

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（売場担当）	販売量の動き	・美術品など高額商品の動きは鈍いが、例年にない寒さの後押しで、寝具などは好調である。全般的に購買意欲が少し感じとれる。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・新規競合店の影響が一巡し、前年と比較して売上は回復基調にあり、客数も緩やかに回復してきている。生鮮食品を中心とした買上点数の回復が大きな要因である。	
		コンビニ（店長）	単価の動き	・客単価は、たばこ値上げ分を差し引いても上がっている。一時期プライベートブランドに押されていたがナショナルブランドが回復しており、品揃えを見直している。	
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・1月はバーゲン月であることに加えて気候に恵まれたことにより、販売量は前年を大きく上回っている。高額商品は低調であるものの、これを十分カバーしている。	
		通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額な引き合いも増えており、良い方向に向かっている。	
	変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・バーゲン開催中にもかかわらず、買い渋りがみられる。
			商店街（代表者）	競争相手の様子	・店舗数は増加する一方で、売上高が前年割れを起こすようなコンビニ業界の状況をみると、個人消費の長期低迷と過当競争の激化以外の何ものでもない。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・正月明けの初売りやバーゲンは、各店好調であった。しかし、成人の日を過ぎた中旬以降気候が寒くなったことで商店街の通行量は急に減り、それに伴い売上も落ち、月初の儲けを帳消しにしている。
			百貨店（営業担当）	それ以外	・前年同月に比べ、来客数、売上高共に下回った。ヤングファッション商品及びラグジュアリーブランド商品は前年並みを確保したものの、宝飾品、呉服、美術品等の高額商品が苦戦した。また、クリアランスセールについては、概ね前年並みを確保したものの、年頭商戦は前年を下回った。
			百貨店（営業担当）	単価の動き	・天候が売上に悪影響を及ぼした。
			百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・お取り寄せスイーツなどの人気商品には集客があり、売上は好調である。繊維・非繊維共に、セール品は悪い動きが続いている。
			スーパー（店長）	単価の動き	・販売量は大分上向いているが、客単価はなかなか上昇しない。
			スーパー（企画担当）	単価の動き	・当社の商品券は、エコポイント交換商品となっている。昨年11月までの家電の駆け込み購入が影響して商品券の交換件数が跳ね上がり、客単価の増加に繋がっている。
			スーパー（企画・営業担当）	来客数の動き	・寒い日が続く、衣料品等は昨年、一昨年と厳しい販売状況から比べると客数、買上点数は増加している。ただし、客単価は改善されていない。年末・年始商戦は好調であったため、明るい兆しもないわけではない。
			スーパー（人事）	来客数の動き	・1月の既存店売上は前年比2%の増加であった。11月はエコポイント改定による家電需要で消費の偏りがあったものの、その後、持ち直している。節約志向やデフレによる閉塞感から、やや我慢疲れもみられる。
			スーパー（財務担当）	単価の動き	・回復基調にはない。景気の先行き不安、社会保障等の将来不安からか、消費の回復は鈍い。
			コンビニ（総務）	来客数の動き	・12月に続き、来客数は前年割れとなっている。
			衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・バーゲン月にもかかわらず、来店数が少ない。
			衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に前年同月を下回っている。客単価も若干低下しており、依然マイナス傾向にある。気温の低下はアウトターの売上にプラス効果となるものの、気温が低すぎるとむしろ客の出足が鈍り、来店客の減少に繋がっている。
	衣料品専門店（副店長）	単価の動き	・1月はセールがメインの月であったものの、月末あたりには春物を見る客も多く、動きが読みづらい月であった。		

	家電量販店（店員）	販売量の動き	・テレビ等のエコポイント関連商品の販売量は下落しているものの、他商品を含め全体としては、販売量、金額共に横ばいで推移している。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・エコカー購入補助金制度終了に伴う販売量激減から回復が見られない。前倒して新車販売をした結果、ここ4か月は大変苦しい状況である。
	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の終了以降の11月、12月の販売量が落ち込んでいる。需要の先取りをしてしまっている。
