

## 沖縄の雪塩、販路絞り菓子にシフト 利益率28%で急回復－九州・沖縄 フードBiz

2024/07/11 11:00 日本経済新聞電子版 1772文字

沖縄土産として人気の「雪塩」を製造するパラダイスプラン（沖縄県宮古島市）が減塩志向や新型コロナウイルス禍を乗り越え、業績急回復を果たしている。2024年3月期には営業利益率28%を達成。雪塩を材料にした菓子製造にシフトし、販路を土産向けに絞った戦略が背景にある。今後も菓子事業の強化でさらなる成長を目指す。

フツと吹けば舞い上がるほどさらさらなパウダー状の「雪塩」（60グラム入りで432円）。1粒の大きさは0.1ミリメートルを切り、通常の食塩の半分以下だ。国内屈指の透明度を誇る宮古島の海水を濃縮し、熱した金属板に吹き付けて2秒で水分を蒸発させる特許製法でつくられる。

原料の海水は海から直接取り入れるのではなく、海岸からほど近い工場脇の琉球石灰岩を掘り下げ、地下22メートルからくみ上げる。海水が岩でろ過されて不純物が取り除かれ、岩自体に含まれるカルシウムなどのミネラル成分も染み出てくるという。

特殊な膜でろ過して塩分濃度を高めた海水を煮詰めている通常の食塩と違って雪塩には「にがり」が残り、14種類ものミネラル成分が含まれるのが特徴だ。「海そのものの成分でまろやかな味。塩が生きてる、といわれる」と西里長治社長は胸を張る。

パラダイスプランは1994年創業で、観光業や飲食事業などを手がけるかたわら、97年の専売制度の廃止に伴って塩づくりに乗り出した。雪塩は99年に商品化にこぎつけた。

地下深くからポンプで海水をくみ上げているだけに、製造コストは高い。当時、塩は1キログラム当たり100円台で取引されるものもあったが、雪塩は同約5000円もした。西里社長は「価格競争では太刀打ちできず、嗜好品としての立ち位置を選ばざるを得なかった」と振り返る。

このため、出荷先を絞り、物流コストを極力かけない販売手法を模索した。土産物として宮古島や沖縄本島などで売るスタイルを販売戦略の中心に据え、高い価格の維持に成功した。

2000年夏には「ミネラル成分の種類が多い塩」としてギネスブックに一時認定されたことなどから観光客の引き合いが一気に増加。01年に雪塩向けの製塩所を建設し、最大で月間10トンを生産できる設備を整えた。

一方、健康志向の高まりで家庭向けの塩の消費量は減少傾向だ。危機感を強めた西里社長は、雪塩を材料として使うソフトクリームなどのオリジナル商品の開発に着手した。09年には同様に雪塩を使ったラスクやキャンディーなどの菓子製造業を本格化させた。

沖縄への観光客が増えるなかで、商品の多様化が奏功。このうち18年に発売した「雪塩さんど」（6個入りで1200円）は、約10億円を売り上げる大ヒット商品に成長した。その半面、雪塩そのものの売上高比率は「今や十数%程度」（西里社長）にまで下がっているという。

こうして売り上げを伸ばしてきたところにコロナ禍が直撃した。21年3月期には営業赤字に転落し、販売網の見直しを断行。出店していた東京スカイツリー（東京・墨田）などから撤退し、那覇市の国際通りの店舗を5店から1店に減らした。

那覇市の販売拠点も大幅に縮小し、県内外の取引先にはすべて宮古島市の本社から製品を配送する仕組みに変えた。菓子類の販売増に加えて家賃など固定費を削減した結果、24年3月期の売上高は前の期比約50%増の36億円台となり、営業利益は2倍以上の10億円を突破。営業利益率は約10ポイント増の28%に達した。

西里社長はさらに菓子事業を強化していく考えで、7月に地域ブランド菓子の製造を手掛ける寿スピリッツ傘下の寿製菓（鳥取県米子市）との共同出資会社を設立。約8900平方メートルの敷地に35億円を投じて最新鋭の菓子工場と商業施設を建設する計画も発表した。



「雪塩」は1粒の大きさが通常の食塩の半分以下で、さらさらしているのが特徴だ



雪塩の原料となる海水は工場脇の地下22メートルの井戸からくみ上げられる（宮古島市）



地下からくみ上げた海水を濃縮し、熱した鉄板に吹き付けると、パウダーのようなサラサラの「雪塩」ができる＝パラダイスプラン提供

工場は約3300平方メートル、飲食や買い物を楽しめる商業施設は約660平方メートルで、26年7月に操業を開始する予定だ。工場では雪塩さんどなど自社製品のほか、県外で製造されている沖縄ブランド土産のOEM（相手先ブランドによる生産）も引き受ける方針で、28年度の売り上げは30億円を見込む。

将来はマンゴーやメロンなど地元特産の果物類を原料にした菓子類の生産も目指す。「宮古島を美しい楽園にしたい」。パラダイスプランという社名に込めた西里社長の夢は、今も広がり続けている。

（奈良部光則）

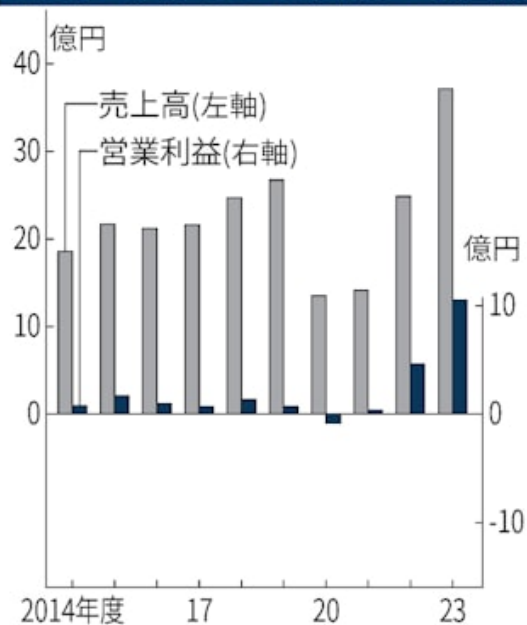
【九州・沖縄 フードBiz】

- ・長崎の造船会社、洋菓子で高級ホテル開拓 訪日客に商機
- ・唐揚げ「安い・早い・うまさぎない」 博多とよ唐亭、急成長
- ・鹿児島・フクレ、郷土菓子を3000円のギフトに 洋風で刷新



「雪塩さんど」は10億円を売り上げるヒット商品に成長している＝パラダイスプラン提供

### パラダイスプランの業績はV字回復



パラダイスプランの西里社長は雪塩について「海そのものの成分」だと胸を張る（沖縄県宮古島市）

許諾番号30100042 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。

本サービスで提供される記事、写真、図表、見出しその他の情報(以下「情報」)の著作権その他の知的財産権は、その情報提供者に帰属します。

本サービスで提供される情報の無断転載を禁止します。

本サービスは、方法の如何、有償無償を問わず、契約者以外の第三者に利用させることはできません。

Copyrights © 日本経済新聞社 Nikkei Inc. All Rights Reserved.