

沖縄ベンチャースタジアム

<http://ovs.jp>

2号
2005.WINTER

発行：(財)沖縄県産業振興公社
〒901-0152 沖縄県那覇市小禄1831-1
TEL 098-859-6237
<http://www.okinawa-ric.jp/>



特
集
ていだん
鼎談

沖縄経済に、もつと女性のアイデアを！

県内民放3局の看板女性アナウンサーが語る

P2

秋吉 久美子
インタビュー②
沖縄を語る。

Kumiko Akiyoshi

Line up

- 【抱負】 TV版ベンチャースタジアムの2005年.....5
- 【インタビュー】 ワイキューブ・安田佳生氏/SOHO静岡・小出宗昭氏/ヤフー株式会社・松本真尚氏.....6
- 【トピックス】 杉並区沖縄タウン構想の進捗状況/パリ国際見本市に沖縄物産/第7回ベンチャースタジアム報告.....8
- 【女優インタビュー】 秋吉久美子、沖縄を語る.....9
- 【コラム1】 こみやまたみこの沖縄通販サイト診断書.....9
- 【情報】 沖縄・元気企業リスト.....10

まかせてバンク りゅうぎんは事業者の皆様を積極的にサポート。
「こんにちは、りゅうぎんです」のご挨拶と共に、皆様のところへ
おうかがいします。ビジネスローンのことならりゅうぎんにおま
かせください。



ビジネスをスピーディーにサポートりゅうぎんのビジネスローン

●ローン商品は各種ございます。詳しくは、りゅうぎん窓口まで●

ながいおつきあい
りゅうぎん
琉球銀行
ホームページアドレス
<http://www.ryugin.co.jp>

沖縄経済に、もつと女性のアイデアを！

経済や行政の根本的な改革が叫ばれる昨今、だれもが変わらなくては行けないと感じてはいるが、その道筋はなかなかはっきり見えてこない。男が中心となって舵取りを行ってきた経済の分野を、女性たちは今どうとらえているのだろうか。常日頃、さまざまなニュースに接し、報道している県内民放テレビ3局の女性アナウンサーに、語ってもらった。



宮城 麻里子

みやぎ まりこ
1973年生まれ。92年、沖縄尚学高等学校卒業。96年、独協大学外国語学部英語学科卒業後、琉球放送株式会社入社。テレビ・ラジオでパーソナリティを務める。2002年から約1年、イギリス・ロンドン大学ゴールドスミスカレッジに留学。現在「RBC ライフ(らいぶ あい)」(月～金 17:30～18:48)のキャスターを務める。

— 皆さんは、報道の立場からいろいろな沖縄の姿を伝えていらっしゃるわけですが、沖縄の経済に関する報道について。

宮城麻 二エースの中で取り扱う経済関連の話題は少ないと思います。沖縄の二エースは、第1が基地問題、第2が観光、そしてそれ以外の話題が続く、経済はその次くらいでしょうか。観光の報道のときにも、経済効

果やそれにつまむお金の話ではなく、どれだけ人が来たか、どれだけ集客が目標かなどが焦点となる。お金の話はあまりないですね。経済といえは、県議会の二エース、または企業倒産であったり、バス会社の話であったり、でも、視聽者がそれを経済問題ととらえられているかという点、今一つ関心は低いようにも感じます。

宮城さ 経済二エースは、映像として紹介するのが難しい場合がありますし、CMのスポットが絡んでくるとなかなか出にくい話題もあります。沖縄は失業率も高いし、本土との経済格差もあります。本当は向き合わないといけない問題ではあるけれど、新聞と比べ、テレビというメディアは、経済問題あまり扱っていないのが現状といえるのではないのでしょうか。

仲地 ただ、正面切った経済二エース、あるいは経済特集は少ないかもしれませんが、細かい企画の多くは暮らしに関わることで、経済に関わることに関連する場面が多いですね。

宮城さ そうですね。ベンチャー企業を紹介すること、それも経済にまつわる二エースですね。ただ、数字を掲げてのマクロな視点で、やや専門的な経済報道となると、視聴率を考えると、報道するほうも構えてしまう。

宮城さ 沖縄で、建設業界に象徴されるように、補助金や公共事業に頼っているところが多くて、そういう会社に従事している人も多いですね。いつまでも建設業に頼り切つては

宮城さ 沖縄で、建設業界に象徴されるように、補助金や公共事業に頼っているところが多くて、そういう会社に従事している人も多いですね。いつまでも建設業に頼り切つては

宮城さ 沖縄で、建設業界に象徴されるように、補助金や公共事業に頼っているところが多くて、そういう会社に従事している人も多いですね。いつまでも建設業に頼り切つては

宮城さ 沖縄で、建設業界に象徴されるように、補助金や公共事業に頼っているところが多くて、そういう会社に従事している人も多いですね。いつまでも建設業に頼り切つては

宮城さ 沖縄で、建設業界に象徴されるように、補助金や公共事業に頼っているところが多くて、そういう会社に従事している人も多いですね。いつまでも建設業に頼り切つては

NTT 西日本
“光”ひろがる。ひびきあう。

WIDE LAN plus

ワイドラン・プラス

近郊エリア内の複数拠点を
最大100Mbpsで接続する
高速な帯域確保型
イーサネットLANを実現。

ブロードバンド時代の
プライベートネットワーク。
キーワードは
「高速化」と「セキュリティ」。
NTT西日本は拠点数と
ご利用形態に合わせて
カスタマイズできる多彩な
ラインナップをご用意しております。

- アクセス/中継回線ごとにも選べる
多彩な速度メニュー
10Mbps, 100Mbps, 1Gbps*
- 既存のLAN設備が使える
イーサネットインタフェース
10Base-T, 100Base-TXインタフェース
- 複数拠点間のLANを統合する
マルチポイント接続
通常のLAN型構成/特定拠点中心のスター型構成
- アクセス回線を増設するだけで
事業所の増加にも柔軟に対応
- 閉域網だから安心できる
高いセキュリティ
VLANを使ったサブグループ機能

*中継回線のみご提供

お問い合わせ <http://www.ntt-west.co.jp/wlp/>



仲地 恵

なち めくみ
1968年生まれ。県立宜野座高校、筑波大学第二学群比較文化学類卒業後、90年、沖縄テレビ放送(株)入社。現在、「スーパーニュース」(月～金 16:59～18:55)の一部、河川・環境シリーズ、特審司会などを担当。座右の銘は、「なんくる、なんくる」。

観光商品にももつとバリエーションを
宮城麻 私は、沖縄にはもつと差別化したものを作ってほしいですね。観光商品も含めて。数あるテーマパークや、お土産がたくさん並んでいる国際通りは、1回行けばもういいやと思われてしまいがち。何よりも地元の人たちが行かない場所になっている。2度、3度と来ていただくためにどうするのが重要ではないでしょうか。知り合った沖縄の友達がいいる人たちから2回、3回と通ってくる人たちはいても、ハードがいいから通

う人づてあまりいないんじゃないですか。旅行形態でも、若いころは格安の沖縄ツアーを利用して、それなりの収入を得られるようになって家族も増えたから、今回はラゲジテリーな旅をしようと思つても、今の沖縄にはそういう施設が整っていない。日本全体、世界に目を向けると、そこそこ信じられないくらい金持ちがはいっているわけ、そういう人たちが専用クルーザーで乗り付けて、無人島1島を1日100万円貸り切るのか、すごく贅沢な滞在をしたりする、そういう上の方にも対応できる沖縄であってほしいと思います。もちろん、バックパッカーたちにも楽しめる、楽しみ方の幅が広い沖縄であってほしい。

シンガポールや香港、台湾、近年の上海を見ても分かるように、アジアの富裕層はどんどん増えている。それに対応すべきだといふのは分かってはいるんですけどね。宮城麻 ツアー客があまり泊まらないホテルもほしいですよね。せつかく高級ホテルを予約してもツアー客ばかりだと、うるさくて嫌だという話はよく聞きます。

仲地 屋久島に、そういうホテルができていって、私は環境先進モデルの屋久島でエコツアーをしたいと思つて夏休みに行つたんです。農家に泊まり、そのおばちゃんが釣った野菜とおじちゃん釣った魚を料理してもらつた。滞在をしたのですが、それでもそのリゾートホテルが気になつてちよつとお茶に立ち寄つたんです。確かにそのホテルは、富裕層を対象にした、従来の屋久島にはないもうひとつの魅力になっていました。アジアの旅行雑誌にも紹介されるほどの人気ホテルが建つたことで、屋久島以外の看板ができた。私も泊まりたかつたけれど、もう予約でいっぱいでした。次はぜひ泊まろうと思うくらい素晴らしいホテルでしたよ。自然がしっかりと守られていて、エコツアーが楽しめる高級ホテルに泊まれるつて、沖縄も見習うべき視点ですね。

「県産」に甘んじない、世界に通じる商品開発を

こだわつたもん勝ちの新しい沖縄ビジネス
旧態依然の体質がある一方で、皆さんは取材を通して県内企業の面白い動き、新しいビジネスモデルなどの情報も敏感にキャッチされていると思います。そういった動きの具体例などを挙げていただけますか。

