

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	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駆け込みが相当あり、販売台数が伸びたが、一時的と判断している。
	やや良く なっている	スーパー（企画 担当）	販売量の動き	・残暑が続いているため、飲料を中心に販売量は伸びている。
		コンビニ（店 長）	単価の動き	・客数は前年並み、客単価は前年比プラスであることから、売上は前年を上回っている。例年9月は前月比10ポイント程度落ち込むが、前月比をも上回っている。たばこ増税前の駆け込み需要は月末に集中すると思われ、これを差し引いても9月の売上は好調である。
		衣料品専門店 （経営者）	単価の動き	・9月上旬までは残暑が厳しく、また去年はシルバーウィークがあったため、今年是对前年でハンディがあったものの、下旬からの気温の冷え込みにより、高額秋冬商品の動きがにわかに良くなってきている。
	家電量販店（店 長）	販売量の動き	・猛暑による需要で、エアコン販売額は前年比190%である。また、エコポイント対象商品のテレビについても、前年より販売単価は低いにもかかわらず、前年比110%となっている。	
変わらない		商店街（代表 者）	来客数の動き	・商店街への来客数は少し増えているものの、売上にはまったくつなげない。
		商店街（代表 者）	単価の動き	・最近の傾向として、価格に対する顧客の目が厳しい。
		百貨店（販売促 進担当）	お客様の様子	・残暑により、9月に入ってから夏物を探されているお客様が多く、秋物の動きが悪かった。後半から気温は下がり始めたものの、「秋物のセールはいつからしますか」との問合せが多く、定価ではなくセール待ちの傾向が続いている。
		百貨店（売場担 当）	販売量の動き	・厳しい残暑により、寝具は前年比で極端に低迷した。一方で、食品や服飾は催事効果もあり健闘している。全体ではあまり変わらない。
		スーパー（店 長）	お客様の様子	・たばこ増税前の駆け込み需要により売上は好調であるが、その分、10月の反動が心配される。また、残暑で引き続き夏物が堅調に推移しているが、その分秋冬物の出足が遅い。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・特売や安値を理由に売れる傾向が以前と比べ無い。しかしながら、秋からの新製品については、非常に動きが良い。
		スーパー（店 長）	お客様の様子	・9月はたばこ増税前の駆け込み需要により客数、売上とも前年を上回った。しかし主力である生鮮品の売上は伸びていない。
		スーパー（財務 担当）	単価の動き	・猛暑により夏場の売上は堅調に推移したが、消費不況、供給過剰、デフレというファンダメンタルには解消の兆しがない。
		コンビニ（総 務）	来客数の動き	・猛暑での来客数増加により、8月は15か月ぶりに前年を上回るなど、一般品の売上が好調に推移した。しかし9月に入り、梅雨明け前の客数程度に戻っている。
		衣料品専門店 （副店長）	お客様の様子	・景気がいいから服を買うのではなく、必要なときに必要な物を買うということを感じる。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・夏休み期間の使い疲れか、客足が止まっている。
		一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・8月以降9月中旬までは残暑もあり、飲料を中心に売上は好調に推移した。さらに野菜の価格高騰もあり、売上を後押しした。しかし9月中旬以降、競合店の出店もあり、来店客数は厳しい。たばこ増税前の駆け込み需要は、全体売上を1%程度底上げしている状況である。
		観光型旅館（経 営者）	来客数の動き	・宿泊客は増えていない。日帰り旅行は増えていると思われるが、全国的にも国内旅行は冷え込んでいる。また、四国は今、NHKドラマでブームにもかかわらず、松山はその影響がまだ少なく、宿泊客も伸びていない。
		旅行代理店（支 店長）	販売量の動き	・9月は猛暑の影響もあり、国内旅行が例年に比べ落ち込んでいる。海外旅行は、円高の影響で比較的好調である。

