

2014

4

No.534

Bank of the Ryukyus' Okinawan Economic Review

りゅうぎん調査



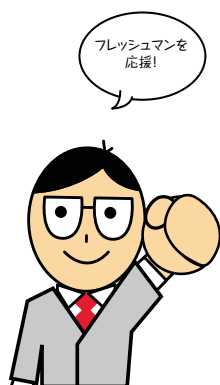
経営トップ

有限会社金武酒造

古酒を主力に一步一步前進。
地元を大切に、地元とともに発展する。

An Entrepreneur

錦屋旗店株式会社



RRI No.093

 琉球銀行

 りゅうぎん総合研究所

Okinawan Economic Review

2014.04 No.534

RRI No.093

※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 有限会社金武酒造 01

～古酒を主力に一步一步前進。
地元を大切に、地元とともに発展する～

代表取締役社長 **奥間 尚登**

An Entrepreneur 錦屋旗店株式会社 06

～「起業家訪問」「満足」を納品し「感動」を共有する。～

代表取締役社長 **当真 一也**

RRI's eye 「台北・マレーシア・シンガポール経済ミッション」に参加して 09

～県産品の販路拡大に向けて～

解説：りゅうぎん総合研究所常務取締役 **照屋 正**

寄稿 新時代の教育研究を切り拓く 16

～OISTオープンキャンパス2014を開催～

沖縄科学技術大学院大学サイエンスコミュニケーションインターン **西岡 真由美**

アジア便り 香港 19

～香港におけるオリオンビール社の販路拡大と
リゾートウェディング誘致の取組みについて～

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)

アグリビジネス実践講座 24

～モクモク手づくりファーム流「アグリビジネス勝利の方程式!!」～
第4回：6次産業化成功の6つのポイント (前編)

株式会社モクモク流農村産業研究所 主任研究員：**篠原 辰明**

行政情報52 27

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組等について

内閣府沖縄総合事務局経済産業部

りゅうぎんビジネスクラブ 28

～「りゅうぎんビジネスクラブ」入会のご案内～

～第4期「りゅうぎんマネジメントスクール」開講のお知らせ～

県内大型プロジェクトの動向50 32

経営情報 間違いやすい消費税率引き上げに伴う取扱い 35

～2014年4月1日に実施された消費税率の引き上げにおいて、間違えやすい事項について～

提供 **太陽 A S Gグループ A S G税理士法人**

沖縄県の景気動向(2014年2月) 36

～消費関連、観光関連、建設関連ともに好調に推移していることから

県内景気はさらに拡大の動きが強まっている。～

学びバンク 48

・ギンバル訓練場跡地 ～新たな地域活性の拠点～

琉球銀行金武支店長 **我那覇 満**(がなは みつる)

・投資信託 ～運用益に期待リスクも～

琉球銀行田原支店長 **南風盛 浩史**(はえもり こうじ)

・長寿おきなわ復活 ～県産野菜で健康づくり～

琉球銀行事務統括部調査役 **藤村 紋子**(ふじむら あやこ)

・公衆無線LAN ～観光客のニーズに対応～

琉球銀行松尾支店長 **金城 明**(きんじょう あきら)

・増える外国人観光客 ～年200万人へ取り組み鍵～

りゅうぎん総合研究所研究員 **桂 恩澤**(けい おんたく)

経済日誌 2014年3月 51

県内の主要経済指標 52

県内の金融統計 54



奥間 尚登 社長

(有)金武酒造は、1949年1月に奥間慶幸氏(現社長の尊父)が創業した。1961年に奥間輝子氏(現社長の母堂)が社長に就任、1988年に金武の鍾乳洞を利用した鍾乳洞貯蔵が話題を集めた。1996年6月に奥間尚登氏が3代目の社長に就任、地元を拠点として古酒を主力に着実に経営基盤を固める。金武町金武の第2工場を訪問し、奥間社長に当社の設立経緯、事業内容、経営方針、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

古酒を主力に一步一步前進。地元を大切に、 地元とともに発展する。

会社概要

商号	号: 有限会社金武酒造
所在地	在: 沖縄県金武町字金武4823-1番地 (事務所兼第2工場)
連絡先	先: 098-968-2438
URL	L: http://www.kinsyuzo-tatsu.com
創業	業: 1949年(昭和24年)1月
法人設立	立: 1996年(平成8年)6月
役員	員: 代表取締役社長 奥間 尚登 専務取締役 豊川 あさみ 取締役工場長 奥間 尚之
資本金	金: 500万円
職員	員: 11名
事業内容	容: 泡盛の製造・販売
事業所	所: 第1工場(製造) 沖縄県金武町字金武429番地 第2工場(事務所・瓶詰め) 沖縄県金武町字金武4823-1番地

会社の設立経緯をお聞かせください。

創業は1949年です。当社の創業の経緯は、戦後まもない泡盛業界の様子を知っていただければわかりやすいと思いますので、沖縄県酒造組合連合会の『沖縄県酒造50年誌』から拾いながらお話ししましょう。

1946年の終戦当時、泡盛の製造は沖縄民政府によって管理され、公に製造を認められていたのは官営の5カ所だけでした。当時は配給制です。当然5カ所だけの生産では増え続ける需要を満たせなかったのでしょう。自家消費などを目的に、実際には185カ所で泡盛が造られていたようです。

まもなく、供給不足の問題に加えて品質の悪い泡盛が出回り始めたため、制度の改善が求められるようになります。そこで沖縄民政府は1948年、それまで官営だった泡盛製造業を民営に移行することを決めます。これを受けて229件の免許申請があり、このうち77件が翌年の1月に交付を受けたと記録されています。当社はそのとき交付を受けた事業者の1つでした。



製造部門のある金武町金武の第1工場

創業者は父の奥間慶幸です。父は役所に勤務していたため、製造の大方の作業は祖母が担っていたようです。場所は今の第1工場の地です。1961年に母の輝子が社長に就任。1976年に私が社業に加わりました。24歳のときです。

1977年に工場を建て替え、翌年に回転式ドラム自動蒸し器などの設備を導入、大型仕込みに移行しました。これによって生産性が飛躍的に高まります。それまでは祖母、母、私の3人の手作業だったのです。

1988年に金武鍾乳洞の貯蔵がスタートし、貯蔵容量に余裕が出たため、回転式ドラム自動蒸し器をもう1基追加し、生産量を約2倍に引き上げました。

1996年6月、私が3代目の社長に就きました。あわせて会社を法人化し「有限会社金武酒造」としました。泡盛の需要が伸びるなか、当社の生産・貯蔵規模も拡張する必要性が出てきたため、2001年に第2工場を建設しました。

当社は、比較的早くから古酒造りに取り組んでいたため古酒の貯蔵量が多く、商品は古酒を主力にそろえているのが特徴です。



事務所と瓶詰め部門のある第2工場

銘柄は「龍」(たつ)で統一されていますね。「龍」の由来をお聞かせください

父は当初、商品名を「龍桶」と付けたそうです。「りゅうひ」と読みます。一中(現在の首里高校)の学生だったころ龍潭公園内の龍桶が印象深く、それからとった名前と聞いています。龍桶は、龍の口から溢れ出る豊かな湧水を蓄える小さな泉です。

1952年に私が生まれ、干支(えと)が辰年でした。父も辰年生まれ。父はめでたい節目と感じたのでしょう。この年に商品名を「龍」の一文字に改め、読み方を「たつ」としました。それから「龍」は、当社で大事な名称となって全銘柄に使用しています。



瓶詰めされた商品の搬出作業(第2工場)

金武の鍾乳洞を利用したユニークな貯蔵方法が評判でした。その経緯をお聞かせください。

鍾乳洞を利用した貯蔵については、専務の豊川あさみ(専務取締役)が当初から中心となって携わってきました。詳しい経緯をお話しできると思いますので、豊川を紹介しましょう。

豊川専務、鍾乳洞の利用の経緯をお聞かせください。

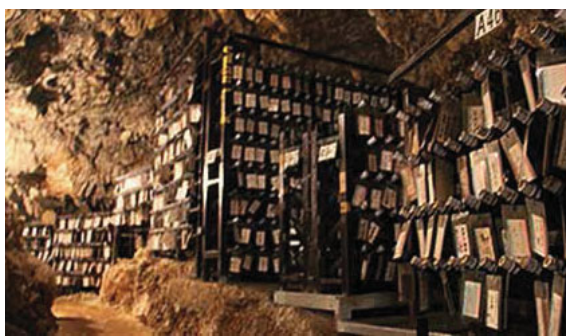
私は奥間家の長女で1982年に社業に参加、主に営業を担当していました。

当社が古酒を造り始めたのは、1985年ごろです。古酒造りのための貯蔵を始めてまもなく、ニュースで山梨県の廃線トンネルがワインの貯蔵庫として利用されていることを知り、金武の鍾乳洞でも同じことができないかと考えたのが

きっかけです。

ちょうどその時期に東京農業大学の小泉武夫教授の講演を聞き、「古酒は地下やトンネルを利用して摂氏18度前後で貯蔵すると良いものができる」と説明があったため、教授に直接私のアイデアを相談してみました。結果、技術的な面でお墨付きをいただいたので、さっそく実行に移しました。

ただ、酒は酒税法で厳しく規制されており、勝手に保管場所を移すことはできません。しかしここは熱意でチャレンジです。高いハードルがあったものの、沖縄国税事務所のご尽力もあってまもなく鍾乳洞で泡盛を貯蔵できる許可をいただきました。



鍾乳洞にキープされたお客さまの泡盛ボトル

1988年6月に金武観音寺の協力をいただきながら、泡盛の鍾乳洞貯蔵を始めました。蔵開きのセレモニーでは、出席した皆さまに泡盛をプレゼントし、それを鍾乳洞にキープしてもらいました。これが口コミで話題になり、鍾乳洞で預かるボトルがしだいに増えていきました。

「これだけニーズがあるのだから事業として企画してみよう」と立ち上げたのが、鍾乳洞を利用した泡盛のボトルキープシステムです。生産した泡盛を貯蔵するために始めた取り組みが、お客さまのボトルを預かる事業にまで発展したわけです。

5年貯蔵と12年貯蔵の2つのコースを設け、購入者がキープするだけでなく、ボトルキープをしたことがわかるような会員券を発行しました。こうしたユニークな事業が全国的に評判になり、県内外のマスコミに取りあげられ、10年目にはボトルキープが1万本に達しました。

このビジネスモデルには、「品質の付加価値」、「歴史的付加価値」、「文化的付加価値」の3つの付加価値がある、と流通経済の専門家からコメントをいただいたときは、とても自信になりましたね。1992年には、私たちのビジネスモデルが評価され、日本醸造協会の石川弥八郎賞を受賞しました。

現在、金武酒造は鍾乳洞の貯蔵を行っていませんが、泡盛のボトルキープ事業は有限会社インターリンク沖縄の「龍の蔵」が引き継いで行っています。また2012年には、古酒蔵を観音寺側から金武区事務所側へ移転し、リニューアルオープンしました。

(以上、豊川あさみ専務談)



泡盛のボトルキープ事業を行う「龍の蔵」

■主な銘柄をお聞かせください。

1.泡盛

当社の泡盛は、「龍」を基本名称として統一しています。これに「何年製造古酒」、「古酒ゴールド」、「鍾乳洞貯蔵古酒」、「ブラック」などの名称をつなげて銘柄の種類を区分しています。

当社はこれまで、多くの皆さまの応援のおかげで泡盛鑑評会沖縄県知事賞を3回、泡盛鑑評会優等賞を29回いただきました。

泡盛鑑評会とは、沖縄県の伝統的銘酒「泡盛」について、品質評価を通じて酒造技術基盤強化・酒造技術の発展を促し、品質の向上を図るとともに消費者の利便に供し、併せて沖縄県の重要な地場産業である泡盛製造業の発展に資することを目的とする。復帰の年(1972年)に始まった。

沖縄国税事務所HPより

経営トピックに聞く

2013年度泡盛鑑評会で沖縄県知事賞をいただいたのが「古酒 龍」です。2002年の製造ですので11年余りの古酒になります。



2013年度泡盛鑑評会
県知事賞受賞

銘柄は全部で15種類余りありますが、その一部を紹介しましょう。



1983年製造古酒「龍」



鍾乳洞貯蔵古酒「龍」

左は、1983年製造の長期熟成100%古酒「龍」です。1993年度泡盛鑑評会で沖縄県知事賞を受賞したあと、さらに熟成を重ねたいわば秘蔵の古酒といえます。芳醇で風味豊かな味わいは、泡盛愛飲家の皆さまだけでなく初めての方や女性の皆さまにも喜んでいただけたと思います。

右は、1988年製造の泡盛を金武の鍾乳洞で熟成させた鍾乳洞貯蔵古酒です。平均気温18度の環境で長期間熟成した古酒は、華やかで芳醇な香りとまろやかで深みのある味が特徴です。



古酒ゴールド「龍」



平成元年古酒

左は、ネーミングを金武酒造の「きん」とラベルの色をかけ合わせて「ゴールド龍」と呼んでいる熟成古酒です。古酒ならではの風味を持ちながら、アルコール度数が25度とマイルドに仕上げているため女性の皆さまにも好評です。

右は、年号が昭和から平成になった1989年に製造し、貯蔵した100%「平成元年」のプレミアム限定古酒です。長期熟成の味わいととも年号のラベルも評判で、記念のお酒としてあるいはお土産や贈答品にお買い求めいただいています。

2. 田芋焼酎

金武町は豊かな湧水を使った田芋の産地として知られています。地元の特産作物を泡盛造りに生かそうと商品開発したのが田芋焼酎です。2011年11月から次の2つの商品を季節限定製造焼酎として製造、販売しています。

田芋の焼酎は全国で初めてといわれます。田芋の香りがほのかに残り、甘みがあるのが特徴です。ラベルは田芋の葉をデザインしました。お祝いや特別な記念の日、贈答用に最適です。



「金の誉」30度500ml



「金の誉」30度180ml

経営理念についてお聞かせください。

私が社業に就いたのが1976年です。泡盛造りの経験も技術もなく試行錯誤の毎日でした。どうにか一人前になれたのも、地元の息の長い「龍」ファンのおかげです。ですから、地元の皆さまに「おいしい」と言われる泡盛造りが私の基本的なスタンスです。地元を拠点に地元の皆さまのニーズを丁寧にくみ取る姿勢を大切にしたいと考えています。

売り方も身の丈に合った「じっくり、ゆっくり」を心がけてきました。背伸びはしません。仕入れ先の皆さまにもほぼ一定量を決めて供給させていただき、泡盛ブームで需要が急増した際も私たちのペースに協力していただきました。そのおかげでコンスタントに古酒を蓄積することができたと思います。

これまで大きな設備投資を数回行ってきましたが、いずれも当社の必要性から実施したもので、需要の急増を意識したものではありません。これからも基本的にこうした姿勢で経営を舵取りしていきたいと考えています。



生産性を大幅に高めた回転式ドラム設備

社会貢献についてはいかがでしょうか。

私たちは創業以来、地元の皆さまに支えられてここまで発展することができました。心から感謝すると同時に、「泡盛を通じて地域の活性化に何か貢献できないか」、そうした思いをいつも持っていました。多くの方と意見を交わす中で考えついたのが田芋の焼酎です。

地元で採れた特産品を購入して商品をつくり、それが話題になれば金武町に人が集まり、活気と賑わ

いが生まれます。

商品開発のために現常務の奥間尚利(社長のご子息)を本土の焼酎メーカーに派遣して製造方法を学び、2011年10月に完成、翌月から販売を始めました。全国でも初めての田芋焼酎というユニークさと独特のうまみと香りが評判を呼んでいます。収穫期(11月から3月)に合わせた季節限定の販売ですが、じっくりと地域の特産品に育てていきたいと考えています。

田芋は縁起の良い食べ物として親しまれ、祝い料理には欠かせない食材です。金武町の田芋をもっと広く知ってもらい、多くの人が金武町を訪れてくれることを期待しています。



田芋焼酎の製造工程は基本的に泡盛と同じ

これからの事業展開についてお聞かせください。

泡盛の全体的な出荷量は、2005年ごろから伸び悩んでいます。先行きも人口の減少、景気の厳しさなどから需要の見通しは不透明です。こうした環境のなか、当社は古酒を強みにしながら、地元を中心に安定した需要に支えられ、販売量は堅調に推移しています。ただ、これからも成長し続けるためには、新しいマーケットの開拓が必要だと考えています。

古酒は付加価値が高い反面、値段もそれなりにします。これをどのように売っていくか、マーケティングが大事になると考えています。昨年専担者を置き、本土のマーケットに直接出向くかたちで新規開拓にチャレンジしています。まだ、手探りの段階ですが、一步一步進めていきたいと考えています。

錦屋旗店株式会社

事業概要

- 会社名 錦屋旗店株式会社
- 代表者 当真 一也
- 事業内容 旗、幟(のぼり)、暖簾(のれん)、横断幕、懸垂幕等の製造・販売
- TEL 098-861-1222
- URL <http://www.e-hataya.co.jp>
- 所在地 那覇市泊2-2-2(本社・工場)
那覇市泊2-5-15(店舗・ショールーム)
- 創業 1911年(明治44年)9月11日
- 社員 15名

トピックス

1. 伝統を継承する染職人と最新の設備を擁し、「高品質」と「スピード納品」を実現。
2. 「沖縄の産業まつり」の出展によって、取り扱い商品の認知を広げる。
3. ノルマは「売上」ではなく、お客さまの「満足」。売上目標を掲げない営業スタイル

創業から現在まで

創業は1911年です。祖父の当真嗣正が那覇市久米で錦屋染工場を立ち上げ、印染(しるしぞめ)を手がけたのが始まりです。印染とは、旗・幕・幟(のぼり)・風呂敷・暖簾(のれん)などに固有の名称・徽章(記号)・マークなどを染め付ける染色法です。

戦中は大分県に疎開、そこでも10年あまり染職に携わっていました。当時は出征幟(のぼり)の需要が多かったと聞いています。1957年に沖縄に戻り、今の本社がある那覇市泊に染工場を設立。1965年に父の当真嗣男が2代目の社長に就任しました。

私は当社に入る前に大きな組織の中で働きたいと考え、鹿児島に本社のある海産物会社に就職しました。この会社は各地の百貨店に店舗を



当真 一也 社長



構えており、私は沖縄の店長として地元のほか、全国の百貨店を行脚し5年間勤めました。このとき先輩方から学んだ接客ノウハウや社会人としての姿勢が、公私ともに今に生きています。

1991年に当社に入社した当時は、一軒家の家内工業的な染工場でした。ちょうど業界では、シルクスクリーンという技法が普及し始めたころです。当社も取り入れていたものの、課題も多く試行錯誤の毎日でした。

沖縄は遠隔地の島しょ県ということもあって、なかなか情報が入ってきません。そこで私は県外の染め工場を何度か視察させてもらいました。そのとき感じたのが県外との技術、意識の差です。それから私は月に2、3回県外の染め工場を訪問させてもらい、先端の技術の習得に努めました。1995年には、工場を建て替え、設備を一新しました。



