



撮影・吉田 啓

P.02  
特集

海外へはばたく沖縄の企業

独自のネットワークを  
活かした経営戦略

P.11  
ちゆ  
美らさん  
インタビュー

女優・伊江村観光大使  
**武藤美幸**さん

沖縄と中国の人が互いに好きになってもらえるように  
大好きな沖縄と伊江島の魅力を伝えたい

**[CONTENTS]**

P.04	オビニオンリーダーに聞く	イオン琉球株式会社	代表取締役社長	末吉康敏さん
P.05	トピックス	スーパーマーケット・トレードショー/オキナワンファースト・ベンダーショーケース		
P.06	元気企業紹介	有限会社たじま屋		
P.07	発見!ご当地ヒット商品	第四回	伊平屋村	黒糖恋乳
P.08	経営者は語る	株式会社レキサス	代表取締役	比屋根 隆さん
P.10	「元気プロジェクト」事業報告			
P.11	OVS ニュース			

Feature — 特集

海外へはばたく沖縄の企業

# 独自のネットワークを 活かした経営戦略

国内外を問わず厳しい経済状況の中、県内消費の枠を超え、県外、さらに海外へと視野を広げた販路開拓を進めている沖縄の企業がある。中でも、独自のネットワークを活かし、世界の巨大マーケットを相手に商品を売り込む健康食品製造・販売の金秀バイオ株式会社、青果物卸商の有限会社山元商店。地道に取り組む海外進出の先には将来の大きな経営戦略が見える。

## 金秀バイオ株式会社

順調な売上が東日本大震災で打撃  
東南アジアでは回復へ明るい兆し

金秀バイオ株式会社は、沖縄の素材を使った健康食品の製造・販売を手掛けている。国内だけでなく世界共通となっている健康志向の高まりを受け、本格的に輸出を始めたのは2008年だった。金秀グループのネットワークを活かし、金秀商事貿易部門を通じて、主力商品の沖縄モズク由来のフコイダンとアガリクス関連商品を中心に香港へ輸出した。さらに、台湾、アメリカ、韓国、ロシア、シンガポール、インドネシアへと順調に販路を拡大し、2009年には売上が200%の伸びを見せ、輸出品目は30種を超えた。2010年には中国企業との取引引きが始まり、輸出が本格化した。「中国の富裕層だけでなく、中間層も含めた巨大マーケットが市場として魅力があった」と美里義雅社長。ところが、昨年の東日本大震災の影響で、中国での日本食品の輸入禁止措置が取られ、現在も再開のめどはたらず、輸出売上は前年比30%減の見込みだ。「海外でも健康に対する関心は高く、中国でも徐々に売り上げが増加していた時に、輸入禁止措置はかなりの打撃だった」という。そのような困難な状況の中でも、東南アジアを中心とした海



写真上)シンガポールで行った、日本の医師による講演会には多くの消費者が詰めかけ、熱心な質疑応答も行われた 写真右)「ビューティーアジア 2011」の展示会の模様。展示会は商品の質の高さをアピールする絶好のチャンス



外の消費者に強くアピールしているのは品質の高さとエビデンス(科学的根拠)だ。さらに、沖縄の素材を使っているという付加価値を前面に出し、安心で安全な健康食品をPRする。

また、今年の3月にはシンガポールにおいて、医師による講演会を開催するなど、消費者向けにより具体的に商品の良



中国語や英語で書かれたパンフレットを作成し、商品の詳細について具体的に説明する

さを伝えることによって、東南アジアでの売れ行きは回復基調にあるという。国内と同じく海外の消費者も質の高い商品求めていることから、2002年にISO9001、03年にISO9001-HACCP、06年にISO22000を認証取得、さらに04年に有機JAS工場、昨年6月には健康補助食品GMP工場の認定を受けた。「国内外からの健康食品に対するさまざまな要望に応えられるような準備を整えて、商品への信頼度は増している」と話し、中国への輸出再開を待ち望む。

外国語HP開設で問い合わせ増  
海外企業や医療関係者との連携模索

世界に発信する手段として、各国での展示会へ出品したり、社員を派遣し直接的PR活動を進めるほか、2010年度

## 金秀バイオ 株式会社

<http://www.kanehide-bio.co.jp>

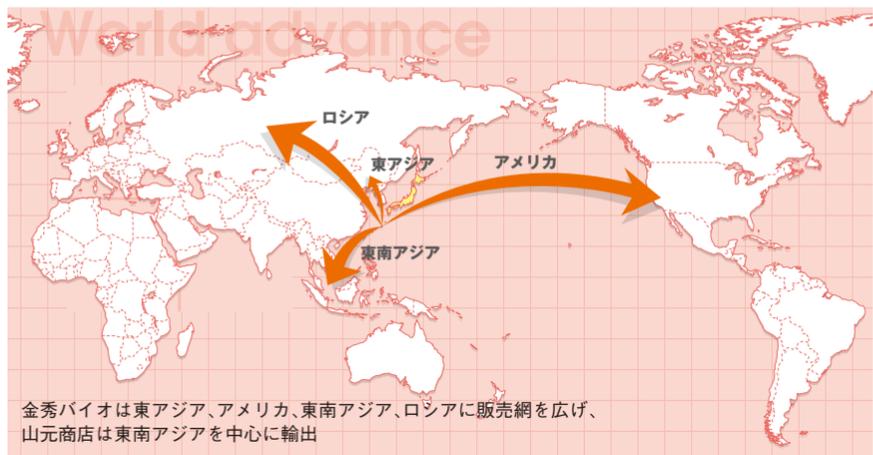
糸満市西崎町 5-2-2

1988年 前身の株式会社沖縄発酵化学設立  
1991年 金秀グループに加入  
1998年 沖縄産モズクから「フコイダン」抽出に成功  
2006年 金秀バイオ株式会社に社名変更  
2008年 香港向け輸出を始める



