

Ryugin Research Institute



経営 トップに聞く

株式会社日進商会 代表取締役社長 **大城 直也** 氏

特集1 **ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメント開催が
沖縄にもたらす効果**

特集2 **県産品利用実態アンケート調査にみる製造業振興に向けた
課題と提言**

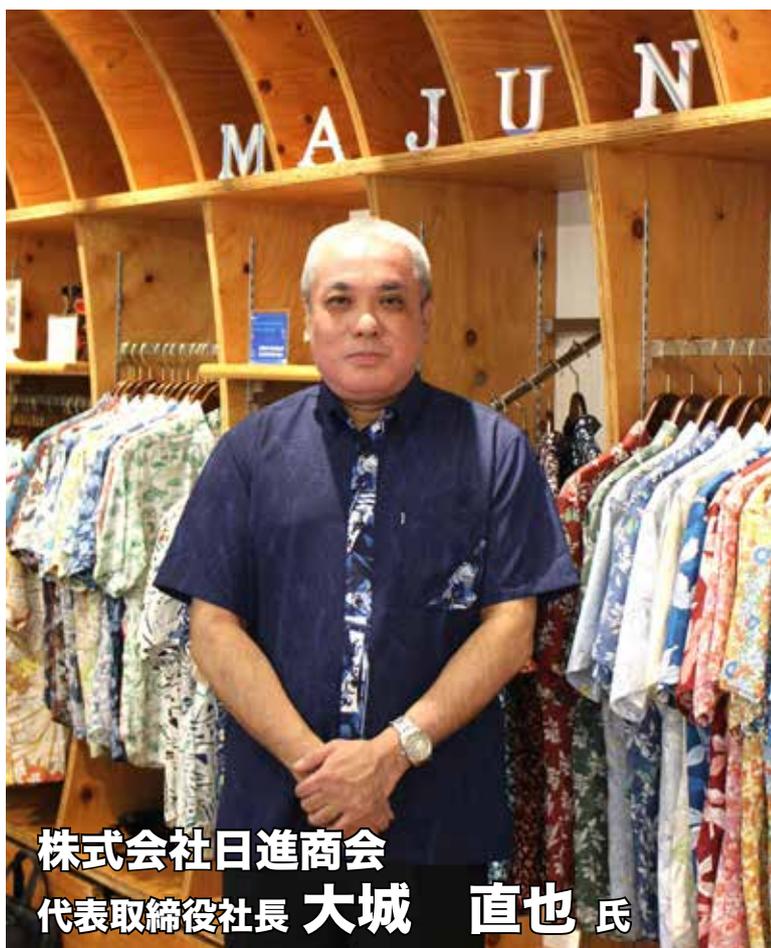


※目次(CONTENTS)の各タイトルをクリックするとそのページにジャンプします。

CONTENTS

経営トップに聞く 株式会社日進商会 ～「ホスピタリティ」を大切に、長く愛される商品づくりを通して沖縄を世界に発信する～ 代表取締役社長 大城 直也 氏	01
特集1 ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメント開催が 沖縄にもたらす効果 りゅうぎん総合研究所 取締役調査研究部長 宮国 英理子 / 研究員 米須 唯	06
特集2 県産品利用実態アンケート調査にみる製造業振興に向けた 課題と提言 りゅうぎん総合研究所 研究員 米須 唯	17
アジア便り 台湾 ～端午の節句と台湾InnoVEX(イノベックス)のご紹介～ レポーター:金城 俊(琉球銀行法人事業部) 則和企業管理顧問有限公司(琉球銀行業務提携先/台湾現地コンサルタント会社)へ赴任中	48
新時代の教育研究を切り拓く イノベーションハブを次のレベルへ 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)	51
行政情報175 内閣府沖縄総合事務局経済産業部	54
沖縄県の景気動向 (2024年5月) ～景気は、緩やかに拡大している (9カ月連続)～	58
学びバンク ・沖縄市制50周年 ～国際色豊か 独特の文化～ 琉球銀行 コザ十字路支店 支店長 上里 好成 ・省エネ性能表示制度 ～建物広告に評価ラベル～ 琉球銀行 審査部 不動産鑑定グループ 伊波 綾子 ・定額減税 ～減らせぬ分は差額給付～ 琉球銀行 本店営業部 副長 久手堅 紀子 ・株主の権利 ～議決権割合で経営関与～ 琉球銀行 国場・古波蔵支店 支店長 中村 直也 ・男性の育児休業 ～中小企業の底上げ必要～ 琉球銀行 営業推進部 上席調査役 宮里 克己	70
経営情報 仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン 提供 太陽グラントソントン税理士法人	73
県内の主要金融経済指標	74

「ホスピタリティ」を大切にし、
長く愛される商品づくりを通して
沖縄を世界に発信する。



株式会社日進商会
代表取締役社長 大城 直也 氏



株式会社日進商会はかりゆしウェアなどのカジュアルウェアや学生服の製造・販売および企業ユニフォームの販売などを手掛ける法人である。同社のオリジナルかりゆしウェアブランド「MAJUN」は豊富なデザインやその着心地の良さが人気であり、県内のみならず県外からも高い支持を得ている。今回は、那覇市壺屋にある営業所を訪ね、大城社長に自社の設立経緯や経営理念、今後の展望などについて伺った。

インタビューとレポート 我謝 和紀

御社の設立経緯やこれまでの歩みについてお聞かせください。

当社の前身である合名会社日進商会は、故・大城小枝氏が1950年、那覇市壺屋にて生地卸問屋（個人商店）を創業したことが始まりです。当時は終戦後の復興時期であり、沖縄に駐留している米兵相手の紳士服仕立屋などに生地を卸していました。

本土復帰時には県外資本の流入などから、競争相手が増えたため、従来の卸売りのみではいざれ立ち行かなくなると考え、生地卸売りに加えて新たに学生服や企業ユニフォームの製

造・販売を手掛けることになりました。

そんな折、大城小枝氏の後継問題を機に1985年10月に先代の故・大城英幸氏（現大城社長の父）が営業譲渡により経営権を取得し、株式会社日進商会を設立しました（第二創業）。

1998年には沖縄に進出していた阪急繊維株式会社を買収し、当社の縫製子会社として株式会社ニチハン繊維に商号変更しました。

2000年よりかりゆしウェアの製造・販売を始めました。

2004年にはニチハン繊維が製造し、当社が販売するという製販分離体制を確立し、2007



本社・工場およびMAJUN直営店（糸満市西崎）

年には本社機能及び生産・物流機能を糸満市西崎に移転し、製造から販売・管理までの一貫体制を構築しました（那覇市壺屋の社屋は直営のスクール&かりゆしショップへ転身）。

その後、2017年には本社敷地内にかりゆしウェアショップ「MAJUN OKINAWA 糸満店」、また2020年には豊見城市のイーアス沖縄内に「MAJUN OKINAWA イーアス沖縄豊崎店」を開店し、現在に至ります。

御社の事業内容についてお聞かせください。

当社の主な事業は①学生服製造・販売、②企業ユニフォーム販売、③かりゆしウェアを中心としたカジュアルウェア製造・販売の3つです。

学生服は、生徒や保護者、教職員のご要望のもとに、学校生活の様々なシーンで生まれる団結力や連帯感を高められるようなオリジナルのデザインを提案しています。また、ストレッチや吸汗速乾などの機能性を備え、一人ひとりの体形にあったサイズの制服を提供し、より快適な学校生活を過ごせるような商品づくりを心掛けています。また、最近ではLGBTQにも配慮し、制服のモデルチェンジの提案もおこなっています。

企業ユニフォームは、作業服・事務服に加え、工場白衣やホテル・飲食店など、多種多様な業種のユニフォームを提供しています。企業ユニフォームは企業のイメージや宣伝といった、会社の顔といっても過言ではありません。機能性や着心地だけでなく、ユニフォームを通して企業のイメージアップになるような商品の提供を心掛けています。また、ユニフォーム導入後のアフターフォローもおこなっています。

カジュアルウェアはかりゆしウェアを中心とした商品展開をおこなっており、当社の売上の約半分を占める主力商品となっています。

かりゆしウェアは、2000年にその名称が統一され、同年に開催された九州・沖縄サミットを契機に着用の機運が高まり、急速に普及しました。2005年には政府のクールビズ推進に伴い、全国でも知名度が上がりました。

当社は県内ではいち早く「巻き伏せ縫い」の技術を確立し、高品質でデザイン性の高いかりゆしウェアを製造しています。2007年にはかりゆしウェアの価値向上のため当社オリジナルブランド「MAJUN」を立ち上げました。「マジユン」は沖縄方言で「一緒に」という意味で、沖



MAJUN OKINAWA イーアス沖縄豊崎店

縄発信のかりゆしウェアをいつでも、どこでも気軽に着られる、「いつもあなたのそばに」という思いから先代社長が命名しました。

仕事着としてだけでなく、日常の様々なシーンで着られるかりゆしウェアも販売されていますね。

MAJUN をスタートした時に、専門の事業部を立ち上げることとなりました。その際に「かりゆしウェアだけで終わらず、カジュアルブランドとしての価値を高めたい。」という私の強い思いがあり、先代社長に打診して、事業部の名称を「カジュアル事業部」に命名しました。先代社長からは「自分のやりたいことは、社長になってからやりなさい。」と言われ、私が社長に就任してからは、カジュアル路線も取り入れ始めました。

現在、MAJUN は、着回ししやすい定番の「MAJUN Eternal (エターナル)」、リゾート感のある上品な「MAJUN Grasis (グレイシス)」、カジュアル感と遊び心のある「MAJUN Various (ヴァリアス)」、ファッション性の高い「MAJUN PLUS (プラス)」など様々なレーベルを有しており、利用シーンや価格帯などが



デザイン性の高いかりゆしウェア



様々な MAJUN レーベルを展開

異なる商品を多角的に展開しています。

また販売方法についても、従来の小売店や直営店での実店舗販売に加え、オンラインストアを開設し、SNS を利用した PR 活動を通して県外の方からの受注も強化しています。最近新たにポイントが貯めて使える公式アプリをリリースしました。実店舗とオンラインにて共通して使えるポイントはお客様に大好評をいただいております。

御社の経営理念についてお聞かせください。

当社の経営理念は「快適な価値ある商品とホスピタリティを創造し、地域社会に貢献する総合繊維産業」です。これは先代から長年にわたって引き継がれてきた経営理念に、私が「ホスピタリティ」という言葉を加え、2022年に改定したものです。

「ホスピタリティ」という言葉は、私が2018年に社長に就任してから、コロナ禍の経験などを経て、約4年間考えて紡ぎだした言葉です。お客様や従業員など、関係している全ての人々や扱っているモノに対しても「尊重する」気持ちを互いに持つことが大切であり、それが経営



オリジナルデザインの学生服



カッティング工程



縫製工場内



学生かりゆしデザインコンテスト授賞式の様子

の根幹を成すものだと考え、「ホスピタリティ」という言葉で表現しました。

創業時からの経営理念を変えるということは当然に一筋縄ではいかなく、関係者と何度も議論しました。最終的には今後のビジョンも含め納得していただき、改定に至りました。

会社が一丸となって同じ方向を向くためにも経営理念の共有は大事だと考えています。

製造から販売部門まで多様な社員様がいっしょだと思います。社員教育はどのようなことに取り組んでいますか。

一番は経営理念にもある「ホスピタリティ」の浸透です。朝礼の場などで自らその大事さを伝え、社員の意識向上を図っています。加えて、縫製などの技術の習得や業務に対するモチベーション向上に向け、部署別や階級別の外部研修も取り入れています。

また、社員の満足度向上に向け、時代やニーズに合わせたより良い労働環境づくりに取り組んでいます。最近では服装規定の緩和や朝礼の回数の削減、部署の垣根を超えた社員交流が図れるイベント委員会の設置などを実施しました。

昨今は人出不足感もあり、生産性の向上や多能化、製造工程の平準化などが当社の課題となっています。工場の管理職にその課題を共有したところ、社員が自主的に動いて業務改善などに取り組んだ結果、足元で生産性が約20%向上しました。このように社員の自主性が育まれ、それが結果として表れていることは社長として大変うれしく感じています。

社会貢献活動として取り組んでいることはありますか。

2019年より「学生かりゆしデザインコンテスト」を実施しています。これは県産品であるかりゆしウェアのデザイン制作を通して、産業教育において培った技術を競うこと、または評価されること、若い世代への認知度向上や産業の担い手の育成を目的として、県内の学生を対象に毎年実施しているイベントです。応募のあったデザインの中から2作品をグランプリとして選定し、それらを商品化し、販売までおこないます。

文化系の学生向けのこのような取り組みは県内でも事例が少ないとのことと、各界から良い評価を得ており、お陰様で毎年多数の応募をい



台湾にてポップアップストアを開催



MAJUN OKINAWA 公式アプリ

ただいています。学生の皆様には本コンテストを通して、モノづくりの喜びを実感してもらいたいですね。

今後の展望について教えてください。

かりゆしウェアについては、県外や海外展開に向け、積極的に動いています。

4月より、東京の有名デザイナーとコラボレーションしたMAJUN PLUSの新商品を開発し、東京などで販売をスタートしました。沖縄の伝統を残しつつ、最先端のデザインを取り入れ、高付加価値化した商品展開を進めています。

また、海外展開の皮切りとして台湾への進出も進めています。現在は現地法人の協力のもとポップアップストアの出店などをおこなっています。台湾版のインスタグラムも開設し、海外からの受注も少しずつ増えてきています。

将来的にはハワイをはじめ、北米やヨーロッパへの展開も考えていますが、海外展開には時間をかけて取り組む必要があるため、私の代でコネクションを作り、次世代に繋げていきたいと考えています。

また学生服については、昨今の多様性が重視

法人概要

商号	株式会社日進商会
住所	沖縄県糸満市西崎町4丁目21-7
連絡先	TEL 098-840-3033
創立	1952年4月
設立	1985年10月
役員	代表取締役社長 大城 直也 常務取締役 鬼丸 栄作 取締役 名嘉山 興秀 取締役 大城 亜矢子
従業員数	67名 (2024年6月)
URL	https://www.nissinsyokai.co.jp/
事業内容	事業内容：学生服製造販売・スポーツウェア販売 企業ユニフォーム販売 かりゆしウェアを中心としたカジュアルウェア製造・販売

される中、その必要性についての議論がなされています。

学生服は日本が誇る文化であり、服装による個人差がなく、平等であるという側面を持ち合わせていると思うので、LGBTQにも配慮しながら、今後も喜ばれる制服づくりに取り組んでまいります。

最後に

当社は生地卸売から始まり、県民の皆様の支えのもと、現在はファッションブランドとしての地位を確立しました。お客様の「喜びの瞬間を創造する」をモットーに、着る前から楽しい、着た後も楽しい、そんな服づくりを目指しています。また、服づくりを通して沖縄を表現し、県外・海外に沖縄を知ってもらうツールとして発信していきたいと考えています。これからも社員一丸となって長く愛される商品づくりに取り組んでまいりますので、今後とも、皆様の変わらぬご愛顧を賜りますよう、どうぞよろしくお願い申し上げます。

特集1

調査レポート ダイキンオーキッドレディス ゴルフトーナメント開催が 沖縄にもたらす効果



りゅうぎん総合研究所
取締役調査研究部長
宮国 英理子



りゅうぎん総合研究所
研究員
米須 唯

要 旨

- ・ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメントは1998年の第1回大会から2024年の第37回まで継続開催されている県内唯一の定例プロトーナメントである。
- ・当大会は、沖縄と本土をつなぐ架け橋の役割と同時に、地元アマチュアゴルファーへの機会提供、ゴルフ文化の定着支援等を提供し続け、様々な分野で沖縄の発展に寄与してきた。
- ・ギャラリー数が15,318人(延べ人数)となった第37回大会の経済効果は、24億3,700万円となった。
- ・試合を観戦する『観る』スポーツであると同時に、観客として来沖した人々がラウンドを楽しむ『する』スポーツにも繋がっており、大会前後に行われる消費活動により生みだされる経済的効果は、更に拡大していると推測される。

- ・来場者の消費活動を促す充実した飲食・グッズ販売は、イベントを盛り上げるだけでなく、経済効果に大きく影響する。県内で開催される他のスポーツイベントでも、同様の仕組みづくりが望まれる。
- ・今後、大会の経済効果の拡大を目指すためには、①会場アンケート調査の実施、②関連イベント等の一部有償化の検討が可能である。
- ・当大会が沖縄にもたらす経済的・社会的効果は大きい。また観光の閑散期に開催され、需要の年間平準化に寄与し、沖縄をPRできる重要なイベントである。当大会がこれからも県民一同に愛されながら発展し、ともに沖縄県の未来をつくりあげていくことを希望する。

1. はじめに

ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメント(以下、ダイキンオーキッド)は毎年3月1、2週目に琉球ゴルフ倶楽部(南城市)で開催される日本女子プロゴルフ開幕戦であり、沖縄県で開催される唯一の定例プロトーナメントである。1988年の第1回大会から、コロナ禍の1年を除き毎年開催されており、2024年に第37回を迎えた。

沖縄県では、年間を通してゴルフがプレーできる気候であることから、冬の閑散期の観光誘客策としてゴルフツーリズムが推し進められている。同大会は日本女子プロゴルフシーズンの開幕とともに沖縄の春の訪れを告げるイベントであり、鍛錬されたプロゴルファーのプレーを間近でみよう、県内外から数多くのゴルフファンが集まる。またトーナメント運営のため全国から関係者や報道関係者なども一定数沖縄を訪れることから、沖縄観光への貢献度も高い。

本調査では、2024年に本大会を主催するダイキン工業株式会社が創業100周年、琉球放送

株式会社が創立70周年を迎えることを記念し、ダイキンオーキッドのこれまでの歴史を振り返りながら、両社が当大会を開催することにより沖縄県経済にもたらされる効果を定量的に分析する。分析においては、当大会開催による経済活動により新たに生み出される需要(直接支出額)を推計し、これをもとに産業連関分析を行うことで経済波及効果や雇用効果を試算した。

2. ダイキンオーキッドの概要

(1) 大会のあゆみ(図表1)¹²³

国内女子ゴルフシーズンの幕開けとして定着している当大会は、1980年代後半、日本本土と比較すると経済発展が立ち遅れていた沖縄をPRする策のひとつとして、琉球放送株式会社の小禄邦男社長(当時)が女子プロゴルフトーナメント誘致を発案したものである。現在は国内有数のビーチリゾートとして地位を確立し観光を基幹産業としている沖縄県だが、1988年の入域観光客数は約240万人と、コロナ禍前のピーク時の約1,016万人と比較する

と、その4分の1以下であり当時の状況が読み取れよう。

小祿氏は、自身の持つ本土の経済界とのネットワークを活かし、日本興業銀行(現みずほ銀行)の中山素平特別顧問(当時)を介し、ダイキン工業株式会社の山田稔社長(同)のトーナメント大会主催への賛同を得た。そして同社でトーナメント実施を一から担当した井上礼之常務(同)の尽力により、1988年に記念すべき第1回の開催へと至った。また本大会の開始前には、本土や沖縄の財界・経済人と女子プロがチームを組んでプレーを競う「プロアマ大会」や、選手とゲストなど関係者が一堂に会す前夜祭を開催することで、沖縄を知ってもらう機会となり、また財界のトップと沖縄経済界の交流の場も創出された。

1990年には、ダイキンオーキッドをきっかけに、前出の中山氏の提唱で、本土と沖縄の経済界の協力・交流の場として「沖縄懇話会」が設けられ、牛尾治朗・元経済同友会代表幹事、稲嶺恵一・元沖縄県知事が初代表幹事を務めた。定期的にラウンドテーブルが開催され、沖縄の振興開発について議論が進められるこの交流の場を通じ、2000年『九州・沖縄サミット』開催、2012年『沖縄科学技術大学院大学』開学、2013年『沖縄大交易会』開始など、沖縄全体を彩り、地域の活性化をもたらす実績がつくれ、現在も継続開催されている。

1995年には参加者からの浄財と両主催者の寄付金等を源とする基金「オーキッドバウンティ」を設立し、県内の芸術・文化・スポーツ・教育等の振興を目的としている活動に対し支援金の贈呈が開始された(詳細後述)。

1997年には第10回大会を機に、スローガンとして"Together with OKINAWA"を掲げ、沖縄と共に歩み続けるトーナメントを目指す取り組みとして、「ダイキンオーキッドレディスアマチュアゴルフ選手権大会」が開始された。現在も

数多くの沖縄出身の女子プロゴルファーが活躍しているが、宮里藍氏や諸見里しのぶ氏などもアマチュア時代に、同大会をプロの登竜門として挑戦し、選手としての道を切り拓いた。また同時に「ボランティアスタッフによる大会運営」が開始され、現在も多くの県民がボランティアスタッフとして大会の運営に参加し、地域と一体となった大会運営が行われている。

2002年の第15回大会からは沖縄県に在住・通学している高校生以下の応募に限定した「大会ポスターデザインの公募」がスタートした。また総合学習の一環として地元中学生をトーナメントへの招待も開始された。学生達は、観戦前にゴルフについて学んだのち、試合当日にプロゴルファーの勝負の世界を間近にみることができるとともに、大会運営のために働く人々の様子も見学するため、ゴルフを起点に、様々なことを学び感じられる場となっている。

2016年には、これまでの3日間から4日間大会へと移行されたほか、賞金総額も1億2000万円へと増額されるなど規模を拡大しながら、その後も順調に定期開催された。

しかし2020年、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により初めて大会が中止された。2021年～22年のコロナ禍においては、行動制限があるなか、入場数や見学する場所を制限するなど工夫しながら開催が継続された。2023年には4年ぶりに入場制限が解除されて以降、コロナ禍以前と同様に、県内外からの多くのゲストやギャラリーでにぎわう状況である。

このように当大会は、沖縄と本土をつなぐ架け橋の役割と同時に、地元アマチュアゴルファーへの機会提供、ゴルフ文化の定着支援、イベント創出機会を提供し続けており、2005年に掲げられたスローガン"Ever Onward with OKINAWA"「沖縄とともに限りなき前進」のとおり、様々な分野で沖縄の発展に寄与してきたことがわかる。

図表1:大会のあゆみ



(出所) ダイキン工業株式会社HPよりりゅうぎん総研作成

(2) イベントスケジュール

ダイキンオーキッドは例年3月1、2週目に開催される4日間のゴルフトーナメントであるが、その前後に様々な関連イベントが開催され、それらを通じて関係人口を増やしている。

まず本大会の約1カ月前に、ダイキンオーキッドレディースアマチュアゴルフ選手権大会が開催される。沖縄県在住もしくは沖縄県出身のアマチュアプレーヤー及び主催者が推薦するプレーヤー240名程度が、初日の予選へ挑み、30名が2日目の最終選考会へと進む。最終選考会の上位4名が本大会への出場権を獲得するものである。

本大会の前々日には、那覇市内ホテルで盛大な前夜祭が開催される。県内外から400人を超える経済人や関係者、グリーン上とは趣の異なる華やかな衣装をまとったプロアマ戦に出場する選手たち45名が招待され、和やかに交流が行われる。会場では沖縄の歌と踊りなどが披露されゲストがもてなされるほか、アマチュア選手の紹介やバウンティの贈呈式が執り行われ、沖縄文化や県内の課題解決に取り組む様々な活動が紹介される場にもなっている。

その後、大会前日には大会と同じ琉球ゴルフ倶楽部で、県内外の有力な経済人とプロ選手が組んでラウンドを行うプロアマ大会が開催される。45組、180名(プロ45名、アマチュア135名)の大きな大会である。

本大会は4日間の開催となり、プレーヤー108名(プロ104名、アマチュア4名)が2日間の予選トーナメントを戦う。そのうち上位50位タイまでが決勝トーナメントへ進み、大会が執り行われる。プロアマ大会、本大会ともに、報道陣や運営スタッフを含め大会開催に関わる人口は相当数であることが推測される。

そのほか公式のイベントではないものの、大会期間前後に1,000人規模の招待客やそのゲスト、家族などが、大会とは異なる近隣のゴルフコースを利用しゴルフを楽しむラウンドツアーや観光ツアーなども用意されており、県内ゴルフツーリズム推進の一助にもなっている。

(3) ギャラリー数の推移

続いてギャラリー数の推移を確認する(図表2)。ギャラリー数は、1988年の第1回大会から90年までは8,000人台であったが、91年大会に初めて1万人を超え、その後も規模を拡大しながら安定して推移した。

2000年に入り、第13回大会に宮里藍選手が地元出身のアマチュア枠で初出場し、人気を博したことで、ギャラリー数が12,320人となり前年より増加した。同選手が優勝を果たした2004年の第17回大会では、ギャラリー数が22,309人と初めて2万人を超えた。地元出身の勇姿の証人となるべく、最終日には1万2千人余りのギャラリー数が確認された。図表2において入場者数を赤字で示した回は、宮里選手が出場した回であり、同選手の人気の程がみとれる。

その後も数多くのスター選手が誕生したことで女子プロゴルフの隆盛が続き、当大会のギャラリー数も安定して推移していたが、2020年に新型コロナウイルスの影響を受け、初めて大会が中止された。コロナ禍の2021年は各日上限1,000名、22年は各日上限3,000名と入場制限しながら大会が継続された。2023年は行動制限の解除を受け、入場にも制限を設けずに開催したことで、ギャラリー数は前年比で倍増した。直近の2024年は悪天候の日もあったものの、15,318人の入場が確認された。

図表2: ギャラリー数の推移(延べ人数)



(出所) ダイキンオーキッド事務局データよりリゅうぎん総研作成

(4)オーキッドバウンティによる社会貢献

前述のとおり、本大会開催前にはプロアマ大会が開催され、その参加者からの浄財と両主催者の寄付金等を源とする基金「オーキッドバウンティ」において、県内の芸術・文化・スポーツ・教育等の振興を目的としている活動に対し支援金を贈呈している。同バウンティは1995年(第8回大会)に設立され、現在まで、主に県内の若年層に対する支援として、のべ277件の個人や団体に対し、総額1億8,510万円にのぼる贈呈が行われている。

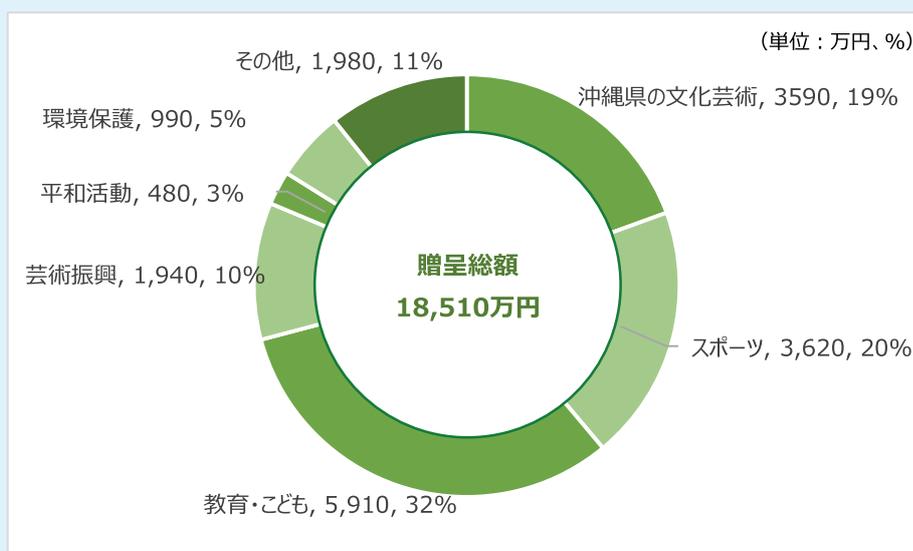
これまでの贈呈先を分類すると、教育・子ども支援(32%)、スポーツ支援(20%)、沖縄県の文化芸術支援(19%)、芸術振興(10%)、環境保護(5%)平和活動(3%)となっている(図表3)。

2024年においては、沖縄の水辺の自然環境

保全と環境意識向上を目指す特定非営利法人沖縄環境クラブや、パリオリンピック新種目であるブレイキンの有力選手である津波古梨心氏、平和の尊さを伝え続けるひめゆり平和記念資料館など11の個人・団体が贈呈の対象となった。

長きに亘り、同バウンティが県内で活動する人々の経済的サポートかつ精神的な励ましとなっていると同時に、ゴルフトーナメント開催をきっかけに、企業や団体が社会貢献をする機会がつけられ、県内の教育・文化支援を通じた社会課題の解決につながるソーシャルグッド⁴が形成されていることは称賛に値する。今後も多くの企業等から同バウンティへの理解が広がり、更に多くの活動の支援が進むことが期待される。

図表3:オーキッドバウンティ贈呈先(1995年~2024年)



(出所) ダイキンオーキッド事務局データよりりゅうぎん総研にて分類・作成

3.ダイキンオーキッドの経済波及効果 (産業連関表について)

産業連関表とは、一定期間(通常1年間)における、ある特定の地域で行われた財やサービスの経常的な取引(生産・販売の実態)を行列形式で表にまとめたものである。

各産業は、他の産業から原材料や燃料などを購入し、これを加工して別の財・サービスを生産し、さらにそれを別の産業に対して販売する。購入した産業は、それらを原材料等としてまた別の財・サービスを生産する。産業連関表

は、このような財・サービスの「購入→生産→販売」という産業相互間の連鎖的なつながりを一覧表にしたものである。⁵

本調査では、最も新しい2015年(平成27年)沖縄県産業連関表を用いて経済効果分析を行う。なお、沖縄県が作成した14部門表には、同トーナメント開催による需要増加が見込まれる「宿泊業」や「飲食サービス業」等がないため、公表用基本分類表(行458部門、列367部門)より同部門を抽出し、汎用的に活用できるよう24部門表を作成した(図表4)。

図表4 産業連関表の組み換え

14部門表		24部門表	
部門名		部門名	
1	農林水産業	1	農林水産業
2	鉱業	2	製造業
3	製造業	3	建設業
4	建設業	4	電気・ガス・水道
5	電気・ガス・水道	5	卸売業
6	商業	6	小売業
7	金融・保険	7	金融・保険業
8	不動産	8	不動産業
9	運輸・郵便	9	運輸・倉庫業
10	情報通信	10	旅行・その他の旅行附帯サービス
11	公務	11	情報・通信・郵便業
12	医療・保健・社会保障・介護	12	公務
13	サービス	13	教育・研究
14	その他	14	医療・福祉
		15	会員制企業団体
		16	対家計民間非営利団
		17	貸自動車業
		18	物品賃貸業（除く貸自動車）
		19	対事業所サービス
		20	宿泊業
		21	飲食サービス業
		22	対個人サービス
		23	事務用品
		24	分類不明

