

令和 3 年度
南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト
事業報告書



令和 4 年 3 月

 南風原町商工会

はじめに

南風原町商工会では、平成27年度より、南風原町からの支援を受け7年間に渡り「南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト」を実施し、本町の地域資源の活用と南風原ブランドの構築に努めてまいりました。

今年度は、本事業の集大成と位置付け、これまで実施してきて参りました事業の課題や蓄積したノウハウを基に、出口を見据えた支援に主眼を置き、南風原町の中小・小規模事業者の、隠れた技術や埋もれている資源に着目し事業間のコラボレーションによる新商品開発や、町内小売業者と連携した売り場づくりによる商品販売力の強化を図りつつ、さらに時代のニーズである“S D G s”(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)を意識したモノづくりの実践等、様々な新しい取組みにチャレンジしてきました。

また、新商品や既存商品の消費者に対しテスト販売を通して、情報を収集し参画事業者へのフィードバックによる商品のブラッシュアップや、認定した「はえばる良品」を広報するため、本会が毎年開催している「ルンルンはえばるフェスタ」において認定式並びに町役場での記者発表を行い、「はえばる良品」のイメージ定着と南風原ブランド構築・確立を図りました。

結びに本事業の実施にあたりましては、参画事業者の方々と南風原町及び関係団体等のご支援とご指導によるものであり、厚く感謝申し上げますとともに、今後も「はえばる良品」制度を通して、本町ブランドの確立による地域産業振興に取り組む所存であります。

令和4年3月吉日

南風原町商工会

会長 金城 宏孝

目 次

I.事業の目的	1
II.組織	2
III.令和3年度 事業計画および実績報告	
1.南風原町地域連携強化事業	3
2.南風原町地域育成事業	4
3.南風原町地域連携強化育成事業 PR・マーケティング事業	5
4.南風原町地域連携強化育成販路拡大事業	6
5.南風原町地域ブランド認定事業	9
IV.令和3年度 実施スケジュール	11
V.令和3年度 事業会計	12
VI.令和3年度 活動報告	
1.南風原町地域連携強化事業	13
2. 南風原町地域育成事業	18
3.南風原町地域連携強化育成事業・PR・マーケティング事業	
1) イベント出展	33
2) PR 記事の掲載	56
3) SNS への投稿・「はえばる良品」公式 NS の運用	64
4.南風原町地域連携強化育成販路拡大事業	
1) 販路開拓セミナー 6 回開催	66
5.南風原町地域ブランド認定事業	
令和3年度 南風原町地域ブランド認定商品	106
VII.その他	
1) 南風原町地域ブランド推進委員会（全4回）	115
2) 南風原町地域ブランド選定委員会	131
3) 「はえばる良品」公式ホームページ運用について	136
4) 令和3年度「はえばる良品」ブランド冊子、パネル製作について	137
5) 「はえばる良品」商標登録について	142
VIII.総評と今後の課題	143

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 実績報告書

南風原町商工会

I. 事業の目的

本事業の目的は、南風原町の魅力の発信及び優れた特産品として認証した商品の販売数増加を図るため、町内事業者に対し新商品開発や既存の「はえばる良品」のブラッシュアップ等の支援をし、新たな認定及び認定商品の販路開拓を図る事とします。

地域ブランド認定商品「はえばる良品」認定事業者に対し現状を把握する為に、専門家にてヒアリングシートを作成し聞き取りを行い、それに基づき開催したセミナーで、事業者の課題を抽出し個別のワークショップを開催し販売先（ゴール）の選定を行います。

地元企業や生産団体等が製造・販売する商品を県内外に広く認知させブランド化を推進し、事業者の収益を上げる事を目的としています。また、同時に個々の事業者の抱える経営課題については、専門家を派遣する事で、事業経営の安定化に繋げたいと考えています。

「南風原町地域ブランド認定商品／はえばる良品」の認定事業者を中心に、既存商品のブラッシュアップに取り組み、販路開拓支援ではセミナーの開催と、県内外の百貨店やスーパーのバイヤー等を招聘・参加させる事で、“売れる商品”作りを目指します。

「はえばる良品」については、県内外のイベントやEコマースサイト等に出展し、テストマーケティングによる効果測定を行います。

新商品開発については各事業者に「どのような商品開発を行いたいか」アンケートを実施し、それぞれの課題を解決するため、ワークショップによる解決を図り、販売先などの連携先と取引条件や独自の商流等を見据えて、事業推進の枠組みを整理したいと考えています。商品の企画開発から取引交渉、販売リリースまでをスムーズに行える南風原独自の事業スキーム（異業種間連携体）構築することで、今後域内の事業者を恒常にサポートする事が可能となり、人材の育成にも寄与できると期待しています。

事業内容は、県内外の百貨店やスーパーなどの小売業態との連携も前提に計画しており、販促企画や見られる場所での「南風原ブランド」PRも強化し、テストマーケティング等を実施しながら 自立可能な事業の枠組みが出来るように努めて参ります。

II. 組織

1. 委託 南風原町
2. 受託 南風原町商工会
 - 南風原町商工会 会長 金城宏孝
 - 南風原町商工会 事務局長 金城学
 - 南風原町商工会 経営指導員 普久原誉也
 - プロジェクトマネージャー 知念浩
3. 再委託契約 クリエイティブファクトリー・パパラギ
4. 南風原町地域ブランド推進委員会

(1) 役割

本事業の方針の検討、提案の取りまとめ、意見交換を行う。任期は1年とする。

(2) 構成

NO	委員名（所属）	
1	吳屋 政彦（株式会社うるま印刷）	商工業者
2	中村 美樹（クリエイトファクトリー・パパラギ）	専門家
3	安里 洋子（一般社団法人南風原町観光協会）	観光協会
4	大城 つや子（琉球絆事業協同組合）	生産団体
5	宮城 康（JA おきなわ南風原支店）	生産団体
6	親川 伸夫（イオン琉球株式会社）	流通（バイヤー）
7	横山 周正（株式会社セブン・イレブン・沖縄）	流通（バイヤー）

※上記7名の他、必要に応じて追加・オブザーバー参加の予定あり。

5. 南風原町地域ブランド認定商品選定委員会

(1) 役割

はえる良品の選定に関する審議及び答申に関する事項、南風原ブランド戦略の策定
その他事業を推進するに必要な事項を執り行う。任期は1年とする。

(2) 構成

NO	委員名（所属）	
1	池村 博隆（ものプラン沖縄）	専門家
2	金城 京一郎（松風苑）	一般消費者
3	仲本 明（イカリ消毒沖縄株式会社）	専門家
4	浜元 陽子（株式会社近代美術）	一般消費者
5	金城 助（沖縄調理師専門学校）	専門家
6	伊吉 栄作（沖縄セルラーアグリ＆マルシェ株式会社）	一般消費者
7	松本 仁志（南風原町役場）	行政

※※上記7名の他、必要に応じて追加・オブザーバー参加の予定あり。

III. 令和3年度事業計画および実績報告

1. 南風原町地域連携強化事業

(1) 目的

- ・町内事業者及び生産団体との連携により「食」分野の異業種間連携の取組みを行う。
- ・「非食品」分野による縫組合及びその他事業者との異業種連携を行う。

(2) 実績：「食」分野2商品、「非食品」分野3商品

- ・「農業生産法人株式会社福まる農場×大城野菜生産農園加工」コラボ商品 1品（食）

①農業生産法人株式会社福まる農場「キビまる豚ソーセージ（かぼちゃ）」

- ・「琉球縫事業協同組合×中村印刷株式会社」コラボ商品 1品（非食品）

②中村印刷株式会社「紙と縫のブックカバー」

- ・「南風原町×名古屋グランパスエイト」コラボ商品 3品（食1, 非食品2）

①瑞泉酒造株式会社「泡盛と紅茶リキュール」

②沖縄子育て良品株式会社「紅型グランパスくんお守り」

③yu-i FACTORY「ハブキーフック」

- ・「南風原町×中日ドラゴンズ」コラボ商品 紹介

①TONPI×ドアラ

②yu-i FACTORY キーフックホルダー

③I LOVE OKINAWA×ドラゴンズシール 白

④I LOVE OKINAWA×ドラゴンズシール 青

⑤I LOVE OKINAWAk×ドラゴンズシール ジンベイザメ

⑥I LOVE OKINAWAk×ドラゴンズシール 寝ころびドアラ

・セミナーの参加を通して町内事業者とのマッチング支援を行い、沖縄子育て良品株式会社、木の仕事うりぼう、中村印刷株式会社の3社と繋ぐ事が出来たが、新商品開発に至ることが出来ませんでした。しかし、縫の端材を中村印刷株式会社に提供することで縫と紙のブックカバーのコラボ商品が出来た。また、今期にサブブランドのゴーマーイを立ち上げた事で、リゾートウェア一女性服メインのアパレルメーカーと組むことも出来ました。今後はデザインから、委託製造も可能な為、縫を用いたコラボ商品開発に取り組んで行きたいと思う。

・長引く新型コロナの影響により、正式にキャンプの実施及び日程の調整が難航し中日新聞社とのスケジュールが遅延しました。次年度にはコロナ等の状況を踏まえて、早めにスケジュール調整を行います。南風原町产品とのコラボは、まだまだ伸びしろがあると思います。沖縄県外の方へのプロモーションとして最適のタイミングで、今後さらに拡大させることが期待できる。

2. 南風原町地域育成事業

(1)目的

町内から積極的に当事業に取り組んでいただける事業者を発掘し、20名以上（認定事業者12名、新規8名）が参画する新商品開発ワークショップ等の開催を5回以上実施。

(2)目標：町内事業者を対象に新商品開発に関するワークショップの開催（5回）

(3)実績：個別ワークショップ5回開催、新商品開発ワークショップ1回開催。

- ① 令和3年6月10日（木）個別WS「ブランディングデザイン～商品企画について」
- ② 令和3年6月10日（木）個別WS「新商品と課題（原価計算）について」
- ③ 令和3年6月15日（火）個別WS「新商品ブランディングとモノづくりの方向性」について
- ④ 令和3年6月15日（火）個別WS「新商品ソーセージの方向性について」
- ⑤ 令和3年6月18日（金）個別WS「既存商品のブラッシュアップについて」
- ⑥ 令和3年10月15日（金）新商品開発WS「南風原町の6次化推進について」

- ①株式会社日新電器産業食品事業部：廃棄の多い豚皮を使った「高たんぱく・糖質ゼロTONPI」は商品開発から販路開拓、コンテストでの受賞まで大きな飛躍をとげた。
- ②大城野菜生産農園加工所：かぼちゃ農家としての強みをいかし「かぼちゃのせんべい」を新しく商品化。既存のスープにおいては、様々な食べ方のPRを強化。
- ③中村印刷 株式会社：印刷会社ゆえに出る紙の端材を使った「それっぽく見える手帳」はシリーズで商品化。またアクセサリーでも町内事業所とコラボ。
- ④農業生産法人株式会社 福まる農場：地元食材（かぼちゃ）とコラボし、無添加・無着色のありそうで無かった新しいソーセージにチャレンジ。
- ⑤モリンガファーム：自社農場で、自然栽培が強みのオリジナル商品ではあったが、商品表示での問題点を見つけることができた。
- ⑥特にマンゴーは急速冷凍（ブラインド凍結）した加工品で、新たな商品（一次加工など）に繋がると思う。

ワークショップ参加事業者数計（5社）（認定事業者3社、新規事業者2社）

NO	認定事業者 事業者名（代表）	NO	認定事業者 事業者名（代表）
1	株式会社日新電器産業食品事業部 (上間 明)	4	農業生産法人株式会社福まる農場 (崎原 多順)
2	大城野菜生産農園加工所 (大城 清美)	5	モリンガファームさんご園芸 (赤嶺彰弘)
3	中村印刷株式会社 (知念 由紀)		

（4）課題

- ①反応が大きかっただけに、商品が売れるたびに、製造が間に合わないという現実に直面。
(しかし新しい機械の導入で対応が可能となった)
- ②原価率の見直し。原材料、人件費等おおまかに計算している所がある。
- ③端材の再利用だったはずが、商品の売れ行きが良くて端材の在庫がなくなってしまった。
- ④質の良い素材をつかっても、テイストには、さらに工夫が必要。
- ⑤表示や賞味期限の問題解決には時間を要することで、対応が遅れがち。

⑥野菜類については、冷凍・乾燥だけでは厳しい結果。さらに味付けが必要。

- ・5月下旬にバイヤー4名を招聘し商品評価会のセミナーを開催し、直売所、スーパーマーケット、はえばる良品・特産品コンテストへの出品等のゴール（目標）を定め取り組んで来た。スポーツクラブなどと取引に繋げた事業者もありましたが、今後、一事業者でも多くの目標達成に向けて、商品開発による専門家のサポート、出展を通しての新商品開発に取り組んで行く。
- ・果物類については、商品化に向けて生産者の課題解決及び支援に取り組んで行きたい。

3. 南風原町地域連携強化育成事業 PR・マーケティング事業

(1)目的

- ・南風原町地域ブランド認定商品の周知拡大の為、PR記事の掲載5回以上の実施。
- ・特産品の販路開拓として、テスト販売の出展機会5回以上実施し、認定商品の効果測定。

(2)目標：特産品の販路開拓（テスト販売、出展等5回）

(3)実績：県内出展6回、PR記事掲載15回、SNS投稿316回

- ・4つの出口（販売先）をイメージした商品や売り場の演出、POPの書き方、お客様への商品説明、販売価格など様々な売り方や見せ方などにチャレンジでき、お客様のニーズをしっかりキヤッヂすることが出来た。

①イベント出展・・・県内6回

- ・令和3年8月23日（月）「MODERN CREATE」（リウボウ催事）
- ・令和3年10月23日（土）「第24回商工会特産品フェア：ありんくりん市」（パレット久茂地）
- ・令和3年11月13日（土）「第1回南風原町の『やさしいともったいない』を集めたフェア」
(テスト販売：イオン南風原店)
- ・令和3年12月4日（土）「第2回南風原町の『やさしいともったいない』を集めたフェア」
(テスト販売：JAおきなわくがに市場)
- ・令和3年12月11日（土）「第3回南風原町の『やさしいともったいない』を集めたフェア」
(テスト販売：ハッピーモア市場トロピカル店)
- ・令和4年2月5日（土）「ルンルン！！はえばるフェスタ」（イオン南風原店）

② PR記事の掲載・・・15回

- ・沖縄タイムス（12回）琉球新報（2回）南風原町商工会会報誌（1回）

③SNSへの投稿・・・316回（Instagram 316回 フォロワー 1,195名）

- ・南風原町、はえばる良品の認知・ファン構築のためInstagramを継続。ワークショップやセミナー、イベントなどの様子、商品開発の過程や完成商品、南風原町の風景などを織り交ぜながら幅広く紹介した。

(4) 課題

- ・小規模（4～5事業者）毎に分散開催をすることで、コロナ感染拡大防止が上手く実施する事が出来た。今後も重要と考え引き続き出展を行う必要がある。
- ・YouTube（南風原町観光協会）、出展を介しての露出（PR）が出来、前年以上にメディアへの掲載が多くなったが、一時的な取り組みでなく継続する必要がある。
- ・集客においては、イベント主催者が中心に行つたが、事業所ごとに、もっと集客のための宣伝（SNSなど含む）が必要だった。さらに、今後はイベントの規模や客層、天気、場所などに応じて商品構成や数量を変える工夫なども必要。

4. 南風原町地域連携強化育成販路拡大事業

（1）目的

- ・南風原町地域ブランド認定商品及び特産品のブラッシュアップ及び販路開拓。（販路開拓複数件以上）
- ・販路開拓セミナーの開催：6回
- ・はえる良品の目標販売を前年度5%UP

（2）目標：販路開拓セミナーの実施（6回）

（3）実績：販路開拓セミナー6回開催

①販路開拓セミナー

- ・「売れる商品づくり」には「出口を想定」することが重要と考え、県内に売り場をもつ①樂園百貨店（リウボウ）②うるマルシェ③ハッピーモア市場トロピカル店④沖縄物産企業連合の4人のバイヤーを招致し、「セミナー＆商品評価会」を実施。

「出口を想定」することの重要性を理解した上で各セミナーに参加することができた。個別相談では具体的な質問もでき、さらに各セミナー講師との繋がりももてた。既存商品のブラッシュアップや、新商品開発のため具体的な改善策が見えたように思う。

- ・令和3年5月28日（金）「セミナー＆商品評価会」参加事業者：23名
- ・令和3年6月25日（金）「食品表示セミナー」参加事業者：11名
- ・令和3年7月16日（金）「HACCP導入セミナー」参加事業者：13名
- ・令和3年7月26日（金）「直売所が求める商品企画セミナー」参加事業者：12名
- ・令和3年11月26日（金）「SNSで売上につなぐセミナー」参加事業者：20名
- ・令和4年2月25日（金）「売れる商品づくりセミナー」参加事業者：13名

②認定商品販売実績

NO	認定年度	商品名	R2 年度	目標	実績	前年比
1	平成 29 年	ぴよぴよシフォン	4, 124	4, 330	5, 082	123%
2	平成 29 年	ゆめかなえぼし パウンドケーキ	480	504	72	15%
3	平成 29 年	漉しカボチャ使って味わうスープの素	2, 500	2, 625	2, 100	84%
4	平成 29 年	はえばるのまきもの	100	105	105	105%
5	平成 29 年	ウォッチナー	120	126	70	58%
6	平成 29 年	SANGOくっしょん	800	840	434	54%
7	平成 29 年	沖縄キビまる豚（ロース・バラ）	1, 500	1, 575	1, 570	104%
8	平成 30 年	831ジャム	720	756	800	111%
9	平成 30 年	かぼちゃのエクレア	14, 400	15, 120	900	62%
10	平成 30 年	マカロン5個入り	3, 300	3, 465	12, 000	363%
11	平成 30 年	たまごパウンドケーキキャラメル	4, 437	4, 658	5, 950	134%
12	平成 30 年	沖縄キビまる豚プレミアムセット	700	735	510	72%
13	平成 30 年	キビまる豚メンチカツ	724	760	120	16%
14	平成 30 年	南風原かぼちゃのカルボナーラ	118	123	40	33%
15	平成 30 年	キビまる豚巻きかぼちゃクリームコロッケ	50	—	—	—
16	令和元年	EM たまごチーズケーキ	8, 007	8, 497	9, 478	118%
17	令和元年	30%5年古酒「はえばる」premium 30%「はえばる」	807	847	670	83%
18	令和元年	おきなわラベンダーバームミニ おきなわティーツリーバームミニ	344	361	422	122%
19	令和元年	モリンガ茶	275	288	4, 600	167%
20	令和 2 年	南風原カボチャチーズケーキ	—	1, 500	1, 980	—
21	令和 2 年	沖縄キビまる豚プレミアムセット	—	150	168	—

販売の増減について：「① ⑪ ⑯（有限会社美ら卵養鶏場）/コロナ自粛の期間中ではありましたが、自社のECサイトやSNS等を上手く運用できたのが、売り上げの維持及びUPすることが出来た。」

「② ⑨（ケーキの店デュウオ）/コロナ禍で緊急事態宣言及びまん延防止等の発令もあり、不要不急の外出自粛による消費者の購買控えが影響した。また、ゆめかなえぼしパウンドケーキは時期によりスターフルーツの仕入れが限られるなど来客が減少している中でのコストの負担から、今は注文時の販売をしています。」

「③（大城野菜生産農園加工所）/コロナ禍で緊急事態宣言及びまん延防止等の発令もあり、不要不急の外出自粛による消費者の購買控えに伴う販売先や生産量の減少による。」

「④（琉球餅事業協同組合）ふるさと納税の返礼品での売上維持が出来ている。」

「⑤（yu-i FACTORY）⑥（沖縄子育て良品株式会社）⑦（瑞泉酒造株式会社）/コロナ禍で緊急事態宣言及びまん延防止等の発令もあり、不要不急の外出自粛による消費者の購買控えの影響。」

「⑫（農業生産法人株式会社福まる農場）/長引くコロナ禍での県内外の飲食店への取り扱いの減少。」「⑦（農業生産法人株式会社福まる農場）⑧（沖縄子育て良品株式会社）/ふるさと納税の返礼品での売上維持が出来ている。」

「⑩（パティスリーアカヒロ）/メディアギフトに選ばれた事、町外の方からの客が大分増えた事、口コミなどでも広がって行っています。」

「⑬ ⑭（ケイズキッチン）緊急事態宣言の発令を受けての時短営業や休業による。」

「⑯（モリンガファームさんご園芸）/インフルエンサー（あまねくん）SNSによる発信で大きく影響。」

「⑮（咲レストラン）/令和2年2月より販売を中止。」

③販路開拓（取引）実績

No	商品名（事業者名）	取引業者	取引開始日
1	TONPI（株）日新電器産業食品事業部	ガルフスポーツクラブ牧港	令和4年2月
2	TONPI（株）日新電器産業食品事業部	楽園百貨店（リウボウ）	令和4年3月
3	SANGOくっしょん 他 (沖縄子育て良品株式会社)	ハッピーモア市場 トロピカル店	令和3年5月
4	831ジャム (大城野菜生産農園加工所)	福地商店 (琉球ガラス村/糸満市)	令和3年11月
5	キビまる豚ソーセージ 他 (農業生産法人株式会社福まる農場)	JAおきなわ くがに市場	令和3年5月
6	野菜とスマージー (モリンガファームさんご園芸)	ブック&カフェ (国際通り)	令和3年10月
7	スマージー・梅・マスタード・醤油麹 (モリンガファームさんご園芸)	うるマルシェ	令和3年10月
8	スマージー・梅・マスタード・醤油麹 (モリンガファームさんご園芸)	ドジャース	令和3年10月

（4）課題

- ・事業の説明会（キックオフ）で出口を想定することの重要性を理解した上で各セミナー内容の設定が出来た。個別相談では具体的な質問もでき、さらに各セミナー講師との繋がりももてた。既存商品のプラッシュアップや、新商品開発のため具体的な改善策が見えたので専門家を交えてのサポート支援を行う。
- ・セミナー参加によって、意識と知識が高まった分、沢山の課題が見つけることができた。今後はそれらをどのようにして解決していくのかが商品の完成度に繋がる。

5. 南風原町地域ブランド認定事業

（1）目的

- ・町内外の有識者等による推進委員会を開催し、南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の運営を行う。
- ・選定委員会にて特産品「はえばる良品」の認定を行う。（認定23件以上）現21件、新規2件以上

（2）目標：優れた特産品の町内ブランド「はえばる良品」の認証（2件）

（3）実績：新規認定件数9件、平成30年度再認定5件、取消3件（現認定27件）

- ・今年度は、サステイナブル（持続可能な開発目標）なモノづくりと町内の事業者間の連携による「コラボ商品」の開発に注力して事業を推進。具体的には、南風原町の伝統工芸の琉球絣と活版印刷会社が扱う紙とのコラボで、端材を活用した新商品が誕生。また、南風原町の特産品であ

るカボチャとブランド豚を掛け合わせたソーセージや通常は破棄していた豚皮を活用した商品など、町内の他事業者の目標となる認定商品が新しく開発された。

新規認定件数・・・9件

NO	商品名（事業者名）
1	かぼちゃカップスープ（大城野菜生産農園加工所）
2	TONPI（トンピ）（株式会社日新電器産業 食品事業部）
3	南風のかぼちゃ（ケーキの店デュウオ）
4	キビまる豚ソーセージ（かぼちゃ）（農業生産法人株式会社福まる農場）
5	美ら卵養鶏場のダックワーズ（有限会社美ら卵養鶏場）
6	12%瑞泉紅茶リキュール「宵の紅茶」（瑞泉酒造株式会社）
7	紙と糸のブックカバー（中村印刷株式会社）
8	Do you HABU シリーズ（yu-i FACTORY）
9	ちゅら除菌（合資会社協和）

平成30年度再認定件数・・・8件中、5件再認定、3件取消し

NO	再認定：商品名（事業者名）	取消し：商品名（事業者名）
1	沖縄キビまる豚プレミアムセット (農業生産法人株式会社福まる農場)	南風原かぼちゃのカルボナーラ (ケイズキッチン)
2	831ジャム（大城野菜生産農園加工所）	キビまる豚メンチカツ（ケイズキッチン）
3	かぼちゃのエクレア（ケーキの店デュウオ）	キビまる豚巻きかぼちゃクリームコロッケ (咲レストラン)
4	たまごパウンドケーキキャラメル (有限会社美ら卵養鶏場)	
5	マカロン5個入り（パティスリーアカヒロ）	

(4)課題

- ・商品開発の取組みにより優先的な出展（テスト販売、ありんくりん市、ルンルンはえばるフェスタ）などへの支援を行って来た。
- ・今後は「はえばる良品」としてどの様に販売して行くのか、販路開拓および周知活動がポイントになる。さらに、事業所が運用するHPやECサイト、SNS等のサポートなどの連携も必要。同時に「はえばる良品」ブランド自体の活動なども重要となる。

IV. 令和3年度実施スケジュール

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
ブランド 推進委員会			○			○				○		○
セミナー		1回	1回	2回				1回			1回	
ワークショップ			5回				1回					
ブランド認定商品 募集												
ブランド認定商品選定 委員会										○		
県内出展					1回		1回	1回	2回		1回	
ブランドPR												
情報発信												
報告書												→

V. 令和3年度収支決算書

※収支に関して、別紙資料

「令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 収支決算書」

自 令和3年4月1日
至 令和4年3月31日

をご参照下さい。

VI. 令和3年度 活動報告

1. 南風原町地域連携強化事業

①「南風原町×名古屋グランパス」コラボ商品開発について

日 時	令和3年10月8日（金）午後2時00分～午後3時30分
場 所	南風原町商工会 2階多目的ホール
内 容	令和3年度 南風原町ブランド構築・展開プロジェクト 名古屋グランパス沖縄県産品コラボグッズ開発説明会について
参加者	事業者11名、関係者7名 合計18名（名簿は、本文に記載）

【事業者】

1. 比嘉 圭之介 氏（有限会社だいにちシール）
2. 山田 環 氏（瑞泉酒造株式会社）
3. 竹内 香代子 氏（沖縄子育て良品株式会社）
4. 石川 昇吾 氏（株式会社日新電器産業 食品事業部）
5. 大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）
6. 知名 伸一 氏（有限会社美ら卵養鶏場）
7. 健介 氏（農業生産法人株式会社福まる農場）
8. 幸地 賢尚 氏（yu-i FACTORY）
9. 幸地 聖奈 氏（yu-i FACTORY）
10. 宮良 彩花 氏（株式会社近代美術）
11. 大城つや子 氏（琉球絣事業協同組合）

【挨拶者】

- ・野原 優一 氏（南風原町役場産業振興課）
- ・税所 清隆 氏（沖縄県名古屋情報センター）

【説明者】

- ・戸村 英嗣 氏（株式会社名古屋グランパスエイト）※ズーム会議にて参加
- ・丹羽 宏行 氏（株式会社中日新聞社）

【事務局】

- ・大城 雅史（南風原町商工会 ふるさと納税推進事業）
- ・普久原 誉也（南風原町商工会 経営指導員）
- ・知念 浩（南風原町商工会 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト）

【 内容 】

1. 開会
2. あいさつ
3. 株式会社名古屋グランパスエイトより事業説明
 - ①チーム紹介
 - ②キャンプ概要
4. 株式会社中日新聞社よりコラボに当たっての説明
 - ①コラボグッズの基本的な考え方
 - ②商品の販売方法
 - ③令和2年度開発事例の紹介
5. 質疑応答
6. 閉会

【 議事録 】

毎年2月頃に「名古屋グランパス」のキャンプが黄金森陸上競技場で行われております。キャンプ開催期間中に販売するコラボグッズの商品開発を実施する為に、事業者向け説明会を「はえばる良品」の認定事業者を中心に開催しました。

進行：知念 浩

内容

1. 開会のあいさつを知念 浩より行いました。
2. 野原 優一 氏と税所 清隆 氏よりあいさつを行いました。
3. 戸村 英嗣 氏（株式会社名古屋グランパスエイト）より以下の内容について説明がありました。
 - ① チーム紹介（創立1991年7月7日）
 - ② キャンプ概要（キャンプ予定期間は令和4年1月30日（日）～2月13日（日）の期間中にて販売会を2回～3回実施予定。コロナ感染の状況によっては昨年同様にキャンプ地での販売ができない可能性があります。）
4. 丹羽 宏行氏（株式会社中日新聞社）より以下の内容について説明がありました。
 - ① コラボグッズの基本的な考え方としてプロジェクトのコンセプトの説明（別紙参照）
 - ② 商品の販売方法についてスケジュール&コラボ商品制作上の注意点の説明（別紙参照）
 - ③ 令和2年度開発事例の紹介についてメリット（グランパスファンへの認知向上・売上拡大・販路拡大）の説明（別紙参照）

