

りゅうぎん調査

No.452
2007

6月



■ 経営トップに聞く
沖縄製粉株式会社

■ An Entrepreneur
沖縄健康社有限会社

RRI
No.011

■ 寄稿
沖縄の企業の現状と課題

■ 経済レポート
沖縄県内における
2007年プロ野球春季キャンプの経済効果

 琉球銀行
 りゅうぎん総合研究所



Okinawan Economic Review

2007.06 No.452

RRI No.011

CONTENTS

※目次(CONTENTS)の各タイトルをクリックするとそのページにジャンプします。

経営トップに聞く 沖縄製粉株式会社 01

～「食糧を通して県民の健やかな未来を見つめ、
提案する新時代のFood Consultant企業を目指す」～
代表取締役社長 竹内 聡 取締役管理部長 宮平 武美

沖縄の歴史文化探訪 名護博物館 06

～名護・やんばるの生活と自然をテーマにした歴史ある博物館～

An Entrepreneur 沖縄健康社有限会社 07

～「起業家訪問」やんばるの命水「七滝の水」が主力～ 代表取締役 伊野波 求

寄稿 沖縄の企業の現状と課題 08

名桜大学国際学群経営情報教育学系 教授 宮平 栄治

経済レポート 13

沖縄県内における2007年プロ野球春季キャンプの経済効果
～セ・パ合わせて8球団のキャンプ経済効果は53億37百万円～

沖縄県の景気動向(2007年4月) 20

～観光関連は引き続き好調に推移、建設関連も堅調に推移、
消費関連は底堅く推移していることから県内景気は緩やかに拡大している～

経営情報 財務・労働保険の『年度更新』 34

～前年度の概算払い分の清算と新年度の概算払いを同時に行う～
提供 太陽ASGグループ ASG税理士法人

学びバンク 36

- ・キャリアカウンセラー ～適職・自己実現を支援～
琉球銀行人事部人材開発室調査役 永山 泉
- ・住宅ローンの生命保険 ～保障対象広げた選択も～
琉球銀行営業統括部戦略事業室長 川満 太
- ・キャッシュカードのIC化 ～安全・機能が飛躍～
琉球銀行営業統括部営業企画課上席調査役 平岡 孝
- ・三角合併 ～外国企業からの買収可能に～
琉球銀行企業支援部金融サービス室調査役 比嘉 伸一郎

経済日誌 2007年5月 38

県内の主要経済指標 40

県内の金融統計 42

経営トップに聞く

第9回 沖縄製粉株式会社

「食糧を通して県民の健やかな未来を見つめ、提案する新時代の Food Consultant 企業を目指す」

沖縄県内唯一の製粉会社として1955年(昭和30年)10月に創業した沖縄製粉株式会社は、県内食品メーカーへ小麦粉を供給するほか、沖縄の代表的郷土菓子あるいは、郷土料理であるサーターアンダギーやひらやーちーが手軽につくれるミックス粉等を製造販売し、幅広く県民に親しまれている会社である。同社は小麦粉関連製品を販売するだけでなく、ホームページでは同社商品を使っての調理方法及び調理例を紹介したり、沖縄の伝統的行事や文化を紹介するなど県内食文化、伝統文化等の継承にも貢献している。

那覇市通堂町の本社に竹内社長と宮平取締役管理部長を訪ねて同社の設立経緯、現状と課題、将来ビジョン等についてお聞きした。 ▶インタビュー:佐喜真社長 ▶レポート:具志堅企画部主席研究員

会社概要

商号: 沖縄製粉株式会社
 本社: 沖縄県那覇市通堂町1番1号
 設立年月日: 1955年(昭和30年)10月
 資本金: 1億円
 主要株主: 三井物産、沖縄食糧その他
 役員: 代表取締役社長 竹内 聡
 専務取締役 宮城 久茂
 取締役 入江 泰明
 取締役 古堅 雄教
 取締役 上原 勇作
 取締役 宮平 武美
 取締役 竹内 一郎
 監査役 照屋 朝保
 売上高: 41億円
 従業員: 135名
 事業所数: 本社以外に八重山営業所
 事業内容: 製粉、倉庫、商事、乾麺、機能性食品(ケルミン)、施設賃貸、飲料水(アクアクララ)、営業用駐車場の各事業
 (以上は2006年3月31日現在)

御社は1955年(昭和30年)に創業し、社歴が長いですが、設立経緯について教えてください。

沖縄製粉の創業者は亡くなった父(竹内和三郎氏)ということになりますが、竹内家そのものは、第二次大戦の前、祖父の代に大阪から沖縄に来ております。「竹内商店」として家業を営んでいました。戦後、父は米軍の基地内でいわゆる軍作業に従事している中で、食糧配給部門に属していたわけですが、当時の軍の担当官の信頼も厚かったことから、住民への食料配給を民間に任せる際に、父は食糧会社(沖縄食糧)を起こし、その代表者となったとのこと。

その後、沖縄製粉の設立年である1955年に、琉球民政府から米国の事業家が沖縄で製粉事業を起こす動きがあるとの情報が入り、急遽地元経済人として起業を検討したようです。情報によると、米国の青年実業家が沖縄に製粉会社



左より宮平武美取締役、竹内聡代表取締役社長

を立ち上げ、沖縄内の市場だけでなく、沖縄を拠点として本土に事業展開する計画であったようです。

これを伝え聞いた沖縄の経済人は、製粉事業は沖縄の食糧供給を担う事業でもあり、また住民の食の安定供給を図るのが父の理念でもあったことから、米、砂糖に続いて麦の取扱いも沖縄住民の手でという思いから、1ヶ月という短い期間で創業したとのこと。設立にあたっては当時の沖縄経済界を代表する諸先輩方を取締役とした他、沖縄主要企業の出資を得ましたので、いわば沖縄全体の力を借りて立ち上げた会社であるといえます。

設立時の社長は琉球民政府の経済局長が務め、父(和三郎氏)は会長職に就いておりましたが、業績が低迷していたことから、父が2代目社長として事業の再生・安定化を図りました。当時はLC(Letter Of Credit)も、原材料を担保に入れないと組めないような状況で厳しい状況にありました。その時に琉球銀行の支援を得ながら会社経営を軌道に乗せていくことができました。

3代目は竹内家外から就任し、私(竹内聡社長)は平成9年に4代目社長に就任いたしました。私は学校卒業後、東京銀座にある本土大手化粧品

メーカーに勤めておりましたが、30歳前に呼び戻され、丁度その頃不振にあった沖縄製粉の子会社であった飼料会社の清算を任されました。但し、従業員のことを考えるとむやみに整理するという事は出来ませんので、まずは売上を改善できないかと当時年間1千トンの販売高であったのをそれこそ必死になって、夜討ち朝駆けで頑張って2千トンまで伸ばしました。ところが、売上が伸びると原料の調達に間に合わなくなり、結局は廃業せざるを得ない状況となりました。約5年をかけて清算作業を終え、沖縄製粉へ入社、現在にいたっております。

当社は、創業以来当地で操業していますが、一度は中城湾港への移転の話もありました。ただ、やはり原材料を海外から輸入していますので、港に面している当地が便利ということがありますし、輸送面の利便性から当地で頑張っています。敷地内には原料を保管するサイロも設置しています。サイロは約1万5千トン保管できますが、操業には年間4万トンぐらいの原料が必要ですから、約3分の1の原料は備蓄していることになります。

沖縄製粉は米に次ぐ主食とも言える小麦粉を扱っておりますが、竹内社長は県民の食のあり方についてどのようにお考えでしょうか。

私は健康長寿と健全な精神は基本的にバランスの良い食物を摂取することにより維持されると思っております。そういう意味から、「医食同源」、「食育」という考え方を大事にしたいと思っています。単に食事をするというだけでなく、毎日、家族がともに食事をすることで、子供たちの躰をしていくことができるのではないかと思います。また、医食同源という言葉



執務室風景

があるように、食べることの大事さを思うと、
外食だけでなく、きちんと家庭で食事をするこ
とも大切ではないかと思っています。父は米の
食糧会社も経営していましたから、食卓での躰
も厳しかったですね。やはり、農家の方が精魂
込めて作ったお米だから、米一粒たりとも残し
てはいけないとそのような教えでしたね。もっ
とも、昨今は飽食の時代と言われていきますから、
このような精神もなかなか通じにくいとは思
いますが、現代の若者の食の乱れを思うといつ
の時代でも伝えていきたい考えだと思いますね。

このような考えのもと、私どもは、小麦粉だ
けでなくその二次加工食品、惣菜等をグループ
企業全体で協力して、安定供給することが果た
すべき役割だと自認していますし、さらには地
場産業として沖縄の食文化の伝播に努めるこ
とで「豊かな沖縄」、「明るい沖縄」、「愛される沖
縄」に発展するようまい進しているところです。

御社は製粉事業が主流かと存じますが、 それぞれの事業シェアについては どのような状況でしょうか。

昨年末現在の状況ですが、製粉部門66%、他
社製品の仕入れ販売の商事部門11%、ミックス
粉部門7%、機能性食品2%、水部門1%ほかと
なっています。但し、製粉部門については本土
大手の進出もあり、現在のように製粉部門主流
ではいずれ本土勢の攻勢に抗しきれなくなる
ことも予想されます。従って、今後はその打開
策としてミックス粉部門を増やしていく方針
であり、そのためにミックスラインの増設も行
いました。「ひらやーちーミックス」、「ちんびん
ミックス」や「サーターアンダギーミックス」と
いった製品が代表的な商品です。

顧客ニーズによりパン粉の取扱いも行って

いましたが、本土大手パン粉の流入等から採算
面等でも問題があったので、現在は工場は閉鎖
して、委託生産による販売のみの事業展開とな
っています。また、水を扱っているのは、本土企
業との提携で製造しているものですが、そもそ
も食にとって水は大事な素材であり、これを上
手く活用することにより、食の加工にも活かせ
ないかとの位置付けで取組んでいるものです。

事業部の中で特産流通事業部は 非常にユニークな部署かと思われませんが、 如何でしょうか。

県内の特産品の流通を担う事業部門ですが、
特に機能性食品を扱う部署として設置してお
ります。機能性食品を扱うのは当社に限らず、
本土業者も数多くありますが、当社ではウコン
を活用した商品等、沖縄独自の原料・素材を使
った製品化、例えばウコンの有効成分であるクル
クミンを抽出した「クルミン」は代表的な商
品です。これは国・県が研究補助金を拠出し、当
社含め数社で組合を作って3年間の研究期間を
設けてクルクミンの抽出に成功いたしました。
しかしながら、製品製造の段階に入った時に、
組合への資金支援もなかったことから、組合を
解散し、当社が独自に工場を作り製品化したも
のです。もともとウコンは水に溶けないもので
あり、ウコンをそのまま摂取すると
身体に負担をかける
恐れがあります。

そこで、その中
から有効成分クル
クミンだけを取り出
し、水溶性を高め、
しかも飲みやすく





したもので、身体にもいい商品です。

「クルミン」は代表的な商品の一例ですが、今後沖縄の特産物を活用したミックス製品を広く作っ

ていく狙いもあります。沖縄の特色を活かした製品化の実現が沖縄企業の生き残る道ではないかとも考えており、食文化含めて地方文化をもう一度見直していく時期が来ているのではないのでしょうか。

食の安全については、かなり厳しくみられる時代となっているようですが、御社ではどのような対応で臨まれていますか。

環境衛生室という部署を設けていますが、製造工程で出てくる残渣を廃棄するのではなく、資源として有効利用できないかと考えてみたところ、飼料や肥料等に再利用できることがわかりました。このことから農産物にまで手を広げ得る可能性を見出し、うこん等の自家栽培も手がけています。また、関連会社の麩製造会社においてもその製造工程で出てくる廃水について、そのまま自然に流すと環境汚染に繋がります。

そこでかなりの資金投資を行って浄化装置を設置し、自然環境にも気を配っています。

そのほか、巷ではISOやHACCPを取得する企業が増えてきているようですが、これらを取得した企業でさえ事故が頻発している状況があります。当社ではこれらの資格取得を大前提にするのではなく、その基準に則ったマニュアルに従った作業基準、行動基準の遵守を徹底し、食の安全・安心への対策としております。従って、資格そのものはいつでも取れる状況下にある

と自負しています。愚直に基本を守り、いいものをより安全に、安心、清潔に製造することを常に心がけております。昔と違って、人間の方でも自然治癒力、体力が弱くなっている面は否めないと思います。だからこそ、その分、製造業者・工場でもより配慮する必要があると考えています。

輸入小麦の値上がりから小麦粉卸売り価格の値上がりが相次いでいますが、御社では如何でしょうか？また、県外展開についてはどのような状況でしょうか？

代替エネルギーの製造との関連でさとうきびやとうもろこしの生産が脚光を浴び、これまで小麦畑あるいは果樹園だったところが、より換金性の高いこれらさとうきび、とうもろこし畑に変わっていく状況にあります。このことが、小麦等の品薄状態を作り出し、小麦価格の上昇に繋がっているようです。小麦の生産は国内で10%約80万トン、残り90%は海外(米国、カナダ、オーストラリア)に頼っているのが現状です。国内産は外国産の2倍強の価格であり、この内外価格差も製粉会社の負担になっており、価格差に伴う差益は政府による麦作農家の経営支援等に流用されていました。最近では政府による国内産の買い上げはなくなり、生産者と製造業者の相対取引が通例となっているようです。因みに当社では現在は外国産を100%使用していますが、先述しましたとおり、製粉オンリーで



小麦粉製造風景

はなく、ミックス粉を主流にしていくことで影響を抑えていくことも一つの策だと考えています。一口に小麦粉といっても60数種あり、混ぜ具合により品質も全く違って来るわけです。

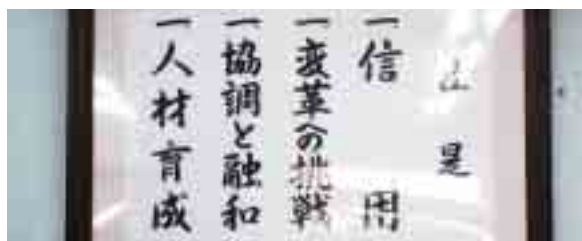
御社の社是・経営理念等についてお聞かせください。

当社の社是は次のとおり4つの項目を掲げ、その達成に向けて日々取り組んでおります。

社 是
一、信用
一、変革への挑戦
一、協調と融和
一、人材育成

そして当社の理念は創業以来、県民の皆様に愛される企業を目指し、健康長寿の旗印のもと食の「安全」「安心」はもとより「美味しい商品」そして「安

定供給」に取り組むことであります。



その他社会貢献活動としてどのようなことに取り組んでおられますか。

やはり地域社会あつての当社ですから、地域社会へ何らかの還元をしなくてはならないと考えており、特に毎年12月には社会福祉協議会を通して福祉施設へ「クリスマスケーキ」をお届けすることにしております。各家庭ではいまや当たり前ですが、福祉施設等ではなかなかそうはいきませんので、毎年続けております。また、周年事業の一環としてパーティーを開くのが通常かと

と思いますが、当社ではパーティー開催を止め、40周年には沖縄食文化を紹介する「麺食への道」と題する書籍を出版しました。また、一昨年の50周年にはテレビ等で琉球の伝統菓子の紹介をするなど地道な活動ではありますが、取り組んでおります。

御社の課題あるいは今後の戦略等については如何でしょうか？

まず課題については、先述しました代替エネルギー問題は、当社に限らず業界含めて、あるいは世界的な問題と言えるのではないのでしょうか。というのも換金性を優先するあまり主食となる米、麦、果樹その他が作られなくなれば食糧あるいはその原料の供給に支障を来し、食物のバランスが崩れ始め、特に日本では食糧の自給率が50%を切っており、大袈裟かも知れませんが、このままでは食糧危機の恐れも予想されます。何らかの対策が必要ではと感じざるを得ません。一方、今後の当社の戦略としましては、伝統の行事菓子等がだんだんと廃れてきている実情があり、これらを再加工あるいは改良し、県内の二次加工業者により県内だけでなく、本土向けにも出荷できる製品作りが出来ないものかと考えており、その面でも取り組みを始めております。そのためにも、県内外にパイロット店を置いて、沖縄、琉球の先人たちの伝統食文化を県内業者向けにレシピの提供、共同開発等を行うことで製品作りをしてもらい、その製品は当社で買上げて本土市場へ出荷する構想です。販売ルートも当社で確保するので、二次加工業者は製品作り、技術を磨くことに専念してもらい、ひろく沖縄の伝統的な食文化の伝播を目指したいと考えております。

レポート 具志堅企画部主席研究員

名護・やんばるの生活と自然をテーマにした歴史ある博物館



Nago Museum

名護博物館

名護市東江1-8-11

電話(098)053-1342

<http://www.nago-museum.org/>

設立の目的

名護・やんばるの生活と自然をテーマに、民具や剥製等自然資料を混在させ、生活と自然との調和を図ってきた住民の暮らしぶりの紹介を主目的に昭和59年(1984年)開館。

事業概況

生活と自然をトータルにイメージ出来る様、展示物を工夫しているほか、以下の事業を実践しています。

- 1.子ども博物館体験講座
- 2.企画展、特別展
- 3.パーキづくり教室、自然観察会
- 4.企画展図録ほかの刊行

開館日：火曜日～日曜日

時 間：午前10時～午後6時

休館日：月曜日・祝祭日及び慰霊の日、第4木曜
年未年始(12月28日～1月3日)

常設展示室観覧料金

	大人	大学生	小～高校生
通常料金	150円	100円	50円
団体料金	100円	70円	30円



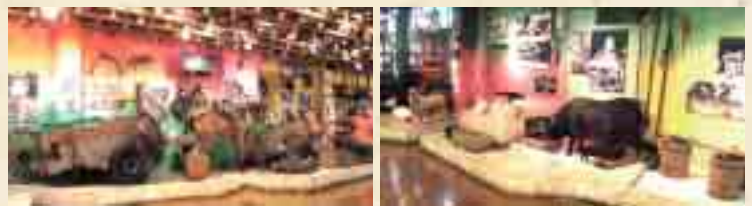
今月は名護市東江にある「名護博物館」にお邪魔しました。

開館は昭和59年(1984年)ですが、建物は元々名護町役場であったものを改装して現在にいたっているようです。

1階の常設展示室は農工具含めた田畑の様子、荷車を引く農耕馬や沖縄在来豚「アグ(アグーとも呼ばれる)」の剥製のほか多彩な展示品により、まさしく名護の特に農家の人々の暮らしぶりをそのまま表現しています。

一方、2階の常設展示室で一際目を引くのは、ザトウクジラの骨格標本と各種鯨類(クジラ、イルカ)のレプリカの数々で、ピトゥ(イルカ)漁の様子を写したパネルや漁具などから名護の漁民の生活ぶりが伺えました。現在に続く、名護・やんばるの人々の生活様式を垣間見せてくれる当博物館は、必見の価値ある博物館であろうと感じました。

りゅうぎん総合研究所 具志堅企画部主席研究員



ぶりでいー(群手)博物館をめざして

ウチナーグチで多くの人の手を借りるとき、「プリディー、カラチクミソーリー」という。

開館から23年「ぶりでいー」で、これからも利用者とともに博物館を育てていきたいと思っています。

初代館長の島袋正敏氏は『博物館は単に古めかしい物を陳列する場ではなく、もっと自由に、生(なま)の本物を見、触れ、そこから自らの生活を自らの手で作っていくにつけていく手助けになることに、名護博物館の意味をもたせたい』と述べています。

この考え方は現在も受け継がれ、そして博物館を使い込むいくつかの市民活動も展開されているところです。

名護・やんばるの自然を大事にし、いまの生活のあり方をよりよいものにしていく市民活動の拠点として、また、なごやかな地域づくりに努力を続けてまいりたいと思います。

島福 善弘館長





代表取締役 伊野波求氏

沖縄健康社有限会社

経営トピックス

1. やんばる喜如嘉、七滝の地下から汲み出した天然水、命水(ぬちぬみじ)とも言える「七滝の水」が主力商品
2. その他西平黒糖、久米島シモン茶、シークワサー果汁等健康良品を取扱い

