



沖縄経済を進化させる情報紙

沖縄

ベンチャースタジオ

O K I N A W A V E N T U R E S T U D I O

Vol. **39**
2014
SPRING

<http://ovs.jp>

特集 P02

新空港開港1周年! 石垣島

～地場産業のトップランナーを追う～

表紙の人 Interview P11

シンガーソングライター

成底ゆう子さん

なりそこ

石垣島で生まれ育ったことが活動の礎。
私の歌を通じて、多くの方に
石垣島のすばらしさを伝えたいです。

Contents

クロスビジネス最前線 「うちなーぐち×コンテンツビジネス」 株式会社リージョン メイドインオキナワドットコム ゆいワークス株式会社	P04
おきなわモノものがたり オリオンピアニッツ／Beniシリーズ	P06
executive INTERVIEW 沖縄に立つ 沖縄を発つ 株式会社みたのクリエイト	P07
よくわかる！最旬ベンチャー用語 「エビダンス」鎌田靖弘さん／株式会社丸海きあら	P08
海外REPORT from 台北	P09
元気企業File 沖縄コンピュータ販売株式会社	P10
OVSニュース	P11

撮影：仲程長治 撮影協力：ホテル日航アリビラ ヨミタンリゾート沖縄

発行：(公財)沖縄県産業振興公社
〒901-0152 沖縄県那覇市小祿1831-1
TEL 098-859-6237
<http://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

特集 Feature



新空港開港1周年！石垣島

～地場産業のトップランナーを追う～



石垣島の新空港「^{ばい}南ぬ島石垣空港」は3月7日、開港1周年を迎えた。沖縄県八重山事務所の発表によれば、2013年1～12月の八重山※入域観光客数は過去最高の94万人にのぼり、観光消費額は580億1000万円を記録した。大型インフラの整備がもたらした商機を、地元企業はどう自社のビジネスに活かし、今後の繁栄へとつなげていくのか。

石垣島の産業界を牽引する3社に、現状と展望を聞いた。 ※八重山＝石垣市・竹富町・与那国町

2007年の79万人をピークに右肩下がりで減少していた八重山の入域客数。ようやく実現した新空港開港だったが、「開港が決まったものの、観光客数が本当に増えるのか、新空港が及ぼす効果については楽観視できませんでした」と話してくれたのは、平田観光株式会社社長室長の奥平崇史さん。経済効果を過信しての投資はリスクが高い、というのが地元の共通認識だったようだ。

ところが実際は、LCC(格安航空会社)の就航が相次いで決まり、開港と前後してメディアへの露出が急増。地元産業界と行政が一丸となって取り組んだ全国PRキャンペーンや海外クルーズ船の誘致なども功を奏し、入域観光客数は過去最高を約20%も上回る結果に。夏の繁忙期には、前年比160%の入域客数となった月もあった。奥平さんは「宿泊施設や飲食店などのキャパシティを超えて対応が追い付かなくなったこともあったようです」と当時の状況を語ってくれた。客数の増加に伴い、客層にも変化が見られたという。「石垣島をはじめ、八重山での上質な体験を求める従来の層に加え、お金をかけずに気軽に旅を楽しむという層が大幅に増えた印象です」。つまり石垣島の産業界は新空港開港の初年度に、客数の飛躍的な増加とニーズの大きな変化を同時に経験したことになる。

旅のプロデュース力を磨き リピーター層の醸成を目指す

平田観光株式会社

創業42年を迎えた平田観光では、開港前の低迷期から「ヒト」をコアバリューに据えた価値創造・商品展開を実践してきたという。現在では完全オーダーメイド型ツアーの企画提供にも定評があり、「リピーターの方は、観光スポット目当てというよりも『ヒト』目当てで何度も島を訪れます。現地の『ヒト』を介して島の魅力を伝えることが、満足度の向上につながると考えています」と奥平さん。

新空港開港・入域客数増加の恩恵を持続可能にする上で、「ヒト」をコアにした取り組みは有効なのか。

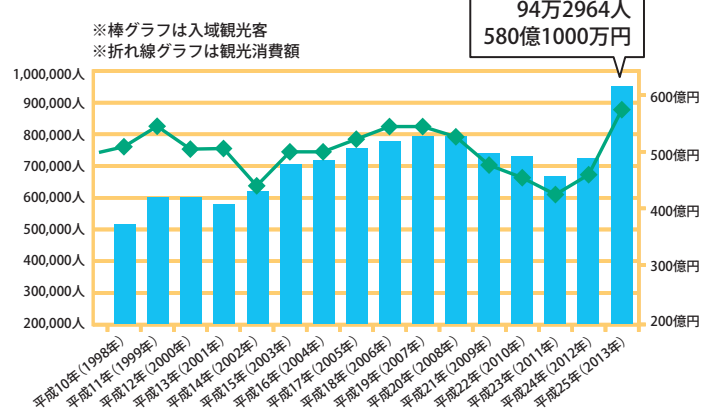


今後を占う興味深い事象がある。同社の「セグウェイツアー」(右下写真)の人気ぶりだ。セグウェイインストラクターの資格を持つ社員が、眺めのすばらしいパナ公園を案内。公園内の行き先は参加者の希望に合わせるセミオーダー型のツアーで、2時間8000円という高単価ながら前年比200%の売上となった。

全体の客数の伸びを大きく上回る伸び率は、「新空港開港で大幅に増えた個人旅行客のニーズをうまくつかんだ結果」というのが奥平さんの分析。インターネットを使って情報を集め、好みに合った行き先を探す情報感度の高い個人客にどんな対応ができるか。これは、チャーター機や高級クルーズ船で訪れる富裕層への対応にも共通する課題だという。

「今後さらに増えるであろう感度の高い層に、「八重山でしかできない旅」を満喫してもらうために何ができるかを常に考えています」という奥平さん。近未来の展望は、と尋ねると、こんな答えが返ってきた。「これまでは縦割りの観光なら観光、物産なら物産、と枠組みの中で完結していた。それが新空港開港に向けて1年ほど前から、枠組みを越えて一緒に物産展を開催するなど、物産と観光の融合が活発になってきました。そんな中、当社は観光業の立場から「ヒト」

八重山入域観光客数・消費額推移



出典：沖縄県八重山事務所発表「八重山観光統計」より

の力で「モノ」と「コト」をつなぐプロデュース機能を担いたい。例えば、島でこだわりのモノづくりをしている職人の工房へ案内したり、地元素材を使ったおいしいレストランでのメニュー選びまでサポートしたりと、対応の柔軟性を高めてリピーターをもっと増やし、石垣島と八重山全体の産業の継続的な発展に寄与していきたいです」

八重山全体での連携で外にアピールできる魅力を改めて掘り起こしながら、さらに広く発信してファンを増やしていく。これが同社の開港2年目のテーマだ。

平田観光株式会社

石垣市美崎町1番地
☎0980-82-6711
<http://hirata-group.co.jp/>

石垣港ターミナル内に本社を置く平田観光。本文で触れたセグウェイツアー(写真中・下)のほか、「星空」「アドベンチャー」など多様な切り口で八重山の旅をプロデュースしている。国際観光振興機構 JNTO の認定を受けたビジットジャパン案内所としての機能を持ち、NYタイムズの「2014年に行きたい52の場所」のひとつに選ばれた石垣島のインバウンド対応も担う。奥平崇史さん(上写真右端)は「美しい景色は世界中にたくさんある。なぜ八重山を旅先を選ぶのか、を言葉にできる人が必要」と、域内に散在するモノ・コトをつなぎ、魅力を紡ぎ出すことをミッションに、13名のスタッフと旅行業を営んでいる



