

ブレンド産地からブランド産地へ
—— 隠れた名品・土佐茶の再生を求めて ——

2013 年度

高知大学人文学部
国際社会コミュニケーション学科
岩佐和幸ゼミナール

発刊にあたって

本書は、高知大学人文学部国際社会コミュニケーション学科・岩佐和幸ゼミナールの2013年度調査報告である。本ゼミナールでは、グローバル化の問題を、身近なモノや地域を題材にしたフィールドワークを土台に考えることを、毎年の課題にしている。今年度は土佐茶に光を当て、産地の現状と課題を探ることになった。

高知県の代表的な産品としてすぐに思い浮かぶのは、全国一の生産量を誇る様々な農産品であろう。特に、ユズやショウガは、青果出荷にとどまらず、県内で様々な加工品が次々と開発されてきたことから、全国的にも知名度が高く、本ゼミナールでも過去に調査対象に取り上げたことがある。それに比べれば、土佐茶は、全国的に見ると小規模産地であるため、ややマイナーな印象を受けるかもしれない。それでも、土佐茶は、県内では仁淀川流域等の山間地域を中心に産地が形成され、香り・風味ともに個性的な素材として長年評価されてきた。つまり、土佐茶は、静岡県等に移出され、ブレンド用茶葉として利用される「隠れた名品」として、緑茶製造業界では重要な役割を果たしてきたのである。

ところが、最近では、ペットボトル茶等の普及と消費形態の転換を背景に、リーフ茶の市場縮小や茶葉の価格下落、海外からの茶葉輸入といった形で緑茶市場の構造が激変し、小規模な移出産地である高知県は、産地存続の危機を迎えている。このような中、県内ではブレンド用茶葉の移出依存から脱却し、新たに土佐茶ブランドの普及・拡大に向けた新たな取り組みが行われている。では、「ブレンド産地からブランド産地への展開」は、実際にはどのような成果と課題を生み出しているのだろうか。このような問題意識から出発し、土佐茶業界の関係者ならびに仁淀川流域の生産者に対するヒアリング調査を通じて、分析結果を纏めたのが本書である。

なお、本書は、2・3年生の6名が分担して執筆し、試行錯誤を重ねながら取り纏めを行ったものである。詳細は本論に譲るが、土佐茶に従事する生産者組合や個別農家、新規参入企業が、商品高度化や個性的な生産・流通方式、消費者との直接的なコミュニケーション構築に挑戦していること、加えてキーパーソンとしての女性の役割等、興味深い分析結果が表れている。反面、私の指導力不足により、本書の中には分析の粗密や誤解等が散見されるかもしれない。大小にかかわらず、読者の皆さんからのご意見・ご感想等をお寄せいただけると幸いである。

最後になったが、今回の調査では、高知県地域農業推進課、高知県農業技術センター茶業試験場、JA全農こうち、池川茶業組合、池川茶園、岡林製茶、国友商事株式会社等、多くの方々より調査にご協力いただくとともに、土佐茶の魅力について熱心にご教示いただいた。この場を借りて、御礼申し上げたい。

2014年2月

椰子の樹を仰ぐキャンパスにて

高知大学人文学部
国際社会コミュニケーション学科
教授 岩佐 和幸

目 次

発刊にあたって

はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

第一章 日本の緑茶市場の変化と苦悩する土佐茶・・・・・・・・2

1. 緑茶消費の構造変化 /2
2. 緑茶の産地比較と土佐茶の位置 /4
3. 縮小する高知県の茶産地 /7

第二章 「ブレンド」から「ブランド」へ

— 行政とJAの土佐茶振興策 — ・・・・・・・・10

1. 高知県の土佐茶振興対策 /10
2. JA 全農こうちの取り組み：土佐茶を全国へ /11

第三章 新たな世界に挑戦する茶生産者・・・・・・・・13

1. 池川茶業組合と池川茶園：
緑茶づくりの共同から緑茶スイーツへの展開 /13
2. 岡林製茶：「緑茶博士」がこだわる緑茶の自園自製 /14
3. 国友農園：「山の総合商社」が挑戦するこだわり山茶 /16

おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・18

執筆者一覧&編集後記・・・・・・・・・・・・・・・・20

はじめに

高知県では、「清流」四万十川や仁淀川の流域にある山間地域を中心に、古くから茶づくりが営まれてきた。県内の各産地は、茶づくりに適した地形や気候条件に恵まれ、そこで育つ「土佐茶」は、香り・風味ともに味わい深いことで知られてきた。最近では、仁淀川上流で生産される「仁淀茶」「佐川茶」「池川茶」、四万十川流域の「四万十茶」「津野山茶」等、各地の気候や土地条件をうまく利用した多様な茶が、高知県の一つの特産品となっている。さらには、吉野川流域の大豊町では、茶葉を乳酸菌発酵させた碁石茶という特色ある茶も生産され、近年では全国だけではなく海外へも輸出が行われる等、注目を集めている。このように、高知県は全国に誇れる「茶どころ」なのである。

しかし、これだけ豊かで個性的な茶産地であるにもかかわらず、高知県は伝統的に静岡等の主要産地のブレンド茶葉供給地として位置づけられてきたため、土佐茶の価値はこれまで過小評価されてきた。実際、高知で生産された茶の7割が、主にブレンド用茶として県外へ移出され、土佐茶の位置づけはいわば「隠れた存在」であった。しかも、近年では、ペットボトル茶の普及に伴って急須でお茶を飲む人が減少し、リーフ茶の需要減を背景に小規模産地である高知の茶産地は苦境を迎えている。加えて、産地では、農家と茶の樹齢の高齢化のために、担い手も縮小再生産しており、産地の存続が危うくなってきている。

このような状況において、土佐茶に携わる生産者や関連業者は、一体どのような取り組みを行っているのだろうか。本ゼミナールでは、土佐茶の主産地である高知県仁淀川流域を中心にフィールド調査を行い、現場で生の声を聴き、生の状況を観察し、実際に舌で味わった。そして、これまでの土佐茶に関する研究では比較的手薄であった産地レベルでの実態と新たな展開についての解明に取り組んだ。本書は、その調査結果をまとめたものである。

本論に入る前に、全体の構成について紹介しておこう。まず、第一章では、日本の緑茶市場の動向ならびに土佐茶の位置付けについて、統計データを素材に分析を行う。第二章では、土佐茶の現状を踏まえた行政やJAの取り組みに焦点を当て、土佐茶の生産・流通・販売の新たな取り組みについて検討する。第三章では、県全体のレベルから産地レベルに下りて、土佐茶の危機を打開する新たな実践を、3つの類型を中心に論じる。最後に、全体で明らかになった内容を総括し、締めくくりにしたい。

