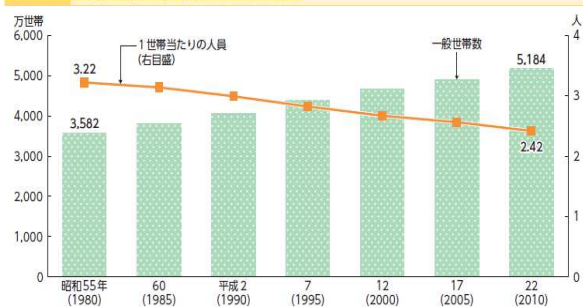
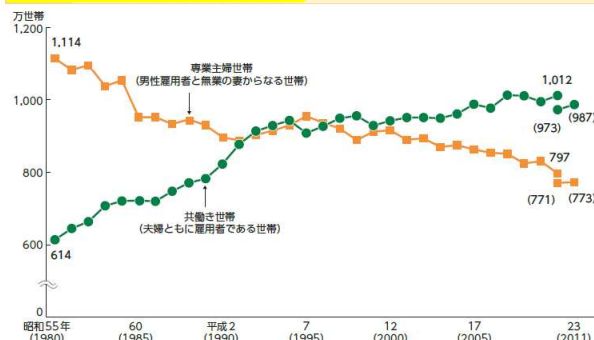


要因 2 (世帯も少人数化)



- ☆大型(大量)から小型化(少量)に
- ☆単身世帯も増加 個食化

要因 3 (共働きの増加)



- ☆ ゆっくりと食事を創る時間の減少
- ☆ 惣菜、外食文化 通販、ネットショップの増加

茶業の今後の展開を考える上で 茶業に拘る将来予測は？

社会構造の変化

Keyword; グローバル化、高度情報
通信社会、少子高齢化、サービス
産業社会化、人口減少

消費者の減少、ス
トレス社会、情報
化社会

需要・供給構造の変化

Keyword; 自然健康志向、価値観・
生活様式が多様化、女性の社会
進出化、

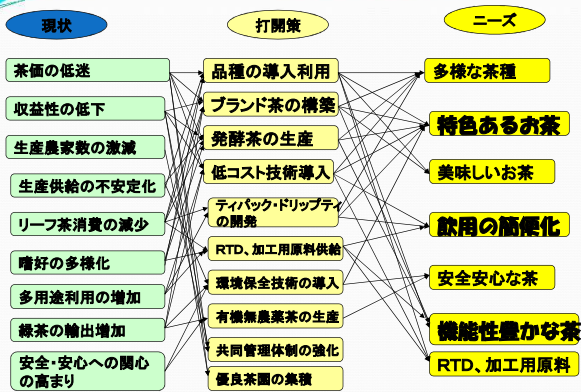
多様化社会、小世
帯化社会、惣菜社
会、健康願望社会

環境保全の強化

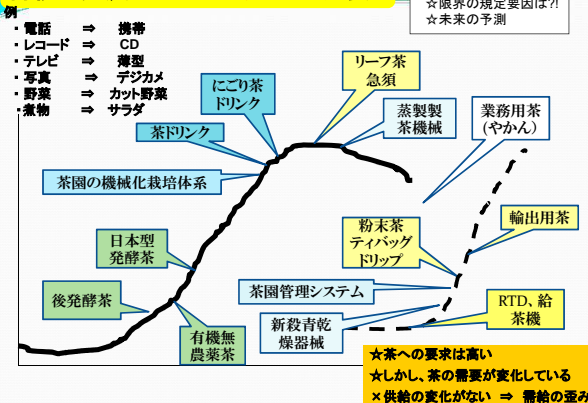
keyword; 温暖化、低炭素社会化、
自然循環機能重視型

省エネルギー、自
然保護社会

茶業発展のKeyword 茶が いろいろなわけではない



持続的発展のためには進化が必要



二極化は進む?!

ブランド化

一般商品に比べ、品質や信頼性が高く、歴史があり、高級感をもち、差別化・付加価値の付いた商品で消費者ニーズに適合したものだ。

低コスト化

消費者にとり差別性のない商品のため価格競争になりやすく、幅広く、大量に売ることにより利益を上げる上でコストを削減が必須となる。

これではブランドにならない

ブランド化の優位性

価格競争からの脱却

安定した需要の確保

品質が優れています(優れていない商品売るな)
おいしいものです(他のお茶も美味しいです)
昔から作ってます(何が特徴ですか)
高級煎茶です(どこの高級煎茶と違うのですか)
一番茶です(大部分のお茶が一番茶ではないですか)

消費者が、他の類似商品と見分けられ、商品の良さを認識しロイヤルユーザー(継続購入者)として価格競争を乗り越えて購入してもらうため

ブランディングは必要

付加価値を付けることにより
価格を上げよう!!



