敬遠されてきた感があり、高品質高価値で値ごろ感のある商品が売れ始めると景気も上向く。
		スーパー（人事）	・経済対策の効果が出始める。
		衣料品専門店（副店長）	・2、3か月先は全体的に、景気は良くなると思うが、それ以降はセール前でもあり、5月の連休前後で買物した後、ということも影響し、厳しくなる。
		住関連専門店（経営者）	・今月から、企業が広告宣伝に費用をかけ始めている。
		観光型旅館（経営者）	・テレビドラマに関連した企画商品が徐々に売れてきたため、3か月先の予約状況は前年より良い。旅行にあまり費用をかけないという消費動向は続いており、楽観はできないが、春から夏にかけて消費は上向く。
		通信会社（企画）	・地上デジタル放送への移行まで1年余りとなり、CMが本格化している。このため、アナログ世帯の地上デジタル放送対応として、ケーブルテレビへの加入が増えてくる。
	観光名所（職員）	・高速道路料金引下げやテレビドラマの効果などによって観光客が毎月増えてきており、今後も増えていく。	
	変わらない	商店街（代表者）	・地元商店街のまちづくりのなかで、各店舗が新しくできつつある。しかし、統一してできないために効果が薄く、売上には直接つながりそうにない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・大河ドラマ関連で、県を挙げてのイベントを行っているが、今のところ大きな変化はない。
		百貨店（営業担当）	・前月に比べて、好調な商品群と不調な商品群の差が出てきている。相変わらず高額商品の動きが鈍い。冬物衣料についても同様の状況で推移した。
		百貨店（販売促進担当）	・消費に対する慎重さが改善されるまで、買い控えは続く。
		スーパー（店長）	・食料品については好調品、不調品の分類が付け難い。
コンビニ（総務）		・周囲の経済環境や消費動向を見ていると、上向く要因がない。	
衣料品専門店（経営者）		・よくなる要素が見当たらない。	
衣料品専門店（経営者）		・春物商品の動きにもよるが、客数、客単価の減少傾向は、すぐに好転しそうもない。	
家電量販店（営業担当）		・3～4月は、平日来客数がそれほど伸びず、例年並みに留まりそうである。また、平均的な価格帯も下落している。	
一般レストラン（経営者）		・例年、2月は売上が少ないが、10日～20日ごろの中盤が非常に悪かった。	
都市型ホテル（経営者）		・「土佐・龍馬であい博」の効果で、観光客を受け入れる宿泊施設は、売上が伸びるであろうが、全体的な景気は、悪いまま現状維持で推移する。	
旅行代理店（支店長）		・高速道路料金引下げの影響により、地元フェリーの本四航路の廃止が、観光需要に悪影響を与える心配がある。一方、子ども手当の支給や高校の実質無償化が実現すれば、家計に余裕が生まれ、家族旅行需要の増大につながる期待感がある。	
通信会社（管理担当）		・顧客の情報通信機器の利用期間の長期化傾向に大きな変化はない。	
通信会社（支店長）		・来客数の動き、来客者の様子などを見ても、今後の売上動向に変化はみられない。	
ゴルフ場（従業員）	・3か月後の予約の状況は、前年、3か月前と比べても変わらない状況である。		
美容室（経営者）	・低単価のオーダーが多く、家庭内での節約傾向はまだ続いていると考える。消費の抑制された状態はまだ続く。		
美容室（経営者）	・顧客サービスの見直しなど様々な面で経営努力はしているつもりだが、まだ手ごたえは感じられない。		
設計事務所（所長）	・相変わらず、建設関連業者のリストラが多い。		

	住宅販売会社（従業員）	・ 昨年の所得が減っている客が多いため、住宅ローンの借入額が減少する分、販売単価が下落している。今後もこの状況は変わらないと考える。	
やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・ 所得低下傾向は続き、消費行動が活発になる要素はテレビ以外ではほとんどなく、財布のひもはますます固くなることが予想される。	
	スーパー（企画担当）	・ 季節の変わり目でも、必需品しか動いていない状況である。先行きに対する不安から、より貯蓄傾向が強まる。	
	コンビニ（店長）	・ デフレ状況にあり、収入減による買い控えは今後も続く。	
	家電量販店（店長）	・ エコポイント効果により、テレビが全体の売上をけん引してきたが、最近では、テレビの伸び率が鈍化している。今後は、今より状況は少し悪化する。	
	乗用車販売店（従業員）	・ リコール問題は上向いていた販売量に大打撃を与えている。今後の対応次第では、危機的状況に陥る可能性もある。	
	乗用車販売店（従業員）	・ エコカー購入補助金制度が延長されたためか、新車の受注が盛り上がらない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・ 乗用車販売量は、2～3月の需要期を過ぎても大きく落ち込まないだろうが、良い方向に向かうとも思えない。	
	乗用車販売店（役員）	・ 車の需要期である2～3月を過ぎて、4～5月に入ると、モデルチェンジもなく、リコール問題が足を引っ張って販売動向に影響する。	
