

中山間地域における茶農家のビジネス展開

～ビバ沢渡の挑戦～

1210559 吉田美敏

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 研究の背景と概要

地域存続のため、全国で地域活性化の活動が盛んになっている。高知県吾川郡仁淀川町でも、地域の資源をブランド化し、特産品として確立して、地域活性化に取り組んでいる。

地域共生概論 2 をきっかけに株式会社ビバ沢渡の代表取締役社長の岸本さんに出会い、2 年前から株式会社ビバ沢渡のあすなる 2 号店「CHA CAFÉ ASUNARO」でアルバイトをしてきた。そこで、株式会社ビバ沢渡の事例をもとに、事業の初めから現在に至る展開のプロセスを代表取締役社長の岸本さんをはじめ、関係者にヒアリング調査を行い、事業の展開を明らかにすることにした。

さらに、ここから得られた知見を踏まえて、中心事業を戦略マップの手法を用いて独自に分析し、課題を見つけ、今後の対策を明らかにすることとした。



(図 1)CHA CAFÉ ASUNARO 地図

※引用:茶農家の店あすなる HP より

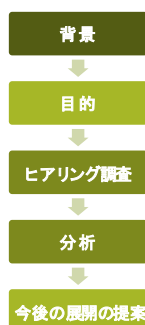


図 2) 研究の流れ

2. 研究の目的と方法

2 年前から株式会社ビバ沢渡のあすなる 2 号店「CHA CAFÉ ASUNARO」でのアルバイトも活かし、株式会社ビバ沢渡の事例をもとに、事業の初めから現在に至る展開のプロセスを代表取締役社長の岸本さんをはじめ、関係者にヒアリング調査を行って明らかにする。また、ここから得られた知見を踏まえ、中心事業を戦略マップのフレームワークを用いて、独自に分析し、今後の対策を提案する。

3. 調査と分析

(1) 株式会社ビバ沢渡の概要

株式会社ビバ沢渡は、2014 年 4 月に設立された。

現在、従業員は 42 名(正規 9 人、パート 33 人)おり、栽培面積は、2.8ha である。

目的は、沢渡茶の茶畑の風景を残していくことで主にインターネットや店舗での通年販売やスーパーや県外の展示会等で営業を行い販路拡大、自社開発や地域企業さんと連携して製品を開発しコストを抑え利益の確保を図ることである。

事業内容は、市内と地元のカフェ事業、HP の管理によるネット販売に力を入れている物販事業、SNS を活用した情報発信を中心としたメディア、自社製品や新商品の開発を行う製造、メインの農業がある。



※引用:高知あきんどナビより

(2) 株式会社ビバ沢渡の誕生

仁淀川町沢渡(さわたり)には、長い時間をかけ石を積み、つくりあげられてきた美しい茶畑の風景がある。

沢渡は、岸本さんの祖父母が《茶》で生活を営んできた場所であり、子どもの頃から何度も遊びに訪れた、たくさんの思い出が詰まった大切な場所。

しかし、高齢化による担い手不足や放棄茶園の増加により、茶農家が減り続けている。

岸本さんは、「このままいけば、いずれ沢渡の茶づくりが途絶えてしまう。この沢渡を、この美しい茶畑の風景を、何とかしたい!!」という思いから、2011年に高知市から町内へ移り住み、今は亡き祖父から茶づくりの手ほどきを受けた。

そして2014年に株式会社ビバ沢渡を設立し、祖父から受け継いだ伝統のお茶作りはもちろん、茶大福やゼリー、茶氷などの新しい「お茶の楽しみ方」の提案、後継者のいない茶畑の再生に奔走している。

(3) 事業

株式会社ビバ沢渡の中心事業は、カフェ事業、物販事業、メディア、製造、農業の5つにより、沢渡茶のブランド化、知名度のアップ、経営維持を図っている。

① カフェ事業

2017年産振補助金(事業費44,000千円)を活用し、2018年3月に拠点施設となるカフェ「茶農家の店あすなる(本店:仁淀川町内)」をオープンする。

そして、1年たたず2018年12月に「CHA CAFÉ ASUNARO(高知市薦屋書店内)2号店」をオープンする。このように沢渡茶を使用したドリンクメニューを提供する新規店舗をオープンさせた。

