

沖縄ベンチャースタジアム

<http://ovs.jp>



発行：(財)沖縄県産業振興公社
〒901-0152 沖縄県那覇市小禄1831-1
TEL 098-859-6237
<http://www.okinawa-ric.jp/>



Mako Nagasaki

インタビュー
沖縄を語る 長崎真湖さん

P5

いろいろなスタイルのバレエに挑戦してみたい。だから、外の世界に飛び出したんです。

ワシントン・バレエ団で活躍する

特集

新オキナワン・ヒーロー
「琉神マブヤー」にかける
ビーチパーリー型ビジネスプラン

株式会社南西産業 畠中敏成社長インタビュー



P2



QRコードから、会社の携帯用HPの情報を入手できます。

Line up

- 【特集】「琉神マブヤー」ビジネスプラン～(株)南西産業 畠中敏成社長～p2
- 【仕事創造人】沖縄流辛子明太子を生産 ユイマールハウス(株) 比嘉英和社長p4
- 【表紙インタビュー】世界を飛び舞う県出身のバレリーナ長崎真湖さんp5
- 【オピニオンリーダーに聞く】琉球ジャスコ(株) 栗本健三社長p6
- 【トピックス】沖縄ブランドを守り育てる「沖縄」商標登録&JAS法食品表示p7
- 【元気企業紹介】(株)スラザハウス、(合)新里酒造p8
- 【情報】OVSニュースp10

新オキナワン・ヒーロー

琉神マブヤーにかける

ビーチパーリー型ビジネスプラン

株式会社南西産業 畠中敏成社長



新しいオキナワン・ヒーロー「琉神マブヤー」が誕生した。各地でショーを行い、10月からはテレビ番組も放送開始。地元での知名度を高め、全県的なヒーローとしてキャラクターグッズなど、新しい沖縄土産の開発に結び付けるのがその大きな目標だという。これまでにない大きな規模のプロジェクトに取り組む南西産業の畠中敏成社長に話を聞いた。



株式会社南西産業 畠中敏成社長

「ご当地ヒーローは日本各地に存在する。秋田・超神ネイガー、群馬・超速戦士G.F.I.V.E、新潟・離島戦隊サドガシマン、三重・観光戦隊イセシマン……。そして、沖縄にこのほど登場したのが、「琉神マブヤー」である。

今年の夏ごろから県内各地でショーを開催し、10月からはテレビ番組として放送され始めた。また、その映像が「釜山国際映画祭」と同時開催される映画の見本市「アジアンフィルムマーケット2008」にも出展された。

「琉神マブヤー」を生み出したのは、観光土産品などを販売する(株)南西産業だ。畠中敏成社長は語る。

「3年ほど前、観光土産の市場をマーケティングしたとき、キティちゃんなど女の子向けの商品はあつても男の子向けがあまりないことが分かりました。全国を調べてみると、地域戦隊物が佐渡島など何カ所かにあったので、うちでも『美ら海戦隊ウチナーンジャー』というキャラクター商品をつくり、それなりに売れたんですね。どこへ行けばショーが見られますかなどの問い合わせもけっこういただきました」

男の子向けの商品が求められていることは確信できたものの、一方で「○○ジャー」や「○○戦隊」という表記が商標権などで問題になるケースがあることを知る。

「つくるのなら、どこからも文句がつかない沖縄ならではのキャラクターが必要。そして、そのキャラクター商品を物販するだけではなく、実体化して舞台やイベントなどのショー

ビジネスを並立させたかったです」

その成功事例として秋田県の「超神ネイガー」があった。キャラクターづくりやショーの運営などには3年ほどの実績があり、そのノウハウも蓄積されているだろうと、昨年の11月にその関係者に協力を依頼し、沖縄に実際に来てもらって短期間のうちに「琉神マブヤー」や「ハブアービル」などのキャラクターをつくり上げたという。

「あとはショーをいかに面白くするか。大手の真似ではなく、沖縄らしいショーにするためには、やはりアドリブが活かされて笑いの要素も必要だと、笑楽過激団の玉城満さんに相談したんです」

二つ返事でOKをもらい、「沖縄オバア烈伝」のテレビ番組制作を手掛けたプロデューサーの古谷野裕「さんを紹介された。ここから、「琉神マブヤー」プロジェクトは企画が大きく膨らんでいく。



敏腕プロデューサーの登場でより大きなプロジェクトへ変身

「当初の目的は、沖縄にこれまでにないヒーローを誕生させて、観光関連商品を活性化さ

せようというもの。単なるキャラクターグッズだけでも、土産品店の目立つところに置けばそこそこ売れるとは思いますが。ただ、今回は秋田のネイガーをお手本に地元盛り上げ型の展開を目指すということなので依頼をお引き受けしました」

古谷野さんは「琉神マブヤー」プロジェクトへの参加のきっかけをこう振り返る。

「キャラクターショーをこつこつと年間くらいかけて定着させるのもいいかなと思ったのですが、スピード感をもってアピールするためにはやはり電波に乗ってテレビ画面にヒーローが登場させるのが一番。そのヒーローにショーで会えるとなると効果も高まります。また、ローカルヒーローの立ち上げは、地方においてなかなかチャンスもなかったこと。そういう企画にトライできるのは面白いし、吹き替え版を作ったアジア各地で放送したいという構想もあります。そういう意味では、沖縄文化を発信するというコンテンツ産業活性化のきっかけにもなるのではないかと考えています」

畠中社長が言葉を引き継ぐ。

「いろいろな人が関わってくると企画が深くなつて興行も出てきます。ストーリーの裏話ができたり、沖縄の文化をどう盛り込んでいくかを考えたり。そういう話がどんどん膨らんでいけば、構想も大きくなる。テレビ番組の他にゲームも作っていますし、音楽もオリジナルの楽曲です。沖縄で今できる仕掛けはすべてやっているのではないのでしょうか。もちろん、そ

れにかかるお金も比例します。しかし、こまめに来たら行くしかな。腹をくくるしかないわけです(笑)」

当初、新キャラクター商品の開発と製造販売、ショービジネスなどの予算としては、約1千万円を見積もっていたというが、すでにその数倍くらいを投資しているという。それでも、まだ足りないという、いろいろな企業に協力を呼び掛けた。(株)赤マルソウが自社の醤油商品ラベルに「琉神マブヤー」のキャラクターデザインを使うなど、十数社がロイヤリティ契約。また、テレビ番組制作会社にはその後のDVD販売権を、音楽制作会社にはCDの発売権を委譲する代わりに制作費を安くしてもらった。 「沖縄らしい持ち寄り型「ビーチパーリー型」での協力体制を広げていったという。

