

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)		-	-
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費増税や値上げなどもあるので、2～3か月先は少し売上が上昇する。
		旅行代理店（営業担当）	・今年は例年に比べて3連休も多く、紅葉シーズンに向けて需要が増えてくるだろう。
		通信会社（技術）	・年末に向けての特需が増加する見込みである。
		美容室（経営者）	・店舗の改装で新規客が少し増えてきたので、固定客につながることを期待している。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・当店は立地条件が良くなく、酷暑、長雨の影響ももちろんあるが、売上不振の状況に変わりはない。今後も今のところ、改善の見込みはない。
		百貨店（企画担当）	・消費増税の影響がどのように出るか現時点では予測できないが、余り大きな影響は受けないのでないか。
		スーパー（企画担当）	・10月の消費増税前の買いだめ需要が発生するので、一時的には来客数、売上共に増加するが、生鮮食品については買い控えも予測され、全体の伸びに寄与するかは全く不明である。
		コンビニ（店長）	・10月の消費増税前までは現状を維持し、その後は急減速するだろう。
		コンビニ（商品担当）	・消費増税があるので、悪くなる可能性もあるが、コンビニ業界は商品によっては消費増税8%の継続も決まったため、余り影響を受けない可能性もある。
		衣料品専門店（経営者）	・来月は消費増税前なので、売上は全体的に良いのではないかと。10月に消費増税の引上げが始まってからも余り変わらないだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・6月以降、7～8月はそれなりに厳しかった。9月は衣替えの季節であり、消費増税が上昇することに伴う駆け込みも期待しているが、現状の数字をみる限りでは横ばい強が良いところであろう。
		乗用車販売業（営業担当）	・消費増税前に間に合う車も少ないため、今後も厳しい状況が続くだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・消費増税で駆け込み需要が発生すると思ったが、販売量、来客数共に増えてこない。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の駆け込み需要は余り感じられない。中古車の駆け込み需要を期待している。
		住関連専門店（経営者）	・現在、土地がかなり安くなっており、併せて借入金利が低くなっているため、近隣で分譲住宅などが建っている。今後、住関連商品の需要があるだろう。
		観光型旅館（経営者）	・8月は良かったが、9～10月はどうなるか判断しづらい。例年並みと予測するが、少し良くなっていく可能性もある。韓国との政治的な問題等もあり、外国人が減るのではないかとという心配もある。
		都市型ホテル（経営者）	・現在の予約状況から判断すると、余り良くない。今後、何とかしのいでいけるかどうか、といったところである。
		通信会社（営業部長）	・新規需要が低迷している。買換え需要は好調とはいえないまでも一定数はある。
		通信会社（支店長）	・改正電気通信事業法の施行や新規参入など不透明感があり、状況が見通しづらい状況である。
	設計事務所（所長）	・中心部の建物の建て替えに、外部資本が入ってくることが多くなっている。	
	商店街（代表者）	・消費増税、将来の年金問題、米中の貿易摩擦、日韓の問題等、不安な材料が多く、個人消費や企業消費の冷え込みが顕著になるだろう。	
	商店街（事務局長）	・政府が打ち出している消費増税後の消費下支え策は対象者や恩恵が分かりにくく複雑であるため、すぐには効果は出にくいと、時間を追って理解され、効果が出てくることを期待する。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・一部の繁盛店とそうでない店の差が大きくなってきている。空き店舗が増えていく不安がある。	
	百貨店（販売促進）	・10月は消費増税の影響を間違いなく受けるだろう。	
	百貨店（営業管理担当）	・消費増税の引上げ後は苦戦するだろう。来客数が減少するなかでも、消費増税の影響が比較的少ない食品や富裕層の買上は変わらず推移するだろう。	

	スーパー（財務担当）	・消費税の増税や、金融庁が発表した「老後資金が年金だけでは2000万円不足する」問題等から、消費者は更に節約志向に入る。
