

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） | ・10～11月の観光シーズンに、観光客の流入が多く見込まれる。その観光客が商店街で消費することにより地域経済が潤う。 | |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・地元の魚を売り出す「新子（しんこ）まつり」など、不景気ながらも地域をあげたイベントが開催されるので期待したい。 | |
| | | スーパー（店長） | ・残暑が続いているため、飲料や夏物の動きが良く、今後も売上好調に推移する。 | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・8月後半の動きを見る限り、今後の販売動向に期待が持てる。 | |
| | | 衣料品専門店（副店長） | ・地元商店街で大きいイベントがあるため、客単価、来客数とも良くなる。 | |
| | | 家電量販店（店長） | ・エコポイントが12月末で終了するため、テレビ、冷蔵庫、エアコンの売上が更に弾みをつけて上昇する。 | |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・現在の予約状況から判断して、10～11月は上向くと予想している。 | |
| | | タクシー運転手 | ・2～3か月後は、四国八十八箇所周りの仕事が増えてくる。 | |
| | | 通信会社（管理担当） | ・新しいサービスの導入を予定している。 | |
| | 通信会社（企画） | ・現在の好感度がそのまま続く。 | | |
| | 変わらない | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | ・景気が上向く要素がない限り、外食控えが続くなど消費者の購買意欲は向上しない。 | |
| | | 百貨店（営業担当） | ・商品群により売上にばらつきが見られる。ヤング系のファッション関連商品は、単価の低下傾向が目立つが、販売数量は比較的好調に推移している。美術、宝飾品は、高額商品に動きが見られず販売数量は全体的に低調である。紳士用品も低調である。 | |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・厳しい暑が続いているため、秋物の動きが期待できない。 | |
| | | 百貨店（売場担当） | ・家電エコポイントの終了が迫っているため、家電業界は活況が予想される。しかし、その他の支出は抑えられる。 | |
| | | スーパー（店長） | ・9月は、値上げ前のたばこ需要が見込まれる。しかし、食品は節約志向が定着しているので変化は少ない。 | |
| | | コンビニ（店長） | ・朝昼夕各ピークの来客が増加している。定価販売であるコンビニで買う余裕が出てきており、最悪の時期を脱したと考える。 | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・政府が景気対策を講じないと、業況は良くならない。 | |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・依然として厳しい暑が残るとの予報が出ており、9月以降の秋物の販売への影響が大いに懸念される。客の財布のひもはなお固く、客単価は依然として低い。今後も厳しい商況が続く。 | |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・今後、業況が良くなる要素はない。 | |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・新聞の取材やインターネットの活用による広報活動や、流行を取り入れた新しいメニューを開発するなどの企業努力をして、前年の売上をなんとか上回っている状況である。 | |
| | | タクシー運転手 | ・客の様子、単価に変動がないため、2～3か月先も良くなるとは思えない。 | |
| | | 通信会社（支店長） | ・ここ数ヶ月、販売数に大きな変化は現れていない。 | |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・現在の予約状況、来場者の入場者数、客単価からみて先行きはさほど変化がない。前年に比べても非常に悪い状況で、改善する雰囲気が見られない。 | |
| | | 美容室（経営者） | ・状況は現在と変わらない。 | |
| | | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・景気対策が出てこない、内需の拡大が期待できない上、外需は円高で厳しい。株価の低下に歯止めがかからない。 |
| | | | 一般小売店〔乾物〕（店員） | ・特に良くなる要素がない。 |
| 百貨店（営業担当） | | | ・今の経済状況や円高の状況は景気に対してマイナスである。 | |
| スーパー（企画担当） | ・猛暑のため、業況が良い状態が続いている。しかし、政局不安や円高の影響が大きくなり、今後、景気は後退する。 | | | |
| スーパー（財務担当） | ・円高、株安、デフレが続く一方で、有効な経済政策がない。 | | | |

