CONTENTS

おきぎん調査月報

ご覧になれます

2020 12 No.555

1 くがにくとぅば［黄金言葉］vol.201
一つひとつの仕事を大事にして確実に仕留める
株式会社ディーズプランニング　やっぱりステーキ　代表取締役　義元　大蔵

5 地域リレーションシップ情報 195
沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について
令和２年度「伝統的工芸品産業功労者等沖縄総合事務局長表彰式」及び「伝統的工芸品産業功労者等経済産業大臣表彰伝達式」を開催しました

6 **【スポット調査】新型コロナウイルス感染症の影響について**

15 おきぎんマーケティングレポート
第81回おきぎん企業動向調査（2020年7～9月期）調査結果
～県内（地域・業種別）の経営環境と業況感～

24 **けいざい風水**

26 **県内景況・確報**
2020年４－９月期の県内景況

34 **国内景気動向**

36 **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）

56 **経済社会のできごと**（沖縄、国内・海外）
2020年10月

表紙写真/年越しそば（沖縄そば、八重山そば、宮古そば）

一つひとつの仕事を大事にして確実に仕留める

株式会社ディーズプランニング
溶岩焼きステーキ やっぱりステーキ STEAK HOUSE
代表取締役　義元　大蔵

今回は、沖縄からステーキ文化の大衆化を発信し、県内外FCを含め56店舗の事業展開を行っている株式会社ディーズプランニング／やっぱりステーキの義元 大蔵 代表取締役に、急成長の秘訣や今後の展開などについてお話しを伺って参りました。

高校卒業後、米国へ渡米

高校生の時は、日本でやりたいことが無かったのかもしれません。海外に出たら何か見つかるのではないかと、高校１年生ぐらいの頃から留学すると決めていました。

米国に10年近く留学することで学んだことは、日本とは違って治安もそうですが、一瞬一瞬の判断が命取りになることを肌で感じることが出来たことです。今のビジネスにも活かされています。

帰国後、下積み経験

９.11の同時多発テロを機に、27歳の時に沖縄に帰郷し34歳までの６年間、県内の会社数社で働きました。それらの会社では、国際物流、広告代理店、インターネット、食品会社、飲食コンサル、卸売りなど様々な事業を経験させていただき、寝る暇も惜しまず働きました。この下積み経験が今のビジネスに繋がったと思います。

その後、飲食コンサルの会社に勤務していたのですが、縁があって厨房機器を無料で譲り受ける機会があり、40歳になった2015年２月、那覇市松山の繁華街に「やっぱりステーキ」１号店をオープンしました。

カウンター６席、３坪の小さな店舗からスタートでした。ほんの５年前です。

▲創業当時のカウンター6席、幻の1号店
（現在は同建物内の別区画に移転）

飲んだ後の締めはやっぱりステーキ

「やっぱりステーキ」の名称の由来は、「飲んだ後の締めはやっぱりステーキだね！」から来ています。

私はいつも飲んだ後にステーキを締めで食べていたのですが、薄くて草鞋のようなステーキがほとんどでした。米国滞在時に食べていた赤身の塊の肉のステーキが忘れられず、それなら自分で作ってしまえという発想で始めました。

日商15万円、月商280万円を叩き出す

エアコンもなく暑くて寒いビルの廊下の一角に屋台のような店をオープンしました。営業開始当初はこんな場所で流行るわけがないと言われていましたが、実際に食べてくれたお客さまの「面白い店だ。あそこのステーキは1,000円だけどむちゃくちゃ美味いぞ」という口コミが一気に広がり、３カ月間位は行列が出来、日商15万円、月商280万円を叩き出しました。朝５時までの営業です。

その半年後には20坪、24席の２号店をオープンし、２号店は最高で日商90万円、月商1,800万円にもなりました。

▲やっぱりステーキ2号店　松山店

また、「締めのステーキ」が沖縄本島でも確立し始めた時期でもありました。その後、全国放送のテレビ番組で取り上げられたこともあり、県外からもFC（フランチャイズ）のオファーが殺到し、現在は県内外FCを含め56店舗の事業展開となっています（2020年11月末までの出店予定を含む）。

