

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	百貨店（営業担当）	単価の動き	・宝飾品などの高額商品が増えてきている。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・11月は、来客数及び売上高共に前年を上回った。雑貨類などのファッション関連商品、高感度ファッションの婦人紳士衣料品、ラグジュアリー商品群、リビング用品及び呉服、美術、宝飾品等が好調に推移した。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前年の値上げにより、販売量が大きく減少したタバコの売上が順調に回復している。また、気温の急激な低下により、冬物商材の動きが好調である。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・宴会等はさほど増加していない。宿泊客は、販売戦略の効果により前年比10%近く増加しており、旅行そのものが冷え込んでいるわけではないと感じる。
	タクシー運転手	お客様の様子	・数字上では前年比でやや良くなっているものの、実際には客から、収入面で余裕が無く、飲食の頻度が少ないなどの声を聞く。	
変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月は寒い日が続いたこともあり、平日の通行量が少なかった。しかし、土日は観光客を含めて来街客が多く、秋物、冬物の出足もまずまずであり、商店街は全体的に賑わっている。	
		来客数の動き	・消費者に活気が感じられない。	
	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売上の落ち込み分を外商売上でカバーしたことで、前年水準まで戻した。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量の減少に加えて、一時高騰していた野菜などの単価が大きく下落してきており、客単価も低下している。	
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・競合店の影響により来店客数が減少している。特に、ナショナルブランドの加工食品の売上が減少している。	
	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・競合出店等による影響で来店客数、売上は若干下回るものの、ほぼ前年並みであり大きな変化はない。	
	スーパー（企画・営業担当）	来客数の動き	・11月前半は暖かかったため、衣料品の動きが非常に悪かった。後半の冷え込みで持ち直したものの、取り戻すまでには至らなかった。食料品はまずまずであった。	
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・客数に目立った変化はないが、客単価、売上共に増加しており、客の購買意欲は低くない。タバコの値上げ分を買い控える傾向も脱している。	
	コンビニ（総務）	来客数の動き	・天候や気温に左右されながらも、総じて来店客数に変化はない。	
	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・11月は週末の天候が悪くて温暖であったため、コートやジャケット等の高単価商品の動きが悪く、売上を押し下げた。月後半には気温の低下に伴い、売上が回復してきたが、全体としては低調である。	
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・11月の販売実績は、前月の受注残により前年比162.8%であった。一方、受注量は、エコカー購入補助金制度終了で大幅に落ち込んだ前年と比べても109%と振るわなかった。	
	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内旅行は、前月より増加していない。また、海外旅行についても、円高の効果が薄れたせい11月に入ってから頭打ちの状況である。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・11月も引き続き、昼夜問わず暇である。また、お遍路客数も、この2、3か月に変化が無い。	
	設計事務所（職員）	販売量の動き	・国、県、市町村のいずれも公共事業が減少している。特に、地元企業の主たる発注先である県、市町村の減少が大きく、発注量、受注量ともに前年より2割以上減少している。2次補正予算も期待外れであった。	
やや悪く なっている	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・病院開院によるお祝商品の注文が多かった。一方で、普段使いの商品の出が悪い。	
	一般小売店〔菓子〕（総務担当）	来客数の動き	・近県に大型商業施設が開業したため、商圈が変化した。	
	スーパー（店長）	来客数の動き	・安売りにも客が反応しない。最近では更に、ディスカウント店とスーパーで客が分離されつつある。	

