

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）	・東日本大震災の影響による消費の自粛ムードは改善されそうである。今年は夏物商材の動きが早いことから、徐々に景気は回復すると思う。		
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ご当地グルメのPRや、街全域をサービスエリアに見立てた活性策の取組に期待したい。		
		コンビニ（店長）	・タバコの供給正常化に伴い、客数、単価ともに順調に推移する。		
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の復興需要が動き出してきたら、ムードも明るくなり、景気は良い方向に向かうのではないかと期待する。		
		家電量販店（店長）	・7月24日の地上デジタル放送移行により、5月のテレビの販売台数は、前年比で約60%増加した。エアコン、冷蔵庫も前年以上である。夏は、家電製品は更に伸びる。		
		家電量販店（営業担当）	・エアコン商戦は前年並みであり、出足が今一つ伸びがない。しかし、今年は例年以上の暑さと予想され、売行きに期待したい。		
		乗用車販売店（従業員）	・自動車生産の回復が見込める。		
		乗用車販売店（従業員）	・自動車の生産が順当に伸びており、9月に新型車の発表もあるため、今後は間違いなく良くなる。		
		乗用車販売店（営業担当）	・6月には今後の自動車の生産体制にめどがついた。それに伴い、広告宣伝も徐々に回復する。		
		乗用車販売店（役員）	・上期は赤字をかるうじて免れた。全体の景気は底堅く、下期の販売状況は少しずつ良くなる。		
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先はお中元シーズンに入るため、ギフト商品が出る分、景気は良くなる。		
		旅行代理店（支店長）	・従来の自粛ムードから、経済を盛り上げる方向へ動いている。今後、関東・東北方面への旅行需要は増えていくであろう。		
		タクシー運転手	・今は、東日本大震災の影響で、乗客は自粛ムードになっているが、例年7～8月頃は、客数、客単価は良くなっていく。		
		通信会社（営業担当）	・新商品・新サービスの登場や、旧商品の廉価化による市場の活性化に期待する。特に、スマートフォンへの期待度が高まっており、部材不足による納入遅延が解消できれば、客足は高まるであろう。		
		通信会社（支店長）	・機能充実した新製品の売れ行きに期待している。		
		変わらない		商店街（代表者）	・商店街に新しくアーケードができ、賑わいに期待している。しかし、個店では動きが感じられない。
				商店街（代表者）	・政治・経済状況に好転の兆しがない。
				一般小売店〔生花〕（経営者）	・記念日や、御祝い関連の商品は、震災以前と変わらず注文がある。
				百貨店（営業担当）	・催事の関連で高額品が好調であったが、前月に比べると動きが鈍い。また、中旬以降、買回り商品は減少している。
百貨店（販売促進担当）	・現状では、ビールなどの飲料水の供給に影響が出ている。商品確保が今後のお中元商戦の鍵になる。				
スーパー（店長）	・夏場の電力不足や節約志向は景気のマイナス要因であるが、燃料費高騰や高速道路料金改定により遠出を控え、内食機会が増えることはプラス要因である。				
スーパー（企画担当）	・今後、野菜の生産地が北上していくため、それが相場に影響を及ぼす可能性がある。				
スーパー（財務担当）	・今後は大きな変化はないと思うが、トレンドは低下傾向にある。				
コンビニ（総務）	・今後の売上動向は、天気や気温に大きく左右される。身の回り商品は相変わらず停滞している。				
コンビニ（商品担当）	・ガソリンの高騰や節電のため、消費の拡大は期待し難い。				
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるのか悪くなるのか全く予想がつかない。				
衣料品専門店（総務担当）	・お客様との会話のなかでも良い話題が少なく、景気が回復する材料が見当たらない。まだまだ景気の見通しが良くなる気配はない。				
家電量販店（店員）	・必需があるので、今より悪くなるとは考えにくいですが、良くなる要因も見当たらない。地上デジタル放送移行により、テレビの需要が増えそうであるが、その分、他の商品の買い控えが予想される。				
乗用車販売店（従業員）	・自動車生産の見通しは立ったが、販売が元通りになるとは限らない。東日本大震災の影響で、しばらくは販売台数の低迷が続きそうである。				