▲「質の高い商品を提供し続けたい」と話す美里社長(写真左)と松野営業部長

に英語、中国語、韓国語のホームページを開設した。2012年度には日系人の多い中南米向けにスペイン語も開設する予定だ。「海外からの問い合わせも増え、スタッフにも英語と中国語を話せる社員を配置して対応している」と営業部の松野朝昭部長。会社をあげて輸出の体制を整えているものの、実際に障壁となっ



たのは国ごとに異なる関連法規の確認と時間を要する輸出手続きの問題だった。さらに震災後の放射能に対する安全確認等、業務は煩雑になり、美里社長は「輸出を行う企業に対し、行政は輸出手続きや輸出関連法案がすぐわかるよう、バックアップ体制を整え、情報発信にも力を貸してほしい」と要請する。

2012年は中国への輸出再開を待ち、さらに世界へと販路拡大を目指す。今年65周年を迎える金秀グループの持つネットワークの強みを活かしながら取引先を増やし、3年から5年の中期計画における海外売上目標は全体の20%。「海外でも高齢化社会へ向かいつつあり、健康産業の市場は拡大傾向にある。海外での展示会参加や、スタッフの派遣を進め、消費者の動向を見ながら、当社の商品を、責任を持って販売してくれる取引先を探していきたい」と美里社長は話し、「海外の医療関係者や企業との研究開発の連携も視野に進めていくつもりだ」と着実に事業を展開している。

## 有限会社 山元商店

### 「安心安全」「質の高さ」を掲げ 沖縄経由で日本の青果物を輸出

「沖縄産にこだわらず、日本の農産物を沖縄経由で輸出する」という独自の視点に立ち、アジアへの輸出を続ける有限会社山元商店の渡久平元信代表取締役。2008年から香港、2011年からシンガポールで、野菜や果物を販売している。きっかけは、冬場になると価格が低迷する県内野菜の新たな市場開拓。香港、シンガポールでの青果物販売の様子を視察した時、現地のスーパーで販売されている日本産の青果物が「安心安全で見栄えも良い」と評判が高かったことから、「沖縄産野菜の輸出にチャレンジする価値はある」と輸出に乗り出した。しかし、既に日本の他産地、特に福岡産の農産物がほぼ市場を占有し、知名度の低い沖縄産が入り込む余地は少なかった。さらに商社を通じた輸出になると中間マージンが発生するため価格が上昇し、購入してもらおうための価格だと利幅が小さいという悪循環が起った。当初は香港との直行便がなく、その後の直行便運行を機に、ダイレクトに売り込む商法に切り替えた。ところが、昨年の東日本大震災の影響で輸出がストップ。そこで渡久平代表が目にしたのはシンガポールだ。中間業者を介さないダイレクトな売り込みが可能なのが進出を決めた最大のポイントだった。

### 40年の輸送ノウハウを武器に パイヤーとの信頼関係を地道に構築

青果物を海外に輸出するには「商品調達」「輸送方法」「販売価格」の課題がある。商品調達は沖縄産にこだわらず、全国各地の品を集める。それまでの青果物卸商の取引では、遠くは北海道の青果物を空輸し、沖縄で販売していた実績から、仕入れルートが確立されており、全国の産地から安定的に品物を集めることができるのだ。並行



写真上) 海外市場を体感してもらうため社員の海外研修を実施  
写真右) 昨年、シンガポールで開催されたフードフェスタで日本の農産物をPR

して沖縄の農家にも質の高い農産物栽培法をバックアップし、沖縄産や国内産の青果物を仕入れる。輸送方法についても、これまで寒い地域から暖かい沖縄へと運ぶために導入してきた保冷技術や、品物に傷がつかないようなこん包方法も取り入れた。輸送ルートについては、那覇空港のハブ化により空輸が利便性を増し、さらには本土の品物を直接運ぶことができる神戸港の近くに大阪営業所を開設し、体制を整えた。また、国内の青果物の情報を迅速に把握する東京事務所も設け、情報収集から



外国人向けに青果物を中国語、英語で紹介し、食べ方についても説明するパンフレット

## 有限会社 山元商店 低温センター

<http://gohya.jp/>

浦添市伊奈武瀬 1-9-2F



1984年 渡久平さんの父親が経営する(資)徳平商店の手伝いを経て、(有)山元商店を独立・開業  
2008年 生野菜の海外輸出に取り組む  
2009年 東京事務所を開設  
2011年 大阪営業所を開設  
▲渡久平元信 代表取締役

仕入れ、輸出への流れはスムーズに進んでいる。販売価格は消費者のターゲットを大きくふたつに分けて設定。ひとつは富裕層に対し、味の良さと見た目の美しさから、贈答用として果物を売り込む。一方、一般家庭向けに1パックごとの分量を少なくし買い求めやすい価格にし、現地の食の好みに応じた調理法の提案も行った。

今年、タイでネットや宅配での販売開始も視野に入れている。さらに、香港への輸出の拡大に向け、沖縄事務所を開設した香港の輸入業者と提携し、直接売り込みを図る。渡久平代表は「安心安全で質が高いということを継続的にPRすることが大切。そして、外国の業者とのパイプを作り、信頼関係を築いていけば、海外で今後、日本や沖縄産の青果物の消費が伸びた時に迅速に対応できる」と話し、これまで培ったノウハウをフル活用しながら、実績を積み上げている。

# オピニオン リーダー に聞く

イオン琉球株式会社  
代表取締役社長

末吉康敏さん

——1999年の琉球ジャスコ設立以来、初の沖縄県出身の社長に就任されましたが、ご感想はいかがですか。

イオングループでは地元出身者が社長になるケースはまれで、実際にはプレッシャーも感じていますが、「沖縄出身者として先頭になって頑張れ」という周囲の期待に添えていけば、沖縄の後輩が後に続いてくれるのではと思っています。私はアクティブでポジティブな性格で、自分の考えを従業員の皆さんに直接伝えたいと、社長就任直後から各店舗に向向いてきました。現場を見ることによって信頼関係を築き、適切なアドバイスができると思っていますからです。そして、本社の社員には「宝物は現場＝店にある」、店長には「宝物は売場にある」と言い、現場の大切さを伝えているのです。

