

令和7年度

久高島特産品販路拡大支援委託業務

実施報告書

令和8年3月

【久高島特産品販路拡大支援業務共同企業体】

沖縄セルラー電話株式会社

株式会社アール・ピー・アイ

沖縄セルラーアグリ & マルシェ株式会社

実施業務内容

1. 目的

久高島の一次産品や加工品等の販路を拡大していくことにより、商品を通じてより久高島の魅力を感じて頂くとともに観光客が島へ渡れない状況においても収入源を確保することができる仕組みを構築する。

2. 業務内容（実施計画より）

（1）与件の整理

- 久高島特産品販路拡大アクションプランの内容や令和6年度の取組実績の把握
- 特定非営利活動法人久高島振興会（以下、「振興会」という。）へのヒアリング
- 実施計画の策定
- 本委託業務での取組みに対する独自のKPI（重要業績評価指標）の設定

（2）公式サイト「久高のシマ時間」の改修

- 特産品に関する情報の追加
- なんじい商店の久高島特設ページのリンクを貼るなどの販路拡大

（3）既存特産品PR検討・実施

- 振興会が製造・販売している既存商品の把握
- ECサイトへの出品やふるさと納税との連携
- 南城市地域物産館（指定管理者：一般社団法人南城市観光協会）との連携

（4）新規特産品開発支援

- 令和6年度に行った調査の結果を基に新規特産品の開発支援を実施
（新規特産品の種類は8品以上、なんじい商店への出品まで実施）
- 南城市地域物産館（指定管理者：一般社団法人南城市観光協会）との連携
- 商品PRを図るため可能な限り南城セレクション等の認定に向けた取組みを実施

（5）アドバイザーの派遣（月1回以上）

- 振興会に販路拡大の専門家を派遣し、販路拡大に関する指導を行う

（6）顧客関係管理の仕組構築

- 優良顧客との継続的なコミュニケーションと特産品販売を合わせて行う仕組みの構築
（取組みにあたっては地域おこし協力隊と連携し、事業終了後は島民が運営していくことを想定した持続可能な仕組みとする）

1. 与件の整理

1-1 振興会へのヒアリング・意見集約

【実施内容】

振興会の主要構成員を対象に、本年度の目的・実施する業務内容等を説明のうえ意見等を聴取した。

【実施時期】 令和7年6月24日11時～12時

【実施場所】 南城市役所 会議室

【成果等】

- 本年度実施業務について説明
- 本年度開発特産品案に対しての要望、体制等の確認
- 本年度のゴール（KPI）の共有

1-2 実施計画の作成

【実施内容】

振興会へのヒアリング結果を踏まえ、実施業務項目の設定、実施時期、個々の業務の達成目標（成果）を設定した業務実施計画を作成した。

【実施時期】 令和7年6月～7月

【成果等】

- 令和7年度久高島特産品販路拡大支援委託業務実施計画書

1-3 KPIの設定

【実施内容】

アクションプランの目的である「久高島の持続的な発展のために観光客が島へ渡れない状況においても収入源を確保することができる仕組みを構築する」を踏まえ、本委託業務の取組みに対するKPI（重要業績評価指標）を設定した。

【実施時期】 令和7年6月（設定）～令和8年2月（検証）

【成果等】

- 令和7年度久高島特産品販路拡大業務KPI
※次ページ参照

1. 与件の整理

【KPI設定】

指標項目	設定値 (KPI)	実施後
基本指標		
○活用可能な島内資源の掘り起こし	10アイテム以上	・10種類以上の有用植物をリスト化 ・60以上の商品アイデア
○新規特産品開発数	8アイテム以上	10商品開発、販売
購買指標		
○顧客満足度（販売会等）	80%以上	100% ※1
○再購入意向（販売会等）	60%以上	利き塩セット65.1% ※1 塩飴 65.5%
○多様な販路の獲得	複数以上	2社商談継続中 ※2
非観光収益拡大指標		
○ロイヤルカスタマーの拡大	20%以上	未達 ※3
○観光需要変動耐性 ※観光閑散期における販売額	対前期50%以上	（次年度計測）※4

※1 販促キャンペーンアンケートよりデータ取得

※2 テトラメイク（卸）、いまいパン（小売り）

※3 コミュニケーションサイト及びメールマガジン等の開始が2月17日からのため上乗せは無し

※4 起点となる前年度データ（閑散期における販売額）が無い場合、本年度を起点として次年度に計測

2. 公式サイト「久高のシマ時間」の改修

2-1 サイト改修方針の作成

【実施内容】

現状の「久高島のシマ時間」の運営状況、今後の運営意向を久高区に確認した上で、本事業におけるサイト改修方針を作成する。

【実施時期】 令和7年6月

【成果等】

○「久高のシマ時間」サイト改修方針

“島の暮らしとつながる観光交流サイト”として、「島でのルール」「島人紹介」といったコンテンツが充実している現サイトだが、「特産品」を紹介するコンテンツが現状不足している。今回の改修では久高島の特産品販促事業への趣旨に沿って、久高島の収入源としてもアピールできる「特産品紹介」コンテンツを新たに設けることを目的とする。また、今後も久高区の担当者が自身で特産品情報の追加、編集、削除ができるよう管理機能を追加、カスタマイズする。

2-2 特産品カテゴリページの追加

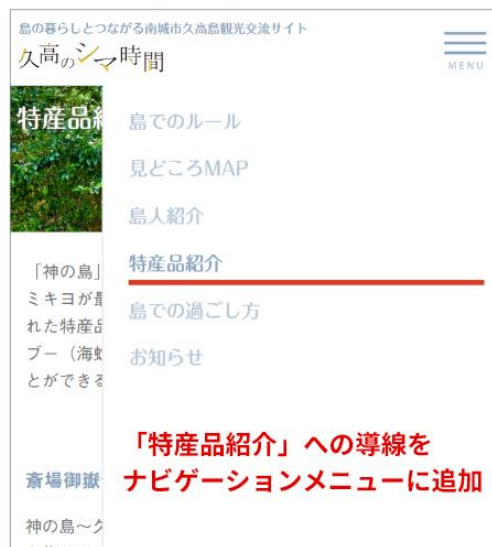
【実施内容】

現在「久高のシマ時間」内にて情報が不足している特産品カテゴリページを追加し、なんじい商店への販売導線を確立する。

【実施時期】 令和7年7月～令和8年2月

【成果等】

○改修実施概要 公開URL <https://kudaka-island.com/specialties>



2. 公式サイト「久高のシマ時間」の改修

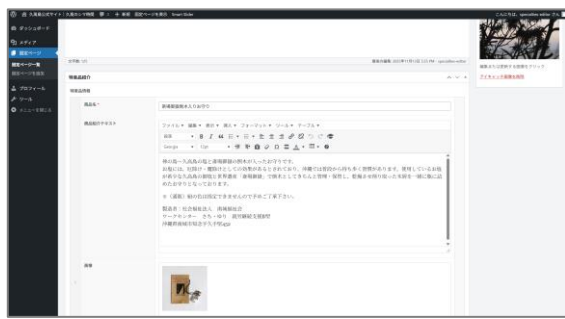


黒糖塩まんじゅう 箱 (9個入り)

南城市地域物産館のオリジナル商品「黒糖塩まんじゅう」！南城市久高島の塩と沖縄県産の黒糖をあんじょう練りこんだ大人のお菓子です。饅頭のような甘さはなく、黒糖と塩をブレンドすることにより、沖縄の黒糖の風味を最大限引き出せるように工夫しました。また、世界遺産群でもある「畜場御嶽」の一部デザインに使用し、地域の方だけでなく県外の方にも楽しんで頂けるパッケージとなっています。

原材料：菓子ミックス粉（小麦粉、麦芽糖、砂糖、乳等を主要原料とする食品、ぶどう糖、油脂、でん粉、食塩、サワードパウダー、植物性たんぱく）、液卵、生あん（インゲン豆、小豆、黒糖、砂糖、水飴、その他）、ファツスプレット、黒糖蜜、水飴、食用調合油/加工でん粉、膨張剤、糊料（キサンタンガム）、アナトー色素、着色料（ビタミンB2、カロテン）、甘味料（ソルビトール）、カラメル色素、（一部に小麦・乳成分・卵・大豆を含む）

南城市地域物産館
場所：Google Map
オンラインショップ
なんじい商店



管理画面 (WordPress) へ
特産品情報を掲載できるように
機能追加を実施

【特産品紹介ページ】

2025年11月時点で「なんじい商店」久高島カテゴリに掲載されている全商品を「久高のシマ時間」にも掲載。

商品写真、商品説明、購入可能な実店舗（南城市地域物産館）を特産品の情報として公開。

また、購入導線（ハイパーリンク）を設置し、利用者がすぐになんじい商店での購買行動に移れるよう設計している。

追加している特産品は以下の21品。随時追加予定。

- ・ 斎場御嶽倒木入りお守り
- ・ 久高島海水100% 頂きマース【大粒】
- ・ 久高島海水100% 頂きマース【小粒】
- ・ 久高島海水100% 有難うございまース
- ・ 久高島の塩 (150g)
- ・ 久高島の塩・海の塩セット
- ・ 月ぬ真塩 (バスマルト)
- ・ 太陽ぬ真塩 (120g)
- ・ 太陽の塩&月の塩セット
- ・ いらぶーちんすこう 2個セット
- ・ 神の島久高島 イラブーパイ
- ・ 久高島Tシャツ (黒)
- ・ 久高島Tシャツ (白)
- ・ 久高島キャップ
- ・ 久高島イラブーの皮と燻製塩のお守り
- ・ 久高島イラブーと燻製塩のお守り
- ・ 「沖縄久高島のイザイホー」 DVD
- ・ 「沖縄久高島のイラブー」 DVD
- ・ いらぶーちんすこう (やんわり塩味)
- ・ いらぶーちんすこう (ほんのり黒糖味)

2. 公式サイト「久高のシマ時間」の改修

2-3 特産品LPページの作成

【実施内容】

久高島の特産品の特産品や新規開発商品の魅力と価値を正しく伝え、ブランディング強化と販路拡大に繋げる。特に今回の商品開発の主軸となる久高島の利き塩セットに焦点を当て、商品のコンセプト、概要、生産者紹介、を一連の「ブランドストーリー」として制作。

【実施時期】 令和7年7月～令和8年2月

【成果等】

○LP概要：公開URL <https://www.city.nanjo.okinawa.jp/kikijio/>



2. 公式サイト「久高のシマ時間」の改修

2-4 特産品LP、シマ時間特産品ページ流入強化

【実施内容】

「利き塩セットLP」「久高のシマ時間」内特産品ページへの流入を強化すべく、関係するサイトにバナーを設置する。かつ相互リンク状態にすることでSEO効果を高める。

【実施時期】 令和7年7月～令和8年2月

【成果等】 掲載画面のキャプチャ



久高島の利き塩LP

<https://www.city.nanjo.okinawa.jp/kikijio/>

(相互リンク)



シマ時間 (相互リンク)

<https://kudaka-island.com/>

南城市

<https://www.city.nanjo.okinawa.jp/>



なんじい商店 (相互リンク)

<https://www.nanji.okinawa/>



沖縄CLIPマルシェ

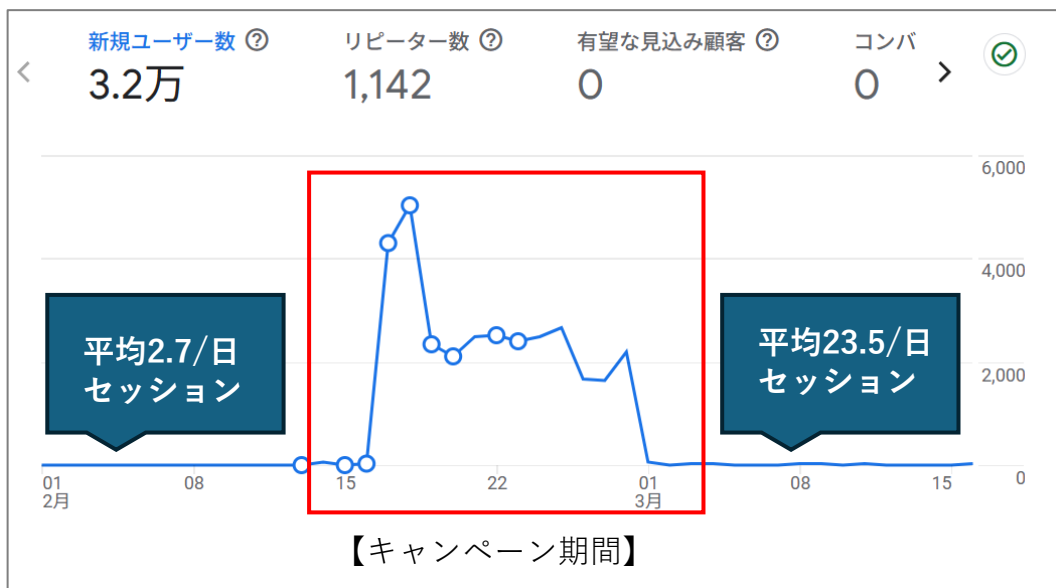
(キャンペーン誘導)

<https://marche.okinawaclip.com>

2. 公式サイト「久高のシマ時間」の改修

【成果等】 アクセス解析データ <https://www.city.nanjo.okinawa.jp/kikijio/>

各リンクバナーは主にキャンペーン直前に設置。キャンペーン効果が高いためリンク施策のみで測るのは難しいがキャンペーン前平均2.7/日セッションからキャンペーン後も平均23.5/日セッションを維持している。



