

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 (四国)	-	-	-	-
	-	-	-	-
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の駆け込み需要はほとんどなかった。また、反動減も余りなかった。
		百貨店（営業管理担当）	販売量の動き	・消費税増税後の反動から高額品や化粧品などを中心に前年を下回って推移している。また、比較的影響が少ないと予想された食品も前年割れとなり、全体的に消費の冷え込みがみられる。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・コンビニは軽減税率の対象品が売れ筋商品なので消費税増税の影響は軽微である。また、キャッシュレス決済はポイント還元があるため前年より5%伸びている。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・前年同月は、たばこの値上げの影響で来店客数と客単価が下落していたため、今月は売上が前年同月を上回っている。しかし、景気が良くなっているとは考えられない。
		観光型旅館（経営者）	お客様の様子	・消費税増税が非常に大きく取り上げられ、小売業などは大変な変化が起こっている。観光業も客の意識が変わっているが、小売業とは少し異なっている。当店の客の動きは余り変わっていないが、業界全体としては当地への入込は少し減っている。これは他の戦略もあるので、増税の影響だけではない。
		都市型ホテル（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響で売上は少し落ち込むと予測をしていたが、余り落ち込まなかった。ただ、客の様子は、消費税増税より、増税に合わせて物価が上昇したという反応が強い。便乗値上げではなく、元々物価が上昇傾向にあったものを、増税に併せて実施したようだ。全体的に物価が上昇したことで、今後は買い渋る動きが出る可能性がある。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響もあるのか、来客数が増加せず、なかなか受注に結び付かない。しかし、間際での受注拡大に期待している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・秋は、本来ならお遍路さんが増えて忙しい時期だが、今年はお遍路さんが少なく、売上、水揚げは増加していない。
		通信会社（技術）	販売量の動き	・当社サービスの新規加入数と解約数がほぼ同数である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響は余りない。
		設計事務所（所長）	それ以外	・いろいろな業界団体や各種団体、企業のゴルフコンペが非常に多い。
		商店街（事務局長）	販売量の動き	・消費税増税後、キャッシュレス決済のポイント還元を上手く活用できている店舗以外は、大資本企業も含めほとんどの店舗で多かれ少なかれ売上は減少している。高額品やブランド品においては9月に駆け込み需要もあり、反動減は覚悟をしていたが、いつまで低調が続くのか先が見通せず不安でならない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税に加え、豪雨災害等で消費者の消費意欲が鈍化しており前年比の販売量を下回っている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・キャッシュレス決済のポイント還元が10月から始まり、月初めはキャッシュレス決済を初めて使ってみようという客が来店したため、来客数が多かったが、10月後半からは来客数が大幅に減少した。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・前月の消費税増税前の駆け込みの反動か、今月は客の動きが悪い。
	百貨店（販売促進）	販売量の動き	・10月の消費税増税の影響が大きい。9月に大きくプラスとなったカテゴリーを中心に今月はマイナスとなっている。	
	スーパー（店長）	それ以外	・消費税増税が10月にあってから、特に消耗品等の先買いできるものは月初から販売量がマイナスとなった。最近は徐々に回復しているが、全体ではまだ戻りが不十分である。	

	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税前の買いだめなどの影響や、中小事業者対策のポイント還元策など、大手が対応できない制度が原因で来客数が減少している。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月、消費税増税後に意外と売上が減少してないのは、キャッシュレス決済のポイント還元のお陰かもしれない。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、10月は来客数が極端に少ない。9月は駆け込みかどうかは分からないが、意外と良かったが、今月は出足が低調である。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は消費税が10%になり、中旬は台風19号の余波で相当な雨も降ったため、全体的に消費動向が悪い。特に10日頃までは消費税増税の影響で昨対が厳しかった。その後は、やや低い程度で推移している。
