

2021年の沖縄経済を振り返る

「経済回復の年に」という多くの人の期待とは裏腹に、2021年は新型コロナウイルス感染症の再拡大に翻弄された年だった。各分野・業界がどのような推移をたどったか。各種統計データから読み解きたい。

171日に及んだ宣言期間

2021年、県経済に最も影響を及ぼしたのは、長期にわたる緊急事態宣言だった。同年の緊急事態宣言は、度重なる延長もあり、コロナ禍の影響を受ける県内企業においては、宣言解除による市場回復への期待が幾度も裏切られ、疲弊の声が続いた一年であった **図表1**。

図表1 県内における2021年の緊急事態宣言などの発令期間



緊急事態宣言は、合計171日間!!

(出所) 報道等を元に作成

戻らなかった観光客

2021年の入域観光客数は、10月までの累計で22万5200人。2019年の同期間(860万9600人)との比較で74.5%減となった。

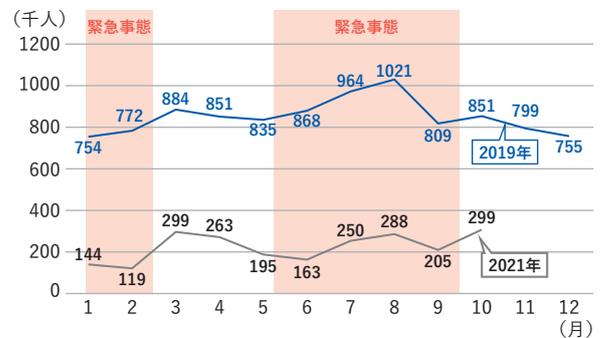
全体として低水準で推移したものの、最初の緊急事態宣言が開けた3月(春休み)に一定程度の回復が見られ、観光客数は29万9000人(2019年比66.2%減)となった **図表2**。もう一つの繁忙期である夏休みに関しては、感染が極度に拡大した時期で、緊急事態宣言も発出されていた。8月の実績は28万8000人(同71.8%減)と低迷した。

その後、9月30日に緊急事態宣言が解除され、10月実績は大きく回復。11月以降も、数値は未公表であるものの、改善の様子が見られる。先行きを左右する要因はさまざまあるが、観光は現状、回復傾向にあると言える。

なお、2021年と2019年の推移において、観光客が多

くなるのは従前と変わらず春休みと夏休みである。いくらコロナが拡大して、市場が縮小しても、観光客が動く時期というのは変わらなかったようだ。

図表2 沖縄への入域観光客数の比較(2021年と2019年)



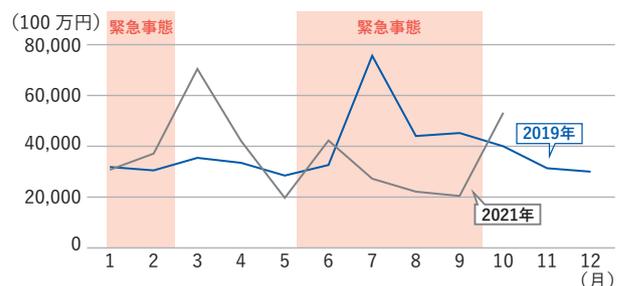
(出所) 沖縄県 入域観光客数を元に作成

緊急事態明けに着工が集中

建築に関しても、需要の低減が続いた年であった。年間の工事費予定額の推移を見ると、月によってはコロナ前を大きく上回る月もあったが **図表3**、2021年1～10月の累計は3667億円。コロナ前の2019年同期(3988億円)との比較では、8.1%の減少である。

推移を見ると、いずれも緊急事態宣言が開けた3月と10月に大きな回復を見せているのが特徴的である。企業においては、案件がある程度煮詰まっていた、着工時期を模索していた状況があったのだろう。緊急事態宣言の解除を機会と捉え、着工に乗り出していたと想定できる。

図表3 県内建築着工予定額の比較(2021年と2019年)



(出所) 建築着工統計を基に作成

アパートの着工が大幅減

建築用途の内訳を見てみると、居住用と非居住用（いわゆる産業向け）では異なる状況が見られた。非居住用の2021年1～10月の工事費予定額は2224億円あまりで、意外にも2019年の同時期を上回っている（図表4）。一方、居住用は2019年比、予定額で25.3%減、戸数で38.3%減となっている。その中でも大きく減少したのが、貸家（52.0%減）であった。貸家の多くはアパートである。2021年の建築を押し下げた主要因は、実は貸家（主にアパート）建築の減少であった。

