

2. 2. 3 試作品の作成

(1) 試作品作成の考え方

販売戦略会議を通じて試作品・パッケージを作成した。また、3村の連携による取組や商品ラベルとして活用できるロゴを作成した。

(2) 試作品

1) いいな3村ロゴ

3村の地理的な位置関係と結びつきを三角形で示し、3村を繋げる波を描いた。また、色合いは3村それぞれを象徴するイメージカラーとした。シンプルで商品ラベル等にも使用しやすいロゴを作成した。



図2-17 いいな3村ロゴ

2) 物販用ブレンド泡盛

①商品内容

3村の泡盛の三合瓶を3本セットにした。小窓の付いた長方形の箱にパッケージした。

②パッケージデザイン案

3村の地形と村花をあしらった明るいデザインとした。女性にも手に取ってもらえるよう、やさしいタッチで描いた。

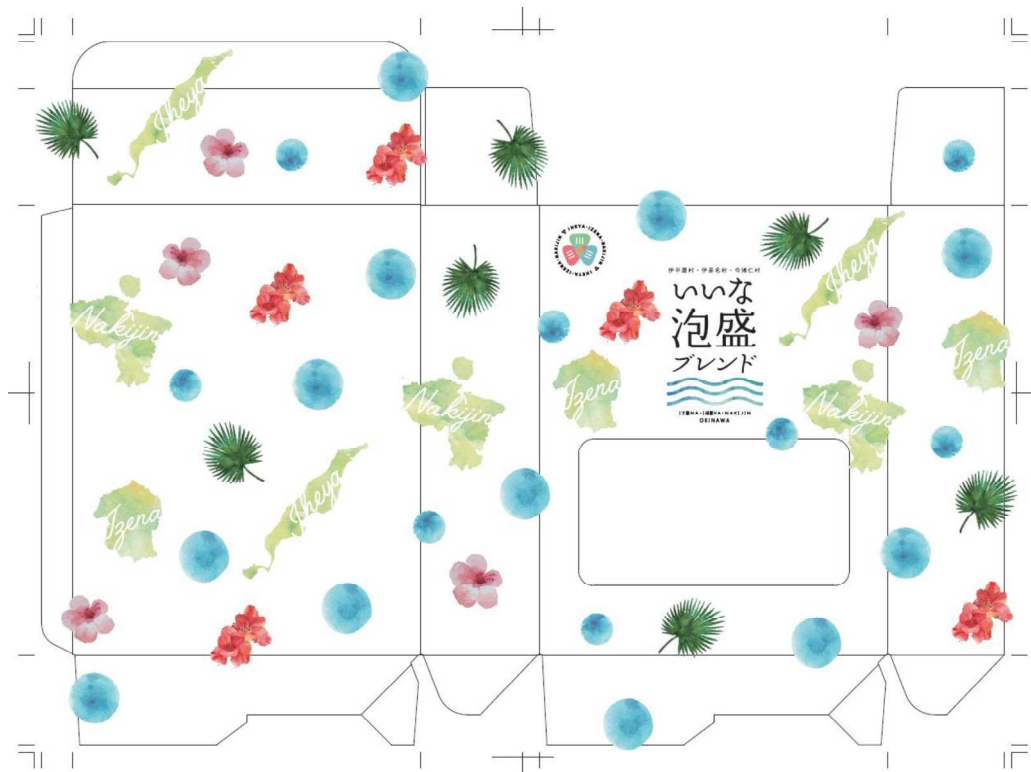


図2-18 ブレンド泡盛パッケージ案

3) 物販用いいなおむすび

①商品内容

伊平屋村及び伊是名村で生産している米を1合ずつ袋に詰めておむすび型の箱に入れ、今歸仁村の油みそを詰めた小瓶とセットでパッケージした。箱には、3村の連携に対する想いとおむすびのつくりかたを伝えるメッセージカードを添えた。