① 起業への道のり

私が沖縄健康社を起業したのは、大宜味村の人たちが長寿で健康であるのはこの喜如嘉の水と深いかわりがあるのではないかと考えたことが発端です。私の両親は水を買って飲むという習慣が定着する以前より、九州などから水を取り寄せていたほど大変健康に気を使っておりました。丁度その頃、やんばるの天然水「七滝の水」の存在を知り、飲んでいくほどにファンになり、愛飲しておりましたところ、両親とも大変元気になってまいりました。

ところが元々「七滝の水」を製造販売していた会社が製造を中止するという話を聞き、せっかくの良い水があったくない、両親もそれでは困るということで平成11年に私が水の会社を引き継ぐことを決意いたしました。前身の企業名が何をやっている会社なのか理解しにくかったので、健康をアピールでき、わかりやすい「沖縄健康社」という企業名に改めました。

「七滝の水」を飲み続けている両親の姿を見、この水が身体によいであろ

事業概要

- 会社名: 沖縄健康社
- 電話: 863-0191
- 所在地: 本社工場
沖縄県大宜味村字喜如嘉2363
那覇営業本部 那覇市泊1-8-7
- 設立: 平成12年3月
- 従業員: 6名 ○ 資本金: 5百万円

うということはまさに身をもって感じておりましたので、起業するにあたり、ある大学の先生に色々な観点から詳しく調べてもらったところ七滝の水が長寿の秘訣ともいえるほどに大変優れた水であることがわかり、この水を預かった自分は責任重大であると思いました。

② 起業時の苦労等

事業引継ぎの当時は、口コミや前身の会社からの北部を中心にした顧客、通信販売等などペットボトルによる販売をしておりましたが、中部、那覇での展開を検討していたところ、コストや環境問題を考慮に入れ、アメリカなどでは一般的なリターナルが効くガロンタンクを使用した、冷水・温水が使える便利なディスペンサーを導入することにいたしました。重たいお水を店舗で購入する不便さを解消し、無料レンタル、無料配達が好評をいただき、現在では病院、ホテル、ゴルフ場、飲食店、銀行などの企業や一般家庭等に広くご利用いただいております。また手づくりのホームページを開設し、本土へはペットボトルを中心に販売をしております。

③ セールスアピール

「七滝の水」は長い年月をかけ、何層もの地層をくぐりぬけた水を地下深くから汲み上げ、加熱殺菌はせずに水本来のおいしさや生命力を損わないようにしています。

また、ミネラルが豊富でペーハーは弱アルカリ性。中硬水でありながらく

せがなく飲みやすいお水です。一番注目すべき点は、カルシウムとマグネシウムの含有比率が2:1の理想的な数値であることです。※

平成18年3月には那覇営業本部として那覇市泊、崇元寺石門近くに事務所兼店舗をオープンいたしました。「七滝の水」を通して、本土の企業などと取引の際、他にも沖縄の隠れた良い商品はないかとの問い合わせがあり、自分の出身地のやんばるに目を向けましたところ、色々な優れた県産品があることに気づき、これは是非紹介すべきだと思い、「七滝の水」以外にも「西平黒糖」、「シモン茶」、シークワサーなどの健康食品も取り扱いを始めました。

これらの商品は本土へのネットによる通信販売が中心ですが、那覇営業所をアンテナショップとして位置づけ、店舗での販売、展示等県内での認知度アップも図っています。「七滝の水」の試飲もできますので気軽にお店に足を運んでいただきたいと思います。幸い営業所の前は交通量も多く、看板も大きく掲げて目につきやすいので、やんばるなどの優れた商品をより多く認知させることができるのではないかと考えております。

今後は那覇だけでなく、本土市場へも販路を広げて、地元であるやんばるへ貢献したいと考えているところです。また逆に本土からの良品を紹介するなど皆様の健康にお役にたてることができればと思います。これからも七滝の水を中心に事業展開していくつもりですので宜しくお願いいたします。

(※厚生労働省・栄養所要量「カルシウムとマグネシウムの一日の所有量のバランスは2:1が理想」より)

取材: 具志堅企画部 主席研究員



沖縄の企業の 現状と課題



名城大学国際学群経営情報教育学系

しげはる

教授 宮平栄治

- ・1961年沖縄県生まれ
- ・明治大学大学院政治経済学研究科博士前期課程修了(経済学修士)
- ・同大学院同科博士後期課程単位取得
- ・日本経済政策学会西日本部会理事
- ・沖縄経済学会監事(専門 経済政策)

1. 経済学から見た企業の類型

経済学の教科書において、企業分析の基礎となるミクロ経済学における企業とは、①企業目的が利潤を最大にする。②利潤を得るために財やサービスを生産する。③財やサービスを生産するため、労働力などの人財、資本、技術および情報を効率的に組織化し、高品質な財やサービスを適正価格で提供する。④雇用と所得の場の形成などを通じて社会貢献を行う。そして、⑤継続し続ける社会集団とされる。

しかしながら、企業目的は利潤を最大にするばかりではない。企業目的が異なれば、組織体制も違うのは当然である。どのように違ってくるのかを「企業組織は企業目的によってデザインされる」という仮説を許に分類すると、「表1 企業性基準に基づく企業の類型化」となる。

すなわち、利潤最大化理論では、企業目的は売上から費用を差し引いた利益を最大にすると仮定されており、この理論では企業の社会的責任などは考慮されない。

株主最大化仮説では、①株主は保有株式数に応じて企業を所有する。②資本と経営は分離されているとし、経営者は株主の株式配当最大化要求に応えるために利潤最大化計画＝生産計画

を策定し、組織化するという仮説である¹。

経営者の効用最大化とは、経営者は株価の最大化等のように株主から課せられる一定の条件下で、企業サイズや市場シェアと関連する自らの威信、名声、成長率等の経営者個人の効用を最大化するために行動するという理論である²。

従業員の効用最大化とは、従業員の暗黙的および陽表的な経営への影響を考察するために、企業の目的が従業員の効用の最大化を指向するという理論である³。

上記の仮説や理論は、企業目的が企業を構成する株主、経営者および従業員のための効用最大化理論であったのに対し、「共同利益最大化」理論では、企業を株主、経営者を含めた従業員の連動対とみなし、それぞれの効用の最大化を目的として企業活動が展開されるという理論である⁴。

また、イノベーション(技術革新)とは、新しい製品や生産の方法を利益が発生するように導入することである。イノベーションが成功するためには、研究開発という供給側ばかりでなく、マーケティングや営業活動などによって、ターゲット層を把握し、見定めて、特定化し、開発すべき新製品や生産・流通方法を決定するという需

1 青木昌彦・伊丹敬之著『企業の経済学』p.162を参照。

2 青木昌彦・伊丹敬之著『同掲著』p.168-169を参照。

3 青木昌彦・伊丹敬之著『同掲著』p.173-174を参照。

4 青木昌彦・伊丹敬之著『同掲著』p.179-182を参照。

表1 企業性基準に基づく企業の類型化

企業性基準	企業目的	主体者	経済計算	資本蓄積	経営資源
本来企業	利潤最大化 株価最大化 経営者の効用最大化 従業員の効用最大化 共同利益最大化	株主、経営者、従業員	利潤と配当金、賃金および役員報酬は明確に分離	企業目的の程度によって差が生じるが、継続のために蓄積される	イノベーションを行うために積極的に活用する
企業の家族経営	利潤動機で行動	業主と家族従業員主体の経営	利潤と賃金は明確に分離 利潤は経営資源に応じてバラつく	資本蓄積を行い、従業員を雇用し、拡大再生産を指向	一定の経営資源を有する
生業的家族経営	生活費としての業主所得の最大化	業主と家族従業員主体の経営	利潤と賃金、営業と家計はそれぞれ分離していない	所得額は願望、能力、生活態度、生活水準、扶養家族、年齢、肉体的能力等によってバラつく	多少の経営資源を蓄積
副業的・内職的家族経営	家計補助を目的、拡大する支出を補填するための経営	業主のみ、あるいは業主と家族従業員主体	所得額は、目的や願望、余暇時間等によってバラつく	ほとんど行われず、操業はしばしば中断される 事実上の賃労働	経営資源はそれほど必要ではなく、参入が容易

(資料) 清成忠男著『中小企業－経営学入門シリーズ』日経文庫(日本経済新聞社 1985年4月)pp.31-32、および青木昌彦・伊丹敬之著『企業の経済学』(岩波書店 1985年3月)pp.153-197をまとめた。

要側からの活動も必要である。⁵

私が知る泡盛メーカーは、企業目的が継続性を重視すると共に、先祖代々の暖簾に申し訳が立たないという理由で無理な経営を行わない、また、「地域から怒られないようにしている」という経営目的を実践している。先祖代々の暖簾を重視する目的は、「経営者の効用」、地域の目を気にすることは「共同利益最大化」とでも言える。

また、継続するためには、資本蓄積やイノベーションを展開することが必要なことが分かる。

2. 沖縄の企業課題と施策

沖縄の企業の特徴は、①泡盛、紅型など琉球王朝の庇護の許で発展・承継されているファミリービジネス、②明治や太平洋戦争後の混乱期、1972年のアメリカ軍から日本政府への施政権

⁵ 後藤晃著『イノベーションと日本経済』(岩波新書 2000年8月)p.22を参照。

返還、観光客の増加等をビジネスチャンスとして成長した企業とに分類できる。

これらの企業を取り巻く情勢をみると、550万人の観光客来県、沖縄ブーム、スローライフ・スローフード等の到来でさらにビジネスが拡大するチャンスが到来しているともいえるが課題点もある。

伊勢丹デパートで長年にわたって沖縄や各地域の物産展を行っている野口正幸氏によれば、沖縄企業の課題と施策を以下のようにまとめている⁶。

①商品の良さ、おいしさの明確な裏づけが弱い。施策としては、商品の良さを第三者による評価をおこなう仕組み、各カテゴリー別の品評会と受賞会の実施の促進、職人、料理人、評論家など有名専門家の評価商品の発掘、TV局での対決系番組でのPR活動の推進がある。

②今後の人気アイテムであるが、安定した供給体制に不安・問題がある。デリバリーの難しさがアセロラや海産物を中心にある。マンゴや豆腐(ゆし豆腐、ジーマーミー豆腐)は入荷が不安定ある。マンゴ、パイナップル、ゴーヤーは価格が高い。施策としては沖縄県産品でブランドとして兆しのあるアイテムの売り込み、酒、米、りんごのようなおいしさの評価を品評会・受賞会等の開催、ライバル県である宮崎産のあとにピークを迎える出荷体制、イメージ価格を高める戦略、自然完熟、高い糖度が魅力を活かす売り込み戦略、素材を活かした戦略、生や加工品で特集できる商材開発やデリバリー・価格面での対策が必要である。

③小売店担当者との密なる情報交換不足が

あるため自社商品がどのような顧客にしているのかを見極められていない。また、どのように自社の情報を小売店担当者に提供するかが不明確である。施策としては、小売店への情報の売込・情報の交換の場を積極的に実行、小売店への定期的な製品などの発送、月に一度の訪問・商談、第三者による引き合わせや推薦、生産者主催による小売店担当者の新商品発表会、品評会、産業祭りなどへの招待や、参加の呼びかけ、そこで、商品評価のポイントや売り方、最近の動向などの情報交換を行う。またマスコミには必ず連絡し、取材をうけ、生産者は生産量や特徴などの質問に答えられるよう数値を把握しておくことが必要である。

④顧客を分析しないままおこなうモノ作りを行っているため、どのようなお客様に買ってもらいたいか、顧客の性別、年齢、独身・既婚なのか否か、自家需要なのか、ギフトなのかを分析しないまま数量・価格・パッケージ・デザイン・商品名・商品ロゴをおこなっている。施策としては、自社商品の対象顧客を意識した商品企画、顧客の声を吸い上げるしくみ、常顧客参加の座談会による提案、お買い上げ顧客へのアンケートの実施、科学的購買情報の分析、顧客名簿の獲得と整理、商品の単品管理と購買情報の獲得、『トライアル・スペース』の確保、顧客からの声商品コーナーなどの展開、百貨店・量販店などの他小売店へ定期的に出店し、生の顧客の声をきくなどが必要である。

すなわち、マーケティング的に見た場合には、上記のような営業力、企画力、マーケティングに関わる調査能力などが沖縄企業には必要である

6 株式会社伊勢丹MD統括部食品営業部・野口正幸「物産展から見る沖縄県産品の現状とブランド形成に向けた課題と施策」(2005年11月1日)沖縄国際大学産業研究所講演会より。

ことが分かる。

3. 人財確保からみる沖縄の企業像と課題

これらの指摘を踏まえ、沖縄の企業が、この好機を活かす上で、何が課題となっているかをアンケート調査から探る。この調査は、筆者らが沖縄県中小企業同友会加盟企業を中心に2006年9月20日から10月20日までの30日間、1,009社の代表取締役を対象として沖縄県外の団塊世代及びU・Iターン者への雇用意欲に関する郵送アンケート調査を行った結果、回答企業は205社で、有効回答率は20.3%である。

回答した205社の業種は、サービス業が36.8%、建設業が16.8%、製造業及び流通・商業が12.8%、その他が20.8%であった。沖縄県の就業別でみた産業では約80%がサービス産業に従事してい

ることを考えると、人財ニーズに関してはサービス産業に関しては雇用吸収力が低いことが分かる。

次に、回答があった企業においてどのような人財、特に、職能面において企業成長のために重要であるが、不足している人財はどのような人財かを複数回答を可として尋ねたのが表3である。この結果、重要度が高い項目は、営業力の81.7%、企画力の73.8%、管理職の43.7%、新規事業開発の37.3%、ITへの精通度の35.7%、財務・会計の31.7%、表現・デザイン力29.4%が上位を占めている。

つぎに、不足している項目では、営業力の56.3%、企画力の51.6%、新規事業開発力と管理職が28.6%、ITへの精通度が23.0%、表現・デザイン力が19.0%、財務・会計が15.9%であった。

表3 重要であるが、不足している人財

(複数回答)

1. 営業力		2. 企画力		3. 外国語		4. 海外市場	
重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している
103	71	93	65	25	14	11	6
81.7%	56.3%	73.8%	51.6%	19.8%	11.1%	8.7%	4.8%

5. 新規事業開発		6. 財務・会計		7. 知的財産		8. 管理職	
重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している
47	36	40	20	17	9	55	36
37.3%	28.6%	31.7%	15.9%	13.5%	7.1%	43.7%	28.6%

9. サービス業に精通		10. 表現・デザイン力		11. 金融に精通		12. 不動産に精通	
重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している
24	14	37	24	16	8	8	5
19.0%	11.1%	29.4%	19.0%	12.7%	6.3%	6.3%	4.0%

13. ITに精通		14. 電気・工学に精通		15. 食品・化学に精通		16. 建築・土木に精通		17. 農水産に精通	
重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している	重要度が高い	不足している
45	29	14	7	10	8	20	18	9	7
35.7%	23.0%	11.1%	5.6%	7.9%	6.3%	15.9%	14.3%	7.1%	5.6%

重要度と不足度の差の開きが大きくない項目ほど、採用に結びつき易い項目といえるので、沖縄県内の企業において成長と事業継続のために必要で、求められる人財の職歴や能力は、①営業力、②企画力、③新規事業開発力と管理職、⑤ITへ精通した人、⑥表現・デザイン力、および、⑦財務・会計能力である。

このアンケート結果は、営業力、マーケティング能力を含む企画力や新規事業開発力、管理職や表現・デザイン力への県内企業ニーズを見いだすことができる。沖縄ブームによる物品の販売、物品販売を裏打ちするホームページ作成、クレジットカード決済、在庫管理など量的拡大が企業の質的向上を促しているものと考えられる。

課題としては、不足している人財をどのように確保するのかである。その際、①そのような人財がいるのか、②いる場合、どのようなアプローチが必要であるかである。その点についても、沖縄県外にいる団塊世代を再雇用する際の課題を尋ねたのが表4の「県外にいる団塊世代をリクルートする場合の支障問題」である。

支障となる項目を高い順にまとめると、「資質・

能力の査定が難しい」の45.5%、「待遇面での折り合いがつかない」の38.2%、「求職者が少ない」と「マッチングが上手くいかない」が12.7%、「求職者の家族の問題が解決できない」と「求職者の沖縄移住への不安が解消できない」が10.9%であった。

経験や能力は、質的な指標であるため、客観化が難しく、また、企業を取り巻く外部環境や内部環境が異なるため、たとえ前社で成功した人財であっても、沖縄の企業では必ずしも成功する人財となる保証がないという経験や能力の査定の難しさが反映している。

待遇面で求職者と企業との折り合いがつかないのも「資質・能力の査定が難しい」に起因する。なぜなら、企業内における待遇は、被雇用者の企業への貢献度に依るため、求職者の資質・能力査定ができなければ、給与などの待遇面での交渉が難しいのは当然の帰結といえる。

ビジネスチャンスをつかえ、成長を望む企業にとって、人財の確保によってさらに増収、雇用拡大、税収の拡大、そして県民所得の向上という好循環経路が描けるとするならば、上記の課題を

政策的に解決する手段を講じる必要がある。

表4 県外にいる団塊世代をリクルートする場合の支障問題

はい							いいえ
求職者が少ない	マッチングが上手くいかない	資質・能力の査定が難しい	待遇面での折り合いがつかない	求職者の家族の問題が解決できない	求職者の沖縄移住への不安が解消できない	その他	
33	7	7	25	21	6	2	22
60.0%	12.7%	12.7%	45.5%	38.2%	10.9%	3.6%	40.0%

沖縄県内における 2007年プロ野球春季キャンプの 経済効果

経済効果は
53億3,700万円

要 旨

- 2007年2月に沖縄県内で春季キャンプを実施した国内のプロ野球球団は、前年と同様、日本ハム、広島、中日、横浜、オリックス、ヤクルト、阪神、楽天の8球団であった。全球団の3分の2が県内でキャンプを実施した。
- キャンプ期間中の観客数は、球団広報などの発表によると約22万7,400人（オープン戦含む）となり、前年（17万1,100人）を約5万6,300人上回った。
- また、キャンプ期間中の県外からの滞在者は、当社の試算によると、選手、球団関係者が約840人、報道関係者・解説者が約2,300人、県外からの観客が約2万8,400人、合計で約3万1,540人と推察され、前年（約2万8,200人）を約3,340人上回った。
- 県外からの滞在者及び県民のキャンプ関連支出額（直接支出額）は、約35億5,900万円（前年約33億3,000万円）と推計され、県外からの観客の増加などにより前年を上回った。主な内訳をみると、宿泊費が10億1,800万円と最も多く、次いで飲食費7億5,800万円、土産品購入5億9,500万円などとなっている。
- 波及効果を含めた経済効果について、県の産業連関表により試算した結果、経済効果は約53億3,700万円となり、キャンプ関連の直接支出額（約35億5,900万円）に対して約1.5倍の波及効果となっている。産業別に多い方からみると、宿泊業10億2,100万円、鉱業・製造業6億9,100万円、飲食店6億1,400万円の順となった。
- 前年のキャンプの経済効果は約50億4,100万円であったことから、今年は前年を約2億9,600万円上回った。増加要因として、好調な沖縄観光を背景とした県外からの観客の増加や応援ツアー等の増加、天候に恵まれたこと、オープン戦が4試合開催されたこと（前年は雨天のため2試合の開催）などが挙げられる。
- 那覇市は、読売巨人軍に対して正式にキャンプ誘致を要請しており、実現した場合、当社の試算によると約19億円の経済効果が見込まれる。
- プロ野球キャンプは、経済効果だけでなくPR効果や教育効果も大きい。また、誘致合戦も激しいことから、受入体制を強固なものとし、スポーツコンベンション地としての更なる観光振興のためにも、県民挙げてキャンプを盛り上げ、キャンプの定着を図っていくことがより求められる。

