

りゅうぎん調査

No.463
2008

5月



- 経営トップに聞く
株式会社 プロジェクト・コア
- An Entrepreneur
有限会社 海の種
- 寄稿
職業的使命感

- 経済レポート
・沖縄県内における2008年
プロ野球春季キャンプの経済効果
・石垣島における千葉ロッテマリーンズ
春季キャンプの経済効果
・2007年度の沖縄県経済の動向

RRI
No.022

 琉球銀行

 りゅうぎん総合研究所

Okinawan Economic Review

2008.05 No.463

RRI No.022

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 株式会社プロジェクト・コア 01

～オリジナル商品開発を主体としたクリエイティブ集団～

代表取締役社長 な か ぼくねん 名嘉 睦稔

An Entrepreneur 有限会社海の種 06

～「起業家訪問」海への還元代行業として養殖サンゴの移植・放流に取り組む～

代表取締役 きんじょう こうじ 金城 浩二

寄稿 職業的使命感 08

～教育職・看護職を対象とした調査から～

きんじょう あきら 名城大学国際学群システムマネジメント専攻 教授 金城 亮

アジア便り 上海 14

～中国の労務コストについて～ しるま たかし レポーター:城間 隆志(琉球銀行)

みずほコーポレート銀行(中国)有限公司第六営業チームにて研修中

りゅうぎんビジネスクラブ 16

・「第22回東京ビジネス・サミット2008」出展企業募集のご案内
・フーズインフォーマット出店企業募集のご案内

経済レポート 18

・沖縄県内における2008年プロ野球春季キャンプの経済効果

～セ・パ合わせて9球団のキャンプ経済効果は62億7,400万円～

・石垣島における千葉ロッテマリーンズ春季キャンプの経済効果

～経済効果は13億4,300万円～

経済レポート 2007年度の沖縄県経済の動向 28

～2007年度(2006年4月から2007年3月まで)の1年間の県内景気を総括～

沖縄県の景気動向(2008年3月) 32

～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ものの、建設関連は弱いことから、足踏みしている～

経営情報:財務 労働契約法のポイント 47

～労働紛争の予防や早期解決を図るために、労使間で締結される労働契約についての基本ルールを明文化～

提供 太陽ASGグループ ASG税理士法人

経営情報 48

中小企業における「リース取引」の会計処理について

～中小企業では売買取引処理のほか、従来どおり貸借取引も認められている～

提供及び問合せ (株)琉球リース 営業企画部

学びバンク 50

・沖縄県内の事業所統計について ～医療・情報通信業が増～

りゅうぎん総合研究所上席研究員 伊佐 昭彦(いさ あきひこ)

・裁判員制度 ～参加意向で温度差顕著～

りゅうぎん総合研究所上席研究員 比嘉 盛樹(ひが もりたつ)

・木造率と住宅着工戸数 ～コンクリ造で影響大～

りゅうぎん総合研究所調査研究部長 久高 豊(くたか ゆたか)

・那覇新都心の再開発について ～生産誘発額874億円～

琉球銀行那覇新都心支店長 平良 吉彦(たいら よしひこ)

経済日誌 2008年4月 53

県内の主要経済指標 54

県内の金融統計 56

表紙 ゴーヤー

ウリ科の植物で和名はツルレイシ。5月8日は「ゴーヤーの日」、「ゴー(5)ヤー(8)」の語呂合わせと5月からゴーヤーの出荷が増えることから、1997年(平成9年)JA沖縄経済連と沖縄県が制定。



経営トップに聞く

第20回 株式会社 プロジェクト・コア

オリジナル商品開発を主体とした クリエイティブ集団

(株)プロジェクト・コアは、創立30年になるうとするデザイン集団の会社。HabuBoxのブランド名で恩納村のリゾート地に開店23年になるTシャツを中心としたオリジナル商品を扱う老舗。沖縄にまつわる様々な商品を企画・制作・製造・販売まで手掛けている。読谷村字渡具知の(株)プロジェクト・コア本社に、版画家としても有名な名嘉睦稔社長をお訪ねし、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:社長 佐喜真實 ▶レポート:企画部長 具志堅勇



なか ぼくねん
名嘉 睦稔 社長

御社設立の経緯等について教えてください。

元々私(名嘉社長)は、デザイン学校で勉強した後、広告代理店に勤務していました。2~3年を経過した頃、単に依頼主からの注文内容に従うのみがデザイナーではないとの想いがあり、そのような葛藤の中、独立してフリーでデザインを請けるようになりました。

その後、「ハブピット」の名称でグラフィックデザインTシャツ等のデザイン、制作、販売を手掛ける会社を興しました。

「ハブピット」という会社名は沖縄(琉球)に人間よりも先に住んでいたハブへの畏敬の念に因んで付けたものです。ハブは噛まれると命を落とすこともあるなど非常に怖い生き物であると同時に神格化され敬われていた面もあります。これらの想いを込めてハブの名称を冠しました。ピットというのは、そのハブのセンサー機能である感覚器のことをさしているものですが、方向を知る、

会社概要

商号: 株式会社プロジェクト・コア
所在: 沖縄県中頭郡読谷村字渡具知437-1
連絡先: 098-957-1772
URL: <http://www.habubox.com>
設立年月日: 1978(昭和53年)7月
資本金: 10,000千円
役員: 代表取締役社長 名嘉 睦稔
専務取締役 仲尾 覚
常務取締役 比嘉 文枝
取締役 山城 真由美
従業員: 70人(アルバイト等含む)
事業内容: オリジナルTシャツほか衣類グッズの企画・制作・製造・販売
直営店: HabuBox恩納店、波布蛇箱美浜店、
HabuBox那覇店
ボクネンズアート沖縄(美浜在のギャラリー)

あるいは行く先・ターゲットを知るという意味に繋がり、物を作るときにしっかりと目標を立て、達成していこうとの狙いも込めて命名したものです。その「ハブピット」もクリエイターでもある社員の数が増えてきたこともあって、社名としてはふさわしくないものとなってしまったように感じ、1978年(昭和53年)7月「プロジェクト・コア」に改称するとともに、「HabuBox」の名称の店舗を引き続き展開し、現在にいたっています。

事業展開についてお聞かせください。

「ハブピット」の頃を含めて当初は卸売りを中心に事業展開していましたが、やはり納得のいくデザインをして、納得のいく商品を作っていくためには卸売りではなかなか思うように行かない面が多々あり、現在のプロジェクト・コア及びHabuBox等の体制になって卸売りからは撤退しました。この地におけるデザインのあり方を思索し続け、単に平面的なデザインに終わらず、立体的なデザインを志向しています。これを沖縄という風土でどのように表現するか腐心しながら、現在の小売を中心とした事業展開となりました。



製造工房

主力商品はTシャツですか？

創業当初から主力商品はTシャツです。いわゆる「島ぐわーTシャツ」を主力として業界では老舗の地位を守り続けています。おおよそ8割がTシャツで他にジーンズやキッズ商品なども取扱

っています。

また、首里城、海洋博公園内「美ら海水族館」などのオリジナルTシャツ等のOEMも手掛けています。

何故Tシャツを始めたかという、Tシャツのデザインもグラフィックデザインの延長であり、これを通じて表現活動をしようと考えました。広告代理店勤務の時もそうでしたが、単に依頼主の要望に応えるだけでも仕事としては成り立つかも知れませんが、そうすると自分の持っているデザインのあり方へのこだわりを断念したり、妥協せざるを得ないことも多くなります。もちろん自我を通すことは個人的なアートの世界なら許されるでしょうが、事業としての活動では相手があることですので、妥協は必要です。繰返しになりますが、その妥協も、納得した上のものでないと、商品としての価値を下げてしまうものになりかねないと思っています。それで沖縄という風土でグラフィックデザインを行う場合、Tシャツだからこそしっかりした表現活動の一環として取組み、私どもの表現活動がきちんと受け入れられるかを証明したいという想いでやってきました。それがいつのまにかTシャツの老舗として受け入れられるようになりました。



管理部

プロジェクト・コアとHabuBoxとの位置付けは？

プロジェクト・コアは、クリエイター等制作集団です。デザインの企画、商品の制作、製造を行っ

ています。プロジェクト・コアという社名について若干触れさせてもらおうと、コアは芯とか核の意味で、他者との関係の中で個人を確立し、個性をもてるようにとの思いがあり、プロジェクトは群れまたは集団を意味することから、一見矛盾するような会社名ですが、その群れの中に染まってしまって個性をなくさないように、集団と個人のバランスをしっかりと認識できる組織となるようにとの意味を込めて命名したものです。建設的な個人は他者を内在化できると信じています。

そのプロジェクト・コアで企画・制作・製造した商品を、HabuBox等の名称の店舗でじかにお客様と対面し、販売する方式をとっており、簡単に言えば工場(工房)と実際に商品を販売する店舗の関係にあります。店舗でお客様の反応や声を聞き、それを工場であるプロジェクト・コアに環流させ、さらなるデザイン等の向上・改善に結びつける体制としています。

恩納店からスタートしたのは？

現在、HabuBoxとしては、恩納店、美浜店及び那覇店の3店舗体制ですが、そのうち恩納店が1号店であり、当初アンテナショップとしての位置付けで出店しました。私どもの考え方、具体的なTシャツ等のデザインがお客様に受け入れてもらえるか、どういう売り方をするのが良いのか、ディスプレイの仕方などを検証する役割でした。卸



HabuBox恩納店

売りを主体としていた頃は商品を作れば後の販売については関与できませんので、残念でした。卸売りから撤退して以降、対面販売をする上でのノウハウについて実地で勉強する必要があります。その取組みの始めとして県内リゾートのメッカでもある恩納村に出店したわけです。

顧客は県内・県外どちらが主力？

当社のTシャツは先述のとおり「島ぐわーTシャツ」として沖縄の風土を主題としたデザイン、ロゴ等を取り入れたものであり、島の人すなわち沖縄県人により多く利用して欲しいと思い、事業展開しておりますが、実際には圧倒的に県外のお客様が多い様です。

現在、恩納店、北谷美浜店、那覇(国際通り)店の3店舗展開ですが、観光客が大勢訪れる場所に立地していることから、こういった顧客構成になっているのでしょうか。



波布蛇箱美浜店



HabuBox那覇店

リピーターが多いようですね？

県内のお客様は近場でもありますし、デザインを気に入って頂いて、来店してくれています。県外のお客様も沖縄への観光に何度も訪れる方がたくさんいらっしゃいますが、当社の店舗に毎回来店される方が結構いらっしゃいます。ですから県内外問わずリピーター率は高いといえるでしょう。

今でこそ老舗として県内外で認知されたお店になっていますが、店舗展開の始めの頃は、沖縄の風土や沖縄方言等のロゴが入ったTシャツ類はあまり評判がよくありませんでした。これが最近は逆に歓迎されるようになり、時代の変遷を感じています。

今後の事業展開については如何でしょう？ また、通信販売等全国展開の状況は如何 でしょうか？

当社のTシャツは「島ぐわーTシャツ」としてのブランドですから、より沖縄の人への認知度アップを図りたいと考えています。現在の店舗展開が観光客の集まる場所への立地が中心であることから、県外客に好評という結果に繋がっていますが、決して沖縄のお客様には不評だというわけではありません。

ですから、より県内客を増やすべく、大手ショッピングセンターへの専門店出店を検討しているところです。また、通信販売等で全国展開も行っていますが、特に県外からの注文が増大しています。

地域貢献活動についてはどのような取 組みをなされているのでしょうか。

サンゴ防衛隊へのサポーター募金始め、その他にも継続的に寄付活動は実施しています。当社で販売している「自然を考えるTシャツ」の販売代金の一部を寄付に充てたり、ユニセフやグリーンピースといった団体への寄付、屋久島の杉の保全

への寄付等も行っています。また、私は文化庁から「文化交流使」に任命されました。沖縄の声はなかなか中央まで届きません。折角の任命なので中央への意見具申等積極的に貢献してまいりたいと考えています。

社員教育についてはどのような点に配 慮されているのでしょうか。

私の考え方を押し付けないように努めています。また、特に配慮している点は、目上の人に対する姿勢、さらに後輩に対する姿勢にも気をつけて指導しています。

年齢というものは追い抜くことができません。そういったことを踏まえて、きちんと礼儀をわかまえることの大切さを教えています。このことは仕事を続けていくうえで、根底となるものだと思認識しています。それぞれの人に敬意を払い、愛情をもって接することが、仕事の遂行上、必要であり、それが社内の風通しをよくし、組織の規律にも結びつくものだと考えています。

経営方針等についてお聞かせください。

具体的に経営方針として策定したものは特にありませんが、会社全体が私(名嘉社長)の考え方に統一されるのは好まないし、統一されるべきではないとも考えています。

もちろん物作りをするクリエイターの場合、独善的な考え方に陥りやすい面はあろうかと思えます。それを私がアドバイスしたり、あるいは皆で協議したりしながらより良いものを作り上げることを目指して取り組んでいます。

また、私自身を諫める言葉として「コア自問十言」というものを策定しました。

これは特に社員に強制するものではありませんが、それぞれの言葉を共通の認識として共有するようにしています。

将来ビジョン等についてはどうでしょう。

現在の工房は手狭になってきており、事務所内も商品の倉庫と化してしまっています。もっと広い場所を探すべく、読谷村にも働きかけを行っているところですが、なかなか直ぐには見つからない状況です。

読谷村内で1万坪程度の土地を確保し、現在分散している工房、店舗等を集積し、工房の数もさらに拡大した上、美術館やギャラリー、飲食店、また体験型工房まで備え

た施設建設の構想を持っています。現在70名のスタッフで事業展開していますが、この構想が実現すれば、雇用の拡大も含めて、地域にも貢献できるものと考えているのですが…。もちろんそのためには国や県の様々な助成制度も活用したいし、関係機関には是非支援もお願いしたいと考えています。

IT産業等特定の業種には助成制度が充実しているものの、その他の業種はなかなかこうした制度の活用が出来ない状況にあります。

昨今の自治体は過去の第三セクター事業等の失敗の事後処理に振り回され、迅速な対応が出来ない状況になっているのではないのでしょうか。事務処理ばかりに追われていては発展性はありませんし、生産性もあがらないでしょう。これでは肝心なときに必要なことがやれなくなるのではと危惧しているところです。

読谷村にこだわるのは何故でしょうか。

前の村長が「ヤチムンの郷」を作ったりと、読谷村は、文化村を提唱し実施しています。基地や戦争に対して、抗議や闘争という手段もありますが、



Tシャツ等デザイン事例

より実効性のあるのは文化である、文化こそが世の中を動かすものだということを前村長は言っておりましたし、私もそう思います。

また、読谷村は文化の継承に力を入れており、いつまでも村でいることを大事にしています。8月の十五夜には各字で村踊りの行事があり、それが30種類以上に及んで今に伝わり、連綿と継承されてきています。そのような文化の村は芸術とも相い通じる面がたくさんあり、従って読谷村での事業拡張にこだわりをもってしているわけです。

芸術家でもある名嘉睦稔社長の今後の活動予定は？

県内及び県外での展覧会開催を予定しています。作品作りのための時間も必要です。時間配分を考えないとその時間さえ取れなくなることになりかねませんので、自覚し、意識的に取り組んでいます。

「芸術家は特別な人間で奇行も許される、経営者とは違う」と自分は良く言われますが、芸術家も経営者も一緒です。今後とも芸術と経営の両立を実現するべく邁進していく所存です。

レポート:企画部長 具志堅勇



金城浩二社長

事業概要

- 会社名 (有)海の種
- 電話 098-934-3004
- http://www.seaseed.com/
- 所在地 沖縄市大里1-18-1(1F)
- 設立年月 2004年(平成16年)3月
- 資本金 3百万円
- 従業員 5名

有限会社 海の種

経営トピックス

1. 海への還元代行業として養殖サンゴの移植・放流を主力に沖縄の海の再生を事業として取り組む。
2. サンゴの保全活動が評価され、内閣総理大臣奨励賞、環境大臣奨励賞、青年版の国民栄誉賞ともいえる人間力大賞同グランプリを受賞

① 起業への道のり

私(金城社長)は、小さい頃から海や山で遊ぶのが好きで、特に沖縄の海には非常に興味がありました。小さい頃から馴染んだ海の中に生きるサンゴは沖縄にとって、地球そのものにとっても大切な資源です。ところがそのサンゴが埋め立てによる赤土汚染や、地球温暖化による白化現象さらにはオニヒトデの大量発生等から、危機的な状況に陥っているのをみて、なんとかしたいという気持ちが起り、自分の力でやってみようとの想いで起業しました。

サンゴの研究を1998年から始めましたが、前例もなく、水質検査の勉強のために浄水場に通って教を請い、水の分析を行ったほか、

化学の先生に家庭教師として教えて貰ったり、ろ過装置等設備作りなどすべて試行錯誤で取組んでまいりました。それ以前に木工所や中古車屋のほか飲食店なども開業しましたが、大好きな沖縄の海が壊れていく様を見過ごすことが出来ず、事業で得た資金をサンゴの養殖・移植研究に投じてきました。

努力の甲斐あって今では、20種類程度のサンゴの移植ができるまでの成果があらわれてきました。

会社名の「海の種」は、野山に種をまき、木が生えてくるように海中にもサンゴの種をまくことができます。この想いで開発されたのが移植用養殖サンゴであり、これを「海の種」と呼んでいます。現在、当社の事業内容としては、移植用養殖サンゴの開発(海の種)、そのサンゴの移植放流を目的とした活動(sea seed)、鑑賞用サンゴの販売(Corals Farm ppm)を行っており、これら3つの活動の融合を通じて、継続的に「サンゴ礁を次の世代へ」継



移植用養殖サンゴ

承することを実践しています。

② 起業時の苦労等

研究を始めるに当たって、資金調達のために金融機関等をお願いにあがりましたが、なにしろ前例もなく、確立されたものでもなかったことから、承諾を得ることができませんでした。資金を作るために2年ほど本土に出稼ぎに行き、その資金を元手に飲食店を営みながら、大きな水槽を購入し、趣味のレベルから研究を始めました。もちろん賛同者もなかなかいませんでした。

観光客も県民もみな一様に沖縄の海の恩恵を受けているのですが、海の中で起こっていることは簡単には見えません。従って、サンゴが温暖化等で死滅してもわからないことが多く、気にする人も少ないのが現状でした。それが現在は、賛同してくれる企業も増え、また、いろいろなところで講演等をお願いされることも多くなり、理解者も増えてきました。

2001年にコーラルピンの初期モデルが完成し、サンゴの養殖方法が確立できました。さらに2002年にT字ピンが完成し、北谷町にて養殖サンゴの移植がスタートし、公共工事で埋め立て予定地のサンゴ移設にも成功しました。

③セールスアピール

■2004年10月にTBS「夢の扉～NEXT DOOR～」にて当社の事業活動が放映される

危機的な状態にある沖縄のサンゴ礁を憂い、個人レベルから研究・確立してきた移植用養殖サンゴの植付け事業が評価され、全国放映のテレビ番組で取上げられました。

放映画像



■2006年NPO法人「アクアプラネット」創設

先述のテレビ放映時のナビゲーターでもあった女優兼タレントの田中律子氏の賛同を得て、NPO法人「アクアプラネット」を立ち上げ、田中氏が会長、私(金城社長)が理事長就任のもと、サンゴ再生への取組みが本格化しました。



アクアプラネット活動風景



■2007年7月に総理大臣並びに環境大臣から奨励賞、日本青年会議所及び人間力開発協会からの人間力大賞、同グランプリを受賞。これまでのサンゴの移植、再生へ向けた活動が評価され、青年版国民栄誉賞ともいわれる人間力大賞、同グランプリ並びに総理大臣奨励賞、環境大臣奨励賞を県内で初めて受賞いたしました。

■gooホームPROJECT実施中

「みんなで沖縄の海にサンゴを10,000本植えよう！」を合言葉にNTTと共同でgooホームに無料登録する方が30人になったらサンゴを1本移植する企画を展開しています。協力いただいた方には植え付けたサンゴにネームプレートを付し、写真を添えて海からの感謝状を差し上げています。



海からの感謝状

■海への還元代行業

大企業ではCMや番組、実際に

植林などを通じて自然環境の保全に取り組んでいます。個人事業主や中小企業の方々も自然再生を望んでいます。私たちはこれらの方々へ代行して海へ養殖サンゴを移植しています。それが海への還元代行業です。既に本土系企業を中心に30数社の代行を実施しています。

■海岸清掃も定期的実施

サンゴの移植本数も少しずつではありますが、増えてきております。しかしながら、環境悪化のスピードは思った以上に早く進んでいるようです。移植して1年間観測し、手のひらサイズまで大きくなったスギノミドリイシ15群体が白化し、死滅してしまいました。

これまで不定期に行っていた海岸清掃を定期的に行い、少しでも海の中の仲間たちのことを考えるきっかけになればと毎週月曜日の早朝、ボランティアの県民のみなさんと一緒に清掃活動を継続しています。2015年までに、サンゴの移植を通じてサンゴ礁が回復した海を一つでも多く作ることを目指したいと思います。

(インタビュー:社長 佐喜真 實
レポート:企画部長 具志堅 勇)

職業的使命感

—教育職・看護職を対象とした調査から—

熊本大学大学院教育学研究科修士(教育学修士)
広島大学大学院生物圏科学研究科博士課程後期単位取得
(専門)心理学、人間関係論等



名桜大学 国際学群
システムマネジメント専攻
教授 金城 亮

はじめに

近年、我が国においても食品偽装や公務員の贈収賄、あるいは医療過誤などの問題が取り沙汰されることが多くなり、組織の安全性や倫理性、社会的責任が厳しく問われる時代になってきた。それに呼応するように、企業組織におけるコーポレート・ガバナンス(内部統治)やコンプライアンス(法令遵守)の実現を目指した取り組みが行われている。さらに、行政においても公益通報者保護法等によって、公益のために組織の悪事を通報した者を保護する制度が整えられつつある。

