

## プロモーションアドバイザー派遣事例紹介（豊見城市）

2024年10月に、プロモーションアドバイザーである株式会社ゼロファーストデザインの佐戸川氏を沖縄県豊見城市に派遣しましたので、本事例についてご紹介します。

### 1 概要

日程 : 2024年10月7日（月）

派遣方法 : 現地派遣

派遣者 : 株式会社ゼロファーストデザイン

代表取締役 佐戸川 清 氏（以下、「アドバイザー」）

申請者/派遣先 : 沖縄県豊見城市

相談内容 : 豊見城市の特産品である「ウージ染め」（さとうきびの葉や花を染料とした染物）は、さとうきびの栽培から染料の抽出、染めや織り、仕立てるところまで一貫して行っており、染料を抽出した後の葉は畑に撒いて肥料になるという特徴がある。持続可能性の高さや他の地域にはない独自の商品であることから、県内外のみならず、海外市場のニーズも一定程度期待できると考えられるため、商品の情報発信やブランディングについて助言をいただきたい。

### 2 派遣内容

#### (1) 現地視察

はじめに、実際にウージ染めを作成しているウージ染め協同組合が作業を行う施設を視察しました。製作者から、実際に作成する設備の説明や、苦労している点等についてお話を伺いました。アドバイザーは実際に販売されている商品の確認等も行い、ウージ染めについての現状を把握しました。

#### (2) ワークショップ形式でのアドバイス

その後、意見交換も含めながら、アドバイザーを囲むかたちで席に座り、助言をいただきました。事前に、現状の課題や、助言をもらいたい事項等をアドバイザーに伝えており、それに答えるかたちで進行しました。様々な立場の方が参加されたので、多角的な意見や質問が飛び交いました。

アドバイザーからいただいた主な助言内容は、以下のとおりです。

（豊見城市の報告書より）

- ・SDGs の考え方と、ウージ染めは非常に親和性が高い。
- ・本来廃棄されるはずのさとうきびの葉や穂を活用して独特の色合いを持った商品を作っていることや、組合員が全員女性であるという女性の社会参画という意味でもその商品の背景にある価値がかなり高い。

→この背景にある価値（ブランドストーリー：なぜさとうきびの葉を使っているのか？どんな苦勞があったか？組合設立の経緯は？等）の確立が出来ていないと見受けられるため、まずはそこを確立することが大切。

- とにかく知ってもらう事が大切。SNS 等のデジタル発信を活用して、ウージ染めの存在を知ってもらうべき。現状のまま、展示会やECサイトの活用を検討するより、身近な方法としてSNS等にてPRしていくと良い。
- 産業の1つとして捉えるのではなくシティプロモーションの1つとして捉え、その観点から、行政とより綿密な連携を取っていくことが望ましい。
- 国や県の補助事業を活用すること。
- 例えば職員の服装や市のカラーとして、ウージ染めの黄緑色を発信すると良い。



### 3 豊見城市からのコメント

派遣後、豊見城市からは、「アドバイスをいただいた内容について、まずは市内に情報共有を行い、今後の取組の参考としたいと思います。ウージ染めの認知度向上がそのまま豊見城市の認知度向上に繋がる可能性があるという視点をしっかりと持ち、今後の市の取り組みに活かしてまいりたいと思います。」と伺いました。

クリアでは引き続き、専門的知見、ノウハウ、経験をもつアドバイザーの派遣を通して、自治体の海外プロモーションを支援してまいりますので、是非お気軽に御相談ください。

(経済交流課 宮内)