

P.02  
特集

安心・安全・安定供給を目指す

「植物工場」の

現在と未来



P.11  
ちゅ  
美らさん  
インタビュー

女優 ミムラ さん

沖縄は自然が美しく都会とは違うパワーを感じます  
今回の本部町ロケでも独特の空気感に助けられました



## [CONTENTS]

- P.04 **オビニオンリーダーに聞く** (財)沖縄観光コンベンションビューロー 会長 安里繁信さん
- P.05 **海外レポート from 上海** 沖縄がアジアの玄関となる日
- P.06 **経営者は語る** (株)ミヤギパッケージ 代表取締役社長 宮城通治さん
- P.07 **発見!ご当地ヒット商品** 第二回 与那原町 赤瓦コースター
- P.08 **元気企業紹介** 琉球黒糖(株)
- P.10 **トピックス**
- P.11 **OVS ニュース** 設備投資をサポートします!



# 安心・安全・安定供給を目指す 「植物工場」の現在と未来

今、次世代の新しい農業スタイルとして注目を集めている「植物工場」育ちの野菜たちが県内でも生産、出荷されている。従来のイメージを覆す植物工場の現状と可能性を探った。

## 株式会社 インターナショナル ローカル

香港への輸出も始め  
順調に販路拡大

糸満市糸満にある株式会社インターナショナル・ローカルの代表取締役社長・佐々木康人さんが、農業経験もない中で植物工場経営に乗り出したのは2008年だった。出身地北海道から遠い沖縄を選んだのは「葉野菜の安定供給」「リゾートホテルへの出荷」「アジアへの輸出」が見込まれること。こうして2010年1月、県内初の植物工場が完成した。主な作物は高級食材のアイスプラント、ベビーリーフ、わさび菜など、取引価格が高い商品だ。栽培に適した水や栄養分の補給、空気洗浄を行い、農薬を使わない安心で安全な野菜を販売する。

一般的な植物工場での課題は初期投資額と電気代の高さ。初期投資は工場建築費のほかに、作業の効率化を図るための機械に費用がかかる。佐々木社長は機械による自動化にこだわらずコスト削減を図り、「機械と作業員が管理する部分を分け、作業員の目で野菜の状態をチェックし、手作業で収穫することできめ細やかな状況把握ができる」とメリットを挙げている。当初は県内のレストランやスーパーで販売し、今年から香港への輸出、ネット



写真上) 表面の細かな水滴が見た目にも美しく、独特の歯触りとほんのり塩味が感じられるアイスプラント(手前)と、ピリッとした味わいが大人向けのわさび菜(奥)  
右) 高級食材ながらお手頃な食べ切りサイズで販売されているアイスプラント



写真上) 種から収穫まで20~25日かけ、丁寧に育てられるベビーリーフ  
左) 農業経験ゼロから始めた植物工場だが、順調な販路拡大で県外からの講演会に招かれる機会もあるという佐々木社長



販売、県内ファミリーマート全店での取り扱いも始まった。電気代の削減についてLEDの使用や太陽光パネル、風車など自然エネルギーの活用も検討している。

今後の目標は県内にもう1カ所工場を建設することだ。さらに、本土を含め、香港やシンガポールでの現地生産を視野に入れていくという。佐々木社長は「露地栽培と競合するのではと言われたが、植物工場が露地物を補完する立場として、野菜を安定供給していきたい。そうすれば農家の安定収入にもつながる」と話し、「起業の理念である『世界中の人の心身を健康にする』ことを実現したい」と沖縄発の新たな取り組みに意欲を見せた。

### 株式会社 インターナショナル・ローカル

☎ 098-987-1770  
HP <http://www.inloco-store.com/>

## 株式会社ぐしけん

葉物野菜の端境期を狙い市場へ参入

株式会社ぐしけん(稲嶺利政代表取締役社長)といえはパン製造の老舗メーカーだが、2010年9月から新規事業として北中城村で植物工場への参入を図った。フリレタスやグリーンリーフを栽培し、自社のベーカーリー部門のサンドイッチに使うほか、今年6月からはコーおきなわに卸し、生産する全ての野菜がその日の内にほぼ完売の状況だ。植物工場参入は同社ベーカーリー部門で使用される野菜を、夏場の端境期に調達することが目的だった。工場責任者のリサイクル事業部取締役事業部長・知念進さんは、「取引のあったコーおきなわさんから『サンドイッチの野菜がおいしい』と言われ、店舗で販売した。安心安全や地産地消に関心の高い購買層と、我々が目指す沖縄産の新鮮で安全な野菜のコンセプトが合致した」と話す。

同社にとっては新分野の開拓となったが、実は、工場責任者の知念さんにとっても農業は未経験。インターネットを使って



北中城村屋宜原の旧工場の一部を利用した植物工場。行政からの補助金を得ずに、独自に事業を進め、栽培方法についても独自のノウハウを構築。広い工場内には野菜棚の上に野菜が整然と並び



写真左) 煙突のような形で、太陽光を室内に取り入れる光ダクト(下) 遮光された室内には光ダクトから太陽光が入り、植物の成長に必要な光のみが届くようになっている。24時間の監視体制で植物の成長具合をチェック



販売価格の問題だ。同社が目指すのは「年間を通して一定量を一定の品質で定価販売すること」。夏場は葉物野菜が少なくなるため植物工場で作った野菜の売れ行きは安定している。しかし、問題は葉物野菜が多くなる冬場に定価が守れるかということ。「当社は採算性や利益を上げる点を重視しています。だからこそ多くの方に当社の野菜は無農薬で新鮮という商品価値を認知してもらい、そのためのプロモーションをしたい」と知念さんは話し、今後の工場増設計画も視野に入れながら、「新県産野菜」のPRを進めている。

調べたり、業者を訪ねたりしたが、栽培方法は確立されたものが少ないため「企業秘密」の部分が多く、調査は難航したという。「栽培は試行錯誤の状態が始まったが、独自のノウハウも徐々に確立した」と知念さん。最大の課題は運営コストだ。要因は電気代の高さにある。知念さんは「生産しているのは野菜にもかかわらず農事用電力として認定されない。コスト削減のために農事用電力の認定が受けられるようなシステムにしてほしい」と強調し、行政のバックアップを求める。