②パッケージ案

ブレンド泡盛と同様に、3村の地形と村花をデザインした。さらに、3村の印を3村のイメージカラーでプリントした。

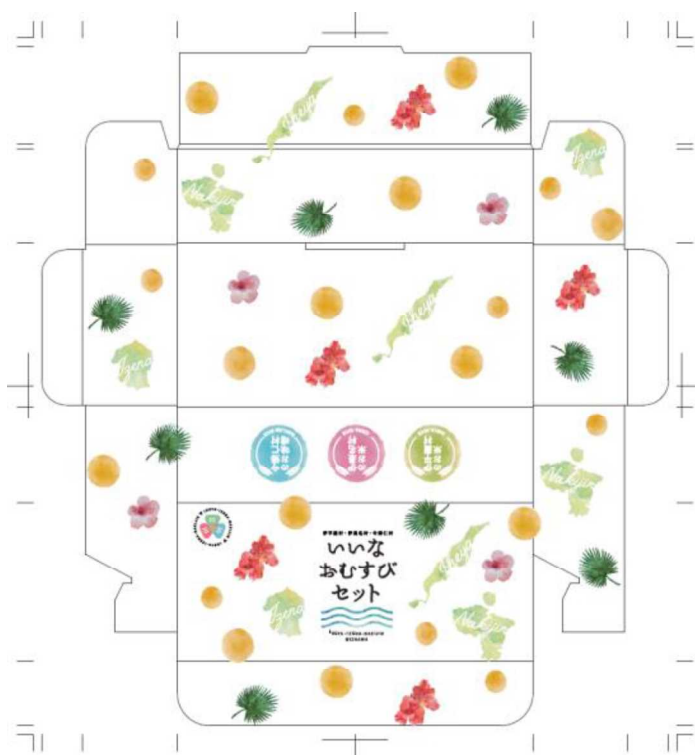


図2-19 いいなおむすびパッケージ案

4) 民泊用おむすびの手引き

民泊(体験プログラム)におけるおむすび作りに関して、3村連携に対する想いや安全・衛生面の注意事項等について、3村・各家庭で共通して説明することを目的としておむすびの手引きを作成した。



いいな3村 みんなでむすぼう！ おむすびの手引

いいむすびつきに出逢える。「いいなおむすび」
体験させ育む思いでづくり

- おむすび作りを通じた食育
～ 楽しさ、美味しさ、ありがたさ ～
- 沖縄の自然を感じながら食べる思い出づくり
～ 思い出に残る食事や体験 ～

おいしい「いいなおむすび」のつくり方

おむすびは、米 1 合から約3つつくれます。
いいな3村にちなんで三角形にむすんでください。

～ 美味しい作り方 ～

まだご飯がしっとりしているうちに。

ご飯は、70℃前後が適温(室内温度にもよりますが、炊き立てなら器に盛って約3分以内、保温状態だと器に盛って1分以内。)

空気が入るようにふんわりと。外で食べる場合はしっかりと。

4回程度の手むすびで十分

完成したら、1分以内にラップを。

乾燥させないのがおいしさキープのコツ

おむすび体験の際の注意点

炊き立てのご飯を使用する場合には、やけどには充分注意し、できれば薄手の調理用手袋を用意しましょう。

細菌の発生を防ぐため、必ず手洗いを遵守しましょう。調理用手袋の着用が有効です。

できあがったおむすびを 屋外等で食べる場合、おむすびの温度管理をおこない、手拭用のアルコールティッシュ等を用意したほうが良い。

いいな3村における取組み

家族や地域のつながり、懐かしさを感じるいいな3村の連携によってこの取組はスタートしました。
「伊(い)是名村」「伊(い)平屋村」「今(な)婦仁村」、3村の頭文字をとって「いいな」と名付けました。

民泊でのおむすびづくりを通して、新たに地域を超えて生まれる“むすびつき”
村での思い出を懐かしみ、大切な人との絆を確かめるきっかけにしていただけだと願っています。

