

特集

『もとぶ牛』のブランド化を

— 循環型農業で地域にも貢献 —

農業生産法人 株式会社もとぶ牧場の取り組み

P2



QRコードから、会社の携帯用HPの情報を入手できます。

インタビュー
沖縄を語る 赤嶺梨奈さん

オリオンゼロライフのイメージキャラクター

P7

沖縄の仕事ができることが本当にありがたくて、うれしかったです。東京に住んでいると、沖縄が恋しいからよけいに沖縄が見えてきました。良いところで生まれ育ったなあと心から思います。



Rina Akamine

Line up

【特集】『もとぶ牛』のブランド化を～循環型農業で地域にも貢献～	p2
【仕事創造人】(株)黒糖本舗垣乃花 代表取締役 垣花兼一さん	p4
【海外事務所REPORT】～香港事務所～	p5
【オビニオンリーダーに聞く】オリオンビール(株) 嘉手苅義男社長	p6
【表紙インタビュー】赤嶺梨奈さん、沖縄を語る	p7
【元気企業紹介】(株)がんじゅう、(株)トイファクトリー	p8
【ヒット商品開発秘話】「沖縄ちゅらサウンス」「モバけん」～ゆいワークス(株)	p10
【情報】OVSニュース	p11



特集

農業生産法人 株式会社もとぶ牧場の取り組み

「もとぶ牛」のブランド化を ～循環型農業で地域にも貢献～

本部町大嘉陽の山あいにもあるもとぶ牧場は、約4万坪という広大な土地で、2400頭の肉牛を肥育している。県内の肉用牛といえば、宮古・八重山地方での子牛の生産が有名だが、こちらでは県内各地から子牛を買い入れ、約20カ月育てて出荷するのだという。

県内での肉用牛の肥育は、JAが数百頭単位で行うことはあるものの、もとぶ牧場のように大きな規模で本格的に取り組んでいるところはまだないという。さらに、飼料には、オリオンビールのビール粕を活用し、牛糞がおが粉と混ぜて有機肥料にするという、循環型農業のモデルとしても、この牧場は注目されている。有機肥料は、すでに地域の学校に寄付されたり、県内の園芸ショップで販売されたりしているそうだ。そもそも、なぜこの地で牧場をやるうと思ったのだろうか。坂口泰司社長にうかがった。

「最初はさとうきびのパガス（搾りかす）をえさにした牛の飼育をやりたいと、牧場用地を探していたのです。県内各地を回ったのですが、縁あって本部町に場所が見つかりました」

牧場を始めて約20年になるという。当初は計画通り、パガスを使おうと思っていたらしいのだが、材料を集めるのが思った以上に難しく、それをまた牛の飼料に変えていくのがたいへんだった。

「どうしようかなと思っていたときに、名護市にあるオリオンビール工場のことを

思ったのです。そこから、繊維質が豊富なビール粕をいただいて、発酵飼料にしようと考えました。発酵飼料は消化にもいいし、それを食べると甘くて軟らかい肉ができるというので、オリオンビールさんの協力が得られたときは、ちょうどいいリサイクルの形ができたのかなと思いました」

牧場には毎日のように、ビール粕が運ばれてくる。それに、トウモロコシを中心とした配合飼料を混ぜ、発酵させて飼料にする。その割合は、配合飼料が6割でビール粕が4割。月に約400トンの発酵飼料をつくっているという。

「発酵させると、ちよつと酸味がかかった嗜好性のいい匂いができますので、牛がまたそれを好んで食べるのです」

**サシの入ったもとぶ牛
品質面でも高評価**

牧場を始めた当初は、宮古・八重山でやっていたように子牛も生産していたそうだが、子牛を育てるには広い土地を要するの、途中から肥育だけに切り替えたのだという。また近々繁殖を始める予定だが、今の段階ではとりあえず肥育一本に絞っている。もとぶ牧場では9カ月の子牛を仕入れ、15人いる現場スタッフが丹精を込めて約20カ月肥育し、オスは体重750キロ、メスは700キロを目標に大きくしてから出荷している。



坂口泰司社長

約20年間の経験と研究の成果で、もとぶ牛の品質は、かなりの高評価を得ているようだ。特に、肉質が柔らかいという認知が県内でも広まっている。

「その理由は、発酵飼料を与えることによって、肉の中の不飽和脂肪酸の率が高くなるからなんです。それによって、甘い肉ができるということで、それを全国にPRしていきたいですね」

牛肉の風味や美味しさは脂肪酸組成が大きく影響し、美味しい牛肉ほど不飽和脂肪酸の割合が多いのだという。「もとぶ牛」は他の黒毛和牛の平均値55%を上回る58%も不飽和脂肪酸を含む優れた肉質を持っている。牛の品質というのは枝肉を切り、霜降り度、いわゆるサシの入りの具合を見て判断されるが、もとぶ牛は、その数値を裏付けるように、2006年、07年と2年連続で、沖縄県畜産共進会で最優秀賞を受賞。さらに08年は、第6回全国霜降り牛研究会・和牛部門において、「優秀賞」も受賞している。このときは、特に重要視されるBMS（霜降り具合を示す数値）で最高の評価を受けた。

「牛を肥育する、それもサシの入った肉質のいい牛を育てるには、飼料の問題だけではなく、どのタイミングでビタミンを投与し、あるいはコレステロール値をどれくらいにするかなどの、徹底した管理が必要になってくるので、やはり技術が必要なの



本部町にこのほどオープンした直営店「もとぶ牧場」



みごとにサシが入ったもとぶ牛。上はもとぶ牛盛り合わせDX (4,500円)



