

6. 『特定非営利活動法人来間島大学まなびやー』の取組み

実施テーマ	「来間島みき」の継承と知名度向上のための基盤作り
地域名	来間島

(1) 対象商品とその特徴

1) 対象商品

来間島みきワークショップ	
	
規格	2時間
販売価格 (税抜)	5,000円
卸売価格 (税抜)	4,250円
来間島のみきの手作り体験。材料をあらかじめ送られるので手軽。また、みき、だけでなく沖縄の文化・風習を知ることできる。オンライン、リアルにて開催。	

みき (スパウトタイプ)	
	
規格	150cc
販売価格 (税抜)	800円
卸売価格 (税抜)	560円
「みき」をスパウトパウチ化し、冷蔵で販売。原料は、米、麦麴、砂糖、レモン汁で優しい甘さとほんのりとした酸味が特徴。	

来間島みき手作りセット	
	
規格	150g・15g
販売価格 (税抜)	500円
卸売価格 (税抜)	350円
来間島みきの材料である米粉と麦麴を1回分個包装。ワークショップ参加者へ販売。	

2) ブランド概要

同社は沖縄県宮古島市の来間島に所在し、来間島ならではの島おこしに取り組んできた。中でも、観光振興事業と特産品開発に力を入れ、来間島の伝統発酵食として豊年祭や神事を通じて島民に親しまれてきた「みき」に着目。

宮古島市公設市場内にある店舗にて、みきのテイクアウト販売を行うとともに、流通用の商品としてスパウトタイプのみきの製造販売を行う。また、みき作りのワークショップを通じて、来間島みき文化の伝承を行っている。

3) ターゲットとする市場

- ・発酵食、健康、美容に興味を持つ 30～50 代の女性
- ・沖縄好きの会員が多い旅行サイト（ワークショップの掲載）
- ・健康・自然の強い県内、首都圏の小売店（スパウトタイプみき）

(2) 活動報告

1) 出展

①みきワークショップ開催（神戸）

来間島みきワークショップを現地開催やオンラインだけでなく、県外で出張開催することにより、みきの認知度をあげる。午前中は単独開催、午後はかねてより交流のあった「くーねる×まなぶ」さんとの共同開催で、集客をはかる。

成果と気付き

- ・初めての県外開催で、ワークショップは満席で反響も大きかった。
- ・物販の準備をどれだけ見込んでいいかわからず、すぐに完売してしまい、赤字であったことは反省点。
- ・物販とワークショップを合わせることやコラボ開催は、集客・収益においてメリットが高く、今後も機会があれば挑戦していきたい。

<ワークショップの様子>



②奄美大島視察・みきワークショップ開催・マルシェ出展（奄美大島）

スパウトパウチタイプのみき製造、および出荷、販売にあたり、課題を感じている。奄美大島で製造販売するメーカーが多数ある中から、味、販売形態、包材に共通項が多いメーカーを視察し、意見交換を行い、みき製造技術のスキルを向上させる。

また、奄美大島の加計呂麻島にてマルシェの出展とワークショップの開催を行い、沖縄のみき文化を紹介した。

成果と気付き

- ・改めて「みき」をどう売るか？ どう知ってもらい、どう広めていくか？ ということを考えさせられた。
- ・また、「みき」という文化が根ざす地域として、奄美と連携しながら発信が行えたらと感じた。
- ・製法に違いはあるが、「みき」の発信のためには清涼飲料水の製造許可を取得し、常温流通のためには、包材やラベルの見直し、機械（かまどの達人）の導入なども検討していく。

<視察の様子>



2) 商品改良

①スパウトタイプみき 菌検査

1. スパウトパウチみきの常温流通を目指し、滅菌技術をあげる。冷蔵2週間の賞味期限では島外販売の販路開拓が難しく、常温販売、または冷蔵でも最低でも1か月の賞味期限をつけることを目指して、滅菌作業の確認と技術の向上を目指した。
2. 滅菌方法を改良し、検査を行い、技術の確認をする。滅菌技術の向上が不可欠で、温度むらによる滅菌不足や、変色を防ぐことが必要だった。温度むらは少量での湯煎による滅菌方法で解決、変色はレモン汁を加えてのPH調整で解決した。