事務所と工場のある那覇市泊の本社ビル

生産性の向上にも努めました。工程を見直し、固定観念を払い、価値観を共有する取り組みを全員で実施したのです。やがて、お客さまの条件にほとんど応じられるようになると、県内外から受

注が大幅に増加、業容は一気に拡大しました。

印象的な出来事として2000年の九州・沖縄サミットがあります。数多くの国旗を製造、設置させていただきましたが、当初はなかなか契約に至りませんでした。

当時、国旗本体の価格はそれほど高くはなかったのですが、掲揚するためのポールが規格品だと1本10数万円もしました。これを9本設置すると軽く100万円を超えます。「短期間の使用なのに、この費用では買いたくても手が出ないだろう」と思い、地元の鉄鋼業者とタイアップして1本2万円以下の掲揚ポールを商品化。それをお客さまに提案したところ爆発的に依頼が殺到し、街中が国旗で溢れるほどでした。

これが全国紙に大きく取りあげられ、さらにニュース番組で製作現場の実況放映まで行われました。多忙の中、マスコミの対応に追われていたのを昨日のように思い出します。

ひるがえって旗は、時にその時代の人々の心をも染め、世情を映す鏡のようなものだと思います。



引染(ひきぞめ)の作業に打ち込む染職人

私が3代目の社長に就いたのは、2010年4月です。創業100周年を機に「錦屋旗店株式会社」に改め、新しい一歩を踏み出しました。

前後しますが、さまざまな団体にも入会し活動の輪を広げています。同業の青年経営者で組

織する全国青年印染経営研究会や商工会議所青年部、青年会議所(2008年卒)では同世代の経営者と議論を交わし、刺激を受けています。この経験は社業の発展のみならず、地域の活性化と住み良い街づくりへの参画意識を高める大きなきっかけになりました。泊通り会(青年部)も20~30歳代の若者から、直接学ぶことの多い貴重な団体です。



自由闊達な職場環境が社員を成長させる

当社の営業はここ数年、売上目標を設定していません。営業には「それはお客さまが喜ぶことか」、「それは自分が心からやりたいことか」を指針に「満足度」をノルマとして意識するように伝えています。

社会情勢にかかわらず、今の雇用は必ず維持して社員の生活を守っていくことを経営者として宣言することで社員の仕事に対する取り組みが格段に上がったと実感しています。

多少の語弊がありますが、今は「安心を与え、自由にする」ことが実はその人のポテンシャルを飛躍的に伸ばすスイッチだと思っています。

セールスポイント

おかげさまで、今年創業103周年を迎えるにあたり「すごい」とよく言われますが、「すごい」のはもちろん私ではなく激動の時代を生き抜いた先代です。先代の尊敬するところは、時代の変遷において変化を受け入れ、対応してきたことだと思っています。そして私たちは、長きにわた

りお付き合いさせていただいている数多くのお客さまや資材業者さまに支えられながら育てていただき、ここまで来ることができました。

当社はその歴史とともに、培ってきた旧来の染色技法はもとより、最新デジタル出力の分野まで「価値>価格」を実現し、お客さまのご要望に応じた幅広い提案を可能としています。とくに短納期では高い評価をいただいています。



「沖縄産業まつり」の出展で商品の認知が広がる

製作技法

核となるシルクスクリーンは県内随一の設備を誇っています。近年はポリエステル素材を用いた昇華転写の需要が伸びています。当社ではドラム式転写機のほか、両面転写もできる設備をそろえ、2008年には沖縄で初となる大型ダイレクト昇華システムを導入。生地に直接染料を吹き込む技法により、大量生産に重点を置いた製作ができるようになりました。

これには専用の前処理加工を施した生地を県外から購入しなければなりませんでした。昨年は前処理機械も導入し、自社でさまざまなメディアにスピーディーに加工できるようになりました。

近年は転写技術の躍進と綿花が高騰したこともあり綿素材の需要が落ち込んでいますが、県内ではほとんど行われなくなった風合いの良い反応染料を用いた綿製品も当社で製作可能です。



昇華転写(左:ドラム式転写機 右:ダイレクト昇華)

これからの展開

第一に従業員とその家族がより幸せになることを目的と定め、定時退社を徹底していきます。当社の従業員は子育て世代の家庭が多く、家族との共有時間が何ものにも代えがたい時期を迎えています。それを意図した環境整備に努めており、労働時間の短縮と質の向上は両立できるものと考えています。

そのうえで印染製品をより身近なものとして感じていただける製品作りに注力していきたいと考えています。7年前から始めたオーダーかりゆしウェア部門の一層の拡充や一般家庭を対象にした暖簾・祝い旗などの提案を機会あるごとにイベントなどに展示し、積極的に告知活動を行っていきます。

3代目としてその伝統と誇りに甘んじることなく「小さな会社の大きな仕事」にまい進していきます。



幟(のぼり)のサンプル

(レポート:常務取締役 照屋 正)

「台北・マレーシア・シンガポール 経済ミッション」に参加して ～県産品の販路拡大に向けて～

照屋 正
(てるやただし)
りゅうぎん総合研究所
常務取締役



はじめに

2014年2月に沖縄県中小企業家同友会と沖縄県産業振興公社が主催する「台北・マレーシア・シンガポール経済ミッション」の海外視察に参加しました。視察の目的は、飲食品を中心にした県産品の新たな販路拡大に向け、各地の経済や市場の様子を見聞し、可能性を探ることです。メンバーは28人。

台北、マレーシア、シンガポールを2月17日から21日（4泊5日）の日程で訪問しました。

■ 1. 台北視察

「沖縄美食商談会IN TAIPEI」の視察

沖縄の食材を使った飲食品の販路を拡大しようと、ホテルやレストランなど業務用向けに特化した商談会が2月17日に台北市内のホテルで開かれ、視察しました。沖縄県と沖縄県産業振興公社の主催です。

県内から15社が参加、台湾からは48社・団体が集まったとのこと。台湾の人々の嗜好に合わせた県産食材の料理やデザート、泡盛のカクテルなどがPRされ、沖縄の工芸品で飾ったテーブルではにぎやかに試飲、試食が行われていました。具体的に商談が進んだ先もいくつかあったようです。

台湾は、食品については関税などの規制が他の地域に比べて強く、進出のハードルが比較的高いといわれています。それでも隣接する大きなマーケットです。今回の業務用向けに絞った商談会は、香港での成功事例もあり、有効な取り組みとみられています。今後も広く参加を呼びかけ、継続して開催してほしいイベントです。



業務用向けに特化した「沖縄美食商談会IN TAIPEI」

■ 2. マレーシア視察



出所 外務省

地理・社会

面積	約33万 km ² (日本の約90%)
人口	2,971万人 (2013年)
首都	クアラルンプール (約170万人)
民族	マレー系62%、中国系22%、インド系7%、その他9%
宗教	イスラム教が国教 (他信仰も自由)
日系企業数	1,409社 (2013年5月)

経済

(年)	2010	2011	2012
実質経済成長率	7.4%	5.1%	5.6%
消費者物価上昇率	1.7%	3.2%	1.6%
失業率	3.3%	3.1%	3.0%

出所 JETRO

(1) ジェトロ・クアラルンプールによるビジネスセミナー

首都のクアラルンプールにオフィスを構えるジェトロ・クアラルンプールを訪れました。田中アドバイザーから同国の社会・経済の概況を以下のとおり説明していただき、意見を交換しました。

マレーシアは、ASEAN10カ国の中でシンガポールに次ぐ経済先進国。1人当たりのGDPは、小国のブルネイを除けば、シンガポールの52,071ドルに次いで2番目の10,567ドルである。

経済は順調に推移している。5～7%の経済成長が続く中で、消費者物価上昇率は低く抑えられ、失業率も3%台と安定。2013年の実質経済成長率は引き続き5%台が見込まれている。道路、港湾などのインフラ整備が進んでおり、開発はシンガポールをモデルにしているという。



クアラルンプールはシンガポールをモデルに開発が進んでいる

マレーシアは、消費マーケットとして日本の飲食産業がすでに多数進出している。一方、アジアで最も生活習慣病の多い国といわれ、健康への関心が高くなってきた。そのため、和食のニーズがますます増えると思込まれる。そのマーケットに食材を提供するビジネスが有望ではないか。



ジェトロ・クアラルンプールでのセミナー

(2) KDDIマレーシアとの意見交換

引き続き、1999年に進出したKDDIマレーシアの方から仕事を通じてみた現地の状況を説明していただきました。

マレーシアは地価が上昇を続けており、バブルの様相をみせている。とくにシンガポールの投資がマンション開発などに多く入ってきているようだ。

マレーシアは人口が比較的多く、中間所得者層が8割を超え、貧困層は1割もいない。したがって、消費マーケットのすそ野は広いとみられる。

マレーシアの国民性は、総じてまじめで素直。一般に言われているイメージだが、職業の適性をみると、マレー系の人々は人事・財務に適し、インド系の人々は交渉ごとに適し、中国系の人々は技術に適している。



国教のイスラム教の礼拝堂

さて、沖縄からマレーシアへの輸出は、中古エンジンや中古ショベルカーなどがありますが、貿易量はそう多くはありません。飲食品は、わずかに泡盛や黒糖、塩などが日本人の利用するスーパーに並んでいると聞きます。ただ、沖縄との直接の流通網は、まだ確立されていないようです。

マレーシアの消費マーケットは、日本食の浸透によって有望とみられています。しかし、シンガポールに比べて関税などの規制が多く、販路を開拓するには時間を要しそうです。当地の沖縄県人会は10名もいないとのことで、人的ネットワークの活用にも限界があるとみられます。



マレーシアの首都クアラルンプールのオフィス街

■3. シンガポール視察



出所 外務省

地理・社会

面積	約716.1k m ² (沖縄本島の約60%)
人口	539万人 (2013年)
民族	中国系74%、マレー系13%、インド系9%、その他4%
宗教	仏教、イスラム教、ヒンズー教、道教、キリスト教ほか
日系企業数	778社 在シンガポール日本商工会議所加盟企業数 2013年7月現在

経済

(年)	2010	2011	2012
実質経済成長率	14.8%	5.2%	1.3%
消費者物価上昇率	2.8%	5.2%	4.6%
失業率	2.2%	2.0%	2.0%

出所 JETRO

(1) ジェトロ・シンガポールによるビジネスセミナー

ジェトロ・シンガポールの山口アドバイザーから同国の社会・経済の概況と日系企業の進出状況を説明していただきました。要約すると次のとおりです。

シンガポールは、外資に対する規制が最も少ないため進出しやすい国である。最近の日系企業の進出相談は、飲食店をはじめ結婚式場などのサービス産業が増えてきた。

進出のリスクはコストが高いこと。物価は日本より高く、ハイグレードな商品を扱うビジネス

モデルでなければ成り立たないとみている。投資の回収は5年以内が目処といわれる。

シンガポール政府は、経済政策の必須として、製造業の比率をつねに2割以上保っている。これは「経済の安定を維持するには一定の製造業の割合が必要」という考え方にもとづく。

ただ、タイやインドネシアの台頭によって従来型の製造業が両国にシフトしはじめた。このためシンガポールは、より付加価値の高い製造業として「製薬業」を選択、積極的に誘致した。世界トップ8企業のうち6企業を誘致している。

また、航空機受託整備事業を1990年にスタートさせ、アジア最大の拠点に発展させた。約100先の航空会社が乗り入れ、航空機の整備・修理・オーバーホールが行われている。



観光スポットの近くにオフィス街の高層ビルが並ぶ

説明はとても興味深い内容でした。シンガポールでは、製造業の高付加価値化のために「製薬業」を誘致し、成功しています。世界の先端をいく経済運営のレベルの高さを改めて認識しました。

沖縄県は『沖縄県21世紀ビジョン基本計画』の中で、航空機整備基地の検討をうたっています。シンガポールの事例を聞くと、やはり収益

性が高く、すそ野の広い産業だということでした。沖縄で実現すれば、雇用の拡大と経済振興に大きく寄与するのは間違いありません。これからの取り組みに期待がかかります。



メインストリートに掛けられたビール・泡盛の看板



カジノのあるマリーナ・ベイ・サンズホテル周辺には
コンベンションやスタジアム施設が集積する

(2) シンガポール港湾施設の視察

シンガポール港は、民間会社のP S Aインターナショナルによって港湾事業が運営される世界有数の中継貿易港です。コンテナの積み替えを主とする取扱量は、上海に次いで世界2位の規模を誇ります。

約2分半に1隻の頻度で貨物船が入港し、1隻1万個以上のコンテナが積み替えられているそうです。ガントリークレーンの数は188基。24時間休みなく稼働しており、コンピュータ制御が進んでいます。コンテナ運搬トラックは、

まもなく無人化に移行すると説明がありました。スケールの大きさ、迅速で効率化されたシステムは、想像をはるかに超えるものでした。

沖縄の那覇港は、ガントリークレーンが現在2基。近く4基に増設される予定で、海上物流拠点としての整備が進められています。スケールはまったく異なりますが、沖縄の海上物流拠点の将来像を、シンガポール港に見た感じがしました。

東アジアとの交流が活発になる今後、海上輸送の活用がますます重要になります。その意味で港湾整備がカギになることを改めて確認しました。



188基のガントリークレーンが並び24時間稼働する



広大な施設を再現した模型を使って説明を受ける

(3) キッコーマン・シンガポール工場の視察

キッコーマン・シンガポール社の概要です。

設立	1983年6月
敷地面積	24,000㎡
従業員	65人（うち日本人4人）
販売先	世界40カ国余り

施設内を見学したあと工場長による説明が以下のとおりありました。

中国製の模倣キッコーマンが出回ったため対応に苦勞した。対策を施してもすぐに新たな模倣品が出回る。コストのかかる特殊なラベルを貼ってようやく収まったが、対策のための経費はけっこう大きかった。無視できないビジネスリスクである。

キッコーマン醤油を40カ国余りに出荷しているが、イスラム教徒に対応した商品開発は行っていない。いわゆるハラール対応を目的に商品開発すれば、売上はもっと伸びるだろう。しかし、会社の方針として対応しないと決めている。理由は次のとおり。

各国にはハラール協会がそれぞれ存在し、協会ごとにハラール基準が少しずつ異なる。一概にハラールといっても多様であり、それぞれの基準に合わせるコストを考えると、採算が取れないとみている。

世界の人口の約5分の1がイスラム教徒といわれます。沖縄では観光業界や食品業界を中心に、ハラール対応によってマーケットを広げようという動きが出てきています。それを進めるうえで、上記で説明するようなハラール基準の違い

が問題になるケースはあるのでしょうか。気になる説明でした。個人的に持ち帰っての宿題です。



ビジネス上のリスクやハラール事情を工場長が説明

(4) 伊勢丹シンガポール・ジュロン店「沖縄フェア」の視察

2/17～2/24に開催された県産品の物産展「沖縄フェア」を視察しました。同物産展は、(株)沖縄県物産公社が県内企業の販路拡大を目的にほぼ毎年行ってきた事業で、シンガポール伊勢丹での開催は今回が12回を数えます。

コーナーには黒糖、塩、紅イモ、ゴーヤー、シークァーサーを使った飲食品や島豆腐、海ぶどう、まぐろさしみ、もとぶ牛、ゴーヤーチャンプルー、沖縄そば、泡盛、ビールなどなじみの商品がずらりと並んでいました。

シンガポール経済は、人口規模は小さいものの、高所得者層が多く、輸入規制のハードルが低いのが特徴です。購買力が高いため、価格が少々高くても商品力と売り方次第で十分戦えるマーケットとみられています。

また、アジアでトップクラスのビジネス都市です。日本人の駐在員とその家族も多く、日系百貨店の物産展には、そうした皆さんがよく訪れるそうです。売り場の担当者に聞くと、購入するお客

さまの7～8割が日本人とのことでした。

「シンガポールの物産展は、香港や台湾での開催よりも売上が大きく、年を追うごとに伸びている」と県物産公社は手ごたえを感じています。現在、シンガポールで流通する県産品は、ビールと泡盛が日本料理店を中心に販路を広げはじめ、黒糖、塩、牛肉なども数量は多くはないものの大手小売店に卸されているそうです。



伊勢丹シンガポール・ジュロン店で開催した物産展「沖縄フェア」



日本人を中心にぎわいをみせる

シンガポールは、輸入規制のハードルが低く、購買力があり、日本人が多いため、比較的進出のしやすいマーケットといえるでしょう。ただ、一定の販売量を期待するには、やはり地元の人々へどう売っていくかが課題になります。

視察中、地元の人も「沖縄フェア」にやってきました。もの珍しそうに覗いていきますが、なじみのない商品のためか、なかなか購入には至らないようでした。

沖縄の飲食品は日本のなかでも独特です。それは強みでもあるのですが、弱みでもあると思います。まずは広く知ってもらい取り組みが大事だと思われまます。よく言われることですが、わかりやすい解説や地元向けにアレンジした食べ方を提供して商品力をアピールする、そうした工夫がシンガポールではとくに必要だと感じました。

3月25日、沖縄県はシンガポールのチャンギ空港グループと相互協力連携協定を結びました。那覇空港とチャンギ空港の間でチャーター便を就航させるのが県の目標の1つです。それほど遠くない時期に、定期便も就航するのではないのでしょうか。

実現すれば、沖縄の認知はぐっと高まるでしょう。観光客の行き来が増えるにつれて、沖縄の食べ物への関心が広がり、これを受けてシンガポールへの輸出が増えるはずです。県はさらに、シンガポール事務所の設置を考えているとのことでした。シンガポールは今後、ASEANの中でも最も注目を集める販路拡大先になるのではないのでしょうか。



沖縄独特の商品をアピールする出展案内ポスター



健康飲料の生姜入りシークァーサージュース

おわりに

海外のマーケットへ販路を求める動きは、年々活発になっています。行政の後押しもあって、県内外で商談会が開催され、海外のバイヤーと接触する機会も増えてきました。沖縄県物産公社をはじめ関係機関が支援する物産展や商談会のイベントには、これからもぜひ、多くの企業に参加してほしいものです。

もちろん海外の販路は、そう簡単に築けるものではないでしょう。海外ならではのリスクもともないます。一般に販路開拓のためには、輸出業務をしっかりと会社の事業として位置付け、現地のサポーターと組みながら、それなりのエネルギーを投じて進めることが必要といわれます。

一方で、商談会や物産展にできるだけ多くの企業が試行的に参加するのも大事だと思われまます。それによって少しでも情報を積み、工夫を重ねることができれば、それが将来、チャンスをつかむためのアンテナやツールになってくれるのではないのでしょうか。

物産展や商談会、視察の開催が今まで以上に増え、たくさんの企業が参加し、販路拡大に向けての底上げが図られることを期待します。

新時代の教育研究を切り拓く

～OISTオープンキャンパス2014を開催～



沖縄科学技術大学院大学(OIST)において、サイエンスコミュニケーションのインターンシップを行っています。主に科学記事の執筆を担当し、科学について一般の人々に伝える手法を学んでいます。OISTには現在、約50の研究ユニットがあり、研究内容も多様です。その中で多くの情報を正確に、分かり易く伝える記事を書くことは大変な作業ですが、非常にやりがいを感じています。

