



経営トップ

株式会社ポイントピュール

～沖縄の海に優しい自然環境に配慮した製品作りを進める～

起業家訪問 An Entrepreneur

合資会社越来造船


特集1.

沖縄県内のオーバーツーリズムの現状および課題

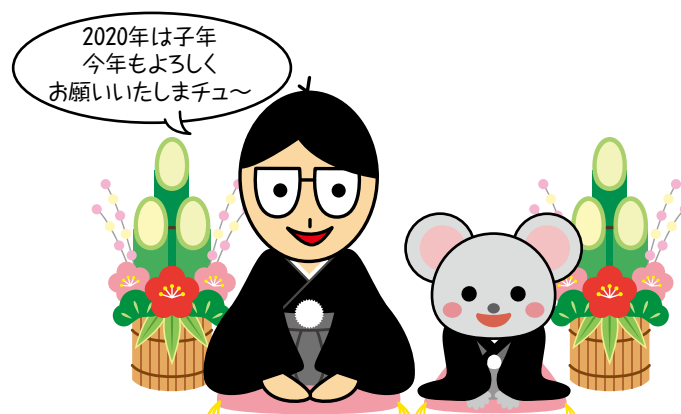
特集2.

沖縄県経済2019年の回顧と2020年の展望

RRI No.162



 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>新年のごあいさつ 01 株式会社琉球銀行 代表取締役頭取 <small>かわかみ やすし</small> 川上 康</p> |  |
| <p>経営トップに聞く 02 株式会社ポイントピュール ～沖縄の海に優しい自然環境に配慮した製品作りを進める～ 代表取締役社長 <small>おお みち あつし</small> 大 道 敦</p> | |
| <p>起業家訪問 An Entrepreneur 07 合資会社越来造船 ～沖縄の伝統文化である優れた木造船の建造技術を次の世代へ伝えたい～ 代表取締役 <small>こえ く はる き</small> 越来 治喜</p> |  |
| <p>新時代の教育研究を切り拓く 09 ～OISTで起業を目指すグリーンテクノロジーのスタートアップ、アクセル全開！～ 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 沖縄観光親善使節「ミス沖縄」の活動について 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー</p> | |
| <p>アジア便り 台湾 16 ～台日商務交流協進協会視察団ご一行が来沖～ レポーター: <small>さきやま ひろや</small> 崎山 寛弥(琉球銀行) 則和企業管理顧問有限公司へ赴任中</p> | |
| <p>りゅうぎんビジネスクラブ 19 ～「りゅうぎんビジネスクラブ」入会のご案内～</p> | |
| <p>行政情報122 21 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120 26</p> | |
| <p>特集1 沖縄県内のオーバーツーリズムの現状および課題 28</p> | |
| <p>特集2 沖縄県経済2019年の回顧と2020年の展望 60</p> | |
| <p>沖縄県の景気動向 (2019年11月) 70 ～建設、観光関連は概ね好調だが、消費関連が消費増税前の駆け込み需要の 反動で一時的に弱含み、県内景気は拡大の動きに2カ月連続で一服感がみられる～</p> | |
| <p>学びバンク 82 ・地下雨水貯留施設 ～石嶺の水害軽減に期待～ 琉球銀行石嶺支店長 宮城 靖(みやぎ やすし) ・金融検査マニュアル ～廃止後は「実質」を重視～ 琉球銀行リスク統括部調査役 上原 怜子(うえはら れいこ) ・株式市場の格言 ～信じるかはあなた次第～ 琉球銀行那覇ポート支店長 藤崎 義行(ふじさき よしゆき) ・ペルソナ ～詳細な情報で商品開発～ 琉球銀行法人営業部調査役 仲里 真一(なかざと しんいち) ・アパートローン ～長期的視点の計画必要～ 琉球銀行審査部融資企画課調査役 平良 芳樹(たいら よしき)</p> | |
| <p>経営情報 ビジネスメール詐欺の被害実態と対策 86 ～標的型メール攻撃やビジネスメール詐欺は近年増加傾向にあります～ 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12月 87</p> | |
| <p>県内の主要経済指標 88</p> | |
| <p>県内の金融統計 90</p> | |



新年のごあいさつ

株式会社 琉球銀行
代表取締役頭取 川上 康

謹んで新春のお慶びを申し上げます。旧年中はりゅうぎんグループに対しまして、格別のお引き立て、ご愛顧を賜り厚くお礼申し上げます。

昨年の国内経済は、長引く米中貿易摩擦の影響により、輸出関連企業を中心に企業収益が悪化しましたが、雇用環境の改善を背景とした人手不足対応型の設備投資と個人消費が底堅く推移したことから、一年を通してみれば緩やかな回復が続きました。

一方、沖縄県経済を振り返りますと、主要産業である観光関連にとっては試練の年となりました。日韓関係の悪化や大型台風による水害、さらには沖縄の歴史文化の象徴であり重要な観光施設である首里城の正殿火災により、入域観光客の伸びが減速いたしました。建設関連では、人手不足の中、観光客の伸びに対応したホテルや商業施設建設といった企業の旺盛な設備投資により、民間工事が引き続き好調に推移しました。雇用環境の改善も続いたことから個人消費は概ね好調に推移しましたが、消費増税後の10月以降には弱含む場面もみられました。

本年の沖縄県経済は、新滑走路の供用開始により那覇空港の供給能力が大幅に高まるものの、改善が見通せない日韓関係を背景に外国人観光客の伸びや消費増税後の消費停滞が国内客の伸びに影響を与えるとみられ、入域観光客の伸び悩みが顕在化するように思われます。また、不確実性の増す世界の政治状況が日本経済へ与える影響にも引き続き注視する必要があります。

りゅうぎん総合研究所は、恒例となりました

「プロ野球春季キャンプの経済効果」の発表に加え、「ハワイの観光と沖縄」、「沖縄県内宿泊施設の需給状況」、「欧・米・豪・露からの外国人観光客の誘致について」、「沖縄県内のレンタカー業界の動向について」といった、県内外から関心の高い観光関連の調査レポートを発表するなど、調査研究分野でも実績をあげてまいりました。また、りゅうぎん総合研究所が運営しております「BORベンチャーファンド」も、2018年3月の設立以来7企業に出資するなど、地域の活性化にも関わってまいりました。これからも、りゅうぎんグループは「ONE TEAM」としてグループ総合力を発揮し、地域の皆さまから支持をいただける企業グループを目指し取り組んでまいります。また、沖縄県のシンボルで県民の心のよりどころでもある首里城の1日も早い復元に向け、支援を継続してまいります。

さて、琉球銀行では現在「新中期経営計画」の策定に取り組んでおります。2017年よりスタートした中期経営計画「Customer Centric 2017～顧客本位のビジネスモデルの実現～」にて取り組んでまいりました各施策をより深化させるとともに、お客様のニーズを把握し、最適な商品・サービスをご提案できますよう、職員個々の能力を向上させる人材育成プログラムに一層取り組んでまいります。

今年の十二支である「子」には「繁栄」という格言がございます。この新しい年が皆様にとりまして、様々な繁栄をもたらし、幸多き素晴らしい年となりますよう心より祈念申し上げます。



経営
トップに聞く

沖縄の海に優しい
自然環境に配慮した
製品作りを進める。



株式会社 ポイントピュール
大道 敦 代表取締役社長

株式会社ポイントピュールは久米島に拠点を置き、OEM 事業を中心に美容化粧品の製造事業を展開する会社である。久米島の海洋深層水を活用し独自の商品を研究、開発しており、国内やアジアを中心とした海外でも高い評価を受けている。今回は、久米島町にある本社事務所をお訪ねし、メイン事業である OEM 事業、ここ数年力をいれているオリジナルブランドの商品作りを中心に、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 新垣 貴史

御社の設立経緯についてお聞かせください。

もともと私が理容師、妻が美容師の資格を持ち美容院を経営していましたが、2000年に久米島の海洋深層水研究所が開設されるとの報道を見て、美容化粧品事業にチャレンジしたいと思い2001年に会社を設立しました。仕事柄、化粧品に対しては自分なりに理想や品質イメージを持っていたので、製品開発自体はわりとスムーズに進捗していきました。この海洋深層水との出会いには感謝していますし、当社、そして久米島の宝のような大事な資源だなと実感しています。

OEM 事業の取り組みについて教えてください。

OEM 事業（相手先ブランドで販売される製品）ということもあり具体的な企業名等はお話できませんが現在、契約している先は大小含めて常時 80 社程度の会社と OEM 契約があります。OEM とはいっても製造元は「沖縄県久米島町」となっているので、ご利用頂いている方へは久米島の宣伝にはなっているのではないかなと思っています。

海外展開について教えてください。

海外の化粧品メーカーなどとのコラボレー



経済産業省より「地域未来認定企業」に選出



経済産業省より「がんばる中小企業300選」に選出



第7回ものづくり日本大賞「優秀賞」を受賞



ハラル認証

ションも増えています。台湾、韓国などの企業からのオファーがあります。彼らは「メイドイン・ジャパン」の商品が欲しいと考えています。

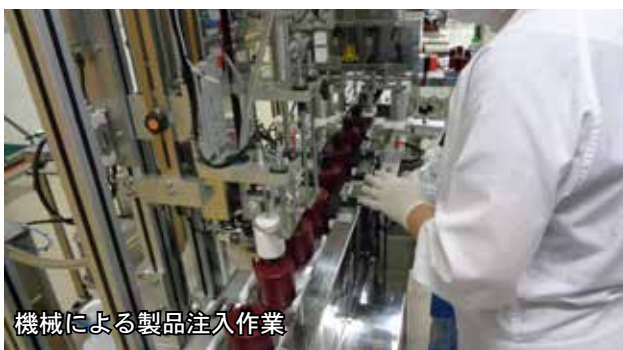
実際の製造元は、東京だろうが、沖縄本島だろうが、久米島だろうが海外に持っていけばメイドイン・ジャパンになるわけで、それだけでアジアの地域では大きなブランドになっています。さらに海洋深層水という「良い水」を使っているので評価が高くなります。一部の食品分野などでは、メイドイン・ジャパンは厳しいとの声も聞きますが、化粧品の分野ではメイドイン・ジャパンは強いです。また今度、台湾の某大手企業とOEMで連携することになっており、製造ラインの一部増床や機械化を積極的に進めています。

御社が行っている地域貢献活動はございますか。

当社の一番の強みは久米島の海洋深層水を活用した唯一無二の製品作りであり、いろいろな形で久米島への地域貢献を行っていきたいと考えています。雇用についても、その一つで、久米島高校の卒業生をはじめとした久米島町の若い方を採用したいのですが、久米島町では高校

を卒業すると9割超の学生が島を離れて沖縄本島に進学もしくは就職します。人によっては中学を卒業した時点で本島の高校に進学する子供もいるほどです。

実態としては、なかなか就職先がないため仕方のない部分もあるのですが、ここ三十年、島の人口はずっと減少傾向です。せっかく海洋深層水という貴重な資源があるにも関わらず雇用の面では十分に活用できていないことが非常にもったいない。できれば、久米島高校に海洋深層水を勉強・研究するような学科を創設して、さらに大学でも勉強を続けてもらい、将来は島に戻り海洋深層水研究所や当社、深層水を活用した農林水産業などの会社に就職できるような仕組みができれば、とは考えています。島の人口減少に歯止めを掛けるためにも当社としては雇用の面で久米島に貢献できればという考えは常に持っています。会社設立当初は数名ほどの小規模スタートでしたが、今は45名まで増えてきており、今年も新卒で10名ほど採用する計画です。



御社の社是がございましたら教えてください。

当社の社是は 2018 年に制定しました。ご紹介すると、1. 常にお客様の立場に立って商品作り、2. 知恵と技術で高品質を実現し、3. 常に時代の変化に対応し、課題を解決し地域に貢献する、この3か条となっております。当社は製造業ですので、やはりお客様の立場に立った高品質な製品作りが一番大事です。あとは、時代の変化にきちんと対応できるスピード感覚を持つということも大事だと考えています。

また、これから当社の方針として環境保護(エコ)を意識した商品作りを強化していきたいと考えています。将来的には作る製品の原材料を海や環境に優しい素材で作っていききたいと考えています。また、製造する際に利用する電力についても海洋深層水(海洋温度差発電)や風力を活用したエコエネルギーを購入できないかということも検討しています。そういったクリーンな素材、エネルギーで作った商品を是非、発売していきたい。こういった、全てをエコ素材、エコエネルギーで商品を作ることができるのは中小企業だからこそチャレンジできるのではないのでしょうか。

ハラル化粧品などにも取り組んでいるようですが。

私たちのような美容業界は先手を打って展開していくことが大事です。2020年の東京オリンピックに向けて3年程前から中東やイスラム教徒のお客様向けのハラル化粧品に力を入れて研究・開発を進めていました。ただ今のところ想像していたよりは顧客の反応が薄い状態です。しかし、こういった商品の研究開発はすぐに芽が出ることは、ほとんどない。3年後かもしれないし5年後かもしれない、ただ、しっかり研究した成果やノウハウはいずれ何かの役に立つと思っています。

現在、一番力を入れている事業を教えてください。

当社はOEMを中心に事業を進めてきたので、BtoBの取引がメインです。那覇にある店舗も基本的にはプロの方向け、BtoBの形で商売してきました。しかし、今年の4月をめどに北谷のデポアイランドに個人向けの店舗を出そうと計画しています。この店舗はリゾート型店舗を意識した商品ラインナップで個人のお客様向けBtoCに販売を開始していく予定です。沖縄の店舗ならではの商品ラインナップを計画してお



製品の納品作業

オリジナルブランド
「琉スパ」シリーズ

オリジナルブランド「琉スパ リファイニング」シリーズ



久米島海洋深層水について

り現在、50 アイテム近くの商品を開発中です。特に当社が力を入れているのが環境に優しい商品です。シャンプー、トリートメント、日焼け止めです。調べてみて驚いたのですが今、ホテルなどで使っているシャンプーやトリートメントの原材料などは、環境に優しくない「洗剤」のようなシャンプーを使用していることが多いことにびっくりしています。特に観光客の皆さんは海で泳いだり、ダイビングをしたり県民の2倍近くはシャンプーやトリートメントを使用すると思いますので、その排水が環境へ悪影響を起ささないか気になるところです。そこで自然豊かな沖縄の海やサンゴを守るため、自然界できちんと分解される素材でシャンプーやトリートメントを開発したいと思いました。今はそのシャンプー等が最終的に自然界で、きちんと分解できるのか、最終テスト段階までできています。今でもある程度は浄化槽などを使って化学物質などは除去しているとは思いますが、やはり一部は海に流れてしまっている。そういったことを防ぐためにも、沖縄県民だけではなく、観光客の皆さんにも意識してもらいたいと考えています。また今、世界的にも話題になって

いる日焼け止め (UV) についてもサンゴに悪影響のない素材での商品化を目指し研究しているところです。この環境に優しい同社オリジナルの新商品を近日中には発表できると思うので是非、ご期待頂けたらと思っています。

営業展開などはどのように考えていますか。

昨年、東京営業所と京都営業所を新設しました。京都は営業所という位置づけですが、東京は営業と研究所を兼ねています。東京の研究所では、最新の美容に関する技術や情報収集を行うための拠点として設置しています。先ほどお話した、環境に優しいシャンプーやトリートメントについても、東京の研究所を通して情報を収集して原材料などを仕入れしました。20年近く研究を続けているスタッフを配置しているので非常に心強いです。

ヒト幹細胞培養液に関する研究もなさっているようですが。

このヒト幹細胞培養液については、某大学と研究は続けています。当社などの美容会社が欲しいのは再生医療などで行われている IPS 細胞

安心・安全な製品づくりのため
妥協はしない



2019年 社内忘年会

などで、細胞を培養した「培養液」が欲しいのです。これが、優れた美容液になる可能性がある。しかし「倫理」の面でこの研究は積極的な取組みはかなり難しいのが現実です。実際に誰の細胞を使って培養した細胞なのかということなどが大きな問題となります。一緒に研究で取り組む大学やバイオ研究企業についても、しっかりした組織でないと、後で大きな問題に巻き込まれるリスクがあります。この分野は中国を中心としたアジア地域でも需要は大きく伸びていくものと予想されますが、当社としては慎重に研究を進めていきたいと考えています。

社員教育・人材育成、について教えてください。

当社では人材育成は会社の成長の源泉だと考えており、非常に力を入れています。県外から美容化粧品関連の研究者を講師に招いて月に1度は社内で勉強会を実施しています。また、私が台湾や香港などアジアへの出張の際には営業職員などを同行させ、その地域のデパートと一緒に訪問するなど、実際にアジアのマーケットがどのような雰囲気なのかを肌で感じてもらうようにしています。

企業概要

商号：株式会社ポイントピュール
本社所在地：沖縄県久米島町字真謝 486-12
連絡先：098-896-8701
098-896-8702 (FAX)
URL：http://www.pointpyuru.co.jp
設立：2001年3月9日（平成13年）
役員：代表取締役 大道 敦
専務取締役 大道りつ子
従業員数：45人（2019年11月末）
事業内容：化粧品 OEM 製品製造
石鹸、クレンジング、基礎化粧品
水溶性ジェル、クレンジング
エッセンスクリーム、ヘアケア
製品

事業承継については今、息子が工場長を務めており2019年4月に彼を中心に国際規格「ISO9001」を取得しました。また娘も東京で美容関係の仕事をしていたのですが、去年沖縄に戻ってきてくれました。今は那覇の店舗の責任者として頑張っており、事業を承継してくれる2代目の育成にも力を入れています。

最後に

創業して約20年経過しましたが、私自身はやっとスタートラインに立ったかな、というような感覚です。沖縄の自然素材を活かした製品のアイディアは尽きません。久米島の海洋深層水を活用したものづくりを含めて、まだまだ可能性を秘めていると考えています。今後は今の本社の建物では手狭になりつつもあり、第二製造ライン建設も検討しているところです。今後とも久米島の発展、沖縄の発展に貢献できるような企業に成長できるよう頑張っていきます。引き続きよろしく申し上げます。

合資会社 越来造船

沖縄の伝統文化である優れた木造船の建造技術を次の世代へ伝えたい。



越来 治喜 代表

事業概要

- 代表者 越来 治喜
- 設立 2001年4月26日
- 事業内容 マーランなど木造船建造
- 住所 沖縄県うるま市与那城平安座 417-5
- T e l 098-977-7421
- U R L <http://goekuzousen.ti-da.net>
- 社員 4人

代々続く船大工職人

越来家は100年続く代々の船大工一家で（初代）越来五郎、（二代目）越来文治、そして、現代表の越来治喜氏は三代目となる。

「今では宮大工や伝統工芸品など職人というのは社会的にも認知され、技術者としての地位的や認知も広がっているが、当時は船大工というのは技術者としての社会的な認知は低かったため、祖父や父は悔しい思いだったのではないかな」と治喜氏は思いを馳せる。

「私にとって木造船建造も仕事も大事だが、沖縄には優れた木造船の製造技術があったことを次の世代に語り継ぐことも大事な仕事だと感じている」と語った。

マーラン船の歴史

マーラン船とは琉球王朝時代から伝わる真っ赤な帆が特徴的な木造船で一般的には10メートル、さらに大きいものだと30メートルにもなる。

また船の外観で船籍が分かるようになっており、目の模様で区別され、楕円白の黒目が那覇、真円白に黒目が与那原、真円白の正面より目が平安座となっている。

琉球王朝時代から戦前は、国頭村から那覇、与那原、平安座などの沖縄本島のほか、北は鹿児島湾（奄美諸島含む）から南は先島諸島まで貨物の輸送のために利用されていた。

北部地区や一般的には「山原船」と呼ばれていることが多いが、これはニックネームでマーラン船が正式名称という。

マーラン船は主に奄美諸島からは牛や馬、本島北部のヤンバル地域からは材木、沖縄市泡瀬から砂糖樽などを那覇や与那原に運ぶために活用され、その逆に那覇からは生活物資などを各地運び、沖縄の海上物流を支える重要な交通手段であった。

そもそも、このマーラン船は琉球王国が中国との貿易に使用した進貢船に強い影響を受けたのではないかとされており、その根拠として琉球王国が中国との貿易の拠点としていた福建省泉州市には馬艦（マーラン）と呼ばれる漁船や交易の船があり、進貢船や馬艦の構造はとてよく似ていると言われている。

本土復帰とともに船大工の減少

県内では本土復帰前まで、本島と周辺離島を結ぶ木造船が多数残っており、漁港や海岸で船大工が働く風景が良く見られていた。しかし、本土復帰を機に橋や道路整備が進むことで、徐々に渡し舟の役割は終えていき、その影響で、木造船の船大工職人も急激に減少していくこととなった。

現在、沖縄の船大工は10名以下となっており、そのほとんどがサバニを作る職人となっている。



真っ赤な帆が特徴のマーラン船



左から越来治喜氏、越来勇喜氏



船大工としては棟梁と弟子の間柄に



見えない部分に伝統技術が施されている

大型のマーラン船でも2人で造りあげる



伝統の技術を次の世代へ引き継ぐ



そんな中で、越来家では県内で唯一、マーラン船をはじめとした様々な木造船の製造を手掛けている。

特にマーラン船の建造技術伝承は途絶えてきており、今では越来家のみで造船できる貴重な技術となっている。この伝統文化を後世にまで引き継ぐため、うるま市教育委員会では越来治喜氏を2005年3月にうるま市の無形文化財(マーラン船の建造技術者)に指定した。

全国から木造船建造の依頼

木造船の造船技術は日本国内では、ほぼ途絶えてしまっており、越来造船には全国各地の博物館や公共施設等から木造船を復元して欲しいとの依頼がきている。

「全国的に木造船製造は時代と共に廃れてしまい、凶らずも越来造船は国内市場で独占企業みたいなもの、競争は相手がいない」という。

現在、越来造船が木造船の復元の際に利用している木材は九州宮崎県の日南市飢肥杉(おびすぎ)である。この飢肥杉は、油の含有量が多く、腐りにくいため船の材料に適しているという。

飢肥杉を調達する際は4代目である息子の勇喜さんと現地に赴き、山師と険しい山に登り造船に向いた木材を探しまわる。すぐに見つかることもあるが、何日も見つからないことも多く過酷な作業となる。この飢肥杉は「弁甲材」と呼ばれ日本国内では貴重な木材として扱われている。

受けつがれる技術

木造船の建造用に採寸された木材は、隙間を

なくす「摺(す)り合わせ」「木殺し」と言われる木材を密着させる技術によってつなぎ合わせられる。摺り合わせとは、板と板を合わせた際のわずかな隙間にのこぎりを引き、より密着させる技、また、木殺しとはつなぎ合わせた部分を叩いて板を圧縮させ、元に戻ろうとする木の反発する特性を活かして密着する技である。

また木造船を建造する際は一般的に火や湯を使い木材を曲げ加工するが、越来造船ではそういったものを一切使用せず木の性質の善し悪しを見ながら物理的な方法で曲げていく特殊な技を使っている。

また、伝統的な技術以外にも現代の造船工学を勇喜(四代目)に学ばせており今の時代に合った木造船を模索している。

今後について

越来治喜代表は職人歴四十年を超えるが、私自身、「職人としては、まだまだ修行中、父や祖父の造船技術はもっとレベルが高かった」と先代、先々代への尊敬の念が尽きないという。

「私が持っている父や祖父から受け継いだ伝統技術は息子の勇喜にしっかり伝えている」と治喜氏は力強く語る。

琉球王朝の繁栄を支え、明治から戦前にかけて沖縄の海上物流を支えたマーラン船の技術は少しずつではあるが着実に後世に引き継がれているようだ。(レポート 新垣 貴史)

※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～

OISTで起業を目指すグリーンテクノロジーの スタートアップ、アクセル全開！



OISTで起業を目指している、インド出身の起業家チーム、EF Polymer が、権威あるグリーンテクノロジーの大会であるクライメート・ローンチパッドの炭素技術部門で、チャンピオンに選ばれるという快挙を成し遂げました。

OISTのメンターから指導を受けたEF Polymerは、地域・国レベルで、史上最多となる2,601人の起業家の中から勝ち抜き、世界グランドファイナルに進みました。11月14日から15日の2日間に渡ってオランダのアムステルダムで開催されたファイナルでは、世界中から選ばれた最も有望で革新的なスタートアップ16社が、それぞれの環境技術のアイデアを発表しました。EF Polymerは炭素技術のテーマで優勝し、5,000ユーロの賞金を獲得しました。

「受賞は夢のようで現実とは思いませんでした。50カ国以上から多くのチームが参加し、どのチームも素晴らしいアイデアを持っていたので、信じられなかったのです」と、EF Polymer のCEO兼創設者であるナラヤン・ガルジャールさんは受賞の喜びを語っています。



EF Polymerがクライメート・ローンチパッド・アワードのグランドファイナルで「炭素技術賞」を受賞 提供：OIST

クライメート・ローンチパッド大会は、気候変動に関連する問題を解決するグリーンで持続可能なソリューションの開発を目指すスタートアップ企業を支援するという大胆な目標を掲げています。

本イベントでEF Polymerは、農業における水不足対策として「環境に優しい天然保水ポリマー」のアイデアのピッチを行いました。

天然の有機材料でできたこのポリマーは、高い保水性を持っています。地中で数週間かけてゆっくりと水を放出するため、灌漑用水を大幅に節水することができます。チームは有機性廃棄物をゲルに混ぜることで、他の高吸収性ポリマーに比べて安価で、かつ無害、100%生分解可能なポリマーを開発することに成功しました。さらに、このポリマーは分解後、作物の肥料としての役割も果たします。

「インドでは水不足が深刻な問題となっており、私たちの出身地であるラジャスタン州を含む11の州が干ばつの影響を受けています。このことがきっかけとなり、ナラヤンは水不足に効果的に対処できる製品の開発を目的としたスタートアップを立ち上げました」と、共同創設者でCOOのプーラン・ラジャプットさんは話します。



環境に優しいポリマーは、地中で大量の水分を保持。これにより作物の灌漑用水を大幅に節水することが可能。提供：OIST

EF Polymer はナラヤンさんの幼なじみと大学時代の友人5人からなるチームです。そのうちナラヤンさんとプーランさんは現在、OISTイノベーションスクエア (I²) スタートアップ・アクセラレーター・プログラムのメンバーとして活動しています。

「スタートアップ・アクセラレーター・プ

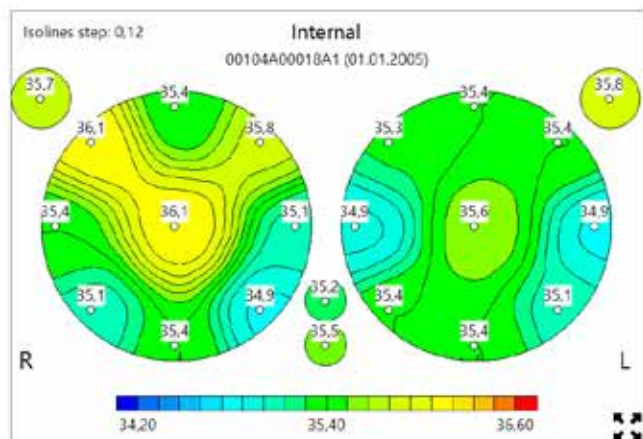
ログラムがなければ、この賞を獲得することはできなかったでしょう。OISTは私たちにピッチの経験を与えてくれ、全体的に指導や費用の支援などをしてくれました。心から感謝しています」とナラヤンさんはコメントしています。

I²スタートアップ・アクセラレータープログラムでの経験

OISTの I²スタートアップ・アクセラレーター・プログラムでは、2019年7月にインドのEF Polymerとロシアのレヴ・オヴチニコヴさんのプロジェクトが採択されました。両チームは一年間沖縄に居住し、OISTの技術開発イノベーションセンター (TDIC) で会社の設立を目指しています。

プログラム期間中、レヴさんは人体内部の温度を、生体を傷つけることなく非侵襲的に測定できる装置のプロトタイプの開発とマーケティングに取り組んでいます。放射温度計と呼ばれるこの装置は、個人の体内組織から放射されるマイクロ波放射を検出することができ、皮下7cmまでの温度測定が可能です。

この装置は、体内で腫瘍や脳卒中に関連する可能性がある体温のホットスポットを検知するなど、疾患の診断に応用可能です。



放射温度計 (左図のプロトタイプ) は、マイクロ波を利用して乳房 (右側のスキャン) など体の一部を走査し、体内の温度を測定する。提供：OIST

「数年前にロシアの教授と共同でプロトタイプの開発を始めましたが、残念ながら開発は中断してしまいました。OISTに来ることで、研究を完了し本装置を開発する二度目のチャンスを与えてもらいました」とレヴさんは話します。

レジデンシー・プログラムの一環で、両プロジェクトチームは資金援助とメンターからの指導を受け、OISTの最先端の研究開発施設を利用することができます。

「I²スタートアップ・アクセラレーター・プログラムは、重要なパートナーであり設立時のスポンサーでもある沖縄県のおかげで、起業家の方々に実に豊かでユニークな経験を提供することができます。研究資金だけでなく、スタートアップ立ち上げのための施設、設備、ネットワークなど、プロジェクト採択チームが必要とするすべてのリソースを提供することが可能なのです」と、OISTの技術開発イノベーションセンター（TDIC）のローレン・ハ准副学長は説明します。

「OISTは、関連する起業家や学術界の方々とネットワーク作りを手助けしてくれました。またOISTのおかげで、沖縄県や全国の市場に参入することが可能になりました」とレヴさんは語っています。

ハ准副学長は「OISTのキャンパスは珊瑚

礁の海に囲まれた亜熱帯雨林の中にあり、仕事をするには最高の場所です」と付け加えます。

これら二つのプロジェクトチームは、レジデンシー・プログラムが終了した後も沖縄での活動継続を希望しています。レヴさんは現在、県内の病院で臨床試験を実施する可能性を探っており、EF Polymerは沖縄で研究開発を続けるために国内の投資家とのネットワーク構築を進めています。

I²スタートアップ・アクセラレータープログラムへの申込み

OISTは毎年、世界中からやる気と才能のある起業家をI²スタートアップ・アクセラレータープログラムとして採択し、リソースやネットワーク、設備を活用して、ここ沖縄でのベンチャー立ち上げを支援しています。OISTは科学技術を通じてイノベーションを推進することで、沖縄の持続可能な経済発展への貢献を目指します

現在2020年のI²スタートアップ・アクセラレーター・プログラムへの申し込みを受付中です。

※詳細はOISTホームページを参照ください。



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。

沖縄観光親善使節「ミス沖縄」の活動について



1. はじめに

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローでは、「ミス沖縄選出事業」を通じて、1981年以來38回にわたり、毎年3名のミス沖縄を選出しております。毎年誕生するミス沖縄の3名は、国内外での親善交流を通して、本県のイメージアップを図るとともに沖縄観光の魅力を伝える役割を担っておりこれまでに100名以上のミス沖縄を輩出してまいりました。

の魅力を伝え、本県のイメージアップを図る重要な役割を担っております。



2. ミス沖縄の活動について

沖縄観光の顔として活動するミス沖縄は、国内外へ年間延べ約450日（2018年実績／3名合計）派遣され、国内外でのトップセールスから、観光関連催事における沖縄PRまで、様々な方へ沖縄

首相官邸でのかりゆしウェア贈呈式

「かりゆしウェアの日」に合わせて首相官邸にて行われる、かりゆしウェア贈呈式には、県知事に随員し県民の代表として、総理大臣を始めとする各大臣へかりゆしウェアを贈呈いたしました。



県外で開催されるイベント等での沖縄観光 PR (ツーリズム EXPO ジャパン 2019)

世界最大級の旅の祭典「ツーリズム EXPO ジャパン」会場で来場者に向けて本県観光の魅力を PR しました。

2020 年には沖縄県内での開催が予定されており、全世界から多くの方が訪れる予定です。



来県される観光客の皆様の満足度向上に向けた活動

本県を訪れる観光客の皆様をおもてなしの心でお迎えし、本県のイメージアップを図る事で沖縄観光の満足度向上に繋げるための取り組みを実施しています。



県内で開催される県民啓発イベント等での活動 (観光月間 PR イベント 2019)

沖縄県・OCVB が実施している沖縄観光振興に関する取り組みを県民の方にも広く理解いただくため、街頭 PR 活動を行いました。その他にも行政が実施する県民向けの周知活動にも参加し、県民に向けた情報発信を行っています。



3. ミス沖縄の活動を支える研修

ミス沖縄活動のベースとなるのは 100 時間ものデビュー前研修や、通算 400 時間をかけて実施する県内各地での研修です。

ミス沖縄選出大会で次期ミス沖縄となる 3 名が選出されてからデビューまでの間に、専修学校インターナショナルリゾートカレッジ様のご協力のもと、ミス沖縄デビュー前研修を実施しています。

デビュー前研修では、ミス沖縄として活動するにあたっての基礎的な教養、所作、振舞い、スピーチ等について学ぶことによって、今後一年間、沖縄観光の顔として活動していくための基礎的なスキルを習得します。



irc でのデビュー前研修の様子

ミス沖縄として活動をスタートした後は、公務と並行して、通算 400 時間もの研修を実施しています。

県内の各観光施設を視察し、それぞれの特色や取り組みをヒアリングし、県外での情報発信に役立てます。



沖縄美ら海水族館バックヤード視察

また、沖縄県内の各地域の魅力をお伝えできるよう、県内各離島での研修を実施し情報収集を行うことによって、県外で実施する誘客活動に生かしています。



宮古島研修の様子



石垣島研修の様子



壺屋焼やちむん制作体験

ミス沖縄の研修の実施にあたっては、県内の様々な企業、団体、観光関連事業社、観光施設の協力を得て、文化・歴史だけではなく、本県の魅力を広く PR するための実習を重ね造詣を深めています。

4. ミス沖縄 OG の活動について

OCVB では、ミス沖縄としての任期を終えたミス沖縄 OG による「人材育成研修」を実施しております。

これまでミス沖縄として培ってきた、所作やビジネスの心構え、文化や歴史等を、歴代ミス沖縄が講義し、県内若手の人材育成に貢献しています。



5. おわりに

当財団の自主事業として実施しているミス沖縄選出事業は、県内の多くの企業・団体様のご協賛やご協力をいただいて実施しております。この場をお借りして改めて感謝申し上げます。

ミス沖縄の活動を通じて、沖縄の魅力を国内・海外に届けることによって、本県のイメージアップを図り、ひいては県経済の発展に貢献してまいります。

【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
総務部 総務・経理課 黒島・幸喜

〒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:098-859-6124 E-MAIL:miss@ocvb.or.jp

私たちはミス沖縄を応援しています

【特別協賛】



【協賛】



【特別協力等】



【商品協賛】 沖縄ディーエフエス株式会社/YOKANG/合資会社山田宝石/株式会社JTB沖縄/近畿日本ツーリスト協定・旅館ホテル連盟沖縄連合会/日本旅行協定・旅館ホテル連盟沖縄支部連合会/東武トップツアーズ株式会社沖縄国内旅行センター/沖縄都市モノレール株式会社/オクマプライベートビーチ&リゾート/株式会社るりあん JOIA DE LEQUIO/瑞泉酒造株式会社/株式会社久米島の久米仙/沖縄県衣類縫製工業組合/株式会社日進商会/株式会社あざみ屋/株式会社マンガラス/CORALIA/株式会社ポイントビュール/RGC株式会社/表千家流尚風会/菅尾商工株式会社アウトドアショップNEOS/株式会社宮古島東急ホテル&リゾート/一般社団法人伝統組踊保存会/ (順不同)

【後援】 沖縄県/沖縄県市長会/沖縄県町村会/沖縄県商工会議所連合会/沖縄県商工会連合会/沖縄タイムス社/琉球新報社/NHK沖縄放送局/琉球放送株式会社/沖縄テレビ放送株式会社/琉球朝日放送株式会社/株式会社ラジオ沖縄/株式会社エフエム沖縄

