



沖縄の6次産業化 × 人がつながる、未来へつなぐ。

見える! 地域ぐるみ産業力 VOL.03

2022年2月 発行= 沖縄県農林水産部流通・加工推進課 〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1-2-2 電話: 098-866-2255

見える! 地域ぐるみ産業力

vol.03



沖縄県

OKINAWA MAP



6次産業とは、

1次産業の継続発展を促す手段（生産物の付加価値を高め、収益を上げ、経営の安定化を目指す）として、加工品などの開発（商品化）に取り組むことを意味します。

では、その商品化で必要なこととは何でしょうか。

まず、食べてもらいたい、美味しいと言ってもらいたいという作り手の思いが込められていることは必須でしょう。その上で、存在感を高めて市場に受け入れられる商品にするためには、原材料となる生産物の固有性、地域で育まれてきた農林水産業の形、さらには地域固有の風土環境など、商品を支える背景を総合的に編集した「ストーリー」が必要です。

今号では、「地元産食材のブランディング」「フードロス改革」「ローカルプロデューサー」「スモールベンチャー」という4つの着眼から、6次産業化に取り組む人たちそれぞれのストーリーを取材しました。

作り手たちの熱量を通して、これからの沖縄の農林水産業の姿を一緒に探していきたいと思います。

1次産業を盛り上げたい！ 地元産食材の魅力を高めるブランディング戦略

一年を通じてパッションフルーツの美味しさを伝える商品があれば、フルーツそのものの認知度アップと人気を支えるエンジンになる



甘酸っぱさと濃厚な香りが特徴のパッションフルーツ。国内生産高第1位は鹿児島県で、2位が沖縄県と続く。スイーツの材料として人気があるものの、食べごろや食べ方がよくわからないという人が多く、生食用としては今ひとつ認知度に欠けることは否めない。そんな沖縄産パッションフルーツのブランディングを目的に、フルーツシロップ作りに着手したのが、「楽ワーク福祉作業所」の玉城達矢さんだ。これまで非加熱のハチミツや、ハチミツに自家栽培のフルーツと酢を加えたソースの商品化を行ってきた同

作業所が、次に手がけたのがシロップ。理由は、2019年に拡張した加工場が通年稼働できるまでには至っていないこと。主力商品であるハチミツの採取と加工の時期が春と秋であることから、それ以外のシーズンの活用方法として夏に旬を迎えるパッションフルーツの加工品に考えが至ったという。「完熟の一番美味しい時期の甘さと酸味を再現し、フルーツそのものの魅力を伝えたい」と玉城さん。生食の旬は限られるが、通年味わえる商品を提供することで、認知度アップに繋がったのだという。課題は、種をどの程度残すかということ。まずは入れない状態で商品化し、お客さんの反応を見ながら少しずつ変えていくつもりだ。果肉以上に香りが強い皮の活用方法も考えている。フレグランスや美容オイルなど、食品以外の展開も視野にある。

「余った果実を活用する意味もありますが、フルーツそのものの魅力を知ってもらおうことのほうが大切。美味しい実を育ててこそ、いい加工品ができる。『沖縄のパッションフルーツが一番だね』、そう言ってもらえることが何よりもうれしいですから。」

玉城さんは今後の目標として、「障がいをもっている人たちが地域のよい商品を作る。そういう流れをつくりたい」と語ってくれた。



南城市

楽ワーク福祉作業所

サービス管理責任者 玉城達矢さん

障がいがある人たちの就労の場として農業に参入。非加熱のハチミツ、そのハチミツと自家栽培のフルーツを使ったフルーツソースのほか、農業生産法人と共同でバタフライピーのシロップを商品化。新たに、パッションフルーツシロップの商品化に取り組む。

「完熟パッションフルーツの雫」
1,200円。自社農園で有機肥料を使って育てたパッションフルーツのシロップ。完熟フルーツの甘みと酸味を再現し、炭酸水や冷水、お酒で3倍に薄めて飲むほか、かき氷のシロップに使っても美味しい。



右上／春と秋で花が違うため、蜜の味も変わる非加熱の「琉球百花はちみつ」（左）と、自家栽培を中心に地元産フルーツを使ったフルーツソース「美ら酢」。右下／加工場を備えた「楽ワーク」の作業所。下／パッションフルーツのハウス。



CONTENTS 〈目次〉

1 1次産業を盛り上げたい！ 地元産食材の魅力を高めるブランディング戦略 03

【南城市】楽ワーク福祉作業所 サービス管理責任者 玉城達矢さん
【うるま市】黄金茶屋 店長 村田倫弥さん
【石垣市】ヤエスイ合同会社 代表 具志堅用治さん

2 伝統食の隠れた宝に光を当てる フードロス改革者 06

【南風原町】株式会社日新電器産業 食品事業部営業課営業課長 石川昇吾さん
【宮古島市】浜口水産株式会社 代表取締役社長 濱口美由紀さん

3 創造力で地域をけん引する ローカルプロデューサーたち 08

【石垣市】合同会社グリーンスファーム オーナー 柳田千晶さん・裕行さん
【久米島町】農業生産法人 有限会社アグリット久米島 大城瑠伊子さん・山里いずみさん
【石垣市】有限会社ガーデンパナ 製造部門主任 中村由紀子さん
【北中城村】きたなか荘弁当 代表 喜屋武文子さん