しかしながら、組織のコンプライアンスを実質的に支え、組織への信頼獲得に寄与しているのは法律や制度そのものではなく、その運用に関わる従業員個々の職業上のプライドや責任感であろう。本稿では、産業組織心理学的な観点から、「職業的使命感」という概念を中心に、組織を支えて働く人々の意識の問題について検討していきたい。

古くからヨーロッパでは貴族や騎士などが備えるべき徳として「ノブレス・オブリジェ(高

邁な義務感)」と呼ばれる概念があったという。「位高き者は徳高きを要す」というように、高い地位に伴う道徳的・精神的な義務や責任を負うべきであるとする考え方である。これが職業的使命感の最も高邁な形態であったとされる(岡本・堀・鎌田・下村, 2006)。

しかし、職業的使命感は貴族や聖職者、公営組織のトップだけが持ちうるものではない。岡本ら(2006)は、「さまざまな職業のさまざまな人たちが、それぞれの持ち場と役割に応じて、自分の貢献と責任を内面化したもの」が職業的使命感であると定義している。すなわち、職務上の自律性と責任および社会的貢献の認知が高く、従事者がその職業に高い自尊心を形成している場合ほど職業的使命感は高揚すると考えられる。

堀・鎌田・岡本(2005)は 職業的使命感に関する実証的研究として消防士を対象とした調査を行っている。結果として、職務的自尊心が高く天職観が強い消防士ほど、個人的・組織的違反の経験が少なく、また自分の職業を社会的に責任性が高いとイメージしている者ほど生き

がい感も高い傾向があることを示している。

昨年度、私もゼミの学生達とともに、教育職および看護職の方々を対象とした職業的使命感に関する調査を行った。学校教諭と看護職者を調査対象に選んだのは、それらの職業では、職務の自律性が比較的高く、専門分野における社会的貢献と責任を強く意識しながら働いている方々が多いと考えたからである。具体的には、職業的自尊心、天職観、職業イメージ、生きがい感等の各尺度からなる調査を実施し、要因間の関連を考慮しつつ職業的使命感のモデル構築を試みた。さらに教育職と看護職における職業的使命感の比較を行った。本稿では、そのデータを紹介しながら考察を進めていきたい。

調査の方法

1. 調査対象者

- ①教育職：沖縄県内の高等学校5校(普通科および商業科)において担任経験のある高校教諭112名および市立中学校に勤務する教諭1名の合計113名(うち男性55名、女性58名)。
- ②看護職：沖縄県内の4つの病院施設に勤務する看護師279名(うち男性25名、女性254名)。

2. 調査期間

- ①教育職調査：2007年9月～11月。
- ②看護職調査：2007年11月～12月。

3. 調査手続き

調査実施にあたっては、教育職・看護職とも封筒に入れた調査票を職場の管理者に依頼して配布。職務の妨げにならぬよう空き時間等に記入していただき、回答済みの調査票は封入後用意された回収箱に提出してもらおう留め置き

法にて実施した。

4. 質問紙構成

岡本・堀・鎌田・下村(2006)より、「職業的自尊心」「天職観」「職業イメージ」「生きがい感」「職場における違反経験」の各尺度を使用した。それぞれ研究の目的や調査対象に則して文言を一部修正(設問の書き出しを「教育職は」あるいは「看護職は」にするなど)して用いた。これら共通質問のほか、教育職に対しては達成動機や組織内市民行動、職務特性に関する質問などを実施し、看護職においては職務自律性、職務満足度、バーンアウト尺度などを適用、それぞれ個別の分析も行っているが、ここでは両職種に共通して実施した尺度についてのみ報告する。

結果と考察

1. 各尺度の集計

職業的自尊心に関する調査項目の絞り込みと分類を行うために、全調査対象者の回答データをもとに因子分析という統計手法を実施した。その結果、2つの因子と呼ばれる項目群が抽出された。第Ⅰ因子は「教育職(看護職)は、人を幸せにしてあげられる」「教育職(看護職)は、自分で納得のいく働きができる」「教育職(看護職)は、人に感動を与えられる」など9項目からなり、自身の職業・職務内容に対する全般的な誇りや、社会的貢献および義務感などで構成されていることから、先行研究に倣って「職務的自尊心」とした。第Ⅱ因子は「教育職(看護職)は、訓練が必要である」「教育職(看護職)は、研修・学習が必要である」の2項目で構成されており、仕事に高度な技能が求められること、また研修やスキ

ルアップの必要性が高いことに基づく自尊心であることから「職能的自尊心」とした。

天職観尺度12項目については複数の因子に区分することが困難であったため、1つの尺度としてまとめたときの信頼性を検討する目的でクロンバックの α 係数という信頼性指標を算出した結果、 $\alpha = .881$ (1に近い値ほど信頼性が高い)を示したことから1次元尺度として扱うこととした。

職業イメージに関する因子分析では3因子が抽出された。第Ⅰ因子は「社会的貢献」とし、第Ⅱ因子は「リスク」、第Ⅲ因子は「ネガティブイメージ」とした。

生きがい感に関する因子分析でも3因子が抽出された。第Ⅰ因子は「現状満足」とし、第Ⅱ因子は「存在価値」、第Ⅲ因子は「意欲」とした。

2. 共分散構造分析による要因間の関連分析

職業的使命感についての仮説モデルを検証する目的でAmos5.0という専用ソフトを使用して共分散構造分析を行った。この分析は多様な尺度間の関連性を図式化して検討することのできる統計手法である。今回は推定パラメータ数を減らすため、観測変数には因子分析に基づきまとめた因子ごとの要因得点を用いて推定を行った。事前の要因相互相関の結果から、職業的使命感が「職務的自尊心」「職能的自尊心」「天職観」の3要因から構成されると仮定して、内生変数としての「職業的使命感」を設定、これが「職業イメージ」や「キャリア」(年齢および勤続年数)によって影響を受け、さらに職業的使命感の高揚が「生きがい感」に影響を及ぼすと仮定するモデルを構築した。なお、当初は「職場

における違反経験」の変数も投入する予定であったが、一部ケースに欠損があり、これらを欠損処理すると全体の有効回答数が減ってしまうため仮説モデルへの投入を断念した。

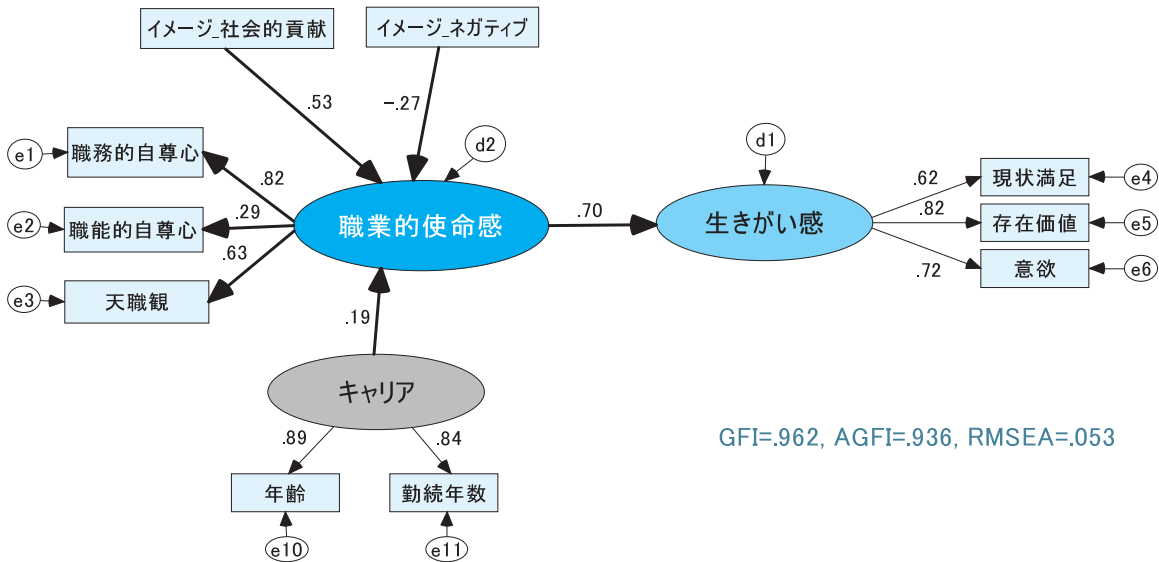
共分散構造分析(推定値の計算には一般化最小2乗法を使用)の結果、職業イメージのうち「リスク」については職業的使命感への有意なパスが見出されず、他のイメージ変数などとも相関が認められなかったため分析から除外し、再度、推定値の検討を行った。最終的に図1に示すようなパス図を得た。

図1に示された各矢印とその上の係数は、要因間の関連の方向性および強さを示すものであり、係数がプラスの大きな値をとるほど強い比例的な関係を、マイナスの大きな値をとるほど負の関連性があることを示している。また変数名を囲む楕円形の枠は、それが内生変数すなわち仮定された概念であり、長方形の枠は実際に測定・集計された観測変数であることを示している。

この図から次の4点が見出される。

- ①職業的使命感は職務的自尊心、職能的自尊心、天職観より構成されている。
- ②年齢や勤続年数などキャリアを重ねることによって、職業的使命感は影響を受ける。しかしながら、教育職・看護職で要因個別の相関をみると、それらは直線的な関係とはいえず、キャリア形成の過程でどのような体験をしてきたかによって、職業的使命感が高揚されもすれば低減されることもあり得る。
- ③自らの職業について社会的貢献度を高く評価し、ネガティブなイメージを持っていない

図1 教育職・看護職における職業的使命感モデルの推定結果 (n=344)



者ほど職業的使命感が高い。

④職業的使命感が高い者ほど仕事に生きがいを感じ、職務上の満足や意欲が高い。

これらの結果から、自らの職務に高い職業的使命感を抱いている組織人というのは、職務の社会的意義を肯定的に評価し、仕事の中に生きがいや充実感を見出している意欲的な人物としてイメージすることができる。

組織としては、このように高い職業的使命感を持つ人材を見つけ、あるいは育成することが組織の安全性や倫理性、社会的貢献を構築する

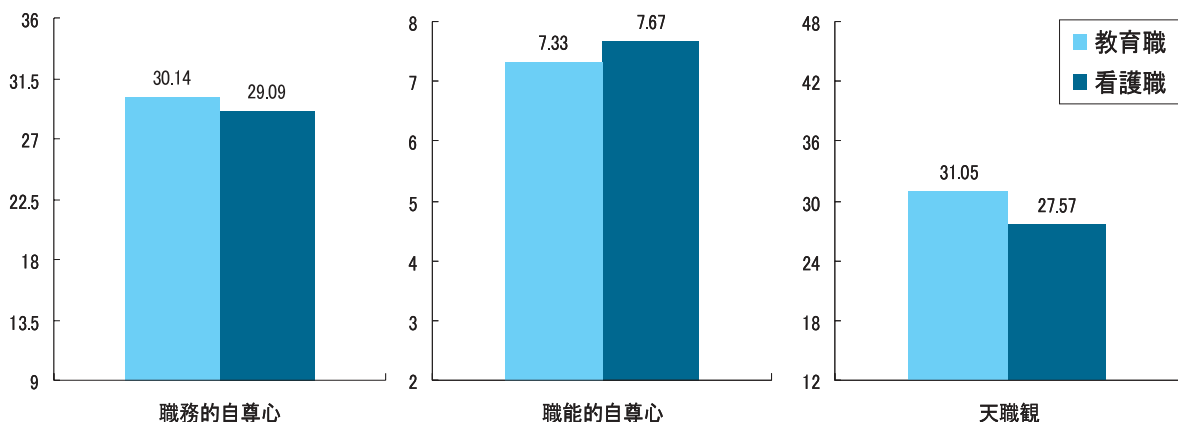
上で重要であろう。またそれらの人材が自律性と責任感を発揮して職務を遂行できるよう支援や方向づけを行うことが必要であろう。

3. 職業的使命感に関する教育職・看護職比較

職業的使命感を構成する3要因について、教育職と看護職別に要因得点の平均値を算出し、職種間比較を行った(図2)。

その結果、教育職における職務的自尊心の平均得点(M=30.14)が看護職(M=29.09)に比べ統計的にみて有意に高く、一方、職能的自尊心では看護職(M=7.67)が教育職(M=7.33)に比べて

図2 職業的使命感に関わる3要因の教育職・看護職間比較



有意に高い結果が示された。これらの結果から、教育職では自分で納得のいく働き方ができ、生徒との関わりの中で充実感を感じたり、生徒に感動を与えられる職業であることが職務上の誇りを高揚させていると考えられる。看護職では、特に日々進歩する医療現場にあって研修・訓練を積み重ねる必要のある高い専門性・職能を備えた職業であることが自尊心を支えていることが示唆される。天職観については、教育職(M=31.05)のほうが看護職(M=27.57)に比べ、現在の職業を「天職である」と認識する傾向が有意に高いことが示された。

以上の結果は、職務におけるバーンアウト傾向や離職率との関連を考えると、示唆に富む結果といえよう。教育職は自らの仕事を天職と認識しがちで、職務上、生徒との関わりなどを通して職業的使命感を喚起されやすいのに対して、看護職の職業的使命感を特徴づけているのは、主として職能的自尊心、すなわち人命をあずかる専門職として常に研鑽を積み重ねなければならない、という緊張感や重責感を伴う自尊心である。そのことが、教育職同様に高い職業的使命感をもちながら、看護職者における「燃え尽き」傾向や離職の割合が高い理由の一つであると推測できる。

4. 生きがい感、職業イメージおよび職場における違反経験の比較

次に、生きがい感・職業イメージを構成するそれぞれ3つの下位要因、さらに職場における違反経験について、教育職と看護職の平均値を比較した(表1)。職場における違反経験尺度は「職場の電話を私的な用事で使ったことがある」「職場で起こった事故を監督官庁に届け出なかったことがある」など個人と組織のモラルハザードに関する経験の有無を尋ねる項目からなっている。t検定という2つの平均値間の統計的差を比較する統計手法で検定した結果、生き

表1 生きがい感、職業イメージ、違反経験に関する教育職・看護職比較

項目	職業区分		t値
	教育職	看護職	
生きがい_現状満足	12.04 (2.49) n=113	10.32 (2.68) n=272	5.84***
生きがい_存在価値	12.10 (2.31) n=112	11.23 (2.35) n=275	3.30**
生きがい_意欲	12.96 (2.13) n=113	11.54 (2.58) n=271	5.56***
イメージ_社会的貢献	21.63 (3.27) n=110	20.24 (4.27) n=270	3.42**
イメージ_リスク	5.63 (1.40) n=113	7.74 (.63) n=278	-15.40***
イメージ_ネガティブ	3.62 (1.38) n=112	4.03 (1.50) n=277	-2.53*
職場における違反経験	2.01 (1.49) n=94	1.70 (1.85) n=279	n. s.

+p<.10 *p<.05 **p<.01 ***p<.001

※注 表中の上段は平均値、中段カッコ内の数値はSD、下段は有効回答数。

がい感では、現状満足、存在価値、意欲のいずれの側面でも、教育職が看護職に比べて有意に高い生きがい感を示した。

また、職業イメージでは看護職において相対的に職務のリスクイメージやネガティブイメージが高い。これらの結果も先述した両職種における職業的使命感の様態と関連していると考えられ、看護職では勤務形態や職務特性上、リスクや負担を被りやすいことが、看護職の使命感および生きがい感の高揚に抑制的に作用していることが推測される。職場における違反経験は両職種とも少なく、また職種による差違は認められなかった。

今後の課題

職業的使命感の研究は未だ緒についたばかりで探索的な段階である。今後、様々な職業従事者について、その職業的使命感を測定・比較していきたい。その際、個々の職務特性も考慮に入れながら検討していく必要があるだろう。また職業的使命感が訓練・実習や職務経験によってどのように変化していくのかを把握することができれば、社員研修やキャリア教育に役立つ知見が得られるものと期待している。この観点に立って、今年度は教職志望者の職業的使命感が教育実習の前後でどのように変化するかを追跡する調査を企画している。またの機会に、その成果をご報告することができれば幸いである。

※本報告は、沖縄心理学会第35回大会における研究発表に加筆・修正したものである。

参考・引用文献

- 赤嶺勇人 2008 公立学校教諭の職業的使命感 名桜大学国際学部経営情報学科卒業論文 未公刊.
- 大城健一 2008 医療従事者の職業的使命感 名桜大学国際学部経営情報学科卒業論文 未公刊.
- 岡本・堀・2006 職業的使命感のマネジメント 組織鎌田・下村 の社会技術5 新曜社.
- 金城 亮 2008 教育職・看護職における職業的使命感 沖縄心理学会第35回大会研究発表.
- 堀・鎌田・2005 主観的な職業威信とPro-social 岡本 行動—消防官をサンプルに用いた検討—社会技術研究論文集 Vol.3, 118-127.

アジア便り

上海

vol.09



レポーター：城間 隆志（琉球銀行）

みずほコーポレート銀行(中国)有限公司
営業第6チームにてトレーニーとして在籍中

中国の労務コストについて

中国進出を計画する企業にとって、「安価な労働コスト」が魅力と考える方は少なくありません。そこで、今月のアジア便りでは中国の労働コストの水準についてレポートします。

1. 中国市場の魅力とコスト

すでに中国進出を果たした企業、またはこれから中国進出を考えている企業にとって、中国マーケットの魅力とはどのようなものでしょうか。

一般的には①今後も成長が見込める巨大マーケット②安価な労働コストがあげられます。

①のマーケットについては、現在も自動車、建機、精密機器メーカー等が中国進出を果たし、大規模な施設の建設が相次いでいます。

また、経済成長も若干鈍化したものの、政府目標として8%水準の成長を掲げていることから、各種問題を内包するものの魅力的なマーケットであることは間違いありません。

②の労働コストについては、このほど中国情報誌「証券時報」が上場企業約870社を対象に行った人的コストに関する調査結果によると、



開発途上の上海の街並み

2007年の従業員一人当たりの平均コストは69,300元(約102万円)で、2006年の58,100元(約85万円)と比較すると約19%程度上昇していることが判明しました。ちなみにコストには福利厚生費、教育費や各種保険、工会費(労働組合に相当)も含まれています。

一方、対象企業の去年の売上高平均伸び率は約28%という結果も出ており、人的コストが急速に上昇していることがわかります。ちなみに調査対象870社のうち、一人当たりの人的コストが前年比で上昇したのは725社で、全体の83%、下落は145社と全体の17%にとどまりました。

企業間における差異については、銀行や証券、

採掘などの業種を中心に上昇が目立つ反面、製造業や商業では上昇幅は一定の水準にとどまっています。

2. 中国金融機関の年収

先日報道された上海の機関紙に、上海、深セン証券取引所に上場する中国商業銀行13社の決算報告を基に、行員一人当たりの平均賃金ランキングが発表されました。ちなみに1位は上海浦東発展銀行の年間36万6,700元(約539万円)で、最下位は中国工商銀行の6万9,200元(約101万円)となり、金融機関間でも約5.3倍の賃金格差(注)が生じました。

注. 給与経費を行員の総数で割った単純比較に基づくもの。

ただし、都市部における企業の一般労働者の平均年収は約2万5,000元(約36万円)程度であることを考えると、中国において金融機関の待遇は比較的高水準にあるといえます。

3. 上海における労働コスト

2008年4月1日より、上海市では毎月の最低賃金が960元(約14,400円)に引き上げられました。この最低賃金についてはあくまで「手取りベース」とされており、これらに加え社会保障費や福利厚生費も負担する必要があることから、これらを総括した労働コストは月1,500元(約22,500円)に上るとされています。

賃金上昇の理由のひとつに、市内の労働力人口の減少があげられます。上海市民生局はこのほど2007年末の労働力人口(16~59歳)を公表しましたが、2007年末の労働力人口は約975万人で、前年同期比△0.5%と調査開始以来はじめて減少しました。

上海でも高齢化社会が進行していることがデータから窺えます。今後労働力不足を補うために、地方人材の受け入れや女性労働者の受け入れ強化が図られていますが、それに伴う単価の上昇および物価上昇に合わせ、さらに人材コストが上昇することが予想されます。



上海郊外の風景

4. 終わりに

今年8月の北京オリンピック、2010年の上海万博を控え、中国、上海ではインフラ整備が急速に進んでいます。労働コストが上昇してきてはいるものの依然日本に比べると低水準にあります。

しかし、進出企業の中には、労働コスト、製造コストの軽減だけを求めて「とりあえず」進出したものの、事業の撤退を余儀なくされた企業があることも事実です。

魅力の多い中国ではありますが、金融取引を中心に多種、特殊な規制が存在しているほか、労働者問題等様々なリスクも内包しています。

人口13億人を抱える巨大マーケット中国でのビジネスを成功させるためには何を求めて進出するのか、しっかりとしたビジョンを持つことが必要でしょう。

以上

「第22回東京ビジネス・サミット2008」 出展企業募集のご案内

1 東京ビジネス・サミットとは

・事業拡大に直結するビジネスマッチングの場、経営者の為の情報・商談イベントです。

貴社の事業を全国に対して、ダイレクトにアピールできる絶好のチャンスです。奮ってご参加下さい。

・りゅうぎんビジネスクラブでは毎年、多数の会員企業とともに参加しており、今回は10回目の参加となります。

「目指せ、沖縄発のナショナルブランド」を合言葉に県内企業が一致団結し取組んだ結果、大きな商談に発展した企業もございます。

「全国への販路拡大の場」として、「東京ビジネス・サミット」を是非、ご活用下さい。

2 東京ビジネス・サミットの特徴

(※来場者数、参加企業数等は前回「第21回東京ビジネスサミット2007」実績)

- ・経営者のための日本最大級のビジネスマッチングイベント
- ・中小企業向け商談会では国内最大級
- ・全国から30,339名が来場
- ・来場者の約4割が経営者である為、商談スピードが速い
- ・全国の中小企業848社が出展

3 「第22回東京ビジネス・サミット2008」概要

開催日

平成20年10月21日(火)、22日(水)

開催場所

東京ビッグサイト(東京都江東区有明)

参加費用

1ブース110,250円(団体料金131,250円から、早期割引10,500円、WEB割引10,500円の適用額。他、初出展割引5,250円制度有り)

4 りゅうぎんビジネスクラブによる「合同出展」メリットについて

・りゅうぎんビジネスクラブでは、以下の目的で「合同出展」形式をとっております。

- ①各企業ブースを隣接させ、一団とすることで「沖縄」という地域色を演出し、集客力を高めます
- ②出展コストを下げられます(合同出展料金131,250円 ※通常料金157,500円)
- ③結束力が高まり、相乗効果が生まれます
- ④参加企業間で出展ノウハウの交換ができます

以上

お問合せ先:りゅうぎんビジネスクラブ事務局 TEL 098-860-3817(担当:竹越・臼井)

りゅうぎん
ビジネスクラブ

会員
限定

沖縄の食品食材を全国へPR!

