



かつぽしアート フェスティバル

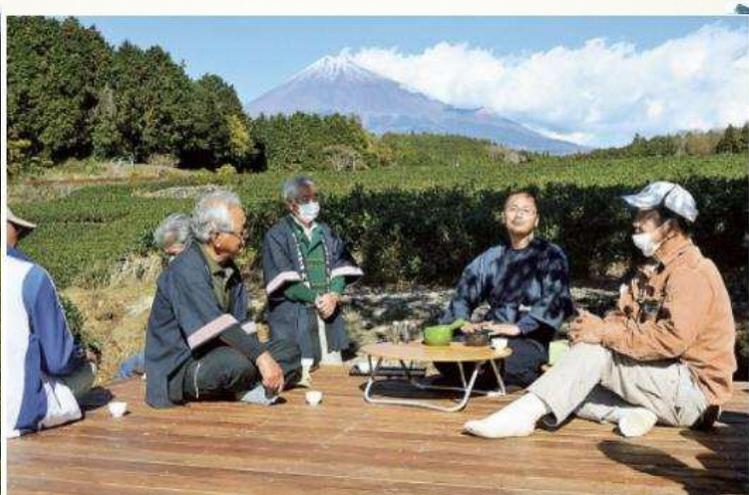
世界農業遺産「静岡の茶草場農法」ビジネスアイデアプランコンテスト

菊池 翠

茶草場農法の魅力って？

文化的景観

- ▶ 協働作業で培われるコミュニティのつながり
- ▶ 作業合間のお茶飲みタイム
- ▶ ボランティアなどよそ者にオープンな地元住民のおもてなし精神



存続の危機

茶の出荷価格下落
冬野菜の栽培
冬場のアルバイト

手間・時間がかかる農法

農家の高齢化

→ 茶草場農法を辞める農家も
…

茶草場農法のプロセス



①刈り取り



②草干し



③粉碎



④投入

問題解決の方向性

茶の出荷価格下落

茶草場農法のブランドイメージ確立

↓
認知度向上、商品の差別化

↓
販売利益向上

手間・時間がかかる農法
農家の高齢化

若者に農法の魅力や楽しさを知って
もらう

↓
茶農家と家族のような関係性を築く

↓
茶草場ボランティアに参加
茶の購入

茶草場農法、やっぱり辞められない！

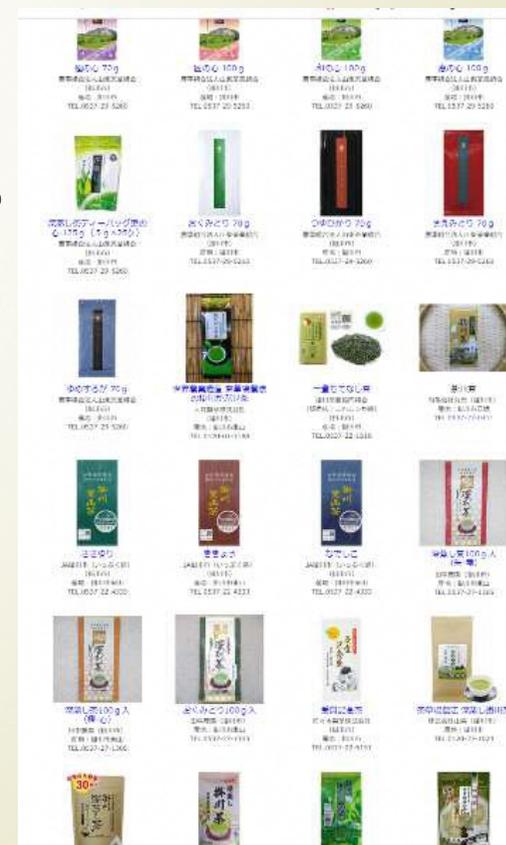
課題分析とチャンス

<課題>

▶ 世界農業遺産「静岡の茶草場農法」の認知度は低く、**価値や魅力は十分に理解されていない。**

… 「茶草場農法茶」としての**商品の差別化ができていない。**

… 「世界農業遺産」のブランドがわかりにくい。



課題分析とチャンス

<ポテンシャル/チャンス>

▶ 「かっぽし」のある風景は地域のシンボル
…世界農業遺産評価基準「景観・ランドスケープ」

▶ 消費トレンドの変化

“ストーリーのある商品”

“顔の見える商品購買（●●さんのお茶）”

“生物多様性”、“環境に配慮した” “エシカル”

“SDGs”、“伝統農法”

