

○ 取組の背景

- ・県はガストロノミーツーリズムの一環として、多彩で高品質な県産食材の活用による「食の都づくり」を推進している。
- ・富士市は令和3年6月に「富士市ほうじ茶宣言」を行い、ブランド化に取り組んでいる。
- ・生産者と「ふじのくに食の都づくり仕事人」を結びつけ、新たな付加価値を創出し、食材と食文化の情報を発信することにより、農業者の所得向上を通じた農業振興を図ることを目的に普及活動を実施。

○ 課題・目標

課題	目標
<ul style="list-style-type: none"> ・生産者と仕事人等が連携できる仕組みの構築 ・食材と食文化の情報発信によるブランド力の向上と販売力の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・「富士のほうじ茶」を使ったご当地メニューの開発と商品化 ・「富士のほうじ茶」の販路拡大

普及指導員の活動

○ 推進方向1 「富士のほうじ茶」を使ったご当地メニューの開発

■ ほうじ茶選定会

- ・富士市の茶農家9戸が生産したほうじ茶葉を、温度や蒸らし時間など、各々が奨める淹れ方により、5人の仕事人に提供した。
- ・仕事人は試飲をしながら外観や香り、茶葉の味を確認し、自らのメニューに使用するお茶を選定した。



■ ほうじ茶料理試作検討会

- ・仕事人は選定したほうじ茶の香りや色味、食感を引き出すオリジナルメニューを試作した。
- ・生産者は自身のお茶を使用したメニューを試食し、その特徴を生かしているかなどについて仕事人と意見交換を行った。



■ ほうじ茶料理お披露目会

- ・「富士のほうじ茶ブランドマルシェ」で、仕事人が開発したメニューを消費者に向けてお披露目した。
- ・大学教授や観光、商工関係者、富士の茶娘などアドバイザーがそれぞれのメニューを試食し、評価を行った。



○ 推進方向2 開発したほうじ茶メニューの商品化

■「富士のほうじ茶」レストランフェア

・開発したメニューを仕事人の各店舗で提供するフェアを開催した（R5年3月～5月）。

・県公式SNS、県民だより、静岡新聞などでの広報や、観光案内所などでのチラシ配架により、フェア開催のPRを行った。

■ほうじ茶メニューの商品化

・開発したメニューの商品化に向けた取組を支援するため、農山漁村発イノベーション推進事業を活用した専門家派遣を計7回行った。

■「食の都しずおか」を体験できるレストランイベント

・商品化したメニューのお披露目を兼ねて、消費者が仕事人や生産者から地域食材やその活用方法を聞きながら食事を楽しむイベントを開催した。



具体的な成果

○ 推進方向1 「富士のほうじ茶」を使ったご当地メニューの開発

・5人の仕事人が自ら選定したほうじ茶と地元の食材（豚肉、鶏肉、牛乳、ニジマスなど）を使ったメニューを考案し、フレンチや和食など、計12品を開発した。



○ 推進方向2 開発したほうじ茶メニューの商品化

・「富士のほうじ茶」レストランフェアでは43食のメニューを提供した（5店舗、R5年3～5月）。

・ほうじ茶メニューを取り入れたお弁当を354食提供した（1店舗、R5年3～12月）。

・2店舗がほうじ茶メニューの商品化に取り組み、1店舗で商品化された。

仕事人 (店舗)	石川 光博 (Restaurant Mitsu)	田嶋 直人 (デリス愛鷹亭)
商品名	富士のほうじ茶～シュー	富士市産のほうじ茶のガトーショコラ
説明	地場の豚肉をほうじ茶と塩だけでシンプルに美味しく真空低温調理したチャーシュー	地元のほうじ茶と「ホワイトチョコレート」「米粉」を使用し、素材の色味と風味を活かしたしっとり食感のガトーショコラ
写真		