

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)		-	-	-
		スーパー（店長）	来客数の動き	・自社で展開している集客策が奏功し、集客力が上昇している。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・年末商戦に限れば商品単価が前年を上回る状況で推移した。クリスマス、年末の曜日回りが家庭での消費に関係した。
		家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数、客単価について、全体的に前年並みまで回復している。
		乗用車販売業（営業担当）	販売量の動き	・10～11月初旬までは消費税増税の影響が大きかったが、少しずつ戻ってきている。
		その他飲食 〔ファーストフード〕（経営者）	来客数の動き	・軽減税率の関係で、ファーストフード店の来客数が増加傾向にある。
		タクシー運転手	お客様の様子	・2～3か月前と比べ、売上、乗客数共に、12月は増加している。客と話をしたとき、忘年会などの飲食の機会が前年より少なくなったとの回答が多かった。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の年末商品は落ち込むことなく例年並みの販売量で安心した。必要としている商品は購入していくが、余分なものは見るだけで買わない人が目立った。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税から3か月経ったが、客の様子は9月までとさほど変わりなく、売上に大きな悪影響は出ていない。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・特選ブランドはクリスマスで盛り返したが、宝飾品等の高額品の売上がまだ回復しない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・幼児教育・保育の無償化の影響なのか、昼間は高齢者、夕方は若年層と、時間帯によって客層が分かれてきた。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業の効果で、売上前年比は上回っているものの、来客数の前年割れは続いている。
		衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・売上が前年に比べ10%程度マイナスで推移している。10月以降、非常に厳しい状況が続いているが、今月も同様に落ち込みが厳しい。セール前の買い控えの影響もあるが、高単価の店が苦戦している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注の前年比は少し上回っているものの、消費税増税の前後でいろいろ条件が変化しつつあるので3か月前と比較することは難しい。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・忘年会等の利用件数が若干、減っている。人数も若干減っているが、一般の客が忘年会の減りを下支えしている。単価は依然としてほとんど上昇していないが、来客数は余り減っていない。
		通信会社（営業部長）	来客数の動き	・前年比では厳しい状況は変わらないものの、その落ち幅は縮小している。また、来店数は一定数確保できている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・12月後半になって来客数が増えてきた。
		商店街（代表者）	それ以外	・駅前中心地の核店舗が来年8月に撤退することが決定し、全国で唯一、デパートのない都市になる。しかし、自治体の首長は全く対応の発想も危機感も感じていない。
		商店街（代表者）	単価の動き	・消費税増税後、商店街自体の通行量、来街客、観光客の来街等も増えているが、客の消費マインドがかなり低下しており、単価も非常に下落している。また、現金決済の客が、キャッシュレス決済に変更している。
		商店街（事務局長）	販売量の動き	・消費税増税後3か月目であるが、物販においては、回復の兆しはあるものの引き続き、食品を除く幅広い商品分野で客単価、来客数共に前年を下回っている。また外食は、年末年始に向けても厳しさが続いている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	お客様の様子	・年々お歳暮商品の販売量が減少している。12月は忘年会シーズンだが、目立った販売量は見込めなかった。

	百貨店（販売促進）	来客数の動き	・全体的に来客数が厳しい状況である。消費税増税後の回復が想定より厳しく、また暖冬で冬の実需の動きが悪い。
	百貨店（営業管理担当）	単価の動き	・今月は高額品の消費税増税前の駆け込み需要の反動減に加え、ファッション関連商品の気温条件が悪かったことや消費に対するマイナストレンドによる商品単価減によって、売上減となり景気もやや悪くなっている。
	スーパー（財務担当）	競争相手の様子	・5%を還元するキャッシュレス・消費者還元事業の対象となっているスーパーに、一部、客が流れている。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数が減少している。通常、来客数減の場合には単価が上昇するが、今は単価も下落している。年末年始を控えての一過性の節約モードかもしれないが、食料品以外は税込み価格が2%上昇しているのだから実態は更に冷え込んでいる。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・12月に入っていきなり来店客数、売上共に悪くなった。毎月20日くらいから末にかけ前年比割れとなることが最近のトレンドだったが、今月は月初から悪く、クリスマス商戦も不振のまま終わった。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は1年の中で最も大きな売上が期待できる月だったが、来客数が過去の秋冬の3か月前と比べても減っている。また、高額商品の流れが少し悪かった。気温が暖かかったこともあるが、やはり消費税増税の影響と、景気下降の気配を実感している。
	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・駆け込み需要が弱かったにもかかわらず消費税増税後の回復が非常に鈍い。
	その他小売 〔ショッピングセンター〕（副支配人）	来客数の動き	・消費税増税後、必要なものしか購入しない姿勢が強くなり、来客数も減少している。
	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・注文量、予算等が確実に前年より悪い。
	通信会社（技術）	販売量の動き	・新規契約者獲得のための施策を実施しているが、解約数が新規契約獲得数を超えている。
	競輪競馬（マネージャー）	お客様の様子	・1人当たりの売上高の増減をみると3か月前からはほぼ横ばいから微減の状況である。また貯蓄面をみると投資意欲は徐々に低下しており運用性志向は鈍化傾向にあり、景気は徐々に悪化傾向にある。
	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・10月の消費税増税から厳しい状況が続いており、12月は最悪だった。間違いなく、消費税増税の影響である。キャッシュレス・消費者還元事業も余り奏功していない。気候が暖かかったせいもあるが、12月は本当に景気が悪く、物が売れていない。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響が出ている。
企業 動向 関連  (四国)	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・11月も受注が好調であったが、12月も小売店の店頭は順調である。従来の代わり映えがしない水回り商品の代わりに新しい感覚の商品を市場に投入すると消費者は購買意欲をそそられ、消費につながっている。特に自分が使うものではなく、人にプレゼントするものに関しては、都市部において、おしゃれで見た目が高そうなものは、価格が高くても購入することが多く、贈答品に関しては値段のことを気にしていない。
	*	*	*
	農林水産業（職員）	取引先の様子	・卸売会社としては年末は最需要期といえる。しかし、量販店等末端の荷動きが悪いこと、暖冬でメインの大型野菜が潤沢に入荷されていること等から、全体の荷動きは悪い状態が続いている。また、果実関係は、主力のみかんが食味面の不良もあり引き合いが鈍く、市場での滞貨がみられるなど、果実全体を押し下げている。ただ、暖冬で晴天日が少ないことで、果菜類等は出荷量が少なく、高値も出ている。青果物全体では厳しいが、必要なものはそろえるという動きがある。
	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目立った変化はない。