	衣料品専門店（経営者）	・米中や日韓の貿易摩擦が世界経済に良い影響を与えない。
	衣料品専門店（営業責任者）	・消費税増税が控えるなか、駆け込み需要は余り期待できず、消費者還元政策の実施もあるが、徐々に心理的なところからマイナスの影響が出てくるだろう。
	家電量販店（副店長）	・消費税増税後は主要大型商品の販売台数が少なくなるだろう。
	乗用車販売店（役員）	・消費税増税後の動きが予測しづらい。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税もあり、最低限必要なものしか買わないようになっていくだろう。
	一般レストラン（経営者）	・夏休みも終わり、消費税増税を待つばかりとなり、ますます景気は冷え込むだろう。また、消費税の引上げ幅も2%と低く、日用品の駆け込み需要があるとは考えにくい。
	タクシー運転手	・9月は横ばいだが、10月に入って消費税の引上げがあった場合、前回、前々回の消費税の増税時もそうだったが、実車率が悪くなる。飲食の回数も減り、昼間の動きも悪くなるだろう。
	通信会社（営業担当）	・端末価格等の上昇で客の購買意欲が低下する可能性がある。
	競輪競馬（マネージャー）	・円高、株価低迷が続いており景気は良くならない。身近な市場環境も消費税増税が開始されると財布のひもは固くなると判断している。全体的に景気はやや悪くなるだろう。
	美容室（経営者）	・毎年9～11月は客の動きが鈍くなる。9月は7～8月に客が動いた反動で売上が下がる。11月はどうせなら12月にきれいにしたいと考える客が増えるので動かない。
	商店街（代表者）	・消費税の増税が10月1日から実施されるが、制度が複雑すぎて消費者も店主もどうすれば良いか分からない状況になるだろう。以前と違って、駆け込み需要も余り期待できない。そもそも、高額品は余り売れなくなっているので、かなり売上が下落するだろう。
	商店街（代表者）	・ネット社会の進展が加速しているなかで、既存設備の拡大で対応したり、旧態依然としたリーダーの経営感覚で進めていたりしているが、社会構造の劇的刷新、極端に言えば大型店中心に国内の既存店舗を半分に減らすくらいの街づくりの再構築がなければ、地方の小売流通業界の再生はあり得ない時代を迎えている。
	一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税が増税となるのに、景気が良くなるわけがない。
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・10月の消費税増税前でも酒類専門店で買いためという事はなく、消費者はディスカウント店や量販店に流れるだろう。
	スーパー（店長）	・消費税増税に伴うポイント発行、あるいは値引きなどで、一層デフレ化が進み、景気は良くならない。
	コンビニ（店長）	・消費税増税前の駆け込みも見込める様な状況でなく、競合激化、買い控えムードが続く、売上は更に減少するだろう。
	コンビニ（総務）	・消費税増税が始まり、キャッシュレス決済を実施しても消費の冷え込みは変わらない。
	乗用車販売店（従業員）	・今月の受注が減少しているため、2～3か月先の登録台数は減少する。
企業 動向 関連  (四国)	-	-
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・メディカル用品の注文が中国、台湾で決まり、現在、資材を用意しているため、少しずつ売上に寄与してくる。
	食料品製造業（経営者）	・食品は、小売価格が上がらないなか、原材料は上がっているため利益が圧迫されている。物流費も全国的に上がってきており、最終的には製品価格に転嫁せざるを得ないが、その分、販売量は減少する。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・英国のEU離脱や米中貿易摩擦、点在する地政学的リスク等もあり、極めて不透明な状況が続いている。
	電気機械器具製造業（経理）	・客からの受注確定量について、これまでとほぼ同程度となっている。また、今後の受注予測も安定的に推移する。
	建設業（経営者）	・今後、大きく景況を左右するような自然災害がない前提で、現状に近い形で今後も推移していくだろう。
	建設業（経営者）	・2～3か月では変わる要素がない。
	輸送業（経営者）	・当面は変わらないが、来年が怖い。
	通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。

