

**二極化は進む?!**

**原料供給茶**

**低成本化** 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なりためのコスト削減が必須となる。

**大和茶**

**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。

**これまでブランドにならない** 品質が優れています(優れていない商品を売るな)  
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(どこが他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)

**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**

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

**低コスト・生産力の向上**

**需要の増加している茶種への対応**  
⇒ 国内外の競争に勝てる経営への立て直し

**機械化の推進**  
**優良農地の集積**  
**加工コストの削減**  
**低成本生産技術**

**晩生品種の活用、茶園整備**  
**共同管理/施肥、防除、摘採等)**  
**工場の効率化、新製造法の導入**  
**省エネ・低成本生産システムの開発**

機械化・IT化を駆使した低コスト茶生産システムを構築する

ハンマーナイフモアの活用

従来の煎茶工程 220分  
新規製造法 80分

**低コスト・生産力の向上**

**低成本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  
早晩年品種の導入  
減肥対応品種の導入  
ホット苗の導入

**栽培関係**  
ハンマーナイフモアによる台切更新  
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動

**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

**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

**茶工場の経営体質の強化**

**担い手の減少、遊休茶園の増大、体質強化策として茶園共同運営**  
管理体制も必要になってきている

**ピュアグリーンの体制**

**メリット:** 計画摘採、品質向上、労力削減、雇用活用

### 点滴かん水同時施肥

茶樹の根付近へ必要時に水分や肥料成分を効率よく供給することにより

- ・茶の収量の増加
- ・施肥作業の省力化
- ・施肥量の削減
- ・施肥効果の增大化が期待できる

**樹冠下施肥**

**かん水同時施肥**

### 局所施肥での高品質化

局所施肥(40kg)により  
莖素収率60~70%  
年間収量20%増  
(一畝茶N率:5.5%)

**側条(横行)施肥の施肥位置**

**局所施肥用の施肥位置**

**肥料吸収**

### フェロモン利用による散布回数の削減

表2 傾斜地茶園におけるチャノコカクモハマギに対するハマキコン-Nの効果

幼虫世代	平成15年		平成16年		平成17年	
	設置区	無設置区	設置区	無設置区	設置区	無設置区
第1世代	0.0*	0.2	0.0*	0.1	0.0**	2.0
第2世代	0.0*	0.2	0.0**	0.7	0.0**	6.4
第3世代	0.0*	0.4	0.0*	0.3	0.8**	10.0
第4世代	0.0	0.3	0.0*	0.0	2.0**	6.2

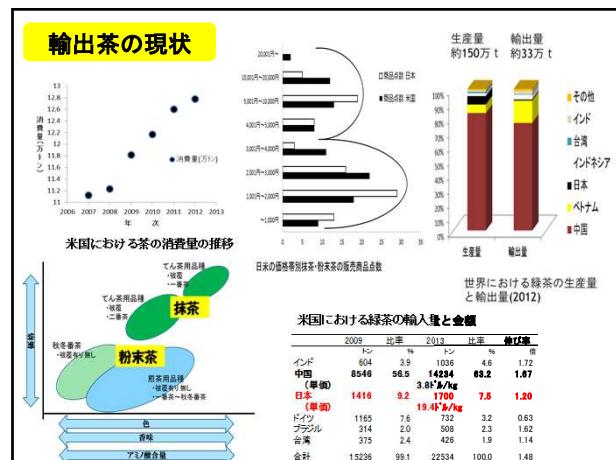
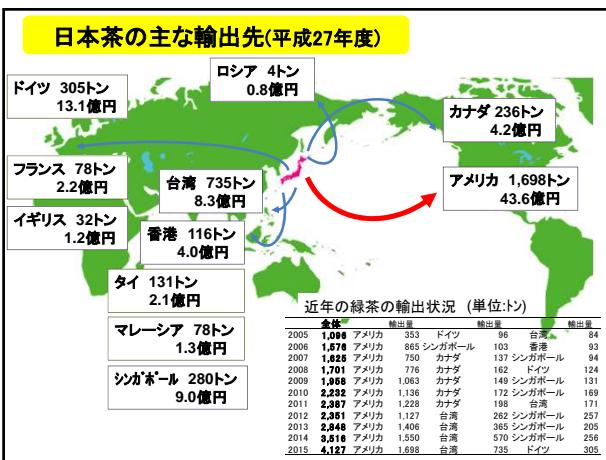
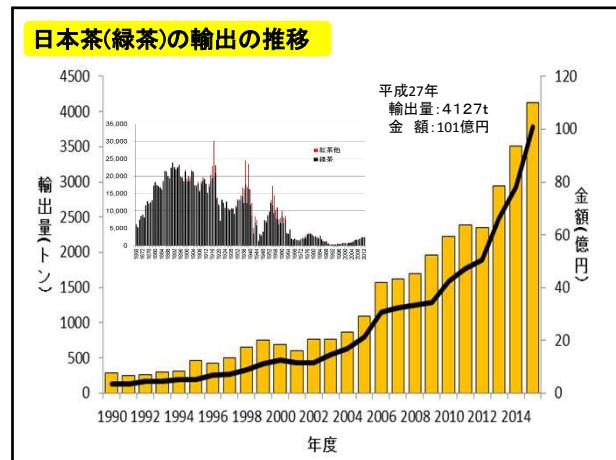
注)1. 両区ともチャノコカクモハマギに封じ、化学薬剤による防除を実施した。  
2. 無設置区と比較して有意差あり (Welch's t-test, \*: p<0.05, \*\*: p<0.01)。