	スーパー（人事）	販売量の動き	・暖かい気候がマイナス要因となっている。また、年末年始を控えて、やや消費を抑制しているように感じられる。	
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年、11月はアウターがよく売れるが、今年は暖冬で出足が厳しい。インナーその他の軽衣料は順調ながら、重衣料が足を引っ張っているため、販売量は減少している。	
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は3か月前と比べて15%低下、客単価も20%減少している。	
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・明るい兆しが全くない。来客数も購入単価も減少傾向にあり、特に販売量の減少が際立っている。	
	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・来客数が非常に減少している。地上デジタル放送移行時のテレビ特需時期の反動で、買い控えが顕著である。冷蔵庫、洗濯機など大型商品も、10月より販売数量を落としてしている。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・例年、この時期から年末にかけて販売量が落ちる。	
	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度が終了して受注が激減した前年と比較すると一見良いが、足元の景気後退により販売量は落ちてきている。タイの洪水被害や円高が非常に影響している。	
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・郊外に新しい複合商業施設が開業し、パイトの求人が全てそちらに取られてしまっている。今後は客もとられてしまうと心配している。	
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売実績が10、11月の2か月連続で、計画の8割程度と低迷している。特に11月は来店客数も伸びず、月末近くになっても変化がみられない。	
	通信会社（企画）	お客様の様子	・これまで比較的堅調であった高額商品への引き合いが、明らかに減少している。	
	通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・冬商戦期を向かえて、販売回復の兆しは徐々にみえるものの、他社の動向を考慮すると例年以上に競争が厳しい。	
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・前年と比較して非常に悪い。平日、週末共に来場者が伸びない。	
	競艇場（職員）	販売量の動き	・11月の売上は、前月比で14%減少、3か月前比で14%減少、前年比で17%減少と、いずれも落ち込んだ。	
	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店周期が伸びている。	
	悪くなっている	商店街（代表者）	競争相手の様子	・量販店の出店戦略により、百貨店やスーパーの業界再編に拍車がかかっている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・客単価の低い飲食店への販売は安定しているが、高級店では減少している。店売りは皆無に等しい。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・欧州の信用不安による景気後退を懸念し、今すぐ必要ではない高額商品の購入は控えている傾向にある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・12月に向けて来店を控える傾向が強く、来客数、客単価、売上すべて減少している。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最も受注が増加する時期であり、受注量は堅調である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・タイでの洪水の影響は、十分対応可能な範囲であり現時点では軽微である。
	変わらない	木材木製品製造業（経営者）	競争相手の様子	・東日本大震災後の復興期待感が若干薄れているようである。また、9月の台風被害や、欧州の信用不安、タイの洪水被害など、悪い要素が重なっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在は、製薬会社や電池メーカーなどからのロットの大きい受注残があるものの、今後の受注は見込めない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところ、まともな工事が受注できていない。
		建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・老人ホームや保育園など福祉関連施設の受注により、工事量は順調に確保できているが、収益面では依然厳しい。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・取引先に少し活気が感じられるようになったが、前年と比べて大きな変化は無い。
		通信業（部長）	取引先の様子	・取引先の動向から、変化は無い。

	金融業（融資担当）	取引先の様子	・東日本大震災の心理的な影響もほぼ解消し、商品購買意欲は改善傾向にある。ただ、急激な円高に対する警戒感もあり、設備投資には慎重な姿勢がみられる。
やや悪くなっている	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・円高の影響により受注量が減少している。
	輸送業（営業）	競争相手の様子	・輸配送を終えた後の空車回送便を利用して、帰路途中の物流案件を採算度外視の安価な運賃で取り込む県外業者が多くなっている。また、年末に向けて燃料コストが上昇する中、荷主から適正には程遠い安価運賃を要請され、経営は厳しい。
	広告代理店（経営者）	それ以外	・インキ、紙などの資材関係の値上げ要請が来ているが、販売価格には転嫁しにくい状況である。
	公認会計士	取引先の様子	・決算内容や試算表から、前年比で売上が減少している取引先が前月よりも増えてきている。
悪くなっている	輸送業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・荷主からのコストダウン要請が活発化していることに加えて、同業他社の攻勢も激化している。
雇用関連		-	-
良くなっている		-	-
やや良くなっている	人材派遣会社（営業）	雇用形態の様子	・正規雇用ではないものの、年末年始の繁忙期を見据えた短期雇用など、人材の需要が増加している。労働人口の増加による景気回復が見込まれる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・広告出稿は、東日本大震災の影響から抜け出し、従来水準に戻っている。住宅着工戸数は増加しているものの、住宅関連の動きはまだ弱い。自動車関連は、新型車の投入もあり11月から増加してきている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・ここ3か月は、新規求人数が増加傾向にある。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・大型店舗の出店により求人数は増加しているが、求職者とのミスマッチが多い。
やや悪くなっている	求人情報誌（営業）	求職者数の動き	・求職者数、求人数共に大きく減少している現状では、景気が悪化しているといわざるを得ない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・これまで増加傾向にあった新規求人数が減少に転じている。就職数でも、前年比15%減少となった。
	民間職業紹介機関（所長）	採用者数の動き	・新卒、中途採用を含め、前年比で採用人数が減ってきている。要因としては、先行きの不透明感、消費者の買い控え傾向が考えられる。一方、この機会に採用を増やそうとする一部製造業もある。
悪くなっている		-	-