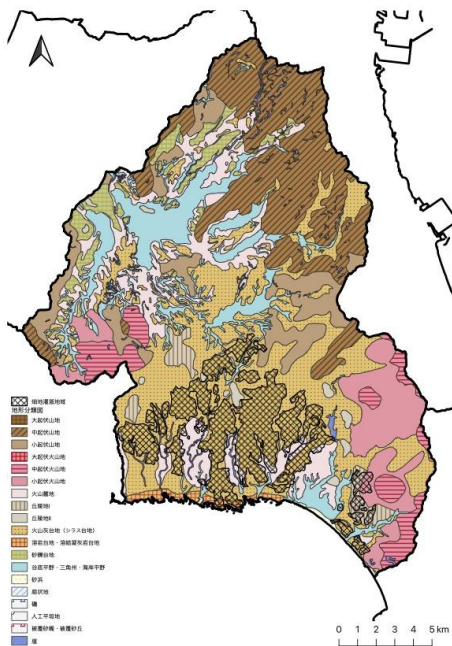


受入先	南九州市茶業振興会
役職	
隊員氏名	窪 拓摩
着任日	令和3年2月1日

活動月	令和4年1月(着任1年1カ月目)
主な活動	1仕込みの月、緩急をつけた茶業振興活動に注力 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. 仕込みの月、緩急をつけた茶業振興活動に注力



当月も大きなイベントは無く、加えて全国の多くで蔓延防止の呼びかけがあったこともあり、内側での細かな茶業振興活動に注力した仕込みの月となりました。

昨年秋頃より、全国の大学生から卒業論文やゼミのテーマとして『知覧茶』に携わるつくりやブランディングについてのお問い合わせをいただくようになり、当月は卒業論文の最終提出を終えた方がご報告にこられ対応いたしました。

論文内容は、地元知覧茶生産者も知らないような事まで調査されており、知覧茶生産の向上にも貢献できそうな内容も多く、関係者を中心に共有したいと思っています。

写真: 地形分布図+畑地灌漑地域図(鹿児島大学大学院生の方 作成)

別日には、日本茶業中央会が主催するオンラインイベントに参加しました。

長年茶業界を牽引されてきた方はもちろんのこと、一見するとお茶との関わりはないように感じる業界の方々も登壇し発信をされており、いつもと違った視点での茶業界の現状、期待されるこれからの展望といったお話は、非常に知覧茶関係者も学ばなければならない点が多くありました。

また、広くは「日本文化」としても認識をされる日本茶と、各業界が抱えている課題感は共通するところがあり、ある意味で閉鎖的なマーケットで展開をしてきた茶業界にとって、きれいな言葉だけで終わらせてはならない、各茶産地との一体となった取組の必要性を高く痛感しました。そして、中心となってそれを実施できるのは内側だけでなく、外側も知っている両視点で事業展開ができるポジションの方が必要であると考えます。

