

2009.5 VOL.12

FFG ふくおかフィナンシャルグループ
M O N T H L Y S U R V E Y

F | F | G | 調 | 査 | 月 | 報

■ 寄稿

九州企業のアジアビジネス動向

■ 産業調査

「電子マネー」拡大の可能性とFFGグループの取り組み

調査 月報

2009. 5. MAY
VOL. 12

CONTENTS [目次]

[01] ----- トップに聞く

石橋 克彦 氏 (株式会社 石橋製作所 代表取締役社長)

橋本 尚二 氏 (株式会社 村上精機工作所 代表取締役社長)

田中 博 氏 (株式会社 マークス 代表取締役)

濱本 浩邦 氏 (不動技研工業 株式会社 代表取締役社長)

[10] ----- 寄稿

九州企業のアジアビジネス動向

[15] ----- 産業調査

「電子マネー」拡大の可能性と FFG グループの取り組み

[20] ----- しーず君の研究室訪問

魔法の力“パルスパワー”とその産業応用

[21] ----- FFG ニュース

エコ・アクション・ポイント事業スタート

観光都市長崎の街に虹をかける 親和銀行「アレコレカード」号

[25] ----- 海外トピックス

中国の景気刺激策 ～自動車編～

[26] ----- 経済動向

九州、福岡県、熊本県、長崎県

[33] ----- 経済指標

【バックナンバーのお知らせ】

「FFG 調査月報」のバックナンバーは、ふくおかフィナンシャルグループのホームページにてご覧いただけます。

<http://www.fukuoka-fg.com/>

FFGのお取引先企業をご紹介します。

株式会社 石橋製作所

代表取締役社長 石橋 克彦氏

取引店 福岡銀行 直方支店



株式会社 村上精機工作所

代表取締役社長 橋本 尚二氏

取引店 福岡銀行 黒崎支店



株式会社 マークス

代表取締役 田中 博氏

取引店 熊本ファミリー銀行 京町台支店
福岡銀行 熊本営業部



不動技研工業 株式会社

代表取締役社長 濱本 浩邦氏

取引店 親和銀行 大波止支店





株式会社 石橋製作所 石橋 克彦氏

■創 業：1932年9月
■設 立：1955年11月
■資 本 金：152.5百万円
■従 業 員：150名
■所 在 地：福岡県直方市
■事業内容：はん用機械器具製造業
■主な製造品目：高精度歯車増減速機ならびに関連部品の設計・製作
風車用増速機(600kW以上)の設計・製作
歯車増減速機のオーバーホールならびにフィールドサービス
■製造拠点：本社工場(福岡県直方市)

風力発電用「増速機」の国内トップメーカー

一創業は1932年9月(昭和7年)。創業77年目を迎える当社は、先代社長(父・清一氏)が直方市に炭鉱・製鉄所向けに鍛造品の製造工場を開設したのが始まりです。当社の主力製品は、平成に入ってから製造を始めた、風力発電用の「増速機」です。現在、国内では唯一ともいえる風力発電用の「増速機」の製造シェアを有しています。近年、地球温暖化を背景として、風力発電機の需要は急速に拡大しています。マーケットは国内のみに留まらず、米国や中国など世界各地に広がっており、そのスピードは国内で2002年比2.5倍(07年末現在1,409基)、世界全体では年率20-30%の勢いで増加しています。ここに至り、世界経済は急速に悪化しているため、その影響は電力需要の落ち込みとなって表れてきますが、クリーンエネルギーとしての風力発電に対する期待は高く、今後の成長軌道のトレンドは大きく変わらないと思っています。

風力発電用「増速機」の製造までの道のり

一風力発電機の「増速機」は、いくつもの「歯車」が組み合わさった精密な部品。風車のゆっくりとした回転を高速回転に変換する役割を担っており、風の力を効率よく発電エネルギーに変えるための重要な装置です。まさに風力発電機の寿命や信頼性を左右するキーデバイス(基幹部品)となっています。その風力発電機用「増速機」の製造は、1996年(平成8年)に三菱重工・長崎造船所(大手風車メーカー)の製造要請を受けたことがきっかけです。もともと、産業用機械の「減速機」の製造を手がけていたことに加え、当時、資本提携していたドイツの大手機械メーカーが風力発電機用の「増速機」を製造していました。大手風車メーカーは、「発電機」や「増速機」など多くの部品を自社製造せず、外部調達して組み立てることが一般的です。ある意味、この業界は自動車産業に通じるイメージがあります。当社は、風力発電用「増速機」メーカーとしての歴史は浅いのですが、常に新しいことに挑

戦してきた社風が大手風車メーカーからの受注につながったと思っています。現在は、当社が製造した「増速機」の全量を三菱重工・長崎造船所に引き受けてもらっています。風力発電用の「増速機」と言えば、「石橋製作所」と言われる様、日々努力を続けています。

モノづくりの原点

一風力発電の普及は、1990年代後半にデンマークやオランダなどヨーロッパから広がっていきました。現在でも、ヨーロッパメーカーのシェアは高く、日本の国内風車メーカーは後発であるがゆえに、マーケットシェアは低くなっています。普及当初、ヨーロッパ各地で風力発電機の設置が相次ぐ中、原因不明の故障も多く、以前から、キーデバイスである「増速機」がトラブルの原因となるケースも少なくなかった様です。当社が風力発電機用「増速機」の製造に着手し始めたばかりの頃、資本提携先であるドイツの大手機械メーカーを訪れた際、偶然にも、原因究明のため設置されたばかりの「増速機」が一つ残らず製造メーカーに回収されていく惨状を目にする機会を得たのです。原因不明の一つのトラブルが、全量検査へと発展するケースです。高い風車の中軸に設置され、人の背丈ほどもある「増速機」を回収するには、多大な労力とコストを必要とします。事故を契機に、それまで各メーカーが産業用機械に準じて製造していた独自基準から風力固有の自然条件にも耐えうる共通基準へとより製造の厳格化が進んで行きました。ヨーロッパにおけるこうした「増速機」の基準作りを目の当たりにして、当社のモノづくりはスタートしたのです。その意味で、当社には後発メーカーの

欠点となる様な経験不足は当てはまらないと思っています。当社の幾重にも重なる厳重な品質管理は、この貴重な経験が原点となっています。

グローバル化を意識した社員教育の強化

一風力発電のマーケットは、国内のみならず世界各国に広がっています。特に、当社の製品は、三菱重工の風力発電機として米国を中心に設置が進んでいます。現在対応している販売代理店(商社等)によるアフターサービスがそろそろ限界を迎えており、ゆくゆくは、メンテナンス強化のため米国での拠点づくりを考えています。そのために、海外にも通用する人材の育成に取り組んでいます。具体的には、語学力の強化。以前は、語学研修の希望者を募り、一定期間、語学学校で研修を行っていましたが、最近では、対応できる人材確保が急務なため、高校を卒業した社員をいきなり現地(米国)へ派遣するなど「習うより慣れろ」を実践させています。当社の身内にも海外経験者がいるため、常に英語でコミュニケーションをとらせたり、職場においても、グローバルな雰囲気が特別でないような環境づくりを意識的に演出しています。当社のキャッチフレーズも“Optimum Solution and Mobility (最適設計と機動性)”とグローバル化を進めています。



工場視察

毎々の初心、忘れるべからず

一入社式や結婚式など、事あるごとに口にしてるのが「^{たびたび}毎々の初心、忘れるべからず」というフレーズ。意味は、初心を軌道修正しても良い。志レベルの高い低いは関係ない。大事なことは、軌道修正をしてでも初心を貫いて欲しいということ。軌道修正せずに全てをあきらめてしまうことだけはやって欲しくない。その想いは、当社の製品出荷の際に浸透させています。出荷前には全品に負荷をかけた回転検査を行っており、この作業はどんなに手間がかかっても、検査体制を省略することがないように気を付けています。これほどの検査は産業用機械の「増速機」には必要ないのですが、厳格化が求められる風力発電機用の「増速機」には、必ず行なわなければいけない作業だと肝に銘じています。そのため、他の製品と比べても故障の割合は極端に少ないと思っています。この想いは、当社がヨーロッパで目にした初心を忘れない良い事例です。製造メーカーの責任として、心を込めて顧客に信頼される製品をつくることこそが大切であると思っています。小さな会社でありながら、常に世界を志向し、更には、世界を舞台に真に求められる価値とは何かを探究し続けることが、当社の存在意義であると考えています。



福岡銀行
取締役頭取 谷 正明

地球温暖化やエネルギー問題を解決する手段として、環境負荷の少ない「風力発電」をはじめとしたクリーンエネルギーへの期待は、我が国のみならず、世界各国で高まりを見せています。欧州の風力発電機メーカーが先行している中、当社が製造する「増速機」は、その品質の高さから世界中から注目される製品となっています。今後とも、高い品質を武器に、他の追随を許さないものづくりの姿勢を貫いて欲しいと願っています。



本社前



風車用増速機



株式会社 村上精機工作所

橋本 尚二氏

■創業 業：1946年2月
■設立 立：1951年12月
■所在地 地：福岡県北九州市
■資本金 金：40百万円
■従業員 員：95名
■事業内容 業：産業用特殊機械（振動機、粉碎機、ブレーキ）の製造
■主な製造品目 目：振動モーター「ユーラスバイブレーター」、産業用ブレーキ、各種粉体・振動応用製品
■製造拠点 点：本社（福岡県北九州市）

高品質な製品作りを続ける振動モータートップメーカー

—1946年に創業者である義理の祖父が加来農機工作所を創立したのが当社の始まりです。その後安川電機の協力工場となって電気機器の製造を開始し、現在は振動モーターや産業用ブレーキ、そして粉体処理機や振動応用機の製造を手がけています。当社の主力製品である振動モーター「ユーラスバイブレーター」は今から50年前の1959年に開発しました。鉄鋼、化学、自動車などの工場からダイヤモンドや金、石炭などの鉱山、そしてたこ焼き機やゲーム機などに幅広く使用されるヒット商品となり、これまでの販売累計は約80万台です。ユーラスバイブレーターの名前の由来は「揺らす＝振動」からきており、商標登録済みです。この「ユーラス」というネーミングは世界でも知られており、振動モーター市場では国内トップシェアです。世界でも約1割のシェアを持っています。丁寧なモノづくりによる耐久性や品質の高さが評価され、北米、オーストラリア、欧州、南アフリカなど海外へも販路が広がっています。

丁寧なモノづくりで高品質な製品を提供

—ユーラスは50年前の開発以来、試行錯誤・研究・改良を続けてきました。振動モーターは常に回転・振動するため、軸やケーブルに負荷がかかって故障しやすく、耐久性が求められます。当社では長年かけて負荷が集中するベアリング（軸受け）廻りの加工精度を10数ミクロン単位まで高め、当初は数10時間程度だったベアリングの寿命を数万時間にまで延ばしてきました。現場においても日々技術の研鑽を続けており、組立時のグリース充填量も一つ一つ重さを計って充填し「丁寧なモノづくり」を心がけ、高品質な製品を提供しています。

品質の高さは業界№1の評価

—ユーラスは海外の競合製品に比べると若干高価格ではありますが、高品質な製品・サービスの面では業界№1との評価を得ています。「当たり前のことを当たり前にするだけ」と丁寧なモノづくりを続けてきた実績が評価され、国内外で「ユーラスの製品だと安心して使える」という信頼を得るに至りました。また、顧客からの高い信頼を得るために不可欠な要

素として、アフターサービスの品質向上にも力を入れています。

ユーラスの品質の高さが信頼を得ている例としてダイヤモンドの採掘があります。現在ダイヤモンドは海底から採掘しており、一回港を出ると2年間は海上で作業を行わなければいけません。そのため、振動モーターは「故障しないこと」が非常に重視されており、そのニーズに応えられるだけの品質の高さを有している当社の製品が高評価を得ています。実際、デビアス（世界のダイヤモンド流通の7～8割を押さえるダイヤモンドの採掘、流通企業）から採掘業者に対して「ユーラスを使うように」との指示があつているとも聞いています。

「人を活かす」経営に注力

—当社はこれまで「商品力」を武器に勝ち抜いてきました。今後の成長のためには人材が何より大切だと考えており、従業員全員が納得して仕事に取り組む「全員参加型経営」を実践し、例えば財務状況などは全てオープンにしています。人を活かす経営を行なうためには人材育成が重要であり、社員に自由に使える教育費（技術系10万円/年、その他5万円/年）を支給し自己研鑽をサポートしています。また、技術だけでなく経営等をテーマにした勉強会を平日については毎朝、土曜日にも年数回開催しています。更には、幹部社員に2ヶ月に1度課題図書を与えて読書感想文の提出を義務付け、全ての感想文について私が返事を書いて相互理解を深めています。私自身も読書に力を入れています（年間目標100冊）。こうした取り組みを続けることで、社員の経営に対する意識も次第に高まり、その効果も具体的に現れてきています。世界的な景気低迷の影響で売上げが急減し、生産が前月比35%

～40%落ち込んだ時でも何とか黒字を確保することができたのは、「全体最適」という考え方を社員全員で共有し、隣の作業状況にも気を配って改善のための知恵を出し合い、実施した結果だと感じています。

長期的なビジョンに基づいた雇用
一雇用に関しても長期的なビジョンをもって運用しています。現在当社には準社員(派遣社員)を含めて95名の従業員がおりますが、一旦雇用調整を行なってしまうと、せっかく育成した人材を手放してしまうことになり、再度雇用、育成を行なうためには多大なコストがかかってしまうため、かえって逆効果になると考えています。そのため、現在のように急激に生産が落ち込んだとしても、雇用調整を行なうつもりはありません。

社会にも貢献

一当社は「顧客貢献」と「人を活かすこと」、この2つを重要視しています。同時に、社会貢献も意識しています。その取組みの一つとして、北九州市が実施している定職をもたない若者に対して働く場を支援する雇用対策事業にも積極的に参加し、数名を社員として採用しました。また、次代を担う学生に対しては、講演・工場見学会等を行なうことで、広く当社の経営内容をオープンにしています。

日本市場に安住することなく世界で勝負

一振動モーターの市場は日本全体で約10億円、世界全体でも100億円程度というニッチな市場であり、大手メーカーにとっては「割に合わない」市場であるため参入してくることもなく、当社は国内シェア60%程度を占めています。ただ、その高い国内シェアに安住していたら安価な海外製品との競争に勝ち残っていくことは

できません。そのため現在、当社の強みである品質を武器に、世界に進出しています。当社の事業規模では海外に拠点を置くのは難しく、現地の代理店を通した販売を行っているのですが、海外には私が直接営業に行っています(今月も海外営業の予定あり)。海外の顧客に当社の製品を紹介すると、品質を高く評価され、売上げ増加に直結するため、社員からも「どんどん海外に行ってください」と言われています。その結果、ユーラスの売上げの内半分は海外向けとなりました。現在では、海外でも南アフリカ、オーストラリアを中心にユーラスのブランドが浸透しつつあります。

日本トップメーカーから世界トップメーカーを目指して

一今後は北米などでユーラスのブランドを浸透させ、2016年に世界一の振動モーターメーカーになることを目指しています。

現在は世界的に景気が低迷しており、今後しばらく厳しい状況が続くと思っていますが、今こそ「働くことの大切さ」を見つめなおし、当社を「時代の変化に対応できる会社」へと成長させたいと思っています。そして、当社の目標としては2021年までに社員300名、売上高100億、利益15億円の会社になりたいと考えています。



ユーラス



振動ふるい



福岡銀行
取締役頭取 谷 正明

当社の主力製品である振動モーターは、国内はもとより世界各国で高品質な製品として高い評価を受けておられます。これは、日々技術の研鑽に取り組み、長年にわたり丁寧なもののづくりを続けてこられた企業努力の証ではないでしょうか。今後とも、当社の製品が世界のマーケットで大きな存在感を示すものと期待しております。



工場視察



株式会社 マークス 田中 博氏

■創 業：1968年3月
 ■設 立：1980年9月
 ■所 在 地：熊本県熊本市
 ■資 本 金：10百万円
 ■従 業 員：200名
 ■事業内容：マーク加工全般、
 プリント、アパレル刺繍など
 ■主な製造品目：プロ野球をはじめとした各種スポーツ関係
 のマーク加工全般、ウェアへの
 刺繍や、WBCで使用した
 昇華プリント加工
 ■製造拠点：本社（熊本市）、
 福岡支店・大阪支店・静岡支
 店・福井センター（福井県越
 前市）、福岡センター（兵庫
 県神崎郡）

日本を代表するマーク加工企業

一当社は1968年に創業し、昨年創業40周年を迎えました。プロ野球をはじめとするスポーツ用品へのマーク加工や、ウェアへのシルクスクリーン印刷、婦人服やシューズへのアパレル刺繍などを手がけてきました。中でも主軸となってきたのが、スポーツ用品へのマーク加工事業です。ミズノ、アシックス、デサントなどの大手スポーツ用品メーカーを筆頭に、クライアントに対して多様な加工技術を提案しています。その結果、大手メーカーからプロ野球球団のユニフォームのマーク加工や背番号等の刺繍を受託するようになり、ミズノからの委託で北京五輪の野球、ソフトボールや、ワールド・ベースボール・クラシックの日本代表チームのユニフォームへのマーク加工なども手がけました。今ではプロ野球球団は福岡ソフトバンクホークス等6球団、高校野球でも熊本県内高校の約9割、熊本県外でも有力チーム中心に多くの高校のユニフォームへのマーク加工などを手がけています。

日本初の加工技術の開発で大きく飛躍

一熊本を本社とし、地元のスポーツ店や福岡の企業との取引を主としていた当社が、大阪を中心とする大手メーカーとも取引をさせていただくようになったのは、新しい技術の開発がきっかけでした。それが帽子へのマーク加工です。

以前は業容拡大を図るため、シューズへのマーク加工を手がけていた時期もありましたが、事業開始から3年後にクライアントであるシューズメーカーが生産拠点を中国へ移転することを決定。当社は諸事情を見て時期尚早と判断し、中国への進出を行なわなかったため、事業開始からわずか3年で受注が8〜9割近く落ち込んでしまいました。仕事はなくなったが、3年間で揃えた設備はある。この窮地をどうやって切り抜けようかと考えていた時に生まれたのが、「野球帽子へコンピューターミシンで刺繍を入れる」という日本初の技術でした。それまでは帽子の完成品に対してミシンで刺繍を入れる

という技術は日本になかったのですが、当社がミシンの改良と刺繍方法を開発。その技術をそれまで縁もゆかりもなかった大阪の大手スポーツ用品メーカーに提案に行ったところ、大変喜ばれ、そのことをきっかけにスポーツ用品メーカーとの取引が大きく拡大していきました。それが今から約15年前のことで、当社にとって大きなターニングポイントとなりました。

困りごとを解決するため技術開発に注力

一帽子への加工技術開発以降も、当社と布地メーカーとの共同開発で従来品よりも通気性、撥水性が優れるマーク地を開発できたのをきっかけに北京五輪の野球日本代表ユニフォームに当社のマーク加工が利用されるようになるなど、新たな技術開発によって取引拡大を図ってきました。開発のコンセプトは「困ったことを解決する」です。当社で独自開発したパソコンソフト「ATOM」もその一つです。ATOMはユニフォームなどのデザインをパソコン画面上でシミュレートする専用ソフトですが、これにより、従来は紙に書いたり文字で伝達していたデザイン提案を画面上で視覚的に行えるようになりました。ユニフォームを作る前の段階でクライアントと作り手のイメージを合致させられるようになり、現在では社内だけでなく、他社でも広く採用されています。また、兵庫県や福井県の拠点はあえてアシックス、デサント等各メーカーの製造拠点内に設置しています。これは、物流などのコストを軽減する目的だけでなく、現場で各メーカーと個々にコラボレーションすることで、

