

特集

島の魅力・特徴を活かした

八重山の元気ビジネス

—(有)ティーラ・アース、(有)竹富島交通、石垣市パイヤ研究所—

P2



映画「琉球カウボーイ、よろしくサイマス。」で好演した

インタビュー 沖縄を語る 幸地尚子さん

P5

いろいろあるけれど、「沖縄にいる」ってやっぱり素晴らしいんですよ。
この島で大人たちが楽しくパワフルに輝く姿を
若い人たち、子どもたちに見てもらいましょうよ。



Takako Kouchi

Line up

- 【特集】八重山の元気企業3社を訪ねる
(有)ティーラ・アース、(有)竹富島交通、石垣市パイヤ研究所 p2
- 【仕事創造人】さまざまなメディアで沖縄観光情報を発信 (株)パム 長嶺由成社長 ... p4
- 【オピニオンリーダーに聞く】(株)JTB 深川三郎沖縄事業推進本部長 p6
- 【トピックス】食育と長寿沖縄の復活 p7
- 【元気企業紹介】野球工房くばがわ、(有)オキネット 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。

島の魅力・特徴を活かした 八重山の元気ビジネス

―(有)ティーラ・アース、(有)竹富島交通、石垣市パイパイ研究所―

【(有)ティーラ・アース】

住所 石垣市美崎町3番地
電話番号 09800841507

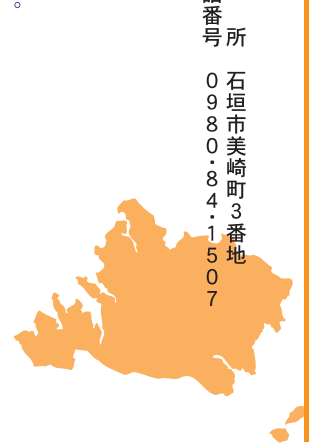
石垣島に輝く太陽や打ち寄せる波、

島の伝統工芸に残された柄などをモチーフに、

18金や宝石、サンゴなどを用いた

ジュエリーを制作している(有)ティーラ・アース。

島で初めての本格的なオリジナルジュエリーが注目されている。



飲食店や土産屋が並ぶ石垣島一番の繁華街・

美崎町の中ではちょっと異色の、高級感漂うおし

やれな構えのジュエリーショップが「ティーラ・ア

ース」だ。オーナーの平良静男さんは、宝石の買い付

けを行う東京の商社で約9年の経験を積んだあ

とに独立。東京で自らの会社をまず立ち上げ、奥

さんの佳保里さんとともにジュエリーの企画やデ

ザイン、製作、販売までを行う本店を05年に生ま

れ故郷の石垣島にオープンさせた。

やや重みのあるドアを開けて店内に入ると、シ

ックな木目と琉球石灰岩でアレンジされたオシャ

レなインテリア。そこに、18金やさまざまな宝石

サンゴなどを素材にした美しいオリジナルのジュ

エリーが並ぶ。デザインモチーフは、店名にもなっ

ている太陽(ティラ)、石垣島に押し寄せる波、

島の伝統工芸に残る独特な柄などだ。

「石垣島に戻ってきたのは、自分の生まれたところ

で自分のブランドをだしてみたいという気持ちか

ら。小さくてもいい、的を絞って、でも、ここを訪ね

て商品を選んでくれるお客さんには、ティラ・ア

ースのジュエリーを自分のプライベートブランドと



えない。かといって、やや低額で売られているネック
レスなどは、大ぶりすぎて日本人にはなかなか合
うものがなかったり、素材やデザインそのものに
納得がいかなかったりするケースが少なくないの
だという。

「この店をつくっているのは、ジュエリーとアクセサリ
ーの間くらいのジュエリーアクセサリ的なもの。
ふだんから身に付けられるもので、お手ごろな金
額でご購入いただける1〜3万円くらいの品々を
数多くそろえています」
高いと思うか、安く感じるか、それは人によって
違うはずだが、ひとつひとつの作品を見ると、
細かな気遣いや技術がキラリと光るジュエリーが
多い。
「プレスレットの石と石を結ぶ細かな18金の鎖な
ど、見る人がみればその良さをわかってもらえる
ものだと信じていますよ」
石垣島に店を構えて約2年、地元ではプライダ
ルリングとしてティラ・アースの指輪を求める人
も少なくないようだ。シンプルながらも、緋の紋
様が有名な「五つ世」の柄が裏側に刻まれた、小
憎らしいほどの演出が施されている。
また、顧客しか見ることができないホームページ
での新商品告知など、一度購入したお客様に対し
てのアフターサービスも充実している。
「ゆくゆくは島の新しい製造業として、ここで後
継者を育てていきたいと考えています。ほくらの
ジュエリーは、決して安いものではないけれど、だか
らこそ大事にしてもらい、長く使ってもらえれば
うれしいですね。宝石は、日々の生活の節目節目



ティラ・アースの代表取締役社長・平良静男さん



18金や宝石、サンゴなどを素材に、島の太陽や波、伝統工芸の有名な柄などをモチーフとした作品が光り輝く



八重山ファンクラブ
「やいまーる」発足
1月には東京で
会員募集イベント開催

石垣市経済振興公社・石垣市、商工会
がタッグを組んで、石垣島が好きな人た
ちのネットワーク八重山ファンクラブ
「やいまーる」を立ち上げた。会員には、
会報などで島の最新情報が届けられる
という。年会費は1千円で、現在インタ
ーネットやwebでもぎけるラジオ放
送などで、会員募集を呼び掛けている。
また、1月12、13日には東京の大山商店
街で、会員募集のイベントも開かれる。
今後は会員を中心とした自然観察ツ
アーなど、会員特典もいろいろと考えて
いくという。
お問い合わせ 〒907-0001
沖縄県石垣市美崎町1番地
石垣市経済振興公社
電話 0980-888-0822
E-Mail fan@trc-ishigaki.jp

に喜びを与えてくれるし、身につけていけば自信
もつく。物事の見方も違ってくるかもしれません。
そういうジュエリーを、子どもや孫にも手渡ししてい
けるようにするために、石垣島に工房があればこ
こでリペアもできますからね」

石垣島には人材も豊富だという。
「昔からの物づくりの歴史があるからか、手作業
をさせると、若い人たちでもとても手の細かい人
が多いんですよ。可能性があるなあと感じしていま
す」

現在は、加工の一部を県外で行うこともあるが、
これからは企画・デザインから製作まですべて島
でできるような体制にしていきたいと抱負を語
る。
石垣島の次は、本島への店舗展開も考えている
という。

「その場合も本店はやはり石垣島。那覇で販売
しても、石垣島で製造・リペアなどを行うことで、
島の産業として貢献できるわけですからね」
おしゃれで美しい輝きを生み出す、これまで島
にはなかった新しい製造業として、注目してい
きたい。

