

RRI

Bank of the Ryukyus' Okinawan Economic Review

りゅうぎん調査

2023
No.643

5

Ryugin Research Institute



経営 トップに聞く

株式会社A&S 代表取締役社長 平田 貴之 氏

特集1 県内ゴルフ場の状況とゴルフツーリズムの可能性

特集2 2022年度の沖縄県経済の動向

※目次(CONTENTS)の各タイトルをクリックするとそのページにジャンプします

CONTENTS

経営トップに聞く 株式会社A&S ～介護のプロフェッショナルとして、人と人の繋がりを重視して思いやりの心を大切に。 そして若い方が働いてみたいと思える会社、介護業界を目指す～ 代表取締役社長 平田 貴之 氏	01
特集1 県内ゴルフ場の状況とゴルフツーリズムの可能性 りゅうぎん総合研究所 取締役調査研究部長 宮国 英理子	06
特集2 2022年度の沖縄県経済の動向	22
新時代の教育研究を切り拓く 1.産学連携を進化させる新ブランド「OIST Innovation」を発表 2.人間の活動が魚の健康に与える影響は？ 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)	26
県内大型プロジェクトの動向158	32
行政情報160 内閣府沖縄総合事務局経済産業部	34
沖縄県の景気動向 (2023年3月) ～景気は、回復の動きが強まる (上方修正)～	36
学びバンク ・人的資本経営 ～人へ投資 企業価値左右～ 琉球銀行 人事部 上席調査役 座波 元 ・ハイブ・サイクル ～新技術定着 五つの段階～ りゅうぎん総合研究所 特命部長 志良堂 猛史 ・働き盛り世代の短命傾向 ～運動強度知り 習慣改善～ りゅうぎん総合研究所 研究員 及川 洋平 ・ガストロノミーツーリズム ～食文化通して観光誘客～ りゅうぎん総合研究所 取締役調査研究部長 宮国 英理子 ・脱マスク需要 ～「5類」化粧品に追い風～ りゅうぎん総合研究所 研究員 米須 唯	48
経営情報 2022年IPO市場の総括と2023年の展望 提供 太陽グラントソントン税理士法人	52
県内の主要経済指標 県内の金融統計	54 56

※「経済日誌」は2023年4月号で終了しました。

表紙写真：志良堂猛史（りゅうぎん総合研究所） 撮影地：ヤシの木ロード（豊見城市）

介護のプロフェッショナルとして、人と人の繋がりを重視し
思いやりの心を大切に。そして
若い方が働いてみたいと思
える会社、介護業界を目指す。



株式会社 A&S

代表取締役社長 平田 貴之 氏

株式会社 A&S は 2007 年 12 月に設立され、住宅型有料老人ホーム、ヘルパーステーションなど、高齢者複合施設を運営する会社である。平田貴之社長は、前代表で父である平田喜彦氏から事業を引き継ぎ 2022 年に代表に就任した。今回はうるま市具志川にある住宅型有料老人ホーム「アイリーぐしかわ」へ平田社長を訪ね、会社設立の経緯、経営理念、人材育成に対する考えなどについてお話しをお聞きした。また、最近の円安や物価上昇に伴う影響などについてもお話しを伺った。

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。

当社設立の経緯は、私の父である平田喜彦会長が株式会社 A&S を 2013 年 6 月に買取り、新たに介護福祉事業をスタートさせたことがはじまりです。この A&S 社は 2007 年に設立された会社で当初は介護福祉事業ではなく、コンサルタント業を展開していたと聞いています。

父は県内の介護施設に長く勤務しており施設運営のノウハウは持っていたため、この A&S 社を買取りデイサービス事業に挑戦することになった

ようです。

父の独立時、私は既に理学療法士として千葉県で働いていたため、「父が事業をはじめたんだな」というくらいに軽く考えており、まさか将来、私自身もこの事業に関わることになるとは想像もしていませんでした。

その後、2015 年に父から「事業もうまくいっており給料も払えるから沖縄に戻ってきて一緒に事業をやらないか」と声が掛かり、父がそういうのであればということで沖縄に戻ってきました。



住宅型有料老人ホーム「アイリーぐしかわ」（うるま市具志川）

しかし実際に沖縄に戻り、会社の業況を見てみるとお世辞にも良好とはいえないような状況で、私自身も困惑しましたが、既に理学療法士の仕事も辞めていましたので「家族のためにも私が頑張って事業をなんとかする」という前向きに気持ちに切替えました。

沖縄に戻られてご苦労も多かったのではないですか。

実は、沖縄に戻ってきて数年はがむしゃらに働いていたので、冗談のように聞こえるかもしれませんが、当時のことはほとんど記憶がないです（笑）。

ただ、デイサービスの利用者を増やすために近隣の病院へ営業活動を行ったり、人手が足りなかったので一人で経理部門、介護の現場、営業担当の三役をこなす日々が数年続き、とにかく「今できることはなんだろう」と考えながら、がむしゃらに働いていました。

また、この時期からはじめた取組みの1つで、自宅周辺にスーパーマーケットがない、いわゆる

「買い物難民」となっている高齢者を対象に定期的を送迎車を出し、近隣の大型スーパーまで送迎する無料のサービスをスタートさせました。

このような取組みを継続して行っていくことで地域の皆様への周知も広がり、少しずつですが地域に根差した高齢者複合施設の運営ができてきているように感じます。

あと、もう1つ。私の母は看護師で病院勤務だったのですが、休日や就業後など時間がある時には積極的に応援に来てくれていました。こういった家族の支えがなかったら、この苦しい時期は乗り越えることができなかつたのではないかと思いますし、家族の支えに感謝しています。

経営理念について教えてください。

経営理念は「顧客第一」という言葉を掲げています。また経営ビジョンとして、①介護事業を通し地域社会の発展に貢献します、②人と人の繋がりを重視し、人材育成を中心とした経営をします、③お客様に寄り添い、体と心のバランスを考えた質の高いケア、居心地の良い環境が提供できる会



「アイリーぐしかわ」内観



日々笑顔になれる時間を大切にしている



人と人のつながりを大切に施設を運営



利用者同士のコミュニケーションも大切な時間

社を目指します、となっています。

人材育成に関するお考えをお聞かせください。

約10年近くの介護事業に携わり職員と接するなかで感じるのは、やはり一番大事なのは「思いやり」、「人が人を思う優しさ」だなと感じています。

仮にですが、私が介護職員を採用する際、極端な話ですが、「優れた介護技術を持っているが思いやりが欠けた人」と「介護技術はないけど思いやりがある人」であれば私は間違いなく、後者の方を採用します。介護事業というのは人と人との繋がりや思いやりが一番大切だからです。

こうした私の考え方もあって、当社では介護職未経験者であっても積極的に採用しています。

もちろん業務にはノウハウや技術が必要な作業もありますが、当社ではイチから学べるような育成プログラムもありますので、未経験者の方でも思いやりがあって、介護に興味があるという方はぜひ、私たちの仲間になっていただけると嬉しく思います。

介護福祉事業業界の課題は何であると感じていらっしゃいますか。

介護福祉業だけの問題ではないと思いますが人手不足が問題の一つであると感じています。

あくまで私個人の考えですが、我々のような介護事業者側にも少し問題があるように感じています。

それは介護に従事している人間があまりに「介護職の現場は低賃金で、重労働なのだということ」を情報発信し過ぎているのではないかと感じています。こうしたマイナスなイメージばかりを当事者が発信し続けていけば新しく介護職を希望する人が少なくなるのは当然です。そうなると、さらに人手不足になり繰り返しの悪循環になってしまうのではないかと感じています。介護の仕事は確かに苦しいこともありますが、それ以上に施設を利用されている方やご家族に感謝される喜びのある仕事だと思います。

また、当社の施設では高齢者の看取りにも対応しています。人が亡くなる瞬間に立ち会うということは怖いと感じる方もいらっしゃるかもしれま



地域の高齢者向けの買い物支援バス



地域の皆様とのコミュニケーションを大切にしている

せんが、この仕事を続けていくと、多くの方の最後の瞬間に家族の方と共に立ち会うことのできる、崇高な仕事であると感じます、そして、そういった仕事をこなす当社の職員をはじめ介護従事者について、“私はあなたたちをスーパーマンだと思っているよ”と常々伝えています。

高齢者をサポートし、人間の最後の瞬間を共に過ごし見守る、現代社会に必要な職業です。このような介護職の社会的な意義などもしっかり発信し子供達のヒーローであるスーパーマンのように、「介護職員を目指したい」と思ってもらえるように業界全体として取組んでいきたいと考えています。

関連会社を通じてネイルサロン事業を2021年10月にオープンしたと伺っています。

このネイルサロンの開業は事業の多角化や新規事業参入という意味合いではなく、本業である福祉介護事業との親和性を考えて事業をスタートさせました。

目的の1つは、従業員への福利厚生の意味合い



アイリーネイルサロン
オキナワ店舗



ネイルケアサービスは職員からも好評

です。当社の社員は月1度、無料でネイルのケアができるようにしています。利用者は女性職員が中心で仕事に対するモチベーションが上がったという声、綺麗に手入れしてもらった爪を見るたびに気持ちの上向きになる、といった声が聞かれています。

2つ目の理由は施設を利用している高齢者向けの爪のケア目的です。高齢になると巻き爪になる人が増えてきます。介護に関する業務の中でも爪切りは難易度の高い作業になります。そういったときに爪のプロであるネイリストの知識と技術が必要となるわけです。施設を利用いただいている高齢の方々も爪がきれいになると自然と笑顔が見られます。ネイルサロン事業は、一般向けのお客様の周知がこれからといった状況なので利益は出ていないのが正直なところですが、今後も大事に育てていきたいと考えています。

物価上昇の動きが顕著ですが、影響はございますか。

電気代、ガス代、そして食材も値上がりしてお



ネイルケアをすると
自然と笑顔に



施設の高齢者向けにもネ
イルケアを行っている

り、運営コスト面で徐々に影響を受けてきているように感じていますが、施設利用者への値上げは今のところ実施していません。

施設を利用いただいている方々の中には収入は年金のみといった金銭的に厳しい方もいらっしゃいますので、タイミングを見ながら慎重に判断していかなければならない非常に難しい問題です。いつまで物価上昇が続いていくのかも不透明ですし行政による資金面でのサポートも必要なのではないかと感じています。

最後に

私は、沖縄の若者にも「プロの介護の仕事ってカッコいいな」と思ってもらえるような職場環境づくりやイメージづくりもしっかり行っていきたいと考えています。国内では就職先、アルバイト先として米国の大手コーヒーチェーン「スターバックス」が大人気なのですが、当社は介護業界のスターバックスのような存在を目指していこうと考えています。この会社の仕事はカッコいい、将来働いてみたいと思っただけのような職場

企業概要

商 号：株式会社 A&S
 連 絡 先：うるま市字具志川 1931 番地 34
 TEL 098-973-3660
 FAX 098-979-2417
 設 立：2007 年 12 月
 役 員：取締役会長 平田 喜彦
 代表取締役社長 平田 貴之
 従 業 員 数：48 名（パート、契約社員含む）
 U R L：https://www.a-and-s.okinawa
 事 業 概 要：介護保険事業（ヘルパーステーション、
 介護訪問ステーション）
 住宅型有料老人ホーム
 給食委託事業
 関 連 会 社：株式会社 Co-creation

を目指すということです。

当社のような高齢者介護事業は、地域の皆様との信頼関係や密接なコミュニケーションがあってこそその事業であり、これからも地域の皆様との交流を大事にしています。

昨年はネイルサロン事業を行う「アイリーネイルオキナワ」が地域の公民館での出張などを行い地域の高齢者の皆さんとの交流も行いました。こういった取組みも継続して行っていけたらと考えています。

地域の皆様に必要とされ信頼される高齢者複合施設の運営をしっかりと行っていきたいと考えています。今後とも株式会社 A&S「住宅型有料老人ホーム アイリーぐしかわ」をどうぞよろしくお願ひします。

特集1

調査レポート 県内ゴルフ場の状況と ゴルフツーリズムの可能性



りゅうぎん総合研究所
取締役調査研究部長
宮国 英理子

要旨

- ・コロナ禍により県内の観光業界は各分野において著しく厳しい状況が続いたが、ゴルフ場については、3密を避けるスポーツとして既存客及び、新しい層の利用者が増加し、いち早く好転の動きがみられた。
- ・2021年度の入場者数はコロナ禍前のピークであった17年度を上回り、22年度も高い水準で推移している。客単価も22年度はコロナ禍前の水準に近づいている。
- ・19年度の県内ゴルフ場の市場規模は約182億円と試算され、今後も拡大傾向にある。
- ・ゴルフと観光を組み合わせた『ゴルフツーリズム』の推進にあたり、ゴルフに関わる沖縄県の特徴と取り巻く環境をSWOT分析にて改めて確認した。

- ・ゴルフツーリズムは、数多くの優良な顧客を確保するために、その場所の魅力を効果的に伝えていくことが重要であることから、先進事例として、地元の行政や関係機関が率先して発信や誘致活動を行っている宮崎県の取り組みを紹介した。
- ・沖縄県でもゴルフツーリズムを推進することで、①年間を通じた入域観光客数の平準化、②滞在日数の増加、③観光消費額の増加が期待でき、観光課題解決に繋がる具体策を検討した。
- ・ゴルフツーリズムを推進するための課題として、①関係者の連携体制構築、②県内ゴルフ関連データの収集、③オーバーツーリズムへの対応が必要である。

1. はじめに

沖縄県を訪れる入域観光客数は、2018年度には初の1,000万人台を達成し、ハワイと肩を並べたと言われた。しかし、2020年初頭からの新型コロナウイルス感染症の拡大により、人々は自由な往来が制限され、沖縄県のリーディング産業である観光関連産業は深刻な打撃を受けた。入域観光客数は20年度には258万3,600人まで大きく落ち込み、翌21年度も327万4,300人になった。入域観光客数の減少に伴い観光収入も大きく影響を受けた。観光収入は、18年度に7,334億円と初の7,000億円台に達したものの、20年度には2,484億円と、実に66.1%の大幅な減少となり、観光関連産業のみならず沖縄県経済全体に甚大な影響を及ぼした。

コロナ禍の20年度、21年度は観光関連産業において厳しい状況が続いたものの、ゴルフ場に限ってはやや状況が異なり、いち早く好転の動きがみられた。これは当社が県内の観光業界の動向について、宿泊事業者、観光施設、ゴルフ場に協力を得て毎月景況調査をした際の分析であるが、これまで少子高齢化や若者のゴルフ離れなどで、ゴルフ人口の減少が懸念されていたなか、コロナ禍では既存のゴルフ利用者層に

加え、若い世代や女性などの新しい層の利用者が増加していることが分かった。

世界各国でワクチン接種が進んだこともあり、2022年初頭には国内における行動制限が解除され、日本への入国制限も緩和された。そして繰り返し余儀なくされた自粛生活の反動もあり、旅行需要が急速に高まっている。沖縄県を訪れる入域観光客数も右肩上がりに回復しており、インバウンド客も戻りつつあるなか、各方面で観光再開に向けた動きが加速している。

コロナを経た新たな旅の形態として、近隣の旅や密を避けた旅が好まれており、団体より個人、そして量より質を求める傾向が強まっている。沖縄観光においてはコロナ感染拡大前から「量より質」が課題として挙げられていた。今後、観光の本格再開に向けては、その課題解決のために、①年間を通じた入域観光客数の平準化、②滞在日数の増加、③観光消費額の増加、に向けての施策を強化することが大切である。また、持続可能な観光という観点から、大切な自然をいかに守りながら、地域社会と共存する観光を推進していくかという新たな課題も立ちはだかる。

沖縄県は新・沖縄21世紀ビジョン基本計画

において、『世界にはばたき躍動する「スポーツアイランド沖縄」の形成』を基本施策のひとつに掲げ、スポーツツーリズムの推進が明記されている。そこで、本稿では、これまでも沖縄観光を下支えしてきたゴルフというスポーツについて、前述の課題解決の一翼を担う魅力的な観光資源のひとつとして改めてフォーカスする。前半部分で県内ゴルフ場の概況についてデータを分析した後、後半部分では、一般的に消費額が多いとされるゴルフと、観光を組み合わせた『ゴルフツーリズム』について、先進例を交えながら、その推進と観光課題の解決・展望について考察する。

2. 沖縄県内ゴルフ場の状況

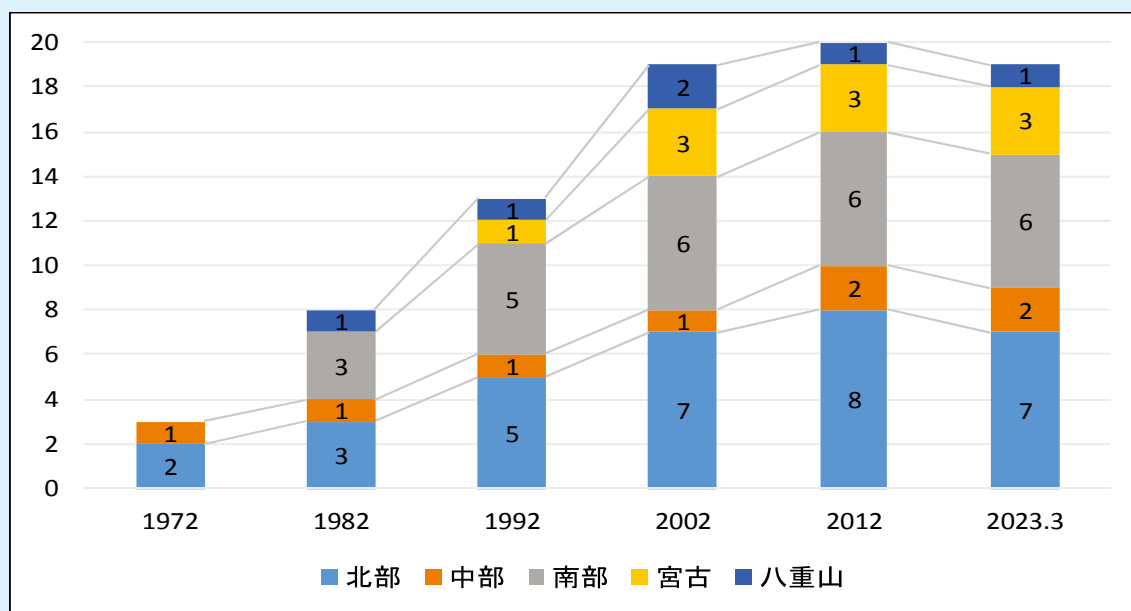
2-1. ゴルフ場の概況

沖縄県内には現在、大小30を超えるゴルフ場がある。一括りにゴルフ場といっても手軽にリーズナブルな価格でプレーができるショートコースから、プロのトーナメントが開催される本格的なゴルフコースまで大小様々あるが、ここでは18ホール以上かつパー70以上の

コースを持つゴルフ場数の推移を確認する(図表1、2)。

沖縄県が本土に復帰した1972年、県内には沖縄カントリークラブ、大京カントリークラブ(現:美らオーチャードゴルフクラブ)、沖縄国際ゴルフクラブ(現:PGMゴルフリゾート沖縄)の3カ所のゴルフ場のみであったが、本土復帰を機に観光客の往来が活発化したため、空港との距離が近い南部と離島において新たな建設が進み、77年には7カ所に増加した。その後、余暇に対する意識と観光などのレクリエーション活動の需要が高まったことで、全国的にレジャー産業が拡大しゴルフ人口も増加したことを受け、県内でもゴルフ場開発が急速に進み、92年には13カ所に増加した。その後、沖縄県北部や宮古島におけるコース開発や、既存ゴルフ場の経営交代等があったものの、2002年以降はゴルフ場の数にほぼ変動はない。22年3月には嵐山ゴルフ倶楽部が閉鎖され、23年3月現在では復帰当時の約6倍の19カ所となっている。なお現在、石垣島で新規ゴルフ場の開発が計画されている。

図表1: 沖縄県内ゴルフ場数の推移(18ホール以上、パー70以上)



(出所) 沖縄県『観光要覧』、各ゴルフ場 HP を基に、当社作成

図表2：沖縄県内18ホール以上かつパー70以上のコースを持つゴルフ場(1972-2022)

開業日	ゴルフ場名(旧名称、閉鎖年月)	所在地	ホール数	パ-数
1965/7/3	沖縄カントリークラブ	西原町桃原109	18	70
1970/11/3	美らオーチャードゴルフクラブ (大京カントリークラブ)	恩納村安富祖1577	18	72
1972/11/7	PGMゴルフリゾート沖縄 (沖縄国際ゴルフクラブ)	恩納村富着1043	27	108
1974/12/3	沖縄ロイヤルゴルフクラブ	石川市山城1436	36	144
1975/7/5	石垣島ゴルフ (閉鎖2006.8)	石垣市白保222-102	18	72
1975/7/14	那覇ゴルフ倶楽部	八重瀬町富盛2270	18	72
1977/7/2	琉球ゴルフ倶楽部	玉城村親慶原1	27	108
1982/3/6	守礼カントリークラブ	知念村知名1029	18	71
1988/12/1	ザ・サザンリンクスリゾート	具志頭村は名城697	18	72
1989/1/1	エメラルドコーストゴルフリンクス	下地町字与那覇914	18	72
1990/11/1	ヘルビーチゴルフクラブ	本部町崎本部5151	18	72
1991/11/1	パームヒルズゴルフリゾート	糸満市新垣765	18	72
1991/11/9	嵐山ゴルフ倶楽部 (閉鎖2022.3)	今帰仁村呉我山654-32	18	72
1993/9/1	カヌチャリゾートカヌチャゴルフコース	名護市安部156-2	18	72
1994/11/1	ジアッタテラスゴルフリゾート (海邦カントリークラブ)	恩納村安富祖1079	18	72
2000/2/11	シギラバイカントリークラブ	宮古島市上野新里1264	18	70
2001/10/8	オーシャンリンクス宮古島	宮古島市城辺保良940-1	18	72
2001/10/8	かねひで喜瀬カントリークラブ	名護市喜瀬1107-1	18	72
2001/11/22	小浜島カントリークラブ	竹富町小浜東表2954	18	72
2003/11/15	オーシャンキャッスルカントリークラブ	中城村字登又60	18	72
2004/12/1	宜野座カントリークラブ	宜野座村字松田2824-264	18	72

(出所) 沖縄県『観光要覧』、各ゴルフ場HPを基に、当社作成

2-2 入場者数の推移

次に、県内ゴルフ場入場者数(一般社団法人沖縄県ゴルフ協会調べ:対象18コース)について、入域観光客の増加とともに、外国人観光客が初めて100万人を突破した2015年度を起点とし、直近7年間の動きを確認する(図表3)。

