

静岡市茶どころ日本一計画

～お茶のまち100年構想の実現に向けて～

＜第1次基本計画＞

平成24年度実施計画

実施状況報告書

平成25年3月

静岡市

目 次

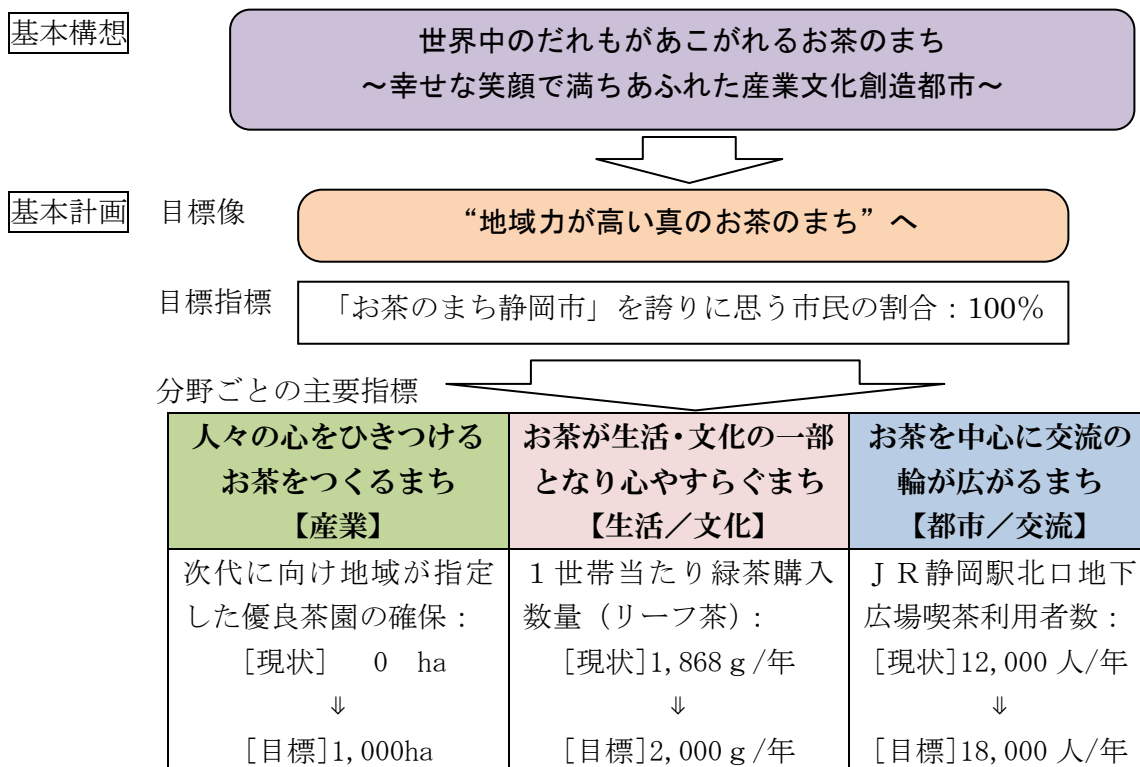
1	はじめに	1
2	分野別実施状況について	2
3	主要指標に対する達成状況について	4
4	10年後の目標像及び目標指標の達成に向けて	4
5	平成24年度における成果について	5
6	平成25年度に向けた課題について	5
7	事業別実施状況報告	6
	茶どころ日本一計画の施策体系	6
	【産業】	7～10
	【生活／文化】	11～13
	【都市／交流】	14～15
	【区・社会実験】	16

1 はじめに

平成 21 年 4 月 1 日に「静岡市めざせ茶どころ日本一条例」が施行され、この条例に基づき平成 22 年 3 月に「静岡市茶どころ日本一計画」が策定されました。

この計画は、茶業の振興とともに、市民の豊かで健康的な生活の向上を目的とし、“100 年後もお茶のまちであり続けたい”という、超長期的な構想を視線の先に据えた基本構想、10 年後を目標とした指標や基本的な施策の考え方を示した基本計画、さらに 3 年単位で取組む実施計画から成り立っています。

平成 22 年 4 月、官民一体となってその実現に向けた取り組みが始まりましたが、本報告書は、その 3 年目である平成 24 年度の実施状況について取りまとめたものです。



<アウトプット指標とアウトカム指標>

本計画書においては、個別事業の目標指標は大半が「アウトプット指標」（事業により実施した回数、参加した人数など）で示されており、これらを集約した結果が成果、すなわち「アウトカム指標」（事業の実施を動機、誘因として得られた成果）としてどれだけ得られたかを判断するため、アウトカム指標として設定した「分野別主要指標」に対する達成状況、さらには分野別の取組みが全体目標にどれだけ成果をもたらしたかを「10 年後の目標指標」に対する達成状況により評価する。