沖縄からステーキ文化の大衆化を発信

やっぱりステーキの特徴は、あっさりした赤身ミスジ肉（肩甲骨周辺の部位）を使用し、高品質ステーキが1,000円（税込み）で気軽に食べられるというものです。最近は県内でも1,000円ステーキを出すお店も増えましたが、1,000円ステーキのパイオニアは当店であり、沖縄から全国に1,000円ステーキを広めたという点では、ある意味、日本のステーキ業界を変え、沖縄からステーキ文化の大衆化を発信していると言えます。

やっぱりステーキのビジネスモデルが急成長している秘訣

1．できるだけ初期投資が掛からない居抜き物件を活用する。

▲やっぱりステーキ6号店　首里りうぼう店

2．券売機を使って注文と会計を一回で終わらせるので、オペレーションがシンプル。

3．溶岩石を使うことで、①遠赤外線効果で肉がふっくらジューシーになる。②基本、肉の焼加減は全てレアで出すため調理がシンプルとなり、お客様好みの焼き方で楽しめる。③炭火と違って煙が発生しないため、メンテナンスが楽。

4．付け合わせのポテトなどのガロニを無くして、その分のコストを良質な肉の仕入れに充てている。但し、ライス・サラダ・スープは食べ放題。

5．ミスジ肉はアメリカ産、他の肉はオーストラリア産であり、トレードオフを徹底。
ミスジ肉は本来、筋が硬くステーキ肉には適さないが、手作業で丁寧に下処理をする（1kgの内400gは廃棄）ことで、あっさりとした食感と濃厚な味わいの肉本来の美味しさを提供。

6．FLコスト（食材費・人件費）は65％～70％、原価率50％弱、人件費20％以下。

7．自分好みの味で食べて欲しいと、A1ソースだけでなく10種類以上のソースを用意。

8．即断即決

地域に根ざした食堂を目指す

現在、那覇市国際通り周辺には3店舗あるのですが、元々、国際通り近辺で働いている人をターゲットにしており、働いている人の食堂になれたらという想いで出店しました。

2017年9月には大分を皮切りに全国進出をしたのですが、おそらく、初出店が大分というのは珍しいと思います。普通は、東京、大阪、福岡などマーケットが大きい大都市圏が初出店になる場合が多いのですが、当社は「地域に根ざ

した食堂」を目指す地方戦略を取っているため、大分となりました。

県外では、高品質ステーキが1,000円で気軽に食べられることに対して、驚くほど感動されて何度も通っていただけるお客様が後を絶ちません。

その後、地方を中心に全国出店して50店舗位になった時に、全国各地にあるやっぱりステーキを広めるメディア戦略として日本の中心である東京に出店を計画し、2020年６月に東京都武蔵野市の吉祥寺へ進出しました。狙い通り、オープン時、テレビ、ラジオ、新聞社などあらゆるメディアが取材に訪れ、その日の夕方はメディアニュースをジャックしました。

▲6/17オープンしたやっぱりステーキ51号店　吉祥寺店
井の頭公園の住宅街にあり、ペット同伴可。
現在もメディアの取材が絶えない。

コロナ禍こそ素直に営業

新型コロナウイルス感染拡大の影響で売上高は５割以上減りましたが、当社では以下のとおり前向きにみています。

1．お客様が出歩かないので、今まで以上にテイクアウト市場や通信販売市場が開けた。
2．好立地の空き店舗物件も多くなった上、家賃交渉がしやすくなった。
3．優秀な人材が大量に集まりやすくなった。

厳しいコロナ禍、考え付くことはまずはやることだと思います。飲食店では居酒屋あたりが一番厳しいかと思いますが、お客様の来店だけを待っていては、おそらく今年の忘年会も厳しいと思います。テイクアウトや通販などもそうですが、今までにやったことがないことにしっかり取り組んでいかなければなりません。

