



表紙写真/ウリズンマメ

CONTENTS

ご覧になれます。

- 1 **くがにくとぅば[黄金言葉] vol.150**
仕事に対する価値観を高める
株式会社 沖縄トータル・プレカット・システム 専務取締役 森田 幸二郎
- 6 **「おきぎん企業動向調査」による2015年度の沖縄経済**
- 14 **地域リレーションシップ情報⁽⁴⁾**
沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について
「スポーツ事業者等シェルパ会合」を開催
- 16 **トピックス**
2016年4－6月期の県内景況
- 18 **けいざい風水**
- 20 **最近の県内経済の動向**
2016年6月の県内景況
- 22 **国内景気動向**
- 24 **沖縄マーケティング情報**
 - ①沖縄県内の事業所数・従業者数・人口・世帯数
 - ②世界の中の沖縄(年次)
 - ③グラフでみる沖縄経済
 - ④数値でみる沖縄県・全国の経済動向(月次)
- 44 **経済社会のできごと** (沖縄、国内・海外)
2016年7月
- 45 **各種セミナー等開催インフォメーション**
- 46 **おきぎん調査レポート・バックナンバー** (分野別)
- 50 **ゆがふ編集後記**

仕事に対する価値観を高める



株式会社 沖縄トータル・プレカット・システム
専務取締役 森田 幸二郎



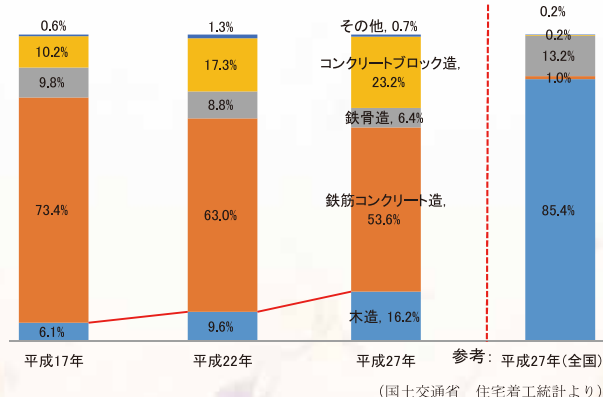
今回は、沖縄県初のプレカット材製造メーカーである、株式会社 沖縄トータル・プレカット・システムの森田 幸二郎 専務取締役に、県内でも需要が増加している木造住宅の動向や、アジアでの需要を見据えたプレカット材の海外展開等についてお話を伺って参りました。

日本の木造住宅は『車に次ぐ日本の輸出産業』

今後、日本の人口減少傾向は明らかであり、あと数年で住宅需要は先細りするため、本土の大手パワービルダーの多くは、日本の木造住宅を『車に次ぐ日本の輸出産業』と位置付け、海外輸出の体制を取っています。日本の木造住宅は海外の住宅と比較して、特に、防音、断熱、耐久性に優れており、そのメイド・イン・ジャパンブランドが海外で注目されています。

そうした中、沖縄でも木造住宅が伸びてきています。

一戸建て持ち家(新設住宅)の構造別構成比の推移(沖縄県)



その背景は、本土の大手パワービルダーが、好調な県経済や人口増加を背景に沖縄にマーケットを求めて進出してきており、その木造住宅が、沖縄のサラリーマンの収入にピタッと合った価格帯で供給できているからだと思います。

沖縄では、土地(40坪)付き一戸建て(30坪)2,600万~3,500万円台の価格帯が人気で、木造住宅の建築単価は45万円/坪から供給可能です。

沖縄の年配の方々は木造住宅に対して、昔ながらの杉板のバラックをイメージされる方もおられますが、現在の木造住宅は、台風で家が吹き飛ばすことはなく、シロアリ対策の技術も進んでいます。実際に木造住宅に住んでみると、夏は暑くなく冬は寒くないことを意外と知らない方が多いと思います。

「工期の短さ=価格の安さ」

私共の工場では、一戸建の場合、約10時間で木材をプレカット加工(木造住宅の骨組みとなる柱や梁などを、必要なサイズや形に合わせてあらかじめ機械で加工)して発送の準備が可能で、現場での骨組みは2日間で組み上がります。

大手パワービルダーが供給している木造住宅は、造成から引き渡しまでどんなに長くても90日であり、「工期の短さ=価格の安さ」となっています。

そのため、建築する工務店にとっても資金負担が軽くなることから、沖縄の工務店も木造にシフトしてきています。一方、県内の賃貸住宅に関しても木造化が進んでおり、鉄筋コンクリート(RC)造りと比較して狭小地に建てや

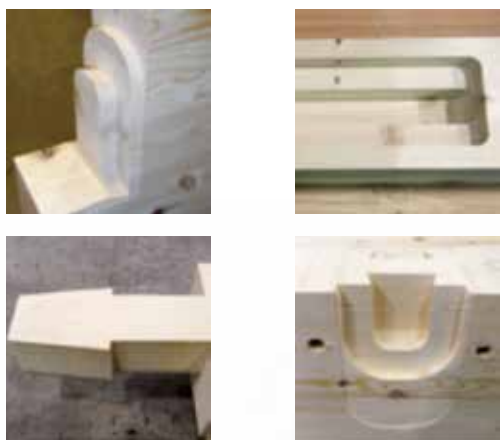
すい他、建築原価も安く、工期も短いため、オーナー様に利回りが出やすく人気です。

また、最近では沖縄でも、木造住宅は“安さ”だけでなく、ハイグレードのものに移行しつつあります。例えば中身が木造でも、外壁をレンガ積みやタイル張りにすることにより、外観からだと木造に見えません。

フルオートメンションで伝統の職人技術を超える精度の製品を生み出す

私共のプレカット工法は一戸建の場合、従来の熟練大工が1ヶ月位掛かって削り出していたのを、マシーンを使って全自動にて約10時間でプレカット加工し、しかも常に高精度を保てるのが特徴です。

日本に伝統的に受け継がれてきた建築技術が後継者不足やコストなどの問題で衰退しつつある中で、CAD入力による自動制御機械で木材を加工し、伝統の職人技術を超える精度で顧客のニーズに答える製品を生み出しています。



