Bank of the Ryukyus' Okinawan Economic Review

# リかうぎん調査

### 経営トップ

### 株式会社エスアールデザイン

感動と衝撃を与える作品づくりを 追求し、社員とともに日々成長する。



An Entrepreneur

有限会社ホーセル

RRI<sub>No.087</sub>

● 琉球銀行

(いちょうぎん総合研究所





### Okinawan Economic Review

2013.10 No.528

**RRI** No.087

※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

<b>経呂トツノに聞く</b> 株式会社エスアールデザイン ―― 感動と衝撃を与える作品づくりを追及し、社員とともに日々成長する	01)
代表取締役社長 崎山 真源	
An Entrepreneur 有限会社ホーセル	06
〜「起業家訪問」オキナワ・ハンドメイド・アクセサリーの製造、販売〜 かな え しん いち 代表取締役社長 金江 新一	
経済ニュースのツボ〜財政の課題と健全化〜	08
#説:りゅうぎん総合研究所常務取締役 照屋 正	
アジア便り 香港	12
~香港におけるアルコール市場(その2)~  レポーター:渡久地 卓(琉球銀行)  沖縄県香港事務所へ出向中(副所長)	
りゅうぎんビジネスクラブ	18
~「りゅうぎんビジネスクラブ」入会のご案内~ ~第3期「りゅうぎんマネジメントスクール」を開催しました~	
行政情報45 縄総合事務局経済産業部の最近の取組について	20
閣府沖縄総合事務局経済産業部	
経営情報 法人の財務強化〜経営者からの資本提供〜 ―― ~経営者等が財務強化のため金銭等を資本として会社に提供する場合の税務上の取扱い〜 提供 太陽ASGグループ ASG税理士法人	23
県内大型プロジェクトの動向44	24
沖縄県の景気動向(2013年8月) ~消費関連、観光関連、建設関連ともに 堅調に推移したことから県内景気は拡大している。~	28
学びバンク	40
・浦添市地域通貨「察度」 〜まちづくり活性化促す〜 琉球銀行安波茶支店長 大城 博二(おおしろ ひろじ) ・内部統制 〜社内規定守り安定経営〜 琉球銀行監査部調査役 浦崎 直記(うらさき なおき)	
・飛び安里 ~南風原の偉人感じて~ 琉球銀行南風原支店長 古堅 雄二(ふるげん ゆうじ)	
・沖縄のデータセンター ~クラウドで拠点目指す~ 琉球銀行事務統括部システム企画課 宮里 和宏(みゃざと かずひろ)	
・普天間御参詣歴史絵巻行列 ~王朝行事で人集う街へ~ 琉球銀行宜野湾支店長 冨里 靖志(ふさと やすし)	
<b>経済日誌</b> 2013年9月	43
県内の主要経済指標	44
県内の金融統計	46

### 経営

## トップに聞く



### 株式エスアールデザイン

### 第81回 株式会社エスアールデザイン



崎山 真源 社長

(株)エスアールデザインは、1982年10月に崎山真源氏が個人事業として創業。マンションを中心に建物の完成予想図(建築パース)を企画、制作する。創業時の社名は事業内容を表す「サキヤマパース」。1996年にコンピューターグラフィックを利用した3D(3次元)建築パースの制作を開始。1999年に東京支社を開設するとともに社名を現在のエスアールデザインとした。全国6カ所に支社を置く。2010年10月に業界で初めて3D立体視アニメーションの建築パースを制作。高い技術力を持ち、海外展開も視野に入れている。浦添市安波茶の本社に崎山社長をお訪ねし、同社の設立経緯、現状と課題、将来ビジョンなどをお聞きした。 インタビューとレポート:常務取締役 照屋 正

# 感動と衝撃を与える作品づくりを追求し、社員とともに日々成長する。

### 会社概要

商

号: 株式会社エスアールデザイン

所 在:沖縄県浦添市安波茶1-6-1

(本社)

連 絡 先: 098-878-2265

U R L: http://www.srdesign.co.ip/

設 立 年 月: 1982年(昭和57年)10月1日

役 員:代表取締役 崎山 真源

取 締 役 崎山 栄利子

常務取締役 新里 哲

資 本 金: 3.000万円

職 員:63名

事 業 内 容: 3D(3次元)CG(コンピューター

グラフィック)を利用した不動産 広告用の建築物の完成予想図 (建築パース)および動画の企画・

制作。

事 業 所:東京支社、名古屋支社、大阪支社、 仙台支社、福岡支社、広島支社

### |建築パースとは。

マンションのチラシ広告やパンフレットには、 写真のようなきれいな完成予想図が描かれてい ます。当社はこうした不動産広告用の建築物の 完成予想図を企画、制作する会社です。完成予想 図のことを建築パースといいます。



コンピューターグラフィックで制作した完成予想図(建築パース)

### 【会社の設立経緯をお聞かせください。

学生のころ建築設計士を目指していましたが、全国の建築設計完成図のコンクールで銀賞を受賞したのがきっかけでこの分野に興味を持ち、卒業後大阪で専門的な技術を学びました。

### 経営トップに聞く



目を引き付ける光の描写や奥行きの表現

当社の創業は、1982年10月1日です。創業時は私1人で公共施設などの完成予想図を筆と絵具を使って制作していました。創業時の社名は「サキヤマパース」です。その後、スキルを磨くために東京でエアブラシ技法を学びました。1996年にコンピューターを導入し、CG(コンピューターグラフィック)を利用した3D(3次元)建築パースの制作を始め、社名を「サキヤマレンダリング」に改めました。

1999年に東京に進出。それを機に法人化するとともに社名を現在の「エスアールデザイン」としました。当時、東京か福岡のどちらに進出しようか迷っていたのですが、競争が厳しい反面マーケットの規模が大きい東京でチャレンジすることに決めました。幸い東京では私たちの技術が高く評価され、会社を設置してすぐに大手のお客さまから大口の受注をいただくことができました。

最初に東京を選択したのは正解だったようです。東京では3名が常駐して受注を取り付け、その案件を沖縄本社の7名が制作していました。

### 各事業所との連携を教えてください。

東京以外には、2003年に名古屋支社を開設。その後大阪支社、仙台支社、福岡支社、広島支社を開

設しました。支社は営業が中心です。東京、大阪以外は大手の会社が少ないため、当社の知名度からすればうまくいくだろうと予想して設置を進めました。お客さまを通じた評判も手伝って、いずれの支社でも開設当初から受注は順調です。

各支社は地元のマンション会社などから受注 した案件を沖縄の本社へ送ります。それを本社の 制作デザイナーが制作し、各支社へ送り返しま す。東京支社は営業の拠点と位置づけています が、制作デザイナーも3名いて、お客さまのニー ズに臨機応変に対応できる態勢を整えています。

### 業務の状況について教えてください。

マンション販売会社は、マンション購入を考えているお客さまの購買意欲が高まるような完成予想図を私たちに期待しています。まだ完成していないマンションをお客さまに提案するわけですから、その魅力が想像できて、かつわかりやすくて説明しやすい完成予想図が求められます。



臨場感を感じさせる建築パースを目指す

マンションの広告チラシを制作する場合は、一度見たら記憶に焼きつくような完成予想図を目指しています。それがモデルルーム見学会などの集客力につながるからです。たとえば、A社が制作すると30名程度の集客だったのに、同じ物件をB社が制作すると1000名あまりの見学者が集まったという例は、けっこうあります。

当社は、マンションの外観や室内の様子、周辺の学校や病院施設、交通アクセス、利便性などを、 CG(コンピューターグラフィック)を使ってきめ細かく描きあげます。

建物は、設計図をもとに鉄骨の組み立てから制作します。一度基本となる駆体構造を描けば、アングルを変えて様々なバリエーションの表現が可能になります。たとえば、写真では撮れない角度からのシーン、各部屋からの眺望、朝、昼、晩の時間帯で異なる陽の光の利用など多様な表現技法を生み出すことができます。感動と衝撃を与える作品づくりが当社の目指すところです。

当社が県内で手がけた最近の実績の一つに新 都心のツインタワーマンションがあります。



新都心のツインタワーマンションと周辺



ツインタワーマンションの夕暮れシーン

新しい技術は、積極的に取り入れるようにしています。1999年に建築物の完成予想を3D(3次元)動画によって表現する映像づくりを開始しました。動画は静止画に比べて臨場感が増します。マンションのモデルルーム見学会などで使用され、効果的な販売ツールになっています。



3 D (3 次元)動画で制作した映像の一部シーン

3D(3次元)動画の技術を使って、テレビ番組に使われるCG映像も制作しています。皆さんが映画で観るCGの恐竜や宇宙船などと同じ映像をつくっているのです。この技術はいろいろな分野に活用でき、たとえば医療分野では手術のシミュレーションのために制作されています。3D(3次元)動画の活用用途は無限にあるといわれ、この技術が事業の広がりに役立つと考えています。

2010年10月には、業界で初めて3D(3次元) 立体視の動画を制作しました。いわゆる3D映画 の立体映像と同じ映像で、専用の眼鏡をかけて観 ます。東京のマンションモデルルーム見学会で使 用され、話題を集めました。

こうした動画をつくれる企業は東京でも10社はないと思います。かなりの手間と時間がかかるからです。当社は制作方法を手書きからCGに移行した際に、作業工程を細分化し未経験者でも制作作業に加われるシステムを構築しました。これによって制作能力を大幅に引き上げ、付加価値の高いコンテンツを提供できる態勢を築きました。

建築パースの制作を手がけている比較的大きな企業は全国で50社ほどありますが、当社は規模、知名度ともに上位5社に入ると思います。売

### 経営トップに聞く

上の9割以上が県外で、マンションパースが中心 です。最近は東京のマンション建設が活発になっ ており、リーマンショック前の状況に戻りつつあ るようです。そのおかげで当業界も受注が上向い てきていると聞きます。

2008年2月に当社は、経済産業省が主催する 「中小企業IT経営力大賞」のIT経営実践企業 に認定されました。これは優れた I T経営を実現 し、かつ他の中小企業の参考になる企業に与えら れるものです。

また同時期に、沖縄IT経営応援隊が主催する 「沖縄IT経営大賞」の沖縄県知事賞を受賞しま した。これは I Tの活用で経営改善をはじめ、新 たなビジネスモデルの構築や新たな事業分野の 開拓を実践する企業に贈られます。

### 【社員教育について教えてください。

社員を採用するようになってしばらくの間は、 私が社員一人ひとりに技術を教えていました。一 人前になるまでには1年以上かかり、当時は仕事 をしているよりも指導ばかりしているような感 じでした。しかし現在は、新入社員を教育する先 輩社員の指導スキルが高くなり、また社内の教育 態勢も整ってきたおかげで、約3カ月で一人前に 育つようになりました。まずリーダーを育て、そ の下に3~5名をつけて育成しています。人材が 最も大切な経営資源ですので、人材育成にはとく に力を入れています。



建築パースの制作に打ち込む社員

社員は現在63名。そのうち沖縄の本社は42名 で制作デザイナーが27名います。緻密な作業で 職人ワザともいえるスキルが求められますが、 この仕事に関心を持ち、技術を高めたいと打ち 込んでいる皆さんなので、仕事の上達には目を 見張るものがあります。

学生のころに建築パースや設計を専門に学ん でいた社員は、ほとんどいません。その意味では 適切な指導と本人の努力次第で、だれでも高い 技術を身に付けることができるようになると思 います。

仕事で良い結果を出してもらうには、充実した 環境を整えてあげることが大事です。とくにこの 業界は技術進歩のスピードが速いので、それに対 応できる充分な環境を社員に提供することが求 められます。それなりの負担はありますが、使用 するコンピューターはつねに最新の機能を備え るなど、投資には積極的に対応しています。

### 【社会貢献活動についてはいかがでしょうか。

高校生や大学生の職場体験やインターンシッ プに応じ、教職員の方々との交流に努めるよう にしています。以前は学校に出向いて技術指導 や講話を行っていましたが、いまは仕事で手が 離せなくなり残念ながら実施できていません。

新たな企画として、就職を控えた大学生を対 象に講演会を計画しています。講師は、苦労を経 ながらも素晴らしい職業人生を築いてきた方々 を予定しており、学生の皆さんに夢を与えられ たらいいな、と思っています。

### ■経営理念についてお聞かせください。

沖縄のようなローカルな地域にあっても、仕 事のやり方がしっかり構築できていれば、全国 でトップクラスになれるということを当社が実 証していると思います。今後は、世界を相手にビ ジネスのできる会社になることが目標です。

私は「目標を高く持って、つねに努力すること」 をモットーにしています。かなり高い目標でも努力を続ければ、少しずつ目標に近づくことができます。社員にもつねにそう語っています。私たちの会社は日々成長しなければいけないと思いますし、そのためには社員一人ひとりの日々の成長が求められるのです。



四季の変化を織り込むなど自由自在に表現できる

### ┛御社の課題、業界の課題などはありますか。

バブルの崩壊とリーマンショックのときは不動産業界が冷え込み、この業界もその影響を受けました。景気の波の影響を避けるには、国内だけでなく海外に仕事の場を広げていく必要があります。その意味でも海外展開は進めなければいけないと考えています。幸い私たちの仕事は、ネット回線さえあればどこでも立ち上げることができます。製造業のように大きな機械設備を準備する必要はありません。

### ▋最後に将来展望についてお聞かせください。

事業の次のステージは海外にチャレンジすることです。沖縄の会社が国内にとどまらず、世界に出て行って活躍できればすばらしいと思いませんか。 それを実現するのが私の目標です。現在、少しずつではありますが、海外の受注も増やしています。



海外プレゼンテーション用に制作した3D(3次元)動画

リーマンショックの前、中東のドバイでは世界の不動産会社が集まり、高層ビルの建設ラッシュに沸いていました。定期的に不動産会社の商談会が行われ、建築パースのニーズも盛んでしたので、当社もチャレンジしました。私たちの建築パースは世界で戦えるレベルにあると自信を持っていましたが、価格面で中国にまったくかないませんでした。見積もりが半分以下なのです。そうした国と競うためには、どうしても賃金の安いアジアの国を活用する必要があると痛感しました。そのため昨年、タイに事務所を設置したのです。

タイでは主に制作工程の入力業務を行っています。こちらからタイに社員を1名派遣し、現地 社員の5名に技術を指導しています。いまはネット環境が便利になっているため、東京もタ イも仕事を進めるうえでは何も変わりません。 ハードルは言葉の壁だけです。

私は創業して全国展開するレベルに会社を大きくすることができましたが、次の世代にはぜひ、海外を目指してほしいと思います。海外のすばらしい同業社と互角に競う会社になってほしいのです。目標を明確に持って努力し続ければ、予想より早く実現するかもしれません。

### An Entrepreneur 訪問

### 事業概要

- 会社名 有限会社ホーセル
- 代表者 金江 新一
- ●事業内容 アクセサリーの製造・販売
- TEL 098-987-1591
- OURL http://hoosel.com
- ●所在地 沖縄県豊見城市豊崎1-328
- 創業 1986年(昭和61年)12月
- ●従業員 30名

### トピックス

- 1. 「オキナワ・ハンドメイド・アクセサリー」を セールスフレーズに、沖縄らしい商品を提 供する。
- 2. オリジナリティーにこだわり、洗練された デザインと演出でホーセル商品のブランド 化を図る。
- 3. 小売店舗は県外も含めて6店舗。沖縄から 全国に発信できる商品を目指す。

#### 起業への道のり

夫婦でアクセサリーの製造と卸販売を始め た1986年12月が当社の創業です。材料の天然石、 サンゴ、ガラス玉、金具などを県外と海外から 仕入れ、主にネックレスやピアス、イヤリング を製造、一つの完成品ができあがると量産のた めに内職の方々へ製造を依頼していました。商 品はすべて問屋への卸売りです。主に観光土産 品店やホテルに出荷されました。



豊見城市豊崎の本社「ティアラ」



有限会社 ホーセル

新一 社長 金江

私は熊本県の出身です。1973年に沖縄に来て 妻の親族が経営するサンゴ加工業を手伝ってい たのがきっかけで、現在の会社を立ち上げました。

オリジナリティーを求める製品づくりとブラ ンド化を意識した現在の経営の土台が築かれた のは、起業して15年経ったころです。ちょうど携 帯電話が普及し始めたころで、当社のホタルガ ラスを使った携帯用ストラップが個性的な商品 として人気を集めました。

