

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の実態と OEM の可能性」

— 要 旨 —

- ・ 沖縄県では、これまで「沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」等に基づき、製造業の振興に向け取り組んできた。また、「新・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」においても、自立型経済の実現に向けた施策の一つとして県内自給率の向上ならびに県産品の振興が掲げられている。
- ・ こうした様々な取り組みにも関わらず、県内総生産に占める製造業比率は僅か 4.0% と全国の 4 分の 1 程度の水準に留まっている。また、製造品出荷額や労働生産性、雇用、自給率などあらゆる指標からみてもその脆弱性は明らかであり、自立型経済の実現を目指す上で大きな障壁となっている。
- ・ このような状況を踏まえ、当研究所では製造業振興に向けた更なる取り組みが必要であるとの問題意識から、2024 年 6 月に県内製造業を対象とした調査を実施し、自給率の向上に向けた提言を取り纏めた。定点的な調査および継続的な問題提起の必要性から、本レポートは第二回目の調査である。
- ・ 県内主要製造業 60 社へ実施した「県産品利用実態アンケート調査」では、原材料調達先が「すべて県外」との回答が約 3 割を占め、その理由として「県内に調達先がない」、「県外の価格が安い」などが挙げられた。製品の販売先をみると、県外割合が低く、物流コスト等を背景に県外への販路を見いだせていない状況が窺えた。
- ・ 経営課題では、「仕入価格上昇 (83.3%)」、「諸経費上昇 (56.7%)」、「人手不足 (56.7%)」が上位に挙がった。製造業という業種柄、他の産業に比べて原材料等の中間投入割合が大きく、また機械への依存度が高いことから、昨今の物価高騰や電気料金高騰による影響が色濃くみられる結果となった。
- ・ アンケートおよびヒアリング調査の結果を踏まえ、製造業振興に向けて取り組むべき事として（１）県産品(地元企業)優先利用に関する条例制定、（２）適切な価格転嫁の実現に向けた取り組み、（３）行政による製造業支援の継続・強化の３項目について提言した。
- ・ また、これらの取り組みに加え、新たな成長分野や成長の機会を探ることも重要であると考え、その戦略の一つとして OEM にフォーカスし、アンケートおよびヒアリング調査を通して県内の OEM の動向や発展可能性について考察した。
- ・ 製造業の発展支援ならびに県産品優先利用による経済循環率向上は沖縄経済の発展を目指す上で重要な位置づけであり、行政、事業者、県民全体の理解と協働が不可欠である。本レポートが、自立型経済の早期実現に向けた一助となることに期待したい。

目 次

1.	はじめに	1
2.	製造業の位置づけ	2
(1)	製造品出荷額と労働生産性.....	2
(2)	県内総生産.....	3
(3)	雇用の状況.....	4
(4)	産業連関表にみる自給率と投入産出構造.....	5
3.	県産品利用実態アンケート調査にみる製造業の実態	7
(1)	仕入先について.....	8
①	原材料仕入先.....	8
②	原材料の県外仕入理由.....	9
(2)	販売先について.....	10
①	製品の販売先.....	10
②	販売先拡大に向けた取り組み.....	10
③	販売先拡大に向けて必要な行政支援.....	11
(3)	生産性向上について.....	12
①	生産性向上に向けた取り組み.....	12
②	生産性向上に向けて必要な行政支援.....	13
(4)	経営課題について.....	14
①	仕入価格上昇.....	15
②	諸経費上昇.....	16
③	人手不足.....	17
④	その他の経営課題.....	18
4.	アンケート調査結果を踏まえた提言	19
(1)	県産品(地元企業)優先利用に関する条例制定(沖縄県および主要市町村) ..	19
(2)	適切な価格転嫁の実現に向けた取り組み.....	20
(3)	行政による製造業支援の継続・強化.....	21
5.	トピック ー沖縄県における OEM 生産の可能性ー	22
(1)	沖縄県における OEM 生産について.....	22
(2)	アンケートにみる県内の動向.....	23
(3)	ヒアリング内容.....	26
(4)	県内における OEM の可能性.....	28
6.	おわりに	29

1. はじめに

沖縄県では、これまで「沖縄 21 世紀ビジョン基本計画（平成 24～令和 3 年度）」に基づき、ものづくり産業（製造業）の振興に向け高付加価値な製品開発やものづくり基盤強化等に取り組んできた。また、「新・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画（令和 4～13 年度）」においては、自立型経済の実現に向けた施策の一つとして県内自給率の向上ならびに県産品の振興を掲げており、ものづくり産業の基本施策を円滑に推進するため、「沖縄県ものづくり振興計画（令和 5～8 年度）」が策定されている（図表1）。

また、公益社団法人沖縄県工業連合会（以下、県工連）においては「県産品奨励月間」や「沖縄の産業まつり」などにより製造業の振興に取り組んでいる。

こうした様々な取り組みにも関わらず、本県の産業構造に占める製造業比率は僅か 4.0%（令和 4 年度、名目）と低く、全国（20.6%）の 4 分の 1 程度の水準に留まっているのが現状である。

このような状況を踏まえ、当研究所では沖縄経済の更なる発展には製造業振興に向けた取り組みが必要であるとの問題意識から、2024 年 6 月に県内製造業を対象とした調査を実施し、自給率の向上に向けた提言を取り纏めた¹。定点的な調査および継続的な問題提起の必要性から、本レポートは第二回目の調査である。

本レポートでは、前回調査同様、県工連の協力を得て県内主要製造業 60 社へアンケート調査を実施し、製造業の実態ならびに経営課題や必要な行政支援等を把握した上で課題解決に向けた方策等について検討した。また、トピックとして県内で OEM 事業を展開する事業者へヒアリングを行い、OEM の動向ならびに県内での発展可能性について考察した。

図表1 沖縄県ものづくり振興計画

【 4つの基本方策 】

1. 「つくる力」 … 技術力の向上による新たな価値の創造
2. 「のばす力」 … 生産性向上による基盤技術強化
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
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

【 展開する 9つの施策 】

1. 県内での調達率向上
2. 先端研究や先端技術導入の促進
3. 新たなニーズに対応する食品開発の支援
4. 製造業の高度化、生産性向上を図るための体制づくり
5. ものづくりを支えるサポーター産業の振興
6. 商品開発と品質向上
7. 県産品のブランド形成
8. 付加価値の高い製品開発を担う人材育成
9. ものづくり産業の魅力を発信

出所：沖縄県「商工労働部施策の概要」(R5年度)

¹ りゅうぎん総合研究所『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』（2024 年 6 月）

2. 製造業の位置づけ

本章では、(1) 製造品出荷額と労働生産性、(2) 県内総生産、(3) 雇用、(4) 自給率と投入産出構造など複数の指標から沖縄経済における製造業の位置付けを確認する。

(1) 製造品出荷額と労働生産性

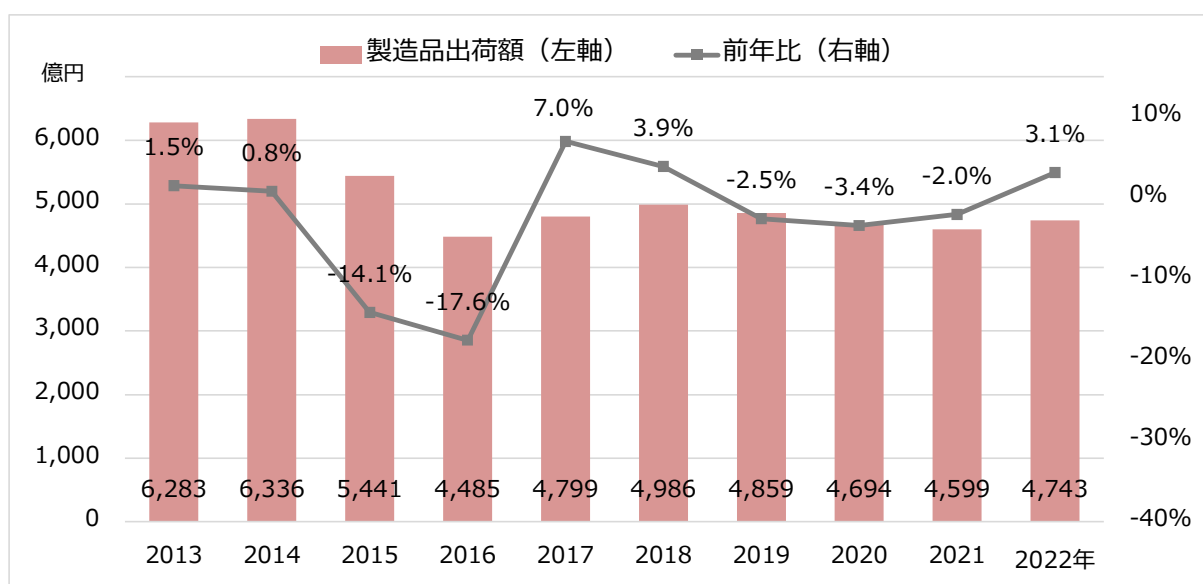
沖縄県の製造品出荷額をみると、2022年は4,743億円で前年比3.1%増となったものの、2013年からの推移をみると減少傾向が継続している(図表2)。また、製造業事業者を従業員規模別にみると、100人未満の事業者が全体の96.9%を占めており、小規模零細事業者が殆どであることが分かる(図表3)。

製造品出荷額減少の背景には、小規模事業者が多く後継者不足や人手不足等により廃業や事業の縮小が進んでいることが一因であると思料される。

また、労働生産性を示す“1人あたり付加価値額”をみると、2022年は663万円/人となり、全国比47.5%となった(図表4)。コロナ禍の影響についても考慮する必要があるが、2019年から2021年にかけては全国平均の5割程度で推移しており、2022年は過去5年間で最も低い水準となった。

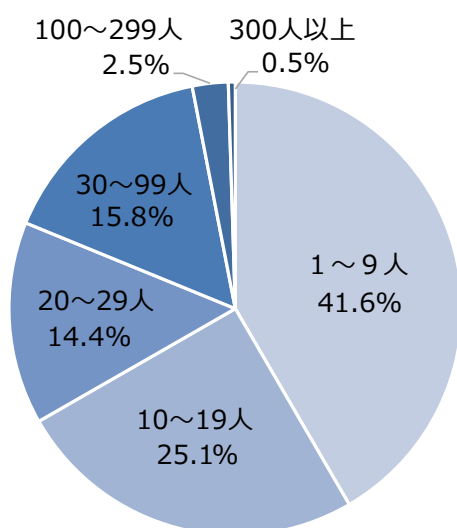
これらの指標から、本県製造業においては付加価値の高い製品開発ならびに生産性向上による稼ぐ力の向上が課題と言えよう。

図表2 県内製造業の製造品出荷額の推移

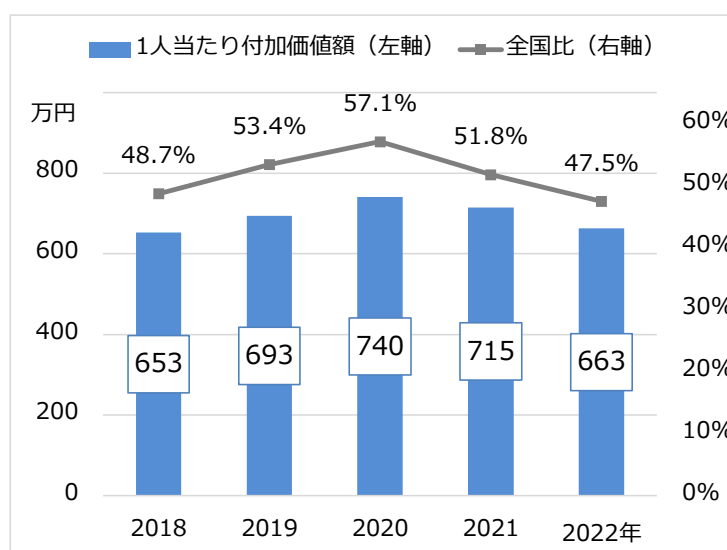


出所：沖縄県工業統計調査、経済センサス活動調査、経済構造実態調査よりりゅうぎん総研作成

図表3 従業員数規模別事業者



図表4 製造業の労働生産性



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

(参考)沖縄県 製造業の主要指標

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
事業所数（所）※注2	1,113	1,058	835	978	983
	△0.4%	△4.9%	△21.1%	17.1%	0.5%
従業員数（人）※注2	26,706	25,359	22,986	23,166	23,384
	2.5%	△5.0%	△9.4%	0.8%	0.9%
製造品出荷額（百万円）	498,563	485,909	469,427	459,905	474,300
	3.9%	△2.5%	△3.4%	△2.0%	3.1%
付加価値額（百万円）	174,349	175,846	170,201	165,682	154,974
	1.3%	0.9%	△3.2%	△2.7%	△6.5%
原材料使用額等（百万円）	285,339	271,930	248,029	258,006	283,903
	5.1%	△4.7%	△8.8%	4.0%	10.0%
現金給与総額（百万円）	77,844	76,442	69,804	71,823	73,690
	6.8%	△1.8%	△8.7%	2.9%	2.6%

