

1 くがにくとぅば[黄金言葉] vol.212

正心誠意

株式会社 VIVA RYUKYU 代表取締役社長 土肥 仁

4 地域リレーションシップ情報 206

沖縄総合事務局経済産業部の最近の取組について
事業承継啓発月間 イベント等一覧

5 特別寄稿

ASEAN市場の急成長(リープフロッグ)と沖縄

早稲田大学大学院商学研究科博士課程単位取得
琉球大学国際地域創造学部 教授 知念 肇

9 おきぎんマーケティングレポート

第85回おきぎん企業動向調査
(2021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～

18 けいざい風水

20 県内景況・確報

2021年8月の県内景況

28 国内景気動向

30 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)

50 経済社会のできごと(沖縄、国内・海外)

2021年9月



表紙写真/マングローブ(西表島)

正心誠意



株式会社 VIVA RYUKYU

代表取締役社長 土肥 仁



今回は、番組制作を中心に、CM制作、イベントの撮影、企業VP（ビデオパッケージ）などを制作している株式会社 VIVA RYUKYU の土肥 仁 代表取締役社長に、企画・制作のこだわりや映像制作の動向などについてお話を伺って参りました。

見たい！ 見てよかった！

映像制作会社として、「ユーザーの皆様が見たい！ 見てよかった！」と思うものを制作することが責務と考えています。自分たちが作って楽しいと思わないものは、きっと楽しくない。だからこそ、自分たちが楽しみながら作ることを心掛けています。

また、より多くのお客様（エンドユーザー）により商品、素晴らしい商品を届けたい。そのために広告を打つ。その思いに応えるために、私たちが何をすべきか、お互いがウィンウィンの関係にならなくては意味がないと考え、双方が納得するつなぎ役として私たちは広告の映像制作をしています。陳列されている商品だけでは伝わらない、みんながいいね！と思われるモノを売ってやろうという気概で取り組んでいます。

【番組制作】※レギュラー番組

「ウィン♪ウィン♪」

（毎週土曜10：25～放送中 沖縄テレビ）

「OKINAWA MONDE W・ALKER」

（毎週日曜8：30～放送中 沖縄テレビ）

「ハイサイ新婚さん」

（毎週日曜9：55～放送中 沖縄テレビ）

「グーな家探し」

（第3,4日曜11：45～放送中 沖縄テレビ）

おきぎんPresents「17のたね～沖縄の未来を元気に!!～」

（毎週火曜18：55～放送中 琉球朝日放送）

「#サタデーキングス」

（毎週土曜10：50～放送中 琉球朝日放送）

【CM制作】※制作協力

- au沖縄セルラー電話様
- 沖縄ファミリーマート様
- オリオンビール様
- 沖縄森永様
- テラスホテルズ様
- 日本トランスオーシャン航空様
- 琉球エアコミューター様
- 沖縄電力様
- 沖縄銀行様

その他多数



▲レギュラー番組「ウィン♪ウィン♪」

家庭内不和のニュースを目にするようになったからこそ明るい話題を

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、渡航規制などから、県外、海外からの仕事が激減しました。また、県内の番組においても、取材が出来ないなどの影響も多くなり、苦勞をしています。

例を挙げると、レギュラー番組「ハイサイ新婚さん」に関しては、披露宴が出来なくなった

ことから、番組存続の危機に陥りました。試行錯誤の結果、これまで出演してくださったご夫婦のその後の生活を聞くということで、新しい構成でお送りすることになりました。

外出もできない、自宅滞在時間が長くなったなど生活のスタイルに変化が起き、家庭内不和のニュースを目にするようになりました。そこで、結婚後数年たった今も、協力しながら暮らしている幸せなご夫婦を紹介することで、明るい話題と番組を見ている方々に自分たちもそうしようなど見つめ直すきっかけを提供したく、このような構成にしました。



外国人が県内各地を訪れ、沖縄の魅力を体験する「OKINAWA MONDE W・ALKER」に関しては、取材先が臨時休業や閉館など、コロナ禍の営業形態の影響を受け、10月からは、再放送、リモート取材による再編集など、しばらくは控えめな情報を提供することになります。



