

Bank of the Ryukyus' Okinawan Economic Review

# りゅうぎん調査

2025  
No.671

# 10



経営 トップに聞く

株式会社メイクマン 代表取締役社長 宮城 順一 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 **沖縄の Society5.0 を考える PART2**

第1回 株式会社 d-strategy, inc. 代表取締役 CEO 小宮 昌人 氏に聞く



りゅうぎん総合研究所

琉球銀行グループ  
BANK OF THE RYUKYUS GROUP

## CONTENTS

|                                                                                                                                                                                                                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>経営トップに聞く</b><br><b>株式会社メイクマン</b><br>～沖縄の風土に寄り添い 作る力を暮らしに活かし 笑顔あふれる毎日を支える～<br>代表取締役社長 宮城 順一 氏                                                                                                                                                                    | <b>01</b> |
| <b>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<br/>沖縄にもたらす効果</b><br>りゅうぎん総合研究所 取締役調査研究部長 安仁屋 宗哲 / 研究員 米須 唯                                                                                                                                                                       | <b>06</b> |
| <b>特集2 沖縄の Society5.0 を考える PART2</b><br>第1回 株式会社 d-strategy,inc 代表取締役 CEO 小宮 昌人氏に聞く<br>りゅうぎん総合研究所 社長付特命部長 志良堂 猛史                                                                                                                                                   | <b>33</b> |
| <b>アジア便り 台湾</b><br>～台湾について～<br>レポーター:安慶名 庸(琉球銀行法人事業部)<br>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)へ出向中                                                                                                                                                                 | <b>42</b> |
| <b>新時代の教育研究を切り拓く</b><br>1. 地球上で最も豊富に存在する海洋細菌の生存戦略の分子メカニズム理解で、<br>生命科学にパラダイムシフトをもたらす<br>2. 地球規模の課題解決に向けて注目の集まるシダ植物と微生物の共生メカニズムを解明<br>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<br>(同大学のHP記事より許可を得て転載)                                                                 | <b>45</b> |
| <b>行政情報190</b><br>内閣府沖縄総合事務局経済産業部                                                                                                                                                                                                                                  | <b>49</b> |
| <b>沖縄県の景気動向 (2025年7月)</b><br>～景気は、緩やかに拡大している(23カ月連続)～                                                                                                                                                                                                              | <b>52</b> |
| <b>学びバンク</b><br>・対馬丸記念館 ～戦争の歴史 正しく継承～<br>琉球銀行 若狭支店長 国吉 誠<br>・公共料金カード払い ～利便性高く経済的決済～<br>琉球銀行 ペイメント事業部 調査役 玉城 達郎<br>・沖縄市東部まつり ～出店数増え3万人来場～<br>琉球銀行 泡瀬支店長 具志堅 敦<br>・対話で育てるコーチング ～答えや可能性引き出す～<br>琉球銀行 事務統括部 上席調査役 池田 昌美<br>・電子契約 ～法的要件の確認が重要～<br>琉球銀行 総務部 上席調査役 知花 美奈子 | <b>64</b> |
| <b>経営情報 売上高100億円を目指す企業への支援</b><br>提供 太陽グラントソントン税理士法人                                                                                                                                                                                                               | <b>67</b> |
| <b>県内の主要金融経済指標</b>                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>68</b> |

注:所属部署、役職は執筆時のものです。

沖縄の風土に寄り添い  
作る力を暮らしに活かし  
笑顔あふれる毎日を支える。



株式会社メイクマン  
代表取締役社長 宮城 順一 氏



株式会社メイクマンは、DIY 用品から日用品、ガーデニング、インテリア、家電、ペット用品まで、幅広い商品を取り扱うホームセンターである。1975 年に創業し、創業 50 周年を迎えた。2025 年 8 月現在では県内に 9 店舗を展開している。「お客様の暮らしをより豊かに」という思いを軸に、時代とともに進化を続けながら、県民の日常に根ざしたサービスを提供する。今回は浦添市城間にある本社を訪ね、宮城社長に自社の主力事業や社員教育の取り組み、今後の展望について伺った。

インタビューとレポート 中地 紀咲

### これまでの歩みをお聞かせください。

当社は、1975 年 1 月 25 日に「DIY センターメイクマン浦添店」として創業しました。前身の名護鉄工所がオイルショックの影響を受け、将来の見通しに不安を感じた経営陣が新たな収益の柱を模索する中、埼玉県で日本初のホームセンター「ドイツ」が盛況との情報を得て、当時の岸本安正常務（のちの 2 代目社長）がすぐに現地を視察しました。

その後、ドイツが主宰する共同流通機構「DMC」に加盟し、沖縄県初、日本全国でもまだ 9 店舗目となるホームセンターとして、浦添市の国道 58 号線沿いに 1 号店を開店しました。

当初は名護鉄工所の新社屋として建設していた建物を急ぎょ転用するという大胆な決断によって、新業態への挑戦が始まりました。

当時 20 歳と若かった私も、店舗スタッフとしてこの立ち上げに携わりました。什器の設置から陳列棚の製作、さらには広告チラシの商品撮影や切り抜きまで、すべてが手作業でした。デジタルのない時代に、社員一丸となって店舗づくりを進めた日々は今でも鮮明に覚えています。

創業当初は DMC グループから商品を仕入れていたため、本土と同じような商品が並んでいましたが、沖縄に合う独自の品揃えが必要だと感じた社長の岸本が主導し、1980 年には「貿易部」を



株式会社メイクマン浦添本店（浦添市城間）

立ち上げました。そして社員をバイヤーとして育て、米国、ヨーロッパ、アジア各国に派遣し、商品を直接輸入する仕組みを次第に整えていきました。この取り組みにより、本土を経由せず直接仕入れることが可能となり、輸送費を抑え、価格競争力を高めることができました。

そして1996年にはDMCグループを脱会し、独自の路線を歩むことになったのです。この「独自仕入れ」こそが、当社の「第2の創成期」と言えるでしょう。現在では、ガーデニング用品はイタリアやベトナム、タイなどから、DIY用品の木材はカナダや米国から直接仕入れています。これは、他社が真似できない強固な基盤となっています。

現在では、創業時のメンバーで現場に残るのは私一人となりましたが、創業当初からの積極的なチャレンジ精神は今も社内に息づいています。

### 事業内容についてお聞かせください。

当社は現在、県内に9店舗を展開する総合ホームセンターとして、DIY用品から日用品、ガーデニング、インテリア、家電、ペット用品まで、幅広い商品を取り扱っています。「お客様の暮ら

しをより豊かに」という思いを軸に、時代とともに進化を続けながら、県民の皆様の日常に根ざしたサービスを提供しています。

その中でも特に力を入れているのが、お客様への相談対応です。各店舗に設置している「DIY相談カウンター」では、DIYアドバイザーをはじめとした専門スタッフが、工具の使い方から必要な資材の選び方まで、お客様のどんな小さな疑問にもお答えしています。各店舗で日に数十件の相談が寄せられるほど、お客様に好評をいただいています。

また、社内で結成された「ユウジ&ダイチ」のBBQユニットも、ユニークな取り組みの一つです。スポーツ担当の社員がBBQインストラクター資格を取得したことをきっかけに、BBQの楽しさや奥深さを伝えたいという思いで始めました。イベントや店頭実演、SNS発信を通じて、お客様へ情報提供を行っています。

このように、社員が自発的に当社の“顔”となり、商品に対する情熱を直接お客様に届ける姿勢は、大きな強みとなっています。

### 社員教育についてお聞かせください。

当社は創業以来、社是として掲げている「人



1975

創業時の本店



集合写真



キャンプフェスタ



研修の様子

をつくり社会に貢献する」という理念を大切にしてきました。お客様との信頼関係を築くためには、商品だけでなく、接客する「人」の質が問われます。そのため当社では、社員一人ひとりの成長が会社全体の成長につながるの考えのもと、さまざまな教育・研修制度を整えています。

まず、接客スキルや商品知識を高めるために、各分野のメーカーによる講習会や社内勉強会を定期的実施しています。また、仕入れ担当のバイヤーだけでなく店舗スタッフも県外の展示会や有力店舗の視察を積極的に行うことで、全社員の知識底上げを図っています。

さらに当社では、様々な業界で長年経験を積んできた元「職人」たちを、貴重な人材として積極的に迎え入れています。中高齢となり現場を卒業した方々の中には、電気工事、水道設備、大工、造園、自動車整備などの分野で豊富な知識と技能を持つ方が多く在籍しています。彼らは売場での接客や実演販売、商品説明において、理論だけではなく実体験に基づいた説得力のあるアドバイスを提供し、お客様からの信頼も非常に厚いです。

中には、70歳を超えても元気に現役で働いて

いる社員もおります。年齢に関わらず「経験と知恵を活かせる場」を提供することで、社員自身のやりがいや社会的な役割を尊重しつつ、会社全体の専門性とサービス力を高めています。まさに「人が財産」とであるという考えを体現しているのが、こうした元職人たちの存在であり、メイクマンの人づくりの象徴ともいえる存在です。

当社の社員教育の目的は単なる知識の習得ではなく、社員一人ひとりが自分の仕事に誇りを持ち、「この人から買いたい」と言ってもらえるような存在になることです。今後も「人づくり」を企業文化として根づかせ、より質の高いサービスを提供し続けてまいります。

### 経営理念についてお聞かせください。

当社の経営理念は「お客様の信頼に応える」ことです。この言葉には、創業以来私たちが大切にしてきた姿勢と、これから先も守り続けたい約束が込められています。「暮らしをもっと快適に、便利にしたい」「自分らしい住まいを実現したい」そういったお客様一人ひとりの思いに寄り添い、最適な選択肢をご提案することが、ホームセンターの使命だと考えています。この



メイキー君と社員



グリーン  
アドバイザー



DIY アドバイザー



浦添本店入口 歌碑



DIY イベント

理念のもと、現場ではスタッフが自らの言葉で商品を紹介し、ときに自身の体験を交えてアドバイスを行います。こうした温かい接客こそが、信頼関係を築く礎となっています。

そしてこの理念は、社是である「人を作り社会に貢献するメイクマン」という言葉にも表れています。人材を育て、健全な企業体質を築きながら社会に貢献していくことが、企業としての責任であり使命であると考えています。お客様だけでなく、地域社会に対しても「信頼される存在」であることを重視し、当社では様々な社会貢献活動にも取り組んでいます。各種募金活動をはじめ、首里城火災や自然災害等の支援、さらに店舗が所在する自治体と防災時の避難場所や物資提供等の協定締結なども行っております。こうした積み重ねが、地域に根差した企業としての信頼につながると信じています。

また、2代目社長・岸本安正が詠んだ「危なやあしが渡てみぶさん浮世の橋」という歌碑が、浦添本店の入口に刻まれています。これは、常にチャレンジ精神を忘れず、失敗を恐れず進めという教えです。時代が大きく変化する今だからこそ、ピンチをチャンスと捉え、前へ進むことが今後の経営においても重要だと考えています。

## 直近のホームセンター業界全体の動向をお聞かせください。

ホームセンター業界は今、少子高齢化やライフスタイルの多様化、ECの拡大により大きな転換期を迎えています。当社では、地域密着型の強みと人を通じた体験価値を軸に、地元ならではの視点で売場づくりを進めてきました。沖縄の気候や文化、生活習慣に根ざした店舗運営は、他にはない独自性を発揮しています。

コロナ禍を機に若年層の利用が増え、現在でもその層が定着しています。DIYや家庭菜園、アウトドア需要の高まりが追い風となり、提案型売場の重要性が増しています。一方で、県外企業の県内進出が進み、競争も激化しています。だからこそ、従業員の高い商品知識と相談しやすい売場づくりを強みに、「ホームセンターを極める」姿勢を貫いています。

また、深刻化する人手不足にも対応するため、高齢者や元職人の雇用を進め、ノウハウ継承と多様な働き方を実現しています。30年以上前からのPOS導入や、物流センターでの省人化設計・在庫管理システムの整備など、DXの取り組みも着実に進行中です。限られた人員でも質の高いサービスを提供できる体制を整え、効率だけでな



物流センター外観



物流センター内部

く人の力が活きる職場づくりも重視しています。

これからも地域の暮らしを支える存在として、変化に柔軟に対応しながら、メイクマンらしい価値を高めてまいります。

#### 今後の展望についてお聞かせください。

当社の今後の展望としては、まず「ホームセンターを極める」という基本姿勢を貫きながら、今後10年間は、この理念をより深く実現していくことに注力します。

その中核をなすのが「全店パワーセンター構想」です。売場面積3千坪規模の大型店舗へと段階的に刷新し、DIY初心者からプロまで幅広いニーズに応える店舗づくりを進めています。北谷町の美浜店や那覇市の一日橋店等の規模の小さい店舗は移転も視野に、大型化を模索中です。加えて、当社が未出店である県内の空白エリアへの新規出店も検討中です。今後のさらなる成長に向け、確かな土台を築いてまいります。

こうした店舗戦略を支えるのが、2022年1月に完成した全店舗分の在庫を保管できる容量を持つ自社物流センターです。同センターは、大量に保管されている商品すべてに番号が振られ、5フロア内の所在が即時に把握可能なシス

#### 法人概要

商 号：株式会社メイクマン  
 住 所：沖縄県浦添市字城間 2008 番地  
 連 絡 先：TEL：098-877-9787  
 設 立：1976 年 10 月 1 日  
 役 員：代表取締役社長 宮城 順一  
 その他役員 10 名

従 業 員 数：964 名（2025 年 6 月）

U R L：<https://makeman.co.jp/>

事 業 内 容：建材、工具、金物、塗料、日用品、インテリア用品、カー用品、電気器具、園芸用品、エクステリア用品、花木、ホビー用品の小売り

テムを整備しています。これにより、効率化を図ると同時に緊急時には代替要員でもスムーズに対応できる体制が整えられ、今後の店舗拡大にも十分耐えうるインフラとして機能しています。

今後も価格だけに頼らない魅力ある売場づくりと、専門性の高い社員による提案力を武器に、当社にしかできない価値の提供を追求してまいります。

#### 最後に

当社は、お客様、地域の皆様、創業者をはじめ歴代の役員、そして社員一人ひとりに支えられて、創業50周年を迎えることができました。これまで当社を支えて下さった皆様に多大なる感謝を申し上げます。

これまでも沖縄に根ざしたホームセンターとして、住まいと暮らしに快適さを提案し、地域の皆様に支えられて成長してまいりました。社会や暮らしの変化が進む中で、お客様の未来を見据え、多様なニーズに応える新たなホームセンター像を追求し、より良い商品とサービスの提供に努めてまいります。

今後とも、末永くご愛顧賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

# 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

—ゴルフツーリズム客の県内消費額は一般観光客  
の1.4倍、第38回大会の経済効果は31億円—



りゅうぎん総合研究所  
取締役調査研究部長  
安仁屋 宗哲



りゅうぎん総合研究所  
研究員  
米 須 唯

### 共同調査について

りゅうぎん総合研究所と一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー(以下、OCVB)はダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメントが沖縄へもたらす効果について共同調査を行いました。

OCVBにて大会来場者へのアンケート調査を実施し、りゅうぎん総合研究所にてその集計結果を分析し、経済波及効果を算出したうえで調査レポートとしてまとめました。両社は今後とも適宜連携しながらスポーツツーリズム推進のため、調査を実施してまいります。

### 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1988年の第1回大会から2025年の第38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。同大会は、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。
- ・本県におけるゴルフの位置付けとして、観光閑散期である冬季がベストシーズンであること、また「観る」と「する」両方の性質を兼ね備えたスポーツであり、ゴルフプレー代など高い観光消費が期待されることなどから、スポーツツーリズムを推進する上で大きな存在感を示している。
- ・来場者アンケートの結果からは、ゴルフツーリズム客は一般観光客に比べて消費額が大きく、また長期滞在の割合が高い傾向がみられ、沖縄観光の課題である「年を通した需要の平準化」や「量から質への転換」など、沖縄経済への大きな一助となる可能性が示された。
- ・第38回ダイキンオーキッドのギャラリー数は14,540人(延べ人数)となり、大会開催により沖

縄へもたらされた経済波及効果は31億2,900万円(波及効果倍率は1.36倍)と試算された。

- ・ゴルフは試合を観戦する『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、県内で実施される他のスポーツイベントと比較しても大きいことが分かった。
- ・第38回大会では、誘客促進や情報発信強化、アンケート調査など新たな取り組みが行われた。発展を続ける同大会において、今後更なる経済効果の拡大を目指すための取り組みとして、①SNSを活用した情報発信強化、②会場内の環境整備の検討が必要である。
- ・同大会が沖縄にもたらす経済的・社会的効果は大きい。また同時に沖縄の観光課題である「スポーツアイランド沖縄の推進」、「観光需要平準化」、「量から質への転換」にも寄与する重要なイベントである。同大会が大会テーマである「沖縄とともに限りなき前進」を実現し、さらに持続的に発展していくことを期待したい。

## 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、沖縄で開催される唯一の定例プロトーナメントであり、県内外から1万人以上が来場する同大会は、沖縄県が推進する「スポーツツーリズム」の代表的な例として挙げられよう。

スポーツツーリズムとは、「スポーツの参加や観戦を目的とした地域の訪問や、地域資源とスポーツを掛け合わせた観光を楽しむ」<sup>1</sup> ことであり、観戦・参加・宿泊・大会出場など多様な形態を含む。スポーツツーリズムの推進は、観光客の滞在期間の長期化や消費拡大に加え、地域の雇用創出や施設整備による波及効果も大きい。

ダイキンオーキッドをはじめNAHAマラソンやツール・ド・おきなわなど、沖縄ならではの気候や自然、文化とスポーツを融合させた観光体験は、国内外の観光客にとって大きな魅力となっている。加えて毎年開催されるプロ野球やJリーグのキャンプのように、沖縄にとってスポーツは多くのスポーツファンを誘致する重要な観光資源となっている。そのなかで特にゴルフについては、観光の閑散期となる冬季がベストシーズンであること、ゴルフが「観る」と「する」両方の性質を兼ね備えたスポーツであり、ゴルフプレー代など高い観光消費が期待されることなどから、スポーツツーリズムのひとつとして大きな存在感を示している。

本レポートは昨年に続く第2回調査となる。前回調査では、同大会がコロナ禍の1年を除き37年という長期間にわたって継続開催されて

おり、沖縄の魅力を全国へ発信する機会となっていることに加え、経済面だけでなく、支援金や若年層の育成などを通じて社会的な貢献度も高いことが明らかとなった。

第38回大会となった本年は、沖縄観光コンベンションビューロー(以下OCVB)が沖縄県より受託した「スポーツ観光戦略的誘客促進事業」の一環として、OCVBが来場者へアンケートを実施した。その結果をもとに当社において来場者の属性や滞在日数、各種消費額などのデータを集計し、その特徴を分析した。また同大会の経済効果を算出し、それらの結果を踏まえたうえで、スポーツツーリズムにおけるゴルフの優位性を確認し、ダイキンオーキッドのさらなる発展に向け考察した。

## 2.ダイキンオーキッドについて

### (1)大会概要

第38回ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメントは、2025年3月6日から9日にかけて沖縄県南城市の琉球ゴルフ倶楽部(6,610ヤード、パー72)で開催された(図表1)。大会では19歳(試合当時)という若さで3日目まで首位を守った菅楓華選手が注目されたが、最終日に前年覇者の岩井千怜選手が逆転優勝を果たし、大会史上2人目となる連覇を達成した。

沖縄県勢で決勝ラウンドへ進んだのは上原彩子選手(那覇市)と吉崎マーナ選手(アマチュア、17歳)の二人で、結果は上原選手が50位、吉崎選手がアマチュアながら12位タイと好成績を収めた。

図表1 第38回ダイキンオーキッドの概要

- ・ 主催：ダイキン工業株式会社、琉球放送株式会社
- ・ 公認：一般社団法人日本女子プロゴルフ協会
- ・ 開催日程：
  - 2025年3月6日(木)～7日(金) 本大会予選ラウンド
  - 2025年3月8日(土)～9日(日) 本大会決勝ラウンド
  - ※本大会に先立ってアマチュアゴルフ選手権やプロアマ大会も実施
- ・ 開催コース：琉球ゴルフ倶楽部
- ・ 賞金総額：1億2,000万円

(出所) ダイキン工業株式会社 大会HPよりリゅうぎん総研作成

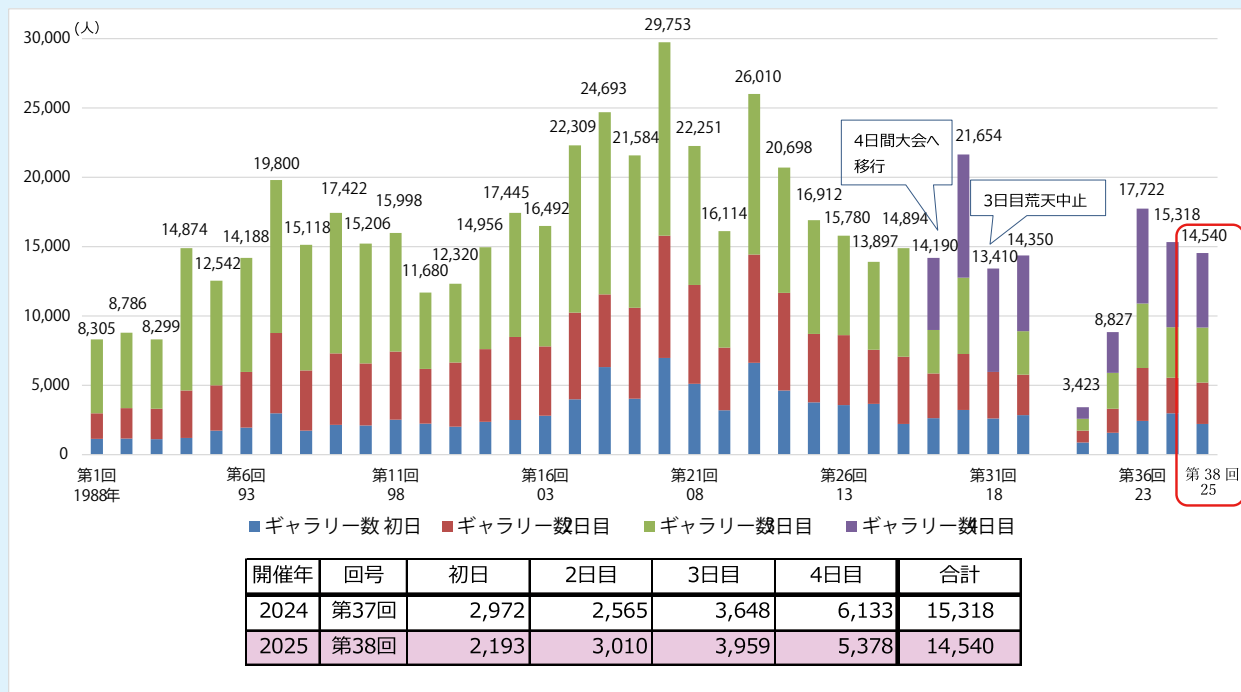
(2) ギャラリー数の推移(延べ人数)

本年の第38回大会のギャラリー数は14,540人で前年比5.1%減となった(図表2)。前年に比べ大会期間中の降水量が多く、特に初日は雨や強い風が吹く悪天候となったことなどが影響したとみられる(図表3)。

直近のギャラリー数の推移をみると、行動制限が解除された直後の2023年は1万7千人を

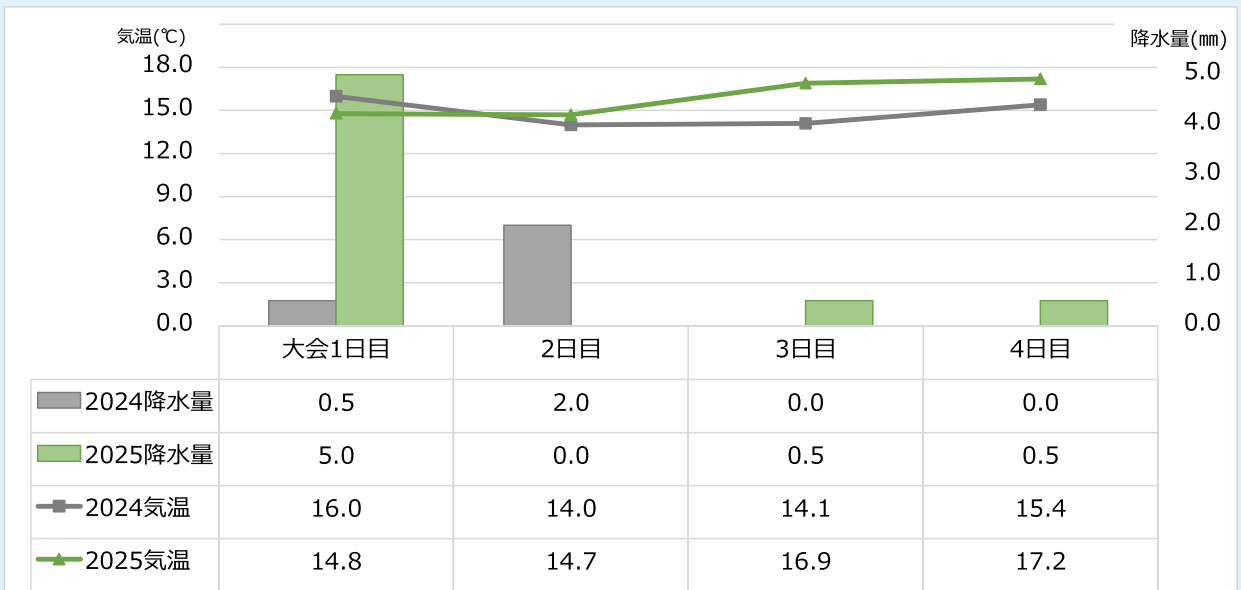
超える入場者数を記録したものの、その後は2年連続で減少し、コロナ禍の3年間を除いた平均16,557人を下回った。また、過去最高を記録した2007年と比較すると半数以下となっており、天候など不可抗力の部分もあるが、ギャラリー誘致のための取り組みや安定的なギャラリー数の確保が課題の一つとして挙げられよう。

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りゅうぎん総研作成

図表3 平均気温・降水量(南城市系数※)



(出所) 気象庁 ※沖縄県の全気象観測地点のうち、大会会場に最も近い「南城市系数」の気象データを採用した

### (3)第38回大会の新たな取り組み

ダイキンオーキッドでは、これまでギャラリー誘致と会場に活気をもたらす演出強化に向け様々な取り組みが実施されており、今年の第38回大会においても、大会主催者による新たな取り組みがみられた(図表4)。

まず、誘客促進に向けた取り組みとして、南城市の特産品詰め合わせがセットとなった「南城市名産品付き前売り券」や、県出身女子プロゴルファーの解説を聞きながら一緒に観戦する「解説付きツアーチケット」が新たに販売された。沖縄観光の一環として県産品の推奨やスポーツファンへ向けた付加価値の商品化など、創意工夫がみられた。

次に、情報発信の一環としてSNS

(InstagramやX)アカウントが開設され、大会内容の共有や選手のインタビューなどが発信された。また、会場入口には人気選手の等身大パネルが設置され、多くの来場者が写真撮影をする様子がみられるなど、フォトエリアとして会場を盛り上げた。

これらの取り組みに加え、今回は来場者を対象に会場内でアンケート調査が行われた。アンケートは、沖縄県からの委託に基づきOCVBが実施したものであり、ゴルフツーリズムの実態把握および沖縄観光への寄与度の把握を目的としたものである。

次章では、当研究所が分析したアンケート結果を確認し、沖縄観光におけるゴルフツーリズムの位置付けについて考察する。

図表4 第38回大会における新たな取り組み

| 第38回大会の新たな取り組み  | 目的・効果                  |
|-----------------|------------------------|
| チケットの多様化・高付加価値化 | 付加価値の商品化による誘客促進        |
| SNSアカウント開設      | 情報発信力強化                |
| フォトブース設置        | 会場内の賑わい創出              |
| 来場者へのアンケート調査    | 来場者の属性およびゴルフツーリズムの実態把握 |

(出所) リゅうぎん総合研究所

### 写真:第38回ダイキンオーキッド会場内の様子

▼会場内に設置されたSNS 広報ポスター ▼フォトブースで写真撮影する来場者



▼OCVB のアンケートブース



▼アンケートに回答する来場者



▼南城市の特産品を購入する来場者



▼地元飲食店の出店



(出所) 写真は全てりゅうぎん総合研究所撮影

### 3.来場者へのアンケート調査結果

本章では、大会会場内で実施した来場者への

アンケート調査の結果について確認する。アンケート概要は図表5の通りである。

図表5 アンケート概要

- ・調査名：「スポーツツーリズム実態調査」
- ・実施機関：一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー
- ・調査期間：3月8日(土)～9日(日)の2日間
- ・調査場所：大会会場内ギャラリープラザ(ショップや飲食店のコーナー)にて実施
- ・調査方法：来場者へ無作為に声掛け
- ・回答方法：来場者がスマートフォンにてQRコードを読み込み、WEB上で回答を入力
- ・回答数：376
- ・質問内容：
  - 共通事項：5問 (例)性別、年代、職業など
  - 居住地が沖縄の場合：さらに7問 (例)来場人数や同行者、会場での消費額など
  - 居住地が県外の場合：さらに17問 (例)旅行目的や滞在日数、各種消費額など

(出所) りゅうぎん総合研究所

### (1)共通の質問(県内・県外居住者)

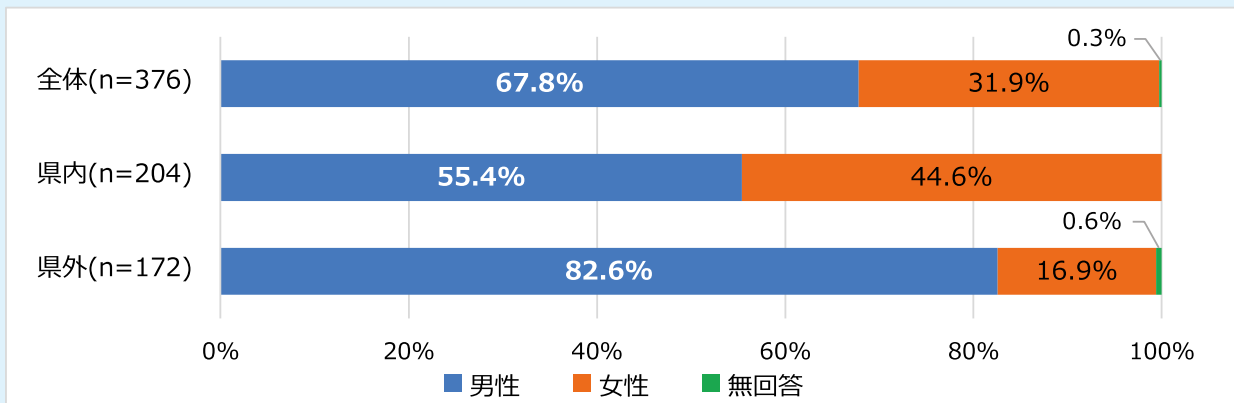
まず県内・県外居住者への共通の質問に対する回答を確認する。

#### ①性別

来場者の男女別の構成比を確認する(図表6)。男女比率は全体で男性67.8%、女性31.9%となった。一般的に男性のスポーツとしてのイメージが強いゴルフだが、来場者は女性が3割を超えており、ゴルフが男女を問わず人気のスポーツであることがわかる。

また回答を県内に限ると女性は44.6%と半数に迫った。地元開催で気軽にアクセスできる野外イベントであることや、県出身の女性プロも多く身近なスポーツとして認知されていることなどが、県内女性来場者の比率を引き上げた一因であると推測される。一方、県外をみると女性の割合が16.9%と低いことから、県外女性をターゲットにした来場誘致が、今後の来場者数の引き上げに貢献することが期待される。