牛糞とおが粉を混ぜたたい肥は、すでに商品化されている



ビール工場から直送されてきたビール粕(上)と、配合飼料を混ぜて発酵させた飼料(下)

です。そこを我々も極めないといけないところなのですが、過去にいろいろな賞を受賞することができ、牧場のスタッフもとても喜んでいました。これからずっとナンバードワンを目指したいですね」

子牛の生産高であり、これまたよく知られたことだが、沖縄の子牛の多くは県外に出荷され、各地の名産牛として肥育されることになる。県内での肥育は、石垣牛がブランドとしてはかなり有名になってはいるが、まだまだ規模的には小さいのだ。

「もとぶ牧場では、子牛は沖縄全体の市場から幅広く集めています。だいたい月に100頭くらいですかね。私たちがやって

いる大規模な牛の肥育産業がひとつの成功例となれば、県内各地で将来的にはこれが沖縄の産業のひとつになるのも可能なことかなと思います」

ブランド力のアップを図り、もとぶを全国にアピール

現在、肥育している牛は、約95%が県外出荷で、県内で消費されているのはわずか

5%だけだという。

「県外出荷は、伊藤ハムさんに一回お出しして、そこから全国各地の量販店へ販売するという形をとっています。沖縄にはもともと黒毛和牛を食べる習慣がなかったのですが、この数値はしようがないかなとも思うのですが、これからは、沖縄で生まれ、沖縄で育った上質の県産黒毛和牛の味を、県民の皆さんにも味わっていただきたいですね。現在、琉球ジャスコさんの精肉売り場で販売してもらっています」

もとぶ牛の魅力をもっと知ってもらうには、多くの消費者の目に止まるように工夫し、そのブランド力をアピールしていかななくてはならない。そこで、今年5月、本部町のほぼど真ん中にある町の産業支援センター「アジマーもとぶ」の1階に直営の店舗「焼肉もとぶ牧場」をオープンした。ここでは、鉄板焼スタイルをメインに、もとぶ牛のサーロイン、フィレ、モモ肉、ハンバーグ、ソーセージなどが食べられる。

「本部町といえば、美ら海水族館ですが、最近はその帰りにお店に寄ってくれる観光客も増えてきました。今後は、できれば那覇などにも店舗を増やして、沖縄県内のお客さんにたくさん来ていただきたいと思っています」

目指すは、もとぶ牛のさらなるブランドアップだ。ブランド力を高めるため、店舗展開以外に、レンタカー協会に加入してパンフレットを置かせてもらったり、旅行代理店にツアーを呼び込むような宣伝をかけたりしているという。

「美ら海水族館があるとはいえ、沖縄県外ではまだまだ『本部』の知名度は低いので、関東のある量販店さんでは、『琉球もとぶ牛』というネーミングで販売されている例もあります。東京・六本木に堺正章さんがプロデュースしているお店があって、あちらでも取り扱っていたいと思いますが、けっこうそこから、もとぶ牛の情報を発信してくれているので、それも大きな宣伝効果かなと思います」

地元のビール粕を飼料に、軟らかく甘い肉質を誇る沖縄生まれ、沖縄育ちの上質な黒毛和牛。牧場で作られるたい肥も地元で循環させる、エコロジーな循環型農業として、これからはますます注目を浴びそうだ。

5段広告 (166×240)

顧客満足度を最優先に 沖縄の黒糖でさまざまな商品を開発

株式会社黒糖本舗垣乃花
シュガーソルト垣乃花株式会社
代表取締役 垣花兼一さん

創業35年を迎える(株)黒糖本舗垣乃花。沖縄の黒糖にこだわり、その可能性を追求し、新たな商品開発で市場を開くパイオニアでもある。垣花兼一社長に、その経営理念などをうかがった。

——お父様が創業し、社長は二代目ですが、それは規定路線ではなかったそうですね。移住を目指し、アマソンのマナウスで入植地も決まっていたが、ヘルニアで腰を傷めて断念。家業の黒糖を兄弟が誰も継ぎ、長男の私にやらざるを得なくなり、当時やることもなくアルバイト感覚で黒糖業界に入りました。

あのころの加工黒糖業界は家業のレベルで、将来性が見出せる状況ではありませんでした。2、3年くらいは辞めることばかりを考えていました。幼い娘を病気で亡くして失意の中で出会ったある宗教で、「世の中に偶然はない、すべてが必然である。思ったことは実現する」となどの心の法則、成功法則を学びました。そのとき、ならば自分は黒糖業界で家業を企業化し、全国展開しようと思えたのです。失

意の中で出会った「思ったことは実現する」の言葉だけが私の支えでした。

——新しい気持ちで事業に取り組みようになったとき、最初に行ったことは何ですか。それまでは観光業界だけが対象だったので、外的要因に左右されやすく不安定だったので、県内スーパーにも出荷し始めたんです。次に県外出荷。まずは産業まつりに出展し、そこでいろいろな人に出会い、工業連合会などの支えも受けて県外物産展にも出展するなど、販路を広げました。

——現在、商品のアイテム数はどれくらいあるのですか。だいたい50くらいですが、基本は無添加、無着色にこだわった沖縄の黒糖です。また、お客さんからのリクエストに応じて商品開発を行ううちに、くるみ黒糖やブルーベリー黒糖など、新しい商品も増えていきました。5、6年前からの傾向ですね。



垣花兼一(かきのはな・けんいち)さん
1958年生まれ。1987(昭和62)年に父が経営する垣花商事に入社。89年(平成元年)、法人化とともに代表取締役に就任。本土への営業展開を本格化。2002(平成14)年、うるま市へ工場を建設。04年に株式会社組織変更。08年、グループ会社のシュガーソルト垣乃花を設立。
株式会社黒糖本舗垣乃花 www.kakinohana.co.jp/
■本社 〒901-2126 沖縄県浦添市宮城6-4-15
TEL:098-877-1135(代)
シュガーソルト垣乃花株式会社
■ 〒904-2234 沖縄県うるま市字州崎12-18

