

農業後継者育成基金事業

令和5年度農業後継者特別支援事業

事業主体名 Team 和茶・わちや

1 目的

種子島は、日本一早い走り新茶の産地であり、他産地にはない品種が多く存在する等特徴的な産地であるが、近年の荒茶価格低迷等により、茶業経営を巡る環境は厳しい状況にある。

そのような中、農閑期に製造可能な「かごしま黒茶（後発酵茶）」の商品化・商品 PR への実践に取り組み、資質向上と販売拡大を目指す。

2 実施状況

(1)「かごしま黒茶」の商品開発

これまで取り組んできた「かごしま黒茶」の製造技術を活用し、商品化に取り組んだ。

活動検討会を開催し、ターゲット、内容量・パッケージ・価格・販売先等を検討。

R5年8月に、「たねがしま黒茶」として商品化した。



写真1 たねがしま黒茶

(2)先進地研修の開催

茶小売店及び県内茶生産法人の視察を実施した。

茶小売店では、お茶の淹れ方、パッケージの工夫を学んだ。ブレンド茶の種類が豊富で、商品開発の参考になった。

県内茶生産法人では、商品開発や販路開拓、輸出の取組等を学んだ。茶畑の中にテラスを設置する等茶の体験場所を工夫されている点が特に参考になった。



写真2 先進地研修

(3)イベント出店による商品 PR

「西之表市商工フェスタ」や「かごしまお茶マルシェ」等に出品し、「たねがしま黒茶」の試飲・販売や種子島紅茶を使ったお菓子（フィナンシェ・マフィン）の販売を行った。

消費者からは「種子島にお茶のイメージがない」、「麴を使ったお茶は珍しい」などの意見をいただいた。たねがしま茶及び黒茶のよい PR の場となった。

3 今後の課題、取り組み

「たねがしま黒茶」の商品開発はできたが、地元種子島でも、認知度が低い状況にある。

黒茶とは、3種類の違いなど、商品紹介パンフレット活用による PR 活動を継続し、販売拡大を目指す。

「たねがしま黒茶」製造にあたり、一回の加工量が少ないため、加工機器導入による生産拡大を図る。

種子島の希少品種の PR や黒茶の新しい飲み方（焼酎割り）の波及を図る。



写真3 イベント出店による商品 PR