

# りゅうぎん調査

No.491  
2010

9 月



**経営トップに聞く**  
新光産業株式会社

**An Entrepreneur**  
株式会社沖縄美健

**寄稿**  
中国家電市場と物流

**特集**  
宮古アイランド  
ロックフェスティバル2010の経済効果

**RRI** No.050



 琉球銀行

 りゅうぎん総合研究所

# Okinawan Economic Review

2010.09 No.491

RRI No.050

※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。

## CONTENTS

### 経営トップに聞く 新光産業株式会社 01

～私達は、快適な居住空間を創造し、人間力の向上に努め、  
地域社会へ貢献する企業を目指します～

代表取締役 しんざと まさお  
新里 正雄

### An Entrepreneur 株式会社沖縄美健 06

～「起業家訪問」沖縄産ウコン、モズクフコイダン、  
ノニ販売専門店、沖縄にこここ・元気島～

代表取締役 もとむらしゅういち  
本村 周一

### 寄稿 中国家電市場と物流 08

琉球大学大学院人文社会学研究科総合システム専攻・経営管理修士課程 よう よう 楊 鷹  
監修 琉球大学観光産業科学部 教授 知念 肇

### アジア便り 蘇洲 18

～「中国の都市化」(進む交通網の整備)～

レポーター: いまむら かずゆき 今村 和孝(琉球銀行)  
みずほコーポレート銀行(中国)有限公司 本店業務管理部 拠点開発室にて研修中

### りゅうぎんビジネスクラブ 20

～「りゅうぎんビジネスクラブ」入会のご案内～  
～りゅうぎんビジネスクラブ主催「セミナー」開催レポート～

### 行政情報⑮ 22

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について

内閣府沖縄総合事務局経済産業部

### 県内大型プロジェクトの動向7 26

### 特集 28

宮古アイランドロックフェスティバル2010の経済効果

### 沖縄県の景気動向(2010年7月) 33

～建設関連が弱含んでいるものの、消費関連と観光関連が一部で持ち直しの  
動きがみられることから、県内景気は後退テンポが緩やかになっている～

### 経営情報 資産除去債務会計基準の早期適用 44

～平成22年4月1日以後開始する

事業年度から強制適用されますが、早期適用も可能～

提供 太陽ASGグループ ASG税理士法人

### 学びバンク 45

- ・エコアイランド宮古島 ～「環境都市」への取り組み～  
琉球銀行宮古支店長 山田 義人(やまだ よしひと)
- ・第26回N A H A マラソン ～参加者増 県経済に貢献～  
琉球銀行嘉手納支店長 古謝 忠(こじや ただし)
- ・中城城跡(なかくすくじょうあと) ～世界遺産登録から10年～  
琉球銀行普天間支店長 城間 英亨(しろま ひであき)
- ・小禄地域の発展と「みなと村」の歴史 ～1947年、特殊行政区に～  
琉球銀行小禄支店長 洲鎌 隆夫(すがまたかお)

### 経済日誌 2010年8月 47

### 県内の主要経済指標 48

### 県内の金融統計 50

# 経営トップに聞く

## 第48回 新光産業株式会社



新里 正雄 社長

私達は、快適な居住空間を創造し、  
人間力の向上に努め、  
地域社会へ貢献する企業を  
目指します。

新光産業(株)は1975年(昭和50年)個人企業として創業、1981年(昭和56年)9月に法人設立、創業以来、電設資材、空調・住宅設備機器、家電商品や通信機器等の販売など総合商社として沖縄県全域を商圏に事業展開中。「光・風・水」をテーマに快適な環境づくりを提案し続けている。那覇市西の本社に新里正雄社長をお訪ねし、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:新光産業株式会社  
本社所在地:沖縄県那覇市西3-13-57  
連絡先:098-868-5121  
設立年月:1981年(昭和56年)9月  
(創業:1975年(昭和50年)11月)  
URL:<http://www.shinkousangyou.jp>  
資本金:4,800万円  
役員:代表取締役 新里 正雄  
専務取締役 宮里 盛光  
取締役中部支店長 桑江 修  
監査役 新里 明美  
従業員:55名  
営業種目:電設資材、空調機器、住設機器、  
家電商品、通信機器の販売  
営業所等:中部支店(沖縄市)、やんばる営業所(名護市)、北営業所(宜野湾市)、  
(株)新光八重山(石垣市)

### 御社設立の経緯等について教えてください。

当社創業以前、私(新里正雄社長)は、現業と同様な会社に勤めていました。そこは私の父がオーナーでしたが、経営者は別にいました。その経営

者の経営方針や営業方針等で私には納得できない部分があり、折り合わないことが多々ありました。そこで、独立を決意し、1975年(昭和50年)に個人企業として創業しました。その後、1981年(昭和56年)に法人化し、現在の社名としました。

独立後、約10年間は好景気も手伝って売上は順調に伸び、社員も増え、会社の規模も拡大しました。

しかしながら、当時の当社の経営方針、経営計画等は、社員との共有化もなされず、社長である私自身の一人よがりのものであったと言わざるを得ませんでした。たまたま好景気により会社は膨張したに過ぎず、それを成長と錯覚しておりました。多額の不良債権を抱えてしまったこともあって、それまでの経営方法等を反省し、会社の土台づくり等、真剣に取り組みました。

社員全員を集め、1泊2日の宿泊研修を実施し、社員のあらゆる意見・提言、不平や不満などを知ることができました。これを転機に、私自身の意識改革を含めて、社員との意思疎通、全社員参画によって経営方針・経営計画を策定する現在の体

制を確立しました。

お陰さまで今年2010年は、個人で創業して以来35周年、法人化後30周年を迎えることができました。現在、那覇市西の本社のほか、宜野湾市の北営業所、沖縄市の中部支店、名護市のやんばる営業所並びに石垣市に(株)新光八重山の4営業所等があり、沖縄県全域を商圈として事業展開しております。



北営業所(宜野湾市)



中部支店(沖縄市)



やんばる営業所(名護市)



(株)新光八重山(石垣市)

### 御社の主力業務等は？

当社は創業以来、「光と風と水」をテーマに快適な住環境づくりを提案してきました。光は照明・電気器具、風はエアコン・クーラー、換気扇等、水はシステムキッチンやユニットバスなど、住宅に関する設備・資材を販売する総合商社として事業展開してまいりました。

ちなみに県内の住宅設備・資材販売業界において、当社は20%台、業界2位のシェアを確保しています。しかしながら、ご承知のとおり、建設関連業界はこのところ、非常に厳しい環境下が続いています。取り扱っている商品そのものにはそれ程差はありませんので、厳しい環境下でも業績の維持・向上を図っていくためには社員の能力並びに会社の信用力を高めていくことが必要でしょう。これらを引き上げるべく、取り組んでいるところです。

### 社員のレベルアップ等のための具体的な対応並びに特に留意されている点等があればお聞かせください。

まず、社員研修等のため、年間予算を計上し、社員のレベルアップを支援しています。特に社内外の人間関係の構築、人間力の強化に視点をあて、関連するセミナー・研修等へ積極的に参加させているほか、一般社員、管理職社員にそれぞれ毎月小冊子を配布し、内容等に関する感想等手書きのレポートを提出させています。それぞ

れのレポートには社長である私自ら講評等コメントを記し、部門ごとにまとめ、回覧・輪読させています。これにより社内の意思疎通が図れるほか、いろいろな面での気づきにもつながります。

また、社員には常々「何のために働くのか？何故今の仕事を続けるのか？何のために生きるのか？」を問うたりしていますが、その際、よく話して聞かせるのが「三人のレンガ職人」の話です。若干説明しますと次のような内容です。「レンガを積んでいる三人の労働者ABCに通りがかった人が『何をしていますのですか？』と声を掛けたところ、三人の答えは三者三様。見るからにやる気のなさそうなAは『親方の命令でレンガを積んでいるだけ』との答え。ちょっと明るい表情のBは『レンガを積んで塀を造っている』と回答。とてもイキイキとして仕事をしていたCの答えは『レンガを積んで素晴らしい建物を造っているんです』。これはアメリカの有名な経営学者ピーター・ドラッカー教授の話ですが、ドラッカー教授の言わんとすることは、同じく働くにしても、仕事そのものの意義をどう考えるかによって仕事への取り組みが違うということ、それを見事に表現した話です。

夢や目標・目的が明確だと同じ仕事をするにしても創意工夫が生まれ、過程や結果が大きく違ってきます。それこそ人材育成の大切さが分かります。当たり前前のことを当たり前前にできるように、これを念頭に社員指導等を心掛けています。



本社事務所内の様子

## 社会貢献活動等については如何でしょう？

当社では、年6回、地域の清掃活動を継続して実施しています。本社近くの三文珠公園や旭が丘公園を始め、糸満市の平和祈念公園など、いろいろな場所で美化活動等を行い、より住み良い地域となることを目指し、みんなで楽しく取り組んでいます。

昨今、品質・安全、環境保全等が取りざたされていますが、当社は2002年(平成14年)に業界でもいち早くISO9001(品質基準の国際標準規格)を取得したほか、環境省が定めた省エネルギー、省資源等への取り組みである「エコアクション21」についても、現在その認証・取得に向けて準備を進めているところです。

## ところで、「新光フェア」を定期的で開催されているようですが？

今年も8月28日(土)、29日(日)の2日間、宜野湾市の沖縄コンベンションセンターにおいて開催いたしました。3年ごとに1回の割合で実施していますが、前回は7千名余、今回は約1万名の来場客がありました。県内外のメーカー50社余の出展により、その時々の住宅設備機器、電化製品等の新製品、目玉商品を展示・即売、アトラクション等も企画し、来場いただいたお客様



「新光フェア」の様子

も満足、盛況を博しました。「新光フェア」は、当社のビッグイベントでもあり、開催に当たっては全社員一丸となって対応し、各社員の知人、友人や親戚を含めて、幅広く県民のみなさまにご案内しています。「沖縄県民の生活レベルの向上に資することができれば・・・」との思いから開催しているものであり、今後とも多くの方がご来場、ご満足いただけるよう努めてまいりたいと考えています。

### 御社の経営理念等についてお聞かせください。

次のとおり経営理念を掲げ、その実現に向けて取り組んでいます。

#### 一、私達は

自らの成長を願い、夢と活力に満ちた経営を指向し、お互いの生活向上を図る。

#### 二、私達は

意欲に燃えた優秀な人材を育成し、地域社会に貢献する。

また、社訓として次のとおり掲げております。

#### 一、私達は

当たり前のことを当たり前、ただし、徹底的に実践しよう。

#### 二、私達は

顧客の求める商品、よりよいサービス、情報の提供に努めよう。

#### 三、私達は

常に自己啓発し、価値ある目標を達成しよう。

これまで説明したことの繰り返しになりますが、当社の社員に限らず、誰もが入社前にもっともっと努力していれば、さらにより良い、大きな会社に入社できたかも知れません。しかしながら、約40年余、働くことを考えた場合、会社の大小に

関わりなく、入社後の自己啓発等、自らの努力により人間力を高め、それ以前の差を埋め、あるいは逆転することは可能です。自らの人生をより良いものへとプロデュースするのは各社員個々の役割だといえましょう。新光産業(株)はその舞台を提供します。全社員は新光産業(株)という舞台では主役であり、共演者でもあります。その舞台でお得意先・仕入先・関連先等の協賛出演者と「主役⇔脇役」として人生をプロデュースし、瞬間瞬間を演じながら人間的に成長し、当たり前前のことを当たり前前にできることで『当てにされる人』になり、生産性向上と夢を語り合える会社づくりを目指す一員となります。先述したとおり「働く意義、生きる目的等」を問い続け、お互いに干渉しながら切磋琢磨して、より良い答えを求め続ける仲間でありたいと考えています。仕事を家族のためにすると苦痛になり、愚痴や不平・不満もでます。自分のためにする仕事は喜びとなり、その輝きが家族や仲間から信頼され、それが誇りとなり尊敬される人になります。新光産業(株)は人間力を高め、地域社会へ貢献する企業を目指します。



社内の人と人とのつながりを大切にするため、各種スポーツ大会等も実施していますが、今年はソフトボール大会で盛り上がりました(上掲写真、及び次ページ写真参照)。



## 御社の課題、業界の課題等とその対応状況は如何でしょう？

現在、総勢55名の社員が当社で働いていますが、なかなか休みが取れません。もちろん旧盆などの短期的な休みはありますが、夏休みなどいわゆる長期休暇を与えることができていません。

昨年末から今年年初にかけて、新型インフルエンザが流行しました。その際、当社でも社員の罹患があり、休まざるを得ない事態も発生しましたが、それでも当社の事業に大きな支障はありませんでした。社員間の互換性を高めるべく、さらにレベルアップを図り、仕事そのものを効率的に遂行できるようにすれば、毎年定期的な長期休暇を取得することは可能です。目下のところの課題といえます。

また、住宅需要等がなかなか回復しない状況が続いており、住宅関連市場は年々縮小するなど、厳しい環境にあります。そのような中でも企業として存続、維持・発展するためには、やはり人材の育成・強化、並びに会社の信用力を高めていかなければなりません。

当社では、社員教育等についてお話ししたとおり、人材育成等にも力を入れて取り組んでいますが、まだまだ十分だとはいえません。私自身、できていない部分もあるでしょう。裏を返せば、それだけ改善の余地があるということもできます。

ところで、苦しい業界で生き残るため、「自社さえよければ・・・」と考えていては、結局のところ、お客様の奪い合いとなり、価格競争を強いられることになるでしょう。低価格での販売も一つの経営戦略には違いありませんが、それだけに頼っていては共倒れになりかねません。

業界を上げて、情報やサービス、技術ノウハウ等の強化に努め、魅力ある業界とし、各社がともに発展していかなければならないのではないのでしょうか。

「三人のレンガ職人」の例えではありませんが、仕事の意義をしっかりとつかんで働くことこそが、イキイキとした仕事ができ、会社の発展につながります。このことは、とりもなおさず、常に仕事のやり方、企業経営においても創意・工夫等が必要だということでしょう。時代の要請、あるいは多様なお客様のニーズをしっかりと把握し、それに如何に迅速・的確にお応えするかが重要だと考えます。

当社は本社を含めて5つの営業所等で沖縄県全域をカバーするネットワークを構築しており、そのネットワークをさらに充実・強化して、時代の要請、お客様のニーズにお応えしてまいります。

## 最後に御社の将来展望等についてお聞かせください。

ネットワークをさらに充実・強化するため、もう一ヵ所営業所を設けたいと考えています。お客様のニーズは細大もらさず把握し、お応えしたいですね。また、住宅関連市場が細っている中、より一層、当社の企業体力を高め、磐石なものとし、社員の処遇改善等も図るべく、異業種への進出もしたいですね。そのためにも今まで以上に人間力の向上に努め、地域社会に貢献する企業を目指し、今後とも社員やその家族が誇れる会社づくりに邁進してまいりたいと考えています。



本村 周一 社長

- 会社名 (株)沖縄美健  
(沖縄産のウコン、モズクフコイダン、ノニ販売専門店)
- 電話 098-946-6172
- URL <http://www.okinoni.jp/>ほか
- 所在地 沖縄県西原町棚原235-1
- 創業 1998年(平成10年)7月
- 従業員 10人

## 株式会社 沖縄美健

### トピックス

1. 沖縄産のウコン、モズクフコイダン、ノニ販売専門店。
2. 2009年(平成21年)度 沖縄IT経営大賞「内閣府沖縄総合事務局局長賞」受賞。
3. 2010年(平成22年)8月、観光客等新たな顧客獲得戦略「ご試食カフェ」開設の計画が、沖縄県より経営革新計画として承認を受ける。

### ①起業への道のり

大学を卒業後、約3年程スーパーに勤めていました。店舗立地の関係から観光客等がよく立ち寄り、ウコンや黒糖など沖縄の健康食品を土産物店ではないスーパーの店舗で購入されるお客様が多くいらっしゃいました。このことから健康食品を取り扱う事業の可能性を感じとり、仕入先等を確保の上、1998年(平成10年)独立・起業しました。

健康食品メーカーの代理店としてスタートしましたが、販路が確立していなかったことやノウハウも殆どなかったことから、最初は那覇市内の繁華街での飛び込み営業等を主体に事業展開しました。

その後、折りからの沖縄ブーム・

健康食品ブーム等にも助けられ、県外への卸売り中心に売上は倍々で伸び、順調に発展しているように思われました。ところが、売上構成等をもてみると特定の取引先、特定の商品に偏ったものであることが分かりました。そのことはある研修会社の講師の指摘を受けて気づかされました。これでは続かない、まさに経営の危機でした。たまたま全国大手通販会社のビジネスモデルを知る機会があり、知己もない中、頼み込んで教を請いました。その指導のもと、利益の少ない商品からは手を引き、単品、定期型通販の体制を確立し、ウコン、モズクフコイダン、ノニの3つの商品を専門的に扱う会社として、現在に至っています。

### ②起業時の苦労等

起業当初に、取込み詐欺にあい、多額の借財を抱えてしまったほか、経営計画等もないまま時流に乗ってしまい、苦境に立たされることも少なくありませんでした。しかしながら、人間、何らかのリスクと常に向き合っていないと、究極の危機に直面した時、対応できないのではないのでしょうか。そ

れらの苦境を原動力にしながら必死に努力してきた結果、現在があるとと思っています。お陰さまで借財も完済できましたし、通販を主とした事業も軌道に乗せることができました。また、当初の苦い経験から、当社では設備や在庫といったものを抱えない、いわゆる「持たざる経営」を目指し、取り組んでいるところです。

### ③セールス・アピール

#### ■こだわりのウコン、モズクフコイダン、ノニ商品

#### ● チャンプルーウコン

##### ①沖縄産無農薬栽培のウコン

沖縄県の契約農家で無農薬栽培されたウコンだけを原料に使用、安心安全な「食」をお届けします。



##### ②三大品種の春・秋・紫ウコンをぜいたくに配合

ウコンの三大品種、春ウコン、秋ウコン、紫ウコンそれぞれに素晴らしい特徴があり、それぞれの持ち味を最大限に発揮できるように1対1対1とぜいたくに配合しています。

##### ③クルクミンを36mg配合

1日たった3粒で有用成分クルクミンを36mgとたっぷり摂ることができます。

##### ④続けやすい低価格を実現

いくら良いものといっても高価なものは続けられません。毎日続けることにより健康を実感



して欲しい。「チャンプルーウコン」は無理なく続けられるよう1日60円程度、定期お届けコースだとさらに割引価格でご提供。

### ⑤何より一番大切な「安全・安心・品質」へのこだわり

「チャンプルーウコン」の委託製造工場では、品質基準の国際標準規格ISO9001を取得し、食の安全・安心・品質には徹底的にこだわっています。(もちろん他の商品も同様！)



### ⑥黒胡椒エキス(ピペリン)配合でクルクミンパワーアップ

ウコンの成分「クルクミン」と黒胡椒の成分は相性がよく、同時に摂取することでクルクミンのパワーを効率よく摂ることができます。

### ● 生きるフコイダン



### ①支持率No.1の沖縄産モズク100%のフコイダン

沖縄モズク由来のフコイダンは他の海藻に比べフコイダンの含有率が高く、生理作用も優れています。

### ②一粒に300mgのフコイダン

1回にお召し上がりいただく

量もできるだけ少なくなるよう製造しており、10粒で3gのフコイダンが摂取できます。

### ③カプセルの中身はフコイダン原末100%

着色料・香料・防腐剤はもちろんその他副原料など「不必要なものは混ぜない、足さない」が商品開発のモットーです。

### ● ノニミックス、ノニザ・プレミアム100



上は「すきと美味しいノニミックス」と「ノニザ・プレミアム100」ノニくらベセット

### ①厳選された原材料

農薬無散布の沖縄県産ノニ果実100%、伝統と旨さを追求する老舗(崎山酒造廠)の技術を活かしたもろみ酢、輝く太陽の恵みがいっぱいのシークワサー、県知事賞を受賞した粉黒糖「きび太郎」、一つひとつ本物にこだわり厳選しました。