図表6 男女別構成比



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

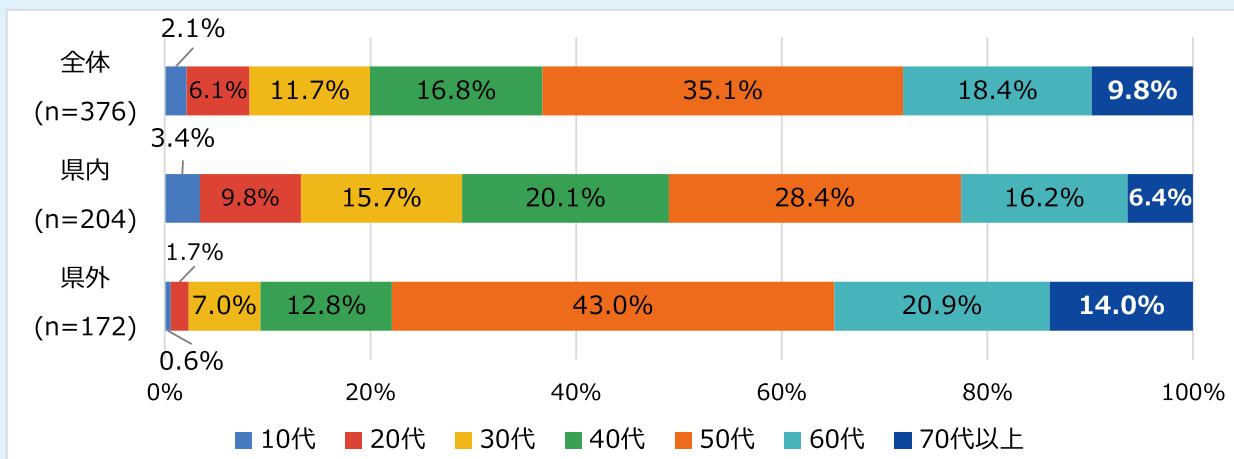
#### ②年代

年代別の構成比を確認する(図表7)。全体では50代が35.1%と最多となり、50代以上が合計で63.3%と半数を超えた。県内外の内訳をみると、県内は50代以上の合計が約51%とほぼ半数であるのに対し、県外は77.9%と8割に迫った。また40代までの年代ではそれぞれ県内の比率が上回っているが、50代以上は全

ての年代で県外の比率が上回った。

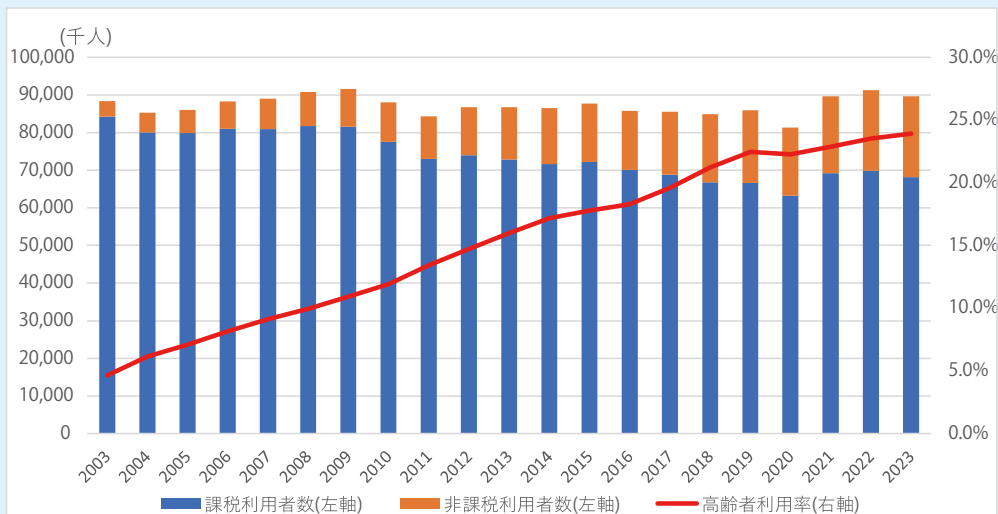
県外からの来場は渡航費や宿泊費などの費用を要するため、比較的金銭面に余裕のある年齢層が多くなったとみられる。加えてゴルフは「生涯スポーツ」としての人気も高く、競技人口やファンの高齢化も背景にあると推測される(図表8)。

図表7 年代別構成比



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

図表8 最近のゴルフ場利用者数と高齢者の利用率

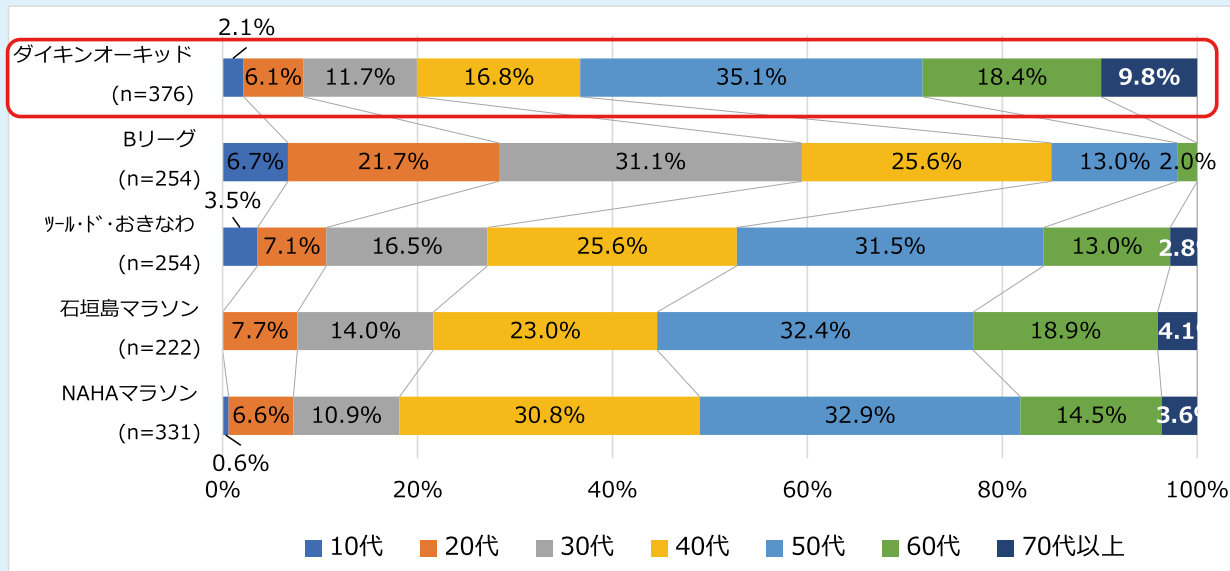


(出所) ゴルフ市場活性化委員会「2025年度のJGFにおけるセミナー資料」より当社作成

ダイキンオーキッドの来場者の年代別構成比を他のスポーツと比較する(図表9)。特徴として、「観る」スポーツである「Bリーグ」は10～30代の若い世代が比較的多いが、同大会は「する」スポーツである「ツール・ド・おきなわ」

「石垣島マラソン」「NAHAマラソン」と類似の構成比となった。ただ、「する」スポーツの中でも、50代以上の年代の構成比がやや高くなっている点が特徴として挙げられる。

図表9 年代別構成比(他スポーツとの比較)



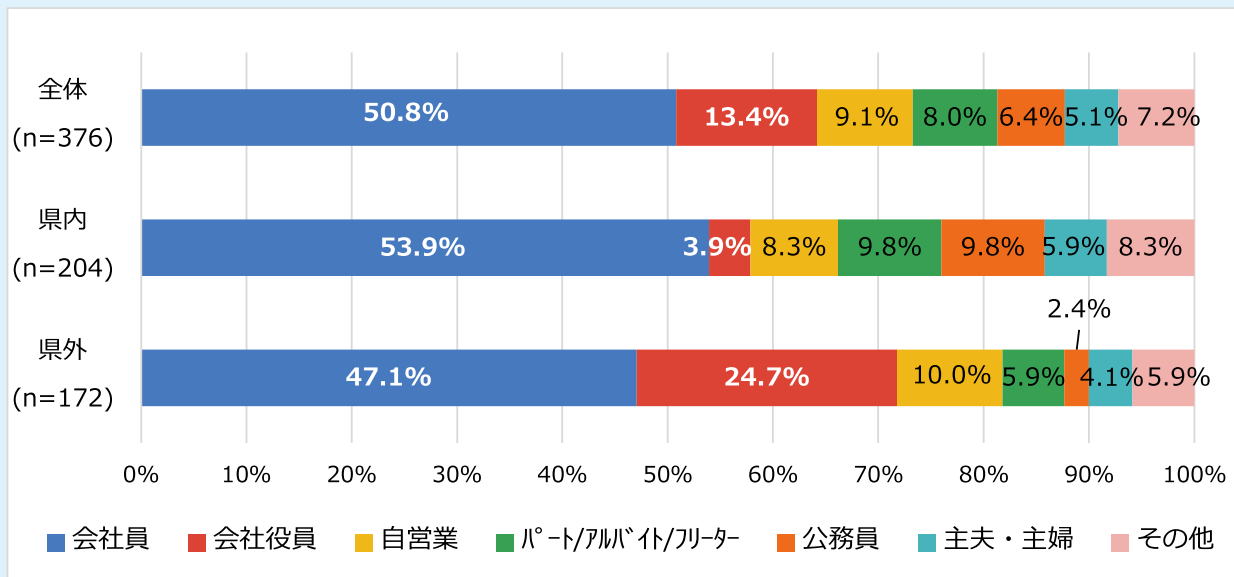
(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成  
※ダイキン以外の4スポーツは2023年11月～2024年1月にアンケート調査を実施

### ③職業

職業別の構成比を確認する(図表10)。職業別の構成比は県内外共に「会社員」の比率が最も高く、全体で50.8%と過半数を占めた。特徴として県外の「会社役員」が占める割合が

24.7%と、県内の3.9%と比較して非常に大きいことがあげられる。(2)で確認した年代別の構成比と整合性があり、相応の収入があることや、余暇の取りやすさなどが背景にあると考えられる。

図表10 職業別構成比



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

#### ④個人年収

年収別の構成比を確認する(図表11)。全体でみると、「300万円未満」「300万円以上～500万円未満」が合計で48.4%となり、500万円未満が約5割を占めた。

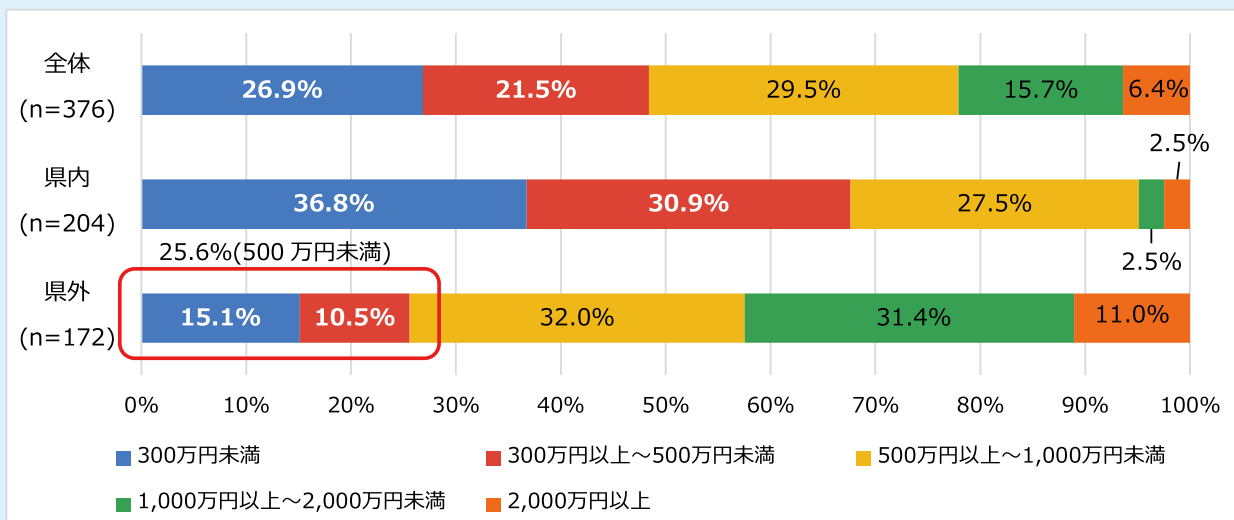
次に、県内をみると1,000万円未満の3つの区分がそれぞれ3割程度となっており、年収に関係なく幅広い所得層が満遍なく来場していることが分かる。

また県外をみると500万円未満が合計で25.6%と、県内の67.7%と比較して非常に小

さいことが分かる。これは国税庁の「民間給与実態統計」における500万円以下の構成比合計51.7%と比較しても小さく(図表12)、ダイキンオーキッド観戦ツアーのために渡航費用や宿泊費などの費用がかかるため、比較的収入が高い層の比率が高くなったと考えられる。

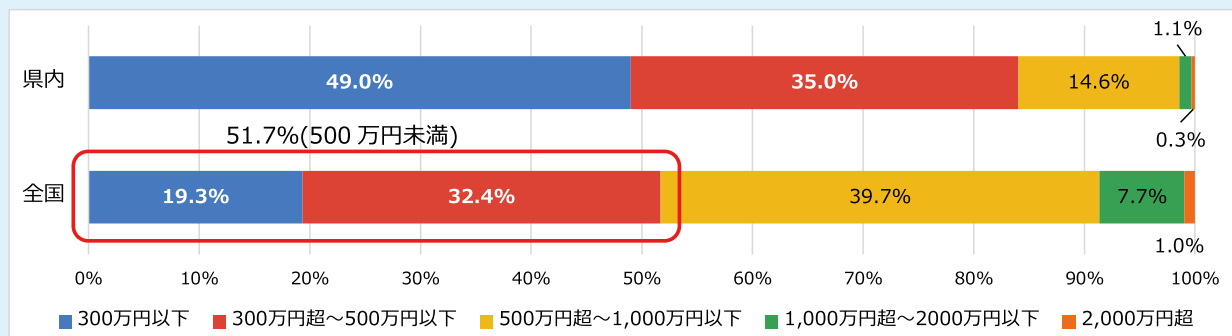
さらに県内外を比較すると、500万円未満の各区分ではそれぞれ県外よりも県内の比率が高く、逆に500万円以上の各区分では県内よりも県外の比率が高いことが分かった。これは国税庁の統計とも整合性がある。

図表11 年収別構成比



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

図表12 年収別構成比(国税庁統計)



(出所) 国税庁「令和5年分 民間給与実態統計調査」よりりゅうぎん総合研究所にて作成

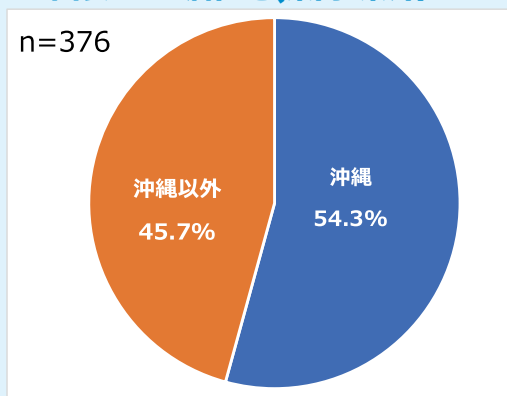
## ⑤居住地

来場者の居住地を確認する(図表13)。県内・県外の比較では、県内が54.3%、県外が45.7%となり、県外からの来場者も半数近くいることが分かった。

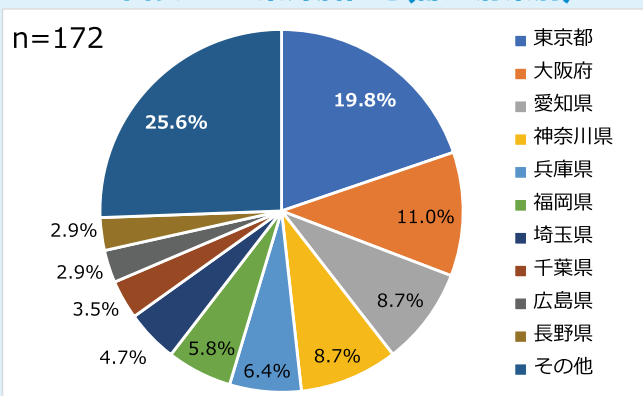
県外からの来場者の居住地を都道府県別に

確認すると、東京の約2割を筆頭に大阪府、愛知県、神奈川県などと続いた(図表14)。全体では全国32の都道府県から幅広く来場しており、本大会の人気の高さがうかがえる結果となった。

図表13 居住地(県内・県外)



図表14 県外居住地(都道府県別)



(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

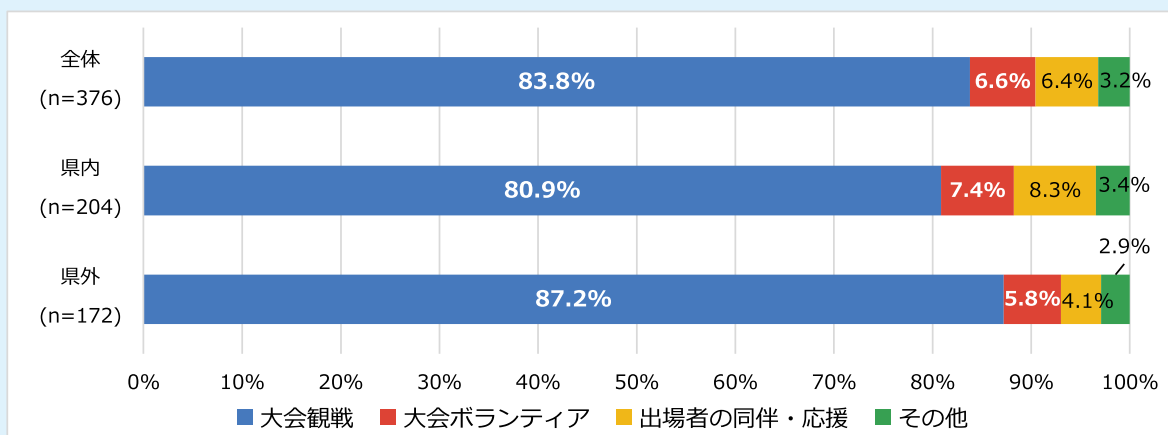
## ⑥旅の目的(県外居住者)/来場目的(県内居住者)(複数回答)

旅の目的(県外居住者)および来場目的(県内居住者)はどちらも「大会観戦」が8割を超えた(図表15)。次いで「大会ボランティア」「出場者

の同伴・応援」と続いた。大会ボランティアのために県外から来場する人も一定数おり、同大会の人気の高さがうかがえた。

「大会観戦」以外の旅の目的については、「(2)県外居住者の回答」の項目で後述する。

図表15 旅の目的(県外居住者)/来場目的(県内居住者)



(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑦旅行人数(県外居住者)/来場人数(県内居住者)

最も多いのが「2人」で4割近くを占めた(図表16)。県内は「2人」が過半数を超え最多となった一方、県外では「5人以上」が33.1%と最多となった。

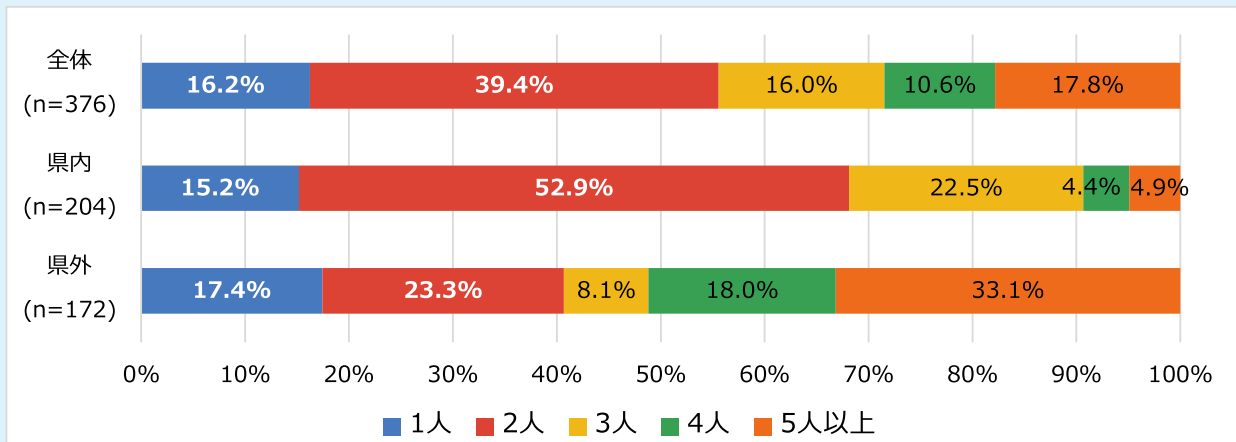
県内で「2人」と回答した回答者の属性をみると、年代は幅広く分散している一方、同行者は「家族」が6割超を占めた。

また県外で「5人以上」とした回答者の属性を見ると「50代」が6割超を占め、そのうち同行

者は「職場の同僚」や「会社関係」と回答した先が半数を超えた。

来場者の属性としては、県内からは幅広い年代から「家族」と「2人」で、県外からは「50代」以上で「同僚」や「会社関係者」と「5人以上」で来場しているケースが多いことが分かった。アンケート調査時に県外客からは「会社がツアーを組んでおり毎年来ている」との声もあり、同大会の観戦を旅の主目的としたツアーが組成され、来場していることが推測される。

図表16 旅行人数



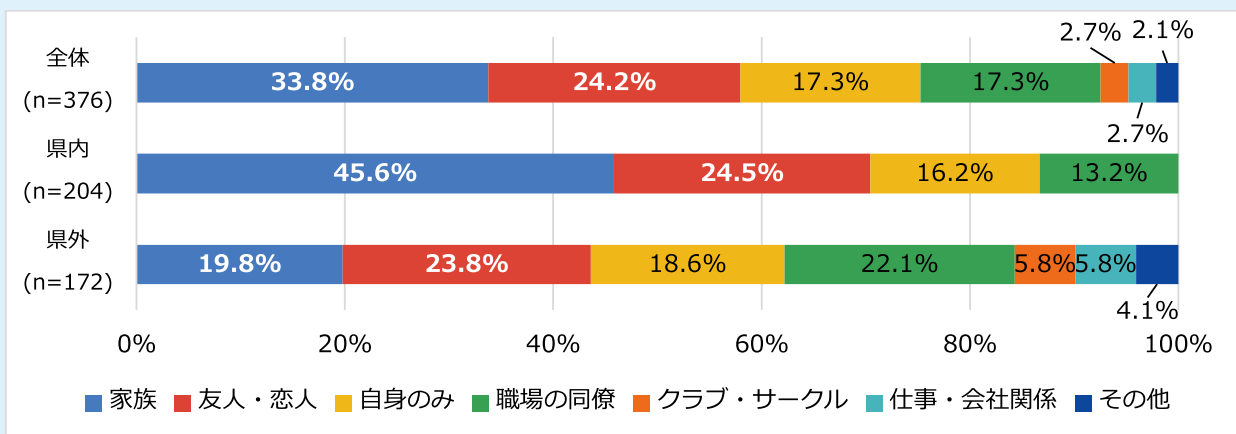
(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑧同行者

全体でみると「家族」が3割超、「友人・恋人」

が2割超となった(図表17)。県内からの来場者は「家族」と回答した先が半数近くを占めた。

図表17 同行者



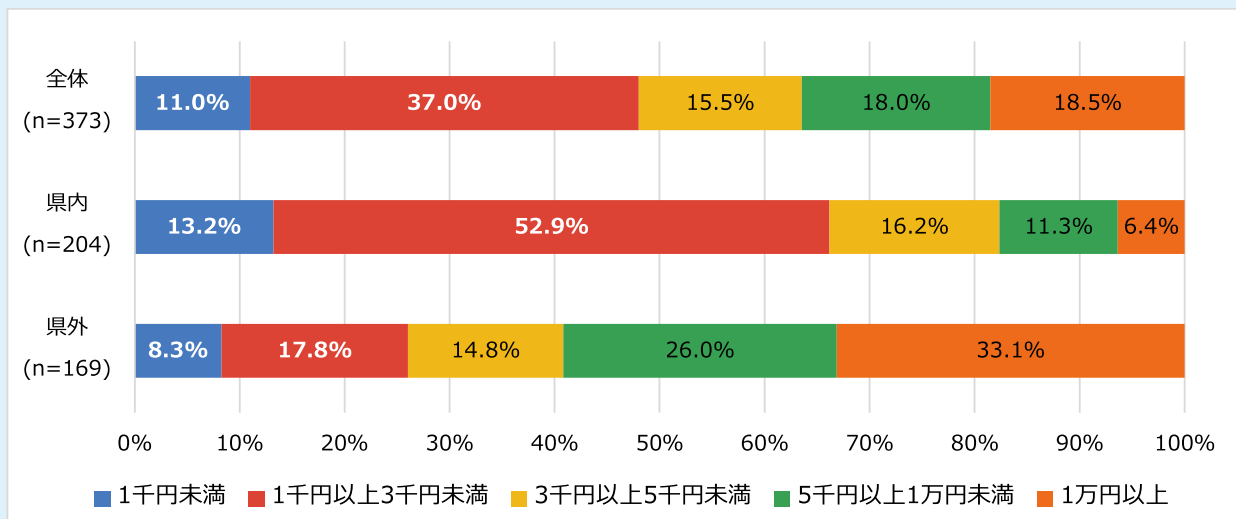
(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑨会場での消費額

全体では「1千円以上3千円未満」が37.0%と最も多かった(図表18)。次いで「1万円以上」が18.5%、「5千円以上1万円未満」が18.0%、「3千円以上5千円未満」が15.5%、「1千円未満」が11.0%と続いた。

県内外でみると県内は「1千円未満」「1千円以上3千円未満」が合計で66.1%を占め、県外は「5千円以上1万円未満」「1万円以上」が合計で59.1%となった。県外からの来場者は、旅行の一環として会場内での飲食や物販購入などの消費意欲が高いことがうかがえる。

図表18 会場での消費額



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

## (2) 県外居住者の回答

ここからは「居住地」に関する質問で、「沖縄」以外を回答した来場者の回答内容を見ていく。

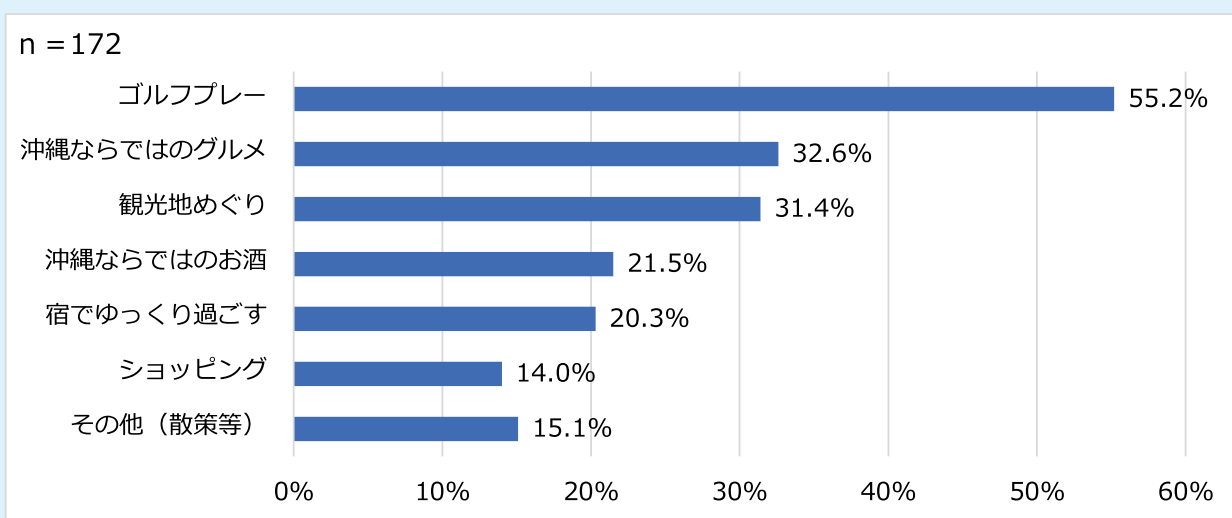
### ① 試合観戦以外の過ごし方(複数回答)

試合観戦以外の過ごし方として「ゴルフプレー」が最も多く55.2%と過半数を占め、ゴルフは「観る」だけではなく「する」スポーツであることが明らかとなった(図表19)。「観る」「する」のどちらの特徴も併せ持っていることから、沖縄における消費額の向上が促進され、幅広い経済効果をもたらすことが期待される。

また、その属性を年代別でみると、50代が48.4%と半数に迫った(図表20)。

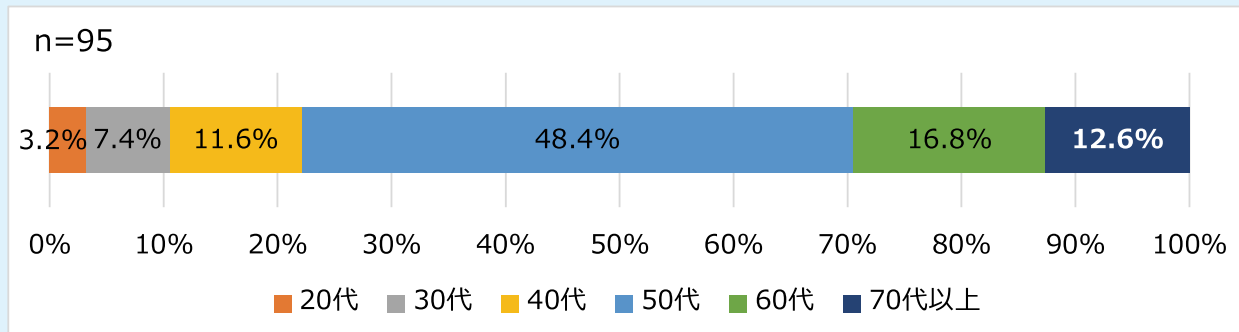
「ゴルフプレー」以外では沖縄ならではの「グルメ」や「お酒」、「観光地巡り」が上位を占めた。また「宿でゆっくり過ごす」も2割程度いるなど、ゴルフを主目的としながら、併せて沖縄での観光や滞在を通じて気分転換する副次的な効果もあり、アンケート結果からもスポーツツーリズムが有意義な旅行形態であることが示されたと言えよう。

図表19 試合観戦以外の過ごし方(複数回答)



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

図表20 「ゴルフプレー」と回答した年代別構成比



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

## ②滞在日数

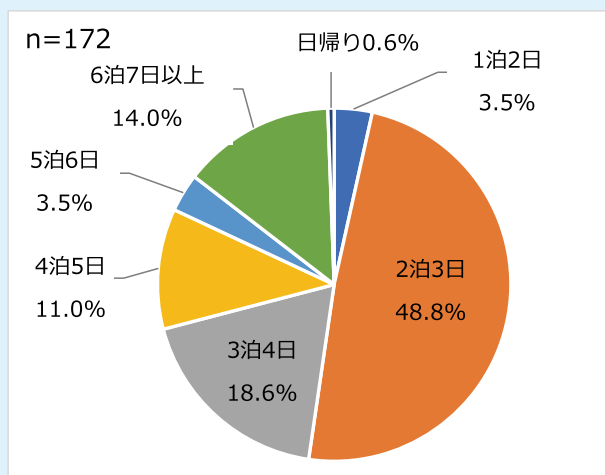
滞在日数で最も多いのが「2泊3日」で48.8%を占めた(図表21)。続いて「3泊4日」が18.6%となり、両者の合計は全体の7割近くを占めた。これは「観る」スポーツである「Bリーグ」と類似の構成比となっている(図表23)。

一方で、注目すべきは「6泊7日以上」と回答した割合が14.0%に達している点である。沖縄県の「観光統計実態調査」では、入域観光客の滞在日数のうち「6泊7日以上」の割合は6.8%

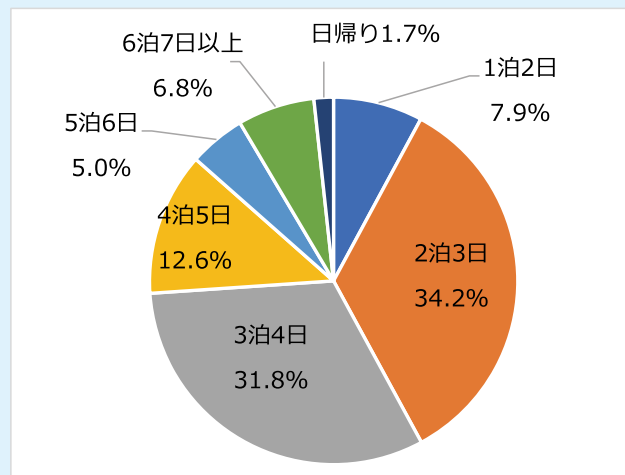
にとどまっているほか、他のスポーツイベントと比較しても突出して高い(図表22)。

滞在日数「6泊7日以上」と回答した者の属性を見ると、「70代以上」の33.3%を筆頭に9割以上が40代より上の世代となっており、前項でも触れたように試合観戦やゴルフプレーだけでなく、観光やグルメなどダイキンオーキッド観戦をメインイベントとして、沖縄での滞在を満喫する目的で来沖していることが分かった(図表24)。

