



掛川茶未来創造プロジェクト

掛川市茶振興計画 Vol. 2

令和4年度 ▶ 令和8年度

掛川市

未来に向けた持続可能なお茶のまちを目指して



掛川市長
久保田 崇

掛川市では、平成 29 年 3 月に「掛川市茶振興計画」を策定し、様々な施策を実施してまいりました。しかし、茶生産者の高齢化や、茶価の低迷による収入低下に伴い離農が拡大するなど、負の連鎖が止まらず、掛川市が 10 年後に茶産地として存続しているのか危ぶまれる状況となっています。また、新型コロナウイルスの影響による生活様式の変化や、農業分野においても地球温暖化防止と持続可能な生産体系への移行が求められるなど、茶業も時代の転換点に置かれています。

そこで、現状を「有事」と認識し、茶産地掛川の生き残りをかけた新たな指針とするため、現計画を抜本的に見直し、「掛川茶未来創造プロジェクト」として策定いたしました。この計画では、「生産」「流通」「消費」を 3 本柱に、積極的なチャレンジと大胆な構造改革を行うことで、茶産地として持続的に発展していくことを目指しています。

私は、「対話」と「チャレンジ」を旗印として、市政を担ってきました。「チャレンジ」は、私が最も大切にしているキーワードであり、掛川市の戦略方針の核心でもあります。この対話とチャレンジは、茶業においても未来を切り拓く原動力になると考えています。

未来に向けた持続可能なお茶のまちの実現のために、市民、消費者、生産者、農協、茶商、行政が茶産地の存続をかけた運命共同体として、対話によって課題を共有し、一体となって取り組むことが重要となります。そして、これまでの慣習にとらわれず、積極的にチャレンジしていくことにより、茶産地としてさらに発展できるものと確信しています。

掛川市としても様々な挑戦を応援し、これまで以上に強い意志を持って取り組むことによって、世界に誇れるお茶のまちの実現を目指してまいります。計画の推進にあたっては、関係する皆様のより一層の御協力をお願いいたします。

結びに、本計画の策定にあたり、策定委員会にご参加いただいた委員の皆様をはじめ、各種の調査に御協力いただきました皆様に心から厚くお礼申し上げます。

目次

第1章 計画の改定にあたって

1 計画改定の趣旨	3
2 計画の位置付け	3
3 計画期間	4

第2章 現状と課題

1 茶業界を巡る情勢	5
2 現計画の振り返り	6

第3章 目指す姿

1 目指すビジョン	8
2 掛川茶未来創造プロジェクトの指標	8

第4章 課題解決のための施策

I 茶産地掛川を支える一次産業の所得向上	10
1 持続可能な茶生産体制・基盤の再構築	10
2 需要に応じた茶生産への転換	15
3 環境に配慮した茶生産体制	18
II 時代を先取りする流通構造への転換	20
1 茶の流通構造改革	20
2 消費者ニーズに対応した商品開発	25
3 海外輸出への対応	28
III 茶産地掛川の持続を可能とする消費拡大策の推進	29
1 掛川茶のブランド力強化と効果的な情報発信	29
2 コト（体験等）の充実化による消費拡大	32
3 緑茶効能の有効活用	35

第5章 掛川茶未来創造プロジェクト重点施策実行スケジュール

I 茶産地掛川を支える一次産業の所得向上	36
II 時代を先取りする流通構造への転換	37
III 茶産地掛川の持続を可能とする消費拡大策の推進	38

第1章 計画の改定にあたって

1 計画改定の趣旨

掛川市では、茶業界全体を取り巻く厳しい情勢を克服することで茶産地として生き残ることを目指し、平成28年度に「掛川市茶振興計画」を策定して茶業振興を図ってきました。

しかし、茶業の情勢は、高齢化や生産意欲の低下による離農、共同工場の解散や茶園の耕作放棄地の増加といった負の連鎖が止まらず、状況の好転に至りませんでした。

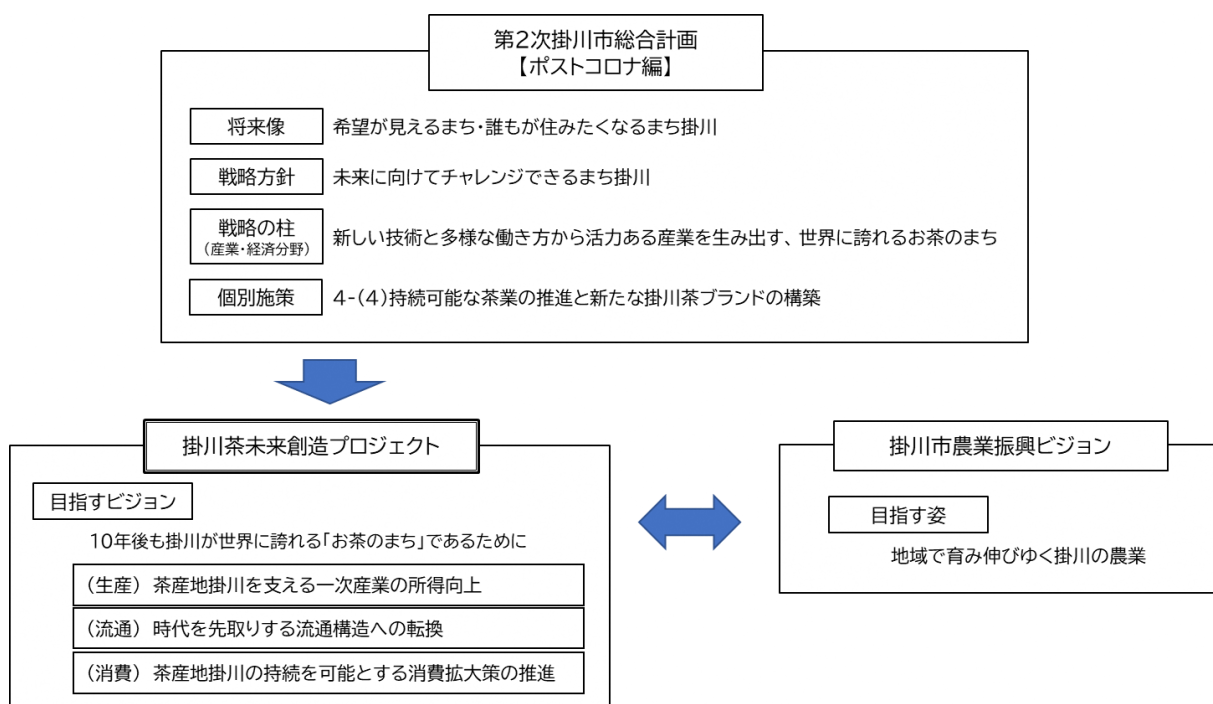
また、昨年から猛威を振るう新型コロナウイルスの影響による流通形態の変化や、SDGsや環境を重視する国内外の機運の高まりにより、農業分野においても地球温暖化防止と持続可能な生産体系への移行が求められるなど、新たな要因が加わったことで茶業の置かれた状況は急速に変化をしています。

茶業の危機から脱し発展するためには、この状況を有事と改めて認識することが必要であり、守りの姿勢ではなく積極的にチャレンジする姿勢で、これまでの慣習や常識にとらわれない実行性のある真に効果的な取組が急務となっています。

そこで、茶産地掛川の生き残りを掛けた新たな指針とするため、掛川市茶振興計画を抜本的に見直し、「掛川茶未来創造プロジェクト」として策定することとしました。

2 計画の位置づけ

この計画は、「掛川市総合計画」や「掛川市農業振興ビジョン」との整合を図りつつ、本市の持続可能な茶業実現のための新たな指針として策定します。



3 計画期間

本計画の計画期間は、平成29年度（2017年度）から令和8年度（2026年度）までの10年間を見据えたお茶の振興方針として策定されました。計画期間中に大きな状況の変化などが生じた場合には、必要に応じて見直しを行うとされていることから、中間年（2022年度）を1年前倒して改定を行うものです。

本改定版の計画期間は令和4年度（2022年度）を初年度とし、令和8年度（2026年度）を最終年度とする5年間とします。

第2章 現状と課題

1 茶業を取り巻く情勢

生活様式の変化や多様化によるリーフ茶需要の減少、茶価の低迷、生産者の高齢化や後継者不足、荒廃茶園の拡大など、茶業経営の継続が厳しい状況が続いていて、こうした影響から市内の経営茶園面積と茶経営体数は大きく減少しています（図1参照）。

生産現場においては、製茶機械等の老朽化、非効率な茶園管理等の状況が改善されず、生産コストの低下に繋がっていません。

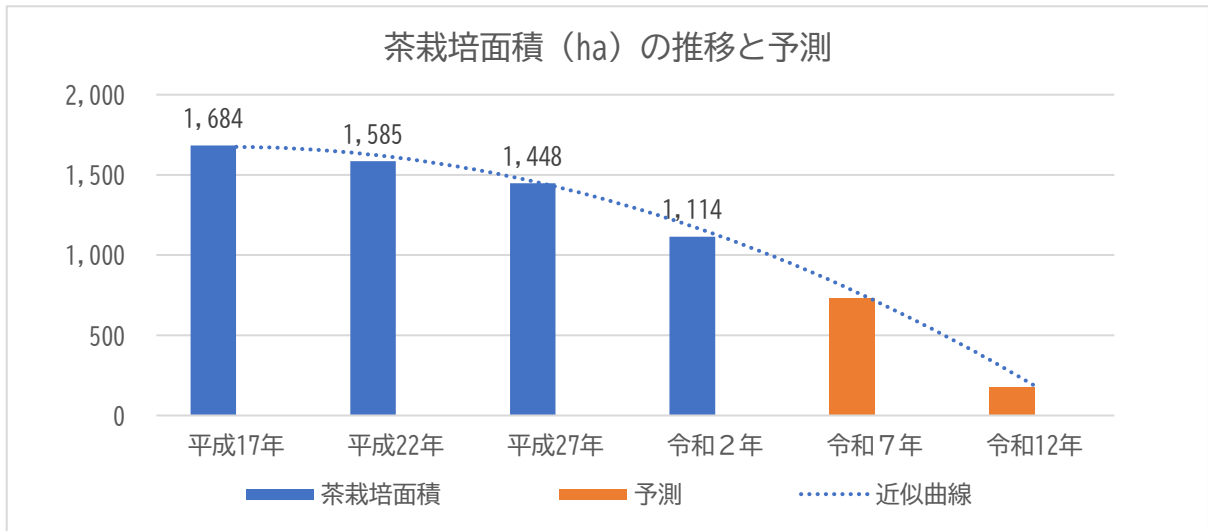
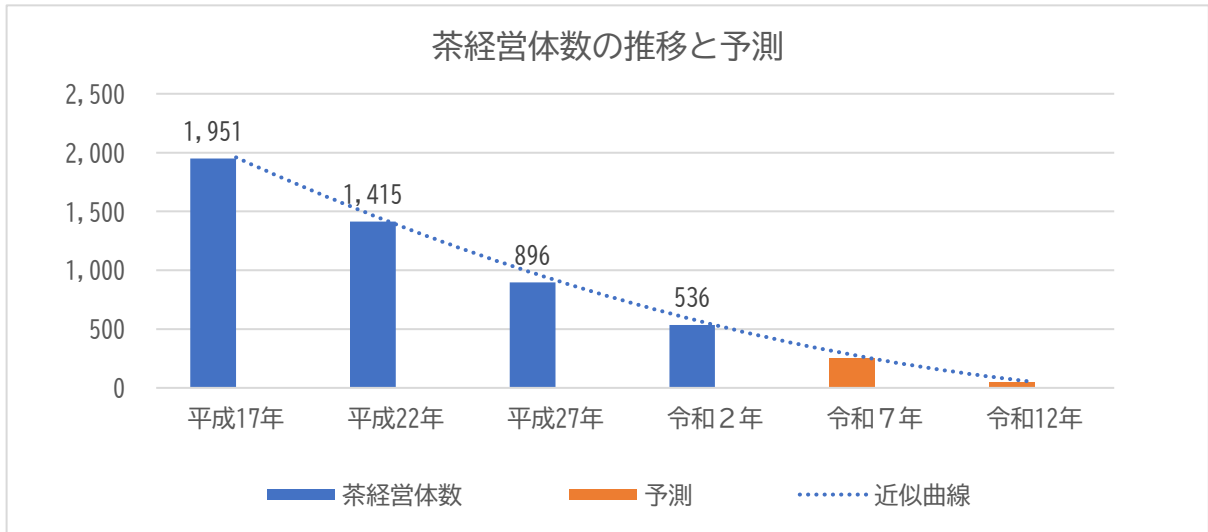
計画の見直しに当たり実施した、茶生産者に対するアンケート調査では、生産者の約8割が後継者なしと回答し、経営状況についても約7割が悪いと回答しました。10年後の経営見込みについても、やめるとした意向が約3割を占め、維持拡大したいとの意向を上回っています。このことから、第一次産業の疲弊は明らかであり、掛川市の茶生産が存亡の危機にたたさされていることが判ります。

国内では、高級茶を中心としたリーフ茶需要の減少により、市場取引を中心とする荒茶価格は低迷し、生産者は収入を見込めない状況にあり、若手生産者の離農や新たなチャレンジへの意欲がわかないといった負の連鎖を招いています。

一方、米国、EUを筆頭に茶の輸出は好調で、特にオーガニック（有機栽培茶）と抹茶（粉末茶）の需要が高く、リーフ緑茶よりも高値で取引がされています。また、国内においてもSDGsへの関心の高まりにより、エシカル消費が伸びつつあるなど、茶業界においても「ゲーム・チェンジ」が始まり、このことを好機と捉え挑戦することが成功の鍵となっています。

