

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 | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・梅雨の影響もあり、来客数が多い。 |
| | | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・一部、品ぞろえを変えたこともあって来店頻度は向上している。販売量も増え、売上が上昇している。 |
| | やや良く なっている | コンビニ（店長） | 単価の動き | ・客数、客単価が下げ止まった。特に出勤と退社時間帯の来客が回復した。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・6月中旬までは、これまでと同様に思わしくなかったが、中旬以降は、地方公務員や銀行のボーナス支給や子ども手当の支給などが関係しているためか、持ち直しが感じられる。 |
| | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・夏のボーナスや子ども手当を見込んでの購入が増え、ここ数か月徐々にテレビやエアコンの販売台数・金額が増加してきている。 | |
| | 家電量販店（営業担当） | 販売量の動き | ・6月前半はテレビが主力であった。中盤から徐々に冷蔵庫、洗濯機の台数が上昇しはじめ、販売の主力となっている。なお、テレビは、2台目、3台目の購入目的が多くなっている。 | |
| | 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の延長に伴い、購買意欲が昨年以上に強い。 | |
| | 乗用車販売店（役員） | 販売量の動き | ・6月は、受注数の増加等がみられる。また、販売については人気ハイブリッド車が堅調に推移している。 | |
| | 通信会社（企画） | お客様の様子 | ・有料サービスに対するお客様の関心が高くなってきている。より高額なメニューにも興味を示している。 | |
| | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・入場者数が5月と比較して5%以上増加している。 | |
| 変わらない | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客にバーゲン待ちの様子がみられる。本来であれば6月は夏物が平価で売れる時期にもかかわらず、動きが非常に悪い。天候不順も一要因とみられる。 | |
| | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・人の動きが少ない。 | |
| | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | 販売量の動き | ・悪いまま停滞している。 | |
| | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・月末にかけて、7月からのクリアランスセール待ちで下見だけして帰るケースが多く見受けられる。前年に比べ、来店数・販売数・売上高すべて下回った。 | |
| | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・客数減が続いている。対応としてチラシ価格やポイントを強化している。 | |
| | スーパー（企画担当） | それ以外 | ・子ども手当の支給月であり、どの程度消費に回るかと期待していたが、直接消費に結びつくことはなかった。また、サッカーワールドカップの影響で外食産業は影響が出ているようである。 | |
| | スーパー（財務担当） | 来客数の動き | ・各スーパーでの特売品、低価格商品の買い回り現象は続いており、客単価や来店客数は回復していない。 | |
| | スーパー（人事） | 販売量の動き | ・子ども手当支給に明確な好影響は認められず、政策による景気の変化が現れていない。 | |
| | コンビニ（総務） | 来客数の動き | ・天候や気温上昇に伴い、通常であれば来客数が増加する月であるにもかかわらず、5月同様横ばいである。 | |
| | 衣料品専門店（総務担当） | 単価の動き | ・5月はいったん持ち直していたが、6月は季節的要因もあり売上が低迷する月でもある。客数は維持しているが客単価は前年比3%程度下落しており、その分売上は低下している。客単価の下落率は縮小しつつも、継続的に下落している。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・5月、6月と販売量に大きな動きはない。昨年はエコカー購入補助金制度の開始時であったため、前年比較はできない。 | |
| | 一般レストラン（経営者） | お客様の様子 | ・客数の動きは競合店の出店状況により異なるが、価格比較のできるナショナルブランド商品については、少しでも安い店で購入する動きがある。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | 販売量の動き | ・6月は少し宿泊者数が伸びたが、旅館の内部での消費が少なく、売上はそれほど伸びていない。5月はゴールデンウィークに集中して、一般の企業の利用や会合・コンベンション等がなかった。6月はその反動を期待したが、伸びなかった。 | |

