

Bank of the Ryukyus' Okinawan Economic Review

りゅうぎん調査

2026
No.683

10



経営 トップに聞く

株式会社日本ユニテック 代表取締役社長 安里 拓真 氏

企業探訪

株式会社首里とうふ

特集 沖縄県内における 2026 年プロ野球春季キャンプの経済効果

特別連載 ZEH・省エネ住宅の現在地
第3回 株式会社りゅうせき建設



りゅうぎん総合研究所

琉球銀行グループ
BANK OF THE RYUKYUS GROUP

CONTENTS

経営トップに聞く 株式会社日本ユニテック ～徹底的な衛生管理のもとで、安心安全な「食」を提供し、先進的な技術で沖縄を支える～ 代表取締役社長 安里 拓真 氏	01
企業探訪 株式会社首里とうふ ～沖縄の食文化「島豆腐」を守り、首里の魅力を発信しながら、新たな価値創造に挑戦する～ 代表取締役 照屋 ゆきの 氏	06
特集 沖縄県内における 2026 年プロ野球春季キャンプの経済効果 りゅうぎん総合研究所 研究員 中地 紀咲	09
特別連載 ZEH・省エネ住宅の現在地 第3回 株式会社りゅうせき建設	19
アジア便り 台湾 ～台湾におけるＩＰビジネスの動向～ 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	22
新時代の教育研究を切り拓く 1. 新たなアプローチで痛みに挑む—OIST発のスタートアップ「シュレゼン・バイオセラピューティクス」 2. 匂いを見分け、忘れない。ショウジョウバエから着想を得たAI 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)	25
県内大型プロジェクトの動向170 21世紀の森公園周辺エリア活用推進事業	30
行政情報206 内閣府沖縄総合事務局経済産業部 / 沖縄県商工労働部	34
県内の景気動向（2026年7月） ～景気は、緩やかに拡大している（35カ月連続）～	38
学びバンク ・那覇こども大綱挽まつり ～伝統と未来つなぐ催し～ 琉球銀行 那覇ポート支店長兼那覇ローンセンター長 石垣 美佐子 ・不正送金詐欺 ～見抜く鍵「急がず確認」～ 琉球銀行 ペイメント事業部 喜納 樹 ・西普天間地区 ～跡地利用の先進地域に～ 琉球銀行 真栄原支店長 上里 玲花 ・電子本人確認 ～非対面取引拡大 便利に～ 琉球銀行 事務統括部 山川 宗太 ・糸満市真栄里地区 ～次世代つなぐ振興拠点～ 琉球銀行 糸満支店長 仲宗根 さつき	50
経営情報 続・のれんの非償却に関する議論 提供 太陽グラントソントン税理士法人	53
沖縄県内の主要金融経済指標	54

注：所属部署、役職は執筆時のものです。

徹底的な衛生管理のもとで、
安心安全な「食」を提供し、
先進的な技術で沖縄を支える。



株式会社日本ユニテック
代表取締役社長 安里 拓真 氏



株式会社日本ユニテックは1989年に、会長・安里盛一氏が創業した、配食サービス・給食受託業を営む法人である。創業当初はコンピューター関連事業を主業としていたが、給食受託事業へ進出し事業を拡大した。安心安全な「食」を提供することを使命と考え、沖縄県内で先進的なセントラルキッチンおよびニュークックチルシステムを導入し、人手不足や高齢化社会への対応を進めている。

今回は、八重瀬町にある工場を訪れ、2026年代表取締役就任した安里拓真社長に会社の歴史やセントラルキッチンの事業モデル、今後の展望についてお話を伺った。

インタビューとレポート 長山 明里

IT関連業から「食」の事業へ進出

―御社の歴史についてお聞かせください。―

当社は会長である安里盛一が1989年に創業しました。創業当初はコンピューター販売やシステム保守管理が中心でした。県立病院などの医療機関向けシステム運用や請求業務請負などを行っており、コンピューター関連事業を基盤とする会社としてスタートしました。

―現在の事業に至った経緯をお聞かせください。―

会長が取引先であった病院関係者から給食業

務の受託について相談を受けたことが転機となりました。会長自身に調理経験はありませんでしたが、人材を確保しながら事業を運営していく形であればできるのではないかと考え、現在の事業への挑戦を決意しました。そこから徐々に事業を拡大し、現在では病院、福祉施設、学校給食など幅広い分野で「食」のサービスを提供する企業へと成長しました。

―社長のご経歴をお聞かせください。―

私は関東の大学で国際関係の分野を専攻し、学生時代には海外での留学も経験しました。就



株式会社日本ユニテック セントラルキッチン（八重瀬町）

職時には、もともと興味があった食品関連の仕事に携わることができ、かつ海外勤務が可能な企業を考えていましたが、会長からの勧めもあり、家業に関心を持ち始めました。大学卒業後は別の食品会社で現場経験と営業経験を積んだ後、当社へ入社しました。

入社後は、単なる給食受託会社にとどまらず、新しい配食サービスのあり方を模索してきました。人手不足や高齢化が進む社会に対応するため、将来を見据えた事業改革に取り組んできたことが、現在のセントラルキッチンの事業モデルにつながっています。

新たな事業モデルへの挑戦と徹底的な衛生管理を行うための設備導入

ーセントラルキッチンの事業モデルについてお聞かせください。

セントラルキッチンとは、複数の施設で提供する料理や食品を一か所でまとめて製造・加工し、各施設へ配送する仕組みのことです。

セントラルキッチンから再加熱カートにて配食を行うサービスは、全国的にも前例がほとんどない事業モデルであったため、参考にできる

事例が限られていました。そのため、大阪の先進企業を視察しながら自社で試行錯誤を重ねる必要がありました。一度冷却した料理を再加熱してもおいしさや食感を維持できるよう、温度管理や調理方法を何度も見直し、現場で検証を繰り返すなど、その試行錯誤は約10年にもおよびました。

特にお米の食感に関しては、苦労がありました。お米を提供する際に、解凍した後に固くなりすぎたり、水分が失われてパサついたり、なかなか上手くいきませんでした。何度も研究と試食を重ねた結果、炊き立てと同様の食感のお米をチルドでも再現することができるようになりました。現在再加熱カートにて配食提供を一式で行っているのは、県内でも当社のみとなっています。

ー利用している設備やシステムはどのようなものですか？

当社の「食」の提供に関する最大の特徴は、セントラルキッチンとニュークックチルシステムを組み合わせたものです。工場で一括して調理・食器への盛付を行い、その後急速冷却してチルド状態で配送します。利用者へ提供する直



セントラルキッチン内装



衛生管理が徹底されたセントラルキッチン内装



再加熱カート

前に再加熱カートを利用し加熱することで、出来立てに近い品質を実現しています。従来の配食サービスでは調理後に時間が経過するため、料理が冷めたり品質が低下したりする課題がありました。当社の設備では温かい料理は温かく、冷たい料理は冷たい状態のまま提供することが可能です。この設備を活用した取り組みは九州ではまだ珍しく、現在では県外から視察にお越しいただくこともあり、業界内で関心を持っていただいていると感じています。

―再加熱カートとはどのような設備ですか？

再加熱カートは病院や介護施設に設置される専用設備です。配送されたチルド食をセットすると、料理ごとに適切な温度管理が行われます。また、利用者ごとの個別情報を施設と連携しており、常食、刻み食、ソフト食などにも対応しています。配膳ミスの防止や衛生管理の徹底にも役立っており、施設運営の効率化につながっています。このように、一人ひとり違う調理方法で食事を提供できる場所は、当社の強みでもあります。

―セントラルキッチンの導入によるメリットは何ですか？

大きなメリットは病院や介護施設の人材不足の解消につながる点です。従来の施設内調理では多くの調理スタッフが必要でしたが、セントラルキッチンでは大量調理によって効率化が図れます。また、施設側は厨房設備や食器を大量に保有する必要がなく、人件費や設備維持費の削減が期待できます。さらに、衛生管理面でも優位性があります。調理後すぐに急速冷却し、再加熱時の温度管理も徹底されているため、食中毒リスクの低減にもつながっています。

また、セントラルキッチンを活かすため、八重瀬町にある工場をリノベーションしました。ここでは、従業員が働きやすく、かつ衛生管理を徹底できる動線確保、設備の配置にこだわりました。

｜時代に合わせた仕組みづくり

―どのような課題がありますか？

最大の課題は人手不足です。特に調理師や調理補助スタッフの確保が難しくなっています。業界全体で人材獲得競争が激化しており、ホテル業界などとの競争もあるため、採用環境は



真空冷却器



ブラストチラー



スチールコンベクション

年々厳しくなっています。また、最低賃金の上昇も大きな課題です。賃金上昇自体は必要なことですが、給食事業は労働集約型産業であるため、人件費増加の影響を受けやすい構造となっています。

そのほか、食材費や資材費の高騰も課題のひとつです。病院や福祉施設との契約はすぐには変更できないため、コスト上昇分を当社で吸収しなければならない場面も少なくありません。

さらに、高齢化の進展により配食サービスの需要は今後も増加すると考えられますが、それを支える人材確保が追いつかなければ安定供給が難しくなる可能性があります。業界全体として持続可能な運営体制の構築が求められていると思います。

一人材不足についてどのように対応していますか？

当社は従業員の満足度をあげることを徹底しています。給与はもちろんですが、従業員の働きやすい環境づくりに努めています。工場で行われているニュークックチルは、急速冷凍を行うため、施設へ提供する3日前の食事を調理・保存することが可能です。そのため、従業員のシフトを組みやすく、日曜日は必ず休日となる

ように設定しています。調理場は火を多く使うため、夏は暑くて過酷な環境と思われるがちですが、当社はオール電化を導入しており、夏でも比較的涼しい環境を整えています。

また、県内外の大学や専門学校との連携を積極的に進めています。栄養士養成校への企業説明会への参加や求人活動を継続しており、県外で学ぶ沖縄出身学生のUターン就職促進にも取り組んでいます。

一人材育成についてお聞かせください。

資格取得支援制度に力を入れており、調理師資格や管理栄養士資格の取得を目指す従業員に対して教材費や受験に関する支援を行い、長期的に成長できる環境づくりを重視しています。また、近年は技能実習生の受入れも開始しました。ベトナムから実習生を受け入れ、日本語教育や業務指導を行っています。さらに、特別支援学校との連携による障がい者雇用も積極的に行っています。

セントラルキッチンが工程が標準化されているため、多様な人材が働きやすい環境です。企業として人材不足への対応だけでなく、地域社会への貢献という側面も重視しています。



盛り付けの様子



提供する食事

「食」を提供する使命と、挑戦を続ける姿勢

—「食」を提供するうえで、大切にしていることは何ですか？

ただ食事を施設に届けるだけではなく、どのように届けるかも大切だと考えています。当社では、食事は必ず食器で提供しています。施設利用者や病院に入院している方々にとって、朝昼晩の食事は楽しみの1つだと思います。食事の味や衛生面だけでなく、食べる方の気持ちに寄り添うことも「食」を提供する当社の使命だと考えています。

—今後の事業展開についてお聞かせください。

現在当社のセントラルキッチン及び受託調理は、県内の多くの施設からご利用いただいております。1日の提供食数は3万5,000食となっています。将来的には中部や北部での工場建設も検討しており、県内全域や離島への供給能力を高めることを目指しています。

また、完全調理済み食品やレトルト商品の開発にも取り組み、病院や介護施設だけでなく、ホテルや観光関連施設への販路拡大も視野に入れています。

法人概要

商 号：株式会社日本ユニテック
 所 在：沖縄県那覇市松川3-19-46 5階
 連 絡 先：098-878-1220（代表）
 設 立：1989年1月13日
 役 員：代表取締役社長 安里 拓真
 代表取締役会長 安里 盛一
 従 業 員 数：736名（2026年8月現在）
 U R L：<https://www.yuniteku.jp>
 事 業 内 容：病院・福祉施設への配食病院、
 福祉施設、学校、保育園、
 社員食堂等の給食業務受託事業
 グ ル ー プ：株式会社沖縄総合フーズ
 株式会社日本インベスト

—最後に

当社は、「正直者が報われる会社」、「社会に役立つ新たなサービスを創造し続ける」という創業時からの思いを大切にしており、時代の変化や地域のニーズに応じて事業を進化させてきました。

創業当初はコンピューター関連事業からスタートしましたが、その後は給食受託事業へと事業領域を広げ、現在はセントラルキッチン事業など、新たな分野への挑戦を続けています。社名の「ユニテック（Universal Technical）」には、特定の事業にとらわれることなく、時代が求める技術やサービスを提供していくという考えが込められています。

経営においては目先の利益だけでなく、10年先、20年先を見据えた事業運営を重視しています。人手不足や物価上昇など業界を取り巻く環境が大きく変化するなかでも、従業員の雇用や待遇を守りながら持続的な企業成長を支える仕組みづくりを進めていきます。これからも、「食」を通じて地域の皆さまに安心・安全を届けるとともに、沖縄の発展に貢献していきたいと考えています。

引き続き、なお一層のご支援とご愛顧を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

企業探訪 Vol. 14

株式会社首里とうふ

沖縄の食文化「島豆腐」を守り、
首里の魅力を発信しながら、
新たな価値創造に挑戦する。



代表取締役 照屋 ゆきの 氏

事業概要

- 代表取締役 照屋 ゆきの
- 本社住所 那覇市首里鳥堀町4丁目101-2
- HP <https://www.teruya-tofu.com>
- 電話 098-887-7126
- Eメール teruya-tofu@woody.ocn.ne.jp
- 事業内容 島豆腐の製造・販売
- 店舗 茶屋首里とうふ（直営店）
- 関連会社 株式会社 THE・SHURI
（セレクト品販売、カフェバー）

株式会社首里とうふは、本社を那覇市首里鳥堀町に置く、食品製造・販売業を主業とする法人である。昭和44年に個人事業として創業し、平成23年に「株式会社照屋食品」として法人化。現在は法人名を「株式会社首里とうふ」へ変更し、首里の伝統を重んじながら沖縄の食文化である「島豆腐」を守り、その魅力発信のため挑戦を続けている。

今回は、店舗「THE・SHURI」を訪ね、照屋社長にこれまでの歩みや主力事業、今後の展望について話を伺った。

突然の事業承継から始まった挑戦

同社は昭和44年に創業者である故照屋寛輝氏（義父）が個人事業としてスタートし、当初は義父夫婦と数名の従業員による小規模な豆腐製造業から歩みを始めた。

平成23年には「株式会社照屋食品」として法人化を行い、夫の照屋寛幸氏が社長として経営を担った。地域に根差した事業を展開しながら

成長を続け、学校給食や量販店への供給を事業基盤として強化を図り、沖縄の食を支える企業として発展してきた。

同社の大きな転機となったのは、寛幸氏の病とその死去である。照屋社長は、当時は主に経理業務を担当しながら、資金管理を通じて事業運営を下支えする役割を担っていたが、経営や製造に関する専門知識を十分に持たないまま会社を引き継ぐこととなった。従業員や取引先を抱えながら、大きな不安と重圧に直面し、廃業を考えた時期もあったが、学校給食や従業員の生活を守らなければならないという責任感から事業継続を決意した。その後は自ら工場に入り、現場の仕事を通じて経営を一から学びながら、経営基盤の強化と事業の発展に尽力してきた。

沖縄の食文化「島豆腐」を守り続ける

同社の主力事業は島豆腐の製造・販売である。なかでも、学校給食への供給は同社の大きな強みとなっている。学校給食向けの商品は単に豆腐を製造するだけでなく、料理ごとに異なる大きさへのカットなど個別対応が求められるため、多くの人手とノウハウが必要となる。そのうえ、パックでの納品ができないことから、県内でも対応できる事業者は限られており、高い参入障壁を持つ分野である。

また、近年は従来の量販店向けの豆腐販売だけに依存しない経営への転換を進めており、廃棄されていたおからを活用した「OKARA ちん



事務所・工場外観（首里烏堀町）



首里とうふ



OKARA ちんすこう

すこう」をはじめ、「首里とうふかりんとう」、「島OKARA カレー」、「首里しょうゆ」、「豆腐に合うのり醤油」などの商品開発を積極的に展開している。

2021年より、HACCP対応や経営効率化の観点から、かつて量販店向けに販売していた「あちこーこー豆腐」の終売を決断した。「あちこーこー豆腐」は高い人気を誇る商品であったが、衛生面の観点から製造後すぐに配送する必要がある、人件費や物流コストの負担が大きいことが課題であった。

終売後は収益の改善につながったものの、多くのお客さまから復活を望む声が寄せられた。そこで同社は、直営店「茶屋首里とうふ」にて、出来たての「あちこーこー豆腐」の提供を再開した。大量販売ではなく自社管理のもとで適正な数量を販売することで、地元住民からの根強い支持を維持するとともに、観光客の来店にもつなげている。

さらに、「茶屋首里とうふ」は、新たな商品開発の実験拠点としての機能も持つ。新商品を販売しながら顧客の反応を確認し、今後の商品開発や販路拡大につなげるなど、テストキッチンのような役割も担っており、同店を通じて島豆腐の新たな可能性を模索している。

良き仲間とともに働き、支え合い、全従業員の幸福度が上がる会社を目指す

同社の経営理念は、人材育成や組織運営の指針として位置付けられており、社員一人ひとりが同じ方向性を共有しながら働く企業風土の形成に寄与している。

【経営理念】

1. 安心・安全・美味しい島豆腐をつくり、お客様と私たちの笑顔をつなぐ
2. 沖縄の食文化「島豆腐」を守りながら、新しい島豆腐の可能性を伝承していく
3. 良き仲間とともに働き、支え合い、全従業員の幸福度が上がる会社にしていく

照屋社長は、「もし自分が従業員だったらどのような会社で働きたいか」を常に考え経営を続けてきた。売上や利益だけを追求するのではなく、従業員が幸せに働ける環境をつくるのが企業成長につながると考えている。人材育成や働きやすい職場環境づくりを通じて、人材定着と組織力の向上に取り組んでいる。

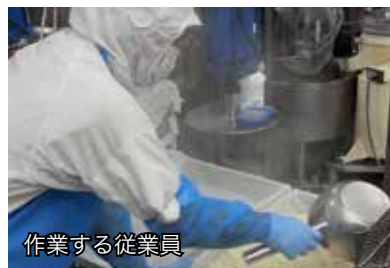
そのため、部署の垣根を越えて協力し合う文化を醸成するとともに、リーダー層には外部研修の参加を推進している。また、DXを活用した業務効率化や残業時間の削減にも取り組み、従業員のワーク・ライフ・バランスを重視した職場環境の整備を図っている。



茶屋首里とうふ



THE・SHURI



作業する従業員



イベント出店の様子



「首里」という付加価値を見いだす

島豆腐業界を取り巻く環境は厳しさを増しており、原材料価格の上昇や人手不足、従業員の高齢化などの課題が深刻化しているほか、価格競争も激しい状況である。

同社では、価格競争ではなく、島豆腐の価値そのものを高めるという点を重視している。社名を令和8年1月より、「株式会社照屋食品」から「株式会社首里とうふ」へ変更したこともその一環であり、「首里」というブランドと「島豆腐」の伝統を結び付けることで付加価値の向上を図った。

また、同社は地域とのつながりも大切にしており、長年にわたり学校給食へ島豆腐を供給することで、沖縄の子どもたちへ地域の食文化を伝えてきた。首里のまちづくり活動にも積極的に参加しており、地域イベントや朝市への出店など、地域活性化に貢献している。

挑戦を続ける姿勢を忘れず、新たな事業へ

同社の今後最大のプロジェクトは、八重瀬町で計画している新工場建設である。新工場では最新設備の導入による生産力向上に加え、見学機能を備えた観光型工場を構想している。ガラス越しに製造工程を見学できる仕組みを整備し、島豆腐の歴史や文化を学べる施設とする計画である。さらに、出来たての豆腐を食べられるスペースや物販コーナーを設置し、観光客や地域住民が楽しめる拠点づくりを目指している。

そのほか、県外・海外展開も視野に入れながら、EC販売の拡充などを進め、新たな事業の柱としていく方針である。

地域に根差した新たな取り組みとして、令和8年5月にセレクトショップにカフェバーを併設した「THE・SHURI」を開業した。開業の背景には、首里城を訪れた観光客が周辺のまちを散策する機会が少ないという課題意識があった。照屋氏は、「首里城だけでなく、首里の街並みそのものを楽しんでほしい」という思いから店舗開業を決意した。

店内では、首里の作家による作品や地域性の高い商品も取り扱っているなど、単なる物販施設ではなく、観光客や地域住民が首里の憩いの場、オアシスとしての役割も担っている。今後も「THE・SHURI」を通じて首里の価値を広く発信するとともに、まちづくりの推進などに貢献していく考えである。