「場として県内普及を目指し、植物工場運営を進める。植物工場では、植物の成長に必要な光を与える蛍光灯や、蛍光灯から発生する熱を冷やすための空調施設など、大量の電気を使用する。以前からエネルギーコスト削減の研究が進められていたが、同センターが着目したのは沖縄ならではの「強烈な太陽光」。琉大が山口県の東洋鋼鉄株式会社と共同開発したのが光ダクトを使った採光システムだ。光ダクトは、太陽エネルギーから植物に必要な光のみを集め、電力を使わず野菜を育てる。さらに、空調施設を動かすため、サトウキビの搾りかすからできるバガス炭を使った集熱システムの研究も実用化へ近づいていく。



写真上) 未来型の野菜工場の中で、丁寧に移植作業を行っている従業員  
左) 「新鮮な野菜を多くの皆様に食べてもらいたい」と語る知念部長

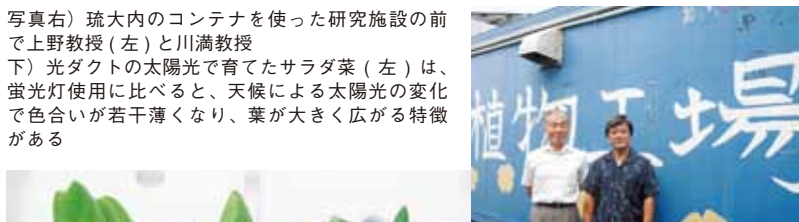
株式会社ぐしけん リサイクル事業部  
☎ 098-933-2864

## NPO 亜熱帯バイオマス 利用研究センター

### エコシステムで沖縄型植物工場

植物工場の課題であるコスト削減に向けた実証研究を進め、「沖縄型植物工場」を目指しているのが琉球大学にあるNPO 亜熱帯バイオマス利用研究センター(理事長・上野正実琉大農学部教授)と、自治体関係者や企業で構成する沖縄グリーンファーム協議会だ。昨年度から総務省の補助を受け、ICT(情報通信技術)を活用した植物工場「中城グリーンファーム」と「北中城グリーンファーム」を7月から稼働している。遠隔地でもパソコンで工場を管理するシステムの開発、高齢者や障がい者の雇

用をスタートさせた。当初から研究している農学部の川満芳信教授は、「エネルギーコストを削減し、生産性を上げれば、植物工場が普及する」と強調する。生産性向上のため、従来の水耕栽培だけでなく野菜の根に一定時間ごとに水分や栄養分を供給する噴霧栽培、消毒した土壌を使った根菜類の栽培についても研究中

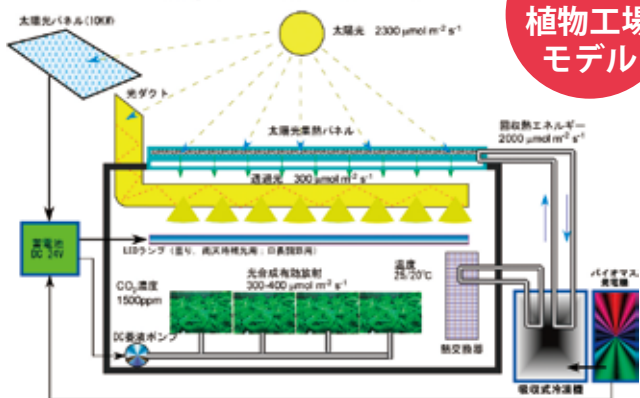


写真右) 琉大内のコンテナを使った研究施設の前で上野教授(左)と川満教授(右) 光ダクトの太陽光で育てたサラダ菜(左)は、蛍光灯使用に比べると、天候による太陽光の変化で色合いが若干薄くなり、葉が大きく広がる特徴がある



だ。ICTや地デジによるモニターシステムは安定的管理が課題となっているが、上野教授は「大学の使命は人材育成にもあり、管理者を養成している。また、研究機関として技術を企業に提供する役割も担っている」と述べ、インターネットのオンラインで実務を学ぶ人材を育成する。今後の課題はモニターシステムや省エネ技術の実用化、そして生産された野菜の販路だ。「障がい者や高齢者の雇用の場とするためには、販路を確保し、安定的な収

### 沖縄型植物工場モデル



自然エネルギーの活用と、産業廃棄物となるバガスのリサイクルで、エコシステムをフル活用した沖縄型植物工場の予想図。実用化に向けて研究が進んでいる

### NPO 亜熱帯バイオマス 利用研究センター

☎ 098-943-1872  
HP <http://okinawa-dehijfarm.org/pfs/>

入を得る必要がある」と上野教授は話し、新システムを構築するため研究を続けながら販路確保による沖縄型植物工場の本格的実用化を目指す。

# オピニオン リーダー に聞く

財団法人沖縄観光コンベンションビューロー  
会長 安里繁信さん

—6月27日に会長に就任され、観光業界以外からの就任ということで、周囲から驚きの声も上がりましたが、ご感想をお聞かせください。

就任してからの率直な感想ですが、沖縄が観光立県であることについては誰も異論を唱えないと思いますが、具体的な各論については関心が向けられていないのではと感じています。

私が観光業界以外からの就任ということですが、その質問が正に沖縄の現状を示していると思います。現在、入域観光客が約600万人おり、県民や経済界は何らかの形で観光に結びついているのです。私自身は就任前から沖縄全体が観光業であるという認識を持ってきましたが、業界ごとに線引きする認識の方がいかに多いかを感じています。これまで、沖縄経済の成長戦略を描くにあたって「観光が必要である」との必然性を説いて広く理解を得るような活動が欠落していたのではないかと思います。だからこそ、今、「沖縄観光コンベンションビューロー」は何ができるかというスタンスではなく、「一緒に何ができるか」「一緒に汗を流してもらえませんか」と訴えているのです。それは、我々が財団法人として観光を産業化するためのプラットフォームとしての受け皿を提供し、新しい公共の形を創出するために民間活力も入れていきたいと考えているからです。単なる半官半民の形ではなく、「株式会社 沖縄」の営業本部となるような組織を作り上げ、多くの方に

## 沖縄の経済成長戦略に不可欠なのが観光 業界の枠組みを超えて危機感を共有し、 顔の見える活動を通して、観光業界から観光産業へ



参画していただけるように、就任からこれまで組織の体制を整えてきました。マーケットの変化に適応できないと生き残れないという危機感を、県民のみならずと共有していきたいと考え、今やれることを精一杯やるように個人としてはもちろん、組織としても取り組んでいるところです。