第一章 日本の緑茶市場の変化と苦悩する土佐茶

1. 緑茶消費の構造変化

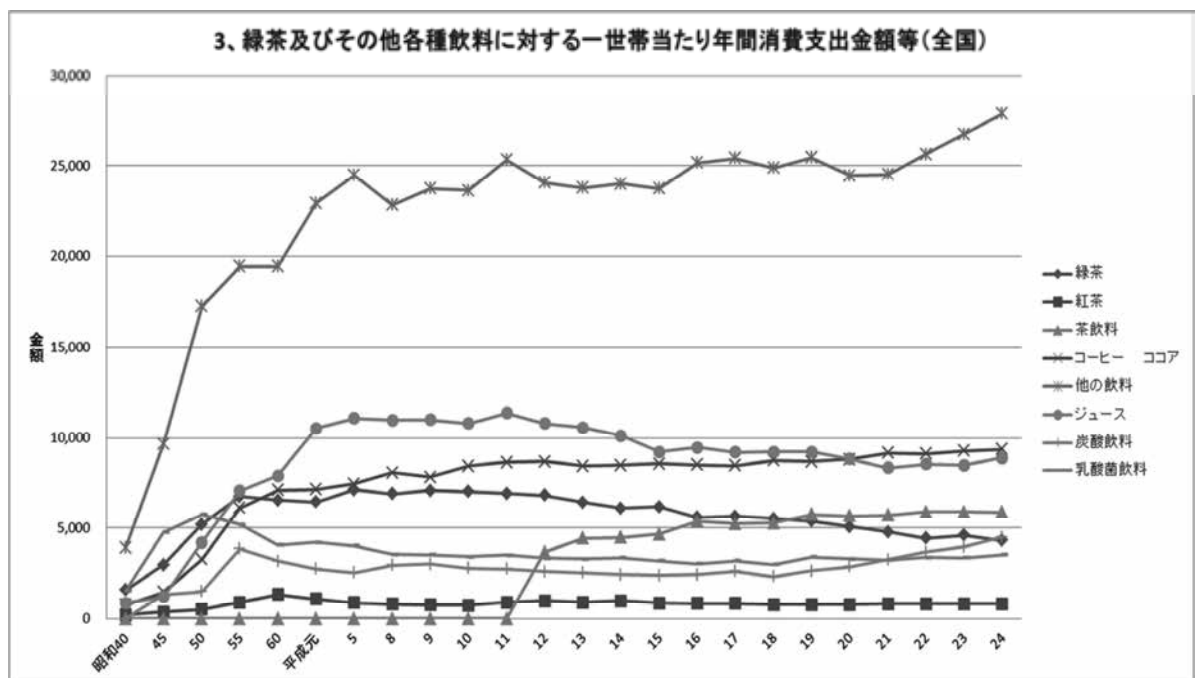
[1] リーフ茶から緑茶飲料へ

本章では、近年の日本における緑茶の消費・生産動向を取り上げ、緑茶市場の全体像を確認する。その上で、土佐茶の最近の状況を明らかにしていきたい。

最初に、緑茶の消費動向から始めよう。図Ⅰ－1 は、茶類を含む飲料の国内消費の推移を示したものである。この図からも分かるように、緑茶は 1965 年時点では他の飲料を除けば首位であり、その後も飲料の中では上位に位置していたが、1990 年代以降は減少に転じ、2012 年時点では飲料中 6 番目まで位置づけが低下している。実際、緑茶消費量は、2012 年で 9 万 1112t と、2005 年をピークに年々減少傾向にある。逆に、同図で注目すべきは、茶飲料である。このカテゴリーは、1990 年代末より登場し、2000 年代に入って急増しているのが分かる。では、緑茶はなぜ減少傾向にあり、茶飲料が伸びているのだろうか。この点を、緑茶市場の内部を検討することで明らかにしていこう。

そもそも緑茶はどのようにして消費されているのだろうか。緑茶の消費形態は、主に 2 つに分類できる。1 つ目は、急須でお茶を淹れる際に利用されるリーフ茶、もう 1 つは、ペットボトルや缶で利用される緑茶飲料である。かつての日本では、「お茶」といえば、茶葉を用いて急須に入れて飲む形態が主流であった。しかし、1996 年に小型のペットボトル飲料が販売されてからは、お茶を沸かさずにすぐに飲める利便性や、どこでも持ち運びができる携帯性が消費者に受け容れられ、緑茶の消費方法がその後大きく変化していくことになった。

図Ⅰ－1 飲料の国内消費の推移



出所：日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年より作成。

実際、緑茶飲料については、1985年に伊藤園が「缶煎茶」を販売して以来、大手メーカーも緑茶飲料市場に参入し、1993年は3000万箱を突破、その後4年で5000万箱の大台に乗り、99年には7000万箱を突破している。その後、緑茶飲料生産量は、2005年の264万8000klをピークに頭打ちが続いていたが、2012年には前年度の生産量を上回り、徐々に回復傾向を見せつつあり、今後もますます拡大していくことが予想される。

一方、リーフ茶は、購入額・消費量ともに減少している。緑茶（リーフ）の一世帯当たりの年間購入数量は、2001年の購入金額6432円・購入量1174gをピークに減少しており、2011年は購入金額4567円・購入量972gと、10年間で購入金額は約2000円、数量は200g近く下落している。その結果、日本の緑茶消費量は、2004年の11万6823tをピークに年々低下し、2012年の消費量は9万1122tと、8年間で約2万t余りも減少した。

このように、かつては急須に茶葉を入れて飲むことが主流だった緑茶の消費形態は、ペットボトル等の緑茶飲料の消費の広がりとともに、大きく変わった。そして、こうした変化は、緑茶市場全体や緑茶生産農家へも、大きな影響を与えるようになってきたのである。

[2]緑茶市場の変化

そもそも、緑茶は、収穫時期によって「一番茶」「二番茶」「三・四番茶」「冬春秋番茶」に分けられる。一番茶は、「新茶」とも呼ばれ、一年で最初に摘まれる茶葉である。他の二番茶以降の茶葉と比べて、さわやかな旨みと香りが特徴である。緑茶の旬は、一番茶であるとも言われている。そのため、価格についても、一番茶と二番茶以降では大きく異なっており、一番茶の平均値が3000円であるのに対して、二番茶の平均値は1250円と、倍以上の開きがある。リーフ用に使われる茶葉は、この一番茶が多く使用されている。

一方、緑茶ドリンクに使われている茶葉は、二番茶以降の安価な茶葉が使用されている。緑茶ドリンクの普及によって、二番茶以降の安い茶葉の市場が拡大したものの、二番茶以降の茶葉は価格が低いため、茶農家にとっては収益が上がらないばかりか、一時期は中国を中心に海外からの輸入が行われ、産地表示制度の導入までは拡大をもたらした。加えて、市場の変化に伴うリーフ茶の需要下落によって、一番茶の価格も下落傾向を見せるようになった。2008年の一番茶の価格は1kg当たり2,426円であり、2004年度の83%の水準まで落ち込んだ。

このように、私たちの消費生活の領域では、かつては一杯一杯急須で入れて飲むことが主流だった緑茶は、ペットボトル等の緑茶飲料の登場によって消費スタイルが大きく変化し、より手軽に消費できるようになった。しかし、茶の生産に着目すると、緑茶飲料の市場拡大は、緑茶市場の変化と荒茶価格の下落をもたらした、農家経営に大きな影響を及ぼしている。つまり、緑茶飲料の拡大は、リーフ茶離れを通して、茶生産農家に暗い影を落としているのである。

ただし、このような状況は、緑茶の産地の間でも差があるのも事実である。次節では、茶の産地比較を通じて、農家への影響を見ていくことにする。

2. 緑茶の産地比較と土佐茶の位置

[1]小規模産地としての高知県

まず、全国の緑茶の産地とその特徴について検討しよう。

表Ⅰ－１は、茶の栽培面積を示したものである。同表からも分かるように、静岡県が１位で、続いて鹿児島県、三重県となっている。中でも、静岡県と鹿児島県のみで栽培総面積の６割弱を占め、緑茶市場の動向を左右する重要な存在であることがわかる。一方、高知県は、全国８番目の産地であり、全国に占める割合は１％という小規模産地である。

表Ⅰ－１ 主産地の茶栽培面積

都道府県	茶栽培面積 (ha)				
	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
静岡	19,700	19,200	19,000	17,500	18,500
鹿児島	8,660	8,690	8,690	8,670	8,680
三重	3,260	3,250	3,210	3,170	5,490
宮崎	1,650	1,630	1,630	1,620	1,620
京都	1,599	1,620	1,640	1,639	1,641
福岡	1,590	1,600	1,580	1,580	1,580
熊本	1,630	1,620	1,610	1,600	1,580
高知	572	545	499		441
全国	48,000	47,300	46,800	46,200	45,900

