

P.02  
特集

## 沖縄から

# 世界をめざせ!

〈海外マーケット開拓への挑戦〉



P.11  
ちゅ  
美らさん  
インタビュー

女優

## 大竹しのぶさん

親元を離れても強く、しなやかに生きようとする、  
離島の子供たちの姿を多くの人に観ていただきたいですね。

**[CONTENTS]**

P.04	経営者は語る (株)ナイン 取締役会長 運道武弘さん
P.05	海外レポートfromタイ
P.05	知っ得!納得!産業支援 中小企業総合支援事業
P.06	3Cカンパニー 琉球セメント(株)
P.07	発見!ご当地ヒット商品 第8回 豊見城市 プリンCESSマンゴー
P.08	アイランドドリーマー 農業生産法人(有)月桃茶家 古堅勤さん
P.10	元気企業紹介 (株)海人工房
P.11	OVSニュース

発行:(公財)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/>



QRコードから、  
公社の携帯用  
HPの情報を入  
手できます。

FEATURE

特集

# 沖縄から世界をめざせ！

## 海外マーケット開拓への挑戦

世界に通用する沖縄の技術・商品をさらに拡販する、海外マーケット開拓の有効手段の一つである「商談会」の実態にクローズアップ。「世界から見た沖縄」の魅力と課題、そして「沖縄から世界へ」とはばたく企業・製品の動向を、最前線から見渡していく。

沖縄県の貿易は輸出入量が輸入量を下回る状況が長く続いており、輸出入の拡大は長年の命題となっている。県産品の海外販路開拓に向けた振興策が多様かつ重点的に行われる中、平成22年度の輸出額は前年比72%増の82.1億円をマーク。この好調を継続発展させるべく、現在沖縄県では「沖縄国際航空物流ハブ活用推進事業」や「県産品拡大展開総合支援事業」などの取り組みにも力が注がれている。

そんな中で2013年2月19日、沖縄県物産公社、ジェットロ沖縄、沖縄県産業振興公社、沖縄県の4者共催による「海外販路拡大合同商談会」が沖縄かりゆしアーバンリゾート・ナハで開催された。4者の海外販路ノウハウや取引ルートの相乗効果でより高い成果を狙う初の試みで、台湾、上海、北京、シンガポール、マレーシア、韓国から24社のバイヤーを招聘。県内からは55社もの企業が参加しての規模な開催となった。

## 海外バイヤーから見た県産品の魅力と課題

商談会の当日、会場では魅力的な県産品を求める海外バイヤーと、海外市場での可能性を探る参加企業との間で熱心な商談が繰り広げられた。沖縄県産品と沖縄の企業についてどんな印象を持ったのか、バイヤーたちに尋ねてみた。

化粧品を取り扱うベイトック（台湾）の甘冠娟さんは「天然素材からエキスを抽出し、無添加で自然の植物成分を活か

しているなど、質の良さを感じます。ただパッケージが東京や京都の商品に比べてシンプルで、若い女性へのアピール力に欠けるように思います。今後は海洋深層水を使用したスキンケア商品などの輸入も考えており、輸出業務に慣れている企業と取引したいですね」と語った。

3年前から県内企業と小口取引があるというプライオリティー（台湾）のエミリー・チェンさんはこう話す。「健康食品に活かせる沖縄の素材は素晴らしい。特に月桃、ウコン、クロレラ、長命草、フコイダンに注目しています。効果効能が期待できる有効成分のみを原料として提



左/プライオリティー（台湾）  
エミリー・チェンさん  
右/ベイトック（台湾）甘冠娟さん

供してもらえたらと思います」

健康食品関連企業と商談を行ったJMG（マレーシア）のチョイ・プーイ・ハーさんは「ヘルシーなイメージが高い日本の商品を以前から扱っていますが、長寿の島として有名な沖縄にはもっとヘルシーなものがあるのではと探しにきました。沖縄の商品は日本本土のものとは違ってとてもユニークで興味深いです。飲む酢、シークワサーを使ったドレッシング、ゴーヤーティー、ウコンの商品などに魅力を感じました。ただ、似たような商品がたくさんあるので差別化が難しい。効能や効果を明確に説明できればなお良いですね。また、パイヤやゴーヤーなどはマレーシアにもあるのですが、それを知らない企業が数社ありました。もっとマレーシアのことを知ってから提案し



JMG（マレーシア）  
チョイ・プーイ・ハーさん



ニホントレーディング（上海）  
配島亜希子さん



ウイスラー（シンガポール）  
チョン・ワイ・ルンさん

ていただけると効果的だと思います」シンガポールで泡盛・焼酎・日本酒を卸しているウイスラー（シンガポール）のチョン・ワイ・ルンさんは「二日酔い向けのウコンの錠剤に関心がありますが、商品名に『酒』という文字が入っていると輸入が難しくなるので、表示を変える必要があります。他には沖縄ならではの黒糖もろみ酢、シークワサーの調味料などに興味を持ちました」と語った。

中小企業庁の助成金を受け、上海で日本の公募型アンテナショップを運営しているニホントレーディング（上海）の配島亜希子さんにも話を聞いた。同店では公募で集まった日本の工芸品や食品、酒類の中から選定された商品を取り扱っているという。「数次ビザが発給され、沖縄経由で海外出張に行く人が増えていて、

## サイドテーブル

2012年9月8～11日の4日間、中国福建省廈門市で中国最大の投資貿易商談会「CIFIT」(主催・中国政府商務部)が開催された。第16回を数える今回は出展社数685社、総来場者数は6万6000人に上り、海外からの来場者は1万6000人と記録を更新。2012年は沖縄・福建友好県省15周年の節目の年でもあり、記念事業の一環として沖縄ブースは200㎡もの面積を使った大々的な出展となった。

福建省政府とCIFIT事務局の厚意で会場中央に設置された沖縄ブースへは多くの来場者が訪れた。県内からは14企業・団体が出展し、県産原料の健康食品、化粧品や沖縄観光をPR。反響も大きく、成約件数は20件に達した。

一方で、福建省とは600年以上もの長い関係がありながら、予想に反して沖縄県の知名度が依然低いことも浮き彫りになった。しかしそんな中、10年以上前から福州で沖縄のいぐさをういた量の製造販売を行う長楽泰陽農業有限会社は、今回の出展をきっかけに200㎡もの和室内装等の受託が成立。この結果からも、粘り強い情報発信を強



第16回 CIFIT の沖縄ブース。連日高い関心を集めた

化していけば、福建省はまだ開拓余地のある大きな市場だと言えるのではないだろうか。

国内調査によると福建省は資産1000万元(約1億5000万円)以上の富裕層数が中国国内で6番目に多く、比較的裕福な地域と言え、また台湾を含めた経済発展にも更に力を入れている。沖縄と地理的・心理的にも近い台湾と福建をリンクさせた展開も一つの狙い目だ。また、中国では経済成長とともに健康への関心が高まっている。そこで「沖縄＝長寿の島＝健康」等のイメージをより戦略的かつ積極的に発信すれば、中国で最も沖縄に近く、歴史的にも関係が深い福建省における沖縄県産品の販路拡大の門戸はさらに開くと感じる。

