

10. 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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (四国)		*	*
		コンビニ（店長）	・客数が増加に転じ、買上点数も微増しており、客の様子にゆとりを感じる。
		衣料品専門店（経営者）	・来年10月に消費税の引上げがあるため、パラパラと商品を購入していく客が多い。来年9月くらいまでは、ある程度売れるだろうが、あくまでも消費税の引上げの影響である。消費税の引上げ後は売上が落ち込むのは間違いなく、景気は輪をかけて悪くなるだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・秋から今までの動きが非常に良い。1月は特に大きなバーゲンセールのある月であり、他社との競合もし烈になってくるが、この調子であれば、そこそこうまくいくのではないかと期待している。
		乗用車販売業（営業担当）	・決算月に近づき、車検到来の客が増えるのでやや良くなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・年度末でもあり、新型車も発売になるので売上は増加する。
		通信会社（技術）	・年末及び年度末の特需が想定されており、販売量に大きな動きがある。
		通信会社（営業部長）	・新生活シーズンの需要拡大が期待できる。
		美容室（経営者）	・店舗改装を考えているので良くなることを期待する。
		商店街（代表者）	・来年は統一地方選挙があり、中心市街地の活性化、再開発について議論になっている場所もある。いろいろな街づくりについての議論が、市民・県民の間であるということは、商店街に対する認識がますます高まってくるので、商店街にとってはいい傾向が続くと思う。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・年末年始商品に動きはあったが、通常の商品に関しては、今までと同様大きな動きはなかった。今後も現在の傾向が続くだろう。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・寒い時期のため、外食を控え、飲食店も閑散期になる上、景気が良くなる要素もないので消費者の財布のひもも固いままだろう。
		百貨店（営業統括担当）	・セールでの衣料品の売上拡大を期待するとともに、化粧品、高額商品の動きは引き続き堅調な推移を予想するが、株価の乱高下による消費マインドの低下を懸念している。
		スーパー（企画担当）	・年末の営業状況はほぼ例年のとおりだった。冷え込みが続けば冬商材の販売も好調とみるが、近年は気温の状況で売上が左右されるため、楽観視はできない。
		コンビニ（商品担当）	・2019年、2020年と日本の景気が上向き要素はあるが、地方が良くなるには先に首都圏が良くなってからだと感じており、当面は変わらないだろう。
		コンビニ（総務）	・来年度の消費税の引上げを控えて、引き続き消費は冷え込むだろう。
		衣料品専門店（営業責任者）	・初売り商戦は年々盛り上がり欠けていっているのが現状で、客も良い物がある場合に購入するといった意識が非常に強く、その傾向が続くだろう。
		家電量販店（副店長）	・暖冬が続けば大きな期待はできない。
		乗用車販売店（従業員）	・増販期に入り受注は増加するが、車検、点検などは苦戦するだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げも控えているが、自動車に関しては取得税、自動車税等をトータルすると総額では余り変わらない予想のため、購入時期に対する意識の変化はない。
	乗用車販売店（役員）	・前年の新型高級車と比べ、今年の新型車は売上単価が低下するため、新型車による売上高の押し上げ効果は減少するだろう。	
	住関連専門店（経営者）	・土地の造成や分譲住宅の建設が進んでおり、将来的な需要の発生が見込まれる。	
	その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・平成最後の年で、ゴールデンウィークの10連休は例年と違う動きになりそうだが、それまでは今と変わらないだろう。	
	都市型ホテル（経営者）	・今の予約状況からみると良くなっているという様子はない。このまま景気は横ばいで進むだろう。	
	通信会社（支店長）	・当面の変動要素は見当たらない。	