出所：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「経済センサス活動調査」よりりゅうぎん総研作成

注1：下段は前年比増減率。

注2：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。

注3：付加価値額について、従業者29人以下は粗付加価値額。

(2) 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、2022年度の県内総生産は名目4兆4,615億円（実質4兆3,471億円）となり、前年度比2.1%増（実質2.7%増）でプラス成長となった（図表5）。

産業別の内訳をみると、製造業の生産額は 1,800 億円（前年度比▲3.7%減）、構成比は全体の 4.0%（前年度比 0.3 ポイント減）となっており、全産業に占めるウェイトが低下している。全国をみると、製造業はGDPの約 2 割を占める基幹産業であることから、本県製造業の規模感が小さいことは明らかである。

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▲0.2%となっており本県の経済成長率に対しマイナスに寄与している。

図表5 2022 年度県内総生産（生産側、名目値）

項 目	実数（百万円）	対前年度比（%）	構成比（%）	寄与度（%）
1. 農林水産業	44,129	△17.8	1.0	△0.2
2. 鉱業	10,741	22.4	0.2	0.0
3. 製造業	180,051	△3.7	4.0	△0.2
4. 建設業	398,736	△15.3	8.9	△1.6
5. 電気・ガス・水道・廃棄物処理業	88,424	△51.3	2.0	△2.1
6. 卸売・小売業	421,393	4.3	9.4	0.4
7. 運輸・郵便業	285,382	41.2	6.4	1.9
8. 宿泊・飲食サービス業	168,075	56.4	3.8	1.4
9. 情報通信業	168,241	△2.4	3.8	△0.1
10. 金融・保険業	175,765	12.8	3.9	0.5
11. 不動産業	561,702	1.4	12.6	0.2
12. 専門・科学技術、業務支援サービス業	483,505	7.6	10.8	0.8
13. 公務	441,237	3.5	9.9	0.3
14. 教育	262,517	2.2	5.9	0.1
15. 保健衛生・社会事業	561,255	2.2	12.6	0.3
16. その他のサービス	241,123	6.8	5.4	0.3
17. 小計	4,492,276	2.0	100.7	2.0
18. 輸入品に課される税・関税	29,778	83.1	0.7	0.3
19. （控除）総資本形成に係る消費税	60,524	19.3	1.4	0.2
20. 県内総生産（17+18-19）	4,461,530	2.1	100.0	2.1

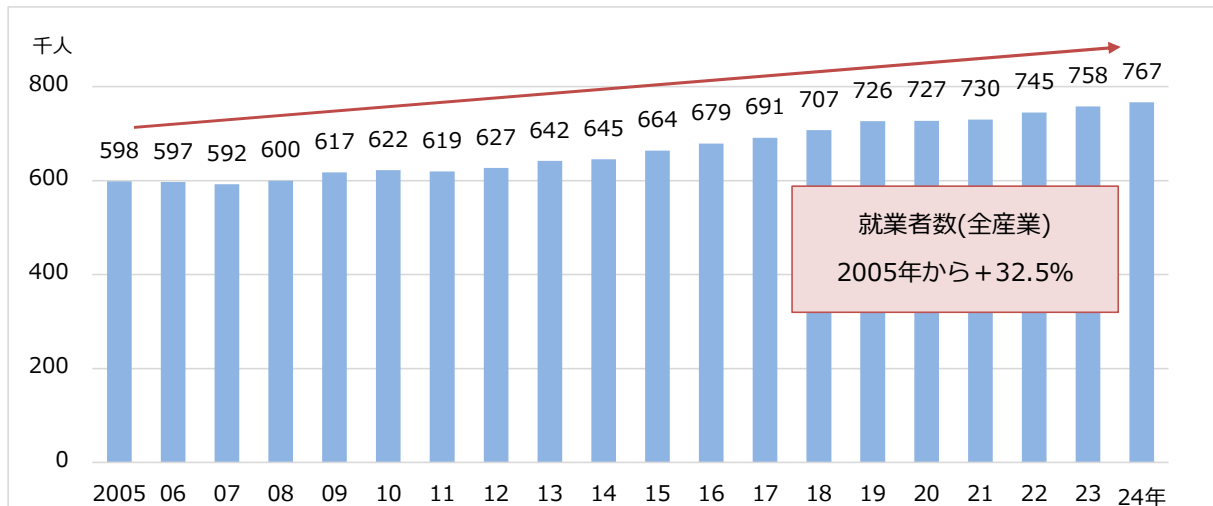
出所：沖縄県 R4年度(2022 年度)県民経済計算よりゆうぎん総研作成

（３） 雇用の状況

続いて、雇用の状況を確認する。図表6に示した県内の就業者数（全産業）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、2024 年は 76 万 7 千人となった。産業別の就業構造をみると、第三次産業のウェイトが大きくなっており本県の産業構造に比例した結果である（図表7）。一方、製造業比率をみると、2024 年は 4.7%となっており、2005 年（5.7%）から 1.0 ポイント低下している。

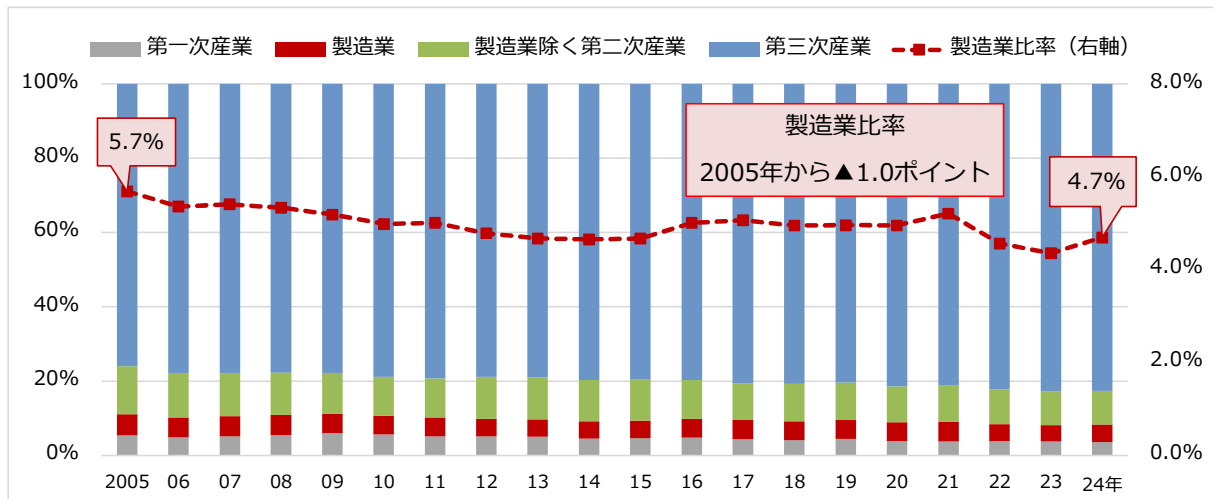
沖縄県全体の就業者数は増加傾向であるにもかかわらず、コロナ禍を経て社会経済活動が活発化するなか、あらゆる産業で人手不足が深刻化している。このような状況を考慮すると、就業者比率が低下している製造業においてはより一層人手不足感が強まっていることが想定される。

図表6 沖縄県の就業者数の推移



出所: 沖縄県「労働力調査」よりりゅうぎん総研作成

図表7 県内産業別就業者数の構成比



出所: 沖縄県「労働力調査」よりりゅうぎん総研作成

(4) 産業連関表にみる自給率と投入産出構造

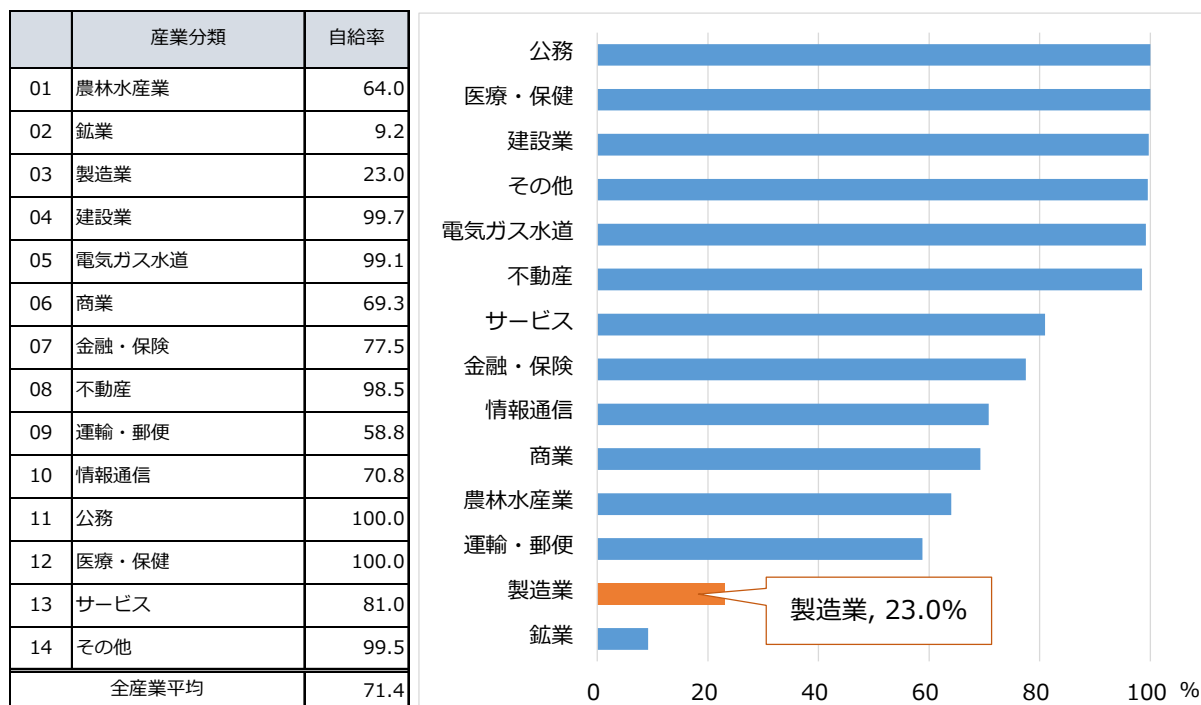
自給率とは、県内で発生した需要に対しどれだけを県内生産で賄うことができるかを示す値である。自給率が高いほど、県内での生産誘発が増加し経済波及効果が大きくなることから、域内経済循環の把握において重要な指標である。

本県の自給率を産業ごとにみると、公務、医療・保健などの第三次産業は全産業の平均値(71.4%)を上回る業種が多い(図表8)。これは、人がサービスの提供主体となる労働集約型の業種が多く、他の産業に比べ原材料等の中間投入割合が小さい(粗付加価値割合が大きい)ことに起因している(図表9)。

一方、製造業の自給率は23.0%と全産業平均を大きく下回っており、ザル経済からの脱却を目指す上で製造業の振興が重要であることが分かる。また、図表9から製造業の投入産出構

