

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) | | - | - |
| | | 商店街（代表者） | ・旧来的な百貨店などの県外大手資本の商業施設を核とした街づくりはいよいよ終えんを迎え、それに代わる地元金融機関を核とした実験的街づくりの手法がスタートする。地銀と地元資本による新しい街づくりによる街の活性化に期待したい。既にこの仕組みで開催された川を生かしたパラソルマルシェは大盛況であった。 |
| | | 百貨店（営業管理担当） | ・消費税増税後の反動減は12月以降緩やかな回復が見込まれるが、その影響は予想しづらい。 |
| | | 百貨店（販売促進） | ・消費税増税の影響が徐々に緩和されていくとともに、令和初めての新年を迎える準備が始まり、新しい気持ちで消費意欲を向上させるだろう。 |
| | | スーパー（店長） | ・3か月経てば消費税増税も客の意識の中から薄らいでくるため、ある程度は回復する。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・今月は消費税増税があり、マスコミ報道等の影響で買い控えがある。しかし、気候も段々と寒くなり、これからアウターなどの需要が出てくれば、来月、再来月と景気は良くなるだろう。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・買い控えも収まり平常に戻るだろう。 |
| | | 家電量販店（副店長） | ・年末商戦に向け、徐々に回復していく。 |
| | | 乗用車販売業（営業担当） | ・大幅な改善は見られないが、消費税増税直後の今よりは少しは良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・現在の受注は厳しいものの、前回の消費税増税時ほどではなく回復は案外早い。 |
| | | スナック（経営者） | ・これから年末に入り、忘年会などが増えてくるため、上向きになる。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・来年の年始の予約が比較的順調に入ってきている。現在の状況をみると前年の同時期を上回る勢いがある。 |
| | | タクシー運転手 | ・12～1月は忘年会や新年会があり、暮れ、年明けは、飲食の機会が1年で一番多い月である。人の動き等も、やや良くなるだろう。 |
| | | 美容室（経営者） | ・11月は売上が上がらない月であるが、12月は客が動き出すため、売上も上がる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・年末の来客数が増える。 |
| | | 商店街（事務局長） | ・中低所得者には消費税増税の痛みがじわじわと応えてくることから、しばらく消費は上向かないだろう。ただし、このところ株価に復調の兆しもあることから富裕層の消費が先行して上向く可能性に期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・10月が終わったが、商店街内の中小零細企業の店舗ではキャッシュレス決済に対応できないところがかかりある。まだまだ現場の混乱、客の思い違い等もあって、今後も売上減が続くだろう。 |
| | | 一般小売店〔文具店〕（経営者） | ・以前の客は予備として少し多めに購入していたが、この頃は本当に必要なものしか購入しない傾向にある。さらに価格訴求の傾向も相変わらずである。 |
| | | コンビニ（店長） | ・来客数の減少を客単価の増加で補っているが、これから年末に向けては節約が始まるため、客単価が下がり始める。前年比はクリアできるだろうが増加は難しいだろう。 |
| | | コンビニ（総務） | ・消費税が増税された影響が今後もある。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・20日以降の動きをみる限りでは、大きく減ったというイメージはない。今からいよいよ冬本番に入り、客単価も上昇してくるため、横ばい強くらいで推移するだろう。 | |
| | 衣料品専門店（営業責任者） | ・消費税増税のイメージはそれほど強くないが、思った以上に売上が下がってきている。今後はやや持ち直すと予想するが、どうなるか分からない。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車が発売されるものの、全体的に客の買い控えが続くだろう。 | |
| | 住関連専門店（経営者） | ・10月から消費税増税があったため、9月は耐久財は多少の駆け込み需要があった。10月からは反動減で、もう少し悪い状態が続くだろう。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | ・観光業は韓国や台湾との政治的な付き合いがどうなるかによって大きく影響が出る。また東京オリンピックの影響が一番大きい業界は観光業なので、先行きは少し分からない。今の状況がそう大きく変わることはないだろう。 | |

