

**Q 8** 10年後を目標とする基本計画を作るにあたって重視した点は何ですか？

**マーケティング、個性の絞り込み、まちじゅうの参画**

静岡市のお茶をめぐる環境は、生産と消費の拡大が続いた昭和50年代とは大きく変わっています。そのような中、今後も都市の成長や市民生活の向上とともに、お茶が産業として、生活文化の一つとしてあり続けるよう、これからの10年先を見据えた基本計画をつくるにあたって特に次の三つの視点を重視しました。

● **マーケティングの視点** ●

お茶が人々の生活の中にあり続けるよう“お茶がもたらすことのできる価値”に焦点を当てました。

● **個性を絞り込む** ●

お茶をキーワードに、個性を一層絞った計画づくりを進めました。

● **まちじゅうの参画** ●

茶業者や市民は無論、異業種やNPOなど、さまざまな人々がお茶のまちづくりに関わることを重視しました。

**Point 3 「マーケティング」**

顧客価値の創造・表示・伝達・実現を通じて、顧客を創造し、維持すること。

(「緑茶のマーケティング」農文協、岩崎邦彦著より)





**Q 9** 10年後にめざすお茶のまちはどんな姿ですか？

**“地域力が高い真のお茶のまち”へ**

これからの10年は、茶業界の産業構造が大きく変わると推測される期間です。

特に農業としての茶栽培や荒茶加工については、従事者の高齢者比率が著しく進み、茶生産の規模縮小は否めず、次代へ活力ある産業、産地として継承されるか否かを左右する正念場であるといえます。

そのような中、茶業界の自助努力は無論、静岡市の様々な産業資源や、「お茶のまち静岡市」を心から思う市民の力、行政を含む様々な分野との連携により、将来像である「世界中のだれもがあこがれるお茶のまち」の核となる新しいお茶のまちの姿“地域力の高い真のお茶のまち”へ転換を図る期間と位置付けます。

**Point 4 「地域力」**

地域の総合力。地域資源の蓄積力、地域の自治力、地域への関心力により培われる（まちづくりプランナー 宮西悠司氏）。

**Q 10** 10年後の目標は何ですか？

**「お茶のまち静岡市」を誇りに思う市民の割合100%**

「お茶のまち静岡市」を誇りに思う—それが何よりも大切なことであり、すべての市民がそう思うまちであることが、何ものにも代えられない“日本一の茶どころ”であると考えます。

<主要な指標>

人々の心を引きつけるお茶をつくるまち	お茶が生活・文化の一部となり心やすらぐまち	お茶を中心に交流の輪が広がるまち
茶園の新規基盤整備面積 -ha (H21) ⇒ 60ha (H26) ⇒ [目標] 150ha (H31)	1世帯当たり緑茶購入数量 (リーフ茶) 1,868g/年 (H21) ⇒ 2,352g (H26) ⇒ [目標] 2,600g/年 (H31)	J R 静岡駅北口地下広場 「喫茶一茶」利用人数 -人/年 (H21) ⇒ 33,985人/年 (H26) ⇒ [目標] 39,000人/年 (H31)

