

- 1 くがにくとぅば[黄金言葉] vol.249
創業者の想いを引き継ぎ、広めていく
有限会社知名御多出横 代表取締役 知名 亜美子

- 5 地域リレーションシップ情報 247
沖縄総合事務局経済産業部からのお知らせ
カーボンニュートラルに向けた取組
～沖縄における水素社会の幕開け～

- 8 けいざい風水

- 10 おきぎんカトレアクラブ通信

- 12 県内景況・確報
2025年4月の県内景況

- 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)
2025年5月



表紙写真/天の川(宮古島)

創業者の想いを引き継ぎ、広めていく

TINA AUDIO 有限会社知名御多出横

代表取締役 知名 亜美子



「ホンモノの音」を追求し、独自設計のオーディオ製品を製造・販売してきた有限会社知名御多出横（以下、知名オーディオ）。今年で創業50周年を迎えるにあたり、創業者の想いを引き継ぎ、現在は経営の舵を取る代表の知名 亜美子氏に、事業承継後の取り組みや今後の展望などについてお話を伺いました。

TINA AUDIOの誕生

知名オーディオは今年で創立50周年を迎えます。創業者・「故」知名宏師氏（以下、宏師）は、幼い頃からものづくりへの関心が強く、小学生の頃には鉱石ラジオを、中学生になると真空管アンプを自作していました。高校卒業後は、米軍関係者向けのオーディオ専門店で様々なメーカーの機器の修理を手がけてきました。修理に追われる日々のなかで、「自分の理想とする音を自らの手で作りたい」という想いが強まり、開発へと踏み出します。試行や改良を重ねる中で、現在の全指向性スピーカーが誕生しました。



◀創業者・知名宏師氏



◀独自設計のスピーカー
「TINA AUDIO」

事業承継までの経緯

私は三重県出身で、もともとはデザインの仕事に携わっていました。知名オーディオを知ったのは、夫との出会いがきっかけで、結婚して知名家の一員になってからです。知名家では結婚祝いに宏師氏からスピーカーが贈られるのが慣例で、私たちにも同じくスピーカーが贈られました。何かお返しできないかと考えていたとき、製品に同梱されていた手書きの取扱説明書が目に残りました。そこでデザインスキルを活かし、取扱説明書をデジタルで綺麗に書き直して送り返したことがきっかけで、知名オーディオの手伝いをするようになりました。



◀知名家のみなさま

2016年、夫の転勤を機に、かねてから好きだった沖縄に移住しました。那覇で会社勤めをしながら、宏師氏に頼まれては合間を縫って作業を手伝う日々が始まりました。私は商業高校出身で経理やパソコンの知識があったこともあ

り、経理面での支援も行うようになりましたが、当時の知名オーディオは、経営管理の面はほとんど手つかずの状態でした。経理を通じて全体像を把握するなかで、事業継続に対する強い危機感を抱くようになりました。そこで家族会議を開き、最終的に私が経営を引き継ぐことを決断しました。

危機的状況から積極営業へ

知名オーディオの経営を引き受けることになったものの、当初は非常に厳しい経営状況に直面していました。製品を売らなければ会社の存続は難しくなります。しかし、私は営業の経験がありません。何をどうすればいいのか、まったくの手探りでした。まずは自分にできることから始めようと、パンフレットを作成して配り歩いたり、電話営業をしたりと試行錯誤の日々でした。電話営業では「知名オーディオ知っています。いいですよ」と話を聞いてくれる方も多く、県内での知名度に助けられました。より多くの方に実際に音を体験してもらおうと、那覇市内の大型書店でスピーカーの販売イベントやトークイベントを開催し、東京でも同様にイベントを実施しました。こうした取り組みを通じて、徐々に知名度も上がっていききました。



その活動のなかで、商工会議所などから商談会への出展を勧められ、参加する機会も増えていきました。全国の事業者との交流を通じてさまざまな情報や知見が得られ、そこから新たな活動にも挑戦していくようになりました。