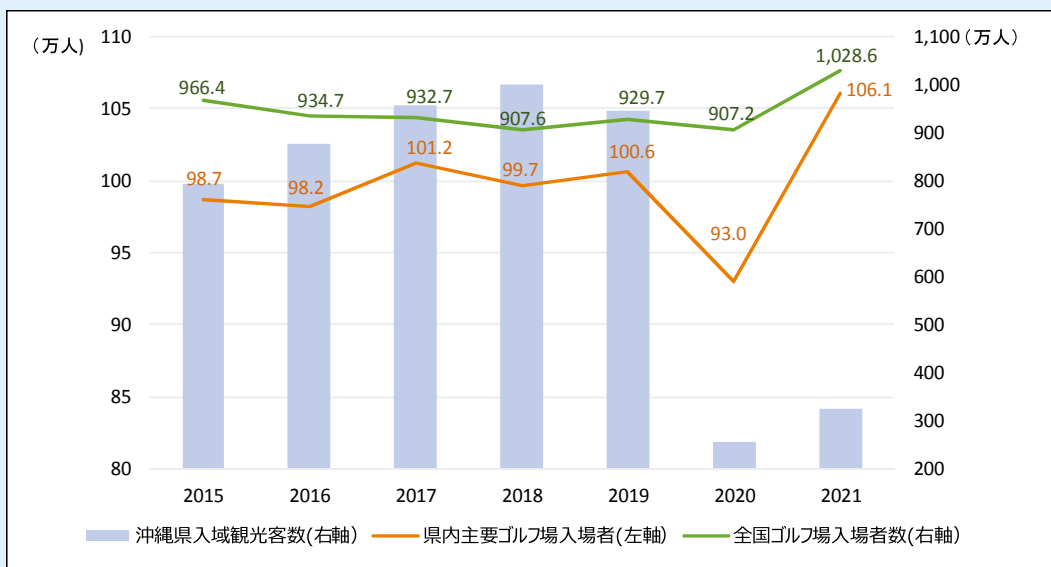
ゴルフ場入場者数は2015年度の年間98.7万人から19年度100.6万人と堅調に推移した。しかし、新型コロナウイルス感染拡大により初めて緊急事態宣言が発出された20年度には、外出自粛ムードの高まりから、ゴルフ場利用客も大きく減少し93.0万人となった。一方で、同様にコロナ禍であり長期間に亘り行動制限が発出されていた21年度には106.1万人と大きく増加し、それまでのピークであった17年度の101.2万人を超える入場者数となった。なお、沖縄県ゴルフ協会に加盟していないゴルフ場を含めた県全体の入場者数(18ホール以上)

は、21年度には136万人程度と推計される。

増加の要因としては、コロナ禍で人々の行動様式や余暇の過ごし方が大きく変わるなか、ゴルフが広い自然のなかで3密(密閉、密集、密接)を避けながらコミュニケーションが図れるスポーツとして需要が高まったことが挙げられる。また余暇に対する時間配分の見直しなどから、新たな趣味としてゴルフを選ぶ人が増えたことが考えられ、若い世代や女性など新たな顧客層が増加している様子がみられた。22年度に入ってから好調な流れは継続しており、前年度と同じく高い水準で推移している。

また、この傾向は全国でも同様で、経済産業省『特定サービス産業動態統計』によれば、全国の入場者数は、コロナ禍の2021年度の入場者は増加傾向が顕著であるほか、22年度の第3四半期までの入場者数は前年同期の2.83%伸長しており、全国的にゴルフ需要が着実に高まっていることがわかる。

図表3：入域観光客数とゴルフ場入場者数の推移(年度)



(出所) 沖縄県『観光要覧』、経済産業省『特定サービス産業動態統計』、(一社) 沖縄県ゴルフ協会データを基に、当社作成

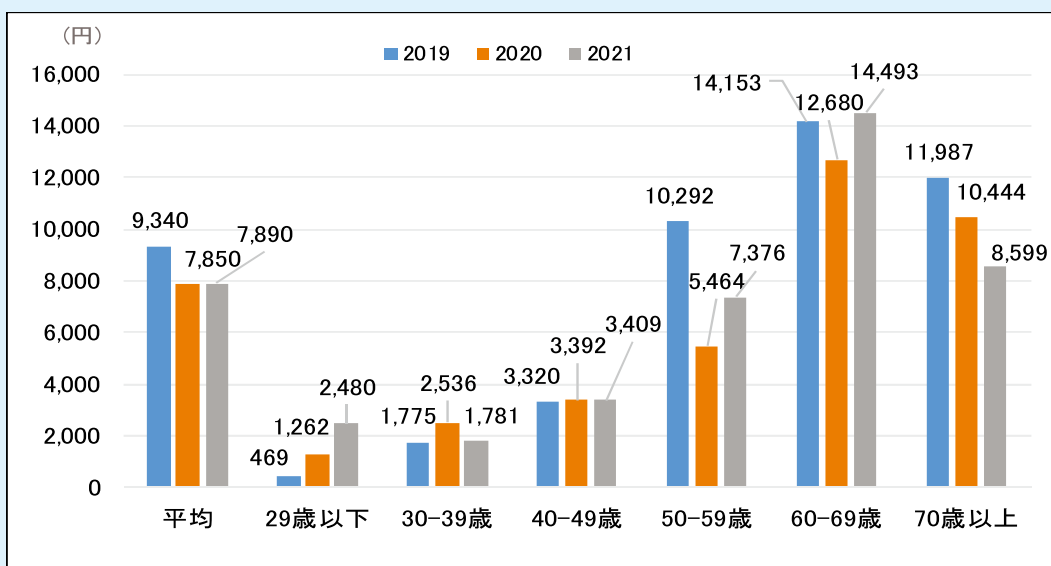
2-3 年代別ゴルフプレー代金の推移(全国)

これまでゴルフは時間と経済的な余裕のあるシニア世代のスポーツであるとの認識が高かったが、前述の通りコロナ禍の傾向として、若い世代等新たな顧客層が増加しているといわれている。ここでは、実際にどの世代に増加がみられたのか、総務省の家計調査における世帯主の世代別にみたゴルフプレー代金を2019年から3年間比較し確認する(図表4)。コロナ禍前の19年と比較すると、20年以降平均プレー代金の支出は減少したが、20代~40代については同支出の増加がみられ、特に20代に限っては右肩上がりに推移している。利用客の中心である50代以上についても21年は増加傾向となるが、70代以上は減少傾向が顕

著である。これは野外の活動であってもコロナの感染防止のために、外出が自粛された結果、同年代の行動様式が変化したことが伺える。

民間研究所の調査¹によると、若い世代の増加の要因として、人的交流や行動が制限されるなか3密を避けられるスポーツとの認識が高まったことに加え、リモートワークの浸透などで、現役世代も時間の融通が利きやすくなったこと等が影響し、比較的プレー代の安い平日の利用が可能になったことを挙げている。また人生100年時代といわれ健康意識が高まるなか、海外のメジャートーナメントや東京オリンピック等で、日本人選手が活躍する姿に影響を受けてスポーツ熱が高まり、アウトドアスポーツとして取り入れたことも考えられよう。

図表4：世帯主の世代別ゴルフプレー代の推移(全国、暦年)



(出所) 総務省『家計調査』、榊第一生命経済研究所『統計でも明らかな若者のゴルフブーム』を基に、当社作成

2-4 売上高と県外客の推移

続いて、売上高と県外客(インバウンド客を含む)について過去7年間の推移をみる。当該データについては、県内主要ゴルフ場全体について調査されたものがないため、当社の定例調査におけるゴルフ場入場者数と売上高を指数化(2017年度=100)した(図表5)。

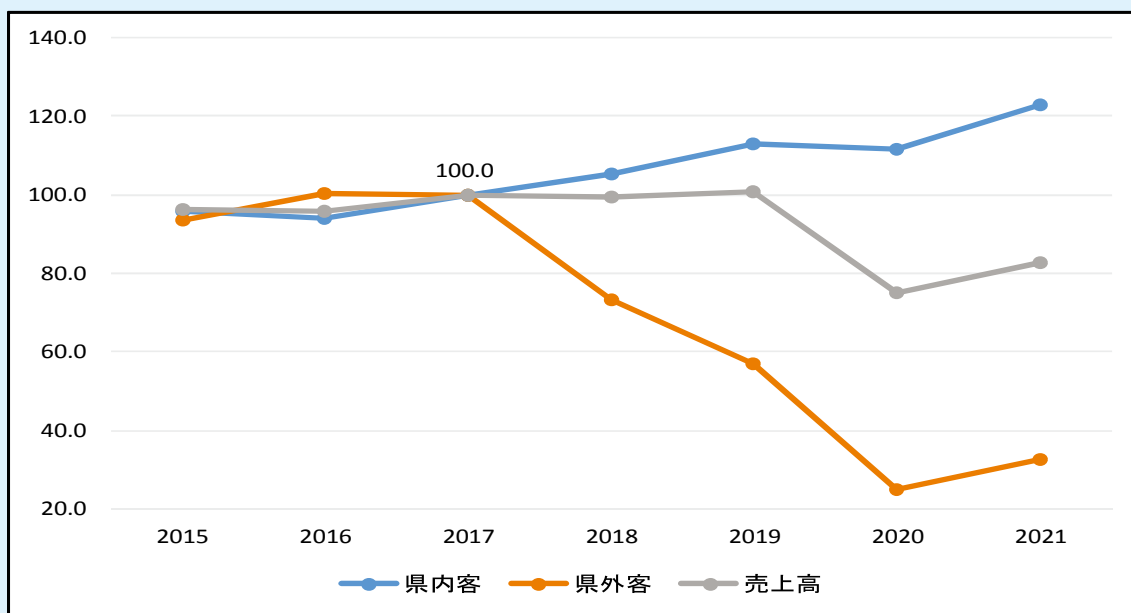
入場者数のうち県外客は、15年度以降、入域観光客の増加に伴い徐々に増加したが、18年度以降は減少傾向であった。減少の主要因については、沖縄観光全般の人気の高まりから、ゴルフを主目的とした旅の予約が取りづらくなった可能性が考えられる。また19年度にはインバウンド利用者の中心となっていた韓国客が、当時の日韓関係の悪化を受け減少に転じたことなどが影響した。更に20年度にはコロナ禍となり、初めて緊急事態宣言が発出され入域観光客が激減し、ゴルフ場を訪れる県外客も大きく落ち込んだ。21年度については前年度と比較すると増加傾向にあるものの、長期間に亘る行動制限の影響で、県外客の利用は限定的となった。ちなみに20年度の沖縄県「観光統計実態調査」によると、県外客の旅行目的が「ゴルフ」と回答した構成比は2.9%である。これを同年度の入域観光客数258万36百人に当てはめると、ゴルフ目的で沖縄を訪れた人は7万49百人という計算となる。この数字は県内の

ゴルフ場入場者数((一社)沖縄ゴルフ協会調べ)の8.0%となり1割以下ということを示す。19年度は同様の計算で36.6%となることから、コロナ禍により県外のゴルフ客が減少したことが再確認できる。

一方、県内客の推移をみると20年度にやや落ち込みはみられるものの、21年度にはコロナ禍前を上回る水準となっており、コロナ禍では県内在住者に支えられ活況な状況がつけられたといえよう。

売上高については、15年度から緩やかに上昇して17年度にピークに達したのち19年度まではほぼ同水準で推移した。沖縄観光需要の高まりを受け、プレー代金が上昇傾向にあり、売上高が順調に推移したと考えられる。その後、20年度には入場者の減少と同様に、売上高も大きく落ち込んだ。減少の要因は、コロナ禍で行動や人的交流が制限され比較的利用料金の高い県外からの利用者が激減したことに加えて、県内在住者の誘客策として低価格でのプレー代金の設定や割引キャンペーンなどの実施が影響したことが挙げられる。また、感染防止対策の一環で、大型コンペ等の開催やプレー後の会食の禁止、自粛に起因するプレー代金以外の売上減少の影響も大きかったと考えられる。

図表5:主要ゴルフ場売上高と入場者数の推移(2017年度=100)



(出所)りゅうぎん総合研究所

2-5 コロナ禍における客単価の推移

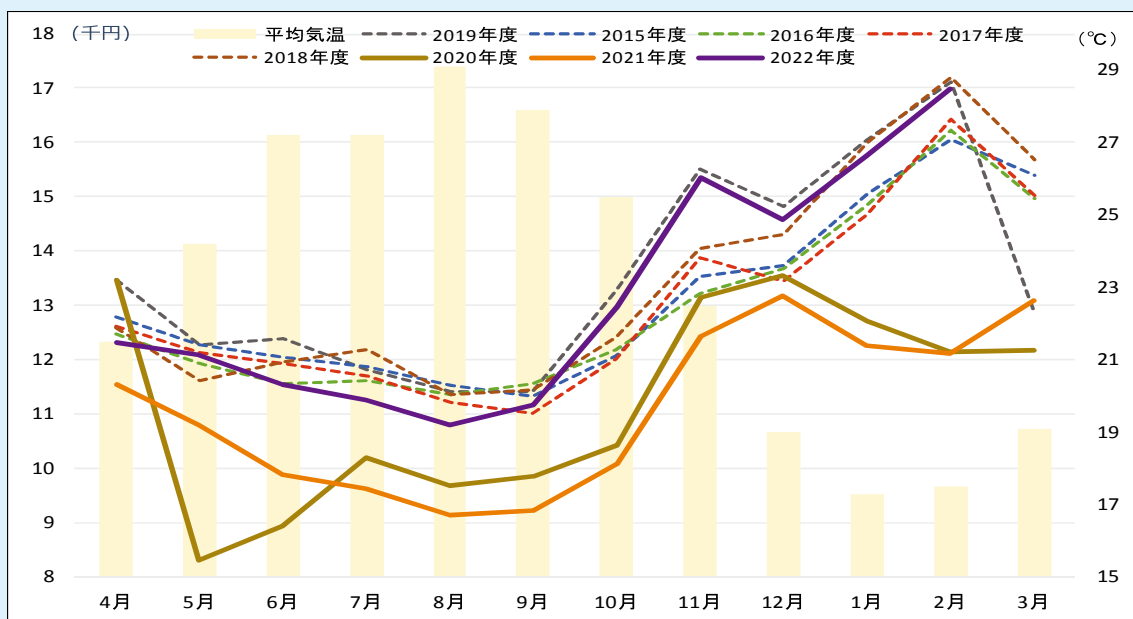
当社で調査した売上高を入場者数で除して算出した客単価について、2015年度からの7年の推移と、22年度の直近(23年2月)の状況についてみていく(図表6)。

沖縄県は国内で唯一亜熱帯・海洋性気候地域に位置しており、年平均気温は23.3℃と1年中温暖であることから、ゴルフについては季節を問わずプレーできることが強みである。ただ夏場は強烈な日差しと気温や湿度の高さがあり、長時間の野外活動を避ける傾向があることからローシーズンとなる。客単価を月毎の推移でみると、4月以降から気温の上昇に伴い客単価が下がりはじめ、平均気温が最も高く入域観光客の最盛期である8月がボトムとなっている。気温と湿度が下がり快適に活動ができる11月～3月は、県内ゴルファーの利用増加のもとより、県外ゴルファーにとっては、気温の低下や降雪等の多い時期にラウンドできると

いうことで、旅先に沖縄県を選ぶ人も増加することからハイシーズンとなり、県内ゴルフ場のプレー代金が高くなり客単価も上昇する。

客単価については、入場者数が順調に推移していた2015年度から19年度までと比較すると、コロナ禍においては入場者数及び売上高も大きく低下したことから、20～21年度にかけての客単価も低水準で推移した。一方で22年度に入ってから、全国的なゴルフ人気の高まりと行動制限がない状況が続く中、旅行需要も高く県外客が増加したことにより、客単価の上昇がみられる。特に第3四半期以降は、政府による全国旅行支援が開始され県外客の利用が後押しされたことに加え、昨今の燃料や物価の高騰を受け利用料金の引き上げを実施したゴルフ場も多く、該当期間のうち単価が一番高く推移した19年度と同水準で推移していることがわかる。

図表6：客単価の推移と年間の平均気温



(出所) 気象庁『那覇市の平均気温 1990-2020』、りゅうぎん総合研究所データより、当社作成

2-6 県内ゴルフ場の市場規模の推移

コロナ禍の県内ゴルフ場においては、県内外の往来が制限され県外客が減少したことを受け、売上高も減少したことが特徴であるが、2022年度に入ってから客単価もコロナ禍前の水準へ急速に回復してきている。今後ゴルフツーリズムの推進を検討するにあたり、県内のゴルフ場全体の市場規模が実際の程度かを把握することは必要不可欠である。そこで沖縄県税務統計書『ゴルフ場利用税に関する調

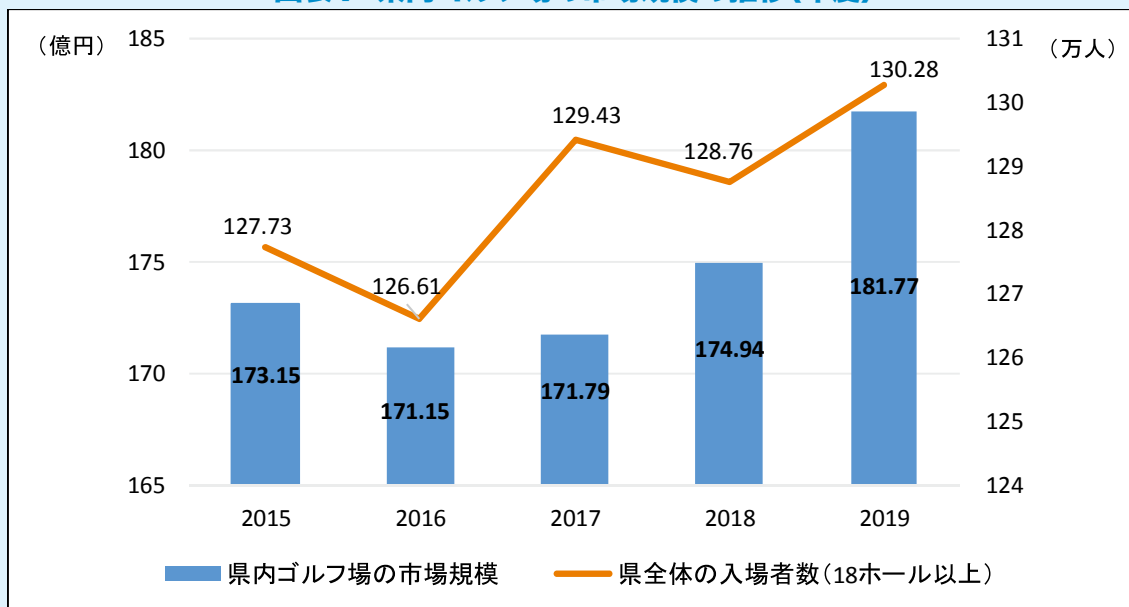
の直近データを用いて試算し、2015年度から19年度までの推移を確認する(図表7)。なお市場規模については同統計書のゴルフ場利用人員(18ホール以上)に当社の客単価を乗じて算出した。

県内ゴルフ場の市場規模は2015年度より170億円を超える水準で安定して推移し、19年度については181.77億円となった。20年度以降はゴルフ場利用人員のデータが掲載されている税務統計書が未だ公表されていない

め、数字の把握はできない。しかし、コロナ禍では客単価が比較的低水準となったが、22年度にはプレー代金の引き上げもあり再度上昇に転じていることや入場者数も増加傾向であることから、直近の市場規模は19年度と同水準

以上の規模となると推察される。また算出した金額は、プレー代金や飲食代金、その他売店利用などゴルフ場内だけに限定したものであり、ゴルフ場以外での経済消費活動を含めると、市場規模(経済効果)は更に拡大する。

図表7: 県内ゴルフ場の市場規模の推移(年度)



(出所) 沖縄県税務統計書『ゴルフ場利用税に関する調』、りゅうぎん総合研究所データより、当社作成

3. ゴルフツーリズムについて

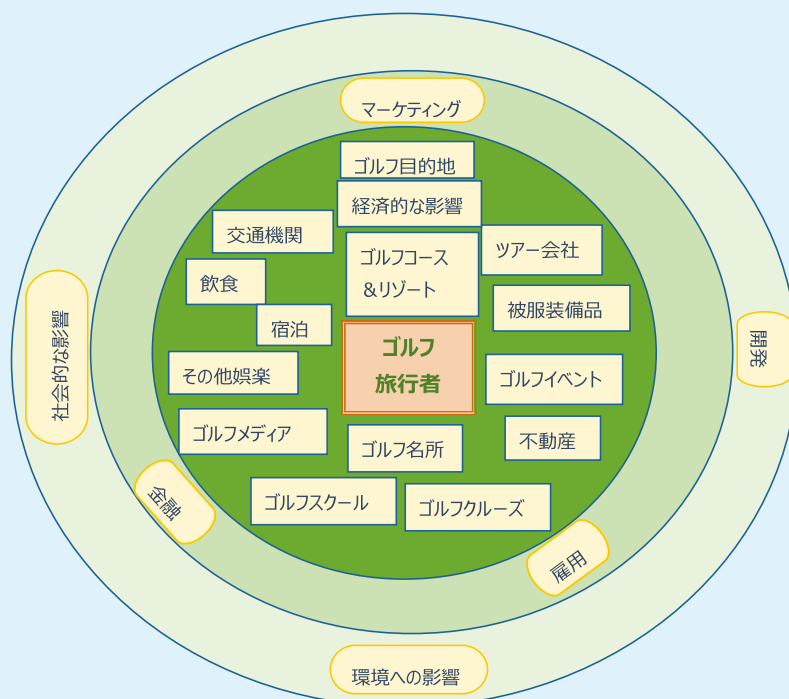
3-1 ゴルフツーリズムの定義

以上のデータに基づく分析を踏まえ『ゴルフツーリズム』という枠組みで考察していきたい。観光庁は令和3年観光白書において、スポーツツーリズムを『スポーツを「観る(観戦)」「する(楽しむ)」ことに加え、周辺の観光要素や、スポーツを「支える」人々との交流や地域連携も付加した旅行スタイルのこと』と定義している。ゴルフツーリズムについても、同様に考えることができる。

ゴルフツーリズムに関わるビジネス²は、ゴルフツーリスト(旅行者)を中心に、ホテルやレストラン等のホスピタリティーサービスの他、様々な分野が関わり合い影響の輪が広がって

いる(図表8)。図表の中心となるゴルフツーリストは、3つの形態に分類される。まず①ゴルフを行うことを主目的とする観光客、次に②休暇での旅行やビジネス出張などの主目的に加え、滞在時のアクティビティの一つとしてゴルフをする観光客、そして③プロのゴルフトーナメント等の試合観戦を目的にした観光客である。どの形態においても、当然ながらゴルフをするだけでなく、交通機関(レンタカーを含む)を利用し、周辺で食事や買い物など消費活動を行う。ゴルフ旅行においては、一般的な旅行者よりも多くの予算を使うと言われており、富裕層との親和性も高い。そのためゴルフ旅行者は沖縄観光の課題の一つである観光消費額の増加に貢献できる観光客であるといえよう。

図表8:ゴルフツーリズムに関わるビジネス



(出所) Hudson & Hudson 2014 Golf Tourism 2nd edition より、当社作成

日本全国でゴルフブームが高まるなか、県内ゴルフ場においては、県外客の増加も顕著で入場者数や売上もコロナ禍前の水準を超える勢いで盛況であるが、海外でもゴルフツーリズムの勢いが加速している。今後、観光が本格的に再開した際には、ゴルフを旅のコンテンツとする観光客が確実に増えていくことが予測されるため、国内のみならず、韓国や台湾等の東アジア諸国やその他の地域からのインバウンド客の増加も一手に取り込み、高い付加価値をもたらす観光客を迎え入れ、消費を促していくための仕組みを、早急に考えていくことが必要である。

3-2 国内のゴルフツーリズム先進地の状況

ここで国内のゴルフツーリズムの先進事例をみていく。ゴルフツーリズムは、国内各地で推進されており、数多くの優良な顧客を確保するためにその場所の魅力を伝えていくことが重要である。地元の行政や関係機関が率先して地域の魅力の発信や誘致活動を行っている地域として、北海道や三重県、宮崎県が挙げられる。

北海道は、既にスキーをコンテンツとしたインバウンドの集客に成功しており、夏場はスポーツツーリズムとしてゴルフを推進してい

る。2016年には、日本初のゴルフツーリズムコンベンションである「Hokkaido Golf Tourism Convention (HGTC)」(実行委員は、国土交通省北海道運輸局、道内4市、北海道観光振興機構、北海道ゴルフ観光協会にて構成)を開催した。また海外からの入国制限が緩和されはじめた2022年9月にはいち早くHGTC2022を開催し、6か国12名を招致し北海道エリアの魅力をPRした。

