沖縄元気企業紹介

HP版「沖縄ベンチャースタジオ」では、沖縄元気企業の情報を発信し続けています。

沖縄ベンチャースタジオHP
http://ovs.jp

平成15年7月に第1回の放送を開始して以来、TV版「沖縄ベンチャースタジオ」では、毎月数社の県内元気企業を紹介し続けています。
タブロイド版「沖縄ベンチャースタジオ」では、その中からユニークな企業をいくつかピックアップし、そのダイジェスト版を紙面でご紹介しています。
なお、これらの企業を紹介したこれまでの番組は、すべて沖縄県産業振興公社のホームページにて、動画でご覧になれます。

「紅豚」を生産から加工・販売まで管理 トレーサビリティーの充実で顧客も満足

【株式会社がんじゅう】
桃原清一郎 代表取締役
TEL098-957-2929
http://www.benibuta.co.jp/

高品質な豚肉として知られる紅豚を、生産から販売まで行う株式会社がんじゅう。

「3農家と契約し、それぞれ我が社の株主になっていただいて、生産からお客さんの口に入るまで、一心同体で行っています」と、代表取締役の桃原清一郎さんは語る。

食肉、特に豚肉は、品質の7～8割はエサで決まるのだという。また、肉づくりは脂づくりともいわれて、旨味のある脂がさらにその商品価値を高める。

「紅豚は、さっぱりとしていながら甘味があって、しゃぶしゃぶにして食べる際に、軽く塩やこしょうを振って食べていただくと、その脂から出てくるうまみが非常に良く分かっていただけると思います」

創業7年。当初は苦労の連続だったそうだ。名を覚えてもらうために、最初は廉価で大量に市場に出すという方法をとる方法もあるが、そうすると収益が上がらず、株主の農家に利益還元ができない。そこで桃原さんは、マーケットを東京に絞った。

「一流百貨店で扱ってもらうのに2年かかりましたけれど、一流店を地道に一軒一軒回って、その品質の高さと味わいを実感してもらい、紅豚の付加価値を理解していただけるところに扱ってもらいました」

宣伝はまったくせず、紅豚の名は口コミで広まっていった。現在は、生産量の約65%を県外に出荷している。

また、同者は創業当初からトレーサビリティーシステムを導入。購入した肉がどこの農場で育てられ、いつ出荷され、どこに納品されたのかがすぐにわかる。

「お客様からクレームがあったとき、すぐさまその肉の履歴を調べられます」

そういうデータを解析した結果、スジっぽいというクレームがある肉は、1頭の母豚から生まれた系統に多いことが分かったことも実際にあるそうだ。

「生産体制からその母豚を取り除いて対処し、今ではそういうクレームはほとんどありません。逆に、品質を向上させる意味で、このシステムは非常に有用なツール。自信があるからこそ、返品はすべて受け付けています。豚一本でやっていますので、顧客対応はしっかり責任をもつのが使命だと思っています」

あっさりとして甘味があると評判の紅豚。トレーサビリティーもしっかりしていて、この肉がどの農家で育ち、いつ出荷され、どこに納品されたかなど、細かな情報まで管理している

FTZにキャンピングカーメーカー進出 沖縄を拠点にアジアや欧米への展開も

【(株)トイファクトリー】
藤井昭文　代表取締役社長
TEl 098-987-5660
http://www.toy-factory.co.jp/

トヨタ・ハイエースをベースにしたキャンピングカーメーカーとして、出身地の岐阜県で、24歳の若さで(株)トイファクトリーを興した藤井昭文社長。全国のモーターショーに年間20回ほど出展するなど、精力的な事業展開を続ける同社は、2008年にはうるま市にある特別自由貿易地域内に沖縄工場を設立した。創業以来、断熱、防音にこだわったオリジナルのキャンピングカーの製造・販売に取り組む姿勢を藤井社長はこう語る。

「私たちの商品の特徴は、車両の断熱へのこだわりです。沖縄のような暑いところから零下20度くらいの寒いところまで快適な室内を保てるよう、各部分に断熱材を入れています」

また、ウインドウの部分を特殊な作りにし、二重のアクリル素材で外気と内気を遮断することで断熱や防音の高い効果を出すなどの独自の技術は、特許出願中だという。

「沖縄に進出したのは、個人的に沖縄が好きだからというのもあるんですが、今後、タイや中国、ベトナムなどアジアへ展開していく拠点、さらにヨーロッパ、アメリカへの拠点として適していると考えたからです。また、県内でも沖縄特別自由貿易地域に進出したのは、保税区というメリットがあるからです。たとえばヨーロッパの車両を保税措置をして、沖縄で加工し、そのままヨーロッパに戻すということが、この地域でしたらできます。数年後には海外に、メイドインジャパン、メイドインオキナワとしての車両を出していきたいと思っています」

キャンピングカーは、自然の中で遊ぶ車なのでエコにもこだわる。今後は、ガソリンを使わないエネルギーをどんどん使っていこうと考えている。

「ソーラーパネルに関しては、今年の2月のショーですでに発表させていただいて、業界以外からもたくさんの問合せをいただいています」

キャンピングカーという特殊車両製造技術を通して、県内での雇用にも貢献し、さまざまな可能性を持つ(株)トイファクトリー。さらなる期待がつのる。

うるま市の特別自由貿易地域内にある沖縄工場。個々を拠点に、タイや中国、ベトナムなど、アジア進出も目指している

3段広告（98×240）

でいきたん照屋の商品開発よもやま話 ⑬

がんばれ！渡名喜島の特産品

文　照屋隆司　てるやりゅうじ
〔有〕開発屋でいきたん代表取締役、食品・生物資源産業分野の技術系コンサルタント、酒造会社・県農業試験場・(株)TOを経て、20年より現職。〔財〕沖縄県産業振興公社専門コーディネーターを兼任。〔独〕国立健康栄養研究所総定会元、〔社〕日本産業カウンセラー協会検定員・産業カウンセラー、カウンセリングルーム「キャリアオアシス」主宰。