	競輪競馬（マネージャー）	・ 娯楽の多様化が進み、大衆の利用者が分散化している。魅力のあるスター選手が育たない状況が続いており人気伸びてこない。	
	商店街（事務局長）	・ 年末の株価上昇に期待をしていたが、想定以上の大幅下落となった。ここ1年消費を下支えしていた富裕層の消費意欲も一気に陰りを見せている。消費環境としては、改元へ向けてのお祭りムードが消え失せ、消費税の引上げの再延期が世論となりつつある。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ なじみ客の変化はないが、一般客の予約が鈍くなっている。	
	スーパー（店長）	・ 少子高齢化と人口減少の進行により、更に来店客数が減少すると見込まれる。また、景気回復要因が特に見当たらない。	
	スーパー（財務担当）	・ 株価の下落もあり、更に節約志向が強くなる。	
	スーパー（統括担当）	・ 消費税の引上げによって、消費がしぼんでいくだろう。	
	衣料品専門店（経営者）	・ 米中貿易問題の影響が出るだろう。	
	家電量販店（店員）	・ ボーナス商戦が終わり来客数も販売量も落ち着いていくだろう。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ 年明けになると年末の反動で売上も悪くなる。	
	観光型旅館（経営者）	・ 当地のシンボルである本館の改築を来年1月から始めるため、その影響で来客数は少し悪くなる。対策として新しく立派なホテルを建設しており、営業次第では前年並みで着地する余地がある。景気全体としては、地方は良くないので心配している。	
	旅行代理店（営業担当）	・ 13府県ふっこう周遊割が1月末で終了し、旅行需要が多少は低下する。	
	タクシー運転手	・ 12月は繁忙月であり、以降は少し客足が鈍る。前年と比べ、昼も夜も乗車率は余り良くなかった。	
	タクシー運転手	・ 12月の忘年会シーズンは客数はそれなりであったが、お遍路が始まるのは3月中旬ごろであり、それまでの冬場の売上は今より悪くなる。	
	× 商店街（代表者）	・ リーマンショックのような事態にならない限り消費税は10%にするというが、それ以上の不安要素が起こり得る環境になりつつある。	
	× スーパー（店長）	・ 正月飾りも景気の悪さを感じて売れず、気温が高いため冬物も売れない。2～3か月先の景気が回復するような実感はない。	
	× コンビニ（店長）	・ 改善の兆しが見えず、景気は悪化傾向が続くだろう。競合他社の出店計画等を耳にする現状で、オーバーストアが懸念される小売業界は更に厳しさを増すだろう。	
企業 動向 関連 (四国)		*	*
		農林水産業（職員）	・ 年末寒波で露地栽培の野菜が影響を受け、今後の入荷量は減少が見込まれる。また、料理も鍋物需要の増加が見込まれるため、市場価格も好転するだろう。
		木材木製品製造業（営業部長）	・ 天候の不順や災害がなければ前年を上回る見込みである。住宅着工が伸びており、十分に期待できる数字となるだろう。消費税の引上げの影響も出始めている。
		化学工業（所長）	・ 改元に伴う、駆け込み需要が期待できる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ いろいろな問題が解決すると見込んでおり、景気も仕事も上向くだろう。
		通信業（企画・売上管理）	・ 12月のキャンペーンが1月に延期になった影響などがあり、1月は前年に比べると見通しが良い。
		繊維工業（経営者）	・ 政府は消費税の引上げによる景気の悪化を防ぐための景気対策を計画しているが、消費落ち込みを考慮した目先の対策でしかなく、国としての財政問題を踏まえた抜本的な対応に見えない。日本には独自のモノづくり文化や技術力があり、それらを更に伸ばしていく前向きな対策に予算を配分していくべきである。将来に向けた日本経済の発展が景気浮揚につながっていく、という国民へのメッセージやビジョンが不透明である。
		鉄鋼業（総務部長）	・ 変化する要因がない。
		電気機械器具製造業（経理）	・ 得意先からの受注量並びに受注予測に大きな変化はない。また単価に関しても変更を予定していない。

	建設業（経営者）	・年度末にかけて納期が集中するため、繁忙期に入るものの、これは例年どおりであり織り込み済みである。景気はこのまま悪くもない状態で年度末まで推移するだろう。	
	建設業（経営者）	・年が明けても、公共工事も民間工事もはっきりとしない状態が続く。	
	輸送業（経営者）	・会社は順調だがとにかく雰囲気が悪い。消費税の引上げに伴う軽減税率なども分かりづらく、一律10%に引き上げた方が良いと思う。単なるパフォーマンスにしか見えない。	
	輸送業（営業）	・貨物の運搬に事業用トラックを使用する陸上貨物事業者にとって、労働力不足と燃料油価格の高止まりについては事業の経営を圧迫する深刻な要因となっている。特に軽油の価格については、ここ数年上昇傾向にあることから、特例的な時限的措置として軽油引取課税の軽減を求める声が多い。	
	通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。	
	広告代理店（経営者）	・消費税の引上げ前の年度末には販売促進の広告を期待しているが、現段階での得意先からの情報では余り変わらない。一部得意先の新規出店予定もあるが、全体としては例年どおりである。	
	公認会計士	・インバウンド効果が出ている地方温泉等のホテル、あるいは、土産売場については景気が上向きになっているが、市内のタクシー会社等は前年比で売上が減少している。思い切って設備投資ができる環境ではないという意見が多い。	
	金融業（副支店長）	・消費税の引上げの全貌が確定するまで様子見となりそうだ。	
	x	-	
雇用 関連 (四国)		-	
	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期に入り、求人数が増加するだろう。	
	人材派遣会社（営業）	・働く意欲があるのに就職できない未就職者数は変わらないと見込んでおり、景気に大きな影響は出てこない。今後は潜在的な労働力の掘り起こしに注力しないと、景気は良くならないだろう。	
	求人情報誌（営業）	・各社のコア人材、幹部候補の不足は、短期で補えるものではないため、景気は横ばいですすむだろう。	
	新聞社 [求人広告]（担当者）	・良くなる要素が特に見当たらない。	
	職業安定所（職員）	・企業から、受注や販売が増える話は聞かない。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数、求職者数共に減少傾向にあるが、有効求人倍率は高水準で推移しており、人手不足の状況も変わらない。	
	民間職業紹介機関（所長）	・次年度の新卒者の採用計画を考えている企業で、採用人数を例年並み、又は多少減らすという企業が多く見受けられる。景気の底冷え感があり、採用を増やせない企業も多い。また、予定どおりの採用ができないという閉塞感もある。	
	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の伸びが不安で、派遣登録する求職者数はますます減っている。	
	人材派遣会社（営業担当）	・景気の下降とともに外部人材への費用が少なくなっている。	
	職業安定所（求人開発）	・11月の有効求人倍率は1.64倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、大きな変動がないものの、最近になって企業の統廃合の情報が増えてきており、この状況はしばらく続くだろう。	
	学校 [大学]（就職担当）	・最近の短期的な景気動向は海外要因に左右されており、米国、中国の覇権争い及びそれぞれの内部動向に過敏に反応するようになっている。これらの動向が悪化の一途をたどっており、それによる各種マインドの冷え込みが大いに懸念される。	
	x	-	-