



経営 トップに聞く

有限会社宮城解体 代表取締役 宮城 武成 氏

企業探訪

株式会社マグナデザインネット

特集1 沖縄県内における 2025 年プロ野球春季キャンプの経済効果

特集2 沖縄の Society5.0 を考える PART2

第2回 デジタル庁国民向けサービスグループ政策推進スペシャリスト 多田 功 氏に聞く



経営トップに聞く 01
有限会社宮城解体

～素材にこめられた価値を分別と再生の技術で磨き次の社会へ繋いでいく～
代表取締役 宮城 武成 氏

企業探訪 06
株式会社マグナデザインネット

～価値ある技術の一つずつ積み上げ信頼を築いたプロ集団が沖縄から世界の現場で勝負する～
代表取締役 神山 一弘 氏

特集1 沖縄県内における2025年プロ野球春季キャンプの経済効果 08
りゅうぎん総合研究所 上席研究員 我謝 和紀

特集2 沖縄の Society5.0 を考える PART2 16
第2回 デジタル庁国民向けサービスグループ政策推進スペシャリスト 多田 功氏に聞く
りゅうぎん総合研究所 社長付特命部長 志良堂 猛史

アジア便り 台湾 24
～台湾の旧盆と食文化～

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(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

新時代の教育研究を切り拓く 27
1. 「暗い」バレートロニクスに光を当てる
2. 博士課程学生14期生を歓迎 OIST入学式
沖縄科学技術大学院大学 コミュニケーション・広報ディビジョンメディアセクション
(同大学のHP記事より許可を得て転載)

行政情報191 31
内閣府沖縄総合事務局経済産業部

県内の景気動向 (2025年8月) 34
～景気は、緩やかに拡大している (24カ月連続) ～

学びバンク 46
・「御茶屋御殿」復元へ ～琉球王国の物語に厚み～
琉球銀行 首里支店長 和智 千寿
・キンザーの跡地利用 ～人と環境 共生するまち～
琉球銀行 城間支店長 又吉 盛之助
・パーソナライズドラーニング ～AIが学習内容最適化～
琉球銀行 人事部人材開発室 調査役 宮城 賛
・信用リスク管理 ～高度化で信頼基盤築く～
琉球銀行 監査部信用リスク監査グループ 宮城 春希

注:所属部署、役職は執筆時のものです。

経営情報「100億円宣言」で社会に開く自社の成長ストーリー 48
提供 太陽グラントソントン税理士法人

沖縄県内の主要金融経済指標 50

素材にこめられた価値を
分別と再生の技術で磨き
次の社会へ繋いでいく。



有限会社宮城解体
代表取締役 宮城 武成 氏



有限会社宮城解体は、自動車解体をはじめとする産業廃棄物処理、中古の車両部品販売などを行う企業である。1997年に法人化し、今年で設立28周年を迎える。同社は、自動車リサイクルを通じて資源循環と地域貢献の両立を目指し、金属スクラップの県内でのリサイクルや、廃タイヤを加工し、石油・石炭等の代替燃料としての再資源化に取り組む。今回は沖縄市にある比屋根工場を訪ね、宮城社長に自社の主力事業や業界の展望、今後の動向について伺った。

インタビューとレポート 中地 紀咲

設立経緯について教えてください。

当社は、1997年7月に父・宮城武光が「有限会社宮城解体」として設立しました。元々は祖父の代からスクラップ業に携わっており、それを源流に三世代にわたって事業を受け継いできました。祖父と父の会社は別でしたが、いずれもアルミ缶のプレスや自動車スクラップの回収といったスクラップ業を中心に事業を行っていました。

私自身は、小学校の頃から家業に関わってきました。日曜日には朝8時から夕方6時まで現場に立ち、プレス機にアルミ缶を投入しながら、油の匂いにまみれて作業を続けた日々を、今で

も鮮明に覚えています。遊びたい気持ちを抑え、危険な環境でも手を動かし続けた幼少期の体験は、安全管理を徹底すること、そして現場を知る経営者であることという現在の姿勢の原点となっています。

高校卒業後は自然と家業に戻り、最初は作業員として現場に入りました。その後、1997年に「有限会社宮城解体」として法人化し、それに合わせて私も常務に就任しました。それまでは現場中心でしたが、この頃から国外輸出などの販路拡大にも携わるようになりました。ただし現場業務は引き続き自ら行い、営業と現場を兼任する日々でした。



有限会社宮城解体 比屋根工場（沖縄市比屋根）

事業が大きく拡大する契機となったのは、2005年の自動車リサイクル法の本格施行です。廃車になっている車や、山中に不法投棄された車両であっても、適切に処理すれば資源として売れる制度へと変わり、県内中から一気に車両が集まりました。この時期は一日約100台の搬入があり、解体を終えても翌日また100台来るような状況でした。置き場所も足りなくなり、毎日徹夜で作業する日々が続きました。

そのような厳しい時期も、社員が一丸となって支えてくれ、彼らとともに、残業や徹夜を重ねながら目の前の業務を一つひとつこなしてきました。この時期を乗り越えたからこそ、今の県内における宮城解体の確かな地位が築かれたのだと実感しています。

主力事業について教えてください。

宮城解体の主力は、自動車の解体・資源化、そして中古部品の販売です。2024年度は年間約7,700台の車両を受け入れており、これは県内で廃車となった約6万台のうち、およそ12.5%に相当します。特にタイヤの再資源化においては、県内発生量の約77%となる5,741トンを受け入れており、チップ化した上で製品として出荷しています。このタイヤチップは製紙工場の

石油・石炭に代わる燃料としても利用され、環境負荷の低減に貢献しています。

車両からはエンジンやドアなどの中古部品のほか、鉄材、銅線類、アルミ類、そしてレアメタルといった希少金属も回収されます。特にレアメタルは、自動車産業やハイテク分野において欠かせない資源であり、これらを丁寧に分別・精製したうえで、素材ごとに再商品化し、販売しています。

また、まだ使用可能な車両部品については、国内のオークションを通じて再販しており、リユースの幅を広げる取り組みも強化しています。全国の自動車リサイクル業者が参加する部品販売オークションにおいては、出品を通じて2年連続で販売額1位を記録するなど、業界内でも高く評価されています。当社が取り扱う部品の品質や価格帯が市場にしっかりとマッチしている証でもあり、自信を持って継続している分野です。

今後も、部品の一つひとつに価値を見出し、地域から全国、そして世界へとリサイクルの力を届けていきたいと考えています。

社員教育について教えてください。

宮城解体の社員教育の根幹にあるのは、「当た



北谷本社



集合写真



解体中の社員



自動車解体作業

り前のことを当たり前にする」という、極めてシンプルで本質的な姿勢です。特別なスローガンや理念ではなく、日々の仕事に向き合ううえでの基礎を徹底することが、最も重要だと考えています。

入社する社員の中には、普通免許以外の資格を持たない者も多くいます。そのため、入社後にはフォークリフトや自動車解体機など、業務に必要な資格を会社負担で取得してもらいます。これは単なるスキルアップではなく、安全かつ正確な作業を行うための責任として位置づけています。

現場では「安全第一」を最優先とし、たとえば真夏のコンテナ内作業では、熱中症ゼロを掲げて工場扇の設置や適切な休憩体制を整備しました。過去には、自ら100台以上の車両を解体するような日々もあり、そうした時期を通して、現場を理解し、支える姿勢を身をもって示してきました。現在は現場の第一線を離れていますが、当時の経験が社員教育の指針となっています。

また、毎週月曜には、社員によるトイレ清掃を持ち回りで実施しています。これは職場を清潔に保つだけでなく、基本的な整理整頓の習慣を身につける機会にもなっています。決して派

手な取り組みではありませんが、こうした積み重ねが職場の雰囲気を整え、組織全体の品質向上にもつながっています。

さらに、将来を見据えて、多様な人材の確保にも取り組んでいます。現在はベトナム人労働者2名の受け入れ準備を進めております。住居の手配を含めた生活支援も行い、長く働ける環境づくりに力を注いでいます。

人は会社の財産です。誰もが安心して働ける職場をつくるのが、リサイクル業の健全な発展につながると信じています。

地域貢献について教えてください。

当社では地域貢献活動として、イベントや支援活動も積極的に行っています。ヤードを構える糸満市では、NAHA マラソンの沿道応援を毎年行っており、社員総出で声援を送りながら地域と交流する貴重な機会となっています。また市町村や学校へスポーツ用品を寄贈するなど、地元の子供たちやスポーツ環境を応援する取り組みも続けています。

さらに、地元自治体への寄付や、能登半島地震の際の支援金の拠出など、地域内外を問わず、必要とされる場面での貢献にも取り組んできました。



県内中から集められた廃タイヤ



最新のタイヤ破砕機



廃タイヤから作られたチップ



海上輸送

こうした活動に共通しているのは、「地域と共にある企業でありたい」という思いです。リサイクル業は環境や暮らしに密接に関わる公共性の高い事業であり、地域に支えられて成り立っています。その感謝の気持ちを、具体的な形で返していくことが、私たちの責任だと考えています。

業界の動向について教えてください。

自動車リサイクル業界はいま、大きな転換期を迎えています。これまでのガソリン車中心の構造から、ハイブリッド車や電気自動車（EV）へと急速にシフトが進む中で、解体や処理の工程も従来とは大きく様変わりしています。電子制御部品や高電圧バッテリーなど、新しい技術要素への対応が求められ、それに伴う危険性や作業手順の複雑化が課題となっています。

一方で、輸送コストの高騰や、海外市場における輸出需要の変動は、経営に直接的な影響を与える要素となっています。特にコロナ禍以降、国際物流の不安定さが浮き彫りとなり、業界全体として国内販路への再注目が進んでいます。

沖縄県内に目を向けると、販売用車両・部品を集め切れずに撤退する業者も見られるなど、事業者ごとの体力差が顕在化しています。限ら

れた土地と人手の中で、高精度な分別と効率的な処理を実現し続けるには、現場力と経営判断のバランスがより一層問われる時代に入ったと感じています。

また、業界を取り巻く制度や規制の面でも、今後の動きに注視が必要です。海外のブローカーによる不透明な取引や、違法業者の仮ナンバーによる無車検走行といった問題もあり、行政からの厳しい指導が適正な業者に及ぶケースも出てきています。そうした中で、私たちは法令を順守するだけでなく、業界全体の信頼性を高める役割を果たしていく必要があると考えています。

政策的には、将来的なりサイクル率 100%の実現を目指す動きも強まりつつあります。大気開放可能な新型フロンガスの導入や、廃プラスチックの再利用義務化といった新たな制度も視野に入れ、企業としては一歩先を見据えた体制整備が求められています。

目の前の作業をこなすだけでなく、業界全体の変化を敏感に感じ取りながら、柔軟に対応していく、その姿勢が、これからの自動車リサイクル業には必要不可欠だと感じています。



アップサイクルされた琉球ガラス製品



シートベルトをアップサイクルしたカバン

今後の展望について教えてください。

これからの宮城解体の展望として、特に重視しているのが①販路の国内強化と②循環の深化の二つの軸です。これまで当社は海外輸出に力を入れてきましたが、近年は国内市場の可能性に改めて着目しています。輸送コストも海外の約3分の1に抑えられるという現実的な利点があり、安定した国内需要にしっかりと応えるための体制整備を進めています。

当社は、部品の仕入れから販売、さらには全国規模の入札会（オークション）への出品までを一貫して行える社内体制を持っています。このワンストップの業務構造は、県内では珍しく、大きな強みになっています。今後はこの体制を武器に、県外の手業者や海外のブローカーにも負けない独自の販路を築き、地元資源の価値を最大化していきたいと考えています。

また、リサイクル工程においては、タイヤ、樹脂、内装材といったこれまで埋もれがちだった素材にも着目し、アップサイクルの可能性を追求しています。当社で回収された自動車の部品は、素材ごとに分別され、さまざまな製品へと生まれ変わります。たとえば、鉄やアルミは再び建設資材に、ガラスは美しい琉球ガラス製品に、そして車のシートやシートベルトは、財

法人概要

商 号：有限会社宮城解体
 住 所：沖縄県中頭郡北谷町砂辺 245 番地（本社）
 連 絡 先：098-936-4903
 住 所：沖縄県沖縄市比屋根 7 丁目 15-1（支店）
 連 絡 先：098-931-0687
 住 所：沖縄県国頭郡金武町金武 4316-2（営業所）
 設 立：1997 年 7 月 31 日
 役 員：代表取締役 宮城 武成
 専務取締役 宮城 初子
 常務取締役 加藤 聡明
 取締役 宮城 由紀子 仲尾次 巧
 従 業 員 数：46 名（2025 年 9 月）
 U R L：<https://www.miyagikaitai.jp/>
 事 業 内 容：産業廃棄物処理業、廃タイヤ処理
 中古部品・輸出版売
 鉄・非鉄金属屑集荷販売等

布や小物入れなどの製品として新たな価値を得て社会に戻っていきます。こうした取り組みにより、廃車の部品を再資源化し、環境保全にも大きく貢献しています。最終的には、輸出と国内販売の両輪で、必要とする地域へ資源を届けることを目指します。当社は、沖縄という島の中で、資源循環の拠点としての役割をさらに強固にし、地域に貢献し続けられる存在でありたいと考えています。

最後に

当社は皆様に支えられ、ここまで発展してまいりました。当社を支えて下さった社員、お取引先様、地域の皆様やこれまで関わってくださった皆様に多大なる感謝を申し上げます。

業界を取り巻く環境は日々変化していますが、私たちの役割はこれからも変わりません。今後も、その時代に最も有効な方法で環境や資源に考慮し、地球にやさしい企業であり続けられるよう努めてまいります。

これからも皆様のご指導、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

企業探訪 Vol. 12

株式会社マグナデザインネット

価値ある技術の一つずつ積み上げ
信頼を築いたプロ集団が
沖縄から世界の現場で勝負する。



代表取締役 神山 一弘 氏

事業概要

- 代表取締役 神山 一弘
- 本社住所 那覇市前島 3-1-15
大同生命那覇ビル 4F
- H P <https://magnadesignnet.com/>
- TEL 098-862-5579
- 事業内容 通信測定器・半導体（LSI）・電子回路（IP）の開発・製造・販売

株式会社マグナデザインネットは、沖縄県那覇市に拠点を置く半導体や通信測定器等の設計・開発専門の企業である。工場を持たず、設計や試作に特化し、創業以来、通信・放送といった分野に技術を集中させてきた。2007年に全国で話題を集めたUSB型ワンセグチューナー「SEG CLIP」の開発実績を持ち、現在は水中通信や次世代無線通信に係わる世界最先端の技術にも挑戦している。今回は同社の本社を訪ね、神山一弘社長より、これまでの歩みや主力事業、そして今後の展望についてお話を伺った。

「通信」と「放送」に特化した職人集団の挑戦

株式会社マグナデザインネットは、2001年3月、琉球大学工学部の教授を発起人として設立された。同社の強みは、「通信」と「放送」という限られた分野に特化し、その領域を深く掘り下げてきた開発力にある。同社には、この2分野に情熱を持ち、技術を突き詰める“職人気質”のエンジニアたちが集まり、それぞれが高い専門性を活かしながら設計・開発に取り組んでいる。

創業当初から設計専門の「ファブレス企業」としてスタートし、10年ほどは、自社でアイデアを出し、設計、製品化までのすべてを行った。当時を代表する商品が、OEM製品であるUSB型のワンセグ受信機「SEG CLIP（セグクリップ）」である。パソコンに挿すだけでテレビ放送を視聴でき、当時としては非常に画期的だった。同商品は、革新的なUSB型ワンセグチューナーとして注目を集め、家電業界に衝撃を与えるとともに、全国の家電量販店で圧倒的な販売実績を築いた。ちょうど地デジ移行期の最中で、パソコンでテレビを見るという新しいライフスタイルを提案し、多くのユーザーから支持を集めた。同社の開発力と発想力が、市場での成功につながった代表的な事例と言える。

また、同商品の開発と並行して、業界最高の受信性能と低消費電力で地上デジタルTV放送受信を可能とするダイバーシティLSIを開発し、大手自動車メーカーの純正カーナビの部品として採用された。こうした実績は、同社が単なる技術提供にとどまらず、製品の品質や信頼性にも貢献してきたことを物語っている。

現在は、主に大手企業などから依頼を受けて、通信計測器や放送機器の設計を担う受託開発が中心となっている。例えば、携帯電話の通信を検証するための試験装置や、BS・地上波テレビの受信モジュールの設計など、目には見えにくいが高度な技術が求められる部分を支えている。こうした分野では、これまでに蓄積してきた経験と、技術を極めようとする姿勢が大きな信頼につながっており、長年にわたって国内外



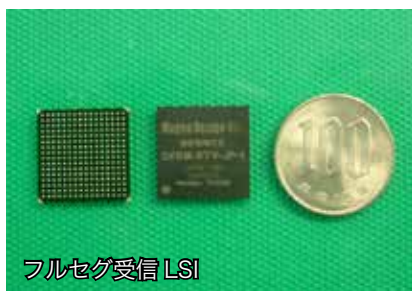
社員集合写真



LTE シミュレーター



琉大・高専と共同開発



フルセグ受信 LSI



海外留学生インターン受入



実験機材

の企業からの依頼が絶えない。

同社は、目立たないながらも確かな技術で社会の根幹を支え、今もなお新しい挑戦を続けている。

地域の知を結集し、未来の技術を形に

創業以来、同社は沖縄という地域に根ざしながら、地元教育機関との連携を通じて、次世代の技術者育成と先端技術の開発に取り組んできた。

特に注目すべきは、同社が琉球大学・沖縄高専とともに“共同開発チーム”を組み、社会課題の解決に挑んだプロジェクトの存在である。代表的な取り組みが、日本財団とリバネスが主催する「DeSET（海底探査技術開発プロジェクト）」において採択された水中通信技術の開発だ。音波を用いた無線通信システムの開発にあたって、産学一体となってチームを結成し、研究から試作までを共同で推進した。

このプロジェクトでは、企業単体では難しい分野横断的なアプローチを、地域の知見を結集することで可能とし、実際に開発成果が認められ賞金も獲得した。県内において最先端の開発能力を持つ企業として、大学・研究機関からの期待も大きく寄せられている。

こうした連携は、単なる産学協力ではなく、沖縄という土地の中で知と技を融合させ、新たな技術を“形”にしていける取り組みである。同社は、今後も地域の教育機関と手を取り合いながら、地元発の技術革新に挑み続けていく。

