

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	コンビニ（店長）	・商品不足が解消されるにつれ、売上は回復している。売場が通常に戻ることで、客は安心して普通の生活に戻れる。 ・自粛ムードは徐々に解けてきている。震災の復興需要も期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・エコポイント制度終了の反動で、4月のテレビの売上実績は悪かった。しかし今後は、地上デジタル放送移行に伴い、テレビの売上は上昇してくる。
		家電量販店（店長）	・メーカーの生産見通しが7～8割は立ってきた。
		乗用車販売店（営業担当）	・暖かくなるとビール等水物が売れてくるため、売上は増加する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・自粛ムードも底を付いた感がある。有名テーマパークの営業再開や、政府の国内旅行需要喚起政策に期待をしている。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月先は、東日本大震災による自粛ムードが緩和され、状況は良くなるであろう。予約状況をみても、いったん止まっていた予約が徐々に戻りつつある。
		ゴルフ場（従業員）	・住宅取得の前倒しが発生する。
		住宅販売会社（従業員）	・地元商店街が綺麗になったため、少しは活気が出ると思う。
	変わらない	商店街（代表者）	・自粛ムードは払拭されると思うが、ビールメーカーからの商品供給が不安定なので楽観視はしていない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・東日本大震災に伴う消費低迷のため、居酒屋やスナックなどで閉店した店もある。しかし、自粛ムードは収まりつつあり、人の動きも消費も活発になるであろう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・婦人プレタ服、紳士スーツ及びネクタイ等のビジネス関連、寝具等が苦戦した。一方、宝飾品・美術・呉服等の高額品が前月に比べて動きがみられた。また、ファッション関連商品についても好調に推移した。
		百貨店（営業担当）	・今後、ギフト時期になってくるが、東日本大震災の影響で商品確保が難しい。また、贈答を遠慮する人も増えてくると思う。
		百貨店（販売促進担当）	・上昇傾向であるが、東日本大震災の影響が不透明である。
		スーパー（店長）	・東日本大震災後の景気の見通しが立っていない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響は弱まりつつあるが、いまだ消費は低迷している。2～3か月先は、震災からの復興度合いによると思う。
		衣料品専門店（副店長）	・客数、販売数ともに大幅に伸びる気配がない。
		家電量販店（店員）	・6月中旬頃までは、現在の状況が続くであろう。
		家電量販店（営業担当）	・年内は赤字の状態が続くと予想され、来春の決算まで持ち堪えることができるかどうか不安である。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災の影響で、自動車の生産状況は先行き不透明である。
	乗用車販売店（従業員）	・部品不足から自動車生産は低迷しており、今後もこの状態が続くであろう。東日本大震災の影響で、ユーザーの購買意欲は低下している。	
	乗用車販売店（従業員）	・当分は景気の悪い状態が続くと思う。今は、受注に力を注いで頑張るしかない。	
	乗用車販売店（役員）	・東日本大震災の影響で、2～3か月先も自粛ムードが続くであろう。	
	タクシー運転手	・国内、県内の景気状況を考えると、今後の大幅な売上拡大は望めない。	
	通信会社（支店長）	・地上デジタル放送移行を迎えるが、現状と同じ程度の引き合いしか見込めない。	
	通信会社（企画）	・耐震関係と、医療・福祉関係以外には、明るさがみえない。	
	設計事務所（所長）	・東日本大震災の復興景気より、自粛ムードが勝る可能性が高い。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災による消費マインドの低下が長期化し、地域経済にも大きな影響を及ぼす。
		商店街（代表者）	・夏物の商材が、なかなか手に入らない。このような状況では、2～3か月先も厳しい状況が予想される。
		百貨店（営業担当）	

	百貨店（売場担当）	・東日本大震災の影響は予断を許さない。また、各種景気対策が終了し、逆に増税の可能性が出てきたため、消費拡大は考えられない。	
