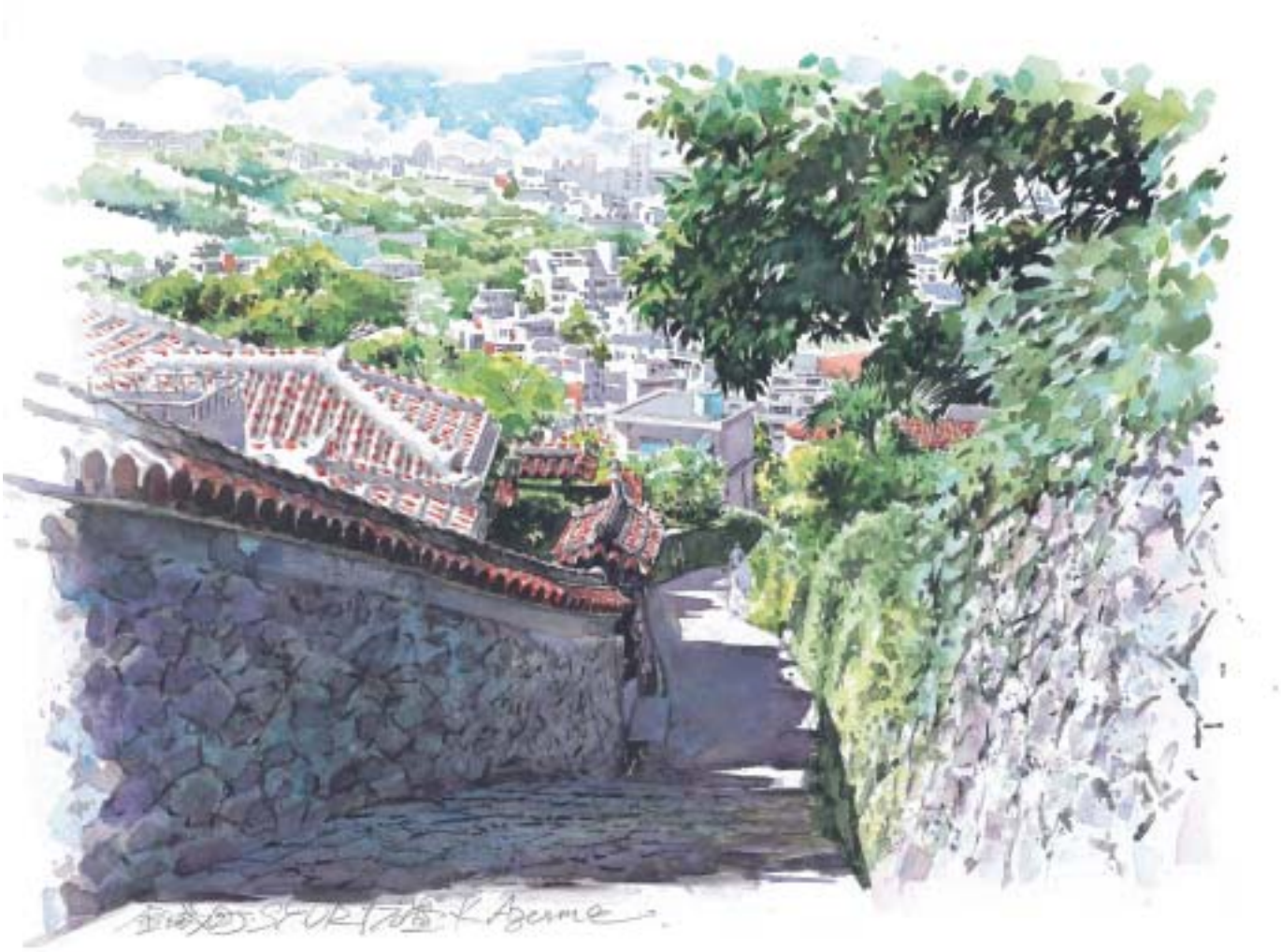
Bank of the Ryukyus' Okinawan Economic Review

りゅうぎん調査

No.467
2008
9月



■経営トップに聞く
株式会社沖建住宅

■An Entrepreneur
琉球温熱療法院株式会社

■寄稿
説得の心理学

■経済トピックス
宮古アイランドロックフェスティバル2008経済効果

RRI No.026

琉球銀行
りゅうぎん総合研究所

Okinawan Economic Review

2008.09 No.467
RRI No.026

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 株式会社沖建住宅 ―― 01
～いつでも、いつまでも、安心の長いおつきあい。家づくりの相談から、完成引渡し後もお客様をサポートし続けます。～
代表取締役 嶺井（みねい） 政則（まさのり）

An Entrepreneur 琉球温熱療法院株式会社 ―― 06
～「起業家訪問」沖縄から全国に、健康を発信する～
院長（代表取締役社長） 屋比久（やびく） 勝子（かつこ）

寄　稿 説得の心理学 ―― 08
ーエイズ教育で「恐怖アピール」を使うジレンマを解決するー
名桜大学国際学群 准教授 木村（きむら） 堅一（けんいち）

アジア便り 上海 ―― 16
～第二回日本食品商談会ＩＮ上海レポート～
レポーター：城間（しろま） 隆志（たかし）（琉球銀行）
みずほコーポレート銀行（中国）有限公司第6営業部にて研修中

地域力連携拠点 りゅうぎん経営相談センターのご案内 ―― 18
～業務内容及び今後のセミナー開催日程～

経済トピックス ―― 21
宮古アイランドロックフェスティバル2008経済効果
～今年の経済効果は2億5,900万円～

沖縄県の景気動向（2008年7月） ―― 25
～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、足踏みが続いている～

琉球銀行からのお知らせ ―― 40
～県内地銀初～確定拠出年金業務へ本格参入

経営情報 株券電子化 ―― 42
～2008年秋ごろに株券電子化実施日を具体的に定める政令が公布される予定～
提供　太陽ASGグループ　ASG税理士法人

学びバンク ―― 44
・わが国の医療政策の課題について ～新たな制度設計が必要～
琉球銀行豊見城支店長　伊波 芳裕（いは よしひろ）
・インターネットバンキングを利用しよう！ ～安全でサービス充実～
琉球銀行安波茶支店長　仲唐 英治（なかとう ひでは る）
・金武町ふるさとづくり整備事業 ～ギンバル訓練場跡地利用計画～
琉球銀行金武支店長　新里 操（しんざと みさお）
・体験型観光で入域客数の増加を図る ～久米島の「島の学校」～
琉球銀行久米島支店長　宇地原 暁（うちはら さとる）
・燃油サーチャージ制 ～原油高騰で価格に転嫁～
琉球銀行安謝支店長　比嘉 正彦（ひが まさひこ）

経済日誌 2008年8月 ―― 47
県内の主要経済指標 ―― 48
県内の金融統計 ―― 50

表紙 **金城町石畳道**

首里城から南西へ続く琉球石灰岩で舗装された石畳道で、琉球王朝時代を偲ばせる。尚真王の時代（1477年～1526年）に首里城から南部への主要道路として整備された。日本の道100選にも選ばれている。

経営トップに聞く

第24回 株式会社 沖建住宅

いつでも、いつまでも、安心の長いおつきあい。家づくりの相談から、完成引渡し後もお客様をサポートし続けます。

(株)沖建住宅は、1984年(昭和59年)設立以来、建売住宅・一戸建注文住宅・マンション分譲・販売を手がけ、2,200棟を超える住まいを供給。県内各エリアに良質の土地を確保し、お客様の条件を満たす土地(建築条件付)の紹介、プランの提案、完成・入居後のアフターサービス、10年間保証制度の導入など、安心して暮らせる住まいづくりに徹している。那覇市首里石嶺町の本社に嶺井政則社長をお訪ねし、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。　▶インタビュー及びレポート:企画部長　具志堅勇

会社概要

商　　号:株式会社沖建住宅
本　　社:沖縄県那覇市首里石嶺町4-51-2
連 絡 先:098-885-8200
U　R　L:http://www.okiken-j.co.jp/
設立年月日:1984(昭和59年)4月
資 本 金:10,000千円
役　　員:代表取締役　嶺井 政則
常務取締役　本永 博紀
ほか2名
幹部社員　本社営業部長　福本 努
那覇支店営業部長　安谷屋 毅
中部支店営業部長　野底 俊和
沖拓建設営業次長　足立 信一
従 業 員:55人
営業所等:中部支店(沖縄市山里)、那覇支店(那覇市小禄)
関連会社:(株)沖拓建設、(株)新興商事
事業内容:建売住宅、建築条件付宅地分譲・住宅販売、マンション分譲

御社設立の経緯等について教えてください。

当社は1984年(昭和59年)4月に有限会社沖建住宅として設立いたしました。それ以前、私(嶺井社長)は、県内の大手不動産・マンション等分譲会社に7年間、戸建て注文住宅の建設会社で3年間勤務し、いろいろなノウハウ等を勉強させてもらいました。

その後、独立し、私と義兄、義父の3名で先述の有限会社沖建住宅を設立しました。1992年(平成4年)8月に株式会社に改組し、現在に至っております。

独立前の10年間、起業してからの24年間の通計34年間、不動産・建設関連一筋を通してまいりました。設立の1984年(昭和59年)に4棟、翌年に8棟、3年目に16棟、4年目に32棟、そして5年目に66棟と毎年前年比倍増と建売や戸建て注文住宅を中心に順調に業務拡大を果たし、1989年(平成元年)以降は年間100棟以上の実績を計上しており、2006年(平成18年)7月には県内で通計2,000棟の販売実績を達成いたしました。2008年(平成20

年)7月現在では2,200棟と設立24年となりますが、ほぼ毎年100棟の販売実績を維持しております。

現在の御社の主力業務は？

マンション分譲も手掛けておりますが、やはり建売住宅、戸建て注文住宅の販売が多く、主力業務は建売住宅、戸建て注文住宅の販売ということになります。

当社では、先ず景観・治安面も勘案した県内各地の良質の土地を取得・造成し、お客様が取得しやすい価格帯になるよう複数区画に分筆し、建売または注文住宅の形式で販売しております。取得した土地の質が悪く、やむなく土地のみを売却するような事態に陥ったことは設立以来1度もありません。というのも土地取得に際しては、各地域ごとの担当がおりますが、担当者単独で取得を決定するようなことはいたしません。周辺の環境、特に学校の有無、近隣とのトラブル等の有無などいろいろな角度から検討し、上司を含めて第三者の目を通して土地取得の妥当性を判断した後、決定する体制としております。この体制のおかげでこれまで土地取得に関して失敗することなく、自信をもってお客様にお住まいを提供することができておりますし、住宅の安定供給を続けることが出来ているものと自負しています。

建売住宅及び注文住宅の販売事例

本社以外に那覇、中部の各支店、関連会社が2社ありますが、それぞれの役割、位置付けはどのようになっているのでしょうか？

元々、那覇市首里石嶺町の本社で那覇市及び浦添市を中心として事業展開しておりました。しかし、それでは商圏が限られてしまい、会社の発展は望めません。沖縄市など中部地区の商圏を確保する観点から1989年(平成元年)、沖縄市山里に中部支店をオープンしました。

豊見城や糸満西崎など南部地区に本社から出

中部支店

那覇支店

向くと渋滞に巻き込まれたり、効率面でも悪かったことから、2000年（平成12年）に、那覇市小禄に那覇支店を開設し、効率を高めるとともに、商圏拡大に努めました。

当社のオリジナルの建物づくりを目指し、（株）沖拓建設を1995年（平成7年）5月に設立しました。しかし、元々技術屋ではなかったこと等から2年程でオリジナル建物販売の路線を転換し、浦添地区を担当する一つの支店としての位置付けに変更し、現在に至っています。

従来、キッチンやトイレ用品、照明器具、冷房等々の住宅内装設備品については各メーカーの担当者が直に施主であるお客様と交渉していましたが、非常にまとまりがなく、非効率でもあったことから、お客様とメーカーの間に入って内装設備品の取扱い、仕入れ・販売を行う会社として1996年（平成8年）8月に（株）新興商事を立上げました。これによりお客様の負担も減り、しかも効率的な工程管理が出来るようになりました。

御社の経営理念、社是あるいは経営方針等についてお聞かせください。

明確な経営理念や社是といったものは掲げていません。当社では建売住宅及び建築条件付土地（注文住宅）の販売について、一月あたり9棟の契約締結（販売・引渡し）を必須の目標として事業展開しております。一月9棟の契約で年間108棟になります。現在当社の社員は55名おりますが、この陣容で月9棟を超える目標を掲げた場合、処理能力を超えてしまい、お客様に迷惑を掛けることに繋がりかねません。逆に月9棟を下回る目標だと、遊んでしまう部署、社員がでてしまいます。これまで社員全員の総合力でお客様に対応することで信頼を醸成してきました。現在の55名体制はそう意味では最適人員だと考えています。毎月9棟を必須目標として取組んできたおかげで、安定した経営を続けることが出来ております。

住宅を建築する場合、基礎工事から、スラブ打設、内装仕上げなどそれぞれの専門業者に下請けをお願いして完成させる訳ですが、その下請け業者に対しての請負代金は現金払いに徹しています。そのことにより下請け業者の資金繰りも安定します。一月9棟の必須目標、現金主義、現金商売を徹底していることは当社の経営方針の一つといえましょうか。

昨年の6月に改正建築基準法が適用され、沖縄県の住宅着工率が大きく低下しました。御社での影響は如何でしたか？

改正建築基準法が施行された当初は、設計士が対応してくれるものと楽観視しておりました。しかしながら、毎月の進捗状況をみるととても楽観できるものではありませんでした。お客様の設計プランは出来上がっているにも関わらず、建築確認を得ることが出来ず、工事そのものが進められません。未着工案件が溜まるという事態が続きました。

最近では燃料の高騰、建設資材の高騰等も重なり、当初契約した時期よりも価格が上がってしまう事例もあります。こういう状況では契約を解除するお客様が増えかねません。そこで、県内、県外の構造計算士確保を最優先課題として取組み、建築確認取得に注力、迅速な工事着工が出来る体制づくりに努めました。その甲斐合って、今年の6月頃から月間6～7棟程度に戻ってきました。

御社では新築住宅のアフターサービス並びに10年間の保証システムを実施されていますが？

平成12年施行の「住宅の品質確保の促進等に関する法律（以降「品確法」という）」の中で“新築住宅の瑕疵担保責任に関する特例”として最低10年間の瑕疵担保責任期間が義務付けられました。当社は「品確法」の定めに従い、お引渡し後も長く安心して暮らしていただくために「10年保証システム」を導入いたしました。さらに完成引渡し後6カ月目、1年目及び2年目のアフターサービスも実施しています。これらのことをきちんと実施していることから、お客様の評判は良く、口コミでさらなる新規のお客様獲得にも結びついており、それが今日の販売実績にあらわれているものと考えています。

来年新たな法改正もあるようですが？

「品確法」で新築住宅の瑕疵担保責任が義務付けられましたが、資金的な裏付けまで保証するものではありません。そのため肝心の販売業者の経営が立ち行かなくなったときには、瑕疵があっても保証責任が履行されません。そこで保証責任の履行を資金的にも確保するため、保険制度の利用もしくは供託金の積み立てを義務化する「特定住宅瑕疵担保責任の履行の確保等に関する法律」が来年2009年（平成21年）10月から施行されます。

当社では2007年（平成19年）1月に「（株）日本住宅保証検査機構JIO」に加盟するとともに2008年（平成20年）2月には「（財）住宅保証機構」にも加盟し、保険制度利用による対応の準備を進めています。対象となる特定住宅というのは、2009年（平成21年）10月1日以降に引渡しを行う新築住宅のことです。

また、「建築士法等の一部を改正する法律（改正建築士法）」が2008年（平成20年）11月28日より施行され、設計士等による重要事項説明も義務づけられます。これらの改正は、2005年（平成17年）11月に発覚した耐震偽装事件を受けて、消費者保護の観点からなされた一連の法制度改正であり、避けては通れないものです。このような法改正は事業を継続する上で、必ず守らないといけないものであり、そのため、常に法改正等の動きを注視し、前倒しで対応が図れるように努めているところです。

今後の事業展開についてお聞かせください。

現在、那覇市を含めて、中南部地域を主要商圏として事業展開しています。北部地域でも若干の実績がありますが、中南部地域は今後とも発展の余地は大きいと思います。現在の当社のエリア内の販売をもっと密にし、基盤強化を図っていくことが最優先事項だと考えています。今は新事業展開や新店舗開設等といった時期ではなく、むしろ他社からの攻勢に対抗し、入り込む余地がないほど地域密着化を図っていくべきだと考えています。

なお、2008年（平成20年）6月から琉球銀行との住宅ローン提携も始めており、お客様の住宅取得ニーズにより一層的確に応えていけるよう取組んでおります。

社員教育、福利厚生については如何でしょう？

信用・信頼で成り立っている業界ですから、信頼のおけるスタッフ育成に努めています。そのため、個々人との対話を重視し、業績を伸ばした社員には褒章等で報い、成績不振の社員がいれば一緒に原因を探り、次回のステップアップに繋がるよう指導しています。

月初の朝礼では必要な情報の連絡・周知を図り、毎週木曜日の午前9時には各支店、関連各社の幹部社員が集まり、個々の状況等の情報を交換するなど、会社の現況、事業環境や法改正等、情報の共

月初の朝礼の風景

有化に努めています。

朝礼では士気を高めるべく、「仕事十則」を全員で唱和しております。当たり前のことですが、①お客様に絶対うそはつかない、②時間を厳守する、③約束したことは絶対に守る・出来ない約束はしない、これらのことも徹底して指導し、信頼の置ける社員、そして会社の信用醸成に努めています。

当社では能力主義人事を採用しており、お互いが切磋琢磨してきたからこそ、今日の沖建住宅があるといっても過言ではありません。

福利厚生面では、1月の新年会、7月には取引業者も含めたビーチパーティー、12月には盛大な忘年会を催しています。12月後半から1月初めにかけては長期休業を実施しております。各社員に目標を与え、これを達成した場合、褒章として特別休暇を与えるなど、社員の慰労、士気高揚にも努めております。

社会貢献活動については如何でしょう？

地域あっての会社ですので、地域行事への参加、寄付等も積極的に行っています。関連会社の（株）沖拓建設では「太陽の家（子ども110番）」の認定を受け、地域の防犯活動にも積極的に協力しています。

また、1989年度（平成元年度）に初めて法人所得ランキング入りを果たしましたが、以来毎年、ランク入りを継続し、法人税等の納税義務をきちんと果たしております。これも社会貢献の一つといえるのではないでしょうか。

御社の課題とその対応状況は如何でしょう？

耐震偽装問題の発覚以降、消費者保護の観点から法改正や規制強化等、厳しい環境にありますが、住宅建築の一連の流れをより円滑化し、如何に効率よく進め、販売実績につなげるかが課題でしょう。幸いにも関連会社を含めたグループの体制は確立しており、下請業者や関係メーカー等ともトラブルなく、順調な事業展開が出来ているものと認識しております。

最後に将来展望についてお聞かせください。

設立以来24年間、着実かつ安定的に業績を伸ばしてまいりました。信用第一の業界であり、これまでの実績に慢心することなく、常にお客様の信頼獲得に努めていきます。ですから、業績が悪化し、赤字を出すことは許されません。それが信用を失う要因でもあり、赤字覚悟の商売はしません。

今後ともお客様から信頼され、頼りにされる社員の育成に努めます。毎月方針を明確化し、それを達成するための具体的な戦略を立て、決定したことを守っていきます。これらを当社の大きなテーマとして取組み、家作りに関していつでも、いつまでも、安心の長いおつきあいの出来る会社としてお客様のサポートを続けていきたいと思います。

An Entrepreneur vol.17

起業家訪問

屋比久 勝子 院長

療法院外観

事業概要

○会社名　琉球温熱療法院(株)
○電　話　098-935-0075
○ＵＲＬ　http://www.ryukyu-onnetsu.jp/
○所在地　北中城村字安谷屋1147番地
○設立年月　1999年(平成11年)1月
○職　員　47人(うち施療師27人)

琉球温熱療法院株式会社

経営トピックス

1. 2001年(平成13年)沖縄総合事務局よりベンチャー企業認定を受ける。
2. 2005年(平成17年)沖縄県産業振興公社より事業可能性評価委員会の認定を受ける。