日々仕事に追われていた日常から、コロナ禍で考えないといけない日常に変わった

去年の8月に県が2回目の緊急事態宣言を発令した時に、これは長く続くと思い、1年間掛けて新しいことをみんなで考えるいい機会と捉えました。アフターコロナを見据えた番組作りや、映画制作、会社の勤務体制、社員の自己研鑽などについて、アイデアを募集したり、みん

なでじっくり考えました。

これまで、普通に従業員に給料が払え、業者への支払いも順調に出来ていたため、いつの間にか必死さが無くなり、会社を設立した時の信念が希薄になりつつありました。このコロナを機にそれを改めて見つめ直す時間が出来、私が20代、30代だったギラギラした感じが戻って来たような気がします。

日々仕事に追われていた日常から、コロナ禍で考えないといけない日常に変わった時に、新しい発見があったこの1年でした。

去年の8月からSDGsに関する番組を企画提案し4月より、おきぎん Presents「17のたね」が新たに番組スタートしました。また、10月からは、アリーナやスポーツ観戦の魅力を伝える「#サタデーキングス」がスタートしました。



今後ローカルを超えた配信が増える

以前より本土の大手芸能プロダクションとも親しくさせてもらっているのですが、WebやBSデジタルでの配信番組が増えたことや、コロナ禍で番組制作の距離感が一層無くなりネットワークが軽くなったことから、全国ネットではなくローカルネットで一緒にお仕事出来る機会が増えて来ています。

一方で、ローカルを超えた配信が今後増えると感じています。

現在、アフターコロナを見据えて、観光、県産の製品などを県外、国外の方々に紹介する映像を制作、配信する準備をしています。海外に向けた映像を発信することも、今後の事業として、もっとも力を入れるところです。韓国のタレントさん、台湾のテレビプロデューサー、ドイツ、スイスのプロデューサーとも既に話が進んでいます。

但し、いくら良い映像を作っても、配信が間違っていたら効果がありません。見てもらうためにどこで配信するか、どういうふうに配信するかをもっと真剣に考えなければなりません。国内だけではなく世界を相手に見てもらう映像制作を目指しており、特に海外路線の機内で見てもらえるよう営業をかけています。

才能ある人材を確保し育てる

私たちは番組制作を中心に、CM制作、イベントの撮影、企業VPなどを長く製作していますが、近年のSNSやWeb配信、YouTubeなど、専門会社でなくても映像を制作する人が増え、映像の作り方などが変化していると感じます。撮影機材や編集機などが安価で手に入りやすくなったこともあり、様々な演出方法で映像制作が行われるようになったと思います。

結果、映像のテクニックよりも、人が見たいものを作る、伝えたいことを映像化する傾向にあり、それが出来てしまう機材があると感じます。

そこで、今後の映像制作は、才能ある人材をいかに確保し、育てていくかにあると思います。学歴や経験などを問わず、映像制作に興味を持つ人材を確保し、見る側の立場になって撮影や編集をする人材を育成しています。

社員数が少ないこともあり、全員で情報共有し、全員で考えることが出来るスタッフが揃っています。技術レベルにおいても、常に向上心を持って取り組んでいることから、県内でもトップレベルにあると思います。県内はもちろん、県外の放送局や制作会社などからも撮影後や制作物の納品後に評価をされています。

機材に関しては、テレビ番組、CM制作などを制作するには十分対応できるものが揃っています。高価なものに限らず、使い勝手のいいものを常に揃えるよう心掛けています。



正心誠意

私の座右の銘は「正心誠意」です。誠心誠意とも捉えられますが、「誠」は常識的なもの、普通・当たり前のことであり、「正」はもう少し人間味があり、普通・当たり前 + a だという持論があります。人間として心を正しく保つために、自分を偽らず誠実に対処するよう日々心掛けています。

沖縄は可能性の宝庫であり、東京と比べて、全部ないところや沖縄にしかないものがたくさんあります。人との繋がりや人間らしい生活が出来、仕事中心で自分や家族を犠牲にしないと成功しない東京とは違います。仕事で知り合っても、ビジネスライクではなく、友人のようにちゃんと人づきあいが出来るのがいいですね。忙しさの中にも、心にゆとりが持てるのがいいと思います。プロバスケットボールの外国人選手やその家族も沖縄はたいへん住みやすいと言っています。

