

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)		-	-	-
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合店が増加し、来客数は減少しているが、売上は前年比4ポイント増加している。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・10月は意外と厳しかったので、その延長になるかと中旬まで諦めていた。その後、気温や天候に恵まれ、また、キャッシュレス・消費者還元事業も多少はプラス要素になり、結局は微増に終わった。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月はお遍路の客が結構続いたので、個人的には良かったが、街はそこまでは良くないようだ。夜はまだ少なく、しかも近いところが多い。遠くまで走ってくれる客が少ないということで、街は横ばい程度ではないか。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・駅前の中核店舗の閉鎖が決定したニュースを受けて、今後大きな流れの変化があると予測するが、現時点では、まだその変化を見通すことはできない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・消費税増税までに建設や改装するところが多かったため、落成や開店などの御祝い商品が法人客に好調だった。一方、一般客は激減し、来店しても安価なものを選んでいった。
		百貨店（営業管理担当）	単価の動き	・消費税増税の反動から、時計、宝飾、ブランド物を中心とした高額品の売行きが低迷している。その影響から客単価が前年を下回って推移している。
		百貨店（販売促進）	来客数の動き	・消費税増税の影響が完全には回復しておらず、また、気温が下がりがきらないので客の冬物に対する購買意欲が高まらない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税のマイナスマインドからは回復しつつあるが、大手ドラッグ各社の出店が続き、客の低価格志向に歯止めが掛かっていない。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・消費税増税後は買い回り比較が極端になっている。キャッシュレス・消費者還元事業の対象企業とそれ以外の企業の差異が大きくなっている。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・10月から消費税増税となったが、コンビニの売上の中心は軽減税率適用商品ということもあり、また2%のキャッシュレス・消費者還元事業により売上高は目減りしていないが、来客数の前年割れ傾向は変わらず続いている。
		乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・消費税増税後、特に低価格中古車の動きが鈍く販売台数は減少している。
		観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・今年は10月までは余り良くなかったが、11月になって客が増えてきた。また、売上も前年よりかなり増加したため、少し景気が良い。改修工事に入っている他の旅館との兼ね合いや、温泉本館が部分改修工事をしているという当温泉地の状況もあるが、11月は大変良い成績で終われる。
		旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・年末の個人旅行は比較的順調に予約に結び付いているが、団体旅行の需要が少なく、年始は個人、団体共に動きが悪い。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の動きが継続的に鈍い。
		競輪競馬（マネージャー）	販売量の動き	・当月の売上高は8月と比べて9000万円ほどプラスの見込みである。今月は周年レースがあり注目度が高く、人気があったことから売上高が増加したが、それ以外はほぼ8月と同水準に推移している。
	商店街（事務局長）	販売量の動き	・株価は緩やかな上昇傾向にあり、米中関係も小康状態のため、大企業や富裕層は経済的に落ち着いており大きな崩れはない。一方、消費税増税により消費者に一層の節約志向が出てきており、小売の現場は閉塞感を感じる。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税、キャッシュレス・消費者還元事業が始まって11月で2か月が来るが、客はかなりの割合でクレジットカードやQRコード決済等に移行している。しかし、単価が非常に低く、店にとっては売上高が下がるし、入金までの期間が延びることから、資金繰りは厳しくなっている。	

	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	販売量の動き	・外商の売上が伸びなかった。売上が大きく見込めると予想していた商品が振るわず、目標を下回った。
	スーパー（財務担当）	単価の動き	・販売促進で来客数減を最小限にとどめているものの、客単価の下落が大きい。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業の恩恵で、売上は大きく減少はしていないが、来客数は相変わらず減少傾向にある。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・まだ少し消費税増税の影響がある。来客も9月までに比べると少なく、販売量、客単価共に上昇しない。いずれ回復すると考えているが、やはり消費税増税の影響がまだ響いている。
	家電量販店（副店長）	単価の動き	・来客数については前年並みに回復したが、客の購入単価が前年より落ち込んでいる。
	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販売が低迷している。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注台数は、消費税増税直後の前月に比べると少し回復している。
	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	・冷え込みが厳しくなっても来客数は戻らず、消費税増税後は、ひどく悪いとまではいえないが、客数の減少が続いている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税増税により、客足が少し鈍った。
	タクシー運転手	お客様の様子	・2～3か月前と比べて、客の実車率も悪くなっている。その要因としては、10月の消費税増税と、11月の知事選挙・市長選挙のダブル選挙が挙げられる。全体的に悪くなっていた。
	通信会社（営業部長）	販売量の動き	・10月以降、買換え需要はあるものの新規需要は大きく減っている。
	通信会社（技術）	販売量の動き	・サービス全体としての新規加入数は増加傾向にあるが、同等かそれ以上の解約数もあるため、景気が良いとは判断できない。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の影響が客足が悪い。
	× 一般小売店〔酒〕（販売担当）	販売量の動き	・消費税増税後、店売り及び飲食店への売上が減少している。
	× 百貨店（企画担当）	お客様の様子	・呉服、宝飾品等の高額品が特に悪いが、それ以外の品目も、全てで前年を下回っている。
	× 衣料品専門店（営業責任者）	販売量の動き	・消費税増税や気温が高く推移した影響もあり、前年比で90%程度だった。10月以降、客足が悪く、特に高単価の店舗のマイナスが大きい。非常に厳しくなっている。
企業 動向 関連 (四国)	-	-	-
	鉄鋼業（総務部長）	取引先の様子	・産業用機械設備の案件が減少傾向になっている。
	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目立った変化はない。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大型の太陽光発電施設の案件は完全に下火になっており、受注が大変少なくなっている。一方で、今までの営業の成果で今度は風力発電を受注することができた。
	電気機械器具製造業（経理）	受注量や販売量の動き	・製品出荷量について3か月前と同程度で推移している。販売単価に関しても変動がなかった。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず受注量は減少傾向で推移している。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共事業の発注量、受注量共に例年並み又はそれ以上であるが、慢性的な人手不足並びに働き方改革、労働基準法改正による長時間労働制限等により、外部委託する業務量の増加や委託料の価格高騰が生じている。この結果、売上額、利益率が好転しない状況が続いている。外から見れば、良さそうであるが、内部は品質、労務などの諸課題を抱えたまま、事業活動を行っている。
	金融業（副支店長）	取引先の様子	・取引先の試算表等から余り変化は見られない。消費税増税の追い風も思ったほどなかった。

