

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	一般小売店〔菓子〕 （総務担当）	・年末の特需を期待している。
		コンビニ（店長）	・ほぼすべてのカテゴリーで前年を上回っており、たばこの売上減を補っている。たばこと飲料の組み合わせは減少しているが、値段が少々高くても良い物は客に受け入れられている。
		衣料品専門店（経営者）	・今までは車や家電等に需要が取られていたが、これから気温が低くなることもあり、衣料品にも目を向けてくれるものと期待している。
		通信会社（管理担当）	・スマートフォンのラインナップが順次、販売開始される。
		観光名所（職員）	・NHK大河ドラマの影響で、今後さらに観光客数が増えると思込まれる。
	変わらない	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・今が底だと感じるものの、今後、2～3か月のうちに景気が浮揚する要素も見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・10月と比較し、婦人衣料品に動きがあり、食料品についても購入単価が上がっている。全般に、レディス関連商品に動きが見られるものの、紳士用品及びブランド商品や高額品は低調である。お歳暮の前哨戦は前年並みを確保し、比較的好調に推移している。
		百貨店（営業担当）	・現在の経済状況では先行きが見えない。
		百貨店（販売促進担当）	・セール時期に入るので客単価が下がるとともに、購入数は増える見込みがない。
		スーパー（店長）	・家電エコポイントが変更されることや、エコカー購入補助金制度が終了したことにより、その分が食料品の消費に回ってくることを期待する。
		スーパー（財務担当）	・政策、地域での経済環境など大きな変化はない。
		スーパー（企画・営業担当）	・今冬は厳しい寒さが予想されており、衣料品・住関連品は引き続き順調に推移する。食料品についても、気温が低くなることや昨今の巣ごもり傾向から、年末年始など家で過ごす機会が増えると思われ、例年以上に順調に推移する。
		コンビニ（総務）	・今後良くなる要因が見当たらず、消費喚起へはつながらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・依然として節約志向が強い。客との会話でも先行きに対する不安が大きく、消費マインドの低下が窺える。
		衣料品専門店（副店長）	・春先は新商品が入荷されるため、売上が増加する時期であるが、客単価は低下すると思われ、売上金額は総じて変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度に代わる別の施策がない限り、変わらない。
		乗用車販売店（役員）	・円高は少し落ち着いたが、経済対策が決定していない状況で、企業業績は不透明である。個人の購買意欲も減退していることから、今後すぐに景気が良くなる見込みはない。ただし、12月はボーナス時期でもあり、やや期待している。
		一般レストラン（経営者）	・12月にボーナスが支給されても、当地域では決して楽観視できない状況にある。12月以降も競合店の出店が予定されており、競争の度合いはさらに激しくなる。
		その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	・外食支出を減らす傾向は、今後も続く。
		観光型旅館（経営者）	・今の経済状態や景気状態からみて大きな動きはなく、3か月程度では変わらない。
旅行代理店（支店長）	・円高による海外旅行の増加は見受けられるが、朝鮮半島情勢、中国との外交問題、ヨーロッパにおけるストの影響など、先行きの見通しは暗い。		
タクシー運転手	・例年、年が明けると売上が落ち込む。冬場は寒いから稼働率があがるという考えも、今はあまり通用しない。ますます夜も外出しなくなると思われる。		
タクシー運転手	・全体的に、今年は低迷している。節約志向で、使えるお金がなくなっていると感じる。		
通信会社（企画）	・特に大きな変動要因がなく、変わらない。		
通信会社（支店長）	・景気が改善されそうにない状況であることから、大幅な販売拡大も望めそうにない。		
美容室（経営者）	・新規客が少なく、ほとんどが固定客であり大きな変化はない。		

