

# 笹野製茶

薩摩川内市



茶

## カフェからお茶の魅力を発信 耕作放棄地の再生で地域活性化に貢献

### Data: 生産者情報

笹野商事株式会社(笹野製茶)  
[本社]  
薩摩川内市東郷町南瀬606  
茶寮ささの  
☎ 0996-42-4950



1977年 石油販売会社の1部門として開業  
2009年 和紅茶を手掛け始める  
2015年 石油販売会社から分社化  
2019年 「茶寮ささの」をオープン

主な支援機関/薩摩川内市農業政策課、  
薩摩川内市観光物産協会

夫・英樹が代表取締役として有機を含む15haの畑の管理と製茶工場を担当し、私がお茶の魅力を発信するために工場横に建てたカフェ「茶寮ささの」を運営しながら商品を開発・販売するという体制で経営しています。従業員は社員、パート合わせて13人です。茶寮は開業5年目を迎えました。市観光協会の協力で観光バスのルートとなり、SNSを見た県外の方がいきなり旅行バッグを持って訪れることもあります。地域イベントを訪れるなどの地道な発信で、さらに認知度を高める努力を続けています。

**Q** 現在の取組を教えてください。

夫は2008年に結婚する前から、6次産業化を見据えていたようです。商品化と販売を自社で取り組むことで工場の稼働率も上がる、しかもそれが有機なら安全・安心な農産物の提供にもつながる。ひいては耕作放棄地をよみがえらせ、地域への貢献にもなるという考えです。自分たちのお茶を自分たちで発信する場所が必要と考え、カフェをオープンしました。まずは地元、さらに地域外、県外へと発信することで、大切に仕

**Q** 6次産業化に取り組んだきっかけは。



薩摩川内市は、川内川の霧深い中で育まれたお茶の産地で知られます。高齢化による耕作放棄地を再生し、緑茶や和紅茶、桑茶の商品化を進めている笹野製茶。取締役の笹野千津子さんは「地域を活性化したい」と多忙な毎日を送っています。

上げたお茶を飲んでいただける機会が増えてほしいとの思いです。

**Q** 根底には使命感。大変な面も多いのでは。

最近で言えば、茶寮ささのオープン後1年たたないうちにコロナ禍に



なり、自由な往来ができなくなったのはとてもきつかったです。

ただ、県の支援でクラシックギターのコンサートを開くなど、さまざまに挑戦するきっかけになりました。季節の葉や花を摘んで、お菓子に自由に盛り付けるワークショップも開催し、自然豊かな地元の魅力発見にもつながりました。

**Q** 県外での販売や輸出への挑戦も続いていますね。

情報誌に小さな広告を出したところ、台湾のバイヤーや東京の有名な和紅茶店からの反応があり、東京・銀座や北海道に出品しました。茶商経由でカナダへの輸出も始めており、今後もう少し輸出量を増やしていきたいと考えています。そのためにも、有機の紅茶、桑茶の商品開発を頑張りたいですね。

生産者があまり得意ではないマーケティングの基礎を学ぶ時間も大切に使っています。これまで国家戦略・プロフェッショナル検定の1つである「食の6次産業化プロデューサー」の段位取得を目指して、大隅や福岡県などに通い、レベル3まで認定を受けました。何とか次のレベルを目指したいと思っています。

品評会には積極的に参加しており、日本茶アワード2022では、全国500を超える出展の中から上位20

点に与えられるプラチナ賞を受賞しました。

思えば、誰かがこの地域を愛してつないでいける農業、企業でありたい。人口減少が進む中、高齢者や障害のある方の力も活用しながら、「ターゲットはどこにあるか?」「何を求められているか?」を考えて商品開発や販路開拓すれば、まだまだ可能性はあるのではないだろうか。

**Q** 6次産業化を目指す方にアドバイスをお願いします。

6次産業化に取り組む際は、発信する技術や表現力など販売のスキルを高めなければならぬ、と強く感じています。未来を夢見るなら、「おいしいですよ」という言葉だけではなく、商品にまつわる様々な情報を伝えられる人間に成長する必要があると思います。

未来を夢見るなら「おいしいですよ」だけでは伝わりません。発信するための知識や技術、表現力を磨いていきましょう。



笹野製茶 取締役  
笹野 千津子さん

### 本事例のポイント

- 耕作放棄地をよみがえらせ、地域貢献を
- SNSの発信で都会客も呼び込めるように
- 情報誌の小さな広告から販路が国内外へ
- 今後は販売スキルのさらなる向上を目指す
- 情報発信するための知識や技術、表現力を磨く