図表1 沖縄県内における2007年春季キャンプの実施状況

		日本ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神	楽天
一軍	キャンプ地	名護市	沖縄市	北谷町	宜野湾市	宮古島市	浦添市	宜野座村	久米島町
	期間	2/1～2/27	2/1～2/12	2/1～2/27	2/1～2/26	2/1～2/18	2/1～3/3	2/1～2/18	2/1～2/21
二軍	キャンプ地	国頭村		読谷村	嘉手納町				久米島町
	期間	2/1～2/22		2/1～2/27	2/11～2/25				2/1～3/3

(注)日本ハム、中日、横浜、ヤクルトは沖縄でのオープン戦(2/24、2/25)を含める。

1. はじめに

2007年2月に沖縄県内で春季キャンプを実施した国内プロ野球球団は、前年と同じ8球団と、全球団の3分の2の球団が県内で春季キャンプを実施した。1979年に日本ハムファイターズ(現在の北海道日本ハムファイターズ)が、初めて名護市で投手陣のみのキャンプを実施してから29年目となる。

今年のキャンプは、前年日本一に輝いた北海道日本ハムファイターズ(以下、球団名は「日本ハム」のような略称を用いる)やセ・リーグの覇者となった中日、工藤選手の横浜への加入、大物ルーキーの田中選手の楽天入りなどの話題があった。

プロ野球の春季キャンプは、選手・球団関係者が長期間滞在することやキャンプ期間中に報道関係者や解説者、ファンが大勢来県すること、またキャンプ地の報道を通じたPR効果により知名度アップや観光客の増加が期待できること、スポーツを通して青少年への教育効果があることなど、その効果は多岐にわたる。当社では、こうした8球団の県内における春季キャンプの様々な効果のうち、経済効果についてその大きさをマクロ的に把握し、今後の受入地の地域活性化やキャンプを実施している各球団への支援・

応援体制の充実に結び付けていく際の参考にできればと企図し、前年に引き続き試算を行った。

2. 2007年のプロ野球春季キャンプの概況

07年2月に県内で春季キャンプを実施した国内のプロ野球球団は、日本ハム、広島、中日、横浜、オリックス、ヤクルト、阪神、楽天の8球団(県内でのキャンプ開始年順)で、前年と同じ顔ぶれとなった(図表1)。このうち、日本ハム、中日、横浜、楽天の4球団は二軍(横浜は湘南シーレックス)も本県でキャンプを実施した。

参加人数は、8球団合計で選手(一、二軍計)・球団関係者が約840人、報道関係者や解説者が約2,300人であった。また、期間中の観客は、球団広報などの公表によると約22万7,400人(オープン戦含む)と前年(約17万1,100人)を約5万6,300人上回った。

3. プロ野球春季キャンプの経済効果

プロ野球春季キャンプの経済効果についての試算方法および試算結果は、以下のとおりである。本調査では、まず各球団、報道関係者、解説者、県外からの観客、地元観客、キャンプ地の市町村、協力会別に項目毎の支出額を試算した。試算は、各球団や受入地の市町村、協力会の関

係者に対する調査票の回答や取材、現地調査や関連資料等に基づいて行った。次に、このようにして得られたキャンプ関連の支出額を22の産業別需要項目に区分し、産業連関表を用いて県内各産業への波及効果も含めた経済効果を算出した。

(1) キャンプ期間の県外からの滞在者数

キャンプ期間の県外からの滞在者数としては、選手・球団関係者は約840人、報道関係者と解説者は約2,300人と前年とほぼ同数であった。また、県外からの観客は約2万8,400人と前年(約2万5,100人)を上回ったものと推察される。好調な観光を背景とした入域客の増加などが、観客数の増加に結びついたものとみられる。なお、この県外からの観客数については、推計の制約上、キャンプ見学が主目的ではなくてもキャンプ地に立ち寄った観光客や沖縄本島在住者の宮古島、久米島訪問(オリックス、楽天のキャンプ見学)を含めている(以下、「県外からの観客」には、沖縄本島から離島への見学客も含む)。この結果、キャンプ期間中の滞在者の総数は約3万1,540人で、前年(約2万8,200人)を約3,340人上回ったものと推察される。

(2) 滞在者および県民の

春季キャンプ関連支出額(直接支出額)

キャンプにおいては、県外からの滞在者が県内で宿泊、飲食、娯楽レジャー等を支出するほか、多くの県民がキャンプ地へ出かけて見学の際に飲食したり、土産品(グッズ等)を購入したりする。また、受入地の市町村による施設などのインフラ整備などや協力会によるキャンプを応援するための関連経費の支出などがあり、こ

れが直接支出額となる。

こうした支出額について試算した結果、総額で35億5,900万円(図表2)となり、前年(33億3,000万円)を上回った。試算結果によると、宿泊費が10億1,800万円(前年9億3,300万円)と最も多く、次いで飲食費7億5,800万円(同6億6,500万円)、土産品5億9,500万円(同5億5,700万円)などとなっている。前年より増加した要因として、県外からの入域客が増加したことなどが挙げられる。

図表2 春季キャンプ関連支出額

支出項目	支出額 (百万円)
宿泊費	1,018
飲食費	756
土産品購入	595
交通費	399
娯楽レジャー	363
練習施設等の整備費	163
クリーニング代	57
アルバイトへの支払い	40
施設使用料	25
その他	143
合計	3,559

(3) 春季キャンプの県内での経済効果

まず、県内の産業全体の自給率は100%ではないため、(2)で求めた直接支出額35億5,900万円に自給率を掛けると県内で供給された分約

図表3 産業連関分析による経済効果の試算結果

	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値 誘発額 (百万円)	雇用者所得 誘発額 (百万円)
直接効果	3,175	1,737	952
1次間接波及効果	1,293	769	306
2次間接波及効果	869	564	233
総合効果	5,337	3,070	1,491
直接支出額 (波及効果)	3,559 (1.5倍) = 総合効果/直接支出額		

- (注) 1. 直接効果は、直接の支出による効果(自給率が100%でなければ移輸入の分、直接支出額を下回る)。
 2. 1次間接波及効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
 3. 2次間接波及効果は、直接効果、1次間接波及効果によって生み出された雇用者所得の増加が個人消費の拡大を通して再び生産を誘発する効果。
 4. 生産誘発額は、直接支出の増加により誘発された各部門の生産額の合計。
 5. 付加価値は、誘発された生産額の中に占める粗付加価値(雇用者所得と営業余剰)。

31億7,500万円が求められ、これが直接効果となる。

また、直接効果である宿泊費、飲食費、交通費、施設整備費などが県内で支出されると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料、サービス等を提供している産業の売上の増加へと波及していく。これを1次間接波及効果といい、これが12億9,300万円となる。さらに、直接効果と1次間接波及効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、これら雇用者の消費支出を増加させ、消費需要の増加がさらに各産業の生産を誘発していく。これを2次間接波及効果といい、これが約8億6,900万円となる。

これらの直接効果、1次間接波及効果、2次間接波及効果を合わせたものを、総合効果(生産誘発額)といい、合計は53億3,700万円となり(前年比2億9,600万円増、前年は50億4,100万円)、

これがいわゆる県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果となる。また、これらの効果のうち、原材料やサービス等の仕入れを除いた分が粗付加価値となり、この中で雇用者へ支払った賃金等が雇用者所得となる(図表3)。

今年の増加要因として、好調な沖縄観光を背景とした県外からの観光客の増加や各球団の応援ツアーの増加、天候に恵まれたこと、オープン戦が4試合開催されたこと(前年は雨天のため2試合の開催)などが挙げられる。

(4) 産業別の波及効果

今年の経済効果である生産誘発額約53億3,700万円を産業別にみると、宿泊業が約10億2,100万円と最も大きく、次いで鉱業・製造業(約6億9,100万円)、飲食店(約6億1,400万円)などの順となっている(図表4)。

図表4 産業連関分析による産業別経済効果の試算結果

産 業 区 分	生産誘発額 (百万円)	粗付加価値 誘 発 額 (百万円)	雇用者所得 誘 発 額 (百万円)
宿 泊 業	1,021	517	287
鉱 業 ・ 製 造 業	691	271	100
飲 食 店	614	280	174
商 業	411	290	206
運 輸 業	360	225	170
建 設 業	200	104	38
電 力 ・ ガ ス ・ 水 道	196	96	72
農 林 水 産 業	86	46	7
公 務 ・ そ の 他 の 産 業	1,758	1,242	437
合 計	5,337	3,070	1,491

- (注) 1. 「商業」は売上高ではなく、商業マージン部分が計上される。
 2. 「運輸業」は取扱高ではなく、運輸マージン部分が計上される。
 3. ホテル内のレストラン売上は「飲食店」に含む。

4.おわりに

プロ野球のキャンプは、マスコミを通して本県のキャンプ地が全国に情報発信されることから、経済効果だけではなく本県のPR効果も大きい。また、プロが使用した球場などは、社会人や大学等の野球部の合宿にも数多く使われており、経済効果は、キャンプ後も多大なものがある。その他に、キャンプを通して少年野球教室が開催されるなどプロの選手と直に接する機会があり、教育効果も大きい。

また、那覇市は奥武山球場の整備に併せ、読売巨人軍に対して春季キャンプの要請を正式に行っており、実現すれば大きな経済効果が見込まれる。巨人の那覇キャンプ期間の観客数は、公式戦における観客動員数が概ね同一である阪神球団の今年の県内(宜野座村)でのキャンプの観客数である約7万5,000人が見込まれ、経

済効果は約19億円が見込まれるほか、公式戦の開催も期待されるなど、スポーツコンベンション地としての沖縄県のイメージアップにも大きく貢献するものと思われる。

一方、那覇市が今回、読売巨人軍の誘致活動を進めているように、キャンプの誘致合戦は激しいことから、受入体制をより強固なものとしていく必要があるものの、各キャンプ受入地の協力会の財政事情は、役所等からの補助金の削減により依然として厳しいものがある。このような中、スポーツコンベンション地としての当県の観光振興のためにも、一人でも多くの県民がキャンプに出向くなどキャンプを盛り上げていくことがより求められる。

以 上
レポ-ト 上席研究員 伊佐昭彦

【補注1】プロ野球キャンプの沖縄県内での実施状況と優勝チームの推移

プロ野球春季キャンプの沖縄県内での実施状況と両リーグ優勝チームの推移

暦年	日本ハム	広島	中日	横浜	オリックス	ヤクルト	阪神	楽天	ロッテ	ソフトバンク	巨人	西武
1978					○	◎						
79	(投手陣) 名護市	◎						(○)				
80		◎						(○)				
81	(一軍) 名護市 ○										◎	
82		沖縄市	○									◎
83			石垣市								○	◎
84	(二軍) 宜野座村 84年のみ	◎			○							
85			(投手陣) 具志川市				◎					○
86		○										◎
87			(一軍) 石川市 具志川市	宜野湾市							○	◎
88			○									◎
89			(一軍) 石川市 (二軍) 具志川市		(投手陣) 糸満市			(○)	(投手陣) 那覇市		◎	
90					(一軍) 糸満市					(一軍) 読谷村 (二軍) 嘉手納町	○	◎
91		○			(一軍) 糸満市 (二軍) 那覇市							◎
92						○						◎
93					(一、二軍) 平良市 糸満市	◎						○
94					(一、二軍) 平良市 糸満市 城辺町						◎	○
95					(一軍) 平良市 (二軍) 城辺町 ○	◎						
96	(二軍) 宜野座村		(一軍) 北谷町 (二軍) 読谷村	(二軍) 嘉手納町	◎						○	
97						◎						○
98				◎								○
99			○							◎		
00						浦添市				○	◎	
01						◎		(○)				
02											◎	○
03	(二軍) 東風平町						宜野座村 ○			◎		
04			(一、二軍) 北谷町 読谷村 ○		(二軍) 平良市 城辺町							◎
05			(一軍) 北谷町 (二軍) 読谷村 北谷町		(一軍) 平良市		○	(一、二軍) 久米島町	◎			
06	(二軍) 八重瀬町 国頭村 ◎		(二軍) 読谷村 ○		(一軍) 宮古島市							
07	(二軍) 国頭村											
一軍 キャンプ地	名護市	沖縄市、 宮崎県	北谷町	宜野湾市	宮古島市、 高知県	浦添市	宜野座村、 高知県	久米島町	オーストラリア、 鹿児島県	宮崎県	宮崎県	宮崎県
二軍 キャンプ地	国頭村	宮崎県	読谷村	神奈川県、 嘉手納町	高知県	東京都、 宮崎県	高知県	久米島町	鹿児島県	宮崎県	宮崎県	埼玉県、 高知県

- (備考) 1. 太線内のシャドー部分は沖縄県内で春季キャンプを実施。○はリーグ優勝、◎は日本シリーズ制覇。
 2. 年次の列の○印は沖縄県内でキャンプを実施した球団がリーグ優勝した年。
 3. 楽天の列の(○)は、05年からオリックスと合併した旧・近鉄のリーグ優勝。

【補注2】：本調査で使用した産業連関表について

今回の調査では、県が作成した2000年産業連関表を用いた。産業部門数で表示する部門表は産業分類75部門表をベースにしたが、75部門表では「宿泊業」や「飲食店」、「航空輸送」、「陸運」、「海運」、「貸自動車業」等の部門が明示されていないので、これらの産業部門については、基本表(514行×402列)から該当する業種を抽出、統合して産業連関表の中に明示した。分析に際しては、今回の分析において多少統合しても不都合がない部門を当室で統合し、41部門表に組み替えて使用した。

また、産業連関表における各産業部門の自給率は、県内需要(=県内居住者の需要)に対する自給率であるため、移輸出(=非居住者の需要)は対象外となる。このため、統計上、移輸出である「県外からの滞在者の支出(=非居住者の需要)」の経済効果を試算する際に、そのままの自給率を用いると不都合が生じる。例えば、宿泊業の自給率は、

県内居住者の宿泊需要(県外旅行等を含む)のうち県内宿泊部門を利用した割合を意味するが、県内居住者の場合、県外宿泊の支出額が県内宿泊の支出額より大きいため、県内宿泊業の自給率は極めて低くなる。しかし、キャンプ関連の宿泊費や飲食費は全て県内で発生するため、こうした支出に対して県内での自給率が明らかに100%とみられる宿泊業、飲食店、などについては自給率を100%に設定し直して使用した。

なお、宿泊業は産業連関表の部門表では「旅館・その他の宿泊所」となっているが、ここでは「宿泊業」の呼称を用いる。また、ホテル内のレストランは産業連関表の部門では「飲食店」に分類される。さらに産業連関表における商業部門は売上高ではなく商業マージン部分が計上され、運輸業も取扱高ではなく運輸マージン部分が計上されることに留意する必要がある。

生産誘発額を求める式は以下のとおりである。

$$X = [I - (I - \bar{M}) A]^{-1} (I - \bar{M}) F$$

X：各産業部門の財・サービスの生産額

I：単位行列

\bar{M} ：県内需要に対する移輸入係数(対角行列)

A：投入係数(行列)

[]⁻¹：逆行列

F：最終需要額(直接支出額)

※ X(生産額)が、F(最終需要額)に対応する生産誘発額となる

●りゅうぎん調査●

県内の 景気 動向

概況(4月)

景気は、緩やかに拡大している

観光関連では、入域観光客数が前年を上回る

建設関連では、受注額が前年を下回る

4月の県内景気を見ると、消費関連では、百貨店売上高は月前半に気温が低めに推移したため夏物衣料が振るわなかったことなどから前年を下回った。スーパー売上高(既存店)も、同様なことから夏物衣料などが振るわず前年を下回った。全店ベースでは新設店効果などにより引き続き前年を上回った。新車販売は、前年のレンタカー需要の反動により引き続き前年を下回った。電気製品卸売は、大手量販店の開店効果の一巡などにより引き続き前年を下回った。建設関連では、公共工事請負金額は、国、県が減少したことから前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事、民間工事ともに減少したことから前年を下回った。建設資材出荷・売上では、鋼材は引き続き前年を上回ったものの、セメント、生コン、建材は前年を下回った。観光関連では、入域観光客数は国内観光客の増加などから引き続き前年を上回った。主要ホテルは、稼働率は前年を下回ったものの、売上高は引き続き前年を上回った。主要観光施設入場者数は引き続き前年を上回った。

総じてみると、観光関連は引き続き好調に推移し、建設関連は堅調に推移し、消費関連は底堅く推移していることから、県内景気は緩やかに拡大している。

消費関連

百貨店売上高は、月前半に気温が低めに推移したため夏物衣料が振るわなかったことや前年の身の回り品などの催事の反動から4カ月ぶりに前年を下回った。スーパー売上高(既存店)も、月前半に気温が低めに推移したことから夏物衣料が振るわず3カ月ぶりに前年を下回った。全店ベースでは、新設店効果などにより8カ月連続で前年を上回った。新車販売は、前年のレンタカー需要の反動により4カ月連続で前年を下回った。電気製品卸売は、大手量販店の開店効果の一巡などにより2カ月連続で前年を下回った。

建設関連

公共工事請負額は、市町村の発注工事は増加したものの、国、県が減少したことから2カ月ぶりに前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、民間工事は2カ月連続で減少し公共工事も3カ月ぶりに減少したことから全体では4カ月ぶりに前年を下回った。建設資材関連では、鋼材が4カ月連続で前年を上回ったほかは、セメント、生コン、建材がいずれも4カ月ぶりに前年を下回った。

観光関連

入域観光客数は国内旅行客の増加などから7カ月連続で前年を上回り、単月としては過去最高を記録した。県内主要ホテルは稼働率が2カ月連続で低下したが、売上高は4カ月連続で前年を上回った。主要観光施設入場者数は9カ月連続で前年を上回った。主要ゴルフ場は、入場者数は2カ月ぶりに増加したが、売上高は2カ月連続で前年を下回った。

雇用関連

新規求人数は前年同月比10.4%減となり、4カ月連続で減少した。有効求人倍率(季調値)は0.43倍となり、前月と同水準であった。完全失業率は8.0%となり、前年同月より0.3ポイント悪化した。

その他

消費者物価指数(総合)は、保健医療、食料などが上昇したものの、交通・通信、教養娯楽などが下落したことから前年同月と同水準となった。企業倒産は、件数が7件と前年同月より3件増となり、負債総額は15億6,100万円と前年同月比36.2%の増加となった。

りゅうぎん調査(2007年4月)

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2007.2-2007.4)
1. 消費関連		
(1)百貨店(金額)	▲ 4.8	0.1
(2)スーパー(既存店)(金額)	▲ 0.2	0.6
(3)スーパー(全店)(金額)	2.7	3.1
(4)新車販売(台数)	▲ 8.8	▲ 8.5
(5)電気製品卸売(金額)	▲ 4.7	▲ 5.5
2. 建設関連		
(1)公共工事請負金額(金額)	▲ 53.6	23.9
(2)建築着工床面積(m ²)	(3月) ▲ 32.5	(1-3月) ▲ 4.2
(3)新設住宅着工戸数(戸)	(3月) ▲ 21.2	(1-3月) ▲ 1.0
(4)建設受注額(金額)	▲ 21.9	19.4
(5)セメント(トン数)	▲ 1.1	7.6
(6)生コン(m ³)	▲ 2.4	6.6
(7)鋼材(金額)	11.0	15.0
(8)建材(金額)	▲ 7.3	5.5
3. 観光関連		
(1)入域観光客数(人数)	4.8	5.0
(2)県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) ▲ 1.9 (実数) 76.1	(前年同期差) ▲ 0.3 (実数) 83.4
(3) " 売上高(金額)	3.4	2.8
(4)観光施設入場者数(人数)	6.8	7.0
(5)ゴルフ場入場者数(人数)	2.3	1.1
(6) " 売上高(金額)	▲ 5.8	▲ 1.3
4. その他		
(1)県内新規求人数(人数)	▲ 10.4	▲ 7.0
(2)有効求人倍率(季調値)	(実数) 0.43	(実数) 0.42
(3)消費者物価指数(総合)	0.0	0.0
(4)企業倒産件数(件数)	(前年同月差) 3	(前年同期差) 1.0
(5)広告収入(県内マスコミ)(金額)	(3月) ▲ 4.0	(1-3月) ▲ 2.5
(6)電力使用量(百万Kw)	(3月) 2.7	(1-3月) 3.9

