

6 自由記載意見とそれに対する市の考え方

A:ご意見を計画案に反映させるもの	0件
B:ご意見の内容が既に計画案に含まれているもの	28件
C:今後の取組の参考にするもの	21件
D:見直し案に賛同・期待するもの	1件
E:その他のご意見等(質問・感想含む)	3件
合計	53件

●問1に対しそう考える理由

番号	力を入れる必要がある取組み	ご意見の内容	市の考え方	反映状況
1	①ブランド力の強化	大型機械の入らない山のお茶は、それだけでコストも高く希少性があると思うので、高級茶としてのブランド力を高め、単価を上げてほしい。稼げるお茶になれば、茶農家を継承する人も増える。平野のお茶と同程度の価格では絶対に続けられない。	静岡市のお茶は山間地の急峻な斜面を利用して作られた高品質な「山のお茶」であり、「お茶の匠」たちにより、多様な「山のお茶」が作られています。お茶が作られる地理的特性やそれぞれの歴史、生産者の思いやストーリーも「山のお茶」の魅力や価値であり、機械化や大量生産が難しい「山のお茶」ならではの希少性や産地の多様性を付加価値に、他産地との差別化を図り、「山のお茶」のブランド力を強化していきます。また、茶業者や企業等と連携したプロモーションの展開により、国内・海外へ「山のお茶」を発信するとともに、多様なお茶がある「お茶のまち静岡市」のブランド力向上も図り、販路の拡大につなげていきます。	B
2	①ブランド力の強化	近年、全国的な傾向として緑茶の消費量がピーク時(H16)の2~3割減となっています。輸出を含め緑茶消費量・生産量のそのものを増加させる取組みも重要ですが、静岡茶ならではの味、香りの良さやお茶の持つ効能等を更に打ち出すことにより静岡茶と他市町さんのお茶との差別化を狙うほうが、生産者や加工業者等にとっても魅力あるものになるのではないかと。		B
3	①ブランド力の強化	需要拡大のためには外部へのアピールが不可欠と考える。		B
4	①ブランド力の強化	海外でのビジネスまで拡大していくためには、ブランド力が重要であると考える。		B
5	①ブランド力の強化	800年弱の時間を経て今がある。その歴史を踏まえ更なる一歩を踏み出す必要があると思う。軸足がぶれないように注意しつつ、コトづくりを進め、地産地消を推進し、多様な連携により、ブランド力の強化につなげていくことが重要である。		B
6	①ブランド力の強化	生産者が作るお茶の評価が上がることにより十分な対価を得られるようにしなければ、生産者はさらに減少してしまうと思う。例えば、農林水産大臣賞や世界名茶大賞を受賞したお茶は6g、1000円で売られている。それでも消費者は購入する。また、それだけ美味しい茶であることを消費者にわかってもらうために体験や連携により茶に関心を持ってもらいたい。茶は無料で飲める、という認識があるので、茶の正当な価値を理解してもらうためにも必要だと思う。		B
7	①ブランド力の強化	静岡市の産地は他の有名茶産地に比べて知名度がないため、消費地の販売店の店頭に並びにくい。そのため、多くが静岡茶(静岡県産)のブレンド原料として使用されているので品質が良くても生産者の販売価格に反映しにくいと思われる。今年は大河ドラマ「どうする家康」が放映されることで静岡市の注目度は例年以上であり、静岡市産のお茶をPRする絶好のチャンス今年だと思ふ。静岡市のお茶は歴史、産地の多様性、山のお茶の魅力、生産と仕上技術の匠の技等アピール出来る要素がいっぱい有るので、今年ブランド力強化の年になるように力を注いでいただきたい。		B