会 社 名	株式会社 VIVA RYUKYU
代 表 者	土肥 仁
設 立 日	2012年2月
所 在 地	〒900-0034 沖縄県那覇市東町19-1 野原ビル東町3階
連 絡 先	TEL 098-860-9731 FAX 098-860-9732 URL : https://viva-ryukyu.jp/

特別寄稿

ASEAN市場の急成長 (リープフロッグ) と沖縄



知念 肇

早稲田大学大学院商学研究科博士課程単位取得
琉球大学国際地域創造学部 教授

1. はじめに

これまで、沖縄県経済の発展は、旺盛なインバウンド需要によって支えられてきた。アジアの中心に位置する沖縄県の今後の発展を考えると、アジア経済の変化を冷静に見極める必要がある。特に発展著しい東南アジアは重要な経済パートナーとなる。

世界がパンデミックに苦しむなか、東南アジアへの投資は衰えを見せないが、東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）として6億人の市場を形成するとみられている。しかし、ASEANは多様な国々からなる経済圏であり、経済格差に加えて、その他にも、多くの困難が存在する。

そんなASEAN諸国で、EC市場が急成長しており、今後ASEAN市場は、デジタル化により劇的に変化するとみられている。本稿においては、ASEANにおけるEC市場の急成長について考察していく。その上で、変化していくASEANと沖縄経済の今後について考察していく。

2. ASEANの基本情報

2019年現在、ASEAN（東南アジア諸国連合）の人口は6億6,062万人（世界の8.6%）、GDP3兆1,731億米ドル（世界の3.6%）、一人当たりGDP4,803米ドル（世界平均の42%）となっている。¹⁾

ASEAN域内における経済の中心地は、シンガポールであり、一人当たりのGDPは約65,233米ドルとなっている。一方、人口で見るとインドネシアが最大で27,063万人となっている（表1）。

表1. ASEAN諸国の人口と一人当たりGDP

	人口(万人)	1人当GDP(米ドル)
ブルネイ	43	31,087
カンボジア	1,649	1,643
インドネシア	27,063	4,136
ラオス	717	2,535
マレーシア	3,195	11,415
ミャンマー	5,405	1,408
フィリピン	10,812	3,485
シンガポール	570	65,233
タイ	6,963	7,808
ベトナム	9,645	2,715

出所：「目で見えるASEAN：ASEAN経済統計基礎資料」（2011）
外務省 アジア太平洋局地域政策参事官室のデータより
筆者作成。

ASEANは、域内で経済格差が大きく、また人口の構成比も大きく異なる市場であるが、政治、民族、宗教においても多様である（表2）。

表2. 政体・内政・民族・宗教

	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア
政体	立憲共和制（英連邦加盟）	立憲君主制 チャクリー朝の国王が君主	立憲君主制（英連邦加盟） 9州のスルタン（君主）の輪番制で選出される国王が元首	大統領制、共和制 大統領が君主
内政	リー・シロン首相率いる与党（人民行動党）が議会で圧倒的多数	プラユット暫定軍事政権から2019年に新憲法下で民政復帰へ（プラユット首相は継続）	2020年2月29日、政権交代を発表（マハティール前首相からムヒディン首相へ）	2019年4月にジョコ大統領が再任
民族	中華系74%、マレー系14%、インド系9%	大部分がタイ民族	マレー系69%、中国系23%、インド系7%（2019年1月現在）	大半がマレー系
宗教	仏教・イスラム・キリスト教・道教・ヒンズー教	仏教94%、イスラム教5%	イスラム教（連邦の宗教）61%、仏教20%、キリスト教9%、ヒンズー教6%、儒教・道教・その他4%	イスラム教87%、キリスト教10%、ヒンズー教・仏教・儒教・その他3%

