

特集

『久米島』を強く打ち出す！

—島の特産品で、全国に元気を発信—

久米島海洋深層水開発(株)、(株)ポイント・ピュール、(株)しまふく

P2

映画「群青」愛が沈んだ海の色」に主演

インタビュー 沖縄を語る 長澤まさみさん

P5

「沖縄に縁があるのがうれしい。(映画『群青』は)沖縄のきれいな風景と、人の優しさ、温かさを
すごく感じられる作品です。私自身、これからも沖縄の作品に出演し続けられたらと思っています」



Line up

【特集】『久米島』を強く打ち出す！一島の特産品で、全国に元気を発信……	p2
【仕事創造人】(株)アイティース 代表取締役社長 山川朝賢さん……	p4
【表紙インタビュー】長澤まさみさん、沖縄を語る……	p5
【オピニオンリーダーに聞く】沖縄県商工会連合会会長 上原義雄さん……	p6
【トピックス】海外事務所REPORT～台北事務所～……	p7
【元気企業紹介】やんばる自然塾、(有)カミヤマ美研販売……	p8
【情報】OVSニュース……	p10



QRコードから、会社の携帯用HPの情報を入手できます。

『久米島』を強く打ち出す！

—島の特産品で、全国に元気を発信—

久米島海洋深層水開発株式会社

☎098(985)5300

海洋深層水を活用できるのが久米島の魅力。水産物の養殖などには、無限の可能性がある！



安里昌昭社長

久米島は、沖合いに2キロ向かうだけで水深600メートル以上の海域があり、さらに海岸部に平野が広がっているため、海洋深層水を取水する地形としては県内で一番のこと。そこで、平成7年ごろに県内初の施設ができたことが決定した。久米島の行政及び商工会では、この施設を活用し、どのようなことができるのか、希望者を募り、ハワイや富山、高知県の海洋深層水施設に視察に行ったという。久米島海洋深層水開発株式会社の安里昌昭社長は、当時をこう振り返る。

「特にハワイがとて大きなスケールで、いろいろな水産物などをやっておりましたので、とても参考になりました。私たちが直感で思ったのは、深層水そのものの活用はもちろんですが、その海水を利用して塩をつくるということ。昔は今の久米島空港の北側辺りが塩焼き場で、私たちが小さなころはそこに薪を運んで自家製の塩をつくっていたものです。もう一度、島の塩を、新しい形で復活できたら面白いなあと考えたんです」

海洋深層水を有効活用するために、2000年、久米島海洋深層水開発株式会社が誕生した。当初は水と塩の生産から始めた。その後、新たな活用方法が見つかる。久米島は復帰記念事業で車海老の養殖を県下でもわりと早い時期に始めたところなのだが、今から5、6年前には、海洋深層水で車海老の稚エビ



水温の低い海洋深層水を活用することで、夏場にも元気な海ぶどうが育つという

を育てる沖縄県車海老漁業協同組合の海洋深層水種苗供給センターができた。

「それ以前は県外から親エビや卵を購入するなどしていたのですが、あるとき病気が発生してしまったのです。それを機によそから病害を入れられないように、県が国と折衝して種苗センターをつくらうということになったのです。ここで使う海洋深層水は約9度と低温です。普通の海水と混ぜるだけで夏場でも24〜25度という車海老の養殖に適している水温を保つことができます。それに加え、海洋深層水はほとんど無菌なので、稚エビを育てる環境づくりにとても有用なんです」

夏場でも海水温の調整がしやすいという利点を活かして、5年ほど前から海ぶどうの養殖も行っている。現在では、夏場の一番の主力商品となっており、ほとんどが県外へ出荷されている。久米島海洋深層水で育てたという表示もされているので、ほかの商品との差別化も図れる。需要は高く、生産が追いつかないほどの人気なのだという。

「また、最近では、オゴノリの養殖も手掛かっています。これは亜鉛の含有量がとても多い海藻で、深層水で育てるととてもきれいな赤紫色になります。これを普通の海水で育てると、白っぽくなるんですよ。この色での養殖は、深層



亜鉛を多く含むオゴノリも、海洋深層水できれいな色に育つ



現在は水や塩のほか、もずくやオゴノリのつくだ煮なども商品化

水がないところでは真似できません。問題は、生での出荷がとても難しいこと。これをクリアすれば、東京でもほしいという業者はたくさんいますので、なんとか研究を重ねて、生での出荷ができるようにしたいですね」

離島での産業に関しては、輸送コストの問題などがいろいろ指摘されるが、「それをいうと、久米島の久米仙さんがあれだけ泡盛を出荷しているのに何をいうかと怒られますよ」とこぼす。そういうハンデをいかに努力やアイデアで克服していくかが自分たちには求められているのだというのだ。

「幸い、久米島の周りには何十年と汚染されていない海があります。これが水産物を育てるには何よりも重要なこと。県外のある養殖場では、何億円とコストをかけて設備投資したのに、海が汚染されたために事業を撤退したという地域もあります。それを考えると、久米島は恵まれていますし、この環境をいつまでも維持することで、長い目で見た設備投資も可能です」

久米島の海洋深層水を活かした水産物にはまだまだ可能性があるようだ。隣接する沖縄県海洋深層水研究所では、アサクサノリなどさまざまな水産物の研究が進められていて、中にはもう実用化できるものもいくつかも出てきているらしい。例えば、ヒラメは本土で1キロものを育てるのに1年半くらいかかるのが、ここでは9カ月で大丈夫だとか。問題は、現在の設備では海洋深層水の総量が足りないということ。

「今は一度使ったものを再利用するなどして対応しています。取水管を増やしてもらえば、さらに有効活用し、島の産業発展につなげていきたいですね」と、安里社長は、今後に夢を馳せている。

株式会社ポイント・ピュール

☎098(896)8701

海洋深層水施設が島にやってきたことを機に 久米島ブランドの化粧品を研究開発



大道敦代表取締役

今から10年ほど前、島で人気の美容室を経営していた大道敦社長は悩んでいた。島の人口は減少し続けているし、このままでは危ない。なんとか第一のビジネスを考えなくては……。そこに、島に海洋深層水の施設ができるという話しが出てきた。

「水や塩工場、それからやしなどの植物栽培などいろいろ模索してはいたのですが、設備投資費用の問題があったり、植物の場合は投資費用の回収が難しかったりしたので、最終的に化粧品の開発に落ち着きました。それから約1年かけて研究開発をし、今の会社を起業したんです。化粧品を見ていると、成分の中で一番水分が多いんですよ。それを海洋深層水に替えてやってみよう。あの当時には水を売り物にした化粧品はまたなかつたんです」

長年美容室をやってきた経験から、海洋深層水を使った化粧水やシャンプーが、普通の水を使ったものより明らかに違うということを感じられたのも大きい。当初の1年はプロの手を借りながら事業を進めていったが、その後は自社で研究開発、製造を行うようになった。「いきなり東京に売り込んだのですが、モノはよくてもデザインなどが評価されないケースが多かつたんです。そこでOEM(相手先ブランド)で販売される製品を製造することを、行うなどして販路を広げました。それが効を奏して、この9年間でつくった商品が約430品目。淘汰をへて、現在は200くらいの商品が生きています」