①起業への道のり

元々、30年近く子どもたちにピアノを教えてきました。25年ほど前、それまで病気知らずだった私(屋比久院長)は突然急性肺炎に罹り、入退院を繰返しながらピアノを教える毎日でした。しかし3回目に肺炎を再発したときに、呼吸困難に陥り、容態が急変、いろいろな症状もあらわれ、輸血までしましたが、運の悪いことに急性肝炎になってしまい、脾臓が腫れて、摘出しなければいけないと医師から言われました。けれどもどんな臓器でも役に立たないものはないはずだと思い、摘出を拒否し、独学で栄養学を勉強し、食事に気をつけ、サプリメントを摂取するようにしたことから少しずつ回復してきました。

ところが、11年ほど前に今度は突然両手の親指が動かなくなり、いろいろな病院で診てもらっても原因不明で治りません。偶然、温熱療法を知る機会があり、千葉県にある温熱療法院に1年余通い、やっと指が動くようになりました。しかし、とてもピアノを弾けるまでには回復せず、非常に残念でしたが、ピアノ教室の継続は諦めざるを得ませんでした。そのときこれも天の定めではないだろうかと考え、今後の人生を温熱療法に賭けてみようと思い、東洋医学の勉強を始めたほか、従来の温熱療法を改良・発展させた独自の「琉球温熱療法」を確立し、現在に至っています。

②起業時の苦労等

最初、与那原町で2台のベッドで開院しましたが、1カ月間はどなたの来院もありませんでした。2カ月目に入って、一人のおばあちゃんが「お風呂屋さんねー、どんなもんねー」と言って来院されました。足がパンパンに腫れて、痛々しい様子でしたが、温熱療法を施したところ、痛みがひき、翌日も来院されました。具合がとても良くなったとのことで、その後4～5名の知人を連れて来院してくれました。それがきっかけで人から人へと口コミで当院が広く知られるようになりました。療法院が手狭になってきたことから、南風原町へ移転、さらに現在地へと移転しました。

また、知人の債務保証をしていたことから、「一生かかっても払えませんよ」と言われる程多額の借財を抱えることになってしまいました。

私自身の病気も完治したわけではなく、病気と借財という重荷を抱え、それこそマイナスからのスタートでしたが、現在では県内外に数10店舗の加盟店もでき、療法院も順調に運営しています。

③セールス・アピール

■従来の温熱療法との違い

・通常の温灸器では、皮膚の表面しか温めません。「琉球温熱療法」の温灸器では皮下の深部まで熱を浸透させます。

・また従来の療法では遠赤外線のみを注熱しますが、当院では秋田県の玉川温泉のラジウムに着目し、ラジウム線も同時に注熱します。

琉球温熱治療器(温灸器)

・この独自に開発した琉球温熱治療器を用い、身体に熱を与えることにより自律神経を整え、血流を良くし、免疫力を高めることが出来ます。

・血流を良くし、なおかつ老廃物や有害物質を散らした後にマイナスイオン効果を加えた遠赤外線ドーム（ちゅらさんドーム・ベッド）を使い、汗をたっぷりかいてもらいます。

ちゅらさんドーム・ベッド

・リラックス効果があるほか、このドームで排泄される老廃物の量は30ｋｍのマラソンをしたときの老廃物の量に匹敵するといわれています。

・さらに栄養療法を取り入れており、各人に合った食事療法を指導、予防医学的な観点から健康増進を図っています。病気を抱えた方は、食事等だけでは十分に栄養補給することは難しいのが一般的です。そのため、独自のサプリメントも開発しました。特に大切な栄養素としてタンパク質があげられます。細胞、血液、筋肉や臓器にいたるまで身体を構成する栄養素はタンパク質がメインです。それだけではなく、生体内の化学反応で触媒の役割を果たす酵素や身体のホメオスタシス（恒常性）を保つために欠かせないホルモンも、材料はタンパク質です。但し、タンパク質はアミノ酸に分解しないと腸内で吸収されません。消化吸収の悪い人、特に病気の方の消化吸収を助けるためにサプリメントが効果的なのです。

サプリメント各種

■西洋医学では対応できない難病にも効果

初めの頃はリュウマチや腰痛、関節の痛みを訴える患者さんばかりでしたが、最近では7割近くがガンの患者さんです。現在行われているガンの治療は外科療法、化学療法、放射線療法が三大療法といわれていますが、患者さんへの負担や副作用は少なくありません。病院でも手の施しようがないといわれた方が温熱療法と栄養療法で日に日に元気になっていく事例も多くあります。

ガン細胞は40度以上の熱を加えると死滅しやすいことがわかっています。全身にしかも皮膚下深部まで熱を通す琉球温熱療法は身体にやさしく、正常細胞を傷つけることなくガン細胞を消滅させることも可能なのです。詳しくは、私の著書も参考にしていただければと思います。

著書

■病気にならない身体づくり、未病への取組み

人間は元々自然治癒力を持っています。その力、免疫力を高めることが病気に打ち勝ち、病気にならない身体を作ります。この9月には当院2階部分にクリニックをオープンさせるほか、11月にはうるま市に「未病ケアセンター」もオープンします。西洋医学との連携でさらに未病に繋がる療法へと発展させたいと考えています。

■低年齢化するガン患者

私は毎日ガンの患者さんと接していますが、その中でも心が痛むのは中・高校生や小さい子どもさんのガンです。なぜこんなに若い人や小さい子どもがガンになってしまうのか、懇意にさせていただいているクリニックの医師の言葉を借りると、母親の食生活やライフスタイルの影響が大きいとのことです。女性の喫煙、飲酒、インスタント食品の摂取、過度のダイエット、エアコンの普及、化学繊維の氾濫、こういう食生活やライフスタイルの乱れが血液を汚し、血行を悪くさせ、それがひいては胎児形成に悪影響を与えているのです。

■沖縄から全国に、健康を発信する

現代はまさに基本的なことから変えていかなければ、自分の身体を病気から守れない時代です。そこで、私は今、沖縄から全国に、健康に関する情報を発信する基地をつくろうと取組んでいるところです。その目的の一つは、健康セミナーを開催し、予防医学的な観点から健康づくりを啓蒙することです。もう一つは琉球温熱療法の実践者を育成することです。

食事の内容、栄養の偏り、生活習慣の乱れを改善し、未病、病気にならない身体づくりをお手伝いし、病気やガンで苦しんでいる全国の患者さんの力になりたいと願ってやみません。

（レポート：企画部長　具志堅勇）

寄　稿

説得の心理学

ーエイズ教育で「恐怖アピール」を使う ジレンマを解決するー

・広島大学大学院教育学研究科実験心理学専攻博士前期課程修了
・同大学大学院同後期課程修了、博士（心理学）
（専門）社会心理学

名桜大学 国際学群
准教授　木村　堅一

1. はじめに

警察でよく見る交通安全のビデオ。免許証更新の講習会で上映されるものだ。最近は有名な芸能人が主役を演じている。働き盛りの中年男性は一家の主だが、ふと飲酒運転をして交通事故を起こしてしまう。不幸にして被害者は死亡。のこされた遺族と加害者の家族の幸せな生活は一変し、地獄のような生活が始まり、ビデオは終了。見終えた受講生は一様に恐怖を感じ、「飲酒運転だけは絶対にやめよう。やめさせよう」と心に誓い、警察を後にする。

米国元副大統領アル・ゴア氏。その彼が瀕死の状態にある地球環境を伝えるドキュメント映画『不都合な真実』を見た人も多いだろう。知られざる気温の上昇、氷河の崩壊、急増するハリケーン、アマゾンの森林破壊など、地球環境の深刻さを伝える科学的資料が映像とともに次々と流れる。世界中の政治家、企業経営者、消費者の多くが環境問題解決への姿勢を強めた。

こうした受け手に対し脅威の危険性を強調して効果的に説得を行おうとするタイプの説得的コミュニケーションは、心理学者によって「恐怖アピール(fear　appeal)」と名づけられ、その説得効果とその生起メカニズムが検討されてきた。

ここでいう「説得」とは、送り手が主に言語コミュニケーションを用いて、非強制的な文脈の中、納得させながら受け手の態度や行動を意図する方向に変化させようとする社会的影響行為あるいは社会的影響過程を指す（深田、2002）。「取引・交渉」や「討論」などは、「命令・指示」、「暗示」、「自己呈示」、「承諾獲得方略」も含んだ複数の異なる形態のコミュニケーションから成立しており、「説得」もその一翼を担っている。

その「説得」の一形態である「恐怖アピール」は、受け手の身体的、精神的、経済的、社会的脅威となりうる事象に関する話題全てで適用可能である。例えば、がん、たばこ、交通事故、失業といった個人的問題から、いじめ、会社倒産、公害、

地震、地球温暖化、日本の人口減少、経済格差といった広範な組織的・社会的問題まで、われわれの健康、安全、生活などに与える脅威や危機に関係する幅広い説得話題を扱える。そのため「恐怖アピール」は、家庭、学校、病院、ビジネス、地域社会、国際政治など多様な文脈でみることができる。

早々に結論を述べるが、これまで多くの研究が「恐怖アピール」の説得への有効性を証明してきた。そして、その説得の失敗条件と成功条件も特定されてきた。本稿の前半では、代表的な研究例と理論を紹介する中でこの点について触れる。後半では、エイズ話題に焦点を絞り、「恐怖アピール」がエイズ予防行動を促進すると同時に、HIV感染者やエイズ患者に対する偏見・差別を助長してしまうジレンマを扱い、そのジレンマをいかに解決できるのかについて著者の実証的研究のいくつかを紹介したい。

2.「恐怖アピール」の研究と理論

「恐怖アピール」の先駆的研究と呼べるものは、1953年にジャニスとフェッシュバッハによって行われた(Janis & Feshbach, 1953)。彼らは、歯科衛生(虫歯・歯槽膿漏)の話題に関し、恐怖水準が強・中・弱と異なる3種類の恐怖アピールを作成し、これらの説得効果を比較検討した。その結果、弱恐怖アピールの説得効果が最大で、強恐怖アピールの説得効果が最小であることを発見した。この研究が報告されて以来、「恐怖アピール」研究における最大の争点は、恐怖と説得効果の間の関係がポジティブなのか(説得効果を促進する)、ネガティブなのか(説得効果を抑制する)となった。当時は、説得の受け手に喚起された恐怖感情が説得効果を決定していると考える説(「動因説」と呼ぶ)が主流であった。例えば、「怖すぎて考えられない」(不注意説)、「怖がらせる説得者に怒りを感じる」(攻撃仮説)、「(怖いので無意識に)そもそも脅威はない(と感じる)」(防衛的回避仮説)など、なぜ恐怖アピールが失敗するのかを説明する「動因説」が乱立した。

1970年代に入ると、初期の研究が実験で用いた「恐怖アピール」が、実は質的に異なる説得メッセージを用いていた問題点が指摘されるようになった。すなわち「恐怖アピール」の強・弱を「身体の損傷度」と「危険にさらされる可能性」の強度を変えて操作した研究もあれば、「危険にさらされる可能性」の情報の有無によって操作した研究もあった。また「危険にさらされる可能性」を全く考慮しない研究もあった。結論として、初期の研究が扱った「恐怖アピール」の説得効果は、質的に異なるメッセージを用いているため、単純には比較検討できないと批判を受けることとなった。

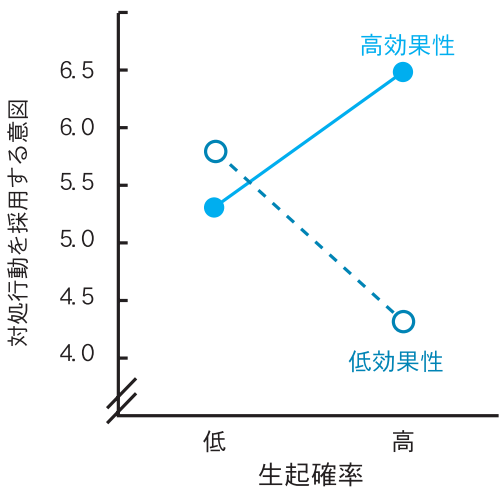
それでは「恐怖アピール」を構成している情報をどう整理すればよいのだろうか。ロジャース(Rogers, 1975)は、「恐怖アピール」に対して受け手が形成する3つの「認知的反応」を仮定し、それに対応した情報成分を区別している。彼は「恐怖感情」ではなく「認知的反応」が「恐怖アピール」の説得効果を決定すると考え、防護動機理論(protection motivation theory:PMT)を提唱した。その理論は、「恐怖アピール」が①脅威の深刻さ(描写された事態がどれくらい深刻なのか)、②脅威の生起確率(対処行動が実行されないときに

その事態がどの程度生じる可能性があるのか)、③対処行動の効果性(有害な事態を回避する対処行動はどの程度効果的なのか)、の3つの情報を含んでおり、その情報に対応した3つの認知的反応の組み合わせによって、対処行動の実行意思が決定されると予測する。

ロジャースとミューボーン(Rogers & Mewborn, 1976)は、喫煙、安全運転、性病の話題を用い、防護動機理論の妥当性を実験的に検討した。大学生176名(喫煙話題40名、交通安全話題72名、性病話題64名)が公衆衛生プログラムを評価するプロジェクトの一環として、実験に協力・参加した。参加者は4名から8名の集団に分かれ、最初に深刻さ変数を操作する映画を視聴した。例えば、喫煙話題の映画では「2万人の中の1人」というタイトルで、半分の参加者が、肺がんを患った男性の経歴や、彼が症状を発見したときの様子、彼の担当医へのインタビュー、肺の摘出手術の準備場面を描写した映像をみた(低深刻さ条件)。残りの参加者が、低深刻さ条件の情報に加えて肺の摘出手術場面を描写した映像をみた(高深刻さ条件)。続いて、参加者は生起確率と効果性に関する情報が掲載された小冊子を受け取り、重要な個所に下線を引きながら読むように指示された。例えば喫煙話題の高確率条件では、喫煙により肺がんにかかる危険性が高くなる科学的根拠と統計量を提示した。低確率条件では、喫煙者が肺がんにかかる可能性は非常に小さいことを論じるエッセイを掲載した。また高効果性条件では、禁煙は肺がんの可能性を低減するのに極めて有効な方法であることが論じられたが、低効果性条件では、禁煙が有効であるといった情報はまったく与えなかった。最後に、勧告された対処行動を実行する意図(例、これからは完全に禁煙しようと思う)などを尋ねる質問紙が配布された。回答終了後、参加者には実験の真の目的に関する説明が十分に行われた。

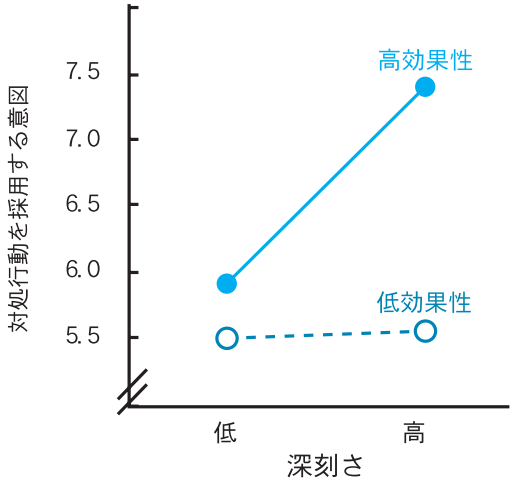
実験の結果、次のことが明らかになった。①話題にかかわらず、対処行動の効果性が高いというメッセージを受け取った参加者ほど、説得効果が高い。②禁煙話題では、禁煙が肺がんを予防する高い効果をもつと信じる参加者は、肺がんにかかる可能性が高いと言われるほど説得効果が高い。反対に禁煙が肺がんを予防する効果の説明を受けなかった参加者は、肺がんにかかる可能性が高いと言われるほど説得効果が低い(図1-1参照)。③性病話題では、高効果性条件の参加者は、性病が深刻だと認識するほど説得効果は高いが、低効果性条件の参加者は、深刻さによって説得効果に変化はない(図1-2参照)。つまり、対処行動により危険を回避できるという信念をもつ人は、説得の送り手の勧告

図1-1 喫煙話題での生起確率×反応効果性の交互作用



を採用する傾向が高い。逆に対処行動が非効果的であると信じる人は、深刻さや生起確率を強調するメッセージを受け取ると、説得の送り手の勧告を採用しないか、逆に反発が生じることが実験によって証明されたのである。

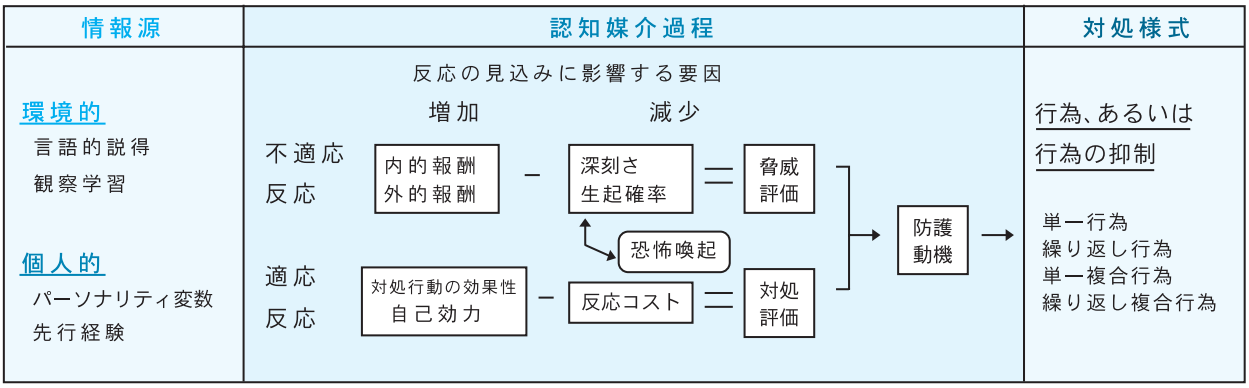
図1-2 性病話題での深刻さ×反応効果性の交互作用



その後、Rogers(1983)は防護動機理論の修正を行い、脅威の深刻さ、生起確率、不適応行動の内的報酬、外的報酬の4要因が脅威評価を決定し、対処行動の効果性、コスト、自己効力の3要因が対処評価を決定し、これら2つの評価が防護動機に影響すると仮定している(図2)。この修正理論によれば、説得効果を高める条件は次の通りである。①脅威が深刻である、②その個人に脅威が生起する可能性がある、③その個人が対処行動を実行できる、④その対処行動は効果的である、⑤不適応反応に関連する報酬(身体的快感や精神的満足感などの内的報酬、社会的賞賛などの外的報酬)より脅威(深刻さ・生起確率)の評価がまさる、⑥対処行動のコスト(不便さ、複雑さ、副作用など)より対処行動の実行を促進する要因(効果が高い、実行できる)の評価がまさる。

なお、修正された防護動機理論の全ての要因を考慮した研究は事実上困難ではあったが、木村(2000)はその問題点を解決するために、防護動機理論の認知媒介過程の重要性を概念的独立性と説得効果への貢献度の点から多面的に評価した上で、その認知媒介過程を整理・統合することに成功している。そして、説得事態におけるPMT全体の検討を行った結果、説得効果に中心的な機能を果たす情報成分としては「危害の大きさ(深刻さと生起確率の合成変数)」と「対処行動の効果性」が、また「脅威の大きさ」成分と相互作用する成分に「対処行動のコスト」があることを実証している。

図2 修正された防護動機理論の図式 (Rogers, 1983)



3. エイズ教育での「恐怖アピール」が抱えるジレンマの解決

後天性免疫不全症候群（AIDS）、つまりエイズはヒト免疫不全ウイルス（HIV）による感染症である。日本における2007年末の累計は、HIV感染者9426名、エイズ患者4468名と報告されている（厚生労働省エイズ動向委員会、2007）。この緊急性の高いエイズ問題に対し、従来の「恐怖アピール」の知見を応用すれば、次のような説得文を生成することができる。

「最新の統計調査で、県内のHIV感染者・エイズ患者の急速な増加は明らかですが、感染者の多くは自覚症状がないため、潜在的にはその倍の感染者数を指摘する研究者もいます。残念ながらHIVは現在の医療技術では根絶できません。一生、対処治療を継続せねばならず、もしエイズが発症してしまえば死に至ります。エイズに発症しなくとも、厳しい偏見や差別のため感染者は非常に苦しんでいます。