悪くなる	一般レストラン（経営者）	・ 昨年は夏・冬の賞与の時期に売上への影響が出た。今後、昇給関係で好条件がないこと、また、エコポイント制度が継続し、地上デジタル放送への移行があと1年となって購入促進がはかれることなどにより、食品関係の購入に影響が出てくる。	
	競艇場（職員）	・ 2月の売上は前月比、3か月前比、前年同期比いずれも15%以内の減少となる見込みである。しばらくこの傾向は続く。	
悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・ 客の消費マインドが冷え込んでおり、購買に対し慎重になっている。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ 3月以降は、受注量は増加する。
		通信業（部長）	・ 新年度を控えて、現状からの離脱を目指す取組がみられ、よい提案には前向きな姿勢を示す傾向が強くなると考える。選別的志向はなお強く、価格面での競争は依然として厳しいが、ある程度の受注量の拡大は望める。
		通信業（営業担当）	・ 個人消費拡大に向け、大型スーパー、家電量販店等が各種セール、施策を次々と打っており、4月以降、効果が出てくる。建設業、製造業のマネージャーと話しても、年度末、新年度の受注量に強い期待感と自信がうかがえる。
		不動産業（経営者）	・ 事業用案件に関しては問い合わせが増えており、厳しい条件が付くものの、中央からの出店等のオファーが増えている。この状況が続けば形になる可能性がある。
変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 新規設備投資に伴う受注確保が厳しい状況である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・ 現状の引き合い等を勘案すると、6月頃までは変化はない。化学、薬品、電子化学などの一部の客は好調のようである。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・ 急激な円高と不安定な為替状況により、景気は今後も不透明である。	
	輸送業（社員）	・ 為替レートの高止まり、原油価格の高騰、国内景気の低迷が改善されない限り、今後も低迷が続く。	
	金融業（融資担当）	・ 取引先との会話内容を勘案して、当面は現状どおり推移する。	
	広告代理店（経営者）	・ 新年度の広告予算を、更に削減することを検討している得意先が多い。9月までエコカー購入補助金等の恩恵がある自動車販売会社は、販売台数が前年比で大幅に増加見込みであるため、販促費増加が見込めるが、全体的に厳しい状況に変わりはない。	
	公認会計士	・ 取引先各社の社長との話によると、今後の設備投資に対して非常に消極的である。特に土地についてはまだ下落するとの見方が大半であり、残念ながら、景気が上向くとは思えない。	
やや悪くなる	鉄鋼業（総務・人事統括）	・ 取引先の事業縮小に伴い、製造コストの上昇など、少なからず影響を受ける。	
	建設業（総務担当）	・ 周囲に明るい材料が全くない。	

	悪くなる	広告代理店（経営者）	・各新聞社ともコンテンツの電子化を進めるものと思われ、印刷業への逆風傾向は大きくなる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・電子、自動車、機械で受注増加に備えて、求人意欲が始めた。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・観光関連は明るいが、その他は相変わらずである。地元セメント工場の生産中止の発表による影響や、雇用面の不安も残る。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が、先月と同水準となった。
		職業安定所（職員）	・3月中旬以降、県の緊急雇用創出事業の求人が542件提出される見込みで、見かけの求人倍率は上昇するが、経済支援が趣旨の橋渡しの求人である。よって、注目の第一次産業ビジネスなどでの起業が、雇用まで波及する時期はまだ先となる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大学へくる求人数は、不景気といわれた昨年度と比べ良くなっている。昨年度は、11月が14人、12月が26人、1月が10人であったのに対し、今年度の同時期は51人、29人、30人であった。ただこの数字からだけでは、今後の景気の大規模な改善は予測できないため、現在と同水準で推移する。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社 （編集者）	・同業者の縮小、撤退など、求人広告事業者の環境は厳しい状態が続く。4月以降、生き残った業者のなかでも、真に市場に支持される人材サービスを提供できた企業が生き残る。	
	民間職業紹介機関（所長）	・1～2月で人員整理、希望退職を募っている企業があり、3月にかけて、同様の人員整理を実施する企業もあると思われる。	
	悪くなる	-	-