

沖縄における地域ブランド育成の現状と課題

～地域資源のブランド化により地域活性化を目指す沖縄の島々～

第一特別調査室 まつもと ひでき
松本 英樹

1. はじめに

沖縄県は、東西約 1,000 km、南北約 400 kmの広大な海域に、160 の島々が点在する全国でも有数の島しょ県であり、49 の有人島を抱えている。このうち、沖縄本島及び沖縄本島と橋で結ばれている 9 島を除いた 39 島が有人離島となっている¹。

こうした沖縄の島々には、さとうきび、ゴーヤー、マンゴー、パパイア、もずく、海ぶどう、肉用牛等、全国的にも特産品として知られている農林水産物や、泡盛、やちむん（陶器）といった地場製品、琉球王朝に代表される沖縄独特の文化・歴史的遺産、宮古、八重山地域の美しく豊かな自然環境など、他地域にはない特色を持った素材（以下「地域資源」という。）が数多く存在している。近年は、こうした地域資源を活用した製品や、地域資源と密接な関連を持つサービスの提供（海洋レジャー商品、イベント商品等）についてブランド化し、付加価値を高めて競争力にたけたものをつくり出そうという、地域ブランド育成の動きが活発化しており、このことを通じて、地域活性化を図っていこうとする島も多く見られるようになってきている。

こうした中、今年 1 月、小型共同調査の一環として、沖縄本島、宮古島及び石垣島を訪問し、地域資源を活用した地域ブランド育成の実情等がどのようになっているのか現地調査を行う機会を得た。

本稿では、各訪問先で入手した資料及び意見交換を通じて得た情報等を基に、沖縄における地域ブランド育成の現状と課題について述べることにしたい。

2. なぜ地域ブランドか

沖縄には、「八重山ミンサー」、「宮古上布」といった織物や「壺屋焼」といった陶器など、伝統工芸品が 13 品目ある²。これらの伝統工芸品は、長年の歴史と先人から伝わる知恵と技術・技能が蓄積されたものであり、沖縄地域の独自性の高いブランドとして、既に国内を始め海外で知られているものも多く、言わば先駆的な沖縄の地域ブランドと言える。

近年は、地元の魚介類や畜産品、農作物やその加工品など地域資源についてブランド化を図っていこうとする動きが、県内市町村や様々な団体において活発に見られるようになってきている。こうした地域ブランド化が活発になってきている理由について、沖縄県は、「例えば、宮古島では、自生するビデンスピローサ³といった植物を使い機能性食品（お茶）の開発が行われているが、こうした地域資源を活用した製品のブランド化は、新事業創出及び既存産業の振興等による雇用の創出、失業率の改善などに寄与し、地域の活性化に貢献すると考えられる」との説明を行い、さらに、村の伝統文化や魅力をいかしつつ、

付加価値が高まるような物語（ストーリー）を村民が主体的に考えた沖縄県北部の伊是名村の歴史劇「松^{まちがに}金がゆく」が、地元文化の継承等に貢献し、地域のイメージアップ・活性化に効果を発揮しているとの例も示した。この歴史劇は、地元の英雄「尚円王」が困難を乗り越えながら琉球王国の国王の座に上り詰めるまでを、村民が演じたもので、昨年、村内で開催された公演が反響を呼び、県内の他地域での公演を実現している。