フーズインフォーマート出店企業募集のご案内

りゅうぎんビジネスクラブでは、今年度も「フーズインフォーマート沖縄食材市場」出店企業の募集を行います。会員様限定の大変お得な特典もございます。ビジネスクラブへの同時入会も可能となっておりますので、この機会にぜひご検討ください!

Q フーズインフォーマートとは?

A 売り手と買い手が互いの取引先を探すことのできるインターネット上の出会いの場です。

食品業界の売り手企業と買い手企業が互いの「売りたい」「買いたい」情報を元に商談し、多くの取引先を開拓することのできるインターネット上の出会いの場がフーズインフォーマートです。今回は、りゅうぎんビジネスクラブのお客様の食品食材を大々的にPRする「フーズインフォーマート沖縄食材市場」をはじめとした多くの特典をご用意して、皆様の販路拡大をお手伝いいたします。

食材販路を開拓したい! だけど...

売りたい商品はあるが、新規開拓の方法がわからない。

新規開拓営業の時間や経費がかかり過ぎる。

地域内だけの商売では差別化が難しい。

ホームページに商品を掲載しても誰も見てくれない。

バイヤーのニーズ・情報を集めたい!

新規取引での売掛金回収の不安がある。

こんなお悩みを**解決**します!

りゅうぎん
ビジネスクラブ
会員様
限定特典!!

地域活性化団体パック

地域活性化団体パックでは、団体割引として月額18,700円でご参加いただけます!

通常25,000円/月
(税抜・年間契約)



特別価格 **18,700円/月** (税抜・年間契約)

こんなにお得な特典が受けられるのは、県内で唯一りゅうぎんビジネスクラブだけ!!

- *一括22万円(税抜き・年間契約)の支払プランもご用意しております。
- *新規入会后1年間の限定特典となります。1年経過後は通常料金での更新となります。
- *その他にもりゅうぎんビジネスクラブ様限定の特典がございます。サービスの内容等、詳細につきましてはお近くの琉球銀行窓口、もしくはりゅうぎんビジネスクラブまでお問い合わせ下さい。

りゅうぎんビジネスクラブ事務局 TEL:098-860-3817(担当:臼井・大城)

沖縄県内における 2008年プロ野球春季キャンプの 経済効果

経済効果は
62億7,400万円

要 旨

- 2008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、石垣島でのロッテキャンプが新たに加わり、9球団となった。
- 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26万5,000人(オープン戦含む)となり、前年(22万7,400人)を約3万7,400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950人、報道関係者・解説者が約2,500人、県外からの観客が約2万9,500人、合計で約3万2,950人と推察され、前年(約3万1,540人)を約1,400人上回った。
- 県外からの滞行者及び県民のキャンプ関連支出額(直接支出額)は、約41億100万円(前年約35億5,900万円)と推計され、ロッテのキャンプが加わったことなどから前年を上回った。主な内訳をみると、宿泊費が10億2,400万円と最も多く、次いで飲食費7億8,100万円、土産品購入6億2,400万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、沖縄県産業連関表により試算した結果、経済効果は約62億7,400万円となり、キャンプ関連の直接支出額(約41億100万円)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10億2,400万円、鉱業・製造業7億8,700万円、飲食店6億4,400万円の順となった。
- 今年のキャンプの経済効果は、前年のキャンプ効果(約53億3,700万円)を約9億3,700万円上回った。増加要因として、ロッテが新たに加わったことや前年に日本シリーズを制覇した中日などが注目され観客数が増加したことが挙げられる。
- キャンプの課題としては、施設の充実やキャンプをサポートする人員の増員(地元協会等の要望)などがあるものの、各市町村ともに依然として厳しい財政事情から十分に答えられないのが現状である。これらのことを補うためにも、今後、一人でも多くの県民がボランティアとして協会をサポートしたり、あるいはキャンプに出向くなどしてキャンプを盛り上げていくことがより求められる。

1. はじめに

2008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、千葉ロッテマリーンズが石垣島で新たにキャンプを実施し、前年の8球団から9球団となった。

今年の県内キャンプの主な話題としては、前述したロッテ(以下、各球団名は「ロッテ」、「日本ハム」のような略称を用いる)キャンプが初めて実施されたことや前年に日本シリーズを制覇した中日などが注目されたこと、日本ハム・中田選手やヤクルト・由規選手(佐藤由規)などの大物ルーキーの加入等があった。

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9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、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・応援体制に結び付けていく際

の参考にできればと企図し、今年も引き続き試算を行った。

2. 2008年のプロ野球春季キャンプの概要

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、ロッテの9球団(県内でのキャンプ開始年順)となっており、今回はロッテが新たに加わった(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、9球団合計で選手(一、二軍計)・球団関係者が約950人、報道関係者や解説者が約2,500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26万5,000人(オープン戦含む)と前年(約22万7,400人)を約3万7,400人上回った。キャンプ前半は、雨天が多く観客数が伸び悩んだものの、ロッテキャンプが加わったことやオープン戦が前年の4試合から今年は5試合と1試合多く開催されたこと、練習試合(国内の他のプロ野球球団との練習試合)が多かったことなどが挙げられる。

(図表1) 沖縄県内における2008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	ロッテ
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	石垣市
	期間	2/1~3/2	2/1~2/12	2/1~3/2	2/1~3/2	2/1~2/17	2/1~3/2	2/1~2/17	2/1~2/21	2/1~2/20
二軍	キャンプ地	国頭村		読谷村	嘉手納町				久米島町	
	期間	2/1~2/23		2/1~3/2	2/9~2/25				2/1~2/26	

(注)日本ハム、中日、横浜、ヤクルトは沖縄でのオープン戦(3/1、3/2)を含める。

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950人、報道関係者と解説者は約2,500人でともに前年より増加した。また、県外からの観客は約2万9,500人と前年(約2万8,400人)を上回ったものと推察される。ロッテが新たに加わったことや前年に日本シリーズを制覇した中日などが注目されたこと、日本ハム・中田選手やヤクルト・由規選手(佐藤由規)などの大物ルーキーの加入があったことなどにより県外からの観客数が増加したものとみられる。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石垣島、宮古島、久米島訪問(ロッテ、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3万2,950人で、前年(約3万1,540人)を約1,400人上回ったものと推察される。

(2) 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、娯楽レジャー等に支出するほか、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41億100万円(図表2)となり、前年(35億5,900万円)を上回った。試算結果によると、宿泊費が10億2,400万円(前年10億1,800万円)と最も多く、次いで飲食費7億8,100万円(同7億5,600万円)、土産品購入6億2,400万円(同5

(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	1,024
飲食費	781
土産品購入	624
交通費	510
練習施設等の整備費	473
娯楽レジャー	409
クリーニング代	63
アルバイトへの支払い	43
施設使用料	26
その他	151
合計	4,101

億9,600万円)、交通費5億1,000万円(同3億9,900万円)、練習施設等の整備費4億7,300万円(同1億6,300万円)などとなっている。前年より増加した要因として、練習施設等の整備費、県外からの観客が増加したことなどが挙げられる。

(3) 春季キャンプの県内での経済効果

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41億100万円に自給率を掛けると県内で供給された分約37億円が求められ、これが直接効果となる。

次に、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14億9,700万円となる。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10億7,800万円となる。

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62億7,400万円となり(前年比9億3,700万円増、前年は53億3,700万円)、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(35億7,700万円)となり、この中で雇用者へ支払った賃金等が雇用者所得(17億7,900万円)となる(図表3)。

今年の増加要因として、ロッテが新たに加わったことや前年に日本シリーズを制覇した中日などが注目され観客数が増加したことなどが挙げられる。

(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	3,700	1,993	1,127
1次間接波及効果	1,497	885	363
2次間接波及効果	1,078	700	289
総合効果	6,274	3,577	1,779
直接支出額 (波及効果)	4,101	(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)。
 6.端数処理により合計は合わなくなることがある。

(4) 産業別の効果

今年の経済効果である生産誘発額約62億7,400万円を産業別にみると、宿泊業が約10億2,700万円と最も大きく、次いで鉱業・製造業（約7億8,700万円）、飲食店（約6億4,400万円）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	1,027	521	288
鉱 業 ・ 製 造 業	787	306	115
飲 食 店	644	294	183
運 輸 業	514	295	217
その他対個人サービス	517	355	156
建 設 業	509	249	188
商 業	461	325	231
電 力 ・ ガ ス ・ 水 道	222	115	42
公 務 ・ そ の 他 の 産 業	1,593	1,118	358
合 計	6,274	3,577	1,779

4. おわりに

県内のプロ野球春季キャンプは、1979年に日本ハム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今年で30年目となり、今回はロッテが新たに加わった。県内では全12球団中9球団がキャンプを実施したことになる。また、那覇市は奥武山球場の整備に併せ、巨人軍に対して那覇市内でのキャンプの要請を行っており、実現すれば、プロ野球キャンプはスポーツコンベンションとして当県の観光振興にさらに寄与していくことが期待される。

一方、キャンプの課題としては、施設の充実やキャンプをサポートする人員の増員（地元協会等の要望）などがあるものの、各市町村ともに依然として厳しい財政事情から十分に答えられないのが現状である。これらのことを補うためにも、今後、一人でも多くの県民がボランティアとして協会をサポートしたり、

あるいはキャンプに出向くなどしてキャンプを盛り上げていくことがより求められる。

以 上

【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

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 ○		◎								○	
08									(一軍) 石垣市			
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. 太線内のシャド一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。

【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社で統合し、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

石垣島における 千葉ロッテマリーンズ 春季キャンプの 経済効果

経済効果は
13億4,300万円

要 旨

- 2008年2月、石垣島では官民挙げての熱心な誘致活動により、千葉ロッテマリーンズの春季キャンプが初めて開催された。
- 同キャンプは、2月1日～20日の日程で開催され、キャンプ見学のための観客数は31,950名となり、うち島外からの観客数は約9,000名あったものと推察される。
- 波及効果を含めた経済効果について、沖縄県産業連関表により試算した結果、経済効果は13億4,300万円となった。これは、直接支出額8億3,200万円に対して約1.6倍の波及効果となっている。
- 経済効果13億4,300万円を産業別にみると、建設業が3億1,800万円、運輸業が1億8,700万円、鉱業・製造業が1億5,000万円、宿泊業が1億3,000万円などとなっている。
- プロ野球のキャンプは、経済効果だけでなくPR効果や教育効果など多岐にわたることから、今回のキャンプを一過性のものとするのではなく、今後の地域活性化につなげていくことが求められよう。

1. はじめに

石垣島では、2008年2月に千葉ロッテマリーンズの春季キャンプが初めて開催された。1983年に中日ドラゴンズが石垣島でキャンプを実施したものの、雨が多く、室内練習場がなかったことなどから1年で撤退した経緯がある。

キャンプは、甲子園で活躍した地元、八重

山商工出身の大嶺投手のロッテ(以下、球団名は「ロッテ」の略称を用いる)入りや室内練習場の完成がきっかけとなり、官民挙げての熱心な誘致活動により実現した。

当社では、地域の熱心な取り組みを応援し、今後の取組みに役立てればと企図し、初めてとなる石垣島での春季キャンプの経済効果について試算した。

2. キャンプの概要

石垣島でのロッテ春季キャンプは、2月1日～20日の20日間の日程で開催された。その間、選手・球団関係者の滞在者数は約90名となり、解説者、報道関係者の滞在者数は延べ800人、キャンプ見学の観客数は31,950名となり、うち県外(沖縄本島などからの島外からも含む)からの観客数は約9,000名と推察される。

期間中、キャンプが開催された石垣市中央運動公園では、バレンタイン監督や主力選手などの紹介用の大きなパネルのほか、選手の顔写真入りのフラッグが、公園内に掲げられキャンプを盛り上げた。また、石垣島出身の大嶺投手の参加も注目を集めた。市内においては、キャンプに関する横断幕やポスターなどがいたる所で掲げられるなど、石垣島はキャンプ一色に染まった。

3. 石垣島におけるロッテキャンプの経済効果について

キャンプの経済効果について、大きく区分すると、まず、来島者(球団、マスコミ関係者、キャンプ見学のためのファンの来島など)の島内での宿泊、飲食費、地元客が見学等で消費した飲食費、グッズなどの購入費、キャンプを開催するための球場整備や交流会開催などの支出があり、これらを直接支出額という。

次に、上記で支出されたものは、すべて県内では生産されたものではないことから、直接支出額に県内での自給率を掛けたものを直接効果といい、さらに、これらの支出により原材料の調達や従業員の所得増加による消費を通

して他の産業の生産額の増加に波及していく波及効果がある。

そして、直接効果と波及効果を合わせたものが、経済効果(総合効果)となる。

(1) 直接支出額の試算

今回の石垣島春季キャンプ関連の支出額の主な内訳をみると、球場の改修などの練習施設場等の整備費が3億1,200万円、交通費が1億5,200万円、宿泊費が1億3,000万円、飲食費が9,900万円、土産購入費が7,500万円などとなっており、これらを合計した8億3,200万円が直接支出額となる。

(2) 経済効果の試算

ここで、(1)で得られた直接支出額を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。

まず、県内の産業全体の自給率は100%ではないため、(1)で求めた直接支出額に県内での自給率を掛けて算出した額が7億8,300万円となり、これが直接効果となる。

次に直接効果である練習設備等の整備費、交通費、宿泊費、飲食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への売上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3億2,000万円となる。

さらに直接効果、1次間接波及効果のように各産業へ波及した効果は雇用者の所得へと結びつき、これらの雇用者の所得が消費へと

繋がり、消費を通して各産業の生産を増加させていく。これを2次間接波及効果といい、これが2億4,000万円となる。

これらの直接効果、1次間接波及効果、2次間接波及効果であるそれぞれ生産誘発額を合計したものが、13億4,300万円となり、これが第1回目となる石垣島におけるロッテ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(7億2,800万円)となり、この中で雇用者へ支払った賃金等が雇用者所得(3億9,600万円)となる(図表1)。

(3) 産業別の波及効果

今回の経済効果である生産誘発額13億4,300万円を産業別にみると、キャンプ開催のための球場改修などから建設業(3億1,800万円)が最も大きく、次いで運輸業(1億8,700万円、主に航空、バス、タクシーでの移動等)、鉱業・製造業(1億5,000万円、主に土産品や建設関連の資材を中心とした製造業)、宿泊業(1億3,000万円)などの順となっている(図表2)。

4. おわりに

今回の石垣島キャンプは大きな経済効果を生み出しただけでなく、石垣島の情報がマスコミを通して全国に発信されるなどの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

(図表1) 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	783	387	247
1次間接波及効果	320	185	84
2次間接波及効果	240	156	64
総合効果	1,343	728	396
直接支出額 (波及効果)	832 (1.6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)。
 6. 端数処理により合計は合わなくなることがある。

(図表2) 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)
建設業	318	155	118
運輸業	187	88	61
鉱業・製造業	150	56	23
宿泊業	130	66	37
飲食店	88	40	25
商業	80	56	40
その他対個人サービス	57	39	17
電力・ガス・水道	37	19	7
公務・その他の産業	295	207	69
合計	1,343	728	396

われ、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選手と直に接する機会などの教育効果も大きい。

このように、プロ野球のキャンプの効果は多岐にわたることから、今回のキャンプを一過性のものとするのではなく、今後の地域活性化につなげていくことが求められよう。

以上

経済 の 動向

(1) 概況

2007年度の県内景気は、観光関連は好調に推移し、個人消費が底堅く推移したものの、建設関連が弱い動きとなったことから、緩やかな拡大の動きが一服し、さらに終盤には足踏みした。

個人消費関連では、百貨店売上高は、主力の衣料品が振るわなかったことなどから前年度を下回った。スーパー売上高(既存店ベース)は、既存店の取り組み強化などから前年度を上回り、全店ベースでは新設店効果の継続から引き続き前年度を上回った。耐久消費財では、新車販売台数は、軽乗用車に一服感がみられたことから前年度を若干下回った。電気製品卸売販売額は、薄型テレビへの買い替え需要などから前年度を上回って推移した。

建設関連では、公共工事請負金額は、沖縄振興開発事業費が減少するなど引き続き前年度を下回った。建築着工床面積は、非居住用が企業の建設投資により減少幅は小幅に止まったものの、居住用が改正建築基準法施行の影響か

ら大きく減少し、全体としては前年度を大きく下回った。新設住宅着工戸数も、改正建築基準法施行の影響などから持家、貸家、分譲住宅のいずれも減少するなど前年度を大きく下回った。県内主要建設会社の受注額も前年度を下回った。建設資材関連は、鋼材売上高が単価の上昇により前年度を上回ったものの、木材売上高、セメント出荷量、生コンクリート出荷量ともに改正法の影響から低調に推移した。

観光関連では、入域観光客数は国内の根強い沖縄人気に加え、台湾からのクルーズ船運航の再開などにより外国人客が大幅に増加し、589万人と過去最高を更新した。主要ホテルの動向は、リゾートホテルでは、稼働率、宿泊収入ともに前年度を上回ったものの、那覇市内ホテルでは、新設ホテルの開業による競争の激化から、稼働率、宿泊収入ともに前年度を下回った。全体では、売上高は増加したが、稼働率は減少した。主要観光施設の入場者数は前年度を上回るなど好調に推移し、ゴルフ場入場者数は県内客、県外客ともに増加するなど持ち直しの動きがみられた。

雇用情勢は、新規求人数が減少したものの、失業率が低下するなど改善傾向がみられた。企業倒産は件数が幾分増加したものの、負債総額が減少するなど概ね落ち着いた動きとなった。

(2) 個人消費関連

個人消費は、人口の増加や消費マインドの持続などにより底堅く推移した。

百貨店売上は、食料品が催事による集客効果などにより増加したものの、後半、主力の衣料品が振るわなかったことから前年度比0.7%の減

少となった。スーパー売上高は、既存店ベースでは販促などによる既存店強化から食料品が増加し、衣料品も持ち直したことから同0.8%の増加となった。全店ベースでは、新設店効果などの要因も加わり同2.8%の増加となった。

耐久消費財では、新車販売台数は、レンタカー需要などにより小型乗用車などが増加したものの、軽乗用車に一服感がみられたことから前年度比0.3%の減少となった。電気製品卸売販売額は、年度初めに大手量販店の開店効果の一巡がみられたものの、薄型テレビへの買替需要や白物家電に一定の需要がみられたことなどから同1.1%の増加となった。

このように個人消費を取り巻く環境をみると、年度後半から原材料価格の高騰により小売価格の上昇がみられたものの、人口の増加や消費マインドの持続、新設店効果の継続などにより個人消費は底堅く推移した。

(3) 建設関連

建設関連は、おもに改正建築基準法の影響から建設投資が低調となり、全般に弱い動きを続けた。

公共工事は、沖縄振興開発事業費の当初予算が2,354億円と前年度比3.2%減少するなか、公共工事請負金額も前年度比5.6%減となるなど引き続き厳しい状況が続いた。一方、建築着工床面積は、177万6千㎡で前年度比24.9%減と大きく減少した。内訳をみると、特に居住用(同39.4%減)が改正建築基準法の影響を受けて大幅に減少したものの、非居住用(同3.7%減)はホテルやショッピングセンター、再開発ビル、発電所建設など企業の建設投資により減少幅は小幅に止

まった。新設住宅着工戸数は9,614戸と前年度比40.8%減と改正建築基準法の影響などから大幅に減少した。内訳では、持家(同31.6%減)、貸家(同42.9%減)、分譲住宅(同43.7%減)といずれも大幅に減少した。なお、新設住宅着工戸数は改正法施行以前からマイナス基調であったことから改正法以外に景気要因が影響していることもありえよう。県内主要建設会社20社の新規受注額は、前年度比7.0%減となった。内訳は、公共工事(同1.6%減)、民間工事(同9.6%減)ともに減少した。主要建設会社においては、改正法の影響により落ち込みの大きい持家などの住宅建設の割合が元々小さいことから影響が比較的少なかったと言えよう。

建設資材関連は、全般に改正法の影響から低調な動きとなった。セメント出荷量は前年度比7.8%減、生コンクリート出荷量も同10.3%減の減少となった。木材売上高も同12.0%減となった。また、鋼材売上高は同4.4%増と原料高による販売単価の上昇により売上高は増加したものの、販売数量ベースでは前年を下回った模様である。

