



緑が美しい市内に広がる茶畑

# 「お茶」が軸のシティプロモーション あれも、これも、「島田市緑茶化計画」

静岡県の真ん中にある大井川沿いの茶どころ、島田市では5年前からシティプロモーション「島田市緑茶化計画」を推進している。あれも、これもみんな、緑茶を加えたり、緑茶グリーンに染めていくという総合的なプロジェクトで、動画や音楽などのコンテンツ制作、市内の情報発信拠点の設置、新商品、新メニューの企画、イベントなどを通じて国内外に新しい島田市のイメージを発信している。今後は体験型観光に力を入れていく計画だ。プロジェクトでユニークな企画が続々と登場してくるが、背景にはアイデアを出す面白企画創造集団という、頼りになる助っ人もいた。



- (左) 島田市緑茶化計画のロゴマーク  
 (右) 観光体験プログラム「パラグライダーで飛んでお茶を飲む！」



## 島田市の売り物といえば、 やっぱり「お茶」だった

島田市は静岡県のちょうど真ん中に位置し、地域の中央を北から南へ大井川が流れる。面積は315.70km<sup>2</sup>、人口は9万8,027人（2020年5月31日現在）。江戸時代、川越制度のもと東海道の宿場町である島田宿、金谷宿が栄え、明治以降には、大井川西岸の牧之原台地を中心に茶栽培が盛んになり、やがて日本有数の茶どころになった。街の東西を貫いてJR東海道線、東海道新幹線、旧東海道（国道1号線）、東名高速道路、新東名高速道路が走る交通の要衝で、市域の南端、牧之原市にまたがる場所に2009年、富士山静岡空港が開港した。

旧・島田市は1948年に市制を施行し、「平成の大合併」で2005年に大井川対岸の榛原郡金谷町と合併して新・島田市が誕生した。2008年には榛原郡川根町と合併している。

市内には1879年、大井川に初めて架けられた蓬莱橋、ふじのくに茶の都ミュージアム、新金谷駅を起点としてSLが定期運行されている大井川鐵道、川根温泉ふれあいの泉などの観光地がある。

2015年の島田市の市制施行10周年を翌年に控えた2014年、島田市のまちの個性や魅力を市内外に発信する「シティプロモーション」に取り組もうという気運が高まり、そのためのプロジェクトチームが発足した。まず取り組むべき課題は「ブラン

ドメッセージをどうするか？」だった。

「2014年に当市の広報課や市民の代表に企画プロデュース集団のトコナツ歩兵団が関わったワークショップが開催され、当市の売りは何かについて話し合いました。大井川鐵道のSLや、映画やドラマのロケによく使われる蓬莱橋、川根温泉なども話題にのぼりましたが、市民から活発に意見が出てきて最も熱く盛り上がったのはやっぱり『お茶』でした」（島田市広報課シティプロモーション室・阿部佑一朗さん）

コーヒーが嫌いな人はいても緑茶が嫌いという人はほとんど見かけない。子どもから高齢者まで年齢層を問わず、外国でも健康にいいグリーンティーとして飲まれている。島田市民にとってのお茶は、学校にお茶が出る蛇口があったり、いつも水筒に入れて持ち歩いて飲むなど、あまりにも日常的すぎる空気のような存在だったが、プロジェクトチームではそれを改めて見直し、緑茶を軸にしたプロモーションを行うことを決定した。島田のまちの個性はやっぱりお茶、まちの魅力もやっぱりお茶だと、緑茶をシティプロモーションの中心の柱に据えることにした。

2015年11月1日、島田市制10周年記念式典の場で「島田市緑茶化計画」は正式にスタートし、その「島田市ブランドメッセージ・ロゴ」も披露された。ロゴには国内版とともに海外版もあり、当初から海外への発信が想定されていた。

市はロゴマークの使用申請を出した企業や団体

へ補助金を出し、市内外向けに「島田市緑茶化計画」の周知に取り組んだ。緑茶を使った商品開発の促進の一助にもなっており、緑茶のふりかけや、七味唐辛子など、島田市緑茶化計画のロゴマークを使用した商品も市内で見られるようになった。

## 映像、音楽、出店、グルメで 「島田の緑茶」をアピール

「地球上でもっとも緑茶を愛する街」として島田市を国内外にアピールするには、まず市民の間でこのシティプロモーションの認知度を高め、意識してもらうことから始まり、さらに国内へ、海外へと認知の輪を広げていくというプロセスになる。市ではそのための6つの施策がまず打ち出された。