(注1) 公共工事請負金額は西日本建設業保証株式会社沖縄支店調べ。建築着工床面積、新設住宅着工戸数は国土交通省調べ。県内新規求人数、有効求人倍率は沖縄労働局調べ。入域観光客数、消費者物価指数は沖縄県調べ。企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店調べ。Pは速報値。

(注2) 企業倒産件数の前年同期差は、月平均件数の前年同期差。

(注3) スーパー売上高は、2005年1月より調査先を4社から5社とした。

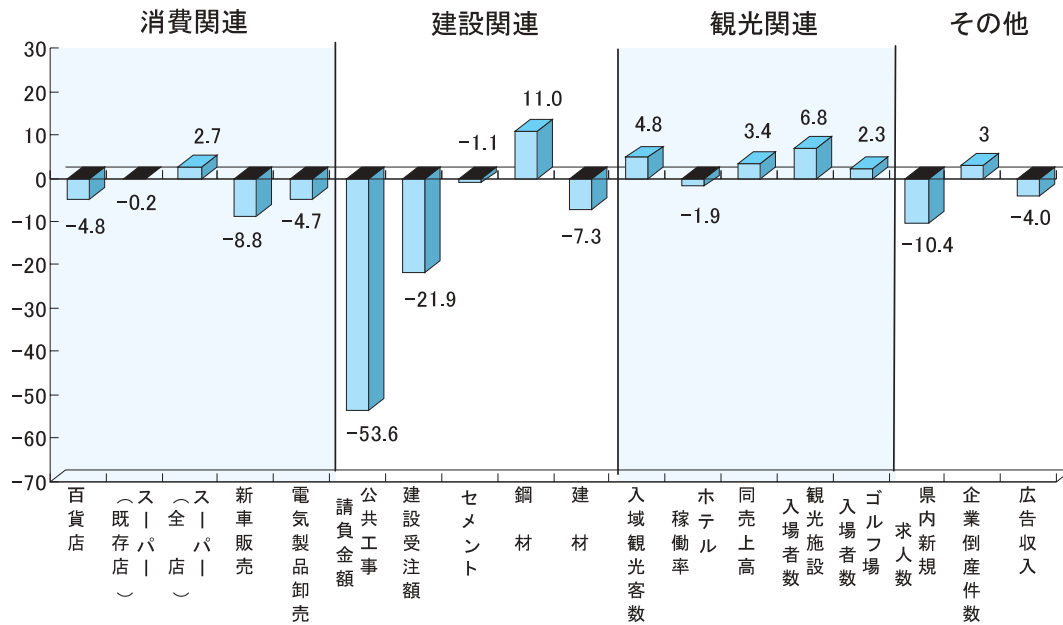
(注4) 電気製品卸売販売額は、2005年1月より調査先を6社から10社とした。

(注5) 生コンは06年4月より調査先数を変更した(生コン協同組合の減少による)。

(注6) 主要ホテルは、2007年2月より調査先を18ホテルから19ホテルとした。

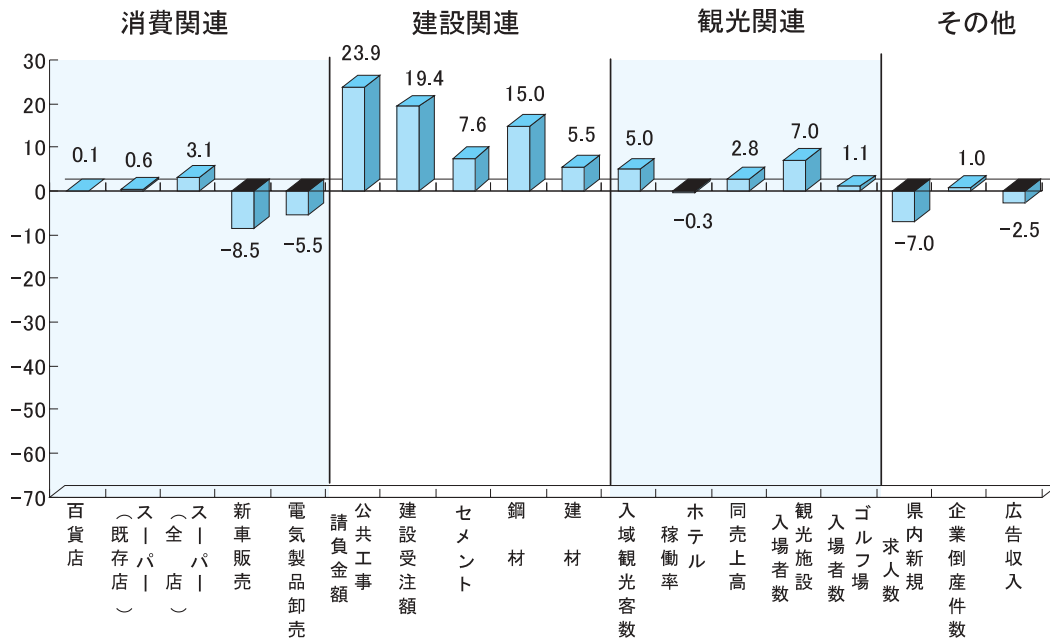
(注7) ゴルフ場は、2006年10月より調査先を9ゴルフ場から8ゴルフ場とした

項目別グラフ(単月、2007年4月)



(注) 広告収入は3月分。数値は前年比 (%)。
ホテル稼働率 (%ポイント)、企業倒産件数 (件) は前年差。

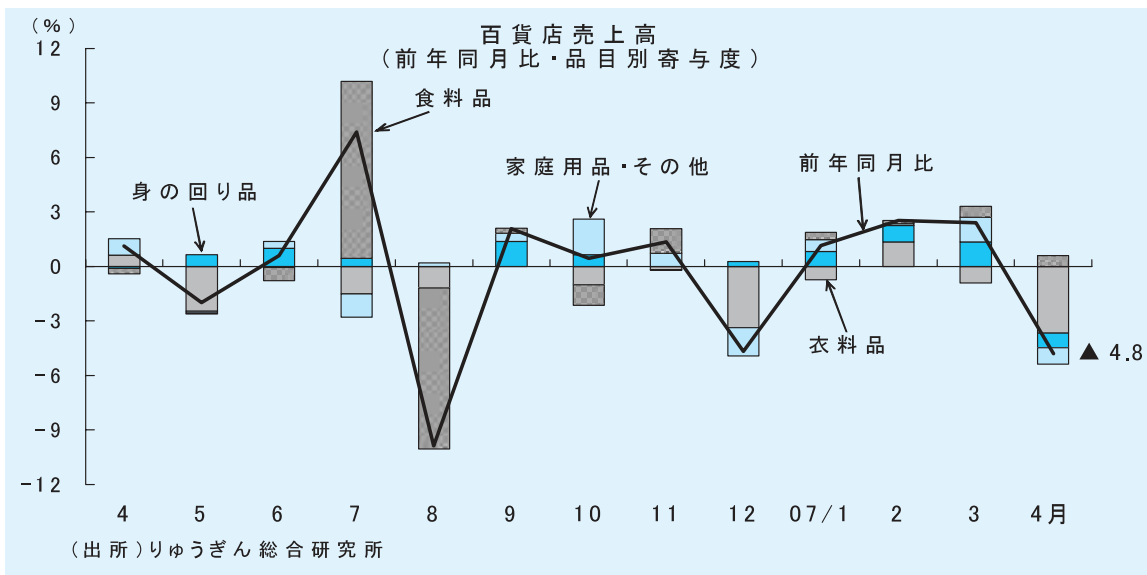
項目別グラフ(3カ月、2007年2~4月)



(注) 広告収入は1~3月分。数値は前年比 (%)。
ホテル稼働率 (%ポイント) は前年差。企業倒産件数 (件) は月平均の前年差。

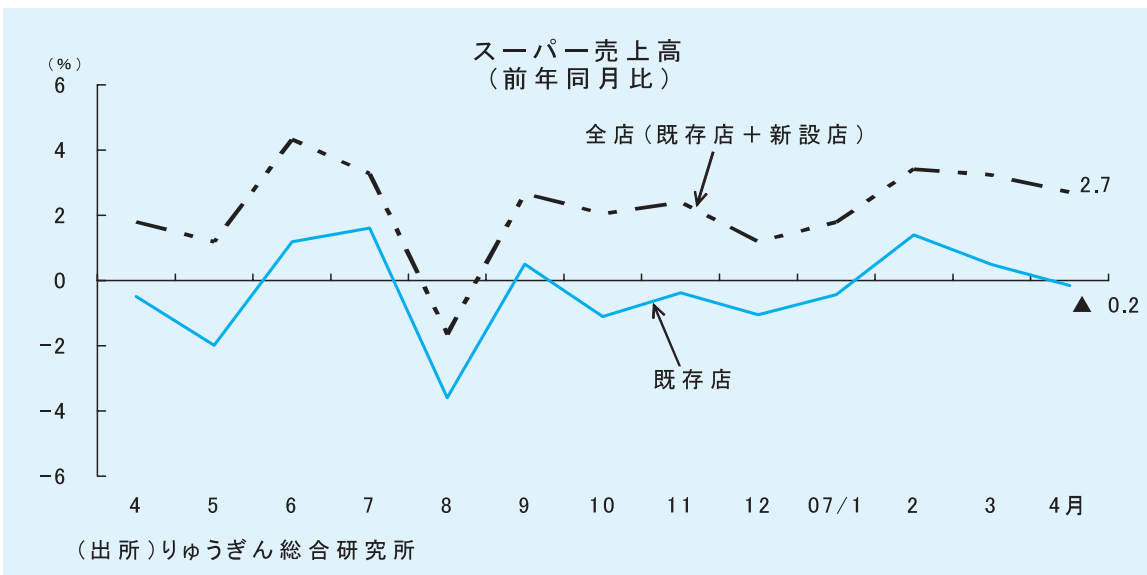
1.消費関連

1 百貨店売上高:4カ月ぶりに減少



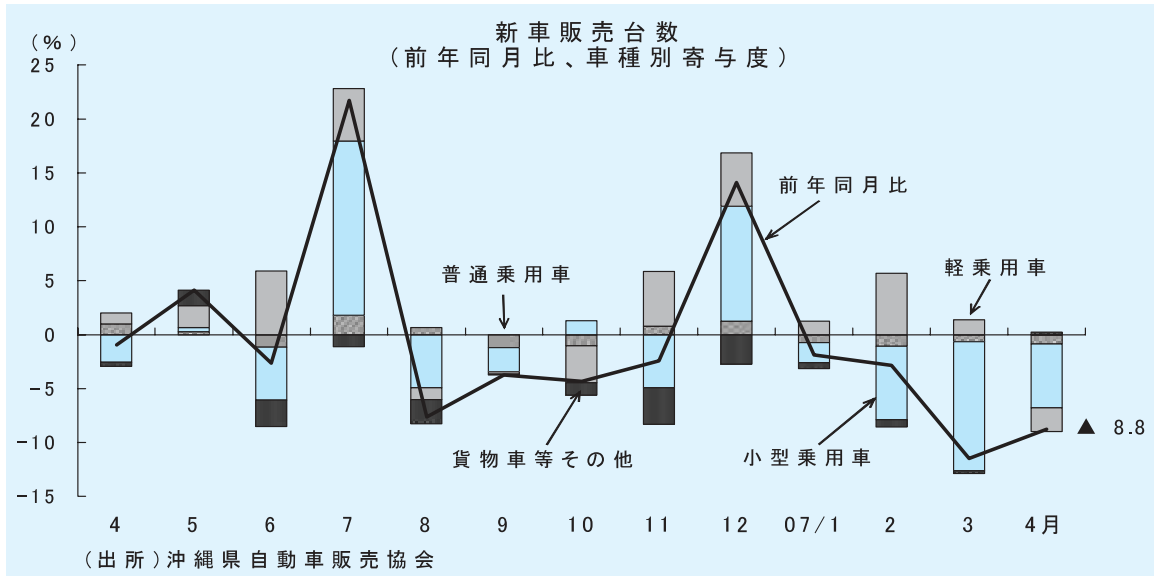
- ・百貨店売上高は、月前半に気温が低めに推移したため夏物衣料が振るわなかったことや前年の身の回り品などの催事の反動から前年同月比4.8%減となり、4カ月ぶりに前年を下回った。
- ・品目別にみると、食料品(同2.9%増)が増加し、衣料品(同8.5%減)、身の回り品(同7.3%減)、家庭用品・その他(同3.5%減)が減少した。

2 スーパー売上高:全店ベースは8カ月連続で増加



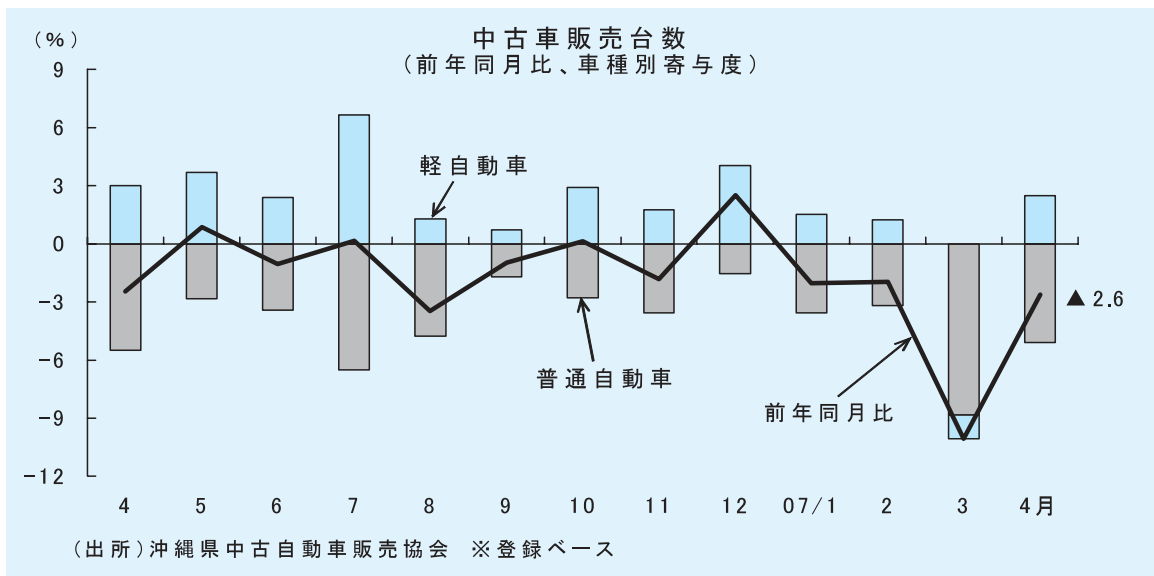
- ・スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月比0.2%減と3カ月ぶりに前年を下回った。
- ・衣料品は、月前半に気温が低めに推移したため、かりゆしウエアなどの夏物衣料が振るわず同2.3%減となったものの、食料品は、販促効果などにより同0.8%増となった。
- ・全店ベースは、新設店効果などにより同2.7%増と8カ月連続で前年を上回った。

3 新車販売台数:4カ月連続で減少



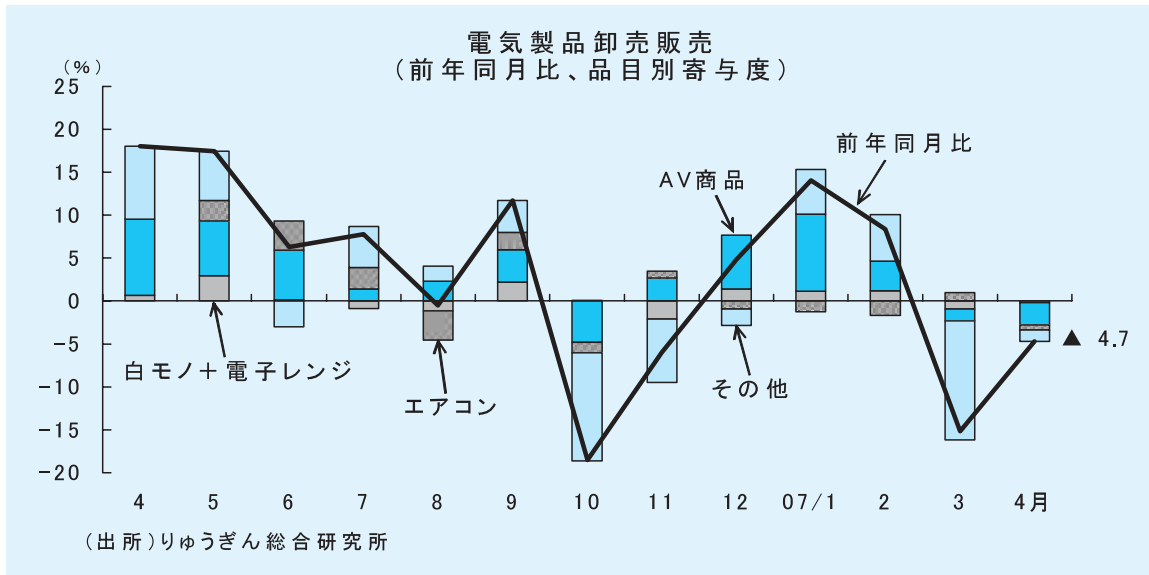
- ・新車販売台数は、3,353台と前年のレンタカー需要の反動などから前年同月比8.8%減と4カ月連続で減少した。
- ・普通自動車(登録車)は1,128台(同16.9%減)で、うち普通乗用車は212台(同13.0%減)、小型乗用車は786台(同21.7%減)であった。軽自動車(届出車)は2,225台(同4.0%減)で、うち軽乗用車は1,943台(同4.0%減)であった。

4 中古自動車販売(登録ベース):4カ月連続で減少



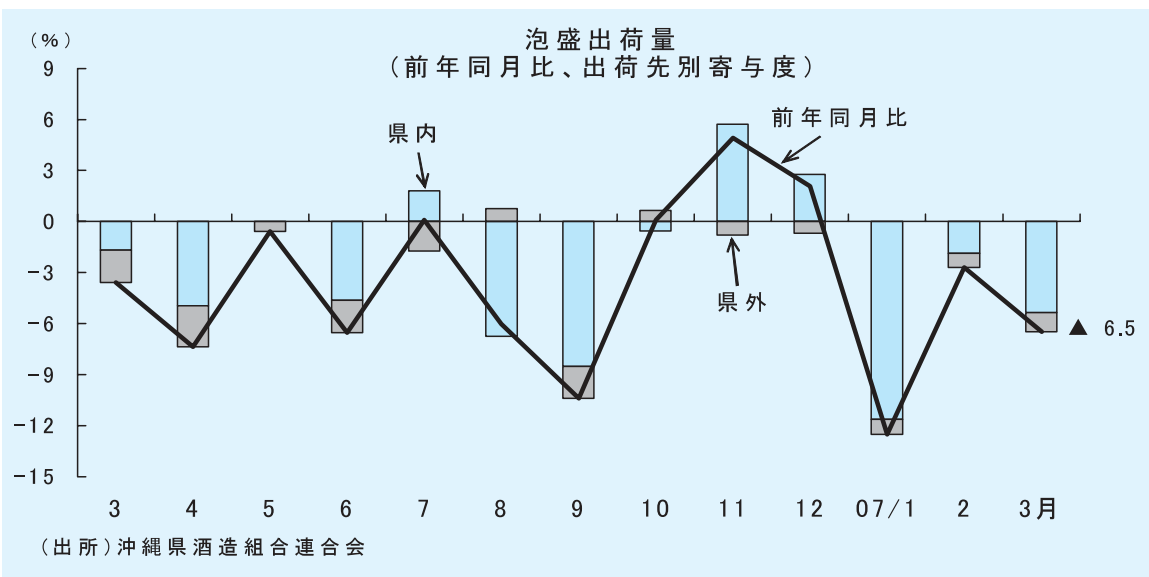
- ・中古自動車の登録状況(普通自動車及び軽自動車の合計)は、前年同月比2.6%減となり4カ月連続で前年を下回った。内訳では、普通自動車は同10.3%減、軽自動車は同4.9%増となった。

