

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 | 乗用車販売店（従業員） | ・自動車ディーラーは、1～3月が一番車が売れる月であるため販売量が増える。 |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・年金問題や周辺の経済ばかりに気を取られて、消費に全然つながっていない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・周辺のショッピングセンター進出の影響がまだ続いている。 |
| | | スーパー（店長） | ・食品の売上は前年並みで推移している。今後も値ごろ感のある商品や低価格品で売上げを維持することになる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ガソリンが安くなっても、いつまで安いか分からないと考える人が多い。ガソリン税が高いと自動車を買換える気にならず、暗いニュースが多い中で車どころではない雰囲気である。 |
| | | 通信会社（社員） | ・四国には自動車産業などが無いので、現時点で直接的な影響は少なく、原油価格の低下など明るい材料もあるため変わらない。 |
| | | 通信会社（支店長） | ・景気の悪化で個人消費に影響が出ており、製造業でも減産の動きが拡大するなど、これまでの景気状況とほとんど変化はない。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・早期の景気回復が見込めないこと及び端末サイクルの更なる長期化が懸念されるため先行きも変わらない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅ローン減税などあるが、まだ客の様子見が続くと思われる。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・消費者マインドを低下させる要素ばかり表に出て、上昇する要素が全然ない。冬物商戦の様子から12月に入ってから、早くもバーゲン待ちという状況が見られることから、2～3か月後も底ばい状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・得意先の様子から企業・個人の宴会が例年より減っている。年末でさえこのような状況で、財布のひもの固さを感じる。この雰囲気のまま2、3月に向かうと昨年より売上は落ち込む。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・客の節約が、年末商戦でも出た。1～2月も節約が進んで、個人消費はまだ冷え込む。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・政局の不安定さと先行きの不透明感による景気の後退は雇用問題にまで発展しており、この状態はしばらく続く。 |
| | | コンビニ（総務） | ・経済情勢の悪化に加え雇用不安や先行き不安が増加し、買い控えや家庭支出の減少に拍車を掛ける。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・通常、1月がバーゲン月であるが今年は後半が悪くなったためか、同業店ではすでに大きなバーゲンに入っている。一般的にバーゲン日が早く、当店は例年どおり1月の第2土曜日からで、その空いた期間に自信が持てない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・先行き不安に消費者の心理的購買力の萎縮を強く感じる。ジャンル、価格帯を問わず経験したことのないような売上不振が続いており出口が見えない。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・年末で来店数は少し上昇したが、客の反応は厳しく減少傾向が続くと予想され、客単価も上昇する気配がない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・軽自動車については、それほど市場は冷え込んでいないが、不景気と騒ぎすぎで影響が出そうである。 |
| 一般レストラン（経営者） | | ・だんだんと不景気が浸透して来ると、直接売上に影響してくる。 | |
| 一般レストラン（経営者） | | ・雇用の不安等から節約ムードは更に厳しくなり、買物の頻度や点数について厳しい状況となっていく。 | |
| タクシー運転手 | | ・今年は暮れの忘年会等も頻度が少なく、月に2回程度である。本県も嘱託及び事業所の削減があり、来年はまだ悪くなると予測する。 | |
| タクシー運転手 | | ・リストラが進み失業者も増加して景気が悪くなるほど、タクシー業界に職を求める人が増えると予想される。 | |
| 観光名所（経営者） | | ・景気の悪化で消費者心理は急速に冷え込んできている。 | |
| 設計事務所（所長） | ・夏の中元、冬の歳暮と非常に少なくなってきた。 | | |
| 悪くなる | 商店街（代表者） | ・今の繁忙時期のマイナスは簡単には取り戻せない。 | |