私は、もともとオーディオについては全くの素人です。経営を引き継いだ当初は、「アンブって何？」というレベルで、専門用語も仕組みも分かっていませんでした。ただ、宏師氏がお客様に語っていた説明が、どの場面でも同じであることに気づきました。インタビュー記事などを読んでも、話す内容は変わりません。そこで、私はそれをそっくり覚え、お客様への説明にもその言葉を使っています。



振り返れば、ここまでやってこられたのは、お客様の支え、経営者仲間のネットワーク、そして周囲のたくさんの方々の応援があったからこそであり、私自身はあまり「苦勞している」という感覚はありません。周りに恵まれて、背中を押されながら、気づけばここまで来ていた。そのような感覚に近いです。



TINA AUDIOの魅力

知名オーディオのスピーカーは、通常のスピーカーとは異なる独自の特長があります。

まず一つ目は、「音の指向性」の違いです。通常のスピーカーは正面（横向き）に音を出すため、低音・中音・高音がバランスよく聞こえ

る最適なポジションが限られてしまいます。例えば、ショッピングセンターで店舗の前を通り過ぎた際、少し離れると音が聞こえなくなるのは、音が一方方向にしか届かない構造のためです。知名オーディオの全指向性スピーカーは上を向いていることで、空間全体に音が広がり、どの方向からでも自然に音が届くのが特長です。



二つ目に、通常のスピーカーはウーファーなど複数のユニットを組み合わせて音を再生しますが、知名オーディオではひとつのスピーカーユニットで全帯域を再現できるよう設計されています。音の繋がりが自然で、音源そのままの音を届けます。また、一般的なスピーカーは低音域の空気振動が身体に直接伝わるため、長時間聴くと疲れを感じやすくなります。一方、知名オーディオのスピーカーはそうしたストレスがなく、音楽本来の心地よさや感動を体感できます。赤ちゃんを抱いたお母さんがショールームを訪れた際、音楽が流れる中でも赤ちゃんが眠っていたり、小さな子どもが音を嫌がらずリラックスしている様子も見られます。



◀ 那覇市壺屋のショールーム

三つ目の特長は、ハンダを使わない独自の電気溶接です。一般的には電子部品の接続にハンダを用いますが、知名オーディオでは同じ金属

(銅線など)を直接接合する「電気溶接」を採用しています。これにより、つなぎ目のない一本の線のような、雑味のない透き通った音を生み出しています。

「日本のオーディオメーカー」として

知名オーディオが築いてきた50年の歩みを受け継ぎ、これからの時代に向けてさらに多くの方にその魅力を知っていただけるよう、製品をつくり続け、想いをつなぐことが私の役割だと感じています。まずは「日本のオーディオメーカー」としてその名を刻めるよう、一歩ずつ丁寧に広めていきたいと考えています。知名オーディオが大切にしてきたのは、「人のためになるものづくり」「人に寄り添うこと」。これは、創業者から受け継いできた理念であり、今も私たちの仕事の根幹にあります。商売としてではなく、良いものを残すために日々ものづくりに向き合っています。

今後は、県内での認知度をさらに高めていきたいと思っています。特に若い世代には、まだ知名オーディオの存在が十分に届いていませんが、近年のブランディング活動を通じて、少しずつ関心を寄せてくださる方が増えてきたと感じています。今すぐには手に取れなくても、10年、20年後に思い出して訪れてもらえるような存在でありたい。より多くの方々に知名オーディオの音づくりを届けられるよう、これからも歩みを進めていきます。



LISTEN.

聴いてください
音の本質を



FEEL.

感じてください
今生み出されたような
生命力あふれる音を

IMAGINE.

想像してください
解き放たれていく
自分自身を

SINCE1975.

from
KOZA.
OKINAWA.

