

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・3月上旬に、商店街を舞台にした1週間のイベントが行われ、来街者数がかかなり増えた。特に、夜のイベントには、市内はもとより県内からも多くの人が集まり、かなりの消費が生まれた。にぎわいがあれば、それに比例して売上も上昇する。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客は、安くても品質の悪い商品に飽きてきたのか、最近では、高くても美味しい商品が売れるようになってきた。ただ、単価がまだ前年比を上回るほど回復していないので、はっきりと景気が回復傾向にあるとの判断も難しい。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・客単価は増加していないが、客数の伸びでカバーしているため、売上は増加している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・3月は、男女とも、インナー・アウター共に、前年に比べ、販売状況が良かった。月の下旬に、気温の低下の影響を少し受けたが、全体では、従来より好転した。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・全体的な売上のなかで、テレビの占めるウエイトが高くなっており、テレビの売上が全体の売上をけん引している。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・テレビの販売が好調である。エコポイントの制度変更に伴う駆け込み需要がおう盛で、店頭展示商品まで無くなる状態である。新入学、新社会人向け商品が重なり、配達パンク状態になるほどの売行きである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・自動車業界は3月が決算月であることと、エコカー減税や補助金制度が重なり、売上高は好調であった。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・最需要期を迎え、目標には届かないものの、前年比を上回ることができた。エコカー減税や補助金制度に加え、販売戦略として広告宣伝を拡大し、ユーザーの購買意欲を引き出した。
		その他専門店【酒】（経営者）	来客数の動き	・花見の時期というもあるが、酒類の需要が増えてきている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・道後地域全体の宿泊人数も2月によやく約15%増加するなど、愛媛県の松山を舞台としたテレビドラマの効果が出てきている。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・若年層とその家族への需要が順調に推移している。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・高額商品や、オプションチャンネルに関心を持つ人が、以前より増えている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数が前年度比20%増加した。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比較すれば、予約数は増えてきている。		
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・地元商店街の再開発事業を進めているが、部分的な完成にとどまっているため、人通りの数は大幅には増えていない。	
	一般小売店【酒類】（経営者）	販売量の動き	・年度末は、歓送迎会や花見の時期になるが、業務店の予約状況を見ると、例年より低調である。	
	百貨店（営業担当）	それ以外	・前年同月に比べ、来客数は増加したが売上高は下回った。ラグジュアリー、宝飾品、紳士衣料、美術およびリビング、ダイニングが苦戦した。婦人靴および婦人衣料品が前年を確保した。	
	スーパー（店長）	単価の動き	・単価の下落と共に販売量も下落してきている傾向が続いている。安いからたくさん売れるという傾向がなくなっている。	
	スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価は回復してきたが、来客数は前年比で5%減少している。客は、特売品やポイント販売日を選んで来店している。	
	スーパー（企画担当）	それ以外	・春らしい天気にならないため、衣料品を中心に動きが悪い。しかし、付加価値の付いた安心・安全な商品に動きが出てきた。	
	スーパー（人事）	販売量の動き	・客の購買意識に変化はない。	

	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・来客数の減少により売上が引き続き減少している。デフレや競合店の増加などが複雑に絡み合っているため原因を分析することは難しいが、景気悪化による影響は外せない。
	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・販売客数、買上点数は前年以上であるが、客単価が前年比90%の水準であるため、全体では前年の売上を下回っている。価格に対する客の目がシビアなままであり、景気は依然停滞していると考える。
	衣料品専門店（副店長）	単価の動き	・引き続き、単価が低い状態である。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・リコール問題が影響するかと心配したが、影響はなかった。一方、エコカー購入補助金制度による購買意欲の向上が、限界にきたと感じる。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・不況による同業者の閉店が多い。客数が増えた気もするが、相変わらず、客単価は低いままである。
	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・個人旅行の申込件数・販売額は、前年同期に比べ9割の水準で変化していない。春休みに入り、地元観光地での人出は増えているが、近県からのマイカー利用による日帰り観光が主流である。
	タクシー運転手	単価の動き	・景気が良くならないため、利用客もタクシーを乗り控えている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・人事異動の時期であるため、歓送迎会関連の客が見込まれると思っていたが、企業の業績が厳しいためか、あまり異動もないようで、歓送迎会自体が少ない。昼も夜も活気がない状態が続いている。
	通信会社（支店長）	来客数の動き	・来客数は、横ばいの状態が続いている。客は、購入価格と家計費との比較検討はするが、購入には至らないことが多い。
	美容室（経営者）	単価の動き	・卒業シーズンであったため来客数は増えたが、依然、客単価が低く抑えられている。
	設計事務所（所長）	販売量の動き	・民間の住宅建築が相変わらず弱い。
	設計事務所（職員）	競争相手の様子	・同業者の多くは、仕事量の減少により、今後、新規採用の中止、定期昇給の凍結、機器の更新中止を予定している。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・公示価格を見ても、商業地の下落に歯止めが掛からない。政局の混乱も含め、消費状況が好転する要素がない。
	一般小売店〔乾物〕（店員）	来客数の動き	・当社の小売店舗は百貨店の中にあるため、百貨店の業績が良くなると業況は良くなる。
	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末だが大口外商先の予算削減が影響し、外商売上が落ちている。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・リビング用品は新生活準備による品ぞろえ需要があったため、前年並みの売上があった。一方、繊維部門は日々の気温の変化に販売商品が対応できず、販売数・売上高共に前年を下回った。また、毎回好評を得ている北海道物産展を実施したが、集客アップになるものの、売上に繋がらず、品ぞろえの再選定が今後の課題になった。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・美術品や呉服などの高額品が低調であり、ギフトも良くない。バーゲンでも購入単価は下がっており、客の購買意欲は下がっている。
	コンビニ（総務）	来客数の動き	・2月までは、来客数は前年割れのまま、横ばいで推移していたが、3月は前年比の減少率がより悪化した。
	乗用車販売店（役員）	競争相手の様子	・3月は、車の受注が少し落ちてきた。また、来客数が2月より減少してきている。同業他社にもそのような傾向が顕著にうかがえる。
	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・競合店乱立の影響から、客は、より価格の安い店へ渡り歩いている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・12月と比べて、3月の客の動向は良くない。客数、客単価共に減少している。
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は前年と比べ大幅に減少している。平日、週末共に予約率が非常に少なくなっている。
	競艇場（職員）	販売量の動き	・3月は一般レースのみの開催月ということもあって、売上は伸び悩んだ。3か月前比で3%増加だったが、前月比で7%減少、前年比で23%減少というデータから見ても好転しているとは言えない。

