

国産コーヒーで一息  
やんばるOWNERS コーヒー  
～月定額でコーヒーの木のオーナーになろう～



那覇空港からのアクセス  
車：1時間10分（高速道路使用时）  
バス：1時間40分  
（Googleマップより）

## 観光資源



ナゴパイナップルパーク



21世紀の森公園



ネオパークオキナワ

## 地域資源



たんかん



ゴーヤ

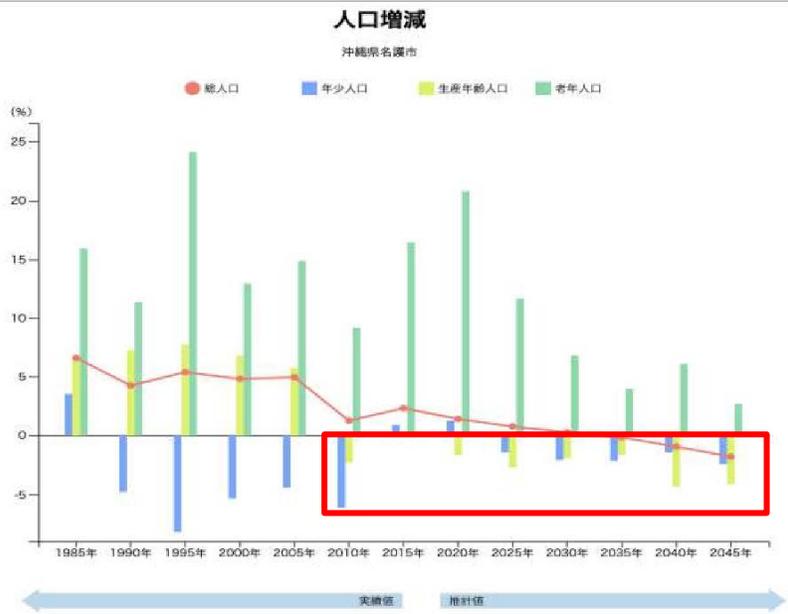


シークワーサー

人口は、64,005人（2021年度10月31日現在、名護市公式ホームページより）で、沖縄県本島北部に位置する。面積は、沖縄本島で一番広く、多くの山々が連なる自然豊かな土地である。

- 名護市の総人口は、増加傾向であるが、生産年齢人口は減少している。
- 農業産出額は、2016年から減少傾向にある。

## RESAS 人口増減 (名護市)



- 2010年から2015年まで生産年齢人口は減少傾向にあり、今後も減少すると予想されている
- 総人口増加傾向
- 老年人口増加傾向

## RESAS 人口推移

沖縄県名護市

↑ 対象自治体が都道府県以上  
↓ 対象自治体が都道府県未満

推移情報	全国平均	都道府県平均	対象自治体	
年少人口割合	12.50% ※1	17.24% ※1	17.03% ※1	↓
生産年齢人口割合	60.03% ※1	62.23% ※1	61.86% ※1	↓
老年人口割合	26.33% ※1	19.42% ※1	19.31% ※1	↓
合計特殊出生率	1.43% ※2	1.82% ※3	1.89% ※2	↑