沖縄から世界へ、技術で未来を切り開く

通信や放送といった分野は、技術革新のスピードが非常に速く、企業にとっては日々「進化」と「対応」が求められる世界である。6Gの研究、放送技術のIP化、IoT機器の拡大などの変化に対し、求められる技術も年々高度化している。

同社は、こうした動きに真正面から向き合い、その中で世界レベルの開発を目指している。実際、これまでもアメリカ・シリコンバレーの技術系企業と共同開発を行うなど、沖縄にしながら世界と技術でつながる実績を積み重ねてきた。

現在、同社が手がけている次世代製品の中には、世界でもまだ製品化されていない新しい技術がある。無線化技術を活用したものであり、完成すれば、特定産業における通信の効率化や作業の自動化など、根本的な課題の解決に寄与する可能性を秘めている。

神山社長は「これは、世界中で必要とされる技術になる」と語る。市場のニーズが高く、かつ独自のアプローチで開発が進んでいることから、完成すれば世界中での普及が見込まれる。こうした開発が可能なのは、同社に“職人気質のエンジニア”が揃っているからだ。狭く深い技術に集中し、地道に試行錯誤を重ねながら、高性能かつ信頼性の高い製品をつくりあげる。それがマグナデザインネットの真骨頂である。

今後も同社は、沖縄という地に拠点を置きながら、技術で世界とつながり、世界に向けた価値を生み出していく。

(レポート 中地 紀咲)



沖縄県内における2025年 プロ野球春季キャンプ の経済効果

経済効果は過去最高の
224億2,100万円



りゅうぎん総合研究所
上席研究員

我 謝 和 紀

要 旨

- ・ 2025年の沖縄県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果は、過去最高の224億2,100万円となり、前年の177億9,300万円を大きく上回った。
- ・ 延べ観客数は約43万9,000人となり、前年(45万7,000人)から3.9%減となったものの、旺盛な観光需要等を背景に県外からの観客数は増加し、過去最高の約12万人と推測され、各キャンプ地は連日多くの観客やファンで賑わいをみせた。
- ・ プロ野球春季キャンプは、観光のオフシーズンに多くの観客や関係者が来沖し消費活動を行うことから「観光消費額の平準化」に寄与し、県経済に与えるインパクトは大きい。
- ・ 経済効果の最大化を目指すにあたり、観光消費額の大きい県外客を中心に誘客および消費行動を促すことが重要である。地元飲食店や土産品店の出店や地域への周遊の促進などは、キャンプ地の賑わい創出及び来場者の消費行動を促し、経済効果に大きく影響する。
- ・ また、球団の継続的な受け入れにあたり、老朽化が進む球場施設の強化が欠かせない。さらに、スポーツツーリズムのみならず沖縄観光全体の課題として、交通問題への対策も求められる。
- ・ プロ野球春季キャンプにおける誘客は、沖縄観光の新たな客層の獲得及びリピーター創出につながる。温暖な気候を活かした「スポーツアイランド沖縄」の形成は沖縄観光発展の重要な位置を占めており、プロ野球春季キャンプはスポーツツーリズム推進の一翼を担う存在として、継続・進化していくことが期待される。そのためには県や自治体、地元事業者、そして地域住民が一体となって持続可能な受け入れ態勢を構築していくことが不可欠である。
- ・ 今後もキャンプ集積地としての付加価値向上を図り、沖縄のスポーツ産業を牽引する観光コンテンツとしてさらに発展していくことが望まれる。

1. 2025年の春季キャンプの概要

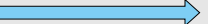
(1) キャンプ実施球団の状況

2025年2月に沖縄県内で春季キャンプを実施した国内プロ野球球団は、12球団中9球団となった。1軍キャンプは前年同様に9球団となったが、2軍キャンプはロッテ2軍の宮崎県へのキャンプ地変更により前年から1球団減の4球団となった。開催球場は前年同様14球場となった(図表1)。キャンプ期間は前年と同程度であった。

延べ観客数は全体として過去最高となった前年を下回ったものの、そのうち県外からの観客数は旺盛な観光需要等を背景に増加し、過去最高を記録した。各会場は連日多くのファンで賑わいを見せた。

その他、日本シリーズで26年ぶりの日本一に輝いたDeNAや、井上一樹新監督を迎えた中日、藤川球児新監督を迎えた阪神のキャンプ実施が注目を集めた。選手では、楽天のドラフト1位ルーキーの宗山壘選手のキャンプ初参加や、昨季の故障からの復活が期待される中日の仲地礼亜選手、今季1軍スタートとなった広島の中田侑仁選手といった県出身選手のキャンプインなどが話題を呼んだ。

(図表1) 沖縄県内における2025年春季キャンプの実施状況

球団名 (略称)	キャンプ地	開催球場	キャンプ期間	
			2月	日程
北海道日本ハムファイターズ (日本ハム)	名護市	Enagicスタジアム名護		2/1 ~ 2/26
(二軍)	国頭村	かいぎんスタジアム国頭		2/1 ~ 2/25
広島東洋カープ (広島)	沖縄市	コザしんきんスタジアム		2/13 ~ 2/26
中日ドラゴンズ (中日)	北谷町	Agreスタジアム北谷		2/1 ~ 2/25
(二軍)	読谷村	オキハム読谷平和の森球場		2/1 ~ 2/25
横浜DeNAベイスターズ (DeNA)	宜野湾市	ユニオンですからスタジアム宜野湾		2/1 ~ 2/24
東京ヤクルトスワローズ (ヤクルト)	浦添市	ANA BALL PARK 浦添		2/1 ~ 2/26
阪神タイガース (阪神)	宜野座村	バイトするならエントリー宜野座スタジアム		2/1 ~ 2/28
(二軍)	うるま市	うるま市具志川野球場		2/1 ~ 2/25
東北楽天ゴールデンイーグルス (楽天)	金武町	金武町ベースボールスタジアム		2/1 ~ 2/24
(二軍)	久米島町	久米島野球場		2/1 ~ 2/13
千葉ロッテマリーンズ (ロッテ)	石垣市/ 糸満市	石垣市中央運動公園野球場/糸満市西崎総合運動公園		2/1 ~ 2/24
(二軍)	※2025年は宮崎県へキャンプ地を変更			
読売ジャイアンツ (巨人)	那覇市	沖縄セルラースタジアム那覇		2/15 ~ 2/25

(出所) 球団HPおよびスポーツ紙報道よりリゅうぎん総合研究所作成

※球団は沖縄県でのキャンプを始めた年の順で掲載

(2) キャンプ参加者・観客の人数

① 選手・球団関係者・報道陣

キャンプ参加人数は、選手(1~2軍計)・球団関係者は全9球団合計で約1,110人(前年比70人減)となり、報道関係者や解説者は約1,500人(前年比300人減)となった。前年と比較して、キャンプの日数や練習試合の数が減少したことなどが影響したと推測される。

② 観客数

キャンプ期間中の延べ観客数は、約43万9,000人(オープン戦含む)となった。前年と比較して、キャンプ日数や練習試合の減少に加え、キャンプ期間中に降雨日が多かったことや、ロッテ2軍の宮崎県へのキャンプ地変更などの影響もあり、前年(約45万7,000人)から1万8,000人の減少となった。

各キャンプ地では、練習見学や試合観戦のほか、サイン会などのファンとの交流イベントなどが催され連日賑わいを見せた(写真1)。26年ぶりの日本一となったDeNAは、キャンプ初日に宜野湾市内でパレードを開催し、多くの観客が詰めかけ大盛況を収めた。

延べ観客数のうち、県外からの観客数は約12万人と推測され、前年(約9万8,000人)を上回り過去最高となった。旺盛な観光需要を背景に入域観光客数が増加したことが主な要因と考えられる。また、沖縄県によるプロ野球キャン

(写真1)県内キャンプ地の様子



(出所)写真1上および写真2は阪神宜野座キャンプ、写真1下は巨人那覇キャンプにて筆者撮影(2025年2月)

プ地の周遊を促すスタンプラリー企画(写真2)や、協力会によるSNS(Instagramなど)を活用したキャンプ地の情報発信など、誘客促進に資する取組みも県外客の増加を後押ししたとみられる。

(写真2)沖縄県のスタンプラリー企画



2. 経済効果の試算について

(1) 春季キャンプの関連支出額(直接支出額)

キャンプでは、球団関係者のほかに県外からの観客が県内で宿泊、飲食、娯楽レジャー、土産品・グッズ購入などに支出するほか、多くの県民がキャンプ地へ出かけて飲食や土産品・グッズを購入する。また、キャンプ受け入れ地の自治体による練習施設等のインフラ整備や、協力会によるキャンプ応援のための関連経費の支出などがあり、これらを合計したものが直接支出額となる。この直接支出額を推計すると、総額で161億700万円となり、前年(129億1,900万円)を31億8,800万円上回った(図表2)。

試算結果の内訳をみると、宿泊費が48億7,100円で最も多く、次いで飲食費が31億800万円、土産品・グッズ購入が24億6,200万円などとなった。県外からの観客数が増加したことに伴い宿泊費や飲食費が上昇したことなどから、多くの項目で増加となった。中でも練習施設等の整備費は、糸満市での屋内運動場の建設やうま市でのサブグラウンドの全面改修などにより大幅に増加した。

(2) 春季キャンプの沖縄県内における経済効果

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161億700万

(図表2)2025年プロ野球春季キャンプ関連支出額
(直接支出額)

支 出 項 目			支出額 (百万円)	前年比 (百万円)
宿	泊	費	4,871	324
飲	食	費	3,108	539
土 産 品 ・ グ ッ ズ 購 入			2,462	571
交	通	費	1,420	12
娯 楽 ・ レ ジ ャ ー 費			1,151	39
練 習 施 設 等 の 整 備 費			2,180	1,771
ク リ ー ニ ン グ 代			73	▲ 39
ア ル バ イ ト へ の 支 払 い			81	▲ 5
施 設 使 用 料			62	▲ 7
そ の 他			700	▲ 16
合	計		16,107	3,188

(出所) リゅうぎん総合研究所

円に自給率を掛けると県内で供給された分である139億9,400万円が求められ、これが直接効果となる(図表3)。

次に、直接効果である宿泊費、飲食費、交通費、施設整備費などが県内で支出されると、当該産業だけでなく、こうした産業に原材料、サービスなどを提供している産業の売上増加へと波及していく。これを1次間接効果といい、これが56億4,400万円となる。さらに、直接効果と1次間接効果で生じた各産業における雇用者の所得増加は、これら雇用者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。これを2次間接効果といい、これが27億8,400万円となる。

これらの直接効果、1次間接効果、2次間接効果を合わせた金額が224億2,100万円となり、これがいわゆる県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果となる。

また、これらの効果のうち、賃金などの雇用者所得や企業の営業余剰などに当たる粗付加価値額が117億6,700万円となり、この中で雇用者所得が53億2,200万円となる。今年の経済効果である224億2,100万円は、前年(177億9,300万円)を46億2,800万円上回った。

(図表3) 2025年プロ野球春季キャンプ
経済効果の試算結果

	経済効果 (生産誘発額)	【単位:百万円】		
		粗付加価値 誘発額	雇用者所得 誘発額	営業余剰 誘発額
直接効果	13,994	6,856	3,193	1,621
1次間接効果	5,644	3,136	1,401	804
2次間接効果	2,784	1,775	727	534
総合効果 (経済効果)	22,421	11,767	5,322	2,959
直接支出額	16,107	-		
波及効果	1.4 (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、直接の支出による効果(自給率が100%でなければ移輸入の分、直接支出額を下回る)。

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生み出された雇用者所得の増加が個人消費の拡大を通して再び生産を誘発する効果。

4. 生産誘発額は、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。

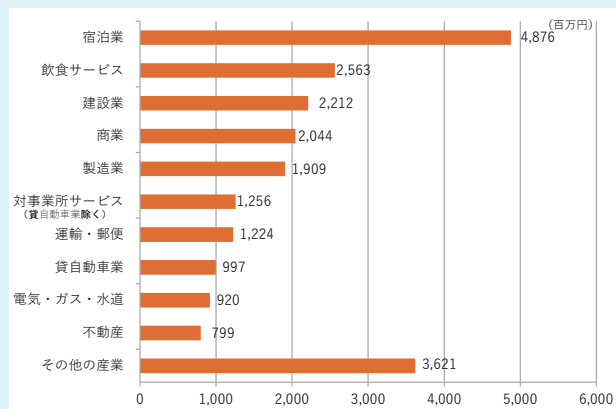
5. 付加価値は、誘発された生産額の中に占める粗付加価値(雇用者所得や営業余剰など)。

6. 端数処理により合計は合わないことがある。

(3) 産業別の経済効果

今年の経済効果である177億9,300万円を産業別にみると、宿泊業が45億5,100万円と最も大きく、次いで飲食サービス(飲食店など)が21億2,000万円、商業が16億600万円、製造業が13億6,300万円、運輸・郵便が11億5,200万円などの順となった(図表4)。

(図表4) 2025年プロ野球春季キャンプにおける
産業別経済効果

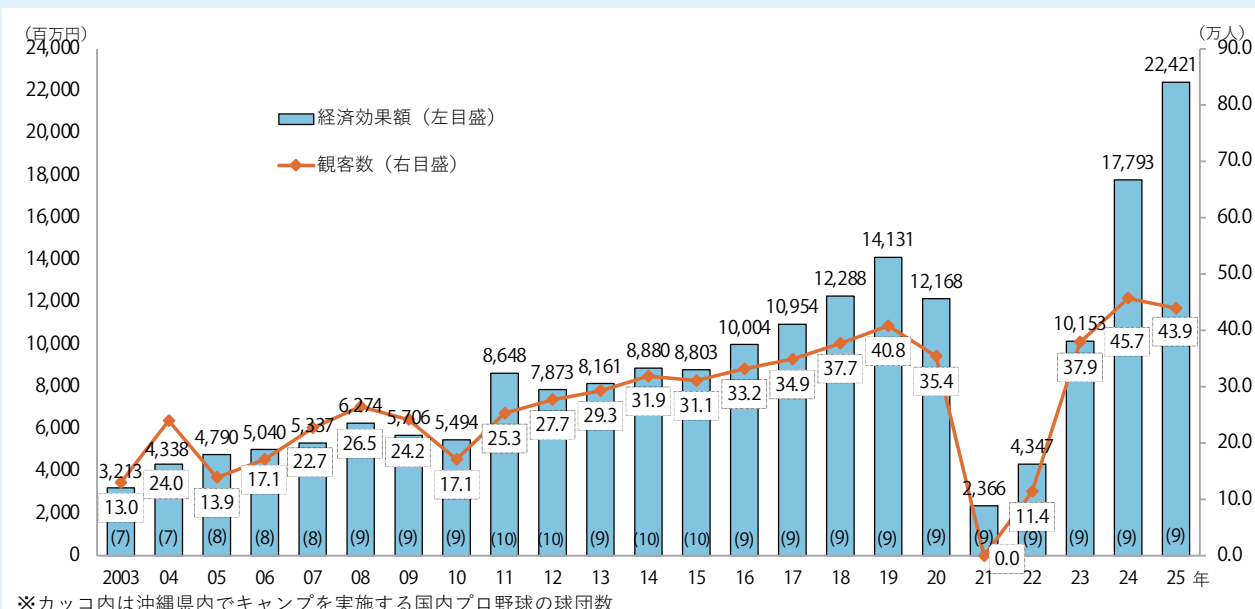


(出所) リゅうぎん総合研究所

3. プロ野球春季キャンプ経済効果の拡大に向けた課題と展望

2025年の県内におけるプロ野球春季キャンプの経済効果は、前年比26.0%増加し、過去最高となった(図表5)。キャンプ実施球団数は前年と同数の9球団となったが、県外からの観客数が増加したことで全体の消費額も大きくなったことや、施設整備費の増加が経済効果の拡大に寄与した。

(図表5) プロ野球春季キャンプの経済効果と観客数の推移



(出所) リゅうぎん総合研究所

プロ野球春季キャンプは、観光閑散期である2月に多くの観客や関係者が来沖し消費活動を行うことから、県経済に与えるインパクトは大きい。ここでさらなる経済効果の拡大を目指すにあたり、(1)設備強化、(2)消費行動の促進、(3)交通問題の解消の3つの視点から、現状の課題を整理したい。

(1)設備強化

県内キャンプの継続実施に向け、これまで各自治体や協力会においては、球団側の要望に対し柔軟かつスピード感を持って対応してきた。特にハード面においては、近年加速する施設整備の状況からもわかるように、球場の建て替えや改修、雨天時でも練習可能な屋内練習場やブルペンの併設など、よりレベルの高い練習環境の実現に努めており、こうした努力が球団側との信頼関係の構築に寄与している。

一方で、老朽化が進む施設も多く、修繕や機能強化など更なるレベル向上を望む球団も多い。例えば、過去22年間宮古島でキャンプを実施してきたオリックスは、設備の老朽化などを背景に2015年からキャンプ地を宮崎市に移している。こうした状況からもキャンプ地として継続して選ばれるためには、設備の充実が大前提であることがうかがえる。

また、設備強化は経済効果の拡大にもつながる。施設機能の拡充により観客数の増加などが見込まれるからである。更に、その他のスポーツイベントなど年間を通した誘致が可能となれば、新たな経済効果へつながることも期待される。

今後も安定したキャンプ実施に向け、引き続き球団側と密にコミュニケーションをとりながら、要望に出来る限り対応していくことが望まれる。

(写真3)宮崎キャンプ地の出店



(2)消費行動の促進

プロ野球春季キャンプ実施による経済効果の最大化を目指すにあたり、キャンプ地に訪れた観客の消費行動を促すことが重要である。各キャンプ地では球団のグッズ販売店が構えられ、ファンはキャンプ限定のTシャツやタオルを身に着けイベントムードを盛り上げていた。加えて地元飲食店の出店や動線を意識した会場づくりなど、キャンプ地の賑わい創出及び観客の消費を促進する仕掛けづくりに取組む必要がある。

例えば、宮崎市にてキャンプを実施したソフトバンクの会場では、20以上の店舗が立ち並び地元のグルメやお土産購入を楽しめるようになっている(写真3)。また、バレンタイン限定メニューの販売や一定金額以上購入すると参加できる抽選会を設けるなど、観客の購買意欲を掻き立てる様々な工夫が凝らされている。