三重県では2019年に複数の幅広い官民が連携し、一般社団法人みえゴルフツーリズム推進機構を発足させた。この組織では積極的に三重県のゴルフ旅行誘致を行いながら国際的知名度の向上を図っている。

宮崎県は「スポーツランドみやざき」と称し、温暖な気候や整備された施設を活かしたスポーツキャンプ等の誘致に力を入れていることが広く知られている。宮崎県内で行われる競技のなかで、ゴルフは野球やサーフィンと並び、国内でも有数の聖地としてブランド化に成功している。また、コロナ禍においても、ゴルフ旅行誘致のためのPR動画の配信のほか、ゴルフに関するアジア最大の商談会である「アジア・ゴルフツーリズム・コンベンション (AGTC)」の誘致に成功し、AGTCは23年3月に国内で初めて開催された。宮崎県が沖縄県と

同様、温暖な気候で冬場もゴルフができる環境であること、また、afterコロナを見据えた形で、国内外へ精力的に誘客プロモーションを行っている点に注目し、当社では2022年10月に現地調査(ヒアリング及び視察)を行った。以下、その内容を含め現状を確認する。

3-2-1 宮崎県における観光の概況

「神話のふるさと」として有名な宮崎県は、沖縄県と同様に年間を通して温暖な気候に恵まれた自然豊かな地域であり、農業や畜産についても名高い地域である。にもかかわらず観光庁「共通基準による観光入込客統計(令和元年)」によると、九州7県の中では観光客が2番目に少ない。来県者は主に九州圏内からであり、ついで関東、近畿地方からと続く。インバウンドについては、コロナ禍前は韓国と台湾との直行便があったほか、香港・鹿児島直行便を利用して鹿児島から周遊で来県する香港人も多く、入域者の中心はこれらの東アジアの国々であり、欧米からの来訪は少ない状況があった。

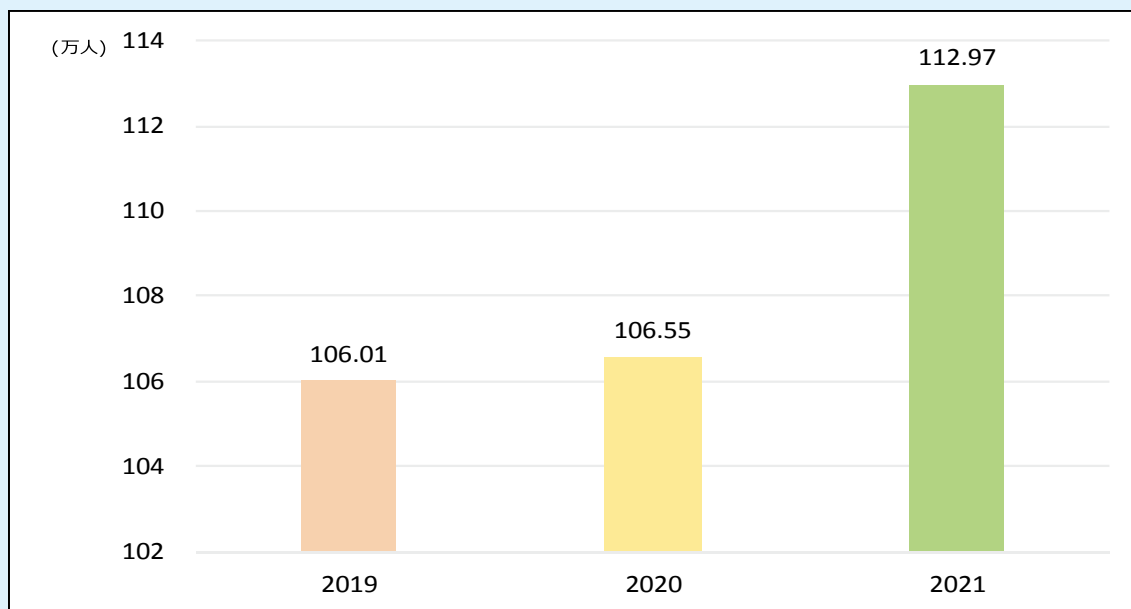
観光の移動手段については、九州圏内からは車での移動が圧倒的に多く、その他の地域から

も、レンタカーを使う旅行者が多い。この点は沖縄県と類似する。

観光客のうち宿泊客の割合は3割程度であり、通過型の日帰り観光客が多いことから、宿泊者数も九州7県のなかでも少なく、宿泊を伸ばしていくことが課題とされる。(公財)九州経済調査協会『DATASALAD』における月別の宿泊者状況を見ると、1～6月はオフシーズンではあるものの、プロ野球キャンプが開催される2月の稼働率が高い。また11月も『ダンロップフェニックストーナメント』『JLPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ』の男女2大トーナメントが開催されることから、ゴルフmonth(月間)に位置付けられており、同様に宿泊稼働率が高いなど、スポーツツーリズム推進による集客効果が顕著に表れている。

コロナ禍を契機に変化したレジャー様式としては、マイクロツーリズム(※近距離旅行の形態)の増加、そしてあらゆるアウトドア関連レジャーの増加が挙げられるが、宮崎県のゴルフ入場者数をみても同様の推移が確認された(図表9)。

図表9: 宮崎県内ゴルフ場入場者数の推移(年度)



(出所) 宮崎県ゴルフ場経営者協議会データより、当社作成

3-2-2 宮崎県のゴルフツーリズム推進の状況

① 宮崎県と宮崎県観光協会の取り組み

宮崎県では、これまで商工観光労働部観光経済交流局観光推進課スポーツランド推進室にてスポーツをコンテンツとした観光誘客等に取り組んできたが、コロナ禍でアウトドア志向

が高まるなか、スポーツツーリズムへの需要が益々高まると考え、2022年度より同室内に新たにスポーツツーリズム推進担当が設置され、ゴルフツーリズムを管轄している。

ゴルフツーリズムに関しては、海外や国内の事例について基礎調査を実施したり、WEBや

SNSを中心にプロモーションを実施したりしている。また行政と宮崎県ゴルフ場経営者協議会、ゴルフ場関係者等が不定期に集まり、今後のターゲットや推進方法についてそれぞれの視点を共有した上で、検討を継続している状況である。ゴルフ場利用者の状況については、行政と宮崎県ゴルフ場経営者協議会との間で共有が図られている。

20年10月には、ゴルフツーリズムのPR動画が宮崎県YouTube公式チャンネル並びに公益財団法人宮崎県観光協会のホームページ³で配信が開始された。同動画では、冒頭で県知事自らが記者会見の場で世界中のゴルファーに向けて「宮崎県ゴルフ旅おもてなし宣言」を行うところから始まる。その会見を見て宮崎県へ向かうゴルフ客(外国人夫婦)を迎え入れ

るため、県内のゴルフ場やホテルなど関連施設が準備に励む様子が描かれている。短い動画ではあるが、ゴルフ場以外にも風光明媚な宮崎県の観光名所や、宮崎牛や焼酎などの名産品に加え、ホスピタリティ精神が豊かな宮崎県の人々の様子が巧みに表現され、宮崎県の魅力をわかりやすく伝えている。同ホームページでは、上記の魅力の発信に加え、ゴルフを主目的としながら観光地や食巡りを行う、1泊2日のモデルコースがエリア毎に紹介されているほか、県内の各ゴルフコースの基本情報や特色が掲載されている。また近隣の宿泊先の予約サイトへリンクされており、ゴルフで宮崎県を訪れる観光客が、旅行前のプランニングやイメージづくりの情報収集先として有益なサイトとなっている。



(出所) 宮崎県観光協会 HP

②宮崎市観光協会の取り組み

ここで、公益社団法人宮崎市観光協会の取り組みを紹介すると、『みやざきゴルフパラダイス』としてホームページ⁴やSNSを通じ積極的にPRを実施している。ゴルフシーズンである10月～1月の期間は特にゴルファーに対するPRとして、宮崎市近郊の各ゴルフ場と連携し、様々なイベントを開催している。例えば、期間中にゴルフ場を2カ所利用するとプレゼント

に応募できるスタンプラリーがあるが、訪問者の周遊を促すことで滞在日数の増加や消費額を向上させるための策を講じている。また未経験者へ指導を行うキッズゴルフツアーや、トーナメント開催時にその裏側を見学することができる探検ツアーなど新しい試みも多く、新たな層に関心を持ってもらうために様々な工夫が行われている。



(出所) 宮崎市観光協会 HP

③ゴルフパラダイスの雰囲気づくりの様子

宮崎県は、県全体にゴルフツーリズムを支援する雰囲気が広がっていることも特徴である。宮崎の玄関口である宮崎ブーゲンビリア空港に降り立つと、ゴルフ姿のトイレの案内表示や、手荷物受取所では、宮崎県下で開催されるトーナメントの出場選手やパネルなどが目に飛び込む。到着する観光客に対しゴルフパラダ

イス宮崎としてのPRが随所で行われているのである。また宮崎市の中心街にある橋通りにおいても、『ニシタチアスストリート(※アスリートとストリートを組み合わせた名称)』として、当地で開催されたゴルフトーナメントの優勝者等の手形を飾るなど、観光客のみならず市民もゴルフを身近に感じるプロモーション・雰囲気づくりが行われている。



上: 西橋通りにある手形
左: 宮崎ブーゲンビリア空港の様子
(写真) 筆者撮影

また宮崎県内のゴルフ場⁵では、観光客に様々なサービスが提供される。年間を通してベストコンディションでプレーしてもらうための環境や施設の整備が入念に行われていることはもとより、クラブハウスのレストランにお

いては、地元素材を使った料理を提供し、ゴルフ場にいながらも‘宮崎にいること’を楽しめる工夫を施しながら、地域の特産のPR及び消費促進支援に尽力している。



④アジアゴルフツーリズムコンベンションの取り組み

また前述のとおり、ゴルフツーリズム推進策のひとつとして「アジアゴルフツーリズムコンベンション(AGTC)」が2023年3月に国内初開催された。AGTCはイギリスに本部を置く国際ゴルフツアーオペレータ(IAGTO)が主催するアジア最大の国際ゴルフツーリズム商談会であり、35か国より約320名が参加した。セラー(ゴルフ場、ゴルフリゾート、ホテル等)はアジア圏が中心で、バイヤー(国内外旅行会社)には欧米からの参加者も多かった。2日間の商談会のほかファムツアー(※)が実施され、ゴルフ場でプレーを体験してもらいながら宮崎県の食の紹介や、宿泊地、観光地などへも案内するなど、宮崎県内のゴルフを核とした観光資源をPRするイベントとなった(※観光客の誘致促進のため、ターゲットとする国の旅行事業者やブロガー、メディアなどに現地を視察してもらおうツアー)。

AGTCの開催の準備は、県とゴルフ場経営者協議会、観光協会、宮崎県ホテル旅館生活衛生同業組合などにより構成される実行委員会が

担当した。またコンベンションの開催に伴い、レストランや商店街にも協力を求め、ニシタチと呼ばれる県内の街中(橘通り等)での飲み歩きイベントも実施された。更に、地域住民が語学ボランティアとしてイベントへ参加するなど、地域全体がAGTC開催に参画しながら、世界のマーケットに対しゴルフ観光宮崎のPRが行われた。

このように、宮崎県は既に安定した人気を誇るゴルフ旅行の目的地であることに甘んずることなく、インバウンド客や県外客を受け入れるための体制整備やPRを官民が連携しながら積極的に展開しており、今後沖縄県がゴルフツーリズムを推し進めていく際に、参考とすべき先進事例であろう。

3-3 沖縄県の状況と可能性

3-3-1 ゴルフツーリズム推進のための沖縄県の特徴と環境

ゴルフツーリズムを推進するにあたり、沖縄県の独自の特徴と取り巻く環境をSWOT分析にて改めて確認しながら、沖縄観光の課題解決にもたらず可能性を考察する(図表10)。

図表10: 沖縄県におけるゴルフツーリズム推進のSWOT分析

強み Strength	弱み Weakness
<ul style="list-style-type: none"> ✓1年中プレーできる温暖な気候 ✓国内唯一花粉症がみられない地域 ✓青い空と海が広がる風景 ✓独特な文化(料理、芸能) ✓ホスピタリティのある人々 ✓アジアに近い立地と直行便の存在等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓夏の日差しと湿気 ✓島嶼県であることから、プレー代金に加え移動にかかる航空券や宿泊にかかる費用が高額となること ✓バス・二次交通不足 ✓ゴルフ場の統計データ不足 等
機会 Opportunity	脅威 Thread
<ul style="list-style-type: none"> ✓近年のゴルフブーム ✓afterコロナで観光入域客の増加 ✓インバウンド客の増加 ✓観光ニーズの多様化 ✓観光客の個人化・少人数化 等 	<ul style="list-style-type: none"> ✓afterコロナで他のレジャー活動が再開 ✓国内各地の競争激化 ✓人口減少に伴うプレーヤーの減少 ✓環境保全への意識強化の必要性 ✓資源価格の高騰 等

(出所) りゅうぎん総合研究所

①強み

沖縄県の優位性として第一に挙げられることは、前述のとおり、国内で唯一、亜熱帯・海洋性気候地域に位置し、冬場の気温が他府県に比べ高く、また年間を通じても気温差が小さいことから、一年中温暖であるということである。ここでゴルフツーリズム先進地である三重県(津市)と宮崎県(宮崎市)と、沖縄県那覇市の平均気温の月別平均値を確認してみる(図表11)。12月から2月頃までの冬場は、県外においては気温が10℃を下回る一方、那覇市は約20℃であり、冬場でも快適にプレーできることがわかる。南北に細長い日本列島において、冬場が温暖で過ごし易いという自然の恵みを享受出来ることは、ゴルフツーリズムの推進において最大の強みである。

また他に沖縄県が優位性を大きく発揮できる時期として、スギの花粉等が飛散する2月～4月頃がある。環境省のデータによると2019年の花粉症の有病率は42.5%とされ、半数に近い人々が悩んでいると言われている。そのような状況のなか、沖縄県にはスギの木が無く、日本国内で唯一花粉症がみられない地域であり、花粉症を患うゴルファーにとってベストな目的地となる。冬場から春にかけて花粉を避けながらスポーツができる場所として、また、県外または海外からの避寒地として、ワーケーションを含む長期滞在や定住型のゴルフリゾート地として発展できる可能性が大いにある。

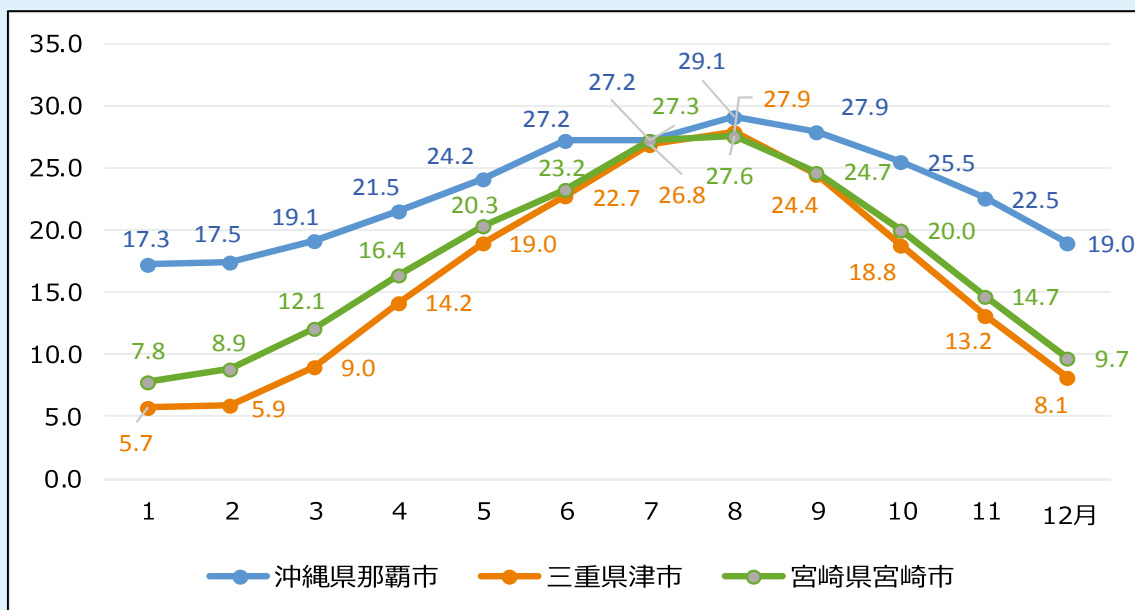
青い空と海が広がる風景や緑豊かな自然、ホスピタリティマインドのある県民性、エイサーや組踊りの琉球舞踊などの芸能、多種多様な文化が融合して生まれた料理などの独特の文化や伝統が育っていることなどの特徴的な地域資源があることは、当県の強みとして言わずもがなである。ラウンドの前後でその地域資源を体験し非日常の空間を楽しめることは、当地を訪れる強い動機付けになるといえよう。

②弱み

気候関連で考えられる弱みとして、夏場の強い日差しや湿気がある。当社のデータをみると、ボトム月である8月のゴルフ場入場者数は、ピーク月の2月の7割程度であるが、県外客に限定すると3割弱となっており、観光客は夏場の暑さを嫌気してゴルフ旅行先には選ばない傾向にあることが推測される。ただ図表11でわかるとおり、6月～9月の夏場であっても、当県と他県との気温差は約3℃程度に留まっており、猛暑のイメージがある沖縄の夏であるが、気温は極端に高い訳ではないことに注目したい。

その他、島嶼県であることから、旅行者がゴルフを目的とする旅行先を選択する際には、プレー代金以外に航空券代や宿泊代などが加わり、他地域と比較すると金銭的な負担が大きくなることは弱みといえよう。

図表11:都市別の月別平均値



(出所) 気象庁データより、当社作成

③機会

コロナ禍で生まれたゴルフブームによる新たなゴルファーの流入や、afterコロナで国内の観光客の増加が著しいことは、沖縄観光の追い風になる。2023年3月現在、既に県内のゴルフ場は混雑しており、キャンセル待ちがどの程の盛況ぶりである。また前述のとおりプレー代金も上昇しており客単価の向上もみられている。アジアに近い立地があり海外からの直行便も再開するなか、韓国客をはじめとするインバウンド客も一定数みられており、今後も更なる増加が期待できる。

また近年、観光客が個人化しニーズが多様化しており、ゴルフツーリズムについても個々のニーズに対応した、これまでなかった多種多様なサービスを展開できるようになり、新たな顧客層の開拓の可能性も広がる。

④脅威

国内各地がゴルフ客誘致に力を入れており獲得競争が激化するなか、ゴルフ場の事前予約が難しい場合があったり、レンタカー等の二次交通が不足したりする状況が続くと、旅先として選択されないことも考えられる。

加えて、今後はコロナ禍ではできなかったゴルフ以外のレジャー活動を再開していくことで、ブームが減退していく可能性もある。また、国内の人口減少が明らかであるなか、ゴルフ人口も減少するという、以前からの懸念事項も残されており、ゴルフブームを一過性に終わらせないための対策が必要であろう。

最後に重要な点として、環境保全への意識強化の必要性がある。緑の自然豊かなゴルフ場には緑化施設としての機能もあると考えられる。ただ運営に際し、良質な芝生を維持するために、農薬や化学肥料が使用されることがあるが、今後はこれまで以上に周辺環境への影響を考慮しなければならない。例えば廃棄された食品から作られる肥料等を使用するなど環境に優しい管理方法や、環境保全のための寄付や税金を課す仕組みを導入するなど、自然・ヒト・ゴルフ場の共生を目指し、積極的にSDGsゴルフを推し進めていくことも検討が求められるテーマであろう。

3-3-2 ゴルフツーリズムの推進による観光の課題解決の可能性

前述のとおり、沖縄はゴルフ旅の目的地として一定の条件が揃っており、魅力あふれる場所である。その魅力や優位性をもっとPRし、更に多くのゴルフ関連客を誘引することで、沖縄県の観光の課題である①年間を通した観光客数の平準化、②滞在日数の増加、③観光消費額の増加が期待できると思料され、以下に具体的な策を挙げる。

①年間を通した観光客数の平準化のための対策

ア.冬場の対策例

沖縄県では、比較的入域客が少ない冬場の観光客の誘引が求められている。沖縄の冬場も含めて通年プレーが可能という優位性を活かして、国内外から避寒と避粉地として長期滞在客の誘致に力をいれていきたい。ゴルフのハイシーズンはまさに冬場であり、既に観光コンテンツとして定着し、一般観光のローシーズンの集客という役目を十分に果たしているといえよう。そこに加えて、ゴルフのプレーを目的とする観光客だけでなく、ゴルフ場や近隣施設に、ゴルフをしない人々を巻き込む誘客策が必要であると考えられる。例えばゴルフのために来県する人々の家族や、その他未経験者に対して、ゴルフ体験会などのイベントの開催や、観光ツアーの実施が考えられる。マリンスポーツ以外のレジャーとして、年齢を問わず楽しくゴルフの基本を身につけられるといわれるスナッグゴルフ(※シンプルなルールと道具を使った簡易版ゴルフ)を取り入れるなど、家族で一緒に楽しめる機会の提供も有効であろう。既に未経験者に対し実施された例として、2023年2月には大手旅行会社により高校生の修学旅行のアクティビティの一環としてゴルフ体験を組み込んだプランが提供される⁶など、新たな顧客層の開拓のための試みが開始されており、今後このような取り組みが継続され将来のゴルフプレーヤーの数の底上げの一助となることに期待したい。

また、前述のゴルフツーリズムの旅行者の形態のうち、別目的で来県した際のアクティビティの一つとしてゴルフをする観光客を取り込むために、MICEなどの大型会議を誘致し、エクスカージョンとしてのゴルフを積極的に提案することも効果的であろう。同様に、試合観戦を目的にした観光客の増加を目的に、沖縄

におけるプロ・アマトーナメントの開催の他、宮崎県で開催されたAGTC2023のようなゴルフ関連コンベンションを誘致し、PRを兼ねながら観光客として招き入れることも有効であろう。

イ.夏場の対策例

また冬場だけでなく、ローシーズンとなる夏場のゴルフ利用者の増加策も求められる。近年、旅が個人化・少人数化しているほか、旅の嗜好が体験型へシフトしていると言われていたことから、例えば少人数でオーダーメイド受講できるプロによる指導やラウンドレッスン(※ゴルフコースで行うレッスン)など、『学び』を取り入れた誘客の仕組みの導入が考えられる。実際に2023年4月には、県内の業者が、沖縄県内在住の女子プロゴルファーとラウンドできるサービスの提供⁷を始めており、パッケージ商品化により消費額を増加させる策としても有効である。

その他、早朝や夕方やナイトタイムのラウンドなど、比較的日差しの優しい時間の利用の推進や、冷風機を備えたゴルフカートの導入の検討など、『涼しいゴルフ』の提案をすることで、夏場のゴルフ客の増加に繋がると考える。加えて前述した沖縄県と他地域と夏場の気温差はさほど大きくないことについてもPRし、ゴルフ客に対し夏場のラウンドについて丁寧に周知を図ることも必要な策であろう。

②滞在日数の増加のための対策

続いて滞在日数の増加については、複数のゴルフ場や周辺を周遊することを促す仕組みづくりが必要であろう。宮崎県の事例で確認したように、ゴルフ推進のためのウェブサイト立ち上げ、滞在期間に則した訪問先のモデルコースなどを掲載することで、旅行前(旅マエ)からイメージづくりや計画が可能となる。また同様にスタンプラリーなどのキャンペーンにより、複数のゴルフ場を訪問するインセンティブを提供することも、滞在日数を延ばす有効な策となる。