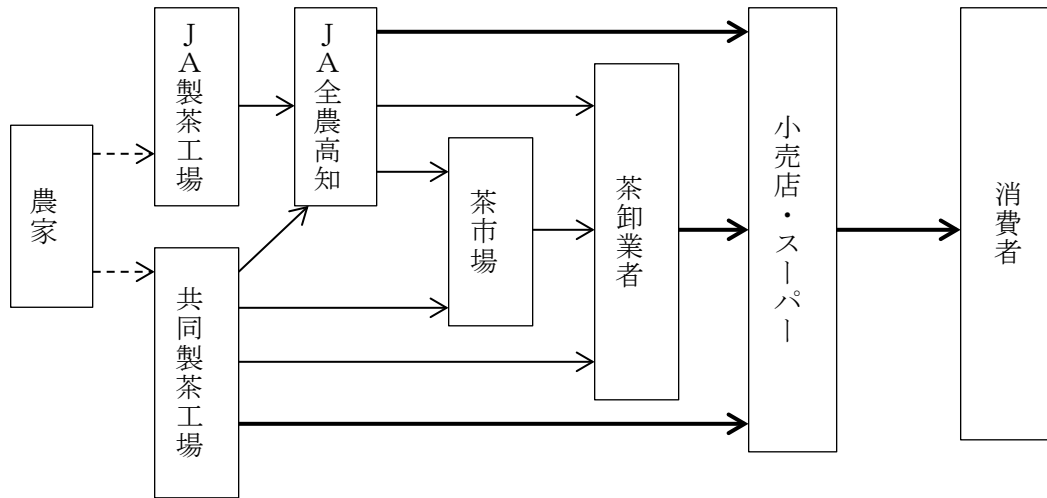
出所：日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年、3 頁より作成。

表Ⅰ－２ 荒茶の主産地の生産量

都道府県	荒茶生産量 (t)				
	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
静岡	40,100	35,000	33,400	33,500	33,400
鹿児島	26,000	23,400	24,600	23,800	26,000
三重	7,490	6,600	6,370	7,345	7,900
宮崎	3,215	2,749	2,917	2,616	2,986
京都	2,704	2,679	2,716	2,621	3,164
福岡	2,312	2,310	2,376	2,140	2,423
熊本	1,688	1,480	1,346	1,420	1,490
高知	401	364	347	310	304
全国	93,500	86,000	83,000	82,100	85,900

出所：日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年、7 頁より作成。

図 I - 2 高知県産茶の流通



注：生葉 --> ， 荒茶 —> ， 仕上げ茶 —>

出所：高知県農業技術センター茶業試験場でのヒアリング調査を基に作成。

次に、産地動向を荒茶生産の観点から見てみよう。表 I - 2 より、荒茶生産においても、静岡県が全国トップであり、次いで鹿児島県、三重県と続いている。また、静岡県と鹿児島県のみで荒茶生産量全体の約 7 割を占めており、両県は荒茶市場の動向を左右する重要な産地であることに変わりない。その中で、高知県は全国生産量の 0.4% と、栽培面積以上に全国的には小規模産地であることが読み取れる。

[2]他県に移出される土佐茶

以上、緑茶生産の特徴についてみてきたが、流通面ではどのような特徴があるのだろうか。次に、緑茶の流通に視点を移してみよう。

図 I - 2 は、高知県から見た茶の流通経路を示したものである。高知県で収穫された茶葉は、半分以上が J A 経由で、荒茶、次いで仕上げ茶に加工され、消費者に販売される。この図の茶市場とは、静岡県の茶市場を指しており、高知県で生産されるお茶の約 7 割が、静岡茶市場へと流れる。そして、高知産の荒茶が静岡を含む様々な産地の荒茶とブレンドされることになる。茶は加工品であるため、最後に加工する業者が静岡県の業者ならば、静岡茶として販売される。

以上を踏まえ、荒茶・仕上げ茶の移入・移出状況についてみてみよう。表 I - 3 は、産地別で見た荒茶と仕上げ茶の移入・移出状況を示したものである。この表から、高知県と鹿児島県は、荒茶生産量のうち県外へ移出（表中の C）する割合は、それぞれ 72%、70% と突出しており、それに比べて県内での仕上げ茶仕向け量は少ないことがわかる。逆に、静岡県や三重県や京都府、福岡県では、県外からの移入を含め、県内仕上げが主流である。

このように、全国的には鹿児島県と高知県が主要な荒茶移出県であることが明白である。では、同じ移出産地には、どのような違いが見られるのだろうか。まず、鹿児島県に注目してみよう。

[3]移出産地間の差異:鹿児島県を例に

すでに述べたように、近年、茶の消費が減少している。その原因として多大な影響を与えているのがペットボトルの登場である。ペットボトルの登場により、手軽にお茶を買うことができるようになり、急須でお茶を入れる家庭も減少した。また、ペットボトルに使われるのは、二番茶以降の安いお茶であるため、ペットボトルの原料を作らない農家も多い。このように、ペットボトルが登場したことにより、全国的にお茶の栽培農家数や栽培面積などが減少した。しかし、お茶の生産状況が低迷している中で、お茶の生産を伸ばしているのが鹿児島県である。では、一体なぜ鹿児島県はお茶の生産を伸ばしているのだろうか。そこで、この節では鹿児島茶についてみていく。

表 I - 3 荒茶・仕上げ茶の移入・移出状況

都府県名	荒茶				仕上げ茶(荒茶換算しない)			
	荒茶生産量 A	移入量 B	移出量 C	仕上げ向 量 $D=A+B-C$	県内向け 仕上げ茶 E(Dを仕上 げたもの)	移入 量 F	移出 量 G	県内仕 向量 H $=E+F-G$
埼玉県	581.0	1,925.0	0.0	2,506.0	2,255.0	2,887.0	160.0	4,982.0
静岡県	33,400.0	...	...	33,400.0	...	...	...	0.0
岐阜県	540.6	...	...	541.0	...	...	...	...
三重県	7,800.0			7,800.0				
滋賀県	805.0	...	...	805.0	...	...	...	...
京都府	3,052.9			3,052.9	3,052.9			3,052.9
奈良県	1,950.0	97.5	1,365.0	682.5	648.0	9.7	324.0	333.7
高知県	304.0	1.0	220.0	85.0	72.0			72.0
福岡県	2,385.3	—	—	2,385.0	2,385.3	...	...	2,385.3
佐賀県	1,406.5	80.0	514.0	972.5	660.5	100.0	400.0	360.5
長崎県	818.0	...	...	818.0	...	...	...	...
熊本県	1,420.0			1,420.0				
大分県	380.0		121.0	259.0	259.0			259.0
宮崎県	3,831.0	205.0	851.0	3,185.0	—	—	—	—
鹿児島県	26,000.0	...	18,200.0	7,800.0	7,800.0	...	5,200.0	2,600.0
計	85,831.0	3,154.4	21,455.4	67,530.0	17,761.0	3,688.2	6,283.4	15,165.8

出所: 日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年より作成。

表 I－4 全国と鹿児島県の茶栽培面積の推移

年	1965 年	1975 年	1985 年	1989 年	1993 年	1998 年
全国	48,500	59,200	60,600	59,000	55,700	51,200
鹿児島	4,410	7,160	7,620	7,580	7,530	7,740
年	2003 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
全国	49,500	48,000	47,300	46,800	46,200	45,900
鹿児島	8,350	8,660	8,690	8,670	8,670	8,680

出所：日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年、3 頁より作成。

表 I－4 は、1965 年から 2012 年までの全国と鹿児島県の茶栽培面積の推移を表したものである。全国で茶の栽培面積が減少している中、鹿児島県は栽培面積を大幅に伸ばしてきた。この要因として考えられるのが、同県での収穫における機械化体制の確立である。鹿児島県の茶園は、99.6%が傾斜 5 度以下の平地で、機械の導入が比較的容易であるという特色がある。そのため、重労働である生茶の大規模栽培・収穫が可能になり、傾斜地での茶生産が中心の他産地に対して優位性を発揮するようになったのである。

