

1. 業務委託名： 静岡本山茶ブランド戦略策定のための調査研究
2. 受託事業者名： 委託団体：静岡本山茶研究会  
連携大学：静岡県立大学経営情報学部経営情報学科  
岩崎准教授
3. 研究成果概要：

## I はじめに

緑茶の産地間競争が激化する中、本山茶がマーケットに選択されるためには、強力なブランド、すなわち“本山茶ブランド”の構築が求められている。とはいえ、ブランドは一朝一夕にできるものではない。ブランド化にあたっては、現状を的確に把握するとともに、綿密なブランディング戦略を構築し展開していくことが不可欠である。

我々は、2006年から、静岡市および産業支援施設の協力のもと、今回の研究の基礎となるブランドに関する勉強会を実施してきた。本研究は、勉強会にて抽出された課題をベースに、消費者調査の実施および結果分析を通じ、本山茶のブランド構築に関する戦略的示唆を得ることを目的としている。

## II 調査の概要

本研究では、上記の目的を達成するため、消費者に対して以下の2つの調査を実施した。第一が、「一都三県の消費者に対するアンケート調査（以下、“一都三県調査”と呼ぶ）」である。第二が、「静岡市内のホテルの客室における本山茶の提供実験（以下、“ホテルでの実験”と呼ぶ）」である。本研究では、上記の調査の分析結果を踏まえたうえで、“本山茶ブランド構築”に関する具体的方策の検討を行う。

## III 一都三県調査

### 1. 調査概要

この調査の概要は、下記のとおりである。

調査方法：インターネットを利用した調査

調査対象：1都3県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）に居住する20～60代の消費者

回答数：500サンプル（20代から60代。各年代に100サンプルを割り付け）

実施期間：2008年1月25日～26日

### 2. 本山茶ブランドの現状、熟成茶のイメージ

#### (1) ブランドの知名度等

「本山茶」の知名度は極端に低い。本山茶の名前を聞いたことがある消費者の割合（知名度）は、わずか6.4%である（表1参照）。「静岡茶」と「宇治茶」の知名度は、それぞれ92.2%、95.8%に達している。本山茶と同じ静岡県内ブランドである「川根茶」「掛川茶」の知名度をみても、

それぞれ 20.0%、34.6%である。

本山茶の産地の特徴などの情報を知っている消費者の比率（理解率）、および、飲んだことがある消費者の比率（飲用率）は、ともに 1.2%と極めて低い。

表 1：本山茶ブランド等の知名率等

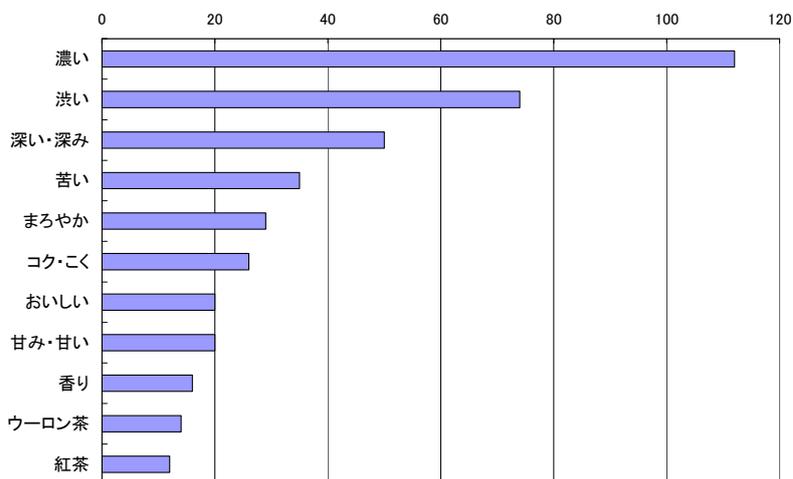
	本山茶	静岡茶	川根茶	掛川茶	宇治茶
知名率(名前を聞いたことがある)	6.4	92.2	20.0	34.6	95.8
理解率(産地や特徴など、情報を知っている)	1.2	50.0	8.2	11.2	51.2
飲用率(飲んだことがある)	1.2	74.2	10.0	11.0	71.8

「本山茶（ほんやまちゃ）」の読みを消費者に聞いたところ、「ほんやまちゃ」と正しく読めた回答者の割合は、わずか 9.6%であった。圧倒的に多くの消費者（77.2%）は、「もとやまちゃ」と読んでいる。次いで多い回答は「ほんざんちゃ」（10.2%）である。

## （2）熟成茶のイメージ等

本山茶研究会では、「熟成本山茶」をブランドの核となる製品と位置付けている。ここでは、消費者の「熟成茶」に対するイメージをみてみよう。調査では、「熟成茶（熟成した緑茶）」という言葉聞いて、思い浮かぶイメージを自由に記述してもらった。図 1 は、熟成茶のイメージ記述における頻出単語を抽出した結果である。この図から明らかな通り、「濃い」「渋い」というイメージを有する消費者が突出している。これらは、熟成茶の本来の魅力である「深い味わい」や「(花のような) 香り」とは認識のギャップがある。

図 1：「熟成茶」のイメージ（自由記述の頻出単語）



## 3. 情報提供後の本山茶、熟成茶の飲用意向等

ここまでの分析結果から、「本山茶」、「熟成茶」とともに、消費者にはほとんど知られていないことが分かった。ここでは、消費者に本山茶、熟成茶に関する情報を簡単に示した上で、それぞれへの飲用意向がどうであるかを聞いてみた。