OISTサイエンスコミュニケーションインターン
西岡 真由美

3月16日(日)、恩納村の沖縄科学技術大学院大学(OIST)でオープンキャンパス2014が開催され、OISTの教職員・学生を中心におよそ200人のボランティアがご来場くださった5000人以上の皆さまをお迎えしました。来場者には、OIST研究員・職員による体験プログラムや、普段は見ることでできない研究室の見学ツアー、サイエンスカフェなどに参加しながら、センター棟と研究棟内を自由に行き来して頂きました。また科学を題材とした4つの講演会も開催され、ゲスト参加された大阪大学花垣和則准

教授からは、注目の物理学研究であるヒッグス粒子についての講義が行われました。

体験プログラムは、子供から大人までが楽しめるように工夫され、用意された約20の体験ブースは、多くの参加者で賑わいました。簡単に楽しめる実験や、研究で使われる実験器具の操作、顕微鏡などの機器に触れる体験などが用意され、会場内の至る所で、参加者と研究者の活発な交流が見られました。参加者からは、「実際に見て触れることで、科学や研究が身近に感じられました」と笑顔での感想が寄せられました。



身の毛もよだつ静電気パワーを体験せよ

光・物質相互作用ユニットのブースでは
大人から子供まで静電気を体感



学習するロボット

障害物を認識しながら行動するロボットの操作では
「やってみたい人！」の掛け声で、多くの子供たちが挙手



ロバート・シンクレア准教授による講演会

バランスボールと紙の筒を使って「無限」は
どのくらい遠くにあるのかについて説明しました



実験室をのぞいてみよう

G0細胞ユニットのラボツアーでは
実験器具を操作する体験が行われました

また今回のオープンキャンパスでは、地域の学生たちもイベントを盛り上げてくれました。館内に流れた案内放送は、恩納村中学校のボランティアの生徒によるもので、日本語と流暢な英語による案内で、イベントに花を添えてくれました。昨年行われた、県内の高校生を対象とした科学コンテストで、上位入賞を果たした高校による、受賞作紹介のブースも設けられました。高校生たちはポスターや展示により、自作の科学プロジェクトを紹介しながら質問に答えるなど、来場者と積極的に交流を図っていまし

た。見学を終えた参加者からは、「大学を見学して、沖縄にこんな凄い施設があるなんて驚きました。この豊かな自然環境を糧に、研究も頑張っていけるのだと感じました」という感想と共に、何らかの形でOISTと関わることができたら、という期待の声も聞かれました。イベントを運営したOIST職員やボランティアにとっても、OIST施設や研究を紹介する機会を通じて、来場者の方々に楽しんで頂けたことは貴重な経験となりました。



県内高校生による科学研究発表ブース

沖縄の野生ラン「ダイサギソウ」の研究など
若い才能に多くの関心が寄せられました



恩納村中学校のボランティア

中学生が日本語と流暢な英語で、
館内放送を担当してくれました



参加ご家族

動くものをずっと興味深く観察していたという息子さん。
新たな一面を発見した1日となったそうです



小さな科学者

大勢の子供たちが実験用白衣とゴーグルを試着し、
科学者になりきって得意げでした

OISTは広く学際的な教育研究を実施すると共に、地元沖縄の皆さまに開かれた大学を目指しています。今後もこのような行事を通じ、より多くの方々にOISTと科学研

究について、身近に感じる機会が提供できることを願っています。来年のオープンキャンパスも多くの県民の皆さまのお越しを教職員、学生一同お待ちしております。



OISTでは、サイエンス・コミュニケーション・インターンを募集しています。OIST ホームページや学内サイト、広報出版物掲載用の記事執筆や、オープンキャンパスなどのOISTイベントの 広報活動支援を行って貰います。科学に関心があり、理系の学位かジャーナリズム関係の学位を有する意欲的な方の応募をお待ちしています。詳細はOISTメディアセクション098 (966)2389までお問合せいただくか、OISTホームページ <http://www.oist.jp/ja/採用情報> をご覧下さい。

アジア便り

香港 vol.70



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)

香港におけるオリオンビール社の販路拡大とリゾートウェディング誘致の取り組みについて

はじめに

みなさん、こんにちは。沖縄県香港事務所の渡久地です。2014年に入り香港で1月と2月に物産と観光の大きなイベントが行なわれました。今回はこの2つのイベントについてお伝えいたします。

これまでに何度もお伝えしていますが、日本にとり香港は日本産の農林水産物を一番輸入している「お得意様」です。昨年、日本政府が2020年までに現在の農林水産物の輸出額約4,500億円(2012年実績)を1兆円までに増加させると成長戦略の一つに掲げましたが、それ以降、香港へ日本各地の物産を売り込みに来る都道府県や自治体、企業が後を絶ちません。その結果、2月中旬に2013年の速報値が出ましたが、輸出額を約5,500億円と伸ばし、対香港への輸出額も約980億円から約1,250億円へと増加させています。これにより香港は日本にとって7年連続農林水産物を最も輸出している国(地域)となりました。

前回は農林水産物の中でも「県産肉」に的を絞ってお伝えしましたが、今回は去る1月26日に香港で開催され沖縄の地元紙も多くのページを割いたオリオンビール社の香港でのイベントの様子や同社の取り組みをお伝えいたします。

また、香港から沖縄への観光は団体旅行ではなく個人旅行がメインとなっていますが、今年

度の沖縄県と沖縄観光コンベンションビューロー(以下OCVB)の香港での観光プロモーションは「リゾートウェディング」に力を入れています。

以前、沖縄県やOCVBの取り組みとして沖縄のビーチサイドに立ち並ぶリゾートホテルでのウェディングや、市町村単位で結婚証明書を発行する、いわゆる「リーガルウェディング」の取り組みについてお伝えしましたが、2012年度沖縄で香港人が挙式したカップル数は約300組で、2013年度も年間500組を目標に各種イベントへの出展、MTR(地下鉄)壁面等への広告等のプロモーションを展開しています。

香港から沖縄をリゾートウェディングで訪れる際、挙式するカップルのみならず両親や親戚・友人等も一緒に沖縄へ来るため、1組平均10人~15人が訪れるとされ、また一般の旅行者よりも沖縄での消費額が大きいことから、沖縄県・OCVB・沖縄リゾートウェディング協会一体となって、リゾートウェディングに力を入れています。

今回は去る2月14日~16日に開催されたバレンタインウェディングエキスポでの沖縄県・OCVB・沖縄リゾートウェディング協会の取り組みについてお伝えいたします。

1. オリオンビール社海外初の街頭PRイベント開催

去る1月26日に香港島一の繁華街コースウェイベイにあるワールドトレードセンター前広場で「ORIONBEER presents OKINAWA SPECIAL TIME」と銘打って沖縄観光や文化の魅力の発信と、オリオンビールの認知度の向上を目的とした街頭PRイベントが開催されました。



街頭PRイベント

オリオンビールは香港を含めて海外12カ国に輸出されていますが、出荷量は2年連続で前年比30%増加と、海外での展開にも力を入れています。今回のイベントはオリオンビール初の海外PRイベントとなりました。同イベントは、オリオンビール社と同ビールを香港で取り扱っているサプライヤー「海昌隆」(ホイチョンロン)社が主催し、沖縄県、沖縄県物産公社とOCVBの後援で執り行われました。



イベントでの催し物(上下とも)

特設舞台では創作エイサーや県出身歌手Manamiさんのライブ、ミス沖縄による沖縄クイズを行い、試飲コーナーでは主力商品ドラフトビールとサザンスターを振る舞い、観光ブースでは沖縄観光のパフレットを配布、正に「OKINAWA SPECIAL TIME」を演出し多くの香港人を魅了していました。



試飲コーナーの様子

会場では、普段はあまりお酒を飲まない香港人が家族連れで楽しそうに試飲する光景や、世界各国からの駐在員や観光客がおいしそうにオリオンビールを飲み干す姿が多く見受けられました。



地下鉄駅構内での広告

街頭PRイベントに加え、コースウェイベイ駅構内のエスカレーター壁面広告や、繁華街の中心地に大型の屋外広告も設置され、イベントと連動したプロモーションが行われました。香港でのこのようなイベントの開催や広告は日本の大手企業ですら実施したことがないほどの規模でした。

オリオンビールは香港に2011年春から本格的に出荷が始まり、2013年度は12月末時点で

前年度比58%増しの198キロリットルとなり、2011年度比では約10倍に増加しています。オリオンビール社によると2013年度の販売量は前年度比77.3%増しの269キロリットルを見込んでいるとのこと。去年の8月に県庁でオリオンビール社と海昌隆社が記者会見を行い、香港のローカル小売店「WELLCOME」約200店舗にオリオンビールが入ることが発表されましたが、今ではセブンイレブンにも陳列され、香港の小売店約400店舗で購入することができます。また香港の飲食店では約70店舗以上でオリオンビールを飲むことができ、香港のあらゆるところでオリオンビールを楽しむことができます。世界で4番目に高いICCビルの101階にある飲食店「田舎家」ではオリオンビールの生を飲むことができますし、100万ドルの夜景を見ることができるスポットとして有名な観光地ビクトリアピークの頂上にあるセブンイレブンでもオリオンビールが販売されています。おそらく、「田舎家」では世界で一番高いところでオリオンビールの生が飲める飲食店であり、ビクトリアピークのセブンイレブンは世界で一番高い場所でオリオンビールを売っているコンビニだと思います(笑)。

香港から沖縄へ過去最高の観光客が訪れており、香港で沖縄の知名度が上がるとともに沖縄の物産への関心も高まり、オリオンビールは県産品の代表格・牽引役としてマーケットに浸透しています。海昌隆のトニー・ユエ社長は「沖縄で造るビールであり、日本の大手ビール会社が海外で一部製造している中、沖縄の新鮮で綺麗な水を使ったビールである。MADE IN OKINAWAは世界に広げることができる」と「沖縄ブランド」に注目しています。オリオンビール社の嘉手苅義男社長がイベントの中で記者団に話していた「沖縄には、沖縄のビールがあるのではなく、世界には、沖縄のオリオンビールがあるんだ」という熱い言葉からは、オリオンビールを県産品の「牽引役」として世界中に広めていくという強い意欲を感じました。沖縄の

プロモーションを行う際に、「観光と物産の連携」という言葉が良く聞かれますが、この街頭PRイベントは、正に観光と物産の連携ができたこれまでにない成功事例となったのではないのでしょうか。

最後にNNA紙の記事に同イベントのことが掲載されていましたので、一部抜粋の上紹介したいと思います。「企業」とは樹木に例えれば「幹」であり、「事業」はその枝である。枝の成長が幹を太くする。中には成長の遅い枝もあるが、決して諦めないことが枝に「実」を实らせるのだ。先日香港で販促イベントを開催した沖縄のビール大手、オリオンビール。同社の嘉手苅義男社長が語った言葉が印象的だった。(中略)香港の取扱店は3年で400店以上に増え、どこに行ってもオリオンビールが手に入る環境が構築された。70歳を過ぎてなお、オリオンビールの世界展開を陣頭指揮する嘉手苅社長。「枝が実を結ぶ姿を見ることはできないかもしれない。しかし枝を育てることが次代への贈り物だ」と語るその目は、眼下に広がる100万ドルの夜景よりもさらにその先を捉えていた」



小売店の店頭

同イベント終了後、オリオンビールを取り扱う小売店、飲食店が増えているのを香港に住んでいて実感しています。これからも一県民としてオリオンビールを愛飲し、沖縄県香港事務所としても県産品の牽引役になってもらえるよう、微力ながらいろいろなお手伝いをさせていただきたいと思います。「沖縄の県産品には「ビール」がある。」これは他の都道府県にはない、真似のできないアドバンテージだと考えま

す。「ウチナーンチュ（沖縄人）で良かった」と思わず呟いてしまったほどのイベントでした。

2. バレンタインウェディングエキスポへ出展

去る2月14日～16日に香港コンベンションセンターにおいてバレンタインウェディングエキスポが開催され、香港から沖縄へリゾートウェディングに来てもらおうと、沖縄県もブースを出展し沖縄のリゾートウェディングをPRしました。

2014年は60年に一度の甲午（きのえうま）に加え、中華圏で結婚に縁起が良いとされている「双春兼閏月」（立春が二回あり、かつ閏月）とあって、香港でも結婚を計画しているカップルが多いとされています。しかも、今年のパレンタインデーは中国のパレンタインデーとも言われる元宵節（旧暦の1月15日）と19年ぶりに重なり、ダブルパレンタインデーとなりました。

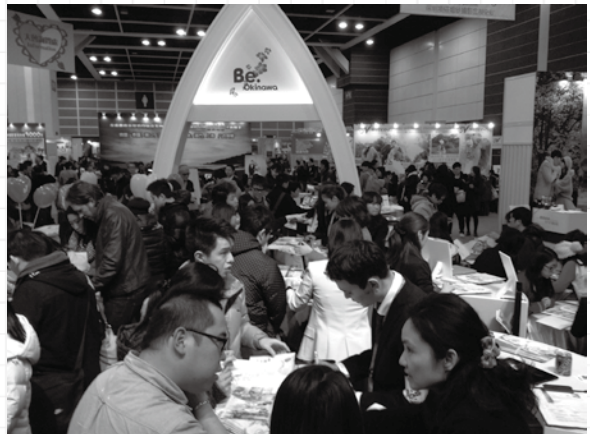
香港のパレンタインデーは日本とは逆に男性が女性に愛情を示す重要な日となっています。まず愛の証として大きな花束を渡します。花束は大きければ大きいほど、見栄っ張り気質の香港人に喜ばれます。愛されていることを周囲に自慢したい彼女のメンツをたてるために花束は彼女の働くオフィスに届けられます。アフター5になると、女性はその花束を抱えて街に繰り出し、彼氏とのデートを楽しむ・・・といった具合です（笑）。

また中国のパレンタインデーとも言われる元宵節は春節（旧正月）後初めて満月を迎えるこの日にランタンを飾って祝う中国の伝統的なお祭りです。今と違って娯楽の少なかった時代に、ランタン祭りを男女の出会いの場にしたり、男女がデートを楽しむ場にしたことから中国のパレンタインデーと言われています。香港人には西洋のパレンタインデーがすっかり定着していますが、元宵節もいぜん大切な日となっています。

このように、今年のパレンタインデーはいろいろな偶然が重なっためでたい日となりましたが、街中、花束を持って彼氏との待ち合わせ場所に颯爽と歩く女性達でいっぱいでした。おそら

く今年のパレンタインデーでプロポーズした香港人が数多くいたことでしょう。実際、私も夜街に繰り出しましたが、レストランはどこもかしこもカップルで満席状態でした・・・。

今回、そのような背景もあり、沖縄県リゾートウェディング協会の企業11社39名とOCVBのスタッフが来港して、バレンタインウェディングエキスポへ出展しました。香港では年に数回このようなウェディングエキスポが開催されますが、挙式会場や旅行会社に行って契約するより、博覧会の場で契約したほうがディスカウントが利いたりオプションが貰えたりするので、博覧会に来場して結婚式をどうするか決めるのが一般的になっています。



バレンタインウェディングエキスポ

沖縄県のブースは去年の8月と12月に続き、2013年度3回目の出展となりました。ブースのデザインも出展を重ねる毎にブラッシュアップされ、博覧会の中でも際立って目立つ存在となっています。県内ではライバル同士の彼ら（企業）ですが、香港では沖縄のブースの中に11社の商談テーブルが設けられ、朝夕の朝礼や終礼でミーティングを行い情報を共有するなど、オール沖縄の取り組みを行いました。その成果もあり沖縄ブースは大盛況で、これまで以上の来場者数・成約数を獲得することができました。

また、今回のバレンタインウェディングエキスポに合わせて香港島一の繁華街コースウェイベイの地下鉄では「Be.Okinawa」の壁面広告も実施され、多くの香港人がビーチサイドに建つ



ウェディングエキスポでの沖縄ブース(上下)

美しいチャペルや青い海・青い空・白い砂浜といった映像に魅了されていました。この広告プロモーションはオリオンビールの広告プロモーションと期間が途切れることなく実施され、コースウェイベイ地下鉄A出口は6週間もの長い間「沖縄ジャック」されている状態でした。



地下鉄広告



地下鉄広告

広告や博覧会への出展等、工夫を凝らしたプロモーションの結果、香港では「リゾートウェディング＝沖縄」という方程式が確立されつつあります。今回3日間の成約数も50件を超え、昨年度実績の年間300組を大きく超えるのは確実な状況です。

最後に

今回は物産(1月)と観光(2月)の大きなイベントについてお伝えいたしました。全く違うイベントだと思われる方も多くいらっしゃると思いますが、「沖縄」をブランディングする上で観光と物産は切っても切れない大事なファクターです。この2つのイベントも紙面ではお伝え出来ていないかもしれませんが、いろいろと連携した内容とすることが出来ました。沖縄県香港事務所では今後も観光がリードする「沖縄」のイメージを物産にも取り込み、香港で沖縄の観光と物産両方で更にマーケットイン出来るよう、様々な取り組みを行ってまいります。両イベントに携わった関係者の皆さん、本当にお疲れ様でした。



ウェディングエキスポ参加者

アグリビジネス 実践講座

Vol.04

目から
ウロコ!