では、同じ移出産地でも、高知県はどのような状況なのだろうか。次節では、高知県の茶生産の状況についてみていく。

3. 縮小する高知県の茶産地

[1]土佐茶の歴史と特徴²

高知における茶の歴史は古く、天平時代に行基が高知に茶木を植えたという記録が残されている。その天平時代から次第に始まっていった高知の茶づくりは、戦国時代には各地で茶の栽培が広がるようになっていた。明治・大正時代には、新製茶技術として青製製茶法（現在でいう煎茶を作る技術）が伝わり、県内の茶生産が盛んになっていった。

また、明治の初期には、物部川・吉野川流域の香美郡と長岡郡が高知の主な茶産地であった。それが明治の末期から大正・昭和期にかけては、茶産地は仁淀川流域の吾川郡と高岡郡へとシフトしていった。高知の茶の歴史は、産地の移動の歴史であるとも言える。

こうした歴史ある土佐茶の特徴は、飲んだときに味が濃く、香りが強いという点である。その背景にあるのは、気候が温暖で降水量が多いということ、主要産地は山間の傾斜地にあつて、地質としては中生層であることがある。中生層はミネラルが豊富で、水はけが良く、排水が良いため、お茶の生育に最適な地層であると言える。もう 1 つの特徴は、急傾斜地に茶が栽培されているため、作業の際に機械を使うことが難しく、大量生産には適していない点である。このように気候、地質、地形といった風土的条件のもとで、土佐茶が生産されているのである³。

² 高知県農業技術センター茶業試験場でのヒアリングによる。

³ 高知県茶業試験場「土佐茶の話」に基づく。

〔2〕厳しい状況にある土佐茶

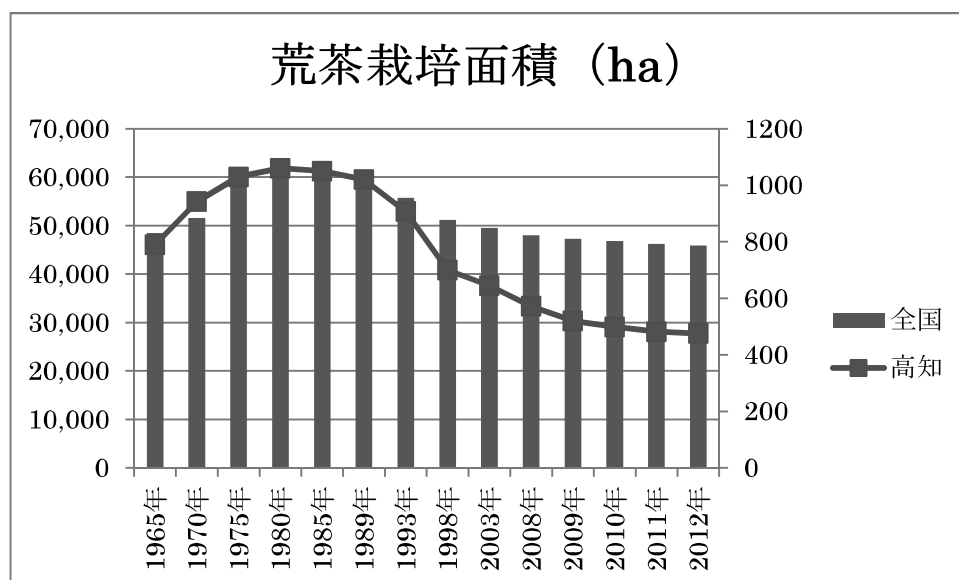
では、現在はどうのような状況なのだろうか。

図Ⅰ－３は、高知と全国の荒茶の栽培面積を表したものである。全国的に荒茶の生産量と栽培面積は年々減少しているが、高知県は他県に比べて落ち込みは一層激しいことが分かる。同様に、図Ⅰ－４では、荒茶生産量の推移を示したが、荒茶生産量の減少幅も全国と比べて著しい。このことから、高知県は、近年の緑茶市場の影響をより大きく受けた産地であることがうかがえる。その理由としては、弱小産地であり、リーフ茶用荒茶の移出産地であるため、ペットボトル茶を中心とする緑茶飲料の普及に伴う茶葉の使用減と価格低下の影響を大きく受けたことが挙げられる。

実際、生茶の加工動向に注目すると、表Ⅰ－５からみてとれるように、全国の荒茶工場数に占める高知県の割合は 100 分の 1 にも満たない。また、高知県内で仕上げ茶加工まで行っているのは、わずか 3 工場だけである。このことから、高知県のほとんどの茶葉が静岡、愛媛などに送られ、仕上げ茶へと加工されていることがわかる。茶業試験場の調査によると、土佐茶の約 7 割がブレンド用として静岡県に送られ、残りの 3 割が高知県で茶葉として使用されているという。しかし、静岡県などにブレンド用の茶葉として荒茶を出荷していたが、原産地表示の厳格化や、緑茶消費が減少したため高知県のお茶の価格は下がってきているのである。

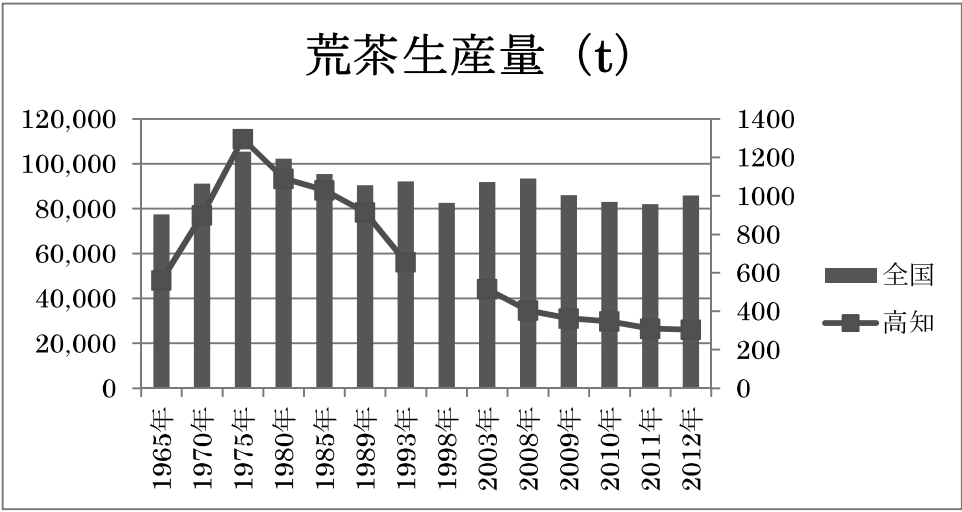
加えて、鹿児島のような大規模産地との比較では、高知県では急傾斜地で茶を生産するため、機械を使った作業が難しい点も挙げられる。実際、高知県では、傾斜度が 40 度を超える茶園が全体の 40% を占めており、機械を導入することがかなり困難な状況にある。そのため、高知県の栽培面積や栽培農家数の減少は他県よりも著しく、全国の中でも一層深刻な状況に置かれている。このような状況下で、生産農家の高齢化と後継者の途絶、茶価格の低下に伴う生産意欲の低下、さらには、茶園の放棄が進行し、このまま進めば茶栽培面積と荒茶生産量の減少に歯止めがかからない状況が続くと予想される。

図Ⅰ－３ 全国と高知の荒茶栽培面積



出所：日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年、3 頁より作成。

図 I -4 全国と高知の荒茶生産量



出所：日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年、7 頁より作成。

表 I -5 高知県の荒茶加工場数の全体に占める割合(2012 年の工場数)

都府県名	荒茶加工場数												荒茶加工場数				
	荒茶加工場の経営形態												年間生葉処理量100トン以上		年間生葉処理量100トン未満		
	個人経営		個人経営以外														
			任意		農事組合法人		会社		農協		その他						
			うち仕上加工も 実施	うち仕上加工も 実施	うち仕上加工も 実施	うち仕上加工も 実施	うち仕上加工も 実施	うち仕上加工も 実施	うち仕上加工も 実施	うち仕上加工も 実施	個人経営	個人経営以外	個人経営	個人経営以外			
高知県	41	22	2	0	0	2	1	0	0	17	0	0	0	0	5	22	14
計	5,714	4,178	642	597	78	325	32	293	62	304	72	17	5	135	155	1,602	479

