

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<br>関連 |                | スーパー（店長）                | 単価の動き   | ・生鮮食品を中心に単価が安定してきている。前年に比べて景気は良くなっていると感じられる。  |
|            |                | 家電量販店（副店長）              | 競争相手の様子   | ・競合店との競争である程度、客は固定化しつつあるが、引き続き様子を見ていく。  |
| (四国)       |                | 乗用車販売店（役員）              | 販売量の動き  | ・県内のディーラー平均でも、前年を上回る受注が獲得できている。   |
|            |                | 乗用車販売店（営業担当）            | 販売量の動き  | ・軽自動車の届出は前年比106.7%、登録車を含むと同101.6%、当月受注も同113.0%と前年を上回っている。しかし、買い回りの新規ユーザーは目立った動きがない。 |
|            |                | 観光型旅館（経営者）              | 来客数の動き  | ・8月は例年以上に良かったので、9月は落ちるとみていたが、予想外に客は増えている。   |
|            |                | 通信会社（営業部長）              | 販売量の動き  | ・販売量が3か月前より15%増加している。   |
|            |                | 商店街（代表者）                | それ以外  | ・残暑が続く、秋物のスタートが遅い。また、台風の影響でイベントが中止となったことなどから、日曜日の売上がかなり下落している。                      |
|            |                | 商店街（事務局長）               | 来客数の動き  | ・株価が2万円を超え、富裕層の消費が活発化し全体をけん引すると思われる。しかし、北朝鮮情勢が緊迫しており、先行きの見通しは難しい。                   |
|            |                | 一般小売店〔書籍〕（営業担当）         | 販売量の動き  | ・売上は、悪すぎた前年よりはプラスになったが、2年前と比べるとマイナスになっている。  |
|            |                | 百貨店（販売促進担当）             | 販売量の動き  | ・7～8月と比べると回復傾向にあるも、台風や競合SCオープンの影響により前年を下回っている。とりわけ食料品が苦戦している。                       |
|            |                | スーパー（企画担当）              | 来客数の動き  | ・台風の影響等により来客数が伸びない。   |
|            |                | スーパー（財務担当）              | 単価の動き   | ・久しぶりに客単価が前年比プラスとなったが、来客数の減少は続いている。   |
|            |                | コンビニ（店長）                | 単価の動き   | ・客単価は前年を上回っているものの、直近では一番伸びが弱い。  |
|            |                | コンビニ（商品担当）              | 単価の動き   | ・開店セールを実施しても、以前ほど買上点数や単価が上がらない。   |
|            |                | コンビニ（総務）                | 来客数の動き  | ・天候や気温に左右されるが、業績は企業努力によるもの。景気の影響ではない。   |
|            |                | 衣料品専門店（経営者）             | 来客数の動き  | ・台風の影響や、祝日が少なかったことなどから、売上はやや減少している。   |
|            |                | 衣料品専門店（経営者）             | 販売量の動き  | ・8月とあまり変わらない。   |
|            |                | 衣料品専門店（総務担当）            | 販売量の動き  | ・台風の影響もあったが、秋物の動きが前年より良く、売上は前年比プラスで推移している。  |
|            |                | その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人） | 来客数の動き  | ・台風と競合店の影響を受けて、週末の来店客が減少している。   |
|            |                | 都市型ホテル（経営者）             | 来客数の動き  | ・基本的には好調であったが、台風の影響から連休の顧客確保ができず、客数は伸び悩んだ。  |
|            |                | 旅行代理店（営業部長）             | お客様の様子  | ・秋の行楽シーズンに期待したい。  |
|            |                | 通信会社（支店長）               | 来客数の動き  | ・特に目立った変化は感じられない。   |
|            | 通信会社（技術）       | 販売量の動き                  | ・この時期は、新規申込件数が減少する傾向にある。                                    |   |
|            | 競輪競馬（マネージャー）   | 販売量の動き                  | ・売上は3か月前に比べて減少傾向にあり、来場者数も伸び悩んでいる。                           |   |
|            | 美容室（経営者）       | 来客数の動き                  | ・新規客が少なく、ほぼ固定客でまわっている。                                      |   |
|            | 商店街（代表者）       | 来客数の動き                  | ・3か月前と比べて客単価は変わらないが、来客数が減少傾向にある。特に、客単価の高い深夜帯で減少しており、業績は厳しい。 |   |
|            | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き                  | ・来客数は変わらないが、購入単価は低下傾向にある。見栄えが同じなら、客は安い商品を選ぶ。                |   |
|            | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | 販売量の動き                  | ・例年どおり9月は売上が伸びず、繁華街も閑散としている。                                |   |
|            | コンビニ（店長）       | 販売量の動き                  | ・販売高の減少に歯止めが効かない。   |   |

