

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	衣料品専門店（経営者） 乗用車販売店（役員） 観光型旅館（経営者） 通信会社（管理担当） 観光名所（職員） ゴルフ場（従業員）	競争相手の様子 販売量の動き 来客数の動き 販売量の動き 来客数の動き 来客数の動き	・秋物のシーズンに入り、他店は来客数が増えている。 ・エコカー減税の効果等に伴い、新型ハイブリッド車をはじめ減税対象車の販売量が増加している。 ・来客数は増えているが、依然、客は様子見の状況である。高速道路料金引下げにより、連休等があるとプラスになるが、その前後が良くない。 ・新規需要が順調に推移している。 ・施設利用者数が前月比10%近く伸びている。 ・来客数は今月の前半は少なかったが、中盤から後半にかけて順調に伸びた。
変わらない	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・一部の取引先の飲食店では新しいメニューを作るなど、自助努力で売上を伸ばしているところもあるが、全体では景気は底ばいが続いている感じがする。	
	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・週刊誌、月刊誌の休刊・廃刊が続いていることなど、雑誌の不振が続いている。他の書籍の売上が良くても、雑誌の落ち込みが大きく、全体では前年を下回った。	
	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・カード顧客対象の割引セールを実施した。買上点数は増加したが、セールなので単価は下落した。	
	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・エコポイント商品など、必需品でかつ今買うと得というような説得力のあるものは売れるが、その他のものは売れない。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・低価格戦略により客数は前年並であったが、販売量が増えず、売上は前年比2%程度低くなっている。	
	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・今月は大きなイベントセールを行っているが、客の低価格志向は一貫しており、半額以下の商品しか買わないという客も多かった。全体では客の買い控えが依然として目立ち、売上も同様に悪化している。最終的には前年比20%前後のマイナスとなりそうである。	
	家電量販店（店長）	お客様の様子	・当店は改装セールによって売上が上昇しているが、その効果を除くと、ほぼ前年並みである。	
	家電量販店（営業担当）	来客数の動き	・先月に引き続き、来客数の減少が目立っており、前年比で15%近くも減っている。小型商品は変化がないが、大型商品は悪い。	
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・減税・補助金による客の購買意欲が少し冷めたような商談が多くなった。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発表があったが、期待した程度の販売台数である。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量は、前年と比べ同程度で推移している。ただ、自動車産業の場合は、補助金制度があるからこの状態が続いているだけで、補助金制度がなくなるとどうなるかは分からない。	
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・景気が良くて販売台数が増えているのなら良いが、エコカー減税・購入補助金など、景気対策の効果であり、反動が怖い。	
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・相変わらず人の動きがない。	
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・固定客となるポイント会員は、ポイントプレミアムを増やすことで引き止められているが、非会員の浮動客が競合店との取り合いになっており、減っている。	
	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・悪くなっている業態もあれば、良くなっている業態もある。外食から中食、内食にと消費者が支出を減らしているように感じる。	
都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っている。しかし、良い物を提供すれば、客は以前ほど消費を手控えなくなってきたと感じる。		

	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・先月に引き続き、新型インフルエンザ流行の影響で、特に教育旅行需要をはじめとした団体旅行販売が伸びていない。個人旅行も高速道路料金引下げの影響で、週末を中心としたマイカー利用での「安・近・短」旅行が多く、公共交通機関利用離れによる販売単価の下落傾向が続いている。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・ここ数か月の販売数にそれほど大きな変化がない。
	通信会社（支店長）	単価の動き	・携帯事業分野の市場は、単価は殆ど変化はない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数は少しずつ増えているが、売上には全くつながらしていない。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・今月に入り、来客数が大幅に減少している。商店街の客の流れをみても、数もまばらで、客層も若く、購入対象ではない客層しかみられない、という状況が、ここ1か月間、特に顕著である。
	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。エクセレンス、宝飾、美術品、紳士及び婦人のファッション商品等が苦戦を強いられ、総じて低調に推移した。
	スーパー（店長）	単価の動き	・単価下落に合わせた客の買上点数の増加を見込んでいたが、実際は、買上点数も減少している状況である。
	スーパー（企画担当）	単価の動き	・一部の衣料専門店の売上が好調との報道はあるが、全体的には衣料・住関連とも販売は低迷している。食品に関してもコンビニエンスストアを含めた業界での既存店の落ち込みが激しい。大手によるディスカウント業態の進出やプライベートブランドの拡大が理由として挙げられるが、増益には結びついておらず、雇用を含め景気が悪くなっている。
	コンビニ（総務）	来客数の動き	・冷夏の影響で夏場の売上が落ち込んだものの、9月に入ってから比較的天候に恵まれ、売上が回復傾向にあったが、今月は気温が平年並みに推移し、又、周囲の経済環境も変わらず、消費が再び悪くなっている。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・10月は衣替えの時期であり、商品が大きく入替えのある月ではあるが、今年は、気温の高さや雨、台風の影響と、地方では週末の売上が芳しくないため、非常に厳しい状況が続いている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・飲食店の従業員やサラリーマンが、タクシーを使わず、自転車で出勤することが多くなった。
	タクシー運転手	来客数の動き	・市内は昼も夜も暇になった。特に夜は、飲みに出る人が減っており、乗っても近距離であることが多い。中距離・長距離であることはほとんどない。四国八十八力所参りの客の乗車も、新型インフルエンザ等の影響で今年の秋は減っており、全体的に落ち込み気味である。
	通信会社（企画）	お客様の様子	・ケーブルテレビの解約数が増加している。また、解約に至る前のクレーム件数も増加している。
設計事務所（所長）	それ以外	・分譲マンションの売行きが非常に悪く、相当な値引きがある。	
設計事務所（職員）	お客様の様子	・取引先では年俸カット、人員削減、新規雇用抑制等が本格的に実施されるとのことである。業界では雇用に余剰感があり、同業での受け皿もないことから、仕事量が激減することが予想される下半期に向けて、極めて厳しい状況である。	
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・高速道路料金引下げの効果で、土日、特に日曜日は観光客中心にかなりのにぎわいになっているが、平日は来客数が激減しており、売上はかなり厳しい。土日についても、観光客は商店街を歩いているだけでお金をあまり使っていない。
	一般小売店【酒】（販売担当）	お客様の様子	・主力取引先である料飲店の需要が極端に悪い。今まで低単価の業態は何とか持ちこたえていたが、今月は売上が20%近く減少した。県庁所在地でも、現在の料飲店市況は壊滅状態にある。
	スーパー（店長）	単価の動き	・客がチラシを見て、安いところを選ぶ傾向が強くなってきている。チラシの価格で負けると客は来てくれない。また、単価も極端に下落している。例えば、ショートケーキは、去年は300円台が主流であったが、今年は100円台が主流である。

