



経営トップ

エイアンドダブリュー沖縄株式会社

国内初のファストフードレストラン。古き良きアメリカの豊かさ、手軽さを伝え続ける。


起業家訪問 An Entrepreneur

ソーエイドー株式会社

特集

欧・米・豪・露からの外国人観光客の誘致について

RRI No.153

 琉球銀行

 りゅうぎん総合研究所



※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

<p>経営トップに聞く 01</p> <p>エイアンドダブリュ沖縄株式会社 ～国内初のファストフードレストラン。古き良き アメリカの豊かさ、手軽さを伝え続ける～ 代表取締役社長 <small>たいら けんいち</small> 平良 健一</p>	
<p>起業家訪問 An Entrepreneur 07</p> <p>ソーエイドー株式会社 ～「35COFFEE」を通じ沖縄の観光振興と県民の健康、生活文化の創造に貢献する～ 代表取締役 <small>おおしろ むねさだ</small> 大城 宗貞</p>	
<p>新時代の教育研究を切り拓く 09</p> <p>～匂いを切り替えて嗅覚をチューニング～ 沖縄科学技術大学院大学コミュニケーション・広報ディビジョン メディアセクション (同大学のHP記事より許可を得て転載)</p>	
<p>OCVBの取り組みについて 12</p> <p>「沖縄観光2020プロジェクトの取り組みについて」 ～未来を担う若者たちからの提案～ 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー</p>	
<p>りゅうぎんビジネスクラブ 16</p> <p>～「りゅうぎんビジネスクラブ」入会のご案内～</p>	
<p>行政情報113 17</p> <p>沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について 内閣府沖縄総合事務局経済産業部</p>	
<p>県内大型プロジェクトの動向111 20</p>	
<p>特集 欧・米・豪・露からの外国人観光客の誘致について 22</p>	
<p>沖縄県の景気動向 (2019年2月) 40</p> <p>～観光関連の入域観光客数は前年を上回り、消費関連や建設関連も概ね 好調に推移し、県内景気は5カ月連続で拡大している～</p>	
<p>学びバンク 52</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社の議決権 ～保有集中化し安定経営～ 琉球銀行本店営業部企業融資課 上席調査役 具志 孝一郎(ぐし こういちろう) ・ZEB(ゼロエネルギービル) ～再生エネ活用 消費ゼロへ～ 琉球銀行総務部調査役 安藤 晋(あんどう しん) ・成年後見制度 ～財産管理 早めの対応を～ 琉球銀行事務統括部調査役 砂川 成美(すながわ なるみ) ・働き方改革関連法 ～魅力ある職場をつくる～ 琉球銀行人事部調査役 比嘉 梨絵(ひが りえ) ・不正のトライアングル ～「性弱説」念頭に対策を～ 琉球銀行監査部上席調査役 宮城 靖(みやぎ やすし) 	
<p>経営情報 法人税等電子申告の義務化とその他電子申告等 55</p> <p>～2017年に国税庁から「税務行政の将来像」が公表され、 申告手続等のデジタル化が進められています～ 提供 太陽グラントソントン税理士法人</p>	
<p>経済日誌 2019年3月 57</p>	
<p>県内の主要経済指標 58</p>	
<p>県内の金融統計 60</p>	

経営
トップに聞く国内初のファスト
フードレストラン。
古き良きアメリカの
豊かさ、手軽さを伝
え続ける。エイアンドダブリュ沖縄株式会社
たいら けんいち
平良 健一 社長

エイアンドダブリュ沖縄株式会社は、1963年11月1日に平良幸雄氏が米国人2人と始めたドライブインレストラン屋宜原店が創業店。戦後、米国の統治下にあった沖縄で日本初のファストフードレストランの開店であった。復帰を前に米国人パートナーが帰国することになり、平良氏が経営権を譲受けた。創業時より古き良きアメリカの雰囲気醸し出す同店は創業当初は米国人中心に、その後は広く県民に受け入れられ現在に至っている。浦添市牧港の本社をお訪ねし、1997年1月、社長に就任した幸雄氏の長男、平良健一氏に同社のこれまでの歩み、事業内容、経営理念、今後の展開などをお聞きした。

インタビューとレポート 大谷 豊

御社の設立経緯やこれまでの歩みを聞かせてください。

1963年、沖縄が未だ米国の施政権下にあった時、父である平良幸雄が米国人から頼まれ建築したのがA&W屋宜原店でした。当時、父は以前勤めていた米国人経営の会社から独立し、米軍人向け住宅を建設する有限会社パークサイド住宅を設立した頃でした。この頃の沖縄には本格的な米国軍人、軍属向けレストランはなく、外食が出来る場所が望まれていたようです。そんな時に父が米国の民間会社に勤めていた頃の上司から父にA&Wの店舗経営権を持つ米国人を紹介されたのです。彼

らは父に米国本土と同じ仕様の店舗設計図を見せ建築を依頼したそうです。軍人用住宅を建築していた父には店舗といういつもの異なる注文だったのですが、それだけではありませんでした。店舗が出来上がっても彼ら米国人には従業員を採用する伝手もなく、実際に勤める人やハンバーガー等の食べ物の作り方を知る人もいなかったのです。結局、彼らは英語が堪能であった父にA&W屋宜原店の店員採用から、その店員にハンバーガーの作り方等を通訳しながら指導するよう頼み、最終的には父も共同経営者として店舗の運営に就くことになったのです。

経営 トップに聞く



屋宜原店は切望されていた米国式ドライブインで、折しも沖縄県内の米国人らは本国と同じようにいち早く自家用車を持ち、そんな彼らで屋宜原店は連日大盛況、映画のアメリカングラフィティさながらだったようです。今の沖縄が車社会になったのは彼ら米国人やA&Wがあったためと言えるかも知れません。1969年には屋宜原1号店の成功を受け、牧港2号店をオープン。その頃、沖縄の日本復帰が決定、父の共同経営者らはフィリピンでの新たな事業展開を目指し米国に帰国、沖縄を離れることにもなり、その経営権を全て父に譲ることになりました。1973年に、米国A&Wと正式にフランチャイズ契約を交わしました。

私が小学生の頃、屋宜原店で初めて厨房を見学した時には、氷水でいっぱい大きな水槽にルートビアのマグが浮かんでいる様子が暑い室外と対照的で鮮明に記憶しております。今では専用のマグフロスターがありますが当時は全てが驚きでした。大学時代にはアルバイトでお店を手伝い、入社後は米国のA&W本社で研修を受けました。2年間の研修でしたが、当初は英語も満足に使える状態ではなかった。東部の店で皿洗いから経験し、大陸を横断して西部の本社で店舗経営についての研修を終え帰国しました。米国の広大さを体験した研修でした。

帰国後はスーパーバイザーとして店舗と本部をつなぐ役目でしたが、自分より年上の店長とのやり取りは想像以上のものでした。当時は手書き伝票でレジスターのない頃で、また在庫管理では苦労しましたが、在庫管理をする暇もないくらい多忙を極めた頃でもありました。そして1997年に私は父から代表取締役社長をバトンタッチされ、父は会長に就き現在に至っています。

事業の概要をご紹介しますか。

A&W レストランの営業が当社事業部のメイン業務となります。現在、県内に29店舗を展開中です。創業時は車社会アメリカと全く同様のスタイルで広い敷地に直接、車を乗り付け注文し、車のなかで食事をする店舗でした。近年では同様の広さを備えることは難しくショッピングセンターや幹線道路沿いへの出店となっています。但し、店内は変わらずアメリカンな雰囲気の内装とし、極力ゆったり感がある居心地の良い造りを心掛けています。

そして商品部ではA&Wの商品開発を行っています。各A&Wの店舗で提供する商品は米国本社との契約で指定されているコアメニュー以外の独自商品を開発しています。

コアメニューはルートビア、モッツァバー



ガー、コニードッグ、ホットドッグです。一方でハムチーズ等の他は当社オリジナルでオレンジジュースも我が社が独自に A&W 米国本社とは違うメーカーから仕入れているものです。このように当社独自の県産をはじめ国内産の新鮮な食材を使った商品を開発、提供しています。

創業 50 年を記念した当社独自の商品が「The A&W バーガー」です。多少高めの値段設定となりましたが、それに見合う食材を使い完成度の高い商品だと思います。何よりも若い社員がアイデアを出し合って作り出した商品なのです。来沖した米国本社の社長が気に入り、開発した「The A&W バーガー」がシンガポールの A&W でも販売されています。

A&W レストランの他には、次の 4 つの飲食店を運営しています。

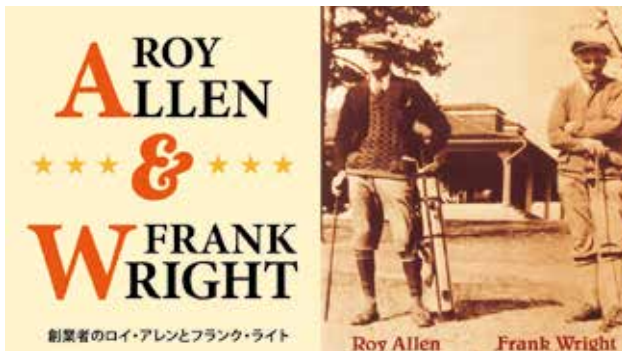
- レストラン「Li-da (リ・ド)」：創業者が当時沖縄でのお気に入りのレストランを参考にして始めたもので、落ち着いた雰囲気です。ステーキが楽しめます。
- 「割烹ひさごや」：創業者は東京生まれ東京育ちで、東京に住んでいた頃、祖母が営んでいたお店と同じ名前を命名したと聞いています。沖縄市山里で当時は珍しかった日本食を提供する店で祖母の親族が経営して

いたものを引き取ったものです。

- ビアレストラン「KENNY'S (ケニーズ)」プラザ店：米国本社では私はファーストネームの健一から“Kenny(ケニー)”のニックネームで呼ばれており、そこから命名しました。プラザハウスのフェアモール建設の際（1997 年）、その一角に何か新しいものを出店しなさいとの創業者の命を受け、ドライブインとは別形式でアルコールを提供するアメリカ風のレストランというコンセプトで始めたものです。2007 年には、那覇市おもろまちにファインダイニング「Kenny's 新都心店」も開店しました。
- サーティワンアイスクリーム店舗：フランチャイズで取組んでいます。A&W 店舗の名護とアウトレットモールあしびなー店内のコラボ店を含め 13 カ所で展開しています。

経営理念、事業運営の考え方などについてもお聞かせください。

1919 年に米国本国の A&W の創業者で薬剤師でもあったロイ・アレン氏が創った同社の代名詞でもあるルートビアはアレン氏が病気の友人を見舞う時に持参した、同氏が独自の製法で作った飲み物が最初と聞いております。この米国本社創業者の友人を思う気持ちに因



んで、私が社長就任時に基本理念として定めたのが次のルートビアスピリッツです。

“私たちのレストランにはいつでもお客様の楽しそうな話し声と笑い声が聞こえてきます その賑やかな客席の間をキビキビとした動きで快活な空気をつくり出す従業員がいます どの顔も笑顔に満ち溢れ 親切で 優しく 誰に接しても自然に交わされる会話があります

「ありがとう」

いつ言っても いつ言われても最高に嬉しい言葉 私たちは奉仕する事でホスピタリティを学び 心の豊かさを育てる そんな人に喜ばれ さわやかな出会いを広げる事を実践しています”

これを基にした、企業理念が次です。「社会貢献」「人材育成」「福利厚生」の三つで、互いに関連するものとして捉える考えです。すなわち、

“私たちは創造性豊かな 好感度企業をめざします そこで働く人は希望に満ち溢れ 快適で豊かな職場環境を創造します 私たちは地域活動に積極的に参加し 豊かな社会の実現に貢献します”

社名のA&Wをローマ字読みでもじった“あなたとわたしのA&W！”牧港2号店のオープンに伴い、米国人向けだけでなく、広く地元、

沖縄の人達にも A&W の商品を楽しんでもらおうと作った宣伝用のキャッチコピーです。沖縄県民の身近な存在で感謝の気持で仕事をし、A&Wの豊かな味、古き良きアメリカの自由な雰囲気を提供する場所でありたいとの想いです。

社会貢献、人材育成、福利厚生は創業者の精神でありルートビアスピリッツ、企業理念に繋がるものであると考えます。

人材育成の取り組みについてお聞かせください。

人材育成は我が社の企業理念に謳うほど重要視し、多くの経営資源を注いでいます。事実、その成果、実績については満足いくものと自負しております。元をただせば、当社の創業者も飲食業とは縁もない仕事に就いていましたが、申し上げたように米国人よりハンバーガーの作り方や販売方法まで一から習い、自分の物として社員に教え伝え今日があります。知識を得る事の喜び、教える事の喜びを創業時より実践している企業です。

沖縄県が他県に先駆けてすすめている「人材育成企業認定制度」にも、いち早く応募、認定を頂き、2度目の更新認定も受けております。当社の現場である店舗では、学生のアルバイトや主婦の短時間パートの勤務職が約1000名おり、年間で約4～500名のパート



A&W AWARDの様子(上半期表彰式)



2013年のA&W沖縄50周年イベントの様子(牧港店)



夜のA&W牧港店(A&W沖縄2号店)



A&Wのマスコットキャラクター
本名は「グレートルートベアー」
愛称はルーティ
ルートビアが大好きです

社員の入替があるのが現実です。そこで各店長・先輩の指導、業務手順等の教育には工夫を凝らし対応しているのです。我が社に勤めることで得られた様々な知識経験が、仮に他所に移る事になっても役立つものになると考えます。アルバイトとはいえ他所に移っても A&W で習った待遇が役立ちましたと元店員から聞いたり、企業の採用担当から学生時代に A&W でアルバイト経験のある学生なら待遇は問題ない安心して採用できるとの声を聴くと「また一人 A&W のファンが増えた」と感慨深いものがあります。

県の人材育成企業認証制度の指導を受けている際に社員の入れ替わりは「人材の流出」ではなく「人材を輩出」しているのだと云う風に発想転換をしたらと教えられたことがありました。これを受け、当社の取引企業間で人材の紹介をし合うルール作りに取り組んでいます。そうすることで A&W でアルバイトをしたら〇〇社に就職できた。A&W でのバイト経験者なら即採用という構図が出来れば、と考えています。人材派遣業ではありませんが、人材輩出で当人も他社も、周り廻って当社にもメリットが生まれると捉えています。

当社のような小さな店舗を多く抱える組織では、店長職への登用と均衡のとれたピラミッ

ド型組織維持には一工夫必要と考えます。社員のモチベーションを奮起させるものの一つとして、スーパーバイザーと店長の中に現在、2名の“スーパー店長”を設置しています。これは本部の担当者ではなくより現場に近い存在で品質管理調査や人材育成の任に当たらせています。

また、グローバルな人材育成のため県が実施する海外 OJT にも職員を派遣しています。

社会貢献活動として何か取り組まれていることはありますか。

- 企業理念にも謳われているように当社では地域社会への貢献を念頭に業務にあたっています。会社としての具体的な取組としては
- 資金造成への支援：地域のクラブ活動や新規事業などいろいろな資金造成にあたり A&W の商品券を活用していただいています。
 - グリーンリボン（臓器提供についての意思表示）活動に協力、ピンクリボン（乳がんの啓発活動）団体へ A&W 商品代金の一部を寄付しております。
 - 夢のバーガー祭り：50 周年事業として始め年 1 回、牧港店で取り組んでいます。日頃の感謝と当社事業への理解を深めていただくために時間制限のチケット制ですが 2 日間



ハワイで開催されたA&W創立100周年コンベンションの様子



にわたり好きなだけ自前のハンバーガー作りが出来る催しです。

その他では、地域ふれあい活動として牧店の芝生スペースを地域の保育園の夕涼み会等に開放したり、各店舗周辺の清掃活動や地域の保育園児のぬり絵コンテストを開催しています。また、地域のキャリア教育にも参画、職場体験の受入や教室での出前講座引受など社会貢献には積極的に取り組んでいます。

これからの取り組みや事業展開についてお話しいただけますか。

近年、海外からのお客様が増え食の安全に対する関心が高まっているなか、来年は東京オリンピック開催を控え世界的な基準である総合衛生管理のHACCP（ハサップ）の導入を準備しています。株式会社イバノと併せ導入に向け準備中です。

また、当社は取引先や地域の皆様のお引立てをいただき、今年で創業56周年を迎えます。

米国のA&W本社は今年6月20日で創立100周年を迎えます。今年の2月には、ハワイにてA&W創立100周年を祝うコンベンションが開催され世界各国のA&Wから約700名が集まりました。その際、当社は55周年の表彰を受けました。

企業概要

商号：エイアンドダブリュ沖縄株式会社
 本社所在地：沖縄県浦添市牧港1196番地
 連絡先：098-878-2362（本社代表）
 098-876-6698（FAX）
 URL：<https://www.awok.co.jp>
 創業：1963年11月1日（昭和38年）
 役員：代表取締役会長 平良 幸雄
 代表取締役社長 平良 健一
 従業員数：1,063人
 事業内容：
 ・ファストフードレストラン
 A&W29店舗の経営
 ・サーティワンアイスクリーム
 13店舗のFC経営
 ・レストラン4店舗の経営
 ・パン製造工場
 ・サウナ風呂の経営
 ・不動産の管理及び賃貸
 関連会社：株式会社イバノ
 （食肉輸入卸販売、スーパー経営）
 株式会社プラザハウス
 （第2種大規模小売店舗、不動産業）
 アジアペイント株式会社
 （塗装工事）

県外からの他社進出により競争が激化していますが、さらなる飛躍のためにも、新規出店は地元沖縄での未だ展開していない地域に出店したいと計画しています。一年に一店舗程度のペースで出店増設出来ればと考えています。

但し、新規出店以上に老朽化が目立つ既存店舗の改築・改善には早急に取り組んでいきたいと考えています。歴史的な背景もあり創業以来、沖縄の人たちにアメリカの豊かさや自由な雰囲気や驚きと感動を与えてきたA&Wドライブインのルートビアやハンバーガーのファストフードは当地沖縄では若い人から年配の方まで好まれ、お店は“エンダー”の愛称でよばれるほど広く親しまれております。感謝の念に堪えません。この雰囲気を守りながら、新しいアイデアも採り入れ地元とともに成長する企業を目指して参ります。

かつて私たちが自動車運転免許を取り最初のデートはエンダーに行くぞ！と決意したように、ある種の憧れ、目標のような存在であり続けたいと思います。

ソーエイドー株式会社

「35 COFFEE」を通じ沖縄の観光振興と県民の健康、生活文化の創造に貢献する。



事業概要

- 代表者 おおしろ むねさだ 大城 宗貞
- 創業 1993年1月
- 設立 1995年5月
- 事業内容 35 COFFEE・Herb teaの製造・販売
- 本社住所 沖縄県八重瀬町坡名城 1123-1
ヤエセヒルズ 103
- T e l 098-840-7885
- 店 舗 沖縄都市モノレール店（那覇空港、
おもろまち駅、首里駅、旭橋駅）
おきなわワールド店、ガンガラーの谷店、
ドン・キホーテ国際通り店、
南の駅やえせ1号店、2号店
- 社員・パート 65人
- U R L <http://35coffee.com>

起業への道のり

ソーエイドー株式会社は大城宗貞氏が1993年に創業、現在は風化したサンゴで焙煎する「35COFFEE」を製造販売する会社。

母親が戦後、那覇市の平和通りでウコン茶を販売していた。当時は沖縄の芸能や音楽、伝統料理が注目を集め始めた頃、店頭だけでなく県外からも電話注文を受ける程であったという。

ある時大学の講義で通信販売事業は将来有望な事業のひとつと聞き、母親の商売が頭に浮かび、ウコンやゴーヤー茶などのハーブティーを製造・販売する会社を立ち上げるきっかけとなった。現在は、「35COFFEE」に加え、真っ赤なルビー色をしたハイビスカスティーが人気の商品となっている。

社名の「ソーエイドー」は、亡き父「宗英」より命名。父親は大城氏が生後2カ月の時から病院での闘病生活。母親は商売をしながら、父

を支え看病する日々だったという。大城氏が大学3年生の時、享年59才で亡くなるまで父親の病室では、禅問答の真似事や、人としての教養を学んだという。そんな父の教養と、思いをつなげていきたいと考え「父の道」の意味を込め「宗英道」に。しかし、漢字での表記は「宗教法人」もしくは、空手の「道場」だと勘違いされそうな事と、将来への目標を願ひカタカナ名へと変更したものだ。

「35COFFEE」の誕生

ある時、ダイビング好きで頻りに沖縄を訪れ、その度に同社のウコンやハイビスカス茶を購入されるお客様から「昔と比べると、沖縄のサンゴが減り、海の汚れが目立つね」との言葉に、健康や自然環境に関心のある大城氏は“地元の間人として何かしなければ”と思いを巡らせたという。

そこで、何か沖縄の海のため、サンゴ保全のためと思い付いたのが、死滅したサンゴである風化サンゴを使ったコーヒーの焙煎だ。

普段の何気ない行動が広く世間・社会を変える活動につながればとの想いでコーヒーを思い付いた。コーヒーは世界的な規模で愛飲されている飲み物であり特別に意識せずとも各人の行動が社会活動につながると考えたのだ。しかも、その目的のひとつでもあるサンゴを使ったコーヒー！こうして風化サンゴを利用し、石焼焙煎のように焙煎する“35COFFEE”が誕生した。

サンゴが沖縄の観光資源でありサンゴを意識しながらも一見して沖縄、サンゴと判る名では



ハイビスカスティー



35 コーヒー



ベビーサンゴの移植風景



サンゴを使ったコーヒーの焙煎



移植後（18 ヶ月）大きく育ったサンゴ



テトラバッグ式の 35 コーヒー

なく敢えてグローバルな活動も意識して英語で、“three five（スリーファイブ）”と命名したとのこと。

実は、サンゴは生きているものは当然に、風化サンゴも県の漁業調整規則により許可なく採取、使用・持出しは禁止されている。同社では県知事の許可を得ている沖縄開発株より風化サンゴを仕入れコーヒーの焙煎に使用し、その売上代金の3.5%を沖縄開発株の水産養殖センターが行うベビーサンゴの植えつけに活用しているのだ。

コーヒー関連商品も限定販売！

おきなわワールドを運営する株南都の南都酒造所と協業し販売する「35 リキュール」をはじめ、浦添工業高校デザイン科の生徒のアイデアを基に同社商品のブランドロゴである35 コーヒーのマークをあしらったTシャツを作成、販売。また、「35 ちんすこう」を(有)新垣ちんすこう本舗とのコラボで製造。他では沖縄明治乳業株とのコラボで「コーヒーアイスバー」、株オキコとは「35 コーヒークッキーパン」や「35 濃コーヒーロール」などを製造し季節限定で販売をしている。季節、数量限定にすることで希少価値を狙い、戦略的な商品と位置付けている。

ティーバッグならぬコーヒーバッグ！形式の新商品「テトラバッグ」開発！！

手軽に本格的コーヒーが楽しめるドリップバッグ式コーヒーは良く知られているが、手軽

とはいえカップへの装着やお湯の注ぎ方などで面倒だと敬遠する方もいる。同社もこのドリップバッグ式を販売していたが、この度ティーバッグ形式で、その形から「テトラバッグ」コーヒーを発売。

これは、ティーバッグと同じようにお湯の入ったカップに入れるだけ。または水に浸したカップを電子レンジで“チン”するだけでもコーヒーが楽しめるという。更に、お湯に浸す時間を調整することで好みの濃さが楽しめるという優れものになっている。同社一押しの新製品で従来のドリップバッグ式の3倍近い売上を記録しているという。

今後の取り組み

同社では県外や海外進出の販路拡大より、まずは同社の活動や地元の現状についての認識を広く県民へ理解浸透させることを計画している。同社コーヒー製品を販売する店舗やアンテナショップ展開を検討しているという。大城氏は現在ある11店舗を年内には2～3店舗増やしたいと意気込む。