地域資源を活かしたお菓子で
石垣島の魅力を伝える

有限会社宮城菓子店

菓子の卸と製造販売を営む有限会社宮城菓子店は、新空港に直営店を構えた効果もあり、2013年は観光関連商品の卸で前年比150%、直営店での直販に限っても同121%の売上を記録した。代表取締役の宮城龍二さんは「販売個数が急増し、商品の安定供給に追われていました」と開港1年目を振り返る。

大正11年の創業以来、島内の祭事用菓子の製造を担ってきた同社。現社長の代から観光客向けの土産菓子ビジネスに乗り出し、その後「地域資源を活かした新鮮なものを提供したい」と自社でも土産菓子の製造を始めた。石垣島と周辺離島を結ぶ定期船が発着する石垣港ターミナル前に初の直営店を構えたのは2005年のことだった。

「直営店を持ったことで、原材料にまでこだわった菓子をできたての状態で、



有限会社宮城菓子店
石垣市字石垣 727-1
☎0980-83-4833
<http://miyagikasiten.com/>

宮城菓子店は、島の塩を使い全日本菓子大博覧会名誉総裁賞を受賞した「石垣の塩ちんすこう」など、地域資源を活用した自社製造菓子を2つの直営店で販売している。島の暮らしに根付いた菓子を使って今までにないものを、と製造主任の半谷克敏さん(写真左)が中心となって開発した「塩せんべいフロランタン」は、発売から2年で売上10倍増というヒット商品だ



かつリーズナブルな価格で出せるようになりました。この直営店は商品の良さを伝える発信拠点であり、また顧客の声を集めるマーケティング拠点でもあります」と宮城さん。外部専門家の意見も取り入れながら、売り場改善にも取り組んできた。「一番売れている商品がどれか、すぐわかるようにしただけで、販売数が倍増したことも。外国語のPOPを付けるインバウンド対応も始めました」

それらの経験は直営二号店となった空港店の売り場づくりにも活かされたという。「社外コンサルタントと意見を交わしながら、石垣島らしいイメージを追求したデザインと、メリハリのあるディスプレイを心掛けました」

そうした取り組みの賜物が冒頭の業績というわけだが、宮城さんの視線は既に次なる目標へと向いている。「空港店で見込める安定的な売上を土台に、次は地元素材を使った島産品の開発に注力したい。文字通りその『土』地で『産』まれた本物の『お土産』を、一番おいしいできたての状態で提供できる仕組みをつくりたいと思っています」

宮城さんのビジョンは、製造業者としての自社単独の成長だけでなく、島全体の経済発展を見据えたものだ。「観光客の増加を地元企業の発展につなげるためには、一次・二次・三次産業と行政が協働して価値を創造する必要があります。今後は、二次・三次を手がけながら積極的に一次産業にも関わっていき、島の魅力をお菓子で今まで以上に表現していきたい」と展望を語ってくれた。

農家の所得向上を目的に
地元で愛される事業を展開

農業生産法人 有限会社伊盛牧場

石垣島でじわじわと拡がりつつある、既存の枠組みを越えた事業展開の動き。これを自社内で実現してきたのが、有限会社伊盛牧場だ。代表取締役の伊盛米俊さんは120頭の乳牛を飼育する酪農業

の一方で、名蔵湾を一望できる景勝地にジェラート店「石垣島ミルミル本舗」を構え、観光客や地元客の人気を集めている。

新空港開港を見越し、空港内のテナント出店の応募条件を満たすべく、高台の好立地で第一号店をオープンしたのが2009年。確実に実績をつくり、狙い通り新空港内に2店舗目を開店した。空港店は常に客足が途絶えず、総売上は前年の4倍と驚異的な伸びを示している。

伊盛さんは、「開港1年目の成功はご祝儀みたいなもの。2年目以降が正念場です」と好業績を静観している。「過去最高の入域客数とはいえ、11月半ばから12月には客足が落ちて売上はピークの半分ほどに。安定的な発展には、閑散期を支えてくれる地元のお客様を大事にすることが不可欠です」

そんな伊盛さんの経営目標は、「石垣島の農家の所得向上」。酪農業から小売・サービス業に事業拡大したのもそのためだ。商材にジェラートを選んだのも、島の特産品であるフルーツの規格外品を活用できると考えたから。観光の繁閑の波に左右されないよう、地元客が日常的に親しめる手頃な価格設定にもこだわった。

島の資源を活かして島の産業を元気づけようという姿勢は、付加価値の高い景勝地の活用方法にもうかがえる。「この場所がもしリゾートホテルになったら、観光のオフシーズンを支えてくれる地元の人とは来にくくなり、観光客もホテル利用者に限定されてしまいます。そうではなく、誰もが来られるスポットにして、石垣島ならではの眺めと、石垣島ならではのいいものを楽しんでもらえるようにしたかった」と伊盛さん。現在、大型バスの乗り入れを希望する声が高まっており、第一号店の設備拡大を検討中だとい



農業生産法人 有限会社伊盛牧場
石垣市新川 1510-67
☎0980-83-1316

ジェラート店「ミルミル本舗」は、島内随一の景勝地と空港での2店舗展開。ジェラートはホテルへの卸や県外発送にも対応している。「乳牛を食肉に加工した「ミルミルバーガー」や惣菜用冷凍ハンバーグなども商品化しています」と伊盛米俊さん（上写真）



う。

「今就航している航空会社が1社でも撤退すれば、競争がなくなり運賃が上がって1年目のような恩恵は受けられなくなります。これも当然起こり得ることとして捉え、それでも来てくれる観光客や地元客にどう楽しんでもらえるか、さらに知恵を絞っていきたい」。石垣島の大地にどっしりと足を着け、さらなる事業展開を目指す伊盛さんだ。

石垣島のトップランナー企業に共通するのは、インフラ整備の恩恵をただ受けるだけでなく成長の機会と捉え、「モノをつくる」「顧客ニーズを把握する」「伝える」「売る」といった地場産業の『底力』強化に活かそうとする姿勢だ。そして、石垣島を含む八重山諸島全体の魅力と地域資源を、各社単独の視点に加えて『連携』の目からも見つめ直し、既存の枠に捉われず相互補完的な事業展開を図ろうとする気運の高まりも感じられる。

人口4万8000人の石垣島に、人口の20倍近い観光客が訪れた開港1年目。島の実態に適した経済発展の方向性や規模、スピード感も模索しながら、2年目の取り組みはもう始まっている。

クロスビジネス 最前線

一見、あまり関係のないもの同士に見える異分野や異業種を、柔軟な発想で掛け合わせることで生まれる、新次元のビジネス。沖縄で起きている「異業種連携」の実態と、そこで生み出される新たな価値の可能性。現在進行形で変化する最前線を追った。