港に届いた荷物や手紙などを宅配
人にやさしい竹富島の新ビジネス

【(有)竹富島交通】

住所 竹富町竹富6811
電話番号 09800852154

生活物資の多くを隣の石垣島から運ぶ竹富島。

これまで個人で港から自宅まで運んでいた荷物を

100円で宅配する新ビジネスが島の人たちに喜ばれている。

石垣や赤瓦の屋根、白砂の美しい道……、昔懐かしい沖縄の風景が今なお残り、観光地としても有名な竹富島は、約360人のうち3分の1が60歳以上という高齢化社会でもある。生活物資の多くを隣の石垣島に頼っており、港に届いた荷物は個人で自宅まで運ぶのだが、お年寄りにとっては重労働だ。往復300円という交通費も重ければ大きな出費になる。

そこで登場したのが、港に荷揚げされた個人の荷物を自宅まで届ける(有)竹富島交通の宅配サービス。大きさにもよるが、1個100円というリーズナブルな料金設定が、島の人々に喜ばれている。会社にとって大きな収益にはまだならないが、島の人々にやさしいこのビジネスは、平成18年に沖縄県経営革新計画の承認を得た。そのことで、宅急便の企業や郵便局などからも委託配達業務提携などの声がかかったという。

同社の上間学専務取締役は語る。

「一番喜んでいるのは、やはり島のお年寄り。100円でありがとうと言っているだけなのうれしいですね。こういう



船で運ばれてきた生活物資などの荷物を受け取る



1個100円から荷物の宅配を引き受けている



竹富島交通の上間学専務取締役

ビジネスはお金の問題ではありませんが、継続していくためには赤字ではいけないので、今後は民間のさまざまな宅配業者と連携を深め、大型の荷物の配達や引越など手掛けていると語っています。

このサービスを始める前は、港に降ろされた荷物を個人が回収に来るまでの間に、カラスが食品を食い散らかしたり、回収が遅れて取り残されたりという問題もあったそうだが、今ではそのようなことはほとんどなくなったそうだ。

同社のメイン事業はやはり島を訪れる客を対象としたバスなどでの観光サービス。観光メニューを充実させたり、運転手のマナー講習などを行ったりしてサービスの向上に努めている。

「観光客ももちろん大事ですが、島の人たちの生活も同じように大切にしたい。そのためのサービスで、どんなことができるか、これからもっと考えていきたい。島の人たちが喜び、島も潤おうような仕事を、地道に広げていければいいなと考えていますよ」

地域の人にやさしい宅配サービス。これからの高齢化社会ビジネスの小さなモデルケースかもしれない。

石垣島のフルーツパイナップルを原料に生まれた
ちよつとオシャレなデザート「赤のティラミス」

【石垣市パイナップル研究所】

住所 石垣市登野城7832
電話番号 09800888818

フルーツよりも野菜として使われる沖縄のパパイア。

フルーツパイナップルを島のもうひとつの産業に育てるため、

石垣市が取り組んで生まれたのが「赤のティラミス」だ。

無農薬で栽培したフルーツパイナップルを原料に、空港などで販売されている石垣島の新しいデザート「赤のティラミス」。

この商品は、内閣府の離島地域資源活用・産業育成事業の一環として石垣市が取り組んだ「石垣島パイナップル絶品デザートプロジェクト」で研究と商品開発が行われ、07年夏に販売が開始された。

「石垣島の真っ赤なフルーツパイナップルを使った島でしか食べられないデザート。そういうコンセプトでできたのが、この商品です」

そう語るのは、石垣島パイナップル研究所の研究者、小笹俊太郎さんだ。沖縄でパイナップルといえば「野菜」として炒めものや和え物に使われることが多い。そこで、これまでにないフルーツパイナップルを島の特産品として売り出し、その生産を徐々に高めていくためにどうすればいいのかわかなくて生まれたのが「赤のティラミス」だという。石垣市では、無農薬で育てる栽培方法の特許を取るなど、約10年前か



石垣島産の無農薬で栽培されたフルーツパイナップルを原料にしたティラミス



石垣市パイナップル研究所の研究者、小笹俊太郎さん

らパイナップル栽培に力を入れていたそう。パイナップルを原料にしたデザートは市民に公募。プロがそのレシピに磨きをかけて商品開発し、製造、販売を担当する企業もまた地元から公募して依頼しています」

現在のところ、まだ原料の取量が少なく、個数限定の商品だが、これからさらに磨きをかけ、生産量も増やしていきたいと語る。

石垣市では、これからも独自の商品開発・販売を目指している。同市が掲げたブランド名は、「つんだみ」。この「赤のティラミス」は、そのつんだみブランドの最初の商品になったというわけだ。

「今回のフルーツパイナップルのように、ビジネスモデルを市が中心となって構築し、民間の企業とタイアップして、商品化・販売を行っている」と立ち上げられたのがつんだみ・ブランドなのです」

島へのこだわりがあり、楽しく独創的で商品としての価値が見込めるものであれば、特に食品にはこだわらないという。島の特産品づくりを、市がリーダーシップをとって盛り上げていこうとしているのである。

フリーペーパー「タビンチュ」の発行を足掛かりに、さまざまな媒体で沖縄の観光情報インフラを構築

株式会社 パム 代表取締役 長嶺由成さん

沖縄の新しい観光情報インフラを構築しようと、8年前に起業した(株)パム。

一時期は経営の危機に直面しながらも、

沖縄初の観光情報専門フリーペーパー「タビンチュ」の発行を足掛かりに、

インターネットなどを駆使し、沖縄観光に寄与すべく情報発信を続けている。

07年末の就職人気ランキング調査(県内求人情報誌調べ)では、

初登場ながら20位にランクインして話題となった。

若い人たちの注目を集めつつあるベンチャー企業だ。

——07年末に県内の求人情報誌が発表した就職人気ランキングで、御社が初登場20位に入りました。若い人たちに知名度が高く評価されている背景には何があると感じていますか。

新卒でいい人を採用したいという気持ちがありましたので、約2年前からその取り組みを始めました。まず企業理念をホームページで公開し、わが社をよく理解、共感した上で就職を希望する方々に広く呼び掛けたり、新卒者を対象とした数々の企業説明会に参加したりしました。人気ランキングの件は私たちがびっくりしたのですが、「タビンチュ」「タウンチュ」という若い人たちがよく知っている媒体を発行していることが大きな要因になっ