県内においても、キャンプ地では複数のキッチンカーが並び、飲食を楽しめるようになっているほか、消費行動を促進する様々な取組みが行われている。例えば、複数のキャンプ地では地元商店の周遊を促すスタンプラリーを導入している。また、沖縄県が発行する「プロ野球沖縄キャンプ攻略ガイドブック(以下、攻略ガイドブック)」には各キャンプ地周辺の飲食店や観光施設が紹介されるなど、キャンプ以外の沖縄観光を楽しめるような仕組みがある。その他にも、球団名が入ったオリジナルかりゆしウェアや泡盛の販売、泡盛の試飲ブースなども設置されており、県産品のPRにも取り組んでいる(写真4)。

(写真4)泡盛の試飲ブース



(出所)写真3はソフトバンク宮崎キャンプ、写真4は巨人那覇キャンプにて筆者撮影(2025年2月)

このような事業者や球団と連携して地場産業を盛り上げる取組みを強化し、より多くのファンを魅了するための施策を打ち出していくことは経済効果を高めるうえで必須である。

また、まずは観光消費額の多い県外客をメインターゲットとして誘客することが効果的だが、加えて県内客も来場したくなるような工夫を施すことも重要だと考える。それにより地元との一体感が増し、重要な観光コンテンツという位置づけのみならず、県内客にとっても一日中楽しめる総合イベントとしての定義づけが可能となろう。

(3) 交通問題の解消

経済効果の拡大に向けては、交通面の課題解決も重要である。沖縄県の攻略ガイドブックでは、公共交通機関やレンタカーを利用する場合のそれぞれの所要時間や最寄りバス停・駐車場の

などの情報を掲載し、各キャンプ地へのおすすめのアクセス方法をわかりやすく紹介している。また、一部の市町村では域内の周遊や1軍～2軍間の移動ができるシャトルバスの運行が実施されている。

一方で、各キャンプ地では駐車場の不足や球場からの距離が課題となっている他、近隣観光施設や宿泊施設等への動線確保も十分であるとは言い難い。

スポーツツーリズムのみならず、交通面の課題は沖縄観光全体において対策が急務であり、裏を返せば沖縄プロ野球春季キャンプで好事例を創出することができれば、沖縄観光における交通問題解消の糸口となるのではないかと。本件に関しては特に、キャンプ関係者のみならず、観光産業に携わる全員で向き合うことが望まれる(図表6)。

(図表6) プロ野球春季キャンプの課題

プロ野球春季キャンプの経済効果拡大に向けた課題と施策案	
①設備強化	老朽化が進む球場施設の修繕や機能強化等、更なるレベル向上を図る
②消費行動の促進	観客の消費行動を促す仕掛けづくりで、県外客はもちろん県内客も楽しめる観光コンテンツとして進化させる 例) 地元飲食店や土産品店の出店促進、地域への周遊促進、地場産業のPR
③交通問題の解消	周遊を促す情報発信を強化するとともに、各キャンプ地や観光施設等のアクセス性向上について、観光産業の関係者全体で検討する

⇒県・自治体・地元事業者が連携し、キャンプ集積地としての付加価値向上を図ることが重要

(出所)りゅうぎん総合研究所

観光の閑散期に開催されるプロ野球春季キャンプは「観光消費額の平準化」に寄与する重要な観光コンテンツである。先述した課題に向き合い新たな施策を打ち出していくことは、プロ野球春季キャンプのイベントとしての魅力が向上するだけでなく、沖縄観光における新たな客層の獲得及びリピーター創出へとつながる。

また、温暖な気候を生かした「スポーツアイランド沖縄」の形成は沖縄観光発展の重要な位置づけを占めており、プロ野球春季キャンプは

スポーツツーリズム推進の一翼を担う存在として、継続・進化していくことが期待される。それには県や自治体、地元事業者、そして地域住民を巻き込み、一体となって持続可能な受け入れ態勢を構築していくことが不可欠である。各自治体の横連携、官民の連携強化によって、今後もキャンプ集積地としての付加価値向上を図り、県内のプロ野球春季キャンプが沖縄のスポーツ産業を牽引する観光コンテンツとしてさらに発展していくことに期待したい。

以上

【補注 1】プロ野球春季キャンプの沖縄県内での実施状況(1979年～2025年)

暦年	日本ハム	広島	中日	DeNA	オリックス	ヤクルト	阪神	楽天	ロッテ	巨人	ソフトバンク	西武
1979	(投手陣) 名護市	◎						(○)				
80		◎						(○)				
81	(一軍) 名護市 ○									◎		
82		(一軍) 沖縄市	○									◎
83			(一軍) 石垣市							○		◎
84	(一軍) 名護市 (二軍) 宜野座村	◎			○							
85	(一軍のみ) 名護市		(投手陣) 具志川市				◎					○
86		○										◎
87			(一軍) 石川市 具志川市	(一軍) 宜野湾市						○		◎
88			○									◎
89			(一軍) 石川市 (二軍) 具志川市		(投手陣) 糸満市			(○)	(投手陣) 那覇市	◎		
90					(一軍) 糸満市					○	(一軍) 読谷村 (二軍) 嘉手納町	◎
91		○			(一軍) 糸満市 (二軍) 那覇市							◎
92						○						◎
93					(一、二軍) 平良市 糸満市	◎						○
94					(一、二軍) 平良市、糸満市、 城辺町					◎		○
95					(一軍) 平良市 (二軍) 城辺町 ○	◎						
96	(一軍) 名護市 (二軍) 宜野座村		(一軍) 北谷町 (二軍) うるま市	(一軍) 宜野湾市 (二軍) 嘉手納町	◎					○		
97			(一軍) 石川市 (二軍) 読谷村			◎						○
98				◎								○
99			○								◎	
2000						(一軍) 浦添市				◎	○	
01						◎		(○)				
02										◎		○
03	(一軍) 名護市 (二軍) 東風平町						(一軍) 宜野座村 ○				◎	
04			(一、二軍) 北谷町 読谷村 ○		(一軍) 平良市 (二軍) 平良市 城辺町							◎
05			(一軍) 北谷町 (二軍) 読谷村 北谷町		(一軍のみ) 平良市		○	(一、二軍) 久米島町	◎			
06	(一軍) 名護市 (二軍) 八重瀬町 →国頭村 ◎		(一軍) 北谷町 (二軍) 読谷村 ○		(一軍のみ) 宮古島市							
07	(一軍) 名護市 (二軍) 国頭村 ○		◎							○		
08									(一軍のみ) 石垣市	○		◎ ○
9	○				(一、二軍) 宮古島市	(一軍) 浦添市 (二軍) 八重瀬町				◎ ○		
10			○						◎		○	
11			○							(一軍のみ) 那覇市	◎ ○	
12	○								◎	◎ ○		
13						(一軍のみ) 浦添市		◎ ○		○		
14									(一、二軍) 石垣市	○	◎ ○	
15					(二軍のみ) 宮古島市	○					◎ ○	
16	◎ ○	○										
17		○									◎ ○	
18		○						(一軍) 久米島町 →金武町 (二軍) 久米島町		(一、三軍) 那覇市	◎	○
19										○	◎	○

暦年	日本ハム	広島	中日	DeNA	オリックス	ヤクルト	阪神	楽天	ロッテ	巨人	ソフトバンク	西武
20		(一、二軍) 沖縄市								(一軍のみ) 那覇市 ○	◎ ○	
21		(一軍のみ) 沖縄市			○	◎ ○		(一軍) 金武町 (二軍) うるま市				
22					○ ◎	○			(一軍) 石垣市 →糸満市 (二軍) 石垣市			
23				(一軍のみ) 宜野湾市	○		(一軍) 宜野座村 (二軍) うるま市 ◎ ○	(一軍) 金武町 (二軍) 久米島町				
24				◎						○	○	
25									(一軍のみ) 石垣市 →糸満市			
一軍 キャンプ地	名護市	宮崎県/ 沖縄市	北谷町	宜野湾市	宮崎県	浦添市	宜野座村	金武町	石垣市/ 糸満市	宮崎県/ 那覇市	宮崎県	宮崎県
二軍 キャンプ地	国頭村	宮崎県	読谷村	鹿児島県	宮崎県	宮崎県	うるま市	久米島町/ 宮崎県	宮崎県	宮崎県	宮崎県	高知県

(出 所) リゅうぎん総合研究所

(備 考) 1. 太線内のシャドー部分は沖縄県内で春季キャンプを実施。○はリーグ優勝、◎は日本シリーズ制覇。

2. 楽天の列の(○)は、05年からオリックスと合併した旧・近鉄のリーグ優勝。

3. 日ハム(1軍)の18年、19年の名護市キャンプは、新球場建築中のためサブグラウンドやブルペンでの練習となる。

4. 広島は、25年2月1日～11日まで宮崎キャンプ、13日～26日まで沖縄キャンプ。

5. ロッテ(1軍)は、25年2月1日～16日まで石垣キャンプ、18日～24日まで糸満キャンプ。

6. 巨人(1軍)は、25年2月1日～13日まで宮崎キャンプ、15日～25日まで那覇キャンプ。

【補注2】

本調査で使った産業連関表について

本件調査では、沖縄県の平成27年産業連関表を用いた。産業部門数で表示する部門表は産業分類35部門表をベースにしたが、35部門表ではキャンプにおける主な支出項目である「宿泊業」や「飲食サービス」、「貸自動車業」などの部門が明示されていない。そのため、これらの産業部門については、県が公表した基本分類表(458行×367列)から該当する業種を抽出した。さらに、今回の分析において統合しても不都合がない部門を当社で統合し、本件調査の分析用に組み替えた。

また、産業連関表における各産業部門の自給率は、県内需要(＝県内居住者の需要)に対する

自給率であるため、移輸出(＝非居住者の需要)は対象外となる。このため、統計上移輸出である「県外からの滞在者の支出(＝非居住者の需要)」の経済効果を試算する際にそのままの自給率を用いると不都合が生じる。例えば、宿泊業の自給率は、県内居住者の宿泊需要(県外旅行などを含む)のうち県内宿泊部門を利用した割合を意味するが、県内居住者の場合、県外宿泊の支出額が県内宿泊の支出額より大きい場合、県内宿泊業の自給率は低くなる。しかし、キャンプ関連の宿泊費や飲食費は全て県内で発生するため、こうした支出に対して県内での自給率が明らかに100%とみられる宿泊業、飲食店などについては自給率を100%に設定しなおして使用した。

経済波及効果を求める式は以下のとおりである。

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

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

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

ΔX_1 : 一次生産誘発額 (直接効果＋一次間接効果)

ΔX_2 : 二次生産誘発額 (二次間接効果)

ΔX : 総生産誘発額 (経済波及効果＝直接効果＋一次間接効果＋二次間接効果)

I : 単位行列

M : 移輸入係数 (対角行列)

A : 投入係数 (行列)

ΔF : 最終需要増加額

c : 民間消費支出構成比

k : 消費転換係数

w : 雇用者所得率



特集

沖縄のSociety5.0を考える PART2
第2回デジタル庁
国民向けサービスグループ
政策推進スペシャリスト

多田 功氏に聞く

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月にわたって本誌に掲載した「沖縄のSociety5.0を考える」の第2弾である。第2回目は、元兵庫県加古川市の自治体職員としてスマートシティ事業に携わり、現在はデジタル庁や民間企業に籍を置き、全国の自治体向けにデータ利活用やDX推進を支援している多田功氏に話を伺う。

多田さんは多くの肩書きをお持ちです。プロフィールを教えてください。

1998（平成10）年に加古川市に入庁し、25年間市役所職員として勤めました。2023年3月に、これまでの経験を活かしてより自由に動ける分野に身を投じたいと思い、意を決して市役所を退職しました。現在は、デジタル庁とIT企業に籍を置きつつ、地域活性化に係る業務を行っています。デジタル庁では「国民向けサービスグループ」の一員として、

主にウェルビーイング施策の推進を行い、民間企業では、デジタルガバメントに関連する戦略立案や推進、また新たな都市サービスの企画と事業立ち上げなどを推進しています。

加古川市には、現在も「加古川市役所スマートシティ推進アドバイザー」として関わっています。また総務省の「地域情報化アドバイザー」「地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業アドバイザー」として自治体等の支援も行っています。

自治体職員を25年経験されて、定年を待たずに退職したのは相当な決断ですね。

加古川市には早期退職制度がありますが、対象年齢となる1年前で退職しました。早期退職制度を使えば退職金の割増しもありますので、活用すれば経済的にメリットもありますが、1年経つと状況も大きく変わるので、やりたいことがあるなら躊躇はできないなと考えました。退職金の割増分は、早く動いてそれ以上の価値を次の場所で生み出せばいいと考えました。

時間を大事にされたわけですね。

時間が全てかなと思います。自治体職員向けに研修を行う機会が多いですが、そこでよく時間の話をしています。自身の人生を良くしたければ、コントロール可能な時間を作り出して、その時間をうまく使うしかない。1日は24時間あるけれど、心身の健康を考えると8時間程度は寝たい。そこを固定するとすれば、残りの8時間で仕事をして、さらに残りの8時間で自分や家族、友人との時間に充てる。8時間仕事して、そのうえ残業したら自分の自由時間や寝る時間が減りますよね。それは自分の人生をある意味「削っている」とも言えます。1日の大半は職場で過ごしてきましたが、そこでは基本8時間は拘束される。その環境が充実しない、楽しくないとなったら人生を棒に振ることに近い。「DX研修」や「BPR研修」「EBPM研修」といった場でも、その話はさせてもらいます。

多様な活動をされています。原動力は何ですか。

自治体職員時代から一貫して、「地域を良くしたい」という思いを持っています。もともと趣味でサックスを演奏していたので、若い頃は音楽の道に進もうと考えていた時期もありました。ですが、大学卒業直後に自転車で大怪我をしまして、家で寝たきりの時期がありました。動けないのでひたすら法律の勉強をしていたら、次第に社会や行政の仕組みに興味を持つようになり、公務員試験を受験す

ることにしました。出身は明石市ですが、なぜ加古川市を選んだのかと思われますよね。兵庫県は阪神間で同日試験でした。その中で、唯一午前中に試験が終わるのが「加古川市」だけでした。入院中、寝たきりで腰を痛めまして、試験で座っていただけるのが、薬が効く半日だけ。それで加古川市を選びました。

加古川市は、全国の中でも先進的な取り組みをされています。「目的起点 / 課題解決型スマートシティ」を志向し、地に足がついた実践を積み重ねてきた自治体としての評価も高い。特に約1,500台規模の「見守りカメラ」の設置やデータ連携の取り組みは早かったです。ご苦労も多かったのではないですか。

加古川市が先進的な取り組みをしているというのであれば、それは岡田康裕市長のリーダーシップがあったからだと思います。私たちはそれを形にしているだけです。見守りカメラの設置については、元々別の担当者が担当していました。当時、国ではIoT機器で取得したデータの連携を推進したい考えがあり、加古川市でもデータ連携基盤の導入をはじめとするスマートシティ事業を進めることになりました。当時、自治大学校での研修期間中、朝早く起きて仕様書を作成していましたし、短期間でシステム調達やローンチなどを行ったので、かなり苦労しました。



岡田康裕加古川市長とのショット
(多田氏提供)

具体的にはどのような取り組みをされましたか。

「安全・安心のまちづくり」の一環として、複数分野のデータを利活用するための基盤整備をしました。具体的にはバスロケーションシステムの導入や、防犯関連のアプリケーション開発、それらを支えるデータ連携基盤の整備などです。

バスロケーションシステムで必要なのは「バスが今どこにいるか」で、それには GTFS-RT（公共交通機関のリアルタイムな運行状況を共有するためのデータフォーマット）が必要でしたが当時はなかった。それで GTFS-RT の代替手段として運行しているバスに安価な Android 端末を置いて把握することを検討しました。バスの路線やどのバス停に向かっていくかは静的データでもわかりますが、バス自体がどこを走っているかはわかりませんよね。その実施のためにバス事業者に協力依頼に行ったのですが「ダメだ」と言われました。

端末操作にご協力いただけなかったのはなぜですか。

「業務規定以外のことはさせない」ということだと思います。端末設置は残念ながら断念しましたが、バスロケーションシステム自体は作りました。複雑な路線ではないので 10 分前の軌道から大体の予想はできましたので、バスが進む軌道だけ GPS で取得したデータを表示し、データ連携基盤に載せました。

防犯関連のアプリケーションはどのようなものですか。

児童や認知症の恐れのある高齢者の所在を把握するものです。市内に設置された 1,500 台の「見守りカメラ」の中に BLE タグ（ビーコン）を検知できる機能が搭載されていたので、それを活用しました。市内に住む児童が

BLE タグを持ってカメラの近くを通過すると、どの辺りに児童がいるか家族がわかる仕組みとなっていますが、1,500 台のカメラが設置されているからといっても必ず空白地帯があるわけです。そこで、郵便車両にも走行データ収集用の通信機器と見守り BLE タグ検知器を搭載し動き回ることによって位置がわかる。さらにタグを検知できるアプリを加古川市で作りました。それで行方不明者が出た際には、「見守りカメラ」「郵便車両」「公用車」「スマホ」の合計約 6,000 台の検知器が作動し、居場所がわかる仕組みになっています。市内にいたのであれば必ず見つけることができます。タグ利用については市民が民間企業と契約して利用する仕組みです。検知器については、加古川市が市債や国の補助を活用して共通検知器を開発し設置しました。

この検知器のデータもデータ連携基盤に載せたのですか。

それは載せていません。「信書の秘密」ご存知ですか。郵便物の配達情報は「信書の秘密」として憲法及び郵便法によって厳格に保護されています。そのため郵便車両の移動データは表に出せません。タグの情報も個人情報です。そのため、この 2 つのデータは連携基盤に載せることが出来ません。やれることはバスロケーションシステムみたいなスモールなことだけで、あとはオープンデータを API で出すために連携基盤を活用しました。当時のデータ連携基盤の活用は限定的だったのです。個人的には、当時からデータ連携基盤の捉え方については懐疑的でした。様々な制約下で実際にどの程度効果があるのか。事業者にも聞いても納得できる説明を聞いたことがありませんでした。システム導入の前に、やるべき周辺環境整備が山ほどあります。

りゅうぎん調査 19

電話の普及は「モバイルマネー」の普及も促進した。ニーズに合致したからこそ急速にデジタル化が進んだわけです。

日本では今後ますます人口が減りますので、これまでのやり方では社会基盤が崩れる懸念があります。これまで築きあげてきた社会基盤をどのように変化させるのか。その先進事例は世界にはないわけですから、日本人自身が考えなければいけない。国民が「自分ごと」としてやらないといけないです。日本では「阪神・淡路大震災」「東日本大震災」といった大規模災害とともに、おおよそ10年周期でデジタル化が進んでいます。「阪神・淡路大震災」の時は大阪にいましたが、当時は携帯電話が黎明期で、基地局がほとんど倒れて携帯電話が使えませんでした。あれから基地局はかなり堅牢に作られるようになり、今では復旧速度も早いです。「東日本大震災」時は、津波で住民データが根こそぎ流されました。そのため紙や物理サーバなど現地だけで記録を保管するのはリスクであり、クラウドを使ってリスク分散を図るなど進化してきました。決して災害を望むわけではありませんが、危機とともにデジタル化は進みます。その点で、日本ではこれまで危機的な状況が少なかったとも言えるかもです。

