



田丸麻紀さん

*Tamaru Maaki*

インタビュー  
沖縄を語る

撮影の時には、沖縄の土地柄にも人柄にも助けられました。ありがとうございますという気持ちがとても強いですね。

沖縄を舞台にした映画「アコークロー」に主演

P5

特集

やんばる・地域ブランドへの取り組み

## 今帰仁アグーの挑戦

農業生産法人 (有)今帰仁アグー 代表取締役 高田勝さん

P2

### Line up

- 【特集】やんばる・地域ブランドへの取り組み 今帰仁アグーの挑戦……………p2
- 【オピニオンリーダーに聞く】日銀那覇支店長・曾我野秀彦さん……………p4
- 【表紙インタビュー】新作映画、琉球奇譚「アコークロー」主演の田丸麻紀さん……………p5
- 【仕事創造人】県内のすべての船の修理を／新糸満造船所・松浦快奏社長……………p6
- 【企業訪問】(株)オーディフ、マインドラボ、(有)琉球酥本舗……………p8
- 【トピックス】竹虎に学ぶ売れるネットショップの秘訣……………p10
- 【情報】OVSニュース……………p11



QRコードから、会社の携帯用HPの情報を入手できます。



やんばる・地域ブランドへの取り組み

# 今帰仁アグーの挑戦！

農業生産法人 (有)今帰仁アグー 代表取締役 高田勝さん

戻し交配などで復元され、今ではとても人気が高い沖縄在来豚のアグー。その生産性の低さから、市場には西洋種とかけ合わせた豚肉が多いが、(有)今帰仁アグーは、あくまでも純系にこだわり続け、その増産に取り組み始めている。同時に、今帰仁村で生産されるその他の商品との連携を深め、ともに地域ブランドを定着させていこうと、異業種間での組合設立も進められているという。今帰仁村の村おこし、しばらくは目が離せない。

沖縄の在来種豚といわれているアグー。よって近年再び脚光を浴びている。戦後、沖縄の養豚業界では成長が早く肉の量も大きい西洋種の豚を扱うようになり、純血種は見られなくなったが、戻し交配に

よって近年再び脚光を浴びている。最近では大手の精肉店などでもアグー肉を取り扱うようになってきているが、そのほとんどが復活したアグーを西洋種の豚とかけ

合わせたもの。その大きな理由が、アグーは大きく成長するまでにかなり日数がかかり、西洋種の豚と比べると小振りでも、しかも産まれる小豚の数も少ないので、な

かなか十分な生産量を確保できないからだ。そういう状況の中、生産性が低くてもあくまでも純系にこだわってアグーを育てているのが農業生産法人(有)今帰仁アグーの代表取締役・高田勝さんだ。もともと在来家畜に関心が高かったという高田さんは、6年前からアグーの飼育を始めた。

「豚をタンパク源として飼育し、食用にしてきた西洋と違い、アジアの国々では豚は祭祀などのために使われ、神や先祖に捧げるもの。その残りを人々は食べたのです。ちょうどその時期が寒い冬や疲れやすい収穫期などに当たるようになっていて、脂をとって体力を補う意味もあったのでしょう。そういう歴史や遺伝子的な観点からみても、アグーにはストーリーがあり、沖縄の財産。ぜひ残していきたいと思いました」

さらに、健康という面でアグーを見ても、コレステロール値がほかの豚に比べて低く、アミノ酸が多いこと、脂の融点が低く、旨味を感じる肉であることなど、商品としても魅力的な豚であり、人気も高い。

周囲の人たちにも話してみると、アグーを育てることが村おこしにもなるし、こういうこともしたいという素材が次から次に出てきたという。

「そういう声に後押しされて、見切り発車ではあったのですが、3年前に農業生産法人を立ち上げたのです」

夢もあるし、やりがいのある仕事でもあったのだが、いかんせん生産性が低いアグーは、月に約30頭しか出荷ができず、それだけではなかなか事業として成り立ちにくいのが実情だった。

そこに登場したのが今帰仁村商工会・経営指導員の豊里友一朗さんだ。「アグーを復活させようとしている人がいると聞いて、会いにいったんですよ」



高田勝(たかだ・まさる)さん  
東京都品川区出身のナチジン・ムーク(今帰仁婿)。和牛繁殖農家、人工受精所を開設する傍ら、アグーの飼育を始めて6年。3年前に農業生産法人(有)今帰仁アグーを立ち上げ、事業化をスタートさせた。今年には育てたアグーを食肉処理するミートセンターを村内に設立し、食肉の加工はもちろん、付加価値の高いアグー肉加工品の生産にも着手し、今帰仁ブランドの知名度を高めていく予定。  
農業生産法人(有)今帰仁アグー：沖縄県今帰仁村運天927  
電話 0980-56-3543



今帰仁村商工会の豊里友一朗さん



やんばるの  
**新** おもしろ  
**特産品**

高田さんの豚にかける熱い思いに触れ、その思いに反して事業そのものはまだ波に乗り切れていない現状も知った豊里さんは、まずアグーのミニ豚を商品化してみてもどうかと呼び掛けたという。

「その計画は現在でも進行中ですが、話しているうちに何よりも最優先すべきは、やはり食肉用のアグーの商品開発だと、その方面に取り組んでいます」

を増やすしかないと思い、増産化について検討を始めた。畜舎を今よりも広いところをつくり、出荷頭数を今の約10倍にすることを目指しているという。

さらに、畜産オンリーではなく、ミートセンターを村内に設立する計画を打ち立て、平成18年12月に、県の経営革新計画に認定された。そこではカットされたアグー肉を販売することももちろん、ソーセージや骨付きのハム、その他のアグー肉の加工食品、

沖縄本島北部のやんばるには、地域ブランド化を目指す企業がまだまだたくさんあります。その一部をご紹介します。

(取材協力 名護市商工会シニアアドバイザーセンター 仲宗根勝明さん)



**リュウキュウアユ**  
一度は沖縄県から絶滅したリュウキュウアユ。1991年に名護市源河に完成した種苗センターで、奄美大島の住用川から移入したリュウキュウアユを繁殖させ続けているが、昨年は繁殖したアユを試験的に販売。反響は高く、今年からは安定的に出荷できるように本格的に取り組むという。市場に出るのはもう少し先になりそうだが、今から待ち遠しい。