なんじい商店、シマ時間、沖縄CLIPマルシェからの流入が検索サイト、SNSと並び上位10件以内に入っている。

なんじい商店からの流入

久高のシマ時間からの流入

沖縄CLIPマルシェからの流入

	セッション	エンゲージのあったセッション数	エンゲージメント率	セッションあたりの平均エンゲージメント時間	セッションあたりのイベント数
合計	35,418 全体の100%	15,800 全体の100%	44.61% 平均との差0%	11秒 平均との差0%	3.63 平均との差0%
1 facebook	21,675 (61.2%)	8,017 (50.74%)	36.99%	3秒	3.47
2 google	12,189 (34.41%)	6,771 (42.85%)	55.55%	22秒	3.93
3 (direct)	428 (1.21%)	246 (1.56%)	57.48%	40秒	4.62
4 (data not available) ⚠	186 (0.53%)	140 (0.89%)	75.27%	38秒	5.46
5 nanji.okinawa	138 (0.39%)	97 (0.61%)	70.29%	40秒	4.47
6 l.facebook.com	103 (0.29%)	60 (0.38%)	58.25%	8秒	3.89
7 kudaka-island.com	77 (0.22%)	69 (0.44%)	89.61%	1分07秒	5.49
8 m.facebook.com	56 (0.16%)	32 (0.2%)	57.14%	5秒	3.84
9 172.26.5.11	41 (0.12%)	28 (0.18%)	68.29%	1分19秒	5.02
10 marche.okinawaclip.com	26 (0.07%)	20 (0.13%)	76.92%	52秒	4.69
11 okinawatimes.co.jp	25 (0.07%)	18 (0.11%)	72%	42秒	4.16

3. 既存特産品PR検討・実施

3-1 振興会既存商品の整理

【実施内容】

振興会が製造・販売している既存商品について振興会ヒアリングにより整理・把握し、本年度PR・販促を図る商品一覧を作成する。

【実施時期】 令和7年6月～7月

【成果等】

○本年度対象既存特産品一覧

久高島関連商品

販売無し(2025年7月時点)

追加(2025年7月時点)

食品			
NO	商品名	なんじい商店掲載	販売者
1	いらぶーちんすこう(やんわり塩味)	○	NPO法人久高島振興会
2	いらぶーちんすこう(ほんのり黒糖味)	○	NPO法人久高島振興会
3	イラブーパイ	○	NPO法人久高島振興会
4	久高島にんにく黒糖漬け		NPO法人久高島振興会
5	久高島らっきょう甘酢漬け		NPO法人久高島振興会
6	海蛇の粉		NPO法人久高島振興会
7	イラブーだしパック	○	海ぶどう養殖販売店 福you
8	久高島の塩(150g)	○	有限会社海連
9	心がにまあす		有限会社海連
10	太陽ぬ真塩	○	ナサー屋内間商店
11	神の島久高島 海の塩	○	株式会社サウスポーグループ
12	久高島五穀		南西食堂株式会社
13	久高島ヴァイツェン(6本入り)		浮島ブルーイング
14	黒糖塩まんじゅう(9個入り)	○	一般社団法人 南城市観光協会
15	久高島海水100% 頂きマース(大粒)	○	宮城商店
16	久高島海水100% 頂きマース(小粒)	○	宮城商店
17	久高島海水100% 有難うございマース	○	宮城商店

3. 既存特産品PR検討・実施

販売無し(2025年7月時点)

追加(2025年7月時点)

非食品			
NO	商品名	なんじい商店 掲載	販売者
1	久高島イラブーの皮と燻製塩のお守り	○	NPO法人久高島振興会
2	久高島イラブーと燻製塩のお守り	○	NPO法人久高島振興会
3	イラブー皮のお守り		NPO法人久高島振興会
4	イラブー皮のお守り(大)		NPO法人久高島振興会
5	イラブー皮のお守り(額入り)		NPO法人久高島振興会
6	久高島ステッカー1		NPO法人久高島振興会
7	久高島ステッカー2		NPO法人久高島振興会
8	久高島Tシャツ	○	NPO法人久高島振興会
9	久高島タオル(新デザイン)		NPO法人久高島振興会
10	久高島キャップ	○	NPO法人久高島振興会
11	久高島ハット帽		NPO法人久高島振興会
12	久高島サコッシュバッグ		NPO法人久高島振興会
13	破魔真塩入りお守り		ナサー屋内間商店
14	ふがに真潮包み(ふがにまうすつつみ)		久高島結回の会
15	ガンシナ注連七輪(しめなわ)		久高島結回の会
16	五穀健康祈願お守り		古堅ナビー
17	「沖縄久高島のイザイホー」DVD	○	一般社団法人 南城市観光協会
18	「沖縄久高島のイラブー」DVD	○	一般社団法人 南城市観光協会
19	久高島の塩石鹼		アイランドアロマ沖縄/有限会社海連
20	マグネシウムバスソルトumi1kg		Earth & Co.
21	マグネシウムバスソルトumi200g		Earth & Co.
22	久高島の塩 バラフライピー(大90g)		ぷーら
23	久高島の塩 バラフライピー(小45g)		ぷーら
24	久高島の塩 ハイビスカス(大90g)		ぷーら
25	久高島の塩 ハイビスカス(小45g)		ぷーら
26	久高島産神塩		株式会社サウスポーグループ
27	月ぬ真塩	○	ナサー屋内間商店
28	沖縄ミンサー柄御守(久高島の黄金マース入り)		ワークセンター南城・就労移行
29	なんじょうお守り(くがにまあす入り)		知念さゆり
30	沖縄のお守りサン(久高島海の塩入り)		サンコネクト

3-2 「なんじい商店」への商品追加

【実施内容】

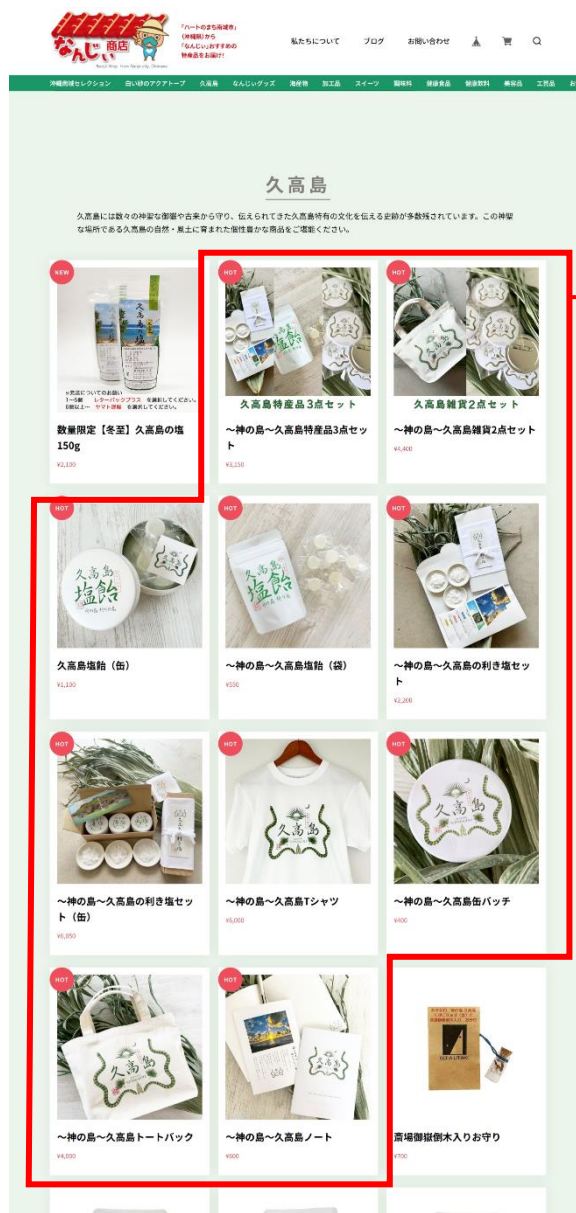
3-1を踏まえ現在「なんじい商店」にて未販売の既存商品、今年度開発商品について、商品情報追加を行った。また新商品の注目を高め、販売を促進するため、商品購入しアンケートに答えると応募できるプレゼントキャンペーンを実施した。

【実施時期】 令和7年7月～令和8年1月

【成果等】

○なんじい商店への久高島商品の追加

未販売の既存商品は昨年度にて既に販売開始をしており、今年度開発商品8つと開発商品を含めたセット品2つを新たに追加した。



本年度追加商品

○久高島特産品キャンペーン

久高島新商品を購入いただいた方を対象とし抽選で当たるプレゼントキャンペーンを実施。併せてプレスリリースも配信し、商品への注目と販売促進を図った。

■抽選参加方法

・対象商品について、売店購入者には会計時、EC購入者は商品に同梱する形式にて、応募用アンケートQRの記載された応募用紙をお渡し。WEBアンケートに回答いただくことで応募となる。

■キャンペーン期間

対象購入期間：2月17日（火）～3月1日（日）、アンケート回答期限：3月5日（木）迄

キャンペーンチラシ

久高島
OKINAWA
KUDAKAJIMA

神の島からの贈りものキャンペーン
抽選で当たる、島ゆかりの品々

久高島の太陽と潮風が育てた恵みを、あなたに届けたい。この想いを込めて、新しい久高島の新商品が生まれました。
今後のものづくりのために、ぜひご意見をお寄せください。

対象商品 購入期間 2026年 2月17日（火） → 3月1日（日） **アンケート 回答期限** 3月5日（木）まで

キャンペーン期間に、対象の久高島商品を購入し
アンケートにお答えいただいた方に **抽選** で **プレゼント**

賞品

- 1組** ユインチホテル南城 ペア宿泊券 ¥1,200以上ご購入の方対象
- 2組** 久高島振興会 宿泊交流館ペア宿泊券 ¥500以上ご購入の方対象
- 3名** 久高島特産品セット（塩胎（袋）、トートバック、黒糖まんじゅう）

対象商品

- 利き塩セット（袋タイプ）
- 利き塩セット（缶タイプ）
- 塩胎（袋タイプ）
- 塩胎（缶タイプ）
- 塩せんべい
- 久高島 トートバック
- 久高島 Tシャツ
- 久高島 ノート
- 久高島 缶バッジ

店舗での購入

①南城市地域物産館 ②安座真港売店 ③徳仁港売店

- いずれかの店舗で会計時、WEBアンケート応募用紙をお渡しします。
- お手持ちのスマートフォンでQRコードを読み取りアンケートにお答えください。

オンラインショップでの購入

①なんじい商店 <https://www.nanji.okinawa/> ②沖縄CLIPマルシェ <https://marche.okinawaclip.com/>

- 商品発送時にWEBアンケート応募用紙を同梱します。
- お手持ちのスマートフォンでQRコードを読み取りアンケートにお答えください。

■応募に当たっての注意事項

- 当キャンペーンの応募は、お一人様につき1回までとさせていただきます。
- 当業者の発表は、厳正なる抽選のうち、商品の発送をもって代させていただきます。
- ご応募内に不備がある場合や、連絡がつかない場合は当選無効となる場合があります。
- 抽選の結果発表は、抽選日より1週間以内に行われます。
- 抽選の結果発表後、抽選結果が確定するまで、抽選結果が変更される場合があります。

■お問い合わせ先
沖縄セルラー電話株式会社
アプリ＆マルチメディア事業部
電話番号 098-869-1001（平日9:00～17:30）

■お問い合わせ先
当業者には有期限や除外日があります。詳細は当選通知をご確認ください。
本キャンペーンの内容は、予告なく変更または中止となる場合があります。
応募に伴う送料は応募者のご負担となります。
ご応募の個人情報、抽選および当選通知の目的のみに使用し、その他の目的で利用することはありません。

○プレスリリース配信

■配信日 2026年2月16日

メディア・報道関係者各位
2026年2月16日
特定非営利活動法人 久高島振興会

**「神の島」沖縄県久高島に新しいお土産が本格販売！
販売を記念し、島ゆかりの商品が当たるプレゼントキャンペーン開催**

特定非営利活動法人 久高島振興会（所在地：沖縄県南城市久高島）は、島の活性化のため久高島を象徴する新たな特産品の開発に取り組み、このたび2026年2月17日（火）より本格販売をスタートいたします。また販売を記念し、商品をご購入いただいた方を対象に、抽選で当たるプレゼントキャンペーンを開催いたします。



賞品
1位 エンジェルホテル南域 ペア宿泊券 1,200,000円
2位 久高島振興会 特産品詰め合わせ 3,000円
3位 久高島特産品ギフト (お祝い・ギフト・お土産などに)

■「神の島」久高島
沖縄本島南部南城市の奥に浮かぶ久高島は、琉球創世神アマミキヨが降り立った聖地と伝えられ、祈りと自然が息づく「神の島」と言われています。今も島の暮らしは祈りとともにあり、神事や年中行事が丁寧に受け継がれています。

■「神の島からの贈りものキャンペーン」概要
期間中、対象の久高島商品を購入し、応募アンケートにお答えいただいた方の中から抽選で、島ゆかりの品々が当たるキャンペーンを開催します。

【キャンペーンサイト】
<https://www.city.nanjo.okinawa.jp/kikijo/campaign.html>

【開催期間】
対象商品購入期間：2026年2月17日（火）～3月1日（日）
アンケート回答期限：2026年3月5日（木）23時59分迄

【プレゼント賞品】
賞品①：エンジェルホテル南域 ペア宿泊券 1組
賞品②：久高島振興会特産品詰め合わせ 2組
賞品③：久高島特産品ギフト 3名

【応募条件・抽選対象について】
・対象商品を購入いただき、下記条件を満たした方が抽選対象となります。
・抽選対象条件
賞品①：対象商品 1200円以上ご購入の方
賞品②：対象商品 500円以上ご購入の方
賞品③：対象商品 1つ以上ご購入の方
※購入金額は同一会計の合計金額が対象となります。