番号	力を入れる必要がある取組み	ご意見の内容	市の考え方	反映状況
8	②地産地消の推進	静岡市民一人一人が静岡茶を飲む事が大切だと考えます。幼い頃からのお茶の食育を見直す時が来たのだと思います。お茶の葉&お急須で淹れる＝楽しさ、面白さ等々。子供たちの追従心、目の輝きは、静岡茶の未来がかかっているのではないのでしょうか。	市民が「お茶がある暮らし」を送るため、地域や学校、家庭など、様々な生活の中でお茶を飲む機会を創出するなど、お茶の地産地消の取組を推進し、消費拡大につなげていきます。	B
9	②地産地消の推進	消費を維持、拡大していくためにお茶に関わる機会が多い、地元民を活用した方が効果的であると思う。		B
10	②地産地消の推進	「まず隼より始めよ」市役所の職員7000人から始めてはいかがですか？全員が静岡市産のお茶を買って飲む。ここから始めずしてどこから始めるのでしょうか。	「静岡市のお茶」の消費拡大を推進するため、年2回、本市職員にお茶の一括販売を実施しています。 また、11月1日「静岡市お茶の日」及び毎月1日の「お茶に親しむ日」には、各庁舎の館内放送等で来庁者や職員に向けて情報発信を行っています。 今後も引き続き、職員への更なる意識醸成やお茶の飲む機会の創出に取り組んでまいります。	E
11	③環境に配慮した農業の推進	農業の持続可能性を担保するためには必要なこと。また、静岡のお茶はすでにある程度ブランド化されていることを踏まえ、国内外に消費を拡大するためには環境に配慮した農業という観点は重要だと考える。国によって使用してよい農薬が異なるため、国外への展開を考えるなら特に重要だと思う。	消費者の価値観も多様化し、環境を意識したお茶が求められる中、環境負荷低減や有機農業など消費者ニーズに合ったお茶づくりに取組む生産者を支援していきます。	B
12	④コトづくり(体験等)の充実	最近はモノ消費よりコト消費も強いので、KADODE大井川のお茶診断やお茶体験ツアーは人気が出たと思います。静岡市もそのような楽しさを共有するところが増えればSNS映え、買ってみたい、飲んでみたいとつながる可能性があります。(駅に近かったり公共機関から近く、つながっていた方が若い人も行きやすい)世界お茶まつりは3年に1回だけ1年に1回でも、世界規模じゃなくても市内のお茶まつりとか全国各地のお茶紹介とか何かしらやってくれたら嬉しい。お茶は中々飲み比べすることが少ないので、そういうコトができると味もわかるし、良い体験になると思います。	静岡市では、毎年5月に新茶シーズン到来を知らせるイベント『茶縁』や、11月1日「静岡市お茶の日」記念事業として、10月に『静岡市お茶まつり』を開催しています。 今後も、静岡茶発祥の地としての歴史や文化、茶畑などの景観、お茶の匠や茶商の熟練の技術などを観光資源として活用し、お茶を五感で感じられる「コト(体験等)」「お茶と出会う場」の充実させていくとともに、お茶に触れ、楽しむ機会を創出していきます。	B
13	④コトづくり(体験等)の充実	緑茶を飲む習慣がある人は以前に比べ大幅に減っているものと考えます。もちろん、持続可能であるための環境配慮や地産地消、高価格化のためブランド力強化も必要なこととは思います。しかしまずは、多くの人にお茶を飲む習慣を持ってもらうこと、慣れ親しんでもらうことが必要と考えます。そのためには、異業種交流のような感覚ですが、様々な分野とコラボして、お茶そのものや茶畑という空間、業界に触れる機会を設けることで、それまで関わりのなかった人たちが“お茶のある暮らし”に触れるきっかけをつくるのが肝要であると考えました。		B
14	⑤多様な連携	ブランド力はあると思うが、広く告知ができていないと考える。多様な連携を行うことで今まで届いていない層にお茶を届ける必要性を感じる。	観光、飲食、ホテル・旅館、教育など異業種との連携により、新たなお茶の楽しみ方の提供、お茶と出会う場やお茶と触れ合う機会を充実させるとともに、様々なネットワークや媒体を活用し、「静岡市のお茶」の発信、「お茶のまち静岡市」のブランド力の向上を図っていきます。	B
15	⑤多様な連携	なかなかかかつてのようなお茶の生産量や単価で勝負できる時代ではないので、生産や販売を追い求めるだけでなく、市民の生活の場面でのお茶が身近にあり、親しめるまちを維持し、進めていくことで、お茶のまちとしての認知度を高めるために、様々な場面でお茶が用いられることが必要ではないかと思えます。		B
16	⑤多様な連携	お茶に親しむことができる宿に宿泊してから、家でも日常にお茶を飲むようになったため。内容は次のとおり。様々な種類のお茶の試飲や利き茶体験、茶そばや茶餅ちなどのお茶を取り入れた食事、日常の場面に適したお茶や使いやすいデザインの急須の案内など。		B

