

開催日：2024 年 12 月 12 日（木）14:00～17:00

場所：SHIP 静岡県静岡市葵区呉服町 2 丁目 7-2 6 静専ビル 2F

1. はじめに（静岡県経済産業部 農薬局 お茶振興課）

市場変化、技術革新、消費者価値観の変化等により既存手法の効果が低下。競争力強化のため、茶業者育成、輸出需要に応じた生産拡大、輸出向け栽培体系・品種転換加速化、世界発信拠点づくりが重要と説明。ブランドコンセプト（産地・商品・流通・ライフスタイル）を軸にオール静岡体制でのリブランディングを提案。

2. メンバー紹介

茶農家、茶商、小売店等、お茶産業各分野からの参加者を紹介、リブランディングへの意気込みを共有。

3. 静岡茶リブランディング計画策定業務概要

事業目的、戦略アドバイザー、構築メンバー等を紹介。3 月までのスケジュールとして、他事例からのインノベーション学習による新ブランド軸発見、料理視点からのお茶検討等を行うと説明。構築メンバー全員でブランド戦略・計画を策定する概要を説明。

4. 事例から学ぶ地域産業ブランディング（未来公園_Divisions 富山達章氏）

今治タオルの事例を紹介。産地ブランド成功のポイントとして、産地に人々が足元を見直し、当たり前のことの中にブランド価値を見出すこと、それらを磨き、ブランドプロモーション、商品開発、産地の総合力で訴求することの重要性を説明。この事例から、静岡茶においても既存価値中の潜在的ブランド要素を見出すことの重要性を示唆。

5. お茶事先行事例 トークセッション（和多屋別荘代表取締役 小原嘉元氏）

「遠野という地域で起こっている」をテーマに、和多屋別荘再生事例を紹介。小原氏より、旅館再生経緯、サテライトオフィス誘致、「通う旅館」等新滞在スタイル提案等、従来の枠を超えた活用法を説明。特に、旅館内無料提供のお茶に新価値を見出し、茶農家が丹精込めたお茶を直接入れる特別体験空間を創出、肥前吉田焼の器で提供するイベントを企画。当初 100～300 円だったお茶の価格を 800 円に設定した結果、イベントは 80 万円超の売上を記録。「高い」という否定的な声は皆無だった。この取り組みは、地域に根付いた普遍的価値が提供方法一つで大きく変わることを実証。さらに、小原氏は地元茶農家、肥前吉田焼窯元、料理人等と「嬉野茶時」プロジェクトを立ち上げ、地元の人々だけで伝統文化に取り組んでいる。この事例は地域資源の新たな活用、高付加価値化、地域住民主体となった取り組みの重要性を示し、静岡茶のリブランディングにおいても重要な示唆を与えている。

6. 「どうする静岡茶 2050 年」フリーディスカッション

A チーム

茶葉の価値低下、変えられない環境（関係者間の連携不足等）、お茶文化の衰退、後継者不足を課題と捉え、2050 年の理想像として、①茶畑の景観の世界発信、②静岡をお茶のメッカ化、③若者の茶離れ解消を掲げました。体験型価値の重視、気軽にお茶を楽しめる環境づくり、若者向け商品開発を提案しました。

B チーム

消費者のライフスタイル変化によるお茶離れ、生産者の高齢化と後継者不足、他産地との差別化不足を課題と捉え、2050 年の理想像として、①お茶が生活の一部となること、②多様なニーズに対応したお茶の提供、③お茶を通じた地域活性化を掲げました。日常的なお茶の価値向上、健康志向への対応、観光資源としての活用を提案しました。

決定事項：

上記議論を踏まえ、今後具体的なブランド戦略・計画を策定。特に、今治タオルの事例から既存価値見直し、和多屋別荘の事例から地域資源活用と高付加価値化、地域住民の主体的な参加を参考に戦略を練ることが重要と認識。