(4) 観光関連

観光関連は好調に推移した。入域観光客数は、国内での根強い沖縄人気に加え、台湾からのクルーズ船運行再開、香港、韓国等からのチャーター便の増加などで外国人客が大幅に増加したことから前年度比3.3%増の589万人となった。沖縄県のビジット沖縄計画の目標値590万人に僅かに届かなかったものの、過去最高の記録となった。

主要ホテルの動向をみると、稼働率は78.5%で前年度を0.5%ポイント下回ったが、売上高は

前年度比0.9%の増加となった。前年度に引き続いて那覇市内ホテルとリゾートホテルでは、稼働率、宿泊収入の動きに大きな違いがみられた。那覇市内ホテルは、引き続き新設ホテルの開業が相次ぎ競争が激化していることを背景に、客室単価は一部外資系ホテルのリニューアル後の料金引き上げの影響により前年度を上回ったものの、販売客室数が前年度を下回り、稼働率、宿泊収入ともに前年度比マイナスとなった。一方リゾートホテルは、客室単価、販売客室数ともに前年を上回り、稼働率、宿泊収入ともに前年を上回った。主要観光施設は好調に推移し同3.9%の増加となった。ゴルフ場入場者数は、県内客に加えて、県外客も増加したことから前年度を上回った。

情報通信業などの就業者数の増加から前年度比0.3ポイントの改善となった。一方、新規求人数は同11.3%の減少となり、有効求人倍率も0.42倍と前年度(0.45倍)を下回った。

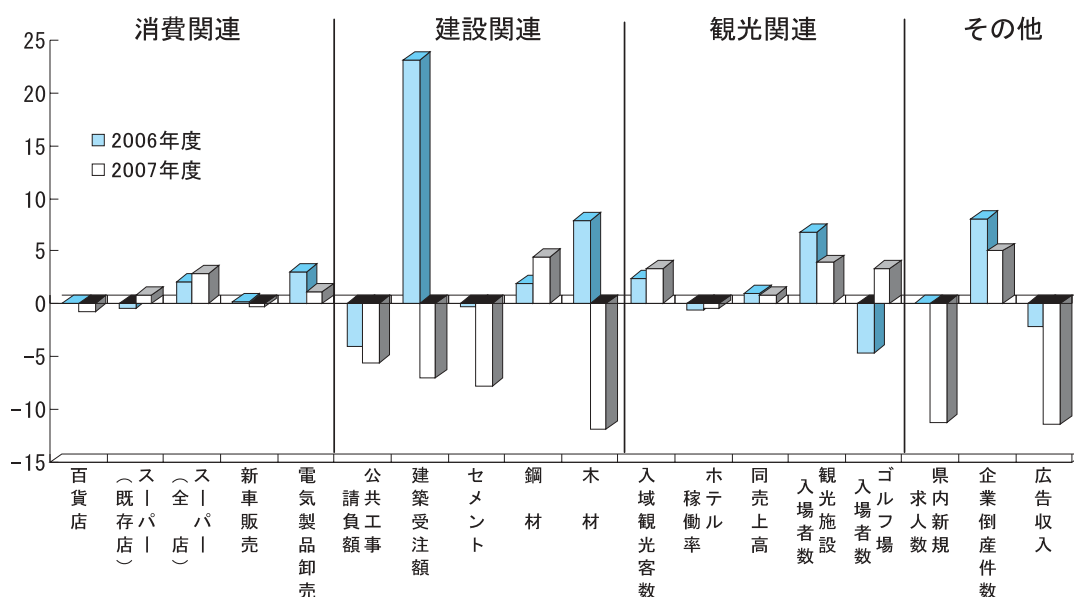
企業倒産については、件数は89件と前年度比5件の増加となった。業種別では建設業が44件(同10件減)、サービス業が22件(同10件増)、卸売業9件(前年度と同数)などとなり、引き続き建設業の倒産件数が最多となった。負債総額は100億円以上の大型倒産の発生がなかったことなどから137億1,500万円と同68.9%の減少となった。消費者物価は、食料、交通・通信、光熱・水道などの上昇により、同0.6%上昇した。特に原材料価格の高騰による小売価格への転嫁が進んだ年度終盤にかけての上昇が顕著であった。

広告収入(07年4月～08年2月累計)は前年同期比11.4%の減少となり、電力使用量(07年4月～08年2月累計)は同1.6%の増加となった。

(5) その他

雇用情勢をみると、失業率は7.3%と医療、福祉、

主要指標でみる2007年度の動向



(注) 2007年度の広告収入は2月分まで。
数値は前年度比(%)、ホテル稼働率(%ポイント)、企業倒産件数(件)は前年度差。

りゅうぎん総合研究所

2007年度の沖縄県経済の動向（付表）

増減率(%)

	2006年度	2007年度
1. 消費関連		
(1)百貨店(金額)	0.1	▲ 0.7
(2)スーパー(既存店)(金額)	▲ 0.4	0.8
(3)スーパー(全店)(金額)	2.1	2.8
(4)新車販売(台数)	0.2	▲ 0.3
(5)電気製品卸売(金額)	3.1	1.1
2. 建設関連		
(1)公共工事請負金額(金額)	▲ 4.0	▲ 5.6
(2)建築着工床面積(m ²)	23.2	▲ 24.9
(3)新設住宅着工戸数(戸)	13.5	▲ 40.8
(4)建設受注額(金額)	23.2	▲ 7.0
(5)セメント(トン数)	▲ 0.2	▲ 7.8
(6)生コン(m ³)	4.3	▲ 10.3
(7)鋼材(金額)	1.9	4.4
(8)木材(金額)	7.9	▲ 12.0
3. 観光関連		
(1)入域観光客数(人数)	2.4	3.3
(2)県内主要ホテル稼働率	(実数) 79.0 (前年度差) ▲ 0.6	(実数) 78.5 (前年度差) ▲ 0.5
(3) " 売上高(金額)	1.0	0.9
(4)観光施設入場者数(人数)	6.8	3.9
(5)ゴルフ場入場者数(人数)	▲ 4.7	3.3
(6) " 売上高(金額)	▲ 5.1	6.4
4. 雇用その他		
(1)失業率	(実数) 7.6	(実数) 7.3
(2)県内新規求人数(人数)	0.1	▲ 11.3
(3)有効求人倍率(季調値)	(実数) 0.45	(実数) 0.42
(4)企業倒産件数(件数)	(実数) 84 (前年度差) 8	(実数) 89 (前年度差) 5
(5)消費者物価指数(総合)	0.1	0.6
(6)広告収入(県内マスコミ)(金額)	▲ 2.2	(4-2月) ▲ 11.4
(7)電力使用量(百万Kw)	1.7	(4-2月) 1.6

(資料) 公共工事請負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、失業率、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。電力使用量は電気事業連合会調べ。

●りゅうぎん調査●

県内の 景気 動向

概況(3月)

景気は、足踏みしている

建設関連では、公共工事が前年を下回る

消費関連では、スーパー(既存店)が前年を上回る

3月の県内景気を見ると、消費関連では、百貨店売上高が衣料品などの減少により引き続き前年を下回った。スーパー売上高は、既存店では食料品が堅調に推移したことなどから引き続き前年を上回り、全店では新設店効果などの要因も加わり引き続き前年を上回った。新車販売は、レンタカー需要などにより引き続き前年を上回った。電気製品卸売は、テレビなどが好調に推移し引き続き前年を上回った。建設関連では、公共工事請負金額は、国、県、市町村、その他ともに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、木材、セメント、生コンは引き続き前年を下回った。観光関連では、入域観光客数は、国内客は前年と同水準となったものの、外国客が増加したことより引き続き前年を上回った。主要ホテルは売上高、稼働率ともに前年を下回った。主要観光施設入場者数は前年を上回った。

総じてみると、観光関連は引き続き好調に推移し、消費関連は底堅く推移しているものの、建設関連は弱いことから、県内景気は足踏みしている。

消費関連

百貨店売上高は、衣料品や身の回り品などが減少したことより4カ月連続で前年を下回った。スーパー売上高(既存店)は食料品のセールが堅調に推移したことなどから2カ月連続で前年を上回った。全店ベースは、新設店効果などの要因も加わり8カ月連続で前年を上回った。新車販売は、レンタカー需要などから3カ月連続で前年を上回った。電気製品卸売は、テレビや洗濯機などが好調に推移し2カ月連続で前年を上回った。

建設関連

公共工事請負額は、国、県、市町村、その他の発注工事がいずれも減少したことより3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公共工事、民間工事ともに減少したことより2カ月ぶりに前年を下回った。建設資材関連では、木材やセメント、生コンは改正建築基準法の影響などから引き続き前年を下回ったものの、鋼材は企業などの建設投資の持ち直しの動きから2カ月連続で前年を上回った。

観光関連

入域観光客数は、2カ月連続で前年を上回った。国内客は前年と同水準であったが、外国客がクルーズ船の寄港やチャーター便などで引き続き前年を上回った。県内主要ホテルは、稼働率が6カ月連続で前年を下回り、売上高も2カ月ぶりに前年を下回った。主要観光施設入場者数は2カ月ぶりに前年を上回った。

雇用関連

新規求人数(2月)は前年同月比7.1%減となり、3カ月連続で前年を下回った。有効求人倍率(季調値)は0.41倍と前月より0.01ポイント上昇した。完全失業率は7.1%となり、前年同月より0.5ポイント改善した。

その他

消費者物価指数(総合)は、食料、交通・通信、光熱・水道などが上昇したことより、前年同月比2.3%の上昇となった。企業倒産は、件数が5件と前年同月より1件増となり、負債総額も22億8,000万円と前年同月比549.5%の増加となった。

りゅうぎん調査(2008年3月)

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2008.1-2008.3)
1. 消費関連		
(1)百貨店(金額)	▲ 7.3	▲ 3.8
(2)スーパー(既存店)(金額)	2.5	2.4
(3)スーパー(全店)(金額)	4.7	4.2
(4)新車販売(台数)	6.9	6.3
(5)電気製品卸売(金額)	6.1	2.3
2. 建設関連		
(1)公共工事請負金額(金額)	▲ 36.9	▲ 19.4
(2)建築着工床面積(m ²)	(2月) ▲ 20.5	(12-2月) ▲ 36.1
(3)新設住宅着工戸数(戸)	(2月) ▲ 48.6	(12-2月) ▲ 53.1
(4)建設受注額(金額)	▲ 39.7	▲ 34.5
(5)セメント(トン数)	▲ 17.9	▲ 17.2
(6)生コン(m ³)	▲ 26.9	▲ 20.4
(7)鋼材(金額)	27.2	6.9
(8)木材(金額)	▲ 19.5	▲ 14.4
3. 観光関連		
(1)入域観光客数(人数)	1.1	1.6
(2)県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) ▲ 2.0 (実数) 84.2	(前年同期差) ▲ 2.6 (実数) 80.8
(3) " 売上高(金額)	▲ 1.3	▲ 0.5
(4)観光施設入場者数(人数)	4.9	1.3
(5)ゴルフ場入場者数(人数)	3.4	4.7
(6) " 売上高(金額)	3.4	3.7
4. その他		
(1)県内新規求人数(人数)	(2月) ▲ 7.1	(12-2月) ▲ 7.7
(2)有効求人倍率(季調値)	(実数、2月) 0.41	(実数、12-2月) 0.41
(3)消費者物価指数(総合)	2.3	1.7
(4)企業倒産件数(件数)	(前年同月差) 1	(前年同期差) 3.7
(5)広告収入(県内マスコミ)(金額)	(2月) ▲ 2.7	(12-2月) ▲ 3.7
(6)電力使用量(百万Kw)	(2月) 1.9	(12-2月) 0.2

(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。

(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。

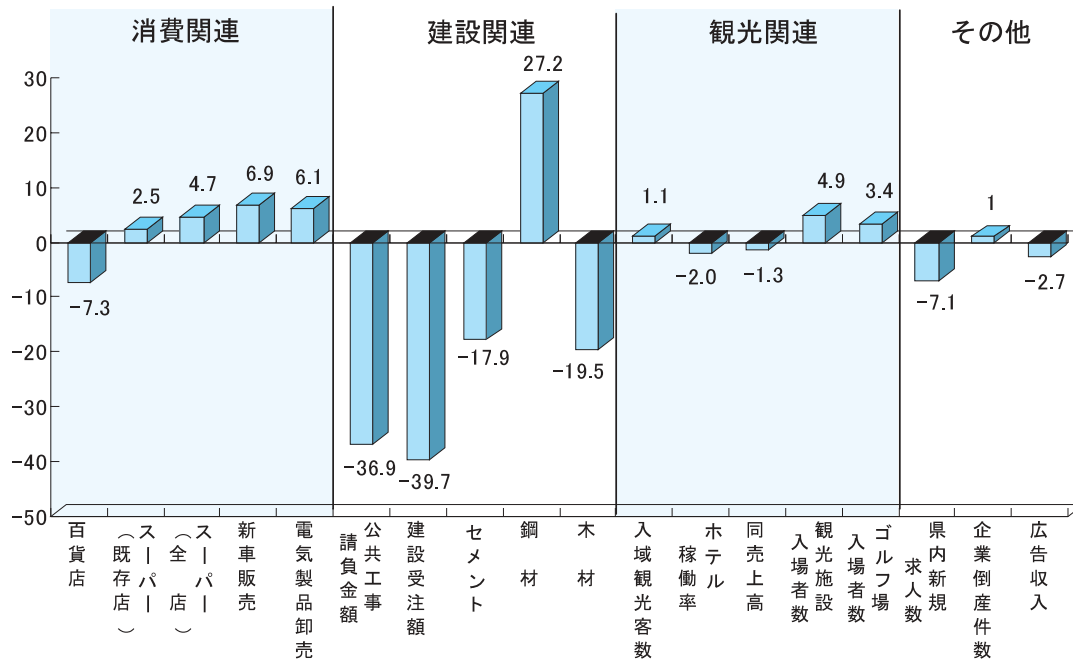
(注3) 電気製品卸売販売額は、2007年6月より調査先が10社から9社へと変更した。

(注4) 主要ホテルは、2007年7月より調査先を18ホテルから19ホテルとした。

(注5) 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。

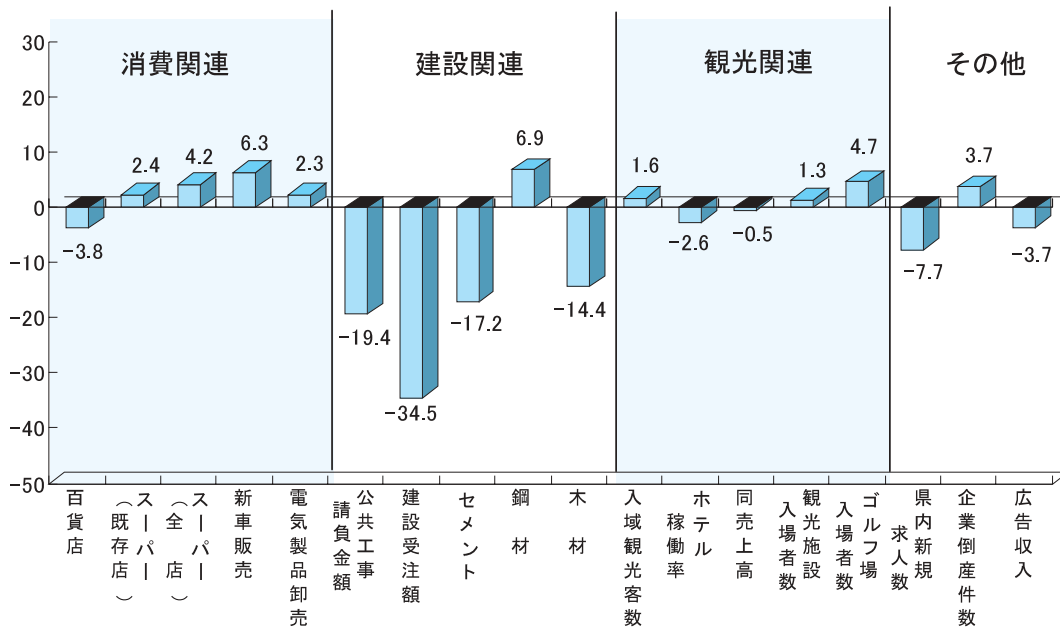
(注6) 木材は2008年1月より建材から名称を改めた(木質建材が主であることから)。

項目別グラフ(単月、2008年3月)



(注) 県内新規求人人数、広告収入は08年2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。

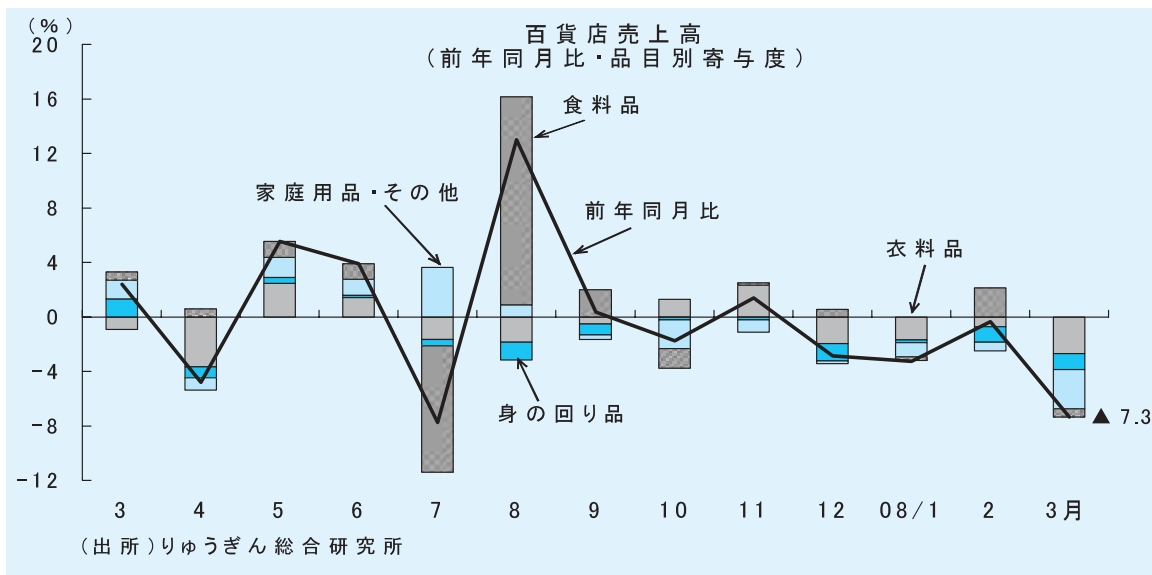
項目別グラフ(3カ月、2008年1~3月)



(注) 県内新規求人人数、広告収入は07年12月~08年2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。

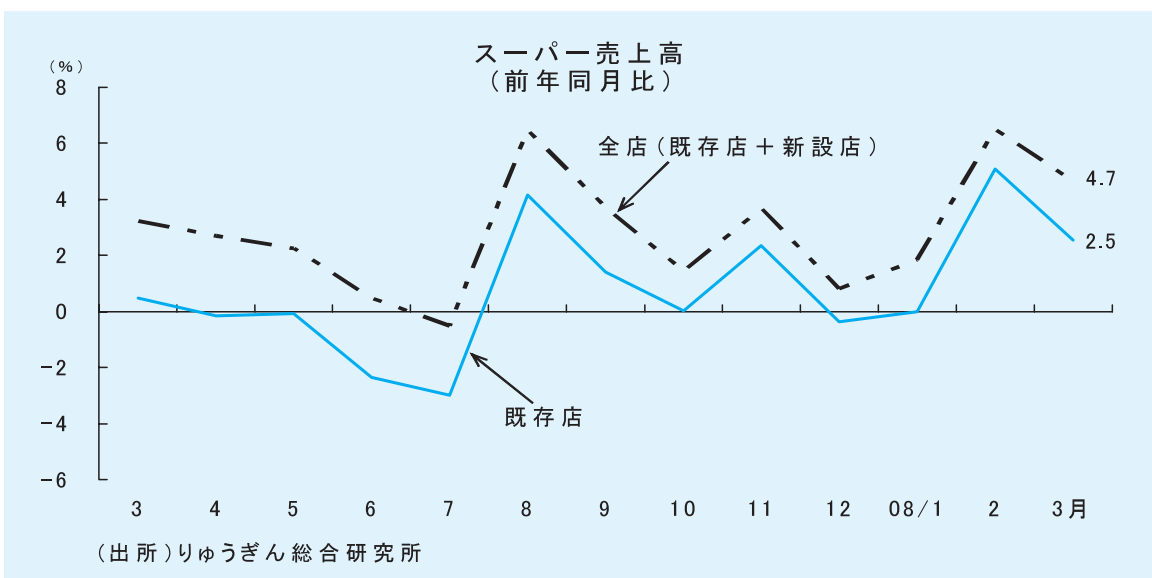
1.消費関連

1 百貨店売上高:4カ月連続で減少



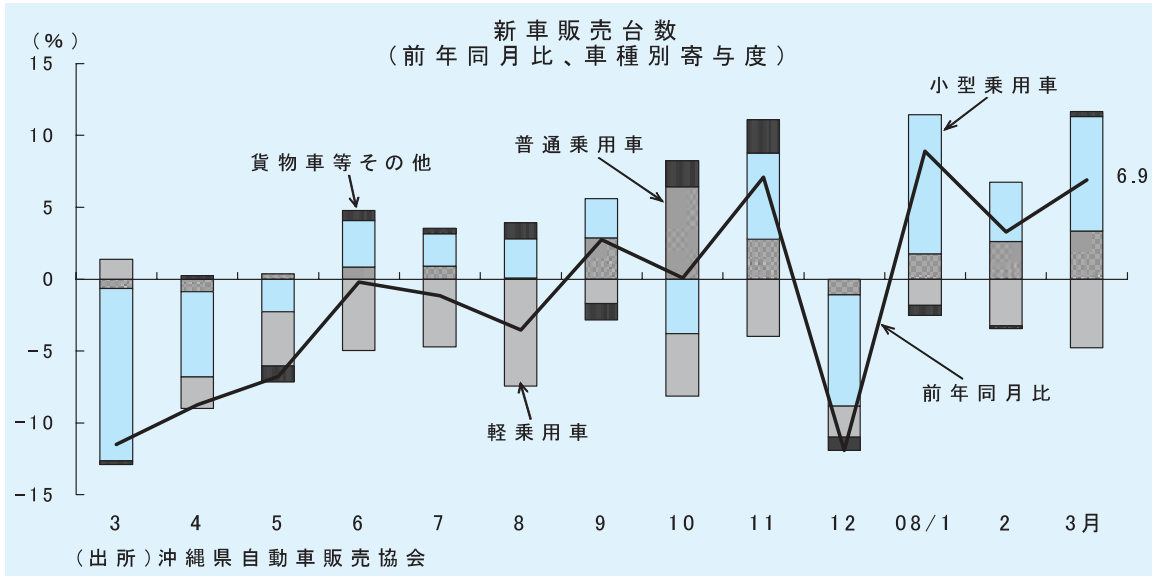
- ・百貨店売上高は、衣料品や身の回り品などが減少したことから、前年同月比7.3%減と4カ月連続で前年を下回った。
- ・品目別にみると、衣料品(同7.0%減)、身の回り品(同9.2%減)、食料品(同2.4%減)、家庭用品・その他(同12.1%減)ともに減少した。