### （1）情報提供後の「本山茶」、「熟成茶」の飲用意向等

消費者に示した本山茶および熟成茶の情報は、以下のとおりである。

本山茶は、静岡県静岡市北部の安倍川流域と藁科川流域の山間で生産される、余韻ある高い香りとコクを有する上級茶です。
春に摘んだ新茶を夏の間、蔵でじっくり寝かせると、秋には、深い味わいのお茶になります。これが【熟成茶】です。

情報の提供後、「本山茶を飲んでみたい」と回答した消費者は、全体の **71.6%**に達している。熟成茶については、全体の **83.4%**が「熟成茶を飲んでみたい」と回答している。

上記の結果から、消費者に対して適切に情報の伝達ができさえすれば、「本山茶」や「熟成本山茶」は**確実な需要が見込める、極めてポテンシャルの高い商品**であることが示唆される。

#### 4. 本山茶ブランド構築の方向性

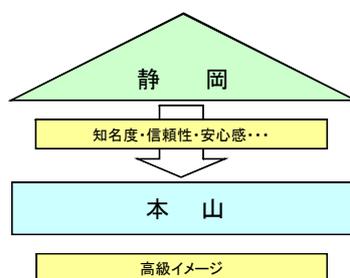
##### (1) ネーミングの方向性

本山茶の産地ブランドの表記として、「静岡茶」「本山茶」「静岡本山茶」の3つのパターンが考えられる。消費者は、どのブランド表記に最も惹かれるのであろうか。調査の結果は、次のとおりである（数字は、その名前に惹かれると回答した消費者の比率）。

① 静岡茶 65%>本山茶 9%、② 静岡本山茶 33%>静岡茶 27%、③ 静岡本山茶 47%>本山茶 6%

以上の結果から、「**静岡本山茶**」という表記が最も有効であることが示唆される。つまり、「静岡」を傘（アンブレラ）とすることで知名度、信頼性、安心感を訴求し、「本山」で高級感を訴求していくのである（図2参照）。

図2：アンブレラ効果



##### (2) ブランドイメージ構築の方向性

つづいて、本山茶のブランドイメージ構築の方向性に関する分析を行った。分析の結果、「山のお茶」「伝統」「徳川家康」という特性を融合し、強力なイメージを構築していくことが、本山茶のブランド構築にとって有効であることが明らかとなった。

#### 5. 本山茶に惹かれる消費者の特性

消費者には、本山茶に関心を示す者もいれば、関心を持たない者も存在する。本山茶のブランディングにあたっては、本山茶に関心を示す消費者の特性を把握し、彼（彼女）らにあわせたブランド戦略を進めていくことが有効である。

そこで、本山茶に惹かれる消費者の特性を探るため、調査データの統計的分析を行った。具体的には、本山茶への関心を従属変数とし、消費者特性を独立変数とするステップ回帰分析を行い、本山茶に惹かれる消費者の特性を抽出した。その結果、本山茶に惹かれる消費者の特性

として、以下の5つの特性が抽出された。

- ① 緑茶の味わいを重視する。
- ② 緑茶の知識量が多く、オピニオンリーダー性が強い。
- ③ 食へのこだわりがある、グルメである。
- ④ 価格の安さを重視しない。
- ⑤ 緑茶のブランドを重視する。

上記の特性から示唆されるブランド構築のポイントとしては、①“味わい”を重視したブランド訴求が有効、②本山茶に惹かれる消費者は、口コミの発信源となる消費者層である、③食と緑茶を組み合わせた本山茶のブランド提案が有効、④プレミアム戦略が有効、⑤本山茶の需要拡大のためには、ブランド強化が不可欠であることなどである。

## IV ホテルでの実験

### 1. 実験の概要

消費者はブランド体験を通じて、そのブランドへの知識や感情を蓄えていく。ブランドは、ブランド体験を通じて作られるのである。本山茶のブランディングにとっても、消費者と本山茶の“出会いの場”を増やし、本山茶を多くの消費者に体験してもらうことが有効である。本調査で設定した“出会いの場”は、静岡市内のホテルである。

実験は、ホテルアソシア静岡の協力のもと、同ホテルの客室で行った。具体的には、①静岡本山茶のピラミッド型ティーバッグ、②静岡本山茶のリーフレット、③アンケート用紙を客室に設置し、本山茶の試飲、アンケートへの協力を依頼した。ティーバッグは合計 1000 パック作成し、延べ 1000 室にて本山茶の提供を行った。実施時期は 2007 年 11 月である。

### 2. 実験結果

実験結果から、ホテルの客室での本山茶の提供は、①本山茶のブランドイメージを高めるとともに、本山茶の新たな需要を創造すること、②ホテルのイメージを高めること、③静岡という地域に対するイメージも高めることが明らかになった。

## V おわりに

本研究では、消費者調査によって、本山茶ブランドの現状を把握するとともに、ブランディング戦略構築にあたっての示唆を得た。現時点では、本山茶ブランドの知名率や理解率はかなり低い。本山茶との出会いの場を増やし、適切な情報発信ができれば、有望なブランドに育つことは、本研究の結果からも明らかである。

調査結果から示唆される本山茶のブランド戦略の方向性は、①「山のお茶」「伝統」「徳川家康」を融合した強力なイメージ構築、②プレミアム戦略、③“静岡本山茶”というブランドネームの活用、④緑茶と食を融合したブランド提案、⑤熟成茶を活用した“深い味わい”の訴求等である。

また、ホテルの客室の実験結果からは、静岡市内のホテルの客室などで、本山茶に出会ってもらうことが、本山茶のブランド構築に有効であるのみならず、ホテルのイメージアップや静岡という地域そのもののイメージアップにもつながることが明らかとなった。