従業員との対話の中で、社長として目指すのは「従業員の豊かさ」と「沖縄県民の生活の豊かさ」に貢献することであると話しました。従業員の豊かさは「心の豊かさ」「経済的豊かさ」。心の豊かさは従業員の皆さんが会社と共に成長し、仕事や家庭生活で充実して、家族や親せき、知人からも「いい会社に勤めている」と言われるような会社にしていくことです。「経済的な豊かさ」は賃金面で、従業員が頑張る目標達成すれば当然会社は還元するという方針です。そして、沖縄県民の生活の豊かさへの貢献は、商品を安く提供することによって達成できるのだと従業員に伝えました。

## 県民の豊かな生活の実現に向け 沖縄県と包括的連携協定を締結し、 お客さまや従業員と共に 「夢」のある未来へ進みたい



——地域密着型の企業として早くから地産地消にも取り組んできましたが、その成果についてお聞かせください。

グループの中でも沖縄は地産地消に特に力を入れていますが、前社長の栗本がこれまで強力に進めてきましたので、「地元密着型、地産地消のイオン琉球」というイメージは定着していると思います。私が九州に赴任していた時、その土地の食文化に触れ、衣食住全般において地域ならではの品ぞろえをしていく必要性を感じました。現在、県内16市町村と連携して農産物を販売していますが、徹底的に売り込んでいくために、農家の皆さんや市町村だけに任せるのではなく、植え付けや収穫時期を話し合い、一緒に生産計画を立てることも取り組んでい

ます。沖縄の場合、気候的なこともあり、野菜等は夏場を中心に安定供給の面で難しい現状がありますが、地産地消を進めることが農家の振興につながり、消費者にとっては生産者の顔が見える、安心安全な作物として評価も高いので、しっかりと取り組んでいきたいと思っています。

——昨年12月、沖縄県と包括的連携協定を締結しましたが、その内容と具体的な取り組みはどのようなものでしょうか。

沖縄県との包括的連携協定は、双方が持つ資源を有効に活用することによって、沖縄県の活性化と県民サービスの向上に協働して取り組むというものです。11項目あり、「地産地消の促進、県産品の販路拡大」「観光情報・振興」「地域防災」「高齢者・障がい者支援」「子ども・青少年育成」「環境対策、リサイクル」等、多岐にわたります。当社が以前から取り組んでいる地産地消や、県内各地のスポーツイベントや催し等への寄付・支援・協賛という地域密着型の活動は、これまで以上に力を入れたいと思います。協定の内容について従業員一人ひとりがきちんと内容を把握するよう指導しており、11項目の実践を通して、将来の沖縄県の経済的な豊かさに貢献しようと考えています。

協定締結に基づくイベントとして、項目のひとつ「地産地消の推進、県産品の販路拡大」を実現するため、イオングループのバイヤーと沖縄の業者との商談会や、全国各地での沖縄フェアを開催しています。これまでも全国各地で沖縄フェアを開催してきましたので、今後もよりいっそう充実させたいと考えています。このような取り組みができるのは、イオングループが北海道から沖縄まで店舗網があり、さらにはアジアへも広く出店しているからです。日本全国の特産品あるいはアジアや世界から商品や流行(旬)を取り寄せて紹介するなど、いち早く沖縄で展開することにより、沖縄県民の皆さまに新しいサービスを提供し、沖縄を全国、世界へとPRしていきたいと思っています。



すえよし・やすとし 1952年伊是名村出身。85年に琉球ジャスコ(株)の前身・(株)プリマートに入社。琉球ジャスコ生鮮商品部長、営業本部長、開発本部長などを経て、2007年マックスバリュ九州の熊本事業部長、営業推進本部長、西九州事業部長を歴任。2011年11月イオン琉球(株)代表取締役社長に就任。

## TOPICS

## 「第46回スーパーマーケット・トレードショー」2012に県内企業35社が出展

スーパーマーケットを中心とする流通業界に最新情報を発信するプロ向け商談専門展「スーパーマーケット・トレードショー」が、2月1日から3日まで東京ビッグサイトで開催され、過去最大規模の1196社・団体が出展、3日間で8万4000人超が来場しました。

日本各地のこだわりの食品を紹介する「地方・地域産品ゾーン」に設置された「沖縄物産コーナー」には県内企業35社が出展し、各社一押しの商品や新商品を、新規販路の獲得に向けPRしました。

出展者向けの事後アンケートでは、出展のメリットとして「県内外の出展者と情報交換ができた」「他社商品や全体的な商品開発の傾向、展示方法の工夫など、見て参考になることが多かった」「新商品の味の評価など参考になった」等、日本全国の特産品に触れ、直接バイヤーの声を聞くことができる機会を今後の商品開発や出展方法に活かしたいという声が多く挙がりました。一方、課題としては「販促ツールなどの準備不足」「商品のターゲット設

——実力主義の人事制度など人材育成を進めていますが、求められる人材とはどのようなものでしょうか。

当社ではパートとして働く人の中から、優秀で力のある人は正社員として登用しています。新卒者も含めた従業員全員に求められるのは「挑戦的な考え方」の人です。チャレンジ精神にあふれ、自らの能力を発揮したいと考え、新しい売り方やサービス等に挑戦したい人ということですね。そして、実現のために素直に、謙虚に、誰からも学ぶ姿勢も大事です。

また、心がけているのは、ベテランと若い世代のミックスです。元々会社を築

定やコンセプトをもっと明確にする必要がある「見積もりやコンタクトのスピードが求められる」という反省点が多く挙げられ、国内最大規模の展示会に即した入念な準備や商品訴求方法の改善、足早に通り抜けるバイヤーへの迅速な対応等への課題が浮き彫りになりました。