学名「モリンダ・シトリフォリア」と呼ばれる熱帯植物ノニ

### ②こだわりの製造方法

確かな品質・安心・安全をお届けするためにISO認証工場で、生産者や職人さんたちの想いを詰

め込んで製造しています。

### ③心が通ったコミュニケーション

お客様に商品だけでなく、「にこにこ」と「元気」をお届けするため、お客様からのご要望、お礼やお叱りの言葉をすべての社員で共有し、誠意ある対応を心掛けています。

### ■全員が食に関する資格を取得

様々なライフスタイルを持つお客様それぞれに、健康のことをアドバイスしていくため、全社員が「文部科学省認可、(財)日本余暇文化振興会監修・認定の『健康・食育マスター』1級」を取得しました。

### ■低価格でのご提供に加え、全国送料無料

繰り返しになりますが、「(健康等に)悩み苦しむ人たちに本当に喜んでもらうには、高品質でお求めやすい価格しかない」との強い想いで開発された各商品は、低価格であることに加え、基本的に全国送料無料、航空便で即お届けします。

### ■IT経営大賞受賞並びに経営革新計画の承認

当社が独自に開発したアナログな世界を把握した通販システム「スマイルメーカー」が09年度沖縄IT経営大賞を受賞しました。また、11年度にも予定している新たな顧客獲得戦略「お試しカフェ」開設の計画が県の経営革新計画として承認されました。

### ■最後に

苦労も多々ありましたが、現在、毎月97%のお客様が通販を継続、平均取引年数も37~8ヵ月と長いお付き合いをいただいています。今後ともお客様に「にこにこ」と「元気」をお届けしてまいります。(レポート:企画部長 具志堅 勇)

# 中国家電市場と物流

琉球大学大学院  
人文社会科学研究所  
総合社会システム専攻・経営管理

修士課程 楊 鷹

監修：琉球大学  
観光産業科学部 教授 知念肇



## I. 始めに

2008年9月リーマン・ブラザーズの破綻に伴う金融危機の影響がアメリカの金融市場ないし世界金融市場にまで波及し、中国市場にも大きな影響があったことは記憶に新しい。

世界的な不景気であった2009年、中国企業は欧米よりダンピング批判にさらされていたが、他方、金融危機の嵐に遭っていた海外市場そのものも衰退していた。その状態を抜け出したい中国企業であったが、輸出額減少、リストラ、工場倒産などが相次いで起こってしまった。低迷を続ける世界経済の影響から逃れるために、2009年より中国政府は「内需を拡大する」政策に注力している。中国企業も次々「国内市場」を狙っていくようになった。

本稿においては、中国政府の消費刺激政策から中国家電市場の変化と今後の物流問題について考察する。

## II. 中国の家電市場とメーカー

### 1、中国の家電市場

中国統計局が2009年2月26日に公表した「2008年国民経済と社会発展統計総報」からみると、2008年の全国総人口は13億2,802万人。図1から見ると、中国農村人口の比率は54.3%であり、そこから未開の巨大市場が見えてくる。したがって農村市場が中国の「内需を拡大する」ために重要であるという認識は大きい。

図1 2008年人口(万人)及び構成比

指標	人口	%
全国総人口	13億2,802	100.0
都市部	6億667	45.7
農村部	7億2,135	54.3
男性	6億8357	51.5
女性	6億4,445	48.5
0-14歳	2億5,166	19.0
15-59歳	9億1,647	69.0
60歳以上	1億5,989	12.0
(うち65歳以上)	1億956	8.3

出所：中国人口与发展研究中心信息服务部  
中国人口及び発展研究センター情報サービス部  
(統計総報データから整理)を筆者一部変更

2009年、農村部にあたる江西省新余市の任意抽出調査資料(中国統計局の新余調査隊が調査した)から見ると、2008年新余市農村家庭は平均百世帯あたりテレビ104台、冷蔵庫は21台、洗濯機は5台、エアコン4台、携帯電話147台を持っている。2007年と比べると、それぞれ9.8%(テレビ)、87.5%(冷蔵庫)、133.3%(洗濯機)、12%(エアコン)そして23.4%(携帯電話)の増加率であった。しかし、都市部と比べると、まだ大きな格差がある。

テレビの普及率と消費レベルは都市部でいえば10年前の水準で、更に、冷蔵庫、洗濯機、エアコンと携帯電話の普及率は全て都市部でいえば20年前の水準である。

2008年新余市の都市部と農村部のデータを比較すると、百世帯あたりの普及比率はそれぞれ冷蔵庫は1(都市部):0.21(農村部)、洗濯機は1:0.05、

エアコンは1:0.03、携帯電話は1:0.68である。

数字に現れない特徴としては、農村部ではテレビの場合、各家庭に1台はあるのだが、デザインが古い、機能が少ない、耐用年数を超えているなどがある。

江西省新余市と同じく、中国の農村部はまだ新しい家電商品が普及する余地があり、家電商品消費の潜在需要は巨大である。そのメリットを見込んでいる中国政府は農村市場を巡って「家電下郷」(農村部に家電品を普及させる政策)、「下取り」など消費刺激政策を始めた。

中国で「家電下郷」は、中国の内需を牽引する最も直接的な手段として期待が大きい。2007年12月～2008年9月の間に、中国工業・情報化部、財政部(日本の財務省に相当)、商務部(日本の経済産業省に相当)の三部が連合し、中国の山東、河南、四川で「家電下郷」という経済実験を実施した。農村市場でテレビ、携帯電話、冷蔵庫の購買において、農民は国から13%の財政補助金をもらえる。

中国家電協会の統計から見ると、第一期(家電下郷政策開始より10カ月間)、農村世帯は1.67億人が補助金利用可能となり、売り上げは40億元(約560億円)以上であった。

## 2、中国の家電メーカー

一方、中国の家電産業が最も大きな成長を遂げたのは最近の十年間であり、その間多くの巨大民間企業が誕生した。

2010年1月8日、アメリカ消費電子協会(CEA)と中国電子商会(CECC)が共同で第43回国際消費電子展覧会(CES)を開催した。そこで、「2009～2010世界消費電子ブランドTOP50」と「2009～2010中国消費電子先頭ブランドTOP10」ランキングを発表した。

「2009～2010中国消費電子先頭ブランドTOP10」はそれぞれハイアール(Haier)、海信(Hisense)、TCL、联想(Lenove)、長城(Great Wall)、德賽(Desay)、長虹(ChongHong)、京東方(BOE)、創維(Skyworth)、

清華同方などである。<sup>i</sup>

有力ブランドTOP10だった企業は共通して「made in china」の製造工場から、自社ブランド創造力を持ち、世界中に進出している。

これから、先頭ブランドTOP10を簡単に紹介する。

### (1) Haier

#### ハイアール(haier)

2009年12月1日、中国のハイアール(Haier)を世界白物家電ブランドのランキングで第一位として発表したのは、世界的に有名な消費市場研究機構ユーロモニター(Euromonitor)だった。ユーロモニターの研究データからみると、中国の白物家電企業として、初めて世界第一位のブランドとなったハイアールの世界市場占有率は5.1%である。そのうち、ハイアール製冷蔵庫の世界市場占有率は10.4%、ハイアール洗濯機は8.4%、各々、市場におけるランキングは第一位だった。2008年ハイアール全体の売り上げは1,190億元(約1兆6,000億円)だった。

### (2) Hisense 海信

#### 海信(Hisense)

中国で有名なブランド、海信(Hisense—製品はテレビ、エアコン、冷蔵庫である)、科龍(kelon—エアコンブランド)、容声(Ronshen—冷蔵庫ブランド)は海信のブランドである。

現在、海信は南アフリカ、エジプト、アルジェリアなどに生産拠点を持ち、世界15カ国に事務所があり、商品は130カ国で販売している。

2002年、マルチタイプ業務用エアコンの需要拡大に対応するため、海信は日立空調システムと合併して新会社を設立した。

### (3) TCL

#### TCL(The Creative Life)

社名のTCL(The Creative Life)は創意で生活を感じさせるとの意味である。TCLの自主的

な新機軸を打ち出す能力は軽視できない:TCLの中国第一号ハンズフリー電話、第一号国産ダブルコアのパソコン、第一号28寸(約92.4センチ)テレビ、第一号ダイヤモンド携帯電話、などは画期的な新製品だった。

2009年、TCLのブランド価値は417.38億人民元(約6,000億日本円)で、中国テレビ製造業界におけるトップ・ブランドとなった。

#### (4) **lenovo** 联想

**联想(英名:Lenovo、レノボ)**は中国のPCメーカー。日本にも進出しており、レノボ・ジャパン株式会社がそうである。

1984年、中国科学院(英文名:The Chinese Academy of Sciencesは、中国における総合研究と自然科学の最高研究機関であり、国務院の直属事業単位である。)の計算機研究所の11名の研究員が設立した。1996年から联想ブランドは中国内シェア1位である。1998年、联想ブランドPCが累積製造台数100万台を達成し、その新製品発表会にインテル(Intel Corporation)のCEO(Andrew S・Grove)が出席、さらにそのパソコンはインテルの博物館にも収蔵された。その後、最初の専門店を開店したのを皮切りに、联想のブランド専門店のチェーン展開が始まった。

2004年12月、レノボはIBMからPC部門を12億5千万ドルで買収することを発表、2005年、米国政府が16,000台の联想PCを購入した。

2008年、联想“深騰7000”という10兆回高性能の計算機システム開発に成功した。演算能力は毎秒10.65兆回で、世界高性能パソコンのトップ500の第19位である。

#### (5) **Great Wall** 长城

**长城(Great Wall)**、フルネームは中国长城計算機集団会社。长城は電器商品を主に、工業、鉱業、エネルギー源、不動産などの分野における大型民営企業である。1988年に創立、2005年時点の会社総資産は33億元(約429億円)、中国民営ト

ップ500ランキングの第45位である。

长城の基本色は赤で、マークは「CNC」である。「CNC」:「CN」は「CHINA」の略、「C」は「万里长城」の意味、「CNC」は「中国・万里长城」。同社名は万里の長城のように、長くて堅固となるようにとの願いが込められているという。

#### (6) **DESAY** 德赛电子

**德赛(Desay)**は1983年に創立、中国国内におけるデジタル製品のトップ企業である。商品はDVD、Lithium Ion Battery Pack(パソコンの電池)、電話機本体、通信ターミナル、デジタル商品、精密部品など。

德赛は2007年よりBD(Blu-ray Disc)プレイヤー事業にも着手しており、2008年7月、量産を開始した。また、同社は積極的に海外市場への進出を図っている。



(7)

**长虹(ChangHong)**は1958年に創立、前身は国营機械工場。当初は国内のレーダー生産拠点だった。軍用品生産から軍民結合への戦略転換を行い、現在テレビ、エアコン、冷蔵庫、IT、エネルギー源、チップなどの生産を行う会社となっている。

海外のチェコとインドネシアにも生産拠点がある。「家電下郷」など新政策の実施で、家庭電器商品等ですばらしい販売業績を残した。その中で、长虹のテレビ、冷蔵庫と携帯電話は各商品市場において第一位(テレビ)、第二位(冷蔵庫)、第三位(携帯電話)の販売業績だった。2009年1月—10月、长虹の全売り上げは前年比284.24%の増加率だった。

#### (8) **京東方** BOE

**京東方(BOE)**

2009年9月30日時点で、会社雇用労働者1万1,346人、純資産170億元(約2,480億円)、総資産260億元(約3,640億円)、TFT-LCD(TFT-LCDは最も多くのPCや携帯電話などで使われてい

る液晶である)生産企業である。

同社は全国に6つの製造拠点があり、販売とアフタサービス・システムはヨーロッパ、アメリカ、アジアなどで確立されている。

#### (9) Skyworth 创维

創維は6つの研究開発機構を持ち、現在「研究開発はアメリカで、商品開発と生産はシンセン(広東省の都市、香港の隣)、販売は世界へ」という国際的な経営方式を確立した。商品はプラズマ、液晶テレビ、デジタルテレビ本体、携帯電話などである。

2007年、中国宇宙飛行事業と連携し、創維テレビ、創維携帯電話、創維安全防止モニターは全て中国飛行専用製品となっている。

#### (10) 清华同方 TSINGHUA TONGFANG

清華同方の『同方』は中国で《礼記》という昔の本(秦の時代の礼儀、文化、法律、政治などについて、儒教の文化を紹介している本である)に由来し、志と信念を同じくする人が集まる所であるとの意味である。

清華同方は中国の清華大学が一定量の株を所有し、情報技術、エネルギー源と環境、原子力応用分野、生物医薬の四分野にわたる産業があるハイテク企業である。

### 3、中国の量販店

中国の改革開放(鄧小平の指導で、農村から開始された中国国内経済体制の改革および対外開放政策のこと)を皮切りに、中国の消費市場と経済市場が成長段階に至る。他の業界は発展とともに高利益を上げたのに対し、中国の電器産業は、発展するや否や価格競争に陥った。薄利多売の価格競争は現在までほぼ20年にわたって続いている。中国電器量販店大手企業国美電器は中国で「価格虐殺者」の別称がある。

中国の電器量販店大手企業という、異常とも思える店舗拡張をしており、例えば国美、蘇寧、永樂などがそうである。2005年、国美は毎日一

店舗を開店するほどのスピードで中国全国市場へ拡張した。蘇寧でも、10日もたたないうちに、34のチェーン店舗を増やし、平均一日当たり3.7店舗の新規出店を行った。

しかし、最近十年で、中国の家電市場の発展は鈍化している。その結果合併が相次ぎ、市場シェアの再分配が相次いでなされた。特に国美は積極的で、2006年7月、蘇寧は国美に吸収合併された。2007年には大中電器を国美が買収したほか、さらに2008年2月、5.4億元(約60億円)で山東三聯商社の全株式の10.67%を国美が入手している。

2008年12月、好調であった国美はCEO黄光裕が株価を操作するという事件があり、さらに世界金融危機のために、2008年末から、国美及び中国の家電量販店は戦略的調整段階に入ったといわれる。それぞれ大手企業が不振店舗の統廃合を続け、内部調整が厳しくなされた。

先述の株価操作事件の発生以降、中国の家電業界が長い停滞期に入ると考えられていたが、「家電下郷」という政策の実施は家電業界にとって、カンフル剤となった。

### 4、家電用品ネットビジネスの展開

ネットショッピングは新たな消費方式であり、便利、快速などの特徴で、中国において急成長している。

2010年5月3日、中国工信部がネット産業のデータを公表した。2009年末まで、中国国内ネットの数は323万になっており、年成長率は12.3%である。その中で、ネットビジネス、ネット広告、ネットゲーム、検索サイトが主要な成長領域で、前年同期比で20%増大している。それに伴い、家電用品のネットビジネスサイトは低価格を前面にして顧客を増大させている。

2008年、中国家電市場の売り上げは8000億元(約10兆4,000億円)である。その中でネットビジネスは2%を占め、200億元(約2,600億円)

であった。2009年、家電関係の専門サイトは1,000サイトまでに増えた。

2009年12月、中国ネット情報センター(CNNIC)が「2009年中国ネット販売市場研究報告」を公表した。その研究報告によると、2009年の前半、中国国内のネットで買い物するユーザーは8,788万人、前年比2,459万人増、年増加率は38.9%であった。全国ネット販売の消費金額総計1,195.2億元(約1兆7千億円)、その内、家電は400億元(約5,600億円)の売り上げで、増加率は200%であった。CNNICは2010年家電商品のネット販売は1,000億元(約1兆4千億円)を超える と予測している。

現在、家電用品専門サイトは中国家電下郷網、中国電器商城、新七天電器網、ブランド家電網、シンセン順電電器、……などであり、益々増える傾向にある。

更に、淘宝(タオバオ:中国で最も人気のある、アジア最大のネットショッピングサイト)サイト、国美、大中……量販店サイトで、家電用品コーナーも、急速に成長した。みなそれぞれの販売方式で市場シェアを獲得している。

### III. 中国の家電流通業

#### 1、20世紀の80、90年代—南派の成長

20世紀の80、90年代は中国南部で家電販売卸店が急成長した時期であった。

1980年代から、中国改革開放政策実施に伴い、内陸部より中国南部の沿海地域の経済発展が促進され、特に広東省が中国企業発展の前線だった。中国で「家電都市」と言われる都市は広東省の佛山で、世界でも家電製造業地帯として有名である。2004年以前、中国最大の家電生産拠点として、佛山に大量の家電ブランドが出現、当時、成長した家電製造業の影響で、広東省の家電販売卸企

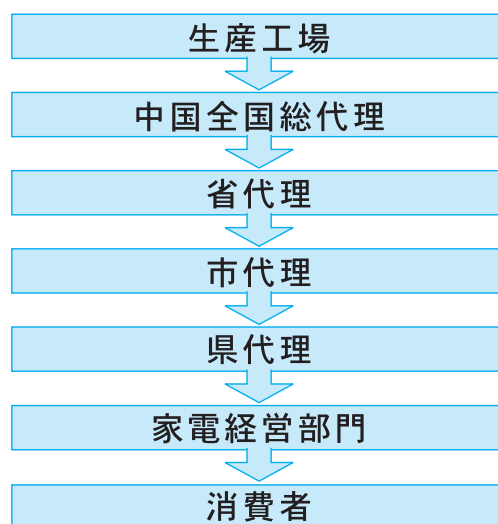
業(当時の広東東澤、松夏冷氣、大山冷氣など)は大いに繁栄した。

一方、大規模家電販売卸企業だけでなく、約400社の中小家電販売卸も活発であった。

しかし現在、かつての大手卸売業であった広東東澤は上海永樂家電企業が吸収合併、松夏冷氣の支店は最盛期の30店舗から現在4店舗まで減っている。また、400社の中小家電販売卸も国美、蘇寧など量販店の成長に伴い衰退し、「家電南派の輝き」とまで言われた勢いも今はない。

南派の衰退は家電販売体制へ大きく影響した。全国の他都市と比べて、広東省を中心とした家電南派の家電小売りチャンネルは旧態依然で、消費者は買い物に不便を感じていた。当時、家電流通は伝統的な家電販売方式であり、生産企業から消費者まで、全国総代理、省代理、市代理、県代理、家電経営部門など7段階(図2)を経て届けられ、結局家電品の価格は、消費者に届くまで、製造原価と比べて50%以上高いものとなっていた。

図2 家電用品最初の販売過程



#### 2、2000年—北派の誕生

所謂北派は中国北部に本社がある量販企業だ。南派より、北派企業(国美、永樂、三聯など)は企

業活動が活発で、優勢である。

80、90年代の経済の大発展で、国民生活が良くなり、昔の高級商品(家電用品、洋服など)に対する需要が大きくなった。これに伴い、低価格品における中国製品の大量生産、高級品における海外からの大量輸入といわれる時期が来た。

2000年より、家電企業の在庫は大量となり、在庫を減らすため、低価格戦略が採用されるようになった。

2000年、国美とパンダー(テレビのメーカー)が連携し、中国市場で本格的な家電の低価格戦略が取られた。「シーズンオフ低価販売」、「買取仕入」などこれまでにない新商法で、国美が消費者の関心を引き付けた。

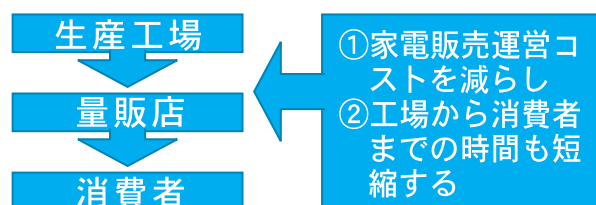
### 3. 国美モデル誕生(2004年):北派方式が主流となる

2004年、国美は佛山で支店を開き、新たな家電経営モデルを誕生させた。伝統的な代理販売の中間段階をなくして、商品は工場から直接店に運んだ(図3)。これから、「直販式」という家電運営モデルが正式に誕生した。