たことは間違いありませんね。

いい人材を求めるために、東京などではひとり当たりを採用するにもすごくお金をかけます。その必要性を、私自身はずつと思っていたのですが、その思いに共感できるスタッフが育ったことが大きかったですね。最初はどこまでパワーをかけていけばいいのか分からなかったし、実際に取り組んでみて、社内の人材育成から説明会への積極的な参加などやるべきことは多く、思った以上にパワーがかかるという実感があります。でも、結果的に納得のいく人材を採用でき、良かった。07年度は3人、4月には新卒で5人が入社予定です。

——情報誌の発行からホームページでの新

たな旅行案内など、ベンチャー企業としての事業展開が注目されていますが、創業8年間の経緯をお話していただけますか。

事業は、私が所属していた國場組の社内ベンチャーとして立ち上げたものです。観光情報インフラをつくりたいなと思っていましたよ。そこで、当時始めたばかりの、パソコンと携帯電話の中間に位置するような個人情報端末であるPDAを使い、現在地情報と観光情報のデータベースを搭載したナビゲーターを開発したんです。現在地がわかり、その周辺の遊ぶところ、食べる場所などの情報がすぐにわかるというものです。その情報端末をレンタルするサービスが、当初のメイン事業でした。

レンタカーと連動するなど、最初はうまくいっていたのですが、2001年にアメリカで9・11の同時多発テロがあって沖縄観光も厳しい状況になり、格安ツアーでなければ観光客の誘致が難しい時代を迎えたんです。それに、私たちの会社も大きな打撃を受けました。各方面から次々と契約解除という憂き目に会い、本当に倒産の危機にまで至ったのです。

本場にどうしていいかわからなくなり、ハワイに気分転換に行っただけです。すると、ワイキキの道路に置かれたラックに無料の観光情報誌がたくさん並んでいるのを見つけた。クオリティも高く、シヨッピングやグルメ情報が満載され、しかも日本語で書かれている。沖縄だったら、これができるんじゃないかなと思っただけです。

——無料の観光情報誌「タビンチュ」の誕生は、ハワイにヒントがあったんですね。

そうですね。沖縄に帰るやいなや、さっそくその立ち上げに奔走し、数カ月で創刊しましたね。2002年の4月のことです。当時は、全国にもフリーペーパーは



ほとんどありませんでしたから、観光に特化し、民間の事業として安定的に発行し続けるフリーペーパーとしては、「タビンチュ」が全国では初めてではないでしょうか。最初はもちろん苦労しましたよ。営業に行っても「これはどこに売っているの?」と聞かれ、タダで配っていますと答えれば「あやしいなあ」と断られたりとか(笑)。信用を得るまでが大変でした。

——これは事業として成り立つと実感されたのは、創刊後どれくらい経ったからなのでしょうか。

創刊の年から年4回発行すれば会社として利益が出せると思いましたがね。路上や空港、レンタカーなどで配付し、その後すぐに、掲載された店舗さんに恐る恐る効果測定ヒヤリングに行ったのですが、「おお、来たよ、30人くらいは来た」というような上々な反応があったときはうれしかったですね。広告をいただいたとき以上にうれしかった。これはいけると思いました。

——そして、「タビンチュ」の発行が事業の柱になっていったわけですね。

そうですね。でも、私たちの事業の柱は先に申し上げたとおり、観光情報のインフラ。情報を最適な形でタイムリーに届けられれば、形にはこだわっていないんです。ですから、PDAがダメでも、すぐにフリーペーパーに形を変えて展開ができたのです。もし、それ以上にいい媒体があれば、情報誌という形にもこだわってはいません。



長嶺由成(ながみね・よしなり)さん
1968年(昭和43)生まれ。沖縄尚学高校、東北大学法学部卒業後、94(年平成3)、株式会社リクルートに入社。情報誌や通信関連の営業に携る。99年、同社を退社後、株式会社國場組に入社し、プセナテラスホテルの開業に参画する。2000年(平成12)4月、株式会社パムを設立し、専務取締役就任。05年(平成17)同社代表取締役に就任。現在に至る。

(株)パム
沖縄県那覇市壺川3-1-10 田良島ビル2F
TEL 098-833-6515 info@okitour.net
http://www.pam-info.jp/recruit/

幸地尚子

表紙グラビアインタビュー
沖繩を語る。

純度100%の県産映画として注目された「琉球カウボーイ、よろしくゴザイマス。」の中で、當間早志監督の作品『See Me?』に出演し、主人公の夏子役を好演した幸地尚子さん。劇団O.Z.Eに所属し、これまで舞台やテレビドラマなどの出演経験はあるが、映画に出るのは初めてだったという。

「出演者もスタッフも、全て沖縄の人や県外出身でも沖縄在住の人たちですから、いろいろなことを共感しながら役を演じることができました。ロケも沖縄ですから、映画を撮っている人たちの雰囲気や暮らしている人たちの雰囲気や気質など、沖縄のことを再認識することができたのもとてもいい経験でした。『沖縄に生まれて良かったな』と改めて実感しましたよ」

県産映画「琉球カウボーイ、よろしくゴザイマス。」/『See Me?』のワンシーン



幸地尚子(こうち・たかこ)：1979年生まれ、沖縄県名護市出身。タレント・役者。18歳のころから歌や踊りで活躍。その後、劇団O.Z.Eに所属し、数々の舞台を踏む。07年、琉球映画「琉球カウボーイ、よろしくゴザイマス。」でスクリーンデビュー。08年2月には、那覇市文化振興事業の一環としてテンプスホール(那覇市ぶんかテンプス館4F)で上演される「愛と勇気のちやくしレンジャー」に出演予定。公演についてのお問い合わせは、劇団O.Z.E(電話098-886-6118)まで。

県産映画だから、撮影中も映画の中のセリフも、すべてがうちなーヤマトグチ。沖縄という地方のニュアンスを、意識せずに出しながら演じられたのが楽しかったそう。

「私はヤンバルの出身なんです。撮影中に『おまえ、訛ってるよお』とか言われたんですよ(笑)。こんなに小さい沖縄でも、みんな、それぞれの出身地のしゃべり方、イントネーションみたいなものがある。そういう面白さが、そのまま沖縄の魅力として表現されていんじゃないかと思っています」

幸地さんは、18歳のころに、歌とダンスで芸能界デビュー。その後、女優としてテレビドラマからお笑いの舞台まで幅広い活動をしている。「私は表現者として舞台上に立っています。輝いている姿を見てもらい、そこからお客様

が自分も頑張ろうとか思ってもらえたらうれしいですね」

来年2月に那覇市ぶんかテンプス館で上演が決まっている「愛と勇気のちやくしレンジャー」という演劇にも出演する。青春まっただ中の若者たちが、コンビににたむろするヤンキーたちをやっつけようと「ちやくしレンジャー」を結成。就職や受験、結婚というエッセンスを加えながら展開するコメディだという。

