

活かそう！地域資源

つながり！

農商工連携

沖縄産ハイビスカスの「彩り」で飲料・食品の新市場を拓く

（株）琉球食彩

独立行政法人中小企業基盤整備機構 沖縄事務所沖縄地域活性化支援事務局

PM 並木 万希

●身近にある「ハイビスカスの真っ赤な花びら」で食品事業を興したい！

沖縄の青い空に映える真っ赤なハイビスカスは、南国沖縄のイメージそのものの花だ。県外から沖縄に降り立った時、道端のハイビスカスを見て「沖縄らしさ」を実感する人も少なくないだろう。この可憐な花は意外にも台風にも負けなほどの強靱さを持つため、沖縄では古くから防風林として植えられ県内いたるところで目にすることができ、葉や茎はシャンプーがわりに使われたこともあり、近年は化粧品原料にも活用されている。一方、ハイビスカスの花は「一日花」といわれ一日で咲き終わることから、

●花をひとつひとつ摘むことから事業化に向けてスタート

さっそく事業化に向けて取り組むこととし会社を設立。しかし前提条件として次の3つの課題をクリアしなければ事業化は不可能である。

①花びらから美しい赤い色のエキスを抽出するノウハウの確立（本場に商品になるのか？）

②原料（花びら）の供給元＝生産農家の確保（原料は安定供給できるのか？）

③県内販路の開拓による需要の掘り起こし（市場ニーズは本当にあるのか？）

まず、美しい花の色をエキスとして抽出するために、地元の飲料メーカー開発部門に協力を仰ぎ試作を繰り返した。どのくらいの量の花びらが必要なのか、最適な抽出条件は何なのか、賞味期限の設定はどうするか、すべてが前例のない試行錯誤の連続であった。試作のたびに手元資金も減る一方であったが、まずはエキスの品質を確保することが今後の事業のすべての基礎になると腹をくくり、徹底的に品質を追求し、ようやく満足の行く試作品を手にすることができた。この基本のエキスをもとに、5倍濃縮のエキス（業務用）とストレートで飲めるジュース（家庭用）の2つの商品を開発した（表参照）。

事業化に向けての2番目の課題である原料となるハイビスカスの花びらの確保にも苦労した。当初はハイビスカス生産農家がほとんどなかったため、防風林や道端に咲いているハイビスカスを所有者の許可を得て一つずつ摘み試作用原料を確保した。おかげで伊良部社長は、沖縄本島のどこにどんなハイビスカスが咲いているのか「ハイビスカス地図」を作れる

ほどになったという。苦労して自分で花を摘んだ経験が、後々生産農家との連携を深める上で貴重なノウハウになったことはいうまでもない。こうして試作用の花はなんとか確保できたが、商品化するには当然安定供給が欠かせない。沖縄県内をくまなくまわり、ようやくハイビスカス生産農家を宮古島市にみつけ契約を交わすことができた。さらには今後の生産増を見据え、沖縄本島南部の南城市に土地を借り自社農園を切り拓く。農園

づくりも持ち前の熱意をもって開墾から植付けまで専門家の指導を受けながらも自社で行い、ようやく3年目から安定的な収穫を得る目途がたつた。

第3の課題である販路に関しては、沖縄県内のリゾートホテルや外食チェーンを中心に一軒一軒まわり開拓していった。幸い大手リゾートホテルの料飲部門責任者が沖縄のパートナー協会のメンバーでもあり、ハイビスカスを使ったカクテルメニューの開発に協力してくれ、そのメニューを持って提案営業を行うことにより、着実に県内

『琉球食彩のハイビスカス』（業務用）	5倍濃縮エキス 500mlPET	おもにカクテルやお酒、泡盛の割り材に使用。ドレッシングやソースにもアレンジできる。外食店・料飲店向け。食品メーカーの着色原料にもなる。
『運命の赤い糸』（家庭用）	ストレート飲料 500ml 瓶	そのまま飲めるストレートタイプ。透明感のある赤い色と甘酸っぱい味が特徴。ハイビスカスの花言葉「新しい恋」「信頼」などからネーミングされた。お土産、ギフト、引き出物にも。