現在、よく出ているのはスパ関係の商品。沖縄のクチャ(粘土質の土または泥岩)を使ったクレンジングクリームや、シークワサーやアロエアセロラ、パッションフルーツのエキスを使ったマツジョオイルや美容液などが人気だ。

「他社では真似ができない、沖縄素材を使った化粧品の作りがやはりポイントになります。今年からは産業振興公社のOKINAWA型ブランド事業を活用して、新たな「久米島物語」シリーズを考えています。海洋深層水で育てた海藻を素材に、保湿効果があるといわれる



クチャを使ったクレンジングクリームなど、沖縄素材を活かしたスパ商品。「Ryuspa」ブランドで、人気を呼んでいる

久米島の久米仙の古酒を配合した商品など、オール久米島でつくる商品を開発中なんです」昔と違って、最近では久米島の知名度も高まってきた。だからこそ、久米島という名前を前面に出し、他の商品との差別化を図る。「離島のハンデをプラスにしているんです。また、海洋深層水の活用方法を考えなければ、いろいろな商品がもつと出てきますよ」

同社で取り組んでいるのは、海洋深層水での熱帯魚飼育。昨年はクマノミを県外中心に約3万匹を販売、今年には6万匹を目指している。海洋深層水で育てると、個体の発色が良く、生存率が高いと評価されているらしい。

「でも、また海洋深層水で育てていると大きくは発表していないんですよ。まずは商品力で勝負して、6万匹の販売目標を達成したときに大々的に公表し、ブランド力を高めていこうと思っています。それが今回の戦略です。それを含め、今後は観光も島でつくる他社のいろいろな商品も含め、オール久米島で「久米自慢」を島から発信していきたいと思っています」

デザイナーやインターネットサイトの専門家も招いて、そのための勉強会も重ね、約2ヵ月後には大きな発表が行われるようだ。

株式会社しまぶく

☎&☎098(985)5345【本店】
☎&☎098(985)2058【中泊店】

本当に島のものといえる観光土産を作ろう。 そんな思いから生まれた「みそクッキー」



島袋正代表取締役

島袋正さんが、久米島で洋菓子店をオープンしたのが1978年。今から31年前。みそクッキーが生まれたのは、約15年ほど前だという。「当時久米島空港の売店に並ぶ商品はほとんどが島外、県外のものでした。これでは島に観光に来るお客さんも面白くないだろうし、何か島のお土産品をつくりたいと思ったときに生まれたのが、みそクッキーでした」

久米島で昔から有名なものは味噌と泡盛。味噌を使って最初はまんじゅうを作ってみたのだが、日持ちしないのが土産品にはネックとなつたので、クッキーにしたのだという。

「みその食感とクッキーの食感って、合うなあと最初から思っていたんですよ。クッキーは、味噌と生地を配合を変えながら、試行錯誤の末、出来上がりました」

今年には味噌の入ったスイーツが流行しているようだが、久米島のみそクッキーはその先駆けともいえる。

「でもね、このお菓子が売れ出したのは本当に4、5年前からなんです。最初はほとんど売れなくて、あちらこちらに配ったりもしました。でも、味は15年前と同じなんです。製造方法も、材料も一緒。何も変えていないんです」

今年の4月には、味噌を使った新商品「ミス久米島」が誕生した。いわば味噌まんじゅうなのだが、生地に味噌を混ぜ込むのではなく、あんこの部分に味噌で味付けをしている。こうすると、日持ちするらしい。ミスなのに、ユニークなおばあちゃんの形をしているのがミスマツチだが、方言で味噌はミス。おばあが手作りするミスを使った久米島の新名物をイメージしたネーミングだ。

久米島で商売をするときに一番に考えることは、リピーターを増やすということ。島の人口は限られているところか、年々減っている。「売上を伸ばしたり、自分の商品を食べていただくには、島の外からの皆さんに足を運んでいただくか、だと思っんです」という。とにかく、島に来ていただいた方には試食



主力商品はやはりみそクッキー。4月にお目見えしたミス久米島は味噌あんをカステラ生地で作るんだまんじゅうだ。島の紅芋を使った菓子もある

をどんどん出している。また、イベントの際には試供品をたくさん提供する。久米島ふれあいマラソンの時には、参加者全員にみそクッキーの小袋をプレゼントしているという。

「まずは食べていただくことですから」

現在は、1日に800〜1千袋の商品を生産。その約70%が島内の空港で販売されているそう。その他、業者を通して県外にも流通している。

「自社商品なのだから、これからは直でも販売していきたいとも考えています。でも、生産量の7割は空港で売ってもらっているんで、観光客がいらないとたいへんなんです」

昨年の7月には、それまでの工場が手狭になったため、自社製造工場であり、見学施設であり、お土産も買える複合型ショップ「福屋」をオープンした。

「これからも味噌を使ったいろいろな商品を出していこうと思っています。味噌キャンデーとかね。味噌以外にも、島の特産品だらたら大いに活用していきたいです。現在、紅芋を使った商品もありますし、久米島にもいい農産物づくつけこうあるんですよ。それを活用して商品を開発し、島の農家の方たちに少しでも喜んでもらえる仕事したいですね」

全国約2千店舗のスーパーから集めた

お客様の購買データをもとに

これまでにない情報サービスを展開

株式会社アイディーズ 代表取締役社長 山川朝賢さん

北は北海道から南は沖縄まで、取り引き先のスーパー約2千店舗の販売データをすべて自社でデータベース化し、顧客の購買金額に応じたクーポン券を毎月、

沖縄から100万通ものダイレクトメールにして発送している(株)アイディーズ。起業して約5年、これまで集積してきた膨大なデータをもとに、

今度は食品メーカーを対象にした、新たな企画を展開していくという。

山川朝賢社長に、これまでの事業展開と今後のビジネスプランについてうかがった。

まず、創業のきっかけと御社の業務内容を教えてください。

もともと流通小売業のシステム開発の仕事をしていましたから、同じ情報サービス産業の中で、データベースを活用したマーケティングの手法はないものかと、事業を始めることになったんです。

主な業務内容としては、例えば、スーパーの1年間、52週の売り場の計画を作り、インスタアのプロモーション企画のお手伝いをする。そして、アイディーズの主力で

あるダイレクトメールでの集客、いわゆるアウトストアのプロモーションをやっています。いかに効果的に集客するかをお手伝いしているのです。こういうプロモーションやマーケティングのすべてを、データベースを活用して行っているのが我が社の最大の特徴です。

広告や販促というのはモノをつくって納めるだけの、やりっぱなしが当たり前でした。そこで我が社は、広告、販促の結果検証が必ずできるシステムを開発いたしました。



山川朝賢(やまかわ・ちようけん)さん

30歳で目標であった独立を果たしシステム開発の株式会社エス・ピー・オーを設立。その後、全国のマーケットに対する沖縄の可能性を追求し、データベース・マーケティング・カンパニーに着目、2001年に株式会社アイディーズを立ち上げた。現在は更なる事業拡大を目指したリアル・マーケティング・サービス事業に取り組んでいる。