5. 質疑応答

下記の内容で各事業者の質問に答えていただきました。

(1) 知名 伸一 氏（有限会社美ら卵養鶏場）・・・昨年サーティアンダギーをコラボさせていただいて販売をしていただいたんですが棚には冷蔵保存は厳しいんでしょうか。

戸村 英嗣 氏（株式会社名古屋グランパスエイト）・・・基本的に常温で保管できる物をお願いしたい。ショップでの販売と言う所で、また EC、ウェブショップでの販売の中で冷蔵での保管と言うと現状非常に難しいので出来れば常温でお願いしたい。

(2) 幸地 賢尚 氏（yu-i FACTORY）・・・商品を企画するにあたっては新しく商品を作るのではなくて、今ある物を何かグランパス様のネームだったり、カラーリングでしたり、そういう物を活用して商品を開発した方が良いのか、どこから作りこんだら良いのでしょうか。

丹羽 宏行 氏（株式会社中日新聞社）・・・作りこんでいただけるのであれば、どこまでも作りこんでいただきたいと思います、それをやることによって、たぶんコストも変わってしまうと思うので、購入者が買い求めるであろうな金額と作りこむと言う所のバランスが一番大事じゃないかと思います。非常に魅力的な商品だと思っているので既存の物にグランパスカラーやグランパスの物を付け加えるということでも行けるんじゃないかなと思います。

(3) 宮良 彩花 氏（株式会社近代美術）・・・スケジュールについての確認ですが、いつまでにコラボ商品を納品すれば良いんでしょうか。

丹羽 宏行 氏（株式会社中日新聞社）・・・出来れば1月の納品に合わせて、そこから引算をしていくと言う方法なのかなと思います、12月中に貰えると嬉しいかなと思います。商品によっては結構な時間がかかると思いますので、皆さんのスケジュールに合わせてご協力いただけたらと思います。

(4) 比嘉 圭之介 氏（有限会社だいにちシール）・・・シールやステッカーなんですが、どれ位作れば適正なんでしょうか。

丹羽 宏行 氏（株式会社中日新聞社）・・・去年だと子育て様で100個と美ら卵養鶏場様の所も100個、瑞泉酒造様で50本でした、それが結構早い段階で売り切れてしまっています。シールやステッカーで考えると実績のある商品よりも買い求めやすい商材なのかなと思います。なかなかいくらとは言えないですが、何百とか行けるのではと思います、これも料金とのバランスかなと考えています。

(5) 大城つや子 氏（琉球紺事業協同組合）・・・どれくらいの価格帯の物が売れているんでしょうか。

丹羽 宏行 氏（株式会社中日新聞社）・・・去年は、瑞泉酒造様で一番高い物で1,800円だったんですが、紺となると伝統工芸且つアパレルになってくると思うんですが、高額商品と言いますか、アパレルで売れている商品の価格帯は選手が着用するユニフォームモデルで1万6千円位をしていまして、その下の物ですと1万円位になってしまいます。Tシャツやパークなどは3,000円から4,000円位になります。例えば、紺とのコラボで高額商品になるとすれば受注みたいな形で受注を受けて、その数だけを作っていただく事が出来ればそういう形で出来なくも無いと思います。

6. 閉会

閉会後に丹羽 宏行氏（株式会社中日新聞社）と6事業者が個別相談を行いました。

- (1) 「シール・ステッカー・Tシャツ等」比嘉 圭之介 氏（有限会社だいにちシール）
- (2) 「リキュール」山田 環 氏（瑞泉酒造株式会社）
- (3) 「お守り」竹内 香代子 氏（沖縄子育て良品株式会社）
- (4) 「焼き菓子」石川 昇吾 氏（株式会社日新電器産業 食品事業部）
- (5) 「野菜ジャム」大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）
- (6) 「かりゆしウェア等」大城つや子 氏（琉球紺事業協同組合）

（総括）

今後の流れとしては、各事業者と丹羽 宏行 氏（株式会社中日新聞社）によるコラボ商品の開発を進めています。開発商品の進捗状況を丹羽 宏行氏と事務局で共有し1月の納品に向けて、事業者の協力のもと、より多くのコラボ商品の開発ができる事を図ります。また、サンプル商品及び完成商品を事務局にて、とりまとめ発送します。



※説明会の様子

② 「南風原町×名古屋グランパス・中日ドラゴンズ」コラボ商品開発について

「南風原町ならでは」をテーマに
南風原町内のメーカー様とのコラボ商品を展開！！

- ・過去の実績から「沖縄ならでは」×プロスポーツチームのコラボは売ることは実証済み
- ・沖縄土産とグランパス・ドラゴンズの土産を兼ねた商品を開発
- ・複数アイテムをまとめてシリーズ化し、注目度を高める
- ・コロナ禍で困っている沖縄の事業者に光をあてる

■名古屋グランパス沖縄キャンプ2022の物販について

グッズ物販場所・日程：クラブグランパス（@名古屋市中区大須）1月24日（月）～

キャンプグッズ売上：約60万円分をグランパスが買取



■中日ドラゴンズ沖縄キャンプ2022の物販について

グッズ物販場所・日程：Agreスタジアム北谷グッズショップ 2月1日～28日

中日ドラゴンズオンラインショップ

キャンプグッズ売上：約150万円の売上



2. 南風原町地域育成事業

個別ワークショップ5回開催

①(株)日新電器産業食品事業部

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

Workshop
南風原町
1

<(株)日新電器産業 食品事業部>ワークショップ

日時	■令和3年6月10日(木) ■13:30~15:30
場所	■クリエイティブファクトリー・ババラギ(糸満市西崎5-11-12)
内容	「プランディングデザイン～商品企画」について

参加者 <参加者:9名>

- (株)日新電器産業 食品事業部 営業課……石川省吾主任 / 太田良太主任 / 中石健太 / 石野颯人 / 上原淳 / 食品開発主任・食品衛生管理者:西銘健一郎
- ものプラン沖縄 池村博隆 ■クリエイティブファクトリー・ババラギ / 中村 美樹
- 南風原町商工会 / 知念浩プロジェクトマネージャー

内容

<社名、ロゴマーク等について>

- 現在、(株)日新電器産業の社名で商品展開をしているが…消費者から見ると表示の製造者枠に「電器」という名称があると、若干違和感があるのでないか?という点において話し合った。
- 日新の名前を残すのであれば「NISSIN foods」や「日新フーズ」など「(株)日新電器産業 食品事業部」という名称があがった。
- コーディネイターから、名称変更の際に「ブランドロゴのデザイン」を一新し、消費者にアピールできる「ブランドコンセプト」を掲げてみてはどうかという提案をした。
- ブランドコンセプトやデザインは、今後の商品企画に大きな影響をもたらし、消費者へのPRにつながる重要な役割を果たすと、全員一致で認識した。

<ニーズにあった商品企画とパッケージ>

- 「セミナー＆商品評価会(5/28開催)」でも、バイヤーや参加事業所から大好評だった「南風原産かぼちゃを使った餃子」の中に入っていたサイコロミートは、ミンチ肉以上カット肉未満で、非常に食べやすく肉の食感と旨味を感じることのできる「売りになる商品」であるという前提で、差別化できる「プラス◎」とは何か?を話し合った。
- 「南風原産かぼちゃとコラボした餃子」は、面白いが…さらに話題性を持たせるために、「旬限定」「夏ぎょううさ」「プラスの味」(例:柑橘系の爽やかな酸味・ナツツなどの香ばしさ…など)を加えた方が良い。(ハッピーモア市場・大溝マネージャーより)。
- SDGsやサステナブルのニーズを活かした。差別化の第一歩は「脱プラ」。
(※食品系、特に冷凍食品でのプラ無しパッケージは、現在無いかと思う。)
そこで、提案したのが「紙製の業務用アイスクリームカップ(冷凍対応)」。
若干コストアップだが「脱プラ」「差別化」「少量」「便利でお洒落」などのキーワード展開が可能。
- さらに、ヘルシー市場にPRできる「サイコロミートと野菜」を組み合わせた商品も提案。

今回のワークショップでは… ■(株)日新電器産業<現状報告>→
■ブランドコーディネイター池村・中村→<市場ニーズ>をプロジェクトイメージと実際の商品を見せながら、分かりやすく解説し参加者全員でディスカッションした。

情報発信

<(株)日新電器産業 食品事業部>ワークショップ

ディスカッションの様子



②大城野菜生産農園加工所

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト



<大城野菜生産農園加工所>ワークショップ

日時	■令和3年6月10日(木) ■15:30~17:30
場所	■クリエイティブファクトリー・パバラギ(糸満市西崎5-11-12)
内容	「新商品と課題(原価計算)」について

参加者

<参加者:5名>

- 大城野菜生産農園加工所…大城清美代表
- ものプラン沖縄 / 池村博陸
- クリエイティブファクトリー・パバラギ / 中村 美樹
- 南風原町商工会 / 知念浩プロジェクトマネージャー
- 南風原町商工会 / 昔久原善也 経営指導員

内容

<新商品として検討中の「かぼちゃチップス」について>

- 県外に委託生産を依頼した「かぼちゃチップス」のサンプルが仕上がったので、まずは全員で試食。
味・食感・見た目の素材感など、全員一致の「高評価」。
- しかし、「委託費」「輸送費」「材料費」等から商品の販売価格を割り出すとかなり高額になる。
大城野菜生産農園加工所が、直営店を有していないことから「卸」となると価格設定がかなり厳しい。
利益を得るために、高額で販売しないといけなくなり版路やターゲットの設定も狹まる。
さらに、競合の多い「県外のかぼちゃ商品」との差別化はかなり厳しいと思われる。
- そこで「県内企業への委託生産」という選択肢を検討した。
ワークショップ時に、県内でせんべい製造をしている「テトラメイク(八重瀬町)」に直接打診。
翌週には、かぼちゃベーストを渡しせんべいのサンプル製造を実施することになった。

<新商品のカップ入り「恋するパンプキンスープ」について>

- パッケージも決定し、販売間近のカップに入った冷凍販売が可能なこの商品は
さまざまな食べ方をアピールすることができると考えた。
そこで…実際に、少量のごはんにカレー+チーズを入れた「パンプキンカレーチーズリゾット」を作り、みんなで試食。かぼちゃの美味しさにボリュームが加わり、一同大絶賛。

<今後の課題>

- 本事業をきっかけに、かぼちゃベースト原料の提供依頼のあった「福まる農場」や
「(株)日新電器産業」「ハッピーモア市場」などに対してスピーディーに対応することが最優先。
- その際には、再度「原価計算」をし、利益の出る見積書を作成することが重要。

備考記2 | <大城野菜生産農園加工所>ワークショップ

サンプル試食の様子



③中村印刷株式会社

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト

Workshop 3

<中村印刷 株式会社>ワークショップ

日時	■令和3年6月15日(火) ■14:00~16:00
場所	■クリエイティブファクトリー・パバラギ(糸満市西崎5-11-12)
内容	「新商品プランディングとモノづくりの方向性」について

参加者

<参加者:5名>

- 中村印刷株式会社…… 中村 由紀氏(他2名)
- クリエイティブファクトリー・パバラギ / 中村 美樹
- 南風原町商工会 / 知念 浩プロジェクトマネージャー

内容

まずは、持参して頂いた紙を見ながら、「紙の特性」をチェック。

(手でクシャクシャにしたり、曲げたり…しながらも破れない紙などユニークな紙があることを再確認)

商品開発のアイデアポイントとなる、画像をモニターで見て頂きながら解説。

<解説ポイント>

- サステナブルなモノづくりとは?
- それぞれの素材を引き立て、新しいイメージを生み出し、強く印象に残る「異素材との組み合わせ」
- 「植物がもつ自然の凹凸」と「活版の凹凸」融合できないか。
- さらに、紙の特性を考えてみる。
 - ・手で「割がす」「破る」際にできる、計算のできないカタチやテクスチャー
 - ・紙の材質が違うからこそ面白い「紙と紙を重ねた時に生まれる新しい表情」
 - ・積み重ねた紙を「違う角度から見る」「カットした時にできる断面の表情」
 - ・「小さな紙をつなぐ」ことで、大きな紙となり表情をかえる面白さ
 - ・「紙のうねり注目(曲がり)」に注目してみる。
 - ・「横く裁断」された紙だからこそできる、動きのある新しいカタチ
 - ・紙をつなぐモノとの「ペーリング」
 - ・「紙と紙をつなぐ場所で変わる」カタチや動きの不思議さ
 - ・「紙に色を塗る」紙自体がもつ素材感や色によって生まれる「色彩の可能性」
 - ・「紙をすらす」ことによって、見え隠れする紙の表情
 - ・紙を主役にせず「脇役にすることで、主役以上の存在感を出す」など…を
- 画像と解説、その時々のディスカッションを挟みながら、次につなぐイメージを高めた。

端材の紙や活版から生まれる、新しいモノに何を求めるのか?考えてみた>

- どんな人に、どんなシーンで、どんな風に使ってもらいたいのか…イメージ…が必要。
そのために、どんな風に演出し販売するのか?

↓

サステナブルで話題のショップ「GOOD NATURAL(京都)」を視察した画像をモニターで解説。

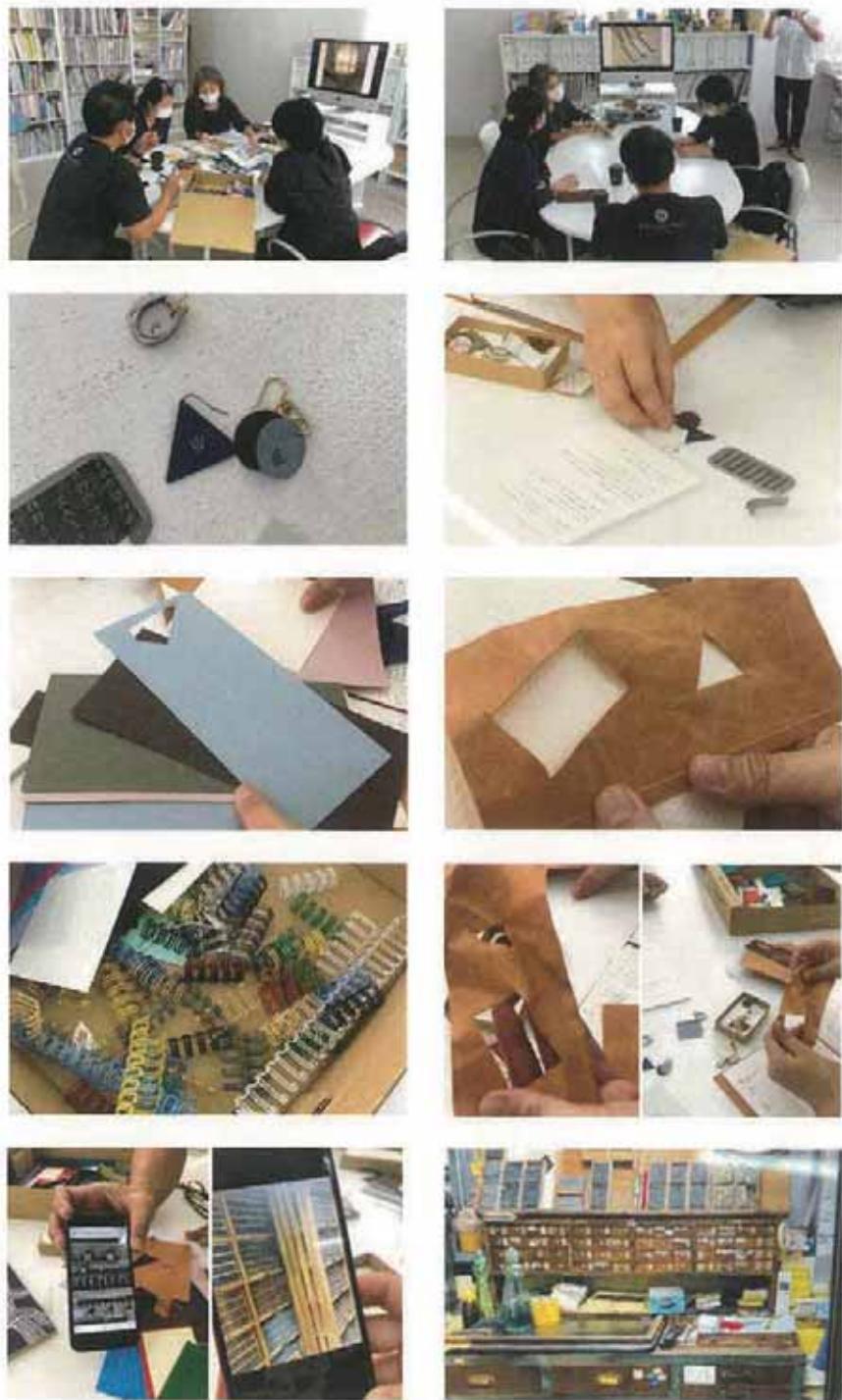
<最後に…>

- 今後は、サステナブルや身の回りにある古い活版道具にも注目し、さらに試作を行う。
- 自社(活版所)にて「体験型のモノづくり」が背景にあるストーリーを強く感じてもらえる。

Vol.3

<中村印刷 株式会社>ワークショップ

ディスカッションの様子



④農業生産法人株式会社福まる農場

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト

Workshop 4 <農業生産法人 福まる農場>ワークショップ

日時	■令和3年6月15日(火) ■16:00~18:00
場所	■クリエイティブファクトリー・パバラギ(糸満市西崎5-11-12)
内容	「新商品ソーセージの方向性」について

参加者

<参加者: 5名>

- 農業生産法人 福まる農場…崎原氏(他1名)
- ものプラン沖縄 / 池村 博隆
- クリエイティブファクトリー・パバラギ / 中村 美樹
- 南風原町商工会 / 知念 浩プロジェクトマネージャー
- 南風原町商工会 / 普久原 誠也 経営指導員

内容

「セミナー＆商品評価会(5/28)」後、南風原町内店舗に再営業してみたところ…思いのほか反応が良く、ファーマーズマーケット南風原「くがに市場」においては、現在ソーセージと精肉の売れ行きも良い！更に、同店で精肉を買って頂いたお客様から、会社の方に連絡が来て「ギフトの注文」も頂いた。

<提案>

「無添加・無着色」で展開するのであれば…さらに「特徴のあるやさしい味」にチャレンジしてみては？例えは…

- 味：一般的なソーセージ…のような濃いめの味ではなく、素材の味わいを活かした薄味で良い。
※5/28商品評価会においても「ハッピーモア市場・大湾マネージャー」から同様の評価を頂いている。
※近年の傾向で、●素材そのものの味を商品ベースにする。
●味は個人の好みで、スパイスやソースなどで「味覚」を行い、それを楽しむ傾向にある。

■サイズ：ひと口サイズ(長さ4cm前後)

■ターゲット：上記のような味やサイズにこだわれば、
幼児からシニア、健康志向の方まで、幅広いターゲットが見込める。

■包材：少量・個パックのニーズを反映させて「3個入スティックタイプ(冷蔵)」にトライしてみては？

■ギフト化：まずは、高価格帯が見込めるギフト展開から？(例えば、5フレーバーのソーセージセット)

(●かぼちゃ(南風原町産) 沖縄県産→●ハーブミックス ●島鹿辛子 ●しいたけ ●イカ墨などが素材の候補にあがった。

また、「かぼちゃソーセージ」には「梅ソース」が合うことも分かった為、メイン素材+アクセント素材も検討したいようである。

さらに●スマーキーな香りとシャキシャキ歯ごたえの和の食材「切干し大根のみじん切り」

●特徴のある香りと味をもち、沖縄のご飯のおかずとして定番の野菜「チキナー(からし菜)」

●糸満人蔵ブランド「美らキャロット」 ●北大東島のじゃがいも「にしゅたか」

●デザート感覚で食べられソーセージと相性のいい「バニラ」。

他にも「ショコレート」や「あんこ」「カカオニブ」などもチャレンジ食材としてあげられた。

↑このような具体的な食材がピックアップされ、商品企画への活発な意見が交わされた。

そして…

●翌週の22(火)には、試作品を食べながらディスカッションを高めるというスピーディーな展開となった。

Workshop
情報収集4

<農業生産法人福まる農場>ワークショップ

ディスカッション～試食の様子

■ワークショップの様子 令和3年6月15日（火） ■16:00～18:00



■「第1回目の試食会」の様子 令和3年6月22日（火） ■10:00～12:00



この日は〔①プレーン ②ハーブMIX ③かぼちゃ ④しいたけ ⑤島とうがらし〕の5種を準備いただいた。ソーセージ自体の味もチェックしながら…しょうゆの実、ゆずパウダー、わさび、島唐辛子、カレーパウダー、島らっきょう(みじん切り)、ブルーベリージャム、チョコレート、練乳など定番のスパイスや調味料から、沖縄的素材、ついにはデザートをイメージさせる甘味料までユニークな味や相性のいいおいしさを求めて、試食をしながらのディスカッションが約2時間続いた。味や見た目の方向性も確信しながら、サイズも理想に近づいていたので、第1回目の試食会としては、まずまずの仕上がりだったが…「肉との組合せ素材にもう少し沖縄感のある印象的な素材があれば…」という意見がでた為、福まる農場から「豚肉の部位を変えながら、食材を組合せてみようかな～」というアイデアが出た。ということで…
「第2回目の試食会 6/29」は、部位と食材のベストペアリングを目指すことになった。→(つづく)



<農業生産法人福まる農場>ワークショップ

試食会の様子

■「第2回目の試食会」の様子 令和3年6月29日(火) ■10:00~12:00



この日は①モモ×かぼちゃ 20g ②モモ×かぼちゃ 15g ③トントロ×わさび
④トントロ×わさびスモーク ⑤ヒレ×しいたけ ⑥ウデ×梅 ⑦テビチ×塩スモーク
種の部位と食材を組み合わせた、冷蔵ソーセージが用意されたが…
試食のためにボイルすると…「なんと！素材の味があまりしない！」工房で試作中の試食時には、
それぞれの素材の味が生きていて美味しいらしいが…（残念）
結論としては「一度冷蔵し再加熱すると、食材の味がなくなってしまったようである。」
ということ…
「第3回目の試食会 7/6」は、加熱しても食材の味をしっかりと残す！が目標となった。→(つづく)

WORKSHOP
vol.4

<農業生産法人福まる農場>ワークショップ

試食会の様子

■「第3回目の試食会」の様子 令和3年7月6日（火） ■10:00～12:00



■「第4回目の試食会」の様子 令和3年7月9日（木） ■10:00～12:00



■「第5回目の試食会」の様子 令和3年7月15日（木） ■10:00～12:00



⑤モリンガファームさんご園芸

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・農業プロジェクト



<モリンガファーム>ワークショップ

日時

■令和3年6月18日（金） ■10:00～12:00

場所

■クリエイティブファクトリー・ババラギ（糸満市西崎5-11-12）

内容

「既存商品のブラッシュアップ」について

参加者

<参加者：5名>

- モリンガファーム……赤嶺 彰夫氏（他2名）
- ものプラン沖縄／池村 博隆
- クリエイティブファクトリー・ババラギ／中村 美樹
- 南風原町商工会／知念 浩プロジェクトマネージャー
- 南風原町商工会／普久原 誠也 経営指導員

内容

この日は、自社のメイン商品として売り込みたい、ブラッシュアップ希望の商品を持参して頂いた。

「スムージーの冷凍販売」の強化について

■コロナ渦で、「健康的な家食生活」を送る人が増えた中でモリンガファームのスムージーは「自社栽培」「無農薬」「無添加」と非常に時代のニーズにマッチしている。

■「少数・多品種栽培」で「南国の希少な果実や野菜入り」は、味わい・栄養価ともにスムージー市場での差別化ができ、健康や地球にやさしい！を意識するターゲットに対し関心をもって頂ける魅力がある。

■冷凍スムージ用の現状ペット袋容器は、容量的にも含めて大きすぎるので？（要検討）

■野菜やフルーツの「安定確保」ができないでも、スムージーは冷凍ストックができるので効率が良い。さらに「少し不安定な収穫」の理由であるストーリー自体も売りになると思う。

■↑ストーリーをPRしながら、自社のWEB販売などを強化した方が効果的。
また今流行りの「サブスク（定期お届けシステム）」などはモリンガファームに合っていると思う。

1回の生産で10瓶しか作れない「マスタートード」について

■少量・個容器の市場傾向を顧慮し、現在の容量から3分1に減らし顧慮し小容器に変えてみてはどうか。

■南風原町ブランド参加事業所の中には、豚肉メーカーが2社あるので、「ふるさと納税ギフト」やその他のギフトなどコラボ販売してみてはどうか。

現在使用の「ラベル」について

■現在使用のラベルは、インクジェットプリントなので水にぬれると滲み商品価値が損なわれる。
→なので「共通サイズで印刷（コストダウン）」し「商品名は裏の一括表示に記載」など工夫してはどうか。

「商品整理」について

■どの商品も非常に魅力的ですが、商品アイテムを増やす前に、既存商品の整理が重要に。

Workshop
情報発信5 | <モリンガファーム>ワークショップ

ディスカッションの様子



新商品開発ワークショップ1回開催

① 南風原町の6次化推進について

10月15日 冷凍・乾燥させた農産物（果物・野菜）の試食会及び商品開発開催

日 時	令和3年10月15日（金）午後2時00分～午後4時00分
場 所	南風原町商工会（南風原町字本部158番地）2階多目的ホール
内 容	令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト (冷凍・乾燥させた農産物（果物・野菜）の試食及び商品開発について)
参加者	事業者：12名 講師：1名 事務局：4名 合計：17名

趣旨

ブランド構築・展開プロジェクトの一環として、南風原町内で生産される農産物（果物・野菜類）の規格外商品の付加価値向上を図り、本町の6次化を推進するためにも本事業において、県の工業技術センターの機器を活用し“冷凍”や“乾燥”等研究可能なものを試験（研究）し、新たな新商品（最終商品、一次加工品）の基礎データの活用及び事業者の事業経営の安定化に繋げたい。

【参加事業者】

1. 大城 清美 氏（大城野菜生産農園加工所）
2. 野原 和子 氏（のはらファーム）
3. 赤嶺 喜朗 氏（南風原くがに市場）
4. 赤嶺 彰弘 氏（モリンガファームさんご園芸）
5. 金城 明 氏（南風原農園）
6. 赤嶺 之昭 氏（あかみね熱帯フルーツ）
7. 赤嶺 勝則 氏（トカテン農園）
8. 赤嶺 直美 氏（アカミネ熱帯果樹園）
9. 大城 昌永 氏 他1名（大城マンゴー農園）
10. 宮城 政吉 氏 他1名（宮城マンゴー農園）

【講師：沖縄県工業技術センター】

1. 豊川 哲也氏

【事務局】

1. 金城 宏孝（商工会 会長）
2. 金城 学（商工会 事務局長）
3. 普久原 誉也（商工会 経営指導員）
4. 知念 浩（商工会 地域ブランド構築・展開プロジェクト担当）

内 容

1. あいさつ

2. 果実加工の概略等の紹介

3. 果物と野菜を冷凍（緩慢・急速）及び乾燥（熱風・調湿）させた試食について

進行：知念 浩

1. 金城 宏孝（商工会 会長）よりあいさつをいたしました。

2. 果実加工の概略等の紹介

沖縄県工業技術センター 豊川 哲也氏より下記の内容を説明いたしました。

- (1) 前処理工程について（別紙参照）
- (2) 粉碎について（別紙参照）
- (3) 乾燥について（別紙参照）
- (4) 冷凍について（別紙参照）
- (5) 発酵（別紙参照）
- (6) 加熱（別紙参照）
- (7) 塩漬について（別紙参照）
- (8) 調合、調理について（別紙参照）
- (9) 煙製について（別紙参照）
- (10) 超高圧処理について（別紙参照）

3. 果物と野菜を冷凍（緩慢・急速）及び乾燥（熱風・調湿）させた試食について
参加事業者のみなさんで下記、果物・野菜を試食いたしました。

- ① 果物：マンゴー（キーツ・アーウィン）・ドラゴンフルーツ・スターフルーツ
パイン・バナナ
- ② 野菜：カボチャ・ヘチマ

【感想について】

下記の事業者の方が感想を発表いたしました。

1. 赤嶺 彰弘 氏（モリンガファームさんご園芸）・・・色々食べてみて、果物類の急速冷凍だと味とか形があまり崩れがなく、利用価値があると思いました。野菜は加工した方が良いと思い

ますが、冷凍・乾燥だけでは厳しいと思います。今は、果物類の冷凍は需要があるので、急速冷凍には興味があります。

2. 金城 明 氏（南風原農園）・・・急速冷凍のフルーツとかは大分美味しかったです。ドラゴンフルーツの乾燥は凝縮されていて甘さが出ていて、急速冷凍よりは美味しいと思いました。野菜はどかなと思いました。フルーツは普通より急速の方が味、形が良かったです。
3. 宮城 政吉 氏（宮城マンゴー農園）・・・急速冷凍のマンゴーは美味しかったです。他の物はどうかなと思いました。調湿乾燥の食感など含めてあんまりかなと思いました。熱風乾燥については、味が残っている物があり、それはそれで良いのかなと、また、需要もあるのかなと、フルーツに関しては良いと思いました。

