

- 1 **くがにくとぅば[黄金言葉] vol.235**
沖縄から100年続く全国ブランドを目指して
株式会社 上間菓子店 代表取締役社長 上間 幸治
- 5 **地域リレーションシップ情報 233**
沖縄総合事務局経済産業部の取組について
サーキュラーエコノミーのすすめ
- 7 **おきぎんマーケティングレポート**
第95回おきぎん企業動向調査
(2024年1～3月期) 調査結果
- 18 **けいざい風水**
- 20 **県内景況・確報**
2024年2月の県内景況
- 28 **国内景気動向**
- 30 **沖縄マーケティング情報**
 - ①沖縄県内の事業所数・従業者数・人口・世帯数
 - ②世界の中の沖縄(年次)
 - ③グラフでみる沖縄経済
 - ④数値でみる沖縄県・全国の経済動向(月次)
- 50 **経済社会のできごと** (沖縄、国内・海外)
2024年3月



表紙写真/那覇ハーリー

沖縄から100年続く全国ブランドを目指して



株式会社 上間菓子店

代表取締役社長 上間 幸治



株式会社 上間菓子店は1966年に菓子卸販売業として創業し、1981年に菓子製造業へ転身。スッパymanに代表される様々な人気商品を開発し成長を続けてきました。今回は、昨年同社の代表に就任した上間 幸治社長に、上間菓子店のブランド戦略や今後の展望などについてお話を伺ってまいりました。

上間菓子店の歩み

上間菓子店は1966年に菓子卸販売業として創業しました。その後、沖縄の本土復帰に伴い本土の企業が沖縄に進出してくる中で卸販売業では厳しいだろうと創業者である当時の社長、私の父が考えたことが菓子製造業へ転身したきっかけです。

もともと干し梅に味付けしたものを食べる文化は中国や台湾にあり、それが沖縄に輸入されていました。当時、食べられている干し梅は日本で使用が禁止されている甘味料が含まれていたため、その作り方を創業者が台湾で学んで甘味料は日本で許可されているものに変更し、製造したものがスッパymanになり、1981年に日本初の干し梅メーカーとなりました。



県内で認知を得たのち、90年代後半、県外に拡大すべく、親子で全国の展示会に出店しハッピを着て「沖縄から来ました！スッパymanで～す！」と声を上げてPRしていましたが、全くうまくいきませんでした。その頃は、沖縄から売る物なんてないと言われ、ほとんど見向きもされないような状況が続き、19歳～22歳の頃で懐かしい思い出です。

しかし、その後、ある歌番組の生放送で有名タレントがスッパymanの名前を出したことで一気に認知が広まり、今でいう「バズる」という状況になりました。いくら認知が広まっても店頭の商品が並んでいないことには購入もできないのですが、地道に展示会に参加し続けたことで様々なバイヤーとつながっていたので、小売店もすぐにコンタクトを取ることができ、商品を展開することができました。ここまでが、スッパymanが全国区の商品になるまでの一連の流れです。

社長と上間菓子店とのかかわり

私は、小学生から仕事の手伝いを行っていました。干し梅の取り込みや包装の手伝いなどをしていて、父の車の助手席に乗って国際通りの小売店を回ったことが特に思い出に残っています。そういう意味では父の背中を見て育ったのかもしれませんが、小さい頃から何となくですが、上間菓子店と関わり続けていくのだろうという

イメージは持っていました。

高校卒業後は目標もなく大学に進学するよりはと大阪に働きに出ました。様々な仕事を経験する中で、当時大阪で一番土地が高いと言われていた心斎橋アメ村で戦いたいと思い、そのアパレル店員として働くことになりました。

最初はうまくいかなかったのですが次第に覚え、4~5坪ほどの店舗で月1,000万の売り上げを出せるようになりました。しかし、成果を上げ続けるうちに店長候補になってしまい、このままでは帰郷できなくなると思い退職しました。このころに単価や利益率の知識を得ていたことが後のショップへの展開に生きています。その後、上間菓子店に戻り、事業に本格的に携わっていくことになりました。

ブランドの価値を高める

我々は商品展開において沖縄という立地から考えました。日常菓子という単価が低い商品を取り扱うため多売しないとイケません。そうすると県外のマーケットに進出する必要がありますが、どうしても物流コストの問題に直面します。沖縄という立地で造る以上は完全に解消することができない問題であると認識しています。