株式会社アイディーズ <http://www.id-s.net/>
 ■本社 〒901-0152沖縄県那覇市小祿1831番地1
 沖縄産業支援センター4F
 TEL:098-857-5903

た。結果を出すためには売上を上げる。上げるためにはお客様に喜んでもらわないと、スーパーに来てくれません。

では、どのようにすれば喜んでもらえるのでしょうか。

今、私どもの取引先というのは主に食品スーパーマーケットで、北は北海道から南は沖縄まで、二十数社で約2千店舗くらいあります。まず、そこでお客様が買い物をしたデータが、すべて沖縄のデータセンターに収集されます。それをマーケティング、分析をして、それから顧客に応じたダイレクトメールを沖縄で印刷し、沖縄の郵便局から全国へ発送しています。

ダイレクトメールといっても、単なる割引券ではなく、中味がユニークなんです。お一人お一人が前の月に購入した金額に対してインセンティブを設け、先月いくらお買い物をされたので、今月のこれだけの割引をしますというものなんです。だいたい月間で沖縄から100万人に発送しています。お客様にしてみれば、ダイレクトメールを見て、私が先月どれくらいのお店で買い物をしたのかちゃんと知ってくれている、それだからこそ、サービスもしてくれるというロイヤルティ(信頼)につながるわけですね。ロイヤルティができれば、お店にもまた通いたくなります。ですから、このサービス券の利用率が、どの店でも約90%というかなり高い数字を示しているのです。

現在、スーパーでは、米も買えるし雑貨もたばこも買えるという、ワンストップショッピングという仕組みがほとんどです。これはとても便利なのですが、その代わり、商店街での対面販売にはあったお客様に対する信頼(ロイヤルティ)が失われてしまった。このお客様が、先月はどれくらい通って買ってくれたか、という商品を買ってくれたか把握することは、スーパーのレジで毎日数千人の方を相手にする担当の方だけではとても不可能です。そういう顧客データを、お客様にロイヤルティを上げてもらうように活用していく。そのための我が社のシステムが、ロイヤルティプログラムなのです。

ロイヤルティは、直訳すると信頼とか信用という意味ですね。

そうです。スーパーマーケットにお客様が訪れるとき、そこにロイヤルティが高くあれば満足するし、スーパーマーケットの売上が上がるわけです。消費者にロイヤルティをつくってあげていくかが、このプログラムなのです。

現在はスーパーが1キロメートル四方に5、6店舗もある地域が少なくありません。調べてみたら、ひとりのお客様が3店舗、4店舗と買い回りしていることが分かってきます。そういう中で勝ち残るためには、いかに小さな買い物のお客様であっても店に足を運んでもらえるかが勝負。ロイヤルティプログラムは、ひとりひとりのお客様に対してフォローアップし、サービス券を活用してもらっているかまで検証できる仕組みになっています。

北海道の札幌のあるスーパーでは、3万円以上お買い上げのお客様にダイレクトメールを送っていたのですが、スタート当初は6万人の対象者が今では15万人に増えています。これは札幌の人口が増えたわけでも景気が良くなったわけでもなく、実は消費者がよそのお店に浮気をするのではなく、そのお店に通うようになったからなんです。つまり、お店のロイヤルティが高くなったからなんです。

沖縄でできるから面白いんです。

全国各地のスーパーでの購買データが、沖縄でまとめられているというのがすごいですね。

私どものシステムを使えば、ひとりの主婦が過去3年間にあるお店でどのような商品を買ったのかなどのデータがすぐに解析できます。また、ひとつの商品が過去3年間にどのような売上の推移を示したかなどすぐ分かります。そういうことがインターネットが発達したことにより、沖縄でできるから面白いんです。

また、これまではお客様の購買実績に応じたクーポン券のサービスがダイレクトメールの主な目的でしたが、最近では、飲料や調味料メーカー、食品メーカーの割引引き協賛広告が入るようになり、会報誌のよ

長澤まさみ

表紙グラビアインタビュー
沖繩を語る。



長澤まさみ(ながさわ まさみ)
1987年生まれ。静岡県出身。2000年、第5回「東宝シンデレラ」グランプリ受賞。2003年『ロボコン』で映画初主演、同作で第27回日本アカデミー賞新人俳優賞を受賞。2004年『世界の中心で、愛をさけぶ』で第28回日本アカデミー賞最優秀助演女優賞・話題賞など数々の賞を受賞。沖繩を舞台にした映画『涙そうそう』においては第30回日本アカデミー賞優秀主演女優賞を受賞。2009年6月現在、渡名喜島で撮影された主演映画『群青』公開中。同月、沖繩県から「美ら島沖繩大使」に任命された。

沖繩を舞台にした主演映画『群青 愛が沈んだ海の色』が公開中の長澤まさみさん。彼女が、沖繩を舞台にした映画に出演するのはこれが3作目。13歳でデビューして以来、映画以外の撮影も含めるとほぼ毎年必ず沖繩に来ていて「沖繩に縁があるのがうれい」という長澤さんは、この度、沖繩県から「美ら島沖繩大使」にも任命され、ますます沖繩との縁が深まりそうです。

「私自身、沖繩が大好きなんです。暖かい気候も大好きですし、沖繩の風景も食べ物もとても好きです。特にゴーヤーは、映画の撮影をしていた時も毎日食べていました。『美ら島沖繩大使』に任命していただいたので、私の好きな沖繩の良さをたくさんの人に伝えられたらなと思います」

「最新主演映画『群青 愛が沈んだ海の色』は、『南風原島』という架空の離島を舞台に、海人(うみんちゆ)の父を

持ち、ピアニストの母を早くに亡くしたヒロインが、幼なじみとの愛をはぐくみながら、突然訪れる辛い運命に翻弄されてしまう」という物語。明るかった女性が、傷つき、精神のバランスを崩し、うつろな世界に閉じこもっていき……という複雑な設定を演じきった。

「この役を演じて、自分で言うのもなんなんですけど……少し大人になったのかな、って感じたりしていました。こういった、愛する人をなくして精神を病んでいく気持ちになつたことがないので、気持ちいのか、はじめはとまどうたのですが、上京して二人でいる時間が長かった気持ちを思い出しました。誰かと常にいたい、というあのときの気持ちを思い出して共感できたと思います」

この映画の撮影が行われたのは渡名喜島。手つかずの自然が残る小さな島で、約1か月にわたって撮影が行われた。

「最初、車でわずか10分くらいで周れたので、こんなに小さな島なのかとびっくりしました。民宿も数軒しかないので、スタッフ、キャストがそれぞれバラバラに宿泊させていたで、ご飯は毎日、民宿のお母さんたちが朝昼晩と作ってくれたんです。ロケに出るときはお弁当にしてくれて、私が帰ると「今日はお弁当食べた？」と聞いてくれて、そういう気持ちで嬉しかった。なかなかそういうことをころよくしてくれる人がいない世の中で、優しくしていただいて、沖繩の人の温かさを感じました。ものすごく暑くて、日差しが強かったのも印象的です。島の空気がどっぴりとつかれてよかった」