### ●市内

意識づくり／緑茶をもっと好きになろう！  
まちづくり／緑茶化された緑の街にしよう！

### ●国内

PR／緑茶が好きな街を知ってもらおう！  
観光／緑茶化された街に来てもらおう！

### ●海外

PR／島田市=GREEN Ci-TEA(グリーン・シティー)  
産業／島田市の緑茶を世界に届ける

2018年1月に開設された島田市緑茶化計画の専用WEBサイト (<http://shimadagreenci-tea.jp>) では、「小学校に緑茶の水道がある」「水筒の中身は緑茶」「濃い緑茶が飲めたら一人前」など、まちの日常のさまざまなエピソードやプロモーション活動の数々が動画で紹介されている。島田市、緑茶に関連した写真の投稿を受け付ける期間限定の「Instagram・フォトコンテスト」も開催された。

スローガンは「あれも、これも、緑茶化」で、「島田ブランド」を確立するために、市内のあらゆるものをお茶、緑茶グリーンの色彩に結びつけていく。そのシンボルともいえるのが2016年4月21日、市役所の前にある郵便ポストを赤から緑茶グリーンに塗り替えて披露したことだった。明治時代に英国にならっただけで「赤でなくてはならない」決まり事はなく、日本郵便と協同で実現に至った。

大井川にかかる蓬萊橋(897.4m)は「世界一の長さを誇る木造歩道橋」とギネスブックにも認定



小学校にある緑茶が出る水道



緑茶色のポスト

(左) 蓬萊橋の「グリーン・ライトアップ」  
 (右) 物産販売所「蓬萊橋897.4 (やくなし) 茶屋」



された、時代劇のロケも行われ大井川鐵道と並ぶ市内でも有数の観光スポット。2016年4月から週末の夜間に「グリーン・ライトアップ」を行っている。橋のたもとには物産販売所「蓬萊橋897.4 (やくなし) 茶屋」が2018年3月に開設され、島田市緑茶化計画オリジナル緑茶ブランドGreen Ci-Teaのテイクアウト販売を行っている。

川根の野外音楽イベントの出演や、「しまだ大井川マラソンinリバティ」のテーマソングを手掛けた、島田市にゆかりのあるミュージシャンに、市が声を掛けて2017年12月にテーマソング「SHIMADA GREENTEA SONG」が誕生した。日本語、英語、フランス語によるラップ調の曲に乗せ、明治の初めにサムライ(旧幕臣)が入植してお茶の栽培を始めた歴史を紹介するプロモーションビデオ(PV)を制作し、海外の若者にも「SHIMADAのGREENTEA」を発信している。

アンテナショップは、2017年3月に東京・渋谷の「LOFT(ロフト)」に7日間出店し、島田市緑茶化計画オリジナル緑茶ブランドGreen Ci-Teaの販売や、氷水だし冷茶の試飲会も行った。2017年8月から9月にかけても、新東名駿河湾沼津SAにてアンテナショップを出店し、テストマーケティングを行った。

「コンセプトティーを1杯380円で販売するテストマーケティングも兼ねていましたが、若い人を中心に多くの方に飲んでいただきました」(阿部さん)

海外にも出張してプロモーション活動を行っている。2016年9月、フランス・パリで開催された「茶とアートの芸術祭」に出展し、島田市内のバーで考案された緑茶のカクテルがふるまわれた。続いて同年11月にベトナム・ホーチミン市で開催されたジャパンベトナムフェスティバルでは出展ブースを設置し、島田産の緑茶の呈茶が行われた。

## 企画づくりの頼れるパートナー、 「トコナツ歩兵团」とは？

2014年のワークショップ発足時から約6年間、島田市緑茶化計画に関わってきたのが面白企画創造集団「トコナツ歩兵团」である。団長の渡部祐介さん((株)マイロックチョコレート代表取締役)はイベントアドバイザーとして、市からプロモーションや新規事業についてたびたび相談を受け、島田市緑茶化計画の企画に助言を行ってきた。トコナツ歩兵团はクリエイター集団でもあり、コンセプトブックのデザインや、コンセプトティーの中身のプロデュース、パッケージデザインにも関わっている。

「女性の目線を取り入れたやわらかいデザインを出していただきました。トコナツ歩兵团は他の自治体でも実績があり、どうすれば若年層やインバウンド向けにうけるものを出せるか把握されていますので、パートナーとして頼りにしています」(阿部さん)

トコナツ歩兵団は福島県いわき市、新潟県佐渡市、三重県松阪市などでもシティプロモーションの総合プロデュースを担った実績がある。地元で暮らし、働いている市職員や市民からはなかなか出てこないような刺激的な発想や斬新なアイデアが、重宝されている。

トコナツ歩兵団と島田市、島田市茶業振興協会、大井川農業協同組合が共同開発したオリジナルコンセプトティー「Green Ci-Tea（グリーン・シティ）」は、2016年に「Vol.1」4種類がまず発売され、翌年には「Vol.2」3種類が発売されて現在7種類ある。市内産の一番茶を使用しており、どれも香り、風味が个性的で、Vol.2では製茶工程で生じる芽、茎、粉のような副産物を製品化しており、「ストップ、食品ロス」「ゼロ・エミッション（廃棄物ゼロ）」という時代の流れにも沿っている。Green Ci-Tea vol.1、2ともに、市内に本社のあるティーライフ(株)では、2019年10月からインターネットショッピングモールを通じて、ギフト商品として、全国販売を開始している。