またゴルフはもともと老若男女誰でも参加でき、芝生や木々などの緑豊かな環境のなかに4時間程度滞在し、体を動かし気持ちをリフレッシュできる健康的なスポーツである。例えば『健康』や『ウェルネス』をキーワードにし、ヘルスツーリズムの一環として、ゴルフを通じて

健康増進を図ることを目的にしたパッケージを医療機関等と提携してつくっていくことも考えられよう。

③消費額の向上への対策

ハイシーズンにおける県外客のプレー代金は平均2~3万円となっており、県内での消費額はゴルフのラウンドを行うことだけでも一般客に比較すると高いことは明らかである。更にゴルフ客の消費額を向上させるために、近隣観光施設(飲食、土産物、レジャー施設等)と連携し、ゴルフ以外の消費活動を促す策が求められよう。例えばゴルフ後の疲れを癒す、温泉・SPA施設やマッサージ、日焼け後の肌の手入れを行うエステや美容クリニックなどへの誘客策や、各ゴルフ場周辺の食事処や観光施設等の情報の共有などが考えられる。

また地域の特性を活かした、地産の素材を使った本格的な料理を開発し提供することも考えられる。泡盛や沖縄のクラフトビールなどのテイastingなどを取り入れることを想定し、ハイヤーでの送迎プランなどもセットで販売が可能である。ゴルフ客が利用しその場所の食事の評判が高まれば、飲食を目的に来場する人々の増加も考えられ、ゴルフ客のみならず、幅広い客層がゴルフ場を訪れることで、その地域全体への活性化にも繋がっていくであろう。

4. おわりに

これまで述べてきたように、沖縄県はゴルフ客にとって魅力のある場所であり、ゴルフツーリズム推進が沖縄観光の課題解決にも繋がることが確認できた。ゴルフ場が活況となることで、自治体が得られる具体的なメリットもある。ゴルフ場でプレーする度にゴルファーから「ゴルフ場利用税」が徴収されることから、ゴルフ場の入場者数の増加は地方自治体の財政健全化にも寄与しているといえよう。

観光・リゾート産業は、その時代の考え方を反映し変化していく観光客の動向を的確にとらえて対応していくことが求められる。沖縄県が国内外においてゴルフリゾート地として更にイメージや認知度を高め、高い付加価値をもたらす観光客を迎え入れるためには、より一層の取り組みが求められよう。最後に本稿で県内ゴルフ場の状況を調査するにあたり、課題と感

じた3点を挙げてまとめとする。

①関係者の連携体制構築

列挙したゴルフツーリズムの推進策として想定できる具体策について、個別のゴルフ場や関連団体が単独で実施する場合の効果は限定的である。今後、ゴルフ客のニーズや旅行形態の変化に即した効果的な推進を図るため、先進地である宮崎県の取り組みや連携体制に倣い、自治体とゴルフ場、観光関連団体等が連携し、地域全体としての魅力を高める努力が必要であろう。

加えて国内外のゴルフ客に対して、ゴルフツーリズムに特化した多言語対応のウェブサイトを立て上げる等、広報活動の更なる推進や、受け入れ態勢の整備などが求められる。

②県内ゴルフ関連データの収集

2点目は、ゴルフ客に関するデータが限定的であることである。例えば自治体が主体となり、県内ゴルフ場における県外や国外からの利用者の人数や消費額を把握する調査を実施し、

基礎的データを収集し共有を図ってはどうか。それにより、今後一層マーケティングを強化して、観光課題の解決に向けた、より効果的な対策を練ることが可能となるであろう。

③オーバーツーリズムへの対応

3点目はオーバーツーリズムである。2022年10月以降、冬場のハイシーズンに加え、行動制限がなくなったことによる旅行需要の急速な高まりがあり、観光客によるゴルフ場の利用が増加しているのは前述のとおりである。コロナ禍を支えた県内利用者にとっては、利用料金が高くなったり利用自体が限られたりする状況があり、不満の声も漏れ聞こえた。県全体の一体感を醸成することを目的に、県外客と県内客の双方の満足度を向上させるための努力はもとより、県外客の増加により、県民がどのような恩恵を受けられるかを明確にした上で、情報発信を行う必要がある。ゴルフツーリズムに関する県全体の理解が深まり、地域社会と共存する持続可能な観光が実現することに期待したい。(以上)

1. 株式会社第一生命経済研究所「統計でも明らかな若者のゴルフブーム」(<https://www.dlri.co.jp/report/macro/154434.html>) 2023. 3. 1
2. Hudson & Hudson 2014 Golf Tourism 2nd edition
3. 宮崎県・宮崎県観光協会『ゴルフ旅おもてなし宣言』<https://www.kanko-miyazaki.jp/sports/golf/golftourism/> 2023. 3. 1
4. 宮崎市観光サイトhttps://www.miyazaki-city.tourism.or.jp/feature/miyazaki_golfparadise2022 2023. 3. 1
5. フェニックスシーガイアリゾート<https://seagaia.co.jp/rbs/rb/golf/26> 2023. 3. 1
6. 沖縄タイムス『沖縄の修学旅行でゴルフ体験』2023. 2. 5
7. 琉球新報『経済短信』2023. 4. 8



特集2

2022年度の

沖縄県

経済
の
動向

(1) 概況

2022年度の県内景気は、消費関連は、外出機会の増加に伴う消費マインドの高まりから、持ち直しの動きとなった。建設関連は、資材価格が高止まりしているものの、民間工事に再開の動きがみられ、持ち直しの動きとなった。観光関連は、行動制限がない状況が継続し、旅行需要の高まりが明確となり好調に推移した。全体では、緩やかな回復の動きとなった。

個人消費関連は、持ち直しの動きがみられた。百貨店は、コロナ禍で落ち込んだ前年度の反動のほか、外出機会の増加に伴い衣料品や食料品を中心に好調な動きがみられたことなどから前年度を上回った。スーパー売上高は、値上げによる単価の上昇に加え、外出機会の増加に伴う消費マインドの高まりがみられたことなどから、既存店・全店ともに前年度を上回った。耐久消費財では、新車販売台数は、供給体制に改善傾向がみられたほか、観光需要の高まりによりレンタカーが増加したことなどから前年度を上回った。家電大型専門店販売額は、コロナ禍で高

まった家電需要に一服感がみられたことなどから前年度を下回った。

建設関連は、持ち直しの動きとなった。公共工事では、沖縄振興予算が前年度を下回り、県や市町村発注の工事は減少したが、国発注の工事は増加したことから前年度を上回った。民間工事では、分譲マンションやホテルなどの受注がみられ、建設受注額の増加に寄与した。建設資材関連では、鋼材、木材ともに資材価格が高止まりで推移しており、売上高で前年度を上回った。

観光関連は、年度を通して行動制限がない状況が継続し人流回復が活発化するなか、第3四半期以降に政府の需要喚起策も実施されたことで、前年度比は回復の動きが明確となった。入域観光客数は、国内客は前年度比2年連続で増加し、外国客は3年ぶりに入域があり前年度から全増となった。県内主要ホテルは、稼働率、売上高、宿泊収入、客室単価全て前年度を上回った。主要観光施設入場者数及びゴルフ場入場者数も前年度を上回った。

(2) 消費関連

個人消費は、持ち直しの動きがみられた。

百貨店売上高は、前年度比10.4%増となった。コロナ禍で落ち込んだ前年度の反動に加え、外出機会の増加により衣料品や食料品が増加したこと、また水際対策緩和に伴い免税売上が増加したことなどから前年度を上回った。スーパー売上高は、既存店ベースでは同2.9%増、全店ベースでは、同3.4%増となった。値上げによる単価の上昇などにより食料品が増加したほか、外出機会の増加に伴う消費マインドの高まりがみられ衣料品や住居関連などすべての項目で増加した。

耐久消費財では、新車販売台数は、同13.8

%増となった。半導体をはじめとする部品不足などによる制約が和らぎ、新車供給体制に改善傾向がみられた。また、観光需要の高まりに伴いレンタカーが増加したことなども寄与した。家電大型専門店販売額は、同2.0%減となった。外出機会が増加しコロナ禍で高まった家電需要に一服感がみられたことなどから前年度を下回った。

(3) 建設関連

建設関連は、持ち直しの動きとなった。

公共工事請負金額は、前年度比1.3%増となった。沖縄振興予算が前年度を下回り、県や市町村発注の工事は減少したが、国発注の工事は増加した。前年度に続き、道路や港湾、防衛関連工事などがみられた。発注者別にみると、国、独立行政法人等・その他は前年度を上回ったが、県、市町村は下回った。

建築着工床面積は、同3.6%減となり、居住用は増加したが非居住用は減少した。

新設住宅着工戸数は、9,474戸（同1.7%増）となり、5年ぶりに前年度を上回った。ウエイトの大きかった貸家は前年度に続き減少傾向がみられたが、分譲住宅は同21.3%増となり全体の増加に寄与した。利用関係別にみると、分譲は前年度を上回り、持家、貸家、給与は下回った。

建築受注額は、同26.7%増となり、分譲マンションやホテルなどの受注が複数みられた。

建設資材関連は、コロナ禍以降の資材価格の高騰に一服感がみられた。セメント出荷量は同1.5%減となり、生コン出荷量は同4.0%増となった。鋼材売上高は出荷量が減少しているものの鋼材価格が高止まりで推移していることなどから同1.9%増となり、木材売上高は住宅関連工事向けの出荷などから同4.6%増となった。

(4) 観光関連

観光関連は、回復の動きが明確となった。

年度を通して行動制限がない状況が継続し旅行需要が高まるなか、第3四半期以降は全国旅行支援の実施による需要喚起がなされたことから、入域観光客数は前年度比で約2倍と大きく増加し、主要ホテルの稼働状況も前年度を大きく上回り、好調に推移した。

入域観光客数は、年度全体では前年度比106.9%増の677万4,600人となり、2年連続で前年を上回った。また伸び率・増加数ともに過去最高となった。国内客は同100.8%増の657万4,500人となり、コロナ禍以前で過去最高を記録した2018年度の93.9%まで回復した。

また外国客は3年ぶりに入域があり20万100人となり全増となった。

県内主要ホテルは、稼働率は52.2%と同27.4%ポイント上昇した。売上高は同121.5%増となり、宿泊収入は同142.6%増、宿泊単価は同16.1%増となった。那覇市内ホテルは、稼働率は54.8%と同27.7%ポイント上昇し、売上高、宿泊収入、客室単価は前年度を上回った。リゾートホテルは、稼働率は51.2%と同27.3%ポイント上昇し、売上高、宿泊収入、客室単価は前年度を上回った。

主要観光施設入場者数は同184.9%増となった。ゴルフ場入場者数は、県内客、県外客ともに増加し同10.4%増となった。

(5) その他

雇用情勢をみると、就業者数は、運輸業・郵便業、製造業などで減少したものの、情報通信業、宿泊業、飲食サービス業、金融業・保険業などで増加した。失業率は3.2%と前年度から0.4ポイント低下した。新規求人数は同21.4%増となり、有効求人倍率は1.04倍と前年度を

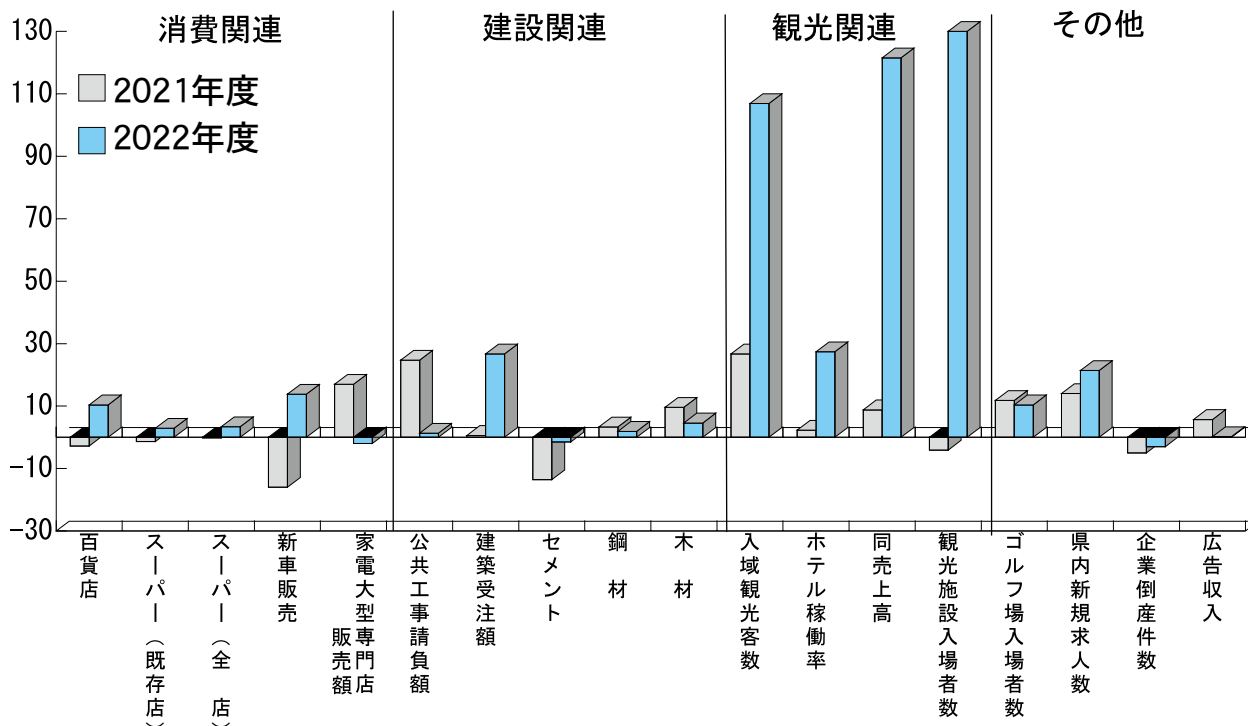
上回った。

企業倒産は32件で前年度を3件下回った。コロナ対応の金融支援や雇用調整助成金の効果持続などから件数は過去最少となった。業種別では、サービス業12件（同3件減）、小売業6件（同1件増）、建設業が4件（同3件減）などとなった。負債総額は30億5,900万円で

同62.8%減となり、大型倒産（負債総額10億円以上）は発生がなく（同2件減）、大口倒産（同1億円以上10億円未満）は9件（同5件増）となった。

消費者物価（総合）は、食料、光熱・水道、家具・家事など全ての費目で上昇したことなどから、前年度比3.4%上昇となった。 以上

主要指標でみる2022年度の動向



（注）数値は前年度比（%）、ホテル稼働率（%ポイント）、企業倒産件数（件）は前年度差。広告収入は2月分まで。

2022年度の沖縄県経済の動向（付表）

増減率(%)

	2021年度	2022年度
1. 消費関連		
(1)百貨店(金額)	▲ 2.8	10.4
(2)スーパー(既存店)(金額)	▲ 1.4	2.9
(3)スーパー(全店)(金額)	▲ 0.2	3.4
(4)新車販売(台数)	▲ 16.0	13.8
(5)家電大型専門店販売額(金額)	17.0	▲ 2.0
2. 建設関連		
(1)公共工事請負金額(金額)	24.7	1.3
(2)建築着工床面積(m ²)	▲ 8.6	▲ 3.6
(3)新設住宅着工戸数(戸)	▲ 9.9	1.7
(4)建設受注額(金額)	0.6	26.7
(5)セメント(トン数)	▲ 13.6	▲ 1.5
(6)生コン(m ³)	▲ 20.2	4.0
(7)鋼材(金額)	3.3	1.9
(8)木材(金額)	9.6	4.6
3. 観光関連		
(1)入域観光客数(人数)	26.7	106.9
うち外国客数(人数)	-	100.0
(2)県内主要ホテル稼働率	(実数) 24.7	(実数) 52.2
	(前年度差) 2.3	(前年度差) 27.4
(3)売上高(金額)	8.8	121.5
(4)観光施設入場者数(人数)	▲ 4.1	184.9
(5)ゴルフ場入場者数(人数)	11.8	10.4
(6)売上高(金額)	10.2	33.0
4. 雇用その他		
(1)失業率	(実数) 3.6	(実数) 3.2
(2)県内新規求人数(人数)	14.0	21.4
(3)有効求人倍率(季調値)	(実数) 0.83	(実数) 1.04
(4)企業倒産件数(件数)	(実数) 35	(実数) 32
	(前年度差) ▲ 5	(前年度差) ▲ 3
(5)消費者物価指数(総合)	0.2	3.4
(6)広告収入(県内マスコミ)(金額)	(4-2月) 5.7	(4-2月) 0.2

(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、失業率、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。

※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 I

～沖縄科学技術大学院大学の取り組みについて～

産学連携を進化させる新ブランド「OIST Innovation」を発表

先端科学技術と産業の架け橋を担い、OIST発のイノベーション創出を加速します。

**Innovation in
Okinawa for
global impact**

OIST | **Innovation**



この度、沖縄科学技術大学院大学(OIST)は、OISTの産学連携に関する様々な活動を包括する新たなブランド「OIST Innovation」を発表しました。新しいブランド・アイデンティティのもと、OISTはイノベーションの育成、および世界にインパクトをもたらす技術発展を促す活動をダイナミックに展開していきます。

OIST Innovationは、OISTの教職員・学生および世界中のパートナーが期待する技術移転や、起業のためのサービスを引き続き提供し、イノベーターを成功に導くためのきめ細かなサポートをしていきます。

OIST Innovationの歩みは、2014年にさかのぼります。当時、特許取得の業務を担う部署と、企業が後援する研究事業を支援する部署が統合され、「沖縄の持続可能な開発オフィス」が設立されました。その後、同オフィスは「技術開発イノベーションセンター」へと改称し、技術マーケティング、実証実験への資金提供、起業家育成、スタートアップ企業のインキュベーションなど、技術移転を目的とする取り組みを次々に立ち上げました。そして今回、スタートアップ支援プログラム「イノベーションスクエア(I2)」といった様々な活動は、1つのブランド・アイデンティ

ティー「OIST Innovation」の下に統合され、OISTのイノベーションへの取り組みを新たなフェーズへと進化させていきます。

OIST Innovationのロゴは、OISTが育む最先端の研究と起業家精神を体現しており、首席副学長のギル・グラノットマイヤー氏は、次のように述べています。「OIST Innovationのコンセプトは、世界水準の研究機関としてのOISTの強み、イノベーション拠点としての沖縄の可能性、そして様々な課題に立ち向かうために繋がり結集する、という理念の下生まれました。OIST Innovationは、起業家やオープンイノベーションの支援を通じて、社会課題を経済成長の原動力に変えることを目指しており、同じ未来を見据えた政府の戦略に貢献できることを嬉しく思います」

OIST INNOVATIONの要素



OIST Innovationのロゴは、OISTの理念・規範である「つながり」「交差」「一体感」を表しており、「o」のシンボルは沖縄でよく見られる、サンタンカの花に着想を得てデザインされました。

OIST Innovationは、アジア最高のブランドを確立するための、産学連携・技術移転における様々な成長戦略を掲げています。近年の取り組みとしては、人と地球の健康を促進する研究開発に焦点を当てた拠点「グローバル・バイオコンバージェンスイノベーション

拠点」の設立が挙げられます。同拠点は、文部科学省および科学技術振興機構から、OIST設立以降最大となる10年間の大型助成金を獲得しました。

OIST Innovationは、技術移転と起業家活動の促進における重厚な支援を引き続き提供していきます。詳しくはホームページ (<https://www.oist.jp/ja/innovation>)、または innovation@oist.jp にてお問い合わせください。

※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 II

～沖縄科学技術大学院大学の取り組みについて～

人間の活動が魚の健康に与える影響は？



自然が残る沖縄の海岸線は4割未満。私たちの生活や産業はそこに住む魚たちにどのような影響を与えているのでしょうか？遺伝学的アプローチで海岸の魚の健康状態を評価するプロジェクトが始動しました。

沖縄科学技術大学院大学(OIST)の研究チームは、人間の活動が海洋生物の健康に与える影響を評価するため、新たな海岸環境モニタリングプログラムを始動します。

このプロジェクトは、2023年3月7日に公益財団法人岩谷直治記念財団から提供された200万円の助成金によって始動します。

プロジェクトでは、沖縄島の複数か所の海岸線付近からルリスズメダイ(*Chrysiptera cyanea*)の稚魚を採集し、その遺伝子の活性を基に健康状態を把握します。稚魚の採集場所は、自然が残る海岸や農業地域、都市部など、人間の生活との関わりが異なるさまざまな海域から選定されます。



沖縄をはじめとするインド太平洋地域で多く見られるルリスズメダイ (*Chrysiptera cyanea*)は、印象的な青い体色のおかげで見つけやすい。この試料(上)は、瀬底島の海岸(下)で採集された。写真提供：OIST

この新たな取り組みとOIST海洋生態進化発生生物学ユニットを率いるヴィンセント・ラウデット教授は、次のように説明しています。「海岸近くの穏やかで浅い水域は、サンゴ礁性魚類が稚魚から成魚に成長するまで過ごす重要な場所です。通常は、大型の捕食者が少なく餌が多いため、稚魚にとって安全な環境ですが、海岸に近いということは、陸上での人間の活動による騒音や明かり、化学汚染などに直接さらされることにもなります」

稚魚が成長し、成熟する環境の質を把握することは、成魚の個体群を維持するためにこれらの海域を保護するための重要な一歩となります。これは、環境だけでなく、沖縄の観光や水産業にとっても重要です。

従来の海岸モニタリングプログラムでは、水質や魚類、サンゴ、無脊椎動物の多様性をさまざまな地点で測定し、その測定値が時間とともにどのように変化するかを観察することで、海洋環境の状態を把握してきました。

ラウデット教授は、「従来のプロジェクトは非常に重要なものですが、魚類の健康状態を把握することはできません。私たちの研究プロジェクトでは、1種の魚類を詳しく調査してその欠けている情報を追加し、人間の存在が海洋環境にどのような影響を及ぼしているかをより完全に把握できるようにします」と今回のモニタリングプロジェクトの意義について解説します。

研究チームは、水族館で最も人気のある魚類の一種であるルリスズメダイを研究対象に選びました。その理由は、沖縄島のさまざまな環境を含む海岸線に広く分布する普通種だからです。

ラウデット教授の研究ユニットで学ぶ博士課程学生のエマ・ガイリンさんは、そのことについて次のように説明します。「これらの魚類は、沖縄島のあらゆる場所で見つかり、魚が全くいないと思われるような都市部のかなり汚れた水域でさえも見かけることができます。インド太平洋地域に広く分布しているこの魚類の調査から得られる知見は、より大きな水域に適用できることを意味し

ます」

研究チームは、これまでにルリスズメダイの全ゲノム配列を決定し、約28,000個の遺伝子を特定しました。2022年9月から10月にかけて、ほぼ自然の状態である瀬底島の海岸、都市および農業の影響を受ける嘉手納町水釜の海岸、都市部である浦添の海岸の3地点でルリスズメダイの成魚を採集し、予備調査を行いました。



沖縄県の水釜（上）や浦添（下）のような開発が進んだ地域でも、ルリスズメダイを見つけることができる。
写真提供：OIST

その結果、自然の多い瀬底島の個体と開発が進んだ水釜や浦添の個体とでは、1,000以上の遺伝子の活性に違いが見られました。

ガイリンさんは、次のように述べています。「この結果は、都市部の汚染された海岸に生息する魚類の体内では、自然の中の海岸に生息する魚類よりも分子レベルの変化が多く起きていることを示しています。今後は、これらの遺伝子の機能を調査し、どのようなことが起きているのかを明らかにする必要があります」