**耐熱琉球ガラス**  
きれいだけれど、熱に弱い琉球ガラスの弱点を、見事に克服した製品がやんばるで製造されている。これで、琉球ガラスのカップで熱いコーヒーも飲めるようになった。

■(有)やんばるガラス工芸館(本部町字崎本部2583-1)  
電話 0980-51-6677  
<http://www.green-flash.co.jp>



**ボワゼット(木の織物)**  
屋久杉、琉球松などの銘木を0.8mmに薄くスライス。紙のような天然木のシートをさらに糸状に細く裁断し、絹糸とともに織り上げるのがボワゼット。その木の織物を使い、財布や名刺入れ、バッグなどが加工されている。

■ボワゼット協同組合(本部町字謝花88)  
電話 0980-51-7171



高田さんが屋外で飼育しているアグー。おとなしくて、愛嬌がある

さらにはアグーの脂を使ったお菓子なども、ゆくゆくは製造していく予定だ。

「現在(07年2月現在)はミートセンターの建設地を慎重に選定している段階ですが、ある程度の見通しはしていますので、建物には6月には完成する予定です」

農業法人を立ち上げて3年。ようやくアグーの生産がビジネスとして成り立つ道筋ができてきたことに、代表取締役の高田さんも喜びを隠さない。

「豊里さんと相談しているうちに、アグーを育てることがいかに意義のある素晴らしいことか、ということも村おこしにつながるとしても、まずはそれで収益を上げること、つまり経営として成り立たせることが重要であると、再認識しました。分かっているけれども、農家だけでそれを実践していくことは難しい。豊里さんがいてくれて、本当にありがたいですよ」

農家と商工会のタッグで、地域ブランドの商品づくりがいよいよ本格化する。

「ミートセンターができれば、自分たちが育てた豚を納得のいく形で提供できる。安全は当たり前で、お客さんに安心してもらえるクオリティーの高い商品を取売していきたい」と、高田さんは語る。

ミートセンターは村の観光にも結びつくし、種の保存の重要性を教育にも反映させられる場所になると、夢は膨らむばかりだ。

知名度や人気の高さから、アグーばかりが目立っているが、今帰仁村にはそのほかにもさまざまな特産品がある。アグーを中心に、ハイビスカスを原料にしたローションやシャンプー、黒糖菓子など、村で特産品を製造販売している複数の業者が連動して「今帰仁ブランド」を打ち出し、定着させていこうという動きがあると、商工会の豊里さんはいう。

「来年度の事業展開を視野に入れ、今帰仁ブランド協同組合を立ち上げていく予定です。4月には登記を行い、組合事務局は商工会に置いて、事業に有益なさまざまな情報を発信したり、勉強会なども開いたりしていきます」

個々の事業主だけでは難しかった国や県の支援事業なども有効に活用し、新たな商品開発や既存商品のパッケージ改良、共同宣伝なども、組合でやっつけていこうと考えているという。

組合ができれば、もちろん今帰仁アグーの高田さんも加入する。

「自分たちのアグーを売るといっても、今帰仁をもっとアピールしていきたい。この村にはクオリティーの高いものをつくる人たちがたくさんいるんです。そういう人たちが集まって、全体で今帰仁村のいいものを宣伝していきたいですね」

個々の事業体だけではできなかった全国展開も、「今帰仁ブランド」という名のもとに結集した組合ができれば、みんなで力を出し合っただけで可能になる。そういう活動を継続すれば、今帰仁という地域ブランドも徐々に全国へ広がっていくはずだと、豊里さんも高田さんも期待している。

今帰仁ブランドという共通認識を持ち、異業種間の連携も深めていこうとしている今帰仁村。アグーをきっかけに始まった村の取り組みに、こころばらくは目が離せないようだ。

**その他の地域商品もからめて  
今帰仁ブランドの定着を目指す**



# 沖縄にしかない「いいもの」はたくさんある。県民、行政ともに、それを全国へもつともつと発信すべき

日本銀行 那覇支店長 曾我野秀彦さん

「銀行の中の銀行」ともいわれ、国の政策にも反映させるべく、日本の経済動向などを調査する役目も担う日本銀行。昨年、那覇支店長に就任された曾我野秀彦氏に、沖縄全体の経済状況や地元企業の印象などをうかがった



曾我野秀彦(そがの・ひでひこ)さん  
昭和35年生まれ。昭和58年、慶応義塾大学経済学部卒業、日本銀行入行。平成元年、パリ政治学院修了。平成3年、国際金融情報センターに転出。ブラッセル事務所次長を務める。その後、情報サービス局副調査役、経営管理局(現・政策委員会室)調査役、国際局調査役などをへて、平成15年に国際局総務課長、国際局参事役を歴任。平成18年、日銀那覇支店長に就任。  
日本銀行那覇支店: 沖縄県那覇市松山1-2-1  
<http://www3.boj.or.jp/naha/>

——日本銀行那覇支店の沖縄との関わりやその役割などについて、聞かせていただけますか。

まず、発券課では日本銀行券(お札)を扱っていて、県民に必要な量のお札を循環させる役割を持っています。当店と取引のある金融機関を経由して、県民が日々の生活に必要なお金を供給し、また汚くなったお札を回収したり、破損したお札をきれいなものと交換しています。

また、日銀は「銀行の銀行」としての役割を担っていて、業務課では県内の金融機関等と当座預金や貸付などの取引を行っています。

います。また、「銀行の銀行」として、国税や社会保険料などの歳入金等を直接窓口で受け入れているほか、国債の元利金の支払い、政府が所有もしくは保管する有価証券の受払や保管なども行っています。

総務課は県全体の経済をチェックしています。地元企業の経営者のところに向いて現場を見たり、統計資料をいただいて分析を行います。その結果は、毎月「金融経済概況」(通称「月例」)として公表しているほか、3か月ごとに「企業短期経済観測調査」(通称「短観」)として発表しています。また最近重視されていることのひとつに、広報活動の一環としての金融教育が挙げられます。これは沖縄県庁の事務局(沖縄県金融広報委員会)と協力して、小中学生らへの金融知識の普及や金銭教育の浸透に力を入れています。

——中小企業の多い沖縄県の、現在の景気の動向や経済状況を、どうお感じですか。

沖縄は全国の中でも比較的良いほうにあると言えます。全国的に見た景気判断は「回復」から「緩やかながら拡大している」と上方修正がされました。ただ、地域の間では、今までより良くなっているところと、そうでないところの差が大きくなっています。なぜかという点、これまででは景気が悪くなったとき、国は地方に公共工事という形でお金を流し込んできました。景気が悪くなった地方経済を財政支出で支えていたわけです。ところが小泉政権の下、そういう財政支出は大幅にカットすることになり、景気が落ち込んだ地方へのカンフル剤がなくなったということ。景気が良くなったのは、大企業・製造業が強いエリアということになり、地方間の格差が以前より広がりました。