| | 一般小売店〔乾物〕（店員） | ・当地では、大企業の工場はないので、直接的な景気への影響はまだ出ていないが、徐々に波及してくる。 | |
| | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | ・当店主力の料飲店への販売は、低単価の居酒屋業態にも明るい展望が見込めない。また家庭用消費分は、総合大規模小売店・スーパーマーケットとの価格競争に勝てない。 | |

| | | | |
|----------------|--------------------|---|---|
| | 百貨店（営業担当） | ・高額商品に若干の動きがあるが、宝飾品などの落ち込みが大きく、紳士用品も買い上げ点数及び単価の低下が見られる。食品類は健闘しており、不況時の兆候が出揃ってきている。 | |
| | 百貨店（売場担当） | ・景気が上向く材料がなく、年未年始で支出が発生した後は購買を控え、消費が急激に落ち込む恐れがある。 | |
| | スーパー（店長） | ・都市部の大手製造業や金融機関の悪化が、徐々に本県にも寄せているので、今後の見通しは悪くなる。 | |
| | スーパー（店長） | ・年始から大不況になる。今年は1月から値上げで単価が上昇し、売上は上昇したが、来年は値下げ、単価下落である。売れない上に単価が下落して大不況になる。 | |
| | スーパー（店長） | ・自動車などの製造業を中心に景気が悪くなっており、これが小売にも影響が出てくるのは避けられない。 | |
| | スーパー（財務担当） | ・自動車産業に端を発した今回の不況は、鉄鋼・造船・工作機械と不況の輪を広げていき、雇用環境の悪化とともに消費不況に突入していく。 | |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・政治が混迷して有効な手段を取れないため、更に買い控えが続く。 | |
| | 家電量販店（店長） | ・11月より来店数・客単価共に前年割れの傾向が続いており、この傾向は今後も続く。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・年度末の決算に向けて、大変暗い状況である。大手系列の販売会社でこの状態であるから、他メーカーの販売会社の状況はもっと深刻と思われる。先行きの不透明さがなくなるまでモノは売れない。 | |
| | 住関連専門店（経営者） | ・雇用不安、冬のボーナスの減給で、消費がなかなか盛り上がりがない。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | ・1～2月の予約状況が良くない。景気の影響もあるが、当方は高額料金のため客が減っていく。 | |
| | 都市型ホテル（経営者） | ・現在の予約状況が非常に悪いので、宿泊や人の動きが悪くなる。本県は今までずっと悪かっただけに、景気の影響を受けていなかったが、ここに来て個人消費が急激に冷え込んできている。 | |
| | タクシー運転手 | ・来年、飲み屋がかなり閉店するのではないかとこの噂もある。そうすると、飲みにも出ないし、夜の仕事はなくなって夜間割増料金の客がぐっと減り、タクシー業界の売上が減少する。 | |
| | 観光名所（職員） | ・社会情勢が不安定で今後も明るい材料がないため、観光客は増えない。 | |
| | ゴルフ場（従業員） | ・周囲の環境の悪化、不景気という状況のなかで、来場者もその影響を受けて減ってくる。 | |
| | 競艇場（職員） | ・年末レースで来場者が伸びなかったことから、財布のひもは固く、消費全体でも抑制傾向が続く。 | |
| | 美容室（経営者） | ・ただでさえ不景気感があるうえに情報媒体からも景気の悪化の話を多く聞かされているうちに、今以上の消費意欲の減少が加速される。 | |
| | 設計事務所（職員） | ・景気が良くなるような要素、動きが見られず、企業努力ではどうにもならない状況となっている。 | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 電気機械器具製造業（経営者） | ・消費の低迷による買い控えが激しくなっている。 |
| | | 建設業（経営者） | ・総選挙をして、きちんとした政府ができない限り、建設業界は良くならない。景気対策の効果次第である。 |
| | 通信業（営業担当） | ・例年なら新年に向け個人消費が増加する時期だが、「巣ごもり型」「ウチごもり型」で消費が抑えられている。外食が増える時期なのに、逆に外食を控え「家でまったり派」が定着している。「当分、個人消費の回復は難しい...」「景気が上向きになるには大きな力がある、意識を変化させることは難しい...」との声もよく聞く。 | |
| やや悪くなる | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・現在のところは採算ベースに乗っている。今後、販売価格が下落してくるのに対して、できるだけ下落させないように頑張っていきたいと思うが、下落させざるを得なくなってくる。 | |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・プラント受注について、現在、見積りを出し、打ち合わせをしているが、受諾もお断りもなく、保留状態となっているため、先の状況は見通しづらい。 | |