直接販売の方式は家電販売運営コストも減少させ、商品が工場から消費者まで届く時間も短縮させた。中国では、これが家電用品の第一期の物流革命だったと考えられている。現在の市場は「直販式」が主流である。

国美的ERP(Enterprise Resource Planing)は企業の物流、資金の流れ、情報の流れを统一的に管理し、企業現有資源を最大限に利用して企業経済効率化を実現しようというシステム

図3 国美モデル



である)システムは2001年から開発に着手、2003年に本格稼働した。2007年8月、国美が約350社の供給メーカーとネットワーク網を確立したことを公表した。

そのERPシステムを使って、お互いに業務データを享受することができる(国美は早速メーカーに商品の価格、在庫、物流データや、それぞれ倉庫と支店の商品の変動状況を調べることができるようにした。逆に、メーカーは国美的要求に従って、自社の在庫データ、新たな価格調整、新製品の情報などを提供する)。

### 4. ナショナル・ブランドによる対抗—ハイアール「一流三綱」

南派、北派の包囲を突破するのは、先述のハイアールに代表される独自ブランド戦略である。

ハイアール物流の特徴:

① 自営物流支社を利用。社内でも、物流、販売、生産の3部門が市場競争的な関係にある。

② 「一流三綱」物流システム

ハイアールは1999年から「市場チェーン」という業務物流を構成、受注データから物流量、販売額、資金流動等を計算する「一流三綱」物流システムである。

「一流」は受注データ。「三綱」はグローバル・サプライヤー情報、グローバル物流情報、データ情報であり、この三つは連動して同時期に作動し、適切な供給量を提示する。

③ JIT(just in time)に注目

ハイアールのJITはJIT購入、JIT配送、JIT仕分けを同期化することが可能である。

## IV. 中国家電市場の変化

### 1. 「家電下郷」の拡大・外国企業の参入

中国政府は2008年12月1日から14省区に「家

電下郷」を拡大、さらに2009年2月1日、中国全国で「家電下郷」プロジェクトが始動した。対象商品は新たに洗濯機、エアコン、コンピュータ、オートバイ、温水器を追加、合計8品目となった。

「家電下郷」の政策で、中国市場は毎年平均売り上げが1,500億元(約2兆1,000億円)を上回る見通しで、三、四級消費市場(中～低価格商品)にも影響し、累計9,000億元(約12兆6,000億円)の新たな消費を生み出すと予測されている。

「家電下郷」のビジネスチャンスを狙っているのは中国の家電企業だけではなく、外国企業も同じである。2009年、商務部が発表した「家電下郷」に関するデータによると、松下エアコン、松下洗濯機、SIEMENS冷蔵庫、三洋洗濯機の市場販売業績は2万台以上である。

さらに、元々上限価格があった家電下郷政策は、2009年4月に緩和された(テレビやエアコンはそれぞれ1,500元程度、日本円なら2万円程度上限価格が上がった)。それにより、外国企業の参入は活発になっている。例えば、2009年にはSIEMENSしかなかった家電下郷白物市場への入札において、2010年には、三星、LG、松下などの外国企業が参加した。

## 2. エコ化への要求を強化

地球温暖化に伴い、環境問題が相次いで起こった。2010年、中国北方に黄砂、南方では日照りが深刻化、玉樹では地震と中国は経済発展の次に本格的な環境政策を求められるようになった。

今日、世界的に地球環境や子孫のための成長戦略などの理念が唱えられ、中国もエコ化、省エネに熱心であり、産業発展においても省エネ商品が関心を集めている。

その趨勢に対して、家電産業は当然省エネを追求するようになり、各家電企業は「能率化」「節

水」「節電」を概念化し商品を改善している。

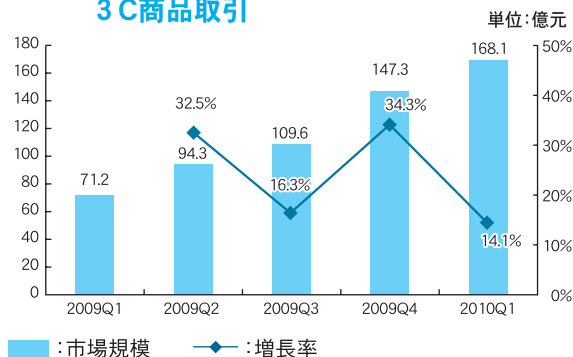
消費者から考えると、省エネは生活と互いに密接な関係にあり、更に最も重要な関心事でもある。長期的な家計の安定のためだけではなく、現代ファッション、エコな生活の理念にも結びついている。特に、今年のゴールデンウィーク(5月最初の一週間)、中国のメディアによると、家電メーカーと量販店が一斉に推薦した商品は省エネを前面に打ち出したものであった。新聞社(三秦都市報)の省エネに対する実地調査に基づいて、ハイアールのセット(エアコン、洗濯機、冷蔵庫など全てハイアールのブランド)家電をまとめて買った人は少なくない。

## 3. ネットビジネスの拡大

Enfodesk(易観国際という中国の情報サービス業会社、中国経済市場を研究しているメディアである。業務範囲は企業に計画の提案、データの研究などサービスを提供している)が「2010年第一四半期中国ネット販売市場観測」を発表した。

そのデータ(図4)からみると、2010年第一四半期中国ネット販売市場で、3C(Communication, Computer, Consumer)商品の売り上げは168億元(約2,184億円)、前年比14.1%の増加である。そのうち淘宝网(タオバオ・ネット)の売り上げは116.5億元(約1,514.5億円)、全市場の69%にあたる。

図4 2009Q1-2010Q1中国ネット販売市場3C商品取引



(Q1:第一四半期 Q2:第二四半期 Q3:第三四半期 Q4:第四四半期)  
出所:易観国際・Enfodesk  
[http://www.enfodesk.com/SMinisite/index/articledetail-type\\_id-1-info\\_id-4523.html](http://www.enfodesk.com/SMinisite/index/articledetail-type_id-1-info_id-4523.html)



## V. 中国家電物流の問題

### 1、高い物流コスト

中国倉庫協会より公表された調査からみると、中国企業の45.3%は高い物流コストを経営上の問題としている。企業の直接生産コストは総コストの10%だが、物流コストは総コストの40%を占め、先進国の物流コストが運営コストの10%であるのと対照的である。

これは、先進国ではアウトソーシングが一般的であるのと違い、中国の企業は自社の車で貨物を運ぶ自社物流に依存していることに原因がある。中国企業の運送車の空載率は37%以上である。更に、包装問題の原因で破損する商品は毎年150億元(約2,100億円)に上り、貨物運輸費は毎年500億元(約7,000億円)のロスを計上している。

### 2、サービスの問題

中国の国土は広いので、ネットビジネスが対象とする地域も様々である。ネットサイトの取引は中国のどの都市においても、遠距離取引となるのが一般的である。したがって、家電専門サイトは低い価格で顧客より注文を受け、物流はメーカーに任せることが多い。

旧暦の正月(春節)は伝統的な祝日で、中国人が大切にしている。もちろん、正月の前後は会社にとって、書き入れ時と考えられるが、しかし、大部分の家電サイトは正月の営業を一時止める。

その理由は、例えば注引量を増やしたとしても、物流がほぼ全面ストップしているためだ。中国では元々正月になると、農村部より働きに来ている農民工の帰省ラッシュとなり、その影響で、運送の配備や配送能力が弱い家電物流をスムーズに行うことは不可能に近いからである。

「2009年家電ネット販売市場報告」のデータが公表されたが、ネット家電ショッピングの主

な客層は26~30歳の若い消費者で、ほぼ50%の割合である。

同報告書によると、ネット購買に関する1,000部のアンケート結果から、届く時間やアフターサービスについて不満があった。32.8%の消費者が商品の届く時間に不満足、24.6%の消費者がアフターサービスにも満足していない。

## VI. 終わりに

多くの研究成果から明確になるのは、現在、中国企業は企業成長の新たなターニング・ポイントの時期をむかえていると考えられることだ。利益は経済が転換する時に新たなチャンスを掴まえて、すばやく市場シェアを奪い取った企業にもたらされる。その経済の転換期のチャンスを狙っているのは、中国企業だけではなく、外国の企業も含まれる。

しかし、「家電下郷」において、さまざまな問題が起こってきた。都市部で売れ行きが悪い商品やデザインの古い商品が農村部に持ち込まれている。さらに、アフターサービス体制が整っておらず、農村部での品質保証が十分になされていない状況にある。一部の企業は「消費者の利益を大切に」ということの重要性を十分に理解しておらず、クレームに対応しきれていない。

また、中国の農村市場は外国企業にとって未知の市場である。中国農村市場は2,000以上の県(日本では町にあたる)があるが、それぞれ所得水準、消費習慣が異なる。農村部の消費者は外国ブランドをあまり知らないので、新たに宣伝、適切な価格、適切な商品を検討しないといけないだろう。さらに、薄利になっている中国家電市場は、伝統的な価格競争、品質競争から徐々に物流サービス競争になっている。物流をうまくコントロールした企業が、「just in time」で商品を消

費者に届けることができ、市場を低コストですばやく奪い取れる。

中国家電市場における競争は、変化する消費者ニーズに新製品で対応しながらも、適切な物流モデルも考えないといけない段階へと変化してきている。物流は中国における経済発展の方向開拓、新たな流通革命を起こすだろう。

## 注

i (情報の出所:

<http://business.sohu.com/20100108/n269463477.shtml>)

## 参考文献:

- [1] 呉成建/文  
〈盲目拡張負効応頭家電チェーン巨頭遭遇“閉店潮”〉  
2009年09月04日 11:34 中国企業報  
<http://finance.sina.com.cn/roll/20090904/11343045094.shtml>
- [2] 呉成建/文<家電チェーン巨頭虎年比拚湖北省市場〉  
2010年01月25日 08:16 中国企業報  
<http://tech.sina.com.cn/e/2010-01-25/08163800193.shtml>
- [3] 鳳凰財經網《新中国60年跋涉/家電業》  
<http://finance.ifeng.com/news/special/hybjjdy/>
- [4] 搜狐財經網  
《中国消費電子産業グローバル化へ CESで多いブランドが輝く》  
<http://business.sohu.com/20100108/n269463477.shtml>
- [5] 編集者: 田野 三秦都市報 「家電購入新騒動・低炭素商品セットで買う」  
<http://article.pchome.net/content-1089528.html>
- [6] 出所: 中国情報化 編集者: 羅麗艷「国美ERPスピードアップ」  
<http://erp.ctocio.com.cn/plfx/310/8044810.shtml>
- [7] 成都商報 「網購家電の戦争」  
<http://www.09635.com/info/html/homeappliance/2009-6/26/0962639241371.htm>
- [8] 人民網  
「国美再探電子商務市場・家電販売はネットに引き続く」  
<http://homea.people.com.cn/GB/10996328.html>
- [9] 中国物流と購入連合会 「中国物流産業」  
[http://www.chinawuliu.com.cn/cflp/newss/content1/200508/812\\_18285.html](http://www.chinawuliu.com.cn/cflp/newss/content1/200508/812_18285.html)
- [10] 易觀知庫 「2010年第一四半期中国ネット販売市場3C商品の売り上げは168億元(約2400億円)」  
[http://www.enfodesk.com/SMinisite/index/articledetail-type\\_id-1-info\\_id-4523.html](http://www.enfodesk.com/SMinisite/index/articledetail-type_id-1-info_id-4523.html)
- [11] 編集者: 田野 三秦都市報 「家電商売新趨勢・エコ家電セットで買う」  
<http://article.pchome.net/content-1089528.html>
- [12] 編集者: 阿芳 春城晩報  
[http://ccwb.yunnan.cn/html/2010-02/26/content\\_120612.htm](http://ccwb.yunnan.cn/html/2010-02/26/content_120612.htm)
- [13] 発表者: 国家統計局新余調査隊—農商科・住所科  
「新余市“家電下郷”実施状況及本地農村市場の研究」  
<http://xxgk.xinyu.gov.cn/b/content/2009-08-18/19090.htm>
- [14] 作者: 蘆敏剛・陶珍珍 中国江西新聞網 「新余家電下郷惠及農村千家万戸」  
<http://www.jxcn.cn/525/2009-12-24/30079629182.htm>
- [15] 長虹  
<http://www.changhong.com.cn/changhong/china/7927.htm>
- [16] TCL  
[http://baike.baidu.com/view/5085.htm?fr=ala0\\_1\\_1](http://baike.baidu.com/view/5085.htm?fr=ala0_1_1)
- [17] 德賽  
<http://baike.baidu.com/view/70867.htm>
- [18] 京東方  
[http://baike.baidu.com/view/413650.htm?fr=ala0\\_1\\_1](http://baike.baidu.com/view/413650.htm?fr=ala0_1_1)
- [19] 聯想  
<http://baike.baidu.com/view/1936.htm>
- [20] 海信  
[http://baike.baidu.com/view/41834.htm?fr=ala0\\_1\\_1](http://baike.baidu.com/view/41834.htm?fr=ala0_1_1)
- [21] 創維  
<http://www.skyworth.com/ch/aboutus.asp>
- [22] 長城  
<http://baike.baidu.com/view/3396339.html>
- [23] ハイアール  
<http://baike.baidu.com/view/4949.htm>
- [24] 清華同方  
<http://baike.baidu.com/view/72652.htm>

# ドリームジャンボ宝くじ付き 定期預金



預けて夢も招きタイ!!



預入金額 **100** 万円につき、  
ドリームジャンボ宝くじ  
**5枚プレゼント!!**  
※バラまたは連番をお選びいただけます。



## 商品概要

取扱期間	平成22年7月15日(木)～平成22年10月1日(金) ※募集総額(150億円)に達し次第、取扱いを終了させていただきます。	取扱店	全営業店(東京支店は除きます)
対象者	個人のお客様	贈呈する宝くじの内容	対象宝くじ ドリームジャンボ宝くじ (平成23年5月中旬発売予定)
対象預金	スーパー定期1年もの		宝くじの枚数 お預け入れ金額100万円を1口とし 宝くじ5枚を贈呈
預入金額	100万円以上		宝くじの種類 「バラ」または「連番」をお選びいただけます。
預入金利	店頭表示金利 ※「ポイントサービス」(100ポイント以上)の金利 優遇は、対象外となります。		お届け時期 平成23年5月末頃
税金	お受取利息には、源泉分離課税20%がかかります。		お届け方法 銀行届出のご住所に簡易書留郵便にて お届けいたします。 転居先不明・ご不在などにより宝くじ をお届けできず、当行へ返送となった 場合は無効となる場合があります。
預入方法	窓口にて証書式・通帳式(総合口座含む)での お預け入れとなります。 ※ATMやインターネットバンキングでのお預け 入れは対象外となります。	基準日	基準日(平成23年3月31日)現在に本定期預金の 残高があるお客様が宝くじプレゼントの対象と なります。

# アジア便り

# 蘇州

## vol.29



レポーター：今村 和孝 (琉球銀行)

みずほコーポレート銀行(中国)有限公司  
本店業務管理部 拠点開発室にて研修中

## 中国の都市化 (進む交通網の整備)

### 1. はじめに

にいほお  
你好！みなさん暑さが厳しい中、いかがお過ごしでしょうか？

中国国家外貨管理局は「中国は事実上、世界第2位の経済規模になっている」との認識を表明しました。根拠となる数字等は不明ですが、急速な経済発展により中国のGDP(国内総生産)が日本を追い抜くのは時間の問題といわれ、引続き高い経済成長が見込まれることから、今後9年間のうちに米国を超えるとの見方もできています。

経済の発展に伴い、広州、深セン、上海等の中国沿岸部の都市のみならず内陸部の都市化も進んできており、2009年現在の中国の都市人口は6億2,000万人(中国の総人口13億人余)、都市化率は46.6%に達し、都市化の規模、増加率、人口共に世界一となっています。そこで今回は、都市化を進める上で重要なポイントとなる高速道路及び鉄道網の整備についてレポートします。

### 2. 鉄道、高速道路等の整備状況

高速道路の整備状況について、中国政府は2010年、高速道路建設に7,000億元(日本円で9兆1,000億円程度)を投じ、新たに4,613キロメートルを建設する計画を発表しました。現在建設中の高速道路は北京・ハルピン線等1万キロメートルを超え、そのうち6,552キロメートルはすでに営業を行っています。

鉄道については、中国国家発展改革委員会は総計2,000キロメートル超の鉄道建設計画を承認、高速鉄道網については2012年までに1万3,000キロメートル、2020年までに1万6,000キロメートルまで拡大する方針を打ち出しています。地下鉄についてはこれまでに10都市で31路線の地下鉄が開通、昨年、さらに22都市、79路線の地下鉄建設が承認され、都市内部の交通網も急速に整備が進んでいます。



高速列車 「高鉄(ガオティエ)」

世界銀行の報告書によるとこの高速鉄道の整備事業は、米国がかつて高速鉄道網を整備した状況と似ており、乗客の利便性が高まるだけでなく、鉄道による中国の貨物輸送能力向上にも繋がるとしています。

### 3. 上海、江蘇省南京間の高速鉄道開通！

私が住んでいる蘇州も都市化が進んでおり、市内は来年末の開通に向け地下鉄工事が行われています。市外との交通網の整備としては2010年7月1日より上海市と江蘇省南京市(蘇州市経由)を最高時速350キロ/hで結ぶ旅客専用高速鉄道が運行を開始しました。高速鉄道の運行前にも鉄道が運行しており上海市、蘇州市間を40分で移動できましたが、高速鉄道の開通により移動時間は30分程度に短縮、上海市からの通勤がより身近なものとなってきています。さらに高速鉄道の運行と同時に蘇州市に駅が2つ増え合計3駅(以前からあった蘇州駅も新しく建替え)、上海についても上海虹橋空港と隣接する虹橋駅ができ、ますます利便性は高まっています。中でも特筆すべきは新設された駅を含めた鉄道運行の機械化が挙げられます。7月1日以前に私が上海駅で蘇州駅行きのチケットを買った時には20分以上列に並び駅員から購入(日本語、英語不可)せざるを得なかったことに加え、乗車時には駅員がチケットの確認を行い管理(厳格な管理ではなく素通りできる場合もあり)するなど煩雑でしたが、7月1日からはチケット購入は自動販券機(以前から自動販券機はあったものの、そこでも20分以上並んで購入しなければならなかった)ですぐに購入でき、乗車時には沖縄のモノレールのようにチケットを機械に通すだけで済むなど、非常にスムーズになりました。駅も飛行場のように綺麗で広く、移動に関してのストレスも非常に軽

減されました(沖縄からの直行便がある上海浦東空港から蘇州まで中国語を使わなくても行くことが可能)。

### 4. 課題

急速な都市化の影に課題も見えてきています。世界銀行は報告書において中国の高速鉄道整備を評価する一方、整備に伴う債務の増加については注意が必要であると指摘しています。

高速鉄道整備は、金融危機克服のための景気対策により計画を上回るペースで進捗しています。しかし、高速鉄道の運賃は在来線より1.6～2倍へと大幅に上昇しており、乗客数が見込みを下回り赤字経営の路線がでるなど、高速鉄道の収益性に疑問が投げかけられています。

また、都市化に合わせた社会保障の整備や広がる格差社会の是正、産業の高消費、高汚染の見直しも課題として挙げられ、華々しく発展しているように見える中国ですが、一方では多くの課題を抱えているのも事実と言えそうです。



新しく開通した上海虹橋駅の発車待合場の様子。非常に綺麗で電子化も進み中国語に自信のない人でも利用可能となりました(冷房も完備)。

## 「りゅうぎんビジネスクラブ」入会のご案内

琉球銀行の経営理念である「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」を実践するべく、お取引先企業への情報支援サービスの提供を目的に会員制組織「りゅうぎんビジネスクラブ」を設立し、各種セミナーの開催や情報のご提供、県外での商談会など様々なサービスを実施しております。