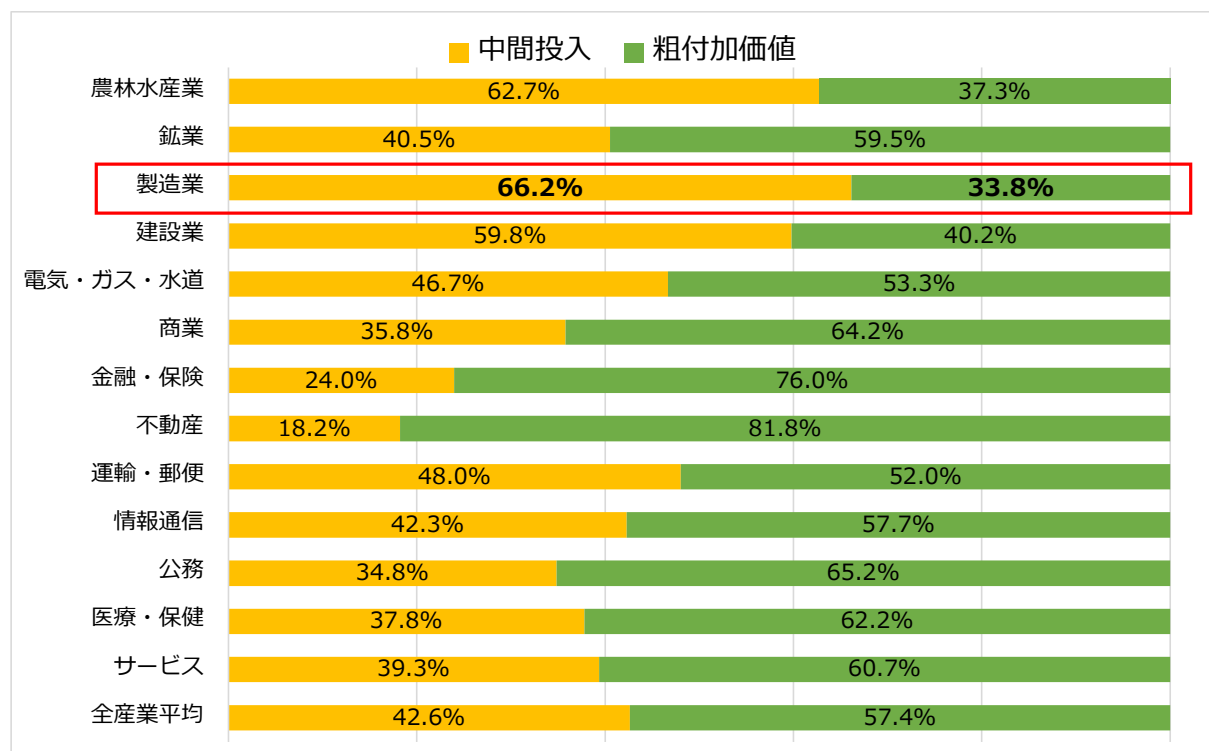
造をみると、原材料等の中間投入割合が66.2%と他の産業に比べて大きいことから、昨今の物価高騰に伴う仕入価格高騰等の影響を大きく受けていると想定される。

図表8 産業ごとの県内自給率



出所：沖縄県産業連関表(2015)よりりゅうぎん総研作成

図表9 産業ごとの投入産出構造(生産要素) ※生産額＝中間投入額＋粗付加価値額



出所：沖縄県産業連関表(2015)よりりゅうぎん総研作成

3. 県産品利用実態アンケート調査にみる製造業の実態

県内製造業の実態把握を目的に、原材料の仕入先・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を実施した。アンケートは、公益社財団法人沖縄県工業連合会の協力を得て、同連合会員の事業者を対象に調査を実施した。

アンケート調査の概要と回答者の属性は図表 10、11 の通りである。

図表 10 アンケート調査の概要

- 調 査 名：「第二回 県産品利用実態アンケート調査」
- 調査期間：2024 年 12 月～2025 年 2 月
- 調査対象：公益社団法人沖縄県工業連合会 会員事業者
- 回答方法：郵送および WEB
- 回 答 数：60 事業者
- 質問内容：回答事業者の基本情報（資本金、従業員数、売上高など）
仕入先・販売先の状況、各種取り組み、経営課題、必要な行政支援等

図表 11 アンケート回答事業者の属性(n=60)

資本金		業 種	
1000万以下	11.7%	食料品製造業	16.7%
1000万円超～5,000万円以下	51.7%	飲料・たばこ・飼料製造業	11.7%
5,000万円超～1億円以下	20.0%	繊維工業	1.7%
1億円超～	16.7%	パルプ・紙・紙加工品製造業	1.7%
	100.0%	印刷・同関連業	5.0%
		化学工業	5.0%
売上高		プラスチック製品製造業	1.7%
5000万円以下	10.0%	ゴム製品製造業	1.7%
5000万円超～1億円以下	6.7%	窯業・土石製品製造業	15.0%
1億円超～5億円以下	26.7%	鉄鋼業	5.0%
5億円超～10億円以下	8.3%	非鉄金属製造業	5.0%
10億円超	48.3%	金属製品製造業	10.0%
	100.0%	業務用機械器具製造業	1.7%
従業員数		電気機械器具製造業	1.7%
10人以下	18.3%	輸送用機械器具製造業	1.7%
11～20人	20.0%	その他の製造業	8.3%
21～50人	18.3%	卸売・小売業	6.7%
51～100人	20.0%		100.0%
101人以上	23.3%		
	100.0%		

出所：りゅうぎん総合研究所

＜補注＞ 結果の分析にあたり、参考として 2023 年のアンケート結果と比較している項目があるが、回答事業者や回答数が異なるため単純比較はできない点に留意が必要である。

（１） 仕入先について

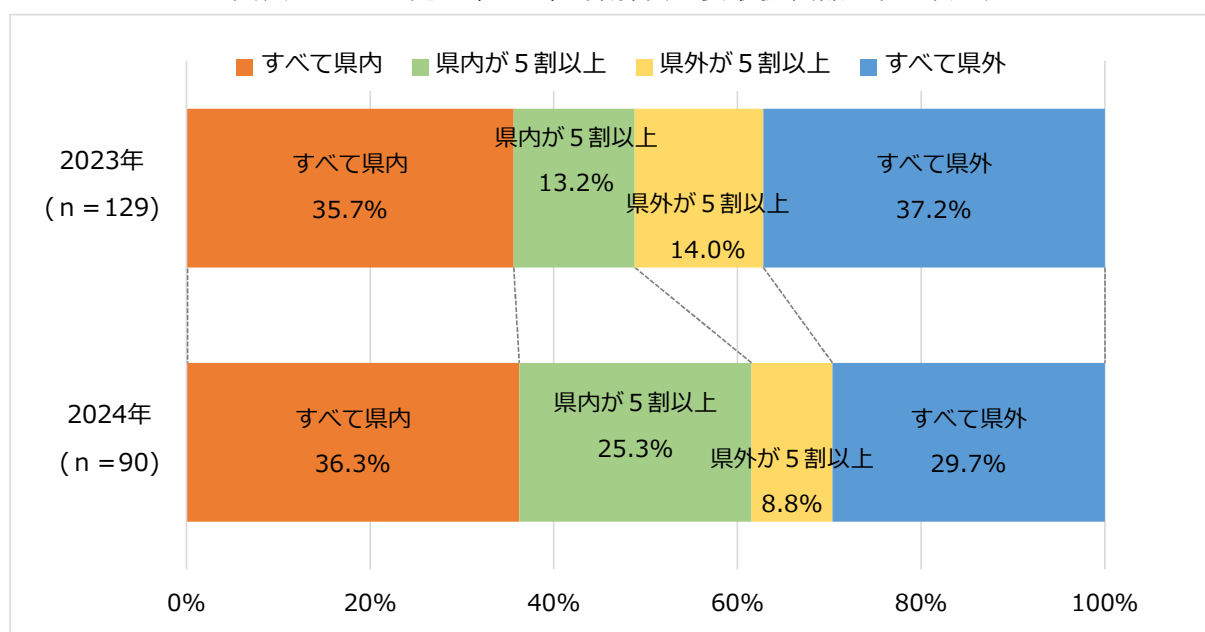
① 原材料仕入先

県内製造業者における原材料調達の県内・県外割合をみると、「すべて県内」が 36.3%と最多となり、「すべて県内」、「県内が 5 割以上」の合計は 61.6%を占める結果となった（図表 12）。回答事業者の属性をみると、本県の特産品を原材料とするお土産品（塩、菓子類、酒類）などを製造する飲食料品製造業の回答が目立った。

一方、仕入先が「すべて県外」が 29.7%となった。仕入製品の内訳をみると、電子部品や基礎化学製品、金属加工基礎製品などの「加工基礎材及び中間製品」のほか、「化粧品」や「医薬品」など、県内で製造していない、あるいは製造することのできない中間材の回答が目立った。

なお、原材料の半数以上を県内仕入れとする回答が 6 割程度を占める結果となったが、県内の卸売業者や共同組合等を通して移輸入品を調達しているケースも想定されるため、より実態に近いデータを把握するためには調達経路の調査が必要であり、今後の課題と認識している。

図表 12 仕入先の県内・県外割合（主要取扱製品上位3項目）



出所：りゅうぎん総合研究所

注1：製品ごとの回答であるため、nは回答事業者数と一致しない

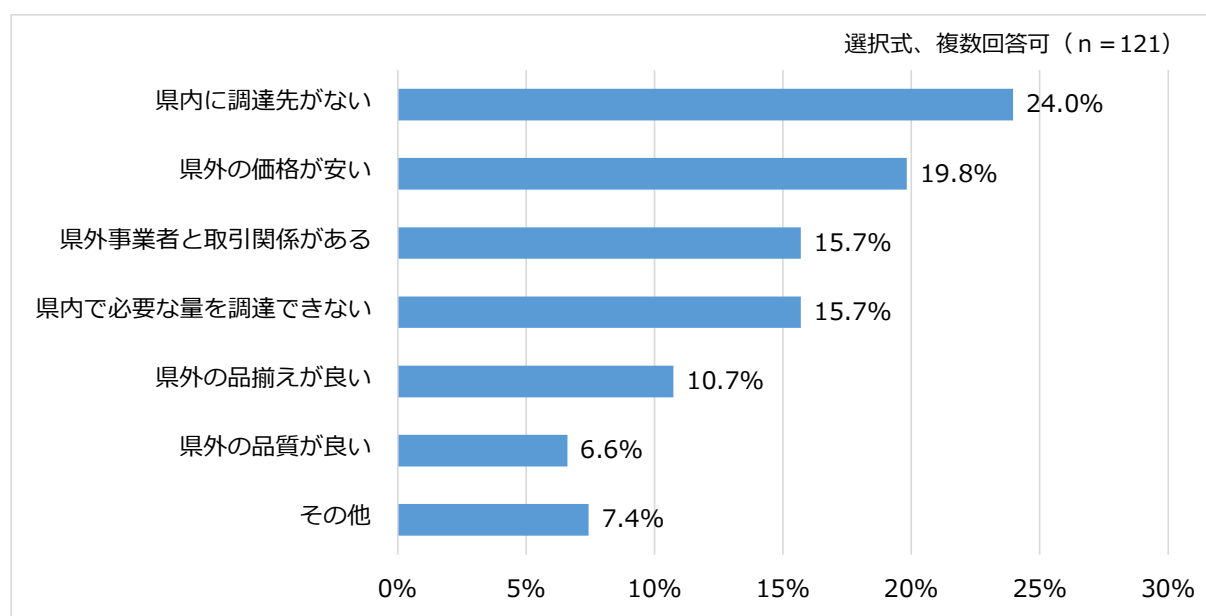
② 原材料の県外仕入理由

県外仕入理由について確認する(図表 13)。「県内に調達先がない」が 24.0%と最も大きく、次いで「県外の価格が安い」が 19.8%、「県外事業者と取引関係がある」、「県内で必要な量を調達できない」が 15.7%などとなった。本県の製造品出荷額を業種ごとにみると、食料品製造業や飲料品製造業の占める割合が大きい一方、原材料や中間材を供給する業種割合が低くなっており、これらに起因した結果と言えよう。

「県内に調達先がない」、「県内で必要な量を調達できない」と回答した事業者へのヒアリングでは、その要因として仕入農家の減少(離農)が挙げられた。製造業に原材料を供給する第一次産業においては、従来からの課題である後継者不足に加え、円安に伴う飼料価格の高騰やエネルギー価格高騰などにより生産コストが増大し、結果として離農に至るケースがみられているという。こうした理由から、原材料の仕入先を県内から県外へシフトする、あるいは県外からの仕入れ割合を増やすなどで対応している状況がみられた。このような状況を踏まえると、製造業振興と第一次産業振興は表裏一体の関係であり、両者を意識した対応策の検討が求められる。