この問題を抱えた上で継続的に全国展開する為には、運ではなく戦略的にブランド価値を高めないとイケないと考えました。その為にあらず全国認知度を上げないとイケないがこれまで通り干し梅だけやっていて良いのだろうかという

思いがありました。そこで、様々な商品を開発・展開し、それぞれの商品にそれぞれのファンをつくり、上間菓子店の商品をOEMでも製造し、多くの人に知ってもらう必要がありました。

ブランドの価値を「コラボ」で高める

商品を色々なところで認知してもらう方法としてコラボも分かりやすく非常に有効的でした。

我が社が初めてメディアを使いコラボを行ったのが学生でした。2008年に真和志高校の写真部が写真甲子園に優勝したことをニュースで知り、スッパマンを食べたときの甘酸っぱい顔の写真展を開催しました。翌年には、浦添工業高校のデザイン科とコラボし、スッパマンTシャツの制作を行いました。これらのコラボは、多くのメディアに取り上げていただいたことに加えて、生徒の親御さんたちにも非常に喜んでいただきました。そして、学生や異業種と交わることで新たな何かが生まれることが分かりました。



次は企業とのコラボに取り組みました。最初は県内企業、続いて県外企業とコラボし幅広い商品展開しました。ブランドには、認知度が50%を超えると独り立ちして歩き出すタイミングがあります。

12年前は学生コラボで始まった企画が、2020年からはカルビーさんのポテトチップスやバンダイさんのガンダム、ユニクロさん、ポケモンさんのピカチュウ、今年は昨年日本一となった阪神タイガースさんなど、各業界のトップとも言える企業からお声がけ頂き、アーティストではオレンジレンジさん、BEGINさんなど、ジャンルを横断し、ブランドの認知を広げることができました。今では全国認知度約70%となり、単品商品ではできなかったと思います。

経営には縦軸のバーティカルと横軸のホリゾントルの二軸の考えが有り、横軸のブランディング、ホリゾントルブランドマーケティングを提唱し、展開しています。

感動とサプライズを与える

私は2023年に社長に就任したのですが、就任前後にかけて様々な取り組みを行いました。担当したEC通販、工場見学と併設の商店、他には企画、デザイン、輸入など兼業し、最近では新機械導入、業務効率化のためのDX化、22年にはスッパマンショップ国際通り店のオープンし、本格的に小売に進出です。翌年には美浜店も出店するのですが、国際通り店はコロナ禍でのオープンになりました。もちろん反対意見は有りましたが、22年から23年にかけてコロナが収束することを予測していた事もあり、オープンから好調に推移しています。

店舗では“感動とサプライズを提供する店づくり”を目指しています。小売店にとっての最大のライバルはAmazonなどのネットショップだと考えています。Amazonは優秀なアルゴリズムにより顧客に適した商品の提案やロングテール戦略での商品の豊富さ、物流革命などありますが、1つのインフラだと思っています。彼らが出来ない事をショップでは提供していただける様に心がけて、菓子類以外にもTシャツやグッズ、面白いデザインのトランクやスケボーなどネットでは出会えない商品に出会うことができる体験を重要視しており、ここでは書けませんが、店に行くからこそその魅力に力を入れています。

私も含めビジネスパートナー（株）コスミック）とデザイン、商品開発を行っており、開店前からの計画通り、ショップ売り上げの約半分がアパレル、グッズによるものです。



▲スッパマンショップ国際通り店にはTシャツ等多数の商品が並ぶ

100年続く全国ブランドを目指して

上間菓子店は二度の事業承継を経験し、私は三代目になります。事業承継は会社が生き残るために必要不可欠なことです。第一に考えなくてはいけないことは、上間家が事業をしているからスッパマンを買っているお客様はいないということです。親族であればより良いかもしれませんが、絶対の条件ではありません。商品やサービスを受け継ぎ、会社にとっての価値を産み、マーケットに対して喜びを与えられる者であれば親族、第三者承継どちらでも良いと考えています。

そのような中で、事業を承継した際、我が社の意義はどのようなところにあるのかを考えました。創業者である父は商品を開発し、挑戦していくという姿を見せてくださいました。二代目社長である兄は「おいしい笑顔が見たいから」をテーマにコロナ禍を乗り切ってくれました。

