

## 4.3 石垣島 HAPPY コラボレーションの取り組み

### 4.3.1 石垣島 HAPPY コラボレーションの活動と成果の概要

〈活動テーマ〉

石垣島の地ビールと泡盛でつくるハイビールカクテルと石垣牛ビーフジャーキーとのマリアージュ

〈現地指導会〉

日 時：7月12日（木）13：00～17：00

場 所：大浜信泉記念館 研修室 I

テーマ：ホームページ改良、動画作成

〈販路開拓活動一覧〉

日付	活動名	場所
5月26日～5月27日	ビアフェス出展 Red,&White CraftBrew 2018	プラザハウス内 バトラーオフィスクラブ (北中城村)
5月28日～6月1日	商談会実施に向けた打ち合せ及び販路開拓	大阪市内
6月7日～6月11日	HAPPY コラボ商談会、物流対策打合せ、及び新規販路開拓	大阪市内
6月27日～7月2日	HAPPY コラボ商談会、物流対策打合せ、及び新規販路開拓	大阪市内
7月26日～8月2日	HAPPY コラボ商談会開催、販路開拓	大阪市内
8月24日～9月2日	HAPPY コラボ商談会終了後の来場店舗への新規導入交渉	大阪市内
9月21日～9月30日	販路開拓、新規導入店フォロー	大阪市内
10月12日～10月15日	沖縄アウトバーフェスト出展 10月13日(土)～10月14日(日)開催	北谷フィッシャリーナ (北谷町)
11月21日～11月26日	離島フェア2017出展 1月23日(金)～11月25日(日)開催	沖縄セルラーパーク那覇 (那覇市)
11月28日～12月1日	沖縄大交易会出展 11月29日(木)～11月30日(金)開催	沖縄コンベンションセンター (宜野湾市)
12月12日～12月16日	国際通りお土産品店 販路開拓	沖縄本島 国際通り
1月28日～1月30日	国際通りお土産品店 販路開拓	沖縄本島 国際通り
2月1日～2月4日	HAPPY コラボ商談会開催、販路開拓	大阪市内
2月13日～2月15日	国際通りお土産品店 販路開拓	沖縄本島 国際通り

〈対象商品と特徴〉

事業者名	商品名	規格	商品説明
石垣島ビール株式会社	癒しのマリンビール	330 ml	瓶の栓を開けた時に、ほんのり海の香りのような、心安らぐアロマが広がります。ゆっくり目を閉じて飲めば、真っ白い砂浜に小さな波が何度も何度も押しよせる様子が目に浮かびます。
	癒しのマリンビール	200 ml	
	石垣島地ビールヴァイツェン	330 ml	石垣島ビールのヴァイツェンは、生きた酵母がそのまま入った本格派ヘーフェヴァイツェンです。ドイツから輸入した酵母を亜熱帯海洋性気候「石垣島」の空気と水で育てており、南国の香りがするビールに仕上がっています。
	石垣島地ビールヴァイツェン	200 ml	
	南国シュヴァルツ石垣島の黒ビール	330 ml	エキゾチックな亜熱帯の香りがローストモルトの中に混じり、「コク」の中に「遊び」があります。濃い小麦色をしたヴィジュアルと奥行きのある上品な香りは、ワンランク上の「大人のくつろぎ」を演出します。
	南国シュヴァルツ石垣島の黒ビール	200 ml	
	石垣島ハイビール	330 ml	癒しのマリンビールと芳醇な香りとうすがすがしい甘みのある白百合を4:1でブレンドしたアルコール度数10%の石垣牛にいちばん合う新しいジャンルのお酒です。
	石垣島ハイビール	200 ml	
株式会社池原酒造	白百合	3合	芳醇な香りとうすがすがしい甘みのある風味豊かな味わいです。
	白百合	4合	
	白百合	1升	
	古酒	4合	甕で熟成された古酒。白百合よりさらに芳醇な香りと深いコクが楽しめる泡盛です。
	赤馬	4合	現在のマイルド嗜好に逆行し独特の味を守り抜く泡盛です。
株式会社いしなぎ屋	石垣牛ビーフジャーキー	40 g	石垣牛の上品な柔らかさと甘みが特徴的なビーフジャーキーです。

## (2) 現地指導会〈ホームページ改良、動画作成の検討〉

平成 29 年度に作成した石垣島 HAPPY コラボレーションのオフィシャルサイトへのアクセス数が、2 桁代とかなり低い状況なので、SEO 対策及びホームページ改良も含め、沖縄県内で多くの公式サイト作成実績のある砂川氏を講師に招き、現地指導会を実施した。

実施日	講師	参加者	内容
7 月 12 日 (木) 13:00~17:00 大浜信泉記念館 研修室	砂川和也氏 ノイプラス株式会社 代表	塩谷篤、加藤剛 (石垣島ビール 株)、池原優 (株池原酒造)、石垣 憲良 (株いしなぎ屋)、眞壁明宏 (沖縄県企画部 地域・離島課)、 宮城健 (株沖縄 TLO)	現在、HP へのアクセスが非常少ないので、改良に当たり検索上位にくる方法 (SEO 対策) や動画作成では、起承転結の要素を入れてコンテンツを構成する事が重要である等を指導して頂いた。

### 〈現地指導会の様子〉



### 〈成果と気付き〉

- 石垣島 HAPPY コラボレーション HP へのアクセスを上げる為に、# (ハッシュタグ) を付けたり、コンテンツ内にヒットしそうなキーワードを出来るだけ沢山入れると検索率が上がるという情報を得た。
- 事業者自身で HP の更新を行うには、バインド形式※1 より、ワードプレス形式※2 が操作も簡単で運用しやすいという情報を得ることが出来た。
- 普段から色々なシーンでハイビールやピーフジャーキー等の飲食シーン、イベント等、関連シーンを撮っておくことが大事。HP を更新する際のコンテンツになる。
- 更新頻度を上げる事でアクセス率も上がるという事が分かった。

※1、※2 どちらもホームページ作成ソフトではあるが、操作性、運用・管理、費用対効果、テンプレート、サポート体制等は同じではないので、作成したいホームページのコンテンツや運用の難易度等を考慮して、どのソフトを採用するのかを検討する事になる。