▲伝統的な木軸加工

プレカット工法の歴史は技術的には20年位になり、フルオートメンション化は15年位です。ほぼ全都道府県にプレカット加工する工場があるのですが、沖縄では私共が初のプレカット工場になります。

沖縄にプレカット工場が無かったのは、木造住宅が少なかったというのが大きな要因でしたが、工場の初期投資が大きいというのも要因でした。



▲フルオートメンション化した工場

当初、私共は物流（沖縄トータルロジスティクス）が主で、沖縄に進出している大手ハウスメーカーの依頼でプレカット材を本土から沖縄に運んでいたのですが、依頼会社から沖縄にプレカット工場を造ってみては、という話がありました。

沖縄での木造住宅販売の計画と工場の能力を検討した結果、柴産業（プレカット）、大商（アルミサッシ販売）、沖縄トータルロジスティクス（物流）、ビーエッチシー（プレカット）の4社で共同出資し、平成27年6月に沖縄トータル・プレカット・システムを設立し、プレカット工場を、ここ、うるま市州崎の国際物流拠点産集積地域で稼動することになりました。



▲当社ロゴマーク：アルミサッシとトラックとプレカット

職人不足

県内では、木造住宅を組み立てる「建て方大工」がまだ少なく、大工全員が知り合いという程不足しており、進出しているハウスメーカーが建て方大工を取り合っている状況です。

そこで、私共では自社で5名程、県外にて建て方大工の養成を行っており、CADで入力した木材をプレカットして現場へ配送し、現場での骨組み組み立て迄の納品を目指しています。



組み立てについては、既にプレカット加工されているため、特殊な技術を持たなくてもできます。それは、はまるところにしかはまらないからです。プラモデルの組み立てと同じで、プレカット加工された全ての木材には番号と組む方向が印字されています。



3人1チームで組み立てていくのですが、実際、現場で活躍している慣れたチームは1日で骨組みを組み上げることが可能です。関東では30代前半で年間1千万円位の給与を貰っている大工もいるそうです。

また、大工だけでなく、CADを入力する人間も全国的に不足しています。日本の大手ハウスメーカーはベトナムや中国にも外注して対応しています。

そこで、私共はCAD入力者の養成支援を希望します。木造のCADはRC造のCADと比較すると操作が簡単であり、主婦の在宅勤務に向いています。本土では3時間勤務で6～7千円稼いでいる主婦もいるそうで、シングルマザーが多いとされる沖縄には合っているかもしれません。



沖縄からプレカット材を本土へ出荷

木材はほぼ本土から仕入れています。木材は強度があり、しながない国産の集成材がほとんどで、鹿児島からは中城湾、関西からは那覇港に到着しますが、逆に、当社のプレカット材を8月から本土へ出荷する予定です。

それには、当社のロジスティクス力を発揮しなければなりません。例えば、20トンのプレカット材を鹿児島から東京まで陸送で運ぶ場合、60万～70万円掛かりますが、多少時間を要しても良いならば、船で沖縄から東京へ運ぶと25万～30万円で済み、木材を本土から仕入れて加工した後、また本土へ出荷しても引き合います。もともと沖縄からの上りの船荷運賃が安いのも一因ですが、重いものを遠くへ運ぶ場合、交渉も要しますが、運賃は安い順に、船、鉄道、トラック、飛行機の順になります。

また、併せて、CADデータを自動制御機械に読み込ませ、日中は県内用、夜は県外用のプレカットを24時間フル稼働させることにより採算性の向上を図っていく予定です。

アジアでの需要を見据えた海外展開

昨年、県の事業で台湾での商談会に参加しました。そこで知り合った台湾のハウスメーカーは日本の高級木造住宅を取り扱っており、今、台湾の一部富裕層間では、日本の大工を呼び寄せて、1億円位の日本の高級木造住宅を建築させるのがステイタスになっているとのことでした。実際に台北市内にある広大な高級住宅街を

見に行きましたが、全て日本製でした。このハウスメーカーは木材から建具まで、全て日本から輸入しているとのことで、台湾にもっとも近い日本である“沖縄”にビジネスチャンスの大きな手ごたえを感じました。特に、台湾ではシーMLS物流が始まっており、沖縄からトラックごと資材を運べて、沖縄ナンバーのまま台湾の現場まで運べるので輸送効率が良く、十分期待できます。

また、中国やタイでも日本の木造住宅の高い品質が注目されているのを確認しています。今後は、ビジネスパートナーとなる台湾の業者を見つけてプレカット材を輸出し、その台湾の業者を通じて、香港や中国、韓国などアジア地域に日本の木造住宅の販売をお願いしていきたいと考えています。

現場が高い価値観を持って仕事をこなすことで、お客様の信頼感と満足が高まる。

本土のハウスメーカーは仕事に対する価値観が浸透しており、大工や鉄筋工さんは「現場がショールーム」、「現場がステージ、あなたがアーティスト」という様な高い価値観をもって、現場に臨んでいます。

このように、現場が高い価値観を持って仕事をこなすことで、お客様の印象はぐっと良くなり信頼感と満足感が高まります。

当社では、「沖縄でこのプレカットのオペレーション技術を持っているのは自分達しかない」という高い価値観を、また現在、研修中の建て方大工には、「お客様の一生の買い物である家を建てる誇り」、そして、「海外でも活躍できる夢がある」という高い価値観を、個々が高めていくように努めています。

会社概要

会社名	株式会社沖縄トータル・プレカット・システム
代表取締役社長	柴 知良
専務取締役	小川 誠一郎
専務取締役	森田 幸二郎
社員数	20名
所在地	〒904-2234 沖縄県うるま市州崎12-80
T E L	098-923-5100
E A X	098-923-5500



沖縄県初の プレカット工場

プレカットとは、日本に伝統的に受け継がれてきた
建築技術が後継者不足、コストなどの問題で衰退しつつある中で、
CAD入力による自動制御機械で木材を加工し、
伝統の職人技術を超える精度で顧客のニーズに答える製品を
生み出すものです。



構造材(家の骨格となるもの)
土台・大引・梁・桁・母屋・隅木

羽柄材(家の屋根や壁・床を支えるもの)
根太・垂木・間柱・筋違・窓台・破風

パネル材(家の屋根や床の下地材)
野地パネル・床パネル

弊社の納品システム



アルミサッシ組み立て、施工もお任せ!