2 スーパー売上高:全店ベースは8カ月連続で増加



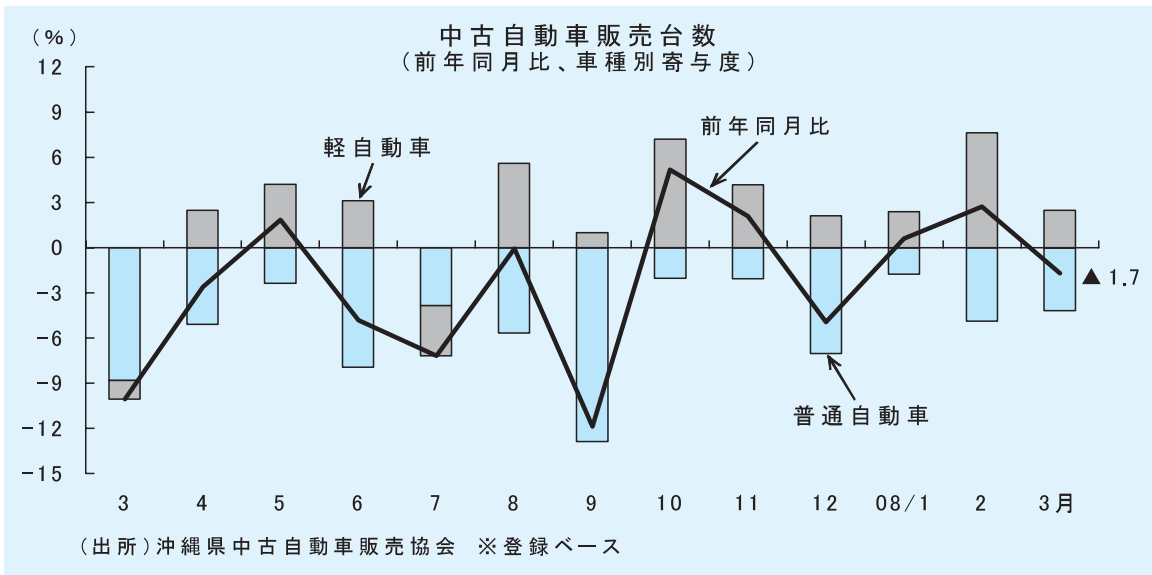
- ・スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月比2.5%増となり2カ月連続で前年を上回った。
- ・食料品はセールなどが堅調に推移したことや休日が1日多かったことなどから同3.0%増となったものの、衣料品は前年より気温が低めに推移したことから春物及び夏物衣料の動きが鈍く同3.0%減となった。
- ・全店ベースは、新設店効果などの要因が加わり同4.7%増と8カ月連続で前年を上回った。

3 新車販売台数:3カ月連続で増加



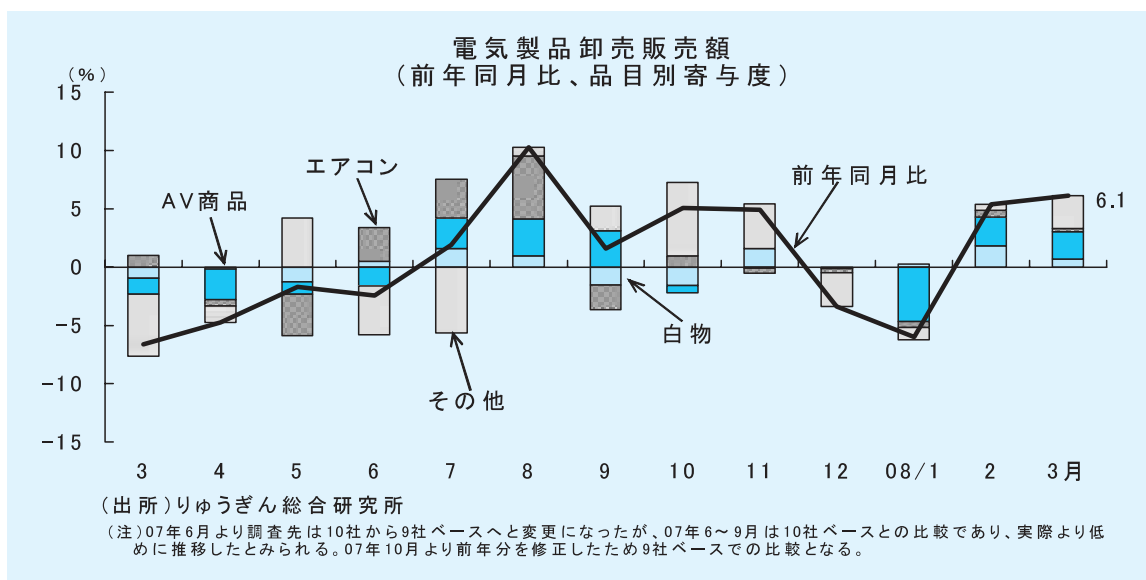
- ・新車販売台数は5,540台となり、レンタカー需要などから前年同月比6.9%増と3カ月連続で前年を上回った。
- ・普通自動車(登録車)は2,971台(同23.5%増)で、うち普通乗用車は594台(同41.0%増)、小型乗用車は2,127台(同24.1%増)であった。軽自動車(届出車)は2,569台(同7.5%減)で、うち軽乗用車は2,166台(同10.3%減)であった。

4 中古自動車販売台数(登録ベース):3カ月ぶりに減少



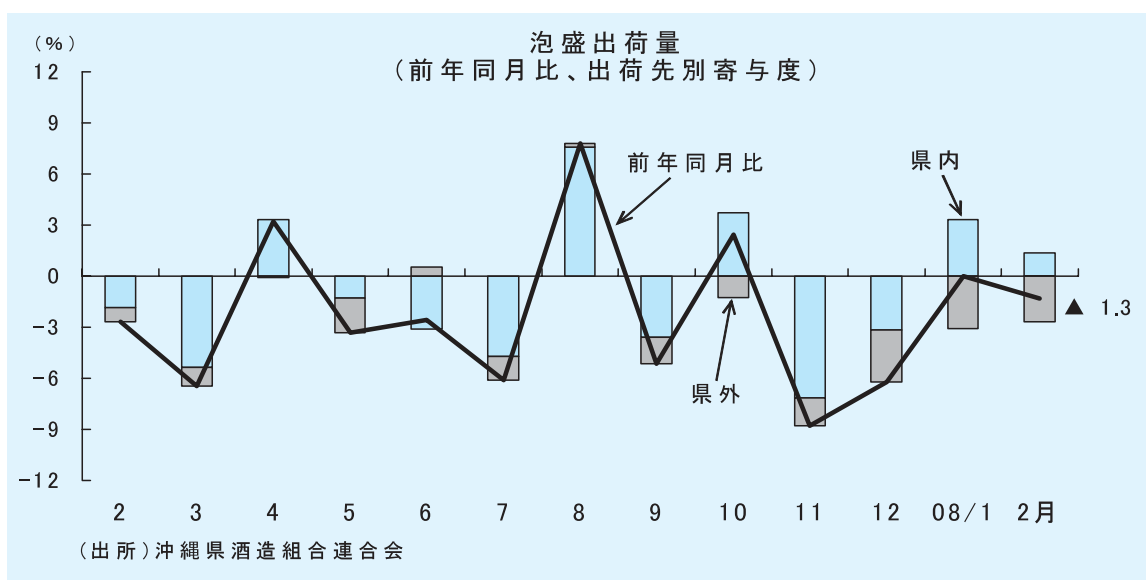
- ・中古自動車販売台数(普通自動車及び軽自動車の合計、登録ベース)は、前年同月比1.7%減となり3カ月ぶりに前年を下回った。内訳では、普通自動車は同8.8%減、軽自動車は同4.7%増となった。

5 電気製品卸売販売額:2カ月連続で増加



- ・電気製品卸売販売額は、テレビや洗濯機などが好調に推移したことから、前年同月比6.1%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・品目別にみると、AV商品ではテレビが同11.9%増、DVDレコーダーが同12.5%増、白物では洗濯機が同13.0%増、冷蔵庫が前年と同水準、エアコンは前年同月比3.8%増、その他は同5.1%増となった。

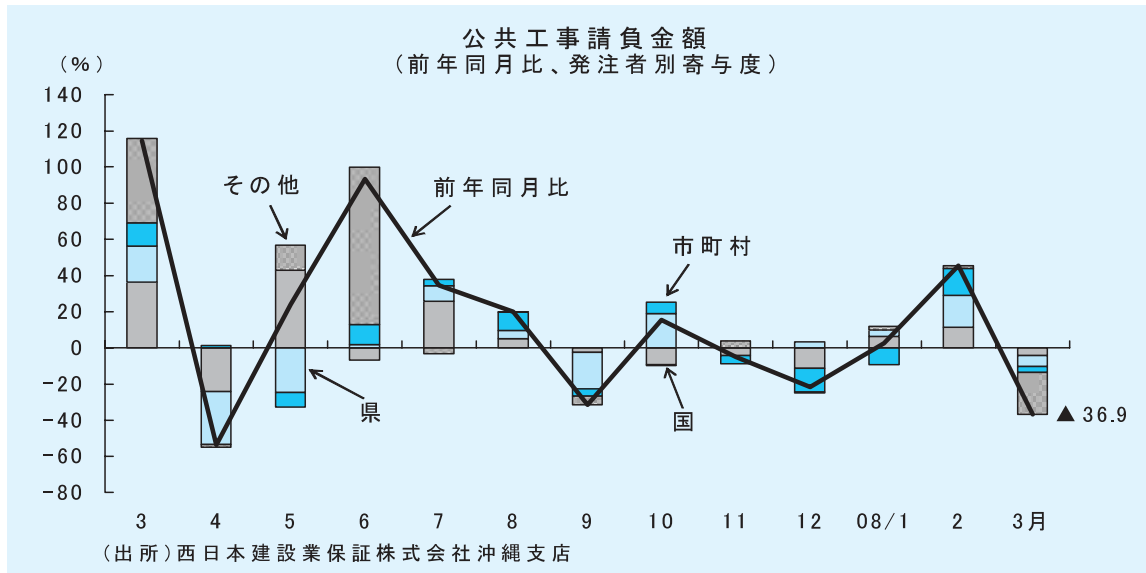
6 泡盛出荷量:2カ月ぶりに減少



- ・泡盛出荷量(2月)は、前年同月比1.3%減と2カ月ぶりに前年を下回った。県内出荷量は同1.6%増となったものの、県外出荷量は同15.9%減となった。

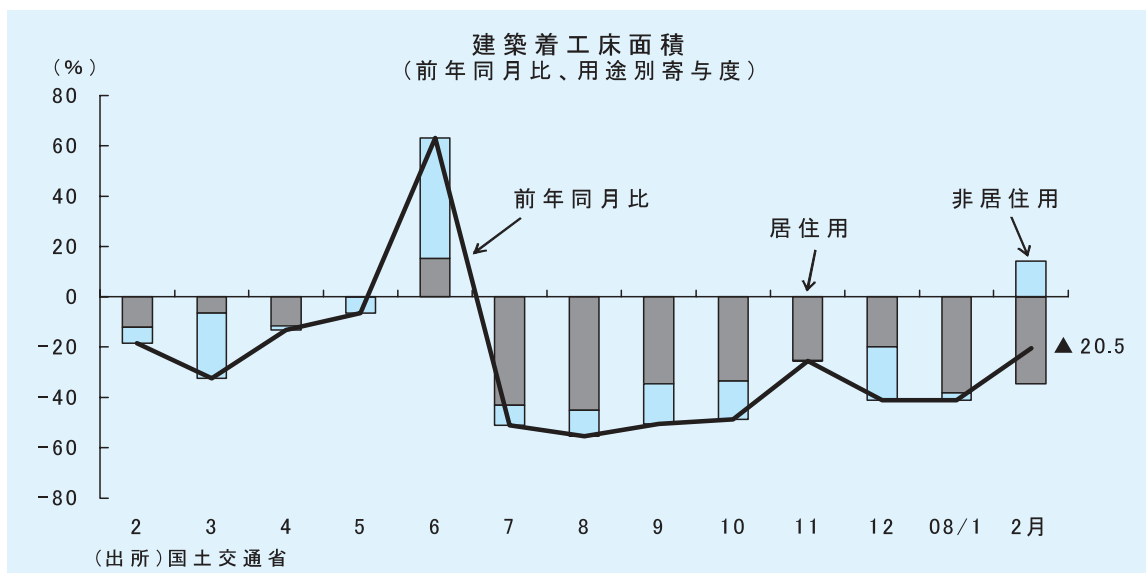
2. 建設関連

1 公共工事請負金額:3カ月ぶりに減少



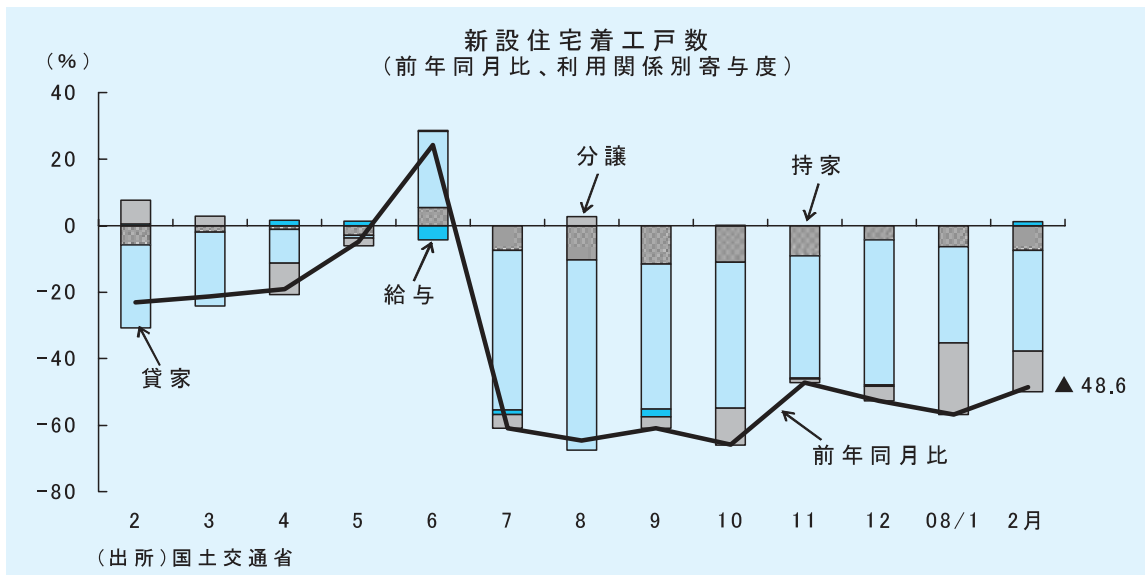
- ・公共工事請負金額は、367億9百万円で前年同月比36.9%減と3カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、国(同14.3%減)、県(同23.3%減)、市町村(同16.6%減)、その他(95.0%減)ともに減少した。その他では前年のごみ処理関連施設建設工事の反動が大きかった。
- ・大型工事としては、平成19年度若狭高架橋上部工工事、那覇港(那覇ふ頭地区)道路(空港線)関連工事、那覇駐屯地屋内訓練場新設建築工事、平成19年度若狭地区埋立関連工事、平成19年度糸満高架橋関連工事、識名市営住宅立替工事、恩納村立恩納小中学校校舍改築工事などがあった。

2 建築着工床面積:8カ月連続で減少



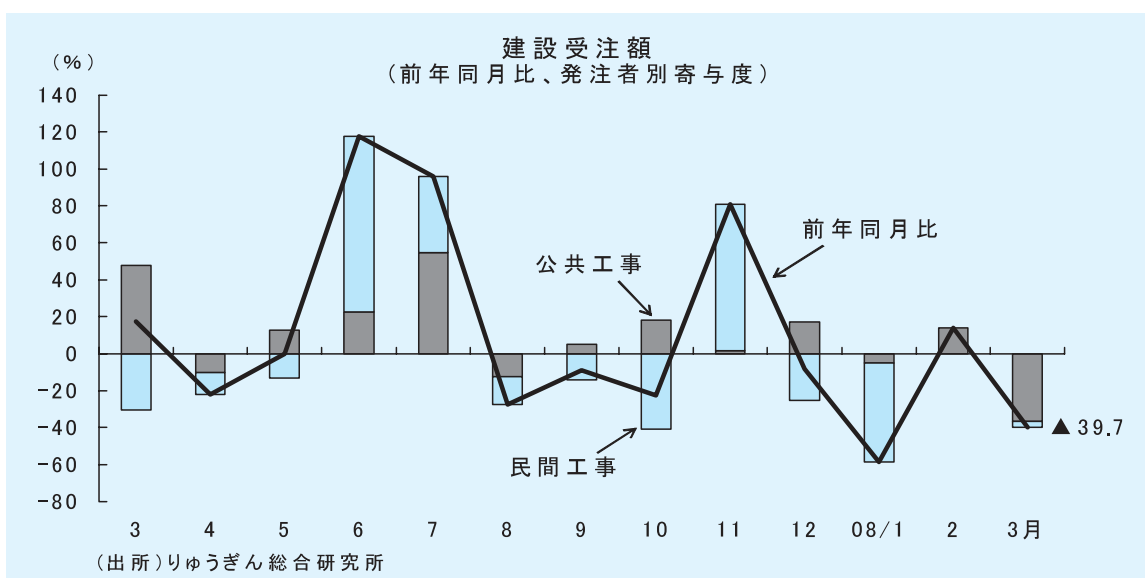
- ・建築着工床面積(2月)は、11万2,825㎡で改正建築基準法の施行の影響などから前年同月比20.5%減と8カ月連続で前年を下回った。用途別では、居住用(同53.3%減)は引き続き減少したものの、非居住用(同40.2%増)は8カ月ぶりに増加した。
- ・建築着工床面積を用途別(大分類)にみると、居住専用が引き続き大きく減少しているものの、医療、福祉用や卸売・小売業用などの事業用が増加した。

3 新設住宅着工戸数:8カ月連続で減少



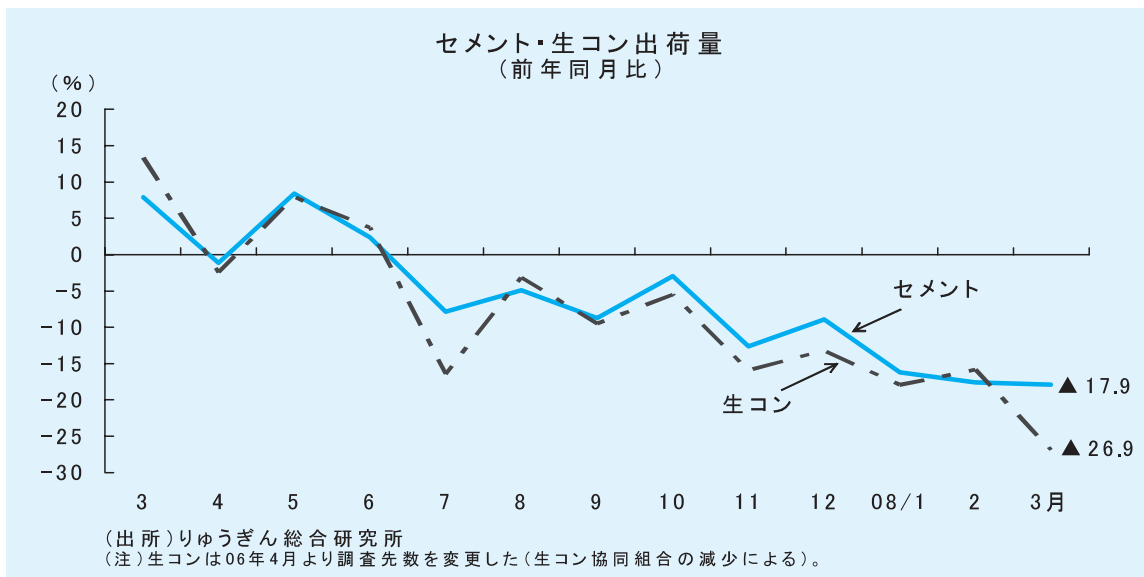
- ・新設住宅着工戸数(2月)は、521戸で改正建築基準法の施行の影響などから前年同月比48.6%減と8カ月連続で前年を下回った。
- ・利用関係別では、持家(同39.9%減)、貸家(同46.9%減)、分譲(同78.5%減)ともに減少した。