仲地 子育てや環境関連の商品販売や開発をやっていたグループが、インターネットで商品を紹介して販路を拡大しているというケースがあります。

宮城麻 こだわつたもん勝ちという側面でありましてね。取材して面白かつたのは、「石垣島ラー油」。儲けようとか、大きな企業をつくらうというのではなく、身近で自分のもつと愛したのから生み出されているパワーを感じました。発案者の辺銀さんは中国の方で、もつとラー油は身近にあつて、それを島で採れる食材でつくり、島のお祭りに出すために限定100個販売したんだそうです。でも、売れなくて、残つたものを配つたときから人気に火がついた。

大手企業からも工場設置などの話があつたようですが、彼は、あくまでも石垣島のおいしいおばあさんが育てた食材で満たす範囲内でしか生産しない。大量生産しないから価格も安定するし、何よりも手づくりの付加価値がついてくるんだなあと感じました。もちろんおいしいから人気が出るのですが、その後の生産体制を見ても、こういう産業は島ならではの輝きかなあと思つています。

中ドラゴンズの選手達も使っている「スポーツミネラル」も、主婦のアイデアから生まれたものですよ。ご主人が監督を務める野球部の少年たちが、練習中に疲れて倒れることを心配して生まれた健康食品。疲れには塩をなめるといふ昔から言われますが、塩だけを摂取することは難しいから、黒糖を加えるという単純な、しかし今までのない発想を具現化した。しかも、黒糖のべつときを抑えるために苦味をして、いた技術者たちを尻目に、どの家にもある台所の材料で黒糖を粉末化するアイデアまで思いつき、大量

生産のめどをつけた。これも身近なものをどうするか考えて生まれた商品ですよ。ですから、大企業に頼らなくても、いい商品を生み出さかけて身近にたくさんあるのかもしれないですね。

出版業界では、ポケットサイズの100シリーズで成功したチャイルドフッドが、今や県外にも進出している。その柔軟な発想、軽いワークブックというのはいすくつかつこいなと思つています。

参加者
仲地 恵 (沖縄テレビ)
宮城 麻里子 (琉球放送)
宮城 さつき (琉球朝日放送)

3人 補助金をこれだけもらつていると、なかなか全国のリーダーにはなりにくいですが、基盤問題も含めて、もつと県民が関わつていかなければいけないのかな。

また、こたわりの商品しか置かないネットショップを開設し、サターアランダギで儲けている人がいる、という話も聞きました。これだけの物しかおかないから信頼を得て、新たな商品も売れるという循環をつくつていこうというんです。たくさん売るのはなく、こだわりで選んだものを売らしてシステム。ホームページのショップでたくさんありますが、その中でも差別化していく戦略なんです。好きなものだけを売つて生計を立てる、面白いですよ。

宮城麻 さつきさん、こだわつたもん勝ちという側面でありましてね。取材して面白かつたのは、「石垣島ラー油」。儲けようとか、大きな企業をつくらうというのではなく、身近で自分のもつと愛したのから生み出されているパワーを感じました。発案者の辺銀さんは中国の方で、もつとラー油は身近にあつて、それを島で採れる食材でつくり、島のお祭りに出すために限定100個販売したんだそうです。でも、売れなくて、残つたものを配つたときから人気に火がついた。

宮城麻 私、沖縄にはもつと差別化したものを作ってほしいですね。観光商品も含めて。数あるテーマパークや、お土産がたくさん並んでいる国際通りは、1回行けばもういいやと思われてしまいがち。何よりも地元の人たちが行かない場所になっている。2度、3度と来ていただくためにどうするのが重要ではないでしょうか。知り合った沖縄の友達がいいる人たちから2回、3回と通ってくる人たちはいても、ハードがいいから通



宮城 さつき

みやぎ さつき
1973年生まれ。亜細亜大学国際関係学部卒。琉球朝日放送開局当初からのメンバーで、この10年間、夕方のニュース番組のキャスターを務めながら取材を通して沖縄を見つめてきた。現在、ローカルニュース「ステーションQ」(月～金18:30～)、スーパーチャンネル九州・沖縄、「チネマパラディーソ」などを担当。

なつかしい仲間と語らう楽しいひとときをロワジュールホテルオキナワの宴会場でお過ごし下さい。

同期会・同窓会プラン



立食プラン (25名様より承ります)	卓盛りプラン (20名様より承ります)	コース料理 (15名様より承ります)
和洋中料理 …… お一人様 6,000円 洋中料理 …… お一人様 5,000円	和洋中料理 …… お一人様 6,000円 洋中料理 …… お一人様 5,000円	和食会席 …… お一人様 6,000円 洋食正餐 …… お一人様 5,000円 中華卓盛 …… お一人様 5,000円
飲み放題プラン	2時間コース	3時間コース
ビール・ソフトドリンク・泡盛 お一人様 1,500円	ビール・ソフトドリンク・泡盛 ウイスキー・ワイン(赤・白) お一人様 1,700円	ビール・ソフトドリンク・泡盛 ウイスキー・ワイン(赤・白) お一人様 2,000円
	特典	
	・カラオケ無料 ・ランチ券(1ペア) ・温泉券(1ペア)	

沖縄経済に、 もっと女性の アイデアを!

取材協力:ロワジールホテルオキナワ
今回の鼎談は、12階のフレンチレストラン「シ
レーヌ」で行われた。アフタヌーンティー(13:
00~15:30、20種類のティーからチョイス、
サンドウィッチやスコーン、デザートがセッ
ト:1800円)を楽しみながら、会話が弾んだ。

仲地 地元の人々が地元のものを、楽しんで食べたり飲んだり使ったりすることが一番大事だと思ってる。昨年の産業まつりってだいぶ変わってましたよね。県産品を地元の人たちにアピールしてもっと使ってもらおうという意識が高まってきたように思います。それが垣間見られた。

宮城麻 沖縄の人たちが楽しんで使えるように、もっと企業が努力してほしい。地元のものを使いましょうという風潮に甘えていっている部分はあると思う。県産品だからと押し付けられるのは困ります。沖縄県民でも、おいしいものを食べたい、いいものを使いたい。県産品だから使わないといけないといわれても……。本土から入る商品に比べて、味の努力やパッケージングの努力はしていますか、と私たち県民が厳しく問わない。

宮城さ 私も麻里子さんと同じ意見です。ヨーカンの山内カンナさんは、紅型の型を使って伝統を残しながらも現代風にアレンジした服をデザインし、全国展開を図っている。今まで、産業まつりとかで、緋の着た服を着ましようといわれても、デザイン的にも金額的にもなかなか手が伸びないものが多かったのですが、カンナさんは沖縄のものを使いながらすごくかっこよく仕上げていることがすごくうれしかった。これはお金をかけて着たい、実際に最近よく着ているんです。ほかにも、読谷山花織をアレンジしたプレスレットなど、若いアーティストが今すごく頑張っているんですよ。それはすごくうれしい。

琉球デニムにしてもそうですが、沖縄の伝統工芸だからではなく、本当にいいものをつくり、それに沖縄の伝統工芸が使われていることで、さらに本土の人が惹きつけられるという、発想を逆にするのが新しい魅力を生み出しているのではないかと思います。宮城麻 そういって、押し付けではなく、本当にいいものがほしいですよね。レベルアップを図ってほしい。仲地 地元のものを使うには、地元の人をもっとクレームをつけるべき。私はアンケートとか、商品が悪かったときにはアプロ

まきに転機を迎えていて、変わる気があるとなかろうと、10年後にはまったく変わらざるを得ない状況にいます。現在沖縄のそういう業界をリードしているのは男たちなのですが、変革していくためには、女性の視点、役割が大きいのではないかと思います。皆さんはどうお考えですか。

宮城麻 上の人たちが女性の役割をあまり認めてくれないという状況は、私もよく見ています。仲地 脱サラして起業した女性の友人がいます。生活をしていく中で、立場から、こういうお店がほしいと思つて自ら始めたんです。仲地 そういって、人たちは会社の中で夢をもてなくて、自分で起業するという現実がある。宮城麻 会社が認めなければ、女性の優秀な人材がとんとん外に出て行きます。企業に頼らなくても思っている、自分で最終的には企業が女性の力を失うことになるんです。ですから、女性が決起して企業に何かを要求する、という、そういう気持ちは、さらさらしないんです。もっと女性を雇用してくれ、地位を上げると女性たちが声を上げる時代ではないかと思うんです。

宮城さ 企業も沖縄電力さんがやっているように、同じ会社で終身雇用するのではなく、社内ベンチャーを募って育て、次に出すことに力を入れるべきだと思つています。仲地 女性は、発想があつてもそれをどうビジネスにしたいかという欲がない。それを引き出す手立てを企業や行政が支援していけば、雇用創出する人、育てることにもつながるのではないのでしょうか。

仲地 街興しをしていっている学生たちが、卒業してもNPOを立ち上げて働き先とし、街興しを続ける。それにもまた新しい就職の形です。また、エゴリズムの案内人も、自分はこの自然だつたら案内できるよと、それを仕事にし、そこでお客様との触れ合いを通して、そういう働き方もあります。宮城麻 昔に比べたら、自分の好きなことを仕事とお金にしやすいかもしれないですね。