2 分野別実施状況について

平成 24 年度の日本一計画対象施策 74 事業のうち評価対象は 67 事業。これらの事業を「直接的に関わる事業」（事業対象の半数以上がお茶に関わると思われる事業）と「間接的に関わる事業」（事業の一部が茶に関わるもの、または、お茶に関する活動等に活用できるもの）に大別しています。（前者：38 事業、後者：29 事業）。

本年度の実施状況は下表のとおりです。

<分野別実施状況総括表>

※上段：直接的に関わる事業、中段：間接的に関わる事業、下段：計

基本方向	基本の方策	対象事業数	平成 24 年度実施状況			
			a	b	c	d
A 人々の心 を引きつ けるお茶 をつくる まち 【産業】	① お茶づくりを支える人づくり	2	1	0	1	0
		0	0	0	0	0
		2	1	0	1	0
	② 産地を継承する仕組みづくり	9	6	3	0	0
		14	11	3	0	0
		23	17	6	0	0
	③ “出荷が待ち遠しい” お茶づ くり	3	3	0	0	0
		1	1	0	0	0
		4	4	0	0	0
		【産業】 関係計	14	10	3	1
		15	12	3	0	0
		29	22	6	1	0
	参考 (H23)	(31)	(20)	(8)	(3)	(0)
B お茶が生 活生活文 化の一部 となり心 やすらぐ まち 【生活/文化】	① 未来への茶文化の継承	9	9	0	0	0
		5	5	0	0	0
		14	14	0	0	0
	② 新しい“お茶のある暮らし” の創造	4	2	1	1	0
		0	0	0	0	0
		4	2	1	1	0
	③ お茶の価値を活かし高める	1	1	0	0	0
		0	0	0	0	0
		1	1	0	0	0
		【生活/文化】 関係計	14	12	1	1
		5	5	0	0	0
		19	17	1	1	0
	参考 (H23)	(17)	(15)	(1)	(1)	(0)

C お茶を中心 に交流 の輪が広 がるまち 【都市/交流】	① 全国世界に向けた情報受発信	4	4	0	0	0
		1	1	0	0	0
		5	5	0	0	0
	② お茶を感じる街並みづくり	3	3	0	0	0
		3	3	0	0	0
		6	6	0	0	0
	③ お茶ファンの掘り起こし	2	2	0	0	0
		2	2	0	0	0
		4	4	0	0	0
	【都市/交流】関係計	9	9	0	0	0
6		6	0	0	0	
15		15	0	0	0	
	参考(H23)	(14)	(12)	(2)	(0)	(0)
各区	区独自の地域資源を活かした お茶のまちづくり	3	3	0	0	0
社会実験	提案に基づく様々な実験事業	1	0	0	1	0
総 計		38	31	4	3	0
		29	26	3	0	0
		67	57	7	3	0
		(100%)	(85.1%)	(10.4%)	(4.5%)	(0.0%)
	参考(H23)	66	50	11	4	1
		(100%)	(75.8%)	(16.7%)	(6.0%)	(1.5%)

※実施状況（アウトプット指標）の達成状況の評価凡例

- a：概ね計画どおり実施または完了
- b：計画未満であるが実施
- c：実施に向けて検討・調査中
- d：未実施

3 主要指標に対する達成状況について

2の分野別実施状況を踏まえ、分野別の主要指標（アウトカム指標）に対する達成度を下記のとおりとした。

<達成状況総括表> ※ゴシック体：主要指標

基本方向	主要指標	現状値	目標値 (10年後)	H24実績 (3年目)	達成率	達成度※1
人々の心を 引きつける お茶をつく るまち	「匠」の発掘・育成	0人	110人	—	—	ウ
	新規就農者の養成・確保	0人	150人	13(累計)	8.7%	ウ
	優良茶園の確保	0ha	1,000ha	—	—	ウ
	地域ブランド茶の創出	4銘柄	10銘柄	6銘柄	60.0%	イ
お茶が生活・ 文化の一部と なり心やすら ぐまち	1世帯緑茶購入数量※2	1,868g	2,000g	2,004g	100.2%	ア
	お茶講座実施回数	10回	30回	22回	73.3%	ア
	日本茶カフェ店舗数	10店舗	20店舗	16店舗	80.0%	ア
	入れ方教室実施小学校	56%	100%	70.0%	70.0%	イ
お茶を中心 に交流の輪 が広がるま ち	お茶ツーリズム体験者	0人	400人	68人	17.0%	ウ
	縁側お茶カフェ実施地区	1か所	5か所	3か所	60.0%	イ
	JR静岡駅北口広場喫茶利用者数	12,000人	18,000人	8,222人	45.7%	ウ
	緑茶輸出相手国	10か国	15か国	8か国	53.3%	イ