——御社の魅力商品のひとつに黒糖シロップがありますね。

コープおきなわさんと、沖縄のさとうきびから採れた原材料だけを使用したシロップを共同開発しようということになり、約3年前に第1号が完成しました。

当初は、水飴を使わなければ結晶しやすくと抵抗したのですが、コープさんから「結晶してもかまわない。添加物を切使わないシロップを」と切り返されて、断れなくなりました(笑)。温度、水との配合など、いろいろな条件を組み合わせてデータを取り、本当に何度も実験を繰り返しました。3年前に完成したものの満足度はまだ95%くらいで、あれから研究を重ね、昨年末に、まったく結晶しないシロップを作ることに成功したんです。

これによって黒糖市場が飛躍的に伸びていくことを期待しています。例えば、ジーマーミ豆腐などに添える小袋入りの商品にしたら、今年の夏は約7万個売れたんです。その他の商品と組み合わせるなどしたら、さらに販路が広がるはずですよ。

顧客満足度が高ければ、ブームには左右されない

——事業を大きくする過程で、気をつけたことはなんですか。

沖縄ブームの始まりで業績は二気に伸びたのですが、実はそのときはまだ品質面では十分ではなかったんです。商品にカビが出て回収したり、社長に管理能力がないからクレームが減らないといわれたり、非常に悔しい思いをしました。そこで新工場を建設し、専門家に毎月来てもらって徹底した品質管理に取り組み、外部監査も入れるなど、システムを構築していったんです。ブームで他社がどんどん業績を伸ばしていたところに、私は営業もせず、ブームが終わってからの勝負だとして、自分にも周りにも言い聞かせて、とにかくお客様に満足していただける品質を保つシステムづくりに重点を置きました。だからこそ、沖縄ブームが去った今でも、ブームのころと同じ実績を残せているの



苦心の末誕生した黒糖シロップ。今後期待の商品だ

だと自負しています。

——御社の膨張と成長とは違います。膨張は外的要因によってただ売上が上がることで、成長は社員そろって二歩一歩レベルを上げること。膨張するからリストラしなければならないんです。二歩一歩成長していけば、多少の不況は乗り越えられます。

——御社の商品ラインナップをみると、いわゆる多品種少量生産的な製造業ともいえませんが、それに合った生産方法を特別に組まれているのですか。

大型の機械を入れずに、いくつかの生産ラインを持ち、各ラインがいつでも別商品に切り替えられるような体制を取っています。それぞれが独立して原料仕入から製造、出荷までを行い、月に1回は改善会議も行います。どこをどう改善したかを発表し合うのです。改善の基本は、探すムダ、考えるムダ、移動のムダ、積み替えのムダ、在庫のムダなど、7つのムダを省くことです。

また、私は長時間労働を認めないんです。時間内の生産効率を追求してほしいから。

——御社には女性社員が多く、取締役も女性がおふたり。女性登用における社長の考えをお聞かせください。

私たちがここまでこれたのも女性のおかげです。現在、正社員16人、パートさんが35人ほどで、その8割が女性です。女性は基本的に素直で真面目。その資質を活かしてもらっています。

女性の重職登用で一番大変だったのは、意識を変えることでした。組織は男性が仕切り、

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。

将を射んと欲すればまず馬を射よ 香港国際食品飲料見本市の効果的な使い方とは？

【香港】

8月12日から16日までの期間、「香港美食博覧2009」(フードエキスポ)が開催されました。沖縄からは琉球黒糖株式会社と沖縄ハム総合食品株式会社が出席しましたが、この2社の取り組みは今後の食品・飲料製造業界の海外展開のモデルとなる事例なので、その成功の舞台裏を少しご紹介します。

フードエキスポはアジア最大級の国際食品・飲料見本市で、今年も来場者数が過去最高の35万人(前年比15%増)、展示即売を行った出展企業の売上は前年比20~30%増と大盛況。当地では既に景気回復の兆しが見えています。

フードエキスポは、商談会やマッチングに限定した「トレードホール」、来場者への展示即売を中心とした「パブリックホール」に分かれています。これまで産業振興公社では、県や物産公社とともに「トレードホール」へ沖縄ブースを確保し、多くの県内企業の皆様へマッチングの場を提供してきました。ところが、この2社は、今回は公的支援を一切受けずに「パブリックホール」での商品販売を成し得たのです。

海外取引に際しては様々なリスクが想定されますが、その中でも代金決済や契約



沖縄にとって、香港は身近で魅力的な海外市場

の履行、品物の品質、受渡等に関する信用リスクは、輸出者にとって最も関心の高い部分です。この2企業は、県、産業振興公社、物産公社の各種支援制度を活用して、まずマーケティング調査及び有望商品の絞り込みを行い、次の段階で商談会・マッチングサービスの場で現地サプライヤーに商品を紹介し、次いで信用リスクマネージメントを行っています。これにより商品取引が開始されますが、市場に浸透させるためにはその後のフォローが最も重要で、今回の2社は、社員の長期派遣により一定期間の営業活動を継続し、販路の拡大、現地ネットワークの構築に取り組みんでいます。この一連の取り組みを2、3年の間に実施した結果、現地サプライヤーとの強固な信頼関係が構築され、何と、今回の「パブリックホール」への出展も現地サプライヤーが独自に費用を払って出展したという経緯なのです。