仲地 確かに、どこにどんなお店ができたとか、ネットでこういう情報が流れていたという話は、女性のほうがよくしますよね。宮城さ インターネットがなくても、井戸端会議の時代からね(笑)。女性は興味範囲が広いのか、特に、おいしい、楽しい、気持ちいい、に関心が高いんです。仲地 あと、環境関連の情報も、おばあさんたちはやはり早くって、こんな商品が出たわよ、この人がこんなことを始めたのよって、すぐに教えてくれる。女性のほうが、社会を変えていきたいという関心とエネルギーは大きいかもしれません。(了)

女性をやるようにしてあります。これ、カビが……とか。宮城麻 私たちも、もっと声を上げていかなければいけないですね。宮城さ 沖縄は身内がそこにいるから、なかなかクレームを言にくいこともありますが、未来のために努力して言うようにしましょう。

女性視点をもった経済や行政改革に
—経済構造や行政構造は、



残高・入出金明細
リアルタイム照会

総合・給与振込
一括伝送

振込・振替

振込・振替
電子メール通知

インターネットから簡単にご利用いただけます。
<http://www.ryugin.co.jp/>

県内初

- 「りゅうぎんBizネット」は
- 低コストで導入可能
 - 専用機器・ソフト不要
 - 安心セキュリティ
 - 振込手数料もおトク

お問い合わせ先
0120-19-8689
(月~金 9:00~17:00)
へどうぞ

ながいおつきあい
りゅうぎん
琉球銀行

マーケティングの
プロが語る
沖縄経済

毎年暮れに情報系の雑誌・新聞などで「今年のヒット商品番付」と「来年のヒット商品大予測」などの特集が組まれるが、データを駆使してランキングを考えているなど感心する。

仕事柄、クライアントの商品をどうやって「売るか」、売れたい「仕掛けるか」を常に思索し「売る」ヒット商品を

しかし、「ここ数年「売れる」以前に「売れる」ために何をすべきかが問われている。「これから」の時代は『ブランドインダストリー』商品や企業、地域ブランド化に取り組むべきだ」と威勢のよいプレゼンを受けた読者



喜久山哲郎
きくやまてつろう
(株)アドスタッフ博報堂クリエイティブ
局長次長 執行役員
1961年生まれ
84年(株)アド・スタッフに入社。当時県内初のマーケティング部に所属。
調査・企画業務に従事し現在に至る

最大目標としている。逆に良い商品なのに何故売れないかを究明するのは一筋縄ではいかないが、チェックすべきポイントを挙げると、「販路の選定ミス」「市場機会の喪失」「商品の良さが一目で判らない」「ヒットのボケたCM」の4つと考え

も多いのではないだろうか？
「地ブランド」という手法があり、沖縄ブランド構築に多くの示唆を与えると思うので、是非機会をつくりたい。「売れる」の意味を押さえた沖縄ブランドが暮れのヒット商品番付に登場するのを期待したい。

業務提携先の博報堂に「地ブランド」という手法があり、沖縄ブランド構築に多くの示唆を与えると思うので、是非機会をつくりたい。「売れる」の意味を押さえた沖縄ブランドが暮れのヒット商品番付に登場するのを期待したい。

時代は「ブランドインダストリー」

TV版
沖縄ベンチャースタジオ
OTV(8ch)金曜 深夜 1:25~1:55
OCN(3ch)土曜 13:00~13:30

2005年も、
沖縄経済を発信!



毎週、沖縄の経済をテーマに情報を発信しているTV版「沖縄ベンチャースタジオ」。解説者の大嶺正行さんとキャスターの中村一枝さんに、2005年の沖縄経済の見通しや番組への取り組みを語ってもらった。

か予言者めいてこう語った。沖縄の経済界にも、その予兆はあるという。「観光と小売り、建設業の『新3K』で沖縄の経済は成り立っていますが、

20年前にはわずかに約20社だった特Aランク建設業者が、今では100社を越える。その淘汰が現実になる時勢で、福祉や環境とい

や観光業でも本土の業者が入ってきており、売上の伸びずという現象が見られる。観光客が来ても、あるいは県内消費が少し上向いても、沖縄にはあ

向に大きく動くはず。大嶺さんの話をそばで聞いていた中村一枝さんは、「厳しい話ばかりを最近よく耳にしますね」と少し困った顔を見せ、

「今年は干支は、乙酉。この年には60年に1度の大改革が起こるんです。前回は1945年。終戦の年だった」大嶺正行さんはいささ

そのうち建設業はとにかく厳しくなる。政府系の資金は息切れ状態となり、今まで生かされていた感のある建設業界には大嵐が吹き荒れそうです

う新しい分野に進出している企業はうまくいき、それ以外は厳しいという、2極分化が起こると、大嶺さんは予測する。それ以外に、小売り業

まりお金が落ちない状況も懸念される。大嶺さんは言う。「いわゆる時代だからこそ、私は『沖縄ベンチャースタジオ』で、サクセスストーリーも伝えていきたい」

独自のアイデアで成功した人、一生懸命な姿からエネルギーをもらえるような人を紹介していきたいと抱負を述べた。「私自身、経済の世界はわからないことばかり。大嶺さんに教えてもらいながら、専門的な知識を持つていない私のような視聴者が見ても、経済に興味を持ってもらえるよう、番組をどんどん砕いていきたいですね。今年もTV・WEB版「沖縄ベンチャースタジオ」を、よろしくお願ひいたします」

第8回沖縄ベンチャースタジオ
出展のご案内

大阪産業創造館と沖縄県産業振興公社による、健康食品関連業界のビジネスマッチング

開催日:3月23日(水)
開催場所:大阪産業創造館
(大阪市中央区本町1-4-5)

問い合わせ先: ☎098-859-6237
沖縄県産業振興公社 経営支援課

第5回沖縄マインドのつどい
参加者募集のお知らせ

本土在住の県出身経営者と県内のベンチャー企業の代表らが集うビジネス交流会「沖縄マインドのつどい」が開催される。

開催日:3月上旬
開催場所:東京都または愛知県

問い合わせ先: ☎098-859-6237
沖縄県産業振興公社 経営支援課

SHIFT_ それは、今までの常識を変えること。

NOTE ノート
自由自在。NOTE誕生。
コンパクトのフレキシビリティをシフトする。



ノート 15S Vパッケージ
メーカー希望小売価格(車両本体)1,323,000円(消費税込)

TIIDA コンパクトの質をシフトする。



ティイダ 15S 1500cc 2WD A/T
メーカー希望小売価格(車両本体)1,428,000円(消費税込)

TIIDA LATIO セダンの基準をシフトする。



ティイダラティオ 15S 1500cc 2WD A/T
メーカー希望小売価格(車両本体)1,428,500円(消費税込)

MURANO デザインをシフトする。



ムラーノ 250XL 2500cc 2WD E-ATx
メーカー希望小売価格(車両本体)2,856,000円(消費税込)

LAFESTA 開放感をシフトする。



ラフェスタ 20S 2000cc 2WD CVT
メーカー希望小売価格(車両本体)1,858,500円(消費税込)

FUGA 高級車のパフォーマンスをシフトする。

走るたびに高揚する、
優美さとダイナミックさと新しさに満ちた
プレミアムスポーツセダン
フーガ 250XV 4Drセダン
2500cc 2WD 5M-ATx
メーカー希望小売価格(車両本体)
3,412,500円(消費税込)



日産サテオ沖縄

■本社営業所
■とよみ営業所

浦添市城間2693
豊見城市字座安155-1

TEL:(098)877-3018
TEL:(098)840-5523

■国場営業所
■名護営業所

那覇市仲井真153
名護市大北4-23-17 3月上旬オープン!

ヤフーのパワーと 沖縄の発信力で 世界に向けたビジネスを

電気やガスなどと同じように「ライフライン」のひとつとしてインターネットをとらえ、さまざまな情報を提供し続けるヤフー株式会社。そのヤフーのパワーと沖縄の発信力を融合させ、世界を相手にしたビジネスを展開してゆく。スケールの大きな話を、ショッピング事業部長・松本真尚氏に聞く。



ヤフー株式会社 ショッピング事業部長

松本真尚

Profile
ヤフー株式会社ショッピング事業部長。1970年生まれ。県立声屋高校卒業後、香港に渡り有限会社M&M(貿易事業)を立ち上げて代表取締役役に就任。その後、株式会社ホットライン(インターネット事業におけるプロデュース業)、有限会社アウトポスト(若者を対象とした支援事業)取締役就任。1993年、P・I・M株式会社を立ち上げ、代表取締役役に就任。2000年、ヤフージャパンと54億円で合併。ヤフー株式会社ヤフーエブリウェア・マネージャー、経営企画部マネージャーをへて現職にいたる。

「松本さんがサラリーマンを始めたのは、ヤフーが最初なんですよ。そうなんです。5年前に自分で作った会社をヤフーに合併。その前は18歳で大学を中退して28歳までの10年間は経営者。それからヤフージャパンの社員になりました。一孫会長が松本さんの会社を買ったわけですね。そうなんです。私はiモードが出たばかりのころ、携帯電話やパソコンでどこにいてもスケジューリング管理ができてシステムを作っていました。ヤフージャパンは社員10人の私の会社を54億円で買っただけです。」