それでも、役作りのため、他の出演者たちより宿舎にこもることが多く、島の人たちと触れ合える機会が少なかつたのがちょっと残念だったそうだが、「島の女性」らしい芯の強さ、明るさ、切なさを彼女の演技はスクリーンに鮮やかに映し出していた。

「この作品は、沖繩のきれいな風景と、人の優しさ、温かさをすごく感じられる作品になっていてと思いますので、ぜひ、みなさんに楽しんでもらえたらと思います。そして、私自身、これからも沖繩の作品に出演し続けられたらなあと思っています」

Masami Nagasawa

うになりつつあります。この協賛広告にもバーコードがついており、これを提示すれば商品が割引になるのですが、どの店舗でどれくらいこの割引券が使われたかもすべてデータとして検証できるようになっているため、メーカーにとってはとても有効な広告ツールであり、マーケティングツールにもなるわけです。最近では、枠をオーバーするくらいスポンサーからの申し込みが殺到しています。こういう仕組みづくりも全部沖繩でやっているのです。

沖繩県は、失業率が高く、産業がなかなか生まれにくく育てにくい地域だといわれています。そういう中で、私たちの仕事は、沖繩から全国へ出ていく、ひとつのビジネスモデルでもあります。

「次の展開として、どのようなことを考えていらっしゃいますか。」
これまでは消費者サービスを充実させるためにデータを活用してきました。これからは食品メーカー様を対象にビジネスを広げていきます。スーパーの売り場には、3万種類ともいわれる商品が並んでいます。こういった商品をどういう人たちがどれくらい購入しているんだろうかという分析データを、今度はメーカーに公開していくという事業を始めます。

「豊かな漁場を活かした島内消費だけではない漁業の飛躍が期待されています。また、海鮮タコライスの売上の一部は子どもたちが希望する本の購入費として寄付されます。」
海鮮タコライスの商品化は、沖繩県産業振興公社「離島活性化総合支援モデル事業」の一環。平成20年度の採択事業は「南大東島の海鮮タコライス(南大東村)」をはじめ、「カーボンマイナスタワー(石垣市)」「民泊における新事業開発(伊江村)」の3事業で、県内外の専門家の支援のもと商品化が進められています。

サイドテーブル

山川社長は設立当初から沖繩への貢献、沖繩発ビジネスを目指しています。例えば、データセンター運用を沖繩で行い、DM印刷も県内企業へ委託しています。アイディアでは得られたデータを活用してメーカー向けマーケティングサービスを提供しますが、サービスマンだけでなく技術面でも差別化を行い、他社の追随を許さない企業戦略をとっています。この様な具体的な戦略戦略を持ち、先見の明を持つ経営者は沖繩でも稀ではないでしょうか。更にマーケティング分析を沖繩県内で実施し、沖繩企業へ提供することになると、沖繩企業の弱みであるマーケティング力がこのサービスの拡大により強みとなる可能性があります。正に将来的に沖繩全体のビジネスに対し貢献ができる沖繩発のビジネスモデルとして大いに期待できるのではないのでしょうか。

沖繩県産業振興公社
中小企業支援センター
西平 点



ヘルシー!おいしー!うれしー!
南大東島の海鮮タコライス
沖繩本島の那覇から360キロ離れた県内屈指の豊かな漁場で知られる南大東島から新特産品が誕生しました!

その名も、ヘルシー!おいしー!うれしー!
「南大東島の海鮮タコライス」。南大東島沖の外海に洗われた新鮮なマグロとイカを原料にシヨウガなどの香辛料を加え、スパイシーな海鮮風味に仕立てました。従来のタコライスに比べてカロリーが少なくヘルシーなので、メタボが気になる方などにもうれしー商品です。

お問い合わせ
沖繩県産業振興公社
098(859)6237

不況は企業にとつて、チャンスでもありません。国や県の支援事業を活用し、事業の見直しを！

沖縄県商工会連合会 会長 上原義雄さん

去る5月に、沖縄県商工会連合会の新会長に就任した上原義雄さん。この不況時に、県内企業にとつてもっとも大切なことは何か、また、自らの企業でも実践する「社会も企業も「人づくり」から」という考え方の本質についても持論を展開していただいた。

——世界的経済不況ですが、企業はどのように対応したら良いでしょうか。
たいへん難しい問題ではありますが、不況の今こそ企業の経営基盤を見直す時期だと思ふんです。不況だから赤字を出してもいいとか、雇用が悪化するのも当然だと思ふのではなく、不況だからこそ、企業がこれまで検討してきた事業計画を実施するチャンスだとも考えられるんですね。
——といいますのは、不況であればこそ、政府資金の助成や県からも企業を応援する施策がいろいろ出てきます。そういうものをうまく

活用して、これまで温めてきた計画を試すことができるんです。
また、不況というのは人材を育てるチャンスでもあります。好景気が長続きすると、人間はどうしてもゆるくなってしまうが、身を引く縮めるために不況があるんだと考えることもできます。人間が生活するための基盤づくりは、好景気と不況の波があつてこそ緊張感をもつて取り組めるもの。不況も必然なんだと、いい方向に物事を解釈して引き締めれば、いつか希望が見えてくるのではないかと私は思ふんです。
景気が良くない時こそ、不況に大きな影響を受けやすい中小企業が連携しあつて、経営革新力などのいろいろな勉強をするなど、これまで不足していたことに取り組むチャンスでもあるんです。こういうときこそ勉強し、異業種間での交流と情報の交換を深め、次に何が起るかを予測しながら企業の対応を考えていくことが重要なのではないのでしょうか。

——沖縄県商工会連合会で、現在積極的に取り組んでいる事業は何でしょうか。
経営革新力や人材育成事業はこれまで重要視していましたが、今後はさらに力を入れていかなくては思っています。まずは人を育てないと、モノをつくることできませんから、企業であつてもなんでもあつても、まず人ありきだと思ひます。
沖縄県商工会には、一時は2万2千近い会員がいましたが、現在は1万8千程度と減つております。これを増やし、異業種交流を深め、お互い助け合つていく体制を強めていきたいですね。こういう不況時には、自分だけがよければいいという考え方はやめていけません。個々の企業の体力不足を補うために、企業間で力を合わせていくことが今の時代にはとても重要なことです。