### ■ りゅうぎんビジネスクラブのサービスのご案内 ■

#### 【各種セミナーの開催による情報等の提供】

##### 1. トップセミナー

ビジネスクラブ会員企業トップと弊社役員との親睦の場を兼ねたトップセミナーに無料で参加いただけます。

##### 2. 実務セミナー

企業経営にタイムリーにお役に立つ様々なテーマについて開催される実務セミナーに無料で参加いただけます。

#### 【りゅうぎんビジネスサイトによる経営情報等の提供】<sup>1</sup>

##### 1. ビジネスマッチング

全国の地方銀行の取引先企業が参加するビジネスマッチングデータベースに会員企業の皆様の営業ニーズ情報を提供したり、他社の情報を閲覧したりすることができます。

##### 2. ビジネスレポート

経営課題解決のヒントになる情報から業種に特化した専門情報までわかりやすくまとめたレポートを提供します。

※りゅうぎんビジネスサイトでは、上記の他にも各種の企業経営に役立つ情報を提供しています。詳細は「りゅうぎんビジネスサイトパンフレット」をご参照下さい。

#### 【その他のサービス】

##### 融資利率の優遇

りゅうぎんビジネスクラブ会員企業の皆様に一部融資商品（ベストサポーター、順風満帆）について、融資金利の優遇を実施しております<sup>2</sup>。詳細は営業店担当者にお問い合わせ下さい。

#### 入会申込方法

1. 「りゅうぎんビジネスクラブ入会申込書」及び「りゅうぎんビジネスサイト利用申込書」に必要事項を記入の上、お取引店担当者に提出下さい。
2. 入会金は不要です。
3. 年会費は20,000円です。 ※お申込月の翌々月4日ご指定口座より引落となります。

#### ■ お問い合わせ ■

「りゅうぎんビジネスクラブ事務局」(琉球銀行コンサルティング営業部内)

**TEL: 098-860-3817** (担当: 臼井、真栄城) までお願いいたします。

<sup>1</sup> 別途りゅうぎんビジネスサイトへの申込(無料)が必要になります。

<sup>2</sup> 審査の結果、ご希望に添えない場合もございますので、あらかじめご了承下さい。

## りゅうぎんビジネスクラブレポート

### りゅうぎんビジネスクラブ主催セミナー 「財務3表一体理解法」を開催しました

りゅうぎんビジネスクラブ(代表大城勇夫)では、平成22年8月18日(水)に沖縄ハーバービューホテルクラウンプラザにて、ベストセラーとなった「財務3表一体理解法」の著者、國貞 克則氏(ボナ・ヴィータコーポレーション代表取締役)を講師に招き、「決算書がスラスラわかる 財務3表一体理解法」と題して、経営者および実務担当者向けのセミナーを開催致しました。

講演では、実際の企業を例に挙げてデータを比較しながら、財務諸表の分析をしていただきました。また、先生が考案されたドリルを受講者の方々に解いていただくことで、財務3表のつながりを実感できる実践的で充実した内容となりました。

りゅうぎんビジネスクラブでは、今後も各種セミナーや相談会の開催等を通して、会員の皆様に有益な情報をご提供して参ります。

コンサルティング営業部内  
りゅうぎんビジネスクラブ事務局  
臼井・真栄城



会場風景



講演中の國貞氏

# 沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について

内閣府沖縄総合事務局経済産業部

## ■はじめに

内閣府沖縄総合事務局経済産業部では、本年3月31日、「沖縄地域経済産業ビジョン-中間報告-」(以下「ビジョン」と略します。)を取りまとめました。この中で、今後強化すべき産業分野として、7つの産業分野等を挙げ、当該分野等について施策の深掘り等を実施し、ビジョンの実現に向けて取り組んでいくこととしています。

特に「沖縄ウェルネス産業」分野については、本年6月18日に閣議決定された政府の「新成長戦略～元気な日本復活のシナリオ～」において、「ライフイノベーションによる健康大国戦略」が位置付けられていることから、沖縄においても同産業分野を通じた経済発展を図ることが重要となっています。

当部では、このような背景を踏まえ、「沖縄ウェルネス産業研究会」を設置し、同産業を振興していくに当たっての政策的方向性、課題等を明らかにしつつ、具体的な取組等を取りまとめることとしています。

本号では、8月9日に開催しました第2回研究会の概要や、経済産業省が本年6月に発表した「産業構造ビジョン2010」の沖縄における説明会の様子等について、ご紹介します。



## 1 第2回沖縄ウェルネス産業研究会

沖縄総合事務局経済産業部では、去る平成22年8月9日(月)、那覇第二地方合同庁舎内会議室において「第2回沖縄ウェルネス産業研究会」(座長:岩政 輝男 国立大学法人 琉球大学学長)を開催しました。

本研究会では、当部が本年3月末に発表した「沖縄地域経済産業ビジョン-中間報告-」において、強化すべき産業の一つとした「沖縄ウェルネス産業」について、政策的方向性、課題等を明らかにしつつ、具体的な取組等を取りまとめるため、検討をすすめています。今回の研究会では、政府の新成長戦略においても重点事項として位置付けられている「国際医療交流分野」を重点的に検

討するため、本研究会の下に設置されている「国際医療交流ワーキンググループ(以下「WG」と略します。)(主査:玉城 信光 社団法人 沖縄県医師会 副会長)がまとめた「沖縄地域として重点的に取り組むべき国際医療交流分野」について、WGの玉城信光主査から報告され、その内容を中心に議論がなされました。報告の中で、玉城主査は「リハビリに適した温暖な気候に加え、医療機関、人材もそろっており、質の高いサービス提供が可能」と述べ、リハビリは有望分野との内容を示しました。

出席した委員からは、「ツーリズムだけでなく県民も活用できるサービスを視野に入れるべき」、「リハビリに必要な資格を取得するためのサポートも必要」といった意見が出されました。



また、(株)佐喜眞義肢が旅行会社、病院、スポーツクラブとの連携により企画したツアー商品「CBブレース体験ツアー」(7月末発表)が、医療と観光を組み合わせた取組事例として紹介されました。

なお、本研究会では、上記のWGでの検討を踏まえ、9月中旬に第3回を開催し、今後の具体的取組等を取りまとめる予定です。

#### 【開催概要】

- ・日時:平成22年8月9日(月)14:00~16:00
- ・場所:那覇第二地方合同庁舎1号館2F大会議室
- ・出席者:(敬称略)

#### 1. 委員

- ◎岩政 輝男 国立大学法人琉球大学学長
  - 安里カツ子 沖縄県副知事  
(代理出席)
  - 知念 英信 沖縄県観光商工部観光交流統括  
監兼参事監
  - 石井 和博 医療法人おもと会副理事長
  - 古謝 景春 沖縄県南城市長
  - 新城 恵子 沖縄県エステティック・スパ協働組  
合理事長
  - 須加原一博 国立大学法人琉球大学医学部  
附属病院長
  - 平良 哲 財団法人沖縄観光コンベンション  
ビューロー会長
  - 玉城 信光 社団法人沖縄県医師会副会長
  - 知念 榮治 社団法人沖縄県経営者協会会長
  - 比嘉 國郎 医療法人友愛会理事長
  - 宮里 好一 医療法人タピック理事長
- ※◎は座長

#### 2. ゲスト

- 佐喜眞 保 株式会社佐喜眞義肢代表取締役社長
- 平瀬 早透 株式会社中央ツーリスト本社社長室長

#### 3. 内閣府沖縄総合事務局

- 山内 徹 経済産業部長
- 勝山 潔 運輸部長



議事進行される岩政座長



研究会の様子①



研究会の様子②



研究会の様子③

## 2 CBブレース体験ツアー発表会

OKINAWA型産業振興プロジェクト推進ネットワーク(沖縄地域における産業クラスター)会員企業の株式会社佐喜眞義肢は、同ネットワークの支援を受け、株式会社中央ツーリストと共同で、同社の開発した関節装具「CBブレース」を体験するツアー商品として、『シニア向け「沖縄旅行」』を企画し、7月27日(火)、沖縄総合事務局本局庁舎内(那覇第二地方合同庁舎2号館)において記者発表を行いました。

本企画では、ひざの痛み等で旅行を控えていた高齢者に対し、安心できるプランを提供し、医療観光の誘客につなげます。同社の佐喜眞保代表取締役社長は「顧客満足度を重視し、アフターケアも密に行っていきたい」と述べました。

当部では、「沖縄地域経済産業ビジョン—中間報告—」における強化すべき産業分野の一つ「沖縄ウェルネス産業」の中で、国際医療交流を重要事項として位置付けており、今回の企画が、沖縄地域における医療観光のモデル的な事例として、今後の展開につながることを期待されます。



CBブレース



説明する佐喜眞社長



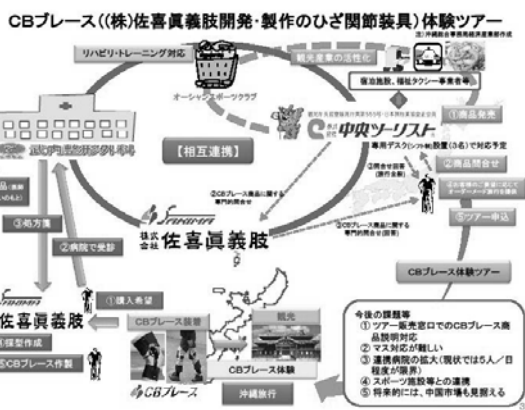
CBブレース装着のデモンストレーション

### 3 産業構造ビジョン2010説明会

経済産業省では、同省に設置された産業構造審議会産業競争力部会において「今後日本は、何で稼ぎ、雇用していくのか」を議題に各界有識者との議論を重ね、本年6月、「産業構造ビジョン2010」（以下「産業構造ビジョン」と略します。）を、最終報告書としてとりまとめました（平成22年6月3日発表）。

本報告書では、日本の産業を巡る現状と課題を徹底的に分析し、世界の主要プレイヤーと市場の変化に遅れた日本経済の「行き詰まり」を直視し、日本経済を再び成長の軌道に乗せるため、政府と民間が一体となって「国を挙げて産業のグローバル競争力強化に乗り出す」ことを提示しています。

沖縄総合事務局経済産業部では、その趣旨を



CBブレース体験ツアーの流れ

ご理解頂き、今後、実現のために取り組んでいくに当たって、多くの方々にご協力頂くため、平成22年7月26日(月)、沖縄かりゆしアーバンリゾート・ナハにおいて説明会(説明者:北川 慎介 経済産業省経済産業政策局審議官)を開催致しました。北川審議官は、説明の中で産業構造ビジョンを実行するための政策として、法人税の引き下げを挙げ、国を挙げた産業の国際競争力強化の取組の必要性を強調されました。

また、本説明会では、当部が3月末に発表した「沖縄地域経済産業ビジョン-中間報告-」の説明(説明者:山内 徹 内閣府沖縄総合事務局経済産業部長)も併せて行いました。

説明会には、企業経営者、経済団体、行政等幅広い分野から200名余が参加され、熱心に耳を傾けていました。



会場の様子①



会場の様子②

#### 【開催概要】

- ・日時:平成22年7月26日(月) 14:00~16:00
- ・場所:沖縄かりゆしアーバンリゾート・ナハ  
6階ニライカナイの間
- ・説明者:

#### 1.「産業構造ビジョン2010」

北川 慎介 経済産業省経済産業政策局審議官

#### 2.「沖縄地域経済産業ビジョン-中間報告-」

山内 徹 内閣府沖縄総合事務局経済産業部長



北川審議官



山内部長

#### おわりに

内閣府沖縄総合事務局経済産業部では、平成22年3月末に発表致しました「沖縄地域経済産業ビジョン-中間報告-」において、今後強化すべきとした7つの産業分野について、今回ご紹介した「沖縄ウェルネス産業研究会」など、様々な事業等を通じて、具現化に向けた取組を実施しています。

今後も、関係機関等と連携しながら、ビジョンの実現に向けて取り組んでいく予定です。



内閣府沖縄総合事務局  
経済産業部

■本記事に関するお問い合わせについて  
内閣府沖縄総合事務局  
経済産業部 企画振興課(太田、砂川、村山)  
**TEL:098-866-1727**

<http://ogb.go.jp/keisan/index.html>

## 伊良部大橋橋梁整備事業

種別：(公共) 民間 3セク

事業名	伊良部大橋橋梁整備事業	関係地域	宮古島市
事業主体	(主体名) 沖縄県 (所在地) 沖縄県宮古土木事務所伊良部大橋建設現場事務所 宮古島市平良字久貝771-2 電話：0980-73-9111		
事業目的	離島苦の解消および伊良部島の産業振興と宮古圏域全体の活性化を図ること		
事業期間	2001年度～2012年度		
事業規模	伊良部大橋(一般県道平良下地島空港線)の事業延長6,500m		
事業費	約320億円		
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・路線名：一般県道平良下地島空港線</li> <li>・道路規格：第3種3級(設計速度 60 km/h、計画交通量 7,800台/日)</li> <li>・事業延長：6,500m 本橋部 長さ3,540m、海中道路部 長さ600m、取付橋梁 長さ170m、 取付道路 長さ2,190m(宮古島側 長さ2,070m、伊良部島側 長さ120m)</li> <li>・幅員：橋梁部8.5m</li> <li>・上部工形式：PC連続箱桁橋(一般部)、鋼床版箱桁(主航路部)、中空床版(取付部橋梁)</li> <li>・下部工形式：RC壁式橋脚、逆T字橋台</li> <li>基礎形式：直接基礎(A1橋台、P1橋脚)、鋼管杭基礎(水深5m未満)、鋼矢板基礎(水深5m以上)</li> </ul>		
経緯	<p>1974年 架橋要請活動が始まる</p> <p>1992年 基礎調査が始まる</p> <p>1997年 道路網基本計画調査の実施</p> <p>1999年 伊良部架橋調査検討委員会の審議</p> <p>2000年7月 伊良部架橋に関する覚書の締結</p> <p>2001年3月 平良下地島空港線の県道認定</p> <p>2001年4月 事業化に向けて着工準備調査開始</p> <p>2002年3月 伊良部架橋技術検討委員会の設置</p> <p>2002年4月 第1回伊良部架橋技術検討委員会・幹事会開催</p> <p>2002年8月 第2回伊良部架橋技術検討委員会(幹事会)開催</p> <p>2002年9月 第2回伊良部架橋技術検討委員会開催</p> <p>2002年10月 伊良部大橋橋梁整備事業に係る環境影響評価方法書の公告縦覧</p> <p>2003年1月 伊良部大橋橋梁整備事業に係る環境影響評価方法書の知事意見の通知</p> <p>2003年2月 第3回伊良部架橋技術検討委員会(幹事会)開催</p> <p>2003年3月 第3回伊良部架橋技術検討委員会開催</p> <p>2003年3月 第4回伊良部架橋技術検討委員会・幹事会開催</p> <p>2003年11月 伊良部大橋橋梁整備事業に係る環境影響評価準備書の公告縦覧</p>		

(次ページに続く)

県内大型プロジェクトの動向7  
伊良部大橋橋梁整備事業

経緯	<p>2003年12月 伊良部大橋橋梁整備事業に係る環境影響評価準備書の住民説明会の開催</p> <p>2004年6月 伊良部大橋橋梁整備事業に係る環境影響評価の公告縦覧</p> <p>2005年7月 漁業補償契約の締結(県、平良市、池間・伊良部町漁業協同組合)</p> <p>2005年10月 宮古島市誕生(平良市、城辺町、下地町、上野村、伊良部町の合併)</p> <p>2006年3月 伊良部大橋起工式</p> <p>2006年5月 埋立免許取得(伊良部字池間添地先)</p> <p>2010年5月 上部工セグメント架設延長1000m到達(P14~P15)</p>
現況及び見通し	<ul style="list-style-type: none"> <li>・伊良部大橋の建設は、現在の不安定な海上交通から、安定性・随意性が確保された陸上交通に変わることにより、伊良部島の医療・教育環境の改善、生活環境や福祉の向上及び地域の活性化が図られるものと期待されている。</li> <li>・橋梁の長さ3,540mは県内最長となる。03年に宮古島に來襲した台風14号の最大瞬間風速が74.1mだったことから、風速82.2mに耐えられる構造を採用している。</li> </ul>
進捗状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・10年度の事業予算は73億円、11年度の事業予算は49億円を見込んでいる。</li> <li>・現在第6期工事(全8期中)の主航部上部工工事や下部工工事などが進行中であり、事業費ベースの進捗率は54%(09年度末)である。13年3月の供用開始を目指している。</li> </ul>
熟度	<p><input type="checkbox"/> 構想段階 <input type="checkbox"/> 計画段階 <input checked="" type="checkbox"/> 工事段階 <input type="checkbox"/> 開業段階</p>



完成予想図(沖縄県土木建築部宮古土木事務所伊良部大橋パンフレットより)

# 宮古アイランド ロックフェスティバル2010の

特 集

# 経済効果

経済効果は3億300万円

## 要 旨

- 今年で6回目となる「宮古アイランドロックフェスティバル2010」が2010年6月26日に開催された。出演は前回同様に全国的に有名なアーティストなど計7組であった。
- 観客動員数は約4,330人となり、うち県外客が約1,560人、宮古島以外の県内客が約900人と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3億300万円となった。これは、直接支出額1億8,400万円に対して約1.6倍の波及効果となっている。
- 当社では2007年、08年に引き続き経済効果について試算したが、今年は島外客の増加などから08年の経済効果2億5,900万円を4,400万円上回った。
- 経済効果3億300万円を産業別にみると、運輸業4,400万円、宿泊業4,200万円、飲食店3,600万円、製造業3,100万円などとなっている。
- 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多くの経費を要しており、地元観客の増加や引き続き行政のバックアップなど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2010の概要

2010年6月26日に「宮古アイランドロックフェスティバル2010」が開催された。今年で6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企業経営者や自営業者を中心に運営されており、宮古島の夏を告げるイベントとして定着している。

同イベントは毎回全国的に有名なアーティストの出演があり、今年は、「ケツメイシ」や「FUNKY MONKEY BABYS」、県内からは「かりゆし58」など全7組のアーティストの参加があった。観客数は約4,330人と多くの動員があり、そのうち県外客が約1,560人、宮古島以外の県内客が約900人であった。開催に

先立って前夜祭が行われ、イベント終了後も市街地でアフターライブなどが開催されるなど同フェスティバルを盛り上げた。

また、同イベントの開催にあたりビーチや商店街の清掃などのボランティア活動も例年通り行われ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2010の概要

名称	MIYAKO ISLAND ROCK FESTIVAL 2010
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
開催日時	2010年6月26日(土)13:00
場所	宮古島市上野地区 南西楽園宮古島リゾート敷地内特設会場
出演者	かりゆし58・ケツメイシ・10-FEET BUZZ THE BEARS・FUNKY MONKEY BABYS 細美武士・山嵐
観客数	約4,330人 (うち県外客 約1,560人 宮古島以外の県内客 約900人)

出所 MIYAKO ISLAND ROCK FESTIVAL 実行委員会

## 2.「宮古アイランドロックフェスティバル2010」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、島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による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同イベントの開催に要した出費等の直接支出があり、これらの直接支出額は合計すると1億8,400万円であった。

### (2) 経済効果の試算

ここで、(1)で得られた直接支出額をそれぞれ該当する産業別需要項目に区分し、2007年の沖縄県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1億6,900万円となり、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8,000万円となる。

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5,500万円となる。

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、3億300万円となり、これが宮古アイランドロックフェスティバル2010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(1億5,800万円)となり、この中で雇用者へ支払った賃金等が雇用者所得(7,800万円)となる(図表2)。

当社では2008年の経済効果について試算したが、今年は島外からの観客が2008年よ

り約680人増加したことなどから、同年の経済効果である2億5,900万円を約4,400万円上回った。

図表2 産業連関分析による経済効果の試算結果

【単位：百万円】

	経済効果 (生産誘発額)	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 誘発額
直接効果	169	81	44
1次間接波及効果	80	43	20
2次間接波及効果	55	34	14
合計(総合効果)	303	158	78
直接支出額 (波及効果)	184 (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のことで、直接支出額に沖縄県内での自給率を掛けて求める。  
 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。

### (3) 産業別の波及効果

今回の経済効果である生産誘発額3億300万円を産業別にみると、運輸業の4,400万円(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4,200万円、飲食店の

3,600万円、製造業の3,100万円(主に土産品を中心とした製造業)、商業の2,400万円などの順となっている(図表3)。

### 3. まとめ

今年で6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、これに併せてビーチや商店街の清掃などのボランティア活動も行われるなど住民参加型のイベントとなっている。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多くの経費を要するものの、最近の景気低迷の影響などからスポンサーの獲得が難しくなっており、今後、このフェスティバルを継続し、発展させていくには、地元観客の増加や引き続き行政のバックアップなど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

【単位：百万円】

産業区分	経済効果 (生産誘発額)	粗付加価値 誘発額	雇用者所得 誘発額
運輸業	44	19	12
宿泊業	42	20	11
飲食店	36	16	10
製造業	31	11	4
商業	24	16	10
建設業	18	8	6
対事業所サービス	17	11	6
その他の対個人サービス	15	11	4
その他の産業	76	46	15
合計	303	158	78



【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、2010年2月に改定された沖縄県の2005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80部門表をベースにしたが、80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、県が公表した基本分類表(404行×350列)から該当する業種を抽出した。さらに、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、本件調査の分析⽤に組み替えた。

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

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)

[ ]<sup>-1</sup>: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

平成22年  
6/14<sup>月</sup>  
より  
開始!