3村の食材でワンランクアップ

伊是名村の太陽をサンサンと浴びて育った「ひとめぼれ」、
伊平屋村の豊かな大地で育った「ちゅらひかり」、
今婦仁村のかあさんが丹精こめてつくった「油みそ」。
むらの素朴な美味しさを使うとまた格別な味わいになるでしょう。

2. 2. 4 試作品の実証

(1) 実施の考え方

販売戦略会議を通じて試作品・パッケージを作成し、モニター調査による検証を行った。

(2) 実施概要

2月12日(金)～14日(日)に開催された「伊是名村 物産・観光と芸能フェア」において、作成したいいなおむすびとブレンド泡盛の試作品についてアンケートによるモニター調査を実施した。

<試作品のモニター調査概要>

日 時	平成 28 年 2 月 12 日 (金) ～14 日 (日)
場 所	那覇市タイムスビル (伊是名物産・観光と芸能フェア会場)
調査対象	「伊是名物産店・観光と芸能フェア」
調査方法	対面式のアンケート調査
サンプル数	有効回答数 44 サンプル



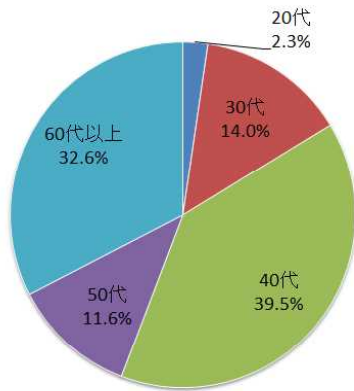
図2-20 アンケート調査の様子

(3) 実証の結果

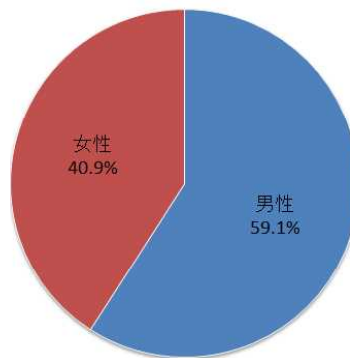
1) 基本属性

今回のアンケート回答者は、沖縄県内の回答者及び男性の回答者が半数以上を占めている。
また、年齢構成は 40 代及び 60 代が多く回答いただいた。

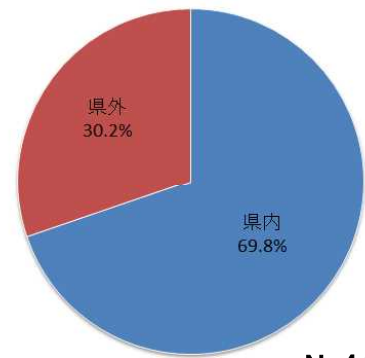
①年齢



②性別



③出身



N=44

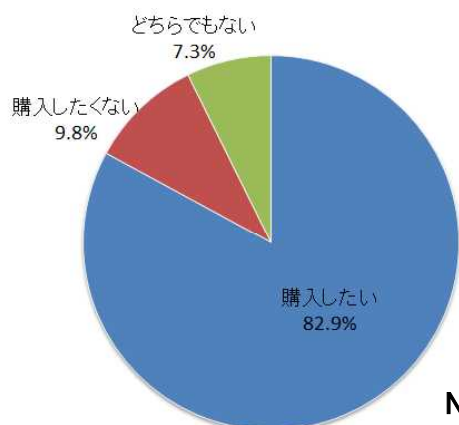
図2-21 基本属性

2) ブレンド泡盛について

購入意向について 8 割以上が購入したいと回答しており、支払い意思額としては 1,001～2,000 円が最も多い結果となった。

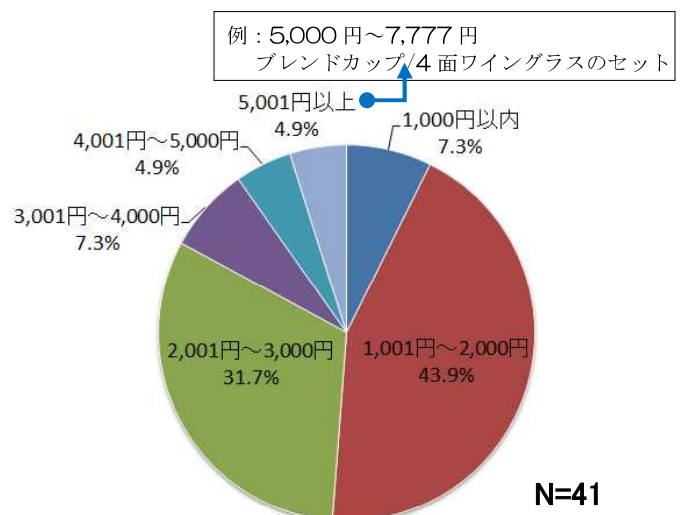
一方で、購入しない理由として容量が大きく重たいことが挙げられることから、瓶のサイズの最小化を図ることが必要である。また、居酒屋における提供等についても今後の検討課題として挙げられた。

①購入意向 (Q2)



N=41

②支払意思額 (Q4)



N=41

平均値：2,645 円、最頻値：2,000 円、中央値：2,000 円

図2-22 購入意向・支払意思額

③購入しない理由（Q3）

価格について	・ 価格による。
