

- 1 **くがにくとぅば[黄金言葉] vol.250**
“デザイン思考”×“スモールビジネス”
株式会社シーエムワイケー CEO 兼デザイナー 松丸 三枝子
- 5 **地域リレーションシップ情報 248**
沖縄総合事務局経済産業部からのお知らせ
インバウンドマーケティングから
輸出拡大の可能性を探ってみました
- 6 **おきぎんマーケティングレポート**
第100回おきぎん企業動向調査
(2025年4～6月期) 調査結果
- 16 **けいざい風水**
- 18 **県内景況・確報**
2025年5月の県内景況
- 26 **国内景気動向**
- 28 **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)
- 48 **経済社会のできごと (沖縄、国内・海外)**
2025年6月



表紙写真/竹富島 サンガラの滝

“デザイン思考”×“スモールビジネス”

IMYK See Em Why K

株式会社シーエムワイケー

CEO 兼デザイナー **松丸 三枝子**

今回は、那覇市壺屋の浮島通りに拠点を構え、デザイン思考を基軸にスモールビジネスの可能性を広げる株式会社シーエムワイケー代表・松丸三枝子氏。東京・アメリカ・沖縄と拠点を移しながら多様な経験を積み重ねてきた松丸氏に、その歩みと想い、そして沖縄での挑戦について伺いました。



Q：19歳で起業し、アメリカでも飲食業など多彩なビジネスを展開。その後UC BerkeleyやMITで学び直し、現在は沖縄でデザイン会社を運営されています。行動の原動力は何でしょうか？

A：最近になって気づいたのは、私の原動力は「使命感」というよりも、「誰かの期待に応えたい」という気持ちなのかもしれません。昔から、何かを任せてもらったときには全力で応えたいと思うタイプで、その気持ちが、今も挑戦を続ける力になっている気がします。

小学生の頃からデザイナーに憧れ、高校時代には広告の仕事をお願い負うようになり、自然な流れで今の道に進みました。振り返ると、いつも自分を信じて任せてくれた人たちの存在がありました。だからこそ、「期待に応えたい」という思いが、今も私を前に進ませてくれているのだと思います。

Q：東京の制作会社Graphnetworkは大手企業の案件も数多く請け負っていたと伺っていますが、順風満帆だった時になぜ渡米されたのでしょうか？

A：東京で大手企業の案件を数多く担当させていただき、充実した日々を過ごしていましたが、数年にわたり全力で走り続けた結果、いわば「エンスト」状態に陥ってしまったように感じています。仕事の内容も徐々にルーティン化し、新しいことに挑戦したいという思いが強くなっていきました。学生時代に留

学経験があったこともあり、アメリカでのビジネスには抵抗感はありませんでしたが、実際に現地で事業を始めると、日本とは異なるビジネスの進め方に戸惑い、順調に進んでいた東京での仕事とは違い、挫折を繰り返す日々となりました。挫折のたびに改善策を模索し、考え抜く中で、「もう一度体系的に学び直したほうが早い」と判断し、オンライン大学を経てUC Berkeleyに進学し、アートとビジネスを学びました。価値観が相反するこれら二つの分野に触れた経験は、今の私に大きな影響を与えています。MBAでは「利益を上げることが成功の証」と教えられる一方で、アートの世界では「自己表現の尊さ」が最重要視され、「利益追求が野暮である」といった価値観に出会い、多様な価値観が共存することの意義を実感しました。その後、デザインの本質やデザイン倫理、ビジネスの根底にある考え方をより深く探求したいという思いから、MITのIDM (Integrated Design and Management) プログラムで、デザイン、技術、経営を横断的に学びました。

Q：沖縄・浮島通りを拠点に選んだ理由を教えてください。

A：MIT在学中、ボストンの地元スモールビジネスが集まるBow Marketというモールで、日本の伝統工芸品を扱う「Crane&Turtle (鶴と亀)」というお店を始めました。ここでは、作り手とお客様が非常に近い距離で関