研究チームは、今年は調査地点を15か所

に拡大し、稚魚の姿が見られる4月から9月の時期に試料の採集を行う予定です。

ラウデット教授は、次のように述べています。「予備調査では、驚くほど質の良い結果が得られました。岩谷直治記念財団からの助成金のおかげで、本格的にこのプロジェクトを始動できることがとても嬉しく、感激しています」

その一方で、研究者チームはこのプロジェ

クトが最大の効果を発揮するためには、さらなる資金が必要であると強調しています。

「特に沖縄の離島などに調査地点を拡大したいと思っています。調査地点が増え、試料が増えるほど、人間の存在が魚類の健康に与える影響をより明確に把握することができます」とラウデット教授は述べています。



OISTでは下記のとおり一般見学の受け入れを行っております。

- ・自由見学－予約不要、毎日9時－17時
- ・ガイド付き見学－要予約・先着順、平日のみ

詳しくはHPの見学ページ (<https://www.oist.jp/ja/guided-campus-tour>) をご覧ください。



見学ページ

2023年4月3日 琉球銀行で取り扱い開始！
Mikatano パッケージプラン

資金管理業務の効率化

Mikatano 資金管理



口座一括管理

ご利用の口座を連携するだけで、複数の金融機関の「残高」情報を一画面でまとめて管理できます。

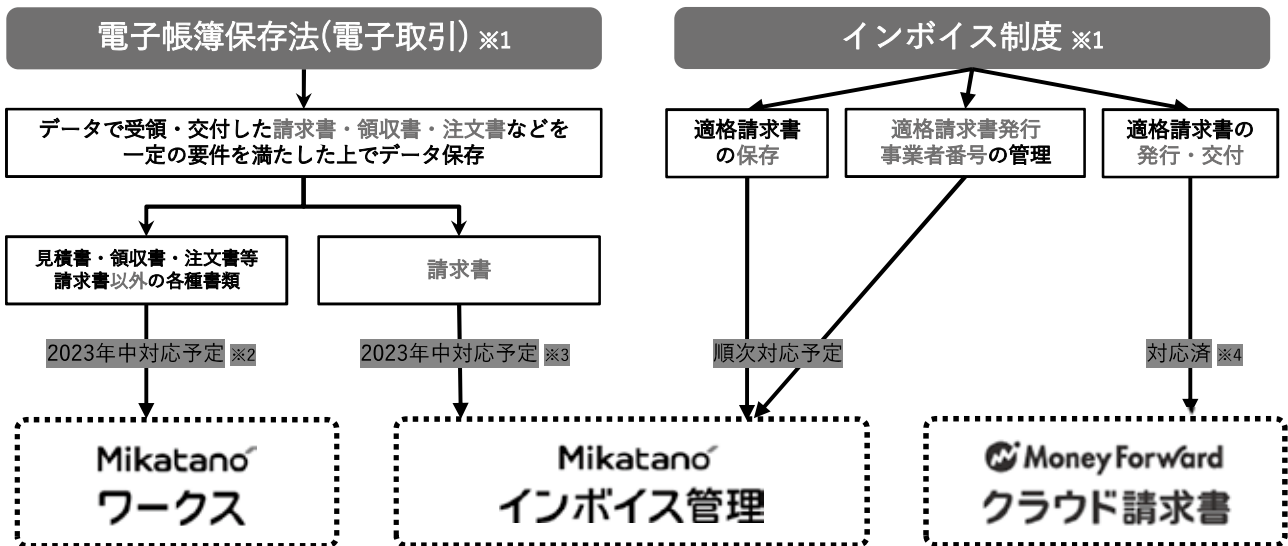
入出金明細

明細を一覧で確認でき、検索も可能です。CSVで出力し、消込作業などにも活用できます。

インボイス制度・電子帳簿保存法の対応準備

Mikatano ワークス
Mikatano インボイス管理

Mikatano & マネーフォワードクラウド請求書で実現する
 インボイス制度・電子帳簿保存法への対応とは



※1：電子帳簿保存法、インボイス制度で定められている詳細な要件については、国税庁のWEBサイト等をご確認ください。

※2：電子帳簿保存法のうち、Mikatano ワークスでは電子取引、スキャナ保存について対応予定です。

※3：電子帳簿保存法のうち、Mikatano インボイス管理では電子取引について2023年中の対応予定です。スキャナ保存は順次対応予定です。

※4：マネーフォワードクラウド請求書では、手動で作成した請求書のみインボイス制度に対応しております。一部機能ではインボイス制度に対応した「新形式テンプレート」を利用できませんのでご注意ください。詳細は下記WEBページをご参照ください。



県内大型プロジェクトの動向 Vol.158

事業名：**名護博物館**

種別：**公共** 民間 3セク

関係地域	名護市
事業主体	主体名：名護市教育委員会 所在地：沖縄県名護市港一丁目1番1号 電話：0980-53-1212(代表)
事業目的	「名護・やんばる」地域の観光振興及び自然や文化の保存・継承に寄与することを目的として、地域の自然、歴史、文化に関する情報収集、発信、研究などの機能を備えた総合的なガイダンス拠点となる施設の整備。また、「名護・やんばる」地域の資源に関する資料や情報を収集し、学術研究に基づく信頼ある発信拠点として、既存の集客拠点や関係機関等への情報提供や研修等を通して連携を図る。
工期	2020年9月～2022年9月
事業規模	延べ床面積4,050㎡
工事費	約16億848万円
施設概要	<ul style="list-style-type: none"> ■所在地：沖縄県国頭郡名護市大中四丁目20番50号 ■敷地面積：20,325㎡ ■建築面積：総面積1,769㎡ (本館1,415.34㎡、古民家106.92㎡、ワークショップ棟246.86㎡) ■延床面積：総面積4,050㎡ (本館3,536.93㎡、古民家97.2㎡、ワークショップ棟416.23㎡) ■構造：鉄筋コンクリート構造(一部PC造) ※古民家は木造 ■開館時間：10時～18時。毎週月曜日・第4木曜日・祝日・慰霊の日・年末年始は休館。
経緯	<p>2009年 3月 基本構想策定</p> <p>2012年 3月 基本計画策定</p> <p>2019年 3月 基本設計完了</p> <p>2020年 3月 実施設計完了</p> <p>2020年 9月 建築工事(本館)着工</p> <p>2022年 9月 竣工</p> <p>2023年 3月 プレオープン</p> <p>2023年 5月 グランドオープン</p>
現況及び見通し	<ul style="list-style-type: none"> ・名護博物館は1984年から約35年にわたり、旧名護市庁舎を改築して運営され、この度、旧森林資源環境センター跡地に移転した。 ・3月1日のプレオープンでは、1階のエントランスやギャラリー、古民家を含む中庭の無料エリアを自由に見学できるようになった。 ・5月2日のグランドオープン以降は、2階の常設展示室の公開が始まった。 ・敷地は豊かな緑に囲まれており、「展示・情報・交流エリア」の本館や、羽地の豪農(仲尾殿内)の間取りを参考にした古民家やワークショップ棟から成る「くらしの実践・体験エリア」、身近に自然を観察できる「自然と人の共生エリア」で構成されている。 ・本館の常設展示室では、「名護・やんばるのくらしと自然」を基本テーマとする展示を行っている。旧館時代から引き続き展示している大型鯨類(マッコウクジラ)の全身骨格に、ザトウクジラとシャチが加わり、より迫力のある展示に仕上がっている。

進捗状況	2023年5月2日グランドオープン
熟 度	<input type="checkbox"/> 構想段階 <input type="checkbox"/> 計画段階 <input type="checkbox"/> 工事段階 <input checked="" type="checkbox"/> 開業・供用段階

本館外観



常設展示室



古民家



ワークショップ棟



展示ガイドの様子



1Fエントランス



(写真は名護博物館 提供)

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について 半導体関連企業が集積・発展する 「シリコン・ビーチ※」を目指して

沖縄総合事務局では、令和2年度に「沖縄の産業振興のあり方検討会」を実施し、全国最下位である沖縄県の平均所得や労働生産性を高めるための中長期的な方向性を示しました。その中で、物流や製造業等の産業基盤が脆弱な沖縄県において、半導体関連産業が県経済の成長に有望な産業の一つとして挙げられました。

このような背景を踏まえ、昨年度、県内半導体関連産業の成長を促進させるための方針検討を目的に、沖縄県における半導体関連産業の成長可能性調査を実施しました。

(1) 県内半導体関連企業の現状分析・課題把握

統計データや企業ヒアリングに基づき、現状と課題を把握しました。その中で、即戦力人材の必要性や、専門職やエンジニア人材の不足感があること、企業間の連携が希薄であることが明らかになりました。



沖縄県内主要半導体関連企業
ガイドブック 2023

また、沖縄県内主要半導体関連企業立地企業や関連する教育・研究機関をまとめた県内半導体関連企業ガイドブックを作成しました。

(2) 県内半導体関連産業の成長方針の検討

半導体関連産業の有識者や大学・高専や行政機関、半導体関連企業等で構成する検討会を実施し、県内半導体関連産業の成長を促進させるため、特化する分野や支援の在り方等の方針を検討しました。その中で、成長促進のために実施すべき施策として「県内企業の事業拡大」、「企業誘致」、「事業基盤の整備」、「広域ビジネス支援」が提示され、今後の具体

的な取組へと繋げるためのロードマップを策定しています。

調査報告書・

ガイドブック掲載 HP →



上記調査と平行して、沖縄工業高等専門学校と連携し、県内半導体関連企業の事業説明会を教職員や学生に対して実施しました。参加した学生からは、「半導体業界はあまり見ていなかった分野であったが、県内でも各社世界に誇れる様々な技術を持っているということを知り、非常に新たな発見となった」、「半導体製造会社の説明はこれまで受けたことが無かったので、新鮮で良かった」という声もあり、満足度の高い説明会となりました。



<説明企業>

(株) ASAP、(株) 沖縄シブヤ、
(株) アクロラド、(株) フラップ

<参加者>

教職員約 10 名、学生約 80 名

令和5年度には、今回の調査結果を踏まえ、県内の半導体関連企業や教育・研究組織とのコミュニティ形成を図る「シリコン・ビーチ OKINAWA フォーラム (仮称)」をキックオフし、県内の半導体関連産業の更なる成長をサポートしてまいります。

※シリコンバレーになぞらえて、沖縄の半導体関連企業立地地域をシリコン・ビーチと命名。



内閣府沖縄総合事務局
経済産業部

■本記事に関するお問い合わせについて
内閣府沖縄総合事務局経済産業部地域経済課

TEL:098-866-1730

<http://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
沖縄観光、地産地消で盛り上がっています！

果報庭（かふうなあ）

～観光産業×地場生産者の情報交易会～

令和5年3月2日(木)に琉球ホテル&リゾート名城ビーチにて、「果報庭（かふうなあ）」～観光産業×地場生産者の情報交易会～を開催いたしました。

「果報庭（かふうなあ）」は、県内の中小事業者と宿泊事業者（観光関連事業者も含む）の出会いの場を提供し、双方が情報取引することで、新たなイノベーションの創出や観光消費の域内循環率の向上、県産品使用率の向上等へ繋げ、沖縄観光の魅力向上や中小企業者等の稼ぐ力の向上を目指すものです。

第3回目の開催となる今回は、出展事業者：54者、来場宿泊事業者等：41者が集まり、過去最大規模での開催となりました。

今回初の試みとして中小事業者等が、自社の取組やこれからの沖縄観光に向けて共に取り組みたいことを宿泊事業者に向けて提案する「ビジネスピッチ」をホテル内中宴会場にて開催いたしました。ビジネスピッチでは、恩納村赤土等流出防止対策協議会、一般財団法人沖縄県サイクルツーリズム推進協会、スーパーヨットロジスティクス、琉球大学、忠孝酒造株式会社から、環境に配慮した取組、食材の廃棄等を循環させる取組等、各事業者の観光に対する熱いピッチに、観客も熱心に耳を傾けていました。



ビジネスピッチ

大宴会場にて開催された「展示・商談・情報交易会」では、宿泊事業者等と共に観光産業を盛り上げたい中小事業者が出展しました。中小事業者からは、自社の持つ技術や設備、行っているSDGsの取組等の情報を宿泊事業者等にPRし、宿泊事業者からは、沖縄県内の観光のトレンドや今後、取り組みたい事等を情報として中小事業者に提供する、「情報取引」が各ブースにて盛んに行われました。



展示・商談・情報交易会

アンケートでも、「他企業の取組を見て今後の商品開発の参考になった。」「オリジナル製品の企画が生まれた。」「今までに知らない企業を知ることができた。」「多くの地元企業とつながりをもて、かつ商談できてよかった。」等、沖縄観光の明るい未来が想像できるような反響がありました。

今後も沖縄総合事務局では、沖縄観光の魅力向上、地産地消・域内経済循環の促進、中小事業者の稼ぐ力の向上を目指して、各種支援策・イベント等の取組を実施していきます！

果報庭についてはこちらから！→



 内閣府 沖縄総合事務局
 経済産業部

■本記事に関するお問い合わせについて
 内閣府 沖縄総合事務局経済産業部中小企業課

TEL:098-866-1755

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

●りゅうぎん調査● 県内の



景気は、回復の動きが強まる(上方修正)

消費関連では、百貨店売上高は前年を上回る
観光関連では、入域観光客数は前年を上回る

消費関連は、外出機会の増加に伴い消費マインドが向上しており、持ち直しの動きが強まっていること(上方修正)、建設関連は資材価格が高止まりしているものの、民間工事に再開の動きが続いており、持ち直しの動きが強まっていること、観光関連は、行動制限がない状況が続き旅行需要が堅調ななか、春休み需要もあり、回復の動きが強まっていること(上方修正)、総じて県内景気は回復の動きが強まる(上方修正)。

消費関連

百貨店売上高は、3カ月連続で前年を上回った。催事企画による集客効果や菓子ギフト需要の増加等により食料品を中心に好調に推移した。スーパー売上高は、既存店・全店ベースともに10カ月連続で前年を上回った。外出機会の増加に伴う消費マインドの高まりに加え、値上げによる単価の上昇などが寄与した。新車販売台数は、供給体制が改善傾向にあり自家用車が増加したほか、観光需要の高まりによりレンタカーが増加したことなどから7カ月連続で前年を上回った。家電大型専門店販売額(2月)は、2カ月連続で前年を下回った。

先行きは、物価高などにより引き続き不透明感はあるものの、足元においては外出機会の増加に伴う消費マインド向上がみられていること、また耐久消費財の供給制約も解消しつつあり、徐々に回復に向かうとみられる。

建設関連

公共工事請負金額は、県は減少したが、国、市町村、独立行政法人等・その他は増加したことから2カ月連続で前年を上回った。建築着工床面積(2月)は、居住用は減少したものの、非居住用は増加したことから3カ月ぶりに前年を上回った。新設住宅着工戸数(2月)は、分譲、給与は減少したが、持家、貸家は増加したことから3カ月連続で前年を上回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事、民間工事ともに減少したことから7カ月ぶりに前年を下回った。建設資材関連では、セメントは5カ月連続で前年を下回り、生コンは2カ月ぶりに前年を下回った。鋼材売上高、木材売上高は資材価格が高止まりしていることなどから前年を上回った。

先行きは、資材価格などが高止まりしているものの、民間工事の動きが活発化していることなどから持ち直しの動きが強まるとみられる。

観光関連

入域観光客数は、16カ月連続で前年を上回った。国内客は16カ月連続で増加し、外国客は6カ月連続で増加した。県内主要ホテルは、稼働率、売上高、宿泊収入全て16カ月連続で前年を上回った。主要観光施設入場者数は13カ月連続で前年を上回った。ゴルフ場は、入場者数は3カ月連続で増加、売上高は13カ月連続で前年を上回った。引き続き行動制限がなく旅行需要が堅調ななか春休みの需要もあり、好調な推移となった。

先行きは、アジア方面からの那覇空港発着便も拡充されており、外国客も増加が見込まれること、また国内においても、大型連休後には新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、夏のトップシーズンに向かうことから、引き続き高い旅行需要が見込まれ、回復の動きが強まるとみられる。

雇用関連・その他

新規求人数は、前年同月比7.5%増となり24カ月連続で前年を上回った。生活関連サービス業・娯楽業、製造業、運輸業・郵便業、建設業などで増加した。有効求人倍率(季調値)は1.14倍で、前月より0.02ポイント上昇した。完全失業率(季調値)は3.9%と、前月より0.4ポイント上昇した。

消費者物価指数は、前年同月比3.1%の上昇となり、18連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同2.9%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同2.9%の上昇となった。

企業倒産件数は6件で前年同月から2件減少した。負債総額は1億4,500万円で、前年同月比84.5%減となった。

2023.3

りゅうぎん調査

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2023.1-2023.3)
消費関連		
(1) 百貨店(金額)	4.9	14.0
(2) スーパー(既存店)(金額)	5.5	4.3
(3) スーパー(全店)(金額)	6.5	4.9
(4) 新車販売(台数)	18.6	30.3
(5) 家電大型専門店販売額(金額)	(2月) ▲ 5.0	(12-2月) 0.0
建設関連		
(1) 公共工事請負金額(金額)	54.9	46.3
(2) 建築着工床面積(m ²)	(2月) 21.0	(12-2月) ▲ 2.9
(3) 新設住宅着工戸数(戸)	(2月) 21.2	(12-2月) 22.5
(4) 建設受注額(金額)	▲ 25.9	39.5
(5) セメント(トン数)	▲ 6.8	▲ 4.9
(6) 生コン(m ³)	▲ 1.1	0.7
(7) 鋼材(金額)	P 1.0	P ▲ 6.2
(8) 木材(金額)	3.2	▲ 2.2
観光関連		
(1) 入域観光客数(人数)	84.3	131.4
うち外国客数(人数)	100.0	100.0
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) 23.2	(前年同期差) 30.3
	(実数) 57.2	(実数) 55.2
(3) " 売上高(金額)	85.5	130.9
(4) 観光施設入場者数(人数)	131.9	190.2
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	8.9	22.0
(6) " 売上高(金額)	32.5	58.0
その他		
(1) 県内新規求人数(人数)	7.5	14.0
(2) 有効求人倍率(季調値)	1.14	1.13
(3) 消費者物価指数(総合)	3.1	3.3
(4) 企業倒産件数(件数)	(前年同月差) ▲ 2	(前年同期差) ▲ 2
(5) 広告収入(県内マスコミ)(金額)	(2月) ▲ 0.1	(12-2月) ▲ 0.1

(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) 2022年4月より家電卸売販売額から家電大型専門店販売額へと更改した。

(注3) ゴルフ場は、2021年4月より調査先を8ゴルフ場から6ゴルフ場とした。

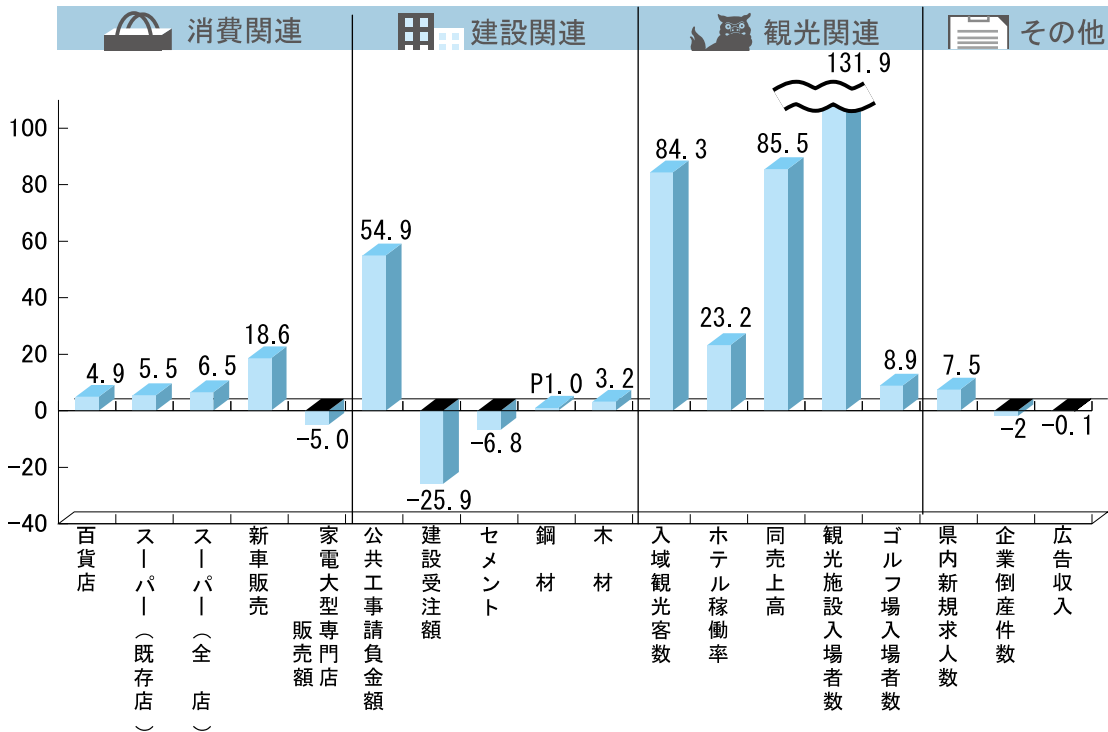
(注4) 主要ホテルは、2021年11月より調査先を28ホテルから27ホテルとした。

(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、2022年12月より調査先17先のうち、一部更改を行った。

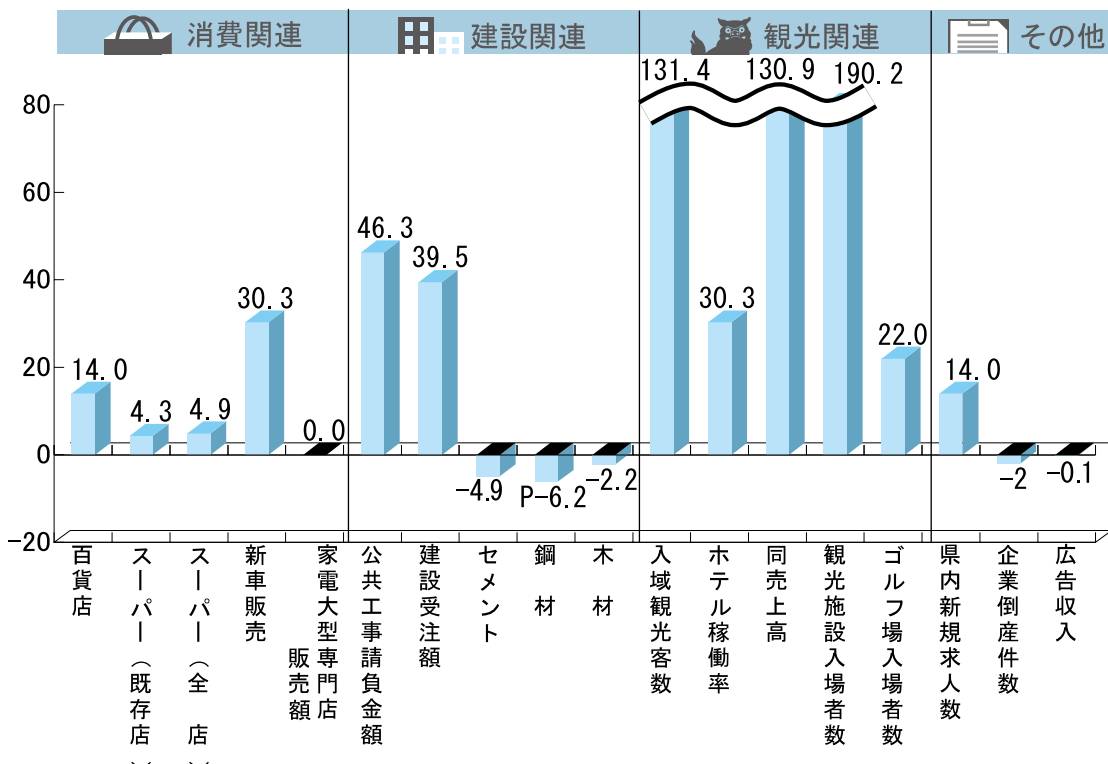
(注7) 有効求人倍率(季調値)と県内新規求人数(人数)は、就業地ベース。

項目別グラフ 単月 2023.3



(注)家電販売額・広告収入は23年2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 2023.1~2023.3