② 物販事業

高知県内のスーパーや空港等で商品を販売するだけでなく、県外の展示会や期間限定での出張販売を行っていて、県外市場への店舗拡大も検討している。

また、インターネットを利用したネット販売で店舗に足を運べない顧客や県外の顧客をキャッチしていたり、ネットでしか売っていないギフトセットなどを作るなど工夫したりして差別化を図っている。

そして、県内のイベントに数多く出店できており、知ってもらう・食べてもらう機会を増やし続けている。

(表1) 株式会社ビバ沢渡のイベント出店・出店実績表

年度	日付	イベント名
2012年	8月1日	高知県庁
	12月12日	日曜日
2013年	2月17日	日曜日
	2月24日	日曜日
	5月25,26日	village
	6月2日	日曜日
2014年	10月6日	日曜日
	5月17,18日	village
2015年	2月11日	秋葉まつり
	2月21,22日	土佐文旦&土佐茶フェア(無印良品有楽町店)
	5月限定	おうちカフェ(はまごうちとTSUTAYAコラボ企画)
	5月16,17日	village
2016年	8月~	城西館で沢渡茶の客室提供開始
	2月11日	秋葉まつり
	2月26日	高知県地場産業賞
	8月14日	敬老の日ギフト(サニーマーケット限定)
	9月22日	めだかフェスティバル
	10月8,9日	試飲販売(サニーアクシス南国店)
2017年	10月21日	第45回ふるさと祭り
	12月3,4日	第22回土佐あかおかの夏祭り
	1月14,15日	出張販売(香川県のマルナカ栗林南店)
	1月28日	出張販売(香川県高松市丸亀町)
	2月25,26日	試飲販売(サニーアクシスいの店)
	3月4日	幕末維新博
	7月毎週土曜日	土曜夜市
	7月8日	営業販売(サニーアクシスいの店)
	7月26日	限定販売(香港)
	12月2,3日	第23回土佐あかおかの夏祭り
2018年	2月11日	秋葉まつり
	2月14日	第13回国内観光活性化フォーラム
	3月3日	城博1周年
	3月4日	仁淀川町ひなまつり
	5月19日	village
	6月10日~7月16日	沢渡茶・仁井田米フェア(料亭濱長)
	7月1日	コラガ会食(沢渡茶X城西館X豆匠庵)
	8月1日	Hi-sixぐるっと高知クイズラリー2018
	8月10,11日	よさこい祭り(ほにや)
	9月23日	めだかフェスティバル
2019年	10月13日	グローバルバーム完成披露会
	10月13,14日	おやつ神社
	11月4日	ふるさとまつり
	11月10,11日	はりまヤストリートフェスティバル
	2月11日	秋葉まつり
	3月14日	コラゴイベント(沢渡茶X城西館X高知商業高校)
2020年	5月18,19日	village
	10月6日	第5回仁淀川町くいしんぼマラソン
	10月19,20日	おやつ神社
	1月5日	日産サテリオ高知 稲荷店 初売り(ふるまい茶)
2020年	2月15日	にっぽんの宝物グランプリ大会社行式
	3月20日	あすなるマルシェ

③ メディア

SNSを活用して情報発信を行っており、HPやFacebook、Instagramは特に閲覧されている。地元の情報発信だけでなく、イベント出店情報や商品の売り込みにも活用してかかせないものとなっている。

また、テレビの出演や新聞・雑誌の取材も増えてきている。地上波の番組や高知県内の新聞・雑誌、海外の雑誌にまで紹介されるほど注目を集めてきている。



(図 4) 株式会社ビバ沢渡公式 HP、公式 Facebook、公式 Instagram

(表 2) テレビ出演実績

年度	日	番組名
2014年	5月20日	スッキリ！！
2019年	10月15日	ガイアの夜明け
2020年	2月18日	ヒルナンデス！

④ 製造

2012年11月に作られた「沢渡の茶大福」は、2018年の高知県地場産業賞を受賞している。JAL国内線ファーストクラスの機内食として提供もされていた商品である。

また、2018年10月には高知商業高校、城西館、株式会社ビバ沢渡が連携して、新商品の「グローバルバウムクーヘン」を開発する。

2019年4月には株式会社ビバ沢渡がお茶を使ったミルクジャム「SAWATARI CHA JAM」、2020年10月には新たに自社製造を始めた「生茶漬」をつくった。このように新商品の開発に力を入れている。