# マネープラン相談 For Your Life キャンペーン!

マネープランもまかせてバンク♪

この機会にマネープランの点検はいかがですか?

### 対象商品

- 投資信託・保険商品(一時払)**  
国債・外国債券・外貨預金  
「インタビューシート」をご記入いただき  
商品内容をご説明いたします
- 平準払い保険**  
商品内容をご説明の上、  
提案書を作成いたします
- 個人型確定拠出年金プラン**  
商品内容をご説明の上、  
「申込セット」をお渡しいたします

### ご留意点

- ※個人のお客さまが対象となります。
- ※ご説明にあたり上記当行制定の用紙へのご記入および提案書の作成等をさせていただきます。あらかじめご了承ください。
- ※プレゼントは、お一人様1回限りとさせていただきます。なお、プレゼントは、支店ごとに先着順となります。
- ※一部支店・出張所ではお取扱できない商品もございます。店頭にてご確認ください。

キャンペーン期間中、右記金融商品に関する「資産運用」「資産形成」のご相談をされたお客さま  
先着3,000名様に

「りゅうぎんオリジナル  
紅型デザインタンブラー」をプレゼント!!



※写真イメージです

先着**3,000**名様に  
プレゼント!!

※プレゼントがなくなり次第終了とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

### 投資信託に関する留意点

- 投資信託に係るリスクについて  
投資信託は、変動のある国内外の株式、債券、不動産投資等を投資対象としますので、組み入れた株式、債券や不動産投資等の価格の下落や、株式、債券や不動産投資等の発行者の財務・経営悪化等により、損失が生じる可能性があります。また、外貨資産に投資する投資信託は、為替の変動により損失が生じる可能性があります。
- 投資信託に係る手数料について  
お申込手数料の上額は、ご投資金額に3.675%(税込)を乗じて得た額とします。各ファンドにより手数料は異なりますので、目録書等でご確認ください。
- 当行取扱いで換金(解約)手数料のあるファンドは、公社債投資1月号～12月号のみで、上額は1万円あたり105円(税込)です。
- 返託報酬の上額は、信託財産の純資産総額に対して、年率1.995%を乗じて得た額とします。ファンドの信託財産から差し引かれます。
- 信託財産留保額の上額は、解約時の基準価額に対し、0.5%を乗じて得た額とします。
- その他詳細は、各ファンドの「目録書」でご確認ください。
- 各ファンドに係る手数料等の最大合計額は、申込金額、保有期間等により異なりますので、表示することができません。
- その他留意点について  
○お申込の際は、目録書を必ずご覧ください。目録書には、那覇空港内出張所と安曇市場出張所を除く、全店の店頭にご用意しております。
- 投資信託は預金ではなく、預金保険および投資者保護基金の対象ではありません。
- 投資信託は投資信託会社が設定・運用を行う商品です。
- 投資信託の運用による収益および損失は、ご購入のお客様に帰属します。
- 各ファンドのお取引は、クーリング・オフの対象になりません。

### 国債に関する留意点

- ご検討にあたっては、「商品/シフレット」「契約締結前交付書面」等をお読みください。
- 発行体である国の財政難等により利払いや償還が遅延したり、不能になるリスク(デフォルトリスク)、繰上り償還や買入調整が行われ、当初予定の満期償還日まで運用することができなくなるリスクがあります。
- 利払いや償還日の直前には、換金できないことがあります。
- ご購入の場合は、購入対象のみをお支払いいただくことになります。(お預りする際の口座管理料は無料です)
- 国債は預金ではなく、預金保険の対象ではありません。
- 国債のお取引は、クーリング・オフの対象になりません。
- 国債には価格変動リスクがあり、中途換金する場合、売却時の市場変動によっては損失が生じるおそれがあります。
- 個人向け国債の償還  
「変動10年」および「固定3年」は発行から1年間、「固定5年」は発行から2年間、原則として中途換金はできません。なお、保有者が亡くなった場合、または大規模な自然災害により被害を受けた場合は、各々の期限内であっても中途換金が可能です。

### 保険に関する留意点

- ご検討にあたっては「商品/シフレット」「契約締結前交付書面(契約概要・注意喚起情報)」「ご契約のしおり」「約款」等をお読みください。
- 保険は預金ではなく、預金保険の対象ではありません。(保険契約者保護機構の補償対象です)
- 商品によっては、国内外の株式や債券等へ投資しているため、投資対象の価格の変動、外国為替相場の変動等により、投資した資産の価値が投資元本を割り込むことがあります。死亡給付金額や年金原額が払込保険料を下回るリスクは、ご契約者が負うことになります。
- 保険は、ご契約時の契約初期費用のほか、ご契約後も毎年、保険料保費・運用関係費用・年金管理費用等がかかる場合があります。また、払戻期間中に解約された場合、解約控除や市場価格調整費用等がかかる場合があります。ただし、費用等は商品ごとに費用の種類や料率等が異なるため、記載することができません。
- ご契約中の保険を解約したり、一部解約した場合は返戻金は元本を下回る場合があります。
- 保険ご契約の有無が、お客様と他の銀行取引に影響することはありません。
- 商品によっては、法令上の規制により、お客様の勤め先や、融資のお申込状況等によっては、お申込いただけない場合がございます。

### 外貨預金に関する留意点

- ご検討にあたっては、「商品/シフレット」「契約締結前交付書面」等をお読みください。
- 外貨預金は、預金保険の対象外です。
- 外貨預金のお取引はクーリング・オフの対象になりません。
- 外貨預金には、為替変動リスクがあります。外国為替相場の動向等によっては、お引き出し時の円換額がお預け入れ時の円換額を下回る等、元本割れが生じるリスクがあります。
- 円換額からお預け入れ時には当行所定の換入レート、円換額からお引き出し時には当行所定の換出レートを適用します。為替相場には変動がない場合でも換入レートと換出レートの差(通貨によって異なります)をお負担いただきますので、お引き出し時の円換額がお預け入れ時の円換額を下回り「元本割れ」が生じるリスクがあります。
- ※なお、商品によっては為替相場変動がございます。詳しくは窓口へお問い合わせ下さい。
- 外貨預金でのお預け入れおよびお引き出しについて  
○米ドル預金でのお預け入れまたはお引き出しの額には、1米ドルにつき2円(最低手数料500円)の手数料がかかります。
- ユーロおよび豪ドルの場合、外貨預金でのお預け入れおよびお引き出しはお取り扱いできません。
- 課税について  
○利息…「利所得」として20%の源泉分離課税(マル優の適用は受けられません)
- 為替差益…「雑所得」として確定申告による総合課税。
- 為替差損…黒字の雑所得から控除できます。

商号名:株式会社 琉球銀行 登録金融機関 沖縄総合事務局長(登金)第2号 加盟協会:日本証券業協会

くわしくはお近くのりゅうぎん窓口か下記フリーコールへどうぞ  
0120-19-8689  
受付時間:月～金 9:00～17:00(休日、銀行休業日を除きます。)

ながいおつきあい  
りゅうぎん  
琉球銀行

琉球銀行 検索

平成22年6月1日現在

# 県内の 景気 動向

**景気は、後退テンポが緩やかになっている**  
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、建設受注が前年を下回る

7月の県内景気をみると、消費関連では、百貨店売上高は家庭用品・その他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、既存店では食料品の単価の下落などにより引き続き前年を下回り、全店でも前年を下回った。新車販売はエコカー減税・補助金制度の効果などにより引き続き前年を上回り、電気製品卸売はエコポイント効果などにより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、前倒し発注等の政策効果の反動など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引き続き前年を下回った。建設資材出荷・売上では、セメント、生コン、鋼材、木材ともに前年を下回った。入域観光客数は、国内客が高校総体の効果などから増加し、外国客も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、稼働率は高校総体効果により那覇市内が上昇したことから前年を上回ったものの、売上は前年を下回った。主要観光施設の入場者数は、前年を下回った。

総じてみると、建設関連が弱含んでいるものの、消費関連と観光関連が一部で持ち直しの動きがみられることから、県内景気は後退テンポが緩やかになっている。



## りゅうぎん調査(2010年7月)

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2010.5-2010.7)
<b>1. 消費関連</b>		
(1)百貨店(金額)	▲ 2.0	▲ 4.4
(2)スーパー(既存店)(金額)	▲ 1.7	▲ 1.7
(3)スーパー(全店)(金額)	▲ 0.2	▲ 0.2
(4)新車販売(台数)	20.4	28.3
(5)電気製品卸売(金額)	15.2	16.4
<b>2. 建設関連</b>		
(1)公共工事請負金額(金額)	▲ 33.0	▲ 24.5
(2)建築着工床面積(m <sup>2</sup> )	(6月) ▲ 23.9	(4-6月) ▲ 15.0
(3)新設住宅着工戸数(戸)	(6月) ▲ 8.7	(4-6月) ▲ 13.7
(4)建設受注額(金額)	▲ 45.6	▲ 5.1
(5)セメント(トン数)	▲ 11.3	▲ 4.4
(6)生コン(m <sup>3</sup> )	▲ 16.3	▲ 13.4
(7)鋼材(金額)	▲ 22.9	▲ 31.5
(8)木材(金額)	▲ 14.1	3.6
<b>3. 観光関連</b>		
(1)入域観光客数(人数)	2.9	4.2
(2)県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) (実数) 0.4 75.7	(前年同期差) (実数) 0.7 67.7
(3) " 売上高(金額)	▲ 3.4	▲ 5.5
(4)観光施設入場者数(人数)	▲ 3.1	▲ 1.4
(5)ゴルフ場入場者数(人数)	▲ 3.6	▲ 3.0
(6) " 売上高(金額)	▲ 4.6	▲ 4.8
<b>4. その他</b>		
(1)県内新規求人数(人数)	15.8	12.8
(2)有効求人倍率(季調値)	(実数) 0.31	(実数) 0.31
(3)消費者物価指数(総合)	▲ 0.9	▲ 0.7
(4)企業倒産件数(件数)	(前年同月差) ▲ 1	(前年同期差) ▲ 2.0
(5)広告収入(県内マスコミ)(金額)	(6月) 6.9	(4-6月) 5.1
(6)電力使用量(百万Kwh)	(6月) 1.3	(4-6月) 3.0

(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。

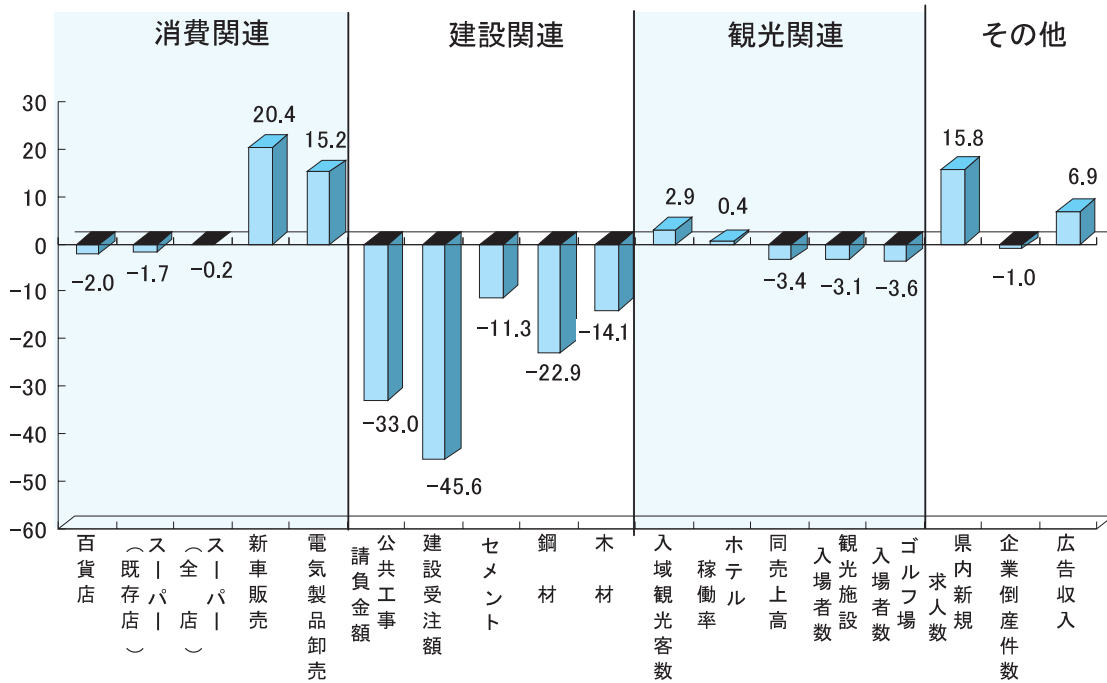
(注2) 電気製品卸売は、2010年4月より調査先を7社から4社とした。

(注3) 主要ホテルは、2009年7月より調査先を17ホテルから18ホテルとした。

(注4) 観光施設入場者数は、2009年1月より調査先を5施設から6施設とした。

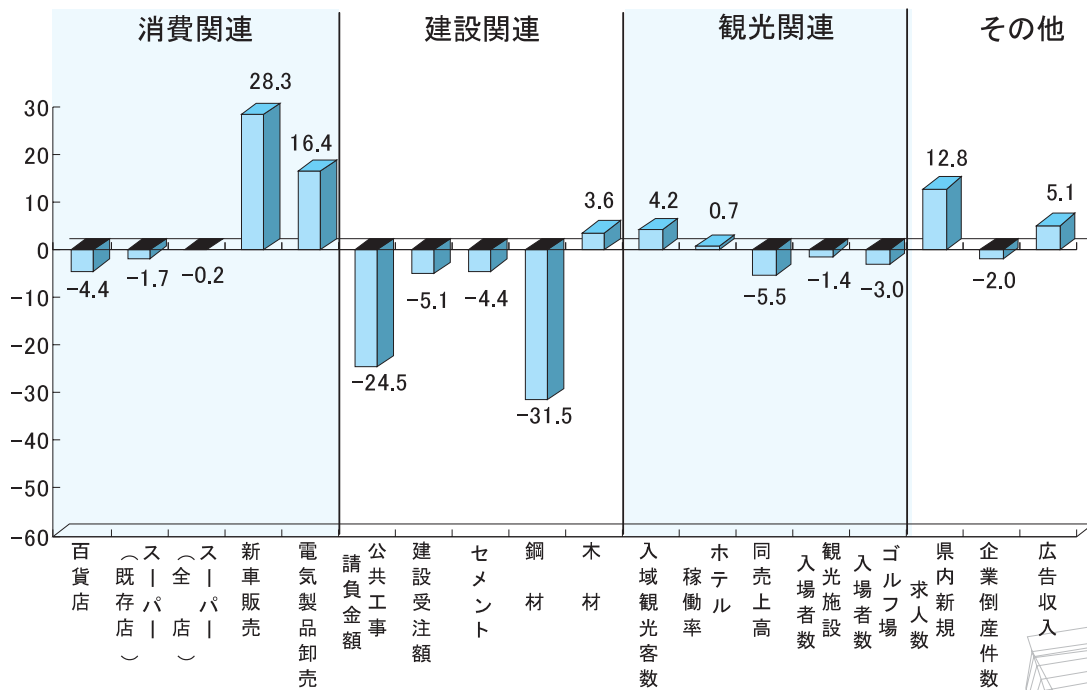
(注5) 企業倒産件数の前年同期差は、月平均件数の前年同期差。

項目別グラフ(単月、2010年7月)



(注) 広告収入は10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、2010年5~7月)



(注) 広告収入は10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

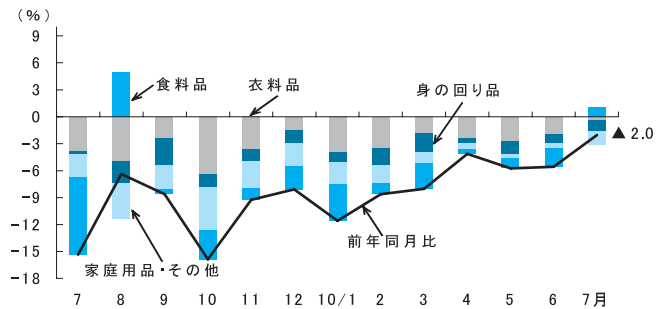
百貨店売上高は、食料品が増加したものの家庭用品・その他などの減少が続いていることから、24カ月連続で前年を下回った。スーパー売上高(既存店)は、単価が下落したことなどから食料品が減少し、衣料品も引き続き減少していることから5カ月連続で前年を下回った。全店ベースでは2カ月ぶりに前年を上回った。新車販売は、エコカー減税・補助金制度の効果などにより12カ月連続で前年を上回った。電気製品卸売販売額は、エコポイント効果などにより13カ月連続で前年を上回った。

## ①百貨店売上高(前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

### 24カ月連続で減少

- 百貨店売上高は、旧盆の時期が前にずれたこと(前年は9月上旬、今年は8月下旬)から中元ギフト(主に食料品)が増加したものの、家庭用品・その他などの減少が続いていることから前年同月比2.0%減と24カ月連続で前年を下回った。
- 品目別にみると、食料品(同3.7%増)が増加し、衣料品(同1.0%減)、身の回り品(同11.2%減)、家庭用品・その他(同6.7%減)が減少した。

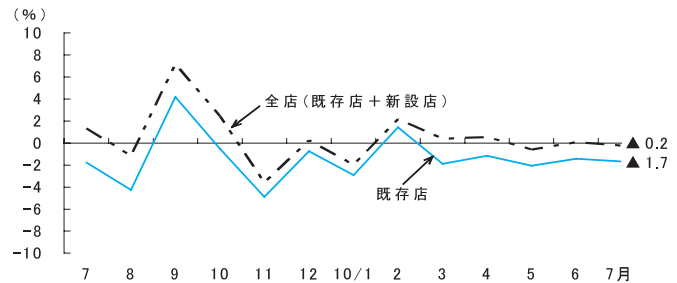


出所:りゅうぎん総合研究所

## ②スーパー売上高(前年同月比)

### 全店ベースは2カ月ぶりに減少

- スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月比1.7%減と5カ月連続で前年同月を下回った。
- 食料品は単価が下落していることなどから同2.0%減となり、衣料品は同5.3%減と減少した。
- 全店ベースでも同様なことなどから同0.2%減と2カ月ぶりに減少した。



