

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)		-	-
		百貨店（販売促進）	・8～9月は消費税の引上げの意識が高まり、消費者の購買意欲の後押しとなる可能性が高い。10月は苦戦するだろう。
		衣料品専門店（経営者）	・10月に消費税の引上げがあるまでは景気は上向くのではないかと。消費税の引上げをしてからの動きは、少し様子を見てからとなるだろう。
		家電量販店（店員）	・消費税の引上げ前の駆け込み購入が増える。
		家電量販店（副店長）	・残暑が長引けばエアコン、冷蔵庫の売上拡大と、消費税の引上げに伴う前倒し需要が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売や消費税の引上げによって販売は上向くだろう。
		住関連専門店（経営者）	・今、住宅ローン金利が非常に低くなっており、分譲住宅等が建っているため、数か月先には、住関連商品の需要が増えるだろう。
		一般レストラン（経営者）	・梅雨が終わり、本格的な夏となり出掛ける回数が増えることを期待している。
		観光型旅館（経営者）	・8月は昔はお盆休みだけだったが、今は夏休みとして10連休という人もおり、8月は売上が伸びる傾向にあるため、少し期待できる。長期的に見てどうかは言えないが、当地は様々な面で良くなるように環境をどんどん整えているので、今よりは良くなっていくだろう。
		旅行代理店（営業担当）	・10月から年内は3連休が沢山あり、年末年始の大型休暇にも大きな期待をしている。
		タクシー運転手	・8月は当地の祭りがあり、また夏休み期間であるため、景気がやや良くなる。また、10月の消費税の引上げを控え、9月は購買意欲が少し増し、気候の良い秋になることもあるため、やや良くなるだろう。
		タクシー運転手	・秋が来て9月からお遍路のシーズンに入るので、今よりは売上が少しは良くなる。街はそれほど余り変わらないだろう。お遍路の仕事がメインなので、お遍路の仕事が増えてくると良くなる。
		通信会社（営業担当）	・業界全体の販売方法の見直しや新たな事業者参入による活性化が期待できる。
		商店街（事務局長）	・高額品に一部、消費税引上げの駆け込み需要の動きがみられるものの、多くの消費者は消費税の引上げに向けて生活防衛の色合いが強く、無駄な支出は抑え、一段と財布のひもは固くなるだろう。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・梅雨が長引いたせいか、例年より更に客足が遠のいている。さらに、客の価格訴求が一段と強まる気配も有り、しばらくこの状況が続くだろう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・猛暑続きで動きはゆっくりしているが、企業の予約注文は平年並みに入ってきている。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費税の引上げを前に、消費者の財布のひもが固く、他店と価格を比較して購入しているため本当に商売が難しくなっている。
		百貨店（営業管理担当）	・消費税の引上げの駆け込み需要がいよいよ本格化するものの、その影響は予想しづらい。また消費税の引上げ後は一時的に消費の落ち込みが発生するが、比較的影響を受けにくい食品などを中心に徐々に回復するだろう。
		スーパー（企画担当）	・今後、消費税の引上げへ向けての買いだめなどで少しでも安い販売店への買い回りが強くなる。競合激化による来客数の減少は継続する。
		コンビニ（店長）	・現状は消費税引上げ前の建設業の需要増加によって好調であるが、需要の先取り後は冷え込むだろう。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在はお中元時期ということで売れている。2～3か月先には、当地の秋祭りでお酒も売れるので、変わらない。	
	スナック（経営者）	・当地の祭りが8月にあり、関係者は余り飲みに出なくなる。9月は小さい連休が続き、客は旅行などで出費が多くなるため、出てくるのを控える傾向にある。	
	都市型ホテル（経営者）	・今の予約状況はそう芳しくない。これ以上、伸びないのではないかと。	
	通信会社（営業部長）	・客の購買意欲は慎重なままだろう。	
	通信会社（支店長）	・特段、状況の変化はない。	
	美容室（経営者）	・店舗の改装などプラス面もあるが、人手不足というマイナス面もある。	