茶産地を支える一次産業の窮状を改善するためには、収入の安定化が急務であり、これまでの慣習にとらわれない流通構造改革が求められています。また、「深蒸し茶」の製造に偏るのではなく、マーケットインの視点で、様々なニーズに対応する茶生産体制への構造改革が求められていて、これを実現するためには、生産者に取組を求めるだけでなく、農協、茶商社及び行政が一丸となって強力で支援する必要があります。

図1 茶経営体数と経営茶園面積（農林業センサス）



予測：近似曲線による予測

2 現計画の振り返り

【目指すビジョン】～22世紀も掛川が世界に誇れる「お茶のまち」であるために～
 掛川市では、平成29年に掛川市茶振興計画を策定し、産地として持続的に発展し、掛川市民をはじめ世界中の人々が掛川茶を楽しむことのできる暮らしを次世代に引き継いでいくことを目指し、

- ① 需要の把握・創出による消費の拡大
- ② 買いたくなる・飲みたくなるお茶づくり
- ③ 茶生産体制・マネジメント・マーケティングの強化

の3つを柱とし、それぞれに推進方法を定めて、施策を展開してきました。

(1) 課題解決のための施策取組状況

① 需要の把握・創出による消費の拡大

お茶のある暮らしとの出会いの創出、多様なシーンでの体験の提供、掛川茶ファンの育成及び海外における「お茶のある暮らし」との出会いの創出を図るため、以下に掲げる施策を展開してきました。

- 緑茶の消費量が低い東北地方において、お茶の楽しみ方、お茶の健康効能に関するPR活動を実施することで、新たな市場の形成を目指した「掛川茶ひろめ隊」活動。
- 月夜の茶摘み会、月夜の煎茶会等の掛川茶を楽しんで体感できるイベント開催。
- 掛川茶の魅力伝える人材育成を目的とした、掛川茶マイスター制度の運用・普及、T1グランプリ、学校と連携してのお茶教育等。
- 市民がお茶とより接する機会を創出するための、新婚家庭への急須・お茶プレゼント事業、市内学校への呑み茶提供事業。
- 海外に向けた掛川茶の情報発信を目的とした、多言語WEBサイトの制作・運用、海外姉妹都市との交流を活用したPR、海外の茶業関係者との交流、海外茶業界インフルエンサーとの関係構築、インバウンドへの対応強化。

② 買いたくなる・飲みたくなるお茶づくり

飲んでみたくなる新たなお茶製品の提供、掛川茶のブランディング、海外輸出に対応する茶の流通強化を図るため、以下に掲げる施策を展開してきました。

- 全国茶品評会での上位入賞に向けた技術向上を図るための、品評会出品対策事業。
- 緑茶効能研究「掛川スタディ」の成果を活用したパンフレット、緑茶効能講座等によるPR。
- 世界農業遺産「静岡の茶草場農法」の認知度向上のためのPR活動、観光との連携、情報発信拠点（茶草場テラス）の整備。
- 茶業関係者による海外展示会等への出展、残留農薬検査支援、有機栽培拡大支援等の海外輸出戦略事業。

③ 茶生産の体制・マネジメント・マーケティングの強化

ビジネス経営体の育成、海外輸出に対応する茶の生産を図るため、以下に掲げる施策を展開してきました。

- 茶生産の効率化を目指した茶園集積を推進するための人・農地プランに基づく地域の話し合い、茶園集積推進事業による支援。
- 茶園共同管理経営体の組織化、育成を進めるための茶園共同管理推進事業による支援。
- 有機栽培、被覆栽培茶の生産拡大を目的とした、高付加価値茶生産拡大推進事業による支援。

第3章 目指す姿

1 目指すビジョン

～10年後も掛川が世界に誇れる「お茶のまち」であるために～

各種統計や生産者アンケートから浮き彫りになった茶生産者の現状は、極めて厳しい状況であることを示し、22世紀はおろか10年後に茶産地として存続しているのかさえ危ぶまれています。

産地として生き残るためには、今後5年、10年の取組が極めて重要であることから、茶業界、行政及び市民が今が有事であることを共通の認識とするため、ビジョンを定めました。

10年後が無ければ22世紀はありません。茶業界を取り巻く環境は急速に変化していますが、これを悲観するのではなく、好機と捉え、積極的なチャレンジと大胆な構造改革を行い、茶産地として持続的に発展させることを目指します。

2 掛川茶未来創造プロジェクトの指標

【最重要指標】持続可能な掛川茶生産を可能とする茶園面積及び茶産出額



【プロジェクト指標】

項目	現 状	目 標 (令和8年度)	備 考
担い手（後継者）への継承が決まっている茶園の割合	20%	40%	生産者アンケート 人・農地プランの実質化
茶生産者の経営状況「良い・安定している」経営体の割合	5%	25%	生産者アンケート
組織経営体（株式会社）	6経営体	10経営体	
有機栽培面積（JAS認証） （転換中含む）	35ha	50ha	
碾茶工場（有機専用）の稼働数	1工場	2工場	
基盤整備の実施・検討地区数	4地区	9地区	
スマート農業の導入事例	－	3事例	
全国茶品評会「産地賞」受賞記録	23回	28回	
茶草場農法実践認定農家数	193件	193件	
市内茶商社等による輸出量	469t	800t	
掛川茶の認知度（聞いたことがある）	54.1%	85.0%	掛川茶のブランディングに関する調査
掛川茶の認知度（情報を知っている）	18.2%	35.0%	掛川茶のブランディングに関する調査
掛川茶を飲んでみたい人の割合	42.3%	61.0%	掛川茶のブランディングに関する調査
掛川（茶園）に観光に行きたいと思う人の割合	63.2%	80.0%	掛川茶のブランディングに関する調査
「掛川の自慢はお茶である」と思う市民の割合	75.7%	85.0%	市民意識調査

第4章 課題解決のための施策

I 茶産地掛川を支える一次産業の所得向上

1 持続可能な茶生産体制・基盤の再構築

(1) 茶業発展のための生産者を中心とした推進体制の確立



茶価の低迷により、生産者の多数が生産意欲を低下させ、将来への展望が描けず、新たな取り組みを行う活力を失っています。また、個々の生産者の努力だけでは立ち行かない危機的な状況となっていますが、生産者間の連携が希薄で、危機感を共有し対策を検討する場もありません。

今後、生産者所得の向上を図るためには、生産者の視点のみならず茶業界全体の発展が必要であることの意識を共有するとともに、消費・販路拡大について理解を深めて、出口を意識した生産を行わなければなりません。

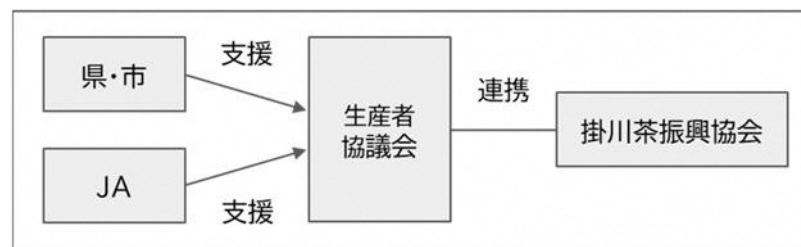
生産者全体が危機感を共有し、将来展望を協議してプランを描き、実行に移す、生産者を中心とした推進体制を確立します。

現状 茶価の低迷による生産意識の低下、個々の生産者の努力の限界、生産者の連携が希薄

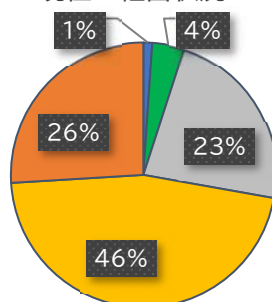
課題 生産者の視点だけでなく茶業界全体の発展が必要であることの意識の共有化が必要

施策 **重点** ① 生産者全体が危機感を共有し、将来展望を検討、実行する体制の確立

- ・生産者を中心に設立(行政・JA支援)
- ・振興計画の共有、現状認識
- ・将来展望を協議、対策を検討
- ・対策の実行、効果検証



□ 現在の経営状況



1～5の5段階で調査

■ 1 良い・安定している

■ 2

□ 3

■ 4

■ 5

悪い

すぐにも茶業をやめたい

□ 一反当たりの売上、経費、収入(平均値)

売上 240,870 円

経費 163,637 円

収入 77,071 円

□ 一反当たりの理想の売上(平均値)

売上 361,150 円

生産者アンケート(2021)

(2) 組織経営体（株式会社）への転換による生産体制の強化



生産者の高齢化・減少、茶価の低迷等により、茶工場の経営が困難となって、解散、廃業が進んでいます。併せて、荒茶製造施設の老朽化に対応する体力も低下し、茶師等の技術者不足が顕著であることから、品質低下も懸念されています。また、共同工場では、世代間の考え方の相違から意思決定がうまくいかず、現状に即した迅速な対応、儲かる茶業への成長戦略が検討されることが少なく、現状維持するだけで精一杯となっています。

今後、生産体制の強化を図るためには、迅速な対応、成長戦略を描ける体制への転換を進めなければなりません。

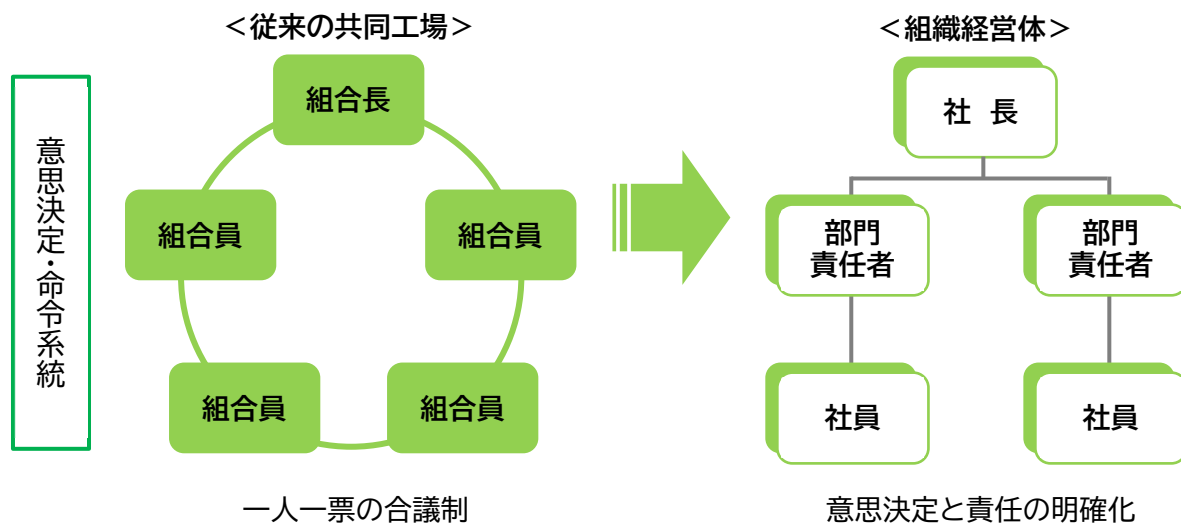
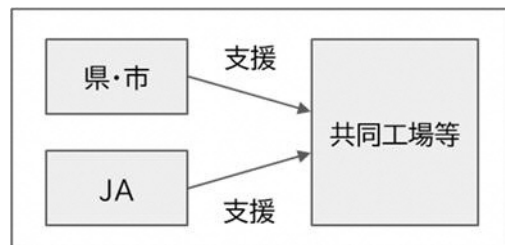
儲かる茶業のための生産組織の在り方について生産者を中心に検討を進め、利益の最大化を可能とする組織経営体（株式会社化）を育成し、次世代が魅力を感じ参入しやすい体制を構築します。

現状 経営難による解散・廃業の増加、合議制による弊害により組織運営が硬直化

課題 現状への迅速な対応、成長戦略を描ける体制への転換が必要

施策 **重点** ① 利益の最大化を可能とする組織経営体（株式会社化）の育成

- ・各共同工場の意思確認
- ・株式会社への移行
- ・成長戦略の作成



(3) 生産者不足に対応する第三者継承も見据えた担い手の育成



後継者の不在、将来の不安からの若手生産者の離農など、生産者の減少に拍車がかかり、茶生産の存続が危機的状況に陥っています。また、新たな担い手の確保も進まず、事業継承をす

るにしても、機械設備の老朽化、更新の負担が大きく、断念せざるを得ない状況にあります。今後、生産現場の維持、拡大を図るためには、新たな担い手の確保に向けた取り組みと作業軽減のための労働力確保、事業継承者の負担軽減、さらには茶流通販売業者などの企業による茶生産への参入を進める必要があります。

茶生産を持続可能とするため、茶産業へ就農を希望する人材の育成、新規就農者の受入体制の構築、親元就農者への支援策の検討、企業による茶生産参入に向けた検討を進めます。