※1 2015年の数値  
※2 2013-2017年の合計特殊出生率  
※3 2019年の合計特殊出生率

- 年少人口、生産年齢人口割合、老年人口割合、合計特殊出生率は全国平均以上
- 年少人口、生産年齢人口割合、老年人口割合は沖縄県平均以下

## RESAS 農業産出額

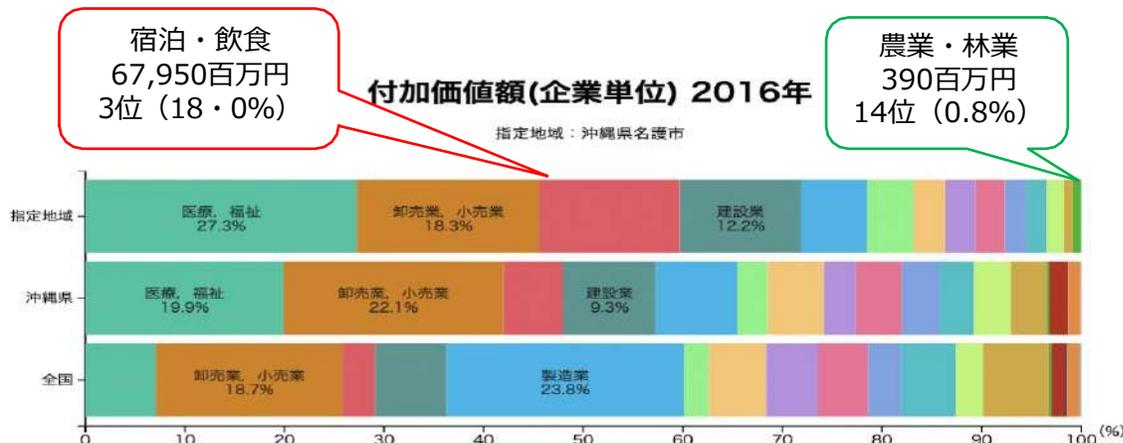


- 名護市の農業産出額は2016年から減少
- 2018年は、71億円である

- 宿泊・飲食サービス業は企業数、従業員数、付加価値から主要産業である。
- 林業は名護市で行っている産業の中で、農業・企業数では1.0%、売上高では0.8%、従業員数では2.6%、付加価値額では0.8%である。



## 産業



## 収穫や焙煎、体験農園に名護・中山コーヒー園整備へ支援募る

2021年7月12日

名護市中山にある「中山コーヒー園」は、コーヒーの実の収穫から焙煎、テイastingまで楽しめる「体験型農園」の整備に向けて、クラウドファンディングを立ち上げている。

出典：琉球新報2021年7月12日掲載



体験型農園は国内でも数少ない取り組みだという。これまで農家しか味わえなかった体験を五感を使って楽しめると魅力を語っている。

## 沖縄で挑む、高原直泰さん率いる沖縄SV×ネスレの一大プロジェクト

2021年2月12日 沖縄SV株式会社ネスレ日本株式会社

沖縄SV株式会社とネスレ日本株式会社は、沖縄県名護市、琉球大学と連携し、沖縄で初となる大規模な国産コーヒー豆の栽培を目指しています。

出典：ネスレ日本株式会社より抜粋



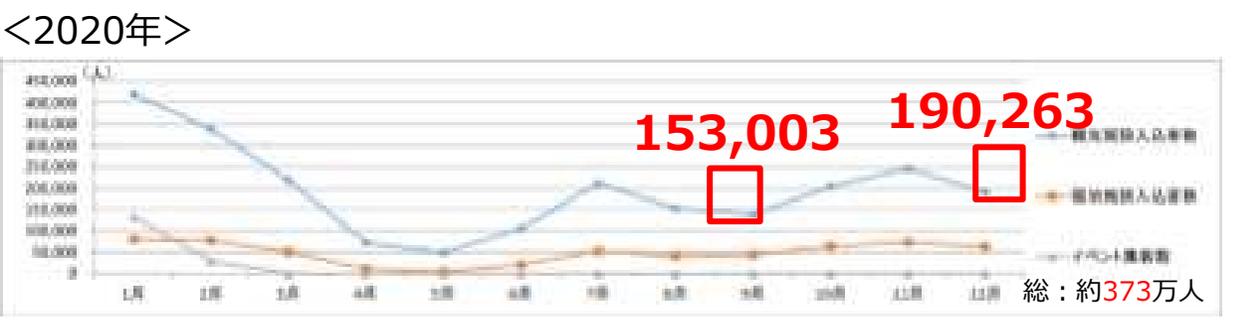
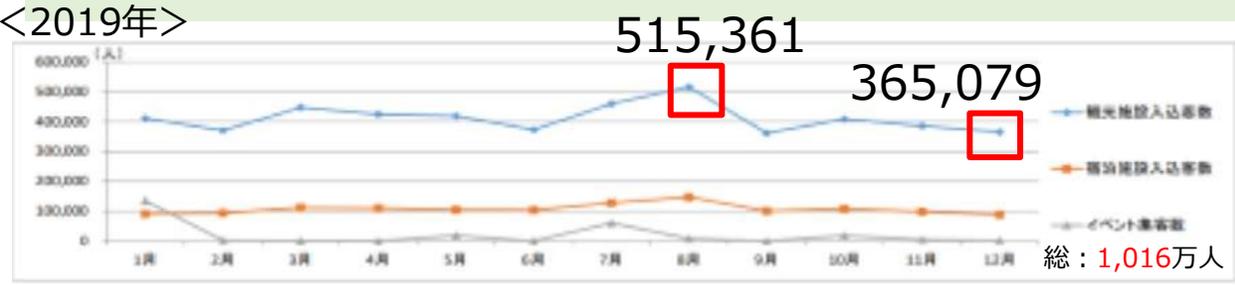
2021年1月には北部農林高校と連携したコーヒー豆の栽培がスタート。将来、沖縄県の一次産業の担い手となる高校生がコーヒー栽培の技術や魅力を伝えていくことでサステナビリティの実現を目指します。

