

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 | - | - |
| | 変わらない | スーパー（販売企画担当） | ・販売量の減少は東日本大震災による将来への不安から来るものと推測され、今後も客の財布のひもは固いとみられる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・経済的に厳しい状況が続くなかで、節約をする人が多くなる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・街全体にあまり活気が感じられない。客も、以前と比べて購買意欲も少し減っているような感があり、東日本大震災後は特にその傾向が顕著である。 |
| | | 観光型ホテル（マーケティング担当） | ・まだ東日本大震災の影響による旅行自粛が大きく、予約状況としてもかなり鈍化しているため、この状況は続くと予測する。何とか夏場までには少しずつ市場が動き出せば良いが、なかなか動き出す傾向がみられない。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・東日本大震災が拍車をかけた形ではあるが、それ以前から基本的に低単価の傾向があり、かなり低い水準で夏場を迎える状況であるのではないかと予測している。 |
| | | 住宅販売会社（総務・企画分野） | ・東日本大震災の影響による資材調達の悪化が、現在のところ、予想したほど出ていない。ここ数か月は、このままの状況で推移するとみている。ただ、下半期からは、復興需要が本格化し、建設資材への影響が出てくると予想される。 |
| | やや悪くなる | 百貨店（営業担当） | ・東日本大震災後、入域観光客数も減っている。観光産業従事者相手にも商売を行っており、県内経済が浮上してこないことには、小売店としても厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・客数は既存店で前年比98.9%と堅調に推移するも、東日本大震災の影響による消費マインドの低下、商品供給体制の滞り、また競合与件等の影響により、今後2～3か月の客単価アップの可能性は低く、今後も厳しい状態が続くと考えられる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・東日本大震災の影響で、観光客の絶対数の減少と、商品供給不足による客数離れがしばらく続き売上低下への影響が出るとみる。地元の固定客をつなげ止める特効薬的な施策もみつからない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・東日本大震災が影響し、景気の回復が望めない。 |
| | | その他専門店〔楽器〕（経営者） | ・7月の夏の観光やエイサーイベント等などの盛り上がりなどに期待しているが、梅雨のシーズンまではあまり期待できない。 |
| | | 旅行代理店（代表取締役） | ・東日本大震災の影響で、しばらくは旅行客は伸びそうもない。 |
| | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・東日本大震災等により、観光客が減少している。また震災の影響が分からないが、地元客も減少し、来客数が相当落ち込んでいる状況となっている。まだ余震も落ち着かないなか、消費も低迷している感がある。 |
| コンビニ（経営者） | | ・東日本大震災の影響で工場の生産が止まり、商品の入荷が今よりも困難になっていくと予想する。 | |
| コンビニ（エリア担当） | | ・東日本大震災の影響は、今後も続くと予想される。特に観光客の減少は夏ごろまで続き、県経済にはマイナス影響が生じると予測する。 | |
| その他飲食〔居酒屋〕（経営者） | | ・沖縄は1か月遅れで変化が出る。5月は現在予約状況が悪く、先が読めない状態にある。 | |
| その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当） | | ・今後2、3か月先も東日本大震災の影響で沖縄観光は厳しい状況が予想される。 | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 通信業（営業担当） | ・9月までに新規契約案件があり、本稼働に間違いなく入る見通しで、年内にプロジェクトルームが足りなくなりそうである。しかしながら、契約単価は低い。 |
| | 変わらない | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・公共工事の前年度工事等が継続の見通しである。 |
| | | 建設業（経営者） | ・新規の引き合い件数の動きが鈍い。 |
| 輸送業（代表者） | | ・東日本大震災や原燃料価格の高騰など不安要素は多いが、すぐに落ち込むことは無さそうである。 | |

| | | |
|----------|----------------|---|
| | 広告代理店（営業担当） | ・東日本大震災や原発問題に端を発した経済問題は、いまだ収束の見通しが立たない状況にあり、県内においても基幹産業である観光業界が大きくダメージを受けていることを考えると、様子見の企業心理がしばらく続くのではないかとみている。 |
| やや悪くなる | 輸送業（営業担当） | ・東日本大震災の影響での食料品以外の買い控えや、遊戯施設の利用、祭事ごとの開催自粛などは収まっているが、国内外の観光客の減少は確実に県内景気へ悪影響を及ぼす。更に燃料の大幅な高騰も追い討ちをかける形になってくる。 |
| | コピーサービス業（営業担当） | ・東日本大震災の影響で特殊な用紙が確保できず、用紙・インクの価格上昇も予想される。 |
| 悪くなる | 会計事務所（所長） | ・東日本大震災と円高がじわりと消費者の可処分所得を減少させる傾向にある。当面は、消費マインドは改善せず、景気悪化の状況が続くものと想定される。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - |
| | やや良くなる | - |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（営業担当） ・まだ東日本大震災の影響等が収まっていないため、良くなるとみている。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（総務担当） ・派遣先の企業の一部では、スタッフの契約延長や更新無しで、自社の社員でなんとかやりくりするなど、東日本大震災の影響があらゆる業種に及んでおり、長期化する。 |
| | | 求人情報誌製作会社（総務担当） ・東日本大震災の影響か、4月の後半から求人件数が若干減ってきている。ゴールデンウィーク明けの動向次第で今後の見通しがみえてくる。 |
| | 悪くなる | - |