「笑いながらも、そこから今の沖縄に必要な何か大切なものに気づいていただければうれしいですね。若い人たちが主人公ですが、大人たちもその若者たちの姿を見て、今の自分を見つめ直すきっかけでもなればと思います」

沖縄の失業率の高さ、働く意欲がないように見える若者たち——。それを簡単に非難するのではなく、大人たちが率先して楽しく働く姿を、仕事で輝く姿を見せることが大切では? と語る。「沖縄っていいところですよ。ここで働くことができる楽しさを感じたいし、それを若い人たちにもきちんと伝えていきたい。『楽しむ』って、気の持ちようだと思うんですよ。ネクタイを新調したり、女性なら爪先におしゃれをしてパソコンを打つたりとか。仕事の中にも楽しさはいろんなところにあると思います。そうやって輝いている働きぶりを、大人たちが若い人たちに伝えていければいいですね」

Takahiko Kojima

そういう意味で、次にやったのがWEBなんですよ。沖縄観光のマーケティングは、やはりホテルやアクティビティ、レンタカーなどがセットになったパッケージツアーの売上のボリュームが高いわけです。それで、パッケージツアーが検索できるサイト「ツアーランド」を立ち上げました。一般の情報誌だと1000件単位の情報しか掲載できなくても、WEBだと1千件、1万件の情報もアップできるし、配信コストも安いし、お客さんも無料で希望する条件に合わせた旅の情報検索ができます。自分なりのスタイルを大事にする沖縄リピーターの皆様に喜んでいただいていますよ。

——沖縄版だけでなく、北海道版のツアーサイトも展開していますね。

これまでの情報発信は東京が極端に一極集中型でした。しかし、多メディア時代になると、地元の人で自分で集客することができるようです。既存の出版業界を通さずフリーペーパーを流通させることができ、また、インターネットを活用すれば、地元の人々が安くて早く、いい情報を提供できます。ですから、今度は地方がイニシアティブを握ることができるよう。私たちがWEBで展開しているツアーランドは、旅行者が欲しいと思いい、なおかつ地元が発信したい情報をそろえた、地域が主体となった集客モデルなんです。これは沖縄だけでなく、地方すべてに応用できます。それで、沖縄の次は北海道に広げてみたのです。

——次のターゲットは、韓国や台湾という

サイドテーブル

経営には、情報の活用と決断と運が重要。ビル・ゲイツは、毎年、幹部に、マイクロソフトの最初の製品はベシック・インタープリタであると話そうです。そんな小さかったマイクロソフトの現在があるのも、IBMがパソコンOSの開発を持ちかけたとき、直ぐに秘密保持契約書にサインしたこと、必要なソフトウェアや人材を確保し続けてきたことなどが大きな要因なのだそうです。多くの情報の中から何が重要かを感じ取り

アジアの国々だとお聞きしましたが、どういう展開を考えていらっしゃるのですか。

韓国や台湾の場合は、あちらの情報を発信するのではなく、あちらからお客さんを沖縄に呼ぶシステムづくりを考えています。まずは韓国から始めているのですが、やはり人脈づくりや提携する企業の選定などかなりパワーがいるなど感じています。こちらは地道に固めていくしかないですね。それと平行して、WEB上で展開する沖縄のツアーランドも石垣版の次は宮古版ができるはずですよ。また、1年以内には九州ツアーランドも開設する予定です。どういう形でまとめるか、今検討中なのですが。

——この2年間を見ると、情報誌以外にもさまざまな多角的な事業が展開されていて、まさに花開いたという感じですね。

考えたことはなかったのですが、確におっしゃるとおりですね。これまで個人事業の延長のような部分もありましたが、スタッフが充実したことでいろいろなアイデアが生まれ実行に移されています。そういう意味では、事業展開がかなりスピードアップされました。しかし、派手な展開は多くなく、地道に実績を積み上げてきたという思いが大きいですね。ようやく累積赤字が解消された、単年度黒字になった、初めて株主配当ができた……など、本当に少しずつ進んできたと思います。これまでの積み重ねが大きく花開くよう、これからが正念場かもしれませんね。

——ありがとうございます。

って早く決断し実行してきたことは、長額社長にも通じるものがあるのではないでしょうか。

ハワイで得た情報でいち早く事業を転換し、「決定は私ですが、仕事は、社員に任せています。」と社長が語るように、経営者の魅力と良い人材の確保・活用の結果が、業績向上と就職人気上位ランク入りを生んでいると感じました。

沖縄県産業振興公社
中小企業支援センター 桑山敏夫

沖縄の観光はまだまだ伸びる、 条件を整えば1000万人は可能です。

株式会社ジェイティービーグループ本社執行役員沖縄事業推進本部長 深川三郎さん

観光に関する商品開発を地元から発信する「着地型事業モデル」に取り組んでいるJTIB。全国でも唯一という、この画期的な取り組みについての展望と沖縄観光の可能性について、沖縄事業推進本部長の深川氏に語っていただきました。

——沖縄観光は好調で、観光客数も伸び続けていますが、専門の立場から現在の現状をどうご覧になっていますか。

沖縄は日本最大の観光地と言われています。1972年に本土復帰したときには約40万人の観光客数でしたが、75年海洋博のときに150万人を越えました。その翌年には80万人台に激減したということがあったわけですが、その後77年には120万人に戻り、それ以降はずっと右肩上がりです。これほど右肩上がりが続いている観光地は日本で唯一です。去年のデータでいうと観光だけで564

万人と、非常に魅力がある地域なのは確かだと思います。仲井真知事はこの観光客数を、1000万人にしようという計画を立てています。また、現在約4000億円の観光収入を1兆円にしようという目標が掲げられており、これに、JTIBグループも総力を挙げて協力するということを取り組んでいます。

——年間1000万人というのは実現可能な数字だとお考えですか。

那覇空港の拡張工事など、現在県が取り組んでいる事業が徐々に整っていけば、今後10年間で可能性のある数字だと考えています。

また、沖縄の観光は、着地（地元）から魅力をアピールしていけばまだまだ伸びていくと思います。そこで、現在、我々が総力を挙げて取り組んでいるのが「着地型事業モデル」という観光開発の事業です。これは、地域の方々と連携して沖縄の魅力を発信していく事業です。旅行という商品は、今までは発地主義、つまり、沖縄の旅行のプランを東京や大阪で作ることが多かったわけです。そうすると情報の量や受け入れの人数にも限りが出てきます。たとえば、ハワイやグアムでは着地からいろいろな情報を発信しているから情報の量が多い。こうした、日本で初めての着地からの商品開発と情報発信を沖縄でやってみようと考えています。