—東日本大震災以降、厳しい経済状況が続いていますが、会長自身どのように感じていますか。

3・11を境に大きく市場は変わっています。加えて円高も止められず、観光客が海外に流れるなどさまざまな打撃を受けています。公共工事の減少や社会情勢の厳しさが増しているからこそ、業界の枠組みを超えて危機感を共有し、「沖縄は何で飯を食っていくのかを、県民全体が本気で考えなければなりません。従来の観光業界という一業界としての概念から、新たな観光産業へと持っていく必要があります。私は、観光は「流通」であるところと思っています。人、モノ、金、情報の流れをどのように地域に引き寄せていくかが、経済成長を描く上でも柱になっていくと思います。現在、600万人来ている観光客が再び来るといふ保証がない

ことを、9・11(アメリカの同時多発テロ)や今年の3・11の時に沖縄は経験しています。だからこそ、経済が流れるような蛇口を多く作るという開拓精神が必要なのです。

—新たなマーケットとして中国を中心としたアジア、さらにスポーツコンベンションへの取り組みなども進められていますか、現状はどうでしょうか。

中国からは、数次ビザの申請が増え、修学旅行を含めた問い合わせも多くなっています。また、韓国では沖縄でロケをしたドラマが8月まで放映され、かなりの高視聴率で、ロケ地となったリゾートホテルには問い合わせが殺到しているそうです。8月から9月にかけて韓国、中国へ行き沖縄観光をPRしてきましたが、これまでのスタンスと違うのは、沖縄だけを売るのではなく、「沖縄で日本を売る」ことです。数次ビザでまず沖縄に来た中国からの観光客に、交流拠点の立場として本土をPRすれば、沖縄をはじめ日本全体がもっと潤うような気がします。海外からの誘客を経済成長戦略のひとつとしてとらえた「ビジットジャパン」という取り組みがありますが、それをけん引するのは、間違いなく沖縄です。

韓国はアジアナ航空が来年沖縄就航20周年になるので、現在の週5便を7便に増便していただけるようお願いしました。しかしながら海外からの観光客誘致で大切なのは受入れ態勢です。那覇空港の国際線ターミナルの保安検査機増設を要請したのも、今の施設の中で最大の受け入れ態勢が取れるようにとの考えからです。

スポーツコンベンションとしては、これまで宿泊、移動、トレーニング施設などバラバラに予約しなければならなかったものを、パッケージとして全て完結できるように後押しするなど、財団が果たす役割はたくさんあると思います。市町村と連携しながらいろいろな選択肢を提供できるようにしていかなければならないのです。



2011年7月「All Japan Show in China」での県知事トップセールス

## 海外 REPORT from 上海

### 沖繩がアジアの玄関となる日 路線誘致が中国ビジネスの 拡大の可能性を広げる

産業振興公社では、県内企業の海外進出支援や本県情報の発信、海外情報収集のため、台北・上海・香港に海外事務所を設置しています。現地から沖縄関連の最新事情をお届けします。

#### 路線就航までの過程

2011年は変革の年となりました。中国本土からの那覇直行便は、近年、上海便が週2便だったのが7月28日に初の北

—これからの目標、課題は。

これまで沖縄観光を育てた方々の努力があったからこそ今の市場があります。私もあの時の先輩が頑張ってくれたから、沖縄が観光リゾート地として成熟したと言ってもらえるようにしたいと考えています。その第一は県民のコンセンサスを得ることです。具体的には、沖縄を売り出すために、まず沖縄県民が沖縄の良さを認知した上で、「一緒に沖縄を売って」という意識を持つことです。こういうことを見ても、観光業界から観光産業を持つ「観光客」は、「まぎびつ」へ「観光客」。

さらに、10月12日の前夜祭を皮切りに世界のウチナーンチュ大会が始まりますし、来年は沖縄の本土復帰40周年で、そのモチベーションを我々が効果的に使っていくのか思案中です。道路標識も英語だけでなく中国語や韓国語を付けるとか、台風時に足止めされた方への対応、海外からの観光客に対応するための語学教育、人材育成など、やることはいっぱいあります。

今期中に県内の全離島を回り、財団が「株式会社 沖縄」の営業本部としてできることを探していきます。各離島に積極的に足を運ぶことによって、私を含めて財団をパートナーとして認めてもらえる

ようにしたいのです。求め合うばかりではなく、互いに出し合い、連携を取りながら、それぞれの離島に心じた売り出し方を探っていきたいと思っています。

これからは、各業界の枠組みを超えて観光を見つめ直し、県民全体で厳しい時代であるとの危機感を共有しながら、沖縄観光のビジョンを持ち、それに合わせたアクションを起こす時代です。沖縄が主体性を持ちながら観光業界を観光産業へと育て、我々、沖縄観光コンベンションビューローは県内でも対外的にもこちらから出て行き顔が見える活動に取り組んでまいります。

積極的であったこと、2010年11月より産業振興公社の委託駐在員を置き、在北京の旅行社、航空会社、民用航空局の3者と密に連絡をとったこと、その成果の積み重ねの上に2年連続で知事によるトップセールスを実施した結果だと考えています。

#### 定期路線就航後の可能性

定期便がチャーター便と大きく違うのは、個人観光及びビジネス客が見込めることです。実際7月に開始された沖縄数次びが追い風となって、中国のお客様や旅行社からは、観光だけでなく、投資等に不動産投資やビジネス拡大に係る相談が来ており、すでに、数団体は沖縄の投資環境を視察いただいております。

もう一つの可能性としては、沖縄が東アジアへの玄関口、ハブとなることです。現在、沖縄県には、香港、ソウル、台北、グアムなどの海外路線が就航し、日本の各地方都市からの直行便数も多いことから、地方都市々那覇々アジア各都市というように、今までは成田や関空を経由していたお客様を取り込める可能性が出てきました。もちろんその逆もあり、東アジアのお客様を、沖縄を経由地に日本各地へ送客することも可能だと考えます。



あさと・しげのぶ 1969年那覇市出身。県立高校卒業後上京し、イベント企画会社運営に携わった後、1990年に帰沖し父・安里信秀氏(現シンパホールディングス株式会社相談役)の経営する安信輸送サービス株式会社に入社。2004年、株式会社信羽を設立。代表取締役社長に就任し、グループ企業を統合するシンパネットワークを設立。2007年に株式会社信羽はシンパホールディングス株式会社へ社名変更した。2009年には社団法人日本青年会議所会頭に就任。2011年6月より現職。