沖縄の場合はどうかというと、もともと

沖縄経済は「3K」と言われてきました。「公共工事」「基地」「観光」のKです。復帰後、米軍基地に関連する経済効果は落ちてきていますが、他府県の公共工事の減り方に比べるとまだ穏やかなほうです。米軍基地再編に絡む国からの財政支出も沖縄に付与されています。

また観光に関しては、ずっと右肩上がりの状況が続いています。9・11テロ事件や新型肺炎のサージなどが問題視されたときに一時的な落ち込みはあったものの、全体としては海洋博以降、伸び続けているのです。「K」が公共工事ひとつしかないほかの地方に比べて、沖縄の経済が明るいというのは、3つのKがあるからと言えるでしょう。絶対調のトヨタ自動車がある東海エリアと比べられませんが、それでも全国的に見れば真ん中よりちょっといいぐらいでしょうね。

——米軍基地と観光による経済効果は、一般の県民にはなかなか見えにくく、中小企業の多い沖縄で景気が良くなったと実感している人は、そう多くは見受けられませんが、それについてはいかがでしょうか。

観光業と聞くとホテルや土産物店など直感的なイメージだけでとらえられがちですが、重要なのは、観光するために他のエリアから人が来て、物とお金が動くことです。例えば、観光客が食事をすることで沖縄の生産農家が潤い、県産の土産物を購入することで地元生産者に経済効果がある。というふうにはさまさま波及効果があると考えたほうがいいですね。人の流れがあることは経済にとって大きなプラスになるのです。

何度も沖縄を訪れるリピーターの数も増えています。そうするとお仕着せのプログラムではなく、自分でレンタカーを借りて自分の好きなものを食べに行く。またウィークリーマンションで自炊するというタイプの人も増加しています。観光客が地元の人たちの行く食堂を訪ねたり、自炊を始めたりと、これまでとは違った形で地元の売上げに貢献することにもつながるわけです。

——観光が沖縄県全体の経済にかなり貢献



# 田丸麻紀

表紙グラビアインタビュー  
沖繩を語る。



田丸麻紀 (たまる まき):  
1978年、大阪生まれ。2003年NHK「帰ってきたロッカーのハナコさん」でドラマデビュー。今回、映画「アコクロー」で映画初主演を果たす。2007年度「イヤージュエリーイメージリーダー」。ほかにもドラマ、バラエティ、ラジオ、CM、雑誌など、幅広い分野で活躍中。  
●「アコクロー」(2007年/日本/カラー/97分)  
www.aco-crow.com  
6月9日(土)より、桜坂劇場にてロードショー。  
桜坂劇場=TEL098-860-9555

キヤッチコピーに「琉球奇譚」とつけられた新作映画「アコクロー」。沖繩出身の岸本司監督がメガホンをとったこの作品は、ここ数年続く、「スロー」や「癒し」をキーワードにした沖繩映画とは異なり、ヒューマンホラーという新しい切り口で沖繩が表現されている。物語には、キジムナーにまつわる言い伝えや、霊能者たちの存在など、沖繩ならではの風俗が散りばめられて、不思議な陰影を持つている。

この映画に主演したのは、テレビドラマやバラエティ番組、CMなどで活躍する田丸麻紀さん。映画初主演の彼女は、この物語をどのように受け止めたのだろうか。  
「ホラーとか、怖いものが苦手なので、最初に台本をいただいた時には、びくびくしながらページをめくっていました。でも読んでいくと、例えば、人が殺されて、幽霊が出てきてみんな逃げ回るというような単純なホラーというわけはありませんでした。むしろ、人間の弱さゆえに恐ろしい幻覚を見せられるという、より奥深い話だったので、物語に厚みというか深みがあるように思いました。それは物語の背景に沖繩の土地の持つ不思議な力があるからではないでしょうか」

撮影は昨年の梅雨の時期、糸満市を中心に行われた。田丸さんの役どころは、東京から沖繩に移り住んだ恋人を追ってきた美咲という女性。村で平穏な暮らしを送っていた一人だが、心を病んだ女性早苗の凶行をきっかけに、物語は大きなうねりをもって転がります。  
「美咲は、田丸麻紀からは相当にかけ離れた人間だと覚悟をして役作りをしてきました。でも沖繩に行くとよりスムーズに彼女を演じられたように思います」

監督からは、美咲は意思の強い女性であって欲しいと言われ、逃げ惑ったり、何かを怒ったりというシーンでは感情的にならずに涙したシーンが何度かありました。でも、芯の強さを出すために、より強いまなざしや意思を見せたいと意識しました」

超売れっ子である彼女は、約1カ月の撮影の間、何度も沖繩と東京を行き来したという。映画を通して沖繩の見え方も変わってきたようだ。  
「沖繩には、以前観光で二回ほど来たことがありました。その時は、南国のリゾート気分だったので、沖繩の神秘的な部分や独特な土地柄などを拾うだけの余裕はありませんでした。でも今回の仕事で、沖繩の印象が随分変わりましたね。キジムナーは小学生でも知っているんですよ。こんなに身近な存在なんだって実感しました」

映画は六月九日から那覇市の桜坂劇場で公開される予定だ。全国の公開も続々と決まっている。  
「撮影の時には、沖繩の土地柄にも人柄にも助けられましたし、ありがたそうという気持ちがとても強いですね。一人でも多くの人にみていただけたらと思います」

Maki Tamari

していることを、県民がもっと自覚しなくてはならないといえますね。

直接、観光業に携わっていない人も、観光客に沖繩でもっと経済活動をしてもらうにはどうしたらよいかを考えていくのが課題のひとつと言えるでしょう。人がたくさん来ることで県民も潤って、みんながハッピーになればいいと思います。

沖繩は自然環境にあまりにも恵まれているので、黙っていても観光客が来てくれる状況にあります。だからあえて自分たちから働きかけをしないという、ある意味で甘えの構造ができつつある点が少し気になります。もちろん、一部の方々には熱心に取り組まれています。県を挙げてアピールしているという印象は薄いですがね。

また、美しい海はそう簡単にはなくならないだろうと思いますが、10年、20年後はどうでしょう。南の島の温暖な気候が人気ですが、地球温暖化が進行すれば、気候の特異性がプラスには作用しなくなることも考えられます。環境問題への取り組みが明確ではないなか、自然破壊がどんどん進行すれば、その先が心配ですね。