中国大陸のゲートウェイと言われる香港。人口約700万人に加え、深セン市、珠海市、マカオ特別行政区などの珠江デルタ地区を合わせると約1700万人、その後ろには1億人を超える広東省市場が控えています。沖縄から直行便でわずか2時間半の場所に、これだけの魅力的な市場が待っています。

「将(中国)を射んと欲すれば先ず馬(香港)を射よ」。香港事務所では、多くの企業の皆様に事務所を活用して頂き、海外販路拡大のお手伝いをさせて頂きたいと考えておりますので、どうぞ、お気軽に「」連絡下さい。(メールアドレス: okinawa@hk.ntt.net)

女性は男性の後ろに、という発想を捨てさせ、女性でも男に負けたくないという意識を植え付けなければいけません。私はセミナーにも一緒に行き、車に載っているときでも、どんなときでも「女性は男性には負けたくないぞ」と、ずっと吹き込み続けています(笑)。

それ以外にも、社員のやる気を引き出す接し方を取られているのですか。

会社の業績を良くするためにはシステムをきちっとつくること。それができれば、社員もやる気になります。結果が出れば、達成感も増えますし、それを還元することもできます。放ついてもやる気は出ます。

私自身のやる気の素は、従業員との一体感。どんなに利益が出ても、人間は一人では生きていけませんから、理解し合えるだれかがいないと頑張れないんです。そういう社員を二人でも



取締役として社長を支える宮城ひとみさん(左)と上原忍さん

多く育てていくというのが、私の頑張りの源です。私は会社を大きくするのは、優先順にお客さん満足、社員満足、社長満足です。そのためには、アメリカ的経営ではなく、人を大事にする、私の思うところの日本の経営を目指しています。

ありがとうございました。

サイドテーブル

不況下にあっても「垣乃花」の商品は売れている。その要因は、垣花社長の揺るぎのない哲学と「思いは必ず実現する」という信念にある。黒糖ひとすじを貫きながら革新的に新商品を開発、本土市場へも進出した。今、注目の「黒糖シロップ」は3年もの歳月をかけた飽くなき努力の結晶だ。品質には徹底的にこだわり科学的な管理システムを確立した。背景には、顧客満足度の追求がある。

女性社員が多いのはその特性の有効活用から。ノー残業を方針に現場と一緒に、自分の価値観をあらゆる機会を捉えて徹底的にコミュニケーションしている。社長の価値観に共感した社員たちの生き生きとした働きぶりが当社の独自性となって「垣乃花ブランド」を形成した。社長自身のやる気の源泉は「従業員との一体感」と聞き感動した。垣花社長をして経営者のあるべき姿を垣間見ることができた。感謝。

沖縄県産業振興公社
中小企業支援センター

谷津 和徳

JC全国大会沖縄大会が 開催されます! 10/15~18

(社)日本青年会議所の第58回全国会員大会が、「やさしくあるためにつよくあれ!」をテーマに那覇市で10月15日~18日に開催されます。現在の安里会頭は本県から初めて選出された会頭であり、また、同大会が本県で開催されるのは初めてのこと。

期間中に会員約2万人が来県すると見込まれていますが、一般の方向けのイベントがありますので、是非ご参加ください。

★「観光ホスピタリティ事業」
「オールOKINAWAクリーンアップ」
10月12日(月)祝日
9:00~11:00
集合場所:県庁前県民広場

★「JCちゃんぶる~フェスタ」
10月17日(土)・18日(日)
典武山運動公園野球場
沖縄の物産や伝統芸能、県外・国外の物産や伝統芸能を一堂に会し、互いを知り、互いを尊重しあえる関係を築く事業。
出演:伝統芸能部門/よさこい踊り、阿波踊り、ほにや、エイサー隊等など。ミュージシャン部門/May J,嵐先輩,NAWII,グリーンピース等など
※同時開催:琉球ティーンズミュージックフェスティバル

★「万国津梁の灯火」
11月22日(日)(予定)
首里城
7,000個のキャンドルで首里城を灯し、各々の地球愛について考えていただく事業。

厳しい時代は、オール沖縄で乗り切ろう。 地元を愛され、地域に貢献できる企業を目指す。

オリオンビール株式会社 代表取締役社長 嘉手苺義男さん

県内の製造業のトップを担う
オリオンビール株式会社の新社長に、
去る6月に就任した嘉手苺義男氏。
戦後沖縄の復興を担い、
地元への社会貢献を社是とする同社の
沖縄に対する熱い思いと今後の抱負を、
嘉手苺社長に語っていただいた。

—オリオンビールは、戦後沖縄の経済復興を担ってきた県内大手の製造業ですね。現在、沖縄における御社の役割などをどのようにお考えになっていますか。

1957年に具志堅宗精翁が創立したオリオンビールは、戦争で灰燼と帰した沖縄で、県民から資本を募った県民資本の企業です。創業当初の資本金が5000万円(41万6千600ドル)だった会社が現在では、総資産

で200倍以上に成長しています。これは、県民の支えと先人たちの弛まぬ努力によって培われてきたものです。

現在は年間約210億円の売上がありますが、これくらいは企業になりますと、雇用効果はもうろん、県内での経済誘発効果も大きくなります。例えば、ラベルや王冠の発注、CM、金融、社員の保険など、商品や企業に関連するさまざまな経済効果が沖縄県内のほかの企業にも波及するわけです。

また、現在オリオンビールは県外や海外に総売上の約8%程度を出荷しています。本土のみならず、台湾や香港、アメリカなどに輸出しており、こうして外から得た利益は、沖縄の県益にもつながります。

