

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<br>動向<br>関連 | 良くなる              | -   | -   |
|                | やや良くなる            | -   | -   |
|                | 変わらない             | 百貨店（営業担当）   | ・米国の大手金融機関の破たん後の景気後退から1年以上経過して消費の低迷が底を打つことへの期待もあるが、これから春闘の時期を迎え、2009年度の各企業の経営状況悪化の影響による人件費の抑制などが実施された場合、更なる消費の冷え込みも懸念される。 |
|                |                   | スーパー（販売企画担当）  | ・観光関連の落ち込み、基地問題、公共工事の縮小などどれをとっても明るい材料が無い。   |
|                |                   | コンビニ（経営者）   | ・観光客数の減少で、景気は良くならない。  |
|                |                   | コンビニ（経営者）   | ・観光客が減少している状況が続く。   |
|                |                   | コンビニ（エリア担当）   | ・観光客を含めた来客数の減少が今後も予測されるため、既存店も売上減となる。前月に比べ来客数は更に0.5%減少している。既存客の掘り起しも厳しい。  |
|                |                   | コンビニ（エリア担当）   | ・デフレ傾向は今後も続き、回復は見込めない。  |
|                |                   | その他飲食〔居酒屋〕（経営者）   | ・2月は最も客足が落ちる月である。いろいろ販促活動をやっているが、まだ本格的な手ごたえを感じる事ができない。  |
|                |                   | 観光型ホテル（総支配人）  | ・3月以降の集客状況は前年同月比40%程度の減少である。各旅行社も息切れ状態である。旅行マインドの回復には今しばらく時間がかかる見込みである。   |
|                | 観光型ホテル（マーケティング担当） | ・今年度中は、厳しい雇用情勢や所得減少を反映し旅行手控えが続くと考えられる。若干回復傾向にはあるものの、まだまだ逆風が強いまま変わらないであろうと予測される。また2月の冬季オリンピックや札幌雪祭り、3月の成田空港における発着回数増加による海外旅行増など、沖縄旅行にとってのマイナス要因が強いので、今しばらくこの状況が続くと読んでいる。 |   |
|                | 旅行代理店（代表取締役）      | ・春先は旅行シーズンを迎えるが動きは鈍く、問い合わせは安い航空券ばかりである。集客は伸びても客単価は安い商品ばかりなので売上は伸びそうもない。   |   |
|                | やや悪くなる            | 衣料品専門店（経営者）   | ・客単価、1点単価共に前年と変わらず、前々年比では悪い状況のままである。その上、今年は来客数が前年と比べても下落傾向にある。20%ほど客数が下がっている感があり、今のところあまり良くなる兆しが見えてこない。                   |
|                |                   | その他専門店〔楽器〕（経営者）   | ・観光客にも大手航空会社の経営悪化が影響すれば、厳しい。また、円高で沖縄よりも海外旅行が安いイメージがある。当面厳しい状況が続くそうである。  |
| 観光名所（職員）       |                   | ・大手航空会社の法的整理が確定し、旅行業界は今後厳しくなる。また、国内景気も回復の兆しが見えない。このような状況では、県外観光客に頼る沖縄観光は厳しくなる。  |   |
| 悪くなる           | 商店街（代表者）          | ・中心商店街のエリアでは、新型インフルエンザ及び景況不況のあおりを受けて観光客数が前年比で14～15%落ちている。客単価が大幅に落ちて、厳しい状況下にある。店も大概似たり寄ったりで、お互い客を奪い合っている感がある。  |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる              | -   | -   |
|                | やや良くなる            | -   | -   |
|                | 変わらない             | 建設業（経営者）  | ・以前からの引き合いや問い合わせが2、3か月後にやっと契約に結び付いても、支払いは工事後のため、即売上にはつながらない。  |
|                |                   | 輸送業（代表者）  | ・特に一離島地域において現状の好調さは底堅く継続する。   |
|                |                   | 通信業（営業担当）   | ・案件の話があっても発注先が景気の動向を意識してか、なかなか契約に至らない。業界自体が景気の動向をうかがっている状況にある。  |
|                | やや悪くなる            | 食料品製造業（管理部門）  | ・出荷量が悪くなっている。   |
|                |                   | 窯業・土石製品製造業（経営者）   | ・今後も公共及び民間工事が共に減少する見通しである。  |
| 輸送業（営業担当）      |                   | ・観光客の減少が続いていることや、年度末に向けた公共工事の頭打ち感、本土での景気低迷の影響がある。原油価格の再高騰での物流コスト増など明るい兆しが無い。  |   |

|          |                |  |
|----------|----------------|--|
|          | 広告代理店（営業担当）    | ・県経済は観光産業に支えられてきており、入域観光客数の落ち込みが今後も続きそうな状況と、県内消費支出もなかなか上昇してこない状況を考えて、県内企業の不安感もますます強くなると推測される。当然、広告宣伝を含めた販促活動も消極的になり、依然として官公庁予算へ依存せざるを得ない状況である。   |
|          | コピーサービス業（営業担当） | ・政権交代で外郭団体の動きが鈍くなっている気がする。   |
|          | 悪くなる           | -  |
|          | 良くなる           | -  |
| 雇用<br>関連 | やや良くなる         | -  |
|          | 変わらない          | 人材派遣会社（経営者）<br>・派遣依頼の内容がしばらく前より多岐にわたり、若干持ち直し感はあるが、依頼は短期が多く今後続くかどうか分からない。また一番需要の多い医療関係は人材そのものが不足し、依頼があっても数字につながらない状況である。<br>職業安定所（職員）<br>・新規求人が前年比で15.8%増加しているのに対し新規求職者は同21.7%増加しており、先行きが懸念される。 |
|          | やや悪くなる         | 学校〔専門学校〕（就職担当）<br>・前年度と比較すると、求人数は増加傾向ではないがほぼ横ばいになりつつあるも、求人数は半数に減少している。依然厳しい雇用環境であり、先行きが見通せない企業の採用手控えが伺える。<br>学校〔大学〕（就職担当）<br>・企業の採用基準の大幅な引上げによる内定者の減少傾向は、ますます強まる。                              |
|          | 悪くなる           | -  |