



新連携・地域資源活用・農商工連携

沖縄から夢と感動を発信！

～未利用資源の活用から広がる地域の元気と「ありがとう」～

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

新事業支援部 連携事業支援課 立石 美和子

紹介事例の概要

会社名 沖縄特産販売株式会社
 認定区分 農商工連携
 認定事業名 沖縄県産の野菜を活用した野菜チップスをはじめとする新たな加工品の製造及び販路拡大
 認定日 平成21年3月4日

■沖縄野菜のチップス開発

「未利用資源を有効活用した新事業」というのは、農商工連携の1つの形として一定数の認定がある。少し傷が付いたために青果として出荷できない野菜や捨てられていた間伐材等を活用して、加工食品にしたり有機肥料にしたりといった事業がそれに当たる。従来は産業廃棄物として捨てるしかなかったものに価値を付加することが、農林漁業者にとっても商工業者にとっても新たな収入源になり、事業者の活力がひいては地域の活性化に資するものとして、注目を集める。

沖縄特産販売株式会社（以下、沖縄特産販売）は、その名のとおり沖縄の特色ある食品等を生産、販売している会社である。那覇空港から車で10分程の豊見城市に本社と直営店舗があり、YONARS（ヨナーズ）というブランド名で店舗と通販サイトを構えている。同社の主力商品は、長寿の村・大宜味村で採れるシークワサーだけを皮ごと搾った「青切りシ



できたてシークワサージュース

ークワサー100」だ。直営店舗では、蛇口を捻ればそのシークワサージュースが出て、ガラス越しに見える工場で製造されたできたてを飲むことができる。

平成21年3月、沖縄特産販売は農業生産法人(有)沖縄ファームと農産物の加工を行う(有)グリーンフィールドと連携し、沖縄県産野菜の加工品開発で農商工連携の認定を取得した。その事業から生まれた商品の第一弾がゴーヤー、玉ねぎ、紅いもの野菜チップスである。規格外だが味は美味しく、トレーサビリティがしっかりした野菜のチップスだ。

■お客様の声から生まれた農商工連携

沖縄特産販売本社には、一面に「お客様の声」が貼り付けられた壁があった。見ると、味の感想やリピートの希望等、「ありがとう」と喜びの声がたくさん寄せられている。農商工連携のきっかけも、



與那覇仁社長

このお客様の声だったと與那覇仁社長は語る。「海外の野菜を輸入し、野菜チップスを製造していました。公的機関の基準をクリアし、化学添加物を一切使用していない野菜チップスなのですが、ある時期から、国産野菜のチップスはありませんか、沖縄の野菜のものはありませんか、といった声が増えるようになりました。ちょうどその頃、沖縄ファームで生産された規格外の野菜を有効活用できないかという話があったため、連携に踏み切りました」

食の業界では、今や「安心・安全」は当たり前と言われている。産地の偽装や中国産食品の中等等が話題となった2008年頃からその風潮は年々強まり、東日本大震災後は特に顕著だ。内閣府食品安全委員会が平成23年に行った調査によると、食品安全について「とても不安を感じる」、「ある程度不安を感じる」とするモニターの回答割合の合計は75・3%と高く、平成22年度調査に比べて7・2%増加している。不安に感じる要因は、放射性物質、農薬の残留、家畜用抗生物質等が上位を占め、食品そのものよりも、

その素材の安全性に注目が集まっている。

* (食品安全モニター課題報告「食品の安全性に関する意識等について」(平成23年8月実施))

沖縄特産販売が農商工連携事業で開発した野菜チップスは、ゴーヤー、玉ねぎ、紅イモそれぞれのパッケージに「東村産」「伊平屋島産」「古宇利島産」と記載がある。パッケージには、その土地と野菜の紹介、農家の方の顔写真が印刷され、正に顔の見える商品。沖縄でも特定の地域産野菜を使用するこだわりで、消費者のニーズに的確に対応した商品となっている。実際に頂いてみると、ゴーヤーは驚くほど苦味がそのまま、玉ねぎや紅イモはしっかりと甘みを感じられる。真空低温フライ製法でパリパリの食感に仕上げられ、塩も沖縄産のものを使用するなど、美味しく、安心して食すことができる商品だ。



農商工連携で開発した野菜チップス

■「常識」の違うと乗り越える努力

お客様の声と、規格外品の活用という提案があつて始まった農商工連携だが、開発段階では困難も多かったと言う。

「青果で出せないものも含めて全量を買取り、加工して商品化することはシークワサーのジューズで経験していました。しかし、新商品を作ってみるのに、テストしてから量産といった過程が踏めないなど、生産農家の常識と私たちのそれに大きな溝があつて、最初は試行錯誤を繰り返しました。また、県内の特定地域の野菜を利用してトレーサビリティを明確化したものの、一カ所からしか仕入れができないことから、台風等の天候や旬の時期が原価に大きく影響します。仕入れも大変重要な能力になりました」
こうした日々の買い付けに加え、全量を買取り取って商品化するからには販路の開拓にも注力しなければならぬ。同社は、農商工連携の認定を受けた企業に対して中小機構が出展枠を設けた首都圏の大規模展示会や大手卸業者の展示会などを積極的に活用した。また、沖縄銀行と中小機構沖縄事務所が協力して開催している「美ら島商談会」は、約半年をかけて食品マーケットの現状や商談のイロハを学び、国内外から招聘したバイヤーとの個別商談を行うという企画だが、こちらにも参加して販路の拡大を進めている。

「現在は、首都圏の高級スーパーや百貨

店、ホテルのインショップや空港など、順調に販路を広げています」と語るのは営業グループの佐伯大リーダー。

通常の新品開発以上の努力や、想定外への対応を要する農商工連携。沖縄特産販売が困難を乗り越える努力を怠らない理由には「沖縄を発信したい」という想いが根底にあつた。

■農商工連携から広がる夢

商品は「手段」なのだと言及那覇社長は語る。「商品を通して多くの人に沖縄のよさを知っていただきたいし、沖縄を元気にしたいという想いがあります。農商工連携によってそれぞれの強みを持ち寄れば、生産農家は良いものを作ることに専念できますし、未利用資源の活用によって収入も安定します。農業に関わる人は沖縄でもどんどん高齢化が進んでいすから、経済農業として成り立たせたいのです」

農商工連携の効果はそれだけではない。加工食品にすることによって、青果ではできない流通が可能になり、より多くの人に沖縄の味を届けることができる。

「シークワサーはだいたい浸透しましたが、クエン酸やビタミン、ノビレチン等その豊富な栄養価はあまり知られていません。当社では日本一の長寿の里、大宜味村産のシークワサーのみを使用してジューズを作っています。まだ「知られていない」ということに伸び代があるの

だと考えています。野菜チップスも、野菜のシリーズを増やしたり、お子様のお菓子としての提案をしたり、また、レシピの提案等の改善を図って、もっと普及させていきたいと思っています。海外にも目を向け、香港とドバイに事務所を設けました」

沖縄野菜の有効成分に着目し、野菜チップス等の食品以外にも、サプリメントや、精製したオイルから香水やコスメ関連商品の開発も考えているという與那覇社長。日本から海外へ、食品から異分野へ、事業展開の夢が広がる。「常にベンチャースピリットを持ち、沖縄から夢と感動を発信する世界一の『ありがとう』創造企業」——これは沖縄特産販売の経営理念だ。沖縄の農業と地域を元気にし、商品を通して人々を元気にする沖縄特産販売は、この理念を体現し続けるに違いない。



店舗の様子