——その取り組みのひとつとして、このほどスタートしたのが「沖縄トラベルナビ」ですね。

これは、インターネットを利用して沖縄の情報をいろいろ発信しようというものです。大きく他と違うのは、新しいシステムを利用して、ブログの形で双方向コミュニケーションに力を入れていること。細かい情報やお客様からの問い合わせに対して、こちらから発信する「教えてナビ」や「沖縄達人ブログ」、それから、現地

ツアーを紹介するページを設けたインターネットサイトで対応します。これが普及していけば、お客様により深く沖縄を知っていただけると思います。「沖縄トラベルナビ」では、現在、どんどん参画していただける施設を募っているところなんです。特に「現地ツアー検索」、「沖縄達人ブログ」に沖縄の地元の方々が多く参加していただけることを期待していますので、ぜひご参加ください。

沖縄にはまだまだアピールできる魅力がたくさんあります。珊瑚礁ひとつとってみても世界美しいと言っても過言でない。沖縄にいる人にとっては当たり前かもしれない。そうしたことをもっと発信していくべきだと思います。たとえば中国の子どもたちは水の色を茶色く描くんです。沖縄のようなブルーの海は東アジアにはめったにありません。観光客1000万人を目指すには、外国人、とくに中国から注目を浴びなくてはならないと思うんですが、そういうことも含めて、日本の中の沖縄ではなくて、アジアの拠点としての沖縄をアピールしていかなければ、と考えています。

——観光に関して沖縄県民がもっと気づいたり考えたりするべきだと思われる部分はありますか。

沖縄の人はホスピタリティが非常に高い。これは冊封使の時代からのDNA的なものがあるのではないかと私は思っているんです。今、観光客に非常に人気があるのは、沖縄の人と触れ合えることが理由のひとつになっていると思われれます。沖縄の観光客はリピーター率が約7割。世界の観光地でもハワイが6割、グアムが約3割と言われていますから、これは非常に高い数字です。リピーター率が高い理由である、ホスピタリティの高い県民性をもっと活かして、観光産業に沖縄のみなさんが従事する機会が増えるのではないかと思います。

また、観光全体に関わる認定制度を作ったかどうかということも県に提案させていただいています。ホテルや観光施設などでも従業員に関する認定制度を作れば、従業員のモチベーションも上がり、業界がレベルアップするなど、さまざまな形で効果が期待できます。こうした取り組みで沖縄の特長を活かし、地元からの発信で、観光で自立できる沖縄県を実現する事業に協力していきたいと考えています。（インタビューア）

沖縄県産業振興公社・島袋彩子



深川三郎（ふかがわ さぶろう）さん
1949年生まれ。1973年、中央大学商学部卒業後、(株)日本交通公社(現在は社名変更し、株式会社ジェイティービー)に入社。2002年、本社取締役営業部長に就任。04年に取締役営業企画本部副本部長などを歴任後、07年、グループ本社執行役員沖縄事業推進本部長。

株式会社ジェイティービー
〒900-0006 那覇市おもろまち4-19-30 TEL:098-860-7704
沖縄トラベルナビ <http://okinawa.travel/>



服部幸應さんインタビュー

健康長寿の座を守ってきた沖縄がいま、危機的状況にある。食生活をはじめ生活習慣の乱れが原因とされるなか、平成17年に「食育基本法」が成立し、国を挙げての取り組みが始まった。医学博士の服部氏に県民に求めることを聞いた。

法』なのです。今の子どもたちは、家庭の食卓でしつけられていない子がほとんどです。8歳、小学3年生までにしつけられたことは、大人になっても身に付いたままです。しかし9歳になった子にそれを求めると10倍のエネルギーが必要になります。

——そんな深刻な状況の中、日本では「食育基本法」が制定され世界から注目されています。

食育とは、どんな環境で、どう食べるか、どんな時期に、どう教えるか、さらに周りの人間がどう接するかを考えることです。同時に食糧問題や、食の安心、安全、健康的な食などについても考える、とても幅広いものです。

食の教育を世界的にみると、最も古くから取り組んでいるのは北欧で、その後、アメリカでも始めました。フランスでもすでに18年前から取り組んでいます。世界各国でさまざまな取り組みがなされていますが、どこも成功していません。それは、いずれも法律ではなく省令だからです。

日本は世界で初めて、食育が法律になりました。それは文部科学省と厚生労働省、農林水産省の三省が協力したからです。しかし世界が注目しているというのに、当の日本のマスコミは、ロハスやスローフードといった外国のものばかりを取り上げているのが現状です。こんな素晴らしい法律ができ、海外から賞賛されているというのに、日本人の目はまだ外を向いていてバランスが悪いですね。

こんな状況なので、私はこれから「レッツ食育」と、世界に向けて発信します。そうすれば、あと10年ぐらいすれば外国から

日本に食育の良さが逆輸入されるでしょう。そのとき初めて日本人が食育の重要性に気がつくのではないでしょう。自分たちが持っているものの価値を日本人はもっと意識するべきですね。

——沖縄も危機的状況にありますか。

沖縄男性の平均寿命が26位に転落した26ショックに続き、今後は女性の長寿日本一の座も危ういと言われています。日本一の長寿だった沖縄、それはとりもなおさず、世界一という誇るべきことです。その誇りを早く取り戻してほしいですね。

沖縄は日本の他の地域に比べて、外国の食文化に接する機会が早かったという特徴があります。ということは、沖縄以外の地域も、あと10年後には今の沖縄と同じような状況になる可能性があるということです。その意味で、沖縄はいち早く欧米食を取り入れた「実験台」になっているという言い方もできます。

いま、沖縄県民は欧米化した食習慣を変えようと慌てていますが、やっぱり8歳までの幼いときの食習慣を変えていかなないとダメなんです。

なにも難しいことをするのではなく、従来から沖縄に根付いていた野菜たっぷりの食事に戻せばいいのです。

食材料の摂取量を全国で調査した結果を見ると、沖縄は野菜47位、果物47位、魚47位、肉1位となっています。野菜が全国最下位、肉が全国一ということデータをしっかり示されたわけで、家庭や学校教育、さらに職場でも食生活を長期的に見直す必要がはつきりしたと思います。まずはバランスの取り方を検討してほしいですね。

人の身体は急に変わる物ではありません。8〜10年ぐらいで、じわじわ効いてくるので、成果は10年後にしか確認できないのです。だからこそ、早く始めなければならぬ。今日から食事時にはテレビを消して、家族みんなで食事をしてください。そして箸の使い方や姿勢、食べ物の好き嫌いなど、「うるさい」ことを言われながら食べましょう。食事時の躰が食育なのです。