4 建設受注額:2カ月ぶりに減少



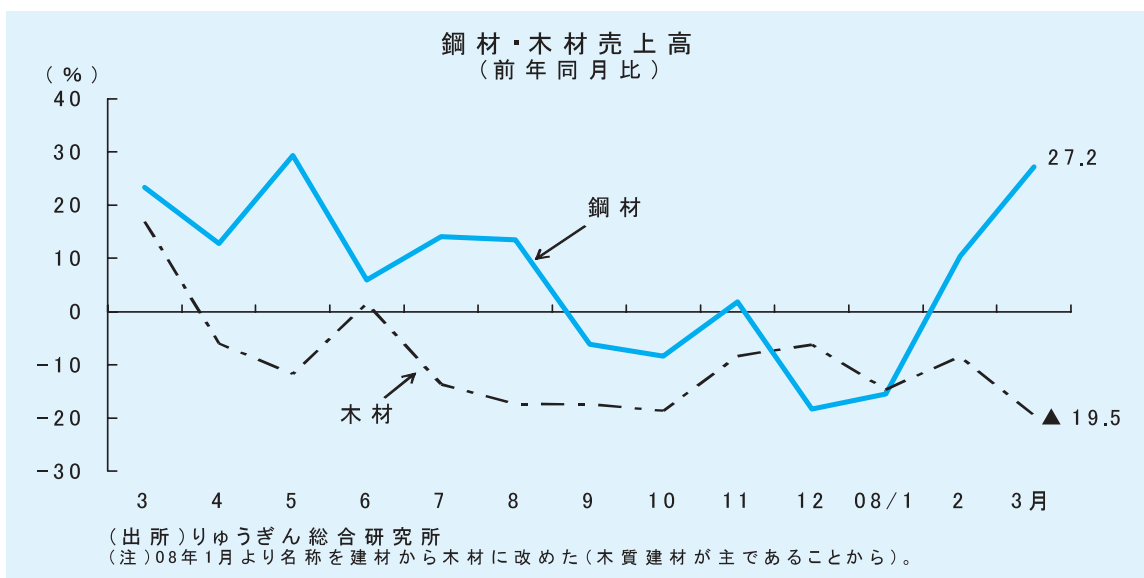
- ・建設受注額(調査先建設会社:20社)は、前年同月比39.7%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事(同48.0%減)、民間工事(同11.9%減)ともに2カ月ぶりに減少した。

5 セメント・生コン:セメント、生コンともに9カ月連続で減少



- ・セメント出荷量は、6万5,282トンで前年同月比17.9%減と9カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量は、13万6,616立方メートルで同26.9%減と9カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量を出荷先別にみると、民間工事はおもに個人住宅や共同住宅、マンションが改正建築基準法の影響などから引き続き減少した。公共工事は学校関連向けや海事工事、水道事業向けなどが減少した。

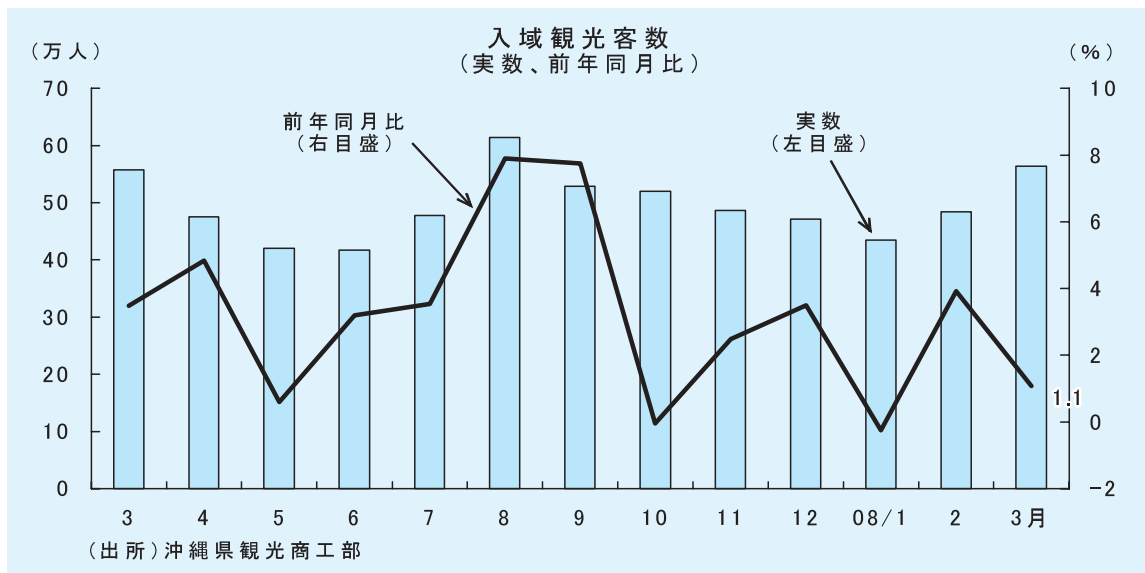
6 鋼材・木材:鋼材は2カ月連続で増加、木材は9カ月連続で減少



- ・鋼材売上高は、原材料価格の高騰による販売単価の上昇に加え、企業などの建設投資の持ち直しのうごきがみられ販売数量が増加したことから、前年同月比27.2%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・木材売上高は、改正建築基準法の影響などにより持家や共同住宅といった住宅向け出荷が低迷していることから同19.5%減と9カ月連続で前年を下回った。

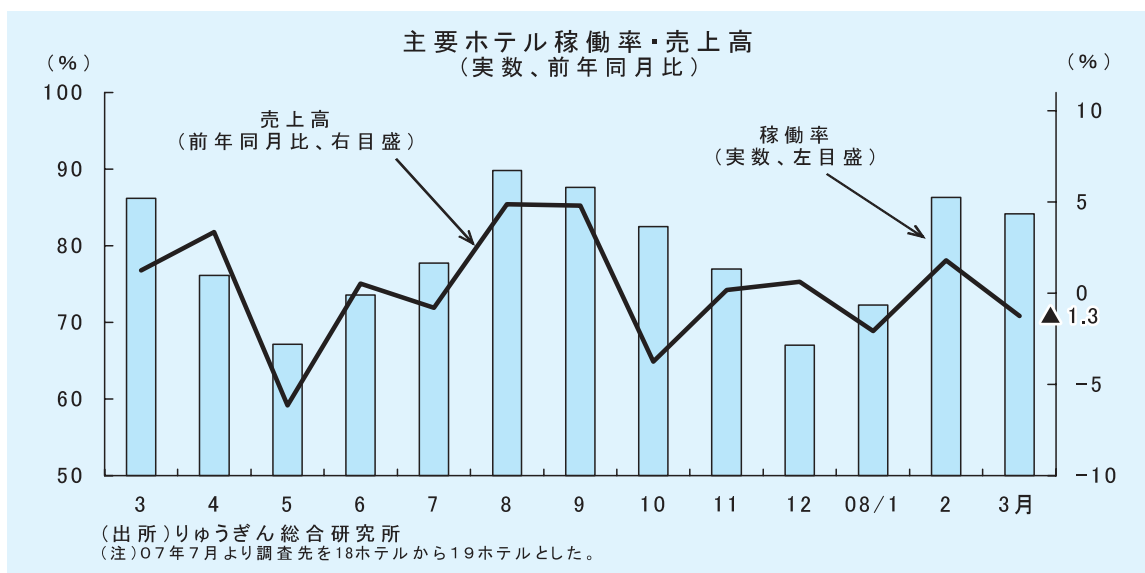
3.観光関連

1 入域観光客数:2カ月連続で増加



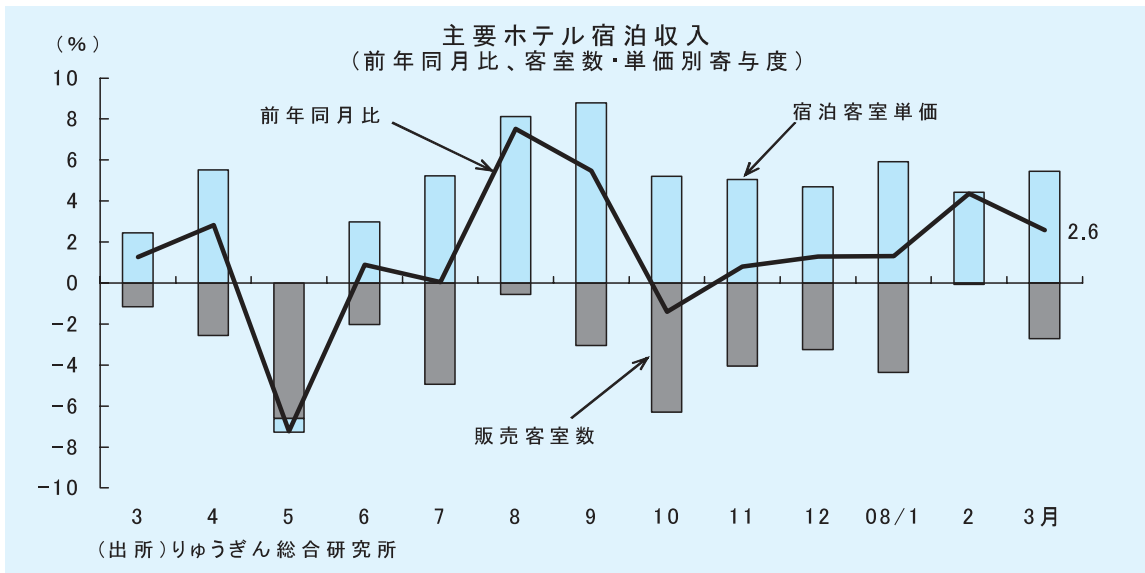
- ・入域観光客数は56万3,700人で、前年同月比1.1%増加(6,000人増)となり2カ月連続で前年を上回った。
- ・国内客は前年と同水準であった(200人減)。外国客(前年同月比91.2%増)は、台湾、香港からのクルーズ船の寄港、香港からのチャーター便などから、14カ月連続で前年を上回った。
- ・4月1~20日の本土発沖縄向け航空旅客輸送実績(スカイマークエアラインズを除く)は前年同期比3.9%増となり2カ月連続で前年を上回った。

2 主要ホテル稼働率・売上高:稼働率は6カ月連続で低下、売上高は2カ月ぶりに減少



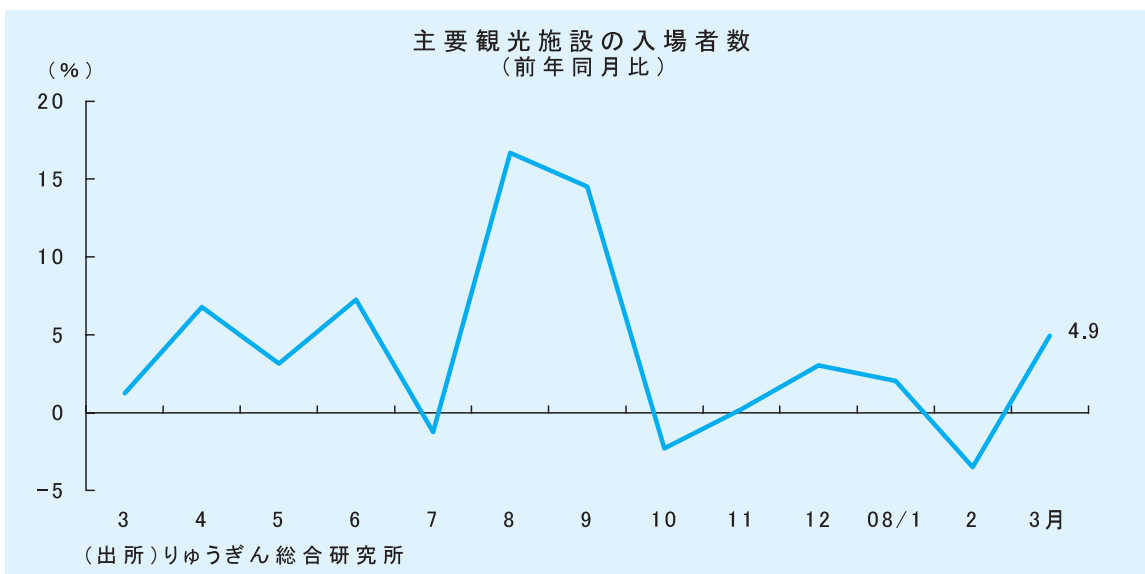
- ・主要ホテルの客室稼働率は、84.2%と前年同月比2.0ポイント低下し6カ月連続で前年を下回った。売上高は同1.3%減少し2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・那覇市内ホテルの客室稼働率は、81.4%で同4.5ポイント低下した。売上高は、同5.7%減となった。リゾート型ホテルの客室稼働率は、86.5%で同0.1ポイント上昇した。売上高は、同1.9%増となった。

③ 主要ホテル宿泊収入:5カ月連続で増加



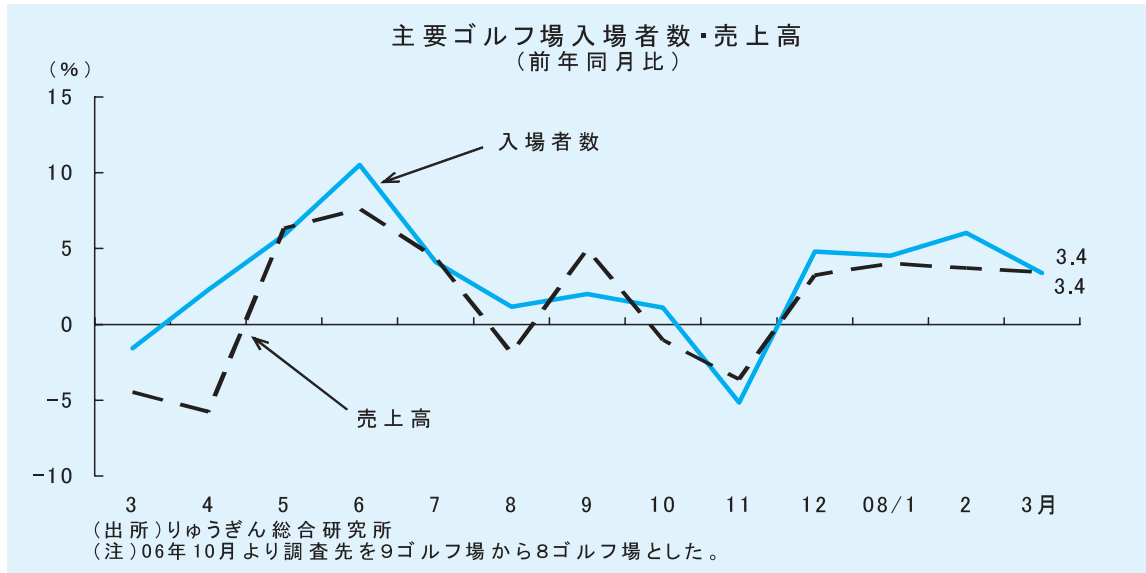
・主要ホテル売上高のうち宿泊収入についてみると、販売客室数(数量要因)は14カ月連続で減少したが、宿泊客室単価(価格要因)が10カ月連続で増加したことから、全体では前年同月比2.6%増となり、5カ月連続で前年を上回った。

④ 主要観光施設の入場者数:2カ月ぶりに増加



・主要観光施設の入場者数は、前年同月比4.9%増加し、2カ月ぶりに前年を上回った。

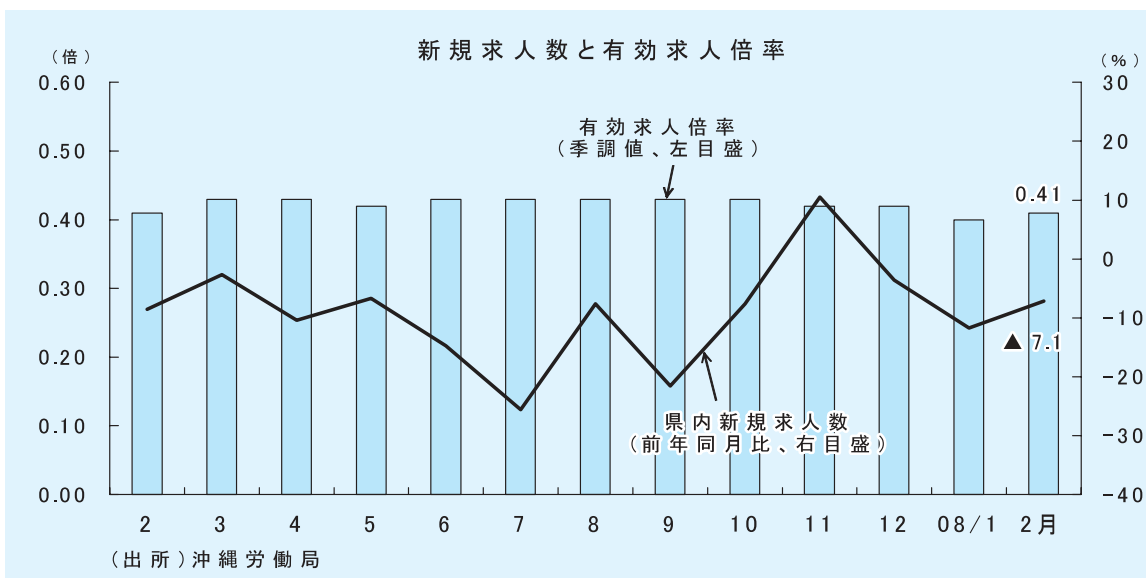
5 主要ゴルフ場入場者数・売上高：入場者数、売上高ともに4カ月連続で増加



・主要ゴルフ場の入場者数は、観光客の入場が増加したことから前年同月比3.4%増となり、4カ月連続で前年を上回った。売上高も同3.4%増となり、4カ月連続で前年を上回った。

4.その他

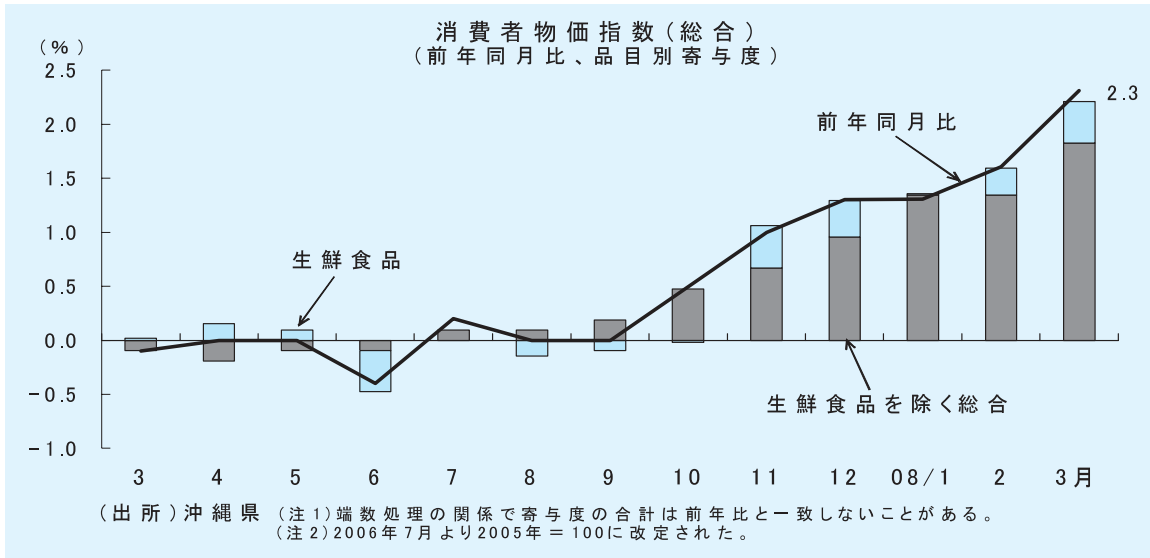
1 雇用関連：新規求人数は減少、有効求人倍率(季調値)は上昇



・新規求人数(2月)は、前年同月比7.1%減となり3カ月連続で減少した。産業別にみると、運輸業、サービス業などで増加し、情報通信業、建設業、製造業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は0.41倍となり、前月より0.01ポイント上昇した。

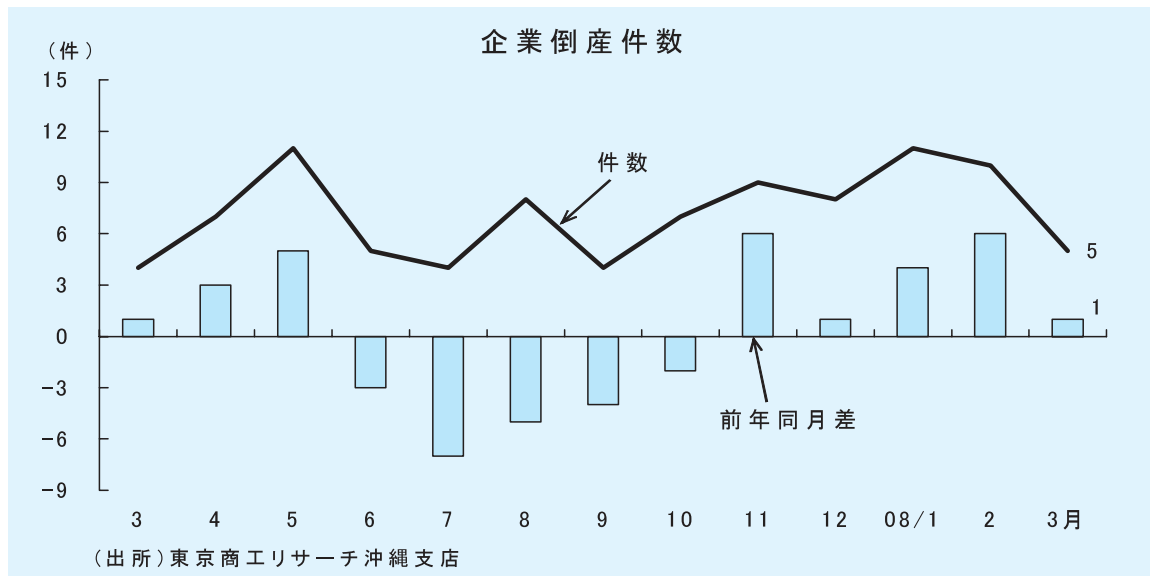
・労働力人口(2月)は、63万人で前年同月比2.4%の増加となり、就業者数は、58万4千人で同2.6%の増加となった。完全失業者数は、4万5千人で同4.3%の減少となった。完全失業率は7.1%と同0.5ポイント改善した。

