



コーヒーがつなぐ 誇りと経済

～観光振興と第一次産業を結びづける～

名桜大学 名桜大学RESAS研究会
コーヒーチーム！

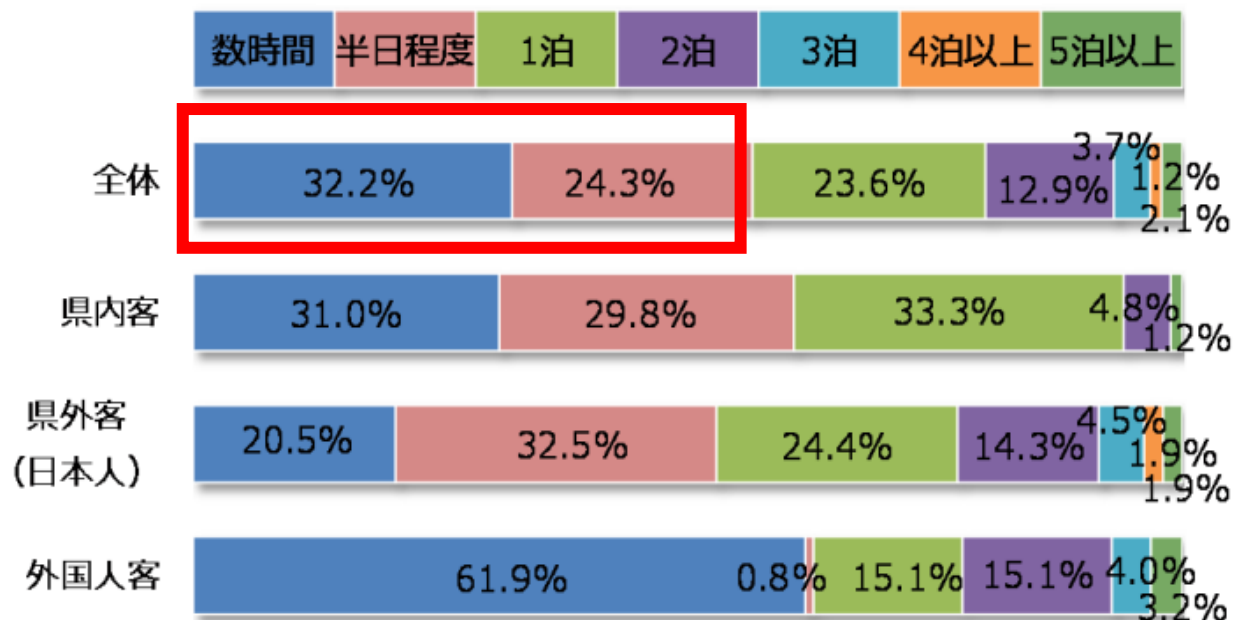
- ☕ 本村野乃花
- ☕ 後藤未希
- ☕ 木下美芸
- ☕ 作本万季
- ☕ 魚谷 渚
- ☕ 松下隼大

提案背景

- 名護市は観光を**重要産業**として政策に位置づけている。
- 沖縄県産コーヒーなど地域資源を観光と結びつけることで、地域経済の活性化が可能。
- 観光客の**滞在時間が短く**、土産消費も少ないことから、**地域ブランド化と体験型観光の導入**が必要である。

日帰りの割合が
半数以上

図表1 名護市内での滞在時間



[回答者数：518]

出典：第2次名護市観光振興基本計画制定業務に向けた検証および成果指標制定業務 報告書 観光振興に係る基礎調査・分析 より抜粋

沖縄県名護市概要



- 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。「**やんばる**」という地域に含まれる。
- 名護市内では**商業・観光業**に加えて、**果樹・野菜栽培**、カツオ漁やタイ・エビの養殖など**漁業**も盛んである。
- 名護市は「**あけみおのまち・名護**」としてまちづくりに取り組んでいる。「**あけみお**」は、夜明けの美しい静かな入江にニライカナイ(海のかなた)から豊穡をもたらす青々とした水の流れること。また、逆に陸より海を眺めると、海の外へと広がりゆく水の流れることもあり、**人々の幸せを願い可能性に向かって突き進む名護市の進取の精神**を表している。