図表21 滞在日数

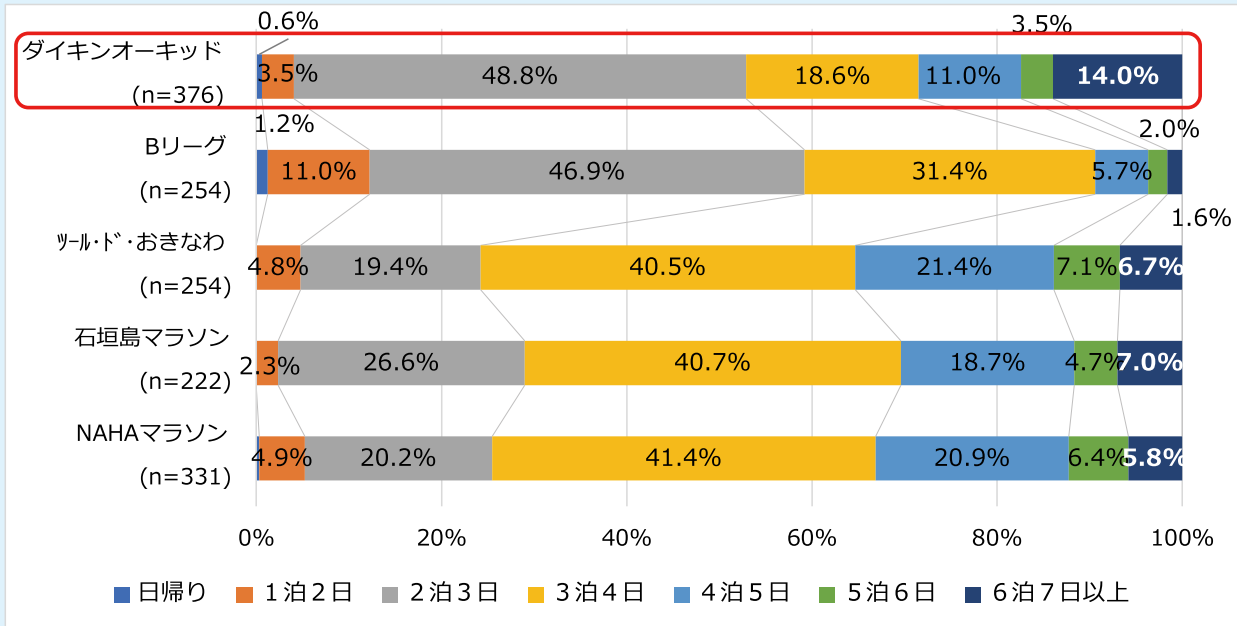


図表22 沖縄県 国内入域観光客の平均滞在日数



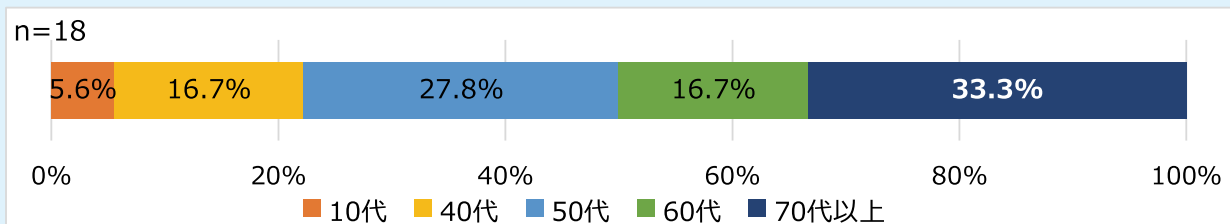
(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成  
沖縄県の値は沖縄県「観光統計実態調査」

図表23 滞在日数(他スポーツとの比較)



(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成  
※ダイキン以外の4スポーツは2023年11月～2024年1月にアンケート調査を実施

図表24 滞在日数「6泊7日以上」と回答した年代別構成比



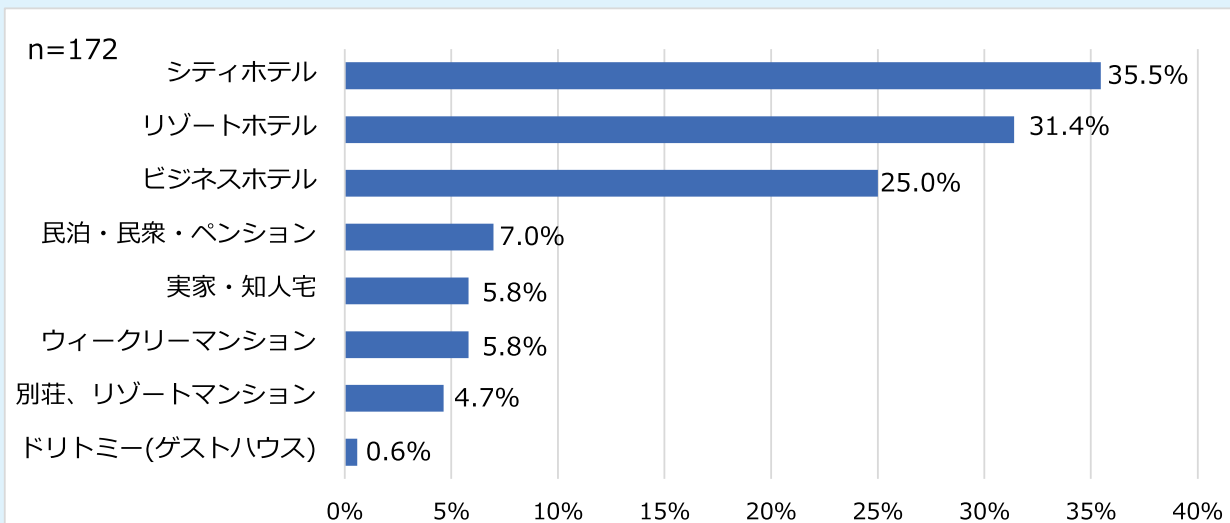
(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ③宿泊施設(複数回答)

「シティホテル」「リゾートホテル」「ビジネス

ホテル」がそれぞれ3割程度となった(図表25)。

図表25 宿泊施設について



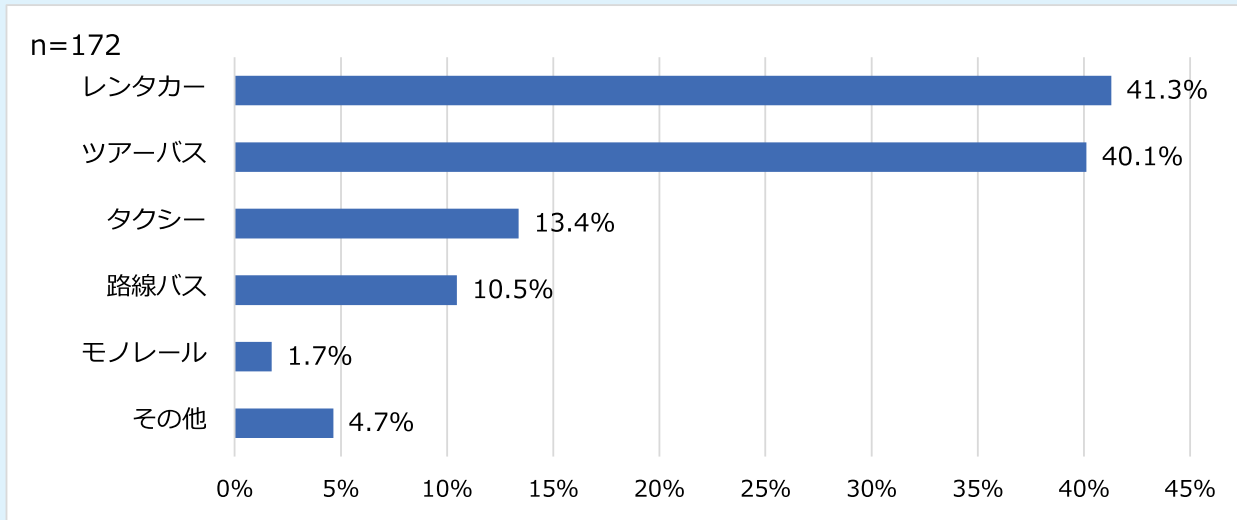
(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

#### ④旅の移動手段（複数回答）

「レンタカー」「ツアーバス」がそれぞれ4割超となった(図表26)。「ツアーバス」は県庁北口が発着地となっており、「③宿泊施設」でシ

ティホテルとビジネスホテルが合計で6割を占めていることと合わせると、那覇市内のシティホテルやビジネスホテルの利用者が多いのではないかと推測される。

図表26 旅の移動手段



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

#### ⑤総費用

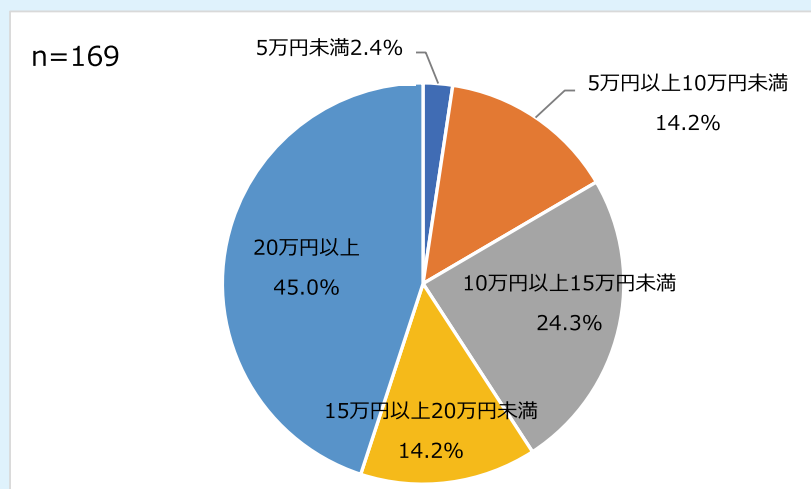
今回の大会観戦にかかる1人当たりの総費用は、「15万円以上」が59.2%を占め最多となった(図表27)。これは他のスポーツと比較しても、構成比が非常に高い(図表28)。沖縄滞在中に、観戦だけでなく「ゴルフプレー」をするとの回答が過半数あったことから、プレー代に加えゴルフバッグの輸送費、宿泊費などが費用を押し上げたと推測される。

実際に、アンケート調査を実施するなかで、県外客からは「大会観戦前後にゴルフをする予定」との声が多く聞かれた。

また、アンケート結果からゴルフツーリズム客の観光消費額の大きさが確認された。沖縄県が公表している「観光客一人当たり県内消費額(R6年度1-3月期、速報値)」は97,511円である一方、ダイキンオーキッドの来場者の平均消費額は136,175円となり、比較すると38,664円(1.40倍)の差がある(図表29)。

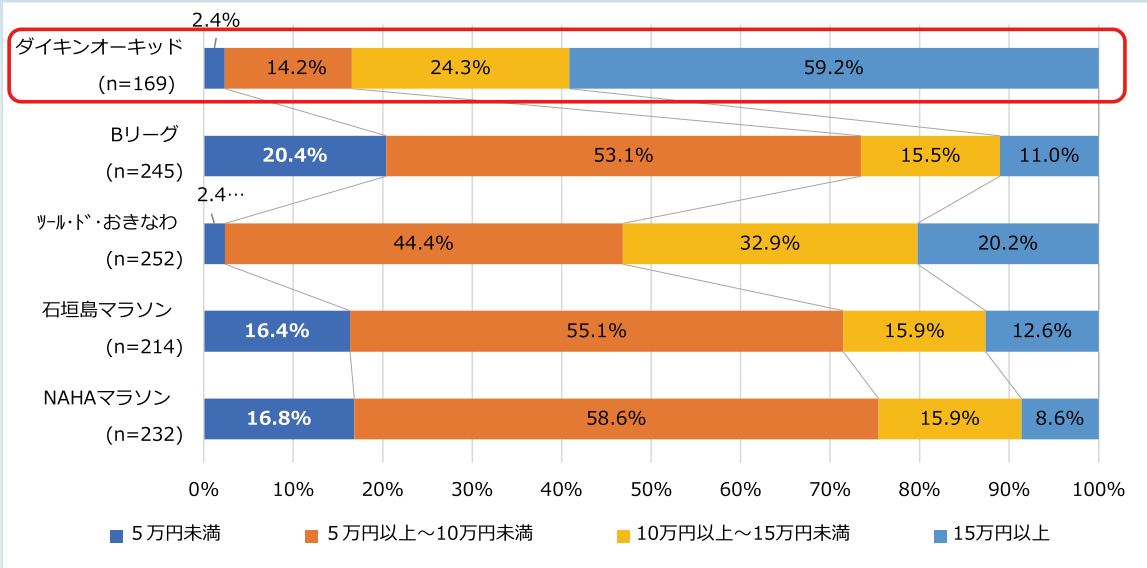
これらの結果から、ゴルフツーリズム客は一般観光を目的に来県する観光客に比べて消費額が大きく、本県が目指す“量から質への転換による観光消費額拡大”への寄与が大きいと言えよう。

図表27 総費用



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

図表28 総費用(他スポーツとの比較)



(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成  
※ダイキン以外の4スポーツは2023年11月～2024年1月にアンケート調査を実施

図表29 ダイキンオーキッド来場者と一般観光客の消費額比較

| 項 目      | 沖縄県 一般観光客<br>(R6年度1-3月期、速報値) | ダイキンオーキッド来場者<br>(R6年度3月開催) | 差 額    | 倍 率  |
|----------|------------------------------|----------------------------|--------|------|
| 宿泊費      | 35,613                       | 45,798                     | 10,185 | 1.29 |
| 交通費      | 12,061                       | 17,594                     | 5,533  | 1.46 |
| お土産代     | 18,721                       | 10,769                     | -7,952 | 0.58 |
| 飲食費      | 20,599                       | 30,219                     | 9,620  | 1.47 |
| その他(娯楽等) | 10,517                       | 23,914                     | 13,397 | 2.27 |
| 会場内消費額   | —                            | 7,881                      | —      | —    |
|          | 97,511                       | 136,175                    | 38,664 | 1.40 |

(出所) 沖縄県「観光要覧」、OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

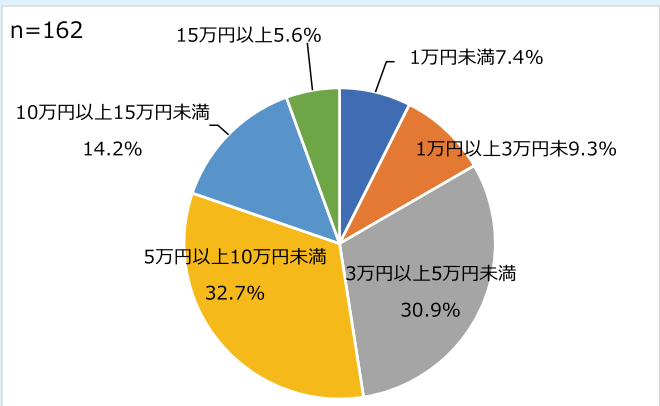
県内消費額の内訳を確認すると、「お土産代」のみ一般観光客の消費額を下回ったが、「会場内での消費額」にグッズや特産品などの物販購

入額が含まれていることを考慮すると、実質的な差額は大きくないと言えよう。

⑥沖縄までの渡航代(航空券・船など)

「3万円以上5万円以内」「5万円以上10万円以内」がそれぞれ約3割となった(図表30)。

図表30 沖縄までの渡航代

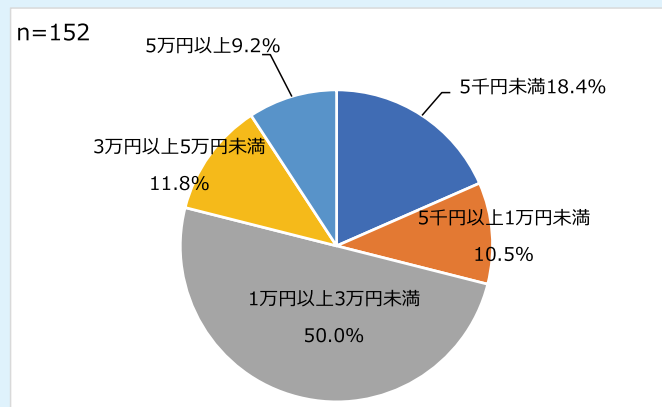


(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑦沖縄県内の移動費(レンタカー・バス・タクシー)

「1万円以上3万円未満」が50.0%となった(図表31)。

図表31 沖縄県内の移動費

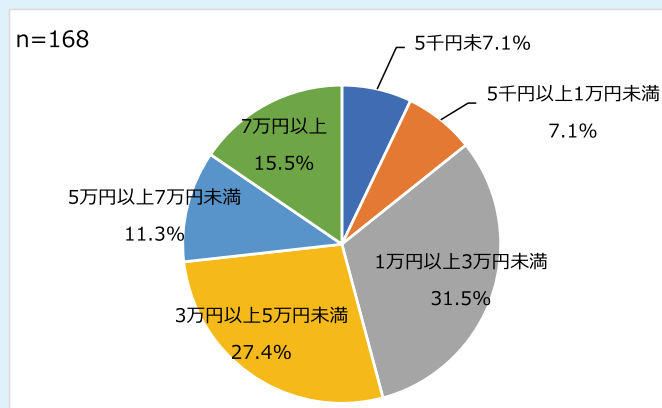


(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑧宿泊費(1人あたり)

「1万円以上3万円未満」「3万円以上5万円未満」がそれぞれ約3割となった(図表32)。

図表32 宿泊費

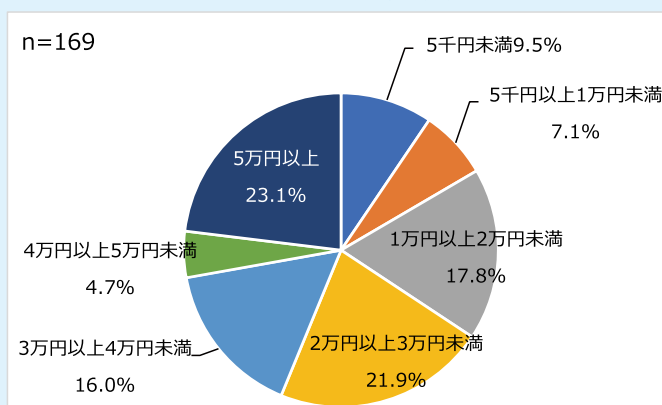


(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑨飲食費(1人あたり)

「5万円以上」が23.1%と最多となった(図表33)。

図表33 飲食費

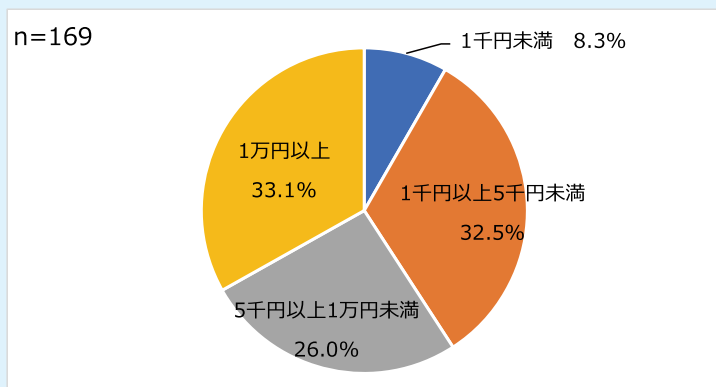


(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

⑩会場内での消費額(1人あたり)について(飲食・物販購入など)

「1万円以上」がそれぞれ33.1%と最多となった(図表34)。

図表34 会場内消費額

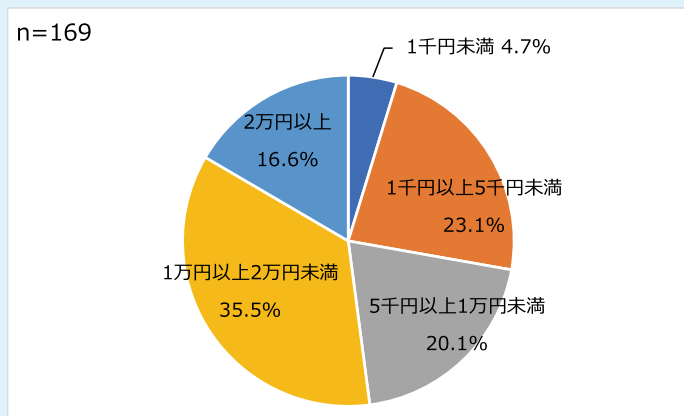


(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

⑪おみやげ代(1人あたり)

「1万円以上2万円未満」が35.5%と最多となった(図表35)。

図表35 おみやげ代

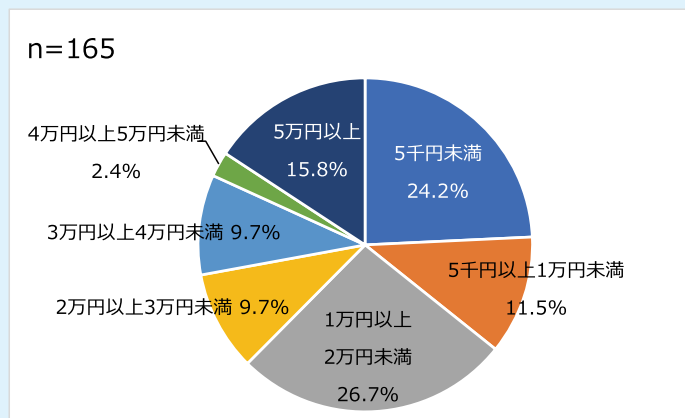


(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

⑫その他(1人あたり)(娯楽・観光)

「1万円以上2万円未満」が26.7%と最多となった(図表36)。

図表36 その他の費用



(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑬【県外居住者】沖縄県へのご意見(大会の運営以外) ※一部抜粋

県外居住者のコメントでは、沖縄の気候や自然、豊富な観光スポットに関する前向きなコメントが見られた。またダイキンオーキッドについては、「他県の大会と比較しても別格」と高く

評価する声が聞かれた(図表37)。

一方で渋滞緩和など交通網の整備に関する要望や、宿泊施設の不足といったハード面に関する要望もみられた。質問の対象範囲を同大会に限定していないため、沖縄観光に対する要望として受け止める必要がある。

図表37 沖縄県への意見(県外居住者、一部抜粋)

- ・ 気候が良く、ゴルフするには良いところ。
- ・ 新しい観光地もできており飽きない。
- ・ 食べ物が美味しい。
- ・ 素晴らしい風景を維持してほしい。
- ・ 他県のゴルフ大会と別格の特別感あり、楽しみなイベント。
- ・ 沖縄での大会を増やしてほしい。
- ・ 渋滞の緩和、道路網の整備。
- ・ 宿が取れない。
- ・ 思っていたより寒く、事前に何かで知る術があれば嬉しい。
- ・ レンタカーが少し安くなるとありがたい。
- ・ ゴルフ場の単価が高い。
- ・ タクシーの配車が遅い。
- ・ ゴミが目立つ。
- ・ テント内に観戦ビジョンが欲しい。

(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### ⑭【県内居住者】沖縄県のスポーツツーリズム発展のためのご意見(一部抜粋)

県内居住者のコメントでは、シャトルバスの利便性やゴルフと沖縄の親和性などに着目した前向きなコメントが見られた(図表38)。また「子供が楽しめる企画」を盛り込めば家族連れなどの来場誘致に有効であろう。

一方で県外居住者と共通して、渋滞や交通網

に関する要望が見られた。また同大会へ向けられたコメントであるかは定かではないが、施設の美化や観客の観戦マナーに関する要望もみられた。選手、来場者双方にとっての沖縄開催という魅力度を高めるため、どのスポーツイベントにおいても施設内外の美化や観戦マナーの周知(分かりやすいパンフレットの配布、SNSによる発信など)も必要だと考えられる。

図表38 沖縄県のスポーツツーリズム発展に向けた意見(県内居住者、一部抜粋)

- ・ シャトルバスも多分からあって利便性が良いと思う。
- ・ ダイキンの影響に驚いた。
- ・ 沖縄ツアーがもっとあればいい。
- ・ 沖縄の魅力のひとつであるゴルフで、沖縄をゴルフの聖地にしてほしい。
- ・ 子供が楽しめる企画を入れてほしい。
- ・ トイレをきれいにしてほしい。
- ・ キングスの試合の時の駐車場を充実させてほしい。
- ・ 観戦マナーの周知。
- ・ 道路・交通の整備。

(出所)OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

### (3) アンケート結果の総括

アンケート結果から、本県のスポーツツーリズムを推進する上でゴルフという競技が重要な位置付けであることを確認した(図表39)。県外客の属性としては、比較的金銭面に余裕のある「50代以上」が約8割を占め、職業は「会社役員」の割合が高く、高収入層の割合が高い点が特徴的であった。

また、大会観戦以外の過ごし方では「ゴルフプレー」との回答が最も多く、ゴルフは「観る」「する」の両方を兼ね備えたスポーツであることが改めて示された。

そして、最も注目すべきは消費額の大きさで

ある。ゴルフツーリズム客は一般観光客に比べて消費額が1.4倍となり、沖縄観光への寄与を裏付ける結果となった。また、滞在日数が「6泊7日以上」と回答した割合が14.0%(沖縄県の入域観光客:6.8%)に達しており、一般観光客に比べ長期滞在の割合が多い傾向がみられた。

本県においては、その温暖な気候から観光需要の閑散期にあたる冬場にゴルフ需要のピークを迎える。ゴルフツーリズムの更なる推進により、沖縄観光の積年の課題である「年を通した需要の平準化」や「量から質への転換」など、沖縄経済への大きな一助となることが期待される。

**図表39 アンケート結果から確認したゴルフツーリズムの特徴**

#### —ゴルフツーリズム客の特徴—

- ✓ 年代…「50代以上」が77.9%と約8割を占める
- ✓ 職業…「会社役員」の割合が24.7%を占める(県内客:会社役員3.9%)
- ✓ 年収…「500万円以上」が32.0%、「1000万円以上」が42.4%と高収入層が多い
- ✓ 観戦以外の過ごし方…「ゴルフプレー」が55.2%と過半数を占める
- ✓ 県内消費額…平均136,175円と一般観光客の1.4倍
- ✓ 滞在日数…「6泊7日以上」が14.0%と長期滞在の割合が大きい(一般観光客:6.8%)

(出所) リゅうぎん総合研究所

## 4. 第38回ダイキンオーキッドの経済波及効果

本章では、ダイキンオーキッド開催による経済波及効果を測定することで、沖縄経済への貢献を定量的に明らかにする。

### (1) 産業連関表について

産業連関表とは、一定期間内(通常1年間)にある特定の地域で行われた各産業間での財・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統計表である。

各産業は他の産業から原材料や燃料等を購入し、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にした統計表であり、域内における経済循環の流れを示している。

本調査では、沖縄県産業連関表(2015年)を用いて経済波及効果分析を行う。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り需要増加が見込まれる「宿泊業」や「飲食サービス業」などの観光関連産業が「サービス」に一括りとなっているため、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40)。

図表40 産業連関表部門部類の組み換え

| 沖縄県14部門表 |               | りゅうぎん総研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            |

（出所）りゅうぎん総合研究所

## (2) 経済波及効果算出の流れ

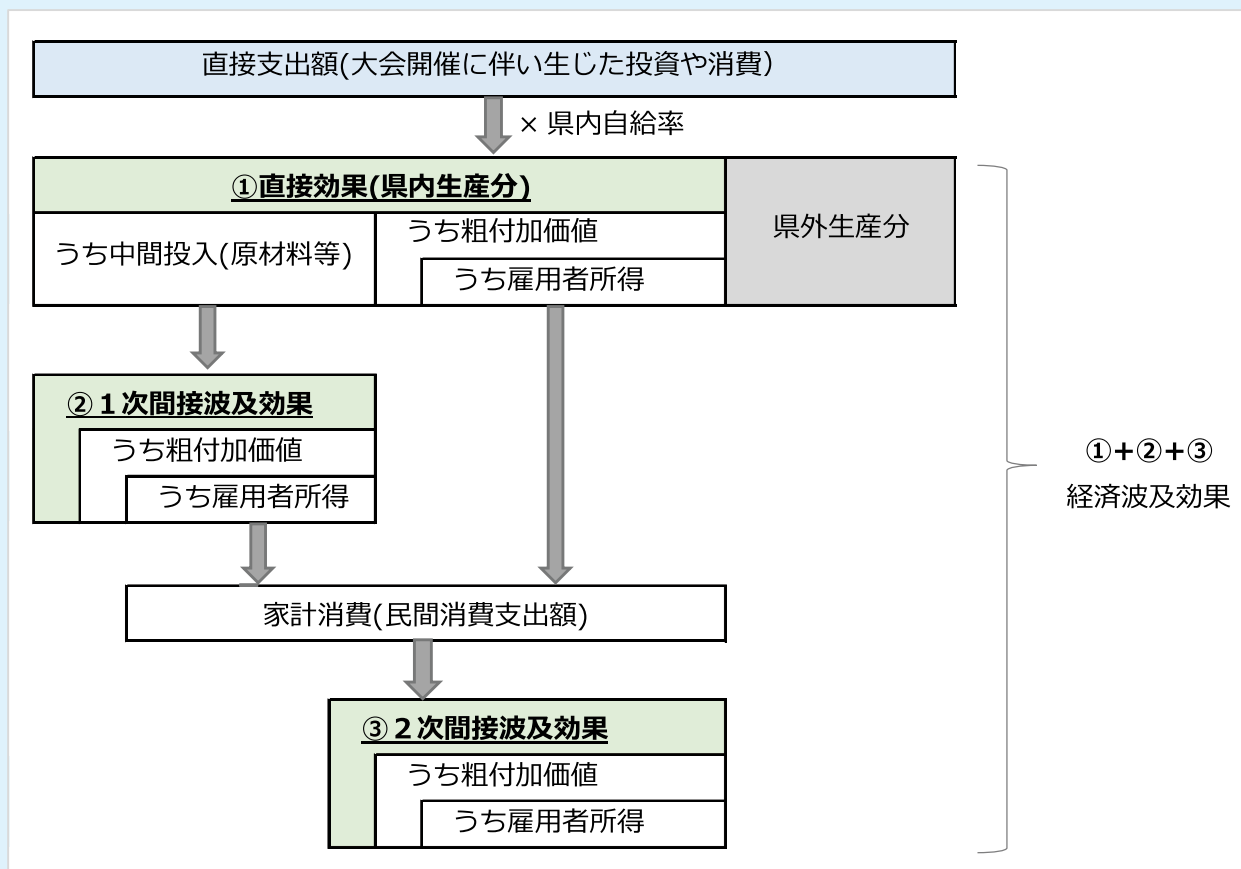
図表41に経済波及効果算出の流れを示した。分析にあたり、前提条件となる大会開催により新たに発生した需要（消費・投資）である直接支出額に県内自給率を乗じたものが「直接効果（県内生産額）」となる。直接効果とは、各産業における事業活動のうち、県内で生じた財やサービスに対する需要のことで、県内各産業に新たに生じた生産増加分を指す。自給率を乗じるのは、需要のすべてが県内で生産された財やサービスに対して発生するわけではなく、域外（県外・海外）からの移輸入により賄われた分も含まれており、その域外生産分を除くためである。

次に、産業連関表の各種係数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」である。

▷ 經濟波及效果=直接效果+1次間接波及效果+2次間接波及效果

### 図表41 経済波及効果の流れ



(出所) リゅうぎん総合研究所

### (3) トーナメント参加者・観客数

第38回ダイキンオーキッドレディスゴルフトーナメントの参加人数は、選手・関係者は合計で約2,000人(前年と同数)となり、報道関係者や解説者は約120人(同20.0%増)となった(図表42)。大会期間中の延べ観客数は、1万4,540人(同5.1%減)となった。大会初日は悪

天候となったことなどから延べ観客数は減少したものの、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訪れ、4日間を通して活況さがみられた。

また、アンケート結果から得た県内客・県外客の割合から、延べ観客数のうち県内客は7,852人、県外客は約6,688人と推計された。

**図表42 参加者・観客数(単位:人)**

|             | 人数（人）  | 前年比（％） |
|-------------|--------|--------|
| 選 手・関 係 者   | 2,000  | 0.0    |
| 報 道 関 係 者   | 120    | 20.0   |
| 観 客 （ 延 ベ ） | 14,540 | ▲ 5.1  |
| うち県内客       | 7,852  | -      |
| うち県外客       | 6,688  | -      |