	スーパー（店長）	・物資は徐々に戻ってきているものの、店頭での品切れ商品がまだ多数ある。品切れの解消には程遠く、売れ筋商品が欠品していることもある。また、気温の上昇も今一つであり、今後好転する要素が見当たらない。	
	スーパー（店長）	・新規競合店出店により受けた影響の反動効果が薄れており、また、東日本大震災の復興に係る様々な財政出動が消費に悪影響を及ぼすと考える。	
	スーパー（企画・営業担当）	・夏に向け、節電・節約意識が強まり、消費に大きく影響する。一方、食料品などの生活必需品については、当地区ではさほど影響はない。	
	スーパー（統括担当）	・東日本大震災の影響で、食料品・水など生活必需品の需要があったが、5月以降は徐々に落ち着いてくる。	
	スーパー（財務担当）	・東日本大震災は、しばらくの間、経済活動にマイナスの影響を与える。	
	コンビニ（総務）	・今後も、東日本大震災の影響が様々な面に出てくると思う。消費への影響は特に長く続くであろう。	
	コンビニ（商品担当）	・東日本大震災の影響が、非震災エリアにも広まりつつある。酒類・飲料・タバコ等は、需要に見合った商品の確保が困難になるであろう。	
	衣料品専門店（総務担当）	・4月の売上は前年対比で上向いているが、このところ客の消費意欲は減退している。震災の影響が足元の景気にまで広がることを懸念する。また、取引先に話を聞く限り、業績が上向いているところは少ない。	
	観光型旅館（経営者）	・4月はキャンセルが相当出た。ゴールデンウィーク以降は持ち直しを期待するが、観光業界は全体的に見通しが立っていないため、6～8月の売上は、前年比2割程度の減少と予想している。	
	タクシー運転手	・4～6月は、例年遍路客が多いが、今年は東日本大震災後にキャンセルが多くあり、例年より3～4割程度減少する見込みである。	
	競艇場（職員）	・ナイター開催やゴールデンウィークレースが予定されているが、一時的な売上の増加に留まるのではないかと懸念している。東日本大震災前の景気の停滞感が、震災後に一層強まった感があり、売上減少傾向の長期化は避けられない。	
	美容室（経営者）	・消費を控える傾向が今後も続く。	
	美容室（経営者）	・震災復興に向けた増税、子ども手当の減額、高速道路料金割引の見直しなど、消費生活に影響する話が出てきているため、節約傾向はますます強くなる。	
悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・東日本大震災直後は一時的に特需があったが、最近は品不足が頻繁に起こり、原材料費が高騰してきた。それを売値に転嫁できるかどうか心配している。	
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気の悪化から、消費者の財布のひもがますます固くなるであろう。ビールの生産工場が被災し、商品の供給が難しくなっており、夏に向け心配である。	
	スーパー（人事）	・放射線汚染は長期化する懸念があり、消費マインドに影響を及ぼす。たばこやビールは、製造に支障をきたしており、欠品も出ている。震災以前の状況には簡単に戻りそうにない。	
	衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で、購買意欲が低下している。	
	住関連専門店（経営者）	・東日本大震災による直接的な影響はないが、買い控えムードがあるため、販売量が伸び悩んでいる。	
	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・東日本大震災の影響がまだ続くと思う。	
	都市型ホテル（経営者）	・今後、人の動きは出てくると思うが、原子力発電所の問題が完全に収まらないことには、人が自由に動けないし、ビジネス活動にも制約がかかる。	
	設計事務所（職員）	・年度当初予算では、公共事業は大きく低下する予定であったが、東日本大震災により、更に5%の減額が見込まれている。建設関連事業においても、受注確保が一段と難しくなってきたおり、さらに、価格競争による低価格受注が増え、利益を確保し難い状況である。	
企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・3～4月は、東日本大震災の影響から、資材不足が目立ったが、現在、受注は好調に推移している。6～7月は、景気が回復し始め、7月以降は完全に立ち直ってくると思う。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・今後、部品メーカーの生産体制が整うものと思われるため、生産活動は徐々に正常化してくる。

	広告代理店（経営者）	・自動車の生産再開により、得意先の販売広告は回復が見込まれる。また、大手流通得意先の四国エリアへの新店計画も決定している。	