名護市のイメージ

自然豊か

観光がさかん

名護市街地の景色



出典：「まるで外国！沖縄県の海&観光スポット5選」エアトリ



出典：「ようこそあけみおのまち名護市へ」 名護市役所

人口：65,122人

(令和7年7月現在)

位置：沖縄県本島北部

那覇空港から車で1時間

面積：210.80km²

緯度：26°

経度：127°

出典：名護市HP、Google Map

沖縄県名護市の地域分析

○地域経済循環率が77.9%と低い。

→名護市で生まれた付加価値の約22%は市外に流出。

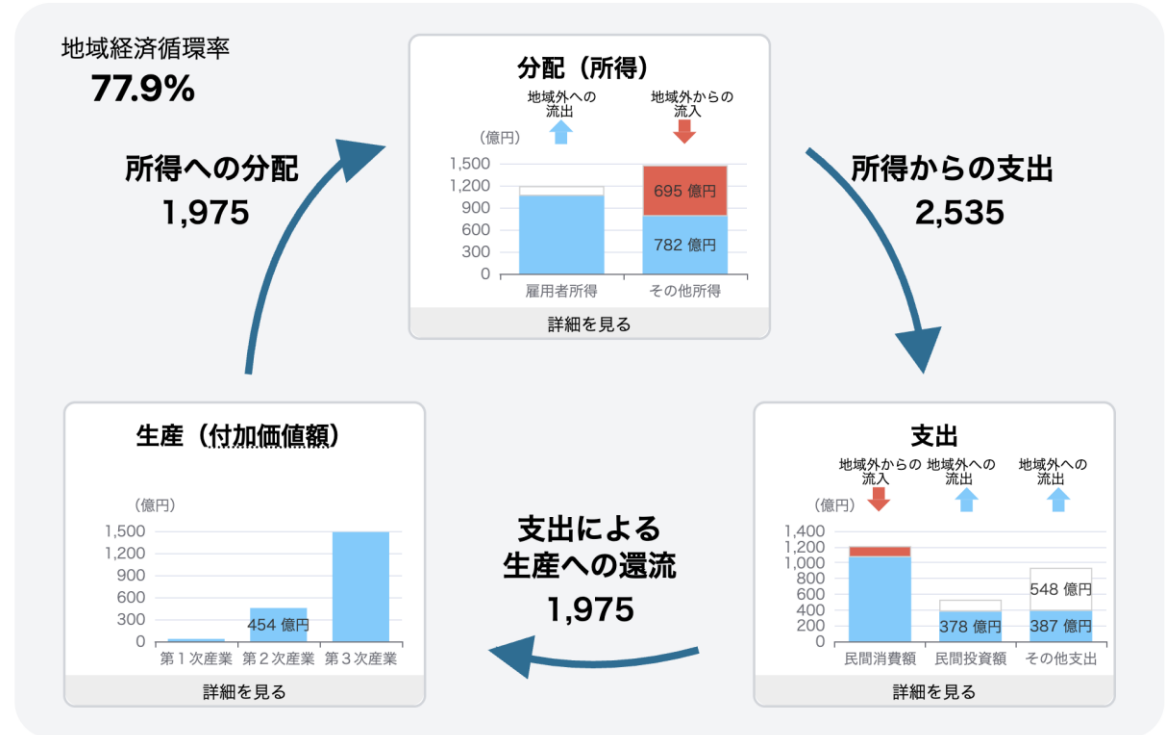
生産→第3次産業が中心で、第1次産業、第2次産業が弱く、地域独自の付加価値創出力が小さい。