各社が感じたメリット・課題が、今後の販路拡大につながることを期待します。



沖縄物産コーナーに足を止めるバイヤー

いてきた先輩がいて今の会社があるので、すから、その人の持ち味を大切に、築いてきたノウハウを会社経営に活かしたいです。もちろん若い人も頑張っていますし、その登用も進めていきます。私が考える実力主義というのは、必ずしも若い人だけの登用に限らず、かといって単なる年功序列でもない組織作りです。

——今後の目標と課題は。

企業は成長戦略がなければなりません。従業員のモチベーションを上げるためにも中長期計画を提示することによって、従業員は「うちの会社はこれだけ成長するのだ」という具体的なイメージが湧き、や

る気も起こります。従業員に夢を与え、思いを共感して先頭に立って実現することが経営者としては非常に重要なことです。つまり、これは「夢」。だから私は社内報にも、講話の時には「頑張りましょう！夢のある未来へ」「明るく楽しく前向きにそして慎重に、夢のある未来へ」と呼びかけています。

近い将来の「夢」は、来年2013年の秋に北中城村の「アワセゴルフ場跡地」にオープンを予定している県内最大級のショッピングセンターです。本島北部や南部、離島からも中部に出向く人が増え、中部地区の活性化ができることが私の夢で、従業員の夢でもあり、お客さまへも夢を与えることになると思います。

## 米軍バイヤー向け商談会「第2回オキナワンファースト・ベンダーショーケース」

2月3日、沖縄市民会館中ホールで、米軍バイヤー向け商談会第2回オキナワンファースト・ベンダーショーケースが開催されました。

米軍の契約形態は、①「単発契約」、②「単年度契約」、③「複数年契約」、④「クレジットカード決済による「GPC」の4種類があり、今回の商談会は契約形態で一番参入しやすいGPCに限定した内容で、2500ドル以下の物品・役務なら担当者として直接カード決済で買い付けができるという特徴があります。

今回は県内企業22社が出展し、米軍基地内の販路開拓のため積極的に自社製品をPRする様子が見られました。一方、バイヤー側は米軍契約事務所、部隊調達部署、エンジニア、GPCカードホルダー等の米軍ユーザー等、約250名が参加し地元企業から直接物品調達しコスト削減を図りたいという期待の高さがうかがえました。

出展企業のうち、耐熱性のある無機質不燃塗料を出展した(株)タースの玉城社



展示商品について熱心に質問をする米軍バイヤー

長は「火災防止に関心が高く、すぐにでも導入したい」との話があった。(商談会では)商社を通さずに直接交渉できるメリットがある」と手ごたえを感じたと語り、前回に続き参加した(有)ナカマ家電サービスの名嘉真社長は「米軍もコスト削減やエコの方針が強まっている。一過性の商談会に終わらせないためにも、英文ホームページを作る等の事後フォローが必要だ」と本格参入への意気込みを語りました。

沖縄県産業振興公社

会員企業

# 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ご紹介したり、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。

http://ovs.jp/

## 元気企業紹介 有限会社 たじま屋

### オリジナル商品に力を入れ、IT活用が業績アップに直結

200以上のブランドバッグ類やギフト商品を取り扱う有限会社たじま屋は、沖縄市に本店を構える創業57年の老舗。ネット販売のほか県内5カ所の大型ショッピングセンターに出店している。現在、中高校生に人気のブランド「OUTDOOR PRODUCTS」のウィズトリムシリーズ・オリジナルカラーデイパックを全店で発売中だ。昨年出した2色に第二弾となる今回はブラック・ブルー、パール・ブルーの2色を加え、全4色を数量限定で販売している。世界的有名ブランドのオリジナルカラー商品発売のきっかけは、産業振興公社が実施した2010年度IT活用経営戦略支援事業への参加。中小企業診断士とITコーディネーターが企業の課題の洗いだしから経営戦略や経営企画作成までを支援し、その中の戦略目標6項目のひとつに掲げられていたのが「オリジナル商品の提供」だ。それまで業務拡大を進めていたたじま



たじま屋オリジナルカラー商品(5,985円)をはじめ多種多彩なラインナップのOUTDOORのデイパック



県内だけでなく県外の顧客を獲得するネット販売に力を入れる古謝社長(右)と営業支援通販担当の蔵島さん=沖縄市・本店

有限会社 たじま屋  
本店: ☎098-937-8118  
<http://www.tajimaya.co.jp>

屋にとって、在庫や顧客管理、売上実績の迅速な把握等は急務となっており、2009年には同公社の貸与制度を利用しPOS・顧客管理システムを導入。POSによって蓄積されたデータをITで効率的に活用するため事業へ参加した。古謝源生社長は「オリジナル商品を提供し独自性を出すことで他社との競争力がつき、お客様に支持される」という。ネット販売の強化も重要課題に掲げ、営業支援通販担当を設けた。POS導入により集計作業はスムーズになり、在庫状況が瞬時に全店でチェックでき、顧客サービスも充実した結果、古謝社長も「予想以上に驚くべき結果の実績アップにつながった。グループ各店では売上データを基に購買層を把握し、それぞれ独自色を出しながら運営。中でも、那覇市のサンエー那覇メインプレイス店は外国人観光客が多く、昨年から免税店となった。古謝社長は「お客様は常に変化し、環境も変わる。それを観察、分析していく中で商品力を強化しながら自分達の強みを発揮していかないといけない」と話し、今後も新たな店舗展開を目指している。

## 公社ネットワーク会員 PRESS RELEASE

### 第1回うちなーホームページコンテストで受賞!

コンピュータ沖縄のホームページが、沖縄県商工会連合会主催「第1回うちなーホームページコンテスト2011」事業所部門で、会長表彰を受賞しました。授賞理由について、ホームページの設置目的が明確で、コンテンツも充実し、情報発信による成果も出ていること等が評価されました。コンピュータ沖縄では、これからも時代の変化を先読みし「仮想化」や「スマートフォンと関連したモバイル」など、話題の新技术をテーマにした提案強化を図っていきます。



