

強み

品質
お茶が濃くて美味しい
知名度が高い
美味しいお茶が取れる（ブレンドでない）
他の農産物と違い、お茶は長期保存できる
中国より伝わった最初の地
茶畑のある風景が美しい
風景 ランドスケープ

生産基盤
園地・技術（栽培・製造）・組織（共同加工）・流通
生産体系既存確立
生産技術がある
生産量高い
長い経験 流通の利便性
生産の技術力がある（味、多様性）

弱み

耕作面積が少ない！
耕地狭くて、農作業効率が悪い
時代対応の遅れ
後継者不足
他産地に押され、価格が安い
後継者不足
買い手市場の流通ベース
販売ルートが確立していない
古い流通体系
閉鎖的、排他的
若者排除、協調性低
依頼心強、自立心弱
隣に蔵が立つと腹が立つ
お茶農家は苦しいが、お茶屋は儲かっている。お茶農家自ら加工・販売すれば儲かる

ブランド品なし
地域茶、農家個人茶？
伝来の地 だから何？

機会

健康志向、和食世界遺産
お茶カテキンの効用
世界的な和食人気
日本食の世界遺産登録
職への安全・安心質の活望
嗜好品から指向品（強向品）へ
健康食品として見直される

強制力
小中高の教育の中で農業の大切さや重要であることを教える
（農業に対する潜在意識を高める）
都市的な生活をしている人に「農」への憧れが強い

防食資源 「食」

業界の集約化マクロシステム
海外での実需が見込まれる
国際陶芸フェスティバルの時に、思ったよりも外国人が緑茶が好きだった。

脅威

他の飲料の拡大（コーヒー・紅茶）
生活の簡便化
コンビニ文化
飲むのに手間がかかる
消費者の変化（若年者）
生産コスト高騰
他産地との競合九州等早い出荷が出来ている

生産家の意欲の減退
茶まつりの廃止
子どもへの農業に対する意識が薄れている（農業に対して関心が無い）

(お客)

こども
 子育て中の親
 外国人
 若い女性
 SLフェスタでのお茶試飲販売
 ペットボトル世代
 10代~30代の若い人たちへ
 アジア→アフリカ→オーストラリア→南米→EU 世界中の和食レストラン
 中国のお金持ち
 県外 たとえば長野とかの雪国
 茶畑が身近でない人
 疲れた都会人
 家庭菜園してる人
 アパート (マンション) で一人暮らしの人
 胃の悪い人
 ジャスダック アメリカ航空宇宙局

(地域)

静岡県外の人
 日本全国
 コーヒー産地
 茶の非生産県への売り込み
 お茶を飲む習慣のない所
 空港就航先
 ヨーロッパ
 (フランス、ドイツ、オランダ、ベルギーなど)

(商品)

安心
 大量生産でなくこだわりの持ってお茶を作る努力
 急須で手のかからない商品
 コラボ
 炭酸の瓶入りのお茶
 商標権を確立
 新商品の特許取得
 お茶ふりかけ
 茶文化
 お茶を使った季節の和菓子
 プチゼいたくなく商品
 本物のお茶
 カテキンを使った胃薬
 お茶を食材として使う料理
 お茶アミノ酸を集めた出汁
 保存食災害
 背景にある豊かな生活を商品として売る
 茶畑の空間
 お茶を使った洋菓子 (若い人向けに)
 機会の作ったお茶より、人間が製造した商品作り
 お茶、お汁物
 お茶菓子せんべい 饅頭
 宇宙食
 カムお茶
 二番茶三番茶の活用

お茶

(販路)

外国 お茶を飲んでいない国に販路を広げ、新規売り込み
ツリーングとセットで
リーフ茶は煩わしいという どう攻めるか
100均の店で売る
武士のたしなみとしてのカッコイイイメージをつくる
顔の見える販売を
グローバル化を強力に進める
流通を改善する
Aコープの全国ネットを活用
家庭向け都会地方農村
レストラン等の飲食店
贈り物。 薬局。 病院。 企業向け食堂レストラン
ロコミ 結婚式場、葬祭場等売り込み

(マーケティング)

栄養面でなく、自然との共生を感じることにによる「健育」
現行の流通上の表示に意義あり
おしやれなパッケージ
自分への語法日として売る
市場調査 (ABOUT でない)
国内の現状調査
外国に輸出を目指す
外国へのマーケティングサーチ
茶加工の技術をどのようにするか
市内の茶の品質の統一化
ネット活用
現行生産者は資材、肥料等農協と係わりを持っているが・・・