(出所) ダイキンオーキッド大会事務局提供

#### (4) 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ことに加え、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、大会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。

アンケート回答結果および大会事務局からの提供資料をもとに直接支出額を推計すると、総額で23億400万円となった(図表43)。内訳をみると、宿泊費が4億9,800万円で最も多く、次いで飲食費が3億9,100万円、娯楽・レジャー費が2億5,800万円、交通費が2億2,600万円などとなった。

図表43 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<br>(百万円) |
|---------------------|----------------|
| 宿 泊 費               | 498            |
| 飲 食 費               | 391            |
| 土 産 品 ・ グ ュ ヅ 購 入 費 | 138            |
| 交 通 費               | 226            |
| 娯 楽 ・ レ ジャ ー 費      | 258            |
| そ の 他               | 793            |
| 合 計                 | 2,304          |

(出所) リゅうぎん総合研究所

#### (5) 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23億400万円に自給率を掛けると県内供給分である直接効果20億300万円が求められる(図表44)。

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、7億200万円となる。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、4億2,400万円となる。

直接効果、1次間接効果、2次間接効果の合計が31億2,900万円となり、これが第38ダイキンオーキッドレディースゴルフトーナメント開催による経済効果である。直接支出額に対し、1.36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17億3,700万円となり、うち雇用者所得が7億9,900万円と推計された。

図表44 ダイキンオーキッドによる経済効果

|                     | 経済効果額<br>(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             | 2,003                   | 1,076    | 518      |
| 1 次 間 接 効 果         | 702                     | 396      | 176      |
| 2 次 間 接 効 果         | 424                     | 266      | 105      |
| 総 合 効 果 ( 経 済 効 果 ) | 3,129                   | 1,737    | 799      |
| 直 接 支 出 額           | 2,304                   | －        |          |
| 波 及 効 果             | 1.36 倍 ( 総合効果 / 直接支出額 ) |          |          |

(出所) リ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。

＜補注＞経済効果について、前年の第37回大会(24億3,700万円)と比較すると28.3%増加したが、これは「県外客の消費額」の推計方法の違いが主な要因である。前年は沖縄県「観光客一人あたりの県内消費額」をもとに推計した。

一方、今年は「アンケート結果から得た一人あたり県内消費額(平均値)」をもとに推計しており、“より実態に近い数値”と捉えることができる。

【参考】県外客消費額の推計方法：

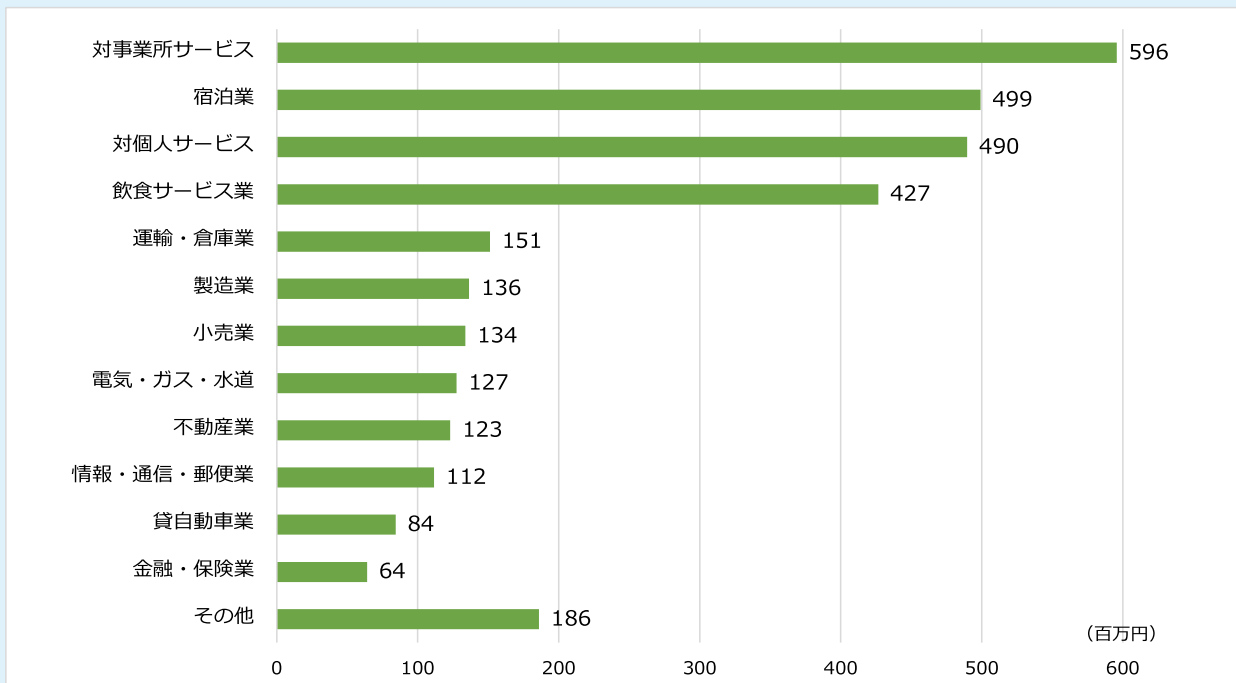
- ・前年(第37回大会調査)…沖縄県の統計「観光客一人あたりの県内消費額」を採用
- ・今年(第38回大会調査)…アンケート結果から得た一人あたり県内消費額(平均値)を採用

## (6) 産業別の経済効果

経済効果である31億2,900万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

億9,600万円と最も大きく、次いで「宿泊業」が4億9,900万円、「対個人サービス業」が4億9,000万円、「飲食サービス業(飲食店など)」が4億2,700万円などの順となった(図表45)。

図表45 ダイキンオーキッドによる産業別の経済効果



(出所) りゅうぎん総合研究所

## (参考) 第38回ダイキンオーキッドレディーズゴルフトーナメントの経済効果

| 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          | 34    | 0     | 27       | 7        | 13     | 8     |
| 製造業            | 136   | 16    | 89       | 32       | 47     | 19    |
| 建設業            | 6     | 0     | 4        | 1        | 2      | 1     |
| 電気・ガス・水道       | 127   | 0     | 103      | 25       | 68     | 21    |
| 卸売業            | 49    | 5     | 33       | 11       | 46     | 28    |
| 小売業            | 134   | 48    | 29       | 56       | 73     | 41    |
| 金融・保険業         | 64    | 0     | 33       | 31       | 49     | 23    |
| 不動産業           | 123   | 0     | 23       | 100      | 101    | 7     |
| 運輸・倉庫業         | 151   | 105   | 29       | 17       | 79     | 40    |
| 旅行・その他旅行付帯サービス | 28    | 1     | 26       | 1        | 12     | 3     |
| 情報・通信・郵便業      | 112   | 0     | 84       | 28       | 64     | 30    |
| 公務             | 2     | 0     | 0        | 2        | 1      | 1     |
| 教育・研究          | 11    | 0     | 3        | 8        | 9      | 8     |
| 医療・福祉          | 23    | 0     | 0        | 23       | 14     | 12    |
| 会員制企業団体        | 9     | 0     | 8        | 1        | 5      | 4     |
| 対家計民間非営利団      | 4     | 0     | 0        | 4        | 2      | 1     |
| 貸自動車業          | 84    | 53    | 30       | 1        | 52     | 10    |
| 物品賃貸業（除く貸自動車）  | 15    | 0     | 13       | 2        | 10     | 2     |
| 対事業所サービス       | 596   | 438   | 133      | 25       | 374    | 208   |
| 宿泊業            | 499   | 498   | 0        | 1        | 236    | 85    |
| 飲食サービス業        | 427   | 391   | 10       | 25       | 178    | 116   |
| 対個人サービス        | 490   | 447   | 19       | 24       | 304    | 132   |
| 事務用品           | 6     | 0     | 6        | 1        | 0      | 0     |
| 分類不明           | 0     | 0     | 0        | 0        | 0      | 0     |
| 合 計            | 3,129 | 2,003 | 702      | 424      | 1,737  | 799   |

(出所) りゅうぎん総合研究所

## 5. 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～

本レポートでは、県内唯一の女子プロ大会であるダイキンオーキッドの経済波及効果を算出し、長きに亘り県内で継続開催されてきた意義を定量的に明らかにした。第38回大会による県内への経済波及効果は31億2,900万円と試算され、4日間という短期間ではありながらも、同大会の知名度および誘客力の高さから県内各産業へもたらす生産誘発効果の大きさを示す結果となった。

また、OCVBが実施したアンケート結果から、ゴルフは「観る」「する」の両方を兼ね備えたスポーツツーリズムであり、他の競技に比して高収入層が多く消費単価が大きいことや滞在日数の長さなど、ゴルフという競技の優位性や沖縄観光への寄与を裏付ける数々の結果が示された。このような層へのアプローチを強化することで、今後はさらなる消費単価の拡大や滞在日数の延伸といった観光施策上の重要な成果が期待される。特に、富裕層をターゲットと

した高付加価値型の商品造成や、ゴルフ観戦・プレーを組み合わせた滞在プログラムの開発により、リピーターの獲得や新たな市場開拓につながる可能性も高い。今後はスポーツイベントを核とした地域振興・観光振興の好事例として、さらなる展開が期待される。

これらの経済的な効果に加え、地域社会への貢献も大きい。ダイキンオーキッドは、各種メディアで大きく取り上げられることから、全国へ沖縄県をPRする機会になっている。また、地元のジュニアゴルファーにとってトッププロのプレーを間近で見ることのできる貴重な機会となっているほか、アマチュア大会やポスターコンテストの開催など、沖縄の次代を担う若年層の育成という重要な役割も果たしている。加えて、1995年(第8回大会)に設立され、県内の芸術・文化・スポーツ・教育など幅広い活動への支援を行う「オーキッドバウンティ<sup>2</sup>」は、これまでの贈呈先は延べ290件、総額は1億9,200万円<sup>3</sup>に上るなど、沖縄の地域社会への経済的・精神的な励ましとなっており、特筆すべき貢献である。

発展を続ける同大会において、今後更に多くのギャラリー客を招き入れ、経済効果の拡大を

目指す取り組みの参考として、以下2点についての検討を提案したい(図表46)。

**図表46 ダイキンオーキッドの経済波及効果の更なる拡大に向けた提案**

① SNSを活用した情報発信強化

- ・交通渋滞や気象情報など旅に必要な情報に加え、近隣の飲食店や観光情報の提供などによりリピーター創出、新たな客層獲得につなげる

② 会場内の環境整備

- ・ギャラリープラザ内への観戦ビジョン設置による会場内での消費額増加
- ・Wi-Fi環境整備による利便性向上

(出所) リゅうぎん総合研究所

1点目は、情報発信力強化である。アンケートでは、「交通渋滞」に関する声が多く寄せられたほか、「気象情報」を求めるコメントもみられた。今年からの新たな取り組みであるSNSを通じたシャトルバスの案内や渋滞予測情報、また沖縄の変わりやすい天候に合わせた服装の提案など旅に必要な情報に加え、会場周辺の飲食店や観光情報等、付加価値の高い情報発信によりリピーターの創出や新たな客層の獲得につながることが期待できよう。

2点目は、会場内(ギャラリープラザ)の環境整備である。アンケートでは、「テント内(ギャラリープラザ)に観戦ビジョンを設置してほしい」といったコメントがみられた。観戦ビジョンの設置により、中継を観ながらゆっくりと休憩や飲食をすることができ、ギャラリープラザに並ぶ地元の飲食店や土産品店、グッズ販売店などの売上向上(=消費額増)並びに経済波及効果の拡大へと繋がることが期待できる。また、アンケート調査を実施するなかで、通信環

境の改善が課題であることを実感した。来場者の利便性向上に向け、観戦ビジョン設置やWi-Fi環境整備等について検討が求められる。

ダイキンオーキッドレディースゴルフトーナメントは、本県で開催される唯一の女子プロゴルフ大会であり、全国にゴルフシーズンの幕開けを告げる重要な役割を担いながら、地域振興やスポーツ文化の発展、沖縄の魅力発信などに大きく貢献してきた。またそれと同時に、沖縄県が目指す「スポーツアイランド沖縄」の形成や「観光需要平準化」、「量から質への転換」等へ寄与する重要な位置付けである。

会場内では、ゴルフ観戦だけでなく、ギャラリープラザでの飲食や芝生でピクニックを楽しむ様子がみられ、来場者の憩いの場として活気に溢れる雰囲気印象的であった。今後も大会テーマである“沖縄とともに限りなき前進”を実現し、同大会のさらなる発展に期待したい。

以上

**写真 ギャラリープラザ内の様子**



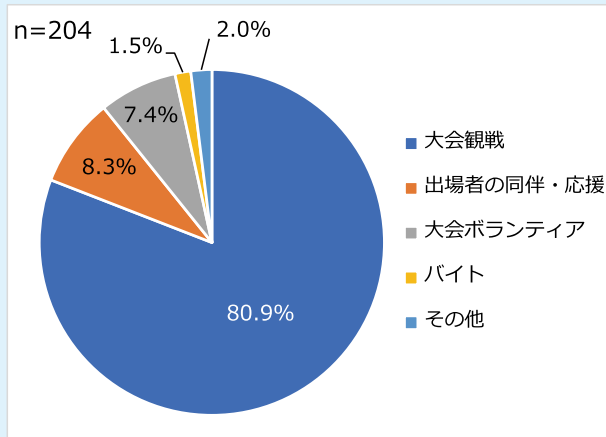
(出所) 写真は全てリゅうぎん総合研究所撮影

## 6. 参考資料

## (1) 県内居住者のアンケート結果

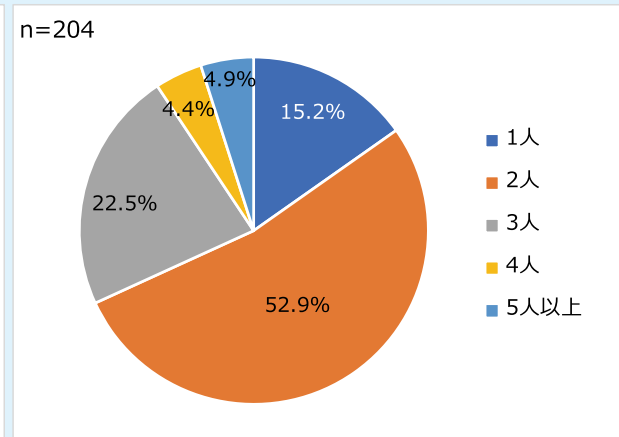
## ① 来場目的

・「大会観戦」が8割超となった。



## ② 来場人数 (本人含む)

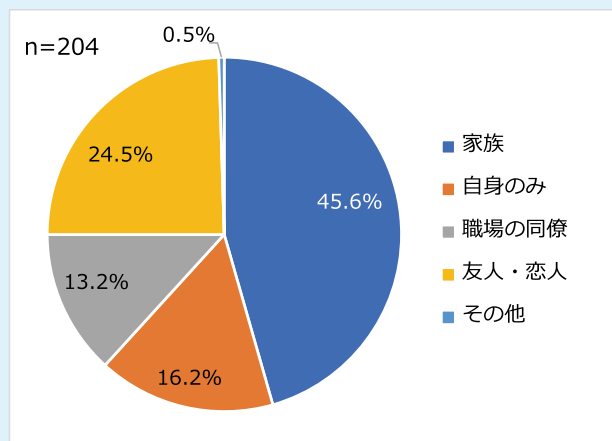
・「2人」が52.9%と半数を超えた。



(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

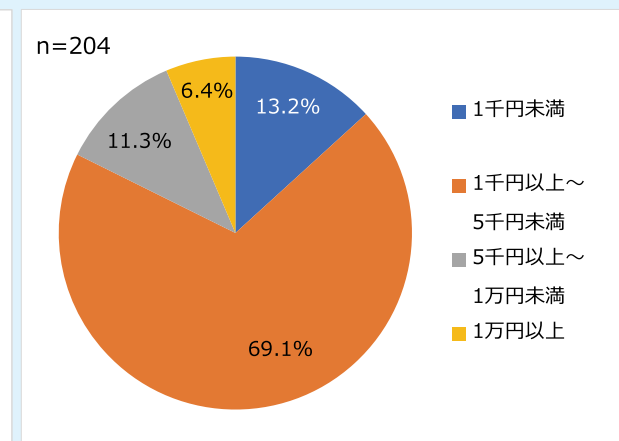
## ③ 同伴者について

・「家族」が45.6%と最多となった。



## ④ 大会会場内での消費(飲食・物販購入等)

・「1千円以上5千円未満」が約7割と最多となった。

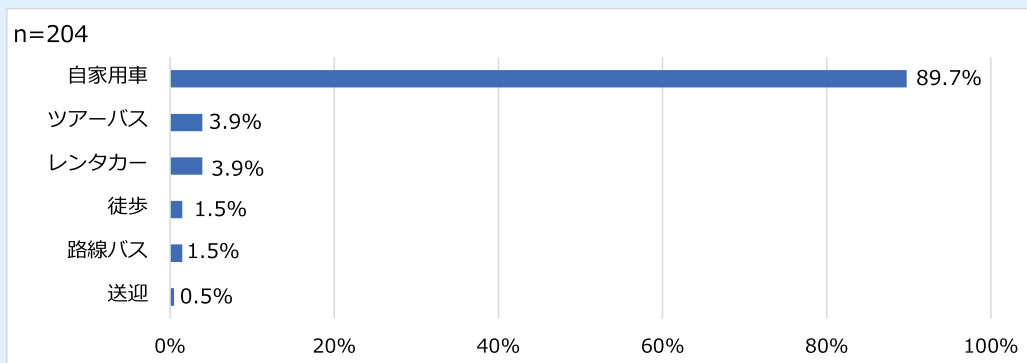


(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

## ⑤ 会場までの移動手段(複数回答)

※会場ゲートまでの無料バスでの移動を除く

・「自家用車」が約9割を占めた。



(出所) OCVB「スポーツ大会参加にかかる実態調査」の集計結果をもとにりゅうぎん総合研究所にて作成

## (2)経済効果を求める式(投入モデル)

$$\Delta X_1 = [I - (\widehat{I - M})A]^{-1} (\widehat{I - M}) \Delta F$$

$$\Delta X_2 = [I - (\widehat{I - M})A]^{-1} (\widehat{I - M}) c k w \Delta X_1$$

$$\Delta X = \Delta X_1 + \Delta X_2$$

$\Delta X_1$  : 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）

$\Delta X$  : 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

$\Delta F$  : 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. 観光庁「スポーツツーリズムの推進」
  2. 本大会開催前のプロアマ大会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であり、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。
  3. 第38回大会公式HP <https://www.daikin.co.jp/orchid>



## 特集

沖縄の Society 5.0 を考える PART2  
第1回

株式会社d-strategy, inc.

代表取締役CEO

小宮昌人氏に聞く

日本が直面する主な社会課題、それは増加する社会コストに対して、減少傾向にある生産力でどう乗り越えるかという点にある。この課題に対し、デジタル技術を最大限に活用し、社会課題の解決と経済成長の両立を図り、快適で活力に満ちた質の高い暮らしの実現を目指す社会像が「Society5.0」で描かれている。沖縄県は「新・沖縄 21 世紀ビジョン基本計画」でこの概念に言及し、「本県の特性を踏まえた分野横断的なデジタル化やデジタル・トランスフォーメーション（DX）」を進め、地域課題の解決やより強靱な産業構造への転換に向けた取り組みを推進する方針を示した。

本特集は、2022 年 1 月から 2023 年 3 月に亘って本誌に掲載した「沖縄の Society5.0 を考える」の第 2 弾であり、6 回の掲載を予定している。第 1 回目は、『メタ産業革命』『生成 DX ～生成 AI が生んだ新たなビジネスモデル』等の著者で、産学官それぞれに関わりながら結節点として日本のデジタル分野に貢献する「株式会社 d-strategy, inc」代表取締役 CEO の小宮昌人氏に話を伺う。

### 小宮さんは産学官それぞれの分野で活動されています。プロフィールをご紹介ください。

デロイトトーマツコンサルティングや NRI（野村総合研究所）で産業向けコンサルティングに従事した後、政府系ベンチャーキャピタル「産業革新投資機構（JIC）ベンチャー・グロース・インベストメンツ」で、投資先スタートアップと大企業の連携によるイノベーション創出に携わってきました。その後独立し、現在は

会社を 2 社経営しています。

1 つは「株式会社 d-strategy, inc.」。企業の DX や先端技術の活用を支援しています。もう 1 つは「株式会社 Third Ecosystem, inc.」。世界のベンチャーキャピタルや大学発スタートアップと連携し、日本企業と国内外スタートアップの協業を促してイノベーションを起こすことを目的としています。これが「産（ビジネス側）」の活動です。

「学（アカデミア側）」では、東京国際大学データサイエンス研究所など複数校で教員をしています。また「官（行政面）」では、経済産業省の各種デジタル領域の政策委員で専門家としてサポートしています。さらに直近では経済産業省の委託で「ロボット革命イニシアティブ協議会（RRI）」とともに、製造業のデータスペースや「Manufacturing-X」の国際標準化にも取り組んでいます。それらの活動を通して、「生成 AI」「メタバース」「デジタルツイン」「ロボット × プラットフォーム × ビジネス」といったテーマで書籍の執筆もしています。

### それぞれの分野に関わりながら、産学官を繋げる活動もされている。

日本ではそれぞれの分野に専門家がおり個別領域は強いですが、しかし、分野を超えての連携は弱いと感じます。データを分野間で連携する「データスペース」の議論も、標準化や技術に関する議論が活発でも、どのように産業界で価値を出し、データの出し手側などそれぞれの主体にどのようなメリットがあるのかなどの企業・領域横断での議論が繋がっていないケースは散見されます。私は、その“つなぎ目”で貢献したいと考えています。

### 急速な高齢化と少子化により、このままでは労働力が確保できない。新たな枠組みが必要ということでしょうか。

もともと日本は横のつながりが強かったはずですが、ケイレツもそうですし、公害が起きた時は産業全体で環境対策に取り組みました。高度成長期には通産省（現・経産省）がリードして産業が協力し、分野横断で連携していた。ところが欧米のやり方を取り入れる中で効率最適に寄りすぎ、良さを失いつつある。社会領域に踏み込むと、従来のプレイヤーだけでは解けない大きな課題が残ります。だからこそ横つなぎが一番重要だと思います。

### 著書「メタ産業革命」についてお尋ねします。「メタ産業革命」とは何か、また Society 5.0 とどのようにつながりますか。

「メタ産業革命」とは、デジタルツインとメタバースの融合によって、企業・産業・社会のそれぞれの課題を解決していく動きを指します。デジタルツインとは、現実空間をデジタル空間に再現する、まさに「デジタルの双子」を作ることです。現状分析や最適化を進める上で目標となる数値があり、その達成に向けてチューニングしていく—これがデジタルツインの世界観でした。

しかし、これまでは製品設計、建物設計、都市設計など個別に細分化され、全体像が見えにくいことがボトルネックでした。「メタバース」は 3D 空間に多様な要素が存在し、建物や人物、周囲の環境等が相互作用します。様々なプレイヤーがその空間に参画し、コミュニケーションしながら共創する。この考え方を融合させることで、複合的なデジタルツインへと拡張します。

たとえば建設現場では、設計情報だけを見るのではなく、取得した最新の点群データと設計情報を融合して「俯瞰する」といったことです。工場・倉庫での工程単位を見るだけでなく、工場／倉庫全体をデジタル空間で捉え、その中で意思決定する。都市計画や観光分野等では、街全体を俯瞰して全体最適を図ります。

この統合した空間で、プレイヤー同士が共創しながらシミュレーションを行い、未来の姿を描く。描いた内容は現実空間に実装し、再びデジタルで検証して現実反映する—このサイクルを高速に回すのが「メタ産業革命」です。（図 1）

Society5.0 は、「フィジカル（現実空間）とサイバー（デジタル空間）が高度に融合した社会」ですので、その実現にはメタ産業革命の流れが必要だと考えます。

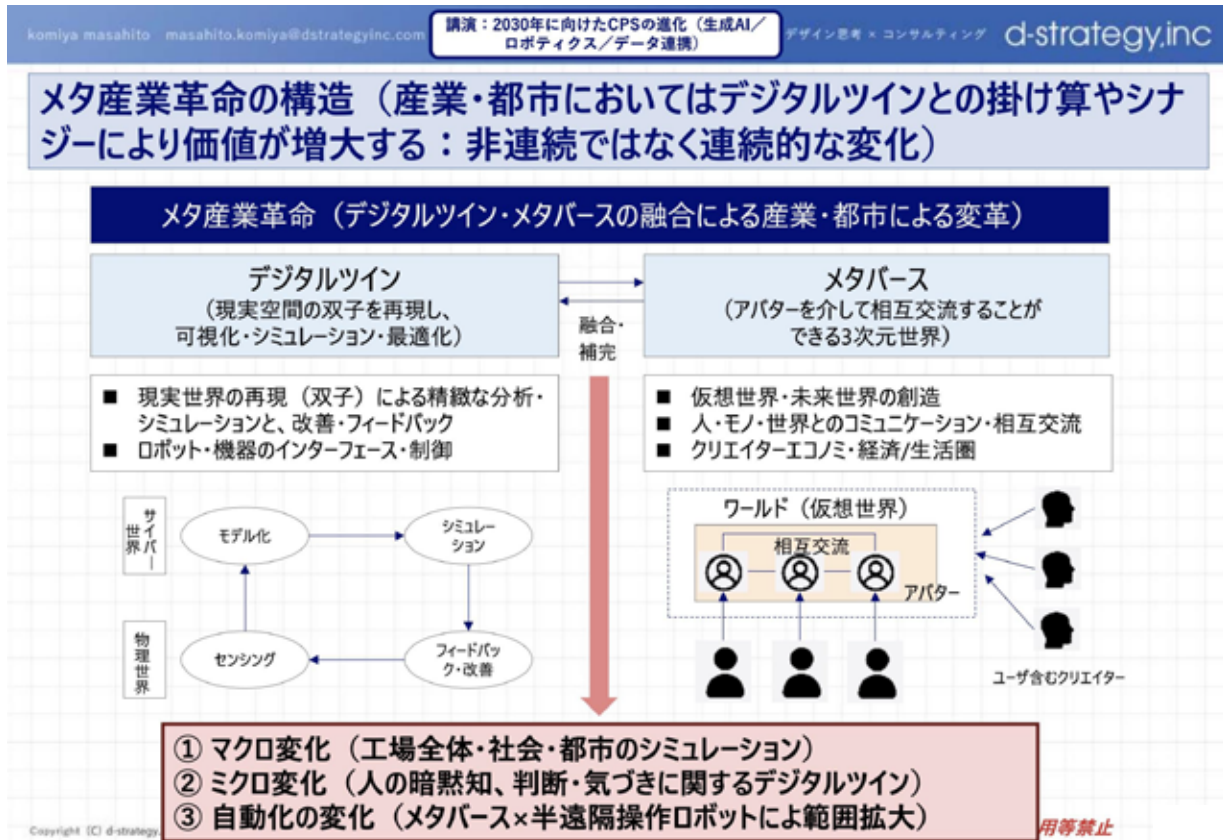


図1：メタ産業革命（小宮昌人氏提供）

それぞれ背景の異なる人たちが共創するとき、**デジタルツインは非常に有効です。**

特にまちづくりなど不特定多数の人々で合意形成を得るには有用な手段ですね。

産業界でも、現場の利用者・提供者・経営者で見ている世界が違います。図面やそれぞれの頭の中のイメージだけではズレが生じます。3Dなどで可視化し、同じ世界を見ることが極めて重要です。特に生成AIの登場はデジタルツインの動きを加速させます。生成系（ジェネレーティブ）デザインやゲームエンジンの活用により、制作側も作業が楽になるどころか、これまで利用者だった人たちが、「こういう環境が見たい」とプロンプト（動作指示）を入力すれば、表示等が切り替わり、個々に合わせて情報提示が可能となります。

**プログラムの知識を持たなければ取り組むことが困難だった分野が、生成AIの登場によってデジタルの民主化が起きているということです。**

以前は専門家でないとできなかったことが、今では誰もが対応できるレベルに技術が追いつきました。だからこそ、自分の考えをしっかりと言語化することが、より重要になったということです。つまり、How（手段）より、Vision（将来展望）やValue（価値）、つまり「何を実現したいか（What）」を明確にすることがより重要です。

ツールは民主化されたので、土台の6～7割はAIで作れる。そのため、残りの部分に「どのようなノウハウを注入し、何を価値として提供すべきか」がより重要になり、その部分にこそ人は注力すべきです。

### そのためには AI に地域や自社を認識させるためのデータ整備が必要です。

そのとおりです。AI の精度を上げるためには、機械が判読可能なデータ、つまりデジタルデータを整備し、二次利用ができる状態にする必要があります。企業は自社の目視業務や暗黙知をデータ化し、外部データとつなぐことで DX が可能になります。

公共分野は、「オープンデータ」として、標準化したデジタルデータをオープンにすることが求められます。

最近では、農業や伝統工芸・芸能など熟練者の伝承が必要なものに関しては、熟練者の技を動画に撮り、そのデータを AI で読み取ることによって内容を時系列で言語化もできます。それにより全体の 6 割程度の「叩き台」を作り、それに熟練者が加筆することで継承が加速度的に進むことが期待されています。デジタルツールで「撮る」「残す」がより重要になります。このことは、企業の OJT の限界を解消する手段としても役立ちます。

### まちづくりや都市計画でも同様ですね。地域をデジタルデータとして正しく記録しておけば、デジタル空間での活用が促進します。

観光でも、現地で AR をかざすと過去の景色が重なる体験は、現在と過去を繋ぎ歴史を味わう新たな観光体験につながるでしょう。また、子供たちが楽しんでいる「マインクラフト（ゲーム）」で作った架空のまちを、現実空間に合わせる技術もあります。国土交通省が進める「Project PLATEAU（プラトー）」のような 3D 都市モデルと合わせることも可能ですし、まちづくりや観光、防災などへの活用も期待されています。それらのデータ整備や活用は、生成 AI の登場で飛躍的に進歩すると考えます。

### 改めて、日本ではなぜ DX が必要なのか、小宮さんのお考えを教えてください。

理由は大きく 2 点あります。1 点目は、急速な高齢化等による労働力不足で、あらゆる

分野でオペレーションが維持できなくなること。2 点目は、日本の強みである現場の熟練技能・暗黙知が人口減少等により継承されず消滅する可能性があること。

そのため、デジタルデータを整備し、分野横断でデータ連携を進め、世界に打って出るためのイノベーションを起こすこと。それがデジタル・トランスフォーメーション（DX）に繋がります。

DX が進むとあらゆる産業が変化します。金融を例にあげましょう。中小企業は経営が可視化されておらず、金融側は財務諸表だけでは融資判断が限定的です。そこで生産性（製造）や圃場状況（農業）などの非財務データを整備・共有することで、ファイナンスの新しい仕組みを作ることができます。メリットが明確なユースケースに沿って同業間でも連携し、与信の代替情報として活用する。仕組みを競争領域と協調領域に分解すれば、多くの金融機関がその基盤に乗ることも可能です。

AI 時代では、叩き台の 6～7 割を AI に任せ、人はコアビジネス部分に集中するのが望ましいです。日清食品では将来的に「日清らしさは人、それ以外は AI」にしていこうという明確な方針で、あらゆる業務に AI を使っています。各社もこだわる領域に時間を再配分し、それ以外は共通化・自動化する発想が必要です。

### これまで伺った内容は理屈では分かって、多くの人は目の前の仕事に追われて動けない。経営判断でリソースを再配分し、集中的に取り組みを進めないと形骸化します。

だからこそ、効果が出やすい領域に早めに生成 AI 技術を導入し、業務を圧縮して考える余裕を作ることが大切です。つまり「クイックヒット」ですね。資料作成などは AI + 集中センター等に寄せ、営業・提案は人が価値を出す最終仕上げに集中する。若手育成についても人材育成の設計を見直し、情報やデータの入力・整形作業は AI に任せ自動化する。（図 2）

