



# うちなーむん

## 沖縄の地場産品

### I はじめに

日ごろ財務部では沖縄の経済動向について調査しているが、果たして沖縄の経済全体についてどれだけ知っているだろうか、何か見落としているものはないだろうか、という思いがあった。消費や観光、公共事業の動向等、基本的なものは押さえてある。しかし、広い意味での産業活動については必ずしも調査が行き届いていないように思われた。その理由はいくつかあるが、その最も大きな要因は、核となる業種がなく、小さな企業（場合によっては個人）によって多岐にわたる産品が作られているため、そもそも調査することが難しいということであった。

しかし、近年の健康ブーム等に乗って、ウコンなど急速に伸びているものもある。また、伝統工芸品についても、後継者難等の問題をかかえつつ、それを乗り越えようと頑張っているものが多数ある。加えて、ゴーヤー等、農水産品の

分野でも、沖縄の風土、気候を生かし、全国でも有数にシェアを誇っているものもある。

それらは、現状では、沖縄の「地場産業」と呼ぶには、企業等の集積、生産額等の面で足りず、沖縄経済のなかに占めるウェイトも小さい。しかし、将来、幾つかは「地場産業」として、沖縄経済のなかで確固たる地位を占める可能性を有しているように思える。

そこで、こうした「地場産業」となりうるものを調査し、その現状と課題をとりあげてみようと思つて企画したのが本調査である。初回調査のため調査不足も多々あるのではないかと思う。忌憚のない批判をいただき、次回の調査にいかしていききたい。

ここでは、紙面の都合上、主な概要の紹介にとどめるが、「うちなーむん」は、財務部のホームページに掲載してあるので、是非ともご覧になっていただきたい。

財務部ホームページ  
<http://ogb.go.jp/okizaimu>

### II 概要

#### (農産物)

沖縄県では、基幹作物であるさとうきびのほか、スイカ、マンゴー、きくなど亜熱帯地域の特性を生かした農業が展開されているほか、畜産も盛んに行われている。また、近年、「健康」がキーワードの一つとなっているが、それを背景にゴーヤー、ウコンをはじめとした沖縄の野菜が全国的にも注目を浴びており、それらの生産高が増加しており、貴重な雇用の場を提供している。

しかし、農業を取り巻く環境は、生産者の高齢化や担い手の減少、夏場の台風、冬場の日照不足などのため、年間を通じた安定的な生産出荷体制の確立が課題となっている。さらに優良、オリジナル品種の開発等、種苗の安定供給が遅れているといわれており、優良種苗等の開発・普及、低コストの施設の整備が課題とされている。また、「沖縄発」の産物に共通

する問題として物流コストが挙げられる。品質保持・低コストの輸送体系の確立は、今後販路拡大を図るうえで最重要課題となる。

#### (海産物)

沖縄の水産業は全国に比べて沖合・遠洋漁業の割合が低く、経営規模も零細となっている。一方でモズクやクルマエビといった海面養殖業は盛んに行われており、亜熱帯地域の特性を生かした水産業が展開されている。

しかし、県外出荷については、鮮度保持やコスト面で制約が多い状況にあると言われている。今後、市場競争力を高めていくためには、鮮度保持技術の開発や低コスト・効率的な輸送体制の整備が重要とされている。

#### (加工食品)

近年の沖縄ブームを受けて全国のデパート等で沖縄物産展や沖縄フェアの開催が増えているという。特に沖縄サミットの開かれた2000年は内外の関心の高さから沖縄に関することが頻りにメディアで紹介された年でもあり、各企業からは本土向けの出荷が伸びているという声が聞かれた。

しかし、食料品製造業界の方が異口同音に指摘されたことは、観光客の立ち寄る土産物屋に県外からの移入された商品が多数陳列さ

う。

しかし、逆に県内での認知度、消費などが下がっているという。沖縄の地場産品としては悲しい結果である。

まずは県内での知名度があつて初めて沖縄が誇る地場産品として県外に発信できるのではないだろうか。注目されている県外だけへ目を向けるのではなく、県内の新たな需要の掘り起こしが、さらなる県外からの注目度のアップにつながる。県内で愛するものが、県外で愛されるものになっていくのだらう。

かりゆしウエアにしても、もつと県内でも普段着として着用してもらい、家庭への普及から観光客へと広げていく。この流れが定着への近道である。

また今後、沖縄の地場産品の類似品、輸入・県外産のものなどとの競争が予想されることから、県外からの注目を集めている今だからこそ、沖縄産ブランドとしての地位を確立して差別化を図る必要がある。

まだ身近にあるものが今後地場産品として注目を集めるかもしれないので、地場産品を見つめ直すいいチャンスではないかと思う。まさに、愛せよ地場産品である。

れていることである。観光客は土産を沖縄の特産品と信じて菓子などを購入するわけだが、その土産を扱っている土産売り場をのぞいてみると、実に約七割（実際にお店をのぞいて感じた数字）の商品に製造元が記入されておらず、販売元または発売元の記入があるのみであった。これらの菓子の多くは、パッケージに各地の名前を入れていることによって全国各地で売られており、大きな特徴として大量生産による値段の安さが挙げられる。

このように利益率を追求する商品が大勢を占めるようになると、観光土産品へのマイナスイメージを与えかねないとの指摘がある。値段の安さでは引けをとる県内の製造業の打撃も大きいものであるし、伝統を守り続けてきた老舗メーカーなどにとっては質を落とした類似品が出回することは大きな問題である。

沖縄県が将来も観光で生きていく必要があるのであれば、この問題を解決していくことが今後の大きな課題となる。

#### (伝統工芸品)

全国では、伝産法（「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」）に基づき指定を受けている伝統的工芸品が百九十四品目あるが、沖

縄県では染織物、陶器及び漆器など十三品目が指定を受けている。都道府県別にみると東京都の十七品目に次いで新潟県と並び全国二位の指定数となっている。また、特に織物の指定品目は沖縄県だけで十品目となっており、全国での織物指定が三十二品目であることが伺われる。

しかし、沖縄県の伝統工芸産業は、県内外から高い評価を受けているものの、依然としてそのほとんどが小規模・零細企業のため経営基盤が脆弱であり、後継者の不足、原材料確保難、流通及び経営の近代化の遅れ等様々な問題を抱えている。このほか、移輸入類品との競合など新たな問題も浮上しておりその対応が急務となっている。このため、今後も引き続き伝統工芸の特質を活かしつつ消費者ニーズに対応した商品開発など新規需要の開拓に取り組むことが必要であり、また、商品表示を強化するなどして類似品との差別化を行うこと等が重要となってくる。

### III まとめ

現在沖縄県においては、IT産業を育成しようとしている。将来の沖縄経済を考えた場合、観光と並ぶ中核産業の育成は必須の課題

### IV 最後に、うちなーむんに ひとこと

お腹がすいたら、沖縄そばを食べる。仕事が終わったら、一杯と地元ビールを飲む。BGMには沖縄民謡。日常の生活の中に非常に身近に存在する地場産品。沖縄県内に親しまれていた地場産品にこそ最近、変化が表れている。

県外からの注目を集め始めている。一品ごとに個性があり、接するたびに奥が深くなっていく。ここが、引き付ける魅力になっているのではない。

三線にしても沖縄の音楽に触れる人が増加している。沖縄そばにしても観光客が食べてみたい料理のひとつとして定番化している。そして帰ってから沖縄そばを食べたいという人が増え、本土で沖縄料理を扱う店も増えているとい