

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	・全店で前年比100%を超えている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・6月は雨の日が多かったにもかかわらず、土日を中心に高速道路の利用者が多く、商店街へも流入してきた。東日本大震災の影響は薄らぎ、元に戻りつつある。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・徐々に来客数及び買物数が増えてきている。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・来客数及び売上高共に、前年を上回った。婦人及び紳士衣料、ブランド商品群が好調に推移し、食品類も前年並みを確保したが、婦人雑貨は前年を下回った。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・中元を贈り控える傾向がある中、「東北の復興支援」がキーワードとなり、東北の商品を中元としてではなく、自宅用として買い求めるケースが見受けられる。中元の減少分をカバーして、売上は前年並みに推移している。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・売上目標をクリアする売場が増えてきた。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると徐々に良くなっているが、客数は増えているものの客単価が上昇せず、売上は低迷している。その原因として、野菜の価格下落やたばこの品切れ等が挙げられる。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数は、朝夕の通勤時間帯や昼食時に増加している。購入点数が増えており、客の様子に活気や勢いを感じる。対照的に、深夜の客数が減少している。特に午前1時以降は極端に減少している。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数が、2か月連続で前年を上回っている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・6月の週末は雨がよく降ったために客入りが悪かった一方、平日は堅調に推移し、全体的には良い。ただし、高速道路休日上限千円撤廃後の初の週末には来客増を期待したが、それほどでもなかった。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・販売量は、3か月前の3月は前年比108%であったのに対し、6月は120%となった。来客数をみても、3か月前は前年並みであったが、6月は前年比110%と増え、来客数、販売量共に良くなってきている。テレビに限ってみると、6月は単価こそ前年比86%と落ち込んでいるものの、来客数は193%と、2倍近く伸びている。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・急激な気温の上昇により、エアコンは6月後半から取り付けが追いつかない状態で、前年以上に異常な販売量となっている。テレビの販売台数についても、デジタル移行まで1か月を切り、2台目以降の需要や、新製品にこだわっていた客等による購入で増えてきている。
		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止まっていた自動車生産が動き始め、震災直後と比べると販売量は上昇したが、前年と比べるといまだ50%強にとどまっている。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・東日本大震災以降、販売が激減していたが、6月から自動車の生産が徐々に増加している。売上も増える見込みで、8月をめどに前年並みに戻る見通しである。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・自動車の生産が回復傾向にあり、受注残も幾分か改善されつつある。しかし、6月の新規受注は前年比72%と低調である。
その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災以後の自粛ムードにより、特に居酒屋が影響を受けた。また、焼肉店は生肉の食中毒事件の影響から、売上がダウンした。現在は、それらの影響も薄らいできており、少しずつではあるが回復基調にある。		
旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による旅行の自粛ムードもかなり柔らいている。夏季の個人旅行も前年程ではないものの、申込が増えつつある。		

	競艇場（職員）	販売量の動き	・6月の売上は、3月に震災のため半月間レースを中止していた影響から、3か月前比で204%増、前月比では12%減少であった。前月比の下げ幅は、ここ最近小さくなっている。また、前年比では微増しており、昨年4月以来のプラスに転じている。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・気温が30度を超える日が続き、衝動的に来店する客が目立った。
変わらない	商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災、特に福島第一原子力発電所事故の影響は計り知れないものがある。復興財源のための増税案や、飲食料品を中心とした放射能汚染の問題は、今後長期にわたり、消費の足かせになる。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・顧客の動向が落ち着いてきている様子が見えてくる。
	スーパー（店長）	単価の動き	・集客のための価格値下げにより、客単価が下落してきている。
	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・来店客数はほぼ前年並みに推移しているものの、客単価は下落している。東日本大震災後の、加工食品など保管可能な商品の買いだめが一段落ついていることも要因である。
	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・例年より雨が多く、気温も低かったことで、夏物の季節商材の出足が悪く、売上に影響を与えた。
	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・販売単価は前年比を大きく上回っているが、買上げ客数の減少が前月に続いて顕著になっている。土日に雨が多かったため来客数が少なく、必要以上の支出はしない姿勢がみられる。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3月以降、自動車メーカーからの供給予定が全くつかず、登録に結び付いていない。生産が通常に戻らない限り、客へ納車ができず、売上に繋がらない。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・東日本大震災直後で、残っていた新車在庫を販売していた3月と比べて販売量は変わらないものの、6月は新車の製造が再開されて、徐々に通常の流れに戻りつつある。
	タクシー運転手	来客数の動き	・梅雨時期であるが、少々の雨では乗車してもらえない。昼間、ホテルや病院での客つきも少ない。夜は金曜日、土曜日でも少し人出がある程度で、普段は本当に少ない。単価も上がらず、良くない。
	通信会社（企画）	お客様の様子	・アナログ放送終了に向けて、比較的高額な商品の引き合いが堅調である。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・夏のボーナスシーズンを迎えたが、携帯端末の新規・取替は前年の7～8割と停滞している。むしろ、故障修理や点検など、少しでも長く使い続けたい意向が強くなる。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き
	美容室（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比で変化がないものの、客単価の下落が3月半ば以降続いている。
やや悪くなっている	一般小売店〔酒類〕（経営者）	販売量の動き	・主な取引先である業務店舗の動きが低調である。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・大雨など天候の悪い日があって客足が悪く、購買意欲も良くない。冠婚葬祭以外の商品は、単価が安かった。
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・買い控えや、他店との価格比較などにより、財布のひもはますます固くなっている。
	スーパー（人事）	販売量の動き	・節約の意識が高く、消費が鈍化している。節電は助け合いから生じているが、同時に、無駄な物を買わない傾向も見受けられる。
	スーパー（企画・営業担当）	販売量の動き	・6月下旬からの暑さで夏物商材が急激に動いたが、東日本大震災後の一時的な消費活動も落ち着き、全般的に消費マインドはやや下降傾向の雰囲気である。父の日も、やや盛り上がりには欠けた。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・旅行が全国的に冷え込んでおり、地元の会議やパーティ等が手控えられている。昼食は比較的多いが、やはり夜の宴会が少ない。
	都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で未だ自粛マインドが継続しているのか、来客数は減っている。また、客単価の下落にも歯止めがかからない。