「北京国際旅行博覧会」にて沖縄をPR



#### 中国からの誘客の今後の課題

年々、過密になる那覇空港の滑走路拡張、国際線ターミナルの改築、ホテルやバスなどのインフラ整備、中国語人材の不足等いくつかも課題はありますが、最も大事なことは県民一人ひとりが中国及び海外のお客様をお迎えすることを喜ぶ、おもてなしの心ではないでしょうか。産業振興公社はこれからも皆様の海外ビジネスのサポートをさせていただきますので、路線就航のチャンスを活用したビジネス拡大を検討いただければと思います。

【上海事務所への連絡先】

okisyo@okinawa-sh.com.cn

# 経営者は語る

## 「包装文化の一翼を担う」 思いを胸に、多様化する 社会のニーズに対応

株式会社ミヤギパッケージ 代表取締役社長 宮城通治さん



**みやぎ・みちはる** 1950年国頭村奥で誕生、那覇で育つ。大学卒業後、東京で3年間働いた後、1976年、宮城紙工(株)に入社。営業、管理部長を経て1987年、代表取締役副社長に就任し、1992年から現職。2006年10月、豊見城市豊崎に新社屋完成。

### ●トータルパッケージの理念で

「一つ、私たちは、包装資材の製造販売を通してお客様の繁栄に尽くします」。毎週火曜日、株式会社ミヤギパッケージの朝礼では、代表取締役社長の宮城通治さんに続けて社員の声が響く。「経営理念を社員に浸透させ、誇りを持ちながら仕事をしてもらうために声を合わせるのが大事」と、宮城さんは社員と心をひとつにしながら唱和する。創業は1952年。茶業を営んでいた父・親雄さんが紙箱にお茶を入れて販売したところ、飛ぶように売れ、引き合いも増えたことから「宮城紙函製作所」を那覇市に立ち上げた。その後宮城紙工所、さらに宮城紙工株式会社と組織変更し、1992年、宮城さんが2代目社長となった。

2007年には本社・工場機能を豊見城市豊崎に移転統合し、それを機に社名を「株式会社 ミヤギパッケージ」へと変更した。社名は、社員の応募と投票を参考に決定し、「新生」企業として「トータルパッケージ」の理念を掲げる。その名の通り、「箱だけに限定せず、包装関連全般を手掛け、企画やチラシも含めて全て」を営業し、段ボール、パッケージ、

ラベル、シール、木箱、ポスターなど、包装資材全般と取扱商品は数多い。

社長就任当初から機会があるたび社員に「我々は包装文化の一翼を担っている」と語ってきた。その言葉の裏には「社員が仕事に誇りを持ってほしい」との思いがある。誇りが自信となって良い仕事が生まれ、ミヤギパッケージの売りでもある「小回りのきく営業」になる。それは単に注文を取るだけではなく、お客様が欲しい情報を提供することによって「商品売るためのお手伝いをする」という姿勢に現れる。「当社の持つ営業力、企画力、技術力、そしてサービスを含めた総合力を発揮することが、お客様の繁栄になる」という思いが、冒頭で紹介した社員と唱和する経営理念へとつながる。

### ●生産性向上と社員の意識改革推進

大学卒業後、東京の同業他社で働き、26歳で帰郷し、宮城紙工に入社したが、「同じ機械で同じ商品を作るのに、どうして東京とは生産性やスピードが違うのか」と歯がゆい思いが募った。悩みながら導き出した結論は「自ら動くこと」。当時の自分について、「ある面では評論家だった。でも自分で少しずつ機械を扱いながらできることをやっていると、周囲も認めてくれるようになった」

その後、父の親雄さんが、ある得意先からの勧めもあって職場内で品質管理を行う従業員の小集団活動・QCサークル導入を決定した。宮城さんが地道に進める生産性向上や社員の意識改革の実現に向け、親雄さんがさりげなく背中を押してくれたのかもしれない。もちろん、そのような言葉は父と子の間にはなく、「新しいことを導入する時は必ず抵抗があり、困難も味わった」と振り返るが、最初はあいさつの徹底やチームワークを良くするためにコミュニケーションを深めるなど、基本的なことを行っていくうちに、いつしか自身が思い描いていた効率の良い生産体制が徐々に実現していった。



所在地：〒901-0225  
豊見城市豊崎3-30  
電話番号：098-851-1185  
創業：1952年12月  
会社設立：1972年3月  
事業内容：印刷紙器、段ボール、包装資材  
自社サイト：www.mp1185.jp

代表取締役社長に就任後、さらに会社をステップアップさせるため取り組んだのがTPM（トータル プロダクティブメンテナンス）活動である。社員が全員参加し、「人と設備の体質を変えることによる企業の体質改善」を目標とする。「目指す方向はQCサークルと同じなので、なんなり移行できた。社員がトップダウンで動くのではなく、自主的に行動することによって、社員の意識も変わり、国際的な品質管理基準ISO9001の取得にもつながった」と宮城さんは話す。

新社屋、工場、新社名となった時から心に決めていること。それは、来年の創業60周年にもきっと声高らかに宣言するであろう「目指せ100年企業」だ。「父が口癖のように、お客様に真面目に接していれば必ず道は開けると言っていた。その誠実さを忘れずに一歩ずつ歩んでいきたい」。100年企業の実現に向け、宮城さんの瞳の奥に強い決意がうかがえた。

## 「複雑な食品表示規制の体系」

**今**回は堅い話になりますが、多くの商品開発担当者が苦労されている食品表示の規制について、その全体像を解説したいと思います。食品表示に関する規制等には次のものがあります。

1. もっとも基本的な表示は「生鮮食品品質表示基準」及び「加工食品品質表示基準」に基づく表示です。食品の原材料や産地、原料原産地など基本的な品質を正確に消費者に伝えるためのルールが決められています。商品の裏ラベルなどに記載された一括表示がこれに対応しています。さらには、ジャム類や果実飲料、ドレッシング、食酢など多くのカテゴリで個別の品質表示基準が定められているので注意が必要です。
2. 品質表示に組み込まれている表示項目のうち、内容は「計量法」、食品添加物、特定原材料(アレルギー物質)、賞味期限、製造者などの表示は「食品衛生法」に基づく規制を受けています。
3. 栄養成分の表示については、表示項目の順序や含有量を強調してよい基準値などが、「栄養表示基準」によって決められています。
4. 食品の機能性や効果効能の表示・広告は「健康増進法」や「薬事法」に基づいて規制または禁止されています。
5. 商品説明やキャッチコピー、広告、デザイン、外観などにおける誇大表示や虚偽表示、紛らわしい表示などは「不当景品類及び不当表示防止法」に基づいて規制されていて、特に観光土産品やもろみ酢、チョコレート類、泡盛、食用塩などは個別に「公正競争規約」が定められており、これが不当表示を判断する際のスタンダードになっています。
6. 分別回収を可能にするために容器包装の材質を識別するための表示がほとんどの容器包装で義務化されています。

