

りゅうぎん調査

No.453
2007

7月



■ 経営トップに聞く
株式会社アサヒ

■ An Entrepreneur
有限会社ちゅら企画販売

RRI
No.012

■ 寄稿
小国マルタの躍進と
ガバナンスの可能性

■ 特集
りゅうぎんビジネスクラブ
トップセミナー

 琉球銀行

 りゅうぎん総合研究所



Okinawan Economic Review

2007.07 No.453

RRI No.012

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 株式会社アサヒ ————— 01

～「支えます夢あふれる社会」を企業コンセプトとして
「確かな組織力で、輝く明日の社会に貢献します」～
代表取締役社長 大田 貞則 常務取締役 上原 国治

An Entrepreneur 有限会社ちゅら企画販売 ——— 06

～「起業家訪問」ハンキエキス使用の新企画商品が主力～ 代表取締役 大城 牧子

寄稿 小国マルタの躍進とガバナンスの可能性 ——— 07

沖縄大学法経学部 教授 友利 廣

特集 りゅうぎんビジネスクラブトップセミナー ——— 18

～「国家の品格」武士道精神が世界を救う～
お茶の水女子大学理学部 教授 藤原 正彦

りゅうぎんビジネスクラブ ————— 24

セミナー開催の案内

「経営戦略の一つとしてのM & A活用法」
開催日時 平成19年7月26日(木)午後1時30分～3時30分
会場 沖縄ハーバービューホテル2階 彩海の間

沖縄県の景気動向(2007年5月) ————— 25

～建設関連は一部に一服感がみられたものの、観光関連は引き続き好調に推移、消費関連は底堅く推移していることから景気判断を「緩やかに回復している」とした～

経営情報 ————— 39

税務:非上場種類株式の相続税評価額と事業承継対策

～同族株主が平成19年1月1日以降相続等により取得した
非上場種類株式の評価の取扱いが明確化～
提供 太陽ASGグループ ASG税理士法人

学びバンク ————— 41

- ・プロ野球キャンプ ～今年は過去最高を記録～
りゅうぎん総合研究所上席研究員 伊佐 昭彦
- ・ニューツーリズム ～NPOの参入も可能に～
琉球銀行壺屋支店長 照屋 孝(現 りゅうぎん保証(株)常務取締役)
- ・嘉手納ロータリー再開発 ～大きな波及効果に期待～
琉球銀行嘉手納支店長 伊佐 忠次(現 コザ十字路支店長)
- ・金融政策決定会合 ～影響大きく注目集まる～
琉球銀行牧港支店長 東嵩西 直人(現 嘉手納支店長)

経済日誌 2007年6月 ————— 43

県内の主要経済指標 ————— 44

県内の金融統計 ————— 46

経営トップに聞く

第10回 株式会社アサヒ

「支えます夢あふれる社会」を
企業コンセプトとして「確かな組織力で、
輝く明日の社会に貢献します」

当社は1962年(昭和37年)11月に個人企業として創業、1970年(昭和45年)4月に法人化した後、事業の多角化に併せて、またCI導入により、社名を現在の株式会社アサヒに変更している。当社は本土大手各メーカーの代理店(特約店)として、県内建設関連業界へ電気設備機材及び建築設備機材の提供を通じて業界の発展と向上に努めており、沖縄県内トップクラスの電設資材卸売業者であるとともに、九州地区でも上位にランクされる企業でもある。

那覇市泊の本社に大田貞則社長と上原国治常務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

御社の創業及び設立経緯について お教え下さい。

当社は1962年(昭和37年)11月に現社屋の一面約15坪の敷地にて現会長の金城貞夫氏が、戦後の荒廃期に県内のニーズをいち早くとらえて従業員含めて4名で朝日商事の名称の個人企業として創業したのが始まりです。

当時の沖縄は戦後の荒廃期を経て経済的にも活気が出て来て区画整理、電気水道のインフラ整備も終え、復興に向けて民間住宅の建設景気が急速な高まりを見せはじめていた頃です。資材も電気工事の最も基本的な材料である電線やパイプが主で照明は一部屋に一灯の時代でした。

創業2年後には本土大手メーカーとの特約店契約を結びましたが、当時は本土復帰前でもあり、本土との取引はLC(Letter of Credit:信用状)を要する貿易取引でした。現在は住宅設備、電気家具も扱っていますが、創業当初は専ら電線・配管

会社概要

商号：株式会社アサヒ
本社：沖縄県那覇市泊2丁目1番地11
設立年月日：1962年(昭和37年)11月
資本金：49百万円
役員：代表取締役会長 金城 貞夫
代表取締役社長 大田 貞則
代表取締役副社長 福重 勉
常務取締役 室 龍海
常務取締役 上原 国治
取締役 武加竹幸夫
監査役 比嘉 繁
売上高：55億27百万円
従業員：61名
事業所数：本社以外に4営業所
事業内容：電設資材・空調・建築設備機材卸販売、
管工事設計施工

材料といった電設資材のみの取扱いでした。

創業7年後の1969年(昭和44年)には3階建ての新社屋を落成、2階には照明器具の展示場も



左から大田貞則社長、上原国治常務

開設、翌1970年(昭和45年)には本土復帰を控え、取扱商品の拡大を図るべく、朝日電材株式会社へと法人組織に改組したほか、復帰の年には特約店よりも有利な条件となる代理店契約を締結しました。その後、社屋増築、資本金の増額、中部(現うるま市)、北部(名護)含めて県内に4つの営業所を開設する一方、宮古・八重山地区には地元会社との合併会社を設立し、県内全域を網羅する体制とし、順調に事業拡大を図ってまいりました。

現社名の株式会社アサヒに改称したのは、1992年(平成4年)11月ですが、多角化により電設資材だけの取扱いでなく、空調・建設資材等取扱い品目の拡大に伴い、社名が事業内容にそぐわなくなったこと、当時CI(Corporate Identity)の導入時期とも重なったことからカタカナの現社名に変更したものです。

創業者である金城社長の後、2代目は現監査役の比嘉繁氏です。私(大田社長)は、3代目社長となりますが、社長就任は2001年(平成13年)5月で、今年で4期7年になります。当社へは24歳の頃本土から帰ってきて入社しましたので丁度35年目になりました。私は、いわゆるプロパー社員初の代表者ということになりましょうか。

建築関連業界が厳しい状況の中、毎年安定的な売上高を確保し、九州地区でも上位の売上高を維持しているようですが、…。

初代及び2代目社長の段階で、経営基盤を磐石なものにしてくれたこともあって、私の代になってからは、最低限度として現状水準の維持に努める一方で、可能な限り拡大を目指して鋭意取り組んでおります。ただ、さすがに公共工事の減少の影響が大きく、横ばい水準の維持にとどまっております。

ご承知のように、今後も公共工事の増加は望めないのが、公共工事の縮小分を民間需要で如何にかカバーするかに注力していきたいと考えています。私は基本的に需要は先方からやってくるものではなく、自ら作り出していくものだと考えており、「時代が求める需要創造」をすべく、そのような営業努力を重ねるよう職員にも常々指導しております。

御社の各事業シェアはどのようになっていますか。

電気設備機材が9割と大半を占めており、建材その他で1割という状況です。多角化したとは言え、代理店契約を結んでいる本土大手メーカーの取扱品目との関係もあって電気設備機材を中心とした事業展開を継続しております。

県内他社または本土企業との競合状況は如何でしょうか。

ここ2~3年は本土業者との競合が厳しくなっています。県内でも本土ゼネコンによるマンション建設が増えてきていますが、大手ゼネコンの場合、マンションの電気設備、住宅設備については提携している資材卸売り業者と一緒に県内市場



アサヒ事業方針発表会

に入ってきていますので、地元業者がなかなか参入できない事情があります。この傾向は今後も続くと思われまますので、地元電設資材業者も頑張らねばならないと思います。

因みに県内シェアはどの程度ですか？

当社の県内でのシェアは34～35%程度でしょうか。業界の電設資材卸売業組合というのがあり、私(大田社長)が副理事を務めておりますが、業者も乱立気味であり、加盟業者で14業者、非加盟業者を含めるとその倍ぐらいの数になるうかと思われまます。

当社は県内トップクラスのシェアを維持しているとは言え、県内・県外と競合相手は多数存在します。組織の強化を図るとともに「顧客満足度の向上」、「生産性の向上」、「人材の育成」、「リスク管理体制の強化」を経営の重点施策として取り組み、シェア維持・拡大に取組んでいるところです。

金城会長が平成12年に勲5等瑞宝章を受章されていますね？

長年、業界全体の発展向上を視野にいたした功績が認められたもので、当社の誇りの一つでもあります。

平成16年にISO9001:2000を取得されましたね。

ISO9001は品質マネジメントシステムの国際規格であり、これまではISOの取得は建設業者が主体ですから電設資材の卸売業者としての取得は珍しいと思われまますね。

導入の経緯は、仕事の平準化を末端まで図ることにより品質の維持を確保することにあり、何よりも顧客満足度を高める狙いがありました。

事業方針の発表会を毎年開催されているようですが、状況をお教え下さい。

年度始めに社員含めて、各メーカーさん、取引金融機関の支店長等を招いて開催しております。過年度の業績の報告を行うほか、新年度の方針並びに計画、抱負等をお知らせし、これまでのご支援に感謝申し上げますと共に、新年度もさらなるご支援・ご協力を賜りたいとの趣旨で平成4年頃から開催しております。

人材育成の面では、どのような取り組みをなされているのでしょうか。

ISOに関連して課題検討会を設置しており、その中で、ISOの取り組み状況のフォロー等を行っているほか、商品の勉強会により社員の知識向上にも配慮しています。平成6年頃から職能資格制度を導入しておりますが、その中で通信教育は必須項目として人事考課の対象にしています。やはり顧客に満足したサービスを提供するには、きちんとした商品知識、技能が必要ですから社員の昇格もこれらを満たした者を公正に登用できる体制にしたいと思われまます。

特に技能という面では、私(大田社長)も含めて、電気工事士の資格取得者が現在20数名おり、これらも会社負担で取得をバックアップし、資質向上を促しているところです。

アサヒフェアの開催を隔年で実施されているようですが？

今年も8月3日～4日にかけて宜野湾市立体育館で開催する予定であり、今まさにその準備の真最中にあります。毎回4～5千人の集客があり、盛況なものとなっています。



本社執務室風景

沖縄県は離島県でもあることから、電気工事業者の技術力は高いにも拘わらず、いい工具・商品等がなかなか入ってこないため、本土に比べて劣勢な状況にあります。

当社は現在本土大手メーカー約30数社の代理店となっていることもあって、新製品の工具類の紹介はもちろん、家電にいたるまでフェアで紹介し、業者並びに一般顧客の施工能力向上や利便性向上への貢献を図っています。特に昨今は環境、防犯面で盛んに話題に上ることも多いことから、省エネ商品や防犯・セキュリティー用品等幅広く紹介しているほか、県内業者の省力化、工期短縮化に繋がるような工具器具類の紹介も合わせて行う等、每期開催の都度、時宜を得た商品紹介に努めているつもりです。アサヒフェアは1985年の第1回から通算11回を数え、今後とも継続して開催し社会還元してまいりたいと考えています。



広報誌として2ヶ月に1回「アサヒだより」を発行されていますね。

「アサヒだより」は期初の事業方針発表会の概要を社員に再周知させるほか、業界の動向やメーカー紹介や得意先様の

インタビュー記事を掲載する等毎回工夫を凝らして作成しておりますが、新商品等の情報発信誌としての役目も果たしており、変革の激しい時代に迅速に対応するためにも継続して発行していきたいと思っています。

御社の経営理念等についてお聞かせください。

経営理念は、「電設資材を主体とした建築設備機材の販売を通じて業界の発展と向上に努め、適正な企業利益を得て、これを社員、株主、社会に還元することを使命とする。」としております。

この経営理念は昭和52年に明文化したもので次の5つの使命を掲げております。

- 一、得意先に対して、確かな商品をきめ細かいサービスをもって提供し、顧客の欲求を充たし得る会社である事
- 二、仕入先に対して、当社と取引することを誇り得る健全な会社である事
- 三、従業員の経済的、精神的欲求を充足し、社員の幸福を増進し得る会社である事
- 四、株主に対して、水準以上の配当をもって報いられる会社である事
- 五、事業の繁栄を通じて、国家社会に貢献できる会社である事

これらをもとに社員の行動指針を作り、現在まで引継いでおり、この経営理念、5つの使命を朝礼の場、会議の場等可能な限り唱和しそれらに基づいた事業活動を社員ともども心がけております。

企業の適正利益を社員へ還元することを理念の一つに入れている企業はあまりないと思いますが、これは社員を大事にすることが企業発展の要素のひとつとの考えに基づくもので、当社は社員に対しても手厚い処遇をしたいとの発想から、



アサヒフェア2005

福利厚生制度も充実させ、社員教育含め誇りを持って仕事に従事できるような体制づくりを心がけております。

また、周年行事の際には、10年、15年、25年勤続等、永年勤続表彰も行っております。

企業風土としても私(大田社長)自信プロパー社員からの社長就任なので、下からの声もよく聞こえるような体制作りに努めており、意思疎通がきちんと出来た風通しのよい会社を目指して日々取組んでいるところです。

社会貢献活動として どのようなことに取組んでおられますか。

昨年退任しましたが、金城会長が大宜味村の一心福祉会の理事を務めていたこともあって、周年事業の一環として沖縄県社会福祉振興基金、県人材育成財団等への寄付を行っております。創業25周年と、30、35周年にはそれぞれ寄付をおこないませんでした。40周年時には実施出来ませんでした。今年45周年にあたることから施設への寄付等を含めて社会貢献活動の実施を検討しているところです。

御社の課題あるいは 今後の戦略等についてお聞かせ下さい。

先ほども申し上げましたが、今年8月3日・4日の2日間、隔年開催しているアサヒフェアを実施いたしますが、今回の出展規模は、協賛メーカーを含めて70数社と過去最高となる予定です。

時代の流れの中で技術革新は進み、22年前の第1回目のテーマが「ニューメディアとのふれあい」で、コンピュータ、FAX、ポケットベルが最先端の機器でした。この間、絶えず電気設備機器は時代のニーズに応え、それら機器の向上に伴い資材、工具の開発も図られてきました。

今年「京都議定書」CO2削減のスタートの年になります。地球環境保全に対する省エネ製品、社会生活の上では高齢化社会に向けて、安全・安心・快適・便利な商品が多種多様に開発され進化してきました。このような新商品を一堂に集めてラインアップし、電気及び設備工事業者、施主、設計事務所の皆様方に時代を先取りする先進的な商品をご紹介しますという目的で開催するものです。

沖縄は全国から見れば遠隔地ですが、この離島県という不便の中、私どもが先進の商品を提供することで顧客の皆様にはいち早く本土との差異の無い機器、商材、工具を取り入れていただき、技術の進捗に寄与できたらと思っております。

今年のアサヒフェアのテーマは「安心・安全・快適な環境の提案」と現在クローズアップされている環境問題を意識したもので、それに対する最新の情報及び機器類の提案をさせていただきたいと考えています。DIYショップでは見ることの出来ないプロ仕様の電動工具の展示即売を行うほか、最新システムキッチンやユニットバスなど格安販売の「住設フェア」も同時開催する等、目玉商品も多数用意し、一般顧客の利便性向上にもより一層配慮していく方針です。

公共工事等の大型事業が年々減少していく中、当社に限らず、業界は依然として厳しい時代の真只中にあり、こうした環境下に対して漫然とした取り組みでは未来への展望は開けないものと認識しています。新しい発想で、常に自ら需要を作り出していく姿勢が何よりも大事だと考えており、確かな組織力で輝く明日の社会に貢献していき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



代表取締役 大城牧子氏

有限会社ちゅら企画販売

経営トピックス

1. 創業と同時にセンダンの葉エキスを抽出した「ヘルスセンダンゴールド(清涼飲料水)」発売
2. 平成18年4月(有)沖縄エコサイエンスとの提携による新企画商品「アルダーリフレッシュウォーター(消臭・抗菌剤)」発売開始
3. 平成19年5月県産業振興公社「沖縄ベンチャービジネスサポート事業」認可
4. 主婦の友社情報誌「健康7月号」にてハンノキエキスの特集記事の掲載を機に「アルダーリフレッシュウォーター」のほかハンノキエキス100%の「樹の雫」を同年6月より発売開始

①起業への道のり

独立の前にゴーヤー茶を扱う会社で約12年間お世話になり、資金繰りを含めた財務面、企画・宣伝等貴重な体験をさせていただきました。現在、前身の会社とは財務面含めて事業上の関係はありません。但し、同じやんばるの企業として商品アピール等いろいろと協力しあっています。

前社にいたる間、優れた技術者や開発者の方々とお会いする機会も多く、その中で沖縄、とくにやんばるにはセンダン、ハンノキ等本物となり得る可能性を秘めた植物や原材料となるものが豊富にあることを痛感しました。そこで、これらをなんとか商品化し、全国ひいては世界に広めていけないも

事業概要

- 会社名:ちゅら企画販売
- 電話:0980-53-7758
- ファクシール:0120-147-192
- 所在地:沖縄県名護市字屋部421
- 設立:平成18年2月
- 従業員:4名 ○資本金:3百万円

のかと考え、これまでの経験を生かしてそれを自分でやってみようとの想いから独立・起業いたしました。

特に沖縄の企業は技術力や開発力等は優れていてもネーミング等商品企画及びPRといった社会に広める力が弱い面が多々ありそれを当社が担う、いわゆる業務分担的な事業展開ができればと考えており、それが当社の役割だと思っております。

②起業時の苦労等

今でもまだ大変な状況ではありますが、起業当初は「ちゅら企画販売」という会社名も認知されてないことに加え、肝心の商品が全く知られてなかったことから、売上をあげるのに必死で、資金面では苦労しました。とにかく商品のPRを如何に効率よく広範囲に出来るかに腐心しました。全国的な雑誌・情報誌に特集記事を組んでもらうのも簡単ではなく、東京にそれこそ何度も足を運び、プレスリリースをセッティングし大勢の記者に商品性の良さをアピールする等可能な限りPRに力をいれました。

③セールスアピール

主婦の友社情報誌「健康」で取り上げていただいた「アルダー(ハンノキ)リフレッシュウォーター」と同じくハンノキエキスの「樹の雫」がまず一番のヒット商品といえます。基本的に当社の販売形態はネットでの通信販売と電話等ダイレクト販売が中心ですが、「アルダーリフレッシュウォーター」は昨年1年間で1万本の売上を計上で

きました。「樹の雫」はまだ発売して2週間程度ですが、主婦の友社の情報誌の効果もあって、既に2千本を売上げるほど好評な商品となっています。というのも「アルダーリフレッシュウォーター」や「樹の雫」といったハンノキエキスを使用した商品でアトピーや湿疹が治った事例を紹介させてもらっているほか、琉球大学の先生方の安全性を保証するコメント等も掲載されており、病院でも治らなかった肌のトラブルに効果があるというのはまさに画期的商品だといえるのではないのでしょうか。「アルダーリフレッシュウォーター」は元々消臭・抗菌剤として売出しましたが、消費者の体験談から肌のトラブルにも効くことも証明され、急遽「樹の雫」の商品開発・発売に至った経緯があります。