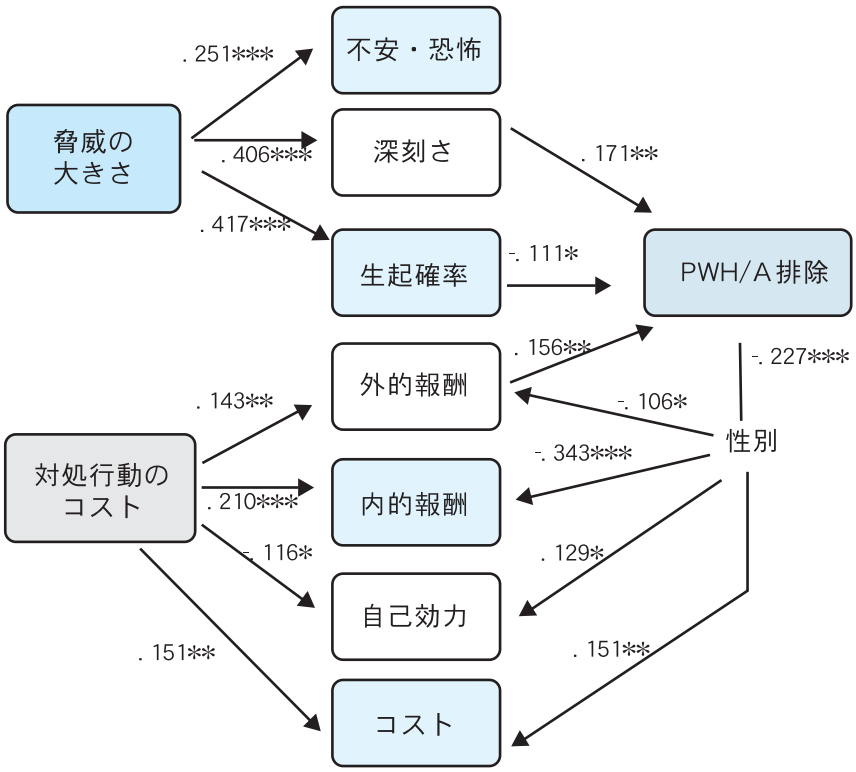
しかし、HIV感染は、正しくコンドームを使用することで簡単かつ確実に予防することができるのです。クラミジアなど他の性感染症も予防でき、避妊にも極めて効果的な方法です。近くのコンビニエンスストアや通信販売でも簡単に手に入ります。あなたが最も大切している相手へのエチケットの基本です。今日は会場で無料配布しますから、是非持ち帰ってください」

ところが、エイズ教育の領域では、①HIV感染予防行動の促進を目指す感染予防教育と、②PWH/A（person with HIV/ AIDS）への、共感・理解の促進を目指す共生教育の両方が組み込まれるべきだと指摘されている。しかし感染予防行動の促進を目指してHIV感染の危険性を強調することはPWH/Aへの偏見を助長する結果に繋がりかねない。また共生行動の促進を目指してPWH/Aとの日常的な接触の安全性を強調することは感染予防行動の抑制を引き起こす可能性も考えられる。効果的なエイズ教育を実施するためには、感染予防教育と共生教育の両方の側面を同時に考慮しなければならない。

この問題に取り組んだ説得研究の例として、日本人大学生を対象に「恐怖アピール」のエイズ教育効果を検証した木村(1996)と木村・深田(1996)がある。これらの研究では、エイズ予防に関する「恐怖アピール」がPWH/Aに対する偏見に及ぼす影響を実験的に検討した。さらに防護動機理論の認知的変数およびエイズに起因する恐怖感情とPWH/Aに対する偏見の得点を多変量解析により分析した。

実験には、日本人大学生472名（男205名、女267名、平均20.5歳）が参加した。参加者は「健康教育における教材開発の基礎資料を得るための調査」という教示の下、小冊子が各参加者に一部ずつ配布された。小冊子はB5判12頁からなるもので、前半に説得メッセージが記載されており、脅威の大きさ（深刻さと生起確率の統合変数）の高・低条件、対処行動の効果性の高・低条件、対処行動のコストの高・低条件の組み合わせによる2×2×2の8種類（実験条件）が準備されていた。加えて、実験条件の得点と比較する統制条件として、HIV感染以外の健康話題についてダミーのメッセージを読む小冊子も1種類準備されていた。

図3 PWH/A排除に関するパス・ダイアグラム



注1)ダミー変数の符号化は、脅威の大きさ、コストの要因(小条件=1、大条件=2)、性別(男性=1、女性=2)であった。***p<.001 **p<.01, *p<.05

説得メッセージで重要な部分には下線を引きながら読んだ後、後半の質問紙に回答を求めた。質問紙には、①エイズ予防行動意思(コンドーム使用・購入・携帯など)、②PWH/Aに対する偏見(PWH/A排除因子とPWH/A保護因子)、③防護動機理論の7つの認知(深刻さ、生起確率、対処行動の効果性、自己効力、内的報酬、外的報酬、コスト)、④エイズに対する恐怖感情などを測定する質問項目が掲載されており、7段階評定で回答した。実験終了後、参加者には真の研究目的を十分に説明し、理解を求めた。

実験の結果は次の通りであった。①コンドーム使用のコストを軽減するメッセージを読んだ参加者は、エイズ予防行動意思が大となった。②HIV感染の脅威を強めるメッセージを読んだ参加者は、PWH/Aに対する排除的態度が大となった。

さらに、脅威の大きさは深刻さ変数と生起確率変数の合成変数であったため、PWH/Aに対する偏見を助長する可能性が、そのいずれにあるのかをパス解析を用いて分析を行った(図3参照)。その結果、興味深い結果が明らかになった。つまり、脅威の大きさおよびコストのメッセージの効果は、受け手の深刻さ、生起確率、外的報酬の認知的要因に媒介され、PWH/A排除の得点に影響を及ぼしていた。高脅威メッセージに曝された実験参加者は、深刻さを高く認知したために、PWH/A排除的態度が強まり、一方で自らのHIV感染の確率を高く認知したために、PWH/A排除的態度が軽減された可能性が示唆された。脅威の大きさはPWH/A排除に対して相反する2つの認知的要因を含んでおり、先の実験で見出された高脅威メッセージが偏見を助長する効果は、深刻さの効果が反映されていたことが明らかとなった。また、コスト要因の効果を媒介して外的報酬がPWH/A排除を助長する効果が見られた。これは、交際相手からのコンドーム未使用で信頼を獲得できると信じる歪んだ認知が、PWH/A排除に対して積極的なかかわりがあるものと考察された。

4. まとめ

本稿では、恐怖アピールの研究例や理論、そしてエイズ話題に恐怖アピール研究を応用するジレンマの解決について述べてきた。誌面の関係上、膨大な研究の一面しか紹介できなかったが、心理学における説得研究のパラダイムや恐怖アピールの適用範囲の広さについて理解が深まったのであれば光栄である。

著者は、現在、大規模会場におけるエイズキャンペーンの説得効果に関するフィールド研究を継続している。特に、沖縄県では高校生・専門学校生・短大生・大学生を中心にエイズ学習が非常に活発であり、2003年より毎年開催されているNPO法人HIV人権ネットワーク沖縄主催の「人権フォーラム」のもつ説得力には、一人の人間として感動を覚える。人権フォーラムには、名桜大学からも多くの学生が足を運んでいるため、彼らに調査協力を依頼し、予防と共生の両立がどのような心理的メカニズムを経て達成されているか分析を行っている。まだ、具体的な成果は上がっていないものの、恐怖アピールの基礎研究で明らかになりつつあった疑問が、実際のフィールドの中でどのように解決できるのか、非常に興味をもって取り組んでいる。

2008年10月に慶應義塾大学で開催される日本説得交渉心理学会第1回大会において、NPO法人HIV人権ネットワーク沖縄エイズキャンペーン実行委員会主催の「エイズキャンペーン2006 人権フォーラム ～君がそこに生きているだけで～」(2006年12月22日18時から約2時間半、沖縄県名護市民会館)に参加した大学生の意識改善を、防護動機理論などの理論的枠組みに沿って分析・検討した研究成果が発表される予定である(木村・高本・児玉・深田、2008)。その結果の要点を簡単に紹介すると、①キャンペーン参加後に、共生意図、PWH/Aに対する保護的態度、HIV抗体検査受検意図が高まり、キャンペーンの参加者に対するポジティブな教育効果を科学的に確認できた。②キャンペーン参加後に、エイズに関する恐怖感情と深刻さ認知が減少することが明らかになった。これは、先の木村(1996)の実験結果に見られた深刻さの情報成分がPWH/Aに対する偏見を助長する可能性を考えると、非常に望ましい効果だと解釈できる。

あくまで私の仮説ではあるが、病気としてのエイズに起因した恐怖感情や深刻さ認知を乗り越え、自らのHIV感染可能性の現実を受容し、かつPWH/Aに対してはエイズという病気を切り離し、一人の人間として理解できる理性をもつことができるかが、エイズ予防と共生とを両立させる説得の鍵ではないかと推測し、データによる裏づけができることを期待している。

【引用文献】

深田博己　2002
説得心理学ハンドブック ― 説得コミュニケーション研究の最前線 ―　北大路書房

Janis, I. L., & Feshbach, S. 1953 Effects of fear-arousing communications. Journal of Abnormal and Social Psychology, 48, 78-92.

木村堅一　1996
エイズ予防行動意志に及ぼす脅威の大きさ, 対処行

動の効果性及びコストの効果ー脅威アピールにおける修正防護動機理論の検討ー　広島大学教育学部紀要,第一部(心理学), 44, 59-66.

木村堅一　1997
脅威アピールにおける防護動機理論研究の検討　実験社会心理学研究, 37, 85-69.

木村堅一　2000
説得に及ぼす脅威アピールの効果ー防護動機理論からの検討ー　実験社会心理学研究, 39, 135-149.

木村堅一・深田博己　1996
エイズ患者・HIV感染者に対する偏見に及ぼす恐怖ー脅威アピールのネガティブな効果　広島大学教育学部紀要, 第一部(心理学), 44, 67-74.

木村堅一・高本雪子・児玉真樹子・深田博己　2008
エイズキャンペーンの説得効果に関するフィールド研究　日本説得・交渉心理学会第1回大会論文集, 印刷中.

Rogers, W. R. 1975 A protection motivation theory of fear appeals and attitude change. Journal of Psychology, 91, 93-114.

Rogers, W. R. 1983 Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: A revised theory of protection motivation. In J. T. Cacioppo & R. E. Petty (Eds.), Social psychophysiology. New York: Guilford Press. Pp.153-176.

Rogers, W. R., & Mewborn, C. R. 1976 Fear appeals and attitude change: Effects of a threat´s noxiousness, probability of occurrence, and the efficacy of coping responses. Journal of Personality and Social Psychology, 34, 54-61.

上海「アジア便り」vol.13

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6営業部にてトレーニーとして在籍中

第二回日本食品商談会 IN上海レポート

2008年7月23日、24日の両日に「第二回日本食品商談会IN上海」が上海世貿商城（通称上海マート）にて開催されました。今回のアジア便りは本イベントを中心にレポート致します。

1. 食品商談会とは

八十二銀行やふくおかフィナンシャルグループなどの全国地方銀行九行が合同で企画し、日本の食品関連・小売・貿易商社・物流の他、各種コンサルタント・人材・リース等の食品製造業支援（ソリューション型）企業が参加する日本の食品商談会としては当地では最大規模の展示商談会です。

今回はソリューション企業も含め約150社近い参加があり、前年度比でも60社近くの参加企業増であり、皆様の関心の高さが窺えました。

県内からは瑞泉酒造様、忠孝酒造様、農事組合法人沖縄県薬草協同組合様、石垣の塩様および沖縄県（順不同）の出展があり、当行スタッフとして企業支援部より瑞慶山、現地サポートとして中国トレーニー宮里・城間が参加致しました。

2. 当日の模様

23日は関係者を中心としたクローズ商談会、24日は一般の方々も対象としたオープン商談会という形式でした。

日系バイヤーも多数参加し、上海市内に店舗を構える日系スーパーや大手総合商社も複数参加しておりました。

会場の様子1

また、遠く北京や東北地方からも本件の為にオーナーがはるばる参加している飲食店もあり、県内企業ブースにも非常に高い関心をもっておられました。

各出展ブースはパーテーションで区切られ、地方色豊かな独自の装飾で彩られており、当地

会場の様子2

が上海であることを忘れさせるようなにぎやかな雰囲気で、特に県内ブースでは島唄・三味線の音色が響く等訪問企業の大きな注目を浴びました。

今回の商談会来場者数は二日間で約2,300名（前年度約1,200名）にものぼり、県内企業も多数の相談や商談成立があり、参加企業の方々にも喜んでいただくことができました。

3. 交流会

初日商談会終了後には沖縄県主催の県人交流会が催されました。上海では、数年前から既に現地勤務をされている方や、ご自身で起業された方等多数の「うちな～んちゅ」が上海沖縄県人会に所属（私も所属しております）しており、今回の交流会は出展企業と沖縄県人会メンバーを中心に行いました。海外展開を考えている企業にとって、海外進出に至るまでの注意点や、抱えていた悩み、そのほか様々な生きた情報を入手することができた事と思います。また、上海県人会にとっても「久しぶりに『うちなーぐち』で話した！」など、興奮冷めやらぬ様子であり、双方にとって非常に実りのある交流会となりました。

4. 最後に

上海は近年の経済成長を背景に、消費市場としての存在感、注目度は依然高いものがありますが、一方で中国への食品の輸出については、許認可ハードルが高く、また、販路開拓についても商習慣への対応、流通などの諸問題があり、一般的に容易ではないと言われてきました。しかしながら、最近では、中国への輸出、販路開拓に成功した事例も多数出て来ております。

また、中国では消費者の食品に対する需要も多様化しており、特に、安全でおいしい食品への希求といった観点により、日本食品への評価と関心も高まりを見せています。特に沖縄県は地域色豊かな様々な食品があり、日本国内はもとより海外での競争力が見込まれる多くの可能性を秘めた地域でもあります。今後も、市場の拡大を検討している県内企業の皆様のお役に立てるよう、引き続き情報収集に努めたいと存じます。

最後になりましたが、今回の商談会は現地サポートも含め多数の沖縄県関係者のご協力をいただき無事に終了することができました。誌面をお借りして厚く御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

出展企業の皆さんと

地域力連携拠点
りゅうぎん経営相談センターのご案内

【内容】
　県内の中小企業の皆様が抱える以下のような経営課題に対して、具体的な解決を支援するため、専任の応援コーディネーターが相談事業（窓口相談、巡回相談）を行う他、専門家派遣事業や情報提供事業（セミナー開催など）を行います。また、本支援事業を展開する上で必要な調査（アンケート調査）研究、ビジネスマッチングを実施します。

①経営力の向上支援
（例）ＩＴを使って会社の経営力をアップしたい。
（例）事業を見直し、新事業に挑戦したい。
（例）地域資源を使った新商品開発、販路開拓、ブランド力を構築したい。
（例）農林漁業者と連携して新たな事業を展開したい。

②創業・事業転換支援
（例）新しく会社を作りたい。独立したい。
（例）今の事業を縮小して、別の分野に事業を転換したい。

③事業承継支援
（例）どのように、事業の承継を行えばよいのか、分からない。
（例）後継者を育成したいが、どのように育成したらよいのか、分からない。
（例）後継者がいないので、事業を続けるか悩んでいる。

※上記の例に限らず、皆様の様々なご相談を幅広くお受けします。

1. 窓口相談
応援コーディネーターが弊行本店内にある「りゅうぎん経営相談センター」相談窓口で各種相談に応じます。また、中小企業の皆様のご要望に応じて、県内各地で巡回相談を実施します。
※相談窓口：午前9時00分～午後4時00分
（土日、祝祭日を除く）

2. 専門家派遣
経営力の向上、創業・事業転換、事業承継等の課題解決のために、中小企業診断士、税理士などの専門家を直接派遣し、中小企業の皆様が抱える個別的な課題に対し助言・支援を行います。※派遣費用は無料です。

3. 情報提供
セミナー（講習会、研修、研究会等）の開催等を通して、中小企業の皆様の課題解決に有益な知識、情報等の普及を図ります。（セミナーについては、（財）沖縄県産業振興公社と共同で行います。）
※受講料は無料です。（開催日程は別紙「セミナー開催日程・申込書」をご覧下さい）

4. 調査・研究
中小企業の皆様の経営力の向上、創業・事業転換、事業承継等の課題解決の為に必要な調査や応援コーディネーターの活動を円滑化するために必要な情報等を収集・分析します。

5. ビジネスマッチング
中小企業の皆様が必要とする経営資源（人材、技術、流通網等）を有する企業等とのマッチングを行います。

お問い合わせは
琉球銀行（地域力連携拠点 りゅうぎん経営相談センター）
TEL：098-860-1216　FAX：098-866-4483
応援コーディネーター：佐藤・大城（健）
受付時間 8：40～17：00（土日、祝祭日除く）　〒900-0015 沖縄県那覇市久茂地1丁目11番1号

地域力連携拠点りゅうぎん経営相談センター
今後のセミナー開催日程

1. 事業承継セミナー

セミナー名	日　時	会　場	講　師	申込期限・募集人員
事業承継セミナー （オーナー向け）	平成20年10月8日（水） 13：30～16：30	ホテルアトール エメラルド宮古島 （漲水）	みずほ総合研究所（株） 堀内主任コンサルタント	平成20年10月1日（水） ・先着100名様
事業承継セミナー （オーナー向け）	平成20年10月9日（木） 13：30～16：30	石垣全日空 ホテル＆リゾート （真栄里）	みずほ総合研究所（株） 堀内主任コンサルタント	平成20年10月1日（水） ・先着100名様
後継者育成塾 （全6回後継者向け） ※6回連続セミナー	平成20年9月24日（水） 13：00～17：00 以降、毎月1回開催予定	りゅうぎん健保会館 （那覇市壺川1-1-9）	ＡＳＧ税理士法人 三浦税理士　他	平成20年9月10日（水） ・30名様 ※全6回参加可能な方優先

※お問い合わせ先
琉球銀行（地域力連携拠点りゅうぎん経営相談センター　TEL：098-860-1216 担当：竹越、大城（健））

2. 申込方法：下記参加申込書をご記入の上、ＦＡＸでお送り下さい。（セミナー参加費：無料）
（※空欄がありますと、ご連絡等の際、不都合が生じます。全て記入頂きますよう、宜しくお願い致します。）

◆申込先ＦＡＸ番号

事業承継セミナー：琉球銀行（地域力連携拠点りゅうぎん経営相談センター）　ＦＡＸ：098-866-4483

＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊　セミナー参加申込書　＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊

御社名：		ＴＥＬ：
ご住所：		ＦＡＸ：
		E-mail：
お申込セミナー名	参加者ご氏名（ご年齢）	ご職位

りゅうぎん ビジネスローン

順風満帆（じゅんぷうまんぱん）

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（青色申告先） ②同一事業の業歴が1年以上の方 ③法人は2期分、個人事業主は1期分の直近の決算書を提出できる方（個人事業主は青色申告書）
ご融資金額	**100万円以上8,000万円以内**（1万円単位） ※但し、沖縄県信用保証協会の無担保保証限度額内といたします。
お使いみち	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（但し借換含む運転資金10年以内） 設備資金：1ヵ月以上10年以内
ご融資金利	当行所定の金利
ご返済方法	手形貸付：期日に一括ご返済（1年以内） 証書貸付：毎月元金均等ご返済 ※手形貸付は固定金利・証書貸付は変動金利となります。
担保・保証	不要・沖縄県信用保証協会保証
保証人	法人：代表者及び代表権を有する役員 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。

【ご持参いただくもの】

■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、個人事業主の場合に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コールまで

フリーコール 0120-63-1189（イイバンク）

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。

ありがとう おつたがい りゅうぎん 琉球銀行

平成19年12月20日現在

経済トピックス

宮古アイランドロックフェスティバル2008 経済効果

経済効果は2億5,900万円

要　旨

○今年で4回目となる「宮古アイランドロックフェスティバル2008」が6月21日（土）に開催された。出演は前回同様に全国的に有名なアーティストを含めた9組であった。