自社の事業活動展開だけでなく、一杯のコーヒーを飲むことが地元沖縄の自然保護につながり、将来の沖縄観光や子ども達のためになるとの啓蒙活動をも支援する企業だ。

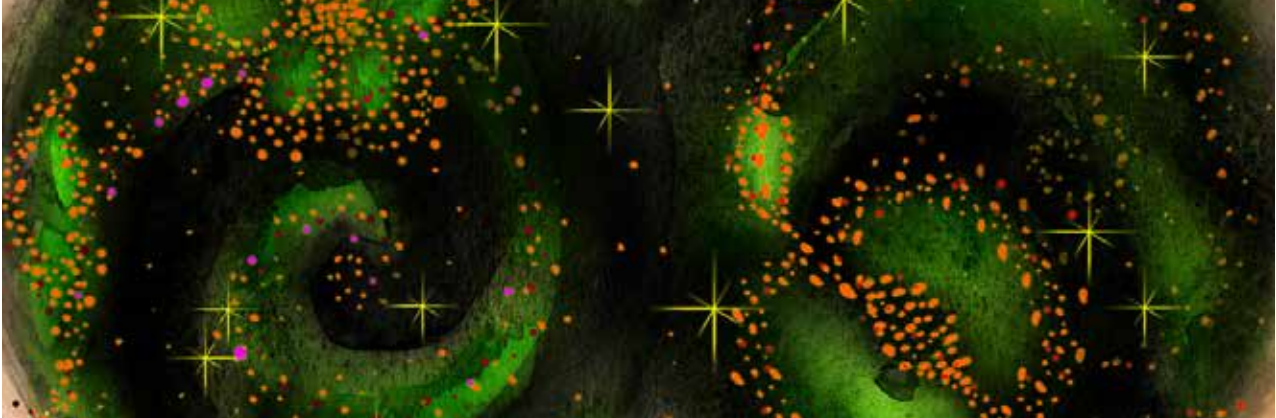
(レポート 大谷 豊)

※沖縄科学技術大学院大学のHPから許可を得て転載した記事です。

新時代の教育研究を切り拓く

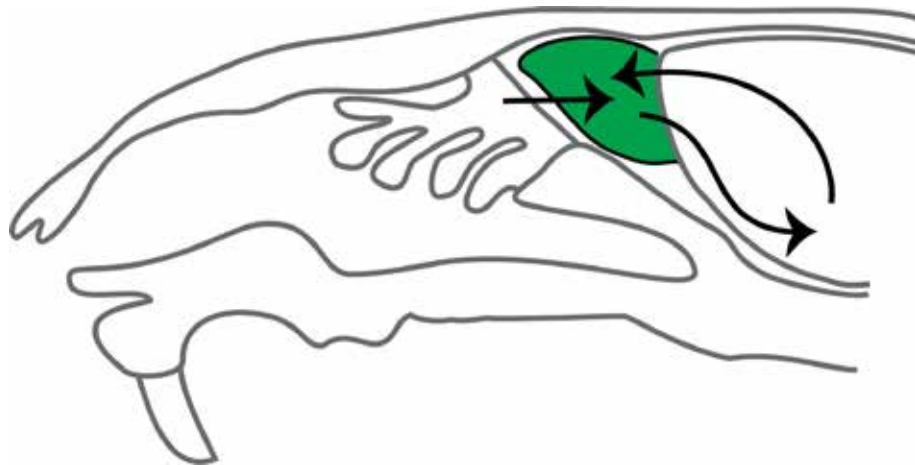
～沖縄科学技術大学院大学の取り組みについて～

匂いを切り替えて嗅覚をチューニング



匂いの感じ方は、自分では気づいていなくても、脳の絶え間ないチューニングによって常に変化しています。今この瞬間と次の瞬間とでは、脳の匂いに対する分析は異なっているのです。

哺乳類の嗅覚系が匂いを感知する基礎的なメカニズムは、研究で徐々に明らかになってきています。しかし、ある瞬間に感知した匂いは、次の瞬間の匂いにどのような影響を与えているのでしょうか。沖縄科学技術大学院大学（OIST）知覚と行動の神経科学ユニットを主宰する福永泉美准教授は、新たな研究で、マウスの嗅球に注目してこの疑問の解明に取り組みました。嗅球は哺乳類の脳の嗅覚一次中枢であり、鼻腔の奥に位置しています。



横から見たマウスの脳の嗅覚系。緑色の部分が嗅球で、嗅覚情報を最初に処理する領域である。脳のこの部位の活動は、矢印が示すように、環境からの刺激と高次脳領域からのフィードバックによって決まる。提供: OIST

「動物の思考が感覚器の働きにどのような変化を与えるのか、また感覚器のどの領域で一時的変化が起こるのかを解明したいと考えました」と、福永准教授は話します。

eLifeに掲載された本研究では、異なる3種類の匂いを調合しました。そのうち2種類にはわずかな差異があり、残りの1種類は他と

まったく異なる匂いでした。研究者たちはマウスに、これらの匂いをかぎ分けるための2つのタスクを教え込みました。2つのうち難易度の低いタスクでは、マウスはまったく異なる匂いを区別し、難易度が高いタスクでは、似通った匂いを区別します。



本イラストでは、渦巻きながら嗅覚野に入っていく匂い分子を点で表現している。嗅覚野は脳の嗅覚一次中枢で、鼻腔の奥に位置する。

提供:Mirijam Neve

また研究者らは、マウスに、ケージ内のランプが一度点灯すると難易度の低いタスクを意味し、二度の点灯は難易度の高いタスクを意味することを教えました。点灯が一度か二度かによって、マウスに簡単なタスクか難しいタスクかを予測させます。研究者らは、このマウスによる予測が、感覚情報の処理に影響を及ぼすかどうかを調べました。

研究チームはこれら2つのタスクを交互に切り替えていきました。つまり、マウスの脳の嗅覚情報処理に関わる部位に対し、難易度を高、低、高と切り替えるという変化を与えたのです。チームはマウスの頭蓋骨に、特別仕様の顕微鏡を取り付けた金属製のヘルメットを装着し、カルシウムイメージング法を用いて、タスク実行中のマウスの脳の活動を記録しました。

その結果、タスクの難易度が低から高に切り替わった時に、嗅球の脳活動は上昇し、反

対に、難易度が高から低に替わった時に、脳活動は通常値まで低下することがわかりました。

脳は特定のタスクに対してチューニングを繰り返すと、タスクに適切に反応するようになります。つまり、マウスは以前学習したことを活かして、匂いをかぎ分け、次のパフォーマンスを上げることができるようになるのです。嗅覚が他の感覚と異なる点は、脳に入ってくる情報の最初の処理の段階で、急速な一時的変化が起こるということです。視覚など他の感覚では、この変化が起こるのはもっと後の段階だと考えられます。

「動物の行動に関するニーズは刻々と変わります。感覚信号の情報は、脳の様々な部位で処理されます。脳の嗅覚一次中枢である嗅球で嗅覚情報が処理されることで、動物はよりの確な判断ができていたことがわかりました」と、福永准教授は説明します。



福永泉美准教授（左）と博士課程学生のアンジェリカ・コルダイェワさんは、タスクの難易度の素早い切り替えが、脳の感覚情報処理に与える影響について研究論文を発表した。

提供: OIST

福永准教授は、英国フランシスクリック研究所のAndreas Schaefer 博士の研究室のポスドク時代に、本プロジェクトを開始しました。それまで初期の嗅覚情報処理が、変化によってチューニングされることは知られていましたが、福永准教授とコルダイェワさんは、急速な変化が情報処理に与える影響に興味を持ちました。同准教授は2017年にOIST

に移り、元インターン生のアンジェリカ・コルダイェワさん（現在はOISTの博士課程学生）と共に、この疑問を解明すべく研究を続けました。

「この研究結果は、脳が時間をかけて収集した嗅覚やその他の外部入力の情報を、どのように統合するかを解明する手助けとなるでしょう」と福永准教授は語っています。



OISTではキャンパスツアー（ガイド付もしくは自由見学）を行っています。詳細は地域連携セクション 098(966)2184 までお問い合わせください。

OISTについてより詳しくお知りになりたい方はwww.oist.jp をご覧下さい。

沖縄観光 2020 プロジェクトの取り組みについて

～未来を担う若者たちからの提案～



1. 沖縄観光 2020 プロジェクトの実施経緯

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（会長：平良朝敬、以下 OCVB）は、昨年度まで沖縄県からの委託事業の一環として、県内の学生が学生ならではの視点でおすすめの卒業旅行プランを紹介する「学卒プロジェクト」を実施してまいりました。今年度から OCVB の自主事業として継続的なプロジェクト「沖縄観光 2020 プロジェクト～未来を担う若者たちからの提案～」(以下、沖縄観光 2020 プロジェクト)として新たな展開を図っております。

当プロジェクトは、様々な分野で地域貢献に取り組む、日本トランスオーシャン航空株式会社（代表取締役社長：丸川潔、以下 JTA）と株式会社 JALJTA セールス（代表取締役社長：渡部勝磨、以下 JALJTA セールス）との3社共催で行い、県内学生が観光を通し、沖縄の豊かな未来を描くことを目的に取り組んでおります。



初回オリエンテーションでの自己紹介

2. 観光に関する講義やワークショップの実施

主催である OCVB、JTA、JALJTA セールスの観光の現場で働く職員が、テーマ毎に講義やワークショップを行いました。

第1回のワークショップでは、「沖縄観光の現状と課題」というテーマのもと、沖縄県と OCVB それぞれの取り組みについて講義し、また、第2回ワークショップでは「沖縄観光と航空事業」をテーマに、沖縄観光における航空事業の現状や取り組み等について、JTA職員が講義をしました。

それぞれの講義終了後は、講義の内容をもとに、各チームで掲げたテーマにはどのような課題があり、またどのような取り組みが行われているのかを情報収集し、グループディスカッションを行いました。毎回のグループディスカッションには、OCVB、JTA、JALJTA セールスの職員が各チームに加わり、学生が観光の現場で働く職員と交流することで、観光業への理解を深めるとともに、社会人に向けての第一歩を踏み出すきっかけの場を提供することができました。



講義・ワークショップの様子



講義・ワークショップの様子

3. 大学・専門学校間の垣根を超えた交流の場を提供

今年度のプロジェクトには、琉球大学、インターナショナルリゾートカレッジ、専門学校那覇日経ビジネスの県内大学・専門学校3校から、合計40名の学生が参加しました。プロジェクトに応募した学生チームは、テーマを絞り込み、共通のテーマをもつ複数の学校で構成された混合チームを編成し、合計5回のワークショップに取り組みました。

学生が自由に個々の意見を出し合い、また、学生一人ひとりが得意とする分野で力を発揮できる環境を、チームのメンバーと協力して構築する機会を作ることができました。

No.	チーム名等	学校名
1	はごろも	琉球大学 専門学校那覇日経ビジネス
2	Juventud (フーベント)	琉球大学 インターナショナルリゾートカレッジ
3	ちゃんぶる～	琉球大学 インターナショナルリゾートカレッジ
4	チームなかよし	インターナショナルリゾートカレッジ 専門学校那覇日経ビジネス

沖縄観光 2020 プロジェクト参加学校・チーム名



チームでの活動報告をする学生の様子

4. 沖縄旅フェスタ 2018 in 沖縄コンベンションセンターへの参加

OCVBはアウトバウンド施策として、沖縄県で唯一の旅に特化したイベント「沖縄旅フェスタ」(琉球放送株式会社共催)を開催しております。イベント期間中、学生たちは沖縄発の直行便を有する国内外都市の出展ブースのサポート業務や、イベント運営事務局の業務を通して、国内外の観光業界で働く大人たちと直接関わり、観光プロモーションの現状や受入のノウハウを学ぶ経験ができました。

当該イベントにご出展いただいた企業・団体の方々から「学生の明るい笑顔と元気な接客のおかげで、ブースは大盛況でした」と嬉しいお言葉をいただきました。



ブース業務に励む学生の様子

5. OCVBとJTAトップとの意見交換

主催であるOCVB会長平良朝敬、JTA丸川潔社長それぞれと学生たちが直接意見を交わす意見交換会を実施しました。

OCVB会長の平良との意見交換会では、沖

沖縄観光のこれまでの歩みと今後の沖縄観光について講義を行い、その後の意見交換会では、「沖縄の魅力について」、「沖縄とハワイとの比較について」、「今後の沖縄観光で期待できること・ものについて」など沖縄観光について様々な視点から意見が交わされました。

JTA 丸川社長との意見交換会では、沖縄観光における JTA の取り組みや今後の航空業界について講義を行った後、「2020 年オリンピック・パラリンピックに向けての取り組みについて」、「琉球泡盛の国内外への普及について」、「海外の方への沖縄らしさの発信方法」などのテーマについて意見交換を行いました。

参加した学生は、初めは緊張した様子でしたが、意見交換が進むにつれて積極的に発言するようになりました。参加学生からは、「とても貴重な経験ができてよかった。グループディスカッションに役立てたい」などの感想がありました。



意見交換後の記念撮影

6. 「沖縄観光振興に関する提言書」学生枠のとりまとめ・手交式の参加

OCVB では、沖縄観光が抱える課題を抽出し、観光振興に関する事業のあり方について議論する「OCVB 推進委員会」と「ワーキング委員会」を設置しており、議論した内容を取りまとめ、「沖縄観光振興に関する提言書」として沖縄県に提出しております。

本プロジェクトでは、これらの委員会での取り組みを学生たちに共有するとともに、学生たちは、各チームで絞り込んだ沖縄観光に関するテーマについて、解決につながる提言を考えてもらいました。

学生たちが考えた提言は、「沖縄観光振興に関する提言書」の学生枠として、3月25日に沖縄県に提出しました。提言書手交式には、OCVB 推進委員会の方々と本プロジェクトの学生代表8名が参加しました。学生代表は、各チームでこれまでに議論した内容を富川副知事に発表しました。

No.	チーム名等	提言のテーマ
1	はごろも	欧米人観光客の誘客強化に向けて受入環境の整備について
2	Juventud(フーベント)	スペインに着目した観光プロモーションの推進について
3	ちゃんぶる〜	沖縄の伝統工芸品の販売による観光消費額の増加について
4	チームなかよし	沖縄らしさを取り入れた持続性のあるナイトイベントの実施について

学生の提言内容



提言書手交式の様子



提言書手交式の様子

7. おわりに

沖縄観光は好調に推移しており、平成30年(暦年)の入域観光客数は984万2,400人、前年比で44万6,200人増加、率にして4.7%の増加となっております。今後もこの好調さは続くと予想されておりますが、観光業界の人手不足等、改善を求められる沖縄観光の課題はまだあります。

OCVBは、引き続き沖縄県をはじめ、観光関連事業者の皆さまと連携し、今後の沖縄観光の未来を担う学生たちと一緒に沖縄観光について考えるとともに、観光の魅力を発信し、直接このようなプロジェクトに関わることで、将来観光に携わる人材を育成できるよう取り組んでまいります。



プロジェクト参加学生と職員の記念撮影

【お問い合わせ先】

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー

企画・施設事業部 企画課 担当：上原 佑介

〒901-0152 沖縄県那覇市字小禄1831番地1 (沖縄産業支援センター2階)

TEL:098-859-6126

E-MAIL: okinawa2020@ocvb.or.jp

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」を实践するべく、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社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】

- H29.2.22 トップセミナー「経営戦略としてのワークライフバランス」
- H29.6.20 「業績向上！営業リーダーの条件と役割」
- H29.8.17 「インバウンドビジネス成功戦略」
- H29.11.13 女性限定セミナー(講演&ヨガ)

■「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】

- ・「仕事が速い人」の時間の使い方
- ・実践「営業トーク」集
- ・好かれる人の「気づかい」
- ・ビジネスモデルをつくった人々

■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・弁理士・通訳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2回ご利用になれます(予算の都合により1回に制限する場合もございます)。

■「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
- ・第4期 宗次 徳二 株志番屋 創業者特別顧問
- ・第5期 高田 明 株A and Live 代表取締役
- ・第6期 橋本 真由美 フックオフコーポレーション株取締役相談役
- ・第7期 小島 英揮 Still Day One(同)代表社員パラルレ
マーケター・Eハブリエリスト/
CMC Meetup発起人
株国際後継者フォーラム 代表取締役
- ・第8期 二条 彪

■「経営関連情報」の定期配信

経営のお役に立つ情報をコンパクトにまとめた「りゅうぎんビジネスフラッシュ」を毎週配信いたします。

【内容例】

- ・「論理的思考」が身に付く鉄則5選
- ・管理職の労務管理に関するQ&A

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¹。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」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」(琉球銀行法人事業部内)

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

¹ 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。

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について

SDGs シンポジウム「沖縄の未来×SDGs～沖縄の持続的発展に向けて～」の開催

■ SDGs とは

SDGs (Sustainable Development Goals : 持続可能な開発目標) とは、2015年9月の国連サミットで採択された先進国を含む国際社会全体の開発目標です。持続可能な世界を実現するための17のゴールと各々の目標を達成するための169のターゲットから構成されており、「地球上の誰一人として取り残さない」ことを掲げています。



政府としては、総理大臣を本部長とした「SDGs推進本部」を設置するとともに、行政、民間セクター、NGO・NPO、有識者、国際機関、各種団体等を含む幅広いステークホルダーによって構成される「SDGs推進円卓会議」における対話を経て、「持続可能で強靱、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」ことをビジョンに掲げた「SDGs実施指針」を決定しています。

また、経団連では「企業行動憲章」にSDGsの概念を含める等、急速にSDGsへの認識が高まるとともに、一部の企業ではSDGsを経営戦略に導入するなど具体的な行動が始まっています。

■ SDGs シンポジウム「沖縄の未来×SDGs～沖縄の持続的発展に向けて～」の開催

当局経済産業部では、県内のSDGsについての理解を深め、SDGs達成を通じた地域課題の解決や企業の競争力強化を図ることを目的として、SDGsシンポジウム「沖縄の未来×SDGs～沖縄の持続的発展に向けて～」を平成31年3月5日に沖縄県立博物館・美術館にて開催いたしました。県内自治体職員や金融機関担当者、民間企業の代表者等、約130名が参加し、沖縄におけるSDGsの推進についての有識者からの講演、取組事例紹介、パネルディスカッションを行いました。

始めに、沖縄でSDGsの取組を推進する意義について当局経済産業部長 寺家 克昌から説明を行った後、慶応義塾大学大学院政策・メディア研究科 教授 蟹江 憲史氏から「SDGs達成を通じた地域課題解決と地域経済の活性化」と題して基調講演をいただきました。蟹江教授からは「SDGsの17の目標全てに取り組むことは難しいが、SDGsに取り組むための入り口が数多くあると思えば良く、取り組めることからスタートするとよい」等のコメントがあり、様々な取組がSDGsに結びつく可能性についてお話がありました。



基調講演を行う慶応義塾大学大学院
政策・メディア研究科 蟹江 憲史 教授

また、「地域企業にとってのSDGs～その意義と効果」と題して取組事例の紹介を行っていた株式会社大川印刷 代表取締役社長 大川 哲郎氏は「SDGsを“考える人”ではなく“行動する人”、『SDGsアクティビスト』にならなければいけない」と会場の参加者に実際に行動をおこす重要性を呼びかけました。



取組事例紹介を行う株式会社大川印刷

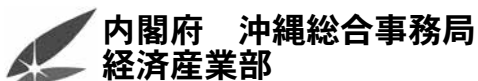
大川 哲郎 代表取締役社長

パネルディスカッションでは、国立大学法人琉球大学地域連携推進機構 特命准教授 宮里 大八 氏のコーディネートのもと、株式会社OTS サービス経営研究所 代表取締役社長 棚野 浩 氏、ジーエルイー合同会社 代表社員 呉屋 由希乃 氏、株式会社トリム 代表取締役社長 坪井 巖氏、国頭村役場 企画商工観光課長 大城 靖 氏に登壇いただき、「沖縄におけるSDGs推進のための現状と課題」をテーマとして、研究機関、企業、自治体の各々の立場から取組や、今後の課題等について報告が行われました。また、会場参加者からは自社への導入手法や評価手法などの様々な観点から質問が行われ、活発な意見交換を行いました。



パネルディスカッションの様子

当局においては、今後も県内自治体、企業等が行うSDGsの取組支援を通して、沖縄の地域課題の解決及び県内企業の競争力強化に取り組んでまいります。



内閣府 沖縄総合事務局
経済産業部

■本記事に関するお問い合わせについて
内閣府沖縄総合事務局経済産業部政策課

TEL:098-866-1726 (担当:新崎、仲村)

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



りゅうぎん教育ローン

特別金利 キャンペーン

教育ローンでは
りゅうぎんだけの安心特典

家族で使える

- ★ 健康相談サービス
- ★ セカンドオピニオンサービス

+

ご希望により
団体信用生命保険の付保が可能です

※ 健康相談・セカンドオピニオンサービスはティーバック(株)により提供されます。

2018年10月1日(月)

▶ 2019年5月31日(金)

特典1

最優遇
金利

変動金利
年 **2.0%**~

特典2

在学中の学校宛
振込手数料が **無料**

(+0.2~0.5%で団体信用生命保険の付保が可能です。団信付保は、しあわせの教育ローン(証書貸付型)のみ)

※(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」を提示し、かつ窓口でのお振込に限ります。

■ 変動金利の場合... 基準金利 年 **2.8%**

特別金利 一律 年 **2.3%** (△0.5%)

さらに 右記対象の方は 年 **2.0%** (△0.8%)

- 沖縄本島から県外進学、離島地域から島外へ進学となる方
- 当行で住宅ローンをお借入中または新規お申込みの方
- 母子・父子家庭または障害手帳をお持ちの方

お借入れ枠設定型 しあわせの合格バンザイ		お借入れ型 しあわせの教育ローン	
<p>ご利用いただける方</p> <ul style="list-style-type: none"> ●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、完済時の年齢が満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 	<p>お借入金額</p> <ul style="list-style-type: none"> ■無担保口: 1,000万円以内(10万円単位) ■有担保口: 3,000万円以内(10万円単位) ※お1人様1口座とします 	<p>ご返済方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ●当行貸付期間 ●元利均等毎月返済 ●元金元金返済 ●元金元金返済(半年ごとの増額返済併用可能) 	<p>ご用意いただくもの(お申し込み時)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●預金通帳・預金通帳の届出印 ●本人確認書類(運転免許証・パスポート等) ●収入確認書類(所得証明書または源泉徴収簿) ●お勤め先確認書類(会社通達書または学生証等) ●入学・在学確認書類(入学許可書または入学証等) ●学費使途確認書類(学費納付書等) ●奨学金が認定できる書類(住民票謄本等) ●有担保口は、土地建物の登記簿謄本、公図、印鑑証明書等
<p>お借入期間</p> <ul style="list-style-type: none"> ●借入期間: 子供の在学期間中 ●証書貸付期間: ■無担保口 当座貸越期間終了後20年以内 ■有担保口 当座貸越期間終了後25年以内 	<p>保証人・担保</p> <ul style="list-style-type: none"> ●無担保口: 原則不要。ただし、①年収合算者がある場合、②保証会社が必須と認められ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年収合算者と連帯保証人とさせていただきます。 	<p>親子リレー返済</p> <p>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。</p>	<p>手数料</p> <ul style="list-style-type: none"> ●一部繰上返済した場合……5,400円(税込) ●全額繰上返済した場合……3,240円(税込) ※上記手数料は、上限金額です。(証書貸付期間の場合)
<p>【無担保口】最高1,000万円まで</p> <p>【有担保口】最高3,000万円まで</p>	<p>【変動金利】年2.8% ▶ 年2.3%</p> <p>※一部対象の方は年2.0%</p>	<p>【固定金利】年3.7% ▶ 年3.2%</p> <p>※一部対象の方は年2.9%</p>	<p>ご希望により海運協またはバン貸付特約付団体信用生命保険(カーディフ生命保険会社)を付保できます(特約償還+0.2%、カーディフ+0.5%)</p>