		スーパー（財務担当）	単価の動き	・デフレが進行しており、客単価が伸びない。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・9月の大型連休などで観光や娯楽に消費されていることもあって、一般消費に節約の動きが顕著に出ている。来客数が減少し、単価も抑えられ、過去最低の売上となった。
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	・重曹電解水関係や除菌関係は売上が増加している。しかし、トイレトペーパーやティッシュペーパーは競争激化で単価が下落し、荷動きも悪くなっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・太陽光発電関連を中心とした販売・施工が、個人用・産業用共、順調に売上を伸ばしている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事で学校関連の耐震工事及び改修工事の発注が出そろい、当社も獲得できた。これにより今期の目標達成のめどが立った。
		通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・取引先企業において先を見越した投資にやや改善傾向が見られる。しかしながら、コスト改善要求は強く、真に必要な投資との見極めが難しい。
		通信業（営業担当）	それ以外	・自動車ディーラー・製造業の客から、ここ1年ほど聞くことがなかった、受注量が伸びてきたという話を聞くことが増えてきた。自動車のカム部品を製造している会社では、残業なのか、午後6時を過ぎても駐車車両の数が減っていないことなどもあり、景気の底打ち、上向き傾向を感じる。
		変わらない	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最大限努力しているが、特に夏以降、受注が伸びない。
		輸送業（社員）	取引先の様子	・主要顧客である製紙会社の原料使用数量が昨年下期からは回復基調となっているものの、4月以降は横ばい状態である。また、他の製造業者においても同様の状況である。
		輸送業（統括）	競争相手の様子	・同業他社では、単価を下げ、採算に合うよう企業努力をしながら物流を獲得するという営業活動を行っている。
		金融業（融資担当）	取引先の様子	顧客の試算表、及び顧客との会話から、やや悪くなっていると感じる。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型インフルエンザの影響で、計画されていた大型ショッピングセンターの子供対象イベント等が延期になり、広告費等にも影響が出ている。
		広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・商品は比較的動いているが、単価は下落傾向にあるため、受注増が増益に結びつかない。また、政権交代による余波もまだあるので、予断を許さない。
		公認会計士	取引先の様子	・顧問先の決算書や試算表等から判断すると、売上が前年並みのところが増えてきている。
	やや悪く なっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月以降、全体的に店頭の販売単価、販売量が落ちており、受注額も減少気味である。
	悪く なっている	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	・競合他社との値下げ競争により価格の下落が起こりつつある。
雇用 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ある車メーカーのディーラーでは1か月に100台超の販売を達成するなど、ようやく政府の対策の効果が出て来たようである。しかし、それ以外では良い話題は聞かない。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・先月に引き続き、新卒採用のニーズは昨年並みに推移した。しかし、中途採用ニーズ、教育研修ニーズは非常に厳しい状況が続いている。ちなみにWeb求人広告の掲載社数は前年比で44%減少した。
		職業安定所（職員）	それ以外	・9月の月間有効求人倍率は0.48倍であり、3か月前に比べ0.02ポイント上回っている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整を必要としなくなった企業がある一方、新たな雇用調整実施企業も発生し、全体としては変動がない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数、求人件数とも、安定傾向がみえる。

やや悪くなっている	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2か月連続減少した。また、有効求人数も、27か月連続で減少した。求人においては景気底打ち感は全くみられず、雇用は大変厳しくなっている。緊急雇用対策で出された求人に応募者が殺到するなど、求職者は先の見えない不安な求職活動を行っている。
	民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・年末にかけて人員整理をする企業が出始めており、当社への登録者も現在勤務する会社への将来的な不安から、再就職の準備を進めておくというケースが増え始めている。
悪くなっている	-	-	-