

1 くがにくとうば[黄金言葉] vol.248

沖縄発、世界へ広がる
フルオーダーメイドウエットスーツ

株式会社オキナワブレッシング 代表取締役 角倉 明

6 地域リレーションシップ情報 246

沖縄総合事務局経済産業部の取り組みについて
乳幼児用玩具に対する新しい規制が導入されます！

8 【スポット調査】2025年度賃金動向について

20 けいざい風水

22 県内景況・確報

2024年度の県内景況

30 国内景気動向

32 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)

52 経済社会のできごと(沖縄、国内・海外)

2025年4月



表紙写真/オオゴチョウ

沖縄発、世界へ広がる フルオーダーメイドウエットスーツ



株式会社オキナワブレスシング

代表取締役 角倉 明



今回は、フルオーダーメイドのウエットスーツを製造直売し、その高品質が認められ海上保安庁や自衛隊、消防などの官公庁にもスーツを供給している、株式会社オキナワブレスシングの角倉 明 代表取締役にスーツ製造の想いや今後の事業展開などについてお話を伺いました。

沖縄から全国・世界へ誇れる製品を届けたい

株式会社オキナワブレスシングは、沖縄から全国・世界へ誇れる製品を届けたいという想いから誕生しました。25年間ダイビングメーカーの特約店として営業を続けていた中、得意先から「中部にあるウエットスーツ工場を閉鎖するので、職人を引き取ってほしい」と相談を受けました。その要望に応え、2名の職人を引き継いで自社での製造をスタートしました。さらに、50年の経験を持つ熟練職人からの指導を受けながら技術を磨き、現在では海上保安庁や自衛隊、消防などの官公庁向けのスーツ製造も手がけるまでに成長しました。

国内でウエットスーツを作る職人は少なく、特にこの10年間で高齢化がだいぶ進んでいます。かつては全国各地にしっかりした製造工場があったのですが、地方の工場は高齢化や後継者不足で廃業や規模縮小が進んでおり、弊社のような中堅レベルの製造工場は希少になってきています。

一人ひとりの体型や用途に合わせたフルオーダーメイドで職人が心を込めて丁寧に製造

弊社は2017年の設立から8年が経ち、官公庁向けの事業を本格的に開始したのは3年前からです。全国市場シェアの約20%を占めてい

ます。弊社のウエットスーツ製造は年間約1,000着で、そのうち約50%が官公庁向けです。海上保安庁では全国のエリート隊員が集まる羽田の特殊救難隊に納品しています。特殊救難隊の隊員は全国の救援隊員の中でも0.5%しか選ばれないエリートで、黄色のウエットスーツを着ることがステータスとなっています。



地域の工場が閉鎖してきているため、官公庁から弊社への製造依頼が増えてきています。基地や消防署などに赴いて各隊員全員の採寸を行い、細かい要望をヒアリングして製品に反映させます。製品はフルオーダーメイドで、既製サイズはありま



▲36箇所を採寸する「採寸表」

せん。安価な既製サイズの製品は大量生産されますが、弊社の全製品は一人ひとりの体型や用途に合わせたフルオーダーメイドで職人が心を込めて丁寧に製造しています。着用後に調整が必要な場合は、何度もやり取りを行い、修理して送り返すなどして、耐久性・保温性・動きやすさを兼ね備えたスーツになります。

パタンナーの腕（技術）が光る

官公庁向けが約50%、残り50%はレジャー向けで、そのうちフリーダイビング用のウエットスーツの製造が約40%を占め、私たちの最も強みがある製品です。

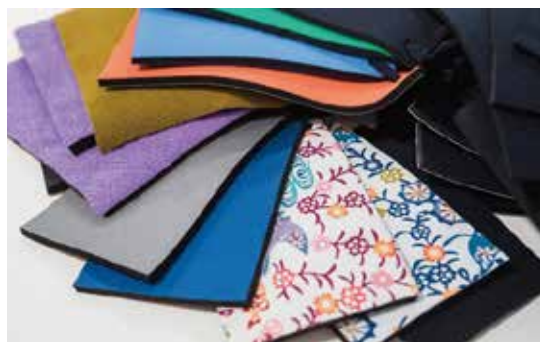
フリーダイビングは、体一つでウエットスーツだけを着て潜るスポーツです。スキューバダイビングのようにタンクを付けずに潜るため、自由度が高く、自然との一体感を楽しむことができます。世界選手権では、フィンを付けて泳ぐ選手が100メートルを超える距離を潜ることもあり、県内では真栄田岬などで世界的な大会が開催され、日本からも何人かの選手が世界レベルで活躍しています。