モクモク手づくりファーム流
「アグリビジネス勝利の方程式!!」

第4回～6次産業化成功の 6つのポイント(前編)～

こんにちは。モクモク流農村産業研究所の篠原です。前回まで2回にわたってモクモクの歴史を紐解いてきましたが、今回からモクモクが6次産業化をすすめてきた上で大事にしてきたポイントを紹介したいと思います。ポイントは全部で6つあります。今回は前半の3つです。農業以外の分野に役立つ点もあるかと思しますので、ご確認ください。

前回は、モクモクが創業するまでのお話をさせていただきました。今回は、モクモクがスタートしてからの取り組みをご紹介します。

1. 本物の視点

本物の定義はいくつかありますが、一つは**正直であること**です。少し前に世間をにぎわせた食品偽装ですが、本物を大切にするという基本的な姿勢があれば回避できた問題です。ものづくりでいえば、まず、自信を持って勧められる原材料を使うこと、そして、利益や効率のために手抜きをしない加工をするということが、本物だと考えます。本物のものづくりは、生産性が悪く、時間のかかるものです。これを、100の材料から200のものを作ろうとか、2週間かかるものを3日で済ませようという無理をするから、本物のものづくりから外れていく。**本物であることは、商品にとって最大の武器**です。この武器を最大限に活用して、どれだけ効率よく作れるかよりも、どれだけ付加価値をつけられるかという戦いをしていくべきです。

もう一つ大切にしているのが本物のコミュ



筆者

篠原 辰明

株式会社モクモク流農村産業研究所
主任研究員

1976年長野県生まれ。筑波大学生物資源学類卒業後、農林水産省入省。諫早干拓、農業農村整備事業、JICA技術協力プロジェクトなどを担当。2004年モクモク手づくりファーム社入社、現在に至る。

ニケーションです。本物のコミュニケーションはお客さんとの対等な関係から生まれると考えています。お客さんは仲間です。商品やサービスを提供する側、買ってもらう側だからといって、変にへりくだる必要はないと考えます。分かりやすい具体例でいうと挨拶です。モクモクの場合、来店するお客さんに対しての対応は「いらっしゃいませ」ではなく、「こんにちは」です。なぜか。「いらっしゃいませ」に、「いらっしゃいました」と返答したことは、皆さんもないはずですが。でも「こんにちは」とあいさつされたらどうでしょうか。よほど不意打ちだったか、機嫌が悪かったかでなければ、半数以上に方は挨拶を返してくれるでしょう。双方が対等な立場になって会話が始まる。これが本物のコミュニケーションだと考えています。

2. 農業者の視点

農業者の視点で世の中に問うべきことは、もっと農業の実態を知ってもらうことです。

農業の実態を知ってもらうことなくして、**農産物の本当の価値を伝えることはできません**。牛乳を例にとりましょう。スーパーで売っている牛乳から、それを手にする消費者にどれだけのことが伝わっているのでしょうか。牛乳は、仔牛が飲む乳を人間がもらっています。酪農家には365日休みがありません。その実態を知らずに牛乳＝白い飲み物とだけ認識していたら、それは砂糖と香料と着色料から

できている炭酸飲料と何ら変わりません。そこに存在するのは価格というものさしだけです。でも、だれが牛の世話をしている、牛にどれだけ愛情を注いで、どんな飼い方をしているのか。そういった一つ一つがきちんと伝わっていけば、今までの牛乳に対する見方が少し変わりませんか？それだけで高く売れるようになるというのは少し短絡的かもしれませんが、そこには価格以外の何らかの価値が生まれているはずですよ。

3. 生活者の視点

「モクモクが参考にしてている農業公園ってありますか？」とよく聞かれますが、答えは「ありません。」です。これは、他の農業公園が参考にならないといっているのではありません。農業公園とは実は、様々な業種の集合体から成り立っています。だから今、世の中でどのような業態のレストランがはやっているかは常に気にしています。商品開発の担当だったら、百貨店がどのようなギフト展開をしているかは、かなり気にしています。ふらっと入るコンビニでも、新商品を見かけたら「次はこれが来るのか？」と思わず買ってしまいます。

私たちがモクモクにお迎えするのは、経済アナリストやマーケティング理論の大家ではなく、普通に生活を送る生活者です。そのためには、自分たちが生活者の目線に立ち、その先に何があるかを読み解かなくてはなりません。私たちが職場を離れれば、生活者です。そんな生活者として過ごす時間のなかで、スーパーに行ったり、百貨店をぶらぶらしたり、テレビを見たりして、次の事業のヒントを探しているのです。

もう一つの生活者の視点は、お客さん目線と言い換えてもいいかもしれませんが、当たり前のように思われがちですが、企業や、官庁は意外と自分たちの都合をゴリ押しする

ことに鈍感です。商品のユーザーである生活者は、タテマエには興味がありません。たとえば、弊社のレストランでの実話です。あるアルバイトさんが、食器の取り方についての説明書きを書いてくれました。なんと夜中の2時までかかったそうです。しかし、それは正直見栄えのイマイチなもので、店長は、それを張るかどうかわかります。見た目のイマイチさ加減と、バイトさんの心意気を買いたい気持ちの中で葛藤します。そして、悩んだ結果、その時に出した答えは「張らない」です。バイトさんが頑張ってくれたというのはレストラン側の都合で、お客さんには関係がないからです。見にくいものは見にくい。自分たちの都合よりも、優先してお客さんの側に立てるかどうかが、応援され続ける企業の分水嶺になるのだと思います。

地域おこしには、よく自分たち都合が見られます。地域で何か行動を起こそうとするとき、決定権を握っているのは地元の有力者や声のでかい人です。経験上、その人が生活者の視点に立っている確率は極めて低いのですが、その人の号令で物事は進んでいきます。その人に物申すと地域の輪に波風が立つからです。結果、その地域おこしは失敗します。自分たちの地域を売り込もう、特産品を世に広めていこうとしているのに、ユーザーである生活者の声よりも自分たちの都合を押し付けているからです。和を以て貴しとなす姿は美しいけれども、成功は約束してくれません。

今回は、紙面の都合上これまでです。ここまで読んで残りの3つが気になった方は、ぜひ次回もご期待ください。

モクモク手づくりファームとは…

モクモク手づくりファームは、1983年、忍者の里として有名な三重県伊賀地方の阿山町で産声を上げました。

ところが、初年度の夏から大赤字。せっかくのおいしいハム・ウイナーなのですが、肝心のお客さんがいません。そんななか、偶然はじめたウイナーの手づくり体験教室の成功をきっかけにして、徐々に「モクモク」の名前を知って頂けるようになりました。現在では、基盤となる直営農場のほか農産加工品製造や、年間50万人の来園者を誇るファクトリーファーム(農業公園)の運営、会員制の農産物の通信販売、直営レストランの経営などにより年商50億円の企業へと成長する事ができました。

通信販売なんか農業じゃないよ!とおっしゃる方もおられるかもしれませんが、21世紀の農業は農産物をつくるだけでは成り立っていかないのです。加工・販売までを農業としてとらえることで、多くの若者たちが農業でめしを食っていただける環境を整えること。

これが、農業者としての私たちモクモクが考えている『ロマンと夢のある21世紀型農業』です。

モクモクの所在地

三重県伊賀市 (人口98,213(2009年11月現在))

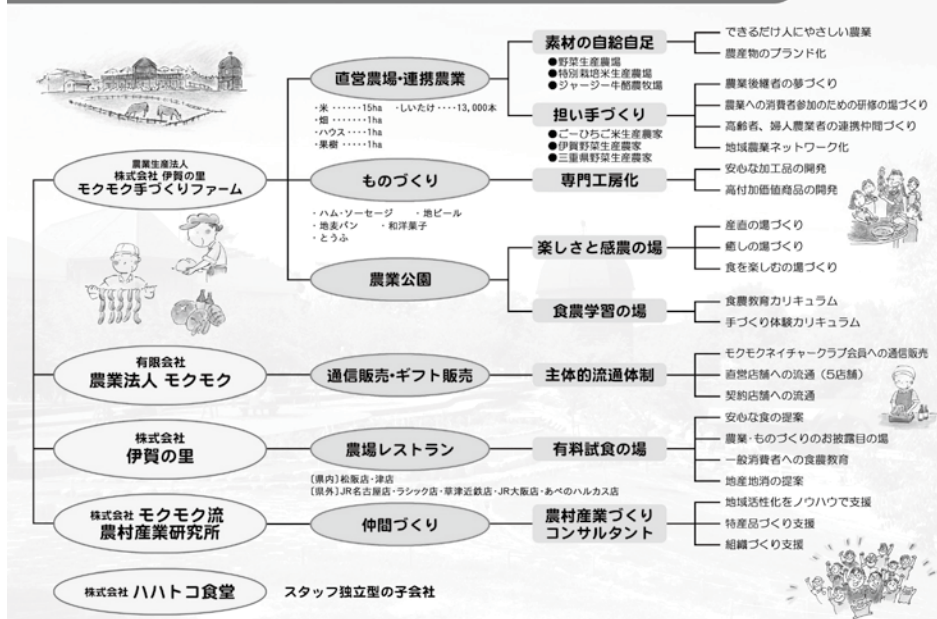
滋賀県
京都府
伊賀市
奈良県
三重県

モクモク手づくりファーム

伊賀の代表的なもの

- 伊賀忍者
- 伊賀くみりも
- かたやき
- 伊賀牛

モクモクの組織構造





行政情報 52

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について 「地域情報政策の推進について」

近年、アジアの多くの国々が高い経済成長を続け、世界の巨大市場となっています。沖縄が東アジアの中心にあたるという地の利を活かし、アジア市場との交易・交流／サービス提供拠点として、また、アジアと日本とのビジネスの架け橋（津梁）として、国際的に重要なポジションの確立が期待されています。

今回は、沖縄のリーディング産業のひとつであるIT産業に焦点を当て、沖縄のIT産業の高度化・国際化を実現するための取組についてご紹介します。

1 アジアITビジネスパートナーシップ事業について

アジアの新興国であるミャンマーは、ベトナムやタイと同様、情報産業振興に力を入れている親日的な国で、今後、大きな発展が見込まれるため、現在、多くの先進国が投資を行っています。

平成24年12月にJICA沖縄国際センターと県内IT事業者がミャンマーのIT産業の現状（人材、コスト、企業数、技術レベル等）を調査し、これを受け、公益社団法人沖縄県情報産業協会（IIA）と当局が連携し、ミャンマーとのビジネス交流や人材交流の足掛かりを作るため、平成25年11月に、アジアITビジネスパートナーシップ事業を実施しました。

MCF (Myanmar Computer Federation) からIT企業の経営者を招聘し、管内のIT企業やIT施設等を訪問、意見交換を行う中で、沖縄のIT企業の技術、商品、社会インフラの整備状況等を確認していただきました。

本事業を通し、今後、ビジネスパートナーとして深く連携していくためには、言葉の壁を越える必要があるという意見が出されました。アジア諸国とのビジネス交流を促進させるためには、IT技術だけでなく、コミュニケーション能力、外国語習得が重要なスキルとなります。この課題解決に向け、官民を挙げ、早急に取り組む必要があります。

2 セキュリティ・キャンプの開催について

パソコンやスマートフォンなどのツールを駆使し、様々な情報の収集や、ゲーム・SNS (Social Network Service) 等を楽しむ方が増

えています。コンピュータウイルスやクラッカー（ハッカーと呼ぶ方もいますが、本来の意味は「コンピュータ技術に精通した者」です）による不正アクセス等も増加しており、問題となっています。

セキュリティ・キャンプは、セキュリティ意識の向上や優秀なセキュリティ人材の早期発掘と育成を目的として、平成16年から独立行政法人情報処理推進機構（IPA）が開催しています。

沖縄でも平成25年12月20日～21日の間、沖縄科学技術大学院大学（OIST）の施設であるシーサイドハウスにおいて、ミニキャンプが行われ、県内の大学・高専・専門学校・高校等の学生・生徒が参加しました。

本キャンプでは、ネットワークとソフトウェアの分野について第一線で活躍する現役の技術者が直接指導を行い、正しい倫理観に基づいた、「正義のハッカー」を育てるためのカリキュラム、プログラムが提供されました。

管内産業の成長を支える重要な基盤である情報通信産業の核となる技術として、優秀なセキュリティ人材の発掘・育成は非常に有用であり、これを産学官が連携し進めることで、暮らしやすい、豊かな沖縄の実現に貢献してまいります。

◆受講生へのインタビューの様子

<http://www.youtube.com/watch?v=zTIMtPbgkSE>

◆キャンプ実施協議会ホームページ

<http://www.security-camp.org/>



受講の様子



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
地域経済課

TEL : 098-866-1730

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

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。

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
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】

H25.8.15 行動力強化セミナー(管理職向け)
H25.10.17 人材育成セミナー(経営者層向け)
H26.2.4 北川正恭氏「トップセミナー」

■「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】

・できる人はいつも「図」で考える
・売り上げを10倍にするビジネス直感力

■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。

※1社につき年1回ご利用になれます。

■「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。

※別途受講料が必要になります。

【著名な講師例】

・第1期 酒巻 久 キヤノン電子(株)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(株)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】

・正しい「決断プロセス」6つのステップ
・タイプ別 部下をやる気にさせる対処法

■りゅうぎんビジネスサイトによる
経営情報等の提供¹

「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ブ 入会申込方法

年会費 20,000円

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、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: 赤嶺、真栄城)までお願いいたします。

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。

第4期「りゅうぎんマネジメントスクール」開講のお知らせ

りゅうぎんビジネスクラブでは、今年も引き続き「りゅうぎんマネジメントスクール」を開講致します。

「りゅうぎんマネジメントスクール」とは、県内の企業経営者や経営幹部、後継候補者の皆さま向けに、経営理論・財務会計・リーダーシップなど、企業経営に必要な知識を体系的に習得する事を目的としたビジネススクールです。

今年の募集は締め切らせていただきましたが、来年も開講する予定ですので、ご興味のある方は取引店担当者へお問合せください。

◇第4期「りゅうぎんマネジメントスクール」カリキュラムの概要

	開催日	テーマ	講師	時間	場所
1	4/22(火)	開講式		15:00~15:15	ザ・ナハテラス
		第1講 組織運営 「勝てる組織を創る～チームビルディングと司令塔～」	マインドセットジャパン(株) 代表取締役社長 服部 英彦 氏	15:15~18:00	
		懇親会		18:00~19:30	同会場
2	5/21(水)	第2講 人材管理 「成功企業の目標管理・評価管理」	みずほ総合研究所(株) 主席コンサルタント 原田 浩正 氏	14:00~15:30	結の街
		第3講 リーダーシップ 「組織の成功循環モデルとファシリテーション」	(株)ブライト 取締役会長 乾 宗弘 氏	15:30~17:00	
3	6/26(木)	第4講 経営理論 「競争に打ち勝つ意思決定」	みずほ総合研究所(株) 上席主任コンサルタント 堀内 直太郎 氏	14:00~15:30	県立博物館
		第5講 経営法務 「事例から学ぶ労働法」	安西法律事務所 弁護士 岩本 充史 氏	15:30~17:00	
4	7/16(水)	第6講 財務理論 「1日でわかる決算書の読み方演習講座」	(有)ボナ・ヴィータコーポレーション 代表取締役 國貞 克則 氏	10:00~13:00 14:00~17:00	県立博物館
5	8/14(木)	第7講 事業承継 「強い会社を作る後継学」	(株)国際後継者フォーラム 代表取締役 二条 彪 氏	14:00~17:00	結の街
6	9/3(水)	第8講 経営哲学(特別講義) 「答えはすべてお客様の声にあり」	(株)吉番屋 創業者 特別顧問 宗次 徳二 氏	15:00~16:30	沖繩かりゆし アーバンリゾート ナハ
		閉講式(修了式)		16:30~17:30	
		懇親会		17:30~19:00	同会場

来年度以降の参加をご希望される方は、別途ビジネスクラブへのお申し込みが必要となります。取引店担当者へお問合せください。

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!

特別金利 キャンペーン

Point

基準金利より
引き下げ!



ここ重要!

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

変動
金利

金利がお得!

年2.3%

平成25年9月9日現在



お借入れ枠を設定する当座貸越型

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%



毎月ご返済型

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!

注意

金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



0120-38-8689

ご相談はりゅうぎん窓口または、上記のフリーコールまでお問い合わせください。



ながいおつきあい
りゅうぎん
琉球銀行

※(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。



のびやかな夢と向上心を
りゅうぎんがバックアップ!

商品名 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

お使用みち

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(保証料含まず)

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)
※一部除外規定がございます。

平成25年9月9日現在

商品名 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

お使用みち

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(保証料含まず)

- 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)
※一部除外規定がございます。

平成25年9月9日現在

県内大型プロジェクトの動向 vol.50

事業名 那覇広域都市計画事業アワセ土地区画整理事業

関係地域	北中城村	種別：公共 民間 3セク															
事業主体	主体名：北中城村アワセ土地区画整理組合(国、北中城村補助事業) 所在地：北中城村安谷屋1353番地 電話：098-935-4877																
事業目的	北中城村内の南北に分断された市街化区域を結ぶ地区幹線道路(村道南部延伸線)を中心として、区画道路、公園・緑地等の公共施設を適正に配置し、安全で良好な市街地の形成を図る。同時に、地区計画を定め、無秩序な開発を防止する。そして、複合型商業交流地区を核とした広域交流拠点を整備し、北中城村及び沖縄本島中南部地域の経済や社会の発展に寄与することを目的とする。																
事業期間	平成25年度～平成31年度																
事業規模	約47.9ha																
事業費	59億円(うち補助金約16億円)																
事業概要	事業名：那覇広域都市計画事業アワセ土地区画整理事業 施行者：北中城村アワセ土地区画整理組合 施行面積：47.9ha 事業期間：平成25年度～平成31年度 平均減歩率：38.44%(うち公共減歩20.89%、保留地減歩17.55%) 地権者数：398人(共有者、相続人含む)	土地の区分： <table border="1"> <thead> <tr> <th>区分</th> <th>施行前</th> <th>施行後</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>公共用地</td> <td>7.2ha</td> <td>15.7ha</td> </tr> <tr> <td>宅地</td> <td>40.7ha</td> <td>25.1ha</td> </tr> <tr> <td>保留地</td> <td>—</td> <td>7.1ha</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>47.9ha</td> <td>47.9ha</td> </tr> </tbody> </table>	区分	施行前	施行後	公共用地	7.2ha	15.7ha	宅地	40.7ha	25.1ha	保留地	—	7.1ha	合計	47.9ha	47.9ha
	区分	施行前	施行後														
公共用地	7.2ha	15.7ha															
宅地	40.7ha	25.1ha															
保留地	—	7.1ha															
合計	47.9ha	47.9ha															
■土地利用計画 ・アワセ土地区画整理事業では、共同土地利用方式を採用し、土地利用計画に占める複合商業交流地区と医療地区を大街区とすることで全体の減歩率を抑え、土地の収益性を高めた。また、申し出換地方式を採用し地権者の申し出により換地の位置を定められるようにし、地権者個々の土地活用の意向(土地を事業者に賃貸するかまたは宅地等として自己利用するか)に応えられるようにした。 ・さらに、本事業では県内で初めてとなる業務代行方式を採用し、本土と県内の大手建設企業3社からなる共同企業体(JV)に事業の進捗管理を委ねて効率性・迅速性を高めている。	<table border="1"> <thead> <tr> <th>地区</th> <th>面積</th> <th>機能</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>複合商業交流地区</td> <td>約17.5ha</td> <td>ショッピングや観光に必要なサービス施設等が集積し、広域交流拠点の核となる地区</td> </tr> <tr> <td>医療地区</td> <td>約4.4ha</td> <td>医療施設を中心とした地区</td> </tr> <tr> <td>低層利用住宅地区</td> <td>約3.9ha</td> <td>戸建て住宅地</td> </tr> <tr> <td>中高層利用住宅地区</td> <td>約6.4ha</td> <td>集合住宅と沿道利用型サービス施設を配置する地区</td> </tr> </tbody> </table>	地区	面積	機能	複合商業交流地区	約17.5ha	ショッピングや観光に必要なサービス施設等が集積し、広域交流拠点の核となる地区	医療地区	約4.4ha	医療施設を中心とした地区	低層利用住宅地区	約3.9ha	戸建て住宅地	中高層利用住宅地区	約6.4ha	集合住宅と沿道利用型サービス施設を配置する地区	
地区	面積	機能															
複合商業交流地区	約17.5ha	ショッピングや観光に必要なサービス施設等が集積し、広域交流拠点の核となる地区															
医療地区	約4.4ha	医療施設を中心とした地区															
低層利用住宅地区	約3.9ha	戸建て住宅地															
中高層利用住宅地区	約6.4ha	集合住宅と沿道利用型サービス施設を配置する地区															
	<p>土地利用計画図(北中城村役場建設課提供)</p> <p>(次ページに続く)</p>																

