

地域ブランド 戦略 ③

地方PR機構 代表理事
殿村 美樹

静岡茶をブランドにした渋沢栄一

日本資本主義の父といわれる渋沢栄一。明治初期の混迷する日本に銀行や株式会社をつくり、約500もの企業経営に携わった日本経済の立役者である。その彼が今、熱い注目を集めている。2024年に発行される新一万円札の肖像に決まり、彼の人生を描くNHK大河ドラマ「青天を衝け」が人気を集めている。渋沢栄一ゆかりの地は大喜びで、この機に地元の“渋沢伝説”を売り込もうとPRに余念がない。

なかでも静岡に伝わるエピソードは興味深い。読み解くほどに、渋沢流の地域ブランド戦略が見えてくるからだ。しかも彼が仕掛けた地域ブランドは静岡茶である。つまり「静岡といえばお茶」というイメージは彼が生み出したことになる。

ただ、彼が静岡に滞在したのはたった1年足らずのこと。地元では、この短い期間に静岡茶の可能性を見極め、パリで学んだ知識を生かして日本初の株式会社を設立し、茶農家に投資したと云われているが、そのまま信じるには無理がある。

では何が彼を動かしたのか。そのキッカケを知りたくて、地元で伝わる話を詳しく調べてみた。すると案の定、歴史上あま

り語られない人間ドラマが見えてきた。地域活性化のヒントも垣間見える。概要を紹介しよう。

慶喜に頼まれ立て直し

話は明治維新直後に遡る。幕臣だった渋沢栄一がパリから帰国したのは明治元年末のこと。変わり果てた日本の姿に戸惑いながら、かつての主君・徳川慶喜が謹慎していた静岡藩を訪れ、慶喜に藩政を立て直すよう頼まれたという。



慶喜の邸宅に渋沢は会社を設立した。今は料亭となって渋沢の遺影も展示されている

承諾して早速静岡の様子を見ると、そこには慶喜を追ってきた多くの元幕臣たちがいた。幕府という心の拠り所を失い、勝海舟の勧めで茶の栽培を始めたものの、経験も資金もなく困り果てていたのだ。そこで渋沢は彼らが茶農家として再出発できるように、パリで学んだ知見を生かし、茶農家に資金援助するための銀行と茶を売る商社機能を併せ持った日本初の株式会社

「商法会所」を設立した。

つまり渋沢を動かしたのは、慶喜と元幕臣の役に立ちたいと願う人間らしい気持ちだったのだ。史料によると慶喜を追ってきた元幕臣はおよそ1万3,000人。そのうち静岡藩で賄えたのは5,000人程度で、残り8,000人は失業したことになる。そんな彼らに勝海舟が茶の栽培を勧めたのは、新政府が輸出品として茶を奨励していたからだ。

海外諸国を知る渋沢は、この話に大きな可能性を感じたに違いない。静岡で茶を作ればどんどん売れて、慶喜も元幕臣も藩政も、すべてが救われると確信したのである。急いで茶の生産と販売の支援体制を整えた理由がよくわかる。

そんな渋沢に元幕臣たちの心が動いたことは想像に難くない。「投資してくれた人の恩に報いたい」という強い想いはその後、静岡茶の急激な発展に繋がった。そして静岡の清水港は、茶の輸出において全国でも中心的な役割を果たすようになった。こうして「静岡といえばお茶」という地域ブランドが生まれたのだ。

渋沢栄一は「世の中の事はすべて心の持ちよう一つでどうにでもなる」と名言を遺している。静岡茶も、失意のどん底にいた元幕臣たちが心の持ちようを変えたからこそ発展したのである。今、コロナ禍に疲弊する地域にも人々の心を明るくする施策が求められている。地域ブランド戦略も渋沢栄一に学びたい。G