(注)家電販売額・広告収入は22年12月~23年2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



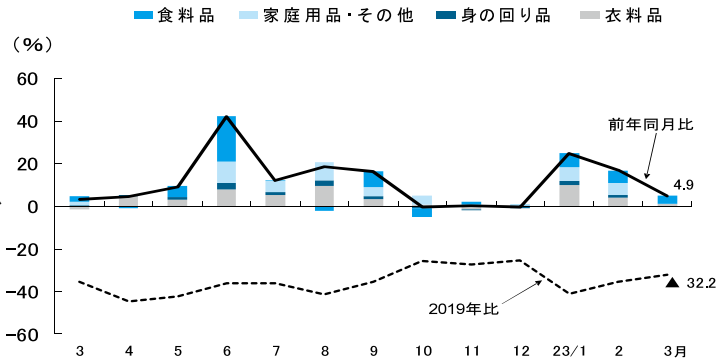
消費関連

① 百貨店売上高 (前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

3カ月連続で増加

- 百貨店売上高は、前年同月比4.9%増と3カ月連続で前年を上回った。催事企画による集客効果や菓子ギフト需要の増加等により食料品を中心に好調に推移したほか、マスク着用ルールの緩和に伴い化粧品などが好調に推移した。
- 品目別にみると、食料品が同11.1%増、衣料品が同3.3%増、家庭用品が同7.8%減、家庭用品・その他が同0.3%減、身の回り品が前年と同水準となった。
- コロナ禍以前の2019年と比較した伸び率は、32.2%の減少となった。

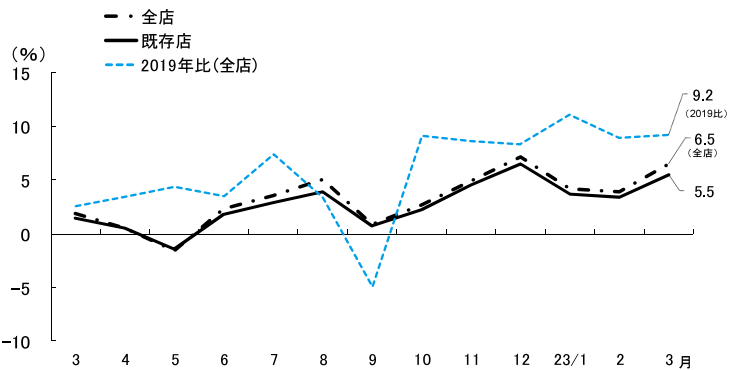


出所:リゅうぎん総合研究所

② スーパー売上高 (前年同月比)

全店ベースは10カ月連続で増加

- スーパー売上高は、既存店ベースでは前年同月比5.5%増と10カ月連続で前年を上回った。
- 外出機会の増加に伴う消費マインドの高まりに加え、値上げによる単価の上昇などにより食料品が同5.8%増、衣料品が同8.1%増、住居関連が同1.8%増となった。
- 全店ベースでは同6.5%増と10カ月連続で前年を上回った。
- コロナ禍以前の2019年と比較すると、全店ベースでは9.2%の増加となった。



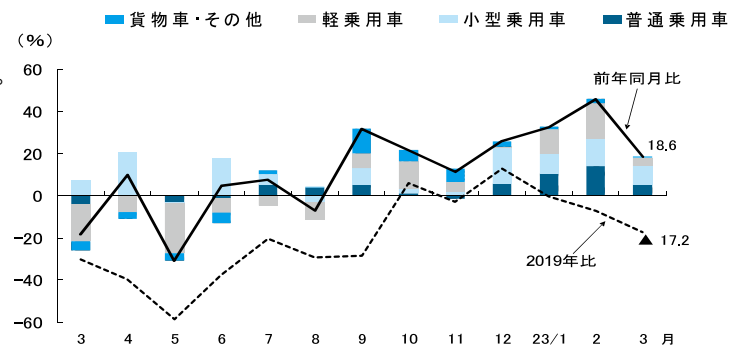
出所:リゅうぎん総合研究所

③ 新車販売台数 (前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

7カ月連続で増加

- 新車販売台数は5,175台で前年同月比18.6%増と7カ月連続で前年を上回った。新車の供給体制が改善傾向にあり、自家用車が増加したほか、観光需要の高まりによりレンタカーが増加したことなどから前年を上回った。
- 普通自動車(登録車)は3,022台(同28.7%増)で、うち普通乗用車は1,019台(同28.7%増)、小型乗用車は1,720台(同30.2%増)であった。軽自動車(届出車)は2,153台(同7.0%増)で、うち軽乗用車は1,754台(同10.7%増)であった。
- コロナ禍以前の2019年と比較した伸び率は、17.2%の減少となった。



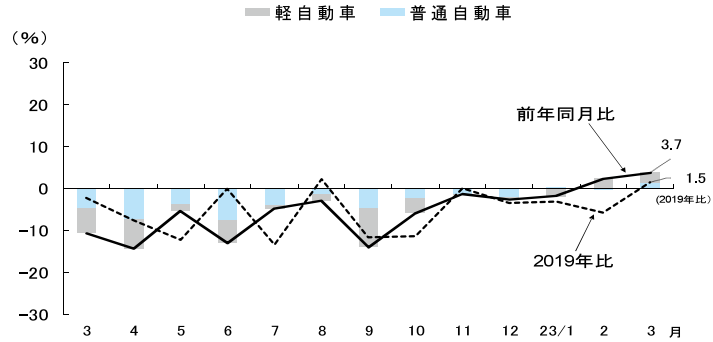
出所:沖縄県自動車販売協会

④ 中古自動車販売台数【登録ベース】（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

2カ月連続で増加

- ・中古自動車販売台数（普通自動車及び軽自動車の合計、登録ベース）は2万7,201台で前年同月比3.7%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・内訳では普通自動車は1万220台（同3.5%増）、軽自動車は1万6,981台（同3.9%増）となった。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較した伸び率は、1.5%の増加となった。

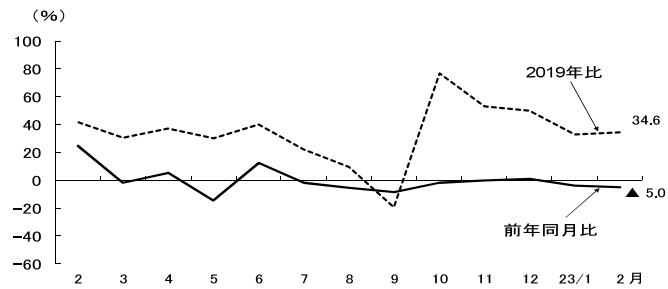


出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

⑤ 家電大型専門店販売額（前年同月比）

2カ月連続で減少

- ・家電大型専門店販売額（2月）は、前年同月比5.0%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・エアコンや洗濯機など白物家電を中心に好調に推移したものの、コロナ禍での家電需要に一服感がみられたことなどにより前年を下回った。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較した伸び率は、34.6%の増加となった。



出所：経済産業省商業動態統計調査

消費
関連

建設
関連

観光
関連

その他

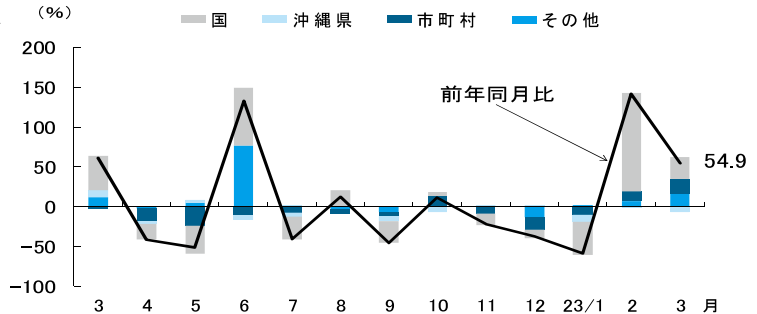
建設関連

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、849億2,732万円で、県は減少したが、国、市町村、独立行政法人等・その他は増加したことから、前年同月比54.9%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50.8%増)、市町村(同151.0%増)、独立行政法人等・その他(同138.5%増)は増加し、県(同32.1%減)は減少した。



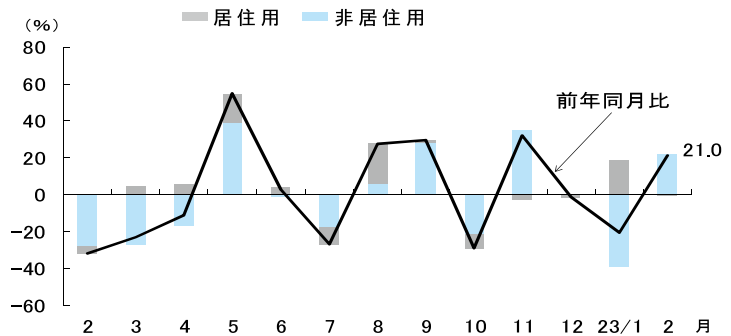
出所:西日本建設業保証株式会社沖縄支店

② 建築着工床面積 (前年同月比)

※棒グラフは用途別寄与度

3カ月ぶりに増加

- 建築着工床面積(2月)は9万9,481㎡となり、居住用は減少したものの、非居住用は増加したことから前年同月比21.0%増と3カ月ぶりに前年を上回った。用途別では、居住用は同1.3%減となり、非居住用は同66.9%増となった。
- 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減少した。非居住用では、公務用や教育・学習支援業用などが増加し、飲食店・宿泊業用などが減少した。



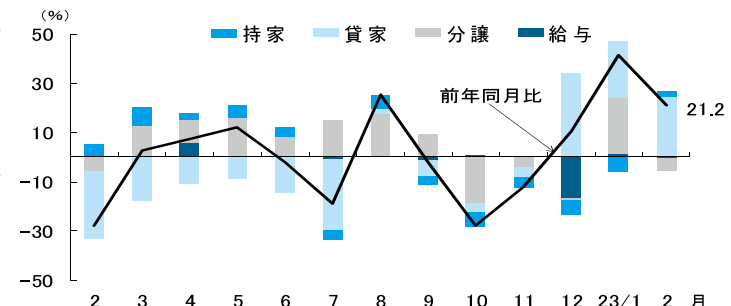
出所:国土交通省

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

3カ月連続で増加

- 新設住宅着工戸数(2月)は657戸となり、分譲、給与は減少したが、持家、貸家は増加したことから前年同月比21.2%増と3カ月連続で前年を上回った。
- 利用関係別では、持家(232戸)が同5.5%増、貸家(270戸)が同97.1%増と増加し、分譲(155戸)が同15.3%減、給与(0戸)が全減と減少した。



出所:国土交通省

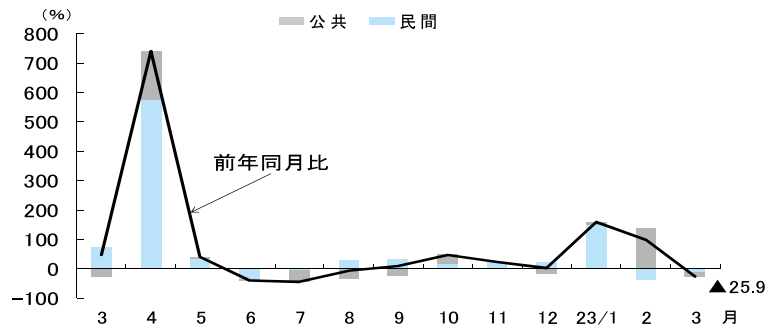
※給与は、社宅や宿舎などのこと。

④ 建設受注額 (前年同月比)

※棒グラフは発注者別寄与度

7カ月ぶりに減少

- ・建設受注額(調査先建設会社:17社)は、公共工事、民間工事ともに減少したことから、前年同月比25.9%減と7カ月ぶりに前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事(同34.0%減)は3カ月ぶりに減少し、民間工事(同20.2%減)は2カ月連続で減少した。

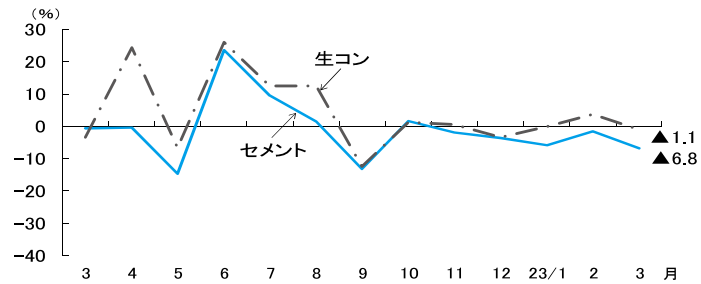


出所:リゅうぎん総合研究所
(注)2022年12月より調査先17社のうち、一部更改を行なった。

⑤ セメント・生コン(前年同月比)

セメントは5カ月連続で減少、 生コンは2カ月ぶりに減少

- ・セメント出荷量は6万7,441トンとなり、前年同月比6.8%減と5カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量は11万1,749m³で同1.1%減となり、2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、県企業局向けや学校関連向けなどが増加し、海事工事向けなどが減少した。民間工事では、分譲マンション向けなどが増加し、社屋関連向けや医療関連向けなどが減少した。

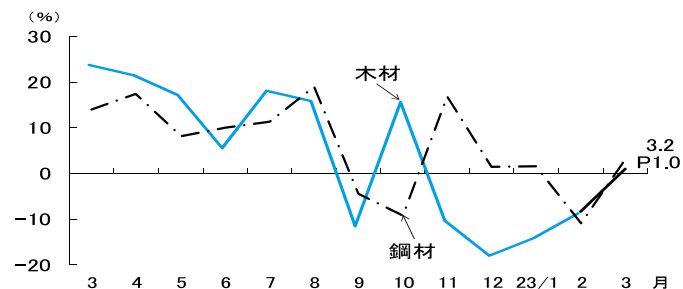


出所:リゅうぎん総合研究所

⑥ 鋼材・木材 (前年同月比)

鋼材は5カ月ぶりに増加、 木材は2カ月ぶりに増加

- ・鋼材売上高(速報値)は、鋼材価格が高止まりしていることなどから前年同月比1.0%増と5カ月ぶりに前年を上回った。
- ・木材売上高は、木材価格が高止まりしていることなどから同3.2%増と2カ月ぶりに前年を上回った。



出所:リゅうぎん総合研究所

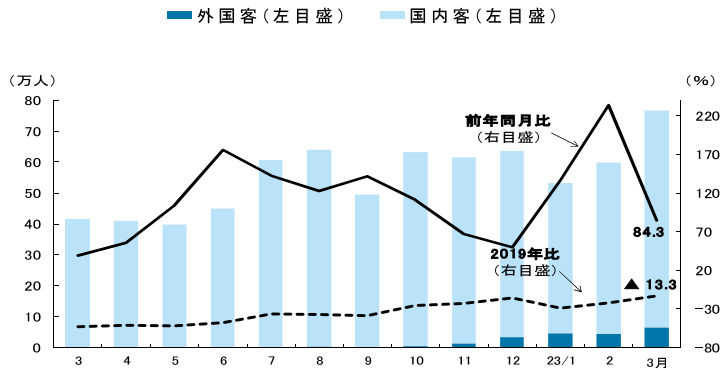


観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

16カ月連続で増加

- ・入域観光客数は、76万6,200人(前年同月比84.3%増)となり、16カ月連続で前年を上回った。
- ・路線別では、空路は75万900人(同68.9%増)となり16カ月連続で前年を上回った。海路は1万5,300人(同1,076.9%増)となり14カ月連続で前年を上回った。
- ・行動制限なく、マスク着用の考え方の見直しもありウィズコロナの動きが加速するなか、春休み需要に対する航空便の増便等があり、好調な動きとなった。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較した伸び率は13.3%の減少となった。

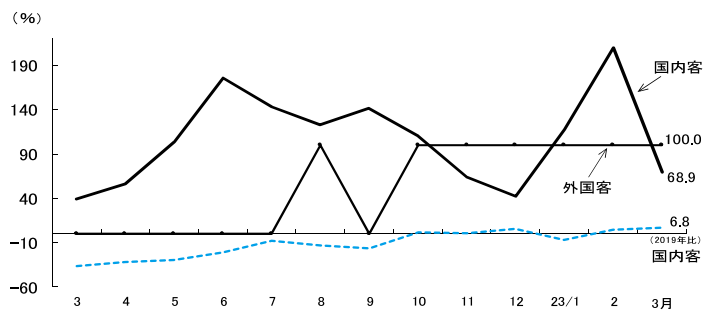


出所:沖縄県観光政策課

② 入域観光客数【国内客、外国人客】(前年同月比)

国内客は16カ月連続で増加、外国人客は6カ月連続で増加

- ・国内客は、70万2,000人(前年同月比68.9%増)となり、16カ月連続で前年を上回った。外国人客は6万4,200人(前年同月比全増)となり、6カ月連続で増加した。
- ・外国人客は航空便の増便や、3年ぶりにクルーズ船の寄港が再開等により堅調に推移した。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較した伸び率は、国内客は6.8%の増加、外国人客は71.7%の減少となった。

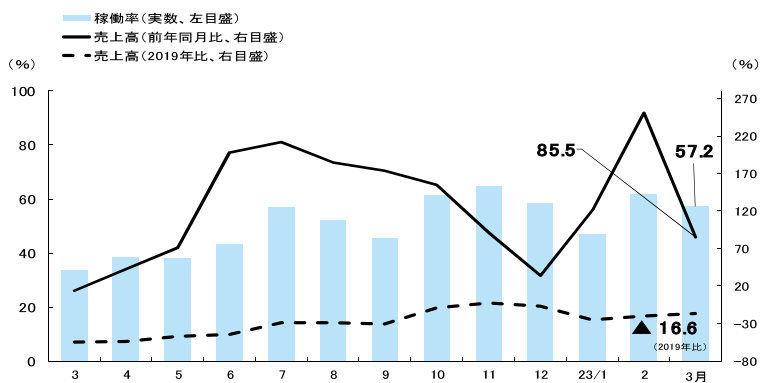


出所:沖縄県観光政策課

③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

稼働率、売上高ともに16カ月連続で増加

- ・主要ホテルは、客室稼働率は57.2%と前年同月差23.2%ポイント上昇、売上高は前年同月比85.5%増となり、稼働率、売上高ともに16カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルの客室稼働率は62.8%と同19.7%ポイント上昇、売上高は同89.2%増、リゾート型ホテルの客室稼働率は55.2%と同23.2%ポイント上昇、売上高は同84.7%増となった。那覇市内、リゾートともに、稼働率、売上高が16カ月連続で前年を上回った。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較した売上高は、全体は16.6%の減少、那覇市内ホテルは34.1%減少、リゾート型ホテルは11.7%減少となった。



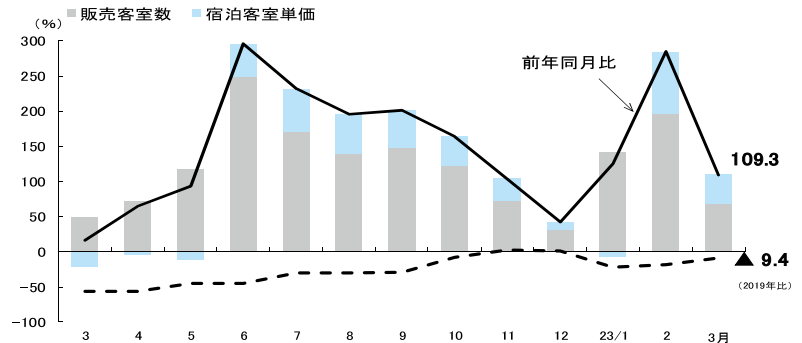
出所:りゅうぎん総合研究所 (注)2021年11月より調査先の一部更改を行い、28ホテルから27ホテルとなった。

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

16カ月連続で増加

- ・主要ホテル売上高のうち宿泊収入は、販売客室数(数量要因)増加、宿泊客室単価(価格要因)は上昇し、前年同月比109.3%増と16カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテル、リゾート型ホテルともに販売客室数増加、宿泊客室単価が上昇し、那覇市内ホテルは同124.2%増、リゾート型ホテルは同106.4%増となり、那覇市内、リゾートともに、16カ月連続で前年を上回った。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較した宿泊収入は、全体は9.4%の減少、那覇市内ホテルは28.3%減少、リゾート型ホテルは4.3%減少となった。

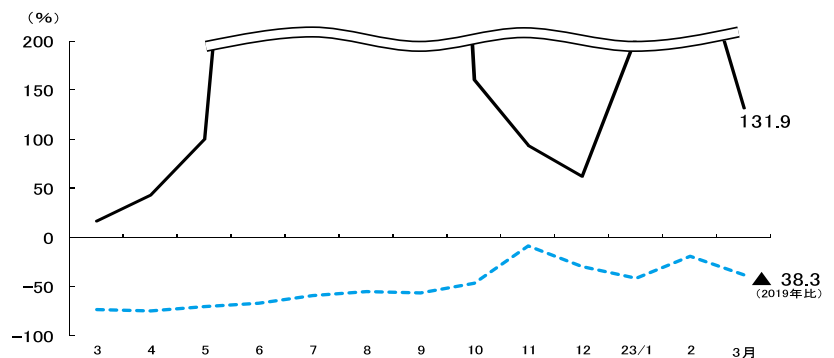


出所: りゅうぎん総合研究所 (注) 2021年11月より調査先の一部更改を行い、28ホテルから27ホテルとなった。

⑤ 主要観光施設の入場者数 (前年同月比)

13カ月連続で増加

- ・主要観光施設の入場者数は、前年同月比131.9%増と13カ月連続で前年を上回った。
- ・春休み期間で旅行需要も旺盛ななか、クルーズ客を含むインバウンド客の利用もみられた。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較した入場者数は、38.3%の減少となった。

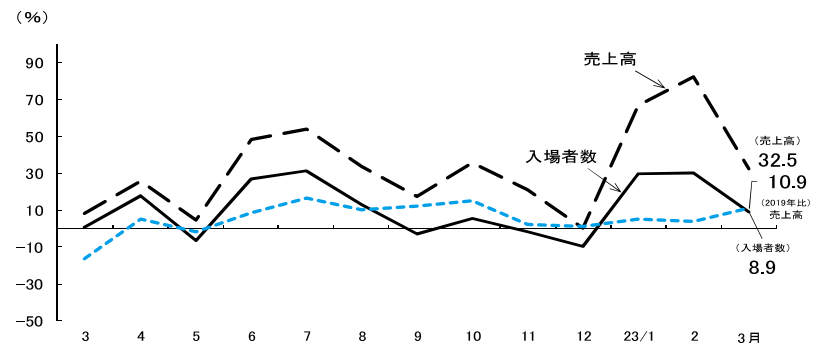


出所: りゅうぎん総合研究所

⑥ 主要ゴルフ場入場者数・売上高 (前年同月比)

入場者数3カ月連続で増加、売上高13カ月連続で増加

- ・主要ゴルフ場の入場者数は、前年同月比8.9%増と3カ月連続で前年を上回った。県内客は2カ月ぶりに前年を下回り、県外客は17カ月連続で前年を上回った。売上高は同32.5%増と13カ月連続で前年を上回った。
- ・予約状況も好調ななか、単価の高い県外客の割合が増加したことで売上増加に繋がった。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較すると、入場者数は9.1%増加(県内客、県外客ともに増加)、売上高は10.9%の増加となった。



