

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	スーパー（店長）	・食品の放射能汚染問題の影響が薄れ、また、青果の相場高もあり、売上、利益ともに順調に推移しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・最近の気温低下により秋冬物の動きが良くなってきている。また、東日本大震災の復興が進み、復興需要の増加にも期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・低燃費の新型車が次々と発売されるため、現状より良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車効果が続くことを期待している。
		タクシー運転手	・10～11月には、四国八十八箇所巡りの遍路客が増えてくる。また、年末に向けて、市内が少しは活気付くと思う。
		タクシー運転手	・9月はハイヤー、タクシーの売上等は下落するが、2～3か月先は忘年会のシーズンに入るため、現状よりやや良くなると判断した。
通信会社（支店長）	・新商品、サービスのラインナップ充実により、販売数が拡大するであろう。		
変わらない	商店街（代表者）	・クリスマス商戦や年末商戦までは、現在の状況が続くであろう。商店街への人出や売上高は底を打ったような感じがあり、明るい展望がみえる。	
	商店街（代表者）	・東日本大震災や天候の影響が、少しではあるが影響してくる。	
	百貨店（営業担当）	・台風の影響を考慮すると、客数、単価共に前年同月を上回る結果であった。高額商品、高感度ファッション関連商品に動きがみられた。ブランド商品については、ブランドにより売上にばらつきが見られた。法人需要は低下傾向にある。	
	百貨店（営業担当）	・今後の経済動向は不透明である。	
	スーパー（店長）	・政府による景気刺激策など、現状の低調感を打破する要因が見当たらないため、節約志向が今後も続くであろう。	
	スーパー（企画担当）	・食の安全に対する消費者の不安は残るであろう。また、増税への不安から、日常の買物についても慎重感が続く。	
	コンビニ（店長）	・売上が下がる時期に入るが、客の購買意欲がみられ、悪くなる感じはない。	
	衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災、台風、水害の復興で、製造、建設関係は良いと思うが、それ以外は厳しい。	
	衣料品専門店（総務担当）	・客の話に景気が良い話はなく、政治や経済情勢も不透明感が強い。消費マインドが回復する要素が見当たらない。	
	家電量販店（店員）	・年末にかけて新商品の発売を迎えるが、例年と比べ盛り上がり欠けている。客からの問い合わせも少なく、回復には程遠く、現状のまま推移する。	
	家電量販店（営業担当）	・テレビの販売が減少した分をカバーする商品がない。家電製品以外のものを購入する方も多い。この状況は長期にわたりそうである。	
	乗用車販売店（従業員）	・年末にかけて新型車が発売されるため、販売増に期待がかかる。しかし、落ち込みを回復させるほどの効果があるか不安である。	
	乗用車販売店（従業員）	・新車の生産が前年並みに回復してきたため、納車はスムーズになってきた。受注は、エコカー購入補助金制度終了の反動もあり、なかなか伸びない。	
	乗用車販売店（役員）	・全体の景気は底堅く、足元をしっかりと固め、下期に期待したい。	
	観光型旅館（経営者）	・宿泊者数はかなり好調に推移しており、10～11月の予約状況もまずまずである。この状態が今後も続くのではないかと思う。	
	旅行代理店（支店長）	・旅行需要は、東日本大震災による影響からかなり立ち直っている。しかし、株安や円高の影響により、旅行需要の落ち込みに繋がるかもしれない。	
	通信会社（企画）	・特に大きな要因がなく、現状と変わらないと思う。	
	観光名所（職員）	・来客数は増えつつあるが、売上高はさほど変わっていない。	
	設計事務所（所長）	・土地価格が下落しているが、依然として動きは鈍く、状況は変わらない。	
	設計事務所（職員）	・公共事業については、東日本大震災復旧・復興需要以外の増加は見込めず、むしろ、縮減傾向が一段と現実味を帯びている。被災地域以外においては、国や地方自治体の落ち込みが大きく、回復が期待できない。	
住宅販売会社（従業員）	・商談数が増えていない。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・円高や株価低迷により、消費マインドが低下する。	

