令和８年度第１回　静岡市茶どころ日本一委員会　会議録

１　日時　　令和８年９月 18 日（金）14 時 00 分から 15 時 30 分

２　会場　　静岡市役所清水庁舎３階　第１会議室

３　出席者　【委員】　岩﨑邦彦委員、宮原友光委員、佐田康稔委員、森内真澄委員、有田雄子委員、岩崎正樹委員、牧田大樹委員、山田愛実佳委員、森田みか委員　（委員 10 名中９名出席）

【事務局】稲葉経済局長、太田農政部長

（静岡市）農業政策課　山本茶生産再生担当課長

茶生産再生係　髙橋係長、細谷主任主事、尾下主任主事

（受託者）株式会社サーベイリサーチセンター　静岡事務所　長嶋氏

４　傍聴者　　なし

５　会議内容

（１）開会

（２）委員委嘱

（３）委員長・副委員長選出

（４）諮問

（５）議事

議題（１）第２次静岡市茶どころ日本一計画の進捗について

議題（２）今後の茶業振興に向けた施策について

発言者	内　容
事務局（細谷）	資料（議題（１））について説明
事務局（髙橋）	資料（議題（２））について説明
岩﨑邦彦委員長	お茶のまちをつくるためには、生産基盤などの「ものづくり」だけでなく、お茶と出会う「場づくり」も重要ではないか。飲食店やホテル、医療分野などとの連携は計画に入っているのか。また、お茶のジェラート、ドリンク、スイーツなど、お茶を加工して消費者を引きつけ、その際に茶そのものも購入してもらう取組も重要ではないか。農業でいう６次産業化のような取組への支援は入っているのか。 また、静岡市の山のお茶という特徴を、標高なども含めて価値として発信していくことも考えられないか。
事務局（髙橋）	現時点では、レストランやホテル等と直接連携する事業は実施していないが、今後検討する余地はある。ティーツーリズムについては関係部署

	と連携して取り組んでおり、今回の意見を参考に、交流や出会いの場についても検討していきたい。
岩﨑邦彦委員長	生産量が多いからお茶を買うという消費者はそれほど多くない。だからこそ、お茶と出会う場を増やしていくことが、静岡市にとって重要なのではないか。
森田委員	茶の消費を増やすには、お茶だけで考えるのではなく、異業種と連携し、ライフスタイルの中にお茶を取り込んでいくことが重要ではないか。 高付加価値型のティーツーリズムについても、宿泊、食事、お茶の体験などを組み合わせることで、インバウンドを含めた需要を取り込めるのではないか。 また、お茶と花は非常に相性が良いと思う。花屋でもお茶を売り、お茶屋でも花を売るような仕組みや、花を楽しみながらお茶を飲む習慣を「静岡スタイル」のような形で提案できないか。 「お茶と花」「お茶と旅」など、他分野との組合せによって、お茶と出会う場を増やし、若い世代への発信にもつなげられるのではないか。
森内委員	自身の農園では海外からの来訪者が多く、かわいらしいパッケージなど、従来のお茶のイメージとは異なる商品が好まれる傾向がある。 高額なティーツーリズムを成立させるには、宿泊、食事、お茶の体験を一体的に考える必要がある。また、食とお茶を組み合わせた観光ルートをつくることも有効ではないか。 小学校のお茶体験については、体験した子どもが将来の消費者になっているかが測られていないのではないか。子どもだけでなく、その母親など現在の消費者層にもアプローチすることが必要ではないか。 また、静岡市で生まれ育った人にとって、お茶は日常のものであり、高いお金を払って購入するものという意識があまりない。一方、外から来た人にとっては、お茶は非常に価値のあるものとして見えている。 静岡市民、県外、海外のどこを主なターゲットとするのかを明確にした上で、施策を考える必要があるのではないか。
有田委員	台湾では日常的にリーフのお茶を飲む文化が根付いている。台湾の猫空（マオコン）地域は、お茶の産地として知られ、静岡市の中山間地域と似ていると感じた。こうした希少な気候条件など、産地としての特徴を生かせるのではないか。