というキーワードが響く消費者の増加

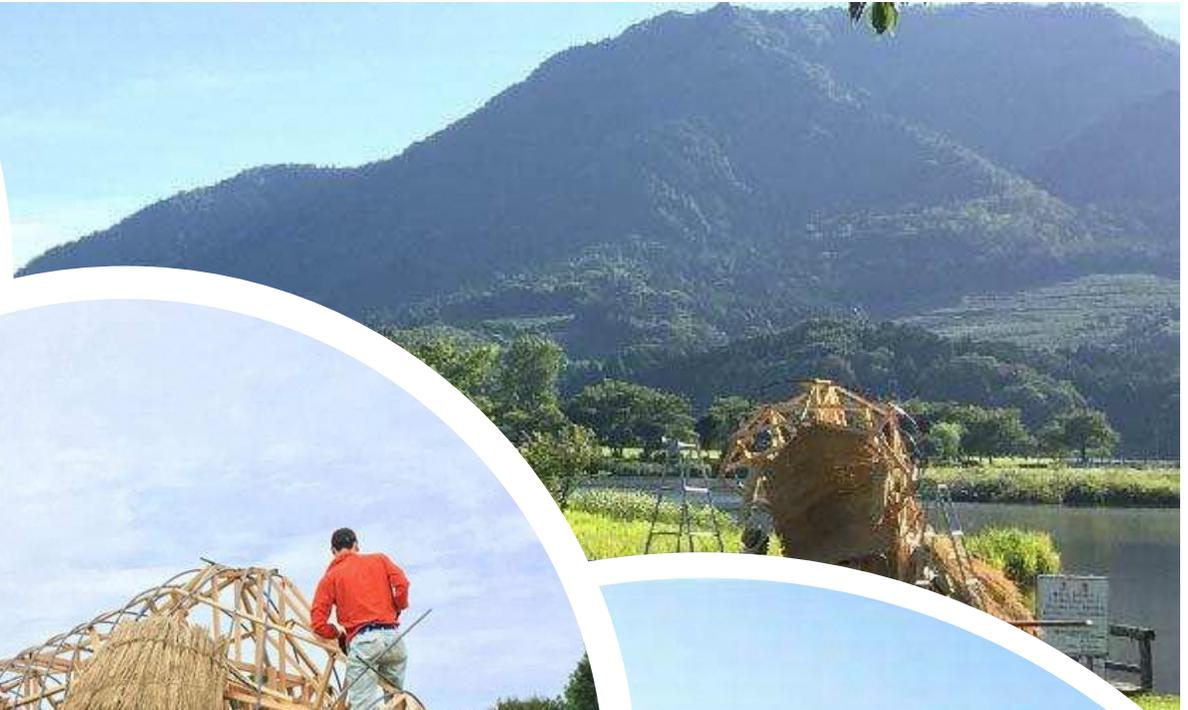




事業コンセプト

茶草場農法茶のシンボルイメージを打ち出し、認知度を高める。

- 「かっぽし」を各自のアイデアにより**ユニークに成形**
- 「茶草場に生息する動植物」など、テーマを与え、他所の稲わらアートと差別化
- 茶草場農法茶の**パッケージの工夫による製品の差別化。**



事業のポイント

- ▶ 地域住民の方々と共に楽しみながら制作し、交流を経ながら、完成時にはみんな達成感を味わえる
- ▶ 高齢化、過疎化が進む地域に元気をもたらす
- ▶ 農家と懇意になった制作者は、定期的に茶草場農家に通い、●●さん家のお茶の固定顧客になる。

事業の概要

1. かつぽしアートフェスティバルの企画運営

- ▶ 刈り取った茶草の乾燥期間に、**茶草を使用した造形物を作るイベントを企画運営。**
- ▶ 開催地は**掛川市、菊川市、島田市、牧之原市、川根本町**で持ち回り。
- ▶ 参加者は県内外から公募し、**1チーム1万円のエントリー費用を回収。**（茶農家からの作業器具貸し出し料、保険料、制作指導料、茶草場農法茶の割引クーポンを含む。）
- ▶ **作品は一定期間展示し、一般投票により優秀作品を決定する。**

事業の概要

2.パッケージツアーの造成

- ▶ 現地への交通と昼食、茶草場農家民泊をパッケージとした商品を企画。
- ▶ 作品制作時、鑑賞時、茶草場ボランティア、茶摘みと、懇意になった茶農家の元に継続的に通う企画ツアー
- ▶ 地域の旅行会社と提携し、旅行商品として販売する。

ツアーコンセプト	旅行時期	ターゲット
アート制作ツアー	製作期間中（3日～5日）	作品制作者
アート鑑賞ツアー	作品完成後1日	作品鑑賞者 県内外旅行者
茶草場ボランティアツアー	草の粉碎・投入作業時期	作品制作者
茶摘みツアー	翌春～夏	作品制作者