また、アンケートでは「品揃え」や「品質」などに関する回答も一定数みられることから、製品の安定供給ならびに高付加価値化を図ることが県内自給率の向上において重要であると考えられる。なお、製品の品質については、事業規模の違いはあるものの事業者の自助努力に依るところが大きいと考えられるため、県外産との競争力強化という意味でも製品の高付加価値化に取り組む必要性は高い。

図表 13 原材料の県外仕入理由(主要取扱製品上位3項目)



出所:リゅうぎん総合研究所

注1:製品ごとの回答であるため、nは回答事業者数と一致しない

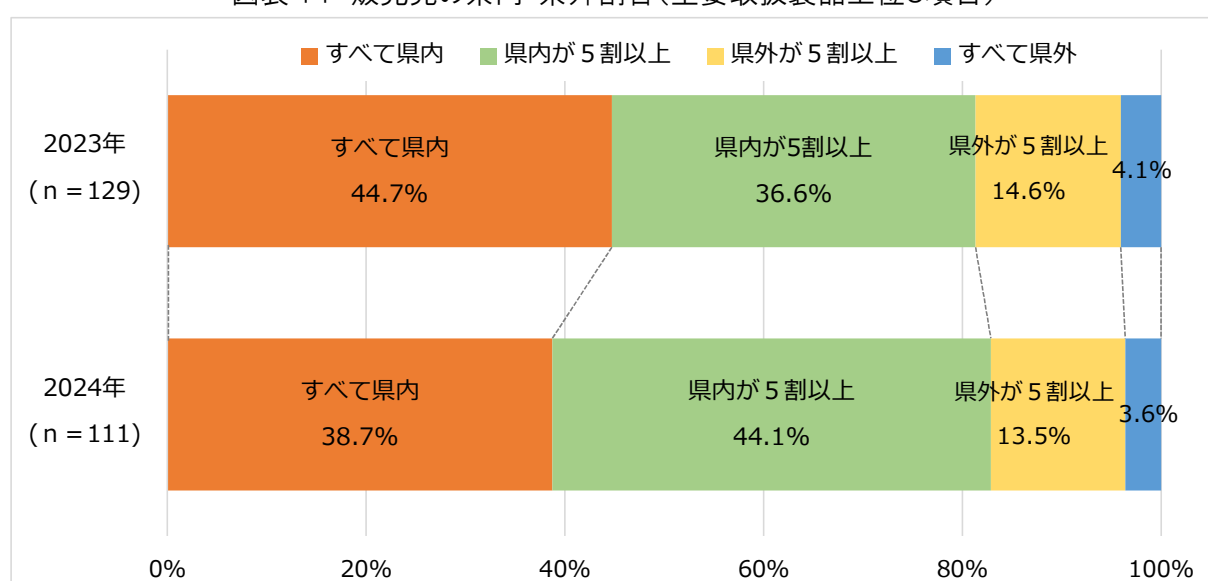
(2) 販売先について

① 製品の販売先

県産品の販路について確認する(図表 14)。販売先が「すべて県内」が 38.7%、「県内が 5 割以上」が 44.1%となり、県産品の多くが県内で消費されていることが分かる²。

一方、「5 割以上が県外」が 13.5%、「すべて県外」が 3.6%となり両者の合計は 17.1%となった。前回調査と比較すると、回答数や調査先事業者は異なるものの、全体としての県内・県外割合は同程度で県外への販売割合が小さく、引き続き輸送コスト等を背景に県外への販路を見いだせていない状況が窺えた。

図表 14 販売先の県内・県外割合(主要取扱製品上位3項目)



出所:りゅうぎん総合研究所

注1:製品ごとの回答であるため、nは回答事業者数と一致しない

② 販売先拡大に向けた取り組み

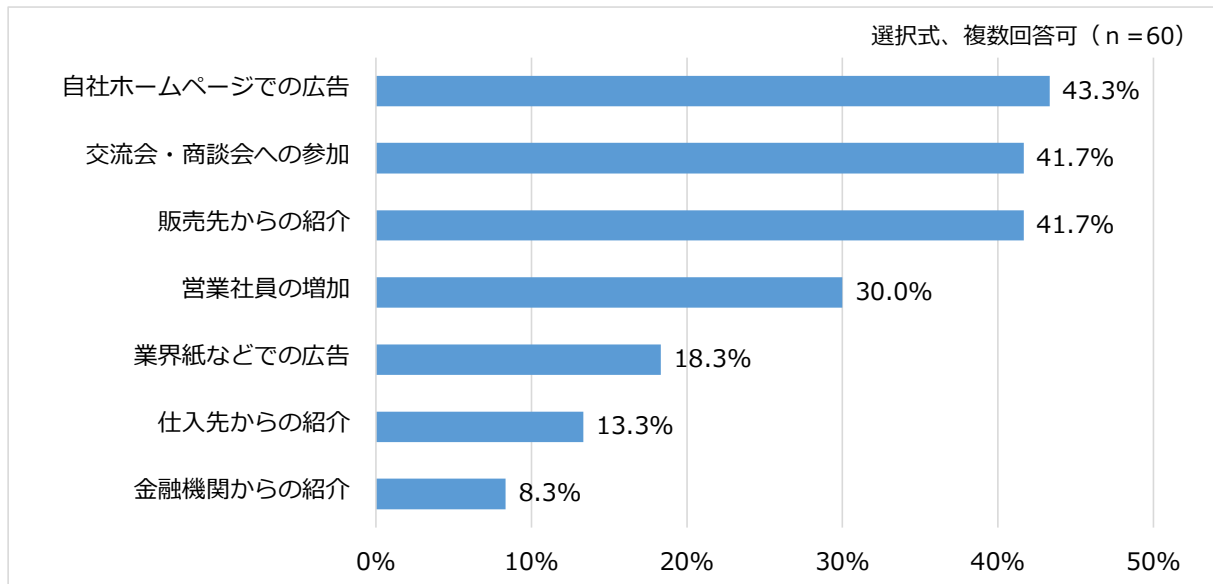
販売先拡大に向けた取り組みについてみると、「自社ホームページでの広告」が 43.3%と最も多く、次いで「交流会・商談会への参加」、「販売先からの紹介」が 41.7%と続く(図表 15)。

企業の持続的成長と安定的な経営にあたり、販売先拡大は常に重要なテーマである。同設問においては、60 社中 36 社(60.0%)の事業者が複数の回答を選択しており、複合的なアプローチにより販売先拡大に取り組んでいる状況が窺える。

また、自由記述欄では、営業活動の強化や小売店での試食販売の実施による商品価値訴求、地域貢献活動のPRなど様々な回答がみられた(図表 16)。

² 観光客による土産購入などは実質的に移出と同じ効果を生じるが、「県内での販売」に該当する点に留意する必要がある。

図表 15 販売先拡大に向けた取り組み



出所：りゅうぎん総合研究所

図表 16 販売先拡大に向けた取り組み（自由記載）

< その他（自由記載）のコメント（一部抜粋） > ・ たゆまない営業活動 ・ 官公庁、コンサルへの営業活動 ・ 取引先のみならず、社員・専属協力会社からの紹介 ・ 売り場での商品価値訴求、試食販売の実施 ・ 自社特売チラシでの掲載 ・ 商品アイテム拡大 ・ 地域貢献活動のPR ・ SNSの活用 ・ イベント参加

出所：りゅうぎん総合研究所

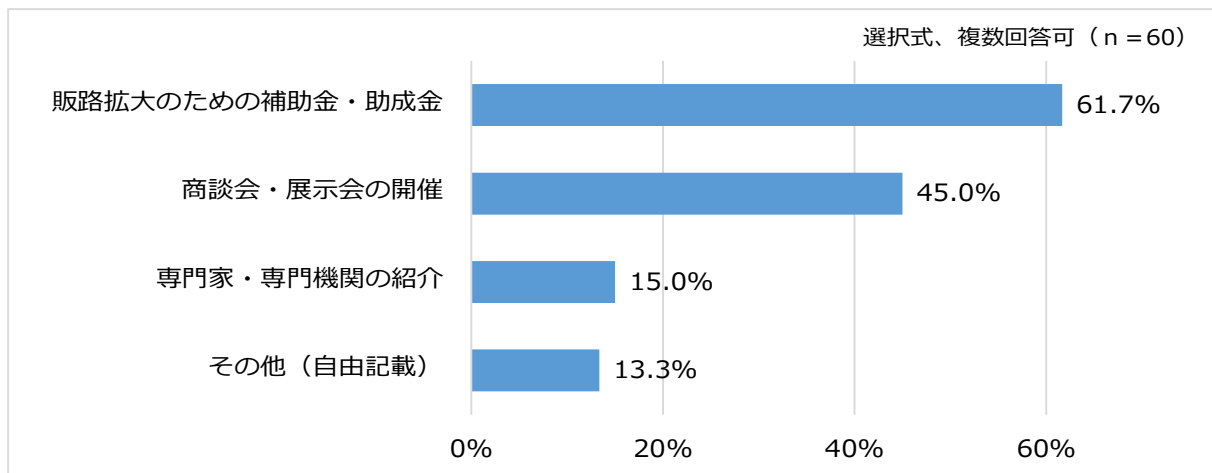
③ 販売先拡大に向けて必要な行政支援

続いて、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61.7%と最も多く、次いで「商談会・展示会の開催」が45.0%、「専門家・専門機関の紹介」が15.0%などとなった（図表 17）。

「その他（自由記載）」では、販路拡大にあたり一番のネックとなると想定される「物流コストの補助」に加え、「公共工事での県産品使用の要請」、「県内企業への県産品優先発注の強化」など、前回調査に引き続き県産品の優先利用を訴えるコメントが多くみられた（図表 18）。

これらの結果から、県産品優先利用の推進により地元企業の需要拡大を図る施策や取り組みについて、早期の実現に向けた検討が必要である。

図表 17 販売先拡大に向けて必要な行政支援



出所：りゅうぎん総合研究所

図表 18 販売先拡大に向けて必要な行政支援(自由記載)

< その他 (自由記載) のコメント (一部抜粋) > ・ 物流コストの補助 ・ 公共工事での県産品使用の要請 ・ 県内企業への優先発注の強化 ・ 公共案件での県産品指定化 ・ 公共工事における原則使用 ・ 受入れる工場の整備 ・ インフラの充実

出所：りゅうぎん総合研究所

(3) 生産性向上について

① 生産性向上に向けた取り組み

製造業における生産性向上のメリットとして、競争力の強化や人手不足への対応、製品の安定供給および品質向上、利益率改善など様々な効果が期待できる。同設問においては、60社中 46 社 (76.6%) が複数の回答を選択しており、生産性向上に対する関心の高さが窺える。

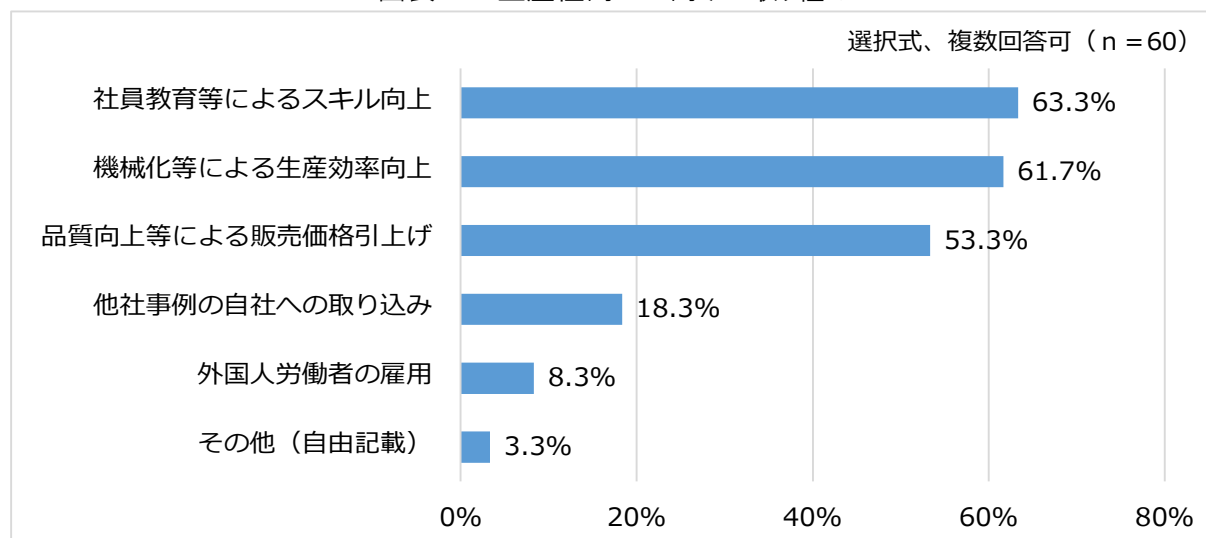
生産性向上に向けた取り組みについての回答をみると、「社員教育等によるスキル向上」が 63.3%、「機械化等による生産効率向上」が 61.7%、「品質向上等による販売価格引き上げ」が 53.3%などとなった (図表 19)。