やや悪くなる	商店街（代表者）	・労働力人口の減少、少子高齢化による消費減少など、日本経済の将来性に明るい見通しが全くない。	
	商店街（代表者）	・エコカー購入補助金制度の終了や、家電エコポイントも変更され、消費は減少傾向になる。	
	商店街（代表者）	・博覧会「龍馬であい博」も1月の中旬で終わるということで、観光客の入りも減ると思われる。今まで観光業界がにぎやかで、商店街にも結構流れていたが、流れが無くなる。加えて、暖冬等になれば、年末年始の商戦は厳しい状態になると思われる。	
	一般小売店〔乾物〕（店員）	・仕入価格が上昇しているものの、売値に転化することもできない。売上が伸びず、不安である。	
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・年末年始は歳暮や忘・新年会など、本来かき入れ時であるが、政治経済が不安定な現状では、消費者の財布のひもは固く、停滞状況から脱出できそうにない。	
	スーパー（統括担当）	・家電エコポイント制度の改定等で、ますます消費する意欲が低下し、更に悪くなる。	
	スーパー（人事）	・家電エコポイント制度改定に伴う前倒し購入も終え、将来的な消費不安が解消されておらず、上向きの要素がない。	
	家電量販店（店長）	・12月以降の家電エコポイント変更や、薄型テレビの在庫調整の状態を踏まえると、2、3か月後の業績は落ちると予測する。	
	家電量販店（営業担当）	・家電エコポイントの改定で売行きは低下するものの、まだテレビに関しては需要が残っていると思われる。しかし、これまでのようには期待はできない。	
	乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度終了後の施策もなく、先行き不透明感が残る。景気が良くなる要因が見当たらない。	
	ゴルフ場（従業員）	・来客数減少に加えて、単価も落ちている。周辺は値引き合戦をしており、ますます厳しくなる。予約状況も前年より悪い。	
	競艇場（職員）	・年末年始、特に正月レースでは顧客の財布のひもも緩む傾向にあるため、工事による仮設スタンド営業を加味しても、若干の売上増加を見込む。しかし、最近の傾向からも一過性に終わり、景気が上向くまではいかない。	
設計事務所（職員）	・補正予算に期待していたが、従来型の事業は少なく、受注増は見込めない。地方の建設関連業はより厳しい状況に置かれる。		
悪くなる	スーパー（店長）	・高知県では今年、NHK大河ドラマの影響による経済効果があった。来年以降を心配している。	
	衣料品専門店（経営者）	・たちまち景気を刺激する良い材料がない。	
	家電量販店（店員）	・家電エコポイント制度改定前の好況は、いわば例年のボーナス商戦需要を前倒ししただけであり、改定以降は来客数の大幅減少が予想される。	
	乗用車販売店（従業員）	・新車購入補助金の終了後、予想以上の反動で新車市場は大幅に落ち込んでいる。	
	乗用車販売店（営業担当）	・車両購入目的で来店される客が激減しており、全く予想がつかない。	
	住関連専門店（経営者）	・政策効果により自動車や家電製品に消費が向いており、我々の業界は厳しい。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・年末・年始を控え、長い節約生活の疲れもあって、各販売店、サービス業も個人消費拡大施策の成功例を活用し、生き残りを図っていることなどから、景気は昨年より良い方向に向かう。周辺でもその傾向がみえてきている。
		不動産業（経営者）	・夏から秋にかけて非常に厳しい状況が続いていたが、最近引き合いが増えている。同業者でも同様の傾向がみられ、以前に比べて動きが出てきている。
変わらない	農林水産業（総務担当）	・消費者の低価格志向は変わらない。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後、更に売上が下がれば、やっていけなくなる。景気刺激策を求めたい。販促用から他の方向に変えていくよう努力したい。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・一部の機種で生産が持ち直しつつあるが、海外も含め全体的には依然として厳しい状況が想定される。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・円高による採算性の悪化と、欧米市場の消費低迷が依然として継続している。	
	建設業（経営者）	・公共事業の発注予定も少なく、民間工事も少ない状態が続く。	

		<p>通信業（部長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年度末を控え今年度業績を見極めているなかでは、新規投資への慎重な姿勢が継続する。新規案件も細っているなか、価格競争もさらに厳しく、利益貢献度も低下している。このような状況下では、自らの支出も抑制傾向が継続される。 <p>広告代理店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家電エコポイント減少により消費低迷が予測される。自動車関連を含めて、得意先の広告費削減が続く見込みである。また価格競争も依然として厳しい。 <p>広告代理店（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年度末に向けて、短期的な仕事の増加は見込むものの、前年より良くなる要素は無い。 <p>公認会計士</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景気の先行きがまだまだ読めない、とする経営者が非常に増えており、円高とデフレを非常に気にしている。
	やや悪くなる	<p>食料品製造業（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社内において景気刺激策・景気回復に繋がる手立てが見つからない。 <p>鉄鋼業（総務部長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・船舶関係の受注は安定的に見込める一方で、産業用機械関連の主要受注先は、円高の影響で競合先のドイツメーカーに奪われ、当社への受注は見込めない状況にある。 <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大きな案件について、見積を出しても全く数字が合わない。客からの指定を受けても採算が取れない案件も多い。 <p>建設業（総務担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当面、受注量が増える要因がなく、生き残りをかけて我慢の経営を強いられている。政府の金融支援がなければ、支えきれない企業が増えてくる。 <p>輸送業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年末を迎え、取引先の倒産等の不安を多少感じている。また、外交面も少々不安を感じている。
	悪くなる	<p>輸送業（支店長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社の扱う原料から製造される国内製品類は、安価な海外製品に押され続けている。よって取り扱い量が今後更に減少する。
雇用 関連	良くなる	-
	やや良くなる	<p>人材派遣会社（営業部長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若年層（新卒・既卒）の就職支援サービスが活性化する。 <p>人材派遣会社（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期末に向けて求人数は一時上昇する傾向にあり、今より良くなる。 <p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小規模事業主が中心ではあるが、求人意欲の回復傾向がみられる。 <p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・月間有効求人倍率が、先月より0.04ポイント上回っている。
	変わらない	<p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内の企業形態がサービス、小売業ばかりで製造業が少なく、第一次産業も低迷している。高卒、大卒ともに就職先がない現状であり、恒常的に悪いと言わざるを得ない。 <p>学校〔大学〕（就職担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・求人数は昨年とさほど変わっていないが、希望する職種の求人は少なく、今後の見通しが立たない。昨年度は2～3月に内定した学生が多かったが、楽観できない。
	やや悪くなる	<p>求人情報誌製作会社（編集者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・緊急雇用対策の「基金訓練」は景気・雇用状況の回復や他の基金訓練の増加で、受講生は減少傾向にある。従って、企業の新卒採用と幹部候補の中途採用ニーズが回復しない限り、当社の人材採用・育成事業は、やや悪くなると想定される。 <p>求人情報誌製作会社（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・例年のことであるが、年末年始は求人数が減少する。 <p>職業安定所（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・管内の有効求人倍率は今年5月より緩やかな上昇カーブを描いていたものの、10月をピークに下降傾向となっている。
	悪くなる	<p>民間職業紹介機関（所長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年度末を控えて資金繰りが厳しくなっている企業もあり、今後、リストラの一環として希望退職・早期退職制度の導入を考えている企業も見受けられる。景気が上向いているとは感じられない。