事業の概要

3.茶草場農法茶パッケージの企画制作

- ▶ 優秀作品賞の写真を、茶草場農法茶のパッケージ用にシール化し、製品に添付してもらう。
- ▶ 個性に欠ける茶のパッケージの中で、異色性を打ち出す。
- ▶ シールにはQRコードを付ける。

サイトにアクセスすると…

- アート作品のオンライン鑑賞
- 茶草場農家のストーリー
- 世界農業遺産としての価値
- ボランティア募集情報



制作参加者ターゲット

- ▶ **美術・芸術大学生および専門学校生**
 - 作品が地元の方の目に触れ、さらにメディアにも取り上げられる。
 - アート作品制作者とは別に、映像制作班も編制。メイキング映像を撮影し公開する。
- ▶ **地元の小・中・高校**
 - 総合的な学習の時間などを使い団体参加
- ▶ **フリースクールへ通う児童**
 - 自然の中で行う作品製作は、不登校児やフリースクールに通う子にも受け入れやすい。



制作参加者ターゲット

- ▶ 地元企業の従業員
- CSRおよび社員間交流の一環で参加。

鑑賞ツアーターゲット

- ▶ 温泉・紅葉・大井川鐵道見物目当ての訪問客
(ファミリー層)
- ▶ サイクルツーリスト (若年層)
- ▶ 富士山目当ての外国人観光客



地域への貢献

- 茶草場農法茶のブランド差別化と、固定顧客（制作者）の獲得による**販売収益の増加**。
- 重労働の象徴であった茶草が、魅力的な作品に生まれ変わることで、**農家が茶草を見直すきっかけ**に。
- イベントを機に**メディア露出機会が増加**。
- 茶摘みで観光客を呼び込みにくい秋冬にイベントを行うことで、**閑散期の観光収入が増加**。