おかげさまで平成19年5月には沖縄県産業振興公社の「ベンチャービジネスサポート事業」として認めてもらうことが出来ました。この認定により1年間事業のサポート、効果の検証や臨床試験等のデータ収集が可能となったほか、これらの作業資金や事業化資金の協力も得られることになりました。

やんばるにはセンダンやハンノキ以外にもそれこそブランド化できる可能性の高いものがたくさんありますので、私としては、農業生産法人や販売会社等々北部を重点にした一つのネットワークを作り、北部振興予算等も活用してやんばるの発展に寄与できたらと考えています。

これからもよろしく願いいたします。

レポート 具志堅企画部主席研究員



小国マルタの躍進とガバナンスの可能性



筑波大学大学院経営・政策科学研究科
(経済学修士) 沖縄経済学会理事
専門: 開発経済論、比較島嶼論

沖縄大学法経学部
教授 友利 廣

はじめに

2003年度の沖縄大学学外研究制度を活用してハワイの東西センター、カナダのプリンス・エドワード島大学島嶼研究所、英国のロンドン大学連邦問題研究所、マルタ共和国のマルタ大学小国島嶼研究所に滞在し、“小国・島嶼の発展とガバナンスの関連性”に関して研究する機会を得た。本稿では、内発的発展を可能した小国マルタの社会的経済的資源の動員体制を含

む統治(以下、ガバナンスとする)の内容に触れながら、同国の語りかける発展の諸条件を論じたい。

ところで、マルタは、独立以来、長い年月をかけて築き上げてきた政府主導型の社会経済システム(本稿で紹介する内容)を市場経済志向型へと大きく舵を切る政策転換を断行し、2004年5月1日の拡大EUへの加盟を選択した。

拡大EU加盟は市場の統一化であり、市場内においては人的物的流通の障壁の撤廃を意味する。即ち、経過措置が設けられているとは言え、マ



写真は拡大EU加盟を控え、EUにおける小国ネットワークの役割と連携のあり方を模索するマルタ大統領(左側から二人目)とラトビア大統領(女性)。小国島嶼研究所のある建物で2月に開催された円卓会議の様子(筆者撮影)。

ルタ経済に多大の貢献をしてきたフリーポートの欧州における優位性が薄れる可能性があり、又、マルタ経済を牽引し、支えてきた基幹部門の公営事業の民営化は、英国、フランス、ドイツなどの経済大国との競争に晒されることを意味し、生き残りをかけて経済運営を行わなければならないという重圧がマルタ政府に突きつけられている。

1 マルタの素顔を点描する

本論に入る前に、小国ながらフェニキア人の

末裔として巧みな交渉力や指導力で、東西冷戦に終止符を打つことになる米ソ首脳会談(マルタサミット)をお膳立てしたり、又、国際海洋法のルール作りを主導するなど、多彩な能力を発揮するマルタの素顔を幾つかの手掛りを通して紹介する。

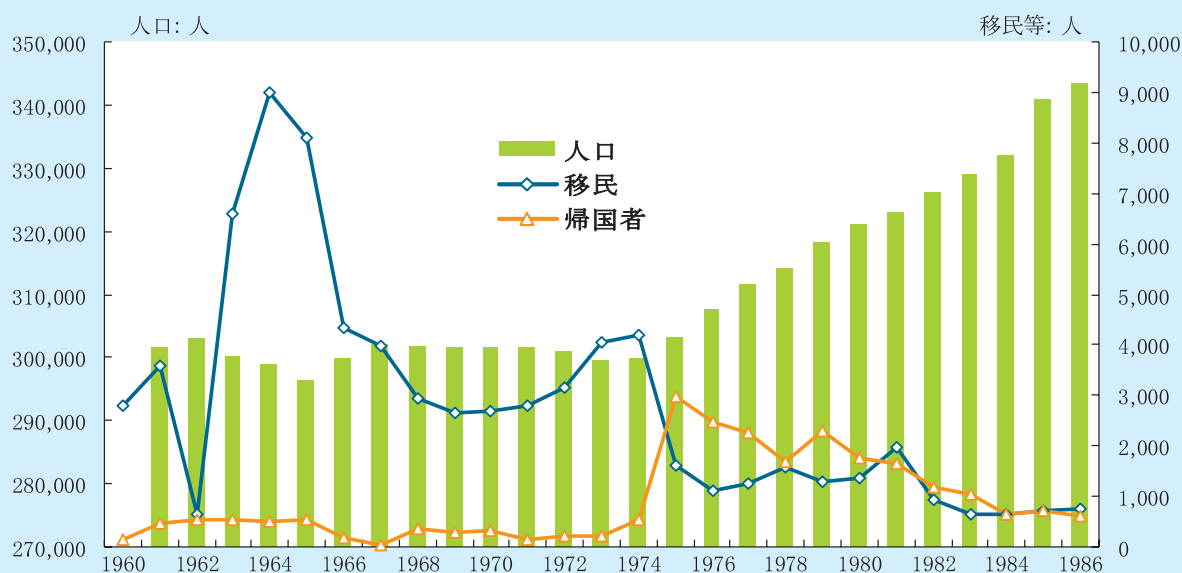
まず、マルタ共和国は南イタリアのシチリア島から南へ93 km、北アフリカのチュニジアから288 kmの北方に、更には、大西洋を繋ぐ西側のジブラルタル海峡から1826 km、東側のアレキサンドリアから1510 kmに浮かぶ地政学的に要衝の地にある島嶼国であり、マルタ島、ゴゾ島、コミノ島の3つの有人島と2つの無人島で構成される。総国土面積は316km²で西表島と与那国を合せた程度、人口規模約40万人の小国である。地中海性気候に属するマルタでは年間降雨量が約500mmと少なく、生活用水の多くを海水の淡水化により賄うと言う、世界で初めての試みが行われている国でもある。

移民輩出国マルタの事情

1814年以来英国の統治下に置かれてきたマルタは1964年に独立を果たすことになるが、後に触れるように、とりまとめた多くの調査報告書は、基地依存経済から脱却するための政策の必要性を訴える内容となっていた。内容は、製造業と観光業の振興を行い、産業の多角化を図ることの必要性を論じ、加えて、疲弊した当時の経済力を遥かに上回っていた過剰人口に対し、より効果的な対応策として移民を奨励すると言うものであった。

マルタ政府はこれらの政策提言を踏まえ、国民に対し移民を積極的に奨励し、結果として、図1に示すように多くの人々がオーストラリア、カナダなどの新天地を求め移住することを選択した。政府の移民奨励策は順調に展開した半面、数多くの教員、医者、エンジニアなどの専門職まで大量流出するという思わぬ事態を惹起することになる。しかし、産業の多角化政策が効

図1 マルタの移民の推移



果的に機能したこともあり、人口流出も落ち着きを取り戻し、人口も増加に転ずることになる。因みに、マルタ人の海外移民総数は、本国の人口規模を遥かに上回る50~60万人に達すると言われる。

欧米のロケ地化するマルタ

マルタの首都バレッタは世界遺産に登録され、オスマントルコの侵攻からキリスト教文化圏を護るため十字軍により17世紀に構築された要塞都市としても知られる。当時の遺跡(第2次世界大戦で大半が破壊され、その後修復されたもの)が数多く残っていることからマルタは、知る人ぞ知る、映画やテレビのロケ地としても有名だ。マルタ政府は映画のロケを誘致するため巨大な水タンクを整備し、洋上シーンの撮影に提供している(MFS:Mediterranean Film



洋上撮影施設のための巨大な2つの水タンク。MFSのHPより。

Studios、左写真参考)。

巨大な2ヶ所の水タンクや首都のバレッタなどを利用して撮影された主な映画は

以下の通り。

まず、2005年製作でスティーブン・スピルバーグ監督の「ミュンヘン」、2003年製作で韓国映画「シルミド」、2004年5月公開のブラット・ピット主演の「トロイ」、2003年製作でショーン・コネリー主演の「リーグオブレジェンド“時空を超えた戦い”」、2002年製作でジム・カヴィーゼル主演の「モンテ・クリスト伯」、2000年アカ

デミー賞最多12部門にノミネートされ主要5部門受賞、ラッセル・クロウ主演の「グラディエーター」、2000年製作の「U-571」などがある。

因みに、首都バレッタなどをロケに使用の際に、規制を設けるとともに詳細な使用料の設定がなされている(<http://mfc.com.mt/>を参照)。

マルタの海水淡水化事情

観光業を戦略産業とする国や地域にとって淡水確保は計画の成否を左右するものと思われる。勝ちだが、マルタの事例は、この考えが必ずしも当て嵌まらないことを示している。その当りの事情を概略触れておく。

マルタは地中海性気候に属する。年間降雨量は平均500mm程度であり、降水日数は年間90日程度で9月から4月に集中する。年間降雨量が約2000mm、降水日数140日程度の沖縄からすれば相当厳しい環境として映る。

マルタにおける水需要の割合は、家庭用64%、工業用7%、企業用6%、観光用8%、政府用8%、商業用6%となっている。一方、2000年現在で年間3.4千万トンの水需要があり、その内訳は



写真は沖合から海水淡水化装置を備えた施設(マルタには、この様な大規模な海水淡水化施設が4箇所ある)まで海水をパイプで引き込んでいる様子(筆者撮影)。

49%を淡水化された海水に依存している。事実、蛇口からでてくる水は僅かながら塩分を含んでいる。それ故、飲料水はスーパーなどでペットボトルを購入することで間に合わせる。

日本人観光客の気質を考えた場合、マルタの用水確保の事情が沖縄に当て嵌まるとも考えにくく、又、水源開発が環境への脅威となることを考えた場合、沖縄の観光開発の目標は量の追求でなく質を高める戦略転換が必要と思われる。

2 経済復興の歩みと経済計画

マルタの戦災復興に向けた取り組みの一環として、英国や国連から派遣された専門家によって、数多くの調査報告書が提出されている。

一方、マルタ政府は1959年から1988年までの29年間に6次にわたる振興計画を策定している。これらの調査報告書や振興計画がマルタの経済復興と自立経済の確立にどのような影響を及ぼしてきたかを、“離陸期”に相当する3次振興開発期までに絞り、政権政党の動向を交えながら見ていく。

まず、マルタの経済復興に向けた英国政府や国連による調査報告書は10件にも及ぶ。以下の通りである。

George E. Woods Report(1946)、Schuster Report(1950)、Oliver Roskill Report(1950)

Thomas Balogh(Dudley Seers)Report(1955)、Baynes Report 1960、Liebich Report 1963 Stolper Report 1964、Bennett Report 1965、Robens Report 1967

又、マルタの6次にわたる振興開発計画と政権政党は概略、以下の通りである。

第1次振興開発計画(1959-1964)⇒1961年まで労働党、国民党(1962年～1964年)

第2次振興開発計画(1965-1968)⇒国民党(1962年～1970年)

第3次振興開発計画(1969-1974)⇒1970年まで国民党、労働党(1971年～1973年)

第4次振興開発計画(1975-1979)⇒労働党(1971年～1986年)

第5次振興開発計画(1980-1985)⇒労働党(1971年～1986年)

第6次振興開発計画(1986-1988)⇒1986年を労働党、国民党(1987年～1988年)

図2 振興計画期間別産業構造の変化

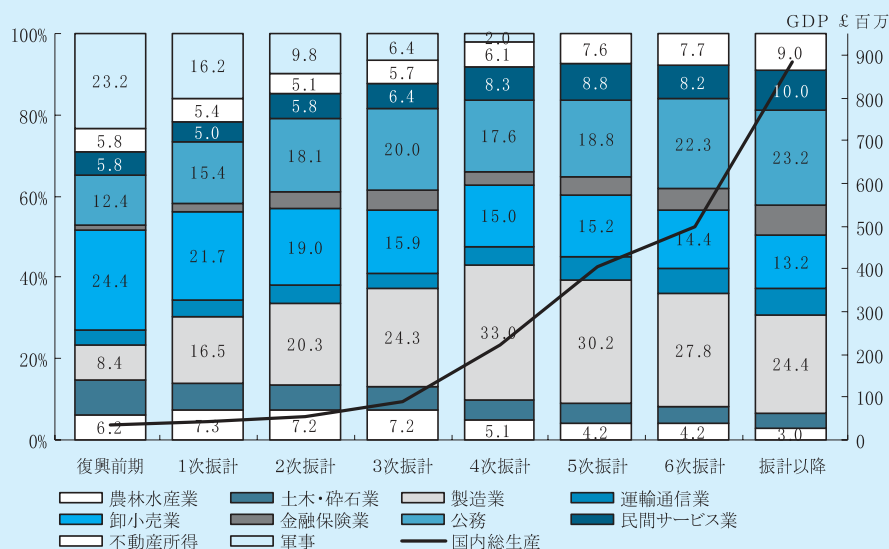
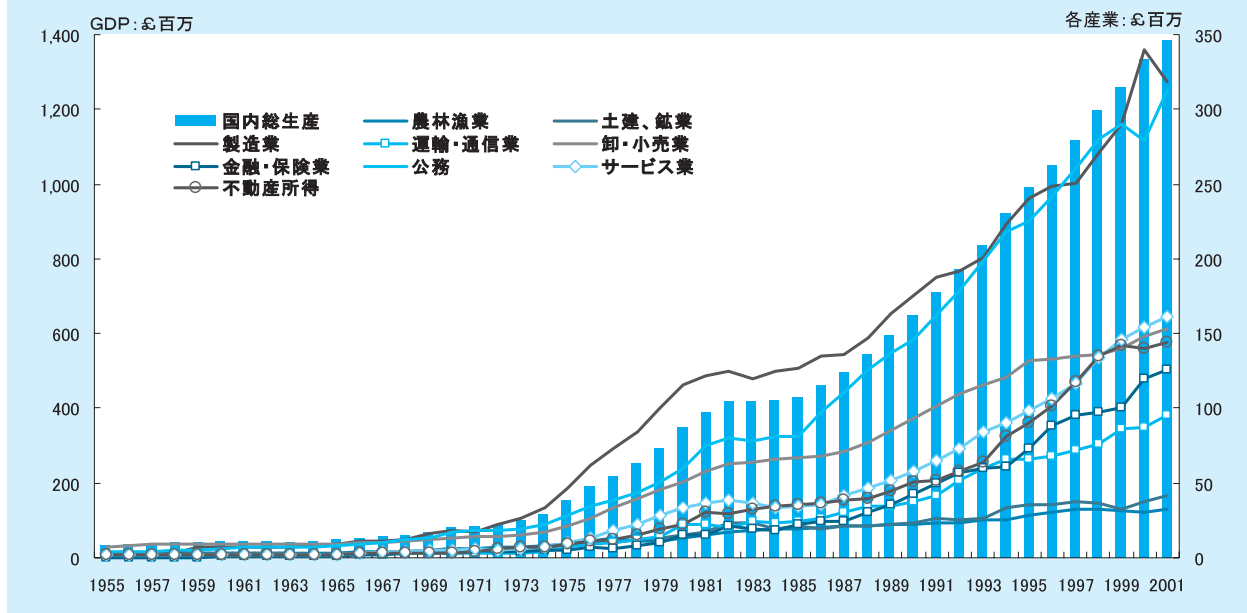


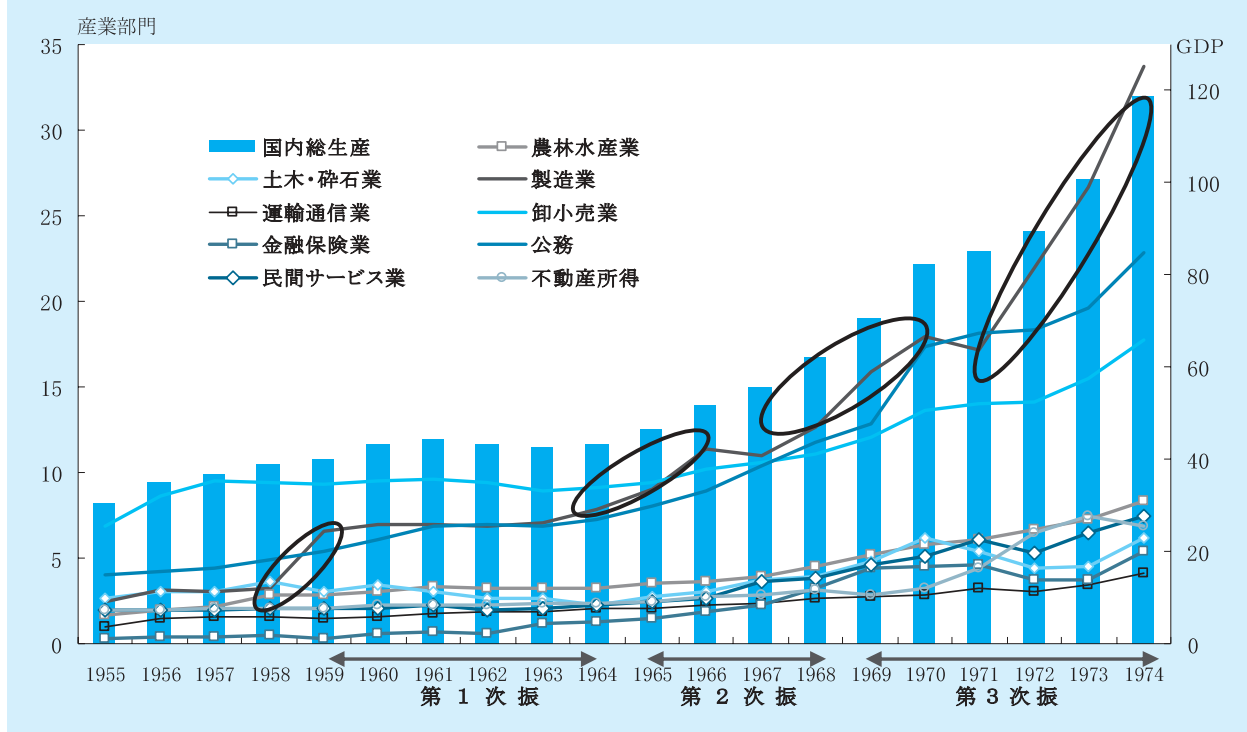
図3 産業構造の推移



さて、マルタの経済成長の軌道と製造業の伸びが軌を一にしていることから分かるように、同国の経済成長を牽引してきた筆頭産業は製造業である。狭隘な国土にあって製造業が中核産業として経済全体の底上げを行うことはま

れであり、その背景を探ることは興味深いことと言える。この点の詳細な説明は後に行うことにして、ここでは図3を通して産業構造の変遷に見られる特徴を概観する。

図4 3次振興計画迄の産業構造の推移 (£百万)