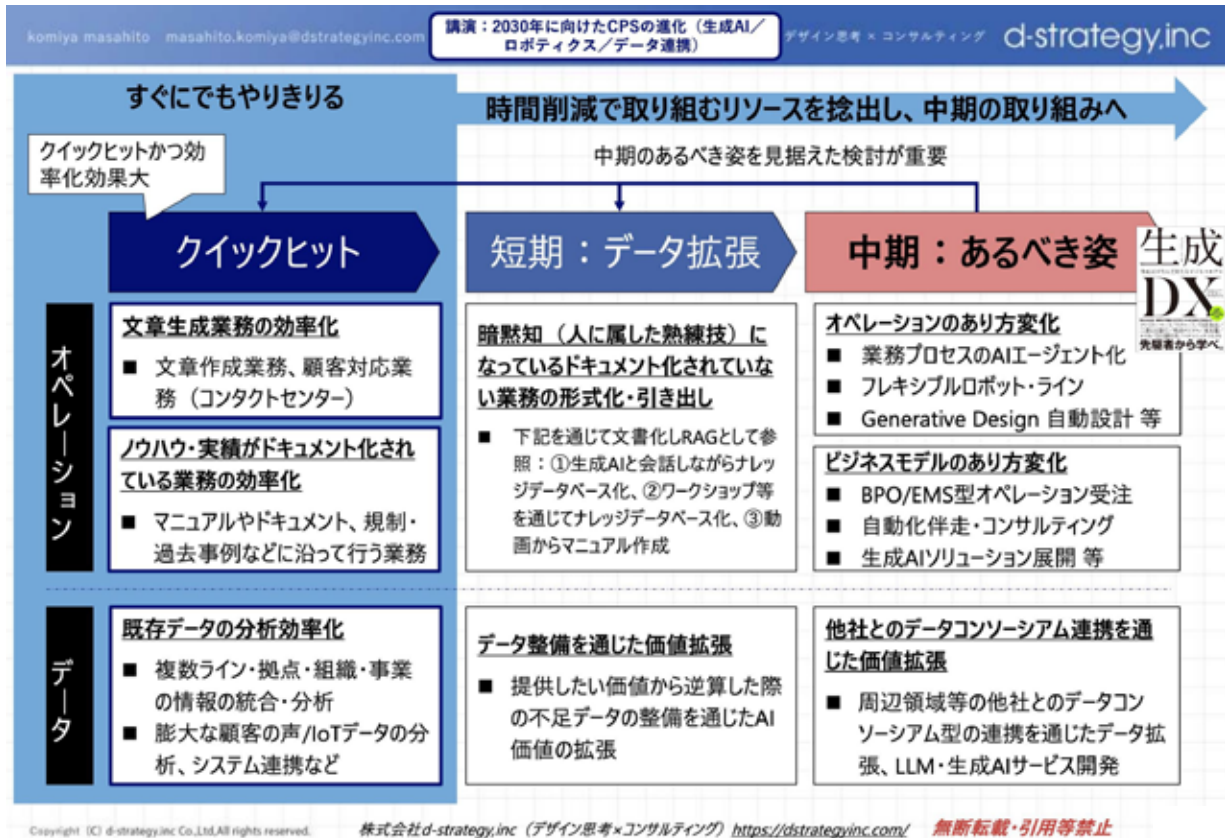


図2：生成AIを活用した中期の取り組み（小宮昌人氏提供）

大手キャッシュレス事業者が沖縄で営業活動を開始した時、アプリで営業活動と訪問記録を同時に処理していました。その時、地銀は帰店後に残業して訪問記録を作成していました。デジタルで時間を圧縮し、新しい価値に再配分しないと時間がいくらあっても足りないと感じます。

AIなど新たな技術を導入する時に必ず出る抵抗が「人間の能力が落ちる」「仕事なくなる」といったものです。それは正しくはありません。タイプライターがなくなり、どれだけの人困っているかが表すように、時代にあわせてスキルは置き換えるべきだと思います。これから私たちに求められるのは、本質

を引き出す対話力・設計力です。

訪問記録等の事務処理は、録音→AI要約→ナレッジ化で、これまで1週間かけていたことを数十分にすることが可能です。営業改革ではトップセールスのプロセスを同行・インタビューで抽出し、組織展開する。大手コンサル会社では、営業資料や提案書の一次ドラフトはAIと集中作業部門に任せ、6～7割の叩き台を作っています。コンサルタントは受け取った資料に手を加え、完成させます。スキルアップについても同様です。レビュー会議を録音し、内容指摘をAIで構造化し、壁打ち用のエージェントを作っています。

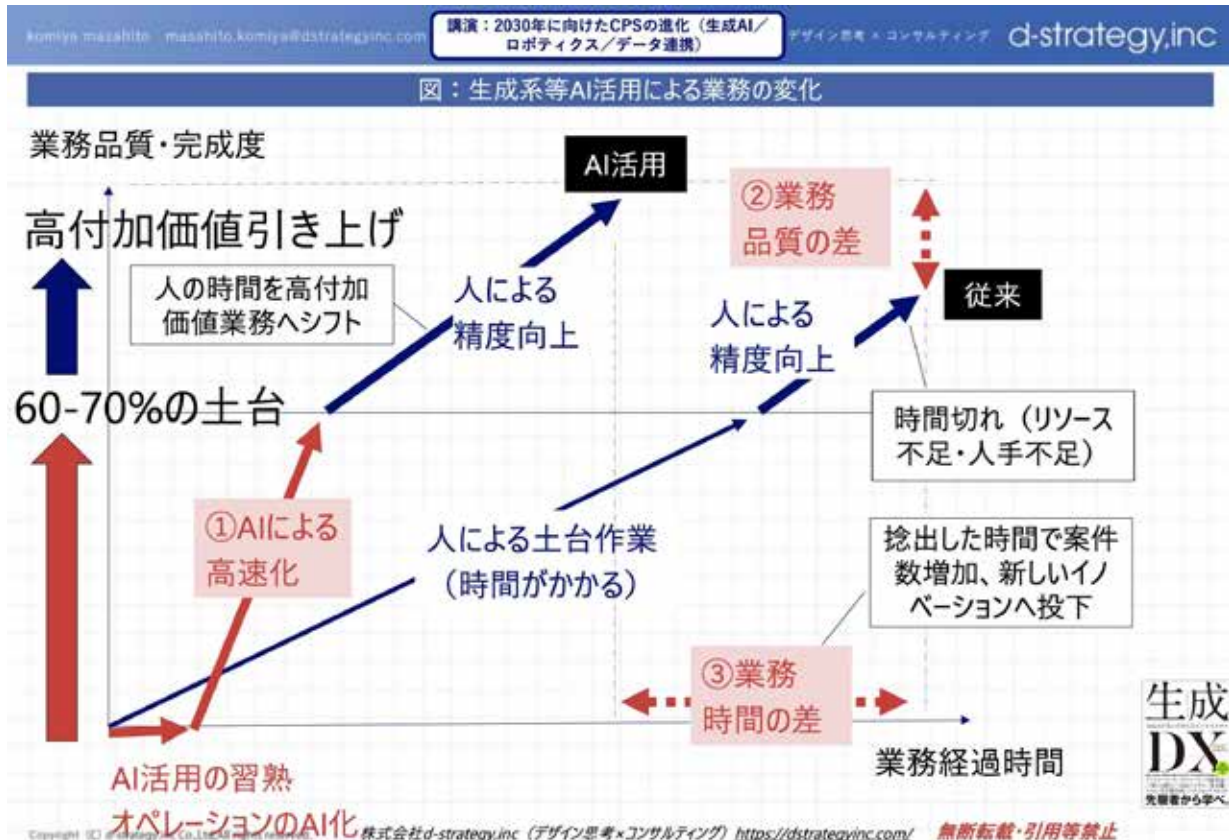


図3：生成 DX 活用による業務変化（小宮昌人氏提供）

**海外や日本のデータ連携の取り組みについて教えてください。欧州の「Gaia-X」、日本の「ウラノスエコシステム」とはどのようなものでしょうか。**

米国では巨大プラットフォームがデータを集中させて競争優位性を築いてきました。一方、欧州には同規模のデジタル・プラットフォームはいません。そこでGDPR（EU一般データ保護規則）を含む規制や標準化を駆使し、「データの所有者が勝つ」という世界観を産業政策として推進しています（図4）。IDSAも同様です。IDSAとは、「International Data Spaces Association」の略でデータ主権の原則に基づいたデータ共有の国際標準及び技術的枠組みを提供する組織です。相互運用性やコネクタなどのコンポーネント（部品）も整備しています。欧州は標準を作るだけでなく、規制とソリューション実装をセットで前進させています。2027年に義務化される「バッテリーパスポート」などはその代表例です。

日本では、経済産業省が主導する「ウラノスエコシステム」を推進しています。目的は、

サプライチェーンの強靱化や効率化、脱炭素社会の実現といった社会課題の解決に貢献することです。特徴としては、「How（手段）にこだわらない」点です。使用する部品は、欧州のEDCコネクタでも、日本発のCADDEコネクタや軽量なコネクタでも構わない。重要なのは「What（何を実現するか）」であり、各業界のユースケースと価値定義です。ロールモデルとしては、

- ・ABtC（自動車蓄電池トレーサビリティ推進センター）：EV電池のトレーサビリティとバッテリーパスポート対応。
- ・デジタル・ライフライン：ドローン、自動運転、スマートインフラ等の基盤共有。

などを先行して取り組んでいます。準備段階から官民の人材をアサインし、専任で片手間ではやらないのがポイントです。たとえばABtCではトヨタ自動車の専門家が出向して専任で準備を進め、公的色を持つ中立組織がプラットフォーム運営主体になることで、特定企業色を和らげ、産業全体を巻き込みやすくしています。

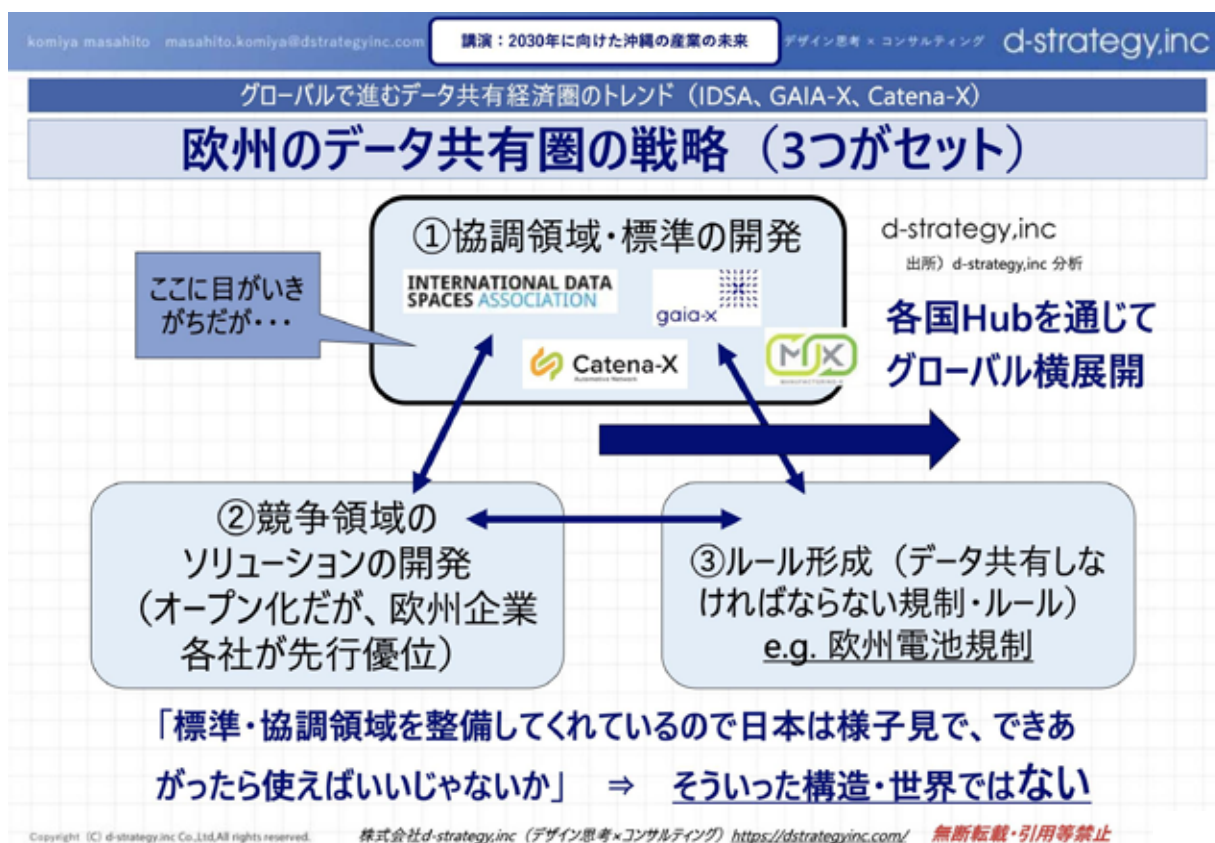


図4：欧州のデータ共有権の戦略（小宮昌人氏提供）

**標準・規制・実装を三位一体で進める欧州は戦略的ですね。そのような動きに対して、沖縄県はどのように向き合うべきでしょう。**

沖縄県のプレイヤーが勝つためには、地域の優位性を軸に描くのが良いと思います。日本全体の動きにとらわれるのではなく、沖縄の地域特性を活かし、観光や海洋など主要産業に絞った具体的なユースケースを設定し、そこから標準や連携を設計していくのがいいと思います。いまはLLMの出現で標準や役割分担も変わりました。現在の技術水準に合わせた標準像を沖縄主導で決めていくのは面白いと思います。

**県外から見て、沖縄県のデジタル戦略のポイントは何だとお考えですか。**

台湾など東南アジアとの連携がポイントだと思います。日本全体で進めると調整が複雑になります。沖縄×台湾、沖縄×東南アジアという単位なら先端事例を生みやすい。観光・

人流・決済・物流・モビリティのシームレス化や、海洋環境・漁業資源・気候変動対応などブルーエコノミーの分野で共通課題を見つけ、周辺域で「海のデジタルツイン」を構築して意思決定に活用することも極めて有意義だと思います。

**県内では「GW2025 プロジェクト」、大型テーマパーク開業、広域DMO設立にかかる「北部振興」、さらに「東海岸サンライズベルト構想」など大型プロジェクトが並走していますが、それらが個別最適化せず、広域連携を実現するインフラが求められます。それらが実現するデータ基盤を構築するには、どのような取り組みが必要でしょうか。**

「価値・ユースケース起点」で取り組むのがいいと思います。人流、モビリティ、観光消費など、目的ごとに必要データと更新頻度、品質、標準を定義し、それを束ねてデータインフラを構成します。沖縄では人流データを

大手データ事業者から購入していると思いますが、広域把握には有効でも、地域の細かなデータはその地域で整備する必要があります。スペインの観光データスペースのように自治体が取得・公開する仕組みが理想的です。それが難しいようであれば、まずは擬似オープンデータ（限定共有）として、協力企業が保有するデータで小さく検証し、価値を確認しながら参加を拡大していくのが理想的です。

**データを見せるだけでなく、機械可読・再利用可能な形にしないと“公表しているだけ”になりがちです。**

事業者が意思決定に使えるなど二次利用できる形式で出すことが重要です。タイでは通信大手と連携し、滞在分布から第二次都市クラスターを開拓するなど、需要の偏りを是正する戦略に踏み込んでいます。沖縄もDMO機能の本格化、つまり「M（マネジメント）の強化」としてMが不可欠です。さらに、行政は「どのデータがあれば改善できるか」と

仮説を提示し、ヒアリングで磨き込みながら、センシング（IoT、カメラ等）の配置、更新頻度、精度、アクセス権を設計するのが望ましいと思います。プラットフォーム型の取組みは、「まずデータを揃えてから」という姿勢だと取組みが遅れます。既存データを使って擬似的に共有し、経営効果を実証してから参加を広げるのが早道です。たとえば、合意形成しやすい既存の団体・組織のネットワークで「限定的」に始め、人流・決済・在庫・予約等を回し、足りないデータやAPI要件を明確化する。成果が出るようであれば、行政のオープンデータ化も進めやすい。データが使われる前提で価値を検証しながら整備するのが、職員のモチベーション低下も防げます。

日本は概念（標準・コンセプト）に寄り過ぎたり、逆に具体だけで全体像が抜けたりしがちです。ビジョンを明確に持ちつつ、「いますぐ着手する一步」を示すことが成功率を高めます。（図5）

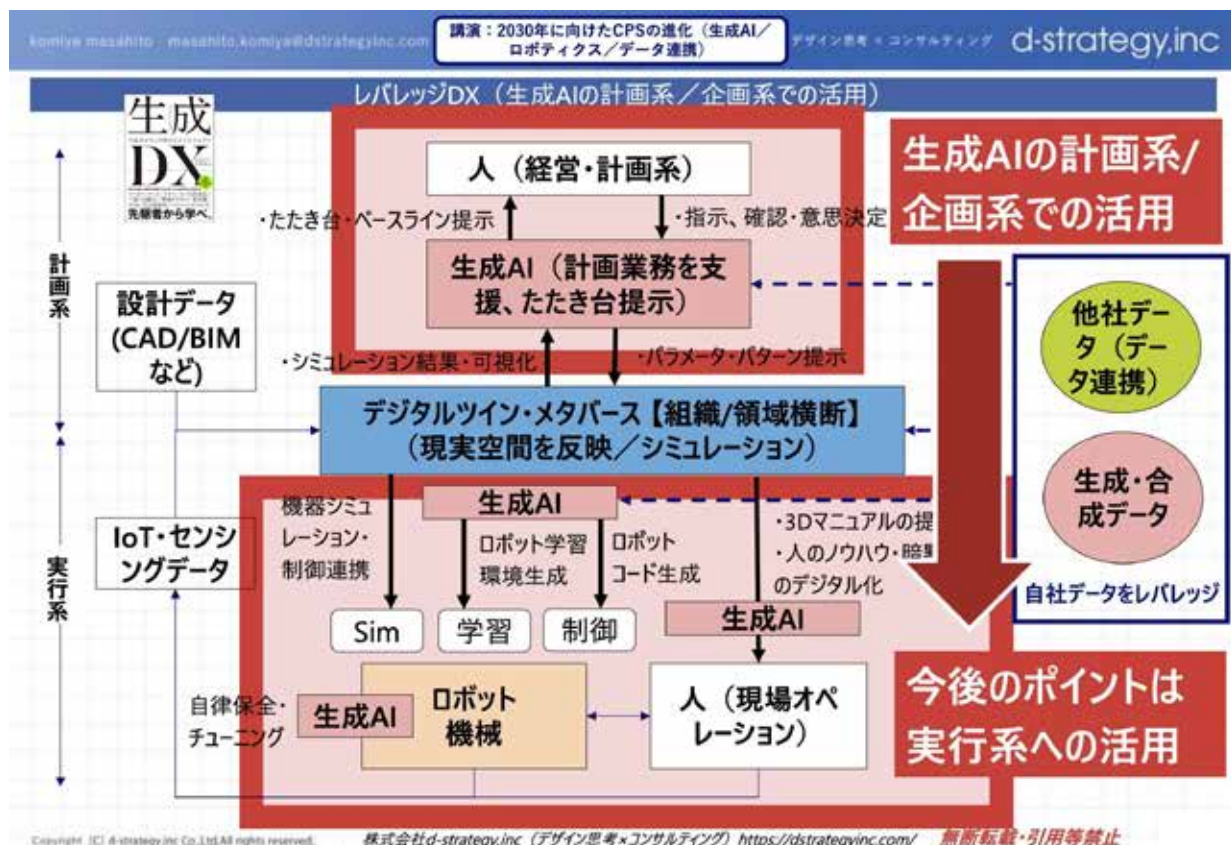


図5：実行系への活用（小宮昌人氏提供）

## 沖縄の Society5.0 実現にむけて、アドバイスをお願いします。

沖縄の強みは、世界中の人々を惹きつけるその場所にあります。

OIST（沖縄科学技術大学院大学）は、世界の優秀な研究者が集まり、リサーチ&デベロップメント（以下、R&D）やスタートアップ創出のハブとなっています。加えて、沖縄には「ここで働きたい」「住みたい」というモチベーションを持つ人材が多く、大企業の R&D 拠点やベンチャーキャピタル（以下、VC）誘致にも適しています。シリコンバレーを拠点とする VC が沖縄をアジアのゲートウェイとして活用し、アジア・インド・東南アジアのスタートアップと繋がる拠点にする構想も考えられます。ただし、これを持続可能にするには高付加価値人材が定着するための教育や医療環境の整備などとセットで設計することが不可欠です。トップ研究者やデジタルノマドが安心して家族で移住できるよう、国際水準の教育機関（中高・大学）設置、遠隔診療・救急搬送の規制緩和と実証、次世代空モビリティ等を活用した高度医療アクセスなどを同時に整備することなどが、長期的な定着のカギです。AI 時代に必要なのは、育てるべきスキルと置き換えるべき作業の切り分けです。タイプライターが不要になったように、定型業務は AI に任せ、人間は本質的な思考・設計・意思決定に集中する。教育面では、AI・データ人材の専門学校・職業訓練との連携、大学・研究機関と企業をつなぐ R&D + 教育 + 産業クラスターの形成が重要です。世界では、ゲームエンジン（Unity や Unreal Engine など）を活用した都市シミュレーション、デジタルツイン、観光・防災計画などが注目されています。ゲーム開発と都市設計を横断できる人材を沖縄で育成すれば、

メタバース型まちづくりや観光体験も産業化可能です。

仮に、沖縄の DX が「遅れている」というのであれば、今の技術水準で最適な標準と仕組みを逆に描き直せる立場にあります。産業・教育・観光・医療等のデータ連携を一体的に設計し、小さく始めて具体成果を積み上げること。その循環が人・企業・資本を呼び込み、持続可能な沖縄モデルを実現する道だと思います。

（インタビュー&レポート：志良堂猛史）



### 小宮 昌人氏 プロフィール

デロイトトーマツコンサルティング、野村総合研究所、産業革新投資機構 JIC-ベンチャーグロースインベストメンツを経て現職。「株式会社 d-strategy,inc」「株式会社 Third Ecosystem,inc」を創業し、代表取締役として DX/ソリューション・イノベーション戦略を支援。また、東京国際大学データサイエンス研究所特任准教授など DX やイノベーション等について教育分野でも活躍。近著に『生成 DX』『メタ産業革命』『製造業プラットフォーム戦略』など。



## 台湾について

### はじめに

大家好（みなさまこんにちは）。琉球銀行法人事業部の安慶名庸と申します。2025年4月より台湾の現地コンサルタント会社・則和企業管理顧問有限公司への出向で台湾に駐在しております。今月より「アジア便り」を担当することになりました。どうぞよろしくお願いいたします。今回は初めての寄稿ですので、まずは台湾の概要をご紹介します。

### 1. 基礎知識

台湾は中国大陆と南西諸島の間に位置する豊かな自然に恵まれた島です。那覇空港から台湾桃園国際空港まではおよそ1時間30分のフライトで渡航できます。日本最西端の島である与那国島から台湾東海岸は約111kmの距離にあり、気象条件の良い日には与那国島から台湾の山並みが見えることもあるそうです<sup>(1)</sup>。2025年7月25日にマクドナルド石垣島店がオープンした際には、与那国島の最寄りのマクドナルドが台湾から日本国内になったと話題になりました。それほど沖縄と台湾は近接しています。

36,191 km<sup>2</sup>の国土面積（九州の面積は42,191 km<sup>2</sup>）に約2,340万人の人々が暮らしており<sup>(2)</sup>、これは九州よりやや小さい島に2倍近くの人口が密集していることになります（九州7県の人口は1,248万人<sup>(3)</sup>）。

台湾ではさまざまな言葉が使われています。学校教育や公的機関で使われているのは「國語」や「台湾華語」と呼ばれる北京語をベースとした中国語ですが、中国の標準中国語（「普通話」と呼ばれます）と台湾華語にはさまざまな違いがあります。中国普通話では簡略化された漢字である「簡体字」が使われている



レポーター  
安慶名庸  
(琉球銀行法人事業部)  
則和企業管理顧問有限公司  
(※弊社業務提携先 / 台湾現地コンサルタント会社) へ出向中

のに対して、台湾華語では古くから使われてきた漢字とほぼ同じ形である「繁体字」が使われているほか、発音や単語などにも違いがあります。台湾華語以外にも、福建省あたりにルーツをもつ人たちが使う台湾語や、広東省・江西省などにルーツをもつ客家の人たちが使う客家語、古くから台湾に住んでいた人たちが使う原住民族諸語なども話されています。

通貨は新台幣ドルで、NT\$ や TWD、圓、元などと表記されます。1NT\$ = 4.86 日本円（2025.08.20 現在）ですので、日本円に換算する場合は約5倍するとわかりやすいかもしれません。

旅行や出張などで台湾を訪れる際は参考にしてみてください。

### 2. 経済動向

近年の台湾経済は堅調に推移しています。独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）が2025年7月2日に公開した「台湾の貿易投資年報」によると、2024年の台湾の実質GDP成長率は4.8%となり、前年の1.1%から3.7ポイント上昇しました。内需は、賃金および株価の上昇による所得増の影響を受け、小売りや飲食業が好調だったほか、人工知能（AI）など新興科学技術応用の需要が引き続き旺盛であることから企業の投資意欲も高く、機械設備・建設プロジェクト・知的財産関連への投資が伸びるなど、設備投資の需要が牽引しました。外需は、AI関連および情報通信機器の輸出が好調に推移しました。

台湾の国家予算・財政業務・統計業務を所轄する機関である行政院主計総処は、2025年通年の実質GDP成長率の予測値について、2025年5月時点で3.1%と予測しています。

アメリカのトランプ政権が打ち出している追加関税政策によって世界経済の不透明性が増しているものの、内需については、AI需要に対応するため半導体企業が積極的に先進プ

ロセスなどの生産能力を拡充するほか、海外旅行需要の高まりを受けた航空会社の機体購入などで、好調に推移すると予測しています。外需についても、AI および関連する応用技術が加速度的に広がっており、台湾企業のサプライチェーンも整備されていることから、引き続き輸出は増加するとの見込みを示しています<sup>(4)</sup>。

### 実質 GDP 成長率の推移（ジェットロより）



### 基礎的経済指標（ジェットロより）

#### 基礎的経済指標

| 項目              | 単位                     | 2022年     | 2023年     | 2024年     |
|-----------------|------------------------|-----------|-----------|-----------|
| 実質GDP成長率        | (%)                    | 2.2       | 5.5       | 4.8       |
| 1人当たりGDP        | (米ドル)                  | 20,900    | 22,022    | 23,407    |
| 消費者物価上昇率        | (%)                    | 3.0       | 2.5       | 2.3       |
| 失業率             | (%)                    | 3.3       | 3.9       | 3.4       |
| 総人口数            | (100万人)                | 23,600    | 23,637    | 23,668    |
| 総生産額            | (100万米ドル)              | 1,018,485 | 1,075,849 | 1,131,814 |
| 外債総額(100万米ドル)   | (100万米ドル)              | 594,932   | 570,505   | 576,877   |
| 対外債務総額(100万米ドル) | (100万米ドル)              | 203,148   | 204,499   | 210,347   |
| 対GDP比率          | (100万米ドルにつき、総額、対GDP比率) | 28.8      | 26.2      | 22.5      |

出所：日本貿易振興機構

また、スイスに拠点を置く国際的なビジネススクール・IMD（国際経営開発研究所）が発表した2025年度の「IMD世界競争力年鑑」では、評価対象となった69ヶ国・地域の中で台湾は6位となっています。IMD世界競争力ランキングは、「経済状況（経済パフォーマンス）」「政府の効率性」「ビジネスの効率性」「インフラ」の4大項目に基づき分析・評価が行われており、項目別で見ると「経済状況（経済パフォーマンス）」が10位、「政府の効率性」が8位、「ビジネスの効率性」が4位、「インフラ」が10位となっています。人口2,000万人以上の国・地域の中では5年連続で世界1位となり<sup>(5)</sup>、日本の順位（全体35位）と比較しても台湾の世界的な競争力の高さが伺えます。

### IMD世界競争力ランキング

## The 2025 IMD World Competitiveness Ranking

#### 2025 COMPETITIVENESS RANKING

|    |                         | Score  |    |
|----|-------------------------|--------|----|
| 01 | Switzerland             | 100.00 | 1  |
| 02 | Singapore               | 99.44  | 1  |
| 03 | Hong Kong SAR           | 99.22  | 2  |
| 04 | Denmark                 | 97.51  | 1  |
| 05 | UAE                     | 96.09  | 2  |
| 06 | Taiwan (Chinese Taipei) | 93.71  | 2  |
| 07 | Ireland                 | 91.31  | 3  |
| 08 | Sweden                  | 90.20  | 2  |
| 09 | Qatar                   | 89.93  | 2  |
| 10 | Netherlands             | 89.75  | 1  |
| 11 | Canada                  | 88.73  | 8  |
| 12 | Norway                  | 86.17  | 2  |
| 13 | USA                     | 84.27  | 1  |
| 14 | Finland                 | 83.83  | 1  |
| 15 | Iceland                 | 83.49  | 2  |
| 16 | China                   | 82.13  | 2  |
| 17 | Saudi Arabia            | 82.09  | 1  |
| 18 | Australia               | 78.36  | 5  |
| 19 | Germany                 | 78.24  | 5  |
| 20 | Luxembourg              | 78.17  | 3  |
| 21 | Lithuania               | 77.68  | 9  |
| 22 | Bahrain                 | 76.56  | 1  |
| 23 | Malaysia                | 74.81  | 11 |
| 24 | Belgium                 | 74.57  | 6  |
| 25 | Czech Republic          | 73.66  | 4  |
| 26 | Austria                 | 73.55  | -  |
| 27 | Korea Rep.              | 73.39  | 7  |
| 28 | Oman                    | 72.86  | -  |
| 29 | United Kingdom          | 71.95  | 1  |
| 30 | Thailand                | 71.32  | 5  |

The IMD World Competitiveness Ranking presents the 2025 overall ranking for the 69 economies covered by the WCY. The economies are ranked from the most to the least competitive. The Scores shown to the right are actually indices (0 to 100) generated for the unique purpose of constructing charts and graphics. The final column shows the improvement or decline from the previous year.

|    |                 |       |    |
|----|-----------------|-------|----|
| 31 | New Zealand     | 70.23 | 1  |
| 32 | France          | 69.93 | 1  |
| 33 | Estonia         | 69.65 | -  |
| 34 | Kazakhstan      | 68.99 | 1  |
| 35 | Japan           | 68.74 | 3  |
| 36 | Kuwait          | 68.69 | 1  |
| 37 | Portugal        | 67.84 | 1  |
| 38 | Latvia          | 67.03 | 7  |
| 39 | Spain           | 65.80 | 1  |
| 40 | Indonesia       | 64.32 | 13 |
| 41 | India           | 64.19 | 2  |
| 42 | Chile           | 62.52 | 2  |
| 43 | Italy           | 62.50 | 1  |
| 44 | Cyprus          | 61.80 | 1  |
| 45 | Puerto Rico     | 61.03 | 4  |
| 46 | Slovenia        | 59.14 | -  |
| 47 | Jordan          | 57.79 | 1  |
| 48 | Hungary         | 56.71 | 6  |
| 49 | Romania         | 56.64 | 1  |
| 50 | Greece          | 55.33 | 3  |
| 51 | Philippines     | 54.88 | 1  |
| 52 | Poland          | 53.91 | 11 |
| 53 | Croatia         | 51.19 | 2  |
| 54 | Colombia        | 49.66 | 3  |
| 55 | Mexico          | 48.84 | 1  |
| 56 | Kenya           | 48.29 | -  |
| 57 | Bulgaria        | 47.96 | 1  |
| 58 | Brazil          | 46.41 | 4  |
| 59 | Botswana        | 46.12 | 4  |
| 60 | Peru            | 45.89 | 3  |
| 61 | Ghana           | 44.25 | 4  |
| 62 | Argentina       | 42.84 | 4  |
| 63 | Slovak Republic | 42.79 | 4  |
| 64 | South Africa    | 41.98 | 4  |
| 65 | Mongolia        | 40.91 | 4  |
| 66 | Türkiye         | 40.41 | 13 |
| 67 | Nigeria         | 39.73 | 3  |
| 68 | Namibia         | 37.48 | -  |
| 69 | Venezuela       | 25.47 | 2  |

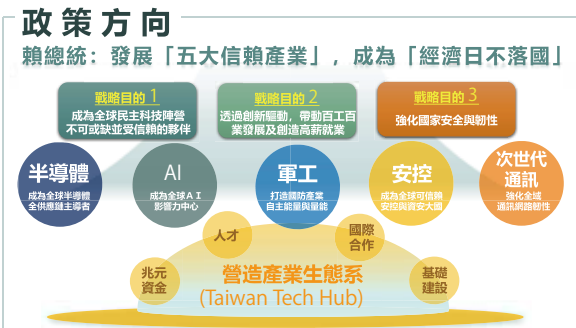
出所：国際経営開発研究所

### 3. 主要産業

台湾の国家發展委員會（日本における内閣官房のような位置づけで経済安全保障、スタートアップ育成、AI・半導体戦略など、台湾の成長戦略を担う中枢機関）は、2024年9月5日に発表した「5大信頼産業推進方案」で、「半導体」「人工知能（AI）」「軍事産業」「セキュリティ産業」「次世代通信」の5つの産業を推進すると示しました。