成果と気付き
<ol style="list-style-type: none">1. 冷蔵1か月の賞味期限は得られたが、常温ではまだ得られていない。今後も常温販売を目指し、技術を向上させ菌検査を繰り返していく。2. 冷蔵での38日の賞味期限が可能となり、菌数から常温での販売も可能な数値と予測された。 <ul style="list-style-type: none">・ 鍋での湯煎による滅菌のため、大量受注ができない・ 今後はスチーム機の購入などを検討する・ 新たなフレーバーのみきの菌検査も行っていく

3) ブランディング

①ロゴマークの制作

「来間島みき」の共通ロゴを制作・活用し、ブランディングすることで訴求力を高め、顧客に認識してもらい、集客や収益をアップさせる。

成果と気付き
<ul style="list-style-type: none">・ 来間島のみきの特徴である麦をモチーフにしたロゴを持つことで注目度が高まった。ばらばらだったイメージに統一感が生まれた。・ ロゴの中に「来間島 伝統発酵食」と入れたことで、「みき」の説明にもなり、店頭での説明が簡単になった。

<ロゴマーク>



②ロゴを活用した販促物の制作（シール・のぼり・タペストリー）

制作したロゴを活用した販促物を制作した。ロゴをメインに繰り返し使用することで、「来間島みき」を覚えてもらい、販売促進に繋げていく。

成果と気付き

- ・店舗で使用した感触としては、目を引き集客に繋がっていると感じる。
- ・オンラインワークショップの背景にも使用し、生活感のある背景より雰囲気が良くなったと感じている。

<販促物の完成品>



4) ブランディング

①フライヤーの制作

自家製のチラシや資料はデザイン性が乏しく、内容も薄く、配布枚数も少ない。訴求力、デザイン性の高いフライヤーの制作し、集客に繋げる。

成果と気付き

- ・手に取りやすい大きさと、シンプルなデザインのフライヤーを見て、店頭でそのままワークショップの申し込みをする人が増加。
- ・ワークショップに関心を持つ人が40代から50代の女性が多く、紙媒体への安心感からか、2種各500枚はあっという間に無くなった。SNSと同じくらいの宣伝効果があり、集客に繋がった。

<フライヤー>



②リーフレットの制作

ワークショップの内容が難しいため、補助教材的なものが必要だった。理解を深め、参加者の満足度をあげることが目的。

成果と気付き
・ワークショップ参加者に材料と一緒に配布することで、顧客の期待感と満足度があがっているのを感じた。また、「みき」だけでなく沖縄の神事や文化、食への関心へ繋がっている。

<リーフレット>



③動画の制作

「みき」の認知度が低いため、商品を動画で知ってもらえるようにする。動画をホームページやワークショップの告知サイト、催事出店時、ワークショップで活用する。

成果と気付き

- ・動画の力は大きかった。貴重な神事の映像や美しい島の風景が加わることで「みき」の価値が高まり関心が高まった。特に若い層への訴求力があつたと感じる。

<動画>

<https://youtu.be/5pMWWnBtzLE>

撮影の様子



④ホームページ制作

「来間島みき」についてや、ワークショップの告知などの情報源がバラバラであるため、見つけにくく、手間が多く、利便性を欠いているため、ホームページで情報を一元化することで、信用性をあげ、顧客の利便性をあげる。

成果と気付き

- ・ホームページがあることは「来間島みき」、および当法人への信頼性に繋がっていることに気づかされた。
- ・また、ブログや Facebook ページへのアクセス数、動画の再生回数が一気に増加し、来間島みきの認知度があがっているのを感じた。

<ホームページ>

<https://www.miki.okinawa/kurimajimamiki>

開催日	開催時間	予約受付期間
10月10日 (日) 10:00 - 12:00	10月12日 (火) 10:00 - 12:00	10月10日 (日) 10:00 - 12:00
10月17日 (日) 10:00 - 12:00	10月19日 (火) 10:00 - 12:00	10月17日 (日) 10:00 - 12:00
10月24日 (日) 10:00 - 12:00	10月26日 (火) 10:00 - 12:00	10月24日 (日) 10:00 - 12:00
10月31日 (土) 10:00 - 12:00	11月2日 (月) 10:00 - 12:00	10月31日 (土) 10:00 - 12:00