



富士のほうじ茶のブランド化事業資料

富士市のお茶の特徴

本市では、年間を通じて温暖な気候と平野部から中山間地までの標高差を活かして茶の栽培に取り組んできました。富士山の火山灰を由来とする黒ぼく土や愛鷹山麓の赤土が土壌基盤となり、年間を通じて安定した茶葉の収穫を行っています。

他の茶産地と異なる特徴として、農家が自らの工場を持ち、茶葉の生産から加工・販売までを一貫して行う“自園自製自販”の茶農家がひと際多いということが挙げられます。そのため、生葉を生産する段階から製品の仕上がりに至るまで、それぞれの農家のこだわりが込められており、多種多様な商品が生み出されます。



茶業振興について

本市では、富士の茶娘による PR 活動や T-1 グランプリの開催、小学校への給茶機の設置や大淵笹場の活性化など、様々な茶業振興事業を推進しております。

こうした市の事業に加え、市内の若手茶農家 7 人で構成される団体「茶レンジャー」は、平成 25 年から、市内小学校を訪問し急須で入れるお茶の美味しさを子どもたちに伝える活動をボランティアで実施するなど、日頃から精力的に茶葉の普及に取り組んでおります。



ほうじ茶のブランド化について

近年、全国的に煎茶の需要が伸び悩む一方、ほうじ茶の市場規模は、ここ 10 年間で 3 倍以上に拡大しており、飲料だけでなくスイーツに使用されテレビ等に取り上げられるなど、現在も成長を続けております。こうした状況を受け、上述した茶レンジャーのうち 4 人から「ほうじ茶のブランド化に挑戦し、富士市の茶業を盛り上げていきたい」という相談を受け、本事業がスタートいたしました。

奇しくも、茶葉の生産地で、かつ生産者自らがほうじ茶を加工し、ブランド化している前例はなく、自園自製自販の茶農家が多い本市において本事業は非常に適した取組であると考えております。



←本事業に取り組む茶業者。写真向かって左から、

- | | |
|------------|-------------------|
| にしむら
西村 | ゆうへい
有平 (西村製茶) |
| むらまつ
村松 | たくや
拓哉 (村松製茶) |
| あきやま
秋山 | かずしげ
和成 (秋山製茶) |
| やまだ
山田 | のりひこ
典彦 (山田製茶) |

本事業のこれまでの取組

▽令和元年度

①「富士のほうじ茶のブランド定義の明文化及びターゲット等の検討

関東経済産業局の「売れる地域ブランド育成・定着支援事業」を活用し、生産工程の差別化のポイントやブランドの方向性、定義等を検討しました。

②「富士のほうじ茶」の試作

原料の違い（一番茶と二番茶、茎と葉）や焙じ加工の違い（遠赤外線火入れ方式と砂炒り方式）で試作を行い、方向性を検討しました。



▽令和2年度

①4月下旬～5月上旬 茶刈り作業・荒茶製造



②5月下旬 茎の選別作業



③6月上旬 試作品焙じ加工



今後の取組

▽令和2年度

- 7月15日 ○ほうじ茶ブランド化事業に係るキックオフミーティング
- 時 間／13時30分～ 2時間程度
- 場 所／消防防災庁舎3階研修室
- 内 容／自己紹介、試作ほうじ茶の試飲、方向性の検討など
- 参加者／市内若手茶業者4人・日本茶バリスタ 倉橋佳彦氏ほか
- 9月頃 ○富士のほうじ茶の完成
- 11月頃 ○市内複数飲食店によるほうじ茶を使用した商品の展開
- 首都圏でのテストマーケティングの実施
- 1月頃 ○首都圏バイヤー商談会の開催

来年度以降の予定

▽令和3年度

- 専用ウェブサイトの制作
- パッケージデザイン、ブランドロゴの制作
- 富士のほうじ茶の本格販売
- 首都圏商談会、マルシェ等への出展
- プロモーション活動

▽令和4年度

- 海外商談会への出展
- 有名企業とのコラボレーション



ほうじ茶スイーツのイメージ



商談会のイメージ