同社は、今後も「島豆腐」の魅力を発信しながら、地域に根差した事業を展開し、沖縄の食文化の継承と地域活性化の両立を目指していく。伝統を守りつつ、新たな価値創造への挑戦を続ける株式会社首里とうふの活動に今後も注目していきたい。

(レポート 長山 明里)

特集

沖縄県内における2026年 プロ野球春季キャンプ の経済効果

経済効果は過去2番目に高い
222億2,100万円



りゅうぎん総合研究所
研究員
中地 紀咲

要 旨

- ・ 2026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2番目に高い222億2,100万円となり、前年の224億2,100万円を下回った。
- ・ 延べ観客数は約43万2,000人となり、前年(43万9,000人)から1.6%減となったものの、プロ野球の人気上昇などを背景に県外からの観客数は増加し、過去最高の約12万8,000人と推測された。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。
- ・ 経済効果の拡大を目指すにあたり、解決すべき課題として交通問題が挙げられる。車での移動を前提とした交通対策など、観客の利便性を確保しつつ交通需要をコントロールできる仕組みの構築が必要であろう。
- ・ 継続的な実施に向け、球場などのハード整備に加え、地域内で消費を生み出すソフト面の取組みを一体的に進めることも重要である。来場者の滞在時間を延ばす工夫や、会場を起点に回遊する環境を整えることが求められる。地域内で生まれた消費が新たな設備投資や受入環境の充実につながる好循環を形成することで、継続的なキャンプ誘致と地域経済の発展が期待される。
- ・ 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。今後も「スポーツアイランド沖縄」としての価値を維持・発展させていくためには、県や自治体、球団、事業者などが一体となり、プロ野球キャンプの受入にとどまらず、地域全体の魅力向上や経済活性化につながる取組みを継続していくことが重要である。
- ・ 今後もプロ野球キャンプなどのスポーツツーリズムを、県内の観光産業を牽引する成長コンテンツとしてさらに発展させていくことが期待される。

1. 2026年の春季キャンプの概要

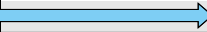
(1) キャンプ実施球団の状況

2026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球団であったが、ロッテは新たに宮崎県でのキャンプを開催し、県内でのキャンプ日数は半減した。2軍キャンプは、前年に宮崎県へキャンプ地を変更したロッテが石垣島でキャンプを再開したこと、また、嘉手納野球場の改修によりキャンプ地を変更していたDeNAが4年ぶりに嘉

手納町で再開したこと、球団数は前年より2球団多い6球団となった(図表1)。

キャンプ期間中は、昨季のセ・リーグ王者である阪神や、池山隆寛新監督を迎えたヤクルト、相川亮二新監督が率いるDeNA、サブロー新監督の下で始動したロッテのキャンプ実施が注目を集めた。選手では、巨人にドラフト入団した山城京平選手、小濱佑斗選手のプロ初キャンプが話題となるなど、県出身選手の活躍にも関心が集まった。

(図表1) 沖縄県内における2026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 ~ 2/25
	(二軍) 国頭村	かいぎんスタジアム国頭		2/1 ~ 2/23
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 ~ 2/25
中日ドラゴンズ (中日)	北谷町	Agreスタジアム北谷		2/1 ~ 2/24
	(二軍) 読谷村	オキハム読谷平和の森球場		2/1 ~ 2/24
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 ~ 2/23
	(二軍) 嘉手納町	嘉手納野球場		2/1 ~ 2/23
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 ~ 2/25
	(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 ~ 2/23
	(二軍) 久米島町	久米島野球場		2/1 ~ 2/12
千葉ロッテマリーンズ (ロッテ)	糸満市	糸満市西崎総合運動公園		2/13 ~ 2/23
	(二軍) 石垣市	ロートスタジアム石垣		2/1 ~ 2/12
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		2/14 ~ 3/1

※球団は沖縄県でのキャンプを始めた年の順で掲載
(出所) 球団HPおよびスポーツ紙報道よりりゅうぎん総合研究所作成

(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1,300人(前年比190人増)となった。昨年にはなかったロッテとDeNAの2軍キャンプが沖縄県内にて開催されたことなどが影響したものと考えられる。また、報道関係者や解説者は約1,700人(前年比200人増)となった。プロ野球人気の高まりなどを背景に、メディア関係者が増加したと考えられる。

② 観客数

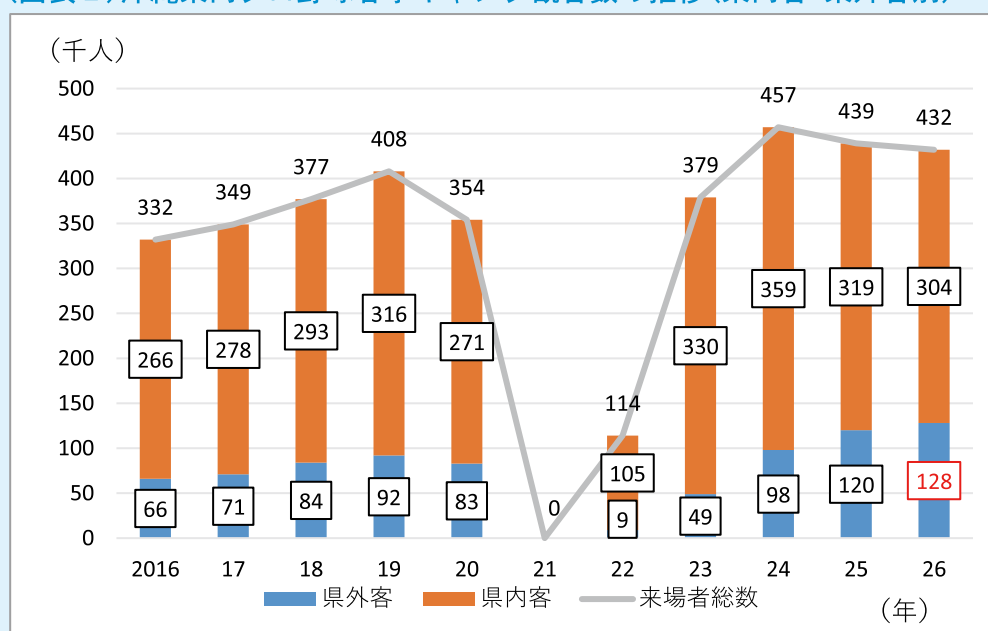
キャンプ期間中の延べ観客数は、約43万2,000人(オープン戦含む)となった。前年と比較して1軍のキャンプ日数減少などが影響したとみられ、前年(約43万9,000人)から7,000人の減少となった(図表2)。延べ観客数のうち、県外からの観客数は約12万8,000人と推測され、前年(約12万人)を上回り過去最高となった。(一社)日本野球機構によるとプロ野球公式戦の入場者数はコロナ禍を除いて増加傾向にあるなど、プロ野球人気の高まりが背景にあると

考えられる(図表3)。

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や飲食ブースの出店などが開催され、多くの観客で活気に包まれた(写真1、2)。また一部の球団では、地元アーティストによるライブや選手

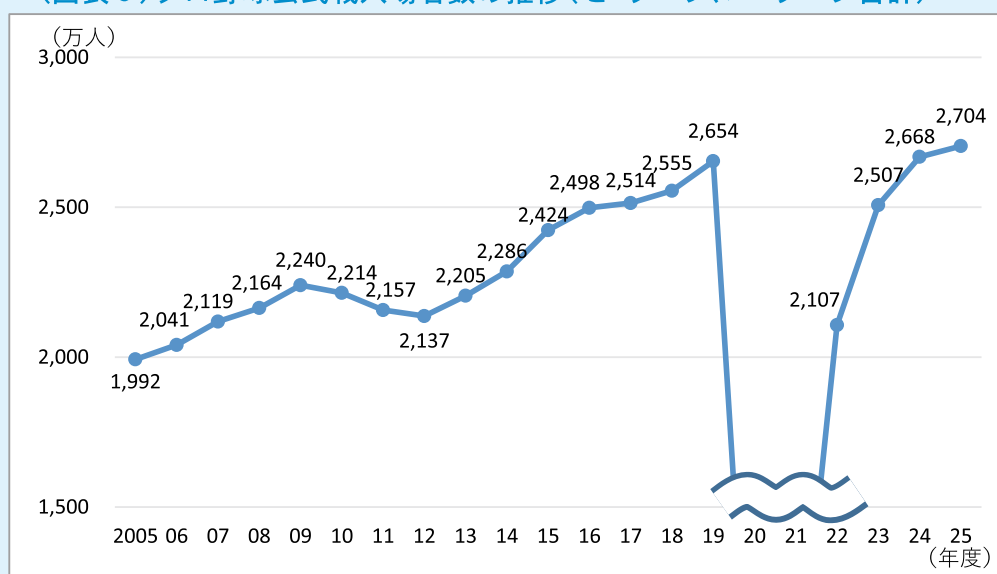
によるトークショーを開催するなど、キャンプ観戦以外にも楽しめる企画を展開した。さらに、協力会によるキャンプ地の情報発信も積極的に行われており、こうした取組みも県外客の増加を後押ししたとみられる。

(図表2) 沖縄県内プロ野球春季キャンプ観客数の推移(県内客・県外客別)



(出所) りゅうぎん総合研究所

(図表3) プロ野球公式戦入場者数の推移(セ・リーグ、パ・リーグ合計)



(出所) 一般社団法人日本野球機構「統計データ」よりりゅうぎん総合研究所作成

(写真1)サイン対応する選手



(写真2)飲食ブースを利用する観客



(出所)写真1は日ハム名護キャンプ、写真2は阪神宜野座キャンプにて筆者撮影(2026年2月)

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156億7,800万円となり、前年(161億700万円)を4億2,900万円下回った(図表4)。

試算結果の内訳をみると、宿泊費が51億2,200万円で最も多く、次いで飲食費が33億1,400万円、土産品・グッズ購入が28億900万円などとなった。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。一方、練習施設等の整備費は、前年に大幅に増加した反動減で、12億4,100万円減少した。

(図表4)2026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	5,122	251
飲食費	3,314	206
土産品・グッズ購入	2,809	348
交通費	1,425	5
娯楽・レジャー費	1,166	15
練習施設等の整備費	939	▲1,241
アルバイトへの支払い	76	3
クリーニング代	87	6
施設使用料	53	▲9
その他	687	▲13
合計	15,678	▲429

(出所)リゅうぎん総合研究所

(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156億7,800万円に自給率を掛けると県内で供給された分である129億8,600万円が求められ、これが直接効果となる(図表5)。

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58億4,900万円となる。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33億8,700万円となる。

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222億2,100万円となり、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114億800万円となり、この中で雇用者所得が65億5,700万円となる。

今年の経済効果は、練習施設等の整備費の減少などが影響し、前年の経済効果(224億2,100万円)を2億円下回った。

(図表5) 2026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	12,986	5,969	4,083	207
1次間接効果	5,849	3,409	1,541	802
2次間接効果	3,387	2,031	934	469
総合効果 (経済効果)	22,221	11,408	6,557	1,478
直接支出額	15,678	—		
波及効果	1.4 (倍) …(総合効果/直接支出額)			

(出所) りゅうぎん総合研究所

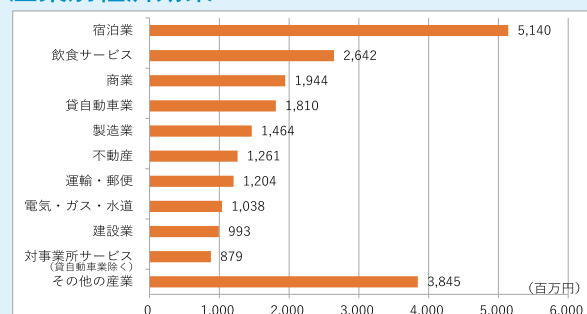
- (注) 1. 直接効果は、直接の支出による効果(自給率が100%でなければ移輸入の分、直接支出額を下回る)。
 2. 1次間接効果は、原材料を他の産業から購入することによって起こる波及効果。
 3. 2次間接効果は、直接効果、1次間接効果によって生み出された雇用者所得の増加が個人消費の拡大を通して再び生産を誘発する効果。
 4. 生産誘発額は、直接支出の増加により誘発された各部門の生産額の合計。
 5. 付加価値は、誘発された生産額の中に占める粗付加価値(雇用者所得や営業余剰など)。
 6. 端数処理により合計は合わないことがある。

3. 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

2026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0.9%減少したものの、過去2番目の大きさとなった(図表7)。2球団

(3) 産業別の経済効果

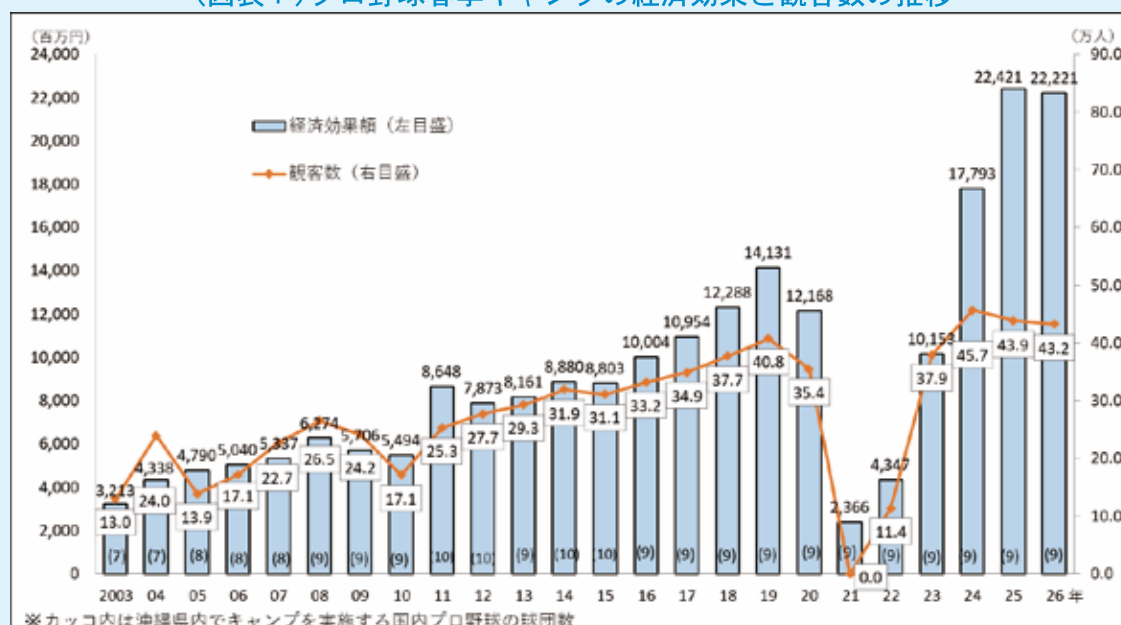
今年の経済効果である222億2,100万円を産業別にみると、宿泊業が51億4,000万円と最も大きく、次いで飲食サービス(飲食店など)が26億4,200万円、商業が19億4,400万円、貸自動車業が18億1,000万円、製造業が14億6,400万円などの順となった(図表6)。

(図表6) 2026年プロ野球春季キャンプにおける
産業別経済効果

(出所) りゅうぎん総合研究所

が県内でのキャンプを再開したことなどにより、球団関係者や県外からの観客数が増加したものの、前年に施設整備費が大幅に増加した反動減がみられ、経済効果は前年を下回った。

(図表7) プロ野球春季キャンプの経済効果と観客数の推移



(出所) り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、今後解決すべき課題として、①交

通問題、②地域全体の賑わいと循環の創出が挙げられる。本項では、これらの課題について現状を整理するとともに、必要な取組みについて考察する(図表8)。

(図表8) 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交通問題	車での移動を前提とした交通動線・駐車場運営など、来場者の利便性を確保しつつ交通需要を調整する
②地域全体の賑わいと循環の創出	ハード面：施設の機能強化等、更なるレベル向上を図る ソフト面：観客の滞在時間を延ばし、消費を拡大させる 地域内で消費できる環境を整備する

⇒交通環境や受入体制を充実させ、キャンプ集積地としての魅力を高めるとともに、地域経済の好循環を形成することが重要

(出所)りゅうぎん総合研究所

(1)交通問題

経済効果の拡大に向けては、まず交通面の課題解決が重要である。

沖縄県が発行する冊子「BASEBALL CAMP in OKINAWA 2026」(以下、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1軍と2軍のキャンプ地を行き来できるシャトルバスの運行が実施されている。

しかし、県内では都市圏を除き公共交通機関の便数が限られる地域が多く、観光やキャンプ地への移動は自家用車やレンタカーが主要な交通手段となっている。そのため、車での移動を前提とした交通動線や駐車場運営など、実態に即した交通対策が求められるが、現状は駐車場の不足や駐車場から会場までの距離などが課題となっている。駐車場を探す時間や移動距離の長さは、満足度の低下につながりかねない。また、違法駐車と思われる車両も一部見られ、こうした状況や周辺道路の渋滞は地域住民の日常生活にも影響を及ぼす可能性があり、改善が必要である。

県内のスポーツイベントや観光地にならない、会場最寄りの駐車場と遠隔地の駐車場料金に差を設け、遠隔地からはシャトルバスを運行するなど、観客の利便性を確保しつつ交通需要を適切にコントロールできる仕組みの構築が必要であろう。

また、いくつかのキャンプ地では公共交通機関のみでのアクセスが難しいことも課題である。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、公共交通ネットワークの強化についても検討を進めることが重要である。

(2)地域全体の賑わいと循環の創出

県内キャンプの長期的な継続実施に向け、球団や観客の双方に選ばれ続ける受入態勢を整えることも重要である。そのためには、球場などのハード整備に加え、地域内で消費を生み出すソフト面の取組みを一体的に進めることが求められる。

ハード面において、これまで各自治体や協力会では、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。近年では、嘉手納野球場で大規模な建て替え工事が行われ、沖縄本島初の全面人工芝を擁した球場施設として2025年にオープンした。他にも糸満市が屋内運動場を新設したり、うるま市がサブグラウンドを全面改修したりするなど、よりレベルの高い練習環境の充実に努めており、これからもキャンプ地として選ばれるために、こうした取組みを継続することは重要であろう。

また、ハード面の整備を一時的な効果にとどめず、継続的な地域の賑わいの創出につなげるために、観客の滞在時間を延ばし、地域内における消費を拡大させるための取組みも重要である。

例えば宮崎県では、空港にキャンプの特設エリアを設置し貴重な展示品を配置することで、プロ野球ファンにとって魅力的なスポットとなっていた(写真3)。こうした取組みは、県全体でキャンプを歓迎するムードの醸成にもつながる。また、キャンプ地では飲食や物販ブースを多数出店し、屋根付きの休憩所を整備するなど、観客がゆったりと滞在できるお祭り会場のような賑わいが生まれていた。こうした取組みは、コアな球団ファンだけでなくライトなファンや地域住民も気軽に訪れやすく、滞在時間の延長や地域内消費の拡大に寄与している。

県内でも、キャンプ会場での飲食店等の出店に加え、県が発行するガイドブックで周辺の飲

食店や観光施設を紹介するとともに、キャンプ地やそれらを巡るスタンプラリーを実施するなど、キャンプ観戦と併せて沖縄観光を楽しめる仕組みが整えられている。また、県産品や県内企業と連携した限定グッズの販売など、沖縄ならではの魅力を生かした商品開発も進められている(写真4)。これらは、来訪記念となるほか購入者によるSNSでの情報発信も期待されることから継続した商品展開に期待したい。

さらなる経済効果の拡大に向けて、地域内で消費につなげる環境整備も欠かせない。宿泊施設や飲食店等の立地を促すなど、会場を起点に回遊する環境を充実させることが求められる。

(写真3)空港内のキャンプ特設エリア(宮崎)



(出所) 写真3は宮崎ブーゲンビリア空港、写真4は巨人那覇キャンプにて筆者撮影(2026年2月)

また、その環境整備によりキャンプ期間以外にもスポーツイベントや観光を通じて地域へ人を呼び込むことができれば、年間を通じた来訪者数の拡大にもつながる。

このように、ハード面の整備とソフト面の充実を一体的に進め、地域内で生まれた消費が新たな設備投資や受入環境の充実につながる好循環を形成することが重要である。球場を単なるキャンプ会場としてではなく、地域の魅力やにぎわいを生み出す拠点として活用していくことが、魅力的な地域づくりにつながり、継続的なキャンプ誘致とそれに伴う地域経済の発展が期待される。

(写真4)沖縄県内企業とのコラボグッズ



4. 最後に

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。

沖縄県は温暖な気候を背景に、これまでスポーツキャンプの名所として発展するとともに、「スポーツアイランド沖縄」としてのブランドを築いてきた。しかし近年では、他県においても施設整備や受入環境の充実が進んでいるほか、温暖化の影響などもあり、沖縄以外での春季キャンプも実施されている。