●新しいお茶の楽しみ方、お茶の価値を向上させるためのお茶×〇〇の提案

番号	ご意見の内容	市の考え方	反映状況
17	<p>茶業関連業者及び組合、行政、プロモーション企業との連携 1)リーフ茶を急須で飲むのは手間がかかる。また、味覚が未発達な子供等には、緑茶より和紅茶やほうじ茶の方が好まれる。このようにまずは茶を好きになってもらうことからスタートする必要がある。そのための普及促進施策を連携して行ってほしい。商品開発として、茶に不慣れな消費者でも簡単に美味しく、日常的に茶を楽しむことができる商品を作ってほしい。茶は、湯温、湯量、茶量、浸出時間などを調整していなければならないし、茶種類によってそれらは異なる。好きにならなければリーフ茶をいれるのは面倒な作業だ。まずは茶初心者の消費者が美味しい茶を入れて、味わい、また購入したくなる商品を提供してほしい。</p>	<p>お茶に親しみ、楽しむ習慣を身に付け、「お茶のある豊かな生活」を送ってもらうために、茶業関係団体と連携し、小学校でのお茶の入れ方教室などの取組みを推進していきます。 また、多様化する消費者ニーズに対応したお茶や、お茶を使った商品開発への支援を行うほか、茶業界だけでなく様々な分野の業種と連携することで、お茶の楽しみ方を提案していきます。</p>	B
18	<p>お茶×食事 外食店で出てくるのは水です。お茶を飲みたくてもコーヒー、紅茶、ジュースはメニューにあってもお茶は無い。まずは、静岡市の飲食店だけでも美味しいお茶を提供するような働きかけを行政でしてもらえれば有難い。食事の時の飲み物は水が圧倒的に多いそうである。昨年、学校給食の和食の日に家からお茶を持ってきて飲んでもらうという事業が実施されました。子供の頃から食事の時にはお茶を飲むという習慣が身に着けば、食事の時に様々な飲料の中からお茶を選んで飲むのではなく、当たり前にお茶を飲むようになると思いますので、非常に有難い事業だと思う。</p>	<p>市内飲食店やカフェなど、お茶を味わい、楽しめる場所の情報を「お茶のまち静岡市」ホームページで発信しております。今後も広く情報発信していくことで、市内外の方が本市のお茶に親しむことができる機会の増加を図っていきます。また、静岡市産のお茶のおいしさを多くの方に知ってもらうため、関係団体、飲食店やホテル・旅館等とも連携し、お茶を楽しめる機会を創出してまいります。 また、小中学校において、お茶を飲む機会やお茶の食育の機会を確保することにより、お茶の愛飲を促進します。</p>	B
19	<p>『お茶×ギフト』 手軽なプレゼントとして、30代以下だと、紅茶や珈琲を贈ることはあっても、緑茶を贈る機会はなかなかないと感じます。一方で、台湾のお茶をお土産やプレゼントでもらうことはあります。両者の大きな違いは、パッケージデザインやストーリー性ではないかと思えます。昨年、JA静岡市の『Asa』『Kokozo』などの名前がついた小さな紙箱に入ったお茶を貰いました。いつも、銀色の密閉された袋にギッシリ詰まったお茶をもらっても飲まないのですが、そちらのお茶はすべていただきました。パッケージデザインの可愛さ、コンセプトに加え、飲みやすさ(急須不要)があったからだと考えます。急須できちんと入れることで本来のおいしさが、というのもあると思います。しかし、手軽に楽しめるものや、見た目こだわったものにも、それはそれで価値があると思います。紅茶や台湾茶のように、若者の間でもちょっとしたプレゼントとして静岡市の緑茶が選ばれるようになれば、国内外問わず需要が拡大できるのではないのでしょうか？また、緑茶はそもそも健康に良いものであり、ダイエットなど体型や健康に気を遣っている人にも飲みやすいものであると思います。10～30代くらいの女性をターゲットとしたマーケティング・商品作りを提案します。</p>	<p>多様化する消費者ニーズに対応したお茶や、お茶を活用した新商品開発・新事業展開を図ろうとする事業者を支援していきます。 また、現代のライフスタイルに望まれる新しいお茶の楽しみ方を異業種との連携により提供するとともに、大学や研究機関との連携によるお茶の効能の周知や活用を通して、健やかな生活づくりを進め、「お茶のある豊かな生活」を創造していきます。</p>	B
20	<p>静岡のお茶は産業として確立してはいるが、文化として発展していない理由として他業界との連携不足だと感じています。和菓子、洋菓子などのお茶請けや、料理とのペアリングなど。または嗜好品としてのお茶道具など。</p>	<p>観光、飲食、ホテル・旅館、教育など異業種との連携により、新たなお茶の楽しみ方の提供、お茶と出会う場やお茶と触れ合う機会を充実させていきます。</p>	B
21	<p>静岡茶の本来の姿である普通煎茶を新しい飲み方で提案し、歴史文化と融合させ、更なる心の豊かさにつなげることで価値がさらに向上するものと思われます。</p>	<p>これまで育まれてきたお茶の文化を次世代に引き継いでいくとともに、お茶が今の生活にあった形で楽しめるよう、新たなお茶の楽しみ方やお茶の価値の向上を図ってまいります。</p>	B

