

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)		乗用車販売業（営業担当）	・消費増税で落ち込んだが、新型車が発売されるため少し良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・年末に向けて出費せざるを得ない時期になるため、消費は上向く。
		タクシー運転手	・11～12月は、1年間を通して、11月は「やや良い」、12月は「良い」月にあたるため期待をしている。9月の異動等の歓送迎会が終了した後は、忘年会等の利用があるだろう。
		競輪競馬（マネージャー）	・3か月先はクリスマスや年末年始と消費が上昇する時期に当たり、各種催しや歳末セール、注目カードのレース等が行われる。入場者や利用者が増加し、消費の増大、売上高の上昇が見込まれるため景気は上昇する。
		美容室（経営者）	・年末に向けて、来客数が増えることに期待している。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・残暑の影響もあり、1日の来客数が低迷している。さらに、客の価格訴求も強く売上に寄与しない傾向が続いている。
		スーパー（店長）	・このままいくと駆け込み需要の反動で景気は減速していきそうだが、キャッシュレス決済による5%の還元等があるため、どうなるか分からない。
		コンビニ（店長）	・商品価格が少しずつ上がっているが購買力に落ち込みを感じない。節約志向も感じない。
		衣料品専門店（経営者）	・今月までは割と動きは良い。しかし、来月、消費税率の引上げがあるため、先行きはどうなるか分からない。売上高が下がることはないと思うが、2～3か月から半年程度は、上昇するのは難しいだろう。
		乗用車販売店（従業員）	・ニュース等により、客は安全運転サポート機能付き車両やあおり運転対策用のドライブレコーダーに関心が高い。商品を後付けするか、装備付きの車両に買換えするか検討する客が多くなっている。
		乗用車販売店（役員）	・消費増税後のマスコミ報道次第だが、将来への不安をおおするような記事が多くなると消費意欲の減退によって景気が悪化する。
		観光型旅館（経営者）	・旅行業も一般の産業も大変厳しい状況で、消費増税の影響もある。当地では、旅館の改築や温泉本館の工事など将来の見通しを立てた営業を行っているし、旅館も努力しているので、何とかやっていけると思うが、状況は簡単には変わらない。
		旅行代理店（営業担当）	・旅行業は先行受注であるが、特に、12月の海外受注が少ない。
		タクシー運転手	・10月からの消費増税に伴い、タクシー料金も増税分だけ値上げになるが、その影響がどう出るかは分からない。今年はお遍路さんも少ないため、10～11月もそれほど期待できない。
		通信会社（営業部長）	・客の買換えサイクルが長くなっていることが不安材料ではあるが、一定の買換えは続いているので大きな変化はない。
		通信会社（技術）	・年末年始の時期にはなるが、販売量は現状と変わらない。
		通信会社（支店長）	・電気通信事業法改正や消費増税の影響等は考えられるものの、スマートフォンへの買換え需要等が引き続き見込まれる。
		美容室（経営者）	・10月からの消費増税の影響がどうなるのか分からない。客の話を聞いていると最初は動かないだろう。
		商店街（事務局長）	・消費増税前に駆け込み需要のあった一部の高級品は反動減で厳しくならざるを得ない。また、消費者がキャッシュレス決済によるポイント還元を期待して増税前に駆け込まなかった商品に前向きな購買が出るものの、既にポイント還元事業に登録できている店は限られており、消費者の期待には応え切れないこともあり得る。
		商店街（代表者）	・経済成長の基盤であった中国や東南アジアの環境は不安定さを増すだろう。その中でネットショップが拡大する速度は増し、実店舗業界の衰退はいつまでも続く。地方経済の景気など好転するはずがない。
		商店街（代表者）	・消費増税後の処理の混乱が、なかなか収まりそうにない。消費者マインドがかなり冷えて、年末年始の売上にかかなり悪影響を及ぼすだろう。

	一般小売店〔生花〕（経営者）	・キャッシュレス決済を導入し国に申請もしたが、客が現金以外の支払方法を使ってくれるか不安なところがある。現金でしか買物できないという年配の客も多いので買い控え感が強くなってくる。	
	百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は余り感じられず、買い控えだけが発生すると、景気は悪くなる。	