クライアントそれぞれと独立した技術開発の実現を目指しているものです。

クライアントの要望に応えるための安定した生産管理

現在、全体の7割のクライアントがリピーターとなっていていただいています。そのクライアントからの期待に応えるため、クライアントからの注文には、例えそれが急であっても、また一着二着の少量であっても迅速に対応し、納期は絶対を守るようにしています。そのためにMMSという製品管理システムを構築し、また、平成17年に建設した新社屋・工場にはミシンメーカーと共同開発したネットワーク接続ができる自動刺繍機を導入してデータ・商品管理をより強化するなど、作業の効率化、クオリティの高い商品作りに取り組んでいます。

事業領域の拡大を目指して新たな挑戦

―当社は創業から約40年、確かな技術提案と、必要に合わせた開発を進めてきました。WBC効果もあって、景気が低迷している現在においても多くの受注をいただいております。ただ、景気低迷に伴って顧客である実業団チームが減少する懸念があるなど、今後については不透明な部分

も多く、あらゆる方向へ事業の可能性を見出すため、新たな挑戦を行っています。

一つ目の挑戦が、海外への展開です。当社のクライアントはアメリカやヨーロッパなどでの事業展開へも注力していますので、それに合わせて海外への営業展開を視野に入れています。また、以前は時期尚早と判断した中国への進出についても、現在上海で拠点を構え今年の五月から本格的な稼働に入ります。また、二つ目として、これまでの技術を活かしてバレーボール、バスケットボール、サッカーなど野球以外へのスポーツやスポーツ以外の分野へも事業を展開していきたいと考えています。

これからも時代にあった柔軟性と対応力で、クライアントに満足していただける製品づくりにまい進し、メイドインマークスを目指して努力してまいります。

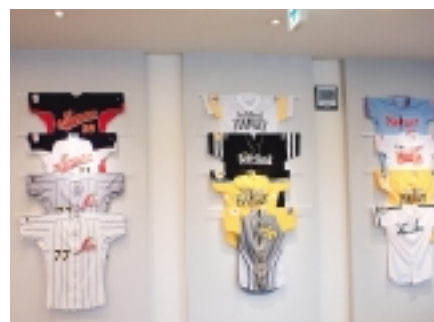


熊本ファミリー銀行
取締役頭取 鈴木 元

当社は熊本発の元気な企業です。日本初となるような独自技術の開発に注力し、その技術によって顧客が抱える問題を解決していくことで、マーク加工の分野で日本を代表する企業に成長されています。常に挑戦を続ける当社が今後はWBC日本代表のように世界を舞台に活躍されることを期待いたします。



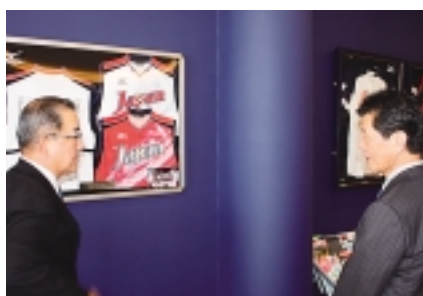
WBC日本代表のユニフォーム



当社がマーク加工を手がけているユニフォーム



視察風景



本社



不動技研工業 株式会社 濱本 浩邦氏

■創 業：1959年8月
 ■設 立：1964年1月
 ■所 在 地：長崎県長崎市
 ■資 本 金：24百万円
 ■従 業 員：267名（男性209名、女性58名）
 ■事業内容：発電プラント、産業用機械等の設計。自動車用電装品の自動評価システムの開発、設計。PCサーバー管理システムの開発、構築。
 ■設計拠点：本社・長崎事業所（長崎県長崎市）、高砂事業所（兵庫県高砂市）、神奈川事業所（神奈川県横浜市）

当社の業歴は、1959年8月に、現最高顧問の濱本正安が長崎県長崎市において機械設計・製図の個人創業を開始したことに始まります。そして、64年1月には法人化し、不動技研工業 有限会社を設立、同時に兵庫県高砂市に出張所（現：高砂事業所）を開設しました。主に各種発電プラントの原動機（ボイラ・タービン・ガスタービン等）の設計や、自動車の電子電装品開発設計、CG等デジタルコンテンツの作成等を行っています。

ハイレベルな「技術、精度、品質」を実現する設計技術集団

当社は、創業当初から隣接する三菱重工グループとの深い繋がりがあり、火力発電プラントの総合配管やプラントの心臓部とも言えるボイラ、タービンの設計等を主たる業務としています。大型プラント等の設計は、安全性や効率性、性能、コストなど、様々な観点からのアプローチが必要であり、設計技術の精密さはもちろんのこと、流体、熱、材料、振動、強度

などに対する幅広い技術的知識や総合的把握力が必要とされます。私も、こうした大型プラント等の数多くの設計実績と長年培ってきたノウハウを有しており、お客様からの高い評価と厚い信頼を頂戴しています。また、今後の成長が期待される風力発電や太陽光発電等、クリーンエネルギー分野の設計についても既に手掛けています。

より強固な経営体質の構築へ向け新分野にも挑戦

これまで、高度な設計技術の習得・開発に努め、お客様との信頼関係を築き上げてまいりましたが、経営環境が目まぐるしく変化する昨今、これまで培ってきた技術をコアとしつつも、新技術の研究・開発とともに、より強固な利益基盤を確立する必要があると考え、最近では、社員を大学院研究室へ派遣し、制御分野への事業拡大を図っている他（産学連携）、自動車電装品の性能評価システムの開発・設計など、新分野に対する挑戦・投資を積極的に行っています。

自社開発の「3+（スリープラス）システム」で、企業の各種効率化を実現

最近、特に注力している事業に企業のIT化支援事業があります。当社は、パソコン管理者の負担を減らしつつも、満足のいくコンプライアンス体制を築きたいというニーズを実現するためにこの製品を開発しました。パソコン管理が兼任業務である場合、管理者の負担が増え、セキュリティや提供されるサービスの低下につながります。その結果、コンプライアンス体制が不十分になり、その対応に頭を悩ませている経営者が多いようです。「3+システム」の導入により、保守をするのはサーバーだけでよく、ユーザーはメンテナンス中でも作業を中断することなく、障害対策もでき、外部メディアの制限など簡単にセキュリティを向上させることができる仕組みになっています。

人が基本、社員の仕事への情熱が会社の未来を創る

このように、様々な分野の設計業務を手掛けていますが、当社は技術が全てであり、その根幹をなすのは「人（社員）」です。当社の経営方針の柱は、「人が基本」という概念であり、「人を育む」ことにあるのです。ビジネスの最前線にいる社員の意見が迅速に反映できるボトムアップの風土の中で、またチャレンジ精神と情熱に溢れた前向きな議論が飛び交う中で社員を育むとともに、社員の生活を豊かにし、幸福にすることが私の使命であると考えています。一方、社内では「自分に負けるな 自分を変えろ」時代に負けるな時代を変

えろ」のスローガンを掲げ、全社員が時代の急激な変化に遅れることなく、現状の自分自身を乗り越えることができた時、そこに個々人の成長があり、後に企業の発展があると常々言い聞かせています。

社員満足の先の顧客満足へ

当社では、毎年開催している経営計画発表会等を通じて、お取引先のみならず社員にも経営状況を公表している他、毎月の損益状況についても全社員に開示し、「我が社がどうあるべきか」そして「成果を出すために自身が何をなすべきか」を、社員一人ひとりが考える組織作りに努めています。こうしたことを前提に、年功序列を廃止し、成果主義(結果主義ではなく過程も評価する)給与システムを導入し、社員に責任感を持たせています。社員が当社で働くことのやりがいや喜びを感じることで、お客様に対しても誇れる仕事ができるのではないか、社員の満足の先に顧客

満足があるのではないかと考えています。

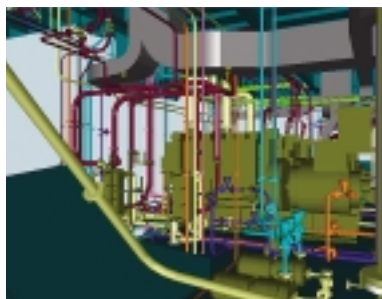
「誠実、創意、実行」、設立50周年に向けて

創業以来、総合エンジニアリング企業としてお客様のあらゆる設計ニーズにお応えしてまいりました。しかし、当社がさらなる飛躍を遂げるためにも、今後は、特定の分野において全国的に認知されるような技術的評価を獲得するべく、技術の開発・研鑽に努めてまいります。簡単に言いますと、当社の企業価値(技術力)を「上場できるレベル」まで向上させたいと考えています。また、昨今経済成長が著しい東アジアへの海外進出を視野にいれた事業所展開も検討していきたいと思っています。今後も、社是である「誠実、創意、実行」を胸に、5年後の会社設立50周年を目指して、いつも誠実さを忘れず、創意を持ってお客様に解決策を提案し、確実に実行してまいります。



親和銀行
取締役頭取 鬼木 和夫

今回、当社の3次元設計についてアニメーションを交えてご説明いただくとともに、設計現場を案内していただき、普段から目にするすばらしい構築物も、その背景に卓越した設計技術があってこそのものであることを、改めて認識しました。これからも、仕事への情熱と豊かな創造力をもって、総合芸術作品とも呼べる構築物を設計されていくものと期待しています。



3 D - CAD (ウォークスルー)



3 D - CAD (Pro - E)



当社が関わった火力発電プラント



アニメーションプレゼン



本社にて

九州企業のアジアビジネス動向 ～アジアビジネス戦略フォーラムから～

はじめに

未曾有の経済危機が日本を直撃しています。とくに近年、輸出に依存して成長してきた九州の産業界にとっては、ビジネスモデル自体が崩壊しかねない状況です。日本経済全体としては、1986年に中曽根内閣の下で「前川レポート」が提唱した「内需主導型の経済成長への転換」が今回も究極の解決策であることは明らかですが、ミクロのレベルではなかなか理論通りにはいきません。実際問題として、この先九州企業はどこに活路を見出せば良いのでしょうか。

そのキーのひとつはアジアです。前回も申し上げましたように、九州企業の強みは「アジアに近いこと」で、これに「アジア市場の堅実な拡大」「日本製品の高信頼性とブランド」「日本の技術力ときめ細かなサービス」などが加わることにより、さまざまなビジネスチャンスが生まれるのです。

しかし一方、アジアビジネスには高いリスクもあります。グローバルに展開している大企業はともかく、中堅・中小企業にとっては、「いつ」「どこに」「どのように」進出するかを見極めるのは容易ではありません。世界金融危機やチャイナリスクなど、アジアのビジネス環境がますます不透明化するなかで、各企業はどのような戦略をとるべきでしょうか。

このような経営者の方々のご関心に応えるべく、08年11月に九州大学と福岡銀行の主催により「アジアビジネス戦略セミナー」が300名のご参加を得て盛大に開催されました。内容としては、関志雄先生による基調講演「中国経済の

九州大学大学院教授
丹羽 由一

1977年東京大学経済学部卒
日本開発銀行入行。ハーバード大学客員研究員、大蔵省シニアエコノミスト、日本経済研究所総務部長、日本政策投資銀行シンガポール事務所長、えひめ地域政策研究センター常務理事を経て2008年より現職。

現状と課題」と、内外の研究者・実務家の方々によるパネルディスカッション「九州企業のアジアビジネス」の二本立てで、北京五輪後、世界金融危機下での中国経済の成長持続力や今後の構造改革の可能性、さらには東南アジアやインドを含めた「チャイナ・プラスワン」の潮流などについて討論いただきました。今回はここの議論を整理して、いくつかのポイントをご紹介しますと思います。なお本稿は各出演者の発言を筆者の見解に基づいて要約・改編したもので、内容についての責はすべて筆者にあります。



当面の中国経済の見通し

中国は03年以降5年連続2桁の成長を遂げました。しかし内外の経済情勢の悪化を受けて、実はオリンピックを待たずに07年の第二四半期にすでに今回の景気循環のピークを打って減速

局面に入っています。

景気減速の原因はどこにあるのかというと、必ずしもアメリカの消費低迷というわけではなく、外部の要因以上に実は内部の要因が大きく働いています。特に強調したいのは、好景気のもとで07年以降インフレ率が上昇し、その対応として中国政府も金融引締め、例えば金利を上げるとか、さらには人民元の切上げを加速させるような政策をとったことです。これが投資、消費、輸出にマイナスの影響を与え、そのうえで今回のアメリカ発の金融危機が加わったわけです。

確かにアメリカはこれからさらに不況が深まるだろうと思います。しかしながら、これを受けて中国経済が大変なことになるとは思いません。中国の潜在成長力がもともと高いことに加え、中国経済はアメリカや日本の景気変動と相関関係が薄いことがその理由です。また中国は日本と違ってお金の出入り、いわゆる資本移動に関してまだ厳しく制限されているので、金融危機の影響は相対的に小さいとも言えます。しかも仮に成長率がさらに下がったとしても、中国政府としてまだ金融政策、財政政策における対応の自由度は十分に確保しています。

金融政策に関しては、景気上昇局面では3、4半期遅れてインフレ率の上昇が確認できています。直近で言えば景気のピークは07年第2四半期でしたが、3、4半期遅れて08年の第1四半期に消費者物価がピークを打ったわけです。それ以降中国の成長率は下がってきているので、少しのタイムラグをもっていずれインフレ率の低下に反映されるだろうと思います。これは金融緩和の前提条件が得られたわけで、実際中国は昨年9月以降に3回にわたって金利の引き下げを実施しています。

財政政策に関しては、中国の国債発行残高はまだGDPの20%程度と、日本の160%超と比

べて非常に低い水準となっています。実際、日本でも大きく報道されたように、昨年11月上旬に57兆円規模の大規模な景気対策が打ち出されています。これはインフラ投資と企業の投資減税が中心となりますが、これをもってすれば今年の中国の成長率は恐らく8%程度に維持できると思います。

確かに株価もピーク時と比べて7割くらい下落しましたし、不動産価格も崩れ始めており、日本の90年代と同じようにバブルが崩壊して「失われた10年」が待っていると、またはオイルショック以降の日本のように高度成長期がそれをもって終焉するのではないかという懸念も一部にあります。もちろん中長期的に見れば、少子高齢化とか、または後発性のメリットが先進国に近づくにつれてどんどん薄れていくことから、成長率が低下することは間違いないのですが、この先の2、3年間で急激に下がることは想像しにくい状況です。

この数年間の10%以上の成長はできすぎと考えても、目先の数年間の8%成長は十分維持できます。その比較の対象は90年代の日本ではなく、60年代の日本です。東京オリンピックの後、日本も不況に陥った時期がありましたが、その後の反転は非常に早く、しかも力強かったのです。やはり当時は日本もまだ新興国と呼ばれて、成長性もそれなりに高く、後発性のメリットも残っていたわけです。同様に、中国の潜在成長率が例えば9%程度とすれば、調子がいいときは12~13%までいきますが、悪いときは7~8%に下がる程度です。今はまさにその「悪いとき」ですが、それは2~3%まで下がるということは意味しません。

あとで振り返ってみれば、「2008年のアメリカ発金融危機は、中国のグローバル大国への台頭を象徴する出来事であった」ということになると思います。

中国経済の構造問題

ただ今の成長パターンがこのまあいっまでも続くわけではありません。成長戦略の限界が少しずつ見え始めており、中長期的にはいくつかの構造問題に直面することは不可避です。その一つは少子高齢化で、中国では人口の年齢構成が急速に変わりつつあります。

ご存知のとおり中国の一人っ子政策は80年代の初めごろから徹底されて、最初は子供の数が減るという形で少子化が進み、その裏返しで生産年齢人口、例えば15歳から59歳までの人口の比率はどんどん上がっていきます。これは一種の「人口ボーナス」と呼ばれるもので、労働力が豊富であると同時に、貯蓄率も非常に高く、投資に回る資金力も潤沢にあり、したがって投入量の拡大による成長が実現できたわけです。

ただここにきて一人っ子政策のツケがそろそろ回ってきて、中国は非常に速いペースで高齢化社会を迎えることになります。国連の推計では、生産年齢人口は2015年以降絶対数でも減少に転じ、人口ボーナスは今度は逆に「人口の罰金」という形に変わります。そうなると当然中国の潜在成長率は下がって行きます。これに少しでも歯止めをかけようとするためには、クルーグマンが指摘したように「投入量拡大の成長から生産性上昇による成長へ(量的成長から質的成長へ)転換しなければいけない」ということです。

もう一つは地域格差の問題です。中国には31の省と4つの直轄市、さらに少数民族の自治区がありますが、その中で一番発展してきた上海の、一人当たりGDPは昨年8,500ドルに達しているのに対し、一番遅れている貴州省はまだ800ドル前後です(表1)。地域格差は最大で10倍ということになり、東京と沖縄の格差が2.2対1の日本とは比べものになりません。

このままだと社会が不安定化するという心配

表1 中国の地域別1人当たりGDP
(2007年)

上海市	8.5	千ドル
北京市	7.2	
天津市	5.9	
浙江省	4.8	
江蘇省	4.4	
広東省	4.3	
・	・	
・	・	
安徽省	1.7	
雲南省	1.5	
甘粛省	1.3	
貴州省	0.8	
中国全土	2.5	

(出所) 中国統計摘要2008

もさることながら、もっと具体的な問題として、この格差が広がると「消費を中心に内需を拡大させていく」ことが困難になります。実際に格差拡大につれて、民間消費の対GDP比は近年の高成長にもかかわらずむしろ下がってきているのです。つまり、今の高成長は需要サイドにおける強い消費によって牽引されているわけではなく、民間需要はむしろ低迷しています。

これは一般のイメージと若干ギャップがあるかと思います。この数年間、株価は上がり、不動産価格も上がり、高額製品や自動車が非常に売れていたというニュースばかりでした。しかし8億人の農民の所得はなかなか増えず、全体としては消費が低迷しているのです。

では格差を是正するためには何が必要でしょうか。一つ目は「国内版FTA(自由貿易協定)」です。FTAは国と国の間で結ばれるものですが、中国では戸籍の問題に象徴されるように、ヒト、モノ、カネに関して、省をまたぐとまだ多くの制約が残っており、いわゆる統一国内市場は出来ていないのです。

二つ目は「国内版雁行形態」です。これは60

年代の日本の繊維産業などにみられた衰退産業の段階的海外移転のことで、中国でも最近では賃金が上昇し、人民元が強くなり、生産コストが全体的に上昇しています。そこで中国企業も工場をたたんでベトナムやインドネシアに移転する動きが活発化していますが、それを国内の遅れた地域に持っていけば新たな競争力を持った産業として生まれ変わるのです。

三つ目は「国内版ODA」です。これは政府開発援助のことで、豊かな地域から取った税金の一部を日本の地方交付税のような形で内陸部に再分配することも求められるのではないかと思います。