	タクシー運転手	来客数の動き	・瀬戸内海の小島を舞台にした瀬戸内国際芸術祭が開催中である。港の高速艇やフェリーの乗り場では、タクシーが午前中や夕方に多少動いている。しかし全般的には、利用客は少ない。特に夜の街の客が少ないことと、近距離乗車が多いことで、売上は伸びない。
	通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額商品への関心が多く、堅調である。
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は前年比で下回っている。予約状況や単価も同様である。3か月程度前と比べて状況には変化が無い。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・来店客数は昨年と同水準であるものの、財布のひもが固く、客単価の低下が続いている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・9月の商店街通行量は、日曜、祝日では多かったものの、厳しい残暑もあり特に平日は顕著に少なかった。
	商店街（代表者）	競争相手の様子	・郊外型大型店の勢いが衰え、過剰店舗による競争で自然淘汰が本格的に始まっている。とは言え、中心街に客が戻って来ているわけではない。
	一般小売店〔乾物〕（店員）	単価の動き	・大口注文が減ってきている。
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・店頭販売では、消費者が量販店やディスカウント店で購入している。業務用販売でも、消費者の財布のひもが固いせいか、外食控えの傾向がみられ、小売店としては厳しい。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・9月末ころから涼しくなったものの、商品の動きはまだ鈍い。来客数についても、少し鈍くなっている。
	百貨店（営業担当）	それ以外	・来客数および売上高共に前年同月比で下回っている。ファッション関連商品は婦人・紳士共に秋物商品の動きが極めて少なく低調である。また、宝飾品等の高額商品の動きも鈍く、総じて低調に推移した。
	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・猛暑が続く、来客数が落ち込んでいる。買上客数も大幅に減少しており、秋物衣料の販売へ大きく影響している。
	家電量販店（店員）	単価の動き	・性能ではなく、価格で購入機種を選択する傾向が強まっている。
	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・時期的に、冷蔵庫や洗濯機が減っている。テレビについては、エコポイント制度延長の影響が濃く、価格もある程度落ち着いているため、2台目、3台目を買う客が多い。
	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・エコカー購入補助金制度終了と同時に、新車購入の来客者が減少してきた。修理については変動ない。
	都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・単価が落ちてきている。客数についても微かに減少している。一般的に9月は8月に比べて減少するとは言え、例年よりも減少幅が大きい。
	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べてやや悪い。単価、乗車回数とも低調である。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・今年のシルバーウィークは飛び石連休であったため、前年比で集客は20%近く低下している。
	競艇場（職員）	販売量の動き	・9月は、施設改善工事により開催日数が13日間と、通常の半分程度の営業日数であったため、売上は通常の30%程度にとどまった。仮に、通常通りの営業日数で割り戻したとしても、8月比で22%減少、3か月前比で22%減少、前年比で32%減少しており、顧客の消費は下降傾向といえる。
設計事務所（職員）	販売量の動き	・公共事業量が減少し受注競争が激しい。特に今年度は大手業者の地方参入が顕著であり、競争に拍車をかけている。地方業者は生き残りをかけた消耗戦を継続中であり、大手業者と比べて仕事量は大幅に減少し、売上も大幅ダウンしている。地方の建設関連業界の景気は、雷雨と例えられる。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・フラット35Sの金利優遇と住宅版エコポイントの期間延長により、住宅購入計画の先延ばしがみられる。	
悪くなっている	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・店頭売り、外商共に前年を下回っている。特に外商の売上は悪い。
	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終了に伴い、受注台数が大幅に減少した。

		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・予想はしていたが、エコカー購入補助金制度終了で来客数、販売量など、8月以前に比べ極端に悪化している。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・9月の登録届出件数については前年を大きく上回り、一見良い。しかし、エコカー購入補助金制度にかかる駆け込み需要の受注残があったためである。終了後は一転し、受注が半減している。
企業 動向 関連	良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の場合、店頭販売が順調で、売上はこの2、3か月順調に推移している。
	やや良くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・猛暑も去り季節要因も加わって、建築業界のほうは若干にぎやかになってきた。ただしマンション業界は低迷している。
		広告代理店（経営者）	取引先の様子	・前年比で受注量は微増している。短期間ながらもこの状態はある程度続く模様である。しかしあくまでも微増であり、予断は許されない状態にある。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	取引先の様子	・受注量に大きな変化がない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年であれば、秋の需要に向かって受注は増加する時期であるが、今年はまだその兆候がない。
		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	・国内受注において、地方によっては価格競争が激しくなっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず、公共事業、民間工事とも非常に少ない。特に地元の工事が少なすぎる。
		通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・景気の先行き不透明感はず変わらず、新規投資にも慎重な姿勢が続いている。個々の商談においても、その効果が見極められないと成約に至らない。また、商品価格に対しては低価格志向が強く、他社競争も一段と激化している。
	やや悪くなっている	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月は猛暑の影響もあり、商品カテゴリーによっては販売量が伸びた。全体の販売量は、前年比減少する状態が続いている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大手電子メーカー、製薬会社からの見積、引き合いが止まっている。
通信業（営業担当）		それ以外	・最近の周囲での話題が「円高・株安で資産目減りして、厳しい状況が続いている…」など、暗い話を中心である。	
公認会計士		競争相手の様子	・取引先の月次決算書等では、全体的に収入の部がやや減少しており、同様に利益も減少している。夏前は一時的に持ち直したかにみえたが、9月あたりから数字が悪化している企業が増えている。	
悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・近所の土木業者が自主廃業をした。公表の倒産件数は、前年比で減少傾向が続いているものの、実態は厳しいままである。公共工事の激減により、特に中小土木業者は経営が維持できなくなっている。	
	輸送業（支店長）	取引先の様子	・工業製品の生産調整で輸送量は減少している。また、原料の輸入量調整により、稼働日数も減少している。	
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	それ以外	・ハローワーク緊急人材育成支援事業を受託している他、愛媛労働局からの就職支援セミナーも受託し、未就職者の就職支援事業が充実している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・徐々に企業の求人意欲が上昇し、過去最高の求人倍率を記録した。製造業の求人が回復してきた。
		職業安定所（職員）	それ以外	・8月の月間有効求人倍率は0.55倍で、3か月前比0.04ポイント上回った。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	求人数の動き	・求人案件は増加傾向にある。しかし中身は産休代替や欠員補充などが多く、業務量の増加に伴うものは、まだまだ少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・病院関係、葬儀社、官公庁関係に依存している間は、まだ厳しい。また、カーディーラーはやはり販売が止まった様子である。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数が前年比増加傾向に対して、新規求職者数は前年比減少傾向であった。しかし9月はこれも増加に転じている。

	民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・基幹産業である製造業では、業種間格差が広がっている。求人企業がある一方で、人余り傾向の企業もある。
やや悪くなっている	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数について、前年比では若干の減少にとどまるものの、着実に落ち込んできており、好転の兆しが無い。
悪くなっている	-	-	-