本稿 2. (1) で確認した通り、本県製造業の労働生産性は全国水準を大きく下回るが、その要因の一つとして“非正規雇用割合の高さ”が挙げられる。観光をリーディング産業とする本県においては、土産品を製造する事業者が多く、観光需要の繁閑に伴う土産品の需要変動が課題である。特に、経営体力の弱い小規模零細事業者においては、繁忙期に合わせて非正規労働者を短期雇用するケースが多いという。その結果、現場のスキルやノウハウが企

業に蓄積されず、結果として労働生産性の低下につながっていると考えられる。

このような状況から脱し、いかに生産性を高め、事業者の足腰強化へと繋げていくかが課題である。

図表 19 生産性向上に向けた取り組み



出所：りゅうぎん総合研究所

(参考) 沖縄県の非正規雇用割合 全国比(R6)

単位：人	雇用者（役員を除く）		非正規割合 (沖縄県)	非正規割合 (全国)
		うち非正規 従業者		
全産業	635,000	244,000	38.4%	36.9%
製造業	30,000	11,000	36.7%	24.7%

出所：総務省統計局「労働力調査」よりりゅうぎん総研作成

② 生産性向上に向けて必要な行政支援

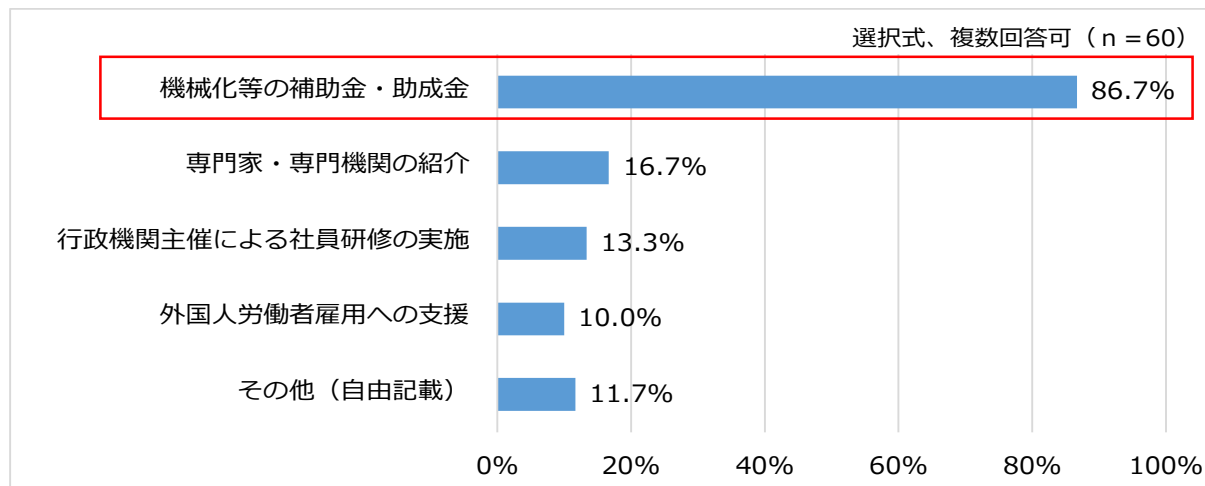
生産性向上にあたり必要な行政支援についての回答をみると、「機械化等の補助金・助成金」が 86.7%で最多となり、60 社中 52 社が設備投資にかかる行政支援を求めている（図表 20）。次いで「専門家・専門機関の紹介」が 16.7%、「行政機関主催による社員研修の実施」が 13.3%、「外国人労働者雇用への支援」が 10.0%などとなった。

飲食料メーカーへのヒアリングでは、賞味期限を延ばすなど製品の品質向上により県外製品との競争力を高める必要性を感じているものの、そのためには検査機械や充填機等を一新する必要がある、工場の移転も視野に入れた多額の費用を要するとの声が聞かれた。また、県からの補助制度に触れつつ、「設備投資には莫大な費用を要するため、少しの補助金だけでは足りない」といった厳しい声も聞かれた。

業種や規模により異なるものの、製造業においては多くの業種で機械に依存する傾向が強い。生産性向上のための新たな設備投資のみならず、定期的な既存設備の更新などもあり、

行政による支援の継続ならびに更なる強化が求められる。また、こうしたハード面に対する支援のみならず、専門家の紹介や人材育成、沖縄経済を下支えする外国人の雇用促進など、ソフト面に対する支援の検討も求められる。

図表 20 生産性向上に向けて必要な行政支援



出所:リゅうぎん総合研究所

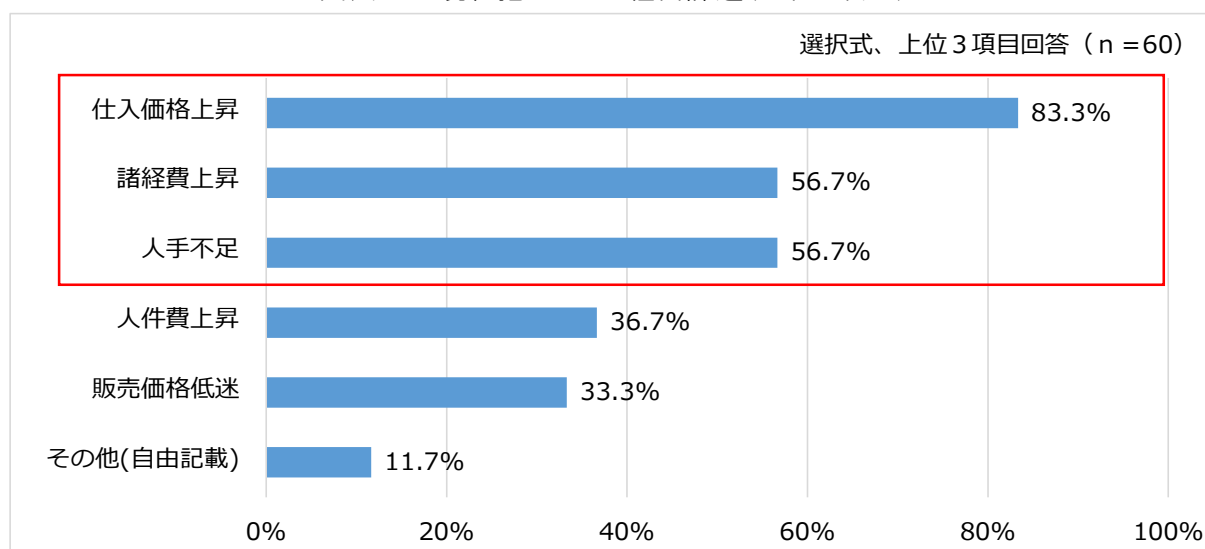
(4) 経営課題について

製造業の振興を図るうえで、事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を検討することは重要である。経営課題についての回答をみると、「仕入価格上昇」が83.3%と最も多く、次いで「諸経費上昇」「人手不足」が56.7%などと続く(図表21)。

これらの回答上位3項目から、昨今の物価高騰や経済活動の急速な回復に伴う人手不足等への対応に苦慮している様子が窺える。

以下では、これらの回答内容について詳細に確認する。

図表 21 現在抱えている経営課題(上位3項目)



出所:リゅうぎん総合研究所

① 仕入価格上昇

経営課題として「仕入価格上昇」と回答した事業者は60社中50社で83.3%に上った。

2.(4)で確認した通り、製造業という業種柄、他の産業に比べて原材料等の中間投入割合が大きいため、仕入価格の上昇は経営に直接的な影響があると考えるのが適当である。

図表22に、仕入価格上昇への取り組み・求める行政支援についてのコメントをまとめた。最も多かった回答が価格転嫁に関する取り組みであり、業種を問わず製品の値上げに取り組んでいる状況がみられた。しかし一方で、“価格転嫁したが売れ行きが悪い”といった厳しい状況を示すコメントもみられた。また、仕入方法の工夫や原材料の見直し、仕入先との価格交渉といった仕入に関するコメントのほか、業務効率化によるコスト削減等に取り組む事業者もみられた。

必要な行政支援についてのコメントでは、電気料金の補助を求める事業者が目立つ。その他、物流コストの補助や、価格転嫁の実現に向けた指導など価格転嫁の促進を求めるコメントもみられた。

ヒアリングにおいても、販売先への値上げ交渉に難航しているという状況も聞かれたため、物価高騰を踏まえた適切な価格転嫁の実現に向け、行政による指導および県民の理解促進などの取り組みが求められる。

図表22 「仕入価格上昇」への対応策と必要な行政支援(一部抜粋)

主な項目	業 種	取り組み(自由記載)	必要な行政支援(自由記載)
価格転嫁 (n=15)	印刷・同関連業	販売価格転嫁への取組み	価格上昇への各種補助制度
	窯業・土石製品製造業	適正価格の確保	電力費補助金拡大
	卸売業	販売価格の値上げ	電気代軽減
	窯業・土石製品製造業	購買単位の見直し等仕入れの効率化 販売先への値上げ交渉	価格転嫁実現に向けた指導
	食料品製造業	受け入れられる売価価格の見極め	物流費補助、インフラの整備
	繊維工業	販売価格に転嫁しているが売れ行きが悪い	価格転嫁への理解促進
仕入先の見直し・ 仕入先との交渉 (n=8)	化学工業	原料が海外調達であるため、現地に 赴き直接取引をすることで中間マー ジンを省き、仕入価格を抑える	仕入高騰による補助金や支援金が あれば活用したい 海外現地法人とのマッチング支援
	飲料製造業	資材等の見直し	販路開拓や製造プロモーションに 使用できる助成金
	食料品製造業	取引先との交渉次第	物流費の補助 インフラの整備
	鉄鋼業	海外チャネルの模索	-
業務効率化等 その他 (n=8)	食料品製造業	機械の自動化検討(コスト削減)	電力料金の値下げ
	非鉄金属製造業	自社の開発商品拡大	設備・機械の補助金
	窯業・土石製品製造業	効率を上げ、建立費用を減らす努力	-
	飲料製造業	円安のため対応が厳しい	-
	プラスチック製品製造業	材料歩留まりの向上 省エネ対策を推進している	-

出所:リゅうぎん総合研究所

② 諸経費上昇

経営課題として「諸経費上昇」と回答した事業者は60社中34社で56.7%となった。取り組みとしては、①仕入価格上昇と同様、価格転嫁に関するコメントが多く、「価格交渉時懇切丁寧に説明する」、「工場見学で信頼を得る」といった独自の工夫もみられた（図表23）。

次いで多かったのが電力省力化に関するコメントである。機械の消費電力は大きいことから、「こまめに電気使用量をチェックしながら無駄を省き省エネに努めている」、「機械稼働時間の集中化等による電力省力化」などの回答がみられた。

これらの取り組みに関連して、必要な行政支援では電力料金への補助を求めるコメントが目立つ。沖縄電力の料金単価は他県の単価を上回るため、大量に電力を消費する製造業事業者にとって電気料金の負担感は大きい³。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・ガス・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。こうした地理的・構造的要因、電力燃料費の構成等、複合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は極めて高い。