ハイサイ Hello
こんにちは

うちなーぐち
×
コンテンツ
ビジネス

株式会社
リージョン

メイドインオキナワ
ドットコム

ゆいワークス
株式会社

アニメDVD・語学教材・ラジオ体操

沖縄の言葉「うちなーぐち」をコンテンツビジネスに活用する動きが活発化している。ビジネスのノウハウがうちなーぐちと結びつくことで、新しいヒット商品が生まれ、うちなーぐちの継承にも一役買っているのだ。沖縄への想いから生まれた、3つの取り組みに注目した。

**子ども向けアニメの翻訳で
うちなーぐちを身近に**

県内のCDショップや量販店、全国のわしたショップなどで販売中の「うちなーぐちアニメ」は、版權が消滅したパブリックドメインの名作アニメをうちなーぐちに吹き替えたDVDだ。「ポパイ」「スーパーマン」「トムとジェリー」の5〜10分程度の作品が6本収録され、音声は英語と吹き替え（うちなーぐち）から選べる。

制作した株式会社リージョンのプロデューサー、屋宜宣寿さんは「2009年にユネスコの『絶滅危惧言語』に指定されたうちなーぐちには、文化としての継承価値とともにコンテンツとしての面白さがあると感じていました」と語る。



株式会社リージョン
那覇市松尾 2-2-31-206
☎098-860-7351
<http://region-umui.co.jp>

プロデューサーの屋宜宣寿さん。8年前に販売されたうちなーぐちアニメDVDが5000枚売れたという実績から「ニーズの存在は確信していた」と語る



約8年前にもうちなーぐちアニメDVD（以下、前作）の制作に関わった屋宜さん。修学旅行生向けに制作された前作は、テレビで紹介されたこともあり約5000枚の売上をマークした。「その後、パッケージに載せたイラストの著作権が問題となって増版できず、販売中止になったことを聞いていました」。

「うちなーぐちラーニング」は、CDを繰り返し聞くだけでうちなーぐちを学習できるという語学教材。開発の背景には、制作者の羽地裕治さんが経験したうちなーぐち学習の難しさがあった。「本格的に学ぼうと教室に通いましたが、時間をつくるだけで一苦労。内容も学問的なかなか上達しませんでした」と羽地さん。代わりにテキストで身に付けようとしたが、ニュアンスがわからず途方に暮れていた。

そんな折、話題になっていた英語教材に着想を得て、うちなーぐちラーニングの開発・制作に踏み切った。「教材である以上、間違ったうちなーぐちを残したくないと悩んだ末に、沖縄芝居の第一人

**沖縄芝居の演者と二人三脚で生んだ
うちなーぐちの語学教材**

この経験が、今回の商品開発に活かされた。「パブリックドメインの作品であってもさまざまな制限があるなど、コンテンツビジネスには著作権問題がつきまといまう」と慎重を期した屋宜さんは、改めての制作にあたって版權の専門業者である株式会社プレントラストに全面的なバックアップを依頼。もうひとつの課題である翻訳者の選定では、うちなーぐちの研究者で那覇市文化協会うちなーぐち部会長を務める琉球大学の宮良信詳名誉教授の協力を取り付けた。内容面では、タイトル数を前作の3本から6本に倍増。さらには、うちなーぐちを文字でも読めるよう台本ブックレットを付け、うちなーぐちにもっと親しんでほしいという想いを込めた仕様でつくり上げた。販売数は、発売半年で6500枚（出荷ベース）と出だしは好調。「5000枚を目

標に販売を強化しつつ、離島方言版の制作や沖縄の民話のアニメ化、商店街を舞台にしたオリジナルアニメの制作も視野に入れています。コンテンツビジネスを通してうちなーぐちや地域の振興の役に立ちたい」と意気込む屋宜さんだ。

制作にあたっては、子どもから大人まで学べる内容を意識した。まず単語だけ、次に日常会話、そして文化や社会、歴史まで学べる応用編と、ビギナーでも段階を踏んで上達できるように初級・中級・上級の3枚で構成。「この単語は外せない」などといった八木さんの的確なアドバイスにも助けられ、正確なうちなーぐちの教材ができた。

羽地さんが「八木さんに断られたら到底できなかった」と語るうちなーぐちラーニングは、発売後1年で3500枚というスマッシュヒットを記録。その3分の1を占めたのが県外からの購入で、主に三線の愛好者が、歌うだけでなく歌詞の意味も知りたいと購入しているという。自身のニーズから商品を生み出し、意外な消費者ニーズの存在を掘り当てた羽地さんは現在、全国に20万人いると言われる三線愛好者向けに三線バージョン



メイドインオキナワドットコム
浦添市前田 971-2-3F
☎098-879-8370
<http://made-in-okinawa.com>

羽地裕治さんは、沖縄への愛着からうちなーぐちの習得に挑み、そのことが語学教材の開発につながった



の制作を進め、うちなーぐちビジネスの拡大を図っている。

誰もがわかるラジオ体操を通して
うちなーぐちが地域とつながる

「うちなあぐちラジオ体操」は、うちなーぐちなレーションのラジオ体操で、着うたフル®とCDで販売されている。制作したのは、ウェブマーケティングを本業とするゆいワークス株式会社だ。同社が運営する着うた®・着うたフル®サイト「沖縄ちゅらサウンドズ」では、BE GINやCocoといったメジャーアーティストからインディーズ、琉球民謡に至るまでローカル色の強い音楽を人々に届けている。2008年頃から「ローカル色をさらに強く」という方針を打ち出す中で、同社前社長の山城加寿さん（故人）が「ラジオ体操が面白いんじゃない？」とふと漏らしたのが、うち

なあぐちラジオ体操誕生のきっかけだ。

「通常の着うた®ならサビ部分だけの配信ですみますが、ラジオ体操は一曲すべてを配信しなければ意味がない、というところが商品化のハードルでした。また、体操という特殊なジャンルゆえに翻訳も難しかった」と話すのは、同社企画・制作部コンテンツチームの稲福政司さん。「そこで、もともと音源の提供を受けていた有限会社キャンパスさんに協力をお願いしました」。沖縄音楽に強い同社の紹介で沖縄民謡の唄者の喜屋武均さんと出会い、喜屋武さんのキャラクターを活かしながらうちなあぐちラジオ体操を完成させた。

2011年に着うたフル®で配信を開始すると、月に1000を超えるダウンロードがある一方、携帯を使わない年配者や結婚式などで使いたいという人から「CD版がほしい」という声が殺到。こ



ゆいワークス株式会社
那覇市金城 3-8-11-3F
☎098-891-8440



企画・制作部コンテンツチームの稲福政司さん。「ラジオ体操のヒットは、沖縄音楽に強いキャンパスさんの協力の賜物」

れに応えてCDを発売すると、県内外で大きな反響を呼び、インディーズとしては異例の1年間で3000枚を売り上げる大ヒットを記録。金武町から町内放送

で使用したいという申し出があったり、那覇市内の学校53校へ納入するなど、行政や教育機関などのニーズを掘り起こすことにも結び付いた。

将来的には世界に向けた配信も予定しているといい、商材としてのうちなーぐちの可能性を強く感じているという。

三者三様、それぞれの視点で展開されるうちなーぐちコンテンツビジネス。共通するのは、沖縄の財産であるうちなーぐちの価値に着目し、「残したい」という想いを、文化・学術分野の啓発活動ではなく、ビジネスとして成立させることでかたちにしている点だ。新規事業開発と伝統の継承を同時に実現する一石二鳥の価値創出モデルは、県内はもとより県外、そして海外へと、より大きく拡大していくマーケットでのビジネスの可能性を秘めている。