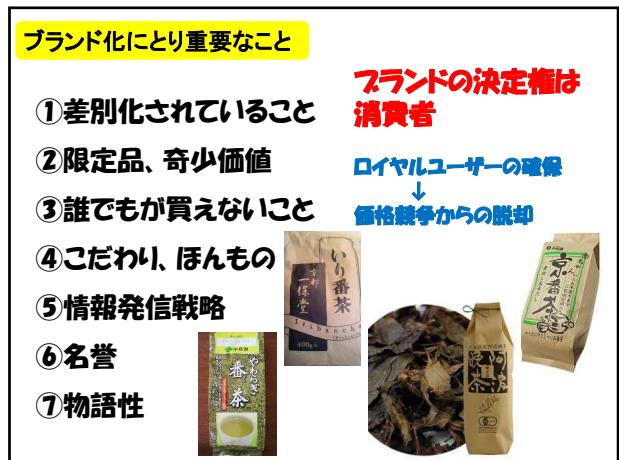
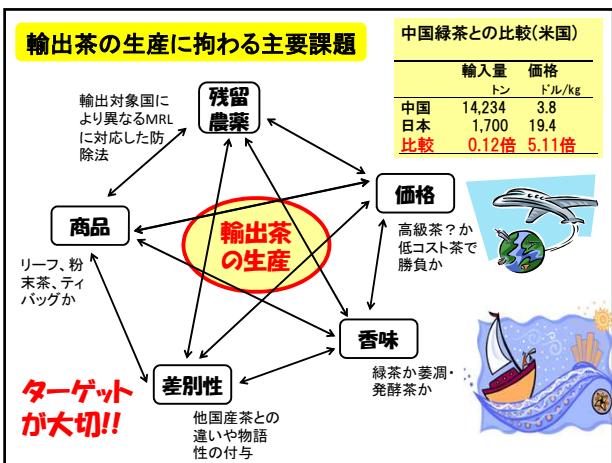
**従来品**

**ロープ製品**

150~250本/10a(90g/250本製剤)  
30m/10a  
(54g/30m製剤)

本剤を枝にかける又はロープ状製剤の場合、支柱等をて、対象作物の上部に張り渡す





**グリーンティーリズムは伸びる**

**本物を実体験させる**

**高級茶の飲用の場を広げよう  
～ボトルティは面白い～**

☆最高の旨味抽出が可能  
☆誰でもが同じ味で出せる  
☆演出が可能  
☆付加価値向上

**6次産業化による付加価値の向上**

プロダクトアウト：自社のこだわり(主観)  
マーケットイン：消費者の意見・市場調査(客観)

×  
第二次的に考えるのではなく、周囲で考える  
時代性・トレンド  
||  
新しい価値・オンリーワン

**地域資源**

お金でできるかできないかは販売者しだい

基本的には、ヒトが必要とするものは何でもお金になる

六次産業化・地産地消法  
(事業内容)  
自らの生産等に係る農林水産物等をその不可欠な原材料として用いて行う新商品の開発、生産又は需要の開拓  
自らの生産等に係る農林水産物等について行う新たな販売の方式の導入又は販売の方式の改善  
(経営の改善)  
農林水産物等及び新商品の売上高が5年間で5%以上増加すること  
農林漁業及び関連事業の所得が、事業開始時から終了時までに向上し、終了年度は黒字となること

**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圧倒的な歴史を売れ  
②茶山への誘客  
③原料供給からの脱却を図れ  
→大和茶ブランド  
香味の差別化  
販売戦略

④園地の役割分担  
機械化低コスト茶園の集積  
傾斜地茶園の活用  
有機栽培茶園

⑤次代につなぐ手養成

**情報、PR(周知が重要)**  
**総体としてのブランド**

**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…軽いお茶、ティータイム…香味豊かなお茶、アウトドア…軽いお茶、職場…盛しの茶

**・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

**成功事例のKeyword**

- ☆ 地域資源のフル活用
- ☆ マーケティング
- ☆ 情熱
- ☆ 少人数
- ☆ やる気

チャレンジなき所に成功なし