

# 景気ウォッチャー調査 (沖縄地域) ～2025年2月調査～

物価高騰の影響により観光客と地元客の需要が落ち込む  
物価高騰の不安は続くも観光需要や求人増に期待

# 用語の説明

## 【景気ウォッチャー調査】

・地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々から、顧客の様子など日々感じている街角の景気について、毎月調べている調査。

## 【DI値】

・生産や消費、物価などの景気変動に関する複数の指標から、景気の方角性や各経済分野への波及度合いを示す。値が50を上回る期間が多いと景気が好調傾向にあり、50を下回る期間が多いと不調傾向にある。

## 【季節調整値】

・季節的な要因で毎年同じような動きをするもの（夏にアイスクリームが沢山売れるなど）があることから、前月や前々月と比較する際に季節的な要因を除いた数値。

## 【現状判断(景気の方角性)】

・3か月前の景気状況と比較した、今月の身の回りの景気的具体な状況などの説明。

## 【先行き判断】

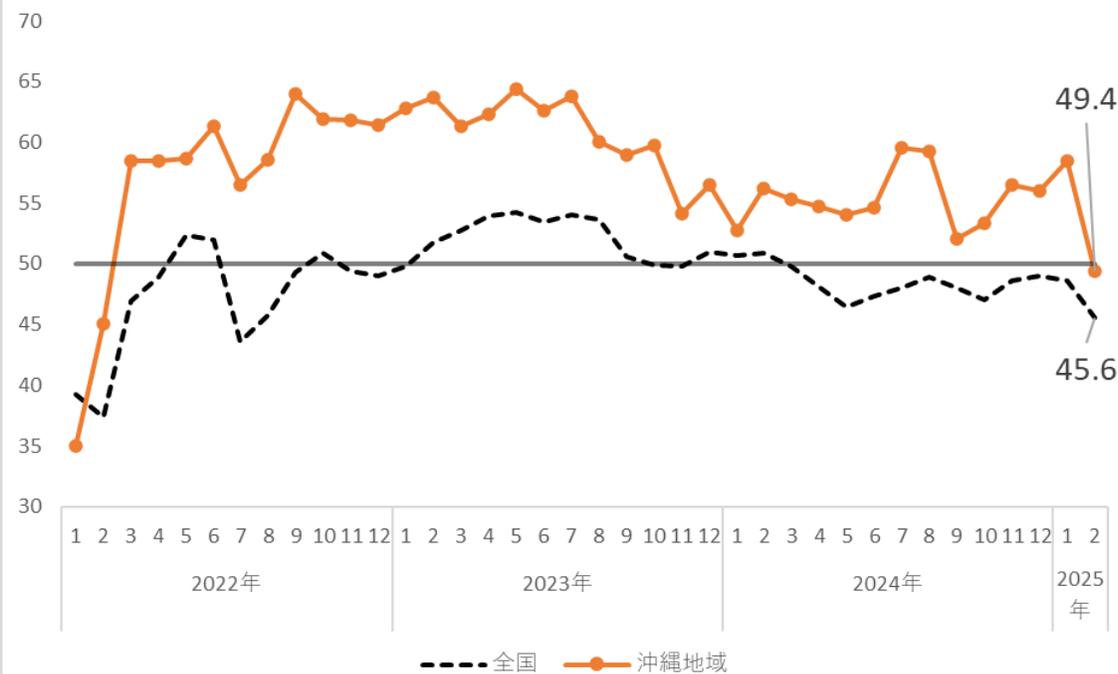
・2～3か月先の身の回りの景気を今月の景気と比較した際の判断理由。

※本資料は、2025年2月10日に内閣府が公表した「景気ウォッチャー調査」をもとに作成しています。詳細な結果は下記URLからご確認ください。  
<https://www5.cao.go.jp/keizai3/2025/0310watcher/menu.html>

