

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<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている                       | -                      | -   | -  |
|                | やや良く<br>なっている                     | スーパー（企画<br>担当）         | 来客数の動き  | ・売上高、客数共に前年実績を上回っている。1点単<br>価は前月に引き続き下落の傾向がみられるが、来客数<br>の前年比は3か月前に比べて4ポイント程上回り、売<br>上高は回復の兆しがみられる。 |
|                |                                   | コンビニ（経営<br>者）          | お客様の様子  | ・食事系の客が前年比で約10%ほど増加している。   |
|                |                                   | その他専門店<br>〔書籍〕（店<br>長） | 販売量の動き  | ・ここ2か月は売上、来客数とも前年より若干の落ち<br>込みをみせていたが、今月は売上、来客数ともに前年<br>をクリアし、ここ3か月の比較でも、最も売上の良い<br>月になっている。       |
|                | 住宅販売会社<br>（総務・企画分<br>野）           | 来客数の動き                 | ・住宅展示場や完成物件の見学会への来場客数が増加<br>している。チラシ配布等の広告宣伝の効果があり、住<br>宅建築に感心を持っている客が増えているとみられ<br>る。   |  |
| 変わらない          |                                   | コンビニ（経営<br>者）          | 販売量の動き  | ・販売量が上昇しない。節約傾向がまだ続いている。   |
|                |                                   | 衣料品専門店<br>（経営者）        | 販売量の動き  | ・客はかなり慎重に購入している。   |
|                |                                   | 通信会社（店<br>長）           | 販売量の動き  | ・繁忙期であり販売量は伸びているが、景気の良さは<br>実感できない。  |
|                |                                   | 通信会社（店<br>長）           | 販売量の動き  | ・卒業シーズンとなり新規契約による販売増加を見込<br>んでいたが、流れは変わらず前年を下回る結果となっ<br>ている。東日本大震災による人気商品の供給不足や販<br>促の自粛も影響している。   |
|                |                                   | 通信会社（サー<br>ビス担当）       | 販売量の動き  | ・良くなっているようにみえた時期もあったが、東日<br>本大震災の影響もあり、客のマインドが下がってい<br>る。  |
| やや悪く<br>なっている  | 百貨店（営業担<br>当）                     | 販売量の動き                 | ・春物商戦が本格化してくるなか、気温の低下もあり<br>商品動向が鈍くなっている。従来ではギフト需要が高<br>いこの時期に雑貨を含め商品動向が鈍く、単品買いが<br>目立っている。   |  |
|                | コンビニ（エリ<br>ア担当）                   | 来客数の動き                 | ・20数年振りの寒さもあり、今月上旬はドリンクやア<br>イスの動きが半減し、後半も天候は安定せず売上を取<br>り返すことはできない。たばこ以外の売上も前月に比<br>べ1%落ちている。卒業式等のイベントがあっても例<br>年より動きは鈍く、全体的に来客数の落込みが目立っ<br>ている。 |  |
|                | コンビニ（エリ<br>ア担当）                   | お客様の様子                 | ・東日本大震災後、無駄を無くす買物が顕著になっ<br>ている。   |  |
| 悪く<br>なっている    | 家電量販店（総<br>務担当）                   | 販売量の動き                 | ・東日本大震災以降、客に節約する流れがある。今後<br>は食物を中心に値上げの可能性も大きく、商品に対し<br>ては厳しくなってきた。   |  |
|                | その他専門店<br>〔楽器〕（経営<br>者）           | 来客数の動き                 | ・プロ野球キャンプに期待していたが、前年を上回る<br>ことは無かった。また、11日の東日本大震災以降は大<br>幅に観光客の数が減少している。  |  |
|                | その他飲食〔居<br>酒屋〕（経営<br>者）           | お客様の様子                 | ・3月は売上の上がる月ではあるが、東日本大震災の<br>影響で、官庁、自衛隊関係の歓送迎会は全部、観光客<br>の予約は約50%キャンセルと影響が大きい。地元客は<br>地震直後はファミリー客、年配客が激減している。し<br>かし、20歳代の来店にはほとんど影響は出ていない。        |  |
|                | 観光型ホテル<br>（マーケティ<br>ング担当）         | 販売量の動き                 | ・東日本大震災の影響を受け、稼働率において大きく<br>前年同月実績を下回っている。  |  |
|                | 旅行代理店（代<br>表取締役）                  | それ以外                   | ・東日本大震災の影響でキャンセルが相次ぎ、4月～<br>ゴールデンウィークまでの予約もあまり無い。   |  |
|                | 観光名所（職<br>員）                      | 来客数の動き                 | ・施設利用者数は、前年同月比で相当の落ち込みであ<br>る。3月11日の東日本大震災の影響で、沖縄観光は未<br>曽有の状況である。  |  |
|                | ゴルフ場（経営<br>者）                     | 来客数の動き                 | ・先日の東日本大震災の影響をまともにも受けている。<br>旅行の手控え等が影響しているかと推測される。   |  |
|                | その他のサービ<br>ス〔レンタ<br>カー〕（営業担<br>当） | 来客数の動き                 | ・3月11日の東日本大震災後から、観光客のキャンセ<br>ルが相次ぎ、貸出台数が前年比80%と厳しい状況に<br>なっている。   |  |

|                |               |                 |                                   |  |
|----------------|---------------|-----------------|-----------------------------------|--|
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   |                 |                                   |  |
|                | やや良く<br>なっている | 建設業（経営者）        | 受注量や販売量の動き                        | ・新築住宅の契約棟数が増加している。   |
|                | 変わらない         | 輸送業（代表者）        | 受注量や販売量の動き                        | ・久米島地区の落込みは長くなっているが、他地区、特に宮古地区は堅調である。しかし、東日本大震災以降、観光客のキャンセルが多く雰囲気も良くない。  |
|                |               | 通信業（営業担当）       | 取引先の様子                            | ・仕事は出てきているが、契約単価はまだ安く、景気の面からは良いとも悪いとも言えない。   |
|                | やや悪く<br>なっている |                 |                                   |  |
| 悪く<br>なっている    | -             | -               | -                                 |  |
| 雇用<br>関連       | 良く<br>なっている   | -               | -                                 | -  |
|                | やや良く<br>なっている | 人材派遣会社（経営者）     | 求人数の動き                            | ・既存ユーザーからではなく、全くの別業種や別職種についての新規の派遣依頼が複数ある。   |
|                | 変わらない         | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き                            | ・新規求人数は前年比で18.6%増加、新規求職者数は前年比で25.4%増加している。求人数は漸次増加傾向にあるが、中東情勢における原油価格の高騰、並びに東日本大震災の影響により、生産・サービス・小売業者に不安が生じ、今後の求人に影響が出る。 |
|                |               | 人材派遣会社（総務担当）    | それ以外                              | ・単発の受注案件が、今回の東日本大震災の影響により中止または延期になっている。  |
|                | やや悪く<br>なっている | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求人数の動き                            | ・以前に比べて求人数が減っている。それに比例するように応募者も減ってきている。  |
| 学校〔専門学校〕（就職担当） |               | 求人数の動き          | ・県内外共に求人数が減少傾向にあり、今後も大幅な改善は見られない。 |  |
| 悪く<br>なっている    | -             | -               | -                                 |  |