このように地域資源を活用した製品等のブランド化は、地域の活性化やイメージアップ等に様々な効果を生んでおり、その取組が注目されている。

3．地域ブランド育成の現状

（1）国、沖縄県による地域ブランド育成の取組

ア 美ら島^{ちゅ}会議・美ら島ブランド委員会・美ら島ブランド検討会議

平成 16 年 5 月、内閣府に「美ら島⁴ 会議」が設置され、沖縄県等と協議しながら離島地域の活性化策の検討が進められている。また、平成 17 年 4 月には、「美ら島ブランド委員会」が内閣府に設置され、沖縄の離島の豊かな自然環境や伝統文化などの魅力を最大限にいかしていくためにはどのような取組が必要であるかについて、各界で活躍する有識者が検討が行い、同年 10 月に提言をまとめた。その主な内容は、離島対策の中で「美ら島ブランドの確立」を最重要課題と位置付けるべき、美ら島にはブランドの要素となるコンテンツ（モノ、景観、マリンスポーツ、文化など）が豊富にあるが、それを選択・整理すると同時に、顧客や市場実態の評価が必要、コンテンツ提供者（現場レベル）や、現場を指導し地域資源のブランド化を促すべき公社、商工会の意識・知識・スキルが不足しているため、コーチの派遣などが必要、地域資源のブランド化に向けて離島全体が総合力を発揮することができるよう物流コストに関する検討が必須、全体の一貫性を強化するために、『アンブレラブランド』（美ら島全体を束ねるグループブランド）を策定すべき、といったものであった⁵。この提言を受けて、平成 18 年 2 月には、「美ら島ブランド検討会議」が内閣府に設置され、現在、ブランドを活用した地域活性化などについて議論が進められている。

イ 離島地域資源活用・産業育成モデル事業

内閣府では、平成 17 年度から「離島地域資源活用・産業育成モデル事業」（以下「一島一物語事業」という。）を実施し、特産品の開発等を支援してきた（表 1 参照）。

一島一物語事業は、各島が、島の伝統文化や魅力をいかしつつ、島の付加価値が高まるようなストーリー（活性化の方向性を示すキーワード、キーワードの具体的な中身）を主体的に考え、それをブランド化していく支援を、国、県が行うものである。支援対象は、市町村（事業主体）で、補助率は国 2 / 3、県 1 / 6、事業期間は、2 か年以内が原則とされている。

支援のイメージについて、沖縄県から、「農林水産物を活用した特産品やサービスの開発など、地域が意欲を持って主体的に取り組んでいる地域資源、地域伝統技術（木工、陶

芸、染色、織物等）歴史、文化、自然環境等を活用した離島地域の産業の活性化に資する事業のうち、ノウハウや資金等の不足により停滞している事業に対して支援している」との説明がなされた。

また、一島一物語事業を踏まえた今後の対応について、沖縄県から、「消費者ニーズの把握や試作品の製作などといったこれまでの成果を踏まえ、今後、商品化等に向けた取組がなされることとなっている。他方、平成 19 年度予算において、有望と見込まれる特産品等の施設整備に対する国庫補助事業（補助率 8/10）が創設されたが、離島地域の産業育成を図っていくため、当該補助事業の活用など諸施策を推進していきたい」との説明がなされた。

表1 一島一物語事業一覧

島名	市町村名	事業名
伊平屋島	伊平屋村	てるしのの島いへや「島の恵み」創出事業
伊是名島	伊是名村	伊是名島歴史ロマン「尚円王」ブランド創出事業
伊江島	伊江村	フラワーアイランド伊江島「ハイビスカス」ブランド創出事業
久高島	南城市（旧知念村）	ニライカナイ久高島「神々の恵み」ブランド化事業
渡嘉敷島	渡嘉敷村	薬草と健康アイランドとかしき創出事業
座間味島	座間味村	「クジラに逢える島ざまみ」パワーアップ事業
粟国島	粟国村	むんじゅの里あぐに「天然パワー」ショウアップ事業
久米島	久米島町	南宋ロマン久米島紫金鉱活用事業
宮古島	宮古島市（旧平良市） （旧下地町） （旧上野村） （旧城辺町）	こころつなぐ結いの島宮古 ～癒しの郷ひらら産業育成事業～
		こころつなぐ結いの島宮古 ～しもじ「島の恵み」創出事業～
		こころつなぐ結いの島宮古 ～博愛の里うえの「島の恵み」創出事業～
		こころつなぐ結いの島宮古 ～テッポウユリの里ぐすくべ活性化事業～
伊良部島	（旧伊良部町）	サシバの島いらぶ「健康長寿シモンいも」活用事業
多良間島	多良間村	たらまピング島興し事業
石垣島	石垣市	いしがきトロピカル&ヘルシーブランド創出事業
竹富島	竹富町	～島民と残す秘境の島～ 西表島ブランド化事業
渡名喜島	渡名喜村	「温もりの海郷の恵み」渡名喜ブランド化事業
北大東島	北大東村	「うふあがり島ブランド」創出事業
与那国島	与那国町	国境の島よなぐに「どなんブランド」創出事業