——観光以外でも、沖繩には移住者が増え続けていますね。この傾向も沖繩にとってプラスになっているとお考えですか。

人口の転入と転出の数を見ると、沖繩は転入者の数が全国的にも多いエリアです。首都圏などを除くと、転入者が増加傾向にある地域はほかにはありません。それだけ沖繩には人を惹きつけるものがあるというわけで、この点については、沖繩県民の皆さんは自信を持っていいと思います。

数日の滞在で帰っていく観光客に比べると、移住者の存在はさらに県の経済にとって大きな存在になります。昨今、団塊の世代が取り沙汰されていますが、実際にさまざまなノウハウを身につけた人が沖繩に移住してきていますよね。そういう方々のノウハウを生かして、沖繩で働いてもらう機会を作る必要も感じています。行政も含めて、移住者の受け入れ態勢を整えていますよという姿勢をもっとはつきり見せることも必要なのではないでしょうか。

また、人を受け入れるということは、その人たちの社会的な権利や行政・医療に関

しても責任を持たなくてはなりません。例えば、団塊の世代が10年経つと、年をとって体力的には確実に弱くなっていくだろうと予想されます。そうなると、これまで沖繩経済にプラスの要素だった人たちが医療サービスを受ける側に回るようになります。保健を請求する側の人が増加することで財政負担が大きくなるわけです。沖繩の経済はそれに耐えられるような構造にはなっていないので、そのときどうするのか、ということですね。先を見据えた財政バランスを考えておく必要がありますね。

——観光産業以外に、沖繩の中小企業についてどのような印象をお持ちですか。

あくまでも全体的な印象ですが、離島県である沖繩の企業はやはり、競争する環境に不慣れなことが挙げられると思います。県内137万人だけをマーケットにしている企業が多く、日本全体、世界規模で発想する企業が少ないですね。

それと、県民性といえるのでしょうか、数字の上では県民所得が平均より低いのに、現状に不満を持つ人が少ないように見受けられます。これにはよい面もありますが、企業にとっては、現状に対する不満がなくてこそそれが大きく成長する要因にもなるのです。満足度の高さが発展を拒んでいるように見えますね。

それから、厳しい環境に置かれても自分たちの力で良くしていこうとするより、補助金に依存して安住の道を選ぶ構図が沖繩にはまだまだ多いのではないのでしょうか。将来の発展を願っているからこそあえて言わせていただくと、沖繩を代表する数少ない製造業の泡盛メーカーも、企業の規模に応じた商品戦略を立てたり、売り方を工夫したりするなど、改善の余地はまだあります。

ほかにも沖繩にしかない「いいもの」はたくさんあります。もともと他府県の人に知らせる努力をするなど、もうひと頑張りしていただきたいですね。全国を市場にする企業が、どんどん増えていくことを期待しています。

——ありがとうございます。



# 沖繩の船は沖繩で修理する！ 新システムを導入した、日本最大規模の新工場

新糸満造船株式会社 代表取締役社長 松浦快奏さん

船底を傷めることなく、

水平に船を陸上へ揚げる事ができる

シンクロリフトシステムという設備を

導入し昨年8月、西崎工業団地に移転した

新糸満造船株式会社。

沖繩県産業振興公社の平成18年度の

「事業可能性評価企業」にも認定された。

今後、県内の船舶修理のみならず、

海外市場も視野に入れた

躍進が目される。



新システムでは、フェリーでも軽々と安全に陸揚げできる

——県内最大の造船所ということですが、  
主な事業内容と新糸満造船の設立のいきさ  
つについてお聞かせください。

当社は1000トンまでの船舶の建造と  
修理の両方が行える「許可造船所」として  
事業を展開しています。具体的には業務の  
9割が船舶の修理です。当社の前身の糸満  
造船は昭和28年に創設され、昭和48年に新  
糸満造船に組織変更されました。

復帰前の沖繩の船は、離島航路の船から  
カツオ漁船まで、ほとんど下関にある船会  
社まで修理に行っていました。復帰に際し  
て、県内の船は県内で修理ができるよう  
と、現在の新糸満造船を設立したのです。  
設立当初から県内の船舶の修理を目的と  
していました。

昭和48年の設立から昭和53年ころまでは、  
県内のほぼすべての船舶に対応していまし  
た。ところが、それ以降は船舶が大化し  
てきたため、当社で対応できなくなってい  
たのです。

——昨年9月に糸満漁港中地区から西崎工  
業団地内へ移転し、新造船所を開設したの



松浦快奏(まつうら・かいそう)さん  
昭和19年山口県生まれ。昭和43年、中央大学卒業後、小門造船鉄工(株)入社。昭和59年、新糸満造船(株)入社。平成13年、代表取締役就任。約40年のキャリアを持つ根っからの造船マン。県内船舶について豊富な情報を有し、「和顔愛語」をモットーに、先見性をもって的確な経営の舵取りに腕を揮っている。  
〒901-0305 沖繩県糸満市西崎町1-6-2  
TEL:098-994-5111 FAX:098-992-3650

は大型船に対応するためだったのですか？

昭和48年頃から糸満の埋め立て計画はあ  
り、それが完了すれば、そこに移転するこ  
とを前提に前造船所を営業していました。

離島県の沖繩では、輸送の増大を背景に  
船舶が大型化しているのですが、県内の造  
船所として何とかそれに対応したいとい  
う思いはずっと持っていたんです。旧工場  
は県内の大型フェリーの9割方に対応でき  
ないといった状況でした。そのため大型船  
は九州まで修理に行っていたのです。時  
間もかかるし燃料費や人件費など、コスト  
の負担も大きなものでした。

新工場では内地航路の大型船舶以外、ほ  
とんどの船に対応できるようになりました。  
県内離島航路の船舶をはじめ作業船やタン  
カーなどにも対応できます。

——新工場を旧工場と比較すると、どんな  
点が変わったのでしょうか？

面積比で約5倍の9600坪になりました。  
近代的な設備も導入し、旧工場とは比  
較にならないほど効率が上がりました。た  
とえば旧工場では、船が入港してから修理  
するための所定の位置に移動させるだけで  
8時間かかっていましたが、現在はわずか  
1時間で完了します。また、以前は大きな  
船を扱うときには潮の満ち引きも考えなけ  
ればなりませんでしたが、引き潮のときには  
船の上げ下ろしができないからです。修理  
にかかる時間の見通しが立ちにくく、時間  
的なロスもありました。新工場では潮の干  
満に関係なく、いつでも上げ下ろしができ  
るのでその問題は解消しました。