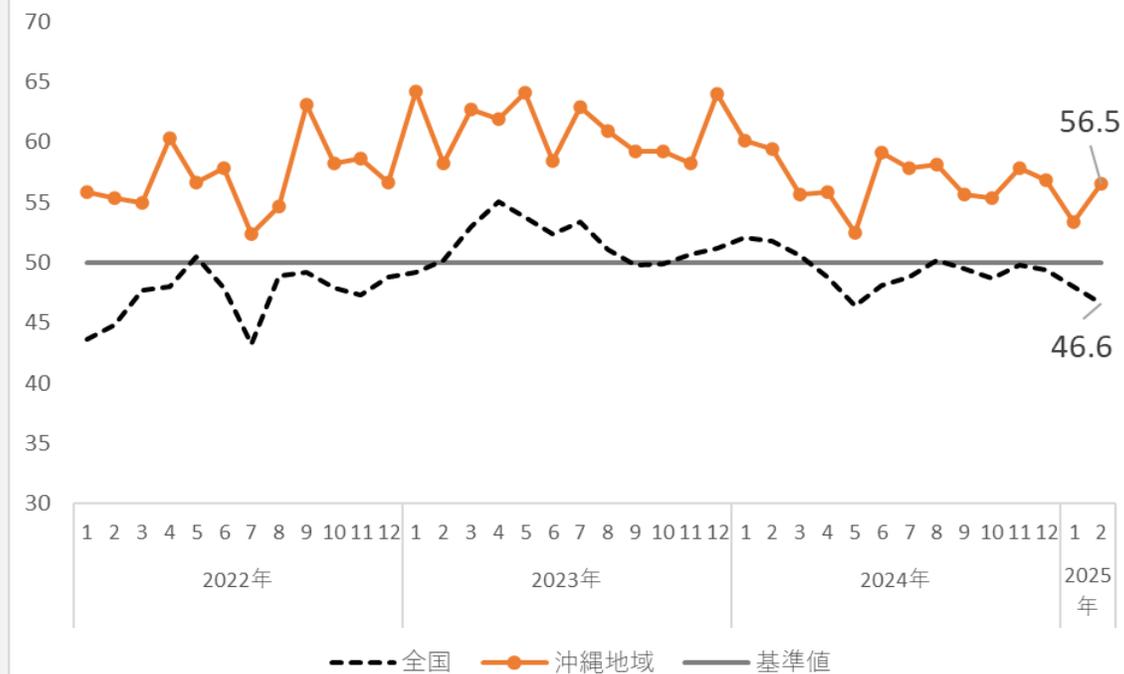
# 2025年2月調査DI値（季節調整値）

- 2月の現状判断DI（季節調整値）は、前月比9.1ポイント減少の49.4となっている。沖縄地域では、2022年2月以降3年ぶりに景気の判断基準となる50を下回った。
- 2月の先行き判断DI（季節調整値）は、前月比3.1ポイント増加の56.5となり上昇に転じており、判断基準の50を上回っていることから2～3か月以降も好況を維持している。
- 全国の現状判断DI値は45.6、先行き判断のDI値は46.6と共に減少傾向にあり、判断基準となる50を下回る結果となった。

## 現状判断DI値（季節調整）



## 先行き判断DI値（季節調整）



# 現状判断のコメント①

- ・ 2月は恒例の春節やプロ野球キャンプの影響により来客数が増加している事業者もある。
- ・ 一方、例年と比較してプロ野球キャンプや修学旅行生に関連する来客数の落ち込みがみられた事業者もいる。
- ・ 物価高騰により売上や客単価は上昇している反面、来客数の落ち込みや買い控えが2月調査の現状判断DI値に影響したと考えられる。

## <家計動向関連>

◎：良くなっている、○：やや良くなっている、□：変わらない、▲：やや悪くなっている、×：悪くなっている

○	百貨店（経営担当）	・春節期間のインバウンドの増加やバレンタインデーギフトの需要などにより来客数が前年と比べ増加している。
○	一般レストラン（代表者）	・観光客やプロ野球のキャンプの影響もあり忙しくなっている。テレビで紹介していることも重なり来客数が増加している。
○	通信会社（営業担当）	・他社からの乗換えは増加しているが、既存の客の取替えが前年と比べて落ち込んでいる。全体での販売数は前年をやや下回る程度で回復傾向にある。
□	コンビニ（経営企画担当）	・売上だけで判断するとよい状態が続いているが、来客数は前年よりも減少しており、3か月前と比べても悪化している。
▲	一般小売店〔酒〕（店長）	・食料品や衣料品など生活に必要な物が値上がりしているため、買い控え及び飲食店などで消費を控える傾向にある。
▲	スーパー（企画担当）	・単価は価格高騰により前年を上回っているが、来客数が前年を下回る結果となっている。
▲	コンビニ（副店長）	・前年と直近3か月前の両方を比べても来客数、販売量共に落ち込んでいる。以前は日中の修学旅行生やプロ野球キャンプ観戦者などの来店もあったが、現在は極端に落ち込み、以前のようなにぎわいがみられない。
▲	その他飲食店〔バー〕（経営者）	・2月は例年来客数が減少傾向にあるが、今年は特に減少している。客単価も下がり、客の消費行動が落ち込んでいる。

# 現状判断のコメント②

- 企業動向関連では、観光や食品、公共工事など一部の需要は増加しているが、消費者の買い控えにより想定より伸長していないと考えられる。
- 雇用関連では、3月1日より就職活動が解禁されることもあり、新卒の求人は増加している。他方、その他の求人は、全体的に微減であるが、派遣社員やホテルなどの業種で若干の増加がみられる。

