

中部 だより

SHIZUOKA
HIGASHI MIKAWA

中経連事務局員が、担当するエリアでお聴きした、各県の最新トピックや地域特有の情報を紹介するコーナーです。

“緑茶愛”で地域活性化!「島田市緑茶化計画」の取り組み

静岡県中西部に位置する島田市は、北には南アルプスへ続く山々が連なり、南西には日本最大規模の茶畑を有する牧之原台地が広がっている。静岡県は茶の生産量日本一として有名だが、島田市は県内でも1、2を争う茶処だ。今回の「中部だより」では、島田市が取り組む「島田市緑茶化計画」というユニークな名称のシティプロモーションを紹介する。

島田市の概要



面積: 315.70km²
人口: 98,546人
(2019年3月末現在)

島田市 緑茶化 計画

中学の美術の副読本に東京五輪のロゴと並んで紹介されるなど、デザインの評価が高い「島田市緑茶化計画」のロゴ

最終的に残ったものは、市民の生活に深く根差した緑茶、そして緑茶に対する市民の溢れんばかりの“愛”だった。

プロジェクトは「緑茶」をプロモーションの基軸と定め、名称を「島田市緑茶化計画」とし、市内向けと市外向けに施策を展開している。

市内向け施策

島田市緑茶化計画に対する市民の意識づけや、まちづくりの一環として、市役所前の郵便ポストを緑茶色に塗り替えることを皮切りに、蓬莱橋、車、案内看板、駅構内など、まち全体を“緑茶化”している。また、市民自らが緑茶化したグッズや取り組みを紹介する参加型Webサイト「私たちの緑茶化計画」を設け、ハード・ソフト両面での「緑茶化計画」の浸透を図っている。

シティプロモーションの基軸を探る

島田市は、2015年の市制10周年を機に、まちの個性や魅力を市内外に発信し“稼ぐための仕組み”を構築することを目的としたシティプロモーションを開始した。

“市民が自信と誇りを持って世界に自慢できるもの”を改めて探るべく、「ニッポンを、セカイを、オモシロく!」をコンセプトに活動するクリエイター集団「トコナツ歩兵团」を迎え、市民とともにワークショップを重ねてきた。市内には、世界最長の木造



ワークショップの様子

歩道橋「蓬莱橋」やSLで有名な大井川鐵道など、高い発信力を有する地域資源が多数あるが、それらを差し置いて



市外向け施策(稼ぐための仕組みづくり)

緑茶化計画は“稼ぐための仕組み”の構築を標榜している。「認知にとどまらず、消費にまでつなげることが大事」と島田市シティブロモーション室の茂川さんはいう。



蓬萊橋897.4茶屋

店名の由来は、世界最長の木造歩道橋「蓬萊橋」の長さ「897.4m」と「厄無し」をかけあわせたもの

まずオリジナル緑茶ブランド「Green Ci-Tea」を開発した。販売開始前に渋谷ロフトや新東名駿河湾沼津SAに期間限定のアンテナショップを開設し、テストマーケティングを実施。

結果は、茶葉の調合や販売価格に反映された。2018年3月には、販売拠点として蓬萊橋のたもとに「蓬萊橋^{やくなし}897.4茶屋」をオープン。初年度の売上総額は、約2,780万円となった。

また、ウエルシア薬局、横浜薬科大学と連携し、島田市産のお茶を使用したチョコレートやアイスクリームなども開発。開発した商品は全国のウエルシア薬局で販売され、一時は売り切れるほどの人気アイテムとなった。

今後の展望

島田市では、2020年夏の開業を目標に「大井川流域観光拠点」(仮称)を整備している。計画地は、新東名島田金谷ICに近接し、大井川鐵道の新駅が計画されるなど、島田市の観光ハブとして期待されている。



大井川流域観光拠点の外観(上)とレストラン(下)のイメージ

今後の展望について茂川さんは、「“島田市を知ってもらい、来てもらい、買ってもらう”という稼ぐための仕組みづ

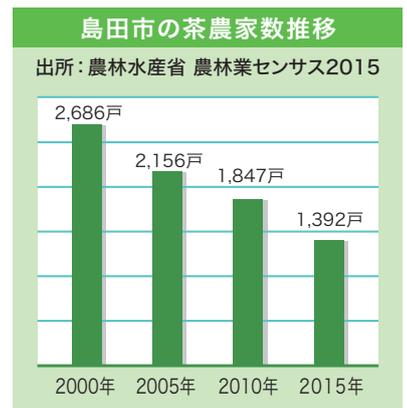
くりと、そのコンテンツを充実させる取り組みが島田市緑茶化計画で必要と考えている。これまでバラバラに行ってきたプロモーションだが、統一したブランドメッセージとロゴをつくったことで市民も参加しやすくなり、島田市が注目を受ける場面も増えた。今後は海外も含めたデジタルマーケティングを通じて、一層の認知度向上を図り、大学などとの連携を推進するとともに、引き続き市民を巻き込んでオール島田で続けていきたい」と語る。

“緑茶愛”で地域活性化

島田市にとってお茶は主要農産品の一つであり、お茶の生産を主とする販売農家数が約7割を占め、茶畑が広がる牧之原台地の景観そのものが観光資源でもある。

一方、生産の担い手である茶農家の数は年を追うごとに減少している。島田市も少子高齢化・人口減少社会という全国共通の課題を抱えている。解決のためには生産性の向上が必至だ。

島田市緑茶化計画は、単なるシティブロモーションではなく、プロモーションの一つひとつを島田市産の茶の消費につなげ、ブランド化による



島田市緑茶化計画の推進役シティブロモーション室長の下さん(右)と茂川さん(左)。いつもはもっと緑茶色の装いだという

高付加価値化を促し、それによって地域の農業を守っていこうとする施策と考えられる。その奇抜な名称とは裏腹に、地域活性化の定石を踏んだ施策ではないだろうか。島田市民の緑茶への愛がさらに増幅し、それが地域のさらなる活性化につながることを期待したい。

文：静岡・東三河担当 和田 耕一朗
取材協力：島田市市長戦略部広報情報課シティブロモーション室