フリーダイビング用のウエットスーツは、1ミリから5ミリの厚さがあり、海水温や季節、潜るポジションによって厚さを変えることができます。

スーツ生地は伸縮し、本当に体の皮膚の一部のようになります。触っていただくと非常にツルツルしており、素肌よりも水の抵抗がなく、競技では速く潜ることが出来ます。また、素材にもこだわり、スーツ生地に使用するゴムは、世界で評価が高い日本のトップ生地メーカーの製品を利用しています。

また、ウエットスーツは水が入り、その水が体温で暖かくなることで保温効果を発揮するのですが、動きやすく疲れにくいスーツの開発には、カットパターン技術が重要で、弊社では洋

服のオーダーメイドと同様に「着やすさ」を追求しています。安価な既製のスーツと比較すると、弊社のパタンナーの腕（技術）が光り、お客様からは「動きやすく疲れにくい」「寒さを感じにくい」「沖縄発なのが誇らしい」といった声をいただいています。



“OKINAWABLESSING” 「沖縄から祝福します」

弊社の製品は、アフターサービスの充実にも力を入れています。体型の変化に応じてスーツを幅出したり縮めたり、ほつれた部分を修理するなど、長く着ていただくことを目指して自社工房で迅速に対応できます。



また、弊社の製品では「沖縄らしさ」を追求しているのも特徴で、琉球紅型柄をあしらったデザインは好評です。



男性の方でもワンポイントで紅型柄を入れたりする方が多く、海外の方にも喜ばれています。今後はミンサー織やウーヅ染め柄なども取り入れたいと考えています。

沖縄発の製品が一つのステータスやブランドとして認識され、驚かれ、喜ばれ、それが弊社の商品としてのブランド力になればいいなと思います。

“OKINAWABLESSING”には「沖縄から祝福します」という想いが込められています。製品だけでなく背景やストーリーも発信。SNSや展示会でもブランドの世界観を広めています。



▲「オキナワブレッシング」ブランドイメージモデル



f Facebook

コロナ禍は経営を見直す良いタイミング

コロナ禍において、売上にはスーツ生地で作ったマスクの貢献も大きかったのですが、人混みを避ける傾向からスキューバダイビングやサーフィン向けウエットスーツの売上が大幅に増加しました。しかし、災害などの不測の事態

に備えるため、官公庁への売上シフトが必要だと感じ、コロナ禍は経営を見直す良いタイミングとなりました。



▲紅型柄のウエットスーツ用生地で作ったマスク

沖縄発のものづくりを世界へ発信

弊社は、誠実さ・実践・成長・チームワーク・地域貢献・品質向上の6つを使命に掲げ、一人ひとりが会社の柱である自覚を持ち、沖縄発のものづくりを世界へ発信することを目指しています。ビジョンは沖縄から国内外へ、良いものをメイドイン沖縄で提供することです。弊社が作った良いものを、世界中の人々に着てもらい、喜んでいただきたいと考えています。

フリーダイビングの競技人口は日本よりも東南アジアの方が圧倒的に多く、弊社がフリーダイビング用のスーツを作り始めたのは、台湾のフリーダイバーの方々、特に競技をされている方々向けのスーツ製作からです。そこから一緒にコラボして製品を作り上げ、現在に至っています。台湾への輸出が増え、その後、韓国の代理店さんが弊社の商品を販売してくれています。韓国でもフリーダイバーが増えてきており、先日開催された展示会では26着のオーダーをいただきました。売上は台湾を追い越しました。

徐々に東南アジア圏にも広げていきたいと考えています。シンガポール、マレーシア、インドネシアなどはフリーダイバーやダイビングをしている方が多い地域であり、今後ターゲットにしていきたいと思っています。

製造のこだわり

50年間スーツを作り続けてきたベテラン職人の技術指導により、複雑な身体の構造や動きにフィットするスーツを実現しました。機能面だけでなくデザイン面にもこだわっており、継ぎ目を少なくすることでお客様のスタイルを美しく見せる造りとなっています。