まずは人をつくり、企業間で助け合う仕組みをつくつていかななくてはいけないと思ひます。
——マル経融資制度(小規模事業者経営改善資金融資制度)が拡充されたとお聞きしましたが、その内容について教えていただけますか。
従来は最高1千万円が最高限度額で、返済期間が運転資金5年以内・設備資金7年以内だったのですが、最高1千5百万円、返済期間10年となりました。これを大いに活用していただきたいですね。ご存知のように、最近では倒産が少し減つてきました。この理由のひとつに、マル経融資制度のための緊急融資を20億円増額した政府機関のバックアップがあるんですね。
地域の活性化は、住民参画型で盛り上げる
——上原会長は、豊見城市商工会の会長でもいらつしゃいます。豊見城市は人口が毎年約1000人増え、増加率は県内トップ。豊崎などの開発もその要因ではないかと思われませんが、このような地域の開発に際して、特に重視していることはなんでしょうか。
豊崎の開発は当初工業用地と位置付けられていたものを、観光関連用地に用途変更をさせていただいたことが、大きな起爆剤となつて進んできたと思ひます。豊崎の良さは、その立地条件です。那覇市との隣接地でもあり、また、空港からも近いこともあり、観光関連用地に変更してからは各企業からの注目を浴び、現在も各企業の施設建設が進められています。離着陸する飛行機を真下から見られるという場所は、日本でも少ないそうですね。また、夕日の素晴らしさも絶賛されています。
また、豊見城市は現在、ハーリーの発祥地としての地域おこしにも力を入れています。1400年代初頭に中国に留学した豊見城城主・汪応祖(ワン・オウス、第二代南山王)が、初めて漫湖に龍船を浮かべたという史実からハーリーが誕生したといわれているんですよ。
この事実を豊見城市の地域おこしの起爆剤にしようとして、昨年ハーリー船を購入し、今年の7月25・26日には「豊見城ハーリー大会」を開催します。将来はハーリーで、中国・韓国・台湾との交流を深めていこうと各国に呼び掛けま

上原義雄(うえはら よしお)さん
1938年那覇市小禄生まれ。71年に那覇鋼材株式会社を設立。04年に同社代表取締役会長に就任。これまで豊見城市商工会の重職を歴任し、2000年から商工会長を勤める。今年5月には、沖縄県商工会連合会の会長に就任した。
沖縄県商工会連合会
〒901-0152 沖縄県那覇市小禄1831-1沖縄産業支援センター6階
TEL.098-859-6150
http://www.oki-shokoren.or.jp/



産業振興公社では台北、上海、香港、福州に県内企業の海外進出支援や本県情報の発信、海外情報の収集のため海外事務所を設置しています。現地からの沖縄最新事情をお届けしましょう。

現地語のサイトをじっくり沖縄情報発信 9F000台北では青パイヤ商品などに人気

【台湾】

6月23日から26日に2009年台北国際食品展(フード台北)が開催されました。沖縄からは8事業者・団体が来台し、代理店獲得や販売拡大を目指して健康食品、泡盛などを出展。当事務所では、毎年地元パイヤーへの事前のプロモーション活動や、食品展当日のブース運営サポートをしています。

台湾は農産大国であり、沖縄で生産される野菜、果物はほとんどすべて生産されています。しかし沖縄は「健康・長寿の島」のイメージが強いおかげで、最近では特に「パイヤーや青パイヤを原料とした健康食品、飲料などが人気を集めています。今回の展示会でも、こうした商品が人気を集めました。

また当事務所では、40%と高率な泡盛の関税引き下げに向けた台湾政府への働きかけを強化しています。具体的には、酒造

業界とも協力のうえ要望をまとめ、日本工商会が昨年よりまとめている「白書」に掲載し、関係当局との交渉を継続していきます。この問題は台湾のWTO加盟時にきちんと交渉できていないことに起因するため、現状での交渉は困難を極めますが、粘り強く多方面から働きかけることが重要と考えています。

そのほか当事務所では、繁体字のウェブサイトに情報発信を強化しています。台湾における沖縄のイメージは、良く言えば定番化、悪く言えば固定化しており、新しいメッセージを発信しブームを作ることが難しくなっています。

そこで当事務所では、繁体字サイト沖縄商務網(<http://www.okinawa.org.tw>)による物産、観光、企業情報の発信、沖縄産品電子報(ニュースレター)の隔月発行、企業誘致向けサイト「経済特区沖縄サイト」(<http://www.okinawa-sez.org.tw>)の新規開設とSEO対策等、効果的かつ効果的な広報を強化しています。

フード台北への案内についても、こうしたメディアを活用するに際し、新規の顧客層へのアプローチが可能となりました。県産品、県企業などの情報発信についてはいつでも募集しておりますので、お気軽にご連絡ください。ご連絡先は、下記のとおりです。

台北事務所が解説したWEBサイト

繁体字サイト沖縄商務網
<http://www.okinawa.org.tw>
企業誘致向けサイト【経済特区沖縄サイト】
<http://www.okinawa-sez.org.tw>
台北事務所の連絡先
info@okinawa.org.tw

したら、3国からチームが豊見城市を訪れ、競争することになりました。これはもちろん、観光の目玉にもなりますよ。

街づくりというのは、地域の大人、子どもが力を合わせる参画型にならないと盛り上がりません。ハーリーについては地元の反響も大きく、あと2、3年したら大きなイベントになっていくのではないかと期待しているところなんです。それと、ハーリーの練習で地域の人の士気も高まり、地域教育の面での効果も期待できますし、人づくりに大きく貢献できているのではないかと考えています。

新入社員には財形を義務化。10〜12年で「我が家」を持たせる

上原会長は、那覇鋼材株式会社の代表取締役会長でもいらっしゃいますが、自社の経営理念を教えてくださいませんか。

まず人づくりです。例えば、採用するとき、最後の面接で財形貯蓄を約束してもらいます。新社会人となる若い人を採用したからには、会社には立派に育てあげて責任があると思うんです。そのためにはわが子と同じ教育をする。その一環としての財形で、3万円から5万円を給料天引きで貯蓄させ、10年から12年で1千万円の金をつくらせたらそれを頭金に自分の城(マイホーム)を造らせよう。自分の城を持つようになったら、あとは放って置いても一人歩きするんです。

住宅ローンはどう返済していくかを真剣に考えるようになりますし、家庭で子どもたちが成長していけば進学をどうするかなど、いい方向に向けて、自分で考えるようになるんです。

学生気分が抜けない若い人たちには、給料を全額自分のために使う人も少なくない。ですから、お金を貯蓄する術を伝え、自分の城を持つという目標を持たせるわけです。それを達成できない人は、どんなに優秀でも私は管理職にはさせません。自分の財産を守る人は、人の財産を預かって大きくすることができると、自分の分もつくれない人が人の財産を預かる資格はないと思っただけです。

もうひとつの方針は、賭け事をさせないこと。賭け事をする人は、結婚していい家庭をつくれないうんです。賭け事のことばにけんかをしていざいざを起す。癒しの場所がつかれないと

いい仕事もできません。

本来の業務とは離れている指導かもしれないですが、企業は人生道場だと考えておられます。まず人づくりを一番の柱にしています。

ところで、私が信条にしている子育て論が3つあります。ひとつは、人は泣かせて育てるといいこと。子どもは欲しいものがあると泣きまです。泣くからといって欲しがるものを全部あげると、泣けばもらえなくとも思ってしまう。こういう習慣を断ち切るわけです。

次に、ある程度成長したら、モノを聞かせて育てる。怒られることもあれば、ほめられることもあるでしょう。そのときに、こういう理由で怒られているんだよ、こういうことをしたらほめられているんだよと、ちゃんと理由を聞かせて育てるんです。