「より大きくこのキャラクターを活かそうとすれば、より資金も必要。どういふふうに知恵を使うか、人のネットワークを活かすかがメインになつてくるんです」

また、みんなで新たなオキナワン・ヒーローを生み出すことに面白さを感じ、ボランティア的に関わる企業も少なくない。テレビ番組組に出演してくれた人たちも破格のギャラで協力してくれたという。

「どこか閉息感のある今の時代に、みんなの力で沖縄に新しいヒーローを、という夢に賛同してくれる方々は実に多く、なんだか面白そうだと参加してくれました。お金で買えない夢を買ったという思いが皆さんにあるのだと思



琉神マブヤー参画企業 (順不同)

ロイヤリティー契約企業

(株)赤マルソウ、竹製菓、(有)祐食品、(株)沖縄物産企業連合、(有)珍品堂、(有)レーベン、レブ(きなこや)、(株)黒糖本舗垣乃花、(株)ナンポー通商、(有)沖縄バイオニアフーズ、(株)フジカクリエイション、(株)アイアム、(株)沖縄ピエント

協力企業

琉球放送(株)、大星広告、那覇空港ビルディング(株)、(有)エフツーゾーン、(株)シーポイント、テクニカルアクション倶楽部、沖縄レコード商事(株)、(有)与根オートサービス、屋比久写真事務所、(株)沖縄情報ドットネット、豊見城商工会、社団法人那覇青年会議所、文進印刷(株)、ゆいワークス(株)

プロジェクト参画企業

(有)シー・エム・シー、(株)沖縄メロ、(有)FECオフィス、パオ・ミュージック・カンパニー、オフィスなんくる、劇団O.Z.E、(株)テイチクエンタテインメント、(株)KOZA、(有)G・G・プロモーション、オフィスリズム、ヒガ・ブラザーズ・プロモーション、物語工房おきなわ



『琉神マブヤー』で 沖縄の文化、元気をアピール



「单位的な事業になるはずですが、みんなで力を出し合うことで、予算をなんとかやりくりしています」

企画の面白さに、賛同者や参画企業はどんどん増えていった。それに伴い、アイデアが飛び交い、企画そのものも大きくなっていったわけだが、その総責任者であり、企業として大きな資金も投入している畠中社長はいう。

「うちの会社は創業36年。これまで『沖縄』を打ち出して事業を続けられたのですから、何らかの形で社会貢献をしたという思いもあります。独自の文化が薄れ、どんどん東京化していく沖縄に閉息感を感じている人も多い今の時代、地元文化もたくさん盛り込んだ沖縄ならではの新たなヒーローを、みんなを力合わせて生み出すことはやはり楽しい。沖縄の元気をアピールすることにもなりますし、いろいろな意味で活性化の一助になるのではないかと考えています」

テレビ番組『琉神マブヤー』では、セリフに必ずウチナーグチを入れる、マブイ(魂)、石蔵當など、沖縄の文化を象徴する事物、言葉などを盛り込むなどし、子どもたちに沖縄の文化や歴史などを平易に理解させる試みが行われている。

「分からない単語が出てくれば、親が教えてあげる。また、最近の若いお母さんの中にはその方言そのものも分からないかもしれないので、そのときにはおじいさん、おばあさんに聞くなど、家族間での沖縄文化の一端を語り合うコミュニケーションの場ができれば理想ですね」と総合プロデューサーの古谷野さん。

ストーリーは、「ウチナーグチ」「石蔵當」「テラーゲ」「チャーガングジュ」など沖縄の魂(マブイ)がこもった7つのマブイストーリーを、悪の軍団マジランが奪い、それを琉神マブヤーが取り戻すというもの。いわゆる勧善懲悪物だが、畠中社長は「いわゆる本土型の勧善懲悪ではなく、

沖縄型にしてほしい」と最初から注文していたという。沖縄型とは？

「敵が爆発して吹っ飛んでしまうようなものは沖縄にはそぐわない。最後は悪も含めて幸せになれば……。そういう雰囲気にしてほしかったんです。実際そうですとね、沖縄みたいに小さなところで完全に敵を否定してしまおうと、住めなくなってしまう。そこまで否定しないというのが沖縄の知恵だと思っております」

沖縄に新しいヒーローをという夢、沖縄の文化を子どもたちに分かりやすく伝えたいという思いが、この大きなプロジェクトの支えになつて、多くの企業の賛同を呼んだのだろう。

企業としては利益を確保していかなければ成り立たないわけだが、ビジネスとして成功しているか、という問いに答えるにはまだ早いと畠中社長は語る。

「今の時点ではどれだけ先行投資をやり続けるかが大事だと思っています。商品を作るためには、他社との違いが鮮明なオリジナル化を図らないといけない。うちはそういう特化型の会社を目指していますので、常に企画を生み出していかねばならないんです。今回はかなり壮大な実験になったのですが、それによつて見えてきた部分もたくさんありますので、これからの企画にもそれが生きてくると思っています」

古谷野さんというプロデューサーとの出会いもそのひとつ。プロデュース能力に長けた人材の確保と育成が、今の沖縄に必要なということを実感したそうだ。その上で、キャラクターグッズ、ショー、テレビ放映、テーマ音楽、ゲームなど、今の時点で仕掛けられることはすべてやったと畠中社長。今後ビジネスとして化ける可能性に大きく投資したわけだが、そこに面白さを感じているという。

「企画の面白さというのでしょうか。今回の場合は、当初の予定よりかなり構想が広がりました。まさに想定外だったわけですが、それがこれまでにないビジネスパートナー、これまでにない運営スタッフ、協力スタッフなどの人脈につながり、金額に換算できない財産となつていきます。次にどういう仕掛けができるのか、今から楽しみなほどです」

多数の企業が協力し合い、ある意味楽しみながら育て上げている「マブヤープロジェクト」。中小企業の多い沖縄での、新たなビジネスモデルになるかもしれない。

「健康」と「観光」をコンセプトに、 新しい沖縄風味の辛子明太子 「めんそーれたい」を製造・販売

ユイマールハウス株式会社 社長 比嘉英和さん

100%多良間島産のノニ(ヤエヤマアオキ)ジュースや無添加だしなど、沖縄県産にこだわった商品開発を行ってきたユイマールハウス株式会社。平成18年にはウコンや島唐辛子、ノニなどを使った沖縄らしいタレに漬け込み、沖縄ならではの辛子明太子「めんそーれたい」を開発。福岡の会社で委託製造していたところ、このほど自社工場が完成し、「めんそーれたい」は名実共に沖縄県産品となった。常にユニークな商品開発に取り組み比嘉英和社長に、お話をうかがった。