2 消費者物価指数(総合):6カ月連続で上昇



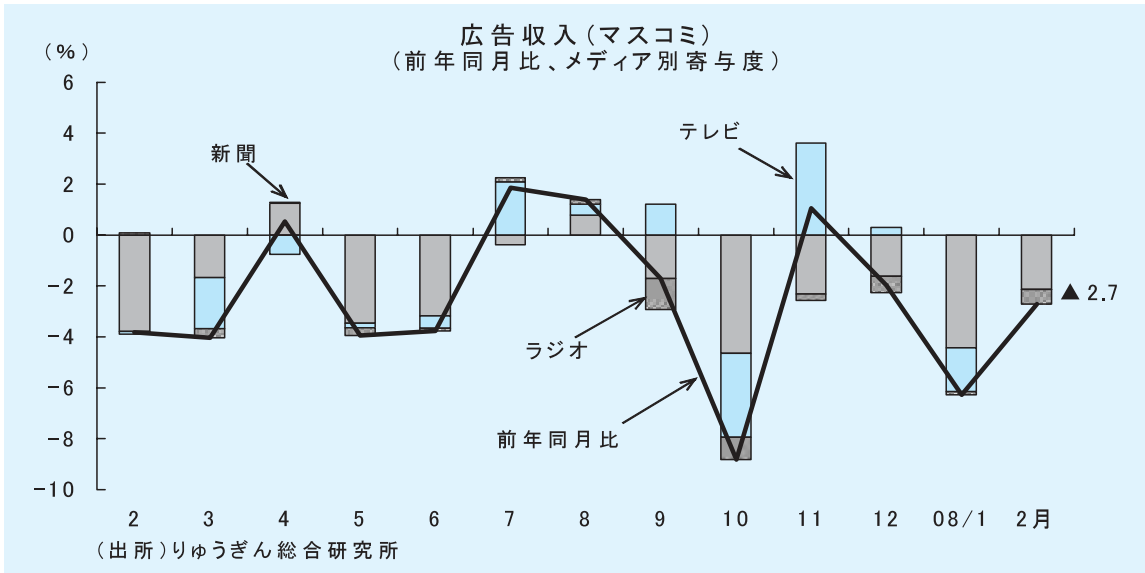
- ・消費者物価指数(総合)は、前年同月比2.3%の上昇となり、6カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合も、同1.9%の上昇となった。
- ・品目別の動きをみると、食料、交通・通信、光熱・水道などが上昇し、家具・家事用品、教養娯楽が下落した。

3 企業倒産:件数、負債総額ともに増加



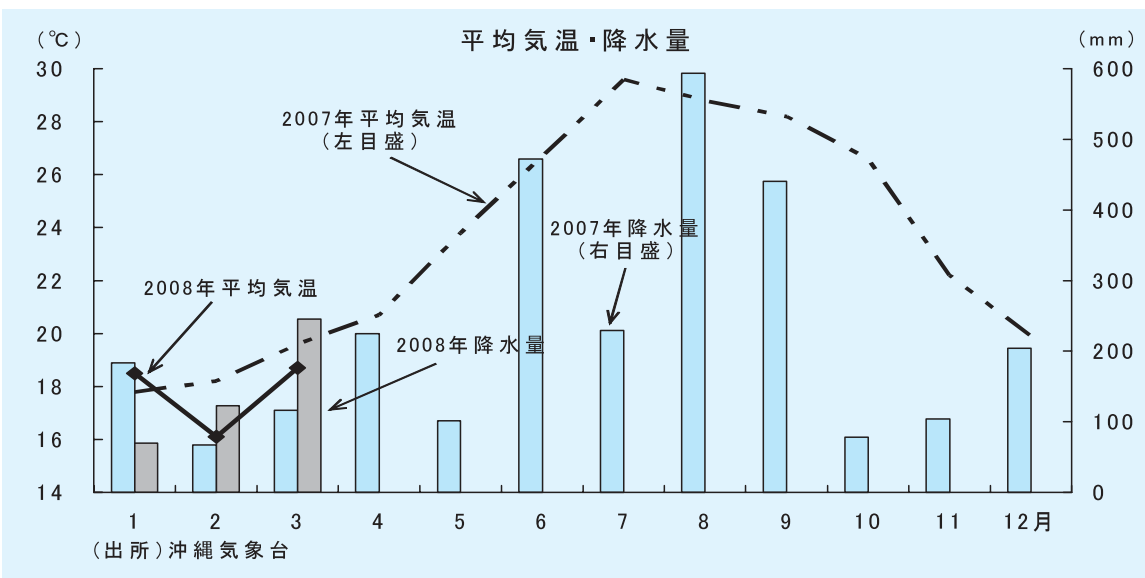
- ・倒産件数は、5件となり前年同月を1件上回った。業種別では、サービス業2件(前年と同数)、製造業1件(前年と同数)、小売業1件(前年と同数)、建設業1件(前年同月差1件減)となった。
- ・負債総額は、22億8,000万円となり大型倒産の発生から前年同月比549.5%の増加となった。

4 広告収入(マスコミ):3カ月連続で減少



・広告収入(マスコミ:2月)は、前年同月比2.7%減少し、3カ月連続で前年を下回った。テレビは前年と同水準であったが、新聞、ラジオが前年を下回った。

参考 気象:平均気温・降水量(那覇)



・平均気温は18.7°Cと前年同月(19.5°C)より低めに推移したが、ほぼ平年並みであった(平年値18.6°C)。降水量は245.5mmと前年同月(159.6mm)より多かった。

The 60th Anniversary

笑顔で結ぶ、地域とともに60年。



琉球銀行

創立60周年

琉球銀行は、昭和23年(1948年)5月1日の創立以来、
「地域から親しまれ、信頼され、地域社会の発展に寄与する銀行」を
経営理念としております。

私たちは、お客さまに愛され、親しまれる銀行として、
お客さまとともに成長し、地域の発展に尽くして参ります。
これからも「なが〜いおつきあい」をよろしくお願いいたします。

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



「Love」は琉球銀行の地域への愛、
地域からの愛を表しております。
「花」は地域のお客さま、行員を「笑顔」で結び、
また60年のご愛顧に対する感謝を表現しております。



太陽 ASG マネジメントリポート

今回のテーマ： 労働契約法のポイント

労働契約法のポイント

経済のグローバル化や会社関連法制の改正などにより、企業を取り巻く環境が日々変化していますが、雇用についても、雇用形態や労働条件が多様化し、その結果労働紛争が増加しています。

個別の労働紛争の予防や早期解決を図るために、労使間で締結される労働契約についての基本ルールを明文化した法律が、平成20年3月1日に「労働契約法」として施行されました。

1. 労働契約の締結ルールの明文化

労働契約とは、労働者が使用者に対して労働の提供を約束し、使用者が労働の対価に対して賃金を支払うことを約する契約をいいます。労使間で交渉力に差があることや、契約内容が不明確であることから、紛争になるケースが後を絶ちません。そのため、労使の相互理解のもとに労働者が安心・納得して就労できるよう、労働契約の基本的なルールが明文化されました。

- 1) 労働者と使用者の対等な立場による合意を原則とすること
- 2) 労働者と使用者の労働契約の内容をできる限り書面で確認すること
- 3) 使用者の安全配慮を義務付けること

2. 労働条件の変更ルールの明文化

就業規則（労働条件）の変更については、従来、届出等の事務手続きについてのみ定めがあり、労働条件の変更の妥当性そのものについては判例に頼らざるを得ないため、判断に迷う場面が少なくありませんでした。そこで、労働契約に関する判例などを法律で、つぎのとおり、明確に規定することにより、労働契約の成立と変更の原則、労働契約と就業規則との関係を明らかにしました。

- 1) 就業規則の変更について労働者と使用者の合意を原則とすること
- 2) 就業規則の変更内容について労働者への周知を義務付けること
- 3) 就業規則の不利益変更に関する合理性については、以下の判断基準によること

合理的か否かの判断基準	①労働者の受ける不利益の程度	②労働条件の変更の必要性
	③変更後の就業規則の内容の相当性	④労働組合等との交渉の状況

3. 労働契約の継続・終了時のルールの明文化

労働契約の継続・終了については、特に出向・懲戒・解雇をめぐる紛争が多発していることから、それらの紛争を防止するため、つぎの内容等が明文化されました。また、有期労働契約の場合にあっては、契約更新の繰り返しによる雇用の不安定性を考慮し、安心して働けるようにするための規定も設けられています。

- 1) 労働基準法に定められていた解雇権濫用無効規定が労働契約法に移行
- 2) 懲戒の権利濫用は無効とし、また出向命令権の濫用を禁止すること
- 3) 有期労働契約の場合、契約期間中はやむを得ない事由がある場合を除き、解雇できないこと
- 4) 有期労働契約の場合、契約期間が必要以上に細切れにならないよう配慮する義務があること

お見逃しなく！

労働契約法とは別に、有期労働契約の締結等に関する基準の改正告示により、平成20年3月1日から3回以上労働契約が更新された場合、契約期間満了日の30日前までに解雇の予告が必要となりました。

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>
© Taiyo ASG Group. All rights reserved.

中小企業における 「リース取引」の会計処理について

・2008年4月より「新リース会計基準」が適用開始となり、本会計基準の適用対象となる上場企業・大企業等は、「所有権移転外ファイナンス・リース取引」を売買として処理することになりました。

・これを受け、中小企業の会計処理も検討され、2008年5月に「中小企業の会計に関する指針(中小企業会計指針)」が改正されました。

これによりますと、前述の「所有権移転外ファイナンス・リース取引」について、売買処理の他、従来どおり賃貸借処理することも認められており、中小企業は引き続き簡便な処理を行うことが可能になっています。

1. 「中小企業会計指針」とは

中小企業の会計を具体的・実務的に示す指針として、日本公認会計士協会・日本税理士会連合会・日本商工会議所・企業会計基準委員会により作成され、中小企業が決算書を作成するうえで、望ましい会計処理や注記等が示されています。

2. 「中小企業会計指針」改正案の内容

「所有権移転外ファイナンス・リース取引」の会計処理について、下記の中から選択適用できることが明記されています。

- ① 売買処理(資産と債務を貸借対照表に計上し、減価償却費を損益計算書に計上する)
- ② 賃貸借処理+未経過リース料の注記(重要性がないリース取引は注記を省略可)
尚、この場合、費用処理したリース料は、税務上「減価償却費」として扱われますので、申告調整は不要です。

参 考 中小企業会計指針「リース取引」(抜粋)

所有権移転外ファイナンス・リース取引に係る借手は、通常の売買取引に係る方法に準じて会計処理を行う。ただし、通常の賃貸借取引に係る方法に準じて会計処理を行うことができる。この場合は、未経過リース料を注記する。

(ただし、重要性がないリース取引については、注記を省略することができる)

提供及び問合せ：株式会社琉球リース 営業企画部 Tel:098-866-5500

りゅうぎん

沖縄県信用保証協会保証

ビジネス ローン 速マル

スピーディーな回答!

第三者保証人は不要!

運転資金、設備資金、どちらでも可能!

最高500万円まで、ご融資可能!

融資期間は、最長5年!

- 融資対象
 - 法人および個人事業主
 - 下記の書類をご準備いただける方
 - 法人:確定申告書(写)2期分
 - 個人事業主:確定申告書1期分(青色申告および白色申告の方)
 - 沖縄県信用保証協会の保証が受けられる方
- 融資金額 10万円以上500万円以内(10万円単位)
- 資金使途 ○運転資金 ○設備資金
- 融資期間 5年以内(60カ月以内)

- 融資形式 ○手形貸付 ○証書貸付
- 金利 当行所定の金利となります
- 保証料 保証協会所定の保証料率
- 返済方法 ○手形貸付一括償還 ○証書貸付:元金均等分割返済
- 保証 沖縄県信用保証協会保証
- 連帯保証人 ○法人:代表者 ○個人事業主:不要

※審査の結果ご希望にそえない場合がございます。
※詳しい商品内容については、りゅうぎん窓口または下記のフリーコールへお問い合わせください。



0120-19-8689

受付時間:月~金 9:00~17:00(銀行休業日を除く)

ながいおつきあい
りゅうぎん
琉球銀行

沖縄県内の事業所統計について

— 医療・情報通信業が増 —

総務省は、国内のすべての事業所（公共団体含む）を対象に「事業所・企業統計調査」を5年ごとに実施しています（中間年には簡易調査を実施）。同調査の事業所数や従業者数などから経済規模や産業構造の変遷などについて読み取れることから、沖縄県内の動向（民営事業所のみ）について触れてみたいと思います。

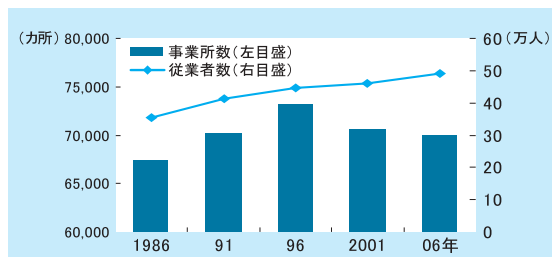
県内の過去20年間の動向をみてみますと、事業所数は1986年の6万7,403カ所から96年には7万3,191カ所と増加しましたが、06年には6万9,997カ所と7万カ所を割り込むなど01年以降連続して減少傾向が続いています。従業者規模別の事業所数をみてみますと、5人以上の事業所数は増加して推移しているものの、1～4人の事業所が96年からの10年間で約4,000カ所減少しており、事業所数の減少は小規模な事業所の減少が主要因となっています。従業者数は86年の35万5,414人から06年には49万1,290人と増加を続けており、県内の人口増加が従業者数の増加に結びついたものとみられます。

産業別の動向は、高齢化社会の進展や00年の介護保険制度のスタートによる民間参入等により医療、福祉で事業所数、従業者数ともに大きく増加しているほか、IT化の進展や県の誘致施策により情報通信業も大きく増加しています。一方、建設業は公共工事の減少などにより事業所数、従業者数ともに減少が続いており、業界の厳しい現状を反映した結果となっています。



りゅうぎん総合研究所
上席研究員 伊佐 昭彦

沖縄県内の事業所数と従業者数の推移（民営事業所）



出所：総務省「事業所・企業統計調査」

裁判員制度

— 参加意向で温度差顕著 —

裁判員制度は市民から無作為に選ばれた裁判員が刑事裁判の審理に参加する制度です。その裁判員制度が2009年5月21日からスタートします。これに先駆けて最高裁判所では全国1万500人を対象に裁判員制度に関する認知度や参加意向等についての意識調査を行い、結果を2008年4月1日に公表しました。

報告書によると、裁判員制度の認知度はマスコミ報道などを通じて約95%の人が何らかの知識を有している一方、裁判員裁判への参加意向については、「義務なら参加せざるを得ない」との回答が44.8%と最も多く、「義務でも参加したくない」37.6%と合わせると消極的意見が8割を超えました。また裁判への心配及び支障では「責任を重く感じる」75.5%、「裁判が行えるか不安」64.4%など負担を感じていることも明らかになりました。ちなみに沖縄県は認知度では全国平均を下回り、参加意向でも消極的意見が8割を超えた一方で、「参加したい」との回答が全国で4番目に高いという結果となっています。

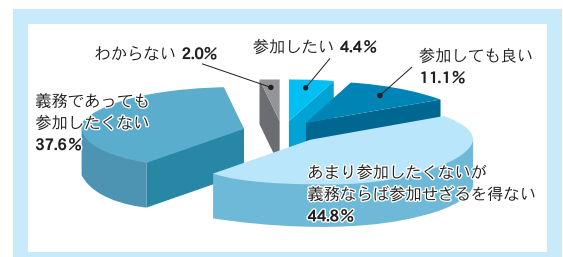
制度に対しては企業も負担を感じているようです。東京商工会議所のアンケート調査では51.4%の企業が「事業活動に支障がでる」と回答しています。しかし対応については「特に何もしていない」が7割超と対応が遅れている現状も浮かび上がりました。

裁判員制度は、解決すべき問題が多々ありながらも、円滑な施行に向けて内容の理解と、制度への対応に向けた体制作りが企業にも個人にも求められています。



りゅうぎん総合研究所
上席研究員 比嘉 盛樹

裁判員裁判への参加意向（全国）



出所：最高裁判所「裁判員制度に関する意識調査」

木造率と住宅着工戸数

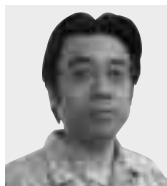
— コンクリ造で影響大 —

沖縄県において住宅着工戸数の低迷が長引いています。今回は木造の建物が少ない(逆に言うと鉄筋コンクリート造などが多い)という本県の特徴と低迷する住宅着工との関係のみてみます。本県の住宅着工戸数は、改正建築基準法の施行された直後の07年7月から最新データの08年2月まで8カ月連続で前年の同じ月を大きく下回っています。同期間の住宅着工戸数は前年を58.6%下回っており、都道府県別でみると沖縄は一番悪い数字となっています(次に悪いのが京都の44.0%減、全国平均は26.5%減)。

改正建築基準法では、第三者機関による構造計算の二重チェックの義務づけなど建築審査基準が厳格化されました。ここでは話を分かりやすくするため、改正法の施行により構造計算が必要な建物についてはひと手間もふた手間も余分にかかるようになった、と単純化しておきましょう。さらに、法律では木造に比べて木造以外の建物の方が構造計算を必要とする範囲が格段に広がっている、というのが重要なポイントです。

沖縄県における木造率(住宅着工戸数に占める木造の割合)は06年に1.2%と全国の中でもダントツの低さとなっています(次に低いのが東京の25.6%、全国平均43.3%)。木造の割合が多ければ構造計算の手間がそれ程かからないということですから、本県のようにほとんどが鉄筋コンクリート

造の地域においては、改正法の影響がかなり大きく出ていると言えます。

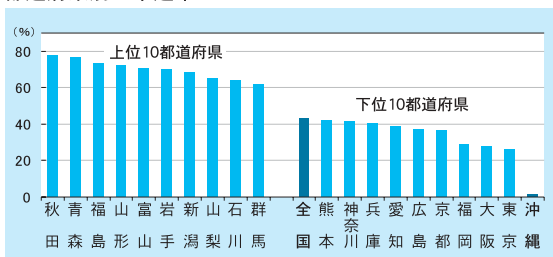


りゅうぜん総合研究所
調査研究部長 久高 豊

構造計算の適用基準

- ・木造の場合、3階建て以上、延べ床面積が500平方メートルを超えるもの、高さが13メートルもしくは軒の高さが9メートルを超えるもの
- ・木造以外の建物は2階建て以上または延べ床面積が200平方メートルを超えるもの

都道府県別の木造率



資料：国土交通省「07年度版建築統計年報」

注：木造率＝木造／住宅着工戸数

那覇新都心の再開発について

— 生産誘発額874億円 —

那覇新都心内の幹線道路を進むと、真新しい官公庁舎や沖縄県立博物館・美術館、大型商業施設が建ち並び、賑わいを見せています。裏手に入ると静かな住宅街で、タワー型分譲マンション含めて、複合都市の様相を呈しています。

当地域の歴史を振り返ると、首里王朝・尚円志の時代には真和志間切と西原間切に属し、西原間切に属した天久村は、琉球王朝の直轄地であったと伝えられています。

戦前は農業が盛んで、本地域東側には、「ケイビン」と呼ばれた県営鉄道嘉手納線が、古波蔵～嘉手納間、南北22.4キロを結んでいました。

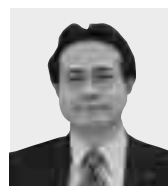
戦後は米軍に接収され、軍幹部が暮らす「牧港住宅地区」として利用されました。

昭和62(1987)年に土地の全面返還を受け、翌年には「那覇新都心開発整備事業」が開始されました。平成4(1992)年工事着手、平成10(1998)年に一部使用が始まり、以来、目覚ましい発展を続けています。

当地域は使用開始から約10年間で、人口約17,000人、世帯数約7,300戸と、計画人口21,000人の81%に達しています。沖縄県の経済効果調査によると、現在、当地域における生産誘発額は約874億円と、返還前の約16倍の経済規模へ拡大しています。

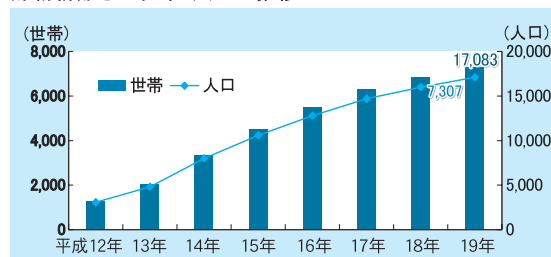
平成20(2008)年3月には、那覇新都心と又吉道路を結ぶ「新都心牧志線」が開通し、国際通りなど中心市街地への交通アクセスも一層便利になりました。隣接する真嘉比

地区の再開発とともに、今後もさらなる発展が見込まれます。



琉球銀行
那覇新都心支店長 平良 吉彦

那覇新都心の世帯・人口の推移



※平成19年12月現在(那覇市統計課の資料より筆者作成)

京東で結ぶ。地域とともに80年

Love 60 琉球銀行 創立60周年

60th ANNIVERSARY THE 60TH ANNIVERSARY

60周年の感謝

抽選で500名様に現金1万円(総額500万円)をプレゼント!

