

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	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・はっきりした良い外部要因は見当たらないが、営業体制や販売戦略が功を奏したのか、7月は予算を達成した。宿泊客数、会議やコンベンション等も増加している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・海外留学・渡航に伴う海外での機器利用方法の確認のための来客が増加している。また、夏モデルの登場に伴い、スマートフォンに関する相談や機種変更等での来客も増加している。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・高速道路上限千円制度の終了による影響を懸念したが、観光客の減少は現在のところ目に付くほどではない。土曜夜市など商店街のイベントは、今までにないほど盛況であった。夏休みになると、学生を中心に人通りがかなり多い。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・夏祭りや夕涼み会での、生ビールの販売数量が増えた。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・売上高及び来客数共に、前年同月比で若干下回った。雑貨、宝飾、ブランド商品群は前年並みを確保したが、食品、美術品、婦人・紳士用品は前年を下回った。また、中元商戦についても、前年を若干下回った。
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数、客単価共に回復傾向にあるため、今後に期待が持てる一方で、現在は、牛肉の放射能汚染問題の影響が多少ある。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・タバコの入荷回復に伴い、来客数は前年並みに回復して客単価も増加している。来客増加により、主力の米飯、調理麺、調理パン等が好調である。また、気温が高いことから、飲料、アイスクリームも好調である。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・バーゲン月である7月は、初旬から中旬にかけては快調であった。後半は台風を境にペースが鈍ったが、全体的には良かった。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・7月は、前年比で売上102%、来客数108%と伸びた。地上デジタル放送移行に伴いテレビが好調で、販売台数が前年比210%、販売額は同140%となったことが大きい。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・冷蔵庫、洗濯機についても、テレビと同時に購入する客が多く見受けられた。テレビは、官公庁向けが多くなっており、主力商品は大型から小型に移行してきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・7月はボーナス支給のところが多く、一時的に良くなったといえる。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の生産がほぼ通常に戻り、東日本大震災後の受注分についても納車が始まった。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・6月から徐々に自動車生産が回復しているため、売上の回復が見込まれる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・中元シーズンに入り、ビール等の飲料関係を求める客が多い。
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・夏場の個人旅行において、有名テーマパーク方面への需要低下が目立ち、国内旅行は前年を下回っている。一方、円高の影響からか、海外旅行はヨーロッパ、アメリカ、ハワイ方面の需要が高く、前年を上回る状況である。		
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上高が前年比で下げ止まり、ようやく底を打った様である。ただし、時期的要因もあるため、今後、急激に回復するとは思えない。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・来街者数は景気に左右され、今は少し沈滞ムードである。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以降、お供え商品が普段の日でも売れる。遠方から来て、お墓参りをする人が多くなっている。	
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・中元は件数も単価も前年を下回っている。料飲店では、客単価の低い郊外型店舗は良いが、繁華街は悪い。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・中元は、送り先が減っている。また単価では、高額品を買う客と、必要最低限に抑える客とで、二極化している。	

	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・6月に続き、節電の影響や気温上昇により、クール商材や扇風機等が活発である。また、地上デジタル放送への完全移行により、テレビ等も需要がある。
	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、売上がやや減少している。客の買上点数及び客単価が低下しているためである。地上デジタル放送移行で電機業界等に良い影響がある一方、食品にしわ寄せがきている。
	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・福島第一原子力発電所事故の影響による牛肉の放射能汚染問題で、売上が減少している。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・震災復興のための増税が検討されているため、消費マインドが冷え込んでいる。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・購入につながる要素が無い。
	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・7月はセール期間であるが、前年に比べて単品購入の割合が高く、セット率、客単価共に低下しており、売上は伸びていない。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行に伴い、ここ数か月はテレビやレコーダーの販売量が好調に推移していた。その分、他の家電やパソコン等の販売量が減り、総数としては変わっていない。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・自動車生産は元の状態まで回復しておらず、損益分岐点を上回っていない状態である。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・自動車メーカーの生産は一部の車種を除き、ほぼ正常に稼働しているものの、販売状況は、前年比83%、前々年比96%となっている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・食品の放射能汚染問題の影響からか、市場や他店で良い話はあまり聞かない。なんとか前年並みの稼働を維持している。
	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・高速道路上限千円制度終了の影響を心配したが、今のところ、その反動はみられない。ただし、販売単価の下落傾向は続いている。
	タクシー運転手 通信会社（社員）	お客様の様子 販売量の動き	・客単価、客数共に、3か月前から横ばいである。 ・販売量自体に大幅な伸びはないが、東日本大震災に伴う部材不足の解消など、徐々に落ち着きは始めている。
	通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額のサービスに引き合いが続いており、6月と変わらない水準である。
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・7月の来場者数は、前年比では上回っているものの、2～3か月前と比べるとあまり伸びていない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・地上デジタル放送移行に加え、エコポイント制度終了もあり、これまでわずかに消費をけん引した要素が無くなる。経済は震災復興を優先せざるを得ない。
	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・外商で新規売上をあげているにもかかわらず、前年比100%を割り込んでいる。
	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・稲わらの放射能汚染により、肉類の売上は過去に例を見ないほど落ち込んでいる。今後は、海産物商品にも拡大する可能性もあり、買い控えが進むとみられる。秋以降もカキ、わかめ等の三陸産の海産物が見込めないため、売上に影響が出そうである。
	スーパー（企画・営業担当）	お客様の様子	・気温の上昇と節電意識から、店舗への来客数、滞在時間は増えているようであるが、消費には結び付いていない。また、牛肉の放射能汚染問題発覚以降、関連商品は大きく売上を落としている。
	コンビニ（総務）	来客数の動き	・6月には来客数が前年比で若干回復していたが、7月に入り、また6月以前の状況に戻った。
	タクシー運転手	来客数の動き	・暑くなり、四国八十八箇所参りの客がほとんどいなくなった。街中営業が中心になるが、これも相変わらず暇である。夜についても、飲みに出る人が少なく、乗車しても近場が多い。
	設計事務所（職員）	単価の動き	・公共事業の落札率が低下傾向にあり、低価格競争が恒常化している。これに伴い、社内経費をもう一段階節減する必要があると、人件費、外注単価、購入先や購入価格の見直しなどを行っている。業界において賃金は停滞・減少傾向にある。
悪くなっている	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少に加え、東日本大震災に端を発する節約志向が中元商戦にも悪影響を及ぼしている。
	その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	それ以外	・焼肉業態の店舗では食中毒問題で売上がダウンし、その後回復基調にあったが、今度は食品の放射能汚染問題でダメージを受けており、回復の見込みが立たない。また、居酒屋業態も苦戦を強いられている。

