

# 「地元シフト」一層鮮明に



1年4カ月ぶりにリニューアルオープンしたブルーシール本店でアイスを買求める人々＝23日、浦添市牧港の同店

## ブルーシール本店新装

### 原点回帰、アイスに注力

23日に1年4カ月ぶりにリニューアルオープンした浦添市のブルーシール本店。フォーモストブルーシール(村上琢磨社長)はコロナ禍で観光客需要が「蒸発」した経験を機に、地元客からの支持を強化する取り組みを続けてきた。今回は「目玉」として県民のライフスタイルに合ったドライアイスも初めて導入した。誕生日会などで使える「パーティールーム」も設けるなど、比較的滞在時間が長い傾向にある地元客がゆったり過ごせる空間を意識し、「地元シフト」をより一層鮮明にした。(1面に関連)

新店舗の延べ床面積は1の1.5倍で、年間の来店・3倍の40万人に増やす目標。1階には200席がある。2階は比較的空間に余裕を持たせた67席。

2階は1963年に浦添市に本店が移転して以降のブルーシールの歴史が分かる写真や資料の展示や、グッズ販売のコーナーがある。70年代前後の映画も上映している。予約制のパーティールームは2時間まで使える。

グッズ売り場ではオリジナルのTシャツやバッグなどを販売する。年に4回ほどは地元のアートイベントを中心とした作品を販売するイベントも開く予定。

一部で人気が高かったハンバーガーは、新本店の完成を機に全店で販売を始める。「原点回帰」で主力のアイスやクレパシなどアイスの販売に注力する。(鳥袋良太)

1年4カ月ぶりに新本店を開店したフォーモストブルーシールの村上琢磨社長との一問一答は次の通り。

―来店客の目玉は何か  
「40万人を目指している。現状の売り上げは地元客が60%、観光客が30%、ネット販売が10%くらいだが、地元客の割合を70%くらいまで引き上げたい。一つの目玉はドライアイス。今、ドライアイスが不足している。地元客はドライアイスが6割、観光客が3割、ネット販売が1割。ドライアイスが不足している。地元客はドライアイスが6割、観光客が3割、ネット販売が1割。ドライアイスが不足している。」

―商品展開は  
「やはり主力のアイスに力を入れることにした。今回の牧港本店のリニューアルは販売をハンバーガーは販売を終了する。人気もあつ



村上琢磨社長一問一答

1年4カ月ぶりに新本店を開店したフォーモストブルーシールの村上琢磨社長との一問一答は次の通り。

―来店客の目玉は何か  
「40万人を目指している。現状の売り上げは地元客が60%、観光客が30%、ネット販売が10%くらいだが、地元客の割合を70%くらいまで引き上げたい。一つの目玉はドライアイス。今、ドライアイスが不足している。地元客はドライアイスが6割、観光客が30%、ネット販売が1割。ドライアイスが不足している。」

―商品展開は  
「やはり主力のアイスに力を入れることにした。今回の牧港本店のリニューアルは販売をハンバーガーは販売を終了する。人気もあつ

## 県内客7割へ目玉導入

地元客との関係強化を打ち出した。2階にはシアターコーナーやパーティールームを設けた。家族の楽しい時間をブルーシールが登場してほしい。売れ筋上位の塩ちんすこう味をはじめ、島パインコナツやシックワサー味などもあるが、県産素材を使った商品展開も続けていく。

―地元客との関係強化を打ち出した。2階にはシアターコーナーやパーティールームを設けた。家族の楽しい時間をブルーシールが登場してほしい。売れ筋上位の塩ちんすこう味をはじめ、島パインコナツやシックワサー味などもあるが、県産素材を使った商品展開も続けていく。



「かきん森のマルシェ」をPRする沖繩海邦銀行の眞喜屋直人主任調査役＝23日、那覇市那覇の琉球新報社

## 海銀旧松尾店「森のマルシェ」

29日から国際通り沖繩海邦銀行(新城一史頭取)は空き店舗となった旧松尾支店を活用したテストマーケティング「かきん森のマルシェ」(かきん森のマルシェ)を29日から開始する。海銀の取引先事業者支援の一環で、自社の商品やサービスのPR活動に使用することができ、観光客が多い立地を生かし、自社製品・サービスに対する顧客の反応を確認することで今後の事業戦略などに活用していく考え。外観デザインはイラストレーターのpokke104さんが手掛けた。小さな草木から大きな森へと大きくなるよう、事業者も大きく成長してほしい。(当間詩朗)