	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響がある。	
	百貨店（営業管理担当）	・消費税増税後の消費の落ち込みによる売上や来客の減少が懸念される。加えて海外動向の悪化からの消費者心理の冷え込みも懸念されるが影響の度合いは予測し難い。	
	百貨店（販売促進）	・消費税増税後の反動が予測される。	
	スーパー（店長）	・消費税増税により、消費者の節約志向が増長する。	
	スーパー（企画担当）	・消費税増税後のキャッシュレス決済への補助が中小に限ることになるため大手への客の流れ込みは期待できない。総じて増税対象商品については買い控えが発生する。	
	コンビニ（総務）	・消費税増税でポイント還元の実策はあるが一時的なものなので、消費の冷え込みはより一層厳しくなる。	
	衣料品専門店（経営者）	・ここ2～3か月はやや下降気味である上に、更に消費税の増税が重なるため、これから2～3か月の間は相当厳しいだろう。	
	衣料品専門店（経営者）	・サウジアラビアの石油基地が攻撃を受けたことによる原油価格高騰や消費税増税など不安材料が多い。	
	衣料品専門店（営業責任者）	・キャッシュレス決済による還元が受けられる店舗もあるので売上がどう推移するかまだ分からないが、対象外の店舗は消費意欲の減速を直接受けて非常に厳しくなるだろう。	
	家電量販店（副店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、前倒しで売上が上がっているため、10月以降については前年割れが予測される。	
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要も余り感じられないまま、買い控えにより市場が冷え込んでいる。	
	住関連専門店（経営者）	・前月と今月は10月から消費税が増税されることに伴い、高額な耐久消費財の需要があったが、その反動で、それ以降の売上は少し落ちるだろう。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・9月末までは消費税の増税を見越してよく売れているが、2～3か月先は少し売れなくなる。	
	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、必要最小限のものしか買わなくなるだろう。	
	都市型ホテル（経営者）	・今のところ影響は出ていないものの、若干、消費税増税前の物価高になっており、これによる買い控えが出てきている。今後、消費税増税がかなり悪い方向に向いていくのではないかと。	
	通信会社（営業担当）	・消費税増税や端末価格の上昇等で客の購買意欲が低下する可能性がある。	
	設計事務所（所長）	・建築中のマンションの売行きが、以前よりは少し落ちてきた。	
	× 一般小売店〔乾物〕（店員）	・消費税の引上げがあるため、景気が良くなるわけがない。	
	× 一般小売店〔酒〕（販売担当）	・消費税増税前にニュースなどで消費者の買いだめが話題になっていた。それだけ買い置きがあれば、消費税増税後の購入は少ないだろう。今後の消費者の動向が気になる。	
	× スーパー（財務担当）	・消費税増税により、節約志向が更に強まる。	
	× スーパー（人事）	・軽減税率を踏まえて、買物がよりシビアになる。	
	× コンビニ（店長）	・客の購買意欲の乏しさには、手の打ちようもなく、10月の消費税増税後が非常に心配である。	
	× 家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要で消費の前倒し起きており、反動が予想される。	
	× 乗用車販売店（従業員）	・年度が替わるか、新型車が発売されるかしないと上向かない。	
企業 動向 関連 (四国)		*	
		*	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経理）	・キッチンペーパーの受注量が増え、製造が追い付いていない。キッチンペーパーの需要は今後も拡大するだろう。フェイスマスクは新規取引先ができ販路拡大が期待できる。
		建設業（経営者）	・今後も発注が増える期待がある。
	食料品製造業（経営者）	・原料高による販売価格の上昇や、消費税増税等による買い控えの影響が大きくなる。	

	繊維工業（経営者）	・10月以降、消費税増税の反動はあるが、小売店店頭動きはさほど悪くはないだろう。ラグビーワールドカップや東京オリンピックに向け、様々なイベントがあり、市場がにぎわっていることが消費を押し上げている。	