このように、オリオンビールの存在は、沖縄の雇用や経済効果にも大きく寄与していると自負しております。そのことを、多くの沖縄県民にご理解いただき、よりいっそう応援していただきたいと思います。

常に地域貢献を考える

—常に、地元への貢献を意識されているのですか。

私は「地元で売れないビールはどこでも売れないよ」と、社員にいつもいいます。県民の皆さんに飲んでいただいていたそのオリオンビールであり、地元で愛されているからこそ、私たちは自信を持って県外や海外に出荷することができているのです。

ですから、我々の経営理念として第二に、県民に対する「報恩感謝」を挙げています。さらに、県内企業との良い意味での競争と協調を重んじる「共存共栄」、利益の一部は社会へ還元するという社会的責務を担う「地域社会への貢献」、さらには、「文化への寄与」を、理念に

掲げています。

—確かに、いろいろな社会事業、イベントなどにも、貢献していらっしゃいますね。

県内の大きな祭り、またはマラソンや離島のトライアスロン、草野球(オリオンスーパーベースボール)などのスポーツイベントなどにも協力しておりますし、コマーシャルにもエイサーを取り上げたり、地元のタレントを使ったり、あと、祭りにも地元のミュージシャンに出会いたくというふうに、常に地元を応援しております。

我が社の定款には、「利益の一部は有益なる事業へ使うことができる」と唱っています。分かりやすくいえば、企業が儲かっても自分だけのものじゃない、沖縄の有益な事業には還元すると書いてあるのです。

—地域社会への貢献といえば、「花の国際交流事業」をきっかけに、社長はポリビア共和国の名譽領事に就任されています。

今から、23年前、オリオンビールの創立30周年事業として始まった「花の国際交流事業」は、これまで我が社が行った地域貢献の中でも大きなものだったと思います。ハワイと南米のブラジル・ポリビア・ペルー・アルゼンチン、計5か国の県人会にもご協力いただき、花・人・文化の3つを柱に行った花の国際交流です。各国から亜熱帯果木の種を集め、130万本を県内で配りました。今、各地で咲いているトックリキワタやイペー、ゴールデンシャワー、ブルメリア、アラマンダ、ジャカランダなどは、みんな23年前に苗木から育てて配付したものなんです。

初年度に1億円の予算をかけ、その後も育てるために毎年1千万円、15年かけてフォローし続けました。15年で終了したのは、これらの花々の種がたくさんできるようになったから。トータルで億5千万円を費やして、美しい花々を増やしたのです。

その花々は、観光客にも強い印象を残す観光資源となっています。今から23年前に始まり、15年かけて各地に定着させましたから、沖縄の子ともたちも、これらの花々が地元のものだと思っっている子は多いかもしれませんね。余談ですが、花がたくさん咲くところでは、子どもたちはけんかをしないそうです。情操教育にも役立つというように、うれしいですね。

実は、私はこの事業の提案者で、実行委員長だったんです。昨年の10月には、沖縄タイムスカ



嘉手苺義男(かでかる よしお)さん
1971年、オリオンビール株式会社入社、31歳から10年間、創業者の具志堅宗精氏秘書を務めたのち、取締役営業部長を経て97年専務、2001年専務、03年から副社長を歴任、09年、代表取締役社長に就任した。
オリオンビール株式会社
〒901-2551 沖縄県浦添市字城間1985番地の1
TEL.098-877-1133
<http://www.orionbeer.co.jp/>

赤嶺梨奈

沖繩を語る。

表紙グラビアインタビュー

9月に発売されたオリオンビールの新商品「オリオンゼロライフ」のイメージキャラクターに抜擢された赤嶺梨奈さん。高校時代から地元沖繩でモデルとして活動していたが、21歳の時にプロのモデルを目指して上京。今はCMを始め、雑誌や広告、ショーなどで活躍している。

「映像の仕事は、感情や表情を表現することを要求されるケースが多いので、1年半前から演技のレッスンも受けています」

今年に入ってからプロモーションビデオやCMなど、映像の仕事も増えてきて活躍の場が広がっているそう。演技の修行に磨きをかけ、ゆくゆくは女優にもチャレンジしてみたいと夢を語る。

沖繩でもモデルはやってきたことがあるが、いざ夢を抱いて東京へ出ると、ほかのモデルたちのプロ意識に驚いたという。「沖繩にいたころが部活動な

ら、東京ではビジネス。「私はモデルを仕事にしています」と自信を持って言う先輩たちの強いプロ意識を見せられ、身が引き締まりました。食生活や運動などの健康管理に気を配るのはもちろん、先輩たちの撮影風景を見ながら、周りに対しての気の配り方など、勉強になることはたくさんあります。モデルはただちやほやされる存在ではなく、現場をみんなで作り上げていく一人なんだと、常に意識するようにになりました」

プロ意識に圧倒されながらも、自らを磨き続けてきた。モデルとして3年たった今、ようやく冷静に仕事と向き合えるようになったという。「今、自分に何が要求されているのか、現場でもよく感じられるようになりました。だからこそ、もっと演技の勉強もしなくては」

オリオンゼロライフのCMの話がきたときは、「沖繩の仕事ができることが本当にありがたくて、うれしかった」のだそう。

「東京に住むようになって、里帰りするたびに、沖繩ってこんなに居心地が良いところだったんだなあと気づかされます。私はいいところに生まれ育ったんだなあって実感しています」

東京では、テレビで沖繩の風景や音楽が流れるだけで心地よくなる。本島北部の海でジューンが泳ぐ映像には涙も出てきた。沖繩を離れたからこそ、沖繩のことについていろいろ考えるようになった。「海の底の砂漠化が気になる。これは私たちが守っていかなくてはならないじゃん」と思うようにもなりました。沖繩を離れたことで、恋しいからよけいに沖繩が見えてきた。それは実感しています。たぶん、地元はずっといたら、こんなにかえなかったと思います」