パッケージについて	・ 小型ボトルがほしい。 ・ サイズがもう少し小さい方がお土産としては手軽に買える。 ・ この大きさと泡盛好きな人にとってはいいが、泡盛好きな人はたぶんあまりブレンドはしないと思う。 ・ 600ml 3 本で重い。ブレンド泡盛と表示しているので、ブレンドしてもっと小さいビンにしたら良いのでは。
ブレンドについて	・ 単体の良さ、味が失われたため、3 人美人をかけると普通の酒となる。 ・ ストレートに味わいたい。
その他	・ 地元の居酒屋などで料理と合わせる形などで提供されると面白いと思う。 ・ 島内のでいいのではないかな。 ・ 最初は居酒屋の良さを知ってもらいたい。 ・ 飲んでもらった後でブレンドを勧めていきたい。 ・ 沖縄の文化、ブレンドすること、臨機応変の考えを伝えたい。 ・ いいな泡盛では山和にで、ミーブン泡盛でいかがかな。

④感想（Q1）

味について	・ 優しい味わい。 ・ フルーティー。 ・ 照島がおいしい、常盤もおいしい、パッケージがきれい。 ・ まろやかになる感じがする。 ・ 4 種とも味が違い大変おもしろい。 ・ おいしかったし面白かった。アンマーは優しく飲みやすかった。 ・ アンマーを飲んだ、辛みが効いてて良い。 ・ 北部、離島の比較的近い地域の泡盛だが、それぞれ違った特徴の味で楽しめた。 ・ 常盤が好み ・ 3 種それぞれ匂いや味が口の中に広がる（カーッとくる感じ）が違って、人それぞれ好みがあると思うが、どれもおいしかった。 ・ 単独の泡盛より飲みやすくなる。 ・ 初めて試飲。キリリとした味わいでおいしかった ・ おいしかった。泡盛をブレンドすることはなかなかないので面白いと思った。 ・ マイルドで飲みやすい。女性に喜ばれる。 ・ のみやすくておいしい。
香りについて	・ 匂いが昔の泡盛の感じがした。 ・ 「古里」の香りが消えて無味となるので、古里の原酒のままで良いと思う。 ・ 香りが良い。
コンセプトについて	・ おもしろい試みだと思う。 ・ それぞれの特徴がでておもしろい。 ・ コンセプトがおもしろい。味も単体とは違って楽しめる。サイズは小さい方がいい。
ブレンドについて	・ 泡盛のブレンドは初めてだったが、ブレンドの配合具合によって味わいと強さまで違って感じて面白いと思う。 ・ 組み合わせによって良し悪しがあると感じたが、今までにない味わいがあった。ブレンドによってありだと思う。 ・ 私は正直ブレンドは嫌いだった。しかし、今回初めてブレンドをしたお酒を飲みましたが、まいった、おいしかった。 ・ 泡盛をブレンドして飲むのは初めて。見せ方が面白い。

