

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	乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（営業担当） タクシー運転手 観光名所（職員）	・ 今後は新型車が出るため、販売量が増えるの見込んでいる。 ・ 軽自動車の販売実績は、4月が前年比45.4%減、5月が30.6%減、6月が24.5%減、7月が21.5%減と改善されつつある。その要因は、東日本大震災以降、節約・節電などへの意識が高まり、ダウンサイジング志向が顕著になっているためである。 ・ 四国八十八箇所周りの遍路客は、東日本大震災の影響で減っているが、秋以降は増えてくるであろう。 ・ 来客数が持ち直してきており、今後は良くなるであろう。
	変わらない	商店街（代表者） 一般小売店〔生花〕（経営者） 一般小売店〔酒〕（販売担当） 百貨店（販売促進担当） スーパー（店長） スーパー（財務担当） スーパー（統括担当） コンビニ（店長） コンビニ（商品担当） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（総務担当） 家電量販店（店員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（従業員） 乗用車販売店（役員） その他飲食〔ファストフード〕（経営者） 都市型ホテル（経営者） 旅行代理店（支店長） タクシー運転手 通信会社（支店長） 通信会社（企画） 通信会社（営業担当） ゴルフ場（従業員） 美容室（経営者） 設計事務所（所長）	・ 地元商店街の空き店舗を改装オープンするところがあるなど、個店のレベルアップが見込まれるため、秋物商材の売行きが期待できる。 ・ 必要な商品は購入するが、ぜいたく品の購入はちゅうちょしている。 ・ 酒類業界は暑い季節が書き入れ時期だが、今年は忙しくもなく夏が終わった。今後は、価格競争がもっと厳しくなる。 ・ 気温の高い日が続いているため、秋物の動きが鈍い。また、原子力発電所の停止など電力供給に不安があるため、今後もエコ・節電の意識が高く、全体的に売上は期待できない。 ・ 牛肉販売は少し持ち直すと思うが、高額商品の買い控えや節約志向は今後も継続する。 ・ 新内閣の経済対策や円高対策、デフレ対策で効果的なものが出てくれば、何らかの変化がおこる可能性がある。 ・ 先行きが見えないため、景気は良くも悪くもならない。 ・ 例年、売上が下がる時期に入るが、客の購入意欲は好調であるため、現在の状況が続くであろう。 ・ 残暑の時期が短く、消費が前年よりも縮小する懸念がある。 ・ 益以降の客の動き、販売額、販売数の動きをみると、レディースを中心に秋物が比較的に出ている。今後は、気温が低いとそこそこ売れるが、残暑が続くと厳しい。 ・ 9月から本格的に秋物を投入するため来客数は増加するが、客の購買意欲が低いと、苦戦が続くと思われる。 ・ ここ数か月は買い控えムードが漂い、状況は変わらない。 ・ 不安定な政局やユーザーの購買心理を考慮すると、景気は良くならない。 ・ 県内の8月の新車販売台数は前年比65%であった。新車の生産は回復しつつあるが受注は伸びていない。昨年までのエコカー購入補助金の反動減とみている。 ・ 7月時点では、販売状況は少しずつ良くなると思っていたが、8月の販売状況、受注状況から考えると足踏み状態にある。全体の景気は底固いと思うので、苦しい局面をなんとか切り抜きたい。 ・ 肉の安心安全が確認されない限り焼肉業界は苦戦を強いられる。まだまだ先が見えない。 ・ 現在の予約状況は決して良くはないが、直近数か月の傾向をみると、動きが出てくる気配がある。 ・ 東日本大震災から立ち直り、旅行需要は回復傾向にある。また、円高の影響で短期的には海外旅行を中心に好調が続くが、長期的には景気の低迷をもたらす恐れがあり、今後旅行需要への悪影響が心配される。 ・ 2～3か月先は、現在の客の様子や電力問題などから、さほど変わらないと考える。 ・ 一部の新品は売上が好調である。しかし、当面は販売状況全体を見て判断していく必要がある。 ・ 現状が悪いわけではないが、特に良くなる要因もない。 ・ 同業他社との競争が激化していくことが想定される。 ・ 2～3か月先は、例年来場者が伸びるシーズンだが、現状のままでは、前年に比べ弱い状態になる。 ・ 政治、経済の先行きが不透明なため、景気が回復するとは思えない。 ・ 新しいマンション物件の開発が急に止まったため、先行きは不透明である。

