

1 くがにくとぅば[黄金言葉] vol.192

期待を超えて、感動を生む。

楽しいメディアカンパニーOKINAWA合同会社 代表 かわさき 力哉

5 地域リレーションシップ情報 186

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について

【その1】サイバーセキュリティの人材育成

【その2】「ビジネス視点でSDGsアクション」始めてみませんか？

【その3】「2019年度 沖縄RESAS データ分析フォーラム」の開催

8 けいざい風水

12 県内景況・確報

2019年暦年の県内景況

20 国内景気動向

22 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)

42 経済社会のできごと (沖縄、国内・海外)

2020年1月



表紙写真/ひなまつり

期待を超えて、感動を生む。



代表 **かわさき 力哉**



愛知県出身で会社員生活を経て、2012年に沖縄に来て那覇市久茂地に Web サイト制作会社として会社を設立。ゼロベース思考、本物志向により Web サイトのあるべき形や活用方法を提案し、Web サイト制作会社の役割を追求し続けている、楽しいメディアカンパニー OKINAWA 合同会社のかわさき力哉 代表にお話を伺って参りました。

Q：会社名の由来はなんですか？

A：特に由来はありません。会社設立時、インターネットメディアの制作をやっていこうということで、会社名を付けたのですが、長い会社名ですね（笑）。漢字あり、カタカナもあり、アルファベットもありと、結果的に長い会社名ですが、分かりやすい言葉の組み合わせなので、長い割には覚えていただける会社名だと思っています。一度、外国人の方に形容詞が入っている会社名は珍しいと言われました。

また、私の名刺の苗字がひらがなののは、当社のデザイナーからの提案だったのですが、私の名前が本土の名前なので、漢字よりもひらがなの方が、当たりが柔らかいということで、これも結果的に良かったと思います。

Q：事業内容について教えてください

A：当社の事業は、ホームページ等の「制作部門」と、沖縄県産品販売の「商品部門」から成ります。

制作部門では、主にWebサイト制作を行っています。コーポレートサイト、ショップサイト、ECサイト（通販サイト）、ブログサイト、ランディングページ等の制作、管理、運営、企画など多岐に渡ります。社内にはディレクター、デザイナー、エンジニアが在籍しており、すべての制作工程を当社内で行うことができます。また、名刺、チラシ、ポスター、パンフレットなどの紙媒体の制作や、陳列什器、商品パッケージデザイン等も可能です。



▲制作部門
目的にフォーカスした戦略的ホームページ制作

商品部門では、「沖縄県産品は面白い！全国、全世界へ広めたい！」をモットーに、主に沖縄県産品の周知・流通・消費拡大のための取り組みを行っています。卸業者さま・小売店さまへの商材のご提案・ご提供をはじめ、当社が運営するネットショップでの販売、商品の企画・販売促進など多岐に渡ります。



▲商品部門
主に沖縄県産品の周知・流通・消費拡大のための取り組み

Q：御社のこだわりについて教えてください

A：当社の経営姿勢は「期待を超えて、感動を生む。」です。お仕事で100%お客様の期待に応えることは最低限やらなければならないことであり、期待を超えてお客様が感動していただくことが当社のこだわりです。お客様の期待に応えるために尽くしても独りよがりの可能性があります。独りよがりではない証明として、相手に感動を与えなければなりません。期待を超え続け、信頼を築き続けることに強くこだわっています。