名護市においてはコーヒー事業の先行事例が存在しており、十分な知識を得た農家がいる。

# コーヒー事業による名護市の課題解決を目指す

## 観光客数の推移

2019年度は夏季と比較して、冬季の観光客数の減少がみられるが、2020年度は夏季の観光客数の減少が著しい



出典：名護市役所HP「入込観光客数および過去10年間の統計」

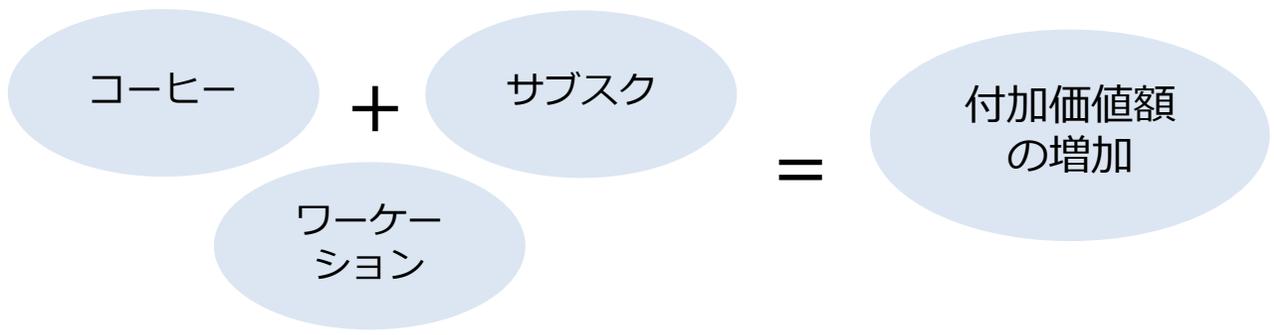
## 冬季

サブスク事業の**収穫体験**により観光客を誘致する。

## 夏季

夏にも集客できる仕組みづくりとして**ワーケーション**を提案。

仕事には**コーヒー**が欠かせない上に、1年を通して広く飲用されているため、「**コーヒー×ワーケーション**」は相性が良い。



名護市では冬季、夏季観光客数の減少に加え、農業産出額が低水準である。主要産業と連携し、サブスクやワーケーションを実施することで、農業産出額、観光客の減少の課題解決を目指すことで名護市の活性化に繋がる。

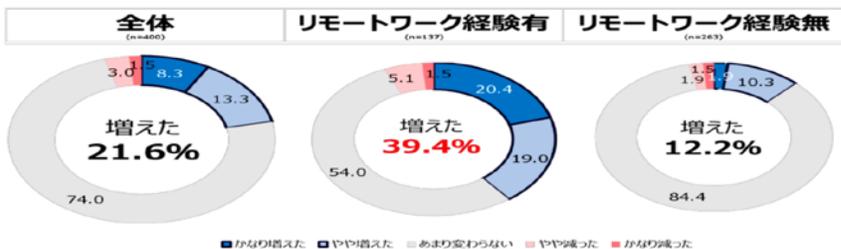
- 国内消費は年々増加傾向にある
- 嗜好飲料の中ではトップの消費量

## 嗜好飲料の消費量（2019年）

日本のコーヒー消費量は1980年に緑茶を上回り、その後も増加している。国内消費量は統計開始の1990年から2019年には約1.8倍となっている。  
→日本のコーヒー市場は拡大傾向にある。