(価格)

百均
現地にいけば地元価格 (スーパー等ではそこに上乗せ)
1万円 葉代
プチゼいたく感のある価格
プレミアム価格
価格を下げれば売れるものでもないのがお茶
その場でいれるパフオーマンス込みで少し高く
既存的な諸事の改善方法
現行よりマイナス 300円 (100グラム)
質と価格のバランスを明らかに
商品価値に合せた価格設定

(宣伝)

新商品創作と、その説明
お茶の効用の宣伝が不足
お茶のあるライフスタイルの提案
情報誌 (女性誌)
雑誌に特集をくんでもらう
お茶を飲む習慣づけ
売りたいのか、飲んでほしいのか
学会で発表 (医療学会)
具体的な 5 要素の説明 PR 健康や美容など
お茶の効能を周知 (放射能・インフル・ムシ菌)
茶の特性を PR して受け入れられそうな年齢、地域などの調査
都内のセレクト向け 衣料、装飾品雑誌、モデル雑誌等

テレビ CM
飲んでる俺 (私) カッコイイ・カワイイ
お茶の歴史や特性の再確認をさせる
日本食とのコラボを強調
インターネット利用
従来の形式の打破と新考察
地域、場所など細分化し PR
茶娘、茶摘体験 自分でつくる体験観光

新産業の分類表

木材

- 木の製品 (ログハウス・おもちゃ・家具)
- バイオ燃料・薪
- 観光 (森林浴) SL
- 竹の利用

地下水

- おいしい水の販売
- 水力発電
- 淡水魚の養殖

特産品

- 獣害動物 (イノシシ・シカ・熊) を使ったレストラン (ジビエ)
- 地元産物の6次産業化
- 島田髷の技術を持った美容室の育成
- 志戸呂焼きの体験等

自然

- キャンプ等アウトドアの充実を計る (施設)
- 体験 (釣り、カヌー、沢登り) 川くだり (イカダ)
- リハビリ施設
- 田舎暮らし (古民家) 空き家

(木材)

- 竹を利用している所、活用製品を紹介してもらいたい
- 竹の伐採と運搬加工を担う組織がない
- 竹が繁茂して里山が崩壊しています。なぜもつと危機感を持たないのだろうか。検討要す。
- バイオ燃料。エネルギーを大量消費している企業などの現況調査をして省力化を促す。
- バイオ技術を教えて欲しい。
- 森林の美化運動を進める組織作り
- 森林浴とSL。大井川鉄道の協力がなくてはできないが、大井川鉄道と協議したい。
- 団体観光客への食事提供の場がない
- 間伐材の量が多く出ていますが、多量に販売できるルートが開発されていない現状である。

(特産品)

- どんな人に会えば6次産業の話が出来る？
- 6次産業化の実施主体とリーダーの発掘
- 鳥獣害撲滅するために、原料確保の法システム組織づくり
- マッチングコーディネーターができる組織にしナイト！
- 島田髻を普及するための手段は何がある？
- 志戸呂焼きの体験施設整備
- 志戸呂焼きの体験志戸呂焼きの窯元と話がしたい。
- 獣肉の安定供給のための組織施設
- そのもの(肉)ではなくコンテナツとして売り出す
- 獣害動物レストランを開店の資金調達はどうか
- 獣害動物を使ってレストランをやっている所が近くにありますが、オーラズンというわけにいかないと話を聞く。問題点を探す。

(地下水)

- 水力発電の設備資金調達
- 水力発電について技術が進歩したのだから、小さい発電設備を考えたい。
- 淡水魚養殖のノウハウを知りたい。
- おいしい水の販売。(起業)新しく事業を起すときに何処の良い水・・・情報を欲しい。水質調査は・・・どこに依頼するか。(販売ルートは自己で頑張る)
- 水利用について、リニアの事を併せた大井川の水の内容PR
- 良好な水源を見つけたことから始めなければならない。
- 水の権利。あるの？
- ウォーターフットプリント。・水リスク・国際規格を取れるのか。
- 水素水。川根の森に置ませんか？
- 美味しい水の販売網
- 飲料水の主水源は山間地では沢の水が多い現状である。この場合は水質を検査して滅菌することが必要である。

(自然)