5 電気製品卸売販売額:2カ月連続で減少



- 電気製品卸売販売額は、大手量販店の開店効果の一巡などから前年同月比4.7%減となり、2カ月連続で前年を下回った。
- 品目別にみると、AV商品ではテレビが同6.6%減、DVDレコーダーが同25.3%減、白モノでは洗濯機が同4.9%増、冷蔵庫が同8.5%減、エアコンは同7.1%減、その他ではパソコンが同23.8%減となった。

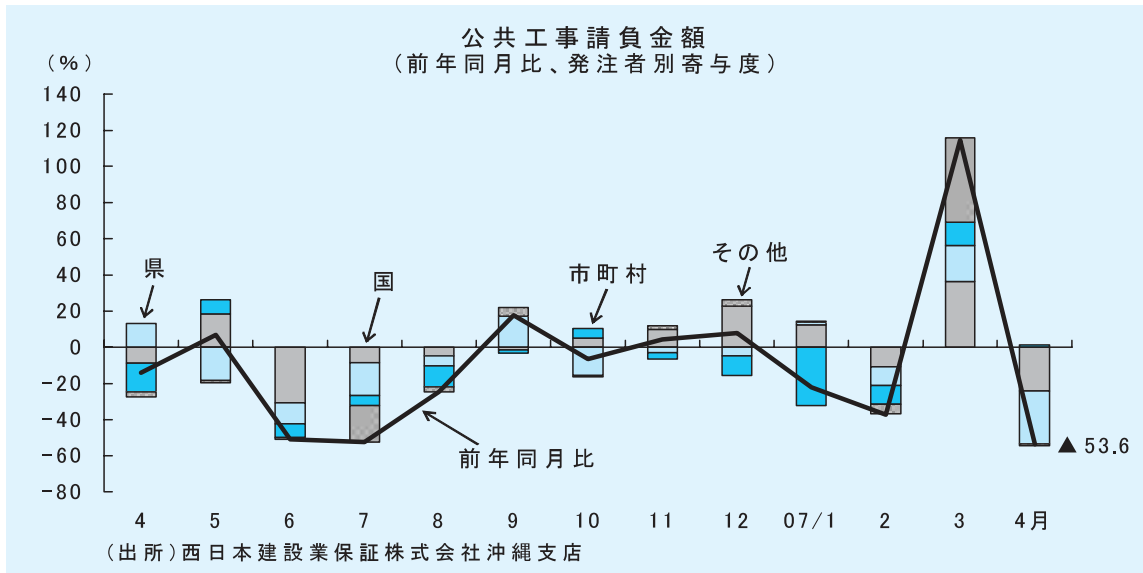
6 泡盛出荷量:3カ月連続で減少



- 泡盛出荷量(3月)は、前年同月比6.5%減となり3カ月連続で前年を下回った。県内出荷量は同6.6%減、県外出荷量は同5.8%減とともに減少した。

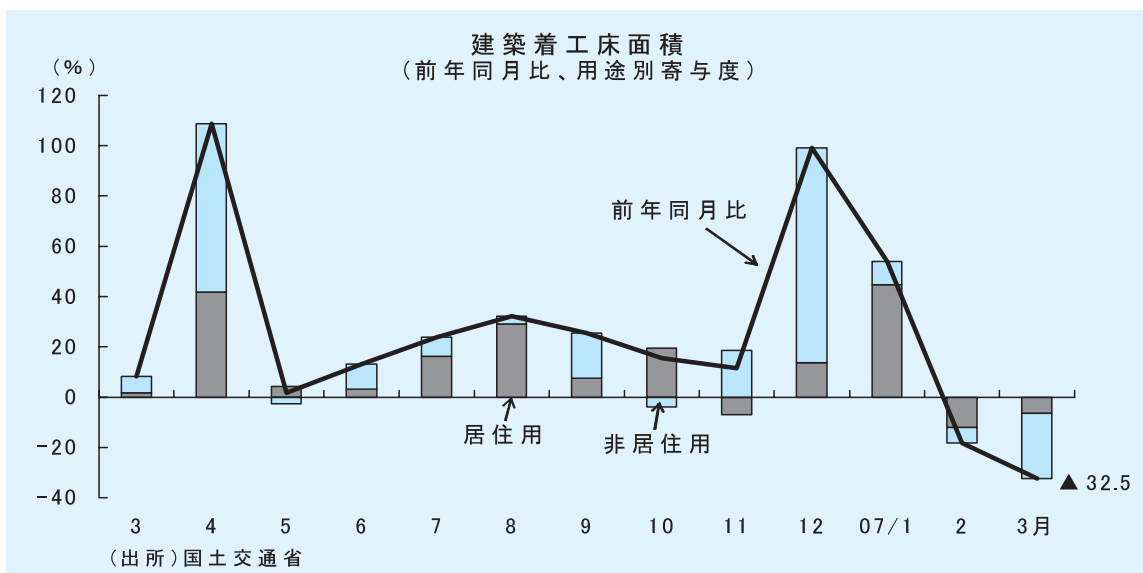
2. 建設関連

1 公共工事請負金額:2カ月ぶりに減少



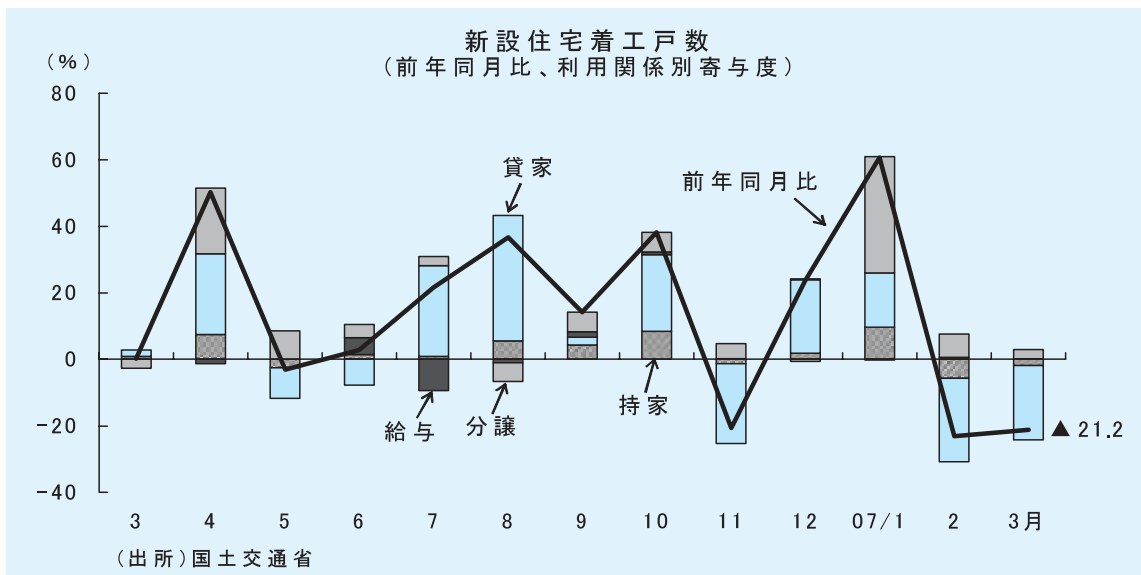
- ・公共工事請負金額は、79億64百万円で前年同月比53.6%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、国(同68.7%減)、県(同54.9%減)、その他公共団体(同27.2%減)が減少し、市町村(同19.1%増)は増加した。
- ・大型工事としては、西系列幹線導水施設名護導水工事(第2工区)、許田～久志導水管災害復旧工事(第1、2工区)、新石川浄水場関連工事などがあつた。

2 建築着工床面積:2カ月連続で減少



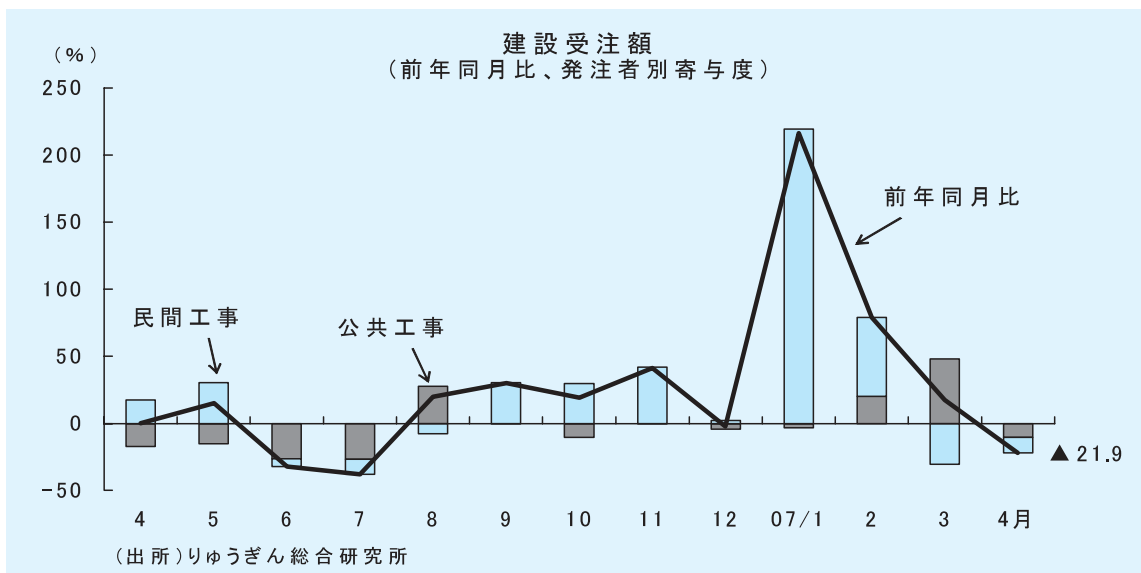
- ・建築着工床面積(3月)は、11万3,428㎡で前年同月比32.5%減と2カ月連続で前年を下回った。用途別では、居住用(同12.3%減)、非居住用(同54.6%減)ともに減少した。
- ・建築着工床面積を用途別(大分類)にみると、居住専用(7万904㎡)が最も大きく、次いで医療、福祉用(8,576㎡)、居住産業併用(6,199㎡)等の順であつた。

3 新設住宅着工戸数:2カ月連続で減少



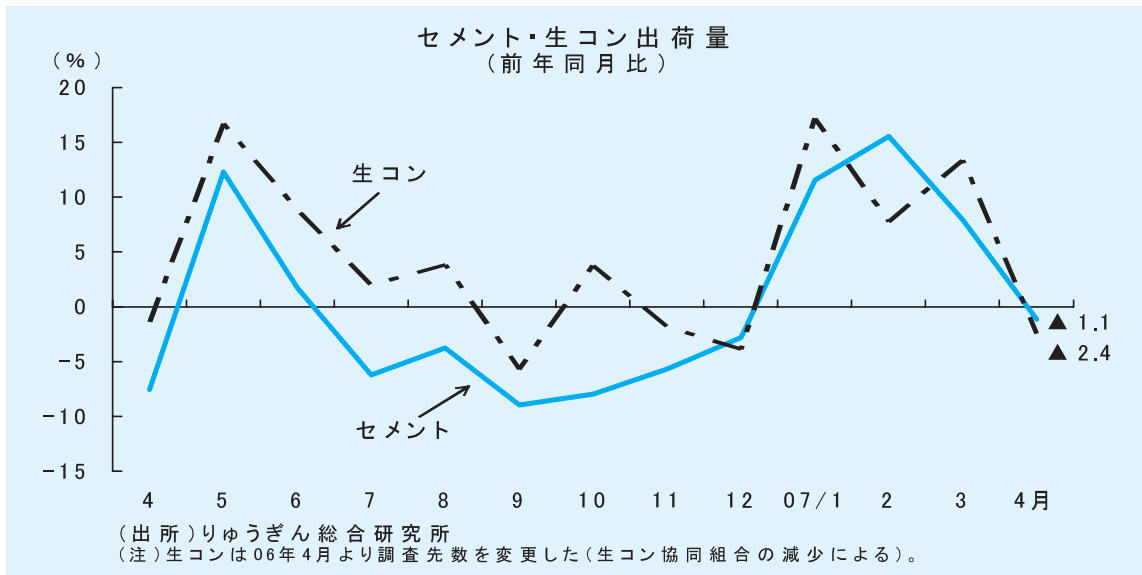
- ・新設住宅着工戸数(3月)は、889戸で前年同月比21.2%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・利用関係別では、分譲(同157.1%増)は増加したものの、持家(同9.3%減)、貸家(同28.5%減)が減少した。

4 建設受注額:4カ月ぶりに減少



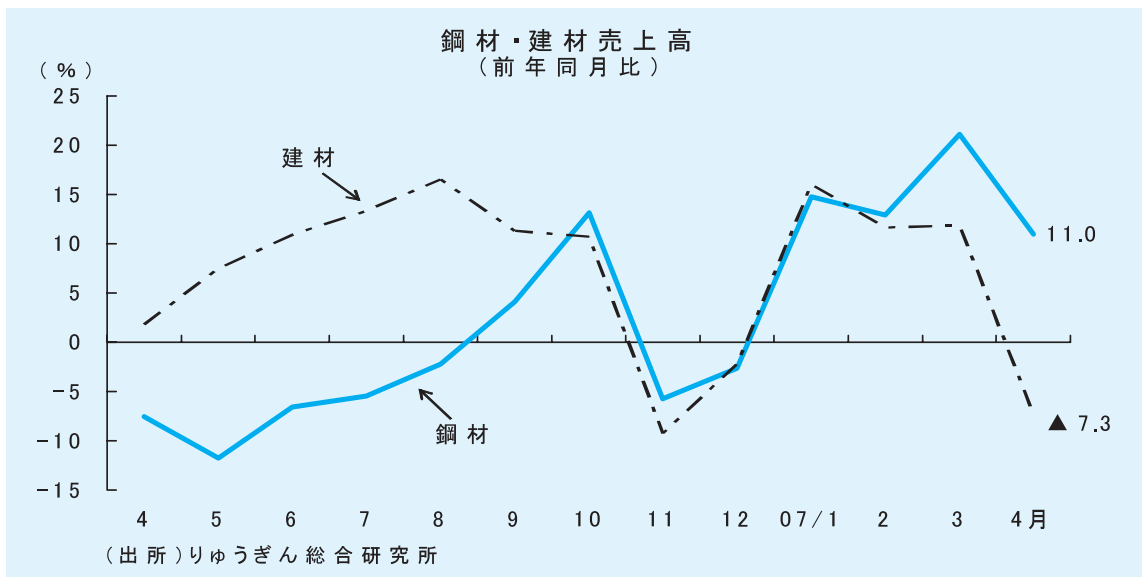
- ・建設受注額(調査先建設会社:20社)は、前年同月比21.9%減と4カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、民間工事(同14.6%減)は2カ月連続で減少し、公共工事(同50.5%減)は3カ月ぶりに減少した。
- ・主な受注工事は、民間工事ではホテル建設および関連工事やマンション建設工事などがあつた。

5 セメント・生コン:セメント、生コンともに4カ月ぶりに減少



- ・セメント出荷量は、6万5,324トンで前年同月比1.1%減と4カ月ぶりに前年を下回った。
- ・生コン出荷量は、14万285立方メートルで同2.4%減と4カ月ぶりに前年を下回った。
- ・生コン出荷量を出荷先別にみると、民間工事はおもにマンション向け出荷が増加し、学校建設や社屋建設向けは減少した。公共工事は学校建設や上下水道工事向けなどが増加し、一般土木工事や橋梁建設向けは減少した。

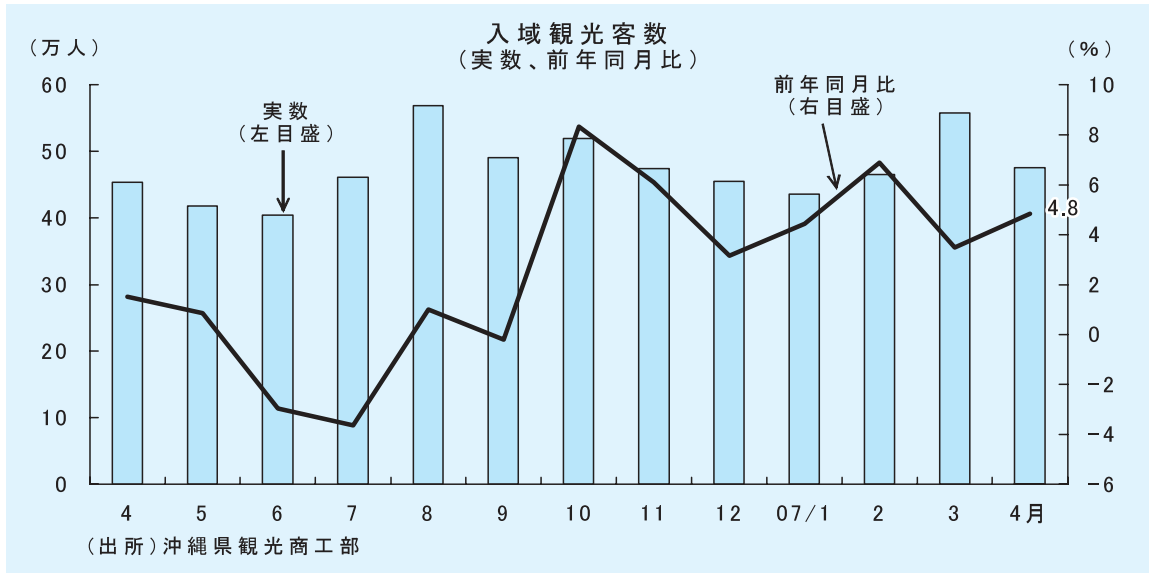
6 鋼材・建材:建材は4カ月ぶりに減少、鋼材は4カ月連続で増加



- ・鋼材売上高は、前年同月比11.0%増と4カ月連続で前年を上回った。原料価格の上昇により価格の高止まりが続いている。
- ・建材売上高は、同7.3%減と4カ月ぶりに前年を下回った。マンション向けは依然堅調に推移しているものの、持ち家、アパート建設向け出荷に一服感が出ている。