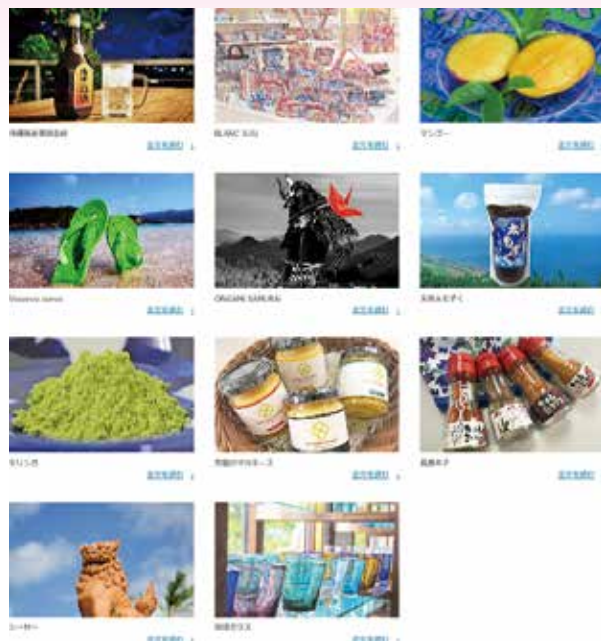
創立5年余りで沖縄県内外のサイト制作を300社以上担当させていただきました。ホームページを持つ目的に沿った導線、コピー、デザインをロジカルに考え、カタチにしています。



▲制作実績（一部）※ホームページのキャプチャ画像

Q：御社の強みについて教えてください

A：強みは、「制作部門」と「商品部門」の2つを同時に運営していることです。当社では、独自の流通チャネルにより、約280社13,000点の商品の販売（2018年7月1日現在）や、大手ECサイトの沖縄県産品のベンダーとして、同社へ販売も行っています。食品や調味料、お土産商材、おもしろ雑貨、日用品など、沖縄にちなんだ様々な商品がごさいます。



▲取扱商品（一部）※ホームページのキャプチャ画像

一般的なWebサイト制作会社は、クライアントのWebサイトを制作して納品すれば終わりですが、当社の場合はその先があります。その商品を自社のチャネルで取り扱っているため、しっかり売れてもらわなければならない、運命共同体の関係性が自動的に築かれます。そういう意味ではWebサイトの制作を依頼されたお客様とベクトルは同じ方向をみて制作が出来、同時にWebサイトを活用したセールス・マーケティング・PRのノウハウを蓄積し、今後のWebサイト制作に活かすことが出来ています。

また、ホームページの制作については、持つ目的から逆算して制作を進めるため、ある意味ではどのような業種のWebサイトの制作も得意だということも当社の強みだと思います。

Q：沖縄企業のWebサイトの活用状況について教えてください

A：正直、県内で自社のPRや売り上げに繋がるホームページの運用・活用が出来ている企業さんはほとんどありません。ホームページを持つ目的は、売上増加だったり、認知集客だったり、採用だったり、それぞれ目的はあったはずですが成果を出せておらず、ただ持っているという企業さんがほとんどです。

また、Eコマースに関しても、通販サイトを持っている企業さんは沢山ありますが、多くは

サイトを持っているうちに段々、デザイン的にも古くなり、メンテナンスも疎かとなり、結果、お客様に商品情報がしっかり届かず、サイトを持つ意味が無くなっている企業さんも沢山あります。

私は、Webサイトをしっかり活用できていない状況であることが、沖縄県としてのポテンシャルを殺していると考えます。一旦、「Webサイトを持つ目的は何？」という、本当に基本的なところを振り返ってみる必要があります。

2020年2月に沖縄銀行本店で「成果を上げるためのホームページ改善勉強会」のセミナーを開催させていただきました。どこがダメで、どうすれば改善できるのか、77項目のチェック項目で無料HP診断を行いました。

4月より毎月、同内容のセミナーを開催する予定です。是非、多くの皆様にご参加していただければと思います。

私は、Webサイトの活用方法などのITリテラシーを県内企業に啓蒙する活動は、私達Webサイト制作会社の社会的責任、役割だと思っています。その啓蒙活動を地道に促進することで、私達Web業界の企業価値も高まっていきます。