マーケティング
顧客の創造

- ・興業種とのコラボ → ホテル、洋菓子屋、花屋...
- ・ブチ贈答文化 → 記念日の贈り物
- 自分へのご褒美も含めて

ブランディング
顧客の確保

- ・付加価値の付与
- ・差別化の強化

高いものを安く売ってはいけない
安いものを高く売ってはいけない
高いものをさらに高く
安いものをさらに安く

高級茶の数々

高価格茶の要因

- ・物語性があること
- ・こだわりのお茶であること
- ・数量が少ないこと
- ・品質的にも上級であること
- ・販売店の格

高価格茶の戦略

- ・販売店の格づくり
- ・他の商品価格の上昇



324,000円



21,600円/100g



10,800円/100g



10,800円/100g

物語の素材(地域資源)

差別化要因としての地域資源の掘り起し

- ① 自然環境、地形、風土
富士山、山間地、風景、急傾斜地
- ② 歴史・文化
徳川400年、聖一国師、清見寺
- ③ 生産加工方法
品種、栽培方法、加工方法
- ④ 飲み方、楽しみ方
しずく茶、ヌーボー、
- ⑤ パッケージ、容器、袋

日本茶と緑茶を
区別せよ!!


- ☆文化性
- ☆高品質
- ☆安全性

情報、PR(周知が重要)
総体としてのブランド

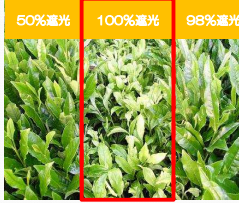
差別化への対応

見た目でもわかることも重要

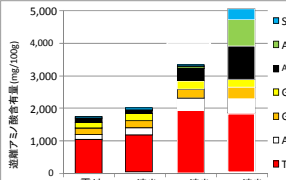
光制御技術を活用してアミノ酸含量を
通常の3倍以上に強化する白葉化技術



新飲料 (白葉茶)



緑化 白葉化 濃緑化



遮光率と新芽のアミノ酸含有量の比較

需要の創造(多様化への対応)

発酵茶ラボの活用

消費者は多様化、差別化商品、
TPOご当地茶も必要
⇒ 香味と機能性で勝負!!
(発酵茶、半発酵茶、後発酵茶 等々)

発酵茶系の香りの発掘

植物補助色素 (クリプトクローム、ファイトクローム) → 電子伝達 ATP生産 → クロロフィルa 酸化還元補酵素

殺青 揉捻 → 煎茶の香り → 揉捻・乾燥ストレス → 紅茶・ウーロン茶の香り

一次代謝経路 → 二次代謝経路 → プリメロシダーゼ → 煎茶の香り

光源の波長・強度が香り
を決定させる
例: バジル、イチゴ

消費者ニーズへの対応

急須用茶に拘ったP. Bなど 茶商との連携強化




- ・ロイヤルカスタマーの確保 ⇒ ブランドの強化
- ・客層の拡大(興業種とのコラボ) ⇒ 花屋、菓子屋
- ・各種イベントの利用 ⇒ 結婚式、敬老会、入学式
- ・新商品の開発 ⇒ P. T. Oに合った多品目の開発



茶種の拡大による対応

H.P.より引用

香味豊かなで新たな機能性をもつ
後発酵茶も増加

11年振りに復活
浜松市胡桃平

日本の後発酵茶
中国・東アジアの伝道

今年大流行、生産
追い付ず

乳酸発酵茶
山吹柚子

What's Lacto Fermented tea?



次々にヒトで明らかにされる機能性

インフルにカテキンの力

感冒抑制・新化合物

毎日の緑茶
認知症予防

発症率3分の1

病気死亡のリスク
緑茶で最大4割減

東大など10都県9万人追跡調査

飲む量多いほど効果的

心臓病には緑茶、コーヒー

毎日よく飲む、死リスク4割減

低コスト・生産力の向上

低コスト生産技術対応は当たり前
⇒ 更なる大きな変革も必要!!!