（出所）沖縄県資料を基に作成

ウ 沖縄県離島活性化検討委員会

沖縄県では、厳しい状況にある離島の活性化を図るため、内閣府と連携し、地域の歴史や特色をいかした取組に対する支援を行うなど、離島活性化策を進めている。

沖縄県離島活性化検討委員会は、こうした離島活性化策の推進に当たって、第三者の視点で離島活性化の方向性について検討し、県に提言を行うために設置されたもので、平成

18年3月に提言をまとめている。その中では、離島が有する優位性を「地域ブランドの構築」といったキーワードとして掲げ、これを達成するための仕組みづくり等について提言がなされた。具体的には、観光振興・環境保全、地域資源活用、人材育成、安全・安心といった四項目を重点分野として掲げ、地域ブランドの構築に当たって、各分野で必要とされる取組についての提言がなされている（表2参照）。沖縄県では、こうした提言に対する関係者の主体的な取組が重要であり、関係者にこの点の意識付けができるかどうか今後の地域ブランドの構築の成否を左右するとしている。

表2 「地域ブランドの構築」に当たって各分野で必要とされる取組(提言)

重点分野	必要とされる取組(提言)
観光振興・環境保全	観光と環境の調和をもたらす仕組みづくり、質を重視した観光施策展開、資源循環型社会形成
地域資源活用	消費者ニーズの把握、物産の差別化、デザイン・表示方法の工夫、1.5次産業の基盤整備
人材育成	各産業の連携をもたらす人材育成、農業・観光等個別分野の人材育成、離島の子どもへの島の魅力の教育
安心・安全	離島特産物の安心・安全面の強調、適正な品質表示

(出所) 沖縄県「離島活性化の方向性についての提言 体系図」を基に作成

エ 地域ブランド化支援

これまでに、沖縄県では、石垣島の「八重山ミンサー」や宮古島の「宮古上布」等の伝統工芸品の振興のため、各種補助制度や後継者育成支援を行ってきている。こうしたもののほかに、平成20年度の沖縄県の予算事業では、地域ブランド化を促進する支援事業を予定している。具体的な支援としては、地元特産品と歴史・文化といった有形・無形の地域資源を組み合わせることで他地域との差別化が図られ、地域そのもののイメージやブランド力が高まるような取組の支援が考えられている。

(2) 宮古島市、石垣市における地域ブランド育成の取組

ア 宮古島市

宮古島市では、平良市、城辺町、上野村、下地町、伊良部町の5市町村が合併する以前の平成17年度から、一島一物語事業に取り組んでおり、地域資源を活用した各種商品の開発が行われてきた(表3参照)。平成19年度は、これらの商品の販路拡大を目的としたPR販売が、宜野湾市の沖縄コンベンションセンターで開催された離島フェア2007(主催:離島フェア開催実行委員会(18 離島市町村・沖縄県・沖縄県離島振興協議会))において行われた。フェアには、宮古島の地域資源を活用し開発された各種商品が出展され、それらのうち、優良特産品として「ローゼルコンフィチュール」⁶が優秀賞、「くろちゃんぼう」⁷が特別賞を受賞した。