当社のコンセプトは、地元のお客さまに喜ん でいただくと同時に全国へ発信できる商品づく りとその提供です。

初めて小売店舗を開設したのが2004年。那覇 市国際通りの「ククル・ロコ」です。小売店舗はそ の後5店舗を開設しました。

### 製造から販売までの工程

アクセサリーの材料となる天然石、サンゴ、 パール、カットガラスなどは、大きさや形状が不 揃いのまま入荷されます。それを大きさ、形、色、 ペア組(ピアス用)をもとに数種類に分け、製造 工程へ引き渡します。本社には4名の製造担当 者がいて、素材をもとに規格したデザインを金 具類と組み合わせてネックレスやピアス、イヤ リング、ブレスレットなどを製造します。できあ がった製品の約6割は当社の店舗に並び、4割 は卸売業者を通じて県内外の観光ショップやホ テルへ出荷されます。

### セールス・アピール

### <ブランド化の取り組み>

当社は、オリジナリティー性が高く、洗練され たデザインで沖縄らしい商品づくりを目指して

います。それがホーセルブランドとして全国へ発信されることが当社の目標です。

最近は県外からも定期的に訪れるお客さまがいらっしゃいます。私たちの商品を評価していただく声が広がっていることを実感し、いまの事業の方向性に自信を深めています。商品の付加価値を高めるには、商品のデザインだけでなく見せ方も大事です。当社の商品の値段はけっして高くはありません。しかし、ディスプレイの効果的な演出によってグレードの高い商品という印象を持っていただいています。ディスプレイの演出は、ブランド化の大切な要素だと思います。



本社にある製造現場

### <主力商品と豊富な品ぞろえ>

当社の主力商品の一つであるホタルガラスを使ったアクセサリーは、沖縄をデザインするには欠かせないアイテムです。幻想的に瞬くホタルのように、繊細な光沢を放つホタルガラスが沖縄の空と海の青さを上品に表現してくれます。

ほかに天然石、サンゴ、パール、カットガラス などを使った当社の商品は現在、1千種類を超 えます。



ホタルガラスのアクセサリー

### <オーダーメイドのアクセサリーを提供>

当社の特徴は、オーダーメイドのアクセサ リーを提供する点にもあります。デザインは玉 石の組み合わせによって無限に生まれます。各店舗では、社員がお客さまの意向を伺い、おしゃれでどこにもない「私だけのハンドメイドアクセサリー」をアートのセンスを生かしてつくりあげます。



オリジナリティーな商品と洗練されたディスプレイ

### <店舗>

ホーセルグループは現在6店舗です。本社は豊見城市豊崎の「ティアラ」、奥には製造室が設けられています。隣接して「デイジー」を開設。那覇市国際通りには、最初の店舗である「ククル・ロコ」1号店と今年6月に開設したばかりの2号店があります。若者のスポットである北谷町美浜には「トーチ」。埼玉県川越市に県外唯一の店舗「デイジー」を開設しました。このうち本社はアクセサリーのパーツ販売を専門にしています。

### 今後の展開

これまでホーセルのブランドづくりを進めてきて、一定の評価はいただいていると感じています。今後の目標は、ブランドイメージに沿ったPRのやり方を工夫することです。現在、社員と一緒になっていろいろと検討しています。

将来は海外に店舗を出したいですね。以前にハワイで催された沖縄物産展に出品した際、予想以上の売れ行きで、しかもいろいろな国の皆さんに買っていただきました。このとき、当社の商品は海外でも売れるという感触を持ちました。ぜひ、チャレンジしてみたいですね。

(レポート:常務取締役 照屋 正)



経済ニュースは、毎日さまざまなメディアを通じて大量に流れてきますが、忙しい企業経営者 やビジネスマンの皆さんにとって、一つひとつの内容をじっくり確認する時間はなかなかないの が現状だと思います。「経済ニュースのツボ」は、そうした読者に参考になる経済解説を提供する 目的で連載します。

### 第2回「財政の課題と健全化」

日本はバブル崩壊後の1990年代後半から デフレを伴う長期の景気低迷が続いています。 景気の浮揚を目的にこれまでたびたび財政政 策が行われてきましたが、なかなか景気は改 善しません。一方、景気対策のための財政政策 の実施と高齢化に伴う社会保障負担の増加で、 政府の国債発行額は大きく膨らみました。現 在、国の財政は債務残高の増大と毎年の財政 収支の赤字という構造的な課題をかかえてい ます。以下では、まず国の財政構造を説明し、 次に財政健全化の考え方を示します。

### 財政構造

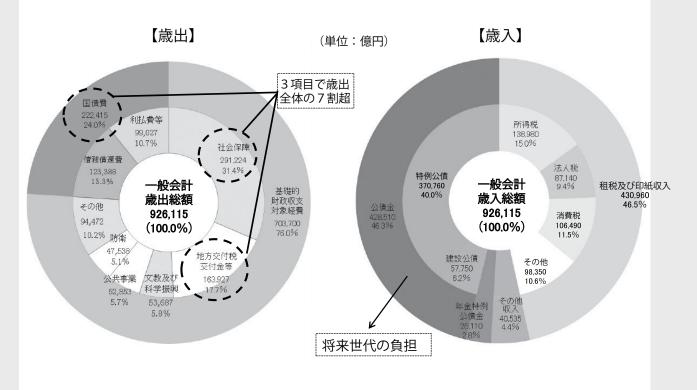
政府(国)の一般会計の歳出と歳入を示した のが図表1です。歳出をみると、国債の償還元 金および利払いに充てられる国債費、社会保 障、地方交付税交付金等の3項目で全体の7割 を占めています。

一方、歳入をみると、税金とならんで公債金 が5割近くを占めています。これは、政府の資 金調達が公債発行に大きく依存していること を表します。通常、景気が良くなれば、企業利 益の伸びや黒字企業の増加、個人所得の増加 によって、政府の税収は増加します。しかし、 景気の低迷で税収が増えない場合、公債発行 に頼る割合が増えてきます。

「歳出は税収によって賄われるべき」という 考え方でみると、税収がまったく不足してい る状況がわかります。税収と歳出のアンバラ ンスは、歳出のなかの国債費の増加と社会保 障の増加に加えて、税収そのものが景気の低 迷に伴って伸び悩んでいるためとみられてい ます。

ここで歳出のなかの国債費について少し触 れておきましょう。国債費の増加は、景気が低 迷する中で、景気対策のための国債発行や減

### 【図表 1】平成25年度一般会計予算の概要



出所 財務省ホームページ「日本の財政を考える」

税といった財政政策が重ねて行われた結果、 国債債務残高が膨らみ、利払いや償還国債の 支出が増えたのが主要因です。財政政策とは、 景気の安定を図るために公共事業と税金を増 やしたり減らしたりする政策のことです。道 路や橋、学校、公園などの建設は公共事業とし て行われます。政府は、景気が悪いときは公共 事業を増やして景気を刺激し、逆に景気が過 熱気味にあるときは、公共事業を減らして景 気を冷やします。税金による財政政策とは、景

気が悪いときは減税を行い、景気が過熱気味 にあるときは増税を行う政策をいいます。

政府は景気の悪化を防ぐために、これまで 何度も財政政策を実施してきました。そのお かげで景気の厳しい落ち込みは回避されたも のの、一方で債務残高が大きく膨らんでしま いました。図表2はこれまでの主な経済対策 の推移です。事業規模には財政政策以外の支 出も含まれていますが、おおよその財政政策 の動向をうかがうことができます。

### 【図表2】これまでの主な経済対策

策定時期	1998年4月	1998年11月	1999年11月	2000年10月	2001年10月	2001年12月	2002年12月
事業規模	16兆円	24兆円	18兆円	11兆円	5.8兆円	4.1兆円	14.8兆円
生中時期							
<b></b>	2009年8月	2008年10月	2009年4月	2009年12月	2010年9月	2010年10月	2013年1月

新聞等より

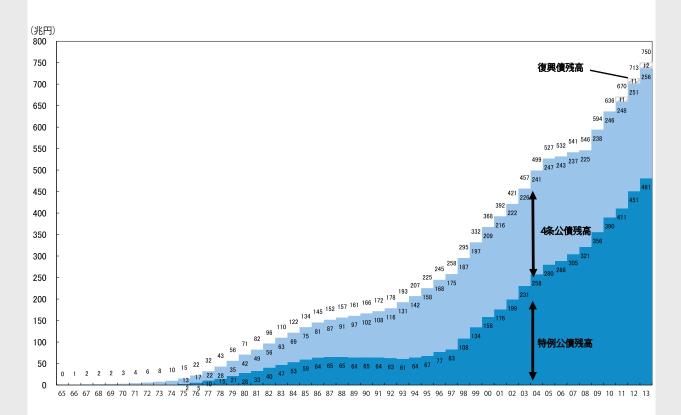


さて、国の公債残高の推移を示したのが図 表3です。1990年代後半から顕著に増加し、 2013年度末には750兆円に達すると見込まれ ています(注)。いわゆる政府の借金は、増加の 一途をたどっているのです。政府は家計と 違って、いつまでも借金を持ち続けることが できる主体ではあります。しかし、借金が将来、 縮小に向かうのではなく膨らみ続けるとなる

(注)国の債務残高は、公債残高のほかに借入金等、財投債、 政府短期証券を合わせると2013年度末に1,107兆円にな ると見込まれている。(財務省ホームページ「日本の財政」)

と、いずれ財政は立ち行かなるでしょう。した がって政府は、債務残高が先行き縮小に向か うように財政をコントロールしなければなり ません。現在、政府は膨らんだ債務残高を減ら すために、財政の収支のアンバランスを改善 する施策に取り組んでいます。その施策がプ ライマリーバランス(基礎的財政収支)の均衡 です。

### 【図表3】公債残高の累増



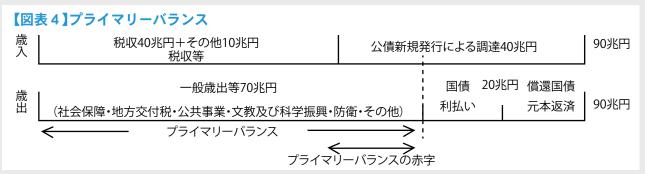
- (注1) 公債残高は各年度の3月末現在額。ただし、2012年度末は補正後予算に基づく見込み、2013年度末は予算に基づく見込み。
- (注2)特例公債残高は、国鉄長期債務、国有林野累積債務等の一般会計承継による借換国債、臨時特別公債、減税特例公債及び年金特例公債 を含む。
- (注3)東日本大震災からの復興のために実施する施策に必要な財源として発行される復興債(2011年度は一般会計において、2012年度以降 は東日本大震災復興特別会計において負担)を公債残高に含めている(2011年度末で10.7兆円、2012年度末で11.2兆円、2013年度末 で12.2兆円)。
- (注4)2013年度末の翌年度借換のための前倒債限度額を除いた見込額は730兆円程度。

出所 財務省ホームページ「日本の財政を考える」

### 財政の健全化

プライマリーバランスとは、図表4のとお り歳入側の税収等と歳出側の6項目計との差 額になります。6項目とは社会保障、地方交付 税、公共事業、文教及び科学振興、防衛、その他 です。プライマリーバランスをわかりやすく 例えれば、企業経営における営業利益のよう<br/> なものです。税収という営業活動から得られ る収入に対して歳出という営業活動にかかっ

た費用とが見合っているかどうか、そのよう なイメージです。プライマリーバランスは、そ の差額がゼロになれば、毎年の支出が毎年の 収入でまかなわれているとみることができ、 財政の安定が保たれていると判断されます。 さらに、プライマリーバランスがわずかでも 黒字を維持するようになれば、債務残高は縮 小に向かうことになります。



政府は財政健全化に向けた『中期財政計画』 の中で、国と地方を合わせたプライマリーバ ランスを2015年までにマイナス17.1兆円に 縮めるとしています。そして2020年には黒字 化を目指しています。来年4月に消費税率が 8%に引き上げられる予定ですが、これはプラ イマリーバランスの改善につながる施策の一 つといえます。

プライマリーバランスの改善には、税率の 引き上げのほかに名目経済成長率の上昇が不 可欠といわれます。名目経済成長率とは、名目 GDPの1年間の増加率です。通常、名目GD Pが増加するとき、企業収益が伸び、赤字企業 が黒字に転換し、個人所得が増加するという 状況がみられます。したがって名目経済成長 率が上昇すると、法人税や所得税を中心に税 収が大きく増えるため、プライマリーバラン スが改善します。

プライマリーバランスは1992年のバブル 崩壊後、大きくマイナスに転じ、20兆円を超え

るマイナス幅がしばらく続きました。ところ が2007年に景気の回復とともにマイナス幅 が5.5兆円に縮小、もうひと息で均衡する水準 まで改善しました。この改善は、それまでマイ ナスだった名目経済成長率が2004年から4年 間、0~1%の伸びを示して税収が増加したこ とが寄与したとみられています。

このように財政の健全化を進めるには、税 率の引き上げとともに名目経済成長率の伸び が重要になるといわれます。政府の『中期財政 計画』では「2015年度の目標達成のためには、 民需主導の持続的成長が実現した姿のもと で・・・・略」と経済成長の重要性を記していま す。また、安倍総理は9月5日の20カ国首脳会 議で「経済成長と財政健全化の両立は、特に重 要である」とコメントしています。

いまの経済環境は、アベノミクスによる景 気回復が少しずつ進むなかで、財政健全化の芽 がようやく出てきた段階といえるでしょう。

(りゅうぎん総合研究所 常務取締役 照屋 正)



レポーター 渡久地 卓(琉球銀行) 沖縄県香港事務所に 出向中(副所長)

### 香港における アルコール市場(その2)

### はじめに

皆さんこんにちは。沖縄県香港事務所の渡久地 です。前回より「香港におけるアルコール市場」と いうテーマでお伝えしていますが、香港人がど れくらい、また何のアルコール飲料を飲んでい るのかという私自身興味深い、また皆さんに とっても興味をもっていただきたい「香港の今」 を今回もお伝えしたいと思います。前回は、

①約8~9割の香港人がアルコールを飲む習 慣がなく、「普段はお酒ではなく会話を楽しみ ながら食事を楽しむ」という文化である。

(この「会話を楽しみながら食事を楽しむ」とい う文化の代表的な習慣として、食事をする際に 同席している隣の人のお茶が無くなるとお茶 を湯飲み(コップ)へ入れてあげるという当た り前の行為を香港でも見受けられるのですが、 その後の行為が日本と大きく異なります。日本 だとその「お茶を入れてもらった」という行為 に対し「ありがとう」と口に出し感謝の気持ち を相手に伝えますが、香港では指でテーブルを 「トントン」と軽く指で叩き感謝の意を表現し ます。これは会話を中断せずに感謝の気持ちを 相手に伝えるためだと香港人から聞きました。 会話を中断させない配慮、それぐらい、香港人 は「会話」を大事にしているんですね)

②2008年の香港特区政府が実施した、「摂氏 20度で度数30%以下の低アルコール類に対す る酒税の撤廃、そして同アルコール類の貿易や

製造、保存、運搬にかかるライセンスや許可制度 の廃止以降、ウイスキーやブランデー等の伝統 的なスピリッツは苦戦している一方でビールや ワインの消費量・輸入量は増加、特に香港におけ るワイン市場は飛躍的に増加しているというこ とを各種データを基にお伝えしました。

・ソウル

那覇

シリーズとして次回まで同じテーマでお伝 えする予定ですが、今回は香港で飛躍的に伸び ているワイン市場の現状と、一人あたりのアル コールの消費量はどうなのか、その辺を深堀し てお伝えしたいと思います。

### 1. 香港におけるワイン飲酒量について

RFI(仏ラジオ国際放送)の中国語版サイト (2013年3月9日)に面白い記事が掲載されて いましたので内容を要約してお伝えします。

同サイトによると「香港のワイン飲酒量はア ジアトップ=中国人のスピリッツ消費量は天 下無敵」という面白い題での記事です。内容は、 ロンドンに本部を置くThe IWSR (国際ワイ ン・スピリッツ・リサーチ)の統計によると、香 港人のワイン消費量は1人あたり5.3リットル で、日本やシンガポールの2倍、アジアトップ となったそうです。また、中国本土のワイン消 費量も急成長しており、2011年には1億6,000 万ケースを消費し(1ケース=9リットル)、1人 平均に換算すると1.4リットル、総量では世界 第5位のワイン消費国となっているそうです。 なお1位は米国で、以下、フランス、イタリア、 ドイツと続きます。

また、中国は世界第6位のワイン生産国で、 2011年には1億3,500万ケースを生産したと のことです。

蒸留酒では中国が世界最大の消費国となっ

ており、2011年に11億4,500万ケース(1人約1 ケースという計算になります!)を消費してい ます。この調査はウイスキーやブランデー、そ して中国の白酒(パイチュー)などを総計した ものです。中国では1杯乾杯(一気飲み)して 「知人」、2杯乾杯(一気)して「友人」、3杯乾杯 (一気)して「親友」とよくいわれますが、以前は 白酒で乾杯していた文化が、今はウイスキーや ブランデーになってきているそうです。まさに 「中国人のスピリッツ消費量は天下無敵!」、恐 ろしいですね。「勤務先が香港でよかった」と内 心ホッとしています。