【機器について】

沖縄県工業技術センター 豊川 哲也氏より下記の内容を説明いたしました。
急速（ブライン凍結機）・乾燥（調湿）・真空パック・菌（酸素があっても菌は増え
る）について。

【総括】

農産物（果物及び野菜）の冷凍及び乾燥処理を施した加工品を農家や参画事業者の方々へ試食をして頂きました。果物類の急速冷凍（ブラインド凍結）に関しては味、形など崩れることなく美味しいと高評価を頂きましたが、野菜類については、冷凍・乾燥だけでは厳しいと言う評価となりました。特にマンゴーは急速冷凍（ブライン凍結）した加工品で、新たな商品（一次加工品など）に繋がると思います。商品化に向けて生産者の課題解決及び支援に取り組んでいきたい。



※試食会の様子

3. 南風原町地域連携強化育成事業・PR・マーケティング事業

1) イベント出展

① 8月23日（月）～30日（月） 「MODERN CREATE」 yu-i FACTORY（ユイ ファクトリー）

令和3年度 南風原町地域ブランド強化・振興プロジェクト


Test sale

テスト販売：リウボウ催事 [MODERN CREATE]

日時	■令和3年8月23日（月）～30日（月） ■10:00～20:00（最終日 17:00）
場所	■デパートリウボウ 6F 催事場

出展のきっかけ

5月28日（金）の「セミナー＆評価会」で、
りうぼう楽園百貨店・浦崎氏（名刺などの名称記載）と繋がりができ、浦崎氏から直接オファーを頂いた。

出展時の工夫

- 新商品である「Do you HABU」をメインにした商品構成
- スマホカバーやバッグなど、ハブ皮の種類 × 皮のカラーリングをチョイスして
体験型の販売にチャレンジした。
- 集客や視覚的なインパクトとして、リアルな「ハブ皮」をメインディスプレーに使った。
- モノづくり、職人感、オリジナル…などのアピールのために、ミシンを置き作業スペースを作った。

結果

- お客様とのコミュニケーションが生まれ、「yu-i FACTORY」ブランドコンセプトや
ハブ皮のことに対する興味をもって頂き、販売につながった。
- また、南風原にある「yu-i FACTORY」の実店舗やWEBサイトへの誘導にも効果がでた。
- お客様のニーズも知ることができた。

改善点

- スマホの機種が限定されていた為、商品の興味をもって頂いたが購入に繋げることができなかった。

出展の効果

- リウボウ浦崎氏の提案で、出展期間の後半から体験型商品を置いているテーブルを前に出し、
販売ブースのレイアウトを変更し、通路スペースも大きくとった。
その結果、お客様がブースを通りながら見ることができるように
たくさんの方に見て頂けるようになったのと同時にブース滞在時間も増えた。
そして売り上げにつながった。

33



テスト販売:リウボウ催事【MODERN CREATE】

会場の様子



② 8月28日(土)～29日(日) 「MODERN CREATE」 中村印刷株式会社

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト



テスト販売：リウボウ催事 [MODERN CREATE]

日時

■令和3年8月28日(土)～29日(日)
■10:00～20:00

場所

■デパートリウボウ 6F 催事場

出展のきっかけ

5月28日(金)の「セミナー&評価会」で、
「りうぼう楽園百貨店・浦崎氏と繋がりができ、浦崎氏から直接オファーを頂いた。

出展時の工夫

- レトロな「活版印刷」の魅力を実際に見て感じてもらうために、会場に活版印刷機を持ち込み、「活字を選べる」「紙のカラーを選べる」「留めるグルグル巻きのカラーも選べる」という、「セミオーダーメイドのノート」をメインにし、その場での活版印刷の流れをお客様に見て頂いた。お客様の好みで伺うことで、お客様とのコミュニケーションがとれ、お客様ニーズもキャッチできた。商品オーダーもひっつきりなしだった。
- 「ノート用の選べる紙」は販売台を華やかにし、お客様の目にとまる効果的な演出に一役かっていた。
- 5月28日(金)の「セミナー&評価会」において、ハッピーモア市場の大窪マネージャーから、「端材のカラフルな紙を活かして野菜やフルーツのイメージにしてみてはどうか?」と提案を頂いた。今回は、そのアイデアをヒントに、2カラーの組合せ+活版の文字を活かした「それっぽく見えるメモ帳」を初お披露目し販売した。紙の組合せのユニークさ+シンプルなデザインが好評で、沢山の人が足を止め、選ぶのに夢中になっていた。
- 他にも、沖縄らしいモチーフを活かした商品をいくつか持ち込んでいた。

出展の効果

- 活版印刷機を興味深々で見る方が多かった。スマホで動画撮影をしている人もいた。
- 中村活版印刷所を知って頂くと同時に「活版」を知ってもらうきっかけになった。
- セミオーダーメイド商品は、お客様とコミュニケーションをとるきっかけになった。
- お客様の好みやニーズを知ることができた。
- イベントのターゲットが、中村活版印刷所とマッチしていた。
- 「それっぽく見えるメモ帳」は1冊￥770(税込)と手頃な価格帯だったので購入しやすかったと思う。

改善点

- 一度にたくさんのお客様が来た場合、コミュニケーションをとることができないことを考えるとお客様の興味をひく商品POPが必要。
- 新聞の記事を見て来店された方に対して、掲載されて商品が販売されていなかったのは残念だった。



テスト販売：リウボウ催事 [MODERN CREATE]

会場の様子



③ 10月23日(土)～24日(日) 「ありんくりん市」(株)日新電器産業食品事業部

日 時	令和3年10月23日(土) 24日(日) 2日間
場 所	パレットくもじ前イベント広場(1階)
内 容	第24回商工会特産品フェア「ありんくりん市」の出店について
参加者数	出店事業所1店舗

《趣旨》

商工会の伴走型支援等により開発された特産品等を中心に、商工会地域逸品を沖縄の産業まつりに集め、流通業者・消費者など多くの県民に、商工会地場産品の良さをアピールし、県内外における販路拡大を図る。

《日時》

令和3年10月23日(土)～10月24日(日) 2日間 10:00～18:00

搬入：7時～8時45分 搬出：18時～20時

《出店事業者》

株式会社 日新電器産業食品事業部 担当：主任石川氏

《販売品》

①TONPI 塩 ②TONPI スパイシー ③TONPI スパイシー増し 各500円

《売上報告》

►TONPI 売上

10/23日(土) 226個 113,000円 10/24(日) 241個 120,500円 (合計) 233,500円

►会場全体売上

10/23日(土) 1,911,260円 10/24日(日) 2,298,400円 (合計) 4,141,100円

►来場者数

10/23日(土) 3,007人 10/24日(日) 4,225人 (合計) 7,232人

《アンケート調査結果》

別添

《所感》

今回は目標売上を掲げてはいましたが、テストマーケティングによる商品のニーズを調査する事も目的として力を入れて取組みました。TONPI のキャラクターの等身大パネルの作成やオリジナルのテーブルクロス・のぼり等クオリティの高い販促ツールにより多くのお客様に店舗に足を運んで頂き、商品は二日目の14時には完売となりました。アンケートについては今回試食ができなかつたのでその場感想を聞く事が出来なかつた為 web での回答で対応しましたが、後日多くの購入者からアンケートを回収する事ができました。今後購入者からの意見をもとに商品のブラッシュアップと販売に向け着手していきたいと思いますが、当面の課題としては生産性の向上が最優先課題となるので解決に取組みたいと思います。

《あらんくりん市の風景》



- ④ 11月13日(土)～14日(日) 「第1弾 テスト販売：イオン南風原店」
Yu-I FACTORY

令和3年度 南風原町地域ブランド強化・振興プロジェクト

	テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア
日時	■令和3年11月13日(土)～14日(日) ■10:00～18:00
出展事業所	yu-i FACTORY

<売上> ■13日(土) 90,000円 ■14日(日) 190,000円 合計 280,000円

<商談・引き合い> ■13日(土) 2件 ■14日(日) 5件

事業所アンケート

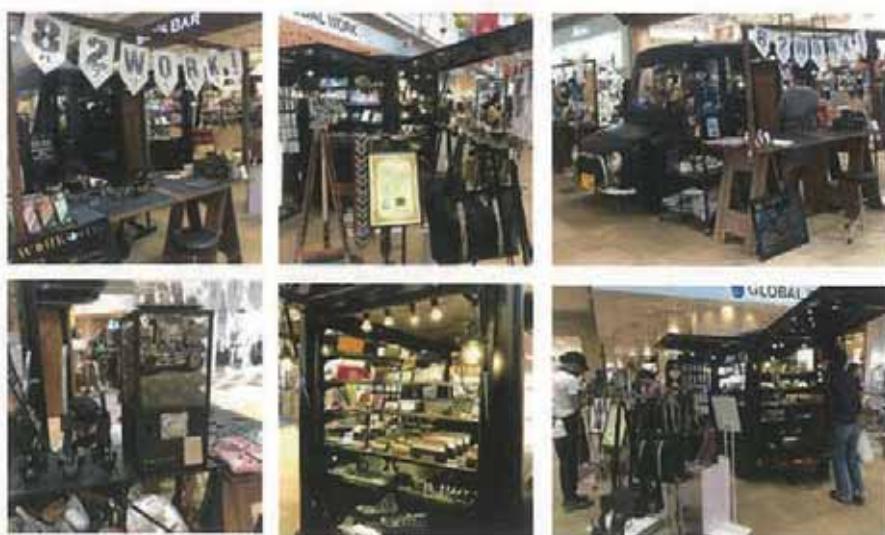
Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

■次回、ディスプレイの見直し、アプローチを全面にしたいと思います。

■二日目、ディスプレイのアドバイス(知念さん、中村さん)にて、売上がUPしました。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

■前の(ベスト電器側)大広間が良いです。



⑤11月13日(土)～14日(日) 「第1弾 テスト販売：イオン南風原店」

中村印刷株式会社

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト



テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア

日時 ■令和3年11月13日(土)～14日(日) ■10:00～18:00

出展事業所 中村印刷株式会社

<売上> ■13日(土) 22,500円 ■14日(日) 41,500円 合計 64,000円

<商談・引き合い> ■13日(土) 3件 ■14日(日) 3件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

- ディスプレイの仕方、小物の使い方、フォロワーへの誘導のコツなどお隣同士の出展者さんの様子から学んだり、事務局、専門家さんからのアドバイスを受け、実践で学べたので次に生かしていきます。
- 新商品は、概ね喜んでいただけた様子でした。
- 開発途中の商品も展示して、お客様の感想をいただける機会を作った。開発を続けるか迷っていた商品だが、要望の声も多かったので、完成を目指して、開発を続けることにしました。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

- ブースで使用した、テーブルとアーチがとても良かった。
販売してたら、購入したいくらいでした。
素敵なブースを準備していただきありがとうございました。



⑥11月13日(土)～14日(日) 「第1弾 テスト販売：イオン南風原店」

琉球紺事業協同組合

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト



テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア

日時	■令和3年11月13日(土)～14日(日) ■10:00～18:00
出展事業所	琉球紺事業協同組合

<売上> ■13日(土) 19,020円 ■14日(日) 47,400円 合計 66,420円

<商談・引き合い> ■0件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

- 改善点 ▶着尺用の綿糸が人気→綿より綿メインに
- 今後 ▶より多くの人に手にとってもらえるよう委託販売していきたい。
- 意見 ▶イヤリング・イヤーカフがあったら買いたい。
とってもかわいいので、東京でも販売してほしい (SNSコメント)

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

- もっと早くイベント開催の連絡を頂ければ余裕をもって準備できます。



- ⑦ 11月13日(土)～14日(日) 「第1弾 テスト販売：イオン南風原店」
うりぼう

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト

	6	テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア
日時	■令和3年11月13日(土)～14日(日)	■10:00～18:00
出展事業所	うりぼう	

<売上> ■13日(土) 0円 ■14日(日) 30,000円 合計 30,000円

<商談・引き合い> ■13日(土) 3件 ■14日(日) 2件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

椅子3点のみの出展でしたが、商談・売上げ共に成果が出てほっとしています。
PRの観点で、紙媒体からインスタグラム、タブレット、QRコードを活用した
誘導等での改善点を感じました。
工房の生産性向上に向けた取り組み（雇用・設備拡充・etc…）
将来のギャラリー展示、現状での常設場所の確保 etc…
やることがいっぱいあるのを再認識しました。
優先順位を付けて取り組んでいきたいと思います。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

今回は規模が小さかった（テスト販売）なので、
規模を大きくした南風原の物産展で出店してみたい。
知念さんはじめスタッフの皆様には本当にお世話になりました。
本当にありがとうございます。今後もどうぞよろしくお願ひいたします。



- ⑧ 12月4日(土)～5日(日) 「第2弾 テスト販売：JAおきなわくがに市場」
瑞泉酒造株式会社

令和3年度 南風原町地域ブランド強化・振興プロジェクト

 Test sale	7 テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第2弾
日時	■令和3年12月4日(土)～5日(日) ■10:00～18:00
出展事業所	瑞泉酒造 株式会社

<売上> ■4日(土) 21,800円 ■5日(日) 19,900円 合計 41,700円
<商談・引き合い> ■4日(土) 1件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

■飲み方や食べ方などについて表示の改善

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

- マンゴーの発送時期等、お客様の多い時期を狙ってイベントを開催をした方が良い。
- 他にも、南風原の野菜や果物の旬の時期の開催の方が集客力がある。
- 「はえるん」や「かすりの女王選出大会」などイベントを二重三重に重ねて開催しては？
- 4事業ではなく全事業所と一緒に開催し、南風原の魅力を県内外へ発信した方がいい。
- 店内にも同商品を販売し、イベントでも同じ商品+限定商品も並べ、どちらの販売場所でもお客様を獲得もできるようにした方がいい。



- ⑨ 12月4日(土)～5日(日) 「第2弾 テスト販売：JA おきなわ くがに市場」
大城野菜生産農園加工

令和3年度 南風原町地域ブランド商業・振興プロジェクト

	テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第2弾
日時	■令和3年12月4日(土)～5日(日) ■10:00～18:00
出展事業所	大城野菜生産農園加工所

<売上> ■4日(土) 28,450円 ■5日(日) 32,500円 合計 60,950円

<商談・引き合い> ■4日(土) 2件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

■新商品かぼちゃのカップスープを多くの方に知ってもらう良いPRができました。

■子育て良品さんとかぼちゃんべい・カップスープの商談をしました。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

■町内のお客様や農家が集まる「くがに市場のJA祭」や「かぼちゃフェア」の時に
このような出展PRできたらいいと思いました。



- ⑩ 12月4日(土)～5日(日) 「第2弾 テスト販売：JAおきなわ くがに市場」
株式会社日新電器産業 食品事業部

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

 Test sale 9	テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第2弾
日時	■令和3年12月4日(土)～5日(日) ■10:00～18:00
出展事業所	株式会社 日新電器産業 食品事業部

<売上> ■4日(土) 54,500円 ■5日(日) 76,000円 合計 130,500円

<商談・引き合い> ■0件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

- 反応が良かったので、イベントを通した取り組みや商品PRを進めていきたい。
- 南風原町の企業としての認知度向上を期待し、引き続き出店していきたい。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

- イベントの告知が遅かったように感じる



- ⑪ 12月4日(土)～5日(日) 「第2弾 テスト販売：JA おきなわ くがに市場」
農業生産法人株式会社福まる農場

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

 Test sale 10	テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第2弾
日時	■令和3年12月4日(土)～5日(日) ■10:00～18:00
出展事業所	農業生産法人 株式会社 福まる農場

<売上> ■4日(土) 16,000円 ■5日(日) 32,100円 合計 48,100円

<商談・引き合い> ■0件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

■味付けを変えてカボチャの風味を強くする。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

■何人かの知人（南風原の人）がくがに市場を知らなかったと言っていました。



⑫ 12月11日(土)「第3弾 テスト販売：ハッピーモア市場トロピカル店」
モリンガファームさんご園芸

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

 Test sale 11	テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第3弾
日時	■令和3年12月11日(土) ■10:00~17:00
出展事業所	モリンガファームさんご園芸

<売上> ■11日(土) 27,060円 合計 27,060円

<商談・引き合い> ■2件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか?
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

- 試食、試飲の準備をする
- 説明をもっと楽しくわかりやすく伝える。
- エコなイベントを主催している方から、出店のお声掛けをいただいた。
- 委託、イベント、通販などにも力を入れていく。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

- 特になし。



- ⑬ 12月11日(土)～12日(日) 「第3弾 テスト販売：ハッピーモア市場トロピカル店」
沖縄子育て良品株式会社

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

	Test sale 12 テスト販売	南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第3弾
日時	■令和3年12月11日(土)～12日(日)	■10:00～17:00
出展事業所	沖縄子育て良品 株式会社	

<売上> ■11日(土) 25,780円 ■12日(日) 55,180円 合計 80,960円

<商談・引き合い> ■0件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

■乾燥が気になるお客様にテスターでお試しいただき、ご購入いただきました。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

■11:00まで日差しが強く、化粧品やおもちゃがとても心配でした。
「のき」の下ではありましたがもう少し日除けがあるといいなと思いました。
■ライブ配信などしてお客様へのPRはほんとにすごいなと思いました。



- ⑭ 12月11日(土)～12日(日) 「第3弾 テスト販売：ハッピーモア市場トロピカル店」
RISE WASH

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト

	テス ^ト 販 ^売 13 テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第3弾
日時	■令和3年12月11日(土)～12日(日) ■10:00～17:00
出展事業所	RISE WASH

<売上> ■11日(土) 31,700円 ■12日(日) 40,360円 合計 72,606円

<商談・引き合い> ■11日(土) 21件 ■12日(日) 24件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

- 市販の洗剤に比べて、価格帯が4倍の商品に対して、
お客様の反応はあまりないと思っていました。
(理解して頂くお客様が購入にいたると思っていました)
- 直接お客様に触れて、感想やお客様の洗濯に対する不満や悩みを聞け、
環境に対する思いなども共感できてとても有意義な時間になりました。
2日を通じた結果、認知してもらう事で反響が良くなることを実感したのと、
訴求する場所を間違えなければ、お客様から声をかけてもらえる事が解り、
自信につながりました。
- 計り売りの要望も少數ですが、頂いたので、店頭での販売が出来ないか
検討していきたいと思います。また、別会場でのイベントの主催者も来店されており
名刺交換等も出来、今後の活動に繋がりそうです。ありがとうございました。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

- ハッピーモア市場のスタッフさんも私たちの思いに共感していただき、
声掛けもして頂いたようで、とても感謝しております。
店舗統合の忙しい中でのイベント開催で大変ご負担をおかけしてしまったのですが
イベントを盛り上げていただきモチベーションが上がりました。
今後のイベントにもお声掛けいただけるようこれからも頑張っていきたいと思います。



- ⑯ 12月11日(土)～12日(日) 「第3弾 テスト販売：ハッピーモア市場トロピカル店」
有限会社美ら卵養鶏場

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト



14

テスト販売
南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第3弾

日時

■令和3年12月11日(土)～12日(日) ■10:00～17:00

出展事業所

美ら卵養鶏場

<売上> ■11日(土) 68,580円 ■12日(日) 66,160円 合計 134,740円

<商談・引き合い> ■0件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか？
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

■商品の数量の調整・ラインナップを充実させる為に、
工場とのバランスを取る必要があると感じました。
来年工場オープン予定後は、生産性アップです。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

■お忙しい中、2日間ありがとうございました！



⑯ 12月11日(土)～12日(日) 「第3弾 テスト販売：ハッピーモア市場トロピカル店」
中村印刷株式会社

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト



テスト販売 南風原町の「やさしいともったいない」を集めたフェア 第3弾

日時

■令和3年12月11日(土)～12日(日) ■10:00～17:00

出展事業所

中村活版印刷所

<売上> ■11日(土) 15,540円 ■12日(日) 44,640円 合計 60,180円

<商談・引き合い> ■11日(土) 2件 ■12日(日) 3件

事業所アンケート

Q 今回のテスト販売で「新商品」の手応えをどう感じましたか?
(改善点・今後の販売展開・お客様からあった意見等)

■2日目の時は、1日目とは変化させ動きをつけることが重要だと学んだ。

■出展先の業種によって、商品への反応が違うことを実感。

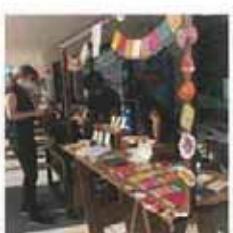
どの業種の場所で、どの商品への反応があるのか、リサーチできました。
そのことは、今後の商品展開のヒントにもなりました。

■野外での出展において、紙素材の商品にどんな影響があるのかを検証できました。
今後の出展の際に、環境の基準を設けることができそうです。

Q 今回のテスト販売について要望や意見があれば教えてください。

■出展先様への交流で、いろんな意見もいただけたのが良かった。

■インスタライブにも出させていただいて、楽しかったし、
店内での販売方法なども勉強になりました。



⑯ 令和4年2月5日(土)～6日(日) 「イオン南風原店：ルンルン！！はえばるフェスタ」

日 時	令和4年2月5日(土)～2月6日(日) 午前11時～午後6時
場 所	イオン南風原ショッピングセンター屋内催事場
内 容	令和3年度 南風原町ブランド構築・展開プロジェクト 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」表彰式及び出展について
表彰事業者 及び出展	<p>1. 中村印刷株式会社</p> <p>2. 株式会社日新電機産業 食品事業部</p> <p>3. 合資会社協和</p> <p>4. 大城野菜生産農園加工所</p> <p>5. 瑞泉酒造株式会社</p> <p>6. ケーキの店デュウオ</p> <p>7. 農業生産法人株式会社福まる農場</p> <p>8. yu-i FACTORY</p> <p>9. 有限会社美ら卵養鶏場</p> <p>10. 沖縄子育て良品株式会社</p> <p>11. RISE WASH</p> <p>12. 琉球紳事業協同組合</p>

【趣 旨】

南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」は、南風原町の活性化を図る為に、本町の地域資源等を活用した優良な商品を認定し、本町の產品を広く多くの方に知ってもらい愛用していただくと共に、本町の産業振興や知名度・イメージ向上を図る事を目的としています。

【表彰事業者 「はえばる良品」認定商品】

1. 紙と絹のブックカバー（中村印刷株式会社）
2. TONPI（トンピ）（株式会社日新電機産業 食品事業部）
3. ちゅら除菌（合資会社協和）
4. かぼちゃカップスープ（大城野菜生産農園加工所）
5. 12%瑞泉紅茶リキュール「宵の紅茶」500ml（瑞泉酒造株式会社）
6. 南風（はえ）のかぼちゃ（ケーキの店デュウオ）
7. キビまる豚ソーセージ20g（かぼちゃ）（農業生産法人株式会社福まる農場）
8. Do you HABU シリーズ（yu-i FACTORU）
9. 美ら卵養鶏場のダックワーズ（有限会社美ら卵養鶏場）

【その他「はえばる良品」出展事業者】

1. 沖縄子育て良品株式会社
2. 琉球絹事業協同組合
3. RISE WASH

*ケーキの店デュウオ、農業生産法人株式会社福まる農場の2事業者については、事業者の都合により出展を見送っております。

<PRについて>

南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトのブースを設置して、今年度認定されました「はえばる良品」をパネル及び9商品の展示を行いました。

また、出展した事業者については売上にも繋げる事が出来、認知度を高められたと思います。

「売上 実績」

1. 中村印刷株式会社

〈 売上：2月5日 18,890円 2月6日 50,260円 合計：69,150円 〉

2. 株式会社日新電機産業 食品事業部

〈 売上：2月5日 84,000円 2月6日 74,500円 合計：158,500円 〉

3. 合資会社協和

〈 売上：2月5日 15,200円 2月6日 17,800円 合計：33,000円 〉

4. 大城野菜生産農園加工所

〈 売上：2月5日 35,850円 2月6日 35,359円 合計：71,209円 〉

5. 瑞泉酒造株式会社

〈 売上：2月5日 13,700円 2月6日 30,400円 合計：44,100円 〉

6. yu-i FACTORY

〈 売上：2月5日 129,000円 2月6日 245,000円 合計：374,000円 〉

7. 有限会社美ら卵養鶏場

〈 売上：2月5日 157,450円 2月6日 173,000円 合計：330,450円 〉

8. 沖縄子育て良品株式会社

〈 売上：2月5日 56,070円 2月6日 29,740円 合計：85,810円 〉

9. RISE WASH

〈 売上：2月5日 32,840円 2月6日 23,960円 合計：56,800円 〉

10. 琉球絆事業協同組合

〈 売上：2月5日 64,950円 2月6日 71,500円 合計：136,450円 〉

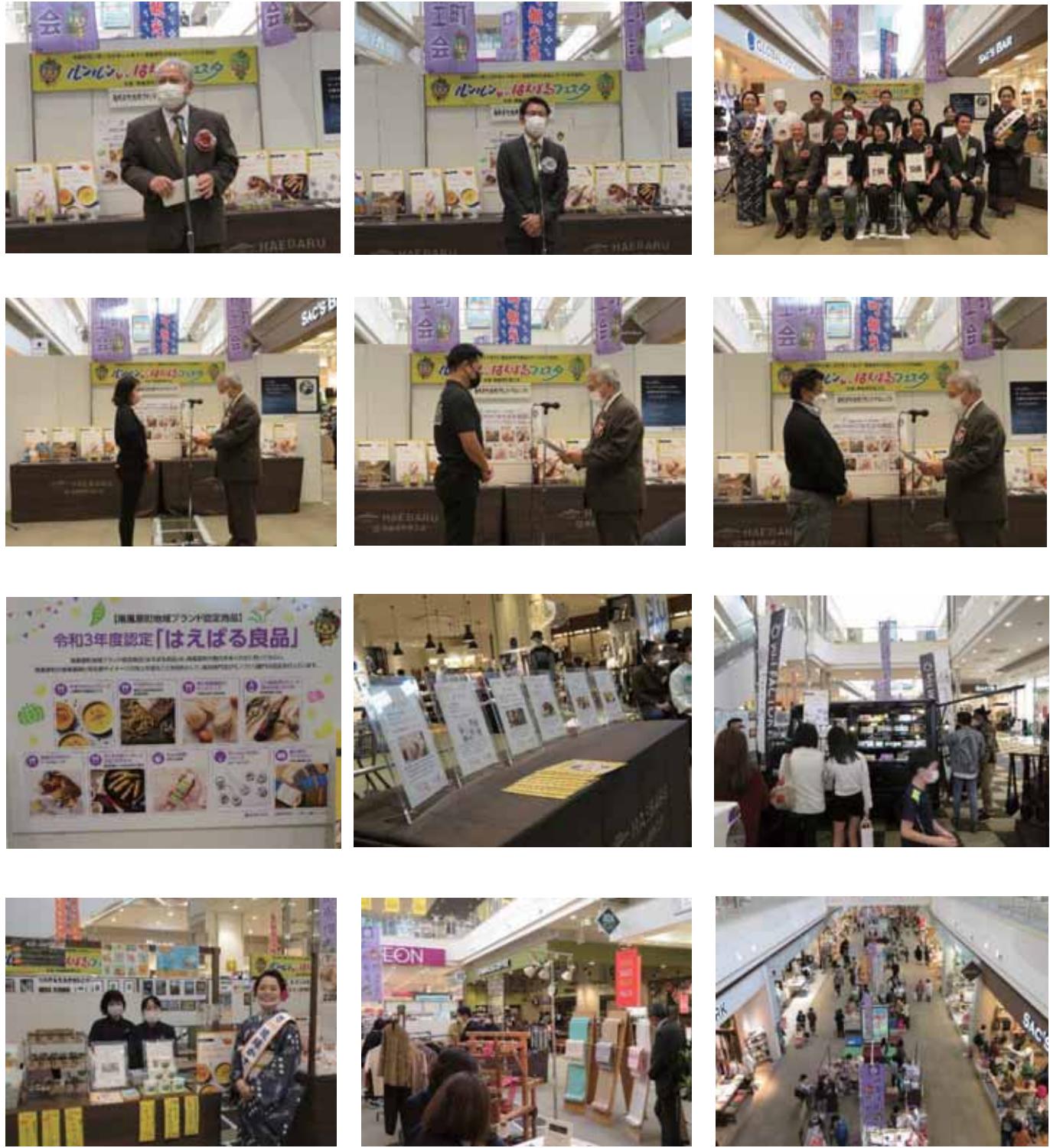
【まとめ】

まん延防止重点処置発令中のなか、イベントの開催が危ぶまれましたが無事に開催する事が出来ました。オープニングセレモニーにて、「はえばる良品」の表彰式を行いました。南風原町 町長 赤嶺正之より、9事業者に認定証の授与式を行いました。受賞された事業者においては、認定証を出展ブースに飾るとともに、「はえばる良品」のパンフレットを使い店舗のPRを積極的に行っていました。

今後とも南風原町の活性化を図るために、地域資源を活用した優良な商品を開発し、本町の產品を広く多くの方に知ってもらい愛用していただくと共に、本町の産業振興や知名度・イメージ向上を図っていきたいと思います。

以上

「イベントの様子」



2) PR 記事の掲載

■南風原町商工会 会報誌 2022年1月

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト

沖縄総合事務局 × 沖縄ファミリーマート（第二地方合同庁舎内）共同企画

県内41市町村の特産品の販売を開始!!
第1回八重山地区 第2回北部地区 第3回中部地区

**第4回南部方面（南部1市3町・南北大東村）
南風原町の特産品を絶賛発売中!**

販売期間:2021年12月1日～2022年2月28日(営業時間:7:00～19:00(土日祝日休業))
販売店舗:沖縄ファミリーマート那覇第2地方合同庁舎／S店(沖縄県那覇市おもろまち2丁目1-1)



コロナ過新分野へ挑戦

中村印刷株式会社
(株)日新電器産業食品事業部

中村印刷株式会社



ブックカバーや装飾品に端材活用し新商品！

コロナ禍をきっかけに、それまで接点のなかった南風原町内の異業種3者（中村印刷株式会社・琉球耕事業協同組合・大光工業）が連携し、新たな商品開発に挑んでいます。それぞれの事業者が自社製品を生産する際に生じる端材を活用して、ピアス、ブックカバー、ブローチなどに生まれかわらせる取組みです。

(株)日新電器産業食品事業部



南風原に新工場 豚の皮でスナック！TONPI（トンビ）

昨年、大規模な食品加工工場を南風原町内に新設。豚の皮を使った低カロリー・高タンパクなスナックなど新商品を開発!廃棄されることの多い豚皮を独自製法で商品化した「TONPI（トンビ）」は、サステナブル（持続可能な）の取り組みとして注目です。



配信中!!