	設計事務所（所長）	・空き家が増えているにもかかわらず、戸建ての新築住宅や、宅地分譲が各地でみられる。
	商店街（代表者）	・10月からの消費税の引上げで、かなり冷え込むだろう。制度が少し複雑で、店側はかなり混乱する。10%、8%、ポイントの還元、プレミアム付商品券などかなり煩雑になるだろう。そのため、マイルドが低下する。
	商店街（代表者）	・流通業界では大型化した設備投資はとうたされる時代に入る。むしろ30年スパンの中で古き良き時代の対面販売が形を変えて見直される可能性が出てくるかもしれない。街は文化、観光、地域環境、ネットへの対応等、高い質を要求されるだろうが街づくりの成功例ができれば市街地の復権も不可能でない。
	商店街（代表者）	・今年の10月に消費税の引上げが実行されることで、消費の減少が少なからず起こるだろう。また、現在の日韓関係の解決が長引くと韓国からの観光客が減少する。
	百貨店（企画担当）	・消費税の引上げの影響は、確実に景気にマイナスである。
	スーパー（店長）	・10月の消費税の引上げの影響で消費者の節約志向が更に強まる。
	スーパー（統括担当）	・消費税の引上げが行われるので、消費意欲が低下する。
	衣料品専門店（経営者）	・7月は長雨の影響もあり、これまでにはないような厳しさだった。8月はいよいよ夏物の最終月であり、お盆の15日くらいから急速に落ちてくる。秋物についてはまだ少し早いので、8月も厳しいだろう。
	衣料品専門店（経営者）	・日韓貿易戦争による影響のため。
	衣料品専門店（営業責任者）	・消費税の引上げの影響緩和対策も打ち出されているが、イメージが先行して厳しくなる。
	乗用車販売業（営業担当）	・消費税の引上げで落ち込むだろう。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ後のプレミアム付商品券、及びキャッシュレス支払に伴うポイント還元等の状況を見た上で再度購入を検討する客もいる。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要も余り感じられず、今後は買い控えが懸念される。
	通信会社（技術）	・販売量の動きが停滞する時期になっており、解約件数の増加が目立つことから悪化するだろう。
	競輪競馬（マネージャー）	・今後の運営において、入場者を呼び込むビッグレース等の増収増益が見込める予定がなく、また人気上昇の傾向が見えないため横ばいからやや悪くなる。
	美容室（経営者）	・毎年9～10月は客が動かないので売上が極端に下がる。
	× 一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税の引上げがあるのに、景気が良くなるわけがない。
	× スーパー（店長）	・今後も競合店やドラッグストアの進出が続き、デフレ傾向に歯止めが掛からず、景気が上昇することはないだろう。
	× スーパー（財務担当）	・消費税の引上げによる家計負担の増大が影響する。また、キャッシュレス決済による5%のポイント付与ができる企業に客が流れる。
	× コンビニ（店長）	・7月の時点で状況は悪いので、消費税の引上げをすると更に消費は悪化するだろう。
	× コンビニ（総務）	・天候や気温に大きく左右されるが、消費税の引上げを控えて消費の冷え込みが予想されるため、今後はより悪化するだろう。
企業 動向 関連 (四国)	-	-
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後も受注を維持できるだろう。従来より、10～20%くらいは上昇してくる。
	鉄鋼業（総務部長）	・受注価格、販売価格共に若干上昇している。
	金融業（副支店長）	・今後必然的に消費税の引上げに向けたシステム更改需要が発生する。また消費税の引上げ前のセール増加や、東京オリンピックに向けた気運の高まり等もあり、お祭りムードになるだろう。
	食料品製造業（経営者）	・引き続き、原材料、資材の値上分を製品価格に転嫁できず、利益が圧迫されるだろう。また、気温上昇により小売店での消費に影響が出るだろう。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・英国のEU離脱問題や米中貿易摩擦、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）	・再生可能エネルギーの発電所建設は、今までの営業の残りがあるので、何とか持ちこたえている。それ以外の新しい仕事にも着手しているが、まだそれが経営に寄与する状況にはなっていない。