——新工場設立おめでとうございます。
待ちに待った工場ができた、という思いです。「めんたい」と言えば福岡というイメージをみなさんお持ちだと思いますが、沖縄の食材を使った、沖縄らしいめんたいを作る工場ができたことで、本土のめんたいと沖縄のめんたいが差別化できるようになるのではないかと考えています。

——沖縄らしい特徴のあるめんたいという
ことで「めんそーれたい」という商品を作られていますが、これはそもそもどういったきっかけでできたのでしょうか。
辛子明太子は福岡の名産品ですが、これが作られるようになったのは、実は30年ほど前からです。原料であるたらこは福岡のものではないけれど、味付けをすることで



比嘉 英和(ひが・ひでかず)さん
昭和63年、日本シエルフィッシュ社を創業。ニュージーランドで貝の食品加工を始める。平成12年、ユイマールハウスに社名を変更。ヤエヤマアオキ(ノニ)ジュースの販売を開始。平成16年、有限会社ユイマールハウスに。平成19年度沖縄県産業振興公社事業可能性評価事業に認定。平成20年、ユイマールハウス株式会社に組織変更。

ユイマールハウス株式会社
沖縄県北谷町宮城1丁目651番地
TEL 098-936-8116
<http://www.yuima-ruhouse.co.jp/>



福岡の名産になった。そういう話をいろいろと聞いていく中で、九州をはじめ各地の空港で辛子明太子は売られているが、唯一沖縄の空港でだけは売っていないということも教えてもらったんです。

また、4〜5年前に話を聞いた時点では、辛子明太子の調味料にはかなりの割合で化学調味料が使われているということでした。これまで私どもの会社はノニなどの販売を通じて「健康」ということを理念として考えてきましたので、沖縄にいろいろとある健康にいい食材を使ってめんたいができないだろうか、ということをおもいついたので

もうひとつのきっかけになったのは、実はネーミングなんです。沖縄で「いらっしやいませ」というのを「めんそーれ」と言いますが、首里の、女性の丁寧語だと「めんそーれたい」となるんです。これは「めんそーれ」を取ると「めんたい」という言葉になる。この言葉が僕に沖縄でめんたいを作る、という決意の後押しになりました。

——インスピレーションがわいたわけですね。「沖縄のめんたい」ということで、具体的にはどういったこだわりや製造方法の特色があるのか教えてください。
特に沖縄の良さを生かそうと考えて、本土

の場合は日本酒で漬けるのですが、沖縄では泡盛にしたということ。また、ウコン、島とうがらし、そして、沖縄のいい塩を使って、天然の体にいい食材を使って調味する。私たちはノニも扱っているものですが、ノニを入れたらいいものができたんですよ。それでできたのが「めんそーれたい」です。

沖縄で辛子明太子を商品として出したのは、おそらく、私たちの会社が最初だと思います。ですから、観光客の方にはまず「沖縄のめんたい」を認知してもらうために、沖縄向けのJAL飛行機の中や空港などでも広告を出して、着実に認知を広げていきます。また、ホテルや観光施設でも販売していきたいと思っています。

——辛子明太子にノニを入れるという発想が面白いですね。
そもそも私たちの主力商品がノニなので、もう一つ調味料もあります。健康を意識して商品開発をしておりますが、先に販売していたこれらの素材があったからこそ、オリジナリティーのある「めんそーれたい」ができたともいえますね。

——社長がノニという健康食材に出合ったのは、約19年前に社長がニュージーランドにいらしたときだったそうですね。

長崎真湖

表紙グラビアインタビュー
沖繩を語る。



長崎真湖(ながさきまこ)：1988年生まれ、沖縄県宜野湾市出身。2002年のアメリカを皮切りにスイスやモンゴルにもバレエ留学。2006年にはモンゴル国立バレエ団でプリマとして活躍。昨年4月にアメリカで開かれた国際コンクール「ユース・アメリカ・グランプリ2007」ではシニア女子部門で1位となる。昨年9月からはアメリカの「ザ・ワシントン・バレエ」に入団。今年8月には一時帰国し沖縄コンベンション劇場にて「眠れる森の美女」公演の主役を演じた。

幼い頃から母親(長崎佐世さん)の下でバレエを始めた長崎真湖さん。レッスンを嫌でやめたいと訴えたとき、「コンクールで1位になったらやめてもいい」という母の言葉に発奮し、猛練習。小学校6年生のときにその約束は果たしたが、やめたい気持ちはずになくなっていった。むしろ、それからというもの、海外にバレエ留学して世界の人に踊りを見てもらいたいという夢を持つようになったのだという。

「13歳くらいからその準備をしていて、海外のいろいろなオーディションを受け、カリフォルニアでスクールオブアメリカンバレエ、ボストンバレエスクールに合格して海外での生活がスタートしました」

その後、スイス、モンゴルへと活躍の場を移す。昨年は、米ニューヨーク市内で開かれた国際バレエコンクール「ユース・アメリカ・グランプリ2007」に出場し、見事シニア女子部門で1位に輝いた。

「国やバレエ団によって、演目はもちろん、踊り方やスタイルが違うので、常に勉強になります。楽しい」

モンゴルの次はアメリカのバレエ団を選んだ。ボストンバレエ団やアメリカン・シアターなどのオーディションに合格したが、最終的に選んだのはワシントンバレエ団だ。

「バレエ団のみんなが優しいし、面白い作品を出すんですよ。クラシックではなくても、今から何十年後には古典になりそうなくらいの作品。それにアメリカンだからとてもパワフルなんです。私はクラシックが好きだし、なじんでいるのですが、これからは何でも踊らなければと思うので、あえて得意じゃなかった分野にもチャレンジしようと、ワシントンバレエ団を選びました」

それにしても、10代の若いうちに世界に飛び出すにはすごい勇気が必要だったのではないだろうか。

「ぜんぜん怖くなくなりました。実は一生懸命練習するようになつてからはバレエのことしか考えられなくなつて、朝起きたらバレエ、レッスンも全ク

ラス受けて、夜はビデオを見て自主練習してついでに生活を毎日やっていたんですね。自分はとても上手だと思いつつ、早く海外に行きたいって思っていました」

海外での生活では、「沖縄の人は好かれる」と感じることもよくあるらしい。

「フリがいいのかな?」「あなた日本人じゃないよ」とよく言われます。そう、沖縄人だよって笑ってますけど。感情表現がストレートなので、外国人の人にも通じやすいみたい」