現状 後継者の不在、離農による減少、新規就農者の不在、事業継承時の経費負担大

課題 担い手の確保、事業継承時の負担軽減、企業による茶生産への参入促進

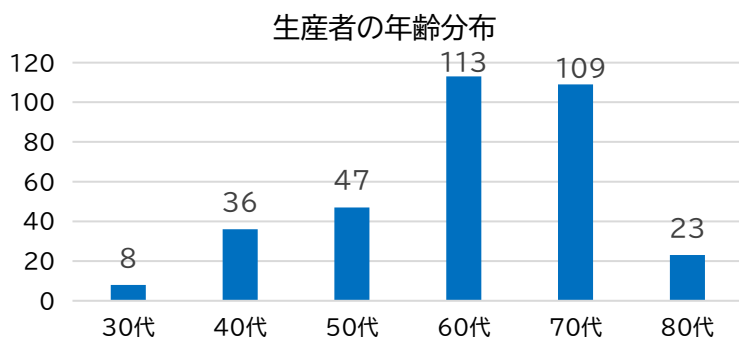
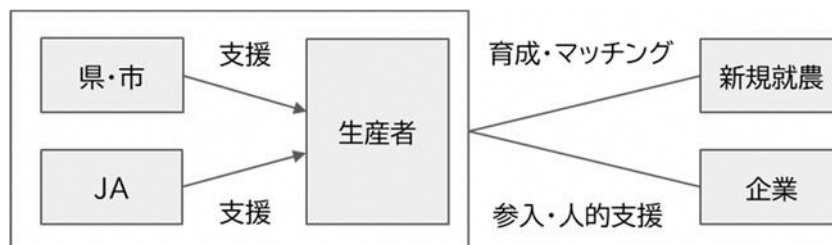
施策 **重点** ① 新規就農者育成・受入体制の構築

② 事業継承時の負担軽減策の制度化

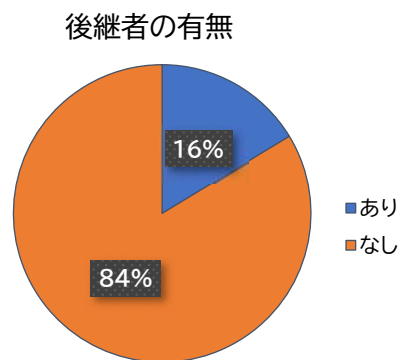
③ 企業参入の課題整理と推進策立案

・企業連携による半農半Xの受入

・企業版ふるさと納税の活用



平均年齢 64.4 歳(最高齢 88 歳 最少年齢 32 歳)



生産者アンケート(2021)

(4) 持続可能な茶生産を実現するための生産基盤の整備

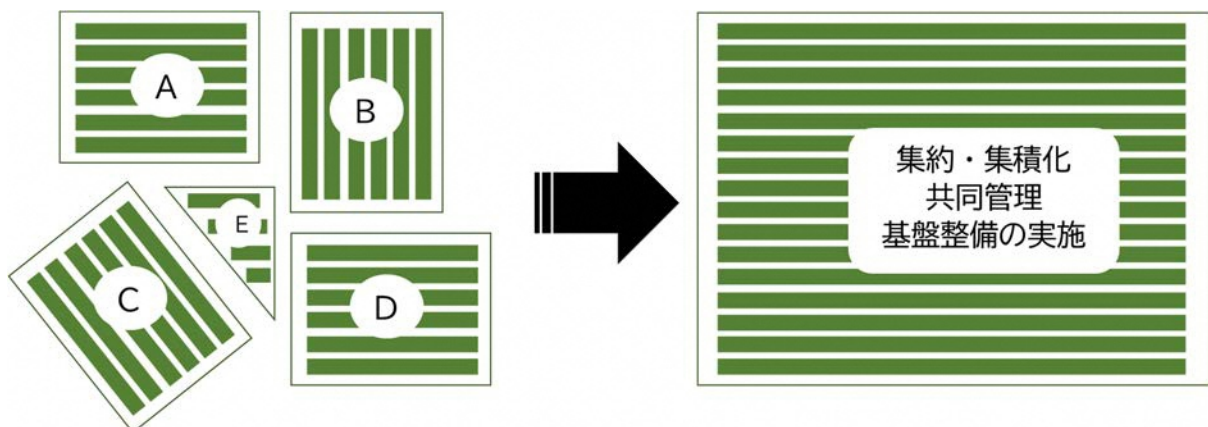
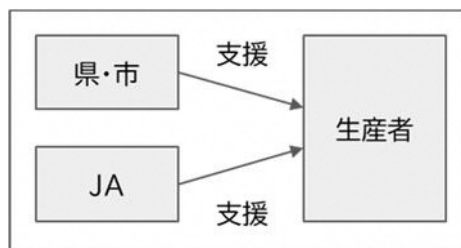


茶生産者の経営状況の悪化は、市内の茶園面積を急速に減少（15年で半分以下）させており、掛川茶の流通に必要な荒茶生産量の確保が困難になる恐れがあります。また、正確な市内茶園の現状、荒茶生産量を把握できておらず、茶生産を持続させるためのあるべき生産基盤像が見えていません。さらに、市内の茶園は集積、集約化、基盤整備が進んでおらず、分散した茶園管理を余儀なくされ、作業の効率化が進んでいない状況です。このことは、摘採機械等の自動操舵システム導入の障壁にもなっています。

今後、持続可能な茶生産基盤を整備するためには、掛川茶の生産量を確保するための市内茶園の在り方（ゾーニング）を検証し定め、同時に担い手への集積、集約化、茶園共同管理組織の育成とともに、基盤整備を推進し、茶生産基盤の構造的な効率化を図る必要があります。

地域の話し合いによる茶園ゾーニングと茶園集積、集約化のルールを作るとともに、茶園共同管理組織への転換を進め、基盤整備（小規模を含め）、人・農地プランの実質化を積極的に実施していきます。

- 現 状** 茶園面積の減少、茶園の現状・生産量の未把握、茶園の分散による非効率
- 課 題** 茶園のゾーニング、担い手への集積・集約、共同管理組織の育成、基盤整備の実施
- 施 策**
 - 重点** ① 地域の話し合いによる茶園ゾーニング
 - 重点** ② 茶園集積・集約のルール化
 - ③ 共同管理組織への転換
 - 重点** ④ 基盤整備の積極的实施
 - ⑤ 人・農地プランの実質化



(5) 作業の省力化に対応するスマート農業（ICT技術）の導入



人手不足の現状において、作業効率を改善する可能性のあるスマート農業の導入を検討しなければならない段階となっていますが、知識不足、導入経費（費用対効果）、茶園の地形的条件等の問題から進んでいない状況です。

今後、作業の省力化による労働生産性の向上を図るためには、立地条件や経営形態等に応じたスマート農業の積極的導入が必要です。

スマート農業導入推進のため、まずは生産者がスマート農業技術と、導入した場合の費用対効果を理解するための研修会及び先進地視察等を行うとともに、実証実験・試験導入を実施することで効果検証を行い、さらには掛川市の特性に合わせた新技術の開発に繋げ、横展開を進めます。

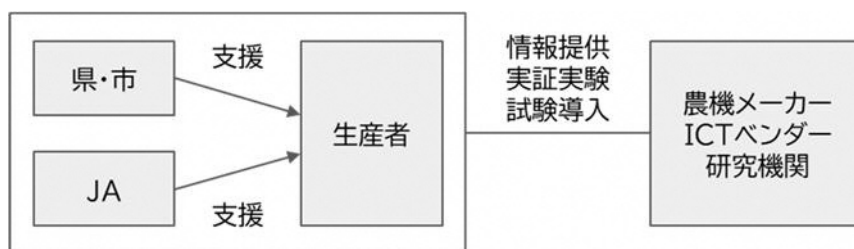
現状 知識不足、費用対効果、地形条件等の理由から進んでいない

課題 労働生産性の向上のため立地条件や経営形態に応じたスマート農業の積極的導入

施策 ① 生産者が理解を深めるための研修及び視察

重点 ② スマート農業の実証実験・試験導入

・掛川市の特性に合わせた新技術の開発



茶におけるスマート農業技術の実証について（静岡県スマート茶業実証コンソーシアム）より抜粋

I 茶産地掛川を支える一次産業の所得向上

2 需要に応じた茶生産への転換

(1) プロダクトアウトからマーケットインへ茶生産者の意識改革



リーフ茶の国内需要は減少傾向にあるにも関わらず、当市の茶生産は高品質な深蒸し茶に偏っており、市場、消費者ニーズに対応できていません。このことは、生産者が消費者ニーズを知る機会がなく、また、生産者にとっての出口が、茶市場、斡旋茶商までとなっていることに起因しています。

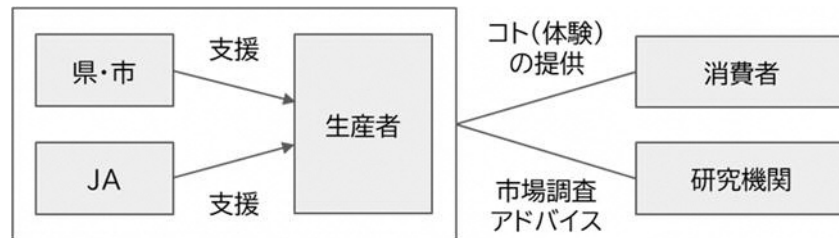
今後、多様化する市場、消費者のニーズに対応する茶生産を行うとともに、生産者が消費者を意識した取り組みを実施することで、経営状況の安定化を図る必要があります。

生産者が市場、消費者ニーズを知る機会を設けるとともに、生産者自らがファンを獲得するためにコト（体験、経験）を提供する取り組みを推進します。

現状 深蒸し茶生産に偏っていて、市場消費者ニーズに対応できていない

課題 市場消費者ニーズの把握と対応する生産、生産者が消費者を意識した取組

- 施策**
- ① 市場消費者ニーズを把握する機会の創設
 - ② 市場調査の実施
 - ③ 生産者自らがファンを獲得する取組の推進



茶産地の「茶園」に行ったことがある人に茶園を訪問した「後」について調査

	そう思う	やや そう思う	どちらでも ない	あまりそう 思わない	そう 思わない
茶畑に行った後、お茶に対する愛着が増した	21.1%	44.1%	23.0%	8.8%	2.9%
その茶産地のイメージが向上した	24.0%	38.2%	29.9%	5.4%	2.5%
お茶を飲む量が増えた	17.6%	34.8%	33.8%	8.8%	4.9%
その産地のお茶に対する安心感、信頼感が向上した	22.5%	41.2%	27.9%	5.4%	2.9%
その体験を知人に話した	20.1%	30.9%	27.0%	12.3%	9.8%

掛川茶のブランディングに関する調査(2020)

(2) 有機栽培など海外輸出・エシカル消費需要に対応する茶生産の推進



茶の海外輸出は、年々増加しており（H22～R2の10年間で輸出量2.4倍、輸出額3.9倍）、今後も拡大が予想されていますが、輸出に対応した当市の茶生産体制の整備は立ち遅れています。このことは、茶生産者が輸出に関する情報に触れる機会が少なく、防除体系についても、これまでの慣れ親しんだ手法からの転換や有機栽培に抵抗感を持っていること、深蒸し煎茶の製造にこだわりを持ち、海外で好調な碾茶製造に踏み込む気持ち、余裕がないことなどが理由としてあげられます。

リーフ茶の国内消費が減少傾向にある今、茶生産の置かれた厳しい状況を打開するために輸出に対応した生産体制の整備は、待ったなしの状況です。また、国内においてもSDGsへの関心の高まりは顕著であり、エシカル消費に対応するためにも、化学農薬・肥料の削減、有機栽培の推進にいち早く取り組み、情報発信をする必要があります。

茶商社と連携しての輸出生産体制の整備、ターゲット国の設定と防除体系の確立、有機栽培茶生産の推進、被覆栽培の拡大と碾茶製造に向けた実効性のある検討、茶改植の推進を実施します。

現状 生産現場の輸出対応の遅れ、防除体系の転換・有機栽培への抵抗感、深蒸し茶製造への固執

課題 輸出に対応した生産体制の整備、化学農薬・肥料の削減、有機栽培の推進

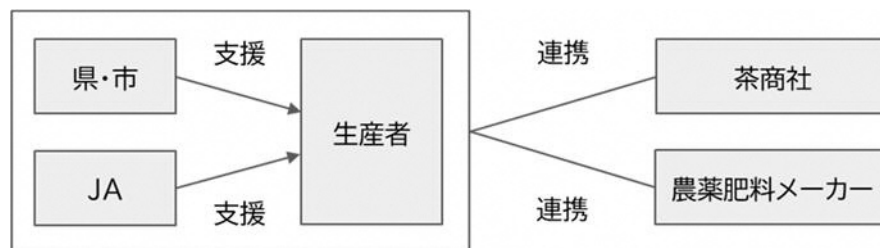
施策 ① 茶商社と連携しての生産体制の整備

② 防除体系の確立

重点 ③ 有機栽培推進の支援

重点 ④ 碾茶製造に向けた実効性のある検討

⑤ 茶改植の推進



掛川市内の有機栽培(茶)の状況

		H29	H30	R1	R2	R3
有機JAS認定取組状況 (転換中含む)	面積(ha)	22.3	22.4	28.5	33.9	34.9
	生産者数	10	10	22	29	33

(3) 荒茶品質の向上と技術の継承



全国茶品評会「深蒸し煎茶の部」では、毎回、多数の市内生産者が上位入賞し、通算23回、全国最多の産地賞受賞を記録するなど、高い製造技術が示されています。ただし、品評会への出品について、経費負担、高齢化による意欲の低下、組合員の減少などの理由により、出品数が減少傾向にあります。また、品評会に対する消費者の認知度が低く、消費拡大に繋がっているとは言いにくい状況です。

技術の向上と継承に資する取組を引き続き実施するとともに、出品者の負担軽減を図り、品評会で継続して好成績を収めていかなければなりません。併せて、品評会の知名度を向上させ、消費者にもわかりやすく盛り上げることで、消費拡大につなげることや、生産者がやりがいを持てる取り組みも必要です。