山田委員	静岡では当たり前のことでも、海外から見ると価値になる。産地のストーリーや希少性、インバウンド、越境ＥＣなどを組み合わせ、単にお茶を売るのではなく、付加価値を付けて発信することが重要ではないか。 東京では「静岡といえばお茶」という認識があり、「静岡のお茶はおいしい」という評価も多かった一方、お茶といえば緑茶というイメージが強い。和紅茶、ほうじ茶、ティーバッグ、水出しなど、さまざまなお茶の楽しみ方を、県外だけでなく静岡市民にも発信していく必要があるのではないか。
佐田委員	委員長が言うように、「場づくり」は非常に重要だと思う。 富裕層のインバウンドは一般的な日本文化をすでに体験しているため、新しい体験としてお茶を提供することができるのではないか。 海外展開では価格競争に陥らないよう、健康などのお茶が持つイメージを活かし、お茶の価値を伝えることが重要である。海外では環境に配慮した農業を行っているかどうかも重視されるので、有機茶の取組や研究成果なども活用できるのではないか。 また、耕作放棄茶園についても、単に茶園として再生するだけでなく、景観やお茶の体験の場として活用することも考えられるのではないか。
牧田委員	海外では地域によってお茶の好みが異なるため、国・地域ごとにターゲットを設定し、それぞれに合った商品や発信方法を考える必要があるのではないか。 また、静岡市には「ちびまる子ちゃん」や「清水次郎長」など、さまざまなコンテンツがある。ＩＰコンテンツとお茶を組み合わせる取組も面白いのではないか。 また、海外ではＩＣＴやＡＩなどを活用した茶園管理の先進事例もあるため、静岡市でも生産者が利用しやすいデジタル環境を整えることが重要ではないか。
岩崎正樹委員	お茶を「売る」のではなく「良さを伝える」ことを重視してきた結果、販売につながった事例もある。 静岡市のお茶を求めている人は多いと感じている。 静岡といえばお茶というイメージがあるのは、単に生産量が多いからではなく、歴史やお茶の文化があるからではないか。お茶を売っていくためには、静岡の歴史や茶文化をストーリーとして伝え、国内外に発信す

宮原委員	ることが重要ではないか。 また、浅蒸し茶など、静岡市ならではの特徴的な製法や品質を強みとして発信していくことが必要ではないか。 生産者として最も心配しているのは、高齢化や後継者不足による生産者の減少である。このまま担い手が減れば、生産量の減少や耕作放棄茶園の増加につながるのではないか。 ５年、10 年先を見据え、生産基盤や地域の景観を維持するための取組を進める必要があるのではないか。

議題（３）第３次静岡市茶どころ日本一計画の骨子案について

発言者	内容
事務局（細谷）	資料（議題（３））について説明
岩崎正樹委員	11 月１日の「お茶の日」や、毎月１日の「お茶に親しむ日」を計画に位置付け、静岡市民への浸透を進めてほしい。 また、緑茶購入金額が全国１位から４位になった理由を分析し、今後の消費拡大につなげられないか。
牧田委員	生産者の減少や担い手不足を踏まえ、担い手数などもＫＰＩとして設定できないか。 また、生産額だけでなく、静岡市内を流通するお茶の量や取扱額、静岡市を訪れてお茶を購入する人など、流通や消費を捉える指標も考えられないか。 さらに、実際にお茶を飲んだり購入したりできる「お茶との出会いの場」を見える化することも重要ではないか。
森田委員	現在需要の高い、碾茶や有機茶への生産転換は進めるべきだが、碾茶については、今後中国の生産量が増えることで価格競争が起こる可能性があり、これから転換する生産者への影響が心配である。 有機茶など今後需要が見込まれる分野を進めるとともに、抹茶の次の需要を静岡からつくっていくことも考える必要があるのではないか。
岩﨑邦彦委員長	中国産の抹茶は日本産より低価格であり、これから抹茶への転換を進めることにはリスクもあるのではないか。

	価格競争ではなく、高付加価値化によって価値で選ばれるお茶を目指すことが重要ではないか。
岩崎正樹委員	抹茶については、現在は価格が高くなりすぎて、海外のバイヤーがついてこられなくなっているという話を聞いている。一方、中国では抹茶の生産量が急速に増加しているため、今後価格競争が起こる可能性が高い。 これから抹茶に転換する生産者が、出荷する時期には期待した価格で販売できなくなることも考えられるため、中国の動向を踏まえ、リスクを抑えた生産転換を考える必要があるのではないか。
牧田委員	海外でウェルビーイングなどが注目される中で、一時的なブームではないものとしてお茶を売っていくことを考えると、静岡の強みは、長年お茶の研究をしてきたことだと思う。その研究データを販売者などが気軽に利用できる仕組みがあるとよい。 お茶の価値を説明するためにも、研究成果をストーリーづくりに活用できるのではないか。
有田委員	これまで静岡県内の自治体を回ってきたが、「お茶が自慢」という市町は非常に多い。それぞれの産地に特徴がある。 一方で、抹茶の価格、耕作放棄地、後継者不足など、同じような課題を抱えている。 その中で、静岡市は生産者を支えるためのさまざまな施策に取り組んでおり、非常に良い取組だと思う。 生産者支援、海外展開、国内の商品開発などを個別に進めるだけでなく、それぞれを組み合わせることで、より大きな効果につながるのではないか。

（6）閉会