「2000年のことですね。ヤフーに入られたときの肩書きは、どういったものだったんですか。ヤフーエブリウェアというところのプロデューサーです。最初の3カ月後に兼務で社長室をやって会社全体を見ようということになり、すぐ社長室。その後、経営企画部マネージャーを経て、今はショッピング事業部長をしています。」

「世界のマケットで日本の携帯ビジネスを展開するためにエブリウェアチームがワールドワイドにあつて、その日本のプロジェクトリーダーをやれということになりました。最初の3カ月後に兼務で社長室をやって会社全体を見ようということになり、すぐ社長室。その後、経営企画部マネージャーを経て、今はショッピング事業部長をしています。」

「沖縄は特異なパワーを持つ地域。メッセージを日本だけでなく全世界に発信できるパワーを持っていると思います。ヤフーが将来、地域ビジネスをやっていくにあたって、沖縄にあるさまざまな企業と一緒に、二人三脚でやろうと思っています。ヤフーはインターネットの検索エンジンだと思っている方が多いのですが、すでにインターネットは電気、水道、ガスと同じように、ライフラインのひとつなんです。ライフラインとしてインターネットを提供できるサービスで、ヤフーがやらないサービスはないと思うんです。」

官民共同の二人三脚で 新しい街おこしに 取り組む

全国的に注目される成功事例を作り上げ、注目を浴びている静岡県のインキュベーション施設「SOHO@しずおか」。起業家と同じ目線で解決策を探り、官民共同で新たな街おこしを手がけるなどさまざまな活躍を見せている。その成功の秘訣はどこにあるのか、マネージャーの小出宗昭氏が語る。



SOHO@しずおか インキュベーション・マネージャー

小出宗昭

Profile
1959年静岡県富士市生まれ。83年法政大学経営学部卒、同年静岡銀行に入行し、国際部、情報営業部(M&A担当)、経営企画部などを歴任。2001年から静岡県中部地区SOHO推進協議会へ出向し、全国から注目されているインキュベーション施設「SOHO@しずおか」のインキュベーション・マネージャーとして活躍中。

「行政のプロジェクトの成功例として注目を集めています。その内容を具体的に教えていただけますか。『SOHO@しずおか』は3年半前から始まりまして、静岡の街のど真ん中にあるビルの一画に13室の入居者を迎えました。今では月に1000人が訪れる場所になり、相談件数は月間100件ほどとなっています。半分が起業に関わる相談、残りはいずれかの産業に携わっている人です。」

「ここは活性化した産業支援の場であり、創業支援の場となっております。我々の活動がうまくいったことが背景となつて、民間の方が04年2月に自分が建てた真新しいビルに、自分のお金でインキュベーション施設を作ったんです。さらに9月には、民間の方が同様の施設を作りました。行政のプロジェクトがうまいから民間が2つも追随して、あつていう間に3つに増えたんです。3年間で全国的に注目される成功事例を作り上げてきた小出さんですが、具体的にどんなことをされてきたのでしょうか。」

「実は私は起業支援の専門家ではありません。自分は何ができるかというと、相談者と一緒の目標で考え、一緒に解決策を見つけたことなんです。同じ視線で「一緒に考えてみようよ」という姿勢で強く呼びかける。そうすることで、相手のモチベーションがグッと上がります。それから入居者にニーズを聞いてみると、彼らは自分たちでは作り得ないネットワークやビジネスチャンスを求めていることが分かりました。それなら支援の方向を施設の中から外へ向けようと思いました。」

「外にいる圧倒的多数の起業家に向かつてぜひ相談に来て欲しい」と呼びかけたんです。さらに、地域の商店街や中堅・中小企業など既存の産業にかかわる人を巻き込む流れを作る必要があります。そのための仕掛けを作られたんです。毎月1回講演会&交流会を開催しました。これは起業家や既存の企業など、誰でも参加できる異業種交流会です。3年半で50回開催しましたが、最初の1年間は、とにかく知名度を急速にあげるために、月2回のハイペースでやりました。講演の内容によつて参加する人が少しずつ変わるので、どんどんネットワークが拡大するんです。そして3年目を過ぎて、いよいよこれからというところですが、今後の目標をお聞かせください。」

「率先して高い目標を設定し、それに挑戦していきます。具体的には『SOHO@しずおか』を核とした3つの支援施設で街おこしにチャレンジしています。05年4月に静岡市は政令指定都市になる予定なんです。それをふまえて04年9月に産学交流センターという巨大な箱モノを作ったんです。ハードが整ったところで、オペレーションを『SOHO@しずおか』に依託してきたわけです。」

「もちろん、これらの業務はひとりではできません。そこで静岡銀行から現役の行員をひとり出してもらい、ふたりで2つの施設を見ていくことになりました。これこそ官民共同の二人三脚です。官民それぞれのお力をすべてを出し切り、結果を出すことが重要です。我々はこれにチャレンジしているんです。」

「私は、レキオス倶楽部です。」

「私は、レキオス倶楽部です。」



賃貸管理会社(有)でだこ新里義一社長

ISO 9001 認証取得

レキオス倶楽部
～やさしい思いで変えよう～

住まいに関することならすべてレキオス倶楽部にお任せ下さい。

レキオス倶楽部運営事務局
(株)おきしん保証サービス
〒900-0006 沖縄県那覇市おもろまち4-19-16

ホームページアドレス
<http://www.lequios-club.jp>

お問合せ電話番号
098-941-3365

私は、レキオス倶楽部①

深夜のクレーム処理や緊急手配のサービスから解放されて、大助かりですよ。

いままでは従業員たちが四苦八苦して対応していた建築施行後の緊急トラブルや不動産管理業務につきものの電気・水道・カギ・クルマなどのトラブル処理の手配。そこでレキオスホットライン。24時間・365日のフルタイムで対応する万全の体制だから、まかせて安心なのです。

不動産
管理会社、建設関連会社の皆様、

レキオスホットライン24
お住まいに関するお悩みを、24時間電話にて受け付けます。

- 水が出ない ●トイレがつまった
- 電気がつかない ●鍵を紛失した
- 車・バイクのレッカー ●児童虐待・DV ●緊急通報サービス など

企業の「採用力」を上げ 業績アップを図る

1990年に設立した株式会社ワイキューブで採用コンサルティング事業を展開している安田佳生社長。同社は、人材採用の重要性を説くだけでなく、企業戦略と必要な人材をセットで提案する「業績アップのコンサルタント」として年商20億円を上げている。今年2月、沖縄の若い人材と企業のマッチングの場を作る安田社長に、これまでになかった新しい発想をうかがった。



株式会社ワイキューブ 代表取締役社長

安田佳生

●Profile
株式会社ワイキューブ代表取締役。1965年大阪府堺市生まれ。18歳で渡米し、オレゴン州立大学で生物学を専攻。帰国後、リクルート社で営業職を経て、90年株式会社ワイキューブを設立。社員200人以下のベンチャー企業を中心に採用コンサルティング事業を展開。会社経営の傍ら、講演、セミナーなどでも幅広く活躍。

安田さんは常々、採用担当者は企業の中でも最高の人材を置くべきであり、人を採用することの重要性を認識する必要があるとおっしゃっていますね。そうですね。入り口となる採用がなにより大事だと知らなければなりません。企業が人を採用する際のコンサルティングが本業ですね。具体的に、こういう形で企業を支援したいというお話をしていたのですが。

人を採れば売上が上がるというのではないんですね。採用するというのは目的ではなくて手段ですよ。業績を上げるための。例えば、営業マンを5人採つてくれといわれてそのとおりにして5人に適性があがらなかつたとしても、売上があがらなかつたりする。なぜかというところ、この業績は、営業ではなくて商品開発が担っていたりするからですね。

業がどういいうビジネスモデルなのかを聞き、どういいう人材を何人採るか、我々から提案するんですよ。業績アップのコンサルタントという位置付けですね。さらに、人材だけ提案しても業績は上がらない。この人材をどう使えばいいんだという戦略とセットにするわけですね。ビジネスモデルを良くするほうが先です。ビジネスのやり方を変えようと必要な人材を求めますから、それをセットにして提案します。

提案し、それに見合う人材を探するために、どうしているのですか。最初に提案するのは採用のテクニックなんです。本業のことを言うと、企業の採用力以上の人材は採れないんですよ。ですから、本当に求める人材を採用したいと思ったら、テクニックではなく、会社自体を魅力的に変えていかなければならないんです。その提案をしています。

「新卒採用を中心としたビジネスですね。人材を採用するに当たって、人の見方についてお話しただけませんか。まずひとつは、スタンス。どういいう価値観を持っているかです。責任感や自律心、達成意欲、成長意欲などは、周りの人がどんなに教育しても上がらないんですよ。会社は高い意欲の人を採用して、その意欲を下げないようにするのがベストですね。

22、23歳の若い人であっても、皆さんのようなプロから見ると分かるわけなんです。分かりますよ。採用した段階で100%決まっています。少くとも、教育してこのレベルまでになるのかという上限は、採用した時点で決まっています。それが実際にできるかどうかは、その人の素質に判断できるものではなく、向き不向きがあるんですよ。向きの不向きというお話ができましたが、スキルという部分に、安田社長は3つのカテゴリを設定しているらしいですね。コミュニケーション、論理的シミュレーション力。この3つの違いを説明していただけないですか。