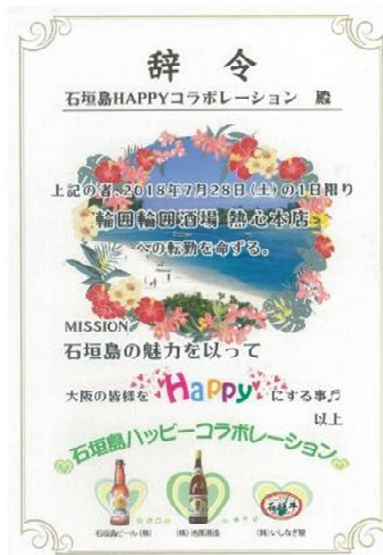
### (3) 販促物の作成

#### ①パンフレット、フライヤー、ポスター等の作成

大阪で開催する HAPPY コラボレーション商談会への集客促進と当日会場（輪廻輪廻酒場熱心本店）に来店されるお客様への事前告知及び周知活動の為、関係協力者様への配布用として、イベント用の A5 サイズフライヤーを、また、販路開拓活動で、飲食店から A3 サイズのポスターの要望が多く出ている為、HAPPY コラボレーションの PR とボトル入りハイビールのブランド認知拡大に向けてポスターを作成した。

沖縄本島では、離島フェアは知られているが、石垣島ビールの製品自体をあまり知らない方が多かった為、離島フェアで優秀賞の受賞とハイビールを広く周知する為のツールとして、三つ折りパンフレットレット、A3 ポスター、A4 ポスター、A6 フライヤー等を作成し、国際通り土産品店の販路開拓及び大阪での 2 度目となる HAPPY コラボ商談会で活用した。

商談会告知フライヤー（両面印刷）



A3 ポスター（両面印刷）



# 石垣島 HAPPY コラボレーション

石垣島  
ハイビール  
Hi-Beer

石垣島ビール株式会社

いしなき屋

池原酒造株式会社

**【クラフトビールをもっと楽しく】**  
石垣島HAPPYコラボレーションは、石垣島特産品のマリアージュ！その中から生まれたのが「石垣島ハイビール」です。池原酒造所の白百合(泡盛)とマリンビールを独自の割合でブレンドしたビアカクテルです。

**【こだわりの直営牧場】**  
大自然の太陽と大地に育まれた石垣牛。日本で唯一亜熱帯気候の沖縄でのびのびと育まれた「石垣牛」。その肉及び脂肪質は、独特の美味を持ち特に脂肪質のさっぱりさは、お子様からお年寄りまですべての年齢層に受け入れられています。石垣牛の繁殖から販売・食するまでを一貫している「いしなき屋」の安心・安全な選りぬかれた石垣牛ビーフジャーキーをご堪能ください。

**【昔ながらの伝統】**  
沖縄県石垣島の泡盛製造。株式会社池原酒造の「白百合」。昔ながらの伝統を守り、手造りの製法と風味を大切に、造れる量だけを丁寧に泡盛を製造しています。洗米から蒸留まで一貫して手作業で行い蒸留は逆火釜。醸造は添加物なしの100%天然醸造にこだわった泡盛をどうぞご堪能下さい。

石垣島ハイビール

石垣の塩せんべい

一皿、一枚ずつおけた石垣の定番人気！  
ハイビールのおともにも

いしなき屋  
「石垣牛ビーフジャーキー」

ハイビールのおともにも

池原酒造株式会社  
「白百合」

石垣島ビール株式会社

〒907-0024 沖縄県石垣市新川112094-4  
TEL: 0980-83-0202 FAX: 0980-83-4363  
E-mail: ishigaki-beer@bb.cosmos.ne.jp  
HP: http://ishigakibeer.com

## 日本最南端のビール工場

# 石垣島ビール

石垣島ビール株式会社

〒907-0024 沖縄県石垣市新川112094-4  
TEL: 0980-83-0202 FAX: 0980-83-4363  
E-mail: ishigaki-beer@bb.cosmos.ne.jp  
HP: http://ishigakibeer.com

※写真の製品ラベルは石垣島で販売されているバージョンであり品質に違いはありません。

## 日本最南端のビール工場

# 石垣島ビール

沖縄本島からさらに南西へ410キロ離れた亜熱帯の石垣島

## クラフトビールでつながる、HAPPY につながる。

**【ビールなのにサプリメント】**  
一般的に売られている「生ビール」のほとんどは、ビール酵母が取り除かれていることをご存知ですか？酵母を生きたままにすると発酵が進み「長期保存」ができません。大量生産して保存することが難しくなります。石垣島ビールで生産している全ての銘柄は「生きたまま」入っています。それはビール本来の味と香りを伝えたい想いと、何よりビール酵母は栄養の宝庫だから。当社は人口の炭酸ガスではなく、ビール酵母の発酵による炭酸ガスとアルコールで丹精込めて丁寧に製造しております。

**【マリンビール】**  
南ドイツで好まれている「ヘレス」というラガービールに当工場のオリジナルレシピを加えて石垣島の気候風土にあったビールに仕上げました。苦味が低く、のどが柔らかいため日本向けのビールといえる。苦味が低い代わりに、麦芽風味が前面に出ているので、ビール好きには喜んで迎えられています。

**【ヴァイツェン】**  
南ドイツのバイエルン地方で多く造られているビールで、小麦麦芽を多くの割合で使用して醸造したビールです。フルーティーな香りを持ち、ホップの苦味は少ないことが特徴で、女性にも好まれています。

**【黒ビール】**  
南ドイツの都市ミュンヘンで好まれている「デュンケル」と呼ばれているビールです。ローストした麦芽を使っているためほんのり香ばしい感じ。それでいて下面発酵特有のさっぱりとした飲み心地なので、普段ビルスナーしか飲んでいない人も違和感無く飲めます。

石垣島ビール株式会社

〒907-0024 沖縄県石垣市新川112094-4  
TEL: 0980-83-0202 FAX: 0980-83-4363  
E-mail: ishigaki-beer@bb.cosmos.ne.jp  
HP: http://ishigakibeer.com