母親の長崎佐世さんは、娘と同じように沖縄の子どもたちをもっと世界に羽ばたかせたいという夢を持つ。真湖さんもその思いは同じだ。

「沖縄にもいい才能を持っている後輩たちがいるので、私がいかなる所を飛び回って知り合いを増やし、後輩が世界に出るときにアドバイスできるようにになりたいと思います」

11月になると、真湖さんはワシントンへ飛び立つ。その活躍が今から楽しみです。

はい。そこで貝の食品加工をやっていたものですから。沖縄に帰って調べてみると、沖縄には400年前からノニがあるんです。びっくりしましたね。八重山でヤエヤマアオキと呼ばれています。

ノニというのは他の沖縄の健康関連商品と比べると、認知度はまだ10%から20%くらいじゃないでしょうか。それと、ノニはまずいというのが大きな特徴なものですから(笑)。普通の商品のようにパッと売れるようなものではない。説明商品ですから、そうした商品の知識のある方に販売をしてもらうということが大切ですね。



新工場で「めんそーれたい」の製造に取り組むスタッフ

ただ、購買のリピート率が今までの県産品の中でも上位にランクされるのがノニなんです。何らかの形で効果を実感される方が3分の2以上いらっしゃると思います。私もその中のひとりなので、自信を持って商品化していますし、「めんそーれたい」にもぜひ使いたいと考えていたんです。

その「めんそーれたい」の新工場には、オフィスとともにアンテナショップも併設されているということですが。

はい。「えん」というショップは地元(北谷)に観光客を呼び込んで、情報発信もできる場所として考えました。現在、私どもの会社は「健康」と「観光」をコンセプトにしております。沖縄は買い物する場所も運賃・送料などのハンデがありますけれども、それを逆手にとり、観光客のみならず、沖縄のいい食材をたくさん買ってもらって、帰りは手ぶらで帰る「にふえーでーびる便」というサービスも企画しています。

最後に、今後の展望について教えてください。

「めんそーれたい」のシリーズ商品として、「豆腐ようめんたいこ」、さわやかな辛さの島とうがらしめんたいこ「からさん」などの商品を新たに販売します。

「観光」と「健康」が私たちのテーマです。ウコンやノニと、黒砂糖などを使った、沖縄独特の体にいいお菓子も開発中です。

また、これまで手掛けてきたノニの販売、安定供給についても考えています。ゆくゆくはノニ観光農園というものを作って、エステなどの産業にも体にいいノニを活かしていきたいと考えています。

ありがとうございます。

サイドテーブル

ユイマールハウスの主要商品は、ヤエヤマアオキ、ジュース、めんそーれたい、おだし、多良間産100%ノニジュースで販売も好評です。

比嘉社長は、常に新商品開発に挑戦していて、商品化されているのは一部分です。ストレートなネーミングもあれば、「まずいノニ」や企画中の「法螺吹」のようにユニークで親しみがあるものもあります。豊富なアイデアを持つ社長だからヒット商品が生まれるのでしょう。このアイデア・発想は、社長がよく

口にしている言葉、「健康」「プラス思考」「信頼の絆」にヒントがあるようです。多くの方の話を聞き、お客様の健康の為、自然のものを使得って前向きに一生懸命に取り組む事でビジネスのアイデアとチャンスを得ているのでしょう。

ユイマールハウスは、家族と社員がしっかりと支えている会社です。この絆も社長が新たな挑戦を続けて行ける原動力になっているものと思います。

沖縄県産業振興公社
中小企業支援センター
桑山敏夫

地産地消、環境問題への取り組みなど、 地域の方々にご支持いただける企業を目指して

琉球ジャスコ株式会社 代表取締役社長 栗本健三さん

パートタイム雇用者が正社員に昇格するシステムづくりや若年層の雇用拡大、さらには地産地消、環境問題、行政と協同する災害対策等の課題にも積極的に取り組んでいる琉球ジャスコ株式会社。地域に貢献する企業としての姿勢を明確に打ち出す企業としての理念、今後の構想などを、栗本社長にうかがいました。

——御社はこのほど沖縄県から産業雇用拡大県民運動推進功労者として表彰されました。これはどのような取り組みが評価されたものだとお考えですか。

お客様のニーズに応えながら、やりがいをもつ従業員が働くためのいくつかの施策が認められたものと、ありがたく思っています。

そのひとつは、パートタイムで働く方々にマネージメントと専門職として技術をつける二つのコースを選択してもらい、資格を取って昇格していけば正社員とまったく同じ待遇にしていこうというシステム。パートタイムで働く方々を社内ではコミュニティ社員というのですが、

彼女たちは、お客様の大半を占める主婦の方の目線を持っている人材です。その方たちによりやりがいをもって働いてもらうためにこのシステムが実施されました。それで、昨年度が57人、今年度がすでに11人、計68人の方がパートタイマーから正社員に昇格しています。そういう方々に将来はマネージメント、経営の面でも活躍してもらいたいと思っています。

もうひとつは、若年者の雇用。昨年は県内高校生の就職内定者の約1割に当たる人数の方々が当社に入社しました。それぞれの店舗で大活躍し、店の模範として多くのお客様におほめの言葉をいただく従業員になっています。

——御社では積極的に「地産地消」にも取り組まれていますね。

今、食の安心、安全が大きな社会的問題になっています。自分たちの知っているところで、もしかすると知っている人が生産しているかもしれない商品を生産することができれば、お客様にとって一番安心、安全な商品をご提供することにもつながります。そういう意味から、地産地消に取り組んでいるのです。そうすると、いろいろな副次的な効果も出てまいりました。

県内市町村のトップの方々にお会いしてお話をうかがっていますと、沖縄は零細な、経営基盤の弱い農家が多いと教えていただきました。後継者が育たず従事者が高齢化していき、なかなか多くの生産物をつくれないうもいいます。そこで、我々が一緒にやってみようとお声がけすることによって、地域の農業の活性化にもつながります。先日、渡嘉敷村と生産者協定を結ばせていただきました。すると、村長さんが「今までは時給農家の色合いが強かったのですが、これで換金性のある農作物を生産できます。農家の方々も非常に活気づいていきます」とたいへん喜んでくださったのです。