事業の展望・将来性

▶ アート制作技術の継承

- 初年時は制作経験豊富なNPO法人わらアートJAPANに制作支援をいただくが、徐々に地元にて技術移転する。

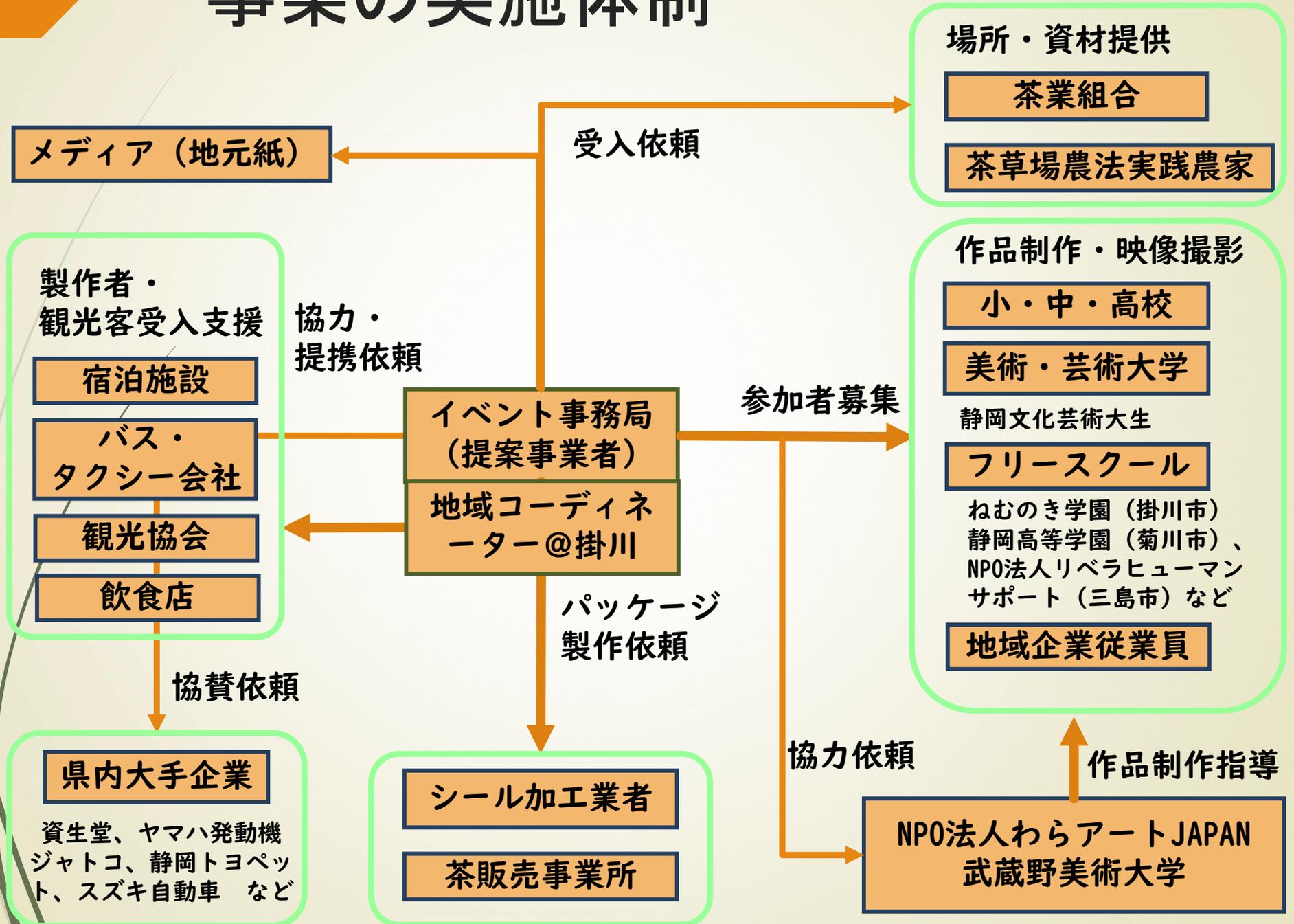
▶ 観光の目玉としての派生イベント

- 作品規模の拡大、スタンプラリーや、関連イベントの同時開催などで魅力化を図り、展示期間中の集客増加を目指す。

参考 新潟市主催のわらアートまつりの誘客数

	開催年	来場者数 (2日間)	来場者数 (展示期間中累計)
第1回	2008年	3千人	(2日間のみ展示)
第2回	2009年	1万8千人	3万人
第3回	2010年	1万3千人	3万3千人
第4回	2011年	1万5千人	3万5千人
第5回	2012年	1万8千人	4万2千人
第6回	2013年	1万5千人	4万人
第7回	2014年	2万4千人	5万人
第8回	2015年	1万7千人	4万7千人

事業の実施体制



事業の実施スケジュール

年	2021年		2022年		2023年	
月	1月～6月	7月～12月	1月～6月	7月～12月	1月～6月	7月～12月
かつぼし アートフェ ス	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 実施地域、協力農家、実施体制決定 ➤ 協賛・協力先との調整 ➤ パッケージツアー造成 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ イベント参加者募集 ➤ イベント開催 ➤ ツアー実施 ➤ パッケージシール作成 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 実施地域、協力農家、実施体制決定 ➤ 協賛・協力先との調整 ➤ パッケージツアー造成 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ イベント参加者募集 ➤ イベント開催 ➤ ツアー実施 ➤ パッケージシール作成 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 実施地域、協力農家、実施体制決定 ➤ 協賛・協力先との調整 ➤ パッケージツアー造成 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ イベント参加者募集 ➤ イベント開催 ➤ ツアー実施 ➤ パッケージシール作成

試験開催

本格開催

他地域開催

資金計画

収支計画（単位：千円）

		1年目	2年目	3年目	備考
売上	アート制作エントリー費	150	90	100	20チーム目標
	パッケージツアー造成・販売	600	800	1,000	ツアー客50人目標
	パッケージ用シール販売	500	1,000	1,500	
A 小計		1,250	1,890	2,600	
B 売上原価		400	600	800	
一般 管理費	人件費	800	900	1,000	
	賃借料	0	0	0	
	広告費	100	100	100	
	その他	200	100	200	イベント運営
	C小計	1000	1,100	1,300	
利益A-B-C		-150	190	500	

【売上】1年目

制作エントリー費用10,000円/チームx15= 150,000円

パッケージツアー（駅から現地までのシャトルバス、宿泊費、昼食付） 2万円/人 XW30人

お茶パッケージ用シール販売 50万円/1万枚

【売上原価】1年目

お茶パッケージ用シール作成 10万円/1万枚

パッケージツアー（駅から現地までのシャトルバス、宿泊費、昼食付）1万円/人

【経費】人件費パートタイム2名（2,000円/時 x 8時間 x 50日）= 80万円

資金計画

▶ 資金調達計画

必要資金の内容	金額 (千円)	調達方法	金額 (千円)
設備資金 (店舗、工場、機械、 備品、車両等) 運転資金	1,000	自己資金	2,000
		出資金	
		親族等からの借入金	
商品仕入、人件費、 家賃、広告宣伝費な どその他経費支払)	1,000	銀行からの借入金	
		その他	
合 計	2,000	合 計	2,000