| | | | |
|----------------------------|------------------|--|--|
| | 都市型ホテル（経営者） | ・若干、消費税の引上げで景気の停滞や弱含みがあるものの、余り振れることなくそのまま進むだろう。 | |
| | 通信会社（技術） | ・既存のサービス契約数の推移から、恐らくそのまま新規加入数と解約数が同数で推移する。 | |
| | 通信会社（営業担当） | ・携帯会社の乗換え市場を中心に客の動きが鈍化している。 | |
| | 設計事務所（所長） | ・大型の事業用地や中心部の一等地が、不動産市場に出回っている。 | |
| | 商店街（代表者） | ・消費税増税や実質賃金の目減り等、サービス業にとってプラスの要因が少なく苦戦する。 | |
| | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・消費税増税は大きく響いており、個人客が減少傾向にある。 | |
| | 百貨店（企画担当） | ・9月の駆け込み需要に比べ、10月の買い控えは非常に大きい。この傾向は長引くだろう。 | |
| | スーパー（企画担当） | ・キャッシュレス決済による還元事業者の追加認定などで、当面の客の流れは優遇された企業へ向かう。 | |
| | スーパー（財務担当） | ・消費税増税による可処分所得の減少で、客単価の減少が続く。 | |
| | コンビニ（店長） | ・消費意欲は、余り良くない。ただキャッシュレス決済のポイント還元のお陰で、何とか維持している。 | |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・10月は平年でも売行きは下がるが、今年は例年になく売上が伸びない。 | |
| | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・10月の消費税増税前に少し駆け込みで売れたが、それから全然売れていない。年末くらいまでは大変不況だろう。 | |
| | 一般レストラン（経営者） | ・この時期は、年末になるまで、飲食業は低迷する。 | |
| | タクシー運転手 | ・冬が来るとお遍路もほぼなくなり、街も忙しいということもなく、暇なようなので、今よりは悪くなる。 | |
| | 通信会社（営業部長） | ・客の商品買換えサイクルが長くなっている。使えるうちはあえて買換える人が減っている。 | |
| | 競輪競馬（マネージャー） | ・景気は横ばい気味であり、利用者の年齢層は拡大の動きが鈍い。1人当たりの購入額が減少しており、上昇が見込める要素が少ないことから徐々に景気は悪くなるだろう。 | |
| | × 一般小売店〔乾物〕（店員） | ・大手百貨店が撤退することになり、当店も撤退を余儀なくされた。 | |
| | × 一般小売店〔酒〕（販売担当） | ・今の日本の情勢は消費税増税や、台風被害など心痛める出来事ばかりで、景気はもっと冷え込むだろう。 | |
| | × 衣料品専門店（経営者） | ・米中の貿易摩擦の行方が不透明である。 | |
| | × 乗用車販売店（従業員） | ・消費税増税後、新車及び中古車の販売台数減少はしばらく続くだろう。 | |
| 企業 動向 関連 (四国) | | * | * |
| | | - | - |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・物流費高騰、資材費高騰、消費税増税の影響によって、利益の減少、販売量減少が生じるだろう。 |
| | | 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（経営者） | ・バイオマス発電施設の建設は、燃料が確保できないため増加していない。太陽光発電施設についてはバッテリー式への変更以外が極端に減っており、今は大型案件しかない。いろいろな形で、再生可能エネルギー産業は苦しい状況である。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理） | ・市場動向に特段の変化はなく、受注量も安定的である。また、販売単価に関しても変更の予定はない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・周りを見ても、悪くはないが、良くなる傾向もない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・発注が順調であることから、受注の競争性は高まっているものの、ほぼ見通しどおりであり、この先も変わらない状況が継続する。 |
| | | 輸送業（経理） | ・消費税増税の影響も一段落し、関東以北の水害からの復興への動きはあるが、東京オリンピックまでは現在の状況が推移し、特に顕著な動きはないだろう。 |
