

“ふじのくに”^{しみん}士民協働 事業レビュー結果

(経済産業部)

事業	6	事業名	茶業経営体質強化推進事業費
----	---	-----	---------------

1 基本情報

実施日／班名	9月6日 第2班	時間	15:10~16:16
担当課名	茶業農産課	事業費	12,675 千円

2 レビューの結果 施策目的に対する効果の程度

結果	あまり効果がない	判定区分	県民評価者の内訳	
			大きな効果がある	1
			一定の効果がある	14
			あまり効果がない	24

3 県民評価者の意見（レビューシートから転記、下線があるのは口頭で発表された意見）

(1)見直し・改善策

目的・指標	<ul style="list-style-type: none"> ・静岡茶は、何をアピールポイントとして動いているのですか。低価格の時代にプライドを持って行くのか、静岡茶のブランドイメージが見えません。何をしたいのでしょうか。 ・県として茶業を取り巻く現状と、将来を見据えた施策を考えてください。 ・茶農家が減少していますので、減少させないための工夫が必要です。 ・今日1日のレビューの中で、お茶の今後のビジョンが見えませんでした。 ・各施策の目指しているものがよく見えない。ビジョンや効果が理解しにくかった。 ・事業の成果が金額で示されていないため、どのくらい効果があったか分からない。 ・お茶の問題は、需要の問題である。現在の事業は、焦点がずれている。 ・事業の成果指標は、農ビジネス販売額ではなく、茶産出額が適当である。 ・事業を通して静岡茶への支援を行っていることは分かったが、そのことにより、結局のところ具体的にどのような目的を達成したいのか、どんな成果が得られているのかが不明瞭である。 ・具体的な目標、成果を万人に分かりやすいよう設定されれば、理解しやすくなるのではないか。 ・茶に関する知識を持っていない人でも、事業の目的や内容が理解できるように、分かりやすい目標を設定して事業を実施することで、更なる支援が得られるのではないか。 ・各取組の目的などが、非常に分かりにくい。 ・目的に対する取組が曖昧である。
対象・範囲	<ul style="list-style-type: none"> ・生産性の向上や商品開発は民間がやること。本事業は規模も小さく、なくてもよい。 ・海外で静岡茶が注目されているので、お茶どころであることをアピールしなければいけない。
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・あれもこれもやりたいという思いは分かりますが、何をやっていこうとしているのか具体性がないので、事業の効果が分かりません。 ・共同摘採に費用対効果があったのなら、もっと規模を増やせばよい。 ・紅茶やウーロン茶等の商品開発ではなく、お茶の良い部分をもっと集約し、TVやメディアを使ったアピールが必要です。基本はお茶の生産体制を強化するための事業なのだから。 ・茶の生産から流通まで、さらなる変更、改革が必要です。

