

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<br>動向<br>関連         | 良く<br>なっている    | -                      | -   | -   |
|                        | やや良く<br>なっている  | スーパー（店<br>長）           | 来客数の動き  | ・昨年3月末の競合店新規出店による影響の反動効果とみられる。  |
|                        |                | コンビニ（店<br>長）           | お客様の様子  | ・東日本大震災の影響で商品が極端に減っており、特にタバコの在庫切れの影響が大きく、来店客数および売上が減少している。しかし、客の様子は東日本大震災前と変わらず、商品さえあれば購入しており、景気の悪化とは異なる。 |
|                        |                | 衣料品専門店<br>（経営者）        | 販売量の動き  | ・東日本大震災以来、自粛の影響が厳しい日が続いていた。しかし4月以降は、気温上昇とともに良くなっている。  |
|                        | 旅行代理店（支<br>店長） | お客様の様子                 | ・東日本大震災の影響でキャンセルが続出していたが、個人旅行の申込は徐々に増えつつあり、大手テーマパークの営業再開もあって需要は上向いている。しかし昨年並みの水準にはほど遠い。 |   |
| 変わらない                  |                | 商店街（代表<br>者）           | 来客数の動き  | ・東日本大震災の影響による自粛ムードで、動きは鈍い。  |
|                        |                | 一般小売店〔生<br>花〕（経営者）     | お客様の様子  | ・母の日商品の出足が早くなっている。4月中旬から予約が入っており、持ち帰る客も増えている。値上がり前にプレゼントする人や、東日本大震災の関連報道を見て、できるうちに親孝行をしたいという傾向がみられる。      |
|                        |                | 百貨店（営業担<br>当）          | それ以外  | ・前年同月に比べ、来客数及び売上が共に上回った。紳士用品・リビング・婦人プレタ服が前年を若干下回ったものの、その他の商品は総じて好調に推移した。                                  |
|                        |                | スーパー（店<br>長）           | 来客数の動き  | ・来客数は増加傾向にあるが、客単価が下がっており、売上は横ばいの状態である。  |
|                        |                | スーパー（企<br>画・営業担当）      | 来客数の動き  | ・東日本大震災直後の一時的な混乱も落ち着き、売上、来客数共に比較的安定している。震災以前からの底入れ感が引き続きみられる。   |
|                        |                | スーパー（財務<br>担当）         | 販売量の動き  | ・来店客数は昨年よりも増加している一方、客単価は減少している。3月は東日本大震災特需があったが、4月は落ち着いている。   |
|                        |                | 衣料品専門店<br>（総務担当）       | 単価の動き   | ・3月は売上が急落したが、4月はその反動もあり前年比プラスで推移している。客単価は前年比10%程度上昇しており、販売数量減をカバーしている。しかし、客の動きはまだ鈍い。                      |
|                        |                | 家電量販店（営<br>業担当）        | お客様の様子  | ・エコポイント制度終了に伴って来客数減が続いており、客単価も下落している。テレビ、冷蔵庫については一段落しているように見える。   |
|                        |                | その他専門店<br>〔酒〕（経営<br>者） | 販売量の動き  | ・商品がやや不足しており、売上状況は悪い。   |
|                        |                | 通信会社（企<br>画）           | お客様の様子  | ・比較的高額なサービスにも関心がある。アナログ放送終了に向けた特需とみられる部分もある。東日本大震災の影響は全く無い。   |
|                        |                | ゴルフ場（従業<br>員）          | 来客数の動き  | ・ゴルフシーズンの到来で、当初の予約状況は良かったが、東日本大震災の影響でキャンセルが相次いでいる。震災前の来場者数は昨年並みであったものの、巻き返せない状況である。                       |
|                        |                | やや悪く<br>なっている          |   | 商店街（代表<br>者）  |
| 商店街（代表<br>者）           | それ以外           |                        |   | ・昨年はNHK大河ドラマの恩恵で、観光客が大幅に増えた。今年も行政等で様々な施策を打っているものの、東日本大震災の影響により、特に団体観光客が減少しており、商店街への流入者数にも大きな影響が出ている。      |
| 一般小売店<br>〔酒〕（販売担<br>当） | 販売量の動き         |                        |   | ・東日本大震災後は、来街者が減少し、外食の自粛ムードは続いている。   |
| 百貨店（営業担<br>当）          | 来客数の動き         |                        |   | ・東日本大震災の影響による自粛ムードで、来客数が減少し、客単価も低迷している。   |

|         |                      |        |  |
|---------|----------------------|--------|--|
|         | 百貨店（販売促進担当）          | 販売量の動き | ・3月に続いて、東日本大震災の影響で販売数は悪く、前年を下回っている。また、商品在庫確保も厳しい状態が続いている。そのなかで、節電の意識から節電関連のワイシャツ、速乾肌着、吸水速乾性のある寝具といった商品が良く動いている。  |