4 できることからコツコツと スモールベンチャー始めてみました 12

【宜野座村】バムセファーム 妻鹿晋介さん・三和さん
【宮古島市】あまくち屋 平良繁和さん

商品開発コーディネーターからのメッセージ 14

6次産業化人材育成活性化事業 事業紹介／編集後記 15

発行 沖縄県農林水産部流通・加工推進課
〒900-8570 沖縄県那覇市泉崎1-2-2
電話：098-866-2255
編集人 奥野俊志（株式会社アール・ピー・アイ）
編集協力 早坂妙子（株式会社ジャパンライフデザインシステムズ）
永田さち子
撮影 村上未知
デザイン 佐藤仁美

2022年2月
本誌は沖縄県農林水産部流通・加工推進課
「6次産業化人材育成活性化事業」（2021年度）の一環として制作しています。
本誌掲載の記事・画像・イラストの無断転載、複写を禁じます。



石垣市

ヤesai合同会社
代表 具志堅用治さん



石垣のマグロは旨い！
漁師7人による法人化は
まず地元の人に、いちばん美味しい
マグロを食べてもらうため

2019年、マグロはえ縄漁の漁師7人が集まり、合同会社設立。水揚げしたマグロを最も美味しい状態で届けるため、リアルタイムで漁獲量を把握できるデータ通信システムと、鮮度を保持するための設備を導入。大部分が廃棄されていた魚卵のからすみ商品化にも成功し注目される。

「ヤesai」のオフィスに備えつけられた2台の大型モニターには、海上の漁船の位置情報と、それぞれの船の漁獲情報リアルタイムで映し出される。魚種、数、大きさはもちろん、生きたまま上がった生きあがりか、漁獲途中で死んでしまった死にあがりか、かわかる。これにより、マグロの安定供給を望むホテルや飲食店に、いつ、どのくらいの量を提供できるかの情報が水揚げ前日には届くという。さらに漁船すべてに導入している「ナノバブル」装置により、生で美味しく食べられる日数が格段に延び、フードロス対策にも繋がった。

代表を務める具志堅用治さんに、合同会社設立の経緯を聞いた。
「自分たちが釣った魚を水揚げして終わりではなく、どこで誰がどんなふう

よく売れるが、実店舗での販売が伸び悩んでいるという。既存商品との統一性をもたせたインパクトあるパッケージデザインとともに、口どけや芋の配合も再検討中だ。
沖縄には意欲ある若手農家が多く、刺激し合えるのが楽しいと村田さん。3年目までは苦勞が絶えなかったが、最近はややく将来を展望する余裕も出てきたと話す。
「黄金芋の付加価値が高まれば、収入アップに繋がります。この芋を作りたい人で取り合いになるくらい人気になればいいですね。私自身が実績を上げ成功体験を見せることで、後に続く人たちに農業の魅力を伝えたい。両親を手伝うため短期間のつもりで始めた農業ですが、今は胸を張って言えます。『自分は農家です』」。

今は「農家です」と胸を張れる。
黄金芋の付加価値を高めるために
魅力的なスイーツを作り続けたい



うるま市

黄金茶屋
店主 村田倫弥さん

6年前、ひと足先に伊計島で黄金芋栽培を始めていた両親をサポートするため移住。プリン、タルトなどスイーツを商品化し高評価を得る。製造過程で余ってしまう卵白を活用するためフィナンシェを商品化し、既存商品とのシリーズで販売を目指す。



「芋を丸ごと使い、地元産の卵にこだわっているのに、卵白だけ使い道がなかったのです。これを使う商品としてフィナンシェを作りました。完成した商品はイベント会場では



これまでの商品は、「おきなわ島ふ〜どグランプリ」最優秀賞、全国推奨観光土産品の観光庁長官賞など、いずれも高評価を得ている。



右から、「うるまの金プリン」、「いもぼき」、地元商業高校と共同開発した「美らスイーツポテトタルト」。

フィナンシェは「お金持ち」という意味。「黄金芋で作れば“金の延べ棒”になる(笑)」と村田さん。

「黄金フィナンシェ(プレーン・黄金芋)」各220円。自家栽培の黄金芋の一部をエサに混ぜて育てた地元養鶏場の卵を使用。アーモンドプードルと焦がしバターを加えて風味をアップさせた。トースターで温めると、より濃厚な風味を味わえる。



「自分たちが釣ったマグロを、いちばん美味しい状態で食べてほしい」との思いをもった漁師が集まり法人化した。

ヤesaiの直営店では刺身のほか、天ぷら、そばなどの加工品も販売する。



「本マグロからすみパウダー」2,000円。石垣産クロマグロの卵巣で作ったからすみを加熱し、パウダー状にしたもの。チーズに振りかけてお酒のつまみにしたり、パスタやカルパッチョのトッピングや、炊き立ての白いご飯にもよく合う。



伝統食の隠れた宝に光を当てる フードロス改革者

「食べられる」を「美味しい」に変える。
異業種の視点が生んだユニークな商品

南風原町

株式会社日新電器産業

食品事業部営業課営業課長 石川昇吾さん



電器設備会社のノウハウを活かし、豚舎の電気工事をきっかけに「金アグー」の養豚業に参入。自社に加工場を新設し、その過程で大部分が廃棄される豚皮を活用した高タンパク・糖質ゼロの-snackを商品化。スポーツクラブを中心にニーズが高まっている。

