

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8月(着任0年7カ月目)
主な活動	1知覧茶Ambassador online school 全国を繋いで第一回開催！ 2外部企業との連携、ブランディングづくりの商談 3SNS強化での情報発信、地域を超えた情報交流への注力

1. 知覧茶Ambassador online school 全国を繋いで第一回開催！



全国から集まった『知覧茶Ambassador』が、毎週土曜日午前中に参加するオンラインスクール『知覧茶Ambassador online school』の第一回目を開催しました。

計四回それぞれでテーマを設けており、第一回目は「知覧茶ができるまで」という内容で、JA南さつまを会場に、座学だけでなくお茶の淹れ方やオンラインでの茶工場見学など、非常に内容の濃い時間となり、早くも大きな反響をいただいている状況です。今回初開催ということもあり、非常に企画の進行段階では苦勞をしましたが、開催が近づくにつれて、ワクワクした高揚感を持ちながらの業務進行となりました。

写真:『知覧茶Ambassador online school』

今回は、オンラインでの参加者限定開催となっておりますが、一部の方々だけでなく地域の方々や県内の方にも取組内容を知っていただこうと考え、地元TV局に取材をしていただき、早速夕方の視聴率が高い時間帯にて放送されました。

配信内容の嬉しい反響はもちろんのこと、南九州市の茶業関係者が日常的に目にしている風景や作業であっても、その情報を欲している方はたくさんいるということを、今回多くのご協力いただいた関係各所と共有できたことが大きな収穫として感じています。

写真: KYT 夕方の番組「news every」で放



知覧茶ファン増やすぞ 大使養成講座に全国から40人



茶を入れる際の湯の冷まし方を指導する講師
＝南九州市のJA南さつま知覧茶業センター

南九州市茶業振興会
は8月28日、知覧茶の
良さを広く伝える「ア
ンバサダー（大使）」
養成講座を同市のJA
南さつま知覧茶業セン
ターで開講した。会員
制交流サイト（SNS）
で全国から募った約40

南九州市振興会、オンライン開講

人がオンラインで参
加。栽培や製茶工程の
説明、茶の入れ方指導
を受けた。
知覧茶ファンを増や
そうと初めて企画。茶
業関係者を講師に9月
18日まで全4回あり、
座学や体験活動をする。
修了者には認定証
を贈る。
初回の入れ方指導
は、JA南さつま職員
が担当し「お湯は70℃
80度がいい。もくもく
湯気が出なくなつたぐ
らいが目安」と解説。
事前に受講者に茶葉を
送っており、「うま味、
甘味、さわやかさがあ
る」などの感想が聞か
れた。
同振興会の西垂水学
会長（66）は「コロナ禍
でPR活動が制限され
る中、できることをや
つていきたい」と話し
た。（藤本祐希）
道路工事見学
ICT化体感
阿久根・山下小
阿久根市の山下小学
校の児童5人が8月30
日、学校近くの南九州
西回り自動車道の建設
現場を見学した。レー
ザースキャナーを活用
した測量などICT
（情報通信技術）の導
入が進む土木の世界に
触れた。
鹿児島県道事務所が
整備する阿久根―薩摩
川内水引（22・4キロ）
で、昨年着工した阿久

写真：南日本新聞朝刊での掲載

また、上記の通り報道関係で南日本新聞にも掲載をいただいております。
さらに、次月の活動報告にて改めてご紹介する予定ではございますが、地元TV局MBCの夕方
の放送でも、今回の知覧茶Ambassador(アンバサダー)企画のご紹介をいただいております、有名茶
産地として鹿児島県での注目度も非常に高い状態です。

現在も進行中の当企画において、今回は多様な角度から知覧茶の露出機会を増やし仕掛けて
います。

南九州市民や茶業関係者にとっては誠に残念なことではあるのですが、まだまだ県外、国外の
方々には「知覧茶」についての情報が届いていません。かつ、認知度もまだまだ高い状態にある
とは言えないと感じています。産地の自賛をするつもりはございませんが、抜群に品質、価格に
優れている知覧茶に、現在の課題である「発信力」や「商流」が備わった時に、飛躍的な動きにな
ると強く感じているところです。

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】キッチンハイク主催 九州茶会議

先月から打ち合わせを進めていました、九州の各茶産地が集結したオンラインイベント「九州茶会議」が、当月下旬に午前と午後の2部構成にて開催されました。募集開始後、早い段階で参加希望の枠が満席となり、追加で設けた枠も満席となるほどの人気っぷりにて、開催当日、参加者の反応が非常に良い印象を受けました。

午前:『嬉野市、東そのぎ町編』

https://kitchhike.com/jp/popups/6100eee3528beb70cfcc5c2f?fbclid=IwAR1OmG9FeUABei huawL0IHNEsl30l_8s30bNugbVMU11K4U8fBC3OaS0XxE

午後:『八女市、南九州市編』

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

私どもが参加した午後の部では、ハイブランドとなっている「伝統本玉露」をつくられている福岡県・八女市と、高級煎茶から親しみやすいお茶をつくり出している「知覧茶」の南九州市で生配信を実施しました。

複雑な加工の工程や商流を持つ「知覧茶」において、今まで生産者が直接消費者とつながる機会は少なかったと思います。それが、急激なテクノロジーの進歩とコロナの影響により、時代が一変してきています。

いまお茶に興味を持った新たな世代の方々は、「産地の特徴」「品種の特徴」「つくりての特徴」を知りたいという考えを持っており、ただお茶を製造し商社やその他関連企業に任せる販売計画では縮小の一途を辿ることになりますので、ここが踏ん張りどころです。

3. SNS強化での情報発信、地域を超えた情報交流への注力



写真左/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=IwAR2Lznty1k632MNZyclEbtpgQ5chyqUj4ahpmQ4YiFvjVSz1CEmscCn0dHA](https://www.chirantea.com/?lang=ja&fbclid=IwAR2Lznty1k632MNZyclEbtpgQ5chyqUj4ahpmQ4YiFvjVSz1CEmscCn0dHA)

先月に続き、9月30日まで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しています。

今回は、応募対象を南九州市の方々だけでなく、全国から応募可能となっており、全国のデザイン専門学校各所にご案内をした結果、多くの参加表明をいただく流れとなりました。

また、先述の各種企画内容の告知やご質問の返答、アンケート収集など、SNSを活用することにより物理的距離をうまく攻略してます。

そのほか、現段階では確定していないので公にお伝えすることはできない、進行中の取組各種があり、こちらにおきましては確定次第追っての報告とさせていただきます。

以上、簡単ではございますが当月の報告と致します。