3年間離れていただけで、自宅近くの浜辺はその表情を少し変えた。海はいつまでも美しいままであってほしい。ほかにも、言葉ではうまくいえないが、沖繩には失ってはいけないものがたくさんあるように感じるようになったのだという。

「そういう意味では離れてよかったのかも、と思えるようになった。沖繩は私の原点。東京に住んでいても、沖繩があるから、ああ、今日も仕事頑張ろうという、心の支えになっっています」



赤嶺梨奈(あかみね・りな)
1983年那覇市生まれ。専門学校に通いながら、地元でもモデル活動をしてきたが、21歳のときにプロを目指して単身上京。現在は東京を拠点に、雑誌や広告、ファッションショー、CMなど、活動の幅を広げている。将来は女優にもチャレンジしたいと、現在演技も勉強中。この夏は、地元のオリオンビール新商品「オリオンゼロライフ」イメージキャラクターにも抜擢され、テレビCMにも出演中。

「東京には約600店の沖繩料理店があり、そこへの出荷は毎年拡大しています。名古屋、大阪も好調です。さらに販路を広げたいと思っています。ちなみに今年8月までの前年比は全社で114%と、目標の104%を上回る好調さです。」

ら地域貢献賞をいただきました。
維持現状、即是落伍

— 今後のオリオンビールの展望をお聞かせください。

— オリオンリッチ、あるいはオリオンゼロライフなど、次々と新商品も発表されていますね。

— 私たちのような企業は開発能力がなくてはないですね。昨今は発泡酒や新ジャンルなどが出て、その展開が早い。今度出たゼロライフにしても、2年間かけて商品化したんです。そういう新商品を次から次へと準備するのは今の時代、現状維持では会社は潰れてしまいます。中国の諺にもあるんですよ、「維持現状、即是落伍」というのが。

— 常には自分たちの会社には何ができるか、アンテナを張り巡らせる人材が必要なのですね。

— おっしゃるとおり、優秀な人材がアンテナとなって、飛び交っている情報を取捨選択し、ろ過し、いかに会社に活かせるか、これも大事ですね。

— アンテナの話が出たので、創業者の具志堅宗精氏のことを思い出したのですが、あの人は、一緒に車に乗っていても、「あそこにビール箱が転がっている」というんです。私には見えなかったのに、あの人には見える。

— 見ようと思っっているから見えるわけ、それをまた拾いに行くんです。これが大事なはずですね。必要な情報は、集めようと思わないと集まらないんです。

— 人材育成には、どういったところを重視していらっしゃいますか。

— 百聞は一見にしかずといいますが、とにかく、いろいろなところを見るのが一番大事です。10月には香港の市場視察に社員を派遣しますし、このあいだも、ドイツに社員を動かしました。

— 勉強しに行きたい人にはチャンスを与えるようにしています。彼らがそこで学んだことが、将来的には資産になるわけですから。人材は形のない資産です。

— この厳しい経済情勢を乗り越えるために、県内企業には何が求められているのでしょうか。

— やはり、オール沖繩でもって、お互い支援し合っていくことが一番大事なのではないでしょうか。130万県民の経済圏は小さいので、1企業の実力だけでは厳しいときもあります。オール沖繩でやらないと、沖繩の産業は育ちにくいのではないのでしょうか。

— そのためには、地元で愛される商品開発、あるいは企業運営が重要ですね。

— まずは地元の人に喜んでほしい、会社の収益が上がれば、それを地元に戻していく姿勢は大切だと思います。どんな大手企業も最初は小さな商いから成長していったはず。夢と希望をもつて、あきらめないで頑張っていく。毎年1歩1歩前進するしかなく、そのためには愛される企業になり、ユイマール精神で周りと協力し、支え合っ、お互いに頑張っていくしかないですね。

— 地場産業を、地元で応援するムードも盛り上げたいものですね。

— そうです。やがて産業まつりがありますが、その時期にはどの学校でも、1時間でもいいから「沖繩の産業」の話をしてほしいですね。県産品の売上を現状の1%増やすことによつて、沖繩には何百億円の利益が出るとか、沖繩の産業にはどういふものがあるとか、そういう機会を作ってもらいたいです。若いうちから、沖繩の地場産業について、少しでも知る機会を持たせてほしいと切に願っています。

— ありがとうございます。

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。

「紅豚」を生産から加工・販売まで管理 トレーサビリティの充実で顧客も満足



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

してもらい、紅豚の付加価値を理解していただけるように扱ってまいりました」
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システムを導入。購入した肉がどこかの農場で育てられ、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。

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かんじゅう。
「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割は工場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、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つて、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、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だと思います」
創業7年。当初は苦勞の連続だったそうだが、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、マーケティングを東京に絞った。

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



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

「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」

FTZにキャンピングカー進出 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/>

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、保税地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」

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度ぐ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きます」
また、ウインドウの部分特殊な作りになり、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



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

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ります。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くことを考えている。
「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お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トイファクトリー。さらなる期待がつのる。

渡名喜(となぎ)は美しい島です。フクギ並木にすっぽりと包まれた集落。その全体像を高い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出来ます。丘を散策するとカラ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までもありません。那覇から60km、島周12.5km、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り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。



照屋隆司 テるもり しろ
(有)開発屋ていきん代表取締役、食品・生物資源産業界分野の技術系コンサルタント、酒造会社・果糖業試験場(株)のココを経て2019年より現職。
(財)沖縄産業振興公社専門コーディネーターを兼任。(法)国立沖縄産業研究所認定員。(社)日本産業界センター協会資格登録・産業界センター・カンセツイングループ・キャリアアオアシス(株)主宰。

