

|      |           |
|------|-----------|
| 受入先  | 南九州市茶業振興会 |
| 役職   |           |
| 隊員氏名 | 窪 拓摩      |
| 着任日  | 令和3年2月1日  |

|      |  |
|------|--|
| 活動月  | 令和3年7月（着任0年6カ月目）   |
| 主な活動 | 1 本年初始動 知覧茶 Ambassador online school 全国から大きな反響！<br>2 外部企業との連携、ブランディングづくりの商談<br>3 SNS 強化での情報発信、地域を超えた情報交流への注力 |

## 1. 本年初始動 知覧茶 Ambassador online school 全国から大きな反響！



長期化しているコロナ禍での、茶業振興としての動きのメインであるオンラインイベントの内容づくりや情報発信作業、関係各所へのご協力依頼など、表面だった動きではないものの、重要度の高い業務が続いた当月。

本年の早い段階で、茶業課における構想の主軸の一つとしていた、「知覧茶 Ambassador online school」の開催に向けた動きが、いよいよ活発になっています。

2019 年まで、地元の方々を中心に計 10 回開催していた「知覧茶アドバイザー養成講座」を、本年は、市/県/そして国という垣根を超え、知覧茶を知っていただくための座学と体験を融合したオンラインスクールへと変えて、告知を開始しました。

写真：『知覧茶 Ambassador online school』POP

限定 20 名での参加募集にてご案内をしていましたが、全国より想定を大幅に超える参加希望をいた

だき、告知期間は一週間足らずでストップという嬉しい悲鳴をあげることとなりました。



近年、リーフ茶の消費が緩やかになっている事において、私の短い茶業活動の中でも、必要としている方々に「届いていない」、あるいは「届けられていない」ことが大きな要因となっているのだと、既に私の中で疑問から確信に変わりつつあります。

それは、知覧茶を飲む方々だけに向けたものではなく、お茶を生産している作り手の方々へも、複雑な商流や、時代の急速な流れ等で消費者の声が届いていないのだと感じており、当分の課題になります。

## 2. 外部企業との連携、ブランディングづくりの商談



写真：【8/21 終了しました】キッチハイク主催 九州茶会議

<https://kitchhike.com/jp/popups/6102570e528beb584c94e1db>

本年活発に進んでおります、外部企業との連携において、当月も大手広告代理店とのブランディング商談や、上記写真のキッチハイク主催「九州茶会議」参加に向けた、知覧茶生産者/茶業課/企業間連携がまわりだしている印象を強く受けます。

※九州茶会議詳細につきましては、次月の活動報告にて紹介いたします。

外部連携において実はここからが大事なところで、いわゆるイベントなどの催事や消費拡大の告知の大枠が決まった後、業務の多くを「外部委託」としてしまうと、一見すると形として「成功」したようにみえますが、肝心の現場の課題感が解決していく動きとなったかという、素直に首を縦には触れないような気がしております。



加えて、単年度事業であっても、やはり「継続性」のある取組にしなければいけないと感じており、取組実施者の一員として得る「反省点」や「課題解決へのヒント」などを茶業における課題を持つ方々と共有することで、解決へのヒントが生まれ、次の活動の指標となるのではないかと感じます。

特に、最近では最終的な「自走」にむけ、茶業課並びに関係各所の皆様のご協力のもと、様々な発信活動や、知覧茶の販路拡大活動をさせていただいております。

業務量で言えば、各所において大変になってきているとは思いますが、コロナ禍であっても時間差で成果はついてきますので、今後とも何卒宜しくお願い申し上げます。

### 3. SNS 強化での情報発信、地域を超えた情報交流への注力



写真：JR九州 さあ！九州を元気に ポスター

<https://www.jrkyushu.co.jp/train/genki/>

写真右：知覧茶ポスターデザイン例 ▼詳しくは下記をチェック

<https://www.chirantea.com/> [知覧茶ポスターデザイン大募集！  
/?lang=ja&fbclid=IwAR2Lznty1k632MNZycIEbtpgQ5chyqUj4ahpmQ4YiFvjVSz1  
CEmscCn0dHA](https://www.chirantea.com/?lang=ja&fbclid=IwAR2Lznty1k632MNZycIEbtpgQ5chyqUj4ahpmQ4YiFvjVSz1CEmscCn0dHA)

現在、南九州市への人の流動性こそ鈍化しているものの、全国各地との情報発信/受信における流動性は、高い状態にあると感じています。

JR 九州様に作成いただき、現在 JR の南薩地域の駅にポスターを掲載いただいております。当市からは、南九州市役所/南九州市茶業振興会が掲載されておりますので、ぜひご確認ください。

また、本年、知覧茶銘柄統一から5周年を記念し、知覧茶 PR に活用できるポスターのデザインを全国より応募開始しました。

上記以外にも、南九州市より鹿児島県内、全国への発信を多く見かけるようになり、ただコロナ禍で何もできないではなく、非常に良い動きであると感じます。

最後に、私が情報発信の基幹として使用している SNS で、他お茶産地ご出身の方からいただいた嬉しいコメントを紹介させていただきます。※一部抜粋

「地域が一丸となってブランディングを強化しているのが、とてもよく伝わってきます。特にコロナ禍では、新茶まつりなどのイベントをオンラインで大々的に継続。2020 年の一過性で終わらず、2021 年も続けたのがミソ。今年は、他の産地が案外やらなかったので、知覧茶が際立ちました。～中略～ 知覧茶アンバサダーは、そんな「茶縁」を広げる、素敵な一歩になってくれそうです。」

「継続は力なり」を改めて感じた瞬間でした。

以上、簡単ではございますが当月の報告と致します。