茶文化の 魅力再発見

《オンライン・イベント》

日時◎ 令和4年 2月21日(月)
午後1時半から4時半

参加費無料 事前登録制 ZoomによるWEB開催
主催: 日本茶業中央会 共催: 和文・産業連携振興協議会

第一部 質疑応答

「市場創造の産地・物流・小売の役割」
14:00 ~ 14:50

「茶の未来」
14:50 ~ 15:40

「茶の未来」
15:40 ~ 16:30

「茶の未来」
16:30 ~ 17:20

「茶の未来」
17:20 ~ 18:10

「茶の未来」
18:10 ~ 19:00

他業界の事例から学ぶ普及のヒント

「東京2020オリンピックの勝利」
13:40 ~ 14:00

「東京2020オリンピックの勝利」
14:00 ~ 14:20

「東京2020オリンピックの勝利」
14:20 ~ 14:40

「東京2020オリンピックの勝利」
14:40 ~ 15:00

「東京2020オリンピックの勝利」
15:00 ~ 15:20

「東京2020オリンピックの勝利」
15:20 ~ 15:40

「東京2020オリンピックの勝利」
15:40 ~ 16:00

「東京2020オリンピックの勝利」
16:00 ~ 16:20

「東京2020オリンピックの勝利」
16:20 ~ 16:40

「東京2020オリンピックの勝利」
16:40 ~ 17:00

「東京2020オリンピックの勝利」
17:00 ~ 17:20

「東京2020オリンピックの勝利」
17:20 ~ 17:40

「東京2020オリンピックの勝利」
17:40 ~ 18:00

「東京2020オリンピックの勝利」
18:00 ~ 18:20

「東京2020オリンピックの勝利」
18:20 ~ 18:40

「東京2020オリンピックの勝利」
18:40 ~ 19:00

「日本茶普及のための新たなパラダイム」
14:50 ~ 15:10

「日本人のお茶」
15:10 ~ 15:30

「日本人のお茶」
15:30 ~ 15:50

「日本人のお茶」
15:50 ~ 16:10

「日本人のお茶」
16:10 ~ 16:30

「日本人のお茶」
16:30 ~ 16:50

「日本人のお茶」
16:50 ~ 17:10

「日本人のお茶」
17:10 ~ 17:30

「日本人のお茶」
17:30 ~ 17:50

「日本人のお茶」
17:50 ~ 18:10

「日本人のお茶」
18:10 ~ 18:30

「日本人のお茶」
18:30 ~ 18:50

「日本人のお茶」
18:50 ~ 19:10

2. 外部企業との連携、ブランディングづくりの商談



写真:(左)オンラインニュース掲載 知覧茶のご紹介
(右)注目情報はこれだ！ 知覧茶のご紹介ページ

効果的に知覧茶の露出機会(接点)を増やし、認知度を向上していく取組として、当月もネットニュースや雑誌媒体での展開をしております。

ひとえにブランディングといいましても、広告から知覧茶を知っていただき、実際にどんな味わいなのかを伝える場(現地での試飲やイベント、サンプル提供など)をつくり、最終的にご購入をしていただくまでの計画的なプロセスを踏んでいかなければ、その場限りの取組となり現場の課題解決にはならないと考えております。

近年、美味しい知覧茶をつくるために必要不可欠となっている“燃油の高騰”や“肥料代の高騰”、“人件費の高騰”などが茶生産者の大きな負担となっており、現状粗利益を削る形で、どうにか生産を継続している厳しい戦いが続いております。

これは、南九州市だけでなく全国の茶産地が直面している問題です。

- ・現在暗黙の了解として値付けされているお茶の販売価格の価格改定を実施する
- ・割高であっても、現代のニーズにあった少量での販売展開を進める
- ・ブランディングの中で購入意欲をそそるような『付加価値』をつけていく
- ・荒茶生産地としてだけではなく、D2Cビジネスなどの展開を開始する

一例として上記であげたような取組を早急に進めなければ、一時的な給付金頼りでは根本的な解決は見込めなく、さらにはダウンマーケットに新規参入する若手後継者もいないであろうと強く感じています。

少し暗い話になってしまいましたが、ビジネスという観点でシビアに捉えながら、知覧茶ブランディングを進めていっております。

その他、現在進行中の企業とのブランディングイベント計画もあり、新年度となる春先から企画目白押しの一年を予定しておりますので、乞うご期待ください。

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: 知覧茶の産地より世界各地へ輸出開始

私が着任前より掲げている「海外マーケットでの知覧茶ビジネス」において、今まで振興会HPに海外のバイヤーなどから輸入のお問い合わせをいただいていたものの、現状として「商流」の確立ができていなかったり、日本側/各国側それぞれの信頼できる食品商社やキーパーソンと接点が乏しい状況であったり、現地バイヤーが求めている量のお茶を確保できない事、安定供給をするための仕組みづくり……

などなど、課題は山積みとなっています。

先述の課題が解説されるのをただ「待っている」だけでは、いつになっても結果は出てきませんし、急激な世界の流れに追いつくことは皆無であると強く感じています。

そういったこともあり、まだまだ小さい取組ではございますが、知覧茶を「どこにいても」「簡単に」「美味しく」購入できるECサイトを立ち上げております。

当月は、今まで商流ができていないなどの理由でお断りをしていた海外在住の知覧茶(日本茶)に関心の高い方々にむけ、海外輸出もできるように体制を整え、早速お問い合わせのあったヨーロッパのある国にお住まいの方のもとへ、知覧茶を個人輸出いたしました。

個人情報が含まれるため、詳しいことはご報告できませんが、各国にはホンモノの日本の味を欲している方々は大勢いらっしゃいます。

また、ご家族のルーツが鹿児島の方で、知覧茶をまた飲みたいという方々なども大勢いらっしゃいます。

かつては私も海外生活をしていたからこそ、ホンモノの日本の味が懐かしくなることを知っています。

「お茶は売れない」「コロナだから」ではなく、必要としている方々に「届いていない」「届けられていない」ということが大きなポイントであり、そこを繋ぐのが私の本当の腕の見せ所であると思いつつ、日々業務に取り組んでいるところです。

以上、簡単ではございますが当月の報告と致します。