——新しく導入した「シンクロリフトシ  
テム」という技術の説明をしていただけま  
すか。

シンクロリフトシステムは簡単に言えば、

船を海から陸上へ水平に昇降させる大型の  
エレベーターのようなものです。この方式  
だと、船底を傷つける危険性がありません。  
また、同時に何隻も修理可能であることが  
このシステムのいちばんの特徴です。当社  
は県内の船舶のホームドクター的な造船所  
をめざしており、県内離島航路クラスの船  
舶が2隻同時に入ってきてても対応できるよ  
うにすることを考えれば、このシンクロリ  
フトシステムが最良の選択でした。

——最も効率のいいシステムだということ  
ですね。では安全面ではいかがでしょうか？

どのシステムも、安全面ではまったく同じで  
す。船を上げるときもコンピュータ制御され  
て常に水平を保てるようになってるので安  
心です。作業は陸上の平坦な場所で行うので  
効率もいいですね。修理の際は船底を掃除し  
てきれいにしてからペンキを塗りますが、陸上  
なので乾きが早い。またこれまで資材などの持  
ち運びはすべてクレーンや人力に頼っていま  
したが、ここではすべてフォークリフトが使えます。  
労働環境的にもずいぶんよくなったと思いま  
す。

世界的に見ると、このシステムは修理を  
メインにした造船所では一般的なものです  
が、日本ではまだ2例目です。日本で最初  
に導入したのは千葉の造船所ですが、平成  
2年から稼働しているその造船所と比べると  
当社のほうが敷地面積も広く、規模が大  
きいといえるでしょう。

——日本最大規模といっても過言ではない  
わけですね。そのシステムを使用する造船  
所に求められる技術力という面ではいかが  
でしょう。

修理専門なので、エンジンなど機械的な  
技術、塗装、電気溶接、電装などの技術が  
求められます。平成2年頃から、新工場を  
作るならこのシステムでやりたいと思い、  
千葉の造船所に見学にも行きました。そし  
て平成5年には移転を決意し、そのための  
人材育成にも取り組みました。

たとえばエンジンなどの整備に当たる船  
舶機関整備士の3級を受験するためには、  
入社して3年間の実務経験を積むことが必  
要です。3級に合格しても、さらに2年間  
の実務経験を積まなければ2級の受験資格



# 事業可能性評価企業に 3社を認定

## サンネット(株)、(株)ジェイシー 新糸満造船(株)

去る2月8日、産業振興公社が運営する、優れた新事業プランの発掘・評価を行う事業可能性評価委員会において、サンネット(株)、(株)ジェイシー、新糸満造船(株)の3社が新たに事業可能性評価企業として認定されました。今回、認定企業の業種はIT関連企業、飲食業、造船業と様々ですが、それぞれ独自の事業プランを計画・事業化しており、委員会においても今後の可能性が大変期待される評価を受けています。

平成12年度から運営されている当事業は今回の認定企業を含め、これまで37社を認定しており、評価認定企業に対してプロジェクトマネージャー、サブマネージャーによる販路開拓・診断・助言などの支援を集中的に行っています。



《左からサンネット: 照屋社長、ジェイシー: 瀧辺社長、新糸満造船: 松浦社長、公社: 富岡専務理事》

また、経営面でのソフト的な支援に加えて、事業可能性評価企業としての評価を受けて、会社の社会的な信用度を向上させることを狙いとして応募する企業も多いこの事業。評価委員会は、このような、やる気のある中小企業、の新事業プランを「目利き」をもつ委員で構成する委員会において、事業の目的や実現性、市場性などを審議し、評価企業として発掘、公社として集中的支援につなげています。

【評価事業内容】  
●サンネット(株)  
『全国版ウエディングポータルサイト事業』  
産業振興公社のインキュベーション施設を活用し、検索エンジン対策を強みとしながらホームページ制作を請負い、業績を伸ばしている新鋭企業。今回、ITに関する強みをフルに活用し、新たに全国版ウエディングポータルサイトを立ち上げます。全国の結婚に関する情報をインターネットを使って紹介し、挙式・披露宴などの会場施設から、ドレス・指輪などの細部に至る情報まで提供します。また、商品サービスの動画配信や、ユーザーからはサイト上の企業に対し、資料請求もでき、かつ、挙式までの資金管理やスケジュール管理も行えるなど、ユーザーの視点に立ったこれまでにない付加価値を提供します。現在構築中ですが、今年6月から本格的に稼働する予定です。

●(株)ジェイシー  
『飲食を中心に健康・文化・ITの融合による健康支援サービス』  
株式会社ジェイシーは、「龍潭」、「波照間」、「とうばら」ま、「わだや等の飲食店(全国35店舗)を展開している企業。これまで10年の治療食宅配とレストラン経営から導き出した飲食と健康、ITの3つの角度から正しいダイエットを楽しむ。

●新糸満造船(株)  
『国内最大の昇降装置による船舶修繕事業』  
長年、糸満市西川町にて県内船舶の修理を担ってきた新糸満造船(株)は、修理工場の拡張とともにシンクロリフトシステム方式による新造船所の建設に着手。これまで県外造船所まで航海を余儀なくされていた県内の大型船舶の点検や修繕を県内で対応可能とする。船主の経営の発展並びに海に囲まれた県民の生活安定に寄与します。

シンクロリフトシステムは、日本では千葉県、の造船所に次いで2番目の導入で、しかも、国内最大のシステムになっています。台湾・フィリピンなどからの修理依頼の可能性もあり、今後、市場調査にも取り組んでいきます。

は得られません。1級も同様で、受験までに時間がかかります。すべて1回で合格するという前提でも資格を取るには7年もかかるわけです。

そのために平成5年からは毎年3名ずつ工業高校の卒業生を採用し、資格を取得させています。その結果、当初は3名しかいなかった船舶機関整備士が今では16名になりました。もちろん全員正社員で、1級を取得したのは2名、2級は4名います。採用後は内地の造船所で2年ほど修業させたり、中小企業大学の講座を受講するなど教育にも力を注いでいます。

——新しい造船所の構想を持って技術力アップに長期的に取り組んできたのですね。

沖繩県内の造船所としてやっていくためには設備と技術がないと無理なので、社員



ひろびろとした新工場。複数の船を同時に陸揚げ、修理可能だ

教育は必須です。造船所の有資格者としては船舶機関整備士のほか主任船舶電装士、船舶溶接検定合格者などがあります。自分で技術を身につけたいという高い意欲を持っている人を採用していますから、資格取得のために会社側から働きかけなくても、皆、真剣に取り組んでくれます。

