

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	家電量販店（店 長）	販売量の動き	・家電エコポイント対象3商品について、販売量、金額ともに前年比で、テレビ4倍、エアコン2.5倍、冷蔵庫2倍と、大きな伸びを示している。
		家電量販店（店 員）	販売量の動き	・家電エコポイント駆け込み需要のため、前年比、前月比ともに販売量は大幅増加となった。
	やや良く なっている	百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・前年と比較して、来客数は下げ止まり感がある。売上についても、大分婦人服が良くなってきている。
		衣料品専門店 （経営者）	単価の動き	・11月は全般通して気温が低下したため、アウターの需要が一気に伸びて、単価の上昇とともに、数量も伸びた。ただし、最終週は家電に向かったのか、ややトーンダウンした。
		家電量販店（営 業担当）	販売量の動き	・家電エコポイントの対象となるテレビは、地上デジタル放送移行の影響で予想以上の販売である。入荷待ちも出るほどであり、配達が進まない状態が続いている。利用シーンで大きさ等のニーズも多様なため、全機種まんべんなく出ている。
		観光名所（職 員）	来客数の動き	・入場者数が前年比で約8%伸びている。
	変わらない	百貨店（営業担 当）	それ以外	・来客数及び売上高ともに、前年同月比で若干下回った。婦人衣料、婦人靴バック、食品類が前年並みを確保する一方で、化粧品、ファッションパーツ、紳士用品については前年を下回った。
		百貨店（販売促 進担当）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、ジャケットやコート等の羽織りものの動きが良くなってきている。しかし、ギフトの送付件数・客単価は低下しており、景気が良くなっているとは言えない。
		百貨店（売場担 当）	お客様の様子	・秋物商品が厳しかったこともあり、販売量は増加している。しかし、依然として購買への慎重さは変わらず、単価も上がらない。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・全体的に野菜価格が高いため、しわ寄せでその他の商品単価は下がってきている。
		スーパー（企 画・営業担当）	来客数の動き	・猛暑、残暑から一変した冷え込みで、衣料品が順調である。青果物の相場高から、客単価も上昇している。
		コンビニ（店 長）	来客数の動き	・たばこ増税の影響による売上減も、ここにきて順調に回復しており、たばこ飲料以外のカテゴリーは、前年を上回っている。全体的にも、単価、来客数ともに前年を上回っている。
		コンビニ（総 務）	来客数の動き	・たばこ値上げ前特需の反動により、10月の売上は前年比11%減少したが、その影響も落ち着き、11月は前年水準に回復している。
		衣料品専門店 （総務担当）	販売量の動き	・客単価は回復しているが、販売客数、販売数ともに前年比3%程度減少しており、売上高は前年を下回っている。
一般レストラン （経営者）		お客様の様子	・猛暑や、たばこ増税にかかる特需とその反動など、平年に比較して特殊要因が大きく、流れは読みにくい。11月に限れば客数は下げ止まっている。しかし、競合店の乱立による客単価の下落（安い店を選んで買物をする）の流れに変化は無く、全体では、前年と比較して改善していない。	
その他飲食 〔ファストフ ード〕（経営者）		来客数の動き	・単価の低い業態（1,000円程度）では来店客数が変わっていないが、それより高い業態（2,700円程度）では客数が半減している。	
観光型旅館（経 営者）		来客数の動き	・客数が増えない。四国の観光はドラマ効果で賑わっているとされているが、高知への影響に偏っているのではないかと。	
旅行代理店（支 店長）		販売量の動き	・国内旅行については、引き続き、マイカー利用の「安・近・短」傾向が強い。公共交通機関利用の宿泊旅行が伸びず、販売量が落ち込んでいる。海外旅行については、円高の影響により、やや販売量は増加傾向にある。	
タクシー運転手	お客様の様子	・乗客からは、給料減少により小遣いも減少し、飲みに行く回数も少なくなったとの声をよく聞く。		