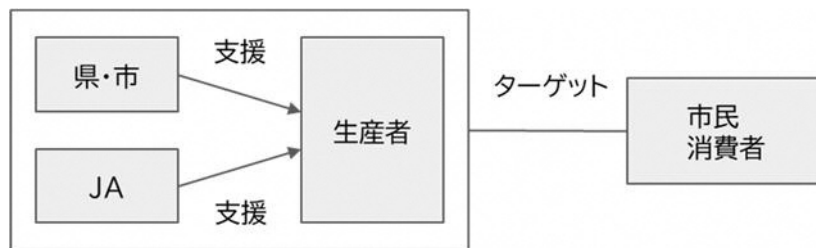
各JAによる荒茶品評会の開催や、負担軽減を図る出品対策事業等の継続実施、品評会の価値についてわかりやすく、同時に生産者の顔が見える積極的な情報発信を行います。

現状 品評会で高い技術力を証明、経費負担等の問題による出品数の減少、認知度が低い

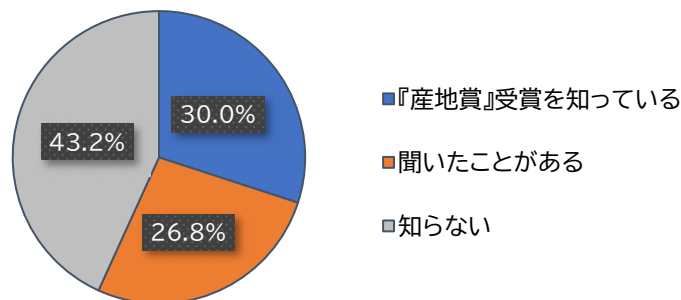
課題 技術の向上と継承、出品者の負担軽減、品評会の認知度向上、生産者のやりがい

施策

- ① 各JAによる荒茶品評会開催
- ② 出品対策事業の継続
- ③ わかりやすく生産者の顔が見える情報発信
- ④ 産地賞受賞時の祝賀イベントの開催



「産地賞」受賞の認知度



お茶に関する市民アンケート(2021)

3 環境に配慮した茶生産体制

(1) 世界農業遺産「静岡の茶草場農法」の継承と地域資源としての活用



平成25年に世界農業遺産に認定された茶草場農法は、農業生産活動と生物多様性の保全が両立する世界でも貴重な農法として評価をされています。しかし、世界遺産に比べその認知度は低く、経済効果も限定的で、実践する生産者に利益が還元されていません。また、生産者の減少に加え、作業負担の大きさから茶生産を継続しても農法を断念するケースも増え、農法と茶草場の継承が厳しい状況となっています。

今後、茶草場農法を継承するためには、世界農業遺産と農法の認知度を向上し、経済効果を高め、生産者に利益が還元される仕組みをつくとともに、併せて作業負担の軽減を図る必要があります。

SDGsに貢献する農法であることを前面に出した実践者の顔が見える情報発信、作業負担軽減のための応援ボランティア体制の整備、農泊や体験などの農業遺産の観光資源としての活用方法の検討、茶草場のCO2削減効果の情報発信を行います。

現状 農業遺産の認知度が低く経済効果は限定的、作業負担が大きく農法継承の危機

課題 認知度及び経済効果の向上、作業負担の軽減

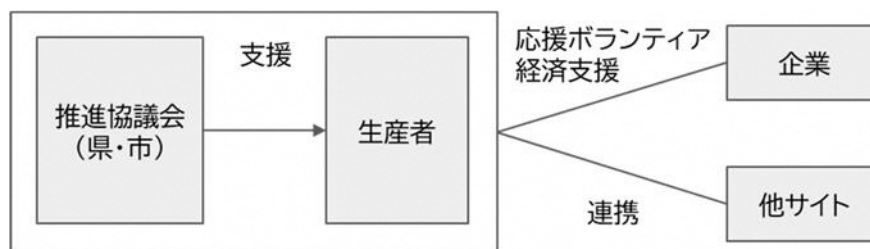
施策 ① SDGsを前面に打ち出した情報発信

重点 ② 茶草場応援ボランティア体制の整備

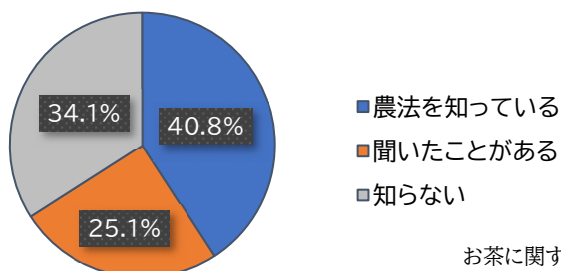
③ 観光資源としての活用方法検討

④ 茶草場のCO2削減効果の情報発信

・土壌改善の効果検証



茶草場農法の認知度



お茶に関する市民アンケート(2021)

(2) みどりの食料システム戦略実現に向けた活動



政府は、2050年カーボンニュートラルの実現に向け取組を進めている中、食料・農林水産業の分野においても進めるべく、2021年5月に「みどりの食料システム戦略」を策定しました。その内容は、①農林水産業のゼロエミッション化の実現、②化学農薬の使用量（リスク換算）を50%低減、③輸入原料や化石燃料を原料とした化学肥料の使用量を30%低減、④有機農業の取組面積を25%に拡大等の目標と取組方向が示されています。茶生産においても、環境に配慮した取組を推進することは時代の要請となり、これまで行ってきた生産、製造工程を根本的に見直すことが求められています。

まずは、茶業界全体で環境、SDGsに対する意識を高め、みどりの食料システム戦略に本気で取り組む機運を醸成しなければなりません。そして、茶生産がどの程度環境へ負荷を与えているかを把握するとともに、負荷軽減策を確立する必要があります。また、茶園1haあたりでは、茶樹が約92tのCO₂を吸収・固定、茶園土壌に約367tのCO₂を貯留するとされており（(株)伊藤園 2008年、2013年茶業技術研究発表会で発表）、広い茶園を有する掛川市の茶生産がCO₂削減に貢献していることの実事を有効活用する必要があります。

みどりの食料システム戦略を推進するために国が創設した有機農業産地づくり推進事業を活用し、有機農業に地域ぐるみで生産から消費まで一貫して取り組む体制を構築するとともに、茶生産による環境負荷調査及び低減策の研究、茶園のCO₂吸収貢献度の情報発信と、削減・吸収量をオフセット・クレジットとして活用する方法の研究を進めます。

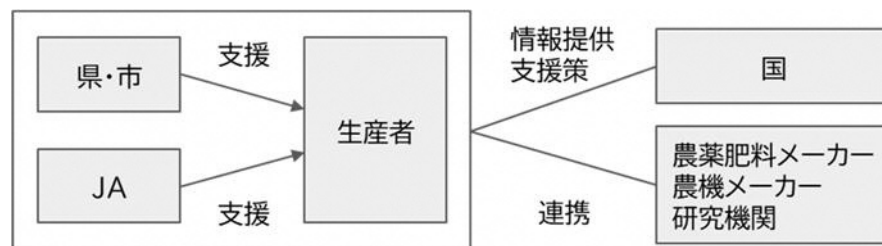
現状 みどりの食料システム戦略への対応が不可避、生産製造工程の根本的な見直しが必要

課題 茶業界全体の意識向上、茶生産の環境負荷の把握と低減策の確立、茶園のCO₂削減効果の有効活用

施策 **重点** ① 有機農業産地づくり推進事業を活用した地域ぐるみの取組の推進
(オーガニックビレッジ宣言)

重点 ② 環境負荷調査と低減策の研究

重点 ③ CO₂削減貢献度の情報発信とオフセット・クレジットの研究



II 時代を先取りする流通構造への転換

1 茶の流通構造改革

(1) 持続可能な荒茶取引（茶業版フェアトレード）環境の整備



荒茶は、農協共販（茶市場）や斡旋業者を經由して流通することが多数であり、市場原理が色濃く反映されることから取引価格が安定せず、生産コストに見合った価格での販売が困難で、価格が低迷している現状では生産者にとって著しく不利な状況にあります。同等の品質であってもその年の相場に価格が左右されることから安定した売り上げが見込めず、経営が困難になり、離農の要因となっています。このことは、茶商社にとっても深刻な問題であり、将来、仕入れるべき荒茶の生産量が確保できなくなる恐れがあります。

長い慣習の中で行われている荒茶の流通構造から、生産者の持続可能な経営を担保する新たな流通構造の構築が必要となっています。

生産者と茶商社が連携して作成する需要と供給のバランスを保つための様々な品質と量の生産計画により、茶商社による安定した商品販売を可能にすることで、相場によらず適正な価格で継続的に荒茶を販売できる仕組みを構築し、生産者が安心感と公平感を持って経営を持続的に行える環境をつくります。また、この流通構造が危機的状況にある生産者を守り、持続的な茶生産を可能とするものであることを消費者に示す仕組みもつくることで、エシカル消費を喚起します。さらに、茶市場が生産者の経営を成り立たせ、必要な生産量を確保することを可能にする役割を果たせるための在り方についても検討を進めます。

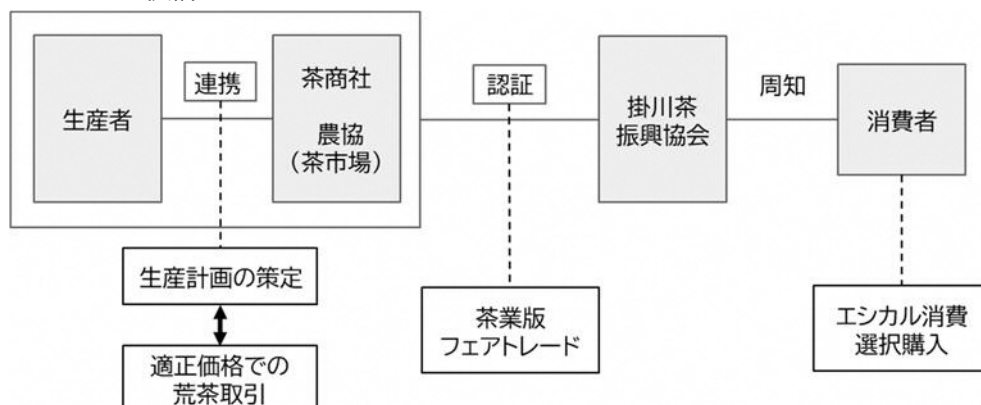
現状 現在の流通構造では荒茶価格が安定せず生産者の経営を圧迫し離農を加速している

課題 生産者の持続可能な経営を担保する新たな流通構造の構築

施策 **重点** ① 生産者と茶商社の連携による生産計画に基づき適正な取引価格を設定する仕組みの構築

重点 ② 茶業版フェアトレード認証制度の創設

重点 ③ 茶生産者の経営の成立及び必要な生産量を確保するための茶市場の在り方検討



(2) デジタルの積極的活用



専門店から量販店、インターネット通販へチャンネルが変化しており、コロナ禍の影響により、その流れは加速しています。市内でも積極的に取り組む茶商社が増加していますが、消極的な茶商社もあり、対応に格差が生じている状況です。また、オンライン商談も定着しつつあり、対応が遅れば商機を逸する場面も増える恐れがあります。

5G時代の到来を踏まえ、お茶やそれを取り巻く環境の魅力を国内外に伝える最大の武器になるのがデジタル化であり、SNS、動画配信、ネットライブ、多言語サイト、インターネット通販などの手段を最大限に活用する能力を高めなければなりません。

インターネット通販の導入に向けた技術的支援、オンラインの商品情報に掲載すべき情報の例示、SNS、動画配信など情報発信の強化を行います。

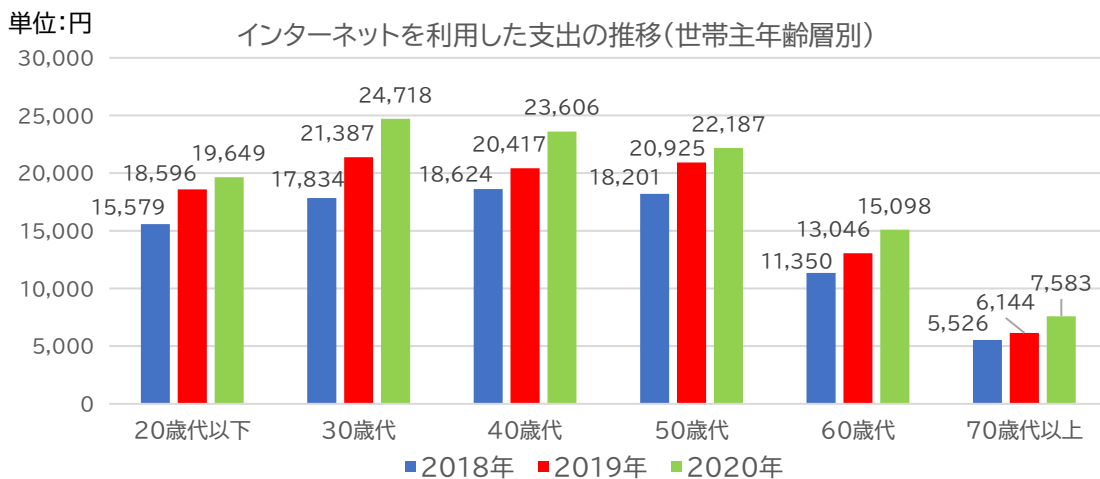
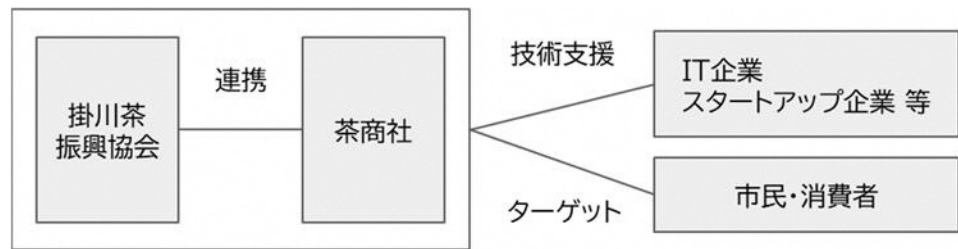
現状 インターネット販売、オンライン商談等が加速する中、デジタル格差が生じている