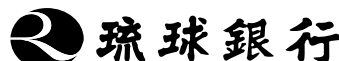
解説 団体信用生命保険にご加入いただく、借主様の方が一の事由が生じた場合、本保険金が銀行に対して支払われ、借入残高を全て返済する制度。遭されたご家族等に債務の負担が残らず安心です。

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。



0120-38-8689

受付/9:00~20:00
(銀行休業日は除きます。)



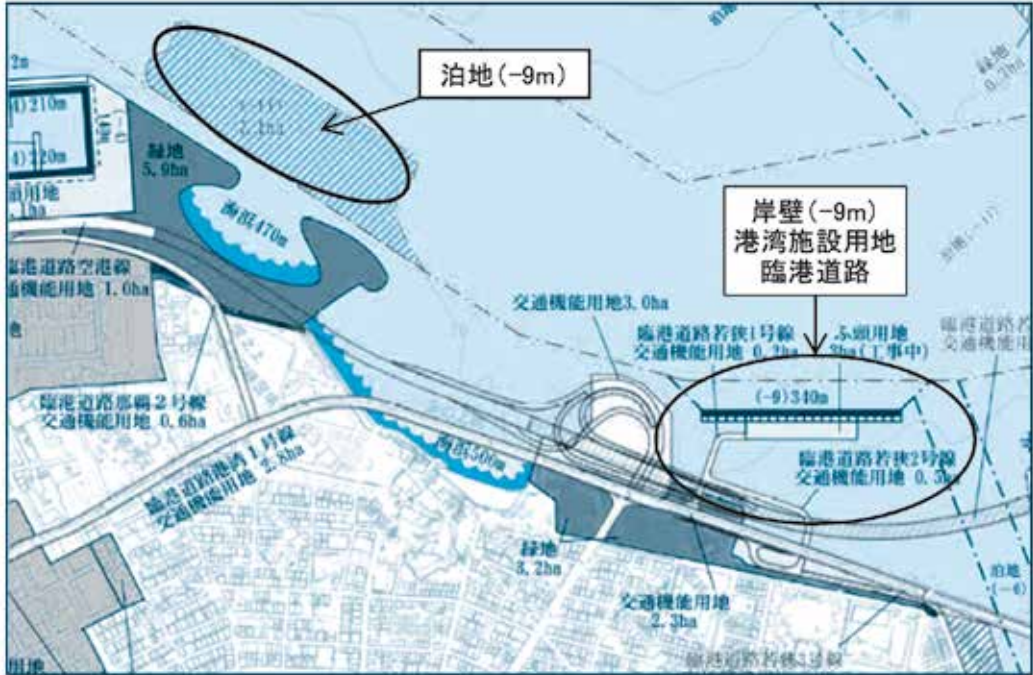
ご注意:金利情勢の動向によっては適用金利を変更する場合がございます。審査の結果によってはご希望に添えない場合がございます。

2018年10月1日現在

県内大型プロジェクトの動向

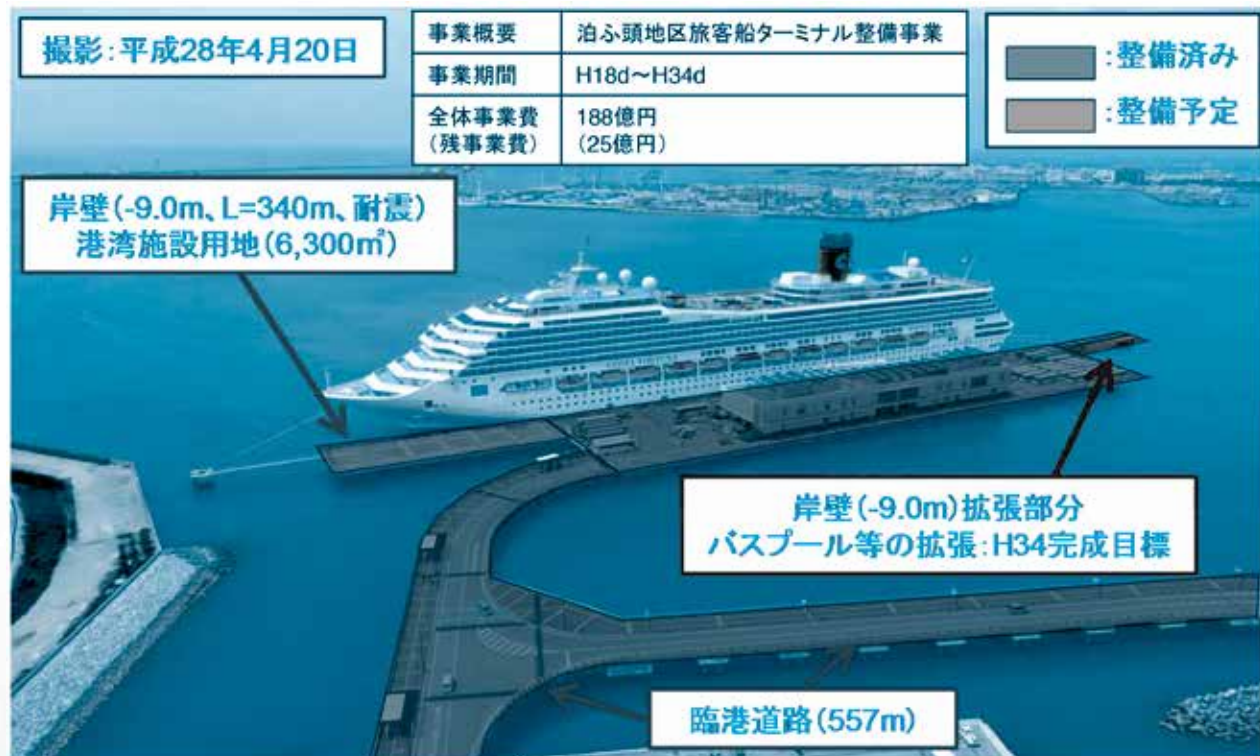
事業名：那覇港泊ふ頭地区旅客船ターミナル整備事業

種別：(公共) 民間 3セク

関係地域	那覇市
事業主体	主体名：内閣府 沖縄総合事務局(直轄事業) 所在地：沖縄総合事務局 那覇港湾・空港整備事務所 那覇市港町2-6-11 電話：098-867-3710
事業目的	・大型旅客船に対応した専用の係留施設・水域施設を整備し、国際観光の発展を支援する。 ・大規模地震が発生した場合、船舶による緊急物資輸送により、県民の生活を支える。
事業期間	平成18年度～平成34年度
事業規模	クルーズ船専用岸壁(-9m)ほか
事業費	188億円(残事業費25億円)
事業概要	<p>岸壁：-9m、L=340m、耐震構造 泊地：-9m、511㎡ 港湾施設用地：6,300㎡ 臨港道路(若狭1号線、若狭2号線)：延長557m</p> <p>[位置図]</p>  <p>(図は沖縄総合事務局開発建設部港湾計画課提供)</p>
経緯	<ul style="list-style-type: none"> 平成17年度 那覇港港湾計画に位置付け(平成17年12月改訂) 平成18年度 事業着手 平成21年度 岸壁(-9m)と一部臨港道路の暫定供用 平成23年度 港湾施設用地の整備を完了 平成26年度 臨港道路の供用開始 平成34年度 事業完了予定

<p>現況及び見通し</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・世界のクルーズ人口は増加傾向にあり(2012-2016年成長率19%)、中でもアジア・中国のクルーズ人口はそれ以上の成長率で増加している。 ・沖縄へのクルーズ船の寄港回数は2018年に528回(速報値)と過去最多を記録し、2019年の寄港回数(見込)も697回と前年度より増加する見込みである。 ・那覇港においても、近年は中国や台湾等からの寄港回数が増加しており、2018年は過去最多の243回を記録し、全国の港別ランキングでは博多港に次ぐ第2位であった。 ・那覇港に寄港したクルーズ船のうち10万トン級以上の船舶の割合は、2016年は33%、2017年は49%と、大型化が急速に進行している。 ・世界中の旺盛なクルーズ需要に対応するため、クルーズ船社は大型船を中心に造船所に発注しており、今後2027年までに108隻のクルーズ船が建造される。 ・成長著しいアジア市場は、今後もより多くの新造船が投入される可能性がある。 ・クルーズ船社へのヒアリング及び寄港実績に基づき、2020年代前半における那覇港のクルーズ需要を400回/年と推計する。 ・現状施設での那覇港におけるクルーズ船受入可能回数は、旅客船専用の泊8号岸壁で255回、貨物バースである新港9号岸壁で110回の計365回であり、泊8号岸壁を整備していなかった場合は2015年以降に岸壁が不足することとなる。 ・本事業の実施により、①国際観光収益・営業収益の増加、②クルーズ船専用岸壁係留による貨客混在解消コスト等の削減、③耐震強化岸壁整備による緊急物資・一般貨物の輸送コスト削減、といった効果の発現が見込める。
<p>進捗状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・総事業費188億円のうち、平成30年度末時点において既投資額は、約163億円であり、事業費進捗率は約87%である。 ・今後は、岸壁(-9m)等の進捗を図る。
<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 checked="" type="checkbox"/> 開業・供用段階</p>

旅客船ターミナルの状況



図は沖縄総合事務局開発建設部港湾計画課提供

調査レポート 「欧・米・豪・露からの外国人観光客の誘致について」

要旨

- ・国連世界観光機関（UNWTO）の世界観光指標によると、国際観光客到着数は、2010年より毎年増加しており、2017年は13億2,600万人、18年は14億人に達し、今後も堅調に増加するとみられる。
- ・観光収入額は、米国が最も大きく、上位10国・地域のなかに、アジアではタイ、マカオ、日本がランクインしており、観光支出額は、中国が最も大きく、上位10国・地域のなかに欧・米・豪・露市場の国が8カ国入っている。
- ・日本を訪れる外国人旅行者は、上位10国・地域のなかで、アジア以外の国では米国、豪州がランクインしているが、タイを訪れる旅行者の上位10国・地域と比較すると、欧州からの割合が低い。
- ・タイを訪れる欧・米・豪・露からの観光客と沖縄へ訪れる外国客（空路）の1人1日当たりの観光消費額を比較すると、宿泊費や土産・買物費が沖縄を下回った。一方で、娯楽・入場費は沖縄を上回った。
- ・タイのビーチリゾートを訪れる欧・米・豪・露からの観光客は、約10～14日滞在するが、日中はプールサイドやホテル近くのビーチでゆっくり休暇すること（バケーション）がメインとなるため、いかに快適にゆっくり過ごせるかがポイントとなる。
- ・長期滞在者は、消費する機会が宿泊費や飲食費、娯楽・入場費などに限られてしまう傾向があるため、受け入れに際しては、ホテル内でのアクティビティの開催や料理教室など追加的な消費を促がす仕組みを意図的に作ら

なければならない。

- ・沖縄は多言語コンタクトセンターの開設など言語面の整備状況はかなり充実しており、今後は、サポートツールの使用方法の周知と積極的な活用が必要とみられる。
- ・アクセス面の拡大のために国際直行便や格安な国内便の拡充が必要である。また、増加する観光客の分散化のため、ビーチリゾート専用バスの運行や、ビーチリゾートに近い本島北部に空港を建設するなどの検討が必要である。
- ・ホテル周辺の飲食店については様々な宗教、人種に対応した料理やミシュラン星を獲得したプレミアムなレストランなどが立地していることが必須なことから、ビーチリゾートが多く集まるエリアに、公的機関の施策により、対応した飲食店の立地を誘導することも一案である。
- ・沖縄は「見る観光」や「体験型」の観光メニューは充実しているものの、長期滞在者向けのメニューや整備がまだ少ない。
- ・沖縄を代表するような長期滞在者向けナイトコンテンツの開発が必要である。
- ・プロモーションの方向性については、欧・米・豪・露からの観光客に沖縄でも彼らの旅行スタイルにあった過ごし方ができるということを効果的に発信することが重要である。
- ・沖縄観光推進ロードマップで将来の観光ビジョンは示されているが、世界的な観光需要の増加がみられるときに、沖縄の将来の観光ビジョンの具体化やオーバーツーリズムの問題に取り組むことが重要である。



はじめに

近年は、円安の影響やビザの緩和、海外へのプロモーション活動により訪日外国人旅行者が増加している。しかし、訪日外国人観光客は買い物などの「モノ消費」から文化体験などの「コト消費」へと変化がみられ、1人当たり旅行支出は減少している。観光で稼ぎ、経済を拡大させるためには、訪日外国人観光客の旅行支出を伸ばすことは必須である。そこで、観光庁と日本政府観光局（JNTO）では、長期滞在により旅行消費額の増加が期待できる欧・米・豪（欧州、北米、豪州）市場を対象としたグローバルキャンペーンや富裕層対策の強化など訪日促進にむけた取り組みを始めている。

一方、沖縄県の「沖縄観光推進ロードマップ」に2021年度までに観光収入1.1兆円・入域観光客数1,200万人の目標を達成するための施策が講じられている。その中で、海外市場においては、アジア地域に加えて旅行文化が成熟している欧・米・豪・露などの市場開拓を加速させ、長期滞在型のリゾート需要や富裕層等の獲得が必要であると、市場分析と受入体制の整備を進めつつ誘客に取り組んでいる。

近年は、県内に知名度の高いラグジュアリーホテルも建設されるようになっており、消費額が高くなるとみられる富裕層の取り込みも期待できるようになったが、現状では、欧・米・豪・露市場からの観光客にとって、アジアのなかで、

日本の選択率は低く、沖縄県も同様である。

そこで、本調査ではアジアで人気のあるリゾート地へ訪れる欧・米・豪・露からの観光客の旅行スタイルの把握や沖縄へ誘致するための課題を確認し、今後の整備について提案したい。

1. 世界観光の現状

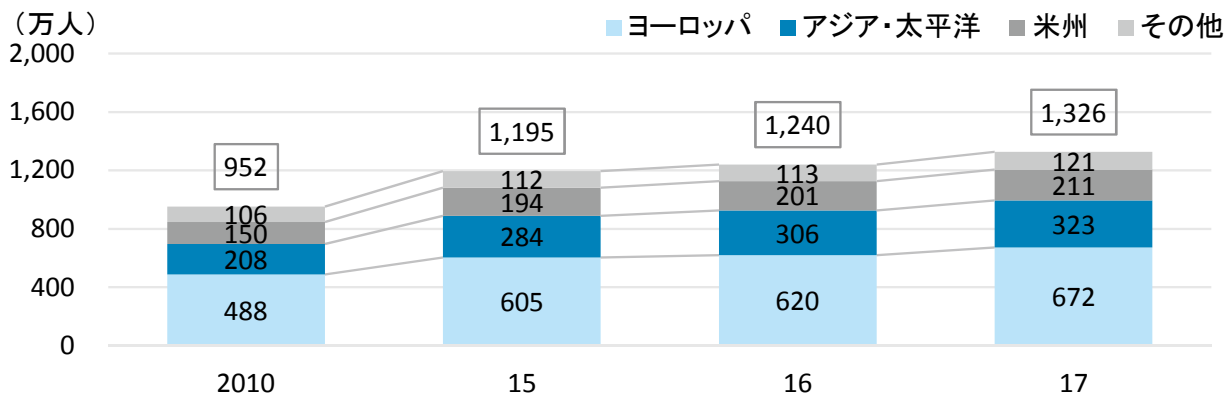
(1) 世界の観光先について

国連世界観光機関（以下、UNWTO）の世界観光指標によると、国際観光客到着数は2010年より毎年増加している。2017年の国際観光客到着数は13億2,600万人となり、16年の到着数を8,600万人（前年比7.0%増）上回った。世界での景気の回復や従来の送客市場および新興国・地域などの送客市場からの堅調なアウトバウンド需要により過去7年で最高の実績となる（図表1）。

また、17年の国際観光客到着数の構成比（図表2）をみると、ヨーロッパが約51%を占め、次いでアジア・太平洋が約24%、米州が16%、その他が9%となった。10年の構成比と比較すると、ヨーロッパや米州のシェアに変化はないものの、アジア・太平洋のシェアは増加しており、観光先としての需要が拡大したものとみられる。

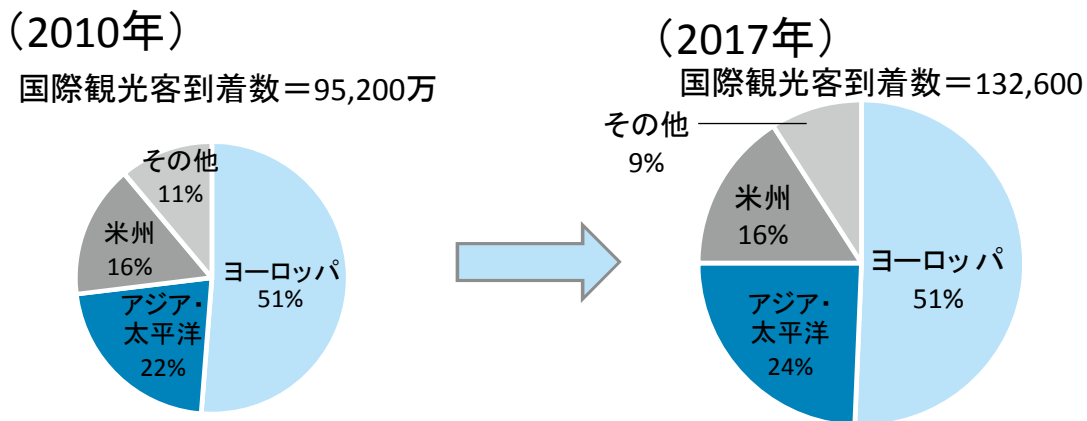
また、直近の報道資料によると18年の国際観光客到着数は、前年比6.0%増の14億人に達し、今後も堅調に増加するとみられる。

図表1 国際観光客到着数の推移



出所：国連世界観光機関（UNWTO）Tourism Highlights を基に当研究所作成

図表 2 国際観光客到着数の構成比



出所：国連世界観光機関（UNWTO）Tourism Highlights を基に当研究所作成

(2) 世界の観光収入について

世界の国際観光収入は、2カ年連続で増加しており、17年は前年比4.9%増の1兆3,400億米ドルとなった。地域別にみると、ヨーロッパは同8.0%増の5,192億ドルとなり、マーケットシェアは39%と最も大きい。アジア・太平洋は同2.6%増の3,896億米ドルで、シェアは29%となった。米州は同1.0%増の3,262億米ドルで、シェアは24%となった。その他は、アフリカは同8.0%増の373億ドル、中東は同12.8%増の677億ドルとなった。

また、国・地域別の観光収入額（図表3）をみると、最も観光収入が大きい国は米国で2,107億米ドルとなり、次いでスペインが680億米ドル、フランスが607億米ドルとなった。4位のタイは575億米ドルとなっており、前年も同順位だったことから、アジアの観光地のなかで、安定して観光収入を得ているとみられる。

上位10国・地域のなかに、アジアではタイ、マカオ（前年は12位）、日本（前年は11位）の2国1地域がランクインしている。

図表 3 各国・地域の観光収入額（十億米ドル）

	国・地域名	2017年	前年比 (%)
1	米国	210.7	1.9
2	スペイン	68.0	10.1
3	フランス	60.7	9.0
4	タイ	57.5	13.1
5	英国	51.2	12.1
6	イタリア	44.2	7.7
7	オーストラリア	41.7	9.3
8	ドイツ	39.8	4.2
9	マカオ	35.6	17.6
10	日本	34.1	14.4

出所：国連世界観光機関（UNWTO）「Tourism Highlights」を基に当研究所作成
：前年比は、local currencies,current prices での変化

(3) 世界の観光支出について

国・地域別の観光支出額（図表4）をみると、17年は中国が前年比4.7%増の2,577億米ドルで最も大きく、次いで米国が同9.3%増の1,350億米ドル、ドイツが同9.4%増の891億米ドルとなった。上位7位までの順位は前年同様となったが、8位のロシアは前年の11位から3つ順位を上げた。

また、上位10国・地域のなかに、欧・米・豪・露市場の国が8カ国入っており、観光収入の増加のために、今後、これらの観光支出が旺盛な地域からの旅行者を取り込むことは重要とみられる。

図表4 各国・地域の観光支出額（十億米ドル）

	国・地域名	2017年	前年比 (%)
1	中国	257.7	4.7
2	米国	135.0	9.3
3	ドイツ	89.1	9.4
4	英国	71.4	2.4
5	フランス	41.4	0.8
6	オーストラリア	34.2	7.7
7	カナダ	31.8	8.5
8	ロシア連邦	31.1	29.7
9	韓国	30.6	12.3
10	イタリア	27.7	8.9

出所：国連世界観光機関（UNWTO）
Tourism Highlights を基に当研究所作成
：前年比は、local currencies,current prices
での変化

2. 視察先の選定

沖縄が欧・米・豪・露からのリゾート需要を取り込むために、同市場から旅行者を取り込んでいる観光地を視察し、沖縄の外国人観光客の受入体制の整備などとの比較から、今後の誘致について提案したい。

視察先の選定には、沖縄と同様の資源を有する先を選定しなければならないが、沖縄は海外に向けて沖縄ブランドの浸透を図るために、2013年に沖縄グローバル観光ブランド「Be. Okinawa」を発表している。そのなかで県民が伝えたい「美しい海とあたたかい人たちに囲まれて本当の自分を取り戻せる島」という魅力を世界に向けて浸透させることで外国人観光客の誘客を目指している。

沖縄と同様に美しい海を有し、人気があるリゾート地として、インドネシアのバリ島、タイのプーケット、フィリピンのセブ島などがあるが、本調査では、国際観光収入額の上位に位置し、自然や文化、現地人の笑顔やもてなしに感動してもらうなどのコンセプトで、世界的にマーケティング活動を展開している「タイ」を視察先としたい。

タイは、東南アジアに位置し、プーケットのパトンビーチに代表されるようなビーチリゾートが多数存在し、欧・米・豪・露からの観光客が多く訪れている。

また、バンコクの寺院や王宮などの主要観光地が飽和状態となりつつあることから、新しい

マーケティングコンセプト「Open to the New Shades」を発表し、タイの多様性を訴求し、今までにない新しい「タイらしさ」の魅力をアピールすることで、主要観光地以外の地方への送客を強化するとした。

タイへ訪れたことのない新規外国人旅行者や富裕層向けに誘致を始めており、沖縄への誘致活動において参考となる部分が多いと考えられる。

(1) タイ概要

タイは熱帯性気候で、乾期（11月～2月）、暑期（3～5月）、雨期（6～10月）があり、面積は日本の約1.4倍で、人口は日本の半数程度となる。首都はバンコクで、タイの政治・経済・文化の中心地として発展しており、また、王宮や寺院など多くのメイン観光施設がある。一人当たり名目GDPは6,591米ドルで第三次産業が過半数を占めており、物価は日本より低い。失業率が0.7%と日本と比較してかなりの低水準である。

リゾート地として人気の高いプーケットはタイの南部に位置し、島の西側には美しい海とバンタオビーチやパトンビーチ、カロンビーチ、カタビーチなどの白い砂浜の天然ビーチが広がっている。面積は沖縄県の約4分の1で、沖縄本島中南部都市圏（478.01km²）程度となる。人口は、人口・住居センサス（2010年）によると約52万人となっており、旅行者は年間で約1,300万人（2016年）となり、沖縄より多くの観光客が訪れているとみられる。

プーケットは錫（すず）の産出が盛んであったが、錫産業が衰退したことから観光業に力を入れ始めた。また、2004年にスマトラ島地震により発生した津波により甚大な被害を受けたが、政府や国内外の支援などにより急速に復興を遂げ、観光業を再開した。現在は、プーケットで最も賑わいをみせるパトンビーチ周辺はレストランやショップが集まっており、中心に位置するバングラ通りは、18時以降歩行者天国となり、夜遅くまで観光客が飲食を楽しんでいる。