「鳴き声以外、全部食べられる」といわれ、沖縄の郷土料理に欠かせない豚肉。しかし実際には、豚皮の大部分が廃棄されている現状があるという。これを商品化したのが、電設資材の販売、電気通信設備の設計・施工を手がける「日新電器産業」だ。電器会社と食品は畑違いに見えるが、県産ブランド豚「金アグー」を盛り上げてきたいとの思いもあり、養豚業と食肉加工に着手したことが、商品化へと導きつづけたことになった。

「沖縄県内でも豚皮を食べたことがない人は多いのです。全部食べられるはずなのに、食べられずに大量に廃棄される現場を見て、食文化として完結できていないことに疑問を抱きました」と話すのは、プロジェクトを担当する石川昇吾さんだ。

豚皮は高タンパクで、糖質ゼロの優れた栄養価をもつ食材。その点に着目し商品化したスナック感覚の「TONPI」は、一番柔らかい背中の豚皮のみをチップにし、特殊製法で焼きあげて余分な脂を落としました。味の塩は県産の雪塩、無添加にもこだわった。これにより20%のフードロス削減に繋がったという。今まで廃棄されたものが実は健康によい食材であった、そんな話題性もあり生産が追いつかないほど好評となっている。健康的なイメージを保持するためにも、今のところ量販店展開の予定はなく、健康志向が高い人が集まるスポーツジムなどの販売を考えている。

企画から完成まで、わずか6カ月で実現できたことには、アドバイザーの助言もあったが、異業種ならではの視点も役立ったという。



宮古島の魚にほれて夫婦で移住。
“旨い魚を余すところなく味わう”ために
これまでの商品開発の経験を活かし、
島全体を盛り上げていきたい

宮古島市

浜口水産株式会社

代表取締役社長 濱口美由紀さん



2015年、兵庫県より夫婦で移住。翌年に別会社を設立し、カツオ節粉を活用した「鯉ちゅう汁」を商品化。年間1万5000パック以上販売する人気商品に。新たにカツオとグルクンの骨に粉末パプリカを混ぜた、オール宮古島産ふりかけの商品化に取り組む。

宮古島の郷土料理に、宮古味噌とカツオ節、生卵を入れて熱湯を注いだ味噌汁「たつ汁」がある。これをヒントに、カツオ節粉を宮古味噌に混ぜたインスタント味噌汁の素「鯉ちゅう汁」を商品化したのが、「浜口水産株式会社」の濱口美由紀さんだ。

「伊良部島のカツオ節は、モクマオウというマツに似た木で燻したものの。宮古味噌の仕込みには泡盛を使うのが特徴です。このふたつを混ぜただけの商品ですが、ガツンとくる独特の風味があるんですよ」と濱口さん。

伊良部島は一本釣りのカツオの産地。神戸で魚の仲買業を営んでいた濱口さん夫妻は、このカツオの美味しさに惚れ込んで移住してきた。加工工場ですべての骨を粉砕し、規格外のパブリカの乾燥粉末を混ぜた「魚屋の骨こつふりかけ」だ。

「素材はすべて宮古島産。カルシウムたっぷりのふりかけです。地元レス



カツオとグルクン2種類の魚の骨を使うことから、「魚屋の骨こつふりかけ」と名づけた。色味に加えたパプリカからも、いい味が出る。

トランのシェフも興味を示してくれ、パスタに混ぜるだけで洋風になるものがほしいと言っていたいただきました。

朗らかで面倒見がいい濱口さんのところには、近所の女性たち、漁師や農家、移住者など、多種多様な人々が集まり、生産者、食材などさまざまな島の情報もたらされる。それを聞いてみると、新商品のアイデアが次々に湧いてくるのだとか。

「活用しきれないほどのお宝が、この島には眠っています。海人、農家、県外から移住された方、みんなが連携すれば、これまで捨てていたもので新たな島のパワーとなる商品が生まれるはず」と、力強く語る濱口さんは、アイデアと実行力を駆使して島の隠れた宝を掘り起こし続ける。

濱口さんが開発してきた商品。「魚屋のてんぷら粉」は誰でも美味しく揚げられると評判。



現在は漁船を降り、グルクンやカツオの加工に従事する、夫の博至さん。



上/1980年に創業し、食品事業部の開設は2015年。下/本社の加工場が手狭になり、2020年11月に完成した新加工場。

「TONPI(トンピ)(旨塩・スパイシー・スモーク)」各500円。豚皮を活用したヘルシースナック。鶏ササミの約1.6倍の高タンパクで、糖質ゼロ。運動の前後や仕事の合間のおやつに、料理のトッピングにして、手軽な栄養補給にも活用できる。



開発し、豚皮の認知度アップに繋がった」と石川さん。
この商品を通じてフードロス削減とともに、沖縄の食文化も発信していくことが今後の目標だ。



「魚屋の骨こつふりかけ」500円。廃棄されていたカツオとグルクンの骨に、規格外のパプリカ、さらにモズクと花鰹を加え、醤油と本みりんで味つけしたふりかけ。材料はすべて宮古・伊良部島産。1袋30gに1,170mgのカルシウムを含む。