大阪市の淀屋橋odona前で開催される。県産品の消費拡大などを目的に今年で3回目。JAおきなわ、県産物産社、沖繩ハム総合食品、オリオンビールの4団体が出席する。旬の農産物のほか、今年6月から販売中のプレミアムマンゴーや16日から販売

開始したオリオンの数量限定商品「WATTA(ワッタ)ハスカップ&グアバ」なども並ぶ。JAおきなわの金城賢也さんは「沖繩を代表する多種多様な商品がそろっているので、多くの方に楽しんでほしい」と語った。(新垣若菜)



初任給引き上げの意義を語る吉田亮社長＝18日、うるま市市崎のタップホスピタリティポコ棟

## 技術職初任給30万円に

### うるま・タップ社 新卒の優秀人材確保

ホテルのコンサルティンクやシステム開発などを行うタップ(東京、林悦男会長)は、人材確保を目的として今年から新卒採用の初任給を引き上げた。研究開発に携わる大卒と高卒卒の技術職は30万円に、専門学校卒については28万円に設定している。

「優秀な人材を質・量ともに確保することが狙い。そのために若いうちから魅力ある給与を出して、競争力を高めたい。技術職の中途採用者は流動性が高く、離職者も多い。システムを外注化せず、一から開発していくことから、新卒者のプロパーを一定数そろえて育てていきたい。24年は新卒で(東京と沖縄で)13人の採用だが、25年はさらに20人の採用を狙っている。大半は技術職を予定しており、約半数は沖縄で勤務してもらう。」

―今後の展望は  
「観光業はDX(デジタルトランスフォーメーション)が進んでいない。全国で700の施設にシステムを導入してもらっている。観光立県の沖縄から、沖縄の人材で、観光業の生産性の向上に貢献する技術開発を進めていきたい。(聞き手・玉城文)

## 大阪で「いつでも朝ごはん」

### ディーズプランニング 県外初の心斎橋店

大阪を代表する繁華街心斎橋で、ベストウェスタンホテルフィナンシャルタワー1階にオープンした。那覇市の国際通りを中心に5店舗を展開しているが、県外進出は初めて。

―「いつでも朝ごはん」を展開するディーズプランニング(那覇市、義元太蔵社長)は、このほど、心斎橋の家庭で食べられる朝食をコンセプトにした「いつでも朝ごはん」の心斎橋店を大阪府にオープンした。那覇市の国際通りを中心に5店舗を展開しているが、県外進出は初めて。



大阪を代表する繁華街心斎橋で、ベストウェスタンホテルフィナンシャルタワー1階にオープンした「いつでも朝ごはん」の心斎橋店

## 大阪で県産品PR

### あすから2日間、沖繩マルシェ

沖繩の特産品をPRする「大阪御堂筋沖繩マルシェ2024」(農林中央金庫那覇支店、県農林水産物販促進協議会主催)が25、26日の両日、

銘柄	終値	前日比
東証1st	15793	▲0.01
東証2nd	14959	▲0.01
東証3rd	3867	▲0.01
東証4th	23256	▲0.01
東証5th	21568	▲0.01
東証6th	19990	▲0.01

銘柄	終値	前日比
東証1st	15793	▲0.01
東証2nd	14959	▲0.01
東証3rd	3867	▲0.01
東証4th	23256	▲0.01
東証5th	21568	▲0.01
東証6th	19990	▲0.01

銘柄	始値	高値	安値	終値	前日比	出来高
おきなわFG	2,687	2,711	2,653	2,711	▲43	47,700
琉球銀行	1,216	1,229	1,214	1,223	▲9	53,500
沖繩電力	1,111	1,132	1,107	1,110	▲1	372,600
沖繩セルラー	4,160	4,300	4,160	4,290	▲130	103,600
サンエー	5,150	5,210	5,130	5,150	▲40	62,400
全保連	719	731	719	727	▲8	45,200

銘柄	始値	高値	安値	終値	前日比	出来高
おきなわFG	2,687	2,711	2,653	2,711	▲43	47,700
琉球銀行	1,216	1,229	1,214	1,223	▲9	53,500
沖繩電力	1,111	1,132	1,107	1,110	▲1	372,600
沖繩セルラー	4,160	4,300	4,160	4,290	▲130	103,600
サンエー	5,150	5,210	5,130	5,150	▲40	62,400
全保連	719	731	719	727	▲8	45,200