【キャンペーン対象商品】
・特産品ギフト (袋タイプ、缶タイプ)
・塩飴 (袋タイプ、缶タイプ)
・塩まんべい
・久高島トートバック
・久高島Tシャツ
・久高島ノート
・久高島バッチ

【キャンペーン参加方法】
・対象商品購入時に、WEBアンケートQRコード付き応募用紙をお渡しいたします。
・お手持ちのスマートフォンでQRコードを読み取り、アンケートにお答えください。
※オンラインショップ購入の場合、WEBアンケート応募用紙は、商品と同梱いたします。

■キャンペーン対象商品：久高島のお土産特産品

◎久高島の特産品ギフト

久高島で生まれた新鮮な3種の塩、同じ海から生まれたがち、種人で行ったの塩と製法の違いが、味わい、香り、見た目には違いをあらわしています。久高島の久高島と塩が響く島の歴史を、ぜひ味わって楽しんでください。久高島ブランドとして入った「青きり」は久高島の神事と結び、神の島をイメージしました。おしほはハンカチとしてもご利用できます。



久高島の特産品ギフト (缶タイプ)

久高島の特産品ギフト (袋タイプ)

◎久高島の塩飴

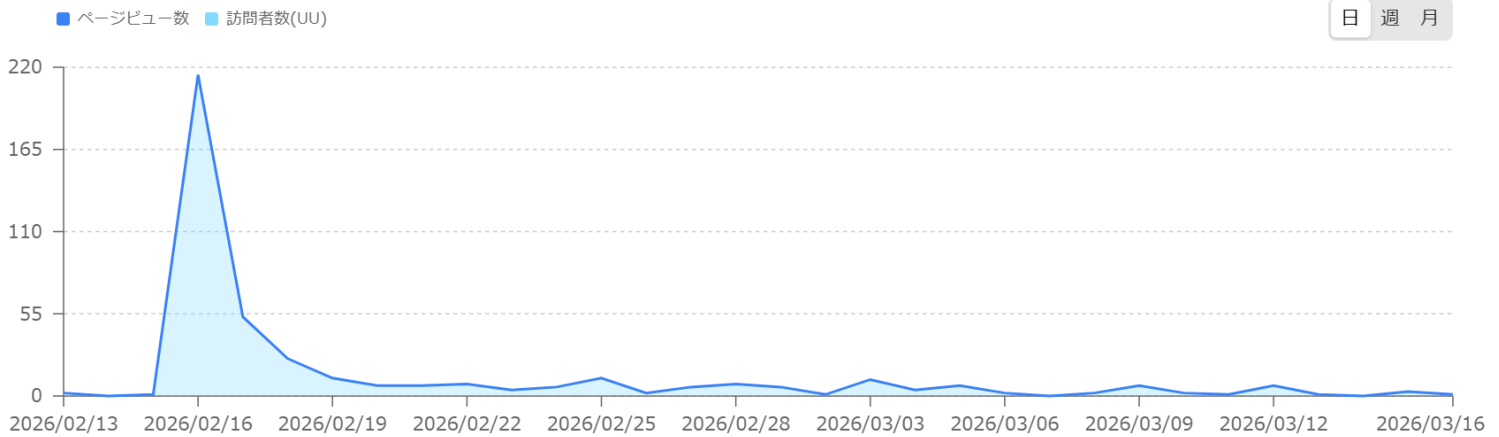
神の島「神の島」の海水をじっくり蒸し上げ結晶化させた塩を使用。久高島の塩は島の塩の味が生かされた塩飴を使い、やさしい甘みの後にほんのりと塩の旨味が広がります。

塩飴 (袋タイプ)

塩飴 (缶タイプ)



■プレスリリース配信結果



配信日	タイトル	ページビュー	訪問者(UU)	転載サイト	参照サイト	デバイス別アクセス
2026年02月16日 13時54分	「神の島」沖縄県久高島に新しいお土産が本格販売！販売を…	374	374	33	0	84.88% 14.72% 0.4%

詳細

情報としては前回と似通った点もあり、テスト販売のプレスリリースほどのPV数には伸びなかったものの、合計33のサイトに転載され、幅広い層への周知を促した。

○販促キャンペーンアンケート結果

17日間の短い期間のキャンペーンではあったが、県内外より114名の方に応募を頂けた。アンケート結果の要点は下記の通り。

■販促キャンペーンアンケート結果要点

《回答者属性》

- ・ **7割が女性**。年代は50代4割と最も多く、**40代以上で8割と年齢層は高め**。
- ・ 久高島来島経験は7割が来島経験があり、3割は複数回来島と、**来島経験者が多い方からの応募が多かった**。
- ・ 居住地では、沖縄県在住者は20名（17.5%）であり、**8割が県外在住者の回答**であった。

《購入動機》

- ・ **6割は自分用に購入**。「プレゼント用（29.8%）」よりも多かった。
- ・ 「久高島の塩に興味があった」ことで今回の開発商品の購入に至った人が5割。

《回答者の購入商品》

- ・ 「**塩飴（袋タイプ）**」が最も多く**46.5%**。次いで「**利き塩セット（袋タイプ）**」が**38.6%**と多く、他の商品は2割以下となった。
- ・ 「塩飴（袋タイプ）」は複数購入の割合が6割と、価格の優位性もあり複数購入しやすい商品となっていた。

《商品の満足度》

- ・ **どの商品も「満足」以上の回答**となっており、特に「**利き塩セット**」「**Tシャツ**」「**缶バッチ**」は「**大変満足**」が**7割以上**。

《再購入意向》

- ・ 今後も何かしら「久高島商品を購入したい」方は**98.2%**。
- ・ 再度または次回購入したい商品では「**利き塩セット（缶タイプ）**」が最も高く**57.9%**。「**塩飴（袋タイプ）**」「**塩せんべい**」も3割を超える。
- ・ 購入商品を母数としてみると「**利き塩セット**」「**塩飴**」の購入者は**再購入意向が6割を超えた**。

※アンケート詳細「別添資料 販促キャンペーンアンケート結果」記載

3-3 沖縄CLIPマルシェ久高島特集の実施

【実施内容】

ECサイト「沖縄CLIPマルシェ」にて久高島特集を実施。県内外に向けて久高島特産品をPRすると共に販売促進を図った。

【実施時期】 令和8年2月17日公開（バナー掲出3月1日迄）

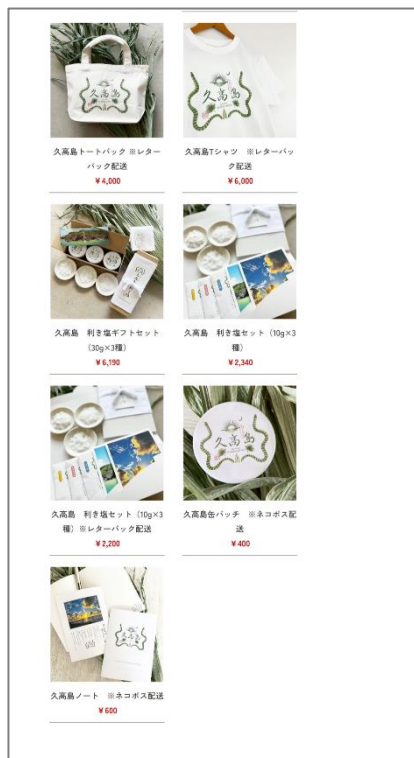
【成果等】

○実施概要

TOPページバナー掲出



久高島特集ページ



○販売実績

- ・久高島 利き塩セット (袋) 3つ
- ・久高島特産品 3点セット※ 1つ
- ・久高島塩飴 (6個入り袋タイプ) 1つ

※久高島特産品 3点セット内容

- ・利き塩セット (袋)
- ・塩飴 (袋)
- ・缶バッチ

3-4 ウェブ広告の配信

【実施内容】

久高のシマ時間、なんじい商店、沖縄CLIPマルシェへの流入を強化し商品をPRするためMeta,及びGoogleを通してWEB広告を配信する。

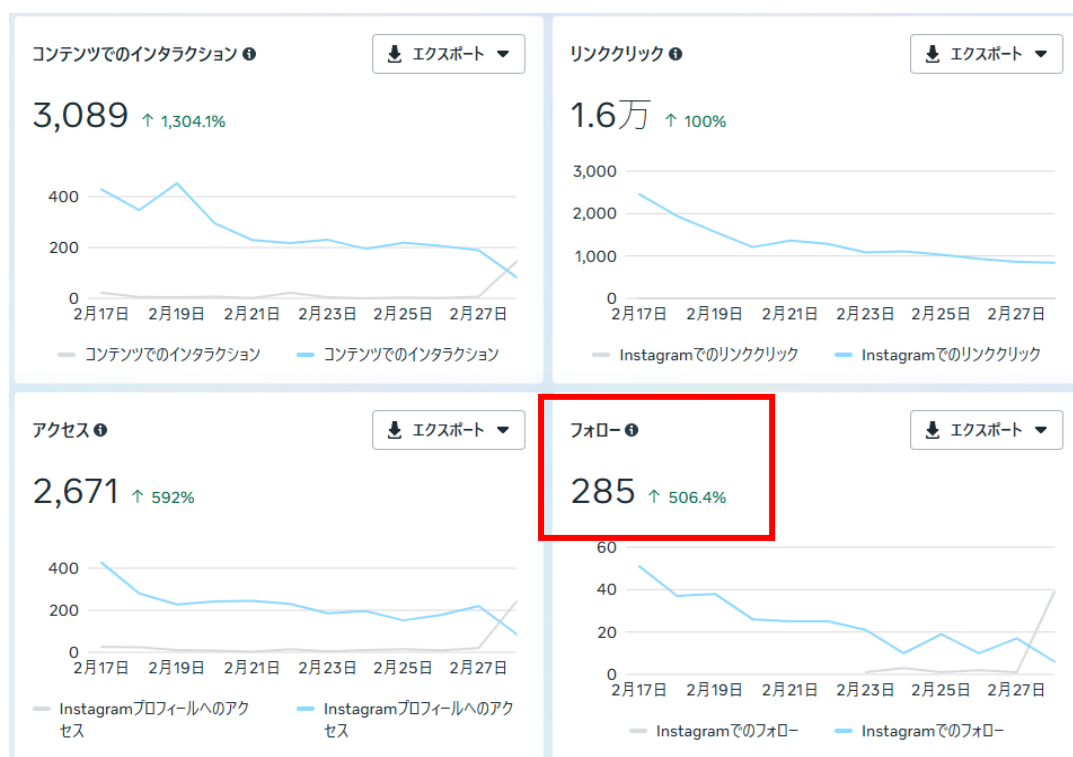
【実施時期】 令和8年2月17日～令和8年2月27日

【成果等】

○広告配信実績の全体概要

総費用783,014円に対し、約164万回の広告表示と、3.7万回以上のクリックを獲得。主な配信結果は以下の通り。

項目	詳細
予算ご利用額	¥ 783,014
インプレッション数	1,638,091回
総クリック数	37,034回
新規フォロワー獲得数	243人
インスタへのリアクション獲得数	4,204回



※広告からのフォロワー獲得243人に加えて、オーガニック投稿からも42人の新規フォロワーを獲得した。

○Meta広告配信実績概要

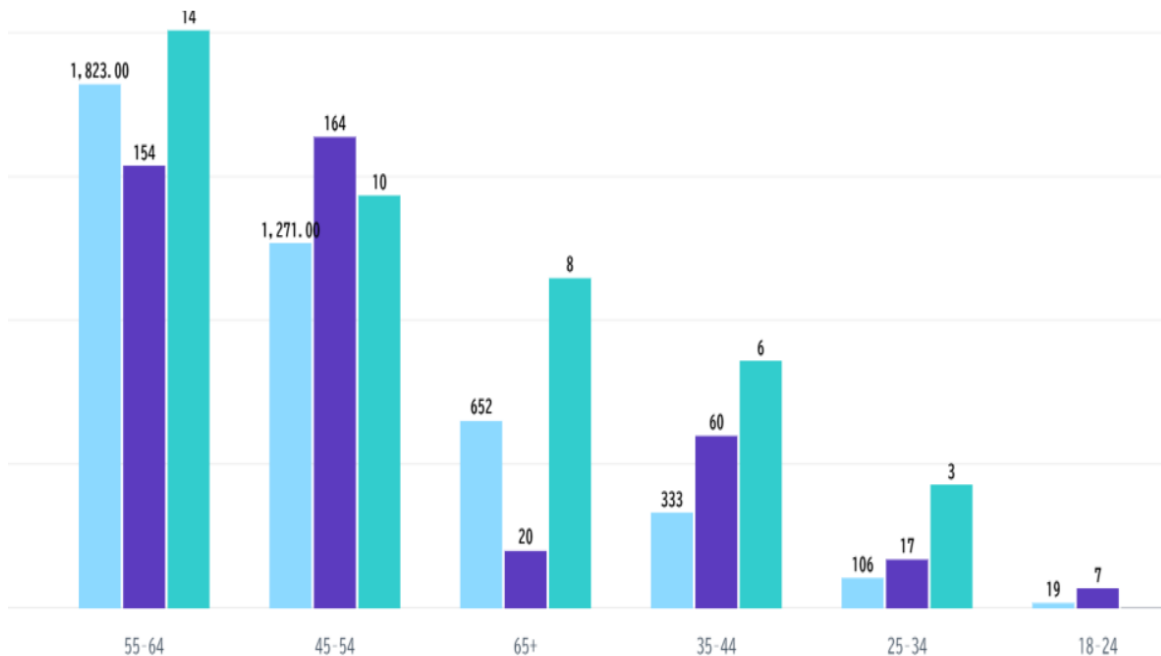
総費用399,978円に対し、約93万回の広告表示と、2.3万回以上のクリックを獲得。
主な配信結果は以下の通り。