品種関係

- 病害虫抵抗性品種の導入
- 早晩性品種の導入
- 減肥対応品種の導入
- ポット苗の導入

栽培関係

- ハーマイファイによる台切更新
- 濃緑生葉の大量生産
- 年1回摘採方式の導入
- 防霜ファンの節電稼働

施肥関係

- 点滴施肥
- 浅耕施肥
- 広幅施肥
- 肥効調節型肥料の利用
- 堆肥の利用

硝酸化抑制剤の利用
石灰窒素施用

防除関係

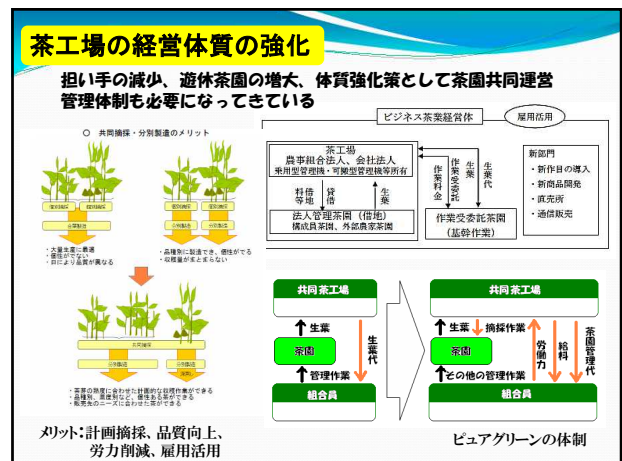
- 交信攪乱フェロモン剤の導入
- 耐性菌の検定
- 適期防除

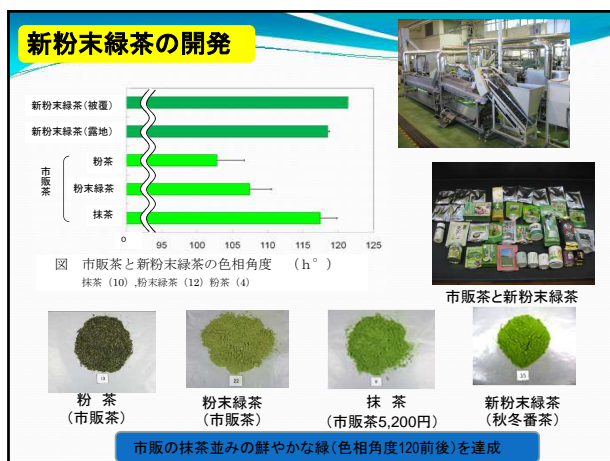
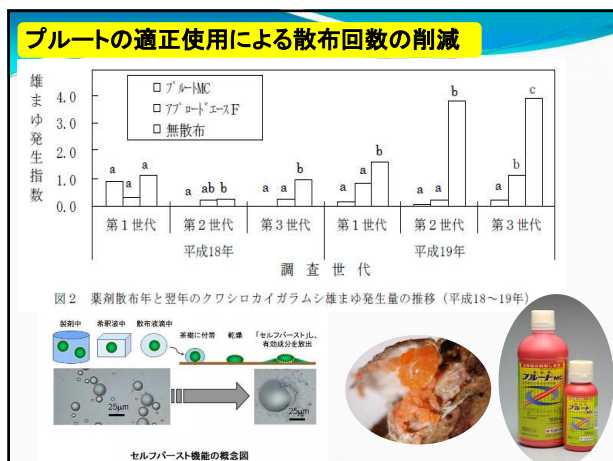
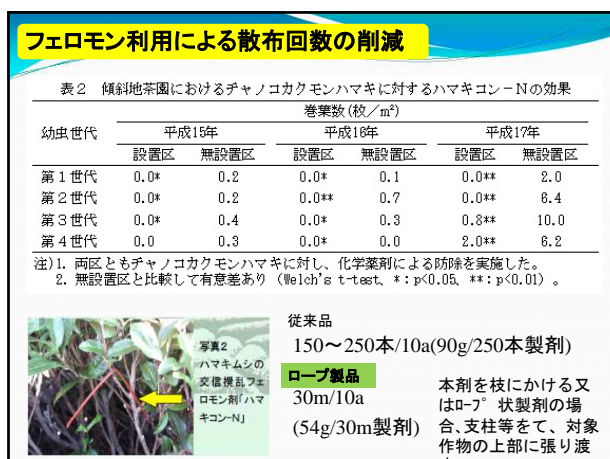
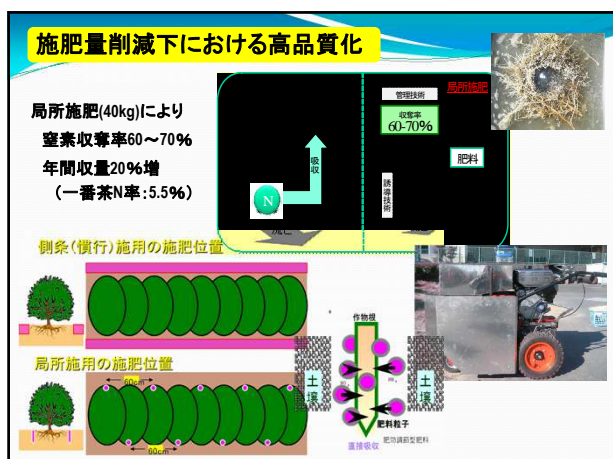
製造関係