商品開発
31
でいきたん
照屋の
よもやま話
受託試験加工サービスを
上手に活用



受託試験加工サービスを行う組織が県内にあります。3月に解散するトロピカルテクノセンターの技術を引き継いだ「一般社団法人トロピカルテクノプラス」です。同法人では農産物などの乾燥粉碎に加え、レトルト加工、フリーズドライ、エキス抽出、乳酸菌や酵母の大量培養、黒麹や紅麹の製造などを受託します。また、注目度の高い各種カロテノイドの分析、カビ毒の分析や微生物の遺伝子解析、化合物の構造決定なども受託します。

ただし、外部の技術資源を利用する場合は、その手段が自社の商品戦略や課題解決にマッチしているかどうか、その技術が自社の経営戦略にどのような意味を持つかなどを慎重に検討する必要があります。そうしないと不本意な遠回りをしたり、本来の目的とは異なる道に迷い込んだりすることもありますのでご注意ください。

アジア市場の成長、国際物流網の整備、TPP、食品表示新法、食品機能表示の規制緩和等々、地域資源を活かした食品や化粧品メーカーは様々な環境変化に直面しています。時代の変化に応じて、機敏に商品開発を進め、かつ安全性の向上を図りたい時、自社の技術だけでは解決が難しい課題を抱えることもあります。

そうしたニーズに対応すべく、様々な

文・照屋隆司(てるやりゅうじ) 有限会社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登録専門家。(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「キャリアオアシス橋」主宰。 <http://www.dikitang.jp>

照屋隆司による「食品・化粧品などの開発、技術、表示等に関する無料相談」受付中！※要予約。
問い合わせ：沖縄県中小企業支援センター ☎098-859-6237

マーケティングコラム

日々
雑感

～千思万考～ 15
「観光市場活性化のポイント!?」

皆さまもテレビや新聞などのニュースで既にご存知だとは思いますが、平成25年の沖縄入域観光客数は641万3700人で、平成20年の604万5500人を大きく上回り、過去最高を記録しました。しかし、順調に見える沖縄観光にとって大きな課題は、観光客消費単価が減少し続けていることです。この課題を解決するために沖縄県では様々な取組を展開しています。その中の1つに、「“旬”県産品消費拡大構築事業」という事業があります。これまでアピールされてこなかった季節ごとの“旬”の県産品を沖縄県内の飲食店や小売店などで

観光客に提供し、良さを実感させ、お土産や帰った後にも再購入してもらう流れを作り出す事業です。この事業は、一から何かを創り出すのではなく、既存にある県産品に“旬”というスパイスを加えることで、魅力あるコンテンツにしたことがポイントではないかと思えます。視点を変えて、または見せ方を変えることで、観光客にとって魅力あるコンテンツになるものは沖縄にはまだまだ沢山眠っていると思います。既存コンテンツの良さに、観光客のニーズを加えることで新たな魅力を創出することが観光市場活性化に繋がると考えます。



文・友利至伯(ともしよしとも) 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 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。

おきなわモノ

ものがたり

今回の「おきなわモノ」は、株式会社沖縄県物産公社「わしたショップ」全店舗の2013年10～12月の売上数量第2位にランクインした「オリオンビアナッツ」。ヒットの陰に隠れた物語をひもとき、「売れている理由」に多角的にクローズアップ！

オリオン ビアナッツ



油を使わないノンフライ製法の採用など、嗜好品といえども健康面への配慮がなされている

How?

「ビールのおつまみ」なので食べきりサイズの小さ袋入りが基本。5連パックでぶら下って販売される姿が楽しくもある。また、「お土産として配りやすくしてほしい」というニーズに応じて 2013年に発売された大袋タイプ（20袋入り）は、土産品店や道の駅などでよく売れているようだ

Who?

熊本出身の土肥さんは、沖縄食品製造を担うべく努力を重ね、安心安全のブランド確立に奮闘した。「沖縄そば」の呼称存続を叶えた立役者でもあり、沖縄の食文化の発展と産業振興に貢献した功績から、平成 25 年度の沖縄県功労者として表彰されている



ユーザーからの要望で作られた大袋タイプには、同社らしい柔軟性が表れている。16g×20袋入り 1200円（税別）

県外 ヒット



16g×5 連パック
300円（税別）

Why?

開発部隊は当初、3種のフレーバーを検討し、どの味を選ぶか悩んでいた。それに対して土肥さんは「全部食べたいからミックスしては？」と型に捉われない発想を見せ、様々な味が楽しめるヒットにつながった

株式会社サン食品

糸満市西崎町 4-13-6

☎098-852-3330

<http://www.sun-foods.net>

通信販売： <http://sun-shop.jp/>

わしたショップ各店の売上数量ランキングで常に上位に位置する「オリオンビアナッツ」。アーモンドチーズ・タコス

島唐辛子・ウコンカレーの3つのフレーバーを一度に楽しめるビールのお供として、県内はもちろん県外でも人気だ。

開発を手掛けた株式会社サン食品は、沖縄そば生産量でシェア4割強を誇る県内大手の食品メーカー。沖縄そば以外にもラーメン、うどん、日本そばなど、日常の食卓に欠かせない種類の製造販売を行う一方で、実はこうしたユニークな商品開発も行っているのだ。15年のロングセラーを誇るオリオンビアナッツの誕生秘話を、代表取締役社長の千肥健一さんに聞いた。

「飲み友達だったオリオンビール元社

長の金城名輝さん（故人）と『沖縄ではビールのつまみに何を食べる？』と話したのが始まり。泡盛のつまみとは違っし、

沖縄らしさもほしい、と手探りの開発をスタートしました」。安全安心を掲げる

メーカーとして、分析機器の導入や成分表示の実施にも力を入れてきた土肥さん。

「お菓子などの嗜好品も、おいしいだけでなく体にいいものでなくては」と、当時話題を集めていたビール酵母に着目。

食べやすい小粒ナッツに酵母入りの衣をかけ、ノンフライで焼き上げること

を思いつく。ビールに良く合い、しかもヘルシーに仕上がるのではと考えたのだ。沖縄そばのだしの旨みをベースに、フレーバー選びは試行錯誤を繰り返した。「酵母を入れると衣が膨らみ過ぎる

んです。開発担当が難しい調整をやり遂げ、ようやく納得の味にたどりつきました」と千肥さんは当時を振り返る。

ネーミングと販路戦略にも知恵を絞った。ビールとの相性のよさを強調し、ビールの棚の横に置いてもらったり、ビール

とのセット販売、工場見学ツアーの試飲のおつまみ、また沖縄に乗り入れる飛行機の機内販売用ビールとセットで、とさまざまなルート構築。県外へのお土産

用としても売れるようになり、ここ5年で売上は3・5倍に伸びたという。

「県民として、沖縄県産ビールを支えたい」と千肥さん。「沖縄の企業がいい

ものを持ち寄り、共存共栄していければ」。オリオンビアナッツは、そんな想いが生み出したヒット商品といえるだろう。

県内 注目

Beni シリーズ



10倍希釈
タイプ

沖縄在来種のハイビスカス「あかばなあ」の鮮やかな紅色と爽やかな香りを楽しめるハーブエキス「Beni ni」。フラワー事業で沖縄のフライダールシーンに関わってきた株式会社グランディール代表取締役の田島理恵子さんが、「お祝いの席にふさわしく、沖縄らしさもある新しい飲み物を」と考えたのが開発のきっかけだ。宮古島で手摘みされた花弁だけを使い、美しい色彩と香り、みずみずしい甘さを閉じ込めた。