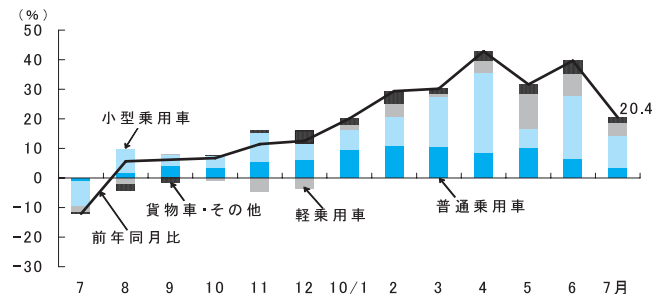
出所:りゅうぎん総合研究所

## ③新車販売台数(前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

### 12カ月連続で増加

- 新車販売台数は6,074台となり、引き続きエコカー減税・補助金制度の効果がみられたことなどにより前年同月比20.4%増と12カ月連続で前年を上回った。
- 普通自動車(登録車)は3,884台(同24.1%増)で、うち普通乗用車は607台(同38.9%増)、小型乗用車は3,102台(同21.9%増)であった。軽自動車(届出車)は2,190台(同14.4%増)で、うち軽乗用車は1,855台(同13.0%増)であった。



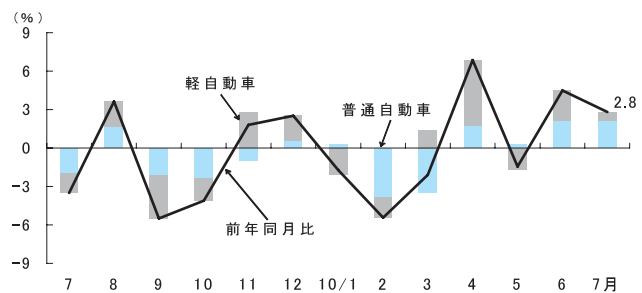
出所:沖縄県自動車販売協会

#### ④ 中古自動車販売台数【登録ベース】(前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

##### 2カ月連続で増加

- 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2.8%増となり2カ月連続で前年を上回った。
- 内訳では、普通自動車は同4.6%増、軽自動車は同1.2%増となった。



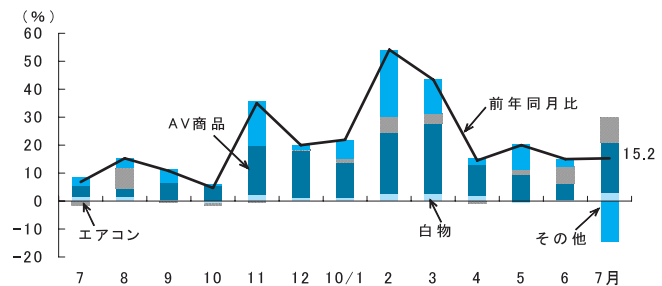
出所:沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

#### ⑤ 電気製品卸売販売額 (前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

##### 13カ月連続で増加

- 電気製品卸売販売額は、引き続きエコポイント効果がみられたことなどから前年同月比15.2%増と13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81.0%増、DVDレコーダーが同114.1%増、白物では洗濯機が同27.1%増、冷蔵庫が同12.7%増、エアコンが同44.0%増、その他は同33.9%減となった。



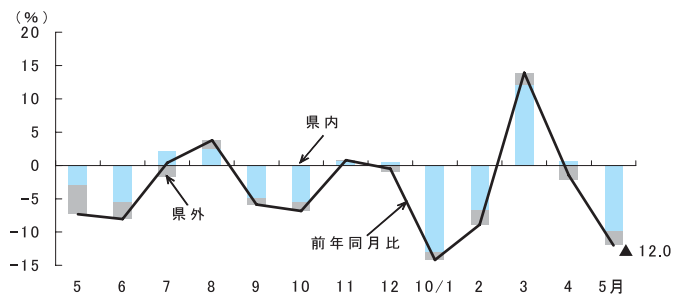
出所:りゅうぎん総合研究所 ※2010年4月より調査先が7社から4社となった。

#### ⑥ 泡盛出荷量【速報ベース】(前年同月比)

※棒グラフは出荷先別寄与度

##### 2カ月連続で減少

- 泡盛出荷量(5月)は、前年同月比12.0%減と2カ月連続で前年を下回った。
- 県内出荷量は同11.7%減となり、県外出荷量は同13.6%減となった。



出所:沖縄県酒造組合連合会

## 2.建設関連

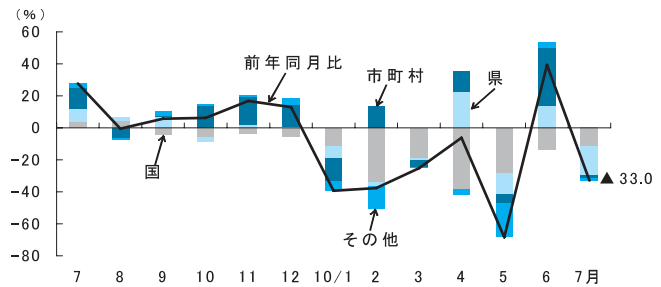
公共工事請負額は、前倒し発注等の政府の景気対策効果の反動などから2カ月ぶりに前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事、民間工事ともに減少し2カ月連続で前年を下回った。建設資材関連では、セメントは2カ月ぶりに前年を下回り、生コンも10カ月連続で前年を下回った。鋼材は、民間需要の低下などから出荷量が減少し18カ月連続で前年を下回った。木材は、住宅着工戸数が低めの水準で推移していることなどが影響し4カ月ぶりに前年を下回った。

### ① 公共工事請負金額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

#### 2カ月ぶりに減少

- 公共工事請負金額は、175億1,500万円で前年同月比33.0%減となり、前年に政府が実施した前倒し発注等の景気対策効果の反動などから2カ月ぶりに前年を下回った。
- 発注者別では、国（同45.7%減）、県（同49.0%減）、市町村（同5.6%減）、独立行政法人等・その他（同32.8%減）ともに減少した。
- 大型工事としては、那覇港（那覇ふ頭地区）道路（空港線）耐火被覆工事、糸満漁港護岸・波除堤及び埋立工事、那覇市新庁舎建設工事（建築・1工区）などがあった。



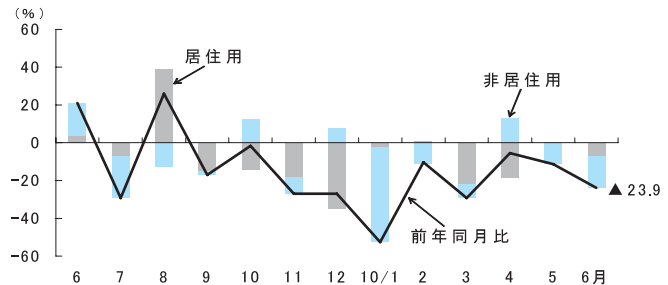
出所：西日本建設業保証株式会社沖縄支店

### ② 建築着工床面積（前年同月比）

※棒グラフは用途別寄与度

#### 10カ月連続で減少

- 建築着工床面積（6月）は、13万8,396㎡で前年同月比23.9%減となり、居住用、非居住用ともに減少したことから、10カ月連続で前年を下回った。用途別では、居住用が同14.6%減となり、非居住用は同33.2%減となった。
- 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が減少した。非居住用では、運輸業用などが増加し、卸売・小売業用、公務用などが減少した。



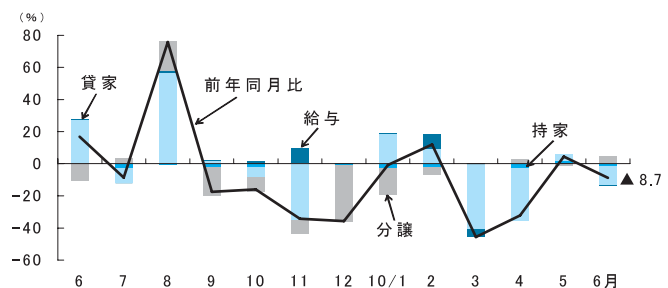
出所：国土交通省

### ③ 新設住宅着工戸数（前年同月比）

※棒グラフは利用関係別寄与度

#### 2カ月ぶりに減少

- 新設住宅着工戸数（6月）は924戸となり、分譲が増加したもののウエイトの高い貸家が減少したことなどから前年同月比8.7%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- 利用関係別では、分譲（同63.3%増）が増加し、貸家（同17.4%減）、持家（同6.8%減）、給与（全減）が減少した。



出所：国土交通省



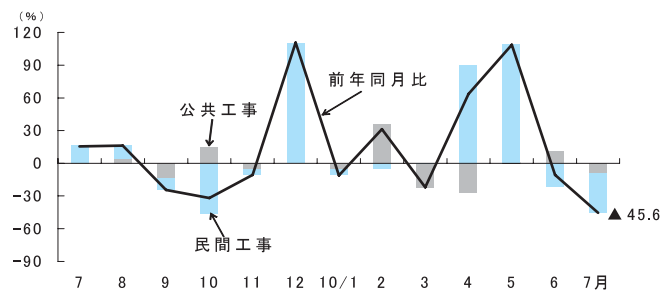


## ④ 建設受注額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

### 2カ月連続で減少

- ・建設受注額（調査先建設会社：20社）は、公共工事、民間工事ともに減少したことから、前年同月比45.6%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事（同48.2%減）は3カ月ぶりに減少し、民間工事（同45.0%減）は2カ月連続で減少した。

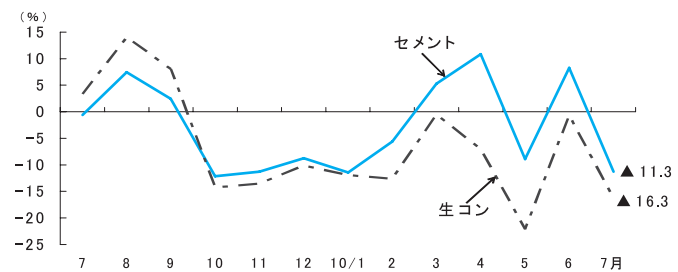


出所：リゅうぎん総合研究所

## ⑤ セメント・生コン（前年同月比）

### セメントは2カ月ぶりに減少、 生コンは10カ月連続で減少

- ・セメント出荷量は、5万8,988トンとなり、前年同月比11.3%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・生コン出荷量は、13万1,234立方メートルで同16.3%減と10カ月連続で前年を下回った。公共工事向け、民間工事向け出荷ともに減少した。
- ・生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、県企業局向けなどが増加し、港湾や空港関連向けなどが減少した。民間工事では、電力関連向けなどが増加し、貸家や分譲マンション向けなどが減少した。

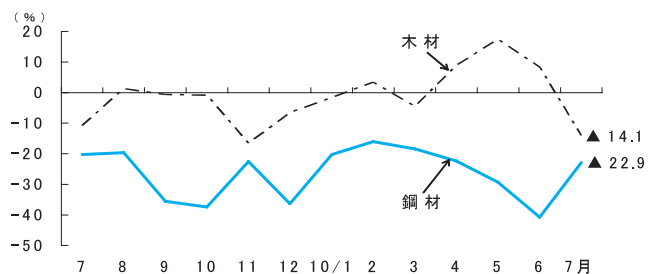


出所：リゅうぎん総合研究所

## ⑥ 鋼材・木材（前年同月比）

### 鋼材は18カ月連続で減少、 木材は4カ月ぶりに減少

- ・鋼材売上高は、民間需要の低下などから出荷量が減少し、前年同月比22.9%減と18カ月連続で前年を下回った。
- ・木材売上高は、貸家や分譲マンションなど住宅着工戸数が低めに推移していることなどが影響し、14.1%減と4カ月ぶりに前年を下回った。



出所：リゅうぎん総合研究所

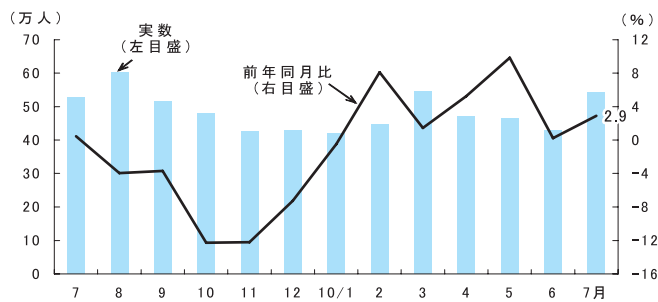
### 3.観光関連

入域観光客数は、高校総体効果などから国内客が引き続き増加し、外国客も引き続き増加したことから、6カ月連続で前年を上回った。県内主要ホテルは、稼働率は、リゾートが引き続き低下したものの那覇市内が上昇したことから、5カ月ぶりに前年を上回った。売上高は、那覇市内は増加したが、リゾートが減少し、21カ月連続で前年を下回った。主要観光施設入場者数は2カ月連続で前年を下回った。主要ゴルフ場は、入場者数、売上高ともに前年を下回った。

#### ①入域観光客数(実数、前年同月比)

##### 6カ月連続で増加

- 入域観光客数は54万3,000人で、前年同月比2.9%増(15,200人増)となり、6カ月連続で前年を上回った。外国客、国内客がともに増加した。7月としては過去最高の記録となった。
- 国内客(同1.6%増)は、高校総体効果などから6カ月連続で前年を上回った。外国客(同21.5%増)は、海路は減少したものの、空路が定期航空便の増加などで倍増したことから前年を上回った。
- 8月1日～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を除く)は前年同月比1.2%増となり、3カ月ぶりに前年を上回った。

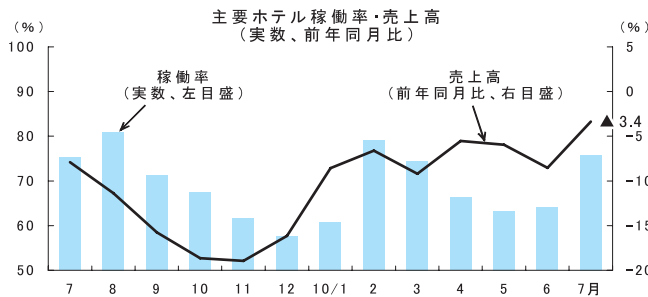


出所:沖縄県観光商工部

#### ②主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

##### 稼働率は5カ月ぶりに上昇、売上高は21カ月連続で減少

- 主要ホテルの客室稼働率は、75.7%と前年同月比0.4ポイント上昇し、5カ月ぶりに前年を上回った。売上高は同3.4%減少し、21カ月連続で前年を下回った。
- 那覇市内ホテルの客室稼働率は、高校総体効果などから67.1%と同2.1ポイント上昇した。売上高は同4.2%増加となった。リゾート型ホテルの客室稼働率は、80.7%で同0.5ポイント低下した。売上高は同5.1%減となった。



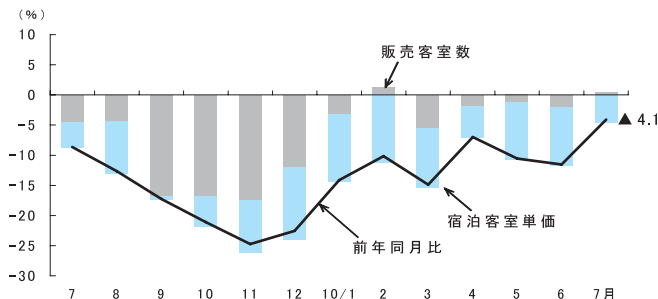
出所:りゅうぎん総合研究所 (注)09年7月より調査先を17ホテルから18ホテルとした。

#### ③主要ホテル宿泊収入(前年同月比)

※棒グラフは客室数・単価別寄与度

##### 19カ月連続で減少

- 主要ホテル売上高のうち宿泊収入についてみると、販売客室数(数量要因)は前年とほぼ同水準だったが、宿泊客室単価(価格要因)減少したことから、前年同月比4.1%減と、19カ月連続で前年を下回った。

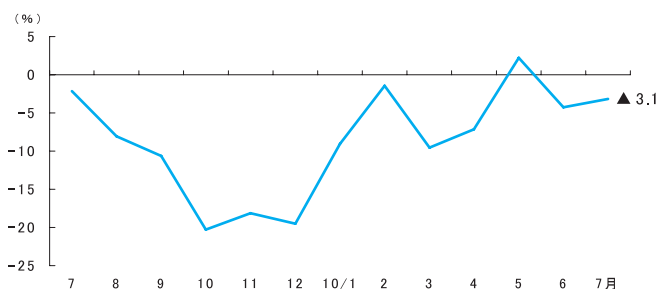


出所:りゅうぎん総合研究所

## ④ 主要観光施設の入場者数(前年同月比)

### 2カ月連続で減少

・主要観光施設の入場者数は、前年同月比3.1%減となり、2カ月連続で前年を下回った。

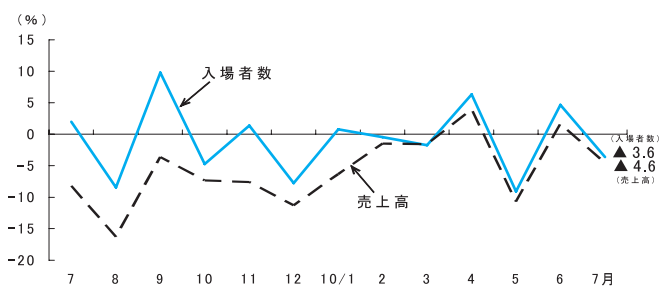


出所:リゅうぎん総合研究所 (注)09年1月より調査先を5施設から6施設とした。

## ⑤ 主要ゴルフ場入場者数・売上高(前年同月比)

### 入場者数、売上高とも2カ月ぶりに減少

・主要ゴルフ場の入場者数は、県外客は増加したものの、前年同月比3.6%減と2カ月ぶりに前年を下回った。売上高は同4.6%減となり2カ月ぶりに前年を下回った。



出所:リ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。

## 4. 雇用関連・その他

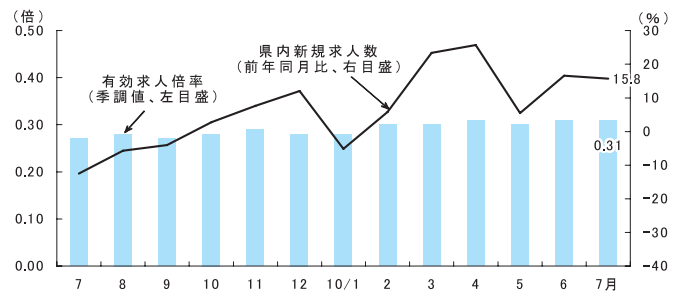
新規求人数は前年同月比15.8%増となり6カ月連続で増加した。有効求人倍率(季調値)は0.31倍と前月と同数となった。完全失業率(季調値)は6.3%と前月と同数となった。

消費者物価指数は、家事家具、教育、教養娯楽などが下落したことから、前年同月比0.9%下落し15カ月連続で前年を下回った。企業倒産は、件数が4件と前年同月より1件下回り、負債総額は5億4,900万円となり前年同月比4.4%の減少となった。

### ① 雇用関連 (新規求人数と有効求人倍率)

#### 新規求人数は増加、 有効求人倍率(季調値)は同数

- ・新規求人数は、前年同月比15.8%増となり5カ月連続で増加した。産業別にみると、情報通信業、医療、福祉、宿泊業、飲食サービス業などで増加し、運輸・郵便業、公務・その他、生活関連サービス業、娯楽業、建設業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は0.31倍となり、前月と同数となった
- ・労働力人口は、67万9,000人で前年同月比0.3%増となり、就業者数は、63万4,000人で同0.3%増となった。完全失業者数は4万4,000人で同2.2%減となった。完全失業率(季調値)は6.3%と前月と同数となった。