(株)コンピュータ沖縄  
☎098-879-8433 (WEB事業課:大城)  
<http://www.c-okinawa.co.jp>

### プロの受験アドバイザーがきめ細かく相談に対応します!

近年、入学試験の仕組みは複雑化しています。沖縄受験ゼミナールでは、生徒はもちろん、保護者の方々も安心して入試に臨めるよう、受験アドバイザーが常駐し、随時相談に対応しています。入試に関する知識を提供するだけでなく、モチベーションを維持するためのカウンセリングも行いますので、生徒・保護者の双方が意識を共有しながら、将来の夢に直結した志望校決定のお役に立ちます。ご相談は入塾前でも可能ですので、是非お電話ください。



(株)OES 沖縄受験ゼミナール  
☎0120-995-039 (金城康介)  
<http://okizemi.oes-oki.co.jp>

### 簡単施工の樹木衰退対策活性剤 新技術の「K568(きのごろはち)」

マツ枯れ・樹木衰退対策に、樹木に不足する必須要素を独自の樹幹埋設法で供給し、樹木内要素欠乏を改善する新技術の商品紹介です。木の五郎八(K568・きのごろはち)は、肥料でも農薬でもなく、人間にも環境にも安全なので地球環境を汚さずに樹木の生命メカニズムを活性化します。筒状の活性剤を専用ビットで樹木に挿入するので誰でも簡単に施工でき、一度施工すると約3年間効果が持続するので経済的です。



(株)宜野湾造園土木  
☎098-897-6273 (仲間)  
<http://www.ginowanzen.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

# KOZA STARS

## ～沖縄市のブランド創出～

よせやま話

23

商品開発

でいきたん照屋の

**沖** 縄市で「コザクリエイション」と銘打ったユニークな地域ブランド創出の取り組みが始まりました。同市にはコザと称される地域と文化があります。戦後、基地の門前町として時代の明暗・清濁を混ぜ込みながら商業集積をなしてきたこの街には、一言では形容しがたい独特な創造力が培われています。そこから生み出されていくオリジナル性の高い商品を世間に広く知らしめることで、市の産業振興につなげようというのがこの認定制度の目的です。認定審査において最も重要視される品質は“感性価値”、そのコンセプトワードは「国内外国KOZA」。こうして選ばれた商品は沖縄市長から「KOZA STARS」という認証マークが付与され、これを県内外に知らしめるために有名店での一斉販売、ラジオCMやポスター制作など、活発なプロモーションが行われました。

審査委員会は沖縄県立芸大准教授で元資生堂アートディレクターの笹原浩造さんやりんけんバンドの照屋林賢さんをはじめ、コザで活躍する“感性派”の面々で構成されています。推進体制も沖縄市商工振興課のもとに専門家が集められ、プロモーション、デザイン、ものづくりにおける支援体制を整えています。

第1回目の認定は、嘉手納基地第2ゲート前に立つ老舗クラウンホテルで人気のオリジナルステークソース「BCスタンダードソース」、市内



業者ヨシモトコーヒーとの連携によって生まれた新里酒造の「コーヒースピリッツ」、世界に名を響かせているステレオ職人・知名オーディオ御多出横の「8cmパイプスピーカー・10w×2アンプ」。

詳しくはフェイスブックで <http://www.facebook.com/koza.creation> をご覧ください。



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。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。カウンセリウム「キャリアオアシス楠」主宰。  
<http://www.dikitang.jp>

ヒット商品から学ぶ  
目からウロコの開発ヒント

第4回  
伊平屋村



## 「黒糖恋乳」

# 発見! ご当地 ヒット商品

伊平屋村の特産品を使った商品の製造販売をしている藤田食品が、2010年に発売を開始した「黒糖恋乳」。独特の味わいとユニークなネーミングで人気を集めている。同社は2006年、島内向けのお菓子や惣菜の製造販売業として創業。2007年、代表の藤田淳志さんが特産の黒糖に着目し、ブームだったキャラメルを黒糖で作り、それを使ったパウンドケーキが完成。沖縄県が実施した離島活性化専門家派遣事業で、パッケージデザインのアドバイスを受け、販売を始めた。その後、黒糖キャラメルパウンドケーキの味を元に島外でも販売できるよう長期間保存できる商品の開発を進め、2010年に誕生したのが黒糖恋乳だ。黒糖キャラメルパウンドケーキから黒糖恋乳まで3年連続、沖縄県離島フェア優良特産品優秀賞等を受賞し、注目を集めた。

商品開発はひらめきを大切にし、黒糖恋乳もひらめきから作ってみたものの加熱の過程で分離するなど、一年以上試行錯誤した結果、黒蜜と練乳を別々に作りし、混ぜるというシンプルながら工程で商品が誕生した。黒糖キャラメル味とプレーンタイプの2種類があり、アイス、ホットケーキ、トーストなどの相性も良い。昨年は東日本大震災の影響や、相次ぐ台風によって練乳の原料の濃縮乳の確保が厳しかったが、今年は順調に製造を進めている。さらなる販路拡大に向け、2010年に伊平屋村商工会に入り、今年5月ごろをめぐりに経営革新計画の申請を目指す。新工場を建設し、大口の需要に対応できるように設備や製造ラインを整備する予定だ。製造要員を常勤雇用し、店頭販売とイトインスペースを設けることも計画。この計画をバックアップする商工会経営指導員の玉城辰夫さんは「村商工会として経営革新は初の取り組み。伊平屋村の名前がPRでき、村内の製造業者の刺激になるので」と波及効果を期待している。



ミニサイズに小分けされて食べやすさにも工夫を凝らした黒糖キャラメルパウンドケーキ

### HIT! POINT!

- ① 黒蜜と練乳の味がベストマッチ  
黒糖ベースの黒蜜と、濃縮乳から作り上げた練乳を独自の割合でブレンドしているため、両方の味がうまく調和。深みのある甘さが、他の甘味料とはひと味違う個性を出している。
- ② 調味料にもなるプレーンタイプ  
料理に甘味を出す時に、黒蜜感覚で使うことができる。通常の黒蜜に加えた練乳によって、コクのある味わいとなり、醤油と混ぜて焼きのタレや、生姜焼きの隠し味として使うのが藤田さんのおすすめ。



