

静岡県富士市・ほうじ茶ブランド化推進事業

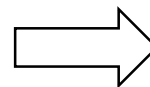
背景

- 富士市の基幹農作物「お茶」は、一番茶の価格が平成12年以降下がり続け、**約半値以下**まで現在落ち込んでいる。
- 遅場所の産地である静岡県の中でも**富士市は摘採時期が遅く、平均より取引価格が低い。**
- 茶の作付面積もピーク時の**約6割まで減少**している。
- ペットボトル緑茶の普及による、**急須でお茶を淹れる文化の薄れ。**



現状の課題

後継者不足 後継者不足 荒廃農地の増加 消費者のお茶離れ



事業の目的



着眼点 全国的に緑茶の需要が伸び悩む一方、ほうじ茶が若年層を中心に人気が高まっており、ここ10年で市場規模が**3倍以上まで拡大。**

自治体としては**全国初のほうじ茶のブランド化**に取り組み、富士市の**茶業の活性化**を目的に、「**ほうじ茶と言えば富士市！**」を目指す。

これまでの取組

富士市ほうじ茶宣言～ほうじ茶の香りがするまちへ～

- 新たなほうじ茶の開発
若手茶農家4人による香りに特化したほうじ茶“**凜茶**”の開発
- ほうじ茶を活用した多ジャンルの新商品を開発支援
ほうじ茶**ソフト**、ほうじ茶**スピリッツ**、ほうじ茶**ピザ**、ほうじ茶**コーヒー**など



静岡県富士市・ほうじ茶ブランド化推進事業

事業内容

- “富士のほうじ茶”の地域団体商標への登録
- “富士のほうじ茶”の認定制度の創設
- 「富士のほうじ茶缶」の製造販売
- 富士のほうじ茶 PRイベントの開催
- 各種飲食店、商業施設との企業コラボ
- 各種商談会への出展
- 富士のほうじ茶ロゴマークを活用した販促グッズの作製



成果・目標

「ほうじ茶と言えば**富士市**！」

- 茶農家の所得安定
- 茶の消費量増加



「富士市と言えば**ほうじ茶**！」

- 富士市の認知度向上
- 富士市のブランドカアツプ

得られる成果等

企業に求めるもの

- 企業版ふるさと納税による支援
- 企業等との事業連携

企業のメリット

- 市ホームページ、広報誌での企業名の公表や報道提供による企業イメージのアップ
- 富士のほうじ茶の使用による「富士のほうじ茶」名の使用と「富士のほうじ茶ロゴマーク」の使用