以上の話を一語でまとめると、中国が直面している課題の一つは効率性の問題、いかに生産性を高め「量から質への転換」を進めていくのか、もう一つは公平性の問題、いかに経済発展の果実を国民の全体に行き渡らせるかということになります。この二つは両立する場合もあるし、トレードオフする場合があります。このバランスをどうとっていくかが今後の中国経済のポイントです。

チャイナ・プラスワンの潮流

次に中国以外に目を転じてみると、アセアンとインドが浮かび上がってきます。日本の企業がアジアビジネスを考える場合は、どこでどういう風に持続的な成長性と収益性を確保するのかということが最大の関心です。どの大手企業も70年代はいわゆるアジアNIESといわれた韓国、台湾、香港、シンガポールに進出し、80年代から中国の時代、90年代はインド、その次はBRICs、そしてポストBRICsとしてNEXT11、イスラム金融の世界にまで舞台が移っています。

この中で成長性、収益性をいかに追及するか試行錯誤してきたわけです。東証上場企業1,700

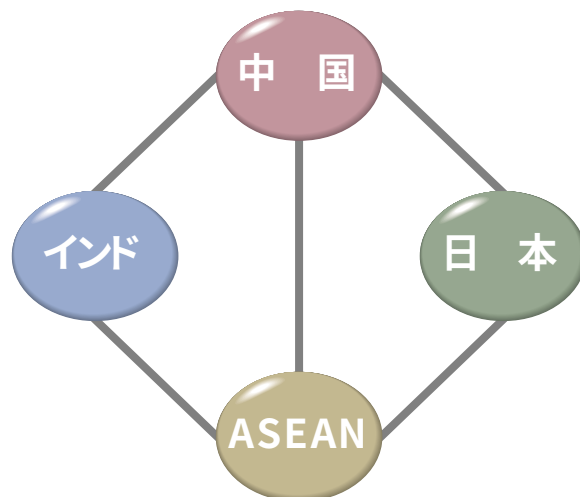
社の地域別営業利益をみますと、08年3月決算ベースでは日本で儲けた営業利益が14兆円、海外が7兆円です。そして海外7兆円のうちアジアの利益が米州の利益を超えたということは大変象徴的な出来事です。

一方、最近ではアセアンと中国の間で、貿易が年率20%台で増えています。20%ということは4年後に倍になるということです。中国とアセアンは強烈な投資と貿易が動いています。従って今のアジア戦略は、日本＝中国＝アセアンという三角形の構図になりました。

そしてこれに加わるのがインドです。インドへ進出している日本企業はこの間までわずか数十社でしたが、05年に320拠点、08年の1月に550拠点、そして10年に1,000箇所を超えます。これは中国へ進出したパターンと一緒です。中国では、最初数十箇所から数百、数千になって、2万5,000拠点になったわけです。

さらに激しいのはインド＝アセアン＝中国の三角関係です。アセアンとインドの貿易も年率2割で伸びています。中国とインドの間のヒト、モノ、カネに至っては年率4割で伸びています。4割というと、2年で倍になるということです。そうすると確実に、インド＝中国＝アセアンのトライアングルで巨大な経済圏が出来つつあるということです。

拡大アジア戦略



先ほどの日本＝中国＝アセアンのトライアングルとあわせて考えると、中心となる軸は間違いなく中国とアセアンのラインです。これが今のアジアの構図です。日本の大手企業としては、日本の少子高齢化や人口減が進行するなか、ここはやはりアジアを見ながら考えないといけません。アジアに打って出るか、アジアのダイナミズムを取り込むか、このあたりが10年以降の最大のポイントになると思います。

九州経済とアジア

90年代以降九州経済が国際化するなかで、アジアとの関係もどんどん緊密化してきました。一つは、九州とアジアの人的交流が拡大しているということです。07年の九州の入国外国人数は過去最高の92万人、あと一息で100万人というレベルに達しています。なかでも韓国人の入国が大幅に増加しました。08年の8月以降はウォン安となって状況が変わっていますが、少なくとも07年までは非常に順調だったということです。そして、これからは中国からの観光客が期待できるのではないかと思います。そうしたなかで観光ビジネスにチャンスが訪れます。アジアに出かけなくても、国内でアジアビジネスができるという視点は重要です。

二つ目は物流ですが、物流も地の利を生かした事業が九州で展開されています。全国に誇れる、アジアの中でも注目できる物流が九州と韓国、九州と中国、あるいは福岡空港を使った航空貨物ネットワークで実践されています。中国との関係では上海スーパーエクスプレスが非常に有名です。こうした中で、地場の物流業者も様々なビジネスチャンスを生かしながら活発に活動しています。

三つ目ですが、貿易・投資の分野に関しては出遅れているという感じがします。もちろん個別にはいろいろと頑張っている企業がたくさん

ありますが、全体として見ればまだまだレベルは低いと感じます。九州のアジア貿易は07年に過去最高となりましたが、中身を詳細に見ますと、鉄鋼、化学、自動車、半導体など東京に本社を置いた大企業の九州工場が輸出に貢献しているということで、まだまだ地場企業の活躍の場は限定的です。九州企業の海外進出は今336社ほどあり、件数も1,200件を超えていますが、それでも全国に占める割合は3%程度に過ぎません。

ただ、九州のアジアビジネスに対し決して悲観的になる必要はありません。特に中国市場は大きな可能性を秘めていますから、これに上手くビルトインしていけば九州企業の活躍の場というのは拓けてくるのではないかと思います。その方法として、一つは内需型のアジアビジネス、これまであまり海外、あるいはアジアと縁がなかった企業、産業がアジアや海外に出て行くことを期待します。こうした分野では地場の優良企業が多くありますし、資本力もリスク対応力も持っています。それからアジアが所得を上げていきますとサービス市場がどんどん発達していきます。従って、この分野に九州の企業が出て行く可能性もあると思います。

二つ目は技術力のある地場企業のアジアビジネスです。九州は半導体産業と環境産業の集積が非常に高いので、これらが本格的にアジアに進出していくと期待します。そして、いま盛んに議論されている道州制のメリットが一番出てくるのがこのあたりだと思います。いろいろな商談会や事前調査のためにチーム九州というのを作って派遣したり、あるいは九州上海事務所の機能をもっと拡充して、アジア各地域で九州事務所を作ったり、こういうことができれば九州とアジアが一体的に発展する可能性が広まっていくのではないかと考えています。

「電子マネー」拡大の可能性とFFGグループの取り組み

はじめに

インターネットの普及によるオンライン化が進む中で、新たな決済手段のひとつとして電子マネーが導入されました。2001年当時の数年間は現在のような広がりは見られなかったものの、近年の「Edy」（エディ）や「Suica」（スイカ）の普及、さらには携帯電話を利用したおサイフケータイ等の登場によって、電子マネーの存在は私達の普段の生活の中でより身近な存在になってきました。福岡でも、昨年登場した西日本鉄道の「nimoca」（ニモカ）に加え、今春からJR九州の「SUGOCA」（スゴカ）、福岡市営地下鉄の「はやかけん」が登場し、これで福岡市内の鉄道3社のICカードが出揃いました。そこで今回は、2008. 8 VOL. 3の調査月報（「福岡エリアにおけるICカード乗車券導入の動向」）に続き、ICカード いわゆる「電子マネー」の定義や現状を確認した上で、その可能性や導入事例などについてレポートします。

1. 電子マネーとは

(1) 電子マネーの定義

まず、「電子マネー」の定義について確認します（少し、形式的な分類から説明に入っていきます）。1996年6月に旧大蔵省から公表された「電子決済及び電子マネーの環境整備に向けた懇談会報告書」によると、電子マネーを「利用者から受け入れられる資金（発行見合資金）に応じて発行される電磁的記録を利用者間で授受、更新することによって決済が行われる仕組み、またはその電磁的記録自体をいうこととする」と定義しています。また、旧大蔵省による翌97年5月の「電子マネー及び電子決済に関する懇談会」の報告書では、電子マネーとは「決済手段の電子化の仕組みにおいて貨幣価値を有するとされるデジタル・データ」と定義されています。

つまり、電子マネーとは「広義」の意味では

「お金」や「支払手段」を役割とする電子的なサービス いわゆる「電子的決済」のことを意味しており、銀行での振込みやクレジットカードによる支払いなども「広義」の電子マネーにあたるとされています。一方、「狭義」の意味での電子マネーとは、金銭的な価値をICカード等に貯蓄し、それを用いて決済を行う「小額決済用のツール」を意味します。最近の電子マネーの拡大は、この「狭義」の意味での電子マネーの普及と言えます。

(2) 電子マネーの種類

電子マネーと言えば「Edy」、「Suica」、「PASMO」（パスモ）、「nanaco」（ナナコ）、「WAON」（ワオン）といった名称がよく知られています（一度は耳にしたことがある用語ではないでしょうか？）。上記の他にも電子マネーには別の分類も可能です。

ここでは大きく2つのカテゴリーに分類することにします。1つは「ネットワーク型電子マネー」で、もう1つは「IC型電子マネー」です。

① ネットワーク型電子マネー

ここで言う「ネットワーク型マネー」とは、インターネット上での利用のみを想定したサービスを意味し、具体的には「BitCash」（ビットキャッシュ社）や、「WebMoney」（ウェブマネー社）などが提供するサービスがこれに該当します。「ネットワーク型マネー」の特徴は、お金を文字や数字などの文字列情報に変換することで、インターネット上のオンラインショッピングやサービスの購入が手軽にできる点にあります。ただし、このようなネット決済用の仮想マネーは、事前に店頭などで購入手続きをしなければならない手間やサービス間の互換性の低さといった課題も挙げられている様です。

② IC型電子マネー

新たに注目されているのがICチップを利用した電子マネーです。特に、前述した「Suica」や「PASMO」、「nanaco」、「WAON」、「iD」（アイディ）などがこのIC型電子マネーと呼ばれるものです。非接触IC技術を利用した電子マネーは、従来から乗車券として交通各社が使用していた磁気タイプのカードと異なり、商品の購入や飲食店での支払いなどの様々な場面で現金やクレジットカードに代わる決済手段として、この非接触IC型電子マネーが主流となりつつあります。

また、非接触IC型電子マネーには2つのタイプに分かれます。それは「プリペイド型」と「ポストペイ型」の2種類です。

「プリペイド型」とは、事前にクレジットカードや預金口座^{*1}から電子マネーへチャージ(入金)し、チャージした金額の範囲内で利用する「前払い式」の電子マネーであり、「ポストペイ型」とは、電子マネーで利用した金額をクレジットカードなどで後から一括して支払う「後払い式」する電子マネーとなります。

本稿では、非接触IC型電子マネーの中でも「プリペイド型」と呼ばれる電子マネーについて、説明を行っていきます。

(※1 「ふくぎんモバイルバンキング会員」のお客様を対象に預金口座から電子マネーにチャージすることが可能です。詳しくは、後段にご紹介しています。)

2. 電子マネーの現状

(1)電子マネー普及までの経緯

日本における電子マネーサービスの始まりは、ソニーやNTTドコモ等が共同で設立したビットワレット社が電子マネー「Edy」のサービスを開始した2001年からです。

同年、JR東日本（首都圏）がIC乗車券としての「Suica」、03年にはJR西日本（関西圏）がIC乗車券「ICOCA」（イコカ）の取り扱いを開始し、04年には関西の私鉄・バス各社によるスルッとKANSAI協議会がIC乗車券「PiTaPa」（ピタパ）の導入を開始しました。このように交通各社は、いち早く乗車券のIC化に乗り出しIC化が普及する担い手として先行しました。

一方、2007年には、流通企業大手であるイオングループが電子マネー「WAON」を、セブン&アイグループが電子マネー「nanaco」のサービスを開始しました。このように、「Edy」に始まる電子マネーは、発行主体を「交通系」から「流通系」へと移行させて行きました。

こうして「交通系」から広がりを見せた電子マネーは、当初は首都圏など限られた地域からスタートしたものの、発行主体に「流通系」が加わったことで、取扱い加盟店が駅周辺の限られた地域から大型チェーン店やコンビニエンスストア、家電量販店の加盟によって全国に広がりながら同時に利用者をも増やしていったのです。

電子マネーの定義

広義の電子マネー：電子的決済（銀行等での振込み、インターネットバンキング、クレジットカードによる支払など）

	狭義の電子マネー			クレジットカード等			デビットカード
	ネットワーク型	IC型		カード（非接触）		カード（接触）	カード（接触）
利用媒体 アクセス手段	ID パスワード	カード（非接触） 携帯電話		携帯電話			
日本における サービス例	WebMoney BitCash NETCASH ちょコム	Edy Suica nanaco WAON PASMO ICOCA	Edy Suica nanaco WAON	QUICpay VisaTouch iD	QUICpay VisaTouch iD PiTaPa Pay Pass Smart plus	各種 クレジットカード	J-Debit Visa-Debit
決済タイミング	プリペイド方式			ポストペイ方式			即時

(出所) 日本銀行

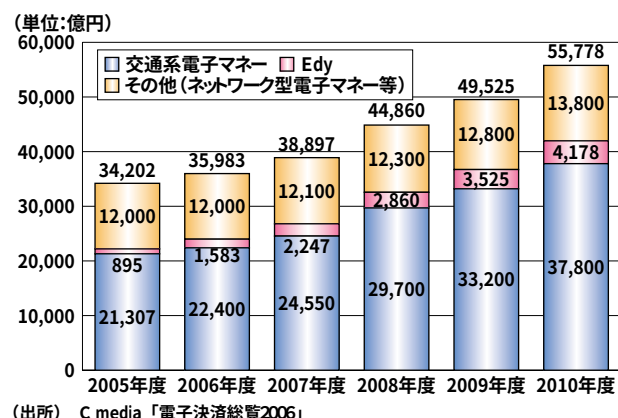
(2) 電子マネーの市場規模

日本銀行が公表した「電子マネー決済に関する利用実態の調査」結果によると、2008年3月末時点の6つの電子マネー（「Edy」、「Suica」、「ICOCA」、「PASMO」、「nanaco」、「WAON」）の発行枚数は8,061万枚に達しました。このうち、携帯電話に搭載された電子マネーは942万枚で全体の1割程度(11.7%)を占めています。また、上記電子マネーによる07年度中の決済件数も大幅に増加傾向にあります

(07年の決済件数は06年比で83%増の8億1,000万件。決済金額は同年比の約2倍にあたる5,635億円に達しています)。さらに、電子マネー1件あたりの平均決済金額は696円となっており、デビットカードの6万6,000円、クレジットカードの1万2,000円と比べると、電子マネーは少額小口決済に利用される傾向にあることが日本銀行の公開資料から浮き彫りになりました。

今後、さらなる電子マネーの拡大によって、その市場は数兆円規模にまで成長すると予測されており（国内の民間最終消費支出の約300兆円のうち小額決済市場は5分の1の約60兆円）、小額決済市場の大半を電子マネーが占める日も、そう遠くないかもしれません。

電子マネーの市場規模



(3) 九州における電子マネーの現状

現在の九州でも「交通系」による電子マネーが広がりを見せています。

福岡市では、2008年5月に「西日本鉄道」が「nimoca」を導入し、本格的なIC乗車券

の利用が始まりました。ご存知のとおり「nimoca」には、3つのタイプがあります。

- ① 会員登録が不要でバス・電車の利用のみポイントが付与される「nimoca」
- ② 会員登録が必要で買い物(ショッピング)にもポイントが付く「スターnimoca」
- ③ クレジット機能を付加した「クレジットnimoca」

の計3種類です。様々なシーンで利用者の用途に応じた機能を選べる電子マネーが「nimoca」の特徴となっています。

残り2つの鉄道会社についても、09年3月には、JR九州の「SUGOCA」が、福岡市営地下鉄の「はやかけん」がサービスを開始しました。

更に、2010年にはこの福岡市の鉄道3社（「西日本鉄道」、「JR九州」、「福岡市営地下鉄」）とJR東日本の相互利用が可能となり、出張が多いビジネスマンを中心に利便性は益々向上するものと期待されています。

その他、九州を見渡してみると、長崎県では県内の交通各社が02年に共同発行を開始した「長崎スマートカード」があります。全国に先駆けて、運営主体の異なる交通会社同士がIC乗車券の共用化を可能にしたカードとして普及しています(08年9月からは、クレジット機能付きのカードの利用も発行されています。現在は長崎県交通局、長崎自動車、さいかい交通、佐世保市交通局、西肥自動車、島原鉄道(バス)、長崎電気軌道で利用可)。

その他、九州初(2001年9月)のIC乗車券となる北九州市交通局の「ひまわりバスカード」、宮崎交通の「宮交バスカ」、鹿児島市交通局の「RapiCa」(ラピカ)など、九州各地でも電子マネーの普及が進んでいます。

3. 電子マネーの可能性

今度は、電子マネーの可能性を「加盟店」の立場から考えてみます。「加盟店」にとっての電子マネーの魅力は、「利用者の囲い込み」といえるでしょう。「簡単・便利・スピーディ」

といった利用者のニーズにいち早く対応し、利用者の利便性が向上することで、「加盟店」の利用機会(収益機会)が増えていくことが期待されます。

また、加盟店が増えていくことによって(系列店以外の他分野との連携が強化)、利用者のポイント利用の機会が増し、これによって取扱い加盟店の利用機会(収益機会)も更に高まっていくことも期待できます。

現在、チェーン店など大型店を中心に加盟店は増加する傾向にありますが、今後は、「個人商店」や「小規模店舗」なども加盟店に加わることによって、利用者にとっては、大型店やチェーン店で購入するのと同じような効果(ポイントの付与や交換が可能)が得られる方向にあります。

例えば、地域の商店街などで利用を考えた場合、商店街での独自のサービスを提案していけば、商店街での店舗間における新たなシナジー効果も生まれ、商店街への利用者を増やしていくツールとして利用できるのではないのでしょうか？

今後は、地域特性にあわせた最適な戦略を考えることで、電子マネーが「地域通貨」としての役割を担う可能性も秘めています。

4. 電子マネー及びICカードの導入事例と当グループの取り組み

ここで、電子マネーの利用を商機と捉え、ユニークな取り組みを行っている事例や、効果的なサービスを行っている事例をいくつかご紹介します。

(1) 電子マネー導入の事例

① 久里浜商店街

神奈川県横須賀市にある「久里浜商店街」(152店舗)は、2008年8月のジャスコ久里浜店のオープンに合わせて、商店街のうち15店でイオングループの電子マネー「WAON」を同12月に導入しました。これは、商店街全体がイ

オンのモールのように共存共栄を旗印としたコンセプトのもとでの取り組みを進めた新しい事例です。電子マネーを仲介とした「地域商店街」と「大型小売店」とを結んだ一つの良い例として、地域活性化効果が期待されています。

同様に九州内でも、福岡県の「天神地下街」や熊本県の「上通り商店街・下通り商店街」、鹿児島県の「天文館」などで、消費拡大と商店街の活性化を狙った電子マネー導入の動きが相次いでいます。

② 九州大学(e-プロジェクト)

九州大学では、大学内の電子化・情報化による学生へのサービス向上と業務の効率化・高度化を推進するため、学生証と教職員証のICカード化を進めており、この4月より本格導入を開始しました。このICカードを用いて、建物の入館、図書館の利用、設備・施設の利用はもちろんのこと、コンビニや生協を利用した商用サービスなどの学内サービスの利用も可能となっています。学外でも、電子マネーによるショッピングや交通機関(JR九州、市営地下鉄等)の利用も検討されており、学生証・職員証が一枚あれば、学内外の日常生活が随分と便利になる仕組みづくりを全国の大学に先駆けて実施しています。