出所：日本茶業中央会『平成 25 年版茶関係資料』2013 年より作成。

ところで、すでに述べたように、県内の中でも茶の産地は特定地域に限られている。2006 年度の高知県市町村別荒茶栽培面積の調査によると、最も多いのが仁淀川町の 229ha、次に津野町の 94ha、四万十町の 59ha と続いている。これらの地域は、雨量が多いこと、水はけが良いこと、昼と夜との寒暖差が大きいことなど、茶の栽培に非常に適しているため、栽培面積が大きいと考えられる。

以上のように、土佐茶を取り巻く現状は厳しいが、これに対して、現在はどういう取り組みがなされているのだろうか。また、県内の主要産地ではどのような打開策に着手しているのだろうか。次章以降で詳しく述べることにしたい。

第二章 「ブレンド」から「ブランド」へ — 行政と JA の土佐茶振興策 —

1. 高知県の土佐茶振興対策⁴

本章では、第一章で論じてきた土佐茶の課題に対して、行政と JA はどのような対策を試みているのかについて検討する。まず、高知県庁の地域農業推進課（以下、農業推進課）でのヒアリングを基に、県内での土佐茶の振興対策について紹介する。

すでに明らかにしたように、高知県の茶生産は、荒茶価格の低迷や生産者の高齢化、栽培条件の不利性、茶園の老朽化などの課題を抱えている。これらの現状を踏まえ、高知県では茶産地の再生を目指して、高知県産業推進計画に「土佐茶振興対策」が盛り込まれ、2009 年度から開始された。

これまでの土佐茶は、荒茶として県外に販売する、いわばブレンド用の原料としての位置づけが主流であった。しかし、荒茶価格の低迷や小規模産地ゆえの産地間競争での不利性に直面する中、荒茶の移出だけでは見通しが立たないのが現状である。そこで、高知で作られた荒茶をさらに仕上げ茶まで加工し、最終商品として販売することによって商品高度化を図り、茶生産農家が生産を維持できる所得の確保を目指すというのが、この活動の目的なのである。そして、この生産維持の仕組みづくりを通して、県内で消費されているお茶の県内産比率を現状の 48%から 60%まで向上させることが、土佐茶振興対策の目標とされたのである。

土佐茶振興対策には、大きな柱が二つある。第 1 に、試飲や PR 活動、新しい飲み方の提案、営業活動強化による、土佐茶の消費拡大や販路拡大である。第 2 に、茶生産農家が生産を維持できるような所得の確保を目指した生産維持の仕組みづくりである。

以上の柱を踏まえ、現在行われている主な取り組みについて、具体的に見ていく。

まず第 1 に、県内における土佐茶の PR や認知度拡大の取り組みである。代表例が、2010 年 12 月 26 日に、高知市帯屋町商店街にオープンした「土佐茶カフェ」である。このカフェ設立の狙いは、「土佐茶を知ってもらう・飲んでもらう・販売する」という、いわば土佐茶のアンテナショップの場として新たに設置し、県内の人々に土佐茶の知名度拡大と消費拡大につなげることである。また、単に土佐茶だけを提供するだけでなく、土佐茶によく合うスイーツやランチなどもあわせて提供し、土佐茶に対する認識拡大を図っている。加えて、土佐茶の入れ方、新しい飲み方を知ってもらうためのセミナーも定期的に開催している。こうした活動を続けていった結果、今では土佐茶カフェのリピーター率が 9 割にまで上昇する等、認知度が高まっていった。

その他にも、「新茶まつり」、また「土佐茶まつり」などの試飲・PR 活動や、小学校での出前授業などを行うことで、高知の隠れた名産である土佐茶のアピールを行っている。

第 2 の取り組みは、土佐茶ブランド戦略構築事業である。高知県の荒茶生産量は、全国シェアの 0.4%と大変少なく、県内各地域の JA・茶商・自園自製自販農家における商品開

⁴ ここでは、高知県地域農業推進課でのヒアリング内容に基づく。

発力やプロモーション力も非常に弱いため、県外での知名度が低く、販売面で不利な状況に置かれている。そこで、県内の自園自製・自販農家が協働し、統一ブランドを構築して土佐茶の販売を有利に進めようというのが、本事業の狙いである。

具体的な施策として、マーケティングリサーチやブランドコンセプト、パッケージングデザインなどに即した統一ブランドの構築や、品質調査および製品茶の試作などを通じた製造方法の開発などを行っている。こうした取り組みを基に、商品開発とテストマーケティングがなされ、最後に販売へと展開する流れである。最近の動きとしては、県産ほうじ茶の統一ブランド「土佐炙茶」が代表例であり、**2012**年に販売が開始された。ほうじ茶は、まだ国内には有力な産地がないため、ほうじ茶の集团的取り組みを通じて高知の茶産地としての地位向上を図るとともに、統一ブランドならではの **PR** 力や新しい販売販路も重視した取り組みが始められている。

第3に、土佐茶産地育成事業である。これは、施肥・土壌管理の改善のモデル実証、地域産の土佐茶の販路・消費拡大を目的とした事業である。県内茶園の現状は、農業者の収益の減少だけでなく、産地での指導体制の弱体化にも直面している。指導体制が弱体化すると、施肥・土壌改良資材の投入がきちんと行われず、茶葉の収量・品質の低下につながる。こうした現状を踏まえ、荒茶の生産性・品質向上対策として、**JA コスモス・JA 津野山**による施肥・土壌管理のモデル実証調査を行っている。具体的な内容として、まず茶園の土壌診断を行い、診断結果を元に土壌改良計画を作成する。そして必要な資材などを投入し、投入前と投入後でどれくらい収量・品質が変化したかを調査するというものである。この調査によって、高知県の茶園の土壌は酸性のことが多いことがわかった。そのため、アルカリ性の土壌を投入し、品質・体制を再構築し、施肥・土壌管理のモデル園設置を行っている。

以上、土佐茶振興対策を具体的に見てきた。他にも、県ではこれら施策とともに、利害関係者と「土佐茶販売対策協議会」を設け、土佐茶の普及に取り組んでいる。同協議会では、土佐茶の産地育成・新しい茶葉のブランド作製・新しい販売販路の開拓・県内のイベントを通じた **PR** 活動など、生産から販売まで一貫した政策を行っている。こうした取り組みが功を奏し、高知県の仕上げ茶販売額は、**2008**年の**7068**万円が、**2011**年には**1億8026**万円にまで上昇している。他県では仕上げ茶の販売額は伸び悩んでいるにもかかわらず、高知県は上昇傾向にある点が注目される。一方、茶園の現場では、生産者の高齢化と老木化が深刻な問題であり、今後は茶業の人材育成にも早急に取り組まなければならない。

2. JA 全農こうちの取り組み:土佐茶を全国へ

次に、JA 全農こうちの取り組みについて見ていく。全農こうちは、生産者と消費者を安心で結ぶ架け橋を目指して、営農と生活支援、安全で新鮮な国産農畜産物の供給、地球環境保全への積極的な取り組み等を経営理念としている。**2001**年**4**月に、全国農業協同組合連合会と統合して、現在の全農こうちが発足した。以下では全農こうちでのヒアリング調査をもとに、緑茶事業を中心に論じていく⁵。