項目	詳細
インプレッション数	929,919回
総クリック数	23,133回
リーチ数	537,510人
キャンペーンLP送客数	23,133回
新規フォロワー獲得数	243人
インスタへのリアクション獲得数	4,204回

年齢別では**55-64歳の層から多くのリアクションを獲得**しており、若年層からのリアクションは少ない結果となった。今後の施策において、高年齢層の方が親和性が高いことが読み取れるため、**購買につながりやすい効率的な集客は高年齢層向けの訴求が費用対効果高く集客を行える可能性**が考えられる。

2026/02/17~2026/02/28

投稿のリアクション 投稿の保存 投稿シェア



○Google広告配信実績概要

総費用383,036円に対し、約70万回の広告表示と、1.3万回以上のクリックを獲得。
 主な配信結果は以下の通り。

項目	詳細
インプレッション数	708,186回
総クリック数	13,901回
リーチ数	11,100人
キャンペーンLP送客数	13,901回
ショート動画広告視聴回数	254,692人
ショート動画総再生時間	765.795秒

Google広告は、検索結果やWebページ内のバナータイプで表示される広告面など、Googleが持つすべての配信面に広告が出稿できる「P-MAX広告」と、多くのユーザーにリーチする「YouTube広告」の2つのメニューで配信。

キャンペーンの開催や久高島の特産品を知らないユーザーから認知を獲得し、さらには広告クリックで誘導したユーザーの応募を訴求することで、幅広いユーザー層に向けたアプローチを実施した。



表示回数 26.5万	TrueViewの視聴回数 4.97万	広告視聴後の動画視聴 0	費用 ¥8.5万
---------------	------------------------	-----------------	-------------



今回配信した広告は、ユーザーの検索語句「久高島」や「久高島 塩」「久高島 観光」などのキーワードに対して広告を表示できており、**購買意欲の高いユーザーを集客することができた。**また、ディスカバリーと呼ばれる場所からは多くのユーザーをLPに誘導した。その他、YouTube広告では**4.97万回の視聴回数を獲得**した。

○広告配信全体の振り返り



久高島の魅力は、パソコンやスマートフォンを通じて全国にしっかりと届きました。



一般的な基準と比べても「非常に低い費用で」「多くの人」を集めることができました。



「いいね!」などの応援も多く、これから「島のファン」になってくれる方が多数存在することが確認できました。

○今後に向けて

今回獲得した「3.6万回以上のクリック（ページ訪問）」や「いいね!」などの好意的な反応を示してくれた方々に対し、現状の通信販売の仕組みで継続的な購入を促すことができれば、さらに売上を伸ばしていける可能性があります。**LINE公式アカウントやInstagramを活用して、ユーザーとのタッチポイントを増やしていく施策が効果的だと考える。**

3-5 ふるさと納税との連携

【実施内容】

南城市ふるさと納税への展開を前提に、現状の振興会商品の供給状況を鑑みつつ、既存商品に加え本年度開発商品も対象に出品を検討・計画する。

【実施時期】 令和7年12月～令和8年3月

【成果等】

○久高島振興会と協議した結果、登録申請は開発したき塩セット（缶）とする事となり、手続き支援を行った。2月10日に担当から総務省の審査に進んでいるとの報告を受けており、審査が終了次第登録手続きに進むことになる。

4. 新規特産品開発支援

4-2 新規特産品の開発

【実施内容】

令和6年度事業の特産品開発の方向性を踏まえて、専門家を交えて市・振興会と協議の上、久高島振興会のブランディングを検討しブランドロゴを制作した。新規に立ち上げた久高島振興会ブランドをベースに、10アイテムを商品化し地域物産館、船待合所売店、なんじい商店での販売を開始した。また、島民を対象とした特産品開発のワークショップを行い今後の商品開発へのアイデア出しも実施した。今年度商品化しきれなかったアイテム等は次年度以降の取り組みにつなげる。

【実施時期】 令和7年6月～令和8年2月

【成果等】

○ブランドロゴ



○本年度開発・試作商品一覧

NO	カテゴリ	商品案	現状の開発状況
1	塩	利き塩セット	本年度開発
2	塩	利き塩セット（缶）	本年度開発
3	塩	利き塩セット（陶器）	試作品完成
4	塩	塩飴	本年度開発
5	塩	塩飴（缶）	本年度開発
6	塩	塩せんべい（イラブ入り）	本年度開発
7	雑貨	久高島Tシャツ	本年度開発
8	雑貨	久高島ノート	本年度開発
9	雑貨	久高島トートバッグ	本年度開発
10	雑貨	缶バッチ	本年度開発
11	雑貨	ステッカー	本年度開発

4. 新規特産品開発支援

No1	商品名	久高島の利き塩セット	販売価格（税込）	2,000円
写真		商品PR文		
		<p>久高島で生まれた個性豊かな3種の塩。同じ海から生まれながらも、職人それぞれの想いと製法の違いが、味わい・香り・粒立ちに個性をもたらしています。久高島の太陽と潮風が育んだ塩の奥深さを、ぜひ利き比べてお楽しみください。※久高島ブランドロゴの入った「巻き布」は久高島の神事で使われる神衣をイメージしました。外した後はハンカチとしても利用できます。</p>		
No2	商品名	久高島の利き塩セット（缶）	販売価格（税込）	5,500円
写真		商品PR文		
		<p>久高島で生まれた個性豊かな3種の塩。同じ海から生まれながらも、職人それぞれの想いと製法の違いが、味わい・香り・粒立ちに個性をもたらしています。久高島の太陽と潮風が育んだ塩の奥深さを、ぜひ利き比べてお楽しみください。※久高島ブランドロゴの入った「巻き布」は久高島の神事で使われる神衣をイメージしました。外した後はハンカチとしても利用できます。</p>		
No3	商品名	久高島の利き塩セット（陶器）	販売価格（税込）	12,000円
写真		商品PR文		
		<p>久高島の塩を大切に収めるために生まれた、この塩壺。ニライカナイから島に「五穀」の授けが入った壺が流れ着き、農耕が始まったという「壺の伝説」があります。その物語に重ね、塩を守る器として本品をカタチにしました。壺の制作は、玉城に窯を構える「玉城焼」。南城市玉城の地には、久高島のクボー御嶽と並び琉球開闢七御嶽に数えられる藪薩御嶽や、受水走水、玉城グスクなど、久高島と深く結びついた聖地が点在しています。祈りの記憶が重なる土地で生まれた器に、久高島の塩を収める意味を重ね、塩・壺、そして祈りの文化を静かにつなぎます。日々の食卓に、島の恵みと物語をお納めください。</p>		

※久高の利き塩セット（陶器）は試作品のみ完成

※販売価格は振興会直売時の設定。

4. 新規特産品開発支援

No4	商品名	久高島の塩飴（5個／袋）	販売価格（税込）	500円
写真		商品PR文		
		<p>神の島・祈りの島「久高島」の海水をじっくり焼き上げ結晶化させた塩を使用。久高島の聖なる海の恵みが生んだ塩だけを使い、やさしい甘みの後にほんのりと塩の旨味が広がります。</p>		
No5	商品名	久高島の塩飴（8個／缶）	販売価格（税込）	1,000円
写真		商品PR文		
		<p>神の島・祈りの島「久高島」の海水をじっくり焼き上げ結晶化させた塩を使用。久高島の聖なる海の恵みが生んだ塩だけを使い、やさしい甘みの後にほんのりと塩の旨味が広がります。</p>		
No6	商品名	塩せんべい	販売価格（税込）	800円
写真		商品PR文		
		<p>久高の海が育んだ恵みの塩を贅沢に使った、こだわりの特製せんべい。ひと口で広がる香ばしさに、やわらかな自然塩の旨みがふわりと重なります。さらに、琉球王朝への献上品として名高い“イラブー”の粉末を隠し味に加え、優しいだしの風味をプラス。島の滋味をそのまま閉じ込めた、唯一無二の逸品です。</p>		

※販売価格は振興会直売時の設定。

4. 新規特産品開発支援

No7	商品名	久高島Tシャツ	販売価格（税込）	4,000円
写真		商品PR文		
		<p>久高島の魅力を纏う、島の風を感じる限定Tシャツです。</p>		
No8	商品名	久高島ノート	販売価格（税込）	500円
写真		商品PR文		
		<p>久高島のロゴをあしらった特別なノート。旅の思い出を綴ったり、叶えたい願いをそっと書き留めたり…。あなたの毎日に、島の祈りとやさしい時間を届けます。</p>		
No9	商品名	久高島トートバック	販売価格（税込）	2,000円
写真		商品PR文		
		<p>ブランドロゴをあしらった日常使いしやすいトートバック。島でのお出かけやお土産に。</p>		

※販売価格は振興会直売時の設定。

4. 新規特産品開発支援

No10	商品名	久高島缶バッチ	販売価格（税込）	300円
写真		商品PR文		
		<p>好きな所につけて久高島をいつも身近に感じられる缶バッチ。</p>		
No11	商品名	久高島ステッカー	販売価格（税込）	500円
写真		商品PR文		
		<p>好きな所につけて久高島をいつも身近に感じられるステッカー。</p>		

※販売価格は振興会直売時の設定。

4. 新規特産品開発支援

■R7年度開発途中商品（試作）

NO	カテゴリ	商品名	備考
1	塩	塩パン	今年度は宮城商店の大粒塩を使用し試作したが、表面に乗せた塩が焦げて黒くなってしまった為、改良が必要。冷凍販売用パッケージも検討中。次年度に商品化予定。
2	塩	塩壺（塩70g入り）	3色（ブルー/ホワイト、光沢黒、マット調グレー）と形状（蓋形状2種類、胴回り形状2種類）を変えたパターンでやちむんを製作しテスト販売を実施した。今後の販売に向けて商品仕様を絞り込み次年度商品化。



■次年度以降に向けた商品開発アイデア一覧

NO	カテゴリ	商品案	現状の開発状況
1	塩	結び塩（玄関に吊るす塩の入ったお守り袋）	次年度以降
2	塩	石敢當せっけん（厄除け石鹸）	次年度以降
3	塩	塩麴（調味料）	次年度以降
4	イラブー	イラブーふりかけ	次年度以降
5	イラブー	イラブー麺	次年度以降
6	トビイカ	トビイカの干物	次年度以降
7	トビイカ	トビイカせんべい	次年度以降
8	ハーブ	ハーブ塩	次年度以降
9	ハーブ	他ハーブ関連商品	次年度以降
10	ハーブ	歯磨き粉	次年度以降
11	ハーブ	ハーブティ	次年度以降
12	ハーブ	お香	次年度以降
13	ハーブ	スマッシングスティック（浄化のハーブ）	次年度以降
14	ハーブ	ハーブのアルコールスプレー	次年度以降
15	ハーブ	ハーブ石鹸	次年度以降
16	農作物	ドライフラワー（たかきび）・花材	次年度以降
17	農作物	ノニ関連商品（栽培予定）	次年度以降
18	農作物	芋関連商品（栽培予定）	次年度以降

■花材とトーナチン（たかきび）の栽培について

①花材としての穀物利用の可能性

【実施内容】

令和6年度事業にて報告した、生産環境調査結果報告のうち「島内現状及び市場性を踏まえた品目」について、今年度の取組として花材としての五穀の市場性について検証した。

関係者外秘 18

生産環境調査結果報告

4. 島内現状及び市場性を踏まえた品目

- 久高島(産)の市場性

<懸念>

- ・ 提案品目が**現状の環境や労働力で栽培できる品目**であるかどうか
- ・ 商品化のハードルは高くないか（ヒトモノも金もかけられない）
- ・ 売れるかどうか

<提案+α>

花材(ドライフラワー)としての穀物



<参考> 昨年度報告内容（抜粋）

【実施方法】

県内で実績のあるドライフラワー事業者に協力を依頼し、花材用に調整した県産穀物を用いた作品を制作してもらった。また、花材の使用感や実際に取り扱いたいかどうか等のアンケートを行った。なお、県産穀物の調達については、久高島産原料が時期的に入手できないことから、代替品として南城市玉城仲村渠の稲を使用した。稲の調達にあたっては仲村渠稲作会に協力いただいた。（無償提供）

【実施時期】

令和7年7月…稲の調達

8月…花材用調整（乾燥）

9月…ドライフラワー事業者へ花材提供、作品制作



【結果】

今回は県内で活動するドライフラワー事業者の「kagonoito」に依頼を行った。当事業者はフラワー装飾技能士1級（国家資格）を有し、主にSNS上で事業展開を行っている。今後、久高島産穀物が花材として商品化された場合の展開を見据え、当事業者が適任と考えた。（右図：SNS上のプロフィール）

依頼にあたっては、花材用に調整した県産穀物を当事業者へ無償提供し、予算額1万円以内となるよう作品2点を制作してもらった。作品2点を以下に示す。



作品1：バスケットアレンジ



作品2：リースアレンジ

アンケート結果は次頁のとおりであった。

1. 花材の使用感

① 普段のフラワーアレンジメント制作で使用する花材の仕入先はどちらですか。頻度が高い順で最大3つまで教えてください。(例：花屋さん、市場で仕入、ネット購入、生産者から直接等)