※写真の製品のラベルはおまじわり用であり、品質の違いはありません。

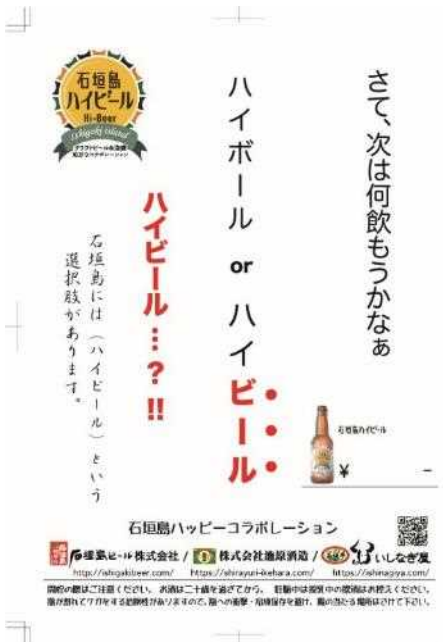
三つ折りパンフ (A4) 上：表面、下：裏面



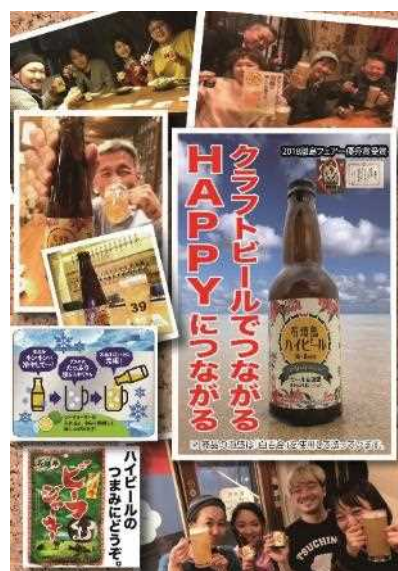
A3 ポスター



A6 フライヤー 左上（表）、右下（裏）



A4 ポスター左（表面）、右（裏面）



## 〈成果と気付き〉

- ブランド価値向上に向けた販促ツールを作成する事が出来た。1期目は、飲み方提案に特化した内容とコラボ活動のPRが中心のポスターを作成した。2期目は、ハイビールが商品化出来た事により、飲食店やお土産品店等の各販売チャンネル別にターゲットに伝えたい訴求テーマを明確化する事が出来た。
- 三つ折りパンフレットは、コラボ活動内容と各社製品を強調した。
- A3のポスターは、大阪と沖縄本島で共通仕様に、フライヤーとA4ポスターは、ハイビールを中心としてクラフトビールの購買特性である口コミや希少性をアピールする為、実在するファンに写真撮影の許可を取りつけた。商品を介して人との繋がりを強調する内容に作成した。
- 目的、使用箇所が鮮明になった為、ローコスト且つ効果的なPRをする事が出来た。
- 今後は、商品の流通経路を明確にし、販路別の訴求テーマやメッセージをWebと連携して実施したい。

## ②ハイビールの飲み方提案を目的としたボトルネック POP 作成

### 〈活動の目的〉

ハイビールは、ビールメーカーとしても国内初の商品群となる為、購入する際に手に取ってくれた消費者に飲み方提案を実施する必要がある。ボトルネックの POP を作成して、より美味しく商品をお試し頂く為の飲み方提案を実施しリピート客獲得を目指す。

### 〈活動の詳細〉

PDCA のサイクルで消費行動をする際、特に新規の商品は視覚的効果の訴求が重要であり、ご購入頂く際に「試してみたい」と言う動機付けに「可愛い」と言う要素を加味した POP に仕上げていきたい。また、2期目で制作する販促媒体の全てに QR コードを入れる為、スキャンした消費者が1期目で作成した Web サイトに立ち寄って頂き、HAPPY コラボレーションの活動も閲覧出来る工夫により、商品に触れながら、包括的に連携事業の PR も実施する事で、更なる追加購買や新規ファンの獲得を目指す。

### 〈成果と気付き〉

- 2月にハイビールが商品化され、沖縄本島からの注文も入る様になった。しかしながら、一部の限られたエリアでの飲み方提案の為に納品された商品をそのままお客様に提供してしまう店舗が非常に多いことに困っていた。テストマーケティングでは、店舗毎に割り方、飲み方などを直接打合せながらレシピを作成し、現在もノウハウ構築をしてくれているが、卸ルートやコンビニなどで、購入後の消費者に飲み方提案を啓蒙していく必要性を感じている。そこで、今回の大阪での HAPPY コラボ商談会へ来場予定の飲食事業者及び一般客にも周知してもらう事を目的にボトルネック付のハイビールを生産した。





#### (4) 販路開拓活動

##### ① ビアフェス出展

###### 〈活動の目的〉

ビアフェスのイベント参加にて、当社の既存のクラフトビールのPR活動とHAPPYコラボレーションの主幹商品であるハイビールの市場拡大に向けた提案活動を積極的に取り組み、沖縄本島でのファン獲得を目指す。

###### 〈活動の内容〉

活動日 〈開催日〉	訪問先	活動内容
5月26日～5月27日 〈5月26日〉	プラザハウス内 バトラーオフィスクラブ	・OKINAWA OCTOBERFEST 実行委員会の協力で、クラフトビール関連企業6社が出展し、Red, White & Craftrew20を開催 ・米軍人及びその家族を対象に石垣島ハイビールや対象商品のクラフトビール3種をPR、販売し会社及び商品を周知

###### 〈活動の様子〉



###### 〈成果と気付き〉

- 石垣島ビールは、沖縄本島内の店舗にも販売実績はあるが、キャンプ内という事もあり、兵士の方で石垣島の場所を知らない方が多数いた。
- 今回のイベントの管理部門の方から基地内に酒類を扱う売り場の関係者を紹介頂き、商談する機会が持てた。
- 英語でアンケートを作成したものの英語が一人しか話せず、3名のスタッフで商品、チケットの受け渡しに追われ、思うようにアンケート活動が出来なかった。