Q11 10年後の目標像に向けた施策の体系はどのようになっていますか？

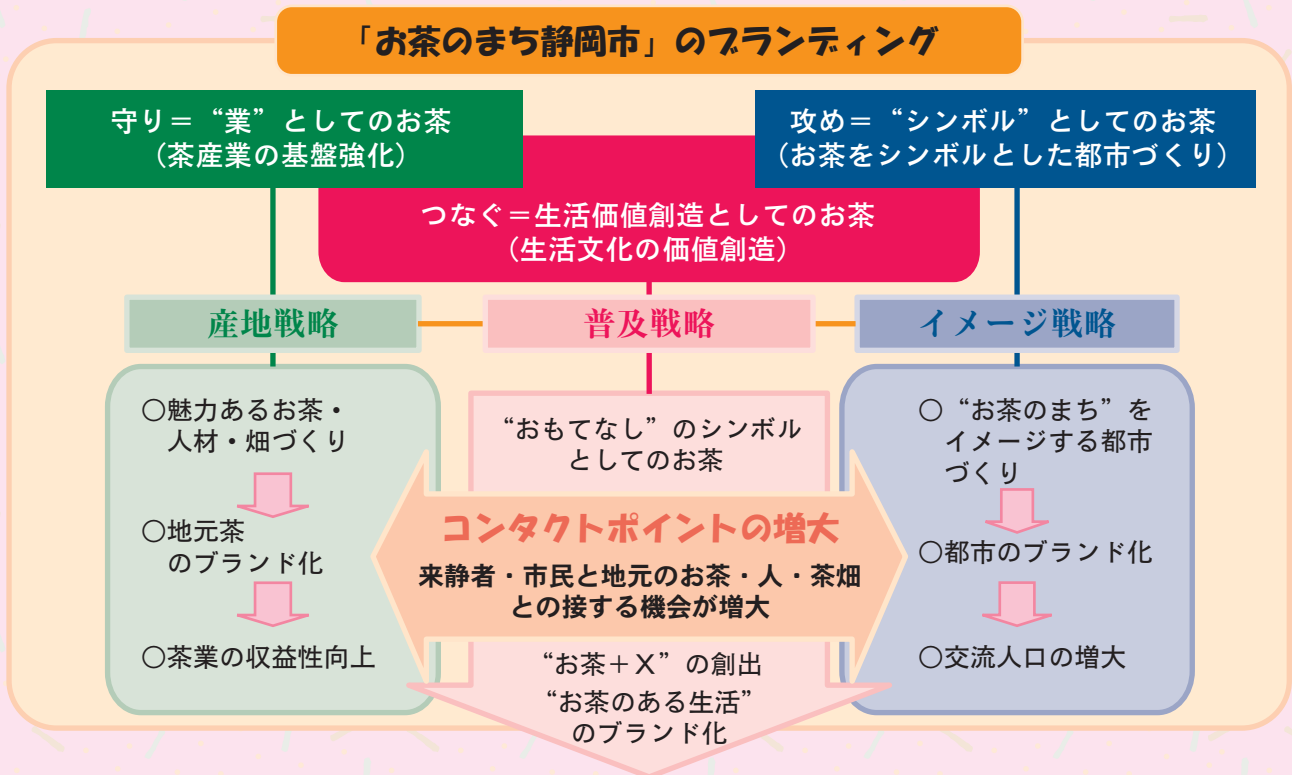
# 茶どころ日本一計画の施策体系

将来像	10年後	基本方向	基本的方策	具体的方策
<p>〈幸せな笑顔で満ちあふれた産業文化創造都市〉  <b>世界中のだれもがあこがれるお茶のまち</b>            〈</p>	<p>「地域力が高い真のお茶のまち」へ</p>	<p>A            人々の引けお茶をつち【産業】            心をつけるをるま</p>	①お茶づくりを支える人づくり	ア. 経営能力の高い茶生産者の育成 イ. 「生活創造業」としての茶商の育成 ウ. 新規就農・参入者の育成・確保
			②産地を継承する仕組みづくり	ア. 安心して働ける茶園づくり イ. 山間地茶業の支援 ウ. 地域茶業を支える茶工場の体制強化
			③“出荷が待ち遠しい”お茶づくり	ア. 消費者に選ばれるお茶づくり イ. 安心・安全なお茶づくり ウ. 海外マーケットの開拓支援
			④新たなお茶関連製品の創出	ア. お茶を活かした産学連携の推進 イ. “お茶ベンチャー”の起業推進
	<p>B            お茶が生活文化の一部となり心やすらぐまち【生活/文化】</p>		①未来への茶文化の継承	ア. 次代へと茶文化をつむぐ イ. 静岡市流おもてなしの推進
			②新しい“お茶のある暮らし”の創造	ア. 静岡市「お茶の日」の普及 イ. お茶を介した食習慣の提案 ウ. 日本茶カフェ・緑茶メニューの普及推進
			③お茶の価値を活かし・高める	ア. お茶の効能の研究・活用
	<p>C            お茶を中心に交流の輪が広がるまち【都市/交流】</p>		①全国・世界に向けた情報受発信	ア. 「お茶のまち静岡市」シティプロモーションの推進
			②お茶を感じる街並みづくり	ア. 主要JR駅におけるいざないの場づくり イ. お茶の葉香る街並みづくり
			③“静岡市のお茶”ファンの掘り起こし	ア. お茶ツーリズムの推進

**Q12** 10年後に目標とする姿を実現するためにどのように取り組んでいくのですか？

## ブランディングを軸とし戦略的に取り組む

### 「お茶のまち静岡市」のブランディング



### 戦略に基づくアクションプランを優先的、有機的に実践

- 茶園の基盤整備の推進
  - 茶業を牽引する茶生産者・茶商の育成
  - 海外マーケットの開拓支援
  - 「お茶の日」の普及
  - 様々な「お茶育」
  - 静岡市流おもてなしの推進
  - JR静岡駅のイメージ強化
  - ホームページ等を通じた情報発信
  - お茶ツーリズムの推進
- など

住む人も、訪れる人も、茶を商う人も、茶を作る人も、  
**Win Win Win...**

#### Point 5 「Win Win」

「自分も勝ち、相手も勝つ。それぞれの当事者が欲しい結果を得る」という考え方。すべての関係において常に相互の利益を求める心と精神のことであり、お互いに満足できる合意や解決策を打ち出すこと。

# Q13 戦略の具体的な展開イメージはどのようになっていますか？

## JR静岡駅からお茶のまちへ

### 「イメージ戦略」を軸とした展開イメージ