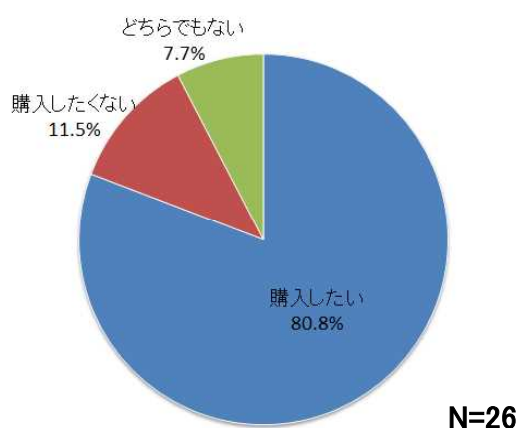
	・ブレンドが面白い。違いは分からないが。 ・ブレンドをしたことは今までなかったので新しい発見だった。 ・自分好みのブレンドを探してみたい。
その他	・違和感はない。 ・各々の違いがあって楽しい。ただしセットで販売するのであれば、セット用のボトルとラベルラベルがほしい。 ・リキュールでのヒラミレモン、タンカンとか、女性向けのアピールはどうか。 ・重い。1/3サイズなら買いやすい。 ・小さいサイズで。

3) おむすびセットについて

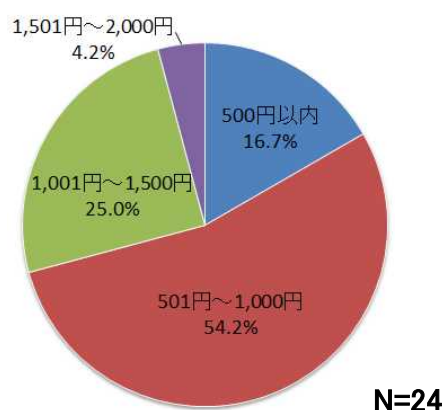
購入意向について 8 割以上が購入したいと回答しており、支払い意思額としては 500～1,000 円が最も多い結果となった。

一方で、購入しない理由として、おむすびを販売する理由やターゲットが分からないことや、商品の内容(中身)が分かりづらい等の回答が挙げられ、商品コンセプトを分かりやすく提示し購入意欲へはたらきかける工夫が必要である。また、お土産以外のギフトとしての提供方法についても今後の提供ターゲットとして挙げられた。

①購入意向 (Q2)



②支払意思額 (Q4)



平均値：945 円、最頻値：1,000 円、中央値：1,000 円

図2-23 購入意向・支払意思額

③購入しない理由 (Q3)

量について	・ お米の量が少なすぎる気がする。 ・ 1 合だと使いづらい。パッケージがおむすび型の携帯できる容器（デザイン良いもの）なら買う。
コンセプトについて	・ なぜおむすびかが伝わりにくい。誰が買うのかをはっきりさせる。 ・ もっと特徴を出してほしい。
その他	・ 値段は分からないがおみやげ用としては中身がわからなすぎる。

④感想 (Q1)

お米について	・ あまり出回ってない米なので興味がある。 ・ 米の味比べができていいと思う。 ・ 水も一緒に。米の特徴をもっと伝えてほしい。 ・ 米だけならおむすびにしない方が良い。イメージが伝わりにくい。 ・ 島によってお米の味がどのように異なるのか確かめながら食べてみたい。 ・ 伊是名のお米はとにかくおいしい。他の県のお米よりおいしい。他のお米を食べられなくなるくらいおいしいのでイケるはず。 ・ 新米をうりにしたら良いのでは。
量について	・ 2 合にしてはどうか。 ・ 量が少ない。
パッケージについて	・ まずパッケージが可愛くてギフトにいいと思う。中もお米がおむすびの三角形で入っていて気が利いているし、みそとセットでおむすびセットは見たことが