なかでも「半導体」と「人工知能（AI）」の2つの産業をより一層強化するとしており、半導体については、ファウンドリとパッケージ産業において世界をリードする地位を維持し、材料および設備の開発にも積極的に取組み、半導体産業全体の新規生産額を2兆6,000億新台幣ドル（約12兆6,360億円、1NT\$ = 4.86日本円、2025.08.20現在）に増加させるとしています。また、人工知能（AI）については、デジタル發展部が国家發展基金と連携して関連産業への100億新台幣ドルの投資プロジェクトを企画。新たなスマート省エネデータセンターの建設や国際協力を通じて、世界のAI分野における台湾の影響力を高めていくとしています<sup>(6)</sup>。

#### 五大信頼産業推進方案（國家發展委員會より）



出所：行政院

日本国内でも、半導体受託生産の世界最大手である台湾積体電路製造（TSMC）が熊本県菊陽町に工場を建設したことで注目を集めました。年内には第2工場の着工が予定されています。台湾における半導体関連業界はしばらく好況が続きそうです。

### 最後に

今回は台湾について概説いたしました。次回以降も台湾に関する情報をさまざまな視点からお伝えしてまいりますので、本連載を通

じて沖縄から最も近い外国である台湾をより身近に感じていただけると幸いです。

琉球銀行では則和企業管理顧問有限公司と提携して、台湾でのビジネス展開をサポートしています。海外における販路開拓や製造委託、資材調達などにご関心をお持ちでしたら、取引店舗もしくは最寄り店舗にご相談ください。もちろん私に直接ご連絡いただいてもかまいません。どうぞよろしくお願いいたします。

#### 参考文献：

- (1) 与那国町. 与那国島について. 2024.04.25.  
<https://www.town.yonaguni.okinawa.jp/docs/2018042500011/about.html>
- (2) 公益財団法人日本台湾交流協会. 台湾に関する基礎知識. 2025.08.25.  
<https://www.koryu.or.jp/publications/knowledge/>
- (3) 日本経済新聞. 九州の24年人口、0.7%減1248万人 宮崎県は社会増に. 2025.04.14.  
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOJC143830U5A410C2000000/>
- (4) 独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）. 台湾の貿易投資年報. 2025.07.02.  
<https://www.jetro.go.jp/world/asia/tw/gtir/>
- (5) 台北駐日経済文化代表処. 2025年IMD世界競争力ランキング、台湾は世界6位に躍進. 2025.06.18.  
[https://www.roc-taiwan.org/jp\\_ja/post/104805.html](https://www.roc-taiwan.org/jp_ja/post/104805.html)
- (6) 行政院. 五大信頼産業推進方案. 2024.09.05.  
<https://www.ey.gov.tw/Page/448DE008087A1971/6adcf735-0357-45f4-84cb-a0500fed31cb>

則和企業管理顧問有限公司

（※琉球銀行 業務提携先 / 安慶名赴任先）

TEL：+81-(0)80-9853-0794（日本）

+886-(0)988-958-295（台湾）

Email：you\_agen@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～

## 1. 地球上で最も豊富に存在する海洋細菌の生存戦略の分子メカニズム理解で、生命科学にパラダイムシフトをもたらす

OISTのパオラ・ラウリーノ准教授が、生命科学分野で「Falling Walls Science Breakthrough」のファイナリストに選出



沖縄科学技術大学院大学(OIST)のパオラ・ラウリーノ准教授が、ドイツのFalling Walls Foundationが主催する「Falling Walls Science Breakthrough」の生命科学部門において、世界のトップ10名の研究者の一人に選ばれました。

Falling Walls Foundationは、科学と社会をつなぐことを目的に、毎年世界中から革新的な研究成果を選出しています。生命科学、物理学、工学・技術など9つのカテゴリーにおいて、社会課題の解決につながる可能性を持つ科学的ブレークスルーを表彰しています。

今年、生命科学分野のトップ10のひとつとして選ばれたのが、2017年からOISTタンパク質工学・進化ユニットを率いるパオラ・ラウリーノ准教授による研究プロジェクト「海洋微生物の生存戦略」です（対象論文：<https://www.nature.com/articles/s41586-024-07924-w> Nature, 2024）。この研究では、地球上で最も多く存在する海洋細菌「SAR11」が、栄養の乏しい環境下で生き延びるために、超高親和性の輸送体を用いて炭素源を効率的に取り込んでいることを分子レベルで解明しました。さらに、SAR11が利用する栄養素の地球規模での取り込みパターンも明らかにしています。

ラウリーノ准教授は、「私たちの実験によ

り、SAR11細菌が栄養の乏しい環境で生き延びるために使っている輸送タンパク質の特異的な性質が明らかになりました。これは、ゲノムデータだけでは見えてこなかった知見です。SAR11が炭素や硫黄の交換など、地球規模の栄養循環に中心的な役割を果たしていることはすでに知られていましたが、輸送タンパク質を網羅的にマッピングすることで、この微生物がこれらの重要なプロセスにどのように関与し、影響を与えているのかが、より明確に理解できるようになりました」と語っています。

この成果は、微生物が地球規模の生物地球化学サイクルをどのように形成しているかを理解するうえで重要な手がかりとなり、環境

モデリングや修復戦略、栄養素捕捉システムの設計に新たな視点を提供します。また、システム生物学や合成生物学の新たなフロンティアを切り開き、気候変動、生態系管理、分子技術革新に長期的な影響を与える可能性を秘めています。

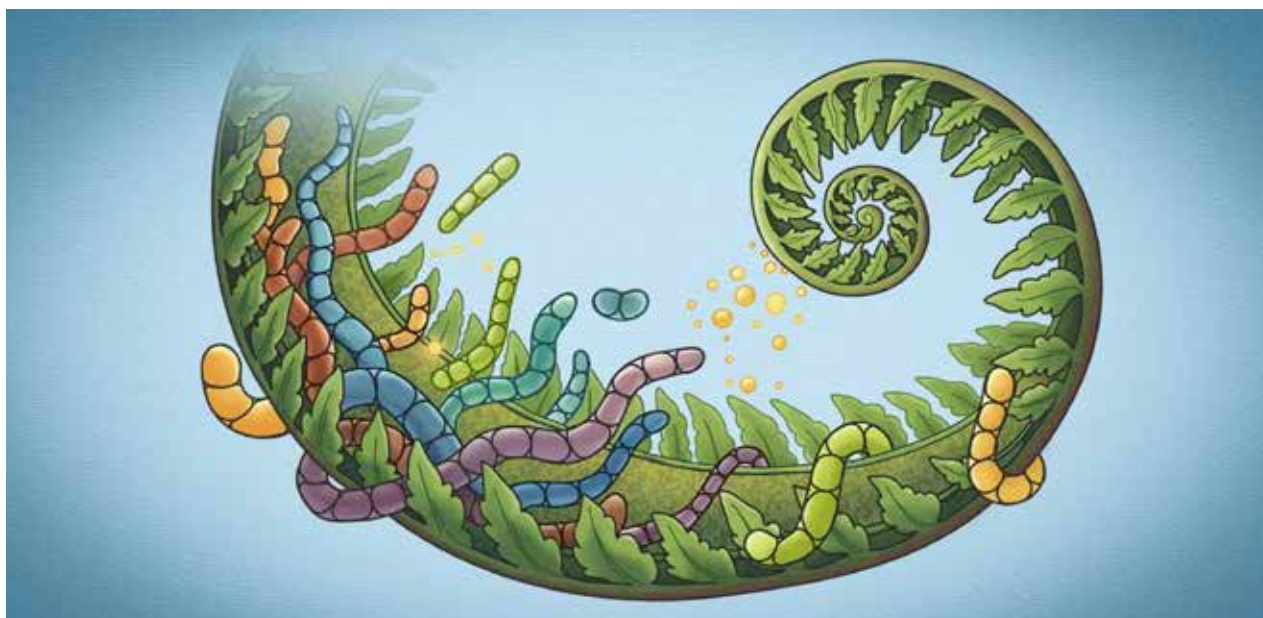
2023年の物理学部門でのケシャヴ・ダニ准教授の選出に続き、OISTの研究者による2回目のFalling Walls Science Breakthrough

における快挙となります。

Falling Walls Foundationは、各カテゴリーのトップ10名の中から「2025年 サイエンス・ブレークスルー・オブ・ザ・イヤー」を9月16日に発表予定です。最終選出者は、11月9日にベルリンで開催されるFalling Wallsサイエンス・サミットにてプレゼンテーションを行います。

## 2. 地球規模の課題解決に向けて注目の集まるシダ植物と微生物の共生メカニズムを解明

共生細菌と自由生活性細菌を比較することで、宿主への適応がゲノムに与える影響が明らかになりました。



植物と微生物は、栄養や住処を互いに提供し合う共生関係を築くことが多くあります。こうした共生の仕組みを理解し、応用することは、食料安全保障、炭素回収、生態系の再生といった地球規模の課題に取り組む上で重要な一歩となります。この度、沖縄科学技術大学院大学(OIST)の研究チームは、現在注目の集まるアカウキクサ属のシダ植物「アゾラ」における微生物群集とその共生関係について詳細な研究を行い、新たな知見を明らかにしました。研究成果は、科学誌『The ISME Journal』に掲載されました。

「アゾラは非常に興味深い植物です。成長が早く、ほぼすべての大陸に分布しています。微生物との共生によって窒素固定能力に優れているため、バイオ肥料や家畜飼料のタンパク源として研究されてきました。さらに興味深いのは、約5000万年前の地球寒冷化の時期の化石サンプルから、大量のアゾラの孢子が発見されたことです。この時期は、二酸化炭素濃度の低下により大気が冷却され

たと考えられており、アゾラは二酸化炭素隔離(カーボンキャプチャー)の可能性を持つ植物としても調査が進められています」と、本研究の著者で、OIST統合群集生態学ユニットを率いるディヴィッド・アミテージ准教授は説明しています。



世界中からアゾラのサンプルを採取し、実験室で 4〜8 か月間栽培した。写真提供：アミテージ他（2025年）

研究チームが注目したのは、アゾラの葉にある小さな空洞「葉のポケット」に棲む微生物群集です。どの細菌がどのアゾラ種に存在しているのか、どのような共生関係があるのか、そして共生細菌は自由生活性の近縁種と比べて進化がどのように異なるのか？——これらの疑問に答えることで、アゾラの基本的な理解を深めるとともに、微生物生態学や分子工学の新たな研究分野を切り拓くことを目指しました。

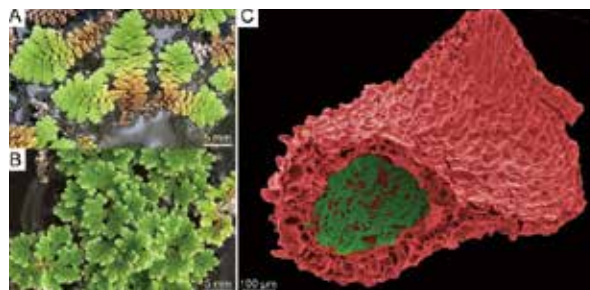
### 共生微生物と自由生活性微生物の分離

研究チームがまず明らかにしようとしたのは、シダの葉のポケットの中にどんな微生物がいて、どのように共生しているのかということでした。これまで世界中で行われた野外調査で、アゾラの葉のポケットには多様な細菌が存在することが報告されていましたが、今回の研究では、シアノバクテリア（藍藻）の一種 *Trichormus azollae* (*T. azollae*) のみが、真の共生生物であることが確認されました。

多様なアゾラから葉のポケットのサンプルを採取し、微生物のゲノムを再構築した結果、すべての葉のポケットに存在するのは *T. azollae* のみであることが判明し、これがこの植物の唯一の共生細菌であることが示されました。「一部のサンプルで他の細菌が検出されましたが、これらは一時的に存在していただけと推測されます」とアミテージ准教授は話します。

この発見を受けて、研究チームは *T. azollae* を詳細に調べることにしました。シアノバクテリアは多様な植物と共生関係を築き、

窒素生産に長けていることから、食料安全保障の観点でも注目されています。共生シアノバクテリアを作物に導入することで、栄養供給を支援できる可能性があるのです。



AとBは、2種類のアゾラに見られる複雑な模様を示している。Cは、アゾラの葉（赤）と、葉のポケット内に生息する *T. azollae* 細菌細胞（緑）の走査型電子顕微鏡画像。

出典：Armitage et al, The ISME Journal, 2025

### 共生がもたらす遺伝的影響

研究チームは、共生型の *T. azollae* シアノバクテリアと、自由生活性の近縁シアノバクテリアを比較することで、共生がゲノムに与える影響を調べました。その結果、共生型のゲノムが極端に崩壊した状態になっていることを発見しました。このことが、共生型が宿主植物の外では生きられなくなった理由を説明できる可能性があります。「共生型では、自由生活性に比べ、機能する遺伝子よりも、偽遺伝子の方が多く見られました。30〜50%の遺伝子が失われていたのです」と、アミテージ准教授は説明します。

このような遺伝子の崩壊の原因を突き止めるには、自然選択や、重要な機能を担う遺伝子にかかる進化的圧力を考えることが有効です。遺伝子に突然変異が起こったときに、それが生存に有益である場合、または有害である場合、自然選択によって選択されたり除去されたりする可能性があります。これらの偽遺伝子は、例えば遺伝子の機能が不要になった場合など、選択圧が弱まったときに発生すると考えられています。突然変異は蓄積され、最終的に遺伝子が機能しなくなり、いわゆる「偽遺伝子」となります。より長い進化の期間にわたって、このような偽遺伝子は除去される可能性があり、結果としてゲノム全体の縮小が生じます。

研究チームは、共生型とその自由生活性の近縁種の間で異なる進化を遂げた機能に

関連する遺伝子を特定しました。それらは、「接着」「細胞内輸送」「分泌」「小胞輸送」に関連する遺伝子で、共生型において、より高い発現量と存在量が予測されました。これらの遺伝子は、シアノバクテリアが葉のポケット内に定着し、窒素固定を通じて宿主に利益をもたらす可能性があります。一方で、「防御機構」「ストレス応答」「複製」「修復」に関連する遺伝子は、選択圧が弱まったためか、偽遺伝子化していることが示されました。これは、ポケット内に生息する共生細菌が、ストレスのない環境下にあったことを示唆しています。

### 基礎研究から食料安全保障へ

これらの結果から、研究チームは、より多くの科学者がゲノムに関する知見を活用することで、共生に関与する遺伝子の研究がさらに進展することを期待しています。アミテージ准教授は次のように締めくくっています。「私たちの目標は、この研究が一つの道しるべとなり、窒素固定作物の開発を通じて、食料安全保障などの地球規模の課題に取り組むための指針となることです。植物と微生物の共生関係は、その仕組みや理由が解明できれば、数多くの可能性が広がります。アゾラの例は、共生関係が極めて密接で、最も極端な事例の一つです」



OISTでは下記のとおり一般見学の受け入れを行っております。

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

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



見学ページ

## 沖縄総合事務局経済産業部の取り組みについて 地域課題解決型スタートアップ支援事業 【官民共創】自治体発の社会課題ピッチイベント

昨年度より実施している「沖縄型スタートアップ拠点化推進事業（地域課題解決型スタートアップ支援事業）」では、県内の自治体とスタートアップ企業が連携・共創して実施する実証プロジェクトを推進することで、地域課題の解決・スタートアップ企業の県内定着を目指しています。

本事業の取り組みとして、8月6日（水）に東京都内会場にて、「民間企業との官民共創を見据えた自治体発の社会課題ピッチイベント」を開催しました。当日は、オンラインとのハイブリッド型で実施し、会場は約70名の参加、オンラインは100名以上の視聴があり、盛況のうちに終わることができました。

社会課題ピッチイベントでは、県内自治体職員がスタートアップ企業に向け「行政だけでは対応が困難な課題」を発信しました。今後は、自治体の抱える地域課題に対し、企業からの地域課題解決型事業の提案を募集するアクセラレーションプログラムを実施し、「社会性と経済性の両立」を基準に審査を行い、入賞企業はさまざまな自治体の地域課題解決に向けた実証実験を行う予定です。

※アクセラレーションプログラムの  
詳細については右記 QR コードから  
ご確認ください



～ピッチイベントの様子～



沖縄県子ども家庭課



竹富町福祉支援課



豊見城市商工観光課



R7 年度事例紹介 INNFR 株式会社

※社会課題ピッチイベント（セミナー）  
のアーカイブ動画等は右記 QR コード  
からご視聴できます。



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企画振興課

TEL:098-866-1727

<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)
  - 温室効果ガス排出量 (全業種)
  - 販売戸に占めるZEH比率  
(住宅販売事業) など

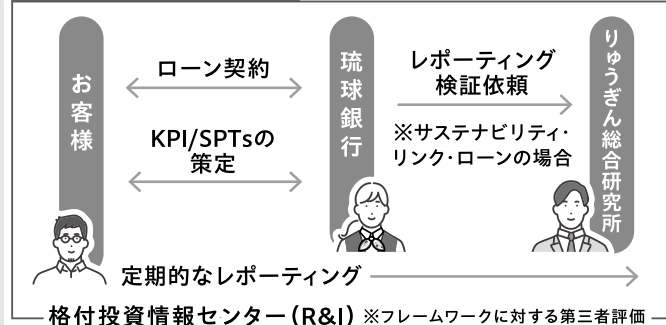


## ここがポイント！

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  
ガイドラインに適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



# 共に未来を創る

## 地域に根ざした ビジネスパートナー

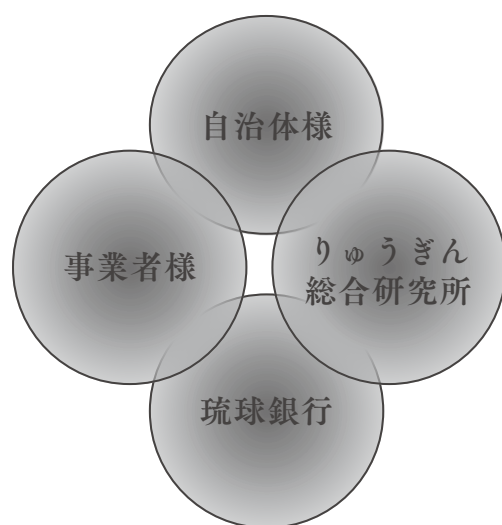
私たちは、県内地銀系コンサルタントとして、  
県内自治体様や事業者様等と共創し、官民連携  
(PPP/PFI) の事業化を支援いたします。

### 自治体様向け コンサルティングメニュー

- 官民連携事業化支援
- サウンディング実施支援
- 優先的検討規程策定支援
- 官民連携勉強会の実施  
など

### りゅうぎんグループの リソースを活用

- 官民連携事業のご相談は、  
琉球銀行との連携も実施
- りゅうぎんグループの各種  
ソリューションのご案内  
など



地域デザイン部



勉強会の様子



勉強会の様子



株式会社

**りゅうぎん総合研究所  
地域デザイン部**

〒900-0025 沖縄県那覇市壺川1丁目1番地9 りゅうぎん健保会館3階

[TEL] 098-835-4650 [FAX] 098-833-3732

[公式サイト] [www.ryugin-ri.co.jp](http://www.ryugin-ri.co.jp)

[担当者] 仲宗根・宮里・佐喜真

※ご相談は無料です。お気軽にお問い合わせください。

●りゅうぎん調査● 県 内 の



**景気は、緩やかに拡大している(23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、節約志向が継続しているものの、旺盛な観光需要を背景に回復の動きが強まっていること、建設関連は、資材価格の高止まりや人手不足により、回復に一服感が出ていること(下方修正)、観光関連は、国内外ともに旅行需要が好調に推移し、拡大の動きが強まっていること、総じて県内景気は緩やかに拡大している(判断据置)。

先行きは、旺盛な観光需要にけん引され底堅い推移が見込まれることから、引き続き緩やかに拡大するとみられる。



## 消費関連

百貨店売上高は、2カ月ぶりに前年を上回った。引き続き免税売上が好調に推移し売上増加に寄与した。スーパー売上高は、既存店は気象要因などにより38カ月ぶりに減少し、全店ベースは38カ月連続で前年を上回った。新車販売台数は、夏の観光シーズンとなりレンタカー登録台数が増加したことなどから8カ月連続で前年を上回った。家電大型専門店販売額(6月)は、2カ月ぶりに前年を下回った。

先行きは、引き続き物価の動向に注視する必要があるものの、旺盛な観光需要を背景に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、国は増加したが、県、市町村、独立行政法人等・その他は減少したことから3カ月連続で前年を下回った。建築着工床面積(6月)は、居住用、非居住用ともに減少したことから2カ月連続で前年を下回った。新設住宅着工戸数(6月)は、給与住宅は増加したが、持家、貸家、分譲は減少したことから2カ月連続で前年を下回った。県内主要建設会社の受注額は、公共工事、民間工事ともに減少したことから5カ月連続で前年を下回った。建設資材関連では、セメントは5カ月ぶりに前年を下回り、生コンは2カ月ぶりに前年を下回った。鋼材売上高は3カ月連続で前年を下回り、木材売上高は2カ月ぶりに前年を下回った。

先行きは、大型工事の受注に一服感がみられ、資材価格の高止まりや人手不足、工期の長期化などを背景に、回復の動きが鈍化するものとみられる。



## 観光関連

入域観光客数は、44カ月連続で前年を上回った。国内客は13カ月連続で増加し、外国客は34カ月連続で増加した。県内主要ホテルは、稼働率は16カ月連続で前年を上回り、売上高、宿泊収入はともに14カ月連続で前年を上回った。主要観光施設入場者数は41カ月連続で前年を上回った。ゴルフ場は、入場者数は2カ月ぶりに減少し、売上高は2カ月連続で前年を上回った。一部では大阪・関西万博に流れる動きもみられたが、堅調な国内観光需要や外国客の増加により、引き続き好調に推移した。

先行きは、外国からの訪日意欲が高く外国客の増加が見込まれること、秋の行楽シーズンに向けて国内客の増加も予想されることから、拡大の動きが強まるとみられる。



## 雇用関連・その他

新規求人数は、前年同月比4.5%減となり3カ月連続で前年を下回った。産業別にみると、生活関連サービス業・娯楽業、サービス業(他に分類されないもの)、宿泊業・飲食サービス業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.12倍で、前月と同水準となった。完全失業率(季調値)は2.9%と、前月から0.1ポイント低下した。

消費者物価指数は、前年同月比3.2%の上昇となり47カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.3%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同4.0%の上昇となった。

倒産件数は8件で前年同月から4件増加した。負債総額は8億9,100万円で、前年同月比18.9%減となった。

2025.7

リゅうぎん調査

増減率(%)



消費関連

|                    | 前年同月比       | 前年同期比<br>( 2025.5－2025.7 ) |
|--------------------|-------------|----------------------------|
| (1) 百貨店(金額)        | 1.8         | 1.3                        |
| (2) スーパー(既存店)(金額)  | P ▲ 0.3     | P 3.0                      |
| (3) スーパー(全店)(金額)   | P 0.6       | P 3.6                      |
| (4) 新車販売(台数)       | 5.6         | 12.0                       |
| (5) 家電大型専門店販売額(金額) | (6月) ▲ 15.0 | (4-6月) ▲ 5.3               |



建設関連

|                              |             |               |
|------------------------------|-------------|---------------|
| (1) 公共工事請負金額(金額)             | ▲ 5.6       | ▲ 10.5        |
| (2) 建築着工床面積(m <sup>2</sup> ) | (6月) ▲ 45.2 | (4-6月) ▲ 24.0 |
| (3) 新設住宅着工戸数(戸)              | (6月) ▲ 33.1 | (4-6月) ▲ 20.4 |
| (4) 建設受注額(金額)                | P ▲ 45.8    | P ▲ 43.7      |
| (5) セメント(トン数)                | ▲ 8.1       | ▲ 0.3         |
| (6) 生コン(m <sup>3</sup> )     | ▲ 10.9      | ▲ 2.6         |
| (7) 鋼材(金額)                   | ▲ 13.9      | ▲ 12.9        |
| (8) 木材(金額)                   | ▲ 1.2       | ▲ 1.7         |



観光関連

|                  |             |             |
|------------------|-------------|-------------|
| (1) 入域観光客数(人数)   | 3.5         | 10.8        |
| うち外国客数(人数)       | 9.2         | 33.6        |
| (2) 県内主要ホテル稼働率   | (前年同月差) 1.8 | (前年同期差) 4.1 |
|                  | (実数) 69.2   | (実数) 64.3   |
| (3) // 売上高(金額)   | 1.4         | 4.5         |
| (4) 観光施設入場者数(人数) | 6.4         | 13.1        |
| (5) ゴルフ場入場者数(人数) | P ▲ 4.2     | P ▲ 0.1     |
| (6) // 売上高(金額)   | P 0.8       | P 5.4       |



その他

|                      |           |              |
|----------------------|-----------|--------------|
| (1) 県内新規求人数(人数)      | ▲ 4.5     | ▲ 5.4        |
| (2) 有効求人倍率(季調値)      | 1.12      | 1.11         |
| (3) 消費者物価指数(総合)      | 3.2       | 3.6          |
| (4) 企業倒産件数(件数)       | (前年同月差) 4 | (前年同期差) 0    |
| (5) 広告収入(県内マスコミ)(金額) | (6月) 3.0  | (4-6月) ▲ 0.2 |

(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。

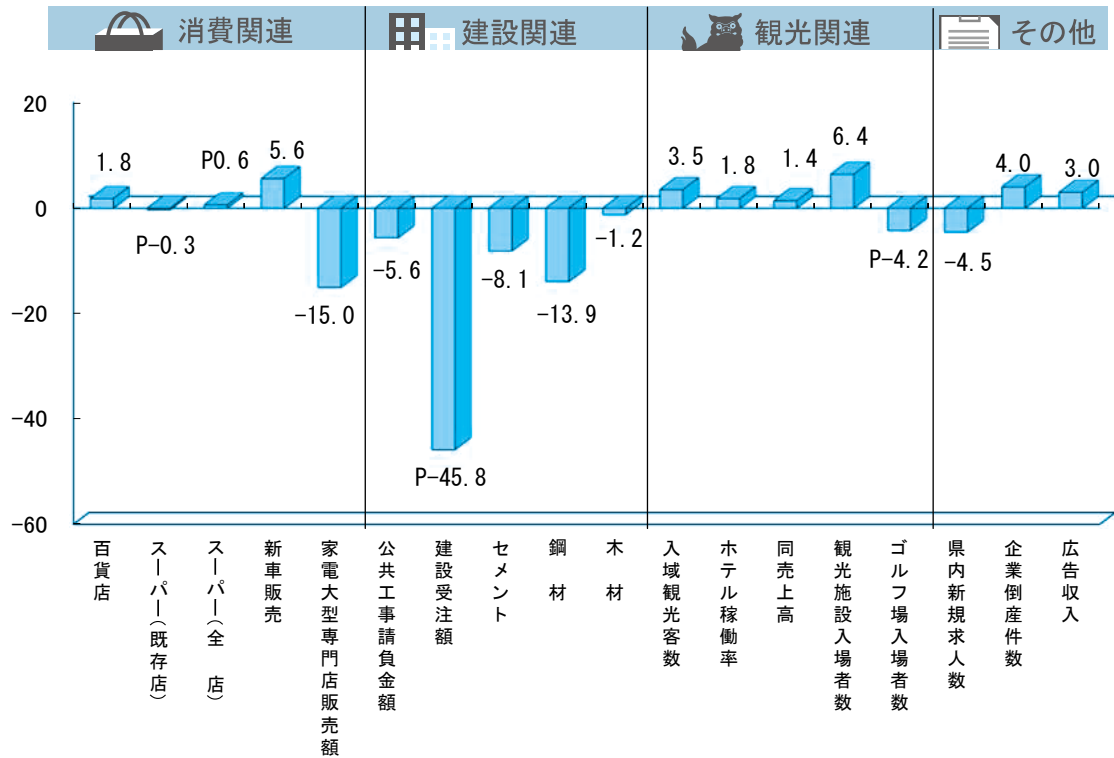
消費  
費  
関  
連

建  
設  
関  
連

観  
光  
関  
連

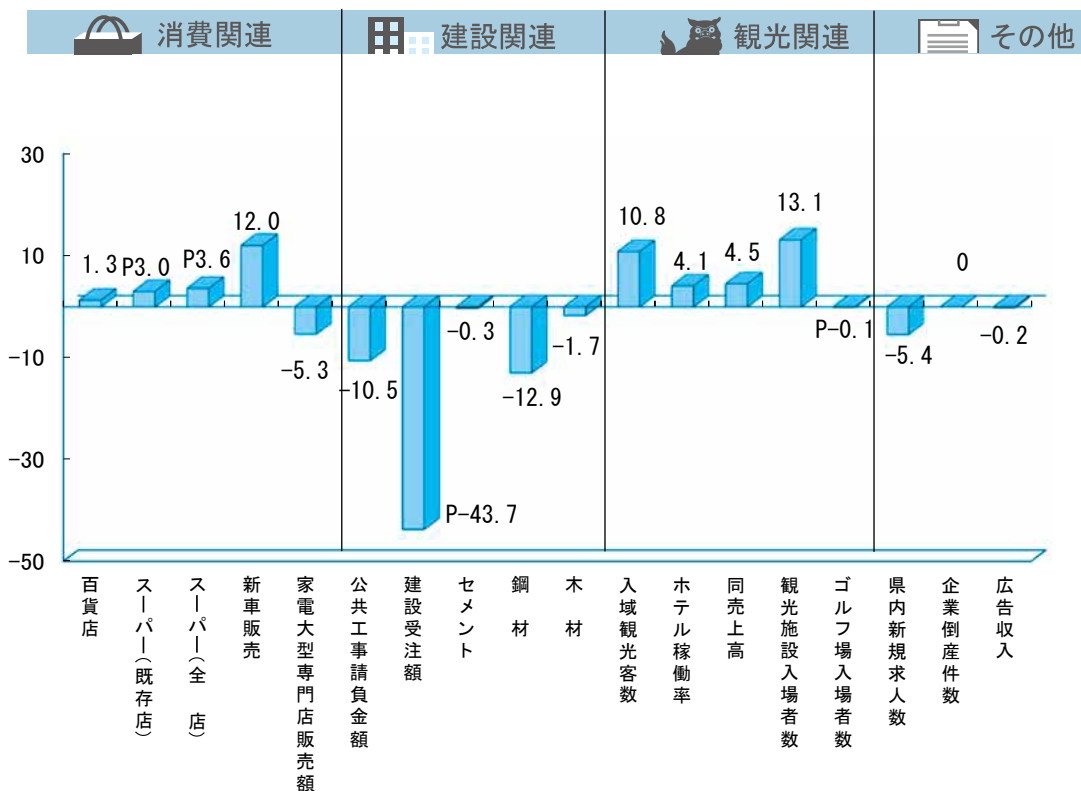
そ  
の  
他

項目別グラフ 単月 2025.7



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は25年6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 2025.5~2025.7



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は25年4月~25年7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。