わり合い、その場で即興的に新しい商品が生まれることも珍しくなく、ものづくりの原点に立ち返るような感動を何度も味わいました。これまで東京やロサンゼルスで、大企業の大規模なデザインプロジェクトにも携わってきましたが、プロジェクトが大きくなるほど関係者が増え、個人の裁量が制限されてしまうジレンマを感じていました。だからこそ、自分の手で直接動かし、変化を実感できるスモールビジネスに強く惹かれたのだと思います。

10年以上過ごしたアメリカから帰国を考え始めた頃、東京以外の場所で新たな挑戦を試みたいという思いが芽生えました。そんな中、異なる独自の歴史や文化を持ち、外部からの新しい試みにも寛容な沖縄に強く惹かれました。特に那覇の浮島通りは、歴史の深みと現代的な感性が絶妙に重なり合う、不思議な魅力に満ちた通りで、「ここにしかない何か」を感じさせてくれます。地域の方々の温かさにも触れ、「この場所以上の拠点は無い」と感じています。



▲ギャラリーショップ兼デザイン事務所「See Em Why K」

Q：「デザイン思考」について、どのように捉えていますか？

A：デザイン思考とは、ユーザーの声を丁寧に拾い上げ、素早く形にして検証・改善を繰り返す反復的なプロセスです。これは、実はスモールビジネスの現場で自然に行われていることでもあります。たとえば、近所の八百屋さんが「こんな野菜を仕入れてほしい」と言われて、翌週にはもう店頭で並んでいるという話を聞いたことがあります。ユーザーとの対話を起点にサービスを磨き上げている、ま

さにデザイン思考の実践例です。沖縄にはこうしたスモールビジネスが多く、親子代々で営まれているお店や、少人数で切り盛りする企業が数多く存在します。そうした現場では、実は大企業が学びたくなるようなデザイン思考的なアプローチが、日々の仕事の中でごく自然に実践されています。

一方で、スモールスケールゆえにデザインに割けるリソースが限られ、魅力的な商品やサービスであっても、その価値が十分に言葉やビジュアルで表現されていないことも少なくありません。どんなに優れた取り組みでも、伝わらなければ支持を得るのは難しいものです。

だからこそ私は、現場の声をすくい上げ、その背景にあるストーリーや想いが伝わるかたちで表現する「デザイン」の力を大切にしています。見た目を整えるだけでなく、内にある想いをきちんと届けること。それが、私の目指すデザインです。

Q：沖縄のスモールビジネスの魅力について教えてください。

A：沖縄に限らず、スモールビジネスの柔軟性とスピード感は、大企業ではなかなか得られない大きな強みです。例えば東京やロサンゼルスでは、企画が通るまでに何段階もの承認プロセスが必要で、プロジェクトの立ち上がりに年単位の時間がかかることもあります。一方、スモールビジネスでは社長自ら現場に立ち、「いいですね、やってみましょう」と即決で進むことも多い。商品もすぐに店頭で並び、フィードバックを得てまた改善する。そのサイクルの速さと柔軟さがとても魅力的です。



Q：印象的だった商品開発の事例はありますか？

A：ある商品は、もともとスーパー限定で展開されていましたが、パッケージを一新したことで、空港や百貨店、県外の店舗でも取り扱っていただけるようになりました。新たなターゲット層からの反応が新鮮で、作り手側にも「こんな展開ができるんだ」という気づきや意欲が生まれました。特に、40~50代向けだった商品を20代の方に試してもらうことで、「若い世代からはこう見えるのか」と新しい視点が得られ、次の展開にもつながりました。こうしたプロセスこそ、「デザイン思考」の実践そのものだと感じています。