そして私は、“沖縄から100年続く全国ブランドを作る”ことが使命だと考えました。県外や海外に行くとも何百年も続いているブランドがたくさんあります。一方沖縄は、100年以上続いている全国的なブランドを持つ企業は無いはずです。全国認知されているオリオンビール、沖縄ブルーシールも戦後に創業されました。それは地上戦で焼け野原になり経済がリセットされた事が原因の1つだと思います。最も立地ハンデある沖縄から100年続く全国ブランドを作る。その為には社会予測し適応する企業になる事が必須となり、その舵取りをするのが経営者です。ビジョンに従業員と共有し、沖縄の誇りを胸に、これからも様々な展開に挑戦し続ける所存です。



げいざい 風水



にぎわい取り戻す古都 首里

文化継承へ地域連携に力

沖縄銀行 首里支店 支店長
渡嘉敷 司

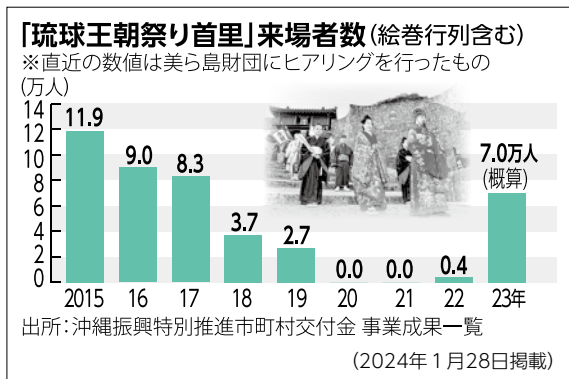
去る11月3日から5日にかけて「琉球王朝祭り首里（首里城復興祭）」が開催されました。「那覇ハーリー」、「那覇大綱挽」と並ぶ「琉球王朝祭り首里」は、那覇三大祭りの一つとしてこれまで多くの県民や観光客に親しまれてきました。

琉球国王の正月参詣の行列を再現する「古式行列」は、今回6年ぶりに通常開催され、国王や王妃ら約250人の行列に加え、「各町旗頭ガーエー」や「獅子舞」、「子供エイサー」による迫力満点の演舞が県道29号線の龍潭（りゅうたん）通り（池端～鳥堀交差点）で華やかに繰り広げられました。

2015年以降、来場者数の減少に加え首里城正殿の火災による中止や、新型コロナウイルスの影響で規模縮小を余儀なくされていたものの、「首里城復興基本計画」によるさまざまな復興イベントの開催により、今年来場者数は7万人と大きく増加しました（琉球王朝絵巻行列含む）。現在の首里城正殿の工事現場には、実寸大のグラフィックが描かれ、26年秋の復元に向け、官民一体となった再建の取り組みが行われています。

また、祭りを盛大に成功させるための地域連携にも力を入れています。運営母体である「首里振興会」と、「首里自治会連合協議会」を中心に、伝統文化の継承やふるさとへの誇り、後世につないでいく大切さを共有・共感することが原点になっているものと思われます。

皆さんも、琉球文化が生まれた“古都 首里”の街並みを楽しんでみてはいかがでしょうか。



マリンタウン地区整備

地域経済への波及期待

沖縄銀行 与那原支店 支店長
渡真利 晋

2023年10月、沖縄県は与那原町と西原町にまたがるマリンタウン地区に整備する大型MICE施設について、事業の実施方針を公表しました。29年3月の供用開始に向けた準備が、いよいよ進んでいくことになります。与那原町においても周辺道路の整備を進めていく他、公有地を有効活用した事業等、大型MICE施設を中心とした周辺環境整備の計画も進められています。

「与那原町マリンタウン地区公有地土地基本構想」および「与那原町マリンタウン地区公有地土地利用基本計画」では、スポーツツーリズムをコンセプトとした整備を行うことが示されています。スポーツ・ウェルネス拠点、宿泊・滞在拠点、芝生の交流拠点として3街区を整備し、それぞれの拠点と既存施設の連携によりエリアの価値を高めるイメージです。大型MICE施設や公有地を有効活用した事業により、他地域から多くの方が与那原町を訪れることで地域経済への大きな波及効果が見込まれ、与那原町マリンタウン地区の魅力向上と地域経済の活性化につながることを期待されます。

行政、各種団体、地域の企業が協力して取り組む他、金融機関としても地域内の企業や事業者がこの機会を最大限に生かせるよう、多種多様な支援を行うことで地域全体の経済発展につながる役割を果たすことも求められています。本計画の目的である沖縄観光ブランドの形成を推進し、与那原町を訪れる方だけでなく、地域の住民や事業者にとっても魅力ある地区になることを期待します。