<p>経緯</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・昭和23年 米軍のゴルフ場として利用開始 ・昭和63年 県知事訪米で返還要請 ・平成8年 返還合意 ○防衛施設局より平成15年度に返還予定の通知 ○ゴルフ場の嘉手納弾薬庫地区(旧東恩納弾薬庫地区)への移設が条件 ・平成15年 平成19年度以降に返還遅延 ・平成18年度 跡地利用基本計画策定 ・平成20年度 跡地利用整備計画策定 ・平成21年2月 北中城村アワセ土地区画整理組合設立準備会が発足 ・平成21年12月 北中城村アワセ土地区画整理組合設立準備会とイオンモールが基本合意書締結 ・平成22年7月 全面返還 ・平成24年3月 北中城村アワセ土地区画整理組合設立準備会が業務代行予定者の竹中土木・國場組・仲本工業JVと業務基本合意調印 ・平成25年3月 地権者へ引き渡し ・平成25年5月 都市計画決定 ・平成25年6月 北中城村アワセ土地区画整理組合が設立 ・平成25年7月 業務代行者による施工が開始
<p>現況及び見通し</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・北中城村によると、アワセ土地区画整理事業において低層利用住宅地区と中高層利用住宅地区を中心に1,070戸、2,782人の計画人口が推計されている。 ・北中城村によると、本事業により、整備段階において雇用機会の増加や建設業界の活性化などを通して近隣市町村に対し313億円の経済効果が及ぶことが見込まれている。同様に、活動段階においては立ち寄り客(観光客)の増加も含め毎年140.7億円の経済効果が見込まれている。
<p>進捗状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業の中核となる大型ショッピングモール「イオンモール沖縄ライカム」(イオンモール株、延べ床面積約16万㎡)の建築工事が複合商業交流地区において、平成26年3月に着工した。平成27年春のオープンの予定。 ・本事業のもう一つの核である医療施設(特定医療法人中部徳洲会・中部徳洲会、延べ床面積約6万7,000㎡)の建築工事が医療地区において、平成26年2月に着工した。平成28年4月の開院予定。 ・平成25年9月から一次造成工事(複合商業交流地区、医療地区)に着手し平成25年12月までに整地工事約40万㎡の施工を終えている。平成26年度は村道南部延伸線と村道東西線の供用開始を目標に進めていく予定。
<p>熟度</p>	<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・供用段階</p>



現況図(北中城村アワセ土地区画整理組合提供)

りゅうぎん

農業者
専用融資

アグリローン

Agriculture Loan

うちなー農業の
明日を育む!

沖縄県農業信用
基金協会保証付

無担保
第三者
保証人不要

当行では、本商品を通じまして、沖縄県内農業者の皆さまの多様な資金ニーズにお応えし、
沖縄県の農業関連ビジネスの更なる発展に貢献してまいります。

設備資金

ご融資
金額 **1,000万円以内**
ご融資期間 **最長10年以内**



運転資金

ご融資
金額 **1,000万円以内**
ご融資期間 **1年以内**



ご融資 対象者	・沖縄県内に住所または本社を有し、沖縄県農業信用基金協会の会員資格を有する法人・個人。 ・沖縄県農業信用基金協会の保証が受けられるお客さま ・当行の審査で所定の基準を満たしているお客さま	担保	原則無担保
	ご融資 用途	農業経営に必要な運転資金・設備資金	保証人
適用金利	変動金利(当行所定金利)	保証料率	沖縄県農業信用基金協会所定の料率
		ご返済 方法	元金均等償還または元利均等償還 ご融資期間が1年以内の場合は、期日一括償還も可能。

詳しくはりゅうぎん窓口または下記のフリーコールまでお問い合わせください。

フリー
コール **0120-19-8689**

受付 / 9:00~17:00
(銀行休業日は除きます。)

ながいおつきあい
りゅうぎん
琉球銀行

※なお、審査の結果ご希望に添えない場合もございます。

平成26年2月28日現在



2014年3月

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：間違いやすい消費税率引き上げに伴う取扱い

2014年4月1日に実施される消費税率の引き上げにおいて、間違いやすい事項はつぎのとおりです。

事 例	取 扱 い	
2014年4月1日をまたぐ取引	<p>売り手が出荷基準、買い手が検収基準を採用している場合に、「3月出荷⇒4月検収」の取引に係る適用税率は？（売り手からは旧税率5%で請求書が発行されると仮定）</p> <p>毎月20日締めの役務提供契約において3月21日から4月20日の期間に係る役務提供に係る適用税率は？</p>	<p>売り手が収益認識した時をもって資産の譲渡等が行われたものとするため、仕入税額控除においても、請求書に記載されている旧税率5%が適用されます</p> <p>月ごとに役務提供が完了するものとするため、役務提供が完了した日（4月20日）における消費税率（新税率8%）が適用されます</p>
賃貸借処理している所有権移転外ファイナンス・リース取引	<p>所有権移転外ファイナンス・リース取引のうち、2014年3月までに引き渡しを受けたものについて、賃貸借処理（リース料支払時に仕入税額控除を実施）をしている場合の2014年4月以後の適用税率は？</p>	<p>所有権移転外ファイナンス・リース取引は、リース資産の譲渡として取り扱われるため、賃貸借処理をしている場合であっても、<u>全リース期間を通じて、リース資産の引き渡しがあった日における消費税率（旧税率5%）が適用されます</u></p>
賃貸借契約に基づく使用料	<p>2013年10月1日以後に締結した不動産賃貸契約に係る以下の賃貸料の適用税率は？</p> <p>① 当月分の賃貸料を前月末日までに支払う契約における、2014年3月末日を支払期日とする同年4月分の賃貸料</p> <p>② 当月分の賃貸料を翌月末日までに支払う契約における、2014年4月末日を支払期日とする同年3月分の賃貸料</p>	<p>新税率8%は、2014年4月1日以後に行われる資産の貸付けについて適用されます</p> <p>① <u>2014年4月分の賃貸料であるため、新税率8%が適用されます</u></p> <p>② <u>2014年3月分の賃貸料であるため、旧税率5%が適用されます</u></p>
建設仮勘定	<p>建物等の完成日の属する課税期間に仕入税額控除を実施している場合における、2014年3月までの課税仕入に係る適用税率は？</p>	<p>仕入税額控除を行う時期にかかわらず、<u>課税仕入が行われた時における消費税率を適用することとなるため、旧税率5%が適用されます</u></p>
短期前払費用	<p>消費税率変更日をまたぐ期間に係る費用について、法人税申告上、短期前払費用として支払時に全額損金算入することとしている場合の適用税率は？</p>	<p>法人税法上の損金算入の時期にかかわらず、<u>2014年3月までの期間に係るものは旧税率5%、2014年4月以後の期間に係るものは新税率8%が適用されます</u></p>

お見逃しなく！

短期前払費用に係る消費税の仕入税額控除の計算は、つぎのA、Bの方法が認められております。

A 法	<p>① 支払日の属する課税期間において、2014年3月までの期間に係る消費税（5%）のみを仕入税額控除の対象とする（法人税法上は税抜支払金額を損金算入する）</p> <p>② 2014年4月以後の期間に係る消費税（8%）については、仮払金として翌期に繰り越し、翌期の仕入税額控除の対象とする</p>
B 法	<p>① 支払日の属する課税期間において、税抜支払金額の全額に係る消費税（5%）について仕入税額控除を行う</p> <p>② 翌期において、上記仕入税額控除の対象とした消費税額のうち、2014年4月以後の期間に係るものを仕入対価の返還を受けたものとして処理したうえで、改めて新税率8%で仕入税額控除を行う</p>

このニュースレターのバックナンバーはホームページにてご覧いただけます。http://www.granthornton.jp
© Taiyo ASG Group. All rights reserved.

間違いやすい消費税率引き上げに伴う取扱い

●りゅうぎん調査● 県内の

景気動向

概況 2014年2月

景気は、拡大の動きがさらに強まる

観光関連では、入域観光客数が前年を上回る
消費関連では、電気製品卸売が前年を上回る

2月の県内景気を見ると、消費関連では、小売は、百貨店が催事効果などから増加し、スーパーは、消費税増税前の駆け込み需要や新設店効果から引き続き前年を上回った。耐久消費財では、新車販売は新車投入効果や消費税増税前の駆け込み需要などから引き続き前年を上回り、電気製品卸売は消費税増税前の駆け込み需要などから引き続き前年を上回った。

建設関連では、公共工事は県発注工事の増加などから前年を上回った。新設住宅着工戸数(1月)は消費税増税前の駆け込み需要が一巡してきたことから前年を下回った。建設受注は、公共工事の受注増により前年を上回った。建設資材は消費税増税前の駆け込み需要などによる出荷増から引き続き前年を上回った。

観光関連では、入域観光客数は、国内客が新石垣空港開港効果などから増加し、外国客がチャーター便などの効果から増加したことにより、引き続き前年を上回った。主要ホテルは、稼働率、売上高ともに引き続き前年を上回った。

総じてみると、消費関連、観光関連、建設関連ともに好調に推移していることから、県内景気はさらに拡大の動きが強まっている。

消費関連

百貨店売上高は、食料品は物産展の催事効果などから増加し、衣料品も改装前セールが好調だったことなどにより2カ月連続で前年を上回った。スーパー売上高(既存店)は、食料品は旧正月のずれ(前年は2月、今年は1月)や店舗統廃合による売上減少の影響などから減少し、衣料品も前年に比べ気温が低く、春物衣料の動きが鈍かったことで減少したが、住居関連が好調に推移し、9カ月連続で前年を上回った。

全店ベースでは新設店効果などから19カ月連続で前年を上回った。新車販売は、新車投入効果や消費税増税による駆け込み需要などにより7カ月連続で前年を上回った。電気製品卸売販売は、新設住宅着工に伴う需要増加や消費税増税前の駆け込み需要などから13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耐久消費財を中心とした消費税増税前の駆け込み需要などから、好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、県発注工事の増加などから、2カ月ぶりに前年を上回った。建築着工床面積(1月)は居住用、非居住用ともに減少したことから前年を下回り、新設住宅着工戸数(1月)は消費税増税前の駆け込み需要が一巡してきたことなどから前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事の受注増により2カ月連続で前年を上回った。建設資材関連では、セメント、生コンは、消費税増税前の駆け込み需要による住宅建築関連工事向け出荷の増加などから引き続き前年を上回った。鋼材、木材は、同様に消費税増税前の駆け込み需要などから引き続き前年を上回った。

先行きは、住宅着工における消費税増税前の駆け込み需要の反動減が一部予想されるものの、公共工事の増加などから、概ね好調な動きになるものとみられる。

観光関連

入域観光客数は国内客、外国客ともに増加し17カ月連続で前年を上回った。国内客は新石垣空港効果から4カ月連続で前年を上回った。外国客はチャーター便などが増加し7カ月連続で前年を上回った。国籍別では韓国、台湾、アメリカ・その他、香港からの入域が好調である。

県内主要ホテルの稼働状況は総じて前年を上回った。宿泊収入は客室単価の減少から3カ月ぶりに前年を下回ったが、稼働率、売上高は前年を上回った。主要観光施設入場者数は前年のイベントの反動減などから16カ月ぶりに前年を下回った。ゴルフ場は入場者数、売上高ともに4カ月連続で前年を上回った。





先行きは、新石垣空港開港効果の一巡などから観光客数の伸びは鈍化するが、依然好調に推移するものとみられる。

雇用関連・その他

新規求人数は、前年同月比14.8%増と14カ月連続で増加し、有効求人倍率(季調値)は0.62倍となり、前月より低下した。産業別にみると、宿泊業、飲食業、医療、福祉、卸売業、小売業、建設業などで増加した。完全失業率(季調値)は4.9%と前月より0.3%ポイント悪化した。

消費者物価指数(総合)は、食料、光熱・水道などの上昇により前年同月比1.0%増と9カ月連続で前年を上回った。

企業倒産は、件数が4件で前年同数となった。負債総額は2億1,400万円で同47.3%の減少となり、2月単月としては過去最少額を記録した。

	前年同月比	前年同期比 (2013.12-2014.2)
 消費関連		
(1) 百貨店(金額)	2.8	0.9
(2) スーパー(既存店)(金額)	0.9	2.4
(3) スーパー(全店)(金額)	2.4	3.7
(4) 新車販売(台数)	14.1	24.2
(5) 電気製品卸売(金額)	35.6	30.3
 建設関連		
(1) 公共工事請負金額(金額)	16.6	7.7
(2) 建築着工床面積(m ²)	(1月) ▲ 18.2	(11-1月) 7.3
(3) 新設住宅着工戸数(戸)	(1月) ▲ 1.7	(11-1月) 36.2
(4) 建設受注額(金額)	7.6	30.6
(5) セメント(トン数)	P 12.2	P 7.7
(6) 生コン(m ³)	9.1	7.0
(7) 鋼材(金額)	10.8	11.2
(8) 木材(金額)	14.4	7.5
 観光関連		
(1) 入域観光客数(人数)	8.6	11.6
うち外国客数(人数)	80.8	124.8
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) 5.5 (実数) 87.6	(前年同期差) 5.4 (実数) 74.0
(3) " 売上高(金額)	1.1	4.3
(4) 観光施設入場者数(人数)	▲ 0.7	4.5
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	1.9	5.3
(6) " 売上高(金額)	3.4	5.9
 その他		
(1) 県内新規求人数(人数)	14.8	21.1
(2) 有効求人倍率(季調値)	(実数) 0.62	(実数) 0.63
(3) 消費者物価指数(総合)	1.0	1.3
(4) 企業倒産件数(件数)	(前年同月差) 0	(前年同期差) ▲ 1.0
(5) 広告収入(県内マスコミ)(金額)	(1月) 7.2	(11-1月) ▲ 0.4

(注1) 公共工事請負金額は西日本建設業保証株式会社沖縄支店調べ。建築着工床面積、新設住宅着工戸数は国土交通省調べ。県内新規求人数、有効求人倍率は沖縄労働局調べ。入域観光客数、消費者物価指数は沖縄県調べ。企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店調べ。Pは速報値。

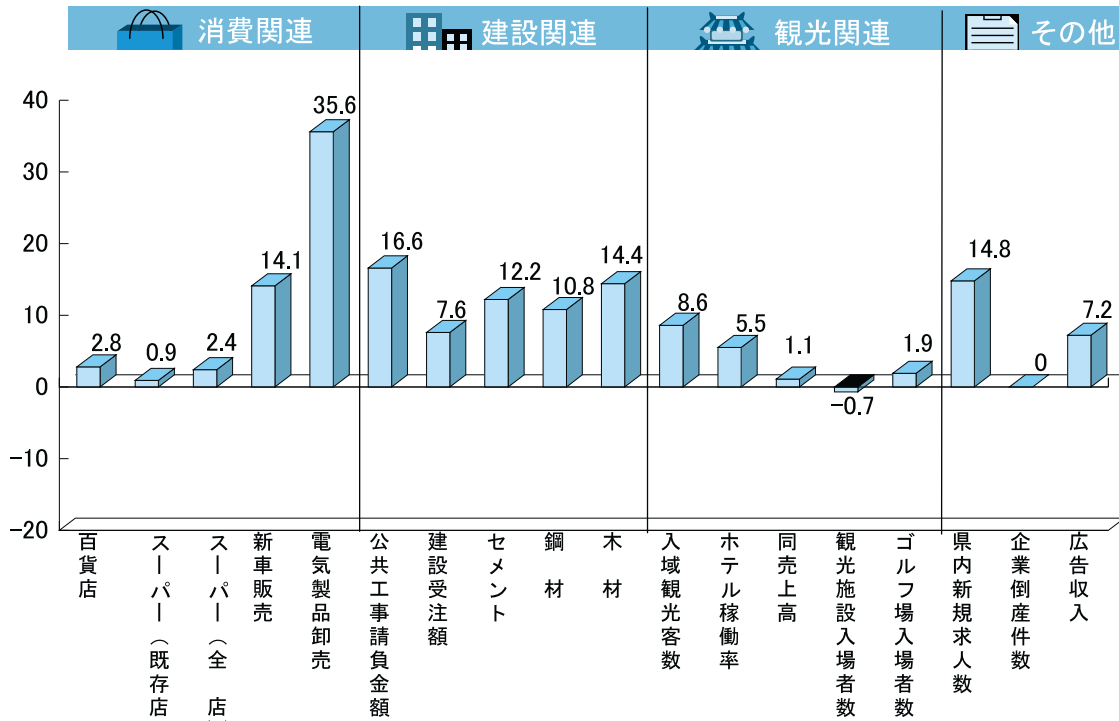
(注2) 2012年5月より外国客の入域観光客数を掲載した。

(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。

(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。

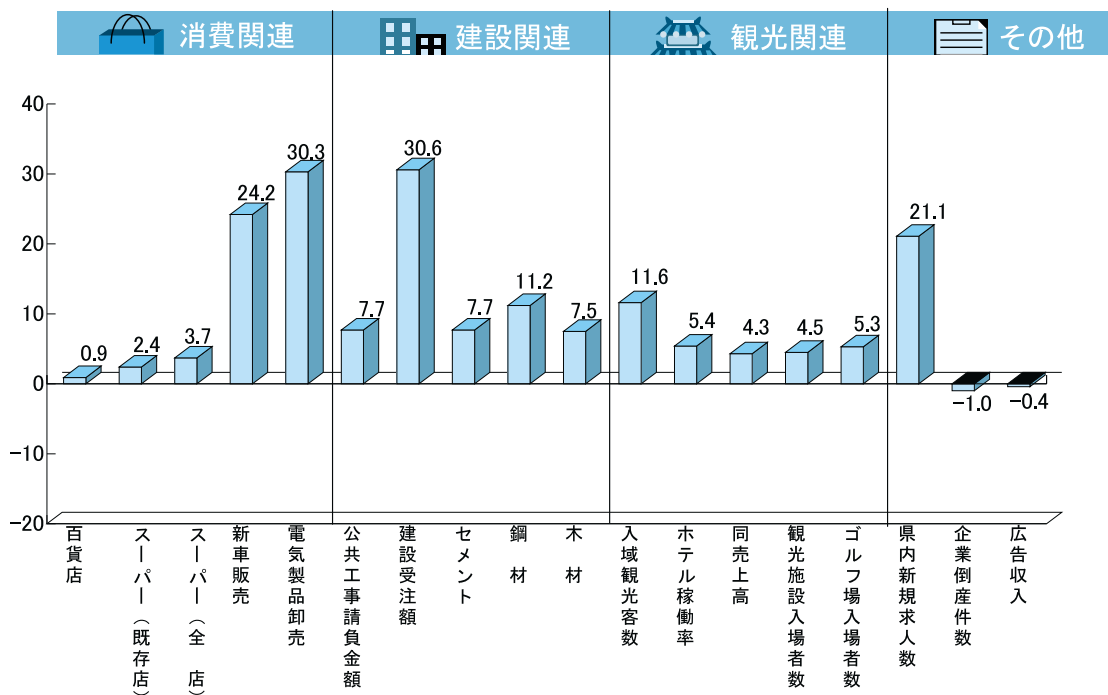
(注5) 企業倒産の前年同月差は、月平均の前年同月差。

項目別グラフ 単月 2014.2



(注) 広告収入は14年1月分。数値は前年比(%)。セメントは速報値。
 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 2013.12~2014.2