| | | | |
|--------|----------------|--|---|
| | コンビニ（総務） | ・売上好調の要因である猛暑が落ち着いてくれば、また、夏前の業況に戻る。 | |
| | 家電量販店（店員） | ・「予定外にエアコンを買ったから、テレビは冬のボーナスが出てから考える」と、買い控えを予感させる発言を聞くようになった。 | |
| | 家電量販店（営業担当） | ・来客数が下落しており、前年水準の売上を維持できるか不安が残る。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・エコカー購入補助金制度終了後、業況は悪くなる。 | |
| | 乗用車販売店（役員） | ・エコカー購入補助金制度の終了後、売上は確実に下落する。たちまち急には落ちず、12月頃に大きな下落があると予想する。 | |
| | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・今年は異常に暑いので、ビール、飲料水がよく売れている。しかし、暑さが落ち着くと販売は低下する。 | |
| | 都市型ホテル（経営者） | ・先行きの予約状況は良くない。また、政局が不安定なため、消費はまた低迷するのではないかと考える。 | |
| | 旅行代理店（支店長） | ・引き続き円高が進めば、目先の海外旅行の需要は好調に推移すると思われる。しかし、その反面、輸出産業への悪影響による景気の後退が心配である。そうなると、団体・出張需要の低下が懸念される。 | |
| | 観光名所（職員） | ・急激な円高によって、外国からの観光客が減少している。 | |
| | 美容室（経営者） | ・現在の円高・株価下落の傾向が改善されなければ閉塞感は続き、その結果、消費動向も抑えられてしまう。 | |
| | 悪くなる | スーパー（人事） | ・業界内では、業務提携、連携など、強者がますます力をつけようとしており、中小小売業者にとってプラス要因がない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・円高により企業の業績が圧迫され、従業員の給料が増えていない。このため買い控えが予想される。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・9月まで前倒して販売しているため、その反動で、10月以降の販売に大きな不安がある。しかも、販売量の落ち込みへの対策は今のところない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・エコカー購入補助金制度が9月末で終了するため、10月以降の新車販売は、反動により大幅に減少することが予想される。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・エコカー購入補助金制度により、需要の先取りをしている。 |
| | | 競艇場（職員） | ・9月半ばより、施設改善工事が本格化するため1か月以上休催する。そのため、大幅な売上減少は避けられない。 |
| | | 設計事務所（職員） | ・今後、公共投資が持ち直すことは望めず、企業・家計では、なお一層経費削減が進む。特に、住宅ローンを組んでいる家計や、就学児を有する家計で、顕著となる。 |
| 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） | ・取引先の業況は非常に良い。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・受注価格は依然として値下げ要求が続いているが、年末に向かい、受注量が増加してくるものと思われる。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・ここまで不安感が大きいと、企業は本気にならざるを得なくなる。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（従業員） | ・円高で、原材料の輸入面ではメリットが出てくるが、国内市場の活性化には繋がらない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・国内設備投資及び海外からの受注も好転の兆しがみえない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・企業努力を続けていることから、受注は一定して伸びているが、飛び抜けて多くはない。 |
| | | 通信業（部長） | ・受注が増加しても、価格面の競合が一層厳しくなっているため、利益は増加しない。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・法人、個人客とも、新たに設備投資等をすることに躊躇している。同業者や取引先から話を聞いても、相変わらず先行きの分からない状況が続いている。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・一部の大型ショッピングセンター以外は、消費低迷により広告費を削減している。また、自動車関係の広告は一時的に増えたが、エコカー購入補助金制度が9月末で終了予定のため、先行きは不透明である。 |
| | やや悪くなる | 鉄鋼業（総務・人事統括） | ・円高の恩恵により、輸入原料価格が安いことから収益面は堅調に推移してきた。しかし、今後は販売先から値下げ圧力が増すであろう。また、エコカー購入補助金制度が9月末で終了するため、収益面の悪化も懸念される。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・急激な円高により、輸出産業の競争力低下が懸念される。 |

| | | | |
|----------|----------------|--|---|
| | | 輸送業（支店長） | ・同業他社との競合が増加傾向にあることから、全体の輸送量（生産数量）は減少傾向にあると考える。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・全体の景気が上向き、個人消費、支出が増加するという声が聞こえてこない。 |
| | | 公認会計士 | ・関与先社長との話のなかで、「最近、銀行からの借入れがスムーズにいかない」という話題が多くなっている。なかには、「借金の返済を迫られている」という話も聞く。資金繰り面を心配しているためか、不動産等の動きは止まっている。 |
| | 悪くなる | 建設業（総務担当） | ・競争がますます激化している。赤字覚悟でも受注量を確保するか、それとも利益を確保するかのジレンマが続く。 |
| 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） | ・民間企業の採用意欲が昨年に比べ改善傾向である。新卒・中途採用ともに、就職サイト掲載企業が昨年より増加するであろう。 |
| | | 求人情報誌製作会社（従業員） | ・前年同期と比較して、求人数が増加している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・8月の月間有効求人倍率は、7月より0.03ポイント上回った。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（営業部長） | ・円高による経済的ダメージが懸念されるため、求人数が停滞傾向にある。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・病院と一部の葬儀社は忙しいが、それ以外は先行き不透明である。エコカー購入補助金制度が終了するため、カーディーラーの動向が特に不透明である。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・政府の経済対策の効果がどの程度現れるものか、現在の状況では判断できない。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・正社員の求人が不足しており、就職動向に変化はない。 | |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・採用活動を終了する企業もでてきており、新卒求職者にとって厳しい状況が続いている。 | |
| | やや悪くなる | 民間職業紹介機関（所長） | ・公共事業がかなり減少してきており、業種を問わず影響が出てきている。公共事業が減少した分を民需でカバーしようとしている企業が多いが、うまくいっていない。 |
| | 悪くなる | - | - |