(図 5) ビバ沢渡の商品

※引用:高知あきんどナビ、沢渡茶 VIVA! SAWATARI NETSHOP より

⑤ 農業

メインの沢渡茶だけでなく、仏壇に供えるしきみや本店のメニューにある御膳などに使用

するわらびも生産している。

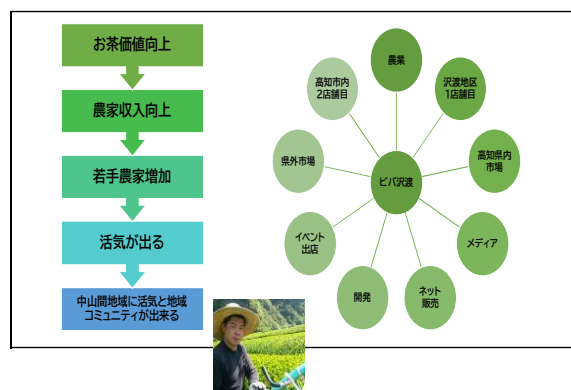
農業の深刻な課題は、担い手不足である。下記の表にあるように沢渡茶生産組合は昭和58年の生葉の生産量は173,000kgあるが、平成27年の生葉の生産量は25,700kgと減っている。これは、担い手不足や放棄茶園が増えており生葉を生産する人が減っていることが分かる。

また、昭和58年の組合員数は55名であったが、平成27年の組合員数は28名に減っていて、そのうち7名が60歳以下で21名が61歳以上である。ここから、組合員数の減少による担い手不足だけでなく、高齢化も課題の一つであることがわかる。

4. 分析

(1) 現状と理想の可視化

ヒアリング調査して得た情報をわかりやすくするため、まとめて図に起こし、可視化した。



(図 5) 株式会社ビバ沢渡の現状と理想 筆者作成

(2) 戦略マップ

戦略マップとは、組織がどのようにして価値を生み出すかを書き起こし、可視化するものである。財務・顧客・内部プロセス・学習と成長の視点から考える方法を基本とする。

(3) 戦略マップの作成

本研究では、「財務の視点 ねらい」・「顧客の視点」・「業務プロセスの視点」・「学習と成長の視点」から考える方法を基本とし、マップを作成した。



(図5)株式会社ビバ沢渡の戦略マップ 筆者作成

(4) マップから導く良い点と課題

作成したマップから、以下の良い点と課題を導いた。

① 良い点

- ・店舗拡大によって本店（仁淀川町沢渡地区）への来客者が増えている
- ・多くのイベントで出店できている
- ・SNSの活用により知ってもらう機会が増えている
- ・自社開発にも力を入れ、コスト削減に取り組んでいる
- ・県内のお店30店舗に商品が置かれている
- ・企業と地元高校とのコラボや課外授業などで社会性が向上している

② 課題

- ・県外市場の機会が少なくなっている（新型コロナウイルスの影響アリ）
- ・後継者及び担い手不足
- ・さらにコストの削減をする必要あり
- ・もっと多くの人に沢渡地区や店舗に来てもらう必要あり（県外も視野に）

5. 今後の対策の提案

分析結果をもとに今後の対策について以下を提案する。

① O2O マーケティング

O2Oとは「Online to Offline」の略で、WebサイトやSNSなどのオンラインの場から、店舗などのオフラインの場に消費者を誘導する来店促進施策のことである。場合によってはその逆に、オフラインからオンラインへと誘導するケースもある（総務省、2013）。

株式会社ビバ沢渡を当てはめて、HPやSNSを見た顧客限定で来店特典やクーポン等を付与し、沢渡地区や店舗に足を運んでもらう。また、店舗で顧客にその場で来店特典やクーポン等を付与し、後で「沢渡茶 VIVA! SAWATARI NETSHOP」での買い物ができるという逆の流れをつくる。