## <企業動向関連>

◎：良くなっている、○：やや良くなっている、□：変わらない、▲：やや悪くなっている、×：悪くなっている

○	食料品製造業（役員）	・観光客の増加により観光関連グッズや食品の売上は増加しているが、一般消費者の食品に関しては買い控えがみられる。
□	窯業土石業（取締役）	・民間工事受注は低迷しているが、公共工事受注は増加しており、今期の売上は前期を若干上回る見込みである。
□	会計事務所（所長）	・賃金も増加しているが、物価高が先行しているため、観光客の土産購入や消費者の支出が慎重であるとみている。

## <雇用関連>

◎	学校〔専門学校〕（就職担当）	・就職活動の解禁を3月1日に控え、多くの求人を受けている。その中でも来校して挨拶を希望する企業が非常に多く、最近は連絡なしで訪問してくる企業も増加している。
□	人材派遣会社（総務担当）	・求職の新規登録者が増加せず、相変わらず人手不足が続いている。
□	求人情報誌制作会社（営業）	・全体の求人数は、前月比で5%程度の微減である。3か月前と比較すると増減がなく横ばいである。業種別では、前月比で派遣社員とホテルの求人に若干の増加がみられる。
□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・物価高が続く限り、消費者は消費意欲を抑えるとみている。

# 先行き判断のコメント①

- ・卒業旅行や修学旅行などの観光需要の増加、新年度に向けての合格祝いや返礼品などギフト需要が見込まれる。一方、物価高の影響による販売数や売上の低下が、引き続き懸念される。
- ・特にコンビニでは、原材料費高騰の価格転嫁をこれまでは消費者にも一定の理解があり受け入れられてきたが、今後も更なる値上げが続くことによりかなり不安を感じている。

## <家計動向関連>

◎：良くなっている、○：やや良くなっている、□：変わらない、▲：やや悪くなっている、×：悪くなっている

◎	家電量販店（営業担当）	・沖縄県が実施していたキャンペーンの終了により冷蔵庫やエアコン需要の反動減が全体的に大きく影響すると予想していたものの、携帯電話の伸長が高く2商品の減少分をカバーするとみている。
○	百貨店（経営担当）	・新生活や合格祝い、人事異動等による返礼ギフト需要が高まるとみている。
○	観光型ホテル（企画担当）	・2月の販売室数が前年比6%増加に対し、2月末時点での5月の予約室数は前年比65%増加で、プラス幅が大きくなっている。
○	観光名所（職員）	・3月の卒業旅行や4～5月の修学旅行の予約状況が好調であり、インバウンドも良いとみているが、為替の影響が懸念される。
□	スーパー（企画担当）	・今後2～3か月先も物価上昇は続き、単価の上昇と節約志向による販売数の減少は続くと予測されるため、景気は変わらないとみている。
□	住宅販売会社（役員）	・世界情勢の影響で島しょ県でもある沖縄は運搬コストの上昇に伴う建設費の高騰が懸念される。
▲	コンビニ（副店長）	・オーバーツーリズムの影響による宿泊代の高騰や水道光熱費、人件費などの経費負担があり、雇用主にとって現段階で良い見通しがみられない。
▲	コンビニ（経営企画担当）	・これまでは、原材料の値上げをうまく価格転嫁することができ、消費者も一定の理解があったとみている。しかし、これからは、特に米で更に値上げせざるを得ない状況であるとみているため、かなり不安を感じる水準となっている。

# 先行き判断のコメント②

- 企業動向関連では、観光客の増加と賃金増加による消費の回復が期待されている。一方、業種によっては原材料高騰による利益圧迫やコスト削減などの懸念もある。
- 雇用関連では、3～4月にかけて学生アルバイトの卒業や退職などの欠員による求人の増加が見込まれている。さらに2026年度の新卒採用に向けて求人や説明会增加するとみられている。

## <企業動向関連>

◎：良くなっている、○：やや良くなっている、□：変わらない、▲：やや悪くなっている、×：悪くなっている

○ 食料品製造業（役員）	・これから春休みや卒業旅行などで観光客の増加が見込まれる。観光関連の売上は堅調に推移するとみている。更に今年も大幅な賃上げが見込まれるため、物価高で冷え込んだ消費の回復に期待している。
□ 窯業土石業（取締役）	・売上は回復傾向にあるが原材料価格等の高騰で原価率が上昇しており、利益が圧迫されると懸念している。
□ 広告代理店（営業担当）	・県内企業の販売促進予算は、コスト増加の影響で引締め傾向が続いている。

## <雇用関連>

○ 求人情報誌製作会社（営業）	・3～4月にかけて学生アルバイトの卒業や年度末の退職など、欠員募集における求人ニーズの高まりによる求人数の増加を見込んでいる。ただし、3か月後の5月は今月と同数に落ち着くとみている。
□ 人材派遣会社（総務担当）	・物価上昇が続くなか、賃金改善が厳しく今後も景気は良くなるとみている。
□ 学校〔専門学校〕（就職担当）	・2026年卒の生徒採用に向け、現在と同程度の求人を受けたり、来校での説明会も増加するとみている。