- キャンプ場の設置するのにはどこに行く？許可は必要？
- キャンプ等の場所を作っていますが、問題点が多い。金をあまり使わない。
- 体験施設を運営する事業主体
- 体験指導者の育成をどうする。
- 観光ポイントの洗い直しと再確認...
- 空き家対策。他人事と思わず受け入れ側の意識改革も必要です。
- 遊休している土地を利用して、グランドゴルフ場を整備しようと思っっています。コミュニティの場として行政からの助成をお願いしたい。
- 高齢化社会が進んでいます。この年代をどの様に自然にふれ合う機会を作るか皆さんの知恵を出していく。
- 人口増をするため古民家、空き家の宣伝をしている。窓口は。
- 空きや情報が一覧できる相談窓口は
- 古民家などの活用にネックとなる権利、規則の緩和を進める。

お茶の課題について

（販路）販路を構築したいが、どこに相談に行けばいいか？

茶業界の封建制を打破するにはどうする？

茶商を説得するにはどうする？

大手茶商との縄張り争い調査し解決するにはどうする？

販路、マーケティング、宣伝等 JA、茶業会議所、茶生産連等総力を傾注するためにどんな施策をする？

お茶の販売流通状況が変わって、ドリンク会社が儲かって茶農家は茶価の低迷で生産意欲を失っている、茶農家を元気にするにはどんな施策が必用？

（外国）海外の市場調査、販路はどうすればいい？

外国等への販路拡大には多大なコスト資金調達方法は？

国内外の市場調査をどこでやってくれる？

お茶のニーズがある地域ってどこにあるのか？調査はどこで？

中国の中～上流の人たちへの売り込み方法は？来日（春節に合わせる）

お茶を飲んでいない国には2番茶から製造する。価格の低いものからがマッチすると思う。調査方法がネック

外国へのマーケットリサーチはどのようにして行うのか？

輸出ノウハウが乏しい。どこかノウハウを提供してくれるところはないか？

（価格）原価計算等、経理的な事を相談できる場所は？

お茶の価格を上げるための方法

売れる価格調査

原価計算は

茶業試験場等と茶業界とに更に原価を下げる研究かいかがか

100均の店の販売は価格帯が限定される

形状を抹茶のように粉末にして販売をもっと考えたい。低価格のお茶も販路が開ける。

（開拓）販路開拓の相談に乗ってくれるところは？

対面販売はどこでどのようにして行うのか？

販路開拓をどうやってするのか

日本食とのコラボ方法

外国へのマーケットリサーチはどのようにして行うのか？

お茶を飲んでない国に販路を広げている。広げられてないのが問題。対策→国家レベルの行政に要請

(資金) 資金調達はどうすればいい？

莫大な宣伝費用

お金—行政業界—助成金補助金業界寄付からの
商品化するための PR 費用がどの程度なのか問題になる。

資金調達

商品開発に関して国などから補助金があったりするが情報として知る機会が少なく活用できない。

お茶を飲むライフスタイルを提案(既成事実)したいが、お金はどうするのか(宣伝費)

(マーケティング) 消費動向調査を誰かやってくれないかな？

お客の嗜好をさぐる

消費者がお茶に対して何を求めているのか知りたい。

こども 10~30 代の人達へお茶の美味しさを知ってもらうにはどんな方法がある？

マーケティング機関はどこを使うのか？

ターゲットの絞込みが必要だがどこの層にするのか不明

(宣伝) マスコミの活用、行政の支援をどう結び付ける？どこがやるの？

マスコミにどうやってアプローチするのか

島田市の木が「茶」に決まったならば、市を挙げてプロモーションすべきでは？

CMなのか、広告なのか対面、モニター e t c どのツールが有効かナゾ

(IT) IT を活用して実際に来てもらう、どうやって？

ネット活用の方法

上級茶はどのような処で作られるか。インターネットもいいが、実際見てもらうがいいので観光と茶業を結び付けたい。

(商品開発) 商品開発は、国、県の機関を巻き込んで誰が音頭をとらないと出来ない？

消費者ニーズの多面的広がりに対応した品質表示と宣伝。

差別化を力にする

商品を開発する会社はどこか

胃薬(カテキン)→医薬品メーカーへの働きかけはどのようにすればよいか？

お茶のイメージが低いので高くしたい

商標権の確立にはどのようにすればできるのか？

お茶だけでは売れないセット販売が必要

新商品製造にはロットのハードル少量生産は高くなる

面倒でもリーフ茶のよさをどのように分かってもらえるか、みなさんの知恵をお借りしたい。