| | | | |
|-----------|--------------------|--------------|---|
| | 旅行代理店（支店長） | 販売量の動き | ・5月に引続き、国内個人旅行の売上が前年同期比を下回っている。高速道路料金引下げの継続の影響による近場旅行と参議院選挙の影響で動きが鈍っている。 |
| | タクシー運転手 | 単価の動き | ・全国的には、景気が上向きだといわれているが、地方では感じられない。利用回数が全く伸びない。1回の利用金額が非常に低い。 |
| | 美容室（経営者） | 単価の動き | ・前年同期比と比較して来客数は同じが微増ではあるが、客単価が相変わらず低く推移している。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・商談数は変わらないが、金額面でシビアになっている。 |
| やや悪くなっている | 一般小売店〔書籍〕（営業担当） | 単価の動き | ・単価500円までの商品の売行きは良いが、1000円超については売行きが鈍くなっている。 |
| | 百貨店（営業担当） | それ以外 | ・前年同月比で来客数、売上高共に下回った。売上高では宝飾品・特選商品等のラグジュアリーブランド、リビング、美術品および紳士用品が苦戦し、総じて低調に推移した。 |
| | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・来客数が減少しており、客も慎重に買うようになっている。一方で高額品を買う客も徐々に増えている。 |
| | 衣料品専門店（副店長） | お客様の様子 | ・6月は春夏セールを通常より1週間早めに行っている。来客数はさほど変わらないが、客単価は低下している。前年同期比では、かなり悪い。 |
| | 家電量販店（店長） | 単価の動き | ・テレビは販売台数では前年比115%であるものの、単価については前年比75%と落ち込んでいる。冷蔵庫についても86%ということで、非常に厳しい数字となっている。 |
| | 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・6月に入り、梅雨も影響して来客者が非常に少ない。単価を下げると入ることもあるが、個人消費は悪くなっていると感じる。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・昼間の動きが悪い。病院関係、朝のホテル客の利用も減っている。夜についても、飲みに出る人が少なく、車で帰る人、公共交通機関で早めに帰る人が多く、タクシー利用者は減っている。2時間待って、1回動く状況である。 |
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・乗客からは、チケット発行などの経費扱いがない、飲食会が少なくなった、という声を多くきく。 |
| | 競艇場（職員） | 販売量の動き | ・本場のみ6月売上については、5月比で25%減少、3月比で13%減少している。前年比では12%減少である。 |
| | 設計事務所（職員） | 販売量の動き | ・受注額、売上額とも減少傾向に歯止めがかからない。低価格での受注が恒常化しており、利益も上がらない。 |
| 悪くなっている | ゴルフ場（従業員） | 来客数の動き | ・来場者数は、2、3か月前と比較し悪化している。前年比でも悪化している。特に平日は予約状況が悪い。 |
| 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 |
| | 通信業（部長） | 受注量や販売量の動き | ・商談件数は増加している。ただ価格低減要求は依然強く、受注量は増加しても増益効果は薄い。また、価格競争の厳しい状況が続いており、気の抜けない状態である。 |
| 変わらない | 農林水産業（総務担当） | 取引先の様子 | ・出荷品は天候要因で減少している。単価は上昇しているが、需要自体は活発でない。中元需要も動きが鈍い。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・トイレットペーパーやティッシュペーパーは価格が下落し、その上、量も出ない。かるうじて新商品のクリーナー関係が少しずつ伸びてきている。 |
| | 一般機械器具製造業（経理担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・同業他社との価格競争が一段と厳しくなっている。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・太陽光発電の企画・設計・取付を行っている。少しずつではあるが、上向きに推移している。 |
| | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・1件、公共事業を受注したものの、受注価格は非常に低い。 |

| | | | | |
|----------|-----------|----------------|--------------|--|
| | | 建設業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・民間工事では介護関係、公共工事では耐震工事関係の受注が引続き順調に推移している。手持ち工事量は、前年同期を上回っている。しかし、収益面では依然競争が激しく、収支トントンが続いている。 |
| | | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・株式市場などをみていると不安であるが、幸いにも関係会社には業績悪化の様子はあまり見受けられない。 |
| | | 輸送業（統括） | 取引先の様子 | ・口蹄疫の影響により、宮崎県向けの飼料運搬がストップしたが、全体でのウェイトは小さいため、影響は軽微である。 |
| | | 通信業（営業担当） | それ以外 | ・円高が続いている影響からか、株主総会を終えても株価が低迷しており、個人・法人企業ともに節約ムードである。上向きつつあった景況感、経済状況に閉塞感がある。第1四半期を迎え、期末バーゲン、中元商戦に消費拡大の工夫をしているが厳しい状況が続いている、との声を多くの経営層から聞く。 |
| | | 広告代理店（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・以前から継続受注していた商材でも、価格引下げ、またはキャンセルが発生しがちである。クライアント側のコスト削減の意志は非常に強い。 |
| | | 公認会計士 | 取引先の様子 | ・各企業の6月決算、あるいは月次試算表を昨年と比較すると、売上、利益ともにプラスに転じている企業等が点在する。しかし、全体としては前年と変わらない状態が続いている。 |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・販売数量が伸び悩んでいる。 |
| | 悪くなっている | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・工業製品原料の輸送数量が2～3月と比較し80%と、減少傾向にある。また、原油価格高騰により、軽油の仕入価格が前年同月比で13.3円上昇している。 |
| 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（営業部長） | 求人数の動き | ・企業の人員調整が進み収益が出る経営体質に戻りつつあり、採用を再開する動きが出始めている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・即戦力及び幹部系求人の中途採用のニーズが少しずつ回復してきた。松山以外では有力な求人メディアが無いため、特に東予・南予地域からのインターネット求人サイトのニーズが高い。これら地域の企業からの受注は増加傾向にある。 |
| | 変わらない | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・求人数、求職者数ともに、5月比で大きな動きはない。業種により求人数の変動が大きく、見通しは立たない。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・企業の受注の減少により、雇用調整が減少傾向にあったが、6月から増加に転じている。 |
| | | 民間職業紹介機関（所長） | 周辺企業の様子 | ・余剰人員を抱えている企業はまだ多く、配置転換、グループ内での転籍等で人員をまわそうとしている。従って、中途・新卒ともに採用を控える企業が多い。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 求人数の動き | ・前年同期に比べ、求人数は減っているが、3か月前との比較では特に大きな変動はない。事務職の求人は激減している。一方で、営業や販売支援、介護関係の求人はある。 |
| | やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・景気を牽引してくれる業種が見当たらず、低レベルで安定している。夜の飲食店街の人通りは少ないままである。カーディーラーが、エコカー購入補助金制度の9月終了を見込んで広告出稿を増加することも予想したが、期待はずれである。NHK大河ドラマに関連して観光部門は好調を持続しているが、これも一過性とみる。 |
| | | 職業安定所（職員） | それ以外 | ・5月の有効求人倍率は0.51倍と、3か月前より0.08ポイント下回った。 |
| | | 悪くなっている | - | - |