

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	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・全店的に前年比プラスとなっている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・7、8月は来客数が非常に増えた。夏休みというだけではなく、東日本大震災の影響による会社の休業など、休暇を取る傾向が増えているのではないだろうか。また、高速道路料金無料化や上限千円制度が終了したものの、車旅行を普及させる一定の効果があったと思われ、引き続き車による旅行者が多くみられる。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・例年は、盆を過ぎると来客数が減少するが、今年はその傾向がみられない。2～3か月前と比べても1～2割程度増えている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・よさこい祭りの効果もあり、観光客を中心にかなりの人出があった。夏物のバーゲンとも重なり、販売量は増加した。盆の時期も同様で、飲食を中心に良い傾向で推移している。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・各時間帯で客数が増加している。また、ほぼ全てのカテゴリーの売上が前年比、前月比ともに増加している。プラス1品のファストフードやデザートが購入されている。
		衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・同業者によっては、売上を伸ばしているところがある。
		その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	来客数の動き	・ファストフード店では来客数が戻っており、売上は前年を上回った。しかし、焼肉業界は相変わらず前年比80%程度で推移している。全体的には回復しつつあると実感している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・高速道路上限千円制度が終了し、来客数の減少が懸念されたが、前年と比べて増加している。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・8月の売上は、前月比2%増であった。しかしながら、この時期の稼ぎ頭となる盆のレースが振るわず、前年比では14%減少しており、景気が上向いているとは言い切れない。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・人出が少し増えているが、買物につながっていない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・盆までは祭りやイベントで人の動きもあり、飲食街も混雑していたが、盆に入った途端、人が急に減った。帰省客が少ないと感じる。盆の期間に休業する店も多かった。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・地方の経済は冷え込んでいる。価格を比較する消費者の目が厳しい。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・販売量はやや減ってきている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・高速道路上限千円制度が終了し、今年の盆は県外流出が少なく近場で過ごす傾向がみられた。来店客は、県外客が減少したものの、県内客を中心に前年より増加した。また、物産催事も人気スイーツ特集が好調に動いたが、相変わらず高単価商品は鈍い。売上高は、全体的には前年並みで推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・放射能汚染問題による牛肉販売量の下落と、盆商戦における高額商品の買い控えがあった。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・客単価は増加しているが、来客数は減少し、売上高は前年比で若干減となった。また、高速道路料金上限千円の終了により、公共交通機関を利用する帰省客が増え、手荷物となる贈答土産を減少させている。
		スーパー（統括担当）	単価の動き	・来客数は変化していないが、客単価が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・盆までは良かったものの、盆明け以降は前年に比べて厳しい。
乗用車販売店（従業員）		販売量の動き	・自動車生産はほぼ東日本大震災以前の水準にあるが、現在登録・納車している商品は4～6月受注分であり、今の販売状況を表してはいない。	
乗用車販売店（営業担当）		販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了に伴う駆け込み需要があった前年同月と一概に比較はできないが、販売量は前年比80%程度にとどまっている。	