○観客動員数は約4,000名となり、うち県外客が約1,320名、宮古島以外の県内客が約460名と島外からも多くの観客を動員した。

○波及効果を含めた経済効果について、県の産業連関表により試算した結果、経済効果は2億5,900万円となった。これは、直接支出額1億6,800万円に対して約1.5倍の波及効果となっている。

○当社では前年に引き続き経済効果について試算したが、今年は島外客の減少などから前年の経済効果3億900万円より5,000万円の減少となった。

○経済効果2億5,900万円を産業別にみると、運輸業4,200万円、宿泊業3,600万円、鉱業・製造業3,100万円（主に土産品を中心とした製造業）などとなっている。

○同フェスティバルは、民間主導の宮古島の一大イベントとして定着してきている。一方、運営には、離島地区であることから集客や器材の運搬など多くの労力と経費がかかっており、今後、このフェスティバルを継続し、発展させていくには、観客の増加や行政、地域の人々の更なる理解と協力が必要である。

1. 宮古アイランドロックフェスティバル2008の概要

去る2008年6月21日に「宮古アイランドロックフェティバル2008」が開催された。今年で4回目の開催となる同フェスティバルは、宮古島在住の若手の経営者や自営業者を中心に運営されており、宮古の夏を告げるイベントとして定着してきている。

今年はモンゴル800やPUFFY、湘南乃風などの全国的に有名なアーティスト9組の参加があった。観客動員数は約4,000名と多くの動員があり、そのうち県外客が約1,320名、宮古島以外の県内客が約460名であった。開

催に先立って前夜祭も行われ、商店街での出店やライブなどが同フェスティバルを盛り上げた。また、島内の小、中、高等学校からステージ看板デザインを募ったほか、ビーチや商店街の清掃、募金活動を行うなど住民参加型のイベントとなっている。

図表1 宮古アイランドロックフェスティバル2008の概要

名　称	MIYAKO ISLAND ROCK FESTIVAL 2008
開催日	2008年6月21日（土） 13:00～21:00
場　所	宮古島市 宮古島コースタルリゾート・トゥリバー地区 屋外特設会場
コンセプト	SAVE THE SEA SAVE THE SKY ～海に優しく、空に優しい、南の島のロックフェスティバル～
出　演	ELLEGARDEN、湘南乃風、ストレイテナー、TOKYO SKUNX、Hearts Grow、PUFFY、FUNKY MONKEY BABYS、MONGOL800、Rickie-G（50音順）
観　客	約4,000名 （うち県外客 約1,320名　宮古島以外の県内客 約460名）

出所 宮古アイランドロックフェスティバル2008実行委員会

2.「宮古アイランドロックフェスティバル2008」経済効果の試算

（1）直接支出額の試算

経済効果の試算にあたって、まず、県内及び県外からの観客による宿泊、飲食、交通費、娯楽レジャー、土産品購入等の支出や島内の観客がフェスティバル会場での飲食、グッズの購入などの直接支出額を推計する。また、その他に会場設営のための費用や看板設置、ポスター等の印刷費などの直接支出があり、これらの直接支出額を合計すると1億6,800万円となった。

（2）経済効果の試算

ここで、(1)で得られた直接支出額を21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1億5,100万円となり、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、会場設営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6,400万円となる。

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4,400万円となる。

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の生産誘発額を合計したものが、2億5,900万円となり、これが宮古アイランドロックフェスティバル2008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（1億4,400万円）となり、この中で雇用者へ支払った賃金等が雇用者所得（7,300万円）となる（図表2）。

当社では前年に引き続き経済効果について試算したが、今年は島外からの観客が前年比約530人減少したことなどから、前年の経

済効果である3億900万円より5,000万円の減少となった。

図表2 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	151	77	45
1次間接波及効果	64	38	16
2次間接波及効果	44	29	12
総合効果	259	144	73
直接支出額（波及効果）	168（1.5倍）＝総合効果／直接支出額		

（注）1. 直接効果は、直接の支出（消費等）による効果（県内での自給率を掛けて算出）。
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）。

（3）産業別の波及効果

今回の経済効果である生産誘発額2億5,900万円を産業別にみると、運輸業の4,200万円(主に飛行機、タクシーによる移動等)が最も大きく、次いで宿泊業の3,600万円、鉱業・製造業の3,100万円(主に土産品を中心とした製造業)、飲食店の2,800万円などの順となっている(図表3)。

3. まとめ

今年で4回目の開催となった同フェスティバルは、毎年、島外から多くの観客が訪れ、大きな経済効果をもたらしているほかに、先述したように島内の小、中、高等学校からステージ看板デザインを募ったり、ビーチや商店街の清掃、宮古島の環境自然保護を目的とした募金活動を行うなど住民参加型となっている。また、全国でも有名なアーティストの出演もあり、島内の子供たちに大きな夢を与えている。

このように同フェスティバルは、民間主導となる宮古島の一大イベントとして定着してきている。一方、運営には、離島地区であることから集客や器材の運搬など多くの労力と経費がかかっている。今後、このフェスティバルを継続し、発展させていくには、ＰＲの強化などによる観客の増加や行政、地域の人々の更なる理解と協力が必要である。

以　上

図表3 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）
運輸業	42	20	14
宿泊業	36	18	10
鉱業・製造業	31	12	4
飲食店	28	13	8
商業	18	13	9
建設業	17	8	6
電力・ガス・水道	8	4	2
その他	79	55	19
合計	259	144	73

【補注】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ため、県内宿泊業の自給率は極めて低くなる。しかし、関連支出額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、産業連関表における商業部門は売上高ではなく商業マージン部分が計上され、運輸業も取扱高ではなく運輸マージン部分が計上されることに留意する必要がある。

生産誘発額を求める式は以下のとおりである。

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

X：各産業部門の財・サービスの生産額
I：単位行列
$\bar{M}$：県内需要に対する移輸入係数（対角行列）
A：投入係数（行列）
$[\ \ ]^{-1}$：逆行列
F：最終需要額（直接支出額）
※ X（生産額）が、F（最終需要額）に対応する生産誘発額となる

●りゅうぎん調査●

県内の景気動向

概況（7月）

景気は、足踏みが続いている
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、セメント、生コンが前年を上回る

7月の県内景気をみると、消費関連では、百貨店売上高は旧盆の時期が前にずれたことによる中元ギフトの増加により前年を上回った。スーパー売上高は、既存店では食料品が増加したが、衣料品が振るわず前年と同水準となった。全店では新設店効果などから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前年を下回った。電気製品卸売は、テレビ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、県、市町村の増加により前年を上回った。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、セメント、生コン、鋼材は前年を上回ったものの、木材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、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上回った。主要観光施設入場者数は引き続き前年を上回った。

総じてみると、観光関連は引き続き好調に推移し、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、県内景気は足踏みが続いている。

消費関連

百貨店売上高は、旧盆の時期が前にずれたことによる中元ギフトの増加により8カ月ぶりに前年を上回った。スーパー売上高（既存店）は、食料品が単価の上昇などから増加したものの、衣料品が減少したことにより前年と同水準となった。全店ベースでは新設店効果などから、12か月連続で上回った。新車販売は、小型乗用車と軽乗用車が減少したことにより2カ月連続で前年を下回った。電気卸製品販売は、テレビが引き続き好調に推移し全体を牽引したことから、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、独立行政法人等・その他は減少したものの、県、市町村の発注工事が増加したことから2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、公共工事ともに減少したことから2カ月連続で前年を下回った。建設資材関連では、生コンが13カ月ぶりに前年を上回ったほか、セメントは2カ月連続で前年を上回り、鋼材は価格要因と企業などの建設投資の持ち直しの動きなどから6カ月連続で前年を上回った。木材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。

観光関連

入域観光客数は、6カ月連続で前年を上回った。国内客は台風の影響が無かったことなどから、3カ月連続で前年を上回った。外国客は引き続き前年を上回った。県内主要ホテルは、稼働率が2カ月ぶりに前年を上回った。売上高は、前年の一部先の客室リニューアルによる販売客室数減少の反動などもあり、5カ月ぶりに前年を上回った。宿泊収入は3カ月ぶりに前年を上回った。主要観光施設入場者数は５カ月連続で前年を上回った。主要ゴルフ場は、入場者数、売上高ともに前年を上回った。

雇用関連

新規求人数（6月）は前年同月比20.1％減となり７カ月連続で減少した。有効求人倍率（季調値）は0.41倍と前月と同水準であった。完全失業率は8.4％となり、前年同月比0.9ポイント悪化した。

その他

消費者物価指数（6月、総合）は、食料、交通・通信、光熱・水道などが上昇したことから、前年同月比2.8％の上昇と9カ月連続で前年を上回った。企業倒産は、件数が15件と前年同月より11件増となり、負債総額も506億8,900万円と前年同月比13,902.5％の増加となった。

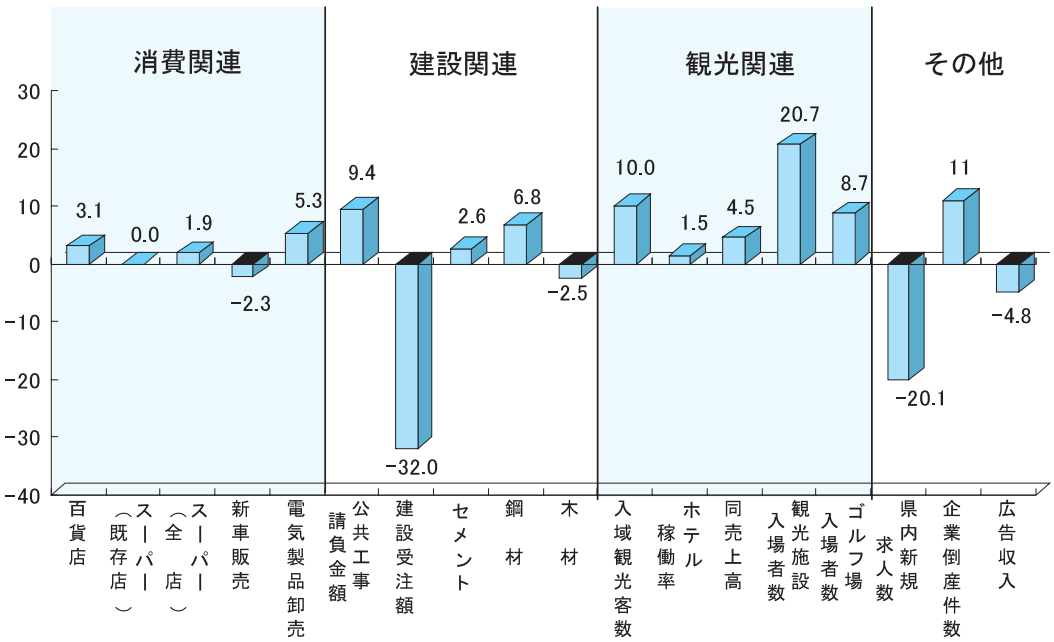
りゅうぎん調査（2008年7月）

増減率（%）

	前年同月比		前年同期比（2008.5－2008.7）	
1. 消費関連				
(1) 百貨店（金額）		3.1		▲ 1.1
(2) スーパー（既存店）（金額）		0.0		0.9
(3) スーパー（全店）（金額）		1.9		3.0
(4) 新車販売（台数）		▲ 2.3		▲ 0.6
(5) 電気製品卸売（金額）		5.3		5.1
2. 建設関連				
(1) 公共工事請負金額（金額）		9.4		▲ 5.9
(2) 建築着工床面積（m^2）	(6月)	▲ 48.8	(4-6月)	▲ 31.6
(3) 新設住宅着工戸数（戸）	(6月)	▲ 45.8	(4-6月)	▲ 24.2
(4) 建設受注額（金額）		▲ 32.0		8.5
(5) セメント（トン数）		2.6		▲ 3.1
(6) 生コン（m^3）		9.2		▲ 3.2
(7) 鋼材（金額）		6.8		20.7
(8) 木材（金額）		▲ 2.5		▲ 12.9
3. 観光関連				
(1) 入域観光客数（人数）		10.0		8.1
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差)	1.5	(前年同期差)	▲ 0.5
	(実数)	79.3	(実数)	72.5
(3) 〃 売上高（金額）		4.5		1.2
(4) 観光施設入場者数（人数）		20.7		9.8
(5) ゴルフ場入場者数（人数）		8.7		5.1
(6) 〃 売上高（金額）		3.6		0.4
4. その他				
(1) 県内新規求人数（人数）	(6月)	▲ 20.1	(4-6月)	▲ 9.2
(2) 有効求人倍率（季調値）	(実数、6月)	0.41	(実数、4-6月)	0.40
(3) 消費者物価指数（総合）	(6月)	2.8	(4-6月)	2.3
(4) 企業倒産件数（件数）	(前年同月差)	11	(前年同期差)	2.3
(5) 広告収入（県内マスコミ）（金額）	(6月)	▲ 4.8	(4-6月)	▲ 6.2
(6) 電力使用量（百万Kw）	(6月)	0.7	(4-6月)	0.1

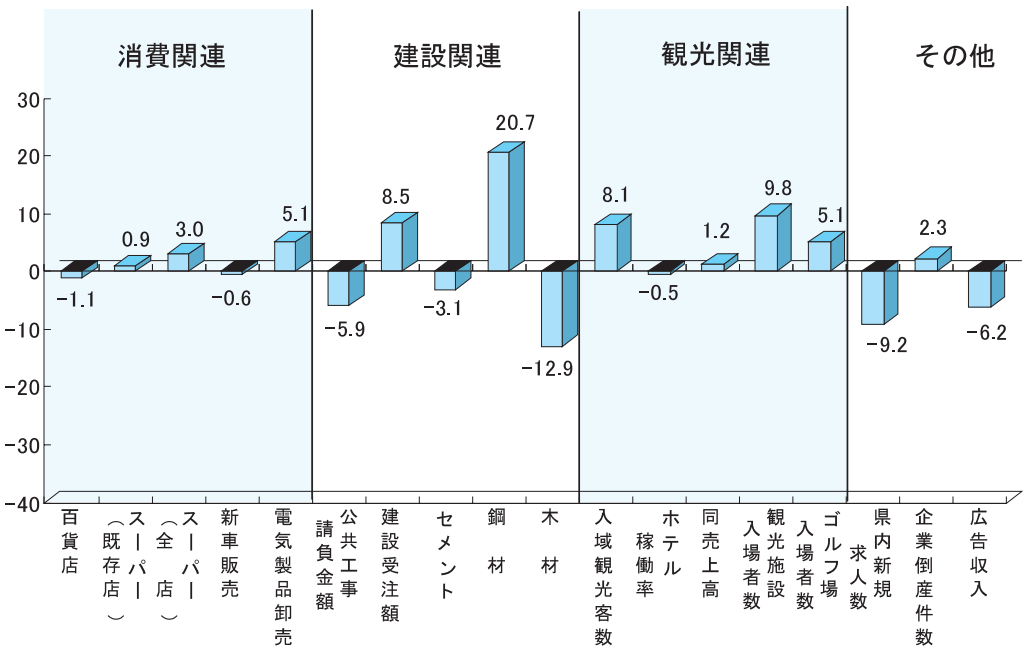
（注１）公共工事請負金額は西日本建設業保証株式会社沖縄支店調べ。建築着工床面積、新設住宅着工戸数は国土交通省調べ。県内新規求人数、有効求人倍率は沖縄労働局調べ。入域観光客数、消費者物価指数は沖縄県調べ。企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店調べ。
（注２）企業倒産件数の前年同期差は、月平均件数の前年同期差。
（注３）電気製品卸売販売額は、2007年６月より調査先を10社から9社へと変更した。
（注４）主要ホテルは、2008年６月より調査先を20ホテルから19ホテルとした。
（注５）ゴルフ場は、2006年10月より調査先を９ゴルフ場から８ゴルフ場とした。
（注６）木材は2008年１月より建材から名称を改めた（木質建材が主であることから）。

項目別グラフ（単月、2008年７月）



（注）県内新規求人数、広告収入は08年６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。

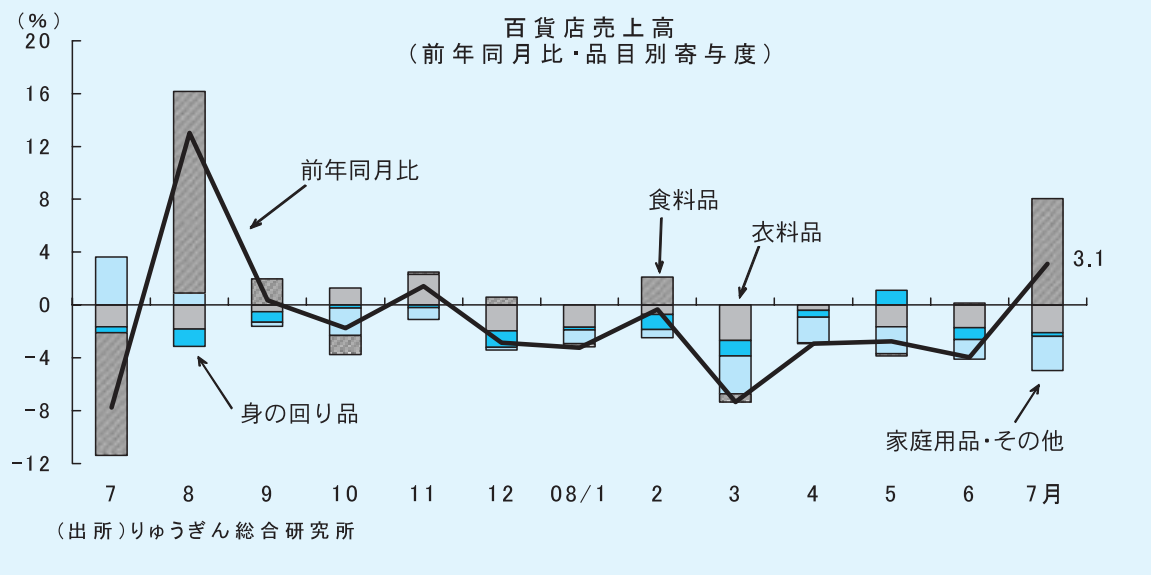
項目別グラフ（3カ月、2008年5〜7月）



（注）県内新規求人数、広告収入は08年4〜6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。

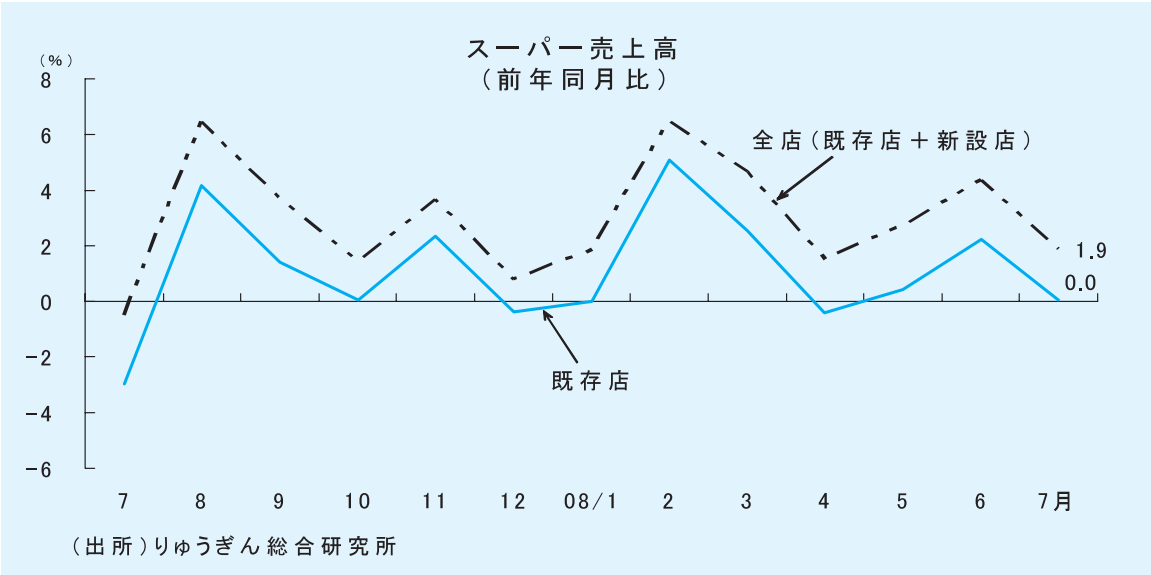
1.消費関連

1 百貨店売上高:8カ月ぶりに増加



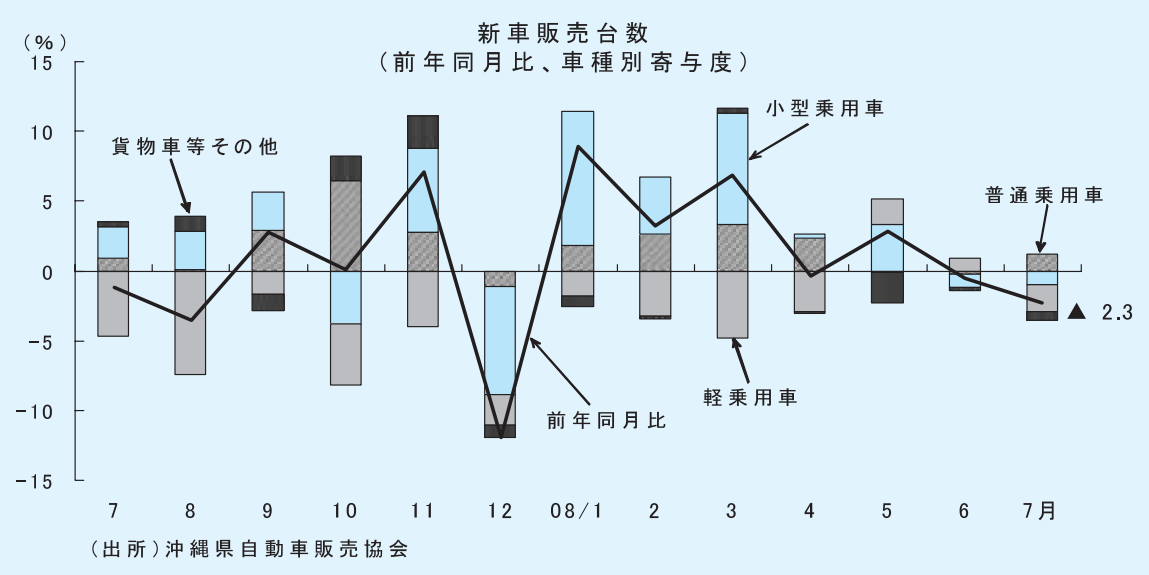
・百貨店売上高は、主力である衣料品は減少が続いているが、旧盆の時期が前にずれたこと（前年の8月下旬が、今年は8月中旬）に伴い、中元ギフト（主に食料品）が大幅に増加したことから、前年同月比3.1％増となり、8カ月ぶりに前年を上回った。
・品目別にみると、食料品（同33.1％増）と増加し、衣料品（同5.2％減）、身の回り品（同2.5％減）、家庭用品・その他（10.3％減）が減少した。