図表4 建築着工予定額の比較（2021年と2019年）

		2019年 (1～10月累計)	2021年 (1～10月累計)
非居住用	予定額	205,554 百万円	222,409 百万円(8.2%増)
	戸数	12,724 戸	7,855 戸(38.3%減)
居住用	予定額	193,245 百万円	144,303 百万円(25.3%減)
	うち貸家	7,878 戸	3,780 戸(52.0%減)

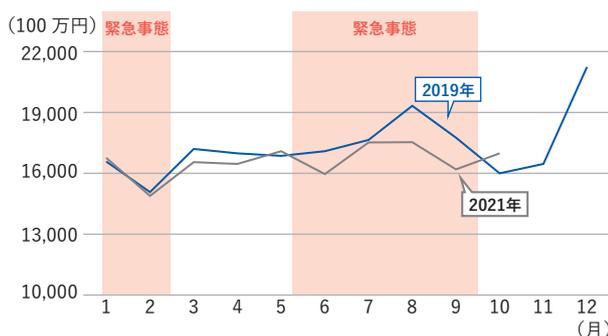
（出所）建築着工統計を基に作成

貸家建築の減少は、アパートローン審査の厳格化や、建築単価の高騰による採算性の低下などが主な要因と考えられる。また、貸店舗などであれば、現状の経済環境下では店子が見込みにくいなど、コロナ禍に起因する要因もあったのではないかと考えられる。

個人消費は明暗が分かれる

個人消費の状況を百貨店・スーパー販売額を元に見てみよう（図表5）。2021年1～10月のうち、2019年の実績を上回ったのは、1月、5月、10月のみ（ちなみに2019年10月は消費税の反動減が顕著だった月である）。同期間の累計で見ると、2021年は1658億円で、2019年の1705億円と比較すると2.8%の減少となっている。一般的には、食品の売れ行きは堅調で、衣類などは不調が続いている状況だ。

図表5 百貨店・スーパー販売額の比較（2021年と2019年）



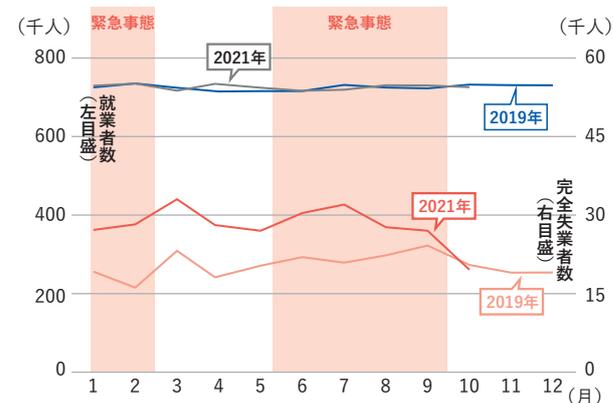
（出所）商業動態統計を基に作成

このデータだけ見ると、個人消費の低迷は限定的に見えるが、もちろんそれだけではない。観光客不在によりさまざまなサービス需要が大きく減退しているし、巣ごもり消費により売れるモノ・サービスの固定化などが進み、売れないものは全く売れなくなっている。居酒屋・レストランなどの飲食サービスは最たる例であろう。現在の消費動向が習慣化していることが十分考えられるため、こうしたモノ・サービスを提供する側においては今後も、消費者の新しい嗜好に合わせる工夫が求められるだろう。

失業者が増加、就業者数は変わらず

不景気において最も気がかりなのが雇用情勢だ。コロナ禍においては失業者数が増加し、雇用環境は確実に悪化した（図表6）。ただし、就業者数はコロナ前も現在もおおよそ75万人で、大きく変わっていないことから、労働力人口が増加したことがわかる。就業者数が維持できていることについては、雇用調整助成金が相当貢献したものと考えられる。同助成金がなければ就業者数の減少と失業者数の増加が顕著に見られたであろう。また、もしコロナ禍がなければ、従前の経済の好調さと労働力人口の増加を背景に、経済規模はひときわ大きく拡大していた可能性がある。

図表6 県内就業者数、失業者数の比較（2021年と2019年）



（出所）労働力調査を基に作成

統計で収集できる10月までのデータでは、さまざまな厳しい状況が確認されたが、緊急事態宣言解除後に実施している弊社の景気動向ヒアリングでは、良いニュースが聞かれるようになってきている。今後もコロナに左右される状況は続くと考えられるが、公的機関と企業、県民はこの2年間で一定程度、コロナを抑え込むノウハウを蓄積してきた。2022年は、新型コロナの盛衰に関わらず、確実に前進できる年となるだろう。

（海邦総研 地域経済調査部／瀬川 孫秀）