▲2020年2月5日開催セミナー
「成果を上げるためのホームページ改善勉強会」

Q：今もっとも注目している県産品はなんですか？

A：今もっとも注目している県産品は泡盛です。
泡盛は非常にポテンシャルが高い商品であり、まだまだ知ってもらえることが多いと思います。

そこで、当社ではお酒の販売に関する免許を全て取得し、2019年7月に泡盛好きのための泡盛専門店「泡盛大好き」の通販サイトを立ち上げました。



▲「泡盛大好き」<https://awamori-daisuki.com>

すでに泡盛の美味しさを知っている方はもちろん、泡盛のことをこれから知りたいという方にも幅広く親しんでいただけるサイトです。泡盛の魅力や、美味しい飲み方などを伝えるコンテンツを充実させ、泡盛の裾野を全国に広げていきます。

まだ泡盛を飲んだことがない人に飲んでもらいたいと考え、別に、どんな飲み方でもいいと思います。もしかしたら邪道と言われるかもしれませんが、炭酸で割ったり、シークァーサーやアセロラの果汁を入れたりとか、自分の飲みやすい飲み方を見つけてもらって、まずは親しんでもらうことが大切です。そうしているうちに段々とかだわりみたいなのが出て来ますので、そうしたら自分のお気に入りの泡盛を探してみたりというふうになればいいなと思います。

やはり酒造メーカーは美味しいお酒を造ることが専門であり、PRや流通の機能を当社のようなWeb制作会社やネットショップの役割としてもっと担わせていただければ、泡盛はポテンシャルが高いため、全国的にももっと盛り上がります。

ホームページで成果が出ない…とお悩みのあなたへ

たった5ページでは 成果は上がりません!!

先着
10社限定

初心者
歓迎!

中小企業
経営者向け

主催



協力



全国で
大人気!!

成果を上げるための in 沖縄 ホームページ改善勉強会

第2回

2020

04/16

[木]

[開場]

[開始]

14:00 14:30 - 16:30

会場

沖縄銀行本店

那覇市久茂地3-10-1

沖縄銀行本店営業部 5階 役員食堂

参加無料 / 10社限定



第1回の様子



セミナー内容

第一部 14:30~15:15

必ず失敗するWEBサイトを見極める7つの方法

休憩 10分

第二部 15:25~16:25

3社限定!LIVE診断

質疑応答 5分

3社限定

大人気!

貴社のHPを
その場で
[LIVE診断]

無料HP診断

77s check!

戦闘力UP
を保証!!

どこがダメで、どうすれば
改善できるのか丸わかり!

チェックシート型 虎の巻

WEB活用
ノウハウが
つまった
虎の巻
セミナーにて
進呈!

お申し込み
お問い合わせ先

Tel:098-869-1439

【受付】9:00~18:00(平日のみ)

楽しいメディアカンパニーOKINAWA合同会社 那覇市久茂地3丁目25-15 JTビルディング5F

WEBなら24時間受付中!
<https://guardian.jpn.com/seminar/tmc/>



けいざい風水

幼児教育・保育の無償化

範囲や手続きに留意

少子高齢化という国の大きな課題に取り組むため、今年10月に予定されている消費税率の引き上げによる財源を活用し、同月から幼児教育・保育の無償化が始まります。無償化の対象となる人は①市町村から保育の必要があると認定された3～5歳までの全ての子ども②住民税非課税世帯の0～2歳までの子ども一となっています。世帯所得にかかわらず、3歳から5歳までの全ての子どもたちの幼稚園・保育所・認定こども園の費用が無償化され、0歳から2歳児については、住民税非課税世帯に限り無料となります。

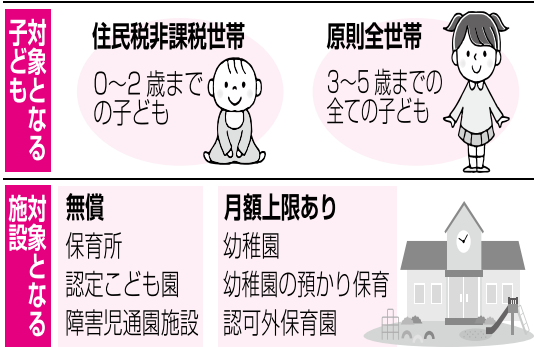
無償化の対象となるサービスは「保育所・認定こども園・障害児通園施設」のほか、月額の上限が設けられていますが「幼稚園・幼稚園の預かり保育・認可外保育園」も対象となっています。基本的な保育施設の保育所利用料は一定を上限に無償化されますが、実費として徴収される「通園送迎費」「食材料費」「行事費」などの費用については無償化の対象ではないため、留意が必要です。