分配→地域外からの流入（交付金等）が多く（その他所得の流入）外部依存が大きい。1人当たりの所得は低い。（1559位/1741市区町村）

支出→所得が市外消費・投資（民間投資額）に回ることが多く名護市で循環していない。

【図表4 地域経済循環分析】

指定地域:沖縄県名護市



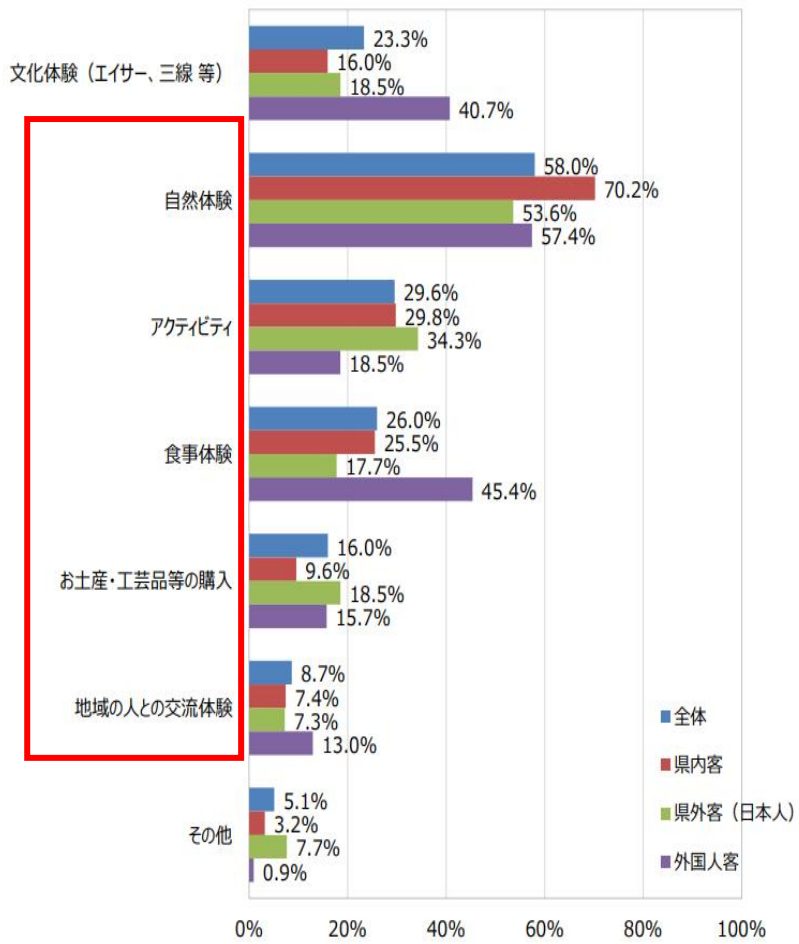
出典：環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」（株式会社価値総合研究所（日本政策投資銀行グループ）受託作成）



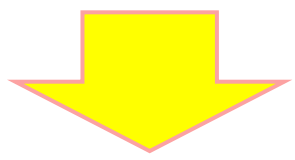
名護市の観光

コーヒー産業で「やってみたい」が叶えられるのでは？

図表5 次回、名護市でやってみたい観光体験



名護市の観光体験で求められているもの
自然体験・アクティビティ・食事体験など



1. 自然体験・アクティビティ・地域の人と交流
→ 農園体験
2. 食事体験 → コーヒーやコーヒーを使った商品
を食事する
3. お土産の購入 → コーヒー豆や加工品など、こ
の地にしかないものを購入できる

出典：第2次名護市観光振興基本計画制定業務に向けた検証および成果指標制定業務 報告書 観光振興に係る基礎調査・分析 より抜粋
[回答者数：450]