	住宅販売会社（従業員）	・新規の商談数が伸びず、成約数は変わらない。	
やや悪くなる	一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・長期休暇などの需要要因が少なくなり、年末までは厳しい見通しである。	
	百貨店（営業担当）	・8月は、月初は前年並みだったものの、中旬以降は低調に推移している。特に、婦人及び紳士衣料の落ち込みが目立った。今後もこの傾向は続く。	
	百貨店（営業担当）	・現状は来客数が少し減っており、景気は厳しい状況である。冬に向けて、節電による影響が出てくる。	
	スーパー（企画担当）	・例年なら生鮮食品の産地が北上するが、今年は東北の供給が十分でなく、価格の高騰が予想される。今後、店舗間の買い回り行動が促進され、客数・客単価ともに減少するであろう。	
	スーパー（人事）	・政治不安や円高など、懸念材料が残っている。	
	スーパー（企画・営業担当）	・世の中に対する漠然とした不安感と節電・節約意識から、消費行動に良い材料は見当たらない。	
	家電量販店（店長）	・テレビの駆け込み需要の反動が大きくて、テレビの需要はなかなか立ち直れない状況である。	
	家電量販店（営業担当）	・購買意欲の低下が進み、来客数が急激に減少している。買い控えはしばらく続きそうである。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・中元シーズンが終わり、年末までの間、売上は少し悪くなる。	
	観光型旅館（経営者）	・予約状況を見ると、9月は好調であるが、10～11月は例年より少ない。足元は好調であるものの、景気が良くなっているわけではなく、先が読めない状況である。	
	通信会社（営業担当）	・夏モデルの登場で製品ラインナップが充実している。例年9～10月は販売数が落ち込むので、これら製品をいかに販売に繋げていくかが課題である。今のところ、販売増につながる特需は見当たらない。	
	競艇場（職員）	・今月はやや健闘したものの、2～3か月先は好転材料が見当たらず期待しづらい。	
設計事務所（職員）	・公共事業発注量の増加見込みがないため、今後、ますます売上の減少が懸念される。		
悪くなる	コンビニ（総務）	・天候や気温に左右されるが、高速道路上限千円制度終了の影響や地方経済の状況を考えても、上向く要因が見当たらない。	
	衣料品専門店（経営者）	・政局が不安定で、増税の可能性もあるため景気は悪くなる。	
	住関連専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で、2～3か月先も客の買い控えが懸念される。	
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・増産による販売量の増加が期待される。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・例年10月以降は、年間で最も受注の多い期間になる。8月と比較すると、受注量は増加すると考えている。
		通信業（部長） 不動産業（経営者）	・夏モデルの新商品を発売したことで商談も増えている。 ・東日本大震災の影響で不動産需要は低迷しているが、今後は少し落ち着き、法人需要がやや見込まれる。
変わらない	農林水産業（総務担当）	・消費者の購買意欲は依然低いままで変わらない。	
	食料品製造業（商品統括）	・景気は円高傾向の中でも順調に進む。	
	鉄鋼業（総務部長）	・直近の円高は昨年頃から予想しており、対策を打っていたため、2～3か月先はさほど影響はない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・再生エネルギー法が成立したため、規格等の仕事が増えると思う。ただ、業績に反映されるのは1年先になる。一般の電気機械器具の受注は減少するが、環境面の受注は増えると思込んでいる。	
	建設業（経営者）	・役所や民間の得意先を回っても、良い話を聞くことがない。	
	輸送業（営業）	・当社は青果物の輸配送を基幹としている。産地の出荷量に連動して仕事が増減し、気候の変化が青果物の出来高を大きく左右するだけに、今後の気候次第で業績が変動する。	
	通信業（総務担当）	・現時点では特に変動要素は見当たらない。	
	広告代理店（経営者）	・得意先の多くは消費低迷による販売不振が続いており、広告費の削減が今後も続く見込みである。自動車関連の広告もあまり復活しておらず、今後も不透明である。	
	公認会計士	・取引先の社長と話をしても、設備投資は当面控え、資金繰りに重点を置いている、売上の予測も控えめに設定しているといった声が多い。景気が上向くにはもう少し時間がかかる。	

	やや悪くなる	電気機械器具製造業 (経理担当)	・1ドル70円台では、経営的にかなり厳しい状況になる。今後も円安になり難く、輸出業者の収支は悪化する。
		建設業(総務担当)	・設備投資の基本計画はできているが、地価の下落傾向が続く、景気動向の見極めも難しいことなどから、新規設備投資のタイミングを図りかねている取引先がある。
		広告代理店(経営者)	・石油関連以外の資材についても価格上昇が懸念される。ただし、時期や価格の上げ幅は不明である。
	悪くなる	輸送業(支店長)	・荷主から更なるコストダウンの要請があり、来年度の公共投資がスタ-トするまでこの要請は続くであろう。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(営業)	・年末に向けて、企業は消費意欲の向上策を活発化して行く。また、就職支援に係る雇用対策の効果で、一部ではあるが消費者の生活も徐々に安定し、景気に良い影響を与えるであろう。
		求人情報誌製作会社 (従業員)	・年末に向け、求人数の増加が見込まれる。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・9月後半からカーディーラーに新型車が出そろふ。メーカーの生産体制も回復しており、10月頃から景気を押し上げてくれることを期待している。
	職業安定所(職員)	・世界経済の低迷や円高等、楽観できる要素はないが、企業からの求人数が伸びている。	
変わらない		人材派遣会社(営業部長)	・求人倍率は上昇しているが、有料サービスにつながる求人案件やUターン・Iターン案件は伸びていない。
		人材派遣会社(営業担当)	・大型店の出店などにより、求人の期待はできる。しかし、節電や円高などによる工場関係の求人数の減少が気になる。
		職業安定所(職員)	・将来への見通しが不透明である限り、企業の非正規労働による調整と、求職者の正規型雇用への希望とのミスマッチが続く。
		学校[大学](就職担当)	・秋採用の求人は増えているが、内定数が伸びず、依然として求職者数は減っていない。採用側に厳選する傾向があり、厳しい状況が続いている。
やや悪くなる		求人情報誌製作会社 (編集者)	・地元の造船関係企業群では、今後数年分の受注を抱えているが、円高による採算悪化が懸念される。
		民間職業紹介機関(所長)	・景気が上向く要因が見当たらず、企業は雇用をいかに守るかに必死である。また、資金繰りが悪化している企業も見受けられ、予断を許さない。
	悪くなる	-	-