インド版マイナンバーと言われる「アドハー（アダー）」もそうです。全人口の9割以上が登録しているのは驚異的ですが、登録率が高い主な理由は「不正防止」です。インドでは、補助金や食料配給、年金等が不正によって正しく社会保障が機能しない状況がありました。課題感のレベルが日本とはまるで違います。アドハーでは生体認証システムが採用されていて、国民は顔、両手の指紋、両眼の虹彩を登録しています。それにより不正受給等の防止を図っています。世界の課題はわかりやすい。その点、日本は安全すぎて課題に気づきにくい。しかし海外とは違う課題が日本にはある。急速な高齢化と少子化により人口減少時代に突入したので、これまでの社会基盤を見直さないといけない。そのためには機械可読なデータを整備し、DXしないと変化に対応できないということになります。

「働き方改革とDX推進は両輪」という考えが根付いていないようです。

研修機会の度に「職員の採用減ってきていませんか」と自治体職員によく尋ねます。私が人事部にいた頃からも、「20人採用募集」を行うとして、欲しい人材20人を採用することは難しかったです。必ず辞退があるので、補欠や追加試験などで採用人数を満たします。今はさらに厳しいと思います。これまで、行政と国内の民間企業で人材獲得競争をしていましたが、現在は国内民間企業が外資企業と人材獲得競争して、優秀な人材は外資企業に取られています。残った人材を行政と民間で争奪しますが、行政部門は非常に厳しい。その証拠に、研修に参加している自治体職員に「年々業務量増えていませんか」と聞くと、全員が「YES」と答えます。定着せず辞める職員も増えていきますので当然だと思います。さらに「5年後、増加した業務を後任（後輩）に引き継げると自信を持って言える人はいますか」と尋ねると、誰1人手を挙げません。「そういう状況だからDXが必要です」と説明しています。

もう一つの懸念は、「デジタルツールを導入すること」をDXと誤解している人が多いことです。インターネット時代の到来で、取り扱う情報量は格段に飛躍しました。現在はAI時代。取り扱う情報量はすでに人間の処理能力では追いつきません。デジタルツールを導入しただけでは、仕事が減ることはありません。抜本的に業務自体を見直さないといけないのに、どのデジタルツールを導入するかという話ばかりが聞こえます。デジタルツール



自治体職員向け研修の様子（多田氏提供）

をしっかり機能させるには、データ整備をしなければならないのに、抜本的な業務プロセスの見直しやデータ整備の話はほとんど聞えない。

よく「成功事例が知りたい」と尋ねられますが、成功事例はあくまでもその地域、その環境だからこそ成功したのだと思います。最近では「書かない窓口」などが有名ですが、紙媒体での手続きをタブレット入力に切り替えただけでは何も変わりません。うまくいっている地域では10年ぐらいじっくり時間をかけて環境整備をしっかりやっています。表面的に真似ても絶対に上手く行きません。

AIReadyですね。変革をするための準備が必要ということですね。

オープンデータも含めて「なぜデータ整備が必要か」を本質的に理解しないと、例えばRPA導入といった議論になります。RPAはシステム間のやり取りが自動でされているように見えます。一見いいように見えますが、複雑に絡み合ったシステムをそのままにしながら、擬似的にRPAで自動化しても意味がないです。それより大事なことは、データをシステムの中に閉じ込めるのではなく、システムとデータを切り離し、どのシステムを導入しても自社データが有効活用できるよう整備をすることです。特にAI活用は自社の情報資源がどれだけデジタルデータとして整備されているかに影響されます。

沖縄県内ではどのような活動をされていますか。

東大の公共政策大学院が実施する「チャレンジ・オープンガバナンス」というアイデアコンテストがありまして、そこに参加された「なは市民協働大学院」の方々と意見交換を行ったりしています。那覇市では地域課題解決の人材育成の場として「協働大学」「協働大学院」を開催し、そこで選抜されたチームがアイデアコンテストに参加します。他の自治体ではもともと熱量が高い人とか、どうか参加をお願いするケースが多いですが、那覇市ではチームがすでに出来上がっています。そのコミュニティで講演してくれと依頼があり、彼らが出すアイデアのブラッシュアップ

をさせていただいたりしました。あとは行政の取り組みで、人流データ等を活用して地域経済の可視化などを支援しています。地域でデータを取得して、それをどのように可視化し、分析していくかといったことを支援しています。これまでもコンサル会社に依頼しアンケートなど実施していますが、成果物としてのレポートはPDF形式で受け取ることが多い。そうではなく外部委託する際も生データで受け取り、自らBIツール等を使って可視化・分析することを助言しています。

多田さんから見た沖縄の課題感があれば教えてください。

島嶼地域という「物理的な距離」に関する課題はあると思います。陸続きの移動と海を渡る移動はやはり違います。特に離島ですね。地続きのコミュニケーションロスは沖縄特有だなと思っています。例えば、県内自治体職員の皆さんに「県庁で会議します」と招集した際に、那覇市役所の職員は歩いてすぐに参加できますが、北部地域や離島の職員は移動距離・時間がかかります。場合によっては前泊して参加するとか、移動による時間のロスは確実にあり、大きな課題だと思います。そこはデジタルで解決できる可能性はあります。

もう一つは、これは表現が難しいのですが、世界から見ると日本が「島国」で独自の多様な文化圏を持っているように、沖縄県も「島嶼地域」として多様な地域特性を持っているように感じます。それが、沖縄の中でなんらかの共通基盤のようなものを構築しようとした時に、「沖縄はひとつ」と考えて進めるとうまくいかないのかなと感じます。

沖縄で広域連携を進めるときの着眼点として大事ですね。

地域特性と共通課題を切り分けて、地域特性を活かしながら共通課題はテクノロジーで解決していくことは大事だと思います。

標準化を進め効率化していくことは悪いことではないけれど、やり方間違えてしまうと地域の良さを潰してしまうことになりかねない。「どのまちにもスタバや吉野家がないといけない」「なかったら田舎だ」みたいなことで

す。日本の都市部では、駅周辺はほとんど似た景色に見えます。最近では地方でも同様です。地域の良さを潰してまで便利さだけを追求するのは本末転倒です。2015年にHOME'S総研（現LIFULL HOME'S総研）が「センシユアス・シティ」という指標を提案しましたが、今求められているのはあのような考えだと思います。機能性だけでなく、感覚的なもの。その両方を兼ね備えた地域は魅力的です。

沖縄の地域特性を活かしながらテクノロジーの活用を考える必要があります。「ゆいまーる（相互扶助）」のような考えは、オープンデータの理念に合致すると思います。

データ整備は大事ですが、特定の組織や部署だけがやるものではないと思います。私は、加古川市で「特別定額給付金」の市独自のオンラインシステムを立ち上げたり、「ワクチン接種抽選サイト」の開発・運用に関わりました。特に給付金の際は市民にデータを整備してもらいました。行政側が準備した申込用紙に市民が書き込んで、郵送して、その情報を行政職員が入力すると「動作」が増えますので、給付に遅れも生じるし誤入力も発生する。それより市民自らが名前や住所を確認し、口座番号等を入力するなどデータを整備してもらう方が効率もいいし、ミスはあったとしても作業量が違う。全てを職員がやろうとすると時間も労力もかかってしまう。自治体で全てデータ整備すると考えるのではなく、市民が預けたデータを「役所が使わせてもらう」という方がいいと思います。入力が誤っていれば、そこだけ修正していくのが効率的です。みんなで整備していく。私はそれを「元気玉」と呼んでいます。漫画「ドラゴンボール」に出てくる技ですね。多くの人々の元気や希望を集めて作り出すエネルギーの玉です。これも「ゆいまーる」ばいです。

今回の「システム標準化」では課題は解決されないと思いますが、標準化の取り組みによって、自治体が保有するデータ形式はある程度整理はされるかなと思います。せっかく労力かけてシステム整備するのだから、これを起点に自動的にオープンデータを作るような仕組みを作る方が望ましいです。

行政職員にデータ整備は求めない方がいいと思います。なぜなら民間企業でも言えることだと思いますが、これまで人材育成過程でデータの研修は受けていませんし、先ほどから申し上げている通り職員が減少します。

ウェルビーイングの研修をする時に「地域の景観」についてよく出てくる話題ですが、自宅前のゴミを誰が片付けるか」という問いに、「道路だから行政」と答えるケースが少なからずあります。一部の市民にとって玄関を出た瞬間に「公助」になるわけです。市民がこのような認識のまま行政サービスが縮小していけば、地域は大変なことになります。ウェルビーイングの取り組みは、自分たちの地域の状態を知ってもらう必要があります。そのためには常にデータで可視化しておくことが大事です。「共助」を生み出す努力が必要です。

オープンソースの議論でもよく見ますが、「共助」の話をするするとフリーライダー（ただ乗り）が出てくることを懸念する人たちがいます。しかし、それも許容することを前提に動く必要があります。フリーライダーは出るけれど、その分利用者も増えるし、新たなサービスも出やすくなる。「自由に使わせるのは嫌だ」と考えるのであれば、価値にして販売すればいいだけの話です。一番の問題は、役立つにも関わらず、「整備しない」「売りもしない」「公共財として提供もしない」ということです。要するに自分たちで価値を認識しない状況が一番問題です。オープンというのは、単に「無料」という意味ではありません。

本特集 1 回目にご登場いただいた小宮昌人さんも同様のことをおっしゃっていました。自分たちのものだと思っているものが 10 あったとして、そのうち競争力があるのは 2 割ぐらい。それ以外は非競争領域の部分も多く、「協調領域」として協力し合うことを検討した方がいい。全て自社だけで整備や調達するのは、今後一層厳しくなる。同じ分野や業種にいる方々で考えを共有し、地域で基盤を作り、域外に対して競争力を持つべきだと言及されていました。

その通りだと思います。データ連携基盤やベースレジストリーなどは協調領域で考えるべきです。本来は協調領域なのに、なぜか競争領域にしまっていることで無駄も多い。

「守る部分」と「そうではない部分」を明確にし、守備範囲を広くしすぎて管理コストを増大させているところは見直した方がいいです。

最後に沖縄の Society5.0 実現に向けてのアドバイスをお願いします。

課題は山積みだと思いますが、すでに横展開を前提で進められているプロジェクトがあるなら、それは便乗した方がいいと思います。例えば国が進めているプロジェクトで、それが沖縄県にも必要であれば一緒にやる方が早い。それ以外の地域特有の課題が明らかであれば、そこに注力した方がいいと思います。私はよく「地域に何を残したいですか」と聞きます。残したいものが明確であれば、何をやらないといけないか、現状はどうなってい

るのか、それがわかるデータはあるのか、データがないのであればそれをどう取得するのかなど、やることも明確になります。「残したいものは何ですか？」を共通言語にすることをお勧めします。

(インタビュー&レポート：志良堂猛史)



多田功氏 プロフィール

兵庫県出身。加古川市役所において約 25 年間、地域振興、人事、情報政策など幅広い分野を担当し、スマートシティの推進を牽引。2021 年には特別定額給付金の迅速な支給や新型コロナワクチンの予約抽選システムを構築し、他自治体でも採用。功績が評価され、「地方公務員アワード 2021」を受賞。2023 年加古川市退職後「TIS 株式会社」に入社。2025 年 4 月からは同社での勤務と並行して、「デジタル庁」で国民向けサービスグループの政策推進スペシャリストとして国レベルでのデジタル行政に携わっている。

※本記事で述べられている内容は、多田氏個人の見解であり、所属組織の公式見解を示すものではありません。



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
(※弊行業務提携先 / 台湾現地コンサル
タント会社) へ出向中

台湾の旧盆と食文化

はじめに

大家好（ダージャーハオ）。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。2回目となる今回は、台湾と沖縄の似ている文化をご紹介します。

1. 台湾の旧盆

今年は旧暦で1年が13カ月となる 윤치 (閏月) にあたります。例年よりも遅い9月4日から9月6日が旧盆期間となりましたが、みなさまはどのように過ごされましたか。親族が一堂に会して重箱やオードブルを食べ、エイサーを見るなど賑やかに過ごされたのではないのでしょうか。旧盆は、遠方にいる親戚も帰省して参加するなど、旧正月や清明祭 (シーミー) と並び、沖縄に根付いている旧暦行事のなかでも特に重要なイベントの一つかと思えます。

台湾では沖縄以上に旧暦の文化が色濃く残っています。代表的な旧暦行事としては、旧正月にあたる春節 (チュンジェ) が日本では有名ですが、ここでは旧盆にあたる行事をご紹介します。

旧暦7月は鬼月 (グワイユエ) と呼ばれ、7月1日から7月30日までこの世とあの世を隔てる門 (鬼門) が開き、祖先や無縁仏の霊が現世に戻ってくると信じられています。沖縄の旧盆はウークイ、ナカビ、ウンケーの3日間で終わることが一般的 (一部地域では4日間) ですが、台湾では鬼門が閉じるまで約1カ月間続きます。その間に、無病息災や家内安全を祈って大小さまざまな祭りが執

行われます。鬼月でも特に重要視されているのが旧暦7月15日の中元節 (ジョンユエンジェ) で、中元節が近づくと各家庭やマンション、オフィスビル等の前で、肉や魚、果物、菓子などのお供えものを準備し、線香を焚き、あの世のお金を燃やします。これは普渡 (プードウ) と呼ばれる儀式で霊魂たちが成仏するようにお祈りするものです。⁽¹⁾



商店街で開催された普渡



出向先が入居するオフィスビルでの普渡の様子

沖縄の旧盆は主に家庭で先祖の霊を迎えて供養する一方、台湾の中元節は無縁仏の供養に重点が置かれているそうです。どちらも先祖供養の行事ですが、実施期間や供養の対象が異なるなど細かな違いが見られます。

中元節の祭典は台湾各地で行われますが、特に基隆港のある基隆市では「鶏籠中元祭」

という大規模な祭りが開催されます。鶏籠中元祭は台湾で最大規模の中元節の祭典で、1855年を起源とし170年以上の歴史があり、初めて重要無形民俗文化財に指定された祭りでもあります。⁽²⁾

鶏籠中元祭が開催される基隆市は石垣島からの定期フェリーの就航が予定されていますので、就航後はフェリーを利用して基隆市の鶏籠中元祭を楽しんでみてはいかがでしょうか。



鬼門開きの儀式が行われる基隆市の「老大公廟」

2. 食文化

旧暦行事だけでなく食材や料理でも沖縄との共通点が多々あります。

台湾はフルーツが有名ですが、マンゴーやパイナップル、パッションフルーツ、ドラゴンフルーツ、グアバなど、沖縄でも栽培されているものが多いです。

ゴーヤーもよく食べられていて、ゴーヤーと卵を炒めた鹹蛋苦瓜（シェンダンクーグワー）というゴーヤーチャンプルーによく似た料理があります。沖縄産ゴーヤーを主成分にしたお茶も販売されており、体内の油分を分解してくれる効果があるとして人気のようです。



ゴーヤー料理



グアバ



パパイヤ

他にも、台湾で有名な麺料理である牛肉麵（ニョーローメン）などで使用される小麦粉由来の麺は、沖縄そばの麺とそっくりで、沖縄そばを食べたことのある台湾の方がほとんど同じだと話していました。

また、沖縄と同じく豚肉食文化でもあります。豚肉を使用した料理が多く、台湾を代表するグルメの一つ魯肉飯（ルーローファン）の甘辛いタレで煮込まれた豚肉は、沖縄の三枚肉にとっても良く似ています。豚肉食文化の台湾では日本産豚肉も輸入しています。2018年に日本国内で豚熱が発生したことに伴い、台湾当局が日本産豚肉の輸入を停止していましたが、2023年に条件付きで再開されました。主な条件は、次の通りです。

①原料となる豚肉が台湾当局によって認定された畜場等で処理されていること。

②70℃ 30分以上又はこれと同等と台湾当局が認める方法で加熱すること。

③加熱処理施設は、加熱後の製品が汚染されない構造及び措置が確保されているものとして、台湾当局によって認定されていること。

これらの基準を満たしていれば、沖縄県産豚肉の輸出も可能になっています。⁽³⁾

牛肉についても、今年5月に日本産牛肉の輸入規制が一部撤廃されました。2001年に日本国内でのBSE（牛海綿状脳症）発生により輸入が停止、2017年には月齢制限付きで解禁され、これまで30カ月齢未満の牛由来であることが条件とされていたところ、2025年5月22日付で当該条件が撤廃され全月齢の牛肉輸入が可能となりました。⁽⁴⁾

近年の豚肉・牛肉の輸入規制緩和により、沖縄県産ブランド牛やブランド豚の台湾での需要拡大が期待されます。

最後に

琉球銀行では則和企業管理顧問有限公司と提携して、沖縄県産品の台湾への輸出をサポートしています。食品に限らず商材の台湾輸出を検討している方は、ぜひ琉球銀行へご相談ください。

参考文献：

- (1) 交通部観光署. 伝統的な行事やイベント. 2025.09.25. <https://jp.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0003020>
- (2) 交通部観光署. 2025 鷄籠（基隆）中元祭. 2025.09.25. <https://jp.taiwan.net.tw/m1.aspx?sNo=0003019&lid=081406>
- (3) 農林水産省. 台湾向け日本産加熱処理豚肉の輸出施設の認定について. 2023.01.18. <https://www.maff.go.jp/j/press/syouan/douei/230118.html>
- (4) 農林水産省. 台湾向け牛肉の月齢制限撤廃について. 2025.05.23. <https://www.maff.go.jp/j/press/syouan/douei/250523.html>