到達目標

現状

- ・ 名護市 素通り観光が多い・観光コンテンツ不足・お土産の消費が少ない県産
- ・ コーヒー 知名度不足・担い手不足・付加価値が足りない・根本的課題が多い

プロセス

- ・ 大学、企業、コーヒー園と連携、取り組みを通して知名度を上げる
- ・ 新たな販売方法や別の収入源について可能性を広げる

効果

- ・ 名護が目的地になり、素通り観光が減少、交流人口の増加
- ・ 人の力×多角的な収益構造（コーヒー産業）

ゴール

- ・ 名護市＝県産コーヒーイメージ化・地域活性化
- ・ コーヒー産業の課題解決

日本のコーヒー市場動向

- 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

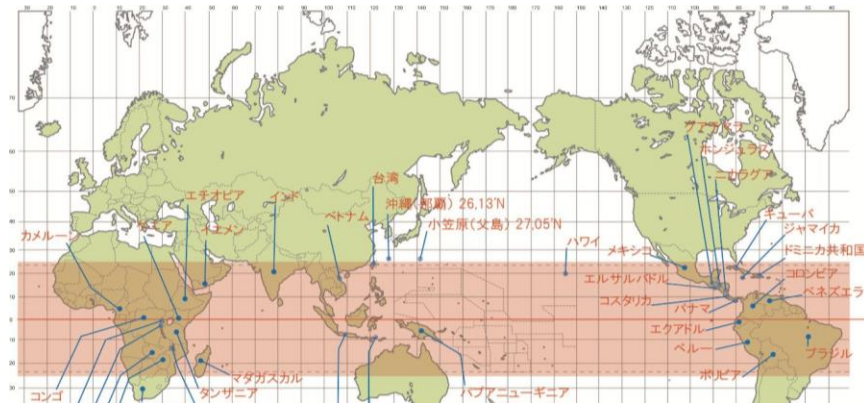
生息適温：15℃～25℃
中でもアラビアコーヒーは世界のコーヒー豆生産の6割弱を占める

収穫について

苗木一本につき約1,000粒（3キロ、40杯）が収穫可能。収穫時期は一般的に11月～2月である。



コーヒーベルト



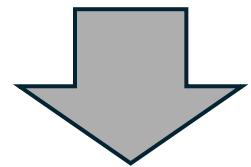
出典：沖縄コーヒーアイランドHP

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沖縄県は、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



**沖縄県内で質の高い
コーヒー豆栽培が可能であることを証明**

2050年問題

※ *Climatic Change* (2015) 129:89-101

→→ 「気候変動の影響により、2050年までに栽培適地が現在の50%にまで減少する」

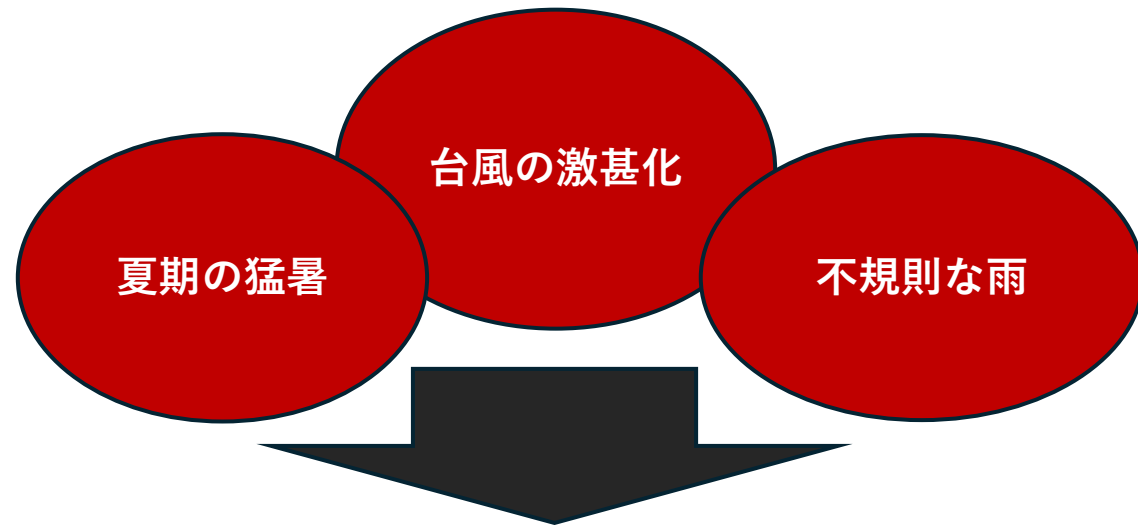
「カシューナッツやアボカドと比較して、コーヒーが最も気候変動に対して脆弱であり、2050年までにすべての主要生産国で適地が減少する」
※2022年にPLOS ONE誌に掲載された研究 (Grüter et al.)

