

とらえ、各加工業者を製造部門とし、商社的な営業活動を中心にかつ、シンクタンク的な働きをするリーディングカンパニーを目指そうとするものである。

紅いもを中心に、村内の特産品等の販路拡大を図ることをメインとしての活動が始まった。手初めにその年の春、読谷高校のセンバツ甲子園出場にあやかり、那覇市内にあるダイナハ（スーパーダイエ系）での物産展を開催。売場面積90坪を紅いもを中心に、すべて読谷村の物産で埋め、6日間に亘って展開したのである。

はじめてのことで少々赤字にはなったが、むらおこし会社ユンタンザの宣伝をするには十分過ぎる程の成果を見た。

県内のテレビ、ラジオ、新聞のほとんどが初日から取材し、中には社説や特別の記事としてとりあげる等ラッキーであった。

そしていよいよ琉球の風スタジオパークプラザ内にもユンタンザとしてのテナントが許され、その準備が本格化、多忙を極めることとなる。

6. これからのとりくみ

むらおこしの推進母体ユンタンザが誕生してから10ヶ月が経過した。

昭和61年からスタートしたむらおこし事業で紅いも菓子シリーズが誕生。今では20数点を数える和洋菓子ができ、年商1億を超すま

でに成長した。

紅いも自身も生産体制に大きな変化が生じ、メリクロン苗の導入からバイオ菌による土壌の改善、生産者の組織化まで整い、作付面積と収穫の増加が図られた。

そのことによって農協では、ペースト工場がつくられ、コストの安定化を配慮すると同時にユンタンザとの連携プレーの可能性が出て来た。

ユンタンザは、メーカーと組んで新商品サーターアンドギー（ドーナツのような沖縄の伝統菓子）、紅いもアイスクリーム、紅いもゼリーを開発した。この商品がにわかに脚光を浴び、売れは始めている。

そして今、ユンタンザに近畿地域での商談が持ちあがっている。これが成功すると大きな飛躍となる。他方2月中旬、四国のニチイでの物産展が決定し、村をあげての支援体制がとられるようになった。

ことごとくかように、このむらおこし会社ユンタンザには相手から商談が舞い込むのである。やはりむらおこし会社としての優利性があるのであろう。

今後ともこのユンタンザを中心に、紅いもにこだわり、読谷村の地域づくりのリーディングカンパニーとしての地位を確立し、読谷から東京、全国へと通用するモノづくりに邁進して行く決意である。

常識法話

◆ 財団法人の中味 ◆

財団法人は公益を目的として設立・運営される。名称を替え、中味を替えながら、この振興会も40年の長きにわたって、続いてきたのだが、それが良かったのか、悪かったのか、いまでも明確な判断がつかないところだろうか。

こうした財団の運営でもっとも難しく気をつかうのは、技術系出身の多い省庁部門との意見調整であろう。

法人の認許可権と、法人の存在・法人の経営・人事権とは、法律的には全く別なことであるが、役所の方がその点十分察知して、運用していただきたいことである。

幸い、当財団は役所の皆さんの暖かいご理解で何とか大過なく過して来たことであるが、認可者と運営者がもっと理解しあうべきであるのが本来の、そして実際の財団法人のあり方だと今では理解している。