「見るお花から飲むお花へ」と銘打って2012年に発売した10倍希釈タイプは県内のホテルや飲食店、フライダル施設などを中心に一年間で2000万円強を売り上げ、2013年度もそれを上回るペースで好調に推移している。2013年秋には国際的な観光博覧会で沖縄のウェルカムドリンクとして採用されるなど、県内外への認知度も上昇中だ。

2014年3月上旬にはスパークリングタイプの「HanaHana Beni」を発売。「泡盛とあかばなあエキスの融合、泡がほどよく立ちのぼる炭酸の加減などにこだわりました」と田島さん。お酒を飲めない人も一緒に楽しめるよう、ノンアルコールタイプも用意されている。

あかばなあ生産地・宮古島の地域振興にも寄与している「Beni」シリーズ。10倍希釈タイプ・小瓶 120ml 1200円、業務用 500ml 1800円。フラワースパークリング「HanaHana Beni」750ml 6500円・250ml オープン価格（アルコール・ノンアルコールとも）※全て希望小売価格（税別）

株式会社グランディール

那覇市天久 1-6-10-2F ☎0120-992-994

<http://www.benibenijp>



スパークリング
タイプ

沖縄を発つ 沖縄に立つ

executive
INTERVIEW

株式会社みたのクリエイト

代表取締役

田野 治樹 さん



株式会社みたのクリエイト
設立：2007年 9月 事業内容：飲食店企画
経営（県内13店舗・海外4店舗）
本社所在地：中城村南上原 816
☎098-895-6002

看板メニュー「産地直送 桶盛り刺し」（左上）と、バンコクの一等地に構える「目利きの銀次 K-ビレッジ店」（左下）。同社は、「クリエイティブであれ」という経営方針から「動く町」「いぶし銀次郎」「生け簀の銀次」「目利きの銀次」「火鉢屋」「グリル 銀次」「Chef's GRILLE」など13年間で7業態を開発した



とことんクリエイティブに、得意なことだけに特化
誰もやらない「逆張り」と「理念の徹底」を海外でも貫く

「目利きの銀次」など県内で13店舗の飲食店を運営する株式会社みたのクリエイトは、創業13年目となる2013年11月、初の沖縄県外直営店をタイのバンコクにオープンした。「日本の居酒屋文化を浸透させる」「現地の所得水準を上げる」という目標を掲げ、スタートアップ期の荒波を乗り越えようとしている。

原価率100%超のひと皿に
象徴される理念と方法論

代表取締役の田野治樹さんは創業時から、人がやらないことをあえてやる「逆張り」の発想を大切にしてきた。その象徴が、原価率100%超、時には200〜300%にもなるという常識外れの目玉商品だ。「売れば売るほど赤字です（笑）。逆張りは壁しかない。だからみんなやらない、というかできない。でも自分たちはやる。それは経営理念が『思いやり』と『サプライズ』だからです」メニューや価格、斬新な店舗空間にも

東京ではなく、バンコクへ
決め手は「使命感を持てるか」

10店舗を超える運営規模になった頃、田野さんは「外への展開」を模索し始め

「サプライズ」を強く感じる同社だが、「思いやり」とは？「文字通り、お客様とスタッフを思いやること。自分たちはこれを徹底して行動に移しています。『お客様が大事』と言いながら時間制限したり座席が狭かったり、『スタッフが大事』と言いながら社会保険も休みもなかったら全く意味がない。でも、徹底的に『思いやり』を実行していくと、それが企業風土となり、その上で思い切った『サプライズ』が可能になってくるんです。この理念を徹頭徹尾、貫いてきた田野さん。鮮度を保てる仕入れ・流通網を構築し、大量仕入れと宣伝広告費ゼロでコストを抑え、破格の価格設定で販売数を伸ばし、回転率を上げてスタッフの技術向上を速める、という好循環も生み出した。

る。「好循環の輪を拓けるには、店舗数の拡大は不可欠。でも、出店の条件は客単価を3000〜5000円に設定できるエリアで、地域一番の業態になり得る物件が確保できること。県内では探しにくくなってきていた中、まず考えたのが東京への出店でした。しかし結果的には、同社の県外出店先は東京ではなく、海外に。どんな心境の変化があったのか。「3年ほど前にバンコクを視察した時、日本の居酒屋文化がほとんど知られていないと知りました。給与水準は低いが、国民性なのか、天然のホスピタリティと温かさがある。ここなら、質の高い雇用を生むことで所得水準を上げていける。新しい食文化を提案して人々の生活を豊かにしていける。自分たちが直営店を出す意味や使命感を、バンコクでは強く感じられると思いました。それから3年にわたる妥協なき物件探しの末、バンコク市内の大型ショッピングモール「Kビレッジ」内に100坪160席、中2階

やテラス付きの好物件を獲得。店舗空間は県内同様、沖縄市出身のデザイナー兼城祐作さん率いる「造形集団」とつくり上げた。11月の開店以来、タイ人客で連日満席状態という。

桁違いのスピード感の中
理念をぶらさず挑戦し続ける

タイ人客を主要ターゲットに、前月比130%ペースで売上を伸ばすバンコク直営店が利益を出すのはこれから。沖縄とは全く違うスピード感が求められる中、当面の困難は食材調達と人材育成だ。食材の4割が日本産で輸送費の負担が重い中、田野さんは挑戦的な価格でのテスト販売に踏み切る。「毛ガニ一杯6000円とか、売れないと思うでしょう？これが売れる。日本産で、かつ美味しければ、高くても売れる手土産があったので、自分たちらしい『サプライズ』で販売数を増やし、コスト負担を下げるべくメニュー開発を急いでいます」。また人材については、平成24年度の経済産業省「おもてなし経営企業選50社」選出の1因となった同社の「スキルプログラム」を力スタマイズ。100項目以上にも及ぶ細かいスキル評価の結果を、10円単位で時給に反映させている。「タイでは席に案内する、注文を取る、料理を運ぶなど、仕事が細かく分業されて他には踏み込まないのが普通。これをひとりですべてできれば、人数は3分の1で済み、給料は3倍にできます。スキルアップが所得向上につながる、という意識を定着させたい」と意気込みを語ってくれた。

異なる文化・風習の中でも、変えるもの、変えずに貫くものを「理念」に照らして見極める。自らにもスタッフにも「クリエイティブであれ」「得意なことだけをやれ」と繰り返し求め続ける。そんな田野さんは今後、海外出店を増やしながら県内での新業態開発にも取り組むという。次は一体どんな「サプライズ」が飛び出すのか、実に楽しみだ。