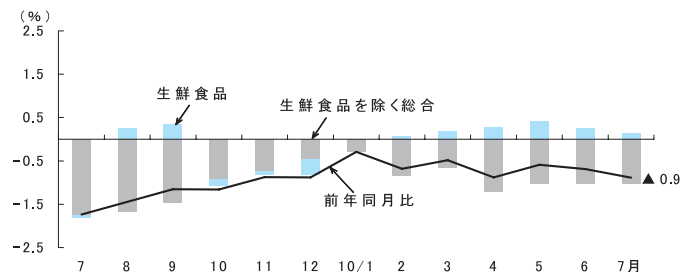
出所:沖縄労働局

### ② 消費者物価指数【総合】(前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

#### 15カ月連続で下落

- ・消費者物価指数は、前年同月比0.9%減と15カ月連続で前年を下回った。生鮮食品を除く総合も、同1.1%減と下落した。
- ・品目別の動きをみると、被服履物、交通通信、諸雑費などが上昇し、家事家具、教育、教養娯楽などが下落した。

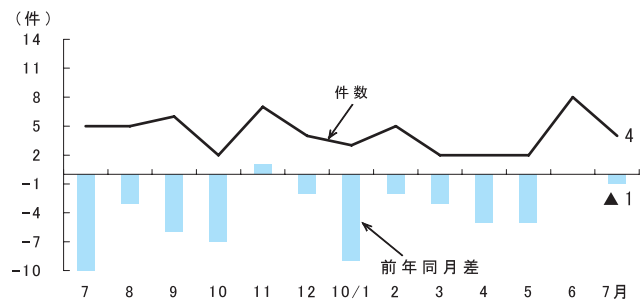


出所:沖縄県(注1)端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。  
(注2)2006年7月より2005年=100に改定された。

### ③ 企業倒産

#### 件数、負債総額ともに減少

- ・倒産件数は4件となり前年同月を1件下回った。業種別では、建設業4件(前年同月比1件増)であった。
- ・負債総額は5億4,900万円となり、前年同月比4.4%の減少となった。



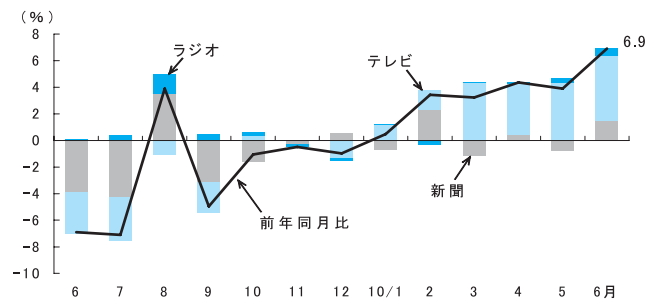
出所:東京商工リサーチ沖縄支店

## ④ 広告収入【マスコミ】（前年同月比）

※棒グラフはメディア別寄与度

### 6カ月連続で増加

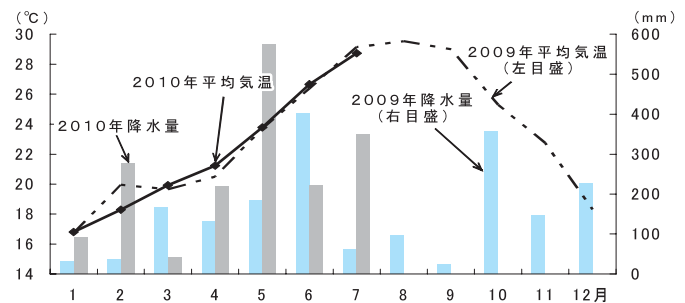
・広告収入（マスコミ：6月）は、前年同月比6.9%増となり、6カ月連続で前年を上回った。新聞、ラジオ、テレビともに前年を上回った。



出所：リゅうぎん総合研究所

## 参考 気象：平均気温・降水量【那覇】

・平均気温は28.7℃と前年同月（29.2℃）より低く、平年（28.5℃）より高かった。降水量は348.5mmと前年同月（62.0mm）より多かった。



出所：沖縄気象台



2010年8月

## 資産除去債務会計基準の早期適用

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： 資産除去債務会計基準の早期適用

「資産除去債務に関する会計基準」と「同適用指針」は平成22年4月1日以後開始する事業年度から強制適用されますが、平成22年3月31日以前に開始する事業年度から適用できます。平成21年3月期には2社、平成22年3月期においても7社が早期適用しています。

会社名	適用開始時期	概要	特別損失 (百万円)	負債額 (百万円)	割引率	使用見込期間
日鉄鉱業(株)	平成21年3月期	鉱山等において、法律等の定めにより支出が予想される採掘終了後の後処理義務等	2,437	3,093	0.814%から2.45%	48年から90年(採掘可能期間)
静岡鉄道(株)	平成21年3月期	賃貸用店舗及び事業用資産の不動産賃貸借契約に伴う原状回復義務	299	810	0.7%から2.5%	7年から45年
㈱デジタルチェック	平成22年3月期	本社の不動産賃貸借契約に伴う原状回復義務	不明	不明	記載なし	入居から4年間
㈱レオパレス21	平成22年3月期	店舗等の不動産賃貸借契約及び賃貸用不動産の定期借地権契約に伴う原状回復義務等	413	101	0.485%(不動産賃貸借契約) 1.329%~ 2.301%(定期借地権契約)	取得から5年 11年~30年
㈱東北銀行	平成22年3月期	営業店舗の一部の事業用定期借地権契約や不動産賃貸借契約に伴う原状回復義務等	38	49	主に2.404%(減価償却期間の国債利回)	建物の減価償却期間(主に34年)
㈱リーガルコーポレーション	平成22年3月期	店舗の不動産賃貸借契約に伴う原状回復義務等	146	196	1.08%(8年物国債 09年4月1日現在)	取得から8年
㈱タカチホ	平成22年3月期	温浴施設及び事業用資産の一部の土地の事業用定期借地権契約に伴う原状回復義務等	142	307	1.02%	取得から20年
トヨタ自動車(株)	平成22年3月期	記載なし	-	11,600	記載なし	記載なし
コナミ(株)	平成22年3月期	本社事務所の賃貸借契約に伴う原状回復義務等	20	93	1.35%	取得から10年

※1 表中の「特別損失」、「負債額」とも連結ベースの金額。(株)タカチホは単体ベースの金額

※2 トヨタ自動車(株)及びコナミ(株)は連結ベースをUS基準適用のため、金額は単体ベースの金額

#### 1. 計上した資産除去債務

早期適用で注記の開示を行なっている9社のうち、7社は定期借地権契約や不動産賃貸借契約に伴う原状回復義務に関する資産除去債務を計上しています。今後も資産除去債務を計上する理由として、賃貸借契約に伴う原状回復義務に係る資産除去債務を計上するケースが多くなると考えられます。

#### 2. 資産除去債務の金額を貸借対照表に計上していない理由

「基準」で資産除去債務の金額を合理的に見積ることができない場合には、これを計上せず、当該債務額を合理的に見積ることができるようになった時点で負債として計上するとされ、合理的に見積ることができない理由を注記することと規定されています。使用期間の見積りが難しいという理由で(株)リーガルコーポレーション及びコナミ(株)で一部の賃借物件の原状回復義務にかかる資産除去債務の計上が行なわれていません。「適用指針」では、合理的に見積ることができない場合とは、決算日現在入手可能なすべての証拠を勘案し、最善の見積りを行ってもなお、合理的に算定することができない場合と規定されており、合理的に見積ることができない場合はきわめて限定的になると考えられます。

#### お見逃しなく!

1. 資産除去債務の金額を見積ることができない場合はきわめて限定的であり、資産除去債務の計上を前提に取り組みを行う必要があります。
2. 使用期間の見積りにあたっては、店舗統廃合の事業計画や過去の店舗閉鎖状況等を勘案して使用期間を見積ります。
3. 原状回復義務の金額を見積りにあたっては、業者からの工事見積りや過去の原状回復時の工事代金等を勘案して原状回復時の金額を見積ります。

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いただけます。<http://www.gtjapan.com>  
© Taiyo ASG Group. All rights reserved.

## エコアイランド宮古島

— 「環境都市」へ取り組み —

「地球温暖化」が取りざたされている昨今、二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)など温室効果ガス濃度が高まり地表温度の上昇が問題となっています。このままだと100年後には最大で5.8℃も上昇するとの予想もあります。

このような世界的問題に対して、宮古島市では全国に先駆け2008年3月に「エコアイランド宮古島」を宣言しました。2050年には同市のCO<sub>2</sub>を03年度比70%削減することを目標に掲げ、E3、風力、太陽光、バガス発電、バイオディーゼル燃料の製造、地下水の保全等積極的に取り組んでいます。

国内最大級の日照量と離島特有の定常的な海風、高低差がない舗装道路網、全島統一40km/hの自動車の制限速度等をいかして、電気スクーターや電気自動車等エコカー導入のほか、直流電源として風力や太陽光発電の利用を促し、島内に蓄電機能を有する電源ステーションの普及も目指しています。

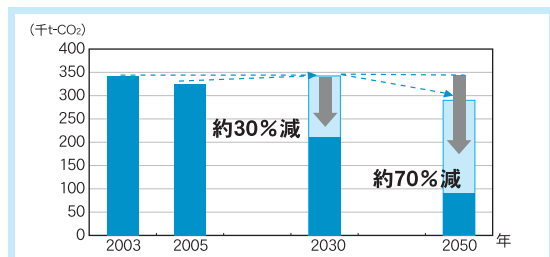
また、官・民共同の環境モデル都市への取り組みとして、1,000キロワット以上の大規模太陽光発電「メガソーラ」などのマイクログリッド実証、市立学校を対象にした太陽光発電システムの供用も始まりました。太陽光で得られる電力を表示装置で見ることで児童・生徒の環境への関心を高めるなど学習に役立つシステムも構築中です。

エコアイランドを目指す「<sup>ばん</sup>我が<sup>すま</sup>が<sup>か</sup>美ぎ島みゃ〜く」から今後も目が離せません。



琉球銀行宮古支店長  
山田 義人

CO<sub>2</sub>排出削減イメージ



出所：宮古島市

## 第26回NAHAマラソン

— 参加者増 県経済に貢献 —

1985年に約4,500人の参加者を集め、第1回大会が開催された「NAHAマラソン」は早いもので今年2010年、26回目を迎え、沖縄県を代表するスポーツイベントとなりました。

NAHAマラソンは、年々参加者が増加しており、去年の第25回記念大会には約30,000人のジョガーが参加しました。これは国内でも最大規模の市民マラソン大会であることの証でもあり、世界的にも有名なニューヨークシティマラソンやロンドンマラソンの参加人数にも迫るものです。約30,000人の参加者のうち、約12,000人が県外や海外からの参加者で、ジョガーのみならず、家族など多数の同伴者が来県し、県経済にも大きく貢献しています。

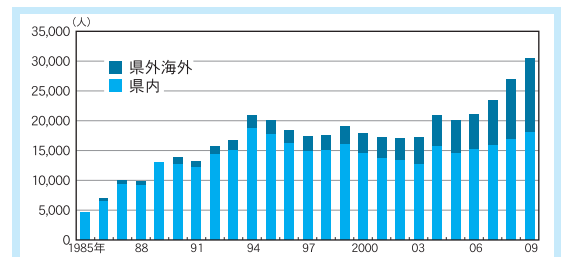
(株)りゅうぎん総合研究所がまとめたレポートによると、第25回記念大会の経済効果は直接、間接効果合計で約16億8,300万円と試算されています。一般的にオフシーズンである12月の初旬にこれだけの経済効果をもたらすNAHAマラソンは国内の不景気などの影響も受けにくく、このようなイベント等を通して、安定的な入域観光客等を確保できるような仕組み作りが重要です。

なお、今回の第26回大会は8月2日から31日までの受付期間ですが、これまでと違い、先着25,000名の参加者限定となり、定員に達し次第、受付終了となりますので、早めのお申し込みを！



琉球銀行嘉手納支店長  
古謝 忠

NAHAマラソン参加者の推移



出所：NAHAマラソン協会事務局

なかぐすくじょうあと

## 中城城跡

— 世界遺産登録から10年 —

2000年に「琉球王国のグスク及び関連遺産群」が国内11番目の世界遺産として登録され10年が経過しました。

その一つである中城城跡は、去る大戦の戦渦をまめがれ、県内では最も原型を残した貴重な文化遺産で、東に中城湾及び太平洋、西に東シナ海を望む景勝地です。現在、この世界に誇る歴史遺産を大切に守るため、さらに沖縄の歴史や文化、自然を県民のみならず、国内外からの来訪者も気軽に体験・学習できる公園とするために「中城公園基本計画」に基づき「文化創造の公園」をテーマとした公園整備が進められています。

本整備事業では、城跡公園周辺約97haを歴史と文化を育む歴史環境ゾーン、自然と文化を育む自然環境ゾーン、文化の交流を育む文化交流ゾーンに分けて、周辺集落との遊歩道設置、首里城から続く宿道や古墳群の保全など中城間切風土探訪の創設を図ることに加え、中城ダムを中心とした都市緑化植物園、多目的広場の整備、斜面を利用した草スキー場等が計画されています。また、歴史や文化交流の拠点としての文化施設も建設中で、これまで以上に県内外からの来訪者増が期待されます。

歴史上のドラマ「阿麻和利と護佐丸」、首里城とのかわり、黒船で来航したペリー提督一行と中城城跡との関係など、史跡に触れることにより、日頃のスト

レスから開放され、明日への英気を養ってみてはいかがでしょうか。



琉球銀行普天間支店長  
城間 英亨

世界遺産「中城城跡」



出所：中城村教育委員会

## 小禄地域の発展と「みなと村」の歴史

— 1947年、特殊行政区に —

那覇市小禄地域は、沖縄県の空の玄関、那覇空港が立地し、貨物運送業、観光関連業等のほか、大型スーパーなど商業施設も軒を連ね、那覇市南部の重要な経済圏として発展してきました。その小禄地域の一角(奥武山)にかつて「みなと村」が存在していたのをご存知でしょうか。

終戦後米軍統治下、捕虜となった日本兵が港湾作業を行っていましたが、日本兵の帰還に伴い沖縄住民がこれに当たることとなり、その労務者や家族を含めて一つの集落となり、1947年5月1日特殊行政区「みなと村」が発足しました。①奥武山区②ペリー区(現在の山下町、ペリー提督の沖縄上陸に直接関係はなく、終戦直後「山下」の名を嫌った米軍が強制的に「ペリー」という地名にした)③壺川区④美田区⑤楚辺区⑥旭町区⑦松尾区の7自治区からなり、人口7,638人、世帯数1,591戸を数え総面積は233,284坪に及び村となり、役場、学校、診療所、水産組合、農業組合なども設置され賑わいを見せていました。

その後、港湾作業が請負制に移行するとともに戦後復興期を象徴する特殊な使命を持った「みなと村」の設置意義がなくなり、50年8月1日、那覇市に合併されました。

現在、奥武山公園内の世持神社(県立武道館隣)入口に「みなと村役場跡」の表示が残っています。奥武山公園

園をウォーキングがてら覗いてみてはいかがでしょうか。



琉球銀行小禄支店長  
洲鎌 隆夫

かつての「みなと村」



出所：那覇市



## 沖 縄

- 8.2 県産業振興公社が発表した4～6月期の県内中小企業景況調査によると、全業種の業況DI（景気動向指数）はマイナス22.4となり、前期（1～3月）より6.0ポイント改善した。
- 8.5 東京商工リサーチ沖縄支店は2009年度県内企業売上高ランキングを発表した。上位100社の売上高合計は前年度比4.5%減の1兆7,859億円となった。マイナス幅は集計を取り始めた1985年度以降、最大となった。
- 8.18 県は、県産農林水産物を積極的に活用している飲食店65店舗を「おきなわ食材の店」に認証し、登録証と認証用の盾、PRノボリを授与した。同制度は2008年度から始まっており、今回の認証で登録店が100店舗になった。
- 8.23 国土交通省は、香港航空(香港)が那覇と香港を結ぶ定期便について、9月6日に就航することを許可した。週計4往復する。香港航空が日本に定期便を就航するのは初めてとなる。
- 8.25 沖縄地区税関が発表した7月の管内貿易概況速報によると、輸出が前年同月比2.2倍の127億2,200万円、輸入が同41.0%増の264億6,800万円となり、いずれも2カ月ぶりに増加した。
- 8.27 内閣府沖縄担当部局は、総額2,304億500万円となる2011年度予算概算要求を発表した。本年度概算要求額(2,446億8,700万円)より142億600万円(5.1%)減だが、本年度当初予算より6億1,200万円(0.3%)上積みし、要求する。
- 8.30 沖縄電力が発表した10月の料金は、標準家庭の月額で7,405円となり、9月の料金を据え置いた。中部や九州など4社は値上げし、北海道と東京は値下げした。

## 全国・海外

- 8.2 自販連が発表した7月の国内新車販売台数(軽除く)は、前年比15.0%増の33万3,403台となり、12カ月連続で増加した。全軽自協が発表した軽自動車新車販売台数は8.6%増の15万3,203台となり7カ月連続で増加した。
- 8.5 厚生労働省が発表した2009年の雇用動向調査によると、退職や解雇で離職した労働者は724万人となり、離職率は前年比1.8ポイント増の16.4%と4年ぶりに上昇に転じた。金融危機後の業績悪化で契約打ち切りやリストラを進めたことが主因となった。
- 8.10 財務省は、国債と借入金、政府短期証券を合わせた国の債務残高(借金)が6月末時点で904兆772億円となったことを発表した。国民一人当たり(人口1億2,742万人で算出)の借金は約710万円となる。前回発表の3月末から21兆1,538億円増加した。
- 8.10 内閣府は8月の月例経済報告で、企業の生産について「持ち直している」から「緩やかに持ち直している」に引き下げた。景気の基調判断は「着実に持ち直してきており、自律的回復への基盤が整いつつある」と3カ月連続で据え置いた。
- 8.18 農林水産省の調べによると、2009年に新たに農業を始めた新規就農者数は前年度より11.4%増の6万6,820人だった。農家の高齢化は進んでおり、子どもが両親に代わって農家を継ぐケースが増加したことが主な要因となった。
- 8.25 財務省の7月の貿易統計速報(通関ベース)によると、輸出額が前年同月比23.5%増の5兆9,828億円、輸入額は同15.7%増の5兆1,786億円。輸出から輸入を差し引いた貿易収支は8,042億円となり16カ月連続の黒字となった。

# 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
2007	0.7	0.3	2.4	▲0.7	▲3.8	▲3.1	263,842	9.0	1,847.5	▲22.5
2008	▲2.1	0.1	2.7	4.5	▲1.1	▲4.0	254,597	▲3.5	1,950.6	5.6
2009	▲9.4	▲2.0	0.9	6.7	▲10.9	▲3.2	285,283	12.1	1,888.1	▲3.2
2009 6	▲10.3	▲3.2	▲0.4	▲2.5	▲23.2	▲8.0	18,244	▲12.9	182.0	20.9
7	▲15.4	▲1.8	1.3	6.8	▲12.1	0.4	26,132	27.6	137.2	▲29.3
8	▲6.4	▲4.2	▲1.2	15.3	5.7	3.8	22,106	▲0.5	138.9	26.0
9	▲8.6	4.2	7.2	10.8	6.2	▲5.9	35,018	5.7	151.4	▲17.0
10	▲15.9	▲0.5	2.5	4.7	6.8	▲6.9	31,380	6.2	146.9	▲1.6
11	▲9.3	▲4.9	▲3.6	34.9	11.5	0.8	16,383	16.8	161.9	▲27.0
12	▲8.1	▲0.7	0.2	20.0	12.5	▲0.5	22,234	13.0	173.9	▲27.0
2010 1	▲11.6	▲2.9	▲2.0	22.0	20.1	▲14.2	10,905	▲39.3	96.4	▲52.5
2	▲8.6	1.4	2.2	54.1	29.4	▲8.9	9,582	▲37.7	145.4	▲10.4
3	▲8.0	▲1.9	0.4	43.4	30.2	13.9	34,742	▲25.2	129.9	▲29.2
4	▲4.1	▲1.2	0.5	14.4	42.8	▲1.5	11,784	▲6.3	119.4	▲5.4
5	▲5.7	▲2.1	▲0.6	19.9	31.7	▲12.0	6,773	▲68.4	106.7	▲11.3
6	▲5.6	▲1.4	0.1	15.0	39.6	-	25,423	39.3	138.4	▲23.9
7	▲2.0	▲1.7	▲0.2	15.2	20.4	-	17,515	▲33.0	-	-
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) 電気製品卸売販売額は、2010年4月より調査先が7社から4社となった。