図表5 タイ概要一覧

国・地域名	タイ (全国)	バンコク	プーケット	日本	沖縄県
面積	513,115km ²	1,569km ²	543km ² (沖縄県中南部都市圏程度)	378,000km ²	2,281km ²
人口	6,573万人 (2015年)	830万人 (2010年 /Population and	52万人 (2010年 /Population and	12,675万人	145万人 (2018年12月1日/推計人口)
言語	タイ語			日本語	
名目GDP	4,553億米ドル	-	-	48,732億米ドル	370億米ドル (2015年、1ドル=112)
一人当たり名目GDP	6,591米ドル	-	-	38,449米ドル	25,517米ドル
GDP産業別構成比	(2016年暫定値) 第一次産業：8.5% 第二次産業：35.7% 第三次産業：55.8%	-	-	第一次産業：1.2% 第二次産業：29.1% 第三次産業：69.7%	(2015年) 第一次産業：1.3% 第二次産業：14.5% 第三次産業：84.2%
実質経済成長率	3.9%	-	-	1.7%	3.3% (2015年)
消費者物価上昇率	0.7%	-	-	0.5%	0.50%
失業率	1.2%	-	-	2.9%	3.8%
平均月収 (世帯)	-	45,707バーツ =約152千円	39,594バーツ =約131千円	534千円 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)	356千円 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)
平均経費 (世帯)	-	35,351バーツ =約117千円	32,853バーツ =約109千円	283千円 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)	230千円 (二人以上の世帯のうち勤労者世帯)
通貨	1バーツ (THB) =約3.32円 (2018.8.14)			円	
出所、注釈	<ul style="list-style-type: none"> ●タイランド・ツーリスト・ガイド タイ国政府観光庁 ●NSO (National Statistical Office) http://statbbi.nso.go.th ●National Economic and Social Development Board ●日本貿易振興機構 (JETRO) タイ概況 ●国際通貨基金 (IMF) 注：特に表記がないものは2017年のデータ			<ul style="list-style-type: none"> ●国際通貨基金 (IMF) ●総務省家計調査 ●内閣府国民経済計算 	<ul style="list-style-type: none"> ●沖縄県HP 最新の主な指標 ●沖縄県企画部統計課 ●" 労働力調査

(2) 訪タイ外国客について

①観光客到着数

タイは、タイ国政府観光庁が掲げる「Amazing Thailand」キャンペーンのもと、07年には観光の質を打ち出したプロモーションを展開し、宿泊施設や交通インフラなどの質の向上を図ると同時に海外市場のPR活動に注力した。その結果、09年から13年まで国際観光客到着数は増加した。14年は、13年から続いている反政府デモの影響などにより減少したが、多様な観光資源や Thai Hospitality などのイメージをうたった B to B、B to C 向けのプロモーションやキャンペーン活動が功を奏し、15年以降はふたたび増加となり、17年は前年比 9.4% 増の 3,559 万人となった。

一方、訪日外客数は、規制緩和や円安の影響から12年より増加しており、17年は前年比 19.3% 増の 2,869 万人となった。タイの観光客

到着数を下回ってはいるが、近年の伸び率は、タイを上回っており、その差は縮小しつつある。

また、タイを訪れた旅行者は、17年はアジア (東、南) からが全体の 72.0% を占め最も多く、次いでヨーロッパ (18.3%)、南北アメリカ大陸 (4.3%)、オセアニア (2.6%) となった。

国別 (上位 10 先) では、中国が全体の 27.6% を占め最も多く、マレーシア (9.8%)、韓国 (4.8%) と続いた。アジア以外の国では、ロシア (3.8%)、米国 (3.0%)、イギリス (2.8%) が上位となった。

一方、日本は、アジアからが全体の 86.1% を占め最も多く、また、タイの割合を大幅に上回った。次いで、南北アメリカ (6.4%)、ヨーロッパ (5.3%)、オセアニア (2.0%) となった。南北アメリカはタイを上回ったが、ヨーロッパは下回った。

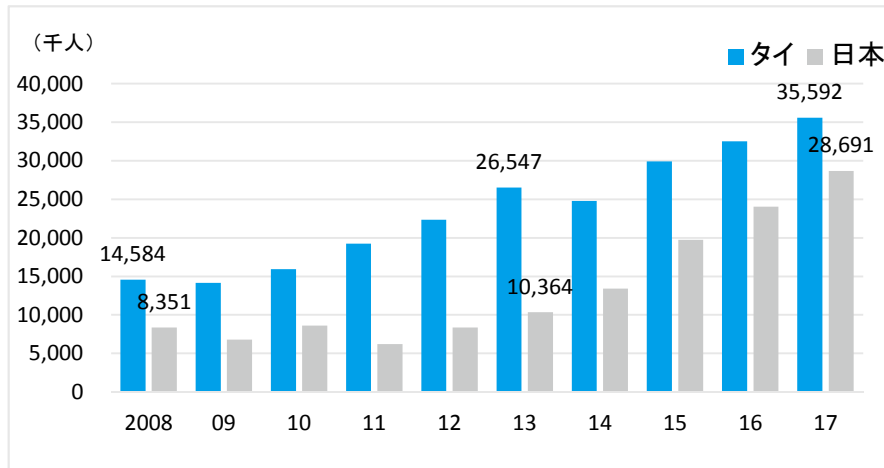
国別 (上位 10 先) では、中国が全体の 25.6% を占め最も多く、韓国 (24.9%)、台湾 (15.9%)

と続いた。アジア以外の国では、米国（4.8%）、豪州（1.7%）が上位となった。

日本は、タイと比較し特にヨーロッパの割合

が低いことから、平均滞在日数や消費単価を増加させるためにはヨーロッパなどの滞在期間の長い観光客の割合を増やすことが必要である。

図表6 タイと日本の観光客到着数の推移



	タイ		日本	
	International Tourist Arrivals To Thailand (人)	前年比 (%)	訪日外客数 (人、総数、確定値)	前年比 (%)
2008	14,584,220	-	8,350,835	-
09	14,149,841	-3.0	6,789,658	-18.7
10	15,936,400	12.6	8,611,175	26.8
11	19,230,470	20.7	6,218,752	-27.8
12	22,353,903	16.2	8,358,105	34.4
13	26,546,725	18.8	10,363,904	24.0
14	24,809,683	-6.5	13,413,467	29.4
15	29,923,185	20.6	19,737,409	47.1
16	32,529,588	8.7	24,039,700	21.8
17	35,591,978	9.4	28,691,073	19.3

出 所：Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports International Tourist Arrivalsto Thailandby Nationality:2008-2017、日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数（確定値）」を基に当研究所作成

図表7 タイと日本の送客地域別の観光客到着数

タイ			日本		
地域	International Tourist Arrivals To Thailand	割合 (%)	地域	訪日外客数 (人)	割合 (%)
East Asia	23,846,387	67.0	アジア	24,716,396	86.1
Europe	6,514,011	18.3	ヨーロッパ	1,525,662	5.3
The Americas	1,541,950	4.3	南北アメリカ	1,848,838	6.4
South Asia	1,773,564	5.0	オセアニア	564,527	2.0
Oceania	938,894	2.6	アフリカ	34,803	0.1
Middle East	789,939	2.2	その他	847	0.0
Africa	187,233	0.5	-	-	-
Total	35,591,978	100.0	Total	28,691,073	100.0

出所：Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality:2008-2017、日本政府観光局（JNTO）訪日外客数（確定値）を基に当研究所作成

図表8 タイと日本の送客国別の観光客到着数（上位10カ国・地域）

順位	タイ			日本		
	国・地域	到着数	割合 (%)	国・地域	到着数	割合 (%)
1	China	9,806,260	27.6	中国	7,355,818	25.6
2	Malaysia	3,494,488	9.8	韓国	7,140,438	24.9
3	Korea	1,709,265	4.8	台湾	4,564,053	15.9
4	Laos	1,682,087	4.7	香港	2,231,568	7.8
5	Japan	1,544,442	4.3	米国	1,374,964	4.8
6	India	1,415,197	4.0	タイ	987,211	3.4
7	Russian	1,346,338	3.8	豪州	495,054	1.7
8	USA	1,056,423	3.0	マレーシア	439,548	1.5
9	Singapore	1,032,647	2.9	フィリピン	424,121	1.5
10	United Kingdom	994,755	2.8	シンガポール	404,132	1.4
	全国	35,591,978	100.0	全国	28,691,073	100.0

出所：Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality:2008-2017、日本政府観光局（JNTO）訪日外客数（確定値）を基に当研究所作成

②滞在日数と観光消費額

訪タイ外国人観光客の滞在日数をみると、アジア地域からの旅行者の滞在日数は短く、欧州やアメリカは2週間を超える長い滞在日数となっている。そのため、観光消費額もアジア地域と比較して大きい。

また、欧・米・豪・露の国を中心に、国別に1人1日当たりの観光消費額をみると、欧州国

やロシアは、沖縄へ訪れる外国客（空路）の20,738円を下回っている。特に、宿泊費や土産・買物費が沖縄を下回っていることから、長期滞在を可能とするためには宿泊費を現状より低く抑える必要があるとみられる。

一方で、娯楽・入場費は沖縄と比べて高いため、観光施設やショーなどのナイトコンテンツが沖縄より充実していると考えられる。

図表9 訪タイ外国人観光客（地域別）の1人当たり観光消費額と平均滞在日数

単位：円/人

	全体	東アジア	欧州	アメリカ大陸	南アジア	オセアニア	中東	アフリカ
消費額	166,681	135,838	239,156	245,331	144,679	255,919	253,857	228,260
滞在日数	9.56	7.01	16.97	14.83	7.74	13.77	12.41	12.26

出所：Ministry of Tourism and Sports TOURISM RECEIPTS FROM INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS を基に当研究所作成 ※2016年実績、1パーツ＝3.32円にて換算

図表10 訪タイ外国人観光客（国別）の1人1日当たり観光消費額と平均滞在日数

単位：円/人/日

	英国	フランス	米国	オーストラリア	ロシア	中国	台湾	沖縄県外国客（空路）
宿泊費	4,670	4,481	5,639	6,158	4,476	5,315	5,398	5,832
交通費	1,733	1,703	1,973	1,890	1,536	1,957	1,558	2,397
土産・買物	2,015	2,126	2,845	3,834	3,083	5,892	4,343	6,173
飲食費	3,476	2,740	3,474	3,913	3,546	3,922	3,720	4,198
娯楽・入場費	2,307	1,667	2,659	2,797	2,116	3,084	2,663	1,276
医療	145	138	251	480	90	127	88	862
その他	181	159	234	286	187	359	252	
合計	14,528	13,015	17,076	19,358	15,034	20,656	18,022	20,738
滞在日数	17.90	17.56	13.98	13.78	16.90	8.24	7.54	4.90

出所：Ministry of Tourism and Sports TOURISM RECEIPTS FROM INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS2016

沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課「【暦年】平成29年の観光収入について」を基に当研究所作成

注：1パーツ＝3.32円にて換算

注：沖縄県は観光客1人当たり県内消費額を滞在日数で割って1日当たりとした。

3. ヒアリング調査に基づく沖縄との比較

沖縄と比較することを目的にバンコクおよびプーケットにて宿泊施設およびツアー会社などにヒアリングを実施し、欧・米・豪・露から訪れる観光客の行動パターンや受入体制の状況について調査した。下記の項目について、ヒアリング調査の結果を踏まえ確認する。

(1) タイに訪れる欧・米・豪・露からの外国人観光客の旅行スタイル

沖縄に欧・米・豪・露からの長期滞在者を誘致した場合、一概に消費が増加するとは言えない。それは、彼らの旅行先での行動パターンに消費の要素が少ないからである。

彼らがタイに旅行する場合、バンコクで3～4日滞在し、その後、プーケットなどのビーチリゾートに移動し、10日～14日間滞在する。バンコクではファミリーやカップル単位でガイドをつけ観光施設化している寺院などを巡り、夜はショーの観賞やホテル周辺のバーなどで飲食を楽しむとみられる。

一方、ビーチリゾートでは、日中はビーチやプールサイドで日光浴や読書などを行い、ゆっくり過ごすことが基本であり、たまに、離島ツアーやホテル内のアクティビティを利用する。夜はバンコク同様、近くの飲食店へ足を運び、深夜にタクシーなどでホテルへ戻るなど休暇がメインとなる。

観光客の中には、ホテルのスイートルームなどを貸し切り、パーティーをする富裕層や、オールイン（ホテル、観光、飲食、移動費が含まれる）の周遊型パッケージ商品を選択し10～14日間旅行を楽しむ年配者もみられる。

ヒアリングや視察から確認できたのは、ビーチリゾートを訪れる彼らは日本人的な景色を楽しむ旅行（トラベラー）に興味は薄く、プールサイドやホテル近くのビーチでゆっくり休暇すること（バケーションナー）がメインとなり、また、ステータスとなっていることである。そのため、多くの長期滞在者は、宿泊、軽食や飲み物、夕食などの飲食費、ナイトショーなどの娯楽・入場費には消費するが、買い物やレジャーなどの消費は少ない。

そこで、宿泊施設側は長期滞在者がゆったりできるような施設整備と施設内での消費を促す工夫を図っており、また、ホテル周辺の飲食店は、旅行者に合った料理（多国籍）を安価で提供するなど街全体が滞在しやすい環境となっている。

このように、長期滞在者はゆっくり休暇をとることが目的であり、消費する機会が宿泊費や飲食費、娯楽・入場費などに限られてしまう傾向があるため、受け入れに際しては追加的な消費を促がす仕組みを意図的に作らなければならない。

(2) 外国人観光客の受入体制の整備について

沖縄を訪れた外国人観光客がSNSや口コミで世界中に沖縄の魅力を発信すれば、新たな市場開拓が期待できることから、受入体制を整備し外国人観光客の満足度を高めることは重要である。

外国人観光客の受入体制の整備について、①言語面、②交通面、③住民の意識から確認する。

①言語

タイの主要な観光施設や商業施設、ホテル、飲食店などの看板や案内図の表記はタイ語と並んで英語の表記がみられたが、英語以外の言語については、一部の施設でしかみられず、英語がわからなければ不便な場面もあるとみられる。

また、ホテルの接客を行うスタッフは、基本的な英語対応は可能である。英語が話せなければコミュニケーションが取りにくい環境のため、社内で研修や試験を実施し英語力の向上に努めている。英語を話せない宿泊者へは、ネット環境が充実していることからタブレット端末などの機器で翻訳し苦情や要望事項などに対応しているが、特に問題はないとみられる。

（沖縄の状況について）

県内の言語面の整備状況は、外国人観光客や観光事業者向け、人材育成面のサポートなどがある。

特に課題であった外国人観光客向けの対応については、外国人観光客受入体制強化事業の一環として一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー（以下、OCVB）が多言語コンタクトセンターを運営し、「通訳業務」と「観光案内」

を行っている。

同センターは外国人観光客や観光事業者の助けとなるだけでなく、観光客の要望を直接聞けるツールともなることからその役割は重要である。同センターの認知度を高め、積極的な活用により外国人観光客の満足度向上が期待できる。

施設、店舗の看板や案内図の言語表記について、沖縄県・OCVB「外国人観光客受入に関する実態調査報告書」によると日本語以外の言語を表記している先は半数以下であり、特に英語以外の言語表記については不十分であるとみられるが、対応策として翻訳が必要な制作物（パンフレット、メニューなど）の翻訳費用の一部を助成している。

その他にも、外国人観光客接遇マニュアルの作成や絵と文字を使用したコミュニケーションシートの作成、文化の違いから発生するマナー面での摩擦を解消するための外国人観光客向けマナー本の作成、研修及び語学研修の外部講師マッチングや講師料支援などがある。

また、通訳ガイドについて、有償の通訳案内士のほかに無償ボランティアによるものがあり、これまで大型クルーズ船の寄港時などは無償ボランティアの協力が必須であった。しかし、無償ボランティアの人員確保に苦慮していた部分があり、一方で、通訳案内士は賃金が低く、活躍の場が少ないことが課題であった。このような中、改正通訳案内士法が平成30年1月より施行され、資格が無くても、有償で通訳案内業務を行えるようになった。

外国人観光客の増加により通訳ガイドの需要は増すとみられるが、無償から有償とする上で環境整備や周知活動を今まで以上に実施し、また、有償時の通訳ガイドの質を確保することが重要である。

このように、沖縄の言語面の整備状況はかなり充実しており、表記について一部改善が必要であるが、翻訳機器も発達していることから今後はこれらサポートツールの使用方法の周知と積極的な活用が必要とみられる。

②交通面

タイでは当初メイン空港だったドンムアン国

際空港が収容能力の限界となったため、世界最大級の国際空港となるスワンナプーム国際空港（当初想定収容人数4,500万人/年）を建設し2006年に供用開始した。現在は、収容人数を超える利用があるため、ターミナルの拡張工事と新設計画が進んでいる。ドンムアン国際空港も現在はLCC就航を中心に稼働しており、また、旅客ターミナルの新設計画を進めていることからさらなる収容能力の拡大が見込まれ、また、空港利用者の分散化が図られる。

しかしながら、二次交通面においてバンコク市内は慢性的に交通渋滞がみられ、その状況は沖縄より激しいとみられる。上記の2つの空港からバンコク中心地までの距離は約20～30キロ程度だが、車移動で30～60分（渋滞の状況により60分を超える場合もある）程度かかる。

タイの二次交通は、タクシーやバスの移動の他に、鉄道や地下鉄、水上移動の定期船などがある。しかし、タクシーやバイクタクシー（バイクによって乗客を移動させる）、バスやトゥクトゥク（旅客用のオート三輪）など多くの道路移動手段の共存がより混雑な状況を生じさせているとみられる。

渋滞を回避する手段としては、現状の空港からバンコク中心地を結ぶ鉄軌道に加え、将来的に空港間を結ぶ高速鉄道も計画されている。高速鉄道の整備とともに、観光地や生活地を中心部から郊外へ拡大させるためのインフラ整備が期待されている。

このような渋滞の酷さは観光客の満足度を下げる要因になると考えられるが、ツアー関係者によると渋滞の酷さは周知の事実であり移動において不満の声は少ないとのことだ。

しかし、定時発着は満足度を向上させることから、観光ツアー商品は、主催者側が申込者の宿泊しているホテルまで迎えに行くのをやめ、ピックアップ場所まで自身で移動してもらう内容にすることで定時発着が可能となり、観光客にも好評とのことである。

その他、バンコク市内に勤務する人達は勤務終了後に意図的にフィットネスクラブや公園で運動をして帰宅するなど、渋滞を避けて行動する人が多くみられる。

また、プーケット国際空港は、アジア地域やオーストラリア、欧州（季節限定）から直行便やチャーター便が24時間就航しており、人気の目的地のため各国から直行便就航のオファーを受けている。

同空港から観光客が移動する手段は鉄道がないためバスやタクシーである。そのため、過去に観光客の増加により渋滞が激しくなり住民からの苦情がでたこともあったが、新道路の開通により渋滞は概ね解消された。現在は信号機を迂回するための地下道路の建設などさらなる渋滞緩和にむけて工事が進捗している。

さらに、一度ホテルについてしまえば、ビーチや飲食街が車で5分圏内と近く、欧・米・豪・露からの観光客には一日中移動するようなレジャーや観光はあまりみられないことからプーケット内の移動に不満となる面は少ないとみられる。

しかし、モーターバイクが手軽にレンタルできる（1日約300バーツ程度）ことから、外国人観光客による衝突事故が頻繁に発生することが問題となっており、道路交通における取り締まりの強化が必要とみられる。

（沖縄の状況について）

那覇空港は観光客が増加したことで、収容能力が限界に近く、また、空港から各地へ移動する際、空港周辺や主要道路などに渋滞がみられ、観光客や県民の移動に影響を及ぼしている。

渋滞緩和策としては車の移動を分散させるための新道路の開通や、県民への公共交通機関の利用促進を実施しているが、荷物をもった状態での移動を想定した場合、モノレールやバスの中は混雑しており、移動環境は快適とはいえない。

那覇空港の第二滑走路の供用開始後は、さらに観光客が増えるとみられることから、観光客の分散化を図る必要がある。

タイにおいては、都市ごとに機能的役割がはっきりしており、バンコク周辺では景色を楽しむ観光をメインとする旅行者（トラベラー）が多く、一方でプーケットなどのビーチリゾートではゆっくり休暇を過ごす旅行者（バケーションナー）が多くみられた。

沖縄も同様に、ビーチリゾートでゆっくり過ごすことを目的とした観光客向けに、空港からビーチリゾートを巡る専用バスを運行し、スムーズにビーチリゾートへ移動してもらう。

そうすることで、観光地巡りや那覇市内で買い物することを目的とした観光客との分散化を図ることが可能になるとみられる。

さらに、ビーチリゾートでの長期滞在を目的とする観光客の利便性を高めるために、欧・米・豪・露などの国からの就航をメインに運用する空港をビーチリゾートに近い本島北部に建設するなどの検討も必要である。

また、沖縄も観光客による自動車事故が多くなっていることから、タイ同様、道路交通における取り締まりを強化する必要がある。

③住民の意識

観光業は外から資金を獲得することができるため、地域経済の発展において重要だが、観光において地域住民のサポートは必須である。

プーケットの地域住民は観光業が生活を支えているとの認識を強くもっている。それは、例えばスマトラ島沖地震の津波被災から早い日数で観光業を再開させたことや、ビーチや道が汚れていれば管理する役場担当者に住民から改善要求を出せるなど住民が快適な観光資源を保とうとする意識が高いことからみることができ

る。

視察時、定番の観光ルートで使用する道やビーチは未整備の場所は除きゴミなどもなくきれいに掃除されていた。

また、急増する観光客に対しては特に不満は感じないとのことだが、それには生活圏とホテルからビーチや飲食店、観光施設などの観光客が使用するルートが分かれていることが影響しているとみられる。

（沖縄の状況について）

沖縄県民向けに観光業のメリット・効果を知ってもらい、観光客と友好的関係づくりをしてもらおうと「ウェルカムんちゅキャンペーン」などの啓発活動を行っている。

しかし、継続した取り組みにより認知度・理解度は高まっているものの、急増する外国人観

光客に住民の負担感が増していることもあり、今後は、負担や不満の軽減が課題である。

また、環境面への配慮も必要とみられる。タイのピビ島のマヤベイなどは、映画の撮影で有名となり観光客が急増した。その結果、自然破壊の恐れがでたことから、環境保護の目的で上陸が禁止された。県内では、備瀬のワルミなどが「パワースポット」と報じられ、観光客が増えたことで、ごみの投棄や駐車マナーの悪さにより立入禁止となった。

これら観光資源をPRすることで観光客が増えることは望ましいことだが、住民のサポートが必須であるからこそ、全ての観光資源が本当に観光地となるべき場所かどうか、住民の満足度が下がることはないのか慎重な対応が必要とみられる。

(3) 欧・米・豪・露からの観光客の誘致活動について

タイは過去にパタヤが米軍の休暇先として知名度が高くなり、彼らの家族や友達、知人へ口コミで広がったことで観光客が増加し、観光施設も充実した。パタヤが観光地として成功したことから、他の観光地を発掘しようと欧州や米国の旅行会社と一緒にマーケティングを実施し、ビーチリゾートの開拓がなされた。現在は、主要観光地へは多くの人を訪れていることから、観光客の分散化を目的にローカル体験をテーマに地方の文化や織物、染め物などの体験型プランを提案している。

このような経緯のなかで、タイ国政府観光庁が観光のプロモーションを担っており、各国にある事務所ではPR活動や送客、メディア対応、旅行会社との商品作成を実施している。米国やユーロ圏のマーケットとは、昔から優先的に友好状態をつくってきたとし、彼らのニーズにあった滞在スタイルを提案している。

例えば、欧米人向けに静かなところでホテル滞在を楽しみ特別なディナーをする、また、富裕層へはタイに行けば〇〇体験ができるなどのイメージをブランディングして発信している。

また、各地域で消費を促せるよう地域ごとの観光開発を実施している。

(沖縄の状況について)