2 スーパー売上高：全店ベースは12カ月連続で増加



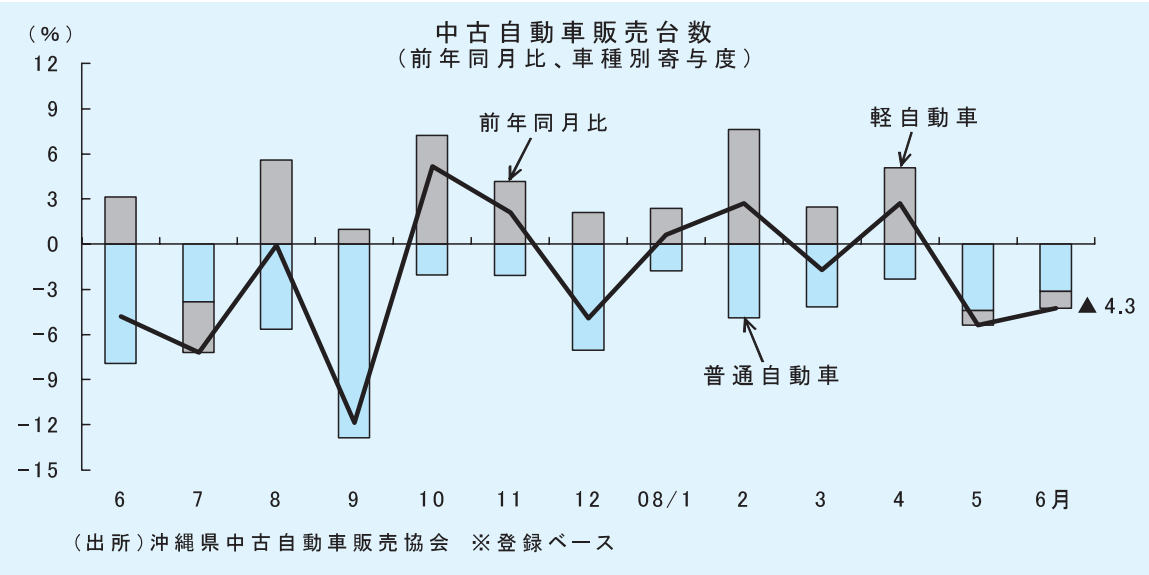
・スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月と同水準になった。
・食料品は単価の上昇、旧盆のずれによる中元ギフトの増加などから同1.9％増となったが、衣料品は同5.9％減となった。
・全店ベースでは新設店効果により同1.9％増と12カ月連続で増加した。

3 新車販売台数：2カ月連続で減少



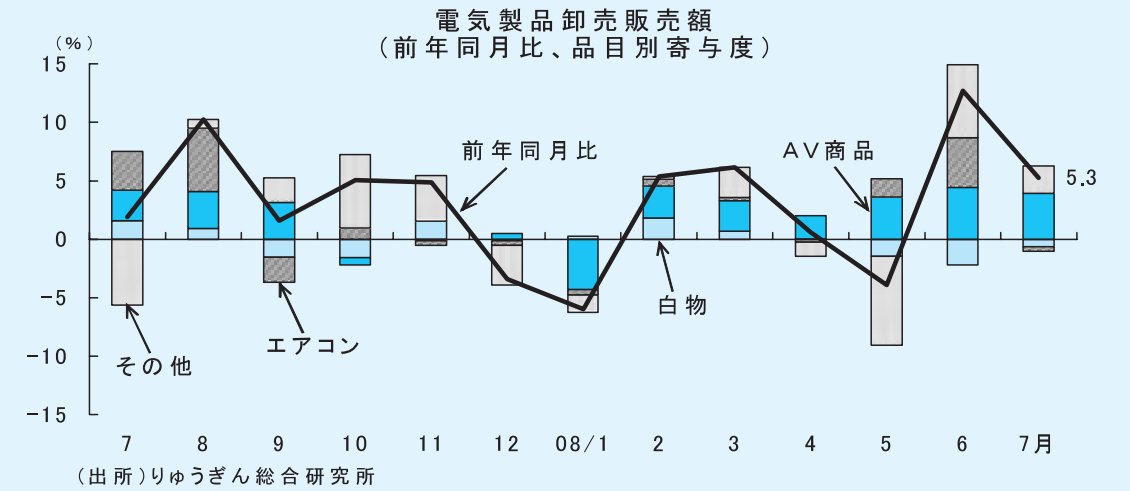
・新車販売台数は5,735台となり、普通乗用車は増加したものの、小型乗用車と軽自動車が減少したことから前年同月比2.3％減と2カ月連続で前年を下回った。
・普通自動車（登録車）は3,676台（同0.3％増）で、うち普通乗用車は497台（同16.9％増）、小型乗用車は3,036台（同1.9％減）であった。軽自動車（届出車）は2,059台（同5.7％減）で、うち軽乗用車は1,750台（同5.9％減）であった。

4 中古自動車販売台数（再掲、登録ベース）：2カ月連続で減少



・中古自動車販売台数（6月、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4.3％減となり２カ月連続で前年を下回った。内訳では、普通自動車は同6.5％減、軽自動車は同2.2％減とともに減少した。

5 電気製品卸売販売額：2カ月連続で増加

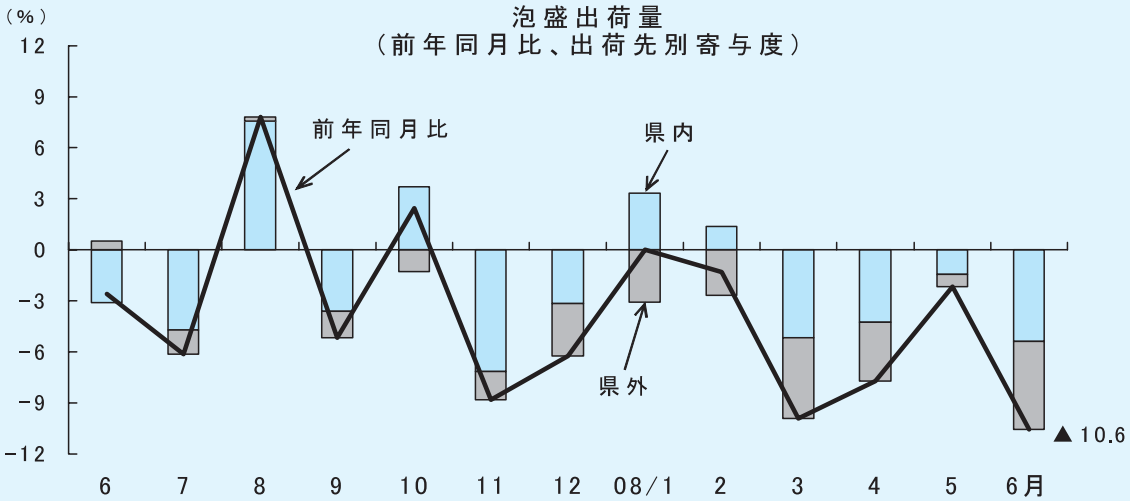


（出所）りゅうぎん総合研究所

（注）07年6月より調査先は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。

・電気製品卸売販売額は、テレビが引き続き好調に推移し、前年同月比5.3％増と2カ月月連続で前年を上回った。要因としては、テレビはこれまでと同様にアナログ放送終了に向けた買い替えの動きや一部、北京五輪需要がみられた。
・品目別にみると、ＡＶ商品ではテレビが同24.6％増、ＤＶＤレコーダーが同0.1％減、白物では洗濯機が同3.4％減、冷蔵庫が同7.4％減、エアコンが同1.9％減、その他は同5.4％増となった。

6 泡盛出荷量：5カ月連続で減少

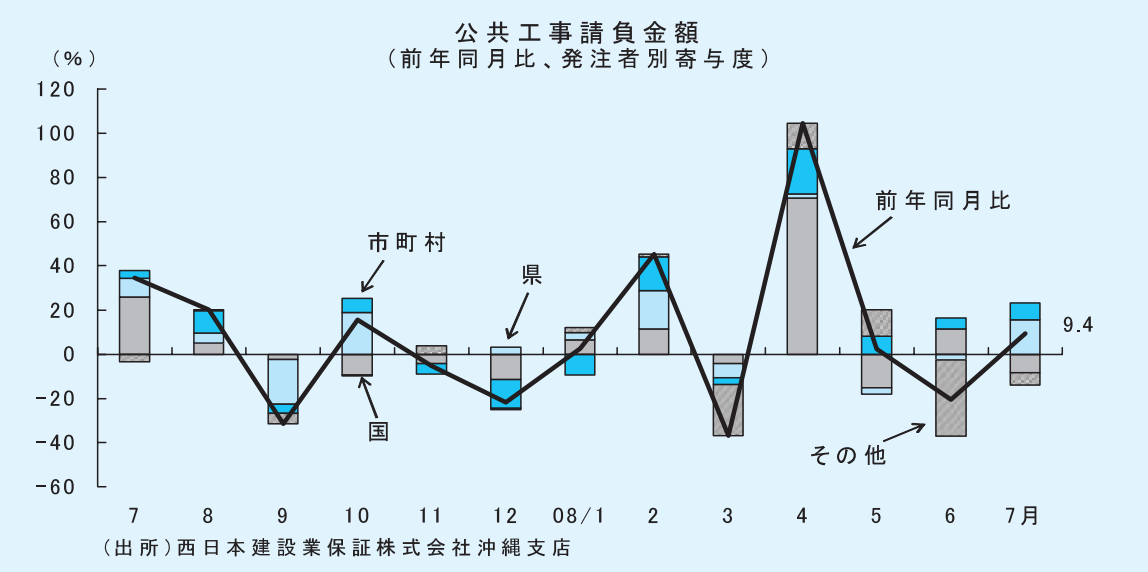


（出所）沖縄県酒造組合連合会

・泡盛出荷量（６月）は、前年同月比10.6％減と5カ月連続で前年を下回った。県内出荷量は同6.8％減となり、県外出荷量は同24.6％減となった。

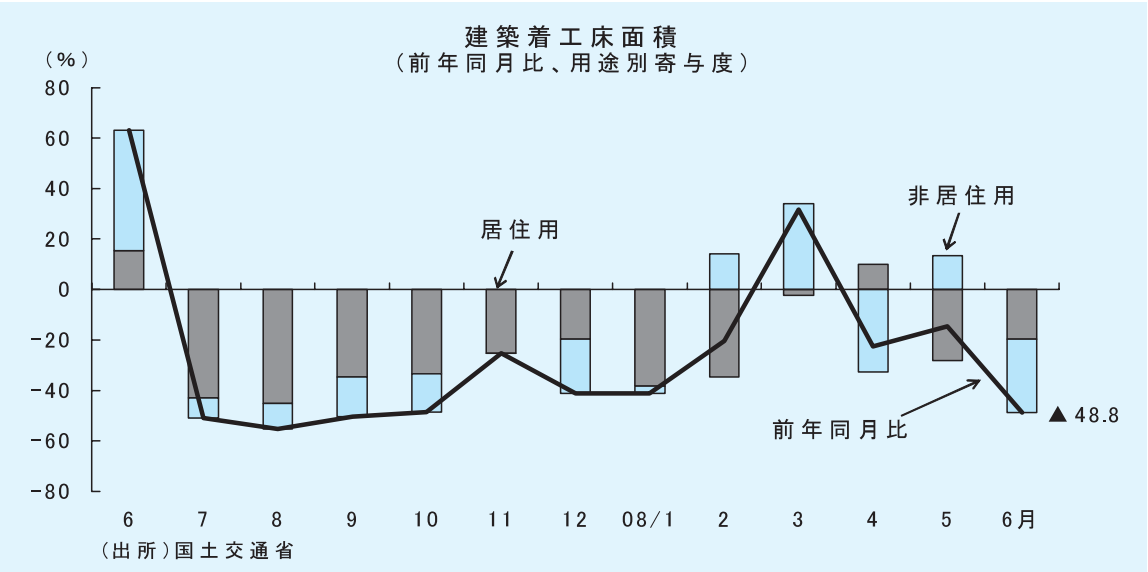
2. 建設関連

1 公共工事請負金額：2カ月ぶりに増加



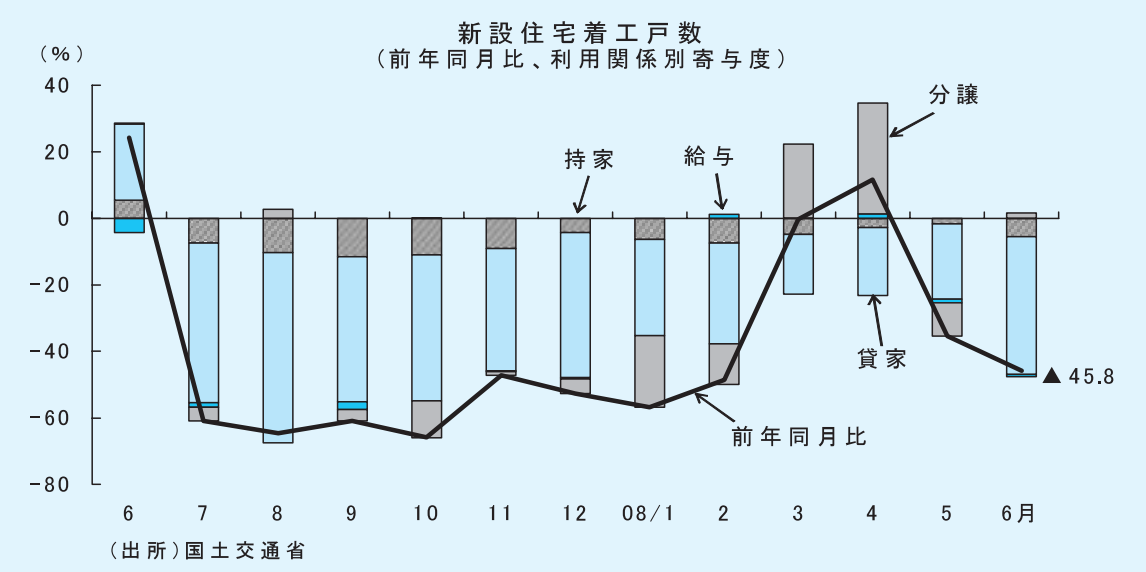
・公共工事請負金額は、204億77百万円で前年同月比9.4％増と2カ月ぶりに前年を上回った。
・発注者別では、県（同56.2％増）と市町村（同30.4％増）は増加し、国（同21.5％減）と独立行政法人等・その他（同66.5％減）は減少した。
・大型工事としては、平成19年度鏡水地区BOX設置工事、中城湾港土砂処分場仮設航路浚渫工事、那覇空港用地造成工事、具志川運動公園屋内運動場建設工事などがあった。

2 建築着工床面積：3カ月連続で減少



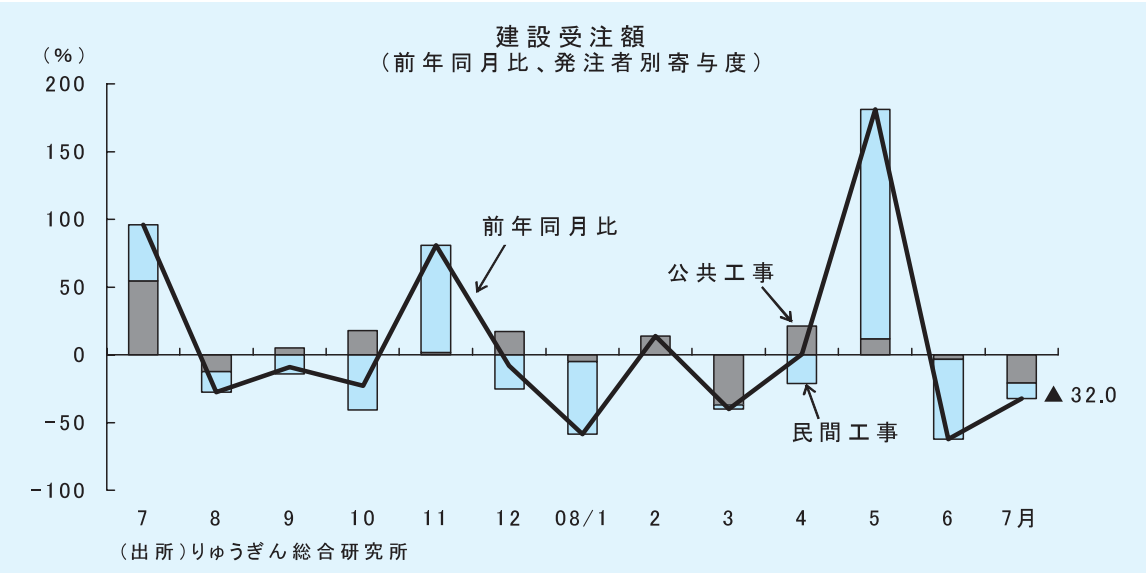
・建築着工床面積（6月）は、15万463㎡で前年同月比48.8％減と前年の改正建築基準法施行前の駆け込み需要の反動などにより3カ月連続で前年を下回った。用途別では、居住用（同40.7％減）、非居住用（56.6％減）ともに減少した。
・建築着工床面積を用途別（大分類）にみると、居住用では居住専用や居住産業併用が減少し、非居住用では「他に分類されない」やその他のサービス業用、情報通信業用などが減少した。「他に分類されない」は前年のモノレール旭橋周辺地区再開発事業の反動から大幅に減少した。