	農林水産業（職員）	・消費税の引上げで、消費者の財布のひもはきつくなることが予想される。年金問題もあり貯蓄に回す金額は変えず、出費を抑える傾向になるだろう。国際情勢も悪化しており、株価にも期待できず、金利も低いことから先行きの好転は見込めない。
	繊維工業（経営者）	・個人的には消費税増税に賛成であるが、自社のショップでも一部、食品扱いの物があり、8%の軽減税率は全く理解ができない。小売現場の声を無視した法律であり、手間が掛かるだけで消費者もさほどメリットを感じないだろう。一律9～9.5%にでもすればよかった。
	化学工業（所長）	・9月は消費税増税前の駆け込み需要で日用品等の数量が増えそうだが、10月以降の反動の方が大きいだろう。10月以降の受注が若干落ちてきている。
	鉄鋼業（総務部長）	・人手不足解消のめどが立っていない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・受注残は少なくなっているが、ほかの案件の仕事が徐々に増えつつある。
	輸送業（営業）	・10月の消費税増税後においては、駆け込み需要の反動による消費の腰砕けが景気の低迷につながると予想されることから取扱物量の増加は期待できない。働き方改革への対応などから、下半期以降も運賃値上げを計画している運送事業者は多いと見ており、値上げを見送った運賃の安価な業者に出荷が集中するだろう。
	通信業（企画・売上管理）	・期待されていた消費税増税前のプロモーション費用を、各社とも捻出しづらい状況にある。商品によって課税の対象であるものとそうでないものがあり、生活者に判別しづらくなっている状況が逆に動きをとめてしまっている可能性がある。
	金融業（副支店長）	・日韓や米中の問題が地方にも悪影響を及ぼす可能性がある。消費税増税もマイナスに作用しそうな雰囲気がある。
	広告代理店（経営者）	・9月は消費税の引上げ前の販売促進広告を受注しているが、10月以降は消費税の引上げの影響を考慮して販促広告を当面削減させるとの話もあり、やや厳しいだろう。
	公認会計士	・10月からの消費税の引上げに伴う景気の悪化を非常に気にしている。そのため、設備投資等を積極的に行うことができないと回答をする経営者が増えている。
	× 木材木製品製造業（営業部長）	・10月からの住宅着工が減少する見込みであり、受注は減少するだろう。ローン減税、エコポイントなど政府の消費税増税に伴う景気の落ち込み対策は、余り効果を上げていない。
	× 輸送業（経理）	・消費税率が10%となることにより、更なる消費の低迷が懸念される。また、貿易摩擦や外交悪化による国内外の物流が更に低減していくことが懸念される。
雇用 関連  (四国)	-	-
	-	-
	人材派遣会社（営業）	・働き方改革が進むなか、ホワイトカラーの定型業務の見直しが進んでいる。その対策としてRPAの導入などが徐々に進み、現場の人材活用の在り方が改善され景気にも良い影響が出てくるだろう。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人倍率は依然として高い。
	求人情報誌（営業）	・人手不足の状況に改善傾向がないため、このまま景気がゆるやかに悪化していく。
	職業安定所（職員）	・不安定な世界経済から、リーマンショック時のような不安感はあるものの、新卒大学生向け就職フェアでは、大学生の参加者が例年に比べ減少しており、大学生の就職ははまだ好調である。それに比べて新卒大学生を求める事業所は多く、まだまだ人手不足が続いている。
	職業安定所（求人開発）	・7月の有効求人倍率は1.46倍で、前年同月比で減少となったものの、平成28年7月以降、1.3倍以上が続いていて、大きな変動はなく、企業整備の情報が入ってくるものの、大規模ではないため、しばらく同じような状況が続くだろう。
	民間職業紹介機関（所長）	・企業側の設備投資に対する意欲がますます薄れている。やはり、経済の先行き不透明感を実感しており、なかなか投資意欲が湧いてこないようである。現状の設備で工夫改善し、先行きの可能性が見えてきた段階で、設備投資、若しくは新規事業への参入を考えている経営者が多い。
	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数は、毎月ある程度の数があるが、一部の企業等の求人に応募が集中して、人材の確保が難しい企業は多い。

	求人情報誌製作会社（従業員）	・異動時期が落ち着き求人数の減少が予想される。
	新聞社 [ 求人広告 ]（担当者）	・消費税増税の影響がある。
x	人材派遣会社（営業担当）	・来年度の同一労働同一賃金について企業側も懸念し出しており、派遣業界が厳しくなっていく懸念がある。