これからも、沖縄・福建の経済交流がさらに盛んに行われることを期待したい。

福州委託駐在員 玉城里那

## 参加企業から見た海外商談会への期待と留意点

一方、バイヤーへの売り込みを行った県内企業は、海外商談会の魅力をどう感

上海での沖縄の認知度は徐々に上がってきているように感じます。沖縄の食品はどれも特徴があって目を引きますね。工芸品では日本本土と比べて沖縄のものは色が鮮やかでデザインも華やかなので、上海の人に受けるといいます。ただ、関税や物流コストで価格が約3倍くらいに跳ね上がりますから、価格調整は必須です。アンテナショップは売るだけでなく文化を伝える手段としても利用できますが、その場合は職人さんや作り手の方が自ら上海に来て、ご自身でプロモーションすることも大事です。商品の反響次第でB to B(企業間取引)に発展することもあるのですが、ぜひ販路を切り開くきっかけとしてほしいと思います。」

じたのだろうか。商談会への期待や、バイヤーへのアピールにおいて配慮した点などについても聞いた。

県産フルーツのコンフィチュールなどを製造販売しているプリリアンテモトブヒルズの片岡嘉浩さんは「初めての海外商談会でした。2社のバイヤーさんに新商品を試食していただき、美味しかったと言ってもらえて手応えは上々です。ただ、今後商談が進むかどうかの最大の課題は消費期限。通関の商品検査で1ヶ月はかかり、当社の新商品は消費期限3ヶ月なのでそのままの輸出は厳しい。原材料だけを輸出し、現地で生産するなどの方法も模索できれば」と話す。

(株)石垣島かつおだしの東郷清龍さんも2社と商談。「輸出手続きの複雑さ、また小ロットだと物流コストの負担が大きいのので、ここをどうクリアするかが課題です。しかし、中国圏では鶏だしや豚だしが主流でかつおだしは出始めたばかり。日本料理店も多く業務用途もあること、

化学調味料不使用ということも評価いただき、具体的な商談に進めそうです」と語ってくれた。

八重山殖産(株)営業の新城正巳さんは、今回の商談会に明確な目的意識を持って参加したという。「当社のクロレラは売上の8割が海外向けで、40年近く欧米を中心に輸出しています。しかしアジア地区における売上比率は低く、今回の商談会には大きなビジネスチャンスと捉えています。台湾の企業一社に絞って商談したのですが、その理由は、実は日本に入ってきているクロレラはほとんどが台湾産だということ。そして台湾産のクロレラはほとんどが海外向けのため、台湾の人たちは石垣島旅行のお土産として石垣島産クロレラを買っていくんです。灯台下暗しという言葉があるように、お互いに空洞化している現状があり、そこにはすごい市場があると気づきました。相手企業について商談会前に十分にリサーチしていたので、当日は商品アピールと関係づくりに専念しました。価格交渉は次のステップです。課題はアジア地区向けの沖縄をアピールするツールがまだまだ不足していること。沖縄や石垣島の魅力、その美しさを伝える海外向けのツールがあれば、商談説明の強力な援護射撃になります。ぜひそうしたパンフレットを充実させていただきたいです」

琉球漆器の老舗である(資)角萬漆器へは、商談相手のバイヤーが商談会翌日に店舗視察に訪れ、さらに共感を得られたのではと期待を寄せる。同社の嘉手納豪さんは「商品そのものの力に加え、琉球漆器の伝統・歴史・文化などのストーリーを含めてアピールするのが効果的という点で認識を共有できました。アジアだけでなくヨーロッパへの展開も視野に入りたいのですが、一社単独での海外販路開拓は道が険しい。今回のような商談会をぜひ今後も定期的に開催してほしいと思います」と語った。

産業振興公社の仲嶺亜希子専門コーディネーターは、「4者合同で行うことによって、各々のネットワークを活かして商談意欲の高い新規バイヤーを招へいで



食品や酒類、化粧品、工芸品など、参加企業による多彩な県産品が展示された商品ブース



商談会の翌日、(資)角萬漆器にはバイヤーが視察に訪れ、工房を見学したり、商品の説明に熱心に耳を傾けた

き、県産品の魅力を広くPRできた」と活気に満ちた今回の商談会を振り返る。距離、時間、コスト、数量、関連法規や制限など、県産品の海外販路拡大に際して乗り越えるべきハードルは決して少なくない。しかし、多くの海外バイヤーが認めた県産品ならではの魅力を伝える努力を継続し、さらに的確な調整や交渉を経ていけば販路拡大の可能性もまた少なくない。その上で今回の商談会は、海外各国のバイヤーの生の声に触れ、貴重な情報を得る大きな機会となったのではないだろうか。まずは沖縄から近いアジアへ、そしてヨーロッパなど欧米諸国へ。県内企業のさらなる挑戦に、今後も大いに期待したい。

# 経営者は語る

●既成の枠組みを超えて仕事を広げる

株式会社ナイソは、建築物の内外装の資材販売や内装仕上工事を主要事業とする住関連の総合会社だ。施工実績には沖縄美ら海水族館や沖縄コンベンションセンター、ANAクラウンプラザホテル沖縄ハーバービューなど、県内のランドマークが多く名を連ねる。

創業者である取締役会長の運道武弘さんが会社を起したのは、沖縄が本土復帰を果たした昭和47年。運道さんは37歳だった。内装業界で5年ほど

## 柔軟な発想を持ち

## 決して諦めない心で

## 堅実な会社経営を

●株式会社ナイソ 取締役会長

### 運道武弘さん

当時の内装業といえばカーテンや絨毯の販売が主で、仕上工事を行うところは少なかったという。しかし運道さんはタイル張りやクロス、軽天（軽量

は37歳だった。内装業界で5年ほど経験を重ねた後、仲間と起こした会社は業績も順調だったが、業界の常識に囚われない事業方針を望んだ運道さんが独立。沖縄内装という社名で新たなスタートを切った。

化を図った天井構造）、床材の施工などまで含めて営業活動を行った。「うちと組めば多岐にわたる商品が揃っているし、施工技術も教えますよ」と。価格ではメーカーに敵いませんが、技術という付加価値があれば勝てる。だから人材育成は重要でした。東京や大阪での泊まり込み研修や長期コースの研修にも社員を派遣し、大工や建具屋がやるような技術を習得させました」

独自の営業展開は大きな反響を呼び、取引先は急速に拡大。さらに、工事担当社員を独立させ、工事は全て彼らに引き渡す元請け・下請けのシステムも導入。その結果、こなせる仕事量が2〜3倍に増え、独立した職人がまた別に工事を受注するなどして、資材の販売量も大きく増加。順調に業績を伸ばしていった。