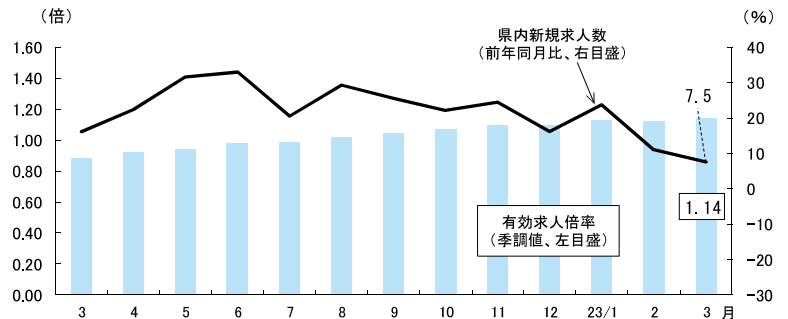
出所: りゅうぎん総合研究所 (注) 調査先は8施設(うち県外客については6施設)からなる。

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)は上昇

- ・新規求人数は、前年同月比7.5%増となり24カ月連続で前年を上回った。産業別にみると、生活関連サービス業・娯楽業、製造業、運輸業・郵便業、建設業などで増加した。有効求人倍率(季調値)は1.14倍で、前月より0.02ポイント上昇した。
- ・労働力人口は、78万1,000人で同0.9%増となり、就業者数は、74万9,000人で同0.1%増となった。完全失業者数は3万2,000人で同23.1%減となり、完全失業率(季調値)は3.9%と、前月より0.4ポイント上昇した。



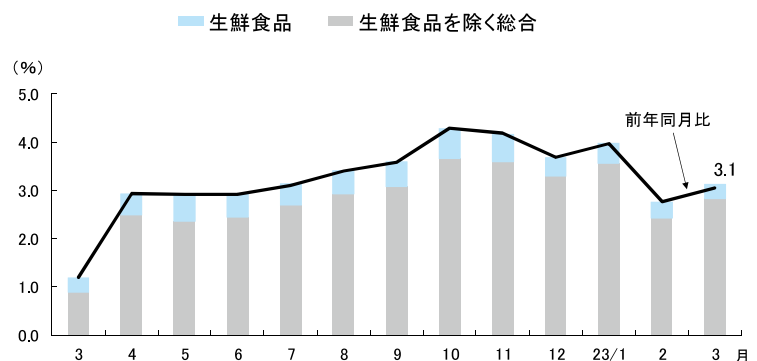
出所：沖縄労働局（就業地別）
 (注)有効求人倍率は、2022年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

② 消費者物価指数【総合】

※棒グラフは品目別寄与度

18カ月連続で上昇

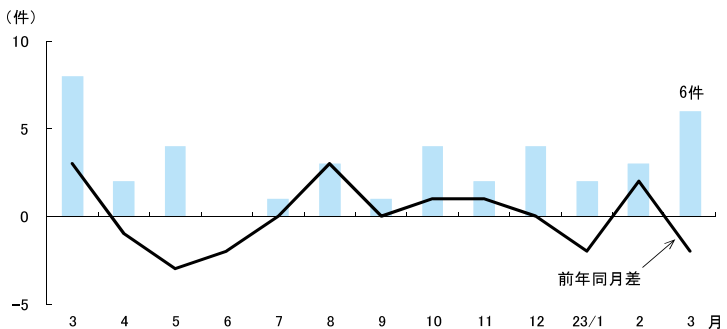
- ・消費者物価指数は、前年同月比3.1%の上昇となり、18カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同2.9%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同2.9%の上昇となった。
- ・費目別の動きをみると、食料、家具・家事用品などで上昇した。



③ 企業倒産

件数、負債総額ともに増加

- ・倒産件数は、6件で前年同月から2件減少した。業種別では、農・林・漁・鉱業1件(同1件増)、卸売業1件(同1件減)、小売業2件(同1件増)、運輸業1件(同1件増)、サービス業他1件(同3件減)となった。
- ・負債総額は1億4,500万円で、前年同月比84.5%減となった。



出所：東京商工リサーチ沖縄支店

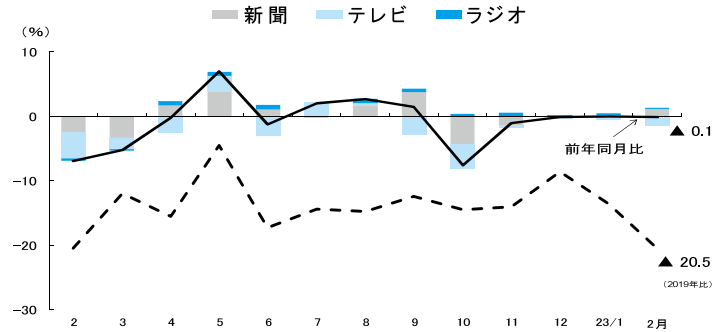
(注)負債総額1,000万円以上

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

5カ月連続で減少

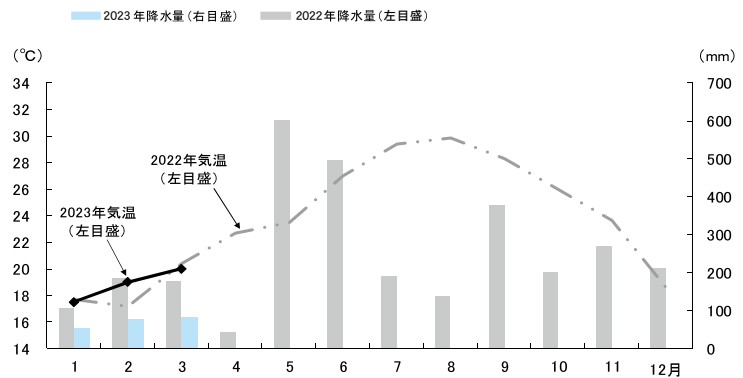
- ・広告収入(マスコミ:2月)は、前年同月比0.1%減と5カ月連続で前年を下回った。
- ・前年と比較すると、旅行業・外食関連が伸びたものの、PCR検査など新型コロナに関する広告の剥落があった。
- ・コロナ禍以前の2019年と比較すると、20.5%の減少となった。



出所:リゅうぎん総合研究所

参考 気象:平均気温・降水量【那覇】

- ・平均気温は20.0℃で前年同月(20.4℃)より低く、降水量は81.5mmで前年同月(177.5mm)より少なかった。
- ・上旬から中旬は高気圧に覆われて晴れた日が多かったものの、下旬は低気圧や前線などの影響を受けやすく、曇りや雨の日が多かった。平均気温は平年より高く、降水量は平年より少なく、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



人的資本経営

～人へ投資 企業価値左右～

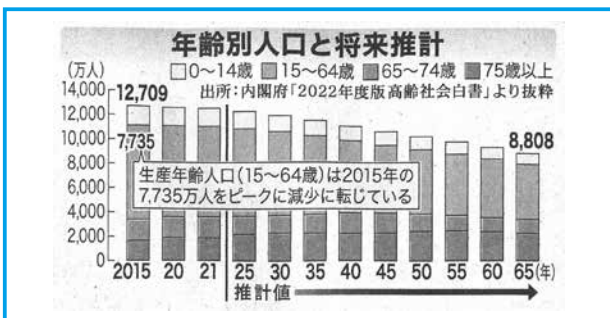
琉球銀行 人事部 上席調査役
座波 元

人材を資本と捉え、積極的に投資することで価値を最大限に引き出し、中長期的な企業価値向上を目指す「人的資本経営」をご存じでしょうか。採用や育成などのコストを、組織の成長には欠かせない投資だと捉える経営手法です。米国を中心に諸外国では広がっており、投資家も企業の中長期的な成長判断の要素として「人的資本経営」の取り組みに注目しています。

日本では2020年9月に経済産業省による「持続的な企業価値向上と人的資本に関する研究会」の報告書発表を契機に注目が高まっています。報告書では「人的資本経営」を進めていくためには「経営戦略と人材戦略の連動」「As is - To be ギャップの定量把握」「企業文化への定着」の3視点が重要と説明しています。

つまり、人への投資は人材戦略に基づいたものであり、人材戦略は経営戦略の実現につながる内容か。また、そのために必要な人材（質・量）と組織の現状とのギャップを定量的に把握しているか。加えて、これら戦略が経営陣だけでなく組織全体で企業文化として共有されているかなどが重要だということです。

少子高齢化が進み、生産年齢人口は1995年をピークに減少に転じており、人手不足への対応が迫られています。このような環境でも企業が成長し続けるためには、優秀な人材の確保や従業員一人一人の能力を育成により引き上げる（生産性向上）といった積極的に人へ投資する「人的資本経営」は、ますます重要になっていくでしょう。



ハイプ・サイクル

～新技術定着 五つの段階～

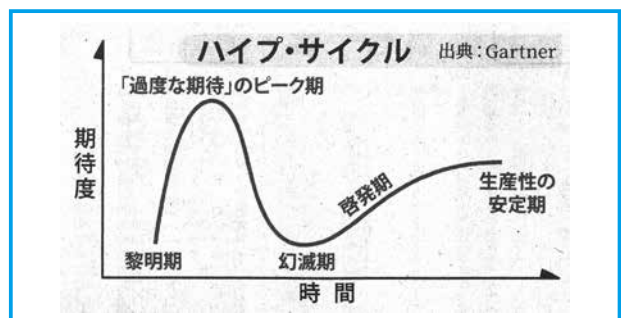
りゅうぎん総合研究所 特命部長
志良堂 猛史

「ハイプ・サイクル」とは、米国の調査会社ガートナーによって考案されたもので、新たなテクノロジーが市場に登場してから、時間経過とともに成熟した製品やサービスとして定着するまでどのような変化をしていくかを表した図です。ハイプ・サイクルでは新技術が定着するまで「黎明期」「過度な期待のピーク期」「幻滅期」「啓発期」「生産性の安定期」の5段階の過程を踏むとしています。

AI（人工知能）を例に挙げると、研究が始まったのは約60年前で、これまで3度のAIブームが訪れています。その間「黎明期」「ピーク期」「幻滅期」を繰り返しながら「啓発期」に向かっています。最近のAIブームにおいては、テキストや画像などを自動生成する「ジェネレーティブAI」が注目を集めており、特にOpenAI社の「チャットGPT」には多くの期待が寄せられ、さまざまなメディアに取り上げられていますので「啓発期」にあると言えます。

しかし、この期待が高まり過ぎると、期待値を超えた失望が生まれ、再度「幻滅期」が訪れる可能性もあります。幻滅期では、データプライバシーや倫理的問題、技術的な改善点などが指摘され、改善が必要だという認識が広まる可能性があります。

その後、技術が改善され問題点が解決されると再び「啓発期」を迎え「安定期」へと向かいます。ハイプ・サイクルは毎年ガートナー社より発表されており、ビジネス課題の解決や新たな機会開拓など経営戦略を立てる上で参考にされています。





働き盛り世代の 短命傾向

～運動強度知り習慣改善～

りゅうぎん総合研究所 研究員
及川 洋平

「もう後がない。崖っぷちだ」。厚生労働省が2020年都道府県別平均寿命で、沖縄は男性が43位（前回36位）、女性が16位（前回7位）に後退した結果を受け、県の担当者が危機感をあらわにしました。特に20～64歳の働き盛り世代で短命傾向が深刻化しており、運動不足などの生活習慣が主な要因と考えられています。日常生活の中で運動の必要性を感じる人が多い一方で、運動強度がどれほどあれば健康的なのか、目安として把握している人は少ないのではないのでしょうか。

そこで紹介したいのが、運動強度を示す国際指標「METs（メッツ）」です。厚労省「健康づくりのための身体活動基準2013」の資料によると、科学的知見から生活習慣病等のリスクを減らすためには、18～64歳で強度が3メッツ以上の身体活動を1週間に23メッツ・時行うことが目安となっています。

働き世代の時間的制約を踏まえると、例えば、自転車通勤は4.0メッツなので、毎日30分かけて自転車通勤をした場合、4.0メッツ×0.5（30分）×2（往復）×5（週休2日）で20メッツ・時となります。後は休日に家事をしたり子どもと遊んだりすれば目安に届く計算です。

ただし、同資料はあわせて運動習慣者の割合を増加させることの難しさにも言及しており、運動のしやすい「まちづくり」と「職場づくり」の視点が重要であると指摘しています。

平均寿命の全国順位が下がり続けている危機感を地域で共有し、抜本的な改善が望まれます。

メッツ	3メッツ以上の生活活動・運動の例
3.0	普通歩行、ギター演奏、ボウリング、太極拳
3.3	カーペット掃き、フロア掃き、掃除機
3.5	風呂掃除、子どもと遊ぶ、ゴルフ
4.0	自転車に乗る、ラジオ体操第1、パワーヨガ、卓球
5.0	かなりの速歩、野球、サーフィン、バレエ
6.0	ゆっくりなジョギング、バスケット、ウエイトトレーニング
7.0	ジョギング、サッカー、ハンドボール、スケート

出所：厚生労働省「健康づくりのための身体活動基準2013」より



ガストロノミー ツーリズム

～食文化通して観光誘客～

りゅうぎん総合研究所 取締役調査研究部長
宮国 英理子

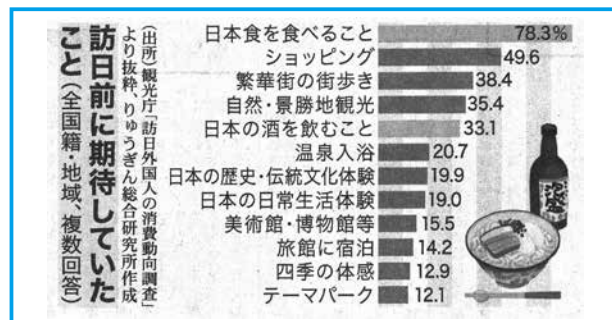
ご当地グルメに舌鼓を打ちながら、地域の食文化や歴史を学んだり現地の人と交流したりすることは、旅の大きな醍醐味です。食文化を楽しみ体験する旅を「ガストロノミーツーリズム」といいます。

ガストロノミーは元々、ガストロス（胃袋）とノモス（学問）という古代ギリシャ語を組み合わせた言葉で、食を通してその土地の文化や歴史を知る学問を意味します。外国人の訪日動機では「日本食を食べること」が圧倒的に多く、ガストロノミーツーリズムの推進はインバウンド客の呼び水として有望です。

受け入れ側にとっては、その土地の食や食文化を伝えられることはもちろん、もともと存在する飲食店等を活用しながら集客できる手軽さが魅力です。また地元の食や農業などの地域資源を利用することで、観光客の増加はもとより地元の生産者と県内外のバイヤーや料理人など関係業界がつながる機会が増えること等により、地域全体が活性化する可能性が広がります。

県内でも琉球王朝時代のおもてなしの再現や「発酵食」をテーマに沖縄産チーズと長野の日本酒のペアリングイベントが開催されるなど、健康長寿にもつながる取り組みが推し進められています。

また先日、観光庁の観光再始動事業に「琉球ガストロノミー再生事業」が採択されました。今後その支援を得ながら、宗教上の理由で制限がある外国人にも対応できる食の多様性を広げつつ、沖縄の持つ独自性と価値をさらに高めていくことが期待されます。





脱マスク需要

～「5類」化粧品に追い風～

りゅうぎん総合研究所 研究員
米須 唯

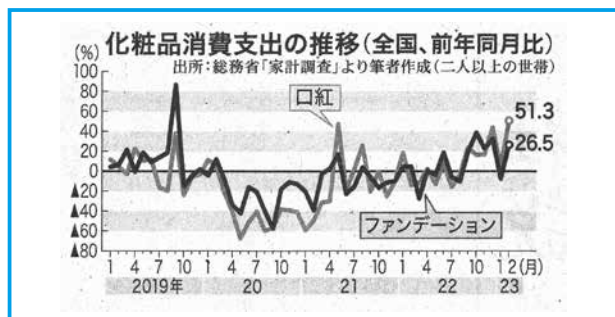
マスク着用ルールが個人判断となり、1カ月余りが経過しました。マスクを外す機会が増加しアフターコロナの時代に突入しつつある中、化粧品の需要が高まっています。

経済産業省「生産動態統計」によると、2020～21年の国内化粧品出荷額は、前年比で大きく落ち込みました。感染拡大防止のためマスク着用が習慣化したほか、政府による行動制限措置による不要不急の外出自粛、テレワークの普及等により外出や人に会う機会の減少等、社会的・心理的な変化が影響したと考えられます。その他、訪日外国人の減少に伴うインバウンド消費の消滅も出荷額の落ち込みの一因となりました。

一方、徐々に行動制限が緩和され、外出機会の増加に伴い、22年の出荷額は3年ぶりに前年比で増加しました。また、総務省「家計調査」をみると、22年9月以降、コロナ禍で落ち込んでいた「口紅」や「ファンデーション」等のへの支出が増加傾向にあり、消費行動はコロナ前に戻りつつあることが確認できます。

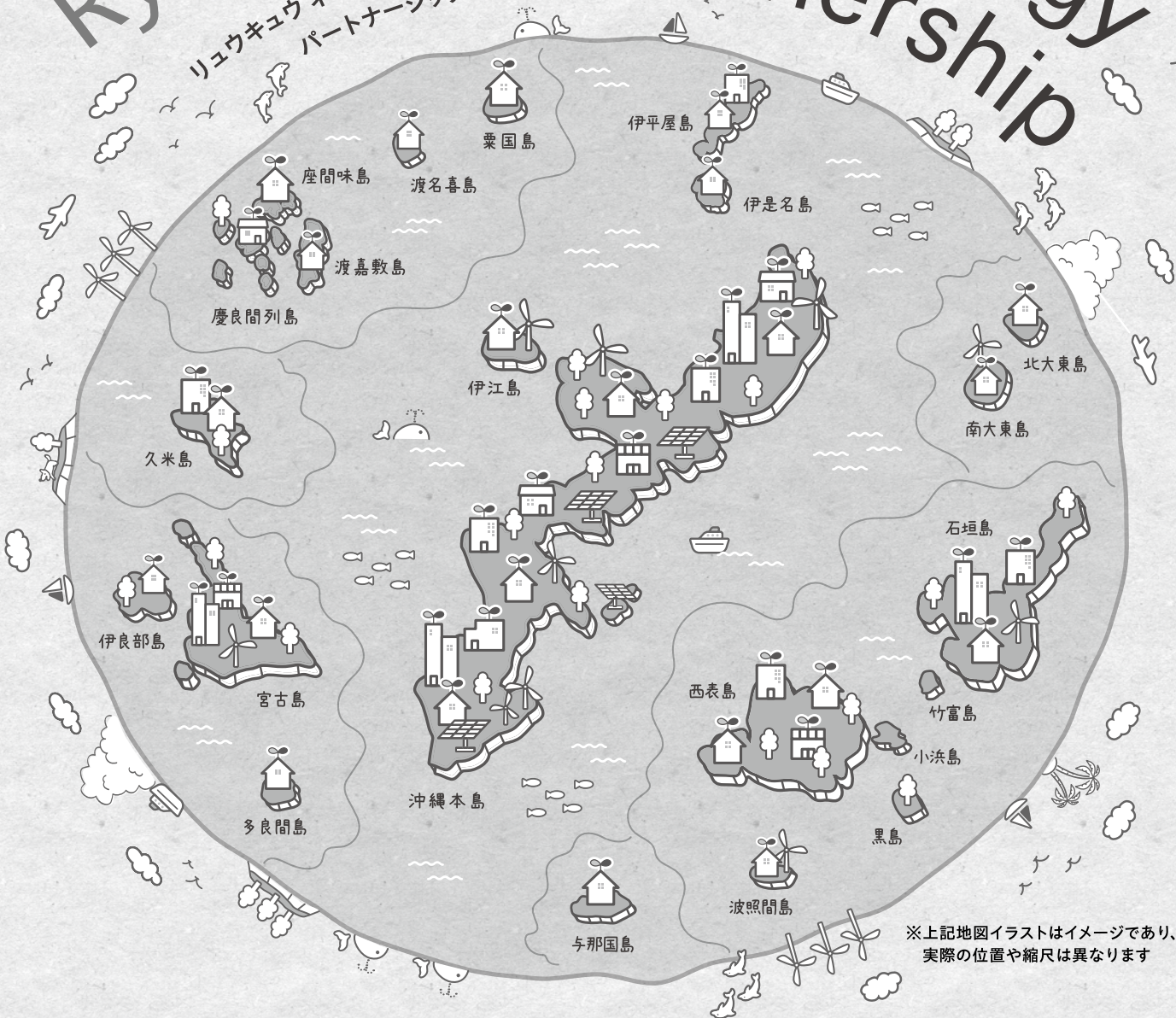
県内スーパーへのヒアリングでは、マスク着用ルールの緩和に伴い、日ごとにマスク売り上げが鈍化している一方、化粧品売り上げが増加しているという動きもみられており、県内においても「脱マスク」の動きが今後さらに加速することが予想されます。

5月には、新型コロナの位置付けが「2類相当」から季節性インフルエンザなどと同じ「5類」へ移行される見通しであり、化粧品市場回復へのさらなる追い風となることが期待されます。



Ryukyu net ZERO Energy Partnership

リユークュネットゼロエネルギー
パートナーシップ



※上記地図イラストはイメージであり、
実際の位置や縮尺は異なります

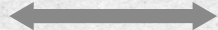
パートナーイメージ

パートナーシップ加入企業

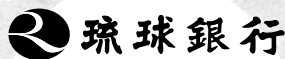
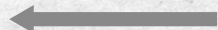


建築業者・設計業者・工務店
太陽光設置業者・蓄電池業者
自動車メーカー 他

セミナー運営
ノウハウ共有サポート

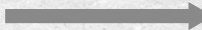


お客さまご紹介



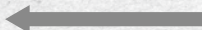
ZEHの啓発
住宅ローンの提供

パートナーの発信



住宅を建築される
お客さま

住宅ローンの相談



琉球銀行

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

当行は持続可能な開発目標 (SDGs) を支持しています

2022年9月30日 現在

経営情報

提供：太陽グラントソントン税理士法人



Grant Thornton

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 2023年4月

今回のテーマ

2022年IPO市場の総括と2023年の展望

2022年（暦年ベース、以下同じ。）のIPO市場は新規上場会社数が111社（TOKYO PRO Marketを含む、以下同じ。）と2021年の134社から23社の減少となりました。2023年は足元3月末までの新規上場会社数（執筆時点での予定社数）は25社で、昨年、申請を取り下げた2社が、当年、上場申請を行い上場しました。

市場別及び業種別の新規上場会社数の推移

【表1】は市場別の新規上場会社数の推移を示したものです。2022年はグロース市場への上場が引き続き63%と高い水準で推移しTOKYO PRO Marketへの上場も過去最高となる21社となりスタートアップ市場への上場が多く見受けられました。

【表2】は業種別の新規上場会社数の推移を示したものです。新規上場会社数の業種別割合についてはサービス業の割合が2021年の24.6%から2022年の32.4%と7.8ポイント上昇し、情報・通信業の割合33.3%と、ほぼ同じ割合となりました。

【表1】

	2019	2020	2021	2022	2023
プライム※	1	6	6	3	0
スタンダード※	17	23	24	14	4
グロース※	64	63	91	70	13
TPM	9	10	13	21	7
その他	4	0	0	3	1
合計	95	102	134	111	25

【表2】

	2019	2020	2021	2022	2023
情報・通信業	35	37	53	37	11
サービス業	28	28	33	36	4
卸売・小売業	13	9	7	11	5
不動産業	6	2	6	10	1
その他	13	26	35	17	4
合計	95	102	134	111	25

（注）2023年は、3月末までの新規上場会社数（執筆時点での予定社数）／TPM：TOKYO PRO Market

※2022年3月以前の上場会社数は、東証一部はプライム市場、東証二部及びJASDAQスタンダードはスタンダード市場、マザーズはグロース市場に含めて集計しています。

2022年IPO銘柄の特徴～初値時価総額1,000億円以上、赤字上場の減少

2022年の初値時価総額が1,000億円以上の会社は3社と2021年の6社から3社減少しました。情報・通信業の割合自体は例年並であったものの、大型のIPOは少なかったという印象です。また、2022年の申請期において赤字を見込んでいた（「赤字上場」という）会社も11社と2021年の15社から4社減少しました。市況を見ながら上場時期をずらした会社も多かったと考えられます。

お見逃しなく！

2023年3月10日に株式会社東京証券取引所から「IPOに関する上場制度等の見直しに係る有価証券上場規程等の一部改正について」が公表され2023年3月13日に施行されました。

この中で新規上場プロセスの円滑化を図るためIの部に添付される監査報告書について新規上場申請時の提出は不要となり上場承認時までの提出で足りるほか、上場審査の審査期限について定時株主総会（決算の確定）が到来しても新規上場申請から1年間は上場審査を継続可とするなど、上場制度等の見直しが行われました。これらの改正により上場準備実務に影響が出ると考えられますので留意が必要です。

お客様のSDGsに関する取組みをりゅうぎんがサポート!