TAIWAN

アジア便り 台湾 vol.138



レポーター
崎山 寛弥
(琉球銀行法人事業部)
則和企業管理顧問有限公司
(※弊行業務提携先 / 台湾現地コンサル
タント会社)へ赴任中

台日商務交流協進会視察団 ご一行が来沖

はじめに

皆様、あけましておめでとうございます。琉球銀行法人事業部より台湾の則和企業管理顧問有限公司へ赴任しております崎山寛弥です。令和フィーバーとなった昨年もあっという間に終わり、令和2年目に突入しましたが、皆様にとって昨年とはどのような1年になりましたか。

私自身は、台湾赴任が2年目に入り、お客様からのご相談も増え、またご来台いただく機会も多くなったことを含めまして、充実した1年を送ることができました。1社でも、1人でも多くのお客様へ台湾を好きになっていただき、また将来的なビジネス展開までサポートできるように精一杯頑張っておりますので、本年もどうぞよろしく願いいたします。

1. 台日商務交流協進会のご紹介

去る12月19日、台湾の経済団体である「台日商務交流協進会」の経済視察団ご一行が来沖されました。同会は1992年に台湾と日本のビジネス交流を促進し、長期的かつ安定した関係を築くことを目的に設立された経済団体です。

貿易、金融、機械金属等の業種を中心に現在は、法人91社・個人28人の会員が所属しており、双方のビジネス促進を図るべく2010年の日本商工会議所を皮切りに福井県、静岡県、大阪府、

京都府、佐賀県の各商工会議所(連合会含む)や、人的交流を通じた産学連携を目的とする早稲田大学とのMOU(連携に関する覚書)を締結しています。

沖縄においても、2016年7月に一般社団法人南西地域活性化センターおよび沖縄県工業連合会の2団体と同じくMOUを締結しており、毎年相互に視察団派遣やビジネスマッチング商談会、経済フォーラムの開催等を通してビジネス展開の拡大を目指しています。

当行としても、台湾にて同会が定例開催している会員企業との情報交換会に出席、台湾事業展開の取り組みについてプレゼンする機会を頂いたこと、先般の「台湾ビジネス視察ツアー(※詳細は本誌2019年11月号に掲載)」における沖縄県内企業様×台湾企業様の意見交換会を開催させていただくなど、友好的なお付き合いをさせていただいております。



台湾ビジネス視察ツアー時の意見交換会

2.「農業生産法人 株式会社仲善」へのご訪問

この度は同会の会員企業様9社・14名様に事務局の方々を加えた18名様をお迎えし、南城市佐敷の農業生産法人株式会社仲善様(以下、同社)を訪問致しました。

同社は、健康食品部門としてノニやウコンなどの健康食品の製造・販売および飲食部門として「カフェくるくま」を運営しています。「カフェくるくま」は、ご存じもしくは実際に訪れたことのある方も多いのではないのでしょうか。コテージ風の店内とウッドテラス、そしてその先に広がる太平洋の眺めは晴れの日の絶景スポットとなっています。また、同カフェはタイ国商務省より本格的なタイ料理店として「タイセレクト」なる認証を受けており、カレーを筆頭に本格的なタイ料理を食することができます。近年では外国人観光客の来客が右肩上がりであり、中でも台湾人のお客様が圧倒的に多いとのことで、実際に台日商務交流協進会視察団の方々の中にも、すでにご存じの方が複数いらっしゃいました。

訪問日当日は、まず視察団の皆様と同カフェにてカレーを中心としたおススメ料理をご賞味いただいた後、同社仲本社長・宮城営業部長より会社紹介および自社商品についてのプレゼンを行っていただきました。



仲善様の会社・商品説明に聞き入る台日商務交流協進会視察団一行

同社の設立経緯は、現在の代表取締役会長である仲本勝男氏が若いころに腎臓の病気を患った際、知り合いのすすめで「くみすくちん」というお茶を飲み続けたところ病気が治ったとい

う経験から、この素晴らしい薬草をもっと広めたいという思いで創業されました。昨年は節目の創業50周年を迎え、ノニやウコンなどの健康食品製造・販売事業からカフェくるくまの経営まで徐々に事業領域を拡大されてきました。

ここで、同社主力商品の「ノニ」と「ウコン」について少し紹介させていただきます。

「ノニ」は、インドネシアやフィリピンなどの東南アジアからオセアニア地方にて自生している熱帯性植物(果実)で、沖縄でもいくつか自生種を見つけることができます。同社はフィリピン産のノニを調達し、選別・洗浄・樽詰めまで全て自社工場で行って沖縄県内各地へ供給しております。健康を維持するためのハーブとして近年は注目を集め、栄養価の高いノニ果実を使った様々な商品が製造されています。

「ウコン」については、沖縄県内での知名度が高くご存じの方も多いかと思われます。同社は県内およびインドネシアの契約農家から調達したウコンを洗浄・スライス・乾燥・粉碎加工等の工程を経て、「秋ウコン」・「春ウコン」・「紫ウコン」の3種類に分けて販売しています。

特に添加物を一切使わず自然素材の原料のみを使用した「秋ウコン」は、お酒を飲む機会が多い方に効果的なようです。



仲善様の取扱い商品

仲本社長にプレゼンいただいた後は、製造工場を視察させていただきました。農家様から調達した原料を搬入して、洗浄・乾燥・選別・加工等の工程を経て出荷されるまでの一連の流れを見学し、機械にて自動化されたラインと、人

手による細かな検品を行うラインそれぞれの役割や特徴まで細かくご説明いただき、興味深々の視察団メンバーからも多くの質問がありました。

その後は、製造された自社商品を販売している、くるくまショップを見学させていただき70種類以上にわたる同社オリジナルの健康食品の中から、それぞれお土産やご自身用で購入されていらっしゃいました。

台湾人消費者は全体的に健康志向が強く、健康食品やサプリメントへの需要は非常に旺盛です。特に沖縄＝長寿のイメージが定着しているため、沖縄産の健康食品は今後のプロモーションや展開次第では、一定の可能性を秘めた分野といえるのではないのでしょうか。



工場視察にて同社担当者からの説明に聞き入る視察団メンバー



ノニ・ウコンを中心にラインナップ豊富な商品が並ぶくるくまショップ

今回の仲善様へのアテンドを通して、台湾企業様の「沖縄におけるビジネスチャンスを発掘したい」というニーズと熱量を改めて感じました。台湾企業全般の特性として、中小企業においても海外志向が強い点が挙げられます。人口

約2,350万人の成熟した国内マーケットも、日本以上のスピードで進む少子高齢化によって縮小していくことを見越し、日本を中心とした海外企業との連携による販路拡大は全般的な台湾企業とのほぼ共通した認識といえるでしょう。また、台湾にとって他の海外と比べても「Made In Japan」に代表される日本の技術力・高品質な商品は、依然として大きな魅力として映っています。外国人観光客の中でも圧倒的に多い台湾人はリピーター化し、リゾートや観光需要が今後もある程度堅調に推移することが予想される中で、沖縄県内企業の台湾事業展開や台湾企業とのビジネス連携の可能性を模索するには、非常に良い周辺環境が整っているとも思います。



視察団一行との記念撮影

最後に

海外展開といえば未知な部分が多く、リスクを懸念される企業様も多いかと存じますが、親日度が高く成熟したマーケットかつ、最も近い海外として台湾をまずはご検討してみたいかがでしょうか。当行としましても、沖縄側・台湾現地側双方でしっかりサポートさせていただく体制を構築しておりますので、まずはお気軽に最寄りの支店もしくは崎山まで直接ご連絡ください。

則和企業管理顧問有限公司

(※琉球銀行 業務提携先 / 崎山赴任先)

Tel : 098-895-8295(※崎山 / 台湾携帯)

080-6487-0457(※崎山 / 日本携帯)

E-Mail : fs28@ryugin.co.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】

- 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 株式会社 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(株)代表社員パレレル
マーケター・イベントエグゼクティブ
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

ITC 沖縄と金融機関が連携協定を締結 ～さらなる生産性向上を目指して～

沖縄総合事務局経済産業部では、沖縄労働局など23機関との連携により「働き方改革・生産性向上推進運動」を展開し、県内中小企業の働き方改革及び生産性向上の取組を支援しています。この具体的な取組の一環として、ITC 沖縄と金融機関4行（沖縄銀行、琉球銀行、沖縄海邦銀行、コザ信用金庫）が連携協定を締結しました。これにより情報技術に専門的な知見を有するITコーディネータ（ITC）を各金融機関のお取引先企業へ紹介し、適切な解決策を提案する支援スキームを構築します。

IT コーディネータとITC 沖縄

ITCは、経済産業省の委員会提言により設けられた民間資格です。IT活用を経営者の視点から助言する資格者は沖縄に53人（全国約6千人）います。また平成14年設立のITC 沖縄は今年9月にNPO法人となり、県内主要ITベンダー社員、中小企業診断士などITC29人が所属しています。

ITC 沖縄と金融機関が連携協定締結

沖縄県の労働生産性は全国最下位であり、現在の好調な経済状況や、将来の少子高齢化社会による労働人口減少など経営環境が変化の中で、その改善が急務となっていますが、中小企業の経営者はIT活用ノウハウが乏しく解決に至っていないと考えられます。

このような中、本連携協定が締結されたことにより、関係者が双方向で相談を行い、中小企業の経営課題解決をいわゆるプッシュ型で積極的に解決することが期待できます。また、各行からは、中小企業の経営課題をこの連携協定を契機としてITC 沖縄と行員が共に解決に取り組むことが可能となるなどのコメントがありました。

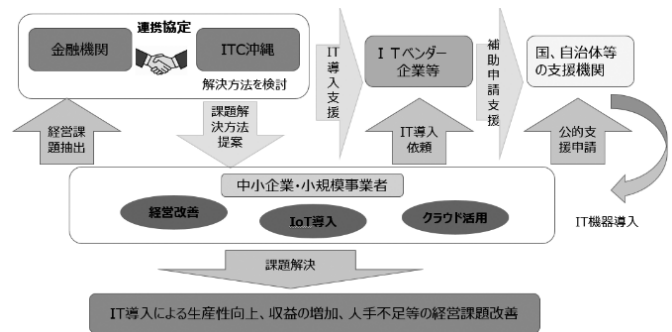


【連携協定締結式】左から、新垣部長（沖縄海邦銀行）、又吉部長（沖縄銀行）、比嘉代表理事（ITC 沖縄）、本道経済産業部長（沖縄総合事務局）、伊志嶺部長（琉球銀行）、名嘉山部長（コザ信用金庫）

ITC 沖縄の今後の取組

ITC 沖縄は、中小企業の経営課題への助言、IT化の企画導入支援、システム評価など経営コンサルを行います。具体的には行員向け勉強会、IT活用事例紹介、各種専門家派遣、補助金活用の支援などを行います。

当局では、今後、ITC 沖縄が中心的役割を担う「沖縄IT活用推進コンソーシアム」を設置し、様々な支援機関との有機的な連携により中小企業のクラウド活用、IoT、AI、ロボット導入を促進することで、労働生産性の向上による収益増大、人手不足解消を図り、地域経済活性化に資する取組を推進します。



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地域経済課

TEL : 098-866-1730 担当：安田

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

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について

「知財のミカタ～巡回特許庁 in OKINAWA～（八重山会場、うるま会場）」の開催について

■「知財のミカタ～巡回特許庁 in OKINAWA～」の開催

特許庁、内閣府沖縄総合事務局は、令和2年1月20日(月)に八重山地域、1月30日(木)にうるま市にて、「知財のミカタ～巡回特許庁 in OKINAWA～」を開催します。

見方を変えて、知財を味方に。 知財のミカタ 巡回特許庁

商品開発や経営戦略、デザインやブランディング等を展開していくときに、様々な“知的財産”が創出されます。この知的財産に対する、「自分には関係ない」、「難しそう」というみなさまの“見方”を変え、知的財産をみなさまの“味方”にすることをコンセプトに、技術開発支援や商品開発・研究開発などの第一線で活躍する方によるセミナー等を行います。

八重山地域及びうるま市での開催は、今年が初めての開催となります。

多様性に富んだ自然環境、歴史的・文化的特性を生かし観光産業に長けている八重山地域では、「八重山地域でのブランド構築」をテーマに、また、沖縄県工業技術センターをはじめ、技術支援・インキュベーション施設が集積しているうるま市では、「教育・研究機関や企業の連携による新市場創出」をテーマにした講演やディスカッションの実施をとおり、皆様に知的財産の重要性をお伝えします。

■「知財のミカタ～巡回特許庁 in OKINAWA～（八重山会場）」の概要

in 八重山



令和2年1月20日(月)
13:30▶16:45(開場13:00)
大濱信泉記念館

<メインセッション>

株式会社ユーグレナにおける八重山地域での事業展開のこれまでとこれから

嵐田亮氏(株式会社ユーグレナ)が、これまで八重山地域と深い関係を築いてきた同社の事業と八重山地域との結びつきや、今後の八重山地域での事業の展望について、特許権や商標権の活用のお話を交えながら講演します。

○講師:

株式会社ユーグレナ 経営戦略部 法務知財課 課長/博士(農学)/弁理士 嵐田 亮氏

<個別セッション>

日本弁理士会併催イベント「八重山地域のブランド構築に向けたディスカッション」

これからの八重山地域の発展に向けて、八重山地域全体でのブランド作りが期待されます。ブランド専門家、知財専門家及び八重山地域の事業者による、八重山地域内外でのブランド作りの事例紹介と、これからの八重山地域でのブランド作りのポイントについてディスカッションを行います。

○モデレータ

井上 俊彦氏(合同会社ブランドスケープ 代表/内閣府クールジャパン地域プロデューサー/特許庁 地域団体商標海外展開支援事業 ブランドプロデューサー)

○パネリスト(五十音順)

大久保 秀人氏(日本弁理士会九州会 副会長)
ぺんぎん あいり氏(有限会社ペンギン食堂 取締役/株式会社石垣ペンギン 代表取締役)
屋宜 靖氏(いりおもて観光株式会社代表取締役/有限会社西表生産農園専務取締役/竹富町商工会副会長/竹富町観光協会理事)

■「知財のミカタ～巡回特許庁 in OKINAWA～ (うるま会場)」の概要



＜メインセッション＞

これからの沖縄地域における市場創出のための 知的財産活用戦略について

日本全国の様々な企業・事業の開発を支援してきた多喜義彦氏(システム・インテグレーション株式会社 代表取締役社長)が、沖縄地域において新市場を創出していくための企業連携の可能性と、そこでの知的財産の活用の重要性について講演します。

講師：

多喜 義彦 氏 (システム・インテグレーション株式会社 代表取締役社長)

＜個別セッション＞

日本弁理士会併催イベント「知的財産の活用事例について」

教育・研究機関と企業との連携やアイデアを生かした海外展開の事例について、そこで知的財産がどのように活用されたのかを合わせて紹介し、ディスカッションを行います。

○モデレータ

多喜 義彦 氏 (システム・インテグレーション株式会社 代表取締役社長)

○パネリスト (五十音順)

伊東 昌章 氏 (沖縄工業高等専門学校 副校長(研究・産学連携担当) / 株式会社シルクルネッサンス 代表取締役)

玉城 昇 氏 (株式会社沖縄TLO 代表取締役)

本堂 裕司 氏 (日本弁理士会九州会 幹事)

森 武司 氏 (株式会社ミヤギパッケージ 取締役 / 企画開発部 部長)

＜何でも相談コーナー (申込不要)＞

八重山地域及びうるま市での両セミナー当日は、知財や経営に関するお悩み・ご相談に対応する何でも相談コーナーを開設します。特許庁の職員などがお答えします。

■出張面接の実施

開催期間：令和2年1月20日(月)～2月14日(金)

開催場所：沖縄県全域

上記期間中に、出願人や代理人等の近隣地域に審査官が何って面接を行う「出張面接」を沖縄県で集中的に実施します。「面接」では、特許庁に出願した案件(特許は審査請求した案件のみ)について出願人や代理人等が直接審査官に出願内容を伝え、審査官の見解を直接確認することができます。「出張面接」の詳細や、お申し込み等については、以下のお問い合わせ先にお気軽にご相談ください。

■お申込み方法

プログラム・参加申込等の詳細は、以下の令和元年度「知財のミカタ～巡回特許庁～」特設ホームページをご覧ください。

<https://www.junkai-jpo2019.go.jp/>

「知財のミカタ 巡回特許庁」で検索することもできます。

または、以下のQRコード※を読み込んでください。



※QRコードは(株)デンソーウェーブの登録商標です



■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地域経済課

TEL：098-866-1730 担当：楢原

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

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について

ものづくり事業・物流事業を支援します！

沖縄国際物流拠点活用推進事業

内閣府では、沖縄の国際物流拠点の一層の活性化に向けて、平成29年度から沖縄国際物流拠点活用推進事業を実施しています。本事業では、先進的かつ沖縄の特色を生かした「ものづくり事業」及び沖縄で付加価値をつける「物流事業」を総合的に支援することで、沖縄から県外・国外へ搬出するモノを増やすことを目指し、県内産業の振興を進めてまいります。

※本事業の実施については、令和2年度予算案の成立が前提となります。

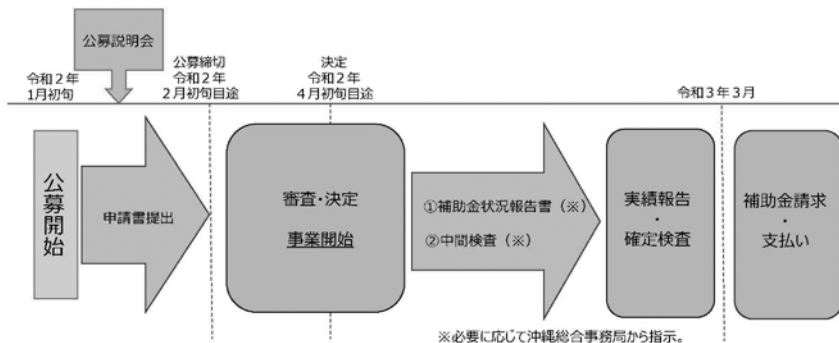
| 補助対象事業（令和元年度実績） | 補助率等（令和元年度実績） |
|--|---|
| 本事業では国際物流拠点（那覇空港、那覇港、中城湾港（新港地区））を活用して製品を県外へ搬出する、①先進的かつ沖縄の特色を生かした <u>ものづくり事業</u> 、又は②沖縄で付加価値を付ける <u>物流事業</u> を対象とします。 | ○補助率：2/3（補助上限額2億円） ○補助期間：1年度限り ○補助対象経費：人件費、謝金、旅費、試作品・サービス開発費（原材料費・外注費）、販路開拓費、機械設備費、賃借料、運送費、会議費、事務費 ※土地の購入や建物の建設費は対象外です。 |
| 留意事項 | 公募期間（予定） |
| 公募方法を含めた詳細については、内閣府沖縄総合事務局経済産業部のHPで令和2年1月に公表を予定している「公募要領」をご確認ください。 | 令和2年1月初旬～令和2年2月初旬 ※公募説明会（那覇・東京）は、令和2年1月初旬を予定しております。 |

《平成29・30年度・令和元年度採択事業者例》

| 事業者名 | テーマ名等 | |
|-------------------|---|---|
| ものづくり | 株式会社アクロラド | 食品異物検査装置及び空港手荷物検査装置用のフロンカウント型X線検出器の県外(海外)向け市場展開 |
| | アンリッシュ食品工業株式会社 | プロトン機器(プロトン凍結機・解凍機)製造施設新設事業 |
| | 株式会社沖伸 | 珪藻土・漆喰より優れた機能性を有した沖縄産塗り壁材の開発と、従来の左官仕上げにはない施工技術及び塗り壁パネル建材の開発 |
| | 株式会社ADO | 医療機器(透析装置)向け次世代型電磁弁による市場拡大事業 |
| | 株式会社ポイントビュール | 最高級基礎化粧品OEM受託事業と量産化 |
| 物流 | 沖縄セルラー電話株式会社 | 人工光型イチゴの海外輸出体制構築 |
| | 琉球海運株式会社 | 低温(定温/超低温)保管スペース拡大による農林水産物の県外出荷拡大 |
| 沖縄日通エアカーゴサービス株式会社 | 出荷・輸送・入庫・仕分け・保管・検品・分包・再出荷等の一連の工程を適切な温度帯でワンストップにて対応するサービスを構築する事業 | |

沖縄国際物流拠点活用推進事業のスケジュール（予定）

- ✓ 本事業は、以下のスケジュールを想定しています。
公募締切は令和2年2月初旬を目途とし、補助期間は令和3年3月末までとなります。
- ✓ 1月に内閣府沖縄総合事務局（沖縄）と内閣府（東京）で、公募説明会の開催を予定しています。



お問い合わせ・詳細は、

内閣府沖縄総合事務局経済産業部商務通商課国際室 ☎(098)866-1731
経済産業部ホームページ「公募案内」（令和2年1月初旬更新予定）

http://www.ogb.go.jp/keisan/3842/191210_01

又は 内閣府政策統括官（沖縄政策担当）付産業振興担当参事官室 ☎(03)6257-1688



りゅうぎん
パルコシティ・パーソナルプラザにて

参加料無料!!

事前予約制 ※先着15名

TEL:098-953-5700

個別相談会・ ミニセミナー実施



| 開催日 | 開催時間 | 開催内容 |
|---------------------------------------|---|---|
| 1/11 (土) | 終日 10:30~16:30 |  「個別年金相談会」 ～社会保険労務士による無料個別年金相談会～ ※年金請求書、ねんきん定期便・特別便をお持ちください。 |
| 1/12 (日) 19 (日) | 午前 10:30~11:00 |  「大切なお家族のために! 想いがつながる相続セミナー」 ～まだまだ先、やっぱり心配。元気なうちに自分で今すぐできること～ |
| | 午後 13:30~14:00 16:30~17:00 |  「こんなにお得! 今話題の iDeCo&つみたてNISA」 ～『iDeCoって何?』『つみたてNISAって何?』と 思ったあなたのための簡単セミナー～ |
| 1/18 (土) 25 (土) | 終日 10:30~11:30 13:30~14:30 16:30~17:30 |  「住宅ローン控除の 確定申告!!」 ～自分でできる申告書作成と今からできる家計の見直し～ ※個別のご相談や作成代行は税理士法によって行えません。 予めご了承ください。 |
| 1/8 (水) 15 (水) 22 (水) 29 (水) | 終日 10:30~11:00 13:30~14:00 16:30~17:00 |  「大切なお家族のために! 想いがつながる相続セミナー」 ～まだまだ先、やっぱり心配。 元気なうちに自分で今すぐできること～ |

※本案内に記載のセミナーでは、セミナーでご紹介する商品等の勧誘を行う場合がございます。
※セミナー終了後に個別相談を承ります。ご希望の方は事前にご連絡をお願いします。

投資信託に関する留意事項


投資信託へのご投資には、各商品毎に所定の手数料等(詳しい説明は店頭にご用意している商品パンフレット等をご覧ください)をご負担いただく場合があります。また、各商品等には価格の変動により損失が生じる恐れがあります。商品毎に手数料等及びリスクは異なりますので、当該商品等の契約締結前交付書面や目論見書またはお客様向け資料をよくお読みください。

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

2019年12月10日 現在

りゅうぎんパルコシティ・パーソナルプラザ
〒901-2123 浦添市西洲3-1-1 (サンエー浦添西海岸PARCO CITY内 3階)
|営業時間| 10:00~19:00 (12/31~1/3を除く) |TEL| 098-953-5700

土・日・祝日も
ご相談できます

 琉球銀行

県内大型プロジェクトの動向

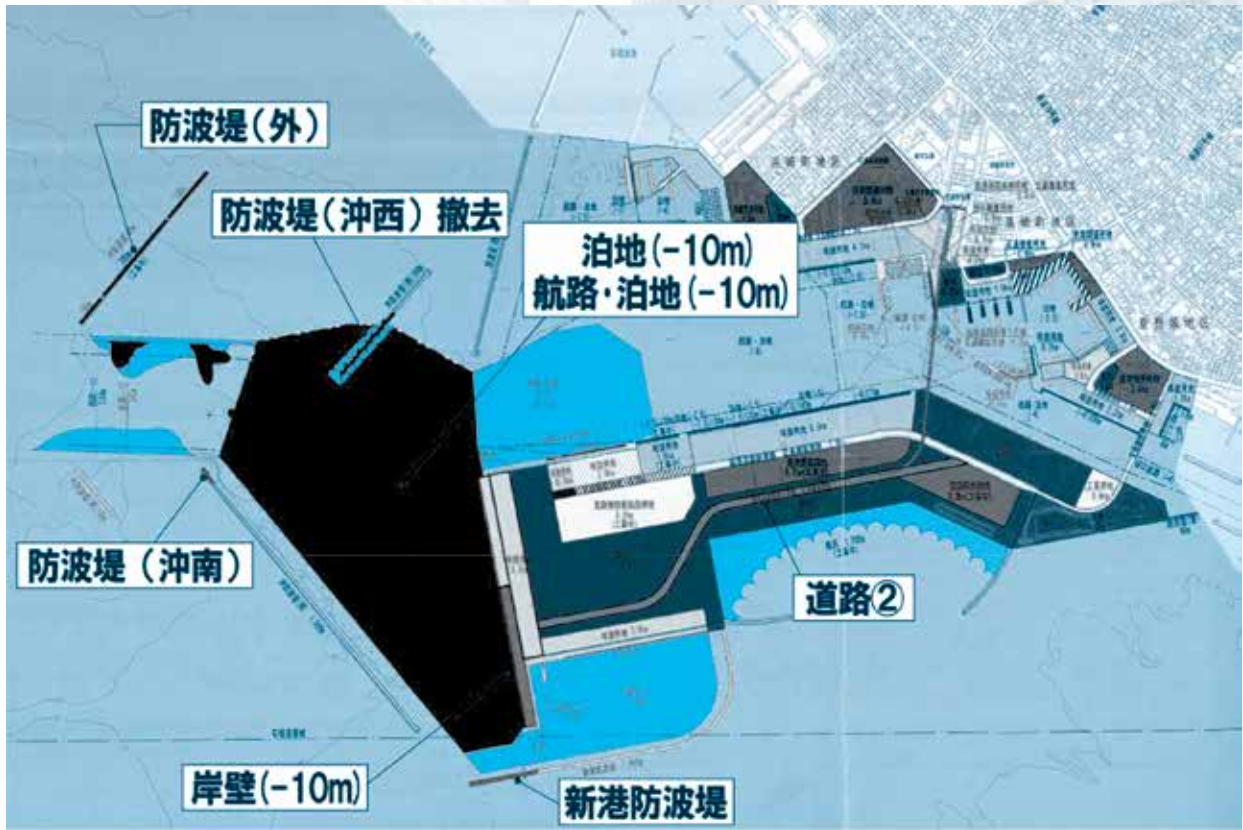
事業名：石垣港新港地区旅客船ターミナル整備事業

種別：(公共) 民間 3セク

| | |
|---------|---|
| 関係地域 | 石垣島市 |
| 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 石垣港湾事務所 石垣市美崎町1丁目10番 電話：0980-82-4740 |
| 事業目的 | 大型旅客船に対応するための係留施設・水域施設等を整備し、クルーズ需要増加へ対応することにより国際観光の発展を支援するとともに、荷役作業の効率化と旅客の安全性確保を図る。 |
| 事業期間 | 平成17年度～令和8年度 |
| 事業規模 | 大型旅客船専用岸壁、防波堤、泊地、道路等 |
| 事業費 | 約278億円(残事業費94億円) |
| 事業概要 | <p>近年のクルーズ船の大型化やその寄港要望に対応するため、当初の事業計画を以下のように変更する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○総事業費：(変更前)227億円 → (変更後)278億円 ○事業期間：(変更前)平成17年度～平成32年度 → (変更後)平成17年度～令和8年度 ○整備内容：防波堤(沖西)撤去、防波堤(外)(延伸)の追加、航路・泊地、(-10m)(拡幅)の追加 <p>[変更理由]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・石垣港に寄港するクルーズ船は年々大型化している。そのような中、石垣港は北北東～北東の季節風の影響を受けやすいことから、クルーズ船社より安全な回頭水域を確保するため防波堤(沖西)の一部撤去について強い要望があった。今後、増加するクルーズ需要に対して受入れ体制を強化する必要が生じたことから、防波堤(沖西)を一部撤去する。これにより、大型クルーズ船の安定的な受入れが可能となる。 ・防波堤(沖西)撤去に伴い、港内静穏度が不足することから、防波堤(外)280mを延伸する。 |
| 経緯 | <p>平成14年度 港湾計画に位置付け</p> <p>平成17年度 事業着手</p> <p>平成25年度 港湾計画改訂(平成25年12月改訂)</p> <p>平成29年度 港湾計画の変更(軽易な変更5月17日)により岸壁(-10m)、泊地(-10m)等を位置付け</p> <p>平成30年春 岸壁一部暫定供用開始</p> <p>令和8年度 事業完了予定</p> |
| 現況及び見通し | <p>[現況]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄県の観光入込数は約984万人(平成30年)、八重山圏域入域観光客数は約138万人(平成30年)となっている。 ・石垣港では、台湾の定期クルーズ船をはじめとしたクルーズ需要が増加しており、令和元年のクルーズ船の寄港回数は154隻になる見通しである。 ・石垣港において従前は、旅客船の接岸の際に貨物等を取り扱う施設での利用を余儀なくされていたことから、旅客と貨物が輻輳し、荷役作業の効率性と旅客の安全性が確保されていない状況であった。 ・本プロジェクトの実施により、平成30年度に専用のクルーズバースの暫定供用が開始され、上記の課題が解決されたが、受け入れ船型は7万トン級までにとどまっている。 ・しかしながら、クルーズ船は年々大型化しており、現在、東アジアに投入されるクルーズ船の大半は10万トン以上であり、20万トン超級のクルーズ船の寄港も予定されている。 ・現在、10万トン以上のクルーズ船は沖泊で寄港しており、大型クルーズ船を受け入れるため、岸壁(-10m)の整備及び水域施設の拡張等が急務である。 |

| | |
|-------------------------|---|
| <p>現況及び見通し (続き)</p> | <p>[見通し]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大型旅客船に対応した施設を整備することにより、外航旅客船の入港隻数が増加し、外国人旅客による国際観光純収入の増加が図られる。 ・クルーズ船の寄港隻数が増加することにより、地域の観光関連産業の収益が増大し、新たな雇用が創出され、地域活力の向上が見込まれる。また、良好な港の景観形成や外国人旅客と住民の交流による国際化の進展が期待される。 ・クルーズ船の一時上陸者や見学者が増加することで、観光地としての地域の魅力や知名度の向上が見込まれる。 ・貨物船ターミナルにおいて発生していた旅客と貨物の輻輳が緩和され、荷役作業の効率化と旅客の安全性が向上する。 |
| <p>進捗状況</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・総事業費278億円のうち、令和元年度末時点において既投資額は、約184億円であり、進捗率66%である。 ・令和元年度は、ケーソン据付・製作等、埋立、舗装、上部工等の整備が進捗した。 ・今後は、岸壁(-10m)、泊地(-10m)、防波堤(沖西)撤去等の進捗を図る。 |
| <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> |

事業位置図



(沖縄総合事務局開発建設部港湾計画課提供)

沖縄県内のオーバーツーリズムの現状および課題

《要旨》

- ・沖縄県を訪れる入域観光客数（以下、観光客数という）は、2012年度から2018年度まで7年続けて増加しており、沖縄県経済にプラスの影響を与えている。一方で、空港や二次交通の混雑、レンタカー事故、商業施設の混雑、一部の民泊業者や利用者による騒音やゴミ問題、観光客によるマナー違反なども目立ち始めており、オーバーツーリズムの問題が話題に挙がるが増えている。
- ・沖縄県内を訪れる観光客数の推移を「2010年度を100とする指数」で見ると、沖縄県（沖縄県全体を意味している）と、八重山地域、宮古島地域で特徴的な動きがみられる。沖縄県と八重山地域は2012年度以降、毎年ほぼ一定の割合で上昇しているのに対して、宮古島地域は2015年度以降に一気に上昇に転じている。これは、宮古島地域を訪れる観光客数が急増していることを示している。宮古島地域は、ホテルや二次交通の受入態勢が追い付いていない可能性があり、ある意味、沖縄県内のオーバーツーリズムの縮図といえる。
- ・国土交通省の「平成30年度版観光白書」によると、「特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を低下させたりするような観光の状況は、最近では“オーバーツーリズム (overtourism)”と呼ばれるようになってきている」としている。ポイントは、受け入れる観光地側の側面と、訪れる旅行者の満足度、という両方の目線が含まれている点である。
- ・オーバーツーリズムには、観光地の市民生活や自然環境や、景観など様々な観点での問題があるが、本レポートでは「観光客の増加が市民生活へ与える影響」にテーマを絞り、県内のオーバーツーリズムの検証を行う。
- ・宮古島地域は、沖縄県内のオーバーツーリズムの縮図ともいえる動きをしていることから、本レポートでは宮古島の現状を分析した。
- ・観光客数の推移は、航空機を利用する空路客、クルーズ船を利用する海路客ともに増加しているが、特に海路客の増加スピードは空路客をはるかに上回っていることが分かる。よって、宮古島地域全体の観光客急増の要因は、海路客の急増が背景にあることが分かる。次に、宿泊施設の収容人数と二次交通の輸送人員についての受入態勢をみると、どちらも観光客数がピークを迎える夏場には、逼迫（不足）している状況が分かった。
- ・宮古島でのヒアリングによると、ホテルは毎年6月から10月にかけて予約困難となることが確認された。レンタカーは、既往業者の保有台数増や新規企業の参入により、目立った不足感はなかった。タクシーは、空路客増加による不足は発生していなかったが、クルーズ船寄港時には海路客の利用が増加することから、一時的に不足することが分かった。量販店については、クルーズ船寄港時には海路客が買物に訪れることから、混雑が発生する時間帯があることが分かった。不動産については、ホテルの新規建設が相次いでおり、ホテル従業員用の住居確保が増えていることが分かった。また、ホテル建設

に携わる建築関係者が島外から多数訪れることや、これら人口流入の影響で企業進出（飲食店、小売業、リネンサービス業など）も相次いでいることから賃貸物件の不足が発生しており、島外からの若者のUターンや転勤者の住居確保に支障が出始めていることが確認できた。また、島外からの投資も活発になっていることから地価や建設コストの上昇が顕著となり、地元住民による住宅建築や賃貸物件建築に支障が出始めていることが分かった。以上の分析により、宮古島地域においては一部にオーバーツーリズムの懸念があることが分かった。