まず、経済復興前期(本格的な経済復興策の実施前という理解の下、1955年から1958年までの期間)の産業構造に見られる特長として、23%を占める基地経済と24%を占める卸小売業の割合の高さを指摘できる。観光産業が未発展という事情を考えれば卸小売業の割合の高さは基地経済の影響によるものと思われ、基地経済抜きでマルタ経済が成り立たないことを示している。因みに、基地部門の低下と連動するように卸小売業も低下を続けている様子が窺われる。

経済復興前期と第1次振興計画期間(以下、1次振計)の構造的変化で特筆されることは、製造業が1次振計の2年目の1959年を境に顕著な伸びを示していることであり、その後は90年代初頭まで持続し、名実共にマルタ経済を力強く牽引する産業に成長してきた。係る製造業の伸びがその後のマルタ経済に多大な影響を与えてきたことを考えれば、その要因を明らかにしておく必要がある。

産業構造の長期動向を示す図2の1950年代から70年代の拡大図4と図3を通して1次振計から第2次振興計画(以下、2次振計)までの産業構造の変化、取り分け製造業の動向に焦点を据えて見ていく。

図4で示されている1次振計から2次振計までに製造業の際立った構造変化が生じているのが四カ所ある。1次振計実施翌年の1959年、次いで、2次振計前半、2次振計後半から3次振計前半にかけて、そして3次振計の1972年以降である。これらの時期に起こったことを整理する。

マルタの製造業を支える乾ドック

マルタ政府は、後に触れるように、かつてオ



バレッタ側からドックヤードを臨む(筆者撮影)

スマントルコの大軍を撃退する防波堤として、重要な役割を担った天然の良港グランドハーバーと英国統治下で造船・修理技能を身に付けた集団を最大限活用することに着目し、乾ドックの拡充整備を最優先事項とした。

1959年における製造業の構造変化は、英国のマルタ総督府による軍用乾ドックを商業用の造船・船舶修理業への転換の決定と、その後、ドックヤードで英国艦船の修理が急増したことによるものである。この状態がしばらく続くことになる。

次に、1971年の総選挙で政権与党となった労働党は全方位外交を国是に、1973年に期限切れを迎える英国との防衛協定の打ち切りを交渉材料に、年間£1.4千万の基地使用料を



マルタの造船所

79年まで継続させる条件を呑ませる事に成功する。そして、この協定の期限が切れる1979年3月31日をもって駐留英軍は全面撤退することになるが、ここに名実ともにマルタは独立国として歩むことになる。実は、駐留英軍の撤退は巨額の基地

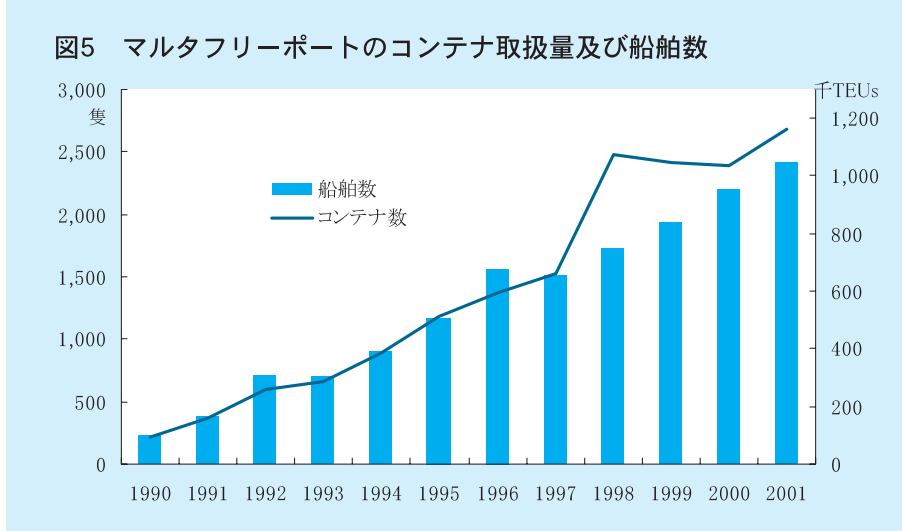
使用料と1万2千名の基地従業員の解雇を伴うものだが、マルタはこれらの犠牲を甘んじて受けることになる。

一方で、欧州方面に足掛かりのない中国との交渉を進めて巨大タンカー用のドック建設及び軽工業振興などの資金として1億円の無利子借金を結ぶと同時に、ドック建設に向けた技術者などの派遣も承認させる。更には、リビアなどのアラブ諸国、ソビエト、米国などからも資金援助を引出すことに成功する。

これらの外交努力を得た巨額の資金により産業基盤の整備を行い、経済発展の礎を築くことになる。

ところで、欧州でも造船・修理場として最大規模のひとつに数えられるとされるマルタの乾ドックは、地中海のみならず世界的な船舶関連の中心地としての地位を占めている。顧客も世界40ヶ国に広がり、コンテナ船や客船などの定期便は世界各地の主要な港と結ばれている。

因みに、製造業部門の出荷額が1959年に¥340万を稼ぎ出すことになり、1958年から59年にかけての製造業の飛躍的伸びは3.2%から6.6%と倍以上になる。そこには商業用途とし



て稼動し始めた乾ドックの寄与するところが大きい。

マルタの躍進を支えるフリーポート

マルタフリーポートは貨物積み下ろし用ガントクレーンなどの最新装備を備え、なおかつ、背後地に広大な保管庫も完備し、地中海沿岸国や黒海、紅海、アラビア沿岸マーケットへの一次加工品の出荷や貯蔵などに活用されている。原油の貯蔵やブレンドする設備も併設されている。

マルタにおけるフリーポート構想は、駐留英軍の基地撤去に伴う経済的ダメージを補う有力な対案として検討されたものであった。この



<http://www.exportcontrol.org/library/conferences/1379/02.pdf>より。

案は国連の貿易政策顧問のF・K・Liebichの報告書(1963)で勢いづくことになる。因みに、フリーポート扱いのコンテナ数と船舶数を示す図5から明らかな様に、順調な伸びを示している様子が窺える。



対岸側から撮影したフリーポート。コンテナは殆どが中国所有のものであった(筆者撮影)。

マルタの貿易収支の特色

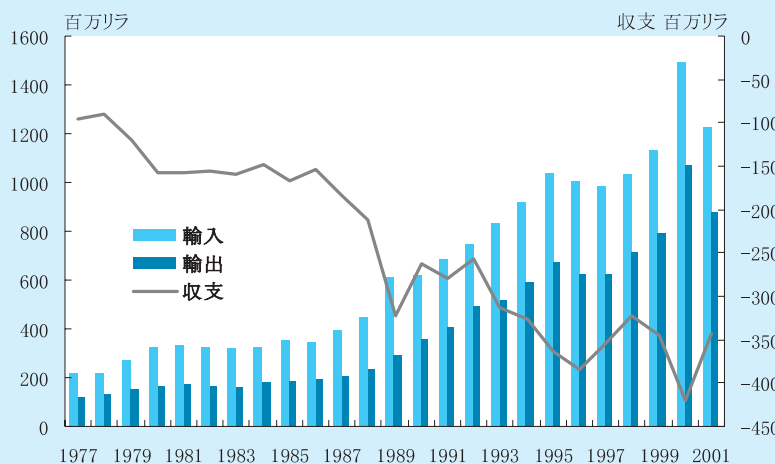
マルタの貿易収支の特色は輸入が輸出を超過し恒常的赤字になっていることである。そして、経済規模の拡大に伴い貿易収支の不均衡は年々拡大している。係る、貿易収支の赤字を観光収入、海外からの移転所得などの貿易外収支の黒字で補い均衡を保っている。

以下、マルタの貿易及び外国直接投資(以下、FDI)に窺われる特色を参考文献に掲げる田中信世論文を参考に述べる。2001年度の貿易相手国と輸出入の品目を通して概観すると、

輸入の“取引国“の筆頭にあげられるのはEUであり、総額779.1百万リラ(63.6%)を依存している。EU域内取引国としてはイタリア、フランス、英国、ドイツの順である。次に、輸出でもEUの取引額は400百万リラ(45.5%)に達している。EU域内輸出国はフランス、ドイツ、英国、イタリアの順である。

次に、輸出入の主要品目をみると、輸出品では電気・電子機器、機械・輸送機器、衣類、織物、皮革製品などがあるが、電気・電子機器は輸出総額の約57%を占めている。また、輸入品では機械類、食料品などが主な品目であり、機械・輸送

図6 マルタの貿易の推移



機器は輸入総額の約50%を占めている。

次に、マルタへのFDIを1997年頃から概観する。まず、同年のFDIは7100万ユーロ、1998年2億3800万ユーロ、更には、1999年、2000年には凡そ7億ユーロと順調に伸びてきた。しかし、2001年にEU経済の落込みの影響を受けて3億5000万ユーロと半減している。

ドイツのHandelsblatt紙(2003年10月8日付)によれば、IT関連投資の増加を反映して、マルタに進出している240社の外国企業のうち約3分の1がIT関連企業であるという。これらIT関連企業はマルタ国内の需要に加え、北アフリカ

のリビアなどを視野に入れた進出と言われている。又、イタリアとフランスの半導体メーカーSTMicroelectronicsがマルタに進出した最大の外国企業と言われ、同国の輸出の50%が同社の半導体で占められていると言う。

マルタの観光客

1次振計でマルタ政府が推進する産業構造の多角化戦略の柱のひとつが観光産業である。今日、バレッタの世界遺産登録、映画のロケ地など、国際的評価の高まりに加え、欧州の避寒、避暑

地として根強い人気もあって、長期の保養地として高齢者や家族連れ、更には語学留学生を惹きつける。又、地中海周遊の大型クルーザーの寄港地としても人気のスポットとなっている。

ところで、1960年代のマルタの観光客は2～5万人程度で、イタリアが3割程度を占め、それに次ぐのがスペインとなっていた。2003年現在、113万人の入域観光客の内、英国の46万人を筆頭にドイツの12万人強、イタリア9万人、フランス8万人となっている。

興味深いものとして、滞在日数がある。この

図7 マルタの入域観光客及び観光収入

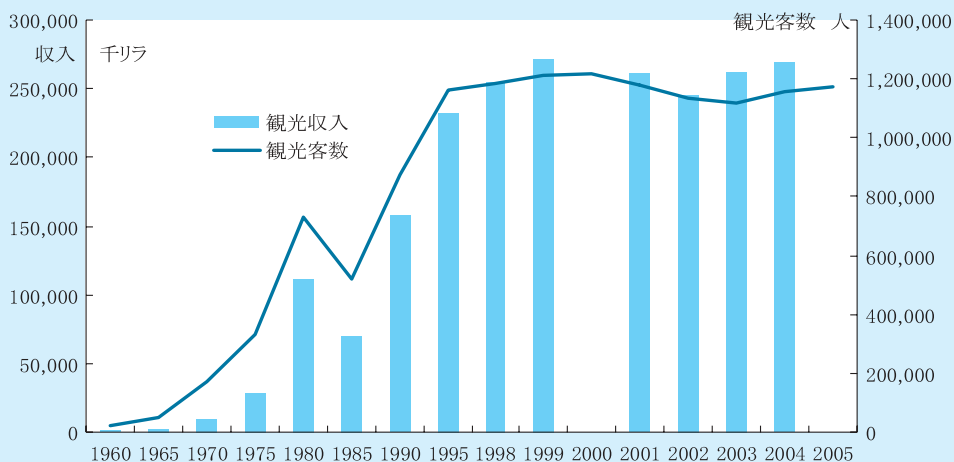
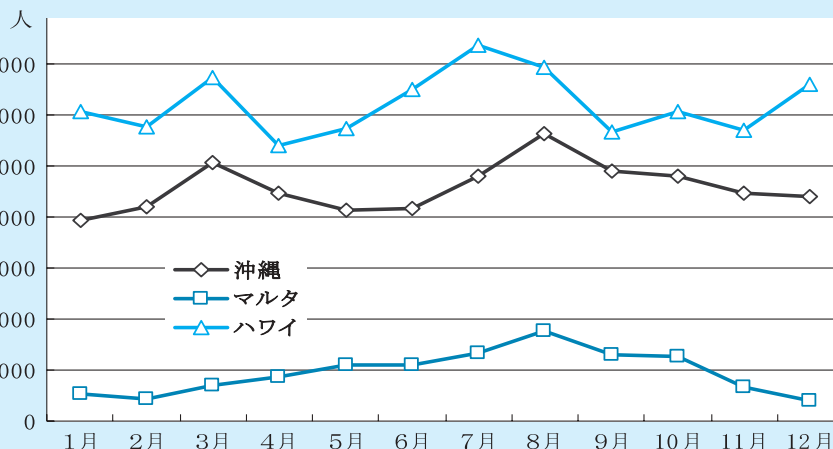


図8 沖縄、ハワイ、マルタの観光客季節変動



指標は観光地が長期滞在に耐える魅力を備えているかを示すもので、国際的にも知名度の高いハワイの9.1日を上回る9.4日となっている。季節変動は高いという課題はあるものの、マルタ経済を支える戦略産業に成長している様子が窺える。

3 マルタの経済発展とガバナンス

マルタの戦後史は我々に多くのことを語りかけている。国連や当時の宗主国英国によって実施されたマルタに関する調査報告書、並びに、マルタ政府による6次にわたる振興開発計画が、押し寄せるさざなみの波状的、合成的な影響でも観察できるように、マルタの産業構造の再編成に影響を与えてきたことは明らかである。それぞれの局面で計画の与えた影響の厳密な検討は別の機会に譲ることとして、ここでは、ガバナンスの構成要素をピンポイント的に整理し、関連性を見ていく。

まず、計画を具体的に実施する体制と権限の一体性、並びに、責任政党が政治を行う際の政治環境が緊張感を伴っていた点である。振興開発計画はマルタ政府の責任において生まれ、官僚機構が実施することになるが、優れた官僚機構を統括する政治体制は、拮抗関係にある国民党と労働党という二大政党により行われていた点である。両政党の議席数が僅差であるという状態において、失政は後に政権交代につながることを意味していた点である。マルタの戦後政治史は、国民の政治に対する監視体制とバランス感覚によって形づくられてきたことであり、又、政治家が国民に媚びることなく、あるべきマルタの姿を国民に投げかけ、審判を仰ぐとい

う緊張関係のもと形成されてきたことである。

この点を今少し、歴史を遡って見ていく。1964年のマルタの独立時は労働党が政権政党として政権の座にあり、雇用環境の改善のため産業構造の多角化を図りながらも、社会資本の整備に政策の重点を置き、国民の基本的ニーズを汲み上げてきたことである。結果として、国民の格差拡大を押し止めたとして高い評価を得てきた。一方、国民党は市場経済を志向し競争原理を導入することで、経済に活力を注入しながらマルタ経済の発展を牽引してきた。このように、マルタは歴史の転換点で賢明な舵取りを国民と政府が一体となって作り上げてきたところに特徴がある。

近年の動きとして、EUの前身のEC加盟を国民党が推進し批准する状況にまで事態を進めた際、国民はこの加盟を機が熟していないとして労働党を政権の座に据え、批准を白紙撤回させている。今回の拡大EU加盟では、内外を取り巻く状況が成熟しているとの認識の下、推進派の国民党を政権運営の座に据えたものの、加盟のための国民投票は僅差であったことから推察できるように、慎重な舵取りを突きつけていると言える。

別の点に触れる。この点も既に触れた内容だが、英軍の駐留期限切れを控え、基地使用料を3倍に引き上げると同時に、英軍の駐留目的をNATOの防衛目的に限定させ、更にはアラブ諸国に対する敵対行為を行わないことを大国相手に認めさせる巧みな交渉術は、フェニキア人の末裔ならではの資質で賞賛に値することと言える。事はそれに止まらず、英国との交渉を進める一方で、中立外交を国是として中国、ソ

ビエトの東側諸国、リビアなどのアラブ諸国、米国などの西側諸国と交渉を行い、巨額の資金導入と技術支援を引出すことに成功している。特に、この際の中国との駆け引きは、欧州に足場をもたない中国のアキレス腱を突くことによってドックヤードの改造資金、技術者派遣を認めさせている。

かように、指摘の2点目は、事を成すに当たって必要とされる戦術群の組立てと、それらの交渉に際して必要とするタイミングを絶妙に見定めること、そしてタフネゴシエーションなどである。

マルタのタフネゴシエーションは、東西冷戦を終結させるきっかけとなった米ソ首脳の上会談をマルタサミットとして誘致した際に

も発揮している。又、1968年8月、国連における大陸棚及び海底資源の利用などに関する国際取決めを行う海洋法の提案を行う際にも発揮されている。

冒頭触れたように、ガバナンスとは国家や地域が所与の社会的、経済的資源を動員し目標を達成していくシステムのことである。社会経済の発展とガバナンスの関わりは、多様である。マルタ的なガバナンスがあれば、シンガポールのガバナンスもあり、コスタ・リカのガバナンスもある。大切なことは、それぞれのガバナンスがそれぞれの国でどのような仕組みを構築するなかで機能したかをシミュレーションすることである。

【参考文献】

原洋之介「アジア型経済システム——グローバリズムに抗して」中公新書

Edward J. Spiteri「MALTA AN ISLAND IN TRANSITION」Progress Press Company Limited, 1997

Lino Briguglio et al.「MALTA NATIONAL REPORT」2002

Catherine C Vella et al.「The Maltese Islands on the Move」COS Malta, 2000

山本勝美「沖縄とマルタ 戦略要塞から平和拠点へ(1)~(7)」琉球新報, 1998. 4.15~4.24

田中信世「マルタ~「最小の」EU加盟候補国の横顔」2003年11月6日、<http://www.iti.or.jp/flash50.htm>

りゅうぎんビジネスクラブ「トップセミナー」

「国家の品格」

りゅうぎんビジネスクラブ(主催(株)琉球銀行)は平成19年4月19日に沖縄ハーバービューホテルにおいてトップセミナーを開催しました。お茶の水女子大学理学部教授で、ベストセラー「国家の品格」の執筆者でもある藤原 正彦先生をお招きした今回は、224人の参加をいただきました。

藤原先生は1943年、直木賞作家の新田次郎氏、藤原てい氏のご次男として旧満州新京で生まれていらっしゃいます。東京大学理学部数学科、同大学院修士課程終了後、コロラド大学助教授等を歴任され現職に就かれています。本業の論文の他にも「若き数学者のアメリカ」(第26回日本エッセイストクラブ賞受賞)、「心は孤独な数学者」、「祖国とは国語」などの著書も多数ございます。

先生の著書「国家の品格」は昨年のベストセラーですが、今年に入っても人気は衰えず、3月末で257万部を売り上げております。今回は著書と同じ「国家の品格」をテーマにご講演を頂きました。以下その内容をまとめました。



規制緩和がもたらしたもの

この10年間の日本は改革に次ぐ改革でした。しかもこの改革は市場原理のもとで徹底的に行われてきました。市場原理とは規制緩和、規制撤廃、即ち自由競争のことです。自由競争なんていうと人々は自由が大好きですから賛成しますが、規制は強化すべきものも、逆に緩和、撤廃す