 **tina AUDIO**



けいざい風水



沖縄観光需要の平準化

県民給与の増加の可能性

おきぎん経済研究所 研究員
永田 健志

2024年は国内からの入域観光客数がコロナ禍を上回る水準で、インバウンドも回復するなど沖縄経済のけん引役である観光業が好調でした。本島北部の大型テーマパーク開業を控え、景気拡大への期待が高まっています。

観光関連のサービス産業では人手不足が深刻化し、生産性向上が喫緊の課題です。サービス産業の生産性向上を産業政策の視点から考えると、参入規制や職業資格制度の見直しによる新陳代謝機能の強化、イノベーションなどがありますが、ここでは「需要平準化」というサービス産業固有の課題に着目します。

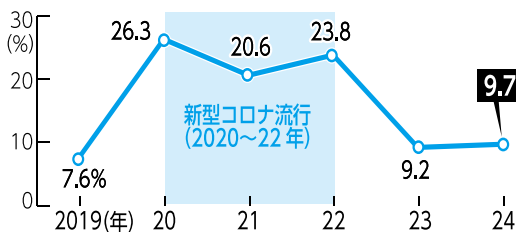
サービス産業は「生産と消費の同時性」という性質を持っており、稼働率が企業パフォーマンスに大きく影響します。観光関連の多くの業種では来客数の変動が生産性を左右すると考えられます。

平準化率という指標を用い、観光需要の季節変動を「見える化」します。手法としては、暦年の月間観光客数を百分率化したのち標準偏差を求めることで算出され、値が低ければ低いほど平準化が進んでいると解釈できます。

2019～24年の沖縄の入域観光客数の平準化率を見ると、コロナ前の19年（7.6%）に比べ、24年（9.7%）は平準化が後退する結果となりました。

観光需要の年間平準化が進めば、年間を通じた収益の安定化や労働生産性の向上を通じ、人手不足の軽減、県民給与の増加等につながる可能性があります。持続的な成長へ向けた観光産業の今後の取り組みに注目です。

沖縄の入域観光客数の平準化率（2019～24年）



出所：沖縄県「沖縄県入域観光客統計概況」

注：平準化率の定義・算出方法は沖縄観光コンベンションビューローHPを参照

（2025年4月6日掲載）



年齢別の男女賃金格差

50代後半 格差大きく

おきぎん経済研究所 研究員
比嘉 帆菜

先日、厚生労働省が「令和6年賃金構造基本統計調査」を発表しました。同調査では、全国における賃金構造の実態を把握することができます。

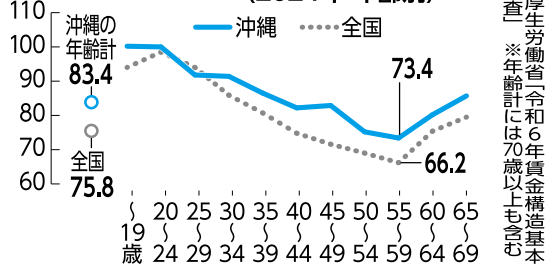
ここで、男女間での格差を把握するため、男性の賃金を100とした場合の女性の水準（＝女性賃金／男性賃金×100）をみてみましょう。現状では全国では75.8、沖縄で83.4と両者ともに男女間に差があることが分かります。

これらは正社員と比べて賃金が安い非正規やパート、アルバイトで働く女性が多い点や、男性の方が賃金の高い役職に就いている人が多い点など複数の要因が考えられます。

次に年齢別でどのぐらいの差があるのかみてみましょう。折れ線の見方は先ほどと同様に数値が大きいくほど、全国や沖縄の男女間における格差が小さいことを示しています。両者ともに似たような動きとなっており、55～59歳代にかけて格差は大きく（グラフ内の数値が他年代と比べて低い）、それ以降は格差が小さくなっています。男性は女性に比べて正規で働いている割合が高く、役職定年や再雇用などによる給与形態の変化に伴い、男女での差が小さくなっていることなどが推察されます。

今回は男女間における全体比較や年齢別での現状を概観するにとどまりましたが、今後は、雇用形態別、勤続年数階級別、産業別などの要素を加えながらそれぞれの関連性を深く整理するとともに、各所へのインタビューなどを通じた多面的な視点から構造的な分析も行っていく必要があります。