マリンタウン地区に整備される拠点とその機能

対象地	スポーツ・ウェルネス拠点	宿泊・滞在拠点	芝生の交流拠点 (与那古浜公園)
期待するサービス・機能	<ul style="list-style-type: none"> アスリートのトレーニングケア対応 地域住民の心身の健康の維持促進 	<ul style="list-style-type: none"> スポーツ合宿 ビジネス対応機能 飲食店の機能 	<ul style="list-style-type: none"> 賑わい創出の促進 公園利用者の利便性促進

出所：与那原町マリンタウン地区公有地土地利用基本計画より作成
(2024年2月4日掲載)



八重瀬町 カラベジプロジェクト

彩り豊かな食と生産者の接点

沖縄銀行 八重瀬支店 支店長
新田 達郎

八重瀬町は、ピーマン、紅芋、マンゴー、インゲン、オクラ、ドラゴンフルーツなどの農産物が県内トップクラスの生産量を誇る、農業の盛んな地域であり、2021年の農業産出額は35億円にも上りました。

09年より八重瀬町商工会ではこれら彩（いろど）り豊かな農産物をカラフルなベジタブル、略してカラベジとネーミングし、カラベジプロジェクトと銘打ち、農産物を活用して地域経済の活性化に結び付けることを目指した取り組みを行っています。

これまでの取り組みとして、09年にシンボルマークやブランドストーリーによるブランディング、10年に商品開発や推奨品認定制度の制定、さらには県内外で物産展の開催等を実施してきました。

18年からは「カラベジファーマー認証制度」を開始し、農家における三つの独自基準（生産基準、安全基準、環境基準）を設け、土づくりや栽培管理、土壌流出防止など環境に配慮した持続可能な農業を目指してきました。現在は12農家がその認証を受けています。また、料理教室や農業体験など、生産者と消費者の接点づくりにも取り組んでいます。

今後は、カラベジファーマー、カラベジ加工品の推奨、カラベジを使ったメニューを提供する飲食店等でブランドコミュニティを構築し、農業と地域の連携をより強くするという展望があります。この活動が田園と都市が調和するまち、八重瀬町のさらなる発展につながることを期待しています。

八重瀬町カラベジプロジェクトの今後の展望イメージ



出所：八重瀬町カラベジプロジェクトHPを基に作成

(2024年2月11日掲載)



沖縄の新たな観光施設

いつでも楽しめる場所を

沖縄銀行 東京支店 支店長
又吉 謙

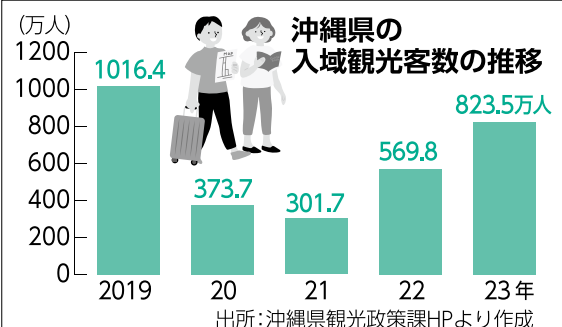
昨年5月に新型コロナが「5類感染症」に移行し、沖縄県へ訪れる観光客は順調に回復しています。2023年の沖縄県の入域観光客数は、823万人となり、過去最多を記録した19年の81%の水準まで回復しました。

このように順調に回復を続ける沖縄の観光ですが、さらなる成長を目指すためには、一人当たり消費額の伸び悩みへの対応、冬場や悪天候時に左右されない、多様なエンターテインメント施設の充実などの課題がたびたび指摘されています。特に沖縄は雨が多い地域であり、雨の日に訪れることができる施設は今後の沖縄の観光発展に重要です。

このような中、今年4月に天候に左右されない観光施設として豊見城市にミニチュア・テーマパークがオープンします。

同施設は、東京に続き国内2例目の施設で、ミニチュアで再現した実際にある街並みや琉球王朝などを見学し楽しめるほか、自分そっくりのフィギュアを3Dプリンタで作成し施設へ設置するなどの楽しみ方ができます。また、施設内でミニチュアを実際に作成したり、プログラミング学習が体験でき教育目的でも活用が予定されています。

沖縄観光の課題となっていた冬場や悪天候時のエンターテインメント施設の充実へ貢献するだけでなく、教育施設として修学旅行を誘致する際の呼び水となる可能性を秘めています。今後も沖縄特有の課題を解消し、新たな付加価値をもたらすスポット誕生による、沖縄観光のさらなる発展を期待します。



出所：沖縄県観光政策課HPより作成

(2024年2月18日掲載)