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。

米国でパイロット免許を取得するための本格的な訓練施設が沖縄に誕生。

[フライトシミュレーション沖縄]
玉那覇尚也 代表
TEL 098-975-6173
http://www.faatest-jp.com

「アメリカに留学してパイロット資格の免許を取得したい」という方に対し、ここ沖縄で、アメリカ連邦航空局認定の教官からパイロット資格を得るための訓練を受けられるという新たなサービスを試みている、フライトシミュレーション沖縄。

代表の玉那覇尚也さんは、米軍嘉手納基地で十数年間にわたり、何百名もの訓練生を指導してきたというベテラン教官だ。

「基地の中では、もちろん一般の日本の方々に飛行指導をすることはできません。しかし、基地の外で、本物の飛行機ではなくフライトシミュレーターを使えば、私がやっているアメリカの航空訓練と同じことができる。私自身の経験を、少しでも地元の沖縄の方や日本の方に還元できないかと考えたところから、この事業をスタートしました」と玉那覇さんは語る。

「パイロットの免許は、日本国内で取るのは費用がとても高く、ほとんどの方がアメリカ留学をして取ることが多いので、そういった方のために、ここでシミュレーターを使って事前訓練をするというのが、大きな目的です。もう一つは、パイロット免許までは興味はないけれど、一度操縦桿を握ってみたいという方に、こちらで実際に体験して、フライトをした気分になってもらうというプログラムも用意しています」

計器や操縦桿など、実際の飛行機と同じように作られたシミュレーターは臨場感と緊張感があり、利用者の満足は高いという。また、ここで事前訓練を受けてアメリカの学校に行った訓練生が すでに1名おり、現地の教官からも訓練効果への評価はかなり高かったそうだ。

「こういった新しい形の訓練プログラムがあることをまずは多くの方に知っていただきたい。効率よく、安全なパイロットを育てることで、ゆくゆくは日本の航空業界にも貢献していきたいと考えています。また、体験プログラムでいろいろ人たちに、飛行機の操縦の楽しさを知ってもらい、子どもたちに将来パイロットになりたいと思ってもらえればうれしいです」

今後、訓練効果のデータ化などを経て、沖縄だけでなく日本国内でパイロットを目指す多くの人たちに利用されるとともに、観光客向けのプログラムの認知も広がっていくことが期待されている。

自分好みの味わいを作って食べるセルフサービスのフローズンヨーグルト。

[日本ヨーグルトランド株式会社]
菅野功 取締役
TEL 098-862-4910
http://www.yogurt-land.jp/

ロサンゼルスの会社と提携し、セルフサービスで自分好みのフローズンヨーグルトを作って食べる店舗を沖縄に開いた「日本ヨーグルトランド株式会社」。日本1号店を沖縄に出店した経緯を、取締役の菅野功さんはこう語る。

「私どものオーナーは沖縄が大好きで、これまで200回以上沖縄を訪れていました。そのオーナーがハワイでヨーグルトランドのFC（フランチャイズ）店を見て、沖縄でこのお店をやるのは面白いと考えたんです。アイスクリームをはじめ冷たいスイーツのイメージが定着している沖縄でお客様に喜んでいただければ、そこから日本全国に展開できる。アメリカのブランドをただ日本に持ってくるのではなく、ブランドとして日本で育て、広げていくには、気候的にも温暖で、地元の方や観光の方、また外国人の方などいろいろなお客様がいらっしゃる沖縄の地でまず確かめさせるべきだ、ということで出店を決めたんです」

北谷カーニバルパークの1号店に続き、国際通りに牧志店もオープン。フローズンヨーグルトのフレーバーは16種類。好きな大きさのカップを選んで、チョイスしたフレーバーにフレッシュフルーツやシリアル、ナッツなどをトッピングし、最後に量を計って値段が決まるという独自の仕組みで販売している。口コミやリピーターでの来店が多く、特に牧志店は観光客だけでなく、ランチ代わりに利用する地元の女性客や、夜の時間帯に、夕食後やお酒を飲んだ後の口直しに利用する人も多いという。

「幅広い客層が、いろいろな時間帯に、いろいろな来店動機を持って来ていただいています」

アイスクリームに比べて、カロリーが低く、ヘルシーなのも人気の理由のひとつ。また、沖縄の「雪塩」を使った「雪塩バニラ」というフレーバーを開発するなど沖縄発、日本発の新しい味も作り出している。

「県産品と上手にジョイントすることで、より日本人に合った形で、フローズンヨーグルトを全国に向けて浸透させることができるのではないかと思っています」

アメリカ文化が生んだ新感覚のスイーツを沖縄から全国へ、という夢に向かって、日本ヨーグルトランドは着実に歩んでいる。

3段広告（98×240）

「無添加であれば安心？食品の安全性について」

文 照屋穂司 てるやりゅうじ
（有）照屋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）ITSを経て99年より現職。（社）沖縄県産業振興公社専門コーディネーターを経任、（社）国立健康栄養研究所認定NS、（社）日本産業カウンセラー協会資格登録・産業カウンセラー、カウンセリングルーム「キャリアオンリンス」主宰。