また、自分達ができる努力は行わなければなりません。家賃交渉もそうですし、経費削減も人を減らすだけではなく、水道光熱費も見直すなど、客観的にみて、今まで気付かなかった無駄や非効率を徹底的に洗い出す必要があります。逆に今の時期だからこそ、見直さないといけないところは素直に受け止め、営業していくしかないというのが本音です。

当社でも県内店舗は結構、コロナの影響を受けましたが、県外店舗は沖縄ほどではありません。九州もそうですが、東海地方も戻りが早かったと思います。営業時間の短縮は行いましたが、臨時休業はほぼ行っていません。いつでも開いているということがお客さまの安心感に繋がると思います。

▲テイクアウトができる
ステーキ弁当

▲やっぱりステーキオンライン
ショップ

一つひとつの仕事を大事にして確実に仕留める

私はいつも、「一つひとつの仕事を大事にして確実に仕留める」をモットーに常に取り組んでいます。仕事に小さい大きいは関係なく、中途半端にせず、一つひとつの仕事を大事に取り組むことで、人との信頼のパイプが広がり揺るぎないモノになる（仕留める）と考えています。

今年も残り少なくなりましたが、年内にあと４カ所（徳島、大阪、広島、静岡）出店します。また、コロナ禍で契約は止まっているのですが、海外からのFCの依頼や問い合わせがあり、オンライン上では話は進んでいます。

今後は、飲食店ではありますが、ステーキとは違うブランドを新しく立ち上げて、やっぱりステーキと相乗効果が出るようなドミナント戦略で店舗を増やしていく計画も構想中です。ご期待ください。

溶岩焼きステーキ
やっぱりステーキ
STEAK HOUSE

肉厚なのに
驚きの
やわらかさ!

溶岩石でふっくらジューシーに焼き上げる

世界遺産
富士山
溶岩石使用

OKINAWA STEAK HOUSE YAPPARI STEAK

¥1,000ステーキ【税込】
《サラダ・スープ・ご飯、食べ放題付き!!》

沖縄から全国へ!!やっぱってます。
おかげさまで全国56店舗ありがとうございます。

TAKE OUT
やってます!!

ステーキ
お持ち帰り出来ます。

スープ・サラダ・ご飯SET
※写真はイメージです。

ステーキ弁当 各種 《お電話でのご注文も承ります。》
※数量が多い場合や、混雑時はお時間をいただく場合がございます。

※店休日や営業時間につきましては、予告なく変更となる場合がございます。事前に店舗へご確認をお願いします。

けいざい風水

キャッシュレス決済の拡充
シニア層への浸透不可欠

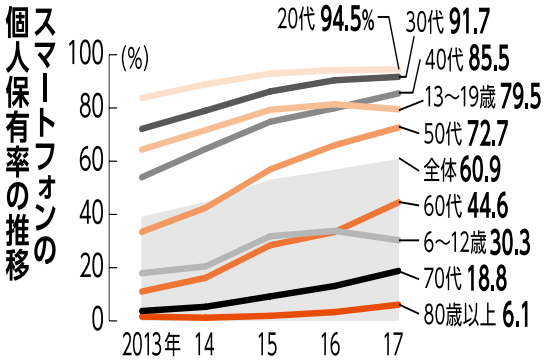
新型コロナウイルスの感染拡大に伴い「新しい生活様式」による感染対策が求められています。日常生活の買い物でもキャッシュレス決済（電子決済）の利用が推奨される中で、経済産業省は「支払い方改革宣言」として「未来投資戦略2017」において2025年までにキャッシュレス比率を40%まで引き上げ、将来的には80%を目指しています。

18年の同比率は24.1％と低調な一方、キャッシュレス支払額では70兆円を超えています。主なキャッシュレス決済はクレジットカード、デビットカード、電子マネー（プリペイドカード）、スマートフォン決済（QRコード等）があります。クレジットカードとデビットカードは３千円以上の中・高額決済時に利用され、電子マネー、スマートフォン決済は千円以下での少額決済時の利用が多い傾向にあります。このため、利用促進にはスマートフォン決済の浸透・利用が重要です。