お客様の様々な
ご要望、用途、環境に
合わせて
豊富な素材を基に
ご提案致します。



**OKINAWA
TOTAL
PRECUT
SYSTEM**
www.otps1.com

プレカット・パネル加工販売・サッシ組立・現場取付・一般貨物自動車運送業

株式会社
沖縄トータル・プレカット・システム
☎098-923-5100

〒904-2234
沖縄県うるま市州崎12-80
FAX 098-923-5500

沖縄トータルプレカット 検索

ホームページ

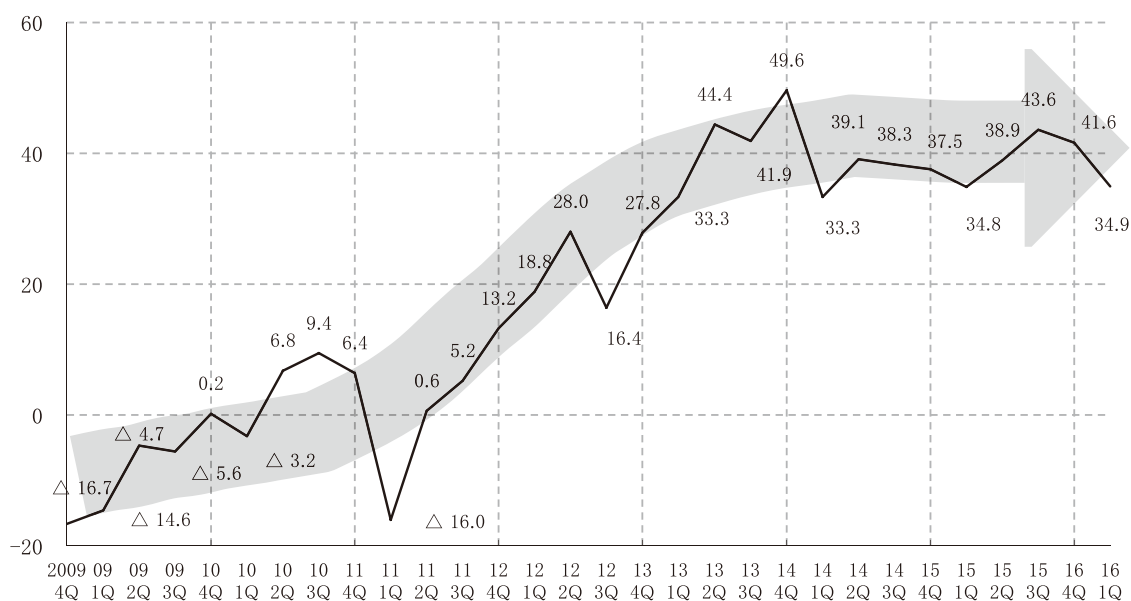


「おきぎん企業動向調査」による2015年度の沖縄経済

1. おきぎん企業動向調査業況DI実績にみる沖縄経済の動向

2015（平成27）年度の経済は沖縄、全国ともに堅調に推移しました。特に沖縄県においてはインバウンドによる観光部門の好調さが際立った1年となりました。2008（平成20）年のリーマンショック、2011（平成23）年の東日本大震災は沖縄経済にとっても大きなマイナス要因となりましたが、2013（平成25）年のアベノミクスによる金融緩和以降、円安効果もあり外国人観光客の増加等によって景気は好調に推移しています。図1はおきぎん企業動向調査業況DIの推移を示したものです。2015年度の第1四半期（平成27年4月～6月期）のDIは34.8、第2四半期（平成27年7月～9月期）は38.9、第3四半期（平成27年10月～12月期）は43.6、第4四半期（平成28年1月～3月期）となっており、好調な1年であったことが示されています。

図1 おきぎん企業動向調査業況DI実績の推移



出所：おきぎん経済研究所「第64回おきぎん企業動向調査」

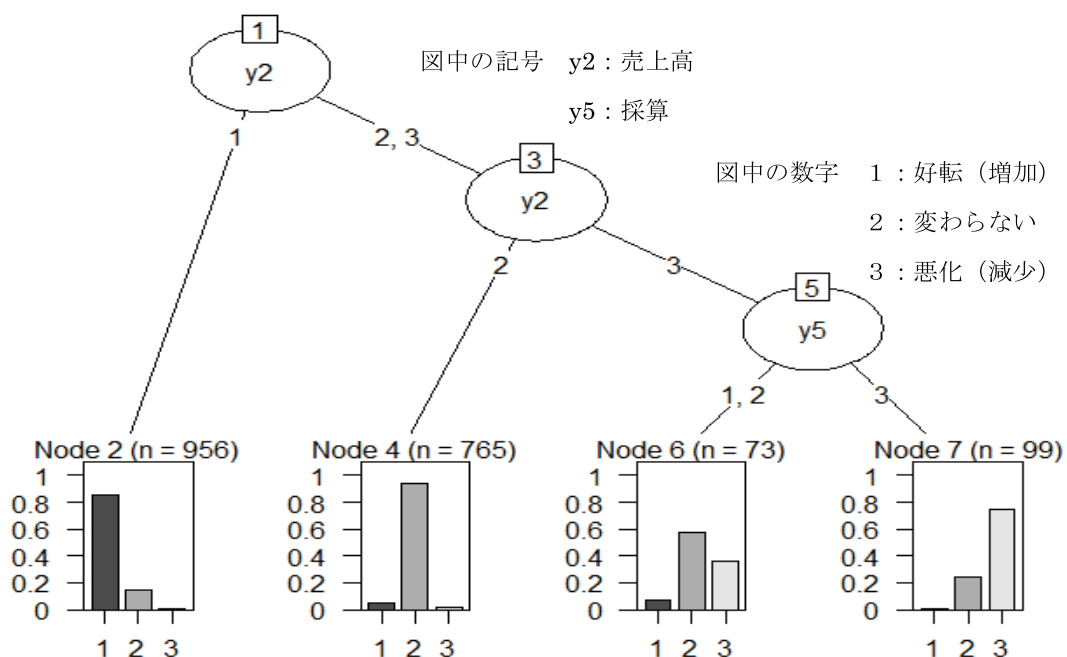
好調な1年だった業況の要因は、経営指標別のDIとの相関で確認できます。表1の第1四半期（4－6月期）から第4四半期（1－3月期）までの業況判断DIと経営指標DIの相関をみると、各期の「売上高」DIとの相関が約0.8と高いことがわかります。これに次いで「採算」が約0.6～0.7となっています。これより業況判断のプラス要因として、売上の増加と収益性の改善が大きく寄与していることが分かります。