出所：楽天証券「アセアンの主要4ヵ国（シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア）の経済の特徴・産業・その他について」（外務省のウェブサイトをもとにフィリップ証券作成）
<https://www.rakutensec.co.jp/web/foreign/special/beginner/asean/basic04.html>

3. ASEAN域内における金融デジタル化

新型コロナウイルスが猛威を振るう中、世界ではキャッシュレス化が急速に進んでいる（表3）。

表3. 世界のキャッシュレス決済件数（億件）

	2016年	2021年	伸び(倍)
北米	1,506	1,922	1.3
アジア太平洋	1,265	3,189	2.5
欧州	1,548	2,473	1.6
南米	409	594	1.5
中東・アフリカ	114	217	1.9

出所：『脱現金』世界で加速—デジタル決済、5年で7割増
『日本経済新聞』2021年5月10日データより筆者作成

アジアでも、中国で発展しているキャッシュレス社会が周辺諸国にも影響を及ぼすようになってきた。例えば、マレーシアに関して、次のような記事がある。

「スマホ決済『タッチゴー・イーウォレット』は21年1月時点で登録者が約1,500万人と1年で倍増した。ID情報の入ったチップを埋め込んだタグを車の窓に貼ると、道路料金がスマホ決済と連動して自動的に支払われる。現地企業と中国のアント・グループが共同で設立した企業が

運営し、レストランや小売店でも利用できる。」²⁾

次に、ASEAN諸国内では経済格差が大きいため、域内出稼ぎ労働者が増加している。域内出稼ぎ労働者は約700万人と言われ、ここ20年で3倍となっている。「出稼ぎ労働者の本国送金は、フィリピンではGDPの約10%、ベトナムでは6%に達する。」³⁾ これらの出稼ぎ労働者にとって本国への送金は大きな問題であるが、この問題をデジタル送金システムが解決しつつある。

シンガポールの「ペイナウ」とタイの「プロントブトペイ」に登録済みの個人間での電気送金システムが稼働した。送金額の上限は1,000シンガポール相当（約8万2千円）となっている。⁴⁾

ASEANにおいては、携帯電話やスマートフォンの普及が著しく、金融サービスのデジタル化を後押ししている。このような状況について、国際通貨研究所の福地亜希氏は次のように述べている。「各国では、銀行による金融サービスのデジタル化や新たなモバイルバンキングアプリの導入といった動きが加速しているほか、デジタル金融サービスを手がけるフィンテック企業も急成長している。デジタル金融包摂の実現に向けては、QR規格統一やデジタルIDによる標準化されたe-KYCの導入など、官民一体となってデジタル化を推進しており、我国でも参考にすべき事例は少なくない。」⁵⁾

ASEANにおいては、シンガポール、マレーシア、タイなど一部の国を除いて、銀行口座保有率が低いとされる。世界銀行によれば、ベトナム31%（2017）、フィリピン34%（2017）となっている（表4）。

表4. 銀行口座開設率の各国比較

	2014年	2017年
カンボジア	22%	22%
ラオス	—	29%
ミャンマー	23%	26%
ベトナム	31%	31%
タイ	78%	82%
フィリピン	31%	34%
マレーシア	81%	85%
インドネシア	36%	49%
シンガポール	96%	98%

出所：清水充朗「勢いづくミャンマーのモバイル金融サービス」
2018年8月1日『アジアインサイト』大和総研、2ページ。

しかし、電子マネー口座となると話は別となる。電子マネー口座は、スマートフォンで簡単に口座を開設できるほか、送金や公共料金などの支払いも可能である。銀行口座保有率が50%に達しつつあるインドネシアであるが、11年前に比べると30ポイント近く上昇したと言われる。⁶⁾ ベトナムにおいては、通信最大手のベドテルなど3社が銀行口座を持たなくても携帯電話で入出金できるサービス「モモ」を開始している。⁷⁾

今後とも、ASEANの電子マネーは、広く普及するとみられている。2025年には、380億ドル（約4兆1千億円）まで拡大し、主にインドネシアやタイの伸びが大きく寄与すると考えられている。⁸⁾