③ 「nimoca」取扱い加盟店

「nimoca」では、「nimoca」の取扱い加盟店を対象として、利用者の情報をデータ化し還元するサービスを行っています。これは、「nimoca」オリジナルのサービスであり、取扱い加盟店を拡大させる重要なツールとして注目されています。具体的には、利用者が持つ情報のデータ化(年齢、性別などの利用者の属性等)を行い、データを加盟店に還元することで、加盟店は利用者の嗜好を把握し、利用者全体の特性を分析・体系化することでマーケティングによる顧客戦略に役立てることが可能となります。例えば、日々の利用者の人数や金額の

情報を確認できたり、店舗ごとの商圈分析、駅やバス停を出発点とした利用者の動線を分析することで、様々な経営戦略や顧客分析が行えるサービスの提供を行っています。

(2) FFGグループの取り組み

①「FFGカード」との提携カード「JMBnimoca」発行

ふくおかフィナンシャルグループでは、今春(2009. 4. 27)から「FFGカード」(FFGグループのクレジットカード会社)を通じて、西鉄ICカード「nimoca」およびJALのマイレージプログラムである「JALマイレージバンク」にクレジットカード(VISA)の機能を一体化させた多機能カード「JMBnimoca」の募集を開始します。航空機の利用、日々のバス・電車での異動、お買い物一つのカードで可能となり、「空」と「日常生活」の様々なシーンでマイルやポイントがたまります。また、「JALマイレージバンク」のマイルと「nimoca」のポイントとの相互交換も可能となっています。

更に、オートチャージ*2やクレジットポイントといったクレジット機能を活用したサービスも付帯しており、便利でオトクな多機能カードを提供しています。「JMBnimoca」の募集開始にあたっては、入会促進キャンペーンなど様々なプロモーションを行います。詳しくは「FFGのホームページ」をご覧ください。また「FFGカード」までお問い合わせください。

*2「オートチャージ」とは：IC乗車券の残額があらかじめ設定した金額を下回っている場合に改札機、バス車載機にて一定金額を自動的にクレジットチャージする仕組みのこと



② FFGグループのサービス

「FFGグループ」では、ふくぎんモバイルバンキング会員のお客様に対し「福岡銀行Edyチャージアプリ」の操作によって、お客様の預金口座から「NTTドコモ(FOMA機種)」や「Soft Bank」の「おサイフケータイ」の電子マネー「Edy」にチャージ(入金)するサービスを提供しています。モバイル「Edy」をお使いの皆様の利便性を更に向上させるサービスとして、チャージサービスをクレジット機能からだけではなく、預金口座からも利用していただくことができるサービスとなっています。「FFGグループ」では、今後ともお客様にご利用いただける電子マネーサービスを提供してまいります。ご期待ください。

おわりに

電子マネーは、近年の急速な普及によって、生活の中に溶けこみつつあります。今後、発行主体や加盟店の連携が進み、互換性が拡大することによって、その利便性は格段に向上するものと思われます。

電子マネーの可能性は、「利用者」や「加盟店」にとっても大変魅力的なものとなっています。従来までの個別のポイントカードだけでは発揮しきれなかった効果も、加盟店間での連携によって利便性が向上し、「nimoca」のサービスの様に、そこから得られる顧客情報を上手く活用することによって更なる利用機会(収益機会)が生まれていくことが期待されています。

ここで紹介した電子マネーの取り組みはほんの一例ですが、本稿によって「電子マネー」におけるビジネスポテンシャルの大きさを少しでも感じていただけたら幸いです。

まずは、皆様に利用していただき、その利便性を体感することから始まります。きっと、新たな発見が生まれてくることでしょう。

(横尾 直樹)



しーず君

しーず君の研究室訪問 (第4回)

—大学発 シーズ紹介—

魔法の力“パルスパワー”とその産業応用

熊本大学 バイオエレクトリクス研究センター **浪平隆男 准教授**

パルスパワーとは、短時間に発生するテラワットにも及ぶ大電力のこと(テラワットは1,000,000,000,000W。家庭用の電灯が100W 程度なので、天文学的な数字です)。このパルスパワーで超高エネルギー状態を作り、通常では起こりえない様々な物理現象を起こすことができます。パルスパワーは、様々な産業でその応用の可能性を秘めています。例えば、効率的な「オゾン生成」・「有害ガス分解」・「燃料改質」に役立ったり、コンクリート内で発生させれば、高品質な再生骨材の生産(リサイクル)が可能になるなど、幅広い活用が期待できます。



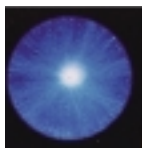
先生の自己紹介をお願いします！

先生 熊本大学バイオエレクトリクス研究センターにて環境バイオエレクトリクス分野に係る研究を進めております。環境バイオエレクトリクス…聞きなれない言葉ですが、具体的には、「電気エネルギーを制御することでパルスパワーを発生させ、それを環境浄化やリサイクルへ利用しましょう」ということになります。(実は…こう見えてもまだ34歳なんです(笑))



どんな技術ですか？

先生 パルスパワー関連の研究の中でも、世界に先駆けて「ナノ秒パルスプラズマ」という技術を考案しました。ナノ秒単位の極めて短い時間に、数十ミリジュールという極小のエネルギーで形成されるものですが、非常に化学活性力が高く、省エネルギー型のオゾン生成、有害ガス分解、燃料改質などが可能です。従来のプラズマでもオゾン生成能力や有害ガス分解能力においては実用化が十分可能であることが実証されていますが、エネルギーの必要消費量が大きいという欠点があります。これと比較し、私の「ナノ秒パルスプラズマ」は、これまでにない高いエネルギー効率を実証できており、省エネルギーかつ安価な運転コストで様々な処理が期待できます。



ナノ秒パルス放電



ナノ秒パルス電源



どんなことに使えそうですか？

先生 実用先としては、浄水施設や工場プラント(事業用オゾン発生装置など)が考えられます。またパルスパワーは使用済みのコンクリートのよう

な固いものの処理もできます。コンクリート内部へパルスパワー放電を発生させるとプラズマと一緒に衝撃波も発生して、コンクリートを構成する「粗骨材」・「細骨材」・「セメントペースト(セメントと水を混ぜた糊状のもの)」を高精度に破碎・分解することができ、再生骨材としての品質と歩留まりを格段に向上させることが可能です。更に既存の粉碎・分離方法と比較し、最終処分材(産廃物)の削減にも寄与し、リサイクルや環境問題への配慮にも大きく貢献します。

品名	コンクリート内パルスパワー放電法	ダイヤモンド	Trass	Aurora Max
処理方法	放電・衝撃波による破碎・分離	300度への加熱後、擦り揉み	スクリー磨砕(擦り揉み)	偏心ロータ(擦り揉み)
実物の写真				
粗骨材の再生処理	○(58%)	○(34%)	○(38%)	○(45%)
細骨材の再生処理	○(34%)	○(14%)	×(0%)	×(0%)
残渣・微粉排出量	8%*	52%	62%	55%
消費エネルギー	65.8 MJ/t (粗のみ) 234.2 MJ/t* (粗+細)	680 MJ/t (粗+細)	114 MJ/t (粗のみ)	35 MJ/t (粗のみ)
* 予備試験結果より算出		先生の技術		



企業の皆様へのメッセージをお願いします！

先生 これまでに4企業(輸送用機器、非鉄金属、ガラス・土石製品、コンサルタント業)との共同研究実績があり、うち1社では実機開発まで終えた経験も有しております(現在、残りの3社とは継続して共同研究中)。共同研究先の業種を見られてもわかりますように、パルスパワーの利用先は無限の広がりを持っておりますので、何かお困りのことがございましたら、まずお気軽にご相談ください。

■特願 2008-335365(ナノ秒パルスプラズマ)

《お問合せ先》

(株) FFG ビジネスコンサルティング
担当：今泉 TEL 092-723-2244 FAX 092-713-6486

エコ・アクション・ポイント事業スタート



現在、全国の多くの自治体や企業が、環境保全に関して様々な形で取り組んでいます。

ふくおかフィナンシャルグループでは、この事業を支援するため、(株)FFGビジネスコンサルティングが(株)ジェーシービーと協同で同事業の参加企業の募集および運営を行っていくこととしました。

そこで今回は、環境省が「国民参加による温暖化対策の切り札」として期待を寄せている「エコアクションポイント」(株)ジェーシービーモデル事業)についてご紹介します。

「エコ・アクション・ポイント」とは

一般消費者(お客様)が地球温暖化対策型の商品・サービス(省エネ型製品、リユース商品、環境への寄付等)を購入することでポイントを獲得でき、貯めたポイントを様々な商品・サービスと交換することができるプログラムです。また、対象商品・サービスの購入で削減したCO₂削減量の確認もできます。

この事業の運営のためには、一般会員のほかポイントを付与する企業とポイントの交換商品を提供する企業の参加が必要です。(この企業を、ここではそれぞれ「ポ

イント付与企業」と「ポイント交換企業」と呼ぶこととします)。

現在のポイント付与企業とポイント交換企業

既におよそ17の自治体や企業がポイント付与企業となっています(表1)。

また、ポイント交換では、6つの団体が合わせて60を超える交換商品を揃えています(表2)。その一部をご紹介します。

消費者の参加方法(=会員登録方法)と、ポイントの貯め方、使い方

では、一般消費者はどのようにしてこの会員になれるのかを説明します。会員登録にはインターネットを利用できる環境にあるパソコンまたは携帯電話が必要です。専用ホームページ(<http://eco-ap.jp>)にアクセスするか、または携帯電話で2次元バーコードを読み取ってアクセスし、手順に従って必要な情報を入力して登録します。(手続きは簡単で、会員登録に伴う年会費、手数料はかかりません)

次にポイントの貯め方についてご説明します。対象の商品をお店で購入すると、「ポイントシート」または「リーフレット」をもらえます。それには、ポイント数と「アクションナンバー」と呼ばれる14桁の番号が記載されています。購入者は、専用のHPから会員登録



エコアクションポイント事業とは、お客様が温暖化対策型の商品やサービスを購入すると、ポイントを獲得でき、貯めたポイントをさまざまな商品に交換できるプログラムです。CO₂削減量も確認できるよ。

会員登録(無料)

エコ商品・サービスを購入

ポイントを獲得

ポイントを商品に交換



時に指定したIDとパスワードを入力、マイページにログインした後、この14桁の番号を入力してポイントを貯めることになります。また、携帯電話やPCから、いつでもポイント関連の履歴状況やそれまでのCO削減量(貢献量)についての確認ができます。なお、貯めたポイントの有効期限は2年間です。

次にポイントの使い方についてご説明します。現在の交換方法は、PCもしくは携帯電話からの申込となります。専用のHPから会員登録時に指定したIDとパスワードを入力、マイページにログインした後、画面に従って商品選択や発送先住所・電話番号等を入力していきます。申込が完了後、入力した宛先へ商品が届くという流れです。

ポイント付与企業となるには

それでは、企業(自社)や自治体がこの事業に参加するにはどうすればいいのでしょうか？

条件は、

- ①法人格を有すること
- ②エコアクションポイントに対して自社(または自治体)の商品・サービスを提供すること
- ③経済条件等で合意できることなどです。

条件がそろえば、運営事務局に参加を申し込みます。事前準備として、商品の決定や、CO削減量の算出(解説書に従う)、ポイント数付与の決定などが必要です。幾つかの条件について(株)ジェー

シービーや環境省の承諾が得られればよい参加です。アクションナンバーを発行(注文)し、対象商品を購入されたお客様にアクションナンバーをお渡しすることになります。

ポイント交換企業となるには

原則として、ポイント付与企業としての参加が前提となります。ただし、交換商品の選定は、個別に事務局と協議して決定します。



表1 ポイント付与企業の一部紹介(21年3月末現在)

ポイント付与企業(団体)名	対象商品	ポイント付与数(P)
(株)コジマ	省エネ電球	50
スペースワールド	ハイブリッドカーでの来園、エコグッズ購入、園内レストランカフェで陶器カップ利用	それぞれ 50
京都府	自宅に太陽光発電設備	最大発電能力 1KW あたり5,000
(株)阪急交通社	指定のホテルや旅館のオンライン予約	宿泊代金の1%
阪急電鉄(株)	プリペイドカード	30
(株)阪急阪神ホテルズ	宿泊プラン「エコプラン」	100
文化放送	QUOカード	50
りそなホールディングス	無通帳口座	50
(株)ジェーシービー	JCBギフトカード20,000円分	100
アレフ(びっくりドンキー)	廃食油の回収(北海道)	50
木楽舎	雑誌「ソトコト」1年間定期購読申込	600

(出所) 各種資料をもとに FFG ビジネスコンサルティング作成

その他合計、22団体23商品

表2 ポイント交換企業の一部紹介(21年3月末現在)

ポイント交換企業(団体)名	対象商品	交換に必要なポイント数(P)
事務局提供	カシオ電子辞書	10,500
事務局提供	札幌市地下鉄・バス乗車共通「ウィズユーカード」	5,500
事務局提供	サントリー「ザ・プレミアムモルツ」12缶セット	3,500
事務局提供	オムロン音波式電動歯ブラシ	2,800
事務局提供	ソーラーステレオラジオ	2,500
事務局提供	ネイルケア	2,300
事務局提供	レンジでらくチンゆで卵3個用	1,700
京都府	株式会社スルッとKANSAIが発行するPiTaPaカードを使用	1,000
アレフ	びっくりドンキーお食事券2,000円分	1,000

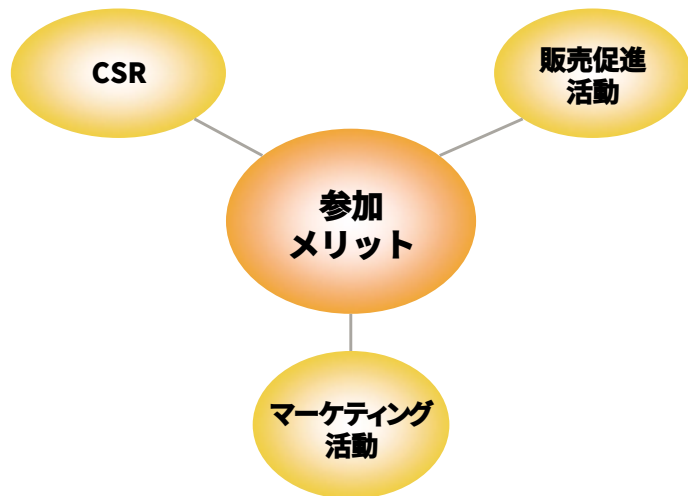
(出所) 各種資料をもとに FFG ビジネスコンサルティング作成

その他合計、6団体約60商品

ポイント付与企業・ポイント交換企業にとってのメリット

- ①CSR活動としてのメリット
・参加の事実、および参加による消費者のCO₂削減量を環境報告書に記載できます。
- ②販売促進メリット
・エコアクションポイントを付与することで、エコに関心のある層に対して、エコ商品販売・サービス提供の促進ができます。
- ③マーケティング活動のメリット
・エコに関心のある層に対して新商品などのPRができます。

企業がエコ・アクション・ポイント事業に参加するメリット



九州での参加企業の募集

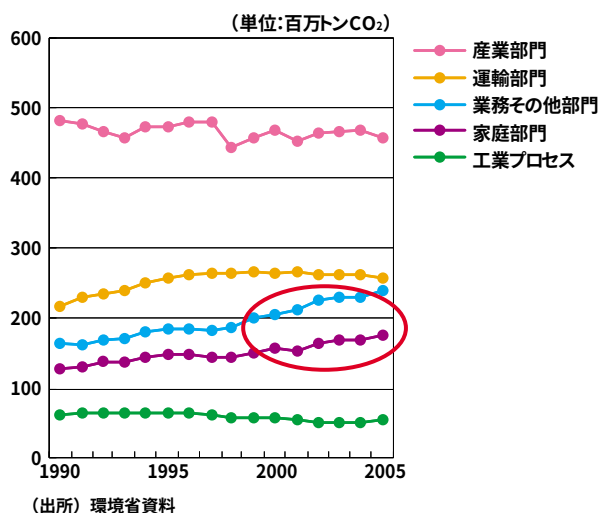
エコアクションポイントの内容に関するお問い合わせは、(株)F F Gビジネスコンサルティング(T E L 092-723-2241) または(株)ジェーシービー九州支社(T E L 092-712-4399)までお気軽にどうぞ。

また、エコアクションポイントの詳しい内容については、HP (<http://eco-ap.jp/>)をご覧ください。

皆様のお問い合わせをお待ちしております。

(酒口 昇)

参考資料：国内のCO₂排出状況



参考資料：排出源別によるCO₂排出量増減率

(単位:百万トンCO₂)

排出源	基準年 (1990年)	2005年	増減率
産業部門	482	456	▲ 6 %
運輸部門	217	257	18%
業務その他部門	164	238	45%
家庭部門	127	174	37%
工業プロセス	62	54	▲13%
合計	1,054	1,178	

(出所) 環境省資料

観光都市長崎の街に虹をかける 親和銀行「アレコレカード」号

2009年3月に「第5回長崎の街に似合うカラー電車コンテスト」の結果が発表され、親和銀行の「アレコレカード」号が「観客賞」を受賞しました。

「カラー電車コンテスト」の概要と3月24日に行われた表彰式についてご紹介します。

長崎市内の街並みを賑わすカラフルなラッピング路面電車

路面電車といえば、長崎市の定番風景のひとつ。個性的なデザインのカラフルな車両が市内を走り、街並みを賑わせています。

「第5回カラー電車コンテスト」は、はがきやホームページによる一般投票と委員会による審査により決定されました。一般投票が2,225票集まっていることから、恒例のイベントとしてすっかり定着しているといえます。

第5回「長崎の街に似合うカラー電車コンテスト」の結果

〈投票時期〉

2009年1月～2月

〈対象車両〉

2007年11月から1年間に運行されたカラー電車

〈投票総数〉

2,225票

〈表彰車両〉

- ・大賞：「ハウステンボス」号
- ・デザイン賞：「LI SMO」号（KDDI）
- ・観客賞：「アレコレカード」号（親和銀行）
- ・特別賞：「KTN」号（テレビ長崎）
- ・奨励賞：「リクナビ」号（リクルート）

〈主催者〉

長崎電気軌道株式会社



親和銀行「アレコレカード」号



第5回カラー電車コンテスト表彰式

たくさんのお客さまの投票により、「観客賞」をいただいた親和銀行の「アレコレカード」号

審査の結果、親和銀行の「アレコレカード」号が、一般投票で最多獲得の車両に贈られる「観客賞」に選定され、3月24日に表彰式が行われました。

主催者側から「カラー電車も年々美しくなっており、選考が難しくなっている」というスピーチがありましたが、そういう中で、一般のお客さまから最も多くの支持をいただいたことは、微力ながら賑やかな長崎の街並みのお役に立つことができた結果だと、嬉しく思っています。なお、同様のデザインの電車が熊本市内でも熊本ファミリー銀行の「アレコレカード号」として走っています。