- ・京都市の現地調査では、マナー違反、一部の観光地や市バスの混雑などの問題が生じており、産学官連携で様々な対策に取り組んでいる。マナー啓発については、京都市や京都市観光協会による啓発ツールの作成および周知の取組み、嵐山の「竹林の小径」における竹への落書き問題などへの対応策、京都錦市場における「食べ歩き」を遠慮してもらう段階的な対応策がみられた。施策については、「市民生活と観光の調和」を重視した混雑対策が進んでいる。観光地の混雑については、京都全体のキャパシティをオーバーしているのではなく、特定のエリアや時期・時間への集中が問題となっていることから、場所・時期・時間の分散化について様々な施策を実施している。市バスの混雑については、バスの増車が難しい中、市バスから地下鉄への利用促進や、車内空間の快適性向上などの施策に取り組んでいる。さらに、市民の観光に対する理解度醸成のために、観光がもたらす効果の見える化や周知啓発にも力を入れるなど、将来を見据えた網羅的な施策が行われている。
- ・鎌倉市の現地調査では、観光基本計画の策定、外国人観光客への啓発活動の状況、江ノ電「鎌倉駅」の実証実験、パーク&ライドの推進、鎌倉フリー環境手形、歩き観光の奨励、マナー向上に関する条例、ロードプライシングなどの事例についてみてきた。鎌倉市の観光スポットは鎌倉駅を中心とする狭いエリアに集中しており、そこに年間約2,000万人の観光客が訪れる。同エリアは神社仏閣・史跡、昔ながらの街並みが残る地域であり、環境の保全等の様々な制約もあり、道路の幅は容易でない。一方で、その景観は鎌倉らしさであり、地元では鎌倉観光の財産であると認識している。そのため鎌倉市では、現状のインフラ（道路状況、交通機関状況）を活かしながら、地域内の交通をコントロールする「交通需要マネジメント」の考え方を基本にしている。また、観光基本計画の策定や、各施策を策定するうえで、地元住民、商業関係者、交通機関関係者による意思疎通を図る場の設置や、事前の社会実験などが行われていた。行政だけではなく地元関係者と意思疎通を図る取り組みには地元の一体感が感じられた。
- ・台東区（浅草）の現地調査では、観光バス専用の乗降場の設置の事例についてみてきた。浅草では増加する観光バスの路上駐車による道路渋滞が問題となり、同問題の解消策として、観光バス専用の乗降場の設置を行っている。視察の結果、①乗降場所は浅草寺を取り囲むように設置され、観光客が徒歩で移動しやすい距離であること、②すべての乗降場所に誘導員が配置されていること、③乗降場所周辺での道路渋滞や歩道混雑はみられないこと、④乗降場所以外での観光客を乗降するルール違反の観光バスは見かけなかったこと、などを確認した。適切でスムーズな運用は観光バス業者や観光客の利便性が向上するだけでなく、地域住民にとっても観光客の乗降による道路渋滞や歩道混雑が解消されて日常生活の利便性が確保されていた。
- ・県内のオーバーツーリズムについて「人口当たりの観光客数」「面積当たりの観光客数」でみる。人口当たりの観光客数をみると、日光市は147.0倍、鎌倉市は115.3倍、奈良市は47.7倍、京都市は35.9倍となっている。県内をみると、沖縄県は6.8倍、宮古島市は21.7倍、石垣市は28.8倍となっており、

いずれも県外の有名観光地を下回っている。面積当たりの観光客数もみても、県内はいずれも県外の有名観光地を下回っている。つまり、国内有数の観光地と比べると、県内のオーバーツーリズムの度合いは低いといえる。

- ・次に、観光庁「持続可能な観光先進国に向けて」の「オーバーツーリズムの発生プロセス」に照らしてみる。同プロセスには①～③までのプロセスが記載されており、各々のプロセスに県内の状況が当てはまるか検証を行った。その結果、どのプロセスにも沖縄県全体としては該当しないと判断した。
- ・県内ではオーバーツーリズムは発生していないといえる。ただ、モノレールなどの公共交通機関の混雑やレンタカーによる交通渋滞の発生、住宅地の民泊による騒音問題、外国人観光客のマナー違反など、オーバーツーリズムの懸念材料は一部にみられる。県内を訪れる観光客数は今後も増加することが予想される。県民意識アンケートの継続調査により、県民意識の変化をしっかりと捉え、オーバーツーリズムの発生プロセスと照らし合わせることは将来に亘り必要となろう。
- ・京都市の事例では、観光客へのマナー啓発の取組みと、いくつかの施策を紹介した。マナー啓発への取組みや連携体制は、外国人観光客が急増している県内においてもぜひ採り入れるべきだろう。また、混雑対策についても、夏がピークとなっている観光客数の平準化に向けた施策や、AI・ICTなどの先進技術を活用した施策、観光地以外の周辺エリアでの受入態勢の整備などに、産学官が一体となって取り組む必要がある。二次交通の混雑や整備に関する課題に対しても、京都市の市バスの多岐に渡る対策を参考に組み立てる可能性がある。地域住民の観光に対する理解度の醸成についても、京都市のように、観光が地域経済にもたらす波及効果の見える化や、観光の意義・効果の周知啓発に力を入れていくことが望ましい。沖縄県が観光立県としてさらに飛躍するためにも、県民と観光客の満足度向上に努めながら、観光が県民にもたらす効果を県民に実感してもらう情報発信が今後ますます重要となる。
- ・鎌倉市の事例では、①地域住民の生活地と観光スポットがほぼ同エリアに存在している地域での施策、②現状のインフラ（道路状況、公共交通機関状況）を活かしつつ増加する観光客にどう対応するかを検討した施策、③行政、地域住民、商業関係者、交通機関関係者が意思疎通を図りながら一体となって策定した施策、といえる。県内においては様々な課題解決のために新たな予算を組んだ施策を行っているところであるが、それと並行して鎌倉市のように「交通需要マネジメント」の考え方による施策についても検討すべきと思われる。県内においてもモノレールや路線バスに乗れる周遊バスがあるが、その周遊バスとの組み合わせによるパーク&ライドや、歩き観光の奨励などが課題として挙げられる。また、歩き観光の奨励には、Wi-Fi 拠点の整備や観光案内板の整備、公衆トイレや休憩場所等の整備などが必要となろう。これらの整備は県民生活にとっても有益であり、実現すると観光客増加による恩恵を県民が感じられる事例にもある。また、行政、地域住民、商業関係者、交通機関関係者が意思疎通を図りながら一体となつての施策の策定は、観光立県沖縄としての一体感も醸成されよう。今後の検討課題として検討する価値はあると思われる。
- ・台東区（浅草）の事例では、観光バス専用の乗降場設置について紹介した。同様の動きは那覇市においてもみられる。観光バスの乗降場の設置および待機場の設置は、観光バスの路上駐車による道路渋滞解消の手段として有効であり、今後の効果が期待される。一方で、道路渋滞の解消が目的であるならば、本来なら路上に乗降場を設置すべきでないと考えられる。用地を確保して路上でない場所に乗降場を設置することが、将来に向けての課題として挙げられる。

1. はじめに

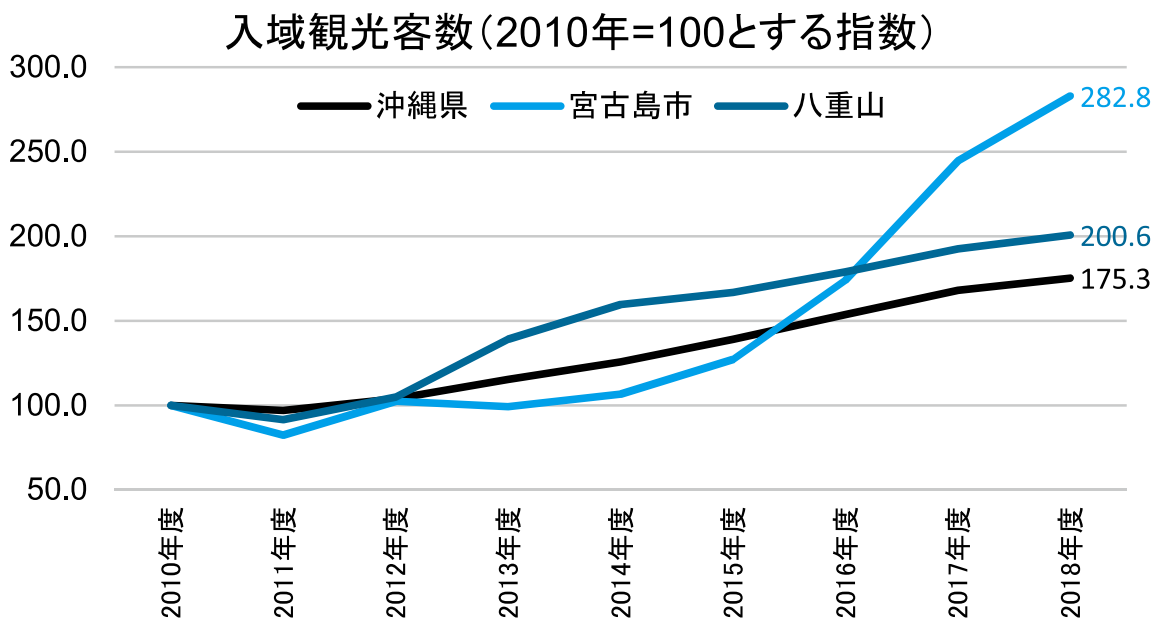
沖縄県を訪れる入域観光客数（以下、観光客数という）は、2012年度から2018年度まで7年続けて増加しており、沖縄県経済にプラスの影響を与えている。一方で、空港や二次交通の混雑、レンタカー事故、商業施設の混雑、一部の民泊業者や利用者による騒音やゴミ問題、観光客によるマナー違反なども目立ち始めており、オーバーツーリズムの問題も話題に挙がるが増えている。よって、本レポートでは沖縄県内のオーバーツーリズムの現状と課題について検証する。

ところで、沖縄県（沖縄県全体を意味している）、宮古島地域、八重山地域の観光客数推移を「2010年度を100とする指数」でみると【図表1】のとおりとなる。これは2010年度を100として、翌年度以降の観光客数の増減を指数で示している。つまり、2010年度と2018年度を比べると、沖縄県は1.75倍、八

重山地域は2.00倍、宮古島地域は2.82倍まで観光客数が伸びていることを示しており、宮古島地域の伸び幅の大きさが際立っている。

それに加えて【図表1】で注目したいことは、指数の動きである。沖縄県と八重山地域は、東日本大震災の2011年度は前年を下回るが、2012年度以降は毎年、ほぼ一定の割合で上昇している。これは毎年、観光客数がほぼ一定の割合で増加していることを示している。一方、宮古島地域は両者とは異なる推移をしている。2010年度から2014年度まではほぼ横ばいで推移しており、同期間は観光客がほとんど増加していないことを示している。ところが、2015年1月31日に伊良部大橋が開通すると、2015年度から指数は一転して上昇に転じている。しかも、その上昇スピードが急である。これは、2015年度以降、宮古島地域を訪れる観光客数は急増していることを示している。

【図表1】入域観光客数



最近、宮古島地域のオーバーツーリズムの問題が話題に挙がることが多くなった。これは、観光客数の急増に対して、ホテルや二次交通などの受入態勢が追い付いていないことが背景にあると考えられる。宮古島地域は、ある意味、沖縄県内のオーバーツーリズムの縮図といえる。本レポートでは宮古島地域にスポットを当てつつ、沖縄県内のオーバーツーリズムの検証を行うものとする。

2. オーバーツーリズムとは

国連世界観光機関（UNWTO）では、持続可能な観光について「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分に配慮した観光」と定義している。この定義を超過して負の影響が顕在化する状況が一般的に「オーバーツーリズム」と呼ばれている。

国土交通省の「平成30年版観光白書」によると、「特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような観光の状況は、最近では“オーバーツーリズム（overtourism）”と呼ばれている」としている。そして、具体的な事例として国内では、観光地でのマナー違反や文化財・環境への影響といった事例、交通渋滞や交通機関の混雑など市民生活への影響が生じつつある事例、などが挙げられている。海外では、違法民泊の参入が増えて地価や家賃が高騰して住民生活を圧迫していると指摘される事例、観光客の増加が市民生活に大きな負担となり地元住民が増え続ける観光客への対策を行政へ要請を行ったり、観光行政に対する抗議活動が生じている事例、などが挙げられている。

最近、オーバーツーリズムの話題が挙がるようになった背景には、外国人観光客の増加がある。オーバーツーリズムとは、観光客の増加が観光地に与える負の影響のことであるが、それは決して外国人観光客だけが対象ではない。ただ、外国人観光客の増加は異文化交流であるこ

とから、生活文化・習慣の違いや相互理解の不足を背景としたマナー違反等、旅行者と地域住民との摩擦も生じやすく、これが国内観光客との違いになって表れている。また、外国人観光客にとっては、風光明媚な名所・旧跡もさることながら、地域文化や生活そのものを味わうことも観光の目的となっており、住民生活と観光の距離感が近くなっていることも影響している。つまり、国内観光客の場合は地域住民の生活の場と観光客が訪れる場は分断されていたが、外国人観光客の場合は地域住民の生活の場の中にも訪れるようになり、地域住民の暮らしが観光から受ける影響が大きくなっているといえる。

観光庁は2019年6月10日に公表した「持続可能な観光先進国に向けて」の中で、オーバーツーリズムの発生プロセスとして、次のように表している。

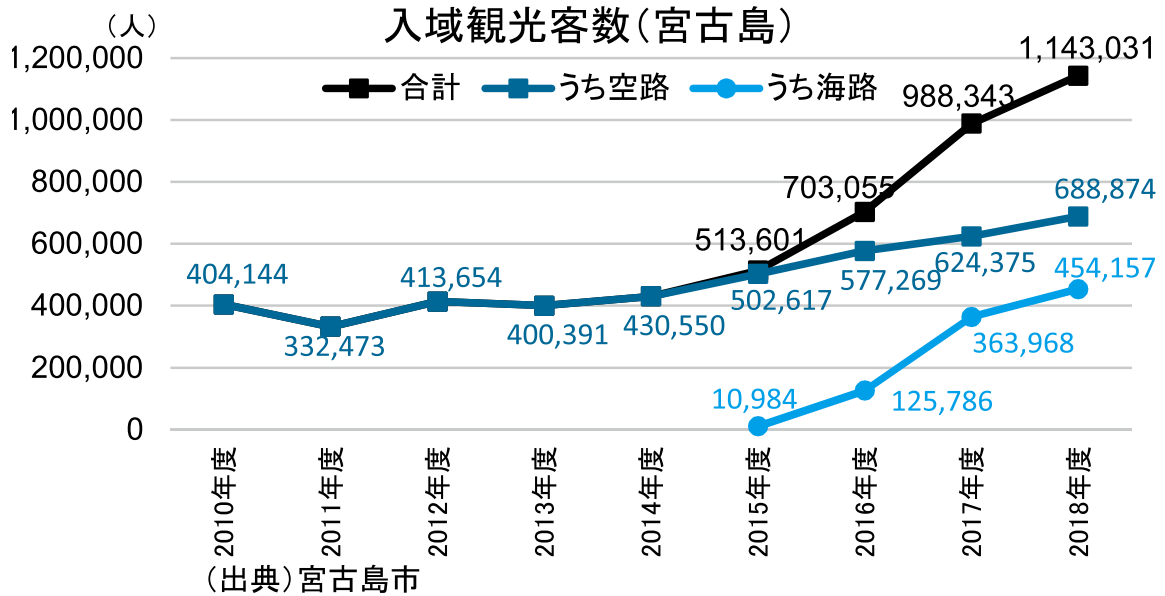
- (1) 観光客が増加することにより混雑感が増し、観光客の満足度や再来訪希望者に影響を及ぼす
- (2) さらに観光客が増えると地域の観光地化が進み、地域住民の日常生活に支障が出る
- (3) 最終的には観光に対する地域住民の反感や嫌悪感が生まれ、観光の持続可能性が低下してしまう

以上、オーバーツーリズムの意味について簡単に述べたが、本レポートでは「観光客の増加が市民生活へ与える影響」にテーマを絞り、検証を行いたい。

3. 統計からみえる宮古島の現状

宮古島市を訪れる観光客数の推移は【図表2】のとおりである。航空機を利用する空路客、およびクルーズ船を利用する海路客ともに増加しているが、増加スピードは海路客が空路客を大きく上回っている。前述で宮古島地域を訪れる観光客数は急増していると述べたが、その主因は海路客の急増と言える。

【図表2】

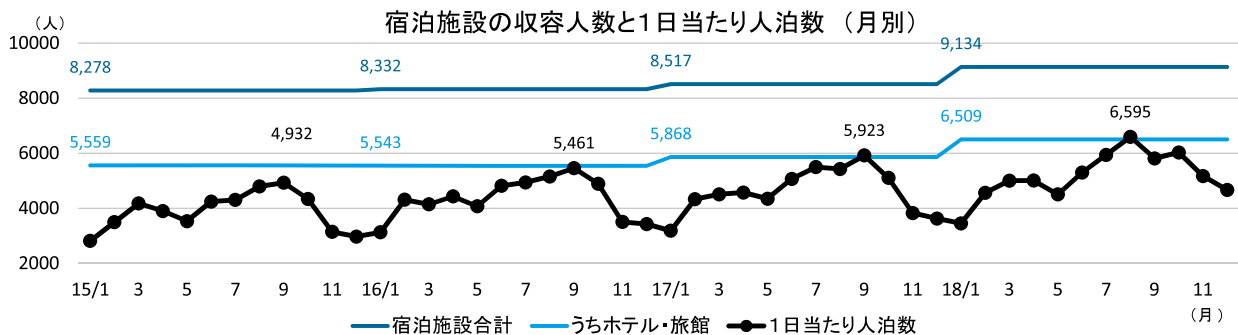


この影響について、2015年1月から2018年12月の月別の動きを統計でみると次のようになる。

【図表3】は、月単位での「観光客の人泊数(需要)」と「宿泊施設の収容人数(供給)」の関係を示している。需要項目の人泊数は毎月の宮古島地域を訪れる空路客数に、沖縄を訪れた国内観光客の平均宿泊数を乗じて算出した。クルーズ船を利用する海路客は、ホテルに宿泊しないので除いている。供給項目の収容人数は宮古島市内のすべての宿泊施設(但し、民泊は除く)の収容人数である。なお、宿泊施設は年1回の調査のため、年毎の上限数を示している。宿泊施設合計は、ホテル・旅館のほか、ペンション、ドミトリー、ウィークリーマンションなどを指す。但し、民泊は含まれていない。

人泊数は毎年夏場(7月～9月)に高くなり、冬場(11月～1月)は低くなるが、その水準は年を追うごとに上昇している。収容人数も毎年上昇しており、一見すると収容人数は余裕があるように見えるが、多くの観光客が利用するとみられるホテル・旅館に限定すると、2017年と2018年のピーク月は既に不足していることが分かる。収容人数とは、宿泊施設の収容可能人数である。例えば2人宿泊可能な部屋(ツインやダブルなど)を1人で利用する場合も多々あることを考慮すると、実際に供給可能な収容人数は統計上の数値よりも少ないことが容易に想定される。つまり、夏場はホテル・旅館の供給能力は明らかに不足していると考えられる。

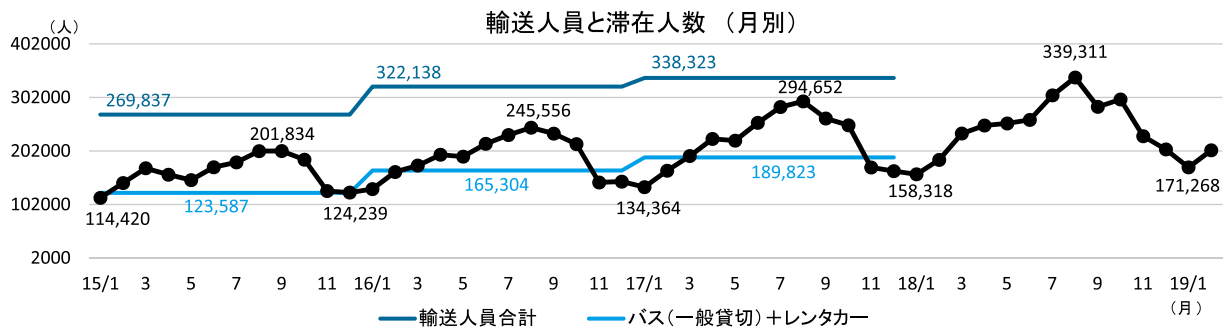
【図表3】



【図表4】は、月単位での「観光客の滞在人数（需要）」と「交通機関の輸送人員（供給）」の関係を示している。需要項目の滞在人数は、宮古島地域を訪れる空路客の滞在人数と海路客の滞在人数の合計である。空路客の滞在人数は、空路客数に沖縄を訪れた国内観光客の平均滞在人数を乗じて算出した。海路客の滞在人数は、海路客数に1日を乗じて算出した。供給項目の輸送人員は統計上の輸送人員実績を利用している。但し、レンタカーは保有台数に2人を乗じて輸送人員を算出した。輸送人員合計は、バス（一般乗合）、バス（一般貸切）、タクシー、レンタカーなどを指す。

滞在人数は、先ほどの人泊数と同様で毎年夏場(7月～9月)に高くなり、冬場(11月～1月)は低くなるが、その水準は年を追うごとに上昇している。輸送人員も毎年上昇しており、一見すると輸送人員は余裕があるように見えるが、多くの観光客が利用するとみられるバス（一般貸切）・レンタカーに限定すると、2015年から既に大幅に不足していることが分かる。この不足を補うのが合計に含まれるタクシーとみられる。最近、宮古地域でのタクシー不足が報道されることがあるが、統計上もその状況を見て取れる。

【図表4】



以上が、統計からみえる宮古島地域の観光客急増による影響であるが、弊社では実際に宮古島での現地調査(ヒアリングおよび視察)を行った。現地調査で得られた観光客急増の影響について、次に述べる。

4. 宮古島の現地調査を踏まえて

宮古島の現地調査から得られた影響をまとめると【図表5】のとおりとなる。

ホテルは、空路客が多く訪れる6月から10月にかけて予約が困難となっている。空路客は毎年増加していることから、夏場の客室供給が追い付いていない。現地調査で得られた内容は、前述の統計結果とほぼ一致している。2019年3月には下地島空港に定期便が就航しており、宮古島地域を訪れる空路客はますます増加するとみられる。現在、新規ホテルの開業や建設が相次いでおり、今後の需給バランスは緩和に向かうことが考えられる。

レンタカーは、空路客の利用にほぼ限定されており、目立った不足感は見られない。既往業者が保有台数を増やしたことや、新規企業の参入で、供給能力が増えたことが背景にある。レンタカー業界は参入障壁が低く新規参入しやすいことから、新規業者の参入が相次いでおり、料金の値下げ圧力が強まっている。そのため、既往の優良業者の売上減少や、保険を付与しない悪質業者の存在が一部にみられ、宮古島市のレンタカー業界に影を落としている。なお、観光客の増加に伴い、宮古島地域でのレンタカー事故件数も増加傾向にある。ただ、前述のとおり、レンタカー利用者は空路客であり、その内訳はほとんどが国内客である。つまり、外国客によるレンタカー事故はほとんど発生していないことが、現地調査で分かった。

タクシーは、海路客（クルーズ船寄港時）のオプションツアーの内容によって、過不足が左右される。寄港するクルーズ船のオプション

【図表 5】

| 項目 | 空路客（航空機を利用） | 海路客（クルーズ船を利用） |
|-------------------------|---|--|
| 観光客数 | <ul style="list-style-type: none"> ・ほとんど国内客（国際線就航なし） 空路客数（前年比） 2015年度 502,617人（+19.3%） 2016年度 577,269人（+14.9%） 2017年度 624,375人（+8.2%） 2018年度 688,874人（+10.3%） | <ul style="list-style-type: none"> ・ほとんど外国客 海路客数（前年比） 2015年度 10,984人（ - ） 2016年度 125,786人（+1,045.2%） 2017年度 363,968人（+189.4%） 2018年度 454,157人（+24.8%） |
| ホテル | <ul style="list-style-type: none"> ・毎年6月頃から10月頃は宿泊施設の予約は困難となる ・上記以外の時期は、予約は可能である | <ul style="list-style-type: none"> ・利用はない |
| レンタカー | <ul style="list-style-type: none"> ・利用客のほとんどは国内客 ・既往業者の保有台数増や新規企業の参入により、目立った不足感はない | <ul style="list-style-type: none"> ・利用はない |
| タクシー | <ul style="list-style-type: none"> ・空路客増加によるタクシー不足は発生していない | <ul style="list-style-type: none"> ・クルーズ船の規模（乗客数）ではなく、オプションツアーの内容により、タクシーの過不足は左右される ・貸切バスを利用する団体ツアーが多い場合はタクシー不足は発生しない ・タクシーを貸切って観光する少人数ツアーが多い場合は、タクシー不足が顕在化 ・空港からの空路客のタクシー利用や地元住民の足としてのタクシー利用が困難となる ・海路客は半日単位や1日単位でタクシーを貸切で利用するため、タクシー会社にとっては、効率的に売上増を図ることができる ・その結果、夜間（深夜）に営業するタクシー台数が減少し、地元住民や観光客の夜間利用に支障が出始めている |
| 量販店 (ドラッグストア、スーパーなど) | <ul style="list-style-type: none"> ・空路利用客の増加による混雑は発生していない | <ul style="list-style-type: none"> ・クルーズ船寄港時には混雑が発生する時間帯がある ・地元のコミュニティラジオが、クルーズ船の寄港情報を提供している ・地元住民は、同情報を基に買物時間などの工夫をしている |
| 不動産 | <ul style="list-style-type: none"> ・観光客数増加によりホテルの新規建設が相次いでおり、建築関係者が島外から多数流入 ・それ以外にも企業進出（飲食店、小売業、リネンサービス業など）や投資が活発となっている ・これら人口流入の影響で賃貸物件が大幅に不足。島外からの若者のUターンや転勤者の住居確保に支障が出始めている ・賃貸物件不足は家賃にも影響を与えており、新規物件のほか既往物件の家賃高騰をまねいている（地元住民の家賃コスト増加） ・地価や建設コストの上昇が顕著となり、地元住民による住宅建築や賃貸物件建築に支障が出始めている | |

ルツアーで少人数ツアーが多い場合は、海路客がタクシーを半日単位や1日単位で貸切り利用する。ほとんどのタクシーが海路客の対応にまわるため、街中を流すタクシーが激減するほ

か、電話での配車対応も困難となり、地元住民が利用できない状況が発生している。また、空港のタクシー乗り場にも待機するタクシーが激減することから、空路客の足にも支障がでてい

る。なお、タクシー不足が発生するのはクルーズ船寄港時だけでないことが、現地調査で分かった。海路客の貸切り利用でタクシー事業者の収益性・効率性が向上した。それにより、夜間（深夜）営業するタクシー台数が減少し、結果として地元住民や観光客の夜間利用に支障がでていることである。

量販店は、海路客、つまりクルーズ船寄港時に混雑が発生している。このため、地元のコミュニティラジオでは、番組内でクルーズ船の寄港情報を提供している。地元住民は、同情報を基に混雑時間帯を避けて買物するなどの工夫をしており、地域住民と海路客の利用時間帯の棲み分けがなされている。現地調査で得られた内容としては、海路客（ほとんど外国客）で量販店は混雑しているのであり、空路客（ほとんど国内客）の増加は量販店の混雑には関係ないということである。一方、海路客の増加が量販店の宮古島への新規出店を支えているとプラス効果を評価する声が地元企業の一部からは聞かれた。

不動産は、賃貸物件不足や家賃高騰が発生している。観光客の増加によりホテルの新規開業や建設が相次いでいる。このため、ホテル業の従事者が増加しているほか、建築工事に従事する関係者も島外から流入（一時滞在）しており、その住居・宿舍確保で賃貸物件不足や家賃高騰が発生している。なお、現地調査により、不動産の問題は観光客増加の直接的な要因のほか、間接的な要因があることが分かった。それは、ホテル従業者数や建築工事関係者を含む実質的な人口増により、観光以外の周辺産業（飲食業、小売業、リネンサービス業など）の企業進出や不動産投資が活発になっていることである。この結果、①島外からの若者が住居を確保できずにUターンを断念、②地元住民が住宅取得を断念、③既往賃貸物件の家賃引上げによる生活コストの上昇、など地元住民の生活にマイナスの影響を与えている実態が分かった。一方で、ホテル、賃貸物件の建築ラッシュが一段落すると、建設工事関係者が一時滞在する必要がなくなるため、地価や建設コスト、賃貸物件の家賃上昇も弱含む可能性があるといえる。

5. 国内先進事例の現地調査

観光庁は2019年6月10日に「持続可能な観光先進国に向けて」を公表しており、その中で、国内外の観光地における先進事例を紹介している。

弊社では紹介されている中から国内を代表する観光地として、京都府京都市、神奈川県鎌倉市、東京都台東区（浅草）に注目して、現地調査（ヒアリングおよび視察）を実施した。以下では、①現状把握および分析、②観光客への啓発活動、③施策、に焦点を絞り現地調査の結果を紹介する。

◆京都府京都市

京都市は、京都府南部に位置する同府最大の都市である。面積は827.83㎡で、人口は約147万人である。「千年の都」と呼ばれるほどその歴史は長く、延暦13（794）年の桓武天皇による平安京遷都以来、多くの歴史的建築物や日本古来の伝統文化がかたちづくられてきた。

国内外の観光客からの人気が高いことから日本を代表する国際観光文化都市となり、2018年には同市の人口の約36倍にあたる約5,300万人の観光客が訪れている。桜や紅葉が見頃の春や秋は特に人気があり、観光のオンシーズンとなっている。

また、旺盛な宿泊需要や宿泊施設の増加などを背景に、2018年における同市内への年間宿泊客数は1,582万人と過去最高を更新した。特に外国人宿泊客数の伸びは著しく、中国や台湾などのアジアを中心に年間450万人を超える外国人が同市へ宿泊している。

観光客の増加を背景に観光消費額も年間1兆円を超えて好調に推移する一方で、外国人観光客が急激に増えたことなどから、一部の観光地へ観光客が集中することによる混雑や、市民が日常的に利用する交通手段である市バスの混雑、マナー違反などの問題が生じている。

これらの問題は、観光客の満足度低下やリピーターの減少につながるほか、混雑が問題となっている観光地周辺住民の生活にも影響を与

え、観光に対する住民感情を悪化させてしまう恐れがある。

このような問題を解決するため、京都市では行政や民間で様々な対策に取り組んでいる。これらの対策について、京都市産業観光局や京都市交通局、京都市観光協会、嵐山保勝会、京都錦市場商店街振興組合へのヒアリングや有名な観光地への現地視察を行い、現状と課題を紹介する。

(1) 現状把握および分析

毎年国内外から多くの観光客や修学旅行生が訪れる京都市では、早くから観光地として様々な政策が行われてきた。1930年に地方自治体として初めての「観光課」が京都市へ設置され、1958年には観光調査（現在の京都観光総合調査）の実施がスタートした。

近年の観光施策の変遷をみると、2001年に「京都市観光振興推進計画～おこしやすプラン21～」が策定されている。同計画では、2010年に年間5,000万人の観光客が訪れる我が国を代表する「5,000万人観光都市・京都」の実現が目標として掲げられ、重点戦略として、「ほんものによる通年型観光の推進」や「界わい観光の振興」などが定められた。その後、観光客5,000万人の目標を2年前倒して達成し、2010年に「未来・京都観光振興計画2010+5」が策定された。同計画では「世界が共感する観光都市」を目指す姿とし、「量」の確保とあわせて「質」の向上が目標に定められ、重点事業として「暮らすように旅する」、「歩いてこそ京都」、「市民の京都再発見」、「心で“みる”京都」などの各種プロジェクトが推進された。また、同年にはMICE誘致を京都市の重要政策に位置付け、全国の地方自治体として初となる「京都MICE戦略」も策定された。

2014年には「世界があこがれる観光都市」を目指す姿とする「京都観光振興計画2020」が策定された。計画目標として、2020年までに外国人宿泊客数を年間300万人とする「量」の確保、観光消費額を年間1兆円とする「質」の向上、さらに、京都総合観光調査の調査項目

である、京都への「再来訪意向」や「紹介意向」、「京都のおもてなし度」を毎年向上させて100%に近づけること、などが掲げられた。

その後、2015年の訪日中国人ビザ要件緩和以降の急激な中国人観光客の増加や、同市が観光客受入環境を充実させてきた効果などから、外国人宿泊客数の目標は5年前倒し、観光消費額は4年前倒しで達成された。それに伴い、外国人観光客の急増によるマナー問題や観光客の集中と混雑、無許可民泊施設の増加などの様々な課題が顕在化し、京都市の観光政策を取り巻く環境が変化したことから、2018年には計画目標を修正するかたちで「京都観光振興計画2020+1」が策定された。

同計画では、観光消費額の目標を1兆3,000億円に上方修正した一方で、「市民生活と観光の調和」、「国内観光客の維持、外国人観光客誘致の充実」、「担い手の確保と育成」など3つの取組みを推進し、持続可能で満足度の高い国際文化観光都市を目指すことが掲げられている。

上記3項目のうち「市民生活と観光の調和」については、2019年5月に「市民生活と調和した持続可能な観光都市」推進プロジェクトチームが庁内に設置された。同チームでは、多くの課題の中でも緊急性の高い「観光地の混雑対策」、「市バスの混雑対策」、「観光客のマナー対策」、「違法民泊対策・宿泊施設の質の向上」の主な4項目について、地域や事業者を協力しながらそれぞれの地域の実情に応じた取組みの強化を図っている。

また、京都市域において観光振興を目的に活動している公益社団法人京都市観光協会では、同協会のホームページ上で京都の観光産業の現状と課題を10項目列挙しており、これにオーバーツーリズム問題が明示されている。その中で、オーバーツーリズム問題について「急激な観光客の増加にともない、特定の季節や時間帯に観光地の混雑が集中することで、観光客の満足度の低下、近隣地域を中心とした客離れ、住民感情の悪化傾向が見られています」と記載している。

(2) 観光客への啓発活動

本項では、観光客のマナー対策として、京都市や京都市観光協会、地域の事業者らが行っている取組みを紹介する。

i. 外国人観光客へのマナー啓発について

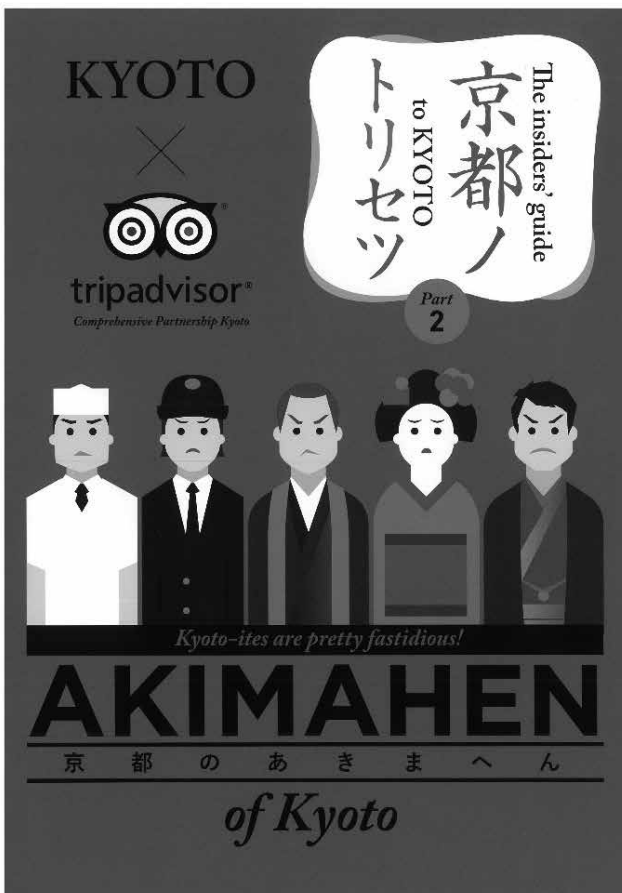
京都市および京都市観光協会では、観光客に京都の生活習慣やマナーを知ってもらうために、旅行情報サイト「Trip Advisor (トリップアドバイザー)」を運営するトリップアドバイザー株式会社と連携して、啓発リーフレット「AKIMAHEN」を作成している。同市内で外国人観光客向けにリーフレットの配布を行っているほか、京都市外国人旅行者向け公式ウェブサイト「Kyoto City Official Travel Guide」でも掲載し、マナー情報の周知に努めている。