りゅうぎん SDGs応援 サービス



Ryugin SDGs support service

りゅうぎんSDGs応援サービスとは?



お客様のSDGsへの取組状況や、今後取り組まれる現時点の課題等を「診断書ツール」を活用して見える化



当行が提供するソリューションにより、個別課題に向けた具体的な取組みをサポート(伴走支援)

対象

当行とお取引のある法人・個人事業主のお客さま

取扱店

当行全営業店

サクッと診断! **無料版**

もっとサポート! **有料版 110,000円(税込)**

即時
診断

簡易ヒアリング

診断結果 ▶ 約1日

特徴

01

深掘りヒアリング

診断結果 ▶ 約1カ月

「SDGs宣言書」の作成

特徴

02

- ・「SDGs宣言書」の作成
- ・当行HPリリース

伴走支援

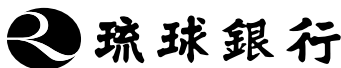
特徴

03

伴走支援

ご
注
意
事
項

- 本サービスで使用するチェックシートは東京海上日動火災保険株式会社に開発協力をいただいております。
- 本サービスで使用するチェックシートは三井住友海上火災保険株式会社およびMS&ADインターリスク総研株式会社に開発協力をいただいております。
- 本サービスのご相談は、お近くの琉球銀行の支店にお問い合わせください。



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

当行は持続可能な開発目標(SDGs)を支持しています

2022年12月28日 現在

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)	家電大型 専門店 販売額	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
2020	▲ 35.1	0.4	2.5	5.6	▲ 17.1	0.5	308,119	▲ 5.6	1,555	▲ 15.9
2021	▲ 7.9	▲ 1.7	▲ 0.2	21.2	▲ 11.0	1.7	344,381	11.8	1,571	1.0
2022	5.2	2.0	2.5	1.3	▲ 1.2	▲ 7.9	340,357	▲ 1.2	1,519	▲ 3.3
2022 2	▲ 9.3	▲ 1.1	▲ 0.3	24.9	▲ 24.4	▲ 10.3	24,548	58.9	82	▲ 32.0
3	3.3	1.5	1.9	▲ 1.7	▲ 18.2	▲ 10.7	54,839	60.8	156	▲ 22.9
4	4.6	0.5	0.5	5.4	9.9	▲ 14.3	16,593	▲ 41.5	130	▲ 11.2
5	9.2	▲ 1.4	▲ 1.6	▲ 14.5	▲ 30.8	▲ 5.3	13,732	▲ 51.1	135	54.9
6	42.1	1.8	2.3	12.6	4.7	▲ 13.0	50,231	132.5	125	2.5
7	12.0	2.9	3.6	▲ 1.7	7.6	▲ 4.8	26,405	▲ 40.6	94	▲ 27.0
8	18.4	3.9	5.0	▲ 5.2	▲ 7.0	▲ 2.8	39,829	12.0	114	27.6
9	16.3	0.8	0.9	▲ 8.5	31.9	▲ 14.0	29,347	▲ 45.5	115	29.6
10	▲ 0.3	2.3	2.7	▲ 1.8	21.7	▲ 5.9	29,678	11.1	142	▲ 29.1
11	0.4	4.5	4.9	0.0	11.4	▲ 1.3	17,120	▲ 22.1	168	31.9
12	▲ 0.3	7.1	6.5	1.0	26.0	▲ 2.6	11,214	▲ 37.6	135	▲ 1.3
2023 1	24.8	3.7	4.2	▲ 3.6	32.8	▲ 1.8	11,114	▲ 58.6	97	▲ 20.7
2	16.7	3.4	3.9	▲ 5.0	45.9	2.4	59,359	141.8	99	21.0
3	4.9	5.5	6.5	-	18.6	3.7	84,927	54.9	-	-
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) 2022年4月より家電卸売販売額から家電大型専門店販売額へと更改した。

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
2020	10,703	▲ 29.1	3.3	▲ 10.0	▲ 10.4	▲ 11.6	▲ 11.6	▲ 72.1	▲ 7.6	▲ 15.7
2021	9,668	▲ 9.7	▲ 8.4	▲ 15.4	▲ 21.1	▲ 6.0	3.1	▲ 41.0	8.6	3.9
2022	9,179	▲ 5.1	21.0	▲ 1.3	0.5	10.0	9.0	134.1	4.7	▲ 2.9
2022 2	542	▲ 27.8	131.8	▲ 2.1	▲ 10.3	28.6	16.0	▲ 6.9	▲ 1.9	▲ 6.9
3	752	2.9	46.9	▲ 0.7	▲ 3.5	24.1	13.9	16.1	0.2	▲ 5.3
4	980	7.3	740.3	▲ 0.5	24.3	21.9	17.3	43.1	17.8	▲ 0.2
5	835	12.2	39.3	▲ 14.8	▲ 6.7	17.5	8.2	100.3	▲ 6.5	7.0
6	746	▲ 2.0	▲ 40.0	23.6	26.0	6.0	9.9	706.4	26.8	▲ 1.2
7	731	▲ 18.9	▲ 45.6	9.5	12.4	18.4	11.3	553.7	31.5	2.1
8	810	25.4	▲ 7.7	1.3	12.4	16.2	18.9	1,167.0	13.1	2.7
9	698	▲ 2.1	8.0	▲ 13.2	▲ 12.5	P▲ 11.2	▲ 4.5	1,123.9	▲ 3.0	1.5
10	648	▲ 27.8	47.2	1.5	1.3	P16.0	▲ 9.3	160.3	5.5	▲ 7.7
11	777	▲ 11.9	22.0	▲ 1.9	0.4	P▲ 10.0	16.8	93.8	▲ 1.9	▲ 1.0
12	1,027	10.3	1.9	▲ 3.8	▲ 3.6	P▲ 17.6	1.4	62.2	▲ 9.6	▲ 0.1
2023 1	895	41.4	157.9	▲ 6.0	▲ 0.2	P▲ 13.8	1.5	203.7	29.7	▲ 0.1
2	657	21.2	98.7	▲ 1.7	3.6	P▲ 8.3	▲ 10.9	317.5	29.9	▲ 0.1
3	-	-	▲ 25.9	▲ 6.8	▲ 1.1	P1.0	3.2	131.9	8.9	-
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、2022年12月より調査先17社のうち、一部更改を行った。

注) ゴルフ場入場者数は、2021年4月より調査先を8ゴルフ場から6ゴルフ場とした。

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
2020	3,736.6	▲ 63.2	256.9	▲ 91.2	31.7	31.6	▲ 65.2	▲ 58.8	76.0	12.9
2021	3,016.7	▲ 19.3	0.0	▲ 100.0	24.3	22.2	▲ 30.4	▲ 20.0	-	-
2022	5,697.8	88.9	47.7	100.0	46.9	43.4	92.9	104.3	-	-
2022 2	179.1	50.8	0.0	0.0	26.9	18.3	5.3	44.0	73.7	▲ 2.9
3	415.7	38.9	0.0	0.0	43.1	30.4	16.1	13.2	77.0	▲ 6.2
4	409.0	55.8	0.0	0.0	42.0	36.3	42.7	42.7	81.3	5.6
5	396.8	103.3	0.0	0.0	43.6	35.4	112.1	65.7	70.9	▲ 1.9
6	448.5	175.3	0.0	0.0	44.5	41.9	231.2	193.1	73.3	7.0
7	607.8	142.7	0.0	0.0	55.5	56.7	203.8	213.2	70.2	2.6
8	640.8	122.3	0.1	100.0	42.8	54.9	198.3	183.7	69.1	4.6
9	494.7	141.4	0.0	0.0	44.1	45.7	188.0	172.2	73.0	2.4
10	630.7	110.9	2.7	100.0	57.5	62.0	173.2	152.5	72.1	▲ 5.0
11	615.0	67.1	12.1	100.0	68.9	61.7	114.1	86.3	68.0	▲ 9.0
12	635.0	49.9	32.8	100.0	64.9	56.0	39.8	32.1	70.3	16.9
2023 1	532.2	137.0	44.8	100.0	55.9	44.0	156.0	113.6	75.0	▲ 1.6
2	597.9	233.6	43.4	100.0	70.9	58.5	214.5	262.7	75.6	2.6
3	766.2	84.3	64.2	100.0	62.8	55.2	89.2	84.7	-	-
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、2021年11月より調査先が28ホテルから27ホテルとした。

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
2020	34	3,640	▲ 36.3	▲ 0.3	3.3	0.1	0.90	▲ 27.2	30,063	120,799
2021	38	10,989	201.9	0.0	3.7	0.4	0.80	0.7	44,890	126,238
2022	34	6,120	▲ 44.3	2.8	3.2	2.1	0.98	22.5	75,417	302,815
2022 2	1	10	▲ 97.8	0.9	4.0	0.5	0.87	17.6	26,277	7,384
3	8	935	▲ 83.7	1.2	3.2	4.2	0.88	16.0	5,898	10,632
4	2	170	359.5	2.9	2.9	3.0	0.92	22.3	2,654	17,174
5	4	120	91.2	2.9	2.9	2.1	0.94	31.5	2,145	29,060
6	0	0	▲ 100.0	2.9	2.7	2.9	0.98	33.0	2,013	31,424
7	1	94	▲ 39.0	3.1	3.6	▲ 0.8	0.99	20.6	2,105	41,762
8	3	381	100.0	3.4	3.3	▲ 0.3	1.02	29.3	1,554	23,840
9	1	83	219.2	3.6	3.0	3.3	1.04	25.7	14,756	30,977
10	4	816	88.0	4.3	2.7	3.6	1.07	22.2	2,300	22,508
11	2	75	▲ 76.6	4.2	3.5	1.2	1.10	24.5	8,149	25,351
12	4	617	▲ 65.8	3.7	3.6	2.1	1.10	16.1	6,131	51,763
2023 1	2	128	▲ 95.5	4.0	2.8	0.9	1.13	23.7	1,061	17,031
2	3	430	4,200.0	2.8	3.5	1.6	1.12	11.0	1,870	12,347
3	6	145	▲ 84.5	3.1	3.9	0.1	1.14	7.5	5,927	25,429
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、2021年7月より2020年=100に改定された。

注) 失業率と有効求人倍率は、2022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。

注) 有効求人倍率(季調値)と新規求人数は、就業地ベース。

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	%
2020FY	3,019	2,812	206	1.399	165	▲ 13.1	3,016	▲ 10.8	7	0.002
2021FY	2,825	2,906	▲ 80	1.356	150	▲ 9.0	2,720	▲ 9.8	106	0.039
2022FY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2022 2	195	239	▲ 43	1.355	11	▲ 7.6	209	▲ 3.4	14	0.068
3	231	296	▲ 64	1.352	12	▲ 21.2	219	▲ 26.6	4	0.020
4	307	202	104	1.352	11	▲ 22.2	194	▲ 22.8	2	0.010
5	145	289	▲ 143	1.345	13	5.7	256	5.7	0	0.000
6	233	256	▲ 23	1.342	13	▲ 8.4	216	▲ 15.8	0	0.000
7	172	253	▲ 80	1.341	11	▲ 10.3	161	▲ 18.9	7	0.044
8	224	346	▲ 122	1.339	13	▲ 6.9	251	▲ 10.6	11	0.045
9	168	258	▲ 90	1.336	12	▲ 6.8	198	▲ 8.0	1	0.006
10	170	280	▲ 110	1.337	11	4.6	183	▲ 0.6	0	0.000
11	206	295	▲ 88	1.333	-	-	-	-	-	-
12	432	199	232	1.332	-	-	-	-	-	-
2023 1	144	417	▲ 272	1.331	-	-	-	-	-	-
2	178	306	▲ 128	1.328	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
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

注) 手形交換所は2022年11月に業務終了した。

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 (未残)		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(未残)	
	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
2020FY	55,734	11.6	40,847	4.0	56,384	12.0	10,320	19.4	2,865	133.8
2021FY	58,037	4.1	41,033	0.5	58,716	4.1	10,428	1.0	3,005	4.9
2022FY	60,065	3.5	41,959	2.3	-	-	10,667	2.3	-	-
2022 2	57,626	3.6	40,798	0.4	58,247	3.5	10,444	0.6	3,000	10.3
3	58,037	4.1	41,033	0.5	58,716	4.1	10,428	1.0	3,005	4.9
4	59,647	4.5	40,678	▲ 0.1	60,284	4.5	10,480	1.5	2,985	0.9
5	59,517	3.9	40,922	0.4	60,183	3.9	10,449	1.2	2,981	0.0
6	60,067	4.5	40,933	0.4	60,769	4.5	10,425	0.4	2,973	▲ 0.5
7	60,255	5.2	40,988	0.6	60,929	5.1	10,341	▲ 0.8	2,977	▲ 0.5
8	60,099	4.7	41,025	0.7	60,804	4.8	10,686	2.6	2,977	▲ 0.6
9	59,815	4.8	41,274	0.6	60,532	4.8	10,735	1.9	2,982	▲ 0.4
10	59,879	4.2	41,162	0.4	60,544	4.2	10,713	1.9	2,995	▲ 0.1
11	59,832	3.7	41,268	1.4	60,547	3.9	10,744	2.4	2,990	▲ 0.2
12	59,865	3.9	41,442	0.6	60,609	3.9	10,736	2.5	2,998	▲ 0.1
2023 1	59,447	3.2	41,466	1.6	60,153	3.2	10,733	2.7	3,002	0.0
2	59,542	3.3	41,654	2.1	60,217	3.4	10,727	2.7	2,996	▲ 0.1
3	60,065	3.5	41,959	2.3	-	-	10,667	2.3	-	-
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!

ポイントサービスのお申し込みがまだの方は、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し込みください。



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

ポイントサービスとは

日頃お世話になっているお客さまに対し、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

お問い合わせは右記のフリーコールまで



0120-19-8689

受付/9:00-17:00
(銀行休業日は除きます)

特集レポートバックナンバー

令和4年

- 2月 No.628 (RRI no.187) 経営トップに聞く 沖縄荷役サービス株式会社
企業探訪 たかえす豊店
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 2020年度および2021年度の入域観光客数の減少が県経済に及ぼす影響
- 3月 No.629 (RRI no.188) 経営トップに聞く 株式会社プレントィー
企業探訪 株式会社オカベメンテ
特集 沖縄のSociety5.0を考える
- 4月 No.630 (RRI no.189) 経営トップに聞く 大永建設工業株式会社
An Entrepreneur 株式会社サンダーバード
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 コロナ禍における沖縄県経済の2020～21年度実績見込みと2022年度見直し
- 5月 No.631 (RRI no.190) 経営トップに聞く 株式会社宮昌工業
企業探訪 NPO法人おきなわグリーンネットワーク
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 本土復帰後の沖縄振興の推移
特集3 2021年度の沖縄県経済の動向
- 6月 No.632 (RRI no.191) 経営トップに聞く 株式会社丸忠
An Entrepreneur 株式会社 FUNIT.
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 沖縄県の人口・世帯の動向
特集3 断熱基準からみる沖縄のZEH要件について
- 7月 No.633 (RRI no.192) 経営トップに聞く 株式会社大中央ハウジング
企業探訪 株式会社シード探索研究所
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 沖縄の将来推計人口(2022年6月推計)
特集3 沖縄県の主要経済指標
- 8月 No.634 (RRI no.193) 経営トップに聞く 株式会社新洋
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 沖縄県内における2022年プロ野球キャンプの経済効果
特集3 沖縄県の景気動向指数の作成と景気の山、谷
特集4 沖縄県の世帯数の将来推計

- 9月 No.635 (RRI no.194) 経営トップに聞く 新里酒造株式会社
企業探訪 株式会社沖縄UKAMI養蚕
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 沖縄県内の市町村の将来推計人口(2022年7月推計)
- 10月 No.636 (RRI no.195) 経営トップに聞く オロク商会株式会社
An Entrepreneur 株式会社SEEP
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 住宅着工の動向と民間貸家の需要見直し(2022年7月推計)
- 11月 No.637 (RRI no.196) 経営トップに聞く 株式会社上咲組
企業探訪 株式会社イメイド
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 県内在留外国人の動向
- 12月 No.638 (RRI no.197) 経営トップに聞く 株式会社沖縄スイミングスクール
企業探訪 株式会社アイノン
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 本土復帰後の50年における県内個人消費の動向について

令和5年

- 1月 No.639 (RRI no.198) 経営トップに聞く 株式会社ゆがふホールディングス
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 沖縄県における借家世帯の動向について
特集3 沖縄県経済2022年の回顧と2023年の展望
- 2月 No.640 (RRI no.199) 経営トップに聞く 株式会社光貴
特集1 沖縄のSociety5.0を考える
特集2 本土復帰後の県内観光の動向
- 3月 No.641 (RRI no.200) 経営トップに聞く 株式会社開成
An Entrepreneur 合同会社ブラッサム
特集 沖縄のSociety5.0を考える
- 4月 No.642 (RRI no.201) 経営トップに聞く 株式会社沖縄環境保全研究所



定期借地権付き(地上権)分譲マンション

フレスコア泊ゆいポート
地上14階・全46邸

完成

泊三丁目、泊港近くに誕生
現地内覧会開催中

全タイプご覧いただけます

※未販売物件が対象となります

即入居
可能

A TYPE [3LDK]

WIC+SIC

■専有床面積/69.05㎡
(20.88坪)

■バルコニー面積/8.46㎡
(2.55坪) ※室外機置場を除く

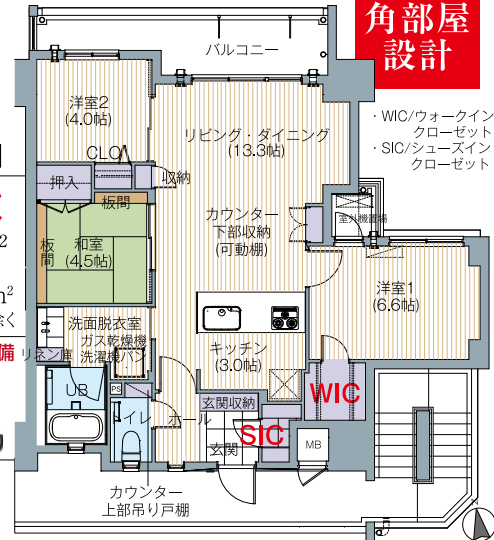
浄水システムを全戸に標準装備

良水工房

ガス衣類乾燥機
標準装備

乾太くん

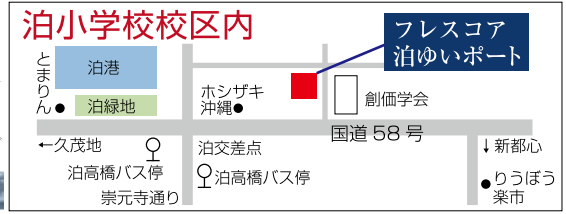
カーシェア
県内マンション初!
サービス導入



明るく爽やかな
角部屋
設計

3LDK・月々6万円台~

B TYPE / 2LDK
2,490万円~



■物件名/フレスコア泊ゆいポート ■所在地/沖縄県那覇市泊3丁目6-9、6-10 ■交通/「泊高橋」バス停より徒歩5分(約360m)、「上之屋」バス停より徒歩6分(約440m) ■地域・地区/商業地域 ■地目/宅地 ■建ぺい率/80%(角地緩和)90% ■容積率/400% ■構造・規模・用途/鉄筋コンクリート造、地下1階地上14階、共同住宅一部事務所 ■敷地面積/990.69㎡(建築確認面積) ■建築面積/325.67㎡ ■延べ床面積/3,475.70㎡ ■建築確認番号/第沖確 R03160008(令和4年4月7日付) ■総戸数/46戸 ■販売戸数/14戸 ■販売価格/(税込)2,490万円~3,690万円 ■最多数価格帯/(税込)2,500万円台(2戸) ■間取り/2LDK(4戸)・3LDK(10戸) ■専有面積/56.89㎡~74.37㎡ ■バルコニー面積/8.46㎡~20.82㎡ ■管理形態/区分所有者全員で管理組合を設立後、管理組合より管理委託会社へ委託。管理業務については(株)琉信ハウジングへ委託していただきます。(巡回方式) ■管理会社/(株)琉信ハウジング ■駐車区画台数/15区画(内機械式14機)15台、事務所用5区画、カーシェア1区画使用(月額)3,000円~9,500円 ■管理費/(月額)7,000円~9,150円 ■修繕積立金/(月額)4,330円~5,660円 ■修繕積立基金(引渡時一括)/259,800円~339,600円 ■前払い地代(入居時一括)/1,505,015円~1,967,445円 ■地代/(月額)9,900円~12,950円(初回の地代改定日は西暦2026年とし、以後5年ごと、公正証書に基づき改訂されます。) ■取り壊し積立金/(月額)1,510円~1,970円 ■地代保証金/59,400円~77,700円(6ヶ月分を入居時一括して借地管理受託者(株)琉信ハウジングに預託していただきます。 ■竣工/2023年1月15日 ■入居開始/即入居可 ■分譲後の権利形態/土地:一般定期借地権(敷地権):地上権区分所有者全員の専有面積の割合による準共有建物:専有面積については区分所有、共有持分は土地共有部分と同じ持分割合。 ■建物の譲渡/可(譲渡の場合、地上権設定者に書面での通知が必要) ■存続期間/西暦2021年4月1日から西暦2076年3月31日の55年間 ■事業主・売主/(株)琉信ハウジング 沖縄県知事(9)第2106号 ■設計・監理/(株)チームアルファ ■施工/(株)りゅうせき建設 ■設計図書閲覧場所/「フレスコア泊ゆいポート」モデルルーム、竣工後は当マンション管理事務室 ■広告有効期限/令和5年7月末日

※1:掲載の支払例について ■販売価格:2,990万円(504号室)、頭金50万円、借入金額:3,200万円、月々のお支払い:67,795円(ボーナス時0円)、借入条件:琉球銀行、金利:1%(変動金利)、返済期間/50年、元利均等方式の支払い例になります。月々の返済の他に管理費、修繕積立金などの負担が必要です。掲載のローン金利、借入条件は2023年4月現在のものであり、今後変更が生じる場合があります。詳細はスタッフまでご確認ください。

事業主 株式会社 琉信ハウジング
お問い合わせ・資料請求・来場予約は
TEL.098-943-5465
http://www.ryuhau.co.jp
詳しくは 公式サイト

りゅうぎん調査 No.643 令和5年5月17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