図表 23 「諸経費上昇」への対応策と必要な行政支援（一部抜粋）

主な項目	業 種	取り組み（自由記載）	必要な行政支援（自由記載）
価格転嫁 (n = 6)	金属製品製造業	価格交渉時に懇切丁寧に説明する 工場見学で信頼を取る	電気代軽減措置
	食料品製造業	販売価格の値上げ	県外輸出助成金の増
	食料品製造業	価格改定	-
	窯業・土石製品製造業	販売先への値上げ交渉	価格転嫁の促進策
電力省力化 (n = 5)	ガラス製品製造業	弊社は特に電力に依存した機械が殆どであり、こまめに電気使用量をチェックしながら無駄を省き省エネに努めている	電力補助の延長・継続
	食料品製造業	電力の省力化	電力補助
	印刷・同関連業	機械稼働時間の集中化等による電力省力化	電力等の設備稼働費用逡減への直接的および間接的な補助政策
その他 (n = 6)	飲料品製造業	物流費を抑えるため在庫管理を徹底	輸送費補助等の支援金
	鉄鋼業	設備更新	助成金
	飲料品製造業	業務効率化等によるコスト低減	継続的な補助金・助成金
	化学工業	県内の資材仕入先をあたるなどしているが限界がある 配送効率などを考え、スケジュールを組み上昇した資材などの経費を吸収しようとしているが限界がある	-

出所：りゅうぎん総合研究所

³ 工場等で使用する電力料金単価（高圧：標準電圧 6,000V）を九州電力と比較すると、沖縄電力は 29.95 円/kWh、九州電力は 16.98 円/kWh となっている（2025 年 4 月 1 日時点、両社HPより確認）。なお、料金改定時期の違いにより、基準燃料価格が異なる等の理由から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。

③ 人手不足

経営課題として「人手不足」と回答した事業者は60社中34社で56.7%となった。各産業が直面している課題であるが、製造業においても人手不足の状況が継続している。

人手不足への取り組みをみると、求人チャネルの多角化や企業合同説明会への参加による新卒採用強化に加え、既存社員の待遇改善、週休二日制の導入など離職率の低下を目指す取り組みがみられた（図表24）。また、外国人雇用に関する回答も複数あり、技能実習生の対象業種拡大や採用サポート、手続き簡素化の必要性、住居問題の改善等を求める回答があった。

また、2024年4月からの時間外労働の上限規制（2024年問題）の適用業種となった製糖業者へのヒアリングでは、これらの対応に苦慮する声が聞かれた。例えば、製糖工場ではサトウキビの収穫時期に労働力需要のピークを迎え、季節労働者を雇用することで24時間の工場稼働を2交代勤務制で対応する長時間労働が慣習化していたが、同上限規制に伴い3交代勤務制へと移行した。3交代勤務制は必要となる労働力の増加を意味し、また時間外労働分の給与の減少（＝手取り減）により季節労働者の確保に難航しているという状況が聞かれた。

沖縄県においてもいよいよ人口減少局面を迎え、労働力人口の減少が危惧されているなか今後人手不足が改善に向かうことは考えにくい。このような状況下においては行政の役割がより一層重要となる。学卒者の県内就職促進ならびにIターンの促進、外国人労働者の雇用促進に向けたサポート体制の強化⁴など、現場の声に耳を傾けたきめ細やかな対応が求められる。

図表24 「人手不足」への対応策と必要な行政支援（一部抜粋）

主な項目	業 種	取り組み（自由記載）	必要な行政支援（自由記載）
採用強化・ 処遇改善 (n = 14)	ガラス製品製造業	求人募集、広告、募集看板、HP開設 企業合同説明会参加による採用強化	技能実習生の業種からハズレている ために苦労している
	窯業・土石製品製造業	既存従業員の待遇改善	一時的な処置ではない社会保険や 税の引き下げ
	その他の製造業	給与と働く環境を改善（ベースアップ、 完全週休二日制導入）	-
	鉄鋼業	中途採用の強化 離職率の低下を図る取組など	高卒者の県内企業への就職促進事 業、Iターン者の企業紹介など
外国人雇用 (n = 2)	繊維工業製造業	外国人活用に向けた取り組み	補助金、助成金や採用サポートな どの機関を紹介して欲しい
	金属製品製造業	外国人労働者を雇用した (昨年2名、今年2名計画)	・外国人労働者雇用手続き簡素化 ・アパートの受入れ簡潔化 ・対象業種（職種）の拡大
その他 (n = 5)	食料品製造業	デジタル化推進、人材育成	無料講習会、勉強会等
	窯業・土石製品製造業	機械化による生産効率の計画	補助金等の申請
	食料品製造業	賞味期限を延ばし生産効率化	-
	鉄鋼業	特定派遣会社とのアライアンス	製造現場に関わる人材育成

出所：りゅうぎん総合研究所

⁴ 外国人労働者等へのサポートについては、りゅうぎん総合研究所『沖縄県内の在留外国人の動向と行政の多文化共生』（2025年3月）を参照。

④ その他の経営課題

上位3項目のほか、経営課題として「人件費上昇」(36.7%)、「販売価格低迷」(33.3%)なども一定数回答があった(図表25)。

「人件費上昇」への取り組みでは、給与体系の見直しや製品への価格転嫁、売上強化に向けた取り組みや機械化による生産性向上などが挙げられ、補助金や助成金などの行政支援を求めるコメントがみられた。

「販売価格低迷」についてみると、「安価な県外製品の流入とコロナ後の建設事業の低迷により、適切な価格運営ができない」といった現状の課題を挙げ、対応策として「県産品指定化」を求めるコメントがみられた。これは建設資材関連を製造する事業者からの回答であるが、食料品・飲料品製造業者へのヒアリングにおいても、「輸送コストを含めても県内製品より県外製品の方が安く、価格面では敵わない」などといった声が聞かれた。

県外・海外からの安価な製品の流入による価格競争により、県内を主なターゲットとする地元企業のビジネスモデルが崩れてしまうことは想像に難くない。やはり、地元企業の保護という観点においても県産品優先利用は重要である。

図表 25 「人件費上昇」「販売価格低迷」への対応策と必要な行政支援(一部抜粋)

主な項目	業 種	取り組み(自由記載)	必要な行政支援(自由記載)
人件費上昇 (n=10)	金属製品製造業	給与体系の見直し	働き方改革や人件費の増加などで生産性が心配
	飲料製造業	やむを得ず製品価格への転嫁を行う	既存の雇用者及び雇い主に対しての助成金を出してほしい
	窯業・土石製品製造業	・利益率が高い部門の営業強化 ・高品質製品の製造による売上強化	対前期比賃金アップ率向上先に対する税率緩和・補助金給付等
	窯業・土石製品製造業	機械化等による生産効率の計画	補助金等の申請
	食料品製造業	賞味期限を延ばし生産効率を上げる	機械の補助など
販売価格低迷 (n=17)	プラスチック製品製造業	原材料価格高騰に伴い販売価格に反映させたいが、安価な県外製品の流入とコロナ後の建設事業の低迷により、適切な価格運営ができない	県だけでなく、国や市町村発注の公共事業での県産品指定化を是非お願いしたい
	窯業・土石製品製造業	見積価格の見直し	建設業界への県産品使用促進の奨励
	印刷・同関連業	仕入価格上昇に伴う販売価格引上げへの説明	経費に関する費用補助制度の拡充
	食料品製造業	新商品企画開発	企画開発等のセミナー、専門家派遣、補助事業等
	化学工業	低迷というわけではないが、原料仕入れの高騰、諸経費上昇に伴う価格の転嫁ができておらず、現状どうすればいいのか社内で検討中	-
	飲料製造業	資材費、諸経費の再値上げがある	都度販売価格の改定が困難である

出所:リゆうぎん総合研究所

4. アンケート調査結果を踏まえた提言

前章で確認したアンケートおよびヒアリング調査の結果を踏まえ、製造業振興に向けて取り組むべき事として（１）県産品（地元企業）優先利用に関する条例制定、（２）適切な価格転嫁の実現に向けた取り組み、（３）行政による製造業支援の継続・強化の３つに重きを置いた対応策が求められる（図表 26）。

図表 26 製造業振興に向けて必要な取り組み

- | |
|---|
| <p>◇ 提言 1 県産品(地元企業)優先利用に関する条例制定（沖縄県および主要市町村）</p> <ul style="list-style-type: none">・ 先進事例である「山口県ふるさと産業振興条例」を参考とした県産品優先利用についての条例制定 <p>◇ 提言 2 適切な価格転嫁の実現に向けた取り組み</p> <ul style="list-style-type: none">・ 行政による価格転嫁の指導・ 県民をはじめとする社会全体への理解促進 <p>◇ 提言 3 行政による製造業支援の継続・強化</p> <ul style="list-style-type: none">・ 行政は、製造業振興に資する取り組みに対する補助事業を継続・強化し、活用事例の横展開などによる周知強化を図る・ 事業者は、国・県・市町村等による補助事業等について積極的に情報収集を行い、生産性向上に取り組む |
|---|

出所：りゅうぎん総合研究所

（１） 県産品（地元企業）優先利用に関する条例制定（沖縄県および主要市町村）

当研究所では、第一回目の調査および 2025 年 3 月に発表した第三次産業に関する調査⁵においても同様に、県産品⁶や地元企業優先利用に関する条例制定を提言してきた。それは、県産品や地元企業を優先的に利用することが自給率上昇への第一歩となり、結果として経済循環率の向上や県民所得の増加へと繋がっていくためである（図表 27）。

また、前回に引き続き、アンケートの回答から行政による県産品優先使用の指定化を求める声が複数みられ、県内製造業者の共通認識であることを確認した。ヒアリングでは、市町村における県産品使用に対する意識が希薄であるという現場のリアルな声も聞かれた。

これらを踏まえ、県産品の需要拡大には全県的な意識醸成が重要であり、先進事例である「山口県ふるさと産業振興条例」を参考とした県産品優先利用についての条例制定が必要で

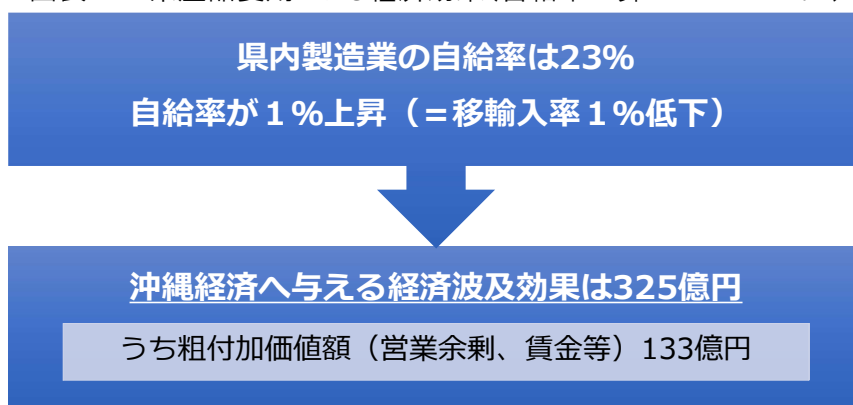
⁵ りゅうぎん総合研究所『沖縄県内の第三次産業における地元企業優先利用に向けた検討～県内企業優先利用に向けた条例化が必要～』（2025 年 3 月）

⁶ 県産品とは、原材料が何処で生産されたかを問わず、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）

ある。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、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すべての産業の発展に繋がっていくものと考えられる。

なお、当研究所による条例化の提言を受け、同調査内容についての勉強会を開催するなど沖縄県や一部の議員を中心に条例化の実現に向けた動きが出始めている。条例制定にあたっては、製造業や第三次産業のみならず、沖縄経済を支えるすべての産業を対象にするとともに、制定後の効果検証および継続的な周知広報活動の実施に期待したい。

図表 27 県産品愛用による経済効果(自給率上昇シュミレーション)



出所：沖縄県産業連関表(2015)をもとにりゅうぎん総研にて試算

（２） 適切な価格転嫁の実現に向けた取り組み

アンケートで確認した経営課題上位3項目（①仕入価格高騰、②諸経費上昇、③人手不足）のすべてに共通する対応策が、コスト上昇分を製品価格に反映させる適切な価格転嫁の取り組みである。