(注) 広告収入は13年11月~14年1月分。数値は前年比(%)。セメントは速報値。
 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。



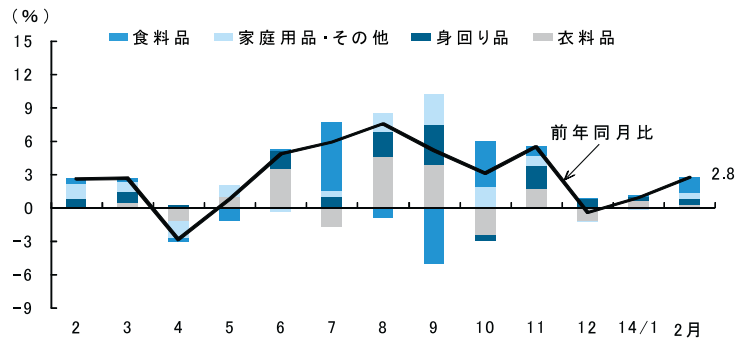
消費関連

① 百貨店売上高 (前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

2カ月連続で増加

- 百貨店売上高は、前年同月比2.8%増と2カ月連続で前年を上回った。食料品が物産展の催事効果などから増加し、衣料品も改装前セールなどから増加した。家庭用品・その他も催事効果などにより増加した。
- 品目別にみると、食料品(同4.3%増)、衣料品(同1.0%増)、身の回り品(同4.3%増)、家庭用品・その他(同2.3%増)とすべての項目で増加した。

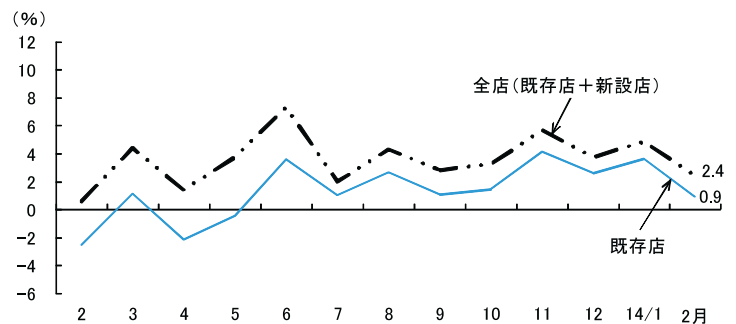


出所:リゅうぎん総合研究所

② スーパー売上高 (前年同月比)

全店ベースは19カ月連続で増加

- スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月比0.9%増と9カ月連続で前年を上回った。
- 食料品は旧正月のずれや店舗統廃合による売上減少の影響などから同0.6%減、衣料品も前年に比べ気温が低く、春物衣料の動きが鈍かったことなどから同1.5%減となったが、家電を含む住居関連が新設住宅着工に伴う需要増加や消費税増税前の駆け込み需要により同8.4%増と好調に推移し、全体を押し上げた。
- 全店ベースでは、新設店効果などから同2.4%増と19カ月連続で前年を上回った。



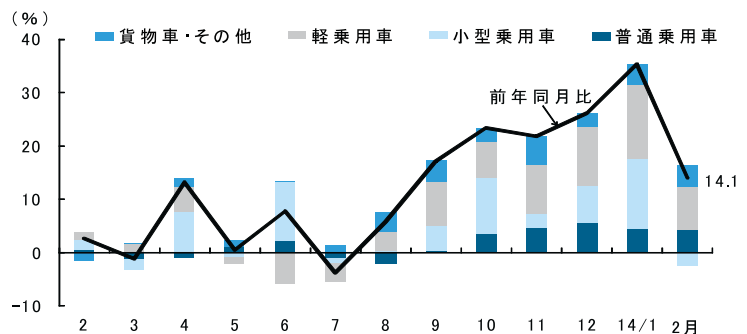
出所:リゅうぎん総合研究所

③ 新車販売台数 (前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

7カ月連続で増加

- 新車販売台数は4,307台で、新車投入効果や消費税増税前の駆け込み需要などから前年同月比14.1%増と7カ月連続で前年を上回った。
- 普通自動車(登録車)は1,868台(同8.7%増)で、うち普通乗用車は542台(同43.0%増)、小型乗用車は1,109台(同7.2%減)であった。軽自動車(届出車)は2,439台(同18.6%増)で、うち軽乗用車は2,093台(同17.1%増)であった。



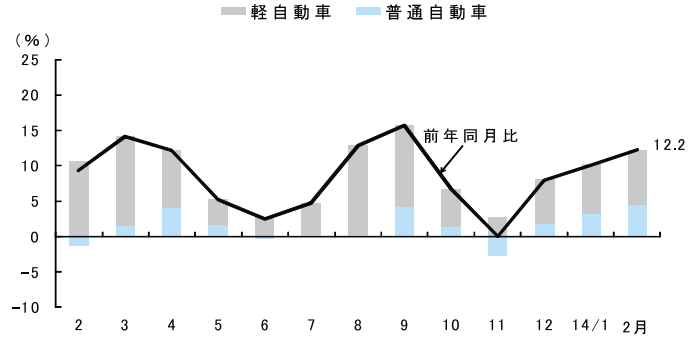
出所:沖縄県自動車販売協会

④ 中古自動車販売台数【登録ベース】

※棒グラフは車種別寄与度

3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、17,156台で前年同月比12.2%増と3カ月連続で前年を上回った。
- ・内訳では、普通自動車は6,614台（同11.9%増）、軽自動車は10,542台（同12.5%増）となった。



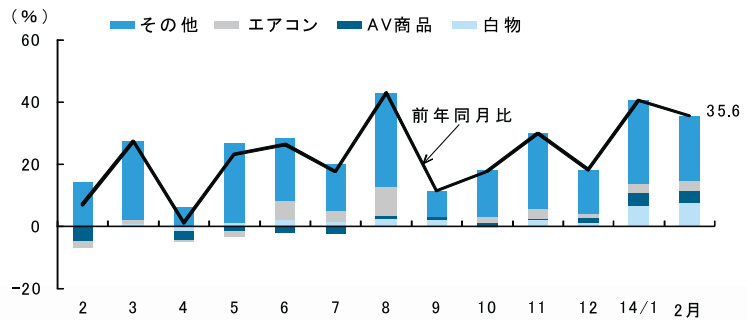
出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

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、新設住宅着工に伴う需要増加や消費税増税前の駆け込み需要などから好調に推移し、前年同月比35.6%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72.9%増、DVDレコーダーが同8.8%増、白物では洗濯機が同40.8%増、冷蔵庫が同77.5%増、エアコンが同54.1%増、太陽光発電システムを含むその他は同28.4%増となり、すべての品目で増加した。



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。

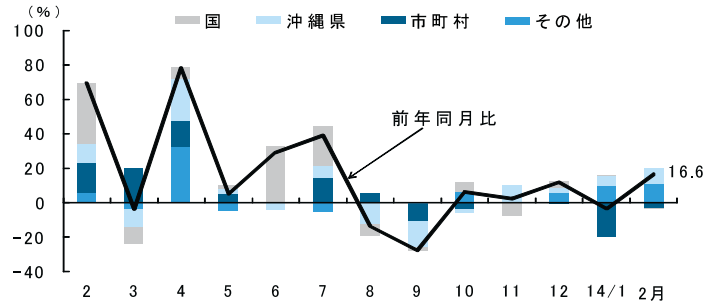
建設関連

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カ月ぶりに増加

- ・公共工事請負金額は、216億8,100万円で前年同月比16.6%増となり、県発注工事が増加したことなどにより、2カ月ぶりに前年を上回った。
- ・発注者別では、県(同28.5%増)、独立行政法人等・その他(同232.8%増)が増加し、国(同1.2%減)、市町村(同12.3%減)が減少した。
- ・大型工事としては、那覇空港滑走路増設仮設栈橋第2築造工事、沖縄クラウドデータセンター新築工事、アワセ土地区画整理事業関連工事などがあった。



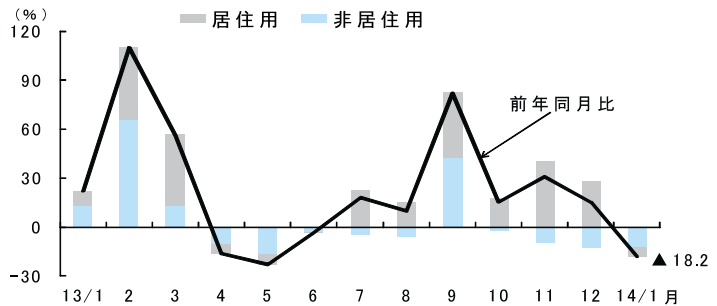
出所:西日本建設業保証株式会社沖縄支店

② 建築着工床面積 (前年同月比)

※棒グラフは用途別寄与度

7カ月ぶりに減少

- ・建築着工床面積(1月)は、14万3,218㎡となり、前年同月比18.2%減と7カ月ぶりに前年を下回った。用途別では、居住用は同10.8%減、非居住用は同26.3%減とともに減少した。
- ・建築着工床面積を用途別(大分類)にみると、居住用では、居住専用、居住産業併用が減少した。非居住用では、卸売・小売業用が増加し、飲食店・宿泊業用、農林水産業用などが減少した。



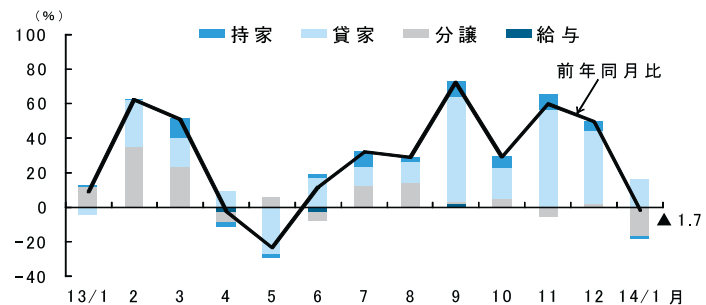
出所:国土交通省

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

8カ月ぶりに減少

- ・新設住宅着工戸数(1月)は1,065戸となり、消費税増税前の駆け込み需要が一巡してきたことから、前年同月比1.7%減と8カ月ぶりに前年を下回った。
- ・利用関係別では、貸家792戸(同28.8%増)が増加し、持家255戸(同4.5%減)、分譲17戸(同91.4%減)、給与1戸(同66.7%減)が減少した。



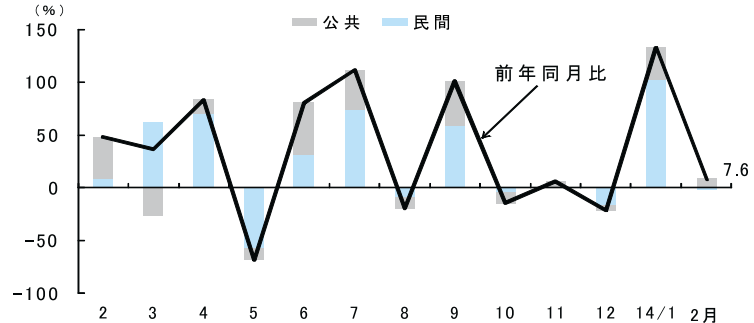
出所:国土交通省

④ 建設受注額 (前年同月比)

※棒グラフは発注者別寄与度

2カ月連続で増加

- 建設受注額(調査先建設会社:20社)は、公共工事が増加したことから、前年同月比7.6%増と2カ月連続で前年を上回った。
- 発注者別では、公共工事(同19.5%増)は2カ月連続で増加し、民間工事(同2.4%減)は2カ月ぶりに減少した。

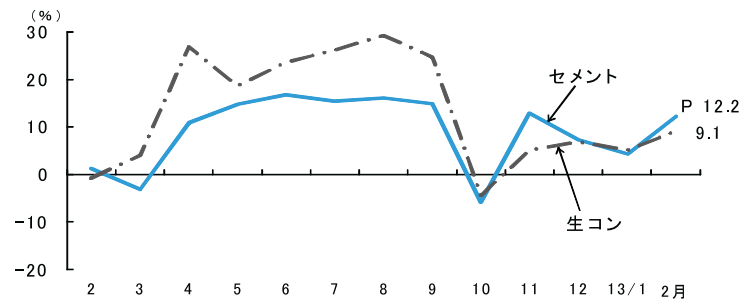


出所:りゅうぎん総合研究所

⑤ セメント・生コン(前年同月比)

セメント、生コンともに4カ月連続で増加

- セメント出荷量(速報値)は、前年同月比12.2%増と4カ月連続で前年を上回った。
- 生コン出荷量は、16万519m³で同9.1%増と4カ月連続で前年を上回った。民間工事向け出荷は増加したが、公共工事向け出荷は減少した。
- 生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、港湾関連工事向け出荷などが増加し、県企業局、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、社屋関連工事向けなどが減少した。

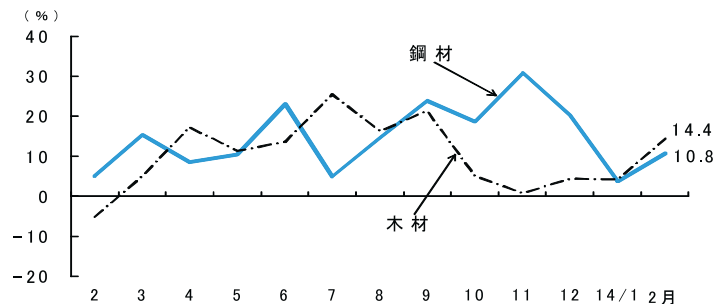


出所:りゅうぎん総合研究所

⑥ 鋼材・木材 (前年同月比)

鋼材は14カ月連続で増加、木材は12カ月連続で増加

- 鋼材売上高は、消費税増税前の駆け込み需要による住宅建築向け出荷の増加や単価の上昇などから、前年同月比10.8%増と14カ月連続で前年を上回った。
- 木材売上高は、同様に消費税増税前の駆け込み需要による住宅建築向け出荷の増加などから、同14.4%増と12カ月連続で前年を上回った。



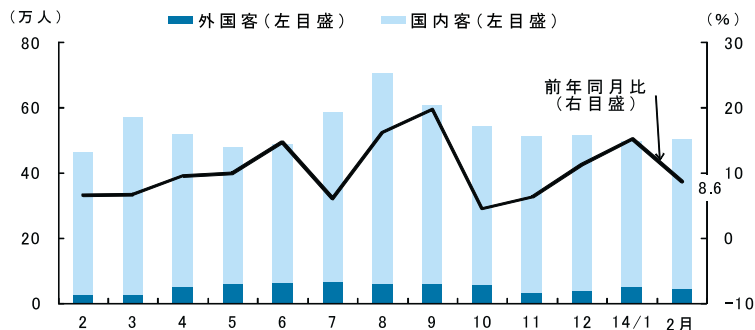
出所:りゅうぎん総合研究所

観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

17カ月連続で増加

- ・2月の入域観光客数は、前年同月比8.6%増の50万3,100人となり、17カ月連続で前年を上回った。国内客、外国客ともに増加し、うち国内客については同4.6%増の45万8,800人となり、4カ月連続で前年を上回った。
- ・路線別でみると、空路では国内客、外国客ともに増加し49万6,100人(同7.9%増)と17カ月連続で前年を上回り、海路は外国客の増加から7,000人(同94.4%増)と7カ月連続で前年を上回った。

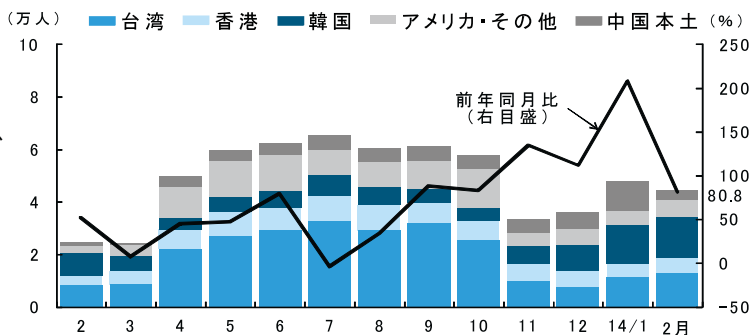


出所:沖縄県観光政策課 ※混在率等修正により11年2月~12年2月の推計値を下方修正した。

② 入域観光客数【外国客】(実数、前年同月比)

7カ月連続で増加

- ・入域観光客数(外国客)は、空路、海路ともに増加し、前年同月比80.8%増の4万4,300人と7カ月連続で前年を上回った。
- ・国籍別では、韓国15,300人(同77.9%増)、台湾12,900人(同57.3%増)、アメリカ・その他6,700人(同179.2%増)、香港5,900人(同47.5%増)、中国本土3,500人(同169.2%増)であった。

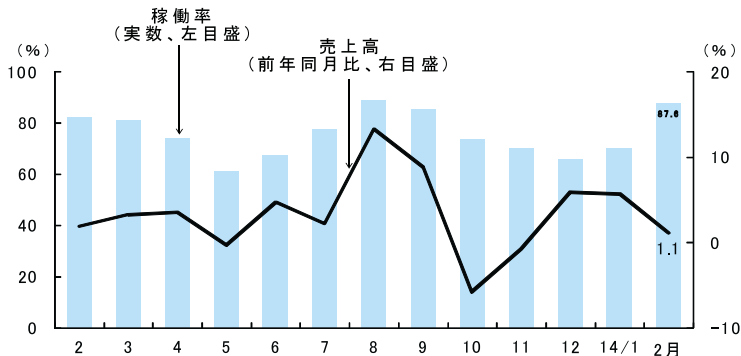


出所:沖縄県観光政策課

③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

稼働率は16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87.6%と前年同月比5.5%ポイント上昇し16カ月連続で前年を上回った。売上高は同1.1%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91.7%と同3.2%ポイント上昇し14カ月連続で前年を上回った。売上高は同0.8%増と3カ月連続で前年を上回った。リゾート型ホテルは、客室稼働率は85.1%と同6.7%ポイント上昇し16カ月連続で前年を上回った。売上高は同1.3%増と3カ月連続で前年を上回った。