兼城十字路チャンネル

<https://www.youtube.com/channel/UCrLEU0ZaiPQ1yVtgIXd1JgQ>

<収材:仲富健太様 たたのあきのり様>

沖縄で唯一の活版印刷がかっこいい! 中村印刷

配信：
令和3年8月24日(火)
20:00~

事業所:中村印刷株式会社
南風原町字宮城440-1



豚の皮に熱い男達!豚皮革命!
日新電器産業食品事業部

配信：
令和3年9月14日(火)
20:00~

事業所:
株式会社日新電器産業食品事業部
南風原町字山川286-17



コインランドリー夫婦の挑戦!RISE WASH



配信：
令和3年11月9日(火)
20:00~

事業所:RISE WASH
南風原町字津嘉山1324



ハブは革にもそばにもなる!yu-i FACTORY



配信：
令和3年11月16日(火)
20:00~

事業所:yu-i FACTORY
南風原町字新川1583



清美と清美がカボチャをとことん活かす!
「野菜」「生産」「農園」「加工」!
大城野菜生産農園加工所



配信：
令和3年11月30日(火)
20:00~

事業所:大城野菜生産農園加工所
南風原町字津嘉山1456



第24回商工会特産品フェアありんくりん市出展しました!!

商工会の伴走型支援等により開発された特産品等を中心に、商工会地域逸品を沖縄の産業まつりに集め、流通業者・消費者など多くの県民に、商工会地場産品の良さをアピールすることができました。

会期:令和3年10月23日(土)~10月24日(日) 2日間

会場:パレットくもじ前イベント広場(1階)

出展事業者及び商品

▶株式会社日新電器産業 食品事業部

▶商品名:TONPI 塩味 / TONPI スパイシー / TONPI スモーク





■ 沖縄タイムス 2021年9月7日

日新電器 食品に活路



南風原に新工場 豚の皮でスナック

セイジの説教は、彼の教義の本質を理解するうえで非常に重要な役割を果たす。セイジは、神の御心を通じて、人間の心に直接働きかけることを主張する。彼の教義は、神の御心を通じて、人間の心に直接働きかけることを主張する。セイジは、神の御心を通じて、人間の心に直接働きかけることを主張する。セイジは、神の御心を通じて、人間の心に直接働きかけることを主張する。



■沖縄タイムス 2021年8月26日



「ハブ革」と書かれた看板の下で、手作りの陶器や漆器などの商品が並んでいます。背景には他の出店者たちが見えます。

ユニーク工芸品 県内28店舗出展

リウボウ30日まで

沖縄の伝統工芸品などを現

代的にアレンジした商品など

を販売する企画展「リュウギ
ユウモダンクリエイト」が、
那覇市のデパートリウボウ6
階で開かれている。30日まで。
2017年から開催しており
ゴーヤーなどが描かれたヤチム
ンの魅力に触れる買い物客=25
日、那覇市のデパートリウボウ

ゴーヤーなどが描かれたヤチム
ンは「新しいユニークな県産品
を手に取った生駒徳
」と書かれており

■沖縄タイムス 2021年10月13日



革製品の製造・販売を手掛けるソリード
ARTS OF RYU (リーアーツ)、「西原町
幸田賀商店(代表)」がいるほか、商品便り本が、
環境に配慮した手作り製造された日本
ハブ革ヤー革職」の認定を得た。ハブを削
むべし革での認定は国内初といふ。幸田代表は
「手作りにも環境に配慮しないといふ、幸田のハ
ブ革を活用した商品作りを通じて」と意気込

ユーハイファクトリー

「県産素材の良さ発信」

日本HARAJI-レザー基盤は、日本
皮革産業連盟が定める認定制度で、第三者機関による
検査が必要となる。
認定されたハブを販売の
実験をする際、おいた後、
白樺や豚脂などの不純物を削
り除いた後に商品名に「ハブ
革」と表記する。幸田は植物
由来の「タニシ」、じぶん農
場に植じた森を使い、
加えて、農業や排水などの
環境も貢献。ホルムアルデヒ
ドや二ッケルの使用量、私が
ひむ千葉があり、西田は植物
由来の「タニシ」、じぶん農
場に植じた森を使い、
取り組みから約2年、この
3月で日本認定された。商
品ハブーにも認定ロゴマー
トを入れ、「環境に配慮」
ができる。

今後、財布やかばんなどで
使う他の革製品でも認定申請
に意を取つてもうらじ。

ハブ革初の工芸認定

「多くの商品の環境配慮
を目指す。まだ、ハブ革でも、生産
者は講習や手帳がなかった
ところは2008年の創設以
降、国内で初めてハブ革が
「手作り」「確実」、認定された
ハブを活用して商品開発・販
売をしたり、ハブは天然
の皮であるが、手帳が減つてない
手帳の「ハブ革の手帳」を販
売する。幸田は「手帳や環境
に配慮した手帳のハブ」と
「手帳のハブ革の手帳」の二つを
販売している。

今年で5年目。前年より11店
舗多い28店舗が出展してい
る。県産ハブの皮を使って製作
したコインケースやスマホケ
ースを販売する「ソリード
FACTORY」や、ゴーヤー¹
やバイナップル、ヤギなど
のイラストをヤチムン(焼き
物)にあしらった商品を販売
する「アトリエクリエイト」な
どが出品。リウボウの担当者
は「新しいユニークな県産品
を手に取った生駒徳
」と書かれており。

ゴーヤーなどが描かれたヤチム
ンの魅力に触れる買い物客=25
日、那覇市のデパートリウボウ

■沖縄タイムス 2021年9月12日



地元愛 ほのぼの配信



個性的な逸品そろう

ハブ革と牛革を混んで作
れるヨーイ FACT
ORYO Ti Phone
ケース (RM) と中村和
歌の「歌の酒」



デパートリウボウで開催するイベント
RYUUYU MODERN CREATE
TRYUKYU MODERN CREATE

「アトリエクリエイト」
ハブ革の手帳「ハブ
手帳」の販売を行な
う。また、幸田は「ハブ
手帳」の販売を行な
う。幸田は「ハブ革の手帳」
の販売を行なう。



ハブ革と牛革を混んで作
れるヨーイ FACT
ORYO Ti Phone
ケース (RM) と中村和
歌の「歌の酒」

ハブ革と牛革を混んで作
れるヨーイ FACT
ORYO Ti Phone
ケース (RM) と中村和
歌の「歌の酒」



地元愛 ほのぼの配信

ハブ革と牛革を混んで作
れるヨーイ FACT
ORYO Ti Phone
ケース (RM) と中村和
歌の「歌の酒」

■沖縄タイムス 2021年10月24日



石川勝喜主任

■ 沖縄タイムス 2021 年 11 月 14 日



南風原町のやさしいとも
たないを集めたファエア

日さんは「一個も人を傷し、持ちになれるモノづくりをした」とおっしゃる。

を集めたフェア第3弾

The image shows the front cover of a book titled "ヒートたまご" (Heat Egg). The title is written in a stylized font with a wavy underline. Below the title, the author's name "池村博樹" (Hiramura Hiroki) is printed. At the bottom right, the publisher's name "フジミ音楽出版社" (Fuji Music Publishing) is visible.

回は100円から400円で買
売いたします。地図とくじ運
営商をぜひお試しください。

■ 沖縄タイムス 2021年12月12日



濃厚卵や保湿商品も
いい弾く
みつろうクリームなど、赤ちゃんも安心して使える沖縄子育て良品の保湿商品やグッズも、野菜やフルーツがメモ題です。『ほほ見えるメモ題シリーズ』が登場します。

■沖縄タイムス 2022年1月23日



電子レンジにも対応できる
ようになり、簡便性が増した
カップスープ「恋するバ
ンキンスープ」

県内外からおいしいと人気の
南風原町産カボチャですが、収
穫の1割強が市場には出回らな
い規格外品となるそうです。そ
の規格外品を商用し、農家の收
益を少しでも上げたい。そん
な思いから大城清美さんは地域
の農家と連携して大城野菜生産
園加工所を立ち上げます。

「たっぷりのスープです」を発売。
そのおいしさを優しい味わいで
離乳食や介護食にも利用できる
と人気商品となりました。

5251. 56. 電話 0990 (6867)



池村博樹
冷蔵販賣
コラムニター



大城清美さん

糖度20度超えの甘味

たっぷりのスープです」を発売。
そのおいしさを優しい味わいで
離乳食や介護食にも利用できる
と人気商品となりました。

今回、簡便性がさらに増じた
電子レンジ対応のカップスープ

「恋するパンキースープ」(220g・450円)を開発しま

した。温めて冷たくしてもOKで、チーズソースとしてお薦め商品。ファーマーズマート

ケット南風原「人が市場で

絶賛発売中です。清美さんは「カボチャの甘さ」となく無駄にせずおいしいモノに仕立て、お客様で使

い。商品開発は楽しいです」と笑顔で話します。農家の課題で取り組む、そんな柔軟な姿勢が魅力的に感じました。

56. 電話 0990 (6867)

5251. 56. 電話 0990 (6867)

■沖縄タイムス 2022年2月6日

町内の一押し良品集合 きょうまで イオン南風原で催し



琉球舞や南風原花崗の柄を
モイルで表現する体験コーナー=5日、イオン南風原
ショッピングセンター

大城野菜園は「町内の事業者を
通じてヨハボラ町内の事業者を紹介
する」の趣旨を踏まえて、販売で使
える女性のショートヘアショット
トスニーカー用の靴ひも、クリフシ
ヨンカバーなどのアイテムを販売。
町内事業者のコラボ作品やネイル
ランド「ほえほな農園」に、202

1年間は9種類が選ばれた
で感謝の気持ちを贈る「ナーナ」な
どある。
大城野菜園は「町内の事業者を
通じてヨハボラ町内の事業者を紹介
する」の趣旨を踏まえて、販売で使
える女性のショートヘアショット
トスニーカー用の靴ひも、クリフシ
ヨンカバーなどのアイテムを販売。
町内事業者のコラボ作品やネイル
ランド「ほえほな農園」に、202

はえばる良品 9品認定

【南風原】2021年度の南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」に選ばれた事業者が11団体、町役場に集まつて記者会見し、商品の魅力をアピールした。本年度は新たに9品を認定。ブランド認定事業を主催する町商工会の金城宏幸会長は「町内外に宣伝し、ますます技術を高めてほしい」と期待した。



①はえばる良品をPRする赤瀬正之南風原町長（後列中央）と認定事業者たち＝11団体、同町役場（丁新）にはえばる良品に認定された商品お菓子やアクセサリーなど種類も豊富だ

県内小売店と連携 販路拡大

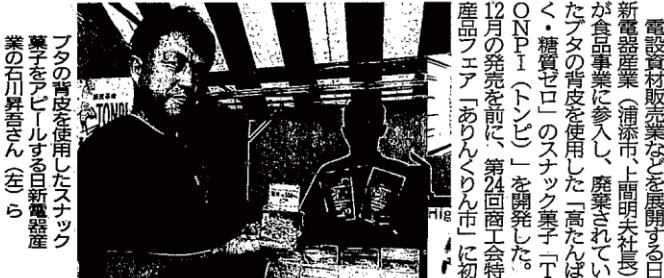
はえばる良品は17年度にスタート。町の特産野菜を加工し、初年度から選ばれてきた大城野菜生産農園加工所（津嘉山）は、新たに「かぼちゃカップスープ」が認定された。大城清美代表は「はえばる良品に認定され、南風原のカボチャがとても濃厚で甘く、おいしいと知つてもらえた」と話す。20年度にはロゴマークも誕生。認定商品は、県内小売店と連携して販路を拡大するほか、ふるさと納税の返礼品としても活用する予定だ。

赤瀬正之町長は「町の皆さんがあん氣になる呼び水になつてしまい」と期待した。

他の認定商品は次の通り。

TONPII（新電器産業（山川）▽南風原のかぼちゃリケーキの店Duo（津嘉山）▽キビまる豚ソーセージ（かぼちゃ）▽福まる農場（宮平）▽美ら卵養鶏場のダックワーズ▽美ら卵養鶏場（宮城）▽12%瑞泉紅茶リキュール（宮城）▽瑞泉酒造（宮平）▽紙と耕のブックカバー（中村印刷（宮城）▽Do You HABU（宮城）▽yuu FACTORY（新川）▽ちゅら醸造（協和（同）（南都報道部・我喜屋あかね）

■琉球新報 2021年10月24日



健康志向、初出品に手応え

豚皮活用スナック菓子

ナツク菓子

ナツク菓子 めて出品している。
当新電器産業は、新事業として2
〇一五年に食品事業部を発足し、本
社倉庫内に肉食加工場を設備。20年
は新型コロナ感染症や豚熱(コロナ)
などで本業の売り上げを始め打撃を
受けたが、どうもやつてしない商品開
発を開始しようと、昨秋南風原町に工
場を新設した。

南風原町商工会の支援で今年6月
よりから商品開発に着手し、9月い
ろに完成させた。「トンビ」は4種
類の味で、高温で揚げてぱりっとし
た食感となっており、
県内外の量販店などから問い合わせ
せもあるといふが、当面は健康志向
の人々をターゲットで、自社のEC
サイトやスポーツジムで販売する。
予定価格は税込540円だが、あ
りんぐく市では同500円で販売
している。

県内外の置販店などから問い合わせもあるというが、当面は健康志向の人々をターゲットに、自社のECサイトやスマートフォンで販売する。予定価格は税込約540円だが、やりくりで市では回り500円で販売している。

■琉球新報 2022年3月5日



3) SNSへの投稿

○「はえばる良品」公式 SNS の運用

「Instagram」による PR、南風原町のファン構築

南風原町、はえばる良品の認知・ファン構築のため Instagram を継続。

●ワークショップやセミナー、イベントなどの様子

●商品開発の過程や完成商品

●南風原町の風景

などを織り交ぜながら幅広く紹介した。

実施期間：2021年9月～2022年3月

継続して発信し続けたことで、各事業所の認知向上につながり、

コラボ商品など意欲的な新商品開発や PR 活動を行うことができた。



○Instagram の投稿一部



4. 南風原町地域連携強化育成販路拡大事業

1) 販路開拓セミナー6回開催

① 5月28日(金) 「セミナー&商品評価会」

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・農耕プロジェクト



セミナー&商品評価会

日時	■令和3年5月28日(金) ■13:00~16:00
場所	■津嘉山公民館ホール
目的	「4つの出口に！商品をプレゼンテーション」

内容

沖縄県内(県外)において、コロナ禍の中でも集客力のある4つの店舗のバイヤー4名と南風原町内の10事業所にて、商品プレゼン～商品評価までをセミナー形式で行った。

参加者 ■バイヤー5名 ■10事業所(23名) ■事業コーディネーター2名 ■商工会事務局3名

<講師バイヤー>

樂園百貨店 デパートリラボウ2F
<バイヤー：浦崎 佐紀子係長>
■売筋：食品
■欲しいアイテム：菓子類、調味料、罐詰品(地鶏、チキンなど)
インテリア雑貨、掛け物、雑貨・アクセサリー等
主な食品は「センス！」がポイント！

<参加事業所>

① RISE WASH
當銘 昌志 他1名

② 瑞泉酒造株式会社
山田 琢世

③ yu-i FACTORY
比嘉 裕美氏 他3名

④ 楽日新電器産業食品事業部
石川 算吾氏 他4名

⑤ モリンガファームさんご園芸
赤堀 彰夫氏 他2名

⑥ 琉球紳事業協同組合
加納 真生子氏

⑦ 農業生産法人株式会社福まる農場
崎原 秀俊氏

⑧ 子育て良品株式会社
松谷 香氏 他2名

⑨ 中村印刷株式会社
知念 由紀氏 他1名

⑩ 大城野菜生産農園加工所
大城 清美氏

※木の仕事 uribou は商品のみの展示

<講師バイヤー>

うるマルシェ
<バイヤー：宮城 健統括支配人>
■売筋：生鮮野菜～オリジナル商品
■欲しいアイテム：低価格帯商品
(例)ドレッシングや調味料など)

<参加事業所>

⑪ ハッピーモア市場トロピカル店
<バイヤー：大浦 純梨子マネージャー>
■売筋：食品(特に沖縄のスムージーやパナクーキ等)
■欲しいアイテム：ハッピーモアP用の野菜ベースト。
ファミリー客が多いので子供向けの商品。
安心・安全な新食品(生活新食コーナーもあるので)。

<講師バイヤー>

沖縄物産企業連合
<バイヤー：森田 猛史課長>
■小売・卸販賣
■島内直営店：沖縄本島(県内2店舗)、県外5店舗
■主な取引先：イオン琉球、サンエーパルコ
(イオン南風原店での定番商品を目標すことも可能)
■県外直営店「沖縄宝島」での取扱いも可能



セミナー&商品評価会

告知用ツール

■チラシ：A4 サイズ・両面

■セミナー会場ポスター：A2 サイズ

見えま出口に
向かって宣伝づくり

5・28(金)
13:00～15:15
津嘉山公民館ホール

EXIT

参加
無料

セミナー&商品評価会

4つの出口に！商品をプレゼンテーション

1 楽園百貨店
デパート リウボウ3F
<バイヤー：園崎保氏>
備考：販路
■新しいアイテム：電子部品、機械部品、機械工具（機械、サキロなど）
インテリア商品、懸念け、運動、アセビリティ等
新規品は「センス！」がポイント！

2 うるマルシェ
うるま市前原 183-2
<バイヤー：宮城純悟直記人>
備考：生鮮野菜～オリジナル商品
■新しいアイテム：伝統高級品（例如レッサンクや御油料など）
■参加型イベントやワークショップなどを開催し
販路しながら商品をPRするのも可実的。

**3 ハッピーモア市場
トロピカル店**
宜野湾市火山 7丁目10-1380-61
<バイヤー：大河マージャー>
備考：販路
■新しいアイテム：ハッピーモア店の特産グッズ。
フタバグリ等が多いのでご興味の方必見品。
安心・安全な新商品（生活雑貨コーナーもあるので）、
■ロケーションが良い！お土産でのイベント開催もOK！

4 沖縄物産企業連合
本社：那覇市金城 3丁目8-11
<バイヤー：森田謙吾>
備考：販路
■新規販路：沖縄本島（島内）周辺、東洋を主な販路
■主な新規先：イオン琉球、サンマートン
（イオン琉球沖縄で初めて新規店舗開設されることも可能）
■新規小売業者「沖縄アベ」での取扱いも可実的

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

↑<オモテ面>

図-1

セミナー&商品評価会

進行と内容

事業所ごとの「商品カルテ」と「ヒアリングシート」を、事前にバイヤーの方々に配布し
商品の想いや取組み、PR ポイントなどをある程度、把握して頂いていたので、スムーズな進行ができた。

① セミナー&商品評価会の説明

(事業コーディネーター：池村 博隆氏)

■セミナーの趣旨と各バイヤーの店舗画像を
プロジェクターで映し出しながら、店舗特徴を解説。



①セミナーの説明

②4バイヤーによる自社説明

■自社の強みや、ターゲット、欲しい商品などを
バイヤーならではの目線で説明。



②4バイヤーによる自社説明

③事業所プレゼンテーション

■自社の取組みや商品の売り、新商品開発の想いなどを
3分間でプレゼンテーションした。



③事業所プレゼンテーション

④個別の商品評価

■4バイヤーが事業所のPRブースを回りながら、
評価～改善点などのアドバイス～商談まで行った。



④個別の商品評価

⑤事業所の評価、改善点の報告

■バイヤー×コーディネーター×事務局が
南風原ブランドのトータル評価と
事業所ごとの商品や取組みなどについて
ディスカッションした。



⑤事業所の評価、改善点の報告

■1

セミナー&商品評価会

バイヤーによる個別商品評価の様子

■会場の様子



■大城野菜生産農園加工所



■株日新電器産業 食品事業部





セミナー&商品評価会

バイヤーによる個別商品評価の様子

■子育て良品 株式会社



■琉球紳士業協同組合



■RISE WASH





セミナー&商品評価会

バイヤーによる個別商品評価の様子

■中村印刷 株式会社



■yu-H FACTORY



■モリンガファーム さんご園芸



■セミナー&商品評価会 バイヤーによる個別商品評価の様子

■高畠生産法人株式会社 福まる農場



■瑞泉酒造 株式会社



■木の仕事 uribou





セミナー＆商品評価会

バイヤーの評価

食品

4 バイヤーが記載した「商品評価シート」のまとめ ①

	売りになると感じた点	改善ポイント	評価
瑞泉酒造 株式会社	浦崎氏： 宮城氏：「酒合せの儀」 大河氏： 森田氏：行事やイベント性	●水合せの儀式のストーリー ●物語作り→I.P.や動画で ●県外ウエディングも企画してみては? ●ブライダル以外でも振り幅を広げてはどうか? 例：持ち運びできるアルコール消毒用（アロマ入）等 ●レガーレの高機能やこだわりをPR. ●RTD規格	●ブライダルなら良い ●気になる ●気になる
	浦崎氏：●「金アグー」というブランド 宮城氏：●発酵調味料 ●醤(32/28.2) ●アミノ酸の平均値が高い ●南風原産かぼちゃとのコラボ餃子	●ビン詰めの加工品が欲しい。 ●金アグーの特性や他の農産物と差別化できるキャッチコピーが必要。	
	大河氏：●肉の食感が楽しめた。 森田氏：●ダイスカットの食感がいい。 ●「アグー」ブランドであること。	●うるま市産のかぼちゃでも 「パンプキン餃子」ができると売りやすい。 ●オリジナル商品と一緒に作れたら… トマトソースの野菜の部分は ハッピーモア市場から提案できます。	●気になる ●気になる
	浦崎氏：●加工品のバランス(素材・味づけ) が良かった。 ●特に「県産 梅」	●味のイメージをつける為に「試食」が必要。 ●小売用のパッケージも欲しい。	●取扱ってみたい
モリンガ ファーム さんご園芸	宮城氏：●食べるところになる ●「葉菜野菜」の有効活用 ●「梅ジャム」「マスタード」「黒人参スープ」が気になる。 宮里氏：●こだわり野菜の商品	●成分分析	●取り扱います！ ●取扱ってみたい
	大河氏：●OKINAWA粒マスタードは とても面白い。	●分量の調整が必要。 ●パッケージでデザインの改良 ●ターゲット幅が狭いので、もう少し広げる 切り口が欲しい。	●取扱ってみたい
	森田氏：●味・素材ともに良い。	●小規格サイズが欲しい。 ●産地PRの強化(例：オーシッタイとか…)	●取扱ってみたい



セミナー＆商品評価会

バイヤーの評価

食品

4バイヤーが記載した「商品評価シート」のまとめ②

	売りになると感じた点	改善ポイント	評価
農業生産法人 株式会社 福まる農場	浦崎氏：●抗生物質なし	●南風原かぼちゃの良さを活かしながら「無添加のソーセージ」に仕上げて欲しい。	●リウボウの中元・歳暮ギフト
	宮城氏：●浜比嘉の塩にこだわった「無添加ソーセージ」 ●仕込み 25kg 120g パック（30g×4本入り） 宮里氏：●鹿児島のウインナーは出回っていないので取扱ってみたい。	●うるまの塩とのコラボで「ベーコン」は作れないか？	●気になる ●取扱ってみたい
	大河氏：●塩へのこだわり ●抗生物質なし (↑お客様から問合せがある) ●地域事業所とのコラボ	●いい値段なので、イヘントベースから販売をスタートさせてみでは？ ●オリジナル商品と一緒に作ってみたい。 ●「カボチャのソーセージ（試食した）」はあえて醜陋で、子供向けソーセージでも良いのでは？	●取扱ってみたい
	森田氏：●トレーサビリティ ●食の安全	●味 ●小売り用のパッケージ	●気になる
農業野菜生産 農園加工所	浦崎氏：●希少な鹿児島カボチャを使用	●量 ●温度帯	●気になる
	宮城氏：●かぼちゃ・ヘチマ・ニラ ●「かぼちゃペースト」はサラダで美味しい	●スープの素ではなく「スープ」で販売「レトルトスープ」で販売するべき	●早くジャムを持ってきて！
	大河氏：●カボチャを楽しめた。 ●パッケージがわいい。 ●沖縄産かぼちゃにする？「HAEBAUJU かぼちゃ」にする？	●スープは、冷製でも楽しめるような伝え方 ●離乳食の場合は、コスパと持ち運びが出来るともっといい。 ●カボチャの離乳食おやつもあり。	●取扱ってみたい
	森田氏：●サステイナビリティ ●地域導入会的あたたかさ	●素材のブランド強化 ●温度帯	●気になる



セミナー＆商品評価会

バイヤーの評価

非食品 4バイヤーが記載した「商品評価シート」のまとめ ③

	売りになると感じた点	改善ポイント	評価
RISE WASH	酒崎氏：●環境配慮型	●柔軟剤・食器用洗剤・キッチンスプレー・ファブリーズ的スプレーなど、面で企画すると打ち出しがやすい。 ●ギフト提案（お中元・お歳暮）	●気になる
	宮城氏：●自然由来 ●未来の子供に残したい地球 ●汚れに流しても海がきれいになる洗剤 宮里氏：	●店舗でのワークショップとはどんなもの？ ●うるマルシェにて「量り売り」の提案をしてください。	●取扱ってみたい ●販路になる
	大河氏：●「きれいな地球を願うおまじない」というコンセプトがいい。 ●「量り売り」をハッピーモアのイベントフースでやってみたい。	●香りが気になった。 ●汚れはおちるのかな？ ●洗濯以外でも使えるのかな？	●気になる
	森田氏：●環境保全	●価格は？	●取扱いは難しい
yu-i FACTORY	酒崎氏：●ハブへの情熱と探究心。 ●up cycleであること。	●全員の素材感を高級化 →SVや10K,18K(GF)などで検討していかがでしょうか？	●このラインでは難しい
	宮城氏：●ハブ村！		●取扱ってみたい
	大河氏：●Doyou HABU?の価格が気になりました。	●アクセサリーが増えているのでキッチン用品での展開があると面白い。	
	森田氏：●ハブの活用	●価格やターゲット別のブランド展開。	●気になる
琉球餅事業 協同組合	酒崎氏：●南風原・餅 元々持っている郷土ブランド ●全国の手しごとファンへの訴求	●伝統で高級な餅を「小さく」使うことが良いと思います。	●気になる
	宮城氏：●手染め・手錠		●イメージがわからない
	大河氏：●ラッピングのヒモなどのギフトとなるような活用をしてみたい。	●コストが気になりました。 ●間にもう一菓入ると使い道が広がる。	●気になる
	森田氏：●伝統	●商品化のイメージづくりから。	●取扱ってみたい