### ●大きな打撃から立ち上がって

昭和50年に社屋購入、51年に本社移転、52年には資本金を3500万円に増資するなど順風満帆に事業を進めていた矢先、大きな危機が訪れた。海洋博の直後に沖縄を襲った不況のあおりを受け、元請けの建設会社が倒産。月商3ヵ月分の負債を抱えたのだった。「当時は内部留保がありませんでしたから債務超過になってしまい、周囲の人からも運道のところはもう駄目だと言われていました」

このまま会社を駄目にするわけにはいかない、とあらゆる方策を検討した末、運道さんは九州最大の問屋を訪ね、オーナーに協力を依頼。「即座に断られましたけど、何度断られても、くどいと叱られても足を運び続けました」。その熱意が最後には伝わり、4社が協力して買掛金や支払い手形を5年間棚上げしてくれることになった。倒産の危機を脱した瞬間だった。

「物事は断られてから始まるということですね。ある大型ホテルの内装工事では『資材調達は東京の購買部門の管轄だから』と言われ、それならばと東京に飛んだ。東京の購買担当者は沖縄

### Company Data

所在地：〒901-2113  
浦添市大平2-20-1  
電話番号：098-877-8700  
会社設立：昭和47年2月  
事業内容：内装仕上材、建材、  
外装資材、土木資材  
等の卸、総合建設業、  
内装・外装工事一式、  
リフォーム工事一式



から来た私に『断られたのがわからなかったのか？』と言う。もちろんわかっていましたが『いえ、東京が窓口と言われたから来たんです』と返し、沖縄へ戻ると『本当に東京へ行ったのか？』と驚かれ（笑）、その後無事に受注が決まりました。決して諦めない運道さんの信念と、それに呼応した社員の頑張りのおかげで、3年で完済。全社一丸の懸命な努力が会社を救い、その後の飛躍の土台となっていった。

やがて経済はバブル期へと移行していくが、倒産の危機から多くを学んだ運道さんは徹底したキャッシュフロー経営を実践。会社はバブルの影響を受けることもなく着実に業績を伸ばし、長く安定成長を続けている。「経営は現状維持では衰退に等しいと思うんです。オール電化や太陽光発電の事業も4〜5年前から始めていますが、これらが勝負です。どんなことでも1〜2年で結果が出るものではない。時間と努力を注いで、大きく育てていきますよ」と運道さんは言う。

設立40周年を経た今も、その業績に甘んじず常に前を向いて、時代の流れを見ながら先取りをする姿勢を崩さない。会長職に就いてもなお、心に秘めた次なるビジネスの切り札をどこで出そうか、虎視眈々と時勢を読み、チャンスを狙う運道さんの姿勢から学ぶものは多い。



### うんどう・たけひろ

昭和47年那覇市国場にて沖縄内装創業。昭和49年株式会社沖縄内装に。平成元年株式会社ナイソに社名変更。平成24年7月より会長に就任。「目標必達」「開拓なくして成長なし」「入りを計って出るを制す」の3つのスローガンを掲げて、社員を鼓舞する。



## 急増するタイからの 訪日観光客を沖縄へ

タイ委託駐在員 瀬底 正武

タイ経済は今年、自動車産業を中心とする製造業に牽引され、2010年の反政府デモ、2011年の大洪水のダメージから急速に回復しました。タイ経済は今、絶好調です。2012年のGDP成長率は6.4%、失業率は0.6%。人件費の高騰や労働人口不足、未解決の政治対立といった問題もあり、手放して喜べる状態では決してありませんが、人々のセンチメントは上々、個人消費はすこぶる活発です。

拡大する個人消費の例を挙げると、まずは自動車新車販売です。前年比で約80%増の143万台と過去最高を記録しました。政府の新車購入時における税制優遇措置も追い風でしたが、日本の価格の2倍ほどする高額な自動車がかつだけ売れるのは、凄いとしか言いようがありません。

もう一つは海外旅行。タイ人の海外出国者は約550万人(2010年)で隣国ラオス、マレーシアを除くとタイ人観光客が多く訪れる国はシンガポール、中国、香港、韓国そして日本です。2012年に日本を訪れたタイ人観光客は26万1000人(日本政府観光局資料)で過去最高記録を更新し、日本を訪れた外国人旅行者の中ではオーストラリアを抜いて6位となりました。

今や訪日旅行を含む海外旅行ツアーは大盛況です。今まで在タイ邦人向けに営業していた多くの日系旅行社も、タイ人向けの訪日旅行ツアー販売を強化しています。

しかし残念ながら沖縄はまだ知名度が低く、沖縄を訪れるタイ人は多くありません。ただ、日本を訪れるタイ人観光客はリピーターが多く、毎回日本国内の違う場所を旅行しています。そういった日本ファンのタイの皆さんと、それを送り出す旅行社の方々に、日本の新しいデスクティネーションとしての沖縄を知ってもらうことを委託駐在員としての責務だと考え、地道な営業・マーケティングを続けてきました。

その甲斐もあってか、沖縄を訪れるタイ人観光客は従来年間10000人に満たなかったのですが、昨年は約20000人と倍増。香港、中国などからの観光客に比べると微々たるものですが、着実に増え続けています。今年は年4回のバンコク直行チャーター便も計画されていますので、昨年以上に多くのタイの方が沖縄を訪れることでしょう。