	なく、珍しくていい。 ・パッケージがきれい。 ・かわいかったし、お土産に喜ばれそう。デザインが素敵。 ・沖縄の植物を使ってパックしてあるし、かわいいと思う。 ・包装に金かかりすぎ。気張りすぎて持ち運びに不便。
コンセプトについて	・おもしろい。 ・ステキな発想だと思う。頑張ってください。 ・面白いと思うが、あえて購入しようとは思わない。 ・食べ比べるのは面白いと思う。 ・面白いアイデアだと思う。 ・このセットがおいしいのか、勝った人がどう満足するのか、その辺を吟味してほしい。 ・コラボ企画として非常に面白いと思う。
その他	・あったら買いたい。 ・炊飯する場合の作り方（炊き方）説明が必要か。 ・にぎらないおむすびに興味がある。 ・今のものは買わない。 ・おむすびパッケージなら、米付き 1 個 500～800 円。 ・結婚式用のプチギフトに活用してはどうか？箱も綺麗だし金額的にも手ごろ。

<参考：アンケート票>

○あなたの年齢 【☐20代 ☐30代 ☐40代 ☐50代 ☐60代以上】 ○あなたの性別 【☐男性 ☐女性】 ○あなたのご出身【☐沖縄県内 ☐沖縄県外】	
<u>商品について</u>	
Q1. ブレンド泡盛セットの試飲をした感想をお聞かせください。 Q2. ブレンド泡盛セットをお土産として購入したいと思いますか？ 《購入したい / 購入したくない》 Q3. Q2でブレンド泡盛セットをお土産として購入したくないとお答えになった方へ、その理由をお聞かせください。 Q4. ブレンド泡盛セットを購入するとしたら、いくらで購入したいですか 【 円 】	Q1. おむすびセットについて率直なご意見をお聞かせください。 Q2. おむすびセットをお土産として購入したいと思いますか？ 《購入したい / 購入したくない》 Q3. Q2でおむすびセットをお土産として購入したくないとお答えになった方へ、その理由をお聞かせください。 Q4. おむすびセットを購入するとしたら、いくらで購入したいですか 【 円 】
アンケートへのご協力、誠にありがとうございました	

2. 2. 5 今後の方向性

コミュニティ・ビジネスの販売戦略に関する勉強会及び戦略会議における、商品の付加価値化や販売戦略に関する検討結果を踏まえ、いいな3村連携によるコミュニティ・ビジネスの推進に向けた今後の取組の方向性として以下が挙げられる。

（１）物販用いいなおむすび

- “家族の学校”というコンセプトやいいな3村の連携にまつわるストーリーを検討し、商品の付加価値化を図るとともに、提供方法（ターゲット、販売方法・場所、価格等）を具体化する。
- 余剰米の入手ルートやパッケージのサイズ・デザインなど、各村の農協・契約農家など関係者との連携体制を構築する。

（２）民泊用

- 民家での体験内容や食べるシーンなどをより明確にしたうえで、文章の表現をブラッシュアップする。

（３）ブレンド泡盛

- 「なぜ3つのお酒をブレンドして楽しむのか」というストーリーを明確に発信し、他の泡盛セットとの差別化を図る。
- 提供方法（ターゲット、販売方法・場所、価格等）を具体化し、レシピブックやメモリ付容器等の付属を検討する。
- 各村の酒造会社など関係者との連携体制を構築する。
- 将来的に、3村の泡盛をブレンドして瓶詰したブレンド泡盛の販売を目指す。