創造力で地域をけん引する ローカルプロデューサーたち



農業をもっと
楽しんでいきたいから
島の恵みを少しずつ集めて
魅力的な商品を作る

久米島町

農業生産法人 有限会社アグリット久米島
大城瑠伊子さん・山里いずみさん

2004年、教員を退職した山里昌祥さんが農業法人を設立。健康ドリンクやラー油、久米島味噌などを製造するなか、次世代の女性ふたりが新たな商品を開発。島胡椒に続き島にんにくの新品を完成させ、島素材の調味料でシリーズ化を目指している。



「ただもう、びっくりり！まったく自信はなかったの、シークワサーも確保してなくて、受賞後は島内の農家さんから集めるのが大変でした」と笑う。旨みのある辛さと豊かな風味、柚子胡椒を連想させるネーミングと、完熟ピパーズを使った鮮やかなオレンジ色も評価につながったのでは、山里さんは分析する。

この快挙に続き、久米島産の島にんにくで新商品の開発に取り組んでいるのが、2年前から農業を始めたばかりの大城瑠伊子さんだ。大城さんが商品化を目指す「久米島にんにくごしょう」は、ふたを開けた瞬間に広がる、食欲を

そめる豊かな香りが特徴。唐辛子の配合を少しずつ調整し、10種類近く試作したなかから、8種類にまで絞り込む段階にきている。島にんにくは内地のにんにくに比べ、香り、旨み、辛みが強い。粘りも強いので、皮むきの手間とコストなど課題は残るが、「にんにく好きには絶対支持される商品になる」という自信がある。完成すれば、完熟シークワサー・島胡椒の姉妹品としてシリーズ化していくことを目標にしている。

「農業は簡単じゃない。でも、こんなに楽しいものだと思っています。久米島では若い人が農業一本でやっていくことは難しいですが、人気商品が生まれることで、島唐辛子や島にんにくを育てたい人が増えてくれればいいですね」と大城さん。久米島の農業に新しい風が吹き始め、アグリットでも若い世代の活躍が期待されている。

代表取締役の山里昌祥さん。社名は、「Agriculture（農業）」と「IT（情報技術）」を組み合わせたもの。



2021年には自家製調味料をソースやフレーバーにしたソフトクリームを販売するコーナーを製造所入口に設けた。



島唐辛子やピパーズ、久米島味噌など、島で採れたものや昔ながらの調味料を使った商品が中心。



石垣市

合同会社グリーズファーム

オーナー 柳田千晶さん・裕行さん

2000年に家族で東京から移住。2006年から農業に取り組み、ハーブ栽培に着手。「白保日曜市」の運営に携わるなか2016年にカフェをオープンし、自家製ハーブティーやシロップを商品化して販売。島豆腐のおからを使いグルテンフリークッキーを商品化する。

ここが島暮らしの原点。
伝統食材と植物の力で
豊かなコミュニティを
育んでいきたい



昔ながらの琉球瓦の民家やフクギ並木が残る小さな集落、白保村。ここでハーブ栽培とともに「しらほ家カフェ&ショップ」を営むのが、柳田千晶さんだ。移住当初は翻訳業に従事していたが、少しずつ野菜作りを始め、「白保日曜市」で扱う島ならではの商品を引き継ぐ形で、ハーブ栽培や自家製ハーブティーも作るようになったという。子どもが島を離れ、夫婦二人になったこともあり、以前から興味があったカフェを開くことにした。

「日曜市のコンセプトは地域の自然の恵みを届けること。カフェでも白保

産ハーブのシロップを使ったメニューや、島素材の素材なケーキなどをお出ししています」と柳田さん。

おからのクッキーを作ったのは、島豆腐を作るときに出る大量のおからが、産業廃棄物として処理されていることを知ったから。

「カフェのメニューに島豆腐のおからケーキと豆乳レアケーキがあり、おからを使ったレアケーキの土台となるクラストの食感がよくて評判が良かったです。これならクッキーにしても美味しいと思いました。」

おからに自家製玄米粉、もちぎび粉、キビ糖などを混ぜ、八重山産の食材を使って完成したのが、無添加・無着色のグルテンフリークッキー。長方形は、豆腐の形をイメージしたものだ。

「まず、地元の人に食べてもらって、地域の環境のことを少し考えるきっかけになればいいと思っています。ここで暮らさなければ、ハーブを栽培することも、ハーブ製品を作ることなかったでしょう。暮らしから仕事まで、今やっていることのすべてが白保から始まっています。いろんな方との交流があり、年上の方たちから教わったことも多い。そのよさを、新しいことに取り組みたい若い人たちに伝えていきたいですね。」

最近では地元の若い世代の人たちが、

上/柳田さんのハーブ畑。
下/白保集落の海に近い場所にあるカフェ。自家製ハーブティーをはじめとしたドリンクとスイーツ、沖縄の炊き込みご飯「ジュシー」のおにぎりなどがメニューに並ぶ。



「島豆腐のおからクッキー7枚入り（プレーン・ピパーズ・南洋レモン）」各480円。島豆腐のおからに、自家栽培のハーブや提携農家のレモンを加えたグルテンフリーのクッキー。食物繊維が豊富で腹持ちがよく、サクサクとした食感もあとを引く。



柳田さんのカフェやハーブ製品に興味をもち、訪ねてくる人が多くなったそう。自分たちが教わった伝統や食文化を、今度は次の世代に伝えていく。その役割を果たす時が来ていることを、柳田さんは感じているという。

NEW!