	電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・市場の動向に大きな変化はなく、製品出荷量に関しても3か月前と同程度で推移している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は例年並み、同業者の年末イベントや街の人出も例年同様である。景気動向に大きな変化はない。今後、補正予算に伴う公共事業の発注増加に期待している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が思うようには伸びない。	
	輸送業（経営者）	取引先の様子	・大きく変わった様子はない。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・小売流通の販促マネージャーの情報では、12月も依然として消費税増税後の影響を受けており前年割れが見込まれるため、販促費も抑え気味である。	
	公認会計士	取引先の様子	・今月の各法人等の決算書、試算表を分析した結果、前年比でほとんど変わっていない企業が60%を占めている。	
	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・11月から受注の動きが悪くなっている。住宅展示場への来場者も少なく受注量は減少傾向にある。	
	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響が分からないが、例年と比較して非常に受注量が落ちている。	
	鉄鋼業（総務部長）	受注量や販売量の動き	・産業用機械設備案件が減少傾向にある。	
	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・9月以降、取扱物量の前年割れが続いている。荷主回りをして消費税増税が直接の引き金となる購買意欲低下の声は余り聞かれず、むしろカード発行会社の手数料が高めであるため、消費税増税後のキャッシュレス・消費者還元事業が導入できていない飲食や小売店舗等においては売上が低迷し経営を圧迫しているとの声を聞く。	
	輸送業（経理）	取引先の様子	・燃油費が徐々に利益を圧迫しつつあるなかで、客の出荷量の減少や倉庫需要の拡大に伴うストック商品等の増加が散見されるようになった。在庫型の経営戦略に戻る傾向がみられることにより、全体の物流量が冷え込む傾向がみられる。	
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がみられる。	
	x	-	-	
雇用 関連	-	-	-	
	*	*	*	
(四国)	人材派遣会社（営業）	周辺企業の様子	・年末年始の消費者動向として、お歳暮の売上が若干減少している。また年始の福袋を廃止するアパレル企業も増えている。原因は人手不足もあるが、消費者ニーズも景気の影響で変化していることにある。	
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数が横ばいである。同一労働同一賃金を懸念して派遣活用に二の足を踏んでいる。	
	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、12月は、10～11月に引き続いて、通常ペースに落ち着いてきた。また、11月の有効求人倍率は1.68倍で、3か月前と比較しても、前年同月と比較しても、増加となっているが、大きな変動ではない。	
	民間職業紹介機関（所長）	求人数の動き	・県内各所のハロ-ワ-クの求人倍率は順調に推移しているが、地方のハロ-ワ-クでは、1倍を前後しているところもある。求人企業は、人口の多い市内のハロ-ワ-クへ求人を出す場合が多く、地方のハロ-ワ-クは、その影響で求人倍率を上げられていない所も多い。	
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・2020年3月卒業の学生の就職内定率は、前年と同様に順調に推移している。	
	求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・県内企業の求人倍率は高止まりしている。周辺企業においても採用意欲は高く、多様な職種で求人を出しているが、採用できないまま常に募集を行っている状況が続いている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告の動きが明らかに鈍化している。広告の形態変化の波が地方に浸透し始めている。	
	x	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・同一労働同一賃金の制度により、派遣を制限する会社があり求人が減っている。また製造業は引き続き求人はあるものの求職者が少なく就労につながらない。