県内各業界の方々にはぜひ、タイ人観光客向けビジネスにも今後ますます注力していただきたいと思えます。



【写真上下】2月14～17日に行われたタイトラベルフェアのオキナワブースの様子



## 知っ得! 納得! 産業支援

沖縄県産業振興公社は、さまざまな事業を行い、県内の企業を支援しています。今回は「中小企業総合支援事業」を紹介します。

### 「中小企業総合支援事業」 (窓口相談事業、専門家派遣事業)

#### 窓口相談事業

県内創業予定者及び中小企業者を対象に、企業経営やIT・販路開拓等に関する専門知識と経験を有する相談員が、窓口にて相談に応じます。

★企業の皆さまのお考えやお悩みを傾聴し、適切なアドバイスや支援施策等の情報提供を行い、課題解決に向けてサポートします。

★窓口による相談のほか、電話相談、電子メールでの相談にも応じています。

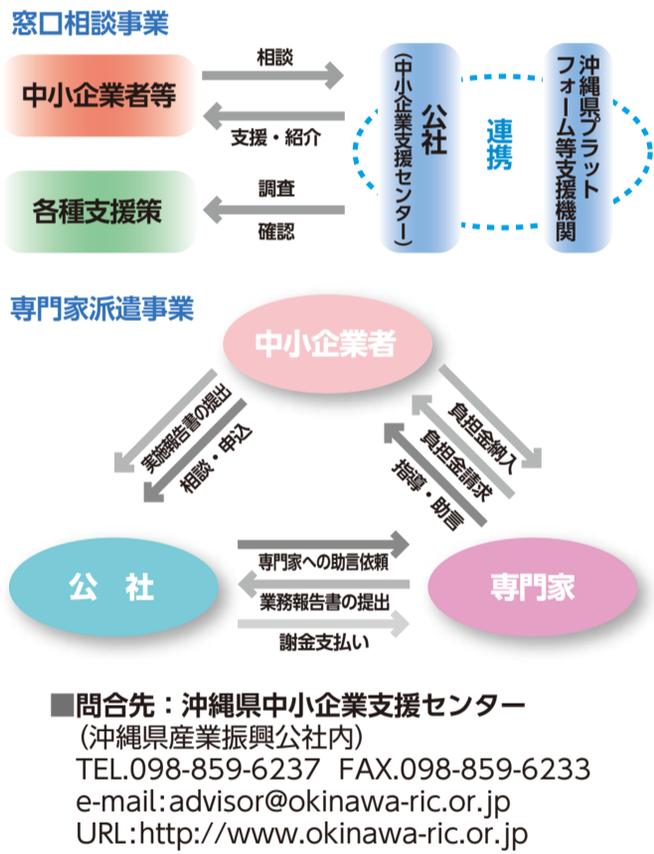
#### 専門家派遣事業

経営・技術・人材・情報化等の問題を抱える中小企業者等に対して、各分野に精通した公社登録専門家を派遣し、派遣費用の3分の2を公社が負担します。

★県内外約450名の専門家を登録しており、幅広い分野でご利用いただけます。

★派遣を希望する専門家は、企業側で選定することができます(専門家のリストは、公社ホームページで公開しています)。選定できない場合は、公社が課題テーマにふさわしい専門家を紹介し選定します。

その他の支援事業については、公募時に公社ホームページにて随時掲載します。詳細はお気軽にお問い合わせください。





600万個もの販売実績を誇る「唐芙蓉」には、紅白の味が楽しめるセットも

# 3C Company

チャレンジ・チェンジ・クリエイティブの精神で新規事業、企業を展開した企業の紹介です。

● 3C(スリーシー)カンパニー/第4回 琉球セメント株式会社

## 琉球王朝時代の美味を 現代に蘇らせる

琉球王朝時代、高貴な人々の間で滋養食としても重宝されたという、琉球の珍味・豆腐よう。楊枝の先で少しだけ削り、口の中で舐めるように転がせば、深みある味わいが口いっぱい広がる。泡盛と合わせるとますます芳醇な風味だ。そんな豆腐ようが現代の食卓で気軽に楽しめるようになった一因に、セメント会社の努力があったことをご存知だろうか。

1959年創業の琉球セメント株式会社は「郷土の資源で郷土を創る」を経営理念に、セメント製造販売、鉱産品販売、建設資材販売、リサイクルなど多彩な事業を手がけている。その中でひととき異彩を放つのが食品部門であり、その始まりとなったのが豆腐ようだった。

同社の食品部門の責任者であり、製造販売を行う株式会社紅濱の工場長も務める瀬底正康さんは言う。「琉球セメントが豆腐ようの開発を始めたのは1980年代末、当時の濱元栄吉社長の発案でした。当時一般的に知られていなかった豆腐ようを広く紹介したい、琉球王朝時代の食文化をイメージできる高級食材として送り出したい、沖縄県の新たな特産を生み出して観光市場に寄与したい、発酵食品で世の中の健康志向に応えたい、など様々な思いがこの事業に託され、製造のメカニズムを科学的に解明した琉球大学農学部からの指導も得て、セメント製造とは完全なる畑違いながら熱心な調査・研究が進められました」

その過程の中では意外なことに、セメント製造技術を豆腐よう作りに活かせるということも大きかったという。「当社の商品には自社で作る紅麴を使用していますが、培養には自社のエンジニアが作った機械が活躍しています。セメント製造で培った確かな温度コントロールは、麴作りにも大いに役立ちました。また、原料となる豆腐の硬さについても一定の正確さが求められますが、それにもセメン

ト強度測定技術が活かされています。どちらにも身近にある資源なんです」

セメントと豆腐よう、全く別次元のように見えるが、活かせる技術を積極的かつ柔軟に取り入れながら研究開発を重ね、遂に1993年、この新規事業は子会社として独立。紅麴の「紅」、濱元栄吉社長の「濱」の字をとり、株式会社紅濱と名づけられた。さらに、中国と琉球王朝との国際交流の中で育まれた「豆腐よう」を、「唐」の国である中国に自生する淡紅色の花の「芙蓉」にちなんで「唐芙蓉」(商標登録済)と名づけ、豆腐の安価なイメージを払拭しつつ現代に蘇らせた。さらに豆腐ようといえば赤のイメージだが、唐芙蓉の新商品として白い紅麴を使った白い豆腐ようも開発。紅白セットでお祝いの席やお土産にも好まれているという。

## 郷土の資源にこだわった 新商品の開発を

さらに、豆腐ようの麴と同様に「発酵」のメカニズムを使った新製品の開発にも余念がない。1990年代末に発売した果実酢もまた、沖縄特有の資源を活かしたものだった。瀬底さんは言う。「沖縄県産果実を使うことで、沖縄ブランドの向上や果実の用途拡大を図りたいと考えました。沖縄県工業技術センターの技術的サポートも受けながら、沖縄で初となる醸造酢開発を成功させたことは大きな自信になりました。もちろん豆腐よう作りで培った発酵技術が活かすことは言うまでもありません」

そうして完成した「飲むフルーツ酢」は県外のデパートにも並ぶなど徐々に販路を



豆腐よう開発初期から関わり続ける瀬底正康さん

### 新規事業展開のポイント!

- ① 培ったノウハウの転換利用
- ② 新展開における市場の見極め
- ③ 郷土の資源にこだわる

琉球セメント株式会社  
沖縄県浦添市西洲2-2-2  
☎098-870-1150(紅濱)  
<http://www.benihama.jp>



沖縄で採れる果物を原料にした「飲むフルーツ酢」。フレーバーは6種

拡大している。その発展形として果実酢を使ったドレッシング、さらに2013年4月には生姜と県産黒糖を合わせた新シリーズ「お酢日和」も発売予定だ。食品部門の誕生から20年。積極的な商品開発の土台を、変わらず支え続けるのは「郷土の資源で郷土を創る」という経営理念だ。現代の健康志向に応え、培ってきた発酵技術を活かしながら、沖縄県産の豊かな素材をユニークな高付加価値商品として世に送り出す、そのための挑戦と変革はこれからも続いていく。

## 琉球王朝が育てた 産業資源「麴」

**酵** 素ブームに続いて麴ブームが到来しています。今回は琉球麴ストーリー。

「豆腐よう」のルーツは中国にあると言われますが、王朝時代の琉球においてイノ

ベーションとも言える大きな改良がなされ、高貴な発酵食品「豆腐よう」が生まれました。その作り方は①濃厚な島豆腐を乾燥させる。②米を原料とした紅麴と黄麴を培養する。③泡盛に紅麴、黄麴、塩を加えて漬け汁を作る。④漬け汁に乾燥豆腐を漬けこみ、数か月間発酵・熟成させる。こうして芳醇で舌触りなめらか、濃厚な味わいに仕上がります。