変わらない	農林水産業（総務担当）	・東日本大震災後の自粛ムードの解消や、原子力発電所事故の収束の見通しが立たない。	
	繊維工業（経営者）	・消費者は、不要不急のものは購入しないが、日用雑貨で良いものがあれば購入している。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・資材関係では、ナフサを使った商品や薬品が出てきたが、思うように生産・販売ができないのではないかと心配している。	
	鉄鋼業（総務部長）	・生産能力面から、震災による特需への納期対応が精一杯であり、大幅な受注増は望めない。	
	建設業（経営者）	・東日本大震災の影響で、材料難、材料高が予想される。	
	通信業（総務担当）	・夏場に向け、電力消費削減の施策が想定されるため、生産活動の正常化が見込めない。	
やや悪くなる	食料品製造業（商品統括）	・国内食品業界への信頼感が揺らいでおり、生産量の減少による価格の高騰が予想される。食に対する目が厳しいものとなる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災後、震災関連の受注が入ってきているが、電気・電子関係部品、部材の調達が難しくなっている。現在の状況では、受注が全部こなせるかどうか不安である。	
	通信業（部長）	・震災の影響から商品の調達が遅れ気味で、この傾向は秋口まで続く見込みである。ただし、影響を受けないメーカーもあるため、商品の選択次第で影響を抑えることが可能である。	
	不動産業（経営者）	・東日本大震災の影響で、客の不動産に対するマインドはかなり冷えている。少し落ち着くまで、不動産は動かないであろう。	
	広告代理店（経営者）	・2～3か月先も、東日本大震災の影響は大きく、予断を許さない。	
	公認会計士	・経営者の方々との話では、ホテル業界やゴルフ場でキャンセルが相次いでおり、震災の影響が色濃く出ている。また、飲食店でも客数が減少しておりし、建設業では資材不足の影響があると言う。こうした意見を総合すると、景気は一段と悪化すると考えざるを得ない。	
悪くなる	建設業（総務担当）	・東日本大震災の影響が一段落するまでは、景気の見込みは立たない。このままでは、来期以降も受注量の大幅な落ち込みが懸念される。	
	輸送業（支店長）	・東北から生産拠点や倉庫拠点を移設するとの話があるが、時間を要するものばかりである。また、保管物の移動が実施されるとしても、関西圏止まりである。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・材料の調達が困難なため、生産調整を余儀なくされている企業からの求人が見込まれる。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	・東日本大震災が求人に与えるマイナスインパクトはさほどない。
		職業安定所（職員）	・建設資材を増産するといった良い話も聞く一方で、震災の影響によるサプライチェーンの乱れ、部品の不足等の相談も受けている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・東日本大震災の影響により、採用時期を先延ばしする動きもあり、求人の動きは不透明である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業）	・人の動きが控えめになり、消費が低迷すると、さらに自粛傾向が強くなる。本当の景気低迷はもっと先になりそうである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・東日本大震災の影響が、復興モードに変わるまでは、県内製造業はまだ底の状態である。雇用は新卒、中途ともに足踏み状態であり、この状況は7月頃まで続くであろう。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・東日本大震災の影響により、求人数は減少すると見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・原子力発電所関連の賠償問題や、震災復興費用の負担のため、電気料金や税金が上がるであろうし、ガソリンの値上がりも予想される。また、製造業の立ち直りもまだだろから売上は低迷し、家計は急速に生活防衛に傾く。
		職業安定所（職員）	・3月まで減少傾向にあった雇用調整が、再び増加する懸念がある。
民間職業紹介機関（所長）		・本年度の新卒採用を前年並みか縮小する企業が多い。また、中途採用も、従来より八・ドルが高くなっており、書類選考でも、より厳しく精査する傾向にある。	
悪くなる	-		