栽培適地の喪失

…地球温暖化により平均気温が上昇することで、現在コーヒー栽培に最適とされている地域が、暑すぎたり乾燥しすぎたりして栽培に適さなくなる恐れ。

品質の低下

…コーヒーの風味は、昼夜の寒暖差によってゆっくり熟すことで生まれる。温暖化で熟成が早まりすぎると、複雑な酸味や香りが損なわれてしまう。



生産者への負担

- ☆コスト拡大（遮光、台風、塩害対策費等）
- ☆収穫量の不安定
- ☆長期的かつ複雑な生産管理化



沖縄県産コーヒー

「**コーヒー栽培の北限**」と言われている沖縄。

沖縄県は日本国内でも珍しくコーヒー栽培に適している“**コーヒーベルト**”内に位置している。

沖縄本島、沖縄県・鹿児島県の離島で栽培されている。コーヒーは苗から3年、種から収穫まで4～5年かかると言われている。沖縄では台風の影響や突然発生する病害虫の原因により収穫の安定化が難しい。アラビカ種ムンドノーボという品種である。

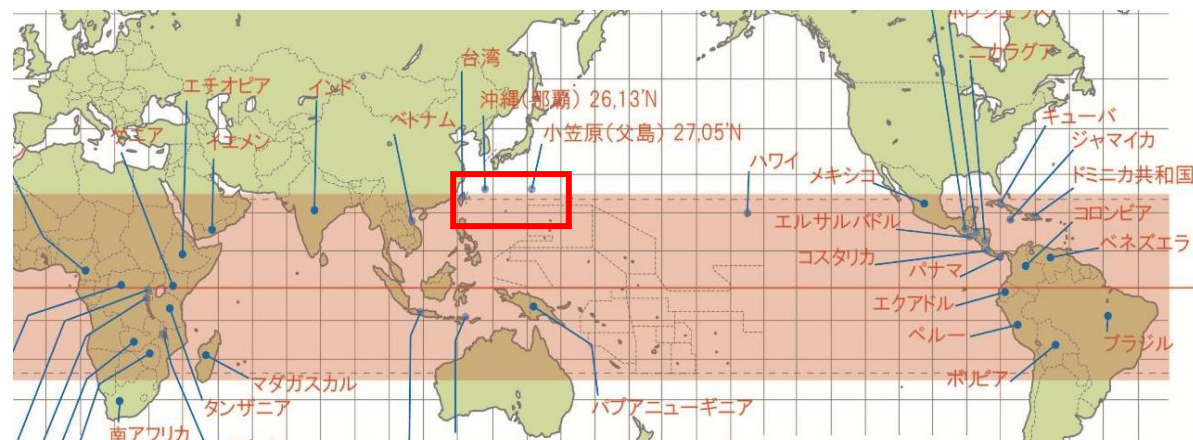


出典：沖縄コーヒー協会

沖縄産コーヒーの日 [12月1日]

沖縄県産コーヒーの知名度を上げたい、沖縄コーヒーの歴史を未来に伝えたいという思いから記念日登録が行われた。

コーヒー記念日は、明治8年（1875年）**12月にインドネシアから苗木が沖縄に持ち込まれ、日本で初めてコーヒー栽培が始まった**ことに由来する。



出典:沖縄コーヒーアイランド

中山コーヒー園

名桜大学から車で20分のところにある中山コーヒー園では、体験に関わる全ての機材は準備されているので気軽に参加することが出来る。

まだまだ希少性の高い豆の値段が高くて購入したいとする高付加価値化、体験プランを通して経験を買ってもらおうという二つの戦略を取っている。

高付加価値

『コーヒーの木のオーナー制度』

- ・ 個人プランと法人プランの2種類
- ・ 特典

オーナーとなったコーヒーの木の豆
世界のコーヒー豆
コーヒー・ハーブの関連商品
体験料金30%OFF、店内商品10%OFF
オーナー証
名前の看板を散策コースに設置
生育状況をコーヒー通信でお届け