「エビデンスの基礎知識 について教えて下さい」

専門家に
聞いて
みました

鎌田靖弘さん

沖縄県工業技術センター
食品・化学研究班
☎098-929-0120
e-mail : kamadays@pref.okinawa.lg.jp

エビデンスをどう効果的に活用するかが
地場産業育成の大きなポイント

科学的根拠に基づいて商品の機能を示せるエビデンス。上手に活用すれば、企業は製品価値を客観的に伝えることができ、消費者は自分が求めるものを的確に選べるようになります。しかし、商品販売へのエビデンス活用は、薬事法や景品表示法などで厳しく制限されています。

規制緩和の流れも見えてきていますが、現行法下では化粧品に表記できる効能は「日焼けによるシミ、ソバカスを防ぐ」など56種類のみ。特定保健用食品（トクホ）も現在認められているのは10種類の保健効果だけで、一般食品や雑貨では商品パッケージにはもちろん、口頭説明で効能・効果を謳うこともできません。

こうした中、エビデンスを取得した効能・効果を、表示規制に沿って消費者に伝えるには十分な考慮が必要です。商品への表記を検討する場合は事前に専門家と相談されることをお勧めします。

沖縄では、地元の素材について行政や研究機関などの連携でエビデンスを取り、公開データベース化すると同時に、特許で防衛し模倣を防ぐという取り組みも行われています。地域資源のエビデンス取得とその効果的な活用で、沖縄の産業界の成長に弾みをつけていきたいものです。

気軽に相談！

県産素材の効果・効能に関するデータについて
沖縄県工業技術センター
技術支援班
相談日：
祝祭日を除く月～金曜日
うるま市州崎 12-2
☎098-929-0114

食品・化粧品などの開発、
技術、表示等について
沖縄県産業振興公社
中小企業支援センター
（要予約）
☎098-859-6237

よくわかる！

最旬ベンチャー用語

「エビデンス」

エビデンスとは「証拠・根拠」の意。産業界では「科学的・客観的根拠」の意味でよく使われ、元は医療業界で、現在では健康・美容業界などでも頻繁に聞かれるようになった。健康食品の機能性表示規制が緩和される動きも活発な中、改めてその基礎知識と活用の実態についてひも解く。

「エビデンス活用に向けて どんな取り組みをしていますか？」

県内企業に
聞いて
みました

株式会社丸海きあら
代表
山川美代子さん(左)
工場長
山川清安さん(右)

現段階では、“試験管内”の実験という第一歩を踏み出したばかり。結果が出るまでは不安の連続だったというが、第一段階を経た今、さらなる飛躍を目指す

始まりは利用者から寄せられた声

株式会社丸海きあら代表の山川美代子さんが月桃の防菌・防臭作用に着目し、独自製法で抽出した月桃蒸留液を商品化したのが2006年のこと。県外での沖縄物産展などで販売を開始し、利用者の声を集めたところ「日焼けに良い、茶渋が落ちた、ニキビが治った、鼻炎や花粉症が楽になった、などさまざまな声が寄せられました。これがマスメディアで紹介され、さらに口コミで販売数が大きく伸びたんです」と山川さん。発売1年で8万個以上を販売する想定外の事態に、「このままではまずい」と感じたという。

信頼できる専門家との出会い

山川さんたちはエビデンスについての知識は皆無だったが、沖縄県産業振興公社の「OKINAWA型産業応援ファンド事業」に応募し、採択されたことで大きく前進したという。「公社登録専門家の照屋隆司さんに相談し、まず最初に行ったのが利用者の声の整理と分析でした。どの声に対して裏付けを取るべきかを判断するため、類似する意見をグルーピングしていく地道な作業から始めていきました」。その結果を元に、月桃蒸留

液のアクネ菌（ニキビの原因となる菌）と歯周病菌に対する抑制効果の分析を一般財団法人日本食品分析センターに依頼（結果は図参照）。また株式会社トロピカルテクノセンターの分析では、月桃を蒸留した残渣の発酵液に保湿成分が含まれることがわかり、琉球大学農学部の高和田真吉教授との共同研究ではメラニンの合成を抑制する成分の存在も明らかになるなど、成分データは着々と集積されつつある。

医薬部外品の製造工場を大宜味村に

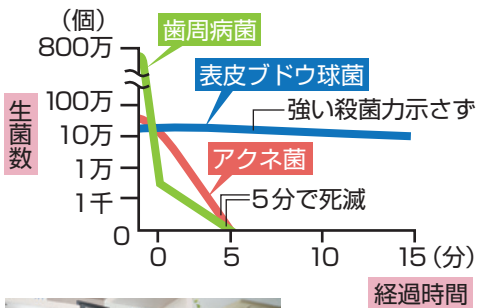
しかし、商品販売へのデータ活用には大きな制限がある。雑貨では効果と商品に関連付けた表記も、分析結果の商品への表示も不可。売り場のPOPやホームページでも伝えることができない。加えて、今あるエビデンスはいずれも試験管内での実験結果で、ヒトを被験者にした実験に比べるとエビデンスとしての信頼度が低くなる。

そこで考えたのが、雑貨から医薬部外品製造への事業拡大だ。医薬部外品ならニキビと歯周病、両方の効果を謳える。2年後をめどに大宜味村に工場を建設するべく、準備を進めているという。「当社のエビデンス活用道のりは始まったばかり」と語るのは、工場長の山川清安さん。「今後も特許を活用してエビデンスを守り、商品の模倣も防ぎながら、新商品の開発や化粧品メーカーへの原料供給にも積極的に取り組みたいです」と、エビデンスを軸にした事業展開への意欲を見せてくれた。



年間8万本を売り上げたことがある月桃蒸留液(左)と、搾汁液・灰・粉と月桃を丸ごと使った石けん

実験で裏付けられた 月桃蒸留液の殺菌効果



アンテナショップでは勉強会を随時開催。2人以上集まれば開催可能（要予約）。内容は、月桃の品種などの基礎情報のほか、栽培方法や日常生活での活用法についてなど

株式会社丸海きあら

本社：
大宜味村押川 640-126
☎0980-44-2966

アンテナショップ：
那覇市おもろまち 2-6-11
フロンティアビル南ウイング 4F
☎098-988-3080

しつとく
なつとく

企業支援

沖縄県産業振興公社で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「経営革新等支援事業」を紹介します。

自社のあるべき姿を目指し、経営革新に挑戦しませんか

「経営革新計画」は、中小企業の新たな取り組みを応援する国の制度です。認定は各都道府県で行われ、沖縄県での通算認定件数は290件となっています（平成26年3月現在）。

【経営革新計画に取り組む利点】

- ◎自社の現状や課題を見極めることができ、あるべき姿へ向け経営戦略の再構築ができる
- ◎自社の進むべき方向性や目標を従業員と共有でき、士気向上、組織強化が望める
- ◎対外的な認知度、信用度が高まる
- ◎認定取得後は、計画達成に向け、専門コーディネーターのサポートを受けられる

る

◎政府系金融機関の低利融資、補助金等の支援施策を活用できる機会が広がる

【経営革新計画の対象となる事業】

事業者にとって新たな活動であり、次の①～④の要件を満たすものが対象となります。

- ①新商品の開発または生産
- ②新役務（サービス）の開発・提供
- ③商品の新たな生産・販売方式の導入
- ④役務（サービス）の新たな提供方式の導入、その他の新たな事業活動