2026年に宮崎県で開催された侍ジャパン宮崎春季キャンプでは、約20万人の観客が来場し、日本代表選手を一目見ようと全国から多くのファンが訪れた。日本代表のキャンプは開催機会が限られることから、その集客力や情報発

信力は極めて大きい。各受入自治体の横連携、公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、将来的には侍ジャパンなどトップレベルのキャンプを誘致できる環境づくりを進めることも期待される。

県内では、長年にわたり実施されているプロ野球キャンプをはじめ、甲子園での高校球児の活躍やジャパンウィンターリーグの開催などを通じて、野球を軸とした地域の情報発信が進んでおり、スポーツを活用した地域ブランドも形成されている。今後も「スポーツアイランド沖縄」としての価値を維持・発展させていくためには、県や自治体、球団、事業者などが一体となり、プロ野球キャンプの受入にとどまらず、地域全体の魅力向上や経済活性化につながる取組みを継続していくことが重要である。これらの取組みを通じて、プロ野球キャンプなどのスポーツツーリズムを、県内の観光産業を牽引する成長コンテンツとしてさらに発展させていくことが期待される。

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～2026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 一國頭村 ◎		(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	○		◎ ○

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
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										○	◎	○
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		○ ◎	
26				(一軍) 宜野湾市 (二軍) 嘉手納町					(一軍) 宮崎県 →糸満市 (二軍) 石垣市 →宮崎県			
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	宮崎県/ 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	嘉手納町	宮崎県	東京都/ 宮崎県	うるま市	久米島町/ 宮崎県	石垣市/ 宮崎県	宮崎県	福岡県	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(1軍)は、26年2月1日～12日まで宮崎キャンプ、13日～25日まで沖縄キャンプ。

5. ロッテ(1軍)は、26年2月1日～11日まで宮崎キャンプ、13日～23日まで糸満キャンプ。

6. 巨人(1軍)は、26年2月1日～12日まで宮崎キャンプ、14日～3月1日まで那覇キャンプ。

【補注2】

本調査で使した産業連関表について

本件調査では、沖縄県の令和2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(397行×361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

め、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。

$$\begin{aligned}\Delta X_1 &= [I - (\widehat{I - M})A]^{-1}(\widehat{I - M})\Delta F \\ \Delta X_2 &= [I - (\widehat{I - M})A]^{-1}(\widehat{I - M})c k w \Delta X_1 \\ \Delta X &= \Delta X_1 + \Delta X_2\end{aligned}$$

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

$\widehat{M}$: 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

特別連載

ZEH・省エネ住宅の現在地

第3回

株式会社
りゅうせき建設暮らしに寄り添う提案力と高性能住宅で、
ZEH 普及の未来を拓く。

代表取締役社長 稲福 秀夫 氏

2025 年 4 月より、全ての新築住宅に省エネ基準への適合が義務化された。温暖な沖縄においても快適な住環境とエネルギー効率の両立が求められている。高温多湿な気候や台風といった地域特有の課題を抱える中、地元企業はどのように省エネ住宅の普及に取り組んでいるのか。事業者への取材を通して、沖縄県内の ZEH（※1）や省エネ住宅の「今」について探る。

株式会社りゅうせき建設は、公共・民間工事をはじめ、住宅事業などを手掛ける総合建設会社である。同社は、高い省エネ性能と快適性を両立した RC（鉄筋コンクリート造）住宅ブランド「RC +（アールシープラス）」を展開している。2025 年度の ZEH 普及率は 75% に達しており、県内有数の ZEH ビルダー（※2）として、省エネ住宅の普及に取り組んでいる。

今回は浦添市にある同社本社を訪ね、稲福社長に、RC 住宅における省エネ化への取り組みや ZEH 普及への思い、そして住宅づくりを支える人材育成について話を伺った。

暮らしを聞くことから始まる家づくり

同社の売上に占める住宅事業の割合は 2 ～ 3 割程度である。同社では長年、住宅供給棟数の拡大を目標に事業を展開してきたが、人手不足の深刻化などを背景に、棟数を追求する手法には限界があると判断。現在は、快適性や付加価値の高い住宅の提供へと舵を切っている。

稲福社長は、「住宅事業における“量から質への転換”が、現在の省エネ住宅への取り組みにつながっている」と語る。

同社の家づくりの特徴は、顧客一人ひとりの

暮らしを起点とした住宅設計にある。注文住宅の相談を受ける際には、まず「暮らしインタビュー」を実施する。現在の家族構成や住まいに対する要望だけでなく、生活スタイルや将来のライフプランまで丁寧に聞き取り、その内容を住宅設計に反映している。

例えば、子どもの成長に合わせて部屋を分けられるよう、可変性のある間取りや可動式の間仕切りを採用するなど、将来を見据えた提案も行っている。

このように、顧客の暮らしに寄り添った提案から設計、施工までを一貫して担えることが、同社の強みとなっている。住宅性能の向上だけでなく、「長く快適に暮らせる住まい」を提供することが、同社の家づくりの根幹にある。



※1 ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）：外皮の断熱性能等を大幅に向上させるとともに、高効率な設備システムの導入により、室内環境の質を維持しつつ大幅な省エネルギーを実現した上で、再生可能エネルギー等を導入することにより、年間の一次エネルギー消費量の収支がゼロとすることを目指した住宅（経済産業省 資源エネルギー庁）

ZEH 基準の RC 住宅ブランド「RC +」を展開

2020 年、省エネ住宅への需要の高まりを受け、同社は省エネ住宅市場へ本格参入した。鉄骨住宅ブランド「ぴたホーム」の販売終了を機に、高い省エネ性能と快適性を備えた RC（鉄筋コンクリート造）住宅ブランド「RC +」の展開を開始している。

RC + は、高い耐震性・耐久性を有する RC 住宅に、ZEH 基準を満たす断熱性能や換気性能を組み合わせることで、RC 住宅ならではの安心感と高い快適性を両立した住宅である。断熱材には環境に優しい「発泡ウレタン」を採用するほか、窓には断熱性能に優れた「Low-e 複層ガラス」や、結露抑制効果の高い「アルミ樹脂複合サッシ」を採用し、高い断熱性能を実現している。

また、換気設備には「ダクトレス熱交換換気システム」を導入しており、外気と室内空気を効率的に入れ替えながら温度や湿度の変化を抑えることで、快適な室内環境の維持に寄与している。さらに、壁材には調湿・脱臭機能を備えた「エコカラット」を採用し、沖縄特有の高温多湿な気候に対応している。

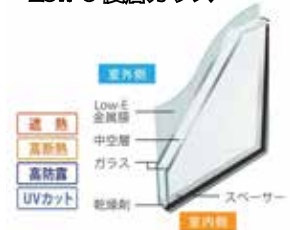
このほか、空気中の熱を利用して効率的にお湯を沸かす「エコキュート」や、太陽光発電システム（オプション）の導入など、光熱費や CO₂ 排出量の削減につながる提案も可能だ。

実際に RC + を購入した顧客からは、「涼しい」「快適に過ごせる」といった声が多く寄せられているという。高い住宅性能が実際の住み心地の向上につながっていることも、同社の特徴といえる。



Low-e 複層ガラス

アルミ樹脂複合サッシ



ZEH の価値を伝え、普及率 100%を目指す

同社は県内有数の ZE H ビルダーとして登録されており、2025 年度の住宅施工実績における ZE H 普及率は 75% に達している。

一方、同社によると、沖縄県内の ZE H 普及率は全国平均と比べて依然として低い水準にあるという。背景には、土地価格や建築コストの上昇に加え、省エネ性能の向上に伴う初期費用の増加があり、導入に慎重な住宅取得者も少なくない。

こうした状況について同社は、「沖縄にはまだ大きな伸びしろがある」と捉えている。住宅取得時には予算調整の中で断熱性能や省エネ設備の見直しが検討されることもあるが、省エネ性能に関わる部分は建築後の改修が容易ではない。また、その効果は数十年にわたり、住まいの快適性や光熱費、さらには健康面にも影響を及ぼす。

稲福社長は「住宅性能は完成後に簡単に変えられるものではない。だからこそ、省エネ性能の重要性や価値をしっかりと伝えていくことが大切だ」と話す。

同社では今後も ZE H 住宅の普及に取り組み、2030 年度までに ZE H 普及率 100% の達成を目指している。



人材育成と健康経営が省エネ住宅づくりを支える

同社では、ZE H や省エネ住宅の普及を支える人材育成にも力を入れている。管理職研修や階層別研修に加え、住宅営業や施工管理など職種ごとの専門研修を実施しているほか、資格取得支援制度も設けており、受験費用の補助や資格手当の拡充を通じて技術者の育成を後押ししている。

※ 2 ZE H ビルダー：自社が供給する新築住宅に占める ZE H の割合について普及目標を定め、その達成に向けて取り組む住宅事業者。一般社団法人環境共創イニシアチブ（SII）に登録され、毎年度の ZE H 普及実績を公表している。

また、同社は健康経営にも積極的に取り組んでいる。健康経営優良法人「ブライト 500」の認定を 5 年連続で取得しているほか、育児と仕事の両立支援や働きやすい職場環境の整備を進め、「くるみん認定」や「おきなわSDGs 認証（プラチナパートナー）」なども取得している。

こうした環境は、従業員の主体的な学びを支える土壌となっている。断熱材や換気システム、省エネ設備など住宅性能に関わる新たな技術については、従業員自らが情報収集や研究を行い、社内で議論を重ねながら採用の可否を検討しているという。こうした学び続ける企業文化が、同社の ZEH 住宅や省エネ住宅づくり、そして高品質な家づくりを支える原動力となっている。



次世代住宅の実現に向けた挑戦

同社では、ZEH 住宅の普及に加え、さらなる快適性や利便性の向上に向けた取り組みも進めている。現在、新たなモデルハウスの建設を計画しており、高い省エネ性能に加え、AI や IoT を活用したスマートホーム機能の導入を検討している。

具体的には、スマートフォンや音声による住宅設備の操作、居住者の生活パターンに応じた設備の自動制御など、暮らしの利便性向上につながる機能の実装を目指している。また、帰宅時に自動でガレージを開閉するシステムなど、日常生活の負担軽減につながる設備の導入も検討しているという。

稲福社長は、「住宅に求められる価値は、省エネ性能だけでなく、快適性や利便性へと広がっている。今後も新しい技術を積極的に取り入れながら、お客様の暮らしをより豊かにする住宅を提案していきたい」と語る。

建築コストの上昇や住宅取得環境の変化が続く中であっても、同社は ZEH 住宅の普及を通じた住宅性能の向上と、顧客一人ひとりの暮らしに寄り添った家づくりの両立を目指している。

ZEH 住宅の普及に加え、AI や IoT を活用した次世代住宅の実現にも挑戦を続ける同社の今後の動向に注目したい。

（レポート 我謝 和紀）



会社概要

○会社名	株式会社りゅうせき建設
○代表者	稲福 秀夫
○所在地	沖縄県浦添市勢理客 4-20-1
○HP	https://ryuseki-kensetsu.jp/
○電話	098-878-3388
○FAX	098-876-8202
○事業内容	公共工事・マンション・戸建住宅・給油所などの設計施工管理及びコンサルティング・不動産の売買・仲介・リノベーション・外壁塗装・赤土流出防止施工

幸せの原動力

RYUSEKI

株式会社りゅうせき建設



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

台湾における IP ビジネスの 動向

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より台湾のコンサルタント会社・則和企業管理顧問有限公司へ出向している安慶名です。

近年、沖縄では企業ロゴを活用したアパレル商品や観光コンテンツなど、IP（知的財産）を活用した取り組みが広がっています。台湾でも同様に、IP ビジネスが大きな注目を集めており、文化やデザインを活用した新たな産業として成長を続けています。

8月に台北市で開催されたアジア最大級のクリエイティブ・ライセンス展示会「臺灣文博會 CREATIVE EXPO TAIWAN 2026」を視察しましたので、その様子とともに台湾における IP ビジネス等のコンテンツ産業についてお伝えいたします。

1. 台湾が育成する「文化创意産業」

台湾では「文創」という言葉をよく耳にします。文創とは「文化创意産業（文化クリエイティブ産業）」の略称であり、文化や歴史、芸術、デザインなどの文化資源を活用して新たな付加価値を生み出す産業を指します。台湾政府は文創産業を重点育成産業として位置付け、2000年代初頭から国家戦略として推進してきました。

2010年には「文化创意産業発展法」が施行され、文化産業の育成が制度化されました。現在は文化部を中心に、人材育成、資金調達支援、国際展示会への出展支援などを通じて、文化コンテンツの産業化を後押ししています。こうした政策により、台湾ではクリエイターやデザイナーが活動しやすい環境が整備され、IP ビジネス成長の基盤が築かれています。

2. 文創産業を支える「文化创意産業園區」

台湾の文創政策を象徴する存在が、「文化创意産業園區」です。文化部は全国各地に残る旧工場や倉庫群を再活用し、文化産業の拠点として整備してきました。代表的な施設として、台北市の「華山 1914 文化创意産業園區」や「松山文化创意産業園區」があります。

華山 1914 文化创意産業園區は、日本統治時代の酒造工場跡地を再開発した施設で、現在では台湾を代表するクリエイティブ拠点となっています。園区内にはギャラリーやデザインショップ、イベントホール、映画館などが集積し、新進気鋭のクリエイターが作品を発表する場として機能しています。多くの台湾発キャラクター IP がここで認知度を高めており、台湾 IP 産業のインキュベーション施設とも言える存在です。



華山1914文化创意産業園區

松山文化創意園區は日本統治時代の松山煙草工場跡地を活用した施設で、台湾デザイン研究院やクリエイター向けオフィスが入居しています。創作活動だけでなく事業化支援も行われており、台湾企業にとって「創作からビジネス化へつなぐ拠点」として重要な役割を果たしています。



松山文化創意園區

これらの施設は単なる観光スポットではなく、クリエイター、企業、投資家を結び付けるプラットフォームとして機能しており、台湾 IP 産業を支える重要なインフラとなっています。

3. 臺灣文博會 CREATIVE EXPO TAIWAN 2026

台湾の文創産業を象徴するイベントが、「臺灣文博會 (Creative Expo Taiwan)」です。文化部が主催する台湾最大級の文化・IP 展示会であり、当初は工芸品やデザイン商品の展示イベントとして始まりましたが、近年はキャラクターライセンスや商品化権、映像化権などを扱う IP ビジネス商談会へと発展しています。

2026 年は文化展とブランド・ライセンス展の二部構成で開催され、ブランド・ライセンス展は台北市の南港展覽館で実施されました。文化部によると、業界関係者の来場者数は前年比 46.4% 増の 4 万 1,000 人超となり、高い関心を集めました。また、870 を超えるブランドや IP が出展し、日本、韓国、香港、

タイなどから 50 以上の海外ブランドも参加しました。さらに 80 名以上の海外バイヤーが来場するなど、国際的な IP 取引・ビジネスマッチングの場として存在感を高めています。



臺灣文博會①



臺灣文博會②

近年の文博会は単なる展示会ではなく、キャラクターライセンス、商品化権、出版権、映像化権、海外販売権など、多様な知的財産を取引するプラットフォームへと進化しています。台湾の IP ビジネスが大きく成長していることを実感できるイベントでした。

また、今年は沖縄県産業振興公社が主催する沖縄パビリオンも設置され、県内約 10 社

が出版していました。沖縄の観光資源や伝統文化、キャラクターコンテンツを海外へ発信する場としても有効であり、台湾市場の可能性の高さを感じました。



臺灣文博會 沖縄パビリオン①



臺灣文博會 沖縄パビリオン②

4. 台湾 IP 市場の拡大

台湾の IP 市場は近年急速に拡大しています。2026 年の臺灣文博會ブランド・ライセンス展では、総取引額が 16 億 5,000 万台湾ドル（約 82 億円）に達し、前年比 22% 増を記録しました。来場者数、取引額ともに過去最高水準となり、市場の拡大と国際化の進展を示しています。

文化部の李遠部長も、台湾の近年のキャラクターや IP（知的財産）の発展の速さは驚くべきものだとし、台湾は歴史と文化の厚みがあるからこそ、漫画やアニメ、映画へとマルチメディア展開ができると述べています。

台湾では文化資源を IP 化し、多様な産業と結び付けることで新たな経済価値を創出する流れが定着しつつあります。

沖縄もまた、琉球文化、伝統芸能、食文化、観光資源など独自性の高いコンテンツを数多く有しています。台湾が取り組む「文化資源の IP 化」や「ライセンスによる収益化」の仕組みは、沖縄の地域ブランド価値向上や新たな

な産業創出を考える上で大いに参考になるのではないのでしょうか。

特に台湾市場は日本文化への親和性が高く、沖縄企業が海外展開を進める際の有力なテストマーケットになり得ます。今後も臺灣文博會などの国際展示会を活用することで、沖縄発 IP のさらなる海外展開が期待されます。

最後に

琉球銀行では、則和企業管理顧問有限公司と連携し、県内事業者の台湾展開を支援しております。台湾で開催される展示会や商談会への出展、現地企業とのビジネスマッチング、商標登録など、幅広いサポートを提供しています。台湾市場への進出にご関心のある方は、お気軽に琉球銀行へお問い合わせください。

参考文献：

- (1) 文化部. 公式ホームページ. 2026.08.25. <https://www.moc.gov.tw/jp/>
- (2) 臺灣文博會. 公式ホームページ. 2026.08.25. <https://creativexpo.tw/zh-TW>
- (3) フォーカス台湾 中央社 日本語版. 「クリエイティブエキスポ台湾」ブランド展始まる 趣向凝らした商品やキャラクター集結. 2026.08.06. <https://japan.focustaiwan.tw/culture/202608060006>
- (4) フォーカス台湾 中央社 日本語版. クリエイティブエキスポ台湾、ブランド展開幕 総取引額は約 82 億円で過去最高. 2026.08.13. <https://japan.focustaiwan.tw/economy/202608130004>

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

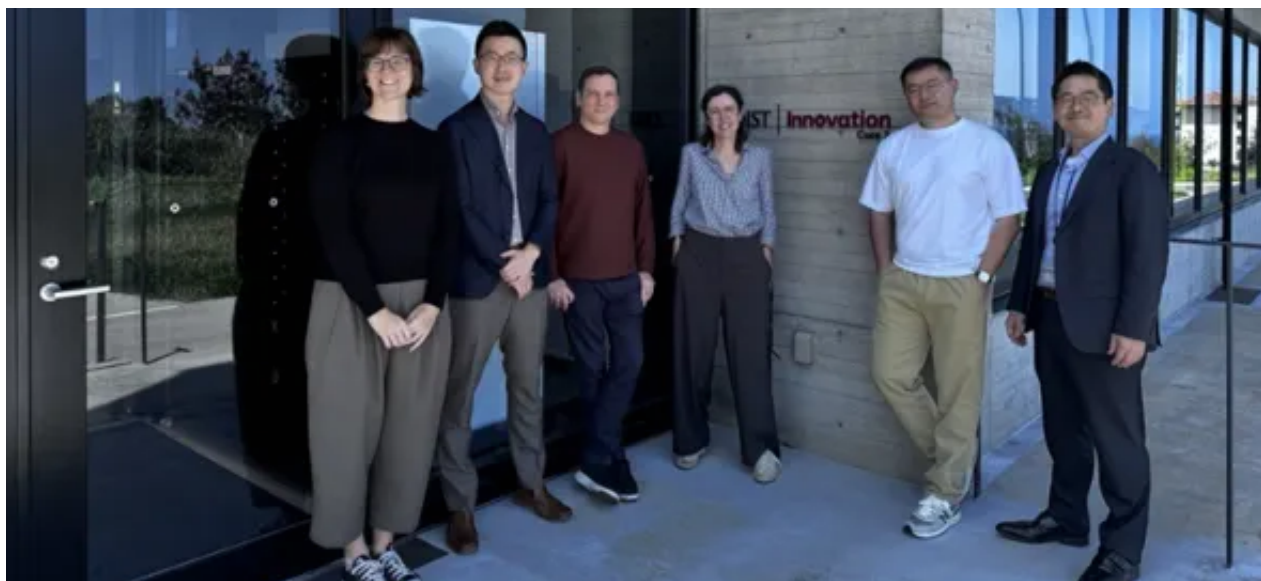
※沖縄科学技術大学院大学のHPから許可を得て転載した記事です。

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. 新たなアプローチで痛みに挑む—OIST発のスタートアップ「シュレゼン・バイオセラピューティクス」