最後は、子は親の後ろ姿をみて育つ。よくいわれることですが、親が手本となって子育てはしないとやはりいけないんです。

こういうことが、企業での人材育成にも共通するのではないかと、私は信じているんです。

——この厳しい時代、経営者の皆さんに求められていることはどういうことだとお考えですか。

景気というのは上下するもの。いいときでも悪いときでも、やはりせいたくをするのはいいじゃないですか。せいたくは周囲に迷惑をかけるんです。ひとりがせいたくしていると、その周りにいる一生懸命頑張っている人もつられてせいたくをしてしまったりする。そうすると、そのグループ全体がダメになります。質素節約はやはり大事なこと。上に立つ人がしっかりしないと下も全部ダメになるんです。

また、特に若い経営者の方々に伝えたいのですが、経営塾などに参加して、企業理念や方針のあり方を学んで、「分かった」というだけではダメなんです。実践しなければ「分かった」ことにはならないんです。いい経営とは難しいもの。頭では分かっているけれども実践するのには時間がかかることがあります。それを途中で放り出しては企業も成長しないし人も育ちません。経営者自身が、せいたくや遊びに誘惑されず、働く人たちを家族のように思って真摯に経営に取り組んでほしいですね。

——ありがとうございました。

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>

東村の地域起こしから始まった エコツアーに、年間2万5千人が参加。



【やんばる自然塾】
島袋徳和 塾長
TEL0980-43-2571
<http://www.gesashi.com/>

天然記念物のマングローブが群生する東村慶佐次をホームグラウンドに、カヌーやトレッキングで、やんばるの大自然を体感してもらうエコツアーの企画・案内を行う「やんばる自然塾」。そのエコツアーの立ち上げは、少子高齢化が進む東村の地域おこしから始まったと、島袋塾長は語る。「自然塾が立ち上がったのは平成11年です。最初は慶佐次区を中心として、いろいろな人達が集まって、地域の活力を出すにはどうしたらいいか、マングローブやヒルギ林の活用ができないかと話し合っていた中で、エコツアーにたどり着き、当時区長をしていただいた塾長になりました」



家族で楽しめるマングローブカヌーツアーは、人気プログラムのひとつ。現在は県外からの参加者が多いが、沖縄の子どもの体験プログラムもどんどん受け付けたいという

ブカヌーツアーや遊歩道でマングローブを散策するトレッキング、森林浴を満喫できるやんばるの森トレッキングなど、豊かな自然に触れられる多彩なメニューがある。「参加者は8〜9割は県外からの観光客で、修学旅行が約半分、個人で来られるエコツアーの方が約半分くらいです。今後は、県内の子どもの体験学習のプログラムをどんどん受け入れて、環境の大切さ、自然の大切さ情報発信していきたいと考えています」

自然を傷つけるようなプログラムでは、継続していくことができない。スタッフは何よりも環境への影響に配慮する。「お客さんの数を、個人ツアーの場合は4〜8名に限定し、その理由などもガイドがきちんと話をして啓蒙しています。また、スタッフが月に1回モニタリングをして、環境に変化がないか調査をするという活動もしていますやんばる自然塾の理念は、『地域主体』『環境保全』『もてなしの心』の3つです。この理念をモットーに今後もお客様を受け入れていきたいと思っています」

沖縄の化粧品メーカー第1号。 20年の歴史を誇り、海外にも拠点を



【(有)カミヤマ美研販売】
代表取締役 川端郁生
TEL098-870-4522
<http://www.kb-hanbai.com/>

沖縄化粧品メーカー第1号である有限会社カミヤマ美研販売。県内で化粧品が造られていることがあまり知られていない約20年前から、スキンケア部門に特化して、肌の健康と美しさを提供してきた歩みを、代表取締役の川端郁生さんはこう語る。「私どもの商品には特徴があります。創業者の神山稔朗氏が自分自身毛深いことを悩んでおられて、それを解消したいと研究を始めたのが発端でした。ユニークな商品であったため、当初、市場に伝わるのが難しかったというのがありますが、さらに、脱毛で荒れてしまった肌によいものがないかと、創業者自身が研究を重ねて開発したのが、現在も我々のベースになっている商品、ウォーターシリーズです」



海洋深層水や黒糖エキス、ヨモギや月桃のエキスを配合した化粧品など、沖縄産材を活用した化粧品を、数々生み出している

沖縄化粧品メーカー第1号である有限会社カミヤマ美研販売。県内で化粧品が造られていることがあまり知られていない約20年前から、スキンケア部門に特化して、肌の健康と美しさを提供してきた歩みを、代表取締役の川端郁生さんはこう語る。「私どもの商品には特徴があります。創業者の神山稔朗氏が自分自身毛深いことを悩んでおられて、それを解消したいと研究を始めたのが発端でした。ユニークな商品であったため、当初、市場に伝わるのが難しかったというのがありますが、さらに、脱毛で荒れてしまった肌によいものがないかと、創業者自身が研究を重ねて開発したのが、現在も我々のベースになっている商品、ウォーターシリーズです」

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。

受賞した「ウミニイビ ポタニカルクレンジングジェル」がある。「モノを売る」のではなく「肌の健康を売る」というのがテーマです。ですから、化粧品の使い方を徹底的にお伝えしたうえで、実際に試して「いい」と感じていただきた方に販売しています。私たちがやってきていることは一貫して変わらないのですが、社会環境が変わり、水の大切さが注目され、この10年ぐらいの間に大きく受け入れられるようになった。ですから、大きな飛躍はなくても着実に一步一步発展を続けていくと思います。今後は、化粧品で外から肌をきれいにするだけでなく中から健康にするために、天然酵母を使った健康食品を開発に取り組んでいます。海外の拠点作りもすすめており、現在シンガポール店ができて、さらに、上海、香港などに今コンパクトしています」

しっかりとコンセプトで「いいものは長く愛される」という実践を続けてきた姿勢は沖縄コスメブームの今こそ、多くの企業が見習うべきものがあると思う。

「経営者・開発者・産業技術者のための産業コンサルティング」

選りすぐりの特産品だけを販売するショップを開業したい。そんな目標を持つ女性を支援するために、面談を繰り返したことがあります。私はショップ経営の専門家ではありませんが、特産品開発支援の一環で彼女への支援を依頼されました。ショップのコンセプト、ターゲット、立地環境、資金計画など、ビジネスプランとしてはほぼ出来上がっている感じでした。「なぜか躊躇して前に進めない。」(現地支援関係者談)という彼女と会い、対話を重ねながら本人の気持ちに耳を傾けていくと、初めて事業を起すことの不安や、周囲とのしがらみ、嘲笑や批判の声に対する恐れなどが語られ始めました。私はその不安に対して(私に言われなくてもわかっているはずの)アドバイスや励ましは行わず、彼女が語る思いを丁寧に聴き受けることを心がけました。やがて彼女は自分の気持ちと向き合い、気持ちの整理が進み、「それでも私はやりたい」という初心を取り戻し、ショップを開店させました。