「アレコレカード」号の誕生とデザインに込められた長崎への想い

「アレコレカード」号は、親和銀行のキャッシュカード・クレジット一体型「arecoreカード」の発売を記念して2008年4月に誕生しました。運行初日の4月25日には、長崎の街を一層明るくするとともに、「arecoreカード」が皆様のお役に立ち、かけがえない存在になればとの思いから出発式を行いました。実際のカードカラーである赤・青・黄・緑の4色を使い、虹をイメージしたカラフルなデザインには、長崎の街に虹をかけるという想いも込められています。

誕生してちょうど1年、巷では「レインボー」号と呼ばれている「アレコレカード」号は、観光都市長崎の街の中を、今日も明るく運行しています。

（北村 和也）



「アレコレカード」号の出発式



中国の景気刺激策 ～自動車編～

中国では今年に入り「自動車産業振興計画」が発表され、次々と政策が実施されています。本稿では、2009年1月に発表された「購入税の減免」と3月から実施された「汽車下郷」についてレポートいたします。

「購入税の減免」

中国政府は消費刺激策の一環として、09年1月から12月末までの期間、排気量1,600cc以下の自動車を対象として、「購入税(取得税)」を従来の10%から5%に引き下げました。これによりユーザーは、購入にかかる費用を抑えることができ、購入促進につながるため、小型車マーケットに強い中国メーカーにとっては有益な施策となりました。実際、09年1～2月のマーケットシェアは、これまでトップだった日系メーカーを抑えて中国メーカーが最大シェアを確保しています。

「汽車下郷(自動車を農村に)」

「汽車下郷」(「汽車」とは中国では自動車を意味します)とは、09年3月から同年12月末までの期間、農村部での軽トラックへの買い替えや排気量1,300cc以下の自動車の購入に対して、総額50億元(約700億円)の財政補助金を拠出するものです。農業用三輪車などを廃棄して小型車に買い替える場合、政府が5,000元(約7万円)を上限に購入額の10%を補助し、また廃棄費用の一部も負担します。またオートバイについては650元(約1万円)を上限に購入額の13%を補助金として支給します。

中国では今年から全国でカラーテレビや洗濯機、携帯電話など家電製品購入の際にも販

売価格の13%を補助する「家電下郷」(電化製品を農村に)が実施されており、政府は自動車とともに内需拡大と地域格差の是正に努めています。

その他の政策として、今年2月に発表されたハイブリッド車、電気自動車など環境配慮型車に対する財政補助や、割高な自動車ローンに対する優遇措置等もあります。

最後に

これらの景気刺激策により、中国の3月の月間自動車販売台数は前年同期比5%増の110万9,800台と単月ベースで過去最高を記録し、世界一になりました。米国の販売不振(米国の3月の新車販売台数は85万7,735台)も一因として挙げられますが、08年の中国における自動車販売台数は前年比6.7%増の935万台と、06年、07年の20%超の高成長と比べると伸び率は鈍化しているものの、依然として高い伸びを続けています。また日本、欧米の自動車マーケットでは景気の影響を受けやすい更新需要が約8割程度を占めていますが、中国では逆に新規購入需要が約8割強を占めていると言われており、今後のマーケットの広がりが期待されます。

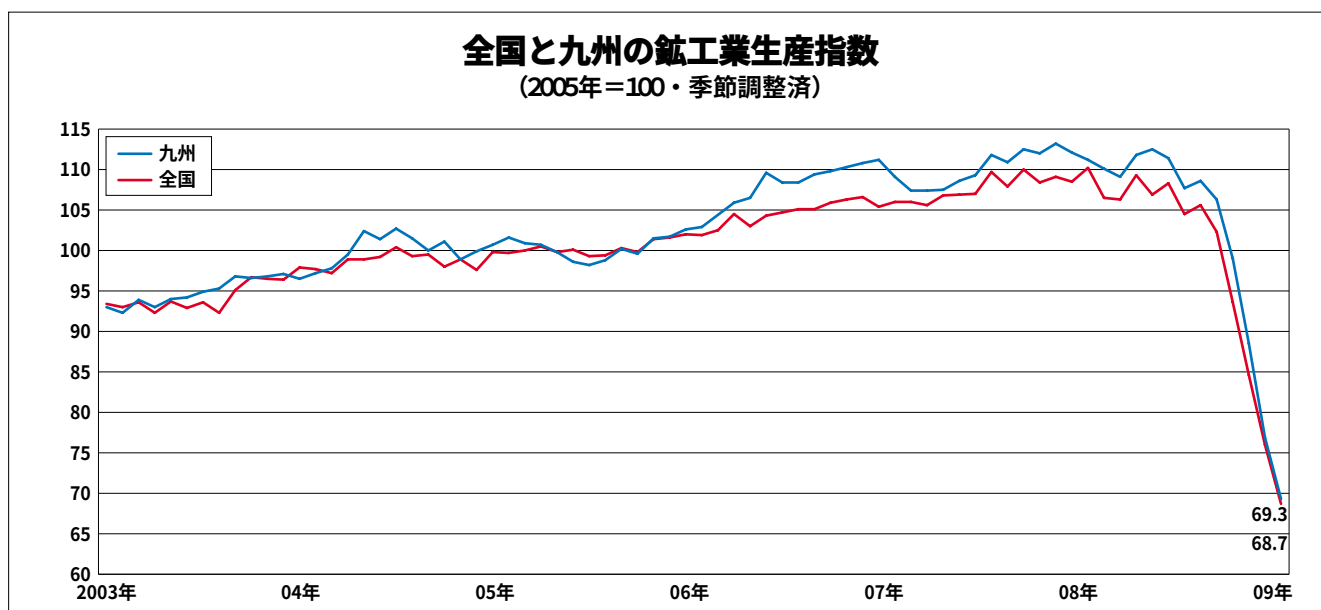
一方、林立する中国国内メーカーの再編や新エネルギー車の産業化、渋滞や道路整備の遅れなど、中国は多くの問題を抱えています。しかしながら、日本の自動車業界にとって中国の自動車マーケットは世界戦略上重要な位置づけを占めるようになっており、今後も中国の動向に注目していきたいと思います。

(三井住友銀行上海支店トレーニー 林田 紘一)

九州の最近の経済動向

[鉱工業動向]……………生産は急速に低下

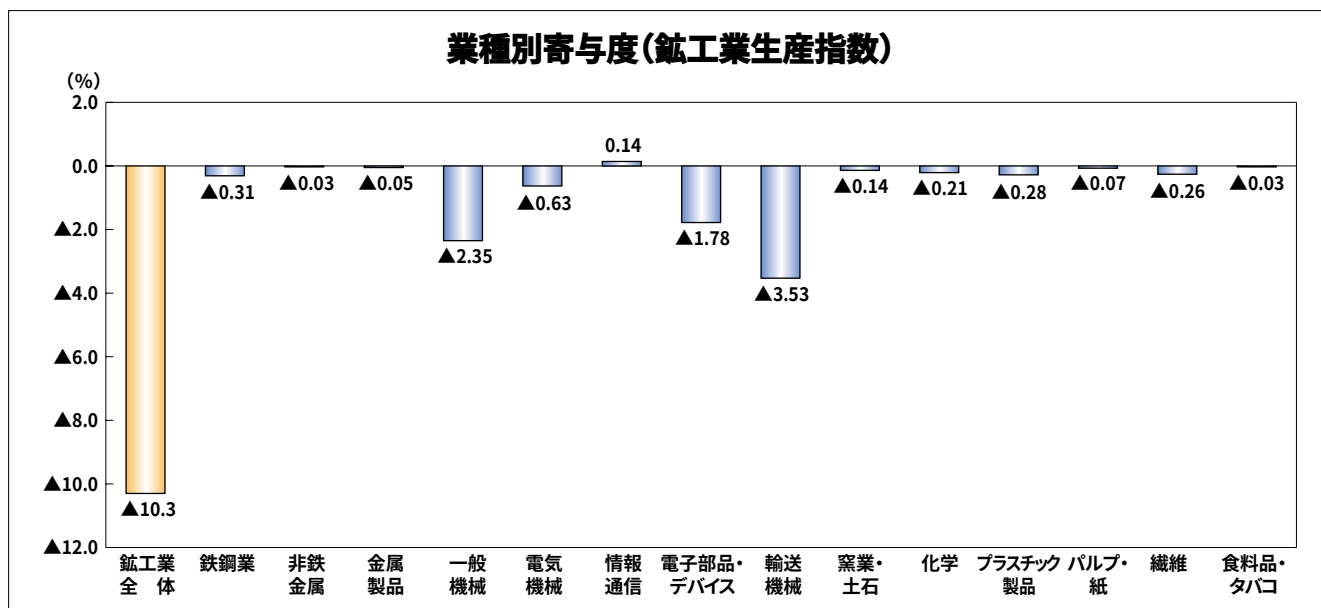
2009年2月の九州の鉱工業生産指数(季節調整済)は、前月比10.3%低下して69.3となり、生産は急速に低下しています。



(出所)経済産業省、九州経済産業局

[業種別動向]……………輸送機械、一般機械、電子部品・デバイスなどが低下

鉱工業生産指数の2009年2月の動き(前月比)を業種別でみると、輸送機械、一般機械、電子部品・デバイスなどほとんどの業種が低下し、前月比で鉱工業全体は10.3%低下しました。



(出所)九州経済産業局

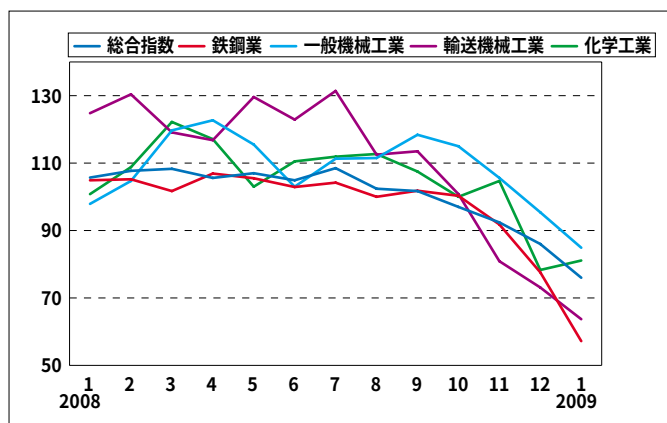
福岡県の最近の経済動向

[福岡県の景気]……………悪化傾向

企業部門は生産活動が低下しています。また、家計部門は雇用環境の悪化の影響に伴う生活防衛意識の高まりなどで、大型小売店販売額が前年を下回っています。新設住宅建設は、分譲をはじめ持家、貸家ともに前年比減少し、公共投資も前年実績を下回っており、福岡県の景気は悪化傾向が継続しています。

[生産活動]……………主要業種の多くで低下

福岡県の鉱工業生産指数の推移(季節調整済)

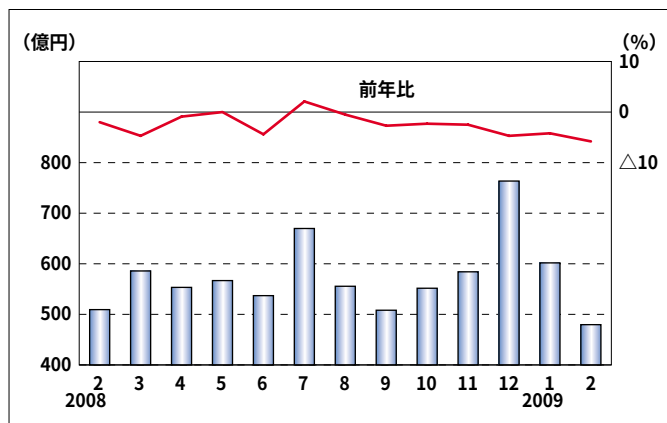


(出所)福岡県

1月の鉱工業生産指数(季節調整値)の動きを見ると、生産指数は76.0と、前月比11.6%低下しました。主要業種では化学を除き、鉄鋼、一般機械、輸送機械で前月比低下しました。

[大型小売店]……………生活防衛意識の高まりや営業日数減少などで、百貨店スーパーともに前年割れ

福岡県の大型小売店販売額



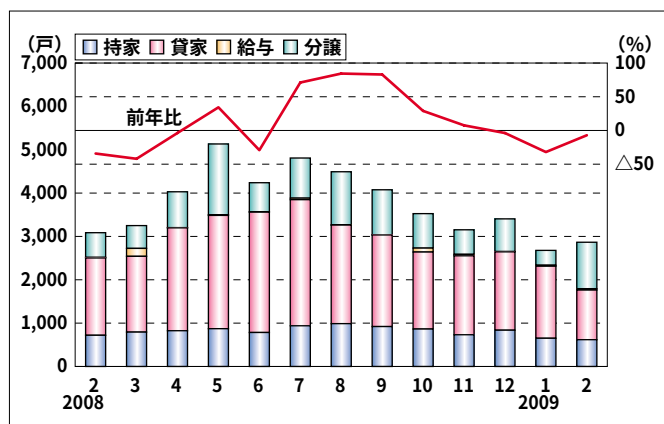
(出所)九州経済産業局

2月の県内大型小売店販売高は、前年が閏年により営業日が1日少なかったことや、消費者の生活防衛意識の高まりなどから、前年比5.7%減の480億円となりました。

業態別にみると、百貨店では電気器具を除く全品目に亘って売り上げが落ち込み、同9.7%減となりました。大型スーパーは飲食料品の売上げがやや堅調で、販売高は同2.4%減に止まりました。

[住宅建設]……………貸家の減少等で3カ月連続の前年割れ

福岡県の新設住宅着工戸数

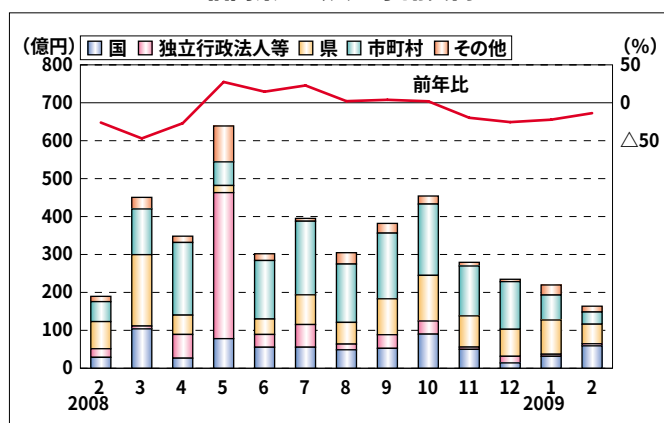


(出所)国土交通省

2月の新設住宅着工戸数は、マンションの増加により分譲で前年比88.2%増の1,071戸となったものの、持家で同14.2%減の618戸、貸家で同35.8%減の1,145戸となり、全体では同7.1%減の2,866戸と、3ヵ月連続で前年を下回りました。

[公共工事]……………請負金額は4カ月連続で前年を下回る

福岡県の公共工事請負高



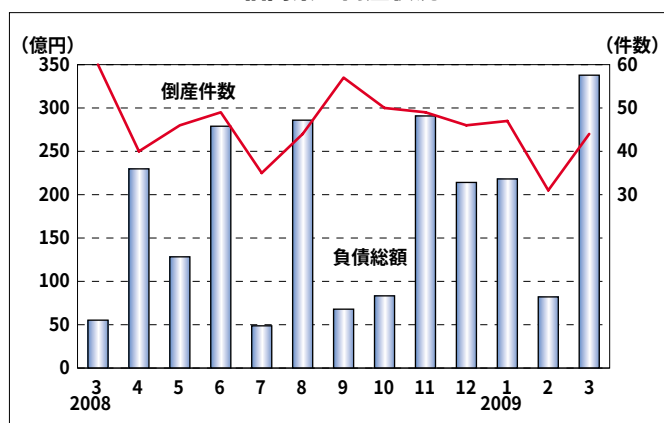
(出所)西日本建設業保証

2月の公共工事保証請負状況(保証ベース)は、件数が前年比21.2%減の394件、金額が同13.7%減の164億円と、件数、請負金額ともに前年を下回りました。

発注者別の請負金額をみると、九州地方整備局や法務省の増加により「国」で同105.1%増となったものの、「県」で同27.9%減、「市町村」で同39.0%減、九州大学の新設工事減少により「独立行政法人等」で同75.5%減となり、全体では4ヵ月連続で前年を下回りました。

[企業倒産]……………大型倒産により負債額は前年比約6倍

福岡県の倒産状況



(出所)東京商工リサーチ

3月の福岡県の企業倒産(負債額1,000万円以上)は、件数が前年比26.7%減の44件となりました。しかし負債額100億円を超える大型倒産が2件発生し、負債総額は同約6倍となる337億8,200万円と、前年を上回りました。

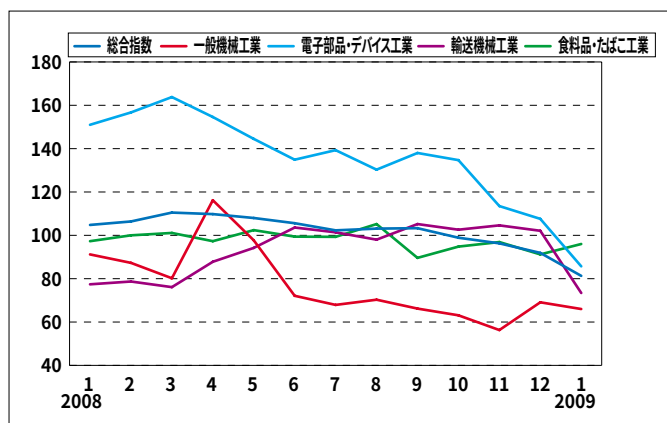
熊本県の最近の経済動向

[熊本県の景気]……………悪化している

生産面では、一般機械で減少幅が拡大しているほか、内外需要の減退や在庫調整圧力の高まりを背景に、主力の半導体や自動車関連で生産水準を一段と引き下げており、全体として減少幅が拡大しています。また、個人消費も所得環境の悪化などにより厳しい状態が続いているほか、公共投資や住宅投資でも前年を下回る動きが続いており、熊本県の景気は悪化しています。

[生産活動]……………輸送機械など低下し、前月比11.5%減少

熊本県の鉱工業生産指数の推移(季節調整済)

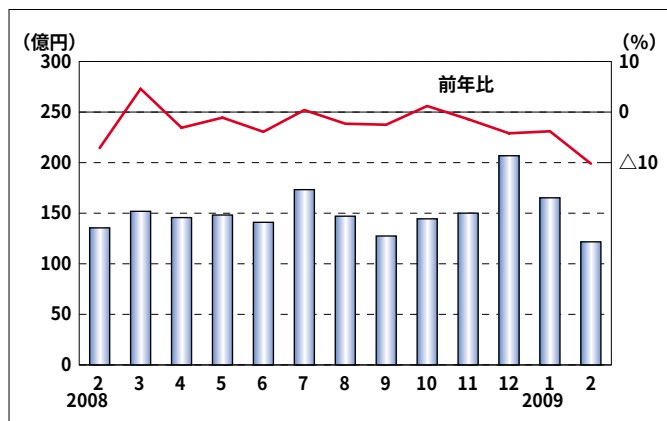


(出所)熊本県

1月の鉱工業生産指数(季節調整値)の動きを見ると、生産指数は前月比11.5%減少し81.3となりました。主要産業では食料品・たばこは上昇しましたが、輸送機械や電子部品・デバイス、一般機械で低下しました。