最後に、長寿の最先端を走っていた沖縄には、リーダーとして、早く長寿1位の座を取り戻してほしいですね。



服部幸應さんプロフィール

学校法人服部学園 服部栄養専門学校理事長・校長。医学博士。厚生労働省・農林水産省・文部科学省各省による「健康づくりのための食生活指針策定検討会」・「食生活指針普及推進委員会」委員 文部科学省「機能物質の解析と体系化に関する研究」の総合推進委員



写真提供：沖縄食育推進プログラム

——食をめぐる日本人の状況は、かなり危機的だと言われていますが。

核家族化が進む前、日本人の多くは大家族で食卓を囲んでいました。家族全員がそろって食事をするなかで、子どもたちは日常的に箸の持ち方や食事の作法をしつけられてきました。

ところが物が溢れる時代になって、親の世代が「なんでもいいや」と思い始めたのです。それで子どもの躰をしなくなりました。躰をしないと動物は、いつまで経っても動物のままなんです。小さいときに躰をしないと、犬でも覚えない。

だから、0〜3歳、3〜8歳の間に、しっかり躰をしましょうというのが『食育基本

長寿の最先端を走っていた 沖縄には、誇りを持って 1位の座を取り戻してほしい

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>

グラブのカスタムなどを専門に行い 多くの野球人のファインプレーに貢献



【野球工房くばがわ】
久場川薫店主
098-862-2866

少年野球から高校、社会人野球、さらにプロ野球のキャンプも行われるなど、沖縄は野球が大変盛んな場所だ。野球に欠かせないグラブを独特の技術でカスタマイズするなど、野球用具の専門店として知られるのが「野球工房くばがわ」だ。

久場川店主は8年前に脱サラをして開業。野球用品の単なる販売店とは一線を画す存在である。他店との一番の違いは、新品のグラブをいったん湯に浸けて揉みほぐす『型付け』を行う点だ。

「新品のグラブは革が固くて、ボールが取りにくいんです。買ってすぐに使えるようにするために、型付けをしています。グラブを解体してお湯に浸け、揉みほぐすことで革を柔らかくし、使いやすくするのです。素手感覚で使用でき、ボールをキャッチしやすいグラブを目指しています」と久場川店主は語る。

最近では、使いやすさはいまでもなく、色やデザインに凝ったグラブを求めるプレーヤーも増えている。久場川店主は、それぞれの好みに応じたオリジナルグラブも作り、名前や背番号の刺繍などを入れること



それぞれの持ち主の個性に合わせて、野球用グラブをカスタマイズしていく。ここまでのサービスを行うお店は、県内ではほかにない

もできるという。

またケガなどで手に障害のある人が使いやすいグラブの制作も手がけている。ひとりひとりの手の状態に合わせて、手首の部分にマジックテープをつけて、ボールをキャッチしたときにグラブが外れないような工夫を施すこともあるそうだ。

「お客さんが出場する野球を観に行くことも多いです。自分が手がけたグラブでファインプレーをする選手を見たときには、ほっとするし、大きな喜びを感じます」

住宅街の中にある小さな店舗だが、ここまでのカスタマイズを行っているのは県内ではここだけで、少年から社会人まで、多くの野球プレーヤーに不可欠な存在だ。

「買ってくれた人が九州大会や全国大会に出場することも増えてきています。うちのグラブでプレーして、プロになった人もいます。お客さんがこれからもどんどん活躍して、将来はメジャーリーグを目指すような選手に育ってくれるのが、大きな夢ですね」

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。

沖縄の健康食材をネットを通じて全国へ 平均年齢28歳、若い社員の熱い取り組み



【(有)オキネット】
赤嶺直也 代表取締役
098-856-9651
<http://www.oki-net.co.jp/>

沖縄の栄養たっぷりの食材や、フルーツなどをインターネットを通じて全国的に販売するネット通販。多くのネットショップがしのぎを削っているが、県内でも知られる存在のひとつが「(有)オキネット」だ。

創業3年、同社代表の赤嶺直也さんは29歳。社員の平均年齢も28歳で、若さと活気のあるネット販売を行っている。単なる通信販売ではなく、心の通った「通心販売」をモットーに業績を伸ばしてきた。

「創業時に創業者支援資金という支援制度を利用して1000万円を借り入れました。けれども当初の売上は5か月間でわずか30万円。どうしようかと不安になっていた頃、当時うちのメイン商品として販売していたゴーヤー茶が、たまたまテレビの人気情報番組で紹介されたのです。それをきっかけに注文が増えていきました」と赤嶺さん。

このときは、テレビ番組に救われた結果となったが、ブームに左右されないオリジナルの商品力をつけたり、独自のサービスの必要性を痛感したという。

現在の主力商品はマンゴーやシークワー



主力商品の健康野菜やフルーツなどは、社員が自ら農家へ出向き、畑を見たり話をしたりして、信頼関係を構築していく

「創業時に県の支援を得たので、それで上げた利益を社会に還元することが目標です。沖縄の自然や環境にも配慮した企業でありたいと思っています。」

なにより商品を買ってくれたお客様が、その商品を使うことで心豊かな時間を過ごすことができ、また買いたくなるような流れを作りたいですね。『お客様に喜んでもらう』を企業理念に掲げていますが、ネットでショッピングを楽しんだお客様の生活の質の向上や、心豊かな時間を作ることにお手伝いできればと願っています」



「紅麴菌でつくる白い豆腐よう」

(株)紅濱の豆腐よう(商品名・唐芙蓉)は、しま豆腐を紅麴菌で発酵させた発酵食品です。当社は、琉球大学農学部安田正昭教授から技術移転を受け、バイオ技術による豆腐よう生産を事業化しました。独自に保有する紅麴菌優良株によって鮮やかな紅色と芳醇な風味が醸しだされています。

私は平成六年にトロピカルテクノセンター(TTC)に入社し、紅麴菌研究チームに配属され、以後五年間研究員として産学連携に携わりました。この事業で私は五十種類以上の紅麴菌の性質を調べ、色素生産力が高い菌株群、うま味成分をつくる酵素力が高い菌株群、甘味成分をつくる酵素力が乏しいのにその他の酵素力には優れている変わり者の菌株を三株発見しました。さらに詳しく調べ、安定性の高い色素欠損菌株(アルビノ種)を絞り込むことができました。これを用いることで、紅麴菌としての発酵力を維持しながら真っ白な米麴を安定的に生産することができるようになりました。(株)紅濱によって白い豆腐よう(唐芙蓉)として平成八年に商品化されました。

紅い唐芙蓉と併せて紅白セットも売られています。商品化までには何度も何度も紅麴菌を培養し、麴を育てて試験分析を行いました。(株)紅濱の研究員も豆腐ようの発酵試験を何度も繰り返しました。数回を重ねた試作品の試食評価会には、ほぼ全員のTTC社員が参加してくださいました。このような仕事を通して、食品開発や産学連携に必要な知識とノウハウを学ぶことができたのですが、それをいつも温かく、時には厳しく見つけながら指導くださったのが当時TTC取締役・研究開発部長をされていた故・照屋輝一先生(前沖縄TLO社長・琉球大学地域共同研究センター長)でした。照屋輝一先生の「オレ達は沖縄の工業出荷額を一円でも伸ばすために頑張らなきゃいかん」という熱い語りかけが、今も耳の底に留まっています。