このように食品表示の規制は複雑ですので、くれぐれも慎重に行ってください。



文・照屋隆司(てるやうじ)  
(有)開発屋できたん代表取締役。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・県農業試験場・(株)TTCを経て99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。(独)国立健康栄養研究所認定NR。(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。カウンセリングルーム「キャリアオアシス桶」主宰。  
<http://k.dikitang.p-kit.com/>

ヒット商品から学ぶ  
目からウロコの開発ヒント

第2回  
与那原町



## 「赤瓦コースター」

# 発見! ご当地 ヒット商品

赤瓦産地として知られる与那原町。そこで60年の歴史を持つ窯元・新垣瓦工場(新垣文男社長)が製造する赤瓦コースターは、吸水性、速乾性の高さから2004年の発売以来、60万枚を売り上げる。「今年のプロ野球キャンプで読売ジャイアンツのロゴやマスケット入りコースターを販売したり、夏には人気アニメ・ワンピースのキャラクターがデザインされた商品も発売し、より注目が集まり追加発注も決定した」と新垣社長。また、従来の角型に加え、丸型を販売したところ、「角が立たない」とゲンを担ぐ企業のノベルティグッズとして好調な売れ行きだ。コースターに次いで発売された赤瓦ストラップは、「割れると願いが叶う」というセールスポイントが口コミで広がり、受験生などから注文が増えているという。

新垣社長は「平成10年頃から公共工事の減少と共に赤瓦の受注も減り、別の商品を模索していたが、コースターが水を吸うことは、本業の赤瓦製造をイメージダウンさせるのでは」と迷いながらのスタートだった。販路開拓も当初はうまくいかなかったが、与那原町商工会の後押しでマスコミにPRしたほか、経営革新セミナーで販売戦略やパッケージデザインを学び、2005年には経営革新企業として県から承認された。商工会・前経営指導員の先輩方や現経営指導員の間平明さんらは「町外からの問い合わせも多く、他企業のモチベーション向上にもつながっている」と評価。現在、新垣社長は県内の商工会に招かれ、成功事例としての講演活動も行っている。



コースターの厚みは約1cm、大きさは丸型が直径9.5cm、角型は9cm四方。定番商品は14種ほどあるが、体験製作や、50枚からのオリジナルコースター製作、コースターや琉球ガラスを組み合わせたギフトセットも人気がある。

### HIT! POINT!

- ① 逆転の発想で商品をPR  
赤瓦にとってはマイナス評価になりかねない「吸水性」と「割れること」を商品の魅力にしたことが、商品売上げを伸ばす要因となった。発想の転換によって製造に踏み切ったことで、瓦の新たな魅力への発見となった。
- ② 商工会との連携  
経営革新企業は中小企業経営革新支援法に基づき県が承認する。新垣瓦工場は与那原町商工会が開催するセミナー受講をきっかけに経営革新企業への承認へとつながり、販売方法、パッケージデザイン、販路について、商工会から支援を受けた。さらに管理会計ということで、月ごとの販売数、売上目標について商工会を通じて専門家からのアドバイスを得ながら、商工会のフォローアップは続いている。



- ③ 実用新案へのひと工夫  
素焼きのコースターは従来からあったが、それらの差別化を図るため工夫したのが、裏側に張り付けた小さなゴム。テーブルを傷つけない役割と、下にすきまができることによって速乾性を高めるというポイントにもなり、消費者にも受け入れられた。このゴムが実用新案取得につながり、他商品と比べ一層、差別化が図られた。

問い合わせ 窯元 新垣瓦工場 与那原町上与那原452-2 ☎098-945-2617

# ネットワーク会員広場

このコーナーでは、ユニークな商品を開発するなど、独自の取り組みでオンラインワンを目指す企業を紹介したり、沖縄県産業振興公社ネットワーク会員企業の新商品情報、講演会や懇親会の企画などを発信していきます。

沖縄ベンチャースタジオ  
http://ovs.jp/  
沖縄ベンチャースタジオ 検索

## 元気企業紹介 琉球黒糖株式会社

### 若い女性に人気急上昇！ 話題の「チョココつとぅ。」

創業18年目を迎えた琉球黒糖株式会社は、伝統的な黒糖はもちろん、「創作黒糖」という新ジャンルの黒糖菓子を多数製造・販売するメーカーだ。その中で発売から半年で10万袋の売上を達成したのが「チョコつとぅ。」若い女性を中心に、県内だけでなく県外でも好調な売れ行きを見せ、これまでの黒糖菓子のイメージを一新した商品として注目を集めている。「若者にも食べてもらえるような黒糖菓子を考えたかった」と商品開発を担当した又吉優子さん。10代から30代の女性にターゲットを絞り、ネーミング、パッケージ、食感を従来の黒糖菓子から脱却しようと試行錯誤し、「チョココつとぅ。」を完成させた。パッケージは人目を引きやすいピンク、イラストには黒糖とチョコをイメージした黒を使っているが、一見しただけでは黒糖菓子だとはわからない。さらに、こ



食べ切りサイズの小パックは40g入126円、お得な大パックは120g入368円。ネット販売もしている



「ざん新さを出すために工夫した」と商品開発を担当した又吉商品企画部長

琉球黒糖株式会社  
☎098-992-8300  
http://www.ryukyu-kokuto.co.jp

れまで他の黒糖商品では前面に打ち出されていた「沖縄らしさを感じさせないデザインに仕上げ、”これ何かな、”とまず手に取ってもらえるような商品”を目指した。最もこだわったのが食感と味だ。黒糖の風味を引き立たせるため、ほろ苦いビターチョコを混ぜ合わせ、しっとりとした食感を実現。さらにココアをまぶし、食べやすい小振りな大きさに仕上げた。ネーミングは「チョコレット」、黒糖、ちょこつと（少し）をドッキングさせたもの。商標登録も出願中だ。