(有)開発屋でいきたん開業10年、延べ約3000回の相談に応じてきた中で、専門的なコンサルティングだけでは解決しない人間的な部分が、相談者にとって無視できない課題として存在しているケースに数多く出会いました。人は、個人としての歴史を持ち、タネ・ヨコの人間関係を生き、仕事の目的とは必ずしも合致しない理屈抜きの感情を併せ持っているのが普通です。その気持ちが絡まってほごけないことが、仕事のブレーキとなることが多いのです。本人からすれば「わかってはいるんだけど、気が進まない。他人からみれば「課題ははつきりしているのに、どうしてこの人は動かないんだろう?」

こういうときは、産業コンサルティングが有効です。専門的訓練を受けている産業カウンセラーは、相談者の「今、ここ」の気持ちを肯定的に受け止めて対話(傾聴)を進めるPerson Centered Approachという態度と手法で相談にのります。この対話体験を通して、相談者はストレスをゆるめて自分の気持ちを整理し、新たな気づきを得て自身の本意を見つけ出し、自分に合った行動選択を果たします。

弊社が新設した産業カウングループ「キャリアアオアシス 楠」(うるま市州崎TTC内)には、産業カウンセラー2名(協会所属カウンセラーと筆者)が待機しています。これまでに、部門間の人間関係に悩む品質管理者、自身のこだわりと消費者ニーズのギャップに当惑する商品開発者、専門外の職場でキャリア形成に苦心する技術者、事業承継に臨んで会社の進路・人事に迷う経営者、などが対処方法を見つけるために相談に訪れています。お気軽にご利用ください。お問い合わせは098(979)5015



文 照屋隆司 てるやま たくし
(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・医薬品試験場(株)のCOO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(財)国立健康栄養研究所認定者、(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グループ「キャリアアオアシス」楠主宰

ビバ！ウチナーむん

Viva! Okinawan

三世代での会話が広がる
——沖繩おもしろカルタ——



お問い合わせ
玩具Road Works
那覇市首里当蔵町 2-19
TEL 098-887-4069
http://toy-roadworks.com/

ちまたでブレイクしつつある「沖繩おもしろカルタ」。その魅力はなんと、どこかシユールでちょっと笑える沖繩の言葉が入った文章と独特なタチの絵の組み合わせ。「せのひくいアンガマ」が来たみたいや「わたしのスヌイも食べますか」など、なんだかよく分からないけど思わずニヤツとしてしまうものばかり。「うちかびもつてお買い物」と読むおじい(おばあ)にお孫さんが「うちかびつてなー」と聞く様子が目につく。読み札にはそういった方言や慣習の解説も加えられている。カルタの作者、豊永盛人さんは新進気鋭の沖繩張り子作家で、那覇市首里に「玩具Road Works」というショップを構えている。張り子もカルタと同様、安らぎを感じさせてくれるデザインである。

夏本番、お肌のケアは大丈夫？
——アロマの日やけどめ——

海に山にレジャーが楽しい季節だが、キラキラと照りつける沖繩の太陽は、特に女性や子どもにとってはかなりの強敵である。そこで日やけどめの定番となるわけだが、「日やけどめは刺激が強くて敏感肌の私には厳しい」という人が多いのも確か。そんな方や幼児、赤ちゃんにびったりなのが沖繩子育て良品の「はびーONEアロマの日やけどめ」。主原料は良質な育児用品を企画開発、販売するほか、ベビーマッサージ教室や虫の観察会を開催するなどして子育て中のママ(パパも)を応援している。



お問い合わせ
沖繩子育て良品
那覇市古島454-17
TEL 098-885-3667
http://anenet.ti-da.net/

マーケティングコラム 日々雑感

「拡大するネットショッピング市場」

えたと報道してしまし、特にネット通販が好調で通販全体の約7割を占め、売上規模も6兆2300億円となっている。ネット通販はインターネットの普及に伴い2000年の5000億円規模から8年間で12倍にまで急拡大、07年から08年でも対前年比22%増と消費不況が続く中、調査では、ネットショッピングの経験者数は8割を超えて、かなり高い水準です。ネット調査である日々、時間に追われることを割り引いても生活する現代人、かなり利用されていることが推測されます。高齢者などにとっても島嶼県でもある沖繩も利便性は高く、今では近くに店舗がなく、後まます伸びていく

多くのの方がインターネットで買物をしたりすると思えます。私も書籍やCDなどの購入の際にはかなり利用しています。先ごろ日経新聞が2008年度の通販市場が8兆円を突破し、「コンビニ」や百貨店を超



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 沖繩市生まれ。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。

平成21年度
ベンチャー育成連携事業
採択プラン
決定!

去る6月、平成21年度ベンチャー育成連携事業採択事業プランが認定されました。

本事業は沖縄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、本県において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とともに、インキュベーション施設を保有する市町村と連携を行うことを目的としています。

フロンティア認定（実現可能性が高いビジネスプラン）とアドバンス認定（実現可能性のあるビジネスプラン）の2種類があり、今年度は7社の事業プラン（下の表）が認定されました。

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市場調査費の助成、県外展開支援、県内の市町村インキュベーション施設への斡旋などの支援を行ってまいります。

また、本事業は来年度も予定されており、公募開始は平成22年3月上旬を予定しております。事前相談はいつでも受け付けておりますので、お気軽にご連絡ください。

平成21年度 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	さとうきび粉末を利用した、商品作りの提案	網田 誠	さとうきびの粉末を使用した商品開発と事業化
2	アートエリアプロジェクト「アーティスト・ビレッジ」	秋友 かな	芸術創造の街「アートエリア」を築くビジネスインキュベーション事業
3	帆かけサバニ推進プロジェクト	森 洋治	沖縄の海の文化「フーカキサバニ」(帆かけサバニ)の復活に向けた、体験サバニ、サバニスクール、サバニ製造、航海などのプロデュース事業

【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
4	360度パノラマ映像技術を用いたコンテンツサービス事業	蕨科 邦利	特殊な撮影および編集による360度パノラマ映像とITを活用した事業の展開
5	沖縄から世界に向けて発信するシーサージュエリーのブランド化	宮城 光男	沖縄の伝統であるシーサーを進化させたジュエリーブランド「シーサー琳派」-自分だけの本物の宝物アッシュペンダントの提供
6	パイロット養成のための座学・シミュレーター訓練の提供	玉那覇 尚也	パイロット養成のための座学・シミュレーター訓練スクール事業
7	沖縄地域資源活用型ゲームビジネスの展開（ゲームキャピタルOKINAWA）	(株)エンジンス	「沖縄」の有する地域資源を活用した、新たなゲームの企画・開発事業