		タクシー運転手	お客様の様子	・客単価が悪く、特に4～5千円前後の中距離の客が少ない。
		設計事務所（職員）	販売量の動き	・国、県、市町村共に公共事業発注量が少なく、受注額は伸びていない。前年度の残務業務も終了しつつあり、仕事がなくなってきている。
	悪くなっている	一般小売店〔乾物〕（店員）	来客数の動き	・高速道路の休日上限千円が廃止になり、非常にダメージが大きい。
企業 動向 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	木材木製品製造業（経営者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を受けたが、3か月が過ぎて被災地の各メーカーが立ち上がり、部品や製品はほぼ揃って供給されてきている。
		鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・受注量や売上は順調に伸びているが、原材料の高騰や販売価格の低迷により、増収減益が続いている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・部品メーカーからの供給が改善されてきており、増産に向かう環境が整いつつある。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製薬会社や電子材料、化学工場などいずれも好調で、これら取引先から設備の引き合いが多数ある。これまでになかったほどの受注残を抱えている。
	建設業（総務担当）	それ以外	・小規模グループホーム等の福祉介護施設の見積依頼が増えており、いくつかは成約見込みも高い。	
変わらない	農林水産業（総務担当）	取引先の様子	・全般的に発注が低調である。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・石油、パルプ、古紙などの仕入価格が高止まりしている上に、フィルム関連も上昇してきた。一方で、小売側の抵抗が強く、販売価格への転嫁が困難である。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事も民間工事も少なく、受注が好転しない。	
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・既に不景気という言葉に慣れている感じを受ける。	
やや悪くなっている	電気機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・販売先において部品不足による生産調整などの影響が残っており、当社への注文が減少している。	
	通信業（部長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が残っており、受注量は低水準にある。新規受注の競争も一層厳しさを増し、受注拡大が業績拡大に直接繋がりにくい状況である。	
	公認会計士	取引先の様子	・取引先の決算状況等をみると、赤字企業が約65%、黒字企業は約35%程度で、割合は従来と変わらないものの、黒字企業の黒字幅が減少してきている。	
悪くなっている	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・荷主の生産調整の継続や、軽油価格上昇によるコストアップが影響している。また、スポット的であった重量品工事が激減している。	
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	・東日本大震災の影響による消費意欲の低下や自粛ムードが薄らぎ、次第に各企業の事業計画が動き始めているせいか、人材の需要も幾分増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・東日本大震災の影響下で、愛媛においても企業の採用意欲はいまだ低調である。しかし、中途即戦力を求人する企業への応募数は、軒並み増加しており、東京からUターンやIターンによる質の高い人材が来ている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響から各種イベントが中止された3か月前と比べると、各企業は通常の活動に戻っている。夏過ぎには自動車メーカーが通常生産体制に戻るとの予測から、カーディーラーは上向き加減にある。また、住宅関連では小規模団地の売り出し予定がある等、広告出稿は久しぶりに前年比プラスとなった。
		民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	・製造関連において、良い人材があれば採用したい企業がこの数か月増加してきている。ただし、職種としては、技術系が多く、事務や製造の職種は増えていない。
変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・6月は前月比で、新規求人倍率は上昇しているものの、有効求人倍率は低下している。3か月前と比較すると、共に低下している。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・転職への期待感が薄れ、新規求職者の減少が続いている。労働力の移動が減少したことから、人手不足感のある企業の求人充足が進まない。	

やや悪く なっている	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・求人、求職者とも減少しており、専門職などの求人の対応に苦労している。
悪く なっている	—	—	—