

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 (四国)	良くなる	－	－
	やや良くなる	衣料品専門店（副店長） その他専門店〔酒〕（経営者） 都市型ホテル（経営者） タクシー運転手 競艇場（職員） 設計事務所（所長）	・秋物を必要とする季節になるため。 ・秋祭りで少し売れると予想する。 ・大きなスポーツイベントがあり、宿泊・宴会の予約状況が良い。 ・秋のお遍路のシーズンに入る。今年は「逆打ち」ということで、春も昨年よりは多かったので、秋も期待ができる。 ・今後は、当ポート場最大のレースが控えており、来客数、売上高の増加が見込まれる。 ・民間の事業用の新築が少し増えてきているように思う。
	変わらない	商店街（事務局長） 一般小売店〔生花〕（経営者） 一般小売店〔酒類〕（経営者） 一般小売店〔乾物〕（店員） 一般小売店〔菓子〕（総務担当） 百貨店（営業推進） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（企画担当） スーパー（財務担当） コンビニ（店長） コンビニ（商品担当） コンビニ（総務） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（経営者） 家電量販店（店長） 家電量販店（店員） 家電量販店（営業担当） 観光型旅館（経営者） 通信会社（社員）	・土日、平日共に来客数は前年より増加しているが、今後の伸びには期待がもてない。 ・企業間の取引は高単価のものがあるが、個人消費は人出から判断して少ないと思う。秋は贈答をするイベントに乏しく、今から景気が良くなるのは難しい。特に、夜の繁華街の人の少なさが気になる。 ・景気が良くなる、あるいは悪くなる理由が思い浮かばない。 ・景気が良くなる理由が思い浮かばない。 ・季節の変動はあるものの、昨年より消費意欲が落ちているため、厳しい状況が続く。 ・来店客数や中心商店街の通行量などをみると、今後も伸びる様子がない。 ・景気好転の要素がない。 ・景気が上昇する要素もなければ、下落する要素も感じられない。 ・今後は競争が激しくなり、特売商品などの単価が更に低下する傾向にあるので、景気は変わらない、あるいはやや下降気味になる恐れがある。 ・牛肉の売行きは昨年を上回って推移するとみているが、競合の出店などが控えているため価格競争が再燃し状況は芳しくないと推定する。 ・特別な事情が発生しない限り、ほぼ前年並みと予想している。 ・今の状態が続くと考えている。消費を拡大するのか減少するのか、どちらも決定打がない。お金はあるけれど欲しいものが少ないという状態なのではないか。 ・個人消費が上向く政策等も乏しく、景気が上向くという楽観的な展望は描きにくい。 ・気温や天候にも左右されるが、今後も来客数の前年割れ状況は変わらないと思われる。 ・ショッピングセンターの出店の影響が大きいですが、今の流れのなかからも、初秋物がそれなりに動きをみせているので、少しは回復するのではないかと考えている。 ・良くなる根拠がない。 ・8月はロンドンオリンピックや高校野球、お盆需要等があったものの、テレビの動きがやはり良くない。次の買換えまではテレビの需要が少ないと思われることから、今後、家電製品は期待できない状況だと予想する。 ・今後の購入意欲が感じられず、販売量の回復の兆しもみえない。 ・消費税増税のこともあり、現在の商品の動きが、通常の時期より少し早くなってきていると感じる。売れる時期に販売量の減少といったことも起きてくると思われる。 ・9、10、11月の予約状況があまり良くない。旅行に金を使うという動きになかなかなりにくい。やはり、富裕層が金を使うということがなければ、規模の大きい旅館の商売はなかなか難しい状況である。政治がしっかりし、経済も良くなると、国内旅行はしばらくは停滞すると思われる。 ・例年と異なり、第3四半期にも新商品が発売となるが、他社との競合も厳しいため、変わらないかもしくはやや悪くなると思われる。