現在、全国では関東や関西、九州エリアのコンビニ、量販店、スーパーで、また県内では大手スーパーで販売、手堅なおやつとして人気を集めている。今後は中国などアジア地域への売出しを強化。今年6月に台湾で紹介したところ評判がよく、取引もスタートしたという。「チョコつとぅ。」のシリーズ化も考えているという又吉さんは、「これからも黒糖の良さを残しつつ、固定観念を打ち破った創作黒糖を、若い世代や海外の人達にも食べてもらいたい」と、さらなる販路開拓にチャレンジしていく。

## 公社ネットワーク会員 PRESS RELEASE

### レキオスCNカード加盟店募集 集客や顧客管理など機能が充実

レキオスCNカードは全国のCN加盟店舗様にてCNポイントが貯まる、使える、交換できる、便利でおトクな全国共通ポイントカード。加盟店になるとCNポイントに加えTポイントも扱え、集客効果は絶大。更にレキオスCNカードの機能である顧客管理やメールシステムの活用により多様なニーズに対応でき、リピート客を増やせます。現在、取扱い加盟店舗様を募集中です。



(株)レキオス  
☎098-941-3355(松堂)  
http://www.lequios.co.jp/

### 健康飲料のお得セットで 体感モニター50名募集

肩こり、腰痛、偏頭痛、便秘などに悩んでいる方へ体感モニターのご案内です。「これなら飲めるノニジュース」「県産100%ノニジュース」のいずれかを2本、県内在住の方に限り70%OFFの2,500円(税・送料込)で50名様にご用意いたしました。

電話、FAX、メールにて、「この記事を見た」とお申込みいただければ、代金引換にてお届けします。(FAX・メールアドレスは当社ホームページにてご確認ください)ぜひこの機会に体験して、アンケートにお答えください。

(有)渡具知  
☎0120-751-038(阿波連)  
http://www.ryukyuyakuzen.com



### 優しく汚れを落とし、肌に潤い 「海底ねんどのしっとり洗顔」

沖縄にしかない海シルト(海底ねんど=クチャ)を使った「海底ねんどのしっとり洗顔」。アトピー性皮膚炎のお子さんや、自然派志向のニーズに応え、肌に優しいスキンケア商品を発売しました。汚れを優しく吸着し、皮脂や古い角質を落とし、セラニウムやラベンダー、月桃のオイルがニキビを防ぎ、さっぱり洗い上げながら、お肌に潤いを与えるうれしいWの効果もあります。内容量170g、1890円(税込)。



沖縄子育て良品(株)  
☎098-885-3667(山本)  
http://kosodate-ryouhin.com

(財)沖縄県産業振興公社では、さらなる企業支援の拡充・強化を目指し、ネットワーク会員を募集しています。会員特典として会員間の交流、有料セミナー・公社ホームページ・バナー広告・メールマガジンへの掲載料金の割引、ビジネス関連ビデオの貸し出しなど様々な特典メニューをご用意しております。詳しくは <http://okinawa-ric.jp/useful/etc/4380.php> まで。 担当：外間、砂川

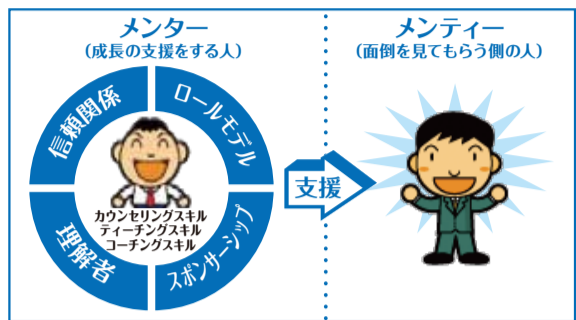


## メンターとは何か

「メンター」とは、地域コミュニティ、企業組織といった枠組みで「同じ活動分野の後輩の面倒を見る、成長の支援をする人」という意味です。面倒を見るというメンターの働きかけを「メンタリング」、面倒を見てもらう側の人を「メンティー」といいます。

「メンター」は図が示すように、「メンティー」のよき理解者となり信頼関係を築いた上で、マンツーマンでの支援活動を行っていきます。その存在はロールモデル、経験、人脈等を紹介するスポンサーとしての役割を担い、また相談を受ける（カウンセリング）、改善過程を教える（コーチング）、自力解決に向かう手助けをする（コーチング）等のスキルを駆使してメンティー個々の状況に合わせた指導を展開します。直属の先輩が行うOJTとは異なり、人間関係上、葛藤の少ない別部署の先輩が精神的な悩みをも含め細やかなフォローをする点がポイントとなります。

実際に、長期的視野で個々の成長を助勢する「メンタリング」の導入で、離職の減少、ストレス等に因る精神的疾患の減少等成果が報告されています。また、広い視野で人の成長を支援することは「メンター」自らの成長を促すことにつながり「メンタリング」のDNA（自己成長）継承により、社内コミュニケーションが改善される等副次的産物にも期待が寄せられています。



図：メンターの役割と求められるコミュニケーションスキル



おおやま みちよ  
**大山 美智代**  
沖縄県産業振興公社登録専門家  
ビジネスコミュニケーショントレーナー  
産業カウンセラー  
EQJ 公認プロファイラー  
TEL・FAX 098(911)2018  
Mobil: 090-1946-9880  
E-mail: com-oyama@room.ocn.ne.jp

### マーケティングコラム

**日々雑感**  
突然ですが、皆様は「腐女子」「草食系男子」「肉食系女子」「イクメン」「オトメン」などの言葉を耳にしたことがありますでしょうか？ここで言葉の詳しい解説を記載することはできませんが、これらの言葉に共通していることがあります。それは、本来日本人の意識にある「男性像」と「女性像」が崩壊してきているということです。

ひと昔前までは、男性が肌を気にして洗顔をしたり、化粧をしたりすることは考えにくく、また女性がフィギュアや漫画に没頭する姿もあり見られなかったと思えます。しかしながら、最近ではそういった姿が当たり前になり、それにちなんだ商品も数多く販売され、ヒットしています。男性にしか売れないと思われていた市場での女

