

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：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 | 良くなる やや良くなる | - | - | |
| | | コンビニ（経営者） | ・高齢者の買物が増えていることなどから、売上が少し期待できる。スーパーとの価格差が縮小していることもあり、遠くのスーパーより、近くのコンビニで買物するのが増えている。例えば2～3キロの米など、重量のある物が売れている。 | |
| | | コンビニ（経営者） | ・新規の競合店が一巡するため、売上は維持できる。 | |
| | | 旅行代理店（代表取締役） | ・例年9～11月は秋の旅行シーズンであり、連休を利用して活発に旅行に出かける時期である。当社の受注も例年並みではあるが、不景気ではないような感覚がある。 | |
| | 変わらない | 住宅販売会社（商品開発担当） | ・全く動きが無かった店舗・事務所を含めた事業用物件が、徐々に申込が入るようになり、景気に変化を感じられる。 | |
| | | 百貨店（営業担当） | ・前年からの消費不振により、特に衣料品の取引先などでは秋冬物の商品についても売れ残りを警戒した生産調整の動きが予想される。限られた商品が大都市圏などの販売力の高い店舗を中心に納品されると、地方の店舗は消費の不振に加えて商品不足にも悩まされることとなり、夏物処分から秋物商品への端境期となるこの時期にも苦戦が予想される。 | |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・タスポ効果が一巡し、たばこの売上の分散はあるが、通常の商品は品ぞろえを十分にすれば売上は維持できている。必要な物だけを買う購買スタイルは全く変わらない。 | |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・地元客の買い控え、観光の回復はすぐに見込めない。 | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・これと言って良い材料も無く、夏のセールもあまり良い効果は見えていない。次のシーズンに期待し、先買いの需要を喚起したい。 | |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・自分も含め、周りの店からも良い話を聞かない。皆、苦しいのが現状である。 | |
| | | その他専門店〔楽器〕（経営者） | ・夏休みやエイサーまつり等のイベントに期待しているが、商店街のイベントの寄付金の協力が大幅に減っている。観光客の減少やお土産などの購入ばかりで高価な商品が売れない。 | |
| | | その他専門店〔書籍〕（店長） | ・生活費に占める娯楽費用の割合が少なくなっていくなかで、書物の購入にどれだけ充てられるかは定かではないが、政局不安が続くなか消費者の財布のひもはどんどん固くなっていくばかりである。根本的な問題の早期解決がない限り、見通しは悪くなっていく。 | |
| | | 観光型ホテル（商品企画担当） | ・夏場の観光需要に期待したいところではあるが、前年実績がこの期間良かった反動が考えられる。また景気低迷に伴い消費者の節約志向が強くなり、期待通りの需要が無いと見込まれる。 | |
| | | 通信会社（店長） | ・上向きになるような材料が見当たらない。 | |
| | | 通信会社（店長） | ・来客数に伸びは見られるが、購買には慎重で販売台数の増加までには至っていない。この傾向は冬の新商品発売まで続く予想され、期待できるのは年末商戦である。 | |
| | | 観光名所（職員） | ・8月は夏休み、9月からは修学旅行と、県外からの入域観光客は増加するが、国内の経済環境を考えると、前年同月の水準に達するのは厳しい。 | |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・県内のゴルフ場の入込総数というのはほとんど変わらない。例えば、そのコースが悪くてもプレイできれば良い、という客層と、それから多少高くても良いコースでやりたいと言う客層といったふうに、客層が分かれてくる傾向にある。 | |
| | | やや悪くなる | 観光型ホテル（総支配人） | ・全国的な旅行需要の冷え込みはしばらく続く。9月の連休の動きも前年比で10%程度低い。 |
| | | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・買回り品を置く店が無くなってきており、観光関連の店ばかりになっている。同業者で売上を奪い合っている状況だと考えられる。観光客自体は多いが、なかなか購入に至らず、大変厳しい状況である。 |
| その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | ・超低価格帯の食堂、やきとり屋の出店が目立っており、とにかく安く、量があつて美味しくなければ見向きもされない。地元客が平日外食に出る機会が減っており、その分週末に集中するが、満足度を考えると無理に入れ込むわけにいかず、平日の落ち込みのカバーをすることができない。 | | | |
| 企業 | 良くなる | - | - | |

| | | | |
|----------|----------------|--|---|
| 動向 関連 | やや良くなる | 食料品製造業（管理部門） | ・一部の主原料と原油価格が下がり、円高状況が継続している。 |
| | 変わらない | 建設業（経営者） | ・新築の契約棟数の増加が見込まれる。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・良くなる要因が見当たらないため、先行きも厳しい状況が続く。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・四半期ごとにある、海上輸送運賃の一部である「燃料油価格変動調整金」が7月より大幅に上昇している。受注量の減少や、収益の圧迫が予想される。 |
| | | 輸送業（代表者） | ・県の一地区においては、現状の好調が持続される。 |
| やや悪くなる | 広告代理店（営業担当） | ・本県の基幹産業である観光産業の低迷は、幅広い業種・業態にマイナス影響があると考えられ、今後の景気見通しも改善する要素が見当たらないことから、相変わらず厳しい現状のまま推移すると想定する。 | |
| | 会計事務所（所長） | ・まだ各種の消費活動に対する慎重な姿勢に変化は無い。 | |
| 悪くなる | コピーサービス業（営業担当） | ・値下げ競争で公共機関から受注しても、受注量自体が減少しているため、売上が上がらない。 | |
| | | 通信業（営業担当） | ・価格競争が激しくなっているので、赤字前提の契約が増えると予想できる。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | ・最近、単発派遣と紹介予定派遣の増加傾向が見られるなか、安定的に数字を伸ばすには、長期派遣の契約が必要になるが、現状ではそれがなかなか取れない。当面、現状の単発派遣をこなすことで現状維持をしていく。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・景気は回復傾向にあるが、事業所における求人の増加は見られず、従業員の採用には慎重である。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・求人数では一部の業界で改善の兆しはあるものの、やはり全体では減少傾向が続いているため、今後も変わらない状況である。 |
| | やや悪くなる | 民間職業紹介所（人材紹介担当） | ・民間のボーナス支給時期ではあるが、企業体力はどの業界も厳しく前年同様の支給は見込めない。今年は旧盆が9月なので消費に多少影響が出そうである。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・県内の中小企業の求人については、年央以降は県内景気の後退を見込んで様子見とする、という人事担当者の意見が多い。 |
| 悪くなる | - | - | |