ベンチャー育成連携事業についてのお問い合わせは、産業振興課（☎098-859-6239）



平成21年度 沖縄県内中小企業マーケティング支援事業 支援企業一覧表

No	企業名	商品名	商品内容	分類
1	有限会社 丸市ミート	シェブ ミート・スープ (子山羊肉汁)	レトルトスープ	食品
2	有限会社 渡具知	A 島ハバナマヨネーズ	マヨネーズ	食品
		B 島ハバナロカレ	レトルトカレー	
3	久米総合開発 株式会社	活ア急速冷凍車エビ	冷凍車エビ	食品
4	有限会社ガーデンバナ	A 無添加調味料 チャンブルの素	調味料	食品
		B 無添加調味料 タイフーン (12種の素)		
		C オニオンソルト・シリーズ		
		D 島唐辛子調味料 ドラゴンペッパー		
		E ガーデンバナ ハーブティーシリーズ	お茶	
5	株式会社 佐喜眞義肢	CBブレース	膝関節症用装具	装具
6	株式会社 なかむら食品	A うちなー豆腐	豆腐	食品
		B ゆしどうふ		
7	南国食業 ZU	沖縄宮古島(やわらか)キャラメル (ド'ジョ'フル味、マンゴー味)	生キャラメル	食品

お問い合わせ：海外・ビジネス支援課（☎098-859-6238）

平成21年度沖縄県中小企業マーケティング支援事業

7社が新規採択される

県内の中小企業が生産・製造している商品等の県外市場開拓を目的とした平成21年度沖縄県内中小企業マーケティング支援事業に左記の7社が新規採択されました。

この事業では、首都圏等への商品の販売ノウハウを有する専門家集団（日本セールスレップ協会・経営支援NPOクラブ等）を活用し、県外の販売見込先の紹介やマッチング等を行うとともに、販路開拓にかかる費用の助成①販路開拓委託費②同行活動旅費③販促用試供品④販促フェア1出展費①②④の助成率1/2、③1/4以内 上限額106万円、公社に駐在する専



任の販路コーディネーターによるハンズオン支援を行います。また、昨年採択された8社についても継続支援を行っています。

なんでも 経営相談

A 「売上が落ちたから、販促費を減らす」というのは、大きな間違いです！
なぜなら、販売を促進するためにはやることだからです。売れない時にこそ、積極的に実施するべきなのです。あなたは販促の効果を実感できていますか？もし、わからなければ、今すぐやり方を変えましょう。効果があるのかないのかわからない販促にお金をつき込んではいけません。

Q 不況の影響で売上が落ちています。販促費を減らすべきでしょうか？予算の少ない中小企業でも効果的な販促の方法があれば教えてください。

あなたが出している広告の目的は何でしょうか？もしかして、大企業のようなカッコいい「イメージ広告」をまねしていませんか？中小企業がイメージ広告をやってもお客様には全く伝わりません。わたしは以前、外国タバコの広告をやっていたのでよくわかりますが、ブランドを認知させ、浸透させるには莫大な費用と時間がかかるからです。

予算の少ない中小企業は、カッコいいコピーではなく、人を動かす伝え方をしなければ、売れないのです。あなたの商品・サービスの価値をわかりやすい「言葉」で伝えましょう。「モノ」ではなく、「体験」を売るという視点で考えるマーケティング手法（エクスペリエンス・マーケティング）があります。商品やサービスを、「モノ」として見るのではなく、それを買ったお客様が、どのような「体験」を得ることができているのか？という視点で、広告の文章を考えてみてはいかがでしょうか。

末次康博(すえつくやすひろ)
「ローコスト広告会社」
「チャットメディア」代表
北谷098(995)9520
http://www.chatmedia.jp



大学卒業後外資系広告会社、外国タバコ会社のマーケティング部を経て、2002年沖縄へ、地元代理店に5年在籍後、08年地域密着マーケティングとして独立起業。沖縄県産業振興公社登録専門家。

県と公社が実施するOKINAWA型産業応援ファンド事業は、沖縄の地域資源を活用した事業を促進するこ

平成21年度OKINAWA型産業応援ファンド

8社の事業案に決定

～6月2日に採択交付式～



とにより、優位性のある地域資源を活用した事業の芽だしを支援するとともに、沖縄の強みを活かした産業(健康・バイオ、

観光分野等)を重点とした県内中小企業の事業化促進を支援することを目的としています。先日、今年度の支援企業が決まり、採択交付式を6月2日に開催しました。

採択されたビジネスプランは、下の表のとおりです。

同事業は、①新商品開発等支援事業(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(助成率4/5以内、上限額500万円/件)からなり、その実施にあたっては、専門コーディネーターのサポー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きます。

また、同事業の実施期間は、平成20年度から10年間となっておりますので、今後の募集時期等については、公社のホームページをご覧ください。

「言葉」には、コストがかかりません。ローコスト住宅やロープライス商品のように、これからはローコスト広告で成果をあげる販促が必要不可欠になるでしょう。

【新商品開発等支援事業】

No	企業名	ビジネスプラン名	事業内容
1	有限会社ベルフォー	ブライダル車両開発による新たなリゾートウェディング事業の展開	何処でも挙式が出来るように、トイレ、美容室、着付室などを整備したシステム車両を開発し、沖縄各地の名勝、景勝地に新たな沖縄リゾートウェディングを演出する。
2	株式会社アイランド	沖縄の資源を活用した市場が求める新しいクチャ化粧品の開発	沖縄産クチャを主体とし、ベースに島ニンジン等の県産素材を配合した「はがせるクチャパック」の開発。
3	株式会社ポイントビュール	久米島海洋深層水で栽培したオゴノリの化粧品開発プロジェクト	皮膚の形成に役立つミネラルを多く含むオゴノリを活用したシャンプーや基礎化粧品等の開発。
4	株式会社新菓人おきなわ	沖縄県産の素材を使ったお菓子の開発	和(もち)、洋(クリーム)、沖縄(県産フルーツ、ぬちまーす、黒糖等)の特徴を取り入れた三位一体の新しいお菓子の開発。

【地域資源活用支援事業】

No	企業名	ビジネスプラン名	事業内容
1	社団法人久米島町観光協会	食物アレルギー対応基盤を活用した新旅行商品造成プラン	日本初の食物アレルギー患者受け入れが出来る観光地を目指し、基盤整備の確立及び旅行商品の開発。
2	沖縄子育て良品	子どもが口にしても安心な生活雑貨の開発プラン	沖縄県産木を利用し、安全塗料を施した「子どもが口にしても安心な」生活実用品(弁当箱、食器、玩具、家具小物など)の開発。
3	有限会社魚しげ	うちなーティラジャー(マガキガイ)の殻付きパック開発	沖縄全域で生息するマガキガイに高付加価値を付け、安定して供給できる県産品を確立し新たな水産物を構築する。
4	伊江漁業協同組合観光部会	漁業を基盤とした「海人体験観光プログラム」の研究開発による、伊江島・島おこしプロジェクト	既存の観光プログラム(民泊)と連携し、伊江島でしか経験できない「海人体験プログラム」を構築することで、新たな観光客の獲得を目指す。

平成21年度OKINAWA型産業応援ファンド事業 採択企業一覧



みんなでグッジョブ運動
沖縄県産・雇用拡大県民運動

「みんなでグッジョブ運動」
推進月間

タブロイド判
「沖縄ベンチャースタジオ」20号
2009年7月10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

同紙についてのご意見・ご感想は
info@ovs.jpまで
「情報紙について」の件名を入れて送信して下さい。