	悪く なっている	商店街（代表者） 百貨店（営業担当） その他飲食 〔ファースト フード〕（経営者）	お客様の様子 単価の動き お客様の様子	・3月は、客数、単価共に前年比の増減率が悪化した。 ・来客数は悪化、単価は横ばい傾向である。 ・来客数、客単価共に下落傾向にある。
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	繊維工業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 建設業（総務担当） 通信業（部長） 通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き それ以外	・2月までは、発注量が活発ではなかったが、3月は増加している。少し景気が上向きになっているように感じる。 ・例年と比べ、今年の年度末は、官公庁、学校関係の仕事を含めて仕事が非常に増えた。 ・民間工事の引き合いが徐々に増えてきている。受注の減少、手持工事の落ち込みに歯止めがかかっており、最悪期は脱したとみられる。 ・依然、新規受注案件に対する企業側サイドの経営判断は慎重であるものの、経費削減効果が見える案件については一歩踏み出す動きが生まれてきた。 ・大型スーパーのマネージャーの話によると、客の購買行動は、「商品個別に購入目標価格を決め、その値に少しでも近づけば購入する」パターンと、「安全・趣味関連の商品」は高額でも購入するというパターンの二極化が定着しているという。全体として、個人消費の厳しい状況は続いているが、「地産地消」「顔の見える商品」などの特別コーナーは、値段は少し高くても、早く確実に売れており、個人消費が上向き傾向になってきている事を強く感じるという。
	変わらない	食料品製造業（従業員） パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） 一般機械器具製造業（経理担当） 建設業（経営者） 輸送業（社員） 金融業（融資担当） 不動産業（経営者） 広告代理店（経営者） 公認会計士	受注価格や販売価格の動き 受注量や販売量の動き 受注価格や販売価格の動き 受注価格や販売価格の動き 取引先の様子 取引先の様子 取引先の様子 受注価格や販売価格の動き 取引先の様子	・受注価格はまだ低迷状態が続いている。 ・資材関係の価格が上昇してきているのに、小売店からの値下げ要請が強く、販売価格の修正ができない。 ・海外勢との価格競争が厳しくなっている。 ・仕事が取れても利益が出る工事が非常に少ない。 ・国際貨物の動きが鈍い。設備関係も依然動きが見受けられない。製紙会社の出荷数量も増加傾向となっていない。 ・景気低迷が長引いており、資金繰り面が厳しくなっている。 ・四国の不動産業は大変厳しい状況にある。民間企業は、先行きが見えないことから、不動産の売り買いを行おうというマインドが全くない。 ・印刷物の受注は、数量的に例年水準を確保しているが、受注価格が下落している。一方、資材・補材価格は下がっているものがほぼないという状況であり、利益が圧迫される状態が続いている。 ・3月の担当企業の決算書、試算表を見ると、前年比で横ばいの企業が増えてきている。景気は、悪いながらも底を打っていると考える。
	やや悪く なっている	-	-	-
	悪く なっている	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・年度末を迎えて販売先各社が在庫を減らしている。建築着工数も3～4月は芳しくない。
雇用 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	職業安定所（職員）	それ以外	・2月の月間有効求人倍率は、0.59倍で、3か月前より0.05ポイント上回っている。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・観光客が順調に推移している。土佐・龍馬であい博の来場者数が、予測よりかなり早く10万人に達した。宿泊施設等は潤っている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比で7.9%増、162人増となった。子ども手当による塾生増加を見込む学習塾の200人ものパート大量求人が影響した。一方で、正社員求人は2月にはついに4割を切ってしまい、安定的就職がますます難しくなってきた。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整を行う企業数に変化はない。
	民間職業紹介機関（所長）	雇用形態の様子	・新年度の採用は欠員補充に留める企業が多い。また採用にあたって費用をかけたくないという傾向が強いことから、民間の有料紹介事業者を使用せず、ハロワーク等の公共の機関を通して募集活動を行う企業が増えてきている。
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・中途採用ニーズの低迷が続き、特に幹部候補の採用など、レベルの高い人材の募集ニーズが減少している。また、厳しい環境の中でも行政主催の就職セミナーに参加する企業があるが、求職者の方が意識が低く、結果として採用につながっていない。
悪くなっている	-	-	-