

9. 『伊良部島もずくブランド化共同体』の取組み

実施テーマ	伊良部島もずくの魅力発信
地域名	宮古島・伊良部島

(1) 対象商品とその特徴

1) 対象商品

ごはんのおとも (もずくの佃煮3種)	もずく丼の素	伊良部島もずくの 収穫体験	
株式会社郷家	伊良部島もずく パラダイス合同会社	マリNZプロ宮古	
			
規格	200 g	規格	1 ダイブ
販売価格	629 円	販売価格	10,000 円
卸売価格	523 円	卸売価格	8,000 円
伊良部島もずくを使った佃煮3種(プレーン、柚子胡椒、島唐辛子)の味つけで作りました。	伊良部島もずくを使った漁師飯。甘辛く醤油で味付けたもずくをご飯に乗せて食べるどんぶりの素。	タンクを背負って、収穫体験。船上では流れてくるもずくの選別作業もする半日漁師体験。	

2) ブランド概要

宮古島の居酒屋「郷家(ごうや)」、太くて食感のいいもずくを育てる「伊良部島もずくパラダイス」、ダイビング業を営む「マリNZプロ宮古」。島でともに歩んできた3社が、リゾート観光だけに頼らない新たな販路を確立するため、伊良部島もずくを全国に届けるべくタッグを組んだ。

3) ターゲットとする市場

- ・コロナで来島しにくい、宮古島が好きな方
- ・健康意識が高く、おいしくて健康にいい食材を求めている方
- ・沖縄の食材が好きで、もずくをよく食べる方
- ・もずくは好きだが、伊良部島もずくのおいしさをまだ知らない方

(2) 活動報告

1) 商品改良

① もずく丼の素 菌検査および成分検査

・商品の水分量と保存期間の兼ね合いを検討したく、常温、冷蔵、冷凍の菌検査を依頼。

成果と気付き

- 検査結果から今後販売していく商品の温度帯について検査機関や販売先と相談しました。
- 常温の賞味期限がもう少し長くとれると、販売先は取り扱いがしやすくなるとのことで研究や調整が必要だと感じています。
- とろっとした食感を目指しているので、熱の入れ方が重要になってくることが分かりました。常温タイプも視野に入れながら、製造・販売を続けます。

<各種検体の準備>



2) 外部専門家による指導

① もずく丼の素 料理家・冷水希三子氏によるレシピ指導

・地産地消を意識した材料での調味料のバランスに迷いがあったので試食していただき、アドバイスや指導をいただく。

成果と気付き

- 主原料のもずく以外にも地元食材を加え改良するにあたって、これまで迷いのあった調味料と水分量について指導いただいた。基本となるレシピのベースを料理研究家の冷水さんに提示いただき、それをもとに自分が理想とする味付けにアレンジしました。
- レシピが確定したので今後の販路拡大を視野に入れて OEM 先を探します。

<もずく丼の素の試作、試食>



3) ブランディング

① 地域連携企業体ブランドのロゴマークと販促物の作成

- ・「伊良部島生もずく」のロゴマークを整備する。
- ・企業体としての取組みをPRするため、のぼり、テーブルクロス、車用宣伝マグネット、ポスターを作成する。

成果と気付き

○地域連携企業体として目指すべきブランドの方向性を定めるのに時間を要しましたが、最終的には3社ともに納得のいくロゴマークができあがりました。宮古島のあざやかな海と、そこで豊かに育つもずく。潜ってたのしい、食べておいしい、伊良部島生もずくのよさを表現できたと思います。

<ロゴマーク、販促物のテーブルクロス>



- ② ブランドロゴ完成による「ごはんのおとも」「もずく丼の素」パッケージ改良
 ・ブランドロゴと、3社の取組みを、各商品パッケージに入れ込む。

成果と気付き
○地域連携企業体のコンセプトと、3社の取組みを、各商品パッケージに分かりやすく入れ込むことができました。ある商品を手に取ったお客様へ、その他商品のPRができるようになったので、今後の効果に期待したいです。