沖縄はターゲット先を「重点市場」「戦略開拓市場」「新規開拓市場」に分け、「Be Okinawa」をキーコピーとして各市場にプロモーション活動を実施している。そのなかで欧州・北米・豪・露は新規開拓市場に位置付けされており、沖縄の認知度向上のための取り組みが行われている。

例えば、旅行博覧会への出展、海外メディアやキーパーソンの招聘、現地営業の旅行代理店(沖縄観光誘客サポート員)による紹介、Web上での情報発信などである。

情報発信について、現在では旅行前にインターネットで情報を検索することが多いことから、特に、Web上でどういった沖縄のイメージが表示されるのかが重要である。

Googleトレンド(過去1年間)では「Okinawa」よりも「Phuket」の人気度が高く、また、「Okinawa」は台湾、ブラジル、韓国などから検索される割合が高いが、「Phuket」はロシアやUAE、オーストラリアやスイスなど欧・豪・露からの検索割合が高い。

また、「Okinawa」の画像検索では、綺麗な海が広がる景色が多く表示される。「Phuket」も海の画像が多く表示されるが、チェアが置かれている白い砂浜や天然の岩場に囲まれたプライベートな空間を確保したビーチ、ホテルのプールサイドなど、旅行者にくつろぐ姿を連想させるものが多くみられる。

沖縄は綺麗な海や豊かな自然の景観、アクティビティを目的とするプロモーションが中心とみられ、欧・米・豪・露などの旅行スタイル(プールサイドやビーチでゆったりすることをメインとする)にマッチするプロモーションが少ないことから、今後彼らの誘致にあたっては沖縄でも旅行スタイルにあった過ごし方ができるということを発信することが重要になるとみられる。

さらに、最近ではSNSなどで手軽に情報を発信できるが、タイ視察中でも旧プーケットタウンなどで、「インスタ映え」を狙って現地に訪れSNSに投稿する姿がみられたことから、現地で影響力のある著名人を招聘し情報発信することは有効とみられる。

その他に、イギリスや米国などの欧米からの

誘致活動について、国内では瀬戸内を共有する7県により発足したせとうち観光推進機構と瀬戸内ブランドコーポレーションで構成された「せとうちDMO」が先進的である。

認知度の高い県と近隣県の観光資源をセットとし、オンライン（Web、SNS）やオフライン（旅行会社、旅行雑誌）などの情報発信ツールからいかに瀬戸内を知らない旅行者へ情報共有できるかをポイントに誘致活動を実施している。

また、各市場にマーケティング会社を設置し、戦略的なマーケティング活動から新規旅行客の獲得に結びつけており、沖縄県とは観光資源が異なるものの、その手法は参考となるものが多いとみられる。

（4）飲食について

欧・米・豪・露からの観光客の旅行スタイルは先に述べたが、長期滞在を可能とし、また、地元で消費してもらおう一番のポイントは食べ物（飲食）と考えられる。

タイを訪れる長期滞在者は、自国の料理を基本に、たまに、タイ料理や豪華なディナーを楽しむ姿がみられる。

タイは様々な宗教、人種に対応した料理をホテルや周辺の飲食店で楽しむことができる。また、ミシュラン星を獲得した店や人数の限定があるプレミアムなレストランも人気がある。

さらに、地区毎に宿泊客の客層や国籍が概ね決まっていることから、周辺の飲食店もそれらの国にマッチした料理が多く、宿泊客が自国と変わらず気軽に利用できる。

（沖縄の状況について）

沖縄の中部、北部のビーチリゾート周辺には飲食店が少なく、また、地元客や日本人向けの料理（味付け）がほとんどである。

ホテルでは多彩な料理を食べることができるが、高価で味付けも日本的とみられ、富裕層向けのプレミアムな料理も少ないとみられる。

欧・米・豪・露からの観光客が自国にいるように滞在期間を過ごすには、沖縄料理などローカルフードの情報発信だけでなく、例えば、ビーチリゾートが集合するエリアにおいて、沖縄食材や食器など多くの県産品を使用し、国毎の現

地の味そのものの料理を提供する飲食店や、インターナショナルなホテル、または県内ホテルと提携した長期滞在者向けの飲食店（バー含む）を公的な機関の施策により、立地を誘導することが必要とみられる。

これらは、長期滞在者が仮にそのエリアのみで飲食費を消費したとしても、県産品を使用することで、県内に及ぼす経済波及効果を高めるとみられる。

また、例えば、英国は食に対して興味が薄いと言われるが、多国籍の住民がいるロンドンなどはタイ料理などの人気店があり、本場の料理を食べたいという動機からタイ旅行に繋がることもあるため、欧・米・豪・露で名が知れ渡るような沖縄県代表の飲食店を現地に开店することも認知度向上のためには必要と考えられる。

（5）観光施設およびナイトコンテンツについて

タイを訪れる外国人観光客の消費についてみると、沖縄と比較して娯楽・入場費にける金額が大きい。これは、王宮や寺院など有名な観光客の立ち寄り場所は入場料を徴収しており、さらに、数が豊富であること、ショーなどのナイトコンテンツが充実していることが影響しているとみられる。タイの代表的なナイトコンテンツはムエタイ観戦やニューハーフショー、民族ショーなどがあり、特に欧米人はナイトコンテンツに積極的に参加するとみられる。

例えば、ムエタイは週3～4日、18:00～23:00（プーケットだと21:00～24:00）、試合が開催され、入場料は1,000～2,000バーツ（3,320円～6,640円）程度で地元客、観光客ともに盛り上がっている。ショーについては、ニューハーフショーが毎日19:30～、21:00～の2公演（プーケットだと18:30～3公演）開催されており、800～1,000バーツ（2,656円～3,320円）だが連日満席となる。その他にも、プーケットにあるプーケットファンタジーでは、4,000席のレストランと3,000席の劇場を有し、150名の出演者と30頭の象を使ったショーが21:00から木曜日を除く毎日開催される。夕食付きは2,200バーツ（約7,300円）で、子供から大人まで楽しめる内容となっている（視察日

は金曜であったが、ほぼ満席だった)。

このようなナイトコンテンツは、ショーそのものを目的に現地へ訪れる人は少ないとみられるが、開始時間が遅く、現地に宿泊しなければ鑑賞できないことから効果的に滞在日数を伸ばすことができ、また、雇用の場を提供している。

プーケットファンタシーのショーは、国を挙げてショーを企画、完成させたことから、長年続くコンテンツとして重要なものとなっている。(沖縄の状況について)

沖縄では小規模のショーなどは開催されているが定着していないとみられ、沖縄を代表するような観光客向けナイトコンテンツの開発も今後は必要とみられる。

ただし、動物を扱うショーやアクティビティなどは、動物保護の観点からツアー販売の自粛や旅行者に興味を持たれない可能性があるため慎重な対応が求められる。

(6) 宿泊施設について

タイは多くの宿泊施設が立地しており、既存施設の改装工事や新規建設がみられる。リゾート地のプーケットでは宿泊施設が足りない状況が続いていることから、ホテルの建設投資が多くみられ、また周辺地でも新たなリゾート開発が進められている。

そのような中、ホテル稼働率は約70～80% (ハイシーズンは約80～90%) で安定して推移している。

宿泊客の属性(国籍、年収層)で滞在地区が概ね決まっていることや、ホテル側のターゲット国やマーケットに強弱があることから、他地区との競合は避けられ、客の分散化がみられる。また、結果として宿泊者の文化面などの違いによる摩擦が避けられる一面もみられる。

例えば、バックパッカーや若年の旅行者はカオサン通りの1泊600～800バーツ(約2,000円～3,000円)の宿泊施設を利用し、ロシアからの外国客などはスクンビット地区の宿泊が多く、ホテルランクも5つ星が多い。

また、富裕層はインターナショナルホテルの1泊200,000円程度の部屋に1～2週間滞在することもあるなど、バックパッカーからラグジュ

アリー層まで対応できるホテルやサービスがあることはタイが人気である要因の一つである。

さらに、県内の宿泊施設と比較して全体的に室料は低く、長期の滞在を可能としている。

室料が低いのは、人件費が低いことや新規ホテルのオープンなどにより同地区内で室料の引き上げが難しいことなどが要因だが、これがホテルの課題にもなっている。今後、新しく開発されたリゾート地区では室料は高く設定されるとみられる。

また、イギリス向けの旅行マーケットなどは他マーケットより成熟していることから、価格設定が厳しく、対価に見合うサービスがないと予約が入らないこともあるが、反対にサービスを無くし、ただ室料が低いだけでも選択されず、サービスと価格のバランスが重要とされている。

視察先では室料が低いだけでなく、長期滞在者の満足度を高めるための施設やホテルの工夫が多くみられた。

例えば、ホテルのプールサイドには、多くのビーチチェアやパラソル、テーブルが配置されゆったりできるパーソナルスペースの確保がされ、日中は日光浴をする欧米人で満席となっている。

周辺のパブリックビーチでも同様の過ごし方がみられるため、ホテルはそれら備品の貸出やドリンクサービスなどを行っている。

また、レストランは朝食、ランチ、ディナーが基本だが、オープンからクローズまで営業しており、常時飲食が可能となっている。

ホテル内アクティビティでは、毎日プールなどでエアロビクスやゲームが無料で開催され、大人から子供まで楽しめる。これらプログラムの体験者は季節限定のドリンクや軽食を購入する確率が高まりホテルでの消費が増えることから、ホテル側も積極的に働きかけている。

その他にも多くのホテルで料理教室が開催され、現地の料理を体験する機会を提供している。

ホテル施設としてはプール、フィットネスジム、テニス場だけでなく、カラオケやボーリング場を設置している所もあり、長期宿泊者を飽きさせない設備を常備している。また、ファミリー向けに無料のキッズスペースを設置してい

る所が多くみられる。

そして、富裕層向けの体験にスパ施設がある。例えば、世界的なホテルブランドのバンヤンツリーのスパ施設へは施術をうけにホテル宿泊者だけでなく他ホテルに宿泊している人も訪れる。1時間で約5,000バーツ(17,000円～18,000円)程度と県内のホテルスパと料金の違いはそれほどないとみられるが、世界的なアジアスパブランドで専門アカデミー認定者の施術をうけられることから、滞在中に何度も訪れる人がいる。

また、専門アカデミーには世界各国から入学者が訪れることから、卒業した生徒によって世界にタイブランドを拡げられることや、国の施策によってタイ国内で従事するセラピストはタイ人が多いため、雇用面の貢献に繋がっている。

その他に、空港の離発着が24時間体制のため、予約者の到着・出発時間に対応できるようにチェックイン前・チェックアウト後に利用できる無料ラウンジ(ドリンクやシャワールーム有り)があり、旅行者の満足度を高めている。(沖縄の状況について)

沖縄のホテルは同様の施設やサービスを提供しているところは多くみられるが、滞在日数の長短や属性(国籍・年収)にかかわらず、均一のサービスとなっていることが多いとみられる。そのため、泊数が短い宿泊者はサービスや施設を利用できず、料金が高いと感じることや、また、長期滞在者や富裕層にとってはサービスがマッチしていないとみられることもあり、対応できる層の範囲が狭いと考えられる。

4. 課題と展望

世界での景気回復や堅調なアウトバウンド需要により国際観光客到着数は増加している。

日本も円安の影響やビザの緩和、海外へのプロモーション活動によって訪日外国人旅行者が増加しており、また、沖縄に訪れる外国人観光客も増加している。

そのような中、沖縄はさらに観光消費額を増加させるために、長期滞在が見込める欧・米・豪・露からの観光客の誘致をはじめた。

そこで、本調査では、外国人観光客が多く訪れるプーケットなどのビーチリゾートを視察し

沖縄と比較することで、誘致するにあたっての課題をみつけることができた。

まず、ビーチリゾートで長期滞在する外国人観光客の多くは、観光中心でなく、プールサイドやホテル近くのビーチでゆっくり過ごすことが目的(バケーション)となるため、いかに快適にゆっくり過ごせるかがポイントとなる。

そのため、ホテル周辺にビーチや飲食店がならび最低限の移動で過ごせることや、地区毎にホテルの客層や国籍が概ね決まっており、文化面の違いによる摩擦が避けられることが重要である。リゾート地区の客層などについては、ホテルブランドに左右されることから、どのようなホテルを沖縄に誘致するか検討しなければならない。

また、ホテル周辺の飲食店については様々な宗教、人種に対応した料理やミシュラン星を獲得したプレミアムなレストランが立地していることが必須であることから、ビーチリゾートが多く集まるエリアに、公的機関の施策により、対応した飲食店の立地を誘導することも一案である。

その他に、飲食だけでなく滞在者を飽きさせず効果的に滞在日数を延ばせるナイトコンテンツも重要とみられ、沖縄を代表するような観光客向けナイトコンテンツの開発が必要と考えられる。

さらに、ホテルは室料に見合うサービスが必要であり、ホテル内アクティビティの充実や無料のキッズスペース、無料ラウンジなどの設備面の充実、長期滞在者の満足度を高めるための工夫が図られなければならない。

これらが合わさることで、ビーチリゾートに訪れる長期滞在者は「自国の様にゆっくり過ごせて異文化や特別な体験をできる休暇」ができると考えられる。

次に、プロモーションの方向性については、欧・米・豪・露からの観光客に沖縄でも旅行スタイルにあった過ごし方ができるということを効果的に情報発信することが重要である。

また、飲食からPRをすることもできるため欧・米・豪・露で名が知れ渡るような沖縄を代表する飲食店を現地に开店することも必要と考えら

れる。

最後に、沖縄県へのアクセス面の拡大と観光客の分散化は重要である。

タイは国際直行便の増加と格安な国内便の充実によりアジアのゲートウェイとして認知されており、また、シンガポールなど他のゲートウェイより物価は安く、滞在地としての強みが明確化している。そのため、欧・米・豪・露からの長距離旅行者はタイを起点に周辺国へ訪れることもある。

沖縄もアクセス面の拡大を図るには、国際直行便や格安な国内便の拡充が必要である。

また、那覇空港の拡充だけでなく、ビーチリゾートでの長期滞在を目的とする観光客の利便性を高め、目的が異なる観光客との分散化を図るために、欧・米・豪・露などの国からの就航をメインに運用する空港をビーチリゾートに近い本島北部に建設するなどの検討も必要である。

しかし、空港建設までには時間がかかることから、まずは、ビーチリゾート専用バスを運行しスムーズにビーチリゾートへ移動してもらうことで、観光地巡りや那覇市内で買い物することを目的とした観光客（トラベラー）との分散

化を図ることが必要である。

このように、沖縄はこれまで課題であった言語面の改善は進んでいるものの、長期滞在者向けの観光地としては課題がみられるため、欧・米・豪・露からの観光客を誘致するには、それら課題をクリアし、滞在しやすい環境を整備することが必要である。

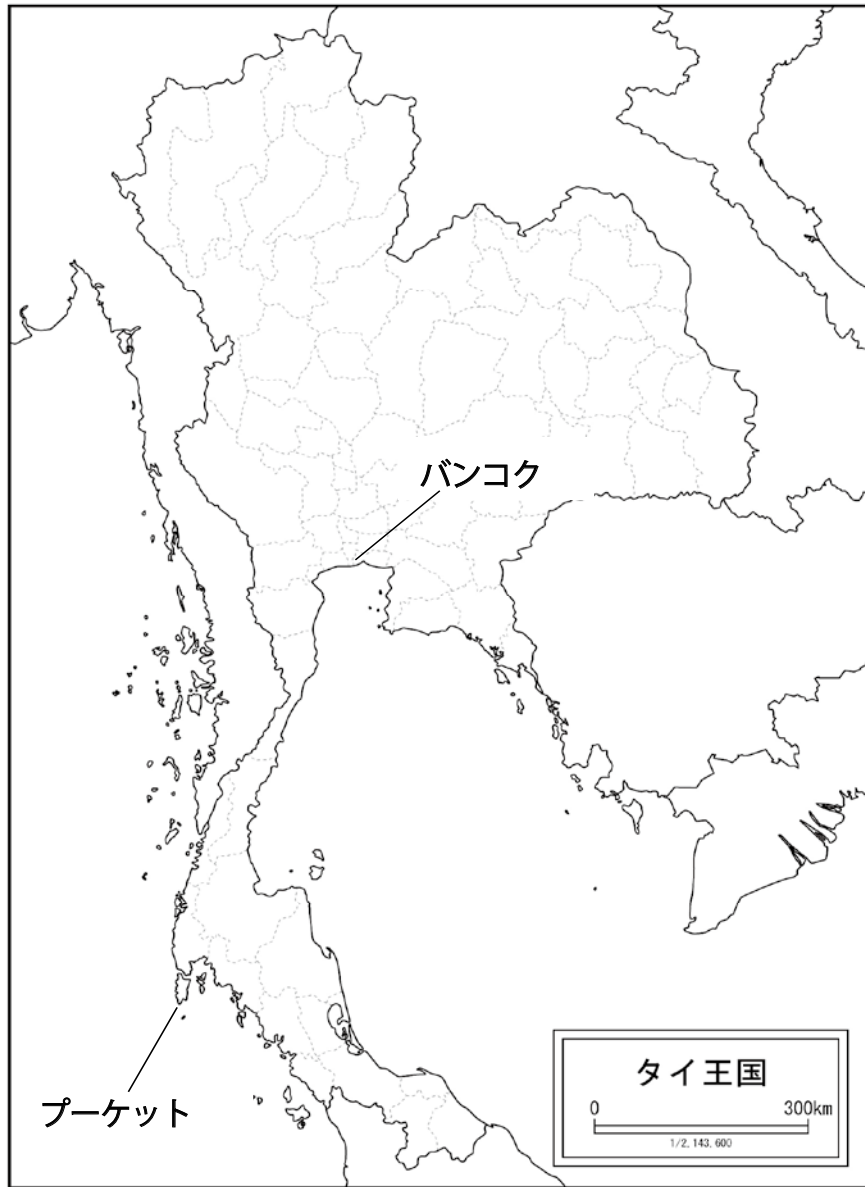
これらは、誘致に繋がるだけでなく、ビーチリゾートを目的に訪れる観光客がリピーターとなる可能性を高めると考えられる。

沖縄は「見る観光」や「体験型」の観光メニューは充実しているものの、長期滞在者向けのメニューや整備がまだ少ない。今後は、観光地巡りや買い物をメインとした観光地とするのか、ビーチリゾートとして長期滞在しやすい地とするのか、または、地区毎に対応した滞在地を整備していくのかなど、より具体的な沖縄観光の在り方を検討することが必要と考えられる。

沖縄観光推進ロードマップで将来の観光ビジョンは示されているが、世界的な観光需要の増加がみられるときに、将来の観光ビジョンの具体化やオーバーツーリズムの問題に取り組むことが重要である。

参考：東アジア、タイの白地図





当たれば最高
10億円の
チャンス



※キャリーオーバー発生時(理論値) ※ロトセブン, 1口300円購入時

ATM宝くじ

好評発売中!!



当せん金の受取忘れなし

りゅうぎんATMで数字選択式の宝くじを購入できるサービスです。
当せん金は自動で振込されますので、受取忘れもありません。



ロトセブン



ロトシックス



ミニロト



ナンバーズフォー



ナンバーズスリー

詳しくは、りゅうぎん窓口またはHPまで

平成30年1月11日現在

●りゅうぎん調査● 県内の

景気動向

概況 2019年2月

景気は、拡大している

消費関連では、新車販売が前年を上回る

観光関連では、入域観光客数が前年を上回る

2月の県内景気を見ると、消費関連では、百貨店は衣料品や身の回り品の減少などから前年を下回り、スーパーは住居関連では化粧品や医薬品の増加、衣料品では冬物処分セールの効果などから、既存店ベースは前年同月と同水準となった。耐久消費財では、新車販売は小型乗用車や軽乗用車、軽貨物車などが増加したことから前年を上回り、電気製品卸売は洗濯機や冷蔵庫、給湯器などが増加したことから前年を上回った。

建設関連では、公共工事は国、市町村、独立行政法人等・その他は増加したことから前年を上回った。建築着工床面積は、居住用、非居住用ともに減少したことから前年を下回った。新設住宅着工戸数は、貸家、給与、分譲は減少したことから前年を下回った。建設受注額は、公共工事、民間工事ともに減少したことから前年を下回った。

観光関連では、入域観光客数は前年を上回った。国内客、外国客ともに前年を上回った。主要ホテルは、稼働率、売上高、宿泊収入ともに前年を下回った。

総じてみると、観光関連は好調で、消費関連、建設関連は概ね好調なことから、県内景気は拡大している。

消費関連

百貨店売上高は、化粧品は引き続き好調だったものの、衣料品や身の回り品の減少などから2カ月ぶりに前年を下回った。スーパー売上高は、住居関連では化粧品や医薬品の増加、衣料品では冬物処分セールの効果などから、既存店ベースは前年同月と同水準となった。全店ベースは5カ月連続で前年を上回った。新車販売台数は、小型乗用車や軽乗用車、軽貨物車などが増加したことから3カ月ぶりに前年を上回った。電気製品卸売販売額は、テレビは減少したものの、洗濯機や冷蔵庫、給湯器などが増加したことから、3カ月連続で前年を上回った。

先行きは、県民の消費マインドが堅調なことから、引き続き概ね好調を続けるとみられる。

建設関連

公共工事請負金額は、県は減少したが、国、市町村、独立行政法人等・その他は増加したことから、5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5カ月ぶりに前年を下回った。新設住宅着工戸数(1月)は、持家は増加したが、貸家、給与、分譲は減少したことから2カ月ぶりに前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事、民間工事ともに減少したことから6カ月ぶりに前年を下回った。建設資材関連では、セメントは前年を下回り、生コンは公共工事向けは減少したが、民間工事向けは増加したことから前年を上回った。鋼材は民間工事着工の増加や大型工事による出荷増などから前年を上回り、木材は住宅関連工事向け出荷や足場材の増加などから前年を上回った。

先行きは、公共工事や新設住宅着工が高水準で推移することが予想され、引き続き概ね好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、5カ月連続で前年を上回った。国内客、外国客ともに前年を上回った。外国客は、空路利用客、海路利用客ともに増加した。方面別に寄与度でみると中国本土、台湾は増加し、韓国、香港は減少した。

県内主要ホテルは、稼働率、売上高、宿泊収入ともに前年を下回った。主要観光施設入場者数は3カ月ぶりに前年を下回った。ゴルフ場は、入場者数、売上高ともに前年を下回った。

先行きは、アジア方面からの外国客の旅行需要は依然として根強いことや航空路線の拡充などがあり、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6.3%増となり4カ月連続で前年を上回った。産業別にみると、宿泊業・飲食サービス業、運輸業・郵便業などで増加し、学術研究、専門・技術サービス業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.21倍と、前月より0.02ポイント低下した。完全失業率(季調値)は2.0%と、前月より0.8ポイント改善した。

消費者物価指数は、光熱・水道や教養娯楽などの上昇により、前年同月比0.2%増と29カ月連続で前年を上回った。

企業倒産は、件数が4件で前年同月と同数だった。負債総額は7億800万円で前年同月比93.4%増となった。

2019.2

りゅうぎん調査

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2018.12-2019.2)
消費関連		
(1) 百貨店(金額)	▲ 2.6	▲ 0.6
(2) スーパー(既存店)(金額)	0.0	▲ 0.7
(3) スーパー(全店)(金額)	1.4	0.8
(4) 新車販売(台数)	5.6	0.3
(5) 電気製品卸売(金額)	11.8	9.2
建設関連		
(1) 公共工事請負金額(金額)	12.8	▲ 44.8
(2) 建築着工床面積(m ²)	(1月) ▲ 27.3	(11-1月) 31.8
(3) 新設住宅着工戸数(戸)	(1月) ▲ 14.2	(11-1月) ▲ 12.7
(4) 建設受注額(金額)	▲ 23.3	20.9
(5) セメント(トン数)	▲ 8.2	▲ 10.0
(6) 生コン(m ³)	3.2	▲ 4.1
(7) 鋼材(金額)	9.7	6.9
(8) 木材(金額)	2.5	3.7
観光関連		
(1) 入域観光客数(人数)	8.5	6.5
うち外国客数(人数)	23.3	13.1
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) ▲ 0.2 (実数) 84.1	(前年同期差) 2.0 (実数) 73.7
(3) " 売上高(金額)	▲ 3.3	0.1
(4) 観光施設入場者数(人数)	▲ 2.1	2.1
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	▲ 4.3	▲ 4.0
(6) " 売上高(金額)	▲ 0.5	▲ 0.3
その他		
(1) 県内新規求人数(人数)	6.3	6.8
(2) 有効求人倍率(季調値)	(実数) 1.21	(実数) 1.21
(3) 消費者物価指数(総合)	0.2	0.3
(4) 企業倒産件数(件数)	(前年同月差) 0	(前年同期差) ▲ 1
(5) 広告収入(県内マスコミ)(金額)	(1月) ▲ 3.9	(11-1月) ▲ 4.3