べきものをケース・バイ・ケースで判断しなければなりません。これは考えるまでもなく当たり前のことです。規制とは元々弱者を守る為にあるものです。規制を撤廃して完全な自由競争にしたら、弱者は救われません。地方は中央の敵ではありませんし、中小企業は大企業に揉みくちゃにされてしまいます。

格差論争について

最近の格差論争ほど意味不明なものはありません。そもそも資本主義において格差が存在するのは当然のことです。例えば頑張って年収10億を稼ぐ人、一方で全く働かないので貧乏な人、こういう人たちは資本主義である限り永遠に変わりません。それぞれ1割くらいいても構わないわけです。問題は残り8割の普通の人たちです。要するにそれほど能力が高いわけでもないが、それほど低いわけでもない、それほど勤勉でもないが、それほど怠惰でもないといった普通の人々が中流に留まることが経済学においては最も重要なことなのです。

しかし市場原理を追究すると、この8割が悪いほうの1割に吹き寄せられてしまいます。1対8対1が理想形なのに1対9になってしまうのです。格差はどちら側にもあるけれど、格差の質が違います。1対9というのは社会的に不公平で、あってはいけません。

全く規制を撤廃して弱肉強食の世界にしてしまったがために、もう既にアメリカの家庭の約3割が貧困家庭となっています。規制緩和を続けた日本も将来そうなっていくます。

公平という幻想

市場原理とは非常に危ういものです。しかし欧米人に言わせれば、彼らなりの思想的な背景を持っています。要するに

市場原理とは、公平に戦って勝ったものが全てを手に入れても良いという考え方です。これは一見筋が通っているように思えますが、公平なんてものは全く定義不可能な事柄です。たとえば6年生が1年生と公平に戦うなんてことは、日本では昔から絶対に許されないこと、卑怯なことです。そのような状況をつくらないようにするべきですし、仮に戦わなければいけないときは1年生のほうにハンデを与えなければいけません。同じように地方が中央と戦うときには地方にハンデを与え、中小が大企業と戦うときは中小にハンデを与えなければいけません。不公平こそが重要なのです。公平に戦ったら地方や中小に勝ち目はありません。

論理の限界

改革は論理によっておこなわれています。市場原理にしても論理は通っています。しかし論理が通っているということはあまり意味を持ちません。例えば共産主義は素晴らしく論理が通っていますが、東ヨーロッパ、ロシアは大失敗しています。これは論理が間違っていたわけでも、やり方が間違っていたわけでもなく、生物としての人類に合わなかっただけのことです。市場原理も同じで、そのままでは人類に合いません。

論理で考えるということは短期的視野で考えるということと全く同じです。長期的なことは論理では全く考えられません。

たとえば20年後の日中関係はどうかということ、あらゆる可能性が想定できるので論理的には全く考えられません。長期的なことは良識とか見識とか教養とか情緒とか大局観とかといった論理以外のことで考えるほかないのです。

成果主義とか実力主義、リストラといった論理が短期的には正しく、また効果を上げたとしても、これも長く続けば長期的に日本経済を必ず沈没させてしまいます。

市場原理の弊害

ここ10数年で、論理一点張りのアメリカ的な市場原理が日本を覆って経済の外にまで影響してきました。たとえば金銭至上主義です。

40年くらい前までは今の十分の一以下の収入で十分幸せに生活していました。私も子供の頃は食べるものは、ご飯と味噌汁とお漬物くらいしかありませんでした。味噌汁が無かった時もありましたが、家族にはいつでも笑いがあって、今思えば一番幸せなときだったと思います。要するに人間の幸せは所得とは何の関係もないということです。日本人は世界でも極端に金から離れた民族でした。それがこの10年位で金銭至上主義があつという間に広がってしまいました。

また最近では「勝ち馬に乗れ」と言われます。これは武士道においては最も恥ずべきことです。いつでも形勢をみて有利

な方につくというのは、十数年前までは風見鶏とか日和見とって馬鹿にされていた行為です。それが今ではこのような人が賢く、自らの信条を貫くなんてものは愚か者だと言われるような国になってしまいました。そして法律に触れなければ何をしても良いという大人たちで埋め尽くされてしまいました。

恥ずべき国家と高貴な国家

日本はかつて道徳とか、倫理とか、周囲の目とか、礼節とかといったもので自らを規制していました。今はすぐ法律を整備しろといいますが、法律によって人間の行動を規制するというのは恥ずべきことです。そもそも法律は言葉で編まれた網であり、どんなに緻密に作っても必ず網目ができてしまいます。その網目を塗りつぶすには道徳倫理を復活させないと上手くいきません。

子供達の世界も大変なことになっています。いま子供たちの唯一の道徳は「他人の迷惑になることはしない」ことだけです。勿論、それ自体は大切なことですが、これ一つしかないのは問題です。他人に迷惑をかけなくてもしてはいけないことは沢山あります。

小学校から英語教育？

市場原理の弊害は教育にも及んでいます。特に財界の意向が大きく影響しています。例えば英語教育です。英語が出来れば国

際人になれるという理由で、小学校から英語なんて滅茶苦茶なことを言います。ですが英語ができるということと、国際人であるということは何の関係もありません。国際人の定義にもよりますが、何処に行っても人間として尊敬されるという人を国際人とするならば、そのような人はアメリカ、イギリスでも数パーセントしかいません。

また財界は、これからは情報社会で、情報社会の中心はインターネットだから、小学校からパソコンを教えましょうととんでもないことを言いました。小学校からパソコンなんかと戯れていたら日本からパソコンを作る人間がいなくなってしまう。ソフトを書く人間がいなくなる。パソコンを作ったりソフトを書くには論理的思考がバッチリ出来なければなりません。そのためには小学校や中学で算数や数学を徹底的にしなければならないのです。ですが国民は簡単な論理に騙されて、財界の意見に賛成してしまっているのが現状です。

学校は全てを教えるところではありません。小学校の学校の時間が1週間に100時間あれば、英語もパソコンも金融教育も良いでしょうが、文科省も教育学者も国民も1週間に20数時間しかないということを忘れています。20数時間しかなければ国語と算数とその他の教科を少しやれば、それで一杯です。英語やパソコンに当てる時間は1秒もないということです。

教育改革に必要なこと

政治経済を改革しても意味はありません。今の改革で日本の経済が良い方向にいったとしても、たかだか国民の生活が多少良くなる程度です。今の日本の歪んだ精神を元に戻すには教育を待つほかありません。しかし政府の教育改革は失敗に終わるでしょう。でも、これは政府が悪いわけでもなく国民が悪いからです。

99%の人は子供を中心にした教育というものを信じています。しかし教育は大人中心に進めないといけません。日教組も、文科省も、国民も子供中心主義に洗脳されています。そして子供中心が昂じて子供に阿る傾向にあります。

学校には教壇がない？

今の全国の公立の小中学校には教壇がありません。教壇があると先生が生徒より偉いように見えるので子供が傷つく恐れがあるというわけです。学校においては先生が子供より偉いのは当たり前中の当たり前です。家に帰ったら親が子供より偉いなんてこと当たり前中の当たり前なのです。平等なのは基本的人権だけで、あとは平等ではありません。こんなことすら国民は分かりません。テレビでも言えない時代です。

躰けるということ

皆が子供を傷つけることを恐れています。しかし子供を傷つけずして教育や躰はで

きません。そもそも子供の個性は踏みにじらないといけないものです。何故なら子供の個性は悪いものが多いからです。たとえば子供が家に帰ってきてテレビを何時間も見ていたら、親は子供がテレビを見たいという気持ちを踏みにじてテレビを消して、「雨戸を閉めろ」、「お使いに行ってくる」、「庭の草を抜け」と命令しなければいけません。

そうしないと我慢力さえ身につかないのです。我慢力がないと、理数の勉強が将来必ずお手上げになります。読書離れにも繋がります。我慢力というのは子供のときに個性を踏みにじて、嫌なことを我慢させるということを親がしないといけません。今はこれさえ出来なくなっています。

このように日本は市場原理のおかげで人身も痛んできましたが、これは日本に限ったことではありません。イギリスでも理数ばなれ、読書ばなれが進み10年前に比べて治安が悪くなり、麻薬やエイズも蔓延している。金銭崇拜はもっと激しくなっているそうです。イギリスの上院議員は「今までは論理的に考え、合理的に考え、理性にすがって誠心誠意考えたら必ず解決策が見つかった、しかし今回ばかりは上手くいかない。何か良い知恵はないか、マサヒコ」と聞いてきます。それに対する答えが日本の持つ美しい情緒と形だと私は思います。

日本が世界に誇る美的感受性

日本が優れているのは文学と数学です。西暦1500年までの間に日本は数多くの文学作品を生み出しています。また関孝和という人は、鎖国の中で行列式をドイツのライプニッツが発見する10年前に元禄年間に発見しました。日本はものすごく独創性のある民族です。もしノーベル賞に数学があれば日本人は20名以上は硬いといわれています。

何故文学と数学がそれほどすごいのか？文学や数学に最も重要なものは知能指数でも偏差値でもなく、美的感受性だからです。日本人はお茶を茶道に、花を華道にしています。何でも芸術にしてしまう世界でも異常な国家です。

自然に対する態度も日本人は自然に跪く心をもっています。一方欧米人にとって自然とは、人類の幸福のために征服すべき対象です。こういう自然に対する畏怖心といったものを欧米に教えていかないと環境は保てません。

また日本人には懐かしさという情緒もあります。これが家族愛、郷土愛、祖国愛といったものに繋がるのですが、これをきちんと育まないといけません。祖国愛をもつと戦争を起こす恐れがあるなんて馬鹿なことをいう人がいますが、家族を愛し、郷土を愛し、祖国を愛している人は、他国の人と同じ思いを良く理解できるので、そう簡単に侵略戦争なんか出来なくなります。

健全な愛は戦争の抑止力になります。そういうものがない人が戦争を起こすのです。祖国愛というのはナショナリズムのような国益を追求するというのではなく、自分の国や郷土の文化や伝統、歴史、習慣、自然とか情緒とか方言まで含めて徹底的に愛するということです。これがない人は世界に出ていっても国際人になりません。英語なんかよりはるかに重要です。しっかりと自分が生まれ育った場所に根を持っている人こそ魅力ある人です。国際人になるためにも家族愛、郷土愛、祖国愛、人類愛を持たなくてはなりません。



武士道精神

武士道精神の本質は、慈愛、誠実、正義、勇気、忍耐といったものです。特に惻隠が重要です。弱者とか敗者とかに対する涙する心、卑怯を憎む心、名誉と恥、これが中核です。ところが今は市場原理によって公平という名のもとに弱肉強食の世界となってしまう、弱いものいじめをしても何でもいい世界になっている。アメリカは自由平等を叫んでいるが、自由と平等は達成されません。だからこそ、惻隠の情や卑怯を憎む心が重要なのです。そこに理屈はありません。まずは日本人が論理、合理、理性を尊重しながらも日本が昔から持っている情緒と形をそれぞれ身につけ、素晴らしい社会を築くことが世界中を救うことに繋がるのです。

文責：琉球銀行企業支援部 大城調査役

★ M&Aセミナーを開催致します！

りゅうぎんビジネスクラブでは、7月26日(木)に会員企業の皆様を対象に「経営戦略の一つとしてのM&A活用法」と題してセミナーを開催致します。

講師は中堅・中小企業に特化したM&A仲介会社で国内最大規模の実績を持つ株式会社日本M&Aセンター代表取締役副社長の三宅卓氏です。

ここ数年、国内経済のトピックスとして頻繁に出てくる「事業承継」や「製造業の海外進出による国内の空洞化」、「規制緩和・自由化」といった問題の解決策としてM&Aは有効であると言われています。

今回は、M&Aに関する基礎知識から実際の活用法までお話しいただく予定です。会員企業の皆様にとって有用な機会であると確信致しております。是非ご参加ください。

「経営戦略の一つとしてのM&A活用法」

開催日：平成19年7月26日(木)

時間：午後1時30分～3時30分

会場：沖縄ハーバービューホテル 2階 彩海の間

定員：100名様

- ・詳しくは琉球銀行 企業支援部 金融サービス室までお問い合わせ下さい。
- ・担当：比嘉、大城 tel 098(860)3817

【講師略歴】

三宅卓(みやけ すぐる)先生(株式会社 日本M&Aセンター 代表取締役副社長)

昭和27年1月 兵庫県出身

昭和52年3月 大阪工業大学 経営工学部卒業

昭和52年4月 日本オリベッティ株式会社入社

会計事務所、中小企業のOA化、金融機関の国際業務、融資支援業務のOA化を専門に担当。

本社営業企画、東海事業所長を経て退社

平成3年9月 株式会社日本M&Aセンター入社

情報開発部長、専務取締役、取締役副社長を経て現職

中小企業の活性化や情報の有効活用をライフワークとして仕事を行っており、著書に「会社の買い方教えます」、「会社はいくらで売れるか」、「中小企業のためのM&A徹底活用法(共著)」があります。

●りゅうぎん調査●

県内の 景気 動向

概況(5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、公共工事が前年を上回る

5月の県内景気をみると、消費関連では、百貨店売上高は催事の客数の増加などから前年を上回った。スーパー売上高(既存店)は、住居関連が減少したことから引き続き前年を下回った。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、小型乗用車や軽乗用車が減少したことから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、国が増加したことから前年を上回った。県内主要建設会社の受注額は、民間工事が減少したものの、公共工事が増加したことからほぼ前年並みとなった。建設資材出荷・売上では、セメント、生コン、鋼材は前年を上回ったものの、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客、外国客ともに増加したことから引き続き前年を上回った。主要ホテルは、稼働率、売上高ともに前年を下回った。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、建設関連は一部に一服感がみられるものの、観光関連は引き続き好調に推移し、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、食料品の催事の客数が伸びたことや衣料品の催事のズレ(前年4月の催事を5月に実施)などから2カ月ぶりに前年を上回った。スーパー売上高(既存店)は、雑貨や家電などの住居関連が減少したことから2カ月連続で前年を下回った。全店ベースでは、新設店効果などにより9カ月連続で前年を上回った。新車販売は、小型乗用車や軽乗用車が減少したことから5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から3カ月連続で前年を下回った。

建設関連

公共工事請負額は、市町村と県の発注工事は減少したものの、国が増加したことから3カ月ぶりに前年を上回った。県内主要建設会社の受注額は、民間工事は3カ月連続で減少したものの、公共工事が2カ月ぶりに増加したことから全体ではほぼ前年並みの水準となった。建設資材関連では、鋼材が5カ月連続で前年を上回り、セメント、生コンも2カ月ぶりに増加に転じたものの、建材は持家やアパート建設向け出荷の鈍化により2カ月連続で前年を下回った。

観光関連

入域観光客数は国内客、外国客ともに増加し8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。県内主要ホテルはゴールデンウィーク期間の宿泊が振るわず、稼働率が3カ月連続で低下し、売上高が5カ月ぶりに前年を下回った。主要観光施設入場者数は10カ月連続で前年を上回った。主要ゴルフ場は前年に比べ好天に恵まれたことから、入場者数は2カ月連続で増加し、売上高は2カ月ぶりに前年を上回った。

雇用関連

新規求人数(4月)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、4月)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11件と前年同月より5件増となり、負債総額は10億8,600万円と前年同月比48.6%の減少となった。

りゅうぎん調査(2007年5月)

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2007.3-2007.5)
1. 消費関連		
(1)百貨店(金額)	5.6	1.0
(2)スーパー(既存店)(金額)	▲ 0.1	0.1
(3)スーパー(全店)(金額)	2.3	2.7
(4)新車販売(台数)	▲ 6.8	▲ 9.6
(5)電気製品卸売(金額)	▲ 1.7	▲ 7.5
2. 建設関連		
(1)公共工事請負金額(金額)	24.1	44.9
(2)建築着工床面積(m ²)	(4月) ▲ 13.2	(2-4月) ▲ 20.0
(3)新設住宅着工戸数(戸)	(4月) ▲ 19.0	(2-4月) ▲ 20.9
(4)建設受注額(金額)	▲ 0.2	4.5
(5)セメント(トン数)	8.4	5.2
(6)生コン(m ³)	7.9	12.9
(7)鋼材(金額)	26.3	19.4
(8)建材(金額)	▲ 14.1	▲ 3.5
3. 観光関連		
(1)入域観光客数(人数)	0.6	3.1
(2)県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) ▲ 4.8 (実数) 67.2	(前年同期差) ▲ 2.4 (実数) 76.5
(3) " 売上高(金額)	▲ 6.1	▲ 0.6
(4)観光施設入場者数(人数)	3.2	3.5
(5)ゴルフ場入場者数(人数)	5.9	2.1
(6) " 売上高(金額)	6.3	▲ 1.6
4. その他		
(1)県内新規求人数(人数)	(4月) ▲ 10.4	▲ 7.0
(2)有効求人倍率(季調値)	(実数、4月) 0.43	(実数) 0.42
(3)消費者物価指数(総合)	(4月) 0.0	0.0
(4)企業倒産件数(件数)	(前年同月差) 5	(前年同期差) 3.0
(5)広告収入(県内マスコミ)(金額)	(4月) 0.5	(2-4月) ▲ 2.6
(6)電力使用量(百万Kw)	(4月) 4.6	(2-4月) 3.3

(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。

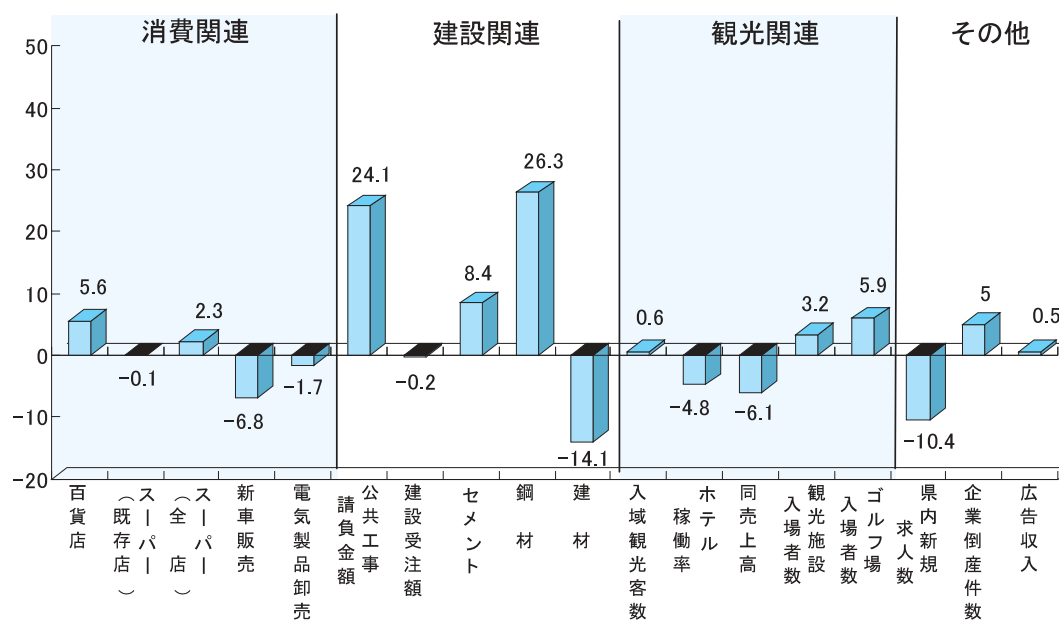
(注4) 電気製品卸売販売額は、2005年1月より調査先を6社から10社とした。