コミュニケーション力は、相手の考えていることがわかるかどうか。また自分が考えていることを、いかに相手に伝えられるか。それがコミュニケーションの基本です。コミュニケーション力が低い人は接客やマネージャーには向いていない。逆に、データから分析して何か商品を作るときには、論理的な分析能力が必要だし、それはコミュニケーション力とはあまり関係がない。より左脳の能力が要求されます。

だいたいの経営者は両方をいっしょに求めますが、そんな人はいませんよと言っています。シミュレーション力、それは計画的に物事を進めていけるか、予想する力です。もう一つは、東京や大阪の球根を見てなんの花かを見分ける仕事。ヒヤシンスを植えても絶対チューリップにはなりません。それをチューリップにしようとするから大変なんですよ。企業も個人も。沖縄の人材はいかがですか。

私が会った沖縄の人材は、コミュニケーション力にはものすごく長けていて、逆に論理的に理詰めで考えることが苦手な方が多いように感じます。だから、私も沖縄で事業をやろうと思った。そういうコミュニケーション力、発想力、クリエイティブ力が生かせる事業をやりますね。

産業的にも、沖縄では観光という分野が非常に伸びてきた。エンターテイメント系も広がっている。そこへ人材というのは潜在的にあり、これからの伸びしろは大きい可能性があるわけですね。地元の人材を採用して事業をやるとしたら、沖縄の人材の適性から事業を着想するというアイデアも重要だと思えます。ただ、会社の中には発想力だけではなく、それを商品化したり、広報する仕事も必要ですから、そういう人材を採用するのにも困っています。

安田さんは2月に企業と沖縄の若い人材のマッチングの場づくりに協力いただけたことですが、どういいうことを期待されていますか。もつと人材を流動化してほしいですね。私は、沖縄に居ながらにして東京や大阪の会社に就職できるという仕組みをまず作りたい。

もう一つは、東京や大阪の人気企業を沖縄に持って来て、我々が代わりにプロレゼンテーションをし、沖縄の人材に興味を持ってもらい「出て行く」という習慣も持つてほしい。そして、成長して帰ってきてほしいですね。

2月には、我々がお付き合いしている500社くらいの中から、もつとも人気の高い会社を説明し、我々が沖縄の人材を積極的に採用する予定です。まずは、うちが沖縄での人気企業の一歩にならねばと思っています。

多分、沖縄中の学生が集まると思います。これが本社の採用活動、これが本社の就職活動なんだというものを体験してほしいですね。

安田社長自身のお話を聞かせてください。リクルート出身で、この会社を立ち上げたのが1990年。それで2001年は10億円の年商を上げられて63人の社員がいらっしゃった。2003年は20億円の年商を上げられています。これはどうなりましたか。

まず日本で一番人気のある会社にしたんです。できる人材をずらりと並べたとき、そのトップが常に入社に入ってくれば、何をやってもうまくいくと思うんですよ。そのためには、環境が大事で、日本で一番給料も高くないといけないと思います。なんで日本がこんなに急激に伸びたのかというと、やはり人材に思っています。今までにない働き方みたいなものをつくりたい。いずれはできると思っていますが、その1社目を自分の会社にしたんですね。

これからは、そういう仕組みづくりにアドバイスをよろしくお願いたします。今日はありがとうございました。

民間主導で行われる、県内初の就職企業合同説明会が、2月7日(月)、8日(火)の2日間、コンベンションセンター展示棟で開催される。これは、県内企業(株)チャイルドフードと全国で人材採用コンサルティング事業を展開する(株)ワイキューブが企画運営するもの。

県外企業に関しては、ワイキューブと付き合いのある約500社の中から、人気企業を数十社から、説明会を持ちプレゼンテーションを行う予定です。もちろん、県内企業の説明会もある。

期日/2月7日、8日
会場/コンベンションセンター展示棟
主催/(株)チャイルドフード
問い合わせ/0998-860-1232(チャイルドフード)

ワイキューブの安田佳生社長は、先に開かれた講演会でこう語った。「県外の魅力ある企業をぜひ沖縄の若い方々に知っていただきたい。我々も積極的に沖縄の人材を採用したい」

説明会の日程は次のとおり。



M'm! M'm! Good Taste!
キャンベルジャパン株式会社 沖縄営業所 <http://www.campbellsoup.co.jp>

③ 定点取材 杉並区の沖繩タウン構想



3月20日開店に向けてラストスパート

かつての客足を失った東京都杉並区の「和泉明」を、沖繩の物産や文化を発信する「沖繩タウン」にして復活させる動きが、いよいよ本格化してきた。昨年11月には「沖繩祭り」を開催し、2日間での

渡嘉敷さんは「沖繩タウン」を成功させるために、地元商店街の人たちだけでなく、外部の沖繩ファンにも呼びかけ、「沖繩タウン」を組織した。その数、50人以上。客の立場に立った「沖繩タウン」へのアドバイザーたちだ。「根っからの沖繩好きが集まった応援団はものすごいパワーがあり、感性が鋭い人たちの集まり。ちと、最初こそすれ違いはあったが、「沖繩祭り」を一緒に成功させたことで結びつきが深くなった。会場でアンケートをとった結果、いろいろなお話がわかった。動員数の約8割が商店街付近に住む人たちで、年齢層も幅広い。「これはいける。将来性がある」と実感しました。3月まで、残された時間はもうわずか。これからラストスパートです。杉並区の「沖繩タウン」、いよいよ開店だ。



「パリ国際食品見本市」に、沖繩ブランドが出演

昨年の十月十七日から二十一日までフランス・パリ近郊で開かれた、世界の食品ブランドが結集する「パリ国際食品見本市」へ、沖繩から4社が出展した。同見本市には、日本貿易振興機構（JETRO）が、日本ブリスを設置、その中に（財）沖繩県産業振興公社がブリスを確保し、県内企業の四社が出展。ヨーロッパの有名レストランのシェフなどの料理関係者や小売・流通業者の多くが沖繩ブリスに足を運ぶなど、「美食の都」で来場者の関心を集めた。

泡盛製造の（株）久米島の久米仙、自然海塩を製造・販売している（株）ベンチャー・高安、県産素材を生かした商品を生産している（株）オキネシア、化粧品「ちゆらら」が好調の（株）バイオ21の4社。いずれも「沖繩ベンチャーエブ」で紹介した企業である。

あるが、これを機に泡盛を知ってもらい、ブランド力のアップに繋げたい」と語っていた。料理関係者の注目を集めたのが、ぬちまー（ベンチャー・高安）。パリの三ツ星レストラン「タイユバン」のシェフ、アラン・ソリヴェレスさんもブリスにエブで試食し、「これまで以上に食べたことのない味だ」と驚き、早速商品を料理に試してみたいと語った。ぬちまーは、会場内で行われる料理のデモンストラーションでも使われ、それを食べた人たちが、ブリスにきて詳しく説明を聞くなど、関心を

呼んでいた。オキネシアは黒砂糖と豆菓子を紹介。小皿に用意された試食品がたちまちなくなるほどの人気。豆輸出業者や、レストラン関係者らの資料請求、質問などが多かった。同社の金城幸隆社長は「想像していた以上に商品への評価が高いことに自信を深めた。今後の商品開発への意欲も高まった」と語った。また、食品市にクレンジングローションを出展したバイオ21。自然志向の人たちが、熱心に英語の説明書を読んでいた。

もう一段のグレードアップへの一助と捉えていた。国内ではブリスとも言われている「沖繩ブランド」だが、その勢いを継続的に、あるいはこれまで以上に浸透させることにある。そのためには、沖繩の代表的なトップブランドの企業が、今後は世界の場にトライすることが必要だ。そこで評価されることが、日本市場での販売促進にも繋がるだろう。ひいては沖繩ブランド全体の押し上げになっていくと考えている。

第7回 沖繩ベンチャー スタジオ

9社が観光ビジネスプランを発表



企業のビジネスマッチングの場を提供する「第7回沖繩ベンチャースタジオ」が昨年の10月22日（金）に沖繩の産業まつりと連動して開催された。今回のベンチャースタジオのテーマは観光産業。シヨンを必要は次のとおり。久米島で体験れ合い型の観光客誘致に成功している「島の学校」や、アウトレットモールあしびなの環境保護対策、杉並区の沖繩タウン構想など、沖繩の観光産業に関連す

る9社がさまざまな角度から、独自の観光ビジネスプランをプレゼンテーションし、事業の取り組みを紹介した。

- ①島の学校@久米島事業部「地域に根ざした観光ビジネスの実現に向けて」（発表/祖根恒夫）
- ②（株）アイデア「沖繩インフォメーションサービス事業展開について」（発表/江里口邦俊）
- ③沖繩アウトレットモール「沖繩アウトレットモールあしびなの環境への取り組み」（発表/宮成勝彦）
- ④株アセットアライアンス「沖繩リゾートウエディング拡大事業」（発表/小岸弘和）
- ⑤（株）プラザハウス「ここから始まった外国との出会い〜OKINAWA STYLISH SHOPPING〜」（発表/平良由乃）
- ⑥（株）読谷クルリゾート沖繩「遊んで、学んで、楽しんで、体験王国「むら咲きむら」」（発表/国吉真哲）
- ⑦農業生産法人「有「トロ」カルファームたまく「農業と観光との連携について」（発表/大城浩明）
- ⑧台風時観光客支援ボランティアヒューマンネットワーク「沖繩、もうひとつの観光資源「心」」（発表/上江洲智子）
- ⑨（株）沖繩タウン「全国初 商店街再生策 東京都杉並区「沖繩タウン」応援大募集!」（発表/野口秀利）