経験価値

- ・ コーヒーの収穫～抽出までの体験
 - ・ 農園の散策
(エコツアーリズム的なプログラム)
 - ・ 亜熱帯のジャングル
- 植物や虫、爬虫類
 - ・ ハーブガーデンの見学
- ※一杯のコーヒーを飲むだけでなく、コーヒーの木から学べる農業的背景、カップ一杯のコーヒーになるまでのストーリーや生活圏では見られない亜熱帯の植物や生物に触れられる環境など、**コーヒーを取り巻くすべての環境が経験価値**となる。



出典：中山コーヒー園公式HP

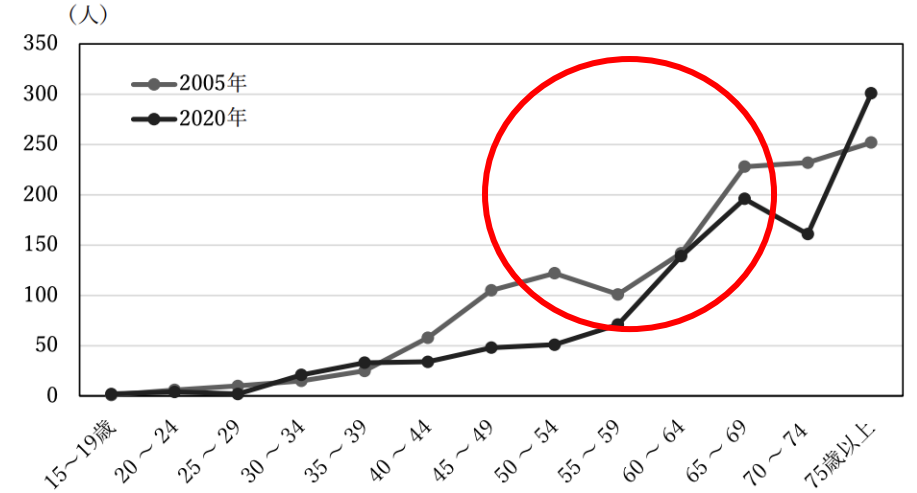
沖縄県産コーヒーの現状

- コーヒーの地域ブランド力の低さ
 - 知名度が低い
 - ブランド価値が低い
 - 販路が限定的
- 地域農業の担い手不足、高齢化
- 地形的に台風や突然害虫の発生が多い
- 気候変動による収穫不安定性
- そもそも生産量が少ない
- 価格が高く売りづらい
 - (中山産コーヒー1杯2000円)
- 米のような補助金制度はなく、リスクは農家が負う



図表6 年齢階層別の基幹的農業従事者数(2005→2020年)

図15 年齢階層別の基幹的農業従事者数 (2005→2020年)



出典：令和5年名護市農林水産振興計画策定支援業務 基礎調査報告書（農林業センサス）

図表7 農業後継者の状況

表7-1 農業後継者の状況

	計	5年以内に農業を引き継ぐ後継者を確保している			5年以内に農業経営を引き継がない			
		小計	親族	親族以外の経営内部の人材	経営外部の人材	確保していない		
実数 (経営体)	名護市	889	125	120	3	2	43	721
	名護	242	28	27	1	-	8	206
	屋部	149	32	31	1	-	6	111
	屋我地	102	12	12	-	-	7	83
	羽地	287	45	42	1	2	17	225
久志	109	8	8	-	-	5	96	
割合 (%)	名護市	100	14.1	13.5	0.3	0.2	4.8	81.1
	名護	100	11.6	11.2	0.4	-	3.3	85.1
	屋部	100	21.5	20.8	0.7	-	4.0	74.5
	屋我地	100	11.8	11.8	-	-	6.9	81.4
	羽地	100	15.7	14.6	0.3	0.7	5.9	78.4
久志	100	7.3	7.3	-	0	4.6	88.1	

出典：令和5年名護市農林水産振興計画策定支援業務 基礎調査報告書（農林業センサス）

沖縄コーヒーの前提条件、現場で聞いた「違和感」

前提条件

1. 沖縄コーヒーは、温暖な気候を活かした特産品として注目されているが、実際にはコーヒー栽培に必ずしも適した環境ではない。
2. 気候変動の影響により、収穫は年ごとに大きく左右される
3. 米のような公的補助制度がなく、生産リスクは農家が直接負う構造となっている。