OIST 発のバイオ医薬品開発スタートアップが、近年独自に明らかにした疼痛メカニズムを標的とするペプチド治療薬の開発に取り組んでいます。



シュレゼン・バイオセラピューティクスの創業チームが、OIST内の新しいラボスペースの前に集まった様子。写真左から、アンジェラ・アレス・ピタ氏（OIST Innovation）、和田祐輔氏（サイセイベンチャーズ）、ジェームス・フェリシアノー氏（サイセイベンチャーズ/シュレゼン・バイオセラピューティクス CEO）、パオラ・バトラー・ザネッティ氏（OIST Innovation）、ベン・チョウ博士（シュレゼン・バイオセラピューティクス 最高技術責任者）、富本修平氏（シュレゼン・バイオセラピューティクス オペレーション担当シニアディレクター）。©野田 佳奈代

重度の疼痛や慢性疼痛の管理において、オピオイドが唯一の選択肢となるケースも少なくありません。しかし、オピオイドには依存症や呼吸障害、過剰摂取といった副作用のリスクがあり、課題となっています。沖縄科学技術大学院大学(OIST)発のスタートアップ「シュレゼン・バイオセラピューティクス (Surzen Biotherapeutics)」は、特許を取得した独自のペプチド技術を用いて、こうした課題の解決に取り組んでいます。従来とは異なる方法でオピオイド受容体経路を標的とすることで、重篤な副作用を伴わない効果的な疼痛緩和の実現を目指しています。

OISTのテクノロジー・パイオニア・フェロー在任中に同社を共同設立した最高技術責任者(CTO)のベン・チョウ博士は、次のように述べています。「オピオイド受容体経路に関する長年の研究成果を基盤に、シュレゼン・バイオセラピューティクス を設立できたことを大変うれしく思います。急性および慢性の痛みに苦しむ方々に、より安全で効果的な治療法を提供することを目指しています」

亡き父の苦しみを原点に

「シュレゼン」という社名は、チョウ博士の亡き父の名前である「Shu Sheng(シュー・シェン)」に由来しており、中国語での発音がよく似ていることから名付けられました。「私が科学者の道を志したのは、父のおかげです。父は常に、私の視野を広げるよう励ましてくれました」とチョウ博士は語ります。武漢大学で生化学の博士号を取得した後、チョウ博士は京都大学の楠見明弘教授の研究室で研究をつづけました。その頃、父親が

末期がんと診断されました。

「父が病気になった時、私は6か月間実家に
戻り、父の介護をしました。頻繁に病院へ通
う中で、痛みを苦しむ多くの患者さんを目に
しました。これが、私がシュレゼン・バイオセ
ラピューティクスを設立するきっかけとな
りました。特に、末期の患者さんのために、よ
り良い疼痛治療法を開発したいと考えまし
た。患者さんの苦しみを和らげ、ご家族と過
ごす大切な時間を少しでも長く、より良いも
のにできるよう支援したかったのです」と
チョウ博士は語ります。

父を亡くした後、チョウ博士は、当時OIST
へ移転してきた楠見教授の研究室に戻りま
した。そこで、単一分子追跡技術を用いて、オ
ピオイド受容体の二量体化についての研究
を進めました。

従来、オピオイド系薬剤は個々のオピオ
イド受容体タンパク質(単量体)を標的として
作用すると考えられてきました。しかし近
年、受容体シグナル伝達経路に関する研究か
ら、これらのタンパク質はしばしば二量体
を形成し、二つの受容体分子が結合した状態
で存在することが示されています。この二量
体化は受容体のシグナル伝達に影響を及ぼし
、オピオイド療法の副作用にも関与している
ことが知られています。チョウ博士らは研究
の中で、この二量体化を阻害できるペプチド
を特定しました。これらのペプチドを従来の
オピオイド系薬剤と併用することで、薬剤耐
性の発現を抑え、薬効を高めるとともに、重
篤な副作用を軽減できる可能性が示されま
した。



チョウ博士は、より安全かつ効果的な疼痛管理法の開発を目指し、長年にわたり痛みの伝達経路の研究に取り組んできた。

© Renato Yudi

研究室から社会へ、新たな一歩

OISTの研究成果の技術開発・事業化を支
援する拠点であるOIST Innovationのサ
ポートを受け、チョウ博士は、このペプチド
技術に関する知的財産の保護を進めるとと
もに、動物モデルを用いた数年にわたる前臨
床研究を通じて、その有効性と可能性の検証
を続けました。さらに、OISTプルーフ・オブ
・コンセプト(POC)プログラムの一環である
「テクノロジー・パイオニア・フェロー」に選
出され、研究資金の提供や専用の実験スペ
ース、起業家育成トレーニングなどの幅広い事
業化支援を活用しながら、スタートアップ設
立の基盤を築きました。

OIST Innovationのグローバルなネット
ワークを通じて、チョウ博士は後にシュレゼ
ン・バイオセラピューティクスのCEOとな
るサイセイベンチャーズのジェームス・フェ
リシアーノ氏と出会いました。サイセイベン
チャーズはシード資金を提供するとともに、
フェリシアーノ氏は製薬業界で長年培った
経営・事業化の経験をもたらしました。チョ
ウ博士、フェリシアーノ氏、そしてサイセイ
ベンチャーズの連携により、シュレゼン・バ
イオセラピューティクスは有望な研究成果
を社会実装へつなげるための科学的・事業
的・財務的な基盤を構築しました。

OISTのPOCプログラムのマネジャーであ
るアンジェラ・アレス・ピタ博士は、次のよ
うに述べています。「チョウ博士とシュレゼン
・バイオセラピューティクスは、POCプロ
グラムが目指している成果を体現する素晴ら
しい例です。研究室で生まれた発見を社会に
貢献するイノベーションへと発展させる研
究者を支援することで、POCプログラムは
科学的発見と社会的インパクトをつなぐ架
け橋となっています。チョウ博士の歩みが、
OISTをはじめ、日本、そして世界中の研究
者にとって、自らの発見を社会に役立てる挑
戦への一歩を踏み出すきっかけとなること
を願っています」

沖縄から世界へ

シュレゼン・バイオセラピューティクスの
チームは、OISTの研究室から輩出される世
界トップクラスの人材との連携を見据え、沖

縄を拠点に同社を設立することを選びました。日本で開発された技術を基盤としながら、チョウ博士とフェリシアーノ氏は、とりわけ米国やカナダをはじめとするグローバル市場への展開を目指しています。これらの国々は、医療用オピオイドの使用が多く、そのリスクが社会的課題となっています。米国だけでも、1999年から2023年までの間に、処方オピオイドの過剰摂取に関連して30万人以上が死亡したとされており(注1)、安全で効果的な疼痛管理の新たなアプローチが急務となっていることを示しています。

同社は設立後、着実に歩みを進めており、最近では沖縄県の「令和8年度沖縄先端医療

技術基盤形成促進事業(研究高度化事業)補助金(ステージ3)」に採択されました。

同社の今後の展望について、フェリシアーノ氏は次のように述べています。「私たちの使命は、オピオイドを用いた疼痛管理をより安全かつ効果的なものにすることです。OISTから生まれた初のバイオテクノロジー・スタートアップの一つとして、このイノベーションを日本から世界へ届け、痛みを苦しむ人々の生活の質向上に貢献したいと考えています」

シュレゼン・バイオセラピューティクスの詳細については、<https://www.surzenbio.com/>をご覧ください。

2. 匂いを見分け、忘れない。ショウジョウバエから着想を得たAI

ショウジョウバエの嗅覚系を模した新しい匂い識別アルゴリズム。大気汚染の監視や爆発物の検知に向けた省エネルギー技術への応用が期待されます。



© Catherine Hodges/OIST

動物界では、エネルギーの節約が生き残りを左右します。そのため、私たちの脳は、情報を保存・処理する際にエネルギーや資源を極めて効率よく使えるよう進化してきました。こうした高効率な情報処理の仕組みを再現しようと、計算科学の研究者たちは1980年代から脳の構造や機能を模倣する研究に取り組んできました。しかし、エネルギーに限られ、学習データが徐々に蓄積されるような現実的な環境において、少ないメモリで効率よく動作する実用的な手法の実現には、まだ至っていません。

沖縄科学技術大学院大学(OIST)の研究チームが開発した、脳に着想を得た新しいアルゴリズムが、現実的な条件でも実用化できる可能性を示しました。このアルゴリズムは嗅覚による匂いの識別システムに基づいており、実験的な匂いデータセットを用いて学

習・検証が行われました。その結果、特に学習データに限られた状況において、匂いを高い精度で分類できることが示されました。この研究成果は学術誌『Neuromorphic Computing & Engineering』に掲載されました。

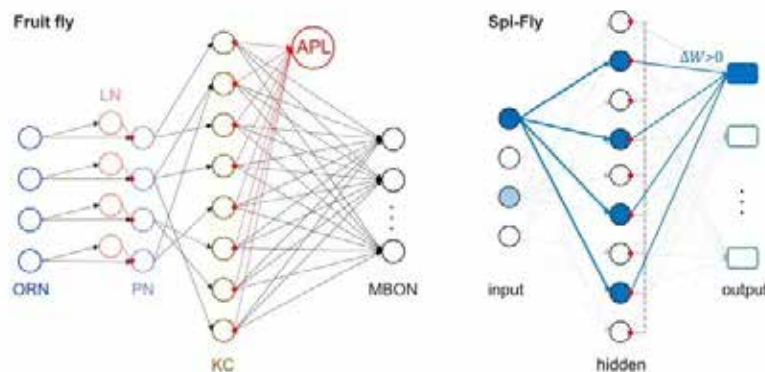
ショウジョウバエは侮れない

研究チームが新しいアルゴリズムの着想源としたのは、小さなショウジョウバエです。ケシの実よりも小さなこの昆虫の脳には約14万個のニューロンがあり、神経科学研究で広く利用されています。

「ショウジョウバエの脳は、最も詳しく解明されている脳の一つです。脳全体を研究対象にできるほど単純でありながら、複雑な情報処理を実現しています」と、本研究の共同著者であるOIST生物非線形動態データサイエンス研究ユニットのヤン・シェン博士は説明します。「特に興味深いのが、その嗅覚系です。このシステムでは『スパースコーディング』と呼ばれる計算手法が用いられており、

学習を行わなくても異なる信号同士の重なりを減らすことができます。そのため、より少ないエネルギーで匂いを効率的に表現できるのです」

研究チームが開発したアルゴリズム「Spi-Fly」では、ショウジョウバエの嗅覚系を3層のニューラルネットワークとしてモデル化しました。入力された匂い信号は1000個のニューロンからなる中間層ヘランダムかつ疎に投影され、それぞれの匂いに対してごく少数のニューロンだけが活性化します。活性化したニューロン群は匂いごとに固有のバーコードとして機能し、連合学習によって出力ニューロンがそれを認識します。



左はショウジョウバエの嗅覚（匂いの分類）に関わる脳回路を示した模式図で、円は異なる種類のニューロン、矢印は活性化する経路や接続を表している。右はショウジョウバエに着想を得たアルゴリズム「Spi-Fly」のアーキテクチャ。

ショウジョウバエでは、嗅覚受容ニューロン（ORN）が環境中の匂いを感知し、その情報を投射ニューロン（PN）へ伝える。この信号は局所ニューロン（LN）によって調整された後、約2000個のケニオン細胞（KC）へ送られる。PNとKCの間には多数のランダムな接続があり、匂いの情報はより高次元な表現へと拡張される。さらに、異なる信号同士が混ざらないよう、別のニューロン（APL）がKCの95%を抑制することで、それぞれの匂いに対してごく少数のKCだけが活性化する。活性化したKCがバーコードとなり、出力ニューロン（ここではMBONと表示）へ信号を送る。このように匂い情報を一度大きく拡張した後に少数の神経活動へ絞り込むことによって形成される固有の経路により、それぞれの匂いを識別できるようになる。さらに、新しい匂いに遭遇した場合には、KCとMBONの結合部にある学習アルゴリズムによって、迅速かつ継続的に学習できる仕組みとなっている。

Spi-Flyは基本的にこの仕組みを小型化したものであり、同様に情報を一旦拡張し、その後絞り込むという仕組みで、より少ない層数で構成されている。中間層で活性化したニューロンはそれぞれの匂いに固有のバーコードとして機能し、連合学習のルールを用いて出力ニューロンがそのパターンを認識する。

© Max et al, Neuromorphic Computing and Engineering, 2026. DOI: 10.1088/2634-4386/ae9177

このシステムを検証するため、研究チームは2種類の匂いデータベースを用い、さまざまな分類アルゴリズムと性能を比較しました。

「Spi-Flyは、少数のサンプルだけで匂いを識別できる『Few-shot learning（少数事例学習）』において最も優れた性能を示しました」と、本研究の共著者であるOIST神経計算ユニットのKevin Max博士は説明します。「また、『Continual learning（継続学習）』にも優れており、過去に学習した匂いの識別能力を

失うことなく、新しい匂いを学習できました。これは、新しい情報を学ぶ際に過去の学習内容を忘れてしまう『Catastrophic forgetting（破滅的忘却）』と呼ばれる従来の学習手法における大きな課題を克服する可能性を示すものです」

もちろん、Spi-Flyにも限界があります。現時点では、全体的な性能は、最良の従来型機械学習手法と比べると改善の余地があります。また、現実の環境で頻繁に見られる複数

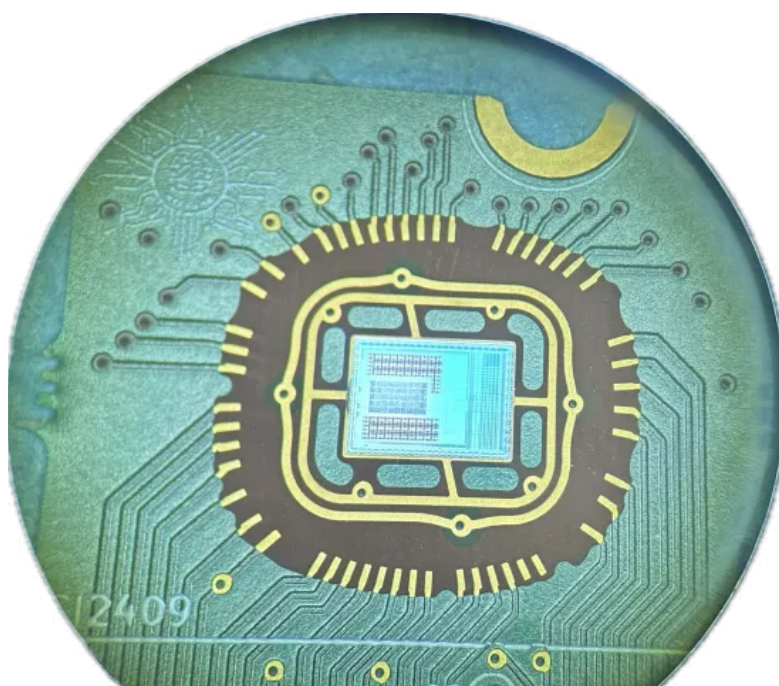
の匂いが混在する状況でどの程度の性能を発揮できるのかについても、さらなる検証が必要です。しかし、Spi-Flyは脳に着想を得たコンピューティングの実現に向けた有望な道筋を示しています。

人工の鼻を作る

「爆発物の検知、アレルギー濃度の評価、食品の安全性の確保、薬物の識別など、匂いの識別には非常に幅広い応用があります」とMax博士は説明します。「また理論上、Spi-Flyは匂いだけでなく、あらゆる識別問題に応用できる可能性があります。そのため、このような脳

に着想を得た、ハードウェア互換性のあるアルゴリズムの開発は、幅広い分野への応用につながる可能性があります」

このアルゴリズムは匂いの識別を目的として設計されていますが、そのためにはまず匂いを検出するセンサーが必要です。Max博士とアイントホーフェン工科大学、キール大学の共同研究者らは現在、匂い検知用ハードウェアの開発を進めており、将来的にSpi-Flyを統合することを計画しています。最終的な目標は、幅広い実用用途に対応できる人工の鼻を作り出すことです。



Max博士とアイントホーフェン工科大学、キール大学の共同研究者らが開発したチップ。研究チームは以前の論文で、匂い検知を実現するためのハードウェアとして、このチップを報告している。Spi-Flyは、このようなニューロモーフィックハードウェアと完全な互換性を持つよう設計されている。

© Neuromorphic Edge Computing Systems Lab at TU Eindhoven



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

県内大型プロジェクトの動向 Vol.170

事業名：21世紀の森公園周辺エリア活用推進事業

種別：(公共) (民間) 3セク

関係地域	名護市																																												
事業主体	主 体 名：共同事業体「YAMBARU GATEWAY PARK」 代表企業：株式会社ゆがふホールディングス 構成企業：株式会社興設計、株式会社屋部土建、株式会社ゆがふファシリティ 所 在 地：名護市港2丁目6番5号 電 話：0980-53-5551																																												
事業目的	21世紀の森公園周辺エリア活用推進事業は、名護市の名護湾沿岸基本計画(2021年3月)で掲げられている「誰もが“健幸”になれる海と陸のスポーツ＆レクリエーション拠点」の実現を目指すものである。21世紀の森公園周辺エリアが有する海や緑地、スポーツ施設などの地域資源を活用し、Park+P制度を通じて、民間事業者のノウハウや資金を導入し、公園の新たな魅力やサービスを創出する。具体的には、飲食・物販、マリンアクティビティ、ウェディング、イベントなど多様な機能を整備し、市民や観光客が訪れ、滞在し、交流できる場を創出する。これにより、市民の健康増進や交流を促すとともに、観光客の誘致により、滞在時間の延長、地域内消費の拡大を図り、新たな雇用や事業機会を創出し、地域経済の活性化につなげる。																																												
工 期	2025年6月～ 2026年11月																																												
事業規模	敷地面積 約26.0haうち事業区域 約2.2ha																																												
工 事 費	約12億円																																												
事業概要	■ 名称：あけみおてらす ■ 概要：海・丘・森の特性を生かした3つのゾーンから構成される複合施設 <table><thead><tr><th>ゾーン</th><th>主な特徴</th><th>施設名</th><th>入居店舗</th></tr></thead><tbody><tr><td rowspan="3">ビーチアクティビティゾーン</td><td rowspan="3">海を眺める飲食・マリンアクティビティ</td><td>海の棟①</td><td>マリクラブベリー、パーラーひがし食堂75B</td></tr><tr><td>海の棟②</td><td>スターバックスコーヒー</td></tr><tr><td>海の棟③</td><td>THE SURF BEACHSIDE TERRACE CAFE&RESTAURANT</td></tr><tr><td>ヒルトップゾーン</td><td>高台を生かした交流・イベント</td><td>丘の棟</td><td>THE SURF BEACHSIDE TERRACE</td></tr><tr><td>ロードサイド&フォレストゾーン</td><td>国道側からアクセスしやすい飲食・物販</td><td>森の棟</td><td>最大9店舗入居見込み</td></tr></tbody></table> ■ 所在地：名護市21世紀の森公園対象エリア ■ 構造及び建築面積： <table><thead><tr><th></th><th>海の棟①</th><th>海の棟②</th><th>海の棟③</th><th>丘の棟</th><th>森の棟</th></tr></thead><tbody><tr><td>種類</td><td>店舗</td><td>店舗</td><td>店舗</td><td>集会施設</td><td>複合施設</td></tr><tr><td>構造</td><td>RC造・1階</td><td>RC造・1階</td><td>RC造・1階</td><td>RC造+S造・2階</td><td>S造・1階</td></tr><tr><td>建築面積</td><td>約297.81㎡</td><td>約318.52㎡</td><td>約388.25㎡</td><td>約278.20㎡</td><td>約1,032.13㎡</td></tr></tbody></table>	ゾーン	主な特徴	施設名	入居店舗	ビーチアクティビティゾーン	海を眺める飲食・マリンアクティビティ	海の棟①	マリクラブベリー、パーラーひがし食堂75B	海の棟②	スターバックスコーヒー	海の棟③	THE SURF BEACHSIDE TERRACE CAFE&RESTAURANT	ヒルトップゾーン	高台を生かした交流・イベント	丘の棟	THE SURF BEACHSIDE TERRACE	ロードサイド&フォレストゾーン	国道側からアクセスしやすい飲食・物販	森の棟	最大9店舗入居見込み		海の棟①	海の棟②	海の棟③	丘の棟	森の棟	種類	店舗	店舗	店舗	集会施設	複合施設	構造	RC造・1階	RC造・1階	RC造・1階	RC造+S造・2階	S造・1階	建築面積	約297.81㎡	約318.52㎡	約388.25㎡	約278.20㎡	約1,032.13㎡
ゾーン	主な特徴	施設名	入居店舗																																										
ビーチアクティビティゾーン	海を眺める飲食・マリンアクティビティ	海の棟①	マリクラブベリー、パーラーひがし食堂75B																																										
		海の棟②	スターバックスコーヒー																																										
		海の棟③	THE SURF BEACHSIDE TERRACE CAFE&RESTAURANT																																										
ヒルトップゾーン	高台を生かした交流・イベント	丘の棟	THE SURF BEACHSIDE TERRACE																																										
ロードサイド&フォレストゾーン	国道側からアクセスしやすい飲食・物販	森の棟	最大9店舗入居見込み																																										
	海の棟①	海の棟②	海の棟③	丘の棟	森の棟																																								
種類	店舗	店舗	店舗	集会施設	複合施設																																								
構造	RC造・1階	RC造・1階	RC造・1階	RC造+S造・2階	S造・1階																																								
建築面積	約297.81㎡	約318.52㎡	約388.25㎡	約278.20㎡	約1,032.13㎡																																								
経 緯	2021年3月 構想開始 2024年8月 基本設計 2025年6月 起工式・建設工事着手 2025年12月 公募による名称「あけみおてらす」決定 2026年4月 一部供用開始																																												
現況及び見通し	・本事業は、代表企業である株式会社ゆがふホールディングスが、名護市周辺のまちづくりの推進と自社施設との相乗効果の創出を目的として参画したものである。 ・事業の中核施設である「あけみおてらす」は、海・丘・森の特性を生かした複合施設として整備が進められている。施設名称は公募により地元小学生の案が採用されたもので、「おもしろさうし」に由来する「あけみお」の名には、名護の自然や文化を次世代へつなぎ、人々が集い新たな価値を生み出す拠点となることへの願いが込められている。																																												