そういう意味でも、地産地消という取り組みは、我々がやるべき義務とも思っております。



生産者の顔が見える「地産地消」コーナー

——具体的にはどのような商品が挙げられますか？

たとえば、石垣でカツオを供給していただいております。これはカツオ船1隻の水揚げを毎日、責任を持って買い取りましようという契約です。この契約でわかったことがあります。我々はこれまで必要分を必要ときに仕入れてきたわけですが、それでは漁師さんも農家さんも、いつだれがどれだけ買ってくれるかわからないのでなかなか力が入らない。しかし、ある時期に生産（水揚げ）していただいたものは、私たちが責任を持ってすべて仕入れましようという形であれば、農家さんも漁師さんもその分に対して投資もでき、安心してお仕事に取り組むことができるのです。

また、沖縄にはいろいろな農産物がありますが、高齢化などで生産量が減っているものがあります。渡嘉敷村の場合は田芋がそのひとつなのですが、それももうすぐ我々の店頭に並びます。

同じようなケースで、ふた桁に近いエリアの方たちと、いろいろな形でお話をさせていただいております。

私たちは、地域の方たちに育てられ、守られて営業させていただいています。ですから、何らかの形で地域に、沖縄県に対してお返しをしなければならぬと思っています。地産地消がある程度実現したら、今度は我々のグループとしてのネットワークを使って、沖縄の良い物を全国販売できるようにすれば、沖縄の農家や漁師さんはずっと元気になってくると思うのです。

残念ながら今は、まだ全国に展開できる生



栗本健三(くりもと けんぞう)さん

1949年生まれ。1971年、京都産業大学経済学部卒業。同年、ジャスコ株式会社へ入社。1992年、東北事業本部東北第一事業部長。その後、99年には株式会社ニコロポロ代表取締役社長就任。2001年、関東カンパニー新潟事業部長、04年、執行役第2GM商品本部部長などを歴任し、05年、琉球ジャスコ株式会社代表取締役社長に就任。

琉球ジャスコ株式会社

本社 南風原町字兼城514番地の1 TEL 098-889-5464

店舗数:33店 従業員数:2,165名(2008年2月20日現在)

産量は沖縄にはないのですが、生産者の方々とお話をしながら、準備を進めているところです。それができるように初めて、沖縄に対して恩返しができると思っています。

——御社は、環境に配慮した取り組みも積極的に展開されていらっしゃいますね。それらを具体的に教えていただけますか。

私たちの創業者は、かつて公害の街といわれた三重県四日市の出身です。それだけに、企業として環境問題への取り組みも当然積極的に

なるのです。

私たちの店舗にいらっしゃるお客様の95%は車をお使いになります。その排気ガスを何らかの形で軽減できないかと考え、私たちは店の周りへの植樹を展開しています。イオングループではこれまで約700万本植えているのですが、琉球ジャスコも1997年に石垣島の「やいま店」を皮切りに現在まで約12万本ほど植えております。また、昨年からは琉球ジャスコの創業30周年事業として、那覇市のゴミ最終処分場跡地に来年までの3年計画で1年間に1万

ピックアップ

ウチナーブランドを守るために本物「ソーむん」とは？

いわゆる「食の偽装」に関するニュースが連日のように報道されています。そして、このような偽装行為の大半は、日本人が国産品を品質の良い「本物」すなわち「ソーむん」と捉える信頼感を悪用して行われています。

そうしたなか、本県でも残念ながら海外産のマンゴーと海ブドウを県産品と偽装していた事件がありました。このような食品表示に関する偽装は、JAS法（農林水産物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律）や不正競争防止法、景品表示法など様々な法律に抵触するおそれがあります。

県は、日頃から「食品表示 ウォッチャー」によるモニターリングや巡回指導、講習会などを実施していますが、今回の事件を受けて、関係部による連絡会議を設置して新たな偽装防止に向けて動いています。

「鹿を逐う者は山を見ず」ということわざがあります。原油高、原材料価格の高騰など企業にとって極めて厳しい状況にはありますが、目先の利益を得るために越えては行けな



人は信頼している相手に「裏切られた」とき、落胆します（時には怒ります）。そして裏切りが繰り返されると、見限られます。市場には大量の商品が出回っていて、競争は激しい。その中で生活者が「信頼できるもの」「本物（ソーむん）」を求める傾向は今後も拡大し続けるでしょう。御社の商品は「ソーむん」であると胸を張って言えますでしょうか？



那覇市のゴミ最終処分場跡地での植樹は毎年1000人以上の市民も参加している

本すつ植樹をしています。毎年3月に行っているのですが、昨年今も1200〜1300人という大勢の方に参加いただきました。

それ以外に、私たちは毎月11日にイオンデパートという活動をしております。レジで買い物をしたお客様に黄色いレシートをお出しし、こちらで用意したいくつかのNPO団体のボックスにそのレシートを入れていただければ、その金額の1%をお客様が選んだ団体に贈呈するという活動です。

その他の環境保全活動としては、店舗周辺の清掃や、国と一緒国道のクリーンアップ運動を実施しています。また、店頭でトレーや空き缶、牛乳パックの回収も行っており、1年間で60トンほど集まります。

また、県内10の小売店業者さんにお声かけして沖縄県と協定を結び、10月1日からは全県的にレジ袋の無料配布を廃止しております。私たちの店舗だけでも1年間に約4千万枚のレジ袋を配付していたのですが、これにより約8割のお客様がマイバッグをご利用することになれば、3億000万枚のレジ袋が削減されます。

1枚のレジ袋を燃やすと、通常の自動車で200メートル走ったときと同じ量のCO₂が排出されるそうです。そう考えると、これが非常に大きなCO₂排出削減になることを実感していただけないではないでしょうか。

——非常に幅広く活動されているんですね。また、御社では地震などの大規模災害時に地域の市町村と連携し、地域の安全のために活動することも計画されているとお聞きしました。

現在、那覇市と緊急時の物資供給協定を結んでおります。南風原町とは災害時の協定

も結ばれました。これは、緊急時にお客様のライフラインを守るために必要な物を私たちが供給していくことがひとつ。また、幸いにも大きな駐車場がありますので、そこを避難場所として活用していただくという協定です。

今後は、県全体でこのような防災協定を結びたいと県に申し入れており、協議をさせていただいている状況です。そうなれば、私たちは全県に店舗がございますので、全県的に応援できるのではないかと考えております。

