

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）	・大河ドラマの効果で観光客が多い。3月は、1～2月より来客数は増加している。大河ドラマ関係の催事を見に来た客が、商店街へも流れてきている。また、夏休みに向けても、増加が見込まれるため、商店街はかなりにぎわうと思う。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・当地は、高速道路料金の無料化実験区間にあるため、効果が見込まれる。
		スーパー（店長）	・デフレスパイラルは解消してきた感がある。良い商品が売れてきたため、今後、景気は上向く。
		スーパー（企画担当）	・子ども手当の支給金は貯蓄に流れる部分もあると思うが、各社子供向けの商品企画を準備しているため、消費が喚起され、景気は良くなる。
		スーパー（人事）	・子ども手当の支給効果で、購買意識は若干向上する。
		コンビニ（店長）	・客単価が上がらず、依然として財布のひもは固い。必要なもの以外の衝動買い行動はいまだうかがえないが、客が本当に欲しい物は売れている。来客数は3か月前と比べ増加しており、不景気の風潮さえ落ち着けば、買い控えの状況から脱する。
		衣料品専門店（経営者）	・今の客の様子を見ると、今後の業況に明るさの兆しが見える。
		通信会社（企画）	・アナログ放送終了が1年後に迫り、CATVの需要が増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税と、住宅購入時の贈与税非課税枠の拡大を契機に、住宅計画で動く人は増えており、ある程度の効果が見込める。
変わらない		商店街（代表者）	・子ども手当などの経済施策は、一般消費者にとってみれば浮き足立っていると映るため、消費刺激効果は小さいとみられる。
		百貨店（営業担当）	・来客数は前年水準を確保した。婦人ファッション関連商品はやや回復傾向が見られるが、紳士関連、リビング関連、高額商品には変化がなく、いまだ低迷しており、今後もこの傾向が続く。
		百貨店（売場担当）	・春闘も厳しく可処分所得の増加が見込めないため、消費行動は慎重なままである。政府の省エネ優遇措置などで対象の商品は活況が見込めるが、その分、他の消費には慎重になる。
		スーパー（店長）	・景気の底を打った感はあるが、介護保険料や高齢者の保険料が少し上昇するため、その影響が見込まれる。子ども手当がどうなるかが鍵になる。
		スーパー（店長）	・低価格だけでは売れなくなった。値ごろ感のある高品質商品や新商品は比較的売れるので、売場や商品の変化が必要になっている。
		スーパー（統括担当）	・客の消費動向が悪く、回復するような心理状況になっていない。一人当たりの利用単価が前年度に比べ90%程度という状況が続いている。
		コンビニ（総務）	・消費喚起につながる契機がない。この状況が常態化する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は様子うかがいで、買い控えしている。
		衣料品専門店（総務担当）	・客は、いまだに必要以上は購入しないという姿勢である。客単価の減少傾向はまだ続く。
		衣料品専門店（副店長）	・地元商店街は再開発事業にかかっており、商店街自体は結構人は通っているが、買物袋を持っている人が少ない。店舗の入り状況の見通しもまだついていないため不安が残る。
		乗用車販売店（従業員）	・新年度に向けて明るいニュースはない。決定的な景気対策が無い限り、相変わらず閉塞感が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度が9月末まで延長され、そこまでは平行に推移すると思うが、そこから先は全く見えていない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・3月下旬から4月上旬は、花見時期であるため、かなりの需要が見込まれるが、その先は落ち着くとみられる。
		一般レストラン（経営者）	・入店客数は多くなった気がするが、同業者数の減少のためか、景気上昇のためか、原因がよく分からないため不安要素が残る。