表 1 各期の業況判断DI値と経営判断指標DIとの相関係数

		平成27年			平成28年	平成27 年度
		4－6月期	7－9月期	10－12月期	1－3月期	
業況（DI値）		34.8	38.9	43.6	41.6	－
業況 との 相 関 係 数	売上高	0.8075	0.8029	0.8090	0.8358	0.8134
	売上単価	0.4055	0.4300	0.3945	0.4853	0.4285
	仕入単価	0.1192	0.1788	0.2322	0.2069	0.1792
	採算	0.6611	0.7134	0.6213	0.6573	0.6648
	引合い	0.5105	0.5049	0.5055	0.4730	0.4990
	雇用	0.2238	0.2152	0.2410	0.1999	0.2150
	資金需要	0.2456	0.2595	0.1724	0.2529	0.2354
	資金繰り	0.3266	0.3209	0.3273	0.2474	0.3049
	設備・投資	0.1549	0.1960	0.1006	0.1120	0.1419
		7－9月期 見通し	10－12月期 見通し	1－3月期 見通し	4－6月期 見通し	
業況(来期)		0.2171	0.1516	0.2417	0.2946	0.2244
回答企業数		488	486	470	449	1,893

図2は回帰ツリーという手法により、平成27年度通年の景況判断要因の主要な要因について視覚化を試みたものです。相関係数の結果にみられたのと同様に、売上高（図のy2）により景況を「好転（図では1）」と回答した企業が多いことが分かります。また、採算（図のy5）については「変わらない（図では2）」、「悪化（図では3）」と判断した企業を区別する要因となっていることが読み取れます。

図2 回帰ツリーによる景況判断・決定要因の樹形図



2. おきぎん企業動向調査における景況判断要因のテキスト分析

ところで「景気」は、日常的に使用頻度の高い言葉ですが、具体的な指標があるわけではありません。例えば、景気判断の代表的な指標である内閣府経済社会総合研究所の景気動向指数は鉱工業生産指数や有効求人倍率などの複数の経済指標の合成変量によって景気の山、谷を判定しています。また、これを補完するために街角の声を集計して景気ウォッチャー調査が実施されています。景気ウォッチャー調査はコンビニエンスストア店長やタクシー運転手など景況感を反映しやすい職種の人々を対象に現在の景気について質問し、その要因等をアンケートによって収集するものです。

また、最近ではネット上のサーバーやクラウド等に蓄積された膨大なビッグデータの活用が様々な分野で見られます。特に、Twitter のつぶやきデータや Google 検索語などの記述情報を活用した事例が増えています。このような取組みは海外の主要中央銀行でも進められており、センチメント指標と定義されています。2015年6月に公表された日本銀行レポート・調査論文、岡崎陽介・敦賀智裕「ビッグデータを用いた経済・物価分析について」ではFRB（連邦準備制度）やECB（欧州中央銀行）による事例が取上げられています。

おきぎんDIにおいては、業況判断と次期見通しについて、その判断理由を記述情報として保持しており、景気判断の要因分析に活用しています。本小論では、記述情報へのテキスト分析の適用を試み、2015（平成27）年度の景況の主要な特徴等について抽出を試みます。ここでは日本銀行レポートにおいて用いられた日本語形態素解析を参考に記述情報から主要な単語等を抽出し、それをネットワーク図として視覚情報に変換することで景況の特徴を示します。計算出力は立命館大学樋口耕一準教授作成のソフトウェア KHcoder を使用しました（<http://khc.sourceforge.net>）。

3. 年度及び四半期毎にみられたキーワードの分布状況

表2は、年度及び四半期別の記述情報の全体から、頻出したキーワードのうち、上位30位までを表示したものです。年度を通じ、「増加」、「売上」の2語が頻出語となっており、企業にとって好調な1年であったことが分かります。

これらの頻出語より、2015（平成27）年度の大きな話題が「ライカム（イオンモール、イオンライカム等の同義語をライカムに統一）」のオープンだったことが示されています。年度を通じてみると9位ですが、第1四半期が6位、第2四半期が9位、第3四半期には16位となっており、年度開始時点の話題の大きさが徐々に和らいでいく状況が見てとれます。

表2 年度及び各期の上位30位の頻出語とその回答件数

順位	2015年度 平成27年度		第1四半期 (4～6月)		第2四半期 (7～9月)		第3四半期 (10～12月)		第4四半期 (1～3月)	
	抽出語	件数	抽出語	件数	抽出語	件数	抽出語	件数	抽出語	件数
1	増加	1,400	する	402	増加	335	増加	357	する	335
2	する	1,354	増加	382	する	319	する	298	増加	326
3	売上	802	ない	220	売上	219	売上	176	売上	188
4	受注	585	売上	219	受注	182	受注	125	受注	105
5	ない	558	影響	218	影響	151	ない	115	ある	98
6	影響	541	ライカム	194	ある	137	見込む	85	影響	93
7	ある	444	受注	173	ない	135	ある	84	ない	88
8	工事	384	ある	125	工事	116	工事	82	需要	82
9	ライカム	381	工事	111	ライカム	94	影響	79	減少	81
10	見込む	322	ない	87	ない	93	需要	77	なる	78
11	需要	322	見込む	87	需要	90	減少	73	工事	75
12	ない	307	増税	81	仕入	86	仕入	68	ない	70
13	減少	303	仕入	80	見込む	84	好調	67	見込む	66
14	仕入	295	需要	73	減少	84	販売	64	単価	63
15	なる	276	販売	70	公共工事	82	推移	63	仕入	61
16	公共工事	248	なる	69	なる	72	ライカム	62	インバウンド	60
17	単価	245	安定	69	増税	68	ない	57	観光客	58
18	観光客	233	行う	68	商品	64	なる	57	好調	53
19	好調	229	公共工事	66	推移	64	観光客	55	原油価格	50
20	販売	220	減少	65	単価	64	単価	54	公共工事	47
21	安定	217	よる	64	利益	61	公共工事	53	伴う	45
22	推移	214	単価	64	よる	60	商品	52	安定	44
23	商品	199	観光客	63	安定	57	インバウンド	47	予定	43
24	増税	196	利益	63	観光客	57	安定	47	できる	42
25	利益	195	確保	60	好調	53	予定	46	推移	42
26	よる	189	消費税	60	行う	51	価格	45	上昇	40
27	特に	184	今後	58	販売	51	確保	43	見込み	39
28	予定	181	オープン	56	好転	47	対応	42	引合い	38
29	伴う	177	好調	56	上昇	47	伴う	42	建築	37
30	確保	164	予定	55	建築	46	よる	41	店舗	36