課題 デジタル化に対応する能力の向上

施策 **重点** ① インターネット通販導入支援

② オンライン商品情報の掲載例の検討

③ SNS等の情報発信強化



総務省「家計消費状況調査(二人以上の世帯)」により作成。

(3) 安全・安心な掛川茶の流通



平成31年3月に掛川茶の産地表示定義の見直しを行い、生産範囲と掛川市産荒茶原料の割合について明確化されましたが、他産地の茶商社等も運用に即していれば掛川茶として販売することが可能であり、市内の茶商社が掛川茶販売のメリットを享受しにくい状況です。また、一番茶と二番茶下ものや秋冬番茶では品質差が大きく、同じ掛川茶を冠していても一定レベルの品質が確保されなければ、消費者に悪い印象を与え、掛川茶離れを起こす恐れも懸念されます。

消費者が安全・安心な掛川茶を選択できるように、品質、商品表示等の基準を定め、それを認証する制度が必要です。

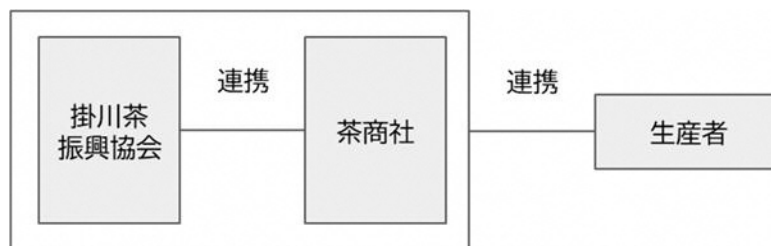
品質保持のための使用原料の基準、商品表示の基準（生産者情報、一番茶の割合、茶師の情報など）、掛川茶を認証する制度について検討を行います。併せて、地理的表示保護制度の導入について研究を進めます。

現状 産地表示は見直したが品質面でバラツキがあり消費者の信頼を損ねかねない

課題 安全・安心な商品を提供するため、品質、商品表示等の基準づくり

施策 **重点** ① 使用原料の基準、商品表示の基準、認証制度についての検討

② 地理的表示保護制度の研究



掛川茶の産地表示に関する定義

掛川市並びに掛川市に隣接する合併前の旧金谷町、旧菊川町、旧小笠町、旧浜岡町、旧袋井市、旧浅羽町及び森町の範囲において生産される気候、土質、地形、栽培管理、製造方法等が同様な荒茶を100%原料として仕上げ加工したもの(ただし、掛川市内の荒茶工場生産される荒茶原料を75%以上とするものに限る)。



(4) 仕上げ加工・流通における環境負荷の軽減



カーボンニュートラル実現に向けた取組は、仕上げ加工・流通の段階においても無視できない状況にあります。実践している茶商社は限られています。

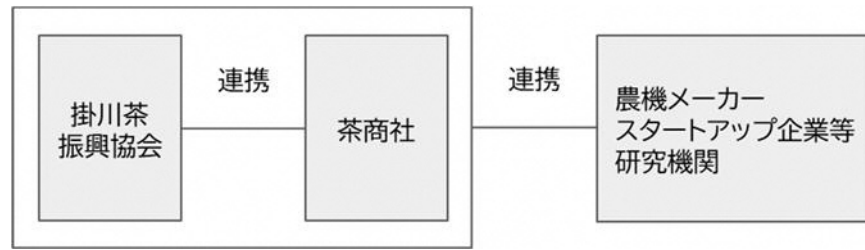
これまで培った製造技術を維持、発展させつつ、環境に配慮した取組の推進が必要です。

再生可能エネルギーへの切り替え等の環境負荷軽減に関する取組のメニュー化と技術の検証・導入、茶商協同組合によるSDGsに関する宣言による意思表示などを行い産地として積極的に取り組みます。

現状 茶商社においても環境負荷軽減の取組は無視できないが実践は限られている

課題 製造技術を維持、発展させつつ環境に配慮した取組の推進

- 施策**
- ① 環境負荷軽減に関する取組のメニュー化と技術の検証
 - ② 茶商組合によるSDGs宣言



SDGs の活用によって広がる可能性

企業イメージの向上

SDGs への取組をアピールすることで、多くの人に「この会社は信用できる」、「この会社で働いてみたい」という印象を与え、より、**多様性に富んだ人材確保**にもつながるなど、企業にとってプラスの効果をもたらします。

社会の課題への対応

SDGs には社会が抱えている様々な課題が網羅されていて、今の社会が必要としていることが詰まっています。これらの課題への対応は、**経営リスクの回避**とともに**社会への貢献**や**地域での信頼獲得**にもつながります。

生存戦略になる

取引先のニーズの変化や新興国の台頭など、企業の生存競争はますます激しくなっています。今後は、SDGs への対応がビジネスにおける**取引条件**になる可能性もあり、**持続可能な経営を行う戦略**として活用できます。

新たな事業機会の創出

取組をきっかけに、地域との連携、新しい取引先や事業パートナーの獲得、新たな事業の創出など、今までになかった**イノベーション**や**パートナーシップを生む**ことにつながります。

持続可能な開発目標(S D G s)活用ガイド(環境省)より抜粋

(5) 仕上げ加工技術に関する情報発信の強化



市内茶商社は、東京都優良茶品評会等の仕上技術競技会において最高位の農林水産大臣賞を受賞するなど高い技術力を誇っています。また、掛川茶商協同組合においても仕上技術を競う優良掛川茶品評会が開催され、技術の研鑽が図られています。このように掛川茶の強みである優れた茶師の匠の技術があるものの、その情報が消費者には、ほとんど伝わっていません。

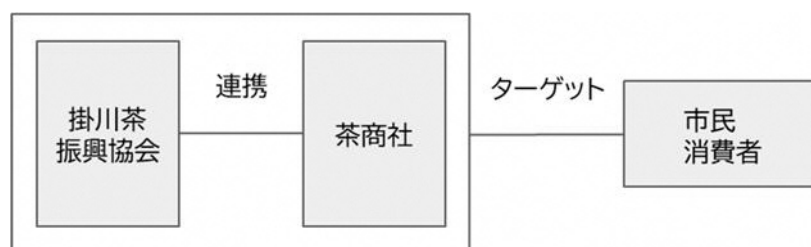
生産技術のPRも必要ですが、優れた仕上げ加工技術についても情報発信を強化し、総合的な掛川茶の優位性を示さなければなりません。また、茶師の魅力が向上することで、茶師の担い手確保にもつなげていく必要があります。

WEB、SNS等での仕上技術に関する情報発信の強化、工場見学、茶師の仕事体験メニューの充実化を行います。

現状 優れた茶師の技術があるものの消費者に情報が伝わっていない

課題 優れた仕上げ加工技術の情報発信

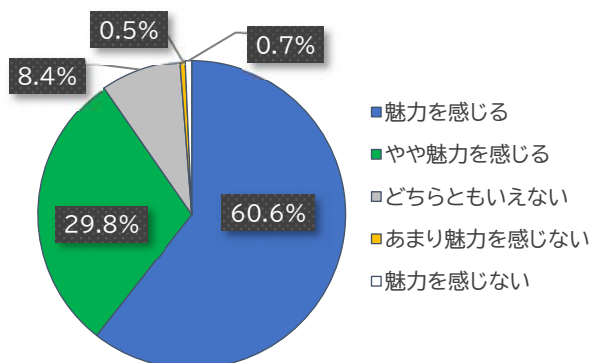
- 施策**
- ① SNS等での仕上げ技術の情報発信強化
 - ② 工場見学・体験メニューの充実化



人と自然が育み、味と香りを引き出す匠の技

掛川市内には約 600 軒の茶農家があり、茶葉を摘み取り「荒茶(茶の原料)」の製造を行っています。茶園を守り、自然と会話しながら、伝統農法と卓越した生産技術によりお茶づくりにはげむ茶農家によって掛川茶がささえられています。そして、茶農家が製造した荒茶は、掛川市内にある約 40 軒の茶問屋の茶師によって「ブレンド」「火入れ」「選別」などの仕上げ加工が行われます。これらの工程は機械任せでは不可能な、豊富な経験と卓越した匠の技術により、掛川茶の味と香りが引き出されています。このように茶農家と茶師の匠の技により、美味しい掛川茶が全国に届けられています。

選択肢	回答者数	割合
魅力を感じる	446	60.6%
やや魅力を感じる	219	29.8%
どちらともいえない	62	8.4%
あまり魅力を感じない	4	0.5%
魅力を感じない	5	0.7%
合計	736	100.0%



茶販売促進緊急対策事業 消費者アンケート結果より
上記説明を読んで魅力度について調査した結果

II 時代を先取りする流通構造への転換

2 消費者ニーズに対応した商品開発

(1) 消費者の生活様式に対応した商品開発



ドリンク茶（ペットボトル）の需要が高まるなか、リーフ茶の需要は減少傾向にあります。急須でお茶を淹れる文化が衰退し、手軽に飲める商品が選ばれています。こうした変化に対し、茶業関係者は、急須やリーフ茶にこだわりが強く、ニーズに的確に対応できているかは疑問があります。

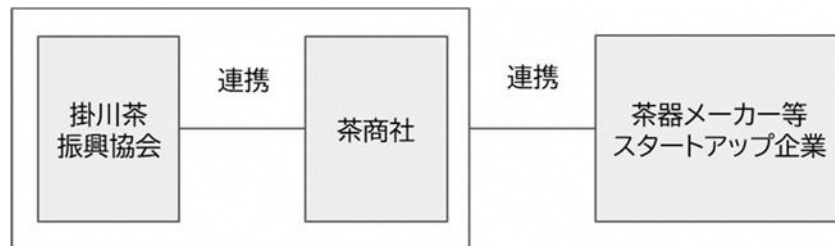
手軽さを求めるニーズに対応する商品を開発し、ドリンク茶に流れた消費者を回帰させる必要があります。また、ドリンク茶では味わうことのできない高い品質を保った商品であることが重要です。

上級茶を使用したティーバッグなど手軽に飲める高品質な商品や、フィルターインボトルのような手軽にお茶を淹れることのできる茶器の開発を行います。

現状 手軽さが求められ急須で淹れるリーフ茶の需要が減少、ニーズに対応しきれていない

課題 ニーズに対応する商品開発、品質の保持

- 施策** **重点**
- ① 手軽に飲める高品質な商品（TB等）の開発
 - ② 手軽に淹れることのできる茶器の開発
 - ・茶の効能を重視した機能性茶の開発



「茶葉からいれる緑茶」を飲む頻度の調査

〈単位：％〉

	1日 複数回	1日1回 程度	週数回 程度	週1回 程度	月数回 程度	月1回 程度	年数回 程度	年1回 程度	年1回 未満	全く 飲まない
全体	13.6	10.9	9.3	7.7	8.0	5.9	9.2	1.3	7.4	26.7
男性・全体	13.2	8.2	9.4	7.4	8.2	6.6	6.4	1.2	8.8	30.6
女性・全体	14.0	13.6	9.2	8.0	7.8	5.2	12.0	1.4	6.0	22.8
年代・20代	9.0	6.0	10.5	7.0	5.0	7.5	8.0	1.5	6.0	39.5
年代・30代	9.0	9.5	7.5	5.5	6.0	9.5	11.0	1.0	8.5	32.5
年代・40代	11.5	12.5	11.0	9.5	10.0	2.5	9.0	1.0	7.0	26.0
年代・50代	13.0	9.0	9.0	8.0	9.5	5.5	11.0	1.5	10.5	23.0
年代・60代以上	25.5	17.5	8.5	8.5	9.5	4.5	7.0	1.5	5.0	12.5
[2016調査]全体	17.3	13.6	13.2	6.2	9.4	5.4	11.8	1.6	5.6	16.0

「年数回～全く飲まない」と回答した方「茶葉からいれる緑茶」を(ほとんど)飲まない理由は？

順位	キーワード	出現頻度
1	とくにない	169
2	面倒・面倒くさい	157
3	急須がない	21
4	ペットボトル	17
5	手間がかかる	15
6	好きでない	12

掛川茶のブランディングに関する市場調査(2020)

(2) 若者に選ばれる商品開発



若者のリーフ茶離れが進んでいます。従来の消費者を考慮して、若者へのニーズに合わせた商品開発は進んでいません。パッケージなども類似していて商品の特徴や違いが伝わらず、若者が魅力を感じるものが少ない状況です。

若者のニーズを理解し把握するとともに、それに対応した商品の開発が求められています。また、パッケージも重要で、若者が手に取りたくなるようなデザインを追求しなければなりません。また、コト消費（体験・経験）を求める傾向もあり、こうした機会の提供も併せて行う必要があります。

若者の嗜好を把握するための調査研究を行い情報を共有するとともに、それに応じた商品（ほうじ茶、フレーバーティー等）の開発と魅力あるパッケージデザイン制作に向けた研修会を実施します。併せて、魅力のあるイベントを開催するなど、コト消費に繋げる機会を創出します。

