

愛知県西尾市における地域ブランド「西尾の抹茶」の現状と課題

初等教育教員養成課程 社会選修 星野 穂菜美

本論文は全国で初めて茶業に関わる分野で抹茶に限定した地域ブランドとして認定された「西尾の抹茶」を取り上げ、地域ブランドとしての「西尾の抹茶」の現状分析（生産者・茶商・消費者へのイメージ調査と評価分析）からその発展の課題を明らかにすることを目的とした。

西尾市では西尾市茶協同組合を中心に「西尾の抹茶」のPR活動が行われている。「西尾の抹茶」は加工用として県外への出荷が中心となっているが、ブランド名やマークを表示している企業が少なく、加工用として需要はあるもののブランド力は弱い。地域ブランド化によって「西尾の抹茶」に対する関心が高まってきたと考えられるが、知名度の上昇や売り上げの増加には至っておらず、茶業者が今後地域ブランドに期待することはブランド力の向上と知名度の上昇であった。

「西尾の抹茶」は消費者への調査から西尾市内では知名度があるものの、市外での知名度は低く、市外での知名度を上げる必要があることが明らかになった。知名度の低さは名称や「西尾産」の表示がされている商品がまだ少なく消費者が目にする機会が少ないことと、京都府宇治市と比べて西尾市それ自体の知名度の低さが原因であった。そのため、「西尾の抹茶」の知名度だけでなく、西尾市の知名度も向上させることが必要であり、「西尾の抹茶」と西尾市のイメージの形成が今後の課題である。また、消費者にとって「西尾の抹茶」は、高品質で安全性が高く地域の活性化につながる地域ブランドになることが求められていた。

課題の解決のための方策として、「西尾の抹茶」のイメージ形成のためのキャッチフレーズの考案と西尾市と「西尾の抹茶」のPRと共に行うこと、消費者が抹茶に関わることができるイベントを開催すること、抹茶のまちであることをイメージさせるようなまちづくりを行うことを提言した。