[大型小売店]……………生活防衛意識の高まりや営業日数減少し、前年比10.2%減

熊本県の大型小売店販売額

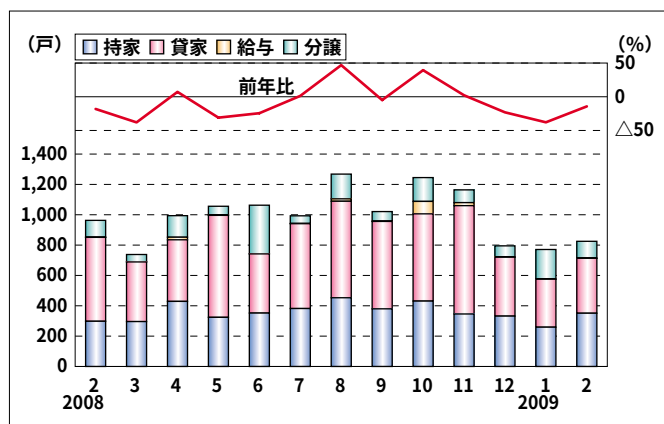


(出所)九州経済産業局

2月の県内大型小売店販売高は、前年が閏年により営業日が1日少なかったことや、消費者の生活防衛意識の高まりなどにより全品目で実績割れとなり、前年比9.6%減の123億円と前年実績を下回りました。

[住宅建設]……………貸家の減少幅大きく、前年を下回る

熊本県の新設住宅着工戸数

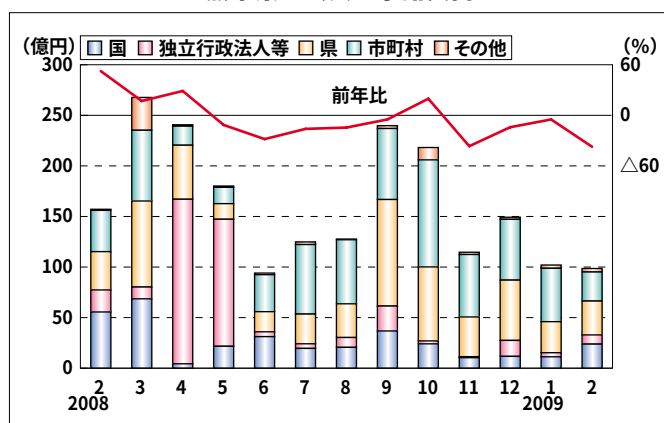


(出所)国土交通省

2月の新設住宅着工戸数は、持家で前年比17.8%増の351戸、分譲で同±0%の111戸となったものの、貸家で同34.5%減の362戸となり全体を押し下げたため、全体では同14.3%減の825戸と、3カ月連続で前年を下回りました。

[公共工事]……………件数、請負金額ともに前年下回る

熊本県の公共工事請負高



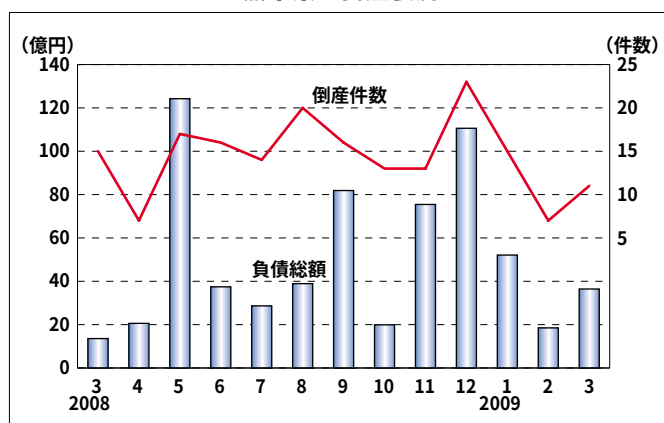
(出所)西日本建設業保証

2月の公共工事保証請負状況(保証ベース)は、件数が前年比24.0%減の327件、金額が同37.3%減の99億円と、件数、請負金額ともに前年を下回りました。

発注者別の請負金額をみると、前年実績のあった県合同庁舎や九州新幹線関連工事の減少などで「国」で同57.2%減、「県」で同11.6%減、「市町村」で同29.6%減、「独立行政法人等」で同58.2%減となりました。全発注者合計では4カ月連続で前年を下回りました。

[企業倒産]……………件数は前年比減少、負債額は増加

熊本県の倒産状況



(出所)東京商工リサーチ

3月の熊本県の企業倒産(負債額1,000万円以上)は、件数が前年比26.7%減の11件、負債総額が同2.7倍の36億4,400万円となりました。倒産件数は前年を下回りましたが、負債総額は前年比増加しました。

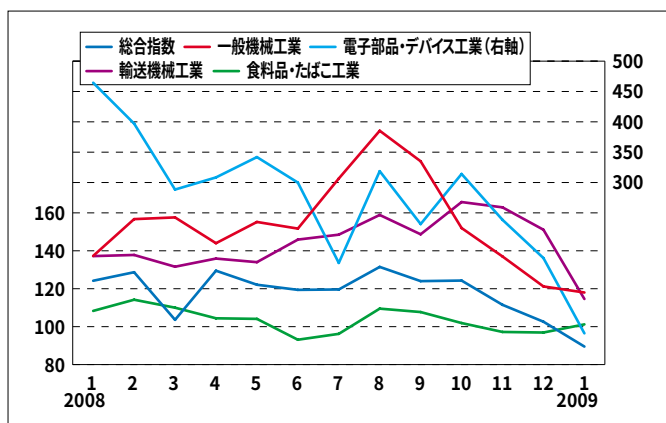
長崎県の最近の経済動向

[長崎県の景気]……………厳しい状況ではあるが、一部に明るい動きも

生産面では、輸送機械(造船)などで高操業が続いているものの、電子部品・デバイスでは生産が低下しています。また、大型小売店販売額や住宅投資で前年割れが続くなど、個人消費も依然として低迷しており、長崎県の景気は、厳しさが増えています。ただし、公共工事は3ヵ月連続で前年を上回り、企業倒産が前年比減少するなど、一部に明るい材料もあります。

[生産活動]……………電子部品・デバイスが低下

長崎県の鉱工業生産指数の推移(季節調整済)

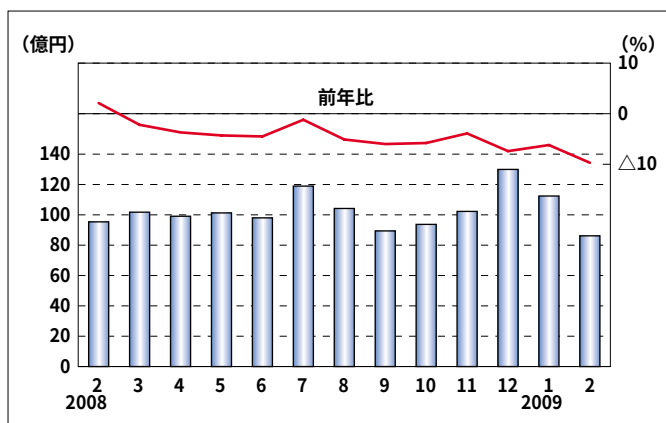


(出所)長崎県

1月の鉱工業生産指数(季節調整値)の動きを見ると、生産指数は81.4と前月比12.8%低下しました。主要業種では食料品・たばこ工業のみ前月比で増加しましたが、電子部品・デバイスが低下したのをはじめ、電気機械、一般機械、輸送機械も低下しました。

[大型小売店]……………生活防衛意識の高まりや営業日数の減少で前年割れ

長崎県の大型小売店販売額



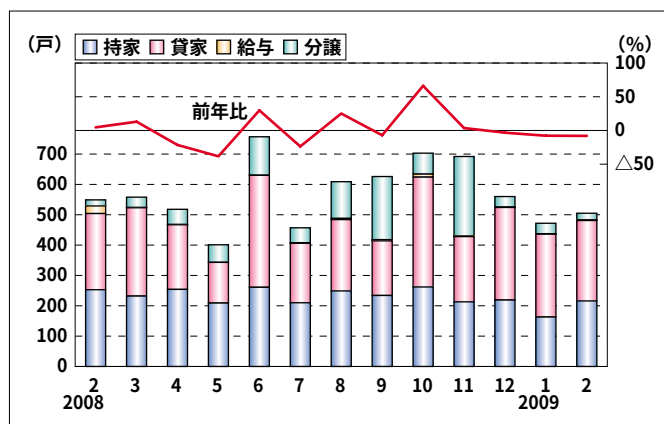
(出所)九州経済産業局

2月の県内大型小売店販売高は、前年が閏年により営業日が1日少なかったことや、消費者の生活防衛意識の高まりなどにより、前年比7.7%減の86億円となりました。

業態別にみると、百貨店での販売高は同9.2%減、大型スーパーの販売高は、同7.0%減少しています。

[住宅建設]……………持家の減少大きく、前年を下回る

長崎県の新設住宅着工戸数

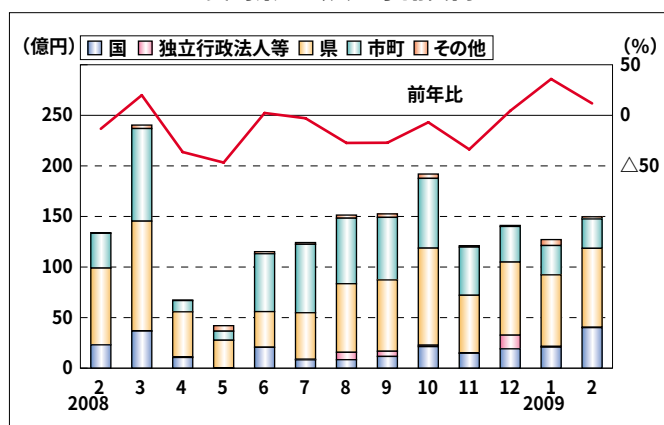


(出所)国土交通省

2月の新設住宅着工戸数は、貸家で前年比5.6%増の265戸、分譲で同10.0%増の22戸となったものの、持家で同14.6%減の216戸となり、全体では同8.0%減の505戸と前年を下回りました。

[公共工事]……………請負金額は3カ月連続で前年を上回る

長崎県の公共工事請負高



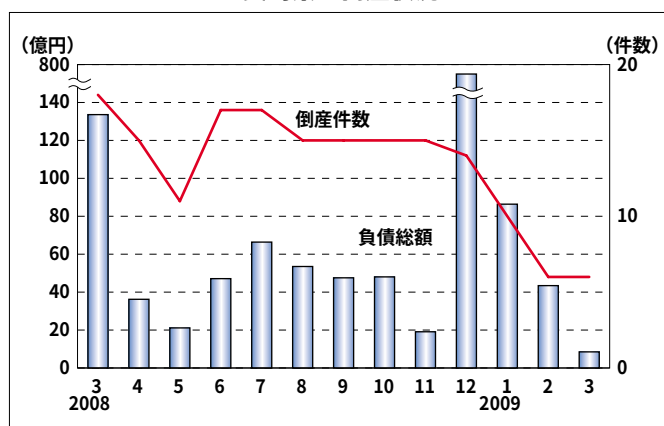
(出所)西日本建設業保証

2月の公共工事保証請負状況(保証ベース)は、件数が前年比25.9%増の374件、金額が同35.9%増の127億円と、件数、請負金額ともに前年を上回りました。

発注者別の請負金額をみると、「市町」で同15.6%減となったものの、「国」で同73.5%増、「県」で同2.9%増となり、全発注者合計では3カ月連続で前年を上回りました。

[企業倒産]……………負債件数、総額ともに前年比減少

長崎県の倒産状況



(出所)東京商工リサーチ

3月の長崎県の企業倒産(負債額1,000万円以上)は、件数が前年比66.7%減の6件、負債総額が同93.6%減の8億4,900万円と、緊急保証制度の利用などもあり、ともに前年比大幅に減少しました。

経済指標 | 全国のデータ

項目 年月	鉱工業指数 (2005年=100)						機械受注金額 (船舶・電力を除く民需)	貿易		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)	
	生産指数		出荷指数		在庫指数			輸出金額	輸入金額	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)							
2006年	104.5	4.5	104.6	4.6	102.1	2.1	3.8	14.6	18.3	120,859	▲9.2	99,994	2.7
2007年	107.4	2.8	107.8	3.1	103.9	1.7	▲3.5	11.5	8.6	119,268	▲1.3	89,722	▲10.3
2008年	103.8	▲3.4	104.4	▲3.2	106.7	2.7	▲5.8	▲3.5	8.0	115,901	▲2.8	99,741	11.2
2008. 1	108.5	2.9	110.0	3.9	105.3	1.9	17.3	7.7	9.5	5,907	▲3.5	6,377	▲5.4
2	110.2	5.1	111.3	5.8	105.4	2.3	▲12.3	8.7	10.7	6,535	13.1	6,121	▲13.9
3	106.5	▲0.7	107.0	0.1	105.5	2.1	▲8.3	2.2	11.4	13,845	▲12.6	8,443	34.9
4	106.3	1.9	108.0	2.8	104.2	1.0	5.5	3.9	12.2	11,025	▲4.7	8,119	▲8.3
5	109.3	1.1	110.2	1.7	104.7	1.5	10.4	3.6	4.8	7,675	▲9.6	9,153	▲3.3
6	106.9	0.0	106.9	▲0.6	105.9	2.7	▲2.6	▲1.8	16.7	9,743	▲11.3	8,430	▲36.5
7	108.3	2.4	108.9	3.1	105.8	2.2	▲3.9	7.9	18.2	12,202	13.8	11,858	67.6
8	104.5	▲6.9	104.9	▲6.8	105.5	1.7	▲14.5	0.2	17.1	9,253	▲6.0	9,133	67.5
9	105.6	0.2	105.3	▲0.6	107.6	3.2	5.5	1.5	28.8	11,724	5.5	7,521	66.4
10	102.3	▲7.1	102.1	▲7.3	109.5	4.4	▲4.4	▲7.9	7.4	11,697	▲0.4	8,466	38.3
11	93.6	▲16.6	93.5	▲17.0	110.4	4.3	▲16.2	▲26.8	▲14.4	8,443	▲2.8	7,303	2.6
12	84.4	▲20.8	85.9	▲20.6	110.5	4.7	▲1.7	▲35.0	▲21.5	7,850	▲6.4	8,815	14.0
2009. 1	75.8	▲31.0	76.1	▲31.6	108.3	2.8	▲3.2	▲45.7	▲31.9	6,019	1.9	7,649	19.9
2	68.7	▲38.4	70.9	▲36.8	103.7	▲1.7	1.4	▲49.4	▲43.0	6,349	▲2.8	7,908	29.2
出所	経済産業省						内閣府	財務省		西日本建設業保証		国土交通省	

項目 年月	新設住宅着工戸数					企業物価指数 (2005年=100)		消費者物価指数 (2005年=100)		大型小売店 販売額		乗用車	
	合計		持家	貸家	分譲	指数	前年比(%)	指数	前年比(%)	億円	前年比(%)	乗用車新規登録台数	
	戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)							台	前年比(%)
2006年	1,290,391	4.4	1.5	7.8	2.7	102.2	2.2	100.3	0.3	211,450	▲0.9	3,126,249	▲6.8
2007年	1,060,741	▲17.8	▲12.2	▲18.7	▲22.3	104.0	1.8	100.3	0.0	211,988	0.3	2,945,668	▲5.8
2008年	1,093,485	3.1	1.2	5.2	1.8	108.8	4.6	101.7	▲0.3	209,511	▲1.2	2,795,497	▲5.1
2008.1	86,971	▲5.7	▲4.2	▲2.7	▲11.6	105.7	3.1	100.7	0.7	18,780	▲0.9	212,843	6.5
2	82,962	▲5.0	▲2.1	▲3.1	▲9.7	106.2	3.6	100.5	1.0	15,533	2.6	285,320	1.5
3	83,991	▲15.6	▲6.1	▲22.0	▲18.0	106.7	3.9	101.0	1.2	17,696	1.7	413,999	▲1.4
4	97,930	▲8.7	▲7.8	▲5.3	▲10.4	107.7	4.1	100.9	0.8	16,801	▲0.7	200,833	9.4
5	90,804	▲6.5	▲5.7	▲8.6	▲3.1	108.9	4.9	101.7	1.3	16,944	▲0.6	190,337	▲4.4
6	100,929	▲16.7	▲6.6	▲15.1	▲27.2	109.9	5.8	102.2	2.0	16,904	▲2.7	242,323	▲1.8
7	97,212	19.0	23.1	22.7	12.7	112.4	7.5	102.4	2.3	18,659	0.2	267,263	9.4
8	96,905	53.6	35.6	59.6	73.7	112.5	7.6	102.7	2.1	16,527	▲1.0	165,653	▲12.9
9	97,184	54.2	19.9	66.9	82.8	111.8	7.0	102.7	2.1	15,589	▲2.1	269,056	▲5.6
10	92,123	19.8	▲4.3	35.4	28.9	109.5	4.5	102.6	1.7	16,668	▲2.9	202,119	▲13.4
11	84,277	0.0	▲11.7	1.7	11.0	107.5	2.4	101.7	1.0	17,820	▲1.7	185,941	▲27.9
12	82,197	▲5.8	▲7.3	▲4.1	▲7.5	106.3	0.9	101.3	0.4	21,590	▲4.8	157,939	▲22.9
2009.1	70,688	▲18.7	▲10.8	▲18.4	▲26.4	105.0	▲0.7	100.7	0.0	18,069	▲3.8	153,273	▲28.0
2	62,303	▲24.9	▲9.9	▲28.5	▲34.4	104.5	▲1.6	100.4	▲0.1	14,497	▲6.7	193,398	▲28.0
出所	国土交通省					日本銀行		総務省		経済産業省		日本自動車販売協会連合会	

項目 年月	乗用車		家計消費支出(勤労者世帯)				有効求人 倍率	完全 失業率	倒産件数		預金残高		貸金残高	
			可処分所得		消費支出									
	軽乗用車販売台数		円	前年比(%)	円	前年比(%)			倍	%	件	前年比(%)	百億円	前年比(%)
台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)	倍	%	件	前年比(%)	百億円	前年比(%)	百億円	前年比(%)	
2006年	1,507,598	8.7	441,448	0.1	320,231	▲2.8	1.06	4.1	13,245	1.9	52,659	0.4	40,035	1.8
2007年	1,447,106	▲4.0	442,505	0.2	323,459	1.0	1.04	3.9	14,091	6.4	54,251	3.0	40,440	1.0
2008年	1,426,979	▲1.4	442,749	0.1	324,929	0.5	0.88	4.0	15,646	11.0	55,369	2.1	42,147	4.2
2008. 1	106,227	▲1.0	367,083	▲1.9	341,138	3.9	0.99	3.8	1,174	7.6	54,209	3.0	40,086	1.0
2	142,708	▲0.3	402,903	▲0.0	298,539	2.5	0.98	3.9	1,194	8.3	54,363	3.0	40,144	1.4
3	199,031	▲9.1	379,393	0.3	342,868	1.1	0.95	3.8	1,347	8.0	55,021	2.7	40,489	1.4
4	104,692	▲1.4	381,365	▲4.5	343,586	0.4	0.93	4.0	1,215	8.4	55,097	2.2	40,146	1.3
5	105,387	▲2.1	338,573	1.7	315,152	0.6	0.93	4.0	1,290	▲1.5	54,992	1.6	40,253	2.1
6	121,176	▲3.8	594,393	▲2.1	307,975	2.6	0.90	4.1	1,324	11.7	55,428	2.9	40,436	2.1
7	115,534	2.1	483,915	▲1.2	330,483	2.7	0.88	4.0	1,372	12.9	54,877	2.0	40,387	2.2
8	89,142	2.4	412,235	4.8	322,501	▲0.7	0.85	4.1	1,254	4.2	54,705	2.2	40,418	2.0
9	127,838	▲1.9	359,201	▲1.0	307,778	▲1.1	0.83	4.0	1,408	34.5	54,940	2.3	40,619	1.8
10	112,288	10.2	405,982	2.4	313,544	▲4.0	0.80	3.8	1,429	13.4	54,499	1.8	40,931	3.5
11	109,197	3.3	366,664	0.3	310,146	2.4	0.76	4.0	1,277	5.3	55,163	1.6	41,364	4.2
12	93,759	▲6.0	821,280	1.7	365,435	▲3.7	0.73	4.3	1,362	24.2	55,369	2.1	42,147	4.2
2009. 1	102,104	▲3.9	369,201	0.6	321,732	▲5.7	0.67	4.1	1,360	15.8	55,118	1.7	41,872	4.5
2	130,279	▲8.7	390,292	▲3.1	295,494	▲1.0	0.59	4.4	1,318	10.4	55,570	2.2	41,948	4.5
出所	全国軽自動車協会連合会		総務省				厚生労働省	総務省	東京商工リサーチ		日本銀行			