事業内容

- ・この施策で充分としてしまっているのは、茶業界の危機意識が少ないからではないか。説明を聞いていて、どのように改善していくのか分からない。飲むほうの立場としては、飲み易く（例えばコーヒーのように顆粒状する。あるいはお湯又は水を加えればすぐ飲み、始末も簡単、葉も飲めるなど）するための工夫も必要ではないかと考えます。
- ・お茶の研究をしたり様々な支援することは良いが、結果が目に見える、分かりやすい形での支援をしないと生産や消費は伸びていかないのではないかと。
- ・事業内容が分かりにくい。お茶生産が1位でもブランド力が低いので高める必要がある。
- ・ブランド化や健康に良いというアピールをするなど、消費の拡大や創造につながる方法を考えたほうが良い。
- ・日本人のお茶離れを解決するための根本的な対策にはつながらない。
- ・高級茶葉として、健康文化の面から発信ができれば良い。
- ・個人では生産に限度があるため、経営規模を大型化する必要があります。
- ・緑茶に加工する工場を大規模化する必要がある。
- ・緑茶が健康に良い事を、県はもっと宣伝するべき。
- ・茶工場は一番茶の時だけ忙しいが（5月の一時）、その後の稼働がないので、年間を通じての稼働を検討する必要がある。
- ・二番茶、秋茶を売る方向を進めないと、集めただけでは早期に茶工場の支援が必要となる。
- ・消費者の目線から消費を増やすための対策が必要です。
- ・売り上げを伸ばすためには、さらなる新商品の開発が必要である。飲むお茶以外の商品の新開発などを考えてはいかがか。
- ・大手小売業者など、企業との連携を検討してはいかがか。
- ・新規商品の開発を支援して、静岡県としてブランド化するなどの普及活動支援をしたらどうか。
- ・このプロジェクトを初めて知りました。知名度アップやPRをもっと積極的にやるべきです。
- ・白葉茶のような商品のPRの強化など、静岡茶のブランド力をアップする仕掛けが不十分である。
- ・発酵茶マイスター塾事業の効果が見えなかった。研修の終わった人は、どのように静岡県のお茶を発信しているのか。
- ・茶学総合研究センターとの連携が、今後、事業を推進していく上で効果が発揮されるよう期待します。
- ・“マイスター塾”及び“0-CHA ニュービジネス創出講座”は、価格維持の面からも有効だと思うので、実施後に第2ステージ的な講座を企画していく等の工夫があってもよい。今日の議論で、マーケティングリサーチ等の結果も含めた形で資料の提示があれば、もっと現状について突っ込んだ検討ができた。
- ・お茶の文化を高める目的で、“茶室”などに県が助成して、増設してみたらいかがか。
- ・生産効率の向上と同時に、販路の拡大が重要です。
- ・お茶は、静岡県の特産物であり、歴史的にも徳川慶喜に由来する文化としても、守っていきたいものである。議論の中にもありましたが、価格の低迷が続き、生産量が減少しているため、①今のお茶を守っていく、②付加価値を加えていくという2つの戦略で、消費者を確保していくことが大切です。付加価値を与える工夫としては、「マイスター塾」及び「ニュービジネス創出支援講座」のほか、例えばバレンタインデーやホワイトデー、近頃ではハロウィン等を上手に広告し、お菓子の消費市場を確保したのと同じような、若者感覚でヒットするようなチャレンジがあってもいいのではないかと。
- ・茶学総合研究センターの成果をもっと広報するべき。
- ・県内、国内だけでなく、海外への広報を展開する必要がある。
- ・世界に向けた販路拡大のために、紅茶、ウーロン茶と同格以上に、緑茶をワールドスタンダードにする。
- ・静岡茶のブランド力が低下しているように感じるが、それに対してブランド力の向上への取り組み方が若干甘い。

事業内容

- ・今までの成果が全く出ていない。事業を廃止すべきではないか。
- ・茶工場が 300 あるのに、モデルになりたいと思う工場が 10 しかないということは何故なのか考えるといいです。
- ・そもそも静岡には、昔から茶を作ってきたというプライドもあるわけなので、「新しいもの」というよりは、ブランド力を付けていく必要がある。そういう意味で、改めて県民に「茶育」をすべき。
- ・セミナーや講座をやることも大切であるが、お茶の売り上げを高めるための確実な戦略を見出す必要がある。
- ・消費低迷を改善するには、はじめにお茶の工場に支援をするのではなく、お茶を消費してもらう商品開発などを考えるべきなのではないでしょうか。
- ・お茶を飲んでいない層に飲んでもらえるように。消費が伸びない原因などをはっきりさせる。
- ・茶学総合研究センターは、静岡県立大学にあるが、県としてこの事業を進めるのであれば、西部や東部にも置くべきである。文芸大も県立大学であるし、他大学との連携も強めるべき。
- ・この事業の目的が、売上げ重視の事業であると思えない。どちらかという、お茶の効果の分析や、新たな茶に関する製品を開発するなど、売り上げに影響するにはかなり間接的な影響にとどまるものではないか。
- ・この事業を県が行う必要があるのか、かなり疑問に思う点があるし、もしこうした事業を行うなら、県が直接取り組むよりも、大学などの研究機関に任せるべきであって、県が講座を開くべきでない。
- ・ニュービジネス講座にもあるように、マーケティングに重点を置くべきではないか。しかし、事業内容がそれに対して直接つながるものではない。
- ・茶工場を共同でやっていくのは困難が多そうですが、こうした所で一体となることが求められています。
- ・県としての取り組み、そして市町村との関連が明確ではない。
- ・コーヒー、紅茶などのように、家庭で手軽にお茶を楽しめるための対策、施策が必要です。

(2)その他の意見

- ・全体的によく分かりませんでした。
- ・全国へPRする方法は確立しているのですか。
- ・具体性が見えません。H27 までということだが、効果が上がるのでしょうか。
- ・茶マイスター塾は、これからの事業に役立ちます。
- ・この事業でやっていることは、今の世の中の実態に合っているのでしょうか。
- ・お茶が静岡特産なのは分かるが、この事業が、茶業の推進になるのか分からない。
- ・事業内容が安易なように感じました。
- ・事業の効果が上がっているというのは、何人かの個人的なレベルのように思えます。
- ・茶農家が減っているのに、茶工場を作っても維持し手入れができるのでしょうか。
- ・孫も生茶を好んでいます。過去 5 年間、生茶がとても高価な時がありました。
- ・茶業は県民として応援したいが、もう少し違う観点、切り口が必要ではないか。
- ・事業内容や効果などを含めて全体的に分かりにくい。
- ・静岡茶を普及するための県がやる事業としては不適切である。
- ・県立大学「茶学総合研究センター」事業は大きな効果がある。
- ・茶業経営強化プロジェクト事業の効果が分からない。
- ・費用対効果から考えても、本事業は妥当だと感じます。
- ・モデル茶工場へ重点的な支援を行うとあるが、支援内容が解りづらい。4,701 千円の事業費で、どれほどの事ができるのか疑問。
- ・お茶の価格は今までとどの位の差があるのでしょうか。