(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。

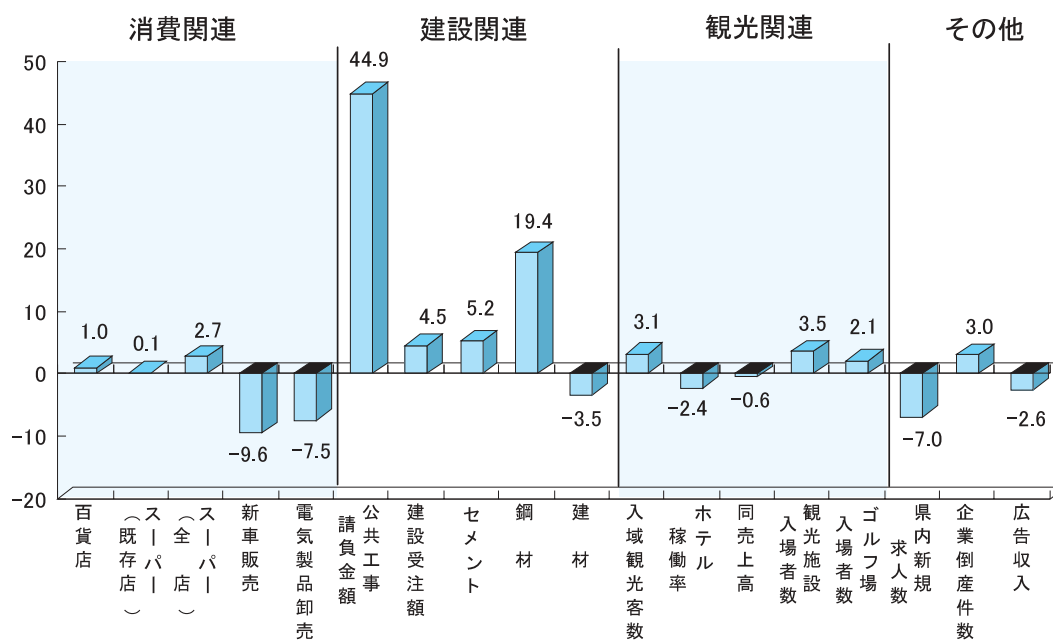
(注7) ゴルフ場は、2006年10月より調査先を9ゴルフ場から8ゴルフ場とした。

項目別グラフ(単月、2007年5月)



(注) 県内新規求人数、広告収入は4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。

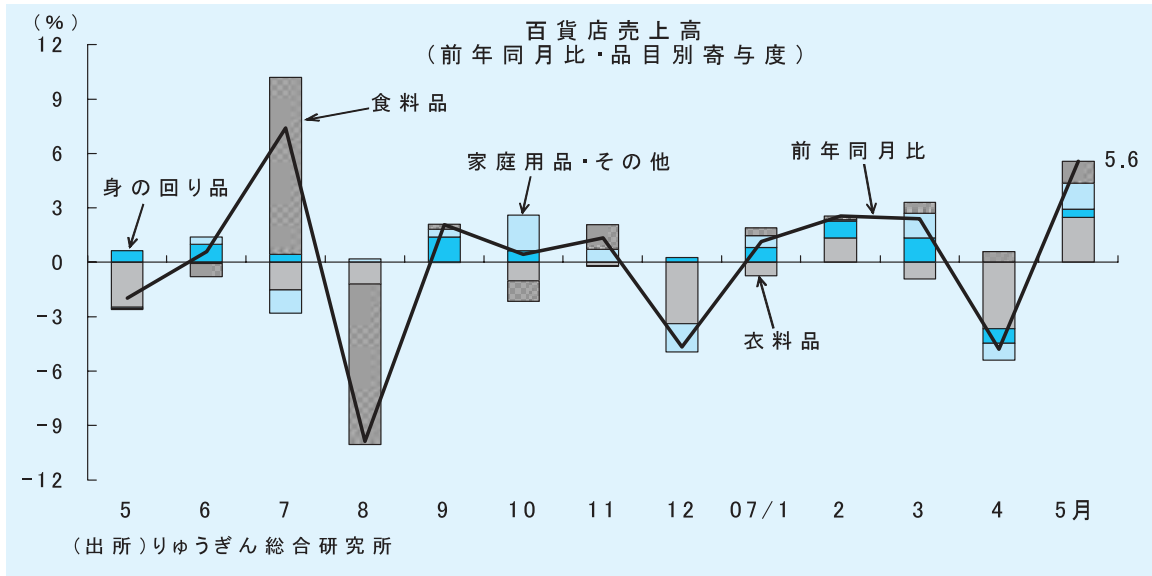
項目別グラフ(3カ月、2007年3~5月)



(注) 県内新規求人数、広告収入は2~4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。

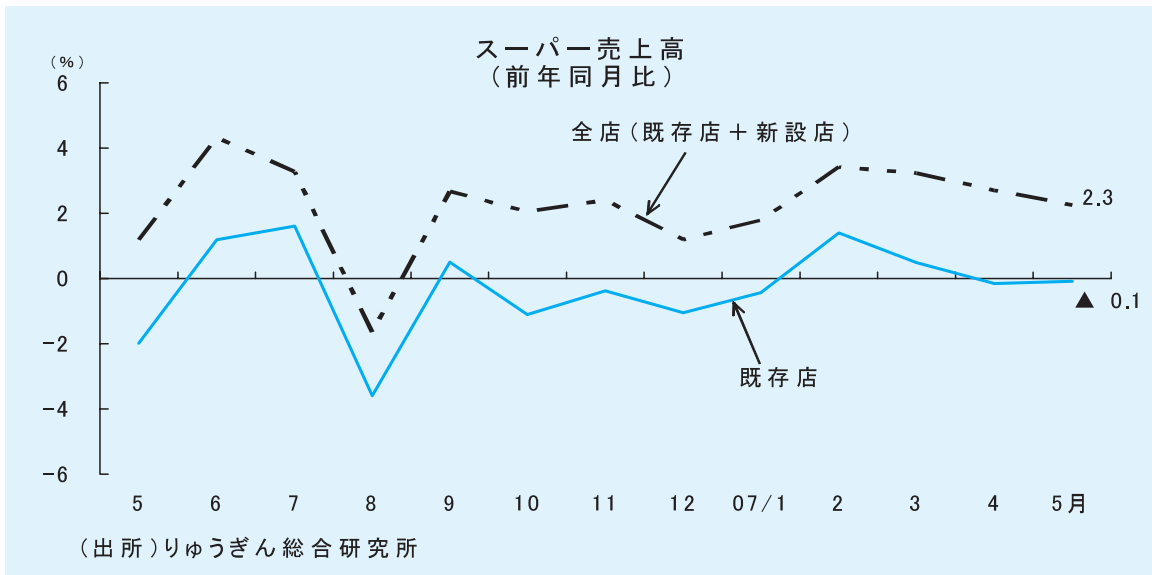
1.消費関連

1 百貨店売上高:2カ月ぶりに増加



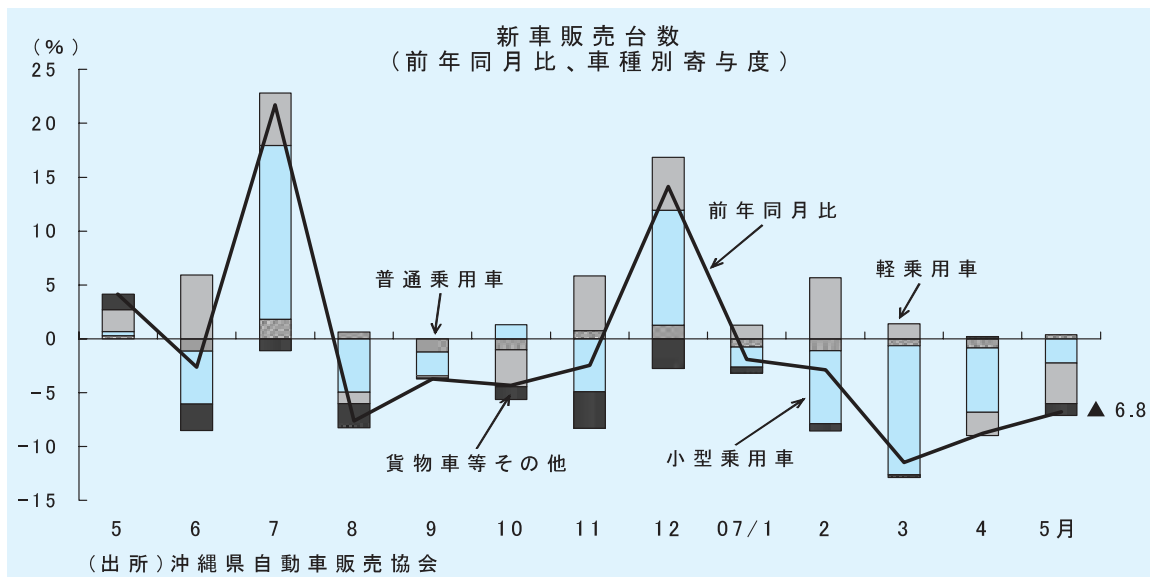
- ・百貨店売上高は、食料品の催事の客数が伸びたことや衣料品の催事のズレ(前年4月の催事を5月に実施)などから前年同月比5.6%増となり、2カ月ぶりに前年を上回った。
- ・品目別にみると、衣料品(同6.1%増)、家庭用品・その他(同5.9%増)、食料品(同5.3%増)、身の回り品(同3.5%増)とともに増加した。

2 スーパー売上高:全店ベースは9カ月連続で増加



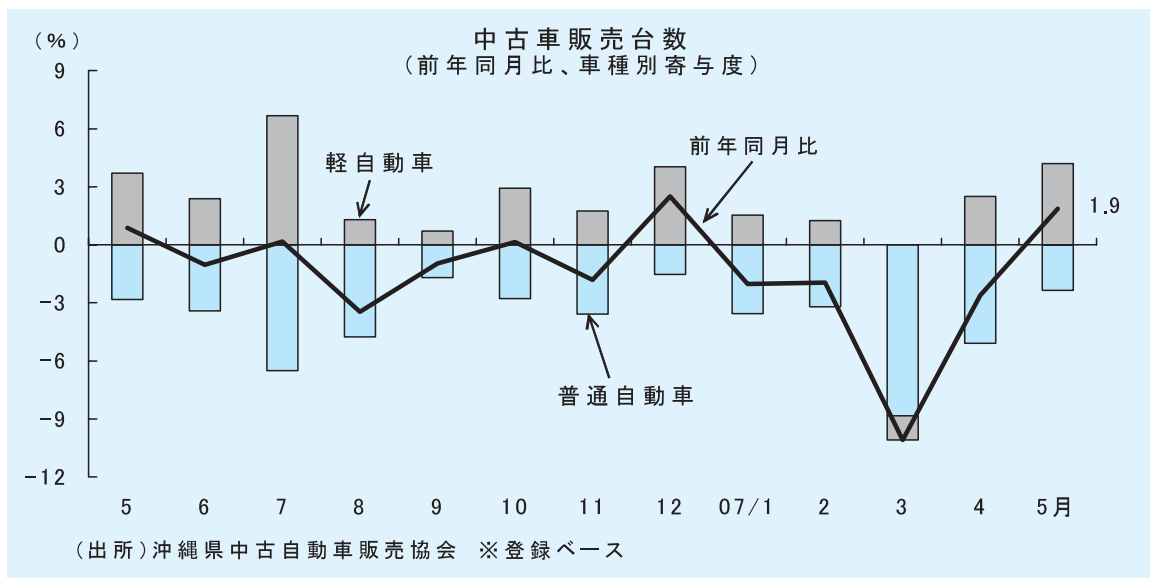
- ・スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月比0.1%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・衣料品は、月後半に気温が高く推移したことから同0.6%増となり、食料品は、販促効果などにより同0.7%増となったものの、雑貨、家電などの住居関連は同3.4%減となった。
- ・全店ベースは、新設店効果などにより同2.3%増と9カ月連続で前年を上回った。

3 新車販売台数:5カ月連続で減少



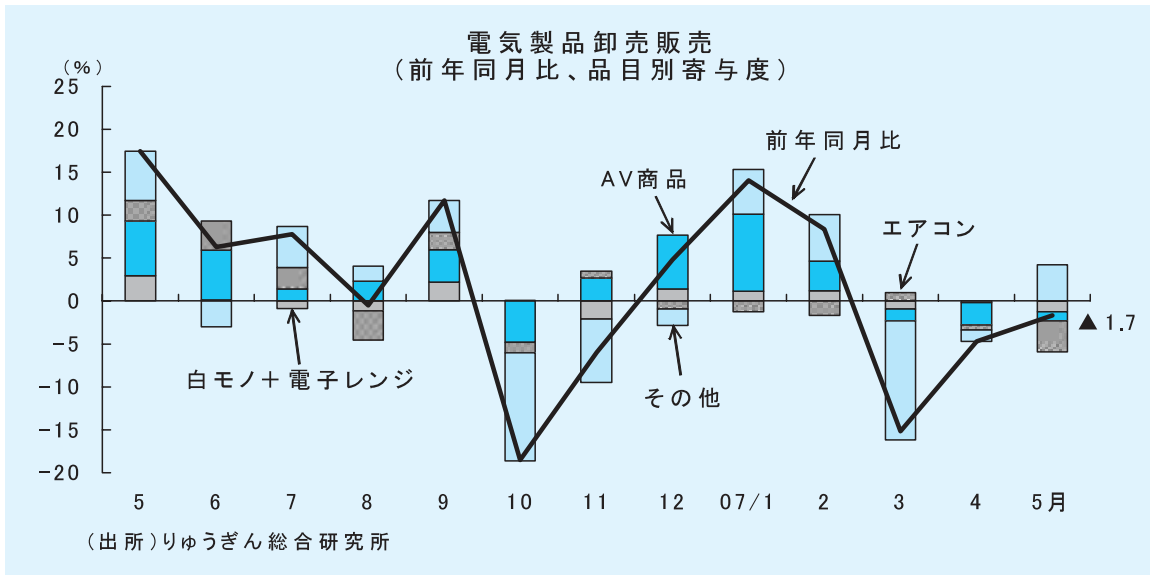
- ・新車販売台数は2,808台となり、小型乗用車と軽乗用車が減少したことから前年同月比6.8%減と5カ月連続で減少した。
- ・普通自動車(登録車)は878台(同4.9%減)で、うち普通乗用車は215台(同5.0%増)、小型乗用車は520台(同11.6%減)であった。軽自動車(届出車)は1,930台(同7.6%減)で、うち軽乗用車は1,628台(同6.5%減)であった。

4 中古自動車販売(登録ベース):5カ月ぶりに増加



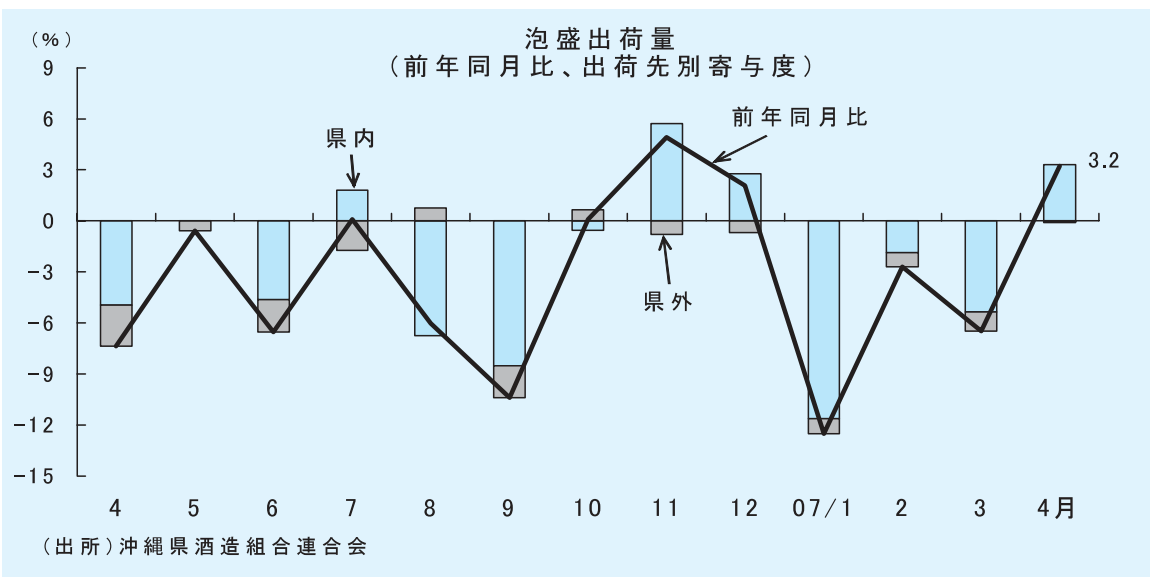
- ・中古自動車の登録状況(普通自動車及び軽自動車の合計)は、前年同月比1.9%増となり5カ月ぶりに前年を上回った。内訳では、普通自動車は同4.7%減、軽自動車は同8.5%増となった。

5 電気製品卸売販売額:3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1.7%減となり、3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4.2%減、DVDレコーダーが同7.6%減、白モノでは洗濯機が同7.2%減、冷蔵庫が同10.1%減、エアコンは同26.0%減、その他ではパソコンが同19.1%増となった。