## 新型コロナウイルスによるコーヒー飲用頻度の変化

【グラフ1】 自宅でコーヒーを飲む頻度の変化

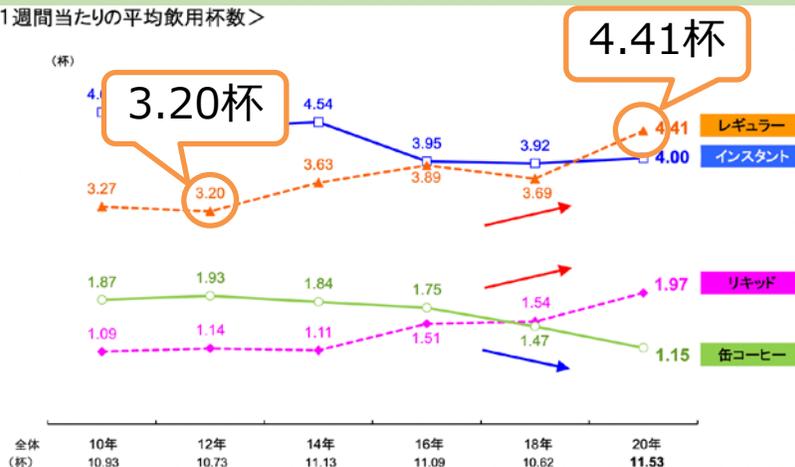


出典: DeLonghi NEWS RELEASE

自宅でコーヒーを飲む人は全体で21.6%増えている。リモート未経験者に比べてリモート経験者は自宅でのコーヒー飲用頻度が高くなっている。

## タイプ別平均飲用杯数

<1週間当たりの平均飲用杯数>

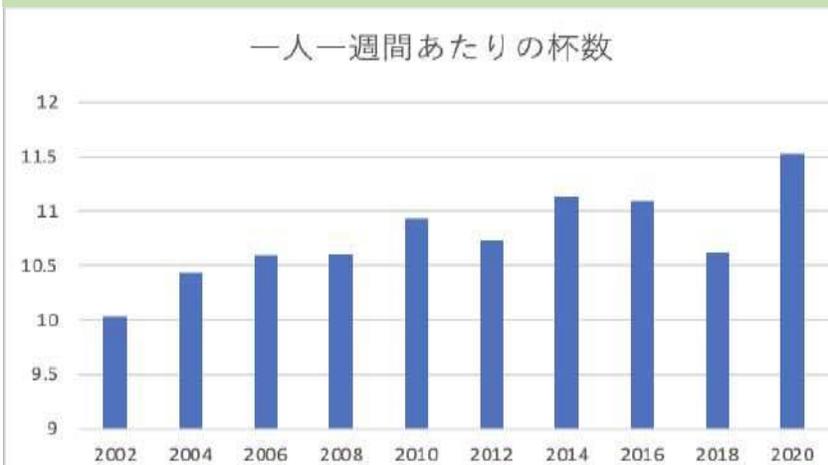


新型コロナウイルスによって在宅期間が長くなったことで質の良いレギュラーコーヒーの消費消費が増えた。そのため、単価の高い付加価値商品（レギュラーコーヒー）の購入も広がっている。

出典：全日本コーヒー協会

## コーヒーの飲用状況

一人一週間あたりの杯数



日本ではコーヒーを1週間に1人あたり11.53杯飲用している。その理由としては、新型コロナウイルスによって在宅時間が長くなったことで消費量が増えた。

出典：全日本コーヒー協会より作成

- 国内消費は年々増加傾向にある
- 嗜好飲料の中ではトップの消費量

## コーヒーの木について

生息適温：15℃～25℃  
原産地：エチオピア  
中でもアラビアコーヒーは世界のコーヒー豆生産の6割弱を占める

## 収穫について

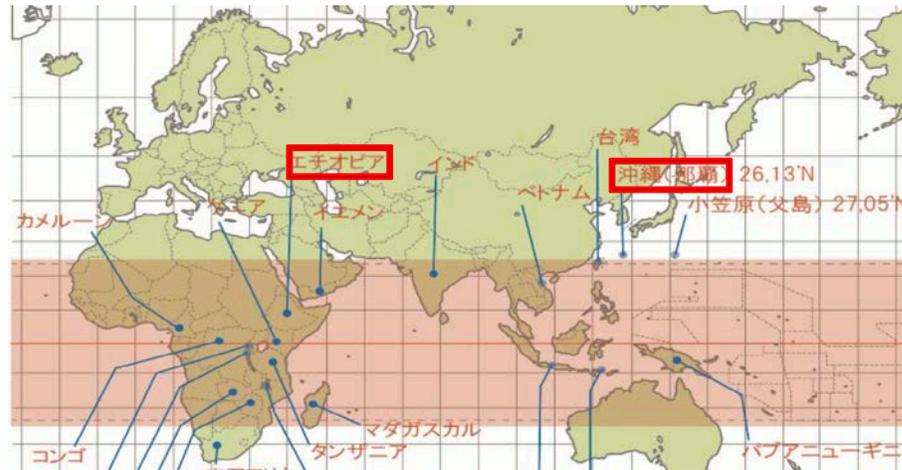
苗木一本につき約1,000粒（3kg, 40杯）が収穫可能である。収穫までは3年かかると言われている収穫時期は一般的に11月～2月である。