- ③ かわいらしいネーミング  
練乳を使っていることから名づけられたが、出荷間際でラベルをデザインしていた時、思わず誤変換し練乳が「恋乳」に。ハートのラベルもこの名前から生まれ、「かわいい」と子供や女性に人気がある。



経営革新の取得に向けて計画書策定や情報交換を進める藤田代表(右)と伊平屋村商工会の玉城経営指導員

問い合わせ 藤田食品 伊平屋村前泊464-4 ☎0980-46-2615

# 経営者は語る

## 人材育成に力を入れ、「攻め」の姿勢で目指す 真の沖縄経済の自立



ひやね・たかし 1974年那覇市出身。沖縄国際大学在学中に学生向けポータルサイトの会社を設立。1998年、(有)チームネットコミュニケーションズ、現在の(株)レキサスを設立し、代表取締役社長に就任。2008年から民間企業による次世代ITビジネスリーダー育成プロジェクト「IT frogs」を始動。

**Lexues** 株式会社レキサス 代表取締役 **比屋根 隆さん**

### ●企業理念「経営羅針盤」を構築

「新卒社員の採用基準は『どんがっていいこと』と話すITソフトウェア開発企業、株式会社レキサスの比屋根隆社長。沖縄から世界に発信する企業家として、独自の視点での人材育成が注目を集めている。大学在学中から学生向けポータルサイトの立ち上げに携わり、卒業後の1998年、株式会社レキサスを設立。当時は県外企業の進出が相次いでいたが、「人件費の安さ、県の補助があるという理由での進出は、沖縄の自立につながるのか」と疑問を抱えながら、沖縄の経済的自立を目指した船出だった。東京での売り込みでは、「技術力が低い」「遠い」という沖縄のマイナスイメージを少しずつ打破しながら、第一弾のサービスである国内初の本格的Webコラボレーションサービス「チームギア」、第二弾「ピュア・アクシス」もスタートさせ、サービスの新規性を強みにシェアを広げていった。今ではテレビ朝日や富士フイルム、シダックス、東京都等、大企業や行政が主要取引先として名を連ねる企業へと成長した。

「取引き先が拡大して行く中で、悩みの種となったのは社員の入れ替わりが激しいことだった。会社設立から10年経ち企業としての方向性を確立する時期と重なり、比屋根社長が出した結論は「会社のビジョンや理念づくり」と「しっかりとした人材採用、採用後の人材育成の必要性」。会社のビジョンや人材育成のプログラム等を作り上げるセッションを新たに設け、そこでできたのが人材創造企業を宣言した経営理念「レキサス経営羅針盤&行動規範」だ。比屋根社長は「我が社の経営理念の価値観を共有できるかを見極めて採用している」という。新卒採用時の大事なポイントが「どんがっている」人材の確保。「俺は天才だとか、世界一の技術者になるとか、普通だと引いてしまおうような人の個性を伸ばしたい」との思いからだ。もうひとつ心がけるようになったのは社員とのフラットな関係。社長室を設けず、壁を取り払ったワンフロアにデスクを並べ、毎日の朝会と日報で情報を共有しながら、次へのステップを考える。

### ●業界を引っ張る若い人材を育成

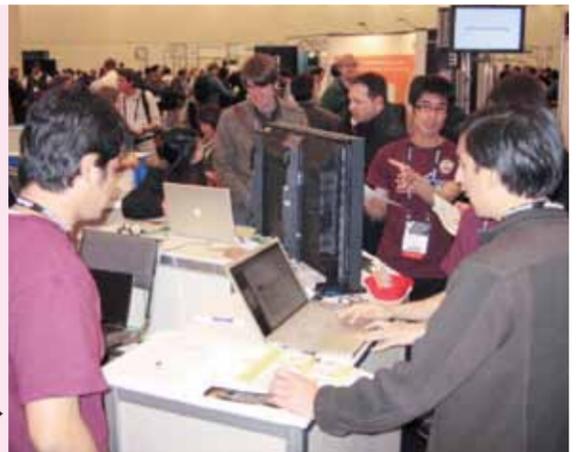
人材育成への熱い思いは自社だけでなく、2008年から、民間企業による学生を対象にした次世代ITビジネスリーダー育成プロジェクト「IT frogs」を始動させた。高校生や大学生を選抜し、約半年間のプログラムの中で、県内外、IT最先端のアメリカ・シリコンバレーに派遣し、研修を行う。行政からの補助を受けずに、県内のIT関連企業に呼びかけ、2011年度は18社が協賛、これまで22名の若者が研修を終了した。「自立を目指すなら、民間企業が知恵を出し合い、金を出し、汗を流すことが大切。民間だからこそできる、業界の頂点に立つて全体を引っ張る『未来人材』を育てることによって、結果的に業界全体を盛り上げていく」と話す比屋根社長。「沖縄から飛び出していくことで自分の可能性に気づき、チャレンジしたくなる。そして、自分は沖縄のために何ができるのか考えるきっかけができる」

のたという。優秀な人材を育てることが、将来のライバルを生むのでは、と懸念する声も聞かれるというが、「1社だけが頑張っても限界がある。ライバル同士で刺激し合い、いいものを作って互いに切磋琢磨していくことが、沖縄の情報産業全体を活性化させる」と話す。

2012年度からはレキサス、IT frogs共に新ステージへと向かう。IT frogsは、協賛企業の拡大と寄付による県民参加型システムの検討、学生達が海外投資家へプレゼンテーションを行い、ビジネスにつながることを目指す。そして、レキサスは本格的に海外へと乗り出す。シリコンバレーに構えたオフィスを中心にアメリカで事業拡大を図り、さらに中国への進出を模索。「沖縄がブリッジの役割を果たし欧米企業と中国とを結びつけたり、アメリカ企業と提携して中国市場を攻略することも可能。目標である「2030年度までに2000億円企業」に向け、比屋根社長は経営羅針盤を手に再び船出する。