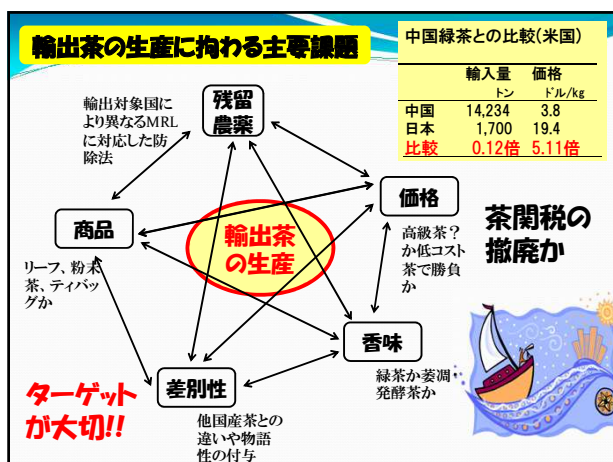
- フッ素樹脂加工による清掃労力の削減
- センサー利用による自動化
- ヒートポンプ、排熱利用による省エネ化

その他

- 乗用型管理機導入
- 経営規模の拡大
- 労働時間管理
- 農業機械の共同化







残留農薬基準への対応は必須

国内生産茶(150サンプル)における不適格検体数の多い薬剤

商品名	成分名	基準値、許容値				農業残留検体	最大値	不適格検体数		
		日本	EU	US	台湾			EU	US	台湾
モスビラン	Acetamiprid	30	0.05	50	2	14	0.44	7	0	0
コテフ	Chlorfenepr	40	50	0.01	2	87	2	0	73	0
サムコル	chlorantraniliprole	50	0.02	50	2	7	0.22	7	0	0
タントツ	Clothianidin	50	0.7	70	5	30	0.85	3	0	0
アグロシソ	Cypermethrin	20	0.5		2	9	0.26	0	9	0
スコア	Difenoconazol	10	0.05	5		10	0.2	5	0	10
スタークル	Dinotefuran	25	0.01	50	10	20	2.1	12	0	0
インダー	Fenbuconazol	10	0.05	5		18	0.51	11	18	0
ウララ	Flonicamide	40	0.05		5	8	0.42	8	8	0
フェニックス	Flubendiamide	40	0.02			13	2.6	7	13	13
カスケード	Flufenoxuron	15	15			32	0.92	0	32	0
マッチ	Lufenuron	10	0.02	5		23	0.71	18	23	0
ファルコン	Methoxyfenozide	20	0.05	10		15	0.29	9	15	0
アクレック	Pirimiphos-methyl	10	0.05	0.05	14	0.11	6	14	6	
オンリーワン	Tebuconazole	50	0.05	10		38	1.1	30	38	0
ハリアード	Thiacloprid	30	1.0			24	1.4	0	24	24
アクタラ	Thiamethoxam	20	20	20	1	10	0.33	0	0	0
パナハチ	Tofenpyrad	20	0.01	30	10	20	0.5	19	0	0

お茶で儲かる!!!

このままでは自然消滅
⇒ 変化が必要

1. 現状を認識する
ひと、生産方式、工場運営、茶業界、商品、消費者、流通、など

2. コンセプトを明らかにする
どのようになりたいのか(止めるのか)
いくら儲けたいのか

3. 事業を実現するためのデザイン化
コンセプトを実行するために行うべきこと
そのための取り組み

最重要

チャレンジあるのみ!!!

4. スケジュールの作製
何を一番に取り組むのか、いつまでに行うのか
何を捨てるのか

5. アイデアを出す
スケジュールを実行するためのアイデアを出す
まずは行動ありき
がむしゃらに突き進む

6. 組織を創る
行動を効率化するための組織を創る
数値で行動が判断可能な組織とする

あなたの工場はどの道を選ぶ?!

大きな変革には垂直型組織が有効

チャレンジするものの足を引っ張るな

茶を産業として成立させる

- 雇用の創出
- 地域への還元

地域を守る

- 茶工場への協力(運営に口を出すな)

後継者の養成

- 能力主義

今後の生きる道は?!?

チャンスを活かし、チャレンジあるのみ!!

・消費者ニーズに適した茶の提供

例: ★各世代ごとでは
乳幼児... 低カフェイン茶、若者... 爽やか茶、成人... コクのある茶、老人... 茶飯事の茶
★飲用シーンごとでは
食事時... 経いお茶、ティータイム... 香味豊かなお茶、アウトドア... 経いお茶、職場... 癒しの茶

・チャレンジし、生き残る商材の創造

例: 品種茶、玉露、----

・チャンスを活かす

例: 東京オリンピック、和食とのコラボ、海外輸出の増大化、食品の機能性表示