英語版と中国語版があり、路上喫煙や畳に土足で上がること、無理やり舞妓さんの写真を撮ること、ゴミのポイ捨て、線路近くでの写真撮影、撮影禁止の社寺での撮影、横に広がって歩

くこと、古い家屋や物品をむやみに触ること、などへの注意喚起が挙げられている。

2019年の9月末には、宿泊施設や飲食店などでのマナー啓発に活用してもらうため、マナー啓発ステッカー「ENJOY REPECT KYOTO」が作成された。背景デザインは京都市の景観に配慮し寺社仏閣にも馴染むよう木目調になっており、日本語・英語・中国語併記で、ゴミのポイ捨て禁止、撮影禁止、飲食禁止などの全14種類の項目についてピクトグラム(絵文字)でわかりやすくマナー啓発をしている。データ版は京都市観光協会のホームページから無料でダウンロードできるようになっており、出力・ラミネート加工をするなどして誰でも活用できるようになっている。

また、京都市長からのメッセージとマナー啓発を盛り込んだ、約2分のマナー啓発動画も関西国際空港や観光施設などで上映しており、文化や生活習慣の異なる外国人観光客に協力してもらうための取組みを行っている。



ii . 嵐山におけるマナー対策

嵐山は、京都駅からJR嵯峨野線で約16分、市バス約44分で行くことのできる、京都屈指の自然豊かな観光地である。歴史ある「渡月橋」や、世界遺産の「天龍寺」、源氏物語にも登場する「野宮神社」、高さ5～10mの竹が立ち並び京都市の歴史的風土特別保存地区にも指定されている「竹林の小径」などが有名である。

嵐山保勝会によると、4～5年ほど前までは国内観光客が多かったが、2～3年ほど前からアジア系（中国・韓国・台湾・マレーシア）を中心としたインバウンドが急増し、現在は国内観光客が3割、外国人観光客が7割という。

観光客が増加したことにより、嵐山では民泊施設を含め宿泊施設が増加したが、旅館は国内観光客が宿泊できないほどの高い稼働率を維持しており、地域の飲食・宿泊業や土産店などの事業者はその恩恵を受けているようだ。

一方で、竹林の小径における竹への落書きや、綿菓子やコーヒーといったテイクアウト商品などをポイ捨てするゴミ問題などが発生するようになった。

竹への落書き防止策として、2018年6月に竹林を管理するNPO法人が竹柵と啓発看板を設置した。なお、竹柵には枯損竹や落書きにより傷つけられた竹が使われた。また、同年10月には京都市、右京警察署や地域のボランティアにより、竹林への落書き防止啓発イベントが行われた。これらの取組みにより、竹への落書き数は減少傾向が見られている。

ゴミ問題については、嵐山ゴミ箱マップを作成し、日本語・英語・中国語・韓国語併記で食べ歩きやポイ捨ての禁止を呼び掛けている。一定の効果はみられるもののゴミ問題は解決に至っていないことから、毎日地域の人力車車夫が自主的に掃除を行っているほか、商店街でお金を出し合ってゴミ回収業者と年間契約を結ぶなど、地域の事業者・住民の尽力によって美観が守られている。海外からはるばる京都を訪れる多くの外国人観光客に、嵐山の美しい景観や街並みを楽しんでもらおうと、地域で会合を開いて対策などを話し合い、行政にも働きかけな

がら主体的な取組みがなされている。

iii . 京都錦市場におけるマナー対策

錦市場は、「京の台所」として400年以上の歴史があるアーケード商店街である。長さ390m、道幅3.3m～5mと狭い通りの両側に、京都の旬の食材や京野菜、京漬物、湯葉、つくだ煮、お茶、菓子、豆腐など様々な商品を扱う約130の商店が軒を連ねており、連日地域住民や多くの観光客で賑わっている。

同市場では「食べ歩き」やそれに伴うゴミの散乱などが問題となり、京都市錦市場商店街振興組合の主導で段階的に対策が講じられている。

同組合によると、国内観光客が大多数だった頃から食べ歩きはみられていたものの、絶対数としては多くはなかったという。しかし、近年の外国人観光客数の急増に伴い、京の食文化を気軽に体験できる場としてSNSなどを通じて発信されるようになったことから、串に刺した揚げ物や焼き物、総菜のパック販売など食べ歩きできる商品が増加。食べ歩きが増えたことにより、ゴミの散乱や、ゴミを別の商店の商品陳列台の隙間に捨てるなどのケースが続出したほか、道幅が狭いことから服や商品が汚れたり串でケガをする懸念などが出てきた。

これに対し、同組合では京都工芸繊維大学の協力のもと、2018年10月に「食べ歩き」を「遠慮してもらおう」ことを呼び掛ける駒札型の掲示物の配布と統一のゴミ箱設置を開始した。掲示物にはピクトグラムが活用されており、日本語、英語、中国語、韓国語で「歩きながらの飲食はご遠慮ください」と併記されている。食べ歩きを「禁止」するのではなく、観光客に楽しんでもらうことを尊重した取組みであることが特徴だ。

また、2019年冬からは同市場への取材依頼先への対応見直しも行われた。メディアで放送される同市場での「食べ歩き特集」などは特にその影響力が大きいことから、メディアの力を利用して同市場が食べ歩き抑制に力を入れているという情報発信をする方針に転化したのである。

具体的には、食べ歩きを促すような表現を避けるよう協力依頼し、食べ歩き抑制への取組み

への理解・協力をするかどうかの有無を記載してもらった内容の統一の取材申込書を作成し、雑誌やテレビ番組からの取材依頼があった際に活用するものである。同組合の組合員に対しても、商店に個別で取材依頼があった場合は、必ず「組合に申込みをしていますか」と確認して組合事務所を通すよう依頼している。この取組みによって、メディアによる錦市場＝食べ歩きといったような発信を抑える効果があがっているとのことである。

さらに、同組合では事務所職員を中心に「錦みまわり隊」を組織し、同市場のみまわりを行っている。上記のような取組みをしてもなお、食べ歩きが顕著に減るということがみられなかったことから、食べ歩きができる商品を販売している店舗に対して声掛けのお願いや、実際に食べ歩きをしている観光客に同行為を控えてもらうよう伝え、時には道路上のゴミの回収も行っている。これにより、食べ歩きの抑制にとどまらず、商品のはみ出しや客待ち列の渋滞状況、店舗の看板やアーケードの状況把握など同市場の景観改善全般について効果がみられるようになった。

2019年7月には、京都市に働きかけ、修学旅行生や修学旅行受入業者および引率の乗務員や観光ツアーガイドに対して、食べ歩きを遠慮してもらった内容の「錦市場の景観保全ご協力お願い」のチラシを作成・配布し、同組合のホームページのトップ画面でも掲載している。

これらの段階的な取組みにより、同組合としては、食べ歩き行為の抑制という第一段階の目標は概ね達成したとみている。第二段階として、食べ歩きではなく店頭空きスペースで立って食べているお客様をどのように受け入れるかという課題への取組みを開始しており、2019年11月に同組合公認のイートインスペースとなる「Tango Table(丹後テーブル)」をオープンした。建物一階は料理や特産品などの飲食と販売が行われ、二階は一階や同市場の他店舗で購入された商品のイートインスペースとして利用できるようになっている。

これまでみてきたように、同市場では様々な

取組みが段階的に行われているが、商店街は多くの商店で構成されており、食べ歩きができる商品を販売する商店とそうでない商店もあることから、各取組みの合意形成に至るまでに紆余曲折があり、一枚岩となるのは難しいという面もある。同組合への取材から、直面する課題の解決について行政だけに頼るのではなく、当事者同士がコミュニケーションを取って情報を共有しながら意識を高め、根気強く主体的に取り組むことの重要性を感じられた。



iv. 祇園におけるマナー対策

祇園は、京都の風情をもっとも感じられる花街である。石畳の道に朱色の玉垣が並ぶ白川南通や、高級料亭や茶屋が並び舞妓や芸妓の歩く姿を見かけることもある花見小路通が有名で、外国人観光客にとっても人気のあるエリアとなっている。

近年は、観光客が道路いっぱい広がって歩

くことによる車両との軽微な接触事故の多発や、無遠慮に舞妓や芸妓を撮影する、着物を引っ張るといったマナー違反が問題となっている。

実際に現地を視察すると、観光客の多さから車両の走行が妨げられ、舞妓や芸妓が乗った車両が停車すると周囲を取り囲み、車から降りて料亭に入るまで後を付けてスマートフォンやカメラで撮影する、店先で待ち伏せするというような光景が見られた。

これらのマナー違反に対して、祇園町南側地区協議会、東山警察署、京都女子大学生生活研究所は、道路の右側を通行することを促す交通高札や、舞妓への接触や食べ歩きを禁止する高札を設置した。これらの高札にも外国人観光客にも理解しやすいようピクトグラムが描かれている。

しかし、依然としてトラブルが無くならない状況を受けて、2019年6月に同協議会や同警察署、学識経験者などで構成する「祇園町南側地区における観光客へのマナー周知・啓発検討

会」が設置された。検討の結果、京都市は国土交通省近畿運輸局を事業実施主体として、公益社団法人京都市観光協会および同協議会と連携し、秋の観光シーズンの間（2019年9月30日～12月8日）、祇園エリアに近づいた外国人観光客のスマートフォンへ、祇園におけるマナー情報をプッシュ通知で知らせる実証実験を行うこと決定した。同時に、2名1組の巡視員が同エリアを巡回し、マナー違反をしている観光客に対して多言語で啓発・指導を行うことや、監視カメラで監視していることを周知するポスターの掲示なども実施され、今後その効果検証が行われる予定である。

さらに2019年10月25日には、祇園町南側地区の私道での無断撮影を禁止する高札やポスターが設置された。カメラやスマートフォンの絵文字に赤い斜線を引き、日本語、英語、中国語で「私道での撮影禁止 許可のない撮影は1万円申し受けます」と併記されている。



(3) 施策

本項では、先述した京都市の「市民生活と調和した持続可能な観光都市」推進プロジェクトチームが2019年11月20日とりまとめた広報資料をもとに、「観光地の混雑」、「市バスの混雑」への施策を中心に紹介する。

i. 観光地の混雑対策について

京都市はこれまで主な対策として、「時期の分散化」、「時間の分散化」、「場所の分散化」などにより、観光客の分散化を進めてきた。

それぞれの項目について概要を説明すると、「時期の分散化」では、京都市では桜と紅葉が見頃の春と秋に観光客が集中していたことから、特定の時期への集中を緩和し来訪時期の分散化を図るため、閑散期への誘客キャンペーンを実施している。需要喚起策として、夏は二条城などの対象エリアでライトアップなどを行う「京の七夕」を毎年8月に開催、冬は歴史的な文化遺産やまち並みを露地行灯の灯りと花で魅せる「京都・花灯路」を2003年から東山地域、2005年からは嵯峨・嵐山地域でも開催しているほか、「京の夏の旅」「京の冬の旅」をPRしている。これらの取組みにより、2003年には月別の観光客数の繁閑差が3.6倍（2月が186万人、11月が666万人）であったが、2018年には1.4倍（7月が383万人、3月が531万人）にまで縮小した。

「時間の分散化」では、日中に観光を楽しむ観光客が集中することから、民間事業者と連携した旅情報サイトで「京都朝観光」と「京都夜観光」の情報発信を行っている。特設サイトでは、季節に合わせた朝と夜のおすすめの過ごし方や観光スポット・体験、飲食などが紹介されている。この取組みにより、雑誌などでも朝観光、夜観光の特集が掲載されるなどの広がりがみられてきているが、引き続き朝観光・夜観光のコンテンツの発掘やプロモーションを強化することが課題となっている。

「場所の分散化」では、同市内でも観光スポットのある特定の地域に観光客が集中していることから、2018年から「とっておきの京都～定

番その先へ」プロジェクトを始動し、市内周辺エリア（伏見、大原、高雄、山科、西京、京北）へ誘客するための情報発信とプロモーションなどに力を入れている。これにより、メディアで周辺エリアの観光地としての露出が増えたなどの効果がみられた。しかし、一部の有名観光スポットやエリアに集中する傾向は継続してあることから、地域の特性に応じた情報発信やコンテンツの開発、受入環境整備などを強化・推進していく方針である。

また、紅葉が見頃の時期になると嵐山地域の中でも特定のスポットでの混雑が問題となっていたことを受け、京都市および京都市観光協会は、「観光快適度」の見える化の実証実験を実施した（2018年11月10日～12月17日）。事業概要は、Wi-Fiへのアクセスデータから取得した観光客の位置情報などを活用して、快適に観光できる時期・時間・場所をウェブサイト上で見える化をするというものである。同事業により、ウェブサイト閲覧者の約5割が混雑する時間帯をずらして訪問したという一定の効果がみられたことから、現在は全市版（2019年9月開始）およびエリア版（嵯峨・嵐山、祇園・清水、伏見）を実施（2019年10月）しており、その効果を踏まえて対象エリアの拡大やエリア版の対象時期の拡大を図っていく予定である。

さらに、京都観光オフィシャルサイト「京都観光Navi」では、AI（人工知能）を活用し、エリア別・時間帯別の観光快適度の予測や、おすすめのモデルコースの提案、登録したスポットを効率的に周遊するための最適なルートの提案、などの新機能が実装された（2019年10月）。今後は、同サイトの閲覧状況を解析して閲覧者のニーズに対応する情報などを発信して観光客の満足度向上を目指すといった、AIやICTを活用した観光需要のきめ細かいマネジメントに重点的に取り組む方針が示されている。

一方で、市内でも特定の観光地で混雑の問題が発生しているのにもかかわらず、メディアなどのオーバーツーリズム特集で京都がピックアップされることが多いため、京都＝混雑というような、京都市全域が一年を通して混雑し

ているという極端なイメージが定着してしまう恐れが生じている。このようなイメージの払拭も重要な課題であり、京都府がPRしている「海の京都」「森の京都」「お茶の京都」「竹の里・乙訓」などとの広域な連携を強化して分散化を図ることも重点取組として位置づけられている。

ii . 市バスの混雑対策について

近年の観光客の急増により、市バスの混雑が喫緊の課題となっている。京都市交通局によると、同市内を運行するバス事業者は9社あるが、市バスは路線全体の約86%を占めており、京都市民の生活に欠かせない公共交通手段となっている。

同市内にはJR西日本や阪急電鉄などの鉄道網もあるものの、東京や大阪のように発達しておらず、清水寺や金閣寺といった主要な観光地への移動には路線バスが便利であり、実際にほとんどの観光客が路線バスを利用する。これまで通勤や通学で日常的に利用している市民に加え、外国人観光客の利用も急増したことから、ここ数年で急激に車内混雑が悪化している状況である。

2017年に実施された「市バス・地下鉄御利用状況調査」で、市バスに対してサービスの充実を望む項目を集計したところ、最も多かったのは「運行本数の増加」(29.4%)で、次いで「車内混雑」(26.8%)、「ダイヤどおりの運行」(21.5%)となった。さらに市民からは、「バスが満員なためにラッシュ時は1、2本見過ごさないと乗れない」「市民のためのバスなのに外国人観光客のせいで乗りづらくなった」「大きな手荷物が邪魔」といった厳しい声があがるようになった。

このような状況を受け、京都市交通局では、混雑対策として①輸送力の強化、②市バスから地下鉄の利用促進、③観光系統の利用促進、④車内空間の快適性向上、⑤手ぶら観光の普及促進、などに取り組んできた。

それぞれの項目について概要を説明すると、

①輸送力の強化では、2012年に764両だったバス車両を2017年には818両に増車した。

②市バスから地下鉄への利用促進では、「地下鉄・バス一日券」の価格を1,200円から900円に値下げ(2018年3月実施)した一方、「バス一日券」は500円から600円に価格適正化したことで、販売枚数は「地下鉄・バス一日乗車券」が約3倍増、「バス一日券」が約3割減となる成果があった。また、春・秋の観光シーズンに観光客が集中する東山三条および金閣寺道において、京都駅へ戻る市バス利用客を対象に、途中で市バスから地下鉄への無料乗り継ぎを実施しているほか、京都市バス「おもてなしコンシェルジュ」による案内活動も行っている。「おもてなしコンシェルジュ」は、約70名の学生スタッフが在籍し、最大10カ国語対応で、京都駅前バスターミナルや金閣寺などの観光地において、地下鉄を組み合わせた最適なアクセス方法や観光情報などを提案している。これらの取組みにより、市バスから地下鉄への利用促進が図られている。

③観光系統の利用促進では、市バスにおける生活系統と観光系統の分離が実施された。2019年3月下旬(4日間)と4~5月の大型連休(6日間)に観光客で混雑する「金閣寺道(南行)停留所」において、既存の停留所を生活系統バスの停留所とし、これとは別に観光系統バスの停留所として臨時の停留所を設置。現地では、多言語プラカードを用いてそれぞれの停留所への案内誘導を行った。これにより、市民と観光客の利用が分散し、利用客が停留所周辺に溢れるといった状況や、満員のために市民が生活系統に乗車できないという状況が改善された。また、主に外国人観光客に向けて、生活系統ではなく観光系統バスを利用してもらうために、観光系統バスであることが一目でわかりやすいヘッドマークやラッピング車両の配備を進めている。これらの取組みにより、市民と観光客の利用系統が分散し、市民の利便性が向上してきている。

④車内空間の快適性向上では、2019年3月から100号系統(京都駅と主要な観光地を結ぶ路線)と東山シャトル(臨時便)において、前扉からの乗車時に運賃を支払い後扉から降車

iii .その他（道路混雑、宿泊施設の急増）

ここでは、京都市の混雑対策のうち道路の混雑への対応と、宿泊施設の急増に伴う課題を紹介する。

道路の混雑については、これまで、公共交通の利用促進やパークアンドライド等の広報活動、嵐山や東山地域における交通対策などが実施され、マイカーで京都を訪問する人の割合が2009年の30%から2018年は8.6%まで減少したという成果があった。しかし、依然として地域・季節などによって車の集中がみられ、街中で駐停車増加などによる混雑も継続している。今後は、新しい技術革新（MaaS）などの進展を見据えた、公共交通機関の更なる利用促進や、観光バス駐車場一元発進ツールの作成、ドライバーへの情報提供などの取組みを強化する方針となっている。

宿泊施設については、2016年10月に策定された宿泊施設拡充・誘致方針の推進などにより、2019年3月末時点の宿泊施設数は約4万6,000室にまで増加し、現在計画されている宿泊施設も含めれば基本的に施設数は満たされた、と京都市はみている。様々な施策の実施により、2018年の宿泊客数は過去最高となったほか、違法・不適正な民泊も減少し、多様で魅力ある宿泊施設が増加した、などの成果があった。

一方で、急増した宿泊施設が一部の地域に集中していることや、地域固有の歴史・文化・自然の魅力を活かした宿泊施設は必ずしも十分で

はない、違法・不適正な民泊の根絶に向けた取組みが求められていることなどが継続して課題となっている。これに対し京都市は、「市民の安心・安全、地域文化の継承を重要視しない宿泊施設はお断り!」「より質の高い宿泊観光への進化」を基本指針として、様々な施策の実施に現在進行形で取り組んでいる。

iv .市民の観光に対する理解度の醸成について

最後に、京都市や京都市観光協会などでは、市民の観光に対する理解度を醸成するために、観光による便益の可視化に取り組んでいる。これまで、観光による地域経済への波及効果などの見える化や、観光の意義や効果についての周知啓発、宿泊税の導入・活用による効果（無電柱化の推進、洋式トイレの整備など）の情報発信をしてきた。

今後も、「市民・観光客・事業者へ高い満足の提供」「市民の共感と参画の広がりによる質の高い京都観光の深化」を基本指針に、観光がもたらす経済波及効果の正確な把握と域内消費の拡大を目指す施策の展開や、観光に対する市民意識調査の実施（2020年度から実施予定）、観光に関する課題への取組みやもたらされる効果・宿泊税の用途などを伝える広報を充実していく予定となっている。観光が地域経済に与える効果や役割について、市民に実感・共感してもらう取組みを進めることで、質の高い京都観光や人材育成につながるものと期待されている。



◆神奈川県鎌倉市

鎌倉市は、三方を山に囲まれており、南は相模湾に面している。面積は39.67km²で、2018年の人口は約17万人である。観光客は同年に約1,987万人が訪れており、これは人口の115倍にあたる。

鎌倉市の観光の特徴としては、東京都心から約1時間、横浜市から約30分で移動できる場所に位置することから、日帰り客が非常に多いことが挙げられる。次の特徴としては、いわゆる観光客の集中度の高さ（＝混雑率の高さ）が挙げられる。第3期鎌倉市観光基本計画によると、2014年の1km²当たりの観光客数は555千人となっており、他の国内有名観光地と比べると、断トツで高い値となっている（箱根町…228千人、横浜市…101千人、京都市…67千人）。

鎌倉市の面積は、那覇市とほぼ同じであるが、鶴岡八幡宮、鎌倉の大仏、小町通りなどの人気の観光スポットは鎌倉駅を中心とする狭いエリアに集中している。先ほどの面積当たりの観光客数は鎌倉市全体の面積で除したものである。実際には鎌倉駅を中心としたエリアに観光客が訪れることから、観光客の集中度は先ほどの数値以上である。同エリアは中世からの神社仏閣・史跡、昔ながらの街並みが残り風情がある一方で、道幅が狭いところが多い。観光客の移動手段は様々であるが、マイカーやレンタカー、観光バスなどの車両を利用して訪れる観光客も多く、道路渋滞が発生している。鉄道などを利用して訪れる観光客も多く、これらの観光客は鎌倉市内では公共交通機関（江ノ電や路線バスなど）を利用することから、公共交通機関の混雑も発生している。また、多くの外国人観光客も訪れており、マナー違反も散見されるようになっている。

このため、鎌倉市では様々な対策を講じている。以下では鎌倉市や江ノ島電鉄（以下「江ノ電」と略する）へのヒアリングおよび現地視察を通して得られた内容を紹介する。

（注）江ノ電は、鉄道部門とバス部門を運行しているが、本レポートで江ノ電と表す場合は

鉄道部門を意味する。江ノ電のバス部門は、他社運航のバスと合わせて路線バスと表す。

（1）現状把握および分析

国内外から多くの観光客が訪れる鎌倉市は、これまで3期に亘り鎌倉市観光基本計画を策定している。同基本計画では鎌倉観光の現状把握および分析を行っており、それを踏まえたうえで地元住民および観光客の立場に立った観光政策を鎌倉市は行なっている。

第1期計画は1996年に策定され「住んでよかった、訪れてよかった」と思えるまちづくりを基本理念としている。第2期計画は2006年に策定され、第1期の基本理念は継承しつつも、大きく様変わりしている観光客への価値観やニーズ、旅行スタイルに対応すべく、観光の「質」の向上を目指した。そして2016年3月に策定された第3期計画は、従来の基本理念「住んでよかった、訪れてよかった」を継承しつつも、インバウンドへの対応や地域の活性化の側面から目標や施策を更に充実させることにより、観光のあらゆる主体による連携の下で、中核となる歴史的・文化的遺産のほか、住環境、自然環境、地域の賑いといった多様な魅力や価値を備えた「成熟した観光都市」の実現を目指すこととしている。（※鎌倉市ホームページを参照）

第2期計画を終えるにあたり、同計画進行管理委員会では第2期計画の10年間を振り返った「今後に向けての課題・提言」をまとめた。第3期計画策定には、同課題・提言を踏まえ、観光の質を高め、鎌倉らしさを問う計画づくりを求めている。

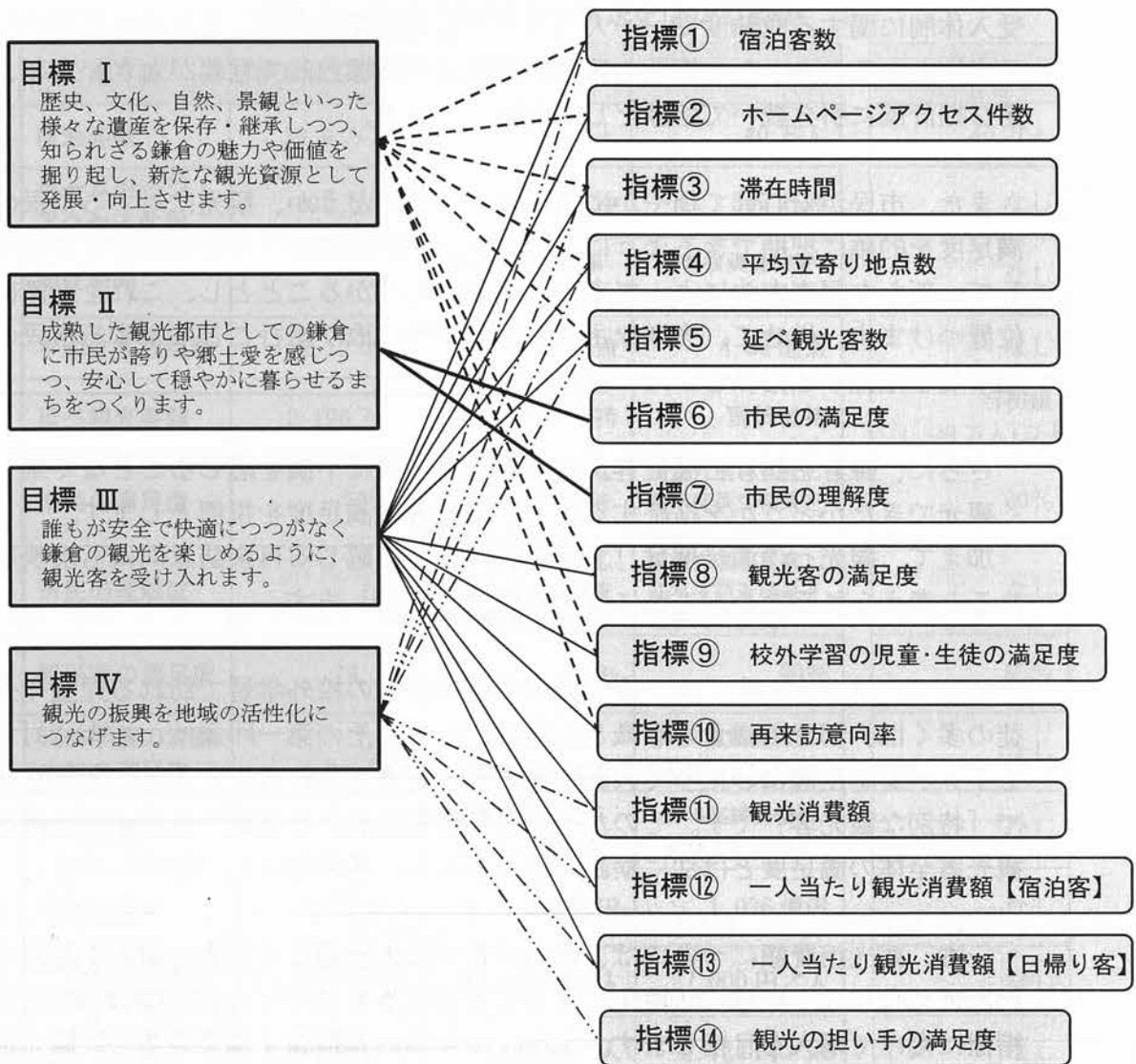
第3期計画では、第2期計画の課題・提言を踏まえたほか、観光基本計画推進委員会を設置している。構成は①鎌倉市の観光に関係を有する団体が推薦する者、②学識経験を有する者又は知識経験を有する者、③関係行政機関の職員、④市民、から成る委員10人となっている。2015年3月に第1回委員会が開催され、2016年1月の第6回委員会まで議論を重ね、2016年3月の第7回委員会にて計画（案）を市長に報告している。その他に、2015年11

月に「ワールドカフェ」を開催している。同カフェは、お茶や菓子等を用意し、リラックスした雰囲気の中で、市民から意見を聴取するための機会とするとともに、観光に対する市民の理解を深め市民自身の気づきの場となるように、市民同士の対話形式により開催している。同カ

フェには市内在住、在勤、在学の19名が参加している。また、2015年12月15日～2016年1月15日の期間、第3期計画素案に対する意見募集も実施している。推進委員会、ワールドカフェ、意見募集を通して、鎌倉市では幅広い意見集約を図っている。

「第3期 鎌倉市観光基本計画」より抜粋

図表 24 (参考)目標と指標の関係性イメージ



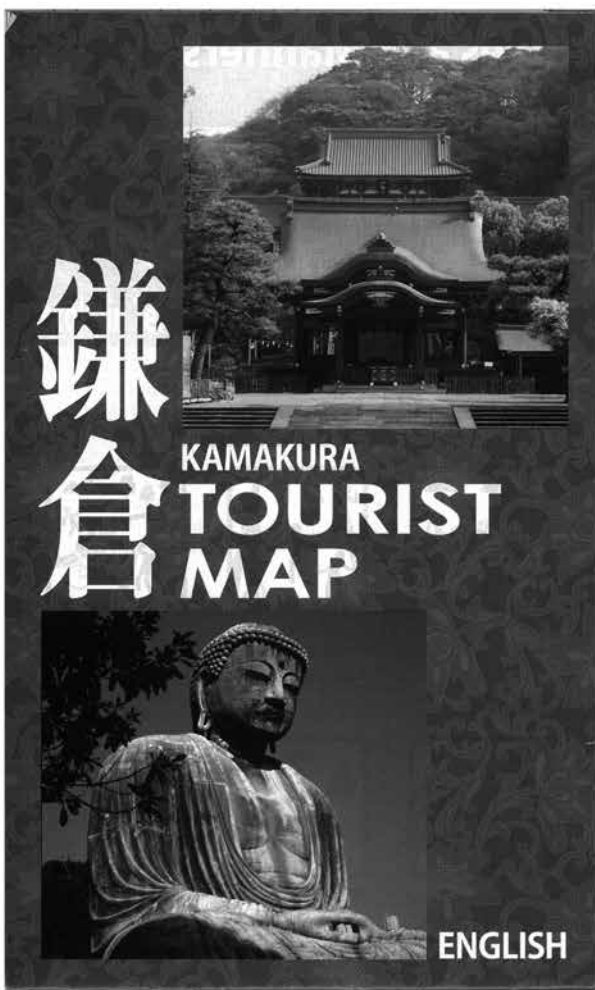
なお、第3期計画を実施するにあたり、鎌倉市では4つの目標を立てている。そして、4つの目標達成に向けて、その進捗状況の検証に役立てるため、13の指標を設定している。その指標の目標値には、施策の全面展開により最終的に達成すべき目標値と、目下の取り組み確実な実施により最低限度の達成目標である最低目標値の2種類を設定しており、目標の達成度合いを総合的に検証できるように設定している。10年毎に計画の進捗度合いを検証し、幅広い意見集約を図りながらそれを次期計画に活かす、より具体的な検証方法を策定して次期計画の達成度合いを検証できる計画づくりが注目される。

(2) 外国人観光客への啓発活動

鎌倉市では外国人観光客への案内として「鎌倉 TOURIST MAP」を英語版、フランス語版、

スペイン語版、韓国語版、中国語版、台湾語版で発行している。観光マップでは、観光案内のほかに、外国人観光客に対するマナー啓発も行っている。

内容は「写真撮影時の注意」「歩行者が多い混雑場所での注意」「その他」の3項目について注意喚起している。写真撮影時の注意では、①車両通行を邪魔することの禁止、②線路近くなど危険な場所での撮影の禁止、を伝えている。歩行者が多い混雑場所での注意では、①他人を追い越すときの周囲への配慮、②食べ歩き時の周囲への配慮、③ハイキングコースなどでの自転車やオートバイ利用の禁止、などを伝えている。その他では、①指定された観光ルート（道路など）から外れる事の禁止、②自然林地帯など可燃物近くでの火気厳禁、を伝えている。最近、全国的に問題になっている外国人観光客のマナー違反への注意喚起が列記されている。



外国人観光客にマナー啓発を図ることは容易ではない。このマナー啓発は「鎌倉 TOURIST MAP」紙面の一部分（縦 17 センチ、横 10 センチの大きさ）を使って、マナー違反を紹介している。コンパクトな掲載であるが、マナー違反についてイラストを用いて分かりやすく説明し、且つ目立つように掲載している。外国人観光客が観光中に活用する観光マップ紙面上に掲載している点に、鎌倉市の工夫がみられる。

鎌倉市では、この観光マップ以外にも日本語と英語で表記したポスターの掲示を行い、マナー違反への注意喚起を行っている。また、2 年ほど前にはアンケート調査へのお礼として、外国人観光客に人気のある日本手ぬぐいにマナー違反の注意喚起を絵で印刷して、配布したとのことである。

（3）施策

i. ゴールデンウィークの江ノ島電鉄「鎌倉駅」における実証実験

毎年、ゴールデンウィークには国内外の観光客が集中して訪れることから、混雑度合いは一段と増す。この時期の江ノ電「鎌倉駅」では、改札口から駅構外に約 100 m の改札通過待ちの行列ができ、最大で 2 時間待ちに及ぶこともある。江ノ電は観光客の足であると同時に、地元住民の生活の足でもある。しかし、ゴールデンウィークの混雑時には地元住民が江ノ電を利用しての移動に支障が生じ、生活に悪影響を与えている。

このような事態の解決を図るため、鎌倉市は江ノ電に協力を呼びかけて、2017 年から 2019 年のゴールデンウィーク期間に実証実験を行った。内容は、地元住民は事前に鎌倉市が発行する証明書を、改札口にて提示することにより、改札通過待ちの行列に並ばずに優先して改札口を通過して駅構内に入るものである。駅構内では、乗車待ちの行列に並ぶことになるが、改札通過待ちの行列には並ばないですむことから、地元住民からは好評を得ているとのことである。一方で、観光客に対しては丁寧に説明したこともあり、理解を得られているとのことである。

ある。

実証実験は 2019 年で終了したが、一定の評価を得た結果を参考に鎌倉市の施策にどのように活かすかが、今後の検討課題とのことである。

ii. 国道 134 号線の 4 カ所で実施している「パーク&ライドの推進」

鎌倉市は東京都心や横浜市から近いことから、マイカーやレンタカー、観光バスなどを利用して訪れる観光客も多い。一方で、鎌倉駅を中心とするエリアは道幅が狭いところが多いことから、多くの車両が集中する時期には、ひどい渋滞が発生する。

渋滞解決策としては、道路の拡幅という手段もあるが、鎌倉駅を中心としたエリアには、神社仏閣・史跡や昔ながらの街並みが残っているほか、環境の保全等の様々な制約もあり、容易には拡幅できない。また、それらが鎌倉らしい景観を作っており、景観を保つことが鎌倉観光の財産となっている面もある。そのため、鎌倉市では、地域内の交通をコントロールする「交通需要マネジメント」の考え方を基本にしている。

この状況下で鎌倉市が行った施策は、同エリアへのマイカーやレンタカーの入流を減らすことである。具体的には 2001 年に導入した「パーク&ライドの推進」である。内容は、同エリアの外側に位置し、海外沿いを走る国道 134 号線に駐車場 4 カ所を設置し、マイカーやレンタカー利用者はそこで車を駐車してもらう。その後は公共交通機関に乗り換えて、観光を楽しむというものである。駐車料金には、江ノ電の 1 日フリー切符がセットになっている。駐車場利用客は年によっての増減はあるものの、利用は定着してきており、一定の成果が挙げられているとのことである。

本施策の導入にあたっては、鎌倉市、地元住民、地元の商業関係者、交通機関関係者を交えての研究会を立ち上げて検討を行い、実証実験を経て、本格導入に至っている。地元関係者の参画により地域の一体感が生まれたことや、パーク&ライドによって観光客の土産物店など