また、地域の小規模事業者を始めとする中小企業が一丸となって、地域の伝統的な技術

や素材などをいかして世界に通用するブランドの確立に取り組むプロジェクトを支援する「JAPANブランド育成支援事業」(経済産業省支援事業)の平成19年度プロジェクトに、宮古島商工会議所が進める「ニューみやこ上布の商品化とブランド確立」事業が採択された。この事業は、稀少な素材と伝統的技術により、夏の衣料としてかつて用いられた「宮古上布」を継承、保存しつつ、実用性とファッション性の高い新たな商品の開発を図るというものであり、宮古島商工会議所を中心に、市場調査の実施による商品化の見通し、研修会の開催による「宮古上布」のPRなどが実施されている。

また、近年、宮古島市では、国際的規模のイベントである全日本トライアスロン宮古島大会や、プロ野球のキャンプ、各種スポーツ団体の合宿等が活発に行われており、「スポーツアイランド宮古島」としてのブランドイメージを浸透させることにより、観光への波及効果を高めていこうとしている。

表3 宮古島市における一島一物語事業

事業名	事業コンセプト	事業概要	年度
<p>こころつなぐ結いの島宮古～癒しの郷ひらら産業育成事業～</p>	<p><ハーブ・自生薬草の特産品開発> 宮古島は環境的にも緯度的にも地中海と似通っており、自生ハーブ(薬草・香草)の宝庫である。また、土壌の性質の違いから沖縄本島とも異なる香りのするハーブがある。ハーブは、加工次第では調味料や2次加工食品として経済効果が期待できる植物であるが、栽培手法、品種選定などが体系化されていない。そのため、本事業により、研究を進め、癒しの郷づくりに向けた事業化を図っていく。</p>	<p>ハーブ・自生薬草実証研究を踏まえ、有望品種による加工産物の試作(調味料等) 宮古におけるハーブ等の生産体制の実証研究</p>	H17～
<p>こころつなぐ結いの島宮古～しもじ「島の恵み」創出事業～</p>	<p><アロエベラを中心とした特産品開発> 宮古島・下地では、基幹産業のさとうきびからアロエベラを中心とした付加価値の高い薬用作物や園芸作物への転換が行われ、農業を中心とした産業の活性化を進めている。下地のアロエベラなどは、土壌の関係から質が良いと言われているが数値的な裏付けがない。そこで、アロエベラを含めた複数の薬用植物の成分分析を行い、この裏付けを試みるとともに、「健康」と「島の恵み」をキーワードに新たなオリジナルブランド製品を創造し、第2次産業、第3次産業へと発展させていく。</p>	<p>アロエベラを中心とした地域農産物を原料とした新たな特産品の開発(飲料、化粧品、ジャム、漬け物等) アロエベラの獣医療への研究マーケティングや特産展などによる市場開拓を進め、需要拡大と安定市場の確保による地元産品のオリジナルブランド化</p>	H17～
	<p><農産物の特産品化> 宮古島・上野は、近年はドイツ文化村を中核とし</p>	<p>農産物の加工、流通、販売、</p>	H17～