現状 若者のニーズに対応しきれていない、パッケージも類似し魅力を感じない

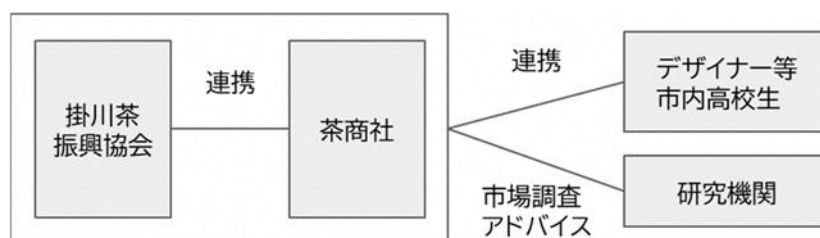
課題 若者ニーズの把握と商品開発、魅力的なパッケージデザインの制作、コト消費に繋がる機会の提供

施策 ① 若者ニーズの調査研究及び情報共有

重点 ② 商品開発及びパッケージデザインの研修会

③ コト消費に繋がるイベント開催

・市内高校生と連携しての商品開発



「コト消費」に関心が置かれるように

近年の消費行動について、モノやサービスを購入する「モノ消費」より、購入したモノやサービスを使ってどのような経験・体験をするかという「コト消費」に、消費者の関心が置かれているといわれています。

このような傾向の背景の一つとして、情報化の進展によりデジタル化されたコンテンツが複製によって簡単に手に入るようになり、モノを所有することの意義が低下する、また、デジタル化されていない情報やコンテンツの価値が相対的に高まるという影響が生じたことなども考えられます。

「コト消費」の傾向は、デジタルネイティブと呼ばれる世代に当たる若者の消費行動において、他の年齢層より強く表れるとみられることもできます。実際、消費者庁「消費者意識基本調査」(2016 年度)によると、「スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞」といった「コト消費」について、お金を掛けていると回答した人の割合は、24 歳までの年齢の若い層で高くなっています。

他に、「交際(飲食を含む。)」にお金を掛けていると回答した人の割合は、20 歳代で 45.2%と、全体の 29.0%を大きく上回っています。今後お金を掛けたいとの回答の割合でも、全体が 25.7%のところ、20 歳代では 39.4%であり、人とのつながりに軸を置いた「コト消費」を重視していることが分かります。「旅行」にお金を掛けている、又は今後お金を掛けたい、との回答にも同様の傾向がうかがえます。

平成 29 年消費者白書(消費者庁) 第 1 部 第 3 章 【特集】若者の消費 第 1 節若者の消費行動より抜粋

(3) 有機栽培茶などエシカル消費動向に対応する商品開発



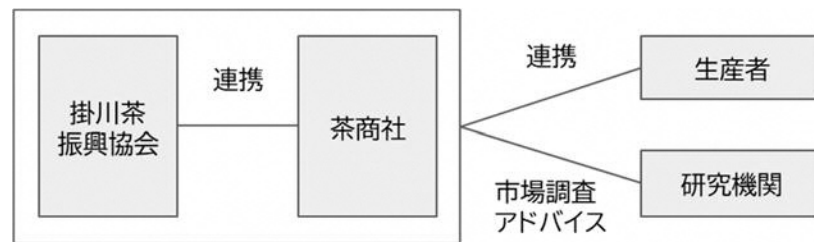
環境への配慮、SDGsへの関心が高まっており、エシカル消費が今後拡大していくことが予想されていますが、これに対応する商品の市場への投入がほとんどされていません。有機栽培茶の生産が進まないのも、商品が限られ出口が見通せないことが原因の一つとなっています。

現在の状況を好機と捉え他産地より先行するためにも、エシカル消費需要に対応する商品の開発、販売を推進し、生産者が安心して有機栽培に取り組める環境を整備しなければなりません。また、掛川市には世界農業遺産「静岡の茶草場農法」が実践されていることも、他産地にはない強みであり、このことを有効活用した取組を推進する必要があります。さらに、商品パッケージなどについても環境に配慮した素材の使用の検討が求められています。

SDGsを強く意識した商品の在り方についての研究、生産者・茶商社の連携による有機栽培の拡大を可能とする流通体制の構築、茶草場農法が環境保全に貢献していることのPRと販売戦略の策定、環境に配慮した素材の使用について検討します。

- 現状** エシカル消費に対応する商品が手薄、出口が見通せないことによる有機栽培の抑制
- 課題** エシカル消費に対応する商品開発、生産者に出口戦略を示すことによる有機栽培の拡大、農業遺産の有効活用、環境に配慮したパッケージ素材等の使用

- 施策**
- ① SDGsを意識した商品の在り方研究
 - 重点** ② 生産者と茶商の連携による有機栽培茶の拡大
 - ③ 茶草場農法のPRと販売戦略策定
 - ④ エコ素材の選択



環境への取り組み、SDGsの取り組み状況 (有効回答 22社)

	取組済み	取組たい興味がある
太陽光発電の導入	5件	6件
再生可能エネルギーの導入	1件	5件
プラスチックパッケージ等の削減	4件	9件

流通・消費拡大に関するアンケート調査(2021)

II 時代を先取りする流通構造への転換

3 海外輸出への対応

(1) 海外輸出に対応する茶の流通



緑茶の輸出は非常に好調であり、今後も拡大が見込まれています。しかし、輸出に取り組む市内茶商社は一部に限られ、好機を生かし切れていません。また、輸出に対応する茶の生産が拡大しないのも、茶商社からの要望が少ないことも要因としてあげられます。

茶商社が輸出に取り組むためには、ノウハウ不足などからくる不安要素を取り除く必要があります。また、海外で需要の高い抹茶・粉末茶の製造も見据えていかなければなりません。さらに、海外への情報発信も行っていく必要があります。

生産者も含めた輸出の推進体制の構築、輸出に関する情報収集、共有、ノウハウの取得、海外の茶関係機関との連携、抹茶・粉末茶製造の推進を行います。

現状 茶の輸出が好調であるにもかかわらず取り組む茶商社が限られている

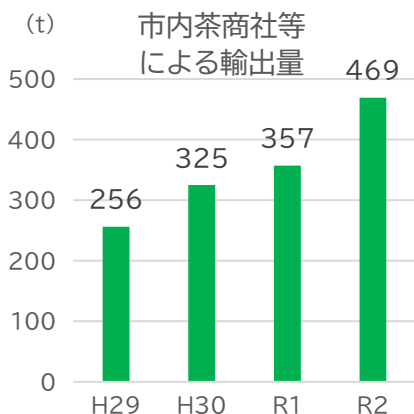
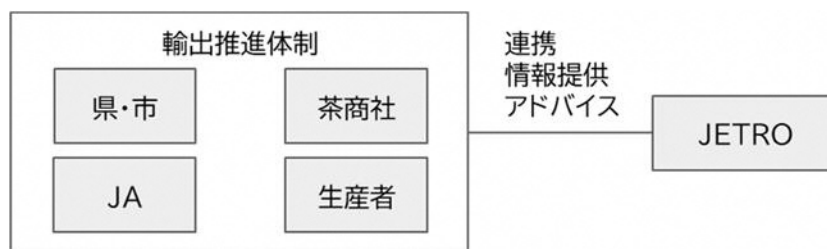
課題 輸出に対する不安の払拭、海外需要の高い抹茶製造の拡大、海外への情報発信

施策 **重点** ① 生産者も含めた輸出推進体制の構築

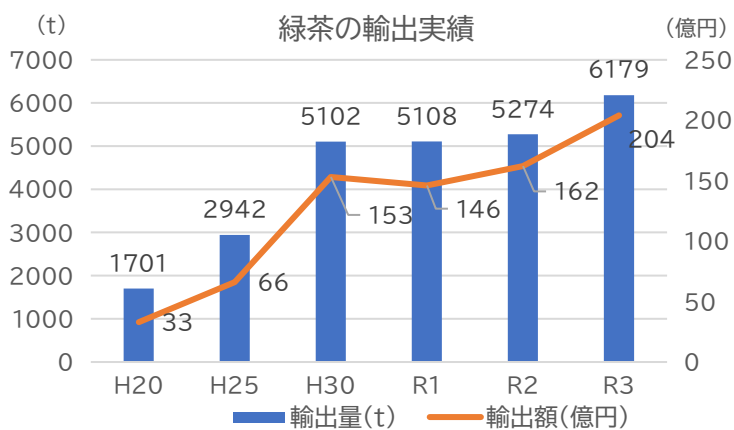
② 情報収集・共有・ノウハウ取得

③ 海外への情報発信

④ 抹茶・粉末茶製造の推進



茶商社アンケート(2021)



輸出貿易統計(財務省)

Ⅲ 茶産地掛川の持続を可能とする消費拡大策の推進

1 掛川茶のブランド力強化と効果的な情報発信

(1) 掛川茶リブランディングプロジェクトの推進



これまで茶の品質などを中心に情報発信を実施してきましたが、他産地も同様の取組が行われ、差別化がされず、掛川茶の認知度も頭打ちの状況にありました。

これまでの発想を転換し、茶業に関わる人々を主役に据え、人々の物語や茶の歴史にスポットを当てた情報発信を進めることで、掛川茶のブランドの再構築を図る必要があります。なお、この取組は、生産者の支えになる活動になること（経済的意義）、市民からの協力、共感を得られる活動になること（公共性）、地域をより理解してもらう活動になること（情報発信・地域理解）を前提とし、掛川茶の振興に留まらず、観光振興、シティプロモーションに資するものとし、多くの参画者を得て実施する必要があります。

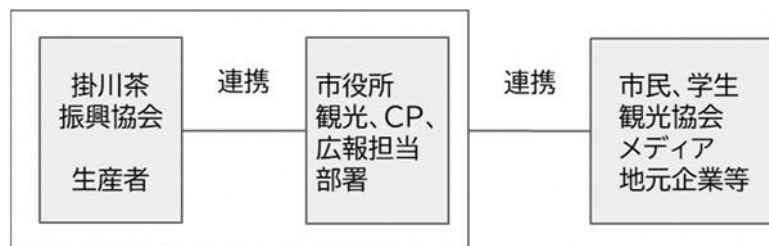
「お茶と暮らし」と題した「掛川茶リブランディングプロジェクト」を、市民の共感と協力を得ながら、茶業界全体で推進します。

現状 茶の機能面だけでは他産地と差別化がされず、認知度も頭打ち

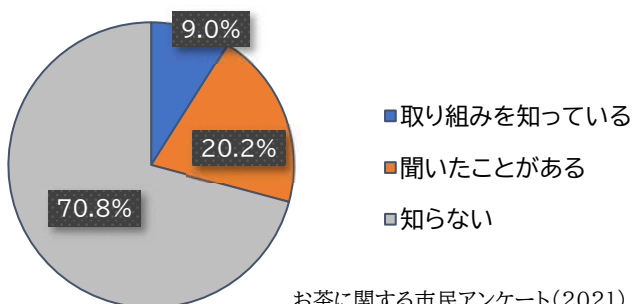
課題 発想を転換し、茶業に関わる人を主役に据えた物語と歴史を中心としたブランドの再構築が必要

施策 **重点** ① 市民の共感と協力のもと掛川茶リブランディングプロジェクトを推進

- ・「お茶と暮らし」WEB、SNSによる情報発信
- ・市民、学生、観光協会等と連携した取組実施
- ・掛川市の情報発信素材として統一化



掛川茶リブランディングプロジェクトの認知度



(2) SNS等を活用した効果的な情報発信・PR活動



これまで、東北地方を中心に「お茶ひろめ隊」として、各都市を訪問しPR活動を行ってききましたが、アナログ的なアプローチであったため情報拡散が限定的でした。また、ターゲットに選んだ地域の経済規模も、掛川茶の消費を大きく伸ばすまでに至るものではありませんでした。

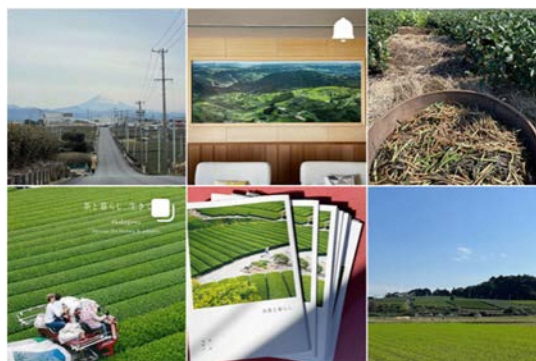
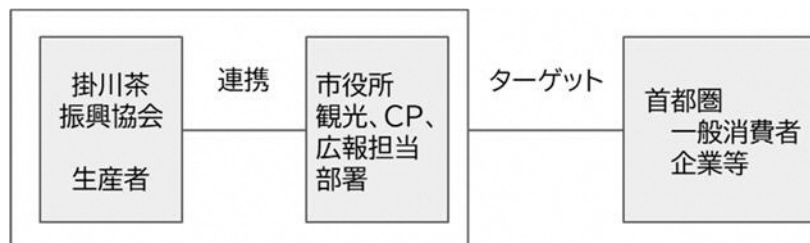
新たな掛川茶のブランド戦略を効果的に、より多くの方々に情報発信し消費拡大に繋げるためには、SNS等を積極的に活用しなければなりません。PR活動についても、経済規模を考慮したターゲットの地域を選択し、一般消費者だけでなく企業に向けても行う必要があります。

「お茶と暮らし」の統一イメージを根幹としたWEBページ、インスタグラム等のSNSによる積極的な発信、生産者、茶商社、行政が連携した首都圏PR活動の実施、掛川市と連携協定を締結している企業等に対するPR活動を実施します。