(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) 百貨店は、2014年9月より調査先が一部変更となった。

(注3) 2012年5月より外国客の入域観光客数を掲載した。

(注4) 主要ホテルは、2016年7月より調査先を26ホテルから25ホテルとした。

(注5) 2016年7月より企業倒産件数の前年同期差は、3カ月の累計件数の差とする。

(注6) 建設受注額は、2018年2月より調査先を19社から18社とした。

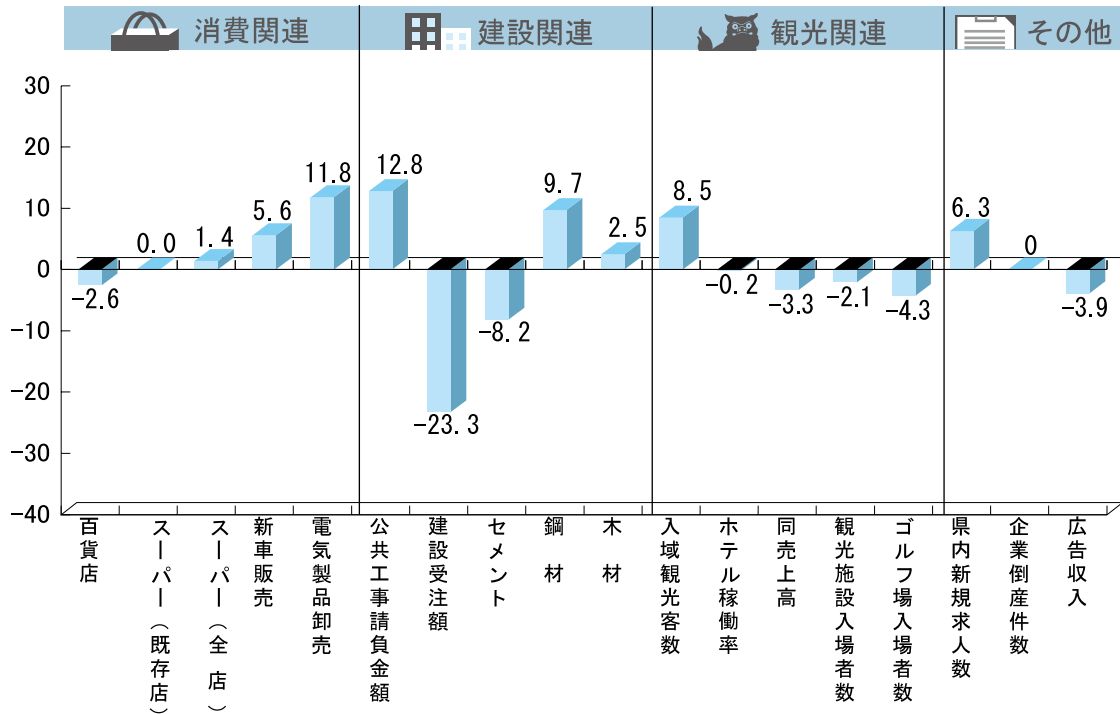
消費関連

建設関連

観光関連

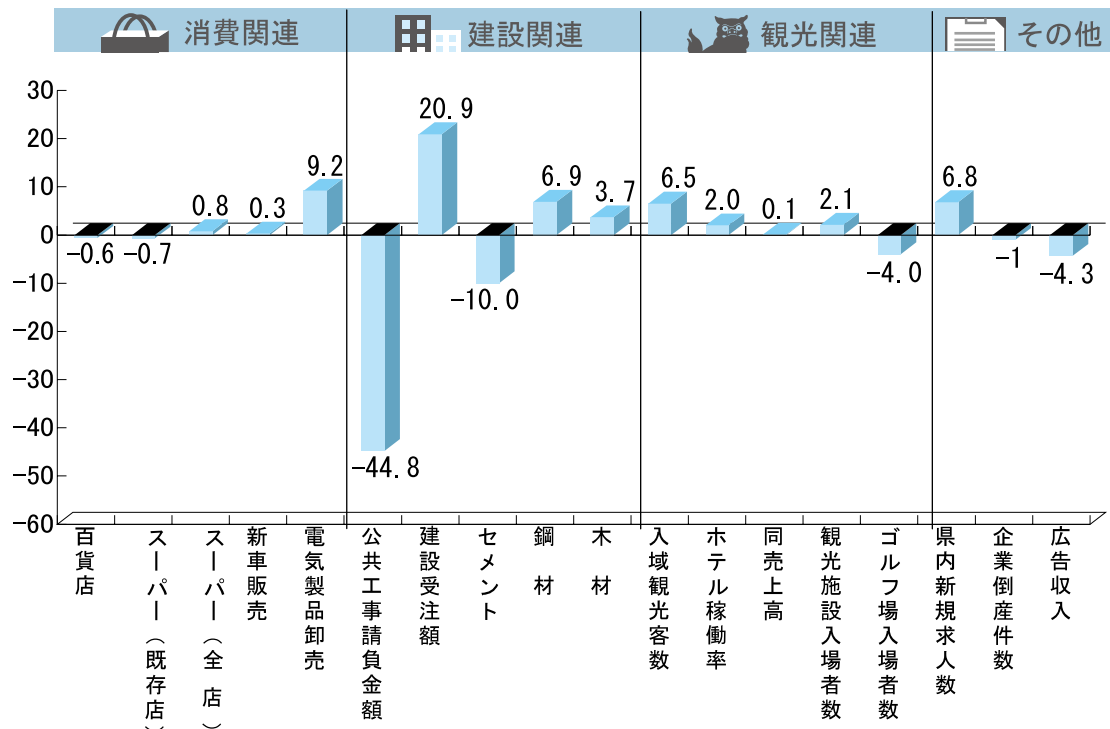
その他

項目別グラフ 単月 2019.2



(注) 広告収入は19年1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。Pは速報値。

項目別グラフ 3カ月 2018.12~2019.2



(注) 広告収入は18年11月~19年1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3カ月の累計件数の前年差。Pは速報値。

消費関連

建設関連

観光関連

その他

消費関連

消費関連

建設関連

観光関連

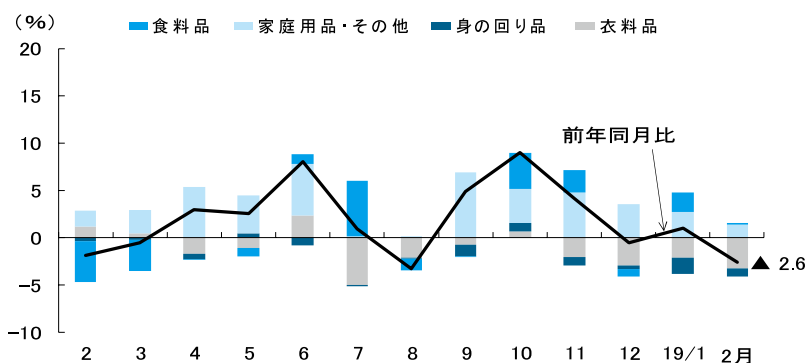
その他

① 百貨店売上高 (前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

2カ月ぶりに減少

- 百貨店売上高は、前年同月比2.6%減と2カ月ぶりに前年を下回った。食料品はお歳暮ギフト解体セールを開催(前年は1月)したことなどから増加し、家庭用品・その他は改装効果で化粧品が引き続き好調なことなどから増加した。身の回り品は売り場縮小の影響などから減少し、衣料品は気温が高く推移した影響で冬物が鈍かったことや春物の伸び悩みなどから減少した。
- 品目別にみると、食料品(同0.4%増)、家庭用品・その他(同4.0%増)は増加し、衣料品(同10.2%減)、身の回り品(同12.1%減)は減少した。

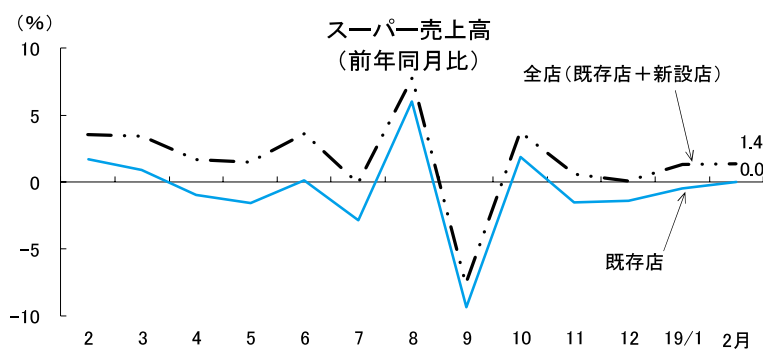


(注)2014年9月より調査先百貨店が一部変更となった。
出所:りゅうぎん総合研究所

② スーパー売上高(前年同月比)

全店ベースは5カ月連続で増加

- スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月と同水準となった。
- 食料品は、旧十六日祭関連需要はあったものの(前年は3月)、気温が高く推移した影響で鍋物商材が鈍かったことなどから同0.5%減となった。衣料品は、冬物処分セールの効果などから同0.1%増となった。住居関連は、化粧品や医薬品の増加などから同1.9%増となった。
- 全店ベースでは、同1.4%増と5カ月連続で前年を上回った。



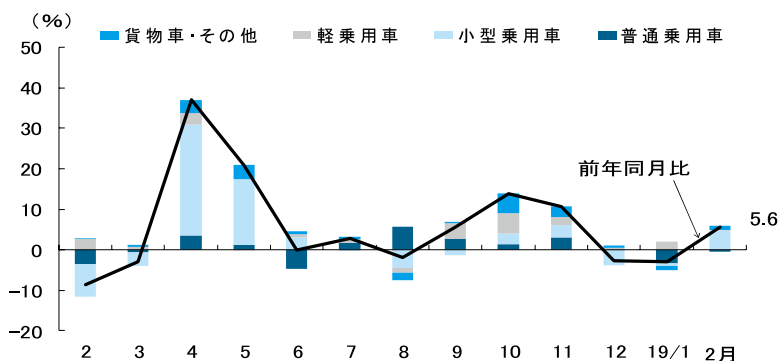
出所:りゅうぎん総合研究所

③ 新車販売台数 (前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

3カ月ぶりに増加

- 新車販売台数は4,457台となり、前年同月比5.6%増と3カ月ぶりに前年を上回った。小型乗用車はレンタカーが増加したことから、軽乗用車は自家用車の堅調な推移が続いていることなどから、前年を上回った。貨物車・その他は、軽貨物車の増加などから前年を上回った。
- 普通自動車(登録車)は2,108台(同8.9%増)で、うち普通乗用車は617台(同2.7%減)、小型乗用車は1,249台(同19.3%増)であった。軽自動車(届出車)は2,349台(同2.8%増)で、うち軽乗用車1,925台(同0.1%増)であった。



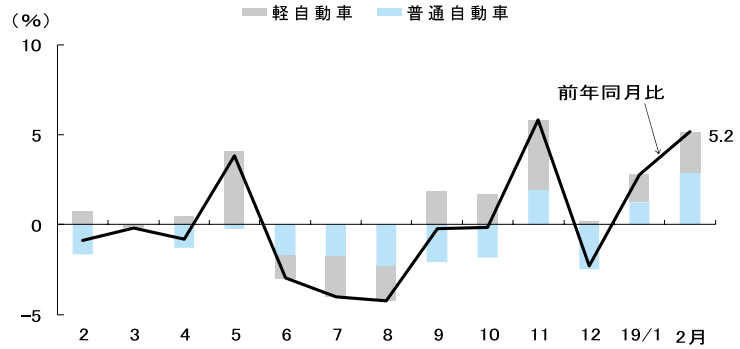
出所:沖縄県自動車販売協会

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

2カ月連続で増加

- ・中古自動車販売台数（普通自動車及び軽自動車の合計、登録ベース）は1万8,885台で前年同月比5.2%増と、2カ月連続で前年を上回った。
- ・内訳では、普通自動車は7,182台（同7.7%増）、軽自動車は1万1,703台（同3.7%増）となった。



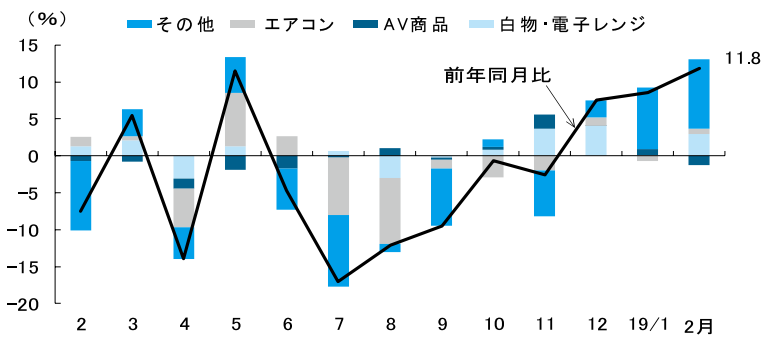
出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

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

3カ月連続で増加

- ・電気製品卸売販売額は、テレビは減少したものの、洗濯機や冷蔵庫、その他の給湯器などが増加したことから、前年同月比11.8%増と3カ月連続で前年を上回った。
- ・品目別にみると、AV商品ではBDレコーダーが同14.3%減、テレビが同11.9%減、白物では洗濯機が同22.3%増、冷蔵庫が同14.8%増、エアコンが同5.1%増、その他は同16.5%増となった。



消費
関
連

建
設
関
連

観
光
関
連

そ
の
他

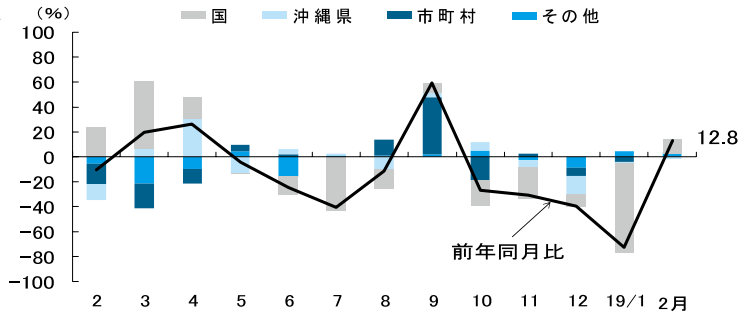
建設関連

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

5カ月ぶりに増加

- ・公共工事請負金額は、278億3,300万円で、県は減少したが、国、市町村、独立行政法人等・その他は増加したことから、前年同月比12.8%増となり、5カ月ぶりに前年を上回った。
- ・発注者別では、国(同16.9%増)、市町村(同0.4%増)、独立行政法人等・その他(同40.1%増)は増加し、県(同11.4%減)は減少した。



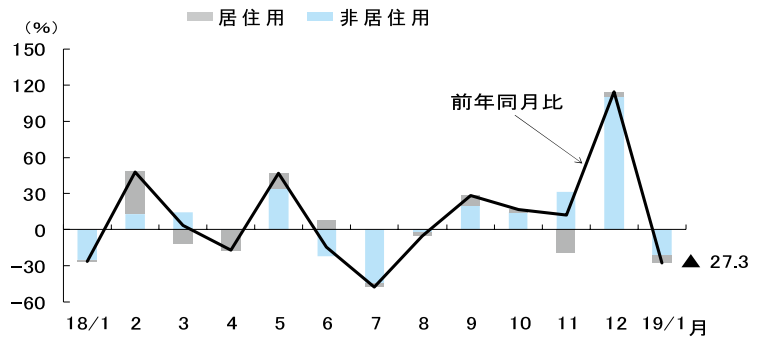
出所:西日本建設業保証株式会社沖縄支店

② 建築着工床面積 (前年同月比)

※棒グラフは用途別寄与度

5カ月ぶりに減少

- ・建築着工床面積(1月)は12万1,972㎡となり、居住用、非居住用ともに減少したことから、前年同月比27.3%減と5カ月ぶりに前年を下回った。用途別では、居住用は同10.7%減、非居住用は同45.9%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、居住専用は減少し、居住専用準住宅、居住産業併用は増加した。非居住用では、運輸業用などが増加し、飲食店・宿泊業用や製造業用などが減少した。



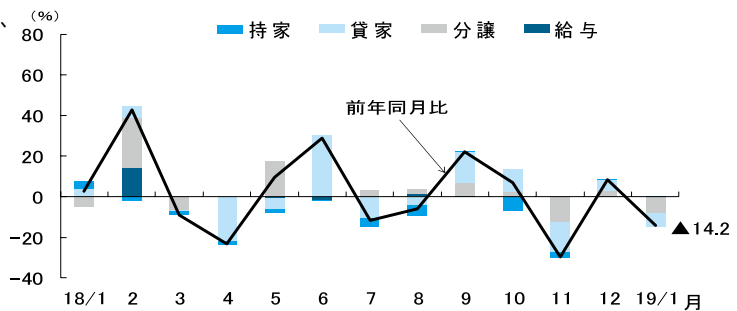
出所:国土交通省

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

2カ月ぶりに減少

- ・新設住宅着工戸数(1月)は1,070戸となり、持家は増加したが、貸家、給与、分譲は減少したことから、前年同月比14.2%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・利用関係別では、持家(227戸)が同1.8%増と増加し、貸家(689戸)が同10.6%減、給与(1戸)が同66.7%減、分譲(153戸)が同38.8%減と減少した。



出所:国土交通省 ※給与は、社宅や宿舎などのこと。

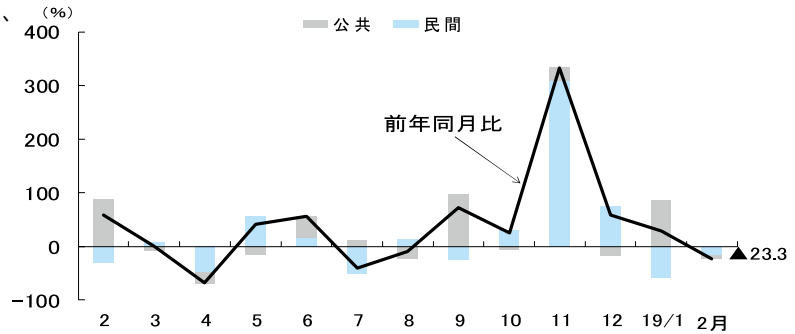
消費関連
建設関連
観光関連
その他

④ 建設受注額 (前年同月比)

※棒グラフは発注者別寄与度

6カ月ぶりに減少

- ・建設受注額(調査先建設会社:18社)は、公共工事、民間工事ともに減少したことから、前年同月比23.3%減と6カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事(同9.5%減)は2カ月ぶりに減少し、民間工事(同57.4%減)は2カ月連続で減少した。

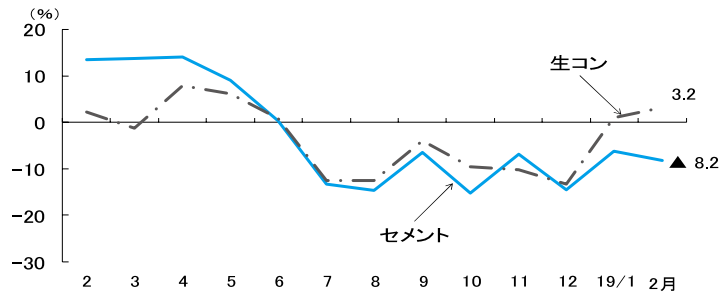


出所:りゅうぎん総合研究所

⑤ セメント・生コン(前年同月比)

セメントは8カ月連続で減少、生コンは2カ月連続で増加

- ・セメント出荷量は8万1,030トンとなり、前年同月比8.2%減と8カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量は14万6,807m³で同3.2%増となり、公共工事向けは減少したが、民間工事向けは増加したことから2カ月連続で前年を上回った。
- ・生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、公共施設向けや学校関連向けなどが増加し、公営住宅向けなどが減少した。民間工事では、医療関連向けや宿泊施設向けなどが増加し、貸家向けや戸建住宅向けなどが減少した。

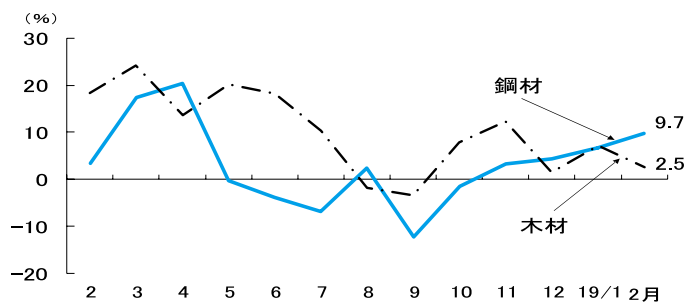


出所:りゅうぎん総合研究所

⑥ 鋼材・木材 (前年同月比)

鋼材は4カ月連続で増加、木材は5カ月連続で増加

- ・鋼材売上高は、民間工事着工の増加や大型工事などによる出荷増などから前年同月比9.7%増と4カ月連続で前年を上回った。
- ・木材売上高は、住宅関連工事向けや足場材の出荷増などから同2.5%増と5カ月連続で前年を上回った。



出所:りゅうぎん総合研究所

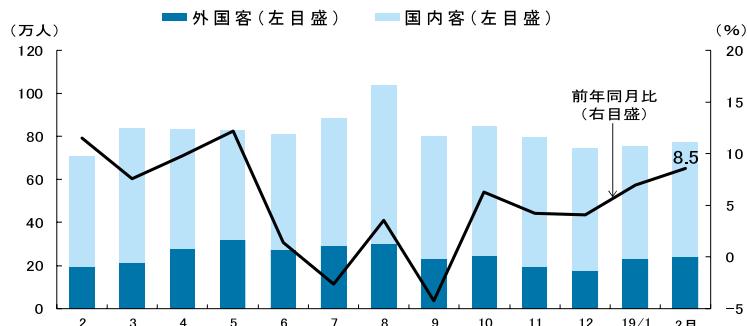


観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

2月の過去最高を更新

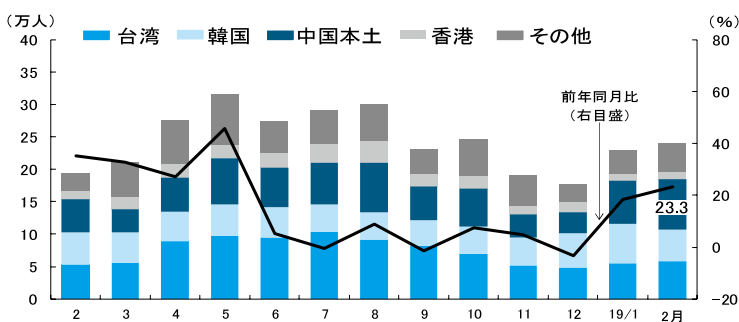
- ・入域観光客数は、77万2,200人(前年同月比8.5%増)となり、5カ月連続で前年を上回った。
- ・路線別では、空路は66万5,600人(同2.2%増)となり5カ月連続で前年を上回った。海路は10万6,600人(同78.0%増)となり2カ月連続で前年を上回った。
- ・国内客は、53万2,100人(同3.0%増)となり、5カ月連続で前年を上回った。



② 入域観光客数【外国客】(実数、前年同月比)