沖縄県では、企業の「稼ぐ力」を高め、地域経済の好循環を生み出すことを目的として、2023年8月に国・県・経済団体・金融機関・労働者団体の共同により「適切な価格転嫁及び賃金の引上げの推進により地域経済の活性化に取り組む共同宣言」を発出している（図表28）。同宣言は、主に県内事業者を対象とした内容であり、価格転嫁を「単なる値上げではなく企業の持続可能性を確保し、雇用や品質を守るための重要な手段」として位置付けている。

しかしながら、アンケート結果から価格転嫁が進みつつある状況が確認された一方で、一部の事業者においては“価格転嫁に踏み込めない”といった内容の回答がみられ、行政に対し「価格転嫁の実現に向けた指導」や「価格転嫁への理解促進」などを求める声が挙がった。製造業の9割以上を小規模零細事業者が占める本県においては、取引先との関係維持や顧客離れ等を懸念し価格転嫁に踏み切れていない状況があると想定される。同宣言の趣旨や目的に照らし、価格転嫁が進んでいない事業者に対する指導などきめ細かな対応に期待したい。

ただし、適切な価格転嫁の実現にあたっては、事業者のみならず消費者である県民の理

解が伴うことが前提である。行政による価格転嫁の指導に加え、県民をはじめとする社会全体への理解促進を図ることが適切な価格転嫁を後押しする大きな一助となる。

図表 28 「適切な価格転嫁及び賃金の引上げの推進により
地域経済の活性化に取り組む共同宣言」の概要

目 的	この共同宣言は、県民所得の着実な向上につながる企業の「稼ぐ力」の強化を実現するため、各機関が相互に連携及び協力を行い、労務費、原材料費、エネルギーコスト等の上昇分を企業間取引において適切に価格転嫁することについての気運を醸成するとともに、県内中小・小規模事業者における賃金の引上げを推進することにより、サプライチェーン全体での付加価値の向上を図り、もって未来への投資が生み出される経済の好循環を構築し、地域経済の活性化に寄与することを目的とする。
実 施 項 目	(1) 県内事業者が企業間取引における適切な価格転嫁及び賃金の引上げに対応することができるよう、各機関において各種支援策及び情報を共有し、県内事業者へ周知する。 (2) 「パートナーシップ構築宣言」について、県内事業者へ広く浸透させるための周知活動を行い、宣言企業の拡大を目指す。 (3) 「沖縄県所得向上応援企業認証制度」について、県内事業者へ広く浸透させるための周知活動を行い、認証企業の拡大を目指す。 (4) セミナーの開催等を通して、適切な価格転嫁及び賃金の引上げに関する理解の促進に努めるとともに、これらに関する相談に応じ、適切に対応する。 (5) 域内経済循環の向上につながる地場産業の振興及び雇用の確保に向け、効果的な県産品の魅力発信に加え、県産品の消費意識の啓発に係る取組を推進する。

出所：沖縄県 HP

(3) 行政による製造業支援の継続・強化

アンケートから確認した通り、県内製造業においては地理的・構造的要因から物流コストや電気料金の負担が大きい。これらに加え、昨今の物価高騰に伴う仕入価格高騰や諸経費上昇、人材確保など経営課題も様々であった。こうした状況から、行政に求める支援策として物流コストの補助や電気料金軽減措置の継続、設備投資への補助などの回答が多数みられた。

なお、行政による支援策は全ての業種を対象とするものも含め多数実施されているが、ヒアリングをするなかで事業者には周知されていない施策も多いと感じた。事業者（経営者）は、国・県・市町村等が実施する補助事業等の支援策について常にアンテナを高く持ち、また各機関のWEBサイトや業界団体、商工会議所などを通じて積極的な情報収集を行い生産性向上や経営課題解決に向け活用を図っていくことが重要である。行政においては、引き続き既存の補助事業についての周知・広報を行い、好事例の横展開などにより支援策の積極的な活用を促すことが必要である。

製造業の振興は、自立型経済の実現を目指す上で不可欠な要素であり、製造業支援の継続・強化など行政が果たすべき役割は大きい。

5. トピック —沖縄県における OEM 生産の可能性—

これまで確認した通り、本県の産業構造は観光関連産業を中心とする第三次産業が突出しており、第二次産業の割合が低いという特徴を持つ。特に製造業は県内総生産のわずか 4.0% に過ぎない。このような状況下において、既存事業の成長のみならず新たな成長分野や成長の機会を探ることも重要である。

そこで本章では、その戦略の一つとして OEM にフォーカスし、アンケートおよびヒアリングを通して県内の動向について確認した。

＜参考＞OEM(Original Equipment Manufacturing/Manufacturer)とは…

納入先商標による製品の受託製造を意味し、受託者（メーカー）が委託者（依頼主企業）のブランド製品を製造すること、または企業がメーカーに対して自社ブランド製品の製造を委託する生産形態である。製造元と販売元が異なり、製品自体は販売元のブランドとなる。

出所：日本貿易振興機構 HP 参照(<https://www.jetro.go.jp/world/qa/04A-010822.html>)

（１） 沖縄県における OEM 生産について

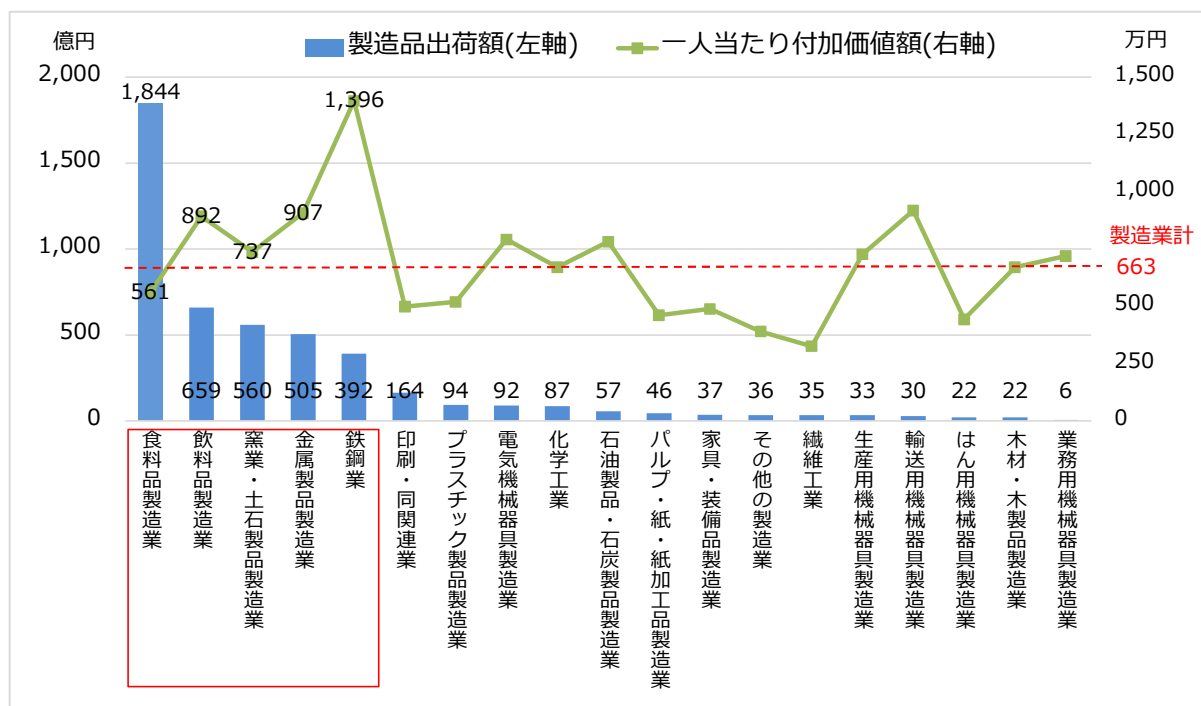
沖縄県において OEM に関する統計データは存在しないため、実際にどれほどの事業者が OEM を行っているかという実態は不明である。しかし、沖縄県は製造業の規模こそ小さいものの、独自性の高い食文化や伝統工芸品など魅力ある豊富な資源を活かした製品開発が可能である。OEM を効率的に活用することで、コストを押さえつつ、付加価値の高い製品開発や県産品のブランド力向上など多くのメリットが期待できる。

ただし、一概に製造業と言えど産業分野は多岐にわたる。OEM においては、生産効率や品質の安定性、コスト等のバランスが重要であると想定されるため、ある程度の製造規模や労働生産性の高い産業分野が適していると思われる。

図表 29 に示した沖縄県の産業中分類別製造品出荷額と労働生産性をみると、「食料品製造業（構成比 38.9%）」、「飲料・たばこ・飼料製造業（同 13.9%）」、「窯業・土石製品製造業（同 11.8%）」、「金属製品製造業（同 10.6%）」、「鉄鋼業（同 8.3%）」などが上位グループに位置しており、本県の主要産業と位置付けられる。また、食料品製造業を除き一人あたり付加価値額が高く、製造業計（663 万円／人）を上回っており、本県の労働生産性の押し上げ要因となっている。

加えて、これらの主要産業は、沖縄の地域資源や文化に根ざしているものも多く、OEM を通じて新たな価値を生み出す可能性を秘めていると考えられる。

図表 29 産業中分類別にみた沖縄県の製造品出荷額と労働生産性(2022 年)



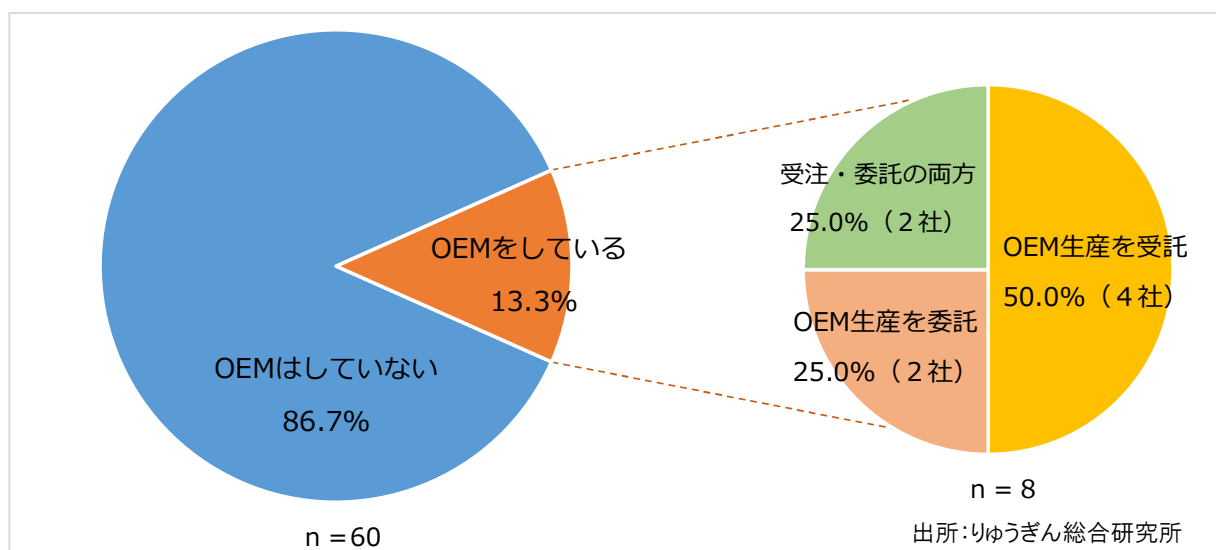
出所：経済産業省「経済構造実態調査(製造業事業所調査)」よりりゅうぎん総研作成

(2) アンケートにみる県内の動向

前項での考察を踏まえ、県内の OEM 動向の把握を目的に、第二回県産品利用実態アンケート調査にて OEM に関する質問を設けた。その結果、OEM 生産をおこなっていると回答した事業者は 60 社中 8 社 (13.3%) となった (図表 29)。

回答の内訳をみると、OEM 生産を受託 (他社ブランド製品の製造を受託) している事業者が 4 社 (50.0%)、OEM 生産を委託 (自社ブランド製品の製造を委託) している事業者が 2 社 (25.0%)、受託・委託のどちらも行っている事業者が 2 社 (25.0%) となった。

図表 29 OEM 生産の有無について



① 回答事業者の業種

「OEM 生産を行っている」と回答した事業者の業種について確認する（図表 30）。

受託側をみると、「鉄鋼業」、「窯業・土石製品製造業」、「金属製品製造業」、「化学工業」がそれぞれ 1 社となり、委託側は「食料品製造業」、「飲料品製造業」がそれぞれ 1 社となった。受託・委託どちらもおこなっている業種は「鉄鋼業」、「飲料品製造業」がそれぞれ 1 社となった。

