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	一般小売店［書籍］（営業担当）	販売量の動き	・単価の高いコンサートチケットがよく売れた。外商についても、前年比を大きく上回っている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・節分イベントによる消費増加や、家電エコポイント交換の効果により、来店客数は前年比で増加している。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・主婦層の来店客数が回復している。プライベートブランドよりナショナルブランドが動き始めている。現業系客のまとめ買いが増えており、特に主力の飲料が回復している。たばこ値上げの影響も、ほぼ値上げ前の水準に回復している。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・売上について、３か月前は前年比67%であったが、２月では前年比96%と、ほぼ回復している。平均客単価についても、前年比105%の16,400円と上昇している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活需要に下支えされ、販売量は増加している。
		乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・エコカー購入補助金制度の終了による影響は一段落してきている。来店客は増加しており、少し良くなっている。
		その他専門店［酒］（経営者）	来客数の動き	・２月末になって少し暖かくなってきたため、客の動きが良くなっている。
		通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額なサービスの引き合いが堅調である。アナログ放送終了との関連もあると思われる。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・気候が少し良くなりつつあるものの、購買力への影響はさほどない。
		一般小売店［生花］（経営者）	来客数の動き	・送別、卒業シーズンとなり、常連客からの予約も入り始めた。単価は例年程度かもしくは、やや安い傾向にある。単価が同じでも個数を減らしている。質より量で、安くても豪華に大きく見える商品の注文が多い。
		一般小売店［酒類］（経営者）	販売量の動き	・微減傾向が続いている。底が見えない。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・来客数、売上高共に前年実績を確保した。リビング及び食品類が好調に推移したが、呉服・美術及び宝飾品等が苦戦した。ファッション関連商品では、前年を若干下回った。バレンタイン商戦では前年を上回った。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年比ほぼ同水準であった。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・繊維・非繊維共に、２月中旬の雪の影響で客数が少なく、売上は前年割れした。ただし食品については、物産展・お取り寄せスイーツの効果もあり、１月に引き続き好調となっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は上昇のないまま推移している。野菜などが、再び値上がり傾向にあり、買い控えしていることも原因とみられる。肉類販売は、輸入物が増えている。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・今年に入り、来客数は持ち直しているが、昨年大幅に減少していたことを考慮すると、直ちに回復したとは言えない。
		スーパー（企画・営業担当）	来客数の動き	・来客数、客単価共に、食料品を中心に前年同月比で回復基調が続いており、底打ち感はある。
		スーパー（財務担当）	単価の動き	・客単価は、前年比で若干上昇している。ただし一品、二品の増加であり、消費全体が上向いている実感はない。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数は１月に引き続いて２月も前年割れしている。
		衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・例年２月は端境期であるが、前年比で客単価、来客数共に減少している。１人あたりの購入点数も減少しており、依然節約志向が伺える。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数は、昨年末から変化があまりない。エコカー購入補助金制度終了以降の低迷が続いている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度による需要先取りのため、低水準が続いている。

		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・客の購買意欲は冷えきっている。お買得車を提案しても反応が悪い。週末のフェアについても、来客数が減少している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・入場者数は前年比１％の増加であり、ほぼ横ばいである。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・３か月前と比較すると非常に悪い。しかしながら、前年同月比では同水準である。予約状況も、低水準ではあるが前年比で大きな変化はない。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・２月の売上は、３連休が天候不順になったことも重なり、前月比で24%、前年比で33%減少したが、３か月前比では４％減少にとどまっている。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・昨年12月の商店街の通行量が発表された。平日、日曜日共に前年比で上昇しており、底打ちとも言える。しかし、ピークと比較すると４～５割落ちており、構造的に郊外店へ流出している傾向は変わらない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・顧客の動きが鈍く、客単価も若干ながら低下している。
		一般小売店［乾物］（店員）	来客数の動き	・天候不順もあり、来客が少ない。
		一般小売店［酒］（販売担当）	販売量の動き	・ここ数か月、低水準で推移している。地方は消費者の財布のひもが固く、価格を比較して底値で買い走る傾向にある。大手量販店に押され、一般小売業は太刀打ちできない状況にある。
		衣料品専門店（副店長）	来客数の動き	・２月は例年落ち込む時期であることを加味しても、特に今年は厳しい。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・テレビの売れ行きが以前に比べ落ち込んでおり、また他の商品についても予想以上に悪くなっている。特に、生活必需品の買い控えが多い。新生活シーズンに入るが、例年に比べて動きが鈍いと感じる。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宿泊、宴会共に、少し落ち込んでいる。消費の低迷が、旅行という贅沢な商品に影響している。特に、地方は景気回復が遅行している。低迷というより、むしろ景気は悪化傾向の感がある。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内・海外共に個人旅行は、寒さの影響で全体的に動きが鈍い状況である。