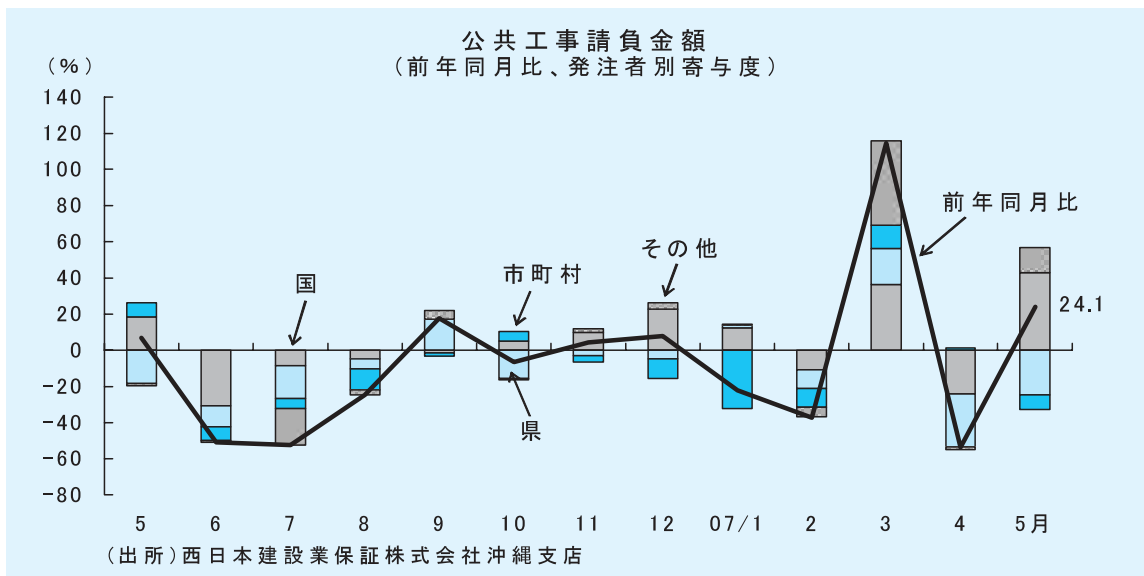
6 泡盛出荷量:4カ月ぶりに増加



- ・泡盛出荷量(4月)は、前年同月比3.2%増となり4カ月ぶりに前年を上回った。県内出荷量は同4.2%増、県外出荷量は同0.4%減となった。

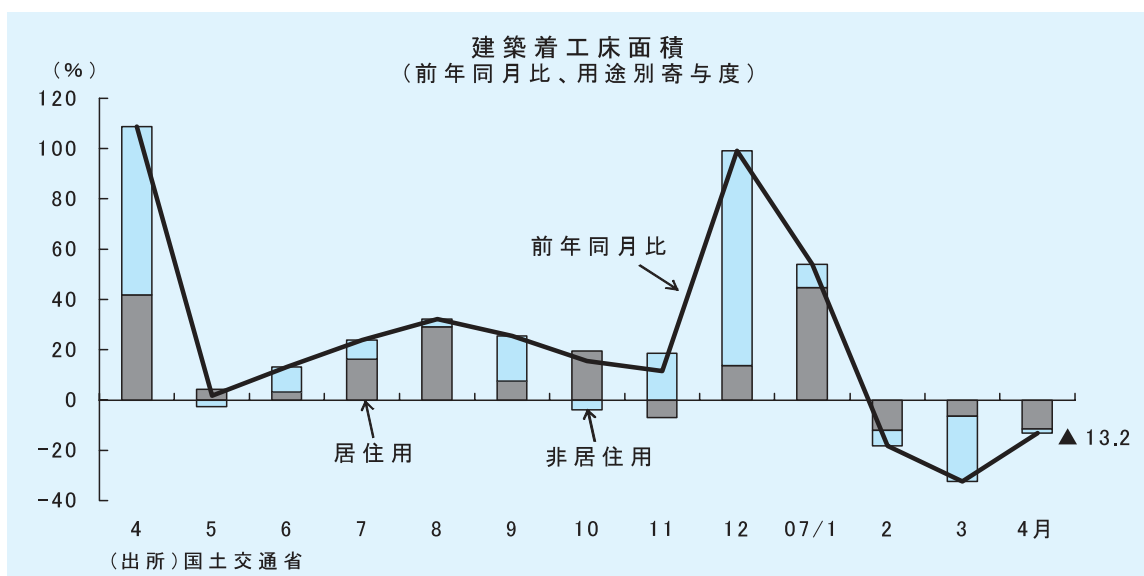
2. 建設関連

1 公共工事請負金額:2カ月ぶりに増加



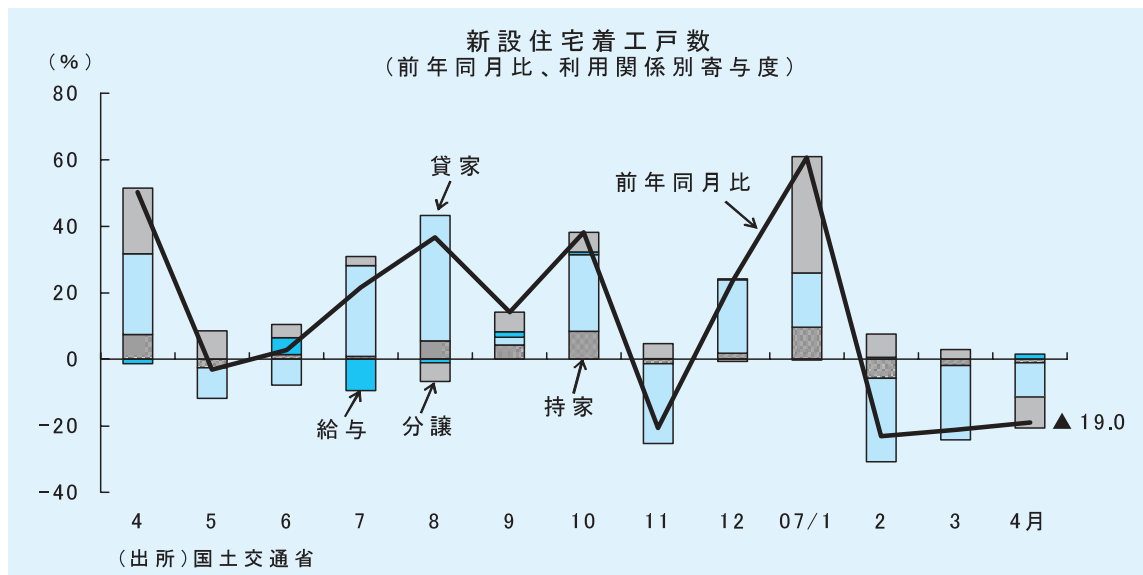
- 公共工事請負金額は、118億9百万円で前年同月比24.1%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- 発注者別では、国(同109.5%増)、その他公共団体(872.6%増)は増加し、県(同57.0%減)、市町村(同49.6%減)は減少した。
- 大型工事としては、大保ダム本体建設第2期工事や沖縄科学技術大学院大学(仮称)造成工事、ハンセン訓練施設新設土木工事、本部町今帰仁村清掃施設組合一般廃棄物最終処分場関連建設工事などがあつた。

2 建築着工床面積:3カ月連続で減少



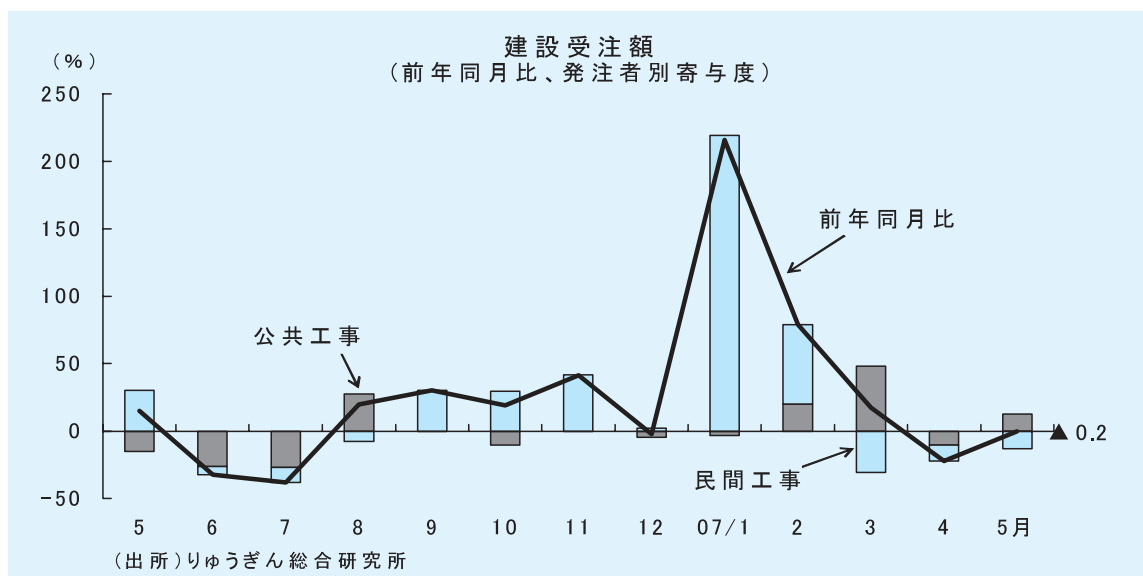
- 建築着工床面積(4月)は、23万53m²で前年同月比13.2%減と3カ月連続で前年を下回った。用途別では、居住用(同21.4%減)、非居住用(同3.6%減)ともに減少した。
- 建築着工床面積を用途別(大分類)にみると、居住専用(10万5,336m²)が最も大きく、次いで飲食店・宿泊業用(5万1,465m²)、不動産業用(1万2,764m²)等の順であつた。

3 新設住宅着工戸数:3カ月連続で減少



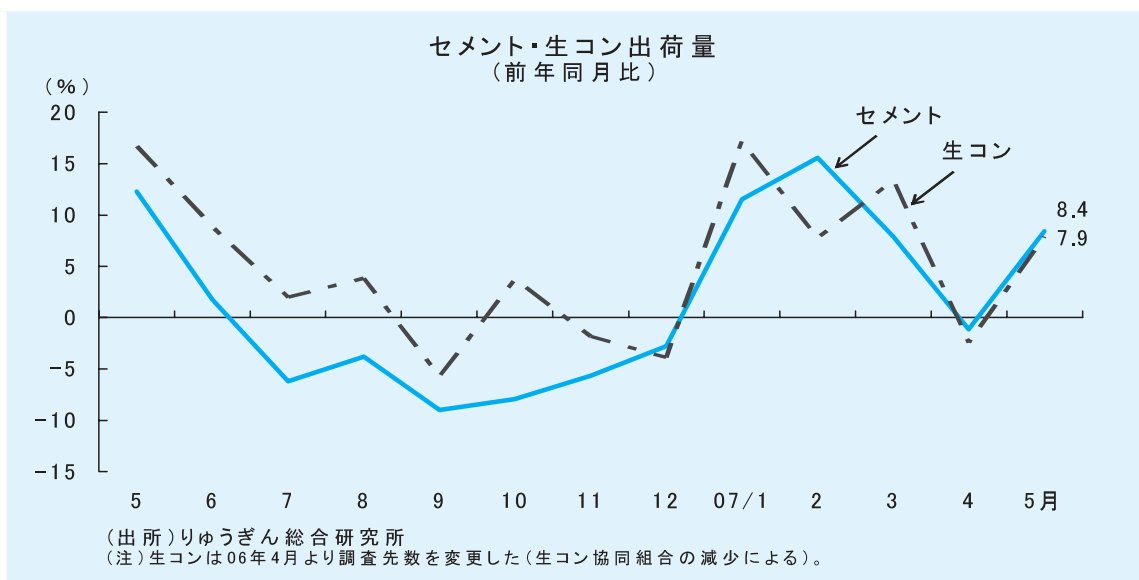
- ・新設住宅着工戸数(4月)は、1,331戸で前年同月比19.0%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・利用関係別では、持家(同6.3%減)、貸家(同14.6%減)、分譲(同69.2%減)ともに減少した。

4 建設受注額:ほぼ前年並み



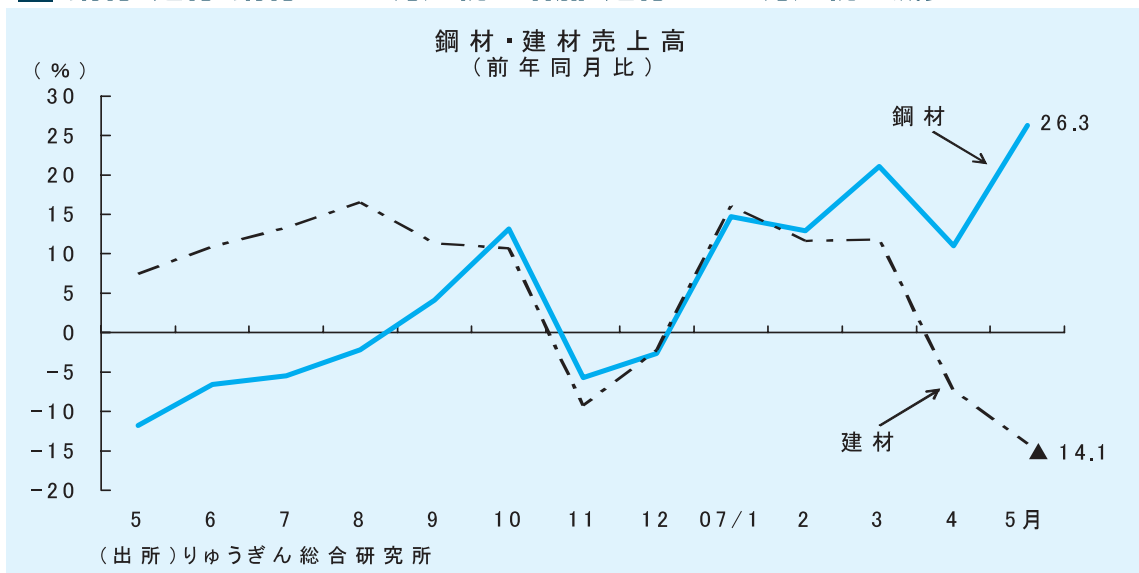
- ・建設受注額(調査先建設会社:20社)は、前年同月比0.2%減とほぼ前年並みとなった。
- ・発注者別では、民間工事(同13.4%減)は3カ月連続で減少したものの、公共工事(同535.0%増)は2カ月ぶりに増加した。
- ・主な受注工事は、民間工事ではホテル建設工事や市街地再開発事業、マンション建設工事などがあつた。

⑤ セメント・生コン:セメント、生コンともに2カ月ぶりに増加



- セメント出荷量は、7万2,553トンで前年同月比8.4%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- 生コン出荷量は、15万7,369立方メートルで同7.9%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- 生コン出荷量を出荷先別にみると、民間工事はおもに社屋や店舗向けは減少し、マンションや個人住宅向け出荷が増加した。公共工事は橋梁関連や一般土木向けなどが減少し、海事工事や学校関連、上下水道工事向けは増加した。

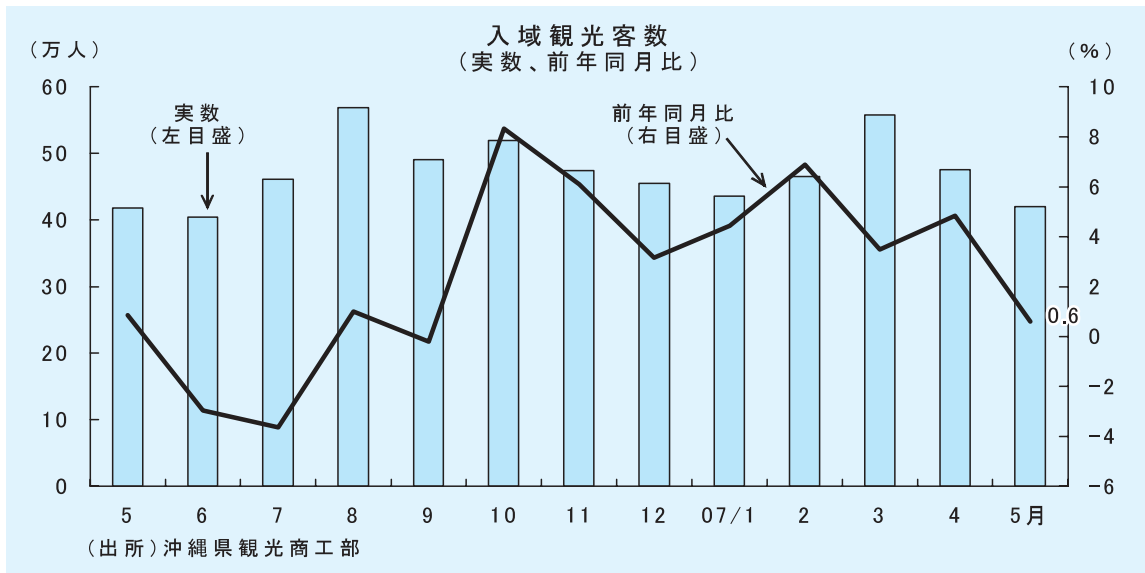
⑥ 鋼材・建材:鋼材は5カ月連続で増加、建材は2カ月連続で減少



- 鋼材売上高は、前年同月比26.3%増と5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14.1%減と2カ月連続で前年を下回った。持家、アパート建設向け出荷に一服感が出ている。

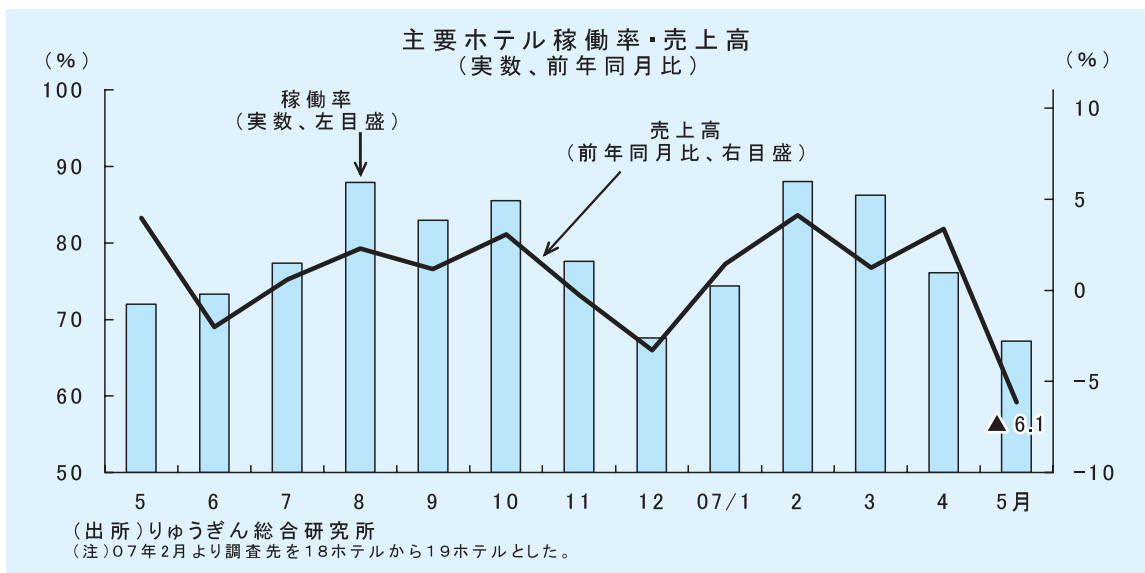
3.観光関連

1 入域観光客数:8カ月連続で増加



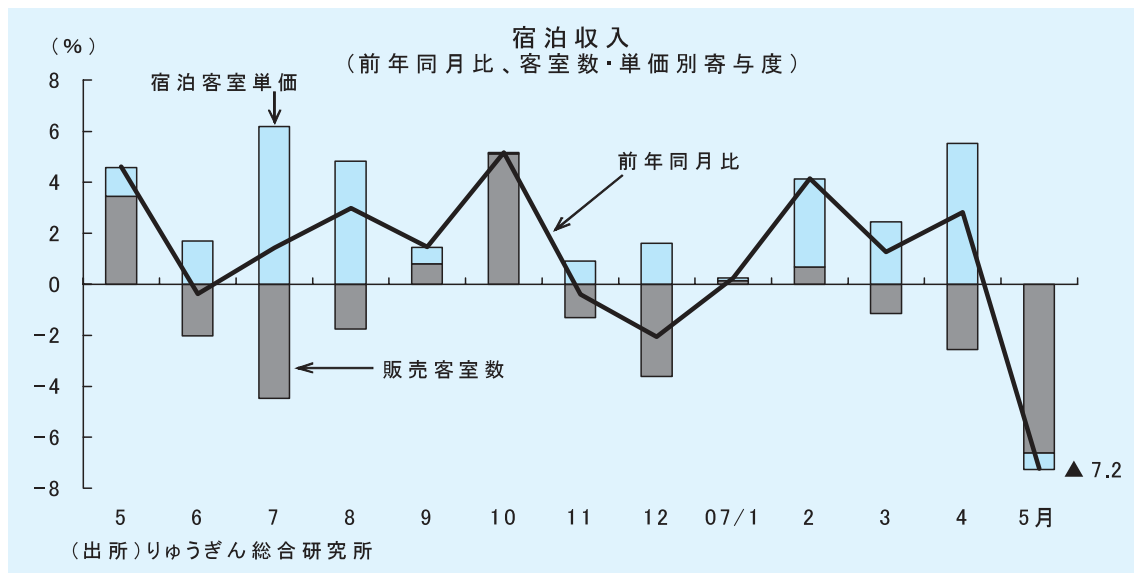
- ・入域観光客数は42万400人で、前年同月比0.6%増加(2,500人増)となり8カ月連続で前年を上回り、単月としては過去最高を記録した。
- ・国内客(同0.6%増)は、10カ月連続で前年を上回った。外国客(同2.6%増)は、香港、台北、上海からのチャーター便があったほか、台湾航空会社の沖縄路線販売強化などにより4カ月連続で前年を上回った。
- ・6月1～20日の国内航空入域客数(下り便・スカイマークエアラインズを除く)は前年同期比3.9%減となり4カ月連続で前年を下回った。