また、利用する施設によって無償化手続きの有無に違いがあります。手続きが必要となる場合は、自治体により定められた「施設等利用給付認定申請書」をホームページ等から入手し、記入後、通園する（予定）施設に提出します。ただし、自治体によって必要な手続きが異なる場合があるため、詳しくは各自治体のホームページ等で確認する必要があります。

少子高齢化が進み人口が減少している日本ですが、このような施策で子育てしやすい環境になっていくことを期待したいものです。

（沖縄銀行 事務部上席調査役 仲里 篤）

幼児教育無償化のイメージ 出所：厚生労働省の資料を参考に作成



（2019年9月8日掲載）

持続可能な社会基盤

ITリテラシー醸成しよう

ソーシャルネットワークサービス（SNS）で、年齢を超えての祖父から「じいじも家族のコメントを楽しみに読んでいますよ」とコメントがありました。ITを活用できる知識、いわゆるITリテラシーの高さに感服してしまいます。家族間でいつでも情報を共有できるため、日々の体調管理や特殊詐欺事件などの回避も可能ではないかと感じます。内閣府が提唱している「Society5.0で実現する社会」は、人工知能（AI）やロボット、自動走行車などの技術で、少子高齢化、地方の過疎化、貧富の格差などの課題が克服され、世代を超えて一人一人が快適で活躍できる社会とされています。

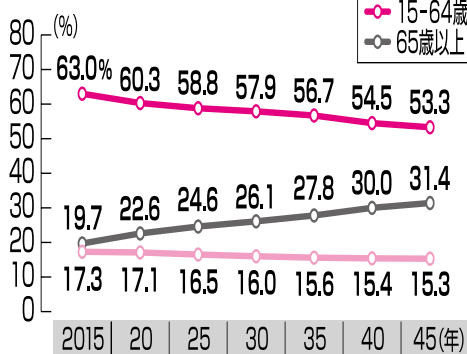
沖縄県においては、生産年齢人口（15歳～64歳）の減少が予測されており、人手不足は今後も続くことが予想されます。県内の事業者において人手不足を補うためにIT等を活用した事業運営が求められます。

「ITを活用してどのような事業運営の効率化ができるのか」という声が聞こえてきそうですが、沖縄総合事務局や中小機構では事業者向けにIT利活用促進のための研修やITフェアを開催しています。沖縄県も、事業者とITソリューションをつなぐマッチングサイト「インダストリンク」を稼働し課題解決を支援しています。家族の生活を守るのも、事業者の持続可能な事業運営を可能にするにもITリテラシーを醸成するような活動が求められています。