4. ASEANのプラットフォーマー

ASEANにおいては、米国のGoogleや中国のアリババのように広範囲なネットサービス提供を行なうプラットフォーマーとしてシンガポールとインドネシアのユニコーン企業間の競争が激しくなっている。配車アプリから成長したシンガポールのGrab（Grab Holdings Inc.）とインドネシアのゴジェック（Gojek）がよく知られているが、ゲームソフトを提供するシー（Sea Limited）も参入してきた。

表5. ASEANのプラットフォーマー

	グラブ	シー	ゴジェック
創 設 者	アンソニー・タン	フォレスト・リー	ナディム・マカリム
本 拠 地	シンガポール	シンガポール	ジャカルタ(インドネシア)
設 立 年	2012年	2009年	2010年
時 価 総 額	140億ドル	970億ドル	100億ドル
スタートアップ	配車アプリ	オンラインゲーム	配車アプリ
配 車	8カ国(マレーシア・フィリピン・シンガポール・タイ・ベトナム・インドネシア・ミャンマー・カンボジア)で展開	—	インドネシアなどで展開
料 理 宅 配	主要5カ国(シンガポール、インドネシア、タイ、マレーシア、フィリピン)で首位	ベトナムで出資企業(ナウ)が首位	3カ国(インドネシア、タイ、ベトナム)で展開
ネット販売	食品・日用品の宅配強化	東南アジアと台湾で高シェア	トコペディアと統合構想
金 融	シンガポールで銀行免許	シンガポールで銀行免許	インドネシアの銀行に出資
ゲ ー ム	—	ガレナ、世界に6億人弱の利用者	—

出所：「Grab、統合アプリ道半ば」『日本経済新聞』2021年2月11日及び各種データにより筆者作成

技術や経済が段階的な発展過程を飛び越えて一気に進歩することをリープフロッグ（Leapfrog）と言う（図1）。日本語でいうと「蛙跳び」となるが、中国でアリペイやウィーチャットペイ等のモバイル決済が普及し、一気にキャッシュレス社会となったように、ASEAN市場もリープフロッグする可能性を持っている。最も注目されるのがASEANで最大人口をかかえるインドネシアである。

図1. リープフロッグの一例:通信技術の発展段階(イメージ図)



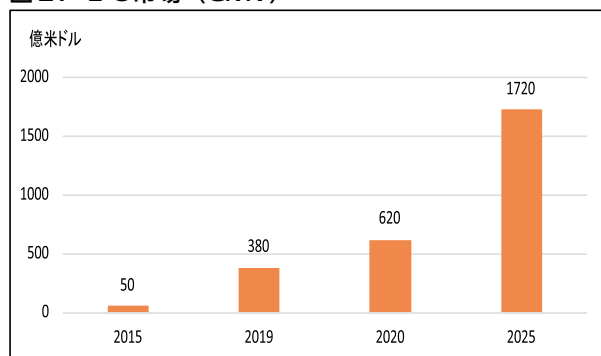
出所：「フロンティア・スピリッツで成長への先回り投資」
https://www.rakuten-sec.co.jp/web/special/hbsbc_frontier/

インドネシアでは、ゴジェックのゴーペーと大手財閥リッポー・グループが提供するOVO（オボ）が広く普及している。支払いは勿論、送金や投資も可能であり、人工知能を使った信用判断により融資を受ける事もできる。大小1万以上の島があり、遠隔地などでは従来の銀行による金融サービスを受けることは不可能であった。インドネシアでは、このようなプラットフォーマーとなる可能性を持つ企業として旅行予約サイトのトラベロカ（Traveloka）もある。同社は、本国であるインドネシアの他に、タイ、ベトナム、マレーシア、シンガポール、フィリピンなど、東南アジア6カ国に進出しており、既にASEAN最大の旅行予約サイトとなっている。

5. ECプラットフォーマー

Google, Temasek, Bain & Company「e-Conomy SEA 2020」によると、2025年までにASEANのEC市場は、1,720億ドル（約18兆2,365億円）にまで拡大すると予想されている（図2）。

図2. EC市場 (GMV)



出所：Google Temasek Bain & Company, "e-Economy SEA 2020" のデータより筆者作成

現在、ASEANのEC市場をリードしているのが、次の3社である。⁹⁾

①Shopee (ショッピング)