——原油高や原材料価格の高騰という経済的環境は、中小企業がほとんどを占める沖縄にとっていっそう厳しいものと思われま。さういって、これからの企業に求められるものをどうお考えでしょうか。

未曾有の厳しさで、私たちが想像していた以上の影響が出ていると思います。私たちが今、いろいろ対策を考えているのですが、お客様にとって何が生活応援になるのか、ということしかないと思っております。

その中で、私たちのような企業であれば、例えばプライベートブランドをイオングループ全社で全世界でつくっていくことで、値上がりしている商品の値段を据え置く、あるいは逆に値下げしていくという活動もできるわけなのですが、一般の商品を一般の仕入れ先から仕入れていくとコストアップにつながります。

ただ、考えられるのは、お客様が許容される範囲内がレコかということだと思っております。いかに原材料が高騰しても、お客様が許容される範囲を超えて販売することはできません。高い値段をつけることはできても購買はされないとはいけません。そのせめぎ合いになってくると、企業努力をするかが重要だと。

それぞれの企業が単体で動くことと難しい面も出てくるでしょう。ご存知のとおり、私たちがユニオンさんやコープさんと一緒に共同開発した商品なども取り扱っています。中小企業の皆さんも、競うべきところは競い、共同すべきは共同するという活動をしていかないと、今の時代は非常に厳しいと考えています。

——ありがとうございます。（インタビュー）

沖縄県産業振興公社 梅澤淑子

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>

培ってきたイメージと、お客様の期待を裏切らないことが大切



【(株)プラザハウス】
 平良由乃専務
 TEL098-932-4480
<http://plazahouse.net>

創業54年の沖縄市の老舗ショッピングセンター、プラザハウス。その事業内容を、平良由乃専務はこう語る。

「プラザハウスは、1954年に誕生したおそらく、日本で初めてのショッピングセンター。当初は外国人のために始まったのですが、いろいろな変遷を経て、現在は輸入ファッションを中心に販売しています。11年前に増床して現在はテナントさん含めて総数40店舗の運営をしています」

この10年間、アウトレットモールや那覇のメインプレイス、そして、DFSと大規模小売店舗の進出が著しい。そうした中で独自の経営を続けるには苦労があったようだ。試行錯誤の中、今年に入って大きなリニューアルも成功させ、レディース、メンズなどフロアの分け方をわかりやすくし、またキヤラリーを併設した店舗「アレーナ」など、施設全体の雰囲気グレードをアップさせている。

「やはりお客様は、プラザハウスに外国的ではないというイメージを持っていただいているので、イベントも違う感覚で喜びや驚きを体験できるもの、少し背伸びが

できて非日常が味わえるものを考えています」

沖縄の伝統工芸品を海外のブランドやデザイナーと組み合わせて発信するという新たな事業も手掛けている。

「きっかけはDFSの進出。プラザハウスでもヨーロッパから輸入した商品を数多く扱っていますが、沖縄独自のものも置きたい。そこで沖縄の素材を使い、海外のブランドやデザイナーとコラボレーションすることでポテンシャルが生まれるのではないかと考えました。例えば、沖縄の漆を使ったネックレスも、今、海外では非常に評価を得ているんですよ」

今後の展望については、「まずは、培ってきたイメージ、お客様の期待を裏切らないことが大事だと考えています。また、海外の楽しいものをもっと沖縄に取り入れることができたらと思います」と語る平良専務。固定客を逃がさない、ここでしか手に入らないという特別な「感覚」へのこだわりが、プラザハウスを輝かせる。



沖縄の漆を使ったアクセサリー。海外のブランドやデザイナーとコラボレートした、プラザハウスのオリジナル商品だ

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。タフロイド版「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。

老舗だからこそあぐらをかくことなく新鮮でなければならぬと思います。



【合名会社新里酒造】
 新里修一社長
 TEL098-939-5050
<http://www.shinzato-shuzo.co.jp/>

1846年創業。新里酒造は県内最古の蔵元だ。新里修一社長は語る。

「私どもの社は『和醸良酒』です。会社の存続だけでなく、すべての事業において、『和』が重要視されると考えています。酒造りに関しては、米洗ひ、米蒸し、麹造り、蒸留にいたるまで、その過程のひとつでも失敗してしまうと、ダメになってしまう。みんなの和をもって初めて良い酒ができる。というのは会社としての基本的な理念です」

現在、新里酒造は「琉球」と「かりゆし」を主力商品に、各量販店、スーパーと提携したPB（プライベートブランド）も数多く生産している。

「平成17年にうるま市州崎に新工場を建てたことで、生産量と特に衛生面はかなり自信を持った体制を作ることができました。」と語るのは新里建二専務取締役。県外の大手洋酒メーカーとのPBづくりも、こうした品質管理の徹底を基礎として生まれている。また、製造に関しては、技術力を生かした特長があると新里建二専務は言う。「もろみの中に含まれている香り成分は温めてしまうと揮発してしまうので、それを

閉じ込めるために低温で管理。低温発酵は日数も延びますのでコストがかかりますが、香りを留めるためにこうした技術が必要ですが、現在、県内のほとんどの泡盛業者が使っている『泡なし酵母』という独自の酵母も、現在の6代目新里修一社長が国税局の鑑定官をしていた時代に開発したものです。昔の酵母はかなりたくさん泡が出たのですが、この『泡なし酵母』はせいぜい2〜3センチの泡しか立たないので生産量も増えます。しかも香りもよいのです」

先代からの技術を継承しつつ、新しい技術を開発し、新工場など製造過程そのものを進化させるという努力を怠らないところに、新里酒造が発展を続けてきた理由があるようだ。

「やはり、老舗だからこそ胡坐をかきことなく、新鮮でなければならぬと思います。先代の技や技術を大切にしつつ、消費者のニーズに応じていかなければならない。つねにアンテナを張って、新しいことに挑戦していきたいと思っています」



飲みやすさを追求した「かりゆし」の生産ライン。うるま市に建てた新工場は規模も衛生面も充実し、生産量も大幅にアップしている

平成20年度 ベンチャー育成連携事業認定プラン決定!