南国楽園へようこそ。



RYUKYU AWAMORI KUMEJIMA S KUMESEN

株式会社 久米島の久米仙

本社・工場/沖繩県島尻郡久米島町宇字江城2157 TEL.098-985-2276(代)

営業本部/沖繩県浦添市港川2-3-3 TEL.098-878-2276(代)

www.k-kumesen.co.jp お酒は20歳になってから。

2004年、秋吉久美子さんの9年ぶりの主演映画「透光の樹」(高樹のぶ子原作/根岸吉太郎監督)が公開された。

また、秋吉さん自らメガホンを取った初監督・脚本映画「BUBU AGAIN」(フブ・アゲイン)は沖縄が舞台の作品で、東京国際映画祭のリージョナル・フィルム・フェスティバル2004への出品を果たした。女優から監督へ。その楽しさは100倍という。

止まっているみたいなの時間を味わえる、余裕のある時の流れ方にとっても感動したことが、沖縄に住み始めたきっかけです。夕焼けを眺めて1日経ったような気がしたのにまだ30分しか経ってない、そういう不思議なまろやかな時の流れ方が、実に心地よかったです。



「透光の樹」のワンシーン

住者の数がナンバー1。私はとてもタイムリーにその場所に住んでいたことになりましたね。日本はこれまで団体行動の価値観によって世界の中で生きてこられたという部分もあったと思うんです。でも、そのためにいろいろなものも失った。個性とか心の問題とか。今、失ったものは何だったのかと思うとほかほかしくなってきた。同じ限られた一生だったら沖縄とかでもっと楽しく生きたいとみんなが思ってきたというところでしょうか。

沖繩の御嶽(ウタキ)もすばらしいものだなーと思います。伝説とか神話は関係なく、ほんとに自然の亀裂とか、単なる崖、自然を感じやすい場所を大事にすることによって、人間が地球に生かされているということ

忘れられないようにする。それを神様だとする考え方って、大事なもののひとつだとは思いますが。でも、きれいな砂浜をよく見るとビールの空き瓶とかペットボトルとかあって、ウタキの入り口あたりにゴミや車が捨てられていたりもする。今までのようなやりかたではだめなんだという管理のしかたを学ぶことも必要なのでは。

沖繩の財産は美しい自然と考え方。だとすればやはり観光地としてバリやハワイのようにその管理にお金を使うべき。私は3年間沖繩にベタでいました。その間にも海岸線はどんどん変わった。美しい夕日が見えた浜にタンカーの基地ができ、お台場でもないのに海に遊歩道ができた。私たちがありのままの自然が欲しいのだから海岸を掃除するとかウタキをきれいにするとかウタキをきれいにするべきであって、セメントで固めるために使われていたと批判的に見ていました。

島に住んだら現代の快適さを享受できないのかと言われるのかもしれないけど、それでしか経済的に成立しないのであれば、もっと沖縄的な考え方や文化を誇りにし、多少の我慢をしていく強い意志を持つ方がいいんじゃないでしょうか。今度映画を作りました

が、沖繩の自然の賛美ではなく、沖繩の空気感を借りて、どこに行っても出口無し、人間の行く末に出口無しというものをなぞりたかったんです。

沖繩の人は心の問題とかには力がありますよね。映画も、退屈だとかめんどうかいとか、難しいとかではなく心で見ると

「透光の樹」はR指定なんですけど沖繩ではみんな見に行くと思うんです。「あくびつくりしたさ」とか「でもあんなことあるさ」とか「結局手術受けなくて死んでバカみたいさ」とか言ってます。

沖繩は年齢の差別とかなく、年齢別はあるけど、団体行動、団体目的に向かっている傾向もありません。大人も子供も関係なく感動するものは感動するし、一緒になって笑うときは笑う。心の問題を大事にしている人たちが

「オキネシア」のトップページは、一番の問題点なのか「このページが、何なのか」がわからない、ということ。会社案内のようでもあるし、「ネットショップ」のようでもあるし、そのどちらでもないような感じもします。「ホームページ」は、「建物」と同じです。

「事務所」と「八百屋さん」のつくりが明らかに違うように、「ホームページ」も、その目的が何なのかをまず明確にすること、そして、その目的を的確に伝えるデザインにすることが重要です。

このサイトを、「通販サイト」として診断するならば、前回お話しした「Zの法則」で一番重要な左上に、このサイトが、通販をしているサイトであること、何を売っているのかということ、どんな特徴があるのか、ということ、まず明記する必要があります。

ここまで読んで、「うちは大丈夫だな」と思っている方も、いらつしやるかもしれませんが、それなら「商品ページ」は

いかがでしょうか？ いまは、お客様が、検索エンジン(Yahoo、Googleなど)にキーワードを入力して、直接(トップページを経由しないで)商品ページにアクセスしてくる場合が、ほとんどです。つまり、「すべてのページが、トップページである」と認識しておく必要があります。にもかかわらず、いまだに、お客様全員が、トップページを経由していただくことを前提としたつくりになっているネットショップも数多くあり、いきなり商品ページに入ってきたお客様は、そのサイトが「会社案内」なのか、「ネットショップ」なのか、ただの「情報サイト」なのか、よくわからない……ということになってしまっています。貴社のすべてのページが、ファーストビュー(スクロールしなくても、表示される範囲)をばっちり見ただけで、「通販サイト」だとわかるかどうか、もう一度チェックしてみれば、いかがでしょうか。

秋吉久美子(あきよしきみこ) 76年「あにいうと」でブルーリボン主演女優賞、同年「挽歌」でアジア映画祭主演女優賞、88年「異人たちの夏」で毎日映画コンクール主演女優賞、96年「深い河」で日本アカデミー主演女優賞など、数々の映画賞に輝く。昨年「透光の樹」に主演。また、沖縄を舞台にした初監督・脚本映画「BUBU AGAIN」は今年公開予定。

「オキネシア」のトップページは、一番の問題点なのか「このページが、何なのか」がわからない、ということ。会社案内のようでもあるし、「ネットショップ」のようでもあるし、そのどちらでもないような感じもします。「ホームページ」は、「建物」と同じです。「事務所」と「八百屋さん」のつくりが明らかに違うように、「ホームページ」も、その目的が何なのかをまず明確にすること、そして、その目的を的確に伝えるデザインにすることが重要です。

このサイトを、「通販サイト」として診断するならば、前回お話しした「Zの法則」で一番重要な左上に、このサイトが、通販をしているサイトであること、何を売っているのかということ、どんな特徴があるのか、ということ、まず明記する必要があります。

ここまで読んで、「うちは大丈夫だな」と思っている方も、いらつしやるかもしれませんが、それなら「商品ページ」は

いかがでしょうか？ いまは、お客様が、検索エンジン(Yahoo、Googleなど)にキーワードを入力して、直接(トップページを経由しないで)商品ページにアクセスしてくる場合が、ほとんどです。つまり、「すべてのページが、トップページである」と認識しておく必要があります。にもかかわらず、いまだに、お客様全員が、トップページを経由していただくことを前提としたつくりになっているネットショップも数多くあり、いきなり商品ページに入ってきたお客様は、そのサイトが「会社案内」なのか、「ネットショップ」なのか、ただの「情報サイト」なのか、よくわからない……ということになってしまっています。貴社のすべてのページが、ファーストビュー(スクロールしなくても、表示される範囲)をばっちり見ただけで、「通販サイト」だとわかるかどうか、もう一度チェックしてみれば、いかがでしょうか。

「オキネシア」のトップページは、一番の問題点なのか「このページが、何なのか」がわからない、ということ。会社案内のようでもあるし、「ネットショップ」のようでもあるし、そのどちらでもないような感じもします。「ホームページ」は、「建物」と同じです。

「事務所」と「八百屋さん」のつくりが明らかに違うように、「ホームページ」も、その目的が何なのかをまず明確にすること、そして、その目的を的確に伝えるデザインにすることが重要です。

このサイトを、「通販サイト」として診断するならば、前回お話しした「Zの法則」で一番重要な左上に、このサイトが、通販をしているサイトであること、何を売っているのかということ、どんな特徴があるのか、ということ、まず明記する必要があります。

ここまで読んで、「うちは大丈夫だな」と思っている方も、いらつしやるかもしれませんが、それなら「商品ページ」は

いかがでしょうか？ いまは、お客様が、検索エンジン(Yahoo、Googleなど)にキーワードを入力して、直接(トップページを経由しないで)商品ページにアクセスしてくる場合が、ほとんどです。つまり、「すべてのページが、トップページである」と認識しておく必要があります。にもかかわらず、いまだに、お客様全員が、トップページを経由していただくことを前提としたつくりになっているネットショップも数多くあり、いきなり商品ページに入ってきたお客様は、そのサイトが「会社案内」なのか、「ネットショップ」なのか、ただの「情報サイト」なのか、よくわからない……ということになってしまっています。貴社のすべてのページが、ファーストビュー(スクロールしなくても、表示される範囲)をばっちり見ただけで、「通販サイト」だとわかるかどうか、もう一度チェックしてみれば、いかがでしょうか。

