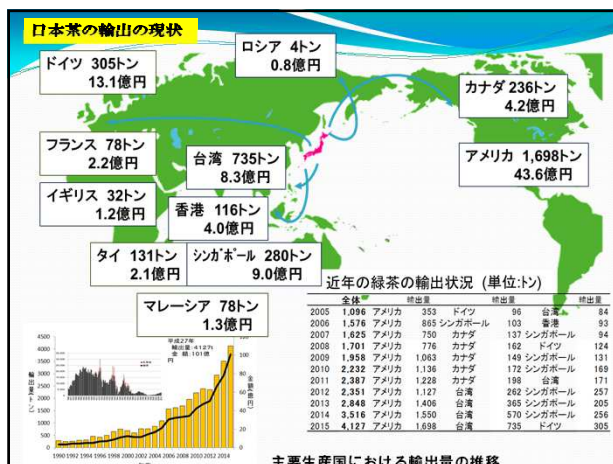
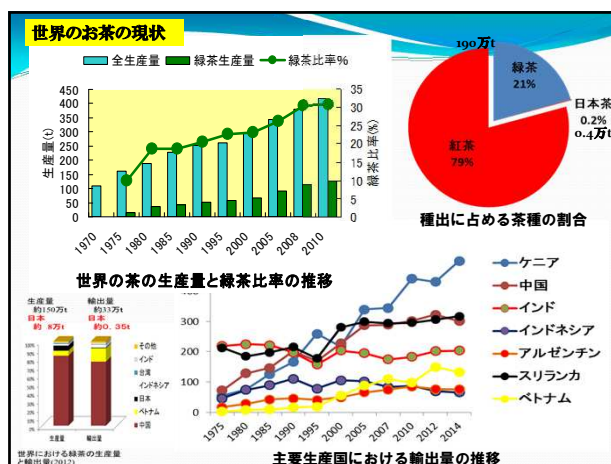


