



有限会社サンシャトゥー

代表取締役 今村祥氏

石垣島の自然を守りたい。
そのために、島の素材で地域振興を図った。

連携パターン

工主導

参入のきっかけ

石垣島の環境を守るため

■島の環境を守るために生まれたせっけん

八重山で初の化粧品製造業の認可を受けた石垣市の化粧品製造会社「サンシャトゥー」が、月桃や石垣牛の牛脂を原料にしたせっけんを発売し、話題になっている。これまであまり利用されていなかった資源の活用に注目が集まっているわけだが、「サンシャトゥー」代表の今村氏は、「特別に珍しい商品ではありません」と話す。今村氏はもともとアロマセラピーの専門家であり、リラクゼーションや美容維持に留まらない代替医療としての研究も行っている。

「牛脂と言うと皆さん驚かれますが、つまりはグリセリンです。動物性のせっけんは肌になじみや、保湿効果が高い。ですから、牛脂を使うことは廃棄物利用というよりも、ただ島にある良い原料を使っているだけです」

同じく島にある月桃の殺菌・防腐効果にも注目し、牛脂の動物臭を消すため月桃から抽出したエキスを配合し、「結のこころ」として商品化に至った。

注目すべきは、商品の生産体制だ。原料となる牛脂や月桃は、すべて石垣島で調達している上に、月桃エキスの抽出技術を市内の農家に提供し、もっと島の資源を活用してほしいと呼びかけているのだ。月桃の収穫やそのエキスの抽出、それぞれの作業を農家に依頼するなど、雇用支援にも幅広く貢献している。その根底にあるのは、石垣島の海やサンゴ、自然を守りたいという気持ちだ。

「10年前、初めて石垣の海を見て感動しました。ここで仕事をしたいと思い、会社を立ち上げたのです。でも海はどんどん汚れていって、何か環境保護に繋がることができないかと模索した結果が月桃をグリーンベルトとして活用することでした」

月桃は地中に広がって根を張るため、赤土を包み込



水蒸気蒸留器。収穫された月桃の葉から、エキスを抽出する。

み、海への赤土流出を防ぐことができる。今村氏は農家を回り、畑の周りに月桃を植えてくれるよう頼み込んだと言う。

その分畑に植える作物が減るわけだから、農家に負担がかからないよう、グリーンベルトとして植えた月桃のみを会社で買い上げ、せっけんの原料にしている。

「月桃そのものにも魅力はありますが、ビジネスのためだけに植えるのではなく、環境を守ってもらうために植えていただく。それを加工する段階でさらに農家の方に手伝っていただき、お客様がせっけんを買うことで環境保護に繋がる。ある意味、ソーシャルビジネスの考え方ですね」

現在は、環境保護の証明書を出してもらえるよう行政と交渉中だという。

■「いいもの」だけでは通用しない

今村氏は、今後も島の素材を使い続けていくために、もっと専門家と連携を取り、商品価値を目に見えるものにしようと関係機関に働きかけている。

「大学や医療機関で、商品や素材の有効性を検証してもらっています。効能を数値化して目に見えるデータにしたいんです。これからは、島のいい素材を使っていますというアピールだけではやっていけないと思います」

非常にシビアで現実的な展望だが、同時に、環境保全への強い意志が伝わってくる。

「もっと島の人たちに自分たちの島や環境を守るために月桃を植えていただきたい。我が社の商品やノウハウが、環境保全の役に立てば嬉しいです。地元産のオイルや化粧品の開発にうちの技術をうまく利用して欲しい」と締めくくった。



石垣島の黒毛和牛の牛脂を使用している。月桃配合で、独特の香りとしっとりした泡立ちが魅力。

琉魂異才

伊波 貢 (いは みつぐ)



株式会社海邦総研取締役経営企画部長
社団法人日本証券アナリスト協会検定会員
元独立行政法人中小企業基盤整備機構
沖縄地域活性化支援事務局プロジェクトマネージャー

沖縄流成功企業の6PS Part.1

沖縄企業の成功事例を見ると、マーケティング・ミックスの4Pに加えて「人」と「情熱」、さらにはしたたかな「戦略」というキーワードが存在する。やはり「沖縄流」が成功の大きなカギだ！

●沖縄流の成功法則に学ぶ

今月号より、『琉魂異才』というタイトルで、沖縄流の経営手法のススメという観点から、執筆させていただきたい。タイトルは和魂漢才になぞらえて、必要なのは和(日本)の精神以前に、琉球(沖縄)の民族としての精神、漢(中国)だけでなく、異(世界)の学問・知識を学び、それを沖縄流に取り入れることが大事だというメッセージを込めたつもりである。

県外・海外の経営者の講演・セミナーを聞いて感銘しつつも、沖縄という地域の、自分のサイズでそれを実践しようとした時に、規模と人が違い過ぎて上手く取り入れきれないと感じる経営者も多いはずだ。私自身そう感じる事が多く、結局のところ基本ベースは一緒だが、地域にあったやり方に自分でアレンジするしかない。一方、沖縄でも成功していると言われる企業の経営者の方々とお話ししていると、「この人は本物だ!」と驚かされることも多い。なにせ目つきが違う。話した瞬間から惹きつけられ、考え方などをお聞きするとメモせずにはいられない。

「なるほど、これはドラッガーの〇〇論の様な考え方ですね」と私が言うと、「ドラッガーって誰ね～」という答えが返ってくる。実に楽しい瞬間である。二宮尊徳が弟子に「お前は豆の字を知っているか」と尋ね、紙に豆の字を書いた弟子に「おまえの豆は馬は食わぬが、私の豆は馬が食う」と本当の豆を示したという話を思い出す。当然ながら、学問より実践されている方から学ぶことの方が多い。私達のシンクタンク業は、こうした実践者の考え方を体系的・理論的に整理し、他の方々に分かりやすく解説するという翻訳者のような役割も仕事の一つである。

物事・理論の真理というのは場所・地域によって決まるはずはなく、本気で成功しようとする者が会得しているものだと思う。つまり、沖縄企業が成功す

るためには、沖縄で実践し、成功している企業に学ぶべきことも多いはずだ。そこで、これから数回に分け、県内のものづくり企業の成功事例を、マーケティング戦略に基づき、とりわけ沖縄流にこだわって解説していきたい。

●4Pプラス「人」と「情熱」が成功のキー

まずは、沖縄の多くの企業経営者からお話を聞いた中から、私なりに解釈した成功のポイントを『6PS』というキーワードにまとめてみた。商品を売るときには対象となるお客様を決めて、主に4つの視点で具体的な展開方法を考えるとと言われる。製品(Product)、価格(Price)、流通経路(Place)、販売促進(Promotion)の4つで、4つの英語の頭文字をとって4Pと言われる。ここまでは教科書的な話として、沖縄の場合は特にこれに人(Person)と情熱(Passion)の2つを加えた6P、さらには戦略(strategy)を加えた6PSが成功の鍵になるといえる。

ファミリーや、バイヤー、専門家等の「人のネットワーク」がポイントで、戦略を練る時は家族一緒に旅行に出かけるという経営者もいる。また、共通して持っているのが試練を乗り越えきれるだけの強い「情熱」。そして、勝つための「戦略」を知っている。シンガポールが戦略で繁栄してきたように、沖縄も限られた物的・人的資源で戦うには、勝つための法則を知ることが大事だ。次号以降では、具体的事例を交えながら沖縄流の成功法則6PSについて解説を深めていきたい。

琉魂異才...琉球古来の精神を失わずに、異国の学問・知識を地域にあった形で消化・解釈し、ビジネスに活用しようというメッセージを込めた造語。