「久米島にんにくごしょう」700円。小粒だが香りと辛み、旨みが強い島にんにくをベースに、国産にんにく、島唐辛子などをブレンド。ほどよい塩気があり、唐揚げやステーキなどの肉料理の味を引き立てる。刺身、餃子につけて食べてもいい。



きたなかの農業はこれからがおもしろい！
やりたいことがいっぱいあるから
湧き出るアイデアを地域の力に変えていく

北中城村

きたなか荘弁当
代表 喜屋武文子さん



45年前に弁当販売からスタート。地元での販売に伸び悩んでいたトマトの加工に着手し、ソース、ケチャップ、ジャムを商品化して加工部のリーダー的存在に。多良間島の島にんにくを育て、熟成発酵させた「黒にんにく」の販路拡大を目指している。

女性の長寿日本一として知られる本島中部の北中城村(以下、きたなか)。この村でひとときわパワフルに農産物の加工品を生み出しているのが、「きたなか荘弁当」代表・喜屋武文子さんだ。加工品に着手したのは13年前。地元の農園が栽培するトマトの加工について、商工会の婦人部に依頼がもちかけられたことがきっかけだ。喜屋武さんはこれをピュレにし、タマネギと自家栽培の島にんにく、地元農家のハーブを加えたトマトソースを完成させた。

「最初は1個500円でもほとんど売れなかったんです。専門家のアドバイスを受けてラベルを一新しただけで、同じ商品が倍近い価格でどんどん売れるようになりました。青果で売れないものを加工品に使っているから、安くてもいいと思ったのは大きな間違い。適正な価格設定と、どこでどんなふうにか売りたいのか、最初のビジョンをはっきりさせることが大切だとよくわかりました」。

今、取り組んでいるのが、黒にんにくの商品化。原料の島にんにくは両親の故郷、多良間島の苗を取り寄せ、45年前から栽培しているもの。いくつか試作してみて、健康にいいイメージがある黒にんにくに決めたという。傾斜地が多く、小さな面積でいろいろ

る野菜を少しずつ栽培する農家が多いことが、きたなかの特徴。80〜90歳の高齢農家が多い一方で、最近ではやる気のある若い農業者が増えているのだとか。

「畑は小さいけれど、土壌も水もいから、いろいろな作物を試すのに適しています。おじい、おばあちがやってきたことを継承しながら、新しい風を吹かせていくのが、きたなかの農業。若い人には、失敗を恐れずチャレンジしてほしい。もし失敗したら、次に活かせばいい。きたなかの農業は、これからがおもしろいと思いますよ」と話す喜屋武さんにも、まだまだ新たにチャレンジしたいことがあるという。みんなが頑張って、みんなが潤うものを作りたい。そんな好循環を生み出す存在になりたいと意欲を燃やす。

NEW!



「黒にんにく」800円。北中城村産島にんにくを独自の製法で熟成。辛みの強いにんにくが、甘いドライフルーツのような味わいになり、皮が剥いてあるためそのまま食べられる。ステーキや魚のソテー、ドレッシングなどの薬味にも使える。

トマトジャムと生産量の少ない貴重な白グアバを使用したコンフィチュール。ふるさと納税の返礼品にも採用されている。



オリジナルのトマトケチャップは2018年「おきなわ島ふ〜どグランプリ」審査員特別賞を受賞。

力強さといろんな可能性を秘めた
石垣島産を通じて
ハーブをもっと身近な存在に

石垣市

有限会社ガーデンパナ
製造部門主任 中村由紀子さん



1991年、石垣島初のハーブ園としてオープン。2005年に入社した中村さんが、インド料理店で働いていた経験を活かし、ハーブの調味料を中心とした商品開発に携わる。米粉の生地に自家加工のドライフルーツを練り込んだ手焼きせんべいは、同社初のヴィーガン商品。



名蔵湾を一望する「ガーデンパナ」のハーブ園には、バジルだけでも10種類、沖縄ならではの琉球ヨモギやパイナップル、クミスクチンのほか、スターフルーツ、マイヤールモンなどのフルーツもいきいきと育つ。

「何種類くらいあるのって、よく聞かれるんですが、たくさんあり過ぎて、正確にはよくわからないの」と笑うのは、製造部門の主任を務める中村由紀子さんだ。ここではハーブ園にカフェを併設し、自家製調味料、ソース、ハーブティーやスイーツなどのオリジナル商品も販売する。なかでも「チャンプルの素」は、ハーブ好きの女性を中心に人気が高い。これらの商品に新たに加わるのが、沖縄素材を組み合わせた米粉の手焼きせんべい「PADOLE」だ。

「ちんすこうやビスコッティなどのスイーツはありましたが、おせんべいのような薄い形状は初めて。完全ヴィーガンの商品もこれまでなかったもので、増やしてもいいのかなと思いましたが、価格は少し高めですが、健康志向の方に食べていただきたい」。