2カ月連続で前年を上回る

- ・入域観光客数(外国客)は、24万100人(前年同月比23.3%増)となり、2カ月連続で前年を上回った。空路は13万8,800人(同1.6%増)と73カ月連続で前年を上回り、海路は10万1,300人(同74.1%増)と2カ月連続で前年を上回った。
- ・国籍別では、中国本土7万7,200人(同49.9%増)、台湾5万8,700人(同10.3%増)、韓国4万8,900人(同0.8%減)、香港1万900人(同19.9%減)、その他4万4,400人(同63.2%増)となった。

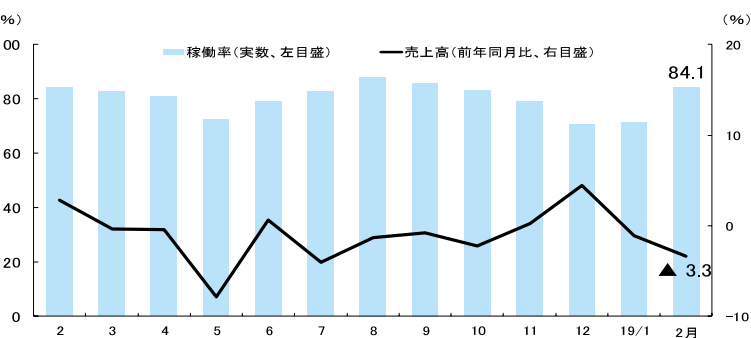


出所:沖縄県観光政策課

③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

稼働率は3カ月ぶりに低下、売上高は2カ月連続で減少

- ・主要ホテルは、客室稼働率は84.1%となり、前年同月比0.2%ポイント低下し3カ月ぶりに前年を下回った。売上高は同3.3%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・那覇市内ホテルは、客室稼働率は89.9%と同0.8%ポイント上昇し5カ月連続で前年を上回り、売上高は同2.3%減と6カ月ぶりに前年を下回った。リゾート型ホテルは、客室稼働率は80.9%と同0.8%ポイント低下して3カ月ぶりに前年を下回り、売上高は同3.9%減と2カ月連続で前年を下回った。



出所:りゅうぎん総合研究所

消費関連

建設関連

観光関連

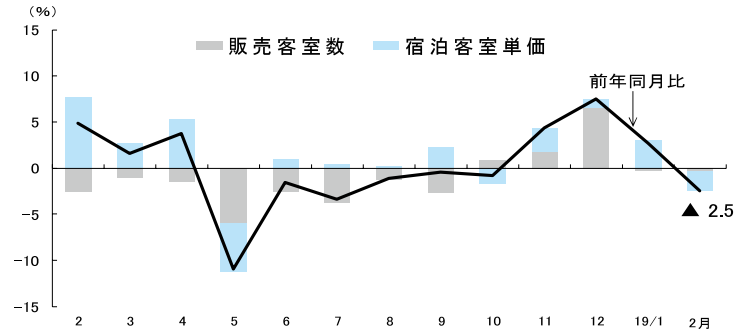
その他

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

4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）、宿泊客室単価（価格要因）ともに低下し、前年同月比2.5%減と4カ月ぶりに前年を下回った。
- ・那覇市内ホテルは、販売客室数、宿泊客室単価ともに上昇し、同1.0%増と6カ月連続で前年を上回った。リゾート型ホテルは、販売客室数、宿泊客室単価ともに低下し、同4.3%減と4カ月ぶりに前年を下回った。

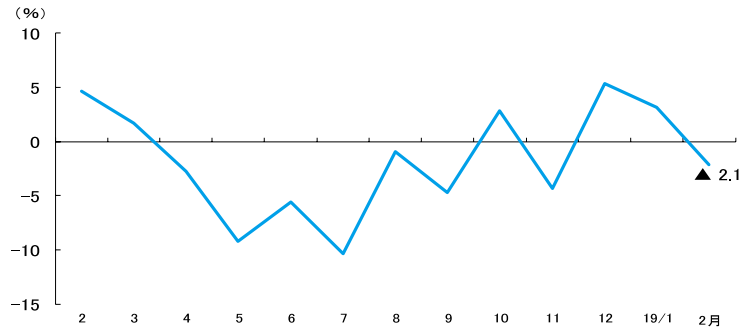


出所：りゅうぎん総合研究所

⑤ 主要観光施設の入場者数（前年同月比）

3カ月ぶりに減少

- ・主要観光施設の入場者数は、前年同月比2.1%減となり、3カ月ぶりに前年を下回った。

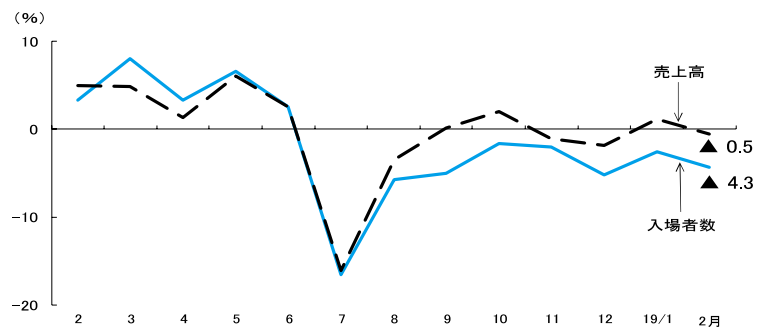


出所：りゅうぎん総合研究所

⑥ 主要ゴルフ場入場者数・売上高（前年同月比）

入場者数、売上高ともに減少

- ・主要ゴルフ場の入場者数は、前年同月比4.3%減と8カ月連続で前年を下回った。県内客は8カ月連続で前年を下回り、県外客は4カ月連続で前年を下回った。
- ・売上高は同0.5%減と2カ月ぶりに前年を下回った。



出所：りゅうぎん総合研究所 (注)調査先は8施設(うち県外客については6施設)からなる。

消費
関連

建設
関連

観光
関連

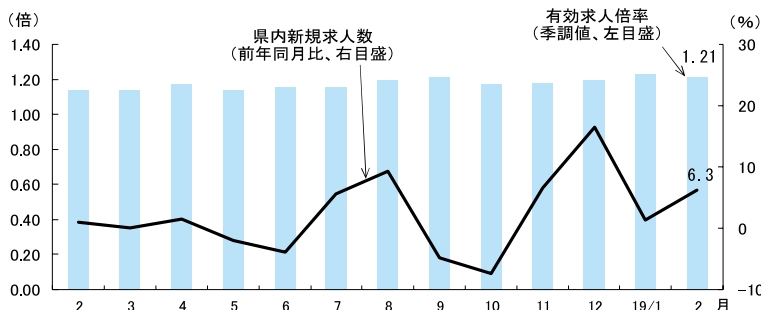
その他

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6.3%増となり4カ月連続で前年を上回った。産業別にみると、宿泊業・飲食サービス業、運輸業・郵便業などで増加し、学術研究、専門・技術サービス業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.21倍と、前月より0.02ポイント低下した。
- ・労働力人口は、75万2,000人で同2.6%増となり、就業者数は、73万5,000人で同4.6%増となった。完全失業者数は1万6,000人で同48.4%減となり、完全失業率(季調値)は2.0%と、前月より0.8%ポイント改善した。



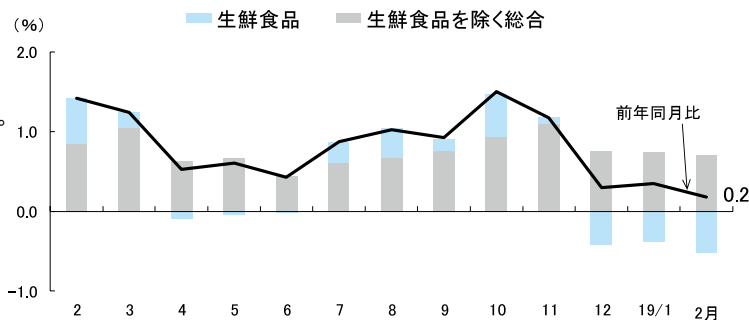
出所：沖縄労働局
(注)有効求人倍率は、2018年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

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

29カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数は、前年同月比0.2%増と29カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同0.7%増と前年を上回った。
- ・品目別の動きをみると、光熱・水道や教養娯楽などは上昇し、食料等は下落した。

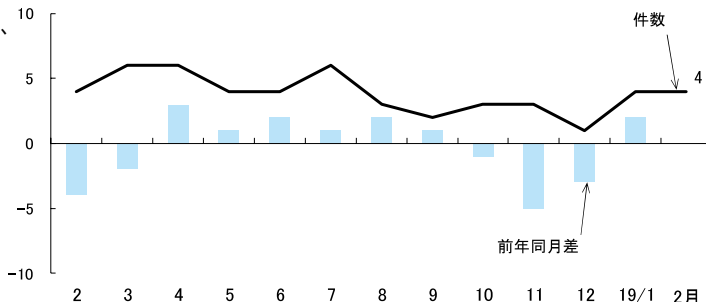


出所：沖縄県(注1)端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。
(注2)2016年7月より2015年=100に改定された。

③ 企業倒産

件数は同数、負債総額は増加

- ・倒産件数は、4件で前年同月と同数だった。業種別では、建設業2件(同2件増)、卸売業1件(同1件増)、サービス業1件(同1件減)となった。
- ・負債総額は、7億800万円となり、前年同月比93.4%増となった。



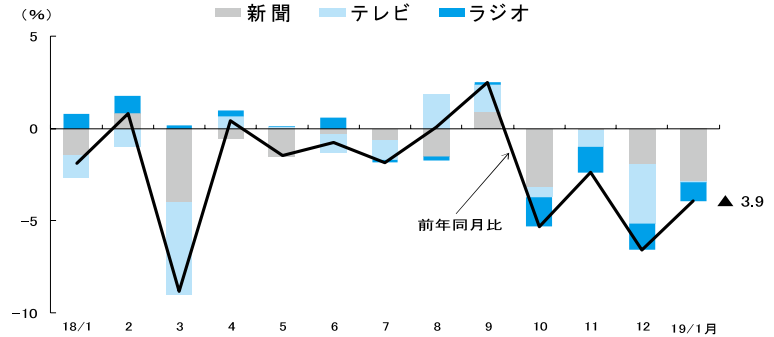
出所：東京商工リサーチ沖縄支店
(注)負債総額1,000万円以上

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

4カ月連続で減少

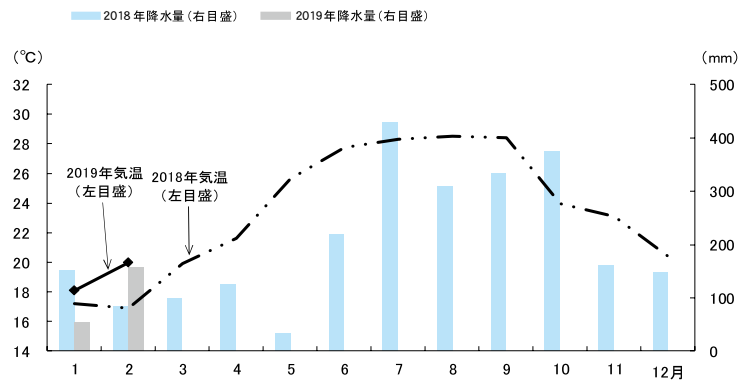
・広告収入(マスコミ:1月)は、前年同月比3.9%減となり、4カ月連続で前年を下回った。



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20.0℃となり、平年(17.1℃)、前年同月(16.9℃)より高かった。降水量は156.5mmで前年同月(119.7mm)より多かった。
- ・前線や気圧の谷などの影響で曇りや雨の日が多かった。平均気温は、全ての地点で平年を大幅に上回り、地域平均平年差は2.8℃とかなり高く、統計を開始した1946年以来、2月としては最も高い値を更新した。平年より、平均気温はかなり高く、降水量は少なく、日照時間は平年並みだった。



出所:沖縄気象台

消費関連

建設関連

観光関連

その他



株式会社の議決権

保有集中化し安定経営

琉球銀行本店営業部企業融資課 上席調査役
貝志 孝一郎

株式会社には取締役会や監査役会などの機関が設けられており、その中でも株主総会は最も重要な意思決定機関です。株主総会では議決権（株式）の保有割合によって、一定の権利が行使できます。例えば、議決権を3%以上保有していれば、取締役・監査役の解任請求権が与えられ、50%超を保有していれば、取締役・監査役の選任決議などを行うことができます。

安定した会社経営を行うには、現行の経営方針を支持する人々に議決権（株式）を持ってもらうことが望ましいといえます。それを実現する方法の一つとして株式保有の集中化があります。

株式保有が分散していると、次のような経営上のリスクが発生すると考えられます。第一に意思決定が困難になるリスクです。経営者に敵対する人や無関係の第三者などの影響によって経営方針の決定や役員選任が遅れたり、困難になったりします。第二は経営権を買収されるリスクです。買収相手の考え次第では、経営方針の転換によって現経営陣による事業継続が出来なくなることがあります。第三は経営者が訴訟されるリスクです。意見の対立する株主によって株主代表訴訟を起こされる可能性が高まります。

株式保有の集中化の方法は、オーナー企業においては子息が後継者となる場合、生前贈与や遺言が有効と考えられます。ほかに会社による自社株買い取り、経営陣による自社株買い取り、従業員による自社株買い取りなどの方法があります。



ZEB (ゼロエネルギービル)

再エネ活用 消費ゼロへ

琉球銀行 総務部調査役
安藤 晋

ZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビルディング）とは、建物の消費エネルギーを大幅に削減するとともに、「創エネ」も加えながら年間のエネルギー収支「ゼロ」を目指す建物のことです。経済産業省は、2030年までに新築建物全体でZEBを実現するという目標を掲げました。「創エネ」とは、太陽光や風力などの再生エネルギーを利用した発電です。

ZEBは、ゼロエネルギーに向けた達成状況に応じて3段階に区分されており、年間のエネルギー収支を50%以下まで削減している状態をZEB Ready(ゼブレディ)、25%以下をNearly ZEB(ニアリーゼブ)、0%をZEB(ゼブ)と定義しています。

県内では現在、ZEB Readyの建物はありますが、Nearly ZEBに達した建物はまだありません。当行は来る3月25日に建て替え開業する本部町の本部支店において、県内初となるNearly ZEBを取得しました。具体的な取り組みとして、輻射式冷暖房システムおよび全熱交換器を導入することによって空調負荷を低減し、LED照明や人感センサーなどを用いることで消費エネルギーを削減しています。加えて太陽光発電設備(20kW)を導入することによって、建物全体のエネルギー消費量を抑えています。

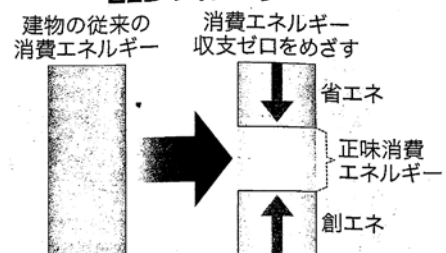
このように当行は、率先して環境問題に取り組んでいます。ぜひ県内初のNearly ZEBを実現した本部支店へ見学にお越しください。

議決権保有割合と行使可能な権利の一例

議決権保有割合	主な権利
3%以上 ※	取締役・監査役の解任請求権など
2分の1(50%)超	取締役・監査役の選任決議など
3分の2(66.7%)以上	定款変更、営業譲渡、解散など重要事項に関する決議

※6カ月以上の保有が条件

ZEBのイメージ





成年後見制度

財産管理 早めの準備を

琉球銀行 事務統括部調査役
 砂川 成美

総務省によると、日本は2060年には人口が約3割減少し、高齢化率が約40%まで高まるとみられています。

高齢化の進展にともなって、認知症高齢者の数も増加すると予想されています。判断能力が減退すると財産管理が困難になり、大切な資産を守れないケースが増えることも想定されます。

これに対応するものとして最近注目されているのが、成年後見制度の活用です。同制度は、判断能力が不十分な場合、周囲の方が後見人になって支援する制度です。ただ、この制度の利用開始にあたっては4カ月程度の時間を要するため、制度利用前の急な入院費用や施設入所費用の支払い、さらに同居家族の生活費を工面することなどが困難な場合があります。

こうした状況に対応するため当行では、速やかに成年後見制度利用の手続きを進めることを前提に、必要書類等を確認のうえで本人以外の来店者へ預金の払い出しを行うことも可能としています。具体的には、本人の入院費や施設入所費用等を支払うケースでは、請求書等に記載の金額範囲内が払い出し可能となります。また同居家族の生活費等のケースでは、原則として1回限り50万円以内の払い出しを可能としています。

成年後見制度は高齢化の進展で関心が高まり、今後も利用が増加すると思われます。まずは成年後見制度を正しく知ることも、トラブルを防ぐための第一歩です。市町村の地域包括支援センターなどに相談することもお勧めします。



働き方改革関連法

～魅力ある職場をつくる～

琉球銀行人事部調査役
 比嘉 梨絵

働き方改革は、女性やシニア層の労働制約を解消して活躍を促進する一面があり、労働力不足解消や生産性改善の手段として「一億総活躍社会」の実現に向けた最大のチャレンジといわれています。

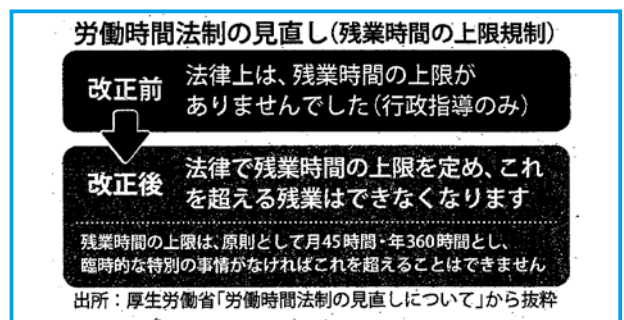
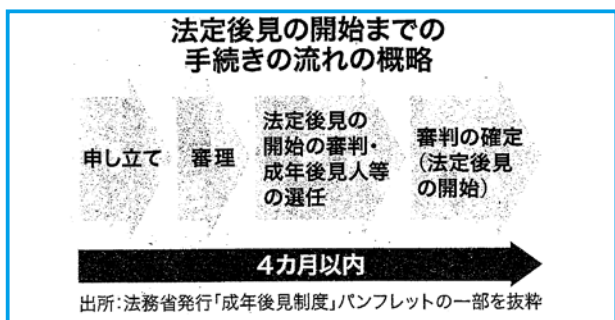
2019年4月1日から働き方改革関連法が順次施行されます。同関連法のポイントは「労働時間法制の見直し」と「雇用形態に関わらない公正な待遇の確保」とされています。

まず「労働時間法制の見直し」では、働き過ぎを防ぎながら多様で柔軟な働き方の実現を目的としています。①残業時間の上限を法律で定める②勤務終了から翌日の出社までの間に一定時間以上の間隔（インターバル）を確保する③年次有給休暇の年5日取得を義務化する一ことなどを組み込んでいます。

「雇用形態に関わらない公正な待遇の確保」では、正規雇用者と非正規雇用者との不合理な待遇差をなくし、どのような働き方を選択しても納得して働き続けられることを目的としています。これは「同一労働同一賃金」への対応としても注目されています。

働き方改革の実現には、こうした見直しとあわせて生産性向上への取組みが必要となります。管理職の意識改革、業務プロセスの見直しのほか、行政機関、支援機関、金融機関が有する支援策を活用することも有効です。

働き方改革は魅力ある職場づくりにつながる有効な手段です。法改正の対応とあわせて、できるところから取り組むことが大事といえるでしょう。





不正のトライアングル

「性弱説」念頭に対策を

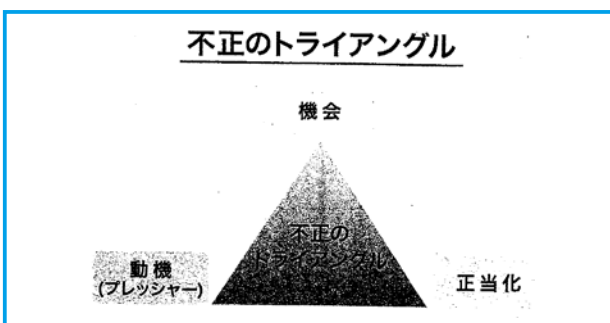
琉球銀行監査部 上席調査役
宮城 靖

米国の犯罪学者である D.R. クレッシーが、実際の横領犯罪者を調査して導き出した「不正のトライアングル」という理論があります。

この理論では、不正行為は「動機」「機会」「正当化」という3つの不正リスクが全てそろった時に発生するといえます。「動機」とは不正を行う際の心理的なきっかけです。例えば、他人に相談できない経済的な問題を抱えている場合です。「機会」とは、不正行為の実行が容易な環境が存在することです。例えば重要な事務を1人で担当し、第三者のチェックが入らない環境です。「正当化」とは、良心の呵責を封じる都合のよい解釈や他人への責任転嫁などです。例えば、会社が自分を評価しないから悪いという理屈です。上記3つの条件が一つでも欠けると不正は起こらないとされています。

不正リスクに対して、企業は一般に次のように対応しています。①動機の防止…過度なプレッシャーやノルマを与えない。職場のコミュニケーションを良好にする②機会の防止…常に人またはモニターで監視されている状況をつくる。長期休暇の取得③正当化の防止…社内ルールを周知し正しい価値観、倫理観を醸成する。処分内容を周知する。

「人間は弱く追いつめられると不正を犯してしまう可能性がある」という性弱説を念頭に、不正の機会を減らす仕組みと人を思いやる相互関係の構築が重要です。これが不正のトライアングルを崩すことにつながると考えられます。





経理部門の基本有用情報
太陽グラントソントン
今月の経理情報 2019年3月

今回のテーマ

法人税等電子申告の義務化とその他電子申告等

2017年に国税庁から「税務行政の将来像」が公表され、「納税者の利便性の向上」と「課税・徴収の効率化・高度化」を柱に申告手続等のデジタル化が進められています。

法人税等電子申告の義務化

項目	内容
対象法人	事業年度開始の時の資本金の額又は出資金の額が1億円を超える法人 相互会社、投資法人及び特定目的会社
対象税目	法人税及び地方法人税、消費税及び地方消費税、法人住民税及び法人事業税
対象手続	確定申告書、中間（予定、仮決算）申告書、修正申告書、還付申告書
対象書類	申告書及び添付書類のすべて ただし、e-Taxの使用が困難であると認められる場合は例外的に書面提出も可能
適用開始時期	2020年4月1日以後開始する事業年度
手続	義務化対象事業年度開始の日から1ヵ月以内に所轄税務署長に届出書の提出が必要

その他電子申告等

法人税等電子申告は、資本金1億円超の法人等に義務化されますが、この他電子化が可能な申告、届出等および納税はつぎのとおりです。

区分	項目	内容
申告	地方税	償却資産税、事業所税
届出・申請等	法人税（地方税）	設立届出書、青色申告の承認申請書、欠損金の繰戻し還付請求書、異動届出書、申告書の提出期限の延長の承認申請書など
	消費税	課税事業者選択届出書、簡易課税制度選択届出書など
	法定調書	配当、剰余金の分配、金銭の分配及び基金利息の支払調書、給与所得の源泉徴収票等の法定調書合計表、源泉徴収票、支払調書、給与支払報告書など
帳簿等	帳簿書類	一定の保存要件等を満たす場合には、所轄税務署長等の承認を受けることにより、国税関係帳簿書類を電磁的記録として保存することが可能
	電子取引	一定の保存要件等を満たす場合には、税務署長等の承認を受けることなく、電子取引データを電磁的記録として保存することが可能
納税	ダイレクト納付	事前に税務署へ届出等をしておくことで、e-Taxで電子申告等または納付情報登録をした後、届出をした預貯金口座からの振替により、即時または期日を指定して納付する方法
	インターネットバンキング等	登録方式（e-Taxに事前に納付情報を登録）と入力方式（納付指図時に納付情報を入力）のいずれかにより、インターネットバンキングやモバイルバンキングにより納付する方法

お見逃しなく！

- ・2020年4月以降、資本金1億円超の法人等が書面申告をした場合、申告書は無効となり無申告加算税の対象となります。
- ・一定の要件を満たす場合には、クレジットカード納付、コンビニ納付による納税も認められます。

りゅうぎん Visa デビットカードなら



今日の
申込みで
すぐ
使える!