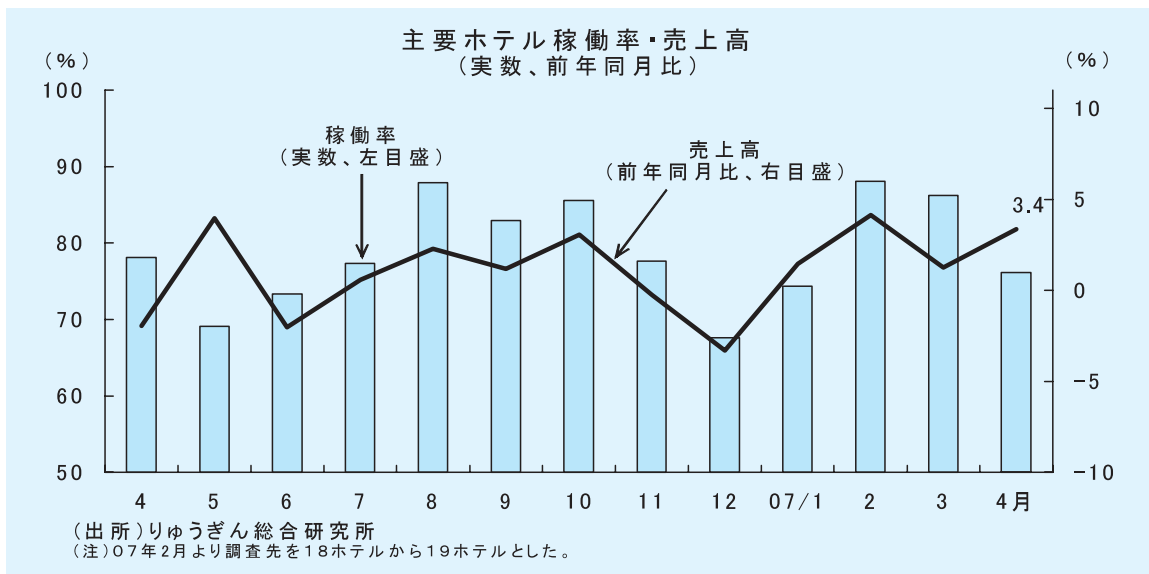
3.観光関連

1 入域観光客数：7カ月連続で増加



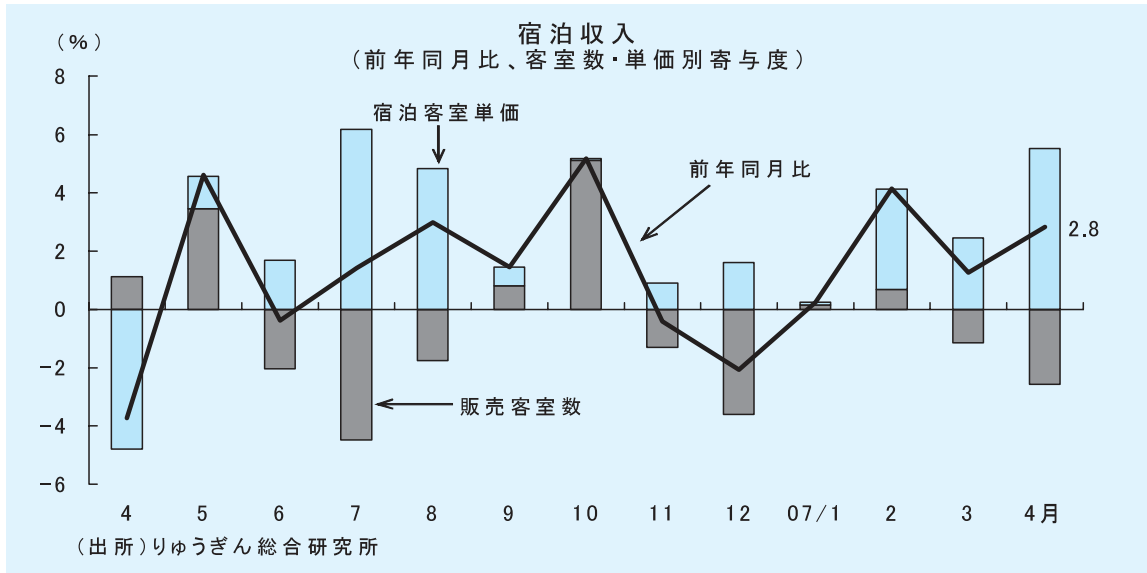
- 入域観光客数は47万5,300人で、前年同月比4.8%増加(21,900人増)となり7カ月連続で前年を上回り、単月としては過去最高を記録した。
- 国内客(同4.5%増)は、ゴールデンウィーク前半の入込が好調に推移し、9カ月連続で前年を上回った。外国客(同28.6%増)は、香港エクスプレス航空のチャーター便があったほか、台湾航空会社の沖縄路線販売強化などにより3カ月連続で前年を上回った。
- 5月1～20日の国内航空入域客数(下り便)は前年同期比3.0%減となり3カ月連続で前年を下回った。

2 主要ホテル：稼働率は2カ月連続で低下、売上高は4カ月連続で増加



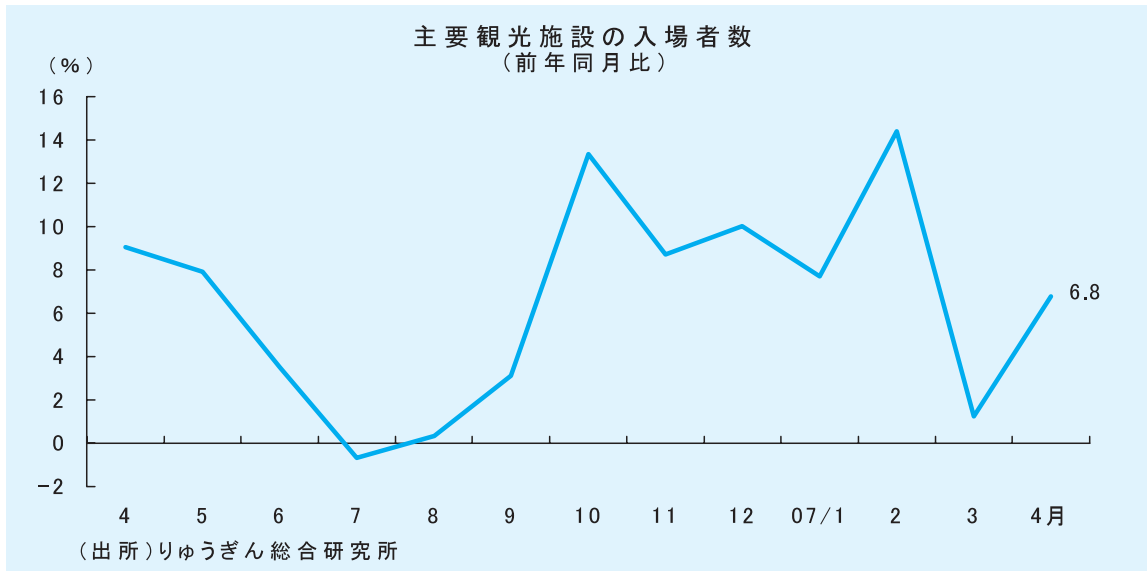
- 主要ホテルの客室稼働率は、76.1%で前年同月比1.9ポイント低下し、2カ月連続で前年を下回った。売上高は同3.4%増加し、4カ月連続で前年を上回った。
- 那覇市内ホテルの客室稼働率は、72.9%で同3.7ポイント低下した。売上高は、同1.1%減となった。リゾート型ホテルの客室稼働率は、78.5%で同0.8ポイント低下した。売上高は、同5.7%増となった。

③ 主要ホテルの宿泊収入:4カ月連続で増加



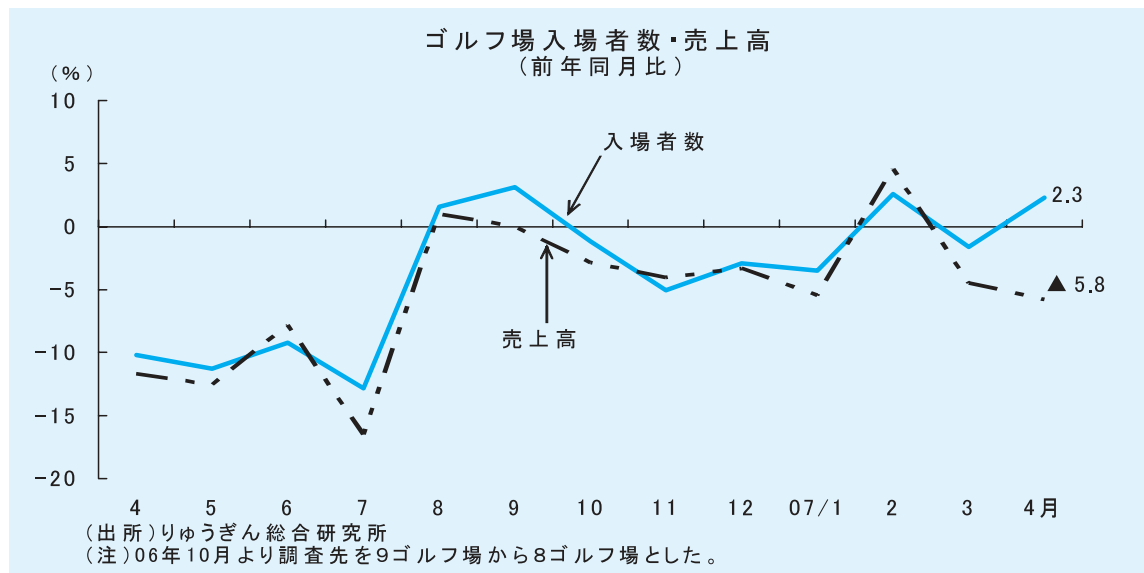
・主要ホテル売上高のうち宿泊収入についてみると、販売客室数(数量要因)が2カ月連続で減少したが、宿泊客室単価(価格要因)が12カ月連続で増加したことから全体では前年同月比2.8%増となり4カ月連続で前年を上回った。

④ 主要観光施設入場者数:9カ月連続で増加



・主要観光施設の入場者数は、前年同月比で6.8%増加し、9カ月連続で前年を上回った。

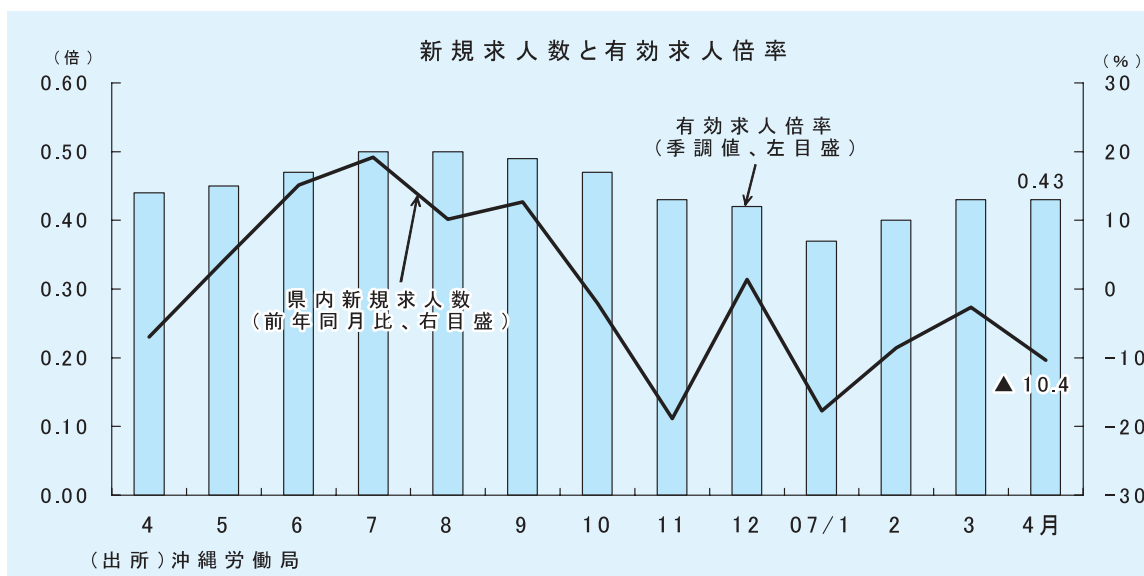
5 主要ゴルフ場稼働状況：入場者数は2カ月ぶりに増加、売上高は2カ月連続で減少



- ・主要ゴルフ場の入場者数は前年同月比2.3%増加し2カ月ぶりに前年を上回った。売上高は同5.8%減少し2カ月連続で減少した。県外客の入場は前年並みであった。

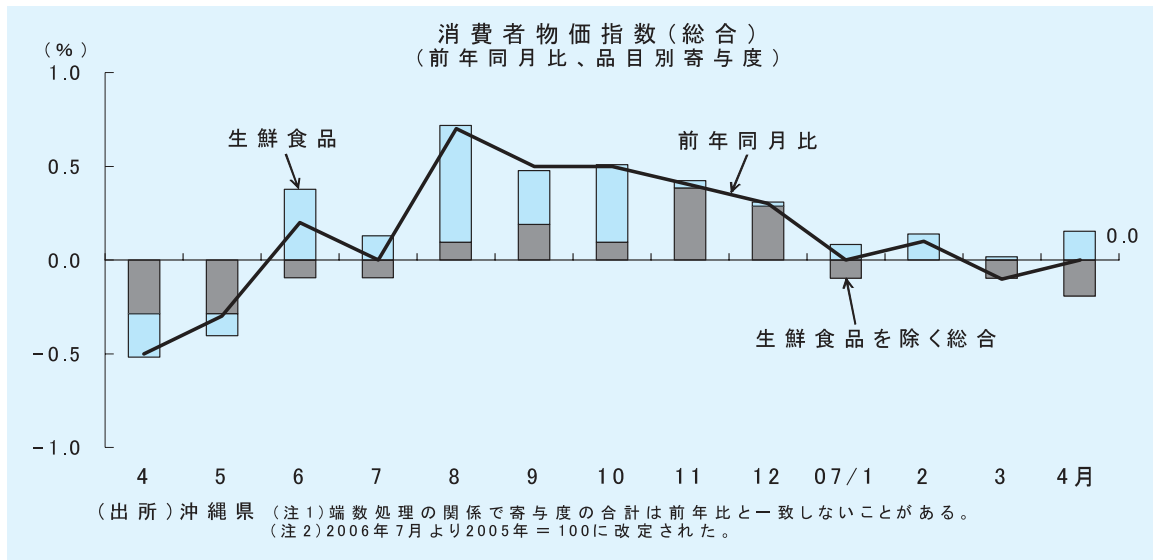
4.その他

1 雇用関連：新規求人数は減少、有効求人倍率(季調値)は同水準



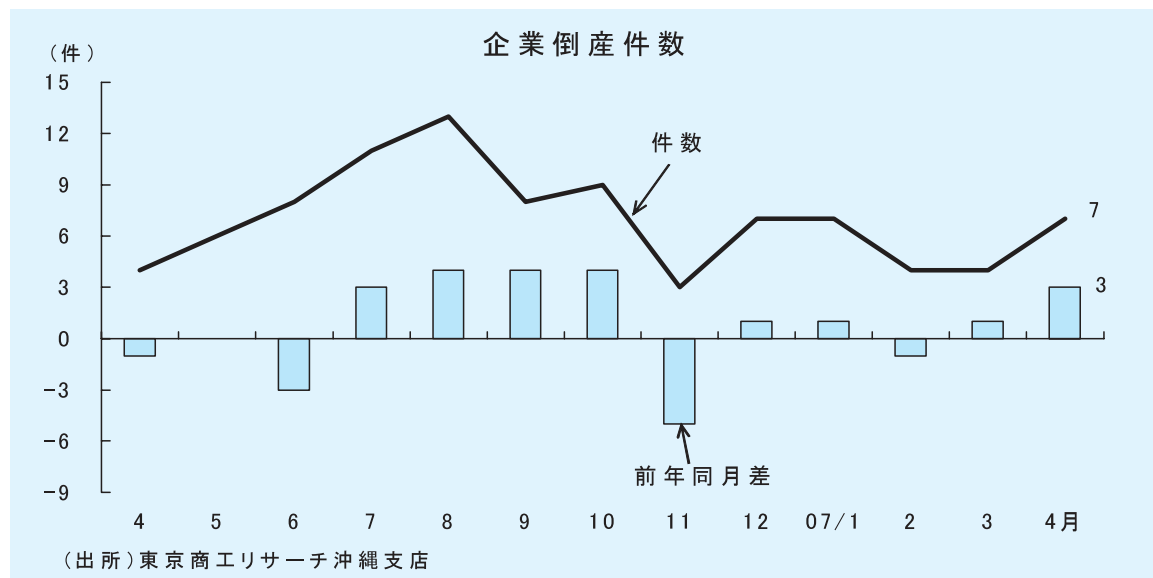
- ・新規求人数は、前年同月比10.4%減となり4カ月連続で減少した。産業別にみると、医療、福祉、金融・保険業などで増加し、製造業、サービス業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は、0.43倍となり、前月と同水準であった。
- ・労働力人口は、62万4千人で前年同月比3.4%の減少となり、就業者数は、57万5千人で同3.7%の減少となった。完全失業者数は、5万人で前年と同水準であった。完全失業率は8.0%と同0.3ポイント悪化した。

2 消費者物価:同水準



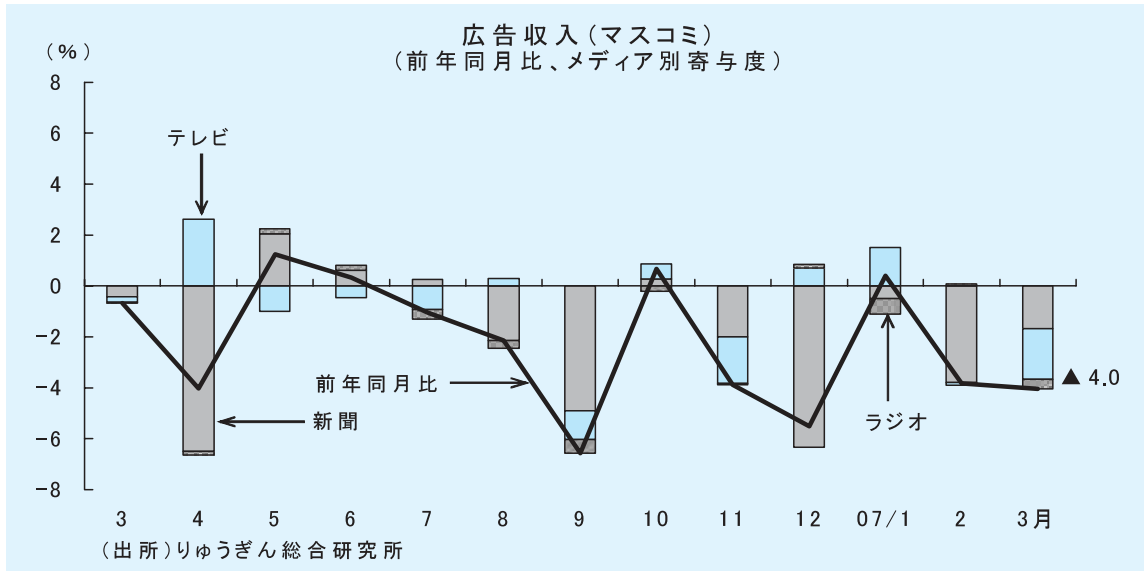
- ・消費者物価指数(総合)は、前年同月と同水準となった。
- ・品目別の動きをみると、保健医療、食料などが上昇し、交通・通信、教養娯楽などが下落した。