「オキネシア」のトップページは、一番の問題点なのか「このページが、何なのか」がわからない、ということ。会社案内のようでもあるし、「ネットショップ」のようでもあるし、そのどちらでもないような感じもします。「ホームページ」は、「建物」と同じです。

「事務所」と「八百屋さん」のつくりが明らかに違うように、「ホームページ」も、その目的が何なのかをまず明確にすること、そして、その目的を的確に伝えるデザインにすることが重要です。

このサイトを、「通販サイト」として診断するならば、前回お話しした「Zの法則」で一番重要な左上に、このサイトが、通販をしているサイトであること、何を売っているのかということ、どんな特徴があるのか、ということ、まず明記する必要があります。

ここまで読んで、「うちは大丈夫だな」と思っている方も、いらつしやるかもしれませんが、それなら「商品ページ」は

いかがでしょうか？ いまは、お客様が、検索エンジン(Yahoo、Googleなど)にキーワードを入力して、直接(トップページを経由しないで)商品ページにアクセスしてくる場合が、ほとんどです。つまり、「すべてのページが、トップページである」と認識しておく必要があります。にもかかわらず、いまだに、お客様全員が、トップページを経由していただくことを前提としたつくりになっているネットショップも数多くあり、いきなり商品ページに入ってきたお客様は、そのサイトが「会社案内」なのか、「ネットショップ」なのか、ただの「情報サイト」なのか、よくわからない……ということになってしまっています。貴社のすべてのページが、ファーストビュー(スクロールしなくても、表示される範囲)をばっちり見ただけで、「通販サイト」だとわかるかどうか、もう一度チェックしてみれば、いかがでしょうか。

「オキネシア」のトップページは、一番の問題点なのか「このページが、何なのか」がわからない、ということ。会社案内のようでもあるし、「ネットショップ」のようでもあるし、そのどちらでもないような感じもします。「ホームページ」は、「建物」と同じです。

「事務所」と「八百屋さん」のつくりが明らかに違うように、「ホームページ」も、その目的が何なのかをまず明確にすること、そして、その目的を的確に伝えるデザインにすることが重要です。

このサイトを、「通販サイト」として診断するならば、前回お話しした「Zの法則」で一番重要な左上に、このサイトが、通販をしているサイトであること、何を売っているのかということ、どんな特徴があるのか、ということ、まず明記する必要があります。

ここまで読んで、「うちは大丈夫だな」と思っている方も、いらつしやるかもしれませんが、それなら「商品ページ」は

いかがでしょうか？ いまは、お客様が、検索エンジン(Yahoo、Googleなど)にキーワードを入力して、直接(トップページを経由しないで)商品ページにアクセスしてくる場合が、ほとんどです。つまり、「すべてのページが、トップページである」と認識しておく必要があります。にもかかわらず、いまだに、お客様全員が、トップページを経由していただくことを前提としたつくりになっているネットショップも数多くあり、いきなり商品ページに入ってきたお客様は、そのサイトが「会社案内」なのか、「ネットショップ」なのか、ただの「情報サイト」なのか、よくわからない……ということになってしまっています。貴社のすべてのページが、ファーストビュー(スクロールしなくても、表示される範囲)をばっちり見ただけで、「通販サイト」だとわかるかどうか、もう一度チェックしてみれば、いかがでしょうか。

「オキネシア」のトップページは、一番の問題点なのか「このページが、何なのか」がわからない、ということ。会社案内のようでもあるし、「ネットショップ」のようでもあるし、そのどちらでもないような感じもします。「ホームページ」は、「建物」と同じです。

「事務所」と「八百屋さん」のつくりが明らかに違うように、「ホームページ」も、その目的が何なのかをまず明確にすること、そして、その目的を的確に伝えるデザインにすることが重要です。

このサイトを、「通販サイト」として診断するならば、前回お話しした「Zの法則」で一番重要な左上に、このサイトが、通販をしているサイトであること、何を売っているのかということ、どんな特徴があるのか、ということ、まず明記する必要があります。

Suggestion



オキネシアは、黒糖菓子など、自社PB商品を取り扱う通販サイト。ひと口生黒糖「ざわわ」や黒糖菓子「びりんばらん」「元祖タンナファクルー」などを販売している

込山 民子(こみやま たみこ)プロフィール ネットショップの売上アップをサポートする有限会社ウィンアンドウィンネット代表取締役、『人』による新しいインターネット総合情報サイト「リクルート・アバウトドットコム・ジャパン」ショッピング倶楽部ナビゲーター。2002年に月商1千万円を目指すeメールマーケティング塾「えとこ塾」開設。04年、オンライン通信講座「マーケティングライター育成講座」開設。そのほか、日本オンラインショッピング大賞審査員、SOHOホームページ大賞審査員、全国イーコマース協議会ベストECショップ大賞審査員などを務め、全国各地で、売り上げアップのための連続セミナー開催。著書に「楽天市場ではやく儲かる徹底セミナー」など。

「こみやまみこの沖縄通販サイト診断書」 すべてのページがトップページ!

カルテ② 琉球玉手箱 オキネシア
<http://www.okinesia.com>

いかがでしょうか？ いまは、お客様が、検索エンジン(Yahoo、Googleなど)にキーワードを入力して、直接(トップページを経由しないで)商品ページにアクセスしてくる場合が、ほとんどです。つまり、「すべてのページが、トップページである」と認識しておく必要があります。にもかかわらず、いまだに、お客様全員が、トップページを経由していただくことを前提としたつくりになっているネットショップも数多くあり、いきなり商品ページに入ってきたお客様は、そのサイトが「会社案内」なのか、「ネットショップ」なのか、ただの「情報サイト」なのか、よくわからない……ということになってしまっています。貴社のすべてのページが、ファーストビュー(スクロールしなくても、表示される範囲)をばっちり見ただけで、「通販サイト」だとわかるかどうか、もう一度チェックしてみれば、いかがでしょうか。

ビジネスをさらにスピーディーに、もっと確実に。

時代を捉え、次代を見越した

システムインテグレーションを提供します。

地域企業を中心に、あらゆる業種に対応。数百社に及ぶシステム開発の実績を誇ります。

システムインテグレーションサービス

- ハードウェア販売
- 各種サブライ販売
- パッケージ販売
- 運用・保守サービス
- ソフトウェア販売
- 教育・研修サービス
- ソフトウェア開発
- アウトソーシングサービス

HP版「沖縄ベンチャースタジオ」は 沖縄の元氣企業を発信し続けています。

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、これまでに40社以上の元氣企業を紹介しています。前回のタブロイド版「沖縄ベンチャースタジオ」では、昨年10月8日までにホームページで取り上げた37社を一挙にリストアップしましたが、今回はその後に登場している8社をご紹介します。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いただけます。

「沖縄ベンチャースタジオ」HP

<http://ovs.jp>

(株)琉球温熱療法院

<http://www.ryukyu-onnetu.info>



ツボなどの「点」ではなく、広い「面」を温めることで高い効果を得る温熱療法。既存の温熱療法を独自に改良しミネラル鉱石温灸器を使った新たな「琉球温熱療法」を確立した屋比久勝子代表に起業のきっかけなど、お話を伺った。

(2004/12/3 放送)

(株)おきしん保証サービス

<http://www.lequios-club.jp/index.html>

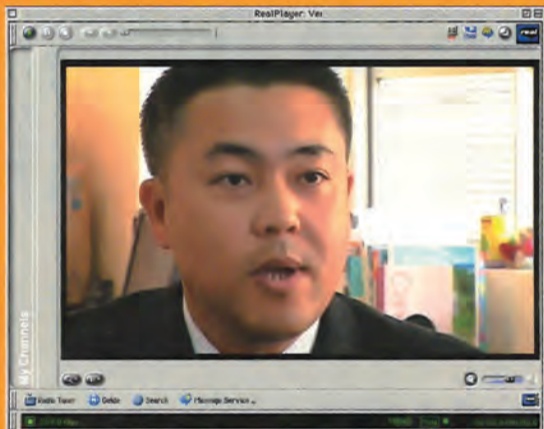


家賃保証事業を行っている会社。現在は、建設業のネットワーク事業に力を入れ、同社独自のネットワークレキオス倶楽部を活用した、県外大手建設業に負けないサービス、そして今後の展開について宜保文雄代表取締役にお話を伺った。

(2004/10/15 放送)

(株)あしび

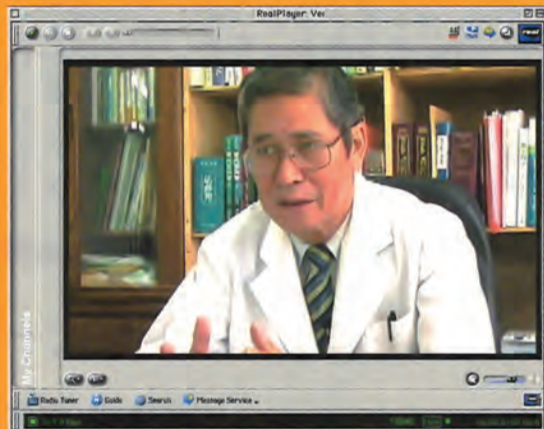
<http://www.asibi.jp>



沖縄物産の販売・卸業を手掛ける電子商取引と地域活動の情報交換の場を提供するポータルサイト「あしび」。そのホームページを運営展開する株式会社あしびの浦崎政利社長に、今後の展望などのお話を伺った。

(2004/12/10 放送)

社団法人生物資源利用研究所



癌、ウイルス、成人病を治療することを研究テーマとする、社団法人生物資源利用研究所の根路銘昭所長へのインタビューを中心にお送りする。現在は、副作用のない抗ガン剤の開発、エイズを予防できるワクチンなどの試作段階に入っている。

(2004/10/22 放送)

県内初 ユビキタスオートマンション第2弾

オアシス泡瀬 シーサイドビュー モデルルーム完成!