3 新設住宅着工戸数：2カ月連続で減少



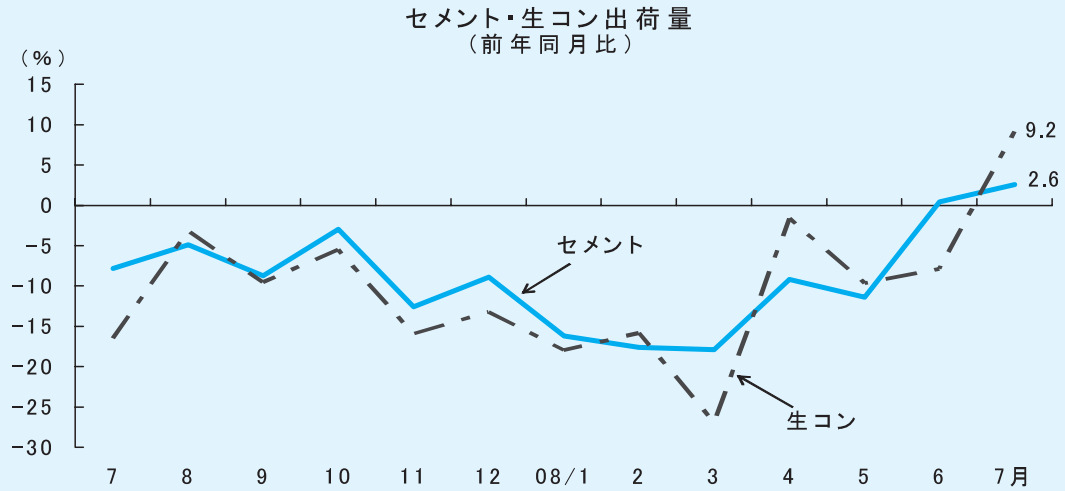
・新設住宅着工戸数（6月）は、866戸で前年の改正建築基準法施行前の駆け込み需要の反動などにより前年同月比45.8％減と2カ月連続で前年を下回った。
・利用関係別では、持家（同26.8％減）、貸家（同59.5％減）は減少し、分譲（同18.8％増）は分譲マンションの伸びにより増加した。

4 建設受注額：2カ月連続で減少



・建設受注額（調査先建設会社：20社）は、前年同月比32.0％減と2カ月連続で前年を下回った。前年が発電所設備工事や野球場建設工事などで水準が高かった反動もあった。
・発注者別では、民間工事（同17.8％減）、公共工事（同56.9％減）ともに2カ月連続で減少した。

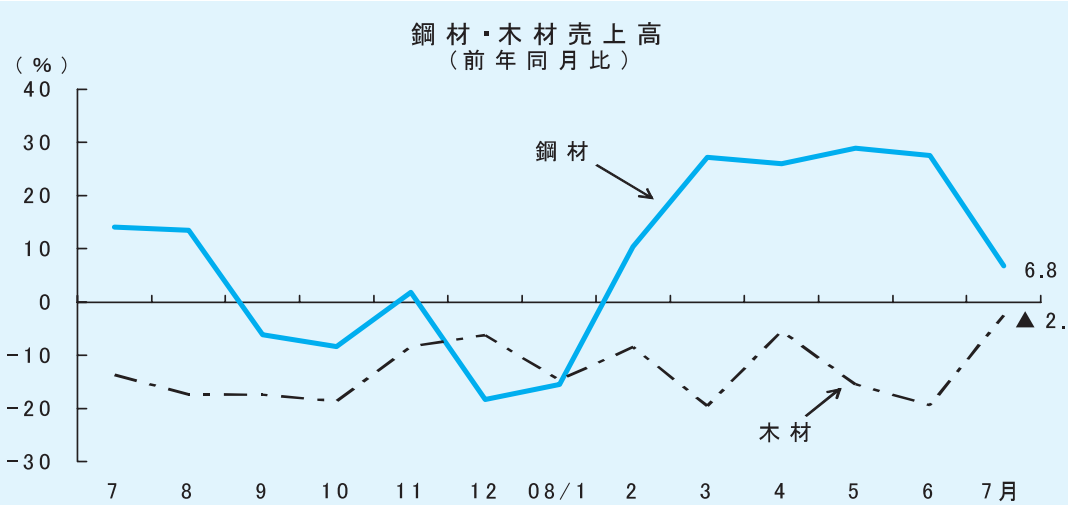
5 セメント・生コン：セメントは2カ月連続、生コンは13カ月ぶりに増加



（出所）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）。

・セメント出荷量は、6万6,896トンで前年同月比2.6％増と2カ月連続で前年を上回った。
・生コン出荷量は、15万1,764立方メートルで同9.2％増と公共工事向け出荷の増加から13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、公共工事では、学校関連向けや土木工事向けなどが増加した。民間工事では、貸家や持家、分譲マンションなどの居住用が改正建築基準法の影響などから引き続き減少した。

6 鋼材・木材：鋼材は6カ月連続で増加、木材は13カ月連続で減少

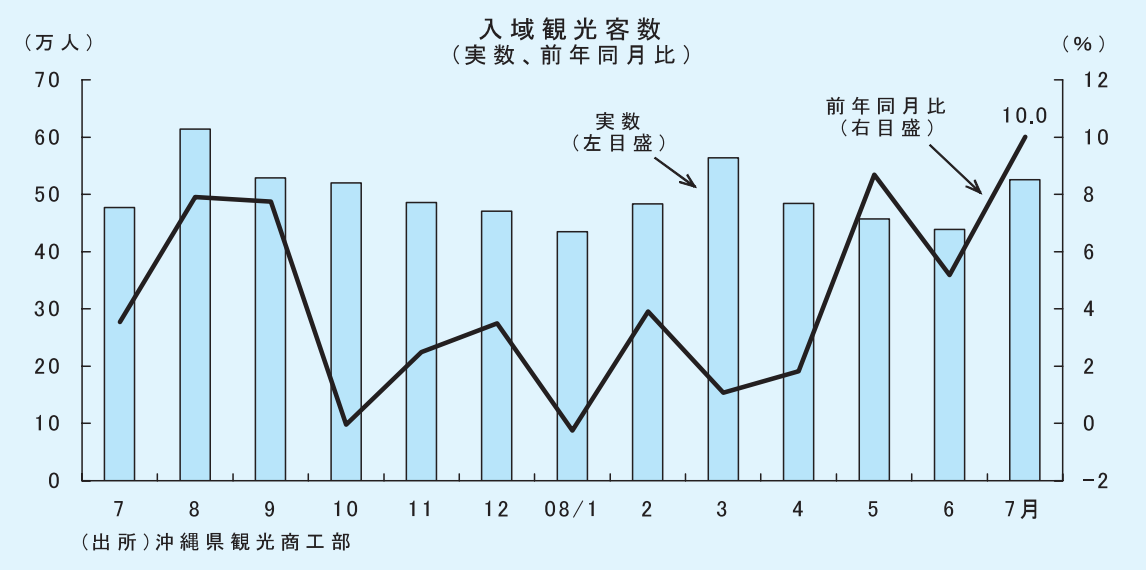


（出所）りゅうぎん総合研究所
（注）08年1月より名称を建材から木材に改めた（木質建材が主であることから）。

・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、企業の建設投資の持ち直しなどにより販売数量が増加していることから、前年同月比6.8％増と6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貸家や持家向け出荷が引き続き低調なことから同2.5％減と13カ月連続で前年を下回った。

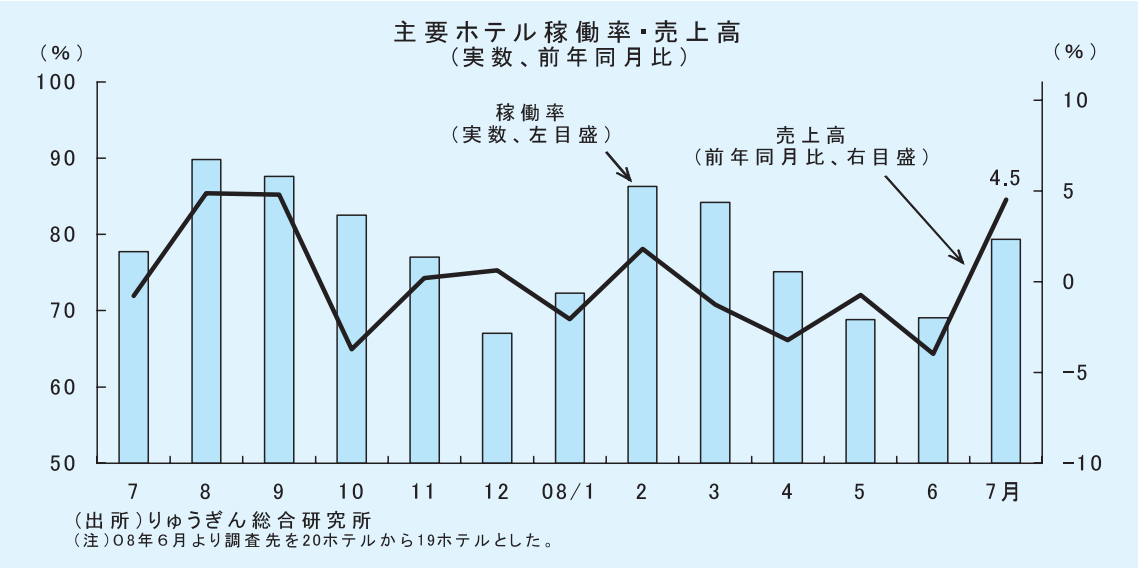
3.観光関連

1 入域観光客数：6カ月連続で増加



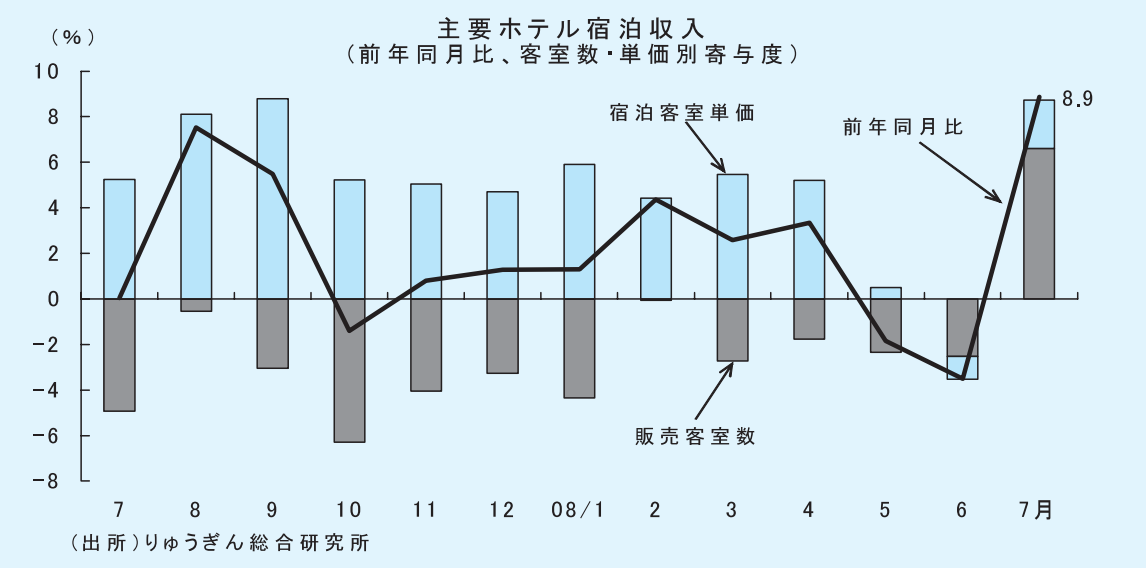
・入域観光客数は52万5,400人で、前年同月比10.0％増（47,800人増）となり6カ月連続で前年を上回った。
・国内客（同8.7％増）は、台風の影響が無かったことと、燃油サーチャージ引き上げの影響による海外旅行からのシフトがあったことなどから、3カ月連続で前年を上回った。外国客（同34.6％増）は、クルーズ船の寄港回数増加や香港の定期便が好調だったことなどから、18カ月連続で前年を上回った。
・8月1～20日の本土発沖縄向け航空旅客輸送実績（スカイマークエアラインズを除く）は前年同期比7.6％増となり6カ月連続で前年を上回った。

2 主要ホテル稼働率・売上高：稼働率は2カ月ぶりに上昇、売上高は5カ月ぶりに増加



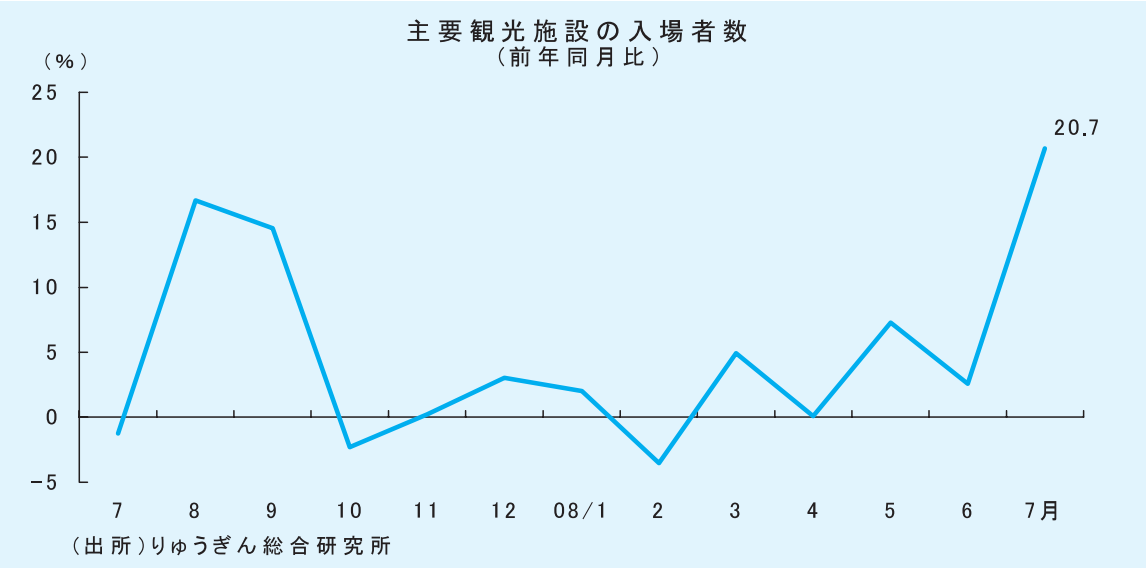
・主要ホテルの客室稼働率は、79.3％と前年同月比1.5ポイント上昇し2カ月ぶりに前年を上回った。売上高は同4.5％増加し5カ月ぶりに前年を上回った。台風の影響がなかったことが寄与した。
・那覇市内ホテルの客室稼働率は、67.4％で同0.2ポイント減少した。売上高は、前年の一部先の客室リニューアルによる販売客室数減少の反動もあり、同6.6％増となった。リゾート型ホテルの客室稼働率は、87.3％で同2.0ポイント上昇した。売上高は、同4.0％増となった。

3 主要ホテル宿泊収入：3カ月ぶりに増加



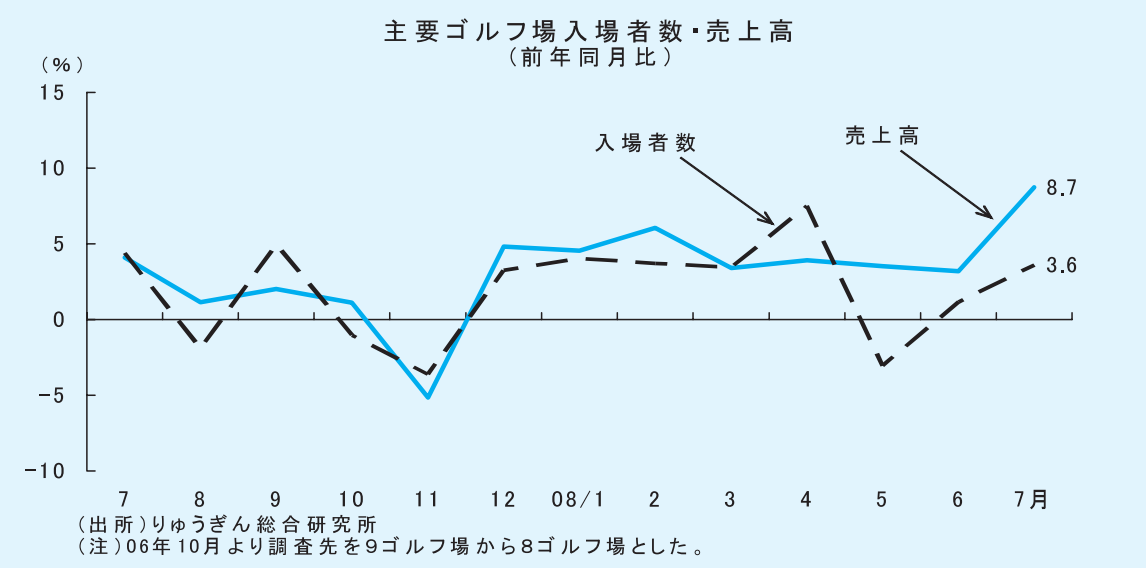
・主要ホテル売上高のうち宿泊収入についてみると、宿泊客室単価（価格要因）が2カ月ぶりに増加し、販売客室数（数量要因）も17カ月ぶりに増加したことから、全体では前年同月比8.9％増となり、3カ月ぶりに前年を上回った。

4 主要観光施設の入場者数：5カ月連続で増加



・主要観光施設の入場者数は、前年同月比20.7％増加し、5カ月連続で前年を上回った。昨年7月は台風接近による影響で入場者数が減少したことから、今月はその反動で大幅な伸び率となった。

5 主要ゴルフ場入場者数・売上高：入場者数は8カ月連続で増加、売上高は2カ月連続で増加

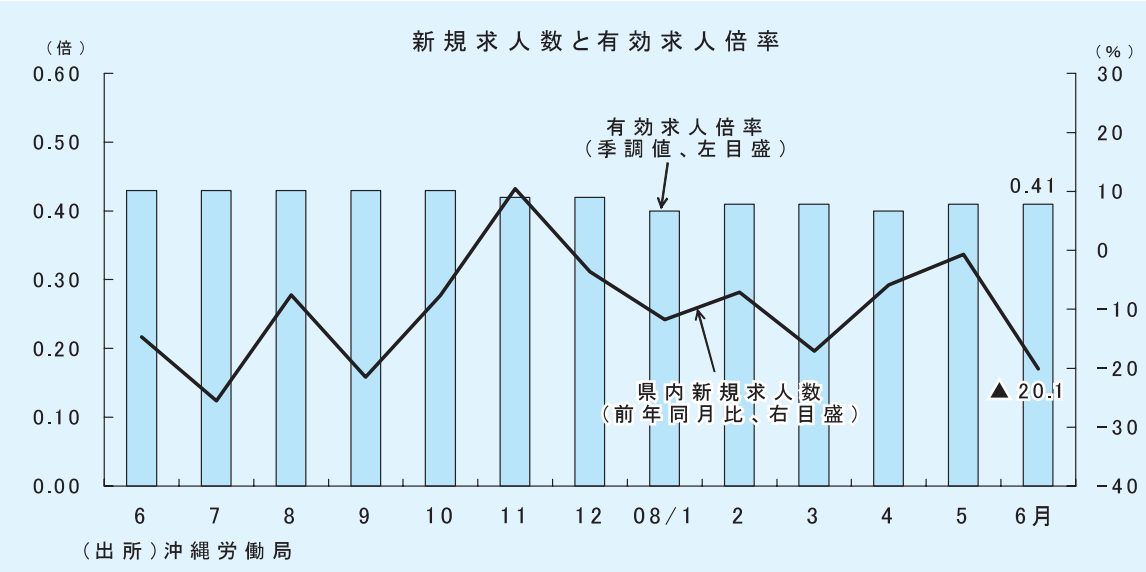


（出所）りゅうぎん総合研究所
（注）06年10月より調査先を9ゴルフ場から8ゴルフ場とした。

・主要ゴルフ場の入場者数は、前年同月比3.6％増となり、8カ月連続で前年を上回った。観光客の入場も前年より増加している。売上高は同8.7％増となり、2カ月連続で前年を上回った。

