



左/久場興志氏  
下/金城良樹氏



## 株式会社沖縄ホーム

営業部 販促企画開発チーム 久場興志氏

営業部 開発課 金城良樹氏

様々な業種との共同開発で誕生した「ママいもスープ」を「スパム」のように長く愛される商品に育てたい。

### 連携パターン

事業者主導による商品開発

### 参入のきっかけ

大山産田芋の復活と地域活性化



沖縄ホームの工場。コンビーフハッシュ等の製品もここで作られる。

### ■「宜野湾大山田いもブランド化プロジェクト」第1号製品

「宜野湾大山田芋のママいもスープ」は、宜野湾市大山産の田芋をブランド化する取組みの一環として、今年10月、株式会社沖縄ホームから売り出された。

大山産の田芋と茎(ムジ)のレトルトスープで、「宜野湾大山田いもブランド化プロジェクト」の第1号製品だ。

狙いは、高齢化による後継者不足等の問題で生産が縮小している大山産田芋の復活と地域活性化。宜野湾市、同市商工会、大山田いも生産組合、薬物などの依存者の社会復帰を支援する沖縄ダルクや海邦総研等と連携して製品を企画開発し、販売を沖縄ホームが担う。

「ママいもスープ」について、株式会社沖縄ホームの販促企画開発チームの久場興志氏と、開発課の金城良樹氏に話を聞いた。

「ムジ汁は、昔からお産の折に乳の出が良くなったり、子孫繁栄に繋がるとして祝いの席でふるまわれた縁起物の料理です。田芋を使った製品開発にはカレー案も出ましたが、沖縄の伝統文化の継承という点を考慮し、古くからの食文化に焦点を当ててムジ汁を使ったレシピに決定しました。完成までに約10ヶ月、試食と改良を何度も繰り返しました」と話すのは、開発担当の金城氏だ。

当初はムジ汁になじみがなく、製品のイメージもなかなか掴めなかったが、琉球料理に詳しい料理研究家にアドバイスをしてもらい、味の調整をしたそうだ。スープは軽だしベースの和風味。販売お披露目となった産業まつりでも女性を中心に好評を博した。

「意外と年配の方も懐かしいと喜んでくれます」。現在はファーマーズ全店とインターネットで販売されているが、



「ママのスープ」というコンセプトをわかりやすく伝えるパッケージデザイン。裏には売上の一部が沖縄ダルクに寄付されることが説明されている。

今後は空港や一般の量販店でも販売予定だという。

### ■ソーシャルビジネスとしての側面

沖縄ダルクでは、リハビリプログラムに田芋の収穫等の手伝いを取り入れた。農作業を通してのリハビリ、製品化による自信回復等のメリットがあり、農家側にも人手不足解消の一助になっている。売上の一部は沖縄ホームから沖縄ダルクへ寄付される。久場氏によれば、こうした取組みは社会貢献事業としてマスメディアへの宣伝効果もあるという。

「ソーシャルビジネスとして多角支援を取り入れたため、通常よりも深まりがある活動になりました。企業の社会的責任を果たす上で、今回のような双方向での取組みは大きな意味があります。製品自体も作って満足するのではなく継続支援などフォローが大事です。当社の『スパム』のように長く愛される物に育てたいですね」

「ママのスープ」というコンセプトをわかりやすく伝えるパッケージデザイン。裏には売上の一部が沖縄ダルクに寄付されることが説明されている。

今後は、結婚式の引き出物へのアプローチも考えているそうだ。食べやすく栄養もあるため高齢者の食事にも向いており、当初は年配向けのコンセプト案も出たほど。質の高いクオリティ、宜野湾市の田芋のブランド化と田芋の縁起の良さ、また社会的課題を抱える方々への支援活動、様々な面をもつ「ママいもスープ」ならではの販売展開はまだまだ広がりを見せる。

### 問い合わせ先

#### 株式会社沖縄ホーム

沖縄県中城村字当間758

TEL : 098-895-3311(代)

URL <http://www.okinawahormel.co.jp/>