## ② HAPPY コラボ商談会に向けた打ち合せ、集客及び販路開拓活動

### 〈活動の目的〉

商談会開催に向け、販路開拓と並行して大阪の飲食店事業者やハイビールユーザーを集客し、連携事業者の商品を試飲、試食して頂き、販促に繋がる活動をする。

### 〈活動の内容〉

活動日	訪問先	活動内容
5月28日～6月1日	① 輪田輪田酒場熱心本店 ② 花菜（花の宅配事業者） ③ わがままキッチン北山	① 商談会会場の確保 商談会企画内容打合せ、同業飲食事業者への集客依頼 ② 花の宅配事業者とコラボし、ハイビールの物流を依頼 ③ 商談会における対象商品の提供スタイル打合せ
6月7日～6月11日	① 丸宗株式会社 ② ダイキチレントオール泉北店 ③ わがままキッチン北山 ④ GARAGE 39（ビアバー） ⑤ 花菜	① 沖縄料理店へ販路を持つ卸事業者への商品案内 ② 商談会で使用するレンタル機材の打合せ ③ 飲食事業者からイベントへの集客活動依頼及び ④ 商談会への参加依頼と商品案内 ⑤ オーナーの井上様と配送条件の調整作業
6月27日～7月2日	① つちのこパール、スモークグリム、レストランみつやま他5店舗 ② 輪田輪田酒場熱心本店、わがままキッチン北山、花菜 ③ ダイキチレントオール泉北店	① 商品案内及び商談会告知と参加依頼 ② 食材の仕入れと搬入スケジュール、役割分担、来場予定者への告知と見込み人数確認等、打ち合せ ③ レンタル機材業者との打合せ

### 〈成果と気づき〉

- イベント開催の道筋が出来た事は、とても良かったと思う。
- 大阪でのストックヤードの確保や運送費のコストダウンが課題であったが、運送事業者ではなく大阪で花の宅配事業者とのコラボで一定のヤード確保やコストダウンが可能になった。
- 沖縄料理店へ販路を持つ卸業者には、冷蔵保管機能がなく、常温流通可能なハイビール以外のクラフトビールの流通には課題が残った
- 大阪は人付き合いで商売をしている人情や絆が残っており、東京とは違うように感じる。

### ③ HAPPY コラボ商談会

#### 〈活動の目的〉

1 期目から石垣島 HAPPY コラボレーションの活動に理解と協力を頂いている、熱心本店様、わがままキッチンきたやま様の協力を得て、飲食事業者とハイビールファン（一般客）を集客し、連携事業者の商品を試飲、試食して頂き、更なる販路拡大を図る。

#### 〈活動の内容〉

活動日 〈商談会開催日〉	訪問先	活動内容
7月26日～8月2日 〈7月28日〉	① 輪廻輪廻酒場熱心本店 ② レストランみつやま他 11 店舗	① ハイビール、クラフトビール3種、白百合（泡盛）、ビーフジャーキー等の対象商品を試飲・試食。飲食事業者38者（50名）、一般客27名を対象にアンケートを実施 ② 商談会終了後、アンケート結果から導入に前向きな事業者に訪問営業を実施

#### 〈活動の様子〉



#### 〈成果と気付き〉

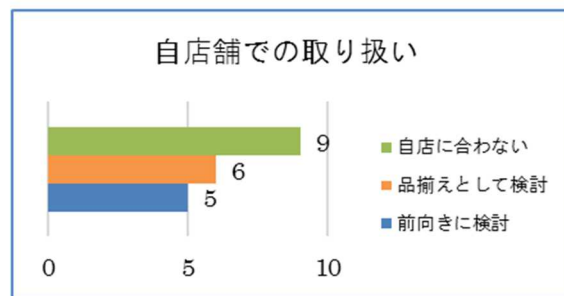
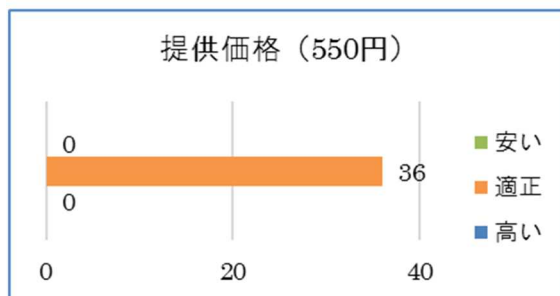
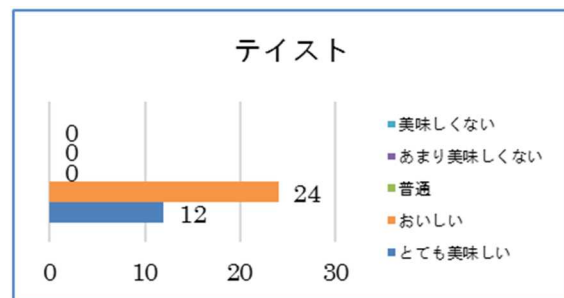
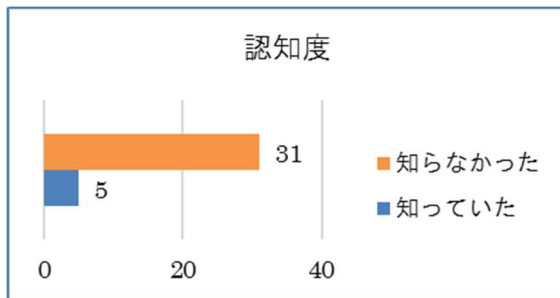
- 飲食事業者20社（50人）、一般客27名に会場頂き、ハイビールやビーフジャーキーについてのアンケートも実施する事が出来た。
- イベント終了後、アンケートを基に優先順位を付け12件を訪問し、3件の導入が決定した。
- ビーフジャーキーの味に関しては好評価を得た、また、設定価格の回答もいただいた事は成果となった。