での消費額が増えるなどの副次的な成果も得られたとのことである。

iii. 公共交通機関に1日乗り降り自由な「鎌倉フリー環境手形」

前述のパーク&ライドの推進と時期をほぼ同じくして2001年に導入した施策に「鎌倉フリー環境手形」がある。内容は、鎌倉駅を中心とするエリアでの公共交通機関（江ノ電、路線バス）が1日乗り降り自由になるフリー切符であるが、公共交通機関のすべての区間ではなく、同エリア内の指定区間に限定している。また、鎌倉フリー環境手形を施設等に入場する際に提示すると、寺社等の拝観料や美術館等の入場料が割引になる特典があるほか、協賛店（食事処、土産店など）での割引も受けられる仕組みとなっている。

鎌倉フリー環境手形も、マイカーやレンタカーなどの車両の同エリアへの流入を減らすこ

とを目的とした「交通需要マネジメント」の施策の1つである。観光客に、鉄道などの公共交通機関を利用して鎌倉市まで訪れてもらい、鎌倉駅を中心とするエリアでも同じく公共交通機関を利用して、観光を楽しんでもらうとの考えのもと導入した施策である。フリー切符の利用者は、年によっての増減はあるものの、利用は定着してきており、利用者は増加傾向にあるとのことである。

本施策の導入にあたっては、前述のパーク&ライドと同様に、鎌倉市、地元住民、地元の商業関係者、交通機関関係者を交えての研究会を立ち上げて検討を行い、実証実験を経て、本格導入に至っている。地元関係者の参画により地域の一体感が得られたとのことであるが、鎌倉フリー環境手形の提示で寺社や美術館、協賛店での割引が受けられる仕組みは、まさに一体感が生まれた成果といえる。



鎌倉フリー環境手形

5つのバス路線と電車の指定区間が一日自由に乗り降りできるお得なきっぷです

フリー区間

5つのバス路線と電車の指定区間が一日自由に乗り降りできるお得なきっぷです

※鎌倉駅周辺に建設中の改築工事等により、バスフリーエリアが変更される場合があります。

★きっぷ販売場所
 ●協賛寺社等
 ●主要な施設

パーク&ライド

(※7月～5月は祝祭日)
マイカーの駐車料金と鉄道やバスのフリーきっぷをセットにしたプラン

| 駐車場 | 車1台あたりの料金 | 料金に含まれているもの | |
|-------------|-----------------|---|------|
| | | フリーきっぷ | 追加料金 |
| 江ノ電パーク＆ライド | 2000円 超過追加料金 | 江ノ電全線(鎌倉駅～藤沢駅)の1日フリーきっぷ | 2名分 |
| 稲村が浜パーク＆ライド | 1800円 | 江ノ電全線(鎌倉駅～藤沢駅)の1日フリーきっぷ | 2名分 |
| 七重が浜パーク＆ライド | 1800円 | 江ノ電全線(鎌倉駅～藤沢駅)の1日フリーきっぷ | 2名分 |
| 由比が浜パーク＆ライド | 1660円 | 江ノ電(鎌倉駅～長台駅) & 5路線のバスの指定区間(鎌倉フリー環境手形と同じ)の1日フリーきっぷ | 2名分 |

なお「パーク&ライド」や「鎌倉フリー環境手形」については、鎌倉駅構内での観光案内所や切符売り場での掲示案内をしているほか、観光客が自由にもらえる「特典ご利用の手引

き」にも詳細が記載されている。同手引きには協賛寺社や美術館、協賛店の割引金額等も一覽で紹介されており、観光客が活用しやすい内容となっている。

iv. 歩き観光の奨励

前述で説明したとおり、鎌倉市では「パーク＆ライド」や「鎌倉フリー環境手形」を推進して、マイカーやレンタカーなどの車両が、鎌倉駅を中心とするエリアへ流入すること減らして、同エリアでの公共交通機関の利用を促している。とは言っても、同エリアの公共交通機関には容量に限界があり、ゴールデンウィークや夏休み期間中など多くの観光客が集中する時期には、公共交通機関の混雑もひどくなっている。一方で、同エリアの観光スポットは徒歩で回れる距離に立地している施設も多いことから、鎌倉市では歩き観光も奨励しており、そのためのツールも発行している。

国内観光客向けのツールとしては「ぶらり鎌倉マップ」がある。地図上に歩くコースの表示

や所要時間などが記載されており、鎌倉駅を中心としたエリアの歩き観光で便利なツールとなっている。また、鎌倉市観光協会のホームページ鎌倉観光公式ガイドでは「鎌倉さんぽ」を紹介して歩き観光の奨励を図っている。鎌倉駅から高德院（鎌倉大仏）まで単純に歩くと約40分のコースであるが、おいしい朝ごはんを提供する店や朝採れ野菜を焼き野菜やスムージーを提供する店、観光スポットの銭洗弁財天などに歩いて立ち寄るコースを紹介している。「歩いてみたら、何かが見つかる鎌倉の魅力」のコンセプトで掲載されており、同ホームページ上では「朝まわり」「夜の鎌倉」「江ノ電沿線 海まちあるき」など様々なプランを提供することで、歩き観光を奨励している。



外国人観光客に対しては、前述で紹介した「鎌倉 TOURIST MAP」である。英語版、フランス語版、スペイン語版、韓国語版、中国語版、台湾語版で発行しており、表面では地図上で観光スポットを表示しており、裏面では観光スポットについて写真を用いながら分かり易く紹介している。また、裏面右下には、外国人観光

客が観光施設等でコミュニケーションが取りやすくなるように、指差しで活用できるコミュニケーションツールを掲載しており、歩き観光の一助となっている。

外国人観光客への啓発活動でも紹介した「鎌倉 TOURIST MAP」であるが、同観光マップの発行にあたり、単なる観光マップではなく、

啓発活動やコミュニケーションツールとしても活用できる点に鎌倉市の工夫がみられる。

鎌倉市では、歩き観光を奨励するにあたり、観光施設の整備にも力を入れている。具体的には、観光案内所のリニューアルや、観光ルート版および総合案内板などの設置、などを行っている。また、公衆トイレの修繕および改築も行っている。2016年度に着手した高齢者や障害のある人でも安全で快適に観光できるよう、バリアフリーやユニバーサルデザインに配慮した取り組みも行っており、同取り組みにより鶴岡八幡宮裏公衆トイレや妙本寺公衆トイレの供用を開始している。

ところで、公共交通機関の容量に限界と前述したが、鎌倉市の観光スポットを走る公共交通機関としては江ノ電が有名である。江ノ電は、鎌倉駅と藤沢駅の区間を主に相模湾沿いに走っているが、大部分の区間が単線であり、また1車両は約12.5m（JR標準車両は約20m）と小型である。容量不足の解決策としては全線複線化や車両の大型化、または1編成の連結車両数の増加、などが考えられる。しかしながら、狭い街中の空間を走っている江ノ電の複線化は難しく、車両の大型化なども財政面などで容易ではない。環境保全等の様々な制約もある。一方で、複線化や車両大型化の実現が本当に鎌倉にとって良いことか疑問も残る。街中を縫うように走り、家の軒先を走る江ノ電は鎌倉の風景となっている。この江ノ電に乗車することを楽しみにしている観光客も多い。また、江ノ電路線には、「鎌倉高校前1号踏切」や「七校通り」など、多くのフォトスポットが存在しており、フォトスポットを目的に訪れる観光客も多い。いまの江ノ電そのものが鎌倉観光の財産となっている。公共交通機関の容量限界などの問題は残るが、それを上回る観光財産としての江ノ電の価値を活かしつつ、鎌倉観光がなお一層発展することが期待される。

v. 2019年4月施行の「鎌倉市公共の場所におけるマナーの向上に関する条例」

鎌倉市では公共の場所におけるマナーの向上

による良好な環境の保全および快適な生活環境を保持することを目的として、基本理念等必要な事項を定める「鎌倉市公共の場所におけるマナーの向上に関する条例」が制定された（2019年3月25日公布、同年4月1日施行）。同条例は、歩きながら食べることを含む一部の行為や、一部の場所でのスポーツの禁止、規制などを行うことを目的とするものではなく、まずは迷惑行為を規定列記して、誰もが気持ちよく過ごすことができる地域であるために、マナーを呼びかけることで意識啓発を図ることを目的としている。

ただ、条例が制定された時には「迷惑防止条例」と呼ばれて、マスコミ報道がなされることもあった。混雑時の小町通りで観光客に対して「混雑時の食べ歩きが禁止になったことをご存知ですか？」との取材や、同通りで飲食店を営む店主に対して「売り上げへの影響は？」などの取材などがみられた。これは、全国的に外国人観光客の食べ歩き後のゴミのポイ捨て行為などのマナー違反や、混雑時の食べ歩きで他の通行人や店頭商品が汚れる事態が発生して話題になっている時期に制定された条例であることから注目が集まり、このような取り上げ方がなされたものである。

しかしながら前述のとおり、マナーを呼びかけることで意識啓発を図ることを目的とした条例である。よって、同条例の施行後も、混雑時の小町通りなどでの食べ歩きを規制することも、マナー違反者への罰則も一切ない。この点で、同条例の施行には内外から賛否両論もあったようである。

ただ、同条例の施行によって、興味深い事例がみられた。それは、観光客を受け入れる側である小町通り商店街の人々の意識の変化である。同条例の施行を機に、飲食店を営む店主と、飲食店以外の商売を営む店主の立場や考え方の違いがお互いに分かるようになり、商店街全体としての取り組みができるようになったことである。また、観光客があつてこそ小町通り商店街であるとの意識が改めて認識され、商店街自身がマナー啓発に積極的に関わっていく姿勢

を示した。具体的には、商店街の予算でマナー啓発の垂れ幕を作成、掲示したことや、観光客のゴミのポイ捨て防止のためのゴミ回収の仕組みづくりをしたことが挙げられる。ゴミ回収は有料であるが、その費用についても商店街にて負担しているとのことである。

最近、外国人観光客のマナー違反が話題になることが多いが、マナー違反を嘆いたり批判するばかりでは、なかなか解決に至らない。小町

通り商店街のようにマナー啓発に積極的に関わり、商店街全体として取り組むことが、いま求められているのかもしれない。

なお、事例として小町通り商店街の取り組みを紹介したが、同条例は鎌倉市内の公共の場所におけるマナー意識啓発を目的としたものであり、小町通りなどの特定の場所を限定したものでないことを改めて付け加えておく。



VI. ロードプライシング（※導入検討中）

鎌倉市では「パーク&ライド」や「鎌倉フリー環境手形は」を推進して、マイカーやレンタカーなどの車両が、鎌倉駅を中心とするエリアへ流入すること減らす「交通需要マネジメント」の施策を行っているが、新たな施策としてロードプライシングの導入も検討中である。ロードプライシングとは、鎌倉地域内外を結ぶ主要道路に課金ポイントを設けて、地域内へ流入する車両に課金するシステムである。同課金による収入は、主に公共交通の充実と道路整備を想定している。

ロードプライシングは導入コストや課金の徴収方法、地元住民と観光客の車両の区別、地域の合意形成、観光客数減少に結びつかないかどうか、など課題があり現時点で導入検討中となっている。

一方で、前述したように鎌倉市に訪れる観光

客は日帰り客が多い。来訪者アンケートでは日帰り客は87.6%、市内泊は3.9%となっている（「鎌倉市の観光事情」平成30年度版より）。このため、各観光地で検討されている宿泊税の導入は、鎌倉市では難しい現状がある。

よって、観光施策を推進するうえでロードプライシングは、ぜひ実現したい施策の1つとなっている。

◆東京都台東区（浅草）

台東区では現地視察のみを実施したので、「施策」の状況についてのみ紹介する。

（1）観光バス専用の乗降場の設置

浅草はもともと国内客に人気の観光地として賑わっていたが、ここ数年増加している外国客にも人気となっている。この観光客の急増を背景に観光バスの増加による乗降場所の確保の問

題や道路渋滞、乗降客による歩道の混雑などが問題となっていた。この解消策として2016年度に条例を作成し、2016年12月より対応策を実施している。それが、「～浅草地域～観光バス施設案内図」にある降車場（3カ所）、乗車場およびバス待合所（2カ所）、観光バス駐車場（3カ所）の設置である。現地視察では、すべての乗降場所を見て回ったが、すべての降車場、乗車場において誘導員の常駐配置、および誘導員による適切な運用状況が確認できた。

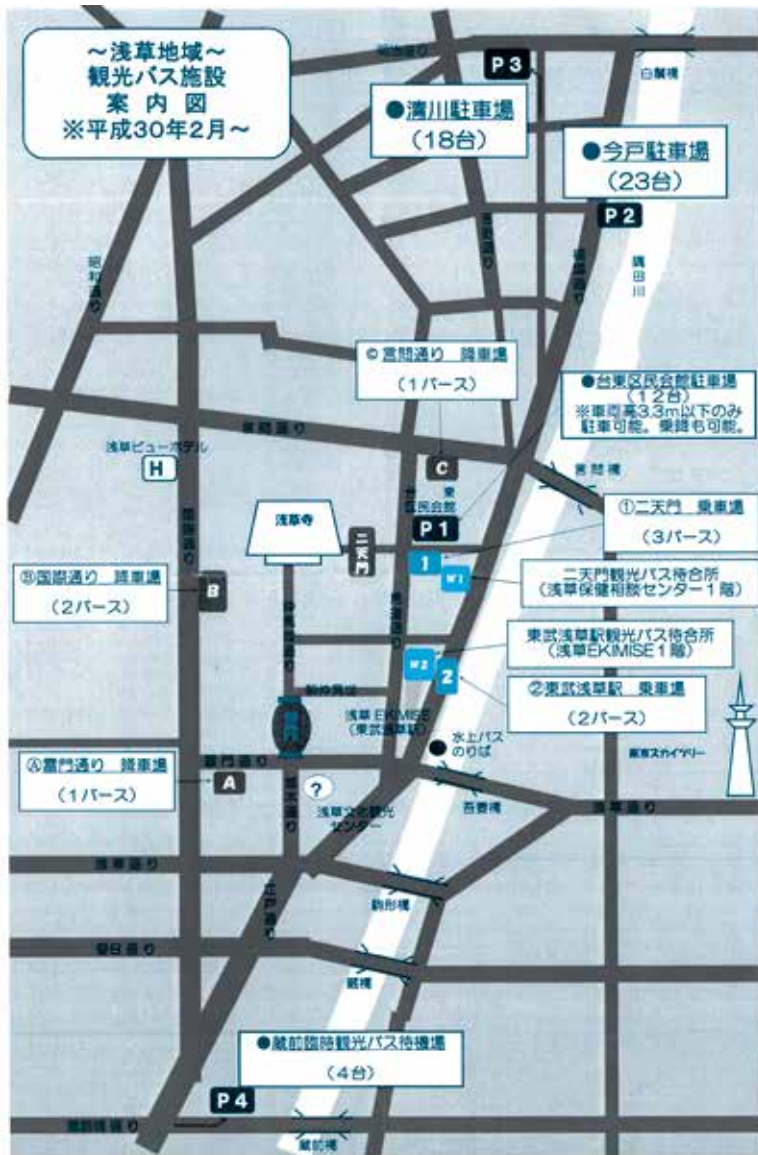
降車場は、1カ所につき観光バス1台が停車できる限られたスペースである。そのため、観光バスに運用を任せているのは停車車両のスムーズな入替、および観光客の降車は困難とみられ

る。すべての降車場には誘導員が1人ずつ配置されており、誘導員は停車スペースが空く度に、やや遠方の路肩で待機している観光バスを1台ずつ適切に誘導している。視察では約5分毎に観光バスからの降車が確認できた。また、誘導員は観光バスの誘導のみならず、降車した観光客にも目を配っており、他の通行者の妨げにならないように、降車した観光客が歩道上に広がっていると、歩道を明けるように促す姿がみられた。

乗車場は、複数の観光バスが停車するスペースがあり、誘導員も複数名配置されている。乗車場でも誘導員による停車車両のスムーズな入替、および観光客への乗車バス到着の声掛けなどが行われており、適切な誘導を行っている。

今回の視察では、①乗降場所は、浅草観光の中心である浅草寺を取り囲むように設置されており、その設置場所は浅草寺から近距離で観光客が徒歩で移動しやすい距離であること、②すべての乗降場所に誘導員が配置されていること、③乗降場所周辺での道路渋滞や歩道混雑はみられないこと、④乗降場所以外での観光客を乗降するルール違反の観光バスは見かけなかったこと、などを確認した。適切でスムーズな運用は観光バス業者や観光客の利便性が向上するだけでなく、地域住民にとっても観光客の乗降による道路渋滞や歩道混雑が解消されて日常生活の利便性の確保を与える結果となっていることが、非常に印象強く残った。

なお、浅草では乗降場所の運用を行うにあたり「観光バス予約システム」を稼働しているようである。予約システムおよび誘導員の配置による一体的な運用により、前述で紹介した適切でスムーズな運用が実現できているものとみられる。



6. 沖縄県内のオーバーツーリズムの検証

これまでに宮古島市の現状、京都市、鎌倉市、台東区（浅草）の現状や取り組んでいる先進事例をみてきたが、最後に県内のオーバーツーリズムについて検証する。

オーバーツーリズムの章で意味について説明したが、オーバーツーリズムの概要的な定義はあるが、絶対的な定義はない。そのため、どの項目がどの水準に達するとオーバーツーリズムと言うのか、についても基準はない。そのため、本レポートでは2つの目安をもって、県内のオーバーツーリズムについて検証する。

1つ目の目安は「人口当たりの観光客数」「面積当たりの観光客数」である。【図表6】は国内有数の観光地と沖縄県、宮古島市、石垣市について比較した表である。人口当たりの観光客数をみると、日光市は147.0倍、鎌倉市は115.3倍、奈良市は47.7倍、京都市は35.9倍となっている。県内をみると、沖縄県は6.8倍、宮古島市は21.7倍、石垣市は28.8倍となっており、いずれも県外の観光地を下回る数値となっている。面積当たりの観光客数についても、県内は、いずれも県外観光地を下回る数値となっている。つまり、国内有数の観光地と比

べると、県内のオーバーツーリズムの度合いは低いといえる。一方で、沖縄県全体での数値と比べると、宮古島市、石垣市の数値は高くなっている。その意味で、両島については、沖縄県内の中ではオーバーツーリズムの度合いは高いといえる。

なお、この比較方法はすべてにおいて正しい捉え方（数値）かということ、決してそうではない。例えば、八重山観光においては石垣島、西表島、竹富島などを一体として巡る観光客が多いが、【図表6】は石垣市だけの数値となっており、西表島や竹富島など竹富町の人口や面積は含んでいない。また、各観光地の観光スポットについても市全域に均等に立地するのではなく、市の一定の地域に立地していることが多い。よって、実際の観光客の集中度合いは、【図表6】の面積当たりの観光客数よりも高くなるのが容易に想定される。つまり、観光地の地域住民が感じている実態とは異なる可能性は否定できない。

ただ、オーバーツーリズムの基準がない現状においては、国内有数の観光地と県内を比較する目安としては有効と考える。

【図表 6】

| | 人口 (人) | 面積 (km ²) | 観光客数 (人) | 人口当たり の観光客数 (倍) | 面積当たり の観光客数 (人) |
|------|-----------|--------------------------|-------------|-----------------------|-----------------------|
| | a | b | c | c/a | c/b |
| 京都市 | 1,469,295 | 827.8 | 52,750,000 | 35.9 | 63,723 |
| 鎌倉市 | 172,306 | 39.6 | 19,870,715 | 115.3 | 501,786 |
| 奈良市 | 357,249 | 276.8 | 17,025,000 | 47.7 | 61,507 |
| 日光市 | 83,761 | 1,450.0 | 12,316,263 | 147.0 | 8,494 |
| 沖縄県 | 1,448,101 | 2,281.0 | 9,847,700 | 6.8 | 4,317 |
| 宮古島市 | 51,299 | 204.5 | 1,113,904 | 21.7 | 5,447 |
| 石垣市 | 47,860 | 229.0 | 1,379,715 | 28.8 | 6,025 |

(出典) 上記自治体のホームページより

(基準) 2018年現在

2つ目の目安は、冒頭で紹介した「持続可能な観光先進国に向けて」にある「オーバーツー

リズムの発生プロセス」である。この発生プロセスを【図表7】に再掲する。

【図表7】

【オーバーツーリズムの発生プロセス】

- ①観光客が増加することにより混雑感が増し、観光客の満足度や再来訪希望に影響を及ぼす。
- ②さらに観光客が増えると地域の観光地化が進み、地域住民の日常生活に支障が出る。
- ③最終的には観光に対する地域住民の反感や嫌悪感が生まれ、観光の持続可能性が低下してしまう。

観光庁「持続可能な観光先進国に向けて」より抜粋

上記、プロセスと県内の観光の現状を比較すると、プロセス①は、県内でも観光客増加による混雑感の一部に見受けられるが、常時発生している訳ではなく、時間帯や時期によっては混雑が解消することも多い。また、県による「観光統計実態調査」の結果をみると、旅行全体に対する満足度で「大変満足」「やや満足」を合わせた回答割合は、2018年度は97.5%、2015年度は95.8%、2012年度は96.4%となっており、3回の調査とも95%を超える高い割合となっており、「やや不満」「大変不満」を圧倒的に上回っている。よって、県内においてはプロセス①に該当する事例はないと判断される。

プロセス②は、例えば、イタリアのヴェネツィアでは年間約3,000万人もの観光客が訪れるようになった結果、外国資本が流入して住宅価格が高騰して、ヴェネツィア島部の居住人口が18万人から5万人に減少した事例がある。水上交通の混雑や店舗等の観光地化も進み、住民の利便性や街の歴史的な雰囲気が損なわれるなどの問題も発生した。これがプロセス②に該当する事例と考えられる。県内においては、前述で宮古島市の家賃高騰について述べたが、決して住居の民泊への転用だけが要因ではないことは述べたとおりである。また、観光客を主な相手とする小売店や飲食店が多く立ち並び、値段も高めの設定になるなどの物価高騰や、ホテルやショッピングモールなどが乱立して街の中心部から住民生活が排除されるなど、地域住民の

利便性が低下して住みづらい街に変化するには至っておらず、観光地化による人口減少等もみられない。よって、県内においてはプロセス②には該当する事例はないと判断される。

プロセス③は、例えば、スペインのバルセロナ市では、バルセロナ・オリンピック後に観光客が急増した。住宅地と旧市街やサグラダ・ファミリア等の観光地が近接しており、生活空間と観光客の距離が非常に近い状態の中で、地元住民と観光客の軋轢も発生した。そのような状態が長く続いた結果、観光の悪影響についての報道がなされるようになり、市民の反対デモ等も過熱した。これがプロセス③に該当する事例と考えられる。県内においては、沖縄県の「沖縄観光に関する県民意識の調査」から、地域住民の意識をみることが出来る。同アンケートには「観光客が訪れることによる影響」が設問事項に含まれている。「観光客が訪れることへの影響」の設問に対してメリット、デメリットの回答項目があるが、回答が多い順にみると、(1)地域経済、雇用、地域産業が促進される(46.7%)、(2)インフラが整備される(39.9%)、(3)バスや自家用車の混雑等により、交通が不便になる(38.3%)、(4)騒音やゴミの増加等により、生活環境が悪化する(38.3%)、(5)人的・文化的交流が促進される(30.9%)、(6)治安が悪化する(24.2%)、の順となる。メリット、デメリットの回答があるが、メリットの回答(1)(2)がデメリットの回答(3)(4)を上回って

いることから、県全体としてはプロセス③に該当する事例はないと判断される。

ただ、地域ごとにみると、宮古島市においては同設問の回答で「騒音やゴミの増加等により、生活環境が悪化する（59.8%）」が1番多い回答となっている。回答結果からは、宮古島市では既にオーバーツーリズムが発生している可能性が高いといえる。ただ、宮古島の現地調査で述べたように、不動産関連（家賃上昇、地価・建築コストの上昇）の動きは、観光客以外の島外からの人の流入が要因とみられ、建築関係者等が島外へ帰ることにより需給は緩和することが予想される。また、ホテルやタクシー、量販店の逼迫は常時発生しているのではなく、時期や時間帯が限られている。よって、宮古島市のオーバーツーリズムの状態も、徐々に落ち着いていくものとみられる。

以上、2つの目安から総合的に判断すると、沖縄県全体としては、オーバーツーリズムは発生していないといえる。

ただ、モノレールなどの公共交通機関の混雑やレンタカーによる交通渋滞の発生、住宅地の民泊による騒音問題、外国人観光客のマナー違反など、オーバーツーリズムの懸念材料は一部にみられる。また、2020年には那覇空港第二滑走路の供与開始、宿泊施設の新設・増設など観光客を更に受け入れる態勢は着々と整っており、将来に亘り観光客が増加することが予想される。県民意識アンケートを継続調査により、県民意識の変化をしっかりと捉え、オーバーツーリズムの発生プロセスと照らし合わせることは将来に亘り必要となろう。

最後のまとめでは、県内で想定される将来の観光客増加に対する課題と提言を述べたい。

7. まとめ（県内で想定される将来の観光客増加に対する課題と提言）

京都市の事例では、観光客へのマナー啓発の取組みと、いくつかの施策を紹介した。

マナー啓発について同市は、多言語対応だけでなく、外国人観光客にも一目でわかりやすいピクトグラムが描かれた掲示物を作成し、そ

れを幅広く活用してもらうなど、産・官・学が連携して取り組んでいる。また、地域の住民や事業者、団体が、海外からはるばる来てくれた観光客に京都を楽しんでもらおうというおもてなしの気持ちで迎え入れ、地元の景観維持や課題解決に対して当事者意識を持って積極的に取り組んでいる好事例が多くみられた。外国人観光客が増加している県内においても、文化や生活習慣の違いから生じるマナー問題が一部地域でみられていることから、京都市のこれらの取り組みや連携体制を県内の事情に合わせて採り入れるべきだろう。施策については、市民生活と観光の調和を重視しており、特に混雑対策が進んでいる。決して京都全体のキャパシティをオーバーしているのではなく、特定のエリアや時期・時間に観光客が集中している状況が問題となっていることから、時期・時間・場所の分散化に尽力していることが特徴である。県内でも、観光客が夏場に集中し繁閑差が大きいことが課題となっていることから、京都市を参考に平準化に向けた施策の推進が必要である。また、観光客が特定の観光スポットに集中することで混雑が発生する恐れがあることから、AIやICTなどの先進技術などを活用した観光客の動向の把握と、その情報を活用した施策の展開が求められることになろう。加えて、現在注目されている観光地だけではなく、将来を見越して周辺エリアにも誘客できるような魅力的なコンテンツの発掘やPR、受入態勢の整備なども、地域が主体的に進めていく必要があると考えられる。また、県内でも二次交通の整備やモノレールの混雑が課題であり、京都市の市バスの混雑対策は参考にすべき点が多い。路線バスにおける観光系統の利用促進や大型手荷物スペースを確保した車両の導入、手ぶら観光の推進などは県内でも取り組める可能性がある。さらに、地域住民の観光に対する理解度の醸成についても、京都市では、観光が地域経済にもたらす波及効果の見える化や、観光の意義の周知啓発、宿泊税の活用事例（無電柱化の推進など）の情報発信を強化している。沖縄県が観光立県としてさらに飛躍するためにも、県民と観光客

の満足度向上を追求しながら、観光が県民にもたらす効果を県民に実感してもらい、観光産業の担い手育成に繋がるような情報発信や啓もうが今後ますます重要となる。

鎌倉市の事例では、いくつかの施策を紹介したが、まとめると①地域住民の生活地と観光スポットがほぼ同じエリアに存在している地域での施策、②地域内の交通をコントロールする「交通マネジメント」の考え方を基本とする施策、③行政、地域住民、商業関係者、交通機関関係者が意思疎通を図りながら一体となって策定した施策、といえる。

道幅が狭いために交通渋滞が発生するという問題を抱えながらも、道幅の狭さも含めて神社仏閣・史跡のある昔ながらの街並みそのものが観光の財産だとして、地域内の交通をコントロールする鎌倉市の「交通マネジメント」の取り組み姿勢は素晴らしいものがある。しかも、沖縄県内のどこよりも高い人口当たり観光客数 115.3 倍の観光客が訪れる鎌倉市が取り組んでいる施策であり、県内でも参考になると思われる。

例えば、県内においても地域住民が利用する商業施設に外国人観光客が訪れることもしばしば見られる光景となっている。国際通りなど道路幅拡幅が容易でない場所は県内に多く存在しており、モノレールの1編成3両化についても時間を要する。これらの課題を解決するための、新たな予算を組んだ施策はもちろん必要である。ただ、それと並行して、鎌倉市のように「交通マネジメント」の考え方のもと現状のインフラの中でできる施策も考えるべきであろう。

県内においてもモノレールや路線バスに乗れる周遊バスがあるが、観光客に対する周知は低いとみられる。モノレールの「てだこ浦西駅」では駐車場を整備する県民向けのパーク&ライドが既に始まっているが、これを観光客にも積極的に開放して県内の路線バス等の周遊バスと組み合わせることも1つの例として考えられる。また、鎌倉市のフリー切符や歩き観光を参考にして、県内の路線バス等の周遊バスと歩き観光を組み合わせる形をとることにより、県内各地で取り組める可能性は十分にある。国内観

光客の中には旅行先の土地勘のない場所でのレンタカーの運転を好まない客層もおり、外国人観光客の中には日本国内で運転できない客層もいるため、このような取り組みは一定の効果が期待できよう。ただ、これらの取り組みを行うには、まず初めに行政、交通機関関係者、地域住民などで意思疎通を図り一体となった取り組みが必要である。また、多言語の観光マップの発行や多数の観光案内板の整備、Wi-Fi 拠点の整備など、観光客が情報を容易に入手できる態勢の整備や、公衆トイレや休憩場所等の整備などが必要不可欠となってくる。

パーク&ライドによる道路渋滞の緩和や、Wi-Fi 拠点の整備、公衆トイレや休憩場所等の整備は、県民生活にとっても非常に有益であり、観光客増加による恩恵を感じることができる事例ともなる。また、行政、地域住民、商業関係者、交通機関関係者が意思疎通を図りながら一体となって施策の策定は、観光立県沖縄としての一体感も醸成されよう。今後の対応課題として検討する価値はあろう。

東京台東区（浅草）の事例では、観光バス専用の乗降場設置について紹介した。県内では那覇市が「県民広場前」と「那覇市ぶんかテンプス館横」に乗降場を設けて運用しており、今後は「のうれんプラザ隣の県有地」も乗降場として整備する予定である。観光バスの待機場は明治橋近くに2019年10月に整備され、運用が始まっている。これは、観光バスの路上駐車による道路渋滞の解消が目的であり、有効な手段として期待される。観光客増加による観光バスの乗降場については将来、那覇市以外の地域においても検討が必要となる可能性がある。那覇市の運用で得た情報は、ぜひ他の自治体にも情報共有してもらいたいところである。ところで、浅草の事例でも実現はしていないが、観光バスの路上駐車による道路渋滞の解消のためには、本来なら路上に乗降場を設置すべきでないと考えられる。用地を確保して路上でない場所に乗降場を設置することが、将来に向けての課題として挙げられる。

(以上)



鎌倉市の小町通り



鎌倉市の大仏



鎌倉市の江ノ電



京都市のバス停留所（清水道）



京都市の錦市場



京都市の嵐山「竹林の小径」

沖縄県経済
2019年の

回顧

2020年の

展望

要旨

■2019年の回顧

～国内経済は緩やかな回復となり、県内経済は緩やかな拡大となる～

- 国内経済は、企業収益の好調、雇用情勢の改善が続き、個人消費と企業の設備投資に持ち直しの動きがみられたが、10月の消費税率引き上げがあり、全体として緩やかな回復となった。
- 県内経済は、消費関連、観光関連が概ね好調となり、建設関連は概ね好調に推移したことから、全体として緩やかな拡大となった。
- 個人消費は、概ね好調に推移したが、10月の消費税率引き上げ以降は、駆け込み需要の反動などから弱含む動きとなった。百貨店・スーパー売上高は、駆け込み需要の反動がみられたものの新設店・改装効果などから、全店ベースでは前年を上回った。耐久消費財では、新車販売は、レンタカーの減少や駆け込み需要の反動などから前年を下回った。家電卸売は、白物家電の好調や駆け込み需要などから前年を上回った。
- 建設関連は、公共工事では国、県の発注工事が減少したものの引き続き高水準であり、民間工事では宿泊施設や社屋などの建設投資が多くみられ、全体では概ね好調に推移した。
- 観光関連は、概ね好調に推移した。入域観光客数は国内客、外国客ともに増加し好調な動きとなった。主要ホテルは宿泊客室稼働率、売上高がそれぞれ前年を下回った。観光施設は前年を下回り、ゴルフ場入場者数は前年を上回った。
- 雇用情勢は、単月の有効求人倍率（季調値）が本土復帰後最高値を更新（1.23倍）し、完全失業率も低下したことから改善が続いた。また、企業倒産は、県内景気の拡大基調を背景に企業の業績が上向き、件数は低水準で推移した。

■2020年の展望

～国内経済は回復が足踏みとなり、県内経済は拡大の動きに一服感～

- 国内経済は、東京オリンピックの開催に期待は集まるものの、駆け込み需要の反動などで内需は鈍化する一方で、外需も米中貿易摩擦や日韓関係の悪化、中東情勢の不安定化で本格的な回復には時間を要することから、回復は足踏みとなろう。
- 県内経済は、消費関連はキャッシュレス・消費者還元事業が6月末に終了することから、もう一段の下押しが加わろう。観光関連は入域観光客数は国内客、外国客の伸び悩みが懸念され、伸び率は鈍化して堅調な推移となろう。建設関連は公共工事は高水準を維持し、民間工事は手持ち工事額水準が高いため、概ね好調となろう。全体として拡大の動きに一服感がでよう。
- 個人消費は、前半は消費税率引き上げの影響から耐久消費財の回復に時間を要し、後半はキャッシュレス・消費者還元事業の終了で、もう一段の下押しが加わることから横ばいとなろう。
- 建設関連は、公共工事では高水準を維持し、民間工事では新規受注は徐々に鈍化するものとみられるが、既に受注した手持ち工事額の高いため、全体では概ね好調な動きとなろう。
- 観光関連は、堅調となろう。国内客は消費税率引上げ後の節約志向の強まりを受けて伸び悩むことが懸念される。外国客は日韓関係の悪化や香港情勢の混乱などから伸び悩むことが懸念される。よって、入域観光客数全体としては前年より伸び幅は鈍化することが見込まれる。

I 2019年の回顧

県内経済の概況

拡大の動きは緩やかとなった

2019年の国内経済は、企業収益の好調、雇用情勢の改善が続き、個人消費と企業の設備投資に持ち直しの動きがみられたが、10月の消費税率引き上げがあり、全体として緩やかな回復となった。

県内経済は、消費関連、観光関連が概ね好調となり、建設関連は概ね好調に推移したことから、全体では緩やかな拡大となった。個人消費は概ね好調に推移したが、10月の消費税率引き上げ以降は、弱含む動きとなった。建設関連は公共工事は前年を下回ったものの高水準で推移し、宿泊施設などの民間投資も活発な状態が続いており、概ね好調に推移した。観光関連は入域観光客数は過去最高を更新するものの伸びは鈍化し、概ね好調となった。

県内経済を主要部門別にみると、個人消費については概ね好調に推移したが、10月の消費税率引き上げ以降は駆け込み需要の反動などから弱含む動きとなった。百貨店・スーパー売上高は、販促効果や改装効果などから概ね好調に推移し、消費税率引き上げ後に駆け込み需要の反動がみられたものの、全店ベースでは、新設店効果などから前年を上回った。耐久消費財では、新車販売台数は、レンタカーの減少や消費税率引き上げ後の駆け込み需要の反動などから、前年を下回った。電気製品卸売販売額は、白物家電が好調に推移したことや、消費税率引き上げ前の駆け込み需要などから、前年を上回った。

