

「よなよなエール」で顧客と共創 クラフトビール製造エンタメ事業

株式会社ヤッホーブルーイング（長野県）

【概要】

- ミッションは、「ビールに味を！人生に幸せを！」。自社の事業領域を「ビールのメーカー」ではなく「ビールを中心としたエンターテインメント事業」と位置づけている
- 個性あるクラフトビールの製造に加え、「顧客とのつながり」「ファンとの共創」に注力
- スタッフが自ら計画・実行する「よなよなエールの宴(うたげ)」などのファンイベントを通して、社員の働きがい向上、顧客満足の追求、ファンとの共創の好循環を生み出す

【特徴】

- 製品開発では、マス顧客向けではなくターゲット顧客を絞り込み、デプスインタビューをはじめとした徹底した調査分析を実施。味わいだけでなくネーミング、パッケージデザイン、プロモーション施策含めて、顧客インサイトを捉えた「狭く深く刺さるブランド」を創り込む
- 長期的に顧客との関係性を深めることを重視し、大小様々なファンイベントを開催
- 一般的なメーカー主催のイベントでは広告代理店や外部スタッフを活用し、自社社員の関わりは薄いのが、同社のイベントはほぼ全て社員が自ら企画から運営までを担当
- イベント自体の短期的な売上獲得は重要視せず、「顧客満足」「熱狂度」「推奨度」を KPI として設定。イベント自体の収益は赤字となることも多い
- ファンの方々との交流を通して、機能的な価値だけでなく情緒的な価値を訴求し、製品・企業ブランドへの愛着向上を図る
- 様々な交流の機会を通して消費者目線のフィードバックを得て改善や新規コンテンツの開発に役立てるだけでなく、社員のエンゲージメント向上につながっている
- 「ファン宴」「超ファン宴」など、ファンが自らファンイベントを開催するという新しい関係性も生まれている

【サービスイノベーションの観点から】

標的顧客のインサイトを顧客が自覚していない部分も含めて深く捉えた製品を開発し、イベントなどの交流機会を通じて、顧客と社員が立場・役割を超えた高度な共創関係を創り上げている。革新的で優れた価値提案を顧客が受け入れやすいように、価値共創の仕組みを創り込んでサービスイノベーションを実現している

【組織データ】

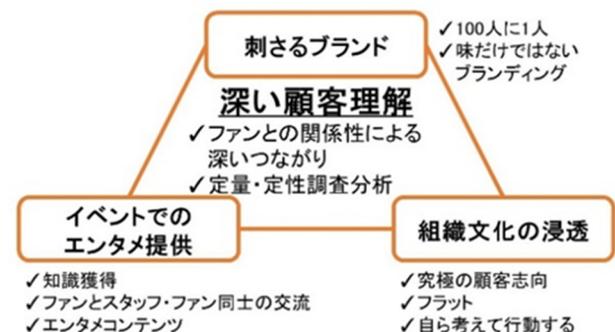
所在地	長野県北佐久郡軽井沢町
従業員数	202名（2023年2月現在）
創業	1997年
キーワード	製造（ビール）、顧客満足、ファンづくり
売上規模	非公開



▲個性豊かな現在のクラフトビールの製品例



▲5,000名が集った「よなよなエールの超宴」



▲事業の概念図