5-1

セミナー&商品評価会

バイヤーの評価

非食品

4 バイヤーが記載した「商品評価シート」のまとめ ④

	売りになると感じた点	改善ポイント	評価
子育て良品 株式会社	浦崎氏:●ベビー・キッズに特化した安心・安全なものづくり。	●ベジタブルスープは離乳食に特化していかがでしょうか? ●「子育て」というキーワードで来店される。	●現在取扱っている
	宮城氏:●子供に安心安全。 ●障がい雇用。 ●多様な使い方。		●取扱います!
	宮里氏:●島内のお野菜でアレルギー対応。 ●うるマルシェでは求めているお客様が多い!		●取扱ってみたい
	大河氏:●ハッピーモア市場のターゲットに合っている。 ●寄り添うというところでお客様とのイベントを通して何か提案できそう。	●思いの部分が伝わるようにハッピーモア市場とコラボしていくと良きぞう。 ●お客様で子育て良品を使っている方が多いので…	●取扱ってみたい
中村印刷 株式会社	森田氏:●安心安全な商品。	●沖縄や南風原らしさがもう少しあってもよい。	●取扱ってみたい
	浦崎氏:●沖縄唯一の活版印刷。	●文字→文化的行為→芸術アート。 ●芸術分野とのコラボ。 ●版のアクセサリーは面白いかもしれませんね。	●気になる
	宮城氏:●ぬくもり。		●イメージがわからなくて…
	大河氏:●ギフトの活版印刷。 例えは、マンゴーの箱など。	●素材とはどんなものなのか気になる。 ●素材だからこそそのオーナリーをハッピーモアのギフトと言うカタチでコラボしたい。 ●OKINAWAマークを入れる。	●気になる
	森田氏:●質感や素材感 ●ワークショップ	●沖縄や南風原らしさがもう少しあってもよい。	●気になる

[4-1]

セミナー＆商品評価会

参加事業所のアンケート回答

①「セミナー＆商品評価会」の満足度は？
(1つ選択)

- 大変満足
 やや満足
 普通
 やや不満
 大変不満
- (回答はなかった)



②「満足」だった理由は？

- バイヤーの視点、他事業所の取り組を知ることで、自社の商品づくりの参考になった。
- 直接、お話しできることがとても良かった。
- かぼちゃを使った加工品の参考に。
- バイヤーの自己説明と事業所のプレゼンテーション
- 会社(商品)PRの際、バイヤーが目をとめているものある程度、理解できた。
- 他事業所さんの商品開発の想いが、参考になった。
- 色々な事業所やバイヤーさんの意見が聞けて良かった。
- 既存の取引先とは違う商品やキャンペーンの話ができ、やることが明確になって良かった。
- 全バイヤーさんと直接お話ししがれ、次につながった。
- ダイレクトなのでスピード感があった。
- 2件のバイヤーさんと良い面談ができた。
- 多くの方から貴重な意見が頂けた。
- 商品開発する際のヒントやアドバイスは、次に繋がると強く感じた。
- 事業所同士の交流もできた。
- 各業種のバイヤーの感想や考え方方が聞けて、新たな気づきになった。
- 商品の方向性を確認できた。
- (ソーシャルと校子はとてもおいしかったので、商品化して欲しいと思った。)

③どういった内容が参考になりましたか？

- 自分以外の視点が聞けて、販路開拓のきっかけに。
- 新商品のヒントがもらえた。
- 事業所さんの商品に対する想いが伝わった。
- 商品開発への色々な方向性を知ることができた。
- プレゼンの方法。
- どんどん前進すること。
- 取組みや未来へのビジョン・考え方。
- 試食や直接のやりとり等でバイヤーが求めていることが見えてきた。
- 伝えたい事や物の準備不足から、事前計画の必要性を感じた。
- 「はえばる良品」内でのコラボ話。

④どのような改善点が見つかりましたか？

- 試作品は、どんどん作らないといけない。
- POPやディスプレイもできなければ…と。
- 味や規格、商品を押すポイント。
- 具体的な商品化やパッケージなど。
- 事前準備。
- アクセサリーについてはデザイン～素材など全てを重視しなければいけないと思った。
- 餅を全面に大きく使うより、ワンポイント位で小さく使うことも大切。

図-1

セミナー&商品評価会

参加事業所のアンケート回答

(6)販売してみたい売り場



<選んだ理由>

- 地元のお客様が主に来店するので。
- 現状では商品の大量生産ができないので。
- 移動車両での販売も含めて挑戦してみたい。
- 新商品が提案できそう。
- イベントキャンペーンの提案ができる。
- オリジナルで1点物の商品の為。

(6)コラボしてみたい事業所

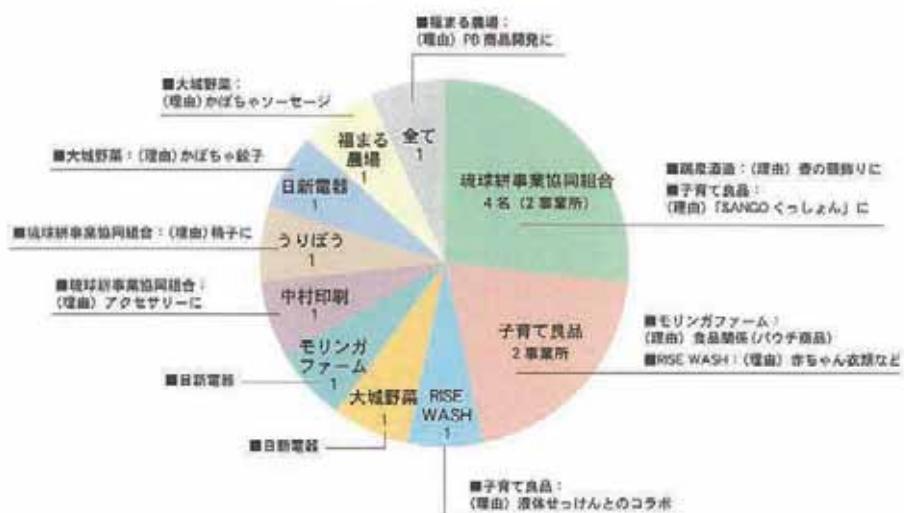


図1

セミナー&商品評価会

セミナーの成果と今後

1 出口からスタートの効果 →

通常「出口であるバイヤーとの商談会」などは事業の後半に行うことが多いが、今回は事業前半の5月に実施したことでの改善点が明確になった。■ブラッシュアップの時間が増えた。
■取引の可能性が見えてきた。

2 強み弱みの整理ができた →

3分間のPRプレゼンと、商品PRをバイヤーに向けて行ったことで、リアルな良い緊張感につながった。
また試作商品の仕上げや既存商品のブラッシュアップなどがスピーディに行なうことができた。

3 具体的な改善点が見えた →

生の声がきける「個別型のセミナー」だったので、リアルな評価と改善点を見つけることができた。

4 町内コラボのきっかけに →

南風原町内の事業所同士の繋がりができ、素材の提供や商品開発コラボのきっかけになった。

出店事業者	特徴・強み	PR力・表現の可能性	パフォーマンス	デザイン	販路等	商品開発・技術開発
RICE WASH	地元古賀町、うるま村など、ハッピーハウス、企画運営	PR力・表現の可能性	×	○	×	内向き編、イベント開催能力
periFACTORY	地元古賀町、うるま村など、企画運営	×	×	△	×	イベント開催能力
南風原町農業活性化組合	地元古賀町	中村商店、うらはうし、ノヤマ	△	△	△	アグリツーリズム
沖縄子育て商店	地元古賀町、うるま村など、企画運営	PR力・表現の可能性、RICE WASH	×	△	×	オンライン販売、POP、ディスプレイ
うらはうし	地元古賀町、ハッピーハウス	PR力・表現の可能性	△	△	×	商品開発
南風原町	地元古賀町、うるま村など、ハッピーハウス	PR力・表現の可能性、他の活動等	×	○	△	△
日新製薬沖縄	地元古賀町、うるま村など、ハッピーハウス、企画運営	セミナー、PR力・表現の可能性	△	△	△	△
トリニティファーム	地元古賀町、うるま村など、ハッピーハウス	PR力・表現の可能性、料亭老舗等	×	△	△	△
祇本を商店	地元古賀町、うるま村など、ハッピーハウス、企画運営	人材育成	×	△	△	商品開発
大浦野菜生産農業生産組合	うるま村など、ハッピーハウス	PR力・表現の可能性、料亭老舗等	×	△	△	内向き編、展示会開催能力
丸山農園	丸山	SNS	×	△	△	SNS
沖縄アートーム						
スマ製菓	×	×	×	×	△	△

見えた改善点は●食品表示診断 ●販路開拓・流通

●商品企画・デザイン ●WEBプロモーションなどの

専門家によるセミナーやワークショップでサポートします！



② 6月25日（金）「食品表示セミナー」

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト



食品表示セミナー

日時	■令和3年6月25日(金) ■13:30~16:30
場所	■南風原町商工会 2F
目的	今の表示基準を学び、自社の商品表示の改善に繋ぐ。

内容

- 前半：プロジェクトを使って、今の食品表示基準をわかりやすく丁寧にレクチャー。
- 後半：事業所ごとに持参した「商品の表示」を見ながら個別に指導。

参加者

■7事業所(11名) ■事業コーディネイター2名 ■商工会事務局3名

<講師>

ISO 9001:2015 ISO 14001:2015認証取得
一般財団法人沖縄県環境科学センター
生活科学部 微生物課兼食品科学課
上級食品表示部幹士／微生物検査士
赤嶺朋絵氏



<参加事業所>

- ①モリンガファームさんご園芸
赤嶺 彰夫氏 他2名
- ②大城野菜生産農園加工所
大城 清美氏
- ③福まる農場
高原 氏
- ④日新電器産業 食品事業部
石川 昇吾氏 他2名
- ⑤かりゆし製麺
仲井間 審雄氏 他1名
- ⑥のはらファーム
野原 和子氏
- ⑦美ら卵養鶏場
知名 伸一氏



図-2

食品表示セミナー

告知用ツール

■チラシ：A4 サイズ・片面

■セミナー会場ポスター：A3 サイズ

6・25(金)
13:30～16:30
南風原町商工会 2F

見えの出口に
向かって商品づくり
EXIT

参加
無料

食品表示セミナー

あなたの「商品の表示」は大丈夫？

食品表示の基本を
わかりやすく丁寧に
アドバイス！

■13:30～14:30 <食品表示の基本>
■14:40～16:30 <個別指導>

★セミナー当日は「表示の入った商品」などを
ご持参ください！

沖縄県農業科学センター（本部）
一般財団法人沖縄県環境科学センター
生活科学部 微生物課兼食品科学課

講師 赤嶺 明絵氏
准教授：上級食品表示診断士／海洋生物学博士
専門性：微生物
2008年 国立大学法人東京海洋大学 海洋科学部 異業系専攻科卒業
2009年 (株) 沖大販品 入社 (日本ペルマテック) の製造、商品企画
2011年 沖縄へ
農林水産省水産技術監査の品質管理及び商品表示に関する検査を担当
2020年 一般財団法人沖縄県環境科学センターに転職、専門：栄養成分表示における商品表示規制を担当
■担当：南風原町商工会 エコスマート2階に登録
・うらまち、赤嶺明絵、伊江村、瀬長島など農産物の専門家として活躍
・2021年3月 全国農業技術研修会連合会主催の食品表示セミナーで講師

申込期日：6/18(金)まで
申込員：限定15事業所
※定員オーバーの場合は、申込み順となります。
(お問合せ) TEL 098-889-6121 (担当/知念まで)

■申込方法
ウラ面の申込み書に記入し
下記のいづれかで送付してください。

■メール：h_chinen@haeshoko.net
■FAX：098-889-4313

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・活用プロジェクト



食品表示セミナー

「個別面談」の内容

■14:30～14:45 ①モリンガファームさんご園芸 <参加者>赤堀彰夫さん含む3名

- Q:スムージーを冷凍流通する場合、「冷凍取扱いの免許」が必要？
 ➔ A:現状のような取扱いであれば問題ないと思う。ただ、販売量が増えてきたら保健所の確認をした方が良い。
 Q:「マスタードの表示」について
 ➔ A:「シマナーの粒マスタード」は→「からし薑」と表記すべき。
 <その他>
 ●文言のミスを指摘→「自然」という表現は使えない。
 ●純米酢→米酢に修正。 ●製冷蔵は具体的に記載→-10℃以下。
 ●開封後の注意は→別件に記載のこと。 ●賞味期限の表示をすること
 ※別の商品についても確認したかったが、時間がなくて別日を検討。

■14:45～15:00 ②大城野菜生産農園加工所 <参加者>大城清美代表

- Q:冷凍流通する場合は、「冷凍取扱いの免許」が必要？
 ➔ A:現状のような取扱いであれば、問題ないと思う。
 Q:「調理スープ」の表示について
 ➔ A:概ね合格だが、アレルゲン表示においては、中黒点「・」を使用すること。
 ➔ A:包材について「グラ表示」が必要。

■15:00～15:15 ③福まる農場 <参加者>高原氏

- 表示に関してはOK！

■15:15～15:30 ④日新電器産業 食品事業部

- <参加者>石川省吾主任/食晶衛生管理者:西鉢健一郎
 Q:表示方法の省略について 添加物5%未満も表示しないで良いのか？
 ➔ A:原材料に関しては、省略できるが、添加物は表記すること
 ●工場内でアレルゲン原材料を使用しているなら、表示すること

■15:30～15:45 ⑤かりゆし製菓 <参加者>仲井簡應雄、知念生

- Q:熱した鉄板に生地を書いていく。くるま餅の製造工程の際に
 この時に菜種油を薄く塗るのだが、その様に使用する菜種油も表示しなければならないのか？
 ➔ A:表示する必要なし。加工助剤として使うアレルゲンでもないので問題なし。
 ●パッケージの文言について → 薬事法に引っかかる可能性大。次回から削除することを助言。

■15:45～16:00 ⑥のはらファーム <参加者>野原和子

- Q:ドライマンゴーについて
 そのまま乾燥させるのが良いと考へているが、祛斑して固くなる。
 シロップやトレハロースを入れると色もきれいな状態が保てるが、どうしたら良いでしょうか？
 ➔ A:ハッピーモア市場のような、オーガニックを好む人たちをターゲットとしているわけではなく
 地元店舗(南城市地域物産館)向けの客層であれば、神経質にならずに「トレハロース」を入れることを勧める。

■16:00～16:15 ⑦美ら卵養鶏場 <参加者>知名伸一

- 表示に関しては特に問題なし。
 ●カステラの味や包材、形状、販売方法について意見交換。

図-2

食品表示セミナー

セミナー(前半)の様子



2

食品表示セミナー

個人面談（後半）の様子

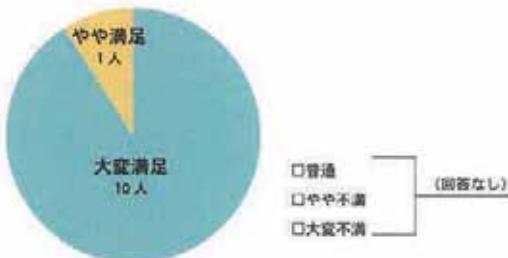


図2

食品表示セミナー

参加事業所のアンケート回答

①「食品表示の」の満足度は?
(1つ選択)



②「満足」だった理由は?

- 資料やプロジェクトを通して、ゆっくりとお話をされて頂き、わかりやすかった。
特に失敗談の話は勉強になりました。
- 大変わかりやすかったです。
- 具体的でわかりやすかったです。
- 添加物の表示方法が参考になった。
- 今まであやふやだった部分が、はっきりと分かったので次にやるべき事が明確になった。
- あやふやなところが解決した。
- 丁寧でわかりやすい。
- 説明がわかりやすかったです。
- ていねいだったので理解しやすかったです。

③どういった内容が参考になりましたか?

- どこまで、表示しなければいけないのか。
- 栄養表示のナトリウム記載がNGなのは知らなかった。
- 冷凍食品についての許可等。冷凍流通・冷凍品?冷凍食品?
- 栄養成分の表示の内容、わかりやすかったです。しっかり表示したいと思います。
- 栄養成分表示。
- 栄養成分表示など、原材料の表記等の記載してはダメな事を教えてもらえたので、本当に良かった。とても参考になりました。
- 失敗例が参考になりました。
- 冷凍は冷蔵業の許可が必要になることがわかった。
- アレルゲン表示が特に勉強になりました。
複数含む場合、接続は中黒「・」の使用等は初めて知りました。(代替表示・括弧表示)
- アレルギー表示など(代替表示や、括弧表記)などのお話しもあり、参考になりました。
- 表示のルール等、全て参考になりました。

④どのような改善点が見つかりましたか?

- 食品表示の書き出し方。
- アレルギーのコンタミ表示を記載しようかと思います。
- 商品開発の際の表示義務や許可のこと。
- 栄養成分表示の見直し。
- 原材料等の記載の仕方が間違えていたので、そこを改善します。
- 製造業の種類にも注意が必要な事がわかった。
- 保存方法の表示の仕方など、改善点がたくさん見つかりました。ありがとうございました!
- 冷凍流通の表示について、改善点がありました。

③ 7月16日（金）「HACCP導入セミナー」

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト



HACCP導入セミナー

日時 ■令和3年7月16日（金） ■13:30～16:30

場所 ■南風原町商工会2F

目的 HACCP制度と具体例を通して、実践する。

内容

■HACCP制度化とは～HACCPの具体的な実例などを、プロジェクターで解説

■参加事業者の質疑応答

参加者

■11事業所(13名) ■事業コーディネイター2名 ■商工会事務局2名

<講師>

一般財団法人沖縄県環境科学センター
生活科学部 微生物課兼食品化学課
主任技師
渡久地 朝子氏



<参加事業所>

- ① 横日新電器産業 食品事業部
仲里 一樹氏
- ② 南カリキ製麺
知念 壽氏
- ③ 福まる農場
高原氏
- ④ 美ら卵養鶏場
知名 伸一氏 他1名
- ⑤ 瑞泉酒造株
池原 崑桜良氏
- ⑥ 焼肉居酒屋こてつ
真境名 和明氏
- ⑦ ミル フィーユ・ミル
大城 ルミ氏
- ⑧ 琉球協同飼料株
林 健氏
- ⑨ てるしのセンター
氏
- ⑩ 南風原町観光協会
金城 恵子氏
- ⑪ 木のお仕事 uribou
瓜田 海緋氏

チラシ

HACCP導入セミナー

告知用ツール

チラシ：A4 サイズ・片面

■900枚印刷し、町内事業所に配布

■さらに、事業に参加事業所には
メールにてチラシデータも送付

「商品を販売するなら見逃せない！」
7・16金 ■13:30～16:30 ■南風原町立中央公民館 2F
2021年6月～完全義務化！食品を扱う事業者対象

HACCP導入セミナー

<セミナー内容>
①HACCP制度化とは？
②HACCPの具体的な実例
③現場で「見える化」しましょう！

講師
波久地 胡子式
(一財)沖縄県理研科学センター
准教授 球磨郡朝日町農業振興会員
支社社長

■13:30～16:30 ■南風原町立中央公民館 2F
SNSの活用で商品PRからネットショップに誘導

SNSで売上に繋ぐセミナー

<セミナー内容>
①SNS とその活用例
②本音で語るSNSの成功と失敗
③質疑応答
④SNS運用についての個別相談

講師
大城 健 代表
ゆいワークス(株)

■申込期日：7/12(月)まで ■定員：各セミナー限定15事業所 ■受講料：半額

<お問合せ>TEL 098-889-6121 / 南風原町商工会 / 担当：知恵まで
↓申込み ■メール:h_chinen@haeshoko.net ■FAX:098-889-4313

セミナー参加申込書		
事業所名	参加代表名	他参加者（名）
TEL	Mail	
■申込セミナーを選んでください。(両方でもOK!)		
□ 7/16 「HACCP」セミナー		□ 9/10 「SNS」セミナー

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・活性プロジェクト



HACCP導入セミナー

「個別面談」の内容

1. H A C C P の制度化とは？

- HACCPの歴史
- HACCP(ハサップ)について…「HACCP7原則 12手順って何？」
- HACCPに沿った衛生管理の制度化の全体像
- 小規模事業者に向けて
- 公衆衛生に与える影響が少ない営業
- 営業者が実施すること
- 一般的な衛生管理に関する基準
- 一般的衛生管理プログラムとは？
- HACCPに沿った衛生管理の基準
- 小規模事業者が実施すること

2. 現場で「見える化」しましょう！

- ①衛生管理計画をつくってみよう！
- ②衛生管理計画の沿って実施しよう！
- ③実施後は記録し、振り返りましょう！
- ④原材料の取扱い・納品時の確認は重要です！
- ⑤アルゲンの確認は確実に！
- ⑥受入の確認！
- ⑦実施記録の記入！
- ⑧冷蔵・冷凍庫は正常に稼働している？
- ⑨冷蔵・冷凍庫の温度計表示の実測記録の記入！
- ⑩危険温度帯の把握とメニュー温度のグループ分け！
- ⑪料理手順の書き出し～整理！
- ⑫記録の活用と保管

3. H A C C P の具体的な実例！

飲食店における衛生管理例

豆腐製造における衛生管理計画の例

＜質問対応＞

Q 1 「HACCP 取得のメリットは何ですか」 質問者：英ら卯義鶏場／知名氏

→A 商談する際の信頼につながり、商談率が高くなる。百貨店やスーパーなどにおいては取引ができることもあります。問題が起きた際、製造工程のどこに問題があったのか明確にできる為「迅速な対応」と「商品ロス」を少なくできます。

Q 2 「細菌増加の目安について」 質問者：焼肉居酒屋ごてつ／真垣名氏

今まで汁出は夜仕込みし「一晩常温で寝かせる」方法だったが「冷蔵庫等で寝かせる」方法とで細菌数はどのくらい違うのか？

→A 仕込みをする環境や調理器具等で、数値が異なるため「現物」を検査に出すことをおすすめします。
※細菌は、数時間の間に驚異的な数で増殖するので、要注意です。

Q 3 「料理人の経験値は活かせるのか」 質問者：琉球協同肥料㈱：林氏

現在は、料理長が長年の経験で「汁出」をつくれている状況ですが、このセミナーで取組の再検討が必要を感じました。

→A 長年の経験を否定しません。これも蓄積された大事なノウハウですが、万全とはいえません。
むしろ大変なことが起こる可能性を秘めています。検査にだして数値化し、明確な判断基準のもとに動く必要があります。



HACCP導入セミナー

セミナーの様子





HACCP導入セミナー

参加事業所のアンケート回答

①「HACCP導入セミナー」の満足度は？
(1つ選択)



②「満足」だった理由は？

- HACCP の内容を再確認する事ができた。
- パワーポイントでの丁寧な説明は、とても理解しやすかった。
- 簡やかな説明で、わかりやすかった。
- 簡く説明いただいたので、HACCP の注意すべき点の理解が深まりました。
- 説明がとてもわかりやすかった。
- 今やっている手順を文字にして洗い出し、改善できることから進めていきます。
- HACCP 再確認の為の受講でしたが、要点が短くまとめられていて分かりやすかった。
- 具体例もあり分かりやすかった。資料も見やすかった。
- 分かりやすく説明で、大変勉強になりました。
- HACCP を通じて衛生管理を行い、細菌増さない様にすること。
- HACCP に沿った衛生管理の基準が学べました。
- HACCP のことがよく分かりました。ありがとうございます。

③どういった内容が参考になりましたか？

- 細菌について。
- 食品の安全保障の考え方。
- 調理工程に応じた重要管理ポイントの記入例が分かりやすかった。全社員の目安として参考にします。
- 導入までの流れが、見えてきました。
- 製造工程を書き出すと整理しやすくなる！という点。
- 問題点が出た場合、どこが問題点だったのか？などの洗い出しがしやすくなる事が分かった！
- 店舗で実施している、記録の再確認ができた。
- 手引書などのお話をあり良かった。
- 衛生管理の仕方。
- 施設整備、器具の管理の仕方。
- 衛生管理のための手引書を見てみたいと思います。etc.
- 記録、検証は大切だということ。

④どのような改善点が見つかりましたか？

- 冷凍庫・冷蔵庫の温度を見る習慣をつける事。（正直、今まであまり気にしていませんでした。）
- 社内マニュアルをしっかり作ろうと思いました。
- まずは手引書（葉子）をDLして、マニュアルを作成したいと思います。
- 全てのスタッフが同じ認識をもっているか不安なので、改めて社内説明会を行いたいと思う。
- 言葉だけの説取りではなく、ちゃんと文章にする事の大変さを知りました！！
- 出し汁の保温の件で、温度帯での食材の管理時間を改めて考えようと思いました。
- 会社でも、衛生管理を厳しくする。
- 皆で共有すること。
- 現在はCOFFEEを販売中。今後、菓子製造などをする場合にはHACCPをしっかり取り入れたい。

④ 7月26日（金）「直売所が求める商品企画セミナー」

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

seminar 4

直売所が求める商品企画セミナー

日時	■令和3年7月26日（金） ■13:30～16:30
場所	■南風原町商工会 2F
目的	直売所だから売れる商品のポイントを現場マネージャーから学ぶ。

内容

■直売が求める商品企画の具体的なポイント実例などを、プロジェクトで解説
■参加事業者の質疑応答と個別相談（ハッピーモア市場とのコラボ商品の相談）

参加者 ■8事業所(12名) ■事業コーディネイター2名 ■商工会事務局2名

<講師>

有限会社 ハッピーモア
栄養士・薬膳スパイスアドバイザー・バイヤー
ハッピーモア市場 マネージャー
大窪 絵梨子氏

<参加事業所>

X

- ① RISE WASH
富路昌氏 他1名
- ② 芙ら卵養鶏場
知名伸一氏
- ③ 大光工業 (Grau) (acier)
名嘉桂理氏
- ④ 中村印刷㈱
知念由紀生 他2名
- ⑤ 琉球耕事業協同組合
加納真生子氏
- ⑥ yu-i FACTORY
比嘉裕美氏
- ⑦ 横日新電器産業 食品事業部
石川昇吾氏
- ⑧ 沖縄子育て良品㈱
野添更紗氏 他1名





直売所が求める商品企画セミナー

告知用ツール

■チラシ：A4サイズ・片面

見える出口に
向かって前屈こくり
EXIT →

■チラシ：A4サイズ・片面

7・26(月)
13:30～16:30
南風原町商工会 2F

参加無料

直売所が求める商品企画セミナー

今「直売所」が賑わっていますよ！

直売所だから売れる商品のポイント 教えちゃいます！

■13:30～14:30 <セミナー>
■14:40～16:30 <個別面談>

当販売商品や新規商品など、お持ちください。

講師

大湾 絵梨子氏
実業家・直営ストアフローバイザーハッピーモア
有限会社 ハッピーモア
ハッピーモア市場マネージャー

profile 「沖縄のために何か出来ることないかな」「沖縄の企業、生産者、消費者とつなげたい」という想いで2011年より、ハッピーモア市場運営。

実業家(直営)の経験や、ハッピーモア市場で培った商品知識を生かし、★ハッピーモア市場で販売する商品の販路拡大★
★ハンドメイドの販路拡大★(コロナ禍においても販路は豊富!)★
★新規販路開拓★(スマートフォン6000件以上でリリースなど、様々なコトに取組み続けています。)

■申込期日：7/19(月)まで ■定員：限定15事業所 ■定員オーバーの場合は申込み停止となります。
<お問合せ>TEL 098-889-6121 / 南風原町商工会 / 担当：知念まで