2. 3 広域連携組織の継続・展開に対する活動の促進（いいな3村）

広域連携組織の持続・展開施策として、「いいな3村」の連携組織設立のサポートを実施した。具体的には、前年度に合意が得られた、「いいな3村」の連携組織設立に向け、企画・調整を行った。

2. 3. 1 活動促進の考え方

今後、継続的・発展的な広域連携が可能なよう「いいな3村」の連携組織の設立に向けたサポートを行った。

2. 3. 2 活動促進の実施概要

（1）連携会議の開催概要

3村の合意形成の場として開催した、いいな3村調整会議の開催概要を以下に示す。会議の参加者は、3村の行政・実践者、県、受託事業者の4者を基本とした。

次頁以降に、各回の開催状況を示す。

（※会議資料は参考資料 1、会議議事録は参考資料 2 を参照）

表2-12 いいな3村調整会議 （再掲）

回数	日程	場所	参加者
第1回	平成27年9月29日（火） 11:00～12:30	運天港フェリーターミナル 1階	3村行政・実践者、 県、受託事業者
第2回	平成28年1月22日（金） 15:00～17:30	今帰仁村 あいあいファーム セミナールーム	3村行政・実践者、 県、受託事業者
第3回	平成28年3月8日（火） 9:00～12:00	今帰仁村 あいあいファーム セミナールーム	3村行政・実践者、 県、受託事業者



図2-24 いいな3村調整会議の様子

(2) 検討経緯

いいな3村調整会議においては、体験交流プログラムやコミュニティ・ビジネスの検討に関する進捗の共有及び協議を実施するとともに、今後の連携体制について議論した。

表2-13 検討経緯

回数	体験交流プログラム	コミュニティ・ビジネス	連携体制
第1回	・コンセプト“家族の学校”を確認し、ターゲットとして民泊体験した小学生の家族と想定した。 ⇒伊平屋村をフィールドに第1回勉強会を開催し、プログラムを実体験する	・検討対象を「いいなおむすび」及び「いいなブランド泡盛」とすることを確認した。 ・開発商品の試食・試飲を今年度開催するイベントで開催することとした。 ⇒商品の裏にあるストーリーや商品の展開方法について、勉強会で協議する	・広域連携組織の役割として、広域的な横のネットワークを強め受入環境の質的向上を図ることとした。
第2回	・各村の観光協会において検討したツアー内容について協議し、コンセプトに基づいたツアー内容の向上が課題として挙げられた。 ⇒研修会においてツアー造成を実施する	・商品の提供方法として“家族の学校”というコンセプトを意識したものとする。 ・パッケージデザインを選定した。デザインは3村の色や村花をモチーフにする。 ⇒改良した上で、「伊是名村物産・観光と芸能フェア」にてモニター調査を行う	・各村内において協議することとした。
第3回	—	・瓶サイズの最小化やブランド泡盛の提供に向けて、酒造会社と再協議することとした。 ・民泊でおむすびを作る際の手引きについて民泊における位置づけを踏まえて改良することとした。 ⇒商品開発検討を継続する	・連携組織の体制案を確立した。 ⇒各村役場に担当者を置き、行政により事務局を担う ⇒具体の事業については分科会を設けて活動する

表2-14 今後の連携に向けた核村の意見

	今後の連携に向けた意見
伊平屋村	・各村に一人ずつ担当者を設けて責任の所在を明確にする。 ・定期的に定例会を開催することにより、3村の足並みをそろえる。 （・収益の分配方法について課題）
伊是名村	・収益性の高い事業を実施する （例：“選べる”家族の民泊、3村の連携商品をふるさと納税返礼品として提供） ・情報発信力及び物流面を勘案し、今帰仁村観光協会を事務局とする。 ・収益は各村へ還元し、今帰仁村観光協会への割合を高く(9割)設定する。
今帰仁村	・いちやり場祭りによって構築されつつある連携体制(実行委員会)を活用する。 ・事務局は取組内容に応じて変更可能とする。 ・3村合同による物産展や芸能フェアによるPR、モデルツアーを実施する。