Q：デザイン料をいただかない場合もあると伺いました。

A：はい、ケースによっては「デザイン料」をいただかずに取り組むこともあります。パッケージデザインだけでなく、企画や販売まで一貫して関わるが多いため、一般的な受託の枠にとらわれない方法をとっています。たとえば、地元の作り手さんから中身だけを仕入れ、それに合うパッケージやストーリーを加えて販売するなど、商品全体の価値を一緒に育てていくやり方です。そうすることで、作り手の方には無理なく本業に専念していただきながら、私たちはデザインと流通の両面から支えることができます。きっかけは、ボストン時代に出会った職人さんの言葉でした。「あるデザイナーに勧められて大量生産したけれど、在庫だけが残った」と。その言葉が心に残り、「つくる」だけでなく「届ける」まで責任を持ちたいと強く思うようになりました。

こうした取り組みが評価され、2023年にグッドデザイン賞を受賞しました。今後も作り手と市場の間に立ち、それぞれの強みを活かす関係性づくりを追求していきたいと考えています。

Q：デザインだけでなく、デジタルアートや体験型の表現にも積極的に取り組んでいらっしゃいますね。こうしたアートとテクノロジーの融合について、どのように考えていますか？

A：MIT大学院では、夫とイマーシブアートの研究も行っていました。もともとプロダクト中心の社会に対して違和感を感じていたことがきっかけで、デザイン倫理について深く考えるようになりました。単に「モノを売るためのデザイン」ではなく、「形のない価値」を届けるデザインができないか模索し、現在はデジタルアートや空間演出、体験型のアートに強い関心を持っています。いずれはデジタルアートミュージアムを創り地域の文化と最先端技術を融合させる場に出来たら、と思っています。

Q：今後の展望について教えてください。

A：まずは、現在沖縄で展開している「See Em Why K」、新たに立ち上げたクリエイターの常設ポップアップスペース「HUE Creators Guild」、そして沖縄素材にこだわったジェラート&カフェ「Scoop」をしっかりと育てていきたいと思っています。ありがたいことに、チームメンバーにも恵まれ、地域のコミュニティも本当に温かい。この素晴らしい環境のなかで、壺屋界限全体がより賑やかになっていくことを願っています。

また、20年以上前に立ち上げ、今も私が代表を務める東京の制作会社Graphnetworkも継続して活動しており、そこで培った経験やネットワークを沖縄の事業にも活かしていきたいと考えています。加えて、デザインの枠を超えたデジタルアートの分野にも積極的に取り組み、新しい表現や価値創造に挑戦し続けています。

地域のイベントや交流の場も広げ、ポップアップやコラボレーションを通じて、新たな動きが連鎖的に生まれていく。そんな循環を大切にしていきたいと思っています。



▲主催の「壺屋ナイトマーケット」は毎回大好評



沖縄素材を使った
ジェラート専門店
"スcoop"



ジェラートメニューの一例

醤油麹をかけた島豆腐ジェラート
南城市のいちごミルクwith宜野座いちごのコンフィチュール
泡盛バナナ、泡盛ラムレーズン、泡盛ショコラ
タンカンソルベ+チョコレート麺ソース
うるま市「ぬちまーす」塩ミルク+サクサク小豆をのせて
なめらか紅芋ジェラート+オリジナル紅芋クッキー



Scoop : 那覇市壺屋1-1-11-1F

国内外のクリエイターが出店！
『沖縄』にフォーカスした商品を中心に
ストーリー性の高いアイテムを販売する
"ヒュー クリエーターズギルド"

デザイン、カルチャー、コミュニティ。

暮らす人にも、訪れる人にも。 沖縄の魅力、再発見。



雑誌、文房具、アートグッズ、アクセサリー、お菓子、おつまみ、おかず、お風呂グッズ、家具、インテリアなどなど

壺屋ビル2F
HUE Creators Guild

Scoopからsee em why kまで
徒歩20秒！



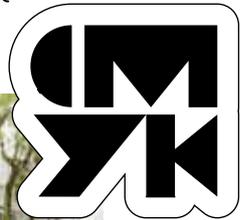
@huecreatorsguild

@scoop.okinawa

@seeemwhykdesign

沖縄ローカルビジネスと
商品やサービスを生み出す
デザイン事務所&ショップ
"シーエムワイケー"