中国でのアルコール消費量の紹介が続きま したが、「香港人のワイン消費量は1人あたり 5.3リットルで、日本やシンガポールの2倍、ア ジアトップ」という事実はもっと凄いことだと 思います。前回及び今回の前書きでもお伝えし ていますが、香港人の8~9割はお酒を飲みま せん。よって、1人あたり5.3リットルで、かつ日 本の2倍の量を1~2割の香港人が飲んでいる ことになります。仮に2割の香港人が飲んでい るとすると1人あたり26.5リットルで日本人 の10倍飲んでいることになります。750ミリ リットルのボトルで換算すると年間35.3本、香 港の小売店においてワインコーナーが充実し ている理由が良く分かります。

### 2. 香港におけるワインのオークション 市場について

世界のワインオークション成約額において、 2010、2011年の2年連続で香港がトップに躍り 出ました。2010年10月には「1869年シャトー・ ラフィット・ロートシルト」というワインが750 ミリリットルのボトルとして史上最高の、なん と約23万2,700米ドル(約23,270千円:1米ドル =100円で換算)で落札されるなど、香港はいま や世界のワイン関係者の注目を集める「ワイン オークション市場」となっています。

イギリス領土であった香港は、その宴席で供 される酒と言えば「高級ブランデー」が定番で したが、何度もお伝えしている「2008年の酒税 の撤廃によりワインブームが起こり、宴席の 主役はワインに移り変わっています。ワイン

ブームを反映して中華レストランにもワイン セラーが設けられ、スーパーマーケットの陳列 棚ではワインコーナーがお酒コーナーの大部 分を占め、またワイン専売店のチェーン網も拡 充しています。香港のショッピングモールを歩 くとワイン専門店の多さに驚かされることも しばしばあります。

また、大手競売会社によるオークション開催 の増加により、2010年には成約額1.6億米ドル でニューヨークを超え初の世界一となり(表 1)、世界のワイン関係者が注目する高額落札 のニュースが香港で相次いでいます。2011年 も香港におけるワインオークション成約額は 増加し、2.3億米ドルで世界首位を維持したほ か、ワイン輸入量も前回お伝えしたとおり増加 しています。

ワインの輸入量増加、ワインオークションの 成約額増加の重要な立役者となっているのは 中国本土の消費者です。本土の愛好家がわざわ ざ香港で高級ワインを購入する背景には、本土 における45%という高率のワイン輸入関税も さることながら、偽物や劣等品が横行している ことも要因の一つとして挙げられます。

また中国でもワインの消費量が急増してお り、2011年は中国(香港を含む)が米国、イタリ ア、フランス、ドイツに次ぐ世界第5位、消費量 は19億本に上っています。(所得が上がり、世 界の人口の5人に1人が中国人という現状を考 えれば当たり前といえば当たり前ですが・・・)

表1:各国・地域別ワインオークション成約額 (単位:億USD)

地域別	2009年	2010年	2010年	前年比	構成
香港	0.6	1.6	1.6	39.4%	48.0%
アメリカ	1.1	1.5	1.5	▲5.0%	30.6%
うちニューヨーク	0.7	1.0	1.0	▲ 10.0%	18.2%
ヨーロッパ (イギリス含む)	0.3	0.5	0.5	20.9%	13.9%
ネットオークション	0.3	0.3	0.3	12.1%	8.1%
世界合計	2.3	4.1	4.1	17.1%	100.0%

(資料) Wine Spectator Global Wine Auctions Reach New High In 2011

香港が「ワインハブ」基地としてわずか数年 間で飛躍的に国際的な地位を高めた要因は、世 界有数の自由な経済体制や整備された物流イ ンフラなど香港が備える強みをベースに、経済 成長が著しい中国やアジアの消費や投資需要



をうまく取り込んだ点にあります。

中国をはじめ、アジアにおけるワイン収集の 歴史は浅く、投資を目的に高級ワインを購入す るワイン初心者も多いとされています。飲まず に大事に保管し、値が上がるのを待っているコ レクターも多く、自家用ワインセラーも所有し ている中国人も少なくないとのことです。

一方、中国をはじめとするアジア各国は今後、 世界のワインメーカーから「需要の担い手」「大 きな市場」と期待されており、香港がワイン・ハ ブとしていかにその地位を高めていくのか、今 後の動向が注目されています。

### 3.「食品と調理機器の国際見本市 HOFEX 2013」におけるワイン業界のPR

5月に香港のコンベンションセンターで開 かれていた「食品と調理機器の国際見本市 HOFEX2013」を視察しました。沖縄の企業は 出展していませんでしたが、JETROが日本の ブースを出していたのでその視察と、食品で日 本のライバルとなっている韓国・台湾のブース の視察が目的でした。

韓国・台湾のブースでは日本を意識した商品 を出しており、日本語でのラベル表示や「横綱」 「大関」など日本語の商品名のお米もありまし た。見た目はメイド イン ジャパン?と勘違 いしてしまうようなものも多く、価格は日本製 より安い、かつクオリティは日本製に近い、と いうのが両国のコンセプトでした。



日本語表記の商品

しかし、そのような各国のブースを尻目に HOFEXの会場で圧倒的な存在感を示してい たのが「ワイン」でした。欧州をメインにアフリ カ・南米に至るまで世界各国のワインメーカー

がワインを展示しており、韓国・台湾のブース が入っていた展示場の半分以上がワインの ブースという状況でした。また、ワインととも に展示されていたのがチーズ・生ハム・ソー セージ等ワインとともに食する機会が多いも ので、あらためて香港がワインハブとして世界 にその存在感を示す展示会となったのではな いかと感じました。



国際見本市 HOFEX2013



ワインブース

生ハム



### 4. 一人あたりのアルコール消費量について

これまで香港における「ワイン市場」をお伝 えしてきましたが、一人あたりのアルコール消 費量をみてみましょう。

世界保健機関(WHO:World Health Organization)は世界188の国と地域を対象 に、成人(15歳以上)一人あたりの純アルコー ル換算消費量を調査「WHO Global Status Report on Alcohol and Health 2011 (WHO アルコールと健康に関する世界の現状報告 2011年版)」し、報告を行なっています。

報告の結果によると、韓国の13位を除き1位

から26位までをヨーロッパ諸国で占められて います。(表2「国別ランキング2011年」参照) とりわけ1位のモルドバをはじめ、チェコ(2 位)、ハンガリー(3位)、ロシア(4位)、ウクライ ナ(5位)、エストニア(6位)、ルーマニア(8位)、 ベラルーシ(10位)、など、ロシア・旧ソ連諸国、 東ヨーロッパ諸国のアルコール消費量が突出 して多いことが示されています。

アジアでは韓国の13位が最高で、特に韓国 の蒸留酒の1人あたりの消費量は9.57リット ルと世界最高の数値となってます。これは近年、 韓国国内でアルコール度数の高い焼酎やウィ スキーの人気が高まってきていることが背景 にあるとWHOは指摘しています。その他のア ジア地域では日本(70位)、フィリピン(89位)、 中国(96位)と続きます。なお、香港に関しては 残念ながらこの調査における188の国と地域 に入っておらず、そのランキングは不明の状況 となっています。

表2: 国別ランキング(2011年)(単位:リットル)

順位	国	地域	合計	ビール	ワイン	蒸留酒	その他
1	モルドバ	欧州	18.22	4.57	4.67	4.42	0.00
2	チェコ	欧州	16.45	8.51	2.33	3.59	0.39
3	ハンガリー	欧州	16.27	4.42	4.94	3.02	0.14
4	ロシア	欧州	15.76	3.65	0.10	6.88	0.34
5	ウクライナ	欧州	15.60	2.69	0.58	5.21	0.02
6	エストニア	欧州	15.57	5.53	1.09	9.19	0.43
7	アンドラ	欧州	15.48	3.93	5.69	3.14	0.00
8	ルーマニア	欧州	15.30	4.07	2.33	4.14	0.00
9	スロベニア	欧州	15.19	4.10	5.10	1.33	0.00
10	ベラルーシ	欧州	15.13	1.84	0.80	4.08	2.67
13	韓国	アジア	14.80	2.14	0.06	9.57	0.04
70	日本	アジア	8.03	1.72	0.29	3.37	2.61
96	中国	アジア	5.91	1.50	0.15	2.51	0.23

世界のアルコール消費量を調べてみたあと に(残念ながら香港の統計はありませんでした が)沖縄県民のアルコール消費量はどうなって いるのか大きな疑問が湧いてきました。

次の表3は日本におけるアルコール消費量の 都道府県別ランキング上位20県(2009年国税 庁の統計資料より)をあらわしたものです。沖 縄県はアルコール消費量県別で3位(さすが?) となっているものの、国別の上位国と比べると いかに欧州の各国がアルコールを消費する文 化であるかが一目で分かるかと思います。

表3:アルコール消費量ランキング(単位:リットル)

順位	都道府県	総数	成人1人あたり	偏差値
1	鹿児島県	13,846,380	10.00	77.20
2	東京都	101,677,010	9.46	72.36
3	沖縄県	9,856,450	9.32	71.12
4	宮崎県	8,579,380	9.31	71.02
5	秋田県	7,981,560	8.64	65.06
6	青森県	9,785,080	8.59	64.64
7	新潟県	16,433,532	8.35	62.49
8	高知県	4,936,340	7.69	56.59
9	大分県	7,510,900	7.66	56.37
10	北海道	35,246,620	7.66	56.37
11	岩手県	8,474,980	7.64	56.11
12	山形県	7,356,570	7.56	55.44
13	大阪府	53,489,280	7.46	54.58
14	山梨県	5,173,180	7.32	53.27
15	福島県	12,050,710	7.31	53.23
16	島根県	4,328,380	7.31	53.22
17	熊本県	10,621,180	7.23	52.49
18	鳥取県	3,504,260	7.15	51.79
19	宮城県	13,486,780	7.07	51.05
20	福岡県	28,564,950	6.96	50.05
	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19	1	1 鹿児島県 13,846,380 2 東京都 101,677,010 3 沖縄県 9,856,450 4 宮崎県 8,579,380 5 秋田県 7,981,560 6 青森県 9,785,080 7 新潟県 16,433,532 8 高知県 4,936,340 9 大分県 7,510,900 10 北海道 35,246,620 11 岩手県 8,474,980 12 山形県 7,356,570 13 大阪府 53,489,280 14 山梨県 5,173,180 15 福島県 12,050,710 16 島根県 4,328,380 17 熊本県 10,621,180 18 鳥取県 3,504,260 19 宮城県 13,486,780	1       鹿児島県       13,846,380       10.00         2       東京都       101,677,010       9.46         3       沖縄県       9,856,450       9.32         4       宮崎県       8,579,380       9.31         5       秋田県       7,981,560       8.64         6       青森県       9,785,080       8.59         7       新潟県       16,433,532       8.35         8       高知県       4,936,340       7.69         9       大分県       7,510,900       7.66         10       北海道       35,246,620       7.66         11       岩手県       8,474,980       7.64         12       山形県       7,356,570       7.56         13       大阪府       53,489,280       7.46         14       山梨県       5,173,180       7.32         15       福島県       12,050,710       7.31         16       島根県       4,328,380       7.31         17       熊本県       10,621,180       7.23         18       鳥取県       3,504,260       7.15         19       宮城県       13,486,780       7.07

※アルコール消費量(エタノール消費量)を比較したランキングで、ランキングの基となるアルコール濃度は、ビール5% 日本酒15% 焼酎25% ワイン12% ウイスキー・ブランデー43% リキュール5% その他5%で換算。

### 最後に

今回は「ワイン市場の現状」と、「一人あたり のアルコールの消費量」についてお伝えしまし た。香港でワインの消費量が増加している一方 で「ワインのハブ機能」としても重要な役割を 担い、また世界各国のワインメーカーが「対ア ジア向け販売戦略 を考える上で香港は外せな い「国」となっているのがお分かりになったか と思います。また一人あたりのアルコール消費 量ではアジアはまだまだ欧州各国に及ばず、酒 ジョウグウ(好き)の多い「沖縄県」だけをみて もアルコールを消費する上位国との文化や習 慣、飲食の「違い」もイメージを持っていただけ たかと思います。

前回もお伝えしましたが、香港には県産ビー ル会社と数多くの泡盛酒造会社が進出してお り、日本国内アルコール飲料メーカーのみなら ず世界各国のメーカーとしのぎを削っていま す。こういった各種データが県内企業の何らか の参考になればと考えています。

次回まで同じテーマでお伝えいたします。引 き続きよろしくお願いいたします。

教育ローンもりゅうぎん!

平成25年9月9日(月)から 平成26年4月30日(水)まで!

# の問題の意思と

Point 基準金利より 引き下げ!



22重要!■

在学中の学校宛

振込手数料が



無料

※(注)所定の要件有り 下記余白欄参照

動 举口 金米

¥2.3%

お借入れ枠を設定する当座貸越型

毎月ご返済型

### 合格バンザイ

無担保口 最高500万円まで 有担保口 最高1,000万円まで

変動金利 年2.8%→年2.3%

### 教育ローン

無担保口 最高500万円まで 有担保口 最高2,000万円まで

変動金利 年2.8%→年2.3% 固定金利 年3.7%→年3.3%

審査→手続実行までスピーディー

事前予約ができますので あわてず計画がたてられ安心です

最高2,000万円まで幅広く対応!

全利情勢の動向によっては適用金利を変更する場合がございます。 審査の結果によってはご希望に添えない場合がございます。 平成25年9月9日現在

(3) 0120-38-8689 月~金 9:00~22:00 (銀行休業日は除きます)

ご相談はいのうぎん窓口または、上記のフリーコールまでお問い合わせください。





※(注)対象子弟の預金口座を当行にて作成できる事、または既に口座をお持ちである事が条件です。 また、ご融資の際に交付する「特別優待カード」を呈示し、かつ窓口でのお振込に限ります。



### ■合格バンザイ

### ご利用いただける方

- 教育資金を必要とするご本人または保護者
- ●借入時の年齢が満20歳以上で、完済時の年齢が70歳以下の方
- ●安定継続した年収が150万円以上の方
- 過去に信用事故のない方
- ●保証会社の保証が受けられる方

#### お使いみち

教育資金。中学から大学(院)などの入学金や授業料。 また、塾や予備校などの教育資金にもご利用いただけます。

#### 融資金額

- ■無担保口:500万円以内(10万円単位)
- ■有担保口:1,000万円以内(10万円単位)

※お1人様1口座とします。

#### 融資期間

- ●当座貸越期間:子弟の在学期間中
- ●証書貸付期間:■無担保口 当座貸越期間終了後10年以内
  - ■有担保口 当座貸越期間終了後15年以内

### 融資金利(保証料含みます)

変動金利型となります。

- ●当座貸越期間…利率見直し後、最初に到来する約定返済日から新利率を適用いたします。
- ●証書貸付期間…毎年4月1日と10月1日の年2回、当行所定 の「基準金利」を基準に利率の見直しを行い、 ご返済額を新利率にて再計算いたします。

窓口またはホームページにて返済額をご試算いただけます。

### 返済方法

- ●当座貸越期間:①随時返済 ②約定返済
- ●証書貸付期間:元利均等毎月返済

(半年ごとの増額返済併用可能)

- ※当座貸越とは、あらかじめお借入れ枠をご設定いただき、その 範囲内で何度でもお借入れできる融資形態です。
- ※証書貸付とは、ご希望のお借入額を最初に一括でお借入れいただき、ご希望の最終期限まで分割にてご返済いただく融資形態です。

### ご用意いただくもの

- (1)預金通帳・預金通帳の届出印鑑
- (2)本人確認書類(運転免許証または健康保険証等)
- (3)収入確認書類(所得証明書または源泉徴収票等)
- (4)お勤め先確認資料
- (5)入学・在学確認書類(合格通知書または学生証等)
- (6)資金使途確認書類(学費納付書等)
- (7)続柄が確認できる書類(住民票謄本等)
- (8)有担保口は上記(1)~(7)の他、土地建物の登記簿謄本、 公図、印鑑証明書等

### 保証人

- ●無担保口:原則不要。ただし、①年収合算がある場合、②保証会 社が必要と認めた場合は連帯保証人が必要となります。
- ●有担保口:①担保提供者と②年収合算者を連帯保証人とさせていただきます。