2. 3. 3 検討結果

いいな3村調整会議における協議を踏まえたそれぞれの検討結果について以下に示す。

(1) 体験交流プログラム

- ・地域の魅力を掘り下げ、“家族の学校”をコンセプトとしたツアーを造成する。
- ・いいな3村に魅力・価値を感じる“潜在的来訪者”（ターゲット）を明確にする。
- ・ターゲットに応じた提供体制を設ける。（たとえば、受入窓口のワンストップ化及び情報発信拠点の設置なども考えられる。）
- ・行政との協働による取組体制を構築するとともに、地域づくり・地域の持続性に向けた一手段として位置付けを地域内においても明確に示す。

(2) コミュニティ・ビジネス

①ブレンド泡盛

- ・瓶サイズの小型化やブレンド泡盛の提供に向けて継続して検討を進める。

②いいなおむすび

<販売用>

- ・商品コンセプトを分かりやすく提示し購入意欲へはたらきかける工夫を行う。
- ・お土産以外のギフトとしての提供方法についても今後の提供ターゲットとして検討する。

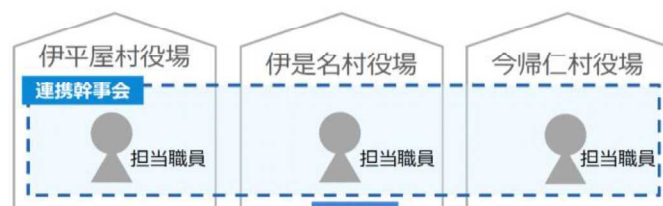
<民泊用>

- ・民泊における位置づけ・実施方法を継続検討する。また、これを踏まえて手引きの掲載内容を修正し、受入れ民家と共有する。
- ・余剰米の入手ルートやパッケージのサイズ・デザインなど、各村の農協・契約農家など関係者との連携体制を構築する。

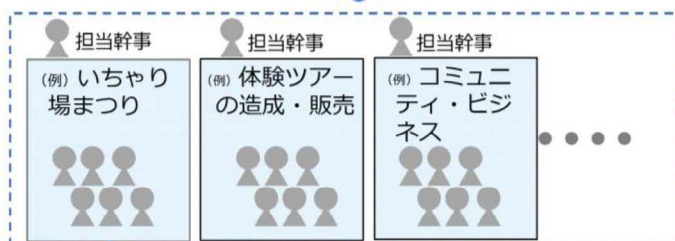
(3) 今後の連携体制

- ・本連携の趣旨は、地域の持続性に資するものであり、公益的な趣旨を踏まえ展開できるよう各村で担当職員（連携幹事）を任命して行政担当者を軸に体制を構築することが望まれる。
- ・連携幹事は、定期的な意見交換を行い、3村の絡む連携事業全般の情報を把握し、効果的な実施体制を構築する。
- ・公益的な趣旨を踏まえたうえで、具体の活動については観光協会等の連携プロジェクトの具体化に必要な関係者を巻き込みながら体制（推進ワーキング）を形成することが望まれる。
- ・推進ワーキングには連絡窓口となる推進幹事を設置する。
- ・連携幹事は、推進ワーキングの状況について把握する。
- ・推進ワーキングは、安定的な収益が確保される場合、将来的に民間団体の設立することもある。

<いいな3村連携体制(案)>



- ・ 3 村の役場がそれぞれ担当職員を配置。
「連携幹事会」を実施。
- ・ 連携の窓口・旗振り役となる



- ・ テーマに応じて必要な関係者を巻き込んだ推進ワーキングを形成。
- ・ 「担当幹事」を決めて、担当職員と連携を取りつつ推進する。

「推進ワーキング」：観光協会、商工会、JAなどの関係主体の担当者で形成