建設部門に関連する頻出語として「受注」、「工事」、「公共工事」が目立ち、合計すると1217件となることから、年度でみると3位の高頻度になります。個別でも「受注」が4位、「工事」が8位、「公共工事」が16位となっており、那覇空港関連の大型公共工事や民間部門の建設受注が好調であったことが示されています。

この他に「観光客」は年度を通して18位となっていますが、これは売上やライカムとの関連の大きな語でもあります。「観光客」は第1四半期に23位、第2四半期に24位となりますが、第3四半期には19位と順位を上げると同時に、「インバウンド」が23位に登場してきます。第4四半期には「観光客」が17位、「インバウンド」が16位なり海外からの観光入域客が好調に推移したことが読み取れます。

これらの企業の景況判断にみられる頻出語は「好調要因＝比較的ポジティブな景況判断要因」と「不安要因＝比較的ネガティブな景況判断」とに分けられます。例えば第1四半期に12位だった「増税」は消費の落込みを懸念した回答が多く含まれますが、第2四半期には17位に後退し、それ以降はランク外となっています。そのため増税の影響が第3四半期以降はほぼ感じられなくなったと考えられます。

頻出語は企業の景況に対してポジティブな意味とネガティブな意味を持つものがあることから文脈の中で意味付けを考える必要があります。その方法として同一回答文内に現れる語の並びの指標として語の共起（コロケーション）について調べる必要があります。

図3 2015（平成27）年度の景況頻出語の共起ネットワーク

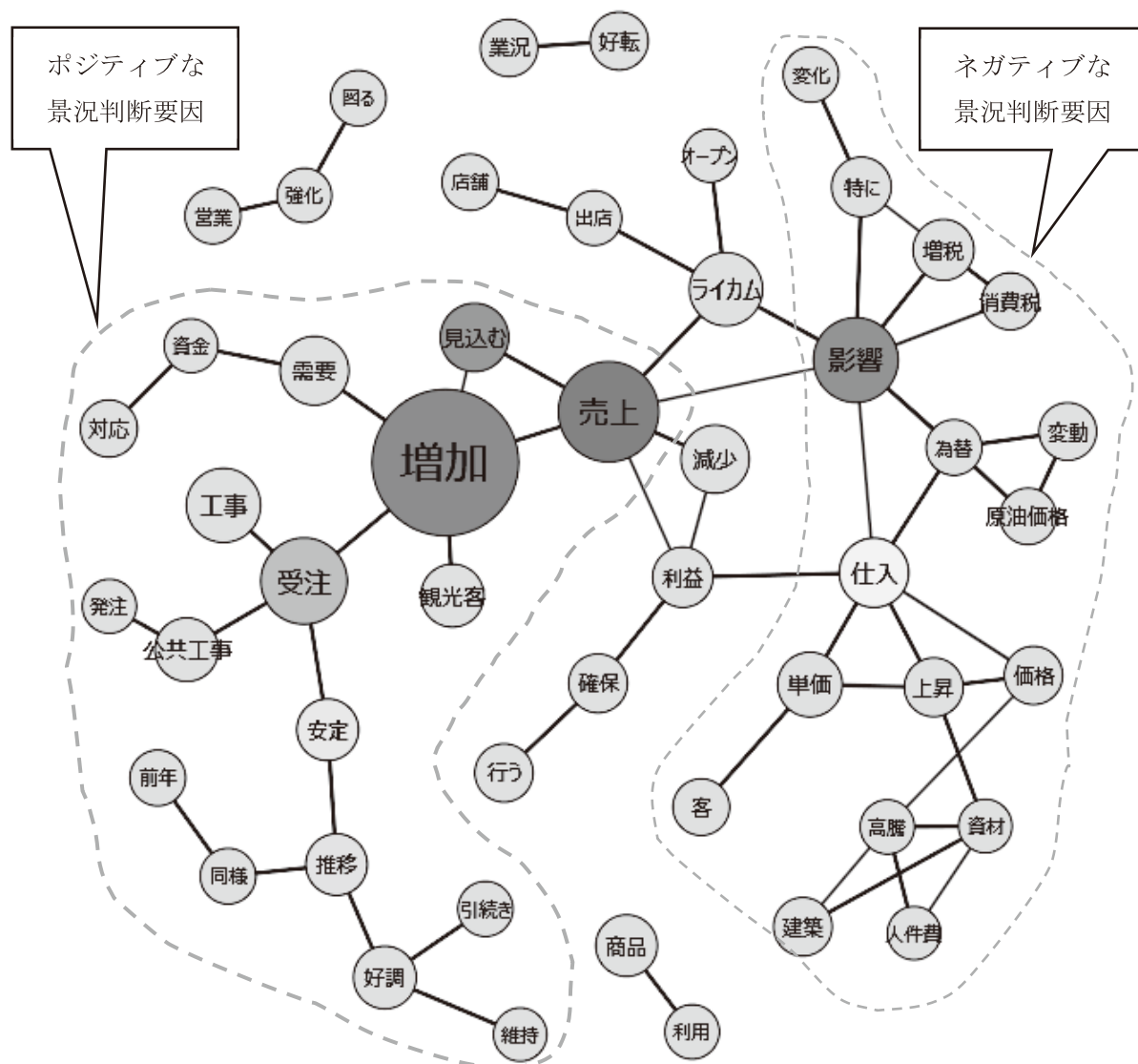


図3はキーワードの出現頻度と文章としての連結関係を共起ネットワークという図で示したものです。例えば最頻出語である「増加」と回答した文章には、同時に「売上」という語と関連して出現しており、「売上－増加」という回答文が多く見られることが分かります。また、「売上」は「減少」ともつながっていますが、出現頻度としては「増加」が圧倒的に多いことが図より確認できます。さらにこの「増加」には「観光客」、「受注」、「需要」という語も共起語となっています。また、「受注」には「公共工事」、「工事」が共起語となっており、これらの頻出語のつながりから観光、建設部門の好調さが図に示されていることがわかります。一方、「影