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



鷄籠中元祭の会場「主普壇」

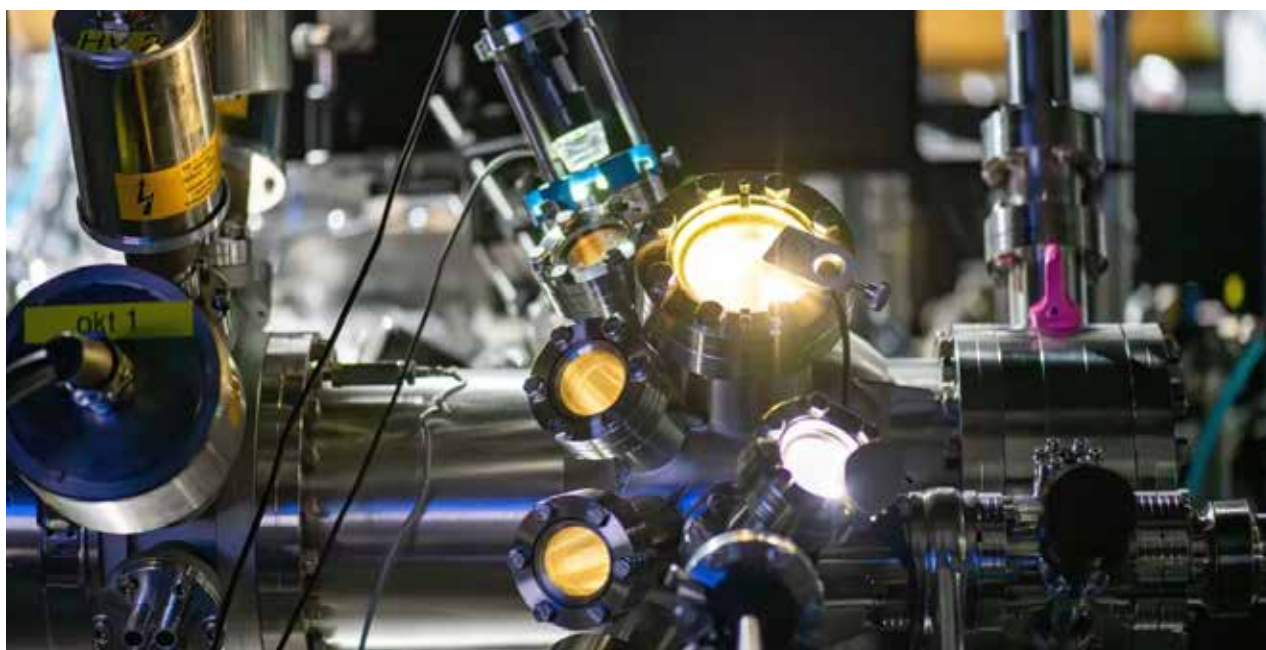
※沖縄科学技術大学院大学のHPから許可を得て転載した記事です。

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. 「暗い」バレートロニクスに光を当てる

最先端の分光装置を用いて、次世代量子情報技術を切り拓く新たな研究手法を確立しました。



沖縄科学技術大学院大学(OIST)のフェムト秒分光法ユニットの研究チームは、原子レベルに薄い材料において、これまで捉えることが難しかった「暗い励起子(れいきし)」の変化の過程を世界で初めて直接観測しました。科学誌『Nature Communications』に掲載されたこの成果は、古典情報技術と量子情報技術の両分野における新たなブレークスルーにつながる重要な一歩となりました。同ユニットを率いるケシャヴ・ダニ教授は、その重要性を次のように語っています。「暗い励起子は、光との相互作用が本質的に少ないため、量子特性の劣化が起こりにくく、情報伝達媒体として大きな可能性を秘めています。しかし、その『見えにくさ』ゆえに、研究や制御は非常に困難でした。こうした課題に挑む中で、2020年にOISTで達成した画期的な成果を契機に、暗い励起子の生成・観測・操作への道を切り拓いてきました」

同ユニットに所属する博士課程学生で共著者のシン・ズー(朱興)さんは次のように説明します。「一般的な電子工学分野では、電子の電荷を操作して情報を処理します。新たに開拓されているスピントロニクス分野では、電子のスピンを利用して情報を伝達します。それに続く第三の分野といわれるバレートロニクスでは、特殊な材料の結晶構造により、電子の運動量空間における異なる谷(バレー)の状態に情報を符

号化することが可能となります」

暗い励起子は、谷(バレー)の自由度を利用して情報を伝達できる特性を持つことから、量子技術における有望な候補と位置づけられています。また、暗い励起子は本質的に、現行の量子ビットよりも熱などの外的な環境要因に対する耐性が高く、極端な冷却が不要なため、量子の状態が崩れる「デコヒーレンス」の発生も少ない可能性があります。



OISTの実験装置。最先端のTR-ARPES（時間・角度分解光電子分光法）顕微鏡を備え、独自に開発された卓上型のXUV（極端紫外線）光源により、フェムト秒領域（1フェムト秒＝1秒の1000兆分の1）の時間スケールで、電子や励起子のイメージングが可能。

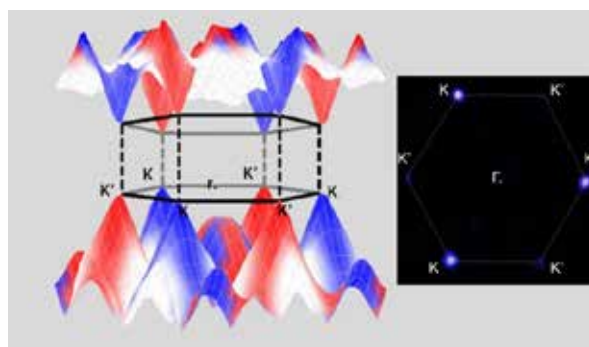
写真提供：ジェフ・ブライン&アンドルー・スコット（OIST）

明るい励起子と暗い励起子のエネルギーの関係性を明確にする

過去10年間で、原子レベルの薄さの半導体材料の一つ、TMD（遷移金属ダイカルコゲナイド）の基礎研究が大きく進展してきました。他の半導体と同様、TMDの原子は、結晶格子状に規則正しく並んでおり、この構造によって、電子は価電子帯などの特定のエネルギー準位（またはバンド）に閉じ込められています。光を照射すると、負（マイナス）の電荷をもつ電子はより高いエネルギー状態である伝導帯へ励起（れいき）されます。それに伴い、価電子帯に生成される電子の「空席」が、あたかも正（プラス）の電荷を持つ「正孔（ホール）」として振る舞います。電子と正孔は静電引力によって結びつき、水素に似た準粒子「励起子」を形成します。電子と正孔の特定の量子特性（お互いのスピンの向きや運動量など）が一致し、かつその運動量に位置する谷（バレー）において電子が伝導帯のエネルギーの最小点、正孔が価電子帯の最高点に位置する場合、電子と正孔はピコ秒（1ps＝10⁻¹²秒）以内に再結合します。この再結合過程で光を放出する励起子は、「明るい励起子」と呼ばれます。

一方で、電子と正孔の量子特性が一致しない場合、電子と正孔は自発的に再結合することができず、光を放出しません。これらは「暗い励起子」として知られています。元OISTポスドク研究員で、現在はユニバーシティ・カレッジ・ロンドンに所属する共同筆頭著者のデイヴィッド・ベーコン博士は次のように説明します。「暗い励起子には、電子と正孔の性

質がどこで不一致を起こすかに応じて、二つの種類が挙げられます。一つ目は、それぞれの運動量が不一致のために生じる『運動量禁制』の暗い励起子。二つ目は、スピンの向きが不一致のために生じる『スピン禁制』の暗い励起子です。このような電子と正孔の性質の不一致は、励起子の速やかな再結合を妨げます。したがって、暗い励起子は、最大で数ナノ秒（1ナノ秒＝1秒の10億分の1（10⁻⁹秒））という、より実用的な時間スケールで存在できるようになり、さらに周囲の環境との相互作用から隔離されます」



TMDなどの超薄型半導体の原子構造は六角形であり、この対称性は運動量空間にも反映される。伝導帯（上）と価電子帯（下）はそれぞれ特定の点（K）で局所的なエネルギーの最小値と最大値が存在し、これは運動量空間における谷（バレー）として可視化される。量子力学の時間反転対称性により、一方の谷（バレー）で生じる現象は反対側の谷（バレー）で鏡像的に再現される。すなわち、K点で伝導帯のスピンの向きが下向き（赤）である場合、K'点ではスピンの向きが上向き（青）となるため、六角形の辺に沿って交互になった並び方となる。電子が運動量空間において同一の谷（バレー）に存在し、対応する正孔とスピンの向きが一致する際に、明るい励起子が生成される。左回りまたは右回りの円偏光を用いることで、特定の谷（バレー）に明るい励起子を選択的に生成できる。挿入図は明るい励起子のエネルギー測定結果を示しており、Kの谷（バレー）とK'における対比を示す。

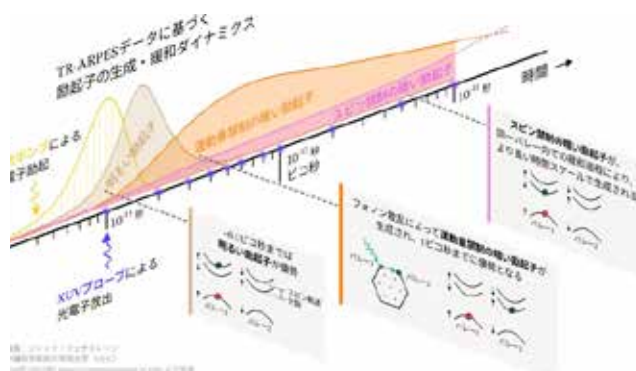
運動量空間図は、Bussolotti他（2018年）Nano Futures 2 032001より改変。挿入図はZhu他（2025年）Nature Communications 16 6385より改変。

「TMDの特異的な原子配列の空間反転対称性により、円偏光を照射すると、明るい励起子を特定の谷（バレー）だけに選択的に生成できます。これがバレートロニクスの基本原理です。しかしながら、明るい励起子は急速に多数の暗い励起子へと変化し、これらが潜在的に谷（バレー）の情報を保持する可能性があります。どの種類の暗い励起子が関与し、どの程度まで谷（バレー）の情報を保持できるかは不明ですが、これはバレートロニクス応用を追究する上で重要な一歩となります」

す」と、共同筆頭著者でありOIST卒業生、現在はカリフォルニア工科大学のPresidential Postdoctoral Fellowを務めるビベック・パリック博士は説明しています。

フェムト秒スケールで電子を観測する

OISTが保有する世界最高水準のTR-ARPES (時間・角度分解光電子分光法) 装置(独自開発の卓上型XUV(極端紫外線)光源を含む)を用い、TMD半導体において、電子の運動量空間における特定の谷(バレー)で明るい励起子が生成された後、電子と正孔の運動量、スピン状態、占有レベルを同時に定量化することで、すべての励起子の特性を時間経過とともに追跡することに成功しました。これらの特性を同時に定量化したのは今回が初めてです。



研究チームの発見によれば、1ピコ秒以内に、一部の明るい励起子がフォノン(量子化された結晶の格子振動)によって異なる運動量空間上の谷(バレー)へと散乱され、運動量禁制の暗い励起子に遷移します。その後、同じ谷(バレー)において電子のスピンが反転したスピン禁制の暗い励起子が優勢となり、ナノ秒スケールで持続することが確認されました。

この成果により、研究チームは暗い励起子の生成や追跡というこれまでの根本的な課題を克服し、「ダーク(暗い)バレートロニクス」という新たな研究分野の基盤を築くことができました。同ユニットのジュリアン・マデオ博士は次のように要約します。「OISTの高度なTR-ARPES装置のおかげで、どの暗い励起子が長寿命の谷(バレー)情報を保持するかを直接観測・マッピングすることができました。今後、暗い励起子の谷(バレー)特性を読み出す技術が進展すれば、情報システム全体に広く応用可能な『ダークバレートロニクス』の展開が期待されます」

各種励起子がピコ秒スケール(1ps = 10⁻¹²秒)において、どのように生成・変化していく過程を模式的に示した。ジャック・フェザストーン (OIST)、Zhu他 (2025年) Nature Communications 16 6385 より改変

2. 博士課程学生14期生を歓迎 OIST入学式

OIST は 2025 年度入学式を開催し、新入生と新任教員を迎えて、学際的な精神を称えました。



2025年9月1日、沖縄科学技術大学院大学(OIST)は2025年度入学式を開催し、第14期博士課程の新入生と新任教員をOISTコミュニティに迎え入れました。

本年は、43人の新入生が式典に参加しました。これに加え、2026年1月には、24人が入学予定です。2025年度生全体では、32の国と地域を代表する学生が在籍することになり、一学年の学生数としてはOIST史上最大規模となる見込みです。さらに、前年度の2025年1月に博士課程を開始した11人も、式典で正式に紹介され、温かい歓迎を受けました。

式典は、沖縄の伝統文化を紹介する華やかなパフォーマンスで幕を開けました。教職員と学生で構成されるOISTの三線クラブ「ちんだみーず」の演奏にあわせて、OISTの伝統舞踊クラブ「もーやーず」が琉球舞踊の「四つ竹」や「谷茶前」を優雅かつ力強く披露しました。



OISTのある谷茶に伝わる琉球舞踊「谷茶前」を、2025年度入学式で披露する様子。写真提供：マイケル・クーパー（OIST）

OISTのカリン・マルキデス学長は「日本、そして世界は皆さんの貢献を心待ちにしています。現代社会では、専門的な知識はもちろん、皆さんがこれから培っていく人間性も強く求められています」と述べ、新入生にエールを送りました。研究科長のトーマス・ブッシュ教授は、「これからの5年間は、これまでで最も困難であると同時に、最も充実し、そして最も楽しい時間になるでしょう。知識を追求することは特権であり、責任でもあります。科学がこれまで以上に必要とされている今、皆さんを迎えられることをうれしく思います」と激励しました。



2025年度入学式にて新入生を歓迎するOIST研究科長のブッシュ教授。写真提供：マイケル・クーパー（OIST）

OIST学生評議会のテレジエ・セドリンスカさんは、「島の中に、さらに島を作って、孤立してしまわないことが大切です。まわりを見れば、これからの5年間で共に過ごす仲間がそこにいます」と、コミュニティの一員としてのアドバイスを送りました。

今回の式典では、新入生に加え、進化ゲノミクス、海洋物理学、生態学、気候科学、量子輸送などの分野で新たに着任した教員も紹介され、OISTの学際的な研究体制が一層強化されることとなりました。

式典の最後には、CDCチャイルドディベロップメントセンターの園児たちによる元気あふれる「エイサー」演舞が披露され、会場は太鼓の音色、そして活気に包まれました。その音に続くように、学生、教員、来場者が一体となり、締めくくりに欠かせない沖縄の踊り「カチャーシー」が繰り広げられ、式典は盛況のうちに幕を閉じました。

2012年に第1期生を迎えて以来、OISTは200人目の卒業生を輩出し、国際色豊かな学術コミュニティへと着実に成長してきました。今回新たに第14期生を迎え、OISTは国境を越えた学際的な協力と革新的な研究をさらに推進していく新たな一歩を踏み出しました。



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 沖縄大交易会オフィシャルセミナー 「インバウンド需要を“輸出”に変える！ 中小企業の成長戦略セミナー」を開催！

日本最大級の「食」の国際商談会「13th 沖縄大交易会 2025」が11月20日（木）・21日（金）で開催されます。沖縄総合事務局では、9月8日（月）に海外市場に販路開拓したい企業及び支援機関等を対象に、「インバウンド需要を“輸出”に変える！中小企業の成長戦略」をテーマに沖縄大交易会オフィシャルセミナーを開催しました。

セミナー前半は、中小企業の海外展開を支援している Marineport partners(株) 代表取締役の今川雄太氏より、インバウンド消費データと海外バイヤーのリアルな評価を紐づけ、海外輸出までの課題と解決方法等を体系的に解説いただき、(株)日本バイオテック 代表取締役の山城由希氏からは、沖縄大交易会の参加をきっかけに海外14ヶ国への輸出拡大に成功した海ぶどうの輸出事例を紹介いただきました。また、当局知的財産室の丸係長より、海外展開に必要な知財戦略について説明しました。

後半のトークセッションでは、講師3名に台湾のバイヤー シャー氏がオンラインで加わったことで、台湾の情報や消費者ニーズをリアルに聞くことができ、活発なセッションとなりました。沖縄総合事務局では、今後も関係機関と連携し、海外輸出支援に取り組んで参ります。



トークセッションの様子

 **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商務通商課

TEL:098-866-1731

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

「おきなわ健康経営プラス1プロジェクト」初の参画機関合同ウォーキングイベントを開催いたしました！

令和7年8月30日（土）、8月31日（日）におきなわ健康経営プラス1プロジェクトの活動の一環として、参画企業等による合同のウォーキングイベントを開催いたしました。

「おきなわ健康経営プラス1プロジェクト」とは、沖縄総合事務局と健康経営に取り組む沖縄県内企業等が連携し、他社への質の高い健康経営を拡げ、また沖縄県全体へ波及効果を高めることを目指し、令和3年度に発足しました。

本イベントは、今後広く県民向けにイベントを開催するためのトライアルイベントとして、参画企業の従業員とその家族を対象に開催し、同僚、家族との交流や心身のリフレッシュを目的に2日間で196名が参加しました。起伏に富んだ浦添大公園内の約3kmのコースを、各所に設置されているチェックポイントで健康に関するクイズに回答しながら歩く内容になっており、ゴール後には、各社提供のノベルティグッズをクイズの景品として用意しました。暑さ対策を万全に整え、参加者と企業の健康を考える有意義なイベントとなりました！



ウォーキングイベント参画機関の集合写真

【参画機関】（企業、オブザーバー、事務局順）

- ・アサヒオリオン飲料、沖縄海邦銀行、沖縄銀行、沖縄セルラー電話、沖縄ツーリスト、沖縄電力、オリオンビール、大同火災海上保険、東京海上日動火災保険、日本トランスオーシャン航空、三崎工業、琉球銀行、ANA 沖縄空港、LIM projects
- ・沖縄産業保健総合支援センター、那覇市保健所、一般社団法人 SWITCH Labo.
- ・沖縄総合事務局