冬季に収穫が行われる

出典：内閣府沖縄統合事務局農林水産部資料より抜粋

## コーヒーベルト



出典：沖縄コーヒーアイランドHPより抜粋

コーヒーベルトと呼ばれるコーヒー豆の栽培に適した地域に日本で沖縄と小笠原諸島のみが入る。国産コーヒーを生産できる可能性があるのはこの地域のみであり、地域ブランドとしての希少価値があり競争優位を獲得することが可能である。

## 事例

沖縄県内のコーヒー農家が栽培する豆が日本で初めて国際基準である「スペシャルコーヒー」に認定

出典：沖縄タイムス2017年記事より



県内でも質の高いコーヒー豆栽培が可能であることを証明

# サブスクリプションモデルの活用

- 市場規模の拡大と製品のサービス化
- コーヒー栽培に向けたビジネスモデルの活用

## 概要



出典：株式会社矢野経済研究所HP

Subscription=予約購買、会費

料金を一定期間支払うことでサービスを受けることのできるビジネスモデルであり、**国内市場規模は8759億円（2020年）、2023年には1兆1490億円へと成長すると試算されている。**

## 提供者・利用者にとっての価値

**提供者**  
 安定的な収益  
 在庫リスクの低減  
 ニーズに沿ったサービス提供

**利用者**  
 初期投資・更新費用の軽減 資産化されることがない  
 コストの安定化

## サブスクリプションモデルのPaaS化

Product as Service=製品のサービス化  
 サブスクリプションも音楽や映像から**車、洋服、農産物**などの製品へ拡大

少量生産の沖縄  
 コーヒーに向く

## 検討の背景

沖縄県が国内唯一のコーヒー生産地であり、国産コーヒーという希少性と沖縄の最大産業である観光業を組み合わせることで冬季観光客の獲得、冬季における雇用維持に繋がる方法はないかと検討したのが始まりである。

- コロナ禍における新たな観光として注目されているワーケーションをプランに取り入れる
- コロナ禍で減少した観光客を取り戻すことを目指す。

## コーヒー×仕事

③年齢別 一人1週間当たり杯数 [2020年]

	男女平均	男	女
中・高校生	11.53 (10.62)	2.88( 1.60)	1.78( 1.53)
18～24歳		6.46( 7.26)	3.29( 4.61)
25～39歳		10.90(11.03)	8.42( 8.50)
40～59歳		13.76(13.94)	13.70(13.67)
60歳以上		14.51(11.00)	13.48(10.86)

(注) ( )内数値は2018年。

出典：全日本コーヒー協会

働く世代（25歳以上）は  
コーヒーの消費が多い



沖縄県産コーヒーと働く際のお供である  
コーヒーで特別感を体験できる

## ワーケーション施設



<カヌチャリゾート>  
出典：カヌチャリゾートHP



<ゆがふいん>  
出典：ホテルゆがふいんおきなわ  
HP



ワーケーションを促進している名護市で、  
「コーヒー×ワーケーション」  
を行うことで、地域の活性化につながる。

## コーヒー栽培の写真



琉球大学と沖縄SVとの共同でのコーヒー豆の播種作業に向けた準備作業

(名桜大学生は昨年個人で参加)