⁵ ここでは、JA 全農こうちでのヒアリング調査(**2013**年**8**月、**9**月)に基づく。

全農こうちで土佐茶への取り組みが始まったのは、2009 年度から着手された県の産業振興計画の一つとして、土佐茶振興対策が盛り込まれてからである。当時、年々荒茶の販売価格が下落し、従来の静岡県などへのブレンド用主体の荒茶販売では厳しい状況であることは明らかであったことから、事態を打開しようと始めたのがきっかけである。具体的な取り組みとしては、全農こうちブランドの仕上げ茶への進出、土佐茶対策協議会への参加と新茶まつりや土佐茶まつりなどでの PR 活動、高知県立大ならびに県茶業試験場との共同研究事業である土佐茶ブランド「茶楽々」の開発・試験販売などである。特に仕上げ茶進出については、荒茶の移出にとどまらない新たな取り組みとして重視され、加工ラインと特殊加工設備、付帯設備を備えた仕上げ茶加工施設を整備することで、製茶工程だけでなく、ティーバックにしたり、パウダー状にしたりする取り組みも行われるようになった。

こうして、全農こうちでは、高知県産の茶葉を全て使い、製品茶や、ティーバック、ペットボトル茶などの販売に取り組んでいる。今では、高知県産の荒茶生産量のうち、約 4 割は JA 全農こうちが扱っており、残りの 6 割はブレンド用として静岡、京都、愛媛へと出荷している。また海外輸出も念頭に置いており、シンガポールで県の勧めから土佐茶の販売をしたこともある。

全農こうちの生産品目は、製品茶が 4 種類、緑茶ティーバッグが 3 種類、ペットボトル茶が 5 種類である。全て高知県産の茶葉を 100 パーセント使用して作られているものである。土佐茶の主な販売先は、県内ではサニーマート、サンシャイン等のスーパーや、県産品アンテナショップのてんこす、さらには県外でもスポット的に販売している。

土佐茶振興における大きな問題は、生産農家の高齢化である。茶は急傾斜地での作業であるため、高齢になると経営を続けていくことが困難になり、危険を伴うことから、辞めてしまう農家も少なくない。そこで、生産農家を守っていくために、地域住民や JA からの支援が必要になってくる。生産者を元気付けられるような取り組みをすることが、今後の課題となっている。

こうした課題克服に向けて、現在の活動としては、荒茶の販売状況が厳しいことから、製品茶やペットボトル茶の販売に、特に力を入れている。また、高知市内にある土佐茶カフェは、多くの人が訪れ、土佐茶を PR するためのとても重要な場所となっている。さらに、抹茶入りの商品作りや、冷水で飲めるクールティなど、新たなお茶製品の開発に取り組んでおり、全農こうちではこうした取り組みにさらに力を入れていきたいとのことであった。

以上、本章では、高知県と JA 全農こうちの取り組みを検討してきた。いずれも荒茶移出県からの脱却に向けて、仕上げ茶の取り組みに力を入れ、土佐茶をブレンド茶からブランド茶にしていくことを目指していることが見えてきた。では、このような動きの中で、産地では一体どのような展開が見られるようになっているのだろうか。次章では茶生産農家の代表例 3 つに焦点を当てることにしたい。

第三章 新たな世界に挑戦する茶生産者

1. 池川茶業組合と池川茶園：緑茶づくりの共同から緑茶スイーツへの展開⁶

吾川郡仁淀川町にある池川茶業組合は、第二次オイルショックによる資材高騰といった厳しい状況を背景に、池川地区の自園自製の8戸の茶農家で1993年に設立した農事組合法人である。もともと池川地区は、江戸時代において山に自生する山茶を手揉みし、手箱山の氷とあわせて殿様に献上したという茶産地で知られ、その後も山茶からやぶきたへと品種を変えながら、茶作りに従事する人が増えたため、1985年頃には50ha、茶工場も21工場に増える等、当地区のみならず県内屈指の茶産地へと成長した。こうした池川地区の中核的な生産者集団が、同組合なのである。

組合設立について紹介しよう。同組合の組合員は、いずれも自営の工場を保有し、荒茶を出荷していたが、個別農家ではいい値が取れないこと、加えて出荷先の静岡市場側より「出荷を纏めてほしい」という要望があったという。以前は、組合で加工した荒茶の95%以上が静岡市場に出荷していたため、8戸がまとまって組合設立へと向かったとのことであった。加えて、組合設立によって、荒茶製造機械の購入に際して補助が付くという狙いもあった。こうして、組合が設立され、団結して茶栽培に取り組むだけでなく、県の先進的農業生産総合推進対策事業を通じてコンピュータ制御の荒茶加工施設を導入することになった。そうした成果が認められ、2008年には関西茶業品評会で農林水産大臣賞を受賞するほど、同組合は高品質の茶生産者として知られるようになっていく。

表Ⅲ－1 池川茶業組合の生産・販売動向

年度(平成)	生葉(kg)	荒茶(kg)	売り上げ(千円)
11	174,145	35,566	114,199
12	162,614	35,968	94,537
13	170,358	37,553	100,238
14	142,914	30,662	82,871
年度(平成)	生葉(kg)	荒茶(kg)	売り上げ(千円)
20	146,359	29,516	45,063
21	105,037	22,953	39,767
22	101,669	21,405	27,290
23	48,740	10,165	22,070
24	82,158	16,413	29,113

出所：池川茶業組合資料より作成。

⁶ ここでは、山中博文「池川一番茶の消費拡大に向けて」『くらしと農業』第25号2号、2011年、および、池川茶業組合と池川茶園でのヒアリングに基づく。

もともと、第一章で述べたように、2005 年頃よりペットボトル茶の普及や産地表示品目に緑茶が追加されることを背景に、主力の一番茶がピーク時の 60%まで低下し、二番茶以降はコスト割れする等、厳しい状況に直面している。実際、表Ⅲ－1 が示すように、茶市場価格の下落に伴って、生産・販売動向は低下傾向にある。また、現在、組合には 4 人が残っているものの、4 人は高齢化に伴い準組合員となっている。加えて、所有している茶園面積は、設立時には 15ha であったが、現在は 11ha に低下している。

このような状況をうけて、茶の生産においては、茶園面積は減少しているものの、できるだけ良い畑を残すようにしているという。それに加えて、力を入れているのが、1 つは、荒茶出荷の依存度低下と卸売業者を通さない「池川一番茶」の直接販売である。今でも、池川茶業組合で収穫された煎茶の 7 割は静岡市場へ出荷し、二番茶・三番茶も静岡市場へ出荷しているが、荒茶の出荷では先ほどみたように展望が見えないことから、独自の商品化に取り組んでいる。主な販売先は、サンシャインの「太陽市」やナンコクスーパーなど、高知市を中心に 50 店舗で販売し、アンテナショップにも出す他、通信販売も行っている。生産品については、煎茶と一番茶摘み取り後の小さな遅れ芽を摘んで加工した親子茶の二種類あり、始めて 4 年目となるが、売り上げは安定してきている。

もう 1 つの取り組みが、「池川茶園」である。池川茶園とは、池川茶業組合の女性たちによる組合の茶を用いた手作りスイーツのお店である。2011 年 4 月より 7 人で活動が始まり、現在では 5 人で取り組んでいる。池川茶園の特徴は、「自分たちで作ったお茶を使用したスイーツなら自信を持って提供できる」という強い思いを胸に、主役のお茶を活かしたスイーツを製造・販売している点にある。商品としては、茶畑プリン、茶畑ロール、茶のつばみという生チョコがあるが、あくまでもスイーツを切り口に、「池川一番茶」の消費拡大へつなげることが主眼なのである。実際、ネット販売や大阪の人気テレビ番組「ちちんぷいぷい」での放映等のメディア報道以後、一気に注文が殺到したという。売り上げは一日に 18 万円くらいの時もあるほど順調であり、池川茶園のスイーツが宣伝されることによって池川茶業組合を知ってもらえる機会も増えたという。

今後の課題は、後継者の確保である。現在、組合員は 60 代が主体であり、茶の樹齢の高齢化も進んでいるが、設備は十分に整っているため、担い手が確保できれば、とのことであった。今のところ、後継ぎ予定者は 2 人いる他、I ターンも 1 人いる等、次世代への継承の可能性も出ている。そして、今後の展望は、一人でも多くの人に池川のお茶を知ってもらうことであるという。こだわりを持ち続け、お茶農家であるということを忘れずに、池川茶園のスイーツをきっかけにして、お茶自体をほしいと思ってもらえるような雰囲気作りをしていきたいとのことであった。