(注) pは速報値、rは修正値。鉱工業指数は、前年同期比の値と年間の指数は原数値、月間の指数は季節調整値。機械受注金額は、年間は前年比、月間は前月比。着工建築物工事費予定額(民間発注分)は、会社、会社でない団体、個人が建築主となっている工事の合計。大型小売店販売額は、店舗調整前の値。家計消費支出の前年比は、名目値の前年比。有効求人倍率は、年間実数値、月間は季節調整値。新規学卒を除きパートタイムを含む。完全失業率は季節調整値。預金残高は年末、月末残高。都市銀行、地方銀行、第二地方銀行、信託銀行、長期信用銀行の合計、ただし、特別国際金融取引勘定を含まない。

(注1) 可処分所得・消費支出は、勤労者世帯(農林漁家世帯を除く)の廃止に伴い、2人以上の世帯のうち勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)へ変更。

経済指標 | 福岡県のデータ

項目 年月	鉱工業生産指数 (2005年=100)										鉱工業出荷指数 (2005年=100)		鉱工業在庫指数 (2005年=100)	
	総合		鉄鋼		電気機械		一般機械		輸送機械		季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)				
2006年	102.6	2.6	102.6	2.6	109.3	9.3	98.3	▲1.7	107.4	7.4	103.0	3.0	113.8	13.8
2007年	102.4	▲0.2	105.9	3.3	113.6	3.9	101.2	2.9	112.3	4.6	102.7	▲0.3	122.3	7.4
2008年	102.6	0.1	100.6	▲5.1	116.3	2.4	110.6	9.3	113.4	1.0	102.8	0.1	122.8	0.4
2008.1	105.7	3.9	104.9	▲0.8	129.1	15.7	97.9	1.4	124.8	16.6	107.0	4.8	126.2	10.1
2	107.7	10.1	105.2	1.6	121.5	15.7	104.7	9.9	130.4	28.1	109.3	11.1	110.0	1.3
3	108.3	6.7	101.7	▲2.8	111.2	11.1	119.7	21.9	119.1	14.5	107.0	5.4	126.5	4.2
4	105.6	8.5	106.9	2.4	125.2	7.0	122.7	21.1	116.8	26.3	105.5	8.9	129.3	10.1
5	107.0	10.7	105.5	2.2	106.7	▲2.3	115.5	23.3	129.6	46.5	107.7	13.1	116.2	▲9.3
6	104.9	6.6	102.9	1.1	124.8	▲0.1	103.0	4.8	122.9	21.7	103.9	5.8	128.3	1.5
7	108.5	10.4	104.2	▲5.8	117.0	0.6	111.3	12.8	131.4	37.3	111.6	13.7	116.7	1.4
8	102.4	▲4.7	100.0	▲8.4	110.5	▲0.7	111.5	6.5	112.5	▲13.2	101.4	▲7.6	129.3	3.2
9	101.7	▲0.1	101.8	▲6.1	118.4	6.0	118.4	7.8	113.5	▲2.2	101.0	▲1.3	115.3	▲8.5
10	97.0	▲9.6	100.3	▲2.1	111.4	▲7.4	115.0	8.2	100.8	▲24.2	95.5	▲11.5	116.3	6.2
11	92.4	▲16.9	91.8	▲14.3	112.7	▲6.2	105.6	0.5	80.9	▲42.6	86.9	▲22.9	126.0	4.2
12	86.0	▲18.7	77.6	▲27.5	109.1	▲7.8	95.4	▲7.5	73.1	▲46.8	93.8	▲11.1	130.9	2.9
2009.1	76.0	▲29.0	57.2	▲45.8	90.7	▲29.4	84.9	▲13.6	63.7	▲49.7	72.5	▲33.1	125.6	▲1.0
2														
出所	福岡県調査統計課													

項目 年月	貿易		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)		新設住宅着工戸数					消費者物価指数 (2005年=100)		大型小売店 販売額		
	輸出金額	輸入金額	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	合計		持家	貸家	分離	福岡市		百万円	前年比(%)	
	前年比(%)	前年比(%)					戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	指数	前年比(%)			
2006年	9.2	23.6	4,252	▲11.7	3,586	21.8	58,952	8.4	▲1.5	9.8	15.2	100.1	0.1	709,923	▲1.8	
2007年	17.0	11.6	4,673	9.9	3,661	2.1	45,066	▲23.6	▲9.8	▲21.1	▲40.2	100.0	▲0.1	716,698	1.0	
2008年	8.4	2.0	4,262	▲8.8	3,680	0.5	47,139	4.6	0.3	▲3.0	30.3	101.0	1.0	700,451	▲2.1	
2008. 1	13.9	8.6	283	24.3	313	7.8	3,940	▲4.2	▲0.8	▲33.1	113.7	100.2	0.6	62,759	▲2.6	
2	15.7	1.3	190	▲26.1	271	▲19.6	3,086	▲34.2	▲8.0	▲34.4	▲50.6	99.7	0.4	50,890	▲2.1	
3	2.5	0.4	451	▲47.0	192	▲50.0	3,250	▲42.0	▲0.5	▲51.2	▲56.7	100.2	0.8	58,527	▲4.8	
4	18.0	4.7	348	▲27.0	214	▲32.0	4,030	▲3.7	▲6.5	▲3.5	▲1.7	100.0	0.4	55,279	▲1.0	
5	23.9	0.4	639	27.4	254	▲31.4	5,133	34.3	2.6	9.8	190.2	101.0	1.1	56,625	▲0.1	
6	12.6	10.7	302	14.6	449	▲36.6	4,239	▲29.2	▲7.7	▲28.7	▲46.0	101.5	1.5	53,661	▲4.5	
7	30.6	6.4	395	22.8	404	96.6	4,809	71.1	33.6	78.0	96.2	101.8	2.0	66,792	1.8	
8	28.8	8.8	305	2.1	439	268.1	4,492	84.4	18.8	114.9	124.7	102.0	1.6	55,357	▲0.9	
9	20.4	23.4	382	3.9	305	▲3.2	4,076	83.0	7.2	109.0	192.1	101.8	1.5	50,624	▲3.0	
10	6.8	0.1	454	1.9	389	165.7	3,526	29.0	▲11.9	18.5	215.5	101.7	1.1	55,165	▲2.3	
11	▲19.0	▲19.1	279	▲19.8	192	14.7	3,153	7.6	▲18.8	9.7	57.7	101.0	0.6	58,411	▲2.5	
12	▲38.4	▲18.5	235	▲25.5	260	▲14.9	3,405	▲3.8	4.4	▲9.7	3.0	100.6	0.2	76,361	▲4.6	
2009. 1	▲48.5	▲37.5	220	▲22.3	166	▲47.0	2,678	▲32.0	▲15.8	▲7.0	▲75.1	100.1	▲0.1	60,176	▲4.2	
2	▲51.1	▲43.7	164	▲13.7	140	▲48.4	2,866	▲7.1	▲14.2	▲35.8	88.2	99.6	▲0.1	47,963	▲5.8	
出所	門司税関	西日本建設業保証						国土交通省					総務省		九州経済産業局	

項目 年月	乗用車				家計消費支出（勤労者世帯）				有効求人 倍率	倒産件数		預金残高		貸金残高		
					可処分所得		消費支出									
	乗用車新規登録台数		軽乗用車販売台数		北九州・福岡大都市圏		北九州・福岡大都市圏			倍	件	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
	台	前年比(%)	台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)								
2006年	116,406	▲7.4	60,043	9.4	407,739	0.5	318,997	▲2.4	0.85	502	4.6	167,812	1.0	131,749	▲0.5	
2007年	110,632	▲5.0	57,556	▲4.1	389,439	▲4.5	307,328	▲3.7	0.85	504	0.4	170,787	1.8	134,357	2.0	
2008年	105,973	▲4.2	56,454	▲1.9	396,303	1.8	312,775	1.8	0.63	545	8.1	174,098	1.9	137,598	2.4	
2008. 1	7,963	4.0	4,342	▲7.6	342,986	▲7.3	333,868	12.4	0.71	37	12.1	169,659	2.3	133,184	2.1	
2	11,051	0.5	5,733	0.5	383,605	7.0	358,805	31.9	0.70	32	▲22.0	169,704	1.4	134,489	2.5	
3	15,042	0.4	7,792	▲4.3	346,475	14.3	346,463	17.2	0.69	60	66.7	169,727	0.3	135,066	1.9	
4	7,684	9.9	4,027	▲4.3	340,119	▲0.6	343,893	15.2	0.68	40	11.1	173,338	1.3	134,001	2.1	
5	7,072	▲5.6	4,221	▲0.2	294,944	0.4	300,615	5.3	0.66	46	▲14.8	172,630	1.9	134,779	3.2	
6	9,219	1.4	4,837	0.3	503,503	6.2	269,269	3.8	0.64	49	14.0	173,715	1.8	134,503	2.7	
7	10,165	10.2	4,917	2.6	420,958	▲1.8	302,615	▲4.1	0.63	35	▲27.1	171,812	2.4	134,699	2.4	
8	6,717	▲11.4	3,643	6.7	390,492	18.3	332,145	▲1.8	0.61	44	18.9	172,509	2.8	134,982	2.8	
9	10,149	▲2.0	5,007	▲4.2	325,291	0.2	284,109	▲7.5	0.60	57	23.9	170,757	1.0	133,772	0.9	
10	7,731	▲11.1	4,067	2.5	359,273	▲7.3	291,289	▲17.1	0.58	50	13.6	171,011	2.1	133,939	2.1	
11	7,306	▲24.2	4,392	▲3.1	328,971	▲3.4	269,173	▲7.1	0.57	49	4.3	172,076	2.1	135,213	2.0	
12	5,790	▲26.8	3,476	▲8.9	719,021	▲0.2	321,059	▲15.1	0.54	46	17.9	174,098	1.9	137,598	2.4	
2009. 1	5,669	▲28.8	4,317	▲0.6	331,081	▲3.5	280,795	▲15.9	0.53	47	27.0	174,048	2.6	137,894	3.5	
2	7,411	▲32.9	5,451	▲4.9	340,334	▲11.3	320,857	▲10.6	0.49	31	▲3.1	174,802	3.0	139,537	3.8	
出所	日本自動車販売協会連合会		全国軽自動車協会連合会		総務省				厚生労働省	東京商工リサーチ		日本銀行				

(注) 掲載指標についての説明は全国の注釈参照。

経済指標 | 熊本県のデータ

項目 年月	鉱工業生産指数 (2000年=100)										鉱工業出荷指数 (2000年=100)		鉱工業在庫指数 (2000年=100)	
	総合		食料品		電子部品		一般機械		輸送機械		季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)				
2006年	109.6	9.6	100.5	0.5	122.5	22.5	111.0	11.0	99.2	▲0.8	108.6	8.6	112.0	12.0
2007年	109.3	▲0.3	99.3	▲1.2	137.8	12.5	118.0	6.3	91.9	▲7.4	108.3	▲0.3	113.2	1.1
2008年	103.5	▲5.3	98.1	▲1.2	138.6	0.6	78.1	▲33.8	94.4	2.7	100.9	▲6.8	124.4	9.9
2008.1	104.8	▲0.5	97.3	▲14.3	151.0	108.8	91.2	▲5.9	77.4	▲42.2	99.1	2.7	124.3	35.6
2	106.4	1.4	100.0	▲6.6	156.7	118.7	87.3	3.2	78.7	▲45.9	101.7	0.6	128.6	38.7
3	110.5	2.8	101.1	▲20.5	163.8	138.6	80.2	2.9	76.1	▲49.2	107.9	1.3	118.1	34.4
4	109.8	2.5	97.3	▲10.9	154.6	110.4	116.2	16.1	87.8	▲41.1	107.1	4.1	113.5	36.4
5	108.0	▲0.3	102.4	▲11.3	144.5	88.0	97.7	▲20.9	94.2	▲34.0	105.9	▲1.8	117.0	40.5
6	105.6	▲0.1	99.4	▲13.4	134.9	78.5	72.1	▲38.1	103.6	▲22.5	101.3	▲0.3	120.3	45.2
7	102.3	▲2.5	99.3	▲5.7	139.3	84.4	67.9	▲49.6	101.4	▲26.7	102.3	▲1.8	124.8	46.2
8	103.1	▲2.7	105.2	▲7.7	130.3	71.3	70.3	▲42.6	98.0	▲27.9	100.3	▲6.4	122.3	43.9
9	103.3	▲1.3	89.6	▲4.3	138.0	0.5	66.2	▲30.0	105.2	20.7	103.3	0.9	119.2	4.7
10	98.9	▲8.2	94.8	1.4	134.7	▲9.2	63.1	▲42.1	102.6	8.1	97.0	▲11.1	126.9	14.2
11	96.3	▲12.6	96.9	▲2.5	113.5	▲22.9	56.3	▲43.2	104.6	11.2	95.1	▲14.2	134.7	18.8
12	91.9	▲11.0	91.2	▲1.1	107.6	▲22.2	69.1	▲40.1	102.1	27.8	88.9	▲11.3	143.5	26.3
2009.1	81.3	▲23.3	96.0	▲3.2	85.7	▲43.2	66.0	▲27.7	73.4	▲7.1	80.4	▲19.9	144.9	16.6
2														
出所	熊本県統計課													

項目 年月	貿易		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)		新設住宅着工戸数					消費者物価指数 (2005年=100)		大型小売店 販売額		
	輸出金額	輸入金額	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	合計		持家	貸家	分譲	熊本市	指数	前年比(%)	百万円	前年比(%)
	前年比(%)	前年比(%)					戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)					
2006年	11.5	9.6	2,077	24.8	1,165	▲5.5	14,805	5.5	2.7	7.6	20.6	100.0	▲0.0	188,838	▲0.4	
2007年	3.9	20.8	2,071	▲0.3	1,289	10.6	13,286	▲10.3	▲8.1	▲7.2	▲27.3	99.9	▲0.1	187,676	▲0.6	
2008年	2.9	21.7	2,021	▲2.4	1,098	▲14.8	12,542	▲5.6	0.3	▲8.7	▲10.5	101.1	1.2	184,134	▲1.9	
2008. 1	16.4	▲0.6	107	▲18.0	114	21.9	1,242	15.9	7.4	30.5	▲14.2	100.0	0.2	17,028	▲2.2	
2	29.9	▲25.2	157	52.4	134	37.0	963	▲18.1	▲16.5	11.3	▲65.3	100.0	0.9	13,551	▲7.1	
3	19.3	▲17.5	268	17.0	69	▲27.4	738	▲38.0	▲12.7	▲45.0	▲65.2	100.3	0.6	15,189	4.6	
4	▲13.6	42.6	241	28.9	42	▲81.5	994	7.2	28.4	▲22.5	215.6	100.1	0.3	14,569	▲3.1	
5	27.1	20.2	180	▲11.4	73	▲65.1	1,056	▲31.0	▲12.0	▲24.1	▲79.5	101.0	1.1	14,822	▲1.1	
6	▲9.8	▲16.3	94	▲28.2	81	▲43.7	1,063	▲24.4	▲16.6	▲57.3	363.8	101.4	1.7	14,057	▲4.2	
7	6.6	66.9	125	▲16.1	177	164.2	993	1.3	22.8	▲10.6	42.9	101.5	2.0	17,330	0.4	
8	4.0	58.6	128	▲14.5	93	57.7	1,268	46.9	18.3	50.7	181.0	101.8	1.6	14,706	▲2.3	
9	102.4	48.6	240	▲4.9	77	28.1	1,021	▲4.9	▲5.5	23.9	▲69.6	102.2	1.8	12,747	▲2.5	
10	▲40.9	45.6	218	19.8	75	62.9	1,245	39.4	14.0	24.2	201.9	102.3	1.9	14,444	1.2	
11	▲31.4	27.7	115	▲36.6	82	▲11.8	1,164	2.2	▲11.1	9.5	58.5	101.4	1.1	15,006	▲1.4	
12	▲53.3	25.9	149	▲14.1	82	▲19.1	795	▲23.1	▲4.3	▲24.2	▲52.3	101.1	0.8	20,683	▲4.2	
2009. 1	▲54.2	▲15.1	102	▲4.9	43	▲62.8	771	▲37.9	▲15.4	▲58.5	11.4	100.6	0.6	16,524	▲3.8	
2	▲55.3	16.4	99	▲37.3	50	▲62.6	825	▲14.3	17.8	▲34.5	0.0	100.2	0.2	12,170	▲10.0	
出所	門司税関		西日本建設業保証		国土交通省					総務省		九州経済産業局				