**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>

来店予約で、もっとスマートに

りゅうぎん

来店予約 サービス



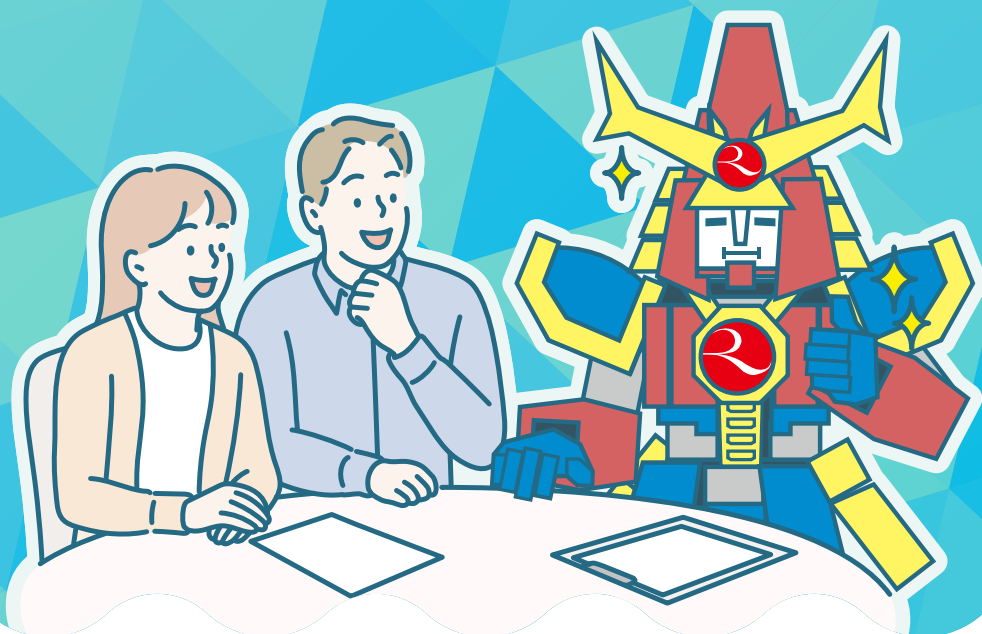
Webで簡単予約



店頭での待ち時間短縮



◀ ご予約はこちらでR



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！

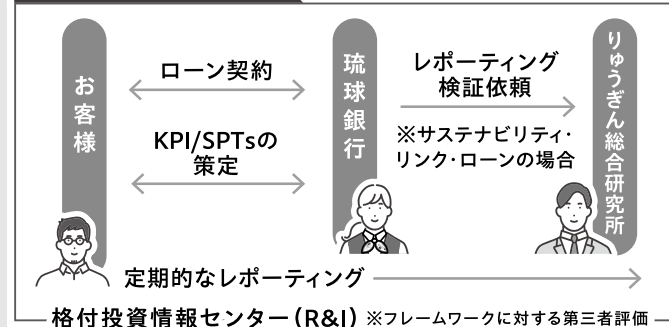
- 目標(KPI/SPTs)の設定
- KPI(例)
 - 温室効果ガス排出量(全業種)
 - 販売住戸に占めるZEH比率
(住宅販売事業) など

💡 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



●りゅうぎん調査● 県 内 の



景気は、緩やかに拡大している(24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

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ものの、消費関連は、節約志向が継続しつつも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、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などから、総じて県内景気は緩やかに拡大している。

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カ月連続で前年を上回った。引き続き免税売上が好調に推移したことなどが売上増加に寄与した。スーパー売上高は、旧盆時期の相違による影響が色濃く、既存店は2カ月連続、全店ベースは39カ月ぶりに前年を下回った。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は増加したものの、自家用車が減少したことなどから9カ月ぶりに前年を下回った。家電大型専門店販売額(7月)は、2カ月連続で前年を下回った。

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、市町村は減少したが、国、県、独立行政法人等その他は増加したことから4カ月ぶりに前年を上回った。建築着工床面積(7月)は、居住用、非居住用ともに減少したことから3カ月連続で前年を下回った。新設住宅着工戸数(7月)は、分譲は増加したが、持家、貸家、給与住宅は減少したことから3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6カ月連続で前年を下回った。建設資材関連では、セメント、生コンともに2カ月連続で前年を下回った。鋼材売上高は4カ月ぶりに前年を上回り、木材売上高は2カ月ぶりに前年を上回った。

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、45カ月連続で前年を上回った。国内客は14カ月連続で増加し、外国客は35カ月連続で増加した。県内主要ホテルは、稼働率は17カ月連続で前年を上回り、売上高、宿泊収入はともに15カ月連続で前年を上回った。主要観光施設入場者数は42カ月連続で前年を上回った。ゴルフ場は、入場者数は2カ月連続で減少し、売上高は3カ月ぶりに前年を下回った。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(7月)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(7月、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3.0%の上昇となり、48カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.2%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同4.1%の上昇となった。

倒産件数は2件で前年同月から2件減少した。負債総額は2億円で、前年同月比0.5%減となった。

2025.8

リゅうぎん調査

増減率(%)



消費関連

	前年同月比	前年同期比 (2025.6－2025.8)
(1) 百貨店(金額)	10.5	3.3
(2) スーパー(既存店)(金額)	P ▲ 3.6	P ▲ 0.1
(3) スーパー(全店)(金額)	P ▲ 2.6	P 0.9
(4) 新車販売(台数)	▲ 4.7	8.0
(5) 家電大型専門店販売額(金額)	(7月) ▲ 17.4	(5-7月) ▲ 7.8



建設関連

(1) 公共工事請負金額(金額)	130.0	19.8
(2) 建築着工床面積(m ²)	(7月) ▲ 19.2	(5-7月) ▲ 31.5
(3) 新設住宅着工戸数(戸)	(7月) ▲ 18.2	(5-7月) ▲ 32.7
(4) 建設受注額(金額)	▲ 73.2	▲ 56.7
(5) セメント(トン数)	▲ 6.4	▲ 2.8
(6) 生コン(m ³)	▲ 7.8	▲ 4.3
(7) 鋼材(金額)	5.1	▲ 7.7
(8) 木材(金額)	8.7	4.1



観光関連

(1) 入域観光客数(人数)	7.1	7.3
うち外国客数(人数)	24.1	23.3
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) 2.7	(前年同期差) 2.3
	(実数) 72.3	(実数) 68.2
(3) // 売上高(金額)	5.0	2.7
(4) 観光施設入場者数(人数)	3.9	7.9
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	P ▲ 0.5	P 1.3
(6) // 売上高(金額)	P ▲ 0.1	P 5.8



その他

(1) 県内新規求人数(人数)	(7月) ▲ 4.5	(5-7月) ▲ 5.4
(2) 有効求人倍率(季調値)	(7月) 1.12	(5-7月) 1.11
(3) 消費者物価指数(総合)	3.0	3.4
(4) 企業倒産件数(件数)	(前年同月差) ▲ 2	(前年同期差) 0
(5) 広告収入(県内マスコミ)(金額)	(7月) 5.5	(5-7月) 2.6

(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。

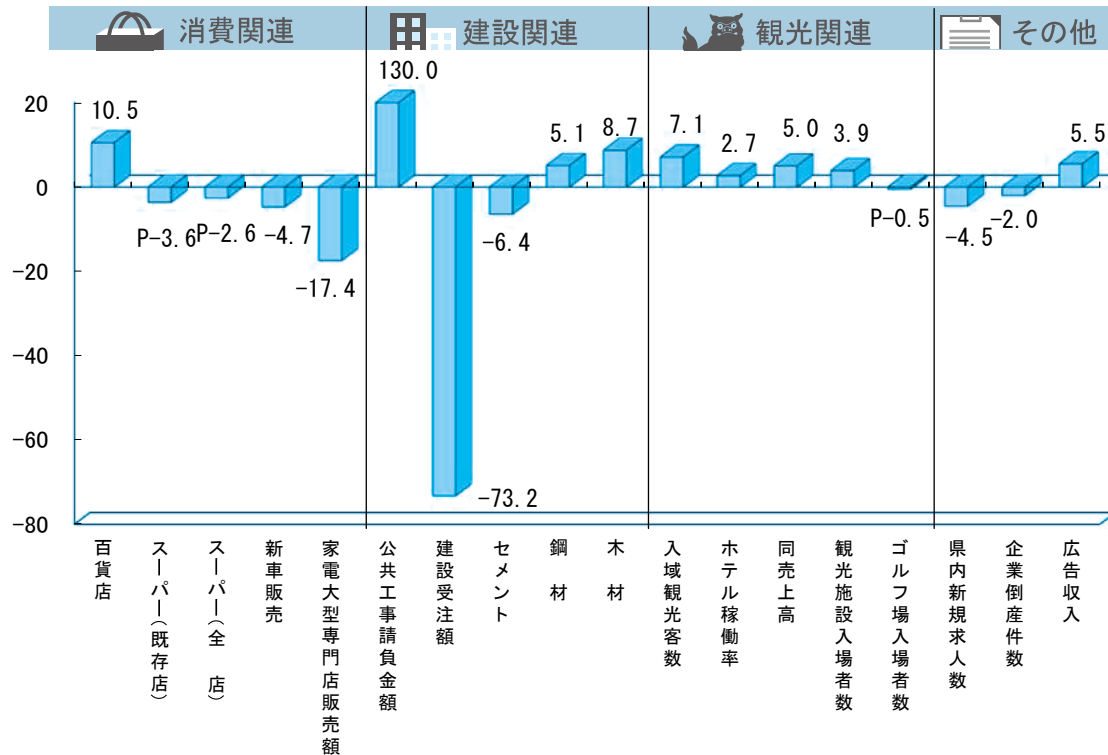
消費
費
関
連

建
設
関
連

観
光
関
連

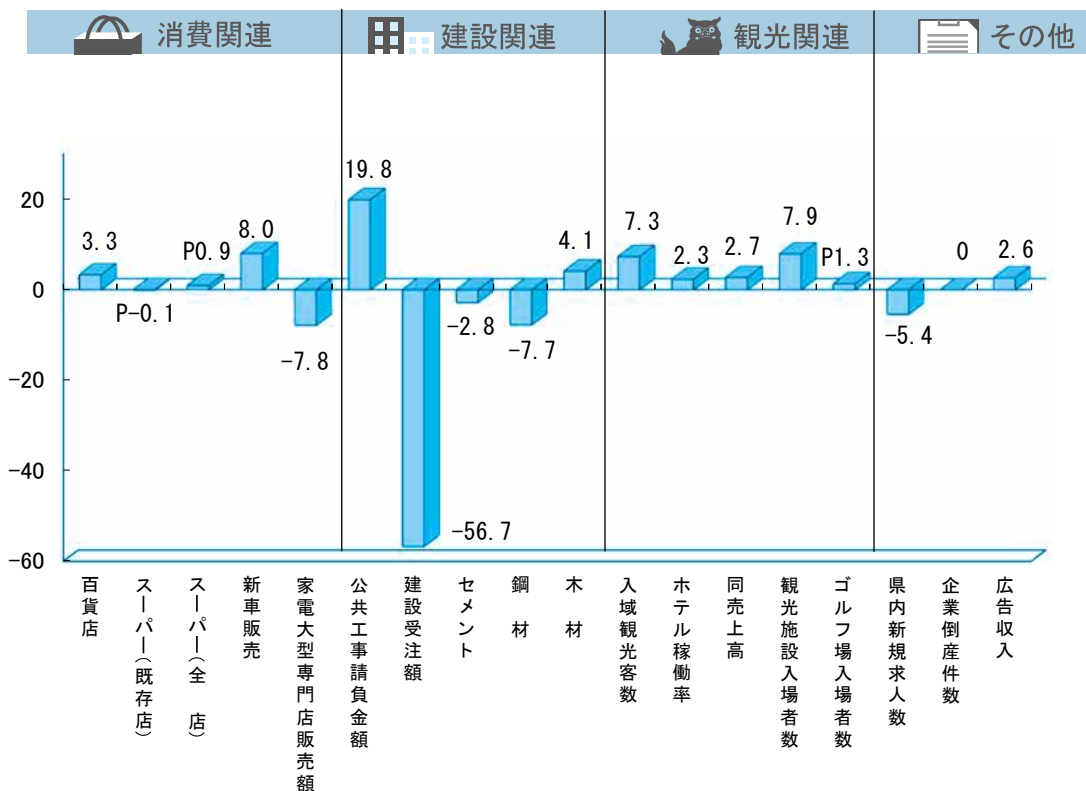
そ
の
他

項目別グラフ 単月 2025.8



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は25年7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 2025.6~2025.8



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は25年5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

建設関連

観光関連

その他



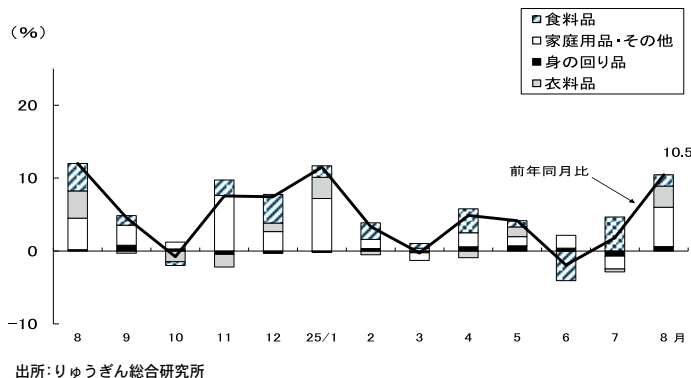
消費関連

① 百貨店売上高（前年同月比）

※棒グラフは品目別寄与度

2カ月連続で増加

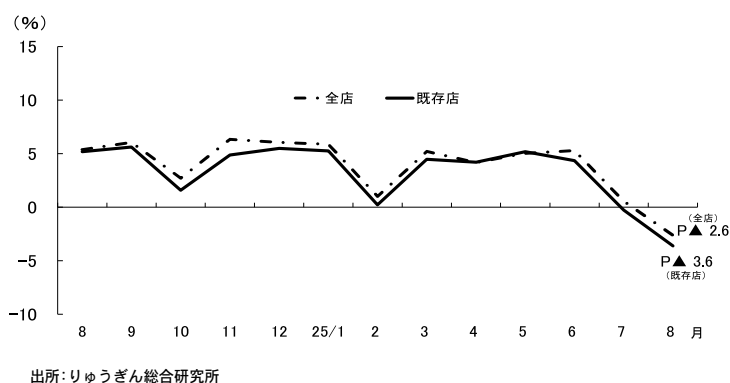
- 百貨店売上高は、前年同月比10.5%増と2カ月連続で前年を上回った。
- 引き続き免税売上が好調に推移したほか、旧盆時期の相違に伴うお中元ギフトセンター展開期間の相違（前年：～8/13、今年：～8/31）が売上増加に寄与した。
- 品目別にみると、食料品が同3.8%増、衣料品が同11.2%増、家庭用品・その他が同19.1%増、身の回り品が同12.5%増となった。



② スーパー売上高（前年同月比）

既存店は2カ月連続で減少、
全店は39カ月ぶりに減少

- スーパー売上高（速報値）は、既存店ベースは前年同月比3.6%減と2カ月連続で前年を下回った。
- 夏休みシーズンで観光需要が高く県産土産品や季節商材などが好調となったものの、旧盆時期の相違（前年：8月、今年：9月）による影響が色濃く、食料品は前年同月比4.2%減となった。衣料品は同5.2%増、住居関連は同5.8%減となった。
- 全店ベースは同2.6%減と39カ月ぶりに前年を下回った。

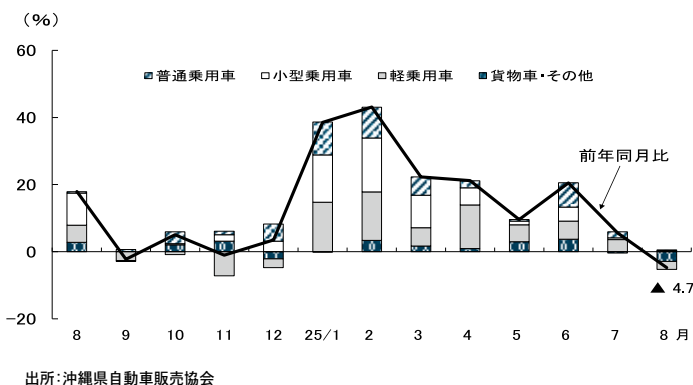


③ 新車販売台数（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

9カ月ぶりに減少

- 新車販売台数は、3,229台で前年同月比4.7%減と9カ月ぶりに前年を下回った。
- 夏の観光シーズンとなりレンタカー登録台数は増加したものの、自家用車が減少したことなどが全体を押し下げた。
- 車種別にみると、普通自動車（登録車）は1,643台（前年同月比1.6%減）で、うち普通乗用車は680台（同1.0%増）、小型乗用車は779台（同1.4%増）であった。軽自動車（届出車）は1,586台（同7.8%減）で、うち軽乗用車は1,268台（同6.0%減）であった。

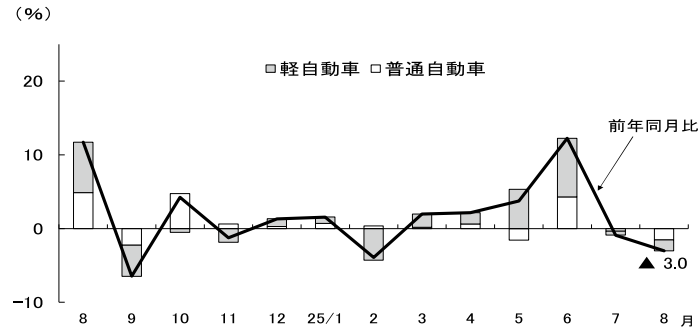


④ 中古自動車販売台数【登録ベース】（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

2カ月連続で減少

- ・中古自動車販売台数（普通自動車及び軽自動車の合計、登録ベース）は、1万7,943台で前年同月比3.0%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・内訳では、普通自動車が7,279台（前年同月比3.8%減）、軽自動車が1万664台（同2.5%減）となった。

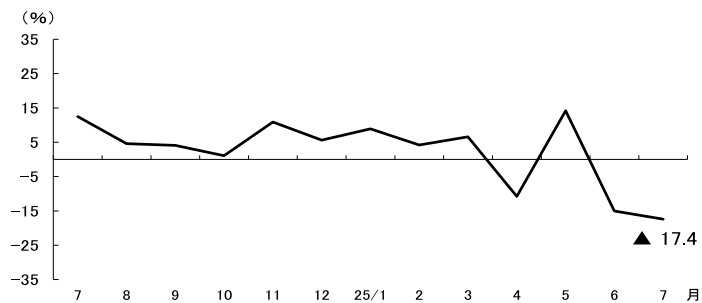


出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

⑤ 家電大型専門店販売額（前年同月比）

2カ月連続で減少

- ・家電大型専門店販売額（7月）は、前年同月比17.4%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・前年同月に実施されていた県による支援策「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）の反動減がみられたほか、降雨量が多く平均気温が低く推移したことなどから、エアコンなどの季節商材が鈍化した。