### 親子リレー返済

お子さまの年齢が20歳以上で就職した場合には、お申し出によりお子さまの口座での返済も可能です。

### 手数料

- ●一部を繰上げ返済した場合…5,250円(消費税込)
- ●全額を繰上げ返済した場合…3,150円(消費税込) ※一部除外規率がございます

平成25年9月9日現在

### 幽教育ローン

### ご利用いただける方

- ●教育資金を必要とする子弟の保護者またはご本人
- ●借入時の年齢が満20歳以上で、完済時の年齢が70歳以下の方
- ●安定継続した年収が150万円以上の方
- 過去に信用事故のない方
- ●保証会社の保証が受けられる方

#### お使いみち

教育資金。幼稚園から大学、その他各種学校などの入学金や授 業料。また、塾や留学費用などの教育資金にもご利用いただけ ます。

#### 融資金額

- ■無担保口:500万円以内(固定金利·変動金利)
- ■有担保口:2,000万円以内(変動金利)
- ※1万円単位とします。

#### 融資期間

- ■無担保口: 1年以上15年以内(据置期間を含む)
- ■有担保口: 1 年以上25年以内(据置期間を含む)

#### 融資金利(保証料含みます)

- ●固定金利型(無担保口のみ)…借入時のご融資利率、ご返済額は 完済時まで変わらず一定です。
- ●変動金利型…毎年4月1日と10月1日の年2回、当行所定の 「基準金利」を基準に利率の見直しを行い、ご返 済額を新利率にて再計算いたします。

窓口またはホームページにて返済額をご試算いただけます。

### 返済方法

元利均等毎月返済

※半年ごとの増額返済併用および在学期間中の元金据置が可能です。 ただし、元金据置の適用は短大以上(各種高等専門学校、専修学校含む)の教育資金のみとなります。

#### | ご用意いただくもの

- (1)預金通帳・預金通帳の届出印鑑
- (2)本人確認書類(運転免許証または健康保険証等)
- (3)収入確認書類(所得証明書または源泉徴収票等)
- (4)お勤め先確認資料
- (5)入学・在学確認書類(合格通知書または学生証等)
- (6)資金使途確認書類(学費納付書等)
- (7)続柄が確認できる書類(住民票謄本等)
- (8)有担保型は上記(1)~(7)の他、土地建物の登記簿謄本、公図、印鑑証明書等

### 保証人

原則として不要

※ただし、①年収合算がある場合、②保証会社が必要と認めた場合、③無担保口の申込額300万円超の場合、④有担保口でお申込み人以外が担保提供する場合など、連帯保証人が必要となる場合がございます。(ご家族可)

### 親子リレー返済

お子さまの年齢が20歳以上で就職した場合には、お申し出によりお子さまの口座での返済も可能です。

### 手数料

- ●一部を繰上げ返済した場合…5,250円(消費税込)
- ●全額を繰上げ返済した場合…3,150円(消費税込)

外規定がございます。 平成25年9月9日現在

りゅうぎんビジネスクラブ

### 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。

### ービスの

### ■各種セミナーの開催による情報等の提供

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

### 【最近の実績】

H25.2.6 野口悠紀雄氏「トップセミナー」 H25.5.23 営業力強化セミナー(若手社員向け) H25.8.15 行動力強化セミナー(管理職向け)

### ■「経営参考小冊子」の定期配送

企業運営に有益な情報が盛り込まれた 「経営参考小冊子」をお届けいたします。

#### 【内容例】

- ・「自分の意見が『はっきり伝わる』話し方」
- ・「伸びる20代の働き方」

### ■専門家派遣サービス

公認会計士·税理士·司法書士·中小企業 診断士・社会保険労務士・行政書士など の各種専門家を無料で派遣し、会員企業 様の「経営課題」に対し、会員企業様・専 門家・琉球銀行が一体となって取り組む サービスです。

### ■「りゅうぎんマネジメントスクール」の開講

企業経営者や経営幹部を対象にした、 ビジネススクールの運営を実施してお ります。

#### 【著名な講師例】

- ・第1期 酒巻 久 キヤノン電子㈱社長
- ・第2期 鈴木 喬 エステー(株)会長
- ・第3期 出口 治明 ライフネット生命保険㈱会長兼CEO

### ■「りゅうぎんビジネスフラッシュ」定期配信

税務・会計・法務・人事・労務など、経営のお役 に立つ情報レターを毎週FAX配信いたします。

#### 【内容例】

- ・「会議をうまく仕切る」7つのポイント
- ・リーダーに必須の「3つのスキル」の磨き方

### ■りゅうぎんビジネスサイトによる 経営情報等の提供

「会員専用サイト」を利用した、タイム リーな各種経営情報の提供をおこなっ ております。

#### 【内容例】

- ・産業別ニュース21・ビジネスレポート
- ・経営課題解決ナビ ・ビジネスマッチング

### その他の

### ■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2。詳細は取引店担当者にお問い合わ せ下さい。

### りゅうぎんビジネスクラフ 入会申込方法

年会費 20,000<sub>円</sub>

- 11「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、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<sub>(担当:赤嶺、真栄城)までお願いいたします。</sub>

- 1 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。
- 2 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

## りゅうぎんビジネスクラブ レポート

### 第3期「りゅうぎんマネジメントスクール」を開催しました!

りゅうぎんビジネスクラブ(代表 金城 棟啓) では、平成25年9月3日(火)に、当行取引先の経 営者・後継予定者・経営幹部などを対象とした 「第3期りゅうぎんマネジメントスクール」の最 終回となる第7回目講座と修了式及び懇親会を 開催致しました。

最終講義は、ライフネット生命保険株式会社 会長兼CE〇の出口治明氏に、「百年たっても 後悔しない仕事のやり方」と題し、ご講義をし ていただきました。また、講義終了後には修了 式が行われ、金城頭取より受講者へりゅうぎん マネジメントスクール特製の「修了証書」が授 与されました。

当スクールは、全7回9講義を4月から半年間 にわたり開講し、66名の方にご参加いただきま した。参加者のうち59名の方が修了し、29名が

皆出席となり、修了率(89.4%)と皆出席率 (43.9%)はともに過去最高となりました。

修了式後の懇親会では、当行役員、各営業店 長、ライフネット生命保険株式会社会長兼CE 〇の出口氏を交え、情報交換や親睦が図られま した。

受講者の方からは講義内容に対するお褒め の言葉は勿論のこと、「全ての講義内容が充実 しており、半年間があっという間に感じられま した」、「異業種交流と、実のある講義内容で視 野が広がり、専門外のことにも興味がわいた」 などの声を頂きました。当スクールを通して、 経営知識の向上のみならず、受講者間の交流も 深まったようです。ビジネスクラブ事務局で は、次年度もさらに充実したカリキュラムを企 画して参ります。



講義中の出口氏





修了証書授与の様子



全修了生で記念撮影

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 赤嶺・真栄城

### 行政情報45

### 沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について

### 「地域の特性を活かしたまちづくり」

中心市街地や商店街を取り巻く影響は、大型 商業施設の郊外立地やインターネット販売な どによる購買機会の多様化等により、依然とし て厳しい状況が続いています。

商店街や中心市街地は、商業、業務機能に加え地域の文化などが集まり、地域の活力や魅力を有する場所です。これからの時代のニーズに対応した地域コミュニティの中心として、人が住み、育ち、学び、働き、交流する場として魅力ある商店街・まちづくりが求められています。

沖縄総合事務局経済産業部では、こうした魅力ある商店街・まちづくりに向けた取組に対して支援を行っています。

今回は、名護大通り会の取組を中心に県内の「地域の特性を活かしたまちづくり」について 御紹介します。

### 1 映画によるまちおこし ~名護大通り会の取組~

名護市の商店街は、名護十字路にある「名護市営市場」を中心に、多くの人が行き交い賑わっていましたが、近年は郊外の大型店舗の進出や宅地開発等により、空洞化が進み、集客力を失っていました。一方、年間360万人以上

が美ら海水族館を訪れることから名護市内を 素通りする観光客をいかに名護の市街地に呼 び込むか課題がありました。

名護市内の複数ある通り会の中でも、国指定 文化財の「ひんぷんがじゅまる」という名護市 のシンボルを抱える名護大通り会では、平成 24年度、株式会社パムと連携し、これらの課題 を解決するため経済産業省の支援策を活用し 地域の実態調査や、全国のまちづくりの事例を 参考にしながら住民や来街者のニーズ調査を 実施しました。

この調査から、誘客のターゲットを街の将来像などを考慮し、関東圏に住む30~40代の子供連れの女性に絞り込み、地域住民ニーズとして特産品開発や滞在型プログラムの開発等における住民参加機会の創出、観光客ニーズとして商業施設等のにぎわい拠点の整備や商店街の効果的な情報発信の方法として映画を地域活性(地域コミュニティ再生)の「ツール=場」として活用することが導き出されました。

今年度は、地域コミュニティ再生のための基本理念となる「緑と縁の街(自然と人の繋がる街)」を掲げ、経済産業省の支援策「地域中小商業支援事業」を活用し映画制作に取り組みます。

### 名護大通り活性に向けたミッションステートメント

ひんぷんがじゅまる

### 街の位置付け

ご神木があり、キジムナーに見守られた 聖地としてかつての「緑」を取り戻した ナチュラルな街。

訪れたものが飽きない自然な仕 組みと、新しい仕掛けを創出し 続け感動と期待感を来街者に 提供する。

神木を中心とした緑の空間とそれを満喫し

来訪者(もてなされる側)との「縁(えにし)」。

緑と共生した 街の空間 (ビオトープ)

提供する物

街の理念 緑と緑の街 (自然と人の繋がる街)

### 街のターゲット

30〜40代の子ども連れの女性 居住区は関東圏

> 世帯収入は700万円程度 比較的可処分所得が高い おしゃれ等の指向性が強い

> > セット活用による 魅力的演出 (ビオトープ)

映画というコンテンツを通して、緑と緑の街の イメージを伝え、街の存在そのものに対する 感動と期待の提供。

提供の方法

今回の映画制作では、外部への情報発信ツー ルとなることを念頭におき、製作プロセスにま ちが主体的に関わり、コミュニティ活動の場づ くりや拠点施設等の整備を行います。これら商

店街の活性のプロセス(以下の図)を実践する ことで、中心市街地へ年間30万人の集客を見 込んでいます。

#### 地域活性化パターンに則したプロセス 商業 <集客> 拠点整備 もてなし向上コミュニティ創出 商店街修景(外観・看板) →映画ロケセットの利活用 メディア露出 メディア露出 コンテンツ活用 制作プロセスのイベント化 滞在 プログラム <メディア活用> コンテンツ活用 映画上映 DVDセル・レンタル TV放映・ネット配信 <交流・協働> 滞在 プログラム ロケ地観光ツアー と緑の街 やんばる畑人倶楽部等との 連携 (研修事業) 商業 <滞留: 拠点整備 特産品 写真撮影おすすめポイント コンテンツ活用 開発 街の魅力を引き出した 緑(街路樹)の日蔭エリア+ <魅力の再発見> 交流拠点の整備 (カフェ) 集客力のある映画製作・発信 特産品開発 →観光客+住民のための商品づくり 商業 もてなし向上 拠点整備 コミュニティ創出 <連携(広域化)> <集客拡大> もてなし向上 がじゅまる駐車場改修 水平展開 (遊具、ステージ、芝生広場) コミュニティ創出 他の通り会等への波及 電柱地中化

### 名護大通り活性のプロセス

### 音楽・芸能によるまちづくり ~沖縄市の取組~

沖縄市は、国際色豊かな街並みや音楽・芸能 など、魅力的な地域資源を活かした集客力の向 上や交流人口の拡大による賑わいの創出を目 指し、沖縄県内で初めての「沖縄市中心市街地 活性化基本計画」内閣総理大臣認定を受けまち づくりに取り組んでいます。

具体的には、ミュージックタウン音市場を中 核とし、商店街の空き店舗をリノベーションし 公共的な機能を持つ施設やチャレンジショッ プの設置、市街地におけるプロムナードコン サート等に取り組んでいます。



〈中核施設となるミュージックタウン音市場〉



プロムナードコンサート事業(沖縄市)

### 次世代まちづくり 3

### ~石垣市中央商店街振興組合の取組~

石垣市中央商店街振興組合は、ユーグレナ モール(商店街で全国初のネーミングライツ) において商店街活性化事業計画の認定(平成2 3年3月)を受け、株式会社タウンマネージメ ント石垣と連携し商店街の持続的発展に向け た情報発信や地域コミュニティ再生のための 交流拠点づくりなど、地域独特の魅力を生かし たまちづくりに取り組んでいます。

具体的には、まちなかの歴史・自然スポットな どを市民ガイドと一緒に徒歩でのんびりめぐる ツアー、iPadを使用したデジタルサイネージに よる地域情報、まちと人との触れ合いを大切に した保育園運営事業等に取り組んでいます。



あやぱにキッズ保育園・カフェ デジタルサイネージによる情報発信

### 新たな文化や情報発信の場としての映画館 ~桜坂劇場の取組~

株式会社クランクは、県内唯一の那覇市中心 市街地(街中)の映画館「桜坂劇場」の集客力を 高めながら、地域情報の発信拠点として商店街 と様々な連携を図りながらまちづくりに取り 組んでいます。

具体的には、ライブや桜坂市民大学の実施、 カフェ・ショップの併設、沖縄クラフト・雑貨の 販売により劇場周辺のまちの賑わいづくりに 取り組んでいます。



〈街中映画館「桜坂劇場」〉

### 5 取組による効果

商店街の通行量(日)及び施設利用実績					
		平成23年度	平成24年度		
【沖縄市)	一番街	4,650人/日	4,968人/日		
	音市場	33,850人/年	35,259人/年		
【石垣市】	商店街	2,027人/日	2,215人/日		
	保育園等	10,791人/年	10,748人/年		
【那覇市】	桜坂劇場	168,453人/年	177,718人/年		

### 6 各種支援施策

経済産業省では、平成25年度において商店 街活性化のための支援施策として、地域コミュ ニティ機能再生に向けた取組、集客や売上増加 に効果のある取組やイベント、ハード整備等へ の支援を行う下記の事業を実施しております。

- 地域中小商業支援事業
- (ハード・ソフト事業、補助率:2/3~1/3)
- 中心市街地魅力発掘·創造支援事業
- (ハード・ソフト事業、補助率:1/2以内)
- ・地域商店街活性化事業(ソフト事業 定額補助)
- ・商店街まちづくり事業

(ハード事業 補助率:2/3)



### 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 経済産業部商務通商課

TEL:098-866-1731

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



営

者

カン

5

0

本

提

供



### **Grant Thornton**

2013年9月

An instinct for growth

経理部門の基本有用情報

### 太陽 ASG 今月の経理情報

### 今回のテーマ: 法人の財務強化~経営者からの資本提供~

法人の財務強化のために、経営者等が金銭等を資本として会社に提供することがあります。 各取引が行われた場合における税務上のとり扱いはつぎのとおりです。

#### 1. 直接提供

		法人	個 人
出資	金銭出資	払込金額=資本金等の額の増加	株式の取得(取得費=払込金額)
	現物出資	現物出資資産の出資時の価額(時価) =資本金等の額の増加	・譲渡所得課税 (現物出資により取得した株式の時 価一現物出資資産の取得費)
			・株式の取得 (取得費=現物出資により取得した 株式の時価)
	他の税務への影響	・資本金額1億円超になった場合 中小企業者向け税制の不適用、 事業税の外形標準課税の適用	_
		・資本金等の額の増加による 地方税の均等割額の増加	
寄付金	金銭寄付	受贈益課税(益金)	_
	現物寄付	寄付時の寄付資産の時価で受贈益課 税(益金)	譲渡所得課税 (寄付資産の時価ー寄付資産の取得費)

### 2. 経営者等からの債務の免除

経営者等からの債務の免除を受けることで、財務強化を図ることもできます。

	法人	個 人
債務免除	免除された債務金額について受贈益課税(益金)	— <b>※</b> 1
DES (デットエクイ ティスワップ)	・借入金⇒資本金等(借入金の時価)へ振替 ・借入金の帳簿価額−借入金の時価 =債務消滅益(益金)	・株式の取得 (取得費=取得した株式の時価) ・貸付金の帳簿価額- 取得した株式の時価=譲渡損

- ※1 法人の債務超過の状態が相当期間継続し、今後弁済を受けることができないと認められるときは、 貸倒損失として雑所得又は事業所得の必要経費に算入できます。(雑所得の場合は貸倒損失控除前 の雑所得の金額を限度とします。)
- ※2 DES を行った場合、出資と同様資本金等の額が増加するため、地方税均等割額等に影響が生じま す。

### お見逃しなく!

出資者以外に株主がおり、①無償による財産の提供、②時価より著しく低い価額での現物出資、③ 債務免除、④時価より著しく低い価額での財産の譲渡を行った場合、その行為によって株式の価額が 増加したときは、出資者から出資者以外の株主へ贈与があったものとして、出資者以外の株主に贈与 税が課されることがあります。

-スレターのバックナンバーはホームページにてご覧になれます。http://www.grantthornton.jp

<sup>©</sup> Taiyo ASG Group. All rights reserved.