<p>こころつなぐ結 いの島宮古 ~ 博愛の里うえの 「島の恵み」創 出事業 ~</p>	<p>た観光リゾート開発により観光地として知られて いるが、もともと純農村地域であり、地域の活性 化を図るには、農業の振興が不可欠である。その ため、住民が主体となって加工特産品の開発や生 産体制を構築することにより、現在、地域外へそ のまま出荷している農作物の付加価値を高め、地 域活性化を図る。</p>	<p>消費動向の調査分析 マンゴー等農作物の加工特産 品開発（マンゴーゼリー等） 特産品を安定的に生産するた めの方策についての調査分析</p>	
<p>こころつなぐ結 いの島宮古 ~ テッポウユリの 里ぐすくべ活性 化事業 ~</p>	<p><「テッポウユリの里東平安名崎」を活用した特 産品の付加価値の向上、販路拡大> 宮古島・城辺には、宮古みそ、ピーナツみそ、モ ロヘイヤ揚げ菓子など色々な特産品があるが、販 路の開拓が十分になされておらず、販路拡大が大 きな課題となっている。一方で、城辺には「東平 安名崎」という日本都市公園 100 選にも選定され た宮古随一の観光名所があり、観光客の（年間 35 万人）のほとんどが足を運んでいる。そこで、同 岬を「テッポウユリの里東平安名崎」としてさら なる魅力アップを図ることにより、同岬を活用し た販路拡大の可能性を探る。同時に、岬のイメー ジを特産品の付加価値向上へつなげていく。</p>	<p>試食コーナー設置による特産 品の改善や販売拡大のための実 証試験 特産品の付加価値を高めるた めの「テッポウユリの里東平安 名崎」をテーマにしたパッケー ジ作成 地域のブランド力の強化を図 るための同岬へのテッポウユリ の植栽</p>	H17
<p>サシバの島いら ぶ「健康長寿シ モンいも」活用 事業</p>	<p><シモンいも特産品開発> 宮古島・伊良部で栽培されているシモンいもには 成人病の予防に非常に有効な成分が含まれている ことがわかっている。平成 8 年にシモン研究所が 設立され、これを活用したお茶などが製造されて いるが、規模が小さく、十分に活用されていると はいいがたい。近年の健康ブームから需要は見込 まれているため、さらに研究や商品開発を進め、 長寿県・沖縄にマッチした産業としての発展をめ ざす。</p>	<p>シモンいもの栽培技術並び に、加工・調理法・活用方法の 確立 シモンいもを活用した健康商 品開発（シモンいも入りうずま きパン等）、マーケット調査</p>	H17

(出所) 沖縄県資料を基に作成

イ 石垣市

「石垣島には宝石の原石が転がっている」と、かつてより言われてきた。これは、石垣島が、近年、著しい経済発展を遂げている台湾に近いという地理的に有利な条件を有し、亜熱帯の気候や伝統文化など他地域とは違った風土的特性を最大限にいかせば、様々な分野で、全国的にも通用する高付加価値の商品開発を行える可能性があるといった意味合いを表した言葉と言える。実際に、石垣島では、特産品や伝統工芸品を中心にブランド化の

兆しが見えているものが出始めている。例えば、農業分野では、石垣牛やパパイア、パイナップル、マンゴー、パッションフルーツ等、食品製造分野では薬草類の加工品、天然塩、かまぼこ、酒造品、各種発酵食品等、観光分野ではダイビングツアーなど、「石垣島産」という付加価値を併せ持ち全国的に知られるようになってきている商品も少なくない。

こうした中、特に最近、石垣市では、一島一物語事業を通じて開発に携わった「赤のティラミス」という商品のブランド化に力を入れている（写真参照）。この商品は、石垣市主催のデザートレシピコンテストで大賞となったレシピを基に、石垣市が中心となって商品開発を行ったもので、糖度 12 度以上の石垣島産パパイアや、島豆腐など地元産の材料にこだわって創作したスイーツで、平成 19 年 8 月から数量限定で石垣島空港売店のみで販売されている。石垣市は、こうした付加価値を高める販売戦略や、離島フェア 2007 への出展などを通じた PR 活動により、「赤のティラミス」のブランド化を進めている。

また、伝統工芸品のうち、「ミンサー織り」、「八重山上布」等の織物については、観光土産品を中心に既にブランド化が図られているが、磁器製品については、石垣市では、新しい商品開発とそのブランド化が今後有望であると見ており、積極的に振興を進めていく考えを持っている。