項目 年月	乗用車				家計消費支出(勤労者世帯)				有効求人 倍率	倒産件数		預金残高		貸金残高	
					可処分所得		消費支出								
	乗用車新規登録台数		軽乗用車販売台数		熊本市		熊本市								
台	前年比(%)	台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)	倍	件	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	
2006年	34,157	▲6.7	28,124	4.5	390,341	▲12.3	284,617	▲13.7	0.81	127	▲2.3	47,162	▲0.2	27,575	0.7
2007年	32,225	▲5.7	27,998	▲0.4	431,614	10.6	297,580	4.6	0.82	139	9.4	47,976	1.7	28,666	4.0
2008年	31,232	▲3.1	28,287	1.0	394,696	▲8.6	308,050	3.5	0.63	179	28.8	48,615	1.3	29,535	3.0
2008. 1	2,458	6.8	2,198	0.3	344,258	▲5.5	312,876	▲0.6	0.72	10	▲16.7	47,200	2.1	28,262	3.9
2	3,250	2.3	2,883	1.7	337,433	▲9.9	279,292	▲2.5	0.73	15	▲6.3	47,179	2.1	28,198	3.5
3	4,724	1.3	3,822	▲2.5	352,216	▲7.1	323,030	6.7	0.72	15	25.0	47,122	0.2	28,893	3.8
4	2,176	9.2	1,993	▲1.6	333,659	▲12.0	342,959	12.4	0.71	7	▲12.5	47,731	0.3	28,232	4.8
5	2,131	▲0.6	2,173	▲0.8	316,219	▲6.6	314,551	▲1.1	0.68	17	30.8	48,428	2.7	28,706	5.5
6	2,494	▲2.8	2,417	▲0.3	562,528	▲10.1	280,763	6.1	0.65	16	45.5	49,211	1.5	28,621	4.4
7	3,136	17.7	2,324	4.8	410,361	▲14.6	334,114	4.9	0.63	14	75.0	48,508	2.3	28,735	4.8
8	1,781	▲14.0	1,943	▲3.2	347,826	▲1.9	287,104	5.6	0.61	20	53.8	48,670	2.8	28,843	5.1
9	3,069	▲2.7	2,362	2.9	339,971	5.7	288,940	10.7	0.59	16	45.5	48,169	0.4	28,914	4.4
10	2,180	▲11.4	2,061	9.9	382,914	7.4	297,947	4.1	0.56	13	30.0	47,999	1.8	28,769	2.7
11	2,200	▲26.4	2,181	7.9	335,743	▲5.8	294,863	1.1	0.52	13	▲7.1	48,254	2.6	29,075	3.0
12	1,585	▲22.5	1,930	▲3.5	673,220	▲20.6	340,159	▲2.6	0.49	23	109.1	48,615	1.3	29,535	3.0
2009. 1	1,981	▲19.4	2,227	1.3	326,437	▲5.2	342,506	9.5	0.44	15	50.0	48,232	2.2	29,401	4.0
2	2,334	▲28.2	2,762	▲4.2	331,849	▲1.7	245,763	▲12.0	0.41	7	▲53.3	48,420	2.6	29,336	4.0
出所	日本自動車販売協会連合会		全国軽自動車協会連合会		総務省				厚生労働省	東京商工リサーチ		日本銀行			

(注) 全国と共通の指標については全国の注釈参照。

経済指標 | 長崎県のデータ

項目 年月	鉱工業生産指数 (2000年=100)										造船		機械等		電子部品 生産高		
	総合		一般機械		食料品工業		電気機械		輸送機械		生産高						
	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	季調値	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	前年比(%)		
2006年	104.0	8.3	120.8	18.6	102.6	0.0	49.3	7.8	123.8	▲7.6	1,875	8.3	2,774	▲5.8	7.0		
2007年	105.9	1.8	106.5	▲11.9	108.4	▲2.5	61.6	25.2	122.8	▲0.8	2,166	15.5	3,079	11.0	3.0		
2008年	119.1	12.5	155.2	45.8	103.1	3.1	46.0	▲25.4	145.8	18.7	1,916	▲11.5	2,562	▲16.8	0.7		
2008.1	124.2	10.7	137.3	▲2.5	108.3	2.5	50.0	▲17.2	137.2	28.9	172	27.1	260	▲8.0	0.6		
2	128.7	21.0	156.7	17.0	114.2	9.0	46.9	▲21.6	137.8	31.2	194	17.5	246	▲2.6	7.5		
3	103.6	▲0.4	157.6	21.4	110.0	2.0	32.4	▲50.3	131.6	17.8	187	▲12.4	224	▲24.4	17.4		
4	129.5	29.6	144.0	32.7	104.4	▲1.4	48.8	▲33.3	135.9	24.0	202	12.1	239	2.6	29.3		
5	122.1	19.8	155.2	64.8	104.1	▲7.8	53.9	▲34.8	134.0	18.3	184	5.7	245	▲5.3	10.8		
6	119.4	16.9	151.7	57.6	93.1	▲13.7	60.2	▲15.2	145.9	23.5	202	5.5	294	25.2	21.2		
7	119.6	13.9	178.1	77.1	96.2	▲4.2	61.8	1.0	148.5	22.8	176	0.9	272	21.1	16.2		
8	131.5	17.7	203.3	103.3	109.5	▲7.4	36.1	▲41.5	158.9	22.8	178	▲5.8	250	0.2	▲6.6		
9	124.0	19.5	187.2	90.3	107.7	▲1.1	33.3	▲27.4	148.7	13.8	203	10.4	255	▲2.3	▲19.1		
10	124.3	20.2	152.0	76.2	101.9	▲8.8	39.6	▲22.8	165.7	15.8	218	17.8	277	5.1	▲4.3		
11	111.5	▲3.2	137.0	45.4	97.2	▲13.9	60.4	2.8	162.9	4.2	169	▲12.2	316	14.8	▲12.2		
12	102.6	▲5.8	121.2	22.4	96.9	400.0	49.3	▲6.7	151.1	11.4	178	▲2.0	303	22.3	▲38.7		
2009.1	89.5	▲12.8	118.0	▲15.3	101.2	▲7.1	44.9	▲11.9	114.6	▲17.1	157	▲8.8	262	0.6	▲43.7		
2															▲38.2		
出所	長崎県統計課										三菱重工業長崎造船所、佐世保重工業					日本銀行長崎支店	

項目 年月	貿易		漁業水揚げ金額		公共工事 保証請負金額		建築着工統計 工事費予定額 (非居住用)		新設住宅着工戸数					観光施設入場者数 (主要7施設合計)		消費者物価指数 (2005年=100)	
	輸出金額	輸入金額							合計		持家	貸家	分譲			長崎市	
	前年比(%)	前年比(%)	百万円	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)	戸	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	前年比(%)	千人	前年比(%)	指数	前年比(%)
2006年	41.2	16.3	64,947	▲7.3	1,765	▲15.5	831	7.4	8,940	▲12.6	0.6	▲22.8	▲12.7	4,775	3.9	99.8	▲0.2
2007年	6.0	20.7	70,247	8.2	1,862	5.5	644	▲22.5	6,901	▲22.8	▲19.6	▲11.9	▲56.6	5,000	4.7	99.7	▲0.1
2008年	5.6	57.0	0	0.0	1,575	▲15.4	582	▲9.6	6,942	0.6	1.5	▲8.9	51.3	4,593	▲8.1	100.9	1.2
2008. 1	19.1	378.9	5,547	▲6.2	94	▲33.5	43	25.3	512	▲8.4	2.4	▲9.9	▲37.7	261	▲4.5	99.8	0.6
2	28.7	32.1	5,640	0.5	134	▲13.3	35	▲46.8	549	4.6	▲2.7	15.7	▲58.3	319	▲2.3	99.6	0.5
3	157.0	▲11.3	6,612	▲3.3	240	19.9	28	▲13.8	558	13.0	4.0	22.3	6.3	491	▲9.8	100.0	0.6
4	37.0	34.8	7,615	13.0	67	▲36.3	63	158.4	518	▲21.5	10.4	▲32.2	▲53.7	400	▲9.9	100.2	0.6
5	4.8	48.4	6,740	17.8	42	▲46.7	35	▲28.3	401	▲38.3	▲10.3	▲62.7	0.0	529	▲0.4	100.9	1.2
6	▲38.9	18.8	5,686	11.2	115	2.3	47	▲20.3	757	29.8	29.2	28.1	647.1	276	▲1.3	101.1	1.7
7	▲12.0	65.9	5,799	18.3	124	▲2.9	99	6.6	457	▲23.7	1.4	▲15.5	▲69.0	332	▲0.4	101.5	2.2
8	67.3	69.8	4,758	4.5	151	▲27.3	69	▲35.2	609	25.1	16.4	11.4	98.4	543	▲8.1	101.8	2.0
9	▲49.0	18.8	5,693	16.7	153	▲27.1	41	▲39.9	626	▲7.1	▲21.7	▲32.8	156.8	327	▲17.1	101.9	2.0
10	▲9.8	23.6	5,850	▲3.0	192	▲6.9	50	1.6	703	66.2	13.9	105.7	305.9	412	▲2.9	101.9	1.6
11	▲10.8	6.8	6,048	▲6.8	121	▲33.7	25	▲27.1	692	3.6	▲17.1	▲42.2	648.6	389	▲15.8	101.0	1.0
12	28.1	24.2	7,511	0.7	141	4.5	47	70.0	560	▲3.3	7.4	▲10.8	9.4	314	▲20.8	100.9	0.8
2009. 1	58.3	▲79.5	5,431	▲2.1	127	35.9	167	290.9	472	▲7.8	▲22.7	3.8	▲7.9	183	▲29.8	100.5	0.7
2	9.4	▲30.3	5,104	▲9.5	150	11.8	34	▲3.7	505	▲8.0	▲14.6	5.6	10.0	209	▲34.4	100.1	0.5
出所	門司税関		県内主要4魚市場		西日本建設業保証		国土交通省				長崎県観光振興推進本部				総務省		

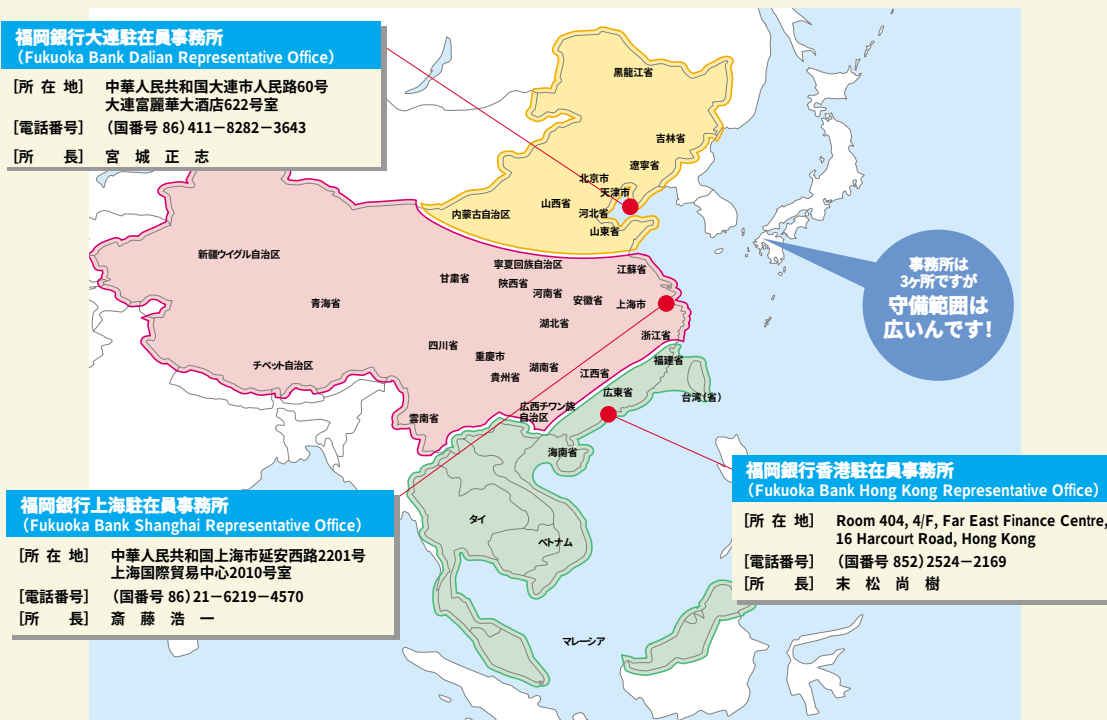
項目 年月	大型小売店 販売額		乗用車				家計消費支出(勤労者世帯)				有効求人 倍率	倒産件数		預金残高		貸金残高	
							可処分所得		消費支出								
			乗用車新規登録台数		軽乗用車販売台数		長崎市		長崎市								
	百万円	前年比(%)	台	前年比(%)	台	前年比(%)	円	前年比(%)	円	前年比(%)	倍	件	前年比(%)	億円	前年比(%)	億円	前年比(%)
2006年	133,932	▲4.2	22,652	▲10.3	24,851	7.7	348,711	12.3	278,566	3.6	0.60	125	7.8	40,336	▲1.2	24,989	▲4.9
2007年	130,306	▲2.7	20,714	▲8.6	23,506	▲5.4	364,655	4.6	315,656	13.3	0.62	148	18.4	40,923	1.5	24,456	▲2.1
2008年	124,827	▲4.2	20,262	▲2.2	23,250	▲1.1	364,276	▲0.1	296,622	▲6.0	0.57	178	20.3	40,931	0.0	23,693	▲3.1
2008. 1	11,743	▲4.2	1,669	6.2	1,846	▲4.6	267,981	▲7.8	293,760	▲8.5	0.57	12	100.0	40,467	2.0	24,166	▲2.4
2	9,332	▲0.1	1,971	4.6	2,185	▲9.7	303,935	▲18.8	251,244	▲12.0	0.59	14	55.6	40,539	2.1	24,337	▲2.0
3	10,176	▲2.2	2,978	3.4	3,098	▲8.8	270,163	▲22.8	322,817	▲16.5	0.59	18	63.6	40,318	0.3	24,874	▲1.7
4	9,909	▲3.7	1,373	11.9	1,672	▲10.8	321,531	▲9.8	280,331	▲8.1	0.59	15	150.0	40,928	0.1	24,193	▲1.6
5	10,126	▲4.3	1,357	▲0.6	1,793	▲2.8	274,399	▲6.8	260,285	▲21.8	0.58	11	▲42.1	41,412	1.0	24,148	▲1.6
6	9,729	▲5.2	1,548	▲5.1	1,951	▲2.6	527,777	8.3	258,956	▲9.5	0.57	17	88.9	41,378	▲1.6	23,795	▲3.4
7	11,882	▲1.3	1,930	16.9	1,907	8.7	370,223	▲9.9	285,917	▲17.3	0.56	17	13.3	41,079	▲0.5	23,905	▲2.8
8	10,408	▲5.2	1,348	▲3.1	1,471	▲0.9	341,872	2.4	300,624	▲6.9	0.57	15	▲21.1	41,278	0.6	23,973	▲2.3
9	8,931	▲6.1	2,076	▲0.6	2,054	2.7	330,857	17.3	278,198	▲0.4	0.56	15	15.4	40,620	▲0.7	23,686	▲2.9
10	9,371	▲5.8	1,393	▲17.7	1,762	14.0	332,687	10.7	267,449	▲12.5	0.55	15	▲21.1	40,442	▲0.2	23,515	▲3.0
11	10,226	▲3.9	1,387	▲21.7	1,854	13.0	299,186	5.8	357,192	34.2	0.53	15	36.4	40,771	▲0.7	23,566	▲2.5
12	12,995	▲7.4	1,215	▲22.0	1,657	3.4	730,701	19.2	402,686	14.7	0.52	14	27.3	40,931	0.0	23,693	▲3.1
2009. 1	11,241	▲6.2	1,236	▲25.9	1,854	0.4	296,659	10.7	309,773	5.5	0.48	10	▲16.7	40,636	0.4	23,986	▲0.7
2	8,616	▲9.8	1,414	▲28.3	1,994	▲8.7	352,389	15.9	270,656	7.7	0.44	6	▲57.1	41,074	1.3	24,109	▲0.9
出所	九州経済産業局		日本自動車販売協会連合会		全国軽自動車協会連合会		総務省				厚生労働省	東京商工リサーチ		日本銀行			

(注) 全国と共通の指標については全国の注釈参照。漁業水揚げ金額は、長崎、佐世保、北松、松浦の4市場の合計。観光施設入場者数は、グラバー園、島原城、雲仙仁田道、西海パールリゾート、平戸城、ハウステンボス、堂崎天主堂の合計、ただし、雲仙仁田道は自動車の通行台数。

〈海外駐在員事務所の位置と担当範囲〉

海外拠点にて海外直接投資や、貿易に関する情報収集等を行っています。海外進出等ご検討のお客様、海外のことならお任せください！

◎海外拠点へのご用命・ご訪問は、取引店へお申し出ください。



FFG ふくおかフィナンシャルグループ

編集後記

4月になり新しい体制で業務が始まり、ドタバタしている時に嬉しいニュースが飛び込んできました。春の選抜高校野球での地元清峰高校の優勝です。3年前の決勝で大敗したことを「やっと今、教訓になった」と語る吉田監督の言葉がさわやかでした。失敗を乗り越えるチャレンジ精神を参考にしたいと思います。

島 浦

間もなく訪れるゴールデンウィーク。土曜日から数えると、5連休となる方も多いのではないのでしょうか。実は、今年は9月にも大型連休が控えています（土曜日から数えるとナント「5連休」）。5月病にかかりそうな新入社員や新入生の皆さん、5月を過ぎても暫く辛抱すれば、また楽しい休日が皆さんを待っています。頑張れ!!

真 田

親和経済文化研究所勤務から数えては4年。今月号をもちまして、銀行の営業店へ戻ることになりました。不慣れな中、ご指導いただいた上司や同僚の方々、そして私のレポートを読んでいた読者の皆様に感謝いたします。営業現場で皆様にお会いできることを楽しみにしております。

横 尾

環境保全に対する関心は、国内だけでなく世界的に急速に高まりつつあります。日本においても、企業をはじめ家庭での意識の高まりが益々求められていくようで、エコ・アクション・ポイントのように新たなスキームでの取り組みにも注目したいものです。まずは、身近なものから意識して参加することが大事ですね。

酒 口

「トップに聞く」の取材で元気な企業の社長様のお話をうかがっていると、事業内容が各社異なるにもかかわらず、共通項がいくつかあるように感じました。その共通項こそが元気な企業であるためのポイントではないかな、と感じています。本誌を通してそのポイントを多少でも皆様にお伝えできていましたら幸いです。

花 谷

研修がスタートして約半年が経とうとしています。国内市場に限界を感じて中国を生産拠点ではなく、マーケットとして期待する日本企業の多さを日々改めて実感しています。残りの研修期間、その動向を注視していきたいと思っています。

林 田

FFG経営者クラブのご案内

価値ある情報と経営支援サービスで
貴社の発展をサポートいたします!

FFG経営者クラブに入会すれば…

1 個別商談会やビジネス交流会で販路を拡大します。

【近年の実績】 「インフォネットフェスティバル2007」(07年11月・熊本)
「長崎ビジネス交流会」(08年4月・長崎)、「ふくおか 食の商談会」(08年11月・福岡)



2 最新の実務情報や経営者の本音を直接聞けます。

「FFG経営者クラブ主催・各種セミナー」／「日経ベンチャー経営セミナー」

3 ヒント満載の専門情報を毎月お届けします。

「日経ベンチャー」など多彩なラインナップ「ブックセレクトサービス」
会員限定メニューが満載「NVCマンスリー」



4 移動時間にもムダなく情報収集ができます。

旬の話題、実務のツボを毎月60分で。
「トップの情報CD」で通勤中もラクラク情報収集。

5 約3,200項目の詳細な調査レポートが、いつでも使えます。

経営全般から健康管理まで、ビジネス上の課題に即座にお応えする「ビジネスレポート」



6 インターネットでも、強力にサポートします。

条件を入力して、受給可能なものをカンタン検索「助成金・補助金サーチ」
「売りたい」「買いたい」情報を全国に発信「バーチャル商談会」

7 社内研修も、多彩なテーマでバックアップします。

営業、販売、経理・財務、人事など「教育研修用ビデオ貸出サービス」

年会費
35,000円 (税込み)
お申し込みは下記の事務局まで

「FFG経営者クラブ」事務局

株式会社FFGビジネスコンサルティング ビジネスコンサルティング部内 〒810-8727 福岡市中央区天神2-13-1 福岡銀行本店ビル5階

TEL.092-723-2241 FAX.092-721-9258

あなたのいちばんに。



ふくおかフィナンシャルグループ