豆腐ようは、豆腐・紅麴・黄麴・泡盛・食塩という5つの加工食品が合わさり、それらをさらに発酵熟成させた“高次”の加工食品です。まさに琉球王朝の高い文明がここに凝縮していると言えるでしょう。

熟成メカニズムも絶妙です。豆腐や米の成分が酵素の作用を受けるのですが、紅麴と黄麴が作りだす酵素はそれぞれ異なる役割を持って補完しあっています。麴菌はまた有機酸や香気成分も生産し、独特な風味を醸し出します。

なめらかな舌触りは次のようにして実現します。泡盛のアルコールの影響で麴の酵素力が“減衰”。乾燥豆腐内部への酵素の浸透と緩やかな酵素反応のタイミングが合った時、外側から内部までバランス良く熟成します。豆腐の乾燥時に表面に増殖する細菌も熟成に関与することがわかっています。琉球大学農学部の長年にわたる鋭意の研究によって、このような奥深い発酵のドラマが明らかになりました。

豆腐よう製造に関与する紅麴菌(Monascus purpureusなど)、黄麴菌(Aspergillus oryzaeなど)、泡盛麴菌(Aspergillus awamoriなど)はすべて別種の菌で、培養方法も異なります。中でも特に際立った存在が深紅の紅麴菌。その色素生産力と特徴的な酵素力、独特な風味形成力には大きな可能性を感じます。

豆腐ようの他、紅麴を使った健康飲料、発酵飲料、調味料などが開発されていますが、まだまだ開花の余地を残していると思います。多彩な紅麴食品が現れることを期待しています。



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。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。(公財)沖縄県産業振興公社専門コーディネーターを兼任。(一社)日本臨床栄養協会認定NRサプリメントアドバイザー。(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://www.dikitang.jp>

商品開発  
よせやま話

27

でいきたん照屋の

## 第8回 豊見城市



ヒット商品  
から学ぶ  
目からウロコの  
開発ヒント

## 「プリンCESS マンゴー」

平成22年に発売された「プリンCESSマンゴー」は、豊見城市の菓子店カディー・マニーが同市の名産であるマンゴーを使って開発したマンゴープリンだ。開発のきっかけは豊見城市商工会が実施した農商工連携事業。地域資源を活用した特産品アイデア募集で入選し、商工会の協力の下で試作品開発やアンケート調査などを実施。味はもちろん、パッケージやセットの個数まで調査結果を取り入れながら改良を重ねた。

「豊見城市はマンゴー生産量で県内トップでありながら生産地としての知名度が低く、その認知度を高めたくてこの商品を作ろうと考えました」と話すのは、カディー・マニー代表の金城政良さん。製菓原材料・食品加工機械器具の営業時代に培った人脈や経験が、商品作りに大いに活かしているという。プリンCESSマンゴーは果実感溢れる濃厚な味わいや上品なパッケージに加え、常温保存可能なのも大きな特長だ。お土産としての持ち帰りやすさ、また輸送コスト削減を実現するため、工夫を重ねて実現した。さらに原材料の約7割

# 発見! ご当地 ヒット商品

を占めるマンゴー果実は、収穫最盛期にまとめて加工し冷凍保存。約2か月間はスタッフ総出でひたすらマンゴーを剥き続けるという。プリンの売れ行きに比例して年々その量が増え、大変な作業だが、金城さんは「豊見城市のマンゴーの美味しさを損なわず、より多くの人々に届けるためですからね。頑張りますよ」と笑顔を見せてくれた。



店舗は豊見城市名嘉地IC近く

### HIT! POINT!

#### ①プリンだけれど卵は不使用

常温保存を可能にするため卵を使っていないが、プリンのとろけるような食感を見事に実現。第13回商工会特産品フェア「ありんくりん市」で最優秀賞を受賞。4個入1,200円、2個入680円。



#### ②ユーザーに届くパッケージへのこだわり

「まずは手にとってもらわなければ何も始まらない」と金城さん。中身が美しく見える透明のケースを採用し、帯シールでマンゴーが熟していく色の変化を表現するなど、パッケージには人一倍こだわる。



金城さん(右)と豊見城市商工会経営指導員の黒須さん。店頭販売はカディー・マニー店舗の他、道の駅豊崎、沖縄アウトレットモールあしびなーと、豊見城市内のみ。JAネットショップでも購入可能。

問い合わせ ●カディー・マニー 豊見城市伊良波146-1 ☎098-850-2990

# アイランド ドリーマー Island Dreamer

農業生産法人 有限会社月桃茶家

## 代表取締役 古堅 勸さん

沖縄で活躍するベンチャービジネスパーソンを招いて、  
沖縄に対する思いや夢を語っていただくコーナー。  
第4回ゲストは、農業生産法人 有限会社月桃茶家  
代表取締役の古堅 勸さんです。



ふるげん・すすむ 1971年沖縄県那覇市生まれ。興南高校卒業後、写真現像所を営む父親の影響で上京、外資系フィルムメーカーのパイロットラボにてプロ写真の現像に携わる。1993年に沖縄に戻り、父親の現像所に入社。その後印刷会社、建設会社などを経て2009年5月、在籍していた農業生産法人 有限会社月桃茶家の事業を継承、代表に就任。



こだわりの本醸造  
醤油にもずくでとろ  
みをつけたことで、  
たれずに華やかな  
盛り付けも可能に。



沖縄の海塩と3種のハーブのみ  
で作られたがらっぺ(左)は、  
うがい時に誤って飲んでも安全  
な商品。歯みがき粉は、界面活  
性剤や殺菌剤、防腐剤不使用。



### ●事業内容について教えてください。

月桃茶家では食品製造や口腔ケア商品の  
企画・販売を行っています。食品は沖縄の  
もずくを活用し、自社で取得した特許技術  
を使って開発製造している「もずく醤油」な  
どが中心で、口腔ケア商品の代表選手は「が  
らっぺ」です。これは、ローゼル、リ  
コリスなどのハーブに、県産の月桃や海塩  
などを合わせたもので、その名の通り、う  
がいなどに適したお口の清掃・清涼用の商  
品です。続いて発売した「がらっぺ」歯  
みがきは、2010年に経産省の「地域資  
源活用事業」の補助を受けて開発した歯  
みがき粉で、高い吸着力を持つとされる沖  
縄のクチャ(粘土)を「がらっぺ」と組み合  
わせ、口腔環境の向上を可能にしたもので

