

沖繩のいいものを紹介しながら、「この商品がないと困る」と言われる、そんな商品を育てていきたい

株式会社琉球フロント沖繩 代表取締役社長 松原 茂さん

沖繩のいいものを紹介し、販売するためのアンテナショップを東京に持ち、そこで消費者の声を直接聞きながら、沖繩の新たな商品開発を目指す。琉球フロント沖繩の松原茂社長。これまで約70種類の商品を開発してきたが、自社工場は持たず、県内のメーカーと協力し合っており、パッケージや価格設定にまで互いにこだわった商品を次々と本土へ送りだしている。マーケティングを重視したその手法など、独自の経営方針をうかがった。

「琉球フロント沖繩」の社名の意味と創業の経緯を教えてください。

沖繩のいいものを紹介し、販売するためのアンテナショップを東京に持ち、そこで消費者の声を直接聞きながら、沖繩の新たな商品開発を目指す。琉球フロント沖繩の松原茂社長。これまで約70種類の商品を開発してきたが、自社工場は持たず、県内のメーカーと協力し合っており、パッケージや価格設定にまで互いにこだわった商品を次々と本土へ送りだしている。マーケティングを重視したその手法など、独自の経営方針をうかがった。

沖繩の食品や食文化にこだわりながら開発を進めて、県外に売り込んでいくために「琉球フロント沖繩」を県内に設立しました。

—— 具体的な事業内容は？

当社は、工場は持っていないですが、メーカーの立場で商品開発をしています。沖繩でも小さくてもいいものを作っているメーカーさんと協力し合っており、パッケージや流



松原茂(まつばら・しげる)さん
2003年、東京に株式会社琉球フロントを設立。沖繩のいいものを紹介しながらマーケティングを行い、翌年に株式会社琉球フロント沖繩を立ち上げた。沖繩での商品開発と東京を中心とした販売及びマーケティングの両方をうまくかじ取りして、新たな魅力の創出と本土への発信に尽力している。

株式会社琉球フロント沖繩
沖縄県那覇市安謝1丁目23-21
TEL.098-860-9962
http://www.ryukyufront.jp/

—— いままでに作った商品についてそれぞれ具体的に紹介してください。

創業から6年になりますが、私どものグループで今まで70種類ほどの商品を開発してまいりました。代表的なものとして、「山原シークワーサー」は、沖繩県産100%の品質にこだわり、数あるシークワーサー商品の中でも支持が高い定番商品になっています。またこの商品は、華道家の假谷崎さんは「自身が糖尿病を宣告されてダイエットをされた時に、たまたま当社のシークワーサーに出会って病気を克服した」ということで、この商品の品質に惚れこんで応援していただいています。お酒では、そのまま冷やして飲む「泡盛島カッパ」。プラスチックではなく、ガ



生搾りウコンを飲みやすい20ミリリットルサイズの小米トルに入れた「ネーミング」も「翌ケロ」と商品価値を端的に表現、サイズを考えたことで、ヒット中。

ラスのコップ感覚で飲めるカッパを作ったのは当社が初めてです。蔵元の仕込み水で割っていて、本格的な泡盛の味をそのまま飲めるので、東京でもお酒通の人たちが集まる場所でも好評をいただいています。

また、沖繩では飲む玄米(げんまい)は古くから親しまれ、県内では200万本くらい売れているのですが、県外では全く知られていません。それを東京の市場に持ち込もうと、アザイン、容量も合わせて全てマーケティングしてつくったのが「琉球玄米」です。甘さを少し抑え気味にして、ラベルで原料の素材がわかるようにしました。若い女性の方に朝食代わりに飲んでいただくダイエット飲料としてPRし、女性ファッション誌などからも取材がきました。

最近発売したもので、生搾りウコンの商品「翌ケロ」。ウコンの商品というところも、だいたい同じように見られてしまう中で、あえてネーミングに「翌ケロ」「翌日ケロ」と効果をうたい、6月に発売した新商品ですが、すでに10万本以上の売上になっています。効果を確証したうえで、いろいろと比べてテストし、生搾りのものを一息で飲むにはちょうど適量の20ミリリットルサイズにしました。

もずくも数ある中で当社が扱っているのは、「海人島袋さんの久米島産天然太もずく」というもので、素溜りで取った天然太もずくです。生産者、産地、素材にこだわり、ネーミングにも活かしました。また、沖繩で新しく展開している店舗が2種類あり、「かどの駄菓子屋」では「黒糖ドーナツ棒」という、熊本ですでに60年もお菓子を生産している会社といっしょに

洞口依子

表紙グラビアインタビュー
沖繩を語る。



(撮影 武富良貴)

90年代初頭「具良恵」という架空の島を舞台に、伊是名島撮影が行われた映画「イナフラーターズ」。当時から志、中江裕司、真喜屋力という3人の新進気鋭の監督たちによる「2.5次元形式」の映画の出演で、洞口依子さんは沖繩に出会った。