建設関連は、公共工事では高水準で推移し、民間工事では宿泊施設などの建設投資により活発な状況が続いていることから、全体では概ね好調に

推移した。

公共工事では、沖縄振興予算が前年度と同額となったが、発注者ベースでは国、県の工事が減少したことから前年を下回る見込みである。

民間工事では、住宅着工は持家、分譲が増加したが、ウエイトの大きい貸家で前年を下回っており、全体では前年を下回る見込みである。建築着工（非居住用）は、大型の宿泊施設などの着工がみられ、引き続き高い水準を維持したが、前年の大型商業施設の着工による反動減などから全体では前年を下回る見込みである。

観光関連は、入域観光客数は、国内客、外国客ともに伸び、19年の入域観光客数は過去最高を更新して1,000万人を達成する見込み。ただ、外国客はゴールデンウィークの旅行商品価格高騰や日韓関係の悪化などの影響で、伸びは鈍化した。主要ホテルは、宿泊客室稼働率、売上高が前年を下回った。主要観光施設は前年を下回り、ゴルフ場入場者数は前年を上回った。

雇用情勢は、改善傾向が続いた。求人数が医療・福祉、運輸業、郵便業、建設業、など多くの業種で増加し、有効求人倍率は上昇した。また、就業者数の増加および完全失業者数の減少により、完全失業率は低下した。

企業倒産については、件数は50件と前年を6件上回り、負債総額は前年比54.0%減の57億1,400万円となった。75年の集計開始以来、件数は4番目に少なく、負債総額は過去2番目に少ない、低水準での推移となった。

1. 個人消費

概ね好調のあと弱含み

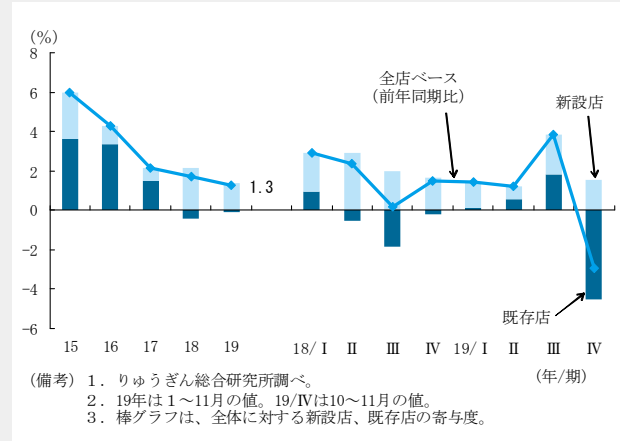
19年の個人消費は、消費税率引き上げ（10月）前の駆け込み需要がみられ、第3四半期までは概ね好調に推移したが、第4四半期は駆け込み需要の反動などから弱含む動きとなった。

百貨店・スーパー売上高は、第1および第2四半期は販促効果や改装効果などから概ね好調に推移し、第3四半期は消費税率引き上げ前の駆け込み需要がみられ、第4四半期はその反動がみられた。また、小売業の競争激化や訪日外国人による消費鈍化の影響などもみられ、既存店ベースは前年を下回る込み。全店ベースは新設店効果から前年を上回る見込み（図表1）。

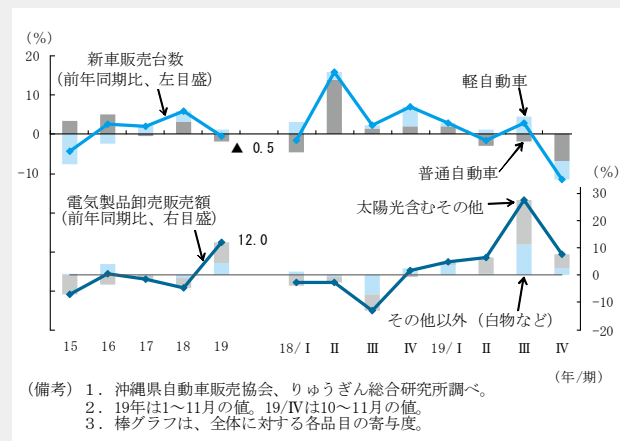
耐久消費財では、新車販売台数は、第3四半期までは自家用車や貨物車などが増加し、消費税率引き上げ前の駆け込み需要がみられたものの、レンタカーの減少や駆け込み需要の反動などから、前年を下回る見込み。電気製品卸売販売額は、白物家電が好調に推移し、第3四半期には消費税率引き上げ前の駆け込み需要がみられ、第4四半期には年末商戦に備えた家電量販店向けの販売が増加したことなどから、前年を上回る見込み（図表2）。

個人消費を取り巻く環境をみると、所得環境（事業規模30人以上）は、最低賃金の改定などにより名目賃金、実質賃金ともに2年ぶりに増加する見込み。消費者物価（沖縄県、総合）は前年を上回る見込み（図表3）。

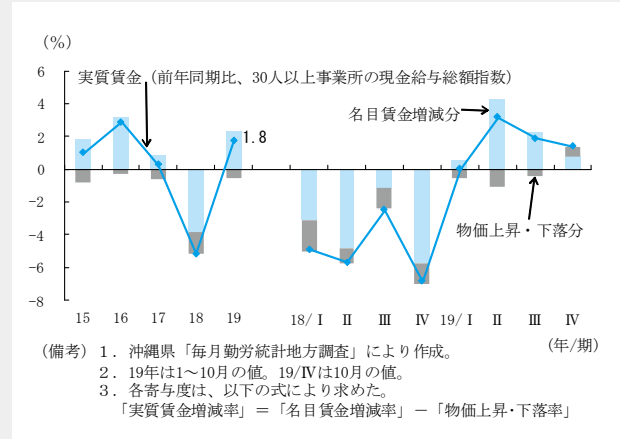
図表1. 百貨店・スーパー売上高の動向



図表2. 耐久消費財の動向



図表3. 実質賃金の動向



2. 建設関連

概ね好調な動き

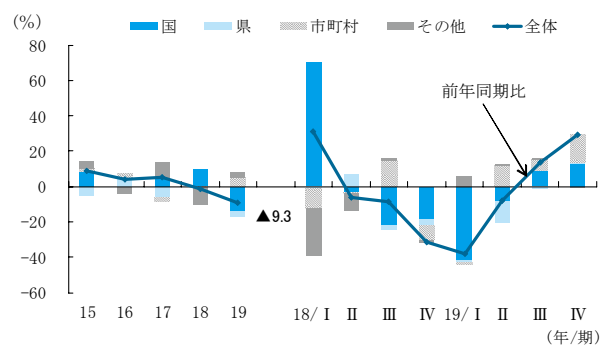
19年の建設関連は、公共工事では引き続き高水準で推移し、民間工事では宿泊施設や社屋などの建設投資により活発な状況が続いていることから、全体では概ね好調な動きとなった。

公共工事は、沖縄振興予算が前年度と同額となったが、那覇空港滑走路増設事業が終盤であることや沖縄都市モノレールの延長整備事業が竣工したことなどから前年を下回っている。発注者別では、国、県は前年を下回り、市町村は前年を上回る見込みである（図表4）。

新設住宅着工戸数は、前年を下回る見込みである。持家、分譲は前年を上回るが、建築単価の上昇などにより貸家が前年を下回った。分譲は戸建て、マンションともに増加しており、特に木造戸建ては多くの着工がみられたため前年を上回る見込みである。貸家は建築単価が上昇している現状において、上昇分を家賃に転嫁することが困難になりつつあり、結果として利回りが縮小している。暦年では、7年ぶりに1万戸を下回る着工戸数を見込む（図表5）。

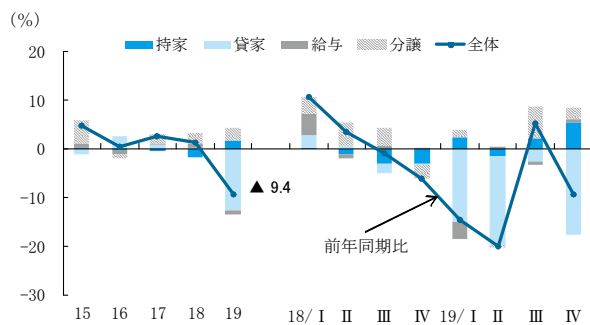
建築着工床面積（非居住用）は、好調な観光を背景に大型の宿泊施設や社屋などの着工がみられ、高水準を維持したが、前年の大型商業施設の着工による反動減などから全体では前年を下回る見込みである（図表6）。

図表4. 公共工事請負金額（発注者別）の動向



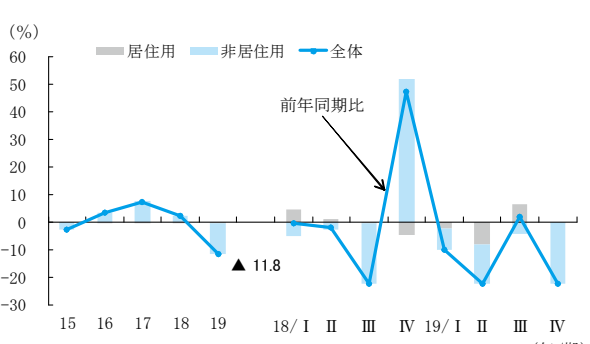
(備考) 1. 西日本建設業保証株式会社沖縄支店の資料により作成。
2. 19年は1~11月の値。19/IVは10~11月の値。
3. 棒グラフは、全体に対する発注者別の寄与度。

図表5. 新設住宅着工戸数の動向



(備考) 1. 国土交通省の資料により作成。
2. 19年は1~11月の値。19/IVは10~11月の値。
3. 棒グラフは、全体に対する利用関係別の寄与度。

図表6. 建築着工床面積の動向



(備考) 1. 国土交通省の資料により作成。
2. 19年は1~11月の値。19/IVは10~11月の値。
3. 棒グラフは、全体に対する用途別の寄与度。

3. 観光関連

概ね好調な動き

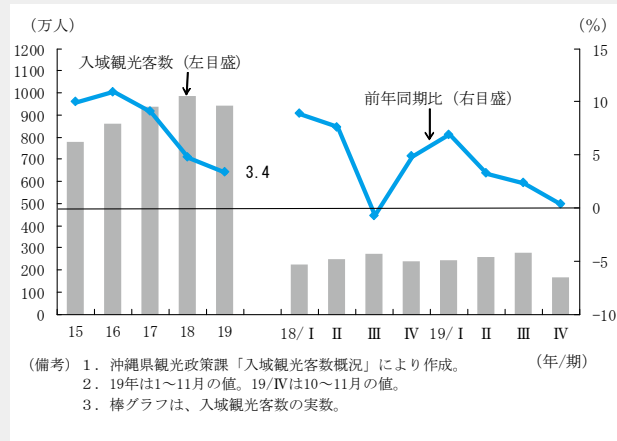
19年の観光関連は国内客、外国客ともに増加したことから、入域観光客数は前年実績を上回る見込み。

入域観光客数は、1～11月で前年同月比3.4%増の940.8万人と、年間の過去最高だった18年（984.7万人）に迫っており、暦年での1,000万人を達成する見込み。国内客は4.5%増となった。外国客は、ゴールデンウィークの旅行商品価格高騰や日韓関係の悪化などの影響で、11カ月中5カ月において前年を下回ったことから、0.8%増と伸びは鈍化した。入域観光客の構成比は国内客70.8%、外国客29.2%（18年は国内客70.5%、外国客29.5%）となり、外国客の構成比はやや低下した（図表7）。

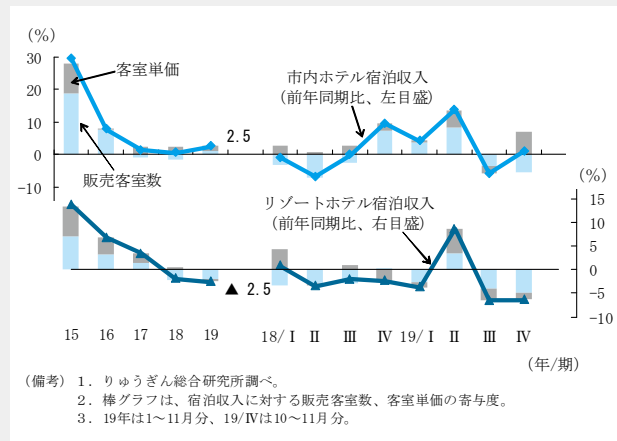
主要ホテルの宿泊収入は、那覇市内ホテルは前年増となる見込みだが、リゾートホテルは前年減となる見込み。主要ホテル全体では客室単価、販売客室数はどちらも前年を下回り、その結果、宿泊収入は前年を下回る見込みである。弱い動きとなった背景として、入域観光客数の伸び率鈍化、ホテルの新設や増設による提供客室の増加、などが考えられる（図表8）。

主要観光施設の入場者数（除く首里城）は、前年増となる見込み。ゴルフ場の入場者数は、県内客は増加、県外客は減少したことから、全体では前年減となる見込み。ゴルフ場の入場者数は第3四半期以降は前年を上回る動きがみられるが、第2四半期までの前年割れが影響している（図表9）。

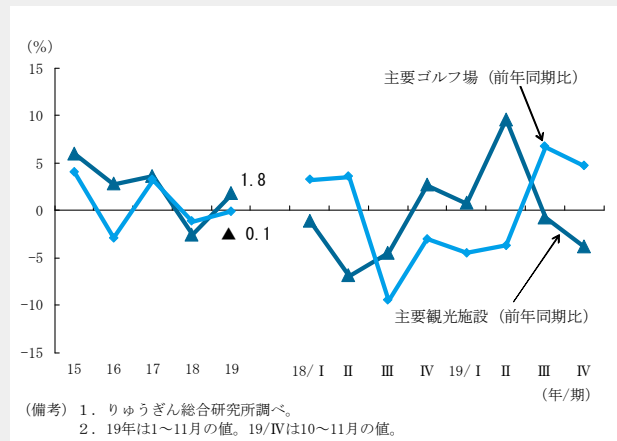
図表7. 入域観光客数の動向



図表8. 主要ホテル宿泊収入の動向



図表9. 主要観光施設・ゴルフ場入場者数の動向



4. 雇用

改善傾向が続く

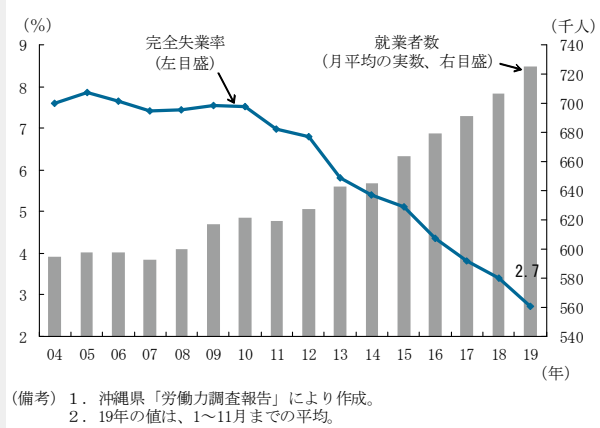
19年の雇用情勢は、景気の拡大を背景に求人数、求職者数ともに増加傾向にあり、1月には有効求人倍率（季調値）が本土復帰後最高値を更新（1.23倍）、就業者数の増加および完全失業者数の減少により完全失業率が低下するなど、改善傾向が続いた。

完全失業率（季調値）は、2.7%となり、前年（3.4%）より改善する見込みである。就業者数は、不動産業、物品賃貸業、情報通信業などで減少するものの、医療・福祉、サービス業、宿泊業、飲食サービス業などの業種で増加することから、全体では前年を上回る見込みである（図表10）。

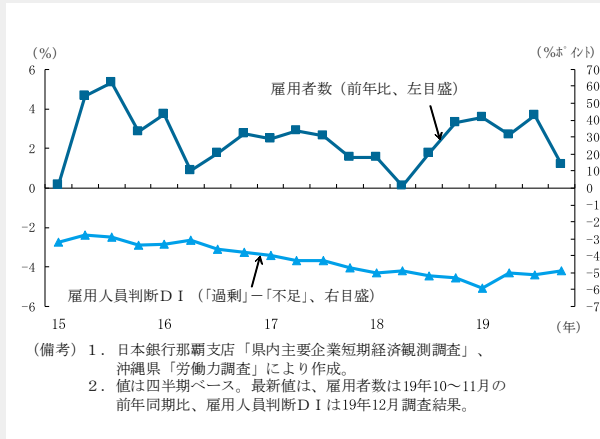
日銀短観による企業の雇用人員に対する過不足判断をみると、製造業、非製造業ともに不足超となっており、足元ではマイナス49%ポイントと大幅な不足感がみられる。幅広い業種で人手不足感が強い状況が続いた（図表11）。

労働需給の動向をみると、求人数は、医療・福祉、運輸業、郵便業、建設業、など多くの業種で増加したことから前年を上回った。また、有効求人倍率は、求人数の増加が求職者数の増加を上回ることから上昇し、復帰後の最高値となる見込みである（図表12）。

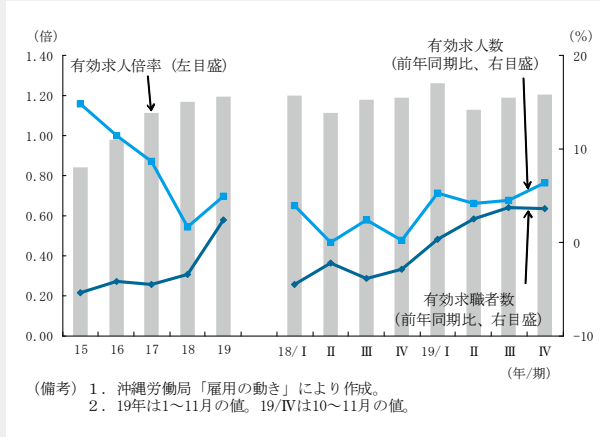
図表10. 完全失業率、就業者数の推移



図表11. 雇用者数、企業の雇用人員判断の動向



図表12. 求人、求職、有効求人倍率の推移



5. 企業動向

業況感は好調、設備投資は軟化

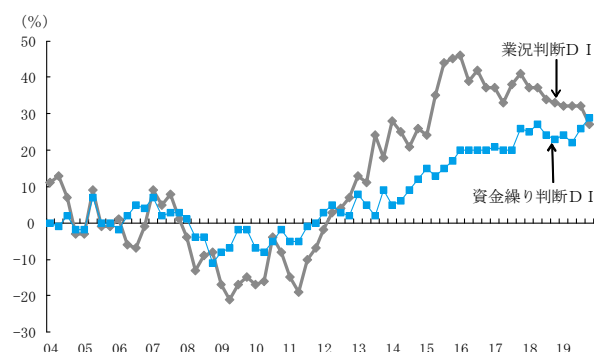
19年の県内企業の動向は、設備投資は軟化したものの、企業の業況感是好調だったことから、倒産件数は前年に引き続き低い水準で推移した。

県内主要企業の業況は、日銀短観の業況判断D Iの19年12月調査によると、日韓関係の悪化や台風による観光客の減少で宿泊・飲食サービスが「悪い」超となったものの、それ以外の業種において「良い」超幅が上回った。業況判断D Iは全産業で27%ポイントとなった。企業の資金繰りも29%ポイントの「楽である」超となり、改善が続いた（図表13）。

このような状況下、19年度の県内主要企業の設備投資計画（19年9月調査）をみると、製造業（1.9%増）では食品の更新投資が牽引して3年ぶりに増加したが、ウエイトの大きい非製造業（19.4%減）では運輸、卸・小売、情報通信、不動産などで減少したことから5年ぶりに前年を下回り、全産業（18.2%減）においても前年を下回った（図表14）。設備投資計画においては保有率は6年連続で7割超と企業の投資マインドは引き続き高水準を維持している。

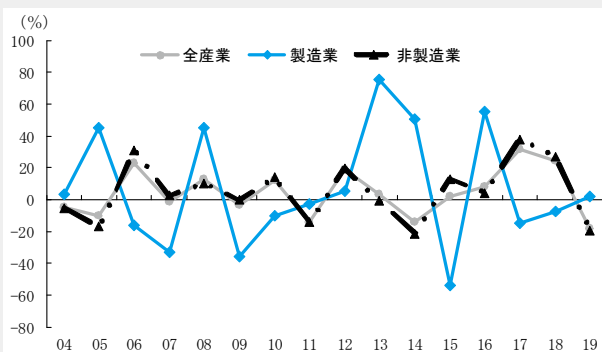
企業倒産は、件数は50件（13.6%増）と前年より6件増加した。負債総額は57億1,400万円で、54.0%の減少となった。75年の集計開始以来、件数は過去4番目に少なく、負債総額は過去2番目に少なかった。（図表15）。

図表13. 業況判断、資金繰り判断の推移



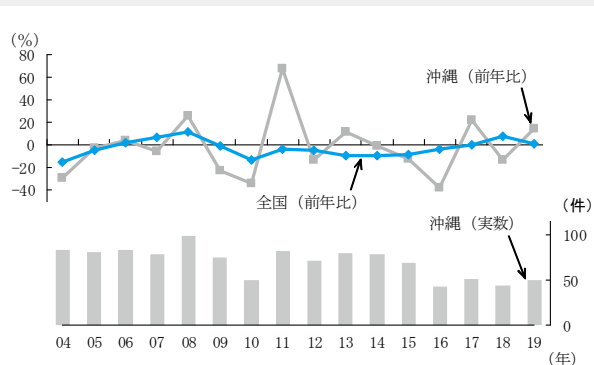
(備考) 1. 日本銀行那覇支店「主要企業短期経済観測調査」により作成。(年度)
2. 値は全産業、四半期ベース。最新値は19年12月調査結果。

図表14. 設備投資の動向



(備考) 1. 沖縄振興開発金融公庫「設備投資計画調査報告」による。(年度)
2. 設備投資額の伸び率の推移。18年度までは実績。19年度は計画。

図表15. 企業倒産件数の推移



(備考) 1. 東京商工リサーチ「全国企業倒産状況」、東京商工リサーチ沖縄支店「沖縄県下企業整理倒産」により作成。
2. 全国(前年比)の19年は、19年1~11月の前年同期比。

Ⅱ 2020年の展望

拡大の動きに一服感

2020年の国内経済は、東京オリンピックの開催に期待は集まるものの、消費税率駆け込み需要の反動などで内需は鈍化する一方、外需も米中貿易摩擦や日韓関係の悪化、中東情勢の不安定化で本格的な回復には時間を要することから、回復は足踏みとなろう。

県内経済を展望すると、消費関連はキャッシュレス・消費者還元事業が6月末に終了することから、もう一段の下押しが加わろう。観光関連は入域観光客数は国内客、外国客の伸び悩みが懸念され、伸び率は鈍化して堅調な推移となろう。建設関連は公共工事は高水準を維持し、民間工事は手持ち工事水準が高いため、概ね好調となろう。全体としては拡大の動きに一服感がでよう。

個人消費は、前半は消費税率引き上げの影響から耐久消費財の回復に時間を要し、後半はキャッシュレス・消費者還元事業が終わる7月以降にもう一段の下押しが加わる可能性があることから、横ばいとなろう。百貨店・スーパー売上高は、既存店ベースは、近年の小売業の旺盛な新規出店による競争激化や消費税率引き上げの影響を受けた節約志向などから前年並みでの推移が見込まれる。全店ベースは、前半は新設店効果で前年を上回り、後半は効果が一巡することから堅調に推移する見込み。耐久消費財については、消費税率引き上げの影響を受け、新車販売台数は弱含んで推移する見込み。家電製品卸売は、東京オリンピックを控えたテレビの買い換え需要などから前年並みで推移する見込み。

個人消費を取り巻く環境は、消費税率引き

上げの影響を受け、賃金上昇圧力が弱まる懸念があることなどから、消費マインドの鈍化が見込まれる。

建設関連は、概ね好調となろう。公共工事では、来年度の沖縄振興予算案が前年度同額の総額3,010億円となった。那覇空港滑走路増設事業が3月の供用開始を目途に完了へ向かうものの、道路改良工事や港湾整備工事などの公共投資が増額となったことから、引き続き高水準を維持するものとみられる。民間工事（非居住用）では、モノレール延長に伴う駅周辺の整備や社屋等の建設投資が引き続き見込まれる。飲食店や宿泊施設においては、ここ数年の増加が際立っていたため、足元の工事が進むにつれて徐々に鈍化するものとみられる。住宅着工戸数はウエイトの大きい貸家をはじめ、建築単価の上昇による影響が続くと予想され、前年より弱含むと見込む。

人手不足などによる建築単価の上昇や工期の伸びが常態化する中、建設会社の建設受注における手持ち工事額は高止まりしている。こうした状況は今後も大きな変化が見込まれないことから、高水準の工事量が続くものとみられる。

観光関連は、堅調となろう。入域観光客数は、那覇空港の第二滑走路の供用開始によりピークである夏場の受入容量が増加することから、19年を上回ることが見込まれる。ただ、国内客は消費税率引き上げ後の節約志向の強まりを受けて伸び悩むことが懸念される。外国客は日韓関係の悪化や香港情勢の混乱などから伸び悩むことが懸念される。よって、入域観光客数全体としては前年より伸び幅は鈍

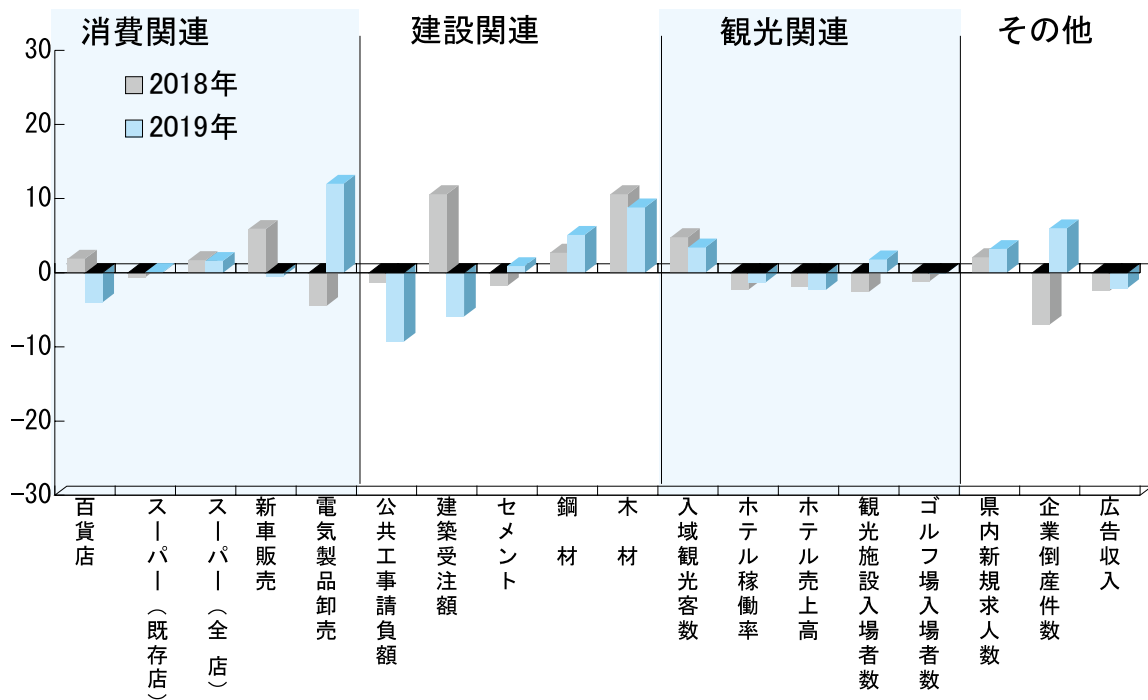
化することが見込まれる。ホテルは、20年もホテルの新規開業が複数予定されており、観光産業の更なる発展が期待される。一方で、入域観光客数の伸び幅鈍化が想定されることから、ホテルの競争は激化することが予想されるため、宿泊単価への低下圧力が強まることを見込まれる。

観光関連における課題として、那覇空港第

二滑走路供用開始後の誘客が挙げられる。20年は東京オリンピックの開催があり、多くの外国客が日本を訪れる。日本を訪れる外国客を沖縄にどう誘客するかが課題となろう。また、ホテルは新規開業、増設が相次いでおり客室の供給が増えて競争が激化してくる。収益確保の施策が求められよう。

(以上)

主要指標でみる2019年の動向



(注) 2019年は1-11月の前年同期比。倒産件数は1-12月比、広告収入は1-10月比。
数値は前年同期比(%)、ホテル稼働率(%ポイント)、企業倒産件数(件)は前年差。

2019年の沖縄県経済の動向（付表）

| | 増減率(%) | |
|------------------------------|-------------|---------------|
| | 2018年 | 2019年 |
| 1. 消費関連 | | |
| (1) 百貨店(金額) | 1.9 | ▲ 4.0 |
| (2) スーパー(既存店)(金額) | ▲ 0.6 | 0.1 |
| (3) スーパー(全店)(金額) | 1.7 | 1.6 |
| (4) 新車販売(台数) | 5.9 | ▲ 0.5 |
| (5) 電気製品卸売(金額) | ▲ 4.5 | 12.0 |
| 2. 建設関連 | | |
| (1) 公共工事請負金額(金額) | ▲ 1.3 | ▲ 9.3 |
| (2) 建築着工床面積(m ²) | 1.9 | ▲ 11.8 |
| (3) 新設住宅着工戸数(戸) | 1.3 | ▲ 9.4 |
| (4) 建設受注額(金額) | 10.6 | ▲ 5.9 |
| (5) セメント(トン数) | ▲ 1.8 | 0.9 |
| (6) 生コン(m ³) | ▲ 4.2 | 2.0 |
| (7) 鋼材(金額) | 2.7 | 5.1 |
| (8) 木材(金額) | 10.6 | 8.8 |
| 3. 観光関連 | | |
| (1) 入域観光客数(人数) | 4.8 | 3.4 |
| うち外国人客数(人数) | 14.2 | 0.8 |
| (2) 県内主要ホテル稼働率 | (実数) 74.6 | (実数) 74.1 |
| | (前年差) ▲ 2.3 | (前年差) ▲ 1.3 |
| (3) " 売上高(金額) | ▲ 1.9 | ▲ 2.3 |
| (4) 観光施設入場者数(人数) | ▲ 2.6 | 1.8 |
| (5) ゴルフ場入場者数(人数) | ▲ 1.2 | ▲ 0.1 |
| (6) " 売上高(金額) | 0.3 | 2.8 |
| 4. 雇用その他 | | |
| (1) 失業率 | (実数) 3.4 | (実数) 2.7 |
| (2) 県内新規求人数(人数) | 2.1 | 3.2 |
| (3) 有効求人倍率(季調値) | (実数) 1.17 | (実数) 1.19 |
| (4) 企業倒産件数(件数) | (実数) 44 | (実数、1-12月) 50 |
| | (前年差) ▲ 7 | (前年差) 6 |
| (5) 消費者物価指数(総合) | 0.9 | 0.4 |
| (6) 広告収入(県内マスコミ)(金額) | ▲ 2.4 | (1-10月) ▲ 2.1 |

(資料) 公共工事請負額は西日本建設業保証株式会社沖縄支店。建築着工床面積、新設住宅着工戸数は国土交通省。県内新規求人数、有効求人倍率は沖縄労働局。入域観光客数、失業率、消費者物価指数は沖縄県。企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店。2019年は1-11月の前年同期比。

●りゅうぎん調査● 県内の

景気
動向
概況 2019年11月

景気は、拡大の動きに一服感がみられる

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

11月の県内景気をみると、消費関連では、百貨店は訪日外国人による消費の減少や消費税率引き上げの影響などから前年を下回り、スーパーは衣料品と住居関連は消費税率引き上げの影響などで減少したことから前年を下回った。耐久消費財では、新車販売は消費税率引き上げの影響がみられ前年を下回り、電気製品卸売は年末商戦に備えて家電量販店向けの販売が増加したことなどから前年を上回った。

建設関連では、公共工事は国、県、市町村、独立行政法人等・その他の全ての発注者で増加したことから前年を上回った。建築着工床面積は非居住用が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が減少したことから前年を下回った。建設受注額は民間工事は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。国内客は前年を下回ったが、外国客は前年を上回った。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、建設関連および観光関連は概ね好調に推移しているものの、消費関連が消費税率引き上げ後の反動により一時的に弱含んでいることから、県内景気は拡大の動きに一服感がみられる。

消費関連

百貨店売上高は、訪日外国人による消費の減少や消費税率引き上げの影響などから、6カ月連続で前年を下回った。スーパー売上高は、食料品は増加したが、衣料品と住居関連は消費税率引き上げ後の反動などで減少したことから、既存店ベースは2カ月連続で前年を下回った。全店ベースは2カ月ぶりに前年を上回った。新車販売台数も消費税率引き上げ後の反動がみられ、普通乗用車や軽乗用車、貨物車・その他が減少したことから、2カ月連続で前年を下回った。電気製品卸売販売額は、年末商戦に備えて家電量販店向けの販売が増加したことなどから、6カ月連続で前年を上回った。

先行きは、消費税率引き上げの影響により耐久消費財などを中心に弱含むとみられる。

建設関連

公共工事請負金額は、国、県、市町村、独立行政法人等・その他の全ての発注者で増加したことから、2カ月連続で前年を上回った。建築着工床面積は、居住用は増加したものの、非居住用は減少したことから3カ月連続で前年を下回った。新設住宅着工戸数は、持家、給与、分譲は増加したが、貸家は減少したことから2カ月連続で前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事は増加したものの、民間工事は減少したことから6カ月連続で前年を下回った。建設資材関連では、セメントは3カ月ぶりに前年を下回り、生コンは3カ月連続で前年を上回った。鋼材は消費税率引き上げ後の反動などで出荷が減少したことから前年を下回り、木材は住宅関連工事向けの出荷増などから前年を上回った。

先行きは、貸家で弱さがみられるものの、宿泊施設や社屋などの民間工事を中心に引き続き高水準で推移することが予想され、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、3カ月連続で前年を上回った。国内客は前年を下回り、外国客は前年を上回った。外国客は、空路利用客は減少し、海路利用客は増加した。方面別に寄与度でみると台湾、中国本土、香港は増加し、韓国は減少した。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4カ月連続で前年を下回った。ゴルフ場は、入場者数、売上高ともに前年を上回った。

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るが、一方で韓国からの観光客の大幅な減少が継続するものとみられ、概ね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2.4%増となり3カ月連続で前年を上回った。産業別にみると、医療・福祉や運輸業・郵便業などで増加し、学術研究、専門・技術サービス業、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、前月と同水準となった。完全失業率(季調値)は2.6%と、前月より0.1%ポイント改善した。