す。「がらっぺ」シリーズは安全意識の  
高さで知られる「らっぺいっしゅぼーや」大  
地を守る会などで扱っていただき、徐々  
に評価が高まっています。

### ●事業に就いたきっかけは何ですか？

もともと月桃茶家は、建設会社の新規事  
業として設立された食品加工部門でした。  
県内で生産が途絶えていた在来種の大豆を  
復活させるなど積極的に取り組んでいまし  
たが、2009年に本体会社の都合で解散  
の危機が訪れ、従業員だった私が一念発起  
して営業権を受け継ぎました。その頃は沖  
縄県産業振興公社による沖縄ベンチャービ  
ジネスサポート事業の支援を受けて「がら  
っぺ」の開発に入っており、何とかし  
て軌道に乗せるぞという夢を胸に、突っ  
走ってきた4年間でした。

### ●事業にあたり心がけていることは？

人と同じことをしても面白くない、だか  
ら人と違うことを無理しても模索する  
(笑)、そこに生きがいを感じています。そ  
こで大切になるのは、知的財産権ですね。  
苦心して開発した商品も、売れるとすぐ真  
似されてしまう。その実害をできるだけ避  
けるには特許権や商標権で守ることが大切  
と考え、特許の出願・取得には力を入れて  
います。例えば「もずく醤油」の製造方法に  
関しては2002年に特許出願し、200  
8年に取得しました。長い時間がかかりま  
したが、商品に自信を持てるセールスポイ  
ントとなっています。

### ●もずく醤油とはどんな製品ですか？

沖縄は全国一のもずく生産量を誇り、中  
でもうるま市の勝連漁業協同組合はその約  
半分を生産しています。もずく醤油はその  
勝連漁協と協力して開発製造しているもの  
で、ひとことでは言えませんがジュレタイプの醤油  
ですね。塩分は普通の醤油の1/2、もず  
くの旨みが増した美味しさも評判で、も  
ずく特有の粘度で流れにくく使いやすいの  
が特長です。ジュレ状のソースとしてお酒  
落に使える上、例えばパーティや宴会など  
で供される刺身や寿司などにはあらかじめ  
載せておけば、醤油用の小皿を別に用意し

なくて済みます。また醤油をつけながら食  
べるという行為そのものが困難になった年  
配の方の食事などでも喜ばれています。

もずく醤油は現在、りゅうぼうストア全14  
店舗とデパートリウボウを中心に販売され、  
さらにデパートリウボウでは刺身や寿司の  
一部にも小袋タイプのもずく醤油が添えら  
れています。醤油に代わる新提案としてご  
利用いただき、大きなプロモーションにも  
なっています。いずれ提供店舗が増えるな  
どの広がりを見れば、現在の手詰め作業  
から機械化への移行も見据えています。ま  
た首都圏を中心に事業展開する高級食材  
スーパーとも商談が進行中で、それが決ま  
ればさらに大きな一歩となるはずです。

### ●古堅さんの今後の夢、そして夢を実現す るための心得をお聞かせください。

いつか、コンパクト村(共同社会住宅)を  
作るのが夢です。漁業や農業に繋がる海と  
畑があり、そこに保育所、障がい者・老人  
施設とための給食・食品加工場、農水  
産物直売所などが集まる。沖縄ならではの  
豊かな自然資源と密に関わりながら、沖縄  
らしく旧知の人々がお互いの繋がりを大切  
に暮らしていける、そんなコミュニティを  
作りたいですね。

夢や理想を持ち、その実現のための努力  
を止まらないでやり続けられれば、いつか結果  
は出るものです。生活のために働く、とい  
う発想ではなく、自分のやりたいことを  
やりたいと感じたその時に実践することが  
大切だと思う。そうすることが、結果とし  
て自分にも周囲にも、幸せをもたらしてく  
れるんです。今は新しい発想や技術での製  
品開発と販路拡大に取り組みながら、未来  
のコンパクト村づくりに向けての動きも進  
めていくつもりです。

### 農業生産法人

#### 有限会社月桃茶家

沖縄県那覇市長田2-28-11

タマキ荘 (B) 303号室

☎050-3305-9943

FAX: 098-987-1507

メール: garagara@woody.ocn.ne.jp



よしもと かずみ  
吉本 霞  
吉本日中経営・法務コンサルタント代表  
沖縄県産業振興公社登録専門家  
県内銀行中国業務アドバイザー  
元中国弁護士  
TEL:090-1943-0624  
E-mail:qixia@live.jp



これから中国で事業展開したいと考える沖縄の企業は、中国消費市場が開放的な意識と柔軟性を持って変化していることを認識した上で、自社の商品、サービスに適合する消費者層を見つけ、万一のリスクマネジメント体制を整えておくことが肝要と言えます。ここをしっかりと押さえられれば、中国市場への成功の道を見つめるのは決して難しくないと考えます。

現在、中国は個人資産の増加、高齢化、消費者態度の変化、環境意識の向上、都市化などの要因により、世界最大の消費者に変わりつつあり、この巨大な潜在的消費力を満たすため、今後5年で中国の輸入総額は10兆ドルを超える規模になる、と香港上海銀行の最新報告がありました。これは世界の企業に多くの投資機会と市場をもたらすものであり、中国市場進出を希望する沖縄企業にも良いチャンスとなるでしょう。

現在の中国では内需拡大のため、市場別に見ると環境・省エネルギー技術、健康食料・こだわり新製品、介護機器・技術・サービスなどの分野の成長が顕著になっています。国内の経済は急速な成長をした影響で、拡大された市場の変化もスピーディーになっているため、沖縄の企業が中国大都市の市場に進出するならば、事前調査及びビジネス戦略策定などが不可欠となります。また、中国では涉外関係の法律は単独で立法されているのですが、行政法規が多く、複雑になっていきます。契約の種類によって注意点が違ってくるため、中国で順調に事業を展開していくためには、自社の業務に関連する中国の法律知識及び税務・会計を理解しておくことも大切だと思えます。

### マーケティングコラム

「今調べるから待って」この台詞をよく耳にするようになったのはここ最近のことです。会議中でもプライベートでも「今調べると」という言葉がよく出てきます。皆さんの周りはどうでしょうか？この言葉を放った人は大体「スマートフォンの発見、ビジネスマッチングの模索」を手にしていませんか？私の周りには右記の行動をする「スマホ検索人」があふれています。博報堂DYグループ

調べによると日本のスマホの保有率は39.1%だそうです。この数字をみると「スマホ検索人」の増加現象は納得できます。「検索人」が増えているように、スマホは「買い物行動」にも影響を与えているようです。博報堂DYメディア環境研究所の調査によると「スマホを持つことにより、モバイルでの買い物頻度が増えたと回答した方は33.2%にも上り、「店

### 日々雑感 ～千思万考～「スマートフォンが買い物行動を変える!？」

頭で商品を見ながら、スマホで買い物(21.6%)」「ベッドで、スマホで買い物(29.9%)といった「買い物行動のいつでもどこでも化」が進んでいると結論付けています。2016年の国内スマホ普及率は70%を超えると予測されていることから、今後ますます「スマホと買い物」の関係性は強まっていくといえそうです。