販路を開拓することができた。

●「地域資源活用事業」で県外販路開拓と商品戦略の構築へ

こうしてようやく事業化の基本条件が整ったものの、二つの壁に突き当たる。一つは、沖縄県内だけでは市場のバイが小さく売上規模の拡大が難しいことが読めてきたことである。もう一つは、「ハイビスカス飲料・食品」はほとんど認知されていないため、顧客へのサンプル提供等販路開拓の費用もかさみ、今後の事業展開を進めるにあたっては資金的に厳しい状況が予測されたことである。そんな折、「地域資源活用事業」を知り、中小企業基盤整備機構（以下「中小機構」）の事業計画ブラッシュアップ支援を活用し、認定に向けての事業計画作成に着手することとなった。

地域資源活用事業申請の目的を、①県内外の確固たる販路の確立と、②販路及びエンドユーザーのニーズに合致した商品戦略の構築に設定した。

まず販路に関しては、「5倍濃縮のエキ



今や畑で栽培されるハイビスカス

キス（業務用）」は県内外の外食・料飲店市場及び、食品メーカーの原料向けの2本柱とし、後者は大容量タイプの商品をつくることで対応することとした。

一方「ストレート飲料『運命の赤い糸』（家庭用）」は、おもに沖縄県内の土産品店及びリゾートウエディング市場など、消費のシーン・オケージョンを特定し沖縄の強みを生かせる販路に限定して開拓していくこととした。こうして地域資源活用事業に申請し2008年7月に認定を得るに至った。

地域資源活用事業1年目は徹底的に販路開拓に取り組んだ。県内では、毎月10月開催の「沖縄の産物まつり」で中小機構のブースに出展、県内事業者や県民への積極的なPR活動を行うとともに、同時開催された中小機構北海道支部とのコラボ企画において北海道の流通バイヤーとの商談に臨み、わずか1軒だが商談成立に至っている。県外では、「地域資源セレクトション」や、地域資源パートナー企業であるサッポロビール（株）の展示会に出展し外食・居酒屋チェーンとの商談に臨み、その後いくつか成約に至っている。県外市場に接する機会が少ない沖縄の事



ハイビスカスのエキスから開発した2つの商品

業者にとつて、県外での展示会出展は、来客や他の出展者との交流から多くのノウハウを学ぶことができる貴重な場である。

さらに、中小機構のハンズオン支援の一つ「地域活性化支援アドバイザー派遣制度」を活用し、商品戦略の方向性について食品マーケティングの専門家から指導を得た。走りながら考える状況だった当時、業務用・工業用の濃縮エキス、家庭用のストレート飲料と手を広げたところで、その後の商品展開や商品ラインアップの構築に方向性を見出せない状況にあった。

専門家からのアドバイスは次の通り、実に明快であった。

- ①現在の商品に集中し販路開拓に努め、経営資源をこれ以上分散させない。
- ②市場価格を意識し、事業収益性を高めるため、製造コストの見直しを徹底する。

以上の助言を得て迷いもふつきれ、明確な目標を設定し事業に邁進することができるようになった。

一方、かねてよりの課題であった運転資金については、商工会議所の経営指導のもと「マル経」資金による調達ができることとなった。

●ようやく見えてきた成果と今後の展望 〜真の事業化ステップへ

1年目の第4四半期である2009年夏、ようやく販路開拓活動の効果も出始めてきた。東京銀座に沖縄県のアンテナショップ「わした」を経営する（株）沖縄県物産公社の助力を得て、全国に200店舗を展開する外食チェーンへの採用が決定、売上を大きく伸ばしている。またハイビスカスエキスの原料としての認知も

少しずつ高まり、泡盛メーカーによる「ハイビスカス・リキュール」や、食酢メーカーによる「ハイビスカスの酢」、お菓子メーカーによる「ハイビスカス・ホワイトチョコレート」等々の商品化が進められている。

2009年9月に迎えた2年目も販路開拓及び既存顧客のフォローアップに集中している。確固たる販路を確立し3年目の黒字化へ向けて着実に成果を上げることが必須である。「夏向き商品」のイメージがあるハイビスカス商品は秋冬の売上機会が少ないが、今まではほとんど未活用だった地域資源ハイビスカスの花を活用した飲料・食品の新市場を切り拓き、沖縄の産業振興に資する事業にまで成長させることを目指している。

会社概要

企業名 株式会社琉球食彩
住所 沖縄県那覇市首里末吉町1-95
電話 098-894-3225
FAX 098-894-3260
設立 平成19年9月10日
代表者 伊良部 峰雄
資本金 100万円
年商 500万円
従業員数 2名
認定日 平成20年7月25日



伊良部 峰雄社長