| | | | |
|----------|--------------|---|--|
| | | 通信業（部長） | ・商品価格の動向にシビアであり、機能比較の上での低価格志向が根強い。新商品の発売開始にも関心のない様子を感じられ購買に慎重である。最近の景況感から月を追うごとに消費に慎重な姿勢が感じられる。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・取引先では、12月に何万部というチラシを打っても、引き合いは電話が1本、2本という状況が続いている。非常に厳しい状況になっており、今後この状況は更に悪くなっていく。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・原材料価格の安定から、資材・補材関係の価格は安定すると思われるが、全体での受注量はかなり低下している。 |
| 悪くなる | | 鉄鋼業（総務・人事統括） | ・主要取引先の減産や製造ラインの停止、短期雇用従業員の雇止めなどが相次いで報道されており、受注も急減している。いずれの企業も雇用面にまで及ぶ対策を講じているようで、調整は長期にわたるものと予想され、短期的に反転するとは考えられない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・景気の先行きが全く見えないなか、引き合いが大幅に減少しており、ユーザーの不安感が増大しており、今後、現行の商談についても延期・中止が増えてくることが予想される。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・設計事務所へ年末の挨拶に行くと、ほとんどのところで来春以降の案件が極端に少なくなっており、非常に厳しい状況にある。 |
| | | 輸送業（社員） | ・11月に急激に景気が悪化し、12月も前月以上の悪化状況であり、この傾向はしばらく（1～2年）続く。景気自体が向上し輸出関連業務が上向かない限り、生産意欲、購買意欲の減退からは脱出できない。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・取引各社とも減産を余儀なくされているようで、雇用調整も進みそうである。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・不況による販売不振であらゆる得意先で広告予算削減傾向が多く、新規量販店得意先の受注増だけでは先行き不透明で、厳しい状況が予想される。 |
| | | 公認会計士 | ・関与先の社長、異業種の人との話では、将来に対する不安の声が聞かれる。売上の減少に加え、従業員のリストラに伴う退職金等の一時金も必要となり、資金繰りを強く懸念している。 |
| | | | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | - | - |
| | やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・周辺企業で派遣の雇止め等があり、今後、解雇者が増加する見込みである。 |
| | 職業安定所（職員） | ・地元製造業は下請け業者が多く、工作機械・自動車関連・電子部品において受注減から雇用調整が始まった。 | |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・大学に送られてくる求人数（求人件数）が、8月は110（24）、9月は81（24）、10月は78（17）、11月は49（14）、12月は36（11）と、確実に減少している。今後もこの傾向が続く。 | |
| 悪くなる | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・企業の求人ニーズは全く良くなる要素が探せない。今いる人材を育成するための研修等に投資できる企業もほとんどない状況である。 |
| | | 求人情報誌製作会社（従業員） | ・経済の先行きが全く見えないため、企業も事業に対して慎重になり人員を増やすまでには至らない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・本県は大きな製造業が少ないためあまり表に出てないが、パートの削減は着実に進んでいる。さらに報道等での大量リストラニュースが浸透し消費者の購買意欲が最低ランクで生活防衛意識が強い。モノが売れる状況にない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・2月の就職面接会を控えて受付を開始したが、夏に開催したときは応募状況が随分異なる。デフレも進んでおり、求人数が増加する要素が見当たらない。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | ・最近の登録者の傾向として建設・土木・自営業の登録者が増えており、特に建設・土木関係の登録者は在職者が多く、自分の会社の将来不安を大部分の人が感じている。 |