ともり よしもと  
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年浦添市生まれ。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。

### ヘルシーでおいしい 県産玄米の便利食



お問い合わせ  
丸吉塩せんべい屋  
那覇市繁多川4-11-9  
☎098-854-9017  
<http://www.maruyoshishiosenbei.com/>

創業以来37年間、昔ながらの素朴な味を大切に守り続ける丸吉塩せんべい屋。主軸である小麦粉を使ったせんべいに代わる新商品をと、県産米を使い開発したのが「玄米シリーズ」だ。お湯を注ぐだけで簡単に作れる玄米スープや玄米せんざい、玄米スナックなど、商品ラインナップは実に多様。どれもヘルシーで優しい味わいが評判を呼んでいる。2012年2月には第34回那覇の物産展で那覇市長賞・最優秀賞を受賞。中でも県産の天然無添加だしにこだわったもずく入り玄米スープは、パッケージを一新し「OLスープレ」(4食分800円)として展開。また塩も油も不使用の「玄米スナック」(300円)はご飯の代用になり保存もきくため、非常食として購入する人も増えているという。工場に併設の直売所や自社サイトのオンラインショップの他、道の駅豊崎などでも購入可能。

### うりひゃ〜!! ウチナ〜むん

#### 名産のビーグでこしらえた 懐かしさの残る手作り小物



お問い合わせ  
ビーグ工房  
うるま市与那城照間719-1  
☎098-978-3532

うるま市は、畳表に使われるビーグ(いぐさ)の名産地。しっかりと太く育つため綿状の芯が厚くなり、クッション性や耐久性に優れているのが特長だ。潮風と太陽の恩恵を受け、市内でも最適の産地とされる与那城照間集落で、玉城ヒロ子さんが作るビーグの小物は懐かしさいっぱい。実家が畳作りを営む玉城さんは、畳にできない短いビーグを活用したいと小物制作を始め、地元で評判を集めていた。それを知ったうるま市出身のアーティストHYが、全国ツアーのグッズを作ってほしいと玉城さんに依頼。提供したミンサー柄ストラップは大好評を博した。現在は、ストラップ(525円)やコースター(315円)、クッション(1575円)など、いずれもビーグのほのかな香りとサラリとした手触りが心地よい。市内の海の駅あやはし館などで購入可能。

沖縄県産業振興公社

ネットワーク

会員企業

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。

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 株式会社海人工房

人気の海人シリーズをはじめ多彩な品揃え、オリジナルTシャツも製作！



海人ブランドのロゴ

海人Tシャツで有名な株式会社海人工房。「海人」という印象的な筆文字は、俳優の梅津栄さんがしたためたものだという。36年前、石垣島の小さなショップから発売された海人Tシャツは大ブームを巻き起こし、現在では直営店が石垣島に1店舗、国際通りに4店舗、フランチャイズで宮古島と台湾にそれぞれ1店舗と幅広く展開している。さらにWEBでのオンラインショップも好調だが、人気ブランドへと成長したがゆえの悩みもある。「海人と書かれたTシャツのコピー商品があふれ、安価で販売されてしまい、お客様が勘違いして購入されることが多発しました」と話すのは同社総務部・デザイン制作部長の新垣誠さん。同社では約10年前に商標登録をしているが、現在でもニセ海人Tシャツは後を絶たないという。海人工房のTシャツには品質保証書が付いていることが本物の証であり、商品に対する自信の裏付けでもある。綿100%、生地だけでなくインクにもこだわり、一枚一枚丁寧に作っているから丈夫で長持ち。さらに、グラデーションやラメをかけたたりとデザインバリエーションが豊富な点も際立っている。

城保弘さん。積極的に企画を出し合い、Tシャツ、ポロシャツ、トレーナーなど衣類に加え、キャップやキーホルダー、ストラップなどオリジナル商品もどんどん増えている。また、海人工房ではオリジナルTシャツも製作。クラスTシャツやチームTシャツをはじめ、ハーリーやエイサーなど沖縄ならではのイベントや祭りのシーズンにもオーダーが多いという。新生活がはじまる今の時期には、オンラインショップ限定で「卒業・入園・入学フェア」を開催中。Tシャツ3枚と、名入れできるファイルバッグ、ハンドタオル各1点のお得なセットだ。「海人」ブランドを原点に、これからもお客様に「良い商品を購入した」と満足いただけるモノ作りを目指している。

うるま市にある本社工場には若いスタッフが多い。「活気がありますよ。常にコミュニケーションをとることを心がけ、店頭スタッフをはじめ、さまざまな現場の意見を聞いて商品開発に活かしています」と話すのは同社取締役常務の新



大人気の海人Tシャツをはじめオリジナル商品を豊富に揃えた店内。



海人ブランドに誇りをもって、こだわりの商品を作り続ける大切さを語ってくれた新垣さん(右)と新城さん(左)

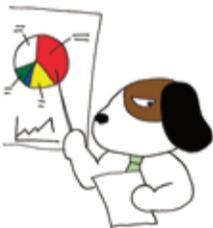
株式会社海人工房  
☎098-921-3239  
http://www.uminchu-okinawa.com/

公社ネットワーク会員 PRESS RELEASE

リーダーのためのプレゼンテーションセミナー開催

「相手に何かを伝えることは全てプレゼンテーションです」をテーマにセミナーを開催。プレゼンテーションは自分の立場によって、相手によって、目的によって、場所によって、組み立て方も伝え方も全く異なったものになります。「何を伝えるか」だけでなく「どう伝えるか」、人の心に効果的に訴えるにはどうすればいいかを丁寧に指導します。

日時：3月30日(土)  
13:30~16:30  
場所：浦添産業支援センター3階  
※事前申込制。  
詳細は下記へお問い合わせ下さい。



オフィスあるふぁ  
☎098-870-6680(担当:田里)  
http://alpha.pluto.ryucom.jp

膝装具「CBブレース」ニューラインナップ

「ひざの痛みにCBブレース」でお馴染みの佐喜真義肢。変形性膝関節症用のCBブレースに新しい仲間が加わりました。軽度~中程度の変形性膝関節症向けの従来品よりもバンドの数が減ったため、さらに着けやすく、ズレ落ちにくくなっています。試着等にも対応しているので、興味ある方はお気軽に、お近くの医療機関、もしくは佐喜真義肢までご相談下さい。

※CBブレースは保険適用商品です。保険適用には医療機関の受診が必要になります。



(株)佐喜真義肢  
☎0120-132-571、098-892-1701(担当:高江洲)  
http://www.cb-sakima.jp

県産素材の人気シリーズに新作「美らキャロットケーキ おもろ」

地元沖縄の素材を生かしたケーキシリーズ「おもろ」の第3弾として2月8日、糸満市特産ニンジン「美らキャロット」を100%使用した「美らキャロットケーキ おもろ」が新発売。パウダー状にした「美らキャロット」を混ぜ合わせた優しい甘さの餡と、香ばしい折パイ生地間にクリームチーズをサンドして、しっとり美味しく焼き上げました。6月末までの期間限定販売で、4個入り683円、8個入り1,260円(いずれも税込み)です。