番号	ご意見の内容	市の考え方	反映状況
22	お茶×カフェ 美味しいお茶を飲む機会が増えれば、お茶の美味しさに目覚める人も増える。開館したばかりの歴史博物館に設置されたカフェが、なぜお茶をメインにした店にできなかったのか、甚だ疑問です。市内の観光施設には美味しいお茶が飲める所を必ず置いてほしい。静岡に来たらお茶が飲みたいと言う県外観光客は多いと思う。近年店舗数が増えている飲食の専門店との連携を考えてはどうかと思う。焼菓子、カレー、パンなど。特にカレーはインドとスリランカは紅茶の産地でもあり、お茶との相性は良いはず。それから洋菓子に合うお茶のブランド開発で、焼菓子店やケーキ屋でお茶も買ってもらうような取り組みをしたらどうか。	頂いたご意見は今後の参考とさせていただきます。	C
23	お茶とお菓子(スイーツ)の連携 楽しい事にはみんな目がないから		C
24	放置茶園をなくす 放置茶園を行政が一旦買い取り(借地)再生への道を推進。その放置茶園を利用し、行政監修のもと積極的に行政ビジネスを立ち上げる(必須事項として、お茶ボランティア&静岡市お茶の学校卒業生会発足) ①お茶は無限です。お茶は捨てる所がありません。②お茶の実再生オイル③お茶のアロマ製品④お茶の葉セラピー育成⑤お茶の葉墨⑥お茶のふりかけetc…		C
25	美しい景観を背景に、お茶を優雅なグラスに注いで乾杯する体験		C
26	ヨガやエステなどそういったものの効果を高めるためにお茶を飲んで身体を温めよう、といった方向性はいかがでしょう。		C
27	アウトドア		C
28	飲食店との連携		C
29	お茶×ブライダル カップルの写真やメッセージなどをパッケージにしてプレゼント、ブライダル以外のイベントでもお茶を。		C
30	お茶×缶詰 静岡の産業とのコラボ。開けたらお茶の香りが広がる。自販機で売っていたらもっとおもしろいのでは。		C
31	お茶×プラモ 静岡の産業とのコラボ。プラモデルの箱みたいなパッケージ。		C
32	お茶×サウナ 深蒸しの気分になれる。茶は香りもいいし、健康にも良い。		C
33	お茶×JR 公共機関、静岡駅構内でお茶の香りがする。お茶のラッピングがしてあるところがある等、視覚、嗅覚でお茶を楽しむ。		C
34	お茶×エコ 茶がらを肥料に。いつも捨てる量がすごいので何とか使えないかと思う。家庭で肥料づくりしやすいキットや、出がらしの再利用の方法を集めた本(小冊子)など。		C
35	駅のプラモの公衆電話が話題になったので、プラモ風の自販機やガチャガチャにお茶のものを入れる。静岡駅など人が集まる所に静岡茶の自販機を設置してもおもしろい。(各種お茶パックや、近くのお店で交換できる券が入っていたりなど)		C
36	手軽にお茶を親しめるデザインやフォルムの食器等(急須など)の製作		C
37	テレビ番組や芸能人、市長の記者会見の場など、公共の電波を使って静岡市のお茶の魅力発信		C