現況及び見通し (つづき)	・2026年4月15日には、「あけみおてらす」のビーチアクティビティゾーンにおいて、スターバックスコーヒー、マリクラブベリー、パーラーひがし食堂75Bの3店舗が先行オープンした。さらに、同年7月3日には、挙式会場とレストランを備えた「THE SURF BEACHSIDE TERRACE」(株式会社ディアーズブレイン)が開業している。 ・一部供用開始後は、スターバックスを中心に多くの来訪者で賑わいを見せており、市民や観光客の往来増加を通じて、地域の交流促進や周辺エリアへの波及効果が生まれるなど、当初掲げたまちづくり拠点としての機能を発揮し始めている。 ・今後は、2026年11月末に「森の棟」の開業が予定されており、最大9店舗の入居が見込まれている。全体の供用が進むことで施設機能の充実が図られ、さらなる集客力の向上や交流人口の拡大が期待される。
進捗状況	2026年4月15日 一部供用開始
熟 度	☐ 構想段階 ☐ 計画段階 ☐ 工事段階 ☒ 開業・供用段階

全体（空撮）



丘の棟（森側）



丘の棟（海側）



海の棟②



海の棟③



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
活用企業紹介

地域医療を支え安心な暮らしへ ～医療モールを整備し、身近な医療環境の充実に貢献～

企業概要

有限会社有加利は、那覇市に本社を置き、不動産の賃貸・管理を行う企業です。

これまで、所有する土地や建物を単に保有するだけでなく、地域に役立つ形で活用することを大切にしてきました。

その一例として、所有地に設けていたテニスコートを近隣の学生や地域の方々に開放するなど、地域とのつながりを育む取り組みを続けてきました。

こうした想いを受け継ぎ、現在も地域や社会への貢献につながる資産活用を目指しています。



地域社会への取り組み

同社では、地域社会への取り組みとして、那覇市銘苅に『メディカルプラザめかる』の名称で医療モールを建築しました。

メディカルプラザめかるでは、歯科、脳神経内科、婦人科のクリニックと薬局を併設しており、2026年8月には、小児科のクリニックも開業しています。

医療モールとして、複数のクリニックがひとつの建物に集約しているため、地域住民が身近な場所で必要な医療サービスを迅速かつ適切に受けられる環境の整備につながっています。

こうした地域社会への貢献につながる取り組みを評価し、本事業は、りゅうぎんソーシャルローンを活用しています。

本事業を通じて、地域住民が必要な医療サービスを身近な場所で受けられる環境づくりに貢献し、「必要不可欠なサービスへのアクセス」への向上につながる取り組みとして位置付けられています。

地域住民が安心して暮らし続けられる環境づくりを支えるとともに、持続可能な地域社会の実現に貢献しています。

法人概要

商号
有限会社 有加利

那覇市泊2丁目8番地9
代表者：取締役 島袋 珠子

医療モール概要

名称
メディカルプラザめかる

那覇市銘苅211-17
科目：歯科、脳神経内科、婦人科、小児科、薬局

商品紹介

グリーンローン

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！

ソーシャルローン

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！

サステナビリティ・リンク・ローン

資金使途 不特定型
持続可能な経営目標に連動した融資

目標の達成状況に応じて金利優遇があります！

ポジティブインパクトファイナンス

資金使途 不特定型
事業資金（運転資金、設備資金）

評価書による企業分析とKPI設定で目指したい姿の実現を後押しします！

詳しくはお近くのりゅうぎん窓口または琉球銀行ホームページまで

2026年8月31日 現在



琉球銀行

沖縄のために、挑みたい未来がある。
琉球銀行グループ

共に未来を創る

地域に根ざした ビジネスパートナー

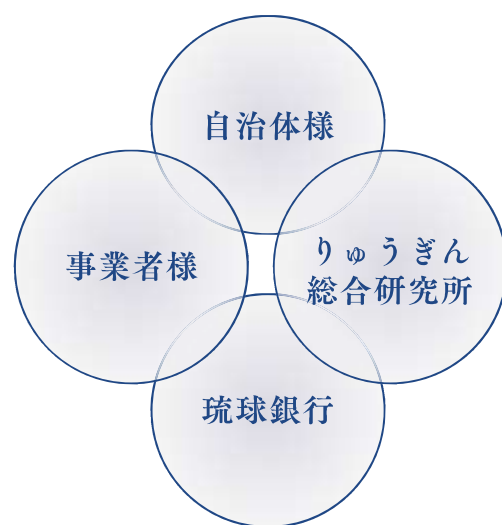
私たちは、県内地銀系コンサルタントとして、
県内自治体様や事業者様等と共創し、公民連携
(PPP/PFI) の事業化を支援いたします。

自治体様向け コンサルティングメニュー

- 公民連携事業化支援
- サウンディング実施支援
- 優先的検討規程策定支援
- 公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

- 公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



地域デザイン部メンバー



自治体向け勉強会開催



公民連携セミナー開催



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・與那嶺・佐喜真・金城

※ご相談は無料です。お気軽にお問い合わせください。

公民連携 (PPP/PFI)

**相談窓口
開設しました**

お気軽にご相談ください。



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】自治体発の地域課題ピッチイベント

令和6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、地域課題の解決とスタートアップ企業の県内定着・成長促進を目指しています。

本事業の一環で、令和8年8月5日（水）に東京都内会場にて、「自治体発の地域課題ピッチイベント」を開催しました。当日は、会場とオンラインとのハイブリッド型で実施し、会場には約50名、オンラインを含めると約150名の参加があり、盛況のうちに終えることができました。

本イベントでは、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地域課題」を発信しました。また、ピッチイベント終了後に実施した登壇自治体と現地参加者との交流会では、活発な意見交換が行われ、参加者同士の交流の場となりました。

今後は、自治体の地域課題に対する課題解決プロジェクトに取り組むスタートアップ企業を対象と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」を基準に提案事業の絞り込みや事業内容のブラッシュアップを行います。優秀な提案を行った企業には自治体とのマッチング支援や地域課題解決に向けた実証実験の後押しを行う予定です。

※アクセラレーションプログラムの詳細および地域課題ピッチイベントのアーカイブ動画につきましては、右記の二次元コードをご参照ください。



プログラム詳細



アーカイブ動画

～ピッチイベント・交流会の様子～



【ピッチ】各自治体の発表の様子



【交流会】各ブースでの交流の様子

登壇自治体	発信した地域課題
西原町 産業観光課	町の特産品を活用し、町内事業者の競争力向上につながる商品開発・販路拡大モデルをつくりたい。
宮古島市 環境保全課	不法投棄を抑止し、島の生活環境と景観を守りたい
与那原町 生涯学習振興課	マリンスポーツ合宿地・観光拠点を支える環境整備
沖縄県 地域包括ケア推進課	介護になる前に支える、高齢者の日常を「あきらめない」共創モデルの構築
恩納村 農林水産課	サンゴの海を守るベチバーの利活用・収益化モデルの構築
南風原町 まちづくり振興課	規格外の地域農産物を、農家の副収入につながる加工品へ転換したい
名護市 農林水産課	北部地域の市場価値を高める水産流通DX～市況予測・地域需要・品質情報による出荷判断支援～
うるま市 産業政策課	美しき津堅島を未来へ～ゴミ問題を解決する「持続可能な離島モデル」の構築～

県内自治体が提案募集する
地域課題詳細はコチラ >>



【お問い合わせ】
内閣府沖縄総合事務局経済産業部企画振興課
TEL:098-866-1727

沖縄県 商工労働部 労働政策課からのお知らせ 採用難を乗り越えるための「人材戦略」を。

外部人材の活用 × 社内人材の育成 — 企業の成長を支える2つの支援策 —

沖縄県内企業では、人手不足や求人への応募不足、専門人材の確保など、「採用難」への対応が重要な経営課題となっています。
外部の専門人材の活用と、今いる人材の育成を組み合わせることで、人材不足の中でも企業の成長につなげることができます。
県では、企業の課題に応じて活用できる2つの人材支援事業を、沖縄県産業振興公社に委託して実施しています。

お問い合わせ  (公財)沖縄県産業振興公社 経営支援部 事業支援課 TEL:098-859-6236

外部の専門性を活かす 1. プロフェッショナル人材マッチング支援事業 人材チャンプルー



経営や人材のことで、こんなお悩みはありませんか？



人材チャンプルーでは、企業ごとの課題や状況を丁寧に整理し、課題解決に必要な
“プロフェッショナル人材”の活用をご提案しています。

プロ人材の活用で、経営課題を解決

人材チャンプルーは、沖縄県内企業の経営課題解決を支援する公的な相談窓口です。
企業の状況や課題を丁寧にヒアリングし、必要に応じて人材紹介会社や都市部大企業と連携しながら、適切なプロフェッショナル人材とのマッチングを支援します。
正社員、兼業・副業・外部専門人材の活用など、企業ごとの課題やフェーズに応じて柔軟にご提案。課題整理から導入後のフォローまで、専任スタッフが伴走支援します。

支援の流れ

- ① 経営課題を整理
- ② 必要な人材像を明確化
- ③ 人材会社等と連携
- ④ マッチング・活用支援

活用事例

- ① DX・IT・EC・SNS 支援人材
- ② 新規事業・営業・販路開拓人材
- ③ 経営・マネジメント支援人材
- ④ 副業・兼業・外部人材活用

社内の力を伸ばす

2. 企業研修・リスキリング実践支援事業



ビジネスの見直し+人材育成で、企業の「稼ぐ力」を高める

経営課題や今後の事業展開を踏まえ、必要な知識・スキルと人材育成の方向性を整理。
人材育成計画の策定から専門家による伴走、実践研修まで、3つの支援策で企業の継続的な人材育成を後押しします。

1. ワークショップ型集合研修

- ☑ 社員の生産性・パフォーマンスを高めたい
- ☑ 次世代のリーダー・管理職を育成したい
- ☑ 新規事業の展開を担う人材を育てたい

経営環境や自社の事業・組織を見直し、今後必要となる人材やスキルを整理する全8回のワークショップ。
経営・組織・DX等について学びながら、付加価値・生産性向上につながる3年間の人材育成計画を策定します。

【対象】経営者層
【定員】30名
【受講】無料
【場所】那覇市内



2. 専門家派遣

ワークショップ型集合研修への参加が地理的に難しい本島北部・離島地域の事業者を対象に、専門家が個別に訪問し、経営課題の整理・見直しから、人材育成計画の策定までを伴走支援します。

【対象】本島北部・離島地域の経営者層
【受講】1事業者 最大4回まで無料



3. 人材育成計画の実行に係る費用補助

生産性向上に向けた中長期的な人材育成計画(3年計画)に基づき、自社の課題や目的に合わせて実施する研修について、組織づくりや事業に必要な技術・知識の習得に係る費用の一部を、予算の範囲内で補助します。

【補助率】補助対象経費の8/10以内
【補助対象となる研修】

- ① 専門家招へい型研修(対面・オンライン)
- ② 派遣型研修

【補助対象経費】

・講師謝金 ・交通費
・宿泊費 ・通訳料
・会場使用料 等



参加無料 沖縄県プロフェッショナル人材マッチング支援事業
八重山地域の人材戦略 **人手不足対策ミニフォーラム** 石垣島 初開催

ピースが 未来が **つながる** 4機関連携！人材雇用・活用・育成のお悩みについて 解決のヒントを探る！

2026年 **11月5日(木)**




お申込みは
コチラ！



「中小企業セーフティネット資金(融資対象7)」 及び「賃上げ支援資金」のご案内

～県内中小企業者の経営安定・賃上げ支援に向けた「沖縄県融資制度(6月補正)」の拡充について～

沖縄県では、近年の人手不足や賃上げ、中東情勢の緊迫化等の厳しい経営環境に直面する県内中小・小規模事業者の皆様を支援するため、令和8年6月補正予算において2つの資金を拡充しております。国の「物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金」を活用した県の保証料補助により、**保証料率0.00%(事業者負担ゼロ)**でご利用いただけますので、事業者の皆様はぜひご活用ください。

【融資対象追加】中小企業セーフティネット資金(融資対象7)

融資対象者	中東情勢の緊迫化に伴う物価高騰等の影響を受け、以下のいずれかに該当する方 ① 最近3ヶ月間の売上原価率等(売上高に対する売上原価又は販売管理費の割合)が前年同期比で増加しているもの ② 最近1ヶ月間の売上原価率等が前年同月比で増加、かつその後2ヶ月を含む3ヶ月間も増加する見込みのもの
資金使途	運転資金(既存区分1～6の融資枠とは別枠でお申し込み可能)
融資条件	融資限度額:3,000万円以内 融資利率:年1.90%(固定金利) 融資期間:7年以内(うち据置1年以内)
信用保証料率	0.00%(全額県補助) ※国の「重点支援地方交付金」を活用し、保証料を県が全額補助!
対象期間	令和8年8月3日～ <u>令和8年12月31日までに融資実行されたものが対象</u>

【総融資枠拡大】賃上げ支援資金

融資対象者	次の①・②いずれにも該当するもの ① 令和7年10月1日～令和8年9月30日までに、事業所内の <u>最低賃金(時給又は時給換算)を3.0%以上引き上げることを実施又は実施予定のもの</u> ② 賃上げに向けた <u>生産性向上や価格転嫁等に取り組むもの</u>
資金使途	運転資金、設備資金、運転・設備資金
融資条件	融資限度額:3,000万円 融資利率:年1.98%(固定金利) 融資期間:運転7年以内(据置1年)／設備10年以内(据置1年)
信用保証料率	0.00%(全額県補助) ※国の「重点支援地方交付金」を活用し、保証料を県が全額補助!
対象期間	<u>令和8年12月31日までに融資実行されたものが対象</u>

【ご利用の流れ】

両資金ともに、琉球銀行をはじめとする取扱金融機関の窓口へ直接申込

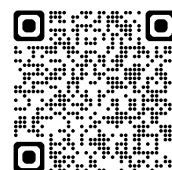
【お問い合わせ先】

沖縄県 商工労働部
中小企業支援課 TEL: 098-866-2343

セーフティネット資金 詳細 (県 HP)



賃上げ支援資金 詳細 (県 HP)



※いずれも県内で同一事業の事業歴が1年以上の中小企業者、協同組合等が対象です。

りゅうぎん 電子契約サービス

いつでも どこでも

電子化で便利に



電子契約サービスとは
ご融資取引の一部を電子化するサービスです

対象取引

証書貸付

住宅ローン

電子契約サービスの特徴・メリット

1 収入印紙が不要！

書面契約の印紙代より電子契約の手数料の方が安い
ため、従来よりお得にご契約いただくことが可能です。

(例) 2,000万円お借入の場合

従来の契約書

印紙代 20,000円

電子契約サービス

事務手数料 11,000円

書面契約より **9,000円** お得！

2 書面への署名・捺印が不要！

ショートメッセージで送信されたPINコードを入力
することでご契約締結します。

※契約内容によっては一部書面契約が
必要な手続きがございます。

書面への署名・捺印が不要だから **契約
時間が短縮！** お手続きが簡単に！
自署のご負担なし！



3 時間・場所を問わず 契約手続きが可能！

ご来店不要^{※1}、銀行営業日に関係なく24時間^{※2}お好
きな時間に手続き可能です。

※1 電話等にて意思確認を行います。

※2 メンテナンス時間を除く



4 簡単・安全に契約書を管理！

電子契約締結後の署名済契約書はいつでもサービス
内で閲覧可能です。確認のためにご来店いただく必要
はございません。

電子ファイルのため
書類紛失の心配も
ございません。



※本サービス利用には別途「事務手数料」等がかかります。

詳しくはりゅうぎんホームページまで

<https://www.ryugin.co.jp/biz/service/e-contract/>



琉球銀行

2026年1月8日 現在

●りゅうぎん調査● 県 内 の



景気は、緩やかに拡大している(35カ月連続)

消費関連では、スーパー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、建設関連は、受注額の増加から手持ち工事額が増加傾向にあり回復の動きが強まっていること、観光関連は、台風の影響はあるものの、国内外からの旅行需要が好調に推移し、力強く拡大し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カ月ぶりに前年を上回った。旧盆時期のずれに伴うお中元ギフトセンター展開期間の相違が食料品の売上増加に寄与したほか、外商企画なども好調で、全品目で前年を上回った。スーパー売上高は、値上げによる単価上昇に加え、前年の悪天候による来店客数の反動増がみられ、既存店、全店ベースともに2カ月ぶりに前年を上回った。新車販売台数は、自家用車、事業用は増加したものの、レンタカー登録台数は減少し、2カ月連続で前年を下回った。家電大型専門店販売額(6月)は、県の補助事業「おきなわ省エネ家電購入応援キャンペーン」の効果などにより、6カ月連続で前年を上回った。

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、緩やかな回復の動きが続くとみられる。



建設関連

公共工事請負金額は、国は減少したものの、県、市町村、独立行政法人等・その他は増加したことから2カ月連続で前年を上回った。建築着工床面積(6月)は、非居住用は減少したものの、居住用は増加したことから2カ月連続で前年を上回った。新設住宅着工戸数(6月)は、給与は減少したものの、持家、貸家、分譲は増加したことから2カ月連続で前年を上回った。県内主要建設会社の受注額(速報値)は、公共工事、民間工事ともに増加したことから2カ月連続で前年を上回った。建設資材関連では、セメントは13カ月ぶりに前年を上回り、生コンは13カ月連続で前年を下回った。鋼材売上高は3カ月連続で前年を上回り、木材売上高は2カ月ぶりに前年を上回った。

先行きは、資材価格の高騰や人手不足に注視する必要があるものの、公共工事・民間工事の受注増から手持ち工事額が増加し、回復の動きが強まるとみられる。



観光関連

入域観光客数は、3カ月ぶりに前年を上回った。国内客は2カ月連続で減少し、外国客は4カ月ぶりに増加した。県内主要ホテルは、稼働率は28カ月連続で上昇、売上高は26カ月連続で増加、宿泊収入は6カ月連続で前年を上回った。主要観光施設入場者数(速報値)は2カ月ぶりに前年を上回った。ゴルフ場は、入場者数は10カ月連続で減少し、売上高は3カ月連続で前年を下回った。

先行きは、中国の渡航自粛による影響もあるものの、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、秋の大型連休に伴う国内客の旅行需要も予想されることから、引き続き力強く拡大するとみられる。



雇用関連・その他

新規求人数は、前年同月比6.0%減となり15カ月連続で前年を下回った。産業別にみると、情報通信業や卸売業・小売業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.07倍で、前月より0.02ポイント低下した。完全失業者数は2万3,000人で同4.2%減となり、完全失業率(季調値)は3.0%と、前月から0.6ポイント低下した。

消費者物価指数は、前年同月比2.9%の上昇となり、59カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同2.6%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同2.6%の上昇となった。

倒産件数は5件で前年同月から3件減少した。負債総額は1億9,400万円で、前年同月比78.2%減となった。

2026.7

りゅうぎん調査

増減率(%)



消費関連

	前年同月比	前年同期比 (2026.5－2026.7)
(1) 百貨店(金額)	6.6	3.1
(2) スーパー(既存店)(金額)	5.7	4.1
(3) スーパー(全店)(金額)	6.2	4.9
(4) 新車販売(台数)	▲ 1.6	▲ 3.1
(5) 家電大型専門店販売額(金額)	(6月) 11.2	(4-6月) 15.7