(株)ファッションキャンディ  
☎098-897-5194(担当:営業部 古謝)  
http://www.fashioncandy.co.jp

(公財)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無料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：藤原

女優

## 大竹しのぶさん

おおたけ・しのぶ 1957年生まれ、東京都出身。1975年「青春の門（筑豊編）」のヒロイン役で映画デビュー。同年NHK連続テレビ小説「水色の時」で天性の演技力が注目を集める。以降、映画やテレビ、舞台等へと活躍の領域を広げ、ジャンルの枠を超えて発揮される才能は国内のみならず海外でも称賛の的に。2011年には紫綬褒章を受章。今年は舞台「スウィーニー・トッド」（宮本亜門演出）の公演も5月に控えている。



(C) 2012 『旅立ちの島唄～十五の春～』 製作委員会

『旅立ちの島唄～十五の春～』  
2013年4月27日（土）より沖縄・桜坂劇場、リウボウホールにて先行公開。5月、シネスイッチ銀座ほか全国順次ロードショー。

親元を離れても強く、しなやかに生きようとする、  
離島の子供たちの姿を多くの人に観ていただきたいですね。

沖繩の有人離島49島の中で、高校があるのは4島のみ。それ以外の島の子供たちは高校進学と同時に島を出ることになるが、その数は4000名近くに上る（平成22年国勢調査より）。そんな離島の現実を背景にした映画「旅立ちの島唄～十五の春～」は、沖繩本島から360キロ離れた南大東島で、進学を迎える親子の姿を丁寧に描いた作品だ。

主人公の母親役を演じたのは、日本を代表する女優の一人である大竹しのぶさん。今回の映画について、「島の美しさを捉えるだけではなく、島で生きている人々の心が映し出されています」と話す。撮影などで沖繩を訪れるたび、美しい海を守り続ける人々の思いや、地域の中で伝統文化を受け継いでいく姿勢に、感じるものが多かったという大竹さんの共感や感動が演技に込められ、離島で暮らす人々の避けようのない葛藤や心情が細やかに表現されている。

脚本を読んだ時、理解し難かったのが、なぜ子供の進学で夫と別居するのか、というところ。「でも島の方に訊くと、それはごく自然なことなのだとわかりました。子供たちも、

高校生になったら自立するという心構えがあって素晴らしい。東京の子供たちも見習わなくては」

大竹さんは、島の人々の強さ、柔軟さと背中合わせにある切なさや寂しさにも思いを馳せる。自身も10代で芸能界に入り、同じように若くして親元を離れたからだ。「長期ロケに出発する朝、見送ってくれた父が、駅のホームで私の顔を見ずに『気をつけて。自分をしっかり持って頑張りなさい』と。父なりの心配が伝わり、胸が一杯になりました」と語る大竹さんは、今では二人のお子さんを持つ母でもある。「子供を誰よりも愛し、その幸せをずっと願うのが親の仕事。それはきっと子供がいくつになっても変わらないものだと思うんです。沖繩の文化や風習にも深い理解と共感を持つ大竹さんが、この映画を通して語りかけるメッセージは胸の奥底へと響いてくるようだ。

「撮影が真夜中まで続き、子供たちが眠りそうになりながら頑張っていた姿が忘れられません。あの子たちの旅立ちの歌と踊りを、ぜひ多くの方に観ていただきたいですね」

## 「スーパーマーケット・トレードショー」報告

2月13日～15日、東京ビッグサイトで開催された第47回スーパーマーケット・トレードショー（以下SMTS）は過去最高の8万4954人が来場。産業振興公社では沖縄物産コーナーに出展する県内企業35社をとりまとめました。販路拡大を目指す各社は、全国から訪れたバイヤーへの商品PRを連日、熱心に行いました。

今回初出展の（株）沖繩トータルサービス取締役営業部長の金城守広さんは「平成23年度に承認を得た経営革新計画の一環として開発中の商品の調査を主眼に出展しました。パッケージデザインや開発の着眼点に手応えを感じる一方、ネーミングや用途提案など開発の最終段階に向けて貴重なご意見もいただきました」と語り、また出展4回目の琉球黒糖（株）商品企画部長の又吉優子さんは「SMTSの主催者企画『フード30選』で、応募519品の中から当社の『チョコっとう。塩味』が最終30品に選ばれました。入選商品を見たいとわざわざ当社を探して来て下さる方も多く、具体的な商談も複数あって本当にありがたいです」と笑顔をみせてくれました。SMTSへの出展を通して、直接的な販路拡大への模索のみならず、全国のバイヤーの反応を集め、商品開発に活かそうと奮闘する県内企業の取り組みは、今後も続いていきます。



「フード30選」選出の「チョコっとう。塩味」



沖縄物産コーナーは3日間通して大いに賑わった

平成24年度第4・5回  
経営革新計画承認12社

県は1月29日及び2月22日、新事業活動を計画する計12社に経営革新計画承認書を交付しました。今回の経営革新認定企業とテーマを紹介します。

産業振興公社では、中小企業の皆様の新商品の開発や生産、新たなサービスの提供、新しい生産方式の導入などの新たな取り組みにおいて、経営革新計画（事業計画）を策定し承認を目指す企業への助言指導を行っております。

## 平成24年度 第4回経営革新計画評価委員会 承認企業 9社

企業名	テーマ
株式会社沖繩ホーム	生産体制の再構築で、安全・安心な製品づくりを目指す
株式会社赤マルソウ	BtoC移行による販売チャネルの多角化と商品力強化
有限会社彩	家族のような介護の認知拡大を目的とした地域の茶の間サービスと付き添い介護事業の展開
サウンドスピカ	リトミックの教育法を取り入れたオリジナル教材制作とインストラクター育成事業の展開
渡口スクリーン印刷	飲食店・美容室等、小規模事業者に特化した効果的な販促物の企画・提案の事業化
株式会社マキ屋フーズ	豆腐よう製造技術を活用した醗酵食品の開発
株式会社福市フーズ	独自販売網を活かしたニンニクの水耕栽培事業の展開
ワタナベ不動産株式会社	既存アパートのコンバージョンリフォームの提案と総合管理コンサルティングの確立
ふたばや本舗	商品製造ノウハウの「見える化」による生産管理体制の構築

## 平成24年度 第5回経営革新計画評価委員会 承認企業 3社

ガラスアート藍	琉球ガラスを活用した「琉球ガラス絵タイル」の開発・販売
株式会社エムイー・ファクトリー	ローコストオペレーションによる低価格メニューの提供と新業態の展開
南星サービス	インターネットを活用した住まいの安心サポートサービスの事業化

タブロイド判  
沖繩ベンチャースタジオ 35号  
2013年3月21日発行  
発行：(公財)沖繩県産業振興公社  
☎ 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。