

地域おこし協力隊活動報告書

活動団体	南九州市茶業振興会
役職	
氏名	窪 拓摩
着任日	令和3年2月1日

活動月	令和5年2月(着任2年1ヶ月)
主な活動	1. 本格的な新規市場開拓に向けた取組 2. 外部企業との連携、ブランディングづくりの商談 3. 地域を超えた情報交流への注力、その他

1. 本格的な新規市場開拓に向けた取組



写真:(左)海外展開セミナー / (右)株式会社吉村内覧会

長期に渡り、知覧茶のメイン市場は鹿児島県内(小売/荒茶)と静岡県への荒茶出荷(主にブレンドされる荒茶)で形成されておりますが、日本国内で茶業関係各所が同じ消費者層のシェア獲得に翻弄するだけでなく、今こそ需要の高い海外へ目を向け行動する時期にあります。

特に、当市の茶生産においては、近年他生産エリアが収量を大きく減らし、また後継者不足に悩まされている中微減に留まっており、機械導入による大量生産が可能で、今後の海外市場を攻める際の「年間での高品質な茶を安定供給可能」「多彩な茶のバリエーションを生産している」「てん茶(抹茶)の生産拡大中」「有機栽培(オーガニック)茶園の拡大中」.....等、日本を牽引する産地となるポテンシャルは計り知れないと感じております。

しかしながら、荒茶生産に偏った生産体系、小売まで展開している生産者(組合)がまだまだ少なく、市場での顧客ニーズ把握不足や販売/ブランディングのノウハウを持っていないというウィークポイントも多く残っているのも実情です。

ということを踏まえた上で、誰かがそのポイントを解消してくれるだろう、ではなく自らが市場開拓の一步を切り開き、感度の良い熱意ある生産者を筆頭に、多少強引でも進めなければならないと強く感じ、当月JETROや地元の貿易会社がアドバイザーで登壇された海外展開セミナーへの参加と相談、加えて茶業の小売資材等を多く扱う株式会社吉村内覧会への参加をしております。

2. 外部企業との連携、ブランディングづくりの商談



写真: 大濠テラスイベント告知(andalocals instagramより引用)
https://www.instagram.com/p/CpT_TVTVQUN/

昨年から企画を進めていた南九州市/知覧茶PR活動の内容が、ようやく公にオープンとなりました。新茶時期を目前に控えた三月下旬、九州の玄関口である福岡県のある大濠公園内「大濠テラス」にて、観光/知覧茶/特産品などをご紹介します予定です。また、同施設で「森のお茶会」と題し知覧茶の枝木とミモザなどを用いたスワッグ作りや、多彩なお茶をつくりだす南九州市ならではの飲み比べなど、完全予約制のワークショップを開催し、当市に知っていただくきっかけづくりとなる「魅せる」イベントとなっております。※ご予約開始後、人気企画の為ほぼ満席にて進めております。

大濠テラスの2階が森になる。



知覧茶とミモザのスワッグづくり、そしてお茶会。



知覧茶の生産者たちに会える。



写真: ワークショップ告知(andalocals instagramより引用)

地域おこし協力隊活動報告書

PRが苦手な県民性、地域性を持つ我々にとって、この「魅せる」という視点が今後非常に大きなポイントとなると確信しています。特に、当市は「茶」「さつまいも」生産における日本一のまちとして、このイベントでも提供をする予定です。

3. 地域を超えた情報交流への注力、その他



写真: ECサイト継続運営による効果(BS日テレ 友近・礼二の妄想トレインより引用)

<https://www.bs4.jp/mousou-train/articles/vfxhhcopeodvkp6e.html>

茶業課の近くにある平和公園の駐車場には、昨年とは大きく異なり連日のように大型バスが並び、観光客で賑わいを取り戻している様子がうかがえます。前例のないここ数年間を歯を食いしばって前に進んだお店、事業者にはしっかりと結果が出てくる時期だと思えます。

私が着任当初、茶業関係者が集まる総大会の舞台上でご紹介をいただき、参加者にむけ「知覧茶を売る仕組みづくりをしていきます」と伝えました。納得のいく表情をされていたのは数えるほどでしたが、最近では仕組みづくりが各所に派生をしており、メディア会社からの取材希望や情報提供を多くいただいて目にみえるブランディングに繋がっています。

過去の活動報告で幾度も書いている通り、ソフト事業でのブランディングは即目にみえる結果は出づらく、ヒト/時間/資金を先行投資し、かつ継続しやっと思える体感できるものです。

本気でブランディングをするなら、一人一人に気合いと覚悟が必須なのを再度確認したいと思います。

以上簡単ではございますが、当月の報告といたします。