文 照屋隆司 てるやりゅうじ

(有)開発屋でいきたん代表取締役、1967年コザ市生まれ、92年琉球大学院修了(農学修士 農芸化学)。ヘリオス酒造、トロピカルテクノセンターを経て、99年に(有)開発屋でいきたんを設立。食品・バイオ分野を中心に県内企業の開発コンサルティングや特産品開発のアドバイザーを務める。03年より(財)沖縄県産業振興公社専門コーディネーター、07年より、経済産業省「地域中小企業サポーター」に就任。

ビバ！ウチナ一むん

Viva! Okinawan

——れえの絵本——
怖くなく、どこか笑える霊の話。

手に取ってまず目を引くのは独特のタッチの絵、感じがして、なんだかほろほろと笑えます。「方々」の絵本。ちなみに「れえ」には「七口、守礼の「礼」、「霊」の3つの意味が込められているとか。沖縄には「霊」と親密な(?)文化がありますが、やはりおどろおどろしくて怖いものといったイメージがありますよね。でも、この本は主婦である作者の日常を綴ったブ



お問い合わせ
クリエイションひとつ
那覇市曙2-21-18-2F
TEL 098-869-5877
http://www.reenoehon.com



——琉球プリン——
作り手の優しさが伝わってきます

わかりやすくかわいらしいネーミング。冷凍の状態でも販売されていて、解凍時間によってシャリシャリとした感じからトロトロとした食感まで、色々楽しめます。紅芋、マンゴー、黒糖の3種類で、卵は使わず、豆乳がベースとなっていて、それぞれ濃厚なのにさっぱりとしていて、いくらでも食べられそう。オーナーパティシエの瀬良垣守幸さんは、紅芋で

お問い合わせ
(有)レーベン、レブ(きなこや)
中城村字泊96
TEL098-895-2050
http://kinakoya.jp/

マーケティングコラム 日々雑感

当社が提携している博報堂では国内各地域の生活者意識を探る事を目的として「エリア HABIT」という地域生活者データベースシステムを04年に開発。沖縄地区を当社が担当している新聞等12種類)について聞いてみました。

「一番生活者に届く広告メディアは？」

月に実施した07年度調査結果の一部をご紹介します。企業にとって広告には直接生活者へメッセージを発信できる重要なツールです。それだけに広告をどう使えば効果的かを考える事は、担当者にとつて重要なテーマ。そこで県民に広告メディア(TV、ラジオ、新聞等12種類)について聞いてみました。

まず接触面について見ると、「よく視聴する広告」として回答が一番多かったのはやはりTVCMでした。63%の方がTVCMを選択。2位には10ポイント以上差が開いて新聞広告(50%)、3位は折込みチラシ(44%)と続きます。またTVCMは「印象に残る広告が多い」の項目でも37%トップ。2位の屋外広



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
マーケティングディレクター
1965年 沖縄市生まれ。1990年 株式会社アド・スタッフ入社。マーケティング部調査課に配属され、以来リサーチをメインとしたプランニング業務に従事。2007年より現職。

沖縄ビジネス大賞・ビジネスオンライン部門

株式会社ジェイシーが受賞

県内でいち早く治療食宅配業を軌道に乗せ、

「沖縄文化としての飲食提供」をコンセプトに

県内外に飛躍的に店舗を増やしてきた(株)JCCが、

平成19年度沖縄ビジネス大賞を受賞。

瀧辺俊一社長に、喜びの言葉と

これからの展望をうかがった。



写真左:株式会社ジェイシーの瀧辺俊一社長 写真右上:カロリーなどに気を配った健康食は、このような形で宅配される 写真右下:宅配サービスは、高齢者などのいるご家庭で好評を得ている

——今回は、受賞おめでとうございます。

ありがとうございます。「沖縄の健康を守り、沖縄の文化を広く、深く、正しく、世界へ向けて発信していこう」というコンセプトを評価していただいたことをとても嬉しく思います。また、この賞がともに頑張っているスタッフに誇りと自信を与えてくれたことを深く感謝します。これを機にさらに精進して、沖縄になくてはならない、他をもって替えがたい企業に成長して行きたいと思えます。

——選理理由の中に、御社の「三創プラン」が挙げられています。改めてご説明いただけますか。

「三創プラン」とは「街づくり」「村づくり」「健康づくり」から成り、この実現のために我々は「飲食と健康」「飲食と文化」「飲食とIT」を事業コンセプトとしています。

たとえば、「飲食と健康」は切っても切れないものです。私たちは糖尿病や高血圧の方に向けた治療食の宅配業を10年以上やってきました。そこでわかったことが、そういった病気のほとんどが「肥満」という過程を通ることでした。沖縄は肥満率日本一であり、これは県民の健康はもろろん、生産性の低下、自治体の医療費の負担など、さまざまな弊害を引き起こします。その対策としてこれまでの食事

療法の強化とともに、運動療法を加えることを考えたわけです。

運動療法は習慣化が大切ですから、みんなで支えあって楽しみながらできるような「わだやカルチャー倶楽部」を設立しました。器具などを使わず自宅でもできるダンスやヨガ、ストレッチなどに特化し、また、運動を続けるモチベーションを上げるために発表会も企画し、その場としてマイシアター「ライラ」という劇場を作り、活用しています。

「飲食と文化」という面から言うと、歴史・文化を発信する

拠点として多くの人が集う飲食の場は非常に有効です。本格的で質の高い飲食と融合することで、インフラとして強さを増し、持続可能になります。それを私たちは「波照間」や「とうばらーま」「首里天楼」「ライラ」といった店舗を展開することで実感しました。人が集まる飲食の場所を利用して、沖縄文化を全国に広めていく考え方は、誤解を恐れずいけば、沖縄の文化は「最強無比の商品」になり得ると思っています。世の中は生産性の効率化のためデジタル化、ハイテク化を行ってきま

したが、それが結局心のひずみを生んでいます。沖縄の文化はそれに対して、アナログ感、ハイクラス感を持っています。この魅力を伝えていく方法をより追求していきたいと思っています。国際通りを東アジア有数の

一大エンターテイメント通りとして活性化しようという目標もそのひとつです。また、「食文化」の発信として、「龍潭」という店で作った豆腐ようがモンドセレクション2007で最高金賞をいただきました。沖縄文化が世界に認められる追い風になったと喜んでいきます。

「飲食とIT」としては、沖縄のアナログの魅力を表現するために組織内のデジタル化を図っています。WEBを利用した掲示板方式のグループウェアで社内的情報を共有化し、それが迅速な意思決定や管理コストの抑制を可能にしました。沖縄文化を世界に発信し、さらに、他の土地の素晴らしい文化を取り入れて沖縄文化に融合させ、また発信する。この循環の中に私たちの企業の存在理由と原動力そのものがあると思っています。

——今後の展望は?