(経済効果算出の手順)

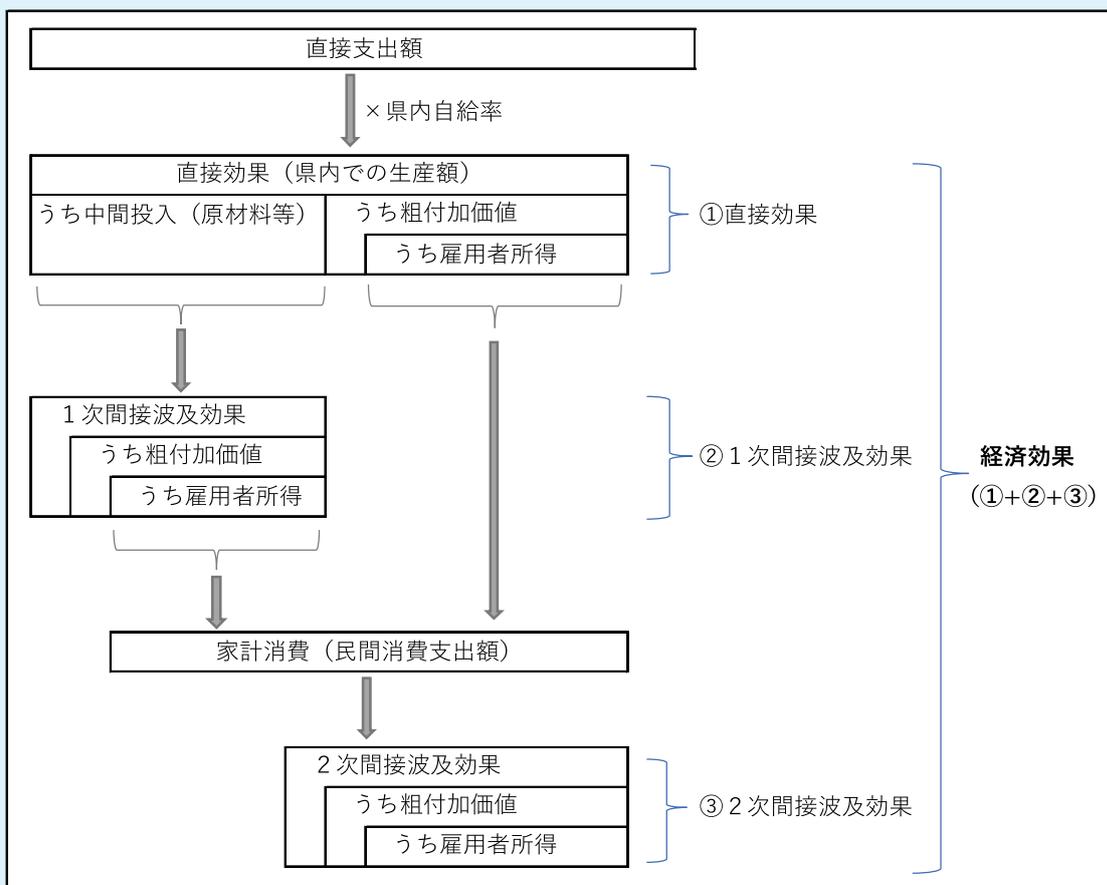
経済波及効果算出の流れを図表5に示した。分析にあたり、前提条件となる同トーナメント開催によって新たに発生した需要である直接支出額を求め、これに自給率を乗じたものが「直接効果」(域内生産額)となる。直接効果とは、各産業における事業活動のうち、県内で生じた財やサービスに対する需要のことで、県内産業に新たに生じた生産増加分を指す。自給率を乗じるのは、需要のすべてが県内で生産された財やサービスに対して発生するわけではなく、域外(県外・海外)からの移輸入により賄われた分も含まれており、その域外生産分を除く

ためである。

次に、産業連関表を用いて間接波及効果を求める。間接波及効果は「1次間接波及効果」(直接効果に要した原材料を通して他の産業の生産を誘発する効果)、「2次間接波及効果」(直接効果、1次間接波及効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して各産業の生産を誘発する効果)を足し合わせたものである。

これらの直接効果、1次間接波及効果、2次間接波及効果の合計が「経済効果(生産誘発額)」となる。また、経済効果のうち雇用者に支払われた賃金である雇用者所得や企業の利益である営業余剰などが「粗付加価値額」となる。

図表5 経済波及効果の流れ



(出所) りゅうぎん総合研究所

(1) トーナメント参加者・観客数

第37回ダイキンオーキッドの参加人数は、選手・関係者は合計で約2,000人となり、報道関係者や解説者は約100人となった。また、大会期間中の観客数は、延べ1万5,318人となっ

た。延べ観客数のうち、県外からの観客数は約6,127人と推計された。悪天候の日があったものの、県出身選手や人気選手の参加などもあり、連日多くの観客が会場を訪れ、賑わいがみられた。

図表6 参加者・観客数(単位:人)

選手・関係者	2,000
報道関係者	100
観客(延べ)	15,318
うち県内客	9,191
うち県外客	6,127

(出所) ダイキンオーキッド事務局データより

(注) 1. 観客の県内外比率はりゅうぎん総合研究による推計

(2) ダイキンオーキッドの関連支出額(直接支出額)

ダイキンオーキッド開催にあたっては、選手や関係者に加え、県外から多くの観客が沖縄県を訪れ、県内で宿泊や飲食、娯楽レジャー、土産品購入などに支出するほか、多くの県民が会場へ出かけ、飲食や土産品・グッズ等を購入する。また、主催者による大会運営のための支出や関

連経費等の支出があり、これらを合計したものが直接支出額となる。

この直接支出額を推計すると、総額で18億4,900万円となった(図表7)。内訳をみると、宿泊費が4億100万円、飲食費が2億2,300万円、土産品・グッズ購入が1億9,500万円、交通費が1億6,900万円などとなった。

図表7 ダイキンオーキッド関連支出(直接支出額)

支出項目	支出額 (百万円)
宿泊費	401
飲食費	223
土産品・グッズ購入費	195
交通費	169
娯楽・レジャー費	109
その他	753
合計	1,849

(出所) りゅうぎん総合研究所

(3) 沖縄県内におけるダイキンオーキッドの経済効果

まず、県内の産業全体の自給率は100%ではないため、(1)で求めた直接支出額18億4,900万円に自給率を掛けると県内供給分である直接効果15億5,900万円が求められる(図表8)。

次に、宿泊費や飲食費、土産品・グッズ購入費などの需要が発生すると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料やサービス等を提供している産業の売上増加へと波及していく。これが1次間接効果であり、5億4,400万円とな

る。さらに、直接効果と1次間接効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、家計(個人)の消費支出を増加させ、関連する各産業の生産を誘発していく。これが2次間接効果であり、3億3,400万円となる。直接効果、1次間接効果、2次間接効果の合計が24億3,700万円となり、これがダイキンオーキッド開催による経済効果である。直接支出額に対し、1.3倍の経済効果をもたらすこととなる。

また、経済効果のうち、粗付加価値額が13億6,500万円となり、うち雇用者所得が6億2,600万円と推計された。

図表8 ダイキンオーキッドによる経済効果

	経済効果額 (生産誘発額)	粗付加価値誘発額	
		雇用者所得誘発額	
直接効果	1,559	848	408
1次間接効果	544	308	136
2次間接効果	334	209	83
総合効果(経済効果)	2,437	1,365	626
直接支出額	1,849	-	
波及効果	1.32倍(総合効果/直接支出額)		

(出所) りゅうぎん総合研究所

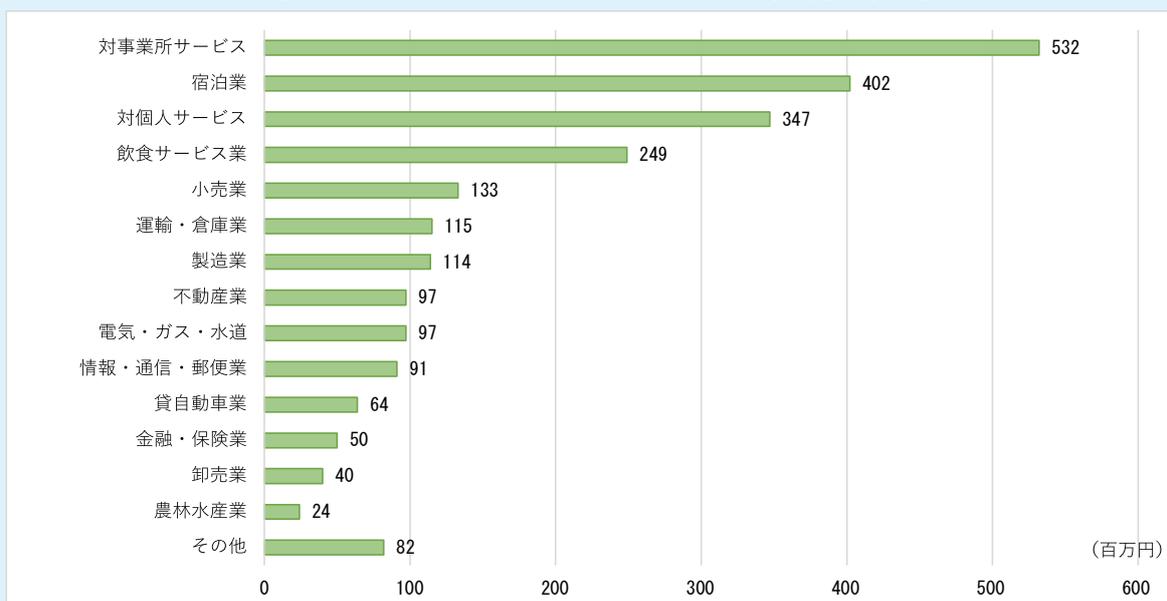
- (注)
1. 直接効果は、直接支出に県内自給率を乗じたもの(域外生産分を除くため)。
 2. 1次間接効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
 3. 2次間接効果は、直接効果、1次間接効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して再び生産を誘発する効果。
 4. 生産誘発額は、需要(直接支出)の増加により誘発された各部門の生産額の合計。
 5. 粗付加価値は、誘発された生産額の中に占める雇用者所得や営業余剰など。
 6. 端数処理により合計は合わないことがある。

(4) 産業別の経済効果

経済効果である24億3,700万円を産業別にみると、ゴルフ場使用料や広告宣伝費等の大会運営費が含まれる「対事業所サービス業」が5

億3,200万円と最も大きく、次いで「宿泊業」が4億2,000万円、「対個人サービス業」が3億4,700万円、「飲食サービス業(飲食店など)」が2億4,900万円などとなった(図表9)。

図表9 ダイキンオーキッドによる産業別経済効果



(出所) リゅうぎん総合研究所

4.おわりに

～Ever Onward with OKINAWAダイキンオーキッドの経済効果の拡大に向けた展望～

前章のとおり、第37回大会の経済効果は24億3,700万円と算出された。冬場の観光の閑散期対策として1月にサッカーキャンプ、2月に野球キャンプなどスポーツツーリズムが県内各地で進められており、大きな経済効果をもたらしているが、ダイキンオーキッドについても4日間の短い開催期間であるものの、予想を上回る効果があることがわかった。

長期間に亘り継続実施されていることもあり、大会自体の知名度並びに人気が高く、県外から多くの観客を迎え入れること、またゴルフ客の消費単価の高さも奏功した結果と考えられる。加えて同大会は、プロの試合を観戦する『観る』スポーツであるだけでなく、試合の前後に観客として来沖した人々が近隣のコースでラウンドを楽しむなど、『する』スポーツにも繋がっていることにより、地元のゴルフ場含め近隣地域の活況をもたらし、大会開催期間中のみならず、前後に行われる消費活動により生みだされる県経済への経済的効果は、更に拡大していると推測される。

イベント開催による県内への経済効果という側面からすると、観光消費額の大きい県外客の誘客並びに来場者の消費行動を促すことは非常に重要である。

実際にダイキンオーキッドの会場出入口には、ギャラリープラザとして、観客の物販や飲食用に巨大なテントが設置され、開催地である南城市の人気レストラン『カフェくるくま』の出店や、黒糖や南城アグーを使った商品など地元の特産品が販売され、地場産業をPRする工夫がなされていた。また会場である琉球ゴルフ倶楽部限定グッズや、沖縄生まれのゴルフアパレルブランド『OKINAWA GOLF CLUB』の展示販売が行われ、来場者が県産品を身に着けて会場に色を添え、イベントムードを盛り上げている様子がみられた(写真)。

このような形で、地元の飲食店や土産品店、並びにグッズ販売店が充実していることで、スポーツイベントそのものが彩られ、更なる集客効果が期待される。県内で開催されるプロ野球春季キャンプなどの他のスポーツイベントにおいても、同様の仕組みづくりをすることが望まれよう。

【写真】買い物客で賑わうギャラリーブラザの様子



(出所) 筆者撮影

今後、ダイキンオーキッド開催による経済効果の更なる拡大を目指すにあたっては、以下2点の検討が可能である。1点目は会場におけるアンケート調査の実施である。年齢や性別、出身地等の来場者の属性や、来場目的や課題等の詳細な情報を集めることで、変化の大きい時代において、来場者の嗜好を把握することが可能になるほか、新たな客層の獲得に向けたマーケティングにも有効であろう。

2点目は関連イベント等の一部有償化である。例えば、'推し'の選手のスタートを間近で見られる特別席の一部有償販売や、現在は学生に社会貢献の一環として提供されているトーナメント運営の裏側の案内を、一般客に向けて有償の限定ツアーとして販売するなど、ヒト消費やコト消費をターゲットにした付加価値を商品化することが考えられる。またこのような取り組みで得られた収益についても、オーキッドバウンティ等を通じて、県内の意義深い取り組みの支援につないでいくことも可能であろう。

本レポートにおいては、ダイキンオーキッドのこれまでのあゆみを振り返り、大会開催によりもたらされる経済効果を算出した。経済効果については、各年の来場者数等により異なるものの、37年間継続開催されており、毎年繰り返し一定の効果が生み出され続けている点は、特筆すべきであろう。また、経済効果の数字には表れないものの、オーキッドバウンティのみならず、ポスターコンテストやアマチュア大会などを通じて、沖縄県内の若年層の育成を支援し続けていることは、沖縄県民に広く知らしめたい社会的効果である。加えて沖縄の観光業界の課題とされる観光需要の年間平準化や消費額の向上についても、定着イベントとして貢献度が高く、沖縄県において同大会の存在意義は大きい。

沖縄の発展に寄与し歴史を紡いできたダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメントが、これからも県民一同に愛されながら発展し、ともに沖縄県の未来をつくりあげていくことを希望する。(以上)

(参考) 第37回ダイキンオーキッドによる経済効果 24部門表

単位：百万円	経済効果計			粗付加 価値額	雇用者 所得	
	直接効果	1次間接 波及効果	2次間接 波及効果			
農林水産業	24	0	19	5	9	6
製造業	114	23	66	25	39	16
建設業	4	0	3	1	2	1
電気・ガス・水道	97	0	77	20	52	16
卸売業	40	7	24	9	37	22
小売業	133	69	20	44	72	40
金融・保険業	50	0	26	24	38	18
不動産業	97	0	18	79	79	6
運輸・倉庫業	115	79	23	13	60	31
旅行・その他旅行附帯サービス	23	1	21	1	10	2
情報・通信・郵便業	91	0	69	22	52	24
公務	2	0	0	2	1	1
教育・研究	8	0	2	6	7	6
医療・福祉	18	0	0	18	11	9
会員制企業団体	7	0	6	1	4	3
対家計民間非営利団	3	0	0	3	1	1
貸自動車業	64	39	24	1	39	7
物品賃貸業（除く貸自動車）	12	0	11	1	8	1
対事業所サービス	532	404	108	20	334	186
宿泊業	402	401	0	1	190	69
飲食サービス業	249	223	8	18	104	68
対個人サービス	347	313	15	19	216	93
事務用品	5	0	4	1	0	0
分類不明	0	0	0	0	0	0
合計	2,437	1,559	544	334	1,365	626

(出所) リゅうぎん総合研究所

(補足) 経済効果を求める式 (投入モデル) は以下の通りである

$$\begin{aligned} \Delta X 1 &= \{ I - (I - M) A \}^{-1} (I - M) \Delta F \\ \Delta X 2 &= \{ I - (I - M) A \}^{-1} (I - M) c k w \Delta X 1 \\ \Delta X &= \Delta X 1 + \Delta X 2 \end{aligned}$$

$\Delta X 1$: 生産誘発額 (直接効果 + 1次間接波及効果)

$\Delta X 2$: 生産誘発額 (2次間接波及効果)

ΔX : 経済波及効果 (直接効果 + 1次間接波及効果 + 2次間接波及効果)

I : 単位行列

A : 投入行列係数

M : 移輸入係数

ΔF : 最終需要増加額 (生産額)

c : 民間消費支出構成比

k : 消費転換係数

w : 雇用者所得率

- 1 ダイキン工業株式会社HP「沖縄と本土を結ぶ活動の歴史」<https://www.daikin.co.jp/orchid/ayumi/history>
- 2 産経新聞2017.3.18「本土と沖縄、経済人の絆育くんだ「ダイキン・オーキッド・レディーズ」が30年の節目を迎える」
<https://www.sankei.com/article/20170308-JQFXOWYV6RINZHTFQJ2VCOTZ4E/>
- 3 日本経済新聞2023.3.16「ダイキン工業、ゴルフ大会に秘めた創業者の宿題」
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGH069NR0W3A300C2000000/>
- 4 社会(Social)に対して良い(Good)インパクトを与える活動・サービス・製品などの総称(<https://www.asahi.com/sdgs/article/15005481>)
- 5 総務省HP「産業連関表とは」https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/t_gaiyou.htm

特集 2

調査レポート 県産品利用実態アンケート 調査にみる製造業振興 に向けた課題と提言



りゅうぎん総合研究所
研究員

米 須 唯

要 旨

- ・ 沖縄県の産業構造をみると、第三次産業が突出している一方、製造業をはじめとした第二次産業のウエイトは小さく、県内総生産に占める製造業の割合は4.3%に留まる。また、県内製造業における一人あたり付加価値額は全国の約5割程度の水準となっており、生産性の低さが課題となっている。
- ・ 産業連関表から県内製造業の資金循環構造をみると、総供給の約7割を移輸入に依存しており、純移輸出額（移輸出－移輸入）は1兆2,236億円の移輸入超過（赤字）である。加えて、生産工程における資金循環率は60.2%、県外への漏出率は39.8%と試算され、中間投入（原材料）においても県外からの調達割合が大きく、多くの所得が県外へ漏出している状況であることが分かった。
- ・ 製造業における自給率および資金循環率の低さは、沖縄経済が「ザル経済」や「漏れバケツ」などと揶揄される所以であり、製造業の発展支援ならびに県産品の優先使用による自給率向上は沖縄経済発展の重要なベースである。
- ・ これらを踏まえ、県内製造業の自給率が1%上昇した場合に県経済へ与える生産誘発効果（経済効果）を測定すると、325億14百万円と試算された。うち生産活動の拡大に伴う粗付加価値額（営業余剰・賃金）は132億62百万円となり、雇用者所得が61億23百万円と推計された。製造業の自給率上昇は製造

業事業者のみならず他の産業への生産誘発効果や県民所得向上への貢献など沖縄経済へもたらす影響は大きい。

- ・ 県内主要製造業者へ実施した「県産品利用実態アンケート調査」では、県内製造業の発展にあたり“県産品優先使用”を訴える声が多く、業界における課題として共通認識されていることが分かった。また、経営課題として「仕入価格上昇」、「人手不足」、「諸経費上昇」などが挙げられた。ヒアリング調査では、県産品の認知度の低さや他産業との連携強化、電気料金の負担が課題として浮き彫りとなった。
- ・ これらのアンケートおよびヒアリング調査結果や県内製造業に関する分析結果を踏まえ、製造業発展に向けて取り組むべき事項として、①生産性向上に向けた沖縄県と沖縄県工業連合会の連携強化、②一次産業振興のための取り組み強化、③県産品優先使用についての条例制定、④県産品の周知活動強化、⑤工業振興目的税（仮称）創設による電気料金支援、の5項目について提言した。
- ・ いずれの取り組みも県民、事業者、関係団体、自治体が県内製造業の重要性を理解し協働していくことが求められる。本レポートが、県内製造業の重要性について考えるきっかけとなり、製造業の発展、ひいては沖縄県経済の拡大へとつながる一助となることに期待したい。

1. はじめに

沖縄県の産業構造をみると、第三次産業が突出している一方、製造業をはじめとした第二次産業のウエイトは小さく、県内総生産に占める製造業の割合は4.3%に留まる（令和3年度、名目）。また、県内各産業の生産額比率を全国と比較した特化係数（全国平均と同じ場合は1.0）をみると、製造業は0.26となっている（2015年沖縄県産業連関表）。行政に

よる製造業振興策や沖縄県工業連合会による「県産品奨励運動」、「沖縄の産業まつり」などの取り組みにもかかわらず、その脆弱性はあらゆる指標からみて明らかである。

沖縄経済はコロナ禍による停滞はあったものの、中期的に見ると観光関連産業をリーディング産業として拡大しており、今後も拡大が見込まれる。また、建設業においては、防衛関連予算の増加等を背景に堅調に推移してい

る。

このような状況を踏まえ、本レポートでは沖縄県工業連合会の協力を得て県内主要製造業者にアンケート調査を実施し、製造業者が抱える課題等について整理した上で、他産業との連携による製造業の更なる発展に向けた方策等について検討した。

なお、本レポートでは取り上げていないが、沖縄県の製造業が全国に立ち遅れている歴史的背景等については、琉球銀行調査部編「戦後沖縄経済史」や牧野浩隆「再考 沖縄経済」などに詳しい。

2. 製造業の位置付け

(1) 沖縄経済における位置づけ

沖縄県の製造品出荷額の推移をみると、2014年ごろまで増加基調であったものの、15年以降減少傾向にあり、21年は4,599億円（前年比▲2.0%減）となった（図表1）。また、県内製造業においては零細・小規模事業者が多く、一人あたり付加価値額は全国の約5割程度の水準にとどまっており、いわゆる“生産性の低さ”が指摘されて久しい（図表2、3）。

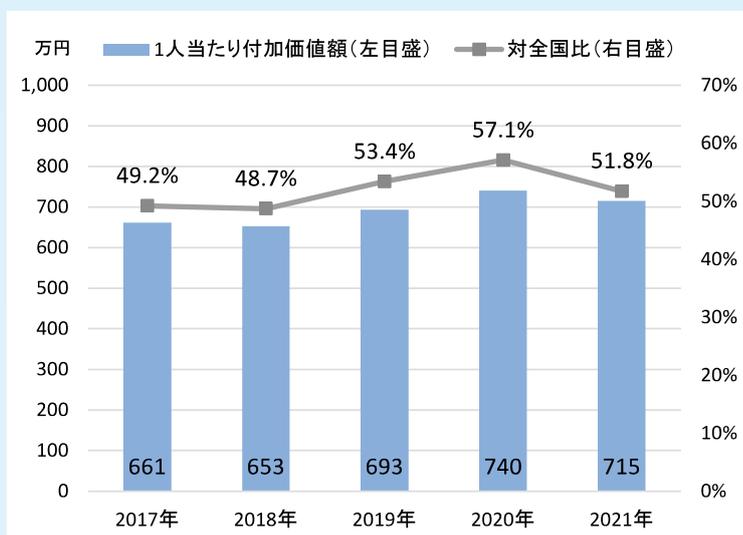
以下では、まず①県内総生産、②雇用の状況から県経済における製造業の位置付けについて確認した上で、産業連関分析により製造業の実態を明らかにする。

図表1 沖縄県の製造品出荷額の推移

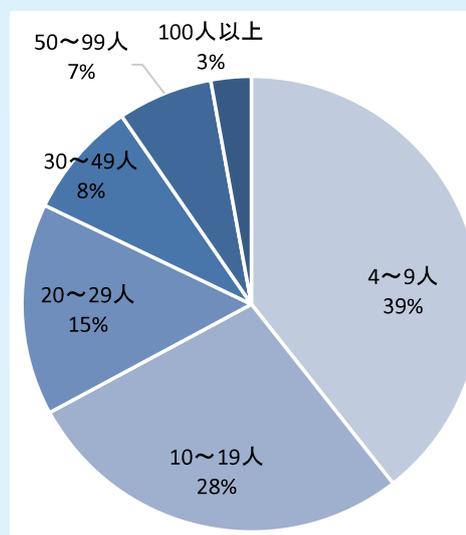


出所：沖縄県工業統計調査、経済センサス活動調査、経済構造実態調査よりりゅうぎん総研作成

図表2 沖縄県内製造業の労働生産性



図表3 従業員数規模別製造業事業者



出所：図表2、3ともに沖縄県工業統計調査、経済センサス活動調査、経済構造実態調査よりりゅうぎん総研作成

(参考) 沖縄県内製造業の主要指標

	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
事業所数(所)	1,118	1,113	1,058	835	978
※表示翌年の数値(注3)	0.2%	△0.4%	△4.9%	△21.1%	17.1%
従業員数(人)	26,042	26,706	25,359	22,986	23,166
※表示翌年の数値(注3)	5.2%	2.5%	△5.0%	△9.4%	0.8%
製造品出荷額(百万円)	479,865	498,563	485,909	469,427	459,905
	7.0%	3.9%	△2.5%	△3.4%	△2.0%
付加価値額(百万円)	172,140	174,349	175,846	170,201	165,682
	5.6%	1.3%	0.9%	△3.2%	△2.7%
原材料使用額等(百万円)	271,371	285,339	271,930	248,029	258,006
	9.3%	5.1%	△4.7%	△8.8%	4.0%
現金給与総額(百万円)	72,914	77,844	76,442	69,804	71,823
	7.1%	6.8%	△1.8%	△8.7%	2.9%

(注) 1. 下段は前年比増減率。
 2. 2020年の数値は「2021年経済センサス活動調査」、2021年の数値は「2022年経済構造実態調査」
 3. 事業所数、従業者数については表示翌年6月1日現在、他項目は表示年(1月～12月実績)の数値。
 4. 付加価値額について、従業者29人以下は粗付加価値額。
 (資料) 経済産業省「工業統計調査」「経済構造実態調査」、総務省統計局「2021年経済センサス活動調査」

① 県内総生産

県内総生産とは、県内における各産業の生産活動により、1年間のうちに生み出された財やサービスの付加価値額の総額であり、国のGDPに該当する重要な指標である。

沖縄県「県民経済計算」によると、2021年度の県内総生産は、名目4兆3,739億円(実質4兆2,375億円)となり、前年度比3.4%増(実質3.2%増)の経済成長率となった(図表4)。この間、就業者数も増加しており、コロナ収束に伴い社会経済活動が正常化するなかで、県経済の規模が拡大傾向にあることに

起因していると考えられる。

一方、内訳をみると、製造業の生産額は1,869億円(前年度比▲8.7%減)と、全体の僅か4.3%に留まる。全国では、GDPの約2割を製造業が占めていることから、沖縄県経済におけるウエイトの低さは明らかである。

また、県内総生産を構成する各産業の生産額が全体にどれほどの影響を与えているかを示す寄与度をみると、製造業は▲0.4%と県内総生産に対しマイナスに寄与している。

図表4 県内総生産(生産側、名目値)

項目	実数(百万円)	前年度比(%)	構成比(%)	寄与度(%)
1. 農林水産業	49,922	7.1	1.1	0.1
2. 鉱業	8,842	2.1	0.2	0.0
3. 製造業	186,949	▲8.7	4.3	▲0.4
4. 電気・ガス・水道・廃棄物処理業	173,980	▲6.5	4.0	▲0.3
5. 建設業	489,119	15.9	11.2	1.6
6. 卸売・小売業	404,049	5.5	9.2	0.5
7. 運輸・郵便業	188,130	▲2.0	4.3	▲0.1
8. 宿泊・飲食サービス業	113,087	2.0	2.6	0.1
9. 情報通信業	174,145	▲2.9	4.0	▲0.1
10. 金融・保険業	154,894	3.2	3.5	0.1
11. 不動産業	556,102	1.4	12.7	0.2
12. 専門・科学技術、業務支援サービス業	445,225	5.3	10.2	0.5
13. 公務	426,232	1.8	9.7	0.2
14. 教育	256,910	3.6	5.9	0.2
15. 保健衛生・社会事業	551,637	3.9	12.6	0.5
16. その他のサービス	222,862	7.6	5.1	0.4
17. 小計	4,402,085	3.4	100.6	3.4
18. 輸入品に課される税・関税	16,265	7.3	0.4	0.0
19. (控除)総資本形成に係る消費税	44,441	▲1.5	1.0	0.0
20. 県内総生産(17+18-19)	4,373,909	3.4	100.0	3.4

出所：沖縄県R3県民経済計算よりりゅうぎん総研作成

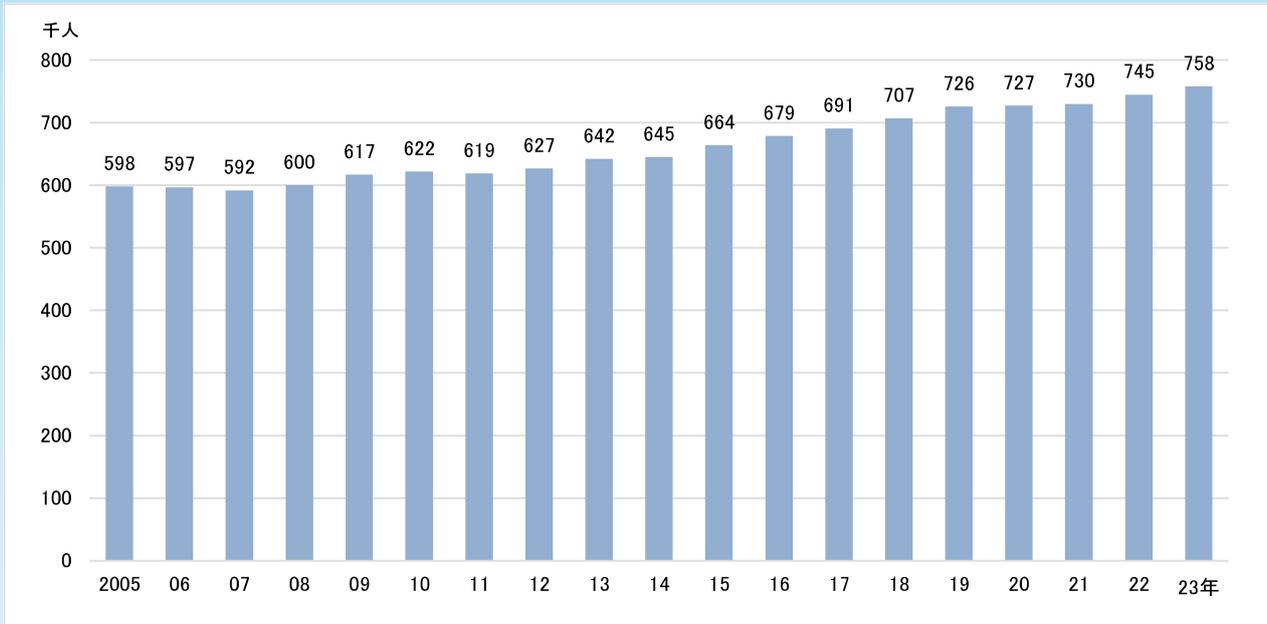
② 就業者数

続いて、県内の就業者数の推移をみると、2012年以降一貫して増加傾向が続いており、2023年は75万8千人となった（図表5）。産業別の就業構造をみると、全産業に占める製造業比率は05年の5.7%から23年には