建設関連

(1) 公共工事請負金額(金額)	4.7	8.7
(2) 建築着工床面積(m ²)	(6月) 10.1	(4-6月) 5.4
(3) 新設住宅着工戸数(戸)	(6月) 30.3	(4-6月) 27.5
(4) 建設受注額(金額)	P 80.7	P 220.3
(5) セメント(トン数)	4.9	▲ 8.9
(6) 生コン(m ³)	▲ 0.5	▲ 10.6
(7) 鋼材(金額)	6.7	5.6
(8) 木材(金額)	0.3	▲ 1.9



観光関連

(1) 入域観光客数(人数)	1.7	▲ 1.0
うち外国客数(人数)	10.9	▲ 1.3
(2) 県内主要ホテル稼働率	(前年同月差) 2.2	(前年同期差) 2.7
	(実数) 72.5	(実数) 67.3
(3) "売上高(金額)	7.8	10.4
(4) 観光施設入場者数(人数)	P 1.7	P ▲ 1.0
(5) ゴルフ場入場者数(人数)	▲ 8.5	▲ 10.5
(6) "売上高(金額)	▲ 19.5	▲ 13.3



その他

(1) 県内新規求人数(人数)	▲ 6.0	▲ 8.5
(2) 有効求人倍率(季調値)	1.07	1.09
(3) 消費者物価指数(総合)	2.9	2.4
(4) 企業倒産件数(件数)	(前年同月差) ▲ 3	(前年同期差) 1
(5) 広告収入(県内マスコミ)(金額)	(6月) ▲ 8.3	(4-6月) ▲ 3.0

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

企業倒産件数は東京商工リサーチ沖縄支店調べ。Pは速報値。

(注2) 有効求人倍率(季調値)と県内新規求人数(人数)は、就業地ベース。

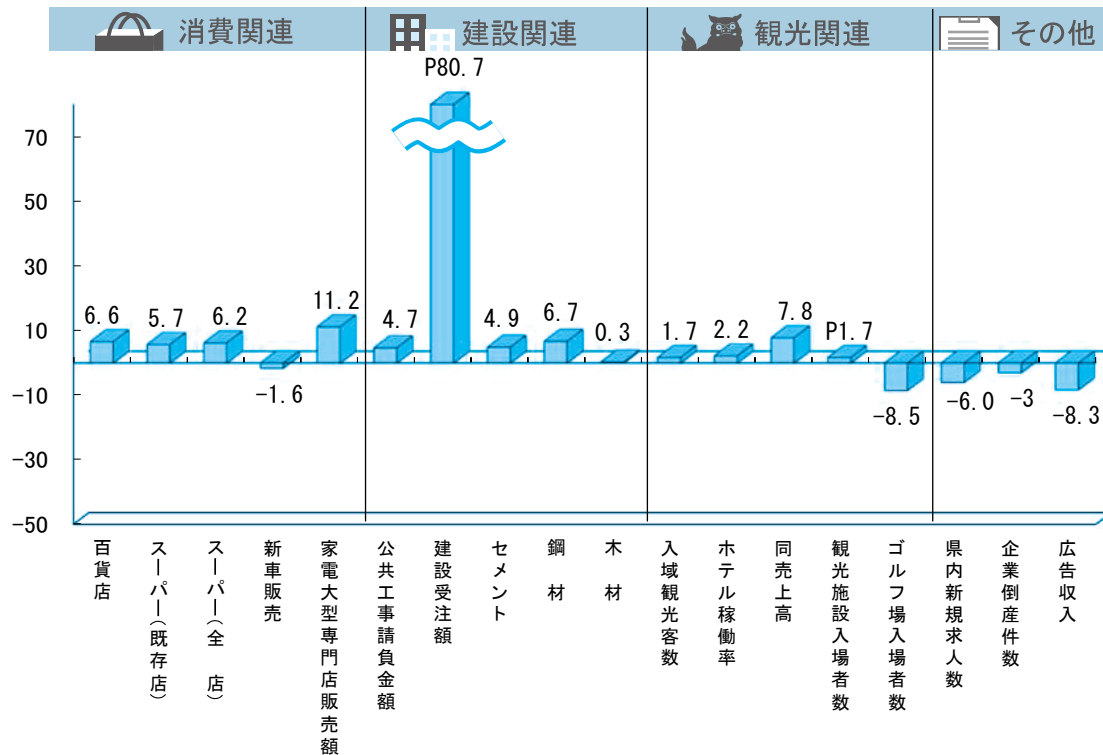
消費関連

建設関連

観光関連

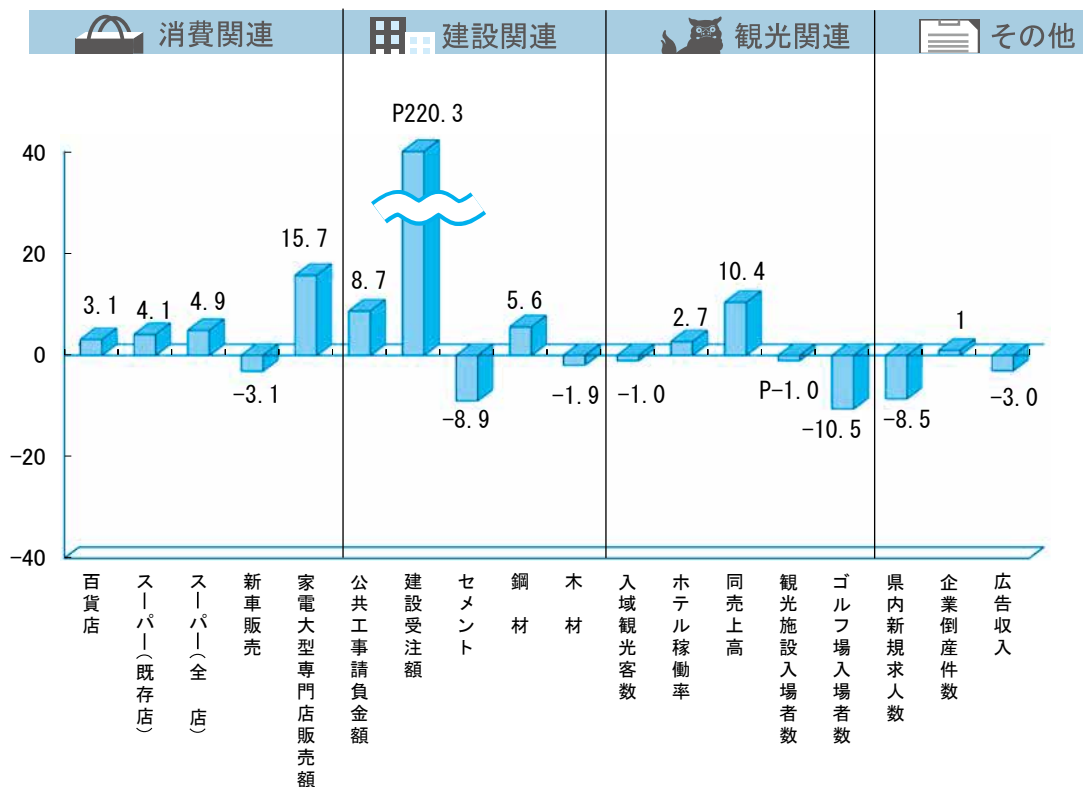
その他

項目別グラフ 単月 2026.7



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は26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 2026.5~2026.7



(注)家電大型専門店販売額、広告収入は26年4月~26年6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。



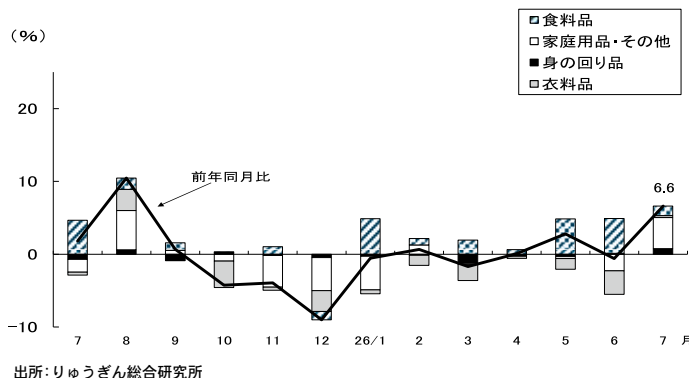
消費関連

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

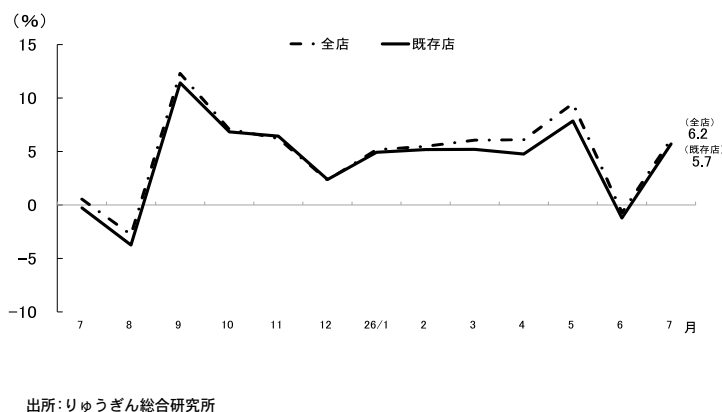
- 百貨店売上高は、前年同月比6.6%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- 旧盆時期のずれに伴うお中元ギフトセンター展開期間の相違(前年:7/9～、今年:6/26～)が食料品の売上増加に寄与した。また、外商企画などにより高額商材の販売も好調で、全品目で前年を上回った。
- 品目別にみると、家庭用品その他が同16.7%増、身の回り品が同15.7%増、食料品が同3.1%増、衣料品が同1.0%増となった。



② スーパー売上高(前年同月比)

既存店、全店ともに
2カ月ぶりに増加

- スーパー売上高は、既存店ベースは前年同月比5.7%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- 値上げによる単価上昇に加え、前年の悪天候による来店客数減少の反動増がみられ、売上が増加した。また、6月の台風や梅雨明けの遅れにより夏物の需要が後ずれしたことなどから、食料品、衣料品ともに季節商材が好調となった。
- 品目別にみると、食料品は同4.3%増、衣料品は同9.5%増、住居関連は同12.2%増となった。
- 全店ベースは、同6.2%増と2カ月ぶりに前年を上回った。

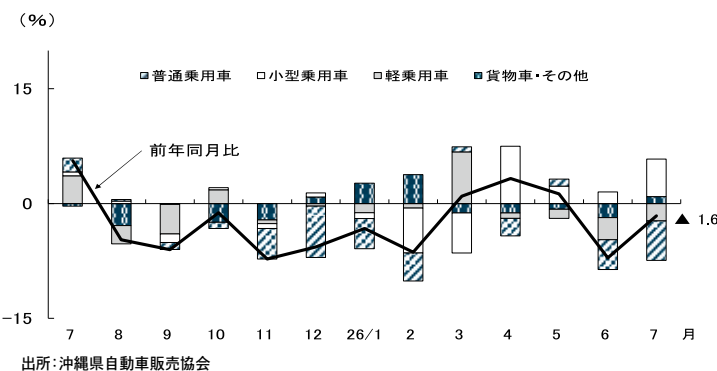


③ 新車販売台数（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

2カ月連続で減少

- 新車販売台数は4,794台で、前年同月比1.6%減と2カ月連続で前年を下回った。
- 自家用車、事業用は増加したものの、レンタカー登録台数は減少し全体を押し下げた。
- 車種別にみると、普通自動車(登録車)は2,789台(前年同月比1.2%減)で、うち普通乗用車は1,083台(同18.8%減)、小型乗用車は1,531台(同18.5%増)であった。軽自動車(届出車)は2,005台(同2.1%減)で、うち軽乗用車は1,565台(同6.6%減)であった。

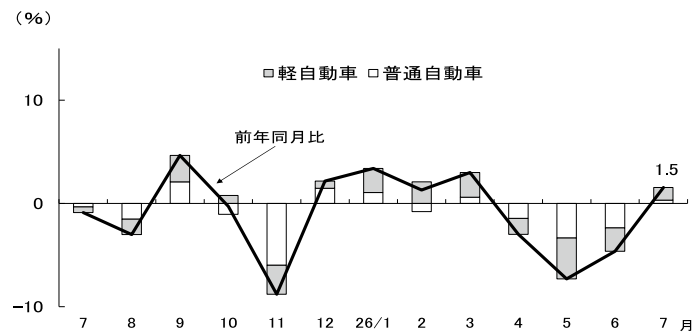


④ 中古自動車販売台数【登録ベース】（前年同月比）

※棒グラフは車種別寄与度

4カ月ぶりに増加

- ・中古自動車販売台数（普通自動車及び軽自動車の合計、登録ベース）は、2万1,234台で前年同月比1.5%増と4カ月ぶりに前年を上回った。
- ・内訳では、普通自動車が8,689台（前年同月比0.8%増）、軽自動車が1万2,545台（同2.1%増）となった。

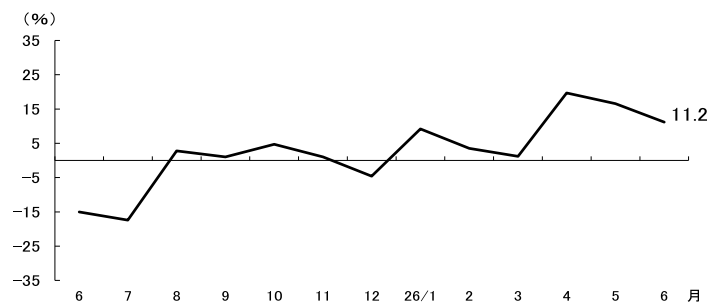


出所：沖縄県中古自動車販売協会 ※登録ベース

⑤ 家電大型専門店販売額（前年同月比）

6カ月連続で増加

- ・家電大型専門店販売額（6月）は、前年同月比11.2%増と6カ月連続で前年を上回った。
- ・3月より開始した県の補助事業「おきなわ省エネ家電購入応援キャンペーン」により、省エネ性能の高いエアコンやテレビなどの売上が増加した。



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



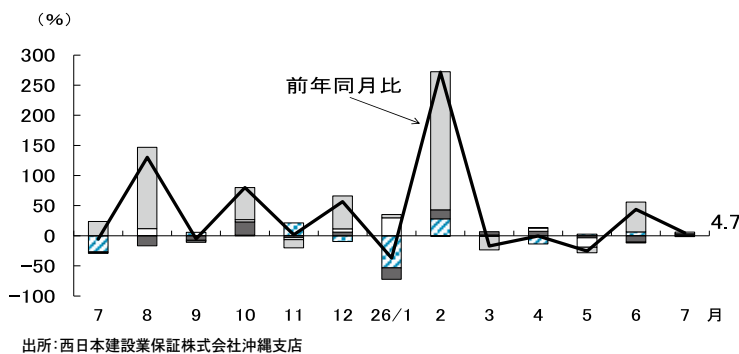
建設関連

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

2カ月連続で増加

- 公共工事請負金額は、447億55百万円で前年同月比4.7%増となり、2カ月連続で前年を上回った。
- 発注者別では、県は同16.3%増、市町村は同6.3%増、独立行政法人等・その他は同33.4%増となり、国は同2.8%減となった。

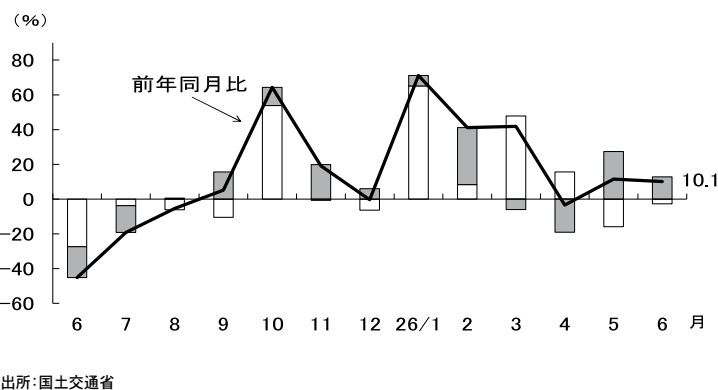


② 建築着工床面積（前年同月比）

※棒グラフは用途別寄与度

2カ月連続で増加

- 建築着工床面積（6月）は8万640㎡で前年同月比10.1%増と2カ月連続で前年を上回った。居住用は同18.6%増となり、非居住用は同8.9%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増加した。非居住用では、その他のサービス業用などが増加し、製造業用、電気・ガス・熱供給・水道業用などが減少した。

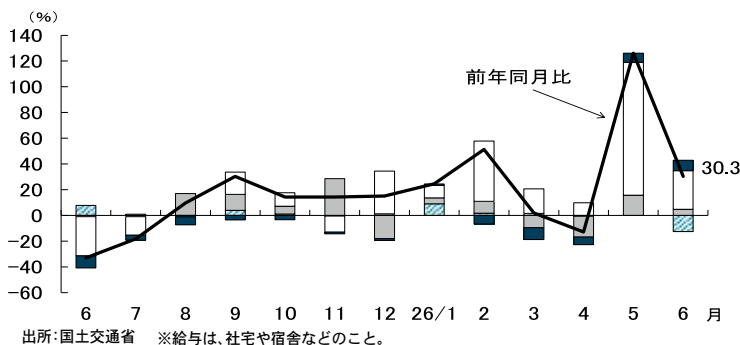


③ 新設住宅着工戸数（前年同月比）

※棒グラフは利用関係別寄与度

2カ月連続で増加

- 新設住宅着工戸数（6月）は839戸で前年同月比30.3%増と2カ月連続で前年を上回った。
- 利用関係別では、持家（158戸）が同49.1%増、貸家（496戸）が同64.2%増、分譲（184戸）が同19.5%増となり、給与（1戸）は同98.8%減となった。

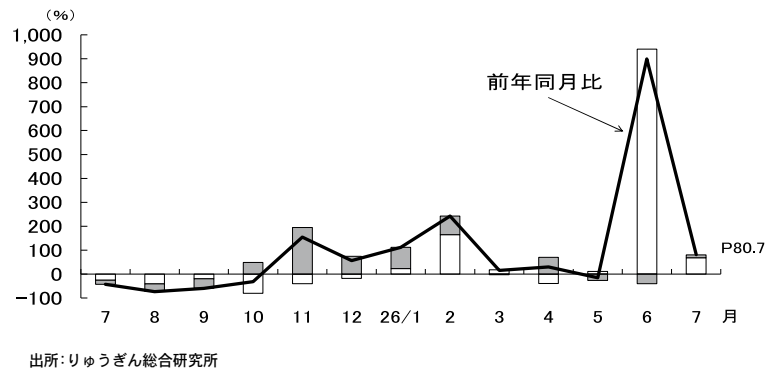


④ 建設受注額（前年同月比）

※棒グラフは発注者別寄与度

2カ月連続で増加

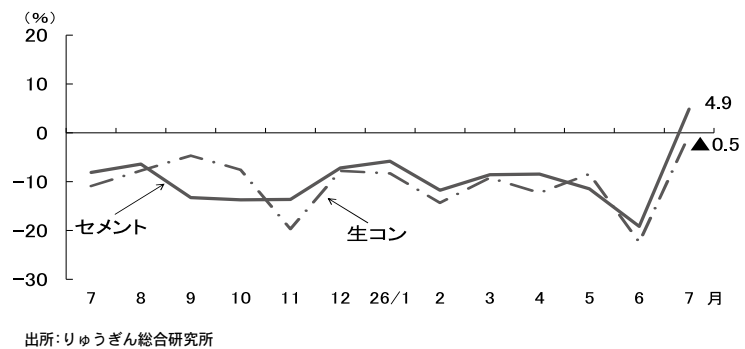
- ・建設受注額（調査先建設会社：17社、速報値）は前年同月比80.7%増と2カ月連続で前年を上回った。
- ・発注者別では、公共工事は同39.4%増と2カ月ぶりに増加し、民間工事は同99.6%増と3カ月連続で増加した。



⑤ セメント・生コン（前年同月比）

セメントは13カ月ぶりに増加、生コンは13カ月連続で減少

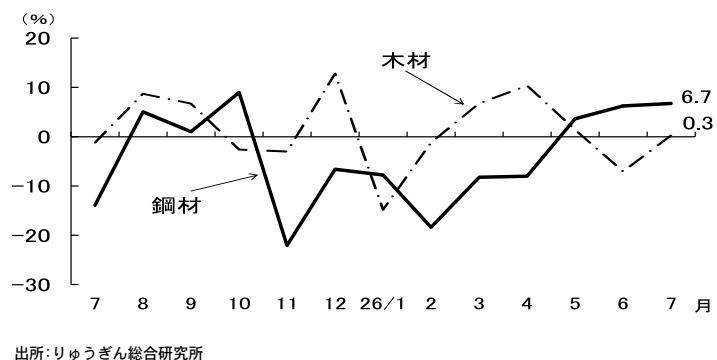
- ・セメント出荷量は5万7,979トンとなり、前年同月比4.9%増と13カ月ぶりに前年を上回った。
- ・生コン出荷量は9万4,739m³で同0.5%減と13カ月連続で前年を下回った。生コン出荷量を出荷先別にみると、公共工事では、公共施設向けなどが増加し、学校関連向け、庁舎関連向けなどが減少した。民間工事では、マンション向けなどが増加し、ホテル向け、店舗向けなどが減少した。