自然に囲まれた生活環境と、携帯電話を利用した最先端セキュリティのITマンション。暮らしたくちりと快適さが備ったオアシスのような住まいです。

2LDK 50.43㎡
960 (税込) 万円~
3LDK 59.16㎡
1,090 (税込) 万円~



全92戸
沖縄公庫融資付
インターネット対応
好評分譲中

モデルルーム公開中!

開催時間
A 10:00 ▶ P 7:00
M M

※水曜日はお休みとなっております。ご了承ください。

自然に囲まれた豊かな生活環境と、最先端セキュリティをプラスしたITマンション



指紋照合オートロック
エレベーター運動システム採用!
主なセキュリティ
携帯電話でつながる便利機能
●カメラモニター
●警告通知
●来客メール通知



企業訪問バックナンバー

- (株)トリム
- (協)いしがき手作り館
- (株)シーズ
- (株)沖縄農園
- (株)海邦商事
- (有)リセ
- バイオ21(株)
- ベンチャー高安(有)
- 琉球ガラス工芸(協)
- (株)ポイントピュール
- (有)海邦ベンダー工業
- (有)アロエース
- 久米島海洋深層水開発(株)
- (株)チャイルドフード
- (株)石垣島サプライ
- (株)屋部土建
- (有)オキネシア
- (株)エコワールド沖縄
- (株)先端医学生物科学研究所
- (有)ぱっしょん
- (有)アイディアル
- (株)デジタルあじま
- (有)しゃりや
- (有)アンテナ
- (株)沖創建設
- (株)パラダイスプラン
- (有)ブラネット
- (株)バイオメイク
- ヒューマスバイオインダストリー
- りゅうせき商事(株)
- (株)プラザハウス
- (株)沖縄発酵化学
- (有)サンメディック貿易
- (有)エコ・エナジー研究所
- (株)レイメイコンピュータ
- (資)スポーツミネラル
- (株)サウスプロダクト

タブロイド判 「沖縄ベンチャースタジオ」2号

2005年1月28日発行
 発行:(財)沖縄県産業振興公社
 〒901-0152
 沖縄県那覇市小祿1831-1
 ☎098-859-6237 <http://ovs.jp>
 監修:島田勝也(沖縄県産業振興公社)
 編集:プロジェクト・シュリ by ED-CONTRIVE
<http://karacara.com>
 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
 「情報誌について」の件名を入れて送信してください。

(株)佐喜眞義肢

<http://www.cosmos.ne.jp/~sakimat/>



学んだ鉄工技術を生かし、平成11年に膝装具で特許を取得。従来の装具よりも、固定性が高く、軽いことから、正座も可能。長時間の着用もでき、リハビリ効果が高い義肢の開発を行う。佐喜眞保代表に、独自の技術や商品への思い入れを伺った。

(2005/1/14 放送)

(有)水耕八重岳

<http://www.ii-okinawa.ne.jp/people/goyapark/>



ゴーヤーパークの愛称でお馴染みの(有)水耕八重岳を名護市に訪ねた。野菜として全国に定着したゴーヤー。お茶や健康食品の素材としても注目されている。ブームを追い風にした新たなビジネス展開を大城牧子常務にお聞きした。

(2004/12/17 放送)

(株)ジャスミンソフト

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



IT関連のシステム開発や教育・コンサルティングを行うジャスミンソフト社。ネットを使った「開発生産性を10倍に向上するWebアプリケーションの完全自動再生サービス」なども行う同社の運営方針などを、代表取締役の賛良則氏に伺った。

(2005/1/21放送)

沖縄アウトレットモールあしびなー

<http://www.ashibinaa.com/>



豊見城市にある「沖縄アウトレットモールあしびなー」。数々の有名店舗が並ぶことで知られるが、ここでは、店舗の魅力はひとまず置き、先進的で興味深い同社の循環型社会を目指す環境への取り組みについて、梶山直樹支配人に話を伺った。

(2004/12/24 放送)



au法人企業向けサービス

auケータイのサービス・機能を駆使して、業務の効率化をお手伝い。
お客様のあらゆるビジネスシーンを幅広くサポートします。

例えば...

※

お客様から苦情。「集荷お願いして
るんだけど、何時に来るの?」※

運転中のドライバーは電話に
出られないし、困っちゃう。

営業の玉城課長と連絡がとれない!

お客様が来社しているのに
どこにいるんだろう...



あれっ?道が変わってる...。
新しい地図を送って欲しい。



あなたの会社で、こんなコトはありませんか?

auなら **GPSMAP** (位置提供サービス) で解決します!

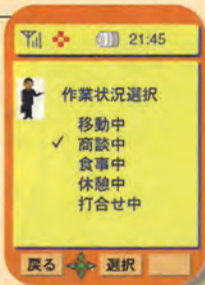
■位置情報

GPSケータイの設定「手
動送信」「自動送信」に
加え、「センタープッシュ
方式」も採用。リアルタイムな位置情報の検索が
可能です。



■表示機能

スタッフ毎に判りやすい
アイコンで表示。位置精
度は色分けて誤差範囲を
表示します。さらに地図表
示の中心位置を、住所、
顧客名、ランドマークなど
から指定が可能です。



■移動履歴表示

移動軌跡を画面マップで確認できます。PCにダウンロードし、
解析することで日報などの申告業務から解放されるほか、車両
や労務、稼働状況の管理業務も簡単になります。



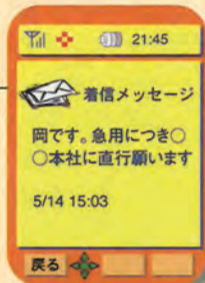
■使い勝手の良い表示画面切替

マップは広域からタウンまでの6段階の縮尺を選んで表示、
さらに全画面表示への切替もOK!お客様のご利用状況に合
わせて最適な画面に切り替えることができます。

■メッセージ

センター→スタッフ

位置情報の表示画面
で、スタッフからのメッ
セージを受信できます。
また受信したメッセー
ジ内容を即確認できま
すので、いちいちメー
ラーを立ち上げる必要
はありません。



■オフタイムの プライバシーを 守ります

GPSケータイ側で位置
情報の制限が可能。
ビジネスタイムとプライ
ベートタイムの使い分
けができますからプライ
バシーも確保できます。



これまでNAHAマラソンや宮古島トライアスロンにて導入。救護車両の運行管理に活躍しています。

サービス 利用料金

	料金種類	提供料金	単位	備考
初期費用(一時金)	GPS MAP 登録料	1,050円/契約	1契約(ユーザー)毎	
	GPS MAP 月額基本料金	1,050円/契約	1契約(ユーザー)毎	基本ID1つを含む
月額費用	GPS MAP ケータイ利用料	2,100円/台	携帯電話1台毎	センタープッシュ機能利用料を含む。

月額費用(例) 10台をご契約の場合

$$\text{月額基本料金 } 1,050\text{円} + \left(\text{ケータイ利用料 } 2,100\text{円} \times \text{台数 } 10\text{台} \right) = \text{お支払い額 } 22,050\text{円}$$

※この他にもGPSケータイの通話料及びパケット通信料金が別途発生します。
※表示金額はすべて税込です。

CDMA 1X WIN

Bluetooth[™]対応

車内でのハンズフリー通話をはじめ、プリンター出力などをワイヤレスで利用可能。



W21T

PCサイトも 見える! インターネット ケータイ

パソコン用のWebサイトが閲覧できる「PCサイトビューアー」に対応。2.6インチのワイド液晶で見やすい抜群です。



W21CA

au初の スライド ケータイ

片手でラクラク、オープン。デザインと機能の両立を極めたケータイ。開じたままでも各種操作が可能。



W22H

ミュージック FMケータイ 赤外線通信機能搭載で、対応機種同士のデータ転送やTVリモコン、DVDリモコンとしても利用可能。



W22SA

セキュリティ モードで 安心!

大切なプライベートデータや重要なビジネスデータなどの、履歴をしっかりと守る「セキュリティモード」搭載。法人の皆さまへ特におすすめ。



A5509T

スタイル アップ ケータイ!

気分にあわせて着せかえ自在の「Style-Upパネル」対応。センタージョグ&独立大型キーで操作性抜群です。Style-Upはソニーエリクソン・モバイルコミュニケーションズ株式会社の商標です。



A1404S

地元全力!

au 沖縄セルラー電話
OKINAWA CELLULAR

●お申込み・お問合せ [オペレーター受付時間/9:00~20:00]
au電話から157(無料) ☎0077-7-111(無料)