| | | 通信業（企画・売上管理） | ・台風により、関東地方を中心に甚大な災害が起こった。自動車や土木、建築関係が活況になる可能性があるが、四国地方には余り影響がないだろう。 |
| | | 通信業（総務担当） | ・変動する要素が見つからない。 |
| | | 繊維工業（経営者） | ・百貨店では、高額商品は9月までにおおむね購入されており、一般消費財の小売店店頭では買い控えがある。特に地方の被災地区が広範囲にわたり、千葉など北関東はしばらく消費に影響が出るだろう。 |

| | | |
|----------|-------------------|---|
| | 木材木製品製造業（営業部長） | ・ハウスメーカーの受注速報を見ていると10～20%程度前年比で減少している。3か月後には確実に受注減少の方向で市場が推移するだろう。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（経理） | ・インパウンドの影響にも曇りが見え、フェイスマスクの注文が減りつつある。キッチンペーパーは薄利多売のため利益増が見込めない。 |
| | 化学工業（所長） | ・消費税増税の反動というよりも消費全体の落ち込みが懸念される。 |
| | 鉄鋼業（総務部長） | ・引き続き、産業用機械の受注案件が減少する。 |
| | 輸送業（経営者） | ・とにかく人口減少が深刻で先行きはかなり悪い。 |
| | 輸送業（営業） | ・10月からの消費税増税に対する反動は少なく例年並みの取扱物量で推移しているものの、地方圏においては景気の回復による個人消費の拡大を実感できない。年末繁忙期に向けて個人消費の拡大による取扱物量の増大を期待している。年末年始は大半の企業が9連休になるとみており、過去の同様事例から推察するに取扱物量の減少は避けられない。 |
| | 金融業（副支店長） | ・消費税増税前の駆け込みの反動で今後は低迷が予想される。ただし、豪雨の影響で一部の設備業者は受注増が見込まれる。 |
| | 広告代理店（経営者） | ・消費税増税後の販売促進広告は計画的に削減されており、やや悪くなる。 |
| | 公認会計士 | ・中小企業の経営者と話すと、消費税の増税等もあって、景気の先行きに大変不安を抱いている人が多い。設備投資等についても、少し控えたいという意見の方が多い。 |
| | x | - |
| 雇用 関連 | | - |
| (四国) | 人材派遣会社（営業） | ・年末に向けて消費意欲も高まるなか、労働者確保のために求人募集は更に強まる。特に製造業、流通業での繁忙時期への人員体制には、苦慮している声も聞こえる。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人倍率は依然として高い数字で推移しているが、再就職支援サービスを活用する企業も少しずつ増えてきており、景気の先行きへの不安定さも感じる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・消費税増税により景気後退が予想されたが身の回りではそれほど負担感はなく、キャッシュレス決済のポイント還元等でお買得感すらある。最低賃金が全国的に上昇していることもあり、人件費の負担が大きい事業所の今後の動向を注視したい。 |
| | 職業安定所（求人開発） | ・9月の状況が余り良くなかったが、10月は8月以前の状況に戻っており、有効求人倍率に大きな変動はなく、企業整備の情報は入ってくるものの、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。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | ・10月に消費税が増税されたが、軽減税率とキャッシュレス決済によるポイント還元期間中のため、2～3か月先も余り景気は変わらない。 |
| | 求人情報誌（営業） | ・どの業種も人手不足が続いているが、失業者の数をみると、この先も人員の充足には期待できない。失業者が少ないことは全体でみると良いことだが、人手不足による各社の売上減は続くだろう。 |
| | 求人情報誌製作会社（従業員） | ・年末年始の求人数の減少が予想される。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・今後の見通しも明るくない。 |
| | 民間職業紹介機関（所長） | ・大手百貨店の閉店が決まり、百人を超す労働者が求職者となるが、昨今の求人状況を見てみると、経済の失速状況から、以前ほど人が足りない状況ではなくなっており、百人を超す労働者の行く先が憂慮される。ただし、百貨店で培った販売力を欲している企業もある。 |
| | x | - |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・同一労働同一賃金について説明をしているが、派遣社員はメリットが少なく派遣会社として苦戦するだろう。 |