	都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・販売単価は下げ止まりしている。宿泊数については落ち込みが少なかった。団体客は少ない一方で、個人客は伸びてきている。
	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・国内個人旅行の販売高は、前年比90%と低調であるが、海外個人旅行の販売高は、円高の恩恵により前年比110%強と好調である。
	タクシー運転手	お客様の様子	・8月は盆やよさこい祭りなど、人の動く時期であったが、タクシー利用は少なかった。駅やよさこい祭り会場は、車や人が多いだけである。
	通信会社（企画）	お客様の様子	・比較的高額な商品への問い合わせは傾向として続いているものの、増加基調は止まっている。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・来客数及び客単価の低迷が続いている。
	設計事務所（職員）	販売量の動き	・公共事業の縮減により受注額が減少している。過年度業務も完了し、今年度の受注額が現在の売上額に直結している。特に地方自治体の公共事業の減少量が大きく、下半期以降も、厳しい状況は変わらない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・地理的には東日本大震災の直接的影響を受けていないが、地域経済を覆う閉塞感は徐々に強まっている。日本の内需産業を盛り上げる要素が見当たらない。
	一般小売店〔菓子〕（総務担当）	来客数の動き	・高速道路上限千円制度終了の影響からか、土日の来客数が減少している。
	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。リビング、紳士衣料、ファッションパーツ等が苦戦した。中元については、前年実績並みを確保した。
	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・福島第一原子力発電所の事故から波及した食品の放射能汚染問題により、精肉部門、特に牛肉の売上に大きな影響が出ている。
	スーパー（企画・営業担当）	販売量の動き	・全国的な節電モードから、来客数、滞在時間が増えているものの、消費には結び付いていない。盆の時期も盛り上がりに欠けた。家庭での調理手間が省けるお惣菜関連のみ、比較的好調である。
	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は、前年比で1割程度減少している。客に案内をかけてもなかなか来客に繋がらず、購買意欲の低下が感じられる。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・地上デジタル放送化直前の駆け込み需要の反動は、テレビに限らず他の家電商品にも影響があり、来客数、販売量が減少している。
	家電量販店（営業担当）	お客様の様子	・買換えはどの商品も少し単価を抑えた小型が中心であり、テレビについても32型など小型が多い。全体的に販売数は減少している。
	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・6月から自動車生産が持ち直し、売上も増えつつあったが、8月になって注文が減少しつつある。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・中元時期が終わり、売上は下落している。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客の周期が延びている。
悪くなっている	コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数は5月から前年比プラスで推移していたが、8月に入り前年割れとなっている。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・3か月前のレジ回転数は、前年比108%であったが、8月は90%まで落ち込んでいる。8月のテレビの販売台数は700台と、3か月前の1,000台から300台減っている。地上デジタル放送移行時の駆け込み需要の反動が大きい。
	タクシー運転手	来客数の動き	・客待ちで1時間半や2時間待機することが多く、しかも、やっと乗車しても千円以内の近距離が多い。夜の街の人手も、相変わらず少ない。
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・今月の来場者数は、前年に比べて非常に落ち込んでいる。客単価も下落しており、ここ2～3年で最も悪い。
企業動向関連	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 ・東日本大震災に伴う部品調達難からの供給不足はほぼ解消されている。生産は順調であり、受注・販売共に増加傾向にある。
	やや良くなっている	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、省エネルギー・新エネルギーの仕事が非常に増加しており、生産対応のための徹夜も多い。
		輸送業（経営者）	取引先の様子 ・取引先の表情や受け止め方が、少しずつ前向きになっている。

変わらない	農林水産業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・需要が活発でない。
	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量・販売量ともに高水準を維持しているが、原材料仕入れ価格の高止まりや、販売価格の競争激化などから景気上向きとは言えない。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・公共工事、民間工事それぞれ1～2件の仕事が取れたものの、価格面は非常に厳しい。
	通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・前年比で若干の落ち込みはあるものの、例年8月のトレンドや過去3か月の実績と比較しても大きな変化はない。
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産業務の中で、居住用物件については、販売・仲介とも非常に低迷している。しかし、法人からの事業用物件については、問い合わせやオファーが増加している。
	公認会計士	取引先の様子	・8月の取引先の試算表や決算書をみると、いまだ前年比でマイナスではあるものの、下げ幅は縮小している。
やや悪くなっている	木材木製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に停滞気味である。日本国内のムードが第一要因である。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・盆まではまずまずのペースであったが、盆明けから、急激に悪くなってきた。
	電気機械器具製造業（経理担当）	それ以外	・一層の円高基調が今後の懸念材料としてあるものの、受注状況については現在のところ変化はない。
	建設業（総務担当）	競争相手の様子	・一時途絶えていたマンションの建設・販売が再開されたが、売行きは芳しくない。数か月前と同じ折込広告がたびたび見受けられるなど、進展がみられない。
	広告代理店（経営者）	それ以外	・受注は確保できているものの、インキを中心とした石油関連資材の価格上昇を売価に反映することができない。
悪くなっている	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・ライフラインとされる衣食住の物流に関する受注が、著しく低下している。業績は、リーマンショック以降で最悪とされた前年をも下回っている。東日本震災によるサプライチェーンの再編や、自粛ムード・節電志向による消費低迷、円高が大きく影響していると推察される。
	輸送業（支店長）	受注価格や販売価格の動き	・同業他社が、物品移動や保管業務案件について法外な金額を提示して落札する事態が多発している。荷主のコストダウン要請に拍車がかかり、採算割れの受注価格でしか取引できない状況が3か月程度続いている。
雇用関連	良くなっている	-	-
	やや良くなっている	人材派遣会社（営業）	求人数の動き
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、自動車販売業など一部の業種については厳しさが増しているが、他の業種は堅調に伸びてきている。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	・円高などの影響は懸念されるものの、今のところ全般的に変動がない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・訪問先である企業の求人傾向や、販売促進活動などから、企業ごとに多少の違いはあるものの、全体的に横ばいで推移している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・販売促進活動に積極的な企業が見当たらない。カーディーラーや百貨店、スーパーなどの小売店も低調である。ただし、病院と葬儀社は相変わらず堅調な様子である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向にあったが、ここにきて増加率が減少してきている。
やや悪くなっている	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・求人数は、前年比で2割減少している。企業には人が余っている感があり、中途採用する意欲がない。一方で、医療、福祉関係については相変わらず人手不足が続いている。
悪くなっている	-	-	-