

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	-	-	-
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは観光客が多く、商店街にも流れてきていた。地元のファミリー層も多く見受けられ、販売も好調である。気温が高めに推移したことから、連休明け頃から夏物商材が動いている。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で買いための動きが続いている。外出を控え、近隣で消費する客が増えている。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・客単価が前年比110%を超えており、タバコの在庫不足による来店客数の減少をカバーしている。タバコの正常化に伴って客数、売上ともに上昇する見込み。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・比較的天候や気温に恵まれ、来店客数が若干増えた。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・2月の客数は前年比92.4%だったが、5月に入って108.0%まで上昇している。店全体の2月の前年比は96.2%、5月は104.5%と上昇している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・生産ラインが復旧しつつあり、3割程度に落ち込んでいた新車の配車が8割強まで回復する見込み。6月以降、納車がようやく出来る。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響から客数は大幅に落ち込んでいたが、ゴールデンウィーク以降は取り戻しつつある。いろいろ手控えたり自粛する様子は薄れ、少し明るい感じが出てきているが、先が全く見えない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・震災直後はお遍路さんのキャンセルが結構あったが、5月になって少し戻ってきている。しかし、街中では乗客数が絶対的に少なく、夜はかなり暇である。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・今月の売上は、前月比33%増、3か月前比33%増（ただし前年比では15%減）、また、1日当たりの売上も、前月比51%増、3か月前比69%増、前年比4%増と、堅調に推移した。これは、4月下旬からナイトターを再開したことなどによる。
	変わらない	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・今年の母の日は、東日本大震災の影響により東北や関東地域からのネット注文が少なかったが、全体では客単価は増えた。感謝の気持ちを添えたものが多かった。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・前年に比べて売上高・来客数ともに減少した。宝飾品・美術・リビング用品等は前年を上回ったものの、婦人靴や婦人ヤング衣料等が苦戦し、食品も低調に推移した。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・節電のため、クールビズやエコ商品を買求める客が多く見受けられる。ビアガーデンの客足も良く、3月以降続いていた自粛ムードは解消されてきている。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による買いための動きは一段落したが、まだ生産再開のメドがたっていない商品もある。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・来店客数、売上は昨年並みとなっている。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・テレビ、冷蔵庫、洗濯機など大型商品の販売台数が落ち込んでいる。前年に比べ6～8%減少している商品が多くあり、予想以上に悪くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・徐々に良くなってきているが、東日本大震災前と比べてあまり変わっていないように思う。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・東日本大震災以来、車の販売は激減していたが、6月から生産が回復するので売上も増える見込み。8月をメドに前年並みを期待している。
		旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響による出張・旅行の自粛ムードはやや落ち着いてきたが、まだまだ客の申込状況は悪い。個人・団体旅行ともに前年を割り込んでいる。
通信会社（社員）		販売量の動き	・スマートフォンの需要拡大により、販売量は前年をやや上回っている程度である。	
通信会社（企画）	お客様の様子	・アナログ停波の事情もあることから、引き続き比較的高額なサービスにも引き合いが堅調である。		
ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・来場者数は、昨年より下落しているが、2、3か月前と比べるとあまり変わらない。震災の影響による自粛ムードは大分緩和され、元に戻りつつある。		
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客が予算を抑える傾向にある。		