4.4%にまで減少している（図表6）。

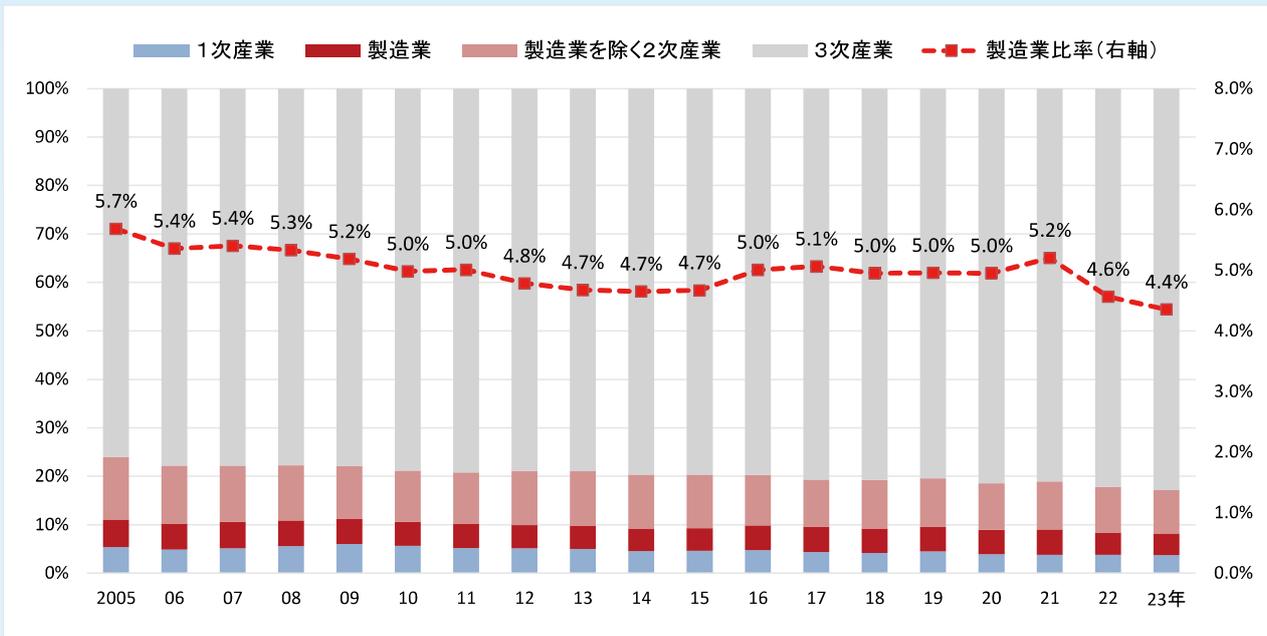
沖縄県の産業構造の特徴として、観光をはじめとする第三次産業のウエイトが高く、製造業を含む第二次産業のウエイトは全国と比べて著しく低い点が挙げられるが、雇用という側面においても同様の傾向が示されている。

図表5 就業数の推移（沖縄県、年平均）



出所：沖縄県「労働力調査」よりりゅうぎん総研作成

図表6 産業別の就業構造（沖縄県、年平均）



出所：沖縄県「労働力調査」よりりゅうぎん総研作成

(2) 産業連関分析にみる製造業の状況

産業連関表とは、一定期間内（通常1年間）にある地域で行われた各産業間による財やサービスの経常的な取引（生産・販売の実態）を行列形式で表にまとめた加工統計である。

各産業は他の産業から原材料や燃料などを購入し、これらを加工して新たな財・サービスを生産し、さらにそれを別の産業に対して販売する。購入した産業は、それらを原材料として再び新たな財・サービスを生産する。産業連関表は、このような財・サービスの「購入→生産→販売」という産業相互間の連鎖的なつながりを一覧表にしたものであり、地域内における経済循環の流れを示している。ここでは、本レポート執筆時点（2024年6月）で最も新しい2015年沖縄県産業連関表を用いて沖縄県の経済構造の実態を明らかにするとともに、製造業の資金循環構造についてみていく。

① 沖縄県経済の全体像

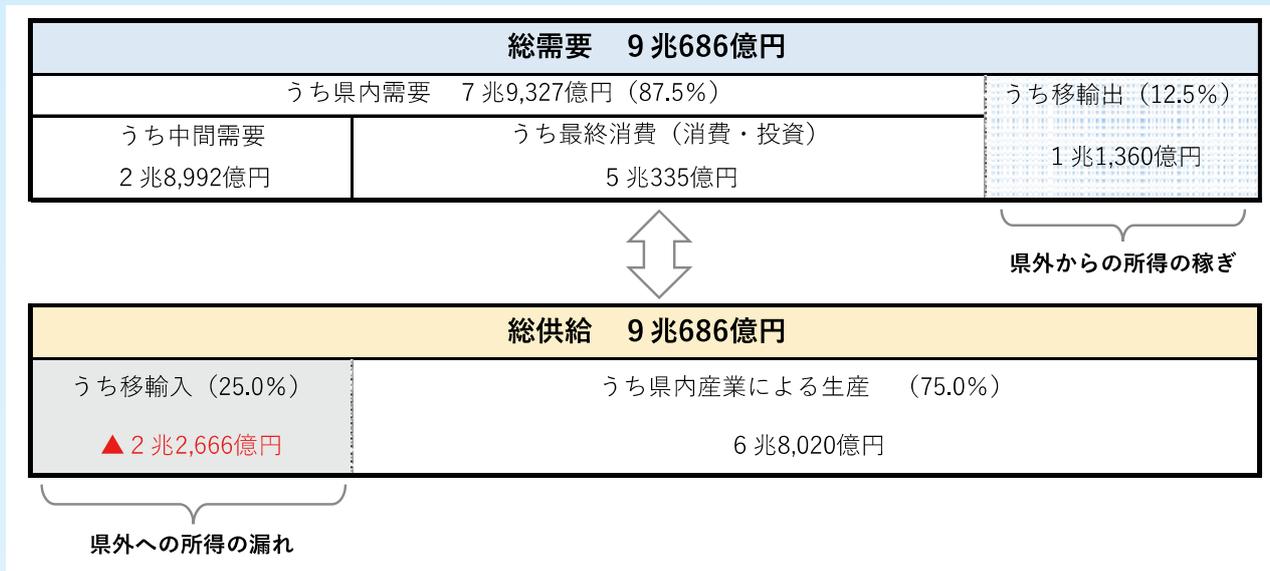
ア. 資金循環構造

2015年沖縄県産業連関表からみた当県の資金循環構造を図表7に示した。産業連関分析においては、需給バランスの均衡「総需要＝総供給」が前提であるため、総需要および総供給は9兆686億円となり、これが沖縄県の経済規模である。

需要側をみると、県内での生産・消費・投資活動に必要な県内需要が7兆9,327億円（87.5%）となり、県外からの所得の稼ぎとなる移輸出が1兆1,360億円（12.5%）となっている。

一方、供給側をみると、県内各産業による財やサービスの総生産額は6兆8,020億円（75.0%）であり、残りの2兆2,666億円（25.0%）を県外からの移輸入で賄っており、これが県外への所得の漏れにあたる。また、移輸出額から移輸入額を差し引いた純移輸出額（域際収支）は1兆1,306億円の移輸入超過であり、移輸入依存型の経済構造であることが分かる。

図表7 産業連関表からみた沖縄県経済の需給構造



出所：H27年沖縄県産業連関表 14部門表よりりゅうぎん総研作成

イ. スカイライン分析による経済構造の可視化

県内の需要を満たすため、県内各産業がどの程度の生産活動を行い、またどの程度を移輸出入に依存しているのかという県経済の産業構造を把握するため、産業連関表をもとにしたスカイライングラフにより、産業部門別（14部門）に沖縄県の経済構造を可視化した（図表8）。

グラフの横軸は県内生産額の構成比を表しており、生産が少ないと横幅は狭く（細く）、

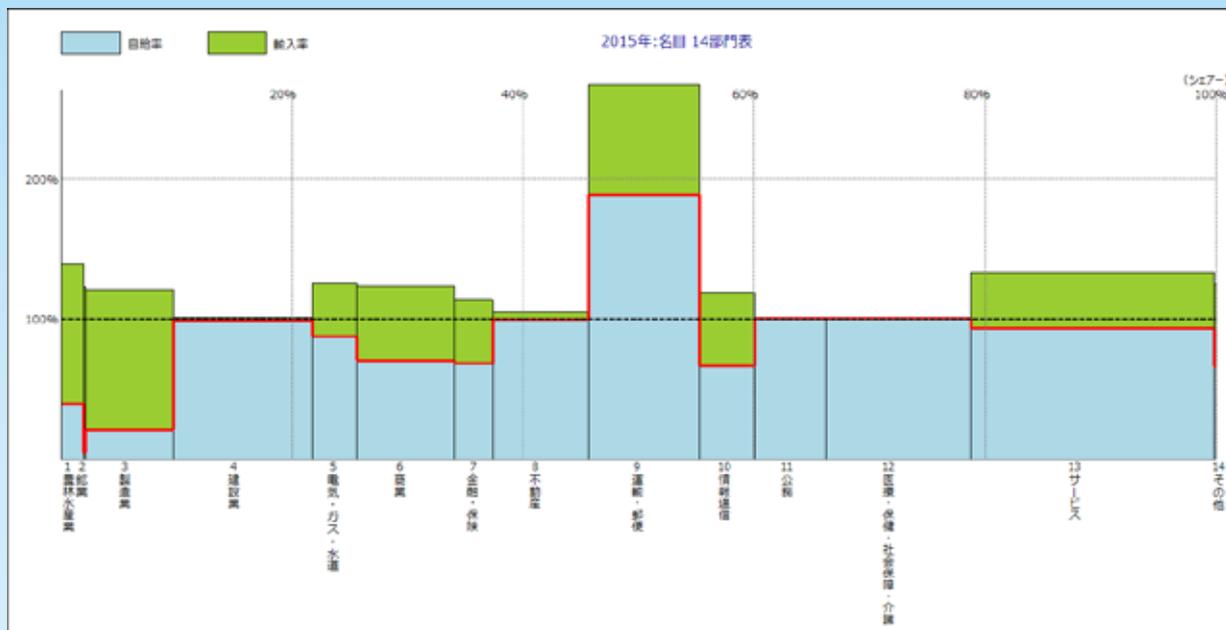
多いと広く（太く）なる。また、縦軸は県内最終需要を100とした場合の移輸出入の比率を表しており、100を下回ると需要に対する県内生産比率が低い（＝自給率が低い）ことを意味する。

グラフをみると、第一次産業は自給率が100を大きく下回り、横幅は狭いことから供給の多くを移輸入に依存していることが分かる。第二次産業においても、鉱業や製造業で自給率が低く、全体に占める生産額のウエイ

トは小さい。一方、当県の基幹産業である第三次産業は自給率が100に近い産業が多く、

生産額のウェイトが大きくなっていることが分かる。なお自給率については後述する。

図表8 スカイライングラフからみる沖縄県の経済構造



出所：H27年沖縄県産業連関表14部門表よりりゅうぎん総研作成

(参考) 2015年沖縄県産業連関表 単位：百万円

需要部門 (買い手)		中間需要					最終需要			県内生産額 A+B+C+D
		01農林水産業	02鉱業	03製造業	...	内生部門計 A	消費・投資 B	移輸出 C	(控除) 輸移入 D	
供給部門 (売り手)	01農林水産業	28,912	0	44,373	...	92,710	29,516	53,352	-44,005	131,573
	02鉱業	1	8	46,705	...	87,289	-5,063	4,221	-74,701	11,746
	03製造業	31,443	1,817	165,998	...	1,007,391	735,574	117,970	-1,341,548	519,387

	内生部門計	82,537	4,759	343,661	...	2,899,196	5,033,485	1,135,943	-2,266,609	6,802,015
粗付加価値	家計外消費支出	1,918	381	6,642	...	128,713				
	雇用者所得	32,239	2,585	71,728	...	2,152,141				
				
	粗付加価値部門計	49,036	6,987	175,726	...	3,902,819				
県内生産額		131,573	11,746	519,387	...	6,802,015				

出所：H27年沖縄県産業連関表14部門取引基本をりゅうぎん総研が一部簡略化

補注：縦(列)方向は各産業の投入構造、横(行)方向は各産業が生産した財・サービスの販路構成を示している

②製造業の概況

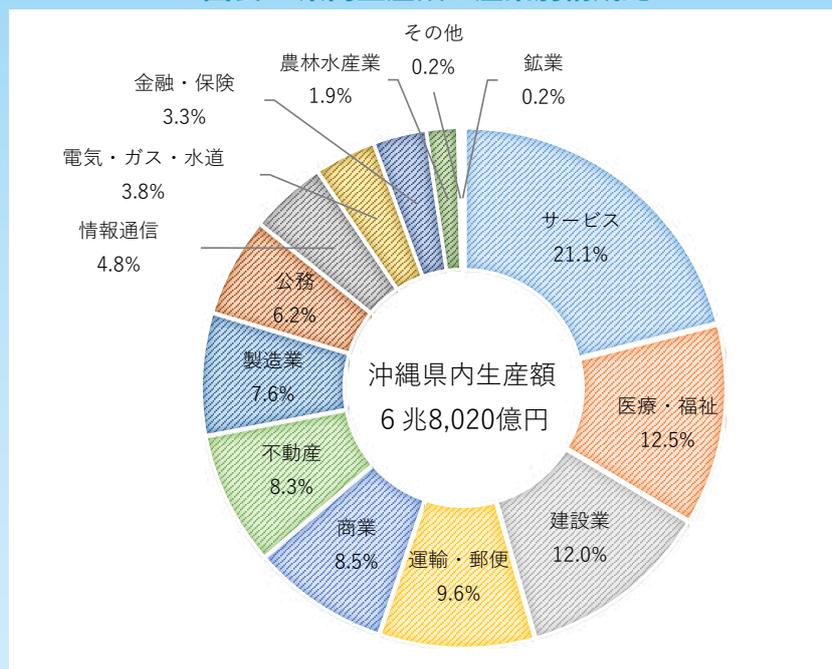
ア. 生産額・特化係数

県内生産額を産業別(14部門)にみると、最も大きいのがサービス業で1兆4,328億円(21.1%)、次いで医療・福祉が8,512億円(12.5%)、建設業8,181億円(12.0%)、運

輸・郵便6,537億円(9.6%)などの順となっており、構成比はいずれも全国の水準を上回る高い割合を示している(図表9、10)。

一方、製造業の生産額は5,194億円で構成比は7.6%と全国の29.8%を大きく下回っている。

図表9 県内生産額の産業別構成比



出所：H27年沖縄県産業連関表14部門取引基本をもとにりゅうぎん総研作成

図表10 生産額の産業別構成比（沖縄、全国）単位：百万円、%

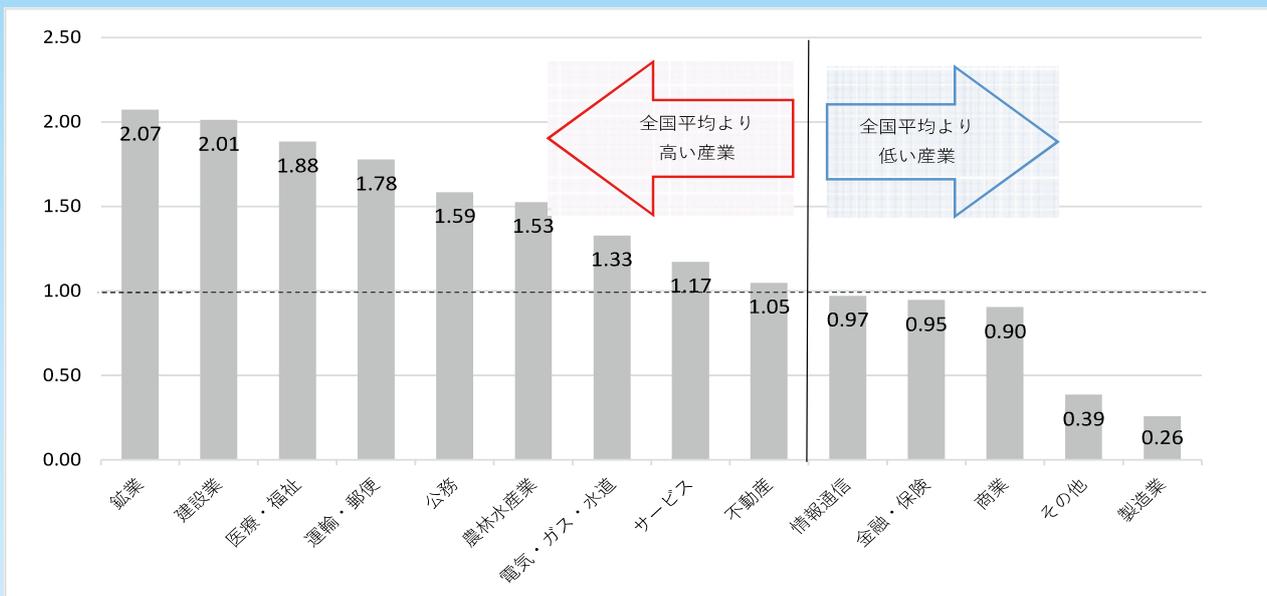
部門名	沖縄県		全国
	生産額	構成比	構成比
01 農林水産業	131,573	1.9	1.3
02 鉱業	11,746	0.2	0.1
03 製造業	519,387	7.6	29.8
04 建設業	818,083	12.0	6.0
05 電気・ガス・水道	259,154	3.8	2.9
06 商業	576,736	8.5	9.4
07 金融・保険	223,994	3.3	3.5
08 不動産	565,997	8.3	7.9
09 運輸・郵便	653,653	9.6	5.4
10 情報通信	324,577	4.8	4.9
11 公務	421,061	6.2	3.9
12 医療・福祉	851,207	12.5	6.6
13 サービス	1,432,765	21.1	17.9
14 その他	12,082	0.2	0.5
産業計	6,802,015	100.0	100.0

出所：H27年沖縄県産業連関表14部門取引基本をもとにりゅうぎん総研作成

続いて、産業別の特化係数を確認する。特化係数とは、沖縄県の県内生産額の構成比を全国の構成比で除した値であり、全国が1.0となることから1.0を超える産業は当県の特化した産業といえる。

県内産業ごとの特化係数をみると、鉱業が2.07で最も高く、次いで建設業が2.01と第二次産業が特化しているなか、製造業は0.26と最も低くなっている（図表11）。

図表 11 産業別特化係数



出所：H27年沖縄県産業連関表14部門表よりりゅうぎん総合研究が作成

イ. 製造業の資金循環構造

産業連関表から県内製造業の資金循環構造をみると、総需要および総供給は1兆8,609億円となっており、これが県内製造業の経済規模となる(図表12)。

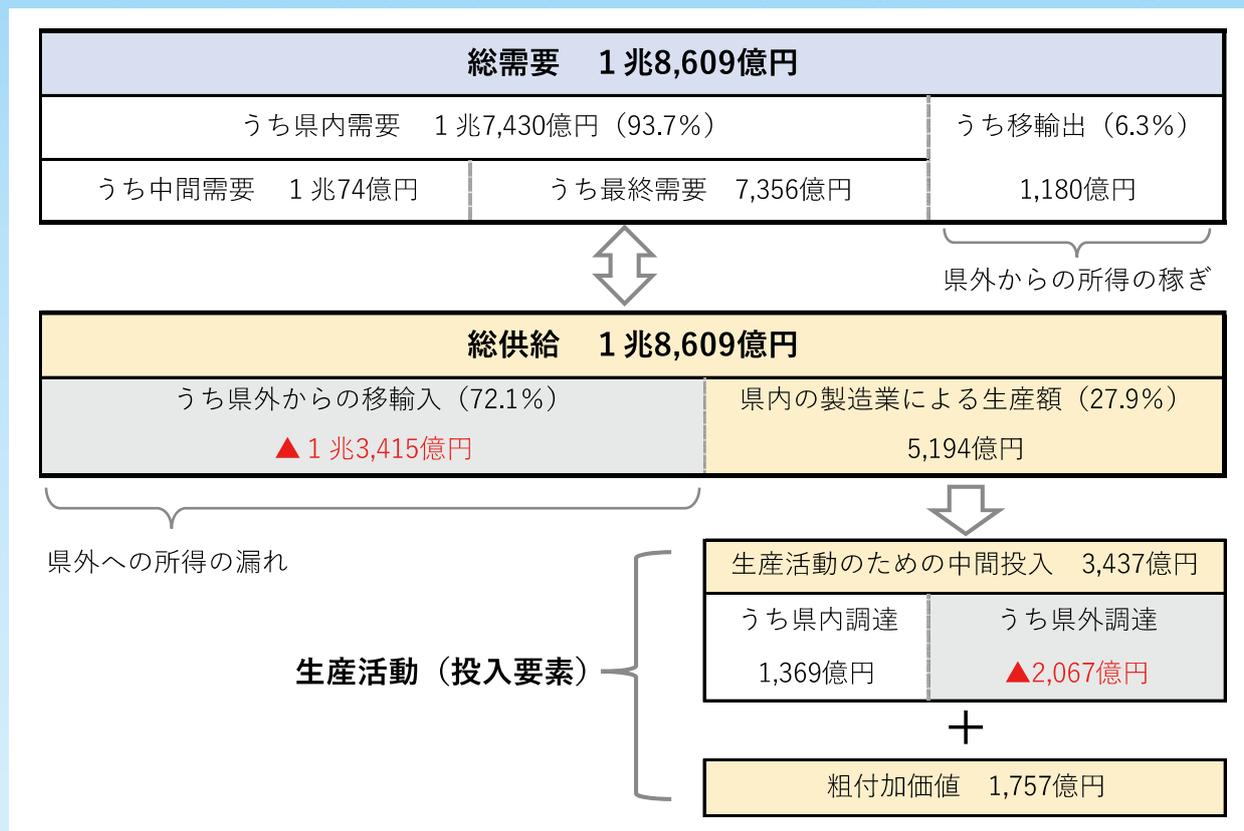
需要側をみると、総需要に占める県内需要が1兆7,430億円(93.7%)、県外需要(移輸出)が1,180億円(6.3%)となっている。供給側をみると、県内での生産が5,194億円(27.9%)であり、県内生産で賅うことのできない1兆3,415億円(72.1%)を県外からの移輸入に依存していることが分かる。県外からの稼ぎとなる移輸出は1,180億円であるが、純移輸出額(移輸出-移輸入)は1兆2,236億円の移輸入超過(赤字)である。

続いて、生産工程における県内での資金循

環率および漏出率を試算する(図表12の下部)。原材料や燃料等の中間投入額から県外調達分を差し引き、付加価値を加えた3,126億円((中間投入3,437億円-県外調達2,067億円)+粗付加価値1,757億円=3,126億円)が県内で循環する資金であり、生産額に対する循環率は60.2%、県外への漏出率は39.8%となる。

以上より、製造業は総供給の約7割を移輸入に依存していることに加え、生産工程における原材料(中間投入)においても県外からの調達割合が大きく、多くの所得が県外へ漏出している状況である。地域内での資金循環は、県民所得の増加を誘発する。つまり、県民所得の向上という観点からも、域内循環率の向上は極めて重要であると言える。

図表 12 沖縄県産業連関表（2015）からみた製造業の資金循環構造のイメージ図



出所：H27年沖縄県産業連関表14部門表よりリゅうぎん総研作成

ウ. 自給率上昇による効果測定

先にも述べた通り、産業連関分析においては、需給バランスの均衡が前提となる。しかし、供給を賄うための生産活動はすべてが県内で行われているわけではないため、発生した需要に対し県内各産業の自給率を乗じて、県内にどれだけの資金が落ちたのかを算出する必要がある。

例えば、ある製品の県内自給率が70%であれば、残りの30%を他地域に依存しており、所得が県外へ漏出していることを意味する。このように、経済循環構造の把握において自給率は重要な指標であり、これが「県産品」優先使用（地産地消）が推奨される理由のひとつである。

県内製造業の自給率を業種別にみると、「窯業・土石製品」(61.4%)、「金属製品」(45.9%)、「食料品・たばこ・飲料」(38.7%)、「鉄鋼

(36.8%)などの産業で比較的高くなっているものの、サービス業をはじめとする第三次産業などと比較すると、自給率の低さは明らかである(図表13)。また、製造業の各業種において全産業の平均値である71.4%を上回る業種は存在しない。

このように、製造業を中心とした自給率の低さや、イ.でみた生産工程における県内の資金循環率の低さは、沖縄県経済が「ザル経済」や「漏れバケツ」などと揶揄される所以であり、製造業の発展支援および県産品の優先使用による自給率向上は県経済発展の重要なベースとなる。

これらを踏まえ、以下では県内製造業の自給率が1%上昇した場合に県経済へ与える生産誘発効果(経済効果)を測定することで、自給率上昇の重要性を定量的に検証する。

図表 13 産業別 県内自給率 (35 部門)

	産業	自給率		産業	自給率
01	農業	63.3%	22	電気・ガス・熱供給	99.0%
02	林業	30.7%	23	水道・廃棄物処理	99.4%
03	漁業	83.3%	24	商業	69.3%
04	鉱業	9.2%	25	金融・保険	77.5%
05	食料品・たばこ・飲料	38.7%	26	不動産	98.5%
06	繊維製品	0.4%	27	運輸・郵便	58.8%
07	製材・木製品・家具	8.5%	28	情報通信	70.8%
08	パルプ・紙・紙加工品	14.5%	29	公務	100.0%
09	化学製品	2.4%	30	教育・研究	91.1%
10	石油製品・石炭製品	20.6%	31	医療・保健・社会保障・介護	100.0%
11	窯業・土石製品	61.4%	32	その他の公共サービス	95.2%
12	鉄鋼	36.8%	33	対事業所サービス	73.2%
13	非鉄金属	4.7%	34	対個人サービス	83.4%
14	金属製品	45.9%	35	その他	99.5%
15	一般機械	0.9%	全産業 (平均値)		71.4%
16	電気機械	1.9%			
17	輸送機械	20.0%			
18	精密機械	8.4%			
19	その他の製造工業製品	18.7%			
20	建築及び補修	99.6%			
21	土木建設	100.0%			

出所：H27 年沖縄県産業連関表 35 部門表よりリゅうぎん総研作成。
※網掛け部分が製造品

■ 自給率上昇による波及効果測定

【仮定条件】

- ① 自給率が 1% 上昇 (= 移輸入率 1% 低下) した場合、「減少した移輸入分が県産品へシフトすることによる需要増加」を「県内生産額の増加」と捉え、これを直接効果 (新たに発生する需要) とする。
 - ② 産業連関表の内生部門 (県内各産業における需要構造や投入構造など) は変化しないと仮定する
- ※注 県産品需要増加による生産活動の拡大に伴い内生部門は当然に変化していくものと考えられるが、ここでは短期的には産業構造は変化しないこととした

上記の条件のもと、製造業における自給率が 1% 上昇した場合の最終需要額を算出すると計 174 億 30 百万円となり、これが県産品

に対する需要増加額 (直接効果) となる (図表 14)。

図表 14 自給率上昇による県産品需要増加額の推計 (単位：百万円)

	2015 年沖縄県産業連関表の原数値				製造業の自給率が 1.0% 上昇した場合			
	県内需要 A	移輸入額 B	移輸入率 C=B/A	自給率 1-C	自給率+1%	移輸入率 D	移輸入額 E A×D	県産品需要増加額 -(B-E)
食料品・たばこ・飲料	395,149	-242,048	61.3%	38.7%	39.7%	60.3%	-238,097	3,951
繊維製品	41,215	-41,044	99.6%	0.4%	1.4%	98.6%	-40,632	412
製材・木製品・家具	40,684	-37,239	91.5%	8.5%	9.5%	90.5%	-36,832	407
パルプ・紙・紙加工品	33,470	-28,612	85.5%	14.5%	15.5%	84.5%	-28,277	335
化学製品	146,344	-142,794	97.6%	2.4%	3.4%	96.6%	-141,331	1,463
石油製品・石炭製品	193,668	-153,730	79.4%	20.6%	21.6%	78.4%	-151,793	1,937
窯業・土石製品	70,710	-27,314	38.6%	61.4%	62.4%	37.6%	-26,607	707
鉄鋼	59,519	-37,626	63.2%	36.8%	37.8%	62.2%	-37,031	595
非鉄金属	16,129	-15,364	95.3%	4.7%	5.7%	94.3%	-15,203	161
金属製品	127,353	-68,930	54.1%	45.9%	46.9%	53.1%	-67,656	1,274
一般機械	90,599	-89,771	99.1%	0.9%	1.9%	98.1%	-88,865	906
電気機械	165,357	-162,136	98.1%	1.9%	2.9%	97.1%	-160,482	1,654
輸送機械	211,484	-169,236	80.0%	20.0%	21.0%	79.0%	-167,121	2,115
精密機械	25,847	-23,682	91.6%	8.4%	9.4%	90.6%	-23,424	258
その他の製造工業製品	125,437	-102,022	81.3%	18.7%	19.7%	80.3%	-100,768	1,254
合計	1,742,965	-1,341,548					-1,324,118	17,430

出所：H27 年沖縄県産業連関表 35 部門表よりリゅうぎん総研作成

■ 測定結果

上記で求めた県産品に対する需要増加額（直接効果）をもとに生産誘発額を試算する。まず、製造業に対する新たな需要が発生することで、製造業だけでなく、当該産業に原材料やサービス等を提供する他の産業の生産を誘発する。これが1次間接効果であり、116億49百万円となる（図表15）。さらに、直接効果と1次間接効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、家計の消費支出を増加させ、関連する各産業の生産を誘発していく。これが2次間接効果であり、34億21百万円となる。