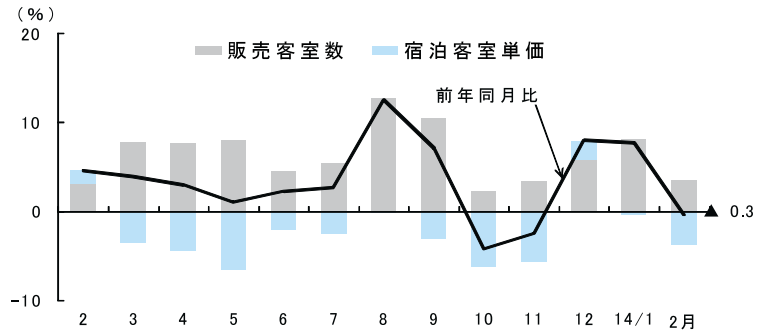
出所:リゅうぎん総合研究所 (注)13年1月より調査先を19ホテルから25ホテルとした。

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

3カ月ぶりに減少

- ・主要ホテル売上高のうち宿泊収入は、販売客室数(数量要因)は増加したものの、宿泊客室単価(価格要因)が減少し、前年同月比0.3%減と3カ月ぶりに前年を下回った。
- ・那覇市内ホテルは、宿泊客室単価は引き続き増加したものの、販売客室数が減少したことから、同2.1%減と3カ月ぶりに前年を下回った。
- ・リゾート型ホテルは、宿泊客室単価が前年を下回ったものの、販売客室数が引き続き増加したことから、同0.5%増と3カ月連続で前年を上回った。

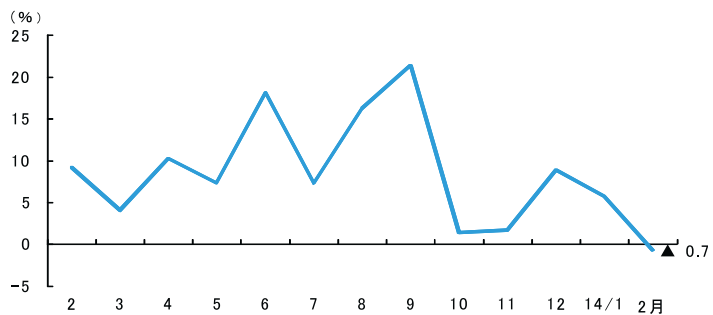


出所:りゅうぎん総合研究所 (注)13年1月より調査先を19ホテルから25ホテルとした。

⑤ 主要観光施設の入場者数(前年同月比)

16カ月ぶりに減少

- ・主要観光施設の入場者数は、前年のイベントの反動減などから前年同月比0.7%減となり、16カ月ぶりに前年を下回った。

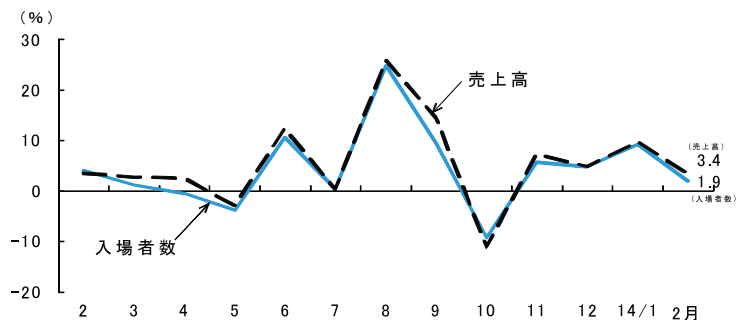


出所:りゅうぎん総合研究所

⑥ 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 4カ月連続で増加

- ・主要ゴルフ場の入場者数は、県内客、県外客がともに増加し、前年同月比1.9%増と、4カ月連続で前年を上回った。売上高も同3.4%増と4カ月連続で前年を上回った。



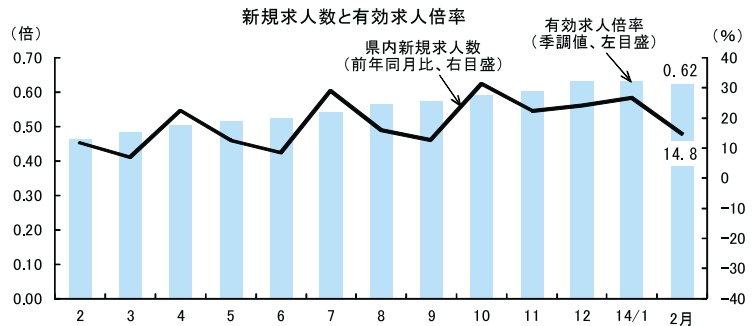
出所:りゅうぎん総合研究所

雇用関連・その他

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)は低下

- ・新規求人数は、前年同月比14.8%増となり14カ月連続で増加した。産業別にみると、宿泊業、飲食業、医療、福祉、卸売業、小売業、建設業などで増加した。有効求人倍率(季調値)は0.62倍で前月より低下した。
- ・労働力人口は、68万1,000人で同0.4%増となり、就業者数は、64万9,000人で同1.4%増となった。完全失業者数は3万2,000人で同15.8%減となり、完全失業率(季調値)は4.9%と前月より0.3%ポイント悪化した。



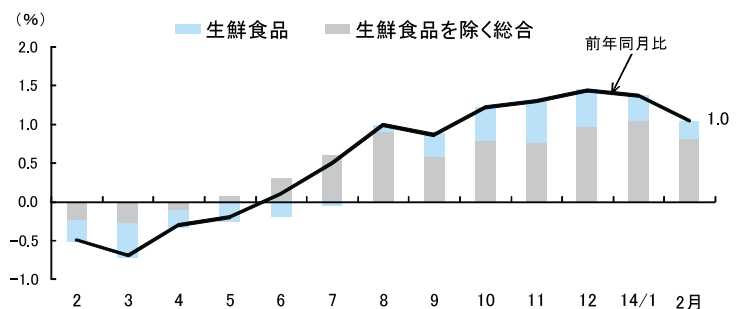
出所：沖縄労働局
 (注)有効求人倍率は、2013年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

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

9カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数は、前年同月比1.0%増と9カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同0.9%増と上昇した。
- ・品目別の動きをみると、食料及び光熱・水道などが上昇し、家具・家事用品などが下落した。

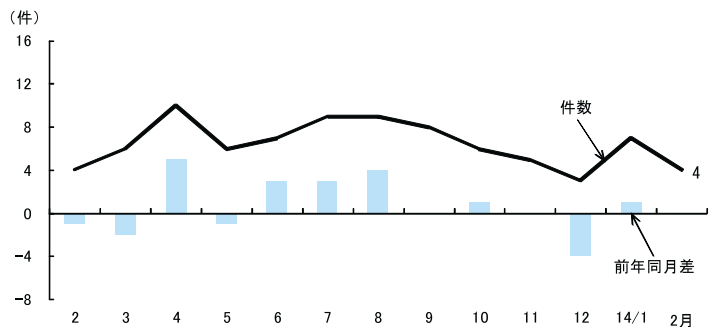


出所：沖縄県(注1)端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。
 (注2)2011年7月より2010年=100に改定された。

③ 企業倒産

件数は同数、負債総額は減少

- ・倒産件数は4件となり前年同数となった。業種別では、サービス業1件(前年同月比1件増)、卸売業1件(同1件増)、製造業1件(同1件減)、建設業1件(同1件減)であった。
- ・負債総額は2億1,400万円で同47.3%の減少となり、2月単月としては過去最少額を記録した。



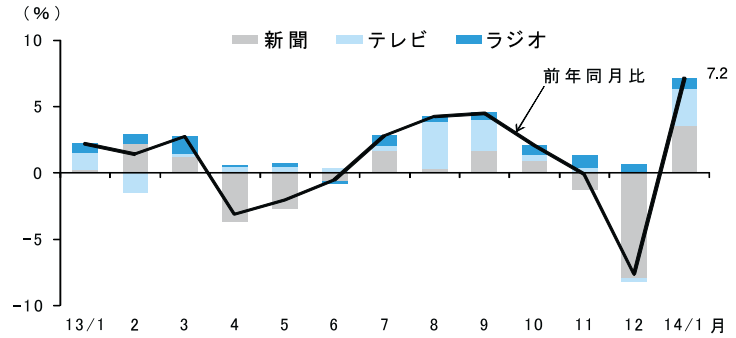
出所：東京商工リサーチ沖縄支店

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

3カ月ぶりに増加

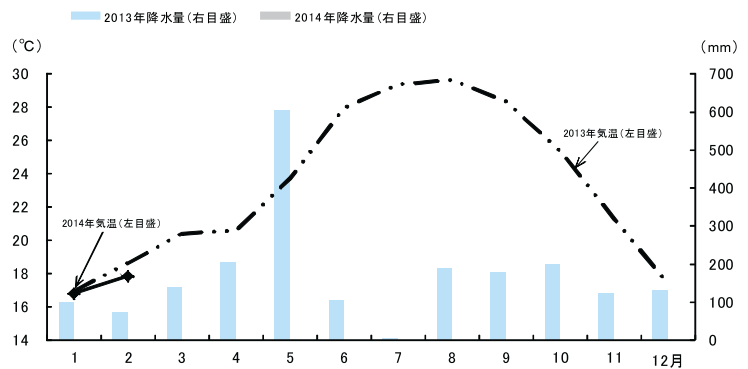
・広告収入(マスコミ:1月)は前年同月比7.2%増となり、3カ月ぶりに前年を上回った。ラジオ、テレビ、新聞ともに前年を上回った。



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17.9℃と前年同月(18.6℃)より低く、平年(17.1℃)より高かった。降水量は227.0mmと前年同月(75.0mm)より多かった。
- ・沖縄地方は、下旬は高気圧に覆われて晴れた日が多かったが、上旬と中旬は高気圧の張り出しに伴う寒気の影響で曇りや雨の日が多かった。



出所:沖縄気象台

ギンバル訓練場跡地

— 新たな地域活性の拠点 —

去る2月28日、金武町の米軍ギンバル訓練場の跡地に、4つの医療関連施設が落成しました。

まず、①地域医療施設。北部地域では初の放射線治療機器により、がん治療はもちろん、住民健診や特定健診を実施し、地域住民の健康維持増進を図ります。②ヘルスケアセンターは筋肉や骨、関節などの疾患、外傷を治療する整形外科の機能を持ちます。③フィッティングセンターでは義肢装具を製作します。④海洋療法児童リハビリセンターでは、発達障害児童向けのデイサービスを行い、海域でのトレーニングを含めた感覚統合療法を実施します。

隣接地にはスポーツ関連施設として野球場があります。昨年日本一に輝いた楽天ゴールデンイーグルスや韓国プロ野球チームの起亜(きあ)タイガース、県外の大学野球部等もキャンプや合宿で利用しているものです。

また、今年度中には2面のサッカー場が完成します。こちらは土や芝にこだわり、日本A代表の練習にも対応できる質の高い施設になる予定です。子どもたちの憧れの選手も間近で見られるかもしれません。

さらに、来年度には世界的に有名なヒルトンホテルが完成、それ以外の宿泊施設の誘致も見込まれ、様々な国から多くの観光客が訪れることが期待されます。

この地域は新しい雇用を生み出す場というだけでなく、住民への安全・安心の提供、スポーツ・観光施設から生まれる賑わいと活気をもたらす地域活性化の拠点ともいえるようです。



琉球銀行 金武支店長
我那覇 満

完成した地域医療施設



筆者が2月に撮影

投資信託

— 運用益に期待 リスクも —

今、物の値段(物価)が上昇し始めています。これは政府がデフレ脱却のための目標として掲げた2%の物価上昇を目指す政策、いわゆる「アベノミクス」の効果といわれています。

一方、物価上昇とは、お金の側からみると「お金の価値が下る」ということでもあります。例えば物価が1年で2%上昇した場合、1,000万円で購入できた同じ物が1,020万円払わないと購入できなくなるのです。

そこで今、「お金の価値が下る」ことへの対策の一つとして注目されているのが「投資信託」です。先日、ある経済新聞に「個人マネー投信へ流入」という記事がありました。少額投資非課税制度(NISA)の後押しもあり、預金から積極的に投資信託へ資金を振り向ける動きが広がっているというのです。

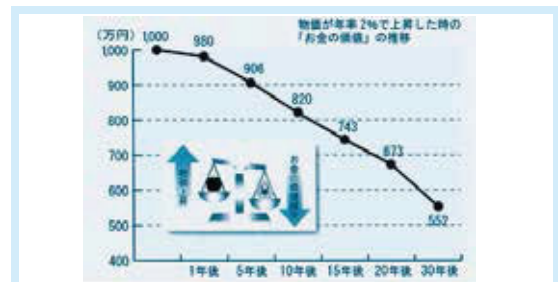
「投資信託」は多くのお客様の資金をひとつにまとめ、専門家がお客様に代わり株式・債券等に投資して運用するものです。預金に比べ大きな運用益を期待できる半面、運用方法によっては元本を下回る可能性がある、いわゆるリスク商品です。しかし、そのリスク商品である「投資信託」へ個人マネーが流入しているということは、「お金の価値が下る」ことへの対策の一つとして「投資信託」が有効であると判断されているからだとみられます。

自分の適切な投資可能金額を検討し、その範囲のなかで「お金の価値が下る」ことへの対策として、「投資信託」の購入を検討してみたいかどうか。



琉球銀行 田原支店長
南風盛 浩史

物価が年率2%で上昇した時の「お金の価値」の推移



出所:琉球銀行「ゆっくり ゆっくり お読み頂きたい投資の入口の話」

長寿おきなわ復活

— 県産野菜で健康づくり —

現在、全県的に取り組まれている「健康・長寿おきなわ」の維持には、何よりわれわれ一人一人が自身の健康を意識する必要がありますが、そのポイントのひとつに、バランスの取れた食生活があげられます。

昨年12月に厚生労働省が公表した「2012年『国民健康・栄養調査』」によると、成人の1日の野菜摂取量は、目標の350gに対し、全国では平均値が286.5gと目標の8割程度にしか達していません。沖縄県は、男性が275gで全国37位、女性が246gで44位と、全国平均をさらに下回っていました。

この結果を見ると、もっと積極的に野菜を摂る必要がありますが、そのときに「県産」を意識してみたいかがでしょうか。

沖縄の野菜といえば、まず浮かぶ「ゴーヤー」のほかにもさまざまな野菜が県内では生産されています。キャベツやレタスといった毎日の食卓でおなじみのものから、沖縄ならではのバラエティに富んだ「島野菜」（「伝統的農産物」といわれます）の数々。また、出荷量が少なくてもクレソンなどのように全国の出荷量に占める割合（シェア）が上位の品目もあります。

地域で生産されたものをその地域で消費する「地産地消」の実践は、農作物の消費拡大、ひいては地元の農業を支援することにもつながります。県産のおいしく新鮮な野菜をたっぷり食べて、健康づくりにも役立てたいものです。



琉球銀行 事務統括部調査役
藤村 紋子

沖縄県の野菜出荷量上位5品目

順位	品目	出荷量(t)
1	キャベツ	7,090
2	レタス	3,880
3	かぼちゃ	2,750
4	きゅうり	2,300
5	トマト	2,170
参考	ゴーヤー	6,405
	とうがん	2,013

県産野菜の全国シェア状況 (H22年度)

品目	出荷量シェア	順位
ゴーヤー	31.1%	全国1位
とうがん	22.2%	" 2位
クレソン	9.6%	" 2位
オクラ	10.9%	" 2位

※ゴーヤー（生食用）・とうがんはH22年度の数値、他はH24年産の数値

出所：農林水産省 平成24年産野菜生産出荷統計および平成22年産地域特産野菜生産状況調査より作成

公衆無線LAN

— 観光客のニーズに対応 —

那覇市では、昨年8月4日から誰でも無料で使える公衆無線LANサービス『NAHA-City-WiFi(ナハシティワイファイ)』を開始しました（利用にはSSID:NAHA City Wi-Fi パスワード:78787878が必要です）。これは国内外からの観光客の受入れ環境の充実や利便性等の向上、中心市街地の活性化を図るものです。

このWiFiは日本語、英語、韓国語、中国語(簡体及び繁体)に対応し、国際通りを中心とした観光スポット115カ所にアクセスポイントを設置しています。

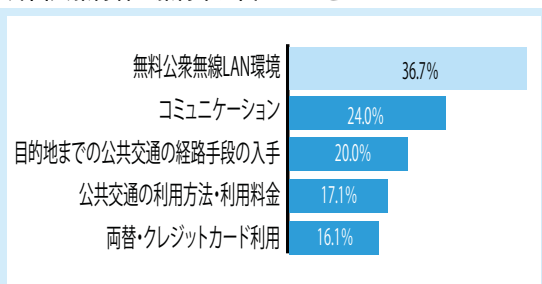
同時に、現在地周辺の店舗情報を提供するポータルサイト「NAHAPO(なはぽ)」を開設、街並みの散策に役立つスマホのアプリやGPS連動情報案内といった最近のICT(情報通信技術)を活用したサービスを提供しています。一方、対象地域の商店にとっては、特に外国人観光客の受入れ体制が重要になっています。例えば、各店舗での多言語での商品案内表示や飲食店でのメニュー表示、さらにはその外国人との円滑な応対も従業員に求められます。

これらの体制整備は個々の店舗が個別に対応するより、統一する方がより効率的かつ充実すると思われます。今後の沖縄観光の振興のため、県や那覇市の地方自治体と商店街通り会が一体となった各種研修会の開催などのサポート体制の整備に期待したいものです。



琉球銀行 松尾支店長
金城 明

外国人旅行者が旅行中に困ったことTOP5



出所：公衆無線LANの整備状況について(観光庁、2013年調査)をもとに榎ガイアックスにて作成

増える外国人観光客

—一年200万人へ取組み鍵—

外国人観光客の姿が目立つようになりました。那覇市内の通りや地域の観光スポットでは、外国語のにぎやかな会話がよく聞かれるようになりました。2013年は、海外から55万800人の観光客が訪れ、過去最高だった12年の37万6,700人を大幅に上回りました。13年の観光客数全体に占める外国観光客数の割合は9.0%、毎年そのウェートが大きくなっています。

国・地域別でみると、近隣の台湾からの観光客が安定した伸びを続けており、外国人観光客数の4割強と最も多くなっています。新規航空路線が就航した韓国と尖閣関連の影響から回復してきた香港は、13年の観光客数がいずれも過去最高の8万人台を記録しました。一方、中国本土は航空路線の運航再開や上海線の増便により、1年ぶりに回復しつつあります。

外国人観光客の増加の背景には、旅行業者における多言語化サービスの提供や観光情報の発信、県によるプロモーション活動の展開、クルーズ船来航の増加や再開、割安感を感じさせる円安の影響などがあります。

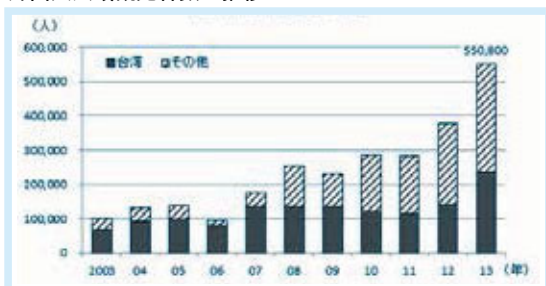
2月に供用開始した那覇空港国際線新ターミナルや東南アジア諸国のビザ緩和効果などから、今後さらに多くの外国人観光客が沖縄を訪れることが見込まれます。7年後の2021年度の外国人観光客数の目標は200万人です。