※1：達成度の評価凡例

※2：総務省家計調査

ア：達成（概ね目標達成できた）

イ：一定の成果あり（概ね5～7割達成できた）

ウ：未達成（5割の達成に満たない）

4 10年後の目標像及び目標指標の達成に向けて

【目標像】 「“地域力の高い真のお茶のまち”へ」

【目標指標】 「お茶のまち静岡市」を誇りに思う市民の割合・・・100%

計画の円滑な推進のための基礎資料として活用するためアンケートモニター92人を任命し、市民のお茶に関する意識調査を2回実施しました。

○調査結果（概要）

【1回目】 「静岡市はお茶のまちだと思うか」について「思う」65%、「やや思う」25%で合わせて90%であった。「思う」は20代では39%と低く、若い世代へお茶のまちであることの浸透を図る必要がある。

【2回目】 「茶業界の現状の打開について重視すべきことは（回答は3つまで）」について「効果的なPR」56%、「生産者と消費者の交流」47%、「生産者の支援」33%の順であった。これらの結果を踏まえた施策を考える必要がある。

5 平成 24 年度における主な成果について

「静岡市のお茶の安全性が確認できた」

【産業】

茶業振興協議会では一番茶、二番茶の放射性物質検査を実施し、全検体が検出限界未満であり安全であることを確認した。また、首都圏PRとして東京（銀座、都庁）に出店し、静岡市のお茶の信頼回復を図った。

市独自に茶業への新規就農者の募集事業を開始した。

【生活／文化】

「静岡市のお茶×食」をメインテーマに「第1回静岡市お茶まつり」を開催し、静岡市のお茶の魅力及びお茶の日をPRした。

市民サポーター育成のため「静岡市お茶の学校」を開校し28人が卒業した。

【都市／交流】

タクシー協会と茶業振興協議会の連携により、市内の全タクシーに「お茶のまち静岡市」のロゴのマグネットを貼る等の事業を実施した。

台湾の物産展においてトップセールス、手揉の実演及び呈茶を実施した。

【総体】

24年産の茶葉から放射性物質が検出されなかったことにより安全性が確認され、静岡市のお茶の信頼回復のためのPRが実施できた。

お茶の日記念事業として「静岡市お茶まつり」を初めて開催し、菓子業界等との連携により事業を実施し、市民にお茶の魅力をPRすることができた。

6 平成 25 年度に向けた課題について

「静岡市のお茶の魅力の情報発信」

【産業】

静岡市のお茶をブランド化するため、消費者に近い流通（茶商）が主導する形で生産（農家）と連携し協議を進めていく。

【生活／文化】

市民がお茶を生活の一部に取り入れるための機会を増やす。

「静岡市お茶まつり」の内容の充実やお茶ウィーク期間中の連携事業等の情報発信により市民への「お茶の日」の更なる浸透を図る。

【都市／交流】

タクシー業界との連携の継続、旅行業者との連携を図り、生産・流通、行政が一体となって観光客等に「お茶のまち静岡市」のPRを推進していく。

【総体】

静岡市のお茶の安全性は確認できたが、取引価格の低下、一世帯当たりの消費量減少が進んでいる。この状況を打開するためには、静岡市のお茶の魅力を情報発信することが求められる。

7 事業別実施状況報告

P 6～16 のとおり

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
世界中のだれもが あこがれるお茶のまち	「地域力が高い真のお茶のまち」へ	A 人々の心を 引きつける お茶をつく るまち 【産業】	①お茶づくりを支える人づくり	1. 産地のリーダーとなる「匠」の育成 2. 「生活創造業」としての茶商の育成
			②産地を継承する仕組みづくり	3. 安心して働ける茶園づくり 4. 新規就農・参入者の育成・確保 5. 水源に形成する山間地茶業の支援 6. 環境にやさしいお茶づくり 7. 地域茶業を支える茶工場の体制強化 8. 安心・安全なお茶づくりの推進
			③“出荷が待ち遠しい”お茶づくり	9. マーケティング視点のお茶づくり 10. “山のお茶”の高付加価値化—新たな“旬”創出
		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】	①未来への茶文化の継承	11. 次代へと茶文化をつむぐ 12. 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	13. 静岡市「お茶の日」の制定 14. お茶を介した食習慣の提案 15. 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	16. お茶を活かした産学連携の推進 17. “お茶ベンチャー”の起業推進 18. 医療や福祉分野への“お茶”の活用
		C お茶を中心 に交流の輪 が広がるま ち 【都市/交流】	①全国・世界に向けた情報発信	19. 「お茶のまち静岡市」シティプロモーションの推進 20. お茶好きの拠りどころ～お茶ミュージアムの整備
			②お茶を感じる街並みづくり	21. 主要JR駅におけるいざないの場づくり 22. お茶の葉香る街並みづくり
			③お茶ファンの掘り起こし	23. お茶ツーリズムの推進 24. 海外マーケットの開拓支援
		区独自の地域資源を 活かしたお茶のまち づくり	①葵区	“静岡茶”発祥の地を自負する茶匠の町
②駿河区	近代茶業の歴史舞台に感じるお茶の街			
	③清水区	山・川・港がつながり交流が広がるお茶のまち		
		社会実験事業	※提案に基づく様々な実験事業	