また、平成 13 年度の NHK の朝の連続ドラマ「ちゅらさん」において全国に八重山地域が紹介されているが、こうした「話題づくり」もブランド化に貢献するものと考えられている。このため、石垣市では、ソフト事業として、音楽、絵画、伝統芸能、文芸といった様々な文化ジャンルにおいてブランド化と連動する「話題づくり」を継続的、持続的に推進・支援するとともに、様々なメディアを有効に活用してその普及発展を図っていこうとしている。

なお、このほか、石垣市では、地域ブランドについてのセミナーや講演会などを開催しており、地域資源を活用したブランド育成について市民に理解を深めてもらうよう努めている。



（ブランド化が進められる「赤のティラミス」など：筆者撮影）

4．地域ブランド育成の課題

沖縄の島々では、以上のように、地域資源を活用した地域ブランド育成の動きが活発化しているが、今後は、さらに、次のような取組が必要になると思われる。

まず、第一に、消費者ニーズを的確に把握することが必要になる。地域ブランドの素材となる地域資源は、量の確保が難しく、年間を通して安定的な供給が難しいといった宿命的な課題がある。安定供給に限界がある以上、「売れるものを売れるときにつくる」必

要性は高いと考えられ、担い手が市場動向に関心を払うことや、消費者ニーズについての見識が深い専門家等の意見を取り入れていくことなどが必要になろう。「素材をいかした商品づくり」の視点も欠かすことはできず、特に、食品については、素材を十分にいかし、消費者の嗜好を更に追求していく必要がある。

第二に、意識的に物産等の差別化を図ることが必要になろう。沖縄は、豊かな自然、健康長寿というイメージがあるが、イメージだけでは消費者の関心を喚起することにはつながりにくい。例えば農産物の成分がほかと異なっているかを明示することや、背景となる歴史、環境、伝説等を物語（ストーリー）として物産等に付加することにより、付加価値を高め、消費者が受け入れやすい状況を意識的に引き出す必要がある。そうした意味で、伊是名村の尚円王をモチーフにした歴史劇は、村の歴史といった地域資源をうまく活用して差別化を図り、地域のイメージアップをさせた取組と言える。

第三に、地域ブランド化した特産品の販路・流通システムを開発整備することが必要になろう。例えば、石垣市の商工会では、現在、「地域特産品等販路開拓支援事業」が実施されているが、販路・流通システムの確立に当たっては、商品開発と連動しながら、特に今後は物流コスト低減のための仕組み（島外への物産の共同輸送等）づくりの検討や、本土市場及び海外市場への販路拡大が課題となろう。

第四に、地域ブランドの担い手となる人材の育成が必要になろう。沖縄県では、現在、離島活性化に向けて各分野の人材を結集し、地域の魅力を外部に発信できる人材を育成する事業が実施されているが、より実践的なカリキュラムを用意し人材育成事業に取り組んでいく必要がある。

第五に、沖縄県の『地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想』（平成 19 年 12 月）でも指摘されるが、行政や支援機関、事業者の連携により、事業効果を高めるような仕組みづくりを行うことも必要になろう⁸。

5 . おわりに

沖縄の島々には、他地域にはない特色ある地域資源が数多く存在する。近年は、そうした地域資源を活用しながら地域ブランドを育成し、全国的に関心を集めるようになっていく島もある。今回の現地調査で訪問した宮古島、石垣島では、一島一物語事業などの支援措置を利用しながら、島の持つ魅力を存分にいかしていこうとする姿勢をうかがうことができた。しかしながら、実際には、こうした島ばかりではないことも事実である。沖縄の島々は、豊かな自然環境や伝統文化など、魅力的な地域資源を持つ一方で、「島ちゃび」（離島苦）といった表現があるように、基礎的な生活環境や、若年層の慢性的な流出等に苦しんでいる場合も多く、沖縄振興特別措置法等に基づき、これまでに様々な離島振興策が講じられてきた。そうした離島振興策の中でも、地域ブランド育成の取組は、島の活性化のカギになると考えられ期待が掛かっている。現地の方々の話を聞く限りでは、まだ沖縄の島々には、ブランド化できそうな宝石の原石とも言える地域資源が眠っているような印象を受けた。今後は、それぞれの島が、その島の歴史や特色を最大限に発揮できるアイ

