

KN グローカルリサーチレポート 2016年5月 No.2



緑の美しい季節になりました。新茶はお飲みになりましたか？
お茶の栽培面積は全国で約44,000ha。そのうち約4割が静岡県です。
静岡県や鹿児島県は「せん茶」が主体ですが、三重県や福岡県は「かぶせ茶」、京都府は「玉露」や「抹茶」となっています。

静岡県内では生産金額の多い順に、牧之原市、静岡市、掛川市、島田市となっており、県中部に産地が集まっています。

総務省の家計調査によると、お茶の消費量は、全国平均が870gですが、静岡市は1,892gと最も多く、浜松市も1,429gと第3位になっています。

出張などで各地を訪れると、お茶の違いに気がつきます。静岡のお茶はお土産に喜ばれますね。

■お茶の主産県

| 順位 | 府県名 | 面積(ha) |
|----|-----|--------|
| 1 | 静岡県 | 18,100 |
| 2 | 鹿児島 | 8,670 |
| 3 | 三重 | 3,110 |
| 4 | 京都 | 1,580 |
| 5 | 福岡 | 1,560 |

農林水産省H28年3月

■お茶の消費量 上位より7市

| 順位 | 市名 | 数量(g) |
|----|-----|-------|
| 1 | 静岡市 | 1,892 |
| 2 | 奈良市 | 1,535 |
| 3 | 浜松市 | 1,429 |
| 4 | 津市 | 1,357 |
| 5 | 大津市 | 1,266 |
| 6 | 京都市 | 1,260 |
| 7 | 熊本市 | 1,165 |

下位より7市

| 順位 | 市名 | 数量(g) |
|----|-----|-------|
| 1 | 岡山市 | 502 |
| 2 | 鳥取市 | 508 |
| 3 | 徳島市 | 517 |
| 4 | 青森市 | 534 |
| 5 | 高松市 | 561 |
| 6 | 那覇市 | 571 |
| 7 | 山形市 | 605 |

総務省「家計調査」より

リーンスタートアップ ② ビジネスモデルキャンバス(BMC)ーその1

起業や新規事業などの立ち上げのマネジメント手法「リーンスタートアップ」では、事業構想をビジネスモデルキャンバス(BMC)に具体的に書き込んでいく。(ネットで「ビジネスモデルキャンバス」と検索すると、キャンバス図や解説などの様々な情報が入手できます)

ビジネスモデルキャンバスは、頭の中に有るアイデアをビジネスモデル(=儲けの仕組み)にするためのフレームワーク(道具)で、ビジネスの全ての構成要素を1枚のシートに俯瞰的に盛り込み、各要素間の相関性を「見える化」する事ができる。

新事業のアイデアは「仮説」であり、その「仮説」をキャンバスに書き込んでいく。ビジネスモデルキャンバスの初

版はスタートの「たたき台」でしかなく、顧客ヒヤリング等による「仮説検証」を繰り返しながら、キャンバスを書き換えていく。複数枚のキャンバスがパラパラ漫画のようにビジネスモデルの進化を示し、20センチもの厚さになることもある。

ビジネスモデル・キャンバス

| | | | | |
|--------------|------------|--------------|-------------|---------------|
| KP パートナー | KA 主要活動 | VP 価値提案 | CR 顧客関係 | CS 顧客セグメント |
| | KR リソース | | CH チャンネル | |
| C\$ コスト構造 | | R\$ 収益の流れ | | |

*「リーンスタートアップ」は、『スタートアップ・マニュアル』(翔泳社)等を参考にしています

***** ～～ バンコクの風 ～～*****

実はタイには1年に3回のニューイヤーがあります。一つ目は1月1日。世界共通の新年です。二つ目は2月中旬。チャイニーズニューイヤーという旧暦の新年にあたる日です。三つ目がこの4月中旬。「ソンクラン」と呼ばれるタイの旧正月です。

「ソンクラン」は「水かけ祭り」として有名で、観光客が押し寄せます。この日は、みんなが水鉄砲を持って、童心にかえります。写真は首都バンコクで最も大きな水かけ祭り会場、シーロムです。4月はタイで最も暑い季節。みんな水掛け合、お互いの幸せを祈ります。ぜひ一度、体験してみてください。(影山)



実践マーケティング ① 「アウトカム」を意識すること

「アウトカム」とは？ 「アウトプット」と「アウトカム」の違いは？

ネットや辞書等で調べると、「アウトカムは成果で、アウトプットは結果」、「予算や人員等の投入資源（インプット）を活用して業務を実施し、ある業務成果（アウトプット）を産出する。アウトプットが業務の実施によって産出される結果そのもの（結果の外形的側面）であるのに対して、アウトカムとは産出された業務成果に含まれる価値（成果の内容的側面）を指す」等々。

ビジネスで「アウトカムを意識する」とは、我が社の商品やサービスを購入するお客様の価値を考えることで、「顧客の価値は何か」、「顧客は何に満足しているのか」「自社の商品やサービスで、誰のどのような状態を、どんな状態に変化させるのか」を意識することである。

日本のように成熟した市場では、自社の商品やサービスを顧客視点で捉え、顧客満足を追求するために、自社の商品やサービスを常に見直し、変化させていく事が重要である。（実際には、商品やサービスの見直し等は簡単に出来ないにしても、経営者を始め社員全員が「アウトカム」を意識することが大変重要ある。）



【お役立ち情報】 国際機関日本アセアンセンター (<http://www.asean.or.jp/ja/>) の「アセアン情報マップ」が新しくなりました。アセアン10カ国の、人口、GDP、貿易、投資、経済指標等の様々な情報が入手できます。右のQRコードからご覧下さい。



執筆 = 西川公一郎：元浜松市議会議員、防災士
(公社)子どもの発達科学研究所 事務局長
(一財)日本総合研究所 客員研究員
浜松市中区 在住 ko-ichi@24kawa.org