消費者物価指数は、教育や諸雑費などの下落により、前年同月比0.2%減と2カ月連続で前年を下回った。

企業倒産は、件数が3件で前年同月と同数だった。負債総額は6億6,000万円で前年同月比1,078.6%増となった。

2019.11

りゅうぎん調査

増減率(%)

| | 前年同月比 | 前年同期比 (2019.9-2019.11) |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 消費関連 | | |
| (1) 百貨店(金額) | ▲ 11.3 | ▲ 11.4 |
| (2) スーパー(既存店)(金額) | ▲ 1.2 | ▲ 0.0 |
| (3) スーパー(全店)(金額) | 0.4 | 1.8 |
| (4) 新車販売(台数) | ▲ 5.6 | ▲ 2.6 |
| (5) 電気製品卸売(金額) | 14.3 | 18.5 |
| 建設関連 | | |
| (1) 公共工事請負金額(金額) | 28.2 | 8.1 |
| (2) 建築着工床面積(m ²) | ▲ 34.5 | ▲ 15.3 |
| (3) 新設住宅着工戸数(戸) | ▲ 0.8 | ▲ 2.2 |
| (4) 建設受注額(金額) | ▲ 63.0 | ▲ 59.7 |
| (5) セメント(トン数) | ▲ 4.3 | 9.2 |
| (6) 生コン(m ³) | 0.7 | 7.9 |
| (7) 鋼材(金額) | ▲ 8.3 | 1.9 |
| (8) 木材(金額) | 1.8 | 12.4 |
| 観光関連 | | |
| (1) 入域観光客数(人数) | 0.5 | 0.6 |
| うち外国客数(人数) | 4.2 | ▲ 3.0 |
| (2) 県内主要ホテル稼働率 | (前年同月差) P▲4.4 (実数) P70.7 | (前年同期差) P▲5.3 (実数) P72.0 |
| (3) " 売上高(金額) | P▲1.9 | P▲7.5 |
| (4) 観光施設入場者数(人数) | ▲ 3.6 | ▲ 5.1 |
| (5) ゴルフ場入場者数(人数) | 1.7 | 3.1 |
| (6) " 売上高(金額) | 6.6 | 5.2 |
| その他 | | |
| (1) 県内新規求人数(人数) | 2.4 | 5.4 |
| (2) 有効求人倍率(季調値) | (実数) 1.21 | (実数) 1.20 |
| (3) 消費者物価指数(総合) | ▲ 0.2 | ▲ 0.1 |
| (4) 企業倒産件数(件数) | (前年同月差) 0 | (前年同期差) 7 |
| (5) 広告収入(県内マスコミ)(金額) | (10月) ▲ 7.2 | (8-10月) ▲ 6.3 |

(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。

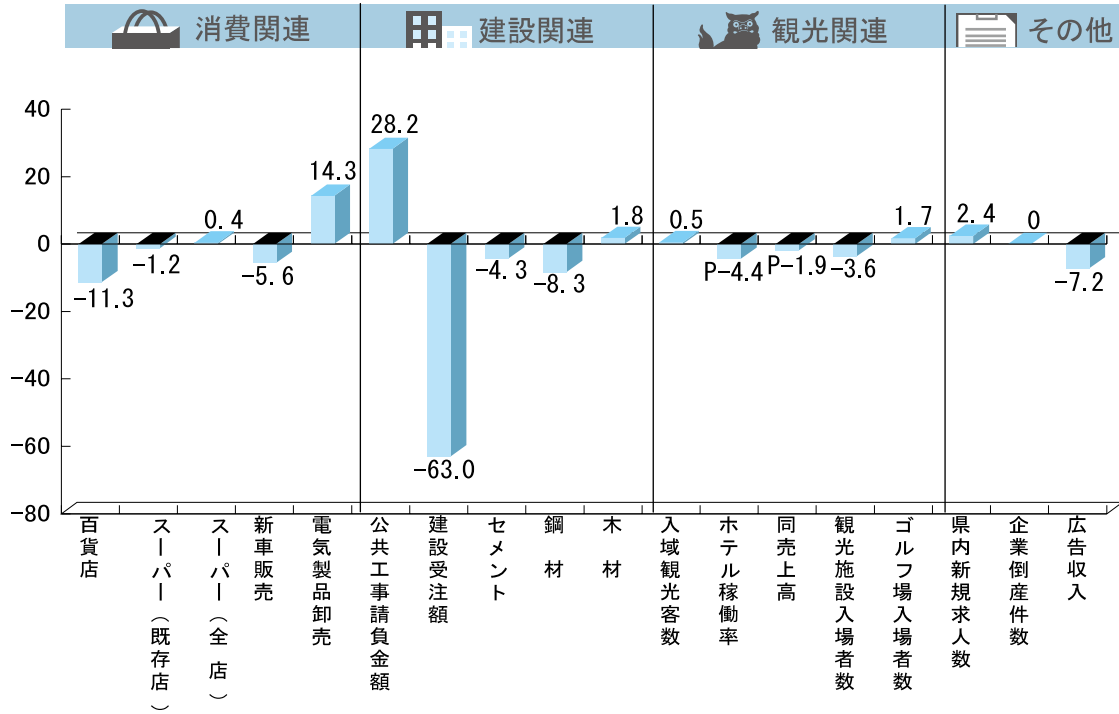
(注3) 2012年5月より外国客の入域観光客数を掲載した。

(注4) 主要ホテルは、2019年8月より調査先を25ホテルから28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。

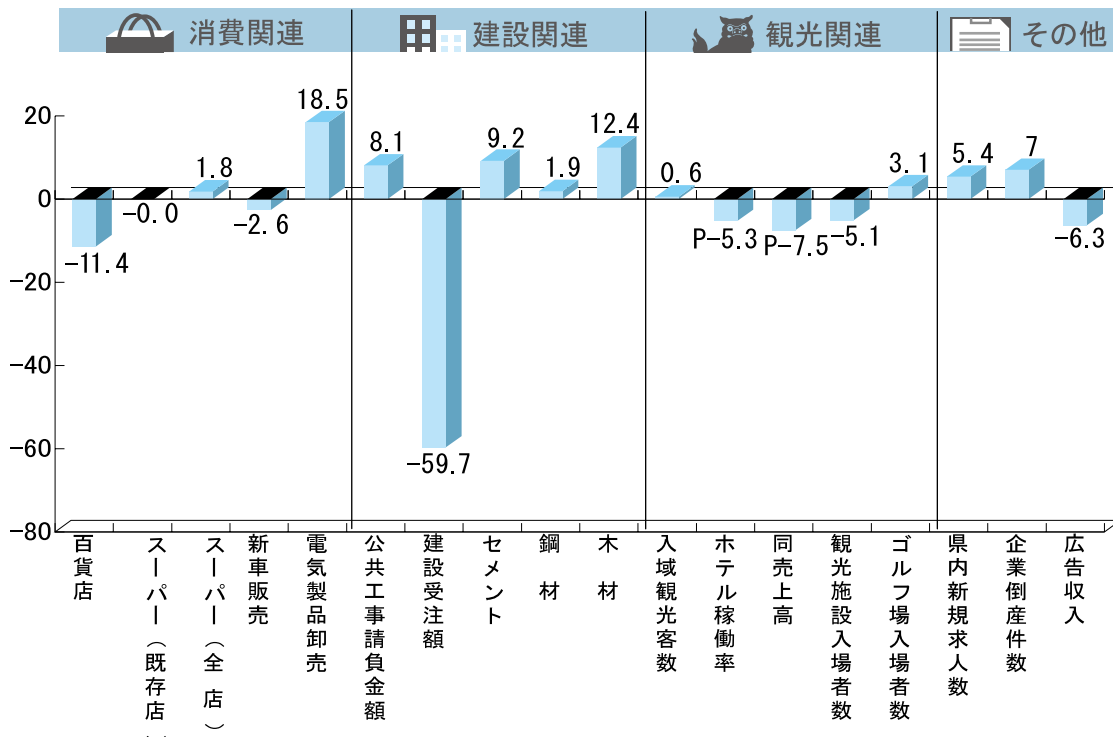
(注6) 建設受注額は、2018年2月より調査先を19社から18社とした。

項目別グラフ 単月 2019.11



(注) 広告収入は19年10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 2019.9~2019.11



(注) 広告収入は19年8月~19年10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

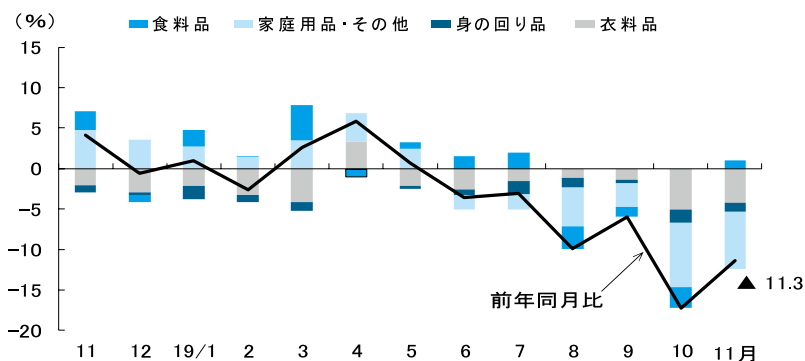
消費関連

① 百貨店売上高 (前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

6カ月連続で減少

- 百貨店売上高は、訪日外国人による消費の減少や消費税率引き上げの影響などから、前年同月比11.3%減と6カ月連続で前年を下回った。食料品はお歳暮ギフトの好調で増加したが、衣料品は婦人服を中心に減少し、身の回り品は靴やバッグなどが減少し、家庭用品・その他は訪日外国人による化粧品消費の鈍化が続いていることなどから減少した。
- 品目別にみると、食料品(同4.6%増)は増加し、衣料品(同12.7%減)、身の回り品(同15.5%減)、家庭用品・その他(同19.1%減)は減少した。

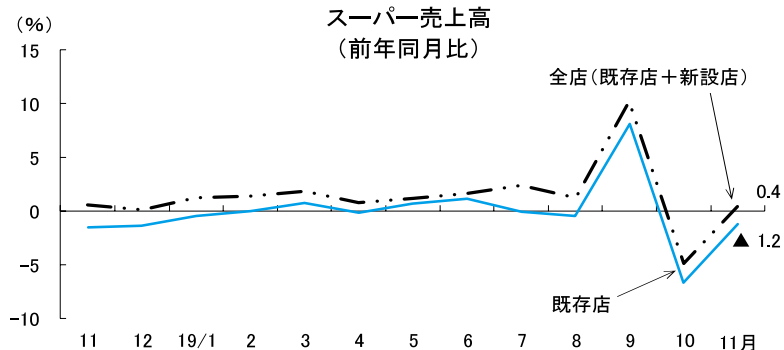


(注)2014年9月より調査先百貨店が一部変更となった。
出所:りゅうぎん総合研究所

② スーパー売上高 (前年同月比)

全店ベースは2カ月ぶりに増加

- スーパー売上高は、既存店ベースでは、前年同月比1.2%減と2カ月連続で前年を下回った。
- 食料品は、酒や鮮魚の増加やセール効果がみられたことなどから同0.3%増となった。セール効果はあったが消費税率引き上げ後の反動がみられ、衣料品は秋冬物衣料の動きが鈍かったことなどから同4.5%減となり、住居関連は家電や化粧品の減少などから同6.5%減となった。
- 全店ベースでは、同0.4%増と2カ月ぶりに前年を上回った。



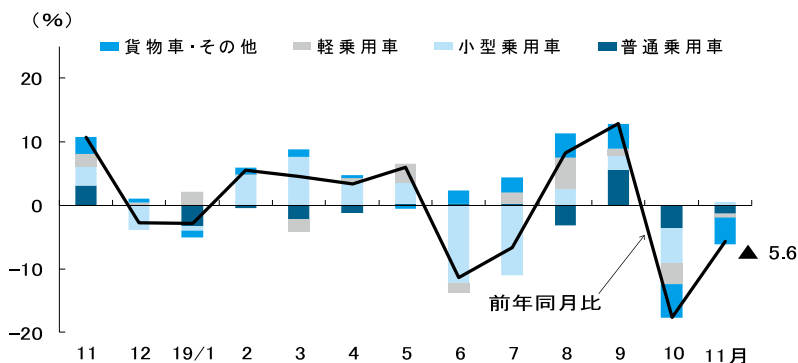
出所:りゅうぎん総合研究所

③ 新車販売台数 (前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

2カ月連続で減少

- 新車販売台数は3,526台となり、前年同月比5.6%減と2カ月連続で前年を下回った。小型乗用車はレンタカー需要により増加したが、全体的には消費税率引き上げ後の反動などがみられ、普通乗用車や軽乗用車、貨物車・その他が減少したことから、前年を下回った。
- 普通自動車(登録車)は1,545台(同7.1%減)で、うち普通乗用車は539台(同8.5%減)、小型乗用車は829台(同2.2%増)であった。軽自動車(届出車)は1,981台(同4.5%減)で、うち軽乗用車は1,583台(同1.4%減)であった。



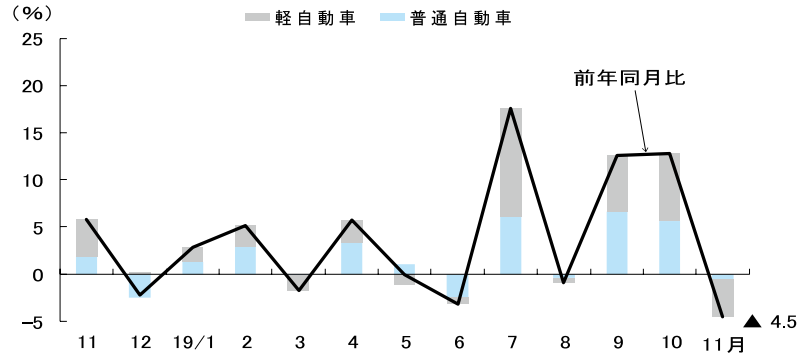
出所:沖縄県自動車販売協会

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カ月ぶりに減少

- ・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1万7,543台で前年同月比4.5%減と、3カ月ぶりに前年を下回った。
- ・内訳では、普通自動車は7,150台（同1.3%減）、軽自動車は1万393台（同6.7%減）となった



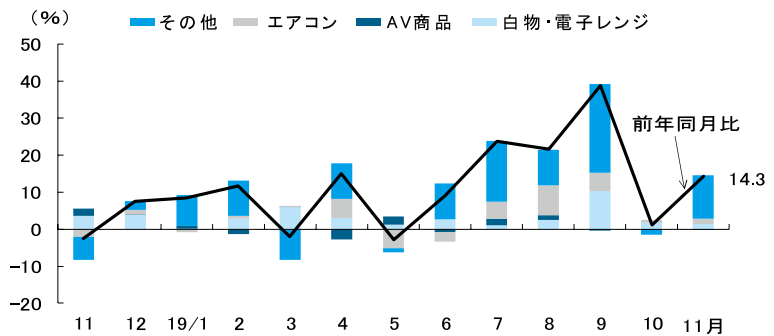
出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

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

6カ月連続で増加

- ・電気製品卸売販売額は、年末商戦に備えて家電量販店向けの販売が増加し、白物家電やエアコンなどが増加したことなどから、前年同月比14.3%増と6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20.1%減、テレビが同5.8%増、白物では洗濯機が同5.6%増、冷蔵庫が同13.3%増、エアコンが同23.7%増、その他は同20.1%増となった。



消費
関連

建設
関連

観光
関連

その他

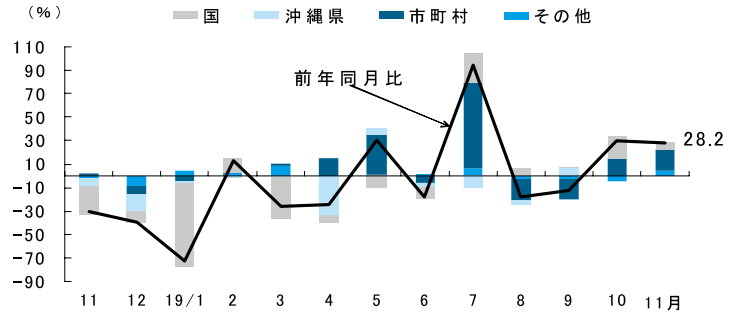
建設関連

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

2カ月連続で増加

- ・公共工事請負金額は、205億4,473万円で、国、県、市町村、独立行政法人等・その他の全ての発注者で増加したことから、前年同月比28.2%増となり、2カ月連続で前年を上回った。
- ・発注者別では、国(同20.3%増)、県(同1.0%増)、市町村(同39.8%増)、独立行政法人等・その他(同155.9%増)と増加した。



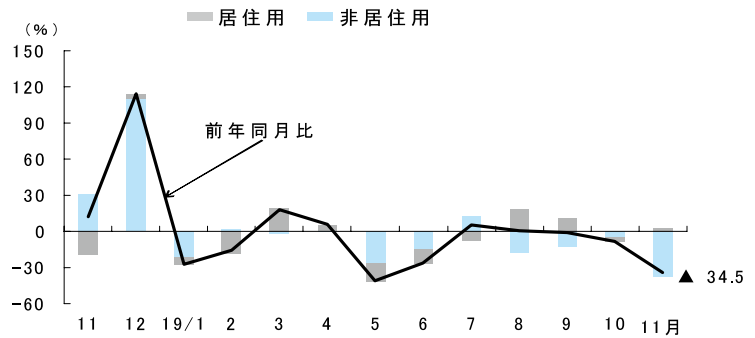
出所:西日本建設業保証株式会社沖縄支店

② 建築着工床面積 (前年同月比)

※棒グラフは用途別寄与度

3カ月連続で減少

- ・建築着工床面積(11月)は13万5,885㎡となり、居住用は増加したものの、非居住用は減少したことから前年同月比34.5%減と3カ月連続で前年を下回った。用途別では、居住用は同7.8%増となり、非居住用は同62.8%減となった。
- ・建築着工床面積を用途別(大分類)にみると、居住用では、居住専用、居住産業併用ともに増加した。非居住用では、不動産業用などが増加し、飲食店・宿泊業用や教育・学習支援業用などが減少した。



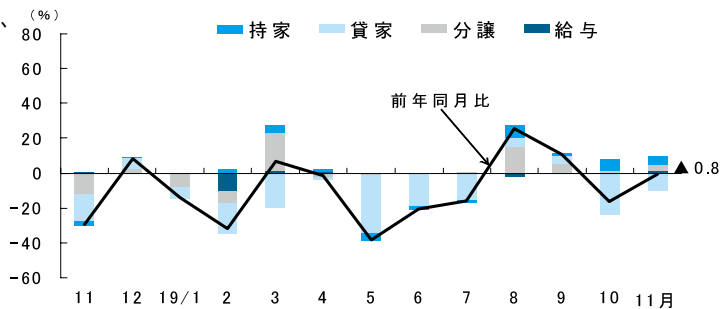
出所:国土交通省

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カ月連続で減少

- ・新設住宅着工戸数は1,130戸となり、持家、給与、分譲は増加したが、貸家は減少したことから前年同月比0.8%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・利用関係別では、持家(269戸)が同23.4%増、給与(24戸)が同242.9%増、分譲(226戸)が同19.6%増と増加した。貸家(611戸)が同15.7%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。

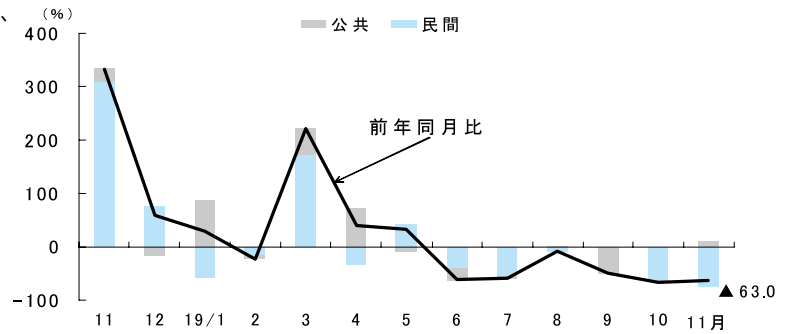
消費関連
建設関連
観光関連
その他

④ 建設受注額 (前年同月比)

※棒グラフは発注者別寄与度

6カ月連続で減少

- ・建設受注額(調査先建設会社:18社)は、公共工事は増加したものの、民間工事は減少したことから、前年同月比63.0%減と6カ月連続で前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事(同83.4%増)は3カ月ぶりに増加し、民間工事(同85.6%減)は6カ月連続で減少した。

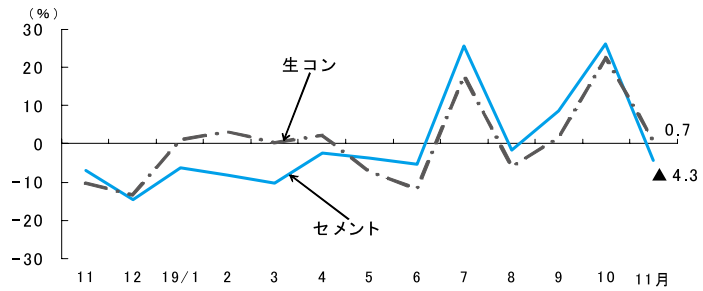


出所:りゅうぎん総合研究所

⑤ セメント・生コン(前年同月比)

セメントは3カ月ぶりに減少、生コンは3カ月連続で増加

- ・セメント出荷量は8万8,244トンとなり、前年同月比4.3%減と3カ月ぶりに前年を下回った。
- ・生コン出荷量は15万3,930m³で同0.7%増となり、3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、米軍工事向けや県企業局向けなどが増加し、空港関連向けなどが減少した。民間工事では、商業施設向けなどが増加し、貸家向けや分譲マンション向けなどが減少した。

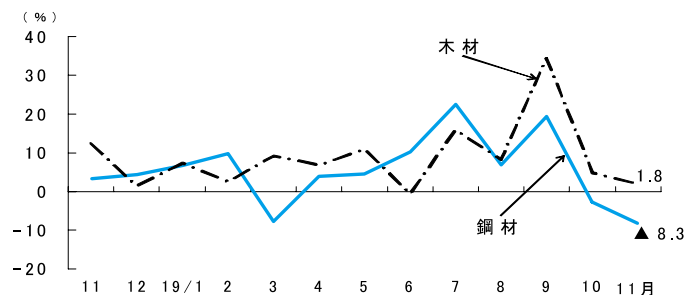


出所:りゅうぎん総合研究所

⑥ 鋼材・木材 (前年同月比)

鋼材は2カ月連続で減少、木材は5カ月連続で増加

- ・鋼材売上高は、消費税率引き上げ後の反動などで出荷が減少したことなどから前年同月比8.3%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・木材売上高は、住宅関連工事向けの出荷が増加したことなどから同1.8%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

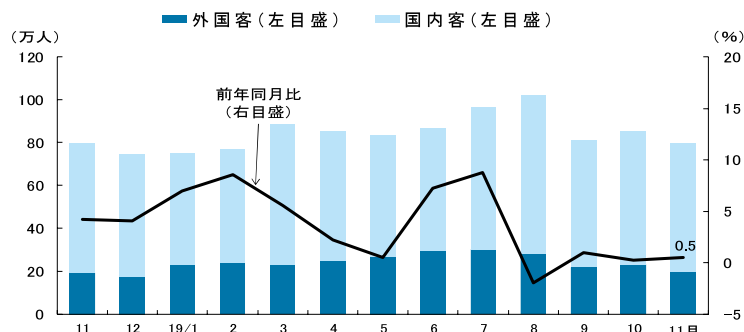


観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

3カ月連続で前年を上回る

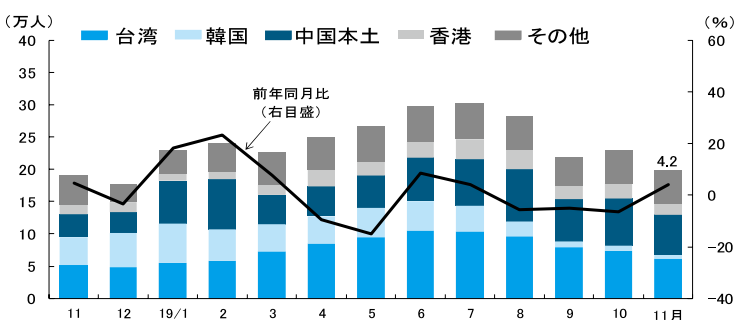
- 入域観光客数は、79万9,200人(前年同月比0.5%増)となり、3カ月連続で前年を上回った。
- 路線別では、空路は69万4,000人(同3.7%減)となり4カ月連続で前年を下回った。海路は10万5,200人(同40.8%増)となり3カ月連続で前年を上回った。
- 国内客は、60万100人(同0.7%減)となり、3カ月ぶりに前年を下回った。



② 入域観光客数【外国客】(実数、前年同月比)

4カ月ぶりに前年を上回る

- 入域観光客数(外国客)は、19万9,100人(前年同月比4.2%増)となり、4カ月ぶりに前年を上回った。空路は9万7,900人(同21.8%減)と4カ月連続で前年を下回り、海路は10万1,200人(同53.6%増)と3カ月連続で前年を上回った。
- 国籍別では、台湾6万1,900人(同18.6%増)、中国本土6万1,700人(同76.3%増)、香港1万8,400人(同25.2%増)、韓国5,500人(同87.2%減)、その他5万1,600人(同11.9%増)となった。

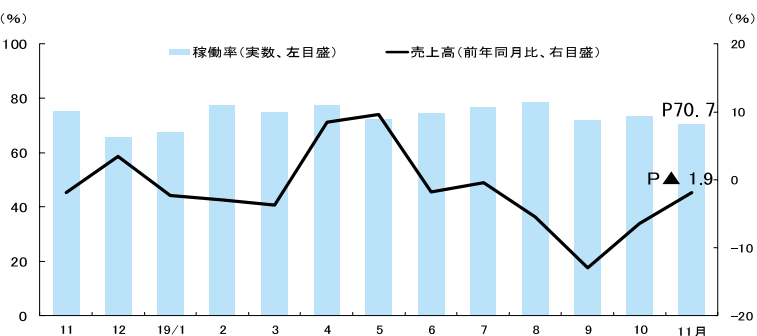


出所: 沖縄県観光政策課

③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

稼働率は4カ月連続で低下、売上高は6カ月連続で減少

- 主要ホテル(速報値)は、客室稼働率は70.7%となり、前年同月比4.4%ポイント低下して4カ月連続で前年を下回った。売上高は同1.9%減と6カ月連続で前年を下回った。
- 那覇市内ホテル(速報値)は、客室稼働率は80.2%と同6.7%ポイント低下して4カ月連続で前年を下回り、売上高は同1.4%増と5カ月ぶりに前年を上回った。リゾート型ホテルは、客室稼働率は66.7%と同3.4%ポイント低下して4カ月連続で前年を下回り、売上高は同3.2%減と6カ月連続で前年を下回った。



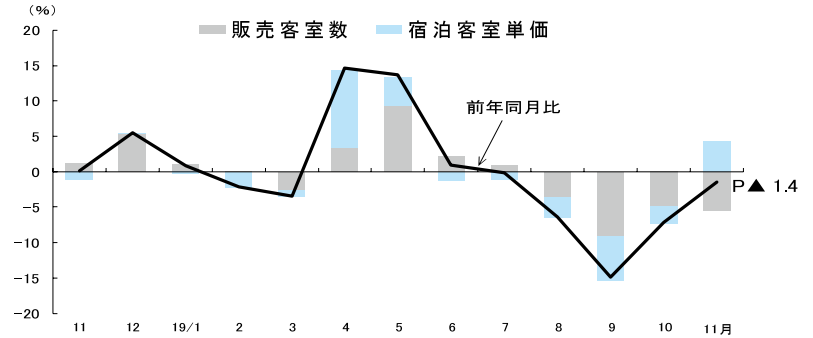
出所: りゅうぎん総合研究所 (注)2019年8月より調査先の一部更改を行い、25ホテルから28ホテルとなった。

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

5カ月連続で減少

- ・主要ホテル売上高のうち宿泊収入(速報値)は、販売客室数(数量要因)は減少、宿泊客室単価(価格要因)は上昇し、前年同月比1.4%減と5カ月連続で前年を下回った。
- ・那覇市内ホテル(速報値)は、販売客室数は減少、宿泊客室単価は上昇し、同8.0%増と4カ月ぶりに前年を上回った。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5.0%減と6カ月連続で前年を下回った。

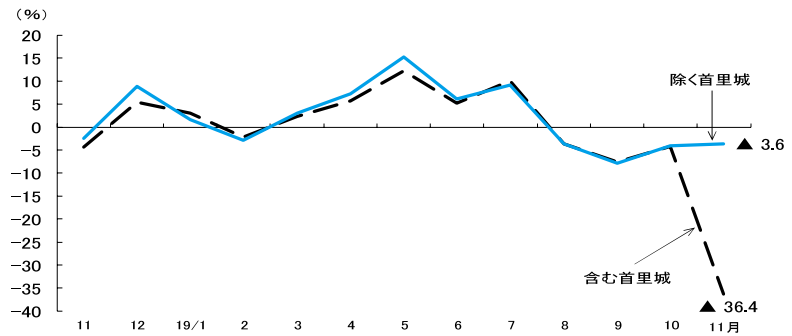


出所:りゅうぎん総合研究所 (注)2019年8月より調査先の一部更改を行い、25ホテルから28ホテルとなった。

⑤ 主要観光施設の入場者数(前年同月比)

4カ月連続で減少

- ・主要観光施設の入場者数(除く首里城)は、前年同月比3.6%減となり、4カ月連続で前年を下回った。
- ・首里城を含むと同36.4%減となった。10月31日未明の首里城火災で、首里城公園は11月の1カ月間は閉鎖したことが影響した。

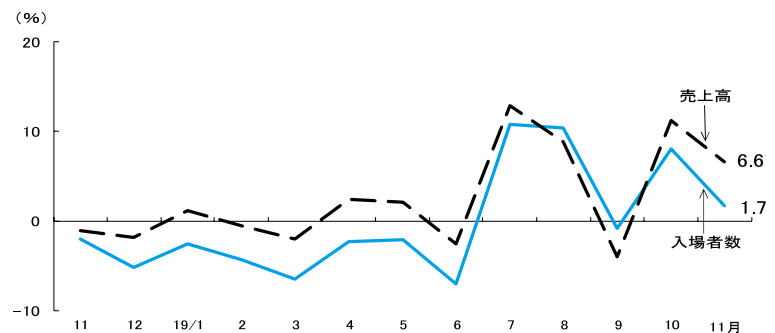


出所:りゅうぎん総合研究所

⑥ 主要ゴルフ場入場者数・売上高(前年同月比)

入場者数、売上高ともに増加

- ・主要ゴルフ場の入場者数は、前年同月比1.7%増と2カ月連続で前年を上回った。県内客は4カ月連続で前年を上回り、県外客は3カ月連続で前年を下回った。
- ・売上高は同6.6%増と2カ月連続で前年を上回った。



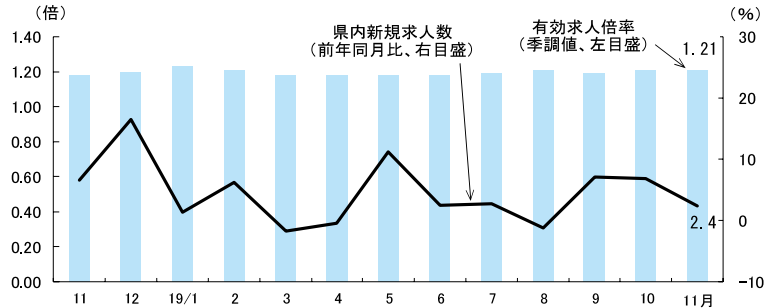
出所:りゅうぎん総合研究所 (注)調査先は8施設(うち県外客については6施設)からなる。

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)は同水準

- ・新規求人数は、前年同月比2.4%増となり3カ月連続で前年を上回った。産業別にみると、医療・福祉や運輸業・郵便業などで増加し、学術研究、専門・技術サービス業、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、前月と同水準となった。
- ・労働力人口は、75万人で同0.5%減となり、就業者数は、73万1,000人で同0.1%減となった。完全失業者数は1万9,000人で同17.4%減となり、完全失業率(季調値)は2.6%と、前月より0.1%ポイント改善した。



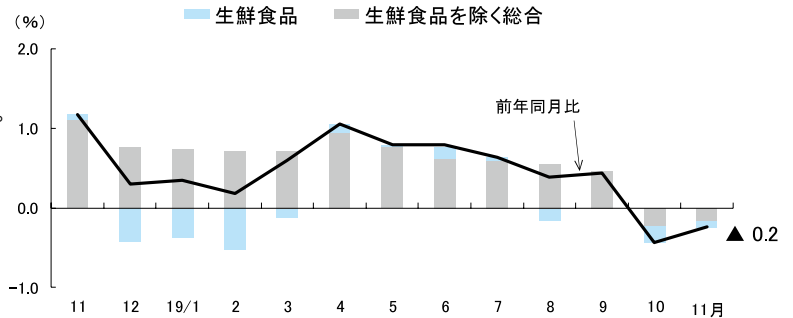
出所：沖縄労働局
 (注)有効求人倍率は、2018年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

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

2カ月連続で下落

- ・消費者物価指数は、前年同月比0.2%減と2カ月連続で前年を下回った。生鮮食品を除く総合は同0.2%減と前年を下回った。
- ・品目別の動きをみると、教育や諸雑費などは下落し、教養娯楽などは上昇した。

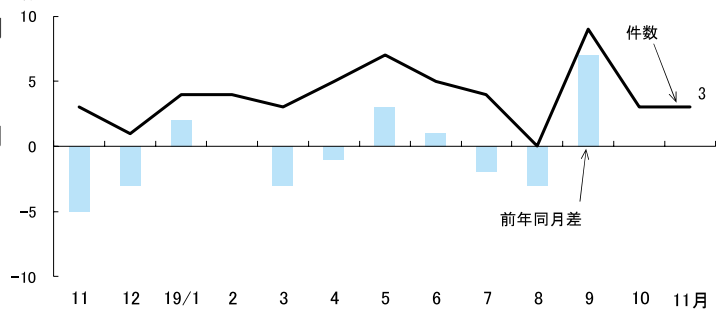


出所：沖縄県(注1)端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。
 (注2)2016年7月より2015年=100に改定された。

③ 企業倒産

件数は同数、負債総額は増加

- ・倒産件数は、3件で前年同月と同数だった。業種別では、サービス業2件(前年同月比1件増)、農業1件(同1件増)となった。
- ・負債総額は、6億6,000万円となり、前年同月比1,078.6%増となった。



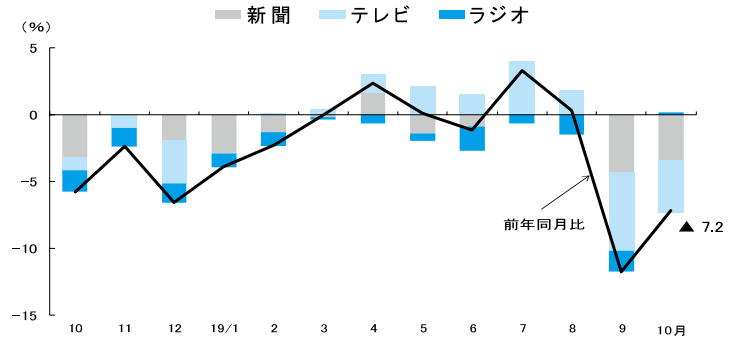
出所：東京商工リサーチ沖縄支店
 (注)負債総額1,000万円以上

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

2カ月連続で減少

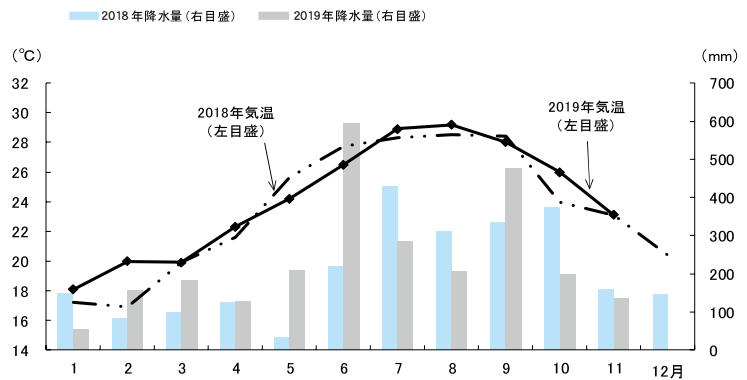
- ・広告収入(マスコミ:10月)は、前年同月比7.2%減と2カ月連続で前年を下回った。