## 沖縄SV（おきなわ・エス・ファウ）コーヒー農場



コーヒーの木1本から約40杯分のコーヒーができる



# やんばるOWNERSコーヒーのサービス内容

収益力：高

プレミアムサブスク

当サービスは、コーヒー好きの顧客が、やんばるコーヒーの苗のオーナーとなる事業である。1本あたり月1,670円支払うことで生育状況のレポート報告（月2回）、収穫体験、コーヒー生豆の受け取りといったサービスを受けることができ、木1本あたり約40杯分のコーヒー豆が収穫できる。苗を複数本購入することでワーケーションをはじめ商談の場などで振舞うことができる。

ワーケーション

当サービスは、ワーケーション環境と、沖縄産のコーヒー豆を用いた料理体験等を提供する。また、提供されたコーヒーについての告知を1年目に行うことで、2～3年目以降にサブスク利用者への移行を目指す。

クラファン

当サービスは、コーヒー豆の国産化を応援してくれるコーヒーファンを取り込み、資金集めの機能を担う。対価として『やんばるコーヒー豆』を届ける。毎年の目標上限金額：150万円

収益力：低

現状、名護市でコーヒー豆は大量生産できていないが、希少価値を売りに出すことで、顧客単価を上げる戦略をとることができると思う。

# やんばるOWNERSコーヒーの実施方法

- ホテルが、「**つなぎ役**」になり、サービスを提供する
- 相互補完関係を構築し、運営を行う。

- ・ワーキングスペースの提供
  - ・料理体験
  - ・コミュニティの提供  
(イベント情報などを配信、ファンコミュニティの創出を行う)
  - ・やんばるコーヒー生豆の提供  
(サブスク、クラファンの対価)
  - ・栽培レポートの提供
  - ・栽培体験の企画、募集
- ※1~2年目：収穫できない間は沖縄産のコーヒーを提供する。  
ワーケーションの顧客に対し、やんばるOWNERSコーヒーの情報を提供・勧誘。



顧客



運営：ホテル

ホテル（カフェ）

- ・アカウント登録（月1,670円）
- ・コミュニティに任意で参加  
(Facebookを利用)
- ・栽培レポートの受け取り（農家との交流）
- ・栽培体験に参加（植樹・収穫）
- ・やんばるコーヒー生豆の受け取り
- ・ワーキングスペースとして利用
- ・料理体験に参加

- ・農地の提供
- ・耕作関連経費の提供
- ・耕作機器の提供
- ・研修代金  
(技術提供による)