# 小田畜産

南さつま市



## 赤身とサシのバランスが売り 良質の肉を家庭そして海外へ

### Data: 生産者情報

有限会社 小田畜産  
[本社]  
南さつま市加世田益山5489-3  
販売事業部  
☎ 0993-52-8829



1973年 2頭で就農開始  
1996年 有限会社設立  
1998年 知覧農場完成(第1区画)  
2017年 肥育頭数4500頭に  
2021年 HACCP対応食肉加工工場完成

主な支援機関/  
鹿児島県農政課かごしまの食輸出・ブランド戦略室

### Q 6次産業化への挑戦の きっかけは。

義父が、肉の直売と焼き肉店を始め、

天井が高く風通しの良い環境のもと、米や大麦など12種類を配合した飼料で黒毛和牛約4500頭を育てています。  
会長を務める義父・小田健一が1973年、「多くの家庭の食卓においておいしい牛肉を届ける」との理念で2頭から始めた肥育事業が、ここまで成長しました。将来的には8000頭を目指しています。

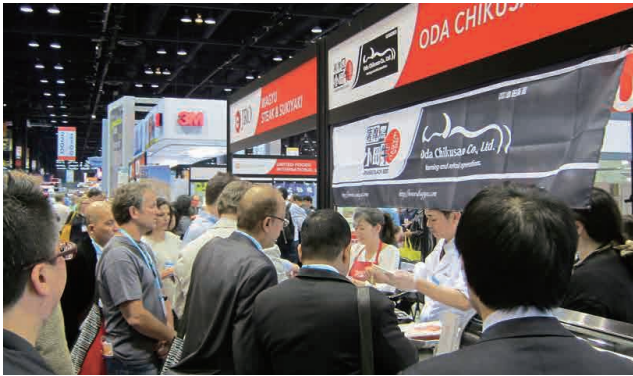
### Q 南薩に3か所の広い農場 を構えていますね。

南さつま市の小田畜産は赤身とサシ（霜降り）のバランスが良い独自のうまさ売りにした牛肉と加工品を生産し、販路を海外にも広げています。販売部門を担当する常務の蜜澤彰宏さんは「『小田牛』ブランドを世界の食卓に」と意気込みます。

そこで地元のみかんやきんかん、お茶などを使ったアイスクリームも販売していました。これが6次産業化の先駆けと言って良いのかもしれない。

1次産業である肥育事業が拡大し、再び加工や販売に力を入れようと考えたのが2010年頃のことです。それまで東京でテレビの番組制作会社に勤めていた私も、妻の故郷で経営に参画することになりました。需要はやはり首都圏にあるため、商談会に積極的に出席し、精力的に





有名百貨店も訪問しました。でも、売ることの難しさを痛感しましたね。

### Q 加工、販売ではどのような点が課題でしたか。

例えば新しい商品を作っても、1発目は珍しいから買ってもらえます。でもそれは1、2年で終わる。

だから「定番」は常に作り変えなければなりません。値段も味も、さらにはパッケージも含めて毎年バージョンアップする、このことが6次産業化の取組において大切なことだと気づきました。

売れるために、私たちは生産の段階から実際に売る人、そして食べる人のことを考えています。企画、リサーチしてこれまでなかった物をストーリーとして作るという作業は、テレビ制作の現場にいたことが役に立ちました(笑)。

### Q 加工場の新設、海外進出と積極的な動きが目立ちますね。

「次の1歩へ」と向かうために、国の補助金を活用し、本社隣接地にHACCP対応の加工場を整備しました。ここでは、質の良い肉を余すことなく使い、家庭でも食べやすいハンバーグやコンビーフ、ローストビーフなどを製造しています。

海外展開については、英語版のウェブサイトの作成をきっかけに話が進み、台湾、マカオ、香港へと販路が広がってきました。「小田牛」のおい

しさ、生産者の顔が見えるところが認知された、と考えています。

2024年2月には鹿児島島の黒毛和牛をもっと知ってもらおうと、香港に「和牛割烹おだ」をオープンし、好評です。今後は東南アジア、EU向けにも挑戦したいと思っています。

### Q 6次産業化を目指す方にアドバイスをお願いします。

補助金があるから、などといった理由で安易に始めてはいけません。成功にはバイヤーとの出会いなどが必要です。

まずは自分たちが「誰に何を売りたい」という熱意を持っているか、じっくり考えてみてください。

成功には出会いも必要。「誰に何を売りたい」という熱意をどれだけ持っているかが大事です。



小田畜産 常務  
蜜澤 彰宏さん

### 本事例のポイント

- 需要は首都圏。商談会には積極的に出展
- “定番”は常にバージョンアップが必要
- 生産の段階から売る人、食べる人を考える
- 「次の1歩へ」向かうために加工場を新設
- 海外展開のきっかけは英語版サイトの作成