これらの直接効果、1次間接効果、2次間接効果の合計が325億14百万円となり、これが製造業の自給率が1%上昇したことによる生産誘発額（経済効果）である。また、生産活動の拡大に伴う粗付加価値額（営業余剰や賃金）は132億62百万円となり、うち雇用者所得が61億23百万円と推計された。

製造業の自給率上昇は、製造業事業者のみならず他の産業への生産誘発効果や県民所得上昇への貢献など、県経済へもたらす影響は大きいことが分かる。

図表 15 自給率1%上昇による生産誘発効果（経済効果）測定結果

単位：百万円	経済効果額 (生産誘発額)	粗付加価値誘発額	
		雇用者所得誘発額	
直接効果	17,430	6,031	2,849
1次間接波及効果	11,649	5,106	2,400
2次間接波及効果	3,421	2,125	874
生産誘発額	32,514	13,262	6,123
波及効果倍率	1.87倍（総合効果 / 直接支出額）		

(出所) リゅうぎん総合研究所

- (注) 1. 通常、移輸入分を除くため需要増加額に自給率を乗じて直接効果を求めるが、ここでは「自給率上昇分の県内需要増加額」による生産誘発額を測定するため、自給率を乗じていない。
 2. 1次間接効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
 3. 2次間接効果は、直接効果、1次間接効果によって誘発された雇用者所得が家計消費を通して再び生産を誘発する効果。
 4. 粗付加価値は、誘発された生産額の中に占める雇用者所得や営業余剰など。
 5. 端数処理により合計は合わないことがある。

(参考) 自給率1%上昇による生産誘発効果（経済効果）35部門別

単位：百万円	生産誘発額 (経済波及効果)	粗付加価値額	
		雇用者所得額	
01 農業	941	323	240
02 林業	10	6	3
03 漁業	40	23	7
04 鉱業	1,028	612	226
05 食料品・たばこ・飲料	4,563	1,746	675
06 繊維製品	437	258	191
07 製材・木製品・家具	468	234	126
08 パルプ・紙・紙加工品	618	248	101
09 化学製品	1,868	657	276
10 石油製品・石炭製品	2,241	382	39
11 窯業・土石製品	973	405	153
12 鉄鋼	2,100	201	58
13 非鉄金属	457	70	57
14 金属製品	1,533	520	273
15 一般機械	957	512	290
16 電気機械	1,743	536	422
17 輸送機械	2,973	905	342
18 精密機械	263	87	54
19 その他の製造工業製品	1,608	725	417
20 建築及び補修	61	25	15
21 土木建設	0	0	0
22 電気・ガス・熱供給	640	316	84

23	水道・廃棄物処理	131	82	32
24	商業	1,650	1,058	606
25	金融・保険	578	439	207
26	不動産	807	656	47
27	運輸・郵便	613	318	160
28	情報通信	640	368	167
29	公務	15	10	9
30	教育・研究	114	93	84
31	医療・保健・社会保障・介護	241	149	120
32	その他の公共サービス	100	47	30
33	対事業所サービス	1,705	1,074	523
34	対個人サービス	345	169	85
35	その他	50	1	0
	合計	32,514	13,250	6,119

出所：リゅうぎん総合研究所

3. 県産品利用実態調査にみる製造業の現状

県内製造業の実態を把握するため、原材料の仕入れ先・販売先の状況、経営課題や求める行政支援等に関するアンケート調査およびヒアリングを実施し、その結果から製造業発展に向けた課題を明らかにするとともに、解決策について検討した。

アンケートは、沖縄県工業連合会（以下、沖工連）の協力を得て、同会会員事業者266社（対象外業種を除く）を対象に調査を実施した。調査方法は郵送およびWEB（2023年11月～2024年2月上旬）にて実施し、回答事業者数は88社（回答率33.1%）となった。

図表 16 アンケート回答事業者の業種（n = 88）

業 種	構成比
水産養殖業	1.1%
鉱業、採石業、砂利採取業	1.1%
総合工事業	4.6%
設備工事業	1.1%
食料品製造業	10.3%
飲料・たばこ・飼料製造業	5.7%
繊維工業	2.3%
パルプ・紙・紙加工品製造業	1.1%
印刷・同関連業	3.4%
化学工業	3.4%
プラスチック製品製造業（別掲を除く）	3.4%
窯業・土石製品製造業	11.5%
鉄鋼業	1.1%
非鉄金属製造業	2.3%
金属製品製造業	13.8%
生産用機械器具製造業	1.1%
業務用機械器具製造業	1.1%
電気機械器具製造業	3.4%
輸送用機械器具製造業	1.1%
その他の製造業	9.2%
熱供給業	1.1%
各種商品卸売業	2.3%
繊維・衣服等卸売業	1.1%
飲食料品卸売業	2.3%
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	3.4%
その他の卸売業	2.3%
技術サービス業（他に分類されないもの）	1.1%
協同組合（他に分類されないもの）	2.3%
その他の事業サービス業	1.1%

出所：リゅうぎん総合研究所

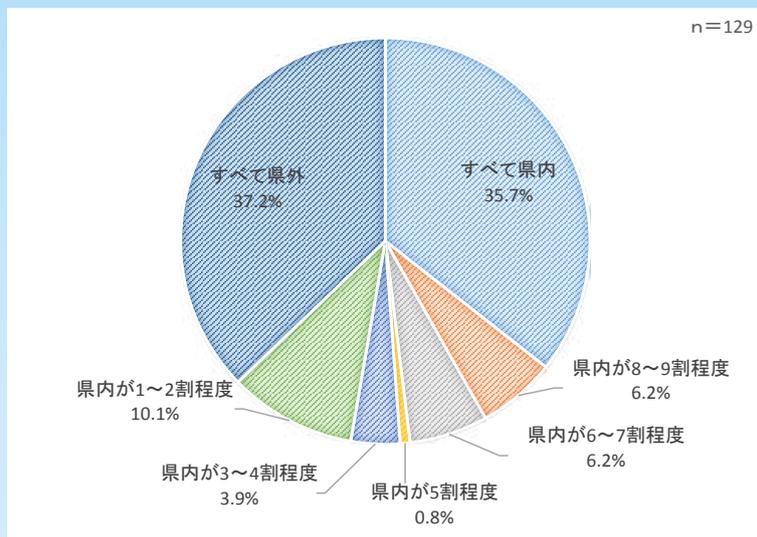
(1) 仕入先・販売先の状況

① 仕入先の状況

県内製造業における原材料調達先の県外・県内割合をみると、「すべて県外」が37.2%と最も大きく、原材料の調達先がすべて県外も

しくは5割以上が県外を合計すると52.0%と過半数を占める(図表17)。2.(2)で確認した生産過程における所得の漏出が実態として映し出される結果となった。

図表17 製造品(主要3品目)の原材料の仕入れ先



出所：りゅうぎん総合研究所

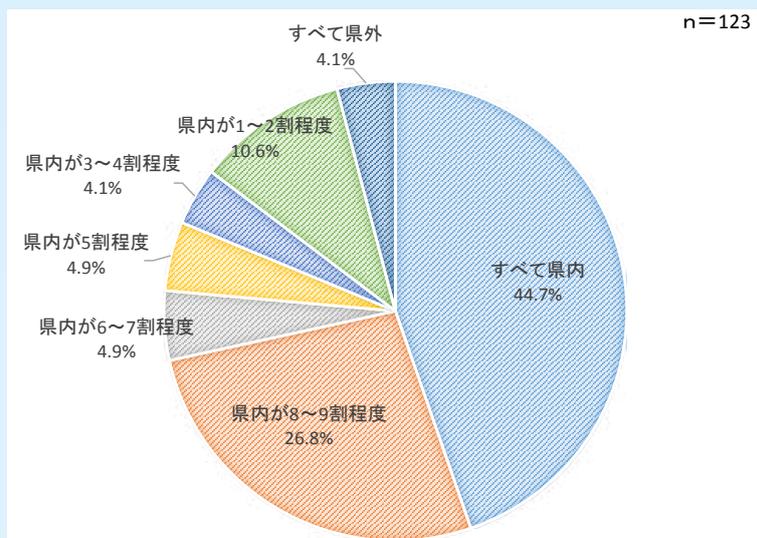
② 販売先の状況

続いて、製造業事業者により生産された製品の販売先をみると「すべて県内」が44.7%、「県内が8~9割」が26.8%となり、両者を合わせると71.5%となった(図表18)。一方、県外への販売割合は小さく、アンケート調査の結果からも県外から所得を稼

ぐ力(移輸出)が小さいことが窺える。

しかし、島しょ地域であるがゆえの移輸出による物流コスト等を考慮すると、移輸出の増加よりもまず先に、自給率上昇(移輸入率低下)による県産品の需要増加を図り、所得の県内循環率を高めていく必要がある。

図表18 取扱製品(主要3品目)の販売先



出所：りゅうぎん総合研究所

(2) 販売先拡大に向けた取り組み

販売先の拡大に向けた取り組みについてみると、「販売先からの紹介」が最も大きい23.0%、次いで「自社ホームページ等での広

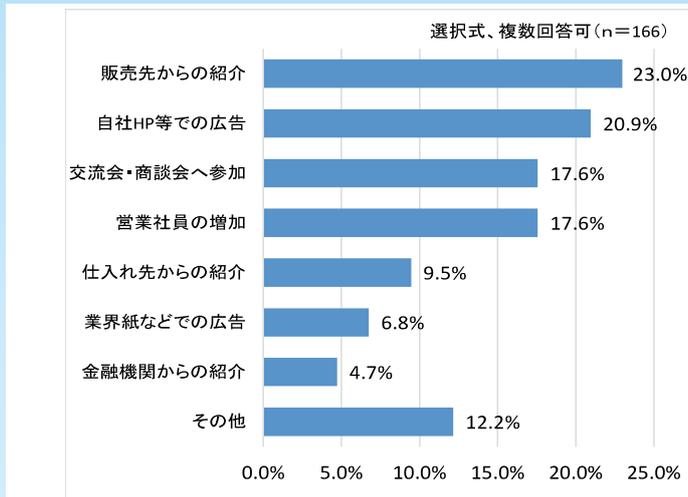
告」が20.9%、「交流会・商談会への参加」が17.6%などと続く(図表19)。

販売先拡大のために必要な行政支援についてみると、「販路拡大のための補助金・助成金」

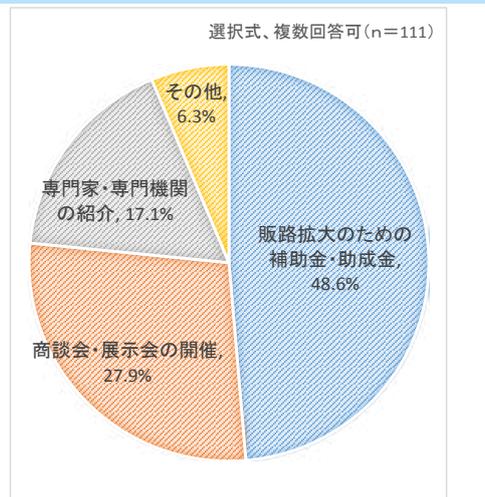
が48.6%と大半を占め、次いで「商談会・展示会の開催」が27.9%、「専門家・専門機関の紹介」が17.1%などとなった(図表20)。「その他」(自由記載)では、「国出先機関への県産品使用の要請」「公共工事での県産品指定化」「県産品指定の徹底」等、県産品優先使

用を訴えるコメントが多く、製造業における課題として共通認識されていることが確認できた。製造業発展にあたっては、県産品優先使用の徹底に向けた働きかけについて検討する必要がある。

図表 19 販売先拡大に向けた取り組み



図表 20 販売先拡大に必要な行政支援



出所：りゅうぎん総合研究所

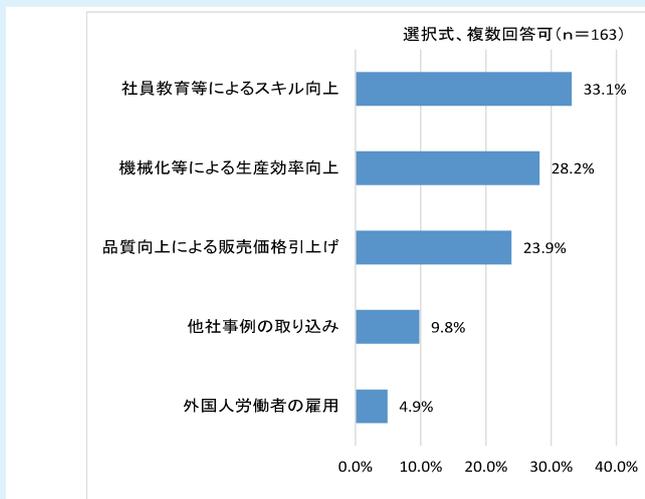
(3) 生産性向上のための取り組み

県産品を優先して利用してもらうためには、製品の品質向上が大前提であり、生産性向上への取り組みは重要である。製造業者の生産性向上に向けた取り組みについてみると、「社員教育等によるスキル向上」が33.1%と最も多く、次いで「機械化等による生産効率向上」が28.2%、「品質向上による販売価格引き上げ」が23.9%などになっており、人材育成や設備投資による生産効率の向上を図っている事業者が多くみられた(図表21)。

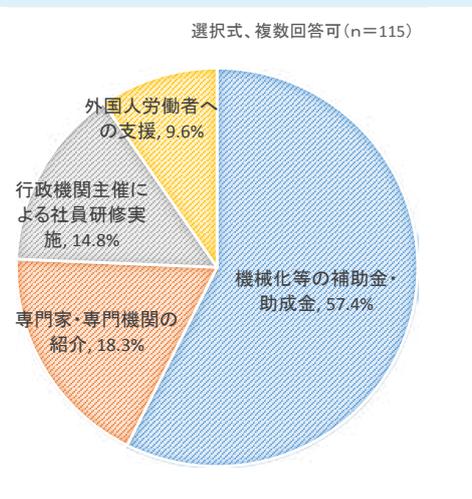
必要な行政支援については、「機械化等の補助金・助成金」が57.4%と約6割を占めており、次いで「専門家・専門機関の紹介」が18.3%、「行政機関主催による社員研修の実施」が14.8%、「外国人労働者雇用への支援」が9.6%などとなった(図表22)。

要望の多い設備投資や人材育成に関する支援の継続に加え、県経済を支える重要な労働力である外国人の雇用促進に向けた施策の検討も求められる。

図表 21 生産性向上のために取り組んでいること



図表 22 生産性向上のため必要な行政支援



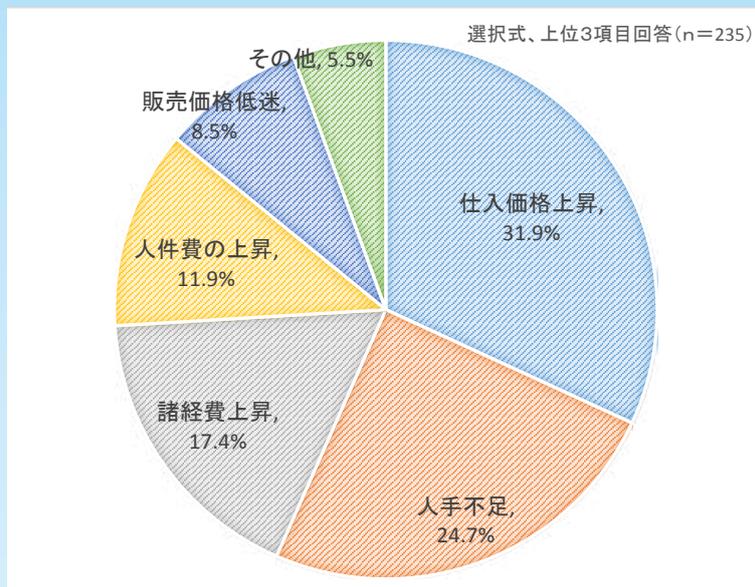
出所：りゅうぎん総合研究所

(4) 経営課題

製造業者が抱えている課題を把握し、実態に寄り添った解決策の検討を進めていくことは重要である。現在抱えている経営課題についての回答結果をみると、「仕入価格上昇」が

31.9%と最も多く、次いで「人手不足」が24.7%、「諸経費上昇」が17.4%となった。以下では、これら3つの課題についてそれぞれ確認する（図表23）。

図表 23 現在抱えている経営課題



出所：リゅうぎん総合研究所

① 仕入価格・諸経費上昇

経営課題として「仕入価格上昇」と「諸経費上昇」と回答した割合の合計は49.3%と全体の約半数を占める結果となり、ヒアリング調査においても仕入価格や電気料金上昇による負担が増していることを訴える声が多く挙がった。

仕入価格上昇については、3. (1) でみた通り、製造業事業者の仕入先は県外が大半であり、そのうち海外からの輸入に頼っている事業者も多く円安の影響を受けていることも考えられる。対応策としては、製品への価格

転嫁や仕入先への価格交渉、仕入先の見直しなどが挙げられた。仕入価格の上昇分を販売価格へ転嫁できている事業者もみられる一方、「顧客離れを懸念して値上げできない」など厳しい状況を示す意見もみられた（図表24）。

諸経費上昇への対応策では、機械の稼働時間削減など電気料金の削減を中心とした取り組みが多く挙げられたが、県内製造業者の経営体力を向上させるには、電気料金に対する恒常的な支援策の検討が求められる（図表25）。

図表 24 仕入価格上昇への対応策とコメント 一部抜粋

取り組み	コメント (自由記載)	解決のために必要な行政支援(自由記載)
価格転嫁	適正価格の確保	電力費補助金拡大
	販売先への仕入原材料の値上り説明	電力・燃料費等の経費削減施策の実施
	販売価格の値上げ、物価高支援金の活用	支援金、補助金等の周知・対策
	卸価格、販売価格を昨年値上げしたが、仕入れ部分が上昇するいっぽうなので頭を抱えている	光熱費等の補助金があると大変助かります。
	販売価格への転嫁をすすめているが一部にとどまっている	緩和的なマクロ経済政策の継続
	値上げをしたいが顧客離れにつながる懸念から実施できない	最低賃金底上げ
仕入先の見直し・調整	仕入先の見直し	補助金などの条件を緩和して少しでも活用できるようにしてほしい
	原料仕入れは円安の影響をかなり受ける。2023年2月と9月に仕入れた際には為替の影響で100万円以上高くなってしまった。仕入れ元との値下げ交渉等によりなんとか影響をしのいでいるの状況	価格への転化がなかなかできない業者への、燃料費などの仕入れ価格への補助を期待する。
経費削減	エネルギーコスト低減の取り組み	大きな投資に対する補助金 (補助率の高いもの)
	材料歩留まりの向上や、省エネ対策を推進している	電力料金の値下げ
生産性向上	企画生産管理課を設置し生産安定、生産性向上を図っている	補助金を活用し製造業としてのIT化を全面的に進めたいが、なかなか難しい現状がある。専門家紹介など行政支援をお願いしたい。

出所：りゅうぎん総合研究所

図表 25 諸経費上昇への対応策とコメント 一部抜粋

解決のために取り組んでいること(自由記載)	解決のために必要な行政支援(自由記載)
経費管理及び値上げ	仕入れ・販売に掛かる輸送費補助
設備のエネルギー使用の最適化	省エネ設備導入支援
社内経費の削減	電気・水道料金の補助、従業員用駐車場料金の補助
電気代を抑えるために時間短縮を検討	電気代上昇への行政支援をつづけてほしい
節電	電力料金低減策の継続
・電気代・ガス代等の値上りに伴って電力会社と勉強会を実施 ・日頃からこまめに電気を消す習慣を全社員へ発令している ・機械を同じ時間帯にスイッチを入れず、時間差で稼働	電気料金補助の継続をお願い致します。
販売価格の値上げ、物価高支援金の活用	支援金、補助金等の周知・対策
沖縄全体の不動産価格高騰による賃料上昇で固定費負担が重い。そのため拠点を地方部へ移すことを検討している。	工場地域や特区など、有利な税制等あるが、希望するものがなかったりと一部の事業者しか利用できていないと感じる。企業誘致や製造業への沖縄県における補助金活用がもう少し増えることを期待する。

出所：りゅうぎん総合研究所

② 人手不足

経営課題として2番目に多かった回答が「人手不足」(24.7%)である。県内各産業で人手不足が深刻化しているが、製造業においても同様である。

人手不足への対応策としては、求人活動の強化やベースアップなどを含む処遇改善、業務工程の見直しや機械化等の設備投資等の回答が多くみられた(図表 26)。

2. (1) で確認した通り、就業者に占める

製造業就業者の割合は年々低下傾向にある。製造業振興にあたっては、今後を担う人材確保および機械化、DXによる生産性向上等が

必要であり、求職者支援や人材マッチング支援、設備投資等への支援策についての検討が求められる。

図表 26 人手不足への対応策とコメント 一部抜粋

対応策	解決のために取り組んでいること(自由記載)	解決のために必要な行政支援等(自由記載)
採用強化・ 処遇改善	新卒・中途社員採用	就活セミナー開催等
	人材派遣の活用	求職者とのマッチングサービス、人件費補助
	人材確保のため媒体やハローワークの活用を進めるが反応なし	求職者支援
	若年者採用のため、インターシップ受入、生産性向上に必要な設備投資のため補助金申請に取り組んでいる。	設備投資への補助金支援
	JICA等を通じた在留外国人の紹介依頼（ワーキングビザ取得者・永住権保持者）	現在弊社業務が特定技能実習生の受入に指定されていないので、国への働き掛けをお願いしたい
	段階的なペースアップ、採用担当人員（総務内チーム）を検討	外国人採用のハードルを下げる支援
生産性向上	設備投資による生産性向上を目指している。	製造業への採用促進活動
	①人事周りの諸制度の整備を進め、会社の魅力向上を目指す取組みを検討 ②業務の標準化、ITツールの活用を進め、属人化した業務を極力削減。 加えてDXの推進により、業務の省人化を図り、人手不足への対応を進めている	補助金による支援

出所：りゅうぎん総合研究所

4. 沖縄県の施策～県産品優先使用および製造業支援～

(1) 沖縄県ものづくり振興計画

沖縄県は、「新・沖縄21世紀ビジョン基本計画」における、ものづくり産業（製造業）の基本施策を円滑に推進するために必要な方策や体制等を示すものとして「沖縄県ものづくり振興計画」（以下、計画と略）を策定した（計画実施期間：令和5年度～令和8年度）。

計画は、製造業を食料品製造業と飲料・たばこ・飼料製造業を含む「食品飲料系」と、機械金属製品製造業と窯業・土石製品製造業を含む「機械金属系」に大別し振興策を示しており、「本県の優位性を活かした基盤強化と成長戦略による持続発展可能なものづくり産業の実現」を基本目標に、4つの基本方策と9つの施策から構成されている（図表27）。

図表 27 沖縄県ものづくり振興計画

<p>【4つの基本方策】</p> <p>1. 「つくる力」 技術力の向上による新たな価値の創造</p> <p>2. 「のばす力」 生産性向上による基盤技術強化</p> <p>3. 「つかみとる力」 高付加価値商品による県外海外の成長市場の開拓と拡大</p> <p>4. 「ひとづくり」 ものづくり産業の継続的発展の礎となる人材の確保と育成</p> <p>【展開する9つの施策】</p> <p>1. 県内での調達率向上</p> <p>2. 先端研究や先端技術導入の促進</p> <p>3. 新たなニーズに対応する食品開発の支援</p> <p>4. 製造業の高度化、生産性向上を図るための体制づくり</p> <p>5. ものづくりを支えるサポーター産業の振興</p> <p>6. 商品開発と品質向上</p> <p>7. 県産品のブランド形成</p> <p>8. 付加価値の高い製品開発を担う人材育成</p> <p>9. ものづくり産業の魅力を発信</p>

(出所) 沖縄県「商工労働部施策の概要」(令和5年度)

沖縄県は計画策定にあたり、県内製造業者にアンケート調査を実施しており（令和4年10月～11月、794社へ発送、回答社数276）、基本方策および施策は同調査結果を踏まえたものとなっている。

計画は、全体的に県内製造業の商品開発力、生産性向上、それを実施する人材確保・育成に重点を置いている。県内製造業者が出荷額を増加させ付加価値額を高めていくためには、

市場ニーズに即した製品開発が前提となり、その意味で計画は当を得ている。

(2) 沖縄県の主要事業

「沖縄県ものづくり振興計画」に基づき、沖縄県では多様な事業を実施している。多様なものづくり産業の振興と、県産品の売上げ拡大促進の観点から、令和5年度に実施された主要な事業を紹介する（図表28）。

図表 28 沖縄県の主要事業（令和5年度実施分）

	事業名	予算(千円)	内容
1	産学官連携製品開発支援事業	47,666	公募・選定した製品開発プロジェクトに対して製品開発費の助成や専門家によるハンズオン支援を実施
2	素形材産業振興事業	55,670	金型技術研究センターによる各種支援(研究開発、人材育成、技術支援等)
3	ものづくり生産性向上支援事業	40,548	企業による生産技術開発に対し、補助とハンズオン支援、工業技術センターによる共同開発等
4	製造業県内発注促進事業	17,729	県内製造業の企業概要や保有機械設備等の情報収集及びマッチング支援等
5	工業研究費	22,530	工業技術センターが企業や関係団体等からの委託による研究を実施し、研究成果を元に企業の製品開発等を支援
6	企業連携共同研究開発支援事業	8,070	工業技術センターが課題の公募を実施し、採択課題について企業と工業技術センターが共同で研究を実施する
7	工業研究施設整備費	62,646	工業技術センターの研究機器の整備費用
8	先端研究創出・先端技術導入促進事業	2,318	大学や産業技術総合研究所等からの先端研究シーズ導入を目的に技術調査等を実施
9	特別高圧受電契約事業者支援事業(注)	1,136,608	特別高圧受電契約事業者に電気料金を補助
10	沖縄まーさむん消費拡大支援事業	21,405	農林水産物や加工品の販売チャンネル開拓調査、効果的なプロモーションの実施
11	産業まつり推進事業費	10,352	産業まつりの開催経費の支援
12	琉球泡盛新発展戦略事業	40,130	琉球泡盛のリブランディング、マーケティング戦略に基づくプロモーション、製品開発支援
13	物産振興対策事業	13,371	県外主要都市における百貨店での沖縄物産展の開催
14	優良県産品推奨事業	10,910	優れた県産品を推奨して販路拡大を支援
15	稼ぐ県産品支援事業	64,734	県産品の県外市場への販路拡大に向けた支援(プロモーション、マーケティングセミナー、ビジネスマッチング等)

(注) 沖縄県による電気料金支援の一部である
出所：沖縄県「商工労働部施策の概要」(令和5年度)

このように、沖縄県においては多様な事業が実施されており、それぞれの事業について施策の効果が最大限発揮されるよう、着実な進捗管理 (PDCA) に期待したい。また、進捗管理の各フェーズで沖工連や製造業者と意見交換を行うことにより、製造現場の意見や要望を反映させていくような地道な取り組みも必要である。

(3) 沖縄県工業技術センター

沖縄県の主要事業・施策の中で最も重要なものの一つが沖縄県工業技術センター (以下、工業技術センター) の運営である。

県内経済界において沖縄科学技術大学院大学 (OIST) と経済界の連携のあり方等について活発な議論がなされているが、工業技術センターは自社内に研究開発部門を設置することが困難な県内企業をサポートしており、県内製造業の振興において大きな役割を担っている。

工業技術センターは所長以下 34 名の陣容

であり (令和 6 年 5 月)、研究部門は「食品・醸造班」7 名、「機械・金属班」(その傘下に (金型研究チーム)) 9 名、「環境・資源班」5 名より構成されており、それぞれの班には研究業務専門員が 1 名配置されている。

主な業務として、県内の製造業を担う中小企業等のニーズを把握し課題解決にあたるとともに、大学等の高等教育機関、他試験研究機関等との交流・連携により研究成果を製造業等の地域産業に還元している。また、研修生の受け入れや設備機器を開放している (図表 29)。

令和 5 年度の工業技術センターによる技術支援実績は「技術相談」延べ 742 件、「研修生の受け入れ」延べ 15 人、「依頼試験」623 成分 / 219 件、「機器の開放」4,144 時間 / 617 件、等となっている。

製品の品質向上や生産性向上は県内製造業が発展していくために前提となる取り組みであり、工業技術センターの更なる周知および積極的な活用が望まれる。

図表 29 沖縄県工業技術センターの主な業務

1. 技術相談	新製品又は新技術の開発、新分野への展開等のアドバイス等
2. 研修生の受け入れ	品質管理に関する分析技術習得、製品試作のための技術習得等
3. 依頼試験	製品の品質確認、素材や製品の強度等の調査等
4. 機器の開放	工業技術センター保有機器 135 機器を利用できる

出所：沖縄県工業技術センターパンフレットよりりゅうぎん総研まとめ

(参考) 工業技術センターの写真 (筆者撮影)



▲工業技術センターで研究・開発された商品



▲X線 CT 検査装置



▲粉末溶融積層方式造形機（3Dプリンター）

※開放機器の使用は有料（1時間単位～）
 ※使用の際は工業技術センターへの予約必須



▲3Dプリンターで造型された継ぎ目のない立体モデル

5. 県産品優先使用に向けた山口県の取り組み

山口県は全国でもいち早く地産地消の推進による「ふるさと産業」（県内で生産活動を営み、又はサービスの提供を行う産業）の振興に取り組んでおり、「山口県ふるさと産業振興条例」（以下、ふるさと条例）を平成20年12月に公布・施行している。山口県に続き、山口市においても平成24年3月に「山口市ふるさと産業振興条例」を公布・施行している。

ここでは、条例制定の背景や経緯、条例の内容等を確認することで沖縄県における県産品優先使用の取り組みの参考としたい。

(1) 条例制定の背景と経緯

山口県自由民主党は、平成17年10月、公共事業関係予算の縮小等により県内建設業を取り巻く厳しい状況に対応するため「公共事業の地産地消を進める議員連盟」を設立した。同議員連盟は、県内業者への優先的発注の推進や県内産資材の優先的活用の促進について提言を行い、入札制度の改正等につなげた。

地域間競争が厳しさを増すなか、山口県の持続的発展を図り、自立型の県づくりを推進するためには、中小商工業をはじめ農林水産業や建設業など、地域に根差した活動を行い地域経済や雇用を支えている「ふるさと産業」