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。

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
2007	10,876	▲33.1	29.4	▲0.6	▲2.1	7.0	▲5.1	5,869.2	4.1	5.6
2008	12,300	13.1	▲12.1	▲7.0	▲6.1	16.4	▲11.3	6,045.5	3.0	3.1
2009	11,747	▲4.5	▲22.1	▲3.1	▲0.9	▲23.1	▲9.4	5,650.8	▲6.5	▲10.9
2009 6	1,012	16.9	81.0	▲12.4	▲7.2	▲12.4	▲4.2	426.8	▲2.7	▲5.0
7	922	▲8.6	15.5	▲0.6	3.3	▲20.3	▲10.8	527.8	0.5	▲2.2
8	1,193	75.7	16.2	7.4	14.0	▲19.7	1.3	601.9	▲4.0	▲8.1
9	961	▲17.4	▲24.3	2.4	8.0	▲35.5	▲0.6	515.2	▲3.7	▲10.6
10	1,021	▲16.0	▲31.8	▲12.2	▲14.3	▲37.4	▲0.9	479.9	▲12.3	▲20.3
11	909	▲34.3	▲10.6	▲11.3	▲13.5	▲22.5	▲16.6	426.3	▲12.2	▲18.1
12	1,129	▲35.7	110.7	▲8.8	▲10.1	▲36.4	▲6.6	430.2	▲7.3	▲19.5
2010 1	764	▲0.8	▲11.1	▲11.4	▲11.9	▲20.3	▲1.6	418.3	▲0.5	▲9.0
2	845	11.9	31.3	▲5.6	▲12.6	▲16.1	3.4	447.0	8.1	▲1.4
3	715	▲45.6	▲22.0	5.2	▲0.5	▲18.4	▲4.5	544.9	1.4	▲9.5
4	687	▲32.2	63.5	10.8	▲7.1	▲22.4	8.9	471.9	5.2	▲7.1
5	782	4.5	108.8	▲8.9	▲22.2	▲29.3	17.6	465.0	9.9	2.3
6	924	▲8.7	▲10.6	8.2	▲0.7	▲40.8	8.3	427.7	0.2	▲4.3
7	-	-	▲45.6	▲11.3	▲16.3	▲22.9	▲14.1	543.0	2.9	▲3.1
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) 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)。

注) 観光施設入場者数は、2009年1月より調査先が5施設から6施設となった。

# 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	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	2005年=100	前年比	百万Kwh	前年比
2007	77.7	80.2	1.1	2.7	1.8	▲2.0	97.7	0.1	3,385	2.1
2008	70.7	80.6	▲1.6	1.0	3.1	▲4.8	98.3	0.6	3,417	0.9
2009	66.2	70.9	▲8.6	▲14.5	▲1.7	▲5.0	-	-	3,392	▲0.7
2009 6	52.4	68.9	▲6.6	▲8.2	▲0.7	▲6.9	119.1	3.2	280	▲3.4
7	65.0	81.2	▲7.1	▲8.1	2.0	▲7.1	101.3	1.7	325	▲4.5
8	77.9	82.7	▲4.0	▲12.8	▲8.4	3.9	97.2	▲0.9	382	0.6
9	66.7	73.7	▲8.9	▲18.0	9.8	▲5.0	94.4	▲4.6	368	3.6
10	64.0	69.4	▲7.9	▲22.8	▲4.7	▲1.1	98.9	0.9	340	0.6
11	60.3	57.4	▲17.1	▲20.0	1.4	▲0.5	93.2	▲5.2	294	▲8.5
12	62.5	54.8	▲12.6	▲18.1	▲7.7	▲1.0	95.5	▲3.9	250	0.5
2010 1	62.4	59.7	▲12.9	▲6.1	0.8	0.5	99.2	▲7.6	239	0.0
2	80.9	77.9	▲8.9	▲5.1	▲0.5	3.4	96.0	▲19.2	225	0.7
3	75.5	73.9	▲8.1	▲9.8	▲1.7	3.2	106.9	▲15.1	218	▲0.4
4	62.2	68.6	▲7.6	▲4.7	6.3	4.4	101.0	1.4	248	3.7
5	61.1	64.5	▲1.5	▲7.6	▲9.1	3.9	85.1	▲8.3	248	4.4
6	63.0	64.6	1.0	▲12.3	4.7	6.9	-	-	281	1.3
7	67.1	80.7	4.2	▲5.1	▲3.6	-	-	-	-	-
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) ホテルは、2009年7月より調査先が17ホテルから18ホテルとなった。

注) ゴルフ場は、2006年10月より調査先が9ゴルフ場から8ゴルフ場となった。

注) 鉱工業生産指数の暦年値、前年比は原指数の増減率。2009年2月より2005年=100に改定された。

暦年	企業倒 産件数	負債総額		消費者 物価指数	失業率 (季調値)	就業者数	有効求人 倍率 (季調値)	新規 求人 人数 (県内)	通関輸出	通関輸入
	件	百万円	前年比	前年比	%	前年比	倍	前年比	百万円	百万円
2007	78	10,610	▲78.0	0.2	7.4	▲0.8	0.42	▲10.6	59,578	198,113
2008	98	72,601	584.3	2.2	7.4	1.4	0.38	▲15.7	81,011	263,656
2009	75	25,070	▲65.5	▲0.5	7.5	2.8	0.28	▲7.5	47,752	182,334
2009 6	8	3,533	19.4	▲1.0	7.1	3.8	0.28	▲5.7	2,368	13,740
7	5	574	▲98.9	▲1.7	6.5	2.8	0.27	▲12.5	5,750	18,719
8	5	2,922	▲58.0	▲1.4	7.3	2.9	0.28	▲5.7	3,743	13,459
9	6	761	▲74.9	▲1.2	7.5	2.0	0.27	▲4.0	5,540	20,388
10	2	1,382	49.6	▲1.2	7.1	2.2	0.28	2.7	6,785	18,470
11	7	2,293	495.6	▲0.9	7.8	1.3	0.29	7.6	2,152	14,658
12	4	842	▲26.8	▲0.9	7.3	0.0	0.28	12.1	6,791	15,801
2010 1	3	495	▲94.3	▲0.3	7.4	1.0	0.28	▲5.2	3,492	18,765
2	5	1,310	125.5	▲0.7	8.1	0.8	0.30	5.9	5,907	14,099
3	2	325	▲7.1	▲0.5	7.9	1.7	0.30	23.4	5,012	20,408
4	2	276	▲77.4	▲0.9	8.2	1.0	0.31	25.7	8,081	23,655
5	2	95	▲95.2	▲0.6	7.5	0.8	0.30	5.4	2,282	7,784
6	8	922	▲73.9	▲0.7	6.3	1.4	0.31	16.6	1,048	6,887
7	4	549	▲4.4	▲0.9	6.3	0.3	0.31	15.8	12,722	26,468
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) 消費者物価指数は、2006年7月より2005年=100に改定された。

注) 失業率は、2010年5月より原数値から季節調整値に変更し、遡って掲載した。

# 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	%	千枚	前年比	金額	前年比	百万円	%
2007FY	3,290	4,945	▲1,393	2.560	408	▲5.7	6,474	▲15.4	1,652	0.255
2008FY	3,246	4,610	▲1,349	2.519	357	▲12.5	5,416	▲16.3	2,200	0.406
2009FY	3,124	4,330	▲1,203	2.435	325	▲8.8	4,889	▲9.7	1,206	0.247
2009 6	246	294	▲48	2.464	31	▲8.3	462	▲11.4	180	0.389
7	253	372	▲119	2.459	29	▲10.4	426	▲12.3	47	0.111
8	241	334	▲93	2.457	28	2.9	398	0.0	22	0.054
9	224	404	▲180	2.445	26	▲18.2	402	▲22.6	44	0.109
10	237	351	▲113	2.450	25	▲17.0	362	▲23.7	29	0.080
11	220	323	▲102	2.449	28	13.5	409	22.9	196	0.479
12	568	220	347	2.435	27	▲13.9	385	▲12.9	17	0.044
2010 1	125	584	▲458	2.435	24	▲8.0	368	▲1.7	88	0.238
2	263	307	▲43	2.426	24	▲8.7	359	▲4.7	206	0.574
3	257	409	▲152	2.409	31	▲4.1	502	▲6.1	120	0.240
4	341	232	109	2.419	26	▲7.1	449	▲4.5	46	0.103
5	140	466	▲326	2.429	26	3.2	400	15.5	51	0.126
6	297	294	3	2.419	27	▲13.8	392	▲15.1	24	0.062
7	-	-	-	-	24	▲16.5	323	▲24.2	14	0.044
出所	日本銀行那覇支店				那覇手形交換所					

注) 貸出金利は、暦年ベース。

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)		地銀3行融資量 (信託勘定含む末残)		県内金融機関 の預貯金残高 (郵便貯金は含まない)		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
2007FY	32,249	2.0	26,593	5.9	46,312	0.8	11,671	▲5.8	1,219	▲4.3
2008FY	32,831	1.8	27,035	1.7	47,297	2.1	11,156	▲4.4	1,792	47.0
2009FY	35,626	8.5	27,551	1.9	49,543	4.7	10,677	▲4.3	2,204	23.0
2009 6	34,708	5.8	26,397	3.0	49,615	3.7	10,846	▲4.0	1,902	65.1
7	34,117	6.0	26,474	3.1	48,826	4.1	10,808	▲3.9	1,967	67.6
8	34,052	6.1	26,566	3.1	48,497	4.0	10,774	▲3.8	2,014	69.8
9	34,769	8.1	27,191	4.1	47,241	1.5	10,698	▲5.1	2,072	71.0
10	33,993	8.0	26,649	2.9	47,722	4.8	10,690	▲4.5	2,091	71.2
11	34,338	7.2	26,698	2.9	48,194	4.4	10,637	▲4.6	2,103	69.8
12	34,384	7.1	26,873	2.7	48,308	4.9	10,601	▲5.0	2,139	63.4
2010 1	34,139	7.4	26,800	2.7	47,807	4.9	10,532	▲5.4	2,153	48.8
2	34,562	8.2	26,940	2.8	48,114	4.8	10,516	▲5.0	2,161	35.4
3	35,626	8.5	27,551	1.9	49,543	4.7	10,677	▲4.3	2,204	23.0
4	35,577	6.7	26,721	1.7	49,825	4.3	10,598	▲5.0	2,167	17.8
5	35,850	6.5	26,492	0.2	49,940	4.4	10,531	▲5.1	2,123	14.3
6	36,701	5.7	26,586	0.7	P 51,413	3.6	10,425	▲3.9	2,105	10.7
7	36,249	6.3	26,423	▲0.2	-	-	10,409	▲3.7	2,099	6.7
出所	琉球銀行		琉球銀行		日本銀行那覇支店		沖縄振興開発金融公庫		沖縄県信用保証協会	

注) Pは速報値。

# 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!**  
(当行ATM利用時のみ)

### 特典2

当行本支店間の  
振込手数料が **無料!**  
(キャッシュカード使用時のみ)

### 特典3

スーパー定期の  
金利を**上乘せ!**  
(※店頭表示金利+0.05%)

### 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21年

- 6月 (No.476) 経営トップに聞く 三協電気工事株式会社  
An Entrepreneur 結婚ナビ「つがい」  
寄稿 新時代の国際物流戦略と沖縄  
・親世代のありようで、沖縄の将来は変えられる  
経済レポート 沖縄県内における2009年  
プロ野球春季キャンプの経済効果
- 7月 (No.477) 経営トップに聞く 株式会社七和  
An Entrepreneur 株式会社沖縄計測  
寄稿 低調に推移する九州の個人消費  
特集 沖縄県内の自動車販売業について
- 8月 (No.478) 経営トップに聞く 大鏡建設株式会社  
An Entrepreneur 沖縄天然酵母株式会社  
寄稿 事業の定義と競争優位
- 9月 (No.479) 経営トップに聞く 株式会社お菓子のポルシェ  
An Entrepreneur 株式会社万鐘  
寄稿 県内GDPの三面等価と寄与度分析  
特集 改正薬事法施行と県内OTC医薬品販売の動向
- 10月 (No.480) 経営トップに聞く 久建工業株式会社  
An Entrepreneur 株式会社カルティベート  
寄稿 バックキャストの発想  
特集 沖縄県内における  
2008年-09年シーズンのbjリーグ経済効果
- 11月 (No.481) 経営トップに聞く 沖縄鶏卵販売株式会社  
An Entrepreneur 株式会社シー・アイ・ハイオ  
寄稿 復帰後沖縄農業の変容と課題
- 12月 (No.482) 経営トップに聞く 株式会社アイディーズ  
An Entrepreneur 石川工芸  
寄稿 イギリスにおける郵政民営化の実態

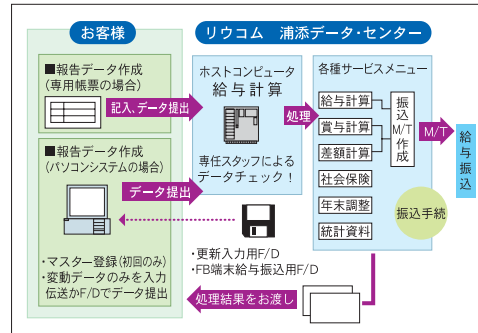
### ■平成22年

- 1月 (No.483) 経営トップに聞く 学校法人尚学学園  
An Entrepreneur 株式会社測機システム  
寄稿 観光消費が座間味村経済に及ぼす  
経済波及効果の推計  
特集 沖縄県経済2009年の回顧と2010年の展望
- 2月 (No.484) 経営トップに聞く 株式会社アイリスエステサロン  
An Entrepreneur 株式会社がんじゅう  
寄稿 サービス・知識経済におけるチーム作業
- 3月 (No.485) 経営トップに聞く 合名会社 新里酒造  
An Entrepreneur 琉球治療院  
寄稿 中国の物流と企業  
特集 第25回NAHAマラソンの経済効果について
- 4月 (No.486) 経営トップに聞く 有限会社海邦バンダー工業  
An Entrepreneur 有限会社やんばる自然塾  
寄稿 休眠特許の流通市場と県内企業の知的財産戦略  
特集 沖縄県の主要経済指標
- 5月 (No.487) 経営トップに聞く 大伸株式会社  
An Entrepreneur 有限会社ファミリーサポート沖縄  
特集 県内企業の省エネルギーへの取り組みについて  
・2009年度の沖縄県経済の動向
- 6月 (No.488) 経営トップに聞く 有限会社末広物流  
An Entrepreneur 有限会社スケアクロウ  
寄稿 政府間財政関係と財政調整制度のあり方  
特集 沖縄県内における  
2010年プロ野球春季キャンプの経済効果
- 7月 (No.489) 経営トップに聞く 株式会社沖縄ファミリーマート  
An Entrepreneur くば笠屋  
特集 沖縄県内の職業別雇用情勢について
- 8月 (No.490) 経営トップに聞く 学校法人KBC学園  
An Entrepreneur 株式会社トーアコーポレーション  
寄稿 『沖縄を救う、バイオ・ディーゼル燃料』

# ビジネス課題をITで解決するために お客様第一でトータルにサポート

## 給与計算アウトソーシング・サービス

毎月の給与計算が、総務・経理の大きな負担になっていませんか？  
弊社は、200社(地方自治体・沖縄県外郭団体・教育団体・流通業・運輸業・病院・ホテル業等)を超える多種多様な事業所の給与計算業務を受託して、給与事務の効率化・省力化のお手伝いをしております。もちろん、導入にあたって、コストパフォーマンスが一番のポイントです。お客様の現状・課題を十分にヒヤリングし、弊社の経験・ノウハウを活用し、「安心・楽々・充実」の給与計算アウトソーシング・サービスで、給与事務の負担軽減をサポートします。



### こんな機能です！

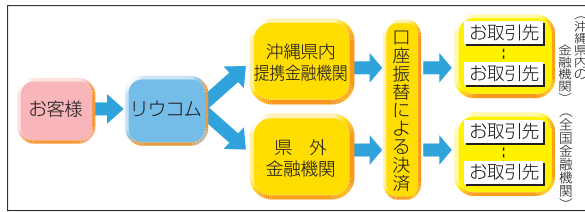
- 給与計算に必要なマスター情報の管理から支給控除計算、給与明細印刷、銀行振込データの作成など、給与事務に関する一連の業務をお引き受けします。
- データの報告は、専用帳票による報告と、パソコンを活用したweb給与エントリーシステムによる報告があります。
- web人事情報システムとデータ一元化ができます。

### おすすめ

- **安心**... 専門スタッフによる安心のサポート。税法改正にも即対応。お客様の大事な情報をあらゆるリスクから保護します。
- **楽々**... 月々は変動金額やデータを報告するだけ。就業ソフトで集計したデータを取り込むことが可能です。振込データの作成も簡単です。
- **充実**... 経営分析に役立つ処理結果資料を提供します。累計情報も活用できます。

## ワイドネットサービス

各種の代金回収(授業料・月謝・諸会費・新聞購読料・ガス料金・アパート家賃・駐車場料金・施設利用料金・カード代金・売上金・マンション管理費等)を金融機関の口座振替により行います。県内はもちろん、県外の金融機関、ゆうちょ銀行からの回収も可能です。金融機関との手続きやデータ授受はすべて弊社が代行します。委託先のデータ授受は、帳票・F/D・伝送・インターネットを媒体にして行い、安全で効率的な代金回収ができます。既に1,100先を超える事業所の取引があります。



### おすすめ

- 現金回収に比べ、手間・コスト・リスクを大幅削減
- 全国的な集金網の利用が可能
- 回収代金は一定日に一括入金され資金管理が効率的
- 未入金が減少し回収率がアップ

### 保有資格

ITコーディネータ.....3名  
テクニカルエンジニア(ネットワーク).....1名  
情報セキュリティスペシャリスト.....1名  
情報セキュリティアドミニストレータ.....2名  
応用情報技術者.....2名  
ソフトウェア開発技術者.....8名  
基本情報処理技術者.....52名

ITパスポート.....4名  
初級システムアドミニストレータ.....23名  
オラクルマスタープラチナ.....6名  
オラクルマスターゴールド.....11名  
オラクルマスターリナックスプラス.....2名  
オラクルマスターシルバー.....18名  
シスコシステムCCNP.....1名

シスコシステムCCNA.....9名  
TurboLinux(Turbo-CE).....1名  
プロジェクトマネジメント  
プロフェッショナル.....1名  
プロジェクトマネジメン  
スペシャリスト.....3名  
銀行業務検定各種.....44名

### 企業保有資格

ISO/IEC27001、経済産業省システムインテグレーター登録企業、プライバシーマーク付与認定事業者、総務省一般第二種電気通信事業、ITSSP・ITベンダー情報登録、CMMIレベル3(ITIDコンサルティング)



沖縄のIT総合サービス企業



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

## りゅうぎん調査

No.491

平成22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