|                |                            |                  |  |
|----------------|----------------------------|------------------|--|
|                | 乗用車販売店<br>(従業員)            | お客様の様子           | ・新型車発売で新車販売増を見込んでいたが、来店客がすぐに購入してもらえないような商談は少ない。  |
|                | 乗用車販売店<br>(従業員)            | 販売量の動き           | ・新車の受注は、前年比80%程度で推移している。   |
|                | タクシー運転手                    | お客様の様子           | ・6月と比べると、やや悪くなっている。乗客の話によると、飲み会や移動の回数が少なくなっているようだ。   |
|                | 美容室(経営者)                   | 来客数の動き           | ・9月は客の動きが悪い。   |
|                | x                          | -                | -  |
| 企業<br>動向<br>関連 |                            |                  |  |
| (四国)           | パルプ・紙・紙<br>加工品製造業<br>(経営者) | 受注量や販売量<br>の動き   | ・増設したキッチンペーパー部門の増産も順調で、売上は好調に推移している。   |
|                | 繊維工業(経営者)                  | 受注量や販売量<br>の動き   | ・全国的に小売店は厳しく、地方では廃業が相次いでいる。今後一層厳しくなる。  |
|                | 木材木製品製造<br>業(資材購買)         | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・販売量、価格共に横ばい。原材料の値上げ圧力が始めていることを懸念している。   |
|                | 電気機械器具製<br>造業(経営者)         | 受注量や販売量<br>の動き   | ・大型物件を受注したので売上は確保できているが、太陽光発電設備は激減している。  |
|                | 電気機械器具製<br>造業(経理)          | 受注量や販売量<br>の動き   | ・販売数量と販売単価は3か月前と比べて大きな変動はなく、おおむね安定している。  |
|                | 建設業(経営者)                   | 受注量や販売量<br>の動き   | ・国の公共事業発注量が増えても、大手には勝てない地元企業の受注は増えない構図になっている。また、自治体の発注額は年々減少しており、良い材料はない。                  |
|                | 建設業(経営者)                   | 受注量や販売量<br>の動き   | ・相変わらず仕事がない。特に、公共事業が減少している。  |
|                | 金融業(副支店<br>長)              | 取引先の様子           | ・取引先企業の業績は、業種によってバラつきは見られるものの、おおむね前年並みを維持している。しかし、増加運転資金など積極的な資金需要は見られず、景気が上向いているとは感じられない。 |
|                | 公認会計士                      | 取引先の様子           | ・各企業の決算書、試算表等を分析すると、前年比でほとんど伸びていない。  |
|                | 農林水産業(職<br>員)              | 取引先の様子           | ・青果物は、台風等の影響で入荷減と単価高が続いていた。9月に入り入荷量は回復したものの、店頭価格が上昇して消費者の購買意欲が減退し、全体の荷動きは低下している。           |
|                | 鉄鋼業(総務部<br>長)              | 受注量や販売量<br>の動き   | ・受注量は依然として低迷中。   |
|                | 輸送業(営業)                    | 受注量や販売量<br>の動き   | ・日本列島を縦断し、秋の大型連休の行楽客の動向に大きな打撃を与えた台風18号の影響は、取扱物量を更に減少させた。経営努力も限界を超え、苦しい状態が続いている。            |
|                | x                          | 輸送業(支店<br>長)     | それ以外<br>・原油価格が高騰している。  |
| 雇用<br>関連       |                            |                  |  |
| (四国)           | 人材派遣会社<br>(営業担当)           | 求職者数の動き          | ・派遣登録に来るスタッフが、これまでで一番多い。   |
|                | 職業安定所(職<br>員)              | それ以外             | ・8月の有効求人倍率は1.44倍で、3か月前と比べて0.09ポイント上昇している。  |
|                | 人材派遣会社<br>(営業)             | 周辺企業の様子          | ・地元での国体開催で観光、飲食、広告など大変景気が良くなっている。それと同時に、事業者としては人材不足が更に深刻化している。                             |
|                | 求人情報誌(営<br>業)              | 求人数の動き           | ・企業の求人数は高止まりが続き、人員確保ができていない。景気は変わらない。  |
|                | 新聞社[求人広<br>告](担当者)         | それ以外             | ・営業数字などが低調なまま推移している。   |
|                | 職業安定所(職<br>員)              | 周辺企業の様子          | ・企業の採用意欲は高く、人員さえそろえば受注も増加するという話も聞くが、今いる従業員も含め雇用条件を改善させることには積極的でない。                         |
|                | 民間職業紹介機<br>関(所長)           | 雇用形態の様子          | ・多くの製造業では、大学の工学部系や工業高校の学生・生徒を採用できず、半ば新卒採用について諦め感が強くなっている。                                  |
|                | *                          | *                | *  |
|                | x                          | 人材派遣会社<br>(営業担当) | 求職者数の動き<br>・有効求人倍率が高水準で推移し、派遣の登録が減少している。そのため募集の経費も膨らみ、業界としては非常に厳しくなっている。                   |