	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要は多少あったものの、それほど盛り上がりはなかった。しかし10月に入って消費税増税の影響からか受注が芳しくない。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・来客数がとても少なく、売上も伸びていない。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入り週末の観光客が増えた。それは有り難いことであるが、観光客が増えたことで、地元の人が週末の予約を取りづらくなっている。当店は地元の常連をメインに営業しているため、週末の来客数が減り、業績はやや悪くなっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・2～3か月前と比べて、単価も水揚げも低下している。管理職をしている客の声として、「部下を誘っても、以前のようについてこない。急に言われても困るといわれる。コミュニケーションの取り方、及び飲みケーションの在り方が変わってきた」ということを、聞くことが多くなっている。
	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・消費税増税前に少し駆け込み需要があったが、10月はそれ以上のマイナスが発生しており、回復の兆しがみえない。
	通信会社（支店長）	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要の反動がみられる。
	競輪競馬（マネージャー）	来客数の動き	・来客数の推移は少し増加傾向にあるが、売上収入は1割弱の減少が続いている。全体的には経済の低迷によって、利用者の財布のひもが固くなっている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響は余り感じないが、毎年10～11月は客が動かない。
×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・36年前、地元デパートを閉店に追い込み、旧来の中心市街地に壊滅的打撃を与えた県外資本のデパートが、逆に来年、撤退することが決まった。大店法の廃止の弊害と街づくり三法の無機能ぶりを象徴する出来事が次々と地方都市に起きつつある。ネット社会を前提に郊外型店舗を無条件に許可する制度を再検討すべき時に来た。
×	商店街（代表者）	それ以外	・消費税増税の影響が出ることは、ある程度は予想していたが、予想以上に消費者のマインドが低下している。キャッシュレス決済によるポイント還元も、上旬は大したことはなかったが、中旬頃からキャッシュレス決済の支払率が増加しており、現場でも店頭でも煩雑な作業に追われている。
×	一般小売店〔乾物〕（店員）	販売量の動き	・消費税増税後に景気が良くなるわけがない。また、当店が入っているデパートの撤退が決まったので、将来についても全く分からない状況である。
×	一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税後、消費者の財布のひもが更に固くなったようで、家庭用も飲食店への納品も売上数が減少した。
×	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年に比べて、10%以上落ち込んでいる。売上はそれ以上に落ちており、消費税増税の影響が強く出ている。
×	スーパー（財務担当）	単価の動き	・消費税増税後、客単価が低下している。
×	衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・前月の消費税増税に対する駆け込み需要はそれほど大きくはなかったが、今月はそれ以上のマイナスで推移している。前年比で78%で推移しており、予想以上に厳しい。

	×	家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費税増税の影響で買い控えが生じている。	
	×	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・消費税増税に伴い来客数が減っている。	
	×	乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響で契約数は大幅に減少している。自動車は購入時ではなく、登録月の税制が適応されるが、9月までは購入時の税制が適応されると思っていた客もあり、来客はあったが、それもなくなった。	
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後の新車受注状況は、前年比70%以下で推移している。	
企業 動向 関連 (四国)		*	*	*	
			パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・フェイスマスクの売行きが良く、特に国内企業を通して中国に輸出している分の売上が良かった。キッチンペーパーの売行きも安さ勝負のところはあるが、注文が多かった。
			金融業（副支店長）	取引先の様子	・消費税増税後に決算期を迎える取引先は、増税前の駆け込み需要で内容が改善している。また、試算表でも、9月が改善している会社が多い。
			繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後は、小売店の店頭での売上は全国的に厳しい。当社は企業別注などもあり、10月は前年比ではほぼ同じくらいの売上を保っているが、市況は良くない。