see em why k / HUE : 那覇市壺屋1-6-2



壺屋ビル1F
see em why k

浮島通り

国際通り ▶



沖縄素材を使った
沖縄クッキー缶

3Dプリンターで作った
ローポリンサー



自社でデザインを手がけた
沖縄の商品が並びます！



けいざい 風水



増加する ゆいレール乗客数

キャッシュレス、より便利に

沖縄銀行 経塚支店長
上原 早美

沖縄都市モノレールが運行する“ゆいレール”の乗客数は、新型コロナウイルス禍で2020～21年度に大きな落ち込みをみせましたが、24年度には前年度比11.4%増の2,223万人となり、開業した2003年度以来初めて2千万人を突破し、過去最高記録を更新しました。

同期間における、沖縄県入域観光客数は新型コロナウイルスの影響で減少した後に24年度には995万人まで回復し、直近の25年3月には当月で過去最高の91万2,400人（前年同月比6万7,300人、8.0%増）となりました。

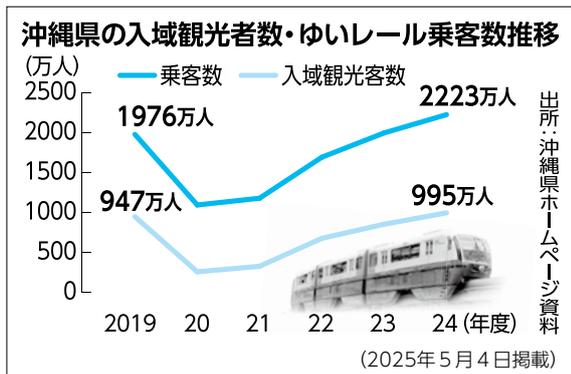
図表を見ると、双方とも同様なトレンドを示していることなどから、入域観光客数の増加は、ゆいレールの乗客数増加に寄与していると考えられます。

他方、19年10月に浦添市内にゆいレール「てだこ浦西駅」などが開通したことで、那覇市内とアクセスしやすく、県民らによる利用増加にもつながっていると考えられます。

今後は観光客に加えて県民や県外からのビジネス客の皆さんにとっての利便性のさらなる向上が必要です。

足元でキャッシュレス決済比率が高まる中、沖縄都市モノレールでも先行して交通系ICカードが導入されており、25年3月には「タッチ決済サービス」も利用可能となりました。

キャッシュレスへの取り組みによって、利用客の満足度が高まることが期待されます。県民の皆さまもぜひ活用してみてはいかがでしょうか。



梅雨時期の 業務量について

閑散期に戦略立案や人材育成を

おきぎん経済研究所 研究員
新垣 富宏

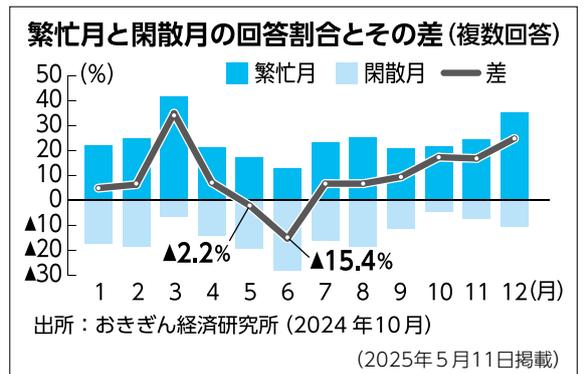
梅雨は春から夏に移行する過程でその前後の時期と比べ雨が多くなり、日照が少なくなる季節現象です。沖縄県の梅雨入りはGW明け頃、梅雨明けは6月下旬。沖縄県の多くの事業所で、この時期は比較的業務が落ち着く「閑散期」にあたります。

当社で実施した県内企業の繁忙差に関する調査で、繁忙月をプラス、閑散月をマイナスとして各月の状況を回答いただき、その差を数値化すると、5月と6月が閑散月となりました。主な業種として、土木業では公共工事が一段落する時期であること、その他サービス業（宿泊・飲食等）は観光客数が減少すること、運輸業は配送が落ち着くことなどが挙げられます。