3 企業倒産:件数、負債総額ともに増加



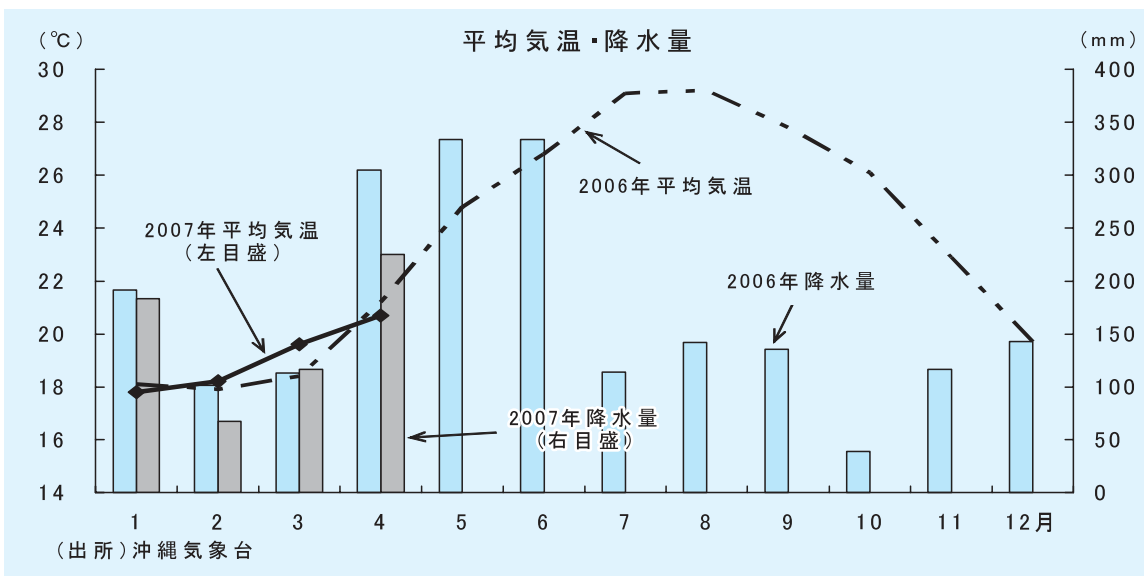
- ・倒産件数は、7件となり前年同月を3件上回った。業種別では、建設業6件(前年同月差3件増)、卸売業1件(同1件増)であった。建設業の倒産が引き続き多発している。
- ・負債総額は、10億円の大型倒産が1件発生したことなどから15億6,100万円となり前年同月比36.2%の増加となった。

4 広告収入(マスコミ):2カ月連続で減少



・広告収入(マスコミ:3月)は、前年同月比4.0%減少し2カ月連続で前年を下回った。新聞、テレビ、ラジオともに前年を下回った。

参考 気象(那覇)



・平均気温は20.7°Cと前年同月(21.2°C)より低く、平年値(21.3°C)と比較しても低く推移した。降水量は225.0mmと前年同月(305.0mm)より少なかった。

太陽 ASG 今月の経理情報

今回のテーマ： 労働保険の『年度更新』

労働保険とは、雇用保険と労災保険の総称語で、原則として、労働者を一人でも雇っていれば強制適用となり、保険料の徴収などについては、一体のものとして取り扱われます。

労働保険料は、賃金の総額に保険料率（労災保険率+雇用保険率）を乗じて算出します。労災保険は全額事業主負担、雇用保険は事業主と労働者双方で負担します。

1 年度更新とは

労働保険料は、毎年4月1日から翌年3月31日までの1年間の年度当初に保険料を概算で申告・納付します。翌年度当初に、確定した賃金総額を基にして保険料の実際額を計算し、概算払いとの差額を精算することになります。また、精算するとともに次の年度の概算払いを同時に行います。これを『年度更新』といいます。

2 手続及び納付

4月1日から5月20日までに、「労働保険概算・確定保険料申告書」を作成し、保険料を併せて申告・納付します。

また、概算保険料が40万円以上の場合などには、3回（第1期5月20日まで、第2期8月31日まで、第3期11月30日まで）に分けて納付できます。

従来、労働保険料の納付は、直接金融機関または各都道府県労働局等に出向いて納める必要がありましたが、今では電子納付サービスによりインターネットバンキングやATMから納付することもできます。

3 税務上の取扱い

概算保険料のうち事業主が負担すべき金額については、「労働保険概算・確定保険料申告書」を提出した日、又は納付した日の属する事業年度の損金の額に算入します。

精算時において生じる不足額又は超過額は、それぞれ「労働保険概算・確定保険料申告書」を提出した日の属する事業年度の損金の額又は益金の額に算入します。

お見逃しなく！

1. 会社の役員は、社会保険と異なり、原則として労働保険に加入することはできません（使用人兼務役員を除く）。
2. 保険料率を乗じる賃金総額とは、いわゆる給料だけではなく、名称を問わず労働の対価として支払うものすべてを指します。よって、通勤手当や住宅手当なども含めて計算します。

りゅうぎん ビジネスローン

じゆん

ふう

まん

ぼん

順風満帆

沖縄県信用保証協会提携



ご融資額
アップ!

最高8,000万円までご融資

無担保 **第三者保証人は不要** **スピード審査** **融資期間最長10年**

手続き簡単 迅速回答!

ご利用いただける方	① 沖縄県信用保証協会の保証が受けられる法人及び個人事業主(青色申告先) ② 同一事業の業歴が1年以上の方 ③ 直近の決算書が法人2期分・個人事業主1期分を提出できる方 (個人事業主は青色申告書)
ご融資金額	100万円以上8,000万円以内(1万円単位) ※但し、沖縄県信用保証協会の無担保保証限度額内といたします。
お使いの用途	運転資金及び設備資金
ご融資期間	運転資金1ヵ月以上7年以内 ※但し、設備資金は運転資金10年以内、設備資金1ヵ月以上10年以内
ご融資金利	当行所定の金利
ご返済方法	手形貸付・期日に一括ご返済(1年以内) 証書貸付・毎月元金均等ご返済 ※手形貸付は固定金利・証書貸付は変動金利となります。

担保・保証	不要・沖縄県信用保証協会保証
保証人	法人:代表者及び代表権有する役員 個人事業主:原則不要 ※第三者保証人は不要です。 (第三者保証人とは、上記の保証人以外をいいます。)
信用保証料率	沖縄県信用保証協会の所定の料率となります。

- 【ご融資いただくための】**
- 直近の決算書が法人2期分・個人事業主1期分(原本)税務署の受付印があるもの
※個人事業主の場合、所得税青色申告決算書(B/S・P/L完備)
 - 代表者本人確認書類(運転免許証・パスポート等写真付公的書類)
 - 資金使途が確認できる書類
- ※お申込みは、法人の場合は代表者、個人事業主の場合は本人とさせていただきます。

●詳しくは、りゅうぎん窓口または下記のビジネスローン相談フリーダイヤルまで

0120-63-1189

受付/9:00~17:00
(銀行休業日は除きます。)



※尚、審査の結果ご希望にそえない場合もございます。

平成19年4月2日現在

キャリアカウンセラー

— 適職・自己実現を支援 —

自分はどんな仕事に向いているのか？これから社会に出る人、いや、既に社会に出て長い人でもこのような悩みや迷いを感じることは多いものです。キャリアカウンセラーとはそんな人に対し個人の能力、価値観、その他特性をもとにその個人にとって望ましいキャリアの選択・形成・開発を支援する専門家です。適職の発見だけでなく、仕事にかかわるカウンセリングを通し、個人がより良い人生を送り、自分の望む生き方、自己実現に向かって努力することを支援する役割も担っています。

キャリアカウンセラーは公的資格ではなく、他にも、キャリアコンサルタント、キャリアファシリテーター、ジョブアドバイザー等、認定団体により呼称も様々です。

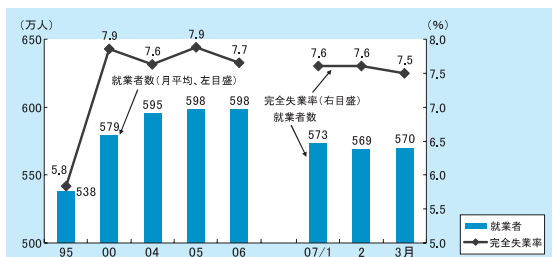
これらの資格が増えた背景は、近年の厳しい雇用情勢があります。これまでの日本社会は良い学校を出て、良い会社に入れば、定年まで勤め上げるというキャリアコースがあたりまえでしたが、90年代以降の大激変で、終身雇用制度の揺らぎ、成果主義の導入、早期退職、リストラ、非正社員の増加(アウトソーシング)等々、これまでのような固定的コースだけでは考えられなくなったのです。そんな中、これまで以上に、多くの場面で職業選択や決断をする必要が出てきています。

先ごろ、県内の完全失業率が発表され、若干低下傾向にあるようですが、依然として高い率です。キャリアカウンセラーは、当県でもこれから益々必要とされていく専門職といえましょう。



琉球銀行 人事部人材開発室
調査役 永山 泉

完全失業率と就業者数の推移



(出所) 沖縄県「労働力調査報告」により作成

住宅ローンの生命保険

— 保障対象広げた選択も —

住宅はよく「一生に一度の大きな買い物」といわれます。マイホームの夢が実現するのはとても楽しい事ですが、住宅ローンは電化製品などのクレジットよりはるかに大きな金額で期間も長く、病気などで支払が出来なくなったらどうなるのか、というご心配もあろうかと思えます。

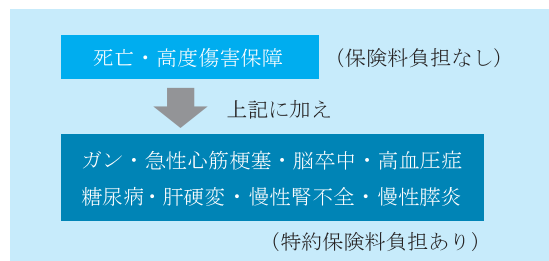
そのような事態に備え、住宅ローンには一般に生命保険が付いているのをご存知でしょうか。万一借主の方が亡くなられたり、高度障害の状態になった場合には保険でローンが支払われ、ご家族に負担がかりません。保険料も金融機関負担となっているケースが多く、以前より広く利用されています。さらに、最近では「死亡・高度障害」に加え特定の疾病に罹患したり病気が原因で働けなくなった場合にも保障対象を広げた保険を選択することも可能となり、これまで以上に安心して住宅ローンを利用することが出来ます。

注意すべき点を上げますと、まず、保険で支払われるのは住宅ローンのみでご家族の生活費等は含まれません。また、「死亡・高度障害」以外の疾病保障については特約保険料の負担がある場合が多く、加入後保障対象となるまでの期間や、疾病の種類によっては罹患後一定の期間完治せず就業不能の場合に保険が支払われる等の条件があります。これらのことについては、ローンお申込みの際に保険関係のパンフレット等をよくお読みになり、ご不明な点は金融機関の担当者へお尋ね下さい。



琉球銀行 営業統括部
戦略事業室室長 川満 太

<住宅ローンの生命保険の一例>



キャッシュカードのIC化

— 安全・機能性が飛躍 —

昨今、全国の金融機関においてキャッシュカードのIC化が急速に進められていますが、その理由としてICチップの持つ2つの大きな長が挙げられます。

まず、ひとつには「セキュリティの高さ」です。ICチップは換言すれば、超小型のコンピュータであり、データ改ざんなどに対する防止機能があるほか、演算機能によりデータを暗号化してやり取りすることが可能です。従って、これまでの磁気ストライプカード(カード面に貼られた磁気テープ上にデータが記録されているもの)に比べ、データの不正な読取りや偽造が非常に困難となっていることから、一時期、社会問題化した偽造キャッシュカード犯罪への防止策として有効とされています。

2点目に挙げられるのは「機能性の高さ」です。磁気ストライプに比べデータ容量が圧倒的に大きいほか、各種アプリケーションソフトの搭載が可能となっていることから、クレジットや電子マネー、各種ポイントカード、身分証等々の機能を搭載することで、1枚で数多くの用途を持つカードとすることが可能です。

金融機関におけるカードのIC化は、まだ緒についたばかりですが、今後、様々な機能を併せ持った特色あるカードが発行され、お客様のニーズに合わせた各種サービスが展開されるものと思われます。

必要とする機能を1枚のカードに集約し、「財布も免許証も不要！安全なICカード1枚のみを持ってお出掛け！」

という時代の到来も近いかも知れません。



琉球銀行 営業統括部営業企画課
 上席調査役 平岡 孝

ICカードとMSカードの違い

	ICカード	磁気ストライプカード
構造	プラスチックカードにICチップを埋め込む	プラスチックカードに磁気テープを貼り付ける
情報量	大 (1kB~64kB : 500~32,000文字)	小 (182Byte : 60~80文字)
安全性	データの改ざん、情報の盗難は極めて困難	複製は容易であるが、暗証番号と合せない限り利用はできない

三角合併

— 外国企業からの買収可能に —

ここ数年、様々なメディアがM&Aに関する話題を取り上げていますが、会社法に基づき平成19年5月1日から解禁となった「三角合併」もM&A手法の一つです。

三角合併とは、ある会社が他の会社と合併する際、合併される会社の株主に対して、存続会社である自社の株式ではなく彼らが保有する親会社株式を交付してなされる合併のことです。合併の対価を存続会社の親会社株式とすることで、時価総額の大きい外国企業が日本の子会社を通じて日本企業を買収することが可能になりました。

ちなみに日本の大手企業と外国の大手企業との時価総額の開きについて例を挙げると、米国最大手の銀行であるシティグループの時価総額は国内最大手の三菱UFJフィナンシャルグループの約2倍です(シティ約30兆円、三菱UFJ約15兆円)。業種によっては国内最大手と世界最大手企業では時価総額に数十倍以上の開きがあることもあります。

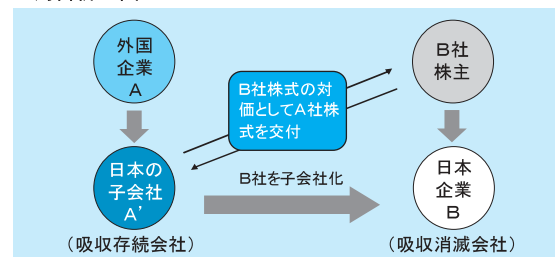
三角合併を巡っては、日本の産業界を中心に外資脅威論が根強くあるのが現状です。一方で外国企業による三角合併には対価となる親会社株式の流動性(売りたい時にすぐ売れること)の確保、経営情報の開示、株主総会の特別決議、といった高いハードルがあるため買収は急増しないとの見方もあります。

いずれにせよ株式を公開している企業の経営者としては、企業価値の向上や増配等、株主利益を意識した経営を行うことで株主の信任を得ていくというあるべき姿が求められていると言えます。



琉球銀行 企業支援部金融サービス室
 調査役 比嘉 伸一郎

三角合併の図



沖 縄

全国・海外

- 5.2 東京商工リサーチが発表した沖縄県内企業の2006年の売上ランキングによると、売上高1位は2年連続で南西石油(西原町)となり、上位100社の売上合計は1兆7,988億円と過去最高を記録した。
- 5.11 サンエー(宜野湾市)は、浦添市経塚に店舗面積約1万7,000㎡の大型総合小売店舗を、08年秋に開業予定であると発表した。
- 5.14 県内医薬品卸業の最大手、琉薬(浦添市)は10月1日をめどに、同業の国内2位、アルフレッサホールディングス(東京都)の完全子会社になることで同社と基本合意した。
- 5.17 県が06年度に実施した調査によると、米軍基地の返還予定地の跡地整備における建築・土木費などの生産誘発額は約1兆7,000億円になり、約1,300億円の税収が見込まれると試算した。
- 5.18 県内地銀三行の07年3月期決算は、合計の最終利益は単体で133億4,800万円と過去最高となり、不良債権比率は合計で4.05%と全国の地方銀行並みの水準となった。
- 5.22 沖縄都市モノレール(那覇市)の07年3月期決算は、売上高は前期比3%増の24億9,200万円と過去最高となったが、当期純損失は16億5,000万円と多大な初期設備投資資産の減価償却費により赤字決算となった。
- 5.23 不動産開発事業のゼクス(東京都)は、バスターミナル地区の運営会社である那覇バスターミナルの全株式を取得した。ターミナル機能を有した複合商業施設を建設する計画。
- 5.24 県内信販大手のオックス(那覇市)は、九州最大の百貨店「岩田屋」のカード会社であるエージーカードと業務提携したと発表した。
- 5.25 日本トランスオーシャン航空(JTA、那覇市)は、市ノ澤武士社長が退任し、後任に大森徹専務が昇格する人事を内定したと発表した。
- 5.1 外国企業による日本企業買収の新たな手法となる三角合併が解禁された。今後、外資による合併・買収(M&A)攻勢の増加が予想される。
- 5.2 日本航空の07年3月期の連結決算は、純損益で162億円の損失を計上し、2期連続の赤字となった。
- 5.2 ふくおかフィナンシャルグループと九州親和ホールディングスは、経営統合で合意した。親和銀行は今後、ふくおかFGの下で経営再建を進める。
- 5.9 トヨタ自動車の07年3月期連結決算の売上高は、23兆9,480億円と過去最高を更新し、営業利益は前期比19.2%増の2兆2,386億円で、日本企業として初の2兆円台を計上した。
- 5.14 財務省が発表した06年の国際収支速報によると、経常収支の黒字額は、前年度比11.1%増の21兆2,531億円と5年連続で増加し、過去最高となった。
- 5.15 自動車大手の独ダイムラークライスラーは、業績不振に陥っている北米クライスラー部門を米投資ファンドのサーベラス・キャピタル・マネジメントに約9,000億円で売却することで合意したと発表した。
- 5.17 内閣府が発表した1-3月期の国内総生産(GDP、季節調整値)の速報値は、実質で前期比0.6%増、年率換算で2.4%増と、9・四半期連続のプラス成長となった。
- 5.29 国立社会保障・人口問題研究所が発表した将来推計人口は、35年には1億1,068万人となり、全都道府県で減少すると予測した。
- 5.30 厚生労働省が発表した06年の国民生活基礎調査によると、05年の1世帯あたりの平均所得額は563万8,000円と前年比2.9%減となった。

りゅうぎん

What a nice plan!



Point 1



引き出し自由!

6ヵ月たてばお引き出し自由自在。一部お引き出しも可能です。

Point 2



6ヵ月複利!