出所:りゅうぎん総合研究所

参考 気象:平均気温・降水量【那覇】

- ・平均気温は23.1℃となり、前年同月(23.1℃)並みで、平年(22.1℃)より高かった。降水量は136.0mmで前年同月(160.5mm)より少なかった。
- ・期間の前半は高気圧に覆われて晴れの日が多かったが、期間の後半は台風第27号や前線、大陸の高気圧の張り出しに伴う寒気などの影響で曇りや雨の日が多く、大雨や荒れた天気となった所があった。平均気温は平年より高く、降水量は平年並みで、日照時間は平年より多かった。



出所:沖縄気象台

消費関連

建設関連

観光関連

その他



地下雨水貯留施設

石嶺の洪水軽減に期待

琉球銀行 石嶺支店長
宮城 靖

現在、那覇市首里石嶺町4丁目地区で新たに地下雨水貯留施設の建設が進んでいます。地下雨水貯留施設とは雨水を一時貯留し、河川への流失負担を軽減するための施設です。今回の石嶺4丁目地区調整地の面積は約8,100平方メートルで、容量は25万立方メートルのプール16個分となる6千立方メートルと巨大な施設となる予定です。

工事は2018年度より開始、20年度の完成を予定しており、那覇市による雨水調整池の整備は初めてとなります。

同地域は大雨で公共下水道があふれ浸水被害が多く発生する浸水常襲地区で、1998～2013年度までに床上浸水25戸、床下浸水43戸の被害が出ており、直近では17年6月19日にも浸水が発生しました。

原因としては市街化により農地、雑木林などが住宅地、アスファルト道路に変わり、雨水が地中に浸透する土地の面積が少なくなってきたことが挙げられます。そのため、短時間に多量の雨が降ると公共下水道、河川に流れ込み深刻な浸水被害が発生しています。

私たちの記憶の新しいところでは今年10月の台風19号による想定外の豪雨で河川が氾濫し、各地で甚大な水害が発生したばかりです。全国的に異常気象によるゲリラ豪雨が発生する可能性は高まってきており、同施設の完成で水害被害の軽減が期待されます。

また、この施設の地上部分の活用に関しては地域住民の意見交換が行われる予定となっており、公園として住民の憩いの場として活用されることも検討されているようです。

地下雨水貯留施設地図



金融検査マニュアル

廃止後は「実質」を重視

琉球銀行 リスク統括部 調査役
上原 怜子

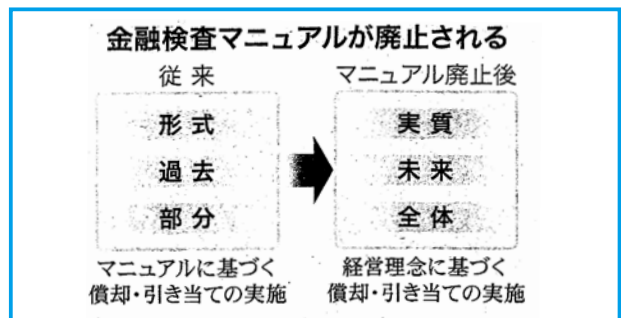
1999年に金融監督庁（現金融庁）が金融機関を統制する事を目的に制定した「金融検査マニュアル」が、早ければ年内に廃止されます。このマニュアルは「形式・過去・部分」を見るという安定性を重視したもので、バブル崩壊により多くの金融機関が抱えた不良債権を処理することに大きな役割を果たしました。

マニュアルをもとに、各金融機関は融資先を過去の実績に基づいて区分をし、その区分に沿った償却・引き当てを細部にわたり実施できるよう、画一的に運用されました。

昨今、人口減少や高齢化の進展で金融環境はめまぐるしく変化しています。そんな中、お客様のニーズに応えるべく融資取引だけでなく、事業承継や商取引拡大といった各種課題解決に向けた提案などの事業を展開する金融機関が増えていきます。

そのニーズや取り組みは各地域や金融機関ごとに異なることから、画一的な金融検査マニュアルで金融機関を統制することは現在の時勢にそぐわなくなってきました。そのため金融庁は昨年6月に個社の事業の将来性や地域経済・特定の産業における変化などの足元の情報と将来予測に基づいた「実質・未来・全体」を重視する手法を取入れ、金融機関の経営理念に基づいた償却・引当を実施できるようにする方針を打ち出しました。

金融検査マニュアルの廃止によって今までのやり方をすぐに変えなくてはならないものではありませんが、各金融機関が新たな取組を行っていく様子を見ることができるとも思われます。





株式市場の格言

信じるかはあなた次第

琉球銀行 那覇ポート支店長
 藤崎 義行

「私の経験では…」 「これまでの経験則によると…」といった表現を、私たちは日常会話のなかで何げなく使ったりします。実は、株式市場にも経験則に基づいた「格言」があります。それが「アノマリー(anomaly)」です。

アノマリーとは理論的な根拠があるわけではないが、実際にはよく当たるかもしれないという経験則のことです。例えば、2月～3月相場の「節分天井」「彼岸底」や、米国の「Sell in May (5月に売り抜ける)」、そして、年末相場で言えば「掉尾の一振(とうびのいっしん)」です。

掉尾の一振の「掉尾」とは、最後辺りに勢いが盛んになるという意味で、年末の大納会(12月30日)に向けて株価が上昇するというアノマリーです。節税目的の売り一巡後の、年末に向けてのお化粧品買いや新年相場への期待感などが要因とも考えられています。米国で似たようなものに、「クリスマスラリー(サンタクロースラリー)」があります。こちらは年末から翌年1月にかけて株価が上昇するというアノマリーです。

足元の相場展開は世界的に金融緩和が続く中、国内株・米国株ともに堅調に推移していますが、景気の先行き懸念や香港リスク、米中貿易摩擦など不透明感が払拭しきれない状況にあります。そこで、気になるのが年末に向けての相場の行方です。

年末相場と掉尾の一振。詰まるところ、「信じるか、信じないかは〇〇〇しだい!」という、どこかで聞いた言葉に行き着くのかもかもしれません。

◆◆◆ 株式市場のアノマリーの一例 ◆◆◆

- | | |
|-----------------------------------|------|
| ○ 節分天井(2月3日に高値)、 彼岸底(3月20頃に底値) | 【日本】 |
| ● Sell in May(5月に売り抜ける) | 【米国】 |
| ○ 掉尾の一振(年末の大納会に向けての上昇) | 【日本】 |
| ● クリスマスラリー(年末年始に向けての上昇) | 【米国】 |



ペルソナ

詳細な情報で商品開発

琉球銀行 法人営業部 調査役
 仲里 真一

ペルソナ(Persona)とはマーケティングで用いられる用語で、サービス・商品の典型的なユーザー像のことです。ビジネスをする際の「ターゲット」に近い意味合いがありますが、「ターゲット」はやや幅を持たせて設定するのに対し、「ペルソナ」は人物像をリアルに設定していく点で異なります。

ペルソナは、まるでその人物が実在しているかのように、年齢、性別、居住地、職業、役職、年収、趣味、特技、家族構成さらには、生い立ち、休日の過ごし方などリアリティのある詳細な情報を設定していきます。

ペルソナ設定をするメリットとして①人物モデルの共有・認識の統一を図るのに有効②ユーザー視点で商品やサービスを開発できる③マーケティングでぶれが生じにくいいため時間・コストの削減が可能—とされています。

商品開発やマーケティングを行う際には、世代も性別も違うさまざまな人間が関わります。それぞれの開発担当者が製品に対して考えているイメージや、視点も全く同じとは限りません。担当者同士の認識が共通でないままマーケティング活動を進めてしまうと、それぞれの思う人物像にバラツキが出てしまい、ターゲット像が曖昧になってしまうことが多々あります。

ペルソナ設定は簡単ではありませんが、多様な価値観がある現代において、メンバーが認識を共有し、一体感のある対応を目指すためにも一つのツールとして利用してみたいかがでしょうか。

ペルソナを設定するメリット

- ① 人物モデルの共有・認識の統一を図るのに有効
- ② ユーザー視点で商品やサービスを開発できる
- ③ マーケティングでぶれが生じにくいいため、時間・コストの削減が可能



アパートローン

長期的視点の計画必要

琉球銀行 審査部融資企画課 調査役
平良 芳樹

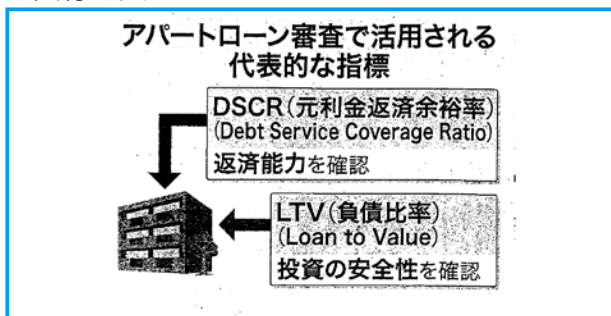
アパートローンと一口に言っても、規模別には小さな一戸建てタイプから 50 室以上の大型アパートまで、用途別では自宅兼用や店舗併用タイプまで、ニーズは多種多様であり、ひとくくりに捉えることはできません。

金融機関でアパートローンを申し込むお客様の目的は「相続対策」か「投資目的」に大別されますが、どちらも事業計画段階で物件が立地する地域の将来性や、今後の人口動態もふまえた「長期的視点」を持つことが重要です。

金融機関がアパートローンの審査を行う際の代表的な指標に「DSCR」と「LTV」があります。DSCRはデット・サービス・カバレッジ・レシオの略称で、物件の「返済能力」を測る指標です。一般的には、経費を差し引いた年間純収益÷年間返済額の式で算出されます。このDSCRは「年間のローン返済額」に対して「賃料による純利益」が「何倍」なのかを表しており、1.0 倍を下回ると賃料収益でローン返済がまかなえないということになります。

もうひとつの指標であるLTVはローン・トゥ・バリュの略称で「投資の安全性」を測る指標です。物件に対する借入金の割合を表しており、借入金額÷物件の評価額の式で算出されます。数字が低いほど投資の安全性が高く、一定の自己資金を投入できていない場合に高くなります。

アパートローンは借入期間が 20 年を超えるような場合が多く、当初の事業計画段階でDSCRやLTVの状況について長期的な視点で捉えておくことも大切です。





CASHLESS

キャッシュレス決済の 導入・拡大は 今がチャンスです!!

実施期間 2019年10月1日～2020年6月30日

キャッシュレス・消費者還元制度とは

中小・小規模事業者等における消費喚起の後押しと、キャッシュレス化の推進を目的に経済産業省が主体となって実施する補助金制度です。

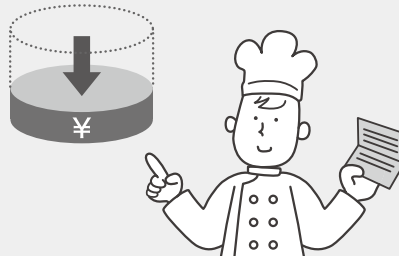
キャッシュレス・消費者還元事業のメリット

メリット1 今なら
端末導入費用**0円!**



制度対象加盟店の決済端末の導入費用は、国が2/3、決済事業者が1/3を負担いたします。

メリット2 期間中の決済手数料は
実質**2.17%以下!**



制度期間中の加盟店手数料は3.25%以下となります。
さらに国が1/3を負担し、実質2.17%以下になります。

メリット3 消費者還元で
集客力UP!



制度加盟店でご利用いただいたお客様にも、5%還元のメリットがあります。

※一部の制度対象加盟店は2%還元となる場合あり。

「キャッシュレス・消費者還元制度」お申込み手順

1

「キャッシュレス・消費者還元事業」へ登録申し込み

2

登録審査

※国の執行団体(事務局)にて審査が行われ、結果が届き次第通知いたします。

3

対象期間中は決済手数料の一部を還元!

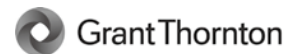
※[2]で登録審査を通過された加盟店様のみ対象

お問い合わせ・お申し込みは

098-901-0146 (平日9:00~17:00)

りゅうぎん加盟店サービスデスク





An instinct for growth™

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12月

今回のテーマ

ビジネスメール詐欺の被害実態と対策

標的型メール攻撃やビジネスメール詐欺 (Business E-mail Compromise : BEC) は近年増加傾向にあります(2019/9/26 警察庁)。「BECに関する実態調査 2018」(トレンドマイクロ社)では全体の約4割がBEC攻撃を経験し、その内の約6割が送金口座の変更や至急案件等による送金依頼メールを実際に受信し、その内の 割弱(調査全体の2%)が実際に指定口座に送金してしまったことが分かっています。

送金被害額の約5割が5,000万円未満ですが、億単位の送金被害も発生しています。最近では、日本航空では2017年9月に3.8億円のBEC被害を受け、トヨタ紡績ヨーロッパでは2019年8月に約40億円の資金が流出し、BEC被害の可能性が指摘されています(2019/9/6 日本経済新聞、Forbes)。

ビジネスメール詐欺

ビジネスメール詐欺(BEC)は、偽の電子メールを企業に送り、従業員を騙して送金取引に係る資金を搾取する詐欺行為や、自社の役員や従業員に関する個人情報・業務提携先に関する情報・非公開の機密情報といった特定の情報の窃取する行為を指します。

業務に偽装した標的型メール攻撃を組み合わせ、添付ファイルの開封等を誘導して不正プログラムを感染させることにより、企業のメール内容等を窃取したうえで上記の詐欺行為を仕掛けてくるようなケースもあります。

2019年セキュリティ対策投資額は約6割の企業が前年同水準に留まり、多くの企業が同投資に関し「予算の確保」「導入効果の測定が困難」として課題の顕在化を指摘しています (IDCJapan2019年国内企業の情報セキュリティ対策実態調査結果)。



ビジネスメール詐欺の類型と主な対策例

| 類型 | 主な対策例 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 取引のメールの最中に割り込み、偽の請求書(振込先)を送る | <ul style="list-style-type: none"> 振込先の変更・内密・迅速な行動を促す請求は疑い、社内で他の担当者と情報共有して確認する |
| <ul style="list-style-type: none"> 経営者や顧問弁護士を騙り、偽の振込先に振込ませる 経営層や人事部を騙り、従業員の情報を窃取し今後の詐欺に利用する | <ul style="list-style-type: none"> メール以外の手段も使用し、その際電話番号等はメール内署名記載を頼らずに既知のものを使用する 普段とは異なる言い回しや表現の誤りには注意する |
| <ul style="list-style-type: none"> メールアカウントを乗っ取り、取引先に対して詐欺を行う | <ul style="list-style-type: none"> 会社のメールアカウントは多要素認証を行い、当事者しか持たないもの(トークン等)を使用する 返信時に相手先のメールアドレスの変更の有無を確認、変更事実の有無を電話等で別途確認する |

お見逃しなく!

海外取引メールなど外国語によるBECが多く発生していますが、2018年に日本語でCEOを騙る事案、日本人によるBEC事案も発生しており、国内取引がメインの企業も注意が必要です。

沖 縄

12.16 大和ハウス工業㈱は、沖縄県のビーチリゾート「美らSUNビーチ」前に開発する大型商業施設の名称を「ias沖縄」に決定したことを発表した。敷地面積は7万1,499㎡、店舗面積は約4万7,600㎡、総店舗数は155店舗、駐車場約3,100台、オープン日は20年4月下旬予定。

12.10 ㈱東京商工リサーチ沖縄支店によると、県内の中小企業における「後継者不在率」は60.6%となり、全国で5番目に高かった。産業別にみると、10産業全てで後継者不在率は50%を超え、最も高かったのは情報通信業(74.6%)だった。

12.12 ザ・テラスホテルズ㈱は、ザ・ナハテラス敷地内に新棟の「アネックス」をオープンした。アネックスには、沖縄市コザの老舗インポートセレクトショップ「ロージャース」やジム、タパス&チョコレートグリル「ラ・シマ」が新規オープンし、鉄板焼レストラン「龍潭」がリニューアルオープンした。

12.16 森トラスト㈱とヒルトンは、ヒルトンの日本初のビーチリゾートホテルとなる「ヒルトン沖縄瀬底リゾート」の開業日を、20年7月1日に決定したことを発表した。敷地面積は12万4,313㎡、建物は地上9階建てで客室数は298室となる。

12.20 内閣府沖縄担当部局によると、20年度沖縄振興予算は前年度と同額の3,010億円で閣議決定された。うち沖縄振興一括交付金は、ソフトが522億円(前年度比39億円減)、ハードが492億円(同40億円減)で、計1,014億円(同79億円減)。

12.26 県の文化観光スポーツ部によると、19年7-9月期における国内客および外国空路客の観光消費額は2,380億円(前年同期比2.1%増)となった。一人当たり消費額は、国内客が9万5,642円(同2.3%減)、外国空路客は10万7,159円(同11.9%増)となった。

全国・海外

12.10 ㈱セブン-イレブン・ジャパンは、フランチャイズ契約をしている加盟店の従業員への残業手当について、一部支払い不足が発生していることを発表した。同社の保有データ(12年3月支払い分から19年11月支払い分まで)をもとに確認できた支払い不足金額は約4.9億円、対象となった従業員数は3万405人となった。

12.12 ㈱ヤマダ電機は取締役会において、㈱大塚家具と資本提携を締結し、大塚家具が実施する第三者割当により発行される新株および新株予約権を引き受けることを決議した。第三者割当増資は約44億円、払込期日は19年12月30日としている。

12.19 厚生労働省の医師・歯科医師・薬剤師統計によると、18年12月31日現在における全国の届出医師数は32万7,210人(16年調査比2.4%増)、歯科医師数は10万4,908人(同0.4%増)、薬剤師は31万1,289人(同3.3%増)となった。

12.20 政府は、20年度予算案を閣議決定した。一般会計の総額は、102兆6,580億円(前年度比1兆2,009億円増)となり、過去最大となった。高等教育の無償化や医療・介護分野の充実により社会保障費が増加。キャッシュレス・ポイント還元事業などの臨時・特別措置も設けられた。

12.24 厚生労働省の人口動態統計の年間推計によると、19年の出生数は86万4,000人(前年比5万4,000人減)、死亡数は137万6,000人(同1万4,000人増)、自然増減数は51万2,000人の減少と推計された。

12.26 日本航空㈱、㈱野村総合研究所、NRIデジタル㈱は、20年7-9月に日本に滞在する外国人旅行者に、国内線往復航空券を無料で提供するキャンペーン「Win a Trip with JAL」を20年2月下旬から開始すると発表した。東京(羽田)、大阪(伊丹・関西)を発着するJALグループ国内線全路線が対象で、最大10万席を提供予定。

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 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 | 138 | ▲ 15.8 |
| 3 | 2.6 | 0.7 | 1.9 | ▲ 2.0 | 4.6 | ▲ 1.7 | 40,417 | ▲ 25.9 | 162 | 17.7 |
| 4 | 5.8 | ▲ 0.2 | 0.8 | 14.9 | 3.4 | 5.7 | 17,044 | ▲ 24.3 | 135 | 5.5 |
| 5 | 0.7 | 0.6 | 1.2 | ▲ 2.9 | 6.0 | ▲ 0.1 | 21,038 | 30.4 | 88 | ▲ 41.4 |
| 6 | ▲ 3.6 | 1.1 | 1.7 | 9.1 | ▲ 11.3 | ▲ 3.2 | 20,741 | ▲ 18.1 | 139 | ▲ 26.6 |
| 7 | ▲ 3.1 | ▲ 0.1 | 2.4 | 23.8 | ▲ 6.6 | 17.6 | 51,900 | 94.2 | 248 | 5.5 |
| 8 | ▲ 10.0 | ▲ 0.5 | 1.3 | 21.5 | 8.2 | ▲ 0.9 | 30,231 | ▲ 17.8 | 184 | 0.6 |
| 9 | ▲ 5.9 | 8.1 | 10.2 | 38.8 | 12.0 | 12.6 | 32,533 | ▲ 12.5 | 195 | ▲ 1.1 |
| 10 | ▲ 17.2 | ▲ 6.7 | ▲ 4.9 | 1.1 | ▲ 17.7 | 12.8 | 26,687 | 29.8 | 164 | ▲ 8.6 |
| 11 | ▲ 11.3 | ▲ 1.2 | 0.4 | 14.3 | ▲ 5.6 | ▲ 4.5 | 20,544 | 28.2 | 136 | ▲ 34.5 |
| 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 | ▲ 2.2 | ▲ 1.2 | ▲ 2.3 |
| 2018 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 | 1,093 | ▲ 32.1 | ▲ 23.3 | ▲ 8.2 | 3.2 | 9.7 | 2.5 | ▲ 2.1 | ▲ 4.3 | ▲ 2.3 |
| 3 | 1,340 | 6.9 | 220.8 | ▲ 10.4 | 0.3 | ▲ 8.0 | 9.1 | 2.3 | ▲ 6.5 | ▲ 0.0 |
| 4 | 1,153 | ▲ 1.5 | 40.3 | ▲ 2.4 | 2.2 | 3.8 | 6.8 | 5.7 | ▲ 2.3 | 2.4 |
| 5 | 707 | ▲ 38.4 | 32.9 | ▲ 3.7 | ▲ 7.2 | 4.5 | 11.0 | 12.2 | ▲ 2.1 | 0.1 |
| 6 | 1,374 | ▲ 20.6 | ▲ 62.4 | ▲ 5.3 | ▲ 11.7 | 10.2 | ▲ 0.7 | 5.2 | ▲ 7.1 | ▲ 1.2 |
| 7 | 1,419 | ▲ 16.0 | ▲ 59.5 | 25.7 | 17.9 | 22.5 | 15.9 | 10.1 | 10.8 | 3.3 |
| 8 | 1,683 | 25.5 | ▲ 7.9 | ▲ 1.6 | ▲ 6.0 | 6.9 | 8.3 | ▲ 3.6 | 10.4 | 0.3 |
| 9 | 1,640 | 10.7 | ▲ 50.1 | 8.7 | 1.7 | 19.3 | 34.4 | ▲ 7.6 | ▲ 0.8 | ▲ 11.7 |
| 10 | 1,245 | ▲ 16.2 | ▲ 66.7 | 26.1 | 22.6 | ▲ 2.8 | 4.7 | ▲ 4.2 | 8.1 | ▲ 7.2 |
| 11 | 1,130 | ▲ 0.8 | ▲ 63.0 | ▲ 4.3 | 0.7 | ▲ 8.3 | 1.8 | ▲ 3.6 | 1.7 | - |
| 出所 | 国土交通省 | | りゅうぎん総合研究所調べ | | | | | | | |

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 | 2015年=100 | 前年比 |
| 2016 | 8,613.1 | 11.0 | 2,082.1 | 38.7 | 83.9 | 73.0 | 5.1 | 5.6 | 95.5 | ▲ 5.2 |
| 2017 | 9,396.2 | 9.1 | 2,542.2 | 22.1 | 83.3 | 74.3 | 0.7 | 1.1 | 99.9 | 4.6 |
| 2018 | 9,847.7 | 4.8 | 2,903.8 | 14.2 | 81.2 | 71.9 | ▲ 0.3 | ▲ 2.3 | 96.7 | ▲ 3.2 |
| 2018 10 | 849.3 | 6.3 | 246.5 | 7.5 | 81.9 | 75.5 | 0.7 | ▲ 5.1 | 82.7 | ▲ 8.2 |
| 11 | 795.2 | 4.2 | 191.1 | 4.8 | 86.9 | 70.1 | 7.7 | ▲ 5.2 | 85.5 | 4.4 |
| 12 | 747.5 | 4.0 | 177.2 | ▲ 3.2 | 81.0 | 59.7 | 6.8 | 2.2 | 87.1 | ▲ 8.0 |
| 2019 1 | 753.5 | 7.0 | 229.8 | 18.2 | 82.1 | 61.2 | 5.1 | ▲ 4.8 | 88.2 | 2.4 |
| 2 | 772.2 | 8.5 | 240.1 | 23.3 | 90.2 | 72.0 | 0.2 | ▲ 4.2 | 91.1 | ▲ 1.5 |
| 3 | 884.0 | 5.6 | 226.6 | 7.8 | 84.2 | 71.0 | ▲ 1.8 | ▲ 4.3 | 90.7 | ▲ 3.8 |
| 4 | 851.4 | 2.2 | 250.3 | ▲ 9.6 | 83.5 | 75.2 | 7.7 | 8.7 | 86.1 | ▲ 3.1 |
| 5 | 834.9 | 0.5 | 268.4 | ▲ 15.1 | 78.3 | 69.8 | 9.7 | 9.6 | 89.9 | ▲ 5.1 |
| 6 | 868.2 | 7.2 | 298.4 | 8.5 | 81.7 | 71.7 | 3.2 | ▲ 3.1 | 90.1 | ▲ 7.2 |
| 7 | 963.3 | 8.8 | 302.8 | 4.1 | 81.0 | 75.1 | ▲ 1.0 | ▲ 0.4 | 91.7 | 8.2 |
| 8 | 1,021.2 | ▲ 1.9 | 282.9 | ▲ 5.7 | 81.6 | 77.2 | ▲ 1.2 | ▲ 6.2 | 85.6 | ▲ 9.0 |
| 9 | 809.3 | 1.0 | 218.7 | ▲ 5.1 | 79.2 | 69.0 | ▲ 15.9 | ▲ 12.1 | 85.8 | ▲ 3.7 |
| 10 | 851.3 | 0.2 | 230.5 | ▲ 6.5 | 77.9 | 71.5 | ▲ 8.2 | ▲ 6.0 | 85.6 | 1.2 |
| 11 | 799.2 | 0.5 | 199.1 | 4.2 | P80.2 | 66.7 | P1.4 | ▲ 3.2 | - | - |
| 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、2019年8月より調査先が25ホテルから28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。 2019年4月より2015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 |
|---------|--------------|--------|---------|---------|----------|-------|-------------|-----------|--------|---------|
| | 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 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 |
| 3 | 3 | 110 | ▲ 80.9 | 0.6 | 3.1 | 0.7 | 1.18 | ▲ 1.8 | 1,233 | 9,343 |
| 4 | 5 | 832 | ▲ 43.3 | 1.1 | 2.4 | ▲ 0.8 | 1.18 | ▲ 0.4 | 2,377 | 15,763 |
| 5 | 7 | 1,042 | 200.3 | 0.8 | 2.5 | 2.1 | 1.18 | 11.2 | 1,095 | 9,867 |
| 6 | 5 | 163 | ▲ 87.6 | 0.8 | 2.7 | 3.5 | 1.18 | 2.6 | 2,819 | 8,539 |
| 7 | 4 | 190 | ▲ 96.7 | 0.6 | 2.8 | 4.9 | 1.19 | 2.7 | 984 | 12,990 |
| 8 | 0 | 0 | ▲ 100.0 | 0.4 | 3.1 | 3.1 | 1.21 | ▲ 1.2 | 1,000 | 8,740 |
| 9 | 9 | 1,045 | 152.4 | 0.4 | 3.2 | 4.9 | 1.19 | 7.1 | 1,120 | 7,686 |
| 10 | 3 | 86 | ▲ 85.8 | ▲ 0.4 | 2.7 | 4.6 | 1.21 | 6.9 | 9,059 | 12,962 |
| 11 | 3 | 660 | 1,078.6 | ▲ 0.2 | 2.6 | ▲ 0.1 | 1.21 | 2.4 | 1,167 | 9,406 |
| 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 | 2,561 | 4,288 | ▲ 1,728 | 1.559 | 211 | ▲ 7.9 | 3,677 | ▲ 2.4 | 82 | 0.022 |
| 2018FY | 2,511 | 4,092 | ▲ 1,582 | 1.506 | 201 | ▲ 4.7 | 3,599 | ▲ 2.1 | 24 | 0.007 |
| 2018 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 | 158 | 253 | ▲ 94 | 1.501 | 16 | ▲ 2.5 | 267 | ▲ 6.9 | 0 | 0.000 |
| 3 | 189 | 304 | ▲ 115 | 1.483 | 15 | ▲ 11.3 | 238 | ▲ 13.6 | 0 | 0.000 |
| 4 | 482 | 157 | 325 | 1.490 | 15 | ▲ 6.4 | 335 | 0.8 | 0 | 0.000 |
| 5 | 101 | 728 | ▲ 626 | 1.484 | 18 | ▲ 12.3 | 356 | ▲ 3.8 | 0 | 0.000 |
| 6 | 169 | 288 | ▲ 119 | 1.479 | 15 | ▲ 8.1 | 227 | ▲ 13.1 | 0 | 0.000 |
| 7 | 195 | 385 | ▲ 189 | 1.476 | 18 | ▲ 4.5 | 341 | ▲ 8.8 | 0 | 0.000 |
| 8 | 187 | 360 | ▲ 172 | 1.474 | 15 | ▲ 17.1 | 242 | ▲ 27.7 | 0 | 0.000 |
| 9 | 176 | 353 | ▲ 176 | 1.475 | 17 | 18.7 | 297 | 14.5 | 0 | 0.000 |
| 10 | 233 | 374 | ▲ 141 | 1.472 | 16 | ▲ 16.2 | 265 | ▲ 18.3 | 0 | 0.000 |
| 11 | - | - | - | - | 14 | ▲ 15.5 | 210 | ▲ 24.2 | 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 | 45,235 | 2.7 | 8,199 | 1.8 | 1,201 | ▲ 6.8 |
| 2017FY | 47,488 | 4.1 | 36,762 | 6.0 | 47,533 | 5.1 | 8,491 | 3.6 | 1,173 | ▲ 2.3 |
| 2018FY | 48,679 | 2.5 | 38,613 | 5.0 | 49,141 | 3.4 | 8,587 | 1.1 | 1,202 | 2.5 |
| 2018 10 | 47,953 | 3.0 | 37,137 | 6.0 | 48,189 | 3.6 | 8,317 | 4.0 | 1,181 | 2.8 |
| 11 | 48,376 | 3.2 | 37,333 | 6.0 | 48,593 | 3.6 | 8,329 | 3.9 | 1,191 | 3.6 |
| 12 | 48,217 | 3.2 | 37,525 | 5.5 | 48,467 | 3.7 | 8,453 | 2.7 | 1,197 | 4.1 |
| 2019 1 | 47,709 | 2.5 | 37,605 | 5.2 | 48,010 | 3.1 | 8,465 | 2.4 | 1,192 | 3.1 |
| 2 | 47,964 | 2.5 | 37,838 | 5.2 | 48,208 | 2.9 | 8,465 | 1.7 | 1,189 | 2.1 |
| 3 | 48,679 | 2.5 | 38,613 | 5.0 | 49,141 | 3.4 | 8,587 | 1.1 | 1,202 | 2.5 |
| 4 | 49,305 | 2.2 | 38,003 | 5.0 | 49,675 | 2.8 | 8,555 | 1.2 | 1,174 | 2.5 |
| 5 | 49,282 | 2.7 | 38,172 | 4.7 | 49,659 | 3.3 | 8,509 | 1.0 | 1,157 | 1.7 |
| 6 | 50,001 | 3.8 | 38,247 | 4.6 | 50,382 | 4.2 | 8,458 | 0.6 | 1,158 | 1.4 |
| 7 | 49,642 | 3.2 | 38,297 | 4.1 | 50,036 | 3.7 | 8,447 | 0.7 | 1,160 | 0.4 |
| 8 | 50,053 | 4.2 | 38,366 | 4.0 | 50,456 | 4.6 | 8,454 | 1.0 | 1,161 | ▲ 1.0 |
| 9 | 49,956 | 2.9 | 38,532 | 3.5 | 50,331 | 3.2 | 8,395 | 0.6 | 1,169 | ▲ 1.2 |
| 10 | 49,718 | 3.7 | 38,488 | 3.6 | 50,132 | 4.0 | 8,375 | 0.7 | 1,175 | ▲ 0.5 |
| 11 | 50,239 | 3.9 | 38,556 | 3.3 | - | - | 8,363 | 0.4 | 1,173 | ▲ 1.6 |
| 出所 | 沖縄県銀行協会 | | | | 日本銀行本店 | | 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、19年2月分より日本銀行(本店)ホームページ上で公表している県内預金合計に遡及改訂した。

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**上乘せ!**
(※店頭表示金利+0.05%)

ポイントサービスとは!

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

シルバーコース **50point**以上

ゴールドコース **100point**以上

エクセレントコース **200point**以上

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



※商品についての詳しいお問い合わせは、りゅうぎん窓口かフリーコールまで。



0120-19-8689

琉球銀行 ポイントサービス

検索

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

特集レポートバックナンバー

■平成30年

- 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 株式会社沖縄浄水センター
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)
- 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 株式会社イメイト
- 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 沖縄チエル株式会社
- 12月 (No.590) 経営トップに聞く 沖縄ガス株式会社

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

4月 (No.594) 経営トップに聞く エイアンドダブリュ沖縄株式会社
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

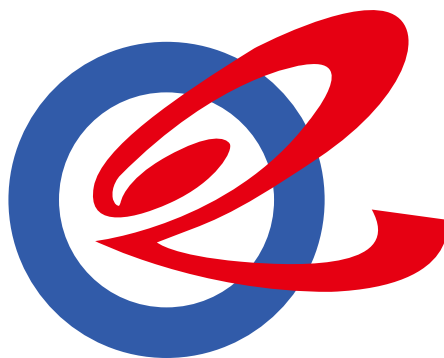
■令和元年

- 5月 (No.595) 経営トップに聞く 有限会社インターリンク沖縄
An Entrepreneur そうざいの店 仲尾次
特別寄稿 第2滑走路完成後の那覇空港について
特集 2018年度の沖縄県経済の動向
- 6月 (No.596) 経営トップに聞く 下地島エアポートマネジメント株式会社
An Entrepreneur 株式会社オムニバスワンダーラボ
講演録 沖縄県の未来を考えるシンポジウム
- 7月 (No.597) 経営トップに聞く 株式会社はやて
An Entrepreneur 株式会社蟹蔵
特別寄稿 アジアにおけるコールドチェーンの発達と沖縄
特集1 沖縄県内のレンタカー業界の動向について
特集2 沖縄県の主要経済指標
- 8月 (No.598) 経営トップに聞く 株式会社ビザライ
An Entrepreneur 株式会社アミューズメントドリーム
- 9月 (No.599) 経営トップに聞く 沖縄特産販売株式会社
- 10月 (No.600) 経営トップに聞く 株式会社ジャカコン西日本
特集 沖縄県内における2019年プロ野球春季キャンプの経済効果
- 11月 (No.601) 経営トップに聞く 株式会社okicom
- 12月 (No.602) 経営トップに聞く 米島酒造株式会社

■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

皆様へ損害保険、生命保険の安心を提供する
ベストパートナーとして、
これからもよろしくお願ひします



株式会社 琉球総合保険サポート

保険代理店業務

損害保険(契約の代理)

大同火災海上保険 株式会社
東京海上日動火災保険 株式会社
三井住友海上火災保険 株式会社
共栄火災海上保険 株式会社
損害保険ジャパン日本興亜 株式会社
あいおいニッセイ同和損害保険 株式会社
Chubb損害保険 株式会社
セコム損害保険 株式会社
アニコム損害保険 株式会社

以上9社の代理店

生命保険(契約の媒介)

日本生命保険 株式会社
第一生命保険 株式会社

住友生命保険 株式会社
ジブラルタ生命保険 株式会社
メットライフ生命保険 株式会社
アフラック
オリックス生命保険 株式会社
東京海上日動あんしん生命保険 株式会社
三井住友海上あいおい生命保険 株式会社
SOMPOひまわり生命保険 株式会社
三井住友海上プライマリー生命保険 株式会社
第一フロンティア生命保険 株式会社
ブルデンシャルジブラルタファイナンシャル生命保険 株式会社
エヌエヌ生命保険 株式会社

以上14社の代理店

〒900-0015 那覇市久茂地1丁目6番3号 琉球リースパーキングビル
TEL 098-863-1808 FAX 098-862-6645
URL : <http://www.rsupport.co.jp>

りゅうぎん調査 No.603 令和2年1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



古紙配合率の高い再生紙を使用しています