所在地: 〒904-2234  
うるま市州崎14-17  
IT津梁パーク内  
電話番号: 098-921-3800  
会社設立: 1998年10月28日  
事業内容: ソフトウェア開発  
サーバ運用管理  
Webデザイン及び  
サービス構築事業等  
自社サイト: <http://www.lexues.co.jp/>

アメリカの展示会に出展し、自社製品を英語で説明するレキサス社員



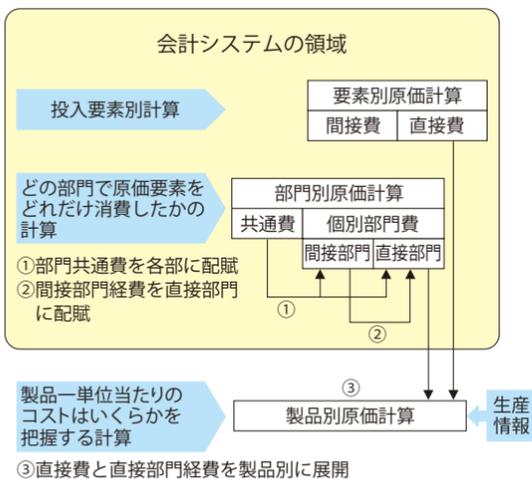
## 原価計算への取り組み

デフレ時代の昨今、徹底的なコストダウンは至上命題である。正しい原価を把握し、コストに対する因果関係を把握できていれば、的確な対応は取れる。直接経費のみを把握する原価計算（ダイレクトコストリング）を行っている県内企業が一部で見られるが、正確な原価は掴めていない。製造業やサービス業で原価計算を制度として取り組んでいる中小企業は全国的にも少ない。普及しない理由は、「経営者の気づき」がないことにある。一方IT技術者や支援担当者も原価計算に精通する人は少なく、更に使っている会計システムが原価計算に対応していないなど環境も整っていない。

会計システムでは、費用を原価部門別に集計し、その後配賦等を展開するが、対応できるシステムは少ない。更に、業態が無限にあるために汎用的な「原価計算システム」なる既製ソフトは存在し得ない。社内に原価計算のしくみを実現するには、会計システムで得られた結果に生産情報を加えて「計算のしくみ」を構築するIT活用が必須と言えよう。

健全であり続けるためには、常に正しい原価を把握し、得られた情報を基にコストダウン活動に邁進して次の戦略に活かすことが時代の要請である。

### 会計システムと実際原価計算



くりはら もとのり  
栗原 元教

協和会計情報開発(株) 代表取締役  
沖縄県産業振興公社登録専門家  
中小企業診断士  
TEL:03-3796-4377  
FAX:03-5772-1606  
URL: <http://www.accs5.co.jp>

### マーケティングコラム

懐古厨という言葉が聞かれています。懐古厨とは、過去の懐古中毒の略で「過去は良かったな」と嘆く人たちに使われる2ちゃんねるから生まれた造語です。大体その言葉は年

老いた方に向けて使っている言葉ですが、最近では少し様子が違うようです。今大学生の間では昔使っていた物をネットにアップすると予想以上の反応が来るそうです。また最近では

「制服デイズニー」といって高校生の頃の学生服を着てデイズニーに行くことが流行っている。昔のゲームで遊ぶといった現象も起こっている。ではなぜこのような懐古現象が若年層に起こっているのでしょうか？その原因は将来の不安と「インターネット環境」にあると博報堂若者生活研究所は結論付けています。円高や不景気による就職氷河期などの不安

定な状況により、「今よりも良かったな」と懐かしむ傾向が生まれ、インターネットのインフラが整備されたことで昔の情報をいつまでも見ることができ、環境がその傾向を後押しする要因だそう。

この傾向が続くのなら、高いコストをかけて新商品を投入するより、昔流行った商品を復刻し販売する方が低コストで売上も伸びるかも？と考えてしまいます。



ともり よしと  
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。

### 山芋が絶妙食感スイーツに大変身！ 「恋のやまいも」シフォンケーキ



#### お問い合わせ

プティ・フル  
石川店：うるま市石川東山1-22-20  
☎098-965-4702  
※みどり町店：☎098-972-3575  
※江洲店：☎098-973-5784

うるま市石川特産の山芋を使ったシフォンケーキ「恋のやまいも」は、ふんわりもちりした独特の食感と、控えめな甘さが人気のスイーツ。昨年開催された第2回ニッポン全国ご当地おやつランキングで4位と

山芋の生地への配合割合、すりおろした時に変色しない方法、毎年12月から3月までの収穫時期以外にも使用できる冷凍保存法など、試行錯誤の末に約10年前に初めて商品化。現在は大(1260円)、中(840円)、小(210円)の3サイズを販売し、昨年9月に発売開始された小はハート型がかわいらしく、売り上げを伸ばしている。冷凍庫に入れても固くならず、夏場は冷やして食べるのもおすすめだとい

## うりひゃ～!!ウチナ～むん

### 石垣島の自然を色彩で表現 島藍農園のトートバッグ



お問い合わせ  
島藍農園  
石垣市石垣1493  
☎090-8835-7730  
<http://www.shimaai.com>

オーガニックの八重山藍を使った商品がそろった島藍農園。昨年10月から発売開始された新シリーズは、一番大きなバケットバッグ、各種トートバッグ、小物はブックカバーやふでばこ、ポーチなど全12アイテムがある。

4色のボーダーラインで、藍色と水色は八重山藍で濃淡をつけ、南国の空と海をイメージ。白は布地の帆布の持ち味を活かし砂浜を表現、オレンジはフクギを使って染め、太陽の色合いを出し、雄大な自然を感じさせる。シンプルなデザインは年齢、性別を問わずに使え、ビジネスにもオフタイムにも合わせやすい点がポイントで、地元だけでなく観光客にも人気。丈夫な帆布素材、バックの持ち手にはヌメ革を使用し、使い込むほどに味がでる。