	観光型旅館（経営者）	・現在の宿泊の予約状況から判断して、5月ごろまではまだ伸びる状況ではない。消費が全体的に伸びて、先行きの心配がなくなると、旅行消費は伸びない。
	旅行代理店（支店長）	・個人、団体共に、海外旅行の需要は回復してきているようだが、4月以降、航空会社による燃油サーチャージの値上げが需要低下につながる懸念がある。上海万博需要に期待しているが、現在のところ、四国地区での話題性は低い。
	タクシー運転手	・大河ドラマに関係する施設等の来場者が増えている。また、手軽でお得なタクシー利用プランが始まり、利用客も少しずつ増えるとみられるが、まだ実感として良くなる気がしない。
	タクシー運転手	・この先、何も良くなるような材料がないため、このまま横ばいで推移する。
	タクシー運転手	・中小企業の業績が良ならない限り、利用が伸びない。
	通信会社（管理担当）	・既存顧客の端末利用期間の延伸化傾向が今後も続く。
	設計事務所（所長）	・賃貸市場が供給過剰で、家賃を下げている物件が出始めた。
やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・まだ単価が下落したままであり、今後も悪いと見込まれる。
	百貨店（販売促進担当）	・新卒の就職難や人員整理を行う企業が増えているため、消費は今以上に買い控え傾向が続く。
	スーパー（財務担当）	・現在の状況からは、消費の急激な回復は望めない。
	家電量販店（店長）	・家電業界はエコポイントの駆け込み需要で、テレビを中心に盛況である。ただ、4月以降のエコポイント付与の対象商品の減少に伴い、売上は減少する。
	家電量販店（営業担当）	・エコポイント効果により、テレビの需要が一時的に増大したが、その他の商品は、例年より販売台数が減少している。
	乗用車販売店（従業員）	・新車購入補助金制度が6か月間延長されたが、受注台数は伸びていない。登録台数は、2月以前の受注分が多いため、前年を上回っている。
	乗用車販売店（営業担当）	・新車購入補助金制度の延長も決まったが、今後は、今までの勢いはない。
	乗用車販売店（役員）	・3月の受注が落ちてきている。4月からは新車購入補助金制度の延長はあるが、現在の客の動向、販売量から判断すると、3か月後の景気はやや悪くなる。
	一般レストラン（経営者）	・デジタル放送移行まであと1年となり、テレビの買換えは更に進む。その一方で、食費の節約が顕著になる。
	ゴルフ場（従業員）	・ゴルフシーズンであるが、例年と比べ、来場者、予約件数は大幅に減少している。景気の影響が大きく、客単価が下落しており、今後もまた悪くなると見込まれる。
	競艇場（職員）	・4月は、周年レースがあり売上増加を期待したいが、最近の傾向を見ると、一過性の増加にとどまり、月全体の底上げまでは期待できない。
	設計事務所（職員）	・会社及び個人レベルで、過去の貯蓄でなんとか凌いでいるとの話をよく聞く。まさに消耗戦である。買物や遊興費が減り、ますます悪くなる。
悪くなる	住関連専門店（経営者）	・人件費、給料が伸びないため、耐久消費財の消費は、節約意識が強い状態が続くとみられる。
	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・先行き不安が依然として続いている。消費者は、まず、身の回りの支出を抑えるため、外食は一番節約される傾向がある。
企業動向関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	木材木製品製造業（経営者）	・4～5月の受注動向に変化がない。6～8月は株価上昇と円高の影響から景気が良くなるとみられ、また、中国を筆頭にアジアの景気が良くなっているため、景気をけん引する。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・原油、原材料価格が着実に上昇してきている。メーカーは死活問題になるので、価格修正することになるであろう。
	建設業（総務担当）	・受注確率の高い民間福祉関連施設工事の引き合いがあるため、2～3か月後は手持工事が増加する。
	通信業（営業担当）	・大型スーパーや家電量販店のマネージャーからは、買い控えも1年半が過ぎ、冷え続けた個人消費も上向くと期待し、個人消費を上向かせるために経営努力中であるとの話をよく聞く。
	不動産業（経営者）	・不動産業界は厳しい状況が続いている。ただ、最近、東京本社の企業から、店舗あるいは事務所といった事業用案件のオファーが少しずつ増えている。今後の不動産相場の上昇を見込み、満を持して、物件を確保したいというニーズがある。

変わらない	食料品製造業（従業員）	・業務用を中心に、まだまだ荷動きが悪く、販売価格が伸びず、この傾向が今後も続く。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・新年度の工事の予算が、大きく増加する見込みがない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・海外での需要が、依然として低迷している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・年度末でもあり、機械設備、電気設備の受注は全般的に順調で、引き合いや見積も続き、この景気が続くと思われる。LED関係の開発商品やその関連の特殊なUV関係効果装置、電子装置、電子関連、素材関係の機械の受注も好調である。	
	輸送業（社員）	・引き続き、原油価格が高騰している。また、22年上期の荷主出荷数量は、変化がない見通しである。	
	通信業（部長）	・他社との競合は依然として厳しく、受注量の拡大があったとしても、販売単価下落のため利益拡大は望み難い。この傾向は新規受注案件のみならず、既存案件の更新においても同様である。	
	広告代理店（経営者）	・大型ショッピングセンターとの新年度販促広告契約は増加したが、多くの地元得意先は、依然、広告予算を削減しており、全体としては変わらない見込みである。	
	公認会計士	・関与先企業の社長からの話によると、多くの企業は、新規設備投資を控えていたり、将来の資金繰りを気にしており、当分の間、今のような状況が続く。	
やや悪くなる	鉄鋼業（総務・人事統括）	・製造販売量は米国の大手金融機関の破たん前の7～8割の水準で頭打ちである。輸入原材料は円高メリットを享受できてきたが、ここにきて価格自体が上昇方向となってきた。取引先の中には、業務の縮小や製造拠点の海外移転の動きもある。	
	広告代理店（経営者）	・印刷物全体の量は、間違いなく少なくなっている。逆に、材料費は上昇傾向である。仕事数の確保と利益確保という難しい要素をこなしていく必要がある。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人ニーズは低調だが、今までの自社の実績を活かし、行政関連の企業求人支援事業や求職者の就職支援事業を展開していき、事業領域を拡大していく。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・景気が底をついた感があり、求人企業が少しずつ増えてきた。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光面は順調に推移するであろうが、絶不調の不動産を始め、基本的な産業に明るい動きがない。
変わらない	職業安定所（職員）	・有効求人数は、前年同月比で32か月連続で減少、有効求職者数は15か月連続で増加している。県や市町村の緊急雇用求人には応募者が殺到しており、採用に外れた人は、緊急訓練に申込している。また、10人以下の小規模事業所は、静かな廃業を続けており、社長と社員がともに求職活動をする姿も見受けられる。ただ、駅前の百貨店のリニューアルが行われるため、効果は期待できる。	
	職業安定所（職員）	・3月の月間有効求人倍率は先月と同じ水準となった。	
	職業安定所（職員）	・21年度に雇用調整を始めた企業から、2年目も雇用調整を行う相談が続いている。	
やや悪くなる	民間職業紹介機関（所長）	・新年度に向けて、従業員の採用を望む企業が少なくなってきた。求人数も前年度を割り込んできた。	
悪くなる	-	-	