➤ 客状況とアンケート回答

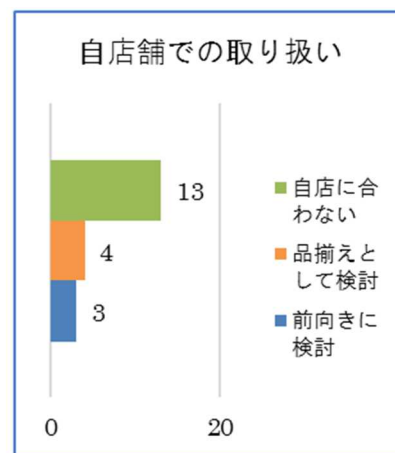
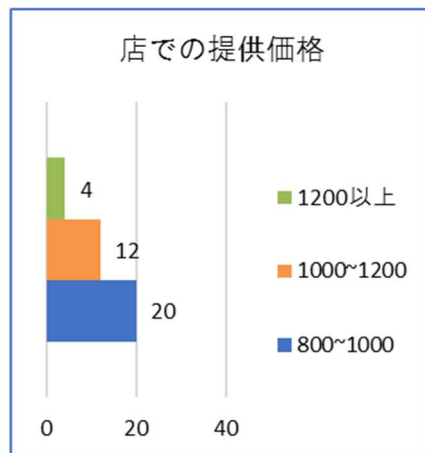
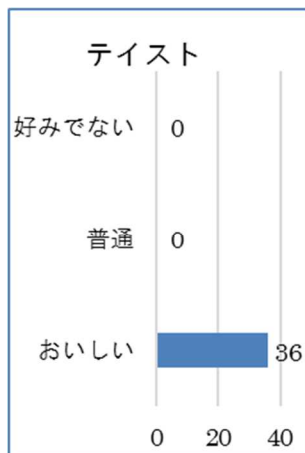
告知/集客		企業（人数）		一般（人数）	
告知フライヤー配布枚数		計画	実績	計画	実績
室田様ルート	160	37	11	30	27
北山様ルート	70	24	19		
井上様ルート	50	18	18		
丸宗(株)ルート	20	1	2		
合計	300	80	50	30	27
アンケート回答数（一般は任意）		20	20	27	16

➤ アンケート結果（36 データ）

石垣島ハイビール



ビーフジャーキー



#### ④ HAPPY コラボ商談会後の新規導入交渉

##### 〈活動の目的〉

HAPPY コラボ主催のイベント終了後に来場した店舗への新規導入に向けた交渉

##### 〈活動の内容〉

活動日	訪問先	活動内容
8月24日～9月2日	輪田輪田酒場熱心本店、六味酒肴QU食、いずみ谷、urarobata、ニュー日本酒うさぎ、わがままキッチンきたやま、花菜、GARAGE39、丸宗株式会社、yvonne、visco、しゃにむに、ゑぼつく、るちん、Valine、かきつばた、ほおずき東心斎橋、ながほり日本酒うさぎ、日本酒うさぎ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・導入を計画している店舗と諸条件の調整を実施。</li> <li>・商談会参加店舗へ積極的なアプローチを実施し、更なる販路拡大活動を行った。</li> </ul>
9月21日～9月30日	六味酒肴QU、イタリアンレストラン光山、イタリアンレストラン白猫、わらじ、Visco、urarobata、わがままキッチンきたやま、るちん、丸宗株式会社、GARAGE39、日本酒うさぎ、沖縄料理 ZUMI、HE-SA-CA-MO-SA-KA、ほおずき東心斎橋、輪田輪田酒場 熱心本店、花菜	<ul style="list-style-type: none"> <li>・卸業者の帳合先である沖縄料理店ルートを訪問し、ハイビールの導入依頼と飲み方の提案を行った。</li> <li>・クラフトビール専門店へのアプローチを強化した。</li> </ul>

##### 〈成果と気付き〉

- 2度にわたる大阪での販路開拓活動で、12件の新規導入店舗を確保できた。イベント実施前の取引2件を加えると14件の開拓実績を上げる事が出来た。
- クラフトビール専門店とパイプが出来た事や、いしなぎ屋と池原酒造の商品見積を提出する機会に恵まれて、HAPPY コラボをして悪い事ばかりでもないと感じた。
- 2期目の大阪での販路開拓の主要取引先として、沖縄料理店を中心に取引実績のある卸業者と商談を重ねているが、現状何ら成果が見えない。沖縄料理店に販路を持つ卸業者に期待をしていたが、卸の力が弱ってきていると感じた。

## ⑤ OKINAWA OCTOBERFEST

### 〈活動の目的〉

- ・昨年度末にボトル入りで製品化されたハイビールのアンケート調査により、商品の飲み方（炭酸や柑橘の添加等）やターゲットとなる客層（年代別、男女別等）を把握し、今後の販路開拓に生かしていきたい。
- ・来場者は、事業者より消費者が多い為、沖縄本島で購入可能な場所や飲用可能な飲食店の案内を併せて告知する。

### 〈活動の内容〉

活動日 〈開催日〉	訪問先	活動内容
10月12日～10月15日 〈10月13日～14日〉	クラフトビアのイベント (北谷フィッシャリーナ地区)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・沖縄オクトーバーフェスト実行委員会主催によるクラフトビアのイベントに出展</li> <li>・来店者に対して商品販売と並行してアンケートを実施</li> <li>・販売実績： マリンビール 118 杯、ヴァイツェン 100 杯、黒ビール 94 杯、ハイビール 88 杯</li> </ul>

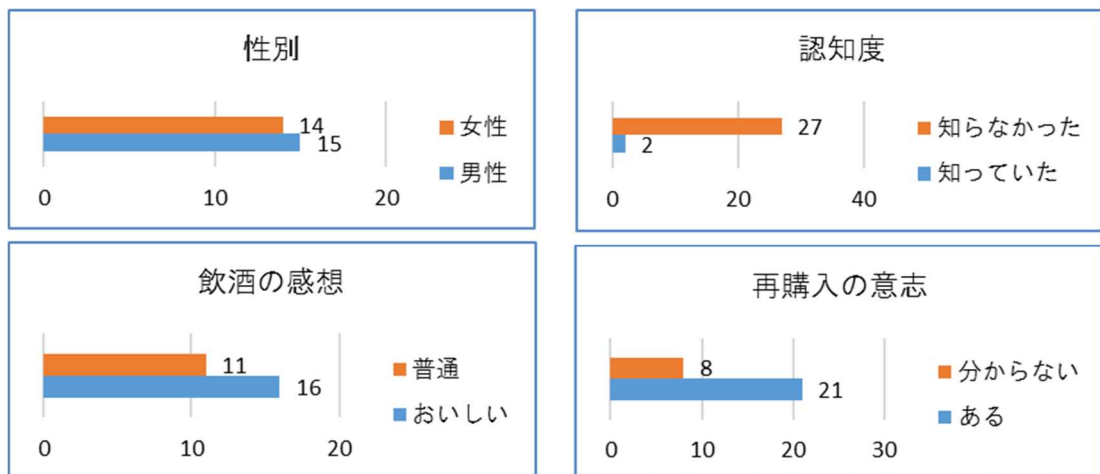
### 〈活動の様子〉



### 〈成果と気付き〉

- 沖縄本島では、商品、ブランド共に認知度の低さを感じた。
- 来場者は外国人が多いので急きょ英語表記のPOPを作成したが、事前に準備する必要性を感じた。

### 石垣島ハイビールのアンケート結果（抜粋）



## ⑥ 離島フェア

### 〈活動の目的〉

昨年の離島フェアでは、ハイビールの飲み方提案を実施した。今年は、昨年度末にボトル入りで製品化されたハイビールのアンケート調査により、商品の飲み方やターゲットとなる客層（年代別、男女別等）を把握し、今後の販路開拓に生かしていきたい。また、沖縄本島で購入可能な場所や飲用可能な飲食店の案内を併せて告知し、一過性のイベント参加で終わらない様に注意したい。