つまり、店舗でしか使えないお得な権利をHPやSNS上で提供すること、お店で得られるお得な権利をオンライン上で使えるという双方向性を可能にすることで、来店動機を強めることができるというメリットを生み出すことができる。

② フィールドマーケティング

顧客との接点である売り場を中心としたマーケティング発想であり、売り場からのさまざまな情報発信によって来店客の購買意欲を刺激し、商品購買に結びつけるためのマーケティング活動のことである（マーケティングがわかる辞典、2000）。

株式会社ビバ沢渡を当てはめて、県内のスーパーや駅、空港等でフィールドマーケティングを行い、アンテナショップ拡大の地を探す。また、県外でのフィールドワークやイベント出店から踏み入れて、隣県から店舗拡大を図る。

③ ダイレクトマーケティング

ひとつまたは複数の広告メディアを使って、測定可能な反応あるいは取引をどんな場所でも達成することのできる双方向のマーケティングである（ダイレクトマーケティング協会）。

チャンネルを活用する。

チャンネルとは、集客するための媒体、経路のこと。

Webサイトや広告、キャンペーンなど流入経路（＝チャンネル）が多ければ多いほどユーザーが集まり、その経路ごとの集客力を見極めて、効果的な集客方法を打ち出すこともできる（Synergy Marketing）。

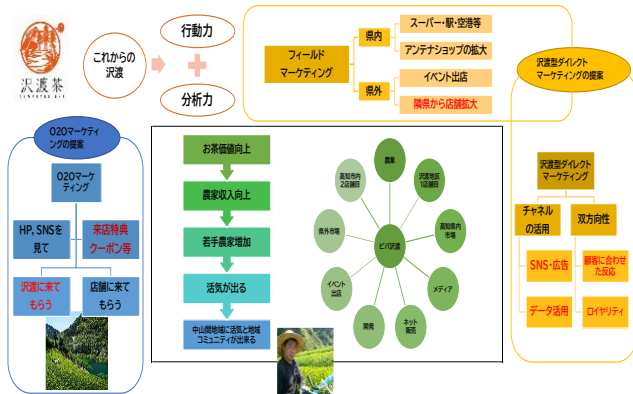
株式会社ビバ沢渡を当てはめて、SNSや広告などデータを集めやすい媒体を利用して、今後の集客方法を考えたり、ニーズを見出したりすることができる。

双方向性を利用して、顧客に合わせた反応を行ったり、ロイヤリティを高めたりすることができる。

株式会社ビバ沢渡を当てはめて、オンラインや店舗での1対1のコミュニケーションを行う。また、何度も購入している顧客に特典をつける等で顧客ロイヤリティを高め、より愛着・信頼を持ってもらう。

<https://www.nrc.co.jp/marketing/01-13.html>

・ Synergy Marketing 「チャンネル」 <https://www.synergy-marketing.co.jp/glossary/channel/>



(図5)株式会社ビバ沢渡の対策の提案 筆者作成

6. 謝辞

本研究では、株式会社ビバ沢渡取締役社長岸本さん、「CHA CAFÉ ASUNARO」店長永野さん、その他従業員の皆様には、大変お世話になりました。2年間ですがアルバイトとして働かせていただいたこと、調査へご協力いただいたこと、この場を借りてお礼申し上げます。ありがとうございました。

7. 参考文献

- ・ 茶農家の店あすなるHP
<https://www.asunaro-cafe.com/>
- ・ 高知あきんどナビ
<https://akindo-navi.org/2017/07/26/bibasawatari/>
- ・ 株式会社ビバ沢渡公式HP
沢渡茶 VIVA! SAWATARI NETSHOP
<https://www.viva-sawatari.com/>
- ・ 公式 Facebook @niyodo.sawatari
<https://www.facebook.com/niyodo.sawatari/>
- ・ 公式 Instagram @viva7249
<https://www.instagram.com/viva7249/>
- ・ 総務省情報通信国際戦略局情報通信経済室
(委託先：みずほ情報総研株式会社) (2013)
O2Oが及ぼす企業活動の変化に関する調査研究の
請負
- ・ マーケティングがわかる辞典 (2000)