農家関係者へのヒアリングでは、

「ストーリーを知らなければ、ただの高いだけのコーヒーに見えてしまう」
「沖縄県産コーヒーと言われても、何が沖縄らしいのか伝わっていない」
といった声が挙げられていた。



**品質や希少性があるにも関わらず、
その価値が十分に理解されていない現状がある**

名桜大学とRESAS研究会



大学が名護市に立地、またコーヒー農園が近くにあることから、RESAS研究会はコーヒーを活用したブランディングを行い、施策立案から実行まで取り組んでいる。

【名桜大学】

(大学HPより)

- ・ 学生数 2,263人。(令和6年5月1日時点)
- ・ 沖縄県北部地区の産官学連携において重要な役割を担っている。

【RESAS研究会】

- ・ 2024年度のメンバーは10人。
- ・ 主に沖縄県や名護市の地域活性化プランを作成、沖縄県北部の観光地や大学でのイベントにて実行・検証
- ・ 名護市のスマートシティ推進協議会のイベントへ参加し、名護市の産業活性化についての勉強
- ・ 大学の文化祭で、焙煎から抽出までを行った沖縄産コーヒーの販売を行った。



【大学内でのコーヒー販売】

先行事例 ハワイ・コナコーヒー

コナコーヒーとは？

- ・ 世界三大コーヒーの1つにあげられる**特別さ**
- ・ アラビカ種が主に栽培されている。
- ・ **品質の高さと希少価値の高さ**が注目
- ・ **有機農法による手作業での栽培**
- ・ **厳格な格付け基準**
- ・ フルーティーな甘みとコクの味わいとで親しみやすさ。

コナコーヒーには、地域ブランド確立・品質・観光連動・物語性がある。

県産コーヒーも同様のアプローチが可能！！



出典：MARK HAWAII CoFFEE

出典：collections of waikiki

本質的課題

① 沖縄コーヒーの価値が「味」や「産地」だけで理解されてしまっている

- ・ ただのコーヒーに見える
- ・ ストーリーを知らないと高いだけ
- ・ 沖縄の環境がコーヒーに向いているわけではない

不利な条件を「価値」として翻訳できていない

② 生産者が「価格を説明し、納得してもらおう力」を個人で背負っている

- ・ 価格の理由や背景は、農家やスタッフが毎回口頭で説明
- ・ 顧客は背景や想いまで含めて評価するため、説明できないと納得できない

説明できる人がいないと売れない属人的な構造

③ 農業としてのリスクが高すぎる

- ・ 補助金がない
- ・ 気候変動や2050年環境問題
- ・ 結果が出るまで1年かかる
- ・ 農家の減少、放置される畑

コーヒー豆一本足モデルの脆弱性



世界中でいろいろなコーヒーを飲んできている
インバウンド客

「希少です」「沖縄産です」

だけでは納得しない

「この人は本当に理解して話しているのか」

「ただ暗記した説明をしていないか」

「想いがあるか」

を話し方・目線・態度から判断している

商品そのものだけではなく

「説明する人そのもの」も含めて
価値判断している

(農業関係者へのインタビューより)



中山コーヒー園



解決策

① 沖縄県産コーヒーを「物語を消費する産業」に転換

- ・ 観光×農業を分断しない(観光の途中にコーヒーの背景を知る体験を組み込む)

→ 「名護でコーヒーを飲んで終わり」ではなく、沖縄という土地の物語として体験させる

- ・ 生産背景・環境問題を「体験と対話」で伝える = 思想の共有

→ 値札やパッケージの短い説明文では足りないため、スタッフが直接的な会話で伝える「2050年環境問題」や「なぜ大変なのか」

- ・ スタッフを「販売員」ではなく、ストーリーテラーに

→ 販売員：商品の特徴を説明、値段を伝える

ストーリーテラー：なぜこの価格なのかが語れる、農家の苦労を自分の言葉で話せる、

お客様の関心に合わせて話を変えられる

→ 農家の思いを伝えられる人材が育つ

**値段ではなく、理解し買う = 価格ではなく、「納得」で選ばれる構造
付加価値 = 人材資本**



解決策

②豆以外で農業リスクを分散

コーヒーの「葉」を使ったお茶であるリーフティー

→実は葉は毎年安定して育つ(農園関係者へのインタビューより)