女優・伊江村観光大使

## 武藤美幸さん

むとう・みゆき 1979年埼玉県出身。2001年「時の香り〜リメンバー・ミー〜」で映画デビュー。中国のテレビ局が製作したドラマ「記憶的証明」の準主演に抜擢され、人気を集める。以後、中国に拠点を移し、「張伯苓」「陽光天使」など数々の中国ドラマで活躍。2012年に日本に帰国、日中両国で活動中。同年「元氣プロジェクト」沖縄メディカルツアーの中国向けコンテンツDVDにも出演している。



中国で放映されているイエラムサンタマリアCM  
©2011 吉田啓 / コラボラトリージャパン

イエラムサンタマリアは伊江島産のサトウキビから作られたラム酒で、2011年7月に発売開始。CMでは中国で馴染みの深い「西遊記」をモチーフに設定を沖縄に替え、三蔵法師役が琉球王女(武藤さん)に、お供役には弥勒(ミルク)、チョンダラー、獅子など沖縄らしいキャラクターが登場する。

## 沖縄と中国の人が互いに好きになってもらえるように 大好きな沖縄と伊江島の魅力を伝えたい

2011年、伊江村観光大使として任命された武藤美幸さん。埼玉県で生まれ育ち、日本で女優デビューを果たし、その後活躍の場を中国へ。大ヒットドラマの準主役などを務めて、中国での知名度は高い。そんな武藤さんと伊江島をつないだのも中国ドラマだった。昨年中国で公開されたドラマ「陽光天使」のロケ地となったのが伊江島。「伊江島の西崎に牧草地があって、その向こうに見える海と空、緑と青のコントラストは言葉で言い表せないほど美しい」と魅力を語る。ロケを通じた住民との交流が縁となり、島の特産品のラム酒・イエラムサンタマリアの中国向けCMに起用され、伊江村観光大使にも任命された。

「島に住んでいないからこそわかる伊江島ならではの良さがあり、その魅力を伝えたい。そのために大事なものは島の人々とのコミュニケーション。中国では国籍や言語ではなく、心を通わせ合う時間こそが大切だと実感し、これを伊江島の方々と共有したい」と武藤さん。CMは既に中国で放映され、商品のラム酒はもちろん、伊江島の美しい風景が

話題になっているという。「中国では沖縄や伊江島に関心を持っている人が多いのですが、具体的に沖縄に来る方法がわからなかったりするので、その間を埋める活動もしたい」とすっかり観光大使の顔になっている。度々沖縄を訪れるうちに、伊江島のイカスミ焼きそばとポーク卵おにぎりが大好物に。そして何となくも好きになったのは人々の絆の強さ。「沖縄は知りたいことがもっとある〈好奇心が騒ぐ場所〉。それは私にとってイコール〈好き〉な場所。好きだからもっと教えてください」と県民にアピール。「沖縄と中国の人がそれぞれ互いのことを好きになってもらえるような活動をしたい。私は〈できる〉と信じれば願いは叶う」と思っている。自分でできることは何かを問い続け、既成概念にとらわれずに新しいことにチャレンジしたい」と目を輝かせる。中国語の「明天会更好」は武藤さんが好きな言葉で、「明日はもっといい日」という意味がある。武藤さんの活躍で沖縄にもっといい明日が訪れる予感がする。

## 平成24年度 沖縄県地域資源発掘支援事業(外国出願支援)のご案内

(財)沖縄県産業振興公社は、優れた技術等を有し、かつ、それらを海外において広く活用する中小企業に対し、外国出願に要する経費の一部を助成することにより、その中小企業の成長及び沖縄県の産業振興を支援します。

### 対象企業

- ① 沖縄県内に主たる事業所を有する中小企業者またはそれらの中小企業者で構成されるグループ
- ② 外国を含め知的財産を戦略的に活用し、経営の向上を目指す意欲があること
- ③ 補助を希望する出願に関し、外国で特許権が成立した場合等に、その権利を活用した事業展開を計画していること

### 対象出願要件(全てに該当)

- ① 外国へ出願を予定している特許出願、意匠出願、または商標出願
  - ② 申請書提出時点において日本国特許庁に既に出願していること
  - ③ 年度内に外国特許庁への出願を行う予定であること
  - ④ 国内の技術調査等からみて外国での特許権等の取得の可能性がある判断される出願
- ※申請のあった外国出願案件については、審査委員会等にて基準をみたしているか審査します。

### 申請方法

申請用紙に必要事項を記入し、申請してください。詳細は公社ホームページにてご確認ください。(4月公開予定)  
また、応募を検討される方は、事前に担当者まで連絡・相談をお願いします。

### 申請期間

平成24年12月末日まで(随時受付)。なお、予算がなくなり次第締め切ります。

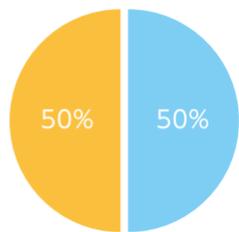
### 【問合せ・申込先】

(財)沖縄県産業振興公社 経営支援課  
098(0959)6267(田代、大村)

### 助成額・補助対象となる費用

外国出願に係る費用の1/2以内

- ① 外国出願料
- ② 現地代理人費用
- ③ 国内代理人費用
- ④ 翻訳費用
- ⑤ その他(産業振興公社理事長が必要と認める費用)



※1企業(グループ)での上限額

- ・特許申請・・・100万円
- ・意匠・商標申請・・・30万円



### 《組織名称変更のお知らせ》

産業振興公社は、平成24年4月1日より、公益財団法人へ移行いたします。

それに伴い、名称を「財団法人沖縄県産業振興公社」から、「公益財団法人沖縄県産業振興公社」に変更いたします。

タブロイド判  
沖縄ベンチャースタジオ 31号

2012年3月21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。