出所：経済産業省商業動態統計調査

消費
関連

建設
関連

観光
関連

そ
の
他



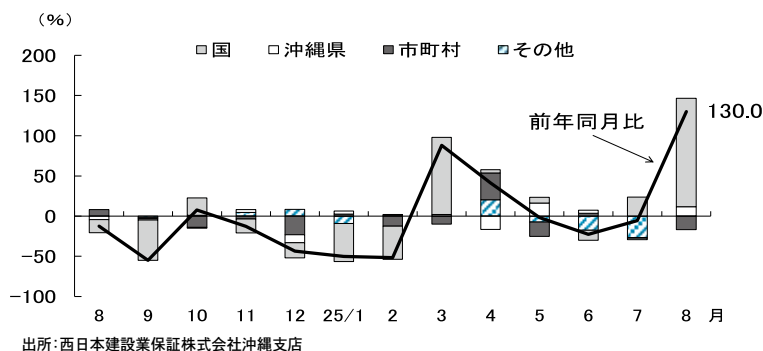
建設関連

① 公共工事請負金額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

4カ月ぶりに増加

- 公共工事請負金額は、542億59百万円で前年同月比130.0%増となり、4カ月ぶりに前年を上回った。
- 発注者別では、国は同637.1%増、県は同53.0%増、独立行政法人等・その他は同4.5%増となり、市町村は同31.4%減となった。

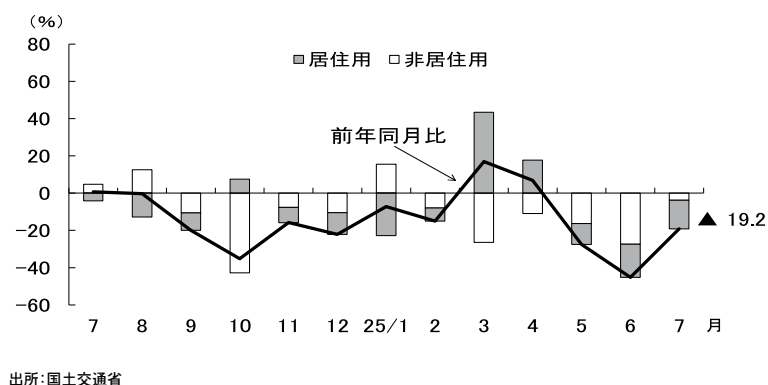


② 建築着工床面積（前年同月比）

※棒グラフは用途別寄与度

3カ月連続で減少

- 建築着工床面積（7月）は8万190㎡で前年同月比19.2%減と3カ月連続で前年を下回った。居住用は同21.2%減となり、非居住用は同13.8%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、飲食店・宿泊業用などが増加し、卸売・小売業用、医療・福祉用などが減少した。

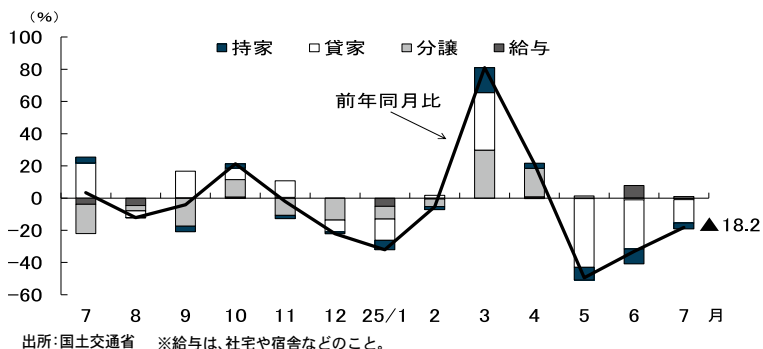


③ 新設住宅着工戸数（前年同月比）

※棒グラフは利用関係別寄与度

3カ月連続で減少

- 新設住宅着工戸数（7月）は781戸で前年同月比18.2%減と3カ月連続で前年を下回った。
- 利用関係別では、分譲（170戸）が同5.6%増となり、持家（153戸）が同19.0%減、貸家（453戸）が同23.4%減、給与住宅（5戸）が同64.3%減となった。

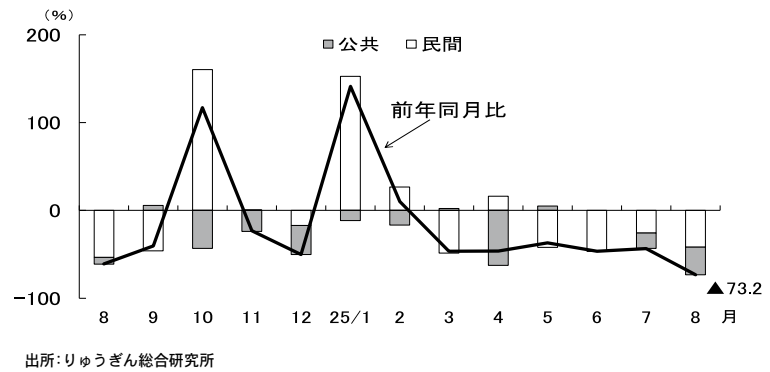


④ 建設受注額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

6カ月連続で減少

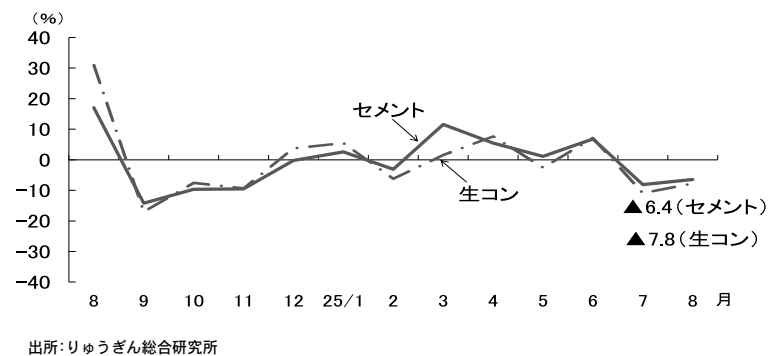
- ・建設受注額（調査先建設会社：17社）は前年同月比73.2%減と6カ月連続で前年を下回った。
- ・発注者別では、公共工事は同73.0%減と3カ月連続で減少し、民間工事は同73.3%減と4カ月連続で減少した。



⑤ セメント・生コン（前年同月比）

セメント、生コンともに2カ月連続で減少

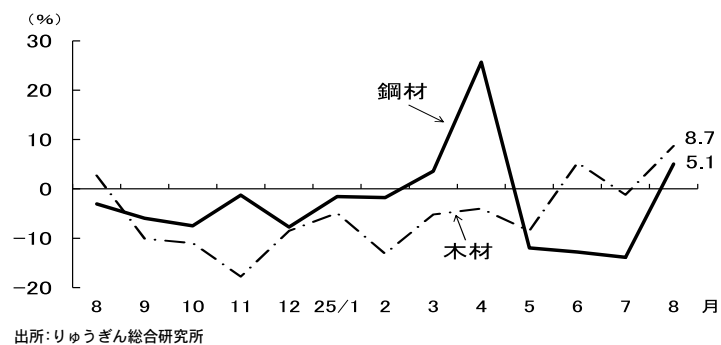
- ・セメント出荷量は5万5,843トンとなり、前年同月比6.4%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・生コン出荷量は9万3,786m³で同7.8%減と2カ月連続で前年を下回った。生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、防衛省向けなどが増加し、学校関連向け、海事工事向けなどが減少した。民間工事では、ホテル向けなどが増加し、医療関連向け、社屋関連向けなどが減少した。



⑥ 鋼材・木材（前年同月比）

鋼材は4カ月ぶりに増加、木材は2カ月ぶりに増加

- ・鋼材売上高は、出荷量が増加したことなどから前年同月比5.1%増と4カ月ぶりに前年を上回った。
- ・木材売上高は、販売価格が上昇したことなどから同8.7%増と2カ月ぶりに前年を上回った。



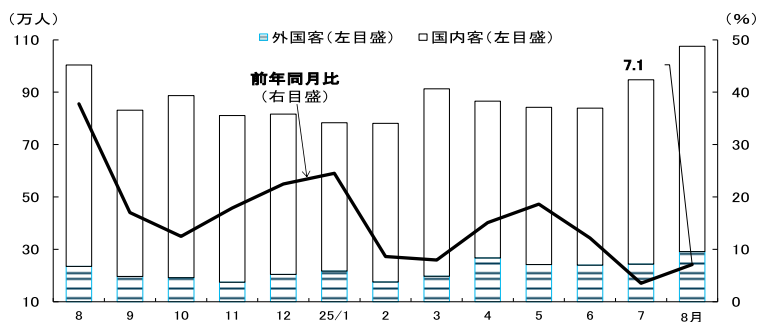


観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

45カ月連続で増加

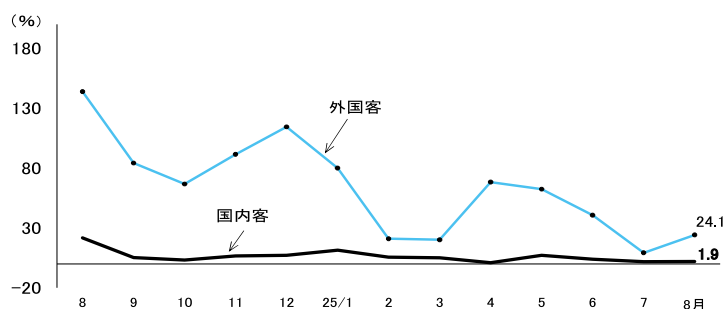
- 入域観光客数は、107万5,000人(前年同月比7.1%増)となり、45カ月連続で前年を上回った。
- 路線別では、空路は98万2,600人(同9.1%増)となり45カ月連続で前年を上回った。海路は9万2,400人(同10.6%減)となり2カ月連続で前年を下回った。



② 入域観光客数【国内客、外国客】(前年同月比)

国内客は14カ月連続で増加、外国客は35カ月連続で増加

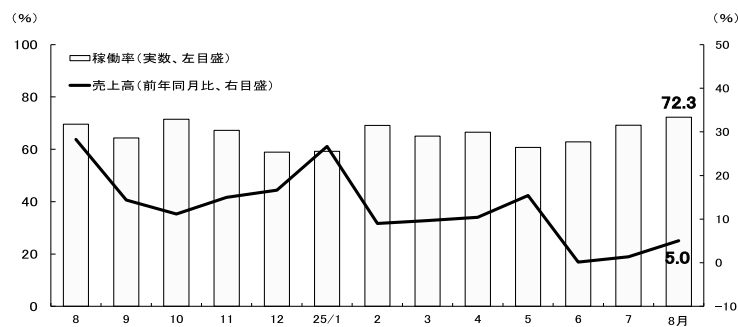
- 国内客は、78万3,400人(前年同月比1.9%増)となり、14カ月連続で前年を上回った。外国客は29万1,600人(同24.1%増)となり、35カ月連続で増加した。
- 台風による大きな影響もなく、航空会社の増便などにより好調な推移となった。



③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

稼働率は17カ月連続で上昇、売上高は15カ月連続で増加

- 主要ホテルの客室稼働率は72.3%と前年同月差2.7%ポイント上昇し17カ月連続で前年を上回り、売上高は前年同月比5.0%増となり、15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75.6%と同2.9%ポイント上昇し、20カ月連続で前年を上回り、売上高は同13.5%増と21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71.1%と同2.6%ポイント上昇し、17カ月連続で前年を上回り、売上高は同4.1%増と2カ月連続で前年を上回った。

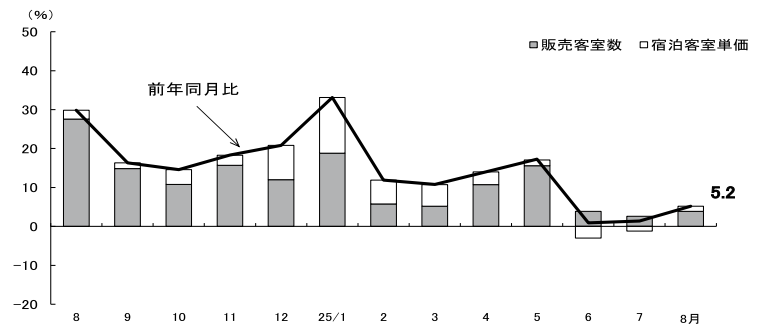


④ 主要ホテル宿泊収入（前年同月比）

※棒グラフは客室数・単価別寄与度

15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）も上昇し、前年同月比5.2%増と15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18.7%増となり20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、同3.8%増となり3カ月ぶりに前年を上回った。

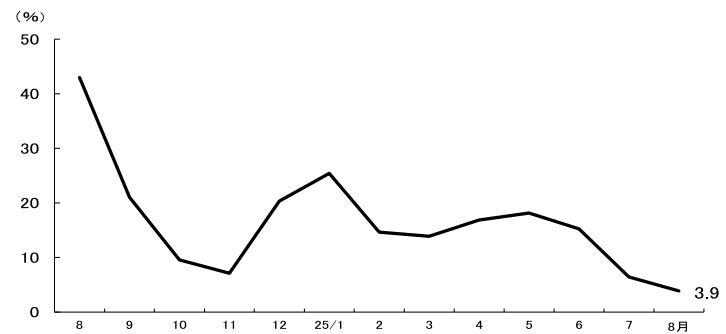


出所：りゅうぎん総合研究所

⑤ 主要観光施設の入場者数（前年同月比）

42カ月連続で増加

- ・主要観光施設の入場者数は、前年同月比3.9%増と42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。

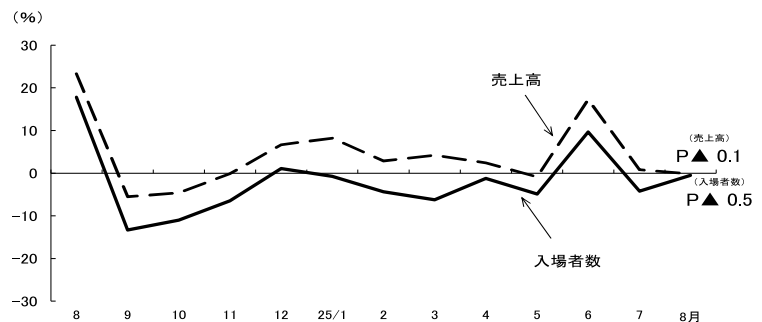


出所：りゅうぎん総合研究所

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カ月連続で減少、 売上高は3カ月ぶりに減少

- ・主要ゴルフ場（速報値）の入場者数は、前年同月比0.5%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・県内客は2カ月連続で前年を下回り、県外客は6カ月連続で前年を上回った。売上高は同0.1%減と3カ月ぶりに前年を下回った。
- ・単価は上昇したものの県内客の減少をカバーできず、売上は減少した。



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。

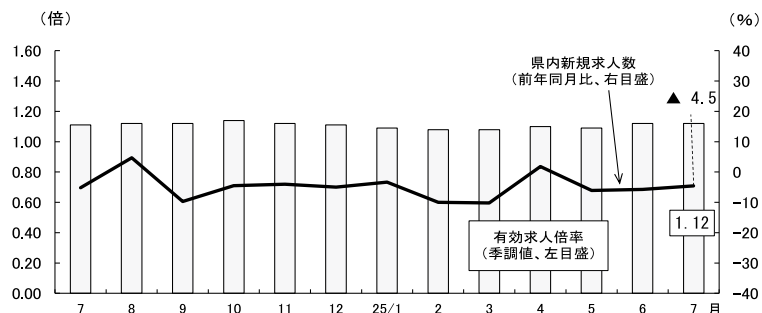


雇用関連・その他

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（7月）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（7月、季調値）は1.12倍で、前月と同水準となった。
- ・労働力人口（7月）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（7月、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）

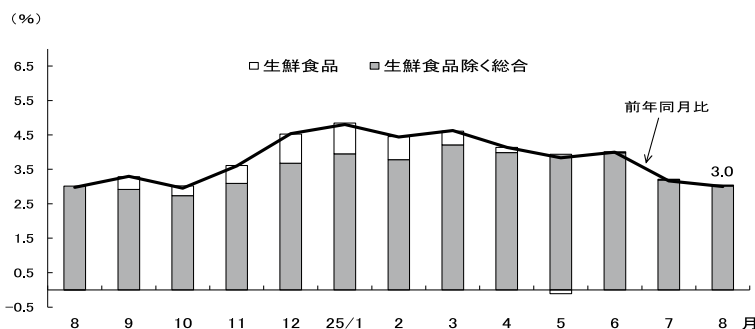
（注）有効求人倍率は、2023年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

② 消費者物価指数【総合】

※棒グラフは品目別寄与度

48カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数は、前年同月比3.0%の上昇となり、48カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同3.2%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同4.1%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、光熱・水道などで下落した。



（出所）沖縄県

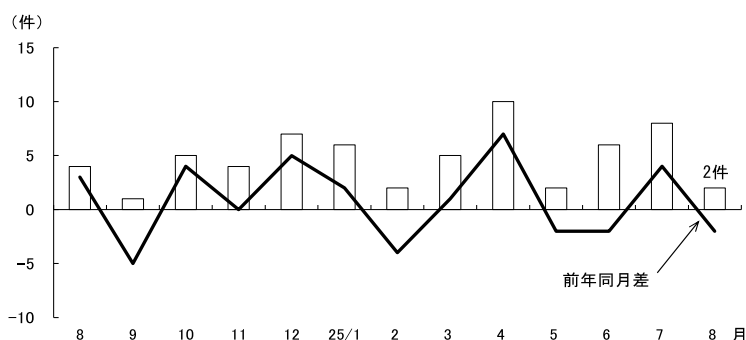
（注1）端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。

（注2）2020年＝100。

③ 企業倒産

件数、負債総額ともに減少

- ・倒産件数は2件で前年同月から2件減少した。業種別では、建設業が2件となった。
- ・負債総額は2億円で、前年同月比0.5%減となった。



出所：東京商工リサーチ沖縄支店

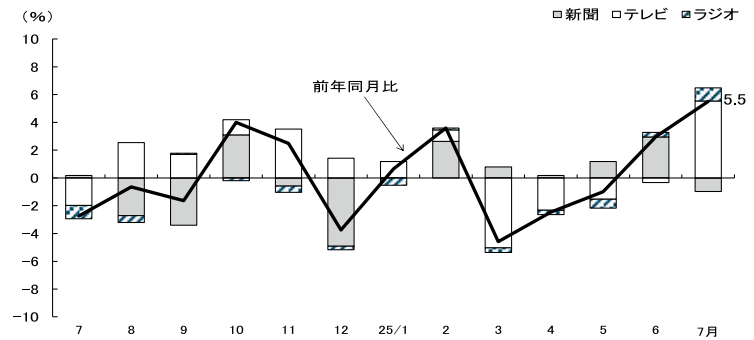
（注）負債総額1,000万円以上

④ 広告収入【マスコミ】（前年同月比）

※棒グラフはメディア別寄与度

2カ月連続で上昇

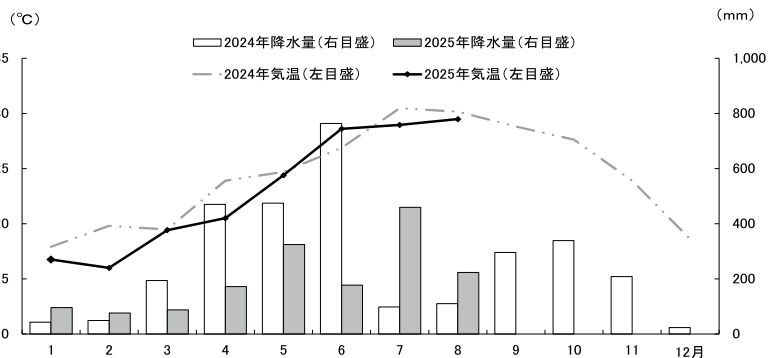
- ・広告収入（マスコミ：7月）は、前年同月比5.5%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・昨年は無かったテレビでのプロスポーツ中継への広告需要があり、前年を上回った。