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

ビバ！ウチなーむん
Viva! Okinawan

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、涼しくなると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、



キャラメルのような甘い香りが、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。

なつかしいのに、新しい
〜マルキヨ製菓の紅芋パイ〜



黒糖アガラーサーやサターアンダギーなどを製造し、どれも素材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%

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……」

高すぎて非現実という意見も多く、実行するにして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どころか、2006年時点でプラス6.2%になっているとの事である。これには目標が

大多数でしょうか。私とは言ううと、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とは出来るだけ実行していきなす。温暖化していないとしても温暖化対策とされていること



徳本 孝寛
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。

ヒット商品開発秘話

沖縄ちゅらサウンズ、モバけん…… 話題のケータイサイト発信中

～ゆいワークス株式会社～



沖縄のミュージシャンの楽曲はもちろん、県出身のタレントの声やエイサーの音、ゆいレールの車内チャイム、やぎやザトウクジラの泣き声など、沖縄にまつわるさまざまな音を発信するケータイサイト「沖縄ちゅらサウンズ」。ユニークなものでは、那覇市と連携して市立小中学校の校歌までダウンロードできる。歌は実際に学校へ出向いて、子どもたちに歌ってもらっているのだ。

このユニークなサイトを企画・運営しているのは、ゆいワークス株式会社(山城加寿社長)。サイトを立ち上げたのは4年ほど前で、すでに地元音楽誌が同じようなサービスを先行していたのだが、『沖縄ちゅらサウンズ』はダウンロードできる曲数の多さと、国内の携帯電話キャリア(通信サービスを提供する会社)ならどの機種からでもアクセスできるという利便性が評価され、あつという間に利用者を増やしていった。



大城健取締役専務

同社の大城健取締役専務は、当時を次のように振り返る。「全キャリアの携帯電話に対応したというのが、他社との大きな違いとなりました。特に、ド

ゆいワークスが2年ほど前から始めた『モバけん』は、今や『沖縄ちゅらサウンズ』を抜いて月間300万PV(ページビュー)、7千500人が会員登録しているという人気サイトだ。これは一言でいえば、沖縄限定地域密着型の無料コミュニケーションサイト。このページにアクセスしてくる人たちの地域の話、趣味の話、その他もろもろのエピソードを通して、学校や会社とはまた違った空間で、友達づくりができるというのが、受けている理由らしい。いわゆる出会い系でももちろんない。例えば、同じ趣味を持つ人と知り合いになりたい人もいるだろうし、単身赴任で沖縄に来たが会社関係以外にもプライベートと一緒に楽し

める仲間たちがほしい、転勤で夫と一緒に沖縄に来たけれどいろいろ習慣が違うのでアドバイスがほしい……、そういう感じでアクセスしてくる人も少なくないという。

チャレンジしないことが失敗よりも怖い

さまざまなヒットサイトを立ち上げているゆいワークス。ほかにも、沖縄市観光協会の全島エイサーのサイトをつくったり、シークワサーの販売サイトの立ち上げを手伝ったり、モバイルを使っていろいろなることを仕事にしている。

「ITというと、何やら専門的な感じがしますが、私たちがやっているのは、音楽や芸能、県産品などの商品を盛るお皿づくり。中身(コンテンツ)がなければ、私たちがだけでは何もできません。だから、たくさんの人たちからアイデアや専門の技術コンテンツを出してもらい、複数の知恵と財産を持ち寄っていいものを生み出していくというビジネススタイルです」

それでも、『沖縄ちゅらサウンズ』や『モバけん』のように、常にヒットばかり飛ばしているわけではないと大城専務はいう。

「度合いにもよりますが、失敗してもいいと思うんです。次の成功で取り返せると思える会社でありたいですね。失敗を怖れて、チャレンジしないほうが、うちの様な会社では一番怖いです」

映像、小説、コミック……コンテンツはまだ埋もれている。詳しくはいえないが、今年中にはまた新たなサイトがお目見えする予定だという。ゆいワークスは、いろいろな形で、常に『沖縄』を発信し続けている。

『ちゅら』を上回る『モバけん』の勢い

現在でも『沖縄ちゅらサウンズ』には、全国から毎月2〜3万人がアクセスしている。もちろん、収録曲も、その他の沖縄の音もどんどん増えている。

「離島活性化総合支援モデル事業」

平成21年度 採択企業のご紹介

当公社では、平成20年度より、離島地域を活性化しようとする方を継続的に支援し、具体的な成果をだすことをコンセプトとした「離島活性化総合支援モデル事業」を実施しています。同事業は、離島地域で、新商品やサービスの開発、販売を目指す事業者様に対して、事業計画のブラッシュアップから試作品の開発、販路開拓まで専門

家によるハンズオン支援を通じてお手伝いをするほか、採択された事業者様に、専門家派遣の謝金および旅費、セミナー、ワークショップ、先進地視察の旅費などを助成します。事業実施期間は、平成20年度から23年度。事業終了後も関係機関と連携してサポートします。

先般、平成21年度の採択企業として4企業(団体)が下記のとおり決定いたしました。前年度採択事業は、「民泊体験の活用システム構築および特産品販売(伊江島観光協会)」 「石垣島カーボンマイナスイオン商品化事業(石垣市商工会)」 「南大東島産海産物を活かした特産品開発・販売(南大東村漁業組合)」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。