●その他意見

番号	ご意見の内容	市の考え方	反映状況
38	本山茶、本山抹茶をもっとPRした方がいい。	静岡市では、市内を流れる安倍川、藁科川、興津川流域の山間地から、駿河湾に近い日本平山麓まで、様々な産地で、多様なお茶が作られています。本山茶をはじめ、多様なお茶がある「お茶のまち静岡市」をPRしてまいります。	B
39	地産地消の推進もとても大事だと思う。静岡市はお茶の消費量が圧倒的に全国一であります。時々、他産地の通販業者が静岡新聞に他産地のお茶の広告を掲載している。何故？と思われると思うが、他県で広告を出すより消費量の多い静岡県で出した方が売れるからである。静岡市民が意識して静岡市産のお茶を飲むようになるだけでもかなりの量が消費されるようになる。そんな取り組みもしていただきたい。	市民が「お茶がある暮らし」を送るため、地域や学校、家庭など、様々な生活の中でお茶を飲む機会を創出するなど、お茶の地産地消の取組を推進し、消費拡大につなげていきます。	B
40	生産量が減り、価格が下がっているのは、消費が減り、需要がないからではないか。お茶を飲む習慣作り、お茶を飲みたくなる雰囲気作りが必要ではないか。		B
41	コトづくりを通じて関係人口が拡大することを期待します。	今後も、静岡茶発祥の地としての歴史や文化、茶畑などの景観、お茶の匠や茶商の熟練の技術などを観光資源として活用し、お茶を五感で感じられる「コト（体験等）」「お茶と出会う場」の充実させていくとともに、お茶に触れ、楽しむ機会を創出していきます。	B
42	ブランディングして海外への展開を図るとともに地産地消を推進していくのは戦略の軸がブレている印象を受ける。どういう棲み分けをして戦術を展開していくかが難しくなる。リソースを費やすなら海外展開をした方が大きなマーケットを狙えるかなというのが率直な意見である。	静岡市のお茶の消費拡大、ブランド力強化を図るためには、国内外に広く「山のお茶」の魅力や価値を発信していくことが必要です。そのためには、市民に「山のお茶」を飲んでことにより消費拡大につなげていく地産地消の推進はもちろん、国内外へ販路を拡大していくことも重要であると考え、取り組んでまいります。	B
43	味は言葉で言っても伝わらないので、よその産地との差別化を図るため、他にはない特徴、「こういった理由で希少だ」といった根拠のあるPRがほしい。	静岡市のお茶は山間地の急峻な斜面を利用して作られた高品質な「山のお茶」であり、“お茶の匠”たちにより多様な「山のお茶」が作られています。お茶が作られる地理的特性やそれぞれの歴史、生産者の思いやストーリーも「山のお茶」の魅力や価値であり、機械化や大量生産が難しい「山のお茶」ならではの希少性や産地の多様性を付加価値に、他産地との差別化を図り、「山のお茶」のブランド力を強化していきます。	B
44	今後の計画で、静岡市におけるお茶産業を高付加価値化に進めたいのか大規模生産化に進めたいのか、どちらなのかを明確化して欲しい。 お茶の生産額を上げるだけならば、鹿児島のように乗用機械の入る農地を増やし、大手飲料メーカーに卸す量を上げれば足りる。計画に記載されているような「山のお茶」としてのストーリーを強化していくのであれば高付加価値化であろうが、その場合京都等その土地名自体に高付加価値のある地域と対抗していくために強固な体制構築が求められると考える。個々の農家の思惑はさまざまあれど、静岡市としてどちらに進むことを主流とするのかを明確化し、そちらの流れを太くするような施策を展開して欲しい。どっちつかずの広く薄い計画では個々の農家の方針に頼るほかに、静岡市全体としてのお茶産業復興はならないと思う。	静岡市のお茶は山間地の急峻な斜面を利用して作られる「山のお茶」です。お茶が作られる地理的特性やそれぞれの歴史、生産者の思いやストーリーなどの「山のお茶」の魅力や、「山のお茶」ならではの希少性、産地の多様性を付加価値に、他産地との差別化を図り、「山のお茶」のブランド力を強化していきます。 一方、他の茶産地や平坦地の茶畑と比較すると効率的な管理を行うことができる園地が少なく、規模を拡大することが容易ではありません。そのため、本市では茶園の効率的な管理できるよう基盤整備や生産効率を改善するための機械導入など支援しています。	B