これに向けてインフラの整備や人材の育成、世界に対して沖縄の認知度を高める取り組みなどがますます重要になってきています。



りゅうぎん総合研究所 研究員
桂 恩澤

外国人入域観光客数の推移



出所：沖縄県入域観光統計より筆者作成



沖 縄

- 3.3 東京商工リサーチ沖縄支店の特A業者公共工事完工高ランキング(12年9月～13年8月期)によると、107社(倒産企業1社を除く)の完工高総額は前年度比2.4%減の738億5,900万円だった。一方、民間工事や資材販売などを含む総売上高は、前年度比3.0%増の2,588億9,700万円と増加した。
- 3.4 県内大手スーパーのサンエーがインターネットを通じて受注、配送を行うサービス「ネットスーパー」を5月中旬から展開する。浦添市サンエー経塚シティの半径約1.5キロ以内の住民が対象。食料品や雑貨など約3,000品目を取り扱う。
- 3.4 県統計課の毎月勤労統計調査(13年平均)によると、従業員5人以上の事業所における1人当たりの月平均現金給与総額は、前年比0.2%減の24万2,194円だった。1人当たりの総実労働時間は0.3%減の150.9時間で、所定内労働時間は0.5%減の142.8時間、所定外労働時間は2.0%増の8.1時間であった。
- 3.18 国土交通省の公示地価(14年1月1日時点)によると、県内の平均地価(全用途)は前年比0.3%プラスとなり、22年ぶりに上昇した。用途別にみると、住宅地はプラス0.1%、商業地はプラス0.5%、工業地はプラス1.9%の上昇であった。
- 3.19 久米島町と久米島商工会が島内統一ブランド「沖縄久米島印」を立ち上げた。統一のパッケージデザインを採用し、特産品の黒糖や塩、泡盛など10商品を販売する。久米島ブランドとしてPRし、販路拡大に繋げる。
- 3.25 沖縄県とシンガポールのチャンギ空港グループが航空ネットワーク強化に向けた相互協力連携協定を締結した。県が海外の空港と協定を結ぶのは初で、シンガポールとの直行便誘致や東南アジアなどからの観光誘客、航空物流促進を図る。

全国・海外

- 3.3 財務省の13年10～12月期法人企業統計によると、全産業(金融・保険業除く)の設備投資は、前年同期比4.0%増の9兆4,393億円となり、3四半期連続で増加した。製造業が0.7%増と5四半期ぶりにプラスに転じ、非製造業も5.7%増と3四半期連続で増加した。
- 3.7 マウントゴックスが経営破綻に陥った問題で、政府はインターネット上の仮想通貨ビットコインが「通貨に該当しない」との公式見解を発表した。相場で価格変動する貴金属と同様に「モノ」として扱い、銀行や証券会社での取り扱いを禁止した。
- 3.7 高さ300メートルを誇る日本一の高層ビル「あべのハルカス」(大阪市阿倍野区)が全面開業した。ビル内にはオフィスに加え、ホテルや百貨店、レストラン、美術館といった娯楽施設も充実しており、外国人の誘客にも力を入れる。
- 3.10 財務省の国際収支速報(1月)によると、経常収支は1兆5,890億円の赤字となった。貿易収支の悪化が影響したことから単月の赤字額としては過去最大を更新し、初めて1兆円を超えた。
- 3.12 財務省と内閣府の法人企業景気予測調査(1～3月期)によると、大企業(全産業)の景況判断指数は過去最高のプラス12.7で、5期連続の改善となった。中小企業(全産業)も初のプラスに転じた。
- 3.25 経済産業省は「再生可能エネルギーの固定価格買取制度」における14年度太陽光発電の買い取り価格を決定し、10kW以上の事業用は前年度より4円引き下げた32円、10kW未満は1円引き下げた37円とし、2年連続で価格を引き下げた。また、陸上風力や地熱、バイオマスの価格は据え置き、新たに洋上風力が新設された。

Economic Indicators

沖縄県内の主要経済指標(その1)

vol.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
2011	1.5	0.5	2.4	▲12.3	▲17.5	▲3.9	233,769	4.4	1,702.6	4.4
2012	1.4	▲1.3	1.3	▲13.4	30.0	▲0.7	237,692	1.7	1,768.4	3.9
2013	2.5	1.0	3.4	18.1	7.1	-	266,778	12.2	2,136.7	20.8
2013 1	▲3.3	▲1.7	1.4	▲7.8	▲5.5	5.7	20,766	54.0	175.0	22.1
2	2.6	▲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	▲1.1	▲3.8	26,905	▲3.6	166.3	56.1
4	▲2.8	▲2.1	1.4	1.1	13.2	1.1	16,255	78.3	121.6	▲16.2
5	0.8	▲0.4	3.8	23.2	0.5	4.6	10,742	5.3	148.8	▲23.1
6	4.9	3.6	7.3	26.3	7.8	▲10.2	20,318	29.2	164.9	▲3.2
7	5.9	1.0	2.0	17.6	▲3.7	▲3.8	39,391	39.0	193.1	18.0
8	7.5	2.6	4.3	43.0	5.8	▲7.8	22,626	▲13.4	181.2	9.8
9	5.2	1.1	2.8	11.3	17.2	▲12.6	23,182	▲27.5	264.3	82.1
10	3.1	1.5	3.2	17.6	23.5	-	31,327	6.4	195.6	15.3
11	5.5	4.1	5.7	29.9	21.9	-	19,880	2.5	186.0	30.8
12	▲0.4	2.6	3.8	18.2	26.1	-	16,792	12.0	159.2	15.6
2014 1	0.9	3.7	4.9	40.4	35.4	-	20,056	▲3.4	143.2	▲18.2
2	2.8	0.9	2.4	35.6	14.1	-	21,681	16.6	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ				自販協	酒造組	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。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。

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
2011	11,828	10.4	13.5	▲2.5	▲4.6	▲3.9	8.6	5,415.5	▲7.5	▲5.4
2012	12,713	7.5	3.4	▲0.7	3.6	▲6.1	▲7.0	5,835.8	7.8	6.2
2013	16,618	30.7	11.3	7.3	13.1	15.3	10.3	6,413.7	9.9	9.2
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	▲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	1,565	28.8	▲19.6	16.1	29.3	12.4	16.4	705.5	16.2	16.3
9	2,014	72.4	101.2	14.9	24.7	20.0	21.4	607.4	19.7	21.4
10	1,580	29.2	▲14.8	▲5.8	▲4.4	12.0	5.0	543.0	4.5	1.4
11	1,895	60.1	6.3	12.9	5.1	30.8	0.8	513.6	6.3	1.7
12	1,437	49.5	▲21.3	7.3	6.8	20.2	4.4	515.5	11.2	8.9
2014 1	1,065	▲1.7	133.0	4.4	5.1	3.8	4.3	495.1	15.2	5.7
2	-	-	7.6	P 12.2	9.1	10.8	14.4	503.1	8.6	▲0.7
出所	国土交通省		りゅうぎん総合研究所調べ				県文化観光スポーツ部 観光政策課		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。

暦年	ホテル稼働率 (実数)		ホテル売上高 (前年比)		ゴルフ場 入場者数	広告収入 前年比	入域観光客数 のうち外国客		鉱工業生産指数 (季調値)	
	市内	リゾート	市内	リゾート			千人	前年比	2010年=100	前年比
2011	64.8	67.7	▲7.4	▲6.2	▲0.8	▲3.2	280.0	▲1.7	96.8	▲3.2
2012	69.4	71.1	3.4	4.1	▲1.2	4.3	376.7	34.5	96.3	▲0.5
2013	75.3	73.4	2.3	4.6	3.5	0.4	550.8	46.2	-	-
2013 1	68.6	60.7	2.7	5.0	2.2	2.2	15.6	▲21.6	96.6	6.7
2	88.6	78.1	0.3	2.8	4.0	1.4	24.5	52.2	103.5	8.1
3	84.8	78.6	0.2	4.8	1.2	2.7	24.6	7.4	110.6	15.6
4	75.0	73.1	3.0	3.8	▲0.5	▲3.1	49.9	45.5	104.6	18.8
5	63.8	59.4	3.0	▲1.7	▲3.9	▲2.1	59.4	47.4	109.0	7.7
6	66.1	67.5	1.1	6.3	10.6	▲0.5	62.5	79.6	106.8	2.6
7	70.9	81.1	▲2.2	3.2	0.4	2.8	65.2	▲4.0	98.8	▲0.2
8	84.6	91.2	10.8	13.8	24.8	4.2	60.4	33.9	105.5	3.8
9	81.6	87.5	8.9	8.8	9.6	4.5	61.2	88.3	96.3	▲7.1
10	72.2	74.2	▲3.1	▲7.0	▲9.2	2.0	57.8	83.5	92.6	▲6.6
11	78.2	65.7	▲1.6	▲0.3	5.7	▲0.1	33.5	134.3	101.9	▲1.4
12	71.4	62.5	6.6	5.3	4.8	▲7.6	36.2	111.7	99.3	6.6
2014 1	71.8	68.7	1.7	7.9	9.2	7.2	48.1	208.3	-	-
2	91.7	85.1	0.8	1.3	3.4	-	44.3	80.8	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ						県文化観光スポーツ部 観光政策課		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。2013年11月より2010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 求人数 (県内)	通関 輸出	通関 輸入
		百万円	前年比							
2011	82	17,374	57.3	0.5	7.0	▲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
2013	79	38,418	257.5	0.3	5.8	2.4	0.53	17.0	83,658	309,629
2013 1	6	20,703	4,116.5	▲0.6	6.6	3.1	0.45	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	▲75.0	▲0.7	5.8	3.6	0.48	6.8	7,572	21,286
4	10	3,295	271.5	▲0.3	7.4	1.3	0.50	22.2	11,315	21,984
5	6	603	▲17.3	▲0.2	6.5	3.1	0.51	12.4	7,958	29,160
6	7	1,320	537.7	0.1	4.9	2.7	0.52	8.5	1,937	18,272
7	9	1,083	▲33.6	0.5	6.1	▲0.3	0.54	29.0	1,245	10,921
8	9	519	28.1	1.0	6.6	1.4	0.56	16.1	1,168	28,934
9	8	971	68.0	0.9	5.3	0.9	0.57	12.7	4,625	19,857
10	6	4,376	922.4	1.2	4.9	3.3	0.59	31.4	5,130	55,338
11	5	419	71.7	1.3	4.8	2.8	0.60	22.2	6,251	24,516
12	3	3,910	137.3	1.4	4.5	1.9	0.63	24.1	6,909	31,523
2014 1	7	1,492	▲92.8	1.4	4.6	3.8	0.63	26.6	9,075	26,292
2	4	214	▲47.3	1.0	4.9	1.4	0.62	14.8	8,590	9,685
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、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、2013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。

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	%
2010FY	3,401	4,479	▲1,052	2.403	305	▲6.1	4,627	▲5.4	530	0.115
2011FY	2,930	3,991	▲1,061	2.336	288	▲5.7	4,466	▲3.5	444	0.100
2012FY	2,993	4,016	▲1,024	2.223	274	▲4.9	4,323	▲3.2	424	0.098
2013 1	124	571	▲446	2.212	23	2.6	364	0.6	25	0.069
2	223	287	▲64	2.201	21	▲9.3	322	▲6.0	22	0.069
3	253	316	▲62	2.156	20	▲7.6	351	▲8.8	26	0.075
4	266	302	▲35	2.152	25	9.7	463	18.7	132	0.286
5	208	456	▲246	2.140	24	▲13.2	392	▲12.4	71	0.182
6	256	268	▲11	2.128	21	▲6.3	306	▲5.3	46	0.149
7	231	376	▲144	2.117	26	▲2.6	430	▲0.6	33	0.076
8	266	364	▲98	2.106	20	▲15.7	308	▲15.1	37	0.119
9	190	331	▲140	2.093	24	21.6	460	41.2	41	0.088
10	252	347	▲95	2.087	22	▲13.1	349	▲12.4	30	0.085
11	215	316	▲100	2.083	19	▲13.3	269	▲17.2	17	0.063
12	628	164	464	2.065	23	13.6	264	26.4	23	0.065
2014 1	121	647	▲525	2.059	22	▲5.1	363	▲0.5	5	0.012
2	-	-	-	-	21	▲1.7	326	1.4	8	0.023
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
2010FY	38,117	7.0	27,573	0.1	48,991	5.2	10,019	▲6.8	2,094	▲5.0
2011FY	40,508	6.3	27,969	1.4	51,265	4.6	9,464	▲5.5	1,880	▲10.2
2012FY	41,683	2.9	28,491	1.9	52,752	2.9	8,940	▲5.5	1,688	▲10.2
2013 1	40,074	1.4	27,491	2.4	50,977	2.2	8,984	▲4.9	1,706	▲10.4
2	40,243	1.4	27,630	1.9	51,115	2.7	8,920	▲5.0	1,697	▲9.8
3	41,683	2.9	28,491	1.9	52,752	2.9	8,940	▲5.5	1,688	▲10.2
4	41,970	2.9	27,757	2.4	52,839	3.0	8,852	▲5.7	1,644	▲10.6
5	41,634	2.8	27,786	3.2	52,553	3.1	8,797	▲5.7	1,605	▲10.0
6	42,592	3.9	27,750	2.9	54,242	3.6	8,699	▲5.6	1,586	▲9.8
7	41,898	3.9	27,881	3.2	53,451	3.3	8,643	▲5.6	1,582	▲9.5
8	42,156	5.0	27,980	3.0	53,433	3.8	8,578	▲6.2	1,575	▲9.4
9	42,361	4.6	28,488	3.3	53,646	3.8	8,430	▲6.3	1,575	▲9.8
10	41,343	3.3	28,211	3.8	52,694	3.5	8,391	▲6.2	1,585	▲8.6
11	41,878	3.3	28,302	3.9	53,198	3.0	8,344	▲8.9	1,574	▲8.8
12	41,822	3.4	28,698	4.3	53,167	2.8	8,429	▲6.9	1,573	▲8.7
2014 1	41,243	2.9	28,761	4.6	P 52,512	3.0	8,388	▲6.6	1,562	▲8.4
2	41,299	2.6	28,970	4.8	-	-	-	-	1,553	▲8.5
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。県内金融機関の預金残高は、農林水産金融機関において系統内預け金を除いて計上したため遡及改訂した。

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 **50point**以上

ゴールドコース **100point**以上

イクゼントコース **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24年

- | | | | |
|--------------|---|--------------|---|
| 5月 (No.511) | 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
特集 2011年度の沖縄県経済の動向 | 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.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 | 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.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 | 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.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 | 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 |
| 9月 (No.515) | 特集1 沖縄県の経済社会活動を支える那覇港
特集2 宮古アイランドロックフェスティバル
2012の経済効果 | 9月 (No.527) | 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
特集 太陽光発電システムについて |
| 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 | 10月 (No.528) | 経営トップに聞く 株式会社エスアールデザイン
An Entrepreneur 有限会社ホーセル |
| 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 | 11月 (No.529) | 経営トップに聞く 株式会社アメニティ
An Entrepreneur 琉球フットボールクラブ株式会社 |
| 12月 (No.518) | 経営トップに聞く 株式会社丸善組 | 12月 (No.530) | 経営トップに聞く 株式会社スタジオチャーリー
An Entrepreneur 株式会社アースティック那覇 |

■平成26年

■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 | 1月 (No.531) | 経営トップに聞く 沖縄ツーリスト株式会社
An Entrepreneur 株式会社スペースチャイナ
特集 沖縄県経済2013年の回顧と2014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 | 2月 (No.532) | 経営トップに聞く 株式会社島袋
An Entrepreneur 有限会社丸玉製菓 |
| 3月 (No.521) | 経営トップに聞く 北部港運株式会社
An Entrepreneur 株式会社海邦商事 | 3月 (No.533) | 経営トップに聞く 株式会社レキオス
An Entrepreneur 農業生産法人株式会社
アセローラフレッシュ |
| 4月 (No.522) | RRI's eye
成長著しいインドネシア:沖縄との関係深化への期待 | | |

求人・求職のことなら



株式会社 人材派遣センターオキナワ

選ぶなら信頼と実績!! 「沖縄県第1号の人材派遣会社」

人材派遣サービスについて

企業活動における様々な分野に、各職種のスペシャリストを派遣し、業務を代行します。

▼サービスの利用方法

- (1)退職者や産休・育児休・病休社員の補充
- (2)即戦力となる人材の確保
- (3)一定の時間や期間に業務が集中する場合の補充

貴社の状況に応じて迅速にサービスを提供します。依頼された条件に最適なスタッフを派遣し、1日4時間のサービスから1年間に及ぶ長期サービスまでお手伝いします。

- サービス料金は、委託される業務の内容を伺ったうえで見積もりさせていただきます。
- サービス料金は、業務処理の代金であって、人件費ではありません。
従ってサービス料金は人材派遣センターオキナワにお支払いいただくことになります。
- スタッフの給料及び社会保険料等は当社が支払います。

紹介予定派遣について

紹介予定派遣とは直接採用を前提に、まずは「派遣」の雇用形態で一定期間企業で働いた後、企業と求職者双方の希望が一致すれば直接雇用に切り替えるというシステムです。

●ご利用のメリット

企業 → 派遣期間に求職者の能力や適正を見極めることが出来る。
求職者 → 派遣期間に本当に自分にあった適職を探すことが出来る。

▼雇用のミスマッチを防ぎ、ベストマッチを実現する新たな人材戦略の1つとしてご活用いただけます。

●業務サービスご利用のメリット

▼経費の上でのメリット

- 募集費や採用試験、社員教育の手間が省けます。
- 通勤費等の付帯経費は一切必要ありません。
- 賞与・退職金および福利厚生費などの削減ができます。

▼労務管理の上でのメリット

- 仕事の変動や、社員の休暇対策のための過剰雇用を避けることができます。

●オフィス部門

一般事務／営業事務／経理事務／
総務事務／秘書／他

●オペレーション部門

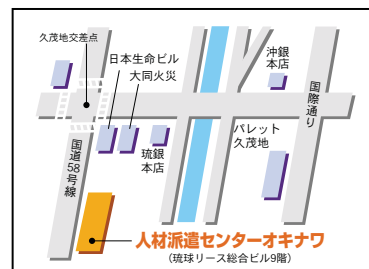
データエントリー／コールセンター／
パソコンオペレーション

●セールスプロモーション部門

営業／販売／デモンストレーション

〒900-0015

那覇市久茂地1-7-1 琉球リース総合ビル9F
TEL. 098-863-3737(代) FAX. 098-863-3732
<http://www.jinzai-okinawa.co.jp>
E-mail:jinzai@jinzai-okinawa.co.jp



りゅうぎん調査

No.534

平成26年 4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