- (1) ネット購入
- (2) 市場で仕入
- (3) 花屋さん

② 普段のフラワーアレンジメント制作では、稲穂や穂物花材をどの程度使用しますか。

よく使う たまに使う どちらでもない あまり使わない 使わない

③ 普段のフラワーアレンジメント制作で稲穂や穂物花材を使いたい時期（またはシーン）とその理由を教えてください。

(時期 秋冬 / 理由 季節にあうので使用頻度が増えます)

④ 普段のフラワーアレンジメント制作で稲穂や穂物花材を使用する際に重要視することは何ですか。重要度が高い順で最大3つまで教えてください。(例：鮮度、価格、産地、季節感等)

- (1) 季節感
- (2) 鮮度
- (3) 価格

⑤ 今回使用いただいた稲穂の品質について、当てはまるものを選んでください。

(1) 全体的な品質

とても良い やや良い 普通 やや悪い とても悪い

(選んだ理由：全体的にとってもきれいでした)

(2) 穂の熟度

とても若い やや若い 適当 やや熟しすぎている 熟しすぎている

(選んだ理由：仕入時は緑色が残っている状態だと嬉しいです)

(3) 乾燥の程度

乾燥しすぎ やや乾燥気味 適当 やや足りない 足りない

(選んだ理由：特に問題を感じませんでした)

(4) その他気になった点 (自由記入、最大3つまで)

(少し虫が見られた為、洗浄等の防虫対策が施してあると買いやすいです)

()

()

2. 品質以外の花材の特徴について

①今回使用いただいた稲穂は、沖縄の稲作発祥の地として知られる南城市仲村渠（なかんだかり）で栽培されたものです。現在、稲作の専門農家は残っておりませんが、文化の保存・継承を目的に地域の方々が稲作に取り組んでいます。そのような地域らしさや花材のストーリー性は、フラワーアレンジメント制作する際にどの程度重要視しますか。またその理由は何ですか。

とても重要 やや重要 どちらでもない あまり重要ではない 重要ではない

（理由：お花は冠婚葬祭などの大切な場面に使用されることが多く、素材の背景(ストーリー)を私たちがお伝えすることでお客様の購買意欲を後押しする大切な要素となると思いました）

②今回使用いただいた稲穂は農薬を使わずに栽培されたものです。そのような特性はどの程度重要視しますか。またその理由は何ですか。

とても重要 やや重要 どちらでもない あまり重要ではない 重要ではない

（理由：ドライフラワーに関しては防虫対策がされている花材を優先して選んでいます）

③今回の稲穂は沖縄県内で栽培しやすいよう品種改良された「ゆがふもち」というもち米の品種です。そのような情報はどの程度重要視しますか。またその理由は何ですか。

とても重要 やや重要 どちらでもない あまり重要ではない 重要ではない

（理由：使用目的によっては、その情報が役立つ場面があるかもしれないと思いました）

3. 要望等

①今回使用いただいた稲穂について、改善点や期待することがあれば最大3つまで教えてください。

（洗浄と防虫対策が強化されると嬉しいです）

（沖縄の素材が使用できるようになるのはとても嬉しいので期待しております！）

（ ）

②以下の作物について、穂物ドライフラワーとして使ってみたいものを順番に並び替えてください。

なお、作物はすべて沖縄県産とします。

{ 米（稲穂）、麦、タカキビ、粟、さとうきび（穂） }

（並び替え後：さとうきび（穂）その他は順位なしですが、使用してみたいです。）

～アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました～

アンケートの結果から県産穀物の市場性は十分に期待できることが分かった。また、今回の花材用調整にあたっては、家庭用エアコンで温湿度管理した環境で乾燥させたのみにもかかわらず品質面での評価も得られたことから、適切に栽培・収穫することが出来ればその後の商品化に係る労力やコストを小さく抑えられる可能性があることが分かった。

今回の取組で久高島産穀物の花材としての市場性を確認することができた。今後の課題として、実際に久高島産穀物を用いて花材を制作し、今回同様に花材を扱う事業者や消費者の使用感確認やテスト販売等を経て、市場ニーズに合致した商品化を図る必要がある。

②トーナチン（たかきび）の試験栽培

【実施内容】

島内での栽培が低調となっている穀物のうちトーナチンについて、久高島振興会が管理する畑にて試験栽培を実施した。現在、島内にて生育中のため、次年度以降に花材等で用いることを検討する。

【実施時期】

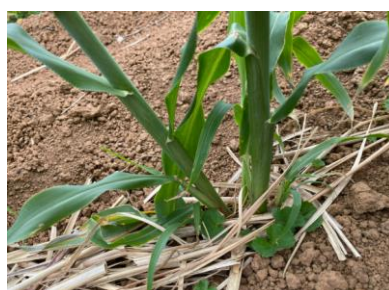
令和7年12月…畑づくり（草刈り、耕起、堆肥施用）、苗づくり（ポット播種）



令和8年1月…再度耕起、定植



3月…経過観察



4. 新規特産品開発支援

4-3 「神の島からの贈り物」 テスト販売の開催

【実施内容】

地域物産館及び久高島振興会と協議の上、今年度の新開発商品のPRとテスト販売を南城市まつりにて行う事とした。事前にPRタイムスを活用しプレスリリースも実施した。南城市まつりの久高島振興会ブースにて島の紹介、新商品の展示、試食を行い、ECサイトでの販売についてPRを実施した。また、地域物産館と船待合所売店2か所を消費者とのタッチポイントと設定し新商品コーナーを設置しPRを行った。

場所：南城市まつり久高島振興会ブース、地域物産館久高島コーナー、両船待合所売店

内容①：島の紹介、特産品の展示・試食・販売によるPR

内容②：ECサイトへの誘導（ツール：ポップ、シヨップカード等）

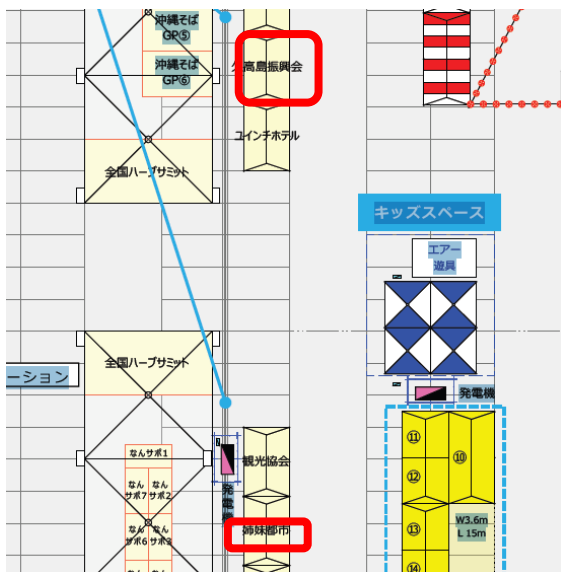
【実施時期】 令和7年11月～令和8年2月

- ・11月16日：南城市まつり
- ・12月1日～2月16日：久高小学校120周年に合わせたテスト販売実施、商品ブラッシュアップ
- ・2月17日～3月16日：旧正月から新商品販売を開始、販売開始キャンペーンの実施

【成果等】

- テスト販売実績

■南城市まつり新商品展示及び販売ブース



4. 新規特産品開発支援

実施結果（成果）

南城市まつりテスト販売結果

NO	商品名	販売金額(南城市祭り価格)	祭用製作数	販売数	販売金額(税込)
		【円 税込】 / 【円 税別】			
①	利き塩セット	2,000	35	32	64,000
	(袋15g入×3種)	1,852	サンプル2個保管		
②	利き塩セットギフト箱	5,000	12	1	5,000
	(缶40g入×3種)	4,630	サンプル2個保管		
③	飴玉	500	100	34	17,000
	(小袋・6個入り)	463	サンプル2個保管		
④	飴玉	800	90	18	14,400
	(缶・8個入り)	741	サンプル2個保管		
⑤	塩せんべい	800	36	12	9,600
	(袋・巻紙)	741	試食、サンプル12個保管		
⑥	Tシャツ	4,000	10	2	8,000
		3,704	サンプル3枚保管		
⑦	トートバック	2,000	20	7	14,000
		1,852	サンプル1個保管		
⑧	缶バッジ	350	50	7	2,450
		324	サンプル3個保管		
⑨	ノート	500	50	0	0
		463	サンプル2個保管		
				合計	¥134,450

■地域物産館、安座真船待合所売店、久高島船待合所売店特設コーナー



■各商品及び各売り場での売り上げ実績

【円税込】

商品名	振興会 (11月16日～3月16日)			地域物産館店舗販売 (2月17日～3月16日)			なんじい商店販売 (2月17日～3月16日)			合計	
	価格	販売数	販売金額	価格	販売数	販売金額	価格	販売数	販売金額	販売数	販売金額合計
① 利き塩セット (袋15g入×3種)	2,000	105	210,000	2,200	10	22,000	2,200	36	79,200	183	311,200
② 利き塩セットギフト箱 (缶40g入×3種)	5,500	16	87,500	6,050	6	36,300	6,050	1	6,050	24	129,850
③ 飴玉 (小袋・6個入り)	500	689	344,500	550	105	57,750	550	61	33,550	889	435,800
④ 飴玉 (缶・8個入り)	1,000	96	92,400	1,100	3	3,300	1,100	0	0	117	95,700
⑤ 塩せんべい (袋・巻紙)	800	94	75,200	880	24	21,120	880	11	9,680	141	106,000
⑥ Tシャツ	4,000	18	72,000	5,000	2	10,000	5,000	1	5,000	23	87,000
⑦ トートバック	2,000	32	64,000	3,000	6	18,000	3,000	3	9,000	48	91,000
⑧ 缶バッジ	300	82	24,950	400	4	1,600	400	11	4,400	104	30,950
⑨ ノート	500	58	29,000	600	2	1,200	600	4	2,400	64	32,600
⑩ ステッカー	500	36	18,000	500	8	4,000	500	0	0	44	22,000
⑪ 塩壺 (塩70g×1種)	12,000	6	72,000	12,000	0	0	12,000	0	0	6	72,000
合計		1,089,550		175,270		149,280		1,414,100			

※振興会の売上には南城市まつりでのテスト販売実績も含まれる。

※南城市まつりでのテスト販売では缶バッジが350円、塩飴（缶）が800円で販売したが、ブラッシュアップ後に缶バッジ300円、塩飴（缶）1,000円に変更。

4. 新規特産品開発支援

■プレスリリース

メディア・報道関係者各位

2025年11月12日

特定非営利活動法人 久高島振興会

**「神の島」沖縄県久高島に新しいお土産が誕生！
南城市祭りにて数量限定テスト販売を実施**

特定非営利活動法人 久高島振興会（理事長：西銘武良、所在地：沖縄県南城市久高島）は、島の活性化のため久高島を象徴する新たな特産品の開発に取り組み、このたび新たな久高島ブランドロゴとお土産品を開発しました。そのお披露目として、2025年11月16日（日）に開催される「南城市祭り」にて数量限定テスト販売を実施いたします。



■「神の島」久高島

沖縄本島南部南城市の東に浮かぶ久高島は、琉球創世神アムミヤコが降り立った聖地と伝えられ、祈りと自然が紡ぐ「神の島」と呼ばれています。今も島の暮らしは祈りとともにあり、神事や年中行事が丁寧に受け継がれています。

■商品開発ストーリー

沖縄本島の東に浮かぶ久高島は、琉球の始まりの地として古くから「神の島」と呼ばれてきました。長い歴史の中で独自の信仰と文化を守り続けてきた一方、近年では高齢化や産業の減少が進み、島の暮らしを次の世代へどう受け継ぐかが課題となっています。そこでNPO法人久高島振興会は「島をもちと豊かにし、未来へ繋げたい」という想いのもと、島内の塩事業者と連携して新たなお土産品の開発に取り組みました。

同じ海から生まれた塩でありながら、職人それぞれの製法や思いによって異なる味わいをもつことに注目し、島の自然と島の人の個性を伝える「久高島の利き塩セット」を開発。久高島の太陽と潮風が育んだ恵みを通して、久高島の魅力をより多くの人に知ってもらい、久高島と島を好きな人を繋げたい、そんな願いを込めた取り組みです。

■久高島ブランドロゴ

沖縄の「神の島」として深い信仰を集める久高島は、琉球の創世神話や女性による祭文化など、他に類を見ない神聖性を今に伝える島です。



このブランドロゴは、島を象徴する神聖なモチーフ、

「新日（ニライカナイ）」「イラパー（神の使い）」「クバの家（神行事に使用）」「祈りの手」などを組み合わせた島の精神性と自然観、そして島民の祈りの心をデザインに凝縮しました。

デザイン全体はシンメトリー構成とし、調和・神聖さ・格式を表現。

色彩には、フボー御殿やハブイの森を想起させる深い緑を採用し、久高島の本質を視覚的に伝えていきます。

■開発商品ラインナップ

○久高島の利き塩セット

久高島で生まれた個性豊かな3種の塩。同じ海から生まれながらも、職人それぞれの思いと製法の違いが、味わい・香り・粒立ちに個性をもたらしめています。久高島の太陽と潮風が育んだ塩の奥深さを、ぜひ利き比べてお楽しみください。



久高島ブランドロゴの入った「巻き布」は、ハンカチとしても利用できます。

○久高島の塩飴

神の島・祈りの島「久高島」の海水をじっくり蒸き上げ、自然の力で結晶化させた塩を使用。久高島の聖なる海の恵みが生んだ塩だけを使い、やさしい甘みの後にほんのりと塩の旨味が広がります。