		通信会社（営業担当）	・新商品での販売数量の押し上げ効果も落ち着くと想定される。
		通信会社（企画）	・大きな変動要因が無く、このまま変わらないと思われる。
		観光名所（職員）	・良くなる要素も悪くなる要素も特にないため。
		ゴルフ場（従業員）	・ゴルフシーズンとなるが、平日の予約が非常に悪い。土日も、昨年と比べて悪い。全体的にみて、良くなる感じがある。
		美容室（経営者）	・消費税増税が決まり、消費意欲の低迷が続くと思う。
		美容室（経営者）	・毎年、11月後半くらいまではあまり良くない。
		設計事務所（職員）	・防災、耐震関連の仕事を中心に例年並みの受注は確保できそうだが、売上に計上できるのは第4四半期になるので、ここ数か月は変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前に購入を考えている方もいると思うが、全体の商談数は増えていないので、変わらないと思う。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・郊外大型専門店も含めて、かなり手詰まり感があるように思う。市場全体が冷えて、消費者の購買力が落ちているように思う。今後に不安がある。
		商店街（代表者）	・量よりも質へと変化しつつあるが、本物かつ低価格という売手にとってさらに厳しい努力や工夫が必要になる。旧態依然とした店、量販低価格でもありきたりならますます淘汰の時代になる。
		商店街（代表者）	・現在の政治状況をみていると、混沌として不安定を感じる。特に消費税率の引上げ等のマイナス要因が、景気の上昇を妨げてくると思う。
		百貨店（総務担当）	・外部要因として特に景気回復に繋がる要因が見受けられない。
		百貨店（営業担当）	・選挙が始まると、地域経済は厳しくなるのではないかと予想する。
		スーパー（人事）	・消費税増税が購買力を低下させ、増税前の駆け込み需要が一気に上がり、増税後には反動で下がると推測する。
		衣料品専門店（経営者）	・政治の低迷や消費税増税など家庭をとりまく環境は不安が多く、やや悪くなると判断する。
		衣料品専門店（総務担当）	・残暑が続くと予想されており、秋冬物商戦が本格化する時期への悪影響が見込まれる。また増税の話題が先行している現状、明るくなる兆しは見えない。
		住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びない。東日本大震災がまだ尾を引き、ムード的に良くない状態が続いている。
		旅行代理店（支店長）	・領土問題に絡む反日ムードの煽りで、近辺アジア方面への旅行者の大幅な減少が懸念される。
		タクシー運転手	・10月と11月は、客の動きが少ないので、やや悪くなると判断する。
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・酒類消費の多い夏季でも消費量が伸ばせなかったのに、これからの販売増は難しい。早く景気が良くなり、世の中が明るくなって欲しい。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終了すれば、車が全く売れなくなると思う。従来の販売に戻るには数か月から半年くらいかかると予想する。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金終了とともに売行きが一気に落ちると予想する。今回は、前回よりもひどいような感じがしている。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が再度高騰しており、エコカー補助金も終了すると今後の新車販売は非常に厳しくなる事が予想される。
		乗用車販売店（役員）	・今後はエコカー補助金もなくなり、その反動で販売は悪くなってくると思う。ただ、下半期はハイブリッド車や新しいモデルチェンジの車の投入があり、なんとか下支えはあると思う。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金終了後は悪くなるのは確実、何処まで落ちるかは不透明。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦期も終わり来店者数も減少する時期となる。
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・メガソーラー等々大量の受注を抱えている。人の手配も大変で、多くの人を雇用できる状況になっている。
(四国)	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・タオルは決して高額なものではなく、他に無い商品ならば贈答にも結びつくことや、マスコミで「今治タオル」が取り上げられることが多く、受注増に繋がっており、やや良くなると判断する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・トイレットペーパーについては最悪の状況となっているが、全体的には、秋需に向かって少し伸びていくのではないかとと思う。
		不動産業（経営者）	・消費税増税を控え、ここ最近、モデルルームや住宅展示場に人が増えてきており、今後、駆け込み需要が予想される。

変わらない	農林水産業（総務担当）	・季節的に需要が上向き要素は無い。	
	木材木製品製造業（経営者）	・政府が経済を立て直す体制ができるまでは、変わらないと予想する。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・復興需要により受注は順調に推移し、足元は好調であるものの、円高や欧州情勢等不安要因も多く、先行きは不透明。	
	建設業（経営者）	・公共工事次第である。	
	建設業（総務担当）	・依然として受注価格競争が厳しく、体力勝負となっている。全社一丸となって適正利潤の確保に取り組まなければならない。	
	輸送業（経営者）	・現実的に考えれば変わらないと思う。	
	通信業（部長）	・特別な変化要因が見当たらない。	
	金融業（融資担当）	・電力不足は特に影響なかったが、株価は上がらず、景気は現状程度で変わらないと判断する。	
	広告代理店（経営者）	・新規得意先の広告受注や休眠スポンサーからの受注見込みもあるが、広告マーケットの縮小により依然として印刷物の小型サイズ化や価格競争が厳しく、全体としては変わらない予想である。	
	広告代理店（経営者）	・良くなる要因、悪くなる要因が見えにくい。	
やや悪くなる	食料品製造業（商品統括）	・政治の不透明感による景気の衰退感が蔓延している。デフレもより進むのではと感じてしまう。	
	鉄鋼業（総務部長）	・円高是正がなければ、ますます悪化する見込み。	
	電気機械器具製造業（経理担当）	・輸入諸国の多くが緊縮政策で、予算執行に時間を要している。当社製品の受注の後退が見受けられるようになっていく。	
	輸送業（営業）	・景気低迷で取引先企業の商品の販売が落ち込む中、運賃の支払が滞る企業も出始めた。自社の経営安定を考えた上の防衛策として、その様な取引先との運送契約を解除しなければならない苦汁の決断を強いられる時期が来るのも遠くない状況に置かれている。	
公認会計士	・設備投資は消極的で、近い将来の売上等についても非常に悲観的な見方をする経営者が多くなっている。今後、景気はやや後退すると考えている。		
悪くなる	○	○	
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・年末に向けて、求人の増加が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は、先月と比較して、0.01ポイント上回っており、前年同月と比較しても、0.06ポイント上回っている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒のほか既卒採用の求人も多く、秋採用に向けて採用活動の活発化が感じられる。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・年末にかけて求人数は増加傾向になると思うが、その求人にマッチングできる人材がない現状のなかで、どのように人材を確保していくかが課題となってくる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新たな新規事業などの情報がない。エコカー補助金で先食いついてきたカーディーラーも先行き不透明。中国や韓国との関係がさらにこじれるようなら先行き不安で消費者心理も冷え込むのではないだろうか。
		職業安定所（職員）	・派遣、請負が増加しているが、パート募集は減り、フルタイムへとシフトしている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・労働者派遣法改正などから、派遣離れの傾向にあるように思える。
		求人情報誌（営業）	・周辺企業で、新卒・中途とも求人数が増える見込みがあまりないため。
		民間職業紹介機関（所長）	・春先に比べて中途採用の求人数が減少しており、余剰人員を抱えている企業が多い。一部の開業した企業では人手不足感があり、求人数の減少は無い。
悪くなる	—	—	