響」は「消費税」、「増税」や「為替」、「原油価格」、「仕入」、「価格」、「上昇」などの語との連結がみられ、ネガティブな要因と考えることができます。そのため「ライカム」についてはポジティブな要因である「増加」とネガティブな要因である「影響」と2極化したことが推察されます。

図4 回答企業における業況判断の要因についての共起ネットワーク図

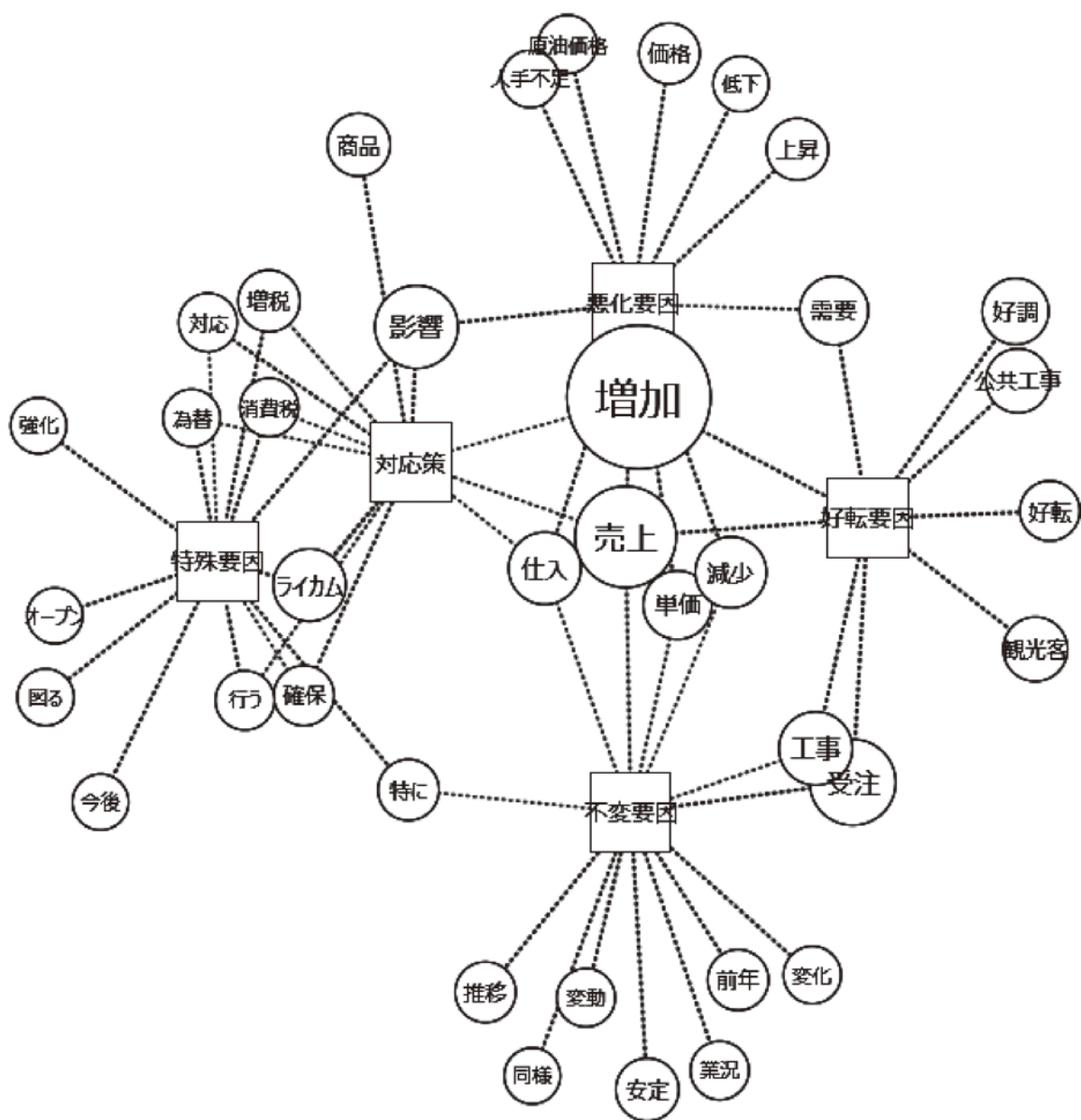


図4は、回答企業における業況判断の要因についての共起ネットワークの状況をビジュアル化したものです。この図によると業況の好転要因として「需要」、「公共工事」、「観光客」、「工事」、「受注」であったことが分かります。逆に悪化要因は「人手不足」、「原油価格」、「価格」、「低

下」、「上昇」、「需要」、「影響」となっており、コストの上昇と、売価の低下による売上減少だったことが分かります。また、特殊要因として当該年度の特徴として「ライカム」、「増税」、「消費税」、「為替」となっていることが示されています。

対応策を含め、各要因に共通するキーワードとして回答されているのが「売上」、「仕入」、「単価」、「減少」となっています。これは年間を通じて業況が好調に推移したという回答が多いことから、頻出語として「増加」、「売上」が最も大きな要因に挙げられていることが分かります。家計消費やインバウンドを含め、県内の堅調な消費需要を反映した結果となっています。

以上より、「おきぎん企業動向調査における**2015（平成27）年度の県内企業の業況は、キーワード「売上・増加」による業況改善の動きが強かった1年であった**、と総括できる」と結論づけることができそうです。

参考文献

- (1) 岡崎陽介・敦賀智裕「ビッグデータを用いた経済・物価分析について」日本銀行レポート、2015年6月
- (2) 樋口耕一「社会調査のための計量テキスト分析」ナカニシヤ出版、2014年