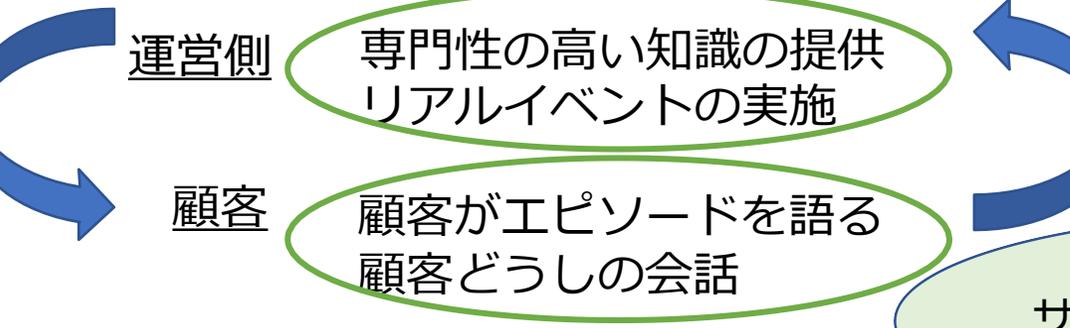
農家

- ・やんばるコーヒー生豆の提供
- ・月次レポートの提供
- ・技術の提供

## 森永乳業のファンコミュニティの形成

参考資料：QON HP  
「ユーザー同士の会話が購買行動へ昇華していく森永乳業のコミュニティサイト『Newの森』」

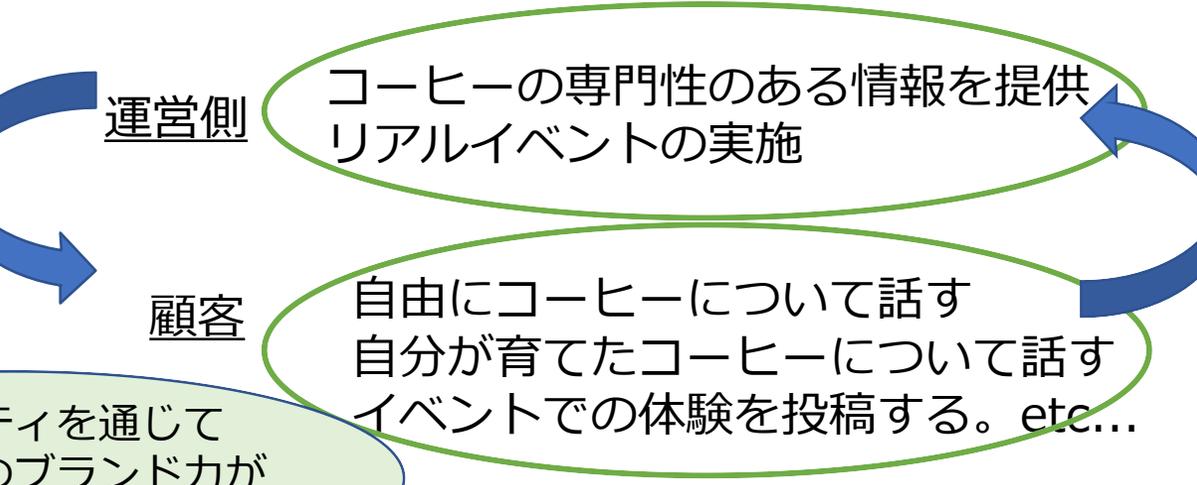
「Newの森」という森永乳業のファンを作る、コミュニティサイトを立ち上げる



**応用**

## やんばるOWNERSコーヒーファンコミュニティの形成

やんばるOWNERコーヒーではコスト削減のため、サイトではなく「Facebook」を利用する。



**やんばるOWNERSコーヒーが売っているのは  
コーヒー豆でなく『コーヒーへのこだわり』である。**

オーナーコミュニティとして形成させ、顧客の当サービスへのロイヤリティを高めていく。顧客どうしが、このコミュニティでコーヒーへの熱い思いを語り合うことで、自動的にやんばるOWNERコーヒーのブランド力が強まる

## 財務情報

- ・ホテルが運用
- ・苗木を1人当たり30,000円で1,000人に販売
- ・2年目以降の管理費を年間2万円で月額1,670円
- ・毎年クラウドファンディングを活用。目標額は年間150万円
- ・その他諸材料費において、台風対策を多めに計上。台風の被害を最小限に。
- ・地代において、1ヘクタール当たり142本の木を植えることが可能。1000本植えるには8ヘクタールが必要である。

サブスク&クラファンで  
収益の大部分を賄う

	1年目	2年目	3年目	備考
苗木所有権	30,000,000	0	0	3万円を1000人
維持管理費		20,000,000	20,000,000	月1670円を1000人
観光・イベント収益				
クラファン支援金	1,500,000	1,500,000	1,500,000	
収益合計	31,500,000	21,500,000	21,500,000	
人件費	8,000,000	8,000,000	8,000,000	5人、時給1000円
研修代	1,200,000	1,200,000	1,200,000	農家からの技術提供
苗木代	3,408,000	0	0	
地代	800,000	800,000	800,000	
肥料費	500,000	360,000	360,000	
荷造運賃手数料	0	0	1,100,000	
リース代	250,000	200,000	200,000	トラクター、コピー代
高熱動力費	360,000	360,000	360,000	
その他諸材料費	1,100,000	120,000	120,000	台風対策
作業用医療費	100,000	25,000	25,000	
農具費	360,000	360,000	360,000	
車両償却費	500,000	500,000	500,000	軽トラック200万円
消耗品費	1,000,000	500,000	500,000	1年目椅子など、3年目包装代
通信費	240,000	240,000	240,000	
広告宣伝費	700,000	300,000	300,000	ちらしなど
クラファン返礼品費	150,000	150,000	150,000	年1回
キッチン設備費	1,500,000	50,000	50,000	居抜き物件使用と仮定
雑費	200,000	200,000	200,000	振込料、ゴミ捨てなど
支出合計	20,368,000	13,365,000	14,465,000	
税引前当期純利益	11,132,000	8,135,000	7,035,000	
当期純利益	8,349,000	6,101,250	5,276,250	法人税等