	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終了と同時に、車を購入する客が減少し、1月も相変わらず受注が低下したままである。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客が増加しない。国内旅行は全国的に冷え込んでおり、消費が停滞する中で、旅行出費も減っている。買い控え現象が、旅行業界にも出ている。四国はドラマ関係で良いと言われつつも、高知県が多少良かった程度で、著名な温泉のある愛媛県などは良くなっていない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・売上は3か月前と比べて横ばいで、良い方向には向かっていない。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・スマートフォンなど話題の製品を中心に活発な動きがあるものの、時期的な要素もあり、この先の景気は変わらない。
	美容室（経営者）	単価の動き	・1月の来客数は、前年同月比で微増しているものの、客単価はかなり低く抑えられている。
	設計事務所（職員）	販売量の動き	・年度末までの間は納期の集中する繁忙期となるものの、手持ちの仕事量は前年度と比較して減少している。労働生産性の付加価値が伸びない。必要最小限の売上は確保できる見通しである。
やや悪くなっている	一般小売店〔生花〕（経営者）	競争相手の様子	・繁華街の同業種の店が一店舗、閉店した。忘年会などで年末の人通りはますますであったが、年始の人通りはなく、県外から来た人が驚くほどであった。繁華街の店舗への配達件数も、年末年始にも関わらず減少している。
	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・欲しい本、必要な本にも優先順位をつけ、優先順位の低い本は買うことを我慢したり、来月に回しているように見受けられる。
	家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・1月は、エコポイント改定に伴う影響が大きく出た。12月は、年末商戦と重なり、異常なほどの売上増加となったが、その反動もあり、特にテレビに関しては、後半はエコポイント改定前に戻ったようである。テレビの売上に大きく左右された。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了後の10月以降、新車販売台数は極端に減少しており、これがいつまで続くのか不透明である。1月は、中古車については前年を大きく上回った。しかし商品不足による価格の上昇等が出始めており、2月は厳しくなるとみられる。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・12月同様、1月も来客数は少なく、少しでも外食の回数を減らし、金額も抑えようとする客の思いが伝わってくる。
	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・客入りの極端に少ない日が散見される。また、客単価の下落も続いている。
	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内旅行・海外旅行共に、昨年末からの寒波の影響で出足が悪く、販売高が落ち込んでいる。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・入場者数が、前年同期比で10%減少している。
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・オフシーズンということもあるが、予約状況は週末でもあまり埋まっていない。昨年と比較しても悪くなっている。
	競艇場（職員）	販売量の動き	・1月の1日当たりの売上は3か月前比で67%増加と好調であった。しかし、前年同月比の1日当たり売上との比較では28%減少している。また、正月レース単独の売上をみても前年比16%の減少である。正月レースで弾みがつくと期待したが、不発に終わった。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・美容院にかけるお金を減らしたいという声が増えている。
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・客の動向が鈍くなっている。
	一般小売店〔乾物〕（店員）	来客数の動き	・気温や雪の影響からか、客が非常に少ない。

		一般小売店 〔酒〕（販売担 当）	それ以外	・同業者と顔を合わせるたびに、売上減少と、皆が口をそろえて言う。財布のひもがより一層固くなっている。
		スーパー（店 長）	来客数の動き	・最近では、安売りのチラシ等を打っても、来店客増加に繋がっていない。実際に客が何を求めているのかが分からない。
		家電量販店（店 長）	販売量の動き	・エコポイント改定の影響が大きく、販売量は前年比でテレビが50%減少、エアコンが10%減少、冷蔵庫が30%減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・例年、寒いこの時期は昼でも乗客が増えるはずが、今年は極端に少ない。夜においても、年明けで飲み屋の客もおらず、1、2時間待った挙句に近距離乗車など、売上が改善されない。13年間勤務する中で、今月は最低記録である。