現状 アナログ的なアプローチが主で情報拡散効果が低かった、活動地域も消費拡大に繋がるほどの経済規模を有していなかった

課題 SNS等の積極的活用、PR活動のターゲットを首都圏へ、企業へのPR活動

- 施策**
- ① 「お茶と暮らし」を根幹にしたSNS等での情報発信
 - ② 茶業関係者の連携による首都圏でのPR活動
 - ③ 連携協定締結企業へのPR活動の実施



(3) 海外に向けた掛川茶の情報発信強化



これまでも海外の茶業関係者や茶教育機関と関係を構築し、情報発信を行ってきましたが、掛川茶の認知度を高め、輸出拡大の素地を築くためには、さらなる情報発信の強化が求められています。

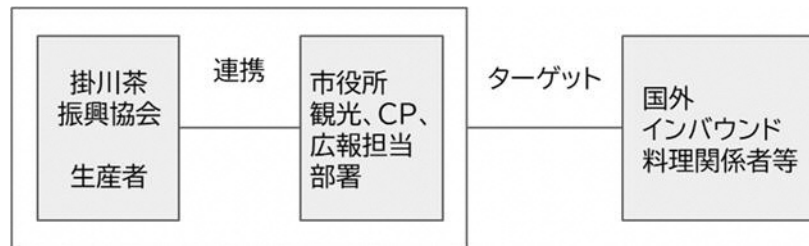
SNS等の活用や、外国人の目線に立った内容を充実する必要があります。また、訪日外国人（インバウンド）に対し、体験を通じたPR活動も重要です。さらに、茶業関係者のみならず海外の料理関係者や異業種へのアプローチにより新たな商流を生み出す効果が期待できます。

外国向けの「お茶と暮らし」によるSNS等での情報発信強化、インバウンドの誘引及び受入態勢の整備と体験メニューの充実化、海外の料理関係者や異業種へのアプローチを行います。

現状 輸出拡大の素地を築くため、さらなる海外への情報発信強化が求められる

課題 SNS等による海外への情報発信、インバウンドへのPR、料理関係者や異業種へのアプローチ

- 解決策** **重点**
- ① 外国向け「お茶と暮らし」によるSNS等での情報発信
 - ② インバウンド誘引、受入体制整備、体験メニューの充実化
 - ③ 料理関係者・異業種へのアプローチ。



Ⅲ 茶産地掛川の持続を可能とする消費拡大策の推進

2 コト（体験等）の充実化による消費拡大

(1) お茶に関する体験メニューの充実化



掛川市の茶業は、国内トップレベルにあるが、モノを売るからコト（体験等）を売るへと時代が変化しつつあるなかで、消費者がお茶と接する機会の提供は、まだまだ少ない状況です。

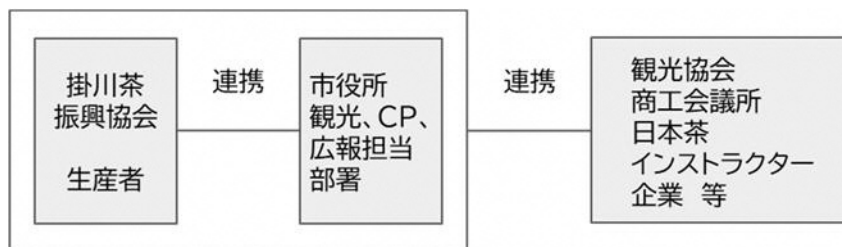
今後は、これまで実施してきたイベント等を拡充しつつ、新たなメニューを創出するなど、充実化を図る必要があります。また、実施の体制についても、茶業関係者のみならず、観光協会や商工会議所などとも連携し、観光振興、地域産業に繋がる取組とすることで、好循環を生み出すものとしなければなりません。

お茶のまちづくり事業（月夜の茶摘み、煎茶会）の継続と拡充、掛川茶マイスター制度の運用見直しと認定試験の実施、生産者や茶師にスポットを当てたアワードの開催、他業種とのコラボによる新規イベント、商品開発等の実施、観光協会との連携による茶摘みツアー等の開発、商工会議所との連携による緑茶で乾杯普及活動を実施します。

現状 消費者がお茶と接する機会が少ない

課題 イベントの拡充及び新メニューによる充実化、観光協会、商工会議所等との連携

- 施策** **重点**
- ① お茶のまちづくり事業の継続と拡充
 - ② 掛川茶マイスター制度の運用見直し
 - ③ 生産者や茶師にスポットを当てたアワードの開催
 - ④ 他業種とのコラボによる新規イベント・商品開発
 - ⑤ 観光協会との連携によるツアー開発
 - ⑥ 商工会議所との連携による緑茶で乾杯普及活動



「掛川」という地名と聞いて、何かしらのイメージが浮かびますか。

〈単位：％〉

	浮かばない	浮かぶ	順位	キーワード	出現頻度
全体	59.0	41.0	1	お茶	152
男性・全体	56.0	44.0	2	静岡	104
女性・全体	62.0	38.0	3	城	48
【2016】全体	73.8	26.2	4	産地	38
			7	茶畑	22
			11	深蒸し茶	10

掛川茶のブランディングに関する市場調査(2020)

(2) 未来を担う子供たちへのお茶学習の充実



掛川市では、小学3年生の総合学習の時間にお茶の授業（お茶の淹れ方、手もみ体験、工場見学等）が行われていますが、JA、茶商青年団、手もみ保存会、掛川市が連携のないまま個別に対応しているため目的や内容にばらつきがあり、効果についても、家庭での緑茶の消費に繋がっているか、将来、茶業に就きたいと思えるものになっているか、疑問がある状況です。

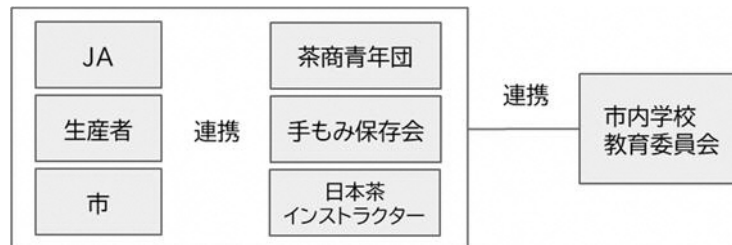
子供たちがお茶と茶業に関心と憧れを持てる内容にするとともに、教育機関と茶業界が連携して取り組む体制を構築しなければなりません。

お茶の授業目的の明確化、ブラッシュアップ、統一化及び実施体制の確立、T1グランプリの開催、児童生徒に配布されたタブレットの有効活用策の検討、高学年・中高生への教育機会の拡充、修学旅行が教育を主眼に置きつつある流れに即した受入体制の整備を行います。

現状 お茶の授業の目的や内容が統一されておらず、効果に疑問がある

課題 子供がお茶と茶業に関心と憧れを持てる内容への改善、教育機関との連携

- 施策** **重点**
- ① 授業目的の明確化、ブラッシュアップ、統一化及び実施体制の確立
 - ② T-1 グランプリの開催
 - ③ タブレットの有効活用策の検討
 - ④ 高学年・中高生への教育機会の拡充
 - ⑤ 教育旅行化しつつある修学旅行受入体制の整備



(3) 茶園景観及び世界農業遺産の有効活用



掛川市は、美しい茶園景観と世界農業遺産という世界的に価値のあるものを有しているものの、観光資源として有効活用しきれいていません。観光交流客の拡大は、掛川茶の消費拡大のきっかけにもなりますが、好機を逸している状況となっています。

観光資源として茶園景観と世界農業遺産を有効活用する手法を確立することで掛川茶の消費拡大に繋げるとともに、地域に利益をもたらす仕組みと取組を構築する必要があります。

茶畑ウォークなど茶園景観を身近に体験できるメニューの実施、かっぱしテラスの有効活用、観光農園等の有料観光メニューの整備、お茶や農業遺産について案内できるボランティアガイドの育成を実施します。

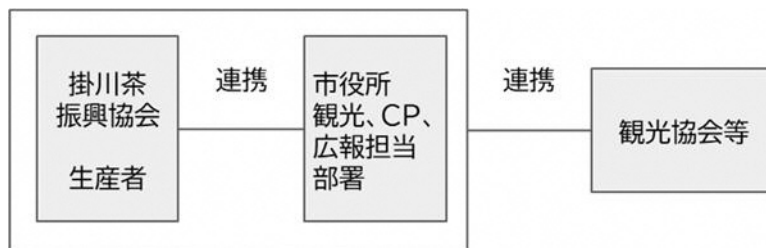
現状 茶園景観や農業遺産が観光資源として十分活用されていない

課題 観光資源として有効活用する手法の確立、地域の利益になる仕組の構築

- 施策**
- ① 茶畑ウォーク等の実施
 - ② かっぱしテラスの有効活用

重点 ③ 観光農園等の有料観光メニューの整備

- ④ ボランティアガイドの育成



粟ヶ岳来訪者数(延べ)

(単位:人)

	2020年		2021年	
	月平均	年間	月平均	年間
いっぷく処	2,533	30,398	2,808	33,696
かっぱしテラス	4,729	56,751	3,500	41,998
合計	7,262	87,149	6,308	75,694

(株)茶文字の里東山集計データ



III 茶産地掛川の持続を可能とする消費拡大策の推進

3 緑茶効能の有効活用

(1) 緑茶効能に関する情報発信の充実



平成21年度から実施した掛川スタディにより、緑茶の生活習慣病予防効果が明らかになったことで、多くのメディアで取り上げられ掛川茶の消費も増加しましたが、その後の福島原発事故の影響もあり下火となりました。一時の流行は、その後の継続に問題があります。

様々な効能が認められる緑茶の強みを、効果的そして継続的に情報発信し、一時の流行に終わらせないようにすることが必要です。

緑茶効能講座の開催やWEBでの発信、効能研究成果の収集、緑茶効能研究への協力及び新たな研究成果の情報発信、新型コロナ等に対する感染症対策としての有効性の発信を行います。

現状 緑茶効能は強みであるが、一時の流行に止まり、その後の継続に問題がある

課題 緑茶効能の継続的な情報発信、研究機関との連携による新たな研究結果の発信

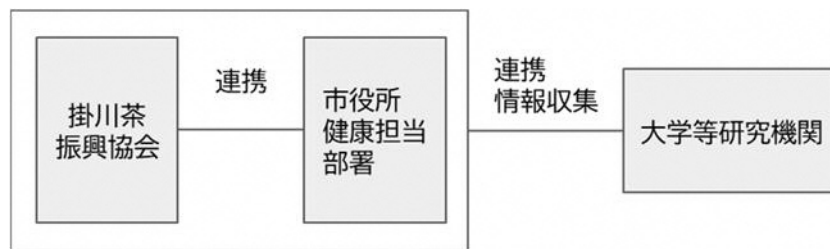
施策 **重点** ① 緑茶効能講座の開催

② WEBでの発信

③ 効能研究成果の収集

④ 効能研究への協力及び新たな成果の情報発信

⑤ コロナ等感染症対策としての有効性の発信



第5章 掛川茶未来創造プロジェクト実施スケジュール

I 茶産地掛川を支える一次産業の所得向上

施策	具体的事業	計画期間					備考
		R4	R5	R6	R7	R8	
1 持続可能な茶生産体制・基盤の再構築	(1)① 生産者を中心とする推進組織の設立 (協議会等)	実施 地域ごとに年1団体程度設立を目指す					
		実施 対象を選定→課題を整理→株式会社化					
	(3)① 新規就農者の育成、受入体制の構築	検討	実施				
		具体策					
2 需要に応じた茶生産への転換	(4)①②④ 茶園ゾーニング・茶園集積、集約化の ルール化 基盤整備の推進	検討	実施				
		地域選定	生産者推進組織ごとに実施・基盤整備検討				
	(5)② スマート農業の実証実験、試験導入	検討	実施				
		実施対象の選定→農機メーカー・ICTベンダーとのマッチング→導入					
3 環境に配慮した茶生産体制	(2)③ 有機栽培推進	実施 有機栽培拡大支援					
		検討	事業化・実施				
	(2)④ 碾茶製造に向けた検討	検討					
		具体策					
3 環境に配慮した茶生産体制	(1)② 茶草場応援ボランティア体制の整備	実施					
		企業とのマッチング→実践者団体による受入態勢整備→個人受入					
	(2)① 有機農業産地づくり推進事業(国庫補助 事業)	実施	計画に基づく取組の定着				オーガニック ビレッジ宣言
		構想→試行→実施計画→体制づくり					
(2)②③ 環境負荷調査と低減策の研究 茶園のCO2削減貢献度の活用	検討	実施					
	具体策						

II 時代を先取りする流通構造への転換

施策	具体的事業	計画期間								備考
		R4	R5	R6	R7	R8				
1 茶の流通構造改革	(1)①② 生産計画に基づく適正価格での荒茶取引の仕組み構築 茶業版「フェアトレード」認証制度の創設	検討・試行								
		↑								
		↑								
	(1)③ 茶生産者の経営安定、生産量確保のための茶市場の在り方検討	検討								
		↑								
		↑								
	(2)① インターネット通販の導入支援	検討								
		↑								
		↑								
	(3)① 掛川茶の使用原料・商品表示の基準及び認証制度の検討	検討								
		↑								
		↑								
2 消費者ニーズに合った商品開発	(1)① 手軽に飲める高品質な商品の開発			実施						
	(2)② 若者に選ばれる商品開発及びパッケージデザインの研修会									
3 海外輸出への対応	(3)② 生産者と茶商社の連携による有機栽培の拡大									
	(1)① 生産者も含めた輸出の推進体制の構築	準備・設立								
		↑								
		↑								