出所：りゅうぎん総合研究所

参考 気象：平均気温・降水量【那覇】

- ・平均気温は29.5℃で前年同月（30.2℃）より低く、降水量は223.5mmで前年同月（110.0mm）より多かった。
- ・沖縄地方は、台風第11号や熱帯低気圧、湿った空気の影響で曇りや雨の日があり大雨となった所もあったが、月を通して晴れた日が多かった。
- ・平均気温は平年より高く、降水量は平年並み、日照時間は平年よりかなり多かった。



（出所）沖縄気象台



「御茶屋御殿」復元へ

～琉球王国の物語に厚み～

琉球銀行 首里支店長
和智 千寿

琉球王国の別邸として創建された「御茶屋御殿（うちやうどうん）」をご存知でしょうか。かつて国宝指定候補ともされ、格式を誇ったこの建物は中国名を「東苑」と称し、識名御殿（南苑）と共に首里王府の外交使節をもてなす迎賓館として大きな役割を果たしました。

当代随一の学者や芸能家などの文化人を集めて御座楽・歌三線・組踊などが披露され、「拝でのかれらぬ首里天加那志 遊で逃れらぬ御茶屋御殿」と琉歌に詠まれました。現代でも琉球古典音楽「茶屋節」に乗せて謡われています。

しかしこの御茶屋御殿も沖縄戦で地上部分が焼失し、現在は首里カトリック教会の敷地に遺構が残るのみです。

沖縄県が策定した「首里杜地区整備基本計画」では、御茶屋御殿の復元が検討項目として盛り込まれ、地域団体による提言活動も活発化しています。宗教法人との協議や、文化財としての価値の再評価が進められ、復元への機運が高まっています。

復元すれば、琉球王国をしのぶ首里城の物語にさらなる厚みを持たせるものとなり、歴史的施設として観光資源となるだけでなく、地域の文化的価値の再確認にもつながります。伝統建築技術の継承や、地域住民との協働によるまちづくりの象徴としても、大きな意味を持つでしょう。

課題はありますが、御茶屋御殿の復元は、首里の歴史と未来をつなぐ希望のプロジェクトです。地域の声を力に、首里のまちづくりは次の一步を踏み出そうとしています。



在りし日の御茶屋御殿

琉球文化の発信と交流の地
御茶屋御殿

出所：御茶屋御殿復元期成会ホームページより



キンザーの跡地利用

～人と環境 共生するまち～

琉球銀行 城間支店長
又吉 盛之助

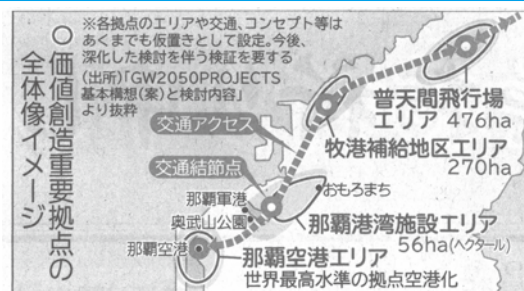
浦添市の面積の約14%を占める牧港補給地区キャンプ・キンザーは、段階的な返還が予定されており、跡地の有効活用に向けて2021年4月、浦添市に「跡地未来課」が新設されました。同課では、約270haの敷地に対し「既存の地形や建物を生かしつつ、緑豊かなまちづくりを目指す」という仮イメージを掲げ、返還後は既存市街地とつながる「都市軸」の形成や都市施設の整備を段階的かつ総合的に進める計画です。

まちづくりのコンセプトは「人と環境が共生するスマートイノベーションシティ」。最先端技術を集約し、地域から生まれるイノベーションを県内外、さらには世界へ波及させることを目指しています。

今夏には市内の小中学生を対象にしたワークショップを開き、子どもたちと共に未来のまちの姿を考える機会をつくるなど、市民のまちづくりへの関心と参加意識の向上を図っています。

加えて経済団体が主体となって進めるGW2050 PROJECTSでは、那覇空港と、キャンプキンザー、那覇港湾施設、普天間飛行場を「価値創造重要拠点」と位置づけ、各エリアの一体的な利用によって世界と日本をつなぐゲートウェイとしての沖縄の将来像を描いています。

キャンプ・キンザーの跡地利用については、行政、市民、経済団体が、世代や立場を超えて知恵を出し合い、誰もが誇れる浦添、そして持続可能で希望に満ちた沖縄の未来を共に築いていく取り組みが力強く進められています。





パーソナライズド ラーニング

～AIが学習内容最適化～

琉球銀行 人事部人材開発室 調査役
宮城 賛

人的資本経営とは、企業が従業員を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことを目指す経営アプローチです。人的資本経営への関心の高まりを背景に、企業は独自の仕組みを作りながら、人材育成の手法を進化させています。中でも注目されるのが、人工知能（AI）を活用した最新の学習方法です。

「パーソナライズドラーニング」はAIや学習履歴を用い、学習者のレベルや関心に合わせて内容を最適化します。自分に合った教材が提示されることで理解が深まりやすく、学習意欲やモチベーションの維持に効果を発揮します。さらに、AIが進捗や理解度を分析し、苦手な分野を重点的に補強、得意分野は効率的に先へ進めるなど、無駄のない学習が可能です。

AIを活用したこれらの学習方法は、従来型の集合研修と比較し、時間と場所にとらわれず、コスト面でも低く抑えられるメリットがあります。さらに学習履歴を分析することで、反復学習も容易になります。その反面、対面での交流が少なくなることや、学習者の自己管理能力が求められるといったデメリットもあります。学習の目的に応じて使い分け、より効果的な成果を出せるよう企業側も慎重な選定が必要です。

企業は多様な学習方法を活用していく一方で、個人も学ぶ意欲とマインドセットの変革が求められています。こうした相互の取り組みが企業と個人の成長を促し、地域経済や社会の活力向上にもつながるでしょう。



信用リスク管理

～高度化で信頼基盤築く～

琉球銀行 監査部 信用リスク監査グループ
宮城 春希

企業活動において、信用リスクの管理は経営の安定と持続的な成長を支える重要な柱です。2025年6月、金融庁は「金融機関における粉飾等予兆管理態勢の高度化に向けたモニタリングレポート（2025）」を公表しました。金融機関は信用リスク管理の高度化のため、財務情報だけでなく事業の将来性や経営者の姿勢など、定性的な要素も含めた総合的な評価を重視する姿勢が求められます。

この考え方は、金融機関に限らず、沖縄県内の企業にも広く応用できます。観光業や中小企業が多い沖縄では、取引先やパートナー企業の信用力を見極める力が、事業の安定性や地域経済の健全性に直結します。サプライチェーンに潜むリスクを未然に防ぐためにも、取引先の信用力の確認は欠かせません。軽視すると、取引先の債務不履行による自社の資金繰りの悪化を招く可能性もあります。

また、人工知能（AI）やデータ分析技術の進展により、信用リスクの兆候を早期に察知することも可能です。金融庁は、財務の透明性を確保するため検知体制を強化するよう言及しており、企業においても、技術を活用したリスク管理が安定した経営につながると考えられます。

信用リスク管理の高度化は単なるリスク回避ではなく、信頼される企業としての基盤づくりでもあります。沖縄の地域性を踏まえた柔軟な姿勢を持ちつつ、信用リスクの管理を着実に実践することで、企業が信頼を築き、変化の時代をしなやかに乗り越える力になるのではないのでしょうか。



出所：筆者作成

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9月

今回のテーマ

「100億宣言」で社会に開く自社の成長ストーリー

物価高や人手不足など不確実な経営環境の中、高い目標を掲げる企業を国が後押しする「売上高 100 億円企業創出プロジェクト」（通称 100 億宣言）が注目されています。

100 億円が示す成長への道標と価値

100 億宣言は、売上高 10 億～100 億円未満の中小企業が「100 億円を目指す意志」を社会に示し、計画や体制を掲げることで国の後押しを受ける制度です。単なる数値目標ではなく、成長意志を可視化することで経営方針や組織文化に変化をもたらします。2025 年 5 月に申請が始まった本制度では、実現目標(年度・成長率)、具体的取組(生産体制強化・海外展開・M&A など)、実施体制、経営者メッセージの提示が求められます。こうして宣言した企業には、次のような価値が期待できます。

・ 成長支援の“チケット”獲得

上限 5 億円(補助率 1/2)の「中小企業成長加速化補助金」など、宣言企業であることが申請要件とされる制度があり、支援獲得の扉が開かれます。

・ 経営者ネットワークへの参加

地域や業種を越えて宣言企業の経営者同士が新たな事業機会に繋がる交流の場に参加できます。

・ 公式ロゴによるブランディング強化

「売上高 100 億円を目指す証」を活用し、名刺やウェブサイトで PR することで、従業員の士気向上、金融機関との信頼強化につながります。

この宣言には売上拡大の成果を投資や賃上げに循環させる意義があります。計画に掲げられる投資は雇用や付加価値の創出に直結し、国も「成長と分配の好循環」を掲げ宣言企業に期待しています。

データで見る 100 億宣言企業の実像

帝国データバンクが 2025 年 7 月に発表した『100 億宣言』企業の分析調査によれば、申請開始から 2 か月経過の 7 月 7 日時点で 1,419 社が宣言しました。対象となる売上高 10 億～100 億円未満の約 9.3 万社のうち、70 社に 1 社が宣言に踏み出した計算となり、全国的に関心の高まりがうかがえます。

地域別の傾向では、東京都（186 社）、大阪府（134 社）、愛知県（117 社）の順に宣言数が多く、大都市圏が続く一方で、宣言率は鳥取県が 3.12%で全国トップ、熊本・奈良・岡山も高水準でした。

業種別の特徴では、製造業が全体の 40.2%と最多で、卸売業（16.7%）、サービス業（13.1%）、建設業（11.4%）が続きました。製造業の比率が高い背景には、設備投資との親和性が高く、補助金を活用した成長加速のニーズが大きいと考えられます。

経営者の属性では、宣言企業の代表者の約 6 割は 40～50 代ですが、注目すべきは 30 代以下の経営者の宣言率が 2.94%と全体平均（1.4%）の 2 倍を超え、若手経営者の挑戦意欲が鮮明に表れました。

出典：帝国データバンク「『100 億宣言』企業の分析調査」

<https://www.tdb.co.jp/report/economic/100okusengen100okusengen/>, 2025 年 7 月 24 日取得

成長の道筋は一つではありませんが、目指す姿を言葉にして社会に開けば、金融機関や顧客、人材など、多様な応援者が集まり協働の輪が広がります。100 億宣言は、その起点をつくる一歩です。今こそ、自社らしい成長ストーリーを掲げてみませんか。

お客様のSDGsに関する取組みをりゅうぎんがサポート!



りゅうぎん SDGs応援 サービス



Ryugin SDGs support service

りゅうぎんSDGs応援サービスとは?



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



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

サクッと診断! **無料版**

もっとサポート! **有料版**

即時
診断

簡易ヒアリング

診断結果 ▶ 約1日

特 徴

01

深掘りヒアリング

診断結果 ▶ 約1カ月

「SDGs宣言書」の作成

特 徴

02

- ・「SDGs宣言書」の作成
- ・当行HPリリース

伴走支援

特 徴

03

伴走支援

対 象 当行とお取引のある法人・個人事業主のお客様

取扱店 当行全営業店

沖縄県内の主要金融経済指標

	百貨店 売上高	スーパー 売上高 (既存店)	スーパー 売上高 (全 店)	家電大型 専門店 販売額	新車販売 台 数	中古自動 車販売台 数	公共工事請負額		建築着工床面積	
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 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	4.4	5.1	6.6	22.3	2.0	141,950	88.1	121	17.0
4	4.9	4.2	4.1	▲ 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	▲ 17.4	5.6	▲ 0.9	42,763	▲ 5.6	80	▲ 19.2
8	10.5	P▲3.6	P▲2.6	-	▲ 4.7	▲ 3.0	54,259	130.0	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ				自販協	中古 自販協	西日本建設業保証 沖縄支店		国土交通省	

注) 新車販売台数の出所は沖縄県自動車販売協会、中古自動車販売台数は沖縄県中古自動車販売協会。

	新設住宅着工戸数		建 設 受注額	セメント 出荷数量	生コン 出荷数量	鋼 材 売上高	木 材 売上高	手持ち 工事額	建設関連 DI (単月)	建設関連 DI (3カ月移 動平均)
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 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	781	▲ 18.2	▲ 43.3	▲ 8.1	▲ 10.9	▲ 13.9	▲ 1.2	254.8	▲ 10.3	▲ 9.2
8	-	-	▲ 73.2	▲ 6.4	▲ 7.8	5.1	8.7	254.9	▲ 10.3	▲ 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 (実数)		ホテル売上高 (前年比)		観光施設 入場者数	ゴルフ場 入場者数
	千人	前年比	千人	前年比	市内	リゾート	市内	リゾート	前年比	前年比
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 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
8	1,075.0	7.1	291.6	24.1	75.6	71.1	13.5	4.1	3.9	P▲0.5
出所	県文化観光スポーツ部 観光政策課				りゅうぎん総合研究所調べ					

暦年	企業倒 産件数	負債総額		消費者 物価指数	失業率 (季調値)	就業者数	有効求人 倍率 (季調値)	新 規 求人数 (県内)	広告 収入
	件	百万円	前年比	前年比	%	前年比	倍	前年比	前年比
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 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	5.5
8	2	200	▲ 0.5	3.0	—	—	—	—	—
出所	東京商工リサーチ沖縄支店			県企画部統計課		沖縄労働局		りゅうぎん 総研調べ	

注) 消費者物価指数は、2021年7月より2020年＝100に改定された。

注) 失業率と有効求人倍率は、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 発行額	銀行券 還収額	銀行券 増減 (▲還収超)	貸出 金利 (地銀3行)	県内金融機関 の預金残高 (末残)		地銀3行預金量 (信託勘定含む末残)		地銀3行融資量 (信託勘定含む末残)	
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 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	236	396	▲ 160	1.599	64,224	1.0	63,507	1.1	45,091	5.2
7	249	423	▲ 174	1.605	63,834	0.6	62,974	0.5	45,113	4.5
8	-	-	-	-	-	-	63,391	0.9	45,357	4.4
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 金融公庫融資量 (末残)		沖縄県信用保証協会 債務残高(末残)		鉱工業生産指数 (季調値)		通関 輸出	通関 輸入
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 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
8	9,566	▲ 3.1	2,585	▲ 8.0	-	-	1,703	15,200
出所	沖縄振興開発金融 公庫		沖縄県信用保証協会		県企画部統計課		沖縄地区税関	

注) 県内金融機関の預金残高は、19年2月分より日本銀行(本店)ホームページ上で公表している県内預金合計に遡及改訂した。

注) 鉱工業生産指数は暦年ベース。暦年値、前年比は原指数の増減率。 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!

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

特典
1

ATM時間外手数料が
無料! ※当行ATM
利用時のみ

特典
2

当行本支店間の振込手数料が
無料! ※キャッシュカード
使用時のみ

ポイントサービスとは

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

シルバーコース **50point** 以上 ゴールドコース **100point** 以上 エクセレントコース **200point** 以上

お問い合わせは右記のフリーコールまで **0120-19-8689** 受付/9:00-17:00
(銀行休業日は除きます)

特集レポートバックナンバー

■令和6年

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

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

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

7月 No.657 経営トップに聞く 株式会社日進商会
(RRI no.216) 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 経営トップに聞く 株式会社フードリボン
(RRI no.217) 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 経営トップに聞く 株式会社ライフコーポレーション
(RRI no.218) 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 経営トップに聞く 一般社団法人光の子グループ
(RRI no.219) 特集 沖縄県内のマリレジャー業界の現状と課題

11月12月合併 No.661 経営トップに聞く 株式会社日本バイオテック
(RRI no.220) 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ニウィンターリー
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 経営トップに聞く 株式会社あしびかんばにー
(RRI no.221) 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 経営トップに聞く 株式会社西自動車商会
(RRI no.222) 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 経営トップに聞く 株式会社昭和制作
(RRI no.223) 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 経営トップに聞く 株式会社丸中商会
(RRI no.224) 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 経営トップに聞く 有限会社ケアセンターきらめき
(RRI no.225) 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 経営トップに聞く 有限会社創
(RRI no.226) 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 経営トップに聞く 照屋電気工事株式会社
(RRI no.227) 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 経営トップに聞く 有限会社幸地建設
(RRI no.228) 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 経営トップに聞く 株式会社沖縄総合フーズ
(RRI no.229) 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SIP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

10月 No.671 経営トップに聞く 株式会社メイクマン
(RRI no.230) 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



令和7年4月より、本格始動。

りゅうぎん総合研究所 地域デザイン部

共に未来を創る

地域に根ざした ビジネスパートナー

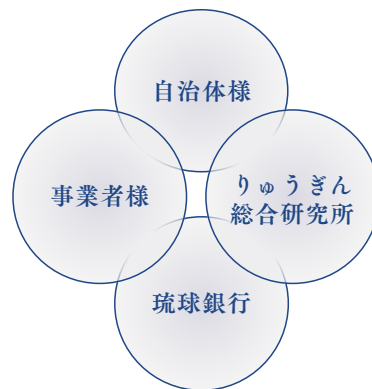
私たちは、県内地銀系コンサルタントとして、
県内自治体様や事業者様等と共創し、官民連携
(PPP/PFI) の事業化を支援いたします。

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**

[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

No.672

令和7年11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