総務省によるとスマートフォン保有率は、13年の39.1％から17年には60.9％（プラス21.8ポイント）と増加傾向にあります。一方で年代別に見るとシニア層（60代以上）の保有率は50%以下（60代44.6％、70代18.8％、80代以上6.1％）と低く、「セキュリティーが不安・信じていない」「使い方がわからない」等の安全性や操作性に要因があるようです。

今後、キャッスレス拡充にはシニア層（60代以上）への浸透が不可欠であり、スマートフォンやインターネットに不慣れなシニア層が取り残されないさまざまな施策・対応が必要となっています。

（沖縄銀行　デジタル事業部上席調査役　池間 大一）



（出典）総務省「通信利用動向調査」（各年）より作成

（2020年９月６日掲載）

働き方改革にICT活用
テレワークへの一歩

小学生の娘から「お父さん明日はお家で仕事？」と聞かれるようになりました。政府が１年前に東京オリンピックの交通交雑の解消で推奨した「テレワーク」が、現在ではコロナ禍でより求められる働き方となっています。

テレワークはICTを活用した時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方とされており、自宅で働く在宅勤務、移動中や出先で働くモバイル勤務、事務所以外の施設で働くサテライト勤務に分けられています。

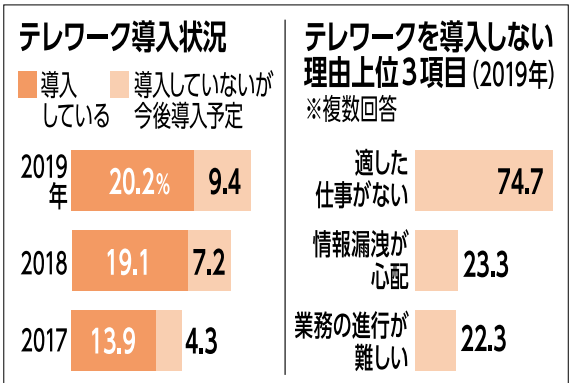
厚生労働省はテレワークを実現するツールとして、①リモートアクセス②コミュニケーション③労務管理システム④ペーパーレス化⑤安全なモバイルワーク―などを紹介しています。

沖縄銀行ではこれまで、生産性向上を目的とした働き方改革の一環として、社内スケジュールや決裁承認の電子化のためにグループウェアの導入、スマートフォンやタブレットなどのモバイルデバイスからリモートアクセスできる環境の構築、コミュニケーションツールの活用など、さまざまな取り組みを実施してきました。その結果がテレワークの実現につながっています。

しかし、まだ全ての職員がテレワークできる状況ではありません。国内でもテレワーク導入または導入予定がある企業は約３割であり、導入していない企業の理由は「適した仕事がないから」が74.7％と最も多く、まだ課題がある状況です。

ICTの活用は業務効率化だけでなく、キャッシュレス決済などのサービス向上にも広がりを見せています。今後のさらなる進化が地域社会の発展につながることを期待しております。

（沖縄銀行　業務革新部調査役　美差　正卓）



出所：総務省「2019 年通信利用動向調査」

（2020年９月13日掲載）

※琉球新報に掲載

高度化する基幹システム

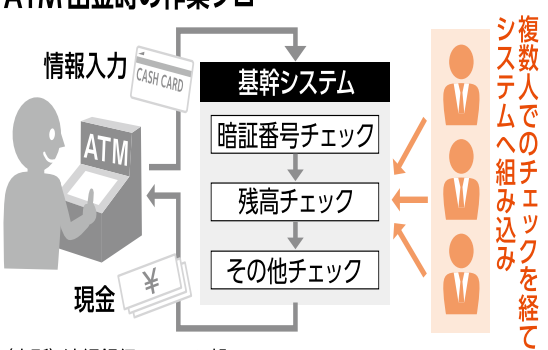
支える人いて成り立つ

皆さんの多くは、金融機関の窓口や現金自動預払機（ATM）で入出金や振り込み等の経験があり、それらの取引が正常に行われるのは当然のことと認識されていると思います。通常、窓口業務やATMなどほぼ全ての取引をつかさどるのは「勘定系システム」とも呼ばれる基幹システムです。その基幹システムの正確性は、そこに関わる多くの人たちの緻密な仕事の上に初めて成り立っています。