	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）	・客からの受注量並びに受注予測情報から、現在の出荷量と大きな変動が見られない。また、変動を予測させる市場のトピックも認められない。	
	建設業（経営者）	・年末以降は繁忙期に入るため、売上額が上がってくるが、働き方改革、労基法改正への対応のため、例年どおりの超勤で仕事を進めることは困難である。これからは売上や利益よりも働き方改革が優先されるため、景気動向に気配りできないような環境にある。「生産性の向上」はすぐに達成できないため、「変わらない」が目標である。	
	輸送業（営業）	・駆け込み需要の動きが一般的に小さかったことから、消費税増税の反動による消費の低迷は前回の増税時と比較すると小幅なものになると見込まれる。年末の繁忙期に向けての消費の拡大を期待する。	
	通信業（総務担当）	・変動する要素が見つからない。	
	広告代理店（経営者）	・消費税増税後の買い控えを予想し、販促費を削減する客もいるが、全体としては余り変わらないだろう。	
	農林水産業（職員）	・消費税の引上げは個人消費を鈍化させる要因である。現に原材料の値上がりも含まれるが、日販品は便乗値上げと言わざるを得ないほど値上げしている商品も多い。また、消費ムードに影響する国内、国際情勢も悪い話ばかりマスコミで取り上げられており、個人消費は確実に落ち込む。	
	化学工業（所長）	・食品分野は軽減税率もあり横ばいと想定している。日用品、農業用は消費税増税後の反動がありそうだ。	
	鉄鋼業（総務部長）	・人手不足の補充ができていない状況が続いている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・工場の設置や建設、メンテナンスの仕事は何とか現状維持でやっている。当社の主業である大型再生可能エネルギー設備設置の仕事の受注は大変困難な状態である。コスト的に合わない。	
	輸送業（経営者）	・悪くなっていく。早く全業種で外国人の就業を可能にしてほしい。	
	輸送業（経理）	・消費税増税に伴う買い控えによって、国内物流の冷え込みが懸念される。また、更なる日韓貿易等の輸出入の縮小が発生して物流の鈍化や悪化が懸念される。	
	通信業（企画・売上管理）	・消費税増税後は一般的に財布のひもが固く、各広告主も慎重になっている。	
	金融業（副支店長）	・消費税増税前のセール等も思ったほどでなく、駆け込み需要も余りなかった。また、増税後の買い控えや、国際情勢が不安定なことから、外国人観光客の減少も発生する。	
	公認会計士	・各企業の社長と話をすると消費税増税について、非常に悲観的な考えの方が多い。設備投資にしても「控えている」と回答する人がほとんどである。	
	x	-	
雇用 関連 (四国)		-	
		-	
		-	
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が前年度に比べ増加傾向にあるが、求人数も増加傾向にあるにもかかわらず就職者数は前年度並である。先行きの不安から、これまで働いていなかった層が安定所で求人状況を把握しにきている。
		職業安定所（求人開発）	・8月の有効求人倍率は1.51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倍以上が続いており、大きな変動はない。また、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やや悪い状況が続く。
		学校[大学]（就職担当）	・消費税増税後の動きにより、景気に変化がみられるかもしれないが、求人に関しては一部の企業等に集中しており、学生の応募がない企業も多くある。
		人材派遣会社（営業担当）	・米中貿易摩擦のために景気の見通しは悪い。全ての業種で需要はあるものの、大きな増員は全くない。
		人材派遣会社（営業担当）	・今後、人員削減が増加する傾向にあるため、再就職支援サービス等の利用が増えてきている。
		求人情報誌（営業）	・企業側の採用ニーズは増えているが、求職者の数は減っており、人材の採用がますます難しくなってくる。

	求人情報誌製作会社（従業員）	・年末に向け求人数の減少が予想される。
	民間職業紹介機関（所長）	・金属加工メーカー、機械部品製造メーカーは、東南アジアを商圏としているところも多くあるが、米中貿易摩擦に代表されるように、それぞれの国の方針により商圏を縮小せざるを得ない状況になってきている。今後の状況次第では、工場縮小など会社としての生き残り策を見据えなければならない企業もある。
	x	-