「食品添加物は一切使用しておりませんので安心してお召し上がりになれます」

このような表示をよく目にします。特に、小規模事業者や地域のお母さんが作る素朴な食品に多いようです。このような表記が「食品添加物＝有害」「無添加＝安全」という、誤った認識を消費者に広めてしまっています。

消費者が非科学的な情報におおられて、偏った品質判断・食品選択をしてしまうことを「フードファディズム」といい、栄養教育の専門家などが警鐘をならしています。

私はむしろ「無添加だから安心」と言い切って疑わない食品製造者の認識の甘さの方が、食品の安全性を脅かしかねないと思います。「無添加だから安心」と言い切る食品製造者は、食品製造過程での衛生管理などによほどの自信があるのでしょうか？ 有害微生物汚染のリスクを可能な限り低くしてこそ、安全安心をアピールできるのではないでしょうか？

食品添加物は国の許可・承認を受けて初めて製造されますが、厳しい安全性試験を経て科学的な計算の上で使用基準が設定されています。食品添加物は、加工や流通の過程で損なわれる食品の品質を補うためのもので、多様な食品をバランスよく国民に供給するために不可欠です。

食品製造者は、食品添加物の不使用にこだわるよりも、食品の危害がどのように起こるかについて、しっかりした認識を持ち、それを踏まえた安全対策を講ずることの方が重要です。

食品の安全対策として、もっとも優先されることは、食品製造過程で有害物質や病原菌が混入、あるいは増殖しないようにすることです。

また、原材料となる動植物自体に毒性はないか？ 原材料として利用している部位（特に、食経験の少ない種や根など）は安全なのか？ 原材料の特性にあった加工・調理方法や食べ方がなされているか？ などを考える必要があります。これらのことを考察し、製品設計や製造管理に反映させることこそ安全対策であるわけで、無添加だから安全・安心というアピールは、消費者ウケはしても、本当の意味で消費者の立場に立っているとは言えません。

ビバ！ウチナーむん
Viva! Okinawan

お問い合わせ
琉球レザーLLA SHOP
那覇本店
TEL：098-862-7645
URL：http://www.ryukyuleather-lla.com

ハードな外見に秘めた暖かなハート ～「琉球レザーL.L.A」～

沖縄伝統工芸の「やわらかな手織物」と「ハードな革細工」のコラボレーションにより誕生した琉球レザー。今年で7周年を迎える同店は口コミで人気が広がり、今ではオーダー商品4ヶ月待ちの人気ぶりだ。

職人が一つ一つ丹精を込めた作品は、繊細かつ大胆なカービング（彫刻）とで暖かい印象を与えている。購入後はメンテナンスもオーケーだ。

以前から革細工を制作していたオーナーがミンサーや首里織などの沖縄の手織物に感動し、もっと若者が身近に愛用できないか、と考え誕生。今では男女問わず自分だけの商品を求める幅広い層にファンを増やしている。

なるか、糸満の新名物? ～木彫館の「しかまさんど」～

なんじゃこりゃ？と思ったら、な、なんと全長50センチオーバーのバーガーでその名も「しかまさんど」。道の駅いとまん内、糸満市物産センター遊食楽（ゆくら）にある「木彫館」の店長、仲間さんが考案した「当地バーガー」だ。

糸満蒲鉾、ポーク卵、とんかつ、ハンバーグの4つの具材が入っていて

野菜は隣のうまんちゅ市場から仕入れ、糸満のボーボー屋からすり身を取り寄せ自家製蒲鉾を作るなど、地元と手作りにこだわっている。

本来は4分の1にカットしていたが、切らず に出したら大ヒット。週末・祝日には用意した50本が完売するというこのサンド、新しい糸満土産にお薦めの一品だ。

お問い合わせ
木彫館 道の駅店
TEL 098-992-1875

マーケティングコラム
日々雑感

「2010年代の始まり」

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。

いますが、10年はかなり長いように感じます。5年で一昔でしょうか、もっと短く21世紀に入り早10年、いよいよ2010年代に入ります。よく10年一昔といわれていますが、時代変化の速い現代社会です。

一昔という単位は今ではもっと短くないでしょうか。人によって感覚は違うと思うのですが、この騒ぎもかなり昔の出来事のように思えます。

また2000年は沖縄サミットもありました。何十年に一度の大きな事業でしたが、これも相当時間が経っているように感じます。

10年という期間は今では二昔、三昔位の時間経過感覚があります。バブルが崩壊し、それに続く不況期を「失われた10年」と呼んでいましたが、それも20年を超え、景気がよかった頃は、四昔、五昔（変満ちた明るい10年間な表現ですが）も前となる事を期待したいという事になってしまいました。

さて2010年。これから始まる10年はどのような時代になるでしょうか。長い不況期を脱し、希望に満ちた明るい10年間となる事を期待したいと思います。

3段広告（98×240）