- ・第1回の事業仕分けで、茶業振興事業は予算ありきの事業との問題点があり、廃止の判定が出たと思います。そして、看板の付け替えをして、同様の事業が行われることになったのだと思います。同様の問題点があるのではないのでしょうか。
- ・新製品ができた時は、どんな形で売り出すのでしょうか。
- ・お茶の品質は、個人の好みもあると思うけど、香りと色で決まるのですか。味も必要だと思いますが。
- ・お茶が飲まれなくなった理由は、単価が高くなったとか、他の飲み物が増えたとか様々あるが、茶の良さをPRしたところで増えるような気がしません。
- ・お茶を飲んでもらうという目標に向けて、どのような事業を行えばいいかいうことは難しい。
- ・議論でも述べられていたように、実際の成果として挙げられたものが、果たして本当に事業を行ったことによるものなのかが不明瞭であった。
- ・お茶を食す以外に消費を上げる考えはないのでしょうか。
- ・茶業に対する全体的な1つの理念を持って、それに基づいて事業を展開していくべきでは。
- ・静岡県といえばお茶。なので、茶産業にはもっと頑張ってほしい。
- ・事業内容のそれぞれは悪くなさそうなのに、あまり成果がパツとしていないように感じられた。
- ・一般的なお茶の品質向上により、安くてうまいお茶を、コーヒーや紅茶と同様に、緑茶を飲ませる専門店で提供されることを目指す。
- ・茶の価格の低迷や生産量の減少などは、様々な要因があると考えられるが、やはり景気の低迷が大きいのではないか。その中で、消費者が改めて“お茶”の魅力を再認識して購買力を高めるための努力、工夫に注力する必要がある。
- ・消費者に対して、いれたお茶の魅力をもっとアピールする必要がある。
- ・高品質の茶をもっとPRし、安く販売できる体制を整えてください。
- ・お茶の魅力をもっと広報したらいかがですか。
- ・お茶を飲むには水が必要ですから、お茶に合う水も同時にPRしてみたらどうですか。
- ・学校教育の中で、静岡茶を自慢できる静岡県民をつくるべきです。コアな消費者かつ宣伝する人にもなります。
- ・食用としての利用を拡大するために、安心、安全な茶葉としてPRしたらどうか。
- ・国内でもトップクラスの生産高であるならば、品質の高いブランドとして発展してほしい。
- ・緑茶を若い人に飲ませるための場所を造るといっはいいかがか。
- ・二番茶なども売れるものは生産して、安くても販売する。
- ・事業費の一部を、お茶の消費拡大のための宣伝費に振り分けるべき。
- ・単価の高い一番茶の出荷時期が、ライバルの知覧に遅れてしまう。ブランド強化等の支援により、本県茶の単価上昇を支援する必要がある。
- ・品質の維持と向上だけでなく、“茶室”などの文化を伴うアピールが需要を促すことに繋がるのではないか。
- ・お茶の販売促進のための事業費を増やすべきである。
- ・良いお茶の試飲、手に取りやすいパッケージや面白さなど、若者が緑茶を好むように取り組むべきだ。
- ・お茶以外の他の商品とセットにしたり、若者や高齢者等、健康へ関心のある方を対象に販売できたらいい。
- ・“お茶の静岡”ならではのアピールがあってもよい。例えば、京都では外国人観光客に、高価な茶筒が土産用に売れていると聞きますが、違った角度からお茶の魅力を再認識する良いヒントになるのではないのでしょうか。
- ・新商品開発、ブランド化、ニュービジネス化、情報発信も消費者へ、より良いマーケティングの観点から届けなければならない。事業が全て対応していて、情報が全て一貫共有され、新しい技術や情報が無駄にならないようにしてほしい。
- ・費用対効果が低い事業のように感じられる。
- ・茶の売り上げの減少は、会社とか営業所等でお茶を出している量がコスト削減の関係で格段に昔より減っていることが理由ではないか。リラックス効果があるといってもなかなか個人で急に消費量が増えるとは思えない。会社とか営業所等に販促活動をした方が効果的では。