水風 けいざい

✦ 県内で木造住宅増加

県外企業進出、認知高まる

沖縄のまちはコンクリート造りの家々が連なり、全国にない独特な景観をつくっていますが、最近、県内でもおしゃれな木造住宅をよく見掛けませんか？

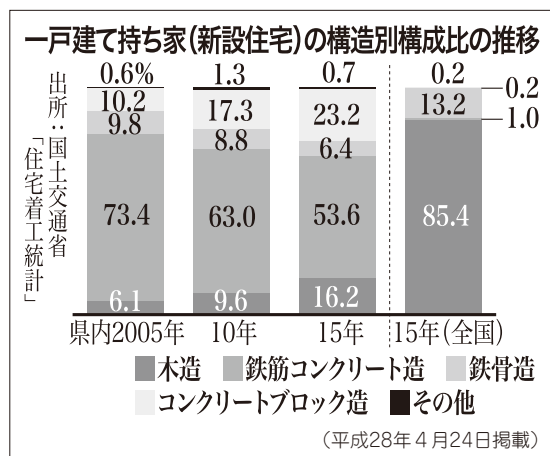
戦後、復興期の沖縄を1949年にグロリア台風の襲来を機に米軍が台風対策としてコンクリートブロックによる住宅建設を奨励したのが、現在の独特な景観をつくったといわれていますが、最近、その住宅市場に変化が見られます。

国土交通省の「住宅着工統計」によると、一戸建て持ち家（新設住宅）における木造の割合が伸びています。県内では鉄筋コンクリート造りが主流ですが、木造の割合は2005年の6.1%から15年には16.2%まで増加しています。木造が普及している要因としては、建築単価が鉄筋コンクリート造りより低いことや、台風・シロアリ対策などの技術向上が考えられます。

また、木造を主流とする県外のハウスメーカーやビルダーが直接、またはフランチャイズという形で沖縄に進出しているため、県民にも選択肢の一つとして木造住宅を検討する機会が増えたことも要因になっているようです。

国内では少子高齢化で人口が減少している中、県外のハウスメーカーなどは人口が伸びている沖縄のマーケットに注目して進出が相次いでおり、一部では既に価格競争も始まっているそうです。木造住宅は県内の若い世代を中心に認知されてきていることから、今後は、沖縄のまちなかの景観が大きく変わるかもしれません。

（おきぎん経済研究所 企画・総務部長 中江 正一郎）



✦ 「ヒト」「モノ」の往来

需要に合わせた戦略を

本県では、県経済のけん引役として「観光」「物流」「IT」などの分野が挙げられています。現状、観光分野（ヒトの往来）では、訪日観光客の増勢によるインバウンド（訪日外国人客）需要などが県内経済へもプラスに作用しています。

物流分野（モノの輸出）では、国際物流拠点の形成に向け、基幹インフラの拡充などにより海外マーケットへ直接的にアプローチできることから、一定の効果が見られます。IT分野では、二つのファクター（要素）を効果的につなげる仕組みづくりが求められます。

ここで、各種統計より本県における「ヒト」と「モノ」の往来の現状を見てみましょう。

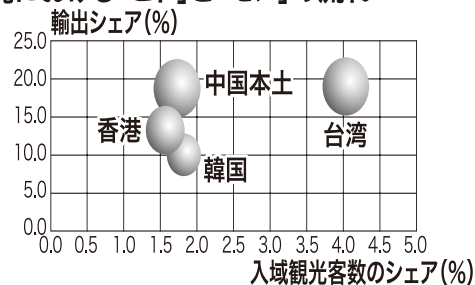
下記の図表は縦軸で「輸出総額（石油製品や再輸出品などは除く）に占める各国・地域のシェア」、横軸で「入域観光客数全体に占めるシェア」を示しています。海外からのヒトの流入はウエートこそ低いものの、近年で急速な伸びを示しており、モノの流出では台湾や中国本土、韓国へは中古品などのリユース資材、香港へは食料品関連が多くなっています。

今後は「ヒト」と「モノ」の双方の動きを活性化させるべく、継続的なインバウンド需要に対して既存産業構造にマッチした観光サービスの提供を、輸出に際しては、リユース資源の増大に向けて新たな企業連携や物流モデルの確立、各種商談会の開催などによる展開が必要だと考えます。

本県のポテンシャルを顕在化（ビジネス化）させ、新たな産業化に向けた可能性に挑戦することが求められます。

（おきぎん経済研究所 研究員 當銘 栄一）

沖縄における「ヒト」と「モノ」の流れ



(注1) 両データともに5年平均値を用いている
(注2) 円の大きさは全体に占める各国・地域の輸出額シェアを示している
(出所) 沖縄地区税関、沖縄県のデータより筆者作成

（平成28年5月1日掲載）

❖ 県内の非正規雇用

根本的な環境改善を

子どもの貧困を巡る状況が社会問題となっ
ています。この問題が深刻な県内では行政も本格的に
対策に乗り出すなど、問題解決への本格的な取り組みが
期待されています。

ところで、この問題の背景には、子育てを巡る社
会経済的な環境があり、特に子育てにかかる経済的
なコストが大きな要因と考えられます。

図は沖縄と全国の雇用者に占める非正規の職員・
従業員の割合（2015年平均）を示したものです。
男性全体の非正規の職員・従業員の割合は全国の
20.0%に対し、沖縄は25.8%となっています。女性
は全体的に非正規雇用の割合が高く、特に若年層と
高齢層で全国と差が大きくなっています。

15～24歳の男性で非正規雇用の割合は全国の
43.7%に対し、沖縄が66.7%です。大学進学率も影
響しますが、県内は過半数が非正規雇用という状況
です。また25～34歳では全国の16.1%に対し、沖縄
は28.6%、さらに35～44歳では全国の9.3%に対し、
沖縄は25.0%となっています。

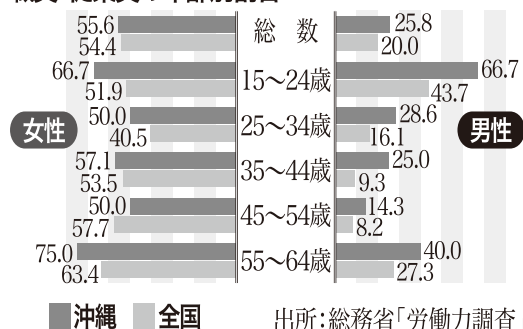
例えば30歳前後で子どもが生まれると仮定すると、
その子どもが15歳前後の時期に沖縄では25%近くが
非正規雇用であるものと推察されます。