デアを主体的に出し（眠っている資源の掘り起こしを行い）具体化して（地域ブランド化して）それを積極的に情報発信していく（PR等を通じ地域ブランド力を高める）取組が、島の活性化のため、更に重要となろう。それと同時に、地域ブランドは、地域の魅力的なイメージと結び付いて形成されている場合が多いことを考えると、地元行政・民間（事業者等）・島民といった関係者間の連携や、島同士の横の連携も重要であり、沖縄の島々全体で地域ブランドの育成を考えていくことが必要であろう。また、こうした取組を進めるに当たって、国が効果的な支援を行っていくこともカギとなろう。今後、これらの点を踏まえ、地域ブランド育成の取組が、沖縄において更に進められていくことが期待される。

【参考文献】

沖縄県企画部及び観光商工部資料（ヒアリング資料）

沖縄県『地域産業資源活用事業の推進に関する基本的な構想』（平成19年12月）

宮古島市地域振興課、観光商工課及び農政課資料（ヒアリング資料）

石垣市商工振興課資料（ヒアリング資料）

石垣市『石垣市経済振興プラン調査報告書』（平成14年3月）

- 1 沖縄の離島については、沖縄振興特別措置法第3条第3号、同法施行令第1条で定義されており、「沖縄にある島のうち、沖縄島以外の島で宮古島、石垣島その他内閣総理大臣が関係行政機関の長に協議して指定した島」となっている。現在、沖縄の離島は54島あり、このうち39島が有人離島となっている。
- 2 伝統工芸品は、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」に基づき経済産業大臣が指定するためには下記から条件を備えていることが必要とされる。主として日常生活の中で使われているものであること。伝統的な技術又は技法が守られていること。伝統的に使用されてきた天然の原材料が用いられていること。産地が形成されていること。内閣府沖縄総合事務局「沖縄の伝統工芸品」< <http://ogb.go.jp/move/densan/okinawaindex.htm> >
- 3 ビデンスピローサの抽出エキスは、アトピー性皮膚炎などに効果があるといった研究もなされており、これを原料とした健康食品の製品化が注目されている。
- 4 「美ら島」とは、清らかで美しい沖縄の離島の島々を指す総称として用いられている。
- 5 内閣府ホームページ< <http://www8.cao.go.jp/okinawa/tyurasima/teigen/index.html> >
- 6 ローゼルは、ハイビスカスの一種で高さ2メートルほどになる植物。秋頃に黄色い花が咲き実を着ける。花弁を覆う赤いガク部分には、豊富なミネラル分が含まれているとされ、健康・疲労回復などに良いといわれている。ローゼルコンフィチュールは、ローゼルの赤いガクを使用した甘煮（ジャム）。伊良部島ハーブベラ畑が平成19年4月に商品化した。
- 7 くるちゃんぼうは、小麦粉をスティック状にして植物油で揚げた菓子（ドーナツ）で、表面に宮古島産さとうきびから製造された黒糖ソースが塗られているスイーツ。ゆかぁーまち（下地特産品加工所）が平成19年4月に商品化した。
- 8 沖縄県の『地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想』（平成19年12月）では、事業効果を高めていく仕組みづくりのため、地域資源及び地域資源活用事業に係る情報や知識の蓄積・共有化、地域資源を活用した調査・研究開発の成果を確実に事業化・製品化へつなげるための支援、産学官連携・産業クラスター形成促進や県内外のネットワークの構築、地域資源を総合的に活用した観光まちづくり（推進組織の立ち上げ、資源価値の向上、生活環境との調和、来訪者の満足度確保のための取組）に対する支援等の必要性について言及している。沖縄県『地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想』（平成19年12月）17頁。