塩飴（5個/袋）

塩飴（8個/缶）



○久高島トートバック

ブランドロゴをあしらった日常使いしやすいトートバック。島でのお出かけやお土産に。



■テスト販売概要

南城市祭りにてテスト販売を実施します。ぜひお越しください。

日程：2025年11月16日（日）12時～20時 ※予備日：11月23日（日）

会場：南城市公共駐車場／南城市役所隣り（沖縄県南城市佐敷新里1870）

※数量限定での販売となり、なくなり次第終了となります。ご了承ください。

■本件に関する問合せ先

NPO法人 久高島振興会 E-mail: info@kudaka-shinkokai.jp

※本取り組みは、久高島特産品販路拡大支援委託業務の一環として実施しています。

運営事務局：沖縄セルラー電話株式会社 アグリグループ 担当：三島

TEL: 098-869-1001 E-mail: se-mishima@au-mobile.com

■プレスリリース配信結果



○推定広告換算額は546万円程度、掲載メディア数は45件であった。詳細は別添資料参照

4. 新規特産品開発支援

4-4 久高島の特産品づくりワークショップ

実施結果（成果）

○日時：令和7年8月29日（金） 13：00～15：00

○ファシリテーション：株式会社アール・ピー・アイ奥野俊志

○参加者：久高島在住者

【目的】

本年度取組んでいる特産品開発を念頭に置きながら、今後の特産品開発に向けてのアイデア出しを行った。

【プログラム】

1. 現状共有	20分
2. 本日のワークの説明	10分
3. ワーク1：各自で考える	20分
ワーク1：発表	10分
《休憩》	10分
4. ワーク2：一旦整理	5分
ワーク2：ワークの結果を考える	15分
5. ワーク3；来訪者へのおもてなし	10分
6. 本日の講評	10分



4. 新規特産品開発支援

■ワークショップで出されたアイデア一覧

ワークショップでは、多くの商品開発のアイデアが出された（右の表参照）。これらは、現時点ではアイデアレベルであり、実際の商品開発に向けては原料の調達、加工製造の可能性、担当者（主体となる事業者）の確認など検討すべき事項が多々存在する。

しかしながら、今回のワークショップで検討されたアイデアは多岐にわたり、ある意味で、久高島のポテンシャルを確認することができたと評価できる。

	アイデア	付箋色	得票数	属性			
				塩	ハーブ	イラブー	その他
1	塩お守り	ピンク	0	○			
2	神棚用の塩	ピンク	0	○			
3	くんせい塩	イエロー	0	○			
4	塩むすび	イエロー	0	○			
5	久高島五穀塩お粥	イエロー	2	○			
6	塩プリン	イエロー	0	○			
7	塩シューアイス	イエロー	0	○			
8	塩・ハーブソフトクリームorジェラート	イエロー	1	○			
9	塩アイス	イエロー	0	○			
10	塩×ハーブ アウトドアスパイス	イエロー	0	○			
11	塩 焼き肉のたれ	イエロー	0	○			
12	塩調味料(色々ミックス)	イエロー	0	○			
13	塩・ハーブサターアランダギー 塩とハーブと一口サイズ	イエロー	0	○			
14	塩バスソルト	イエロー	0	○			
15	塩うがいのどスプレー	イエロー	0	○			
16	イラブーだし塩	イエロー	0	○		○	
17	(イラブー)×(塩)→塩漬(ジャーキー風)	イエロー	0			○	
18	イラブーのたまごの燻製	イエロー	0			○	
19	イラブーバスタソース(和風)	イエロー	0			○	
20	ハーブ・塩・小さいイラブー(絵馬) ※島に納める ※願をかける	ピンク	0			○	
21	イラブー×花材 魔除け	ピンク	2			○	
22	イラブー調味料(色々ミックス)	イエロー	0			○	
23	イラブーゆるキャラぬいぐるみ	ピンク	3			○	
24	イラブーの香り(お香) (季節の香りバリエーション)	イエロー	0			○	
25	イラブーレトルト食品 イラブー汁	イエロー	3			○	
26	イラブーと久高の海鮮肉まん	イエロー	1			○	
27	イラブーの香り(お香)	イエロー	0			○	
28	ハーブを使ってフラワーエッセンス	ピンク	2		○		
29	ノニ茶	イエロー	0		○		
30	島野菜のスムージー	イエロー	0		○		
31	ニガナの天ぷら	イエロー	0		○		
32	ブクギの実 染め物	ピンク	0				○
33	カーサ(月桃)虫よけ	ピンク	2				○
34	ハガキ(ポストカード) 島の素材で	ピンク	1				○
35	トビイカいかめし	イエロー	0				○
36	魚介類久高島ベスカトーレ	イエロー	2				○
37	しおり	ピンク	0				○
38	アダンのハット、風車、虫かご	ピンク	0				○
39	島のお便り フリーペーパー、本など	ピンク	0				○
40	トビイカいか焼き	イエロー	0				○
41	五穀豊稔ドライフラワーセット 豊稔祈願的なもの	ピンク	0				○
42	米粉のサターアランダギー	イエロー	0				○
43	ジャーナリングノート 参考「あした死ぬかもよ？」	ピンク	0				○
44	魚(クスク小)マグロの子 ヒーボ	イエロー	3				○
45	シークワーサージュース 島産ジュース(発酵)+氷砂糖	イエロー	3				○
46	(トビイカ刺身)※シークワーサー味噌で食べる(今の時期)+夏季	イエロー	1				○
47	久高島Dairy	ピンク	1				○
48	藻 肥料	ピンク	0				○
49	トビイカ串焼き	イエロー	1				○
50	五穀豊稔の壺 五穀入り(お守り?)	イエロー	0				○
51	トビイカ イカ焼売	イエロー	0				○
52	ハーブ塩	イエロー	0	○	○		
53	塩×ハーブ (冷凍の)クロワッサンか塩パン、ハーブパン	イエロー	1	○	○		
54	塩×バジルor小豆 塩パン	イエロー	0	○	○		
55	ハーブバスソルト	ピンク	0	○	○		
56	お清めスプレー 久高島塩とハーブ入り	ピンク	1	○	○		
57	(トビイカの塩辛)昔の調味料は不明	イエロー	0	○	○	○	○
58	トビイカ塩	イエロー	0	○	○	○	○
59	南島推活のキャラ(漁師)フィギュア	ピンク	0		○		○
60	久高島言葉(方言)図鑑	ピンク	2		○		○

4. 新規特産品開発支援

4-5 ハーブサミットでのテストマーケティング

【実施内容】

本年11月15,16日に開催された「第30回全国ハーブサミット南城市大会」（第6回南城市祭り同時開催）において、今年度の特産品開発のテーマの一つである「ハーブ関連商品」の開発に向けてテストマーケティングを実施した。

テストマーケティングでは、久高島に存在するハーブの認知向上（紹介）、商品開発に向けての消費者意見の収集（マーケティング）を狙いとして、特設ブースを設置し、月桃の葉を使用したフレーバーウォーターの抽出ワークショップを行った。

《実施業務》

- 久高島ハーブワークショップブースの設置
- 月桃の葉を使用したフレーバーウォーターの抽出（実演）
- 久高島産ハーブを使用したワークショップ（ハーブ石鹸づくり）
- ワークショップ参加者アンケートの実施

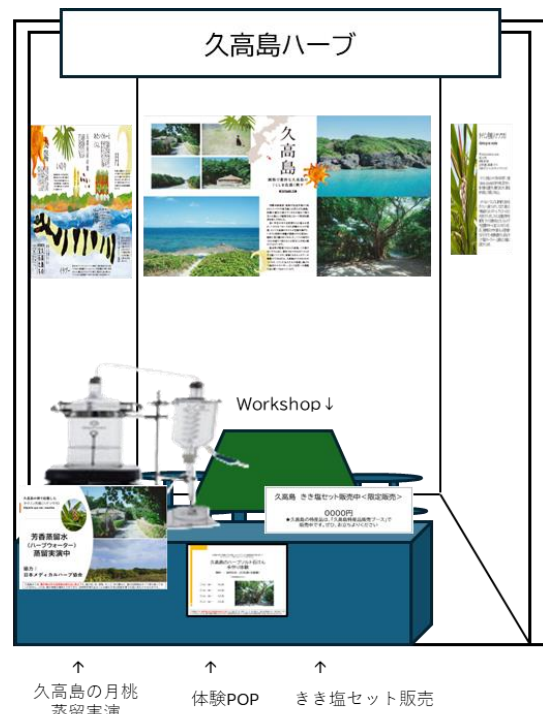
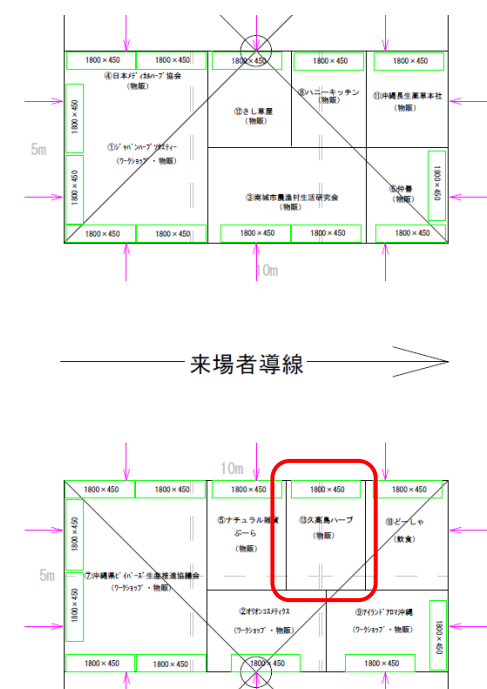
【実施時期】 令和7年11月16日（日）9:00～17:30（準備含む）

【成果等】

- ワークショップ参加者アンケート結果

実施結果（成果）

■ワークショップブースの設置



4. 新規特産品開発支援

■ハーブサミットのブース及びワークの実施状況



4. 新規特産品開発支援

■ 展示用制作物

久高島の畑で収穫されたハナソウカ・レモングラスと久高島産の塩を使って
オリジナルハーブ石けんをつくってみませんか。

久高島のハーブソルト石けん 手作り体験

無料 ・ 各回 5 名 ・ 20 名様 (先着順)
<所要時間約 20 分>

- ① 13:00 ~ 5 名様
- ② 14:00 ~ 5 名様
- ③ 16:00 ~ 5 名様
- ④ 17:00 ~ 5 名様



島は、島の石、砂、貝殻、サンゴ、木の葉など、島の自然物はすべて
大切にされており、自然物を持ち出すことは島の大切な財産を奪う行為

久高島の畑で収穫した

ハナソウカ (大東島月桃)

Alpinia ou × *Alpinia urainensis*

芳香蒸留水 (ハーブウォーター) 蒸留実演中

協力：日本メディカルハーブ協会

久高島からは、**農作物以外の自然物は持ち出し禁止**です。島の石、砂、貝殻、
てはいけません。これは、島が神聖な場所とされており、自然物を持ち出すことは



久高島の畑で収穫した

ハナソウカ (大東島月桃)

Alpinia ou × *Alpinia urainensis*

科名：ショウガ科

使用部位：葉・花・種子

主な作用：抗酸化、抗菌、鎮静、リラックス

主な成分：ポリフェノール、1,8-シネオール、ゲラニオールなど

メディカルハーブとしては、葉や種子に含まれるポリフェノール類(ケルセチン、クロロゲン酸など)や精油成分(1,8-シネオール、ゲラニオールなど)が注目されています。これらには抗酸化作用や抗菌作用、リラックス効果があるとされ、ストレスケアや生活習慣のサポートに役立つといわれています。

また、月桃特有のさわやかな香りは、心を落ち着かせるアロマセラピーの効果も期待され、近年はスキンケア製品やハーブティー、入浴剤などにも幅広く応用されています。

4. 新規特産品開発支援

■ アンケート結果：有効回答数（15サンプル）

《回答者の属性》

■ 性別

項目	回答数	割合
女性	11	73.3%
男性	4	26.7%
総計	15	100.0%

■ 年代

項目	回答数	割合
20代	1	6.7%
30代	1	6.7%
40代	5	33.3%
50代	5	33.3%
60代	2	13.3%
70代以上	1	6.7%
総計	15	100.0%

■ 居住地

項目	回答数	割合
沖縄県内（南城市外）	13	86.7%
南城市内	2	13.3%
総計	15	100.0%

■ メールマガジンの配信

項目	回答数	割合
はい	4	26.7%
いいえ	5	33.3%
無回答	6	40.0%
総計	15	100.0%

4. 新規特産品開発支援

《久高島との関係性・関心・活動など》

■島との関り（複数回答）

項目	回答数	割合
実際に行ったことがある	9	60.0%
行ったことはないが興味がある	6	40.0%
特産品や文化に関心がある	3	20.0%
家族・知人が関係している	1	6.7%
SNSや本などで知った	1	6.7%
総計	15	100.0%

■関心あるテーマ（複数回答）

項目	回答数	割合
島の自然（海・植物・地形など）	13	86.7%
食や特産品（地元の食材、保存食、ハーブなど）	10	66.7%
神事・祭祀（イザイホー、年中行事など）	10	66.7%
暮らしと日常（生活の様子、住まい、移動など）	8	53.3%
歴史や伝承（島の由来、神話など）	8	53.3%
言葉や島の文化（方言、生活習慣など）	5	33.3%
島に暮らす方々のお話（暮らしの声、記憶の継承など）	5	33.3%
島とのつながり（南城市、観光、移住など）	4	26.7%
総計	15	100.0%