への着目が必要との認識から、平成19年10月、議員連盟の名称を「地産地消を進める議員連盟」（以下、地産地消議連）に改組した。

地産地消議連は平成20年2月、農林、水産、商工、伝統工芸、観光、土木建築の業界団体と意見交換を行い、業界から①後継者・担い手の育成、②県産品の情報発信・消費者啓発、③これらを盛り込んだ条例制定、の3つの要望を受けた。

平成20年3月、地産地消議連は県議会議長に条例提案の申し出を行い、同年7月に「政策立案等検討会」（以下、検討会）が設置される。検討会は自由民主党のほか、民主・連合の会、公明党、日本共産党、県政クラブ、新政クラブ、無所属の会の県議会の全会派から構成された。

その後、検討会は平成20年7月から12月にかけて集中的に会議を開催し、同年12月15日条例提案申し出、同月19日条例案提案を可決・成立し、同月24日条例は公布・施行された（図表30）。

山口県議会議員において地元企業の経営環境の厳しさ、産業振興の必要性についての危機意識が共有され、議員提案として「山口県ふるさと産業振興条例」は制定されるに至ったのである。

図表 30 山口県ふるさと産業振興条例の検討経緯

平成 17 年 10 月	「公共事業の地産地消を進める議員連盟」設立
平成 19 年 10 月	「地産地消を進める議員連盟」に改組、条例検討開始
平成 20 年 2 月	業界との意見交換
〃 3 月	議長に対し条例提案を申し出
〃 7 月	政策立案等検討会(全会派 10 人で構成)設置
〃 7~12 月	集中的に検討会を開催
〃 12 月	条例案提案 可決・設立

出所：山口県議会事務局

(2) 条例の内容と効果

① 内 容

ふるさと条例は前文と 10 の条文からなる。

条例の主な内容とポイントは図表 31、32 の通りである。なお、条例全文は巻末資料を参照のこと。

図表 31 ふるさと産業振興条例の概要

	主な内容
第 1 条 目的	地産地消の推進によりふるさと産業を育成し、活力ある地域の経済社会の形成及び県民生活の向上に寄与すること
第 3 条 基本理念	① 地産地消の取組みは、協働の精神に基づき、自発的に行われることを旨として促進すること ② 人、物、情報の交流により経済を活性化させ、県産品等の需要拡大と事業者の育成を図ることを旨として促進すること
第 4 条 県の責務	① 行政の各分野において、地産地消に関する施策を講じる ② 気運の醸成等の措置を講じる
第 5 条 事業者及び関係団体の責務	① 情報の提供・発信や良質かつ安心・安全な県産品等を安定供給できる体制を整備する ② 産業が多様で活力ある成長をすること ③ 生産・製造等にあたり県産品等の消費・利用、他の事業者の利用に配慮すること ④ 事業活動にあたり、環境へ配慮すること、また、地域社会と協働し、地域の発展に資すること ⑤ 県が実施するふるさと産業振興に関する施策に協力すること
第 6 条 県民の役割	① ふるさと産業について理解を深めるとともに、自ら進んで県産品を消費・利用するよう努め、地産地消の推進に積極的な役割を果たすこと ② 県が実施する地産地消に関する施策に協力すること
第 7 条 基本的施策（県が講じる措置）	① 事業者と県民との相互理解を推進すること ② 産業を支える幅広い人材の育成・確保を図ること ③ 中小企業の育成・支援を図ること ④ 産学公や農工商等の連携により、新商品の開発、販売先の拡大を図ること ⑤ ブランド化を促進すること。伝統工芸の技術の伝承、発展を図ること ⑥ 次代を担う産業の集積を図ること ⑦ 加工食品、外食、学校給食等への利用促進等により、農林水産物の需要の拡大を図ること ⑧ 産地の育成・拡大、資源の維持・確保を図ること ⑨ 県産木材の利用、間伐材等未利用の森林資源・森林バイオマスエネルギーの利用促進を図ること ⑩ 官公需における県内の事業者の受注機会の確保、県産品の活用を図ること
第 8 条 県市町及び事業者に対する支援	県は市町が実施するふるさと産業の振興に関する施策や、事業者、関係団体、県民が行なう地産地消に関する取組を支援するために情報の提供・技術的な支援等を講ずる

出所：山口県「ふるさと産業振興条例」よりりゅうぎん総研が整理

図表 32 条例内容のポイント

- ・ 目的・理念をわかりやすく示す
- ・ 県の責務、事業者及び関係団体の責務、県民の役割を示す
- ・ 基本的施策の方向性を示す
- ・ 県による市町及び事業者等に対する支援について示す

出所：りゅうぎん総合研究所

② 効果

条例の内容は、県民、事業者、関係団体、市町及び県が協働して地場産業（ふるさと産業）の振興に取り組むことについてわかりやすく整理したものであり、県民や事業者、行政に対する意識づけに大きな役割を果たしていると思われる。

山口県では、条例制定後の状況や反応を評価するため、いくつかの調査を実施している。「山口県立大学附属地域共生センター調査報告書」（平成 22 年 3 月）では、条例の認知度について「知っていた」との回答は 31.2%であった。条例の評価について「支持」31.2%、「どちらかと言えば支持」36.0%となっており、合計 67.2%が肯定的な評価となっている。また、事業者や関係団体（全 14 団体）の回答は「支持」12 団体、「どちらかと言えば支持」2

団体となっている。

次に「県政世論調査」（平成 24 年度、25 年度）では、条例の認知度について「知っている」は 17.3%（平成 24 年度）、16.3%（同 25 年度）となった。また、県産品を積極的に消費・利用すべきかとの質問に対して、「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」との回答は 82.6%（平成 24 年度）、82.4%（同 25 年度）となっている。

これらの調査結果から、条例に対する県民・消費者の認知度は高いとは言えず、条例制定後の広報活動の大切さを示す結果となっている。この点、沖縄県では沖工連による「県産品奨励運動」や「沖縄の産業まつり」が継続的に実施されており、県産品優先利用に対する県民の意識向上に役立っていると思われる。

図表 33 条例の認知度

1. 山口県立大学附属地域共生センター調査報告書(平成 22 年 3 月)
条例を知っていた・・・31.2%
2. 県政世論調査(平成 24 年度、平成 25 年度)
条例を知っている・・・17.3%(平成 24 年度)
16.3%(平成 25 年度)

出所：山口県議会事務局

6. ヒアリング調査から浮かび上がった課題

アンケートおよびヒアリング調査をするなかで、県内製造業者が抱えるさまざまな課題が浮かび上がった。製造業発展にあたりベースとなるのが県民による県産品の優先使用であり、県産品の認知度を高め、県内での消費を促進していくことが重要である。そのためには、原材料の供給源である第一次産業をはじめとする他産業との連携強化を図る必要がある。加えて、負担感が増す電気料金の負担軽減策について検討する必要がある。以下、これらの3つの課題について整理する。

(1) 知られていない県産品

県内製造業者へのヒアリングによると、県内で製造されているにも関わらず県産品として認知されていない商品が多いことが分かった。しかし実際には、馴染みの深いナショナルブランド商品（NB）² や日用品、建設現場で使用される工業製品など、あらゆる製品が県内の工場で製造されている。

県産品の認知が広がることで県民により身近に感じてもらい手に取ってもらう機会が増えることに期待し、以下では“意外に知られていない県産品”の一例を紹介する。

沖縄コカ・コーラボトリング(株)の県産品 (一部抜粋) 出所: 同社提供



- ・NB 商品である「綾鷹」や「コカ・コーラ」、「ジョージア」など同社取扱製品の約7割が浦添工場で製造されている。
- ・製品に印字されている製造所固有記号「+UR」は浦添工場での製造を表す (写真右端)。

(株) 沖縄明治乳業の県産品 (一部抜粋) 出所: 同社 HP より



- ・県内の工場で製造されている「明治ブルガリアヨーグルト」は県産生乳100%使用。
- ・「明治酪農牛乳」をはじめとした牛乳は学校給食や小売店、県内のスターバックスやマクドナルドなどの飲食店へ出荷されており、県民の食や健康を支えている。

金秀アルミ工業(株)の県産品 (一部抜粋) 出所: 筆者撮影



- ・同社はアルミ型材の押出とアルマイト処理からサッシ・ドアの一環製造を行う県内唯一のアルミサッシメーカー。
- ・写真左・中央は西原町の工場で作られたアルミ型材、右は紅型模様が施されたステンレスマンションドア。

(株) 技建の県産品 (一部抜粋) 出所: 同社 HP より



- ・同社はコンクリート製造業であり、レディミクストコンクリート (生コン) やコンクリート二次製品などを取り扱う。
- ・写真左・中央は道路や水路などに使用されるボックスカルバート、右は同社が製造した那覇空港新国際線旅客ターミナルビルの大屋根アーチ梁。

ここで紹介した県産品はあくまで一例に過ぎず、さまざまな製品が県内で製造されており、製造場所を確認すると意外にも県産品であることが多い。このような状況を踏まえ、県産品の需要拡大にあたっては、一目で県産品と認識できるような工夫や取り組みが求められる。

(2) 他産業との連携強化

製造業振興にあたっては、原材料の供給源である第一次産業をはじめとした他産業との連携強化を念頭に置く必要があり、一例として乳業メーカーの事例を紹介する。

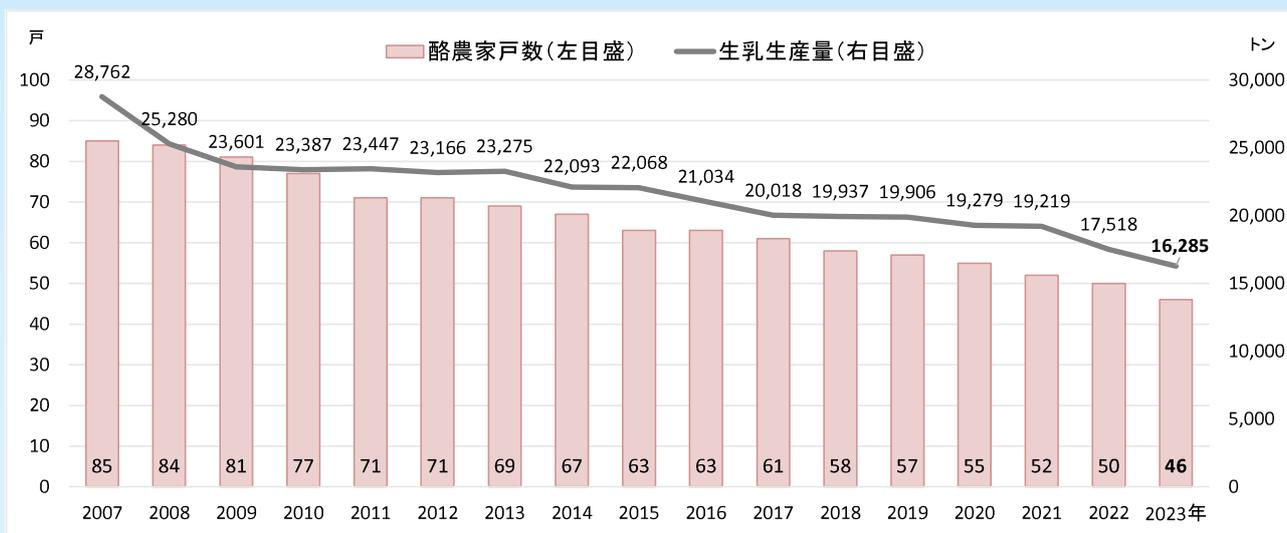
県内では、酪農家の減少により県産乳の生産量が落ち込んでいる。沖縄県の農業産出額（2022年）の構成比をみると、「畜産」が46.3%と最も多く、次いで、さとうきびや葉タバコなどの「工芸農作物」が20.8%、「野菜」

が14.3%などとなっている。第一次産業において重要な位置づけである畜産業だが、酪農家戸数および生乳生産量は減少の一途を辿っている（図表34）。

その要因として、高止まりが続く飼料価格や、安価な県外産牛乳の流通増加による競争激化に加え、飼育にかかる光熱費等のコスト負担増などが酪農家の経営を圧迫し、離農や廃業が進んでいる。こうした状況を背景に、県内乳業メーカーでは主力製品である生乳の生産を思うように増やせず、学校給食をはじめ県民の健康維持に欠かせない生乳の安定供給を危惧する声が聞かれた。

これは一例に過ぎないが、他の製造業種においても同様の状況が想定される。このような状況を踏まえ、製造業振興においては他産業の振興も不可欠であり、連携強化を図っていく必要がある。

図表 34 沖縄県の酪農家戸数と生乳生産量の推移



出所：沖縄県酪農農業協同組合

(3) 電気料金の負担

県内製造業者に県産品優先使用についてヒアリングする中で、県民に利用してもらうためには製品の品質向上や生産性向上の取り組みが大切だという共通認識がある一方、電気料金や水道料金の負担が大きいことを指摘する声が多かった。

例えば、工場などで電気を利用する場合の単価を沖縄電力と九州電力を比較すると、基本料金および電力量料金ともに沖縄電力が高いことがわかる。電力量料金について、沖縄電力「高圧電力B」（標準電圧6000ボルト）と九州電力「産業用電力A」（標準電圧6000ボルト、2023年10月以降に需給開始の契約）を比較すると、29.95円/kwと15.37

円/kwとなっている（2024年4月1日時点、両社HP掲載の単価）³

大量に電力を消費する企業にとって負担感は大い。島しょ県であり、各離島地域に発電設備を設置しなければならないことや、原子力等がなく石油系、ガス系、石炭系に依存せざるを得ない燃料費の構造等から差異が生じている。

2023年6月から24年5月まで政府及び沖縄県は電気料金軽減措置を実施している。例えば、沖縄県は令和5年度、特別高圧受電契約事業者に対して1,136百万円（予算ベース）の補助を行い、事業者の負担軽減及び県民負担につながる価格転嫁の緩和を図った。この他に低圧（一般家庭、小規模店舗等）、高

庄（中型工場、中型商業施設、中型ホテル等）にも軽減措置を実施している。

県内製造業者の経営体力を向上させるには、緊急時のこのような軽減措置に加えて、電気料金の差異は構造的な要因があることから、さらに踏み込んだ恒常的な支援策の検討が必要であると思われる。なお、政府及び沖縄県では現在、石油石炭税の免税措置及び固定資産税の特例措置を継続実施しており、電気料金低廉化に取り組んでいる。

7. 提言～沖縄県の製造業発展に向けて解決すべきこと～

県内製造業に関するこれまでの分析および考察を踏まえ、製造業が発展するために取り組むべき事項を整理した（図表 35）。いずれの取り組みも県民、事業者、関係団体、自治体が県内製造業の重要性を理解し協働していくことが求められる。

図表 35 沖縄県の製造業発展に向けて取り組むべきこと

1. 品質・生産性向上の取り組み強化(沖縄県と沖縄県工業連合会の連携強化)
2. 第一次産業振興のための取り組み強化
3. 県産品優先使用について条例化(沖縄県および主要市町村)
4. 県産品の周知活動強化
5. 工業振興目的税の創設による電気料金支援

出所：りゅうぎん総合研究所

(1) 生産性向上の取り組み強化（沖縄県と沖縄県工業連合会の連携強化）

製造業発展にあたっては、県産品の需要拡大を図る必要があり、その前提となるのが製品の品質向上および生産性向上である。アンケート調査結果で確認したように、県内製造業者は小規模事業者が多く、経営的な課題から機械化等の設備投資による生産性向上への対応に苦慮する声が多く、そのほかにもさまざまな課題を抱えていることが分かった。

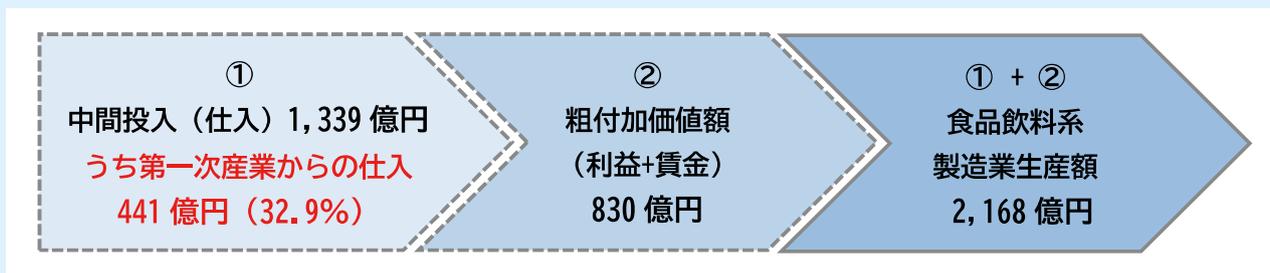
沖工連は、県産品の普及啓蒙活動や工業の育成支援等の活動を行う、より事業者に近い機関である。製造業者の課題解決にあたっては、沖工連が事業者の意見にしっかりと耳を傾け、その時々の課題を洗い出し県へ連携するなど、県と沖工連の更なる連携強化が求められる。両者での定期的な意見交換により建設的な議論が行われることで、より実態に見合う事業者に寄り添った施策の創出につながることに期待したい。

(2) 一次産業振興のための取り組み強化

製糖業の生産量がさとうきびの生産量に依存しているように、製造業のうち食料品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業などの「食品飲料系」は、原材料を第一次産業（農林水産業）に依存する場合が多く、製造業振興の前提として第一次産業の振興は欠かせない。2015年沖縄県産業連関表から「食品飲料系」の原材料仕入額（中間投入）1,339億円の費用構成をみると、第一次産業が441億円と全産業の32.9%を占めている。（図表 36）。

6.(2) で見たように、県内乳業メーカーは酪農家による生乳生産の制約から主力製品の生産を思うように拡大できないという状況にある。本レポートではとりあげないが、第一次産業振興のための取り組み強化は、第一次産業のみならず製造業の振興においても極めて重要である。

図表 36 食品飲料系製造業の生産投入要素



出所：H27年沖縄県産業連関表よりりゅうぎん総研作成

(3) 県産品優先使用について条例化－沖縄県および主要市町村－

アンケート調査結果で確認したように、「行政による県産品優先使用の指定化」を求める声が多く県内製造業者の共通認識であることが分かった。またヒアリングをするなかで、市町村における県産品使用に対する意識が希薄であることが浮き彫りとなった。

県産品の需要拡大にあたっては、県産品を優先的に使用するという全県的な意識の醸成が重要であり、先進事例である「山口県のふるさと産業振興条例」を参考とした県産品優先使用についての条例制定を提言したい。条例は、地方公共団体が自治権に基づき、その地方議会の議決によって制定する法規であり法的な拘束力は無く、あくまで努力義務という位置づけである。しかし、条例制定により県産品優先使用に対する意識醸成が一時的なものに終わることなく、継続的となることが期待される。またその効果は製造業のみならず、相互に関連し合う県内各全産業の発展につながっていくものと考えられる。

なお、条例の制定にあたっては、山口県の事例で示した条例内容のポイントを踏まえるとともに、制定後の効果検証および継続的な周知広報活動の実施が求められる。

(4) 県産品の周知活動強化

6.(1)で示した通り、県産品と認識されていない製品は意外にも多く、継続した周知活動が必要である。県産品の周知にあたって

は、事業者による自助努力が前提となるが、スーパーなどの小売店における消費者への訴求等も重要であり、製品への県産品マーク表示を推奨したい。

沖縄県産品を示すマークとして、県の事業である「沖縄県優良県産品推奨事業」による『優良県産品ロゴマーク』と、沖工連の「沖縄県産品マーク表示制度」による『県産品マーク』の2つに大別される(図表37)。県の事業においては、優良県産品として推奨されることで「沖縄の産業まつり」での表彰ならびに展示が行われるほか、ロゴマークの表示により効率的な製品PRにつながっており、今後も継続した事業の実施が望まれる。

他方、沖工連の「県産品マーク」は同会に所属する会員限定の許可申請制度であり、取得までの流れは図表38の通りである。県産品マークの表示例として、株式会社沖縄クボタ化成の商品パンフレットを図表39に示した。同社の『水道排水用ポリエチレンパイプ』は沖工連の「沖縄県産品マーク表示許可」を取得しており、一目で県産品であることが分かり、PR効果は高いと想定される。

2024年5月末現在、同マークの表示許可取得率は全会員の約3割に留まっている。県産品マークを表示することで製品のPR効果や県外製品との差別化による消費拡大が期待され、会員の積極的な取得が望まれる。併せて、県産品を優先的に購入・使用することが県内での資金循環率向上につながるという県民意識の醸成に作用していくことにも期待したい。

図表37左：沖縄県 優良県産品マーク / 右：沖工連 県産品マーク



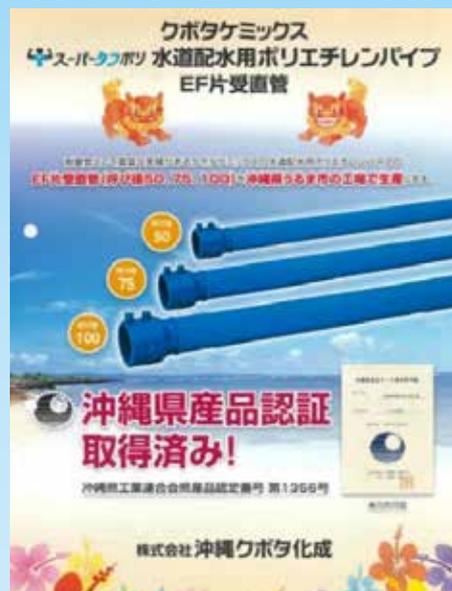
出所：沖縄県優良県産品推奨事業HP、沖縄県工業連合会HP

図表 38 沖工連「県産品マーク」表示許可取得の流れ

- ① 使用許可希望の旨、沖工連へ電話連絡
 - ② 電話にて製品情報のヒアリング
 - ③ 申請書提出
 - ④ 製造現場の実査確認
 - ⑤ 事務局にて決済
 - ⑥ 使用許可証発行
- ※申請には入会が条件となる

出所：沖縄県工業連合会

図表 39 県産品マークの表示例



出所：(株)沖縄クボタ化成提供

(5) 工業振興目的税の創設による電気料金支援

6. (3) において県内製造業者の電気料金の負担が大きいこと、それは島しょ県であることや電力の燃料費の構成等、構造的な要因があることから、恒常的な電気料金軽減措置の必要性について述べた。

県内製造業者の電気料金支援のため、県外から移入される工業製品（ただし、県内で生産されていない品目を除く）に税金を課し、その税収を県内製造業者の電気料金支援に充当することを一つの案として提案したい（図表 40）。

沖縄県の製造業全体の自給率は 23%程度、このうち県内でほとんど生産されていない品目を除くと 55%程度となる（2015 年産業連関表）。県内製造業者が経営体力をつけて自給率を向上させるためには電気料金の支援が必要である。

自治体の財源は、国から交付される地方交付税と、地方の行政が地域に住む住民に課税し徴収する地方税等で構成されるが、地方税は教育や福祉などの一般的な行政サービスに使われる普通税と、用途制限がある目的税に区分される。そして普通税と目的税は、それぞれ地方税法で定められている税（法定普通税、法定目的税）と、地方自治体が条例により制定できる税（法定外普通税、法定外目的税）に分けられる。

沖縄県において、法定外目的税である観光目的税（宿泊税）の導入に向けた議論が進められているが、県内製造業者の電気料金支援

についても法定外目的税の仕組みを活用した「工業振興目的税」（仮称）として創設し、県内製造業者の電気料金支援のために利用するというものである。

観光目的税の課税対象は、基本的に県外や海外からの観光客であるのに対し、「工業振興目的税」は移入品を利用する県民や県内企業を対象とするものである。したがって、沖縄経済における製造業の位置づけや重要性、電気料金負担等の構造的な問題等について県民全体、県内産業界の理解が得られることが導入の前提となる。

2015 年沖縄県産業連関表からみると、製造業における県外からの輸移入は 1 兆 3,415 億円、このうち県外からの移入は 1 兆 1,618 億円、ここから県内で製造されていない品目を除くと 6,861 億円となる。仮に税率を 1% とすると 68 億円の税収となる。

「工業振興目的税」の制度案として、県外から移入される工業製品を原則課税とし、県内で生産されていない品目について業者から申請させる方法により免除扱いとする、納税義務者は移入品を取り扱う卸売業者となることが想定される。

税金の徴収方法等を含め、実務的な煩雑さが予想され、徴税コストとして相応の費用を見積もる必要があると思われるが、県内製造業者の電気料金の恒常的な支援策として検討する価値はあると考える。沖縄県や沖工連等の関係者による議論の開始に期待したい。

図表 40「工業振興目的税」の創設案

1. 県民全体、県内産業界の理解が前提
2. 法定外目的税の仕組みを活用
3. 目的は県内製造業者の経営体力の強化による県経済の発展
4. 県外から移入される工業製品に課税(ただし、県内で生産されていない品目を除く)
5. 資金使途は県内製造業の電気料金の補助
6. 税率1%で68億円の税込

出所：りゅうぎん総合研究所

8. おわりに

本レポートでは、ザル経済と言われる沖縄経済の実態把握および全国に立ち遅れている製造業の資金循環構造を把握し、産業連関分析やアンケート調査の結果を踏まえ、製造業発展に向けた方策等について検討した。

これまで確認したように、製造業発展においては事業者の生産性向上ならびに品質向上が前提となり、その先に県産品の消費拡大による県内生産額の増加が見込まれる。観光立県として発展著しい沖縄経済においては第三次産業にスポットが当てられることが多いが、製造業の発展は県内の資金循環率の向上、県民所得の増加をもたらす重要な課題であり、行政を中心とした継続的な支援策の検討が求められる。

島しょ県である沖縄県においても、県外・海外からの移輸入品の増加によりあらゆる製品が流通し、消費者の選択肢が広がっているなか、改めて沖縄経済のおかれている現状について立ち返る必要がある。調査を通して製造業の発展・県産品使用の重要性を改めて痛感したと同時に、県産品の周知活動の継続、そして一人ひとりの小さなアクションの積み重ねなど、地道な努力が県内の資金循環率の向上につながることを再確認した。

本レポートが、県内製造業の重要性について考えるきっかけとなり、そして県民、事業者、関係団体、自治体等の協働による製造業の発展、ひいては沖縄経済の拡大へとつながる一助となることに期待したい。

(りゅうぎん総合研究所 研究員 米須 唯)

【参考資料】山口県ふるさと産業振興条例（全文）

平成20年12月24日公布・施行
山口県条例第51号

山口県は、三方が海に開け、美しく変化に富んだ地勢に恵まれるとともに、長年にわたり培われてきた歴史と文化が存在していることから、地域の特性を生かした農林水産業や中小の事業者による多彩な商工業が営まれる一方で、瀬戸内海沿岸地域を中心に、基礎素材型及び加工組立型の産業の集積が見られる。

このような様々な産業の事業者は、地域に根ざした経済活動を行うことによって、優れた生産物、製品等を産出し、県民の衣食住を支えるとともに、雇用及び所得の確保など地域経済の維持に貢献し、本県発展の礎として大きな役割を果たしてきた。

しかしながら、経済のグローバル化、国民の価値観の多様化、少子・高齢化の進行等によって地域間の競争が激化しており、地域の活力への影響が懸念されている。

こうした時代にあって、地域の活力を高めて将来にわたり本県が持続的な発展を遂げるためには、県民がふるさとを愛しはぐくむ意識を持って、ふるさと産業の重要性について理解を深めるとともに、生産物及び製品の消費及び利用並びに事業者が提供するサービスを利用するなどの自発的な取組を進めていくことが重要である。

また、この取組は、安心して安全な県民生活の確保及び食料自給率の向上に資するとともに、生産物及び製品の輸送に伴い排出される二酸化炭素等の削減による地球温暖化の防止等に寄与することからも、推進されるべきものである。

ここに、私たちは、元気で活力に満ちた山口県の創造を目指して、県民、事業者、関係団体、市町及び県が協働して、ふるさと産業の振興に取り組むことを決意し、この条例を制定する。

(目的)

第一条 この条例は、地産地消の推進によるふるさと産業の振興について、基本理念を定め、並びに県、事業者及び関係団体の責務並びに県民の役割を明らかにするとともに、地産地消の推進に関する施策の基本となる事項を定めることにより、ふるさと産業を育成し、もって活力ある地域の経済社会の形成及び県民生活の向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この条例において「ふるさと産業」とは、県内で生産活動を営み、又はサービスの提供を行う産業をいう。

2 この条例において「県産品等」とは、次の各号のいずれかに該当するものをいう。

- 一 県内で生産され、採取され、若しくは水揚げされた農林水産物又は県内で製造され、若しくは加工された物品
- 二 前号に掲げるものを原材料として製造され、又は加工された物品
- 三 県内で提供されるサービス

3 この条例において「地産地消」とは、県産品等を消費し、又は利用することをいう。

4 この条例において「関係団体」とは、事業者の組織する団体又は地産地消の推進を目的とする団体をいう。

(基本理念)

第三条 ふるさと産業を振興するための地産地消の取組は、県、事業者、関係団体及び県民による協働の精神に基づき、自発的に行われることを旨として促進されなければならない。

2 ふるさと産業を振興するための地産地消の取組は、地域における人、物及び情報の交流により経済を活性化させ、県産品等の需要の拡大及び事業者の育成を図ることを旨として促進されなければならない。

(県の責務)

第四条 県は、国、市町、事業者、関係団体及び県民と連携を図りながら、行政の各分野において、地産地消に関する施策を講ずるものとする。

2 県は、事業者、関係団体及び県民が自発的な意思により地産地消に取り組む気運の醸成その他必要な措置を講ずるものとする。

(事業者及び関係団体の責務)

第五条 事業者及び関係団体は、県民が県産品等に愛着を持つことができるよう情報の提供及び発信に努めるとともに、良質かつ安全で安心することができる県産品等を県民に対して安定的に供給することができる体制を整備するよう努めるものとする。

2 事業者及び関係団体は、自主的かつ創造的な事業活動を行うとともに、県民の意向を踏まえた商品の開発を行うことにより、ふるさと産業が多様で活力あるものとして成長するよう努めるものとする。

3 事業者及び関係団体は、県産品等の生産、製造等に当たっては、他の県産品等の消費及び利用並びにふるさと産業に属する事業を行う者の利用の拡大に配慮するよう努めるものとする。

4 事業者及び関係団体は、その事業活動を行うに当たっては、環境に配慮するとともに、地域社会と協働し、地域の発展に資するよう努めるものとする。

5 事業者及び関係団体は、県が実施するふるさと産業の振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(県民の役割)

第六条 県民は、ふるさと産業の振興が県民生活の向上に寄与することについて理解を深めるとともに、自ら進んで県産品等を消費し、及び利用するよう努めることによって、地産地消の推進に積極的な役割を果たすものとする。