2. 岡林製茶:「緑茶博士」がこだわる緑茶の自園自製

高知県の茶農家は、主に農協へ出荷することが多いが、農協を通さず独自のやり方で茶の取り組みを行っている農家もある。本節では、農協を通さず、自前で仕上げ茶加工まで行う自園自製農家の岡林光治さんについて、実際に行ったインタビューの結果に基づいて

記していく⁷。

まずは、岡林製茶の概要について記したい。岡林製茶は、高知県高岡郡佐川町に住む農家の岡林光治さん・景子さん夫婦が販売している商品である。栽培面積は、2.5ha であり、その内訳は、在来種が 20a、ソウフウが約 10a、オクミドリが約 10a、タカチホが約 15a、7132 が約 5a、1.9a がヤブキタである。他の緑茶農家では、ヤブキタが主流であるが、それに対して、岡林製茶では、地元特有の在来種をはじめ、多様な茶種を生育しているのが大きな特徴である。

もう 1 つ、岡林製茶の特徴としては、高知県では古くから親しまれているきし豆入りの茶を販売していることである。きし豆は、中国地方でよく知られており、島根、鳥取、広島、山口などでよく作られている。ただし、茶農家としては、きし豆はあくまで「草」として考えおり、高知県に古くからある在来種を大切にしていきたいとのことであった。

このように、緑茶栽培に大変なこだわりを持っているのが大きな特徴であるが、こうして収穫された生茶を基に、岡林製茶では、様々な商品を生産している。現在は 5 種類の緑茶（茎茶が 2 種類、粉茶が 3 種類）、きし豆入り番茶、玄米茶を製造・販売しており、販売先はサニーマート、佐川町のサンシャインなどで行っている。以前は、同じ地区で、静岡市場に向けて 8 戸の農家がグループを作り、品種別に荒茶出荷をしていた。しかし、すでに述べたように、荒茶の単価が大幅に下落したこと、そして同業者同士の競争の激化などから、8 戸のうち 2 戸がリタイアしたという。そこで、現在では、静岡へは出荷をしておらず、独自に特定の顧客と荒茶と小売りでの販売をしている。

また、岡林製茶では、店舗以外にも毎月第 1・第 3 日曜日に、高知大丸東館の前で店頭販売を行なっている。実際に茶をその場で煎って実演販売を行うことから、お茶の漂う香りに通行人が自然に足を止めてくれるそうである。このお客と会話をしながらの販売は、生産者と消費者とのつながりを大切にしているためであるという。

さらに、岡林製茶を語る際に無視できないのは、岡林さん夫婦が、高知県内で 8 人いる日本茶インストラクターの第 1 号・2 号である点である。日本茶インストラクターとして、消費者が間違った情報を鵜呑みにしないように、ちゃんとした知識を広めていきたいと考えており、高知県内でも重要な役割を担う存在なのである。

それでも、今後の展望については、緑茶市場の厳しい様子がうかがわれた。例えば、岡林製茶でも、茶栽培だけでは厳しい状況であるため、農地の転用を模索しているという。以前に、太陽光発電の候補地になったことがあったものの、農地法の関係で実現できず、断念したという。後継者がいないことから、誰かに畑を貸し出そうと思っているが、まだ本格的には考えていないとのことであった。しかし、その一方で、前向きな取り組みも考えているとのことであった。その 1 つが、新たに半発酵茶の開発も考えているとのことであった。この点からも、厳しいながらも、「緑茶博士」として、茶栽培に意欲的である様子がうかがえる。

最後に、高知県の土佐茶振興の現状について質問すると、例えばほうじ茶については、「安物の茶」を売っているような印象を受けるため、新たな商品を作るばかりではなく、茶についての知識を身につけ、「知性のある茶産地」になる必要があるとのことであった。

⁷以下では、岡林製茶でのヒアリング（2013 年 9 月 23 日）に基づく。

また、今後の土佐茶戦略として、「一部の茶の良さを分かるような人に良いお茶を売り、その他大勢は大きなメーカーに任せるような販売の仕方をしなければ、将来生き残れないのではないだろうか」と、「緑茶博士」なりの危惧を抱いている様子うかがえた。

3. 国友農園:「山の総合商社」が挑戦するこだわり山茶⁸

国友農園は、吾川郡いの町に拠点を置く国友商事株式会社の農業部門である。国友商事は、建設事業を中心に、新しい技術の導入や高品質な商品をモットーとし、地域社会に貢献すべく改革を続けるという経営方針の下で様々な事業に取り組んでいる「山の総合商社」である。事業は、大きく分けると、土木建設業、林業、農業の3部門で構成されている。土木部門では、林道工事、災害復旧、治山工事などが主要事業である。林業部門では、森を守り、森を育てる、そして森を活かすというテーマを掲げ、いの町、四万十町、仁淀川町、佐川町に森林を所有・管理している。農業部門は1999年より着手した部門であり、茶だけではなく、柚子や有機栽培の米作りにも取り組んでいる。この他、山の茶畑の谷水で山茶を味わったり、八十八か所巡りなど、「山」本来の良さを体験してもらう体験型観光も行っている。こうした様々な事業の中で、茶は同社の農業部門である国友農園の主力事業である。

茶の栽培を始めたのは、前社長から、建設業の事業が空白となる春先の仕事を開拓するように言われたことがきっかけであった。それ以降、現社長の国友昭香さんは、現在の茶業や市場の研究をはじめ、「なぜ何千年もの間、世界中の人が茶という飲み物を飲み続けてきたのか」といった茶の歴史や本質を勉強した他、実際に中国で茶にまつわる場所を訪問したり、200種類以上の茶の試食を行ったりした。こうした精力的な活動の成果として、山を伐開して茶畑をつくり、現在の「りぐり山茶」が完成したのである。

「りぐり」とは、「こだわり」という土佐弁であることから分かります、国友農園の「りぐり山茶」には、大きな特徴がある。第1に、やぶきたを代表とする通常の茶の品種ではなく、あくまで山に自生する山茶にこだわっている点である。加えて、他の田畑の影響を受けないようにと、深山での有機無農薬栽培をしており、実際に有機JAS認証も取得している。第2に、山茶素材を生かして、手摘みで収穫するとともに、素材の加工にふさわしく、風味や香りを活かすために釜炒り製法を採っている点である。第3に、通常の緑茶市場の流通に乗せるのではなく、あくまで直接販売を手がけている点である。その際、ゆるぎないイメージを発信するために、ギャラリー「草流舎」でのテスト販売や、イベントへの出店、ブログの開設を通じたPRも行っている。実際、2006年には、手作りパッケージでテスト販売から始め、2012年にはパッケージを木箱にするグレードアップを図った。さらに、同年には、農林水産六次産業化事業体にも認定された。

こうした特徴ゆえに、販売先にも特徴が見られる。例えば、高知県内では、地元の道の駅633 美の里、草流舎などに販売しており、県外では新宿伊勢丹やあべのハルカス近鉄本店、2012年6月には銀座三越の「チアアップ！ニッポンの食展」へも出品した。販売額は、茶だけで500～600万円、農業分野全体で850万円となるが、農外企業の農業進出という面

⁸ ここでは、国友農園でのヒアリングに基づく。

だけでなく、従来の緑茶生産とは一線を画した取り組みから、高知県の茶生産者の中でも異色の存在として注目されている。また、同社の経営においても、2000年代以降の構造改革以後の公共事業削減の中で、茶をはじめとする農業部門は重要な位置づけとなっている。

