

4. 『農事組合法人石垣島海のもの山のもの生産組合』の取組み

実施テーマ	島のスパイス調味料の使用方法を EC サイト&パンフレットでわかりやすく説明し、顧客の購入意欲アップを目指す
地域名	石垣島

(1) 対象商品とその特徴

1) 対象商品

シークワサーこしょう	
	
規格	40 g
販売価格	540 円
卸売価格	378 円
<p>シークワサー果皮の爽やかな香りに、青唐辛子の激しい辛味を練り込んだシンプルな練り香辛料。</p>	

生七味	
	
規格	40 g
販売価格	540 円
卸売価格	378 円
<p>生の素材を独自の配合で混ぜ合わせ、乾燥素材には出せない辛み、香りを出しました。島の素材を贅沢に使用。</p>	

島ハリッサ	
	
規格	40 g
販売価格	540 円
卸売価格	378 円
<p>唐辛子をベースに、にんにく、オリーブオイル、石垣島の数種類のスパイスを加えた独特の辛味調味料。</p>	

2) ブランド概要

同社は農業生産を基盤とした事業所で、自社農場で育てた作物の加工・製造・販売を一貫して行っている。主にスパイス・ハーブを栽培し、沖縄に昔から伝わる食材を粉末にした香辛料・調味料を製造。商品は少ロット生産で多品目を製造しており商品アイテムとしては 30 品目を製造。コロナ期間で気づいた様々な課題を解決するため、対面でなくても商品の魅力を分かりやすく伝え、購入してもらえる仕組みづくりに取り組む。

3) ターゲットとする市場

- ・お土産市場、取り寄せ商品市場
- ・リピート購入の促進

(2) 活動報告

1) ブランディング

① 商品カット、使用イメージカット（しずる感）の撮影

- ・ EC サイトのみならず、ふるさと納税サイトで競合返礼品に埋もれないためにも、目を引

く写真（商品単体写真・食イメージ写真・セット写真）を専門の方に撮って頂く。

成果と気付き

- 沖縄の調味料をより身近に感じて頂けるように、和洋中のジャンルを問わない家庭料理での食べ方例を撮影した。
- ふるさと納税・ソーシャルメディア等で活用できるものが撮影できた。
- 食べ方の写真を撮り直すことで、より買ってみたいと思ってもらえるようなものになったと思う。

<撮影カット成果物・撮影のようす>



② 「いつもの食卓にちょい足しレシピ」の作成

- ・対象商品をより身近な調味料として認識して頂くためのパンフレットを作成。
- ・デザイナーに協力いただき見やすいものを目指す。

成果と気付き

- 同社では初のイラストによるレシピを作成。写真ではなく、イラストを採用することで冊子になったとき「日常の食卓でも気軽に使ってほしい」「身近に感じてほしい」という意図を上手く表現できた。親しみやすいパンフレットに仕上がった。
- 同社 EC サイトにも掲載し、お客様へ周知することができた。

<パンフレット成果物>



2) 情報発信

① EC サイトのリニューアル

- ・長年使用している EC サイトだが、システムのバージョンアップができておらずお客様からスマホで見づらい等の意見を頂いたり、流通システムとの連携がうまくいかなく二重仕事になったりという課題があった。そのため EC サイトのバージョンアップ及びリニューアルを行う。

成果と気付き
<p>○TOP ページデザインの制作にあたって下記の点を考慮した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存のサイトを踏襲する（既存顧客に違和感を与えない） ・なるべくシンプルに見やすいものとする ・必要なページにすぐにたどり着ける動線設計を行う ・レスポンスを考慮したデザインとする（スマホで負担なく操作できるように） <p>○メインの大きな画像とその下のバナー（現時点で4つ、リンク有り）はそれぞれが横にスライドする仕様とした。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おすすめ商品は、管理画面から任意に変更可能。 ・現在は8アイテムでデザインしているが、12アイテム、16アイテムの表示も可能。 <p>○「海もの山のものについて」バナーおよび「あすみおファームについて」バナーは、それぞれのページにリンクするよう設定。サイト内で回遊できるよう動線を設計した。</p>

<EC サイト成果物>



3) 出展・商談

① 交通会館マルシェ（東京都）

- ・パンフレット「いつもの食卓にちょい足しレシピ」がお客様に対して分かりやすいものになっているかテストマーケティング等を行う。
- ・「どんな料理に使ったらいいかイメージが湧きにくい」「使い方が狭いと使用頻度が下がりがりリピートしづらい」という意見を改善できるかを調査・検討する。

成果と気付き

- 同社の顧客数が一番多い東京でテスト販売することで、「いつもの食卓にちょい足しレシピ」の効果をはかった。直接お客様と対話して意見を聞くことで、今回の活動成果を肌で感じ、作り手としての今後の取り組みに活かすことができた。
- ほとんどのお客様が「いつもの食卓にちょい足しレシピ」があると日常の食卓での使用シーンがイメージしやすい、と回答した。一部のお客様は具体的なレシピもあるとより使いやすい、と回答した。
- QRコードで同社のHPを閲覧するお客様が増えてくれることに期待したい。

<催事の様子>