2 県民は、県が実施する地産地消に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(基本的施策)

第七条 県は、地産地消を推進してふるさと産業を振興するため、次に掲げる施策を講ずるものとする。

一 観光の振興、農山漁村との交流等の取組を促進することにより、事業者と県民との相互理解の増進を図ること。

二 ふるさと産業を支える幅広い人材の育成及び確保を図ること。

三 地域に存在する資源を活用した創業及び新たな事業分野の開拓を促進すること、資金調達を円滑化すること等により、中小企業の育成及び支援を図ること。四産学公の連携（事業者、大学、県等の相互の連携をいう。）並びに農商工等の連携（農林漁業者と中小の事業者等との相互の連携をいう。）による研究開発及び多様な技術の交流により、県産品等を活用した新商品の開発及び販売先の拡大を図ること。

五 ブランド化（地域に存在する資源を活用して物品の付加価値を高め、情報発信力及び競争力の面で優位性を持つことをいう。）を促進するとともに、伝統工芸の技術の伝承及び発展を図ること。

六 地域の特性を生かした企業立地を促進し、次代を担う産業の集積を図ること。

七 農林水産業と食品産業との連携により、加工食品、外食、学校給食等への利用を促進すること等により、県内で生産され、採取され、又は水揚げされた農林水産物の需要の拡大を図ること。

八 需要に応ずるための産地の育成及び拡大並びに資源の維持及び確保を図ること。

九 県内で生産された木材の利用、間伐材その他の未利用の森林資源の利用及び森林バイオマスエネルギー（森林資源から得られるエネルギーをいう。）の利用の促進を図ること。

十 建設工事又は物品等の発注に当たり、事業者の地域社会への貢献の状況、県の施策への協力の状況等に配慮して県内の事業者の受注の機会の確保を図るとともに、県産品等の活用を図ること。

(市町、事業者等に対する支援)

第八条 県は、市町が実施するふるさと産業の振興に関する施策並びに事業者、関係団体及び県民が行う地産地消に関する取組を支援するため、情報の提供、技術的な支援その他の必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

(広報活動)

第九条 県は、ふるさと産業の振興に資するため、地産地消に対する県民の理解及び関心を深めるための広報その他の必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

(財政上の措置)

第十条 県は、ふるさと産業の振興に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

附則

この条例は、公布の日から施行する。

(以上)

(補足) 経済効果を求める式(投入モデル)は以下の通りである

$$\begin{aligned}\Delta X 1 &= \{I - (I - M) A\}^{-1} (I - M) \Delta F \\ \Delta X 2 &= \{I - (I - M) A\}^{-1} (I - M) c k w \Delta X 1 \\ \Delta X &= \Delta X 1 + \Delta X 2\end{aligned}$$

$\Delta X 1$: 生産誘発額(直接効果+1次間接波及効果)

$\Delta X 2$: 生産誘発額(2次間接波及効果)

ΔX : 経済波及効果(直接効果+1次間接波及効果+2次間接波及効果)

I : 単位行列

A : 投入行列係数

M : 移輸入係数

ΔF : 最終需要増加額(生産額)

c : 民間消費支出構成比

k : 消費転換係数

w : 雇用者所得率

-
- 1 県産品とは、「沖縄県内において製造・加工された製品」を指す。製造・加工とは、付加価値をつけることであり、材料に何らかの加工を加えることが前提となる。また、移輸入等により持ち込まれた材料を単に箱詰めした製品は該当しない。(沖縄県)
 - 2 メーカーが全国規模で展開している商品ブランド。対義語はプライベートブランド(PB)。
 - 3 沖縄電力と九州電力では、直近で料金改定を実施した時期が異なることから、基準とする燃料価格が異なること等により、毎月の燃料費等調整額に大きな差異が生じている可能性がある。



レポーター
金城 俊
(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

端午の節句と台湾 InnoVEX (イノベックス) のご紹介

はじめに

皆様、こんにちは。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金城俊です。沖縄では梅雨が明け、本格的な夏到来といったところでしょうか。台湾にも日本と同じく梅雨があり、時期は沖縄とほとんど変わりません。ただ、日本のように明確な梅雨入り、梅雨明けの日を発表することはなく、だいたい梅雨入り、梅雨明けを決めるようです。今年は6月下旬に梅雨明けし、強い日差しのもと30℃を超える日が続いております。

台湾では6月の端午の節句(端午節)までは不安定な天気が続く、朝晩は気温が下がるため冬服はしまっではいけないと言われております。端午の節句を過ぎると本格的な夏がやってくるという意味でもあり、今年はまさにその通りとなっております。今回はそんな台湾の端午の節句と、6月に開催されたスタートアップイベントについてレポートいたします。

1. 端午の節句(端午節)

台湾で旧暦正月の「春節」、旧暦8月15日の「中秋節」と並んで三大節句と呼ばれている大切な行事の一つが、旧暦5月5日(今年は6月10日)の「端午節」です。日本では端午の節句といえばこどもの日ですが、台湾の端午

節は全く異なる休日で、疫病退散や厄除けの意味があり、夏季の節句として重んじられています。当日は魔よけや厄除けを意味するヨモギを家に飾ったり、正午には卵を立てて縁起を担ぐなど、端午の節句ならではの風習があります。正午に卵を立てることができれば、1年間を幸せに過ごすことができるという言い伝えがあり、子供たちに喜ばれている行事です。

また、台湾では端午の節句には粽を食べる習慣があり、ドラゴンボート(龍船)レースも開催されます。その由来は戦国時代、楚国の政治家であり詩人であった屈原(くつげん)が関係しています。屈原は自国のために尽くしてきた政治家でしたが、秦国に占領されたことがきっかけで川に身を投げ自害してしまいます。その日が旧暦の5月5日でした。彼を慕う人々が屈原の遺体を見つけるため船を漕ぎ、遺体に魚などが近づかないように粽を川へ撒いたり、太鼓を叩いたりして守っていたことから、端午の節句になると粽を食べ、ドラゴンボート(龍船)を漕ぐようになったといわれています。

この時期にはスーパーや飲食店などで粽の販売コーナーが設けられたり、家族みんなで粽を作ったりするようです。また台湾の様々な場所で開催されるドラゴンボートレースはハーリーの発祥と言われております。龍の頭がついたカラフルなドラゴンボートで、太鼓やドラを鳴らしながらタイムを競いあう競技です。私も台北で開催されていたレースを見学しましたが、太鼓

の合図とともに皆で声を出しながらボートを漕いでいる様子はまさにハッピーそのもので、とても親近感を覚えました。会場は多くの来場者で賑わっていましたが、昨年も台北の大会には200を超えるチーム、5,000人以上の選手が参加していたとのことで、台湾の夏の風物詩として愛されている競技となっています。



スーパーの粽販売コーナー



ドラゴンボート



レースの様子

2. 台湾 InnoVEX (イノベックス)

次に6月に開催された、台湾のスタートアップイベントをご紹介します。台湾 InnoVEX とはアジア最大規模の ICT 産業見本市「COMPUTEX」の中に併設された、スタートアップの見本市です。同イベントは台湾貿易

センター (TAITRA) が主催しており、今回は30カ国から400社近いスタートアップ企業が参加し、企業同士の交流やピッチイベント、投資家との商談会等が行われました。

台湾では政府が、健全で安定したスタートアップ・エコシステムを構築するために積極的に取り組んでおり、政府傘下の国家発展基金を通じた、スタートアップに対する投資等が行われています。また、台湾人の仕事に対する考え方も日本と異なり、同一企業に一生勤めると考えている人は少数派です。そのため常に社外の情報も取り入れ、より良い仕事や待遇、成長機会があれば転職もいとわないことが文化としてあるため、起業する人が多いのかもしれませんが。

本イベントには沖縄県のブースも出展しています。県内のスタートアップ企業のほか、支援機関が様々な活動をPRし、当行含む県内企業8社が主催している「OKINAWA Startup Program」の告知も行っていました。同プログラムは採択企業のビジネスプランのブラッシュアップ支援や主催企業とのビジネスマッチング、スタートアップ企業同士の交流を目的に開催され、毎年2月にはピッチイベントも実施しております。また、台湾の技術開発・研究を手掛ける工業技術研究院 (ITRI) との連携で、台湾のスタートアップ企業も毎年参加しています。

今回の台湾 InnoVEX では、高速 AI 音声翻訳サービスやドローン開発、360°パノラマカメラなど、様々な企業が出展しています。沖縄県の課題解決に役立つスタートアップも多くあり、今後の連携が期待されます。





InnoVEX 会場の様子

3. 最後に

台湾 InnoVEX では日本進出に興味を示すスタートアップ企業も多く、まずは沖縄進出や県内企業とのマッチングを検討したいとの話も聞かれました。上記でご紹介した台湾スタートアップ企業では、例えば、観光業界での音声翻訳サービスの利用やパノラマカメラを利用した観光 PR 動画の制作、配信などの連携が可能です。また、ドローンは長距離の自動運転が可能で、物流や建築現場、農業などにも活用できるため、人手不足などの課題解決に繋がる可能性があります。

ぜひこの機会に、台湾への進出や台湾企業との協業を検討されてみてはいかがでしょうか。

お気軽に、お取引店舗、もしくは私、金城までご連絡ください。

則和企業管理顧問有限公司

(※琉球銀行 業務提携先 / 金城赴任先)

Tel : 0988-958-295(※金城 / 台湾携帯)

080-9853-0629(※金城 / 日本携帯)

E-Mail : shun_kinjou@pr.ryugin.co.jp

※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～

イノベーションを次のレベルへ

ヘルスケア・サステナビリティ領域の起業家と投資家が沖縄に集結
－第1回「OIST-Lifetime Startup Elevate 2024」を開催



4月25日から26日にかけて、沖縄科学技術大学院大学(OIST)において、ヘルスケア及びサステナビリティ領域のスタートアップ企業と投資家を繋ぐイベント「OIST-Lifetime Startup Elevate 2024」が開催されました。OISTと、スタートアップ企業への投資を専門とするライフタイムベンチャーズの共催により、起業家と投資家のネットワーキングイベントとして開催された県内最大規模の本イベントには、県内外から設立前後のスタートアップ企業41社と、100名以上の投資家が参加しました。

このイベントは、投資家が新たな投資先を見つけ、スタートアップ企業が資金調達
の機会を得るための場を沖縄に設けようと、OISTとライフタイムベンチャーズが初めて取り組んだものです。2日間にわたるイベントではそれぞれ異なるテーマが設定され、初日の「ヘルスケア・デイ」では、創薬・バイオテック、バイオインフォマティクス、医療機器、デジタルヘルスといった分野、そして2日目の「サステナビリティ・デイ」では、エネルギー、モビリティ、アグリテック、脱炭素テクノロジーといった

分野を中心に、多岐にわたる業界のスタートアップ企業や投資家が集いました。県内外からの参加に加え、OISTからも起業家が参加し、様々なプログラムを通して活発な交流が行われ、会場は終始熱気に満ちていました。

冒頭のあいさつで、OISTのギル・グラノットマイヤー首席副学長は次のように述べました。「科学的発見からビジネスに至る道のりは挑戦に満ち溢れていますが、革新の背後には常に基礎研究があることを忘れてはいけません。今回のイベントにおい

て、OISTが科学とイノベーションをつなぐ役割を果たす一員として協力できることを嬉しく思います。今日は存分に楽しみ、学んでください。そして、科学技術の素晴らしい可能性をぜひ感じてください」

イベントの最大の目玉となったのは、スタートアップ企業によるピッチコンテストでした。起業家とそのテーマに精通した投資家がメンターとなってペアを組み、二人三脚で磨き上げた7分間のプレゼンテーションで、起業家たちは自分たちの事業内容や魅力をアピールしました。ビジネスプランの独自性や市場へのインパクト、成長の可能性など、各社の個性あふれる発表は、投資家たちの関心を惹きつけました。



ピッチコンテストで事業をアピールしたPEELラボ 共同創業者のジム・ファンさん(左)と、メンター投資家として参加したJICベンチャー・グロース・インベストメンツ株式会社パートナーの桑原 優樹さん(右) 写真提供：OIST

2日目のサステナビリティ・デイのピッチコンテストでBest Pitch Awardを受賞したアルバトロス・テクノロジー取締役COOの長壁一寿さんは、本イベントに参加した理由を次のように述べています。「当社の洋上風力発電技術は、日本全国で大きな可能性を秘めた技術で、島嶼地域である沖縄においても、そのポテンシャルは非常に高いと考えています。このイベントが県内でのネットワーク作りに繋がればと期待しています。また、ほぼ全参加者が現地での移動も共にするため、多くの投資家とこれだけじっくり意見交換をできるイベントは国内でも稀です。ピッチコンテストではスタートアップの発表だけでなく、それぞれのメンターである投資家が注目しているポイントを聞いたことも、このイベントの大きな魅力でした」



(左から) OIST Innovation事業開発セクションマネジャーの長嶺安奈さん、アルバトロス・テクノロジー取締役COOの長壁一寿さん、メンター投資家として参加したグローバル・キャピタル・パートナーズ プリンシパルの中村 達哉さん、ライフタイムベンチャーズ代表パートナーの木村亮介さん
写真提供：OIST

その他、ポスター展示ブースやネットワークスペースが設けられ、Atier-ra、Green Leaf Global、ヴィオリアス日本等のOIST発のスタートアップ/チームのほか、シンク・ネイチャー、琉球コーヒーエナジー、Beyond Optical Technologies、バタフライピー研究所など、沖縄に所縁のあるスタートアップも参加しました。

また、各業界で活躍する専門家による講演も行われました。大学発ベンチャーやディープテックベンチャーへの投資を専門とするAngel Bridgeの代表、河西佑太郎さんは、1日目のヘルスケア・デイにおいて、自身が関わってきた大学発の先端技術を社会実装するまでの体験談を紹介しました。「こうしたイベントを活用して、研究者出身のシードステージの起業家が登壇する場になるようなイベントに成長していった欲しいです。起業するということはゼロから作ることです。なかなかうまくいかないこともあると思いますが、粘り強く、そして楽しみながら頑張ってもらいたい」と、未来のイノベーションを担うスタートアップ企業にエールを送りました。



ゲストスピーカーとして参加した Angel Bridge 代表の河西佑太郎さん(前方左) 写真提供：OIST

ピッチコンテスト結果 - ヘルスケア部門

	受賞者 (起業家)	受賞者 (メンター投資家)	事業内容
ベストピッチ アワード	Chiore 代表 ヴィクトラス・リシコヴァス	東京大学エッジキャピタル パートナーズ プリンシパル 小林 宏彰	血管内のプラーク除去のための フェムトセカンドレーザーアテレクト ミーの開発
ランナーズアップピッチアワード *準優勝に相当	MORPHEUS 創業者・CEO 秋 美淑	Angel Bridge 代表 河西佑太郎	鼻から脳への薬物送達システムを 開発
ベストグロース アワード *事前に開催されたピッチイベントからの 成長が著しかったチームに贈られる賞	Chiore 代表 ヴィクトラス・リシコヴァス	東京大学エッジキャピタル パートナーズ プリンシパル 小林 宏彰	血管内のプラーク除去のための フェムトセカンドレーザーアテレクト ミーの開発
ベストメンターVC アワード *事前に開催されたメンタリングイベント において、起業家からマッチング希望が 最も多かったVCに贈られる賞	—	Gemseki 代表取締役社長 浅沼 良晴	—

ピッチコンテスト結果 - サステナビリティ部門

	受賞者 (起業家)	受賞者 (メンター投資家)	事業内容
ベストピッチ アワード	アルバトロス・テクノロジー 取締役 COO 長壁 一寿	グロービル・キャピタル・ パートナーズ プリンシパル 中村 達哉	低コストで製造可能な浮体式垂直 軸型風車を開発
ランナーズアップピッチアワード *準優勝に相当	Watasumi 創設者 デイビッド・シンブゾン	日揮株式会社 未来戦略室 坂本 惇	中小企業の産業廃水処理を現地で 実行できる環境技術を開発
ベストグロース アワード *事前に開催されたピッチイベントからの 成長が著しかったチームに贈られる賞	PEEL Lab 共同創業者 ジム・ファン	JICベンチャー・グロース・ インベストメント株式会社 パートナー 桑原 優樹	果物の皮をアップサイクリングして 持続可能な植物性皮革を生産
ベストメンターVC アワード *事前に開催されたメンタリングイベント において、起業家からマッチング希望が 最も多かったVCに贈られる賞	—	グロービル・キャピタル・ パートナーズ プリンシパル 中村 達哉	—



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

沖縄総合事務局経済産業部からのお知らせ 事業者のための省エネ取組支援 ～省エネの第一歩は、省エネ診断から～

省エネ診断

近年、突発的なエネルギー価格の高騰やカーボンニュートラル実現の観点から、省エネの重要性がより一層高まっています。経済産業省資源エネルギー庁では、専門家による省エネ診断や工場等における省エネ設備への更新に対する支援を行っています。今回は、事業者の皆様のニーズに合わせて受けられる「省エネ診断」についてご紹介いたします。

省エネの取組は、CO₂排出量削減に有効であることに加え、コスト削減及び経営の改善にも効果が期待できますので、まずは省エネ診断のご活用をご検討ください。

省エネ診断は以下の3つのメニューがございます。

希望の設備 1 つから診断可能

○省エネクイック診断

省エネの専門家が、工場・ビル・事務所などを訪問し、エネルギー使用状況を診断することで、エネルギーの無駄遣いや省エネにつながるヒントを見つけます。

受診費用：5,500円～

【活用のポイント】

- ・手軽に短時間で省エネ診断を受診可能
- ・事業所でメインに使用しているエネルギーや事業者の気になるエネルギーについて診断が可能



工場やビルの全体を診断

○省エネ最適化診断

エネルギーの専門家が現場に赴き、エネルギーの使用状況を診断することで、お金をかけずに出来る省エネ・設備投資による省エネに加え、再エネ設備導入等、具体的な省エネ効果とともに提案します。

受診費用：10,670円～

【活用のポイント】

- ・事業所全体のエネルギー使用量の見える化
- ・脱炭素化へ向けて再エネ提案も実施



診断後の取組までサポート

○省エネお助け隊

豊富な経験と実績を持っているエネルギーと経営の専門家が、経営改善につながる省エネ提案や設備更新の計画立案をサポートし、加えて補助金や税制の紹介を行います。

受診等費用：7,304円～

【活用のポイント】

- ・事業所全体のエネルギー使用量の見える化
- ・省エネ診断から省エネ取組の支援まで、同一専門家が一気通貫して対応可能
- ・経営の専門家が省エネの専門家と連携して支援

以下サイトも、ぜひご覧ください。



中小企業等のカーボンニュートラル支援策

中小企業がカーボンニュートラル対応を進めるにあたって活用できる支援策をとりまとめています。



省エネポータルサイト

省エネに関する各種施策の情報を掲載しています。



内閣府 沖縄総合事務局
経済産業部

■本記事に関するお問い合わせについて
内閣府沖縄総合事務局経済産業部エネルギー・燃料課

TEL:098-866-1759 担当：沢田、町田、荒金

<https://www.ogb.go.jp/keisan>

りゅうぎんのローンから
沖縄の未来のために
できること



サステナブル ファイナンス フレームワーク型



地球の未来のために
できること

りゅうぎん グリーンローン

りゅうぎん ソーシャルローン

りゅうぎん サステナビリティ・ リンク・ローン

融資金額 3,000万円以上

対象

環境改善活動

資金使途 特定型

グリーンプロジェクト
への事業資金

環境改善効果のある設備など
に活用できます！

例 | 資金使途

- 再生可能エネルギー
(太陽光等)
- 省エネルギー
(LED化等)
- クリーンな運輸
(電気自動車等) など

対象

社会課題解決

資金使途 特定型

ソーシャルプロジェクト
への事業資金

社会課題に解決につながる設
備などに活用できます！

例 | 資金使途

- 基本的インフラ設備
(電気、ガス、水道等)
- 必要不可欠なサービス
(病院、福祉、教育等)
- 手ごろな価格の住宅
など

対象

SDGs・ESGの
取り組みの高度化

資金使途 不特定型

事業資金
(運転資金、設備資金)

資金使途自由。幅広い資金ニ
ーズに活用できます！

- 目標(KPI/SPTs)の設定

● KPI(例)

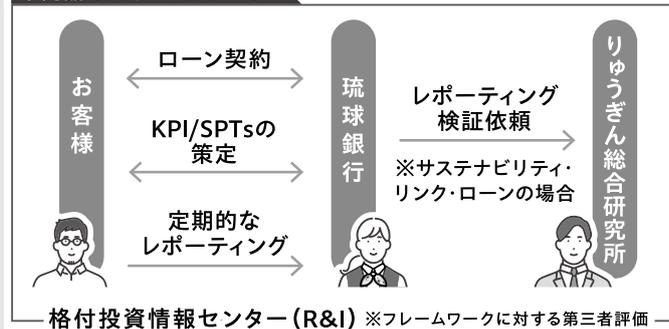
- 温室効果ガス排出の削減
- 再生可能エネルギーの利用拡大
- ZEH比率の拡大 など

💡 ここがポイント！

本フレームワークと本商品は、株式会社格付投資
情報センター(R&I)から国際的な原則や国内の
ガイドラインに整合していると評価されました！

本商品にて資金調達を行ったお客さまは、「サステナ
ビリティ経営の高度化」や「持続可能な活動推進」に
よるアピールを通じた社会的な支持の獲得などが期
待できます。

本商品のスキームイメージ



約20億人以上の巨大マーケット
全国の特産品を沖縄からアジアへ

12th

沖縄大交易会

国際食品
商談会
2024

リアル商談会 × オンライン商談会

ハイブリッド開催

サプライヤー募集

参加対象
(商品カテゴリー)

- 青果、農産加工品
- 鮮魚、水産加工品
- 精肉、畜産加工品
- 食品加工品
- 調味料
- お菓子、スイーツ
- 飲料、茶、コーヒー
- 酒類
- サプリメント、健康食品



オンライン商談会

全てのサプライヤーは「オンライン商談会」への参加が必須となります。

◆開催日程

2024年08月1日(木)～12月20日(金)

◆募集期間

2024年4月22日(月)～8月30日(金)

◆参加料

66,000円(税込)

◆開催規模

サプライヤー…260社 バイヤー………260社

オンライン商談会は、バイヤー&サプライヤー双方の拠点にてWeb会議システム「Microsoft Teams」を使用して、商談を行います。(商談時間は45分程度)



リアル商談会

リアル商談会へ参加希望のサプライヤーは実行委員会事務局が開催する「選定会」を経て、参加確定となります。

◆開催日程

2024年11月21日(木)～22日(金)

◆募集期間

2024年4月22日(月)～7月12日(金)

◆参加料

198,000円(税込)

本商談会は沖縄県からの負担金を活用して運営している事から、沖縄県内に本店、または支店登記がある事業者(個人事業者は住所を沖縄県内に有しているもの)の参加料は126,500円(税込)と致します。

◆開催規模

サプライヤー…220社(2日間出展)
バイヤー………220社

◆商談会場

沖縄コンベンションセンター(全館利用)

お申し込みは
コチラ!

<http://www.gotf.jp/> 大交易会

Q 検索

沖縄大交易会のホームページよりお申込み頂けます!



[主 催] 沖縄大交易会実行委員会

創設会員 沖縄県、沖縄懇話会

正 会 員 (株)ANA Cargo、(株)沖縄海邦銀行、(株)沖縄銀行、沖縄ヤマト運輸(株)、コザ信用金庫、(株)琉球銀行

準 会 員 沖縄県農業協同組合、沖縄セルラー電話(株)、那覇空港貨物ターミナル(株)、那覇空港ビルディング(株)、琉球朝日放送(株)、琉球放送(株)

一般会員 ANAホールディングス(株)、(株)アカネクリエーション、イオン琉球(株)、(株)上間フードアンドライフ、沖縄NXエアカーゴサービス(株)、(株)沖縄コングレ、(株)沖縄タイムス社、沖縄テレビ放送(株)、沖縄電力(株)、沖縄ビル管理(株)、オリオンビール(株)、(株)サンエー、大同火災海上保険(株)、(株)大米建設、拓南製鐵(株)、南西海運(株)、日本航空(株)、琉球海運(株)、(株)琉球新報社、琉球通運(株)、琉球物流(株)、(株)りゅうせき

協力会員 INPIT沖縄県知財総合支援窓口、(一財)沖縄観光コンベンションビューロー、沖縄経済同友会、(一社)沖縄県銀行協会、(一社)沖縄県経営者協会、(公社)沖縄県工業連合会、(公財)沖縄県産業振興公社、沖縄県商工会議所連合会、沖縄県商工会連合会、沖縄県情報通信関連産業団体連合会、沖縄県中小企業家同友会、沖縄県中小企業団体中央会、沖縄振興開発金融公庫、(独)中小企業基盤整備機構沖縄事務所、内閣府沖縄総合事務局、(独)日本貿易振興機構(JETRO)沖縄貿易情報センター

運 営 沖縄大交易会実行委員会事務局(公益財団法人 沖縄県産業振興公社内)

(五十音順)

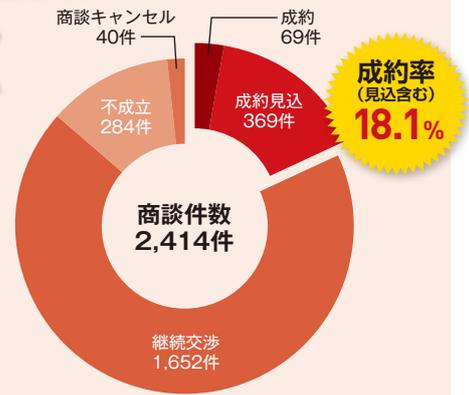
日本全国の特産品を沖縄から世界へ

2023年度リアル商談 開催実績 (沖縄コンベンションセンター)

サプライヤー 40都道府県より194社のご参加

バイヤー 223社のご参加
(海外107社、国内48社、フリーバイヤー68社)

商談結果 商談件数**2,414**件 成約(見込含む)**438**件



(商談直後のバイヤー評価アンケート)

2023年度のオンライン商談 開催実績 (速報値)

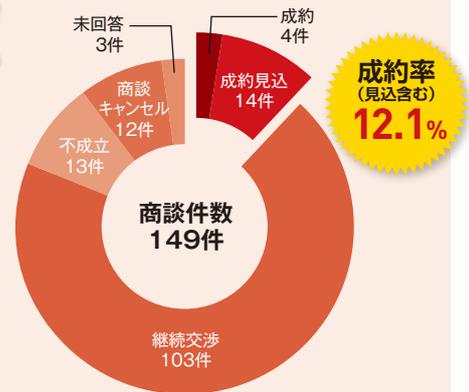
※オンライン商談開催期間:2023年8月1日(月)~2023年11月30日(木)

沖縄大交易会は日本全国より集めた選りすぐりの食材を、事前にWebマッチングを通して、国内外の優良バイヤーとオンライン商談を行っております。

サプライヤー 41都道府県より211社

バイヤー 13の国と地域から205社のご参加
(海外145社、国内60社)

商談結果 商談件数**149**件 成約(見込含む)**18**件



(商談直後のバイヤー評価アンケート)

お申込みから商談までの主な流れ



オンライン商談会

事前マッチング無しの「フリー商談形式」で実施。
※「バイヤーオファー型個別商談」も一部実施予定

「沖縄大交易会2024」公式ホームページへアクセス。
ビジネスマッチングサイトで、必要事項を入力し登録。

登録されたメールアドレス宛に、ログインに必要な「パスワード」が自動返信されます。

ビジネスマッチングサイトへ、ログイン。
企業情報・商品情報等を登録。

早期に本登録を完了することで、バイヤーからのオファー率が高まります。

お申し込み確定

参加料のお振込み後、バイヤー情報の閲覧やマッチング希望の他、事前にバイヤーとメールのやりとりが可能になります。

オンライン商談会へ参加



リアル商談会

従来通り、事前マッチング型「個別商談形式」で実施。

「リアル商談会」参加希望の
サプライヤー様を対象に「選定会」を開催

参加要件を満たしているか、実行委員会事務局が開催する「選定会」を経て参加が確定します。

参加確定したサプライヤー様宛にメールで通知

事前アポイント型個別商談形式となるため、事前に商談を希望するバイヤーへの「商談希望」を入力してください。

リアル商談会へ参加

※ サプライヤー固定型

●りゅうぎん調査● 県内の

景気動向
概況 2024年5月

景気は、緩やかに拡大している(9カ月連続)

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、消費マインドは底堅く継続しており、回復の動きが強まっていること、建設関連は資材価格が高止まりしているものの、民間工事の動きが活発化しており、回復の動きが強まっていること、観光関連は、前年同月に実施された全国旅行支援の反動は多少あるものの、国内外の旅行需要は引き続き高く、緩やかに拡大していること、総じて県内景気は緩やかに拡大している。

先行きは、底堅い消費マインドと観光需要にけん引され、緩やかな拡大基調が継続するとみられる。

消費関連

百貨店売上高は、11カ月連続で前年を上回った。物産催事や会員限定企画の実施による集客効果や免税売上の増加が寄与した。スーパー売上高は、既存店・全店ベースともに24カ月連続で前年を上回った。県内客・県外客ともに来店客数の増加がみられ好調に推移した。新車販売台数は、5カ月連続で前年を下回った。一部自動車メーカーによる生産・出荷停止の影響が和らぎ減少幅は縮小したものの、前年同月の反動などより減少した。家電大型専門店販売額(速報値)は、10カ月連続で前年を上回った。

先行きは、新車をはじめとする耐久消費財の先行きに懸念があるものの、消費マインドは底堅い推移が見込まれ、回復の動きが強まるとみられる。

建設関連

公共工事請負金額は、国は減少したが、県、市町村、独立行政法人等・その他は増加したことから、4カ月ぶりに前年を上回った。建築着工床面積(4月)は、居住用、非居住用ともに減少したことから2カ月ぶりに前年を下回った。新設住宅着工戸数(4月)は、持家、給与は減少したが、貸家、分譲は増加したことから4カ月ぶりに前年を上回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事は減少したが、民間工事は増加したことから、3カ月連続で前年を上回った。建設資材関連では、セメント、生コンは3カ月連続で前年を下回った。鋼材売上高、木材売上高は、出荷量が増加したことなどから前年を上回った。