			木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・今月の受注は消費税増税の次月なので落ち込みを予想していたが順調に推移した。
			化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・9月は消費税増税前の駆け込み需要が日用品分野でみられた。10月は反動があるのではないかと危惧していたが、特に影響はない。前年並みに推移している。
			一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きに大きな変化はない。
			電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー施設の建設受注は、注文の数がずっと減りつつあり、今は低いところで安定している。営業も頑張っているが、やはり件数は少ない。
			電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・製品出荷量は3か月前と比べほぼ同程度の数量で推移している。
			建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事、民間工事共に、先が読めない状態である。
			建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上半期は、公共事業が見通しどおり発注されたことで、受注量並びに売上も見込みどおりの展開になっている。自治体の災害、減災、メンテナンス関連の業務についての発注もされており、全体的に悪くはないが、良いとまでいえない。ただし、企業間で格差が生じていることは確かである。
			輸送業（営業）	取引先の様子	・小口積み合わせ貨物の運送で業務提携する複数の他県同業者より、連絡運輸中継料金の値上げに関する強い要請がきており、一部提携先については値上げ要請を受け入れた。慢性化する労働力不足や働き方改革への取組を背景に経営コストが上昇している状況はどこも同じで、規制緩和後以来の過当競争を受け、荷主向けの値上げ交渉が難航するなか、同業者の間でもその原資を求める傾向が顕著となってきた。
			鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・造船以外の産業用機械関連の受注案件が減少している。
			輸送業（経営者）	取引先の様子	・単純に消費税が上がっただけでなく、マインドがかなり悪い。人手不足及び働き方改革の影響だろう。ただ、企業がどう汰されれば、結果的に良くなるかも知れない。
			輸送業（経理）	取引先の様子	・国内物流は台風、水害等の顕著な影響はないが、客の動向に影を落としている。海外貿易による物流の動向は前月同様に推移しているが、客によっては下向きになっている。
			通信業（企画・売上管理）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、各社の広告宣伝費への予算投下が慎重になっている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、販売促進広告は予想以上に削減されている。	

	公認会計士	取引先の様子	・今月の客の決算書、試算表等を分析すると、前年比で、余り変化がない。消費税増税の影響などは、これから現れるが、今のところは、前年と同じ程度である。
	×	-	-
雇用 関連	-	-	-
(四国)	-	-	-
	人材派遣会社 (営業)	求人数の動き	・消費税増税に伴い、消費意欲が低下すると思えたが、駆け込み消費の影響は余り極端に出ていない。ただし、求人の数については相変わらず人手不足であり、求人雑誌の反応も弱い ため、派遣会社へ問合せは多い。
	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・派遣の依頼数が横ばいで推移している。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数が前年に比べ減少傾向にあるものの、なかなか充足せず、依然として介護や建設分野では人手不足感がある。
	職業安定所(求人開発)	周辺企業の様子	・管内の企業整備の情報が9月に大幅に増加したが、10月は通常に戻り、8月以前の状況に戻っている。11月の状況を注視したい。
	学校[大学] (就職担当)	採用者数の動き	・就職活動では内定式も終わり、一部の公務員等の結果発表を除きほぼ終了しつつあるが、企業等からまだ就職活動中の学生がいるかどうかの問合せはある。
	求人情報誌(営業)	周辺企業の様子	・完全失業率はかなり低く推移しているが、どの業種も人手不足のため、解決策が見いだせずにいる。人手不足による売上減などが起こっており、景気はやや悪化している。
	新聞社[求人広告] (担当者)	それ以外	・民間各社が広報予算を年々絞ってきており厳しい状況が続いている。
	民間職業紹介機関(所長)	周辺企業の様子	・大手百貨店の閉鎖が決まり、様々な業界で動揺が広がっている。地場企業も多くが取引をしており、売上に占める百貨店の割合が高い企業も多く、閉店後に売上をどのように埋めていくかに頭を悩ませている。まさに企業の死活問題に発展していく可能性もある。県、市等の対策が急がれるところである。
	×	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き
			・消費税増税の影響もあり、全般的に求人数が減少している。求職者数も少なく派遣就労になかなか結び付かない。