↓申込み ■メール:h_chinen@haeshoko.net ■FAX:098-889-4313

セミナー参加申込書

事業所名	□	参加代表名	□	他参加者（名）
TEL	□	MAIL	□	□

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト



直売所が求める商品企画セミナー

「セミナー」の内容

1. 「ハッピーモア市場」ってどんな直売所？

イケメン女子が沢山働いて、メンタルもカラダも鍛えられる職場です！

2. 店舗コンセプト⇒「カラダにハッピーココロも元気に！」

ハッピーモア市場の野菜たちは基本、農家の方が家族や親戚のために作ったもの。

いわばおいしい「おすそわけ」でできたお店です。

「ここに来ると元気になる」と言ってくれるお客様の声を踏みに、お店作りをしています。

3. 店舗の仕掛け⇒「ひとめで分かる、野菜の生き立ち！」

ハッピーモア市場の野菜や果物には、育った環境がわかるように、しるしが付けられています。

農業、肥料の有無や使われ方がわかり、安心、納得してお買い物が楽しめます。

4. 推しの商品にはPRポイントが必要！

＜食品のPRのポイント事例を紹介＞

●レシピの提案があります！ ●効能に期待ができます！

●原材料にこだわりがあります！ ●コスパがいいです！ ●他にはない〇〇があります！…など

＜改善した方がいい！事例を紹介＞

●自社商品なのに説明ができない！ ●ターゲットが定まっていない！

●こだわり感が伝わらない！ ●お客様の質問に対しての返答に不安がある！

●商品サンプルがない！ ●商品パッケージが完成していない！ ●売り場に類似商品がある。

來新商品の企画以前に、すでに完成している既存商品に問題がある業者さんが多い気がします。

5. 直売所が求めている商品とは？

① 大手小売店で取り扱いのない商品。

事例「農家が作るミカンジュース」熊本県 からたち農家組合

こだわりポイント：●農家直送 ●農業、科学肥料不使用 ●期間限定 ●作り手のPOP

② お店のコンセプトとマッチングしている商品。

事例「クラフトボテトチップス」広島県 潤月農園

こだわりポイント：●農家直送 ●期間限定 ●農業、科学肥料不使用 ●数量限定 ●沖縄では「ハッピーモア市場」のみ取扱い

③ 独自性のある商品取扱い（大手では手が出せないようなこだわりの商品を作る。）

事例「名物 レモンアングギー」沖縄県 ハッピーモア市場

こだわりポイント：●自家製品 ●数量限定 ●原材料へのこだわり

④ イベントに出せる商品

シズル感（キッチンカーに冷えたビール、泡がグラスから溢れるOMみたいな。試飲試食しないとわからない商品とか）

事例「ハッピーモアカーニバル<ヴィーガンマーケット>」沖縄県 ハッピーモア市場

こだわりポイント：●沢山の方に見てもらえる ●試飲試食や体験などが可能 ●お客様の反応がダイレクトに聞ける

6. 今、お客さんが求めている商品とは？

① 限定販売商品（数量限定・期間限定・季節限定・販売場所限定…など）

② コラボ商品 ③ ネット販売商品

7. SDGsへの取り組み 時代のニーズです！取り入れましょう。



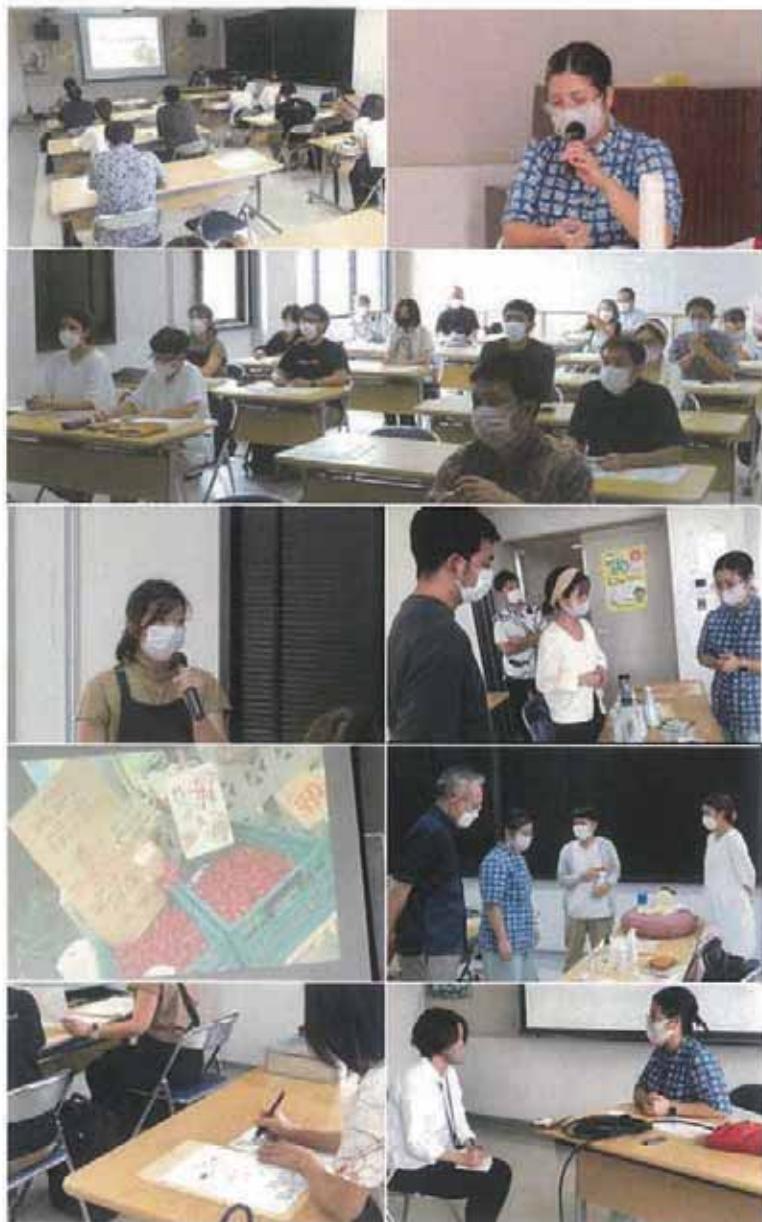
①大手小売店で取扱いのない商品 ②お店のコンセプトとマッチングしている商品

③独自性のある商品 ④イベントに出せる商品



直売所が求める商品企画セミナー

セミナーの様子



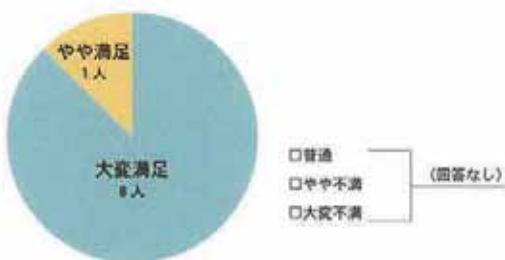
※セミナー終了後には「沖縄タイムス社 川野記者による取材もありました。



直売所が求める商品企画セミナー

参加事業所のアンケート回答

- ①「直売所が求める商品企画セミナー」の満足度は?
(1つ選択)



- ②「満足」だった理由は?

- さまざまなアドバイスを頂いて、問題点が明確になりました。
- 分かりやすいスライドと、お客様の声を活かした商品作りが参考になりました。
- ハッピーモア市場の事は知っていましたが“販売のきっかけ”等が聞けて良かったと思います。
- 非食品にも活かせるヒントがたくさんありました。
- こだわりが、すごい&おもしろい。
- 差別化した商品開発をする為のヒントがもらえた。
- 6月後半からハッピーモア市場トロピカル店で、委託販売をスタートし
「売るために、次のアクションをどうするか?」ちょうどみんなで話し合っていたところ
だったのでとても参考になりました。そして反省点と課題点もみえてきました。

- ③どういった内容が参考になりましたか?

- 商品を売ってもらいたい企業やお店に対しては、企業や店舗のことを事前に徹底的に調べ上げたうえで店のコンセプトに合わせた商品を持っていった方が良い!!
- POPの書き方、PRやデモンストレーションなどの参考になりました。
- お客様の考え方や、販売の仕方についてとても参考になりました。
- マッチングの重要性、お客様との信頼関係が重要なことがわかった。
- ターゲットを絞ることは大切。
- お客様への見せ方や伝え方は重要。
- 他の組合や農園の事例が参考になった。
- ストーリーを大事にしながら、多様性や独自性が必要。
- ハッピーモアの雰囲気にマッチさせるためのリサーチも大切。
- 商品の見せ方や、POPの作り方、伝え方。
- スタッフ間のチームワーク、企画、お客様と一緒に作り上げていく社風。
- 商品は店舗にあずけて終わりじゃない!
- 売れるまでリサーチをしながら、商品のこだわりを伝え続け、販売することが大切。
- ハッピーモアでは、手書きのPOPの方が効果的。
- 新商品や認知度の低い商品はイベントで知ってもらう!方法が効果的。

- ④どのような改善点が見つかりましたか?

- 直売は初めてなので、教えてもらった事をポイントに出店してみたいと思います。
- 商品価値の伝え方について、自社商品においても改善したいと思いました。
- お客様向けたアピールポイントを変更点。
- 限定商品の開発。
- イベントごとに、また客層に合わせて商品をアレンジすると楽しい!→限定販売にも繋がる。
- 直売所では、女性や家族連れが多いので”ハブー怖い・強い”という概念を壊し
「可愛いハブ商品もあるんだよ！」を今回のイベントを活用してPRしてみたい。
- 販売方法や営業方法は、販売先の発展に寄り添うような目標が大切。
- 体験を伝える、目につく手書きPOPがポイント。
- こだわりは、ユーモアをまじえて伝える方が効果的!

⑤ 11月26日（金）「SNSで売上につなぐセミナー」

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト



SNSで売上につなぐセミナー

日時	■令和3年11月26日（金） ■13:30～15:30
場所	■南風原町中央公民館2F
目的	SNSの基礎と主な特徴をWEBプランナーから学ぶ。

内容

- SNSの基礎と主な特徴を、プロジェクトメンバーで解説
- 企業においてのSNSの“メリット！デメリット！”と戦術と戦略

参加者

- 15事業所(20名) ■事業コーディネーター2名 ■商工会事務局2名

<参加事業所>

- ①大城野菜生産農園加工所
大城 清興氏
- ②沖縄子育て良品 株式会社
當銘 由幸氏 他1名
- ③焼き肉居酒屋 こてつ
渡名喜 守邦氏 他1名
- ④株式会社 グレイス
伊佐 美枝氏 他1名
- ⑤琉球協同餽料 株式会社
野原 豊氏
- ⑥公益社団法人 沖縄県 精神保健福祉社会連合会
てるしのワークセンター
増山 幸司氏
- ⑦CORE 骨格調整所
比嘉 達哉氏
- ⑧一般社団法人 南風原町観光協会
金城 恵子氏
- ⑨ゆめルームサロン
城間 洋子氏
- ⑩満天 株式会社
宮平 里江子氏
- ⑪(株)日新電器産業 食品事業部
太田 良太氏
- ⑫有限会社 かりゆし製菓
知念氏
- ⑬瑞泉酒造 株式会社
西里 静香氏 他1名
- ⑭株式会社 近代美術
平良 清翠氏 他1名
- ⑮アトムタクシー
赤嶺 勉氏

<講師>

ゆいワークス(株)
大城 健 代表





SNSで売上につなぐセミナー

告知用ツール

■チラシ：A4 サイズ・片面

見える出口に
向かって進み去り
EXIT →

11・26(金)
13:30～15:30
南風原町中央公民館2F

参加無料

SNSで売上につなぐセミナー

「SNSの成功と失敗」語っちゃいます！

SNSとは？
SNSの基礎と主なSNSとその特徴

SNSの活用術！
企業においてのSNSの“メリット！”と戦術と戦略

講師

大城 健 代表
ゆいワークス(株)

profile

<経歴>
■東京農業大学出身
■東洋大卒業
■東洋大大学院修了後、農業技術者として就農
■農業機械販売会社勤務
■2001年に独立の手帳サービス会社入社
■2011年 ゆいワークス(株)代表取締役就任
■現在は農業、飲食・サービス業

<主な講師>
■SNSコンサルタント、WEBプランニング、
WEBプロモーション、WEBマーケティング

<主な取扱い>
■SNS構築・運用講座
■SNSマーケティング講座
■SNSマーケティングデザイン
■その他、店舗看板・看板

■申込期日：11/19(金)まで ■定員：限定15事業所 ■会場オーバーの場合は
申込締め切りとなります。

■お問合せ：TEL 098-889-8121 / 南風原町商工会 / 担当：知念まで

↓申込み ■メール：h_chinen@haeshoko.net ■FAX：098-889-4313

セミナー参加申込書			
事業所名	参加代表名	備考欄	備考欄
TEL	Mall		

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト

5

SNSで売上につなぐセミナー

「セミナー」の内容

SNSとは

- SNSは交流、発信、グローバルなどの要素を持っています。
- 個人は知恵・経験・感性・意欲
 - 企業は組織・資金・時間・能力を重要としますそれらがうまく活用できれば集客単価アップリピート率アップなどにつながりひいては売上上げにつながります。

SNSとはソーシャルネットワーキングサービスの略です。

つまりは登録された利用者同士が交流できるウェブサイトの会員制サービスのこと。友人同士や同じ趣味を持つ人同士が集まったり、近隣地域の住民が集まったりと、ある程度閉ざされた世界にすることで、密接な利用者間のコミュニケーションを可能にしています。最近では、会社や組織の広報として利用することが増えてきました。

SNSの魅力は

- グローバル ●価値観を共有できる ●発信できる ●リアルタイムな情報発信

SNSの効果は

- 顧客満足(CS) ●マーケティング ●人材募集 ●コミュニケーション

SNSには

- Facebook ●Twitter ●Instagram ●ライン ●ティックトック ●YouTubeなどがあります
- 最近では ●Clubhouse 英語 ●Pinterest ●ショールーム英語 ●ノート英語などが話題となっています

SNSを支えている収入源は

- 広告(ソーシャル広告) ●5687億円(前年比16%増)
- インターネット広告 2.2割減(5.9%) ●マスコミ 4大媒体広告 2.2割減(13.6%減)
- SNS広告はユーザーに対して効率よく出しましょう。
- またSNSプラットフォームを生かして無料で不安を作りましょう!

SNSの活用ポイントは

「目的とターゲットを明確に楽しく続ける」

企業でSNSに取り組む場合

- 何が課題なのか?目的と目標を明確にしましょう(売上上げ・来客・採用・ブランド…など)
- 社内リソースの確認をする(専門知識・表現力・ITリテラシー・読解力・趣味嗜好・モチベーション…など)
- 企業環境●商品(サービス・周辺環境・技術力・歴史・企業理念…など)
- それらを発信コンテンツにしましょう。
- 顧客の顔(ペルソナ)を明確に!ターゲット顧客になりきって、具体化することが重要

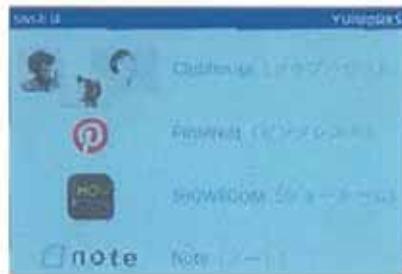
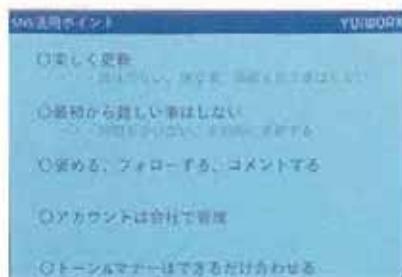
**SNSの成功の秘訣は「継続は力なり」**

- 楽しくする! 仕事にしない!
- 楽しく更新 ●最初から難しい事はない ●詠める ●フォローする、コメントする
- アカウントは会社で管理
- トーン&マナーはできるだけ合わせる



SNSで売上につなぐセミナー

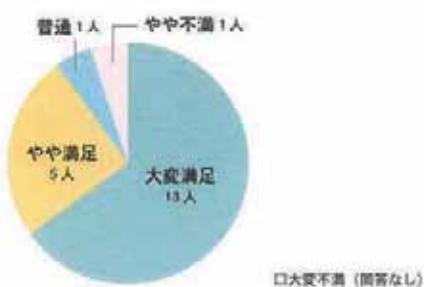
セミナーの様子



SNSで売上につなぐセミナー

参加事業所のアンケート回答

①「直売所が求める商品企画セミナー」の満足度について教えてください。



②「満足」だった
理由は？

- 初心者にもわかりやすい内容だった。 ■まず、やってみようと思いました。
- SNS を仕事上ではじめるうえで何も知識がなかったので、とても勉強になりました。
- SNS を運用する目的が見えてきた。
- すぐに実行できそうなお話を聞いてよかったです。
- SNS といっても様々な物があると知れた。
- 専門用語が多くなくわかりやすかった。セミナー前は難しいと思ってました。
- 失敗談などもふくめて話をしてたので参考になった。
- SNS 初心者なので、プロの話が聞けて続ける大切が勉強になりました。
- 見方や考え方で、見る視点、少し空える事の大しさに気付いた！
- ディスクリート・コンテツ・フォーマット等わからないワードが多かった。
- 普段、勉強している内容（SNS、IT、広告）がほとんど中央向け、東京向けだったので対し、沖縄の成功と失敗事例はあまりひろえないので、真剣に聞いて大変参考になった。
- 継続すること、顔を出すこと、フォロー、コメントすることなどがおどろきだった。
- SNS の活用を進めていこうとしていた所なので、成功例・失敗例を開けて良かったです。
- SNS を UP する側のフォローも大事だという事が改めてわかりました。
- ▼インスタ、LINE の活用、写真の撮り方コツなど、もっと絞り込んだ実践的な内容の方が良かった。
- ▼スクリーンの文字が見えづらかった。

③どういった内容が
参考に
なりましたか？

- SNS を続ける上で大切なこと（最後のまとめ）が参考になりました。
- 継続は力なり！どんな内容でも続けること。
- SNS 本来の「ファンづくり」と言う所に感銘。 ■顧客を大事にファンを作っていく。
- いかにファンを大切にするか、毎日更新・継続することの大切さ、楽しんでやること。
- 「売上＝利益ではない」という言葉がとても印象的でした。
- ペルソナの設定やスタッフなどでキャラクターを使ったファンづくりや
お客様との可笑でぎわい感をだすなど事例。
- アカウント管理は会社であること！
- SNS 活用は楽しく続けることが大事
- 「楽しく継続すること」そのための運用のヒントを多くもらえたと思います。
- SNS 活用での心がまえ、気持ちの持ち方。
- 最初から難しいことは、やらないという話は目からウロコの話でとても参考になりました。
- 顔出し（本人）の大事さは、わかりやすかった！！
- 目的とターゲットを明確に！楽しく続ける→成功への道
- プラットフォームの対象者分け。
- 継続すること、顔を出すこと、フォロー、コメントすることなどがおどろきだった。
- やり続ける事の大切さ（メンタル面でめげそうになる度に自分に勝（かつ）を入れ直します。）
- SNS での FB や、インスタ等で、年代別の好みや、利用する割合がわかった。
- “ファンづくり”楽しく続ける！目的を明確に見直していきたいです。
- ファン＝常連をつくるイメージ。継続する事（仕事としてではなく楽しく）
- お客様と記念写真をとる店長の話など、身近な事例の紹介だと聴き入ってしまいそう。

④どのような
改善点が
見つかりましたか？

- まずは、弊社の強み、目的、ターゲットを明確化することからはじめたいと思います。
- 毎日発信。継続して行こうと思います。
- ターゲット層を特に考えていましたので意識していきたい。
- SNS は継続が大事。楽しみながら続けて行く！ことが参考になりました！
- 日々続けること +α「楽しく」をやっていきたい。
- 観光客がもう一度行きたいと思える、顧客のファンづくりを SNS で投稿する。
- 投稿をしないといけない！と言う気持ちから、できることを楽しくやっていこうと思いました。
- 投稿者の特徴を出して行く。
- SNS によって利用年齢が違うので、もう一度見直して改善していきます。
- まさに顔出しを大事にしながら、一番は楽しむ！！続ける！！
- 継続→楽しく続ける毎日やる顔出しする ■顔出し。楽しむ事。
- 何が目的かを考えること。
- ターゲットを明確にし、再度向き合ってみます。
- セッション（カウンセリング）などまだまだ知られていないので、今できる事を発信中します！
- できることから無理なく始めて、売上、利益に繋がるよう試してみたい。
- 今までのお客様を大切にファン作りしてみます。

⑥ 令和4年2月25日（金）「売れる商品づくりセミナー」

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・振興プロジェクト



売れる商品づくりセミナー

日時	■令和4年2月25日（金） ■10：00～12：00
場所	南風原町総合保健福祉防災センター（ちむぐくる館）
目的	「商品を売る！」ために何をすれば良いのか？

内容

バイヤーでありながら、セレクト店舗のオーナーでもある立場から
「商品を仕入れる目線」「お客様に商品を売る目線」両方の視点で
市場の動向やリアルな体験談など交えながら、わかりやすく解説していただいた。

参加者

■11事業所(13名) ■事業コーディネーター2名 ■商工会事務局2名

<講師>

こだわり食品きしな屋
「旅するバイヤー」
岸菜 賢一 氏



<参加事業所>

- ①大城野菜生産農園加工所
大城 清美氏
- ②(株)日新電器産業 食品事業部
石川 昇吾氏 他2名
- ③RISE WASH
富林 昌氏
- ④琉球餅事業共同組合
佐久川 尚子氏
- ⑤玉木製菓
玉木 雄治氏
- ⑥琉球協同飼料 株式会社
上原 順氏
- ⑦ケーキの店デュウオ
與那嶺 政信氏
- ⑧株式会社 近代美術
吉村 延治氏
- ⑨一般社団法人 南風原町観光協会
金城 紗子氏
- ⑩かあちゃんの味
与那嶺 修氏
- ⑪(有) ガーデンバナ
中村 由紀子氏



売れる商品づくりセミナー

告知用ツール

■データシート A4 サイズ・片面

2・25(金)
10:00～12:00
南風原町総合保健福祉
防災センター(ちむくくる館)

見える出口に
向かって商品づくり
EXIT →

**売れる商品づくり
セミナー**

商品開発から販路開拓までのポイント

①沖縄県内と県外の商品開発の事例
(例)アグリット久米島「完熟シークヮーサー島語版」や
南ワーク撮影作成所「オキナワンブルーハワイシロップ」
他…わかりやすく実例をご紹介

②県外の販路開拓について

「子供達が安心して、食べれるものを産む農主でありたい。そして、どこでどんな人が
どんな想いでつくれているのか。商品の背景にある物語と価値を伝えるのが
自分の役目」と語る、旅するバイヤー岸菜賢一氏の熱い想いも聞いてみませんか。

profile
■日本全国の良いものだけを厳めなセレクトショップ「きしな屋(六島)」の店主。
■「旅するバイヤー」として、おいしいもの・いいものを探し、事業者の熱意に向き合い取り組みのヒントを使います。
■趣味は、沖縄の自然やこの開拓も多い。

■また、バイヤーの経験を生かしながら、作り手に寄り添ったサポートから
自社販路での販路拡大をトータルコーディネイト。

■申込期日:2/22(火)まで ■定員:限定50名 (定員オーバーの場合は申込み停止となります)
■お問い合わせ>TEL.098-889-6121 / 南風原町商工会・担当:知恵家
■申込み ■メール:h_chinen@haeshoko.net ■FAX:098-889-4313

セミナー参加申込書

事業所名	登録代表名	他参加者(名)
TEL.	Mail	

令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト



売れる商品づくりセミナー

「セミナー」の内容

市場トレンドを知る…全ては業界やメディアが作り上げている→だからこそ「自分でトレンドを創り、継続発信する！」

- 二極化→価格、品質（国産志向の強さ）
- 嗜好→多種多様、飽和状態（コンビニの台頭）
- 原点回帰→古き良き食品に注目（高度成長期のツケ）
- 手仕事→手前みそ、甘酒、ぬか床（メーカーに期待しない）
- ※**留意点**：メディアに取り上げられても…その効果は1～2か月程度。

売るためには…「確固たる答えはない！」「抜りよがりの商品は売れない！」

- 出口をしっかりと想定！「どこで？だれに？いつ？」を大切にする。
- 並べたい売り場を調査してイメージする。（百貨店・スーパー・土産物屋・道の駅・ファーマーズなど）
- どのように対応する販売先か見極める。（問屋詰み・預かり（消化仕入れ）・二人三脚）
- ターゲットが明確→●売り込み先が明確→●ニーズに合えば「売れる」、合わなければ「売れない」。
- 二番煎じは美味しい（展示会・催事で競合他社やトレンドを知り改良できる。） ●ギフト作りは最終。

「3」の法則

- 1種のみだと「〇か×」のみの選択しかない。
- 2種類だと→2者择一（脅迫観念がある）
- 3種類→組み合わせ自由で3種まとめて買ってもらえる可能性が高い。
- 販売先も顧客も商品が選びやすいので満足度が高い。 ●最終的にギフトセット化も可能。

ストーリー重視…「文化や技術を次世代に残せる」想いを大切にする！

- 「顔が見える商品」が流行っていた時代もあったが、さらに今は「商品がもつストーリー」を重視。
- 普通のストーリーでは競合に勝てない。突っ込んだストーリーが必要。笑もったいない精神ストーリーは当たり前。

「ファン作り」から「コアなファンの囲い込み」へ…ファン化は「浮気されにくい！」

- セレクトショップ以外の売り場では「作り手の想い」を伝えることは難しい。
- 試食販売、アンケート調査、ワークショップなどは大切。
- 現在のトレンドは「体験型ワークショップ」。
- 魅力を発信（商品・歴史・知名度などは最終的に人に繋がる）
- 商品を知ると…納得し、応援したくなる。
- 買うきっかけを作り→「使ってもらう」「他の人に薦めてもらう」つまり、確実な伝達方法「口コミ」の流れができる。

ペルソナ（典型的なユーザー像）

- 商品・サービスを利用する顧客の中で最も重要な人物モデルを設定し、ペルソナが明確になると…
- 誰に売りたいのか？が明確になり、ターゲットに向けた商品の完成度が高くなる。
- 時間もコストも削減できる。
- 売れている、魅力的な「6次化支援商品」の事例。※南風原町から「キビまる豚ソーセージ」の紹介もあり。

自社商品の強味を知る

- 何が違うのか「優位性」を明確にし、コツコツと商品の良さをPRすることが大切。

まとめ

- 出口をしっかりと決める。
- 売り場に並んだイメージを明確にする。
- 適正なパートナーを見つける。（どこで売りたいか？誰と育てたいか？）
- 「ファン作り」の動き方を考える。
- 持ちつつ持たれつの関係性を強化。
- メディアに取り上げられても浮かれない。
- 好きなバイヤー、好きな店舗に商品を取り扱ってもらう。

(トレンド+販売先+商品力) × 熱意=売れる商品



売れる商品づくりセミナー

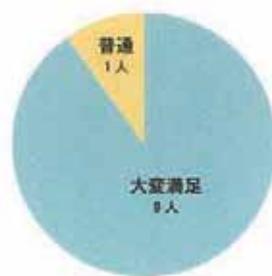
セミナーの様子



売れる商品づくりセミナー

参加事業所のアンケート回答

①「売れる商品づくりセミナー」の満足度について教えてください。



- (回答なし)
□やや満足
□やや不満
□大変不満

②「満足」だった
理由は？

- 商品への熱い想いをもって商品開発をすることが大切。
 - 商品を知つてもらい納得してもらうことが、ロコモに繋がる。
 - ポイントの解説や実例を聞く事ができた。
 - 食品関係のお話だったので、参考になる事、当ではある事が多かった。
 - 自らのわかりやすい体験談など、丁寧な話の内容がとても勉強になった。
 - 具体的な事例紹介が、分かりやすかった。
 - 必要な事や改善点が明確になった。
 - 継続力の大切さが理解できた。
 - イベント・キャンペーン・売り方等、色々試しているが
全て中途半端に終わっているため、何か一つでも継続する事が大切だと知った。
 - 商品売るスキルが学べました。
 - 製造側の考え方（自己満足ではいけない）などがわかった。
- ▽<改善点>
- 画面を見て、書くことに集中して、中途半端に話しを聴いてしまった。
事前配布のプレゼン資料があると嬉しい。

③どういった内容が
参考に
なりましたか？

- 市場のトレンド、売れる商品づくり「出口をしっかりと想定する」
- どこ・だれに・いつ・食べてもらうか？（ターゲットを明確化する）
- 3種類の商品作りは、組み合わせも自由だし購入しやすいことが分かった。
- 商品作りに対する考え方や「3の法則」のしくみが参考になった。
- 自社の野菜ジャムセット（かぼちゃ・へちま・とまと）の組み合わせの参考になりました。
- 商品や会社の「ファンを作る」ことが一番の強みになることがわかった。
- 出口戦略・ファン作り（リピート）・商品の強み
- 6次化支援商品「パッションフルーツのピューレが売れば、青果も売れるのではないか。」は
我々の脳内にも同じ事が言えるのでは？と参考になりました。
- 自社の商品を使ったワークショップを行う事で、直接お客様に伝える事ができ、
ファン作りが可能になる。
- 現在、社内の組織体制・外部メーカーの共創ネットワークをリストアップ中。
- 本土から見た沖縄に対する価値観が参考になりました。
- バイヤーへの売り込みのための準備が明確に。

④どのような
改善点が
見つかりましたか？

- 今後、体験型ワークショップにチャレンジしてみたいです！
 - 販路を急激に増やさない→売り先（出口）を明確にすること。
 - 資金アゲーの強みをもっとこと全面に出す。
 - 島内外での伝え方、売り方、見せ方。
 - エンドユーザーの立ち場でもう少し伝え方を考える。
(売り方・ストーリーの作り方「良い商品です！すごいです！あなたのために！」感が強すぎた。
 - くじけず！くさらず！あきらめず！
 - 製造業からベンダーへの取り組みを始めたばかり。（見込み産業）
 - 物販の商品開発をメーカー様と取り組んでいく。
 - 2025年オープン予定「名護テーマパーク」に向けて商談中。
 - 商品売る際に、価値観やストーリーを大事にすることが重要という事。
- ▽<改善点>
- セミナーの参加者同士で、名刺交換ができたら良かった。

5. 南風原町地域ブランド認定事業

令和3年度 南風原町地域ブランド認定商品

令和4年1月7日に第1回南風原町地域ブランド選定委員会を開催し、「はえばる良品」を選定。2月5日に開催されました「ルンルン！！はえばるフェスタ」にて南風原町（赤嶺正之町長）、南風原町商工会（金城宏孝会長）の連名にて認定しました。

※食品表示調査レポートについては、別紙レポート集をご参照ください。

○かぼちゃカップスープ（大城野菜生産農園加工所）



手間いらずでリッチな栄養&味わい
南風原特産かぼちゃのお手軽スープ♪

大城野菜生産農園加工所

1個/450円(税込)

かぼちゃカップスープ

“ママたちのリクエスト”から生まれたレンジ対応の優しい味わいのかぼちゃのスープです。はえばるの農士が育み、作り手が担う、紡ぐ、濃く、クリー



日々を健康、笑顔にのこしたいが溶けこへだ。難度20 玉ねぎのペースト、かぼちゃ、牛乳で丹念にクリー
度を控る完熟かぼちゃカップスープ。レンジで簡単。ミィに育こまれた愛情仕様、食の安心・安全もお
届。即かじいいはえばるの舞かな恵みが濃縮されています。

大城野菜生産農園加工所

☎090-6867-6261 沖縄県島尻郡南風原町宇津嘉山456
販売場所/JAファーマーズマーケット南風原「くがに市場」

○TONPI（トンピ）（株式会社日新電器産業 食品事業部）

栄養満点!! トンてる美味しい!
その名も可愛い「TONPI(トンピ)」です。

株式会社日新電器産業 食品事業部 1袋/540円(税込)

TONPI(トンピ)

「味が良くて/カリボリ/カリボリが止まらない」と食す人が吃る! 金アグーの皮が
革新的なスナック菓子に大変身。高たんぱく・糖質ゼロ・ノンフライ・無添加で
“おいしくヘルシー”がお手軽に身近に叶うニューカマーです。



金アグーの肩胛部で使われていた豚の背皮を活用! 糖質0.0g×高たんぱくのスナック菓子! 健康志向と
フードロス、時代の流れにマッチした沖縄発の風土食です。



食の未来便
098-851-9546
沖縄県島尻郡南風原町山川286-17



Good Product
02

「豚皮のすばらしさを伝えたい」その想いが実を結び、肉屋からフードロス削減へと繋がった商品です。高い栄養価を健康的にそしておいしく、お子さまの栄養補給はもちろん、さまざまなお料理のトッピングにも相性抜群です!