### 県営住宅整備事業(県営名護団地、県営与那原団地、県営神森団地)

種別:(公共) 民間 3セク 関係地域 名護市、与那原町、浦添市

主体名:沖縄県 ※沖縄振興公共投資(ハード)交付金、社会資本整備総合交付金事業

事業主体 所在地:沖縄県土木建築部 住宅課

那覇市泉崎1丁目2番2号 電話:098-866-2418

事業目的

沖縄県は、人口増減率が全国1位(0.56%)※1の県であることから、今後も住宅需要の拡大が見込ま れているが、一人あたりの県民所得が全国の7割程度\*\*2しかなく、公営住宅の入居対象層の割合が 全国一高い(全国平均の約2.3倍)※3状況にある。そのため、住宅に困窮している低額所得者等が、健 康で文化的な住生活の基盤となる住宅を確保することを目的に、県営住宅の整備を推進する。

※1総務省「人口推計(平成24年10月1日現在)」、※2内閣府「平成22年度県民経済計算」、

※3総務省「平成20年住宅土地統計調査」より

県営名護団地 県営与那原団地 県営神森団地 平成20年度~平成27年度 平成23年度~平成26年度 平成25年度~平成29年度 事業期間 県営住宅の建替 県営住宅の建替 県営住宅の建替 事業規模 既存:240戸 建替え後:243戸 既存:120戸 建替え後:120戸 既存:150戸 建替え後:167戸 事業費 約41億円 約20億円 約28億円

#### 【県営名護団地建替事業(第3期)】

戸 数 等:RC造6~10階建 243戸(建替)(1期:56戸 2期:90戸 3期:49戸 4期:48戸)

事業期間:平成20年度~平成27年度

事 業 費:約8.6億円(第3期)

概 要:県営名護団地は名護市郊外大北地区の、学校や公営住宅、民間アパートなどが建ち並 ぶ住宅地に位置し、約35,440㎡の敷地に、昭和48年度から51年度にかけて建設され た、総戸数240戸のRC造中層集合住宅13棟及び集会所で構成されている。

#### 【県営与那原団地建替事業(第2期)】

戸 数 等:RC造 9~10階建 120戸(建替)(1期:80戸 2期:40戸)

事業期間:平成23年度~平成26年度

事業費:約6.8億円(第2期)

要:県営与那原団地は与那原町の南側市街地の高台に位置し、昭和50年度に建設された RC造中層集合住宅5棟、総戸数120戸の県営住宅である。

### 団地概要

#### 【県営神森団地建替事業(第1期)】

戸 数 等:RC造 9 ~ 10階建 167戸(建替)(1期:96戸 2期:71戸)

事業期間:平成25年度~平成29年度 事業費:約16.3億円(第1期)

概 要:県営神森団地は浦添市の市街地南西側に位置し、約12,407㎡の敷地に昭和50年度に 建設された、総戸数150戸のRC造中層集合住宅5棟及び集会所で構成されている。

■これらの団地は築後30余年が経過し、構造・避難の安全性、居住性など、住機能の低下が進行 していていることから、居住水準及び住環境の向上を図るため、建替整備事業を行う。

(次ページに続く)



県営住宅整備事業

			1			
	県営名護団地 	県営与那原団地	県営神森団地			
経緯	·平成15年度 団地機能低下判定調査業務 ·平成16年度 再生団地計画策定業務 ·平成18年度 基本設計 ·平成20年度 実施設計(第1期) ·平成20年度 第1期工事(H20~H22) ·平成22年度 第2期工事(H22~H24) ·平成24年度 第3期工事(H24~H25) ·平成25年度 第4期工事(H25~H27)	·平成19年度 団地機能低下判定調査業務 再生団地計画策定業務 ·平成21年度 基本設計 ·平成22年度 実施設計(第1期) ·平成23年度 第1期工事(H23~H25) ·平成25年度 第2期工事(H25~H26)	·平成23年度 再生団地計画策定業務 ·平成24年度 基本設計 実施設計(第1期) ·平成25年度 第1期工事(H25~H27)			
現況及び 見 通 し	・沖縄県における公営住宅は、平成25年3月末時点で県及び市町村あわせて約36,000戸の公営住宅を整備しており、その多くが復帰直後から昭和50年代に建設されたものである。 ・これら建設ピーク時に整備された公営住宅は建設から30年近くが経過しており、現行の耐震基準に適合しない住棟もあることから、改修や建替え等住宅ストックの維持について検討を行う必要がある。 ・県営名護団地、県営与那原団地及び県営神森団地については、復帰直後に建設された県営住宅					
進捗状況	【県営名護団地】 ・現在、2期工事まで完了し、平成24年度に3期工事に着手しており、工事進行中である。 ・平成25年度は新たに4期工事に着手する予定であり、平成27年度までに外構整備を含めた団地全体の整備を完了する予定である。 【県営与那原団地】 ・現在、1期工事が完了し、今年度2期工事に着手するところである。 ・与那原団地の建替事業は、2期工事で完了する予定であり、平成26年度までに屋外整備を含めた団地全体の整備を完了する予定である。 【県営神森団地】 ・今年度より1期工事に着手し、平成27年度まで工事を予定している。 ・その後、2期工事に着手し全体で平成29年度まで工事を行う予定である。					
熟 度		マニュー				
然反	1	1 工事权阳 1 用来,供用权	(PH			

完成予想図(沖縄県土木建築部住宅課提供)※完成予想図はイメージであり、事業の進捗により変更になる場合がある。



県営名護団地



県営与那原団地



県営神森団地

### ISAもUpjetんその回句

りゅうぎんならお得! NISA口座開設で

### NISABUDDE% ZODE

### りゅうぎんならあります! NISAと相性の良い投資信託

NISAでは一旦ご購入された投資商品の入れ替えができません。でも投資の環境はいつも変 化するもの。そこでりゅうぎんでは、市況の変化に応じて自動的に投資対象資産の組入比率を 調整してくれる新しいタイプの投資信託をご用意しました。NISAとの相性もバッチリです。

非課税期間(5年間)の間にも投資環境は変化します







### NISA口座

一般的な投信





般的な投資信託は投資環境が変化しても投資 対象資産の組入比率を変更しません。 また、NISAでは一旦ご購入された投資商品の 入れ替えができません。

### NISA口座

りゅうぎんの新商品















りゆうぎんの新商品なら投資環境の変化に応じて投資対象資産の組入比率を調整します。

※上記はイメージです。将来および投資の成果を約束するものではありません。

### 「NISA(少額投資非課税制度)」」とは

毎年100万円(購入時手数料等を除く)を上限にNISA口座で新たにご購入された株式 投資信託等の分配金・売却益等が、ご購入された年から5年間非課税となる制度です。

\*琉球銀行では株式投資信託のみの取り扱いとなります。

\*詳しくは琉球銀行店頭またはホームページ等でご確認ください。



ホームページは

平成25年7月8日現在

詳しくは裏面をご覧ください。



### NISAも リゅうきん キャンペーン

取扱期間	平成 25年 7月8日~平成 25年 12月 30日 申込受付分まで			
取 扱 店	汲 店 全店(那覇空港内出張所、安謝市場出張所を除く)			
対 象	個人のお客様でNISA口座を開設いただいた方 ※他金融機関での申し込みやキャンセル等により当行で口座開設とならなかった場合は対象外となります。			
特 典	上記対象の方に 2,000 円をプレゼント ※プレゼントは、平成 26年 2月以降にお客様の当行お取引口座(投資信託のお取引に関してお客様がご指定された普通預金口座)に入金します。			
その他	●NISA口座の開設には、投資信託お取引口座の開設が必要です。 ●キャンペーン期間中であっても本キャンペーンを予告無く変更・終了することがあります。			
投資信託に 係るリスク について	投資信託は、値動きのある国内外の株式、債券、不動産投信などを投資対象としますので、組み入れた株式、債券や不動産投信などの価格の下落や、株式、債券や不動産投信などの発行者の財務・経営悪化などにより、損失が生じる可能性があります。また、外貨建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。各ファンドのリスクについては、「目論見書」でご確認ください。			
その他留意点について	●お申込みの際は、目論見書を必ずご覧ください。目論見書は、那覇空港内出張所と安謝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、ご購入のお客さまに帰属します。●各ファンドのお取引に関しては、クーリング・オフの適用はありません。			
投資信託に 係る手数料 等について	●お申込手数料の上限は、ご投資金額に 3.675%(税込)を乗じて得た額とします。各ファンドにより異なりますので、目論見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、公社債投資信託 1月号~12月号のみで、上限は 1万□当り105円(税込)です。●信託報酬の上限は、信託財産の純資産総額に対して、年率 2.05375%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限は、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「目論見書」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。			

### お客さまにご留意いただきたいこと

- NISA口座は、おひとりさま1口座(1金融機関)のみ開設できます。
- NISA口座は、満20歳以上の日本居住者の方がご利用頂けます。
- 既に保有しているファンドを NISA 口座に移すことはできません。
- ファンドの分配金の再投資分は、その年の非課税投資枠の対象となります。
- ファンドを売却した場合、購入する際に使用した非課税投資枠は再利用できません。
- 使用しなかった非課税投資枠を翌年以降に繰り越すことはできません。
- NISA口座から特定口座や一般口座へ移管する場合、ファンドの取得価額は、その時点の時価となります。
- NISA口座での損失は、特定口座や一般口座で保有するファンドの売却益や分配金等との損益通算や繰越控除はできません。
- ファンドの分配金のうち、元本払戻金(特別分配金)は非課税であり、NISA によるメリットを享受できるものではありません。
- \*当行では、株式投資信託のみの取り扱いとなります。

### □座開設にあたって

お申込みにあたっては、4つのステップが必要です。琉球銀行が、お客さまに代わって 税務署に非課税適用確認書の交付申請のお手続きをします。



- \*お申込みの際は、非課税適用確認書交付申請書兼非課税口座開設届出書、住民票の写し等が必要となります。 詳しくは、担当者にお問い合わせください。
- \*NISA口座を通じた投資は、2014年1月から開始できます。





### 景気は、拡大している

観光関連では、入域観光客数が過去最高値となる 建設関連では、建設資材関連が前年を大幅に上回る

8月の県内景気をみると、消費関連では、小売は、天候に恵まれたことや催事効果な どから前年を上回った。耐久消費財では、新車販売がレンタカー需要や新車投入効果な どから前年を上回り、電気製品卸売は太陽光発電システムの増加などから前年を上 回った。

建設関連では、公共工事が6月、7月に国発注工事が集中したことなどから前年を下 回り、建設受注が前年の大型案件受注の反動から前年を下回ったものの、高めの水準を 維持した。これに伴い建設資材関連も引き続き前年を大幅に上回って推移した。

観光関連では、入域観光客数は、LCC就航効果、新石垣空港開港効果などから引き続き 前年を上回り、過去最高の水準となった。観光客数の増加に伴い主要ホテルも、売上高、 稼働率ともに前年を上回った。

総じてみると、消費関連、観光関連、建設関連ともに堅調に推移したことから、県内景 気は拡大している。



### ☆消費関連

百貨店売上高は、食料品はお中元セールが前年より前倒しで開催された影響などから減少したもの の、衣料品はクリアランスセールやファッションショーの催事効果などから増加し、4カ月連続で増加 した。スーパー売上高(既存店)は、衣料品は夏物セールや気温が高く推移したことなどから増加し、食 料品は好天に恵まれたことや旧盆のずれで増加したが、店舗統廃合の影響により微増となった。全店 ベースでは、新設店効果や好天に恵まれたことなどから、食料品、衣料品ともに増加し、13カ月連続で前 年を上回った。新車販売は、レンタカー需要や新車投入効果などにより2カ月ぶりに前年を上回った。 電気製品卸売販売は、太陽光発電システムやエアコン、冷蔵庫が堅調に推移したことなどから7カ月連 続で前年を上回った。

先行きは、スーパーにおける新設店効果の持続や電気製品卸売販売の太陽光発電システム増加など から、堅調な動きが続くものとみられる。

### 🛮 建設関連

公共工事請負金額は、6月、7月に国発注工事が集中したことなどから5カ月ぶりに前年を下回った。 建築着工床面積(7月)は居住用の増加から前年を上回り、新設住宅着工戸数(7月)は貸家などが消費増 税を見込んだ需要などから前年を上回って高水準で推移した。県内主要建設会社の受注額は、前年の大 型案件受注の反動などから3カ月ぶりに前年を下回ったものの、高めの水準を維持した。建設資材関連 では、セメント、生コンは公共、民間工事向け出荷が増加したことから引き続き前年を上回った。鋼材、 木材は、貸家向け等の民間工事向け出荷の増加などから前年を上回った。

先行きは、公共工事の増加や住宅着工における消費増税を見込んだ需要などから、引き続き堅調な動 きが続くものとみられる。

### 観光関連

入域観光客数は、単月としては初の70万人超を記録し11カ月連続で前年を上回った。国内客はLCC就 航に加え既存路線でも航空座席数が増加したことなどから、東京、関西方面を中心に全方面からの入域 が増加した。直行便就航により八重山方面への入域が大幅に増加している。外国客は航空路線の拡充な どから空路、海路ともに増加した。国籍別では、中国本土が大幅に減少したが、台湾、韓国、香港が増加し た。また東南アジアからの査証が緩和されたことにより同方面からの入域も増加している。

観光客数の増加にともなって県内主要ホテルの稼働状況は堅調に推移した。稼働率、売上高、宿泊収 入はともに引き続き前年を上回った。客室単価は、那覇市内ホテルでは厳しい競争によって前年を大き く下回ったが、リゾートホテルはほぼ前年並みを維持した。

主要観光施設入場者数は10カ月連続で前年を上回り、ゴルフ場は入場者数、売上高ともに前年を上回った。 先行きは、LCCの新規路線就航や国際航空路線の拡充、中国路線の再開などから国内客、外国客と もに観光客数の増加が見込まれることから、堅調な動きが続くとみられる。

### 雇用関連・その他

新規求人数(7月)は、前年同月比29.0%増と7カ月連続で増加し、有効求人倍率(季調値)は0.55倍と 前月より上昇した。産業別にみると、建設業、生活関連サービス、娯楽業、卸売業、小売業などで増加した。 完全失業率(季調値)は6.8%と、前月より1.8%ポイント悪化した。

消費者物価指数(総合、7月)は、交通・通信、光熱・水道などの上昇により、前年同月比0.5%増と2カ 月連続で前年を上回った。企業倒産は、件数が9件で前年同月比4件増となり、負債総額は5億1,900万 円で、同28.1%の増加だった。

### 2013.08 りゅうぎん調査

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2013.6-2013.8)
消費関連		
(1) 百 貨 店(金額)	7.5	6.1
(2) ス ー パ ー ( 既 存 店 ) (金額)	2.6	2.4
(3) ス 一 パ 一 (全 店)(金額)	4.3	4.5
(4)新 車 販 売(台数)	5.8	2.3
(5)電 気 製 品 卸 売(金額)	43.0	27.8
■■ 建設関連		
(1) 公 共 工 事 請 負 金額(金額)	<b>▲</b> 13.4	17.3
		(5-7月) ▲ 3.9
	(7月) 32.2	(5-7月) 8.0
(4)建 設 受 注 額(金額)	<b>▲</b> 19.6	32.3
(5)セ メ ン ト(トン数)	16.1	16.1
(6) 生 コ ン $(m^3)$	29.3	26.4
(7)鋼 材(金額)	12.4	10.7
(8) 木 材(金額)	16.4	18.4
観光関連		
(1)入 域 観 光 客 数(人数)	16.2	12.3
う ち 外 国 客 数(人数)	33.9	27.3
(2) 県内主要ホテル稼働率		(前年同期差) 5.5
		(実数) 77.9
(3)	13.3	7.6
(4) 観光施設入場者数(人数)	16.3	13.6
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	24.8	10.6
(6) " 売 上 高(金額)	25.9	11.4
その他		
(1) 県内新規求人数(人数)	(7月) 29.0	(5-7月) 16.2
(2) 有効求人倍率(季調値)	(実数、7月) 0.55	(実数、5-7月) 0.53
(3)消費者物価指数(総合)	(7月) 0.5	(5-7月) 0.1
(4) 企 業 倒 産 件 数(件数)	(前年同月差) 4	(前年同期差) 3.3
(5) 広告収入(県内マスコミ) (金額)	(7月) 2.8	(5-7月) 0.1