数値指標（計画期間により異なる）などについても丁寧にご説明します。まずはお気軽にご相談下さい。

認定企業紹介

株式会社 未来企画 代表取締役 野原 剛さん

昼夜を問わず外部から室内が見えないマジックミラーの原理を使った窓ガラス「光のカーテン」を商品化しました。良いアイデアを持っている人は大勢いますが、大切なのはそれを具現化しビジネスにつなげること。経営革新できちんと実施計画、収支計画をまとめ、ビジョンを明確にできたことは商品化の大きな後押しになりました。

「光のカーテン」は2013年沖縄の産業まつりで最優秀優良県産品賞、発明くふう展で県知事賞最優秀賞を受賞。カラーバリエーションは250色と多彩だ



●問い合わせ：公益財団法人 沖縄県産業振興公社 経営支援部 経営支援課

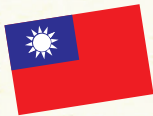
担当者：宮城

☎098-859-6237 FAX：098-859-6233

e-mail：kakushin@okinawa-ric.or.jp

制度の詳細：沖縄県ホームページで確認可能です <http://www.pref.okinawa.jp/>
サイト内検索欄に「経営革新」と入力し検索>「経営革新支援事業／沖縄県」をクリック

海外 REPORT from 台北



台北事務所長
久高将匡

**台湾で物産とITの
ビジネスマッチングが加速！**

＜2014沖縄美食商談会＞

2月17日、沖縄県と産業振興公社は、台北市内のホテルで業務用（B to B）に特化した「2014沖縄美食商談会」を開催しました。商談会には県内企業10社が出展し、食材だけでなく泡盛・ビール・工芸品など沖縄の多彩な物産をPRしました。試食コーナーでは、同ホテル料理長による県産もずく・海ぶどう・黒糖などを使用したメニュー16品が披露され、現地の高級ホテル・日本料理店・ベーカリーなど飲食関係や食品輸入商社のバイヤーにふるまわれました。台湾の参加バイヤーは48社、計58人。開始15分前には多くのバイヤーが各展示ブースへ訪れ、熱心に食材を見て回り、活発に商談を行っていました。同ホテルレストランのビュッフェではさっそく3月に、

県産食材を使用した今回のメニューが2週に渡り提供される予定です。

＜IT連携協定調印式＞

また同日、同所で、産業振興公社は、台湾で情報通信技術の発展に取り組む財団法人「資訊工業策進会（IIITRI プルアイ）」と連携協定を結びました。トリプルアイは台湾政府が民間と設立した半官半民の組織です。2013年11月には産業振興公社台北事務所と淡江大学中小企業イノベーション・イノベーションセンターとの間でも協定を締結しており、民間レベルで進む沖縄と台湾のIT関連企業の相互交流をさらに促進し、技術・事業提携などへの発展を後押ししたい考えです。

IT関連企業の交流は、県が実施する商談会や、台湾で開催されるIT専門の国際見本市「COMPUTEX」などを通じて進んでいきます。調印式に先駆け、ソフトウェア開発を手掛ける県内企業の株式会



（左）美食商談会での試食風景。台湾のホテル料理長による沖縄の食材を使ったメニューは、台湾バイヤーからの反応も上々 （下）IT連携協定調印式の様子



社ワイールドシステムが、台湾IT企業大手の威盛電子と業務提携を結びました。その他にも、さまざまな企業連携の話が進んでいます。

物産・ITにおいて、台湾と沖縄の距離はますます近くなっています。台湾ビジネスに関することは、産業振興公社または台北事務所にお問い合わせ下さい。

沖縄県産業振興公社 海外・ビジネス支援課

☎098-859-6238 担当：金城次男

台北事務所 info@okinawa.org.tw

ネットワーク会員広場

ユニークな商品やサービスを開発するなど、独自の取り組みで、オンラインワンを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や、講演会・懇親会の企画などを発信します。

沖縄コンピュータ販売株式会社

**営業報告・業務分析をもっとスムーズに！
カスタマイズ可能な「モバイル日報システム」が登場**

沖縄コンピュータ販売株式会社は、IT関連のシステム開発や販売・アフターサポートなどを担う独立系ソフトウェアハウス。2013年12月にリリースしたタブレット端末対応の「モバイル日報システム」は、企業の営業担当者が外出先から日報を提出しやすく、売上予測や業務の可視化に役立つクラウド型システムだ。「営業現場での商談状況をスムーズに把握したい」という顧客企業のニーズと、モバイル端末の普及や通信料金の低価格化・高速化など環境の変化に適応させた。自社での開発に至った経緯について開発担当の座安勇貴さんは、「顧客企業が既に利用している他のシステムとの連動性や、業務に合わせたデータ集計方法の最適化など、実効性を高めたシステムを実現するには自社での新規開発しかないという結論でした」と語る。

こうした課題解決型の思考の背景には、創業35年を迎える2015年に向け、ITコンサルティング会社へとさらなる進化を遂げるべく、小渡さんは社員の意識改革にも積極的に取り組んでいる。「指示待ちせず自ら動ける人材育成には、経営理念の浸透が不可欠。毎月9つのグループにわけて行っている、全員参加の早朝会で私が司会を務め、ビジョンの共有を図っています。財務状況も全員に公開し、一体感と主体性を醸成しながら、全社一丸となった改革を日々遂行中だ。

代表取締役社長の小渡玠さんが行っている、60名の社員ひとりひとりがリーダーシップを発揮する社風づくりがある。「ソフトウェアの開発や販売、アフターサポートだけに留まらず、ITを使って顧客企業の業績をどう伸ばすかを主体的に考える会社になろう」と言い続けてきました。『モバイル日報システム』はその成果のひとつと言えます」

沖縄経済を進化させるメディア
OVS 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



導入した会社が、社員全員で顧客ニーズをキャッチし業績を上げることを目的に設計された「モバイル日報システム」。入力項目や形式はカスタマイズ可能で、日報の記入提出だけでなく、業務活動の効果分析も行える



早朝会は、メンバー全員の入社年月日や家族の名前などを記した手帳を持ち歩くほど社員を大切にす小渡さんが、社員と直接コミュニケーションを図る場として設定している

沖縄コンピュータ販売株式会社
宜野湾市大山 1-17-1
☎098-898-5335
<http://www.okicom.co.jp/>



小渡玠さん。1980年に外資系ソフトウェア会社から社員6名で独立・創業後、1985年に社長に就任した。経営理念は「チャンスは考働するものにのみ平等である」

公社ネットワーク会員 PRESS RELEASE /

とろとろ・さっぱり新感覚！ ビネガードリンク「Su（スゥ）」

美容と健康を気遣う働き盛りの女性のために生まれたビネガードリンク「Su（スゥ）」。りんご酢に県産果実などの風味を加え、コラーゲンと寒天を配合。シークワーサー・たんかん・ジンジャー・ボイセンベリーの4つのフレーバー展開で、一日のスタートの朝や仕事中の小腹が空いた時にもぴったり。県内のスポーツクラブや道の駅、レストランなどで好評販売中です。100ml入り各200円（税別）。