食品事業部 石川昇吾さん

○南風のかぼちゃ（ケーキの店デュウオ）



愛情たっぷりと溢れられない秋の季節。
かぼちゃのマフィンで季節をチアージン！

ケーキの店Duo（デュウオ）

1個/115円(税込)

南風のかぼちゃ

はねばる特産かぼちゃをまるやかなペーストにして少しきらめき上げました。手作りに徹底して焼きあがる愛情が注がれたおいしさの秘密は和ティストの素材たち。かぼちゃと地元の良い安納芋や栗糖、白あんがハーモニーを奏でます。



南風のかぼちゃは地元の高さが自信！その
強い好みを一定の距離に保つよう「火のアシスト」
をプラスして美味しいから美味しい美味しい
を提供。



しっかりと仕込んだマフィンを焼出し、軽くないうち
にカップに入れます。時間が経過すると体がどう
しても落としてしまうので迅速にこの商品が販売
されてしまう。

ケーキの店 Duo

010-98-888-3878 千葉県柏市柏崎町可憐通177番
毎日 10:00-20:00、休日無



○キビまる豚ソーセージ（かぼちゃ）（農業生産法人株式会社福まる農場）

沖縄キビまる豚・南国原かぼちゃ
奥深くも優しい豚わいに詠み感動！

農業生産法人株式会社福まる農場 20g/530円(税込)



原料の「沖縄キビまる豚」は沖縄県内初の農家
オートマーションされた養生技術で、ストレス
無害な育成されています。

キビまる豚ソーセージ（かぼちゃ）

肉の鮮度、挽き、落し、焼きに気を使わない福まる製法が叶えた【かぼちゃ】のソーセージ。
外はカリッ、中はジューシー、噛むほどにひろがる芳醇な旨み。
そして奥深くも優しいかぼちゃの甘みが、お口いっぱいに広がります。



株式会社
福まる農場

1-11号



TEL: 098-888-3564 沖縄県糸満市糸満町糸満111



○美ら卵養鶏場のダックワーズ（有限会社美ら卵養鶏場）



オーブンは既に、出のひ人気は卵黄を使用する商品がメインでした。今回、商品化を聞くやく卵白の活用に焦点を絞り誕生したのが美ら卵養鶏場のダックワーズです。

通常金卵で作るレシピと、卵白で作るレシピハリニューアルを開いた西様です。

卵白で作る高級焼き菓子
その繊細さを伝統的な製法で仕上げる。

有限会社美ら卵養鶏場

1個/200円(税込)

美ら卵養鶏場のダックワーズ

新鮮な美ら卵養鶏場の卵白をたっぷり使用して焼きあげた生地にココアの味わい、バタークリームをサンドした新スイーツ誕生。クリームにもたっぷりの卵白とブリュノベストをプラスし、アーモンドの香りも相まって、その美味しさはまさにクセになる美味しい。



卵からこだわり抜いたEVO油(高麗菜油)やバターで作るナゲランヌレンゲは最高。卵黄マリネ、卵黄油合併用などでも育つ。卵白卵養鶏場の卵には作業の一ひとつの丁寧な検査に付ける卵が在ります。そのままやかごと、真みゆうさが商品です。



ヒロエイギョウヒターチョウ
美ら卵養鶏場

03-099-883-1930 江東区南千住四丁目字南城213
営業時間：11:00～18:00



○12%瑞泉紅茶リキュール 宵の紅茶（瑞泉酒造株式会社）

沖縄の紅茶と恋歌のマリアージュ。
かぐわしく恋(かみ)りたつ、優雅な宵へ。

瑞泉酒造株式会社

180ml/415円(税込)
500ml/1,375円(税込)



茶園からひとつひとつ手摘みした一芽二葉が紅茶葉を使用しており香り豊か、
特別なシードで煎茶や緑茶にもおすすめです。

瑞泉酒造株式会社
仲源原貯蔵庫

沖縄県糸満市糸満町字中里11-1
本社:那覇市山川西町2-1-1
TEL:098-984-1963



12%瑞泉紅茶リキュール 宵の紅茶

アルプレイの豊かな香りと泡盛の清冽なテイスト。豊潤未使用、手摘み収穫の
沖縄紅茶農園さんの茶葉は飲み・苦味が抑えられており「出会いうべに出合った
元氣の完熟」です。今宵に贈めく至宝の一杯にどうぞ。

Good Product
06

今から4年前、純米吟醸から“泡盛”と“紅茶”的特性的面白に可能性を見出していました。そこを拠点に沖縄で生産される紅茶葉を集め、100を超える試作を重ねた末に誕生した紅茶のリキュールです。

製造者 伊藤泰明さん

○紙と糸のブックカバー（中村印刷株式会社）



一つひとつの手細を惜しまない、
繊細な手仕事で堪能の樂をうに。

中村印刷株式会社

1点/4,400円(税込)

紙と糸のブックカバー

糸が紡ぐるさと和風は、琉球王國時代から現在に至るまでその伝統を継承。このブックカバーは丸見えミシンで縫うこともできるコルトバ(紙との合作)。昔ながらの手仕事と活版印刷の感情、カバーを見渡すがわりにできる工夫も大好評です。



活版印刷は大量生産できません。手数本の技術を遺傳し手作りで制作しています。職人を通して商品感覚魅力を伝えてもらいたいです。



中村印刷は手の粗造から一日1~2冊を手作業で織り上げる繊細な伝統工芸品です。その貴重な文化を大切に「捨てるなんてもったいない」といひたいです。

中村印刷株式会社

098-835-6580
沖縄県糸満市南風原町字宮城442-1
営業時間 09:00~18:00 土日・祝日 10:00~17:00
イベント出展などご質問あり、専用窓口にご連絡をお勧めしています。

QRコード

http://www.miyakozukin.com

中村印刷

中村印刷

○Do you HABUシリーズ (yu-i FACTORY)

第一類二、沖縄在ハブの美しい模様を
新規なデザインと組み合わせる。

yu-i FACTORY

1点/1,980円~(税込)

Do you HABUシリーズ

レースのように美しく繋がりのよい宋広がりの「八→合」の書字のようにも統一するハブ革の模様。2つと存在しないその「美」をアクセサリーとして甦生させたのが「Do you HABUシリーズ」。真しからデザイン加工まで世界で一点ものの手作りです。



高島町をはじめ、久米島、伊江島など4市町村
から島入した沖縄本島のハブ革、革を挽き織半な
どで工芸を約一ヶ月間練習をかけて行います。

手作業で製作されるハンドメイド。ベースはスチ
ンレスやゴルトなどの金属アレルギーの方も安心。
ガラス盤のコーティング加工もあり防水も
可能になります。

yu-i FACTORY

☎ 098-888-0126 沖縄県糸満市恩納原野115-8
営/10:00~18:00(休)水曜



○ちゅら除菌（合资会社 協和）



からだにうれしいよくらしにやさしい
野菜も洗える天然素材100%の除菌水。

合资会社 協和

1点/880円(税込)

ちゅら除菌

「ちゅら除菌」はホタテの貝殻100%使用！無添加、アルコールなど一切未使用で貝殻による強い抗藻・殺菌力を發揮します。また種痘薬葉の除去等も可能で「野菜も洗えて日晚ちする！」「子にも安心！」の声が寄せられています。



リサイクル業者の立場として何時もリードする自然な技術。産廃再資源化した貝殻のホタテを新たに商品化へと再生。高濃度殺菌力。今だけ特別価格。



ホタテの貝殻を「貝殻精液カルシウム」を用いて作成した「ちゅら除菌」。第三者は認可し、家庭用への商品登録を行ないて実用化されています。

協和

☎ 088-889-4268
地址：沖縄県那覇市鏡園3丁目11番1号
工場：沖縄県糸満市那覇町安里の127番地



VII. その他

1) 南風原町地域ブランド推進委員会（全4回）

①6月29日 第1回南風原町地域ブランド推進委員会開催

日 時	令和3年6月29日(火)午後2時～午後3時30分
場 所	南風原町商工会 2階多目的ホール
内 容	令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 第1回南風原町地域ブランド推進委員会
参加者	10名(ブランド推進委員5名、事務局4名、オブザーバー1名)

【出席者】

1. 南風原町地域ブランド推進委員
 - ・中村 美樹 氏(クリエイティブファクトリー・パパラギ)
 - ・安里 洋子 氏(一般社団法人南風原町観光協会)
 - ・宮城 康 氏(JAおきなわ南風原支店)
 - ・親川 伸夫 氏(イオン琉球株式会社)
 - ・横山 周正 氏(株式会社セブン・イレブン・沖縄)
2. 事務局(南風原町商工会)
 - ・金城 学(南風原町商工会 事務局長)
 - ・普久原 誉也(南風原町商工会)
 - ・大城 雅史(南風原町商工会)
 - ・知念 浩(南風原町商工会)
3. オブザーバー
 - ・野原 優一 氏(南風原町役場 経済建設部 産業振興課 商工観光班 主事)

【内 容】

1. 開会
2. 委嘱状交付式
3. ブランド推進委員会の委員長・副委員長の任命について
4. 令和2年度南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトの報告について
5. 令和3年度南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトの事業計画について
6. その他情報交換
7. 閉会

【議事録】

1. 開会

金城学事務局長より委員会開会挨拶

2. 委嘱状交付式

金城宏孝会長が所用で不参加の為、金城学事務局長より各委員への委嘱状交付を行った。

3. ブランド推進委員会の委員長・副委員長の任命について

委員長、副委員長については、南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定要綱第5条第2項により「委員の互選によって定める」事になっておりますが、事務局より呉屋政彦委員を委員長に、中村美樹委員を副委員長に推薦し、全会一致で承認された。

4. 令和2年度南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトの報告について

大城雅史より事業の実績を以下の内容で各委員に報告した。

<販路開拓セミナーについて>

地域の企業、県内外最前線で活躍される現場主体の専門家を招聘しセミナーを実施。

コロナ禍での開催に伴い、オンライン枠を設けて安心して参加出来る体制を整えた。

また、告知・申込をWEB・SNSも活用した。

※第1回に予定していた「SDGs×ビジネスセッション」は3密を生じることから中止になり追加にて販路開拓セミナーを実施した。

- ・7月29日（水）開催 講師：金城弘毅氏 内容概要：SDGs×ビジネスセッション ※
- ・8月3日（月）開催 講師：日野佳恵子氏 内容概要：女性視点マーケティングセミナー
- ・8月18日（火）開催 講師：知名伸一氏 内容概要：SNS集客とリピーター作りの秘訣
- ・9月10日（木）開催 講師：横山周正氏 内容概要：消費者心理と購買行動の変化
- ・9月25日（金）開催 講師：村本彩氏 内容概要：価値を作りファンを生み出す為のブランディング基礎講座
- ・令和3年2月25日（木）開催 講師：又吉亮太氏 内容概要：プロから学べる「商品の価値を伝えるための撮影とは」

<南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の選定について>

令和3年2月12日に南風原町地域ブランド選定委員会を開催し、「はえばる良品」を2商品選定する事が出来ました。3月7日に開催されました「ルンルン♪はえばるフェスタ」にて事業者へ表彰式を行いました。

○南風原カボチャケーキ（有限会社美ら卵養鶏場）

○沖縄キビまる豚ローストポーク（株式会社福まる農場）

〈はえばる良品のロゴマーク商標登録申請について〉

○10月9日のブランド推進委員会にて3つのロゴ案を委員に提示

○12月1日～12月20日の期間、「はえばる良品」ロゴマーク投票を南風原町内で実施

○令和3年1月29日ブランド推進委員会にて「はえばる良品」ロゴマーク決定

令和3年3月10日「はえばる良品」ロゴマーク商標登録申請を行う

○21品目（12事業者）の申請をしました。

〈南風原町×名古屋グランパス〉コラボ商品開発について

○趣旨

沖縄キャンプを訪問する方々の多くは、沖縄ならではの商品（お土産）を求めています。

南風原町では毎年J1サッカーチームの名古屋グランパスが、春季キャンプを行っております。

今回南風原町・沖縄県名古屋情報センター・中日新聞社と連携し本町事業者とのコラボ商品を製造・販売することで本町の活性化及びコラボ商品のPRを県内外に向けて発信を目的とする。

【販売場所】

・名古屋グランパスECサイト ・クラブグランパス店舗（愛知県名古屋市中区大須3-38-9）

※限定商品として、約2週間で完売する実績を上げました。

5. 令和3年度南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトの事業計画について

知念浩より事業計画を以下の内容で各委員に報告した

〈事業の目的について〉

本事業の目的は、南風原町の魅力の発信及び優れた特産品として認証した商品の販売数増加を図る為、町内事業者に対し新商品開発や既存の「はえばる良品」のブラッシュアップ等の支援をし、新たな認定及び認定商品の販路開拓を図る事とします。

【事業等の取組み内容及び成果目標は以下の通り】

○町内事業者を対象に新商品に関するワークショップの開催（5回）

・町内から積極的に本事業に取り組んでいただける事業者を発掘し、20名以上が参画する新商品開発ワークショップ等の開催を5回以上実施

○優れた特産品の町内ブランド「はえばる良品」の認証（2件）

・町内外の有識者等による推進委員会を開催し、南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」認定業務の運営を行う等。

○特産品の販路開拓（テスト販売、出展等5回）

・特産品の販路開拓として、テスト販売の出展機会5回以上実施し、認定商品の効果測定

○販路開拓セミナーの実施（6回）

・南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」及び特産品の販路開拓

〈実施体制について〉

本事業の実施にあたっては、行政及び商工会、外部専門家、町内企業や団体の代表者等で委員会、分科

会を構成し、本事業を実施する。

「委員構成」

○南風原町地域ブランド推進委員会 7名

- ・本事業の方針の検討、提案の取りまとめ意見交換等

○南風原町地域ブランド認定商品選定委員会 7名

- ・はえばる良品の選定に関する審議及び答申に関する事項等

○実施スケジュール（案）について

- ・ブランド推進委員会（年4回の開催）、セミナー（年間6回の実施）、ワークショップ（年間5回の実施）、他

〈南風原町地域育成事業の参画事業所について〉

- ・認定事業者12事業者を中心に構成し、新規参画事業者を広く募り、最終的には25事業者以上で構成、参画事業者間での連携を促進しながら、新商品の発掘を行う。

6. その他情報交換

○安里洋子氏・・・コロナの状況になって観光客が減った。昨年の4月・5月を見ると観光入域数で若干上がったがそれでも10%にも満たない状況です。今も南風原文化センター等、施設は休館状態です。

○宮城康氏・・・コロナ過で厳しく消費が大分鈍っている、レストランとかホテル関係の消費も鈍っているので野菜生産者が厳しい。飲食店等の食材の購入が大きく減りました。

○親川伸夫氏・・・商品を何気なく普通にポンと置いてもコロナ過の中では厳しい、商品のプロモーションが重要。ECサイトの運用。SNSの発信等。

○横山周正氏・・・食事の中で健康というのはものすごく伸びている、プラス1品が伸びています。女性の方や単身の方など仕事帰りに何品か作る事が出来ないので1品だけを買うお客様が増えた、サラダ・総菜等。

○野原優一氏・・・SNSが主流になっている今、はえばる良品のPRとして観光協会運営の兼城チャンネルのYouTubeを活用してほしい等。

7. 閉会

事務局より閉会の挨拶としました。



※委員会の様子

② 9月29日 第2回南風原町地域ブランド推進委員会開催

日 時	令和3年9月29日（火）午後1時30分～午後3時00分
場	南風原町商工会 2階多目的ホール
内 容	令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 第2回南風原町地域ブランド推進委員会
参加者	9名（ブランド推進委員6名、事務局3名）

【出席者】

1. 南風原町地域ブランド推進委員
 - ・呉屋政彦 氏（株式会社うるま印刷）
 - ・中村 美樹 氏（クリエイティブファクトリー・パパラギ）
 - ・大城 つや子氏（琉球絣事業協同組合）
 - ・宮城 康 氏（JAおきなわ南風原支店）
 - ・横山 周正 氏（株式会社セブン・イレブン・沖縄）
 - ・安里 洋子 氏（一般社団法人南風原町観光協会）
2. 事務局（南風原町商工会）
 - ・金城 学（南風原町商工会 事務局長）
 - ・普久原 誉也（南風原町商工会）
 - ・知念 浩（南風原町商工会）

【内 容】

1. 委員長あいさつ
2. 議題
 - (1) 令和3年度8月までの事業報告につきまして
 - (2) 今後の事業計画につきまして
 - (3) 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」につきまして
 - (4) 「はえばる良品」ロゴの活用・展開につきまして
 - (5) 次年度新事業の検討につきまして
3. 閉 会

【議事録】

1. 開会

呉屋政彦委員長より委員会開会挨拶

2. 議題

(1) 令和3年度8月までの事業報告につきまして

事務局の知念より以下の内容で事業報告を行いました。

- ① 令和3年4月～8月までの活動報告（別紙資料）
- ② 令和3年4月～8月までのワークショップ実施記録（別紙参照）
- ③ 令和3年4月～8月までのセミナー実施記録（別紙参照）

(2) 今後の事業計画につきまして

事務局の知念より以下の内容で今後の事業計画の報告を行いました。

- ① 令和3年10月～令和4年3月までの事業計画報告（別紙参照）
- ② 令和3年10月8日開催「名古屋グランパス沖縄県産品コラボグッズ開発」説明会の報告（別紙参照）
- ③ 第24回商工会特産フェア「」開催要領の報告（別紙参照）

会期及び会場

会期：令和3年10月23日（土）～10月24日（日）2日

会場：パレットくもじ前イベント広場（1階）

(3) 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」につきまして

事務局の知念より以下の内容で令和3年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」について報告を行いました。

- ① 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」募集要項（別紙参照）
- ② 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定要項（別紙参照）
- ③ 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」応募用紙（別紙参照）
- ④ 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」採点表（別紙参照）
- ⑤ 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」認定証（別紙参照）
- ⑥ 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」認定取り消し通知書（別紙参照）
- ⑦ 「はえばる良品」令和3年度認定商品 予定 新規4件（別紙参照）
- ⑧ 「はえばる良品」平成30年度認定商品 更新再認定7商品（別紙参照）

(4) 「はえばる良品」ロゴの活用・展開（案）につきまして

事務局の知念より以下の内容で「はえばる良品」ロゴの活用・展開について報告を行いました。

- ① 「はえばる良品」ロゴマークを使った活用方法・展開について（別紙参照）

ロゴについて金城局長から以下の説明がありました。

前年度の委員会で「はえばる良品」のロゴマークとして決定しております。今年度から「はえばる良品」の商品についてはロゴマークを付けて展開していきます。

委員の皆さんから以下の意見がありました。

「中村美樹氏」：ロゴのシールを作つて差し上げたその時は、事業所さんには商品アイテム数が沢山あり、サイズも違うしロゴのシールを差し上げた後となると、それを自己負担で作ると言う形になるとなかなか厳しいでないかなど客観的に見て思いました。

「大城つや子氏」：南風原には、はえばる良品以外にもいっぱい商品があるんです。商標登録申請中と他の2つのロゴを使用することで、ロゴがいくつもあると混乱しややこしくならないか。

「横山周正氏」：1つ商品を作つて1万個であれば印刷の方が良いのでは、最初100個作つて50個の段階でシールを作るのであれば恐らく印刷だとコスト上がり、最初はシールの方が良いのではないか。

（5）次年度新事業の検討につきまして

事務局の知念より以下の内容で南風原町商品開発強化支援事業（仮称：案）について報告を行いました。

事業概要及び令和4年度事業実施内容（別紙参照）

金城事務局長より以下の内容で南風原町商品開発強化支援事業（仮称：案）について詳細な説明を行いました。。

事業実施の目的・効果、事業目標、事業スキーム及び各種指標（別紙参照）

3. 閉会



※委員会の様子

③ 令和4年1月24日 第3回南風原町地域ブランド推進委員会開催

日 時	令和4年1月24日（月）午後1時30分～午後2時30分
場 所	南風原町商工会 2階多目的ホール
内 容	令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 第3回南風原町地域ブランド推進委員会
参加者	9名（ブランド推進委員5名、事務局4名）

【出席者】

1. 南風原町地域ブランド推進委員
 - ・吳屋 政彦 氏（株式会社うるま印刷）
 - ・中村 美樹 氏（クリエイティブファクトリー・パパラギ）
 - ・大城 つや子氏（琉球絆事業協同組合）
 - ・宮城 康 氏（JAおきなわ南風原支店）
 - ・安里 洋子 氏（一般社団法人南風原町観光協会）
2. 事務局（南風原町商工会）
 - ・金城 学（南風原町商工会 事務局長）
 - ・普久原 誉也（南風原町商工会 経営指導員）
 - ・大城 雅史（南風原商工会 ふるさと納税推進事業）
 - ・知念 浩（南風原町商工会 地域ブランド構築・展開プロジェクト）

【内 容】

1. 委員長あいさつ
2. 議題
 - (1) 令和3年度9月～12月までの事業報告につきまして
 - (2) 令和3年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の選定結果について
 - (3) 「はえばる良品」ブランドロゴ使用要領について
 - (4) 「はえばる良品」の今後の展開等について
3. 閉 会

【議事録】

1. 開会

呉屋政彦委員長より委員会開会挨拶

3. 議題

(1) 令和3年度9月～12月までの事業報告につきまして

事務局の知念より以下の内容で事業報告を行いました。
①令和3年9月の活動報告（別紙資料）
②令和3年10月の活動報告（別紙参照）
③令和3年11月の活動報告（別紙参照）
④令和3年12月の活動報告（別紙参照）

(2) 令和3年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の選定結果について事務局の知念より以下の内容で選定結果の報告を行いました。

① 令和3年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の選定結果

- ① かぼちゃカップスープ（大城野菜生産農園加工所）
- ② TONPI（トンピ）（株式会社日新電器産業食品事業部）
- ③ 12%瑞泉紅茶リキュール「宵の紅茶」500ml（瑞泉酒造株式会社）
- ④ 紙と絹のブックカバー（中村印刷株式会社）
- ⑤ 南風のかぼちゃ（ケーキの店デュウオ）
- ⑥ キビまる豚ソーセージ20g（かぼちゃ）（農業生産法人株式会社福まる農場）
- ⑦ ちゅら除菌（合資会社協和）
- ⑧ Do you HABU シリーズ(yu-i FACTORY)
- ⑨ 美ら卵養鶏場のダックワーズ（有限会社美ら卵養鶏場）

② 令和3年度南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」の選定結果

南風原町地域ブランド認定商品 平成30年度「はえばる良品」の再選定結果

- ① 沖縄キビまる豚プレミアムセット（農業生産法人株式会社福まる農場）
- ② 831ジャムセット（大城野菜生産農園加工所）
- ③ かぼちゃのエクレア（ケーキの店デュウオ）
- ④ たまごパウンドケーキキャラメル（有限会社美ら卵養鶏場）
- ⑤ マカロン5個入り（パティスリー アカヒロ）

「認定の取り消し」について

選定要綱の第15条、選定委員会の審議により認定を取り消す事が出来る（一部抜粋）

以下の3商品となります。

商品名	事業者名	理由
キビまる豚のメンチカツ	ケイズキッチン	消費者によって色々と味を変えたいと事業者の都合により辞退
南風原かぼちゃのカルボナーラ	ケイズキッチン	消費者によって色々と味を変えたいと事業者の都合により辞退
キビまる豚巻きかぼちゃクリームコロッケ	咲 レストラン	令和2年12月末日で販売中止の為

（3）「はえばる良品」ブランドロゴ使用要領について

事務局の知念より以下の内容でブランドロゴ使用要領について報告を行いました。

③ 「はえばる良品」ロゴマークの基本形について（別紙参照）

④ 「はえばる良品」ロゴマークの利用に関する要領について（別紙参照）

① 様式1 「はえばる良品」ロゴマーク利用承認申請書（別紙参照）

② 様式2 「はえばる良品」ロゴマーク利用（変更）承諾書（別紙参照）

③ 様式3 「はえばる良品」ロゴマーク利用（変更）不承認通知書（別紙参照）

④ 様式4 「はえばる良品」ロゴマーク利用変更承認申請書（別紙参照）

⑤ 様式5 「はえばる良品」ロゴマーク利用承認取消書（別紙参照）

（4）「はえばる良品」の今後の展開（案）等について

事務局の知念より以下の内容で「はえばる良品」の今後の展開等について報告を行いました。

趣旨

南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクトの実施による特産品開発及び販路拡大支援と地域のブランド化の確立を継続する。

（1）認定商品「はえばる良品」に向けた事業（令和3年度実施実績）（別紙参照）

（2）次年度も実施して行きたい事業について（別紙参照）

委員の皆さんから以下の意見及び事務局からの報告がありました。

○宮城 康 氏

- ・はえばる良品の選定結果については、選定基準があるのか、それとも全申請商品が選定されているのか。

○知念 浩

- ・選定基準があり、下記の南風原町地域ブランド認定商品選定要綱の説明を行った。

第8条 選定委員会は、採点表（様式第2号）で申請品を審査・採点する。点数は各委員25点満点とし、採点は、出席する各委員の評点の平均値（小数点第一位四捨五入するものとする。）が17点以上を「はえばる良品」に選定する。

○宮城 康 氏

- ・はえばる良品として本当にしっかりしたものを選ばないとイメージが悪くなるので、はえばる良品のブランドを上げる為にも、しっかり選定する事を望みます。

○中村 美樹 氏

- ・ロゴについて黒っぽい物に白抜きを使いたい場合は、必ず背景ありのロゴなのか、なぜなら背景ありのロゴとなると、小さい物になるとロゴがどんどん余白の背景がある分、小さくなり、背景なしの反転（白抜き）バージョンも作った方がいいと思います。

○事務局

- ・ロゴマークのガイドラインに白抜きの背景なしも追加検討致します。

○金城事務局長

- ・今年度本事業については、足掛け7年間南風原町から、一括交付金関係で実施しております。一括交付金が今年度中で終了となっており、それを踏まえて実施して来ましたが、コロナ過の状況もありまして、当初予定していた事が出来なかったり、急遽やり方を変えたり、その中でテスト販売で出展したハッピーモア市場トロピカル店は、オーガニック系で単価が高めな商品を扱っている直売所ですが、単価が高くても物が良ければ買ってくれる方もいるので、何も本土だけを目指すのではなく県内のそういう所をターゲットにして、商品開発を続けても良いと思います。特に小規模事業者はロット数については、どうしても大手と比べて生産量が限られているので商品の中身を良くし、こだわりのある店等に視点に向けて目指して行きたいと思います。また、ふるさと納税を今年度から商工会で受けてやっています。おかげさまで前年度よりだいぶ現状より寄付額は上がっています。その収入（手数料）も商工会では見込めており、次年度は本事業の補助金はなくなるので販路開拓及び特産品開発などに、ふるさと納税で得た収益を充て、はえばる良品の選定等に継続して繋げて行きたいと思います。はえばる良品として一商品でも多く選定が出来、ふるさと納税にも出品する事で収益が上がれば、事業者の方及び町にも売上が上がる所以、うまく仕組みを作つて行きます。はえばる良品の選定基準については、以前から話し合いをしており、中々はえばる