——業務の遂行にあたって、協力会社も増えているそうですが、協力会社の皆さんにとっても業務拡大につながっているのでしょうか。

塗装や溶接などの協力会社は今のところ6社あり、従業員は80名ほどになるでしょうか。当社の社員45名と協力会社の従業員が力を合わせて業務に当たっていますが、新工場にしてからは、協力会社の従業員も増やしてもらい、一体となって頑張っています。

これまで県内には、船舶修理は県外で行うものという常識がありました。県内の船は県内で、自分たちが全部やるという意識を強く持ち、それを多くの人に理解してもらったための努力も必要だと思っています。新工場を見てもらえると理解していただけと思うので、工場見学も実施しています。今後は県内のみならず、県外や海外市場も視野に入れて事業を展開していきます。

——ありがとうございました。

インタビュアー  
中小企業支援センター  
サブマネージャー 谷津和徳

## サイドテーブル

新造船所の開設で修繕能力が飛躍的に向上した。旧工場前の国道331号のバイパス整備が移転のきっかけだが、根底には、松浦社長の戦略的意思決定があった。社長は、沖繩の船舶に関する豊富な知識・情報をもとに、復帰直後から、船舶の大型化と修理分野への特化の必要性を見据え、新工場建設とシンクロリフトシステムという昇降設備の導入の必要性を感じていた。計画的な人材育成により、新工場にふさわしい技術集団となった当

工場には若い就職希望者も増えている。

安全性の向上と効率的な修理という顧客ニーズ、快適な作業環境という従業員ニーズ、そして海に囲まれた県民の生活安定という社会的なニーズに対応すべく、新たな航海に力強く動き出した。社長はじめ社員からは、人命にかかわる仕事をしているという責任感と使命感が伝わってきた。当社の益々の発展を確信し、支援していきたい。

中小企業支援センター  
サブマネージャー 谷津和徳



# 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、これまでに90社以上の県内元気企業を紹介しています。  
タフロイド版「沖縄ベンチャースタジオ」でも、これまでに70社以上を随時ご紹介してきました。  
今回は、昨年9月以降にHPに登場している中から、3社をご紹介します。  
なお、これらの企業を紹介した番組は、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。

## 食育の推進と地産地消で 県民の健康・長寿に役立ちたい



【(株)オーディフ】  
普天間初子 代表取締役  
☎098-875-1291

(株)オーディフの普天間初子社長は管理栄養士であり、「食育」が本来の仕事である。現在は県内4つの私立校の完全給食を実施している。

「でも学校給食だけでは年間160〜200日のみ営業となり、経営的には厳しいものがあります。そこで

で県庁やホテルなどの社員給食を手がける産業給食を展開し、経営的なバランスを取れるようになりました」と普天間さんは語る。

調理の際、10トンのタンクを使って水の分子を細かくし、塩素の濃度も薄くしている。この水を使うとダシの抽出がよくなり、通常の半分の量のカツオでまるやかない味に仕上がるのだ。

普天間さんは「県民の生活習慣病は、栄養士の間では以前から問題視されていました。特に2000年に厚生労働省が沖縄の男性の平均寿命が全国26位に急落したと発表した、いわゆる『26ショック』以降は、県民の肥満対策の指導などにも力を注いでいます。子どもから大人までを対象に、適度な分量と油を控えめにしようといった食育の推進も行っています」と言う。

また県との協賛で地産地消を推奨する活動も行っている。2月に開催された「おきなわ花と食のフェスティバル」では、やんばるから南部系満まで、各地の特産品を利用して、地産地消をテーマにしたイベントとして大鍋づくりも実施した。

今後は民間でできることを公共の場合へ提供することを目標に、サービスを強化しながら効率的な事業の展開を推進するという。すでにいくつもの市町村から打診があり、那覇市の学校給食の提供なども決まっている。大きな事業計画も続々誕生しているという同社の活躍は、県民の健康・長寿に大きな役割を果たしそうだ。

## 沖縄ならではの「新サービス」 「おくやみ情報」をネットで配信



【マインドラボ】  
今村展大 代表  
☎098-877-4914  
<http://www.mindlabo.jp/>

浦添市のインキュベーター施設・結の街でインターネットのサイト運営サービスを行っているマインドラボ。新たなサービスとして、「沖縄おくやみ情報」の提供を開始した。「インターネットのニッチサービスを主な業務。現

在「ブレジデントブログ」と「沖縄おくやみ情報」、「ちゅらグルメ」の3つを柱としています」と代表の今村さん。

沖縄の新聞に毎日掲載されている告別式の広告をインターネットで配信しているのだが、葬儀会社と業務提携しておくやみ情報を提供するの全国的にも例がない。

今村さんは「きっかけはブレジデントブログのクライアントの発言でした。おくやみ情報が新聞でしか見られないのは不便なので、ネットで見られるようになればいいのと言われて、ビジネスとして成立するか調査しました。さらにこの情報が必要とされ、喜んでくれる人がいるのかも検討しました。その結果、事業として立ち上げたのです」と言う。

ネット配信ならではのメリットとして、365日24時間、パソコンや携帯電話でいつでも閲覧できること、出張先や県外、海外でも情報が得られること、地図と連動していることなどが挙げられる。さらにメールマガジンに登録すれば「データ更新時にメールで知らせてくれるので大切な情報を漏らすこともなくなる」という。

葬儀関連の業者情報も網羅されているので、事前に情報を得られることもネットならではの特徴だ。  
今後の展望について「世界で活躍しているウチナーンチュの皆さんにも、この情報を活用していただけるようアピールするの必要を感じています。また海外だけでなく日本各地で頑張っている沖縄の人にも見てもらえるようPRしていきたいです」と今村さんは熱く語る。

## 質の高い琉球銘菓を作り 沖縄のよさを世界にアピールする



【(有)琉球酥本舗】  
高田名珠 副社長  
☎098-857-9850

琉球王朝の美食を研究し、沖縄にしかない琉球銘菓「シリーズや」、「豆腐よう」などの製造販売を行っている琉球酥本舗。創業のきっかけや人気商品の琉球酥への思いを高田名珠副社長はこう語る。  
「創業は復帰の前年です。当初は食品の輸入・加工