2 主要ホテル:稼働率は3カ月連続で低下、売上高は5カ月ぶりに減少



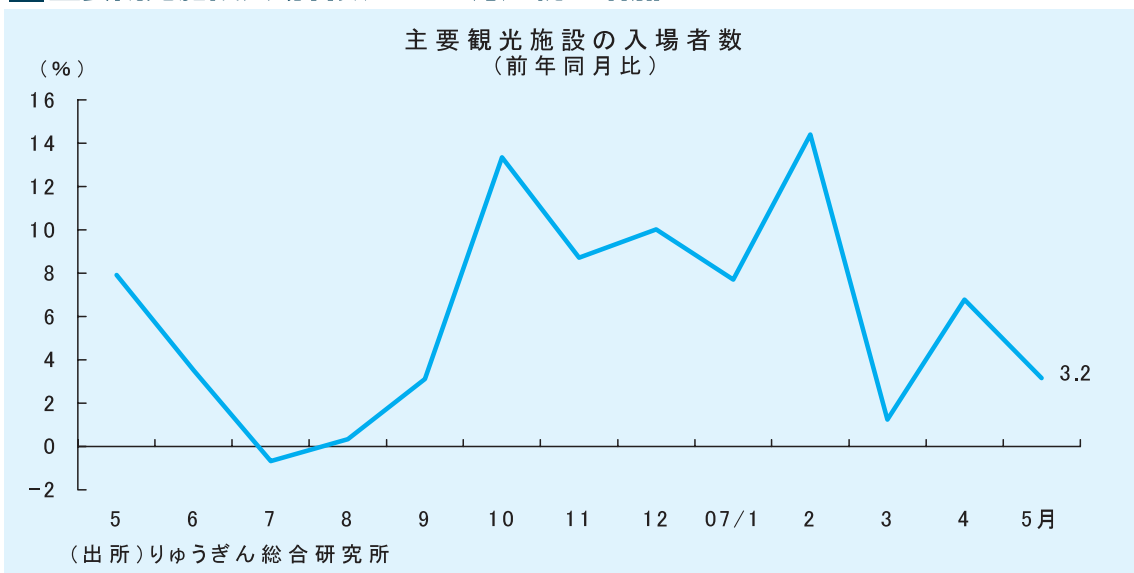
- ・主要ホテルの客室稼働率は、ゴールデンウィーク期間の宿泊が振るわず67.2%と前年同月比4.8ポイント低下し3カ月連続で前年を下回った。売上高は同6.1%減少し5カ月ぶりに前年を下回った。
- ・那覇市内ホテルの客室稼働率は、62.0%で同7.6ポイント低下した。売上高は、同9.6%減となった。リゾート型ホテルの客室稼働率は、70.9%で同2.9ポイント減少した。売上高は、同4.4%減となった。

③ 主要ホテルの宿泊収入:5カ月ぶりに減少



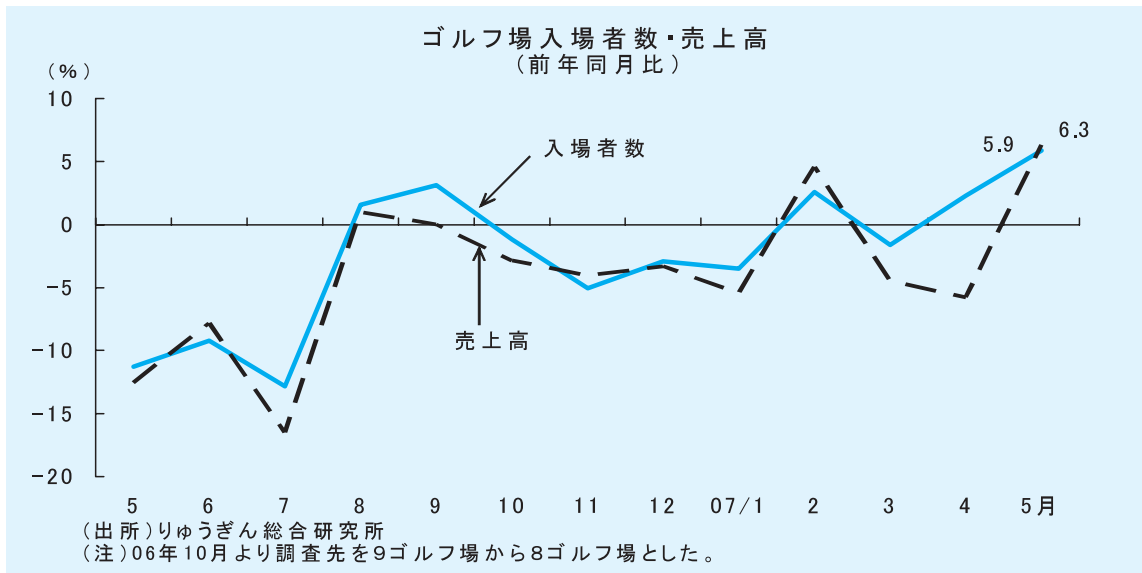
・主要ホテル売上高のうち宿泊収入についてみると、販売客室数(数量要因)が3カ月連続で減少し、宿泊客室単価(価格要因)が13カ月ぶりに減少したことから全体では前年同月比7.2%減となり5カ月ぶりに前年を下回った。

④ 主要観光施設入場者数:10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3.2%増加し、10カ月連続で前年を上回った。

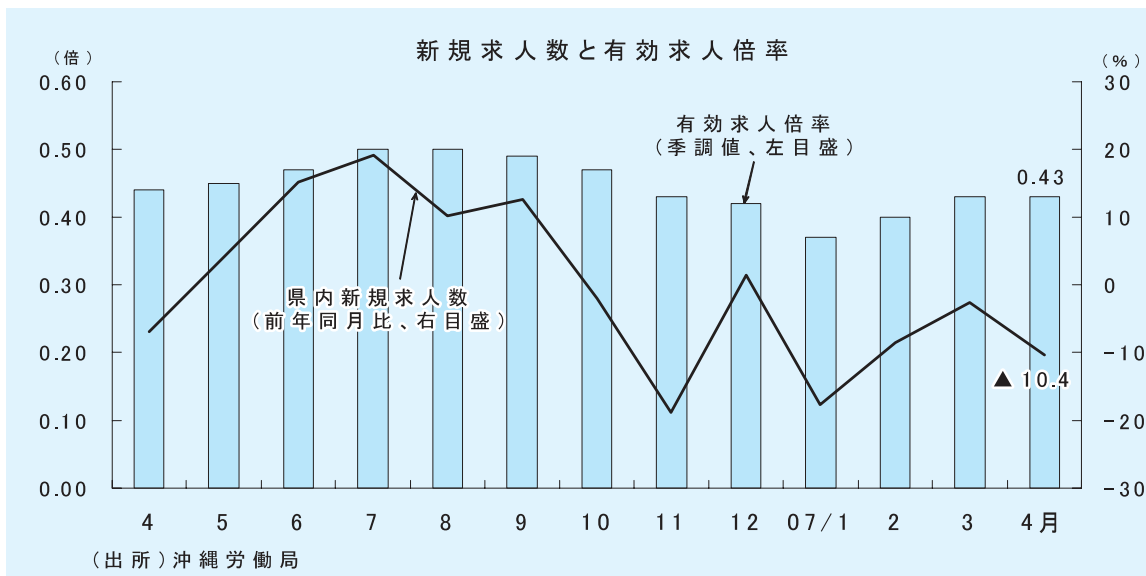
5 主要ゴルフ場稼働状況:入場者数は2カ月連続で増加、売上高は3カ月ぶりに増加



・主要ゴルフ場の入場者数は、前年に比べ好天に恵まれたことから前年同月比5.9%増加し、2カ月連続で前年を上回った。観光客の入場も前年に比べ増加している。売上高は同6.3%増加し3カ月ぶりに増加した。

4.その他

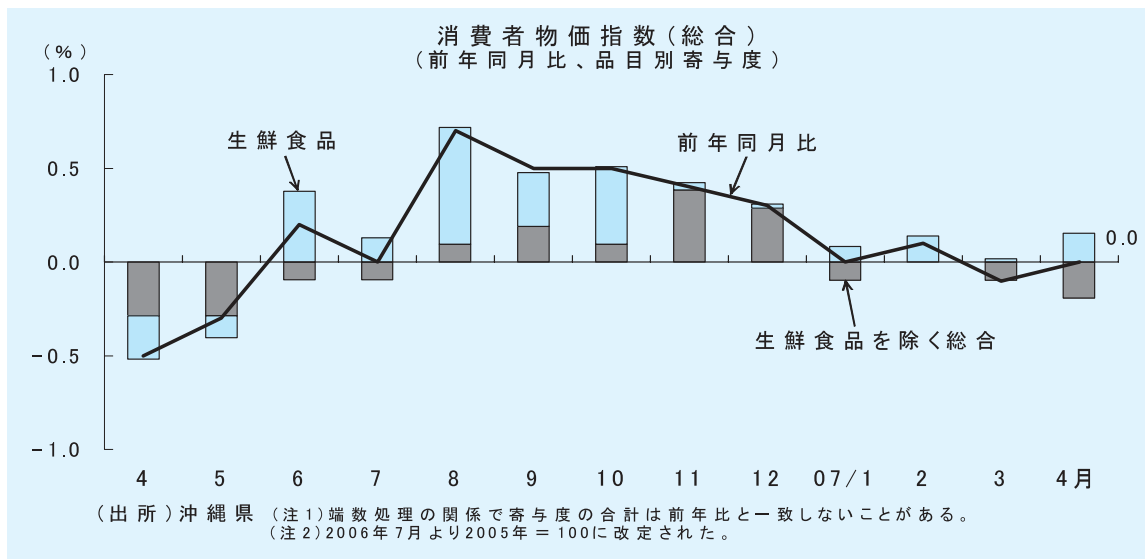
1 雇用関連:新規求人数は減少、有効求人倍率(季調値)は同水準



・新規求人数(4月)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。

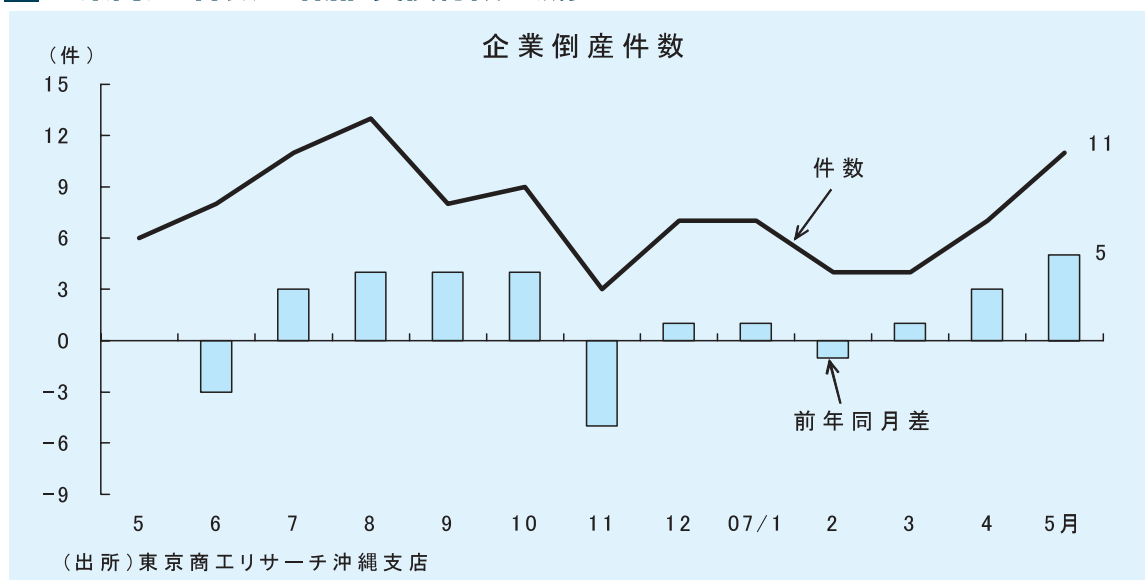
・労働力人口(4月)は、62万4千人で前年同月比3.4%の減少となり、就業者数は、57万5千人で同3.7%の減少となった。完全失業者数は、5万人で前年と同水準であった。完全失業率は8.0%と同0.3ポイント悪化した。

2 消費者物価:同水準



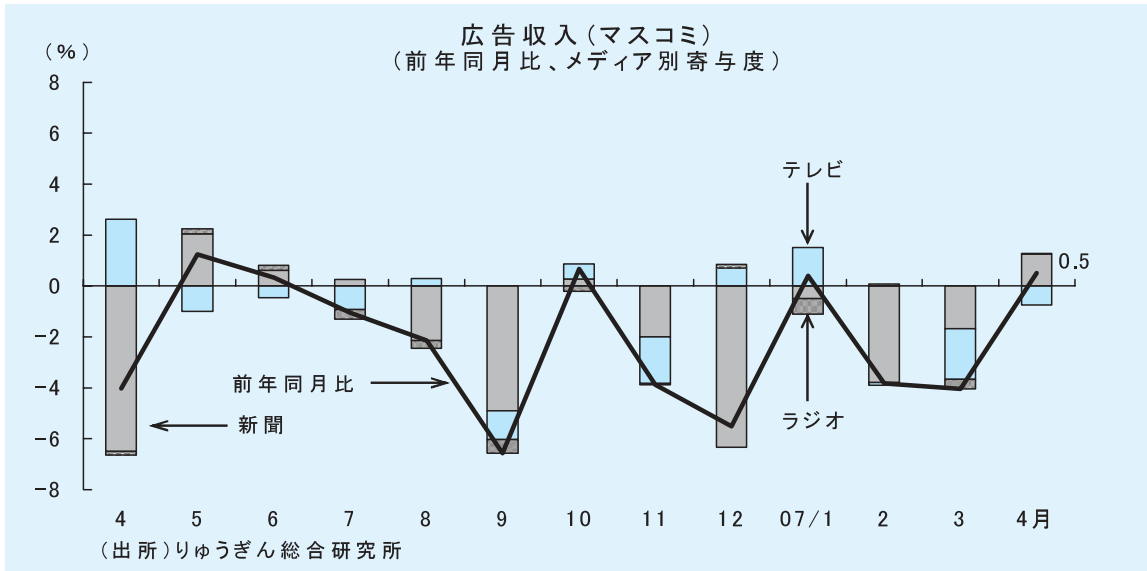
- ・ 消費者物価指数(総合、4月)は、前年同月と同水準となった。
- ・ 品目別の動きをみると、保健医療、食料などが上昇し、交通・通信、教養娯楽などが下落した。

3 企業倒産:件数は増加、負債総額は減少



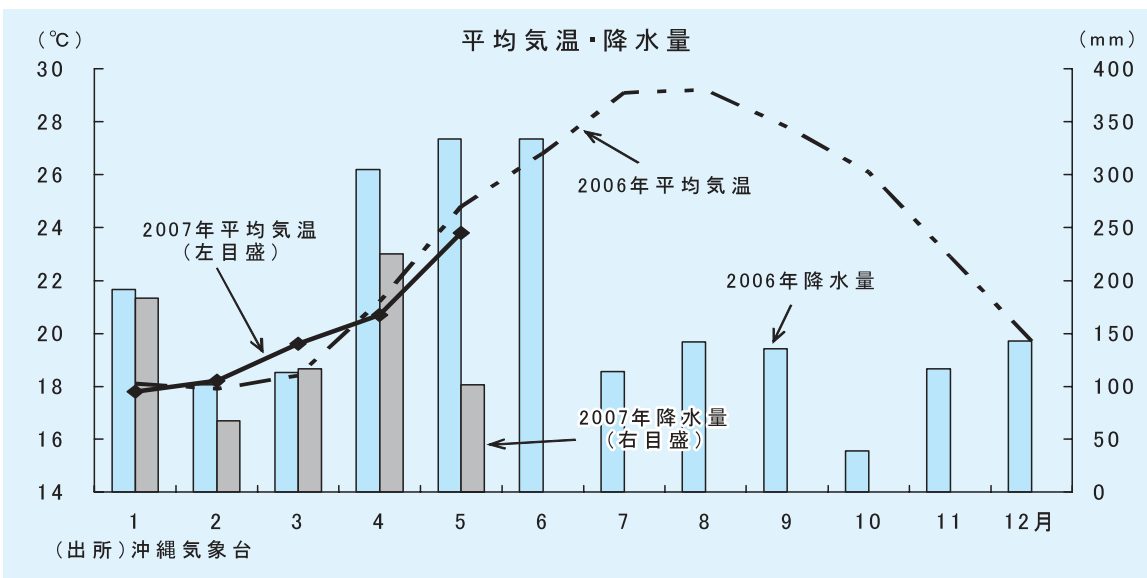
- ・ 倒産件数は、11件となり前年同月を5件上回った。業種別では、建設業4件(前年同月差1件減)、サービス業3件(同2件増)、製造業2件(同2件増)、卸売業1件(同1件増)、小売業1件(同1件増)であった。建設業と零細企業の倒産が目立った。
- ・ 負債総額は、10億8,900万円となり10億円以上の大型倒産の発生がなかったことから前年同月比48.6%の減少となった。