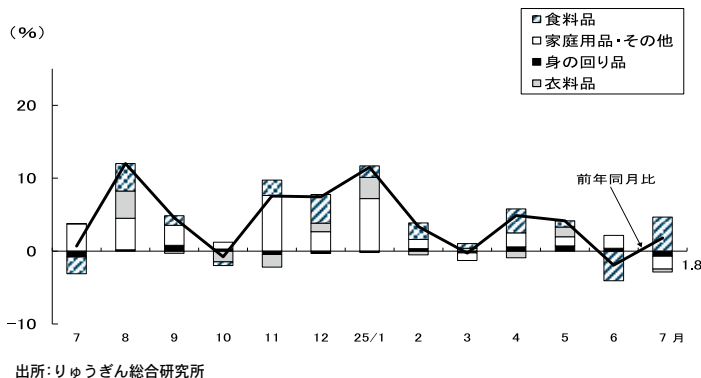
## 消費関連

## ① 百貨店売上高（前年同月比）

※棒グラフは品目別寄与度

## 2カ月ぶりに増加

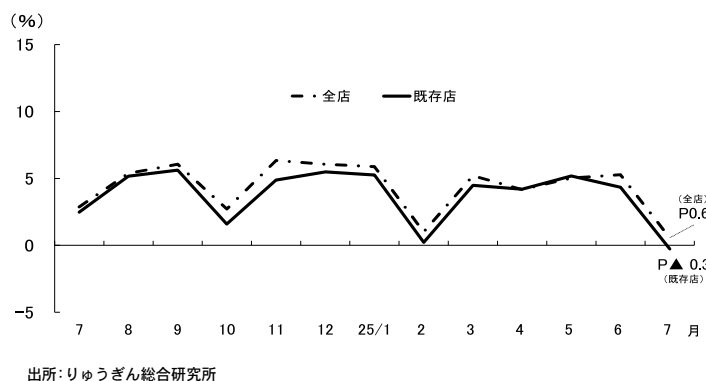
- 百貨店売上高は、前年同月比1.8%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- 引き続き免税売上が好調となり売上増加に寄与したほか、中元早期受注特典の展開時期の相違（前年：6月、今年：7月）などもあり前年を上回った。
- 品目別にみると、食料品が同12.3%増、衣料品が同1.4%減、家庭用品・その他が同6.3%減、身の回り品が同12.3%減となった。



## ② スーパー売上高（前年同月比）

既存店は38カ月ぶりに減少、  
全店は38カ月連続で増加

- スーパー売上高（速報値）は、既存店ベースは前年同月比0.3%減と38カ月ぶりに前年を下回った。
- 前年に比べ降雨日・降雨量ともに多く、来店客数の減少がみられたことなどが影響した。
- 食料品は、節約志向の継続から買上点数が減少傾向にあるものの、値上げによる単価上昇などにより同1.0%増となった。衣料品は、平均気温が低く推移したことなどから夏物衣料の動きが鈍く同0.1%減、住居関連は同7.9%減となった。
- 全店ベースは同0.6%増と38カ月連続で前年を上回った。

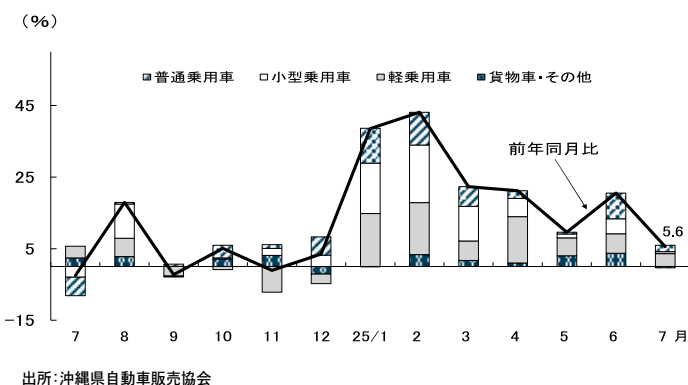


## ③ 新車販売台数（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

## 8カ月連続で増加

- 新車販売台数は4,873台で前年同月比5.6%増と、8カ月連続で前年を上回った。
- 夏の観光シーズンとなり、引き続きレンタカー登録台数の増加などが全体を押し上げた。
- 車種別にみると、普通自動車（登録車）は2,824台（前年同月比4.8%増）で、うち普通乗用車は1,334台（同6.6%増）、小型乗用車は1,292台（同1.9%増）であった。軽自動車（届出車）は2,049台（同6.7%増）で、うち軽乗用車は1,676台（同11.1%増）であった。

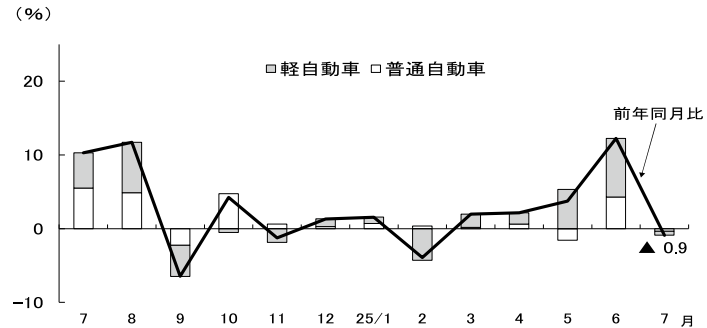


#### ④ 中古自動車販売台数【登録ベース】（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

##### 5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、2万912台で前年同月比0.9%減と5カ月ぶりに前年を下回った。
- ・内訳では、普通自動車が8,621台（前年同月比0.9%減）、軽自動車が1万2,291台（同0.9%減）となった。

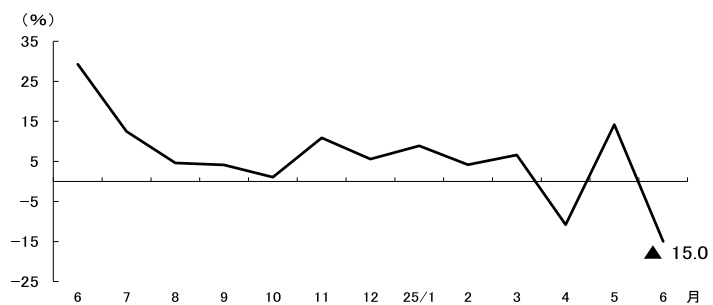


出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

#### ⑤ 家電大型専門店販売額（前年同月比）

##### 2カ月ぶりに減少

- ・家電大型専門店販売額（6月）は、前年同月比15.0%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・前年同月は、県による支援策「省エネ家電買い替え応援キャンペーン」（購入・設置対象期間：2024年6月～2025年1月末）の開始に伴い、対象となるエアコンや冷蔵庫などの売上増加が顕著となり、その反動減がみられた。



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



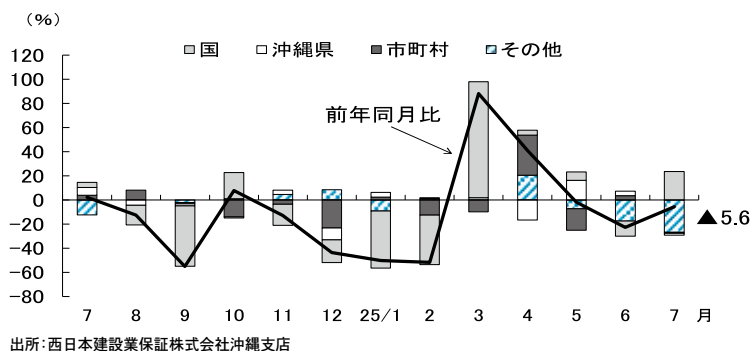
# 建設関連

## 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

### 3カ月連続で減少

- 公共工事請負金額は、427億63百万円で前年同月比5.6%減となり、3カ月連続で前年を下回った。
- 発注者別では、国は同103.5%増となり、県は同8.6%減、市町村は同3.1%減、独立行政法人等・その他は同87.1%減となった。

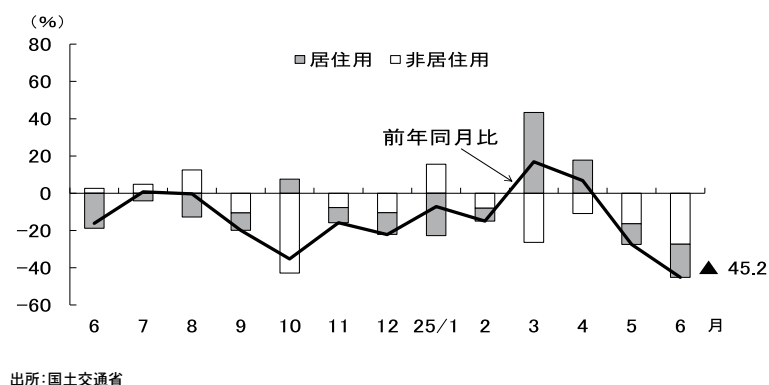


## ② 建築着工床面積（前年同月比）

※棒グラフは用途別寄与度

### 2カ月連続で減少

- 建築着工床面積（6月）は7万3,256㎡で前年同月比45.2%減と2カ月連続で前年を下回った。居住用は同31.9%減となり、非居住用は同61.8%減となった。
- 建築着工床面積を用途別（大分類）にみると、居住用では居住専用、居住産業併用ともに減少した。非居住用では、電気・ガス・熱供給・水道業用などが増加し、飲食店・宿泊業用、その他サービス業用などが減少した。

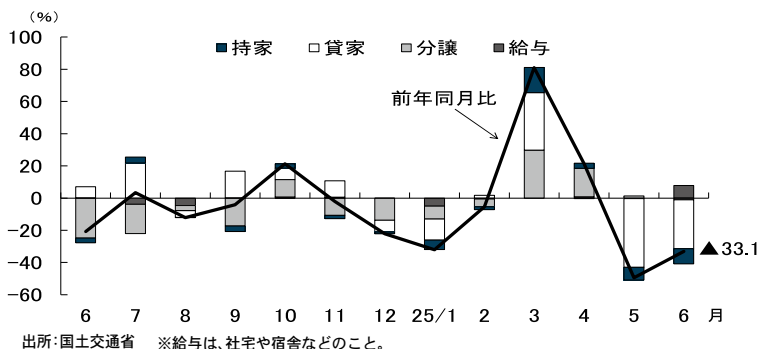


## ③ 新設住宅着工戸数（前年同月比）

※棒グラフは利用関係別寄与度

### 2カ月連続で減少

- 新設住宅着工戸数（6月）は644戸で前年同月比33.1%減と2カ月連続で前年を下回った。
- 利用関係別では、給与住宅（82戸）が同1,071.4%増となり、持家（106戸）が同45.9%減、貸家（302戸）が同49.2%減、分譲（154戸）が同6.1%減となった。

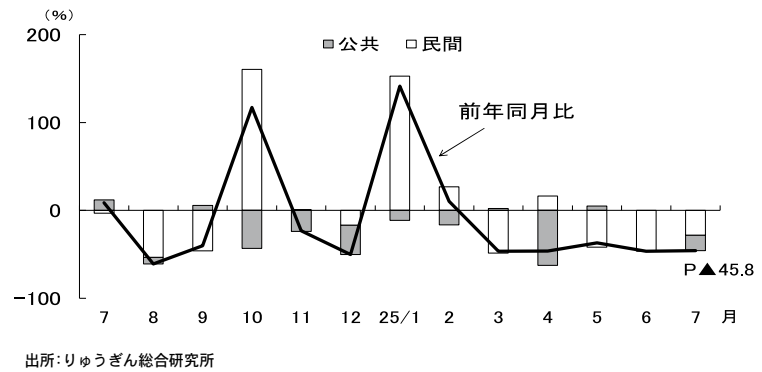


#### ④ 建設受注額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

##### 5カ月連続で減少

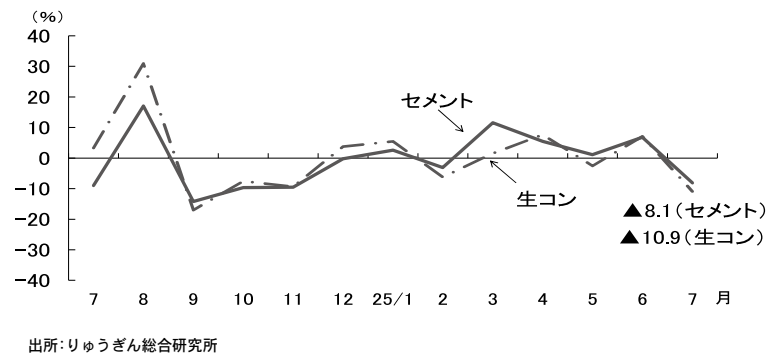
- ・建設受注額（調査先建設会社：17社、速報値）は前年同月比45.8%減と5カ月連続で前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事は同49.5%減と2カ月連続で減少し、民間工事は同43.8%減と3カ月連続で減少した。



#### ⑤ セメント・生コン（前年同月比）

##### セメントは5カ月ぶりに減少、 生コンは2カ月ぶりに減少

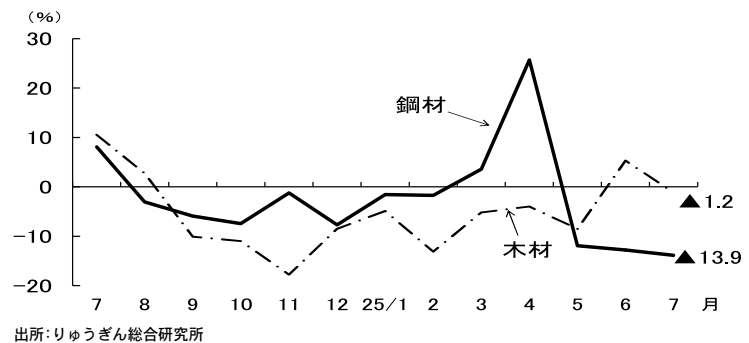
- ・セメント出荷量は5万5,294トンとなり、前年同月比8.1%減と5カ月ぶりに前年を下回った。
- ・生コン出荷量は9万5,181m³で同10.9%減と2カ月ぶりに前年を下回った。生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、防衛省向けなどが増加し、学校関連向け、海事工事向けなどが減少した。民間工事では、ホテル向けなどが増加し、マンション向け、社屋関連向けなどが減少した。



#### ⑥ 鋼材・木材（前年同月比）

##### 鋼材は3カ月連続で減少、 木材は2カ月ぶりに減少

- ・鋼材売上高は、出荷量が減少したこと、鋼材価格が下落したことなどから前年同月比13.9%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・木材売上高は、出荷量が減少したことなどから同1.2%減と2カ月ぶりに前年を下回った。



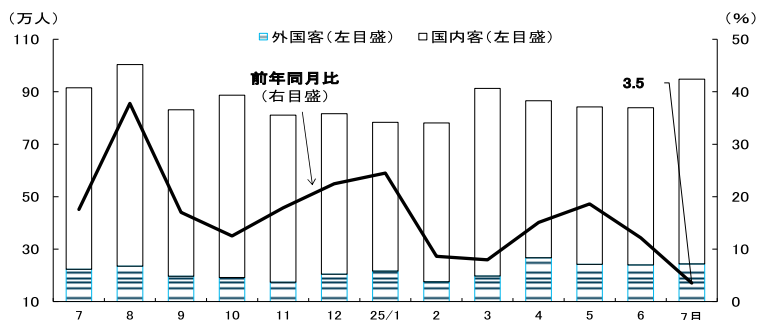


# 観光関連

## ① 入域観光客数(実数、前年同月比)

### 44カ月連続で増加

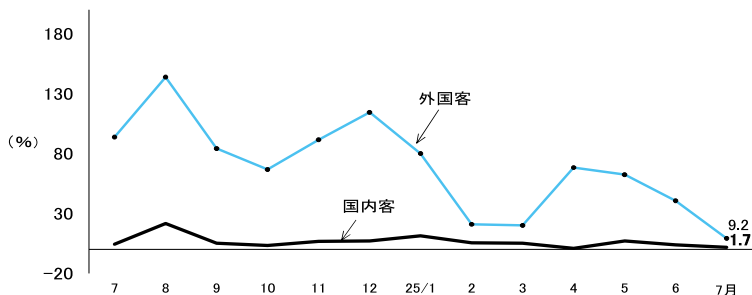
- 入域観光客数は、94万7,800人(前年同月比3.5%増)となり、44カ月連続で前年を上回った。
- 路線別では、空路は87万9,700人(同6.8%増)となり44カ月連続で前年を上回った。海路は6万8,100人(同25.7%減)となり4カ月ぶりに前年を下回った。



## ② 入域観光客数【国内客、外国客】(前年同月比)

### 国内客は13カ月連続で増加、外国客は34カ月連続で増加

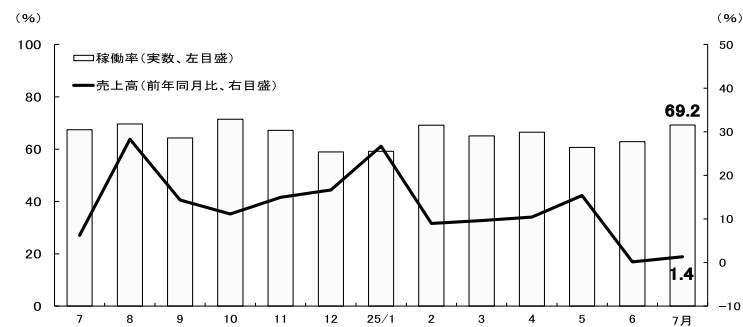
- 国内客は、70万4,200人(前年同月比1.7%増)となり、13カ月連続で前年を上回った。外国客は24万3,600人(同9.2%増)となり、34カ月連続で増加した。
- 航空会社の季節運航や県内各種イベント等の開催により好調な推移となった。



## ③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

### 稼働率は16カ月連続で上昇、売上高は14カ月連続で増加

- 主要ホテルの客室稼働率は69.2%と前年同月差1.8%ポイント上昇し16カ月連続で前年を上回り、売上高は前年同月比1.4%増となり、14カ月連続で前年を上回った。
- 那覇市内ホテルの客室稼働率は72.5%と同1.9%ポイント上昇し、19カ月連続で前年を上回り、売上高は同9.8%増と20カ月連続で前年を上回った。
- リゾート型ホテルの客室稼働率は68.0%と同1.7%ポイント上昇し、16カ月連続で前年を上回り、売上高は同0.3%増と2カ月ぶりに前年を上回った。

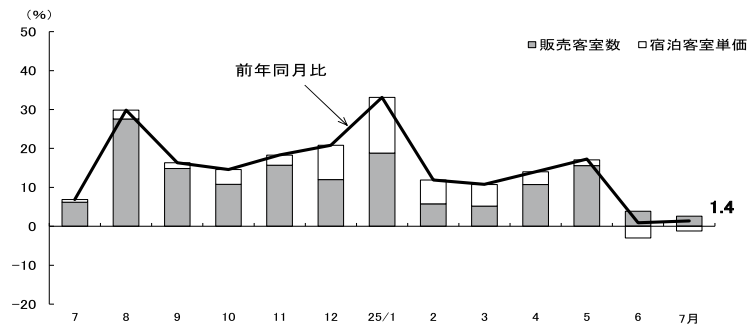


#### ④ 主要ホテル宿泊収入（前年同月比）

※棒グラフは客室数・単価別寄与度

##### 14カ月連続で増加

- ・主要ホテル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1.4%増と14カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルは、販売客室数が増加、宿泊客室単価も上昇し、同12.7%増となり19カ月連続で前年を上回った。
- ・リゾート型ホテルは、販売客室数が増加、宿泊単価は低下し、前年同月比で変わらずとなった。

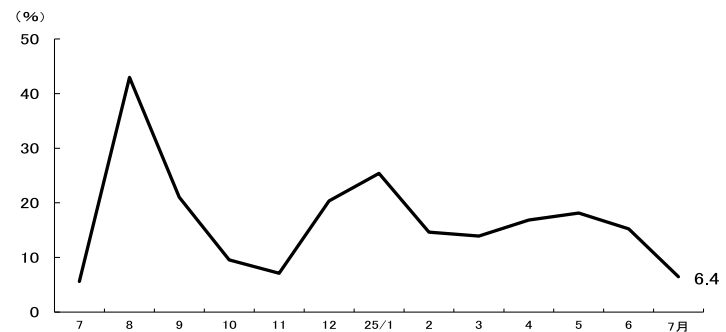


出所：りゅうぎん総合研究所

#### ⑤ 主要観光施設の入場者数（前年同月比）

##### 41カ月連続で増加

- ・主要観光施設の入場者数は、前年同月比6.4%増と41カ月連続で前年を上回った。
- ・個人や一般団体旅行等が好調に推移した。

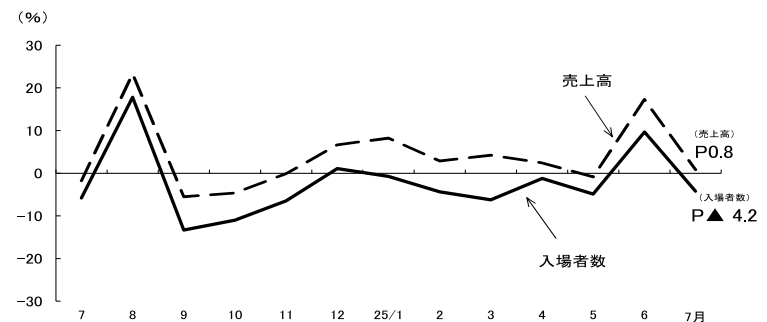


出所：りゅうぎん総合研究所

#### ⑥ 主要ゴルフ場入場者数・売上高（前年同月比）

##### 入場者数は2カ月ぶりに減少、売上高は2カ月連続で増加

- ・主要ゴルフ場（速報値）の入場者数は、前年同月比4.2%減と2カ月ぶりに前年を下回った。
- ・県内客は2カ月ぶりに前年を下回り、県外客は5カ月連続で前年を上回った。売上高は同0.8%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・台風や大雨により入場者数は減少したものの、単価の引き上げが売上の増加につながった。



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。

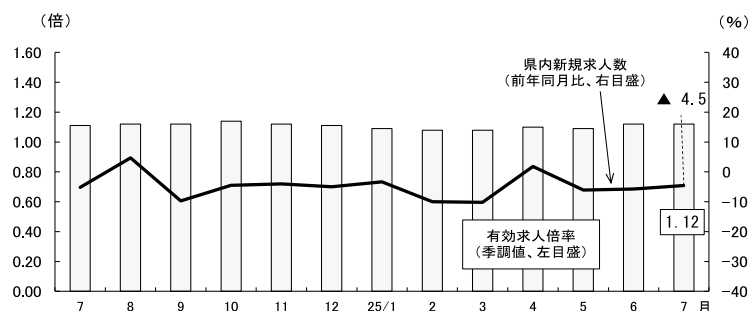


# 雇用関連・その他

## ① 雇用関連（新規求人数と有効求人倍率）（再掲）

### 新規求人数は減少、 有効求人倍率(季調値)は同水準

- ・新規求人数は、前年同月比4.5%減となり3カ月連続で前年を下回った。産業別にみると、生活関連サービス業・娯楽業、サービス業(他に分類されないもの)、宿泊業・飲食サービス業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.12倍で、前月と同水準となった。
- ・労働力人口は77万8,000人で同0.8%減となり、就業者数は75万3,000人で同0.5%減となった。完全失業者数は2万4,000人で同11.1%減となり、完全失業率(季調値)は2.9%と、前月から0.1ポイント低下した。



出所：沖縄労働局（就業地別）

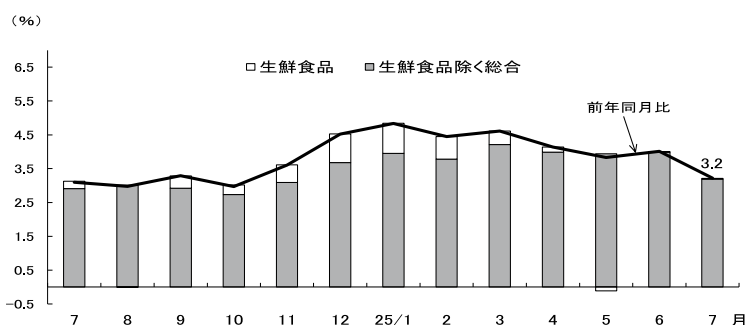
（注）有効求人倍率は、2023年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

## ② 消費者物価指数【総合】

※棒グラフは品目別寄与度

### 47カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数は、前年同月比3.2%の上昇となり、47カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.3%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同4.0%の上昇となった。
- ・費目別の動きをみると、食料、交通・通信などで上昇し、教育、光熱・水道などで下落した。



（出所）沖縄県

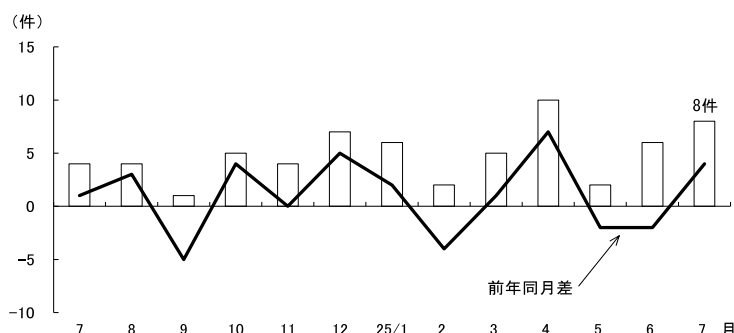
（注1）端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。

（注2）2020年=100。

## ③ 企業倒産

### 件数は増加、負債総額は減少

- ・倒産件数は8件で前年同月から4件増加した。業種別では、農・林・漁・鉱業が1件、建設業が2件、小売業が1件、不動産業が1件、サービス業他が3件となった。
- ・負債総額は8億9,100万円で、前年同月比18.9%減となった。



出所：東京商工リサーチ沖縄支店

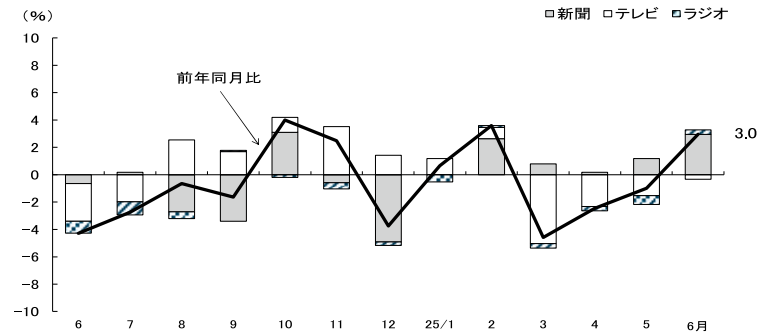
（注）負債総額1,000万円以上

#### 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カ月ぶりに上昇

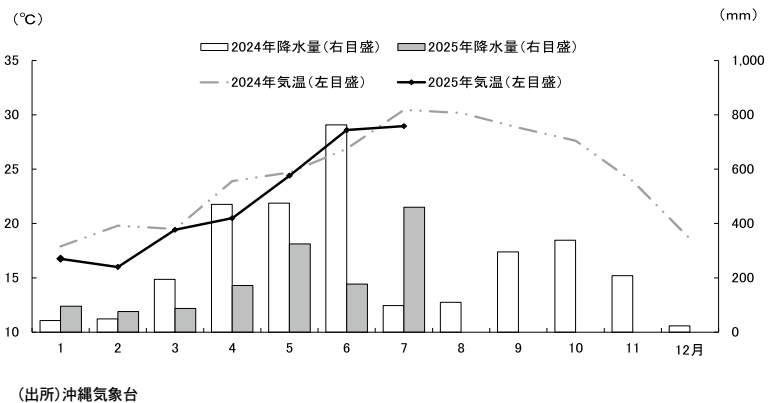
- ・広告収入(マスコミ:6月)は、前年同月比3.0%増と4カ月ぶりに前年を上回った。
- ・小売業やレジャー関連の広告需要がみられ、前年を上回った。



出所:リゅうぎん総合研究所

#### 参考 気象:平均気温・降水量【那覇】

- ・平均気温は29.0℃で前年同月(30.5℃)より低く、降水量は460.0mmで前年同月(98.0mm)より多かった。
- ・沖縄地方は、上旬から中旬にかけて台風第4号および第6号の影響、下旬は台風第7号および第8号の影響を受け、月を通して曇りや雨の日が多く、大雨や荒れた天気となった所もあった。
- ・平均気温は平年並み、日照時間は平年よりかなり少なく、降水量は平年よりかなり多かった。





## 対馬丸記念館

～戦争の歴史 正しく承継～

琉球銀行 若狭支店長

国吉 誠

那覇市若狭の旭ヶ丘公園の一角にある「対馬丸記念館」をご存知でしょうか。同施設は、1944年8月22日の対馬丸事件で犠牲となった子どもたちや民間人の悲劇を伝え、二度とこのような悲しみを繰り返さないための学びの施設として、2004年に開館しました。

対馬丸事件とは、政府の疎開命令により子どもたちやお年寄り、女性など1788名を乗せ、長崎に向けて航行中の「対馬丸」が鹿児島県石島沖で米軍潜水艦の魚雷攻撃によって沈められるという事件でした。夜間の攻撃で乗船者のほとんどが船倉に取り残され、脱出に成功した人も接近中の台風の影響で高波にのまれて、15歳以下の1040名を含む、1484名の尊い命が失われました。

館内では事件の全容を学び、犠牲者の氏名や生存者・遺族の証言、復元された教室や船内、犠牲者の遺影・遺品を見ることができます。

戦争を経験していない世代が全体の9割近くを占め、戦争体験者が減る今、戦争の記憶を語り継ぐことはますます重要になっています。対馬丸記念館は悲惨な沖縄戦の歴史を正しく継承するため、県内の小学5・6年生を対象にした平和継承プログラム研修を実施しています。事件について学び、生存者や犠牲者が流れ着いた奄美大島を訪れ、地域の方々との交流などを目的としています。

犠牲になった子どもたちのことを風化させず、改めて平和への思いを共有するために「対馬丸記念館」へ訪れてみてはいかがでしょうか。

### 対馬丸撃沈事件による犠牲者

乗船者数：1,788人 ※ 2024年8月22日までに名前が判明した数

|        |       |
|--------|-------|
| 学童     | 784   |
| 疎開者    |       |
| 訓練・世話人 | 30    |
| 一般疎開   | 625   |
| 船員     | 24    |
| 船舶砲兵隊員 | 21    |
| 合計     | 1,484 |

(出所) 対馬丸記念館調査データ



対馬丸記念館  
電話098-941-3515



## 公共料金カード払い

～利便性高く経済的決裁～

琉球銀行 ペイメント事業部 調査役

玉城 達郎

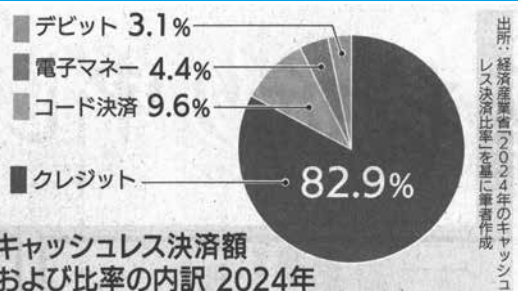
キャッシュレス化の進展でさまざまな決済手段がある現代でも、依然としてクレジットカードがシェアの大半を占めています。カード払いは旅行や娯楽だけでなく、生活に密着した場面でも当たり前のように利用されています。こうした中、公共料金の支払いでもクレジットカードの導入が広がっています。

電気料金やガス料金については、各電力会社やガス会社の取り組みによりカード払いが広く普及しています。一方、これまでカード払いが浸透していなかった自治体の水道料金についても導入するところが全国的に増えてきました。沖縄県内では、名護市が2024年10月1日から水道料金と下水道使用料のカード継続払いを導入しました。

公共料金のカード払いには、利便性の高さや経済的メリットがあります。たとえば、窓口での支払いや振り込み手続きの手間が省ける上、支払い忘れの防止や定期的な支払いの自動化が可能です。

支払いに応じてカード会社のポイントが還元されるため、経済的な利点もあります。カード払いに統一することで利用明細書を通じた支出の把握が容易になり、家計の可視化にもつながります。その他、自治体にとっても行政サービスの効率化が図れるというメリットがあります。

このように、公共料金のカード払いは多くの利便性を提供し、生活をより快適にしてくれます。今後もキャッシュレス化の進展に伴い、さらに多くの自治体や企業がカード払いを導入することが期待されます。





## 沖縄市東部まつり

～出店数増え3万人来場～

琉球銀行 泡瀬支店長

具志堅 敦

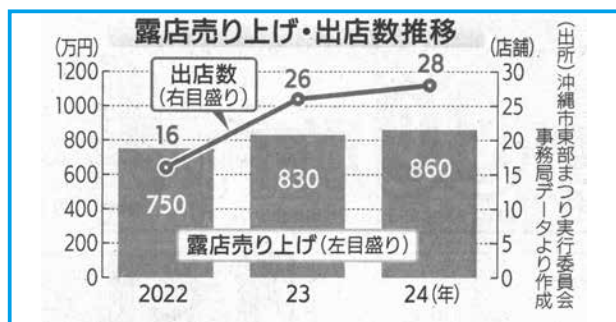
「沖縄市東部まつり」は、沖縄市東部11自治会や団体が連携して地域活性化と住民同士の交流を目的に毎年開催されるお祭りです。地域の小さな催しとして始まりましたが、年々規模が拡大し、今では来場者数3万人と多くの人々が訪れるイベントへと成長しました。