2015年にシンガポールで設立された。流通総額 (GWV) 38億ドルでASEAN最大のネットショッピング・サイトである。マレーシア、タイ、台湾、インドネシア、ベトナム、フィリピン、ブラジルに事業展開している。C2CとB2Cの両方に対応でき、70を超える宅配業者と提携し、物流サポートを行なっている。

②Lazada (ラザダ)

2011年に設立され現在ではアリババ・グループの傘下にある。流通総額 (GWV) 13億6,000万ドル (2016) で、インドネシア、マレーシア、フィリピン、シンガポール、タイ及びベトナムでサイトを運営している。

③Tokopedia (トコペディア)

2009年に設立されたトコペディアは、上記2社がシンガポールに本拠を置くのに対し、インドネシアに本拠を置く同国最大の大手オンラインマーケットプレイスであり、評価額70億ドル (2018) となっている。物流は、約1万7,000の島々に広がるインドネシアの大きな問題であるが、同社は現在国土の93%をカバーしている。

ASEANでは、人々が日々利用するオンラインサービスに既存の金融機能を組み込んだ新たなサービスが発展しようとしている。

ティルマン・エアベック氏は、その理由を次のように述べている。「東南アジアは他の新興国よりも1人当たり国民所得が高い。モバイル

インターネットが普及する一方、銀行口座を持つ人が約5割とどまることから、特にそういえる。」¹⁰⁾

6. 終わりに

この2年というものの、インバウンド消費が消えた沖縄経済は危機的状況にある。しかし、世界を見回すと、ワクチン接種が進み、明るい兆しも見えてきた。人流は徐々にであるが回復していくだろう。ただし、いわゆるアフター・コロナにおけるインバウンドは、これまでのインバウンドと異なり、高度なデジタル社会で暮らしている人々である事を意識しなくてはならない。

沖縄が東南アジアから最も近い日本である事には変わりがないが、沖縄においてもデジタル化への対応が進まなければ、スムーズなビジネス遂行が難しくなる。東南アジアの越境ECに参画するにしても、成功のカギは沖縄におけるビジネスのデジタル化にあると考える。

注)

- 1)「目で見えるASEAN：ASEAN経済統計基礎資料」アジア太平洋局地域政策参事官室 2020年8月
- 2)『「脱現金」世界で加速－デジタル決済、5年で7割増』『日本経済新聞 電子版』2021年5月10日
- 3)スディール・シェティ氏、マウロ・テストベルナ氏 寄稿「出稼ぎ労働者、膨らむ難題：ASEAN域内で改革を」『日本経済新聞』2018年3月30日
- 4)「シンガポールとタイ、デジタル送金システムを接続」『日本経済新聞』2021年4月29日
- 5)福地重希「ASEANの金融統合：リテール・クロスボーダー決済の連携で進展」『IMAの目』2021年4月2日 国際通貨研究所
- 6)「口座保有、インドネシア48%」『日本経済新聞』2018年12月22日
- 7)「ペトルナなどベトナム通信大手 口座レス決済続々」『日本経済新聞』2021年4月29日
- 8)Google, Temasek, Bain & Company, "e-Economy SEA 2020" 37ページ。
- 9)「コロナ禍で注目される東南アジアの越境EC－市場規模や人気なECサイトについて解説－ 訪日ラボ (honichi.com)」
<https://honichi.com/news/2021/02/25/aseanec/>
- 10)ティルマン・エアベック「アジアのフィンテック－加速する組み込み型」『日本経済新聞』2021年6月11日

げいざい風水

南風原町の人口推移

施策効果で若者世代増

2015年を起点に2020年まで5年間にわたる南風原町の人口は増加傾向で推移し、3,033人の増加(8.12%増)となりました。総人口(20年時点)は4万人を超えて4万375人となり、世帯数も2,231件(16.20%)の増加となっています。

町内14地域の人口は、開発地域として商業施設や住宅の増加が進んだ津嘉山地域が1万838人と最も多く、宮平地域の8,248人、兼城地域の6,382人と続き、人口の多い上位3地域となっています。