受託側に属する「化学工業」を除くすべての業種が、図表 29 で確認した本県の主要産業に該当している。言い換えると、OEM を効率的に事業へ取り入れることで、製造品出荷額および労働生産性の向上につながると捉えることも可能である。

図表 30 「OEM 生産を行っている」と回答した事業者の業種

	業 種
受託側（4 社）	鉄鋼業
	窯業・土石製品製造業
	金属製品製造業
	化学工業
委託側（2 社）	食料品製造業
	飲料品製造業
受託・委託（2 社）	鉄鋼業
	飲料品製造業

出所：りゅうぎん総合研究所

② OEM を開始した理由

続いて、OEM を開始した理由について確認する（図表 31）。

受託側および受託・委託両方の回答をみると、事業拡大や新技術ニーズへの対応、大量生産による機械の生産性向上、技術力向上、自社のプレゼンス向上など様々である。また、県内市場では規模が小さいため県外企業から OEM を受注することで生産量を伸ばしているなどといった回答もみられた。

委託側の理由では、リスクの抑制などといった回答がみられた。

これらの回答から、OEM は受託側、委託側それぞれの様々な目的やニーズに対応することが可能であり、戦略的な活用による経営基盤の強化が期待できる。

図表 31 OEM を開始した理由についての回答(自由記載)

	業 種	回 答
受託	窯業・土石製品製造業	・ 事業拡大のため
	鉄鋼業	・ 新技術（工法）のニーズへの対応
	金属製品製造業	・ 引き合いがあったため ・ 大量生産による機械の生産性UPと安定的な受注確保のため ・ 今後の事業拡大につなげていくため
委託	食料品製造業	・ リスクを抑えるため
	飲料製造業	・ 共同開発がきっかけ
両方	鉄鋼業	・ 技術力向上のため ・ 生産量の問題（県内市場だけではキャパが小さい）
	飲料製造業	・ 海外での当社商品のプレゼンス向上の為

出所：りゅうぎん総合研究所

③ 県内での OEM の発展可能性

沖縄県における OEM 生産の発展可能性についての回答を確認する（図表 32）。

委託側の回答では、県内事業者の規模や生産能力などを踏まえると厳しいといった趣旨のコメントがみられた一方、受託側および受託・委託両方の回答のほとんどが、今後の需要拡大を見据えたプラスの回答となっている。

受託側、受託・委託両方の回答をみると、県全体の課題である人手不足や後継者不足等を背景に、生産性向上の手立てとして OEM 生産の需要拡大を見込んでいるといった趣旨のコメントや、自社の開発レベル向上を見込んだ可能性、また海外からのニーズがあればさらなる拡大を検討しているなどといった回答がみられた。

図表 32 沖縄県における OEM の発展可能性についての回答(自由記載)

	業 種	回 答
受託	窯業・土石製品製造業	・ 今後も県外企業から委託を受けたOEM供給は継続し一時的に拡大する可能性もあるが、将来的には県内企業が主体となる必要がある
	鉄鋼業	・ 人手不足及び工期短縮につながるため需要拡大を見込んでいる
	金属製品製造業	・ 今後開発に力を入れていくため可能性は高い
委託	食料品製造業	・ 企業規模や生産能力などを踏まえると沖縄県では厳しい
	飲料製造業	・ OEMに対応できる生産能力がないのではないか
両方	鉄鋼業	・ 業界は後継者不足・設備更新時期で廃業が多く、弊社への引き合いも増えており、今後需要は拡大する可能性がある
	飲料製造業	・ 海外からのニーズがあればさらに拡大することも考えている

出所：りゅうぎん総合研究所

(3) ヒアリング内容

アンケート回答先へヒアリングを実施し、県内事業者の OEM の状況やそのメリット等について確認した。主なヒアリング結果は以下の通りである。

① 化学工業（受託製造）

製造品	化粧品
受託先	県外・海外がメイン（県内は数社）
理由・メリット	・ <u>生産性が高い（＝利益率が高い）</u> ・ <u>自社の技術力向上</u>
ヒアリング内容	・ OEM 製造は自社製品よりも利益率が高く、事業の柱となっている（製造割合は OEM が 7 割を占める） ・ <u>MADE in JAPAN と沖縄の地域資源を掛け合わせたブランド化戦略に成功している</u> ・ 製品の品質も国内外多くの企業に評価され、開発商品の実績は 1,000 種類を超える

② 鉄鋼業（受託・委託製造）

受託	製造品	鋳物（マンホール）
	受託先	県外（九州、東海地方）
	理由・メリット	<u>販路拡大、自社の成長（技術力の維持・向上、ノウハウ蓄積）</u>
	ヒアリング内容	・ <u>OEM 生産は委託先企業の高いレベル感が求められるため、職人の技術力向上など自社の成長に繋がっている</u> ・ 自社製品の製造・販売に比べ、OEM 生産の売上単価は低いですが、自社の成長機会となっているため一定水準の取引を維持・継続しており、今後も現在の水準を維持する予定 ・ 行政への要望…輸送費の補助金を出して頂きたい（品質・納期は取引先の要求を満たしても、材料入荷・製品出荷の輸送費がネックでコスト競争力がない）
委託	委託製造品	鋳物（マンホール）
	委託先	海外
	理由・メリット	生産性向上、在庫確保によるリスク抑制
	ヒアリング内容	為替をみて価格が安い海外へ OEM 生産を委託している

③ 飲料品製造業（受託・委託製造）

受託	受託製造品	酒類
	受託先	県内、海外
	理由・メリット	販路拡大、自社のプレゼンス向上
	ヒアリング内容	・ 県内…小売向けにオリジナルパッケージ商品を製造。他社との差別化により、継続的な取引の維持を図っている ・ 海外…数年前からオーストラリア向けの OEM 生産を開始。現地の企業から Made in Japan のビールを独自ブランドとして販売したいとの希望がきっかけだが、海外事業は毎年 20%（前年比）のペースで伸びており売上の肝へと成長している ・ 行政への要望…サプライチェーンに対するサポートや、温室効果ガス削減に対する全般的な取り組みへのサポートがあると OEM 事業の展開が進むのではないかと
委託	委託製造品	清涼飲料、チューハイなど
	委託先	県内、県外
	理由・メリット	<u>消費者の変化に対応した商品ラインナップの拡充</u>
	ヒアリング内容	・ アルコール離れや人口減少などを背景にビール需要が低迷している一方、ノンアルコールやチューハイ飲料の需要が高まっており、これらに対応するため OEM 生産を委託 ・ 技術的に対応が難しい商品については県外企業へ委託

④ 食料品製造業（委託製造）

委託製造品	ハンドクリーム、フェイスパックなどのスキンケアシリーズ
委託先	県内
理由・メリット	・ <u>季節性による需要変動への対応</u> ・ <u>商品ラインナップ拡充によるリスク抑制</u>
ヒアリング内容	・ 乳業メーカーの課題として、通年を通じた需給の安定化が挙げられる（夏場は気温が高く牛乳生産量が減少、冬場は生産量が増える一方、需要が低下し供給過剰となる） ・ <u>こうした季節性による需要の平準化への対応や、新たな活路を見出すべく OEM でコスメ事業に参入</u> ・ <u>地元企業を優先的に利用したいとの思いから県内企業へ委託</u>

（４） 県内における OEM の可能性

これまでのアンケートおよびヒアリング結果を踏まえ、OEM のメリットや可能性について考察した（図表 33）。

図表 33 アンケート調査・ヒアリング調査から確認した OEM のメリット

- ① 他社製品の製造による自社の技術力向上・ノウハウ蓄積（受託側）
- ② 商品ラインナップ拡充による売上拡大（委託側）
- ③ 生産性向上・沖縄観光への寄与（受託側・委託側）

出所：りゅうぎん総合研究所

① 技術力向上・ノウハウ蓄積（受託側）

OEM 生産の大きなメリットが、相手先企業が求める高度な技術や特殊な製造プロセスなど、高いレベル感への対応を通じて自社の技術力や品質管理能力向上が期待できる点である。ヒアリングでは、OEM 生産を行う理由として、技術者のスキル向上およびノウハウの蓄積により中長期的に自社の製品開発能力の強化が期待できるとの声が挙がった。

OEM 生産を自社の成長機会と捉え、戦略的に活用することで県内製造業の技術力向上へと繋がり、結果として県産品の品質向上ならびに高付加価値化に寄与していく可能性がある。

② 商品ラインナップ拡充による売上拡大（委託側）

社会の変化に応じて消費者のニーズも多様化するなか、製造業においてはこれらに対応した新たな商品開発が求められる。ヒアリングでは、生産設備等のハードルから、自社で製造できない製品は他社へ委託することで商品ラインナップを拡充し、売上拡大を図っている状況がみられた。また、OEM を活用し、新規事業の可能性を模索する事業者もみられた。

委託者にとって、OEM は新たな設備投資を必要としない合理的な選択であり、自社製造と委託製造の棲み分けにより効率的な事業運営を実現する一助となり得る。

なお、OEM 委託先の選定にあたっては、域内経済循環の重要性を鑑み、可能な限り地元企業を優先的に利用することが望ましい。

③ 生産性向上・沖縄観光への寄与

OEM 生産の受託・委託どちらにも共通するメリットが生産性向上である。アンケートおよびヒアリング結果から確認した通り、OEM は多様な目的やニーズに合わせて事業に取り入れることができ、生産性向上をはじめとする様々な効果が期待できる。

これらに加え、沖縄観光への寄与という可能性も大きい。観光をリーディング産業とする本県においては季節性による需要の変動が大きく、その影響は宿泊業や飲食サービス業をは

じめとする観光関連産業だけでなく、土産品等を製造する事業者においても同様である。観光閑散期対策として OEM を活用することで、生産設備の稼働率維持など経営の安定化に寄与する可能性も期待できよう。

また、観光土産品市場における県産品の割合増加も期待できる。沖縄県の観光土産品として店頭に並ぶ製品の中には県外製造品も多く、沖縄観光の課題の一つと言える。これは、県内での供給能力等の制約から、県外の OEM メーカーに製造を委託するケースが多いことが一因と思料される。

本県の観光消費額（R5）をみると、宿泊費（36.1%）、飲食費（20.7%）に次いで多いのが土産・買物費（19.7%）であり、観光という視点から域内経済循環を考えると、土産品が県産品であるか否かは重要である。

これは一例であるが、県内事業者間での OEM 活用が広がり、県外への委託製造を県内に振り向けることで、域内経済循環の向上へと繋がる可能性にも期待できよう。

6. おわりに

沖縄県において、自立型経済の実現にあたり大きな課題となるのが、ザル経済からの脱却である。ザル経済脱却に向けては、沖縄経済（ザル）に残る所得（水）をより多くする取り組みが必要である。その方策は主に、①ザルの容量を大きくする施策、②より多くの水を注ぐ施策、③ザルの目（穴）を塞ぐ施策の3つが考えられる。

いずれの取り組みも重要であるが、当研究所では③ザルの目を塞ぐ施策に重きを置いた取り組みが必要との観点から、県内自給率および県内経済循環率向上に向け、県産品や地元企業の利用促進策の必要性について問題提起を継続してきた。

本レポートにおいても繰り返し強調してきたが、製造業振興は沖縄経済の発展において重要な位置づけであり、行政のリーダーシップのもと県産品優先利用に関する条例化の検討や適切な価格転嫁の実現に向けた取り組み、継続的な行政支援が求められる。またそれと同時に、事業者においては生産性向上や製品の品質向上などの取り組みに加え、新たな成長の機会や可能性を模索し、競争力を高めていく継続的な自助努力が求められる。

そして私たち県民に求められる役割も大きい。沖縄経済のおかれている現状について理解を深めるとともに、日々の生活の中での意識づけなど県民全体の理解と協働が不可欠である。

本レポートが製造業の発展、ひいては沖縄経済の発展の一助となることを期待するとともに、沖縄経済を支えるすべての産業で「地元企業（県産品）優先利用」が推進されるべきであることを強調し結びとしたい。

りゅうぎん総合研究所 研究員 米須 唯