性向け商品の販売や、女性向けに開発した商品を男性向けに転換して売出すといった思考がこれからは重要になってくるのではないのでしょうか？要するに、「男女差が無くなってきている」ので、日本人が持つジェンダーの固定観念（イメージ）に囚われない思考を持つことで、思わぬヒット商品を生み出すキッカケになるかもしれません。



ともしよと  
**友利至伯**  
株式会社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  
アソシエイト マーケティングプランナー  
1980年浦添生まれ。05~08年までオクラホマ州立セントラルオクラホマ大学にてマーケティングを修学後、同社へ入社。アカウント局を経て、マーケティングソリューション局へ配属。現在は官公庁、民間企業のリサーチ及びプランニング業務に従事。

### アセラ手づくり石けん おうちエステ~ AC-LOVE



お問い合わせ  
沖縄アロマエステ  
SK美容室  
本部町大浜863-4 大都ビル302  
☎0980-47-5744  
http://www.ac-love.com/

本部町のSK美容室がビタミンC誘導体たっぷりの県産アセラエキスをベースに、シミに悩むお客様へエステを施したところ「家でも使いたい」との要望から誕生したアセラ自然派コスメシリーズAC-LOVE。手軽に使えると、忙しい生活を送りながらもスキンケアに敏感な女性の間で徐々に評判が広まっている。  
写真は、合成着色料・合成保存料・中和剤等を一切使用していないナチュラルソープ「花恋人（しっとりタイプ）」と「海恋人（さっぱりタイプ）」。低温で長時間かけて作る「コールドプロセス製法」を用いているので、自然素材の有効成分を壊すことなく、保湿成分をそのまま閉じ込めている。  
その他、1本で化粧水・乳液・美容液・クリームの機能を供えた美容ジェルもある。

### うりひゃ~!!ウチナ~むん

#### 口どけの良い甘さと食感 マルシェの塩ロール3種



お問い合わせ  
お菓子のマルシェ  
(宮城菓子店直売店)  
石垣市美崎町4  
☎0980-82-4822  
http://miyagakasiten.com/

石垣島の地域資源を活用してできたスイーツを食べてもらいたいと、新商品を続々紹介している、お菓子のマルシェ。なかでも「石垣の塩ロール（写真中央）」は、3年前に伊勢丹新宿店の物産展において商品部門一位の実績を出した大ヒット商品だ。ふわっとしたスフレ生地、石垣の自然海塩をきかせたクリームを合わせ、ほどよい塩味と軽い甘さが口の中で溶けていく。チルド発送を可能にしたことで、沖縄本島や県外からも電話やネットで注文できる。  
定番の「石垣の塩ロール」に続き、「黒糖塩ロール（写真左）」と「さんびん茶ロール（写真右）」も近日発売予定。「塩ロール」のクリームの中に、黒糖ゼリー（さんびん茶ゼリー）を混ぜ込み、さっぱりとした風味と食感が味わえる。

TOPICS

那覇出店で知名度アップを  
県内から最高の  
もとぶ牛とサービスで勝負

焼肉もとぶ牧場  
那覇店  
098-943-3897

今年7月、焼肉・もとぶ牧場那覇店が、那覇市久茂地にオープンした。農業生産法人株式会社もとぶ牧場（坂口泰司代表取締役社長）の直営店として本部店に続く2店舗目で、最高ランクのもとぶ牛を味わうことができる。もとぶ牛は、本部町で肥育され、飼料、水、環境にこだわり育てられている黒毛和牛だ。2店のマネージャー・島袋真也さんは、「県内でもっともとぶ牛の知名度を上げたかった」と那覇進出の目的を語る。県内外の品評会で各賞を受賞し、高品質のブランド牛として味には定評があるものの、「まだ広く認知されていない」（島袋さん）点をクリアするためである。ターゲットはビジネスマン

を中心とした県内の客。出店先は那覇市久茂地のオフィス街の一角で、あえて観光客でにぎわう国際通りを避けた。「沖縄の人にもとぶ牛を知ってもらい、何度も足を運んでもらえるような店にしたい」と島袋さん。本部店は主に観光客が訪れるのに対し、対象客を分けることによって、お店のコンセプトも変えた。

那覇店の客単価は食事のみで5000円から6000円。本部店に比べ倍の価格設定になっている理由は、最高ランクのもとぶ牛を使用しているためである。島袋さんは、「牧場直営店なので通常よりは安く設定したが、開店前にはお客様から価格が高すぎると言われるのではと心配し



「多くの方にもとぶ牛の味を知ってもらいたい」と話す島袋マネージャー



落ち着いた雰囲気店内で最上級のもとぶ牛を味わうことができる

ていたという。しかし、味に自信を持って提供したもとぶ牛の評判は予想以上に高く、那覇店ではビジネスマンの接待の場として利用されることが多い。さらに、もとぶ牛の味わいを深めてくれるワインも200本以上の品ぞろえとなっている。

決して安くはない値段だからこそ心がけていることは、サービスの充実。「おいしい肉を提供することはもちろん、何度か来てもらうためには、サービスの質を落とさないことが大切。従業員研修をしっかり行い、お客様からのアドバイスを受け止めながら、日々努力している」と話し、質の高いサービスに力を注ぐ。

将来的には東京、香港進出も視野に入れているという。その第一歩となる今回の那覇出店。島袋さんは「来年が勝負。もとぶ牛の認知度を高め、県内での基盤作りができた時に、先への進出がある」と意気込み、忘年会シーズンに向けて新メニュー、新サービスを考案中だ。  
<http://www.motobu-farm.com>

沖縄発！沖縄文化等を活用した  
県内コンテンツビジネスへの  
支援を実施中

(財)沖縄県  
産業振興公社  
産業振興課  
098-859-6239  
杉浦・馬場

沖縄県内には、多様で独自性の高い文化や芸能、工芸等が存在し、これらを支えるクリエイターやアーティストを多数輩出し、国内外においてその活躍は高い評価を受けています。

文化や創造性を活用したコンテンツ産業は、国においても将来の成長産業として戦略的な取り組みが進められており、今年7月には経済産業省に「クリエイティブ産業課」が設置されました。お隣の韓国では、国策として積極的に文化産業の育成に取り組み、「韓流」が日本をはじめとするアジア諸国でブームとなり、今や重要な産業の一つになるなど、今、国内外で注目されている産業分野です。