⑥ 鋼材・木材（前年同月比）

鋼材は3カ月連続で増加、木材は2カ月ぶりに増加

- ・鋼材売上高は、鋼材価格が上昇したことなどから前年同月比6.7%増と3カ月連続で前年を上回った。
- ・木材売上高は、出荷量が増加したことなどから同0.3%増と2カ月ぶりに前年を上回った。



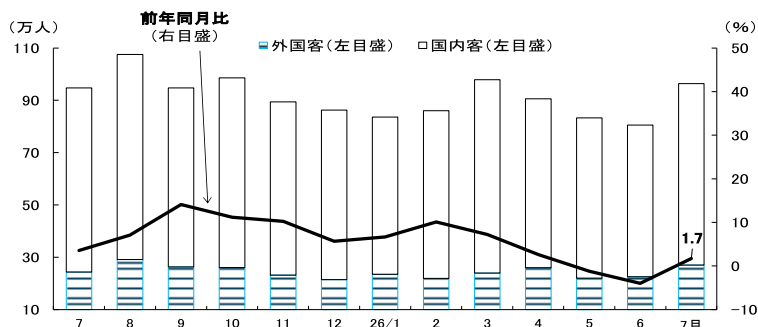


観光関連

① 入域観光客数(実数、前年同月比)

3カ月ぶりに増加

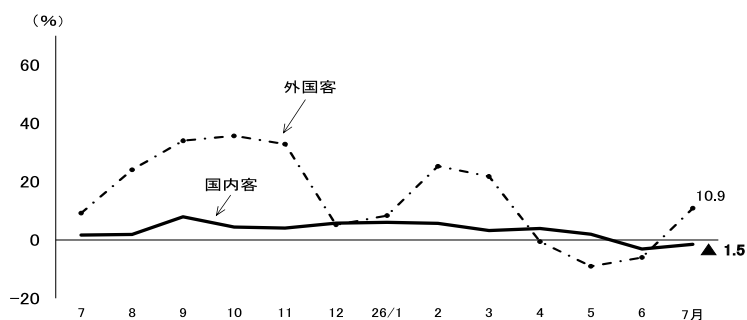
- 入域観光客数は、96万3,900人(前年同月比1.7%増)となり、3カ月ぶりに前年を上回った。
- 路線別では、空路は88万8,700人(同1.0%増)となり2カ月ぶりに前年を上回った。海路は7万5,200人(同10.4%増)となり4カ月ぶりに前年を上回った。



② 入域観光客数【国内客、外国客】(前年同月比)

国内客は2カ月連続で減少、外国客は4カ月ぶりに増加

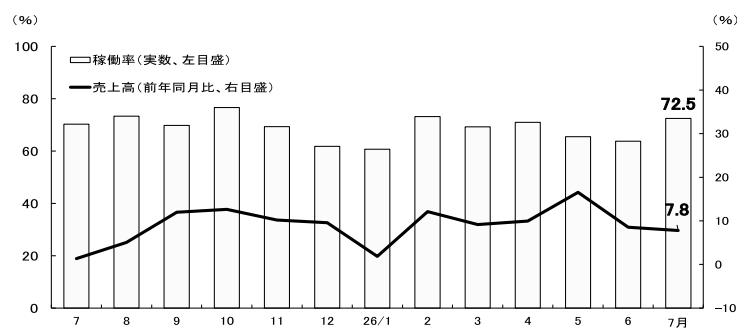
- 国内客は、69万3,800人(前年同月比1.5%減)となり、2カ月連続で前年を下回った。外国客は27万100人(同10.9%増)となり、4カ月ぶりに増加した。
- 7月は旅行需要を見込んだ航空会社の増便・臨時便があったものの、台風9号の接近に伴い航空便の欠航などがあったことから、国内客は前年同月を下回った。



③ 主要ホテル稼働率・売上高(実数、前年同月比)

稼働率は28カ月連続で上昇、売上高は26カ月連続で増加

- 主要ホテルの客室稼働率は72.5%と前年同月差2.2%ポイント上昇し28カ月連続で前年を上回り、売上高は前年同月比7.8%増となり、26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74.4%と同1.8%ポイント低下し、2カ月連続で前年を下回り、売上高は同0.1%減と3カ月ぶりに前年を下回った。
- リゾート型ホテルの客室稼働率は71.7%と同3.7%ポイント上昇し、28カ月連続で前年を上回り、売上高は同8.9%増と13カ月連続で前年を上回った。

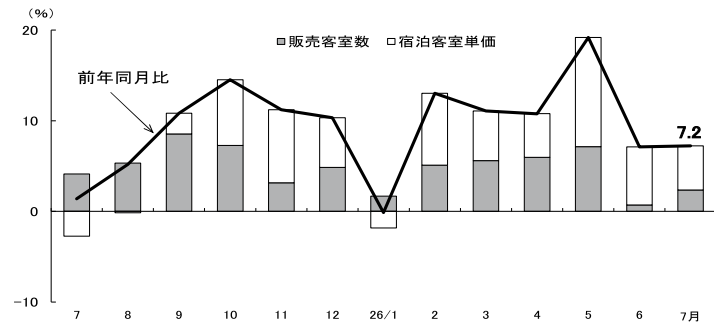


④ 主要ホテル宿泊収入（前年同月比）

※棒グラフは客室数・単価別寄与度

6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）が上昇し、前年同月比7.2%増と、6カ月連続で前年を上回った。
- ・那覇市内ホテルは、販売客室数が減少、宿泊客室単価は上昇し、同0.9%増となり2カ月ぶりに前年を上回った。
- ・リゾート型ホテルは、販売客室数が増加、宿泊客室単価も上昇し、同8.1%増となり6カ月連続で前年を上回った。

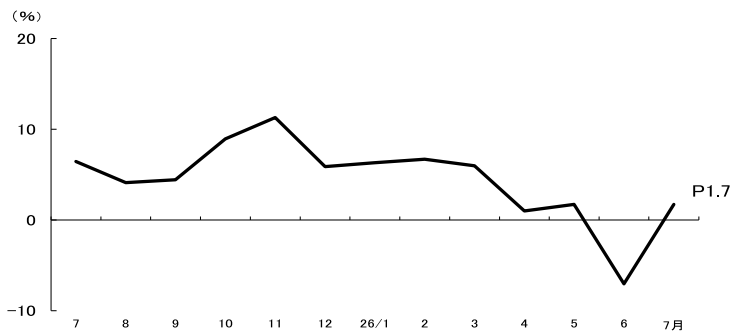


出所：りゅうぎん総合研究所

⑤ 主要観光施設の入場者数（前年同月比）

2カ月ぶりに増加

- ・主要観光施設の入場者数（速報値）は、前年同月比1.7%増と2カ月ぶりに前年を上回った。
- ・入域観光客数の増加に伴い、順調に推移した。

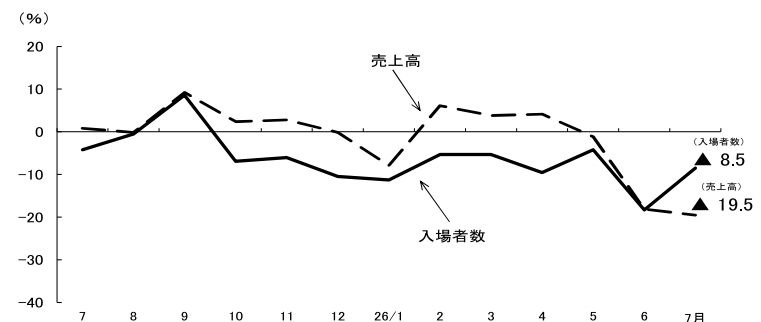


出所：りゅうぎん総合研究所

⑥ 主要ゴルフ場入場者数・売上高（前年同月比）

入場者数は10カ月連続で減少、売上高は3カ月連続で減少

- ・主要ゴルフ場の入場者数は、前年同月比8.5%減と10カ月連続で前年を下回った。
- ・県内客は10カ月連続で前年を下回り、県外客は7カ月連続で前年を下回った。売上高は同19.5%減と3カ月連続で前年を下回った。
- ・台風によるキャンセルがあったことから、入場者数、売上高ともに減少した。



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。

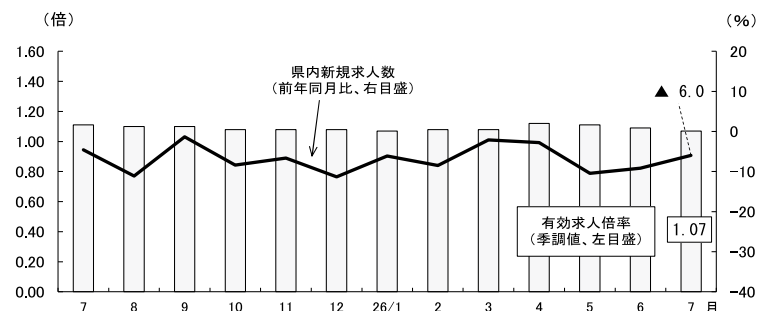


雇用関連・その他

① 雇用関連（新規求人数と有効求人倍率）

新規求人数は減少、 有効求人倍率(季調値)は低下

- ・新規求人数は、前年同月比6.0%減となり15カ月連続で前年を下回った。産業別にみると、情報通信業や卸売業・小売業などで減少した。有効求人倍率(季調値)は1.07倍で、前月より0.02ポイント低下した。
- ・労働力人口は77万8,000人で前年同月と同水準となり、就業者数は75万5,000人で同0.3%増となった。完全失業者数は2万3,000人で同4.2%減となり、完全失業率(季調値)は3.0%と、前月から0.6ポイント低下した。



出所：沖縄労働局（就業地別）

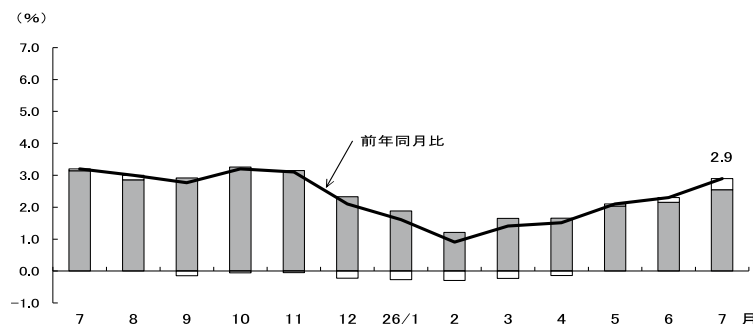
（注）有効求人倍率は、2025年12月以前の数値について新季節指数へ遡って改訂した。

② 消費者物価指数【総合】

※棒グラフは品目別寄与度

59カ月連続で上昇

- ・消費者物価指数は、前年同月比2.9%の上昇となり、59カ月連続で前年を上回った。生鮮食品を除く総合は同2.6%の上昇となり、生鮮食品及びエネルギーを除く総合は同2.6%の上昇となった。
- ・費目別の動きをみると、食料、交通・通信などで上昇し、教育などで下落した。



（出所）沖縄県

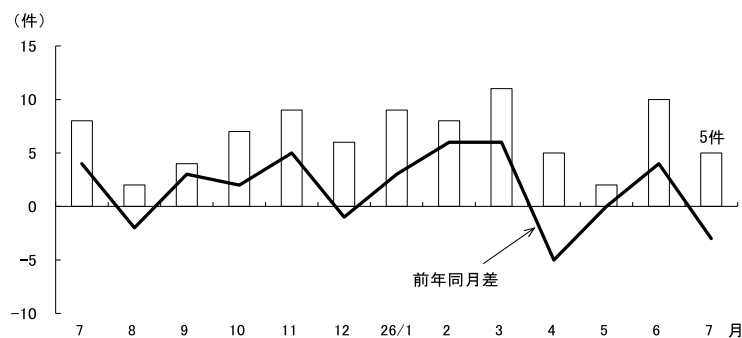
（注1）端数処理の関係で寄与度の合計は前年比と一致しないことがある。

（注2）2025年=100。

③ 企業倒産

件数、負債総額ともに減少

- ・倒産件数は5件で前年同月から3件減少した。業種別では、小売業が1件、サービス業他が4件となった。
- ・負債総額は1億9,400万円で、前年同月比78.2%減となった。



出所：東京商工リサーチ沖縄支店

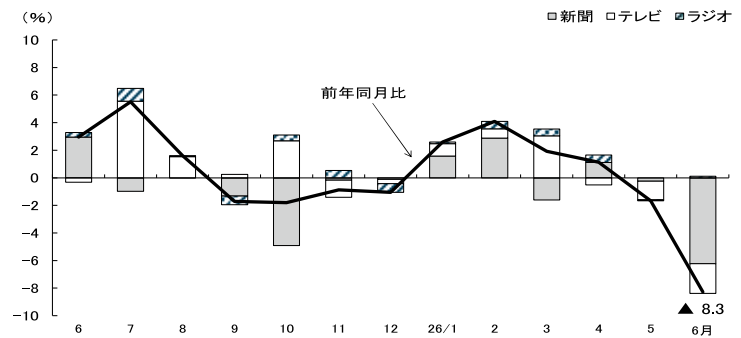
（注）負債総額1,000万円以上

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カ月連続で低下

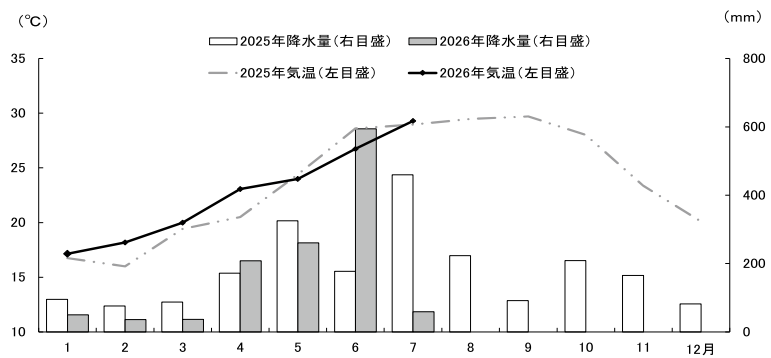
- ・広告収入（マスコミ：6月）は、前年同月比8.3%減と2カ月連続で前年を下回った。
- ・新聞を中心に広告需要が減少し、前年を下回った。



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29.3℃で前年同月（29.0℃）より高く、降水量は59.0mmで前年同月（460.0mm）より少なかった。
- ・沖縄地方は、高気圧に覆われて晴れた日が多かったが、期間の前半は台風第9号や台風の流れ込む湿った空気の影響で、大雨や大荒れの天気となったところがあった。
- ・平均気温、日照時間は平年並、降水量は少なかった。



（出所）沖縄気象台



那覇こども大綱挽まつり

～伝統と未来つなぐ催し～

琉球銀行 那覇ポート支店長兼那覇ローンセンター長
石垣 美佐子

戦前の四町（東町・西町・若狭・泉崎）は、琉球王国時代から那覇の中心地へと発展してきた歴史ある地域で、県内最大級の伝統行事「那覇大綱挽」の発祥の地として知られています。港町として多くの人や物資が行き交い、那覇の経済と文化を支えてきた東町・西町一帯は、現在も歴史と伝統を受け継ぎ、地域の特性を生かした多様なまちづくり活動を展開しています。

その取り組みの1つに「那覇こども大綱挽まつり」があります。地域の誇りである那覇大綱挽の伝統を次世代へ継承することを目的に毎年11月に開催され、今年で10回目を迎える予定です。東町・西町のサンシャイン通りを会場に、地域の小・中学生が東西に分かれて綱を引き合います。旗頭演舞や獅子舞、空手演武なども披露され、子どもたちが地域の歴史や文化への理解を深める機会となっています。

また、東町地区では住民や事業者、自治会、学校、各種団体が連携し、地域活性化やまちづくりをテーマとした交流事業を推進。郷土愛の醸成や地域の絆づくり、商店街のにぎわい創出につながり、東町地区の魅力発信にも大きく貢献しています。

このように東町地区は、那覇大綱挽発祥の地としての誇りを大切に守りながら、子どもたちへの伝承活動と地域交流を通じて活力あるまちづくりを進めています。伝統と未来をつなぐこれらの取り組みは、地域の歴史文化を継承するとともに、東町のさらなる発展と地域活性化を支える重要な役割を果たしています。



那覇こども大綱挽まつりの様子
※写真は実行委員会提供



不正送金詐欺

～見抜く鍵「急がず確認」～

琉球銀行 ペイメント事業部
喜納 樹

不正送金詐欺は「ITに不慣れな人や高齢者が遭うもの」と思われがちですが、若い世代にも急速に広がっています。警察庁によれば、インターネットバンキングに係る2025年の年間被害は4,747件で約104億円と過去最多です。また、一部報道などによると、25年上半期の個人被害者約2,500人のうち20代と30代で約47.8%を占めたとされます。その背景には、知識不足だけでなく、日々の慣れや責任感すらも利用する詐欺の巧妙さがあり、誰もが標的となり得ます。

近年は、偽の警告画面で不安をあおるサポート詐欺と電話で信用させてだますボイスフィッシングを組み合わせた事例が出ています。銀行を装った電話で「システム更新が必要」と説明し、メールやSMSから遠隔操作ソフトや偽サイトへのアクセスを促します。利用者に認証情報を入力させ、その間に不正送金が行われるおそれがあります。生成AIで文面や音声巧妙化しても「急がせる」点は変わりません。

見抜く鍵は、相手が行動を急がせていないかにあります。「今すぐ」「電話を切らないで」「秘密にして」は判断を止める合図です。銀行を名乗る電話でも一度切り、公式サイト番号へ自分から確認しましょう。合言葉は「急ぐ前に、切って確認」です。

もし認証情報入力や不審な送金に気付いた際は、取引金融機関の公式窓口への相談をおすすめします。遠隔操作が疑われる時は端末をネットから切り離し、履歴等はそのまま保存することが大事です。詐欺を防ぐ力は、知識の量よりも「立ち止まって確認する習慣」から生まれます。





西普天間地区

～跡地利用の先進地域に～

琉球銀行 真栄原支店長

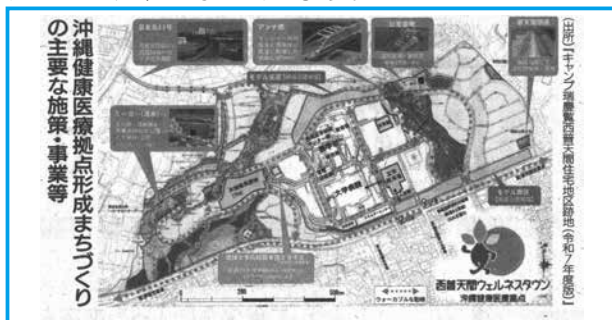
上里 玲花

宜野湾市の西普天間地区は、米軍キャンプ瑞慶覧の返還跡地です。面積は約 50.7 ㌥（約 50 万 7 千平方㌥、東京ドーム 10.8 個分）あり、約 70 年にわたって米軍住宅地として利用されてきましたが、2015 年に返還されました。

宜野湾市の都市計画マスタープランによると、「沖縄健康医療拠点」の形成を目指した大規模なまちづくりが計画されています。25 年には琉球大学病院が移転・開院し、医療・研究拠点としての機能が強化され、沖縄県全体の医療水準向上や健康長寿社会への貢献が期待されています。

また、同地区では 18 年度から土地区画整理事業が始まり、事業期間は 32 年度までを予定しています。総事業費は約 176 億円で、都市計画道路や区画道路、公園、上下水道、雨水排水施設の整備に加え、無電柱化事業も計画されています。特に、国道 58 号と国道 330 号を結ぶ県道 81 号宜野湾北中城線は、地域交通を支える重要な幹線道路として整備が進められており、その周辺では住宅や商業施設の開発も本格化しています。

宜野湾市は、同地区を医療拠点にとどまらず、居住・交流・文化機能を兼ね備えた新たな都市拠点として発展させる方針を示しています。さらに、将来的には普天間飛行場跡地やキャンプ瑞慶覧内の返還予定区域インダストリアル・コリドー地区との連携、相乗効果も期待されています。基地返還跡地利用の先進事例として注目を集める西普天間地区は、沖縄の新たな成長をけん引する地域として、重要なプロジェクトになっています。