OKINAWA
Blessing
The moment of freedom

株式会社オキナワブレスリング

月から金 9:00-17:00

定休日：土・日曜日

沖縄県うるま市与那城照間287-1

電話: 090-9782-2631

Email : okinawablessing@outlook.jp

LINE ID: @084ynbcr

Instagram: okinawablessing_wetsuits

けいざい風水



県内ホテルを 取り巻く環境

客室数伸び競争激化

沖縄銀行 融資部調査役
兼城 貴

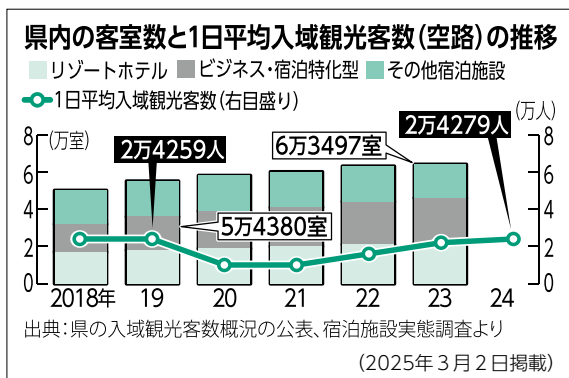
昨年沖縄を訪れた観光客数は1千万人に迫り、以前のように多くの観光客を目にするようになってきました。新たなホテル建築や計画発表など、沖縄のポテンシャルに期待した投資が多く行われています。観光客を受け入れるために不可欠な宿泊施設では、競争環境が厳しくなっていることをご存知でしょうか。

入域観光客数（ホテルを利用しないクルーズ船の影響を除くため、空路利用の入域観光客数を採用）は、コロナ前の2019年は885万人に達しました。コロナ禍での減少を経て、23年には800万人へ回復し、24年は速報ベースで888万人（19年比100.3%）とコロナ前を上回りました。

宿泊施設の客室数の推移は、19年は5.4万室、うちリゾートホテル1.7万室、うちビジネス・宿泊特化型1.5万室でした。そこから毎年増加を続け、23年には6.3万室（19年比116%）、うちリゾートホテル2.2万室（同129%）、うちビジネス・宿泊特化型2.4万室（同160%）となっています。

図はホテルの客室数と1日当たりの入域観光客数（空路）の推移を表したグラフですが、19年と比較すると観光客数の伸びに対し、ホテル客室数の伸びは大きく、特にビジネス・宿泊特化型は大きく増加しており、競争が厳しくなっています。

競争によるサービス向上は利用者のメリットとなります。ホテル事業者には厳しい環境ですが、より魅力的なサービスを提供するホテルが増え、沖縄観光の発展につながることを期待します。



維持には所得向上 不可欠

物価上昇時の個人消費

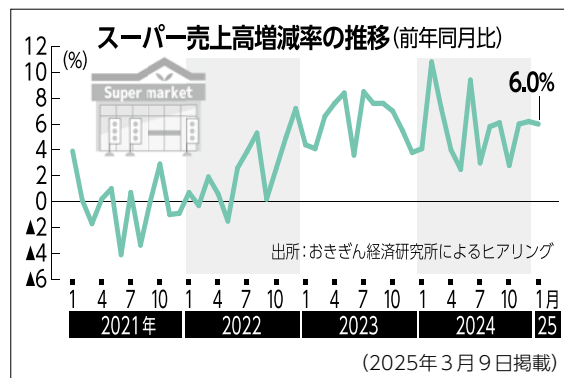
おきぎん経済研究所 研究員
小嶺 貴史

数年前から始まった物価上昇は現在までも続き、負担の増加を感じる方も多いのではないのでしょうか。物価高の要因はさまざまですが、最近は米やガソリン価格の上昇が大きなニュースとなっていました。生活必需品を多く取り扱うスーパーはどのような売り上げで推移したのでしょうか。

グラフは、県内スーパーの売上高の前年同月比を示したものです。コロナ禍で客数が大きく落ち込んだ2021年や22年前半は前年同月を下回る月もありましたが、以降は一貫して約3年近く上回り続けています。前年同月を上回った数値の中には物価上昇分も含まれますが、要因はそれだけではないようです。