「あれが初めての沖繩でも、無国籍な渾沌としたものに憧れがあった。この映画の話も最初、架空の知らない島が舞台というのに魅かれたのを覚えています」

さらに、沖繩資本で、沖繩の沖繩の監督が撮るといふことが、洞口依子の興味を引いた。沖繩を抱え、高でリゾート開発を行ったために、このころまで「デューパー、これが洞口依子の後だ。」「当時はまだ、不発弾のことをはじめ、開発の問題などは自分たちが抱えている問題。そのままだと、撮影させていたのかもしれないと思っただけで、それ以降のつきあいは、撮影後、20代と、どうも何回か沖繩に足を運んだ。ただ

「トーマ君(菅間氏)とは家族ぐるみでつきあいます。たまたま、好きな男の人と南の島にいられるだけで幸せな人だから。でも、通り一遍のリゾート気分しか味わえなかった。」「この島で自分にはなに見て、なにに触れたいのか、そんなことを思うようになった。」「撮影で出た地元監督さん、どこの友人としてのきあいが濃くなりはじめからだった。」「彼らと歩いた沖繩は、私の幼児体験と重なる部分がとてもあるんです。」「東京の立川や横田基地のそばで育った彼女の記憶にはいつも「フジの向こう」と、爆音発する軍用機があった。この話を聞いて、ネット上で「探偵事務所」の「フジ」の探偵シナリオを思い出した。幼少期の記憶を亡くした妊婦が、沖繩の基地の町でその記憶の断片を思い出す。旧知の富岡志氏が脚本監督を手がけたこの作品に、洞口依子は38歳の女優として出演した。それは妊娠の役を演じた。それは38歳の彼女が体験した子宮がん調剤後の体調回復作と重なった。

「トーマ君(菅間氏)とは家族ぐるみでつきあいます。たまたま、好きな男の人と南の島にいられるだけで幸せな人だから。でも、通り一遍のリゾート気分しか味わえなかった。」「この島で自分にはなに見て、なにに触れたいのか、そんなことを思うようになった。」「撮影で出た地元監督さん、どこの友人としてのきあいが濃くなりはじめからだった。」「彼らと歩いた沖繩は、私の幼児体験と重なる部分がとてもあるんです。」「東京の立川や横田基地のそばで育った彼女の記憶にはいつも「フジの向こう」と、爆音発する軍用機があった。この話を聞いて、ネット上で「探偵事務所」の「フジ」の探偵シナリオを思い出した。幼少期の記憶を亡くした妊婦が、沖繩の基地の町でその記憶の断片を思い出す。旧知の富岡志氏が脚本監督を手がけたこの作品に、洞口依子は38歳の女優として出演した。それは妊娠の役を演じた。それは38歳の彼女が体験した。それは38歳の彼女が体験した子宮がん調剤後の体調回復作と重なった。



那覇市安謝に開店した「かどの駄菓子屋」

「松原」はオープンして2か月ですが、沖繩ならではの天ぷらと、かき氷タイプの作った商品を販売しています。県外のお菓子が沖繩の黒糖を使うことでとても素晴らしい商品になったので、それをあえて沖繩に持ち込んで始めた店です。

「御社の商品開発の上で特に留意していること、これだけは外せない」と社長が考えられていることはありますか。一番手掛けていきたいことは、作り手がまじめにやってくれている、思い入れがある商品がまた見出されていないときに、それを我々が探して、手助けすることです。「沖

サイドテーブル

琉球フロント沖繩にはいつも未来に向かうさわやかな風を感ずる。社員は沖繩の食文化にこだわり、商品としての具現化に懸命だ。それは、作業者ではなく、マーケティング志向に基づいた商品づくりである。こうした先陣を踏襲し、市場情報や分析レポートを踏襲し、「コトセブ」味、サイゼ、ネーミング、価格など、マーケティングのすべてに資することなく追及する。自分から考え、自発的に行動し、美に生き生きしている。

「沖繩」を題材にした「いいもの」をプロデュースしていく、というのが我々の仕事だと思っています。逆に、沖繩の方が勉強しなくてはいけない技術の部分などで、「いいもの」があれば、それを県外から沖繩に持ち込むということもやっています。そういう意味で架け橋になって、沖繩のメーカーを活性化していきたいと思っています。売れなくなった商品を外すというようやり方ではなく、「この商品がないと困る」と消費者から支持される商品をこれからも育てていきたいですね。メーカーもそうです。我々も東京市場でマーケティングをしながら、ストーリー性や思い入れがあり、飽きの来ない商品を作っていく、その上でブランドになっていく、ということを目指しています。

最後に、今年の抱負をお願いします。現在、金融危機や不況の嵐が県内外でも吹き荒れています。逆にそういふときだからこそチャンスだと思っています。企業として社員が丸になることができる企業とできない企業が大きく分かれるタイミングだと思っていますので、我々はさらに商品開発と販売に意欲を持って大きく前進できるように、「丑」のごとく走りつと思っています。

—— ありがとうございます。これをチャンスだと思っ、沖繩の企業が逆に元気になって、県外にどんどん出ていくと伸びると思います。

このようなマーケティング集団を作った松原社長は「いいもの」を、運がよければ相性の良い人材がよく集ったものだと思える。自社の「ミッション」や「ビジョン」の「ターゲット」を明確に「基本は誰かである人材」という採用育成方針が根底にある。より良い企業文化から生まれる当社の商品は、今後益々県内外の市場に深く浸透して行くに違いない。私はそう確信している。

沖繩県産業振興公社
中小企業支援センター 谷津和徳