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	・昨年の円高以前の受注分を引き続き生産販売しており、現状は好調である。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末から引き合いが多く、成約にまで至っている。太陽光発電、化学関係、電子関係といった様々な分野で受注が好調である。
	通信業（営業担 当）	それ以外	・消費者の目が厳しく消費が二極化されている中、あるスーパーは、地産地消商品、顔の見える商品、小分け商品といった、客のニーズに応じた販売で売上が順調に伸ばしている。	
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	・価格の値下げ交渉に追われる状況が続いている。
		繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新製品、新商品の開拓により売上金額は昨年比で増加している。しかし、昨秋から綿糸価格が高騰しているため原価が上昇し、増収減益傾向である。一部商品は3月から希望小売価格を上げるが、その影響で売上減少に繋がることも想定される。
		一般機械器具製造業（経 理担 当）	受注価格や販売価格の動き	・国内の受注価格、販売価格共に低迷しており、今後も上昇の兆しが見えてこない。
		建設業（経営者）	それ以外	・公共事業が少なく、民間工事受注で必死にカバーしているが、厳しい状況である。
		通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・年度末を控え幾分前向きな動きがある。しかしながら、価格競争が依然激しく、受注量の拡大が業績拡大に直接結びつかない。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先は一様に、昨年から非常に厳しい状況が続いているという。
		公認会計士	取引先の様子	・顧客の決算、また月次試算表等では、前年並みのところが増加している。しかし、いまだ赤字の取引先のところは6～7割はある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月、2月は営業日数も少なく、例年落ち込む時期であるが、今年は特に受注状況が良くない。
やや悪くなっている		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・これまでの受注量、販売量に大きな変動はないが、ここに来て原材料価格が上昇傾向にある。
	悪くなっている	建設業（総務担 当）	受注価格や販売価格の動き	・主要原材料の鉄筋が値上がりしており、現時点では見積価格に転嫁し難い。厳しい受注競争下では、材料費の値上がりを吸収できない。
	輸送業（統括）	競争相手の様子	・限界を超えた運賃値下げで荷主を確保している。	
	輸送業（支店 長）	受注量や販売量の動き	・荷主の生産数量減少や、生産調整等からくる取扱数量の大幅減少が、昨年10月から続いている。	
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	・12月の有効求人倍率は0.77倍であり、3か月前より0.18ポイント上回った。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・ここ数ヶ月、求人倍率は上昇傾向にあり、1月は新規求人倍率、有効求人倍率共に1倍を超えた。一般常用求人では、まだまだ予断を許されない状況にあるものの、パート常用求人の倍率は堅調である。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	求人数の動き	・中途採用求人数はやや持ち直している。しかし、派遣活用に対する規制強化により雇用の柔軟性が損なわれている点はマイナス要因である。
人材派遣会社（営業担当）		求人数の動き	・例年、年度末の求人は少ない。夏に向けての季節対応の求人程度であり、今年も同水準である。	

	人材派遣会社 (営業)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> 冬のボーナス支給後の離職に伴う補充や、人事異動に影響される離職による補充といった、期間雇用の求人がやや目立つ。いずれも拡大傾向というより、現状維持を基調とする人件費の調整と伺える。
	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 1月は転職市場がそれほど動かない。採用以外の育成や定着関連の相談が増加している。
	学校 [大学] (就職担当)	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 厳しい就職環境に対する様々な支援策により、求人数に増加がみられる。しかし、求職者数も減っておらず、総じて状況の変化はみられない。
やや悪く なっている	民間職業紹介機 関 (所長)	雇用形態の様子	<ul style="list-style-type: none"> 特に製造業において人余りの状態であり、新卒、中途採用共に4月以降の人員体制を見直す企業が増加している。円高、消費者の買い控えによる経済の停滞が影響している。
悪く なっている	—	—	—