原材料の一つである自社加工のドライフルーツは、加工の過程で形が壊れてしまったものを有効活用した。フルーツそのものの旨みが凝縮されており、さらに米粉生地を薄くクリスピーにしたことで素材の味がよくわ

かる商品になった。

このハーブ園は、すべてが露地栽培。海からの風が当たる高台にあるため、台風の影響は少なくないが、再び芽を出し、ぐんぐんと成長する生命力に驚かされるという。力強いといわれる石垣島産ハーブのなかでも、このものは香りと油分が特に強いと中村さん。少し加えるだけで、料理の味も香りもぐんとよくなるハーブ。さまざまな種類を手軽に入手できるようなようになってきたが、活用法はまだ知られていないことが多い。

「野菜と同じように料理に使い、暮らしに取り入れてほしい。いつでも手軽に使える加工品にすることによって、沖縄のハーブをもっと身近に感じてもらいたいですね」。



ポピュラーなハーブから、珍しいものまで50種類以上を栽培する。



ガーデン内を案内してくれる中村さん。

オリジナル商品が並ぶショップ。沖縄各島からセレクトした特徴ある商品も扱っている。



「PADOLE (ISHIGAKIJIMA CRISP)」648円。西表島産米粉の生地に、自家加工のドライフルーツを練り込んだ手焼きせんべい。パイナップル、ドラゴンフルーツ、レモンの頭文字からネーミング。ドライフルーツの甘みときれいなピンク色が特徴。



NEW!

できることからコツコツと スモールベンチャー始めてみました

たくさん努力をして
よりよいイチゴを作っていきたい。
そうすれば加工品も
もっと美味しくなる!



沖縄各地で増えているのが、イチゴの栽培農家。かつては気候と土壌が合わないといわれていたが、品種改良や栽培技術の向上により、取り組みやすくなってきている。宜野座村で栽培を行っているのが、独立して8年目になる「バムセファーム」の妻鹿晋介さん・三和さん夫妻だ。



宜野座村
バムセファーム
妻鹿晋介さん・三和さん

2008年、新規就農のため和歌山より移住。宜野座村農業等後継者育成センターでの研修を経て、2013年にイチゴ農家として独立。週末はカフェを開店し、自家製スイーツやベトナム料理を提供。お土産として販売できるイチゴソースの商品化に取り組む。

「収穫のタイムミングや、取引先に合わせた選別、パッキングなど、出荷には手間がかかります。しかし、イチゴ狩りのお客さんを待っているだけではどうしてもロスが出る。大変なことから先に経験しようと思いました」と晋介さん。その甲斐あって品質が評価され、ホテルやカフェ、パティシエなどから直接声がかかるようになった。

一方、三和さんが取り組んでいるのが、収穫期が終わった夏場の収入源になる加工品開発。甘みが強いが、出荷には向かない完熟イチゴとキビ糖だけで作る、果肉たっぷりのぜいたくなイチゴソースだ。

「キビ糖の甘さは控えめで、大人向きの味。今は冷蔵品ですが、常温でも保存できるものに改良していきたいと思っています」と三和さん。

沖縄の農業は、量の担保と安定供給が難しい。大きな台風が来れば、1年分の収穫が一瞬にしてなくなることもある。これを「仕方ない」で済ませずにきちんと対策をし、品質向上の努力を重ねていけば、取引先も評価してくれる。小さなコミュニティだからこそ信頼関係が大切と、二人は口をそろえる。そのため、生産者組合を立ち上げ、講師を招いて土作りを学んだりして、勉強会も欠かさない。

「沖縄でも、もっといいイチゴが作

過酷じゃない、楽しい農業がある。
甘党だから、大好きなイチゴ大福を
いつか宮古島の名物土産にしたい



宮古島市
あまくち屋
平良繁和さん

宮古島のイチゴ農家第1号が、「あまくち屋」の平良繁和さんだ。実家のサトウキビ栽培を見て育ち、その過酷さから農業以外の仕事を求め東京で就職。Uターンして就農したのは、「たいらさんちの農業体験」を企画して希望者を募ったことがきっかけだ。

「自分は雪国へ行って雪おろしをやってみたかった。逆の発想で、サトウキビの収穫を体験したい人がいるかも、と思って募集したところ、好評だったんです。視点を考えてみたらおもしろくて、自分も農業をやってみたくなり帰ってきました」。

2014年、ハウス2棟でメロン栽培からスタート。ちょうどそのころ、沖縄でもイチゴを作り始めた人がいると聞き、ハウスの片隅に植えてみた。現在はメロンとイチゴをほぼ同じ割合で栽培している。

実家はサトウキビ農家。東京で不動産業に従事していたが、2011年にUターン。JAや他県で研修を積み就農。イチゴとメロンを中心に、パッションフルーツ、ドラゴンフルーツなどを栽培する。和菓子好きが高じ、イチゴ大福をはじめとしたフルーツ大福を商品化。島外での販売も目指す。



「収穫のタイムミングや、取引先に合わせた選別、パッキングなど、出荷には手間がかかります。しかし、イチゴ狩りのお客さんを待っているだけではどうしてもロスが出る。大変なことから先に経験しようと思いました」と晋介さん。その甲斐あって品質が評価され、ホテルやカフェ、パティシエなどから直接声がかかるようになった。