**飲み方が変われば  
生産も変わらなければ  
ならない**



静岡県立大学  
中村順行



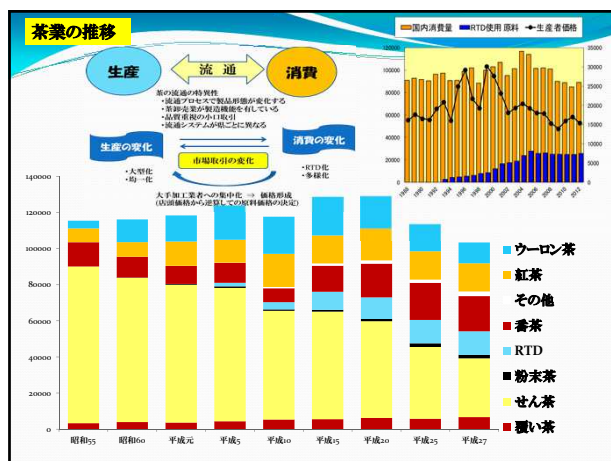
**ライフスタイルに対応した日本茶とは?**

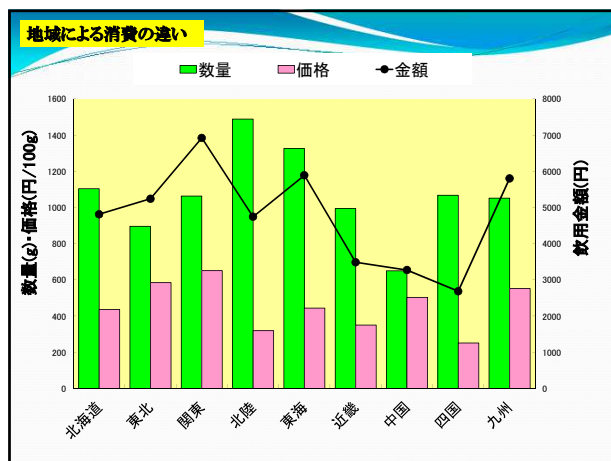
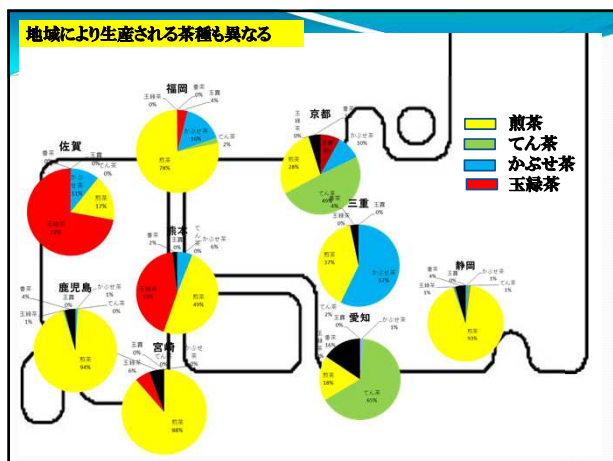
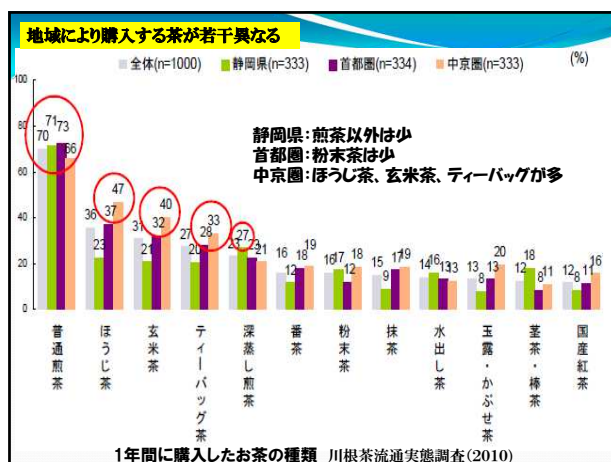
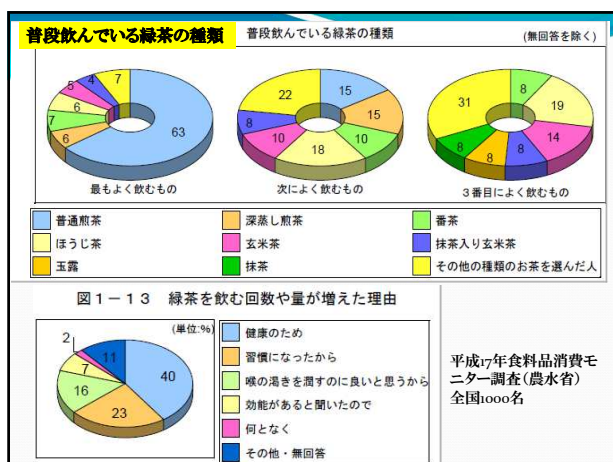
ライフスタイルが変われば、必要な物も食べ方や飲み方も変わる。  
⇒対応したものや技術が必要(販売方法も変わる)



八百屋(煮物) スーパー(サラダ) コンビニ(サラダ)

キャベツ千切り







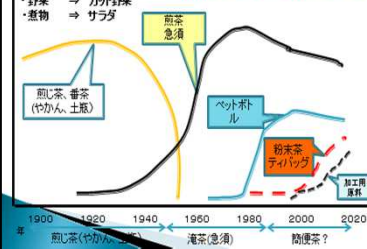
**緑茶の消費量** 緑茶 一人当たり 625g(平27) 静岡市 11,533g(平27)

普段使いのお茶 と 楽しみのお茶



**緑茶の消費量 の概略**

お茶が変われば飲み方も変わる  
当然、お茶の製造方法も変わる



**日常茶飯事の茶**

- ☆ コスト低下
- ☆ 簡便化
- ☆ 飲用水化

**楽しみのお茶**

- ☆ かわいさ
- ☆ 話題性
- ☆ 面白さ
- ☆ インスタ映え
- ☆ 高級品
- ☆ フランド


消費者が必要としているお茶の提案

- ・妊婦さん、子供、高齢者 ⇒ 低カフェイン茶
- ・体脂肪の気になる方 ⇒ カテキン強化茶
- ・アレルギー ⇒ ペニシリン系緑茶
- ・ストレスの気になる方 ⇒ テアニン強化茶
- ・肉食に合うお茶 ⇒ パンに合うお茶 ⇒ その他