Ⅲ 茶産地掛川の持続を可能とする消費拡大策の推進

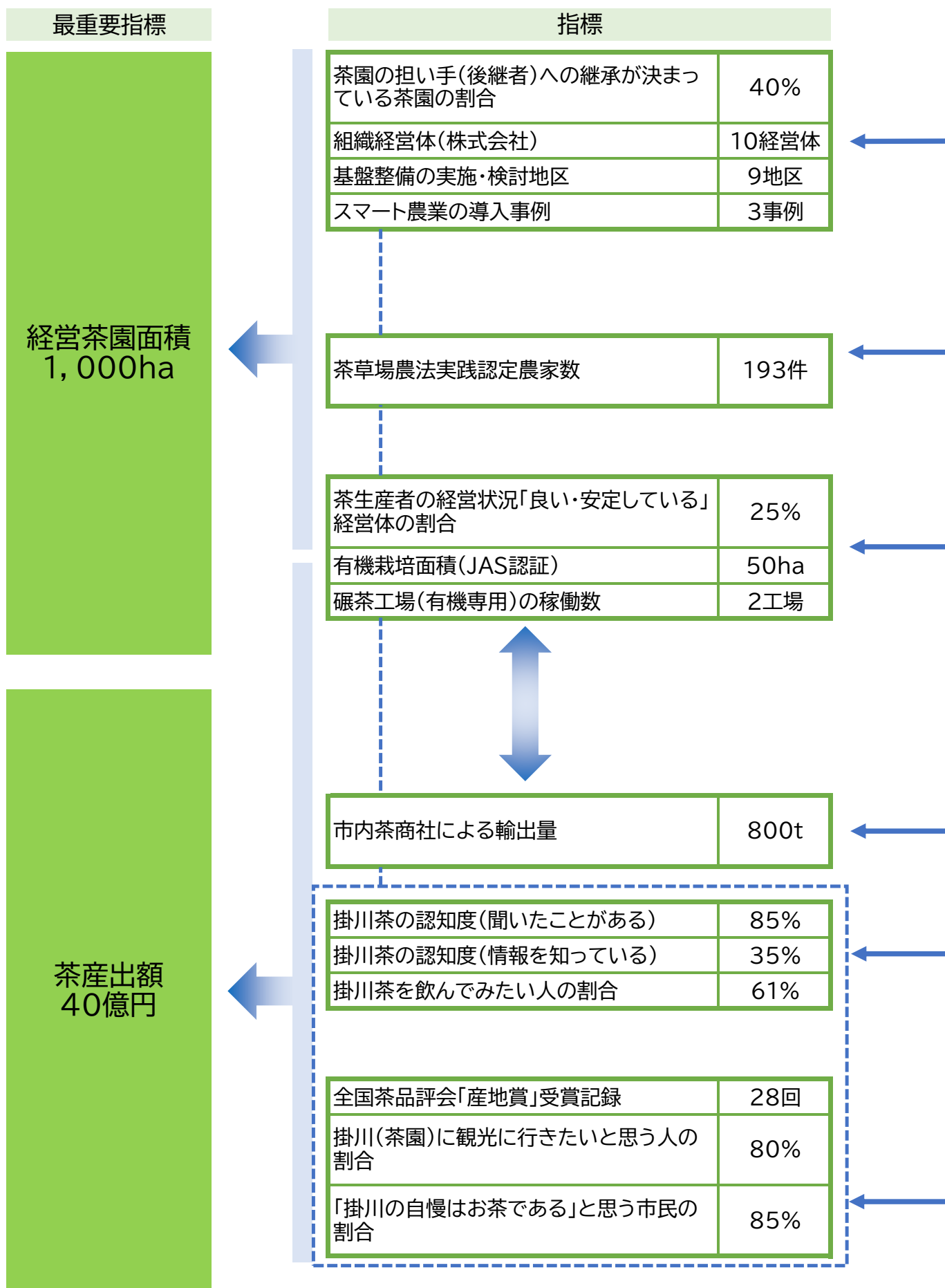
施策	具体的事業	計画期間					備考
		R4	R5	R6	R7	R8	
1 掛川茶のブランド力強化と効果的な情報発信	(1)① 掛川茶リブランディングプロジェクトの推進、SNS等での情報発信			実施			
	(3)① 海外向け「お茶と暮らし」の情報発信			実施			
2 コト(体験等)の充実化による消費拡大	(1)① お茶のまちづくり事業の継続と拡充			検証・拡充・実施			
	(2)① 茶の授業目的の明確化とブラッシュアップ	検討					月夜の茶摘み・煎茶会、T1グランプリ、マイスター制度の活用
3 緑茶効能の有効活用	(3)③ 観光農園等の有料観光メニューの整備	検討			実施		
	(1)① 緑茶効能講座の開催			実施			

掛川茶未来創造プロジェクト施策体系図

目指すビジョン		10年後も掛川が世界に誇れる「お茶のまち」であるために
	推進事項	現状・課題
生産	茶産地掛川を支える 一次産業の所得向上	<ul style="list-style-type: none"> ・茶価の低迷による離農、後継者不足、茶園の減少 ・旧態依然とした生産体制の硬直化 ・市場、消費者ニーズへ対応した生産の遅れ ・好調な輸出に対応する生産の遅れ(有機・碾茶) ・茶生産における環境負荷低減への対応の遅れ
流通	時代を先取りする 流通構造への転換	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者の経営が安定しない流通構造 ・急須離れによるリーフ茶需要の減少 ・流通におけるデジタル化対応の遅れ ・掛川茶の品質のバラツキによる信用低下の恐れ ・仕上げ加工、流通における環境対策の遅れ ・好調な輸出に取り組む茶商社が限定的
消費	茶産地掛川の持続を可能 とする消費拡大策の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・他産地との差別化が進まず認知度の向上が限定的 ・SNS等を活用した情報発信の不足 ・コト(体験等)の提供が不足 ・茶園景観、農業遺産が有効活用されていない ・緑茶効能の強みを有効活用しきれていない

施策	重点施策
持続可能な茶生産体制、基盤の再構築	<p>生産者全体が危機感を共有し、将来展望を検討、実行する体制の確立</p> <p>利益の最大化を可能とする組織経営体(株式会社化)の育成</p> <p>新規就農者育成・受入体制の構築</p> <p>地域の話し合いによる茶園ゾーニング 茶園集積・集約のルール化 基盤整備の積極的実施</p> <p>スマート農業の実証実験・試験導入</p>
需要に応じた茶生産への転換	<p>有機栽培推進の支援 碾茶製造に向けた実効性のある検討</p>
環境に配慮した茶生産体制	<p>茶草場応援ボランティア体制の整備</p> <p>有機農業産地づくり推進事業を活用した地域ぐるみの取組の推進 (オーガニックビレッジ宣言) 環境負荷調査と低減策の研究 CO2削減貢献度の情報発信とオフセット・クレジットの研究</p>
茶の流通構造改革	<p>生産計画に基づく適正価格での荒茶取引の仕組み構築 茶業版フェアトレード認証制度の創設</p> <p>茶生産者の経営安定、生産量確保のための茶市場の在り方検討</p> <p>インターネット通販導入支援</p> <p>使用原料の基準、商品表示の基準、認証制度についての検討</p>
消費者ニーズに対応した商品開発	<p>手軽に飲める高品質な商品(TB等)の開発</p> <p>商品開発及びパッケージデザインの研修会</p> <p>生産者と茶商の連携による有機栽培茶の拡大</p>
海外輸出への対応	<p>生産者も含めた輸出推進体制の構築</p>
掛川茶のブランド力強化と効果的な情報発信	<p>市民の共感と協力のもと掛川茶リブランディングプロジェクトを推進</p> <p>外国向け「お茶と暮らし」によるSNS等での情報発信</p>
コト(体験等)の充実化による消費拡大	<p>お茶のまちづくり事業の継続と拡充</p> <p>授業目的の明確化、ブラッシュアップ、統一化及び実施体制の確立</p> <p>観光農園等の有料観光メニューの整備</p>
緑茶効能の有効活用	<p>緑茶効能講座の開催</p>

指標と重点施策の相関図



重点施策

生産	生産者全体が危機感を共有し、将来展望を検討、実行する体制の確立
生産	利益の最大化を可能とする組織経営体(株式会社化)の育成
生産	新規就農者育成・受入体制の構築
生産	地域の話し合いによる茶園ゾーニング
生産	茶園集積・集約のルール化
生産	基盤整備の積極的実施
生産	スマート農業の実証実験・試験導入

生産	茶草場農法応援ボランティア体制の整備
----	--------------------

流通	生産計画に基づく適正価格での荒茶取引の仕組み構築 茶業版フェアトレード認証制度の創設
流通	茶生産者の経営安定、生産量確保のための茶市場の在り方検討
生産	有機栽培推進の支援
生産	有機農業産地づくり推進事業を活用した地域ぐるみの取組の推進 (オーガニックビレッジ宣言)
流通	生産者と茶商の連携による有機栽培茶の拡大
生産	碾茶製造に向けた実効性のある検討

生産	環境負荷調査と低減策の研究
生産	CO2削減貢献度の情報発信とオフセット・クレジットの研究

流通	生産者も含めた輸出推進体制の構築
消費	外国向け「お茶と暮らし」によるSNS等での情報発信

流通	手軽に飲める高品質な商品(TB等)の開発
流通	商品開発及びパッケージデザインの研修会
流通	インターネット通販導入支援
流通	使用原料の基準、商品表示の基準、認証制度についての検討

消費	市民の共感と協力のもと掛川茶リブランディングプロジェクトを推進
消費	お茶のまちづくり事業の継続と拡充
消費	授業目的の明確化、ブラッシュアップ、統一化及び実施体制の確立
消費	観光農園等の有料観光メニューの整備
消費	緑茶効能講座の開催

語句説明

●アワード

数ある候補の中から、審査や選考を通して授与される賞のこと。競技会やコンテストなどのことを表す。

●エシカル消費

倫理的消費。消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。

●SDGs

持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)の頭文字をとったもので、2015年の国連サミットにおいて、グローバルな社会課題を解決し持続可能な世界を実現するために定められた国際目標のこと。具体的には、「17のゴール」と「169のターゲット」で構成されている。

●オフセット・クレジット

CO₂排出量を相殺する「カーボン・オフセット」の取組に用いるクレジットで、CO₂の排出削減や森林吸収プロジェクトなどで得られた排出削減量や吸収量を国や県が認証することにより発行されるクレジット。

●掛川スタディ

緑茶の健康増進効果を解明するため、平成21年から掛川市民を対象として行われた大規模な栄養疫学研究。悪玉コレステロールやウエストの減少などの緑茶の生活習慣病予防効果が明らかになった。

●掛川茶マイスター制度

全国有数の茶産地掛川で、質の高い美味しい掛川茶が飲める飲食店を増やし、お茶の本場にふさわしい地域づくりを行うために平成22年に開始された制度。

●かっぱしテラス

掛川市東山の茶の文字が浮かぶ粟ヶ岳の山頂にある「粟ヶ岳世界農業遺産茶草場テラス」の愛称。

●カーボンニュートラル

二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの「排出量」から、植林、森林管理などによる「吸収量」を差し引いて、合計を実質的にゼロにすること。

●JETRO(ジェトロ)

日本貿易振興機構。貿易・投資促進と開発途上国研究を通じ、日本の経済・社会の更なる発展に貢献することを目指した組織。

●スマート農業

ロボット技術や情報通信技術(ICT)を活用して、省力化・精密化や高品質生産を実現する等を推進している新たな農業のこと。

●ゼロエミッション

人間の活動から発生する排出物を限りなくゼロにすることを目指しながら最大限の資源活用を図り、持続可能な経済活動や生産活動を展開する理念と方法。

●T1グランプリ

市内の小学3～6年生を対象に、お茶の淹れ方審査等3つのお茶競技で総得点を競い、日本茶の茶ンピオンを決定するイベント。掛川市では平成22年から開催。

●地理的表示保護制度

地域には、伝統的な生産方法や気候・風土・土壌などの生産地等の特性が、品質等の特性に結びついている産品が多く存在する。これらの産品の名称(地理的表示)を知的財産として登録し、保護する制度。

●半農半X

「半農半X(はんのうはんえつくす)」とは、農業と他の仕事を組み合わせた働き方で、農業を営みながら、自分のやりたいこと、やりがいのある仕事に携わるライフスタイルのこと。

●人・農地プラン

地域が抱える人と農地の問題を今後解決していくための未来への設計図。地域での話し合いの中で、「今後の中心となる経営体」「地域の今後の農業のあり方」を決める。地域プランに位置付けられた農業者は、各種支援を受けられることができる。

●フェアトレード

直訳すると「公平・公正な貿易」。開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易のしくみ」。

●プロダクトアウト

会社の方針や作りたいもの、作れるものを基準に商品開発を行うこと。

●マーケットイン

プロダクトアウトとは反対に顧客の意見・ニーズを汲みとって製品開発を行うこと。

●有機農業産地づくり推進事業

市町村主導で行う、有機農業の生産から消費まで一貫した取組の試行や体制づくりに対する国庫補助事業。

掛川茶未来創造プロジェクト

掛川市茶振興計画 Vol.2

令和4年度 ▶ 令和8年度

発行 令和4年6月

編集 掛川市役所産業経済部お茶振興課

〒436-8650 掛川市長谷一丁目1-1

TEL 0537-21-1216

お茶と暮らし公式サイト



掛川市公式HP(掛川茶)



掛川茶振興協会公式HP