### 〈活動の内容〉

活動日 〈開催日〉	訪問先	活動内容
11月21日～11月26日 〈11月23日～25日〉	離島フェア2018  (沖縄セルラーパーク那覇)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・離島フェア開催事項委員会主催の離島フェアにて、石垣島ビール(株)が屋内と屋外の飲食ブースの2か所へ出展</li> <li>・販売実績： ヴァイツェン1,428本、マリン900本、黒972本、ハイビール870本</li> <li>・メディアへの露出(離島フェアにてハイビールが優秀賞を受賞したことがラジオ沖縄にて23日に放送)</li> <li>・ビジネスマッチングへの参加</li> </ul>

### 〈活動の様子〉

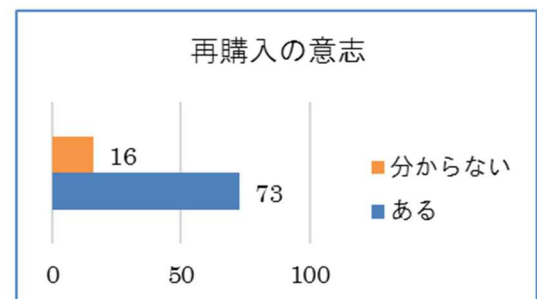
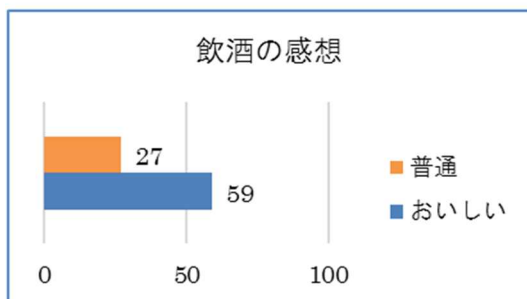
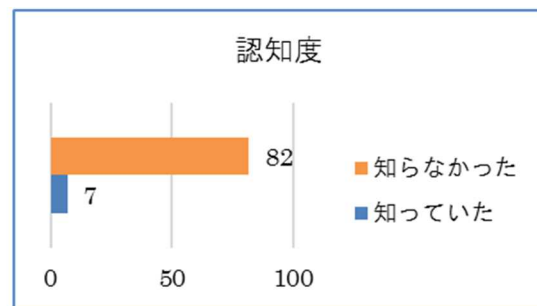
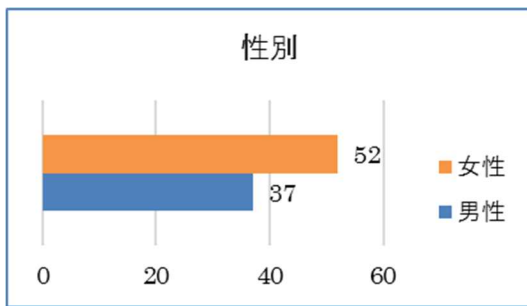


左上：受賞者ラジオ中継、右上、左下：飲食ブース、右下：物販ブース（室内）

## 〈成果と気付き〉

- 11月22日は、日本百貨店（田子様）、ゲッティング香港（リン様）、不二商事（葉山様）と商談を行った。
- 昨年の出展時は、ハイビールの嗜好性を調査する事が中心の活動だった。今回の出展では製品として発売した。
- ハイビールが優秀賞を受賞出来た事を嬉しく思う。沖縄本島では、石垣島ビールを知らない方が多い為、今回の受賞を機にハイビールを中心として、当社製品の認知度アップに繋げて行きたい。
- 3日間、社員全員でPRに努めた。受賞した商品に興味を示して来店して下さるお客様が多く、ハイビール以外の主力品もご購入頂く方が多数見受けられた。結果は330ml各種、ヴァイツェン1,428本、マリン900本、黒972本、ハイビール870本と大盛況だった。
- 昨年は、大雨で客足が遠退いた事もあるが、今回は最終日に欠品する状況となりひいき目に見ても、受賞の効果が絶大と感じた。しかしながら、本島での実績は、まだまだ厳しい状況の為、これを機に、本島でのPR活動に力を入れて行きたいと感じた。

## ■石垣島ハイビールのアンケート結果（抜粋）



## ⑦ 沖縄大交易会

### 〈活動の目的〉

- ・ 2期目の新たな取組みとして、ハイビールの海外展開を視野に入れた商談会に出展をする。2020年以降、沖縄本島が海外へ輸出のハブ機能として、流通機能を拡大する事も踏まえ、一つのビジネスチャンスとして、新たな販路チャンネル開拓に向けて取組みたい。
- ・ 現状、本島のみならず、石垣もインバウンドの恩恵は受けており、過去に台湾や香港など取引の打診はあった。しかしながら、具体的な取引条件や流通事情が掴めずに足踏みをしていた。
- ・ 今回は、ハイビールを中心に、オール石垣島ビールとして、継続して情報交換が可能なパートナーを開拓したい。また、全くノウハウが無い為、ハイビールの試飲を中心に沢山の来場者とコミュニケーションを図り、可能であれば海外への販路も獲得したい。商談は18社を予定。



活動日 〈開催日〉	訪問先	活動内容
11月28日～12月1日 〈11月29日～30日〉	沖縄大交易会 2018 (沖縄コンベンションセンター)	・日本国内サプライヤー250社、バイヤー250社（海外販路140社、国内販路80社、フリー商談30社）が参加する商談会にて石垣島ビール(株)が16社と商談 ※詳細は、「商談結果まとめ」として次葉に記す。