株式会社あかばな工房宮古島



有限会社サンシャトウ



石垣島マリトレジャー協同組合



与那国町漁業協同組合

なんでも 経営相談

昔とくらべ、クレームが増え対応が大変です。顧客の期待が変化したのでしょうか。現代のクレーム対応の取り組みポイントを教えてください。

A 「顧客の商品の価値はモノからモノ+生活へと変化しました。顧客は自身の生活に商品を反応させ不満や満足を感じたりしています。インターネット等により企業と消費者の情報差も縮まり顧客が意見を言いやすい環境になりました。対応者はこれまで以上に伝え合いのスキルが求められます。クレーム対応のプロセスは①受容的態度で接する②聴く③訊く③

謝罪する④説明し納得を得る⑤感謝するが基本です。①②③で顧客のマイナスの感情を外に逃してあげることで冷静になり対応者の説明をきく準備ができます。対応者が会社都合の言い訳や正論を振りかざしても、顧客はきく耳を持ちません。中立的な観点から落ち着いて対応しましょう。

クレーム対応には、相手の生活環境や気持ちを想像する共感力はもちろんのこと、私がお客様からも共感されることが重要と考えています。顧客は接遇や受け答えから仕事に対する情熱を無意識に感じ、この人が言うのならと提案を受け入れます。「共感の輪」ができたらクレーム客は有力な固定客になります。ですから、クレーム対応はコストではなく販売活動です。クレーム情報は、担当者レベルで解決したとしても、そこで問題を終わらせず、アルバイトから社長まで情報を共有することが大切です。共有化は会社の顧客態度の

方向性を統一化させます。クレームからお客様の満足度や商品の改良のポイント、対応の問題点が見えてきます。クレーム再発の芽を早めに摘み取ることもつながるでしょう。クレーム防止に情報技術を使用したシステムの導入もいのですが、基本的な対応の標準化、他部署との連携、迅速な対応のための権限委譲、顧客に目を向けた職場風土づくり、クレーム対応者が安心して対応できるコミュニケーションの環境づくりを考えてみてはいかがでしょうか。

田中幸子(たみなと はなこ)
コミュニケーショントレーナー
090-1369-7376
cafe_hanako@nifty.com

女子栄養大学短期大学部卒業 都内県内ホテル百貨店にて現場対応からマネジメントまで様々な業務を経験後、2000年からコミュニケーショントレーナー、沖縄県産業振興公社登録専門家、日本報道相センター会員

<p>株式会社あかばな工房宮古島 代表取締役 平良 毅</p> <p>ビジネスプラン名:「宮古島品種さとうきびを原料とする「さとうきびリキュール」製造販売」</p> <p>事業概要 宮古島固有品種のさとうきびを泡盛に漬けた「サトウキビ酒」を地元メーカー沖の光酒造と提携し商品化を行う。若年女性や観光客のカクテル等の需要に対応し、県内のホテル・レストラン・バー、段階的に県外のホテルへ拡販を行う。泡盛の新たな需要創造とサトウキビの活用方法の拡大につながる。</p>
<p>有限会社サンシャトウ 代表者 今村 祥</p> <p>ビジネスプラン名:「石垣の月桃と石垣の塩などを活用したアロマ化粧品製造事業」</p> <p>事業概要 石垣島の天然資源である月桃、石垣の塩、牛脂などを利用した化粧品や石鹸などを生産する。本事業により石垣発の化粧品や石鹸の生産・販売と休耕地や廃棄物(牛脂、商品化できない塩)の有効活用が期待できる。</p>
<p>石垣島マリトレジャー協同組合 代表理事 屋良部 守</p> <p>ビジネスプラン名:「マリトレジャーにおけるワンストップサービス事業化」</p> <p>事業概要 島内のマリトレジャー事業者が協同組合をつくり、レジャーメニューの充実による観光客の利便性やサービスの向上、協同化により観光客の受入力を高めることを行う。石垣島ブランドプロジェクトを構成する活動のひとつでありブランド力向上への寄与が期待できる。</p>
<p>与那国町漁業協同組合 組合長 上地 常夫</p> <p>ビジネスプラン名:「未利用資源活用事業(海産物)」</p> <p>事業概要 カジキを主材料とした、既存商品(カジキのカンダイイコ)をリニューアルし、与那国の天然資源を活かした高付加価値商品の開発と新商品の開発を目標とする。観光客や島内居住者の島外への贈答品需要や、島外への拡販を行う。</p>

10月17日は、沖縄そばの日

10月17日は、「沖縄そばの日」。沖縄生麺協同組合では、沖縄そばの消費拡大などを目的にシンポジウムを開催します。

「沖縄そばの日」記念シンポジウム
日時/10月17日(土)17時~
会場/県立博物館・美術館・講堂
テーマ/「いまどきの沖縄そば、これからの沖縄そば」

基調講演/仲間勇栄氏(琉球大学農学部教授、平川宗隆氏(沖縄博物館友の会会長)
パネリスト/カスシヨシ
安次富順子氏(沖縄調理師専門学校校長)、平敷徹男氏(琉球大学観光学部学部長、土肥健一氏(株)サン食品社長、嘉手劫学氏(ラ)

タブロイド刊
「沖縄ペンチャースタジオ」21号
2009年10月9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)アドスタッフ情報堂
☎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
「情報誌について」の件名を入れて送信して下さい。

ライター/田崎駿氏(沖縄・奄美スロフード協会の会長)
※無料、参加者に沖縄そばに関する冊子をプレゼント!

沖縄生麺協同組合では、上記の他、JIC沖縄大会記念事業(10月16日)において沖縄そば1千食を無償提供する予定です。また、10月12日、17日にかけて琉球放送ラジオ及びラジオ沖縄で沖縄そばに関する番組も放送される予定です。