良品に申請する事業者が少なく、基準の範囲を広げている事情があります。ただ原材料について、あまり厳しくすると基本的に商工会としては会員事業所さんが努力して良い物を作る環境を作つて行く事、どんどん売れるような形にして行きたいと思っているので、南風原町の魅力、らしさ等、商品を作つて行く中で選定基準を明確にし、はえばる良品としてPR出来るような環境を作つて行ければと思います。本事業は町からの補助事業として今年度で終了です。委員の皆さんにも何か参考、意見等があればと思います。

○吳屋 政彦 氏

・今期、ふるさと納税推進事業で上手く行つてるので、そこから、はえばる良品に繋がる仕組みが出来れば良いと思います。また、ふるさと納税のサイト等で、はえばる良品のコーナーを設けては良いのかと思います。

○中村 美樹 氏

・今回事業のコーディネイターと、縫組合さんの伴走型の事業も同時並行に数ヶ月一緒にさせて頂いて、一番印象深いのが事業者さん、それぞれが色々な事業所があった事を知り、一緒に組んでみたい、一緒に商談、販売をして行きたいと意識が、この数ヶ月で芽生えた事です。今までそれぞれの事業者さんが、何をしているのか意外と知らなかった事です。観光協会でYouTubeの兼城十字路 ch でもシリーズで撮影及び配信して頂きました。縫組合であれば、三つの業者が一斉にコラボして、一個の商品を作る等、ソーセージに至ってもかぼちゃをなるべく使って見たりと沢山の商品が生まれたと思います。数ヶ月の事ですが、もっともっとやってみたいと多くの声を聞いています。南風原町で、ものつくりの町等ひとつの目標があれば色々な物が生まれて来ると思います。町内コラボ、町内で何が出来るかのキャッチフレーズを設けて、向かって行く事業が次年度に出来れば良いと思います。

○大城 つや子 氏

・今回伴走型で中村 美樹様（クリエイトファクトリー・パパラギ）と一緒にやって頂いて町内の業者を知り、始めて町内の業者とコラボが出来た事が凄く良かったと思います。自分の街に色々な事業所がある事に発見出来て良かったと思います。今回は9商品（はえばる良品）が受けることが出来、商工会を通して事業者が凄く活性化している雰囲気が感じられます。今後とも本事業を続けて行ってほしいです。

○大城 雅史

・全国展開の経緯にあたっては、縫組合さんにおいてはこれまで商品開発の部分で中々出来ない所もありまして、縫組合さんの中に伝統と革新と言う事がありました。これまで県内でやっている所で、本当に出来るのか、それとも県外大手企業と組んで行くと、もっと縫の魅力の発信が出来ると思い、前年の事業では案内していました。ただ、大城理事長が話した様に、地元ならでは

の良さもありますので、その良さをどんどん発信して行くのも大事だと思います。同時並行でいいかと思いますが可能であれば県内の足場を固めつつ、出来る事業者は県外のマーケットにもシェアを入れた形で、どうコラボして行く事が出来るかだと思います。

○中村 美樹 氏

・今回、三ヶ所でテスト販売をした中で、地元のJAおきなわくがに市場を使った事に大きな意味があったと思います。地元に売り場がある事で、町内同士のコラボ商品が、地元でPRが出来る事と、町内の事業者さんにも刺激があり、目標にもなると思います。今後も活用して行きたいと感じました。

○普久原 誉也

・今年度の催事等は、コーディネーターの中村 美樹氏、池村 博隆氏の企画力と人脈で全部繋がっている事業です。次年度以降は、この二氏が居ない前提でやって行くには、自分達で自走し事業者を支援して行く必要があります。

○大城 雅史

・JAおきなわくがに市場について、今後の展開として思う事を要望します。週末にイベントを行う中で、集客力が求められると思います。ハッピーモア市場トロピカル店などは人が集まる所です。今後、コロナ（感染拡大）が落ち着いた中で、JAのイベントがある場合、そのイベントの中に、今回の様な出展と一緒にコラボした形でやると、もっと人が集まって来ると思うので出展をご検討頂けないでしょうか。

○宮城 康 氏

・それは、十分大丈夫だと思います。日頃でもイベントがない時でも、今回の様に外（軒下）が十分使えますので、検討下さい。

3. 閉会



※委員会の様子

④ 令和4年3月7日 第4回南風原町地域ブランド推進委員会開催

日 時	令和4年3月7日（月）午後1時30分～午後2時30分
場 所	南風原町商工会 2階多目的ホール
内 容	令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 第4回南風原町地域ブランド推進委員会
参加者	8名（ブランド推進委員5名、事務局3名）

【出席者】

4. 南風原町地域ブランド推進委員

- ・吳屋 政彦 氏（株式会社うるま印刷）
- ・中村 美樹 氏（クリエイティブファクトリー・パパラギ）
- ・宮城 康 氏（JAおきなわ南風原支店）
- ・安里 洋子 氏（一般社団法人南風原町観光協会）
- ・横山 周正 氏（株式会社セブン・イレブン・沖縄）

2. 事務局（南風原町商工会）

- ・金城 学（南風原町商工会 事務局長）
- ・普久原 誉也（南風原町商工会 経営指導員）
- ・知念 浩（南風原町商工会 地域ブランド構築・展開プロジェクト）

【内 容】

1. 委員長あいさつ

2. 議題

- （1）令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト事業実績報告について
- （2）次年度事業計画（案）について
- （3）その他情報交換

3. 閉 会

【議事録】

1. 開会

呉屋政彦委員長より委員会開会挨拶

5. 議題

(1) 令和3年度南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト事業実績報告について
事務局の知念より以下の内容を報告致しました。

①町内事業者を対象に新商品に関するワークショップの開催（別紙資料）

②「はえばる良品」の認定（9件）（別紙参照）

③特産品の販路開拓（テスト販売、出展等）、PR（別紙参照）

④販路開拓セミナーの実施（別紙参照）

⑤ブランド推進委員会の開催（別紙参照）

⑥南風原町地域ブランド認定商品選定委員会（別紙参照）

⑦その他

(2) 次年度事業計画（案）について

事務局の金城事務局長より以下の内容を報告致しました。

①名称：南風原町商品展開力強化マッチング支援事業（仮称） ②事業目的（別紙参照）

③事業期間（別紙参照） ④事業内容（別紙参照） ⑤事業の効果（別紙参照） ⑥実施体制（別紙参照）

⑦事業予算（概算）（別紙参照） ⑧成果目標（別紙参照）

委員の皆さんから以下の感想（意見）及び事務局からの報告がありました。

○中村 美樹 氏

・（株）日新電機産業食品事業部の石川様に聞いた所、5月には何も無かったものが、一年も経たずに形になって確実に注文とか売り場が決まっています。さらにこれからは、機械を購入して課題もしっかりと見えていて、来期は販売も強化をして行きますと具体的な言葉を聞くと短い期間ではありましたが、他の事業者さんも同様に本事業があつて良かったと思います。

○宮城 康 氏

・今後ともヘチマ、かぼちゃ、スターフルーツ等の農産物もありますので、是非皆様の力を借りながら新商品の開発ができればと思います。

○横山 周正 氏

・継続してカボチャとかヘチマ等の原材料をセブン・イレブンの商品として、うまく使えるのであれば提供頂き、もっともっと南風原町の名前をアピール出来る事も出来ますし、商品部にも話をしていますので是非ご協力を頂きたいと思います。

○安里 洋子 氏

・本事業に昨年度から参加させて頂き、今年度は色々な事に関わって良かったと思いました。観光協会自体がイベント等をやっていて、モノづくりでもなくて、今回改めてユーチューブを通して色々な事業所さんに関わられた事、また、色々な人に出会えた事が楽しかった。町内事業者でコラボもあり、まちづくりになっているなど感じました。引き続き観光協会としても商工会と一緒に連携を組みながら、みんなで作り上げたいと思います。

○金城事務局長

・本事業は一括交付金で、一旦今年度で終了となります。南風原町の町長から評価されています是非、次年度以降もやって頂きたいとあります。役場の担当課の方には商工会で引き続きやって欲しいとありました。

○吳屋 政彦 氏

・次年度以降も南風原町の地域振興のために考慮賜りますようお願い申し上げます。

3. 閉会



※委員会の様子

2) 南風原町地域ブランド選定委員会

1月7日 第1回南風原町地域ブランド選定委員会開催

日 時	令和4年1月7日（金）13：30～16：30
場 所	南風原町商工会 2階多目的ホール
内 容	令和3年度 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト 第1回南風原町地域ブランド認定商品選定委員会開催について
参加者	10名（ブランド選定委員7名、事務局3名）

【出席者】

- I. 南風原町地域ブランド認定商品選定委員
 - ・池村 博隆 氏（ものプラン沖縄）
 - ・金城 京一郎 氏（松風苑）
 - ・仲本 明 氏（イカリ消毒沖縄株式会社）
 - ・浜元 陽子 氏（株式会社近代美術）
 - ・金城 助 氏（沖縄調理師専門学校）
 - ・伊吉 栄作 氏（沖縄セルラー アグリ＆マルシェ株式会社）
 - ・松本 仁志 氏（南風原町役場）
- II. 事務局（南風原町商工会 南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト）
 - ・金城 学（南風原町商工会 事務局長）
 - ・普久原 誉也（南風原町商工会 経営指導員）
 - ・知念 浩（地域ブランド構築・展開プロジェクトマネージャー）

【内 容】

1. 開 会
2. 委嘱状交付
3. 委員長選任
4. 委員長挨拶
5. 議 題
 - ①南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定について
 - ②南風原町地域ブランド認定証品「はえばる良品」の申請品の審査について
 - ア. 令和3年度「はえばる良品」申請書（商品）の審査
 - イ. 平成30年度「はえばる良品」再審査
6. 閉 会

2. 委嘱状交付式

委員の選定にあたっては、専門家の池村 博隆 氏（ものプラン沖縄）を中心に南風原町（行政）より1名、その他専門家及び南風原町に関連する方々を選定しております。

3. 委員長選任については、商品開発や販路開拓の専門家である池村 博隆 氏に依頼する事で承認を頂きました。

4. 委員長挨拶

池村氏より就任の挨拶を行っていただき、採点方法等も説明していただきました。

5. 議題

① 南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定について、事務局の知念より選定要綱にて説明致しました。（別紙参照）

② 南風原町地域ブランド認定証品「はえばる良品」の申請品の審査について

ア. 令和3年度「はえばる良品」申請書（商品）の審査について

事務局より申請（応募）のあった9商品を提案しました。

南風原町地域ブランド認定商品「はえばる良品」選定要綱に基づき審査の依頼を行い、応募のあった9事業者にプレゼンテーションを行って頂きました。

「内容（食品については試食あり）」

- ・商品説明（プレゼンテーション）5分
- ・質疑応答 3分

1. かぼちゃカップスープ（大城野菜生産農園加工所）

2. TONPI（トンピ）（株式会社日新電器産業食品事業部）

3. 12%瑞泉紅茶リキュール「宵の紅茶」500ml（瑞泉酒造株式会社）

4. 紙と絹のブックカバー（中村印刷株式会社）

5. 南風のかぼちゃ（ケーキの店デュウオ）

6. キビまる豚ソーセージ20g（かぼちゃ）（農業生産法人株式会社福まる農場）

7. ちゅら除菌（合资会社協和）

8. Do you HABU シリーズ（yu-i FACTORY）

9. 美ら卵養鶏場のダックワーズ（有限会社美ら卵養鶏場）

審査の結果全て採点基準を満たしており、9商品を選定しました。

池村委員長より、南風原町商工会金城会長へ選定結果を答申し、南風原町長、南風原町商工会長連名にて認定する事を報告致しました。

認定証の授与式については、2月5日（土）から開催されます「ルンルンはえばるフェスタのオープニングセレモニーにて行う予定です。

イ. 平成30年度「はえる良品」の再審査（選定）について

再選定の選定基準は、対象となる認定商品が認定時の品質を維持、継続販売していることとし、選定委員会はその内容を審査し、再選定するとあり、その内容に基づいて5品を再選定しました。商品内容については、以下の通りになります。

再選定を行うにあたり、株式会社クロックワークに食品表示法の表示チェック（一括表示）を行い申請書（応募用紙）と食品表示調査レポートの調査結果を合わせて、選定を行いました。今後、各事業者に提供し、一括表示の指摘コメントに基づき改善等の提案を行います。（※別紙食品表示調査レポート）

「再選定」

1. 沖縄キビまる豚プレミアムセット（農業生産法人株式会社福まる農場）
2. 831ジャム（大城野菜生産農園加工所）
3. かぼちゃのエクレア（ケーキの店デュウオ）
4. たまごパウンドケーキキャラメル（有限会社美ら卵養鶏場）
5. マカロン5個入り（パティスリー・アカヒロ）

「認定の取り消し」について

選定要綱の第15条、選定委員会の審議により認定を取り消す事が出来る（一部抜粋）以下の3商品となります。

商品名	事業者名	理由
キビまる豚のメンチカツ	ケイズキッチン	消費者によって色々と味を変えたいと事業者の都合により辞退
南風原かぼちゃのタルボナーラ	ケイズキッチン	消費者によって色々と味を変えたいと事業者の都合により辞退
キビまる豚巻きかぼちゃクリームコロッケ	咲 レストラン	令和2年12月末日で販売中止の為

感想（講評等）

○仲本 明 氏

試食もさせて頂き生産者の思いを聞いて、かなり南風原の商品が好きになりました。

○浜元 陽子 氏

事業者の皆さんのお話を聞いて、南風原町には良い生産者さんが揃っているなと思いました。

○金城 助 氏

企業様からの熱のあるものを聞いて、私自身も琉球料理を南風原の物だけではなく沖縄の食材だったり、料理だったりと全国に広めていきたいと強く思いました。後、今はかぼちゃの仕入れが難しい状況もあり、かぼちゃがもっと手に入りやすくなれば良いなと思います。料理人としても、もっとかぼちゃを使った料理をアピールする事が出来ると思います。

○伊吉 栄作 氏

6次産業の視点で商品を評価させて頂きました。農家さんとしては、自分達ではなかなか加工技術がないとか、作り手の思いが強すぎて逆に消費者の目線が抜けたり、地産加工の成功する事例がない事が県内、県外でも多いですが、その中で大城野菜生産加工所さんや福まる農場さんは、日持ちもありつつ商品はクオリティの高い物なので、町内で生まれている点では非常に素晴らしい事例だと思います。今後、町や商工会さんで見て頂きたいのが異業種のコラボやまた、自分達でやりたいけど出来ない事業者さんをうまく事業者間を繋いで頂くことで新たな展開も出来ると思う。中村印刷さんのプレゼンで、あったように地元の物の良さをどう伝えるかなど、自社の印刷技術をうまく絡める所と、作り方などストーリーとしても非常に魅力もあるし面白いと思いました。はえばる良品の取り組みの中で、うまく地域のブランドを高めて、沖縄の中でも南風原と言う地域がこう言う地域だと、見せることが出来ればと思いました。

○松本 仁志 氏

なかなか人の物を評価することがないのですが、各事業者の商品説明を聞いて、開発に対する熱い思いがあって、販売まで出来ることが分かり大変勉強になりました。

○池村 博隆氏

去年も委員をさせて頂いて、今回もプレゼンまで実施出来たことはとても事業者にとってはいい経験になっていると思います。選定委員会もとても良い形だったと思います。委員ではありますけど、大城野菜生産農園加工所さん、日新電器産業さん、瑞泉酒造株式会社、中村印刷さん、福まる農場さん、ユイ・ファクトリーさんも基本的に南風原町の地域ブランド事業に参加している方々です。キーワードはやさしいともったいないをテーマに全面に出した展開をしようと、皆さんに5月に集まって頂いた所からスタートして、その中で連携が生まれて、こんな事が一緒に出来るんじゃないかと広がって行きました。これが一過性のものではなくて今後、続いて行く事と商工会さんが中心となって、みんなが同じように南風原町を盛り上げてほしいです。大変良い選定委員会だったと思います。

各委員の意見を参考に協力事業者と連携した商品開発を今後も続けて行きたいと思います。

(選定委員会の様子)



3) 「はえばる良品」公式ホームページの運用について

サイト名：はえばる良品

アドレス：<https://www.haebaru-ryohin.com/>

総アクセス数：3,885 PV数：8,090（令和3年4月1日～令和4年2月28日）

○昨年度よりは、PV数が115%（1,070）伸びた。要因としては、南風原町、はえばる良品の認知・ファン構築の為Instagramへの投稿の継続発信と考えられる。しかし、SNS以外で発信する事が出来ず、総アクセス数が昨年比で241と落ち込みました。



© 2022 Google

「はえばる良品」サイト アドレス : <https://www.haebaru-ryohin.com/>



4) 令和3年度「はえばる良品」ブランド冊子、パネル制作について

① 令和3年度「はえばる良品」ブランド冊子制作について



Good Product

01

かぼちゃのアーモンドソースの味噌味スープ
高級感あふれる味わいのスープです。

1個/450円(税込)

かぼちゃカッफススープ

「アーモンドのリウエスト」を多めにした濃い味のスープ
をアーモンドソースは大きな粒で、カリカリ感があり、濃く、リッチ
な味わいをぜひお試しいただけます。

大城野菜生産農園加工所

中高齢の方への贈り物として人気があります。
その利点が何よりも大きいとされています。

株式会社日研陶器工業 食品事業部 1箱/540円(税込)

TONPI(トンビ)

味が濃くてアーモンドソースよりもより上質な人が好みの味のスープ
美味しいスープで味をこなす、美味しいソーセージ・味噌汁
「おいしいスープ」がお手軽にお召し上がりください。

株式会社日研陶器工業
TEL:03-5936-4444
http://www.nikien.co.jp

02

中高齢の方への贈り物として人気があります。
その利点が何よりも大きいとされています。

株式会社日研陶器工業 食品事業部 1箱/540円(税込)

OGINAWA トントン

株式会社日研陶器工業
TEL:03-5936-4444
http://www.nikien.co.jp

Good Product

03

南風のかぼちゃ
南風のかぼちゃ

南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。
南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。

1個/135円(税込)

南風のかぼちゃ

南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。
南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。

ケーキの店 Duo

中高齢の方への贈り物として人気があります。
その利点が何よりも大きいとされています。

株式会社正人堂社社長監修する豚肉 20g/530円(税込)

キビまる豚ソーセージ(かぼちゃ)

南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。
南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。

株式会社正人堂社
TEL:03-5936-4444
http://www.nikien.co.jp

04

南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。
南風のかぼちゃのパンは、南風のかぼちゃの香りと味わいをそのままにしたパンです。

株式会社正人堂社
TEL:03-5936-4444
http://www.nikien.co.jp



有田白丹高級焼き菓子
「その繊細さと生地の良さが絶妙」

有限公司 美ら卵養鶏場 1個/200円(税込)

美ら卵養鶏場のダックワーズ

新潟県から卵を産む母の巣で育てられた卵で作成したダックワーズ。卵の味を活かすために、卵黄をそのまま残しておらず、卵白を卵黄と一緒に卵黄を包んでいます。卵黄を残さないことで、卵黄の風味を最大限に引き出しています。



沖縄の糸島と伊勢のマリナージュ。
かうむして苦いかりたん、複数な質へ。

薩摩酒造株式会社

350ml/1,150円(税込)
500ml/1,375円(税込)

12%瑞泉紅茶リキュール 胚の紅茶

アルコール度数から香りに注目する方のためのリキュール。高麗水使用、手ぬぐいの味。
沖縄県の糸島さんたちの元気な笑顔が詰められており、泡立ちや味に豊かな香りをもたらす
お酒の特徴です。お召しの際は、おまかせメニューと一緒にどうぞ。



薩摩酒造株式会社
伊勢原野茶園



香りを大切に、味を大切に、色を大切に。
お酒を飲む楽しみを、お酒の本質を大切に、お酒を楽しむ楽しみを大切に、お酒を味わう楽しみを大切に、お酒を味わう楽しみを大切に。



「ひとつひとつの手細工を惜しまない」
職人ひき手まで培養の手を行く。

中村印刷株式会社 1枚/4,400円(税込)

紙と餅のスクカバー

西日本から東北まで、全国の和菓子屋さんからお菓子屋さんまでその伝統を守る。
このスクカバーは、大人でシンプルで軽いこと、できるだけ手作り感のある作り、豊富
な手仕事と伝統的な技術、シルエットを保つためにできる工夫も人気です。



第一回二、少額貸付金制度の実証実験
制度をライドミーとして始めさせた。

y-u-i FACTORY 1点/1,000円(税込)

Do you HABUシリーズ

レーベンのように新しい経験をしてみたいの方の「ハブ」の世界のようにも見えるアート
展示場。また世界からその「美」アートセリとして認定されたのが「Do
you HABU」シリーズ。同じくアートデザイン工房で世界一の手作りです。



y-u-i FACTORY
03-6444-0126 一般財團法人新規事業開拓研究会
0120-11-0200 実行委員会



「ハブ」が「美」について、何時も何處かで何をもつていて、
何を隠すために隠すのかなど、何をもつていて、何を隠すのかなど、
何を隠すのかなど、何を隠すのかなど、何を隠すのかなど、





Good Product
09

あなたが今何してますか? いま少しやさしい?
野菜も洗える天然素材! あなたの食事を。

吉野貿易・協和

1本/800円(税込)

ちゅら除菌

「ちゅら」商品はナチュラルなアルコール100%を主成分に、アルコール濃度70%を使用して表面によどみ、油膜・脂膜力を飛躍的にします。より効率的で効果的な消毒も可能で、効能もこれまでの消毒料などに比べて手堅くあります。



これまで選定された
はんぱな商品をご覧ください



平成29年度
認定商品



まちゃんの野菜スープをサポート!
BANDOCCHIA
【牛乳チーズ】



おもてなしのから味を贈るへ
はんぱな商品のストーム＆アーカイブ
【新鮮野菜の販売】



ショッフ選けしたスタートルーフが
キャラクと近く
おもてなしはんぱなワンドケーキ
【オードブル】



伝統的な技法を私たちへ
Umeshima 「ウメシマ」
【ソース・ドレッシング】



とろりガラスドームを鏡のよう
ふんわり生地で包み込みました
リコグローリー



かぼちゃの蒸物が骨冷に飛ばされ
嬉しい味わい!
濃いカツオを握って挽いたスープの底
【牛乳チーズ】



洋風の豊かな香りの中で
育まれたブランド豚
沖縄ヤビツ豚(ロースハラ)



沖縄キビヌギ
プレミアムセット
【沖縄キビヌギの新商品】



E31ジム
【沖縄キビヌギ新商品】



EMたまごチーズケーキ
【卵を主に新商品】



2018年吉浦
泡盛Premium 720ml
35% 酒度度 720ml
【泡盛新商品】



おぼちゃんのエクラ
【ドーナツ】



たまごハンドケーキ
キャラメル
【卵を主に新商品】



マカロンを購入する
【オードブル】



おまかせハンドパームミニ
おまかせフリーハンドミニ
【オードブル】



モリンガ茶
【クリンテラル】



沖縄ヤビツ豚
ロースボーラー



南島鹿子チーズ
チーズケーキ
【卵を主に新商品】

② 「令和3年度はえばる良品 PR パネル」

02
南風原町特産品
TONPI(トンピ)

南風原町特産品
TONPI(トンピ)
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

03
南風原のかばらや
Kibimaru Pork Sausage

南風原のかばらや
Kibimaru Pork Sausage
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

04
南風原のかばらや
Kibimaru Pork Sausage

南風原のかばらや
Kibimaru Pork Sausage
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

05
南風原のかばらや
Duck Quince

南風原のかばらや
Duck Quince
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

06
南風原町特産品
背の紅茶

南風原町特産品
背の紅茶
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

07
南風原町特産品
紙と餅のフックカバー

南風原町特産品
紙と餅のフックカバー
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

08
Do you HABU? series

Do you HABU?
series
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

09
南風原町特産品
ちゅら除菌

南風原町特産品
ちゅら除菌
南風原町特産品
TONPI(トンピ)アソブ。

5) 「はえばる良品」商標登録証について



商標登録証 (CERTIFICATE OF TRADEMARK REGISTRATION)

登録第6480326号
(REGISTRATION NUMBER)

商願2021-034799 (APPLICATION NUMBER)

指定商品又は指定役務並びに商品及び役務の区分
(LIST OF GOODS AND SERVICES)

(第3類) ム, 鞡墨, つや出し剤, セッケン類, 齧磨き, 化粧品, 香料, 薫料, つけめ, つけまつ毛

第14類
貴金属, 宝石の原石, 宝玉及びその模造品, キーホルダー, 宝石箱, 記念カップ, 記念たて, 身飾品 (「カフスボタン」を除く。), カフスボタン, 貴金属製靴飾り, 時計

第20類
クッション, 座布団, まくら, マットレス, ネームプレート及び擦札 (金属製のものを除く。), 手持式扇 (金属製のものを除く。), うちわ, 扇子, 家具, つい立て, びょうぶ, さんご

第25類
被服, ガーター, 鞄下留め, ズボンつり, バンド, ベルト, 履物, 仮装用衣服, 運動用特殊靴, 運動用特殊衣服

第29類
菓子 (果物・野菜・豆類又はナッツを主原料とするものに限る。), 食用油脂, 乳製品, 食肉, 卵, 食用魚介類 (生きているものを除く。), 冷凍野菜, 冷凍果物, 肉製品, 加工水産物 (「かつお節・寒天・削り節・食用魚粉・とろろ昆布・干しのり・干しひじき・干しわかめ・焼きのり」を除く。), 加工野菜及び加工果実, 油揚げ, 凍り豆腐, こんにゃく, 豆腐, 豆乳, 納豆, 加工卵, カレー・シチュー又はスープのもの, お茶漬けのり, ふりかけ, 豆

第30類
食品香料 (精油のものを除く。), 茶, コーヒー, ココア, 菓子 (果物・野菜・豆類又はナッツを主原料とするものを除く。), パン, サンドイッチ, 中華まんじゅう, ハンバーガー, ピザ, ホットドッグ, ミートパイ, 調味料, 香辛料, コーヒー豆, 谷物の加工品, チョコレートスプレッド, ぎょうざ, しゅうまい, すし, たこ焼き, 弁当, ラビオリ, 即席菓子のもの, パスタソース, 米, 脱殻済みのえん麦, 脱殻済みの大麦, 食用粉類

第33類
清酒, 烧酎, 合成清酒, 白酒, 直し, みりん, 日本酒, 泡盛, 洋酒, 果実酒, 酎ハイ, 茶味酒

[以下余白]

VIII. 総評と今後の課題

(1) 事業の総評

「売れる商品づくり」には「出口を想定」する事が重要と考え、県内に売り場をもつ①楽園百貨店（リウボウ）②うるマルシェ③ハッピーモア市場トロピカル④沖縄物産企業連合の4人バイヤーを招致し、「セミナー＆商品評価会」を実施。4つの出口（販売先）をイメージした商品や売り場の演出、POPの書き方、お客様への商品説明、販売価格など様々な売り方などにチャレンジ出来、お客様のニーズをしっかりとキャッチする事が出来ました。そこで、食分野の2商品、非食品分野の3商品の町内事業者及び生産団体との異業種間連携で新開発商品が生まれました。販路開拓においても、5事業者が新たに取引に繋げることが出来ました。また、南風原町地域ブランド選定商品「はえばる良品」9件が認定できた事は今年度の成果とも言えます。

(2) 今後の課題

今後は、「はえばる良品」としてどの様に販売して行くのか、販路開拓および周知活動がポイントになる。さらに、事業所が運用するホームページやECサイト、SNS等のサポートなども連携も必要となります。同時に「はえばる良品」のブランド自体の活動なども重要なとなる。

あとがき

平成 27 年度よりはじまった「南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト」も最終年度ということで、各事業所の皆様の実績につながる成果を出したい。と思いプレッシャーも大きかったですが、参加事業所の皆さんに、事業の中で楽しみながら、モノづくりにチャレンジされている姿に何度も胸をうたれました。

「競争から共創の時代へ」今回の事業でそれを実践することができたことこそが一番の成果だったかもしれません。

結びになりますが、「沖縄で唯一海に面していない南風原町」がモノづくりの町として、発展することを切に願います。

令和 4 年 3 月
南風原町商工会
南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト
事務局一同

令和3年度
南風原町地域ブランド構築・展開プロジェクト
事業報告書

令和4年3月発行
編集・発行
 南風原町商工会

〒901-1112 沖縄県島尻郡南風原町字本部158番地
TEL : 098-889-6121 WEB : www.haeshoko.net