		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・秋は、贈り物をするなどのイベントがなく、商品が動きにくい。
		スーパー(財務担当)	・増税になれば、消費マインドに影響が出てくる。
		スーパー(人事)	・年末に向け、節約志向が続く。
		スーパー(企画・営業担当)	・節電志向から、冬用のエコ関連商品に期待している。しかし、節約志向が強いため、それ以外の消費行動への良い材料は見当たらない。
		コンビニ(総務)	・天候や気温にも左右されるが、景気動向が上向く要因は見当たらない。
		家電量販店(店長)	・デジタル放送移行後のテレビ需要の反動減が強く、2～3か月先も同じように推移する。
		住関連専門店(経営者)	・福島第一原子力発電所事故への対応方針がまだできていないため、景気はまだ良くならない。
		競艇場(職員)	・向こう2～3か月は好転材料が見当たらず、景気回復は期待し難い。
		美容室(経営者)	・来店サイクルが長期化しており、来客数は減少傾向が続いている。増税が実施されると一層厳しくなる。
	悪くなる	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・大型小売店の出店が予定されているため、既存商店や飲食店への影響は避けがたい。
		一般小売店〔酒〕(販売担当)	・世界的に政治・経済が不安定で、消費者の財布のひもは必然的に固くなる。生鮮食品は必需品だが、酒類などの嗜好品は購入対象から省かれる。
		衣料品専門店(経営者)	・震災復興のための増税等が検討されており、財布のひもがさらに固くなる。
		ゴルフ場(従業員)	・2～3か月後の予約状況は、週末は埋まっているものの平日は空きが多い。また、予約のキャンセルも出ている。客単価も下落しており悪循環である。
企業 動向 関連	良くなる	木材木製品製造業(経営者)	・7～8月の着工数は前年比で2けたの伸びを示している。ただ、マンション業界においては、高層マンションの着工が若干少なくなるのではないかと思う。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・受注量は順調に増加しており、増産による販売量増加と売価改善による利益率のアップが見込める。
	やや良くなる	電気機械器具製造業(経理担当)	・円高傾向が続いており、悪影響が一部にあるものの、販売数量の増加が見込まれ、売上高は増加傾向にある。
		不動産業(経営者)	・価格などの条件は厳しいが、9月はオファーの回数が増加している。今後もこの傾向が続くであろう。
	変わらない	建設業(経営者)	・今後2～3か月で、景況が変わる要素が見当たらない。
		建設業(総務担当)	・ケアセンターやグループホームなど介護施設の見積件数は多いが、価格競争が厳しく、収益面では全く期待できない。
		輸送業(経営者)	・現在は、政権を静観している感じがある。政策次第では、景況に変化が出てくるのではないかと思う。
		通信業(部長)	・今後2～3か月では大きな変化は無いと考える。円高の影響を特に懸念する。
		広告代理店(経営者)	・地方は依然として消費低迷が続いており、期待していた自動車関連業者の販促広告もさほど増加が見込めない。また、印刷紙の値上げが予想されており、印刷関連の価格競争も厳しくなる見込みである。
		公認会計士	・取引先企業の社長との話によると、全体的に景気は落ち着いているものの、不動産価格の下落が続いている。また、増税の懸念により先行きが見えないという意見が多い。
	やや悪くなる	繊維工業(経営者)	・国内景気対策に効果的なものがなく、株価低迷などの悪影響が出てくる。
		鉄鋼業(総務部長)	・円高の影響により受注先から大幅な値下げ要請がきており、応諾しなければ今後の受注は韓国や中国へ流れる状況である。
		輸送業(営業)	・燃料油の高騰や環境対策による車両購入コストの増大は、運送会社の経営を圧迫しており、大きな利幅は期待できない。このような中、消費低迷による売上減少の回避策を運賃値下げ要請を含めた物流コスト削減に求める製造業者が増加している。
		広告代理店(経営者)	・用紙やインキの価格については、年末までの間に大きな価格上昇の動きがある可能性が高い。
	悪くなる	輸送業(支店長)	・公共事業投資の減少や荷主の生産調整は今後も続く。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(営業)	・今後、企業は年末商戦に向けての販売戦略を実施するため、そのための雇用が見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・自動車メーカーの生産体制が回復し、新型車も多数発表され、地元カーディーラーの広告出稿が多くなっているため、売上は堅調に推移するのではないかと考える。車関係の売上が好調になれば、他の業界も好調に転じる。

変わらない	人材派遣会社（営業部長）	・派遣オーダーは増加傾向にあるが、景気回復によるものではないため、良くなるという実感はまだない。
	求人情報誌製作会社（従業員）	・求人数の変化が少ない。
	職業安定所（職員）	・当分、景気は好調に推移すると思うが、円高の影響は注視すべきである。
	職業安定所（職員）	・求人数が増加しても、求職者数も増えているため、現状維持の状態が続く。
やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・前年同期と比べ、求人件数は2割ほど減っており、過去5年間の中で最も少ない。秋採用の求人についても今年は伸びておらず、先行きの不透明感はぬぐえない。
	人材派遣会社（営業担当）	・来年度は新卒採用が多く、派遣社員の需要減少が懸念される。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・ドル、ユーロの不安から、製造業の景気が良くならない。製造業が良くならないければ、サービス業の景気も良くならない。ただ、農業と漁業に関しては、東日本大震災の影響で例年より国内需要が見込まれるため、その限りではない。
悪くなる	民間職業紹介機関（所長）	・正社員の採用者を増やして業容を拡大しようとする企業は少なく、先行動向を見極めようとする企業が多い。
	-	-