男性を100とした場合の女性の賃金（2024年 年齢別）



出所：厚生労働省「令和6年賃金構造基本統計調査」※年齢計には70歳以上も含む

（2025年4月13日掲載）



沖縄観光とレンタカー

公共交通機関の整備を

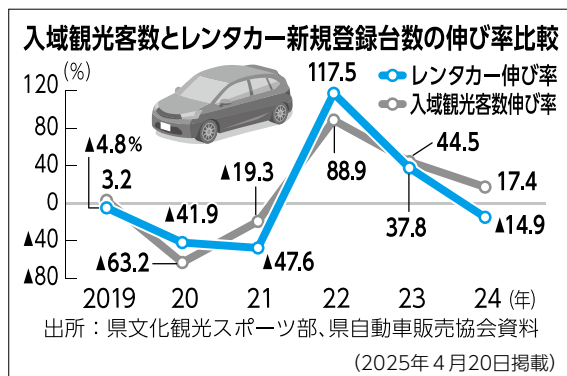
おきぎん経済研究所 研究員
小嶺 貴史

数年にわたるコロナ禍もすっかり落ち着き、県内では再び多くの観光客を目にするようになりました。観光客がレンタカーを運転し、観光を楽しむ姿を見かけることも多いのではないのでしょうか。

沖縄県のレンタカーの新規登録台数の動向をみると、入域観光客数の動向と重なることが分かります。図は双方の伸び率を示しており、ともに2020年と21年にコロナ禍の影響で前年を下回り、その後はコロナ禍の収束とともに回復しました。24年は自動車メーカーの出荷停止の影響などでレンタカー台数が前年度を下回ったものの、両者ともに同様なトレンドを示しています。これらを踏まえると、今後の観光客数の増減が、レンタカー台数にも影響すると考えられます。

レンタカーは観光客の貴重な交通手段の一つで、十分な台数が確保されていることで様々なスポットを訪れることができ、観光をはじめ産業の活性化に寄与します。一方、交通渋滞の慢性化や事故の増加などマイナスの影響を及ぼすことも考えられます。特に交通渋滞は大きな経済損失となり、経済社会全体の課題の一つともなっています。

今後、観光客数の増加を見据えると、レンタカー使用のみならず公共交通機関の利便性向上や利用周知も重要な取り組みになると思われます。様々な観光スポットへ空港からバス一本でアクセスできる仕組みが充実すれば、より快適な沖縄観光となり来訪者の満足度の向上のみならず、県民にとってもプラスに作用することが期待されます。



沖縄伝統工芸の承継

幼少より触れる機会づくり

沖縄銀行牧志・壺屋支店長
伊敷 稚子

毎年4月3日は語呂合わせで「シーサーの日」として「壺屋でシーサーの日！」のイベントがあります。沖縄の伝統的な守り神シーサーを全国に広めると同時に、やちむんの里・壺屋のまちの活性化を図ることを目的に開催され、今回で24回目を迎えました。

80年前の沖縄戦で、壺屋は那覇の中でも奇跡的に被害をまぬがれた地域です。焼物という産業があったからこそ、戦後の復興につながった歴史があります。

沖縄で親しまれている伝統工芸品（焼物、染織物、漆器、琉球ガラス、三線等）の多くは琉球王国時代に技術が磨かれ大きく花開きました。多様な工芸品は、沖縄の財産として未来へ継ぎたい先人たちの技と情熱の結晶であり、沖縄の文化そのものです。

しかし、その産業の現状をみると事業所や従事者も減少傾向にある中、高齢層の従事者割合が増加しており、若手従事者の確保と定着不足が課題です。

持続的な発展を見据えると従事者の育成はもちろんのこと、国、県、市町村および支援機関が連携して伝統工芸品の利活用が図られるよう環境整備に取り組むことが重要となります。県民の取り組みでは、幼少より伝統工芸に触れる機会（歴史文化施設学習、ものづくり体験）を多く持つこと、協働によるまちづくりイベントへの参加など、伝統工芸品に親しみ、その価値を学ぶ機会を増やしていくことも、次世代につながる承継の一助になると感じます。まずは、生活の一部に沖縄の伝統工芸品を取り入れてみてはいかがでしょうか。