	やや悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災が景気低迷につながるか、復興景気となるか、判断できない。少なくとも、個人消費が急速に上向くとは思えない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、以前にも増して夜の顧客数が減少している。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	それ以外	・高速道路が延伸したことから、国道沿いの飲食店主達から、当市を通過する車が増えて売上が30～40%減少していると聞く。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・徐々に自粛ムードも緩和され、消費の方向に向いているが、消費者も財布のひもが固く、なかなか販売量に結び付かない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・景気は少し回復しているようにみられるが、必要な物しか買わないという傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・前年比約3%低下している。
		スーパー（企画・営業担当）	お客様の様子	・平日の客数・販売状況は悪くないが、震災による混乱が落ち着いた後のゴールデンウィークと母の日のお客様の反応は予想外に悪かった。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・4月は比較的良かったが、連休以降は相当厳しく、5月末の台風の影響で大きく落ち込んだ。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・販売量、客数ともに10%以上低下している。客単価はそれほど変わらないが、消費マインドは低下している。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	新入学・新生活のシーズンが過ぎ、来店客は減少している。5月中旬に通信事業各社から今年夏モデルの新商品や新サービスを発表したことが、買い控えにつながっていると思われる。
設計事務所（職員）	販売量の動き	・公共事業減少が続き、昨年度からの受注量も底をつきかけている。販売量は3月をピークに減少傾向にあり、極めて厳しい状況となっている。東北以外の地域においても景気対策としての公共事業増を望む。		
	悪くなっている	一般小売店〔乾物〕（店員）	来客数の動き	・震災の影響から原料価格が上昇している。一番心配しているのは、震災と高速料金値上がりのダブルパンチで観光客が激減すると予想され、かなり厳しい。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	それ以外	・紙やインクの調達難、倉庫の損壊など被災した出版社からの入荷が少ない状態が続いている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・来客数、販売数ともに減少し、特に客単価の下落が著しい。販売価格自体も下がっているが、安価な製品しか見ない方が非常に増えている。機能・デザインよりも価格重視で購入されている。
		乗用車販売店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で車両生産が止まっているため、納車ができない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車の供給不足が響き、メーカーも広告宣伝を自粛しているため、ユーザーの購買意欲が戻らない。週末の展示会でも来店客が減少している。
		その他飲食〔ファストフード〕（経営者）	来客数の動き	・ユッケの食中毒問題以降、来客数が激減している。焼肉業態以外でも前年割れしている店が多い。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは予約が少なかったが、直前に個人客の申込でなんとか売上の数字を整えることができた。連休以降の客足は非常に悪く、先行きの予約も弱含みである。まだまだ景気は悪くなるのではないかと。
		タクシー運転手	お客様の様子	・売上、客単価は悪くなっている。ゴールデンウィークの後、客足が途絶えている。
美容室（経営者）	単価の動き	・来客数はかるうじて前年並みであるが、客単価の下落が著しい。		
企業動向関連	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	・東北、東日本は全体的に低調であるが、三越伊勢丹が開業した大阪地区や博多阪急が開業した福岡を中心に、関西や九州は活況で、震災の影響は感じられない。
	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量、生産量、販売量は上向き傾向であるが、販売価格の低迷、原材料価格の上昇により、採算面は悪くなっている。	
	変わらない	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が終わって荷動きが悪くなってきた。油関係の品物やパルプの値上げがまだ吸収できていないので、今後、価格修正をしていきたい。
建設業（経営者）		受注量や販売量の動き	・相変わらず受注が伸びない。	

	建設業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災による資材不足は一段落した。価格は高止まりであるが、品物の手配、購入のメドがつき、最悪期は脱したものと思われる。
	通信業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・商材入荷の見通しがつかず、販売できない。
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	・受注はあるものの、単価を下げしてほしいという要望が近頃多く、採算割れの状況が続いている。
	通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・発注した大型商品の入荷が2～4か月遅れる見込みで、一部循環商品は、部材の調達難から完成品の調達に東日本大震災の影響がでている。
	広告代理店（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注量はある程度確保できているが、原材料価格の高騰が現実味を帯びてきた。特にインキは、場合によっては1割程度の値上げが予想される。
	公認会計士	取引先の様子	・取引先の決算や月次試算表等を見ると、売上、利益ともに減少している企業が増えている。景気が上向いているとは言えない。
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	・全体に東日本大震災の影響がみられる。
	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から主要部品の安定供給が難しく、生産活動に支障をきたしている。復興プランが明確化していない現状では、取引先の設備投資に対する姿勢も様子見の状況が続いていて、復興需要も顕在化するに至っていない。
	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は東日本大震災前まで回復できず、さらに落ち込んでいる。取引先の見通しも、回復できるか不明な状況にある。
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・荷主の生産調整ならびに燃料高騰（前年比14円増）によるコスト増が挙げられる。
雇用関連	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（営業部長）	求人数の動き	・東日本大震災の影響は軽微だが、先行きはまだ不透明感がある。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人が増える企業、減少する企業もあって、3か月前とあまり変化はない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人ニーズは停滞模様である。特に製造業関連のニーズが低い。
やや悪くなっている	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・自粛ムードは緩和されつつある。しかし、受注できても、製造ラインが本格稼働に無い状況にあるため、製造販売に至っていない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規・有効求人ともに、前年比では上昇しているが、前月と比べると下降傾向となっている。東日本大震災等の事もあり、上昇に転ずる材料が少ない。
	民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・3月期決算で当期純利益が前年を下回る企業が多い。夏の賞与を支給できない、または減額という厳しい状況にある企業が多く見受けられる。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は前年の6～8割程度で、伸び悩んでいる。東日本大震災の影響から求人募集を後ろにずらしている企業もあるが、今後の採用についても不透明さが否めない。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告出稿ではカーディナーの不調が痛い。売る商品が無いいため広告出稿が激減している。