一方、三和さんが取り組んでいるのが、収穫期が終わった夏場の収入源になる加工品開発。甘みが強いが、出荷には向かない完熟イチゴとキビ糖だけで作る、果肉たっぷりのぜいたくなイチゴソースだ。

「キビ糖の甘さは控えめで、大人向きの味。今は冷蔵品ですが、常温でも保存できるものに改良していきたいと思っています」と三和さん。

沖縄の農業は、量の担保と安定供給が難しい。大きな台風が来れば、1年分の収穫が一瞬にしてなくなることもある。これを「仕方ない」で済ませずにきちんと対策をし、品質向上の努力を重ねていけば、取引先も評価してくれる。小さなコミュニティだからこそ信頼関係が大切と、二人は口をそろえる。そのため、生産者組合を立ち上げ、講師を招いて土作りを学んだりして、勉強会も欠かさない。

「沖縄でも、もっといいイチゴが作



「たいらさん家のふる〜つ大福(イチゴ大福)」400円。
1個35〜40gの大粒イチゴを、雪塩入り白あんと手練りの求肥で包んだもの。その日、一番のもぎたて果実の美味しさを味わえる。夏はマンゴー、冬はメロンで一年を通して展開する予定。



季節により中身のフルーツを変えることで、フルーツ大福をほぼ通年、作る事ができる。

ハウス内には授粉用にミツバチの巣箱を設置。イチゴの花のハチミツ入り大福を作りたい夢もある。



2020年にはカフェスペースとイチゴソースを作るためのキッチンを備えたハウスを新築した。「イチゴ狩りのお客さんはもちろん、取引先のパティシエやシェフが農園を訪ねてくれるとうれしいですね」と晋介さん。



「Strawberry Sauce」800円。
自家栽培の6種類の完熟イチゴを使い、果肉がゴロゴロ入ったソース。味つけはキビ糖、レモンのみ。牛乳やソーダで割って飲んだり、ヨーグルト、パンケーキ、ワッフル、かき氷のシロップなど、多彩な用途がある。

れるはず。味がよくて、栄養価も今より高いものを作りたい。」
夫妻が二人三脚で取り組むイチゴ栽培とソース作りは、まだ始まったばかりだ。

「売れる商品を作りたい！」 その思いを叶える人材を育てます

2010(平成22)年に公布された「六次産業化・地産地消法」は、農林水産業に携わる事業者が、自ら生産した農林水産物を加工品として販売することで付加価値を高め、第1次産業の振興と活性化を図ることが目的。公布から12年が過ぎ、全国各地で新たな名産品やユニークなヒット商品が続々と誕生している。

一方で、「商品が思うように売れない」、「どのように仕上げればいいのかかわからない」、「中身は自信があるが、パッケージが今ひとつ」、「販路が見つからない」など、行き詰まりを感じる事業者も少なくない。本事業は、そのような課題を解決できる人材の育成を目指すもの。商品のブラッシュアップや販路開拓、品質管理など数々の支援プログラムが用意されている。

具体的には、試作中や改良中の加工品を「売れる商品」として完成度を高める過程で、専門家による個別研修と指導、集合研修を実施する。これを担当するのは、県内外で商品プロデューサーやコーディネーター、バイヤーとして活躍する4人の専門家だ。

また、支援対象商品のお披露目の場として用意され



左/事業者自らが商品開発の経緯と成果を発表するプレゼンテーションの場。下/専門家が試作中の商品について個別にアドバイス。味、ネーミングやパッケージについても貴重な意見が得られ、商品のブラッシュアップにつながる。

ているのが、「おきなわ島ふ〜どグランプリ」。琉球大学農学部教授・内藤重之さんを審査委員長に、ホテルや物販、PR関係者が審査委員を務め、試食提供と人気投票によりグランプリを決定する。

専門家のときに厳しくも熱のこもった指導に加え、自らの取り組みを発表するプレゼンテーションを経験することは、商品の完成度を高めるだけでなく、今後の事業にとって貴重なスキルになるはずだ。

「島ふ〜どグランプリ2022」 最優秀賞は「パッションフルーツの雫」



左/最優秀賞の「パッションフルーツの雫」。県産果実の香りを生かし、購買意欲をそそる商品であることが決め手に。右/優秀賞の「魚屋の骨こつふりかけ」は、農水産物の未利用部分を活用している点が高評価につながった。

2月9日に開催された「島ふ〜どグランプリ2022」審査会にて、11点の出品から「楽ワーク福祉作業所」の「パッションフルーツの雫」が最優秀賞に選ばれた。また、優秀賞に「魚屋の骨こつふりかけ」(浜口水産株式会社)、奨励賞に「TONPI」(株式会社日新電器産業食品事業部)、審査員特別賞として「久米島にんにくごしょう」(農業生産法人 有限会社アグリット久米島)を選出。審査委員長からは、「商品のレベルが確実に高まっている。今年度の特徴は、県産や地域特産農産物の素材を生かすだけでなく、規格外品や未利用部分、副産物などを活用し、SDGsに合致したもので、さらに健康志向に応える商品も多く見受けられたことである」との総評が寄せられた。これらが多くの消費者の支持を得て、地域の活性化につながることを期待したい。

