

|      |           |
|------|-----------|
| 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2月（着任1カ月）                                                        |
| 主な活動 | 1 茶業課着任のご挨拶と今後の課題<br>2 高収益作物時期作支援の書類確認作業<br>3 外部企業との連携、ブランディングづくりの商談 |

## 1. 茶業課着任のご挨拶と今後の課題

報告書をお読みいただいている皆様、こんにちは。

2021年2月より南九州市茶業課に着任しました、窪拓摩です。

2020年新茶の摘採時期より、ご縁あって知覧茶に関する業務に携わり始めまして、この度茶業振興会配属のもと、地域おこし協力隊として活動する運びとなりました。

私、少し個性的な生き方をしておりまして、着任前は東京/北海道/アメリカ・NY/オーストラリア各地に住んでいた経歴を持ち、仕事と生活の両立をする「暮らしながら旅をする」ライフスタイルを得意としています。

そんな私だからこそ可能な、身近にあるからこそ気づかない、離れて改めて気付かされる、内側と外側の両視点からみた日本/鹿児島県/南九州市、そして知覧茶のポテンシャルを、知覧茶の新たな商流づくりや EC サイトの運営などで開拓して行けたらと感じております。

今後の課題としては、とてもシンプルに考えております。

知覧茶という「ホンモノ」を届けること、何より情報発信をするだけで満足している現状から、最重要ポイントである「売る（消費拡大をする）」までつなげ、各種の流動性を作ることを課題とします。

## 南九州市地域おこし協力隊活動報告書

近年、リーフ茶の国内消費が緩やかになってきていることから、若者を中心に知覧茶を飲まなくなっていることが危惧されておりますが、私は「届いていない」「届けられていない」ことが重要なポイントであると感じています。

さらに、もう少し視野を広げ、海外市場での需要性を見てみると、まだまだ届いていない「知覧茶」などの Japanese Green Tea を必要とする人達は、確実に大多数存在しています。

こだわりを持った作り、豊富なバラエティを持つ知覧茶のポテンシャルや奥行きを考えると、まだまだ市場開発はこれからであると感じており、今後の展開が楽しみです。



## 2. 高収益作物時期作支援の書類確認作業

農林水産省からでている高収益作物時期作支援交付金について、対象となるお茶生産者の方々の書類確認作業を行っており、ようやく終わりが見えてきている状況です。

リーフ茶の売上が減少している中でも、知覧茶を継続して作っていける取組ができるよう、最優先事項として進めています。早くも数ヶ月後には新茶の時期が迫ってきており、迅速な対応が求められています。



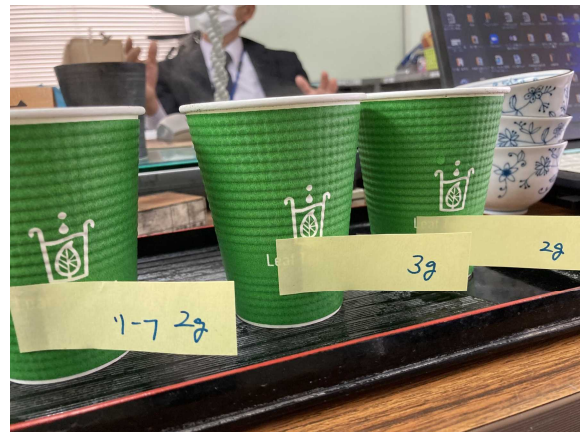
### 3. 外部企業との連携、ブランディングづくりの商談

着任後早速ではございますが、茶業課の方々と共に、知覧茶ブランディングの為の商品開発や、外部企業との連携をするための商談を実施しております。

知覧茶をより身近に、美味しく、簡単に手にとってもらえるように、市場では珍しいドリップ式の商品を消費者に試していただく取組や、コンビニで購入できるコーヒーの様な感覚で飲むことができる、リーフティーカップの商品を採用し、今後のオンラインイベントなどを中心に活用していきます。

最終的な着地として、販売化を目指し画策中です。

また別日には、生産者サイドで近年特に大きな課題となっている「労働者不足」をサポートすべく、国内外のワーカーが登録されている人材派遣会社との商談を行いました。私が、一次産業に強いオーストラリアでの生活で学んだこととしまして、作物の最盛期に合わせ、一年中国内を旅しながら仕事をするワーカーが多く、彼らが生産力を高めていることを目の当たりにし、日本もこういった季節労働に対し理解を深め、ワーカーや地元の方々が働きやすい環境を整えることが、現況の打開策となるのではないかと考えます。



以上、簡単ではございますが当月の報告と致します。