〈活動の様子〉



仕入れることを考えている」と話した。台湾の三商家購股份有限公司の呂維真さんは「沖縄の気候に合わせた石垣島のビールが特に良かった。賞味期限などをクリアできれば、輸入して販売することも考えている」と手応えを語った。  
独自の製法で加工した守

➤ 商談結果まとめ

営業、販売、運営等に関する情報であり  
事業活動に支障を来すため表示を控えております

〈成果と気付き〉

- ハイビールが、海外の方にも評価を頂ける事、賞味期限（常温で6ヶ月）が改善できれば、チャンスがある事が分かった。
- クラフトビールのカテゴリーのすみ分けに一定の理解を得られた事と海外での市場の実勢価格が想定出来た事はとても大きな成果だった。

⑧ HAPPY コラボ商談会

〈活動の目的〉

- ・ 2018年7月に飲食事業者と一般客を招き第一回目のハイビール商談会を開催し、イベント終了後に大阪のクラフトビール店の開拓に成功した。今回は、前回よりも2時間延長した13:00~21:00までの枠組みで実施し、来場客の取りこぼしのない様にする。
- ・ ハイビール通り構築に向けて、大阪中央区の東横堀川エリアでの主要幹事店舗開拓に向け商品PRも計画する。

〈活動の内容〉

活動日 〈開催日〉	訪問先	活動内容
2月1日~2月4日 〈2月3日〉	クラフトビール店 GARAGE39	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 商談会を実施（来店数：事業者（35者78名）、一般客（52名））</li><li>・ 石垣島ビール(株)のクラフトビールやハイビール、(株)池原酒造の白百合、赤馬、(株)いしなぎ屋のビーフジャーキー等の試飲・試食</li><li>・ アンケートを実施</li></ul>

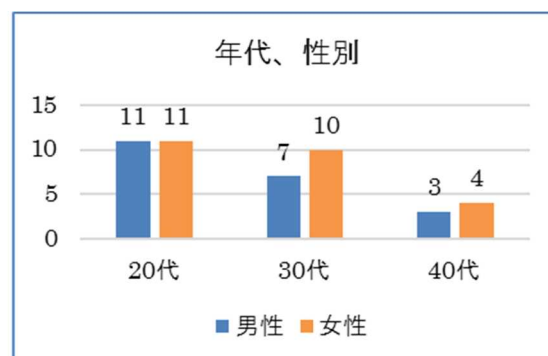
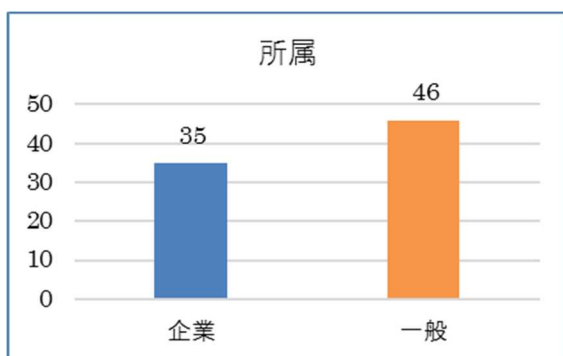
〈活動の様子〉



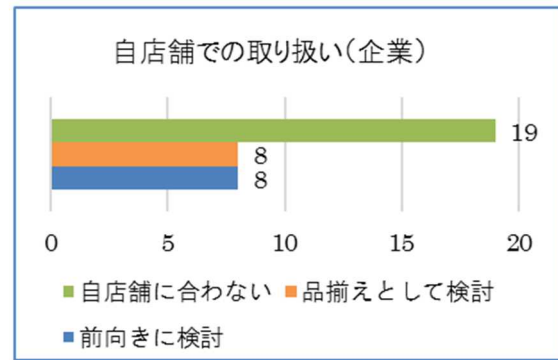
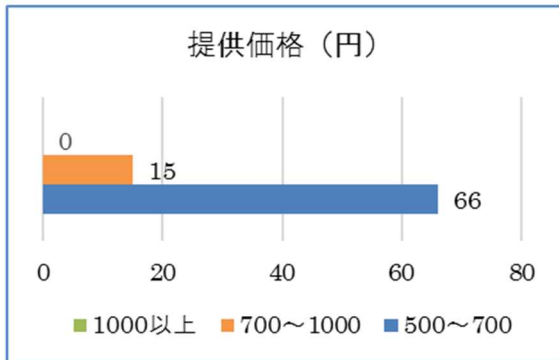
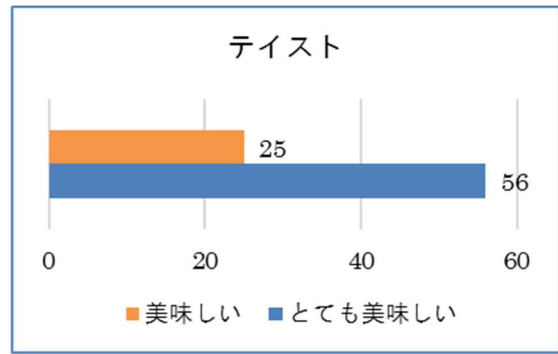
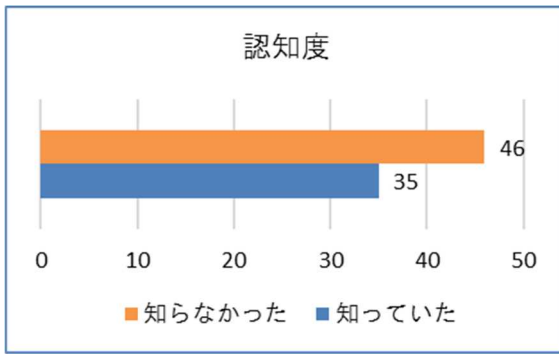
▶ 集客状況