県内スーパーに物価上昇中の消費者のマインドについてヒアリングを行いました。その中で特徴的だったものが、「単なる節約志向が進み、買い控えや安価な商品を購入するのではなく、本当に求めるものにはお金を使う」というものです。このようなマインドが根底にあることで売上高が堅調に増加しているものと思われます。

一方で、物価上昇は続いており、消費者の可処分所得が増えなければ消費マインドが減退する可能性は高いと思われます。消費マインドの維持・上昇には県民の所得向上が不可欠です。物価が上昇しても、消費者の実質賃金の上昇を伴えば消費は拡大し、県経済に好循環をもたらすことが可能です。この好循環実現に向けて、県全体で機運が高まることを期待します。





適切な「金融リテラシー」で、的確な危機管理を

多重債務や詐欺被害防ぐ

沖縄銀行 営業推進部 上席調査役
大濱 大典

「金融リテラシー」という言葉を耳にする機会が増えていませんか。金融リテラシーとは、端的に言う「金融（お金）に関する知識」のことです。一般的に金融リテラシーが低いと計画的なお金の管理ができず多重債務に陥る可能性や金融詐欺被害のリスクが高まると言われますが、実は沖縄県は全国平均と比べて金融リテラシーの水準が低いと指摘されています。

沖縄県の現状として、賃金水準は全国平均を下回る一方で物価は高めに推移しており、賃金と物価のギャップが家計収支を圧迫する要因になっています。これは、定期的に公表される消費者物価指数の上昇からもうかがえます。物価上昇については地域性を含めさまざまな要因がありますが、しばらくは上昇トレンドが続くと思われます。

また、昨今は県内でも特殊詐欺の手口が多様化し、高齢者のみでなく若年層でも被害が増加するなど深刻な問題となっています。一昔前は特殊詐欺といえば電話でのオレオレ詐欺など比較的高齢者向けの手口が主流でしたが、現在はSNSを悪用したターゲット層の広い詐欺が横行しています。そのような環境下でも適切な金融リテラシーを持つことで、多重債務に陥る危険性や詐欺被害に遭うリスクを未然に防ぐことができます。

新年度は、お子さんが進学に向けて初めてスマホを持ったり、就職により経済環境が変わる方が多くなったりする時期でもあります。ご自身やご家族を詐欺被害の魔の手から守るためにも、今一度「金融リテラシー」について意識してみませんか。

金融知識・判断力に関する年代別正答率（沖縄県）

	全国順位	正答率(%)	全国平均	平均差
18～29歳	46位	33.1	41.2	-8.1
30～59歳	39位	50.5	53.7	-3.2
60～79歳	38位	62.0	64.9	-2.9
全体	47位	51.0	55.7	-4.7

金融教育に関する意識（沖縄県）

	全国順位	割合(%)
「学校で金融教育を行なうべき」と思う	16位	72.1
学校等で金融教育を受けた	20位	6.8
家庭で金融教育を受けた	45位	13.9

（2025年3月16日掲載）

出所：金融リテラシー調査2022年（金融広報中央委員会「金融リテラシー調査2022年」）



高齢単独世帯の増加

行政、事業者の対応期待

おきぎん経済研究所 代表取締役社長
垣花 秀毅

増加が続いていた沖縄県の人口も2022年には減少に転じましたが、世帯数については増加が続いています。

国立社会保障・人口問題研究所によると、2040年まで増加が続き、ピーク時の総世帯数は20年比で12%増加の68万世帯になると推計されています。

総世帯数の増加は住宅需要などにプラスに働くため、経済の観点からはポジティブに捉えることもできますが、その増加の要因には留意が必要です。

世帯数の増加の中で伸びが顕著なのは、高齢単独世帯であり、20年の7万5千世帯から、50年には1.86倍の14万世帯まで増加すると見込まれています。

世帯数の増加の背景には、親子の別居や未婚率の増加など、ライフスタイルの変化があるといわれていますが、沖縄は特に増加率の高い地域の一つです。

介護が必要な高齢者向けの居住施設としては、特別養護老人ホームなど公的な施設のほか、民間の有料老人ホームやサービス付き高齢者向け住宅などがあります。

しかし、人手不足などの問題もあります。増加する需要に対して供給不足が懸念されています。

高齢期に1人暮らしになることは誰にでもあり得ます。ひとりひとりの健康維持の取り組みも大切ですが、行政や事業者においても急速に増加する高齢単独世帯への対応が期待されます。