■興味がある活動（複数回答）

項目	回答数	割合
久高島訪問や現地交流	13	86.7%
特産品や季節のアイテムの紹介・購入	7	46.7%
特産品の作り手や生産の様子を知る企画	7	46.7%
島に暮らす方々との座談会やワークショップ	6	40.0%
オンライン（Zoom）での交流会	2	13.3%
SNSを通じた情報発信や交流	2	13.3%
自分のスキルで関わりたい	2	13.3%
WEBやメルマガで島の暮らしを知る	1	6.7%
総計	15	100.0%

4. 新規特産品開発支援

《自由記入》

■深く知りたいテーマ（自由記入）

神事
島の子のコミュニケーションのとり方
島の自然
特産品にどのような物があるのか

■久高島の活動等で期待していること（自由記入）

行ける方しか行くことができない神の島と聞いているので、呼ばれるタイミングを心待ちにしています。
実際に島の方々がどのように自然や植物を生活に取り入れているのか知りたい。
宿泊やワークショップに期待。
島の文化、神話の一致性に期待。
特産品に興味あり。
特産品を知る機会が増えると嬉しいです。

■ブース、ワークショップの感想（自由記入）

すごくリラックスしながら楽しめたワークショップでした。月桃に種類があることや、身近なものなのに知らない事ばかりで学びがありました。ありがとうございます。
どうもありがとうございました。またチャンスがあれば参加したいです。
わかりやすく説明ありがとうございました。月桃について理解できました。
貴重なワークショップ（石けん作り）が経験できて楽しかったです。ありがとうございました！
久高島が神の島と聞いていたので以前より硬いイメージでしたが、お話を聞いて身近に感じられました。
久高島の月桃を使った石けんを自分で作れて感激でした。月桃についてのレクチャーも大変興味深く勉強になりました。ありがとうございました。
月桃石けんづくりができてよかったです。
座学も全部楽しく興味深かったです。ありがとうございました。次回も参加できますように。
石ケン作りが良かったです。
説明が分かりやすく、とても良かったです。ありがとうございました。
体験型ブースは良かったです。
大変良かった、ありがとうございます。
島の自然を守るなら、嬉しいです。

4. 新規特産品開発支援

■ワークショップ参加者アンケート調査票

久高島をもっと知る・つながる活動についてのアンケート

沖縄県南城市役所 企画部 まちづくり推進課 地域おこし協力隊 甚田知世

現在、久高島が好きな方々と一緒に、島の魅力や暮らしをもっと深く知り、つながりを深める新しい活動を準備しています。このアンケートは活動をスタートするにあたり、関心のあるテーマや参加の形をおうかがいするものです。ご協力、どうぞよろしく願いいたします。

Q1 あなたと久高島との関わりについて、あてはまるものをお選びください。(複数選択可)

- 実際に行ったことがある
- 以前住んでいたことがある
- 行ったことはないが興味がある
- 家族・知人が関係している
- SNSや本などで知った
- 特産品や文化に関心がある
- その他(自由記入) _____
- 特になし

Q2 久高島について、どんなテーマに関心がありますか？(複数選択可)

- 島の自然(海・植物・地形など)
- 暮らしと日常(生活の様子、住まい、移動など)
- 食や特産品(地元の食材、保存食、ハーブなど)
- 神事・祭祀(イザイホー、年中行事など)
- 歴史や伝承(島の由来、神話など)
- 言葉や島の文化(方言、生活習慣など)
- 島に暮らす方々のお話(暮らしの声、記憶の継承など)
- 島とのつながり(南城市、観光、移住など)
- その他(自由記入) _____

Q3 上記の中で、特に「深く知りたい」テーマがあれば自由にご記入ください。(記述式)

Q4 今後の活動として、どんなことに興味がありますか？(複数選択可)

- 久高島訪問や現地交流
- 島に暮らす方々との座談会やワークショップ
- オンライン(Zoom)での交流会
- WEBやメルマガで島の暮らしを知る
- SNSを通じた情報発信や交流
- 特産品や季節のアイテムの紹介・購入
- 特産品の作り手や生産の様子を知る企画
- 自分のスキルで関わりたい(執筆・企画・広報など具体的にご記入ください)
- (自由記入) _____
- その他(自由記入) _____

裏面に続きます

4. 新規特産品開発支援

Q5 久高島やこの活動について、感じる事・期待していることがあればお聞かせください。↓

(例：知りたいテーマ、発信してほしい内容、特産品のことなど) (段落式記入) ←

←
←
←
←

Q6 今後、久高島情報をお伝えするメールマガジン等の配信を希望されますか。←

←

はい (メールアドレス： _____ @ _____) ←

いいえ ←

←

←

←

←

----- ←
◎本日のブースについてお聞かせください。←

性別 男性・女性・そのほか ←

年代 10代 ・ 20代 ・ 30代 ・ 40代 ・ 50代 ・ 60代 ・ 70代以上 ←

お住まいの地域 南城市内 ・ 沖縄県内(南城市外) ・ 県外 (_____ 県) ←

←

←

1.久高島ブースやワークショップについて、感想やご意見などご自由にお聞かせください。←

←
←
←
←
←
←

←

以上、ありがとうございました。←

←

←

←

個人情報の取り扱いについて ←

本アンケートでご提供いただいた回答内容は、個人が特定されない形で集計・分析を行い、今後の活動づくりや名称の検討の参考とさせていただきます。また、集計結果や一部の自由記述については、久高島の活動を広く知っていただくために、市の広報紙やWEBサイト、SNSなどで紹介させていただく場合があります。ご記入いただいたメールアドレスは、希望された方へのご連絡 (Zoom 案内やイベント情報の提供など) のみに使用し、本人の同意なく第三者に提供することはありません。↓

個人情報は、適切な安全管理のもとで取り扱います。詳しくは、南城市の個人情報保護方針をご確認ください。←

←

5. アドバイザーの派遣

5-1 アドバイザーの選定

【実施内容】

特産品開発において実績のある専門家の中から開発する新規特産品との兼ね合いで派遣するアドバイザーを決定した。全体を通して一貫的な指導を行うメインアドバイザーと、特定テーマごとの専門アドバイザーを配置を決定した。

【実施時期】 令和7年7月

【成果等】

○選定アドバイザー：

メインアドバイザー：商品開発全般

食品 非食



【池村博隆氏】ものプランおきなわ代表

「銀座わしたショップ」の立上や「沖縄物産展」の企画・運営に携わるほか、沖縄タイムス紙に商品開発や販路開拓のエピソードを連載（ヒットのたまご）するなど、沖縄県の事業者や事情に精通。沖縄県や関係機関等が実施する特産品開発の取組みに長く携わる。

商品デザイン

食品 非食



【中村美樹氏】クリエイティブファクトリー・パパラギ

商品の企画開発から、それに関わるパッケージや 広告物、ディスプレイ、CM、イベント、マーケティングに至るまで遊び心を大切にしながら沖縄のヒト・モノ・コトに関わっている。地域ブランディングデザインにも関わる。

6次化商品開発・農業全般

食品 非食 農業



【木村正典氏】日本メディカルハーブ協会事務局長

元東京農業大学准教授。博士(農学)。ハーブの栽培や活用に関する研究・普及に携わると共に、沖縄の小規模農地の調査・指導にも長く関わる。著書に『有機栽培も OK! プランター菜園のすべて』(NHK出版)など多数。

知財活用

知財



【大久保秀人氏】沖縄国際特許商標事務所

内閣府沖縄総合事務局、沖縄県産業振興公社、商工会、沖縄県等が主催する知的財産権に関するセミナーや相談会で多数の講師、相談員 としての実績をもち、琉球大学、沖縄国際大学等で知的財産権に関する講義を担当。2023年日本弁理士会九州会代表。

5. アドバイザーの派遣

5-2 アドバイザーの派遣

【実施内容】

5-1にて決定したアドバイザーについて、面談による指導及び伴走支援を実施。新規特産品開発の進捗状況やテスト販売に合わせて専門家を現地派遣し、新規特産品開発及び担当職員の育成を実施。

【実施時期】 令和7年6月～令和8年3月

【成果等】

○アドバイザーの派遣結果

No	時期	専門家	実施概要等
1	6/27	商品開発専門家 池村氏、 中村氏	○今年度事業の目的、メリット、目標等について ○新商品開発に向けて（課題、スケジュール等整理） ○販売、販路における基本的知識 （売場、商流を想定した商品デザイン）
2	7/14	メディカルハーブ協会 木村氏	○島内ハーブ探索、ハーブ・花材用穀物の育成について
3	7/22	商品開発専門家 中村氏	○新商品開発伴走支援 商品企画について
4	8/28	商品開発専門家 池村氏、 中村氏	○新商品開発伴走支援 個別面談
5	9/9	メディカルハーブ協会 木村氏	○ハーブを使った商品開発・ハーブの知識
6	10/14	商品開発専門家 池村氏、 中村氏	○新商品開発伴走支援 個別面談
7	10/28	商品開発専門家 中村氏	○新商品開発伴走支援 個別面談、売り場づくり・商品展示について
8	12/2	商品開発専門家 池村氏、 中村氏	○新商品開発伴走支援（南城市まつりのテスト販売結果を踏まえたブラッシュアップ）、売り場づくり支援
9	12/5	商品開発専門家 中村氏	○売り場づくり支援
10	1/19	沖縄国際特許商標事務所 所長 （弁理士） 大久保氏	○知的財産権に関するセミナー/個別相談会
11	1/29	商品開発専門家 池村氏、 中村氏、今井氏	○新商品開発伴走支援（売場づくり支援・塩パンの試作・南城セレクトションに向けて）
12	3/4	商品開発専門家 池村氏、 中村氏	○新商品開発伴走支援（在庫管理や販促活動の注意点について・南城セレクトションに向けて） ○広告配信及びキャンペーン実施結果報告（アグリ&マルシェ東里）

5. アドバイザーの派遣

【第5回】メディカルハーブ協会：木村氏

栽培可能性のある資源も含め、活用可能な資源について振興会へのヒアリングと現地調査により確認した。

また、講師による資源評価、今後の活用可能性などについてのワークショップを開催し、島民の意識の向上を図るとともに、ハーブサミットに向けての試作品開発の基点とした。

【実施時期】令和7年9月9日（火）

【成果等】

○活用可能性のある資源一覧（効能・伝承、試作品開発用途付き）

実施結果（成果）

■久高島ハーブ活用講習会の開催

○日時：令和7年9月9日（火）

第1部 10：00～12：00

第2部 13：00～15：00

○講師：木村正典先生

北海道出身。博士（農学）。元東京農業大学准教授。

日本メディカルハーブ協会事務局長。

「NHK趣味の園芸やさいの時間」講師。

沖縄離島アタイグワー研究も行う。

久高島にお住まいの皆さまへ

島ハーブ 活用講習会のご案内

日本メディカルハーブ協会事務局長で農学博士の木村正典先生をお招きし、島のハーブ（薬草、雑草、ハーブ）を活用した商品づくり講習会を開催します（無料）。島民の皆さま、ぜひご参加ください！

○日時：令和7年9月9日（火）

第1部 10：00～12：00
第2部 13：00～15：00 頃

○場所：久高島宿泊交流館




○内容（予定）：

第1部 ・ハーブの乾燥・粉碎と保管方法
・口腔ケア商品（粉歯磨き粉）づくり
・ハーブソルトづくり
・ハーブティーづくり
・ハーブで浄化（空間デトックス） など

第2部 ・ハーブティーの出がらしてお香づくり
・ハーブ石鹸づくり
・やっかい雑草を活用しよう など

[持ち物] なし
※途中参加もできます。
※一部内容や順番が変更になる場合がございます。ご了承ください。

お問い合わせ先：久高島特産品販路拡大支援委託業務事務局
沖縄セルラー電話株式会社 三島・鈴木
TEL：080-6488-2165（営業時間：平日9時～17時）



※上記は開催告知時のもので、実際の実施内容と異なる部分がある。

5. アドバイザーの派遣

■ハーブ関連商品の試作（ワークショップ）

○口腔ケア 「つぼくさ塩」

・生のツボクサの茎葉をミルなどで粉碎し、ろ過する。濾した汁を適量の塩と混ぜ、フライパンに入れて加熱して水けをとばす。乾燥剤を入れた保存袋に入れる。

○ハーブソルト

・塩にドライハーブを適量入れ、混ぜ合わせる。乾燥剤を入れたチャック付きの袋に入れる。

○島ハーブティー

・適量をポットに入れ、熱湯を注ぐ。3分ほどおいていただく。

→茶がら（出がらし）はお香づくりで使用。

○スマッシング

・お皿にハーブを入れて、火をつけ燻す。

○ハーブティーの出がらしでお香づくり

・茶がらの水けを切って粉碎し、茶がら10gに対して小さじ1のタブ粉を混ぜる。ハチミツを加えながら硬さを調整して成形、乾燥させる。

○ハーブ石鹸

・ポリ袋に素地を入れ、お湯を少しずつ加えて耳たぶほどの柔らかさになるまでよく練る。チンキとドライハーブを練りこみ、ラップにのせてお好みの形に形成し、はがして風通しのよい場所で乾燥させる。