を手がける貿易会社をやっていました。その後、食品加工に専念するようになったのがお菓子作りのきっかけです。琉球酥は第1回沖縄の産業まつりで県知事賞を受賞しました。『酥』は、さつくりとしたお菓子という意味ですが、方言で「す」は「主」であり、琉球の主という意味も込めてのネーミングです。40年近くも人気を保つロングヒット商品になりました。その後作ったちんすこうは、お呼ばれ用の贅沢なものにしたかったので、クルミやアーモンド、松の実などを入れてグレードアップし、『御庭(うな)ちんすこう』と名付けました」

大量生産で安価な菓子類が多い中、付加価値を付けるために高価な商品にしたのではなく、いいものを作るには人件費や設備などにそれなりのお金がかかるという。  
「低価格の商品とあえて競争する必要はない」と高田さんは断言し、独自の高級菓子を開発して喜んでもらえるなら、たとえ高くついたらとしても、ひとつひとつ丁寧に作ることに肝心だと語る。

「食べた人が価格にも味にも納得し、満足してくれるような高品質のお菓子を今後も作り続けたいですね。琉球酥は高いと言われますが、洋菓子と比べると決して高くはないと思っています」と高田さん。  
ものを作って人の役に立つことが何よりの喜びだと語り、また従業員と力を合わせて働くことにも喜びを感じていると言う。今後もお菓子を通じて、沖縄のよさを世界中にアピールしていきたいそうだ。









竹の虎模様をより鮮明にするための「虎斑竹」炙り作業



●山岸義浩氏 (株) 山岸竹材店代表取締役社長。明治から続く老舗の竹屋、屋号「竹虎」の四代目

(財)沖縄県産業振興公社では、一昨年からEC(電子商取引)のコンサルタントをお招きしての長期セミナー(3カ月程度)を開催したり、あるいは大手ポータルサイトのショッピングモールに出店してみたりといろいろな支援をしてきましたが、本土の繁盛店のような事業者はなかなか現れません。

本土と沖縄の違いがあるのでしょうか？

そこで、四国の高知県から全国に竹材を販売している明治27年創業の老舗竹材メーカー「竹虎」こと(株)山岸竹材店の山岸義浩さんにインターネットでの販売についてお話を伺うためにお訪ねしてきました。

山岸さんは創業113年の歴史ある老舗の四代目で、1997年にインターネットでの直販、いわゆるネットショップでの全国販売を始め、いまやインターネットでの販売だけでも月商二千万円を売り上げています。繁盛店の店主でもあります。

ネットショップを始めたその思いを、「虎斑竹(とらふだけ)を知らしめたい。竹虎とそこで働く職人を知ってほしい」と振り返ります。

また、インターネットの商売

については、次のように語っています。

「ディスプレイの向こうに実際に居るのは生身の人だし、それこそ究極のマンツーマンの商売だと思えますけどね。例えば、面と向かつては言いにくいこともありますが、店だと聞きにくいというようなこと、『ココのトコちよつと気になるんだけど...』っていうような面と向かつては言いにくいけど、メールだと言いやすいからメールを出すと、『こんな感じのモノがもつと欲しいんだけど...』というようにも、店で忙しそうにしている店員さんには聞きにくいし、そう思っただけで聞かされたりもしますしね、だからメールで聞いてくるとか。そういう点で、こんな血の通ったものはないというくらい、お客様の声とか意見とかは、店でのやり取りより、多いんじゃないかな。お客さんも言いたいことを言ってくるし、こちらにも真心込めた接客をしないと何も動かないです。冷たいように見えて、本当に人間的な商売の仕方だと思えます。」

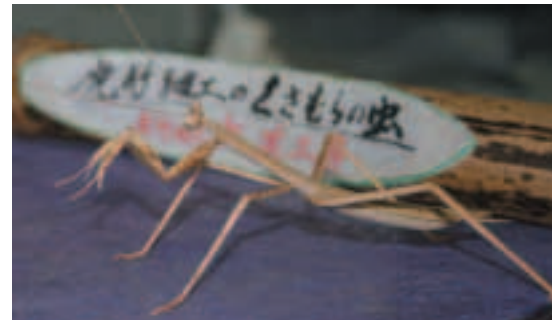
と、インターネットでの売上に店先での販売以上の手応えを感じているようです。

TOPICS

## 月商2千万円の「竹虎」に学ぶ

### 売れるネットショップの秘訣!

<http://www.taketora.co.jp/>



このカマキリも竹細工。まるで生きているかのよう

伝統的な職人気質の仕事と、現代のお客様について、山岸さんはどう感じているのでしょうか。

「時代時代によってお客様の声を聞きつつ、やっていくんですよ。まあ、自分たちが作ってもお客様が買ってもらわないと話にならない、続けていくこともできないわけですから、そういう点ではお客様の声を聞いていくのも大事。インターネットっていうのはすぐお客様の声も集まりやすいし、評価されやすいですから、今の時代にはぜひ利用すべきツールだと思いますよ。」

山岸さんはあくまでお客様が最優先で、その声を身近に感じるのにもインターネットが有効だと感じているようです。

山岸さんには自社工場や里山の竹林も案内していただきました。

「職人は本当にただ一つのことをコツコツと続けているんですよ。」

竹を伐採してくる山の職人、竹製品を作る各工程のそれぞれの職人、そういう職人の仕事や竹材というものを全国に知らせるために山岸さんは懸命に竹を売っているのだといいます。

沖縄県でもインターネットで成果を出されている事業者はい

- 三線や沖縄の楽器を扱っている「える・おきなわ」や藍染や紅型染の小物、Tシャツなどを扱っている「波の音」琉球、さまざまな商品を取り揃える「沖縄いいもの特産百貨店」など、優良なネットショップもいくつかあるのです。
- 「える・おきなわ」の代表取締役、上地忍さんは、あるニュースサイトのインタビューで、三線の販売サイトとして成功した要因を次のように語っていました。「ひとえにお客様の立場にたって考えて、改善を続けてきたためだと思います。」
- どうやら、ここに繁盛店の秘密があるように思います。つまり、「お客様」と「継続」。
- お客様にすぐに探して当てもらえるようにするSEO(検索エンジン最適化)。
- お客様に安心してもらえるサイトデザイン。
- お客様に楽しんでもらえる企画。
- お客様が困らないスムーズなシステム。
- お客様に喜んでいただける商品。
- お客様にもう一度、来ていただくための接客。
- そして、これらを続けていくこと。
- 字面だけを追ったSEOやSEM(検索エンジンマーケティング)ではなく、商人の心でお客様に満足していただけるネットショップ作りこそが、繁盛店を生み出す事だと確信しています。