<sup>(</sup>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。

<sup>(</sup>注2) 2012年5月より外国客の入域観光客数を掲載した。

<sup>(</sup>注3) 主要ホテルは、2013年1月より調査先を19ホテルから25ホテルとした。

<sup>(</sup>注4) 観光施設入場者数は、2011年1月より調査先を6施設から5施設とした。

<sup>(</sup>注5) 企業倒産の前年同月差は、月平均の前年同月差。

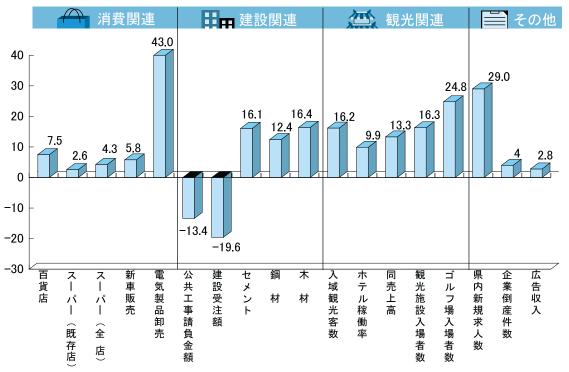
連

の

他

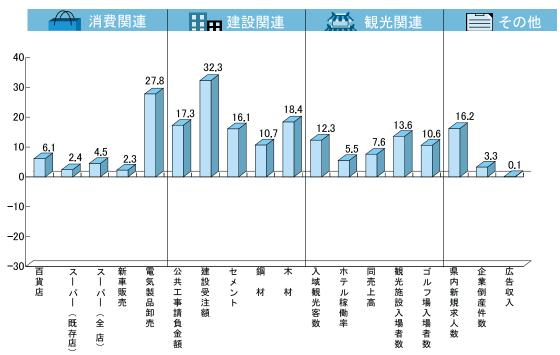
連

### 項目別グラフ 単月 2013.08



(注) 県内新規求人数、広告収入は13年7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 2013.06~08



(注) 県内新規求人数、広告収入は13年5~7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。



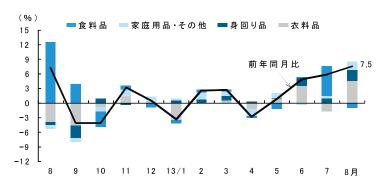
### 一消費関連

### ● 百貨店売上高(前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

### 4カ月連続で増加

- ・百貨店売上高は、前年同月比7.5%増と4 カ月連続で前年を上回った。食料品は、お 中元セールが前年時期より前倒しで開催 された影響などから減少したが、衣料品 は、クリアランスセールやファッション ショーの催事効果などから増加した。家 庭用品・その他は、飲食店や旧盆準備用品 の好調により増加した。
- ·品目別にみると、衣料品(同17.8%増)、身 の回り品(同24.1%増)、家庭用品・その他 (同7.8%増)が増加し、食料品(同2.1%減) が減少した。

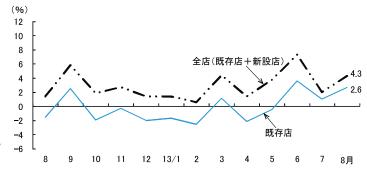


出所:りゅうぎん総合研究所

### **ロスーパー売上高(前年同月比)**

### 全店ベースは13カ月連続で増加

- ・スーパー売上高は、既存店ベースでは前 年同月比2.6%増と3カ月連続で前年を上 回った。
- ・衣料品は、夏物セールや気温が高く推移し たことなどから同14.3%増となり、食料品 は、好天に恵まれたことや旧盆のずれ(前 年は8月30日~9月1日、今年は8月19 日~21日)などにより同1.2%増となった。 家電を含む住居関連は、同5.9%増だった。
- ・全店ベースでは、新設店効果などから同 4.3%増と13カ月連続で前年を上回った。



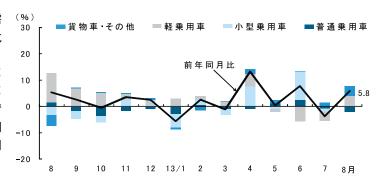
出所:りゅうぎん総合研究所

### 新車販売台数(前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

### 2カ月ぶりに増加

- ・新車販売台数は3.023台で、レンタカー需 要や新車投入効果などにより前年同月比 5.8%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- ・普通自動車(登録車)は1,116台(同1.3% 増)で、うち普通乗用車は329台(同14.3% 減)、小型乗用車は617台(同2.5%増)で あった。軽自動車(届出車)は1,907台(同 8.7%増)で、うち軽乗用車は1,631台(同 6.6%増)であった。



出所:沖縄県自動車販売協会

消

費

関

連

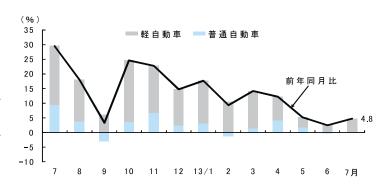
二

### 4 中古自動車販売台数【登録ベース、再掲】(前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

### 18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、7月)は、催事 効果などにより前年同月比4.8%増とな り18カ月連続で前年を上回った。
- ・内訳(7月)では、普通自動車は同0.7%増、 軽自動車は同7.7%増となった。
- ・中古自動車販売台数(普通自動車の合計、 登録ベース、8月)は、前年同月比0.5%増 となり2カ月連続で前年を上回った。



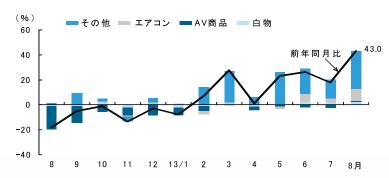
出所:沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

### **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

### 7カ月連続で増加

- ・電気製品卸売販売額は、太陽光発電システムやエアコン、冷蔵庫が堅調に推移したことなどにより前年同月比43.0%増と7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6.5%増、DVDレコーダーが同30.3%増、白物では洗濯機が同4.9%増、冷蔵庫が同22.5%増、エアコンが同70.4%増、太陽光発電システムを含むその他は同51.4%増となった。



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

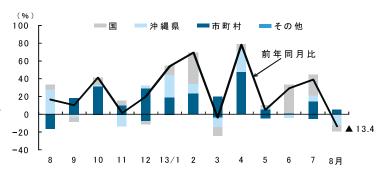
### 建設関連

### ● 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

### 5カ月ぶりに減少

- ・公共工事請負金額は、226億2,600万円で 前年同月比13.4%減となり、6月、7月に 国発注工事が集中したことなどから、5 カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、市町村(同15.4%増)、独立 行政法人等・その他(同5.5%増)が増加し、 国(同35.0%減)、県(同28.4%減)が減少 した。
- ・大型工事としては、シュワブ(H23)立体 駐車場新設建築その他工事、豊崎総合公 園市民体育館建築工事、赤間陸上競技場 改修工事などがあった。



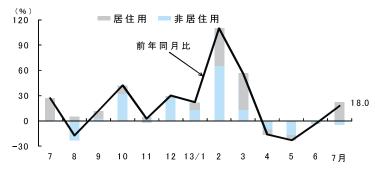
出所: 西日本建設業保証株式会社沖縄支店

### ②建築着工床面積(前年同月比)

#### ※棒グラフは用途別寄与度

### 4カ月ぶりに増加

- ・建築着工床面積(7月)は、19万3,187㎡と なり、前年同月比18.0%増と4カ月ぶり に前年を上回った。用途別では、居住用 は同34.6%増となり、非居住用は同 13.6%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、居住産業併 用ともに増加した。非居住用では、医療、 福祉用などで増加し、教育・学習支援業 用、製造業用などが減少した。



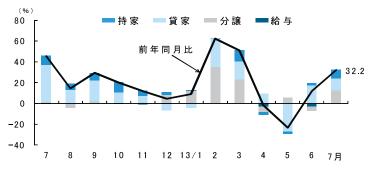
出所:国土交通省

### 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カ月連続で増加

- 新設住宅着工戸数(7月)は1.777戸とな り、貸家、持家、分譲が増加したことから、 前年同月比32.2%増と2カ月連続で前年 を上回った。消費増税を見込んだ需要が 引き続きみられ、2000年以降最も高い水 準となった。
- 利用関係別では、持家(同37.7%増)、貸家 (同14.8%增)、分譲(同456.8%增)、給与 (同100.0%増)ともに増加した。



出所:国土交通省

#### 3カ月ぶりに減少

- ・建設受注額(調査先建設会社:20社)は、 前年の大型案件受注の反動などから、 前年同月比19.6%減と3カ月ぶりに前 年を下回った。ただし、分譲マンション や貸家、医療関連施設などの受注が堅 調に推移し、高めの水準を維持した。
- ・発注者別では、公共工事(同37.9%減)は 3カ月ぶりに減少し、民間工事(同 12.1%減)も3カ月ぶりに減少した。

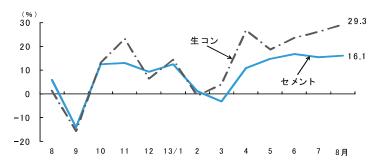


出所:りゅうぎん総合研究所

#### ⑤ セメント・生コン(前年同月比)

#### セメントは5カ月連続で増加、 生コンは6カ月連続で増加

- ・セメント出荷量は、6万5,023トンとなり 前年同月比16.1%増と5カ月連続で前 年を上回った。
- ・生コン出荷量は、15万6,814㎡で同 29.3%増となり、6カ月連続で前年を上 回った。公共工事向け出荷、民間工事向 け出荷ともに増加した。
- ・生コン出荷量を出荷先別にみると、公共 工事では、学校関連や港湾関連工事向け などが増加し、橋梁関連工事向けなどが 減少した。民間工事では、貸家や分譲マ ンション関連工事向けなどが増加し、商 業施設関連工事向けなどが減少した。

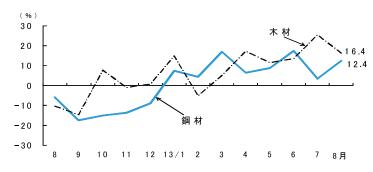


出所:りゅうぎん総合研究所

## 6 鋼材•木材(前年同月比)

#### 鋼材は8カ月連続で増加、 木材は6カ月連続で増加

- ・鋼材売上高は、公共工事や貸家等の民間 工事向け出荷が増加したことなどから、 前年同月比12.4%増と8カ月連続で前 年を上回った。
- ・木材売上高は、戸建て住宅、貸家向け出 荷の増加などから同16.4%増と6カ月 連続で前年を上回った。

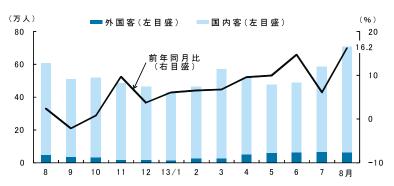


出所:りゅうぎん総合研究所

## ● 入域観光客数(実数、前年同月比)

#### 11カ月連続で増加

- 8月の入域観光客数は、LCC就航効果な どから前年同月比16.2%増の70万5,500人 となり、11カ月連続で前年を上回った。国 内客は11カ月連続で増加、外国客は2か月 ぶりに増加した。
- ・うち国内客は、LCC就航効果などから、 東京、関西を中心に全路線からの入域が増 加し、同14.8%増の64万5,100人となった。 離島方面では、直行便が増加した八重山方 面への入域増加が著しい。
- ・路線別では空路が国内客、外国客とも増加 し68万1,900人(同16.5%増)と11カ月連続 で前年を上回り、海路も国内客、外国客と も増加し2万3,600人(同8.3%増)と2カ月 ぶりに前年を上回った。



出所:沖縄県観光政策課 ※混在率等修正により11年2月~12年2月の推計値を下方修正した。

# 、域観光客数【外国客】(実数、前年同月比)

#### 2カ月ぶりに増加

- ・入域観光客数(外国客)は、路線拡充効果、(万人) 査証緩和効果などから空路、海路ともに 増加し、前年同月比33.9%増の6万400人 と2カ月ぶりに前年を上回った
- ・国籍別では、台湾2万9,300人(同69.4% 增)、香港9,400人(同28.8%增)、韓国7,200 人(同200.0%増)、アメリカ・その他9.400 人(同32.4%增)、中国本土5,100人(同 53.6%減)であった。

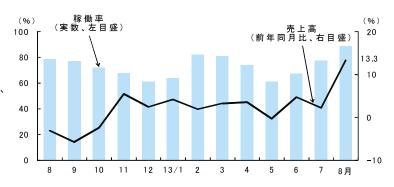


出所:沖縄県観光政策課

# 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

#### 稼働率は10カ月連続で増加、 売上高は3カ月連続で増加

- ・主要ホテルは、客室稼働率は88.7%と前年 同月比9.9%ポイント上昇し10カ月連続で 前年を上回った。売上高は同13.3%増と3 カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルは、客室稼働率は84.6%と、 同9.0%ポイント上昇し、8カ月連続で前 年を上回った。売上高は同10.8%増と、2 カ月ぶりに前年を上回った。リゾート型ホ テルは、客室稼働率は91.2%と、同10.5%ポ イント上昇し、10カ月連続で前年を上回っ た。売上高は同13.8%増と、3カ月連続で 前年を上回った。



出所: りゅうぎん総合研究所 (注) 13年 1 月より調査先を19ホテルから25ホテルとした。

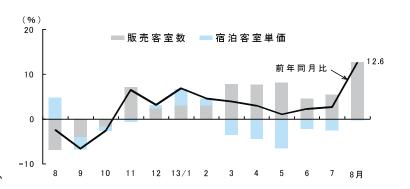
# ●りゅうぎん調査● 県内の

### 4 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

#### 10カ月連続で増加

- ・主要ホテル売上高のうち宿泊収入は、宿 泊客室単価(価格要因)は6カ月連続で 減少したものの、販売客室数(数量要因) が増加し、前年同月比12.6%増と10カ月 連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルは、厳しい競争により宿 泊客室単価が引き続き減少しているもの の、販売客室数が8カ月連続で増加し、同 9.7%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- ・リゾート型ホテルは、宿泊客室単価は、 ほぼ前年並みだったが、販売客室数が10 カ月連続で増加したことから、同13.0% 増と10カ月連続で前年を上回った。

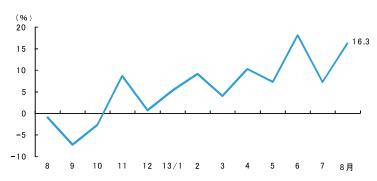


出所:りゅうぎん総合研究所 (注)13年1月より調査先を19ホテルから25ホテルとした。

#### (ラ主要観光施設の入場者数(前年同月比)

#### 10カ月連続で増加

主要観光施設の入場者数は、前年同月 比16.3%増と、10カ月連続で前年を上 回った。

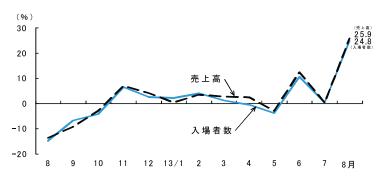


出所: りゅうぎん総合研究所 (注)11年1月より調査先を6施設から5施設とした。

## ⑤主要ゴルフ場入場者数・売上高(前年同月比)

#### 入場者数、売上高ともに増加

・主要ゴルフ場の入場者数は、前年の台 風の反動で、県内客、県外客がともに増 加し、前年同月比24.8%増と、3カ月連 続で前年を上回った。売上高も、同 25.9%増と3カ月連続で前年を上回っ た。客単価は前年を上回った。



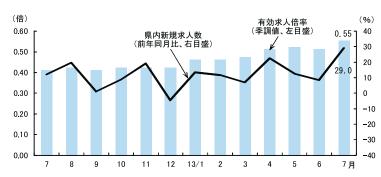
出所:りゅうぎん総合研究所 (注)06年10月より調査先を9ゴルフ場から8ゴルフ場とした。

# | 雇用関連・その他

#### ● 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)は上昇

- ・新規求人数(7月)は、前年同月比29.0%増と なり7カ月連続で増加した。産業別にみる と、建設業、生活関連サービス、娯楽業、卸売 業、小売業などで増加した。有効求人倍率 (季調値)は0.55倍となり、前月より上昇した。
- ・労働力人口(7月)は、68万8,000人で同0.3% 増となり、就業者数は、64万6,000人で同 0.3%減となった。完全失業者数は4万2,000 人で同10.5%増となり、完全失業率(季調値) は6.8%と前月より1.8%ポイント悪化した。



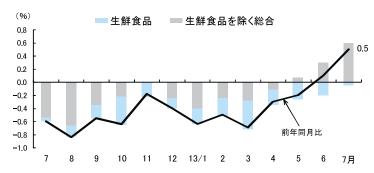
(注)有効求人倍率は、2011年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

