

## 【モズク・ぬちまーすのブランド化】

日本一の生産量を誇る「モズク」と世界一の塩「ぬちまーす」を活用した新たな商品開発を検討している。

また、モズクPR資料（もずくの気持ち）やモズクの統一ロゴマークの作成をはじめ、試食会、アンケート実施による消費者ニーズの把握、市場調査、全国規模の展示会への出展等を実施している。

モズクを使用した餃子



サプリメント



化粧品



専門家による会議

## 特産品のブランドをつくらう

環金武湾振興QOLプロジェクトには、これに賛同する民間企業を中心とした関係者が参加して、さまざまな推進組織が設立され、効果的・実践的な取り組みが行われています。

その中の一つが、うるま市で今取り組まれている「地域特産品のブランド化」です。平成19年度には「うるま地域ブランド創出塾」を開設し、マーケティング講座、経営戦略講座、商品開発コンサルティング等を実施しました。平成20年度には、市商工会、勝連漁協、市内企業等が連携して「モズク」を中心に「地域特産品のブランド化」を目指しています。

沖縄県はモズクの全国シェア98%を占めています。うるま市は県内生産量の50%を占め、全国一の産地ですがその認知度は低く、地域資源としての活用も限定的でした。モズクは料理の食材としてもおいしく食べられ、健康食材としても注目されていることから、サプリメントや化粧品

の開発が進められており、化粧品は、日本最大のファッションイベントで紹介される予定です。これらの取り組みの一環として、「うるまのモズク」統一ロゴマーク、「モズクPR資料」、モズク市場調査などが進められています。

昨年10月には「肝高のもずく餃子」が販売され、その売上の一部は、地元の中高生が出演する現代版組踊「肝高の阿麻和利」の公演経費に寄付されています。また、モズクの地産地消と食育への波及を目的に開催した「モズク料理コンテスト」には、モズクを使ったさまざまなアイデア料理が出品されるなど、モズクの地域ブランド化をめざす動きが活発化しています。

## 健康で活性化

昨年11月に「おきなわ未病ケアセンター」が開設しました。未病ケアとは「病気になって治療をするのではなく、迫りつつある病を防ぐことに努める。」という考えです。おきなわ未病ケアセンターは、八つの専門外来と



スパ（温熱）



ビーチウォーキング

## 【おきなわ未病ケアセンターを活用した健康プログラム】

これまで、(財)おきなわ健康長寿研究開発センター、琉球大学、企業が共同で取り組んできた健康増進プログラムのエビデンス(科学的根拠)を活用し、県外シニア層を対象に新たなビジネスモデルの開発と事業化を目指している。

健康プログラムには、ビーチウォーキング、ノルディックウォーキング、未病ドック、沖縄健康食、メタボ対策、スパ(温熱)、運動・栄養指導、タラソテラピー、癒しプログラム等となっている。