|         | 百貨店（売場担当）            | お客様の様子 | ・購買行動が慎重になっており、成約率が低い。   |
|         | スーパー（店長）             | 単価の動き  | ・東日本大震災特需は一段落している。一定の来客数はあるが、客単価は低下している。天候の影響かもしれないが、不況感が増している。  |
|         | スーパー（人事）             | お客様の様子 | ・東日本大震災の影響から、消費マインドが上がらない状況にある。  |
|         | コンビニ（総務）             | 単価の動き  | ・3月に続いて4月も前年比で来客数が減少しており、客単価の減少幅も3月以上に拡大している。東日本大震災の影響による買い控えや商品の欠品が原因と考えられる。  |
|         | 衣料品専門店（副店長）          | お客様の様子 | ・東日本大震災の影響から、ゴールデンウィークの旅行を控えたり、買物を控えるなど自粛ムードがみられる。   |
|         | 家電量販店（店長）            | 単価の動き  | ・店舗全体で、客単価は前年比90%と低下している。要因はテレビにあり、昨年は1台平均単価82,000円であったが、今年は57,458円となっている。   |
|         | 家電量販店（店員）            | 販売量の動き | ・前年と比べて低迷している。また、前月比でも大幅に減少している。   |
|         | 都市型ホテル（経営者）          | 来客数の動き | ・東日本大震災以降の自粛ムードは、若干緩んできていると感じるものの、人の動きはまだまだ非常に悪い。  |
|         | タクシー運転手              | 来客数の動き | ・東日本大震災の影響が続いている。観光客は少なく、夜飲みに出ることも自粛気味である。歓送迎会も控えられており、良くなる傾向がみられない。   |
|         | 競艇場（職員）              | 販売量の動き | ・長期的な電力不足への配慮から、ボートレースは当面ナイター自粛で再開された。売上は、3月が予定レースの64%を中止したため、4月は前月比157%増となったものの、3か月前と比べると24%減、前年比では38%減となった。1日当たりでは、前月比では3%増加したが、3か月前比では18%、前年比では40%それぞれ減少している。昼間のみの開催であることや自粛ムードが影響している。 |
|         | 美容室（経営者）             | お客様の様子 | ・無駄な消費は控える堅実な雰囲気を感じる。  |
|         | 美容室（経営者）             | 単価の動き  | ・来客数は、どうにか前年と同水準を保っているものの、客単価は下がっている。サイドメニューを控えるなど節約傾向が以前にも増して強くなっている。   |
| 悪くなっている | 一般小売店〔酒類〕（経営者）       | 販売量の動き | ・東日本大震災による自粛ムードのため、お花見や総会の懇親会などがキャンセルになった。   |
|         | 一般小売店〔書籍〕（営業担当）      | お客様の様子 | ・東日本大震災以降の買い控えがいまだに続いている。  |
|         | 乗用車販売店（従業員）          | それ以外   | ・東日本大震災の影響で新車が全く生産されていない状況で、納車時期がわからないなど客に迷惑を掛けている。収益面も厳しい。  |
|         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・東日本大震災の影響でメーカーから商品が出荷されず売るのが無く、販売会社として致命的である。最悪の状態が数か月続くと予想される。   |
|         | 乗用車販売店（従業員）          | 販売量の動き | ・例年、新車の販売台数は4月に落ちるが、今年は東日本大震災の影響から、前年同月比で約50%減少している。   |
|         | 乗用車販売店（営業担当）         | 販売量の動き | ・東日本大震災に伴う生産休止により、納期にめどが立っておらず、市場も新車購入の雰囲気はない。販売量は前年比53%と、大変な事態となっている。   |
|         | 乗用車販売店（役員）           | 販売量の動き | ・東日本大震災以降、車が生産されておらず、販売量は激減している。11月までは景気後退が続くと思われる。  |
|         | その他飲食〔ファーストフード〕（経営者） | お客様の様子 | ・東日本大震災の影響からか、買い控えが目立つ。  |
|         | 観光型旅館（経営者）           | それ以外   | ・東日本大震災の影響から会合や団体旅行等がキャンセルとなり、道後温泉の宿泊者数は3月が前年比10～15%減、4月も20%程度の減少が見込まれる。宿泊者数の減少に加え、客単価も下落している。   |

|                |           |                    |  |  |
|----------------|-----------|--------------------|--|--|
|                |           | タクシー運転手            | お客様の様子   | ・売上及び乗客数は、3か月前比で18%程度下落している。   |
|                |           | 設計事務所（所長）          | 単価の動き  | ・民間企業の設備投資が、特に大きく落ち込んでいる。  |
|                |           | 設計事務所（職員）          | 競争相手の様子  | ・前年度の売上や利益等について他社から、利益率の低下、受注量や手持ちの仕事量減、新規採用凍結などを聞くばかりで、良い話はない。また、歓迎迎会も自粛や規模縮小をする企業が多く、当社の関連協会や団体の総会等においても自粛傾向が強い。 |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなっている   | -                  | -  | -  |
|                | やや良くなっている | 繊維工業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・東日本大震災の影響で東北地方からの受注が減少しており、業界全体に不況感がある。しかし、関西の小売店など、不況感のない地域もある。  |
|                |           | 電気機械器具製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・これまで見積りをしてきた大型物件がほぼ成約していく状況にある。化学工場、電子部品工場など素材関連からの仕事が多くあり、これらの大手企業は好調とみられる。                                      |