○防虫サシェ

・お茶パックにドライハーブと綿を詰め、布袋に入れてリボンなどで縛る。



5. アドバイザーの派遣

■現地観察会で確認された主な活用可能植物

	生育環境	名称	別名	科	写真	効能・沖縄伝承	備考	
9月試作品 用準備対 象	浜辺	クサトベラ	草海桐花 <i>Scaevola taccada</i> Roxb.	クサトベラ科		伝承：魚毒、中毒、消化不良、下痢、脚気、眼病、毒消し、下痢止め、眼病		
	浜辺	ハマゴウ	<i>Vitex rotundifolia</i>	シソ科		伝承：風邪、偏頭痛、めまい、目の充血や腫れ、月経不順、経血過剰、生理痛、神経痛、リュウマチ、皮膚病、鼻づまり、アレルギー鼻炎、中耳炎、頭痛、解熱、手足のしびれ 漢方：果実は蔓荊子（マンケイヨウ）と呼ばれる生薬で鎮痛・鎮静や滋養強壮に用いる。	香りがよく、風味付けや魚の臭みけしとして料理にも使われる。香草焼きなど。	
	浜辺	畑に移行済み 7/14	モクビャッコウ (木百香)	<i>Artemisia indica</i> var. <i>maximowiczii</i> 方言：イシテク(石菊)	キク科		・モクビャッコウは「沖縄では魔除け・清めの草として重宝される」。特に「霊力をもつ植物」として、祭祀や儀礼で使用されることが多く、久高島でも神事に用いられる薬草の一つ。『琉球列島植物民俗誌』（高良倉吉監修・伊藤幹治著） ・「香りの強い草」＝魔除けになるとの島人の語りがある。『神の島・久高島』（伊波南哲ほか、琉球新報社）	菊の花に似たさわやかな香り。強い香りは「悪霊を遠ざける」とされ、沖縄では玄関や台所などに吊るされる例もある。
	浜辺	スナヅル		クスノキ科		クスノキ科の特徴的な香り成分（シネオール、カンファーなど）を含み、葉や枝を乾燥させて防虫・清めに用いることもある。民間薬として、出血性疾患、痔、胆汁性疾患、糖尿病、肝疾患、アフリカ睡眠病、淋病、陣痛の緩和、分娩時間の短縮、産道の潤滑、薬などに利用されてきた植物	クスノキ科としては珍しい寄生植物。沖縄では「山の香りがする蔓」として知られる。	
	畑	アロエベラ	ドガイ（久高島） ※沖縄民俗薬用動植物誌に記載	アロエ科		消化不良、便秘、下痢、大腸炎、胸焼け、過敏性腸症候群等への作用。歯茎の出血や歯痛、偏頭痛、関節炎や関節痛、乳房痛、生理痛等への作用。	※キダチアロエはやけどや切り傷などの応急処置に。 	
	畑	ツボクサ	ゴツコラ	セリ科		アーユルヴェダでは神経と脳細胞を活性化する作用があるとされ、若返りのハーブ」として知られる。	三つ葉に似た香りと味があり、サラダに入れたり付け合わせにしたりドレッシングにしたり料理に使うことができる。	
	畑	ローズマリー		シソ科		メジャーハーブ		
	畑	ホーリーバジル	カミメボウキ トゥルシー	シソ科		バジルの中でもメディカルハーブとして薬効が高いとされる。アーユルヴェダでは「不老不死の霊薬」とされ、ヒンドゥー教では女神ラクシュミーの化身とされ、聖なる植物として崇められている。	スイートバジルより香りが強く、スパイシー。日本ではまだ生産が少ない。	
	畑	西インドレモングラス		イネ科		メジャーハーブ。ハーブティ向き		
	畑	タイリン月桃 (ハナソウカ)	<i>Alpinia zerumbet</i> var. <i>excelsa</i>	ショウガ科		抗菌、防虫、消臭、リラックス効果他、万能ハーブ。ポリフェノールが多く、健康茶として注目される他、蒸留水は保湿度効果から化粧水に使われる。	ムーチー。タイリン月桃は結実しない種類。エッセンシャルオイルも可能。	

5. アドバイザーの派遣

【第10回】沖縄国際特許商標事務所 所長（弁理士）大久保氏

本年度開発した特産品ブランドを守りながら発展させるため、知的財産の基礎知識と活用方法を学ぶための勉強会兼相談会を開催した。セミナー後に、地理的表示（GI）登録について島民から多数質問があり、有意義な意見交換の場を持つことが出来た。

【実施時期】令和8年1月19日（月）

【成果等】

○議事録（別添資料）、セミナー資料（別添資料）

実施結果（成果）

■知的財産について学ぶセミナーの開催

○日時：令和8年1月19日（月）
13：30～15：30

○講師：大久保秀人氏

総務省、内閣府沖縄総合事務局、沖縄県産業振興公社、商工会、沖縄県等が主催する知的財産権に関するセミナーや相談会で多数の講師、相談員として実績をもち、現在は、琉球大学、沖縄国際大学、沖縄工業高等専門学校、沖縄職業能力開発大学校で知的財産権に関する講義も担当している。



特別セミナー

無料

事例に学ぶ
地域資源
×ブランディング

場所：宿泊交流館ホール 2026年1月19日(月)
13時30分～15時30分

成功への扉を開ける、
その鍵は知的財産にあり

第1部では知的財産の基礎について専門家が分かりやすくお伝えします。第2部では特許・商標等の知的財産に関する悩みや課題などの個別相談をお受けします。

第一部 13時30分～14時30分
知的財産の基礎

第二部 14時30分～15時30分
個別相談会

お申し込み・お問い合わせ
沖縄セルラー電話株式会社（運営事務局）
担当：三島、鈴木
連絡先：098--971-1221

講師
大久保秀人 おおくほひでと
沖縄国際特許商標事務所 所長
2007年弁理士登録。総務省、内閣府沖縄総合事務局、沖縄県産業振興公社、商工会、沖縄県等が主催する知的財産権に関するセミナーや相談会で多数の講師、相談員としての実績をもち、現在は、琉球大学、沖縄国際大学、沖縄工業高等専門学校、沖縄職業能力開発大学校で知的財産権に関する講義も担当している。

6. 顧客関係管理の仕組構築

6-1 顧客管理に向けての前提整理

【実施内容】

令和6年度のアンケート調査から優良顧客を抽出し、その属性などの特性と久高島に対する認識、想い、ニーズなどを改めて整理し、継続的なコミュニケーションと特産品販売等を合わせて行っていくための戦略の提案と、実際に運用可能な仕組み構築を行った。

【実施時期】 令和7年6月～令和8年2月

【成果等】

- 優良顧客データベース（エクセルベース：初期データ）
- ファンコミュニティの構築
- 情報発信ツール等の提案

優良顧客のニーズ等の整理

■配信数：2,227件（アンケート調査の対象：令和6年度実施）

■回収数：761件（回収率：34%）

■優良顧客数：161人

《構成》

- ロイヤルカスタマー①：38人（来島回数が「5回以上」で、かつ今後の来島意向について「年間に何度も訪れたい」と回答した人）
 - ロイヤルカスタマー②：19人（来島回数が「2～4回」で、かつ今後の来島意向について「年間に何度も訪れたい」と回答した人）
 - ロイヤルカスタマー③：104人（来島回数が「5回以上」と回答した人で、①に該当する人を除く）
- これらの合計、調査対象者のうち161人をロイヤルカスタマーとして分類。

6. 顧客関係管理の仕組構築

優良顧客（161人）のニーズ等の整理

※優良顧客の声の分析は別紙「CRM推進に向けた久高島お客様の声」にまとめ

訪問回数が増えるほど、「神秘的」な印象から
「暮らしの豊かさ・温かさ」への共感へと深化する。

全体的なイメージ

「神聖な島」(95%)
「神秘」(84%)
「独自の文化」(76%)

ロイヤルカスタマーの視点

回数を重ねるごとに
「島民とのかかわり」「豊かさ」
「穏やかな日常」に
魅力を感じる傾向へシフト。

「神秘の島」という非日常の側面だけでなく、
そこにある「素朴な暮らし」に自身の日常とのつながりを求めている。

「買い支え」から「直接的な協力・共創」へ。
深く関わるほど、モノの消費よりも絆を重視。

42%

定期的に訪問して何らか協力したい

41% → 13%

特産品購入等で買い支えたい

(※全体では41%だが、トップロイヤル層では13%まで激減)

観光客を規制するのではなく、「理解による統制」が理想。
特産品は単なる「モノ」として販売するのではなく、
「島の暮らし+分け」として、作り手や背景のストーリーと共に伝える必要がある。

6. 顧客関係管理の仕組構築

顧客コミュニケーションの仕組み構築の方向性

単なる情報発信ではなく、
離れていても島との「絆」を感じられる仕組みづくりへ。

Vision	観光客ではなく「島の応援者・共創者」を育てる。
Approach 01: 学びの提供	ルールを一方向的に押し付けるのではなく、歴史や言葉を知ること でマナー向上と世界観の共有を図る（くだか島ぐらし検定など）。
Approach 02: 暮らしのおすそ分け	作り手の顔が見える商品や、健康・ウェルビーイングに繋がる 商品（ハーブティ、塩歯磨き粉など）の展開。



島とファンを繋ぐ継続的なコミュニティ・プラットフォーム
「島のときクラブ」の創設。



「わたしとつながるシマ時間」

目的：新規ファンづくりと、定期発信によるリピーター育成。

対象：アンケート回答者、既存ファン、新規来島者。

主な提供価値

島ぐらし情報・島カレッジ
(学び・旧暦・言葉)

限定商品・ストーリー発信

イベント・会員同士の交流

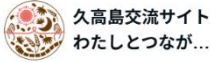
6. 顧客関係管理の仕組構築

WEBサイトの始動

note

キーワードやクリエイターで検索

<<



久高島交流サイト
わたしとつながる...

【2026年2月17日🍀はじまりました】心の故郷、久高島 きょうも、あしたも、ずっと久高島とともに。このnoteは、久高島を想う人たちが集い、つながり、学び、共有する場です。離れていても、心はいつも島のそばに。未来へと紡ぐ、あたたかい「わ(輪・環・和)」を。

+フォロー



久高島交流サイト

「わたしとつながるシマ時間」(久高島交流サイト)

2月17日(火)に運営を開始

※3/3時点

○フォロワー46名 ○633ビュー

はじめまして。

♡ 31



久高島交流サイト わたしとつながるシマ時間

@withkudakacircle チャンネル登録者数2人・1本の動画

心の故郷、久高島...さらに表示

note.com/fit_eel1041

チャンネル登録

動画



きょう、久高島で。
500x280 - 13 動画



YouTube

kudaka_nanjo_diary ...

久高島交流サイト「わたしとつながるシマ時間」

投稿2件 フォロワー5人 フォロー中0人

心の故郷「久高島」
きょうも、あしたも、ずっと久高島とともに--
久高島を想う人たちが集い
つながり、学び、共有する場です。...続きを読む

note.com/fit_eel1041



Instagram



フォロー中 ▾

メッセージ

6. 顧客関係管理の仕組構築

関連制作物（デザイン）

■Note用（他共通ロゴデザイン）

モチーフ：太陽、イラブー、月、麦、豆、フバの葉、海、魚、人と人のつながり（手）
イメージ：消印モチーフで久高島からの便り、手紙を表現



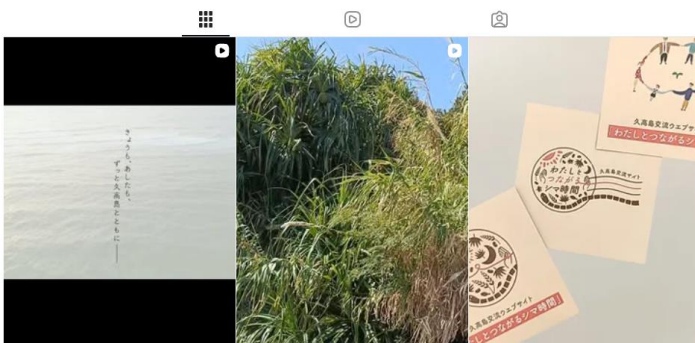
短縮版

Instagram

ログイン 登録する



kudaka_nanjo_diary :
久高島交流サイト「わたしとつながるシマ時間」
投稿3件 フォロワー13人 フォロー中0人
プロフィール
きょうも、あしたも、ずっと久高島で
旅を続けるよ



■バナー

《設置例》 インスタグラム

6. 顧客関係管理の仕組構築

■配布用カードデザイン（3案）



■A4ポスター（2案）



6. 顧客関係管理の仕組構築

今後の運用に向けて

「わたしとつながるシマ時間」（久高島交流サイト）は、久高島に寄せる思いを深め、島の大切なことや滞在・商品の魅力を、島外の方々との相互理解をもって育むための交流プラットフォームである。新規ファンの獲得やリピーターづくりを目的としている。

メンバー登録をしたクラブメンバーには、以下のようなコンテンツや体験が提供される予定である。

《今後（R8）の展開案》

■しまぐらし情報と「島カレッジ（学び）」：

旧暦だより、島ことば、島でのルール、暮らしの智恵、島のごちそうレシピなどの情報発信。

■紙媒体の発行：

「わたしとつながるシマ時間：かわら版通信」（仮称）などを年2～4回定期発行し、港での限定配布やQRコードを通じたPDF版での提供。

■商品開発と限定商品：

商品にまつわるストーリーや購入方法が共有されるほか、メンバーと共に「つながり」を感じられる商品（お庭のハーブティー、塩、塩ハーブ歯磨き粉、ダイアリー、お守りなど）を「おすそわけ」として開発・展開。

■リアルな交流と特典：

会員同士の交流会やワークショップのほか、各種フェアでの特典など。

これらの活動を継続することで、島とメンバーとの相互理解が深まり、新たな体験プログラムの創出や商品の魅力向上、商品開発のアイデアなどに繋がることを期待する。