このような状況は結婚や出産などの行動へも影響
し、子どもの学習環境や進学にも悪影響を及ぼして
いるものと考えられます。

少子化は現役世代の年金や介護などさまざまな社
会問題として、将来に跳ね返ってくるため、対症療
法ではなく根本的な対策としての雇用環境の改善が
望まれます。

（おきぎん経済研究所 研究員 奥平 均）

沖縄と全国の雇用者に占める非正規の
職員・従業員の年齢別割合



❖ 中城湾港クルーズ船寄港

地域の再発展へ期待

4月13日、中城湾港にクルーズ船が5年ぶりに寄
港しました。中城湾港クルーズ促進連絡協議会によ
ると、本年度の上期（4～9月）には19回の寄港が
予定されており、今後も継続的な寄港が期待されて
います。那覇空港のある那覇市やリゾートホテルが
多い西海岸地区、水族館施設のある北部地区などと
比べて、中部地区や東海岸地区は、観光客の集客力
が弱く「素通り」されているケースがみられます。

一方で、軍用地の返還に伴う道路網の整備や大型
商業施設の開業など、確実に「発展」している現状
も感じられます。

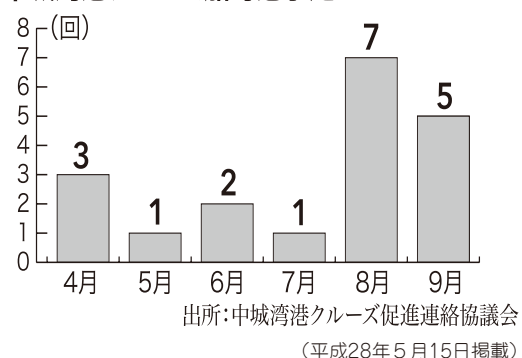
大型商業施設については、一部では周辺から客足
が流れてしまうのではないかと懸念もあるようで
す。以前、那覇市内に県内初の大型ショッピングセ
ンターが開業した際にも、周辺商店街から顧客の流
出が懸念されましたが、結果的には集客の起点とな
り、商店街に客を呼び込むなど、うまく共存できた
ケースもあります。重要なことは、その地域に人が
集まる（呼び込む）ことです。

クルーズ船が定期寄港し、大型商業施設に多数の
観光客が集まることで、地域全体が受け入れ体制の
整備に取り組むなど、周辺への波及効果や相乗効果
も見込まれます。

沖縄市の中心街なども、以前のにぎわいを取り戻
そうと、ひとつずつ改善に向かっている兆しを感じ
られます。行政と民間、大きなものと小さなもの、
新しいものと古いものなどがひとつの地域として連
携・共存し、地域全体の再発展に繋（つな）がるこ
とを期待します。

（沖縄銀行 コザ支店長 伊志嶺 朝太）

2016年度上期(4～9月)の
中城湾港クルーズ船寄港予定



沖縄で、製造業の、鼓動が聞こえる

沖縄県産業構造に占める製造業の割合は4.2%（25年度、全国平均18.4%）で全国最下位、沖縄は一部の食品製造業を除き「製造業不毛地帯」という不名誉な地位に甘んじてきました。これまでの沖縄振興策も製造業の誘致が中心課題でしたがモノづくりに必要な技術力の集積や、電力、水、土地などのインフラ不足、そしてなんといっても島嶼性に起因する物流コストを吸収することが厳しく、本格的な製造業の立地が適わなかったのです。

しかし、最近、この動きに変化が生じています。キーワードは技術の進歩と沖縄の国際物流環境の変化、そしてアジア諸国の躍進です。本土からは遠い、しかし東南アジアからは一番近かった、という地理的優位性が、まさに今、観光だけでなく製造業の世界でも顕在化しようとしています。

当おきぎん調査月報7月号の黄金言葉にご登壇頂いた半導体製造装置メーカーの「㈱ナノシステムソリューションズ」は、沖縄への進出理由が、なんと「沖縄の平均気温が23℃だったこと」。寒暖差の少ない沖縄で冷暖房コストが30%以上省エネ化され、精密機械ゆへの振動などの物流リスク（当然コストとなる）も、ANAカーゴの利用や、陸送距離の短縮で低減されたとの事。世界トップレベルの技術を背景に台湾や中国、韓国などアジア諸国への事業展開に乗り出しています。

今月号にご登壇頂いた「㈱沖縄トータル・プレカット・システム」も注目の企業。今世界で注目されている「日本の木造住宅」のプレカット材を沖縄から本土へ、また世界へ売り出していこう、という意欲的な企業です。沖縄で初めて、木材のプレカット工場をうるま市の国際物流拠点産業集積地域に建設、本土から仕入れた木材を設計図面に合わせてフルオートメーション化された工場で短時間でカットし、部材を現場で組立てることでコストを削減、頑丈で低コストの木造住宅を提供することを可能にしました。また地の利を活かして日本の木造住宅が富裕層の間でブームとなっている台湾へ進出を準備中との事です。

既にうるま市に進出した台湾のブレーキ部品メーカーのビジネスモデルは、台湾から輸入した自社の部品を、沖縄で日本の大手メーカーのOEM商品として組立て、海外の顧客に「メイドインジャパン」で出荷すること。既に中東方面へ製品を出荷、現在の製造能力の何倍もの受注が舞い込んでおり、現在、工場増設の計画中であるとか。このビジネスモデルが沖縄で成功するのであれば、さまざまなジャンルで台湾の製造業（中国・東南アジアへ独自の販売ルートを持つ）は沖縄への立地が可能となるのではないのでしょうか。

2018年には、航空機整備会社「MROJapan㈱」も那覇空港にやって来ます。沖縄の若者を来年以降、コンスタントに20～25名採用したいとの事。航空機の整備事業には、その周りに多くの関連産業の立地・集積が常です。読者の皆さん、沖縄の製造業、これから大きく期待が持てる、と思いませんか。

（㈱おきぎん経済研究所 代表取締役社長 出村郁雄）