## ■観光客減少の課題をオーナーの沖縄訪問で解決

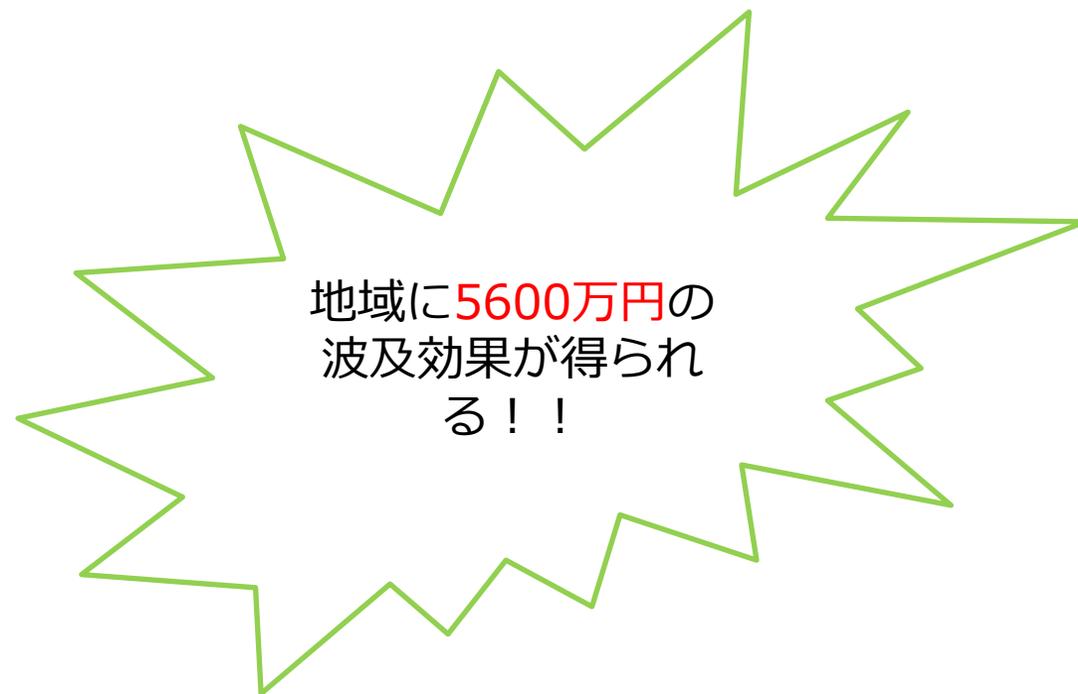
### 内容

- ・オーナー1000人のうち2割の200人を1年間で2回誘致。
- ・1回は夏季におけるワーケーション。もう1回は冬季におけるコーヒー豆収穫
- ・オーナーとその家族や友人など3人でくると仮定すると年1200人の観光客増加

年間1200人の観光客が増加すると・・・

		域内への効果	全国への効果注1)	単位
事業効果 (初年度)	効果の合計(1次効果+2次効果)	0.56	1.53	億円
	1次効果	0.36	0.62	億円
	売上または消費・投資の増加額	0.33	0.33	億円
	地域で発生する直接効果	0.24	0.33	億円
	1次間接効果	0.11	0.29	億円
	2次効果	0.20	0.91	億円
	地域住民の消費・投資の増加	0.32	0.60	億円
	地域内の消費・投資の増加	0.15	0.60	億円
	2次間接効果	0.05	0.31	億円

環境省HP 地域経済波及効果分析ツールVer3.1を使用



## ① 新規コーヒー農家の獲得

国産のコーヒー豆は沖縄でしか生産することができない。生産量の少ないコーヒー豆を増やすには農家を増やすことが必須であり地場産業化することによって成長を促す。



オーナーのコミュニティから地域コミュニティへの誘致を行う

- ・新規農家のための起業支援、環境づくり
- ・栽培指導
- ・行政手続き補助
- ・販売促進支援

## ② 協力店を募集

新しくカフェを作るのには多くの費用がかかる。そこで、やんばるにある既存のカフェ・飲食店に、やんばる産コーヒーの販売協力を要請する。



さまざまな店に協力してしまうことによって「やんばるといえばコーヒー」という地域ブランドの創出を図る。

## ③ 新規オーナーの募集

新規オーナーを募集するには新規に土地を借用すること、やんばるコーヒーを認知させることが重要。



コーヒーを地域ブランドとして成長させるために他社ホテルと共同出資による運営を行うことで、事業規模拡大につなげていく