<各種パッケージデザイン>



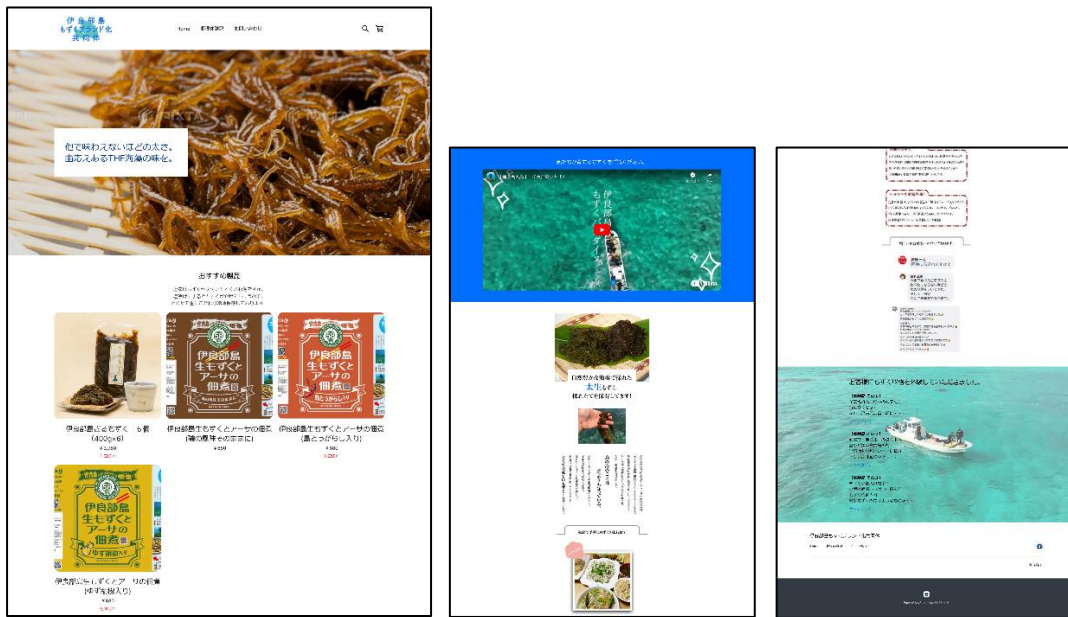
4) 情報発信

① EC 連動の公式サイト制作

- ・3社の取組みに関する情報発信と、EC サイト構築により購入しやすいシステムを作ることが目的。

成果と気付き
○これまで受注の際に銀行振込を利用していたが、EC サイトを作ることによってクレジットカード決済ができるようになり、手間を大きく省くことができるようになった。
○商品の紹介文章をきちんと作り込み、サイト単体でも商品の魅力を伝えられるようさらに改善していきたい。

<公式サイト>



② もずく養殖の取材、記事化

・もずく養殖の水中撮影および「伊良部島もずくの収穫体験」の体験記事の作成。体験記から商品に興味を持ってもらい、申し込みにつなげることを目的とする。

成果と気付き
○撮影と原稿を長年島に住むカメラマンへ依頼。島のことを理解してきているはずだが、もずく養殖について何となくテレビで見ただけ、作業の様子を実際は見たことがないとのことでした。
○初心者、素人の目線で水中に潜れる人をチョイスして、取材をしていただきました。彼女が知っている海の中と、実際作業をしている海の中は印象が違ったようで、臨場感のある記事に仕上がりました。
○SNSで記事を拡散したところ、日毎にアカウントのフォロワーが増えたことにはうれしい驚きで、読み手にも収穫体験の面白さが伝わったのだと思います。
○遠隔のお客様にも収穫の最盛期を楽しみにしてもらえる実感があったので、今後も成長記録を続けてコンテンツ化し、ファンになってもらいたいと思います。

<公式サイトへの掲載、SNSでの拡散>



③ PR 動画撮影

- ・伊良部島の海の美しさをアピールするために空撮を希望。空からの風景と、もずく畑のようすを映像におさめ、島で育てている産物であることをアピールする。

成果と気付き
<p>○撮影は天候が重要で撮影タイミングの設定が難しかったが、空からの風景は住んでいる私たちが見てもため息の出るような景色で、この映像をお届けできることをうれしく思います。カメラマンはもずく漁師を魅力的に撮影しようと尽力してくださったり、こんな画が撮りたいと積極的にアイデアを出してくれました。</p> <p>○島の魅力を陸から、海から、空からおさめてもらいました。美しい海で育つもずくを実際に見てみたいと思ってもらえる映像が仕上がり、今後の販促活動に役立てたいと思います。</p>

<PR 動画>



5) 出展・商談

① 交通会館マルシェ（東京都）

- ・伊良部島生もずくを生産者の立場と加工者の立場として多くの方に周知する。有楽町の交通会館マルシェを会場として選定し、会場設営から対面販売、ポスターやフライヤーによる PR、商談を実施しました。

成果と気付き
<p>○生産者と加工者が連携して出展・販売することで、安心・安全な素材を加工しているチームだとお客様が認識してくださり、納得して購入してくださる方が多かったです。</p> <p>○伊良部島の生もずくが他と比べて太く食感が良いこともお客様へアピールでき、購買意欲が高まるポイントになると実感しました。</p> <p>○生もずくを試食してもらうことで、このもずくを使った加工品です、とスムーズに説明ができました。</p> <p>○伊良部島生もずくの佃煮三種（プレーン味、島とうがらし味、柚子胡椒味）を販売したところ、お客様からの反応も良く、4月からのもずくの収穫に合わせて増産も視野に入れて販売数を伸ばしたいと思います。</p>

- もずく丼の素は、試食したほとんどの方が「おいしい」と購入してくださったのですが、一部の方から「しょっぱい」という声もありました。ご飯にかける前提なので、ご飯にのせて提供してもよかったというのは反省点であり、今後に活かしたいです。
- 改めて生もずくは需要があると実感しました。塩につけてない、生である商品はなかなか見かけないから、と喜んでいただける声が一番多かったのがうれしかったです。

<出展のようす>