	通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高価格の商品にも引き合いがあり、全体として悪くはないものの、総じてあまり変わらない。
	設計事務所（職員）	販売量の動き	・販売量は大きく低下している。公共事業が大幅に減少しており受注量は増えず、また低価格落札により利益率も低下している。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・商店街に限らず、百貨店や郊外大型店も完全な頭打ちとなっており、淘汰の時代に入っている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・NHK大河ドラマ効果で、11月も土日を中心に観光客が多数入ってきている。しかし、地元の来街客は、特に平日午後においては目にみえて減っている。観光客向けの商品は良いが、それ以外は苦戦している。
	一般小売店〔菓子〕（総務担当）	販売量の動き	・年末前になり消費の選択が厳しくなった。個人の出費が特定業種と品目に集中している。本来は競合しない業種との競合が生じている。
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・外食控えの影響か、料飲店への出荷も減少しており、また、店頭売りは価格競争で来客数が少ない。
	スーパー（財務担当）	単価の動き	・消費低迷の傾向は続いており、客単価も下落している。ディスカウントストアなどの多店舗展開につられて、周辺店舗の価格も下落する負のスパイラルが進行している。
	スーパー（人事）	販売量の動き	・家電エコポイント制度にかかる省エネ家電の購入がみられた。全体では不要な支出が行われたため、底上げの要素ではない。
	衣料品専門店（副店長）	単価の動き	・例年この時期は、単価の高い商品がよく動くにもかかわらず、実際は思わしくない。
	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の打ち切り以降、最悪の状態が続いている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・街中を流していても乗客が現れない。待機でも、1～2時間以上待って、やっと乗車をうけても近距離であり、単価は低い。夜の乗客も少ない。
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者の予約状況が前年比で非常に悪くなっている。11月半ばから後半にかけても回復がみられない。
競艇場（職員）	販売量の動き	・10月は施設改善工事の影響で営業日数9日間のため比較不可であったものの、売上は前月比303%、3か月前比11%減少、前年比31%減少である。施設改善記念のG1レースを開催したが起爆剤とはなっていない。仮設スタンドでの営業という特殊要因を考慮しても、景気が上向いているとは言えない。	
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上単価の減少、及び客数の減少がみられる。
	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	単価の動き	・客数、客単価ともに落ちている。衝動買いが減っている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・少々のディスカウントでは客があまり驚かず、動かなくなっている。ディスカウントした分、売上が下がる形である。本当に価値のある商品を出さないと、売れない。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・1回でのお買上げ点数が減ってきている。
	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・エコカー購入補助金制度の終了以降、一転して購入意思のある客が少なくなっている。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・11月26日現在、県下の軽自動車販売台数は前年比74%、普通車で59%と、予想以上に激減した。当社は県下の軽自動車市場を下回る65%の見込みである。エコカー購入補助金制度終了に伴う購入時期の前倒しが大きく影響している。
	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・エコカー補助金が終了したのと同時に、車を購入する客が減少した。10月、11月と受注が低下したまま、来月以降も全く見通しが立たない状態である。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・年末前のキャンペーンで来客数は微増しているものの、財布のひもは固い。客単価は相変わらず低く抑えられている。
企業動向関連	良く なっている	-	-
	やや良く なっている	農林水産業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き

	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社商品については新企画商材も投入しており、売上は前年比順調である。ただし、新規取引先の増加も加味すると、既存ベースでは前年比100%前後である。	
	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量に陰りがみえつつも、現状、生産体制はフル操業中である。生産・売上量は好調に推移している。	
	通信業（営業担当）	それ以外	・複数の家電量販店のマネージャーから、家電エコポイントが12月からほぼ半減する影響で、薄型テレビ等の特需は予想していたが、家電エコポイントを利用した他の商品購入も増加しており、11月に入り売上が上昇していると、個人消費回復が期待される明るい話題を聞くことが増えている。	
変わらない	食品製造業（従業員）	取引先の様子	・11月はまだまだ暖かい日が続いたこともあり、各取引先での販売の状況等も良くない。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注・売上とも底ばい状態が続いており、一向に回復の兆候がみられない。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・若干ながらも発注量は多くなっている。しかし、まだまだ受注できる工事は少ない。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・マンション関連工事は極端に落ち込んでおり、他の企業の設備投資意欲も低いまま、絶対的な発注量が少ない。その影響からか、ある程度まとまった工事については見積参加企業が殺到し、安値受注が当たり前となっている。	
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・口では悪いように伝わってくるが、実際の取引量に関しては大きな変動は感じない。	
	公認会計士	取引先の様子	・11月の顧客の決算や月次試算表から判断すると、前年比で、総じてやや悪い状況にある。ただし、衣料品の販売に関してのみ、プラスに転じている。気候の影響で衣料品が売れているものとみられる。	
やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・太陽光発電など環境関連において、補助金等のからみからか、販売が鈍りつつある。	
	通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・新規投資案件について慎重な姿勢が継続しており、受注量も落ち込んできている。量的拡大が望めないため、価格競争が依然として厳しい。	
	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・年末、年始絡みの仕事量が、昨年に比べて減少傾向にある。	
悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年11月は、12月に次ぐ売上を確保できるが、今年度は夏場からほとんど売上に変化がない。特に販促関連の売上が悪い。	
	輸送業（支店長）	取引先の様子	・荷主による生産調整が、9月以降継続している。輸送数量が前年比で大きく減少している。	
雇用関連		-	-	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が、前年比約70%増加した。	
	職業安定所（職員）	それ以外	・10月の有効求人倍率は0.63倍で、3か月前より0.09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	・求人数は回復傾向にあるものの、力強さはない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・円高の影響で厳しい企業がある一方で、原料関係などの企業などでは求人があり、総合的にみると3か月前と変わらない。
求人情報誌製作会社（編集者）		それ以外	・企業の新卒採用と幹部候補の中途採用事業については、まだまだ企業ニーズが停滞している。一方で、委託業務である未就職者への教育事業の運営等により、地域雇用改善に貢献できており、業績の下支えにもなっている。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・スーパーや家電量販店の売り出しも効果は薄い。カーディーラーも、エコカー購入補助金制度終了の影響からか、売上が持ち直す気配がない。		
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・本年5月から微増傾向にあった有効求人数は、10月をピークに減少傾向に転じた。新規求人数が月毎に変動しつつも、これまでは有効求人数に影響を与えていなかったことを考慮すると、景気は下降傾向にあると考える。	

	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・新卒採用・中途採用の求人は前年よりかなり落ち込んでいる。要因としては、景気の先行き不透明感、円高、公共事業の激減等が考えられる。また、採用する企業の採用プロセスも非常に厳しく、採用決定までが従来と比べ長くなっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・求人数は昨年同様もしくは少し良い程度の水準にある。しかし、求職者も依然として減少せず、採用率も低い。
悪くなっている	-	-	-