#### 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

#### 2カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数(7月)は、前年同月比0.5% 増と2カ月連続で前年を上回った。生鮮食 品を除く総合は同0.6%増と上昇した。
- ・品目別の動きをみると、交通・通信及び光 熱・水道などが上昇し、教養娯楽などが下 落した。

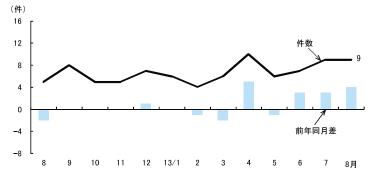


出所:沖縄県(注1)端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。 (注2)2011年7月より2010年=100に改定された。

#### ② 企業倒産

#### 件数、負債総額ともに増加

- ・倒産件数は9件となり前年同月比4件増 となった。業種別では、サービス業4件 (同3件増)、卸売業2件(同2件増)、製造 業1件(同1件増)、小売業1件(同1件 増)、建設業1件(同3件減)であった。
- ・負債総額は5億1,900万円となり、同 28.1%の増加だった。



出所:東京商工リサーチ沖縄支店

一个

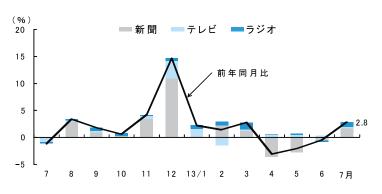


# ❷ 広告収入【マスコミ】(前年同月比)

※棒グラフはメディア別寄与度

#### 4カ月ぶりに増加

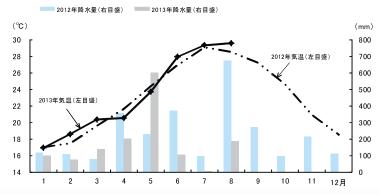
・広告収入(マスコミ:7月)は、前年同月比 2.8%増となり、4カ月ぶりに前年を上 回った。テレビ、新聞、ラジオがともに前 年を上回った。



出所:り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29.6℃と前年同月(28.5℃)、平 年(28.7℃)より高かった。降水量は190.5m mと前年同月(674.0mm)より少なかった。
- ・沖縄地方全体でみても、8月上旬の平均気 温平年差は1.4℃の上昇、日照時間平年比 37%増で、ともに1961年の統計開始以来、 最高値を更新した。



出所:沖縄気象台

# ●りゅうぎん調査● トバック

#### ■ 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]

# 浦添市地域通貨「察度」

#### ― まちづくり活性化促す ―

浦添市は2007年度よりまちづくりを推進するため、 地域通貨「察度 | のモデルシステムづくりに取り組んで います。

察度は、首里王府以前に浦添を中心として栄えた琉 球王国の歴史に実在の王です。この地域通貨名は、中国 との貿易や産業振興で国を発展させた王に由来して命 名されました。

地域通貨はその地域のみで通用するお金です。浦添 市は、市の推進する各事業の実施や地域でのボラン ティア活動などに市民の多くが参加し、市民と行政が協 働することで明るく住みやすいまちづくりを実現してい ます。市はこれに対して、感謝の心を表現するものとし て「察度 |の導入を進めました。

地域通貨のねらいは、行政単体による事業実施ではな く、「まちづくり」という市民共通の目的のもと、通り会や 児童センター主催の清掃活動、夏祭りなどの実施に際し、 市民・行政・事業所の協働に「察度 |を付与することで市 民同士の交流を促し、地域コミュニティーの活性化を目 指すものです。同取組みに賛同する事業所は、提示され た「察度」に対し飲食・物販時の割引などを行ないます。 12年10月現在、まちづくりスポンサーは45事業所にの ぼり、市では毎年約3.000枚の「察度」を配布しています。

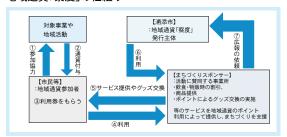
同取組みにより、ボランティア活動に参加することへ の関心の高まり、コミュニケーションの活発化、新たな



コミュニティーの誕生により、地域 の経済活性化が図られることが期 待されます。

琉球銀行安波茶支店長 大城 博二

地域通貨「察度」の仕組み



出典:筆者作図

# 内部統制

0

0

0 0

0 0

0

0

0 0

0 0

0 0

0 0

0 0

0

0

0

0

0

0

0 0

0

0

0 0

0

0

0 0

0 0

0 0

0 0 0

0

0 0

0 0 0

0 0

0 0 0

0

ō

0

#### - 社内規定守り安定経営 -

内部統制と聞くと、何やら難解で、新しい概念やシス テムのように思われがちですが、実は昔から存在してい るものです。その原型は「現金・支払に関する不正やミ スを防ぐ仕組み |です。たとえば、従業員による現金盗難 や、経費の私的利用等による不正支払を防ぐ方法として その管理を経営者が行い、従業員にはそれ以外の業務 を行なわせることが典型です。

しかし組織規模の拡大や業務内容の多様化等、ビジ ネス環境の変化に伴って経営者によるチェックは困難に なります。そこで経営者のチェックを省き、仕事をする際 に従業員自らが従うよう整備されたのが社内規定や業 務マニュアル等で、これらを総じて「内部統制」と呼ぶよ うになりました。

内部統制の効果とは、不祥事を防ぎ安定経営や企業 イメージ、信頼性の向上、業務の有効性向上が挙げられ ます。

内部統制が機能していない組織の場合は、各人の勝 手な行為で組織が成立たなくなり、不効率な業務運営 となることから競争力の低下につながる等、リスクにさ らされた不安定な経営となります。このことから内部統 制は企業統治に特有なものととらえられがちですが、企 業に限らず政府機関を含めたあらゆる組織が対象と なっています。

このように内部統制はビジネス環境の変化に伴い発



展しており、IT化やビジネスのグ ローバル化等の進展により今後も さらに形を変えて発展するでしょう。

琉球銀行監査部調査役 浦崎 直記

内部統制の発展



出典:「図解ひとめでわかる内部統制」監査法人トーマツ著 (東洋経済新報社)

# 飛び安里

#### 一 南風原の偉人感じて ―

南風原町には、チブル星人など沖縄方言名での怪獣 も登場する「ウルトラマン」の生みの親である金城哲夫 氏の他に、「飛び安里」と呼ばれ、かのライト兄弟より 100年以上前に空を飛んだといわれる偉人がいました。

「飛び安里 | は日本で刊行される航空史のほとんどに 紹介される人物ですが、その正体は文献も少なく専門 家の見解は様々です。琉球王朝時代の安里周富、周当、 周祥のうちの一人といわれますが、時代背景から現在 では、安里周当だとする説が有力のようです。

安里家は代々「花火師」として首里王府に仕えていま した。なかでも類まれな秀才として知られた周当は、花 火創作活動の傍らで「人も花火と同じように空へ飛び上 がることができるのではないか」と考え、海鳥や山鳥の 羽根などの収集と観察に没頭し、空を飛ぶことに夢を抱 いていたようです。彼が情熱をかけて作成した飛行機は、 「弾力の強い弓を中央の支柱に取り付けて弓上に鳥翼 型の翼を装着し、弦を足に結びつけて弾力により羽翼を 上下させる装置」で動く構造で、南風原町の津嘉山 「メーヌシジムイ(仕立森)」で飛んだとされます。

その飛行機は、地元の町おこしグループの努力によっ て復元され、1999年3月に実際に沖縄の空を20m程 度滑空しました。現在、同町役場のロビーに模型が展示 されています。一度ご覧になり、琉球王朝時代の空への ロマンを感じてみてはいかがでしょう。



琉球銀行南風原支店長 古堅 雄二



写真:南風原町役場に展示されている2分の1の模型

# 沖縄のデータセンター

#### 一 クラウドで拠点目指す 一

0 0

0

0

0 0

0 0

0

0

0

0 0

0

0

0 0

0

0

0

0

0 0

0

0

0

0

東日本大震災を契機として、情報システムの災害対 策強化を目的としたデータセンター利用のニーズが高 まっています。

大規模なデータセンターは関東圏に集中しています が、バックアップデータの分散保管や被災時の事業継続 のため、地方のデータセンターを利用する動きが見ら れるようになりました。

沖縄は大きな地震の少ない地域であることや本土と 同時に被災する可能性が低いことから、災害対策のた めのデータセンターに適しています。2007年以降、経 済産業省、内閣府、総務省といった中央省庁が、バック アップ先として沖縄でのデータセンターを利用している ことも沖縄の優位性を示していると言えるでしょう。

また、今後はITコストの削減やシステムの早期構築を 目的としたクラウドコンピューティング(ネットワークを 通じて必要なだけシステムを利用する方式)の利用拡 大が予想されます。沖縄県は、うるま市兼箇段にクラウ ド・データセンターの整備を進めています。クラウド・ データセンターと県内主要データセンター間を共通プ ラットフォームで結び、オール沖縄のクラウド化を実現 することで、アジア有数の国際情報通信ハブの拠点とな ることを目指しているとのことです。

クラウドネットワークの活用により、IT産業において 沖縄がアジアの中心となることが期待されます。



琉球銀行 事務統括部 システム企画課 宮里 和宏

沖縄クラウドネットワーク イメージ (整備中)



注)GIX:アジアとのダイレクトな 通信環境提供サービス 出所:沖縄県商工労働部情報産業振興課



# 普天間御参詣歴史絵巻行列

#### 一 王朝行事で人集う街へ 一

来る10月6日、宜野湾市で「琉球国王普天満御参詣 歴史絵巻行列 | が開催されます。これは戦前戦後を通し、 市の中心街として活況を呈していた普天間地域に活気 を取り戻そうと市民を中心に参加を募り琉球王国時代 の行事を再現することで、大勢の人々に足を運んでい ただくきっかけになることを主な目的として企画された ものです。

0

0

0

0

0 0

0 0

0

0

0 0

0 0

0

0 0

0 0

000

0 000

「琉球国由来記」によると普天間御参詣は1644年、 尚賢王から始められ, 普天満宮・普天満山神宮寺におい て国家安泰, 無病息災を祈願した王家の年中行事の一 つとされています。当時の御参詣は旧暦9月吉日に行わ れ, 国王、三司官、親方その他家臣総勢約100人余りで の参詣だったようです。

道筋は首里城から普天満宮へと繋がるもので、普天 満から浦添の沿道には松並木が連なり、宜野湾松並・普 天間街道などと呼ばれ、1932年には国指定天然記念 物になりました。しかし、その後の戦災と、松食い虫の被 害を受けてほとんどが消失してしまいました。

普天間宮近隣の商店街は商業施設の郊外化が進み、 活性化が課題となっていました。今回のイベントをきっ かけに市民・県民・観光客が集える街になることが期待 され、将来的には基地移設も含め地域の再開発に貢献 するイベントに育つことが望まれています。

今回が1回目の再現行列は、普天間の中央通りで催



琉球銀行 宜野湾支店長 冨里 靖志

されます。歴史あるこの地域に思い を偲ばせ足を運んでみてはいかが でしょうか。



出所:普天間御参詣実行委員会



#### 縄

- 9.2 沖縄ファミリーマートとローソン沖縄 が南風原町の自治体証明書発行サービ スを開始した。店内設置の複合機に住民 基本台帳カードを読み込ませることで、 住民票の写しや戸籍証明書などが取得 可能。県内コンビニで自治体証明書を交 付するサービスは初めてとなる。
- 9.3 県八重山事務所の八重山入域観光客数 統計概況(7月)によると、入域観光客数 が前年比24.2%増の10万2.408人となり、 7月単月で初めて10万人を突破した。南 ぬ島石垣空港の開港やLCC就航が寄与 し、対同月比最高記録を4カ月連続で更 新している。
- 9.10 国土交通省の11年度空港別収支試算に よると、那覇空港は空港本体の赤字額が 最も多い59億1千万円だった。民有地の 賃借料が影響したことが要因。国管理の 26空港のうち、23空港は営業赤字とな り、黒字だったのは、新千歳(黒字額15億 5千万円)、小松(同5億9千万円)、熊本 (同7千万円)の3空港だった。
- 9.17 県文化観光スポーツ部による12年度沖 縄観光の経済波及効果は、09年度比 2.3% 増の6,767億4,200万円だった。観光 消費額は、4.576億円で、うち直接効果は 4.015億円、県外への漏出561億円、1次 間接波及効果1.818億円、2次間接波及 効果934億円だった。雇用誘発効果は 2.0%増の8万1.041人となった。
- 9.19 県企画部の県内地価調査結果(7月1日 時点)によると、全用途(林地を除く)で、 前年比0.2%減となり、20年連続で下落 したが、12年は0.8%減だったことから 下落幅はわずかに縮小した。用途別にみ ると、住宅地は、0.2%減で15年連続の下 落、商業地は、0.0%と横ばいで推移し、 工業地は、1.7%減で下落幅が拡大した。

#### 全国•海外

- 9.2 全軽自協によると、12年度軽自動車の 100世帯当たりの普及台数(全国平均)が 前年比0.8台増の51.8台となり、過去最高 を更新した。軽自動車は、低価格で維持 費も安価なことなどから地方を中心に 人気で、37年連続で増加している。地域 別では、佐賀と鳥取で普及台数が初めて 一世帯当たり1台を超えた。沖縄は、 90.9台の7位だった。
- 9.2 米マイクロソフトがフィンランドの携 帯電話機大手ノキアの携帯電話事業を 買収することで合意した。買収金額は、 総額54億4千万ユーロ(約7,100億円)で、 14年1~3月期の手続き完了を目指す。
- 9.8 20年の夏季五輪開催都市に東京が決定 した。都が試算した経済効果は、約2兆 9,600億円。雇用誘発数は、約15万2千人 となり、雇用面の波及効果は、約7.500億 円となる。
- 9.10 厚労省による13年度最低賃金改定額が 決定し、全国平均は前年度比15円上昇の 764円で、沖縄は11円上昇の664円と なった。今回の改定で、最低賃金で働い た際の手取り額が生活保護受給額より 少ない「逆転現象」は北海道を除く46都 道府県で解消する。
- 9.11 NTTドコモが初のアップル製品iPhoneを 発売する。指紋認証機能を備えた iPhone5Sや廉価版iPhone5Cの2機種を 提供し、MNPによる顧客流出の巻き返し を図る。
- 9.11 内閣府と財務省の法人企業景気予測調 査(7~9月期)によると、大企業の景況 判断指数がプラス12.0となり、04年4~ 6月期以来の過去最高値を更新した。先 行きは、10~12月期が9.8となり、プラス が続く見込み。
- 9.24 カナダを訪問した安倍首相はハーパー首 相と会談を行い、シェールガスをカナダ から輸入する方針で合意した。輸入が実 現すれば、電気料金の値上げ抑制となる。

# 沖縄県内の主要経済指標 ①

# 上 conomic Indicators



	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
2010	▲5.2	▲0.5	0.9	24.9	13.9	<b>▲</b> 5.2	224,019	<b>▲</b> 21.5	1,630.5	<b>▲</b> 13.6
2011	1.5	0.5	2.4	▲12.3	<b>▲</b> 17.5	<b>▲</b> 3.9	233,769	4.4	1,702.6	4.4
2012	1.4	<b>▲</b> 1.3	1.3	▲13.4	30.0	▲0.7	237,692	1.7	1,768.4	3.9
2012 7	<b>▲</b> 10.5		<b>▲</b> 1.3			2.8	28,340	27.8	163.7	27.2
8	7.2	<b>▲</b> 1.5	1.4	▲18.3	5.3	5.9	26,136	16.6	165.0	<b>▲</b> 17.3
9	<b>▲</b> 4.1	2.5	5.8	<b>▲</b> 5.0	2.7	<b>▲</b> 9.2	31,974	10.2	145.1	12.0
10	<b>▲</b> 4.1	<b>▲</b> 1.9	1.9	<b>▲</b> 1.0	▲0.5	2.4	29,432	41.3	169.7	42.1
11	3.2	▲0.3	2.7	▲13.6	3.6	1.1	19,400	1.7	142.2	2.5
12	0.4	<b>▲</b> 2.0	1.4	▲3.0	2.5	<b>▲</b> 2.7	14,997	20.2	137.8	30.0
2013 1	▲3.3	<b>▲</b> 1.7	1.4	<b>▲</b> 7.8	<b>▲</b> 5.5	5.7	20,766	54.0	175.0	22.1
2	2.6	<b>▲</b> 2.5	0.6	7.0	2.6	2.3	18,588	69.6	180.6	110.1
3	2.7	1.1	4.4	27.5	<b>▲</b> 1.1	▲3.8	26,905	<b>▲</b> 3.6	166.3	56.1
4	<b>▲</b> 2.8	<b>▲</b> 2.1	1.4	1.1	13.2	1.1	16,255	78.3	121.6	<b>▲</b> 16.2
5	0.8	▲0.4	3.8	23.2	0.5	4.6	10,742	5.3	148.8	<b>▲</b> 23.1
6	4.9	3.6	7.3	26.3	7.8	<b>▲</b> 10.2	20,318	29.2	164.9	<b>▲</b> 3.2
7	5.9	1.0	2.0	17.6	<b>▲</b> 3.7	-	39,391	39.0	193.1	18.0
8	7.5	2.6	4.3	43.0	5.8	_	22,626	▲13.4	_	
出所	l	りゅうぎん総合	今研究所調^	•	自販協	酒造組	<b>西口太净</b> 奶类保証		国土女	€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。Pは速報値。