4 広告収入(マスコミ):3カ月ぶりに増加



- ・広告収入(マスコミ:4月)は、前年同月比0.5%増加し3カ月ぶりに前年を上回った。テレビが前年を下回ったが、新聞、ラジオが前年を上回った。

参考 気象(那覇)



- ・平均気温は23.8°Cと前年同月(24.9°C)より低かったが、平年並みであった。降水量は101.5mmと前年同月(333.5mm)より少なかった。

太陽 ASG マネジメントリポート

今回のテーマ： 非上場種類株式の相続税評価額と事業承継対策

同族株主が平成19年1月1日以降に相続等（相続、遺贈又は贈与）により取得した①配当優先無議決権株式、②社債類似株式、③拒否権付株式について、評価の取扱いが明確になりました。

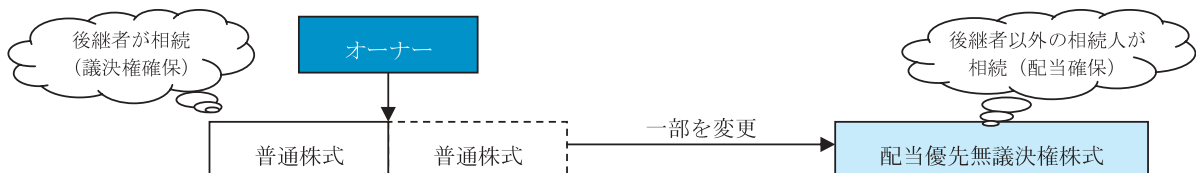
1 評価方法

種類株式の種類	平成19年1月1日以降の相続等で適用される評価方法
配当優先の無議決権株式	<p>原則：純資産方式の場合、普通株式と同様 類似方式の場合、配当金について種類株式ごとに評価</p> <p>例外：同族株主が相続又は遺贈により取得し、つぎの条件を満たした場合に限り、納税者の選択により、5%評価減することが可能</p> <ul style="list-style-type: none"> ・相続人である同族株主全員が同意し、法定申告期限までに遺産分割協議が確定していること ・5%減額分を相続人が取得した普通株式に加算すること
社債類似株式	<p>つぎの5条件を全て満たす株式について、発行価額で評価（配当金の加算は行わない）</p> <p>優先配当、無議決権、残余財産分配額は発行価額以下、一定期日に全株式が発行価額で償還、他の株式を対価とする取得請求権を有しない</p>
拒否権付株式（黄金株）	普通株式と同様の評価（拒否権は考慮しない）

2 事業承継対策（経営権確保のための活用）

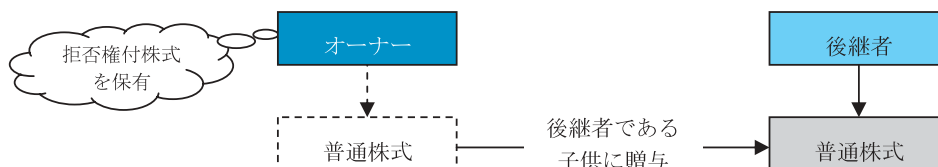
(1) 配当優先無議決権株式の活用

普通株式の一部を配当優先無議決権株式に変更して、後継者以外の相続人に相続させることにより、後継者への議決権の集中とその他の相続人の財産形成が可能になります。



(2) 拒否権付株式（黄金株）の活用

株価の値上がりが予想される場合には、値上り前に早めに株式を後継者であるお子様に贈与した方が承継コストが低くなります。しかし、後継者への議決権の全面移転に不安がある場合には、オーナーが拒否権付株式を保有することによるリスク回避の方法が考えられます。



お見逃しなく！

1. 既存普通株式を配当優先無議決権株式に変更する場合には、株主全員の同意が必要です。
2. 配当優先無議決権株式を新株発行する場合には、株主総会の特別決議による定款変更で可能です。

このニュースレターはWebで随時公開していきます。 <http://www.gtjapan.com>

© 太陽 ASG グループ（グラント・ソントン加盟事務所）

りゅうぎん ビジネスローン

順風満帆

じゆん

ふう

まん

ばん

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(青色申告元) 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) ※詳しくは、沖縄県信用保証協会の無担保保証制度案内といたします。
お使いもち	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 ※貸し借換金も運転資金10年以内、設備資金1ヵ月以上10年以内
ご融資金利	当年所定の金利
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。

- 【ご融資いただくもの】**
- 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

プロ野球キャンプ効果

— 今年も過去最高を記録 —

今年も沖縄県内では、国内8球団のプロ野球の春季キャンプが行われました。県内におけるプロ野球春季キャンプは、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、名護市で投手陣のみのキャンプを実施したのが始まりで、現在では全球団の3分の2が県内でキャンプを行うようになりました。

プロ野球キャンプの経済効果は、選手や球団関係者、県外からの観客の滞在による宿泊費、飲食費、施設の整備費などの直接支出額だけでなく、こうした産業に原材料、サービス等を提供している産業への波及効果なども加味して算出します。これらの要素を考慮して算出した今年の経済効果(国内のプロ野球チームのみ)は約53億3,700万円と推計され、前年比約3億円の増加となりました。増加した要因としては、好天に恵まれたことによる観客の増加が挙げられ、特に好調な沖縄観光を背景とした県外からの観客の増加が大きく寄与しました。過去の経済効果を見ると、毎年経済効果は増加しており、今年も過去最高を記録しました。

また、キャンプの効果は、このような経済効果のほかにもキャンプの期間中、県内のキャンプ地がマスコミで紹介されることによるPR効果、少年野球教室の開催等を通してプロ野球選手と直接接することのできる教育効果などがあります。今年、那覇市は奥武山球場の整備と併せ、読売巨人軍にキャンプ誘致を正式に要請しており、

実現すれば更なる効果が期待されます。



りゅうぎん総合研究所
上席研究員 伊佐 昭彦

沖縄県内におけるプロ野球春季キャンプ経済効果の推移

	球団数	観客数(人)	経済効果額 (百万円)
2007年	8	227,400	5,337
06	8	171,000	5,040
05	8	139,300	4,790
04	7	239,700	4,338
03	7	130,200	3,213

(出所)りゅうぎん総合研究所調べ

地域密着型の「ニューツーリズム」、ご当地ツアーの活用 — NPOの参入も可能に —

近年、旅行者のニーズは多様化、高度化し、より細やかで高付加価値な旅行商品が求められています。国土交通省は、地域の観光資源を活かして地元の旅行関係者が取組む独自の旅行商品づくりを支援する事業に乗り出しました。地域に密着した体験型、交流型の「ニューツーリズム」を創出し、国内旅行の需要を掘り起こすのが狙いです。

平成19年5月に施行された改正旅行業法では、地方の中小旅行業者に多い「第三種旅行業」の業務範囲が拡大され、自らの営業所のある市町村と、隣接市町村の範囲内という条件付きながら、パッケージ旅行の企画や募集が可能となりました。これにより既存の第3種旅行業者のみならず、地元を熟知した観光協会やNPOの参入が期待されます。

国交省は今後、第三種の業者から「ご当地ツアー」を公募、その中から十数点を選び、希望者を募り体験ツアーをするなどの支援事業を展開するということです。

那覇国際通り商店街振興組合連合会が実施したアンケート調査では、沖縄県及び那覇市内観光に対する観光客の声(要望)として、都市的景観以上に緑化や情緒ある町並み等を求める意見が多く見られました。那覇市ぶんかテンプス館、牧志公設市場周辺、桜坂通り、壺屋やちむん通り界限は、ご当地ツアー候補先として十分な魅力を持っていると思われます。地域密着型のご当地ツアーが商品化されることにより、地域の活性化、沖縄全体の魅

力の向上に繋がり、一層の県内観光入域者の増加が期待できます。



琉球銀行 壺屋支店長 照屋 孝
(現りゅうぎん保証(株) 常務取締役)

制度改正前後の第3種旅行業者の業務の範囲等の比較表

	改正前	改正後(平成19年5月12日以降)
募集型企画旅行の実施の可否	不可	一定の条件下で可能
基準資産	300万	300万
営業保証金	300万	300万
旅行業務取扱管理者の選任	必要	必要
標準旅行業約款を用いる場合の「募集型企画旅行の部」要否	不要	募集型企画旅行の実施の有無に関わらず必要

※「営業保証金」の金額は、いずれも年間取扱額が2億円未満の場合(出所)国土交通省ホームページより抜粋

嘉手納ロータリー再開発

— 大きな波及効果に期待 —

嘉手納町で進められている「新町・ロータリー地区第二種市街地再開発事業」が、いよいよ今年度で完了する運びとなりました。皆さんも国道58号で嘉手納町を訪れたり、通ったりする際に気づかれたと思いますが、嘉手納ロータリーは大きく変わりつつあります。事業完了に伴って、防衛施設局が那覇市から移転してくるなど、再開発後のロータリーは嘉手納町の新しい「顔」として期待されています。

再開発後の経済活性化に大きな期待が持てるのはもちろんですが、嘉手納町は事業を進める段階から地元活性化に力を注いでいます。地元業者優先の発注や、「鉛筆一本買うにも町内で」という日頃の町長の想いが浸透し、受注業者でつくる再開発事業安全協議会も工事現場内での弁当販売を地元業者に限定しています。また、同工事現場内設置の自販機収益も、隣接する2通り会に配分するなど地域商店街へ大きく貢献しています。

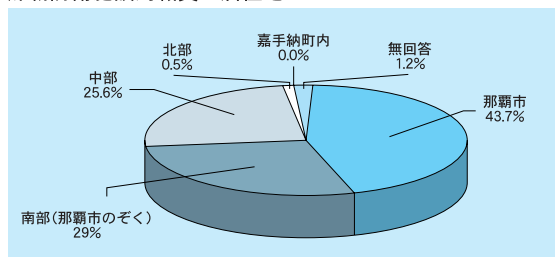
事業の目玉として防衛施設局等の移転があります。それに伴って職員が異動するため、約400人の流入人口の増加が見込まれます。また遠距離のため今後引越される可能性のある方も多く、定住人口の増加も期待でき、加えて各市町村関係者が多数同施設を訪れること等の効果を勘案すると、大きな経済波及効果が期待できます。

平成16年度に着工した再開発事業も現在総仕上げに向かっていきます。新しく生まれ変わり活性化していく嘉手納町が楽しみです。



琉球銀行 嘉手納支店長 伊佐 忠次
(現コザ十字路支店長)

那覇防衛施設局職員の居住地



(出所) 嘉手納町商工会(那覇防衛施設局職員へのアンケート調査)

金融政策決定会合

— 影響大きく注目集まる —

長く続いたゼロ金利政策を解除し、日本銀行の金融政策が大きく方向転換して、はや1年が経とうとしています。日本経済の好調さを受け、日本銀行は平成18年7月と平成19年2月の2回の利上げを実施、今後も引上げが予想されています。

日本銀行の最高意思決定機関は「政策委員会」といい、政策委員が金融政策の基本的な方針を審議決定する場を「金融政策決定会合」といいます。ゼロ金利政策の解除、そして金利の引上げは政策委員が金融政策決定会合で審議決定しました。

政策委員は日本銀行総裁、副総裁(2名)、および審議委員(6名)の計9名で構成されています。審議委員は経済、金融について高い見識を有し、衆参両議院の同意を得て、内閣が任命し、任期は5年と定められています。最近では4月に2名の交代がありました。

金融政策決定会合は原則毎月2回開催され、主要な事項として当面の金融政策の運営について審議決定がなされます。つまりは金利をどうするか?を審議するわけですが、開催のたびにどのような決定がなされるのか関心が集まります。特に、過去2回の利上げ前の会合は、様々な観測がなされ、新聞などで大きく報道されました。決定は多数決で行われます。これまでの決定は全員一致が一般的ですが、金融政策運営の難しさを反映してか、2回目の利上げの際は採決が割れる場合もありました。

多くの国民が影響を受ける金融政策決定会合の決定にますます注目が集まります。



琉球銀行 牧港支店長 東高西 直人
(現嘉手納支店長)

政策委員会メンバー

氏名	氏名	主要な前職
日本銀行総裁	福井 俊彦	日本銀行副総裁
日本銀行副総裁	武藤 敏郎	財務事務次官
日本銀行副総裁	岩田 一政	東京大学教授兼内閣府政策統括官
審議委員	須田 美矢子	学習院大学教授
審議委員	水野 温氏	クレディスイスファーストボストン証券東京支店マネージングディレクター
審議委員	西村 清彦	東京大学教授
審議委員	野田 忠男	みずほファイナンシャルグループ副社長
審議委員	中村 清次	商船三井副社長
審議委員	亀崎 英敏	三菱商事副社長

沖 縄

- 6.1 香港エクスプレス航空は、那覇-香港間の定期直行便開設を国土交通省に認可申請した。週2便を予定し、今年9月からの運航開始を予定。
- 6.4 民間への営業譲渡が検討されていたプセナリゾート(名護市)は、今後の運営体制について当面、県を筆頭株主とする第3セクター方式で運営することが決定した。
- 6.4 沖縄都市モノレール(那覇市)は、取締役会を開き、新社長に興南学園理事長の比嘉良雄氏を充てる役員人事を内定した。
- 6.6 沖縄都市モノレール旭橋駅周辺の再開発事業の起工式が行われた。県内初の民間主導による市街地再開発となり、総事業費は約226億円の予定。また、同再開発地内の地上14階建てのホテル棟に東急ホテルズ(東京都)が、客室215室のホテルを出店すると発表した。
- 6.15 宜野湾市西海岸の都市機能第一街区に進出するホテルの運営を予定していた英国系のインターコンチネンタルホテルズグループは、参画しないことが明らかになった。
- 6.19 沖縄総合事務局は県内建設コンサルタントが、技術担当者を常勤させていないなどの登録規程に違反しているとして、県内登録業者131社のうち40社45部門の登録を取消す措置を行った。
- 6.19 フィリピン航空は、週3便運航中の那覇-マニラ間を8月1日以降運休すると発表した。
- 6.20 沖縄総合事務局が発表した07年4-6月の県内法人企業景気予測調査によると、景況判断指数(BSI)は全産業でマイナス13.1となり2期連続で悪化した。
- 6.23 全日本空輸(ANA)はアジア向けの国際航空貨物事業について、10年度をめぐり那覇空港を中継基地(ハブ)とした新方式に切り替える方針を固めた。アジア地区の貨物をいったん同空港に集約し、国内各地へ輸送する。

全国・海外

- 6.6 厚生労働省の人口動態統計によると、2006年の合計特殊出生率は1.32と6年ぶりに上昇し、過去最低だった前年の1.26を0.06上回った。
- 6.11 内閣府が発表した2007年1-3月の国内総生産(GDP)の改定値は、物価変動の影響を除いた実質で前期比0.8%増と速報値よりも0.2ポイント上方修正された。
- 6.11 金融庁は、三菱東京UFJ銀行に対し、投資信託の窓口販売で不適切な処理が過去3年で約100件見つかったとして、銀行法に基づく業務改善命令を発動した。
- 6.15 日銀が発表した06年度末の資金循環統計(速報)によると、家計が保有する預金や株式などの金融資産は前年度末比1%増の1,536兆1,628億円となり、年度末では過去最高となった。
- 6.15 財務省は、公務員宿舍や庁舎など全国で所有する計900を超す不動産物件の売却計画を固めた。15年度末までに1兆6,400億円の売却収入を見込む。
- 6.20 06年度の国税収入は49兆円台にとどまり、税収見積もりの50兆4,700億円を下回ることが確実になった。企業の下期の業績が見込みほど伸びなかったことなどが要因。
- 6.20 内閣府と財務省が発表した4-6月期の法人企業予測調査によると、大企業全産業の景況判断指数は前期比7.1ポイント悪化のマイナス0.9となり、3・四半期連続で悪化した。
- 6.21 第一生命保険は、りそなホールディングスの普通株式を政府から買取り、出資比率を5%まで引上げる方針を固めた。取得金額は約1,500億円を見込む。
- 6.26 国土交通省は、観光立国を推進する体制を強化することを目的に観光振興の部署を統合した「観光庁」(仮称)を08年度に新設する。

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 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	3.2	7,964	▲53.6	230.1	▲13.2
5	5.6	▲0.1	2.3	▲1.7	▲6.8	-	11,809	24.1	-	-
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 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	1,331	▲19.0	▲21.9	▲1.1	▲2.4	11.0	▲7.3	475.3	4.8	6.8
5	-	-	▲0.2	8.4	7.9	26.3	▲14.1	420.4	0.6	3.2
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 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	78.0	1.7	207	2.7
4	72.9	78.5	▲1.1	5.7	2.3	0.5	-	-	237	4.6
5	62.0	70.9	▲9.6	▲4.4	5.9	-	-	-	-	-
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 (未季調値) %	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 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	2,687	15,038
5	11	1,089	▲48.6	-	-	-	-	-	2,545	16,203
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 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	358	344	▲14	2.611	34	1.1	609	4.5	156	0.256
5	-	-	-	-	41	▲1.6	717	▲14.6	383	0.534
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 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	12,331	▲5.0	1,245	▲3.3
5	30,971	2.5	-	-	24,203	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

トラベラーズチェック
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

- 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 株式会社沖縄バヤリース
- 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クラブトップセミナー
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
- 6月 (No.452) 経営トップに聞く 沖縄製粉株式会社
An Entrepreneur 沖縄健康社有限公司
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

保険のことなら当社におまかせ下さい

Heartful communications



Good! ワイドなご提案
保険会社26社の代理店

営業種目

1.損害保険会社12社の代理店業務全般（代理業務）

火災保険、自動車保険、施設賠償保険、その他損害保険商品

大同火災、三井住友海上、東京海上日動火災、共栄火災、AIU保険、ニッセイ同和、損保ジャパン、あいおい損保、朝日火災、エース損害、日本興亜、セコム損害保険、以上12社の代理店業務

2.生命保険会社14社の代理店業務全般（媒介業務）

企業経営者保険、医療保険、ガン保険、その他生命保険商品

日本生命、第一生命、住友生命、AIGスター生命、明治安田生命、富国生命、アリコジャパン、アフラック、オリックス生命、東京海上日動あんしん生命、AIGエジソン生命、三井住友海上きらめき生命、損保ジャパンひまわり生命、三井住友海上メットライフ生命
以上14社の代理店業務

3.不動産賃貸・管理業務

琉球リース総合ビル	賃貸・管理(区分所有)
琉球リースパーキングビル	賃貸・管理
琉球セントラルビル(琉球銀行松尾支店)	賃貸・管理(区分所有)
コザ共同ビル(琉球銀行コザ支店)	賃貸・管理(区分所有)



株式会社 琉球総合保険サポート

〒900-0015 沖縄県那覇市久茂地1丁目6番3号 琉球リースパーキングビル

TEL 098-863-1808 FAX 098-862-6645 URL: <http://www.rsupport.co.jp>

りゅうぎん調査

No.453

平成19年7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