平成20年度ベンチャー育成連携事業認定ビジネスプラン

【フロンティア認定】

No	ビジネスプラン名	申請者	ビジネスプラン概要
1	バブルボトルウォーター	株式会社ブルーオーシャンズ	安価で軽量の独自のペットボトル製造技術を活用し、沖縄の資源である「水」の販売及び独自の製造プラントの販売。
2	沖縄県産農産物のブランド化及び一貫した産地形成実現の推進事業	有限会社渡具知	生産から加工、販売まで一貫した産地形成モデル実現による沖縄県産農産物(ハバナネコ)のブランド化。

【アドバンス認定】

No	ビジネスプラン名	申請者	ビジネスプラン概要
1	沖縄の風土を活かした沖縄在住アーティスト作品の製品化、販売	新里 玲王奈	県内アーティストの感性から生まれるデザインを付加価値として商品化を目指し、販売。
2	就職サポートネットワーク	株式会社BHE	県外の企業に対し、県内の高等学校、専門学校、大学卒業予定者の就職支援サポート。
3	映像コンテンツ制作プラン	新垣映画株式会社	沖縄の風土、文化を生かした映像コンテンツの企画、製作、配給のトータルプロデュース事業。
4	チャット・コールセンター(ホームページのお店番)	株式会社アイセック・ジャパン	HPで商品、サービスを提供している企業に対し、チャットを用いたコールセンター受託事業。
5	沖縄ブランドをスタイリッシュに世界へ発信	呉屋 由希乃	海外向けの販売サイトを製作し、価値ある沖縄の商品やブランドを最先端のトレンドにのせて世界へ発信。
6	格闘技をテーマにしたスポーツウェアブランド創出とブラジリアン柔術ジムの運営	井田 英登	ブラジリアン柔術のオリジナル胴着の製作、販売及びブラジリアン柔術ジムの運営

去る9月、平成20年度ベンチャー育成連携事業認定ビジネスプランが発表されました。本事業は本県におけるベンチャー企業や新規事業の創出を推進するために、市町村と連携し、有望なビジネスプランの発掘及び事業化の支援を行うもので、継続的にベンチャー企業や新規事業の発掘及び支援する仕組みを構築することで、県内産業の競争力強化を図ることを目的としています。

性が高いビジネスプラン」とアドバンス認定(実現可能性があるビジネスプラン)の2種類があり、今年度は左の表にリストアップされた8社の事業プランが認定されました。当公社では、今後、専属インキュベーションマネージャーによる支援や県内の市町村インキュベーション施設への斡旋、創業準備の提供、市場調査費等の助成、県外展開支援などの支援を行っています。



取引情報マッチング支援事業へ ご協力をお願いします!

「企業が得意とする/企業が求めている技術・サービス(業務内容)情報収集にご協力下さい。」

沖縄県内には優れた技術を保有する中小企業等が多くあり、また、その技術が必要としている企業も数多くありますが、その技術情報の流通が不足しているのが現状ではないでしょうか。

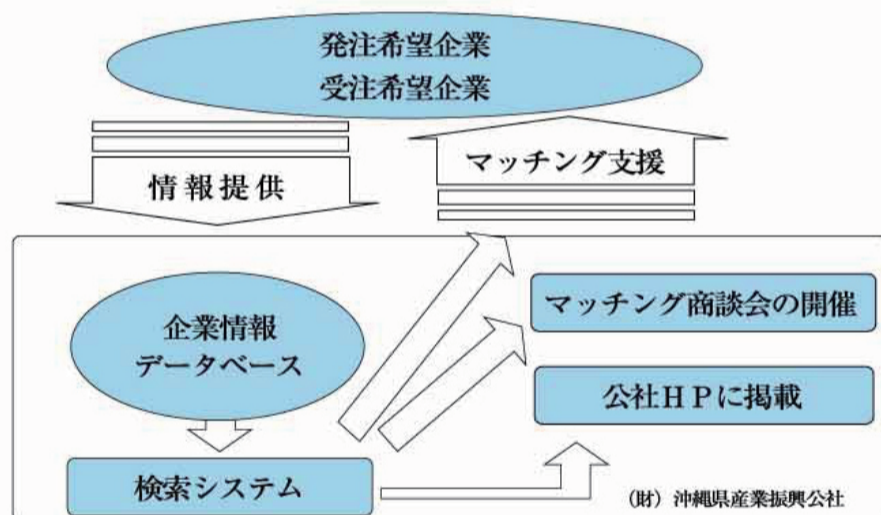
する企業の皆様の情報登録をお願いいたします。

当公社では、潜在しているこれら受発注企業の情報幅広く収集し、情報検索システムの構築、県内企業同士の商談会の開催等を通じて、県内企業同士の取引拡大を図る「取引情報マッチング支援事業」を開始しました。

提供頂いた企業情報は、許可が得られる範囲で当公社のホームページなどでも紹介いたします。商談会の時期等については、情報提供頂いた企業の皆様にお知らせすると共に、当公社ホームページでもご案内いたします。

出来る限り多くの新鮮な取引情報が、県内企業間取引拡大に必要ですので、企業間取引に関

情報は、公社ホームページより資料をダウンロードして頂き、記入後、電子メール、FAX、郵送のいずれかにより、お送り頂くようお願いいたします。



記入用紙ダウンロード : <http://www.okinawa-ric.or.jp/match/profile.xls>

情報提供先

電子メール : info@okinawa-ric.or.jp FAX : 098-859-6233
 郵送 〒901-0152
 沖縄県那覇市小祿1831番地の1 (沖縄産業支援センター4F)
 (財) 沖縄県産業振興公社 取引マッチング支援事業担当

機械設備の導入を長期低利で応援します

貸与制度とは、事業に必要な設備機器を当公社が購入し企業の皆様方に割賦販売またはリースする制度です。本制度は昭和58年以降、皆様方の設備投資に活用されてきましたが、昨年、制度が改正されてより使いやすくなりました。主な改正点は次のとおりです。

	リース	割賦販売
ご融資金額	100万円～6千万円(特別な場合1億円まで) *創業後1年未満の場合3,000万円まで	
金利	月額リース料率 1.391%～2.295%	固定金利 年2.50%
ご融資期間	3～7年 (法定耐用年数に応じ決定)	7年(1年据置)
保証金	不要	設備価格の5%
連帯保証人	代表者+1人以上(資産をお持ちの方)	
担保	原則無担保	
対象設備	新品が対象(一部の中古設備も対象)	

●保証人の人数を緩和しました。(従前：代表者+2名以上／変更後：代表者+1名以上)
●割賦販売制度の保証金を緩和しました。(従前：貸与金額の10%／変更後：貸与金額の5%)
●一部の中古設備についても対象としました。(従前：新品機器のみ／変更後：新品機器及び一部の中古機器(詳しくは公社まで) 6千万円(特認あり)までを、原則無担保、低金利にてご融資する制度です。設備投資をお考えの企業の皆様、ぜひ公社の貸与制度を活用ください。