魅力は、なんといっても地域の人々が主役であることです。ステージでは、地元小中学生や伝統芸能団体による演舞やダンスグループの華やかなパフォーマンス、フラダンスや青年会による迫力あるエイサーなど、観客も一体となって盛り上がります。

また、会場内には東部地域を中心に県内から集まったキッチンカーや屋台が並び、沖縄のソウルフードから創作料理まで幅広いグルメが楽しめます。ハンドメイド雑貨の販売や子ども向けの体験コーナーも充実しており、家族連れにも大人気です。地元商店や団体が協力して出店し、2年前と比較して出店数は2倍近く増え、売り上げも着実に伸びるなど地域経済の活性化にもつながっています。

祭りのクライマックスでは潮乃森大花火が夜空を彩り、参加者に感動を届けます。またライブ配信も行われ、高齢者など現地へ行けない方にも祭りの雰囲気を感じるよう工夫されています。

沖縄市東部まつりは、地域の人々が力を合わせて創り上げる温かく活気に満ちたイベントです。今年も10月19日に県総合運動公園多目的広場で開催されます。足を運び、地域の魅力と活気に触れてみてはいかがでしょうか。



## 対話で育てるコーチング

～答えや可能性を引き出す～

琉球銀行 事務統括部 上席調査役

池田 昌美

最近、職場で「若手がなかなか育たない」「教えてもピンと来ていない気がする」といった声を耳にしませんか？

実はそれ、教える側の“やり方”が少し時代とズレているのかもしれません。

育児支援の充実や外国人の在留資格の整備などにより、働く人と環境はますます多様化しています。さまざまな背景を持つ人が集まる現代は、一人一人の「個」がしっかりと輝ける時代です。

そこで注目したいのが、「教える（ティーチング）」だけに頼らない、「コーチング」という育て方です。コーチングとは、単に知識を伝えるのではなく、「答えは自分の中にある」という前提で、対話を通じて気づきを引き出す方法です。

ポイントは①途中で口を挟まず、うなずきながら話を聞くこと（傾聴）②「どう思う？」「どうしたい？」など考えたいことを投げかけること（質問）③「よく考えたね」「その視点は面白いね」と頑張りを具体的に認めること（承認）の三つです。

このスタイルなら、本人の中にある答えや可能性を、会話を通して引き出せます。その結果「やらされている」ではなく「自分で気づく」「やってみたい」という前向きな気持ちが育ちます。特に「答えは自分の中にある」という考え方は、自己理解を深めたいZ世代にも響くはずです。

伸びしろもやる気も、教え方次第です。「対話力を高め、話を聞き、認め、応援する」。そんな関わり方が、未来の人材を育てるカギになるでしょう。





## 電子契約

～法的要件の確認が重要～

琉球銀行 総務部 上席調査役  
知花 美奈子

昨今、契約書関係の電子化が進んでいます。契約書の作成から送付、押印といった契約に関わるプロセスをクラウド上で完結できる仕組みを電子契約といいます。

これまで主流であった書面契約の場合、印紙貼付や郵送手続きなど、契約締結に至るさまざまなプロセスが必要でした。しかし、業務効率化や、リモートワークの普及でペーパーレス化が進む中、多くの企業や個人事業主、行政機関が電子契約へ移行し、利用範囲は年々拡大しています。

電子契約を利用する際は、書面契約書と同等の法的効力を持たせるために、主に「電子署名法」と「電子帳簿保存法」という法律で定められた要件を満たす必要があります。また、一部の契約では、書面作成が義務付けられているため、知らずに電子化してしまうと契約が無効になる可能性もあります。

導入検討の際は、システムが法的要件を満たしていることや、自社で扱う契約書の種類が電子化可能を確認しておくことが重要です。

また、電子契約での締結は取引先の協力があって初めて成り立ちます。紙でのやり取りに慣れた相手からすると、新しい方法に不安を感じるかもしれません。そのため一方的に電子化を求めるのではなく、契約がスピードアップする、コストが減るといった相手方のメリットも丁寧に伝え、理解を求める姿勢が大切です。

場合によっては、書面契約を電子契約と一緒に一元管理するための事務手順や契約書の保管方法など、事務体制を整えることも必要です。



# 経営情報

提供：太陽グラントソントン税理士法人



Grant Thornton

経理部門の基本有用情報  
太陽グラントソントン  
今月の経理情報 2025年8月

## 今回のテーマ

### 売上高100億円を目指す企業への支援

売上高 100 億円を目指す企業については高いレベルでの外需獲得等に貢献するとして、税制優遇や補助金による支援が行われています。

#### 経営力向上計画による税制優遇(経営規模拡大設備：E 類型)

中小企業経営強化税制について、2025 年度税制改正により適用期間が 2027 年 3 月まで延長されました。延長に伴い、100 億円を目指す企業による設備投資に対する支援措置(E 類型)が拡充されました。

#### 1. 中小企業経営強化税制の概要

|      |                                                                                                              |               |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 概要   | 事業分野ごとの主務大臣から受ける経営力向上計画の認定に基づき、中小企業等が取得する一定の設備(A,B,D,E 類型の 4 類型)について、税制優遇を受けられる。                             |               |
| 類型   | A 類型：生産性向上設備                                                                                                 | B 類型：収益力強化設備  |
|      | D 類型：経営資源集約化設備                                                                                               | E 類型：経営規模拡大設備 |
| 対象法人 | 青色申告書を提出する中小企業者等(資本金の額が 1 億円以下の法人等)                                                                          |               |
| 税制優遇 | 即時償却又は税額控除(取得価額の 7%又は 10%)<br>※ E 類型の建物及び附属設備は特別償却(取得価額の 15%)又は税額控除(取得価額の 1%)<br>前年度比の賃上げ増加率に応じて償却率・控除率の増加あり |               |

#### 2. 経営規模拡大設備 (E 類型)の認定要件と対象資産

| 認定要件                                                                                                                                                                                                    | 対象資産                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>設備投資による投資利益率(※)が年平均 7%以上<br/>※「営業利益+減価償却費」の増加額÷設備投資額</li> <li>売上高 100 億円超を目指すロードマップの作成</li> <li>売上高成長率年平均 10%以上を目指すこと</li> <li>「100 億宣言(注)」を行っていること 等</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>機械装置(160 万円以上)</li> <li>工具、器具備品(30 万円以上)</li> <li>ソフトウェア(70 万円以上)</li> <li>建物及びその附属設備(1,000 万円以上)</li> </ul> |

(注)「売上高 100 億円」という目標を設定し、その実現に向けた取組みを行う宣言を、中小企業庁が運営する「100 億企業成長ポータル」(<https://growth-100-oku.smrj.go.jp/>, 2025 年 8 月 1 日取得)にて行うこと。前年度売上高 10 億円以上 90 億円未満の企業が登録可能。

#### 積極的な投資を行う企業に対する補助金

| 補助金名         | 要件                                                                                                              | 補助上限額(率)              | 運営    |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| 中小企業成長加速化補助金 | <ul style="list-style-type: none"> <li>「100 億宣言」を行う投資額 1 億円以上の中小企業</li> <li>賃上げ要件を満たす 5 年程度の事業計画の策定等</li> </ul> | 最大 5 億円<br>(補助率 1/2)  | 中小企業庁 |
| 中堅・中小成長投資補助金 | <ul style="list-style-type: none"> <li>投資額 10 億円以上の中堅・中小企業</li> <li>一定の賃上げ要件を満たすこと 等</li> </ul>                 | 最大 50 億円<br>(補助率 1/3) | 経済産業省 |

#### お見逃しなく！

E 類型は、建物及びその附属設備が税制優遇の対象資産となっています。ただし、建物のみを取得した場合は対象とならず、対象となるためには生産性向上に資する設備(機械装置、器具備品等)の導入と併せて新增設される場合に限られます。

# 沖縄県内の主要金融経済指標

|        | 百貨店<br>売上高   | スーパー<br>売上高<br>(既存店) | スーパー<br>売上高<br>(全 店) | 家電大型<br>専門店<br>販売額 | 新車販売<br>台 数 | 中古自動<br>車販売台<br>数 | 公共工事請負額          |        | 建築着工床面積 |        |
|--------|--------------|----------------------|----------------------|--------------------|-------------|-------------------|------------------|--------|---------|--------|
| 暦年     | 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    |
| 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 |
| 2024   | 6.0          | 4.9                  | 5.4                  | 10.2               | ▲ 9.3       | 1.5               | 405,602          | ▲ 4.7  | 1,206   | ▲ 9.8  |
| 2024 6 | 11.1         | 8.7                  | 9.3                  | 29.3               | ▲ 7.4       | ▲ 6.5             | 34,088           | 51.0   | 134     | ▲ 16.2 |
| 7      | 0.7          | 2.5                  | 2.9                  | 12.5               | ▲ 2.5       | 10.3              | 45,309           | 2.2    | 99      | 0.7    |
| 8      | 12.0         | 5.2                  | 5.4                  | 4.6                | 17.9        | 11.7              | 23,591           | ▲ 12.5 | 96      | ▲ 0.3  |
| 9      | 4.6          | 5.6                  | 6.1                  | 4.1                | ▲ 2.2       | ▲ 6.5             | 33,001           | ▲ 55.1 | 86      | ▲ 19.9 |
| 10     | ▲ 0.8        | 1.6                  | 2.7                  | 1.1                | 5.1         | 4.2               | 24,622           | 7.7    | 94      | ▲ 35.3 |
| 11     | 7.5          | 4.9                  | 6.3                  | 10.9               | ▲ 1.0       | ▲ 1.2             | 26,680           | ▲ 12.9 | 75      | ▲ 15.8 |
| 12     | 7.4          | 5.5                  | 6.1                  | 5.6                | 3.5         | 1.3               | 10,062           | ▲ 43.5 | 108     | ▲ 22.1 |
| 2025 1 | 11.5         | 5.3                  | 6.1                  | 8.9                | 38.5        | 1.6               | 20,977           | ▲ 50.2 | 72      | ▲ 7.2  |
| 2      | 3.4          | 0.2                  | 1.0                  | 4.2                | 43.1        | ▲ 3.9             | 26,062           | ▲ 51.7 | 64      | ▲ 15.0 |
| 3      | ▲ 0.3        | P4.5                 | P5.2                 | 6.6                | 22.3        | 2.0               | 141,950          | 88.1   | 121     | 17.0   |
| 4      | 4.9          | P4.2                 | P4.2                 | ▲ 10.8             | 21.2        | 2.1               | 20,078           | 41.1   | 116     | 6.9    |
| 5      | 4.1          | P5.2                 | P5.0                 | 14.2               | 9.6         | 3.7               | 21,968           | ▲ 2.0  | 109     | ▲ 27.5 |
| 6      | ▲ 1.9        | P4.3                 | P5.3                 | ▲ 15.0             | 20.5        | 12.2              | 26,348           | ▲ 22.7 | 73      | ▲ 45.2 |
| 7      | 1.8          | P▲0.3                | P0.6                 | -                  | 5.6         | ▲ 0.9             | 42,763           | ▲ 5.6  | -       | -      |
| 出所     | りゅうぎん総合研究所調べ |                      |                      |                    | 自販協         | 中古<br>自販協         | 西日本建設業保証<br>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。

|        | 新設住宅着工戸数 |        | 建 設<br>受注額   | セメント<br>出荷数量 | 生コン<br>出荷数量 | 鋼 材<br>売上高 | 木 材<br>売上高 | 手持ち<br>工事額 | 建設関連<br>DI<br>(単月) | 建設関連<br>DI<br>(3カ月移<br>動平均) |
|--------|----------|--------|--------------|--------------|-------------|------------|------------|------------|--------------------|-----------------------------|
| 暦年     | 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                          |
| 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       | 14.6       | ▲ 2.5      | -          | -                  | -                           |
| 2024   | 9,703    | ▲ 4.7  | ▲ 10.4       | ▲ 4.1        | ▲ 2.4       | 0.7        | ▲ 0.1      | -          | -                  | -                           |
| 2024 6 | 962      | ▲ 20.7 | ▲ 55.1       | ▲ 2.7        | 1.0         | 0.1        | ▲ 2.5      | 281.5      | 0.0                | ▲ 1.2                       |
| 7      | 955      | 3.4    | 8.6          | ▲ 9.0        | 3.3         | 8.1        | 10.5       | 277.0      | ▲ 14.3             | ▲ 4.8                       |
| 8      | 744      | ▲ 12.2 | ▲ 61.0       | 17.0         | 31.0        | ▲ 3.1      | 2.7        | 300.1      | ▲ 3.7              | ▲ 6.0                       |
| 9      | 810      | ▲ 4.1  | ▲ 40.4       | ▲ 14.2       | ▲ 17.0      | ▲ 5.9      | ▲ 10.1     | 305.2      | ▲ 3.4              | ▲ 7.1                       |
| 10     | 906      | 21.3   | 117.1        | ▲ 9.7        | ▲ 7.6       | ▲ 7.5      | ▲ 11.0     | 299.2      | ▲ 3.4              | ▲ 3.5                       |
| 11     | 766      | ▲ 2.0  | ▲ 23.2       | ▲ 9.5        | ▲ 9.3       | ▲ 1.3      | ▲ 17.8     | 299.9      | 0.0                | ▲ 2.3                       |
| 12     | 858      | ▲ 22.1 | ▲ 50.2       | ▲ 0.2        | 3.8         | ▲ 7.7      | ▲ 8.5      | 288.7      | 0.0                | ▲ 1.1                       |
| 2025 1 | 522      | ▲ 32.0 | 141.4        | 2.6          | 5.5         | ▲ 1.6      | ▲ 4.9      | 290.5      | 0.0                | 0.0                         |
| 2      | 605      | ▲ 5.5  | 10.2         | ▲ 3.1        | ▲ 6.2       | ▲ 1.8      | ▲ 13.1     | 289.7      | 0.0                | 0.0                         |
| 3      | 1,155    | 81.0   | ▲ 46.4       | 11.5         | 1.5         | 3.6        | ▲ 5.2      | 297.7      | 0.0                | 0.0                         |
| 4      | 1,034    | 21.4   | ▲ 46.3       | 5.5          | 7.7         | 25.7       | ▲ 4.0      | 295.4      | ▲ 3.4              | ▲ 1.1                       |
| 5      | 406      | ▲ 49.5 | ▲ 37.0       | 1.1          | ▲ 2.5       | ▲ 11.9     | ▲ 8.5      | 291.4      | ▲ 10.3             | ▲ 4.6                       |
| 6      | 644      | ▲ 33.1 | ▲ 46.4       | 6.8          | 7.1         | ▲ 12.8     | 5.3        | 280.3      | ▲ 6.9              | ▲ 6.9                       |
| 7      | -        | -      | P▲45.8       | ▲ 8.1        | ▲ 10.9      | ▲ 13.9     | ▲ 1.2      | P258.3     | P▲10.3             | P▲9.2                       |
| 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<br>(実数) |      | ホテル売上高<br>(前年比) |       | 観光施設<br>入場者数 | ゴルフ場<br>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          |
| 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  | 63.0         | 3.3          |
| 2024   | 9,661.5          | 17.3 | 2,125.5      | 115.4   | 68.7           | 59.8 | 24.5            | 9.3   | 16.0         | ▲ 4.9        |
| 2024 6 | 744.5            | 12.2 | 166.9        | 44.9    | 64.4           | 59.0 | 19.5            | 7.0   | 6.2          | ▲ 6.4        |
| 7      | 912.0            | 17.1 | 219.7        | 90.7    | 70.5           | 65.9 | 26.6            | 4.0   | 5.6          | ▲ 5.8        |
| 8      | 1,003.8          | 37.8 | 235.0        | 143.8   | 72.7           | 62.6 | 39.5            | 9.6   | 43.0         | 17.8         |
| 9      | 831.0            | 17.0 | 196.2        | 84.1    | 70.3           | 62.1 | 35.4            | 11.4  | 21.0         | ▲ 13.3       |
| 10     | 886.7            | 12.5 | 192.3        | 66.6    | 76.2           | 69.7 | 30.2            | 8.1   | 9.6          | ▲ 11.0       |
| 11     | 810.8            | 17.8 | 174.0        | 91.0    | 77.5           | 63.4 | 33.2            | 11.0  | 7.1          | ▲ 6.5        |
| 12     | 809.5            | 21.4 | 197.2        | 107.1   | 73.0           | 53.7 | 20.9            | 15.5  | 20.3         | 1.1          |
| 2025 1 | 783.4            | 24.5 | 216.6        | 79.9    | 71.3           | 54.8 | 28.4            | 26.2  | 25.4         | ▲ 0.7        |
| 2      | 781.3            | 8.6  | 175.1        | 20.9    | 78.9           | 63.6 | 15.8            | 7.1   | 14.6         | ▲ 4.4        |
| 3      | 912.4            | 8.0  | 197.0        | 20.0    | 76.3           | 60.9 | 21.6            | 7.1   | 13.9         | P▲6.2        |
| 4      | 865.8            | 15.1 | 267.3        | 68.2    | 73.5           | 63.9 | 19.1            | 8.8   | 16.8         | P▲1.2        |
| 5      | 842.7            | 18.6 | 241.7        | 62.3    | 69.0           | 55.5 | 31.4            | 9.5   | 18.1         | P▲4.9        |
| 6      | 838.9            | 12.2 | 239.5        | 40.6    | 71.9           | 59.1 | 9.2             | ▲2.6  | 15.2         | P9.7         |
| 7      | 947.8            | 3.5  | 243.6        | 9.2     | 72.5           | 68.1 | 9.8             | 0.3   | 6.4          | P▲4.2        |
| 出所     | 県文化観光スポーツ部 観光政策課 |      |              |         | りゅうぎん総合研究所調べ   |      |                 |       |              |              |

| 暦年     | 企業倒<br>産件数   | 負債総額  |        | 消費者<br>物価指数 | 失業率<br>(季調値) | 就業者数  | 有効求人<br>倍率<br>(季調値) | 新 規<br>求人数<br>(県内) | 広告<br>収入 |
|--------|--------------|-------|--------|-------------|--------------|-------|---------------------|--------------------|----------|
|        | 件            | 百万円   | 前年比    | 前年比         | %            | 前年比   | 倍                   | 前年比                | 前年比      |
| 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    |
| 2024   | 54           | 5,479 | 61.2   | 3.3         | 3.2          | 1.2   | 1.13                | ▲ 4.2              | ▲ 0.2    |
| 2024 6 | 8            | 1,879 | 735.1  | 2.1         | 3.1          | 0.1   | 1.10                | ▲ 5.0              | ▲ 4.3    |
| 7      | 4            | 1,099 | 647.6  | 3.1         | 3.2          | 2.0   | 1.11                | ▲ 5.1              | ▲ 2.9    |
| 8      | 4            | 201   | 905.0  | 3.0         | 2.8          | 3.7   | 1.12                | 4.7                | ▲ 0.7    |
| 9      | 1            | 56    | ▲ 92.7 | 3.3         | 3.4          | 1.4   | 1.12                | ▲ 9.7              | ▲ 1.6    |
| 10     | 5            | 537   | 168.5  | 3.0         | 3.4          | ▲ 1.3 | 1.14                | ▲ 4.5              | 4.0      |
| 11     | 4            | 287   | 20.1   | 3.6         | 3.2          | 1.0   | 1.12                | ▲ 4.0              | 2.5      |
| 12     | 7            | 491   | 346.4  | 4.5         | 3.1          | 1.9   | 1.11                | ▲ 5.0              | ▲ 3.7    |
| 2025 1 | 6            | 336   | ▲ 19.2 | 4.8         | 2.7          | 0.6   | 1.09                | ▲ 3.3              | 0.7      |
| 2      | 2            | 98    | ▲ 37.6 | 4.5         | 2.1          | 0.4   | 1.08                | ▲ 10.0             | 3.6      |
| 3      | 5            | 316   | 179.6  | 4.6         | 3.1          | 0.4   | 1.08                | ▲ 10.2             | 3.1      |
| 4      | 10           | 535   | 184.6  | 4.1         | 3.9          | 0.7   | 1.10                | 1.9                | ▲ 2.5    |
| 5      | 2            | 280   | 409.1  | 3.8         | 3.0          | 1.7   | 1.09                | ▲ 6.0              | ▲ 1.0    |
| 6      | 6            | 653   | ▲ 65.2 | 4.0         | 3.0          | 0.4   | 1.12                | ▲ 5.7              | 3.0      |
| 7      | 8            | 891   | ▲ 18.9 | 3.2         | 2.9          | ▲ 0.5 | 1.12                | ▲ 4.5              | —        |
| 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<br>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、2024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。

|        | 銀行券<br>発行額 | 銀行券<br>還収額 | 銀行券<br>増減<br>(▲還収超) | 貸出<br>金利<br>(地銀3行) | 県内金融機関<br>の預金残高<br>(末残) |     | 地銀3行預金量<br>(信託勘定含む末残) |     | 地銀3行融資量<br>(信託勘定含む末残) |     |
|--------|------------|------------|---------------------|--------------------|-------------------------|-----|-----------------------|-----|-----------------------|-----|
| 年度     | 億円         | 億円         | 億円                  | %                  | 億円                      | 前年比 | 億円                    | 前年比 | 億円                    | 前年比 |
| 2022FY | 2,581      | 3,453      | ▲ 873               | 1.332              | 60,834                  | 3.6 | 60,065                | 3.5 | 41,959                | 2.3 |
| 2023FY | 2,533      | 4,025      | ▲ 1,492             | 1.318              | 62,838                  | 3.3 | 62,058                | 3.3 | 43,558                | 3.8 |
| 2024FY | 3,259      | 5,033      | ▲ 1,775             | 1.420              | 62,889                  | 0.1 | 62,117                | 0.1 | 45,239                | 3.9 |
| 2024 6 | 152        | 316        | ▲ 164               | 1.317              | 63,609                  | 2.5 | 62,838                | 2.6 | 42,858                | 3.1 |
| 7      | 659        | 527        | 132                 | 1.314              | 63,442                  | 1.8 | 62,633                | 1.7 | 43,166                | 3.7 |
| 8      | 279        | 584        | ▲ 305               | 1.311              | 63,652                  | 2.2 | 62,812                | 2.1 | 43,433                | 4.5 |
| 9      | 201        | 381        | ▲ 179               | 1.316              | 63,344                  | 1.8 | 62,606                | 1.8 | 43,566                | 4.2 |
| 10     | 242        | 492        | ▲ 250               | 1.373              | 62,937                  | 1.7 | 62,115                | 1.5 | 43,558                | 4.6 |
| 11     | 208        | 362        | ▲ 154               | 1.374              | 63,526                  | 2.4 | 62,719                | 2.4 | 43,885                | 5.1 |
| 12     | 476        | 211        | 265                 | 1.420              | 63,599                  | 2.6 | 62,829                | 2.7 | 43,933                | 4.0 |
| 2025 1 | 161        | 589        | ▲ 427               | 1.423              | 62,709                  | 1.7 | 61,867                | 1.6 | 44,059                | 4.3 |
| 2      | 217        | 385        | ▲ 168               | 1.420              | 62,619                  | 1.7 | 61,886                | 1.8 | 44,573                | 5.1 |
| 3      | 252        | 390        | ▲ 137               | 1.487              | 62,889                  | 0.1 | 62,117                | 0.1 | 45,239                | 3.9 |
| 4      | 250        | 333        | ▲ 82                | 1.531              | 64,184                  | 1.3 | 63,446                | 1.3 | 44,886                | 5.3 |
| 5      | 191        | 668        | ▲ 476               | 1.537              | 64,061                  | 1.5 | 63,253                | 1.5 | 44,954                | 5.3 |
| 6      | -          | -          | -                   | -                  | 64,224                  | 1.0 | 63,507                | 1.1 | 45,091                | 5.2 |
| 7      | -          | -          | -                   | -                  | -                       | -   | 62,974                | 0.5 | 45,113                | 4.5 |
| 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。

|        | 沖縄振興開発<br>金融公庫融資量<br>(末残) |       | 沖縄県信用保証協会<br>債務残高(末残) |       | 鉱工業生産指数<br>(季調値) |        | 通関<br>輸出 | 通関<br>輸入 |
|--------|---------------------------|-------|-----------------------|-------|------------------|--------|----------|----------|
| 年度     | 億円                        | 前年比   | 億円                    | 前年比   | 2020年=100        | 前年比    | 百万円      | 百万円      |
| 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  |
| 2024FY | 9,827                     | ▲ 3.6 | 2,696                 | ▲ 7.8 | -                | -      | 41,614   | 304,121  |
| 2024 6 | 10,018                    | ▲ 4.6 | 2,841                 | ▲ 4.4 | 72.5             | ▲ 0.6  | 7,384    | 25,091   |
| 7      | 9,905                     | ▲ 5.4 | 2,831                 | ▲ 4.7 | 75.5             | 7.2    | 3,042    | 55,228   |
| 8      | 9,877                     | ▲ 4.0 | 2,810                 | ▲ 5.2 | 70.9             | 3.1    | 2,076    | 38,014   |
| 9      | 9,811                     | ▲ 4.2 | 2,792                 | ▲ 5.7 | 71.3             | ▲ 9.4  | 1,810    | 12,758   |
| 10     | 9,678                     | ▲ 6.2 | 2,788                 | ▲ 5.6 | 74.0             | 1.5    | 2,062    | 14,711   |
| 11     | 9,631                     | ▲ 6.4 | 2,778                 | ▲ 6.0 | 69.8             | ▲ 9.4  | 1,968    | 24,723   |
| 12     | 9,600                     | ▲ 6.3 | 2,761                 | ▲ 6.3 | 92.8             | ▲ 0.9  | 2,040    | 45,032   |
| 2025 1 | 9,567                     | ▲ 6.2 | 2,747                 | ▲ 6.4 | 92.7             | ▲ 12.7 | 1,915    | 22,405   |
| 2      | 9,512                     | ▲ 6.8 | 2,717                 | ▲ 7.1 | 80.5             | ▲ 13.9 | 11,433   | 22,700   |
| 3      | 9,827                     | ▲ 3.6 | 2,696                 | ▲ 7.8 | 91.1             | 0.4    | 2,631    | 17,269   |
| 4      | 9,768                     | ▲ 3.7 | 2,660                 | ▲ 7.7 | 91.1             | 4.6    | 1,975    | 21,291   |
| 5      | 9,725                     | ▲ 3.5 | 2,636                 | ▲ 7.7 | 90.9             | ▲ 0.7  | 1,841    | 37,615   |
| 6      | 9,674                     | ▲ 3.4 | 2,618                 | ▲ 7.9 | 91.1             | 0.1    | 5,718    | 60,742   |
| 7      | 9,587                     | ▲ 3.2 | 2,596                 | ▲ 8.3 | -                | -      | 3,056    | 24,731   |
| 出所     | 沖縄振興開発金融<br>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。 2024年11月より2020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!

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

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。



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 6 年

- 3 月 No.653 (RRI no.212) 経営トップに聞く 株式会社レイメイコンピュータ  
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 (RRI no.213) 経営トップに聞く ニッシン株式会社  
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 (RRI no.214) 経営トップに聞く 琉球スポーツアカデミー株式会社  
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 (RRI no.215) 経営トップに聞く 学校法人興南学園  
企業探訪 株式会社琉佐美  
特集1 沖縄県の主要経済指標
- 7 月 No.657 (RRI no.216) 経営トップに聞く 株式会社日進商会  
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
- 8 月 No.658 (RRI no.217) 経営トップに聞く 株式会社フードリボン  
特集1 沖縄県におけるスポーツツーリズムの実態調査  
特集2 沖縄県内における2024年プロ野球  
春季キャンプの経済効果
- 9 月 No.659 (RRI no.218) 経営トップに聞く 株式会社ライフコーポレーション  
特集1 沖縄県内における台湾からの入域客の動向  
特集2 沖縄県内におけるバス・タクシー運転手不  
足の現状と課題解決に向けた検討
- 10 月 No.660 (RRI no.219) 経営トップに聞く 一般社団法人光の子グループ  
特集 沖縄県内のマリンレジャー業界の現状と課題
- 11 月 12 月合併  
No.661 (RRI no.220) 経営トップに聞く 株式会社日本バイオテック  
特集1 医師の働き方改革と沖縄県が抱える医療の課題  
特集2 沖縄県内におけるジャパンウィンターリー  
グ開催による経済効果  
特集3 コロナ後の沖縄県の景気動向

### ■令和 7 年

- 1 月 No.662 (RRI no.221) 経営トップに聞く 株式会社あしびかんばにー  
企業探訪 有限会社首里琉染  
特集 沖縄県内のホテル施設調査と需給バラン  
スからみた課題と持続可能な観光へ向け  
た取り組み
- 2 月 No.663 (RRI no.222) 経営トップに聞く 株式会社西自動車商会  
特集1 沖縄県の労働市場の構造変化と今後の課  
題と展望  
特集2 沖縄県経済2024年の回顧と2025年の展望
- 3 月 No.664 (RRI no.223) 経営トップに聞く 株式会社昭和制作  
特集 沖縄県における国発注公共工事の経済  
効果と建設業振興に向けた提言
- 4 月 No.665 (RRI no.224) 経営トップに聞く 株式会社丸中商会  
特集 沖縄県のスマート防災ネットワークの構築  
に向けた提言
- 5 月 No.666 (RRI no.225) 経営トップに聞く 有限会社ケアセンターきらめき  
特集1 沖縄県内の在留外国人の動向と行政の多文  
化共生への取り組み  
特集2 沖縄県における一戸建て住宅着工の動向  
と県内住宅市場の今後の展望  
特集3 沖縄県内の第三次産業における県内企業優  
先利用に向けた検討
- 6 月 No.667 (RRI no.226) 経営トップに聞く 有限会社創  
特集1 沖縄県内の空港グランドハンドリングの現  
状と課題  
特集2 2024年度の沖縄県経済の動向
- 7 月 No.668 (RRI no.227) 経営トップに聞く 照屋電気工事株式会社  
特集 トランプ関税政策に関する沖縄県内事業者  
578社調査
- 8 月 No.669 (RRI no.228) 経営トップに聞く 有限会社幸地建設  
特集1 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  
特集2 沖縄県の主要経済指標
- 9 月 No.670 (RRI no.229) 経営トップに聞く 株式会社沖縄総合フーズ  
特集1 沖縄県内における自治体・災害実動機関の連携  
強化を目的としたSP防災の実施について  
特集2 沖縄県の労働需給問題について

## 土地活用コンサルティング承ります。

企画デザインから、完成引渡しまでオーナー様参加型で建物の完成を目指します。

Advanced Design and Quality



長期的に安定した収益と快適な暮らしを。

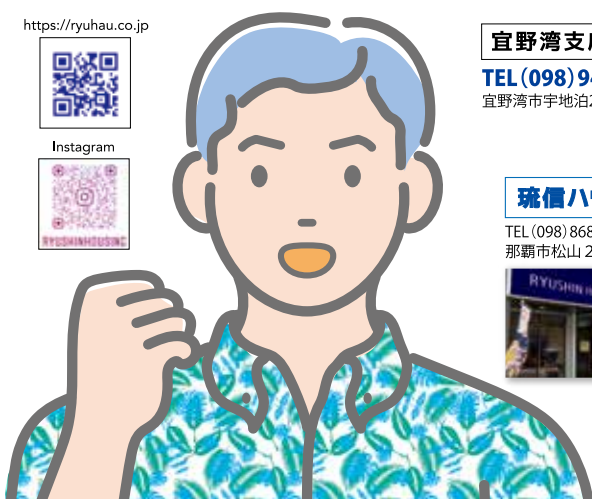
# アパート管理は 琉信ハウジングに お任せください!

沖縄県内6店舗の仲介拠点  
実績を築くネットワーク

<https://ryuhau.co.jp>



Instagram



宜野湾支店

TEL (098) 942-2022  
宜野湾市宇地泊2丁目1番3号 2階

琉信ハウジング本社

TEL (098) 868-1000  
那覇市松山2丁目3番12号



名護支店

TEL (0980) 45-0323  
名護市東江5丁目5番35号 2階

中部支店

TEL (098) 979-8201  
沖縄県沖縄市久保田3丁目  
1-12 プラザハウス (3F)

浦添支店

TEL (098) 877-1000  
浦添市経塚745番地7 3階

南風原支店

TEL (098) 888-2288  
南風原町字兼城717番地6



ハロー住マイル

株式会社 琉信ハウジング

那覇市松山2丁目3番12号 沖縄県知事免許(9)第2106号

アパート管理に  
関するご相談・  
お問い合わせは

コンサルティング事業部 営業課・設計課

TEL.098-863-1360

りゅうぎん調査

No.671

令和7年10月1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



1200

古紙配合率60%以上を使用しています