

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	通信会社（店長）	・現在を一番の低迷期としてとらえている。今後春にかけては業界としては最も活気の出る時期なので努力次第では上向きになると考えられ、特に競合他社を抑えるチャンスである。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・11月や12月の動向と比較すると、数値的には若干の改善がみられるものの週別の動向は依然不安定である。全国的な景気後退でアパレルメーカーに生産調整の動きがみられ、春物商品の入荷に不安もあることなどから、楽観もできない。
		コンビニ（エリア担当）	・タスポ効果でたばこ以外の商品の売上は、客数増に比例して前年より上回っており、この傾向はあと数か月は続く。しかし購買に関しては予算を設定して控える傾向は変わらず、客単価の上昇にはつながっていない。ただ客数が増えただけである。
		観光型ホテル（商品企画担当）	・2、3月共に稼働率は前年同月と比較して5%ポイント以上落ち込む見込みとなっており、厳しい状況は変わらない。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・前年に比べて、来客数はあまり変わらないが、売上は前月よりも落ちているので、今後は悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・3月に派遣社員の大量解雇が予定されており、県内への影響は大きい。今後、売上げの落ち込みが危惧される。
		衣料品専門店（経営者）	・国際通りへの観光客の減少や消費者の買い控え等、良くなる材料が見当たらない。確実に景気は悪くなる。
		観光名所（職員）	・当施設の利用者数は12月から落ち込み始めており、今月は更に厳しい状況である。2、3月も国内企業の生産調整、予想損益の状況と国内景気の先行きを考えると県内への入域観光客数は相当に落ち込む。
		ゴルフ場（経営者）	・客観情勢から判断しても、もう良くなる可能性が全く無いと言って良いほど悪い状況である。集客のためになりふり構わない他企業もあり、非常に難しい局面である。あと1、2年、あるいはもっと我慢する必要がある。それに耐え切れる企業体でないと思われなくなる。
悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街エリアには観光土産関連の店舗が多くなっており、地元客は周辺の大型店に吸収されている。観光客はいるが、ある情報によるとリピーターが7割くらいとなっているのでなかなか売上には結び付かないのが現状である。中心商店街は今後大変危惧される。	
	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・観光客の減少で商店街や飲食街とタクシー等の情報を聞いても全く良い情報が無い。当社も縮小や閉店準備の部署の対策で人員を削減し、社員・アルバイトへの対応に苦慮している。	
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・景気が回復しないと好品である書籍は売れない。たとえ良い作品が出版されたとしても、それだけでは景気回復は無理である。全国的に店舗を展開する書店でも閉店が相次ぐ。今、あと2、3年は明るい兆しはみえない。	
	高級レストラン（営業担当）	・営業先の旅行関連企業で、2月の旅行予約客が前年比で9割にも至っておらず、それを受けて当店の予約見込み状況は、前年を大幅に下回っている。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・年明けから飲食店の廃業が目立っており、大型店ほど影響を受けている。顧客の支持を得ている繁盛店舗には採用面、店舗賃貸の面で有利になっており、新規店舗展開のチャンスでもあるのが一筋の光明である。	
	観光型ホテル（総支配人）	・2、3か月先の宿泊受注の前年同期比は15%前後減少している。特に団体旅行の動きは鈍く、現在予約の団体もキャンセルが相次ぐという状況である。世界的な経済不況は確実に旅行マインドを低下させ、卒業旅行シーズンではあるが、動きは鈍い。	
	その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	・2月の予約状況も前年同月に比べて15%減少しており、今後も非常に厳しい状況が続く。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	建設業（経営者）	・引き合い件数及びモデルハウスへの来場客数が減少している。

		輸送業（代表者）	・公共土木工事も終盤を迎えたが、学校関係を中心とした建築が3月末までは期待できる。ただし、世界的金融不安に端を発した不況により、4月以降は不透明である。
		通信業（営業担当）	・新年度に入ってもすぐには受注案件契約とはならない。地方から首都圏へ技術者を集める首都圏開発の傾向にあり、沖縄への外注は多くは望めない。
やや悪くなる		窯業土石業（経営者）	・建築確認許可の遅れと、引き合い物件の減少が生じる見通しである。
		輸送業（営業担当）	・燃料高騰は収まり物流コスト自体は大幅に下がっているが、市場の需要が低迷していることで肝心な流通量が減っている。また、それに伴い顧客からの物流費見直しの要請が相次いでいる。
		広告代理店（営業担当）	・経済環境が回復する兆しが見えない中においては、民間企業の広告宣伝費を含む販売促進費はますます減少する傾向にある。特に基幹産業である観光業界の低迷が大きく影響してくる。
悪くなる		会計事務所（所長）	・心理的要因も十分に影響していると考えられるが、好転する要素が見付からない。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	-	-
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・若干、売上減少は予測しているものの、今のところ大幅な落ち込みは無いとみている。ただ、企業の引き締め感がどこまで強くなるか、まだ続くかが不透明である。
	悪くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・派遣の2009年問題、景気の先行き不透明感から、さらに失業者が増えることが予想される上、消費の冷え込みが更に進む。
		職業安定所（職員）	・大手自動車製造業の生産調整、米国の経済回復頼みの状況、出稼ぎ求人の大幅な減少、好調を維持してきた基幹産業の観光関係における中国からのキャンセルやリゾートホテルにも出始めた会社関係の団体旅行のキャンセル、建設関係で見られる持ち直しは単なる建築基準法改正の反動であること、労働者派遣業等のその他サービス業からの求人減、県内の求人情報誌のサイズの縮小、等々の事項からみられるように企業も経費削減姿勢で求人の見込みが薄い。その一方、現況では立場の弱い労働者のサービス残業の懸念が生じる。
		学校 [専門学校]（就職担当）	・20年度内の採用に関しては、ある程度予算がついていたので採用ができたが、21年度の採用に関しては慎重になっている企業が見られる。
学校 [大学]（就職担当）		・景気後退が現実化するに伴って、新卒採用が減少するのは、もはや避けられそうにない。	