例えばATMでキャッシュカードを使って出金する場合、ATMの画面から暗証番号や金額など必要な情報を入力し確認ボタンを押すと、その情報は基幹システムに送られます。情報を受け取った基幹システムは、暗証番号は正しいか、金額は残高の範囲内か等、さまざまなチェックを行いますが、どのようなチェックをすべきなのか、あらゆるパターンを考慮するのは人手によるものです。さらにそれをプログラミングし、実際にシステムに組み込むのも人手によるものです。

公共的使命を担う金融機関の基幹システムには高い正確性が求められます。そのためシステムが構築されるまでの過程には、複数人で何重にもチェック漏れやプログラムの不備が無いかなどの確認作業が存在するものです。ATMから現金が引き出されるまでの数秒間に、これらの作業の成果が凝縮されています。昨今では基幹システムをクラウド化（サーバーやデータベースなどのITシステムを、通信回線を通じて貸し出す仕組み）する動きもありますが、より良い運用を目指す人によるアイデアや作業が基幹システムの高度化には不可欠となっています。

（沖縄銀行　システム部調査役　國場　慶）



ATM出金時の作業フロー

（出所）沖縄銀行システム部

（2020年９月20日掲載）

1人当たり県民所得と労働生産性

企業の収益力向上が課題

沖縄県の１人当たり県民所得は2016年度時点で227.3万円と全国（321.7万円）の約70％の水準にとどまっており、復帰以降一貫して全国最下位の状況が続いています。

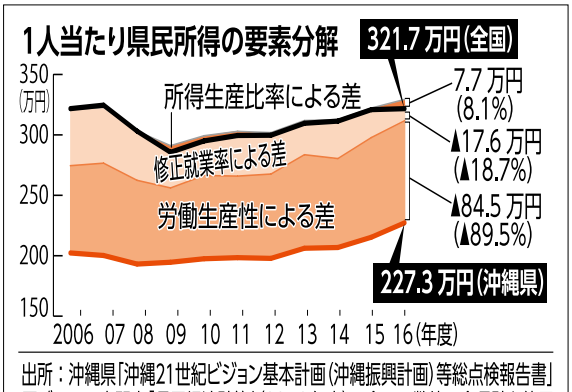
なぜ、沖縄県の１人当たり県民所得は全国に比べて低いのか。その要因として、労働生産性の格差が注目されています。労働生産性とは、簡単に例えると労働者１人当たりがどれだけ成果を生み出したかを示すものであり、県民所得への影響が大きい一要素とされています。

細かい定義は割愛しますが、１人当たり県民所得は①労働生産性②所得生産比率③修正就業率―の要素に分解することができます。「沖縄21世紀ビジョン基本計画（沖縄振興計画）等総点検報告書」によれば、全国との１人当たり県民所得の格差（94.4万円）のうち、89.5％（84.5万円）が労働生産性による差として示されております。

沖縄県の16年度の労働生産性は623.2万円、全国は850.5万円です。その差を早期に埋めることは容易ではありませんが、仮に労働生産性が現在より10％でも上昇していた場合、１人当たり県民所得は250.0万円（全国の約77.7％）、都道府県別で44位となり、最下位を脱していたと試算することもできます（所得生産比率、修正就業率を一定とした場合）。

１人当たり県民所得の全国格差を是正し、県民が経済成長を実感できる社会を築いていくためには、産業全体の収益力や生産性の向上等が課題として挙げられています。沖縄の自立型経済の構築に向けては、県内企業の経営革新や技術力の強化等が重要であり、県民一人一人の「稼ぐ力」の向上が求められています。

（おきぎん経済研究所　研究員　與那覇　徹也）



出所：沖縄県「沖縄21世紀ビジョン基本計画（沖縄振興計画）等総点検報告書」
原データ：内閣府「県民経済計算」（2016年度）※全国の数値は全県計を使用

（2020年９月27日掲載）

目次へ