いくつかのビジネスモデルを作っていきたいと考えています。たとえば、少子高齢化社会の中で、沖縄でこれまでの概念にとらわれない生産拠点、サービス拠点としての老人ホーム。バリアフリー農園で野菜を生産したり、豆腐や味噌など二次加工品を生産したり、その場所を観光に開放する。あるいは、元氣な老人は介護を手伝うなど、高齢者に生きがいを与える試みを考えています。また、自然を復元しながら作るホテルの設計も手がけています。新しいビジネスモデルを発信することで、それがコピーされて広まることを期待したいと思っています。それが「沖縄方式」として広まることで、沖縄がよくなっている。ばいばい。そのきっかけを我々が作る、そういうロマンのある仕事をしたいと思っています。

公社の貸与制度がより使いやすくなりました

貸与制度とは、事業に必要な設備機器を公社が購入し企業の皆様方にお貸しする制度です。本制度は昭和46年以降、皆様方の設備投資に活用されてきましたが、今般、制度が改正され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。

- 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))

平成19年4月受付分より改正後の要件を適用させて頂いており、ご好評を頂いております。設備投資をお考えの企業の皆様、ぜひ公社

の貸与制度をご利用ください。

お問い合わせ (財) 沖縄県産業振興公社融資課 (担当/中村・高良)
☎098(8059) 6236

	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	固定金利 年2.50%
金利	月額リース料率 1.391%～2.295%	7年(1年据置)
ご融資期間	3～7年 (法定耐用年数に応じ決定)	設備価格の5%
保証金	不要	
連帯保証人	1人以上	
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)	
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・長期・低利の制度で、安定した設備投資計画が立てられます。 ・信用保証協会の保証枠や、金融機関の借入枠に影響を与えず、設備投資後も、運転資金やその他の資金調達に余力を残すことができます。 ・割賦販売の元金支払は1年間据置(その間は、利息分のみのお支払)。 	

バイオベンチャー企業
研究開発支援事業とは



AMBISが開発したプラスミドDNA精製システム

産業振興公社では、国・県の支援のもと「バイオベンチャー企業研究開発支援事業」を平成17年度から実施してきました。これまで、本事業で18企業が採

択され、07年3月までに、8社が研究開発支援を終了し事業化に向けてスタートしています。今回、卒業企業の事業に向けた取り組みについて紹介

金を支払わなかった場合、及び契約に違反した場合の措置(損害賠償、契約解除等)、⑤連帯保証人の有無(必要に応じて)、⑥瑕疵担保責任(商品に欠陥があった場合の売上の責任)の有無、⑦取引にかかる諸費用の負担はどのようにするか、⑧契約書に定めのない事項に関して疑義が生じた場合の取り決め、⑨トラブルになりお互いの協議で決着がつかない場合に、訴訟になったときの管轄裁判所。以上の9つが売買契約における基本的なポイントです。

確かに、契約書をつくるのは面倒ですし時間もかかりますが、会社や自分を守るためにも、ぜひ、この機会に契約書の整備を行って下さい。

私が
お答えします

平良吉章(たいらよしあき)
行政書士 オフィスマネージャー代表
(☎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。沖縄県健康産業協議会食品表示アドバイザー

ビジネス法律
Q & A 得

Q 商品の売買で、ちゃんとした契約書を作ろうと思っています。後々のトラブルを避けるため、売買契約書の作成のポイントを教えてください。

1. 契約の成立

A 契約は、申込みの意思表示とそれに対する承諾の意思表示があれば、口頭でも有効です。例えば、売主が「パソコンを売る」と言い、購入希望者が「買います」と言えば契約書を作成し、締結しなくても、契約は成立します。

2. 契約の証明

A 商品の売買にあたり、金額、支払方法、商品に欠陥があった場合、代金の支払が滞った場合など、いろいろな取り決めがなされます。しかし、証明するものがなければ、当然、第三者

3. 契約書作成のポイント

A 契約書の作成にあたっては、書式集などを参考にされても良いのですが、同様の売買契約であっても、双方の希望する条件等により変わってきますので、書式集の雛形をそのまま使用するのとは避けたいものです。それでも、自分で作成する場合には次の点に注意して下さい。①売買される商品の数量等の確定と記載の有無、②代金の額、及びその支払方法、支払日、支払場所、その他の支払条件、③商品の引渡し方法、引渡し場所、④代

本事業で採択された企業の一つである株式会社先端医学生物科学研究所(AMBIS)(代表取締役 喜久川政直氏)は、平成16年度、18年度の3年間、これまでに取得した特許「ベクター製造装置及び方法」を基に、プラスミドDNAの受託製造の事業化を目指して研究開発をおこなってまいりました。また、受託製造をおこなうのに必要なGMP(医薬品、医療用具の製造管理、品質管理の基準)認証にも取り組み、10月末に、厚生労働省より、生物学的製剤区分医薬品製造業の許可を受けました。これは、生物製剤治験薬製造業としては全国初の事例であります。

プラスミドDNAとは細胞内に存在する染色体以外のDNAのことで、遺伝子操作技術を用いて遺伝子を組換え、ある

目的を持ったタンパク質を作ることに使われます。また、プラスミドDNAはベクター(運び屋)とも呼ばれ、細胞に遺伝子を使って遺伝子の導入をおこないます。そして、これらの性質を利用して、現在では新薬開発、DNAワクチン開発や遺伝子治療などに利用されています。

同社が開発した新しい製造方法により、操作が煩雑で時間のかかる菌の培養、プラスミド抽出、精製といった製造工程をライン化し一元管理することで、高純度のプラスミドDNAを簡単に製造できるようになりました。また、閉鎖系のラインのため、製造過程で雑菌などが混入することがなく、安全な製品をつくることができます。

今後は、製造コストの削減、納期の短縮を図りながら、創薬ベンチャー企業や研究機関、新薬開発者向けの創薬支援事業を開始する予定であり、平成19年中の事業化を目指しています。

お問い合わせ
株式会社先端医学生物科学研究所
〒901-1202
南城市大里字大里2013
☎098-835-8878
e-mail:ambis@ambis.co.jp
http://www.ambis.co.jp

タブロイド判
「沖縄ベンチャースタジオ」14号
2007年12月25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。