4.その他

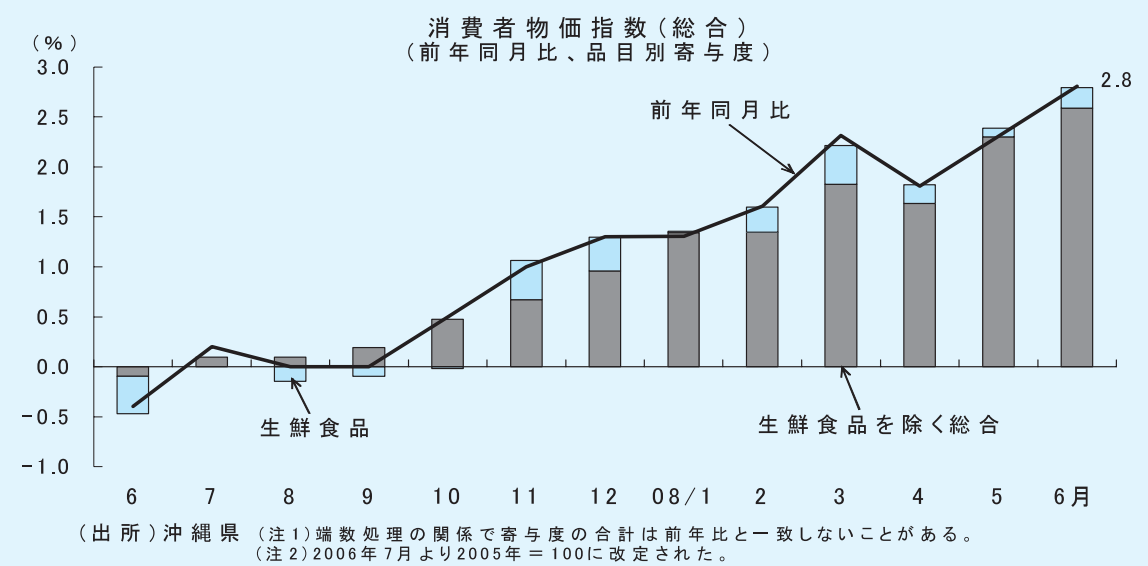
1 雇用関連：新規求人数は減少、有効求人倍率（季調値）は同水準



（出所）沖縄労働局

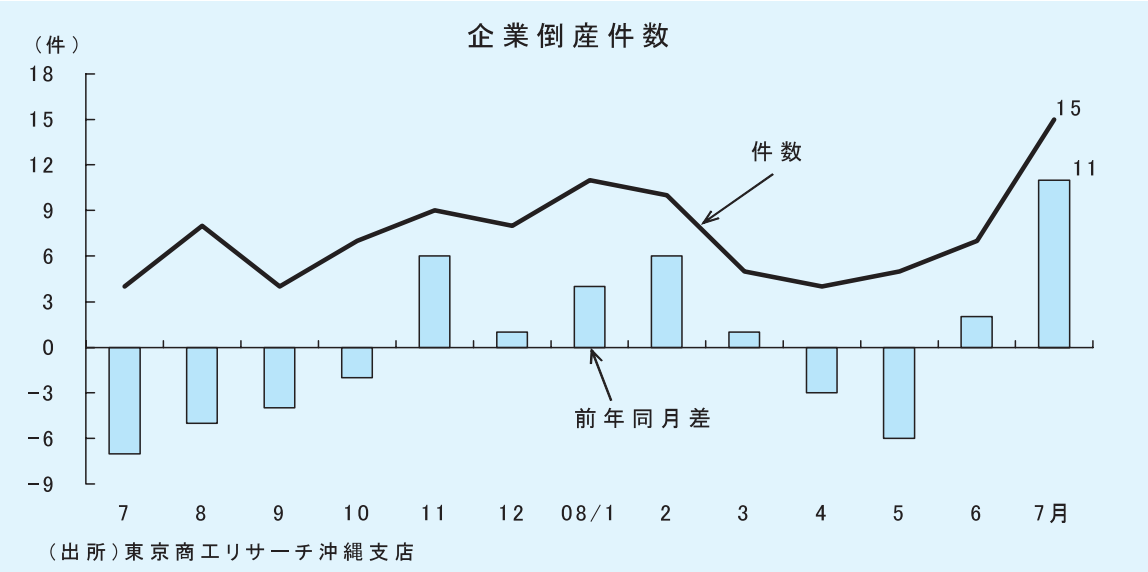
・新規求人数（6月）は、前年同月比20.1％減となり7カ月連続で減少した。産業別にみると、医療、福祉などで増加し、サービス業、飲食店、宿泊業、情報通信業などで減少した。有効求人倍率（季調値）は0.41倍となり、前月と同水準であった。
・労働力人口（6月）は、65万3,000人で前年同月比0.6％減となり、就業者数は、59万8,000人で前年同月比1.8％の減少となった。完全失業者数は、5万5,000人で同12.2％の増加となった。完全失業率は8.4％と同0.9ポイント悪化した。

2 消費者物価指数(総合):9カ月連続で上昇



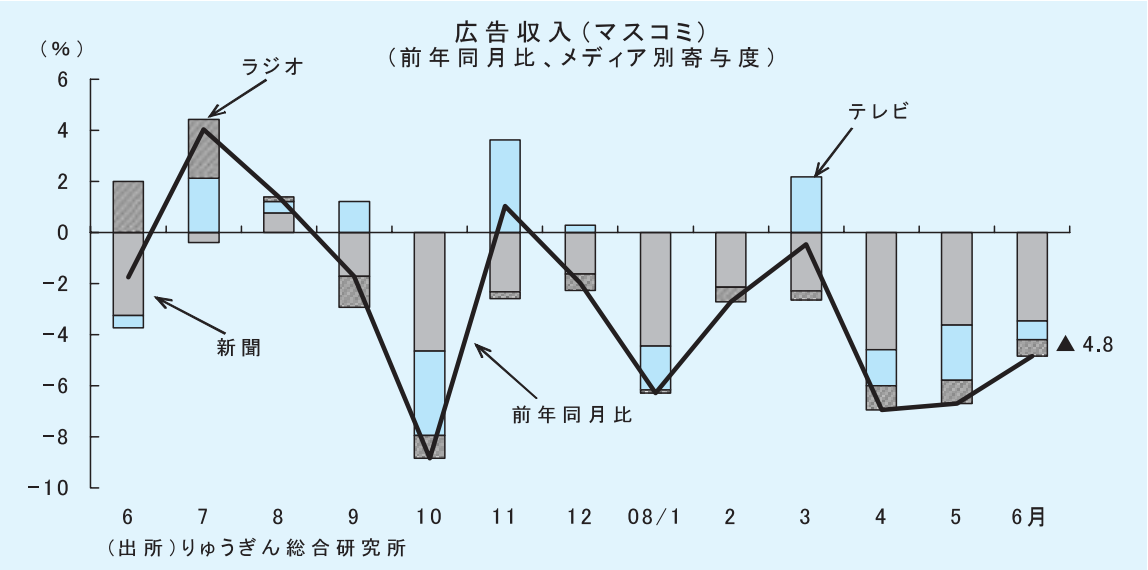
・消費者物価指数(6月、総合)は、前年同月比2.8%の上昇となり9カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合も、同2.7%の上昇となった。
・品目別の動きをみると、食料、交通・通信、光熱・水道などが上昇し、家具・家事用品、教養娯楽が下落した。

3 企業倒産:件数、負債総額ともに増加



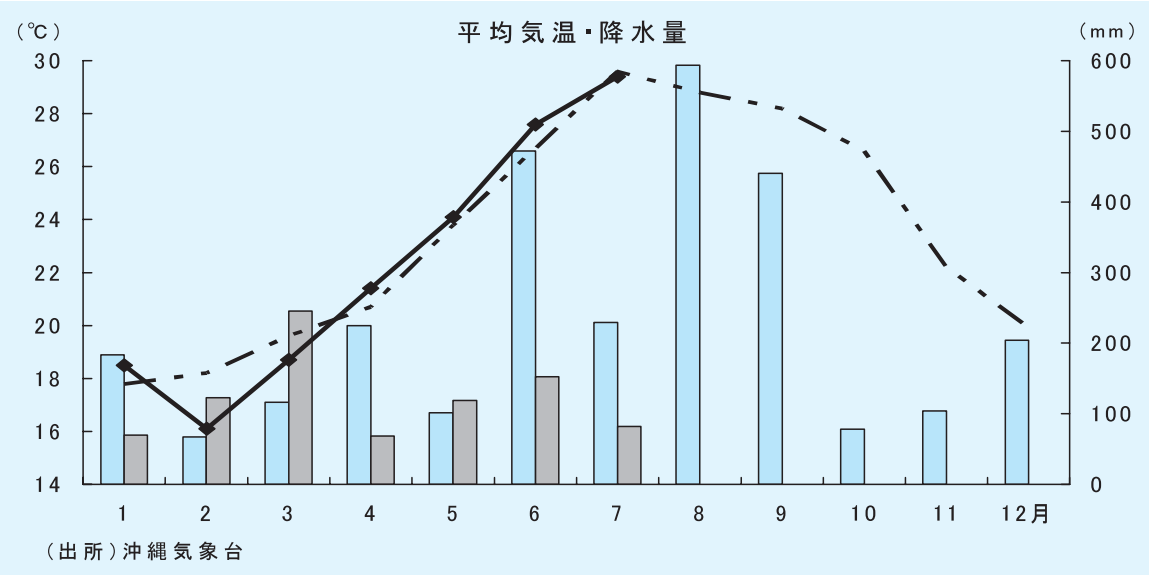
・倒産件数は、15件となり前年同月を11件上回った。業種別では、サービス業6件(前年同月比5件増)、建設業5件(同3件増)、小売業3件(同3件増)、卸売業1件(前年と同数)となった。
・負債総額は506億8,900万円となり、過去最大の大型倒産の発生があったことから前年同月比13,902.5%の増加となった。

4 広告収入(マスコミ):7カ月連続で減少



・広告収入(マスコミ:6月)は、前年同月比4.8%減少し、7カ月連続で前年を下回った。テレビ、新聞、ラジオともに前年を下回った。

参考 気象:平均気温・降水量(那覇)



・平均気温は29.4℃と前年同月(29.6℃)と同水準であった。降水量は82.5mmと前年同月(229.0mm)より少なかった。

Love 琉球銀行 創立60周年

りゅうぎん 創立60周年記念

懸賞金付き定期預金

抽選で合計160名様に懸賞金をプレゼント！

1等：10万円（税引後8万円）×60本

2等：2万円（税引後1万6千円）×100本

りゅうぎん 創立60周年記念懸賞金付き定期預金の概要

取扱期間	平成20年7月14日（月）～平成20年10月31日（金）
対象者	個人のお客様
対象商品	スーパー定期1年もの
預入金利	店頭表示金利
預入金額	10万円以上～1,000万円以内
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。 ※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。
懸賞要件	お預け入れ金額10万円以上で、新規お預け入れの方、または書替ご継続の方が対象となります。
懸賞内容	抽選で1等は10万円（税引後8万円）を60名様、2等は2万円（税引後1万6千円）を100名様、合計160名様に懸賞金をプレゼントいたします。
ご留意事項	◆抽選権は、お預け入れ金額10万円毎に1口とし、最大100口までといたします。 ◆本抽選による当選は、お一人様1回に限らせていただきます。 ◆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。
抽選日	平成21年4月1日（水）
当選発表	抽選日の翌営業日以降、各営業店にて当選者の抽選番号を掲示いたします。
懸賞金入金日	平成21年5月1日（金） ◆懸賞金は、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7月14日現在

キリトリ線

りゅうぎん 創立60周年記念懸賞金付き定期預金応募用紙

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

銀行使用欄　応募用紙は営業統括部へ送付してください。							
お客様の口数（10万円1口とし、最大100口まで）	□	CIF番号（抽選番号）	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

フリーコール 0120-19-8689（ホローダイヤル）

月～金　9:00～17:00（銀行休業日は除きます）

ホームページは 琉球銀行 検索

ながーいおつきあい りゅうぎん 琉球銀行

キリトリ線

りゅうぎん　お客様（控え）

創立60周年記念 懸賞金付き定期預金

お名前	
口数	
抽選番号	

抽選日　平成21年4月1日（水）

※大切に保管してください。

営業店受付スタンプ

琉球銀行からのお知らせ

■県内地銀初

確定拠出年金業務へ本格参入

琉球銀行では、税制適格年金制度の廃止（2012年3月予定）を控えた取引先企業や、退職後の安定的な年金制度へのニーズの高い個人の取引先より関心が高まりつつある「確定拠出年金業務」を、平成20年8月1日より、県内地銀で初めて開始しました。琉球銀行では、企業およびそこで働く従業員にとって最も関心の高いテーマの一つである退職金制度や企業年金制度についてコンサルティングサービスを実施しており、お客様のゆとりある老後の資産形成や企業の安定した財務基盤構築のため、お客様の目線で、お客様本位の商品・サービスの提供に努めております。

1. 確定拠出年金の概要

確定拠出年金制度は日本版401Kとも言われていますが、年金の掛金が加入者個人ごとに明確に区分され、加入者自らが年金の運用を指図し、掛金とその運用収益によって、年金給付額が決まる制度です。掛金の拠出は月単位で行われ、拠出者によって「企業型」と「個人型」の二種類があり、企業が掛金を拠出するのを「企業型確定拠出年金」、加入者自身が拠出するのを「個人型確定拠出年金」といい、琉球銀行では野村グループとの提携により「企業型」、「個人型」いずれも取り扱います。「企業型」は企業年金制度のある中堅～大企業、「個人型」は年金制度のない法人および個人事業主から関心の高い年金制度です。

2. 税制上の優遇措置

確定拠出年金の特徴として、拠出・運用・給付の各段階で税制上の優遇措置がありますが、そのポイントは以下のとおりです。

①拠出段階：企業の拠出は全額損金算入が認められ、個人の拠出は全額所得控除（小規模企業共済等掛金控除）の取扱いとなります。

②運用段階：積立期間中の運用益は非課税となっています。

③給付段階：年金の場合は公的年金控除が、一時金の場合は退職所得控除が適用されます。

3.「企業型」導入のメリット・デメリット

「企業型」の導入に際して、企業から見たメリットは、従来の企業年金にあった積立不足の補填責任や年金数理計算の多大な事務費用が発生せず、また、企業会計上の退職給付債務が発生しないことがあげられます。デメリットとしては、運用利回りが良くても、拠出額負担の減額はできないことや従業員個人ごとの年金資産管理、拠出限度額管理の事務費用が必要となること、従業員の投資教育を行う責任や費用が必要となることがあげられます。次に、加入者側から見たメリットは、加入者自身で資産運用をコントロールでき、常に運用状況や資産残高を確認できることから毎月受け取ったことを実感できる「目に見える退職金」であること、また、離転職時に積み立てられた年金資産を転職先や個人型へ移すことができること等があります。デメリットは年金資産の運用責任を従業員自身が負うことや投資について従業員自身が勉強する必要があること等があります。

4. 琉球銀行の確定拠出年金業務

琉球銀行は、「企業型」で商品提供機関、「個人型」で運営管理機関としての業務を行っています。具体的には、県内の企業に対して「企業型」の導入検討のサポートを野村證券(株)と共同で行い、野村年金サポート＆サービス(株)が運営機関業務の委託を受け、その運用プランの中に琉球銀行の定期預金を組み入れる内容となっています。「個人型」では、運営主体である国民年金基金連合会から琉球銀行が運営管理機関業務の委託を受け、個人型確定拠出年金業務を行います。また、運営管理機関業務のうち一部(コールセンター・ＷＥＢ等)については野村年金サポート＆サービス(株)へ再委託を行っています。

■企業型と個人型の対比表

りゅうぎん確定拠出年金プラン導入の場合

		企業型		個人型	
		確定拠出年金以外にも企業年金制度のある会社	確定拠出年金以外に企業年金制度がない会社	企業年金のない会社	自営業者等
加入	加入対象者	60 歳未満の従業員		60 歳未満の従業員	60 歳未満の第一号被保険者
	加入方法	原則全員加入ですが、確定拠出年金規約で資格要件を定めた場合は資格者のみ。		加入対象者が任意に国民年金基金連合会（窓口金融機関）へ申し込みます。	
拠出	拠出者	会社（事業主）のみ（加入者は拠出できません）		加入者	加入者
	拠出限度額	月額　23,000 円	月額　46,000 円	月額　18,000 円	月額　68,000 円
	納付方法	会社（事業主）が一括		原則　給与天引	口座振替
運用		加入者	加入者	加入者	加入者
給付		運営管理機関に申請し、資産管理機関から受け取ります。		運営管理機関に申請し、国民年金基金連合会の事務委託先金融機関から受け取ります。	
受給権		規約により、3 年未満の勤続期間の場合に返還請求により受給権を制限できます。3 年勤続で完全な受給権を獲得		拠出時から完全な受給権を所有	
運営主体		会社（事業主）		国民年金基金連合会	
運営管理機関		会社（事業主）が選定 ・野村年金サポート＆サービス(株)		加入者本人が選定 ・(株)琉球銀行 ・野村年金サポート＆サービス(株)	
資産管理機関（事務委託先金融機関）		会社（事業主）が選定 ・野村信託銀行(株)		国民年金基金連合会が委託 ・野村信託銀行(株)	

5. 確定拠出年金の動向

確定拠出年金は、昨年の夏から続く世界的な株安の影響による年金資産運用の厳しさや厚生労働省の「適格退職年金」から他の企業年金への移行促進策強化(沖縄タイムス 2008年8月14日)等により普及が進むと見られています。また、前述のとおり、企業および従業員にとってメリットの大きい制度であり、2009年度の税制改正でも、厚生労働省は掛け金の非課税限度額の引き上げを要望している(日本経済新聞　2008年8月14日)ことから今後も魅力ある制度となることが期待されています。退職給付制度を検討される場合は琉球銀行へお気軽にお問い合わせ下さい。

※本件に関するお問合せ先：営業統括部　豊田・仲村　098-860-3737

株券電子化（発行会社に求められる対応）

Grant Thornton

2008年8月

役員のための財務税務会社法ニュース

太陽ASGマネジメントリポート

今回のテーマ：　株券電子化（発行会社に求められる対応）

2009年1月を目処に上場企業の株券が電子化される見込みです。株券電子化に伴い株主に求められる対応は、最近、新聞等において多く取り上げられています。今回は、発行会社に求められる対応についてです。なお、2009年1月は、実務界（日本証券業協会等）が実施目標日として定めたものであり、2008年秋ごろに株券電子化実施日を具体的に定める政令が公布される予定です。

1　株券電子化とは

上場企業の株券が、電子化実施後は無効となり、株主の権利が証券会社などの金融機関の特定口座で電子的に管理されることです。法律上株券は“無価値”になります。

2　発行会社（上場会社）に必要な主な手続

1）株式等振替制度への参加手続

証券保管振替機構（ほふり）に同意書等を提出する必要があります。同意書等の提出は、2008年7月から9月までに行う必要があり、また提出には取締役会決議等が必要です。

2）端株の整理

会社法により、端株制度は廃止されましたが、従前から存在する端株については、経過措置としてその存続が認められています。しかし、株券電子化制度では、端株は取り扱われず、端株採用会社においては、株券電子化実施前に端株を整理する必要があります。具体的には、「株式分割を行い、単元株制度を採用」や「端株の買取・買増請求の促進」等が考えられ、NTTなどでは株式分割により、また、KDDIなどでは端株の買増・買取請求を促進し、端株の整理を実施しています。

3）特別口座に関する公告

電子化実施後のいわゆる「タンス株」を保有する株主の権利は、発行会社が信託銀行等の金融機関に開設する「特別口座」に記録されることで保全されます。発行会社においては、株券電子化実施の1ヵ月前までに特別口座に関する公告を行う必要があります。

4）定款の変更・登記手続

株券電子化に伴い、既存の上場企業は「みなし定款変更」が適用され、株券不発行制度に移行したものとして取り扱われますが、株券電子化後の株主総会で「当会社は、株式に係る株券を発行する。」の条文を削除する等の定款変更が必要になると考えられます。また、株券の発行に関する登記事項についても、発行会社の申請による変更登記の手続が必要です。

お見逃しなく！

1.　株券電子化後に上場を検討している場合

株券電子化後に上場を検討している株券発行会社の場合、事前に定款変更により既存の株券を廃止しておく必要があります。また、株主に対して株式等振替制度を採用する旨の通知や証券会社への口座の開設等、上場準備の一環として株券電子化への対応が必要となります。

2.　コーポレートアクションの制限

株券電子化の実施日前後は、法令や実務上の制約から、新規上場や株式併合、株式分割等の各種コーポレートアクションが一定期間制限されます。2008年後半にかけて、株式に関係するコーポレートアクションを計画している会社においては、スケジュールに留意が必要です。

3.　自社株主への対応

証券会社などに接点を持たない株主の場合、事実上、発行会社が唯一の窓口になると考えられます。自社株主に対して、株券電子化制度の周知を行うことが発行会社には求められます。

このニュースレターのバックナンバーはホームページでご覧になれます。http://www.gtjapan.com

© Taiyo ASG Group. All rights reserved.