渡名喜（となき）は美しい島です。フクギ並木にすっぽりと包まれた集落。その全体像を高台から望むことができます。いにしえの島民が島の斜面に築いた段々畑の残像に、小さな島で糧を培った先人の営みを窺い知ることができます。丘を散策するとカワラナデシコなどの希少で可愛らしい草花がさりげなく咲いていて、心を和ませてくれます。深夜の砂浜、突然雲の切れ間から一条の青白い月光が降り、沖の海面を照らす光景は何とも言えず幻想的でした。

長澤まさみと佐々木蔵之介が出演する映画「群青」のロケ地にも選ばれた渡名喜島。この島の美しい風景を守っているのが、島に暮らす方々であることはいうまでもありません。那覇から60k m、島周12・5k m。島の人口は約500人。人口減少に歯止めをかけることが島の大きな課題です。

渡名喜島にはサトウキビ産業がありません。JAもありません。島の主要作物は？と島民にたずねたところ、「モチキビと島ニンジン」という答えが返ってきて驚いた覚えがあります。

数年前から渡名喜島の活性化支援に乗り出した(協)沖縄産業計画の和田プロデューサーは、特産品開発の支援に熱心で、産業振興公社や弊社の相談ブースにも頻繁に訪れてくださいます。和田さんは汗をかきかき、渡名喜島のお母さん達と西大八重子先生とをつなげることに成功しました。西大先生はフィニシングスクール西大学院の校長で管理栄養士・料理研究家です。著名で多忙な専門家から継続的な協力を得ることは簡単なことではないと思います。和田さんの調整能力が功を奏して、西大先生は料理講習や特産品開発指導などの協力を快く引き受けてくださり、これによって島のお母さん達のモチベーションも大変高まったと聞いています。

こうして誕生した渡名喜島の特産品がモチキビちんすこう等の菓子類や、「らっきょうコロコロ」「きゅうり カリカリ」「にんじんポリポリ」などの漬物です。無農薬の島、渡名喜の味が楽しめます。食べてみたい方は、渡名喜島へGO！

ビバ！ウチナーむん　Viva! Okinawan

お問い合わせ
久米仙酒造株式会社
TEL　098-832-3133
http://www.kumesen.co.jp/

秋の夜長にこんなカクテルはいかが？
～泡盛コーヒー～

夏の猛烈な暑さも去り、涼しくなって人恋しい季節にぴったりのカクテル、「泡盛コーヒー」。

久米仙酒造の「琉球泡盛」をベースにコーヒー、沖縄県産黒糖などを加え、味わい深いリキュールに仕上がっている。

泡盛の芳醇な味と香り、コーヒーのほろ苦さ、キャラメルの甘い香りが絶妙なハーモニーを奏で、これまでの泡盛の概念を覆すもの。

飲みやすく女性に人気の泡盛コーヒー。ロックでも牛乳で割っても美味しく、バニラアイスのシロップに使っても絶品。フード台北でも毎年人気を博している。

なつかしいのに、新しい
～マルキヨ製菓の紅芋パイ～

黒糖アガラサーやサーターアンダギーなどを製造し、どれも素朴だが親しみやすい味で県民の支持を得ているマルキヨ製菓。

同社が二年前に開発、発売したのが「紅芋パイ」。県内には有名な紅芋の産地がいくつかあるが、試行錯誤の末、当社のパイに味が一番合う久米島産の紅芋を100%使用するようになった。甘さ控えめな上、ほどよい塩味がするさくさくのパイ生地のため、意外にもお酒のつまみとしてもイケるとのこと。材料と味・食感にこだわった「紅芋パイ」は、昨年の「全国菓子大博覧会（※ほぼ五年に一度開催されている通称「和菓子のオリンピック」）」で金賞を受賞。

お問い合わせ
(有)マルキヨ製菓
TEL　098-878-8583
http://www.marukiyo.jp/

マーケティングコラム
日々雑感

「マイナス6%、マイナス25%、結果は……」

ふくはら　ともつね
普久原朝常
アドスタッフ博報堂
マーケティング　ソリューション局
R&D推進部 マーケティングディレクター
1965年　沖縄市生まれ。1990年　株式会社アド・スタッフ入社。マーケティング部調査課に配属され、以来リサーチをメインとしたプランニング業務に従事。2007年より現職。

巷は政権交代の話題で持ちきりです。民主党の打ち出している色々な政策が議論されていますが、その一つの「2020年温室ガスを1990年比で25%削減」というのが気になっています。これには目標がさてどうなることでしょうか。

しかし地球温暖化に対しては様々な議論があります。危機感を持って活動している方もいるし、逆に「温暖化していない」という否定派もいます。（「バカの壁」の養老先生も懐疑的な立場のようです）。まあ世間一般を見渡して見ると温暖化していると考える肯定派が大多数でしょうか。

私はと言うと、どちらの説が正しいにしても温暖化抑制に役立つと言われていることは出来るだけ実行していきたいなとは思います。温暖化していないとしても温暖化対策と言われていることは基本的には地球環境全体としてはプラスになるような気がします。

高すぎて非現実という意見も多く、実行するにもそのためのコスト負担が莫大になるという主張も沸き起こっています。1997年の京都議定書で出した「1990年比マイナス6%」も実現できそうにないところが、2006年時点でプラス6・2%になっているとの事です。これには目標がなるべくの実行ドリングしない」とか、実際は難しいですけどね。

3段広告（98×240）