先行きは、資材価格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回復の動きが強まるとみられる。

観光関連

入域観光客数は、30カ月連続で前年を上回った。国内客は3カ月連続で減少し、外国客は20カ月連続で増加した。県内主要ホテルは、稼働率は2カ月連続で前年を上回り、売上高、宿泊収入は2カ月ぶりに前年を下回った。主要観光施設入場者数は27カ月連続で前年を上回った。ゴルフ場は、入場者数は5カ月連続で減少し、売上高は3カ月連続で前年を下回った。前年同月の全国旅行支援の反動があるものの、外国客の増加もあり好調に推移した。

先行きは、外国からの訪日意欲が高いなか那覇空港発着の航空便の拡充があり、外国客の増加が見込まれること、夏の旅行シーズン到来で国内客の増加も予想されることから、緩やかに拡大するとみられる。

雇用関連・その他

新規求人数は、前年同月比5.0%減と5カ月連続で前年を下回った。産業別では、宿泊業・飲食サービス業、情報通信業、運輸業・郵便業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.10倍で、前月から0.04ポイント低下した。完全失業率(季調値)は3.3%と、前月から0.6ポイント低下した。

消費者物価指数は、前年同月比3.4%の上昇となり、33カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.2%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同2.6%の上昇となった。

倒産件数は4件で前年と同数となった。負債総額は5,500万円で、前年同月比92.0%減となった。

2024.5

リゅうぎん調査

増減率(%)

	前年同月比	前年同期比 (2024.3 - 2024.5)
消費関連		
(1) 百貨店(金額)	4.5	3.5
(2) スーパー(既存店)(金額)	1.6	3.9
(3) スーパー(全店)(金額)	2.0	4.3
(4) 新車販売(台数)	▲ 7.5	▲ 21.3
(5) 家電大型専門店販売額(金額)	P 4.8	P 12.1
建設関連		
(1) 公共工事請負金額(金額)	58.7	▲ 4.0
(2) 建築着工床面積(m ²)	(4月) ▲ 2.5	(2-4月) ▲ 1.3
(3) 新設住宅着工戸数(戸)	(4月) 16.2	(2-4月) 3.4
(4) 建設受注額(金額)	P 28.1	P 180.0
(5) セメント(トン数)	▲ 0.3	▲ 5.4
(6) 生コン(m ³)	▲ 0.8	▲ 7.9
(7) 鋼材(金額)	P 6.7	P ▲ 5.2
(8) 木材(金額)	5.3	4.6
観光関連		
(1) 入域観光客数(人数)	9.7	10.6
うち外国客数(人数)	112.4	134.8
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差)P 2.9 (実数) P 52.6	(前年同期差)P 2.0 (実数) P 58.1
(3) " 売上高(金額)	P ▲ 2.2	P 1.8
(4) 観光施設入場者数(人数)	6.9	12.6
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	▲ 13.1	▲ 8.2
(6) " 売上高(金額)	▲ 8.6	▲ 3.5
その他		
(1) 県内新規求人数(人数)	▲ 5.0	▲ 6.0
(2) 有効求人倍率(季調値)	1.10	1.13
(3) 消費者物価指数(総合)	3.4	3.2
(4) 企業倒産件数(件数)	(前年同月差) 0	(前年同期差) ▲ 2
(5) 広告収入(県内マスコミ)(金額)	(4月) ▲ 2.2	(2-4月) 1.4

(注1) 公共工事請負金額は西日本建設業保証株式会社沖縄支店調べ。建築着工床面積、新設住宅着工戸数は国土交通省調べ。県内新規求人数、有効求人倍率は沖縄労働局調べ。入域観光客数、消費者物価指数は沖縄県調べ。企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店調べ。Pは速報値。
 (注2) 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。

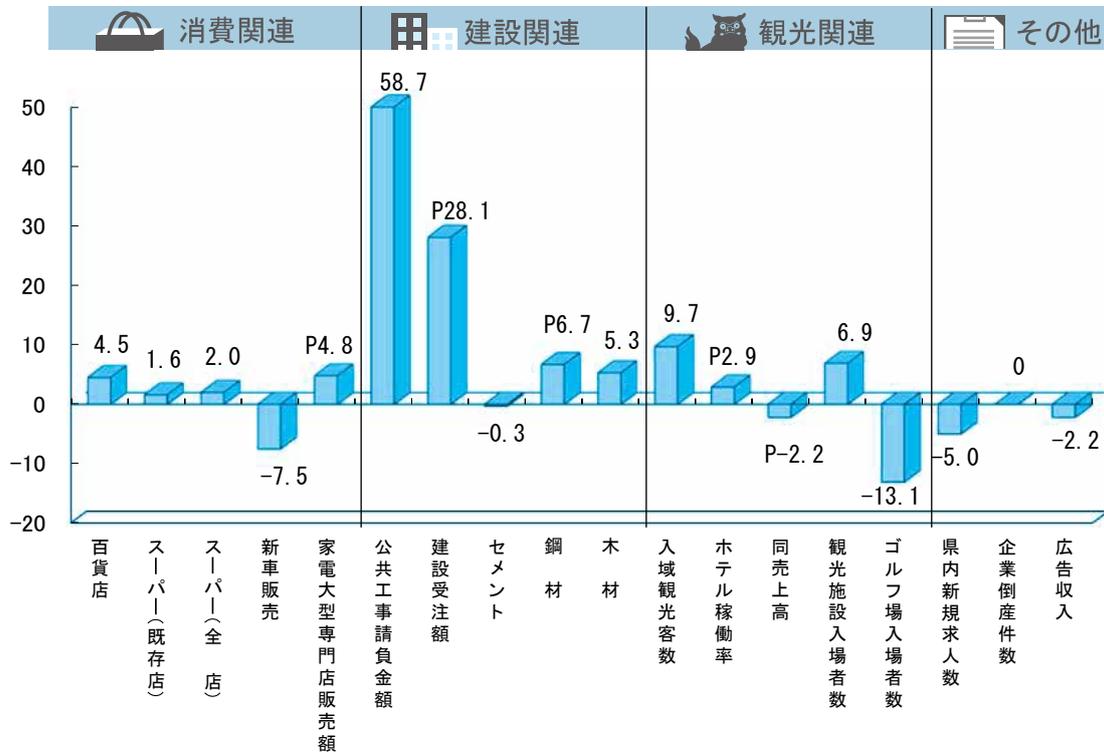
消費関連

建設関連

観光関連

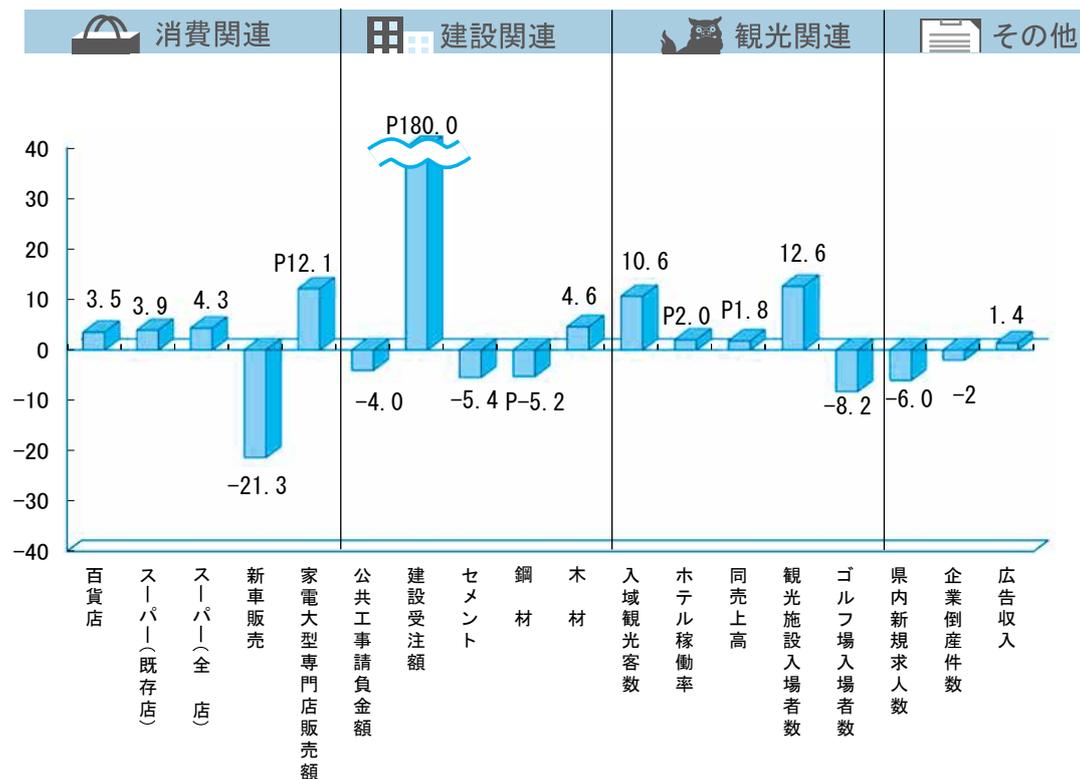
その他

項目別グラフ 単月 2024.5



(注) 広告収入は24年4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 2024.3~2024.5



(注) 広告収入は24年2月~24年4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



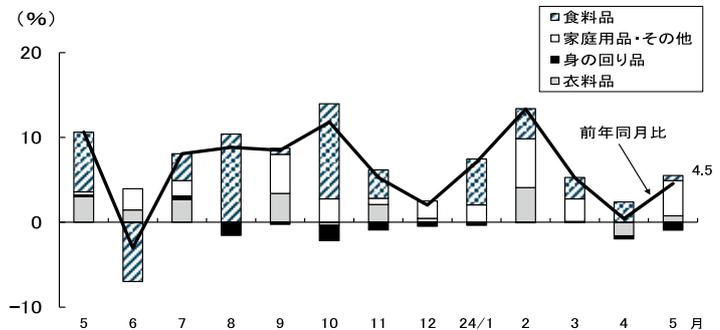
消費関連

① 百貨店売上高 (前年同月比)

※棒グラフは品目別寄与度

11カ月連続で増加

- 百貨店売上高は、前年同月比4.5%増と11カ月連続で前年を上回った。
- 人気の高い物産催事や会員限定企画の実施による集客効果がみられ、好調に推移した。免税では、化粧品等の雑貨類が増加したほか、飲食店利用の増加などもあり売上増加に寄与した。
- 品目別にみると、食料品が同1.7%増、衣料品が同2.4%増、家庭用品・その他が同15.0%増、身の回り品が同14.0%減となった。

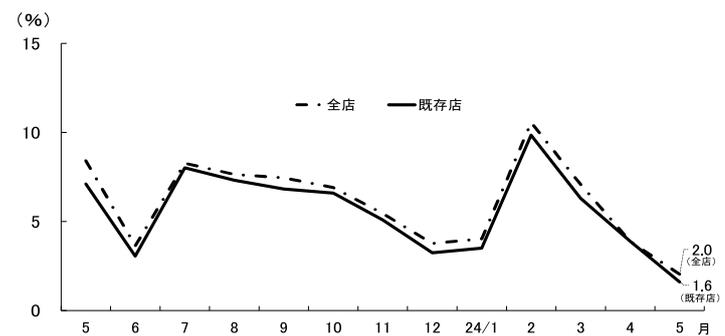


出所:りゅうぎん総合研究所

② スーパー売上高 (前年同月比)

既存店・全店ともに24カ月連続で増加

- スーパー売上高は、既存店ベースは前年同月比1.6%増と24カ月連続で前年を上回った。
- 前年同月の台風特需の反動などにより増加幅は縮小したものの、県内容・県外客ともに来店客数の増加がみられ前年を上回った。また、母の日のギフト需要や梅雨入り後のレイングッズ需要の高まりなどもあり好調に推移した。
- 品目別にみると、食料品は同0.8%増、衣料品は同3.5%増、住居関連は同5.8%増となった。
- 全店ベースは同2.0%増となり、24カ月連続で前年を上回った。



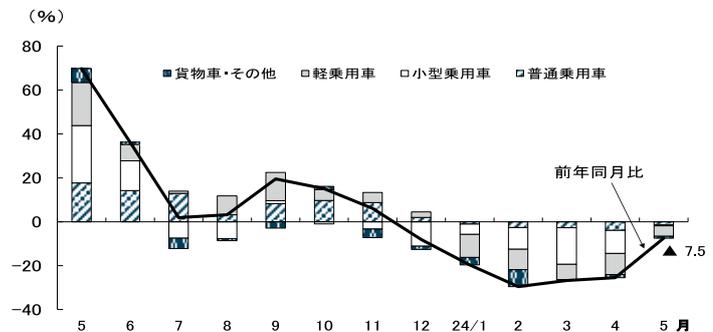
出所:りゅうぎん総合研究所

③ 新車販売台数 (前年同月比)

※棒グラフは車種別寄与度

6カ月連続で減少

- 新車販売台数は3,060台で前年同月比7.5%減と6カ月連続で前年を下回った。
- 新車の供給制約が和らぎ、レンタカーや乗用車など全車種が増加した前年同月の反動がみられた。また、一部自動車メーカーによる生産・出荷停止の影響は継続しているものの、5月より順次生産・出荷が再開されたことで減少幅は縮小した。
- 普通自動車(登録車)は1,637台(前年同月比4.8%減)で、うち普通乗用車は631台(同6.8%減)、小型乗用車は865台(同1.6%減)であった。軽自動車(届出車)は1,423台(同10.4%減)で、うち軽乗用車は1,084台(同12.8%減)であった。



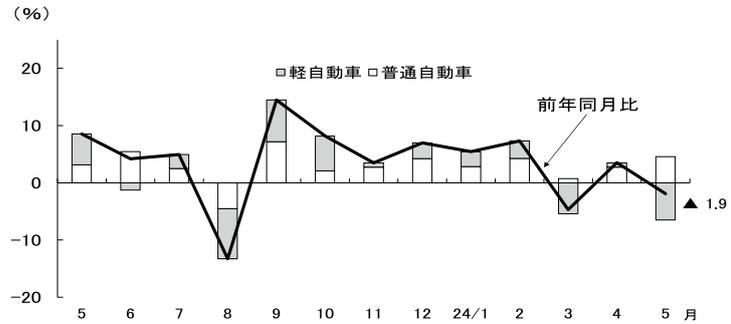
出所:沖縄県自動車販売協会

④ 中古自動車販売台数【登録ベース】（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

2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、1万8,234台で前年同月比1.9%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・内訳では、普通自動車が7,850台（前年同月比12.2%増）、軽自動車が1万384台（同10.4%減）となった。

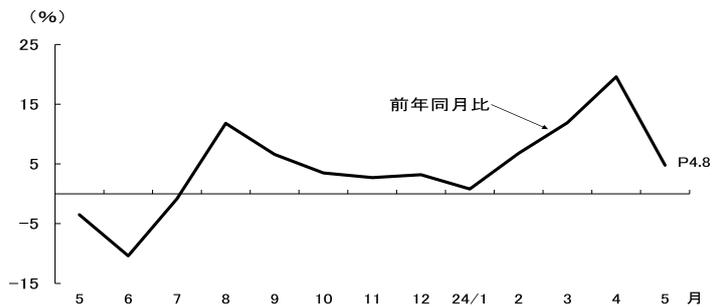


出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

⑤ 家電大型専門店販売額（前年同月比）

10カ月連続で増加

- ・家電大型専門店販売額（速報値）は、前年同月比4.8%増と10カ月連続で前年を上回った。
- ・6月より適用される県の補助事業「おきなわ省エネ家電買換応援キャンペーン」の開始を前に、対象となるエアコンや冷蔵庫の買い控えがみられたものの、値上げによる単価上昇などにより前年を上回った。



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

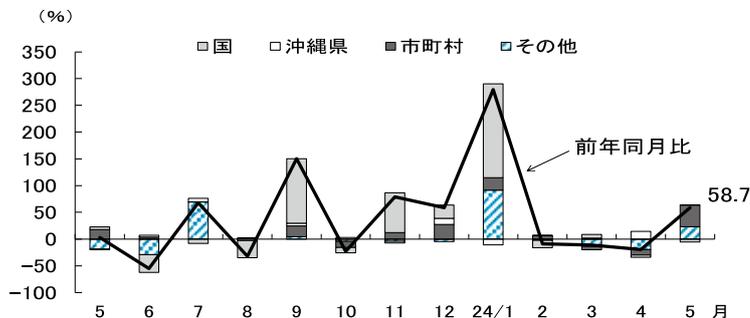
建設関連

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

4カ月ぶりに増加

- ・公共工事請負金額は、224億12百万円で前年同月比58.7%増となり、4カ月ぶりに前年を上回った。
- ・発注者別では、県は同1.6%増、市町村は同128.0%増、独立行政法人等・その他は同162,350.0%増と増加し、国は同20.8%減と減少した。



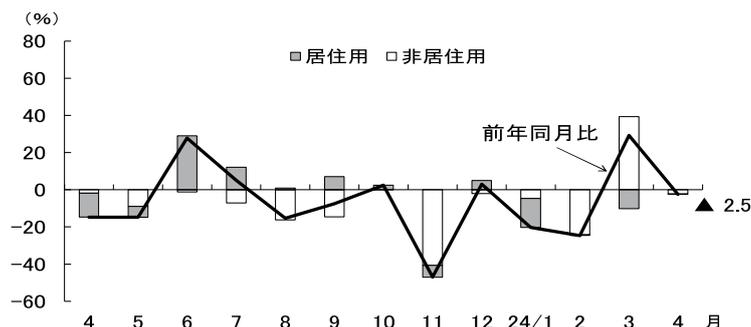
出所:西日本建設業保証株式会社沖縄支店

② 建築着工床面積 (前年同月比)

※棒グラフは用途別寄与度

2カ月ぶりに減少

- ・建築着工床面積(4月)は10万8,138㎡で前年同月比2.5%減と2カ月ぶりに前年を下回った。居住用は同0.5%減、非居住用は同5.3%減とともに減少した。
- ・建築着工床面積を用途別(大分類)にみると、居住用では居住専用は増加し、居住産業併用は減少した。非居住用では、飲食店・宿泊業用などが増加し、教育・学習支援業用、医療・福祉用などが減少した。



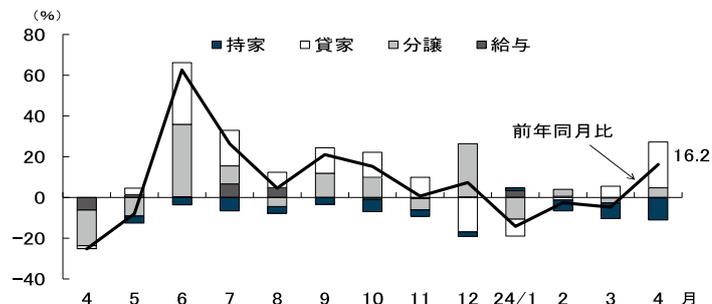
出所:国土交通省

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

4カ月ぶりに増加

- ・新設住宅着工戸数(4月)は852戸で前年同月比16.2%増と4カ月ぶりに前年を上回った。
- ・利用関係別では、貸家(497戸)が同49.7%増、分譲(192戸)が同22.3%増と増加し、持家(162戸)が同33.1%減、給与(1戸)が同50.0%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

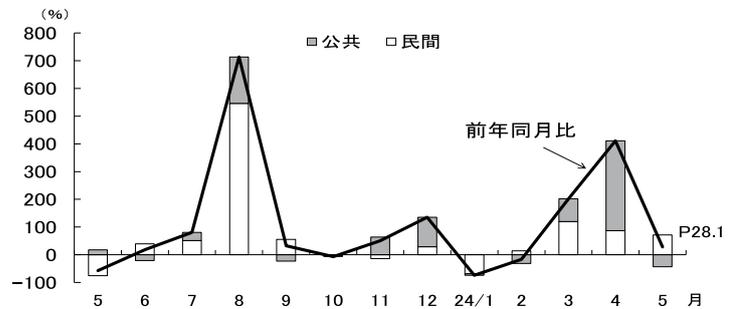
その他

④ 建設受注額 (前年同月比)

※棒グラフは発注者別寄与度

3カ月連続で増加

- ・建設受注額(調査先建設会社:17社、速報値)は前年同月比28.1%増と3カ月連続で前年を上回った。
- ・発注者別では、公共工事は同58.5%減と2カ月ぶりに減少し、民間工事は同271.3%増と4カ月連続で増加した。

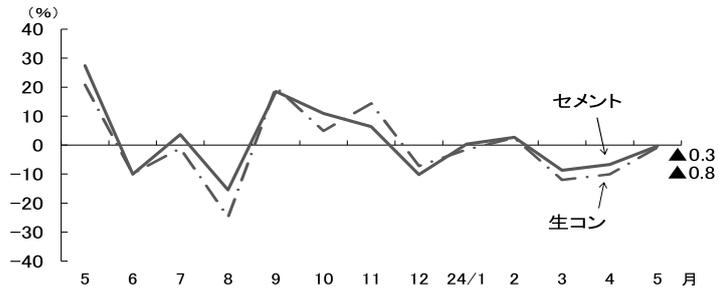


出所:リゅうぎん総合研究所

⑤ セメント・生コン(前年同月比)

セメント、生コンは3カ月連続で減少

- ・セメント出荷量は5万9,021トンとなり、前年同月比0.3%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量は9万4,367m³で同0.8%減と3カ月連続で前年を下回った。生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、防衛省向けなどが増加し、学校関連向けや県企業局向けなどが減少した。民間工事では、ホテル向けなどが増加し、個人住宅向けや一般土木向けなどが減少した。

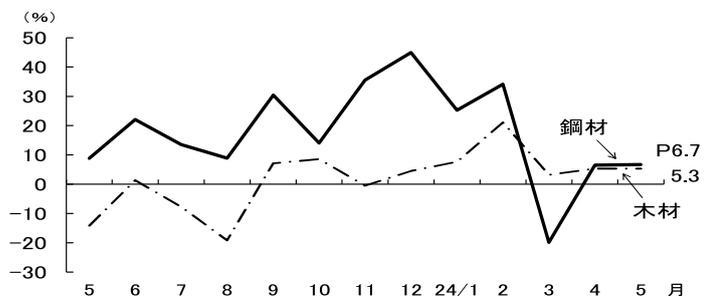


出所:リゅうぎん総合研究所

⑥ 鋼材・木材 (前年同月比)

鋼材は2カ月連続で増加、木材は6カ月連続で増加

- ・鋼材売上高(速報値)は、出荷量が増加したことなどから前年同月比6.7%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・木材売上高は、出荷量が増加したことなどから同5.3%増と6カ月連続で前年を上回った。



出所:リゅうぎん総合研究所

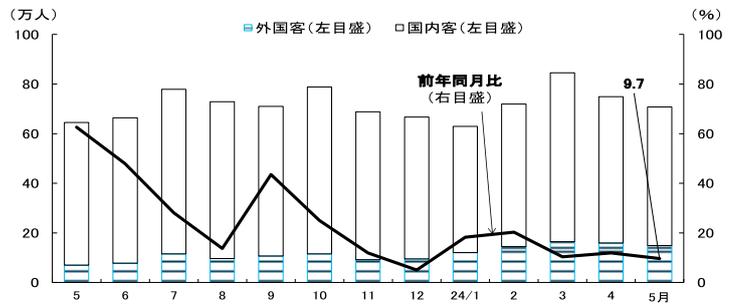


観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

30カ月連続で増加

- 入域観光客数は、70万7,500人(前年同月比9.7%増)となり、30カ月連続で前年を上回った。
- 路線別では、空路は66万8,100人(同6.5%増)となり30カ月連続で前年を上回った。海路は3万9,400人(同122.6%増)となり21カ月連続で前年を上回った。
- ゴールデンウィークの旅行需要や外国客の増加により、前年同月を上回った。

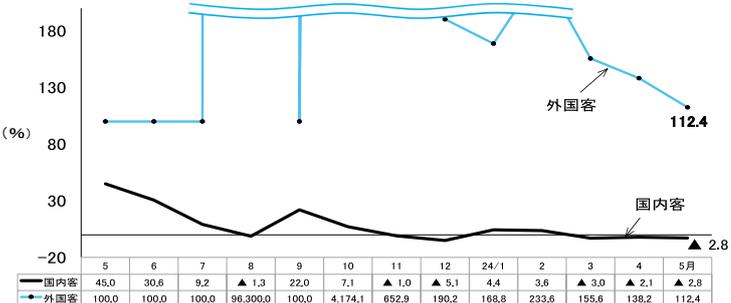


出所: 沖縄県観光政策課

② 入域観光客数【国内客、外国客】(前年同月比)

国内客は3カ月連続で減少、外国客は20カ月連続で増加

- 国内客は、55万9,000人(前年同月比2.8%減)となり、3カ月連続で前年を下回った。外国客は14万8,500人(同112.4%増)となり、20カ月連続で増加した。
- 前年同月も延長実施された全国旅行支援の反動減等により国内客は前年比では減少したものの、外国客の旅行需要は引き続き高かった。



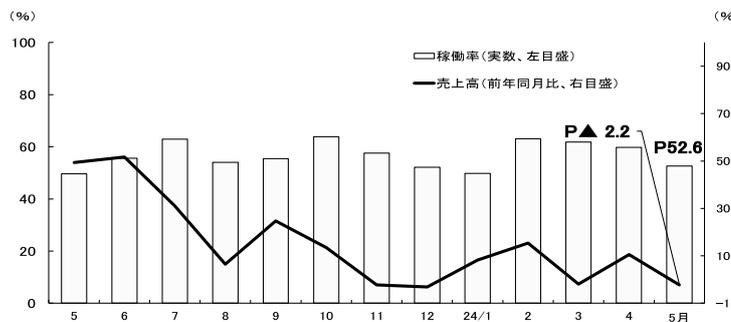
(出所) 沖縄県観光政策課

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2カ月連続で上昇、売上高は2カ月ぶりに減少

- 主要ホテル(速報値)は、客室稼働率は52.6%と前年同月差2.9%ポイント上昇し2カ月連続で前年を上回り、売上高は前年同月比2.2%減となり、2カ月ぶりに前年を下回った。
- 那覇市内ホテルの客室稼働率は55.5%と同8.9%ポイント上昇し、5カ月連続で前年を上回り、売上高は同17.6%増と6カ月連続で前年を上回った。リゾート型ホテル(速報値)の客室稼働率は51.5%と同0.7%ポイント上昇し、2カ月連続で前年を上回り、売上高は同5.2%減と2カ月連続で前年を下回った。



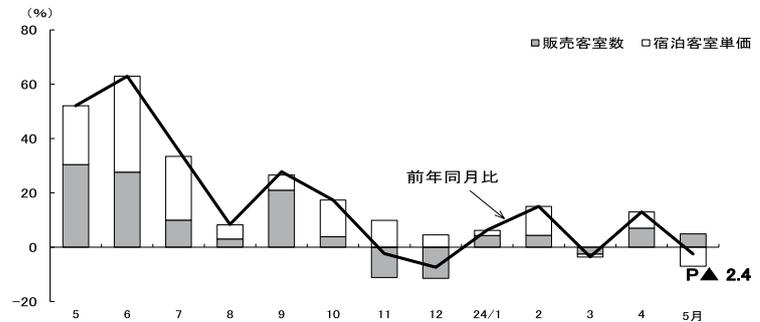
出所: りゅうぎん総合研究所

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

2カ月ぶりに減少

- ・主要ホテル(速報値)の売上高のうち宿泊収入は、販売客室数(数量要因)が増加、宿泊客室単価(価格要因)は低下し、前年同月比2.4%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・那覇市内ホテルは、販売客室数が増加、宿泊客室単価は上昇し同22.7%増となり、5カ月連続で前年を上回った。リゾート型ホテル(速報値)は販売客室数が増加、宿泊単価は低下し、同6.0%減と、2カ月ぶりに前年を下回った。

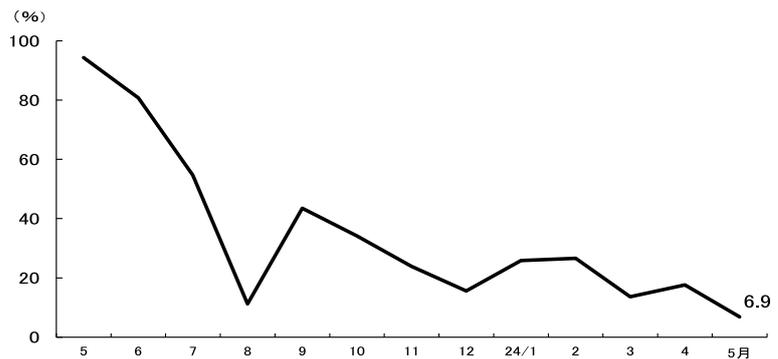


出所：りゅうぎん総合研究所

⑤ 主要観光施設の入場者数（前年同月比）

27カ月連続で増加

- ・主要観光施設の入場者数は、前年同月比6.9%増と27カ月連続で前年を上回った。
- ・ゴールデンウィークもあり、一般客、団体客ともに好調に推移した。

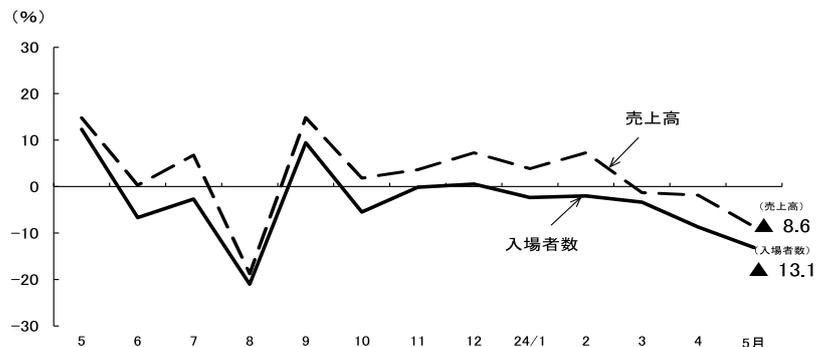


出所：りゅうぎん総合研究所

⑥ 主要ゴルフ場入場者数・売上高（前年同月比）

入場者数5カ月連続で減少、売上高3カ月連続で減少

- ・主要ゴルフ場の入場者数は、前年同月比13.1%減と5カ月連続で前年を下回った。県内客は2カ月連続で前年を下回り、県外客は8カ月連続で前年を下回った。売上高は同8.6%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・梅雨入りし、降雨により直前のキャンセルが多数発生するなど、天候に大きく影響を受けた。