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

■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もございます。
※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。

フリーコール 0120-19-8689 受付時間:月～金　9:00～17:00(銀行休業日を除く)

ながーい おつきあい

りゅうぎん

琉球銀行

(平成20年4月1日現在)

学びバンク

●りゅうぎん調査●

■ 沖縄タイムスに掲載のコラム

［注：所属部署、役職は執筆時のものです。］

わが国の医療政策の課題ついて

― 新たな制度設計が必要 ―

わが国医療の現状をみると、医療費の増加など問題点ばかりが目立ちがちですが、WHO（世界保健機関）の調査によると、191カ国中、健康達成度の総合評価では第1位と非常に高い評価を得ており、また、世界一の長寿国であり、世界有数の低い乳幼児死亡率を実現しています。

増え続ける医療費関連の国庫負担をどのように削減していくかは重要課題の一つであり、今後もより効果的な方法を模索し続けていく必要がありますが、医療費を中心とした政策を進めると、医療サービスに関わる供給者や消費者の視点が、置き去りになってしまいがちです。

医療を考える上で、患者、健康者、保険を運営する保険者や行政、医師・医療機関の4者はそれぞれ異なる課題・利害を抱えています。医療サービスを供給する病院や診療所に対する産業政策と、これを利用する患者側に対する消費者政策が必要でしょう。産業政策では、サービスに関わる人材確保・育成（ヒト）、医療技術の高度化（モノ）、事業規模拡大に伴う資金需要の増大（カネ）の三つの視点から、医療機関の経営を支援する政策。消費者政策では、情報開示強化と丁寧な治療の説明、苦情相談窓口の整備といったサービスの基盤づくりです。

『国民皆保険制度』を持続可能な制度として確立していくためには、単に財源が足りないからという視点だけでは、国民の理解は得られません。産業政策、消費者政策を含めた医療政策による「信頼」され、且つ「安心・安全で質の高い」新たな医療制度の設計が求められています。

琉球銀行
豊見城支店長　伊波 芳裕

各国の医療の現状

順位	保険サービスの到達度 総合	保険サービスの到達度 健康の到達度	保険システムの効率性
1	日本	日本	フランス
2	スイス	オーストラリア	イタリア
3	ノルウェー	フランス	サンマリノ
4	スウェーデン	スウェーデン	アンドラ
5	ルクセンブルグ	スペイン	マルタ
6	フランス	イタリア	シンガポール
7	カナダ	ギリシャ	スペイン
8	オランダ	スイス	オマーン
9	イギリス	モナコ	オーストリア
10	オーストリア	アンドラ	日本

出所：WHO（世界保健機関）「2000年版世界保健報告」

インターネットバンキングを利用しよう！

― 安全でサービス充実 ―

総務省が調査結果をとりまとめた「平成19年通信利用動向調査」によると、インターネットを過去1年間に利用したことのある人は推計で8,811万人に達し、人口普及率は69.0%で10年前に比べると、人数・普及率ともに8倍近く増えています。また、近年の特徴として、個人の利用端末は携帯電話等の移動端末からの利用者数が増えていることがあげられます。

用途別利用状況（表参照）を5年前（平成14年）と比較してみると、最も倍率が大きく拡大しているのは、銀行取引の2.5倍、ついで金融商品の取引（有価証券、保険など）の1.9倍などです。比率こそ小さいものの、お金をやり取りする用途が拡大しているのがわかります。

金融機関により若干異なりますが、例えば琉球銀行の場合に提供出来るサービスは次のとおりです。

①24時間・365日、いつでもご家庭のパソコンや携帯電話から利用できるので、時間も場所も気にしないで取引できます。

②128bitSSL暗号化方式による情報の送受信や契約者番号と2つの暗証番号の組合せによる本人確認など、安心して利用できるセキュリティシステムを採用しています。

③窓口取引に比べて、振込み手数料等を安く設定しています。

簡単で、しかも安全に利用出来るものであり、法人・個人事業主へは、更に満足頂けるサービスを用意していますので、詳しくはお近くの銀行の支店窓口にお問い合わせ下さい。

琉球銀行
安波茶支店長　仲唐 英治

インターネット用途別利用状況（10～12月期）

（単位：%、倍）

	平成14年 比率	平成19年 比率	倍率
銀行取引	2.9	7.3	2.5
金融商品の取引（有価証券、保険など）	1.9	3.7	1.9
インターネットショッピング	10.4	19.4	1.9
情報収集（ホームページの閲覧など）	35.3	43.8	1.2
電子メール	30.8	27.6	0.9

出所：総務省「時系列表 インターネットの利用状況（総世帯）」より、計数を抜粋して筆者作成）

金武町ふるさとづくり整備事業

― ギンバル訓練場跡地利用計画 ―

金武町には町土面積（37.76k㎡）の約60%を占める米軍基地があります。キャンプハンセン、ギンバル訓練場、ブルービーチ訓練場、レッドビーチ訓練場の4施設で、その内ギンバル訓練場は、平成8年に日米政府間にて合意されたSACOの最終合意により、条件付で返還が決まり金武町も平成19年6月に受け入れを表明しました。

金武町は、返還に向けた跡地利用計画として、金武町ふるさとづくり整備事業計画を策定しました。ギンバル訓練場一帯は、季節や時間帯により美しく変化する海岸線が見られるほか、近隣には、マングローブが群生する億首川、田園風景が広がる豊かな自然環境があります。計画はその自然特性を活かした「田園と海と川を生かしたウエルネスの里」づくりを目指すものであり、具体的には先端医療施設、総合的リハビリ施設、長期滞在宿泊施設、スポーツ関連施設、ビーチ、観光体験農園等を整備する計画となっています。これらの施設を活用し県内外等からの立ち寄り客誘致を図り、雇用の創出、産業振興に生かせる様な計画となっています。跡地利用計画は、基地経済からの脱却と経済自立を目指すほか、返還予定地ギンバル訓練場約60ヘクタール（18万坪）の基地返還は金武町における基地の整理縮小にも繋がります。

計画に先駆け平成20年7月にネイチャーみらい館(自然体験型学習施設)がオープンしました。今後ますます金武町の活性化が期待されます。

琉球銀行
金武支店長　新里 操

田園と海と川を活かしたウエルネスの里を実現する5つのキーワード

「医」	医	充実した検診、医療、リハビリ等による健康・機能回復、増進と心身の癒しを図る
「職」	職	地域雇用、特に若者の雇用定着を図る
「住」	住	長期滞在型宿泊機能の整備・充実を図る
「遊」	遊	リゾート形成で豊かな充実した癒しの時間空間の享受の確保を図る
「学」	学	自然環境、人との交流を通しての相互理解を図る

出所：金武町基地跡地推進課

体験型観光で入域客数の増加を図る

― 久米島の「島の学校」 ―

沖縄県全体の入域観光客数は、年々増加していますが、久米島では、ここ数年10万人を割り込んでいます。久米島町及び久米島観光協会では、入域観光客数増加策として体験交流型観光地作りを目指しています。その起爆剤として平成19年6月に「島の学校」体験交流施設『あじまー(交わるところの意)館』を開設しました。交流施設の見込み客としては、修学旅行のグループ、家族旅行、大学の研修カリキュラム等が考えられ、これらを受入れることにより入域客の増加を見込んでいます。

「島の学校」の位置づけとして、①島の体験交流の拠点づくり、②新たな観光ニーズに対応した拠点づくり、③島に点在する各種文化施設等との有機的連携の3点が挙げられます。

また、「島の学校」のプログラムは以下のとおり計画されています。

1.自然系プログラム ①イノー散策 ②海ガメ生態観察 ③シーカヤック散策 ④自然林散策 ⑤自然海岸散策 ⑥歴史教室

2.文科系プログラム ①沖縄料理教室(郷土料理・おやつづくり) ②やちむん教室(シーサーづくり) ③伝統芸能体験(サンシン・エイサー・琉球舞踊)

3.産業系プログラム ①久米島紬体験 ②体験農業 ③久米島漁業体験など、

これらに修学旅行生等を受入れることにより、修学旅行生等が社会人になったとき、家族旅行や社内旅行等で再び久米島を訪れる可能性も高まり、今後の久米島入域観光客の増加に寄与するものとして期待されます。

琉球銀行
久米島支店長　宇地原 暁

久米島の入域観光客数（久米島観光協会調べ）

	H15	H16	H17	H18	H19
入域客数（人）	100,193	95,345	94,983	91,346	92,263
うち修学旅行（人）	6,501	5,686	4,533	5,419	3,579
割　合	6.5%	6.0%	4.8%	5.9%	3.9%

燃油サーチャージ制

― 原油高騰で価格に転嫁 ―

昨今、原油価格の高騰が続いていますが、これに伴い様々な商品やサービスへの価格転嫁が起きています。その中、燃料負担が大きい業界では国により、原油の価格変動分を運賃等へ一部転嫁できる制度が認められています。これが燃料(燃油)サーチャージ制です。

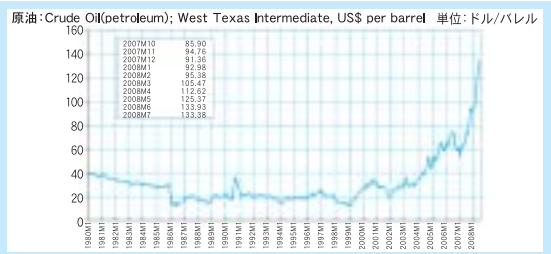
2004年末より国土交通省認可のもと、多くの航空会社や海運会社がこの燃料サーチャージ制を導入しています。航空業界では、企業努力では吸収できない燃料価格の一部を乗客の負担とする追加運賃とし、通常の航空運賃とは別建て徴収しています。

海運業界でも一般的には重油サーチャージ(フェリーでは燃料価格変動調整金)と呼ばれ、航空業界同様に割増運賃を別建て徴収しています。県内では2008年7月より八重山地区の離島航路で3社が初めて導入し、燃料価格高騰の程度に応じて料金を設定し、燃料上昇分を利用者に負担してもらっています。

一方、陸運業界では、特にトラック運送業において荷主等に対し運賃交渉力が弱いことから、運賃転嫁が殆ど進んでいません。国土交通省が2008年3月に「トラック運送業における燃料サーチャージ緊急ガイドライン」等を取りまとめ公表しました。緊急に導入する必要性として①軽油価格高騰に対し運賃転嫁が困難②運賃の収受等取引の適正化が不可欠③中小企業の底上げが急務④緊急かつ試行的な措置の4点を挙げています。沖縄県は離島県であることから陸・海・空とも他府県以上に原油高騰の影響が大きい為、一日も早い原油価格の適正化が望まれます。

琉球銀行
安謝支店長　比嘉 正彦

原油価格の動向(2008年7月まで)



注:WTI(テキサス産軽質油West Texas Intermediate)。月次データ。
資料:IMF Primary Commodity Prices

経済日誌 2008 8

沖　縄

8.3　県工業連合会は、中国当局に「沖縄」の文字が入ったロゴマークの商標登録を申請した。中国で日本の地名が入った商標登録が相次いでいることから、県産ブランドを保護し、輸出拡大に向けて競争力を高めておく狙い。

8.5　東京商工リサーチによると、07年度の県内企業売上高ランキング上位100社の売上合計は1兆8,132億円で、過去最高だった前年度から0.8％減少し、3年ぶりに前年度を下回った。建設業や遊技場が不振だった。

8.6　全日空が発表した08年下期の輸送事業計画によると、08年11月から那覇～関西便を1日5往復から4往復に減便するほか、09年2月から1日1往復の那覇～長崎便を運休し、那覇～鹿児島便は1日3往復から1往復に減便する。全日空の減便分は、ＡＮＡが15％を出資するスカイネットアジアが運行を引き継ぐ。

8.7　帝国データバンクによると、08年7月の県内企業倒産は件数が12件と過去1年で最も多く、負債総額も前年同月比712倍の498億7,000万円と過去最高となった。

8.7　国土交通省によると、昨年4月から11月にかけ運賃を値上げした全国10地区のタクシー運転手の賃金は平均2.7％増加したが、沖縄本島地区は12.42％の高い運賃改定率だったにもかかわらず、賃金上昇率は0.2％減少し、増収率も0.5％減少した。

8.25　沖縄協同青果のまとめによると、県中央卸売市場が7～8月中旬に取り扱った野菜の価格は平年より2～3割安く、過去5年にない長期低迷だったことがわかった。

8.29　沖縄地区税関によると、7月の管内貿易概況は、輸出額は前年同月比53.1％減の24億2,400万円、輸入額は同81.4％増の289億300万円となり、264億7,900万円の入超となった。

全国・海外

8.1　08年7月の米国の失業率は、前月比0.2ポイント上昇し5.7％に悪化し、04年3月（5.8％）以来の高水準となった。市場予測の5.6％を上回っており、若年雇用の悪化が深刻となっている。

8.5　6月の景気動向指数は、景気の現状を示す一致指数が前月比1.6ポイント低下の101.7と2カ月ぶりに低下した。内閣府は同指数による基調判断を「悪化を示している」とした。

8.8　東京商工リサーチの7月の全国の企業倒産集計によると、負債総額は前年同月比90.2％増の6,653億円とほぼ倍増し、4カ月連続で悪化した。件数でも同12.9％増の1,372件と、単月としては4年9カ月ぶりに1,350件を超えた。

8.12　7月の国内企業物価指数は112.0となり、前年同月比7.1％上昇した。これは第二次石油危機の影響が残っていた1981年1月（8.1％）以来の高い伸び。

8.12　7月の消費動向調査は、消費者心理を示す消費者態度指数が前月より1.2ポイント低い31.4となった。比較可能な1982年6月以降の過去最低を2カ月連続で更新した。

8.12　日本自動車販売協会連合会によると、7月の中古車販売台数（軽自動車を除く）は、前年同月比2.2減の36万5,227台となり、28カ月連続で減少となった。

8.22　財務省は、06年度の国の貸借対照表は負債が資産を277兆円上回る「債務超過」で、資産と負債の差額は05年度に比べ3兆円増加したと発表した。

8.29　日銀によると、国内銀行の4月～6月の不動産向け新規貸出額は約1兆8,000億円で前年同期比18.7％減となり、2006年10月～12月以来、6.4半期ぶりに前年水準を下回った。

Economic Indicators vol.1

沖縄県内の主要経済指標（その1）

	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	
暦年	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 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	▲9.9	36,709	▲36.9	149.3	31.6
4	▲2.9	▲0.4	1.5	0.6	▲0.4	▲7.7	16,287	104.5	178.0	▲22.6
5	▲2.8	0.4	2.7	▲3.9	2.8	▲2.2	12,076	2.3	152.0	▲14.8
6	▲4.0	2.2	4.4	12.7	▲0.5	▲10.6	20,954	▲20.5	150.5	▲48.8
7	3.1	0.0	1.9	5.3	▲2.3	−	20,477	9.4	−	−
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。

	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
暦年	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 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	886	▲0.3	▲39.7	▲17.9	▲26.9	27.2	▲19.5	563.7	1.1	4.9
4	1,485	11.6	0.2	▲9.2	▲1.6	26.0	▲5.5	484.0	1.8	0.1
5	750	▲35.3	181.0	▲11.4	▲9.6	28.9	▲15.5	456.9	8.7	7.3
6	866	▲45.8	▲62.2	0.5	▲7.9	27.5	▲19.4	438.8	5.2	2.6
7	−	−	▲32.0	2.6	9.2	6.8	▲2.5	525.4	10.0	20.7
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）

	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	鉱工業生産指数（季調値）		電力使用量	
暦年	市内	ﾘｿﾞｰﾄ	市内	ﾘｿﾞｰﾄ	前年比	前年比	2000年=100	前年比	百万KW	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	82.7	▲2.4	3,385	2.1
2007 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	79.2	▲9.8	223	1.9
3	81.4	86.5	▲5.7	1.9	3.4	▲0.5	80.1	▲3.9	212	2.8
4	69.0	79.7	▲7.4	▲1.2	3.9	▲6.9	80.3	2.9	230	▲3.0
5	60.0	74.7	▲2.2	3.2	3.5	▲6.7	80.8	▲3.4	244	2.6
6	62.4	73.6	▲9.4	▲1.4	3.2	▲4.8	－	－	288	0.7
7	67.4	87.3	6.6	4.0	8.7	－	－	－	－	－
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、2008年6月より調査先を20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。

	企業倒産件数	負債総額		消費者物価指数	失業率（未季調値）	就業者数	有効求人倍率（季調値）	新規求人数（県内）	通関輸出	通関輸入
暦年	件	百万円	前年比	前年比	%	前年比	倍	前年比	百万円	百万円
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	59,578	198,113
2007 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	7.0	2.8	0.41	▲17.1	17,583	16,869
4	4	640	▲59.0	1.9	6.5	1.9	0.40	▲5.8	8,464	24,985
5	5	1,380	26.7	2.1	7.6	0.2	0.41	▲0.7	5,606	18,342
6	7	2,960	69.1	2.8	8.4	▲1.8	0.41	▲20.1	5,836	25,692
7	15	50,689	13,902.5	－	－	－	－	－	－	－
出所	東京商エリサーチ沖縄支店			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

	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
年度	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	3,290	4,945	▲1,393	2.560	408	▲5.7	6,474	▲15.4	1,226	0.255
2007 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	285	399	▲ 113	2.518	32	▲7.2	517	▲18.5	196	0.379
4	286	337	▲ 51	2.543	32	▲5.2	519	▲14.8	86	0.165
5	211	477	▲ 266	2.540	29	▲28.1	438	▲38.9	201	0.485
6	285	344	▲ 58	2.536	34	7.3	521	6.4	316	0.607
7	–	–	–	–	32	▲15.5	486	▲29.2	312	0.643
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

	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	
年度	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	32,249	2.0	–	–	26,593	5.9	11,671	▲5.8	1,219	▲4.3
2007 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	32,249	2.0	–	–	26,593	5.9	11,671	▲5.8	1,219	▲4.3
4	31,990	2.1	–	–	25,624	5.1	11,617	▲5.8	1,183	▲5.0
5	31,914	3.0	–	–	25,648	6.0	11,523	▲6.1	1,152	▲2.8
6	32,819	2.9	–	–	25,629	6.0	11,303	▲7.4	1,152	1.8
7	32,172	3.8	–	–	25,677	5.6	11,251	▲7.3	–	–
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	

POINT SERVICE

とくとくサービス!!

りゅうぎん ポイントサービス

ながーい おつきあい りゅうぎん 琉球銀行

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下さい。

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　エクセレントコース 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せは、りゅうぎん窓口かフリーコールまで。

フリーコール 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

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・トゥーラス
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 ー韓国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(沖縄三味ちゃんぷるしょっぷ!?)
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

5月(No.463)　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

6月(No.464)　経営トップに聞く　リューセロ株式会社
An Entrepreneur　NPO法人アジアチャイルドサポート
寄稿　普天間飛行場跡地のまちづくり戦略

7月(No.465)　経営トップに聞く　オパス株式会社
An Entrepreneur　株式会社タース
寄稿　コミュニケーションスキルと音声対話システム

8月(No.466)　経営トップに聞く　株式会社三倉食品
An Entrepreneur　豊崎クリニック 沖縄PET画像診断センター
寄稿　那覇空港における国際物流基地構想について

総合的なITサービスを提供いたします。

あなたの会社のセキュリティは万全ですか。

365日、24時間体制であなたの会社のメインフレームやサーバーを堅牢で万全な装備でお預かりし、停電・自然災害・犯罪等の脅威から、あなたの会社の心臓部をお守りします。

OUT SOURCING

情報セキュリティ管理体制も公的認証資格のISMS並びにプライバシーマーク等を早期取得し、社内セキュリティも万全な体制で対応しています。

11820442(02)
ISO20000:2005準拠
JQA-IM0018
ISMS JIS Q 27001 ISR001

沖縄のIT総合サービス企業

株式会社リウコム

http://www.ryucom.co.jp

代表取締役社長　宮　里　博　史

■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

■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.467　平成20年9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