		タクシー運転手	お客様の様子	・昨年はＮＨＫ大河ドラマの影響もあり、県外からの観光客の入込みは多かった。今年に入ってから、減少気味である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・卒業式シーズンに伴い、卒業に関係する客単価は高い。しかし、それ以外の客は、来店頻度を減らし、節約志向に動いているのが顕著である。
		設計事務所（所長）	それ以外	・取引のある関連業者が何軒か倒産した。
		設計事務所（職員）	販売量の動き	・補正予算による公共事業量増加も期待はずれとなった。手持ちの仕事量が減り続けるなか、受注確保のため低価格競争で利益率も低下している。年度末納期を控え超繁忙期ではあるが、明るい材料はなく、不況感が高まっている。
	悪くなっている	タクシー運転手	来客数の動き	・２月は毎年良くない時期であるが、13年間のタクシー営業のなかでも売上は最低記録となった。夜、飲みに出る人も本当に少ない。
企業動向関連	良くなっている	－	－	－
	やや良くなっている	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注は順調に伸びている。120%の生産体制にあった昨年後半と比較すると若干生産量は落ちているものの、現在も100%操業を維持している。
		通信業（営業担当）	それ以外	・スーパーのマネージャーからは、地産地消の商品など、値段は高くても安全、安心な商品の売行きは良いとの声を聞く。
		通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・受注量は増加しているものの、価格競争は依然として厳しい。しかし、良い提案に対する反応はみられるようになってきている。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・３か月前の住居用案件は、非常に厳しい状況であった。しかしここにきて、やや動きが出てきている状況である。
		公認会計士	取引先の様子	・顧客の決算や試算表について３か月前と比較すると、若干、赤字額が減ってきている企業も増えているが、黒字転換にはまだまだである。売上減少に慣れてきている感がある。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	原材料価格が上昇する一方で、売価は据え置かれているため、中間的な利益は減っている。

		繊維工業（経営者）	取引先の様子	・原材料の綿糸価格が高騰しており、当社は３月から一部商品を値上げする。そのため、値上げ前の駆け込み受注により２月の売上額は上がっているものの、市況は良いとは言えない。原油や食料品など、価格全体が値上げ傾向にあり、消費が冷え込む恐れもある。
		木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅着工が、昨年９月から随分と良くなっている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末受注の反動や、１、２月は営業日数が少ないことから、受注量が落ち込んでいる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・取引先が積極的に設備投資をするには至っておらず、受注・販売に苦慮している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず受注は伸びず、無理に受注してもほとんど利益が出ない。
		広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・年度末ということもあり、商材は十二分に動いている。ただし単価は厳しく、収益面は厳しい。
	やや悪くなっている	農林水産業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・流通在庫が残存しており、供給過多気味のため受注量が低調である。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・マンションの見積依頼が数件あるものの、鋼材値上がりの価格転嫁に苦慮している。厳しい受注競争のなか、赤字覚悟で受注するか、見送るかの判断が難しい。
	悪くなっている	輸送業（統括）	競争相手の様子	・原油高騰のなかで、値下げ競争で客を獲得している。
		輸送業（支店長）	取引先の様子	・荷主の販売不振による生産調整が昨年10月から続いており、回復が見られない。
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	・１月の有効求人倍率は0.77倍で、３か月前より0.14ポイント上回った。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は、緩やかながらも上昇傾向にある。従来からの求人に加えて、このところなかった事業主からの求人も見られる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・小規模事業主を中心に求人意欲が高まっており、有効求人倍率はバブル期に匹敵する。
		学校［大学］（就職担当）	求職者数の動き	・既卒者トライアル雇用や若年者等トライアル雇用での求人が増加しており、それに伴う内定者もここにきて増加してきている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は増加しているが、退職者も増えている。
		人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・今年に入り、景気は落ち着きを見せている。季節的にも従業員の入れ替わりが少ないため、求人数にあまり変化が見られない。しかし、看護士、保険営業、コールセンターなどの業種で人材不足が顕著である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・国家予算による緊急人材育成支援事業が好調である。第３期目が、３月から43名の受講者で開始される。一つの専門知識習得よりも、ビジネスマナーから幅広く学べる内容が好評の要因である。１期生52名は就職率80％を達成している。
		新聞社［求人広告］（担当者）	周辺企業の様子	・新規出店の広告が６件あり、この３か月間、全くなかったことを考えると良好である。各種団体も期末に向けて出稿が増えている。ただし、一般小売業は相変わらず低迷しており、特に地元の苦戦が続いている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業部長）	それ以外	労働者派遣法における専門26業務の適正化や労働者派遣法改正の迷走により、企業の派遣離れが進んでいる。
		民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・２～３月にかけて従業員を削減しようとする話を企業担当者から聞く。全般的に人余り感があり、採用意欲は減退している。
	悪くなっている	―	―	―