※税引き後8千円

日頃よりご愛顧賜り、誠にありがとうございます。

おかげさまでりゅうぎんは平成20年5月1日をもちまして創立60周年を迎えました。

これからも「ながいおつきあい」をよろしくお願い申し上げます。

りゅうぎん 創立60周年記念特別懸賞キャンペーンの概要

懸賞期間	平成20年5月1日(木)～平成20年6月30日(月)
対象者	個人のお客様
対象商品	全定期預金 ただし、お預入額10万円以上で新規お預入れの方、または蓄替ご継続の方を対象とさせていただきます。
応募方法	応募用紙に必要事項をご記入の上、窓口にてご応募ください。
懸賞内容	期間中に2回の抽選を行い、合計500名様に現金1万円(税引き後8千円)をプレゼントします。 第1回抽選対象者:5月中(5/1～5/31)に申込みの方 第2回抽選対象者:6月中(6/1～6/30)に申込みの方 ◆各抽選権は、預入額10万円毎に1口とし最大100口までといたします。 ◆各抽選による当選は、お一人様1回とさせていただきます。 ◆抽選日までに当該預金を中途解約されますと抽選権は無効となります。 ◆ATMやインターネットバンキングでのお預け入れは対象外とさせていただきます。
抽選日・当選者数	第1回抽選日:平成20年6月4日(水) 当選者250名目途 第2回抽選日:平成20年7月4日(金) 当選者250名目途 ◆当選発表は厳正な抽選の上、懸賞金のご入金をもって発表にかえさせていただきます。
懸賞金入金日	第1回入金日:平成20年6月13日(金) 第2回入金日:平成20年7月18日(金) ◆ご本人希望の琉球銀行普通預金口座へご入金いたします。

平成20年5月1日現在

＜ キリトリ線 ＞

りゅうぎん 創立60周年記念特別懸賞キャンペーン応募用紙

下記欄にお名前、電話番号をご記入ください。 ※お客様の個人情報は、懸賞のみに使用させていただきます。

応募申込日:平成 年 月 日

フリガナ お名前	電話番号	
ご入金口座	支店名	支店
	口座番号	口座 ご名義
銀行使用種 応募用紙は営業開始後へ送付してください。		
お客様の口座 (10万円1口とし最大100口まで)	CIF番号	店番
		検印
		係印

くわしくはお近くの窓口か下記のフリーコールへどうぞ

0120-19-8689

月～金 9:00～17:00(銀行休業日は除きます)



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

2008

4

経済日誌

沖 縄

- 4.2 日本銀行那覇支店が県内企業の短期経済予測(短観)を発表。06年9月以来、6調査ぶりに「良い」超から「悪い」超(マイナス4)となった。
- 4.2 香港エクスプレス航空の沖縄－香港間定期便が就航。
- 4.7 帝国データバンクは県内土木・建築業特Aランク業者(139社)の06年11月～07年10月期売上高ランキングを発表した。売上高合計は2,803億8,400万円で前期比3.5%の減少。当期利益の黒字業者は30社減の74社、一方で赤字業者は増加した。
- 4.7 帝国データバンク沖縄支店は2007年度の県内企業倒産集計を発表した。件数は前年度比2件増の51件、負債額は同72.9%減の109億5,900万円となった。
- 4.11 県企画部は2007年商業統計調査を発表した。県内卸売業・小売業の事業所数は1万7,917事業所、従業者は10万7,758人、年間商品販売額は2兆6,051億円で、04年の前回調査と比較すると、事業所数が7.3%の減少、従業者数も2.7%の減少、年間商品販売額は4.8%の増加となった。
- 4.18 西日本建設保証沖縄支店によると、2007年度公共工事請負額は前年度比5.6%減の2,479億2,400万円で9年連続の減少。
- 4.28 沖縄地区税関の3月の管内貿易概況によると、輸出額が前年同月比5.8倍の175億8,300万円となり、94年11月に次いで過去二番目の高さとなった。
- 4.30 県統計課が発表した2007年度の完全失業率は7.3%で前年度比0.3ポイント低下し、2年連続で改善した。同課は女性の完全失業率が0.8ポイント改善したことが要因の一つと分析。

全国・海外

- 4.2 石油情報センターがおこなった揮発油税などの暫定税率の期限切れに伴うガソリン価格の臨時調査によると、4月1日時点のレギュラーガソリンの全国平均小売価格は、3月31日に比べ1リットル当たり10円70銭安の142円20銭に下落した。
- 4.4 経済協力開発機構(OECD)は2007年の日本の政府開発援助(ODA)実績(速報値)が前年比30.1%減の76億9,100万ドル(約9,060億円)になったと発表した。国別順位は前年の3位から35年ぶりに5位に後退した。
- 4.8 国際通貨基金(IMF)は世界金融安定報告を発表し、サブプライムローン問題による世界の金融機関の損失が9,450億ドル(約100兆円)に達するとの試算を示した。
- 4.8 東京商工リサーチは2007年度の全国企業倒産集計を発表した。負債総額は6.4%増の5兆7,955億円と7年ぶりに前年を上回った。倒産件数は7.7%増の1万4,366件と二年連続で増加した。
- 4.18 米銀大手シティグループが発表した2008年1月～3月期決算はサブプライムローン問題に関する損失150億ドル(約1兆5,500億円)超を計上し四半期ベースで二期連続の赤字となった。
- 4.23 政府の経済財政諮問会議で、今後3年間にフリーターら若者100万人の正社員就職を目指すとした新雇用戦略案を舛添厚生労働相が提出し、了承された。
- 4.28 石油元売大手各社はガソリン税の暫定税率が復活した場合、5月1日からのガソリン卸価格を4月に比べ1リットルあたり30円前後引き上げることを決定。

Economic Indicators vol.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
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
2007	0.7	0.3	2.4	▲0.7	▲3.8	▲3.1	263,842	9.0	1,847.5	▲22.5
2007 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	▲3.3	11,809	24.1	178.3	▲6.4
6	3.9	▲2.4	0.5	▲2.4	▲0.2	▲2.6	26,365	93.3	294.1	63.2
7	▲7.8	▲2.2	▲0.5	1.9	▲1.2	▲6.1	18,714	34.5	104.9	▲51.1
8	13.0	4.2	6.5	10.3	▲3.5	7.8	23,058	20.1	83.5	▲55.4
9	0.4	1.4	3.7	1.6	2.8	▲5.2	27,028	▲31.5	102.7	▲50.5
10	▲1.8	0.0	1.4	5.1	0.1	2.4	32,430	15.5	122.5	▲51.2
11	1.4	2.4	3.7	4.9	7.1	▲8.8	18,997	▲5.1	141.8	▲25.4
12	▲2.9	▲0.4	0.8	▲3.4	▲11.9	▲6.2	15,363	▲21.7	144.4	▲41.2
2008 1	▲3.3	0.0	1.8	▲6.0	8.9	0.0	12,699	2.6	111.8	▲41.2
2	▲0.4	5.1	6.5	5.4	3.3	▲1.3	16,786	45.4	112.8	▲20.5
3	▲7.3	2.5	4.7	6.1	6.9	-	36,709	▲36.9	-	-
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) 電気製品卸売販売額は2007年6月より調査先が10社から9社ベースへと変更になったが、07年6~9月は10社ベースとの比較であり、実際より低めに推移したとみられる。07年10月より前年分を修正したため9社ベースでの比較となる。

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	木材 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
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
2007	10,876	▲33.1	29.4	▲0.6	▲2.1	7.0	▲5.1	5,869.2	4.1	5.6
2007 2	1,014	▲23.1	79.1	15.5	7.8	14.0	11.6	465.6	6.9	14.4
3	889	▲21.2	17.4	7.9	13.4	23.4	16.9	557.7	3.5	1.2
4	1,331	▲19.0	▲21.9	▲1.1	▲2.4	12.8	▲6.0	475.3	4.8	6.8
5	1,160	▲4.8	▲0.2	8.4	7.9	29.4	▲11.7	420.4	0.6	3.2
6	1,599	24.3	117.6	2.4	3.7	6.0	1.5	417.2	3.2	7.3
7	681	▲61.0	95.9	▲7.8	▲16.5	14.1	▲13.7	447.6	3.5	▲1.2
8	608	▲64.6	▲27.6	▲4.9	▲3.2	13.5	▲17.4	614.2	7.9	16.7
9	575	▲61.0	▲8.9	▲8.7	▲9.5	▲6.2	▲17.4	528.4	7.7	14.5
10	589	▲65.8	▲22.7	▲3.0	▲5.5	▲27.1	▲18.6	519.7	0.0	▲2.3
11	506	▲47.2	80.8	▲12.6	▲15.9	1.9	▲8.4	486.3	2.5	0.2
12	574	▲52.7	▲8.2	▲8.9	▲13.2	▲18.3	▲6.2	471.0	3.5	3.0
2008 1	584	▲56.7	▲58.5	▲16.2	▲17.9	▲15.5	▲14.7	434.7	▲0.3	2.0
2	521	▲48.6	14.0	▲17.6	▲15.8	10.4	▲8.5	483.8	3.9	▲3.5
3	-	-	▲39.7	▲17.9	▲26.9	27.2	▲19.5	563.7	1.1	4.9
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2006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) 木材は2008年1月より建材から名称を改めた(木質建材が主であることから)。

Economic Indicators vol.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	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			前年比	前年比	2000年=100	前年比
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	84.2	▲3.2	3,316	1.0
2007	77.7	80.2	1.1	2.7	1.8	▲2.0	-	-	3,385	2.1
2007 2	91.5	85.4	4.2	4.1	2.6	▲3.8	91.3	4.4	219	2.4
3	85.9	86.5	▲2.2	3.6	▲1.6	▲4.0	82.2	6.6	207	2.7
4	72.9	78.5	▲1.1	5.7	2.3	0.5	78.3	▲4.5	237	4.6
5	62.0	70.9	▲9.6	▲4.4	5.9	▲3.9	82.5	▲3.4	237	1.2
6	74.3	73.1	1.9	▲0.1	10.5	▲3.8	80.4	▲3.5	286	▲1.7
7	67.6	85.3	▲9.3	2.1	4.1	1.9	77.6	▲7.2	332	0.8
8	84.4	94.0	▲1.5	6.6	1.1	1.4	88.5	6.7	376	3.4
9	81.8	91.7	2.9	2.1	2.0	▲1.7	84.5	▲4.9	360	▲0.2
10	78.3	85.7	▲10.4	0.3	1.1	▲8.8	80.7	▲4.2	333	3.5
11	79.4	74.8	▲3.8	3.5	▲5.2	1.0	75.3	▲10.1	314	4.8
12	69.9	64.6	0.7	0.5	4.8	▲2.0	78.6	▲8.9	248	▲1.5
2008 1	73.0	71.7	▲5.1	0.3	4.5	▲6.3	85.8	▲6.5	238	0.4
2	86.0	86.5	▲1.6	4.6	6.1	▲2.7	-	-	223	1.9
3	81.4	86.5	▲5.7	1.9	3.4	-	-	-	-	-
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7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							
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
2007	78	10,610	▲78.0	0.2	7.4	▲0.8	0.42	▲10.6	55,870	198,461
2007 2	4	300	▲91.6	0.1	7.6	▲2.1	0.41	▲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	0.0	7.3	▲1.0	0.42	▲6.7	2,545	16,203
6	5	1,750	▲13.1	▲0.4	7.5	0.0	0.43	▲14.7	9,824	8,160
7	4	362	▲90.8	0.2	7.9	▲0.5	0.43	▲25.5	5,164	15,927
8	8	720	▲79.9	0.0	7.5	0.0	0.43	▲7.6	3,259	24,244
9	4	433	▲70.1	0.0	7.6	0.5	0.43	▲21.5	7,551	16,152
10	7	983	▲61.8	0.5	7.2	0.2	0.43	▲7.6	2,284	14,891
11	9	614	101.3	1.0	6.5	▲0.3	0.42	10.5	6,799	20,768
12	8	1,710	▲93.3	1.3	6.8	2.5	0.42	▲3.6	6,172	13,633
2008 1	11	800	8.8	1.3	7.0	3.8	0.40	▲11.7	6,163	20,467
2	10	1,413	371.0	1.6	7.1	2.6	0.41	▲7.1	6,886	13,150
3	5	2,280	545.9	2.3	-	-	-	-	-	-
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	%
2005FY	3,359	4,606	▲1,309	2.622	471	▲13.9	7,998	▲6.7	1,583	0.198
2006FY	3,516	4,863	▲1,334	2.637	432	▲8.3	7,655	▲4.3	2,850	0.372
2007FY	-	-	-	-	408	▲5.7	6,474	▲15.4	1,226	0.255
2007 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	240	598	▲357	2.596	41	▲1.6	717	▲14.6	383	0.534
6	329	322	6	2.627	32	▲16.1	490	▲34.4	109	0.222
7	271	406	▲135	2.609	38	4.8	686	4.5	177	0.259
8	276	421	▲144	2.609	35	▲5.2	574	▲10.5	91	0.159
9	259	391	▲131	2.578	29	▲8.4	491	▲13.7	28	0.056
10	271	425	▲181	2.581	38	▲3.4	578	▲10.1	70	0.120
11	265	391	▲125	2.573	33	▲8.2	470	▲19.6	82	0.174
12	579	157	422	2.560	30	▲15.7	411	▲32.4	58	0.142
2008 1	117	697	▲580	2.556	34	▲5.6	492	▲16.3	124	0.322
2	325	394	▲68	2.555	32	▲8.4	438	▲22.0	109	0.330
3	-	-	-	-	32	▲7.2	517	▲18.5	196	0.379
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 (信託勘定含む末残)		郵便貯金 (末残)		地銀3行融資量 (信託勘定含む末残)		沖縄振興開発 金融公庫融資量 (末残)		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
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	7,875	▲7.9	25,123	5.0	12,393	▲5.2	1,273	▲3.0
2007FY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2007 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	12,275	▲5.4	1,185	▲4.4
6	31,879	3.3	-	-	24,189	5.3	12,209	▲4.5	1,131	▲7.3
7	30,993	3.1	-	-	24,305	5.8	12,132	▲4.3	1,130	▲7.9
8	30,899	2.8	-	-	24,331	5.6	12,064	▲4.3	1,142	▲8.0
9	31,356	2.3	-	-	24,914	5.1	12,059	▲4.2	1,148	▲7.8
10	30,691	2.9	-	-	24,705	6.0	11,988	▲4.3	1,165	▲6.5
11	31,051	2.6	-	-	24,944	6.7	11,933	▲4.2	1,164	▲5.8
12	31,282	3.2	-	-	25,365	7.2	11,818	▲4.4	1,188	▲5.3
2008 1	30,895	3.2	-	-	25,384	7.4	11,753	▲4.4	1,188	▲4.2
2	30,972	2.7	-	-	25,467	5.8	11,686	▲4.6	1,186	▲4.2
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
出所	琉球銀行		日本銀行那覇支店		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



ポイント数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

通帳・証書の再発行手数料が無料
キャッシュカード(磁気・IC)の発行手数料
(更新・再発行を含む)が無料

特典
3

トラベラーズチェック
発行手数料が5割引
※最低手数料500円はかかります。

特典
4

海外送金手数料から
100円割引

特典
5

ATM・インターネット
振込手数料割引

特典
6

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。

ポイントサービスとは!

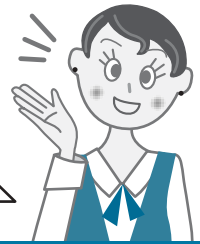
日頃お世話になっているお客様に対し、毎月のお取引内容をポイント化し、その合計ポイントに応じて手数料割引または金利優遇等の特典が受けられるサービスのことをいいます。

シルバーコース **50point** 以上

ゴールドコース **100point** 以上

イクセレントコース **200point** 以上

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。



※商品についての詳しいお問い合わせは、りゅうぎん窓口かフリーコールまで。



0120-19-8689

琉球銀行 ポイントサービス

検索

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

特集レポートバックナンバー

■平成19年

- 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 沖縄健康社有限会社
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
- 7月 (No.453) 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
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
- 8月 (No.454) 経営トップに聞く 医療法人球陽会 海邦病院グループ
An Entrepreneur 有限会社アーキテクト・
デザイン・トオラス
寄稿 知的資産情報のディスクロージャー
経済レポート 宮古アイランドロック
フェスティバル2007経済効果
特集 名護市金融特区の現状と今後の課題
- 9月 (No.455) 経営トップに聞く 沖縄ビル管理株式会社
An Entrepreneur 株式会社 高野屋
寄稿 ニューエコノミー時代における新技術戦略
-韓国ADSL技術開発の事例分析
経済レポート レンタカー業界の動向

- 10月 (No.456) 経営トップに聞く 株式会社日進
An Entrepreneur 有限会社 沖縄ゼネラル
寄稿 統計データからみる沖縄県の情報サービス産業
- 11月 (No.457) 経営トップに聞く
株式会社琉球ネットワークサービス
An Entrepreneur
株式会社たまぐすく村のさとうきび酢
寄稿 地域活性化と地域ブランド戦略
- 12月 (No.458) 経営トップに聞く 株式会社 薬正堂
An Entrepreneur 有限会社 スタプランニング
寄稿 土壌保全戦略に係る研究
経済レポート
改正建築基準法が沖縄県経済に及ぼす影響について

■平成20年

- 1月 (No.459) 経営トップに聞く 専門学校日経ビジネス
An Entrepreneur
農業生産法人 株式会社 はごろも牧場
寄稿 沖縄の若年労働市場の特徴
特集 沖縄県の景気動向
- 2月 (No.460) 経営トップに聞く 株式会社 琉球メモリアルパーク
An Entrepreneur 有限会社 上地屋
寄稿 都市計画の視点から見た
ウォーターフロント観光開発のあり方
特集 沖縄県の主要経済指標
- 3月 (No.461) 経営トップに聞く 株式会社 新共電気工業
An Entrepreneur
沖縄の楽しい有限会社(沖縄三味ちゃんぶるしょっぷ!?)
寄稿 沖縄の雇用問題と経済構造
特集 沖縄県の事業所、産業の動向について
- 4月 (No.462) 経営トップに聞く 有限会社 オキセイ産業
An Entrepreneur 有限会社 末広環境開発
寄稿 ・沖縄のホテルと観光の現状と展望
・沖縄の未来を運ぶ「みなと」づくり

効率的なビジネスは、 リウコムアウトソーシング サービスで。

リウコムの最大の強みは「総合力」です。
ITに関わるさまざまなニーズにお答えします。
35年余培ってきた高い技術力とISMS認証を取得
した堅牢な環境をベースに高品質のアウトソーシング
サービスを私達が提供します。



■アプリケーションサービス

システム開発・運用・保守まで一貫した流れで、お客様のニーズに合わせたシステムを構築します。

■情報処理サービス

特定の汎用的な業務を低コストで提供します。

●ワイドネットサービス

各種の代金回収を、金融機関の口座振替により行います。金融機関との手続きやデータ授受は、すべてリウコムが代行します。



●給与計算サービス

ネットワークや磁気媒体を利用したデータ入力・活用が可能で豊富なオプションメニューを取りそろえています。

●VANサービス

流通業において、小売店・卸売店間の商品受発注など、各種データを当社のVANセンターで仲介します。

■各種サービス

IT利用の各種サービスを総合的に提供します。

●サーバ運用管理サービス

お客様のサーバを当社のコンピュータ室に設置し、運用します。お客様はネットワークで結ばれますので自社内設置と同じ感覚で使用できます。

●データエントリーサービス

経験豊富なキーオペレータがデータ入力のご要望にお応えします。紙ベースのデータや、OCR処理、イメージエントリーも取り扱います。

●大量プリントサービス

高速で大量のプリントが短時間で処理できます。シール方式のハガキなど各種帳票加工も行います。

●バックアップデータ保管サービス

情報システムの基本はデータです。お客様の大切な各種磁気媒体データを当社の大型耐火金庫で保管いたします。



沖縄のIT総合サービス企業



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

代表取締役社長 志良堂 清治

■本 社 〒900-0015 沖縄県那覇市久茂地1丁目7番1号 琉球リース総合ビル11階
TEL.098-867-2584(代) FAX.098-867-2583

■浦添データセンター 〒901-2121 沖縄県浦添市内間4丁目1番1号 琉球銀行浦添ビル6階
TEL.098-876-3121(代) FAX.098-876-7065

■業務開発センター 〒901-2121 沖縄県浦添市内間4丁目1番1号 琉球銀行浦添ビル4階
TEL.098-873-3101 FAX.098-873-2101

■E B セ ン タ ー 〒901-2121 沖縄県浦添市内間4丁目1番1号 琉球銀行浦添ビル2階
TEL.098-875-0346 FAX.098-876-0357

■ニアショア開発センター 〒900-0015 沖縄県那覇市久茂地2丁目3番10号 RBC・QABメディアセンタービル5階
TEL.098-941-1671 FAX.098-941-1414

りゅうぎん調査

No.463

平成20年5月15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