参加企業（組織数）		参加企業（人数）		一般（人数）	
計画	実績	計画	実績	計画	実績
43	35	90	78	60	52

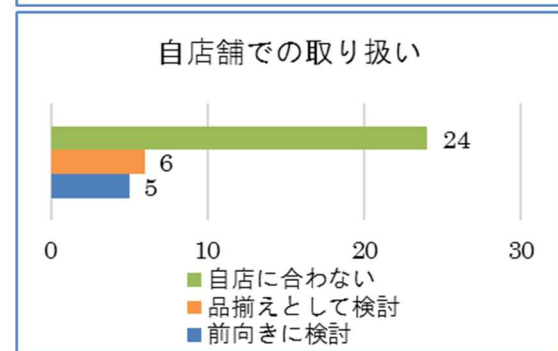
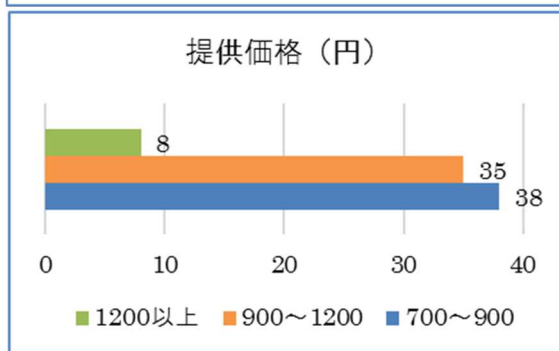
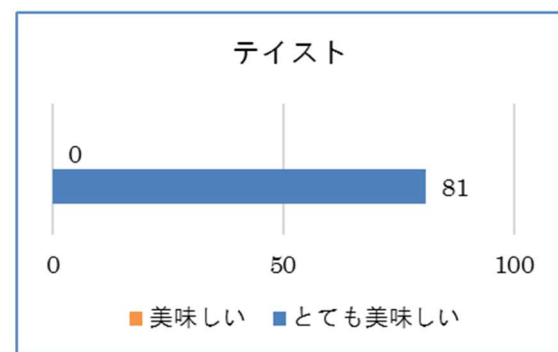
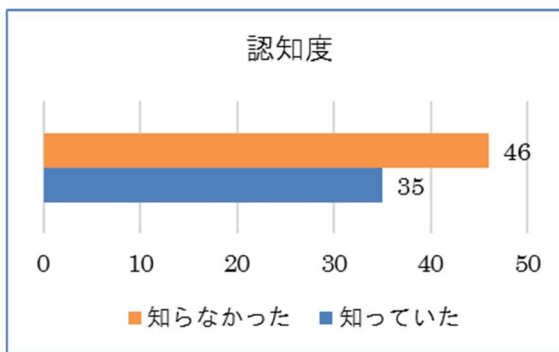
▶ アンケート結果（81 データ）



■ハイビール



■石垣牛ビーフジャーキー



〈成果と気付き〉

- 収容面積も前回の倍の広さで、時間も2時間延長した結果、130名の方に来場者を頂いた。
- ハイビールを中心とした石垣島 HAPPY コラボレーションの活動が少しずつ浸透しているように感じた。今回はイベント当日から新規取引の相談を頂戴する事が出来た。
- ハイビール通り構築に向けて候補地の選定も完了し、うれしい事に対象エリアから12件(40名)の来場があった。

## ⑨ 沖縄国際通りお土産品店の販路開拓

### 〈活動の目的〉

- ・石垣と大阪で販路拡大傾向にある中で、沖縄本島での実績が伴わず困っている為、帳合先（酒販卸）のご紹介先である、国際通りのお土産品店ルート中心に、実際に店舗を訪問する。
- ・ハイビールが離島フェアで優秀商品に選定された事で、本島でハイビールのブランドのPRと認知拡大に弾みを付ける。石垣では、お土産品店での販売が好調の為、フライヤーやパンフレットを作成して、サンプリングをしながら、PR活動を実施する。

### 〈活動の内容〉

活動日	訪問先	活動内容
12月12日～12月16日	沖縄本島の酒販卸事業者の帳合先で国際通りに店舗を持つ土産品店35件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本島でメインの取引先の酒販卸業者様より、お土産品店を中心とした帳合先を紹介頂き、自社製品のPRを実施した。</li> <li>・訪問先では、離島フェアでの優秀賞受賞と石垣での好調な販売状況を伝えた。</li> </ul>
1月28日～1月30日	前回訪問できなかった店舗を中心に20件を訪問	<ul style="list-style-type: none"> <li>・訪問した20件中、9件にポスター等を配布し、うち3件は納品までこぎつけた。他11件から見積依頼を受け、うち2件はサンプルを提供した。</li> <li>・訪問店舗とは直接取引ではなく、酒販卸を通しての販売となる為、上代価格のみの情報提供のみで、納入価格を伝える事が出来なかった。</li> </ul>
2月13日～2月15日	再訪問も含め24件を訪問	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年来、合計3回の訪問で国際通りのお土産品店を中心として、計57（再訪問含む）件のPRを実施した。酒販卸のお得意先を中心に訪問した。</li> <li>・酒販卸からの見積り提示待ちの時間が発生するが、現在調整中の店舗も感触は悪くないので、順次導入が見込める状況で終了した。</li> </ul>

### 〈活動の様子〉





### 〈成果と気付き〉

- まだまだ自社製品の認知度が低い事を実感した。離島フェア直後の為、ハイビールを中心に PR を実施した。商談時間の短さや相手も接客中の為、1度の訪問では厳しいと感じた。
- 率直なところあまり良い反応は見られなかった。しかし、3本セットなどの話題では反応が良かった為、唯一ヒントを得られた。
- 価格の話になった際に、帳合先からの見積待ちになる為、少しジレンマを覚えた。
- 2度目の活動では、20件を訪問したが、ポスターなどを配布した店舗が9件、うち3件は納品まで漕ぎ着けた。他、11件から見積もり依頼を受け、うち2件はサンプルも提供した。最後の1件は導入の交渉が出来た為、少し良い流れが出来たと感じている。
- 正直なところ納入価格も言えずに上代だけ伝えても先方も困惑してしまう為、酒販卸と意見調整も必要だと感じた。
- 合計3回の活動で、本島の国際通り中心に計57件のPRを実施した。ハイビールを中心に導入確約が11店、見積もり調整中の店舗が13件、残りはPRのみの結果となった。直接取引ではない為、酒販卸からの見積もり提示待ちの時間が発生するが、現在調整中の店舗も感触は悪くないので順次導入が見込める状況で終了した。急いで訪問した為、店舗側で商品知識を理解頂ける様に継続してフォローをしていきたい。
- 最初は何件取引出来るか不安があったが、改めて活動の意義を実感した。
- 今後も本島でのハイビールの認知拡大に取組みたい。