このコンセプトティーを使ったユニークなアイデアも実現している。市内の菓子店で開発された3種の緑茶入りスイーツと組み合わせた詰め合わせを市内の大井神社の結婚式場で「引き菓子」として提供するかと思えば、1回200円で回すとコンセプトティーのティーバッグとオリジナル缶バッジ入りのカプセルが出てくるというガチャガチャ自販機「ガ茶々」も登場し、蓬萊橋897.4茶屋や市立博物館等に設置されている。

地元の飲食店とのタイアップで、飲食店メニュー、和洋菓子など緑茶を使ったグルメも次々に生まれ

ている。そのカタログ「島田市リョクチャカタログ／夜あそびグルメ編」も完成。また、ウエルシア薬局と横浜薬科大学と連携し、島田市産の緑茶を使用したチョコレートやパウンドケーキ、ソフトクリーム等を開発。全国のウエルシア薬局で販売されている。

## 今後は体験型の「緑茶観光」を本格展開して観光客誘致

「緑茶愛」でまちも人も元気になる、それで稼げるようになるという島田市緑茶化計画には最終的な目標と、そのための管理目標が設定されている。

最終的な目標（KGI）は、市民の島田市への愛着・誇り（シビックプライド）を醸成すること。2019年度の管理目標（KPI）として当初、次のような目標が設定された。

- 指標1：島田市総合計画市民アンケートの「市民幸福度」7点以上（10点満点）
- 指標2：観光交流客数300万人以上、宿泊者数25万人、ブランド茶品目数10品

その数値は目標年度では未達だったが、関係者はシティプロモーションの浸透に手ごたえを感じている。

今年秋には新東名高速道路の島田金谷インター



東京・渋谷の「LOFT」内に出店したアンテナショップ



ベトナムで開催されたイベントでの出展ブース



(上) オリジナルコンセプトティー「Green Ci-Tea」  
(中) 抹茶入りアイスと緑茶入りスイーツ  
(下) 「島田の緑茶観光」のパンフレット

チェンジ周辺に、大井川農業協同組合の整備によりマルシェやレストラン等の機能を備えた賑わい交流拠点「KADODE OOIGAWA」がオープンする予定である。企画にはトコナツ歩兵団が関わり、中日本高速道路(株)や隣接地に新駅を設置する計画の大井川鐵道(株)も巻き込んで、この「緑茶と農産物の体験型フードパーク」は島田市緑茶化計画の推進に大いに期待ができると考えている。

島田市緑茶化計画は単年度で区切りをつけるも

のではなく、ブランドイメージを高めるために期限を設けず継続的に推進していくプロジェクト。今後、重点を置いていきたい分野として阿部さんは、「観光体験プログラム」や「島田DEいっぷくチケット付き宿泊プラン」を挙げている。

観光体験プログラムは、「パラグライダーで飛んでお茶を飲む!」「茶摘み体験」「旧東海道をきもので歩く」など6つのアクティビティと組み合わせるプランだ。「島田DEいっぷく」は、飲食店で7種類のコンセプトティーを自分で淹れて飲み比べるというプランで、アルコールの緑茶ハイ「プレミアム島田割り」も自分でつくって飲める。このように旅行先でその土地ならではの体験ができる「体験型観光」はいま、世界的に大きく伸び、注目されている分野だ。

「新型コロナウイルス対策の県を越えた移動の自粛措置が解ければ、市内3か所の宿泊施設と協働で行っている宿泊プラン等、観光需要が戻ってきて、当市にもチャンスがめぐってくると思います。島田市緑茶化計画が始まってから5年が経過し、たくさんコンテンツが生まれましたが、今後も世の中の動きを読みながら、外部との協力関係を強め、市民参加型の企画をどんどん仕掛けていきたいですね」(阿部さん)

お茶の産地は静岡県の他の地域や京都府の宇治市、埼玉県の狭山市、福岡県の八女市など、全国に点在している。島田市にとってそれらはライバルではあるが、産地の自治体同士の連携や情報交換も行っていきたいという。

島田市では職員ワークショップの提案により昨年11月から毎月1日(土・日・祝日にあてれば最初の平日)を「島田市緑茶化計画の日」と定め、職員はこの日、緑茶グリーンのを身に付け業務にあたることとした。この日、職員は緑茶を飲み、ハッシュタグ「#島田市緑茶化計画」をつけてSNS発信にも努め、市役所の市民が訪れる窓口カウンターには緑茶の呈茶セットが置かれる。

そのようにして市職員が自ら進んで「緑茶化」の意識を高めて、参加する市民、団体、企業と一体になった「オール島田」シティプロモーションの旗振り役を務めている。