|                | 変わらない     | 建設業（経営者）           | 受注価格や販売価格の動き   | ・受注できても価格が非常に低く、厳しい。   |
|                | やや悪くなっている | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・東日本大震災の特需は一段落したようである。原油価格などが高止まりしていることから、今後の価格修正がどこまでできるかがポイントである。  |
|                |           | 通信業（部長）            | 受注量や販売量の動き   | ・東日本大震災の影響から商品の調達に困難となり、納期にずれが生じてきている。加えて、価格競争が依然激しく、受注増がそのまま利益拡大とはなりにくい状況である。                                     |
|                |           | 不動産業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・東日本大震災の影響がかなり出ている。今まで商談が進んでいた客が、しばらく不動産、住宅の購入を控えたいという様子眺めの状況が多く見受けられる。  |
|                |           | 広告代理店（経営者）         | それ以外   | ・東日本大震災の影響はまだまだ続いており、受注量も資材確保も予測がつかず、予断を許さない状況にある。   |
|                | 悪くなっている   | 農林水産業（総務担当）        | 受注価格や販売価格の動き   | ・東日本大震災以降、計画停電の影響もあり消費が低迷している。   |
|                |           | 木材木製品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・年度初めは低迷するものだが、今年は例年以上に落ちており、東日本大震災の影響が大きいと思われる。   |
|                |           | 一般機械器具製造業（経理担当）    | それ以外   | ・東日本大震災の影響で、部品メーカーからの供給が止まっており、生産活動に支障が出ている。   |
|                |           | 建設業（総務担当）          | それ以外   | ・東日本大震災の影響は予想以上に大きく、資材関係の手当のめどが立たず、価格も不安定である。今後、大型案件には特に手が出せない。  |
|                |           | 輸送業（支店長）           | 受注量や販売量の動き   | ・取引先の生産調整に加え、東日本大震災による輸送先変更に伴う輸送距離の短縮などにより、売上が低下している。また、燃料が高騰するなか、運賃引き下げ要請が出ており、転嫁どころではない。                         |
| 広告代理店（経営者）     |           | 取引先の様子             | ・東日本大震災の影響により、商品確保が困難な自動車販売会社が広告費を大幅に削減している。ホテル関係は、宿泊・宴会のキャンセルなどが出ている。         |  |
| 公認会計士          |           | 取引先の様子             | ・3月の売上が激減している取引先が大変増えており、東日本大震災の影響が色濃く出てきている。特にホテル、ゴルフ場、建設会社等に非常に影響が出ているようである。 |  |
| 雇用<br>関連       |           | 良くなっている            | -  | -  |
|                | やや良くなっている | -                  | -  | -  |
|                | 変わらない     | 人材派遣会社（営業担当）       | 求人数の動き   | ・東日本大震災の影響による企業の求人の減少がある一方で、増加しているところもあり、求人数はほぼ横ばいである。   |
|                |           | 求人情報誌制作会社（編集者）     | 求職者数の動き  | ・大手就職支援企業主催の合同会社説明会を実施したが、モチベーションや訪問者数、顔つきといった参加学生の質は総じて低く、企業側に不満が募るものとなった。この時期からの採用は、人材の質の面で苦戦すると思われる。            |
|                |           | 職業安定所（職員）          | 求人数の動き   | ・昨年12月をピークに新規求人倍率は下降傾向にあり、今後は東日本大震災の影響が懸念される。有効求人倍率も3月と同水準で推移している。   |

|           |                     |         |   |
|-----------|---------------------|---------|---|
|           | 民間職業紹介機関（所長）        | 雇用形態の様子 | ・今まで好調であった医療、福祉関連は過剰競争のため、設備投資等を迫られており、これが雇用形態にも影響を与えている。従来は正規雇用が多かったが、パートや臨時等の雇用形態が増えている。              |
|           | 学校 [ 大学 ]<br>（就職担当） | 求人数の動き  | ・求人数は前年と比較して3分の2程度にとどまっており、低調である。既卒者求人はあるものの、新卒者求人があまり増えていない。   |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社<br>（営業）      | 周辺企業の様子 | ・東日本大震災が影響し、景気動向を低迷させている。特に自粛ムードによる飲食業界の消費低下、公共交通機関の利用減少など、負の連鎖を感じる。                                    |
|           | 職業安定所（職員）           | 周辺企業の様子 | ・受注の減少や、部品・原材料の入荷難から、製造業で生産調整が始まっている。   |
| 悪くなっている   | 新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）   | 周辺企業の様子 | ・東日本大震災後、自動車メーカーの被災による生産停滞の影響から、自動車の広告が急激に減少している。高知からの輸出商品も放射能汚染を疑われて断られたり、検閲で長期間足止めをされたりと、確実に影響を受けている。 |