お問い合わせ (財) 沖縄県産業振興公社融資課(担当/中村・石垣)
☎098(805)6236

ビジネス法律 Q&A 得

Q 株式会社の設立が簡単になったと聞きました。どのように簡単になったのでしょうか？

A 平成18年5月に新しい会社法が施行され、従来の有限会社は設立することができなくなりました(現在ある有限会社は「特例有限会社」といいます)。それに伴って、株式会社の設立要件等が大幅に緩和され、主に次のような点が変わりました。

- ①従前は、1000万円の資本金が必要でしたが、法改正により資本金が1円でも株式会社設立できるようになりました。
- ②最低でも取締役3名、監査役1名を設置しなければ株式会社を設立できませんでしたが、現在は株主1名、取締役1名、監査役なしでも設立できるようになりました。
- ③従前は、金融機関に資本金を預け、その金融機関から「資本払込金保管証明書」を発行してもらい、会社設立の登記申請書に添付して資本金の証明をしていました。これがなくなりました。現在は、資本金が振り込まれた個人口座の通帳のコピーで良いことになり、時間的にもスピーディーになりました。
- ④法改正前は、同じ市町村内に同一又は類似の商号(会社名)をつけることはできませんでしたが、現在は本店の住所が同じで



お答えします
平良吉章(たいらよしあき)
行政書士 オフィスマスコロ代表
(☎098-875-7611)、平成15年に行政書士事務所を開業。専門業務：会社設立・著作権・食品表示・交通事故等。財団法人沖縄県産業振興公社登録専門家。沖縄県健康産業協会食品表示アドバイザー

なければ、同一の市区町村内でも同一又は類似の商号をつけることが可能となりました。

⑤現物出資(不動産や自動車など)をする場合の規制が、現物出資の検査役の調査対象を資本の5分の1以下かつ500万円以下から、現物出資を目的とする財産の価額が、「500万円以下」に変わりました。また、余談ですが、取締役1人で株式会社を設立しても、登記申請時には代表取締役として登記されますので、取締役が1人で設立しても代表取締役となります。

OKINAWA型産業応援ファンド 平成20年度採択事業決定!

平成20年度 OKINAWA型産業応援ファンド事業 採択企業一覧

【新商品開発等支援事業】

No.	企業名	ビジネスプラン名	事業概要
1	(株)DMC沖縄	沖縄型テーマパーティ商品の企画、開発、制作、アイテムレンタル運用プラン	WEBと誌面のクロスメディアを利用したバトラーサービスによる沖縄リゾートウェディング活性化プラン
2	(株)かわまん商店	市場ニーズに即した、おきなわもずくの販売システムの構築プラン	食品加工メーカーへの原料供給のみならず、販売店舗や外食チェーンなどをターゲットとした顧客ニーズに合わせた新しい商品を開発する。また、産地の強みを活かした商品転換により消費量の増大を図るとともに、流通システムの開拓・基盤整備を行う。
3	サンネット(株)	WEBと誌面のクロスメディアを利用したバトラーサービスによる沖縄リゾートウェディング活性化プラン	リゾートウェディングをWEBと情報誌のクロスメディアを活用し、挙式プロデュース、観光旅行業内までを幹旋し、挙式の紹介から挙式、帰宅までのマンツーマンフォローを行うバトラーサービスを商品化する。

【地域資源活用支援事業】

No.	企業名	ビジネスプラン名	事業概要
1	農業生産法人(有)金城ミート	今帰仁村・金城ミート加工食品のブランド化計画	『今帰仁アグー』と『本部牛』の精肉として販売されない部位を100%主原料とする、ハム・ソーセージなどの商品開発や地域特産の島野菜や果実を使ったギョウザやハンバーグなどの付加価値の高い2次加工製品の開発を行う。
2	北谷町漁業協同組	カニの町開発プロジェクト	「北谷美浜アメリカンレヅジ」と「蟹」の連携によるグルメタウンとしての「地域食」を提案し、養殖技術の開発による食材の安定供給と流通システムの構築による地域活性化を図る。
3	(株)FAI	宮古島産ニンニクを原料とする発酵黒ニンニク商品開発による農業連携活性化プラン	宮古島のニンニク栽培農家と連携し、生ニンニクを原料に生活習慣病等の免疫向上・治療食品としての「宮古島発酵黒ニンニク」の商品開発を行う。
4	農業生産法人(株)もとぶ牧場	地域資源活用のリサイクル資源型の肥育牛生産と、優良牛の安定的増産に向けた新たな飼料給与設計マニュアル創出による広域的な地域産業活性化プラン	「ビール粕」や「泡盛粕」などを活用した家畜用飼料製品の開発を行い、優良牛を安定生産し、もって地域ブランドの創出と地域産業(特に本部地域)の振興を図る。
5	(株)たまぐすく村のさとくび酢	新鮮さとくび100%を原料とした『高級純粋黒みつ』の開発	さとくび100%搾汁を原料に特殊な製造手法を用いた業界初の『高級純粋黒みつ』の開発を行う。

県と当公社では、沖縄特有の地域資源を活用した事業の芽だしや沖縄の強みを活かした健康・バイオ、観光分野等を重点にした県内中小企業の事業化促進を支援し、もって地域経済の活性化と産業・雇用の拡大に繋げることを目的に「OKINAWA型産業応援ファンド」事業を行っています。

今年度の同事業への応募は81件あり、去る8月に右表の8件が採択されました。

同事業は①新商品開発等支援事業 既存の研究開発等を活用した新商品新サービスの開発及びブラッシュアップを図るための支援。助成率3/4以内、上限額1千万円/件)及び②地域資源活用支援事業(地域資源を活用した事業の掘り起

タブロイド判
「沖縄ベンチャースタジオ」17号
2008年10月17日発行
発行:(財)沖縄県産業振興公社
☎098-859-6237 http://ovs.jp
編集:(株)かいしゃ
広告:(株)アドスタッフ博報堂
☎098-862-4407 e-mail:uezu@adsta.co.jp
同誌についてのご意見・ご感想は
info@ovs.jp まで
「情報誌について」の件名を入れて送信して下さい。

こしや地域活性化のための取り組みへの支援。助成率8/10以内、上限額500万円/件)からなります。

さらに、同事業の実施にあたっては、専門コーディネーターのソフト支援による経営課題の解決等により支援企業の早期創業や事業化を促進することになっています。