預入日によって半年複利で利息計算するので利回りがアップします。

満期自由型定期預金

特別優遇金利 New ナイスプラン

ご好評に応え 平成19年6月29日(金)まで延長

※募集金額に達し次第、お取り扱いは終了します。

300万円
お預け入れ
の場合

※表日に解約した
場合の受取金額の
事例です。



	6ヵ月	1年	2年	3年	4年	5年
受取金額 → (お引き出し)	3,249円	7,226円	26,544円	50,888円	82,880円	148,114円
受取金額 → (お引き出し)	4,061円	9,031円	33,180円	63,609円	103,598円	185,142円

- お申込対象 / 個人に限定
- お申込形態 / 証書式、通帳式(貯金口振可)
- 預入期間 / 最長5年(預入期間経過後はお引き出し自由です)
- 償還期間 / 6ヵ月
- 全額優遇金利 / 300万円未満と300万円以上の2段階
- 利息計算方法 / 付利率は1円です。1円を365日とした日割計算で、6ヵ月ごとの複利の方法で計算させていただきます。お預け入れ日から満期日の前日までの日数について、約定(適用)利率によって計算します。利率には2%の控除がかかります。(※控除率) 償還期間経過後は、1万円以上、1円単位で可払
- 一部解約 / 5年毎の自動繰上、元金繰上、元利息繰上から選択
- 自動繰上 / 5年毎の自動繰上、元金繰上、元利息繰上から選択
- 総合口座の貸付利率 / 5年利率+0.5%
- 請求金額 / 600億円

- 残入期間別適用金利 / 預入日に定められた次の金利のうち、実際に預け入れた期間に該当する金利を適用します。
10ヵ月以上1年未満 / 1年以上2年未満 / 2年以上3年未満 / 3年以上4年未満 / 4年以上5年未満 / 5年
- ※償還期間経過後に解約する場合は、当初預入時の普通預金金利を適用します

【適用金利】 (1)の金利は複利

	①6ヵ月	②1年	③2年	④3年	⑤4年	⑥5年
300万円以上	0.27% (0.216%)	0.30% (0.24%)	0.55% (0.44%)	0.70% (0.56%)	0.85% (0.68%)	1.20% (0.96%)
300万円未満	0.27% (0.216%)	0.30% (0.24%)	0.50% (0.40%)	0.65% (0.52%)	0.85% (0.68%)	1.15% (0.92%)

詳しくはお近くの窓口かフリーダイヤルへ
0120-19-8689

受付時間:月～金曜日9:00～17:00(銀行休業日を除きます)



http://www.ryugin.co.jp/

(平成19年4月2日現在)

Economic Indicators vo.1

沖縄県内の主要経済指標(その1)

暦年	百貨店 売上高	スーパー 売上高 (既存店)	スーパー 売上高 (全店)	電気製品 卸売額	新車販売 台数	泡盛 出荷量	公共工事請負額		建築着工床面積	
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	百万円	前年比	千平米	前年比
2004	▲4.4	▲3.9	1.3	0.7	4.1	12.9	281,802	▲14.6	2,005.4	▲2.8
2005	▲1.4	▲1.5	1.9	3.8	8.0	▲4.0	270,471	▲4.0	1,952.7	▲2.6
2006	0.0	▲0.6	1.8	5.3	5.0	▲2.0	242,038	▲10.5	2,383.5	22.1
2006 3	2.6	▲0.4	2.0	18.5	7.3	▲3.6	27,127	▲3.4	168.0	8.2
4	1.1	▲0.5	1.8	18.0	▲0.9	▲7.4	17,180	▲14.2	265.2	108.9
5	▲2.0	▲2.0	1.2	17.4	4.1	▲0.6	9,513	6.8	190.5	1.6
6	0.6	1.2	4.3	6.3	▲2.6	▲6.5	13,640	▲50.9	180.3	13.2
7	7.4	1.6	3.3	7.8	21.7	0.1	13,916	▲52.4	214.4	23.8
8	▲9.9	▲3.6	▲1.6	▲0.5	▲7.6	▲6.0	19,206	▲24.7	187.0	32.1
9	2.1	0.5	2.7	11.7	▲3.7	▲10.4	39,466	17.8	207.3	11.1
10	0.4	▲1.1	2.0	▲18.5	▲4.3	0.1	28,081	▲6.6	238.3	15.6
11	1.4	▲0.4	2.4	▲6.0	▲2.5	4.9	20,022	4.3	190.1	11.5
12	▲4.7	▲1.1	1.2	4.8	14.1	2.1	19,630	7.8	245.4	99.2
2007 1	1.1	▲0.4	1.8	14.1	▲1.9	▲12.5	12,376	▲22.0	190.1	54.0
2	2.5	1.4	3.4	8.4	▲2.9	▲2.7	11,548	▲37.2	141.9	▲18.3
3	2.4	0.5	3.2	▲15.2	▲11.5	▲6.5	58,189	114.5	113.4	▲32.5
4	▲4.8	▲0.2	2.7	▲4.7	▲8.8	-	7,964	▲53.6	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ				自販協	酒造連	西日本建設業保証 沖縄支店		国土交通省	

注) 新車販売台数の出所は沖縄県自動車販売協会、泡盛出荷量は沖縄県酒造組合連合会。

注) スーパー売上高は2005年1月より調査先を4社から5社とした。

注) 電気製品卸売販売額は2005年1月より調査先を6社から10社とした。

暦年	新設住宅着工戸数		建設 受注額	セメント 出荷数量	生コン 出荷数量	鋼材 売上高	建材 売上高	入域観光客数		観光施設 入場者数
	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	千人	前年比	前年比
2004	13,502	▲2.7	▲6.9	▲0.5	1.0	30.6	▲0.7	5,153.2	1.3	▲7.5
2005	14,503	7.4	▲8.3	▲4.4	▲3.9	3.0	▲2.6	5,500.1	6.7	0.8
2006	16,266	12.2	6.8	▲5.0	2.2	▲1.3	4.7	5,636.9	2.5	7.2
2006 3	1,128	0.2	66.8	▲4.5	0.2	6.8	6.2	538.9	6.4	11.8
4	1,644	50.3	0.2	▲7.6	▲1.4	▲7.6	1.8	453.4	1.5	9.0
5	1,218	▲3.1	15.1	12.3	16.7	▲11.8	7.4	417.9	0.8	7.9
6	1,286	2.8	▲32.4	1.7	8.8	▲6.6	10.9	404.3	▲3.0	3.5
7	1,744	21.6	▲38.1	▲6.2	2.0	▲5.5	13.3	460.4	▲3.8	▲0.7
8	1,719	36.8	19.7	▲3.8	3.8	▲2.2	16.5	569.2	1.0	0.3
9	1,473	14.3	30.1	▲9.0	▲5.7	4.1	13.7	490.4	▲0.2	3.1
10	1,724	38.3	19.2	▲7.9	3.7	13.1	10.7	519.9	8.3	13.4
11	958	▲20.6	41.4	▲5.7	▲1.8	▲5.7	▲9.2	474.5	6.1	8.7
12	1,214	23.6	▲2.3	▲2.8	▲3.9	▲2.6	▲2.2	455.1	3.2	10.0
2007 1	1,350	60.7	216.1	11.5	17.2	14.7	16.0	435.8	4.4	7.7
2	1,014	▲23.1	79.1	15.5	7.8	12.9	11.6	465.6	6.9	14.4
3	889	▲21.2	17.4	7.9	13.4	21.1	11.8	557.7	3.5	1.2
4	-	-	▲21.9	▲1.1	▲2.4	11.0	▲7.3	475.3	4.8	6.8
出所	国土交通省		りゅうぎん総合研究所調べ				沖縄県観光商工部 観光企画課		りゅうぎん 総合研究所	

注) 生コンは06年4月より調査先数を変更した(生コン協同組合の減少による)。

Economic Indicators vo.2

沖縄県内の主要経済指標(その2)

暦年	ホテル稼働率 (実数)		ホテル売上高 (前年比)		ゴルフ場 入場者数 前年比	広告収入 前年比	鉱工業生産指数 (季調値)		電力使用量	
	市内	リゾート	市内	リゾート			2000年=100	前年比	百万KW	前年比
2004	77.0	74.5	▲0.7	▲0.2	▲5.3	▲0.7	91.7	▲3.0	3,414	▲18.0
2005	79.3	78.3	2.9	3.2	▲5.9	0.3	87.0	▲5.1	3,283	▲3.8
2006	78.9	78.6	▲2.7	3.4	▲5.8	▲2.0	-	-	3,316	1.0
2006 3	88.3	85.6	3.2	6.2	▲5.2	▲0.5	75.5	▲3.7	201	1.2
4	76.7	79.1	▲6.4	0.4	▲10.2	▲4.2	83.8	▲6.1	226	3.7
5	69.6	73.8	4.7	3.6	▲11.3	0.9	85.3	6.9	234	▲1.5
6	69.9	76.0	▲7.4	1.4	▲9.2	0.5	84.0	▲5.8	291	5.4
7	67.4	85.1	▲6.6	2.7	▲12.8	▲1.0	87.4	▲2.5	330	3.1
8	82.8	91.9	▲4.9	4.1	1.6	▲2.1	82.0	▲9.0	363	▲0.5
9	72.3	84.6	▲7.1	5.1	3.1	▲6.6	90.2	▲2.3	360	1.5
10	84.5	86.4	▲2.3	6.1	▲1.2	0.7	86.1	▲2.1	322	▲3.9
11	85.1	71.7	1.4	▲1.2	▲5.0	▲3.9	87.5	▲1.3	300	▲0.3
12	73.7	62.8	▲6.0	▲1.4	▲2.9	▲5.5	87.5	▲3.8	252	3.6
2007 1	78.6	70.8	2.4	▲0.7	▲3.5	0.4	91.6	3.3	237	6.5
2	91.5	85.4	4.2	4.1	2.6	▲3.8	88.7	1.9	219	2.4
3	85.9	86.5	▲2.2	3.6	▲1.6	▲4.0	-	-	207	2.7
4	72.9	78.5	▲1.1	5.7	2.3	-	-	-	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ					県企画部統計課			電気事業連合会	

注) ゴルフ場は、2006年10月より調査先を9ゴルフ場から8ゴルフ場とした。

注) ホテルは、2007年2月より調査先を18ホテルから19ホテルとした。

注) 鉱工業生産指数の暦年値、前年比は原指数の増減率。

暦年	企業倒産件数 件	負債総額		消費者 物価指数 前年比	失業率 (末季調値) %	就業者数 前年比	有効求人 倍率 (季調値) 倍	新規 求人数 (県内) 前年比	通関輸出 百万円	通関輸入 百万円
		百万円	前年比							
2004	83	34,176	▲37.2	0.1	7.6	2.2	0.40	14.8	74,694	185,777
2005	80	57,269	67.6	▲0.3	7.9	0.5	0.43	10.6	74,608	210,046
2006	83	48,250	▲15.7	0.0	7.7	▲0.2	0.46	5.6	111,241	240,970
2006 3	3	1,700	88.9	▲0.7	8.2	▲0.7	0.45	7.4	11,409	21,846
4	4	1,146	503.2	▲0.5	7.7	0.3	0.44	▲7.0	6,940	26,941
5	6	2,120	▲88.0	▲0.3	7.8	▲0.5	0.45	4.2	10,273	30,773
6	8	2,014	93.6	0.2	8.1	1.7	0.47	15.1	14,966	18,184
7	11	3,920	374.0	0.0	8.0	0.8	0.50	19.1	9,032	14,625
8	13	3,590	101.8	0.7	7.8	1.0	0.50	10.2	7,532	29,089
9	8	1,450	▲94.2	0.5	7.8	2.2	0.49	12.6	7,023	15,399
10	9	2,573	138.2	0.5	7.4	0.5	0.47	▲2.1	12,207	19,101
11	3	305	▲86.4	0.4	7.1	▲0.3	0.43	▲18.8	10,047	18,228
12	7	25,580	10,558.3	0.3	7.2	▲1.7	0.43	1.4	5,284	13,369
2007 1	7	735	162.5	0.0	7.6	▲4.0	0.37	▲17.7	4,105	16,788
2	4	300	▲91.6	0.1	7.6	▲2.1	0.40	▲8.6	2,471	18,603
3	4	353	▲79.2	▲0.1	7.5	▲2.6	0.43	▲2.7	2,717	18,234
4	7	1,561	36.2	0.0	8.0	▲3.7	0.43	▲10.4	-	-
出所	東京商工リサーチ沖縄支店		県企画部統計課			沖縄労働局		沖縄地区税関		

注) 有効求人倍率は、2005年12月以前は新季節調整値により改訂された。

注) 消費者物価指数は、2006年7月より2005年=100に改定された。

Financial Statistics

沖縄県内の金融統計

年度	銀行券 発行額	銀行券 還収額	銀行券 増減 (▲還収 超)	貸出金利 (地銀3行)	手形交換高(金額は億円)				不渡実数 (金額)	不渡 発生率
	億円	億円	億円	月末%	千枚	前年比	金額	前年比	百万円	%
2004FY	4,178	5,265	▲1,087	2.644	548	▲11.7	8,574	▲8.2	2,066	0.241
2005FY	3,384	4,630	▲1,309	2.634	471	▲13.9	7,998	▲6.7	1,583	0.198
2006FY	3,472	4,827	▲1,128	2.637	432	▲8.3	7,655	▲4.3	2,850	0.372
2006 3	255	389	▲133	2.544	39	▲16.1	741	▲14.5	58	0.078
4	314	308	▲6	2.527	34	▲14.1	583	▲14.4	343	0.588
5	239	530	▲311	2.582	42	▲11.8	839	0.7	295	0.352
6	299	357	▲58	2.572	38	▲14.2	747	▲1.1	204	0.273
7	307	357	▲49	2.568	37	3.9	656	4.5	394	0.600
8	243	445	▲201	2.561	37	▲14.3	641	▲14.3	333	0.519
9	211	406	▲195	2.533	32	▲16.5	569	▲14.3	425	0.747
10	284	395	▲81	2.619	39	5.6	643	8.2	293	0.456
11	253	378	▲125	2.614	36	▲4.7	585	3.7	177	0.302
12	603	218	385	2.637	35	▲8.0	608	▲7.7	172	0.282
2007 1	124	655	▲531	2.629	36	▲0.1	588	▲1.4	99	0.169
2	288	364	▲75	2.590	34	▲4.1	562	1.6	73	0.130
3	307	414	107	2.523	34	▲12.8	634	▲14.4	43	0.068
4	-	-	-	-	34	1.1	609	4.5	156	0.256
出所	日本銀行那覇支店				那覇手形交換所					

注) 不渡発生率は、不渡実数(金額)÷手形交換高(金額)×100

年度	地銀3行預金量 (信託勘定含む未残)		郵便貯金 (未残)		地銀3行融資量 (信託勘定含む未残)		沖縄振興開発 金融公庫融資量 (未残)		沖縄県信用保証協 会債務残高	
	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比
2004FY	30,723	2.8	9,244	▲5.2	24,414	0.6	14,154	▲5.9	1,420	▲7.4
2005FY	30,548	▲0.6	8,559	▲7.4	23,921	▲2.0	13,067	▲7.7	1,313	▲7.5
2006FY	31,604	3.5	-	-	25,123	5.0	12,393	▲5.2	1,273	▲3.0
2006 3	30,548	▲0.6	-	-	23,921	▲2.0	13,067	▲7.7	1,313	▲7.5
4	30,623	0.3	-	-	22,910	▲2.2	12,978	▲7.7	1,287	▲7.4
5	30,215	▲0.2	-	-	22,754	▲1.5	12,978	▲7.3	1,239	▲8.1
6	30,853	0.1	-	-	22,977	0.0	12,778	▲8.7	1,220	▲8.0
7	30,055	▲0.3	-	-	22,962	0.0	12,678	▲8.6	1,227	▲8.1
8	30,044	0.1	-	-	23,042	▲0.2	12,606	▲8.5	1,241	▲5.7
9	30,646	1.0	-	-	23,712	▲0.9	12,584	▲7.7	1,245	▲5.6
10	29,816	0.6	-	-	23,316	▲0.6	12,527	▲7.0	1,245	▲5.4
11	30,252	0.6	-	-	23,373	▲0.4	12,454	▲7.6	1,236	▲5.2
12	30,310	0.7	-	-	23,658	▲1.0	12,363	▲7.6	1,254	▲3.8
2007 1	29,932	1.6	-	-	23,633	▲0.5	12,290	▲6.8	1,241	▲4.6
2	30,144	1.5	-	-	24,074	0.4	12,252	▲7.1	1,239	▲4.0
3	31,604	3.5	-	-	25,123	5.0	12,393	▲5.2	1,273	▲3.0
4	31,320	2.3	-	-	24,381	6.4	-	-	-	-
出所	琉球銀行		総務省		琉球銀行		沖縄振興開発金融 公庫		沖縄県信用保証協会	

とくとく
サービス!!



りゅうぎんポイントサービス

お取引に応じてサービスいろいろ!

とくとく特典

特典
1

ATM時間外
手数料が **無料**

特典
2

ATM・インターネット
振込手数料割引

特典
3

通帳・証書・キャッシュカードの
再発行手数料が無料

特典
4

各種個人向けローンの
金利優遇 (0.5%~1%優遇)
※対象ローンはポイントサービスのチラシ
にてご確認ください。

特典
5

トラベラズチェック
発行手数料を5割引
※最低手数料500円はかかります。

特典
6

海外送金の手数料を
100円割引

お問い合わせは 琉球銀行 営業統括部

ハローバンク



0120-19-8689まで

受付時間: 月~金9:00~17:00(銀行休業日を除きます)

<http://www.ryugin.co.jp>

平成19年4月2日現在

ポイントサービスのお申込みがまだの方は、店頭
のポイントサービス申込み用紙にご記入のうえ、
窓口または郵便にてお申込み下さい。



特集レポートバックナンバー

■平成17年

- 1月 (No.423) 沖縄県経済の2004年の回顧と2005年の展望
- 2月 (No.424) 沖縄県の主要経済指標
- 4月 (No.426) 建設業の現状と今後の展望に関するアンケート調査結果について
- 5月 (No.427) 沖縄県内における2005年プロ野球春季キャンプの経済効果
久米島における楽天キャンプの経済効果
およびマスコミによるPR効果について
- 6月 (No.428) 2004年度の沖縄県経済の動向
県内主要プロジェクトの概要
- 8月 (No.430) 県内建設業の構造改革について
- 9月 (No.431) 沖縄県の主要経済指標
- 11月 (No.433) 県内専修学校の動向
- 12月 (No.434) トピックス 昔の貨幣は、現在どのくらいの価値になっているのか

■平成18年

- 1月 (No.435) 沖縄県経済の2005年の回顧と2006年の展望
- 2月 (No.436) 沖縄県の主要経済指標
- 3月 (No.437) 法改正により厳しい経営環境に直面する
県内介護施設事業者
トピックス 最近の沖縄県の人口動態と
住宅着工の動向
- 4月 (No.438) 沖縄県内における2006年プロ野球春季
キャンプの経済効果

- 5月 (No.439) 泡盛業界の現状と課題展望
2005年度の沖縄県経済の動向
- 8月 (No.442) 寄稿 地方経済の新たな胎動
沖縄の経済統計に思うこと
特集 ガソリンスタンド(サービスステーション)の動向
- 9月 (No.443) トピックス ファミリービジネスとFBN
寄稿 最近の景気回復と地域経済
特集 沖縄県の主要経済指標
- 10月 (No.444) 経営トップに聞く 株式会社沖縄ハヤリース
- 11月 (No.445) 経営トップに聞く 株式会社フロンティアオキナワ21
トピックス FBNサミット視察ツアー参加報告
寄稿 沖縄観光の現状と課題
- 12月 (No.446) 経営トップに聞く 株式会社基土木
特集 第20回東京ビジネスサミット
寄稿 シリコンバレー成功の鍵~沖縄へのヒント~

■平成19年

- 1月 (No.447) 経営トップに聞く 特定非営利活動法人 NDA
寄稿 県内市町村の財政状況
特集 沖縄県経済の2006年の回顧と2007年の展望
- 2月 (No.448) 経営トップに聞く 株式会社まえさと
特集 りゅうぎんビジネススクラップトップセミナー
特集 沖縄県の主要経済指標
- 3月 (No.449) 経営トップに聞く セコム琉球株式会社
寄稿 多様化する韓国人の九州観光
- 4月 (No.450) 経営トップに聞く 平安座総合開発株式会社
寄稿 団塊世代の退職と沖縄への影響
- 5月 (No.451) 経営トップに聞く オキコ株式会社
寄稿 脱コモディティ化のマーケティング戦略
An Entrepreneur 共立創研株式会社

総合的なITサービスを提供いたします。

システムが変革すれば 経営が進化する。

コンピュータシステムの運用管理、開発
のお悩みをリウコムがすべて解
決します。

昭和48年に琉球銀行の金融システム部門の支援とコンピュータを通して県内企業の経営効率化に寄与するため設立しました「リウコム」は創立33年を迎えました。33年間に蓄積された幅広い技術力とノウハウによる4名のITコーディネータを中心に多くの技術陣が皆様のシステムの悩みを心を込めて解決のお手伝いをします。



■技術者の資格取得状況

資格名称	人数		
ITコーディネータ	4	ORACLE Financial Silver	19
情報処理技術者1種	6	ORACLE MASTER Linux Plus	2
情報処理技術者2種	44	ORACLE MASTER Silver	18
基本情報処理技術者	5	シスコシステム CCNA	9
初級システムアドミニストレータ	16	Turbo Linux (Turbo-CE)	1
ORACLE MASTER Platinum	6	銀行業務検定各種	44
ORACLE MASTER Gold	11	損害保険普通代理店資格	1
		プロジェクトマネジメントスペシャリスト	3



沖縄のIT総合サービス企業



本社 〒900-0015 那覇市久茂地 1丁目7番1号

琉球リース総合ビル11階

TEL:098(867)2584 FAX:098(867)2583

<http://www.ryucom.co.jp>



りゅうぎん調査

No.452

平成19年6月10日発行

発行所：株式会社りゅうぎん総合研究所

〒900-0025 那覇市壺川1丁目1番地9

りゅうぎん健保会館3階

TEL 835-4650 FAX 833-3732

印刷：沖縄高速印刷株式会社