	公認会計士	取引先の様子	・今月の各法人の決算書、また試算表を分析すると、前年比で余り変わりのないところが6割程度ある。
	農林水産業（職員）	取引先の様子	・卸売市場は需給バランスによる。つまり荷動きが鈍り、入荷は少なくとも単価が上がらない一方、多いと単価への影響が過去より大きく反映するようになっている。末端の荷動きが悪いことが卸売市場の単価に反映されている。
	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・今春まで地区の染色工場は多忙で当社からの加工依頼に充分対応できていなかったが、秋になってからはすぐに加工から返ってくるなど、仕事量が減少している。また糸商からタオルメーカーへの原料綿糸の納入も減少しているなど、タオルメーカーの出荷も落ち着いている。米中貿易摩擦のあおりで、中国のタオルメーカーに影響が及び、ここ数年日本国内メーカーの独壇場であった企業別注なども低価格に落ち込んでいる。
	木材木製品製造業（営業部長）	受注量や販売量の動き	・受注の落ち込みが見え始めている。住宅着工戸数が減少している。
	化学工業（所長）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響もあり、年末に向かって受注量は低調となっている。また、販売数量が落ちていることもあり、価格競争が激しくなっている。
	輸送業（経営者）	それ以外	・短期的には消費税増税の影響があるが、長期的にみても先行きは基本的に不安である。
	輸送業（経理）	取引先の様子	・米中韓との関係にかかる影響もあり、国内外の輸出入の全体数量が低迷気味となっているが、年末商戦等に向けて在庫確保のためもあり、倉庫関係の需要が増加しつつある。
	輸送業（営業）	受注量や販売量の動き	・下半期に入り取扱物量の落ち込みが続いている。都市圏向けに出荷される物量と比較し、特に地方圏に到着する物量の減少が目立つことから、販売店舗を利用する消費者の購買意欲の低下を感じる。ただし、主に小売店から量販店向けの小口積合便を利用した物流に対し、ネット通販等による宅配便を利用した個人向けの物流においては取り扱う物量も比較的安定しており、消費者全体の購買意欲低下を感じさせるものではない。
	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量は余り良くないが、販売価格や受注価格に関しては、それなりに高く推移しているところもある。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後、販売促進広告に対して慎重な客が増えてきている。客の売上も減少傾向である。
	x	-	-
雇用 関連		-	-
		-	-
(四国)	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣求人が例月と横ばいとなっている。
	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は、11月は10月に引き続いて通常ペースに落ち着いてきている。また、10月の有効求人倍率は1.61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。
	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・学内の求人受付数は、前年度より若干下がっているものの、学生の内定率は前年と同等又は若干上回っている。
	人材派遣会社（営業）	雇用形態の様子	・消費税増税後の消費意欲の減退が景気の悪化に影響していると、家電量販店担当者が述べていた。経営体制としては人員の効率化で少しでも経費を削減しながら利益を確保している企業が増えている。大型店舗などはセルフ精算機が導入拡大され、無人レジが増えている。
	求人情報誌（営業）	採用者数の動き	・求人倍率は長らく高いまま推移しているが、採用者数は減少しており各社とも厳しい状況が続いている。特に人手不足の激しい業界では、業界内での横移動でしか人材を確保できておらず、人の奪い合いのようになっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・広告が減少している。

	民間職業紹介機関（所長）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・大手百貨店の閉鎖予定により出店企業の新卒者の内定取消が出るなど、雇用状況にも影響が出始めている。今後、既存社員の対応がどうなるかが心配されるところで、来年の年明け以降に社会問題化する危険性がある。行政側も百貨店社員だけではなく、出店先社員の対応にも迫られることになってくる。
x	人材派遣会社（営業担当）	採用者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・生産は緩やかに増えてきているが、求人は伸び悩んでいる。またサービス業の求人はあるものの求職者とのマッチングにつなげていない。