**地理的表示**


**八女伝統本玉露**  
八女伝統本玉露推進協議会

**特定農林水産物等の特性**  
茶葉収穫前に稲わら等の天然資材で被覆することにより「覆い香」といわれる香氣成分の含有量が高い茶葉が生産される。味は濃厚で非常にうま味が強く、「まろやか」で「こく」がある。



**西尾の抹茶(ニシオノマツチャ)**  
西尾茶協同組合

**特定農林水産物等の特性**  
鮮やかな碧緑色の外観を持つ抹茶であり、渋味が少なく、まろやかで強い旨味が続くことが特徴。



**静岡県内で登録されている地域団体商標 一部**

- ・駿河湾桜えび(するがわんさくらえび) - 藤原町桜海老商協同組合、由比町桜海老商工業協同組合、大井川町桜海老商協同組合
- ・由比桜えび(ゆいさくらえび) - 由比港漁業協同組合、由比町桜海老商工業協同組合
- ・焼津鯉節(やいづかつおふし) - 焼津鯉節水産加工業協同組合
- ・三ヶ日みかん(みっかびみかん) - 三ヶ日町農業協同組合
- ☆川根茶(かわねちや) - 川根茶業協同組合
- ☆静岡茶(しずおかちや) - 静岡県経済農業協同組合連合会/静岡県茶商工業協同組合
- ・丹那牛乳(たんなぎゅうにゅう) - 西尾茶業協同組合
- ・駿河漆器(するがしき)16類・20類・21類(計3件) - 静岡漆器工業協同組合
- ・沼津ひもの(ぬまづひもの) - 沼津魚仲買商協同組合/静岡ひもの協同組合
- ☆掛川茶(かけがわちや) - 掛川茶商協同組合/掛川市農業協同組合/遠州夢咲農業協同組合
- ・伊東温泉(いとうおんせん) - 伊東温泉旅館ホテル協同組合
- ・伊豆長岡温泉(いずながおんせん) - 伊豆長岡温泉旅館協同組合
- ・熱海温泉(あたみおんせん) - 熱海温泉ホテル旅館協同組合
- ・遠州天然とらふぐ(えんしゅうなだてんねんとらふぐ) - 遠州灘ふぐ調理加工協同組合
- ・三島烏鈴蓆(みしまばいしよ) - 三島市農産協同組合
- ・掛川牛(かけがわぎゅう) - 掛川市農業協同組合
- ☆東山茶(ひがしやまちや) - 富士東製茶農業協同組合
- ・稲取キンメ(いなとりきんめ) - 伊豆漁業協同組合

**ブランディング戦略**

↑高い ターゲットの幅 狭い↓	Differentiation (差別化)	Cost Leadership (安売り)
	Focus (ニッチ市場を狙う)	

**何で差別化するのか?**

- ☆歴史、文化、環境、地形、風土
- ☆栽培方法、品種、加工方法、品質
- ☆容器、パッケージ、演出、食べ方、売り方
- ☆PR方法、情報

- 1.差別化: 製品の色やデザイン、ブランド、製品のパッケージを競争製品より魅力的なものにする
- 2.多機能化や高級化: 競争製品と区別できるような副次的な機能や品質の特徴を創造する
- 3.希少価値化: だれでも、どこでも作れるものにならないこと。コスト競争に入らない商品とすること


**地域資源の活用により鬼に金棒?!**  
**PRの重要性が増加!!**

**フランドにとり重要なこと**

**フランドの決定権は消費者**

ロイヤルユーザーの確保  
↓  
価格競争からの脱却

- ①差別化されていること
- ②限定品、奇少価値
- ③誰でもが買えないこと
- ④こだわり、ほんもの
- ⑤情報発信戦略
- ⑥名譽
- ⑦物語性



**ブランドに重要な地域資源**

独自の地域資源は他では真似できない

- ①歴史・文化  
牧の原開拓、お茶の郷
- ②自然環境、地形、風土  
世界農業遺産、海辺から山間地まで
- ③生産加工方法  
深蒸し煎茶、普通煎茶
- ④飲み方、楽しみ方
- ⑤パッケージ、容器、袋

↓

**情報、PR(周知が重要)**  
総体としてのブランド



牧の原開拓

何で勝負するのか？！