番号	ご意見の内容	市の考え方	反映状況
45	農家の方が儲かることを第一に考えるといいと思います。	第2次計画においては、「茶業の成長産業化 ～収益力が高く、強く攻めの茶業への転換～」を目標に掲げ、3つの重点施策に取り組んでおります。茶生産者をはじめ茶業関係者が将来にわたり持続可能な安定した経営が可能となるよう、引き続き支援や対策に取り組んでまいります。	B
46	静岡茶と言っても、一言では言い切れないのか一番の原因なのではないかを感じる。つまり茶農家と茶商の其々の歴史、静岡茶に対するルール、温度差、考え方の相違etc…例えば4月新茶の季節、年々前倒しのごとく早まり、4月初めには華街の茶商では、高額の静岡茶として出回るのですが、本来の山間部静岡茶は、漸く新芽が出たばかり…5月半ば市場に出てくるころには、2番茶扱いとなり、価格も下落。それでも頑張っているようですが…本来、行政が一番に助けなくてはならないのは静岡茶をわが子のように育てる茶農家さんではないでしょうか？そして、是非、静岡市＝歴史＝お茶の意味合いを考え、静岡市市役所内ちやきつとや、例えば静岡歴史館の中で山間のお茶農家さんの本来の静岡茶を何時でもきちっと飲める行政監修のもと、静岡市お茶の学校卒業生のお店＝お茶カフェの実現を希望目指しております。	静岡市のお茶の多くが中山間地域で作られるため、地理的特性から生産効率が低く、出荷時期も遅いことで、高品質であるにも関わらず、価格や茶業経営に反映されない傾向にあります。 静岡市では、毎年5月に新茶シーズン到来を知らせるイベント『茶縁』を開催し、「静岡市のお茶」をPRしています。また、お茶が作られる地理的特性やそれぞれの歴史、生産者の思いやストーリー、機械化や大量生産が難しい「山のお茶」ならではの希少性や産地の多様性を付加価値として、他産地との差別化を図り、「山のお茶」のブランド力を強化していきます。 また、「山のお茶」の生産や消費を支えるサポーターや仕組みづくりを確保・確立し、茶業支援に繋げていきます。	C
47	他のお茶産地と比べて外部から静岡市の活動がまったく見えません。内部では無く外に向けての取り組み強化を期待しております。	観光、飲食、ホテル・旅館、教育など異業種との連携により、新たなお茶の楽しみ方の提供、お茶と出会う場やお茶と触れ合う機会を充実させるとともに、様々なネットワークや媒体を活用し、「静岡市のお茶」の発信、「お茶のまち静岡市」のブランド力の向上を図っていきます。	C
48	地産地消のためにも、もっと街中でもお茶を使った商品の店を増やしてほしい。地産地消に取り組んでくれる店を出しやすいうちに後押ししたり、少し補助金を出したりしてもいいかと思う。	市内飲食店やカフェなど、お茶を味わい、楽しめる場所の情報を「お茶のまち静岡市」ホームページで発信しております。今後も広く情報発信していくことで、市内外の方が本市のお茶に親しむことができる機会の増加を図っていきます。また、静岡市産のお茶のおいしさを多くの方に知ってもらうため、関係団体、飲食店やホテル・旅館等とも連携し、お茶を楽しめる機会を創出してまいります。	C
49	静岡茶の歴史の裏付けや関係仏閣とのコラボ企画、茶産地ならではの体験イベントなど期待します。		C
50	奈良の明日香村に「あすかむ」という場所がある。村内で独立する人に向けてチャレンジショップとして場所を提供している。静岡市もお茶の盛り上げとしてこうした新しい取り組みとお茶を連携していくのもいいかと思う。	頂いたご意見は今後の参考とさせていただきます。	C
51	見直しにおける変更点は適切だと感じます。	ご賛同いただきありがとうございます。	D
52	昨年の災害で、茶の生産に大きな被害を受けた生産者の方々の支えになっていただけますよう、行政に期待しております。	被災した農地の復旧をはじめ、被害を受けた生産者に寄り添った支援を行ってまいります。	E
53	職員が率先してお茶の消費に取り組むことなくして本気で取り組んでいるとは思えない。	「静岡市のお茶」の消費拡大を推進するため、年2回、本市職員にお茶の一括販売を実施しています。 また、11月1日「静岡市お茶の日」及び毎月1日の「お茶に親しむ日」には、各庁舎の館内放送等で来庁者や職員に向けて情報発信を行っています。 今後も引き続き、職員への更なる意識醸成やお茶の飲む機会の創出に取り組んでまいります。	E