		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に減少している。
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	・夏季の受注量増加を見越して生産を拡大していたが、6月初旬から受注量が飛躍的に伸びており、一部商品が欠品になり始めた。休日出勤や残業等で急場をしのいでいる。
	やや良くなっている	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で滞っていた部品の供給は改善傾向にあり、生産活動も順調に推移している。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・LEDや電池関連で追い風が吹いており、良くなっている。太陽光発電については、再生エネルギー法案が通れば大変忙しくなると予想されるため、準備をしている。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	取引先の様子	・夏場の不要期で荷動きが悪い。また、原材料の価格も高止まりしている。小売の力が強すぎて価格修正がうまくいかず、採算が取れない。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・7月の受注状況は高水準であるものの、3か月前と比べるとほぼ横ばいで推移している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・6月は注文が増加し、一時回復基調にあったが、7月以降は停滞している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月も公共工事の受注は無かった。民間工事についても、営業活動が受注につながらないことが多くなった。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・徐々に東日本大震災前の状況に戻ってきている。
		通信業（部長）	取引先の様子	・取引先との話の端々から受ける印象と、法人部門の販売状況等から判断した。
		通信業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3か月の販売額は、前年とほぼ同水準である。
		不動産業（経営者）	取引先の様子	・従来、夏場は業界にとって厳しい時期であるが、東日本大震災の影響も相まり、取引先においては、広告を出してもほとんど反響が無い様子である。
	やや悪くなっている	建設業（総務担当）	それ以外	・取引先の地場中堅建材店2社が相次いで倒産した。競争激化による赤字受注と不良債権の発生により、支えきれなかったようである。これに伴い、一部の建材の調達が少し困難になっている。
		輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・物流をみると、例年夏場にかけて需要が伸びる商材の動きが非常に鈍く、景気の低迷を強く感じる。東日本大震災特需による受注や販売の動きは皆無に等しい。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業他社は機械稼働率がかなり悪いようであり、仕事がないかとの問い合わせを受ける。弊社については仕事量を確保できているが、現状、ほぼ社内で消化できている。
公認会計士		取引先の様子	・7月における顧客の決算内容や月次試算表等を分析すると、売上・利益共に悪化している。収益が悪化している企業が10%程度増加している。	
悪くなっている	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・前年はスポット案件があったことを勘案しても、今年度は公共工事案件が著しく少ない。国内物流は、荷主の生産調整等により停滞状況にある。	
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・3か月連続で求人数の上昇がみられた。東日本大震災の影響も思ったより小さく、上昇傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	求人数の動き	・求人数の動きは多少良くなってきているが、求職者とのミスマッチも多く、雇用拡大には結び付いていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人倍率は高い水準で推移しているが、パートなど非正規求人が多く、景気が上向いているとは言い難い。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・首都圏から求人が割り当てられる地方の営業所については、いまだに東日本大震災の影響による調整不足で仕事は回ってきていない。人材過多の状態、求人数は減少傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・東日本大震災にかかる県の緊急雇用等が影響しているとみられ、求人、求職共に減少してきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・緊急人材育成支援事業の第4期を7月に開講した。ニーズが高いと思われた若者向けの未就職者コースを新設したが、就職意識が低い若者が想定より多く、募集は苦戦した。

	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・東日本大震災後は、公共団体の予算執行が非常に鈍く、県全体の広告出稿の足を引っ張っている。自動車ディーラーも一時期の底は脱したが、積極的な販促展開は秋口まで待つ必要があるとみられる。
	民間職業紹介機関 (所長)	採用者数の動き	・採用について慎重になっている企業が多く、採用に費やす時間が非常に長くなっている。
悪くなっている	-	-	-