メリット：放置されている畑を活用できる、豆ができるまでのつなぎ収入になる、誰も本格的にやっていないので先行者優位となる

これは、コーヒー2050年問題への対応とも言える。

気候変動で豆が取れなくなる未来に備え、その前に**「別の収入源」**を持つ必要がある！

コーヒーが飲めなくなる未来への適応策

=

誇り(文化)×経済(収入源)を同時に守る



解決策

イベントで沖縄県産コーヒーの出店

2025年9/13（土）、9/14（日）に開催された「日本教同教育学会第12回大会」にて、中山コーヒー園のコーヒー豆を使用したブレンドコーヒーを販売した。ブレンドコーヒーの販売と同時に「中山コーヒー園」のパンフレットも設置し、お客様に沖縄県産コーヒーを紹介する場を作った。

→沖縄県産コーヒーの背景や生産の魅力も伝わり、知名度向上、商品価値の向上につながる。

2日間の売上

ブレンドコーヒー1杯 600円
1日目 45杯 27000円
2日目 34杯 20400円



大学祭で沖縄県産コーヒーの出店

2025年11/22（土）、11/23（日）に開催された「第32回名桜大学祭」にて、中山コーヒー園のコーヒー豆を使用したブレンドコーヒーと、コーヒーの葉を利用したリーフティー、コーヒーの実を利用したチェリーティーを販売した。販売の際には、単なるモノとしてのコーヒーではなく、生産背景や想いを含めた「物語を消費する産業」への転換を目指し、販売員がストーリーテラーとなって商品の魅力を伝えることを重視した。

→価格ではなく「納得」で選ばれるコーヒーへ！

2日間の売上

1日目 75杯 41,100円
2日目 82杯 47,700円

○リーフティーとは？

- ・コーヒーの葉を使用したお茶
- ・香ばしく清涼感のある風味
- ・ポリフェノールが豊富

○チェリーティーとは？

- ・コーヒーの実を使用したお茶
- ・フルーティーな甘みと香り
- ・ポリフェノールが豊富



地域への効果分析

● 経済効果

- ・ 滞在時間延長、消費拡大
- ・ 高単価・少量でも成立するモデル
- ・ 観光消費の地域内循環
- ・ 副産物(葉)の商品化による収益安定

● 社会的効果

- ・ 農家の継続意欲向上
- ・ 「語れる仕事」としての農業
- ・ 放置農地の再利用
- ・ 住民交流、教育連携

● 文化的効果

- ・ 沖縄の新たな農業文化の創出
- ・ 農家の営みや価値観の可視化、継承
- ・ 観光消費を理解と共感を伴う文化体験へ転換
- ・ 人の対話力そのものが地域文化として蓄積

● 環境的効果

- ・ コーヒーカス再利用
- ・ 2050年問題への先行対応
- ・ 単一作物依存からの脱却
- ・ 環境問題を価値に変える産業モデル

まとめ

現状

名護市

- 付加価値の市外流出
- 第3次産業への偏り
- 素通り観光が多い
- 名護を目的地化されにくい

県産コーヒー

- 収穫量が不安定、価格が高い
- 第1次産業の担い手不足
- 価値が人に依存、安定して評価されない構造
- 2050年問題

提案 実行

理想の未来

- ✓ 名護市観光において素通り観光が減少、名護が目的の来訪者増加。
- ✓ 名護市 = 県産コーヒーのイメージ確立
- ✓ 県産コーヒーの知名度UP
- ✓ 農園やイベントの客数UP
- ✓ コーヒーと観光振興を結びつけることで交流人口を増やしたい。
- ✓ コーヒーが人や物語で選ばれる産業へ！
- ✓ コーヒー産業 = 価値が循環する産業へ
- ✓ 誇り・経済・文化が循環する沖縄コーヒー産業