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。

	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
2010	10,709	▲8.8	<b>▲</b> 5.8	▲2.3	<b>▲</b> 7.3	▲12.6	2.1	5,855.1	3.6	▲2.7
2011	11,828	10.4	13.5	<b>▲</b> 2.5	<b>▲</b> 4.6	▲3.9	8.6	5,415.5	<b>▲</b> 7.5	<b>▲</b> 5.4
2012	12,713	7.5	3.4	▲0.7	3.6	<b>▲</b> 6.1	<b>▲</b> 7.0	5,835.8	7.8	6.2
2012 7	1,344	45.6	▲53.0		<b>▲</b> 9.1	<b>▲</b> 4.0		550.4	10.0	
8	1,215	14.5	86.4	5.9	1.3	<b>▲</b> 4.8	<b>▲</b> 10.4	607.2	2.4	▲0.9
9	1,168	29.3	<b>▲</b> 16.1	▲14.1	<b>▲</b> 15.6	<b>▲</b> 18.5	<b>▲</b> 14.5	507.3	<b>▲</b> 2.1	<b>▲</b> 7.3
10	1,223	19.9	▲0.9	10.4	13.1	<b>▲</b> 17.7	7.6	519.7	8.0	<b>▲</b> 2.7
11	1,184	11.7	0.1	13.0	23.2	▲16.1	<b>▲</b> 1.0	483.1	9.6	8.7
12	961	4.5	19.6	9.3	6.4	<b>▲</b> 7.4	8.0	463.4	3.7	0.7
2013 1	1,083	9.1	▲26.9	12.5	14.3	7.7	14.9	429.7	6.1	5.3
2	1,162	62.5	48.0	1.2	▲0.8	4.7	<b>▲</b> 5.1	463.2	6.5	9.2
3	1,103	51.1	36.5	▲3.2	4.1	16.1	5.1	568.9	6.7	4.0
4	1,041	▲2.0	83.1	10.9	26.9	6.4	17.2	516.3	9.6	10.2
5	893	▲23.3	▲68.5	14.8	18.7	8.8	11.5	477.6	10.0	7.3
6	1,068	11.9	80.7	16.8	23.7	17.4	13.6	489.1	14.7	18.1
7	1,777	32.2	111.5	15.5	26.2	3.5	25.4	583.9	6.1	7.3
8	-	_	<b>▲</b> 19.6	16.1	29.3	12.4	16.4	705.5	16.2	16.3
出所	国土交	通省		りゅうき	ん総合研究	所調べ		県文化観光 観光政		りゅうぎん 総合研究所

注)入域観光客数は、2011年以降の数値について混在率の変更により遡及修正した。 Pは速報値。

注)観光施設入場者数は、2011年1月より調査先が6施設から5施設となった。



	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	入域観光客数 のうち外国客		鉱工業生産指数 (季調値)	
暦年	市内	リゾート	市内	リゾート	前年比	前年比	千人	前年比	2005年=100	前年比
2010	68.7	71.2	▲3.3	▲3.2	▲1.8	2.8	284.7	23.6	96.9	▲2.1
2011	64.8	67.7	<b>▲</b> 7.4	<b>▲</b> 6.2	▲0.8	▲3.2	280.0	<b>▲</b> 1.7	93.8	▲3.2
2012	69.4	71.1	3.4	4.1	<b>▲</b> 1.2	4.3	376.7	34.5	92.6	<b>▲</b> 1.3
2012 7	65.0	79.0	▲0.2	0.9	▲8.3	<b>▲</b> 1.2	67.9	87.1	92.9	<b>▲</b> 1.4
8	75.2	83.1	<b>▲</b> 3.5	▲3.1	<b>▲</b> 14.8	3.3	45.1	34.2	96.5	6.3
9	71.5	83.0	<b>▲</b> 6.7	<b>▲</b> 5.6	▲6.8	1.8	32.5	1.2		<b>▲</b> 2.3
10	67.4	76.6	▲6.6	▲0.2	<b>▲</b> 4.2	0.6	31.5	<b>▲</b> 22.8	94.8	<b>▲</b> 1.3
11	74.6	66.0	9.5	3.3	6.4	4.2	14.3	2.9	100.4	3.9
12	65.6	58.2	<b>▲</b> 1.2	3.2	2.6	14.7	17.1	20.4	91.9	<b>▲</b> 2.2
2013 1	68.6	60.7	2.7	5.0	2.2	2.2	15.6	▲21.6	91.3	6.7
2	88.6	78.1	0.3	2.8	4.0	1.4	24.5	52.2	98.0	8.1
3	84.8	78.6	0.2	4.8	1.2	2.7	24.6	7.4	102.5	15.6
4	75.0	73.1	3.0	3.8	▲0.5	▲3.1	49.9	45.5	100.9	18.8
5	63.8	59.4	3.0	<b>▲</b> 1.7	▲3.9	<b>▲</b> 2.1	59.4	47.4	108.5	7.7
6	66.1	67.5	1.1	6.3	10.6	▲0.5	62.5	79.6	99.9	2.6
7	70.9	81.1	<b>▲</b> 2.2	3.2	0.4	2.8	65.2	<b>▲</b> 4.0	-	-
8	84.6	91.2	10.8	13.8	24.8	-	60.4	33.9	_	-
出所		l,	ゆうぎん総合	合研究所調べ			県文化観光 観光政		県企画部	『統計課

- 注) ホテルは、2013年1月より調査先が19ホテルから25ホテルとなった。Pは速報値。
- 注) 2012年5月より外国客の入域観光客数を掲載した。
- 注) 鉱工業生産指数の暦年値、前年比は原指数の増減率。 2009年2月より2005年=100に改定された。

	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
2010	49	11,048	▲55.9	▲0.5	7.6	0.8	0.31	13.1	82,119	207,981
2011	82	17,374	57.3	0.5	7.1	▲0.5	0.29	8.3	57,538	269,730
2012	71	10,745	▲38.2	0.0	6.8	1.3	0.40	9.6	80,654	336,046
2012 7	6	1,630	<b>▲</b> 73.0	▲0.6	5.9	4.7	0.41	11.9	,	18,709
8	5	405	▲39.6	▲0.8	6.1	4.2	0.42	19.6	4,995	16,915
9	8	578	▲84.2	▲0.6	6.6	1.1	0.41	0.9	4,534	58,666
10	5	428	50.2	▲0.6	6.0	2.3	0.42	8.5	2,978	7,339
11	5	244	<b>▲</b> 42.3	▲0.2	6.0	2.9	0.42	18.9	5,070	22,624
12	7	1,648	43.9	▲0.4	6.9	2.5	0.42	<b>▲</b> 4.7	17,204	25,589
2013 1	6	20,703	4,116.5	▲0.6	6.5	3.1	0.46	13.6	7,309	29,364
2	4	406	63.1	▲0.5	5.6	5.3	0.46	11.7	22,240	18,473
3	6	813	<b>▲</b> 75.0	▲0.7	6.0	3.6	0.47	6.8	7,572	21,286
4	10	3,295	271.5	▲0.3	6.8	1.3	0.51	22.2	11,315	21,982
5	6	603	<b>▲</b> 17.3	▲0.2	5.8	3.1	0.52	12.4	7,958	29,156
6	7	1,320	537.7	0.1	5.0	2.7	0.51	8.5	1,937	18,270
7	9	1,083	▲33.6	0.5	6.8	▲0.3	0.55	29.0	1,245	10,921
8	9	519	28.1				-	_	1,168	28,905
出所	東京商	エリサーチ沖	縄支店	県	企画部統計	課	沖縄労	分働局	沖縄地	区税関

- 注) 消費者物価指数は、2011年7月より2010年=100に改定された。
- 注) 失業率と有効求人倍率は、2011年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

# inancial Statistics

	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)	月	-形交換高(	不渡実数(金額)	不渡 発生率		
年度	億円	億円	億円	%	千枚	前年比	金額	前年比	百万円	%
2010FY	3,401	4,479	<b>▲</b> 1,052	2.403	305	<b>▲</b> 6.1	4,627	<b>▲</b> 5.4	530	0.115
2011FY	2,930	3,991	<b>▲</b> 1,061	2.336	288	<b>▲</b> 5.7	4,466	▲3.5	444	0.100
2012FY	2,993	4,016	▲1,024	2.223	274	<b>▲</b> 4.9	4,323	<b>▲</b> 3.2	424	0.098
2012 7	236	333	<b>▲</b> 97	2.260	27	18.2	433	38.5	44	0.102
8	262	311	<b>▲</b> 48	2.247	24	<b>▲</b> 13.7	363	<b>▲</b> 17.4	27	0.074
9	165	366	▲ 200	2.241	20	▲19.1	326	<b>▲</b> 23.8	42	0.129
10	277	390	<b>▲</b> 113	2.240	25	6.7	398	14.1	43	0.107
11	244	299	<b>▲</b> 55	2.237	22	<b>▲</b> 7.4	325	1.4	24	0.073
12	480	146	333	2.223	20	<b>▲</b> 15.0	282	<b>▲</b> 9.2	42	0.148
2013 1	124	571	<b>▲</b> 446	2.212	23	2.6	364	0.6	25	0.069
2	223	287	<b>▲</b> 64	2.201	21	<b>▲</b> 9.3	322	<b>▲</b> 6.0	22	0.069
3	253	316	<b>▲</b> 62	2.156	20	<b>▲</b> 7.6	351	▲8.8	26	0.075
4	266	302	<b>▲</b> 35	2.152	25	9.7	463	18.7	132	0.286
5	208	456	<b>▲</b> 246	2.140	24	<b>▲</b> 13.2	392	<b>▲</b> 12.4	71	0.182
6	256	268	<b>▲</b> 11	2.128	21	<b>▲</b> 6.3	306	<b>▲</b> 5.3	46	0.149
7	231	376	<b>▲</b> 144	2.117	26	<b>▲</b> 2.6	430	▲0.6	33	0.076
8	_	_	_		20	<b>▲</b> 15.7	308	<b>▲</b> 15.1	37	0.119
出所		日本銀行	那覇支店				那覇手刑	/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

	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	
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
2010FY	38,117	7.0	27,573	0.1	52,331	5.1	10,019	<b>▲</b> 6.8	2,094	<b>▲</b> 5.0
2011FY	40,508	6.3	27,969	1.4	54,664	4.5	9,464	<b>▲</b> 5.5	1,880	▲10.2
2012FY	41,683	2.9	28,491	1.9	56,536	3.4	8,940	<b>▲</b> 5.5	1,688	▲10.2
2012 7	,	2.3				2.9		<b>▲</b> 6.1	1,749	<b>▲</b> 11.2
8	40,134	1.8	27,163	2.4	55,445	2.5	9,148	<b>▲</b> 5.8	1,738	<b>▲</b> 11.1
9	40,487	0.8	27,575	1.6	55,450	2.0	9,000	<b>▲</b> 7.0	1,746	<b>▲</b> 10.6
10	40,014	0.7	27,171	2.0	54,628	2.2	8,943	<b>▲</b> 7.2	1,735	<b>▲</b> 11.0
11	40,550	2.4	27,234	2.3	55,602	2.9	9,155	<b>▲</b> 4.7	1,725	<b>▲</b> 10.6
12	40,445	2.2	27,522	2.8	55,696	3.5	9,053	<b>▲</b> 4.8	1,727	<b>▲</b> 10.5
2013 1	40,074	1.4	27,491	2.4	54,714	2.6	8,984	<b>▲</b> 4.9	1,706	▲10.4
2	40,243	1.4	27,630	1.9	54,783	3.0	8,920	<b>▲</b> 5.0	1,697	<b>▲</b> 9.8
3	41,683	2.9	28,491	1.9	56,536	3.4	8,940	<b>▲</b> 5.5	1,688	<b>▲</b> 10.2
4	41,970	2.9	27,757	2.4	56,734	3.2	8,852	<b>▲</b> 5.7	1,644	<b>▲</b> 10.6
5	41,634	2.8	27,786	3.2	56,328	3.0	8,797	<b>▲</b> 5.7	1,605	▲10.0
6	42,592	3.9	27,750	2.9	58,467	3.5	8,699	<b>▲</b> 5.6	1,586	<b>▲</b> 9.8
7	41,898	3.9	27,881	3.2	P 57,647	P 3.0	8,643	<b>▲</b> 5.6	1,582	<b>▲</b> 9.5
8	42,156	5.0	27,979	3.0	_	_	8,578	<b>▲</b> 6.2	1,575	<b>▲</b> 9.4
出所	沖縄県銀行協会		沖縄県銀行協会		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!

## とくとく嗚魚

# 特典 1

ATM時間外 手数料が

(当行ATM利用時のみ)

# 特典2

<sup>当行本支店間の</sup> 無料! 当行本支店間の

(キャッシュカード使用時のみ)

# 特典3

スーパー定期の 金利を上乗せ!

(※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 **50 point**以上 ゴールドコース **100 point**以上 エクセレントコース **200 point** 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。



<u>※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。</u>

0120-19-8689

琉球銀行 ポイントサービス

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



#### 特集レポートバックナンバー

#### ■平成23年

経営トップに聞く 沖縄インターマップ株式会社 An Entrepreneur 有限会社ウエストマリン 12月 (No.506)

#### ■平成24年

経営トップに聞く ゆいまーる沖縄株式会社 An Entrepreneur 有限会社おきなわ屋根工事店 1月(No.507)

特集 沖縄県経済2011年の回顧と2012年の展望

経営トップに聞く 沖縄フルーツランド株式会社 An Entrepreneur 株式会社沖縄機械整備 2月(No.508)

特集 沖縄県内における2012年プロ野球

春季キャンプ経済効果の予想

経営トップに聞く ヘリオス酒造株式会社 An Entrepreneur 合資会社千家 3月(No.509)

4月(No.510) 経営トップに聞く 株式会社喜神サービス

An Entrepreneur 株式会社アースノート 特集1 石垣島マラソン大会の経済効果 特集2 沖縄県の主要経済指標

経営トップに聞く 株式会社住太郎ホーム An Entrepreneur 株式会社武産業 5月(No.511)

特集 2011年度の沖縄県経済の動向

6月(No.512)

経営トップに聞く 有限会社那覇クリーンサービス An Entrepreneur 農業生産法人(有)カナンおきなわ

7月(No.513)

経営トップに聞く 学校法人アミークス国際学園 An Entrepreneur 有限会社フレッシュミートがなは

特集 沖縄県内における

プロ野球春季キャンプの経済効果

8月(No.514)

経営トップに聞く 株式会社國吉商店 An Entrepreneur 医療法人 徳歯会 やまと歯科医院

9月(No.515) 特集1 沖縄県の経済社会活動を支える那覇港

宮古アイランドロックフェスティバル 2012の経済効果

10月(No.516) 経営トップに聞く 琉球開発株式会社

特集 bjリーグによる地域活性化

11月(No.517) 経営トップに聞く 株式会社沖縄教育出版

An Entrepreneur 有限会社マルヨ

12月(No.518) 経営トップに聞く 株式会社丸善組

#### ■平成25年

1月(No.519) 経営トップに聞く 株式会社コンピュータ沖縄

特集 沖縄県経済2012年の回顧と2013年の展望

2月(No.520) 経営トップに聞く 医療法人 社団 輔仁会

経営トップに聞く 北部港運株式会社 3月(No.521)

An Entrepreneur 株式会社海邦商事

RRI's eye 4月(No.522)

成長著しいインドネシア:沖縄との関係深化への期待

5月(No.523) 経営トップに聞く 医療法人杏月会

特集1 沖縄県の主要経済指標

特集 2 2012年度の沖縄県経済の動向

6月(No.524) 特集 宮古島における野球合宿の経済効果

7月(No.525) An Entrepreneur 株式会社 Zenエンタープライズ

特集 沖縄県内における2013年プロ野球 春季キャンプの経済効果

8月(No.526)

経営トップに聞く 株式会社仲本工業 An Entrepreneur タイヤランド沖縄

経営トップに聞く 文教楽器株式会社 An Entrepreneur 株式会社沖縄海星物産 9月(No.527)

特集 太陽光発電システムについて



## **りゅうぎん調査** No.528 平成25年 10月5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