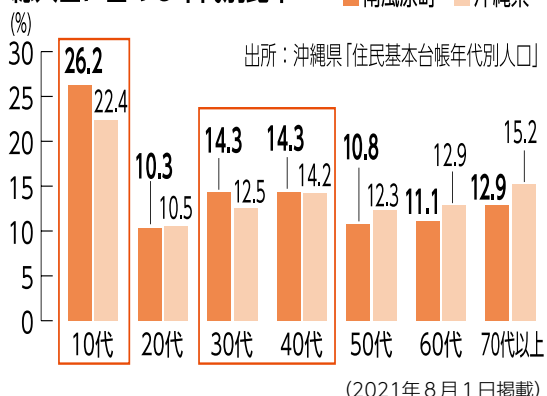
本県全体の年代別人口構成比率と比較すると、10代と30代、40代の子育て世代の人口比率は県全体の平均を上回り、南風原町の人口構成の特徴となっています。

増加の要因として那覇市近郊のベッドタウンとしての地理的要因のほか、道路等インフラの整備促進に加えて商業施設や賃貸住宅の拡充が図られたことがあります。また、環境面では南風原町が推し進めている医療費・給食費の補助事業や待機児童改善の取り組みといった施策の効果も、10代や子育て世代の人口増加に寄与していると考えます。

今後の展望として、沖縄自動車道の延長拡大となる南風原から南城市を結ぶ7.4キロの南部東道路や、沿線道路のインフラ整備が進められています。これに伴い、南風原町ならびに南部地域における近郊の各市町村では、観光振興や産業振興による経済効果のほか医療環境の改善も見込まれ、住み良い町づくりの拡大、進展が期待されます。

(沖縄銀行 南風原支店長 嘉数 正健)

総人口に占める年代別比率



FIBAバスケットボールW杯

県内開催、経済効果に期待

世界規模のスポーツ大会としては県内初となる「FIBAバスケットボールワールドカップ(W杯)」が、沖縄市で開催されることをご存じでしょうか？

W杯は国際バスケットボール連盟(FIBA)が主催する最大の国際大会であり、4年に一度開催されます。NBA(米プロリーグ)を代表する多くの選手も出場し、バスケットボール界のスーパースターが集まる世界最大の大会です。

2023年に開催される次回大会には世界32カ国が出場し、日本とインドネシア、フィリピンの3カ国で予選ラウンド、フィリピンのマニラで決勝トーナメントが行われます。日本では沖縄市の沖縄アリーナで予選ラウンドの2グループ、8チームが20試合を行います。

FIBAの試算によると本県開催による想定参加人数は選手・スタッフおよび観客で約8万人、経済効果は約62億円、雇用についても約700人の効果を見込んでいます。さらに、W杯開催によりアジア圏のみならず欧州・中南米など世界各地からの集客も期待でき、沖縄観光の新たな客層を獲得する好機が期待されます。

沖縄市においては昨年、開催準備と大会運営に万全を期すべく「OKINAWA CITY 2023 組織委員会」を設立し、活動を開始しました。2年後に迫ったW杯成功に向け、地域企業・団体と共に機運醸成に本県総出の協力態勢が望まれます。皆さんもアフターコロナの目玉イベントとしてW杯を盛り上げていきましょう。

(沖縄銀行 コザ支店長 中村 一郎)

FIBAバスケットボールW杯2023経済効果(単位：百万円)

項目	直接支出額	直接効果	経済効果	雇用効果(人)
アリーナ施設使用による支出	8	8	11	0
大会運営による支出	398	347	581	66
選手・チームスタッフ関係者による支出	533	511	895	101
来場者による消費支出	2,982	2,737	4,785	513
合計	3,921	3,603	6,272	680

出所：公益財団法人日本バスケットボール協会「FIBAバスケットボールワールドカップ2023(Group Phase)の経済波及効果調査」2019年3月参照抜粋

(2021年8月8日掲載)