現在、公社では、沖縄の文化等を活用することで他地域にはないコンテンツ産業を創出し、新たな成長産業として育成するため、コンテンツビジネスに取り組み県内企業を支援する「沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業」を実施しています。この事業は、「沖縄文化等コンテンツファン」からの出資による支援と公社のハンズオンマネージャーによるコンテンツビジネスの発掘、育成の支援を行う、二つの支援を行っています。

対象分野は、映像分野、ゲーム分野およびエンターテインメント分野の三分野で、昨年度からコンテンツ関連企業の支援を実施しています。

去る4月19日には、「沖縄文化等コンテンツファン」の第1回プレゼンテーション審査会が開催されました。応募総数が29件と、この事業に対する県内企業の期待を感じさせる多くの応募がありました。そのうち、映像分野7件、ゲーム分野2件、エンターテインメント分野2件の案件の審査が行われました。当日は応募企業の皆

様が積極的かつ熱心なプレゼンテーションを行い、公社アドバイザーボードからも様々な質問や助言がありました。

現状、県内のコンテンツビジネスは、従来「受託型ビジネス」が中心で、新規事業として独自のコンテンツを開発する「開発型ビジネス」が少ないという特徴があります。特に、県内企業は、出口＝国内外の市場開拓の経験、ノウハウが不足しており、フランチャイズ時の出口の確保が、プロジェクトの収益性の確保という点からも課題となっています。また、県内コンテンツ関連企業の多くは中小企業であり、「開発型ビジネス」に取り組む際の初期資金確保等の財務支援も課題です。

そうした課題に対して、公社ハンズオンマネージャーと一緒に考え、支援していくことによって、沖縄発の、より良いコンテンツビジネスを創出していきます。

案件のご相談は、随時受け付けています。まずは皆様の「こんなことしたい」「どうしたらよいか」をお聞かせください。



「沖縄文化等コンテンツファン」第1回プレゼンテーション審査会

女優

## ミムラさん

みむら 1984年6月15日、埼玉県出身。2003年、テレビドラマ「ビギナー」で女優デビュー。以後、ドラマ・映画・CM等多方面で活躍中。2010年にはエッセイ「ミムラの絵本散歩」(白泉社)を発売、2011年はNHK大河ドラマ「江～姫たちの戦国～」に細川ガラシャ役で出演するなど、活躍の幅を広げている。



© 2011『天国からのエール』製作委員会

『天国からのエール』  
10月1日(土)新宿バルト9ほか全国ロードショー  
※沖縄では「シネマQ」「ミハマ7プレックス」「サンプレックス」で上映

沖繩は自然が美しく都会とは違うパワーを感じます  
今回の本部町ロケでも独特の空気感に助けられました

柔らかな表情で微笑みかけるミムラさん。10月1日から全国で公開される、本部町が舞台の映画「天国のエール」で、主人公・大城陽(阿部寛さん)を支える妻・美智子役を演じた。物語は本部町で弁当屋を営む故・仲宗根陽(なかそね・ひかる)さんの実話がモデルだ。仲宗根さんは練習する場所のない地元の高校生バンドのために、音楽スタジオ「あじさい音楽村」を作り、高校生たちを温かく見守りながらも、2009年、病のため42歳の若さでこの世を去った。

撮影が行われたのは物語の舞台となった本部町。「ロケ地の」独特の空気感に助けられた部分は大きかったと思います」と話すミムラさんの、自然体での演技が光る作品となった。「あじさい音楽村そのものをロケ地として撮影できたという幸運に感謝しています。現地での撮影となるときこの雰囲気を感じることが、いつもより安心して演じられる気がします」

ミムラさんが最初に沖縄を訪れたのは5年ほど前の秋。「与那国島で撮影していたのですが、自然が美しいのと同時に都会とは違うパワーに驚

かされました。楽しい滞在で、私もスタッフもいつもよりリラックスしていました」と振り返る。あれから5年。今回の本部町でのロケでは、お気に入りの沖縄そば屋と出会ったという。

「方言指導の方に教わったのですが、ソーキンバがとてもおいしくて滞在していたホテルから遠くても「タクシー代は私が払うから」とスタップを巻き込んで行きました。機会があればまた行きたいです」とすっかりお気に入りだ。

映画「天国のエール」の見どころは「主人公の陽さんの生き様と、それに感化される、人間の連鎖反応」という。「こういうのは物語の中だけ」とか、「実際はこんなふうじゃない」とか、エンターテインメントに慣れた人は感じてしまいがちですが、この物語は一人の人間の持つ力をダイレクトに伝えるパワーを備えていると思います」

役と同じように陽さんからのパワーを受けたミムラさんは「この映画はぜひシンプルな気持ちで見たい、一種の清々しさを味わってほしい」と笑顔で話した。

	割賦販売	リース
対象者	県内中小企業で原則1年以上業歴を有すること(一部対象外業種あり)	
対象設備	原則として県内の自社内に設置し、自社で使用する新品の設備・機械など	
ご融資金額	100万円～6,000万円(特別な場合1億円まで)	
連帯保証人	個人企業 原則として1名以上(有資産者) 法人企業 原則として代表者及び1名以上(有資産者)	
融資期間	7年(元金1年据置)	3年～7年
保証金	契約額の5%額を契約期間お預かりし最終年の元金・損料に充当します	不要です
所有権等	完済後、貸与先が所有者となります	完済後、貸与先に再リースします(所有者は、産業振興公社です)

**無担保です!** (貸与する設備が担保です)

※ただし、審査条件により不動産担保等を徴求する場合があります。

**2.5%固定金利です!** (割賦販売の場合)

※リースの場合の月額リース料は1.366%～2.966%です。

**貸与制度を上手に活用すれば**



【お問い合わせ先】  
(財)沖縄県産業振興公社 融資課  
098(098)6237  
ovs@okinawa-ric.or.jp  
(担当) 伊佐・大嶺

タブロイド判  
沖縄ベンチャースタジオ 29号

2011年10月13日発行  
発行:(財)沖縄県産業振興公社  
☎098-859-6237  
http://ovs.jp

編集:光文堂コミュニケーションズ(株)  
広告:(株)アドスタッフ博報堂  
TEL.098-862-4459  
e-mail:k-kakazu@adsta.co.jp

同紙についてのご意見・ご感想は  
**ovs@okinawa-ric.or.jp**まで  
「情報紙について」の件名を入れて送信してください。

設備投資をサポートします!

沖縄県産業振興公社では、中小企業者が必要とする設備・機械を有利な条件で割賦販売、もしくは、リースする貸与事業を行っています。