電子本人確認

～非対面取引拡大 便利に～

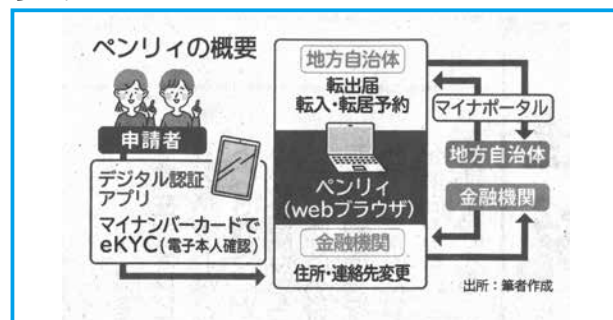
琉球銀行 事務統括部

山川 宗太

デジタル技術の普及と共に、金融機関で非対面取引が拡大しています。銀行でサービスを受ける際、以前は窓口での対面取引が当たり前でしたが、口座開設やローン契約などオンラインで申し込みから契約まで完結するサービスが数多く提供されています。

その背景には、eKYC（電子本人確認）の普及やその高度化が寄与しています。eKYC とは、オンライン上で本人確認を完結させる仕組みです。これまでは本人確認書類のコピーを郵送するなど手間のかかる手続きが必要でしたが、本人確認書類と顔（容貌）の撮影データをオンライン送信することで完結し、手続きにかかる時間や負担が大幅に削減されました。また、偽造身分証による不正対策として 2027 年 4 月をめどに、マイナンバーカードなどの IC チップをスマートフォンで読み取り、より厳格な手法へ移行していきます。

このように高度化した eKYC を利用した金融機関の枠組を越えたサービスも生まれています。生活基盤プラットフォームが提供する「ペンリィ」というサービスでは、IC チップに記録された氏名や住所を基に、引っ越しの際の自治体への「転出届 / 転入・転居予約」および金融機関への「住所変更」をオンラインでまとめて行うことができます。役所や複数の金融機関へ出向く労力を考えると、夢のようなサービスではないでしょうか。オンライン手続きに苦手意識を持つ方もいるかもしれませんが、サービス提供者も理解しやすい WEB ページになるよう工夫を重ねていますので、ぜひ一度試してみたいはいかがでしょうか。





糸満市真栄里地区

～次世代つなぐ振興拠点～

琉球銀行 糸満支店長

仲宗根 さつき

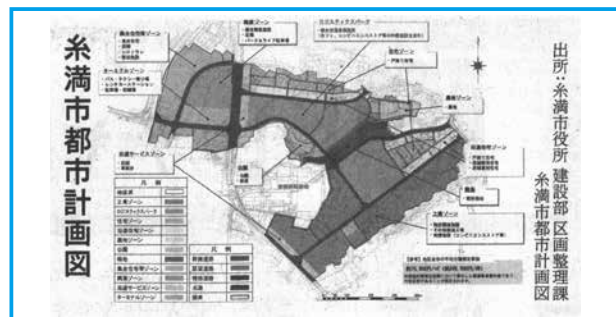
糸満市真栄里地区は、那覇空港から約 10km という好立地にあり、国道 331 号の全線開通によって交通利便性が大きく向上したエリアです。

土地利用計画では複数のゾーンに区分されており、商業施設ゾーンでは県内ホームセンターやスーパーなどの建設が予定されています。これにより、雇用拡大や利便性向上に加え、来訪者の増加による経済効果が期待されます。また、331 号を境にエリアを分け、各地区にコンセプトが設定されています。

西エリアは「市民と来訪者の交流拠点形成によるにぎわいのあるまち」をコンセプトにし、公共交通の利便性向上による地区の玄関口空間の創出や、地域活性化と観光振興機能の導入、誰もが憩い集える空間づくりを推進します。

東エリアは「産業・経済の新拠点形成による活気あるまち」をコンセプトにし、次世代型物流団地を核とした産業拠点の形成とデジタル産業機能の導入を推進します。

2023 年から本格的にスタートした糸満市（真栄里地区）土地利用計画は着実かつスピーディに歩みを進め、にぎわいと活力を生み、次世代へつなぐ地域振興の拠点のまちとしてさらなる進化を成し遂げようとしています。こうした中、28 年 NHK 大河は「ジョン万」（主演・山崎賢人）の放映が決定しました。糸満市大渡海岸には、鎖国下の日本の平和的開国に貢献したジョン万次郎ゆかりの地として、上陸記念碑が建立されています。さまざまな話題で注目を集める糸満市へ一度足を運んでみてはいかがでしょうか。



経営情報

提供：太陽グラントソントン税理士法人



Grant Thornton

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 2026年8月

今回のテーマ

続・のれんの非償却に関する議論

2026年7月開催の企業会計基準諮問会議において、我が国の会計基準における「のれんの非償却の導入およびのれん償却費計上区分の変更」（以下、「のれんの償却／非償却問題」という。）について、のれんを一定の期間にわたって償却を行う基本的な会計処理の枠組みは変更しないこととし、のれんの非償却の導入（選択制）およびのれん償却費の計上区分変更についても、これ以上の検討を進めないことで合意が得られました。

2025年8月に掲載した「のれんの非償却に関する議論」（<https://www.grantthornton.jp/insight/newsletter/ceo-mr/202508/>）において、のれんの償却／非償却問題の検討が同年7月から開始されたことをお伝えしましたが、今回の合意に至るまでの1年間の主な動向は以下のとおりです。

公聴会の実施

2025年8月から2026年2月にかけて8回にわたる公聴会が開催され、学識経験者、財務諸表作成者、財務諸表利用者および監査人に対する意見聴取が行われました。その結果、主に以下のような見解が得られました。

- ・ のれんの償却・非償却の選択制の採用は、比較可能性の観点から懸念があり、難しい
- ・ 仮にのれんの非償却を導入する場合、広範な会計基準のセットでの見直しが不可欠であり、早期で円滑な対応は難しい
- ・ 上記からすると償却の維持が有力な選択肢となるが、償却期間や償却方法に関するガイダンスや開示の見直しを行うことは考えられる
- ・ のれん償却前営業利益の欄を設けることは、投資家への情報提供の工夫となる

情報要請および追加の公聴会の実施

公聴会により、のれんの償却／非償却問題に関する情報は相当程度蓄積されましたが、他の意見を有する利害関係者の存在を否定できないため、より慎重な対応を行うべく、2026年4月から6月にかけて情報要請が行われました。すなわち、これまでに収集した情報を整理して一般に広く公表し、そこに記載されていない追加的な情報があれば、その提供を求めました。その結果、のれんの非償却導入の不可逆性（のれんを非償却に変更すると、償却を再導入することは困難となる）に関するコメントのほか、いくつか新たな観点からの意見が寄せられました。

さらに、追加的な公聴会が2026年6月に開催され、のれん非償却が望ましいと考えられるものの、非償却導入の議論には一定の時間を要することを踏まえ、新たな提案として、のれん償却前営業利益等を決算短信等で制度開示させたり、のれん償却前の利益をベースとした利益に関連する指標（EPS、PER、ROEなど）を利用できる環境を整えるべき、などの意見が聞かれました。

お見逃しなく！

意見聴取等の過程で、償却期間の設定の難しさや償却方法に関する実務上の課題が明らかとなったため、のれんは「20年以内のその効果のおよび期間にわたって、定額法その他の合理的な方法により規則的に償却する」とする現行基準の考え方を明らかにすることで対応を図ることができるか、検討することとなりました。さらに、のれん償却費を営業費用に計上したうえで、のれん償却前利益に関する情報を提供することが会計基準の改善をもたらすことになるか、検討することとなりました。

今回の合意により、のれん償却に関する現行の枠組みは維持されることとなりましたが、償却に関連する実務上の課題への対応や現行基準の改善への取組みは、今後も引き続き行われます。

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
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
2025	0.8	3.7	4.2	▲ 1.3	10.3	0.9	472,857	16.6	1,167	▲ 3.2
2025 6	▲ 1.9	4.3	5.2	▲ 15.0	20.5	12.2	26,348	▲ 22.7	73	▲ 45.2
7	1.8	▲ 0.3	0.6	▲ 17.4	5.6	▲ 0.9	42,763	▲ 5.6	80	▲ 19.2
8	10.5	▲ 3.7	▲ 2.8	2.8	▲ 4.7	▲ 3.0	54,259	130.0	91	▲ 5.5
9	0.7	11.4	12.3	1.0	▲ 6.0	4.7	31,280	▲ 5.2	90	5.1
10	▲ 4.3	6.8	7.1	4.7	▲ 1.2	▲ 0.3	44,324	80.0	154	64.3
11	▲ 3.9	6.4	6.2	1.0	▲ 7.3	▲ 8.8	27,096	1.6	89	19.1
12	▲ 9.0	2.4	2.3	▲ 4.6	▲ 5.7	2.2	15,752	56.6	108	▲ 0.4
2026 1	▲ 0.5	4.9	5.2	9.2	▲ 3.3	3.4	13,220	▲ 37.0	123	71.1
2	0.7	5.2	5.5	3.5	▲ 6.4	1.3	96,827	271.5	90	41.2
3	▲ 1.7	5.2	6.1	1.2	0.9	3.0	117,776	▲ 17.0	172	41.8
4	0.1	4.8	6.1	19.7	3.3	▲ 3.0	20,043	▲ 0.2	112	▲ 3.4
5	2.8	7.9	9.5	16.6	1.3	▲ 7.3	16,367	▲ 25.5	121	11.6
6	▲ 0.6	▲ 1.2	▲ 0.7	11.2	▲ 7.1	▲ 4.6	37,884	43.8	81	10.1
7	6.6	5.7	6.2	-	▲ 1.6	1.5	44,755	4.7	-	-
出所	りゅうぎん総合研究所調べ			経済産業省	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
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	-	-	-
2025	9,916	2.2	▲ 23.7	▲ 3.4	▲ 4.2	▲ 2.5	▲ 1.3	-	-	-
2025 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	816	9.7	▲ 73.2	▲ 6.4	▲ 7.8	5.1	8.7	254.9	▲ 10.3	▲ 9.2
9	1,055	30.2	▲ 59.5	▲ 13.3	▲ 4.7	1.0	6.7	256.0	0.0	▲ 6.9
10	1,035	14.2	▲ 32.2	▲ 13.7	▲ 7.6	9.0	▲ 2.6	246.4	▲ 6.9	▲ 2.3
11	875	14.2	154.2	▲ 13.6	▲ 19.7	▲ 22.1	▲ 3.0	250.8	0.0	▲ 5.8
12	988	15.2	56.2	▲ 7.2	▲ 7.8	▲ 6.6	12.8	264.3	▲ 3.4	▲ 3.4
2026 1	650	24.5	111.5	▲ 5.8	▲ 8.3	▲ 7.8	▲ 14.8	277.4	▲ 17.2	▲ 6.9
2	915	51.2	242.2	▲ 11.8	▲ 14.3	▲ 18.4	▲ 1.2	306.7	▲ 6.9	▲ 10.3
3	1,177	1.9	15.3	▲ 8.6	▲ 9.2	▲ 8.2	6.8	296.9	▲ 10.3	▲ 11.5
4	901	▲ 12.9	30.0	▲ 8.5	▲ 12.3	▲ 8.0	10.3	298.9	0.0	▲ 5.7
5	918	126.1	▲ 15.5	▲ 11.5	▲ 8.4	3.6	1.4	295.0	▲ 3.4	▲ 3.4
6	839	30.3	899.7	▲ 19.2	▲ 22.4	6.2	▲ 7.1	312.2	3.4	0.0
7	-	-	P80.7	4.9	▲ 0.5	6.7	0.3	P311.8	▲ 3.4	▲ 1.1
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
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
2025	10,755.8	11.2	2,835.5	32.9	73.7	60.5	15.0	1.4	12.3	P▲1.8
2025 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
9	948.0	14.1	263.1	34.0	70.4	68.1	15.4	11.4	4.4	P8.6
10	985.8	11.2	260.9	35.7	76.2	73.0	12.4	11.3	8.9	P▲6.9
11	894.5	10.3	231.7	32.9	73.3	66.4	5.8	11.1	11.3	P▲6.0
12	862.6	5.7	214.7	5.2	70.5	57.2	7.3	10.1	5.4	P▲0.1
2026 1	835.8	6.7	234.7	8.4	72.3	56.1	3.3	1.5	6.4	P▲11.3
2	860.2	10.1	219.4	25.3	85.2	68.3	9.9	12.7	6.7	P▲5.3
3	978.3	7.2	239.9	21.8	79.1	65.5	4.8	10.2	6.0	P▲5.3
4	905.5	2.6	260.2	▲0.6	74.9	69.6	▲0.2	12.0	1.0	▲9.6
5	832.5	▲1.2	219.9	▲9.0	70.5	56.7	1.3	7.0	2.5	▲4.2
6	805.7	▲4.0	225.1	▲6.0	67.6	62.3	0.0	10.4	▲6.4	▲18.3
7	963.9	1.7	270.1	10.9	74.4	71.7	▲0.1	8.9	P1.7	▲8.5
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
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	0.0
2025	67	5,140	▲ 6.2	3.6	3.1	0.1	1.09	▲ 6.5	0.0
2025 6	6	653	▲ 65.2	4.0	3.0	0.4	1.11	▲ 5.7	3.0
7	8	891	▲ 18.9	3.2	3.1	▲ 0.5	1.11	▲ 4.5	5.5
8	2	200	▲ 0.5	3.0	2.7	1.8	1.10	▲ 11.1	1.6
9	4	483	762.5	2.8	3.3	0.4	1.10	▲ 1.3	▲ 1.7
10	7	328	▲ 39.0	3.2	3.6	▲ 0.3	1.08	▲ 8.3	▲ 1.8
11	9	755	263.0	3.1	3.6	▲ 2.4	1.08	▲ 6.6	▲ 0.9
12	6	265	▲ 46.0	2.1	3.1	▲ 1.5	1.08	▲ 11.3	▲ 1.1
2026 1	9	1,049	212.2	1.6	3.1	0.4	1.07	▲ 6.1	2.6
2	8	1,792	1,728.6	0.9	3.3	2.0	1.08	▲ 8.5	4.1
3	11	1,390	339.8	1.4	3.0	3.3	1.08	▲ 2.1	1.9
4	5	161	▲ 69.9	1.5	3.2	1.7	1.12	▲ 2.7	1.1
5	2	76	▲ 72.8	2.1	3.3	0.5	1.11	▲ 10.5	▲ 1.7
6	10	536	▲ 17.9	2.3	3.6	1.1	1.09	▲ 9.1	▲ 8.3
7	5	194	▲ 78.2	2.9	3.0	0.3	1.07	▲ 6.0	—
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、2026年7月より2025年＝100に改定された。

注) 失業率と有効求人倍率は、2025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
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
2025FY	3,150	5,162	▲ 1,221	1.601	63,988	1.7	63,171	1.7	47,212	4.4
2025 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	228	339	▲ 110	1.603	64,247	0.9	63,391	0.9	45,357	4.4
9	212	414	▲ 202	1.602	63,823	0.8	63,032	0.7	45,772	5.1
10	270	491	▲ 221	1.602	63,471	0.8	62,604	0.8	45,807	5.2
11	288	310	▲ 21	1.601	64,204	1.1	63,405	1.1	46,072	5.0
12	573	348	225	1.601	64,138	0.8	63,342	0.8	46,555	6.0
2026 1	159	609	▲450	1.604	63,441	1.2	62,547	1.1	46,586	5.7
2	223	400	▲177	1.706	63,555	1.5	62,800	1.5	46,800	5.0
3	271	431	▲160	1.728	63,988	1.7	63,171	1.7	47,212	4.4
4	284	328	▲44	1.740	65,505	2.1	64,700	2.0	46,795	4.3
5	169	495	▲325	1.752	65,511	2.3	64,690	2.3	46,912	4.4
6	220	333	▲113	—	65,982	2.7	65,215	2.7	46,947	4.1
7	—	—	—	—	—	—	64,350	2.2	47,207	4.6
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
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
2025FY	9,641	▲ 1.9	2,522	▲ 6.4	—	—	30,068	334,342
2025 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	91.0	▲ 2.8	3,056	24,731
8	9,566	▲ 3.1	2,585	▲ 8.0	90.6	▲ 3.5	1,703	15,200
9	9,495	▲ 3.2	2,569	▲ 8.0	90.0	▲ 1.6	2,363	21,183
10	9,472	▲ 2.1	2,551	▲ 8.5	86.2	▲ 7.2	2,945	14,119
11	9,442	▲ 2.0	2,538	▲ 8.7	82.6	▲ 10.6	1,965	28,654
12	9,379	▲ 2.3	2,535	▲ 8.2	93.8	1.1	2,325	25,455
2026 1	9,688	1.3	2,529	▲ 7.9	92.7	0.0	2,369	37,243
2	9,644	1.4	2,521	▲ 7.2	79.9	▲0.7	2,091	16,145
3	9,641	▲ 1.9	2,522	▲ 6.4	87.1	▲ 4.3	1,717	31,964
4	9,609	▲ 1.6	2,501	▲ 6.0	86.0	▲ 5.6	2,271	26,580
5	9,496	▲ 2.4	2,501	▲ 5.1	86.6	▲ 4.8	3,903	23,484
6	9,289	▲ 4.0	2,513	▲ 4.0	85.5	▲ 6.2	2,627	18,645
7	9,256	▲ 3.4	2,508	▲ 3.4	—	—	2,548	22,663
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 7 年

- 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
- 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
- 11 月 No.672 経営トップに聞く 有限会社宮城解体
(RRI no.231) 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
- 12 月 No.673 経営トップに聞く 株式会社開邦工業
(RRI no.232) 特集1 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2 沖縄のSociety5.0を考えるPART2 第3回

■令和 8 年

- 1 月 No.674 経営トップに聞く 沖縄森永乳業株式会社
(RRI no.233) 特集 沖縄のSociety5.0を考えるPART2 第4回
- 2 月 No.675 経営トップに聞く 有限会社ハッピーモア
(RRI no.234) 特集1 沖縄県内における介護業界の現状と課題
特集2 沖縄のSociety5.0を考えるPART2 第5回
特集3 沖縄県経済2025年の回顧と2026年の展望
- 3 月 No.676 経営トップに聞く 株式会社徳栄商事
(RRI no.235) 特別連載 ZEH・省エネ住宅の現在地 第1回 有限会社門
特集1 沖縄県における公共工事の不調・不落の実態調査
特集2 沖縄のSociety5.0を考えるPART2 第5回
- 4 月 No.677 経営トップに聞く 株式会社青い海
(RRI no.236) 特集 沖縄県内の母子世帯および若年妊産婦の貧困の現状
寄稿 沖縄県における官民連携事業の機運醸成について
- 5 月 No.678 経営トップに聞く 学校法人沖縄クリスチャンスクール
(RRI no.237) 特集1 新しい公共サービスの在り方を考える
特集2 沖縄県の防災体制強化に向けた3つのリ・デザインの提言
特集3 沖縄県内の在留外国人の動向と国境を越えて働く人材の現状
特集4 沖縄県のクルーズ船観光の実態分析と今後の展望
特集5 沖縄県内における空き家の現状と課題
- 6 月 No.679 経営トップに聞く 経営トップに聞く
(RRI no.238) 特別連載 ZEH・省エネ住宅の現在地 第2回 有限会社フロンティアーズ
特集 2025年度の沖縄県経済の動向
- 7 月 No.680 経営トップに聞く 株式会社大興鋼業
(RRI no.239) 特集1 中東情勢の緊迫化に伴う沖縄県内事業者への影響分析
特集2 人流データと経済効果からみるジャングリア沖縄開業による北部観光の変化と可能性
- 8 月 No.681 経営トップに聞く 株式会社サンシャイン
(RRI no.240) 特集1 沖縄県における貸家の需給動向と将来需要推計
- 9 月 No.682 経営トップに聞く 株式会社徳里産業
(RRI no.241) 企業探訪 有限会社阿波根商事
特集 沖縄県の主要経済指標

乗ってトクして、地球にもいいこと

リース&シェアサービス

Lease & Share Service

リース&シェアサービスって？

貴社がリースで導入した車両を、貴社の従業員が業務及び私用（通勤・休日の使用）でも使うことができる新しいカーシェアリングサービスです。

貴社のメリット

- リース料の実質負担減
(従業員より共同使用料を収受)
- 共同使用する従業員への
通勤手当の停止

従業員のメリット

- マイカー購入に比べ
取得費用、維持コストを大幅に軽減！
- 通勤時の駐車場確保が不要！
現在の貴社駐車場でOK！

知っていますか？

車両（ガソリン車）1台のライフサイクル 製造 ▶ 走行 ▶ 廃棄 で
排出される温室効果ガスの量はなんと **23.1t**

出所：「次世代自動車材料」に関するCA評価より算出

リース&シェアサービスで
温室効果ガス削減に貢献！

BANK OF THE RYUKYUS GROUP

2024年4月24日 現在

りゅうぎん調査

No.683

令和8年10月1日発行

発行所：株式会社りゅうぎん総合研究所
〒900-0015 那覇市久茂地1丁目11番1号
TEL 835-4650

印刷：沖縄高速印刷株式会社