

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	その他専門店〔楽器〕 （経営者）	・今月の観光客の増加に、沖縄観光が復活できる勢いを感じている。大幅な売上増にはまだまだであるが、人出が増えて来客数も多くなっている。10月には海外から人が集まるイベントもあり、年内の先行きにとって明るい話題が増えている。
	やや良くなる	百貨店（営業企画）	・季節商材の入替えによる各売場からのプロモーション強化や、改装効果の維持で良い方向へ向かうとみている。
		スーパー（企画担当）	・新規テナントの影響で、売上高は好調に推移すると考えられる。
		コンビニ（経営者）	・客単価と来客数が前年に近くなってきており、売上は良くなっていくと見込む。
		観光型ホテル（総支配人）	・旅行需要が回復基調にあり、個人客が顕著に伸びている。前年同期比でも10%増で今後も順調に伸びると予測している。また外国人観光客も好調である。
		ゴルフ場（経営者）	・以前に比べれば良い雰囲気である。底を打った感じがあり、今後は少し上向きになっていくとみている。
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	・将来への明るい材料が無いことが一番の問題であるが、福島第一原子力発電所事故の問題もあって消費者は産地にこだわる傾向もある。これから旬を迎えるサンマや果物などが価格高騰して売りにくい状況もあり、景気は厳しい状況が続くとみる。
		コンビニ（経営者）	・客に経済に対する不安感があるため、若者は欲しい商品があっても買わないなど、今後も購買力が無い状況が続くと考えられる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げから1年近く経過するが、たばこ以外の売上の前年比は予測より1%下がっている。要因として天候や観光客減がある。来客数の前年比は5%前後下がっている店舗も多く、その店舗の売上は前年並みにあるが、たばこ以外の売上が少なく、利益率が低下し収益悪化に影響する傾向は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・県内消費は底堅く推移し、来県する観光客数も大きく落ち込むことは無いと判断している。
衣料品専門店（経営者）		・街全体の様子も、また当店の客の動きを見回しても、ここ数か月変化が無い。1点単価、客単価共にここ数か月変わらず、前年と比べても変わりなく推移しており、先行きも変わらないとみる。	
その他専門店〔書籍〕 （店長）		・ここ3か月の売上の推移をみていると、前年の同時期とさほど変化がない。よって、これから3か月先も伸びるとは考えにくい。	
観光型ホテル（マーケティング担当）		・この先の見込みに関しても、前年並みの予約受注動向であり、今月同様の推移を見込んでいる。ただ円高による経済状況の悪化や、海外旅行との競争が激化すると考えられるため、安心できない状況である。	
通信会社（店長）		・今の状態で秋冬の新商品発売時期に入ると思われ、スマートフォンへの切替えの客も増えてくるので、好調は維持できると予想する。	
住宅販売会社（総務・企画分野）		・住宅は、客にとっては大きな買物であるので、慎重な対応をしている感じがする。ここ数か月では、住宅業界の景気動向は変化しないとみている。	
やや悪くなる			
悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の観光客は一時期よりは少し多くなっているが、消費単価が相当下がっており、売上増にはつなげていない。地元客も同様で、今後いつが景気の底になるのか見えず、大変危機感を抱いている。	
	その他飲食〔居酒屋〕 （経営者）	・徹底した低価格でないとも来客数が取れない上に、地元客は家飲み、中食が定着してきており、平日は来店しなくなっている。企画を打っても反応が薄く、先行きは悪くなる。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業（経営者）	・引き合い件数と、モデルハウス来場客数が増加してきているので先行きは明るい。
		輸送業（営業担当）	・物流に限っては本土系販売店の進出が数件続いている影響もあり、取扱物量自体は堅調に推移するものと予測される。また、県内への大手ホテルの誘致や、観光関連機関の今後の観光客誘致に関する施策の効果も期待できる。
変わらない	窯業・土石製品製造業 （経営者）	・公共工事は減少する見込みである。民間は個人住宅と小型賃貸住宅建設が続く見通しである。	

	輸送業（代表者）	・東日本大震災の影響や、変動が激しい燃料単価問題など不安材料は多いが、当面は好調を維持する。	
	通信業（営業担当）	・受注案件は増えてきたが、契約金が安価で、この先、改善されるような要素が無い。顧客の予算統制も厳しいようである。	
	広告代理店（営業担当）	・相変わらず行政の単発型支援事業が目立つ。あくまでも単発なので、持続的な景気回復基調へつながるとはいいがたい。県内主要マスコミの営業広告受注動向を見ても、県内企業の販促投資は消極的なままである。	
	やや悪くなる	食料品製造業（管理部門）	・競合他社との競争が激化しており、今後影響してくる。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・沖縄観光自体が回復してきているせいか、周りの事業所も活気付いてきている。また、派遣依頼の伸びが続いているのも今後の明るい材料である。
		人材派遣会社（総務担当）	・県外に拠点を置く企業が、一部の部署又は部門で、コールセンター業務を中心に沖縄県内に拠点を移してきている。それに伴い派遣の注文及び問い合わせが増えてきているため、先行きに期待する。
		職業安定所（職員）	・プラス要因として震災復興需要への期待がある一方で、マイナス要因として円高の進行がある。いずれにせよ、次期政権への期待感を込めてプラス要因がやや強いとみる。
	変わらない	-	-
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-