EDITOR'S NOTE

〈編集後記〉 編集人・株式会社アール・ビー・アイ 奥野俊志

今号の取材で作り手の皆さんに共通していたのは、商品そのものの魅力と商品化の背景を説明しながら、最後には「農林水産業」をやっていく喜びや可能性を、熱いまなざしをもって語っている姿でした。

6次産業化という取り組みは、商品作りのみを目的とするものではなく、農林水産業と一体で、農林水産業そのものこととして見ていくことが必要であると考えられます。それぞれのストーリー、そしてそこから生まれ

た商品を通して、農林水産業の今を見ることできる。つまり、地域の農林水産業の姿を伝える重要な役割を担っていることになるわけです。

沖縄で6次産業化に取り組む人々たちを取材して今回で3年目。これまでに取上げた取り組みと担い手がどんな展開をしていくのかを見届けつつ、沖縄らしい多様なチャレンジの様相を引き続き探っていきたいと思います。

沖縄の6次産業化 ～人がつながる、未来へつなぐ～

ショートムービー(7分)
ぜひご覧ください。

[QRコード]



商品開発コーディネーターからのメッセージ



株式会社アットグロウ代表取締役
企画開発プロデューサー

有田次実さん

もとの素材の美味しさを
きちんと伝えられるものを作ることが大切です。

もともとある美味しい素材の持ち味を、いかに活かして美味しく感じてもらえるものにするかが、加工品作りのポイントです。元のものよりまずくなつては絶対にダメ。とはいえ、高級であればいいというわけじゃありません。駄菓子的なものでも、美味しいと感じられるポイントがあるもの。そういう商品作りを私はおすすめしています。通常の商品開発では、最短でも2～3年かかるのが当たり前。それをこの事業では数カ月で完成させようとしています。だから、遠回りしている時間はありません。一番効率がいい商品化の道筋をつけるために、私たちアドバイザーがいます。まずは協力してくれるすべての人を信じて、完成させましょう。やりたいこと、試してみたいことはたくさんあるでしょうが、必要以上にこだわり過ぎてしまうと、失敗することも多いのです。いろいろな工夫を加えるのは、商品ができあがってからでも遅くありません。



株式会社パイロットフィッシュ代表
商品開発プロデューサー

五日市知香さん

楽しむことを忘れずに
小さく生んで、大きく育てていきましょう。

沖縄にしかない食材、そこにあるもののなかに価値を見出し、「ここにこだわっています」と自信をもって言えるものが見つければ、きっといい商品になるはず。新しいものを生み出すには、苦勞が伴います。でも、そのなかに楽しいことを見つけて取り組むと好循環が生まれますし、ワクワクする瞬間があればモチベーションが上がり、続けていくエネルギーになります。まずは地元の人に愛されることが大切。小さなエリアから始めて人気が出たら次の展開を考えれば良いと思います。いきなり全国展開を考えてうまくいかなかったときに、地元で支えてくれる人がいなければ、続けていくことはできません。無理をし過ぎると楽しくなくなります。最初は楽しめるくらい目標を立て、どこまでできるか冷静に見つめながら進めるのがいいと思います。いいものを作りたい熱い気持ちと、冷静な判断力、この二つのバランス感覚が必要です。



こだわり食品きしな屋
旅するバイヤー

岸菜賢一さん

いい商品と売れる商品とは違う。
まずは地元ファンを増やしていきましょう。

特徴ある商材が多いことが沖縄の魅力ですが、バイヤーから見ると個性が強すぎるがゆえに、売りにくい商品があることも事実。いいものができて県内では売れたけれど、県外に出たらさっぱり……というケースは少なくないのです。どんなにいい商品でも、自己満足に終わってしまえば、売れません。どこで、誰に買ってほしいかの目的がはっきりしていることが必要です。自分が満足できて、他人からも評価されるのが本当にいいもの。そのあたりの評価とアドバイスをするために、この事業にはわれわれ専門家やアドバイザーがいるのです。また、成功した人が陥りやすいのが、自分一人の力で成し遂げたという勘違い。商品化の手助けをしてくれた人や、地域の人、売り手や商品を買ってくれる消費者に支えてもらっていることを、つねに忘れてください。自分も誰かの商品を買って支える感覚を身につけていただきたいですね。



ものプランおきなわ
沖縄物産コーディネーター

池村博隆さん

その気持ち、本気ですか？
ならば、私たちが支えます！

日本のほかの地域で行っている農業や6次産業化は、沖縄に当てはまりません。小さな島のなかで、どうやって向き合っていくかが大切です。補助金があるからといって、商品開発は片手間でするものではなく、本気でなければいいものは作れません。沖縄はポテンシャルの高い島。商品開発のヒントが足元にある場合が多いのです。今あるものを少し変えるだけで、魅力的な商品に生まれ変わる可能性が大いにあります。まず、今あるものを活用する「もったいない」という気持ちを忘れず、誰に食べてほしいのか、どこで売ってほしいのか、考えれば出口が見えてきます。そこから先、どのように完成させて伝えるかをサポートするのが、日本中の事例を見てきたわれわれアドバイザーの役目。さまざまなケースに当てはめ、適切な助言ができることがこの事業の強みでもあります。本気で取り組む気持ちがあるなら、一緒にチャレンジしましょう。