まずは身近な家族からITリテラシーを醸成していく活動を通して、持続可能な社会基盤に向けて取り組んでいきたいものです。

（沖縄銀行 監査部検査役 安里 直樹）

沖縄県の将来推計人口割合



出所：「日本の地域別将来推計人口（2018年推計）」（国立社会保障・人口問題研究所）を加工して作成

（2019年9月15日掲載）

貸倒引当金の今後について

将来見通す改定期待

貸倒引当金とは、一般企業の売掛金や貸付金など、債権回収が不能になった場合に備え、各利益から債権額に応じてあらかじめ積み立てておく金額のことです。

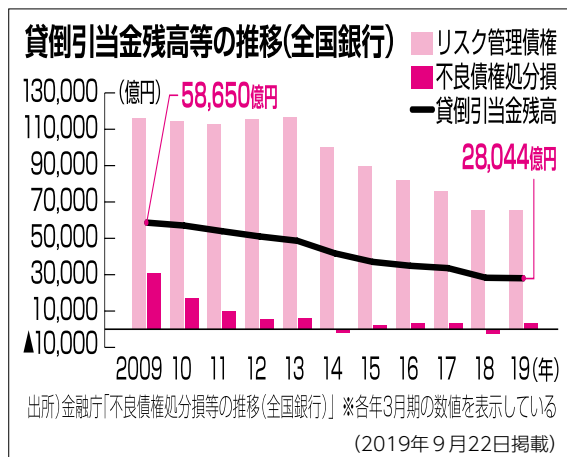
銀行などの金融機関の場合はお客さまへの融資金が引当金の対象となります。金融機関は、融資先（企業や個人）の返済能力を独自に判断し、融資資金を回収できない可能性のある債権（リスク管理債権）に備えて、あらかじめ引当金を計上します。

バブル崩壊後、いわゆる銀行の不良債権問題が表面化し、銀行の破綻や経営統合が相次ぎました。各行とも現在に至るまで不良債権処理を推し進めました。現在は、不良債権問題も一段落し、全国銀行の貸倒引当金残高は減少、バブル景気以前の水準に戻っているのが実情です。

2018年6月、金融庁は「金融検査・監督の考え方と進め方（検査・監督基本方針）」において検査マニュアルの廃止を明示しました。廃止に伴って、従来の「形式・過去・部分」重視の考え方から、「実質・未来・全体」を意識した引き当てが可能になること、当該金融機関の業務や顧客の特性に基づいたものであること、引き当て等の水準が全体として適切となるものであることを示唆しています。

銀行などの金融機関は、新たな時代に向けて新しい償却・引き当てルール策定について研究を重ねています。過去の画一的な引当方法から、将来を見通した方法に改定することで、引当金の十分性を確保するとともに、企業の事業性を的確に判断した融資ができるメリットに期待したいところです。

（沖縄銀行 融資統括部上席調査役 安谷屋 輝）



持続的成長のための働き方改革

人材定着へ取り組み必要

令和元年。今、最も経営者の頭を悩ませているのは「人材の確保」ではないでしょうか。沖縄労働局によると、2018年の平均有効求人倍率は景気拡大を背景に1.17倍を記録し、5年連続で復帰以降の過去最高値を更新しています。県内の景気は拡大傾向にあり、当面採用難が続くとみられます。

人材を確保する取り組みには新規採用のほかに「人材の定着」が挙げられます。沖縄県による18年の調査では、直近1年間の離職率は正社員で約1割、パートタイマーで約3割となっています。また、離職者の平均勤続年数をみると、大部分は3年未満となっており、企業としては何とか採用しても戦力として活躍してもらう前に退職されてしまい、また採用からやり直すという悪循環に陥っている可能性があります。従業員の離職理由は「他に就きたい仕事があるから」が約5割を占め最も多く、家族の事情、体調の問題と続きます。「給与が少ないから」は約1割で6位です。

一方、企業が離職防止・定着促進のための取り組みで「取り組んでいて効果があつた」割合が最も高いのは、「賃金の向上」であり、次に「育児や家族の介護等を行う従業員への配慮」、「病気治療中の従業員への配慮」と続き、離職理由と若干ギャップがあります。

政府は「多様な働き方を選択できる社会を実現し、働く方一人ひとりがより良い将来の展望を持てるようにすること」を目的として働き方改革を進めています。企業としても持続的な成長のため、自社の課題に応じた働き方改革の取り組みが求められています。

（沖縄銀行 人事部上席調査役 長嶺 初）

離職防止・定着促進のための取り組み(事業所回答)

賃金の向上	32.1%
育児や介護などへの配慮	31.4%
病気への配慮	28.6%
人間関係の工夫	25.3%
休暇取得の徹底	25.2%

前勤務先を退職した理由(従業員回答)

他に就きたい仕事がある	47.8%
家庭の事情	47.0%
体調不良	22.4%
社風や組織になじめない	11.5%
給与が少ない	10.2%

出所：沖縄県「2017年度沖縄県労働環境実態調査」

(2019年9月29日掲載)