	電気機械器具製造業（経理）	・客から得ている受注量について、モデル別には多少の増減があるものの、総量としてはおおむね安定傾向にある。あわせて、客から提示されている発注見通し情報においても、大きな変動はない。
	建設業（経営者）	・働き方改革に取り組んでおり、従来のやり方による売上や利益の向上は見込めない。大手との競争性が高まるので、多くは望めないものの、受注が大きく落ち込まないと見通せることから、景況感も悪くなることはない。
	建設業（経営者）	・現状と変わる要素が余り見当たらない。
	輸送業（経営者）	・東京オリンピックまではこのまま推移するだろう。
	輸送業（営業）	・9月は消費税の引上げを目前にした駆け込み需要による消費者の購買意欲向上が期待できる一方で、消費税の引上げ後の10月以降においては景気の腰折れが発生することから、先行きは極めて不透明であり景気の予測は難しい。
	通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。
	通信業（企画・売上管理）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要などを期待したいが、今年は梅雨明けが遅く冷夏ということもあり、例年、この時期に広告の多い飲料が控え目である。
	広告代理店（経営者）	・消費税の引上げ前の販売促進広告は多少期待できるが、消費税の引上げ後の落ち込みを予測して、一部の客から既に10月の販促広告費削減の連絡があり、全体としては余り変わらないだろう。
	公認会計士	・設備投資に対して積極的に考えている経営者は少ない。「先行きを見たい」、「10月からの消費税の引上げ後の動向を見定めたい」という意見が非常に多い。
	農林水産業（職員）	・消費税の引上げの影響が心配である。青果物は軽減税率が予定されているが、一方で手数料は標準税率である。この差は多方面に影響することが見込まれており、生産者は販売時の税との差により税負担が増すことになる。一次産業の従事者数は減少しているとはいえ、我が国全体の消費に与える影響は大きいだろう。
	繊維工業（経営者）	・これから繁忙期ではない秋に向かい、大幅な回復は期待できない。また地方の小売店は、地方都市の景況が厳しく、余り良い話が聞かれない。
	木材木製品製造業（営業部長）	・消費税の引上げを見込んで3月末までに、住宅契約の駆け込み需要が多少あった影響から、4月からの住宅契約数が落ち込んでおり、下期からの受注は減少する。
	化学工業（所長）	・消費税引上げの影響を懸念している。
	輸送業（経理）	・10月の消費税の引上げ前は、駆け込み需要に伴い輸送量は増加するが、引上げ後はその反動で買い控えにより輸送量は減少する。国際情勢の影響による燃油費の高騰も懸念されるなか、業績への暗影が危ぶまれる。
	x	-
雇用 関連 (四国)		-
	人材派遣会社（営業）	・10月の消費税の引上げに伴い、購買意欲も上がり景気は上向くが、人材不足の続く企業はこの夏を乗り切ることができるか不安な経営者もいる。
	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。
	求人情報誌（営業）	・人材不足への解決策がなく、どの企業も不足したまま運営しているかざるを得ないため、売上等に影響してくる。大きく悪化することはないが、低調なまま変わらないだろう。
	職業安定所（職員）	・採用者数は多くなってきているが、正社員での採用者は横ばいである。最低賃金の見直しが予定されているが、都市とそれ以外の地域ではまだまだ格差が存在し、景気がすぐに良くはならないだろう。
	職業安定所（求人開発）	・6月の有効求人倍率は1.46倍で、平成28年7月以降、1.3倍以上が続き、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）	・中小企業では、人材の確保が難しい状況が続いている。
	人材派遣会社（営業担当）	・製造業の落ち込みが目立つ。

	新聞社 [求人広告] (担当者)	・消費税の引上げの影響がある。
	民間職業紹介機関 (所長)	・最近、ハローワークの就職セミナーの参加者が激減している。企業担当者は、今後、就職セミナーに参加しないという声をよく聞く。ネット社会においては、就職活動をネット上で行う場合も多く、何らかの対策を考えないと企業の採用活動も、ますます苦戦していけらう。
x	人材派遣会社 (営業担当)	・来年の同一労働同一賃金の問題、貿易摩擦問題などで派遣のメリットが薄れてきており先行きが不安である。