(「竹虎」の川岸さんインタビューは、昨年十二月十六日のQ&Aの沖縄ハンチャースタジオで放送されました。その番組は、沖縄ハンチャースタジオウェブサイトで動画としてご覧いただけます)

(専門相談員 西江総一郎)



# 平成19年度 沖縄イノベーション創出事業 応募企業 大募集！

締め切り迫る！

沖縄県は、平成19年度新規事業として「沖縄イノベーション創出事業」を実施します。

これは、本県の産業界の視点から有望とされる大学・公設試験研究機関（公設試）等のシーズ候補を掘り起こし、産学官が連携してシーズの実用性を検証することで産業振興に有効なシーズとして顕在化すると

もに、顕在化されたシーズを活用し新たな製品・サービス等を開発し、効果的に事業化・実用化へと結びつけることにより、本県におけるイノベーション創出を促進することを目的に実施されるものです。

本事業は、これまで内閣府及び沖縄県の補助事業として、(財)

沖縄県産業振興公社が実施してきた「沖縄産学官共同研究推進事業」と同様、本県における産学官共同研究を推進し、新規事業の創出及び既存産業の高度化を支援するための事業です。

それでは、イノベーション創出事業の内容をご説明しよう。

## 沖縄イノベーション創出事業の概要

(1) 顕在化ステージと事業化ステージ

当該事業は産業界の視点に立った有望な研究シーズの事業化可能性を探る「顕在化ステージ」と、地域イノベーションの創出が期待できる新商品・サービス

の創出が期待できる新商品・サービス

ビス等の開発を目的とした「事業化ステージ」で構成されています。

応募に際しては、「顕在化ステージ」、「事業化ステージ」のどのステージで応募するか明確にする必要があります。

(2) 事業の進め方

事業の主な進め方としては、概ね沖縄産学官共同研究推進事業と同様、以下の1～3を予定しています。

1 産学官連携による研究開発を委託により行う。

2 研究開発プロジェクトは、公募し審査した上で採択テーマを決める。

3 採択された研究開発テーマについては、産学官共同で研究を推進し、将来的には本県での事業化を目指す。

## 各ステージの支援内容等

(1) 『顕在化ステージ』

1 目的：大学・公設試等の研究シーズの中から産業界の視点で有望と期待されるものについて、その実用性を検証し、事業化に活用できるシーズとして顕在化を目指します

2 研究開発期間：1年以内

3 研究開発費：1千万円以内

4 対象となる産業分野

観光リゾート産業、情報通信関連産業、農林水産業、加工交易型産業、国際物流関連産業、地域資源を生かした健康食品産業、環境関連産業、その他本県の資源や特性を活用した新事業の創出及び既存事業の大幅な高度化

5 主な応募要件

◎沖縄県内に本社を有する民間企業が必ず1社以上参画すること

に資する研究開発等

◎沖縄県内に本社を有する民間企業が必ず1社以上参画することが必要です。

◎顕在化の対象となる研究シーズ候補を有する大学・公設試・独立行政法人等の研究機関が1つ以上参画していることが必要です。

◎管理法人を設定することも条件です。なお、管理法人は民間企業又は公益法人の中から設定します。

(2) 『事業化ステージ』

1 目的：顕在化ステージなどで既に顕在化された研究シーズを活用し、新製品・サービス等を開発し、事業化・実用化を目指す。

2 研究開発期間：3年以内

3 研究開発費：5千万円以内

※事業化ステージではマッチングファンド形式を採用しておりますので、大学・公設試等への研究開発費(再委託費)を除いた直接研究費の1/4相当額を参加企業に負担していただきます。

4 対象となる産業分野：

観光リゾート産業、情報通信関連産業、農林水産業、加工交易型産業、国際物流関連産業、地域資源を生かした健康食品産業、環境関連産業、その他本県の資源や特性を活用した新事業の創出及び既存事業の大幅な高度化に資する研究開発等

5 主な応募要件

◎沖縄県内に本社を有する民間企業が必ず1社以上参画すること

◎本県で事業化が期待できる有望な研究シーズ(既に顕在化された研究シーズ)を有する大学・公設試・独立行政法人等の研究機関が1つ以上参画していることが必要です。

◎管理法人を設定すること。なお、管理法人は民間企業又は公益法人の中から設定します。

※顕在化ステージを経ずに最初から事業化ステージに応募することも可能です。

## 公募期間

顕在化ステージは、平成19年4月2日(月)～平成19年4月13日(金)です。

事業化ステージは、平成19年4月2日(月)～平成19年4月27日(金)です。

## 問い合わせ先

(財)沖縄県産業振興公社 研究開発支援プロジェクトチーム(事業実施主体予定)

担当 屋嘉比、下地  
電話 098(859)6239

公募要領は、沖縄県及び(財)沖縄県産業振興公社の公式HPからでもご覧になれます。

県新産業振興課 公式ホームページ(新着情報)は、  
<http://www3.pref.okinawa.jp/site/view/index.jsp>

(財)沖縄県産業振興公社 公式ホームページ  
<http://okinawa-ric.jp/news/5833.html>



## 沖縄産学官共同研究推進事業の成果報告 (株)アクアカルチャーオキナワ

平成16・17年度沖縄産学官「地下浸透海水を利用した低コストサンゴ生産による環境保全技術の開発及び、生態系リサイクル

養殖システムによる高商品価値の水産物養殖技術の開発」の研究成果として、一度に約1万2千本のサンゴ移植苗を生産する養殖システムを構築しました。

地下浸透海水を用いて、陸上でこれほどに大量にサンゴが安定して生産される事例は国内初

で、サンゴ苗供給体制が確立された現在、個人消費者向けの観賞用サンゴだけではなく、サン

ゴ礁海域環境保全のためのサンゴ移植事業なども始まっています。

(写真は、実際に屋内で養殖されているさまざまなサンゴ)

タブロイド判  
「沖縄ベンチャースタジオ」11号  
2007年3月30日発行  
発行：(財)沖縄県産業振興公社  
☎098-859-6237 <http://ovs.jp>  
編集：(株)加楽可楽  
<http://karacara.com>  
広告：(株)アドスタッフ博報堂  
☎098-862-4407 e-mail: [uezu@adsta.co.jp](mailto:uezu@adsta.co.jp)  
同紙についてのご意見・ご感想は  
[info@ovs.jp](mailto: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。