就業意識の向上に向けて 高い若年無業者比率

近年、有効求人倍率が1倍を超える水準が続いているとともに、人手不足が深刻化している沖縄ですが、一方で、若年無業者比率が全国でもトップクラスに高いことをご存じでしょうか。

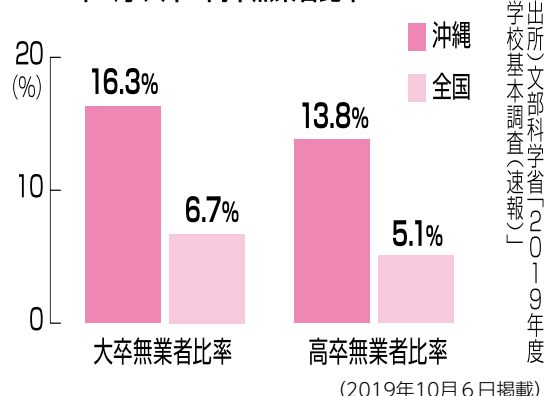
文部科学省の「2019年度学校基本調査（速報）」によれば、沖縄の大卒無業者比率は全国で最も高い16.3%（全国の2.4倍）、高卒無業者比率も全国で最も高く、13.8%（全国の2.7倍）となっています。その背景には、学生の県内就職志向、大手企業や公務員志向、県内企業の中途採用志向などが推測されます。

また、各調査によって「無業者」の定義は異なりますが、総務省の「2017年度就業構造基本調査」によれば、15歳～34歳の若年無業者比率は38.0%（全国は35.0%）と、全国で7番目に高い数値となっています。同調査では、就職希望の若年無業者が求職活動をしない理由（沖縄）として、「出産、育児のため」（30.7%）や「通学のため」（15.3%）、「病気やけがのため」（11.7%）、「知識・能力に自信がない」（6.1%）等が挙げられています。

IoTの普及拡大や働き方改革の取り組みにより、在宅ワークやテレワーク、時短勤務や分業化など、近年、これまでに無かったさまざまな働き方が増えつつあります。働き方の多様化を無業者の就業意識を高めるチャンスとして捉え、求職活動者だけでなく求職活動をしていない無業者の視点も含めた職場環境整備や、行政による就労支援などの取り組みが重要であると考えます。

（おきぎん経済研究所 研究員 與那覇 徹也）

2019年3月 大卒・高卒無業者比率



食品ロス削減月間 まずは身近な工夫から

今年10月1日に「食品ロス削減推進法」が施行され、今月は「食品ロス削減月間」、そして10月30日は「食品ロス削減の日」となっています。

「食品ロス」とは、本来食べられるのに捨てられる食品を意味しており、わが国の食品ロスは年間643万トン（2016年度推計）、国民1人当たりでは1日約139グラム（茶碗約1杯のご飯の量に相当）になるとされています。年間食品ロスの内訳としては、事業系廃棄物由来（規格外品、返品、売れ残り、食べ残し）が約352万トン、家庭系廃棄物由来（食べ残し、過剰除去、直接廃棄）が約291万トンとなっており、食品ロスの約半分は家庭からとなっています。

このような状況下、食品ロスを減らすために家庭で取り組める工夫として「買物前に冷蔵庫等にある食材を確認する」「必要な分だけ買う」「食べきれる量を作る」などが挙げられているほか、事業者については「賞味期限の延長や年月表示化」「納品期限の緩和」「容器包装の工夫」などが挙げられています。

また、食品企業の製造工程で発生する規格外品などを引き取り、福祉施設等へ無料で提供する「フードバンク活動」のほか、家庭で余っている食品を学校や職場などに持ち寄り、それらをまとめて地域の福祉団体や施設、フードバンクなどに寄付する「フードドライブ」等の取り組みも見られます。

各個人や企業が食品ロスを意識するとともに、まずは身近に取り組める工夫を行動に移していくことが、食品ロス削減に向けた大切な一歩となるのかもれません。

（おきぎん経済研究所 研究員 喜瀬 真人）