全国的には2月と8月を主に売り上げ低迷を嘆く用語として多くの業界で「ニッパチ」が使用されていますが、沖縄県ではあまり当てはまらないようです。

繁忙差が大きいと設備の運用効率が悪くなり生産性が低下し、雇用面では正規雇用が難しくなるなどの影響が考えられます。沖縄県においては、気候による影響も受けることも踏まえると、平準化は難しい問題です。一般的な閑散期の対応として「重要であるものの、急ぎではない業務」を行う機会となります。例えば戦略立案や人材育成、マーケット分析など、重要であるものの十分に検討できなかった業務があるのではないのでしょうか。

プライベートでは、宿泊代金が安くなる時期のため県内観光をする、部屋の模様替えをするなどいいかもしれません。





県内のリース市場

柔軟な設備運用へ活用

おきぎんリース総合企画部経営企画課長
大城 貴志

アフターコロナにおいて県内のリース市場に追い風が吹いています。背景に観光業の復調、建設需要の回復、DX（デジタルトランスフォーメーション）への対応等、各業界が柔軟な設備運用を求めている中でリース活用が挙げられます。

主な事例として、観光業ではホテル設備やレンタカーの刷新ニーズが高まっています。設備や車両をリースで導入することで、初期投資を抑えつつ迅速な対応が可能になり、変化の激しい旅行トレンドにも柔軟に対応することができます。EV車両のリースも増加しており環境配慮型施策にも貢献しています。

建設業では公共事業や都市開発の需要回復等に伴い、重機や特殊車両のリース需要が拡大しています。リース活用で、最新設備を効率的に利用でき、業務の効率化とコスト管理の両立を図る企業が増えています。機械のアップグレードも容易で、持続可能な開発を支える基盤となっています。医療・福祉分野でも医療機器をリース導入する動きが加速し、小規模のクリニックでも高度な診療が可能になり、地域医療の質の向上に貢献しています。

県内経済はコロナ禍を経て大きく変容しています。このような中、リースの活用で資金の流動性を高め、企業の成長を加速させることで今後の事業発展を牽引する原動力となります。リースの柔軟性やスピード感が経済全体を力強く後押ししていくことでしょう。設備投資の際にはリースの活用を検討してみたいかでしょうか？



「平成の合併」20年

うるま市 多彩な催しで発信

沖縄銀行赤道支店 支店長
篠原 佑允

2005年、当時の具志川市、石川市、勝連町、与那城町の2市2町が合併し「うるま市」が誕生し、今年「二十歳（はたち）」を迎えました。総務省によると、基礎自治体の行財政基盤確立のため推進された「平成の合併」（1999年～2009年）のうち、合併件数が最も多かったのが05年であり、全国で325件の合併が行われました。県内では「宮古島市」も05年に誕生しました。

今年、うるま市では「二十歳」を迎えることを記念して、さまざまなイベントや記念誌の発行などが企画されています。うるま市HPによると市内各所の文化財を紹介する「うるまストーリー展（5月13日～8月3日）」、これまでのまちづくりを振り返り市の発展を支えた功労者を表彰する「うるま市誕生20周年記念式典（10月4日）」などが開催される予定です。

「サンゴの島」を意味する方言「うるま」から名付けられたうるま市は、ユネスコ世界遺産「琉球王国のグスク及び関連遺産群」の一つである勝連城跡や海中道路など、史跡や豊かな自然が楽しめる名所が多くあります。

また、闘牛やエイサーなどの伝統文化、津堅のにんじんやモズク、畳表のイグサ（ビーグ）などの特産品と多くの観光資源に恵まれています。

県外出身の転校生が地域の魅力を発見するテレビアニメ「沖縄で好きになった子が方言すぎてツラすぎる（沖ツラ）」が放映され、うるま市の魅力発信の好機となっており、注目されています。