沖縄特産販売株式会社
☎098-850-8953（担当：宮城郁矢）
<http://www.okitoku.co.jp>

ロードサービス付で安心の 商用中古車販売スタート

有限会社琉推は、ロードサービスを専門に扱う大型車対応レッカー会社です。商用車・中古トラック販売の全国フランチャイズ「トラック市」の沖縄店も運営し、状態の良い整備済み中古車を厳選販売しています。このたび、「突発的な故障にも対応可能な保障付の中古車が欲しい」という声に応え、ロードサービス付の中古車販売を開始しました。車両運用のコスト削減・リスク軽減にお役立て下さい。



有限会社琉推
☎098-851-4711（トラック市沖縄店：又吉）
<http://www.ryusui.jp>

新登場！「むちむちきなこプレミアム」 &「きび太郎アンダギーミックス」

海邦商事から2つの新商品が登場！大人気の「むちむちきなこ」にコラーゲン配合・きなこ増量した「むちむちきなこプレミアム」はチャック付の小袋入りで、プレミアムなおいしさをいつでもどこでも楽しめます。沖縄県産加工黒糖「きび太郎」を使用した「きび太郎アンダギーミックス」は、ご家庭で簡単に手作り黒糖サターアンダギーを楽しめます。どちらも4月発売予定です。



株式会社海邦商事
☎098-938-2133（担当：セントローレント真紀）
<http://kokutou.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います。詳しくは <http://okinawa-ric.jp/useful/etc/4380.php> まで。 担当：藤原

表紙の人
Interview

1975年石垣島・宮良村生まれ。武蔵野音楽大学入学と同時に上京し、声楽を学ぶ。2007年、森繁久彌のDVD作品の挿入歌としてオリジナル楽曲「里景色」が選ばれ、翌年、「森繁久彌が21世紀を託した歌姫」としてアルバムをリリース。2009年、テレビ番組でオリジナル楽曲の「ふるさとからの声」が紹介され話題となり、2010年、キングレコードからメジャーデビュー。2012年には宮沢和史プロデュースのシングル「溢れる愛のはじまり」をリリースするなど、東京を拠点に活動中

シンガーソングライター

成底ゆう子さん
なりそこ

石垣島で生まれ育ったことが活動の礎。 私の歌を通じて、多くの方に 石垣島のすばらしさを伝えたいです。

ふるさとこの石垣島や、島で暮らす家族への想いを込めた楽曲を、透明感のある声で歌い上げる成底ゆう子さん。声楽家を志して東京の音楽大学に進学し、34歳でメジャーデビューを果たすまでの道のりは、決して平坦ではなかった。「卒業後も歌劇団で声楽を学んでいたのですが、イタリャでの研修公演で突然声が出なくなって。歌えない日が1年近く続いていた時、島の母から手紙が届き、久しぶりに電話をかけたら、もう何年も話していなかった父から『何も心配しなくていい。お前はお前で行きなさい。全力でサポートするから』と言われて。その一言で悩みがすーっと溶けていったんです」

幼い頃から曲を作って歌うのが好きだったことを思い出した成底さんは、25歳でシンガーソングライターとしてデビュー。地道なライブ活動を続けた。「なかなかお客様が集まらない中で、自分の原点を見つめ直した時、支えてくれる両親や、島が教えてくれた先祖を敬う気持ちと人の温かさこそが私の財産なんだ、と気が付きました」



2014年4月23日に発売されるニューアルバム「生まり島」は、タイトル曲のほか、「さとうきび畑」「童神」など沖縄の楽曲をセレクトした初のカバー集。発売記念ライブも東京と大阪で開催。
公式サイト：<http://narisokoyuko.com/>

「ならない泣ける歌」で取り上げられて話題になり、念願のメジャーデビューへとつながった。メジャー3枚目のアルバムとなる「生まり島」のタイトル曲は、いつ帰っても両手を広げて迎えてくれる、ふるさとこのことを歌った曲だ。「島で暮らす人たちが汗を流し、知恵を絞ってきた成果として、石垣島が世界的に有名になってきたことを嬉しく思います。ひとりでも多くの方に私の歌を聴いていただき、私を通じて石垣島を知っていただくことで、少しでも島の力になりたいです」。夢は「紅白歌合戦に出場して親孝行すること」と語る成底さん。ふるさと石垣島への揺るぎない想いが、今日もその夢を支えている。

OVS ニュース

沖縄県産業振興公社とノーステック財団が 経済交流に関する連携協定を締結

沖縄県産業振興公社と北海道科学技術総合振興センター（ノーステック財団）は1月14日、両地域の特産品を活かしたオリジナル商品の開発や情報発信などを通して、経済交流を活性化させることを目的に、連携協定を締結しました。

協定には両地域の、①事業に関する情報交換及び連携、②食の機能性研究の連携、③食品・ライフサイエンス産業のビジネスマッチング、④人的ネットワークの構築、などが盛り込まれています。

北海道と沖縄は、亜寒帯と亜熱帯の豊かな自然環境に恵まれ、それぞれが固有の地域資源を持つ一方で、競合する要素は極めて少ないため、ビジネスパートナーとして相互補完的に高め合える可能性があります。

2012年10月に北海道・沖縄の直行便が再就航したのを機に、北海道・沖縄の連携をさらに強めていくことが両知事の対談の席で確認されました。実際に公社では、北海道で開催される見本市「健康食品・化粧品ビジネスマッチングin札幌」に5年前より県内企業とともに継続出展しています。

沖縄では、バイオ・ライフサイエンス分野の多様なインフラ整備が進み、研究開発拠点としての期待が高まっています。近年では、北海道の企業による沖縄県産素材の活用や、北海道のバイオベンチャーによる沖縄県内の研究開発拠点設置など、企業連携が活発化しつつあります。

また、地域間連携による沖縄国際航空物流ハブを活用したアジア展開の動きも活発化しています。2013年11月に開催された「沖縄大交易会プレ交易会」には、北海道企業が

多数出展し、県内企業や海外バイヤーとのビジネスマッチングが行われました。今後、両地域の素材の強みを活かした海外向け商品の開発など、新たなアジア展開の取り組みが期待されています。

一方、北海道には食の総合産業化を拡充する「フード特区」が指定され、健康食品に関する独自の臨床システムが構築されています。また、北海道版トクホといわれる「北海道食品機能性表示制度（愛称：ヘルシーDo）」も始まりました。多様な機能性素材を持つ沖縄と、独自の制度を持つ北海道が連携することで、県産素材を活用した健康食品の認定取得はもとより、双方の素材を活かした高付加価値な商品開発など、新たな展開が注目されています。

今回の協定を機に、沖縄と北海道の産業振興を担う組織同士が一層密な連携を図り、地域間の経済交流活性化に資する新たなパートナーシップの構築に取り組みます。



連携協定調印式は北海道庁赤レンガ庁舎で行われた

タブロイド判 沖縄ベンチャースタジオ 39号

2014年3月20日発行
発行：（公財）沖縄県産業振興公社
☎098-859-6237
<http://ovs.jp>

編集：（株）ルーツ
広告：（株）アドスタッフ博報堂
☎098-862-4459
e-mail：k-kakazu@adsta.co.jp

本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下さい。