		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の影響により、商材の生産に影響が出ており、今後の入荷・販売状況が不透明である。
		通信会社（企画）	・地上デジタル放送移行に伴う商品の引き合いが、今後も続くであろう。
		観光名所（職員）	・客は戻ってきているが、例年の売上とほとんど変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の客数・客単価は、現在と同水準と考える。
		美容室（経営者）	・震災復興のための増税などが実施されると、景気は更に悪化する。
		美容室（経営者）	・現在の様子だと、2～3か月後もさほど期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントも受付が終了する見込みであるため、後押しになる材料が少なくなる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・原子力発電所の事故が長引くと、消費マインドは低迷する。しかし、百貨店やコンビニの出店戦略はまだまだ衰えを見せない。このため、業界編成や淘汰が起きる可能性がある。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・土日の売上は徐々に下がりつつある。また、買いだめ傾向は終息気味である。
		百貨店（営業担当）	・今後は、商材の確保が困難である。また、節電の影響で、業況は更に厳しくなる。
		百貨店（売場担当）	・今後、東日本大震災や原子力発電所事故の影響が広範囲に広がる。
		スーパー（企画・営業担当）	・伊方原発の電力供給に対する不安から、四国においても、節約・節電意識が更に強まることが想定される。このことは、消費マインドに影響を及ぼす一方、一部商材については特需も発生する。
		観光型旅館（経営者）	・四国は、高速道路の料金問題の影響が大きく、今後の動向が心配である。また、四国のドラマブームも去るであろうし、新幹線が東北から鹿児島まで開通したということは、四国は枝葉に位置するという感じもあるため、先行きが心配である。
		タクシー運転手	・これから暑くなると、四国八十八箇所周りの遍路客向けの仕事がほとんどなくなる。そうすると、街中のタクシーの台数が増えるが、夜、飲みに出る人はそう簡単には増えないであろう。
		競艇場（職員）	・今月の売上は好調であったが、一過性のものであり、景気の停滞感をぬぐい去るほどではなかった。原子力発電所の事故に関連した自粛ムード、夏期の電力不足懸念など、先行きは不透明であるため、売上の減少傾向は今後も続く。
	悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・東日本大震災の影響に加え、高速道路料金の上昇が、観光産業に大きな影響を及ぼす。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・現状では節約ムードのため、し好品まで手が届かない。今後も、必要最小限度の購入しか見込めない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響により、購買意欲が下がっている。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で、耐久消費財の動向が厳しくなる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、外食産業にも影響が出ており、厳しい状況である。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況が芳しくない。また、高速道路料金改定により、橋の通行料金の負担が増加することから、個人需要はさほど望めない。
		設計事務所（職員）	・東日本大震災からの復興への予算傾斜配分が予想されることから、四国の公共事業投資は減少することが懸念される。ここ数十年の間で、最も厳しい対応を迫られている。
企業 動向 関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が一段落ついたため、バランスがとれてきている。7月は前年比同等の売上が見込まれ、景気は上向きになる。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・夏頃までは、現在の良い状況が続く。
		鉄鋼業（総務部長）	・今後、受注・販売量は増加が見込まれ、景気は上向き。しかし、採算面に懸念は残る。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・サプライチェーンの回復が想定以上に進んでおり、8月以降の生産活動は順調に推移する見込みである。
		輸送業（経営者）	・このままの状況では終わらないため、今後は良くなると考える。
		不動産業（経営者）	・東日本大震災から時間が経ち、少し落ち着いてきたことから、引き合いが増えている。また、事業用、法人関係の需要も増えている。
変わらない	通信業（総務担当）	・商材の入荷予定の見通しが立たない。	
	通信業（部長）	・東日本大震災の当面の影響は秋頃まで続くと考えられる。また、受注減により、市場競争は一段と厳しくなり、販売拡大が利益拡大に結び付にくい状況である。	

		<p>広告代理店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で、自動車関連の広告自粛が続いている。全体的にも、広告費関連の支出は先行き不透明である。 <p>公認会計士</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先の経営者との話によると、土地等の価格が下落して起きる、いわゆる信用の収縮の懸念があるため、消費動向に疑問を持っている人が多く、設備投資に消極的な企業が多い。
やや悪くなる	<p>食料品製造業（商品統括）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・低価格志向が続き、景気はさらに悪化していると感じる。 <p>パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夏に向け、需要の落ち込みが出てくる。そうなると、仕入コストの吸収が十分ではなくなるため、今後の業況は厳しくなる。 <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・設備の引き合いが続いていたが、最近では途切れている。特に電子関係が好調だったが、それも途切れた。 <p>電気機械器具製造業（経理担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・部品の供給面に厳しさはあるが、かろうじて部品の材料は確保できたため、生産・販売に影響を与えるには至らなかった。しかし、今後の材料供給不足は、生産に影響を及ぼす懸念がある。 <p>建設業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で、材料の供給難、材料高になる。 <p>建設業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響により、資材の高騰は避け難く、収益が圧迫される。 <p>広告代理店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原材料価格の上昇傾向がいつまで続くのか予想がつかない。また、仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁することは難しい。 	
悪くなる	<p>輸送業（支店長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災により関東・関西圏は倉庫保管が増えるも、四国内への影響は少ない。また、燃料高騰によるコスト増も、荷主への転換が図れる状況ではなく、同業他社との競争が更に激化する。 	
雇用関連	<p>良くなる</p> <p>やや良くなる</p> <p>求人情報誌製作会社（編集者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・7月以降、採用ニーズは回復する見込みである。また、ハローワークの緊急人材育成支援事業により、求職者のレベルアップを図り、企業に必要とされる人材を育成する取り組みも始まっている。 	
変わらない	<p>人材派遣会社（営業部長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材派遣のオーダー状況はやや低調であるが、しばらくは今の状況が続く。 <p>人材派遣会社（営業）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・しばらくの間、消費者の様子見が続くそうである。夏季賞与の状況による景気動向の変化や、地上デジタル放送移行による変化に期待したい。 <p>求人情報誌製作会社（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響があり、県外企業の求人数が予測し難い。 <p>学校〔大学〕（就職担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続してあった求人が停止したり、新規求人も少なく、回復の兆しはみられない。 	
やや悪くなる	<p>人材派遣会社（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夏に向け、求人数が減少する可能性がある。また、計画停電も懸念される。 <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・震災復興のための景気対策がない。また、県内農産物・商品は国外向けに風評被害がある。そのほか、高速道路料金引下げの打ち切りにより、観光面でも期待できない。 <p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・政治不安、原子力発電所事故処理の遅延・ダメージの大きさを考えると、景気が良くなるとは思えない。 <p>民間職業紹介機関（所長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・来春新卒者の求人受付が始まっているが、前年に比べ、募集を縮小する企業が多い。 	
悪くなる		