からあげ人気

コロナ禍 県内でも拡大

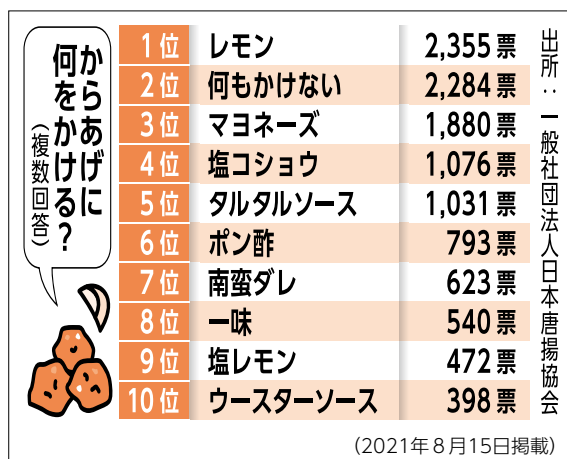
皆さまは月に何回「からあげ」を食べますか？お弁当、おやつ代わりに差し入れ、夕食のメインディッシュ、小腹を満たす夜食にと、「からあげ」はあらゆる食シーンに登場し重宝されています。そもそも「唐揚げ」と表記される通り、江戸時代に中国から伝わったものだと考えられています。発展したのは養鶏所の多かった大分県中津市とされ、「鶏の唐揚げの聖地」とも呼ばれています。

ここ数年のからあげブームで、全国「からあげグランプリ」で上位入賞した店舗がブランド化され、フランチャイズチェーンとして全国展開も見られます。フライドチキン好きと言われる沖縄県でも、最近は路面店や居酒屋併設店など新規出店が相次いでいます。ブームを支えるのは、コロナ禍で外食から「中食」への切り替え、デリバリーの増加、女性の社会進出拡大による共稼ぎ世帯や1人暮らし世帯の増加、揚げ物によるキッチンの汚れ回避などさまざまです。増加の背景には低コスト、省スペース、料理や味付けの簡単さなどが考えられます。

「からあげ」ではないものの鶏肉食材では北海道の「ざんぎ」、名古屋の「手羽先」、宮崎の「チキン南蛮」、大分の「とり天」などもあり、アフターコロナの旅先で本場を楽しみたいものです。

一般社団法人日本唐揚げ協会が2016年に行った調査によると、「からあげに何をかけるか」の質問で回答の1位は「レモン」でした。僅差の2位には「何もかけない」が入っており、「からあげ」自体の素材を楽しみたいとの意見も多いようです。注文した「からあげ」がテーブルに運ばれたら、まずは「そのまま」で堪能してみませんか？

(沖縄銀行 末吉支店長 本多 浩太郎)



ネットバンキング犯罪

手口は多様、巧妙化

ネットバンキング犯罪とは、インターネットバンキングのパスワードなどを盗み取り、口座から勝手に預金を第三者口座に送金することを総称して言います。警察庁によると、その被害額は2015年に過去最高の30億7,300万円（発生件数1,495件）を記録したあと、18年まで減少傾向にありましたが、19年に急増し、20年度は11億3,300万円（発生件数1,734件）となりました。

犯罪の手口には、ウイルスによるIDやパスワード等の認証記録の不正取得、メールなどを利用したフィッシング詐欺があります。

認証記録の不正取得としては、改ざんしたウェブサイト閲覧や添付ファイル付き電子メールからウイルスに感染させ、IDやパスワードを取得する手口があります。フィッシング詐欺では銀行を装ったニセのメールを送るなどして、精巧なニセ画面を表示し、認証情報を入力させて取得する方法をとるなど、不正取得の手口はさまざまです。

犯罪被害は個人のみならず、ウイルスにより電子証明書を不正取得された法人の被害も多発しています。これらの防止には、取引銀行が推奨するセキュリティ対策を実施する、セキュリティ対策ソフトなどを常にアップデートし最新の状態に保つ、ID、パスワードの管理を徹底することが有効とされています。こうした犯罪手口に対し、どれだけ用心していても被害に遭わない保証はありません。怪しいと感じたら、「全国銀行協会相談室」「全国とりひき相談所」や最寄りの警察、消費生活相談窓口へのご相談をお願いします。

(沖縄銀行 融資部上席調査役 宮里 聡)