単体型 デビットカードのみ



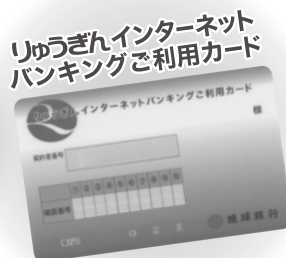
一体型 デビットカード+キャッシュカード



対象の
りゅうぎんVisaデビットカード

当日発行対象のカードはデザインが
決められております。予めご了承ください。

**これも
今日から**



●【即時発行の条件】個人のお客様で、窓口にてご本人確認が可能な顔写真付き書類（運転免許証、個人番号カードなど）のご提出が必要となります。※ Visaデビットカードにつきましては、新規発行のみ。再発行・切替は、今秋以降を予定しています。●りゅうぎんVisaデビットカード【ご利用対象者】契約時の年齢が満15歳以上（中学生を除く）の個人のお客様で、当行に普通預金の口座をお持ちであること。【年会費】500円（税別）※初年度無料

沖 縄

3.1 国土交通省は、民間資金を活用し、官民連携によって国際クルーズ拠点の形成を図る、「官民連携による国際クルーズ拠点」を形成する港湾に、下関港および那覇港を追加で選定した。これまで全国7港(本部港、平良港含む)が選定され、岸壁整備が進められている。

3.18 那覇空港旅客ターミナルの国内線と国際の両ビルを結ぶ際内連結ターミナル施設が開業した。国内線と国際線のチェックインカウンターが3階に集約され、これまで貨物ターミナルから発着していたPeach、Vanilla Airの2社が新たに旅客ターミナルから発着する。

3.19 国土交通省発表の19年地価公示(19年1月1日時点)によると、県内の平均変動率は住宅地が前年比8.5%上昇、商業地が同10.3%上昇、工業地が同17.8%上昇となった。一方全国は、住宅地が同0.6%上昇、商業地が同2.8%上昇、工業地が同1.3%上昇となった。

3.27 県文化観光スポーツ部によると、18年の観光消費額(速報値)は、6,947億円(前年比4.3%増)だった。1人当たりの観光消費額単価(速報値)は、国内客が7万6,613円(同5.4%増)で、外国人空路客(那覇空港)が9万492円だった。

3.29 星野リゾート・リート投資法人は、㈱ユニマットプレシャスが所有する「ホテルニラカナイ西表島」を36億5,000万円で取得したことを発表した。同ホテルの経営法人であった㈱八重山ホテル&リゾートの株式を取得し、100%子会社とした。

3.30 宮古島市伊良部の下地島に「みやこ下地島空港ターミナル」が開業した。施設の敷地面積は3万2,586㎡、延床面積は1万2,027㎡。格安航空会社であるジェットスター・ジャパンの成田-下地島路線や関西-下地島路線、香港エクスプレスの香港-下地島路線の就航が決定している。

全国・海外

3.18 文部科学省と厚生労働省がまとめた18年度大学等卒業予定者の就職内定状況調査によると、19年2月1日現在の大学生の就職内定率は91.9%(前年同期比0.7ポイント上昇)となり、調査開始以降同時期で過去最高となった。

3.19 ㈱東京商工リサーチによると、18年のガソリンスタンド倒産は35件(前年比25.0%増)と、5年ぶりに前年を上回った。負債総額は、63億8,100万円(同53.2%増)となった。倒産の原因別では、「販売不振」が24件(同26.3%増)と全体の68.5%を占めた。

3.21 ㈱セブン-イレブン・ジャパンは、全国の直営店10店舗において、営業時間を短縮した深夜営業短縮の実証実験を開始した。営業時間は店舗別に①7時~23時②6時~24時③5時~翌1時の3種類で実施。

3.26 ㈱東京商工リサーチによると、18年の負債1,000万円未満の企業倒産は521件(前年比6.5%増)となり、3年連続で前年を上回った。産業別では、サービス業他が241件(構成比46.2%)と半数近くを占め、原因別では、「販売不振」が357件(同68.5%)と多かった。

3.29 観光庁によると、18年の訪日外国人旅行消費額は過去最高の4兆5,189億円と、12年以降7年連続で増加した。また、訪日外国人1人当たり旅行支出は15万3,029円となった。国籍・地域別にみると、オーストラリアが最も高く(24万2,041円)、次いでスペイン、中国の順となった。

3.29 経済産業省の18年の工場立地動向調査(速報)によると、製造業等の工場立地件数は1,123件(前年比8.5%増)で、過去5年間で最大の件数となる一方、工場立地面積は1,293ha(同12.9%減)となった。立地件数が最も多い自治体は愛知県(77件)で、立地面積が最も大きかったのは茨城県(147ha)だった。

沖縄県内の主要経済指標

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	中古自動車 販売台数	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
2016	2.7	3.4	4.4	0.7	2.5	4.2	333,988	3.9	2,103	3.2
2017	2.7	1.5	2.1	▲ 1.5	2.1	2.8	351,069	5.1	2,249	7.0
2018	1.9	▲ 0.6	1.7	▲ 4.5	5.9	▲ 0.7	346,669	▲ 1.3	2,293	1.9
2018 1	▲ 0.8	0.6	2.5	▲ 9.1	10.8	▲ 2.2	54,569	87.2	168	▲ 26.6
2	▲ 1.9	1.7	3.5	▲ 7.5	▲ 8.6	▲ 0.9	24,674	▲ 10.3	164	47.9
3	▲ 0.6	0.9	3.5	5.5	▲ 2.8	▲ 0.2	54,532	19.7	138	3.5
4	3.0	▲ 1.0	1.7	▲ 13.9	36.9	▲ 0.8	22,513	26.3	128	▲ 17.2
5	2.6	▲ 1.6	1.5	11.5	20.8	3.8	16,134	▲ 4.5	151	46.8
6	8.0	0.1	3.6	▲ 4.7	▲ 0.1	▲ 3.0	25,324	▲ 24.9	189	▲ 14.5
7	0.9	▲ 2.9	▲ 0.1	▲ 17.0	2.8	▲ 4.0	26,729	▲ 40.6	235	▲ 47.5
8	▲ 3.3	6.0	7.8	▲ 12.0	▲ 1.9	▲ 4.2	36,794	▲ 11.5	183	▲ 5.2
9	4.9	▲ 9.3	▲ 7.7	▲ 9.5	5.6	▲ 0.2	37,192	59.2	197	28.6
10	9.0	1.9	3.7	▲ 0.7	13.9	▲ 0.2	20,558	▲ 26.8	179	17.0
11	4.1	▲ 1.5	0.5	▲ 2.6	10.7	5.8	16,031	▲ 30.7	208	12.1
12	▲ 0.5	▲ 1.4	0.1	7.5	▲ 2.8	▲ 2.3	11,613	▲ 39.7	352	114.2
2019 1	1.0	▲ 0.5	1.3	8.5	▲ 2.9	2.8	14,944	▲ 72.6	122	▲ 27.3
2	▲ 2.6	0.0	1.4	11.8	5.6	5.2	27,833	12.8	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ				自販協	中古 自販協	西日本建設業保証 沖縄支店		国土交通省	

注) 百貨店売上高は、2014年9月より調査先が一部変更となった。

注) 新車販売台数の出所は沖縄県自動車販売協会、中古自動車販売台数は沖縄県中古自動車販売協会。

暦年	新設住宅着工戸数		建設 受注額	セメント 出荷数量	生コン 出荷数量	鋼材 売上高	木材 売上高	観光施設 入場者数	ゴルフ場 入場者数	広告 収入
	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比
2016	16,201	0.4	7.5	▲ 7.6	▲ 14.2	▲ 12.6	▲ 6.6	2.6	▲ 2.9	0.3
2017	16,591	2.4	▲ 8.0	11.3	9.5	26.4	0.3	3.6	3.2	0.1
2018	16,803	1.3	10.6	▲ 1.8	▲ 4.2	2.7	10.6	P▲ 2.2	▲ 1.0	▲ 2.3
2018 1	1,247	2.6	5.1	11.2	2.6	10.6	8.5	▲ 2.6	▲ 1.3	▲ 1.9
2	1,609	43.0	58.5	13.4	2.3	3.3	18.4	4.6	3.3	0.8
3	1,253	▲ 8.9	▲ 0.2	13.7	▲ 1.2	17.4	24.2	1.7	8.0	▲ 8.8
4	1,171	▲ 23.4	▲ 68.7	14.1	7.9	20.4	13.6	▲ 2.7	4.3	0.4
5	1,148	9.5	41.6	9.0	6.2	▲ 0.3	20.2	▲ 9.2	8.5	▲ 1.5
6	1,730	28.8	56.3	0.3	0.9	▲ 3.8	18.2	▲ 5.5	2.5	▲ 0.8
7	1,690	▲ 11.7	▲ 40.8	▲ 13.3	▲ 12.5	▲ 6.8	10.4	▲ 10.3	▲ 16.6	▲ 1.8
8	1,341	▲ 5.9	▲ 9.5	▲ 14.6	▲ 12.5	2.3	▲ 1.8	▲ 0.9	▲ 5.8	0.1
9	1,482	22.2	72.2	▲ 6.5	▲ 3.9	▲ 12.3	▲ 3.4	▲ 4.7	▲ 5.0	2.5
10	1,486	6.8	25.1	▲ 15.2	▲ 9.6	▲ 1.5	7.8	2.8	▲ 1.6	▲ 5.3
11	1,139	▲ 29.7	333.9	▲ 6.9	▲ 10.2	3.2	12.3	▲ 4.3	▲ 2.0	▲ 2.4
12	1,507	8.3	58.1	▲ 14.6	▲ 13.4	4.3	1.5	5.4	▲ 5.2	▲ 6.6
2019 1	1,070	▲ 14.2	28.4	▲ 6.2	1.1	6.7	7.2	3.1	▲ 2.6	▲ 3.9
2	-	-	▲ 23.3	▲ 8.2	3.2	9.7	2.5	▲ 2.1	▲ 4.3	-

注) 建設受注額は、2018年2月より調査先を19社から18社とした。

暦年	入域観光客数		入域観光客数のうち外国客		ホテル稼働率(実数)		ホテル売上高(前年比)		鉱工業生産指数(季調値)	
	千人	前年比	千人	前年比	市内	リゾート	市内	リゾート	2010年=100	前年比
2016	8,613.1	11.0	2,082.1	38.7	82.2	80.3	3.6	3.8	95.5	▲ 5.2
2017	9,396.2	9.1	2,542.2	22.1	81.3	80.1	▲ 0.9	0.9	99.9	4.6
2018	9,842.4	4.7	2,903.8	14.2	80.7	79.4	0.6	▲ 1.8	96.7	▲ 3.2
2018 1	704.3	7.9	194.4	32.1	73.2	68.2	▲ 4.1	▲ 1.1	91.1	▲ 5.7
2	711.4	11.5	194.8	35.2	89.1	81.7	6.3	0.9	91.1	0.7
3	837.4	7.6	210.3	32.8	83.3	82.6	▲ 0.1	▲ 0.4	107.2	▲ 7.5
4	833.2	9.7	276.8	27.2	78.8	81.9	▲ 3.9	0.9	98.8	▲ 9.0
5	830.9	12.2	316.3	45.9	71.3	72.8	▲ 6.1	▲ 8.5	97.8	10.0
6	809.7	1.4	275.1	5.2	78.1	79.5	0.9	0.5	102.0	2.7
7	884.1	▲ 2.6	290.8	▲ 0.6	80.6	84.1	▲ 0.8	▲ 4.9	89.3	▲ 4.3
8	1,037.9	3.5	300.0	8.8	85.9	89.5	▲ 2.2	▲ 1.1	103.1	▲ 0.1
9	801.5	▲ 4.3	230.5	▲ 1.3	87.3	85.0	4.0	▲ 2.5	95.1	▲ 7.2
10	849.3	6.3	246.5	7.5	80.5	84.7	2.6	▲ 4.1	93.5	▲ 8.2
11	795.2	4.2	191.1	4.8	85.3	75.7	4.7	▲ 2.0	92.3	4.4
12	747.5	4.0	177.2	▲ 3.2	76.1	67.4	4.1	4.7	90.7	▲ 8.0
2019 1	753.5	7.0	229.8	18.2	75.9	69.0	1.2	▲ 2.2	95.4	2.9
2	772.2	8.5	240.1	23.3	89.9	80.9	▲ 2.3	▲ 3.9	-	-
出所	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調べ				県企画部統計課	

注) ホテルは、2016年7月より調査先が26ホテルから25ホテルとなった。

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)	新規求人人数(県内)	通関輸出	通関輸入
	件	百万円	前年比	前年比	%	前年比	倍	前年比	百万円	百万円
2016	42	5,158	▲ 50.3	0.1	4.4	2.3	0.97	10.3	27,928	177,391
2017	51	6,223	20.6	0.5	3.7	1.8	1.11	6.6	32,347	194,709
2018	44	12,416	99.5	0.9	3.4	2.3	1.17	2.1	29,105	175,054
2018 1	2	620	339.7	1.4	3.5	0.4	1.15	7.3	1,303	24,007
2	4	366	▲ 51.8	1.4	4.0	1.4	1.14	1.0	1,207	9,707
3	6	576	▲ 67.4	1.2	3.2	4.8	1.14	0.0	1,367	12,222
4	6	1,467	1,028.5	0.5	3.0	4.6	1.17	1.5	1,890	7,658
5	4	347	▲ 11.3	0.6	3.9	1.7	1.14	▲ 2.0	1,461	15,708
6	4	1,317	1,781.4	0.4	3.2	0.4	1.16	▲ 3.9	1,687	9,788
7	6	5,697	1,605.7	0.9	2.8	0.6	1.16	5.5	1,103	15,803
8	3	941	499.4	1.0	3.5	2.9	1.20	9.3	1,481	13,756
9	2	414	2,487.5	0.9	3.9	1.6	1.21	▲ 4.8	1,316	11,697
10	3	605	97.1	1.5	3.8	1.6	1.17	▲ 7.4	1,864	22,440
11	3	56	▲ 93.4	1.2	3.1	4.0	1.18	6.6	1,336	12,945
12	1	10	▲ 99.2	0.3	3.0	2.7	1.20	16.5	13,104	19,097
2019 1	4	560	▲ 9.7	0.4	2.8	4.5	1.23	1.4	982	23,937
2	4	708	93.4	0.2	2.0	4.6	1.21	6.3	7,567	7,412
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、2016年7月より2015年=100に改定された。

注) 失業率と有効求人倍率は、2018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。

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	%
2016FY	2,830	4,284	▲ 1,452	1.628	229	▲ 6.6	3,767	▲ 8.8	138	0.037
2017FY	2,344	3,916	▲ 1,728	1.559	211	▲ 7.9	3,677	▲ 2.4	82	0.022
2018FY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2018 1	120	577	▲ 457	1.556	18	▲ 1.4	309	3.5	0	0.001
2	171	288	▲ 117	1.552	16	▲ 10.8	286	1.2	0	0.000
3	188	367	▲ 179	1.531	16	▲ 17.1	275	▲ 18.8	0	0.000
4	267	248	▲ 19	1.538	16	▲ 1.8	332	16.2	7	0.022
5	168	484	▲ 316	1.526	20	▲ 3.7	370	▲ 0.0	0	0.000
6	208	275	▲ 67	1.520	16	▲ 18.1	262	▲ 21.0	0	0.001
7	206	321	▲ 114	1.517	19	▲ 5.2	374	17.1	3	0.008
8	226	402	▲ 176	1.515	18	▲ 3.0	334	▲ 6.2	0	0.000
9	150	322	▲ 172	1.515	14	▲ 8.9	259	1.7	6	0.024
10	188	395	▲ 206	1.515	19	▲ 0.9	324	▲ 1.9	1	0.001
11	189	343	▲ 154	1.514	16	▲ 2.8	277	▲ 6.3	1	0.004
12	452	123	▲ 329	1.506	15	▲ 6.2	252	▲ 4.1	6	0.024
2019 1	110	622	▲ 512	1.505	17	▲ 3.1	310	0.0	0	0.000
2	-	-	-	-	16	▲ 2.5	267	▲ 6.9	0	0.000
出所	日本銀行那覇支店				那覇手形交換所					

注) 銀行券増減は、端数調整により一致しない場合がある。

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 (信託勘定含む未残)		地銀3行融資量 (信託勘定含む未残)		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 (未残)		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
2016FY	45,634	0.6	34,673	4.9	46,088	3.1	8,199	1.8	1,201	▲ 6.8
2017FY	47,488	4.1	36,762	6.0	47,689	3.5	8,491	3.6	1,173	▲ 2.3
2018FY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2018 1	46,557	3.3	35,755	5.2	46,568	4.6	8,270	1.1	1,156	▲ 3.5
2	46,789	3.2	35,985	5.1	46,829	4.3	8,320	1.7	1,164	▲ 2.3
3	47,488	4.1	36,762	6.0	47,494	5.0	8,491	3.6	1,173	▲ 2.3
4	48,229	3.7	36,184	6.2	48,273	4.4	8,454	3.3	1,146	▲ 1.9
5	47,987	3.5	36,443	6.1	48,080	4.2	8,429	3.3	1,138	▲ 0.5
6	48,183	3.7	36,582	6.2	48,312	4.4	8,411	3.6	1,141	0.6
7	48,122	3.2	36,785	6.2	48,240	3.8	8,385	3.7	1,155	1.4
8	48,058	3.4	36,889	6.0	48,240	4.0	8,369	3.6	1,173	2.7
9	48,570	4.0	37,222	5.9	48,742	4.4	8,345	3.1	1,183	3.1
10	47,953	3.0	37,137	6.0	48,177	3.6	8,317	4.0	1,181	2.8
11	48,376	3.2	37,333	6.0	48,578	3.6	8,329	3.9	1,191	3.6
12	48,217	3.2	37,525	5.5	48,433	3.7	8,453	2.7	1,197	4.1
2019 1	47,709	2.5	37,605	5.2	-	-	8,465	2.4	1,192	3.1
2	47,964	2.5	37,838	5.2	-	-	8,465	1.7	-	-
出所	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) 県内金融機関の預金残高は、18年12月分より県内に所在する国内銀行(ゆうちょ銀行除く)の合計(未残)に変更になったため遡及改訂した。

なお、県内金融機関の預金残高は実質預金(総預金から小切手・手形を差し引いたもの)の集計値で、年度の残高は年度中の平残。

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!

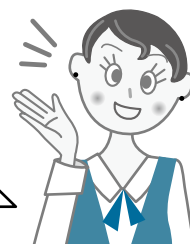
日頃お世話になっているお客様に対し、毎月のお取引内容をポイント化し、その合計ポイントに応じて手数料割引または金利優遇等の特典が受けられるサービスのことをいいます。

シルバーコース **50point**以上

ゴールドコース **100point**以上

エクセレントコース **200point**以上

ポイントサービスのお申込みがまだの方は、店頭のポイントサービス申込み用紙にご記入のうえ、窓口または郵便にてお申込み下さい。



※商品についての詳しいお問い合わせは、りゅうぎん窓口かフリーコールまで。



0120-19-8689

琉球銀行 ポイントサービス

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

検索

特集レポートバックナンバー

■平成29年

- 5月 (No.571) 経営トップに聞く 株式会社ナンポー
An Entrepreneur 農業生産法人安座間珈琲農園合同会社
特集1 沖縄県の主要経済指標
特集2 2016年度の沖縄県経済の動向
- 6月 (No.572) 経営トップに聞く 株式会社次郎工業
An Entrepreneur 株式会社EGL OKINAWA
- 7月 (No.573) 経営トップに聞く 生活協同組合コープおきなわ
An Entrepreneur イーストホームタウン沖縄株式会社
特集 沖縄県内における2017年プロ野球
春季キャンプの経済効果
- 8月 (No.574) 経営トップに聞く 医療法人六人会
An Entrepreneur レキオファーマ株式会社
特集 第32回NAHAマラソンの経済波及効果
- 9月 (No.575) 経営トップに聞く 株式会社学友館
An Entrepreneur フーランジェリーパティスリー いまいパン
- 10月 (No.576) 経営トップに聞く 興南施設管理株式会社
An Entrepreneur 株式会社フルステム
- 11月 (No.577) 経営トップに聞く 株式会社大和工業
An Entrepreneur 合同会社暮らしかたらほ
- 12月 (No.578) 経営トップに聞く オム・ファム株式会社
An Entrepreneur 株式会社クロックワーク

- 4月 (No.582) 経営トップに聞く 株式会社ナノシステムソリューションズ
An Entrepreneur 株式会社アクティブホビープロダクツ
- 5月 (No.583) 特集 2017年度の沖縄県経済の動向
- 6月 (No.584) 経営トップに聞く 株式会社沖縄ヤマハ
特別寄稿 沖縄県におけるインバウンド消費を取り巻く動向について
特集 沖縄県の主要経済指標
- 7月 (No.585) 経営トップに聞く 株式会社琉球住樂
An Entrepreneur 株式会社イメイド
- 8月 (No.586) 経営トップに聞く 株式会社沖縄ソフトウェアセンター
特集1 リーマンショック後の県内ホテル稼働状況
特集2 沖縄県内における2018年プロ野球
春季キャンプの経済効果
- 9月 (No.587) 経営トップに聞く 平安株式会社
特別寄稿 インバウンド消費と沖縄貨物ハブよりの輸出について
- 10月 (No.588) 経営トップに聞く 株式会社日進商会
An Entrepreneur 城紅型染工房
- 11月 (No.589) 経営トップに聞く 有限会社アグロオーガジャパン
An Entrepreneur 沖縄手エール株式会社
- 12月 (No.590) 経営トップに聞く 沖縄ガス株式会社

■平成30年

- 1月 (No.579) 経営トップに聞く サイアスホーム株式会社
An Entrepreneur 株式会社琉球テクノロジー
特集 沖縄県経済2017年の回顧と2018年の展望
- 2月 (No.580) 経営トップに聞く 北谷長老酒造工場株式会社
- 3月 (No.581) 経営トップに聞く 株式会社沖縄浄管センター
An Entrepreneur BENTY合同会社
特別寄稿 那覇空港ハブにおけるアジア諸国との貿易動向(2017年)

■平成31年

- 1月 (No.591) 経営トップに聞く マエダ電気工事株式会社
特集1 ハワイの観光と沖縄
特集2 沖縄県経済2018年の回顧と2019年の展望
- 2月 (No.592) 経営トップに聞く 福山グループ
- 3月 (No.593) 経営トップに聞く 照屋電気工事株式会社
An Entrepreneur 農業生産法人有限会社白川ファーム
特集 沖縄県内宿泊施設の需給動向

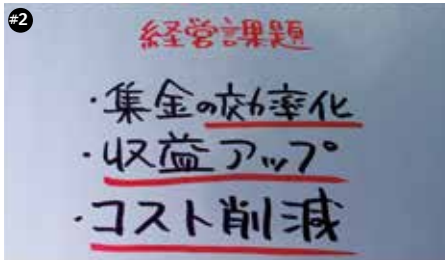
「飛び出せリウコムくん」篇 TVCM15"



とある大きな会議室
10名ほどの役員メンバーが
集まり頭を悩ませる



#1 40代から 60代役員たち: う〜ん・・・困ったなあ・・・



#2 この経営課題どうすべき・・・?



#3 バサバサバサ!!



#4 すべるリウコムくん
役員の前で
ピタッととまる



#5 リウコムくん登場

リウコム!

あえてアナログな仕掛けの手作り感たっぷりの
フリップでリウコムの IT を説明するリウコムくん



#6 そこはリウコムの IT でラクラク解決〜♪

ITではたらくをらくにする。



リウコム!



沖縄の IT 総合サービス企業



http://www.ryucom.co.jp

代表取締役社長 宜保 諭

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

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

りゅうぎん調査 No.594 平成31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