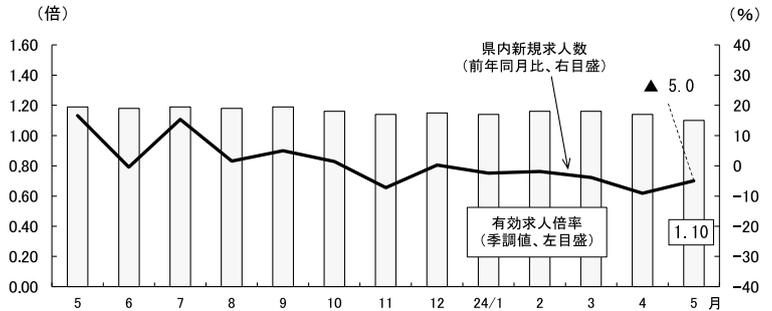
出所：りゅうぎん総合研究所 (注)調査先は6施設(うち県外客については4施設)からなる。

雇用関連・その他

① 雇用関連（新規求人数と有効求人倍率）

新規求人数は減少、 有効求人倍率(季調値)は低下

- ・新規求人数は、前年同月比5.0%減と5カ月連続で前年を下回った。産業別では、宿泊業・飲食サービス業、情報通信業、運輸業・郵便業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.10倍で、前月から0.04ポイント低下した。
- ・労働力人口は、78万6,000人で前年同月比1.4%増となり、就業者数は、76万1,000人で同1.9%増となった。完全失業者数は2万5,000人で同7.4%減となり、完全失業率(季調値)は3.3%と、前月から0.6ポイント低下した。



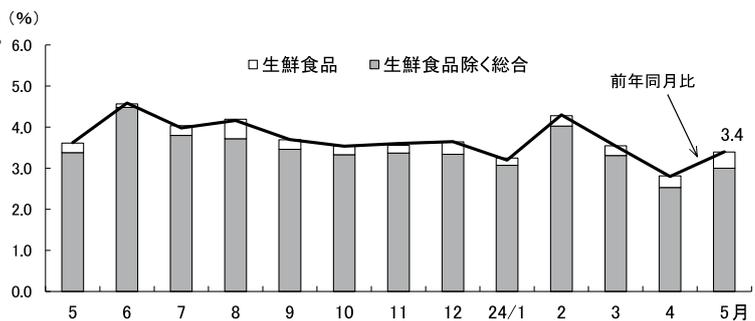
出所:沖縄労働局(就業地別)
(注)有効求人倍率は、2023年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

② 消費者物価指数【総合】

※棒グラフは品目別寄与度

33カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数は、前年同月比3.4%の上昇となり、33カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.2%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同2.6%の上昇となった。
- ・費目別の動きをみると、食料や光熱・水道などで上昇した。

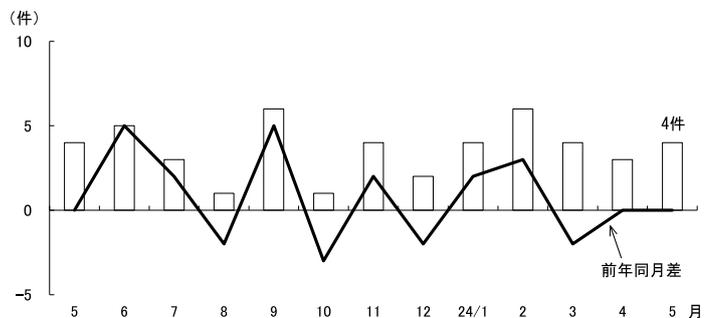


(出所)沖縄県

③ 企業倒産

件数は同数、負債総額は減少

- ・倒産件数は4件で前年と同数となった。業種別では、情報通信業1件、サービス業他3件となった。
- ・負債総額は5,500万円で、前年同月比92.0%減となった。



出所:東京商工リサーチ沖縄支店

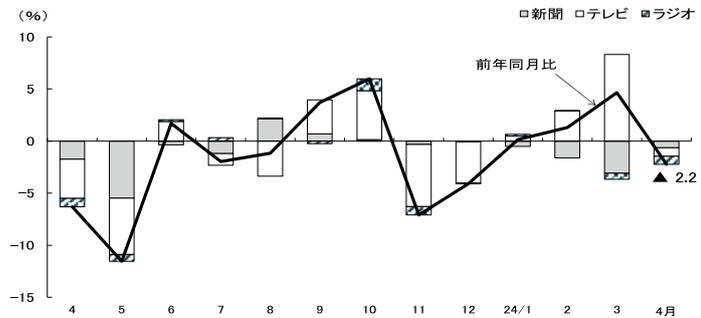
(注)負債総額1,000万円以上

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

4カ月ぶりに減少

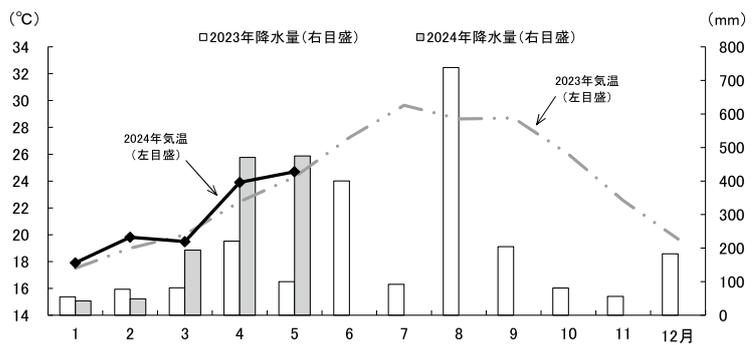
- ・広告収入(マスコミ:4月)は、前年同月比2.2%減と4カ月ぶりに前年を下回った。
- ・前年と比較すると、旅行やレジャー関連の広告が増加したが、一部メーカーの健康被害問題により、薬品・サプリメントを含めた通販関連の広告に減少がみられた。



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24.7℃で前年同月(24.3℃)より高く、降水量は475.0mmで前年同月(100.5mm)より多かった。
- ・沖縄地方は5月21日ごろに梅雨入りしたとみられ、月の下旬は前線や湿った空気の影響で曇りや雨の日が多く、記録的な大雨となった所もあった。
- ・平均気温は平年より高く、日照時間は平年並み、降水量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



沖縄市制 50 周年

～国際色豊か 独特の文化～

琉球銀行 コザ十字路支店 支店長
上里 好成

今年4月1日、沖縄市は市制施行50周年を迎えました。現在の沖縄市は1974年4月に、コザ市と美里村が合併して誕生しました。県内では那覇市に次いで2番目に人口が多く、周辺に米軍基地を抱える事情などから、国際色豊かで、芸能、音楽、スポーツの各分野において、県内でも独特の文化を育んでいます。

市制施行以降、国際文化観光都市の実現を目指し、東部海浜開発(潮乃森)や県総合運動公園の誘致、沖縄アリーナの建設、毎年開催されるおきなわマラソン、沖縄全島エイサーまつりなど、ハード・ソフトの両面において、市内外へ強力なメッセージを発信できるまちづくりに取り組んでいます。

昨年、沖縄アリーナで開催された「FIBA バスケットボールワールドカップ」は、ホームアドバンテージの下、男子日本代表が48年ぶりにオリンピック出場権を獲得し、全国的に盛り上がった一大イベントとなりました。

より沖縄市の歴史を詳しく知るには、胡屋十字路近くのコザゲート通り沿いにある沖縄市戦後文化資料展示館「ヒストリート」の見学がお勧めです。誰でも気軽に戦後の貴重な写真や珍しいモノ資料を直接目にすることができ、年に数回、企画展も開催しています。

沖縄市では、次の半世紀に向けて、これまで以上に活気あふれるまちづくりを進めるため、50周年を記念した各種イベントの開催が予定されています。これを機にヒストリート、各種イベントへ足を運んでみてはいかがでしょうか。

沖縄市市制施行50周年記念イベント		
実施日(予定)	イベント名称(仮称)	実施場所(予定)
2024年 8～9月ごろ	東部海浜地区開発事業	潮乃森のビーチ・周辺
8月23 ～25日	市制施行50周年記念 沖縄全島エイサーまつり	胡屋十字路・ コザ運動公園周辺
11月ごろ	沖縄こどもの国 市制施行50周年イベント	沖縄こどもの国

出所：沖縄市役所WEBサイトより抜粋し筆者作成



省エネ性能表示制度

～建物広告に評価ラベル～

琉球銀行 審査部 不動産鑑定グループ
伊波 綾子

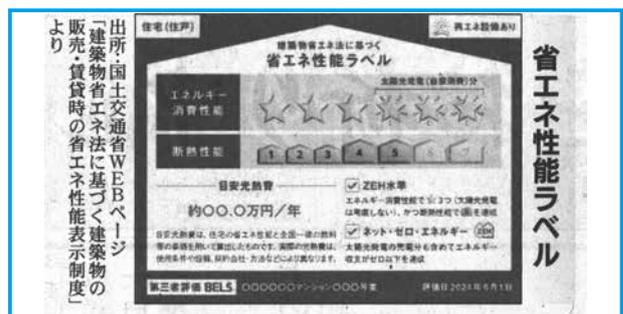
政府は2050年に温室効果ガスの排出をゼロとするカーボンニュートラル社会の実現に向け、さまざまな施策を掲げています。また昨今の光熱費の高騰の影響から、消費者の「省エネ」に対する意識の高まりが見られます。

こうした中、建築物においても25年4月から原則としてすべての新築建築物に省エネ基準への適合を義務付けることが決まり、それに先立ち24年4月1日より「建築物の販売・賃貸時の省エネ性能表示制度」がスタートしました。

本制度は消費者が建築物の性能を把握できるよう、建築物の販売・賃貸事業者へ新聞やチラシ、ウェブ広告などの物件情報に省エネ性能を表示するよう求めています。建築物の種類ごとに評価方法や表示内容が異なりますが、エネルギー消費性能や断熱性能などが星の数や数値を用いて分かりやすく所定のラベルに表示され、消費者は建築物の購入・賃貸時などにその性能把握や比較が容易になります。

制度の目的は、省エネ性能に対してより関心を持ってもらい、適正な市場流通を促すものです。24年4月1日以降に建築確認申請をする新築建物とその物件を再販売・再賃貸する場合が対象ですが、すでに建物を所有している方々も資産価値を保つ視点から、省エネ性能がある場合は表示が望ましいとされています。

省エネ基準住宅を対象とした国や地方公共団体の補助金や、住宅ローン減税制度もあります。これらを活用し、「省エネ性能」の視点から住宅選びを検討してみてはいかがでしょうか。





男性の育休取得

～中小企業の底上げ必要～

琉球銀行 営業推進部 上席調査役
宮里 克己

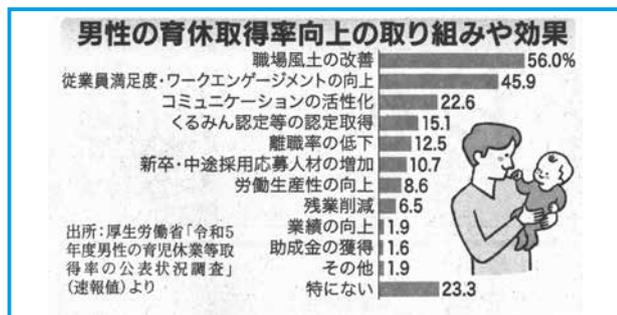
近年、少子高齢化の加速や女性のキャリア志向の変化に伴い、男女ともに仕事と育児を両立できるよう、政府は育児休業制度の拡充による支援を行っています。

2022年10月には「産後パパ育休制度」が開始されました。子の出生後8週間以内に最大4週間の休業を取得することができ（分割して2回取得可能）、男性の育休取得促進が期待されています。取得者は子供と過ごす機会が増え、日々の成長を実感できることや産後の妻のケアに専念できるなどのメリットがあり「育休を取ってよかった」との意見が増えています。

男性育休取得者の公表が義務付けられている従業員1千人超の企業を対象にアンケート調査を実施したところ、男性の育休取得率は23年度の速報値で46.2%となっており、政府の25年度目標である50%に近づいています。

一方、22年度の中小企業を含めた育休取得率は17.1%となり、その中でも従業員が5～29人の企業では11.2%と、企業規模が小さくなるほど低い傾向となっており、今後は中小企業の底上げが不可欠です。

男性の育児休業取得率向上の取り組みには「職場風土の改善」や「従業員満足度の向上」、「コミュニケーションの活性化」、「離職率の低下」、「新卒・中途採用応募人材の増加」など企業側にもメリットがあるとされており、政府も支援を拡充しています。社内でも男性の育児休業のあり方について考えてみてはいかがでしょうか。



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

今月の経営情報 2024年6月

今回のテーマ

仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン

2024年3月26日、経済産業省は「仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン」を公表しました。4人に1人を65歳以上が占める日本において、ここ20年の間に介護の担い手から“子の配偶者”が退場し、“子”の割合が増えています。働く誰もが家族介護を行うことになり得るという状況下で、企業が自分事として仕事と介護の両立支援に取り組むためのマインドセット醸成と情報提供を目的として作成されたというガイドラインについて、介護休業法の概要と共に説明します。

介護休業法における制度概要

介護休業法は1991年に成立しその後2017年に大きく改正されて今の形に近いものとなりました。正式な法名称は「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」です。

一定の要件を満たした労働者は要介護状態にある家族介護のために家族1人につき93日の休業ができます。休業期間中は申請により国から介護休業給付金が支給されます。法にはこれ以外にも、1年に5日まで取得できる介護休暇や、介護に携わる労働者の申出により時間外労働や深夜業の免除または制限がされることについて定めがあります。

2025年4月施行を目指した育児介護休業法の改正案が2024年5月24日に参議院で可決されました。法案が成立すると、後述するような従業員への仕事と介護の両立支援制度等に関する情報提供や、介護に直面した従業員に対して個別の意向確認を行うことなどが事業主に義務付けられます。

「仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン」

ガイドラインでは、両立支援の意義・重要性についての記載に続き、介護における両立支援の全体像として以下3つのステップを説明しています。これらに加え、企業独自の取組を充実させること、更にはステークホルダー等外部との対話や、地域との連携を両立支援の全体像に位置付けています。

1. 経営層のコミットメント

経営者自身が介護について知り、メッセージを発信すると同時に両立支援の推進体制を整備・推進する主体を明確にすることで、社内の推進が力強く行われます。

2. 実態の把握と対応

従業員へのアンケート等により実態を把握し、企業全体の人材戦略にその実情を反映します。人事制度の見直しも視野に入れます。また、研修実施率や調査実施頻度など仕事と介護に特化した定量的な指標を設定し、PDCAを回します。

3. 情報発信

従業員に対して両立支援に関する基礎情報を提供、研修を実施すると共に従業員が相談できる先や相談のプロセスなどを明示しておくことも重要です。

お見逃しなく！

ガイドラインには参考資料集が別添されていて、企業事例や法対応に関するまとめ、統計や調査結果などが掲載されています。企業規模や上場有無を問わず事例が掲載されており、人材不足の中、離職者数の低下やエンゲージメントの向上が図られています。

沖縄県内の主要金融経済指標

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
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
2023	8.4	5.5	6.1	▲ 0.8	19.2	3.6	425,816	25.1	1,337	▲ 12.0
2023 4	13.2	6.1	7.2	▲ 7.5	23.7	3.0	17,663	6.4	111	▲ 14.7
5	10.6	7.1	8.4	▲ 3.5	69.8	8.5	14,118	2.8	115	▲ 14.8
6	▲ 3.0	3.1	3.6	▲ 10.4	36.3	4.2	22,582	▲ 55.0	159	27.8
7	8.1	9.4	8.3	▲ 0.8	1.9	4.9	44,353	68.0	99	5.0
8	8.8	8.6	7.6	11.8	3.2	▲ 13.3	26,976	▲ 32.3	97	▲ 15.3
9	8.5	6.8	7.5	6.6	19.5	14.5	73,429	150.2	107	▲ 7.5
10	11.8	6.6	6.9	3.5	15.1	8.2	22,851	▲ 23.0	145	2.4
11	5.3	5.1	5.4	2.7	6.1	3.5	30,627	78.9	89	▲ 47.0
12	2.0	3.2	3.8	3.2	▲ 8.1	7.0	17,812	58.8	139	3.0
2024 1	7.1	3.5	4.0	0.8	▲ 19.7	5.4	42,164	279.4	78	▲ 20.3
2	13.3	9.9	10.6	6.8	▲ 29.5	7.3	53,986	▲ 9.1	75	▲ 24.6
3	5.2	6.3	7.2	11.9	▲ 26.8	▲ 4.7	75,459	▲ 11.1	104	29.2
4	0.4	3.9	3.9	19.6	▲ 25.4	3.5	14,227	▲ 19.5	108	▲ 2.5
5	4.5	1.6	2.0	P4.8	▲ 7.5	▲ 1.9	22,412	58.7	-	-
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) 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	手持ち 工事額	建設関連 DI (単月)	建設関連 DI (3カ月移 動平均)
	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比	指数	指数	指数
2021	9,668	▲ 9.7	▲ 8.4	▲ 15.4	▲ 21.1	▲ 6.0	3.1	-	-	-
2022	9,179	▲ 5.1	21.0	▲ 1.3	0.5	10.3	9.0	-	-	-
2023	10,183	10.9	32.4	0.6	▲ 0.1	P14.6	▲ 2.5	-	-	-
2023 4	733	▲ 25.2	▲ 91.5	▲ 0.6	▲ 11.4	▲ 0.3	▲ 1.3	200.2	▲ 6.9	▲ 3.4
5	768	▲ 8.0	▲ 57.4	27.4	20.8	8.8	▲ 14.2	203.5	0.0	▲ 2.3
6	1,213	62.6	18.6	▲ 10.0	▲ 9.8	22.1	1.3	208.1	0.0	▲ 2.3
7	924	26.4	80.6	3.6	▲ 1.1	13.5	▲ 7.7	206.9	▲ 6.9	▲ 2.3
8	847	4.6	713.2	▲ 15.5	▲ 24.8	8.9	▲ 19.2	234.0	0.0	▲ 2.3
9	845	21.1	32.5	18.5	20.0	P30.4	7.2	245.2	6.9	0.0
10	747	15.3	▲ 6.4	10.9	4.9	P14.1	8.6	245.4	3.6	3.5
11	782	0.6	50.7	6.4	14.4	P35.5	▲ 0.5	250.5	▲ 10.7	▲ 0.1
12	1,102	7.3	135.0	▲ 10.1	▲ 7.2	P44.9	4.5	263.5	7.1	0.0
2024 1	768	▲ 14.2	▲ 73.8	0.4	▲ 1.5	P25.2	7.6	263.7	▲ 7.1	▲ 3.6
2	640	▲ 2.6	▲ 17.0	2.7	2.5	P34.2	21.1	261.1	0.0	0.0
3	638	▲ 4.8	201.5	▲ 8.7	▲ 12.0	P▲ 19.8	3.2	290.1	▲ 10.7	▲ 6.0
4	852	16.2	410.7	▲ 6.7	▲ 10.1	P6.5	5.3	288.0	▲ 3.6	▲ 4.8
5	-	-	P28.1	▲ 0.3	▲ 0.8	P6.7	5.3	P290.6	▲ 3.7	▲ 6.0
出所	国土交通省		りゅうぎん総合研究所調べ							

注) 手持ち工事額は、2015年平均=100とする。

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)		観光施設入場者数	ゴルフ場入場者数	
	千人	前年比	千人	前年比	市内	リゾート	市内	リゾート	前年比	前年比	
2021	3,016.7	▲ 19.3	0.0	▲ 100.0	24.3	22.2	▲ 30.4	▲ 20.0	▲ 41.0	8.6	
2022	5,697.8	88.9	47.7	100.0	46.9	43.4	92.9	104.3	134.1	4.7	
2023	8,235.1	44.5	986.3	1,967.7	57.4	56.0	40.8	33.3	P62.9	3.3	
2023 4	669.9	63.8	66.8	100.0	53.8	55.9	58.8	62.2	109.3	▲ 5.6	
5	645.3	62.6	70.0	100.0	46.6	50.6	27.3	53.2	94.4	12.3	
6	663.4	47.9	77.7	100.0		55.4	52.3	51.6	80.7	▲ 6.6	
7	778.5	28.1	114.9	100.0	55.1	65.5	28.8	31.3	54.7	▲ 2.7	
8	728.6	13.7	96.4	96,300.0	50.3	55.5	39.0	▲ 0.5	11.2	▲ 21.0	
9	710.1	43.5	106.6	100.0	56.5	55.0	33.0	23.6	P43.5	9.4	
10	788.4	25.0	115.5	4,177.8	60.8	64.9	18.4	12.7	34.2	▲ 5.5	
11	688.0	11.9	90.9	651.2	57.8	57.4	▲ 6.1	▲ 1.4	23.9	▲ 0.1	
12	666.6	5.0	95.1	189.9	63.9	47.7	3.8	▲ 4.8	15.6	0.5	
2024 1	629.1	18.2	120.3	168.5	58.9	46.4	15.9	6.4	25.9	▲ 2.3	
2	719.2	20.3	144.8	233.6	72.0	59.8	18.8	14.5	26.6	▲ 2.0	
3	845.1	10.3	164.1	155.6	69.7	58.8	10.1	▲ 4.1	13.6	▲ 3.4	
4	749.3	11.9	158.9	138.2	63.5	58.4	26.6	8.0	17.6	▲ 8.7	
5	707.5	9.7	148.5	112.4	55.5	P51.5	17.6	P▲5.2	6.9	▲ 13.1	
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						

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)	広告収入
	件	百万円	前年比	前年比	%	前年比	倍	前年比	前年比
2021	38	10,989	201.9	0.0	3.6	0.4	0.80	0.7	3.9
2022	34	6,120	▲ 44.3	2.8	3.3	2.1	0.98	22.5	▲ 2.9
2023	40	3,398	▲ 44.5	3.7	3.3	1.7	1.16	7.5	▲ 2.6
2023 4	3	294	72.9	3.8	4.0	0.0	1.18	18.0	▲ 6.3
5	4	689	474.2	3.6	3.7	1.1	1.20	16.6	▲ 11.5
6	5	225	100.0	4.6	3.0	2.4	1.20	▲ 0.5	1.7
7	3	147	56.4	4.0	2.5	3.9	1.20	15.4	▲ 2.0
8	1	20	▲ 94.8	4.2	4.0	0.5	1.19	1.5	▲ 1.2
9	6	771	828.9	3.7	3.4	0.9	1.20	5.0	3.7
10	1	200	▲ 75.5	3.5	3.4	3.7	1.16	1.4	6.0
11	4	239	218.7	3.6	3.2	3.1	1.11	▲ 7.2	▲ 7.1
12	2	110	▲ 82.2	3.6	2.9	1.3	1.13	0.2	▲ 4.1
2024 1	4	416	225.0	3.2	2.8	1.2	1.14	▲ 2.4	0.1
2	6	157	▲ 63.5	4.3	2.8	1.7	1.16	▲ 1.8	1.3
3	4	113	▲ 22.1	3.5	3.3	1.1	1.16	▲ 3.9	4.6
4	3	188	▲ 36.1	2.8	3.9	0.8	1.14	▲ 9.1	▲ 2.2
5	4	55	▲ 92.0	3.4	3.3	1.9	1.10	▲ 5.0	-
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		りゅうぎん総研調べ	

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、2023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。

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)	県内金融機関の預金残高 (末残)		地銀3行預金量 (信託勘定含む末残)		地銀3行融資量 (信託勘定含む末残)	
	億円	億円	億円	%	億円	前年比	億円	前年比	億円	前年比
2021FY	2,825	2,906	▲ 80	1.356	58,716	4.1	58,037	4.1	41,033	0.5
2022FY	2,581	3,453	▲ 873	1.332	60,834	3.6	60,065	3.5	41,959	2.3
2023FY	2,533	3,903	▲ 1,492	1.318	62,838	3.3	62,058	3.3	43,558	3.8
2023 4	271	241	30	1.332	61,863	2.6	61,161	2.5	41,478	2.0
5	155	419	▲ 264	1.333	61,841	2.8	61,098	2.7	41,518	1.5
6	187	286	▲ 98	1.329	62,029	2.1	61,274	2.0	41,570	1.6
7	196	279	▲ 83	1.325	62,316	2.3	61,590	2.2	41,630	1.6
8	246	364	▲ 117	1.325	62,275	2.4	61,531	2.4	41,559	1.3
9	167	418	▲ 251	1.325	62,215	2.8	61,480	2.8	41,799	1.3
10	209	323	▲ 113	1.327	61,897	2.2	61,174	2.2	41,641	1.2
11	258	352	▲ 93	1.328	62,021	2.4	61,242	2.4	41,766	1.2
12	352	181	170	1.318	61,973	2.3	61,202	2.2	42,233	1.9
2024 1	148	500	▲ 352	1.320	61,654	2.5	60,873	2.4	42,248	1.9
2	161	178	▲ 139	1.317	61,590	2.3	60,821	2.1	42,428	1.9
3	183	362	▲ 179	1.297	62,838	3.3	62,058	3.3	43,558	3.8
4	246	307	▲ 61	-	63,353	2.4	62,633	2.4	42,615	2.7
5	-	-	-	-	-	-	62,331	2.0	42,700	2.8
出所	日本銀行那覇支店				日本銀行本店		沖縄県銀行協会			

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。

年度	沖縄振興開発金融公庫融資量 (末残)		沖縄県信用保証協会債務残高(末残)		鉱工業生産指数 (季調値)		通関輸出	通関輸入
	億円	前年比	億円	前年比	2015年=100	前年比	百万円	百万円
2021FY	10,428	1.0	3,005	4.9	-	-	44,890	126,238
2022FY	10,667	2.3	3,006	0.0	-	-	75,417	302,815
2023FY	10,197	▲ 4.4	2,919	▲ 2.9	-	-	52,671	288,310
2023 4	10,618	1.3	2,987	0.1	72.0	▲ 11.4	24,678	21,830
5	10,569	1.2	2,977	▲ 0.1	72.8	2.8	1,147	10,583
6	10,501	0.7	2,971	▲ 0.1	72.9	▲ 0.4	1,429	20,164
7	10,465	1.2	2,969	▲ 0.3	70.4	0.3	1,943	47,767
8	10,287	▲ 3.7	2,964	▲ 0.5	68.8	▲ 0.5	1,326	36,444
9	10,238	▲ 4.6	2,961	▲ 0.7	78.7	7.8	2,555	15,641
10	10,321	▲ 3.7	2,953	▲ 1.4	72.9	1.1	1,620	17,430
11	10,285	▲ 4.3	2,954	▲ 1.2	77.0	13.2	7,894	50,581
12	10,241	▲ 4.6	2,946	▲ 1.7	73.3	4.3	1,380	12,960
2024 1	10,203	▲ 4.9	2,936	▲ 2.2	83.7	11.6	2,138	14,788
2	10,211	▲ 4.8	2,924	▲ 2.4	84.2	11.3	1,691	16,725
3	10,197	▲ 4.4	2,919	▲ 2.9	80.7	4.4	16,581	10,902
4	10,144	▲ 4.5	2,885	▲ 3.4	76.5	6.2	4,260	20,379
5	10,079	▲ 4.6	2,856	▲ 4.1	-	-	2,123	19,958
出所	沖縄振興開発金融公庫		沖縄県信用保証協会		県企画部統計課		沖縄地区税関	

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。
注) 鉱工業生産指数は暦年ベース。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。
注) 貿易概況は、暦年ベース。

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

11月 No.637 経営トップに聞く 株式会社上咲組
(RRI no.196) 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 経営トップに聞く 株式会社沖縄スイミングスクール
(RRI no.197) 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 経営トップに聞く 株式会社ゆがふホールディングス
(RRI no.198) 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 経営トップに聞く 株式会社 光貴
(RRI no.199) 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 経営トップに聞く 株式会社開成
(RRI no.200) 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 経営トップに聞く 株式会社沖縄環境保全研究所
(RRI no.201)

5月 No.643 経営トップに聞く 株式会社A&S
(RRI no.202) 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

6月 No.644 経営トップに聞く 一般社団法人OGU未来者
(RRI no.203) 特集1 okinawa society5
特集2 沖縄県の主要経済指標

7月 No.645 経営トップに聞く 株式会社 長嶺産業
(RRI no.204) 特集1 沖縄におけるサイクリスト誘客効果の推計
特集2 okinawa society5

8月 No.646 経営トップに聞く 三栄工業株式会社
(RRI no.205) 特集1 沖縄県内におけるレンタカー業界の動向と
充足率推計
特集2 コロナ禍での県内景気と労働市場の動向

9月 No.647 経営トップに聞く 株式会社すこやかホールディングス
(RRI no.206) 特集1 県内の観光目的税導入を巡る動向と導入に
向けた提言
特集2 沖縄県内における2023年プロ野球
春季キャンプの経済効果

10月 No.648 経営トップに聞く 株式会社琉球光和
(RRI no.207) 特集 okinawa society5

11月 No.649 経営トップに聞く 株式会社仲本工業
(RRI no.208) 特集 防衛省関連予算の推移と経済効果について

12月 No.650 経営トップに聞く 社会医療法人仁愛会
(RRI no.209) 特集1 県内の一般廃棄物処理の状況と資源循環
(リサイクル)推進に向けた提言
特集2 沖縄県と全国の所得格差についての分析

■令和6年

1月 No.651 経営トップに聞く 医療法人HSR
(RRI no.210) 特集1 県内在留外国人の動向と多文化共生社会の
実現に向けた提言
特集2 沖縄県経済2023年の回顧と2024年の展望

2月 No.652 経営トップに聞く 琉球フットボールクラブ株式会社
(RRI no.211) 特集1 沖縄県の労働需給問題について
特集2 高齢化による沖縄の社会経済の構造変化

3月 No.653 経営トップに聞く 株式会社レイメイコンピュータ
(RRI no.212) 企業探訪 株式会社立神鐵工所
特集1 沖縄県内におけるカーシェアリング市場の動向
特集2 労働基準法改正が県内企業に及ぼす影響
(2024年問題)

4月 No.654 経営トップに聞く ニッシン株式会社
(RRI no.213) 特集 台湾における自転車利用促進に向けた取り組み

5月 No.655 経営トップに聞く 琉球スポーツアカデミー株式会社
(RRI no.214) 特集1 宮古島市の観光と水問題について
特集2 沖縄県のデジタルツイン実現に向けた3D
都市モデル整備と活用促進
特集3 2023年度の沖縄県経済の動向

6月 No.656 経営トップに聞く 学校法人興南学園
(RRI no.215) 企業探訪 株式会社琉佐美
特集1 沖縄県の主要経済指標



喜ばれるギフトに。 OCS商品券



WEBからご注文承ります

お問い合わせ

OCSサポートセンター 営業時間 平日 9:00~17:00(土・日・祝日を除く)
☎ 098-901-0094(9#)



2024.05

りゅうぎん調査 No.657 令和6年7月11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