将来的な課題としては、高齢化や担い手の問題が指摘された。現状はそれほど困っていないものの、今の若者は山仕事を避ける傾向があり、結局はお年寄りが担うことになっている。そのため、もしかすると将来は海外からから人を雇うこともあるかもしれないとのことであった。それでも、政治動向に左右される公共事業に対して、政治に比較的左右されない農林業は重要であると考えており、「山の総合商社」として今後も取り組んでいくとのことであった。また、国友社長は、地域の問題にも関心を抱いており、同地区でも集落活動センターが始動する中、田舎のオープンカフェを開きながら、地域の交流・雇用に貢献しながら地域格差をなくしていきたいと考えているとのことであった。

おわりに

以上、高知県の隠れた名品である土佐茶に着目し、県全体や仁淀川流域を中心とする各産地・生産者の間での新たな取り組みならびにそこに潜在する問題点を明らかにしてきた。最後に、私たちの調査・分析を通して明らかになった点をまとめる。

まず第1に、日本の緑茶市場の変化についてである。近年の緑茶消費において、元々急須を使って飲まれていた緑茶は、ペットボトルの普及によりリーフ用の茶葉の需要が減少するようになった。他方、安い二番茶を使用した緑茶ドリンクでは、農家の採算が合わず、国内生産量は減少傾向にある。このことから、ペットボトルなどの緑茶ドリンクの出現は、消費者が手軽に緑茶を飲めるようになった一方、生産者にとっては受け入れられる状況ではないことが分かった。また、緑茶ドリンク市場のさらなる拡大だけでなく、TPP加盟による海外からの安い茶葉の流入の可能性により、リーフ用の茶葉の需要が一層減少していくことが懸念される。

第2に、上記の状況の打開策として登場した、ブレンド産地からの脱却と、土佐茶ブランドの普及の現状についてである。従来、静岡県産茶葉とのブレンド用として出荷されていた土佐茶は、荒茶価格の低迷、大手メーカーのペットボトルの普及、生産者の高齢化などの理由により、生産量の減少が顕著になっている。そこで高知県は、産業振興計画の一つとして「土佐茶」を重点品目の1つに取り上げ、荒茶生産だけでなく仕上げ茶加工まで行う新たな取り組みを始めるようになった。こうした中で、第二章では県とJAの取り組みについて紹介し、さらに第三章では池川茶業組合、岡林製茶、国友農園の活動を取り上げ、ブレンドからブランドへ向かう取り組みの意義と課題を検討した。その結果、特に後者については、生産者組合、個別農家、農外部門からの参入企業と、いずれもタイプは異なるものの、①単なる茶葉生産・一次加工にとどまらず、それぞれに茶葉の生産に対して独自のこだわりをもち、通常の緑茶商品に対して比較優位を作り出そうとしていること、②荒茶移出を脱して各生産者でしか出せないこだわりの仕上げ茶の生産へ進出し、さらには茶からスイーツやパウダー等、一層の商品高度化へと展開していること、③緑茶市場特有の複雑な流通業者への依存を回避し、消費者との直接取引に挑戦するとともに、消費者との直接的なコミュニケーションを通じて茶の生産に生かした取り組みを行っていることが浮かび上がってきた。

第3に、土佐茶ブランドの新たな取り組みの中心に、女性が位置している点である。例えば、池川茶業組合では、農家の女性グループが中心となって池川茶園を開業し、緑茶を活かしたスイーツ開発を行っている。岡林製茶では、夫婦ともに日本茶インストラクターとして、消費者に対して緑茶の良さの普及に日々取り組んでいる。最後に、国友農園は、社長自身が女性であり、徹底した市場リサーチとこだわり抜いた商品・製法・マーケティングを通じて、他には見られない「りぐり山茶」を土佐の山間から発信している。このように、女性が土佐茶の生産・流通に大きく関わり、男性中心の「農業」では生まれてこなかったような新たな構想と実践をもたらしている点を考慮すると、今後の土佐茶の課題を乗り越える上でジェンダーの視点も不可欠であると考えられる。

第4に、今後の土佐茶の課題についてである。現在の茶業に共通する課題として、農家

の高齢化と茶の樹齢の高齢化が挙げられる。特に高知県は、急傾斜地に茶が栽培されているため、お年寄りにはきつい作業である。不利な栽培条件により、鹿児島県のように機械を導入することは難しい。しかも、茶の販売価格が低迷しているため、茶の樹木の更新も進んでいない。県は土佐茶振興対策事業を行っているが、こうした2つの高齢化対策に向けて、まだまだ制度の充実を図る必要があるだろう。

それでも、高齢化や後継者不足が問題視される中、茶の生産者の間では、これまでの常識を打ち破る新たな商品作りをするなど、困難な中でも茶栽培に意欲的な面が多く見られた。現在の状況に満足するのではなく、他には見られない・よりよい土佐茶を作り続けていこうという姿勢は、暗い影を落とす高知県の茶業において明るい光の可能性を秘めている。こうした生産者の取り組みを支援するという意味で、我々消費者は、毎日の生活に欠かせない緑茶の一消費者として、普段の生活を見直すとともに、まだまだ始まったばかりの土佐茶の取り組みを県民挙げて応援していく必要があるだろう。

執筆者一覧&編集後記

片山 麻衣(高知大学人文学部岩佐ゼミナール 3 年生)

第三章 2 節・おわりに

今回、土佐茶について調査を行い、様々な場所を訪れ、様々なお茶を飲ませて頂いた。とても貴重な体験であったとともに、移動の際は非常に大変な思いをしたのも事実である。しかし、私自身高知県民でありながら、積極的に土佐茶振興の取り組みを知らず、今まで意識してもいなかった。今後は、土佐茶の県内外への広がりを見守っていくとともに、自分自身積極的に飲んでいきたいと思う。

最後に、報告書を作成するにあたり、協力して頂いた関係各所の方々、岩佐和幸先生、ゼミのメンバーには感謝しています。ありがとうございました。

有村 純平(高知大学人文学部岩佐ゼミナール 3 年生)

第一章 2 節

お茶という言葉聞いて、静岡産のお茶をイメージする人は多いが、高知産のお茶が思い浮かぶ人は少ないだろう。私自身も今回の報告書を作成するまで、高知のお茶についてはほとんど何も知らなかった。しかし、現地調査や論文を読むことで、高知は静岡茶市場の原料供給地であることや土佐茶独特の味わいがあることが分かった。また、私達が普段よく飲むペットボトルのお茶は、茶農家にとって多大な影響を及ぼしていることに驚き、強く印象に残った。そして、便利になった物事をただ受け入れるのではなく、その背景には何があるのかということまで考えなければならなかったと感じた。

最後に、この活動を通して協力してくださった方々、様々な面で指導してくださった岩佐先生、熱心に活動に取り組んだゼミのメンバーにこの場を借りて感謝の気持ちを述べたい。

三瀬 彩乃(高知大学人文学部岩佐ゼミナール 3 年生)

第一章 1 節・第二章 1 節

土佐茶の調査を通じて、土佐茶の生産状況が大変厳しい状況下にあることを認識し、この状況は高知だけでなく日本全国の茶農家に見られる現状だと感じました。今後 TPP などの影響により安価な外国産の茶葉がますます日本へ入ってくると考えられますが、これに対抗するため日本の茶市場はどの様に行動すべきなのか考えられました。また茶市場だけでなく他の農産物も同じように新しい販売の仕方を考える必要があるのではないかと思います。

高知県の土佐茶が、他の県とは違った特徴を持ち、地域の方々が自信を持って育てておられることを知りました。また調査を通して、お茶を作る人々の苦労も知りました。大変な作業だけれど、お茶を大切にし、お茶農家の人々の作った素敵なお茶をもっと多くの方々に知ってもらいたいと思いました。

この調査を通して土佐茶についてだけでなくこれからの学生生活にあたって役に立つ多くのことも学ぶことができました。また、行く先々では、丁寧に土佐茶について説明してくれ、とても楽しく調査できました！一年間とても楽しくゼミをすることができました！ありがとうございました！

今回の調査を通して、高知県の特産品である土佐茶の厳しい現状や、丹精込めて茶葉を作り生産されている方々の「生産者レベル」での取り組みや活動について知ることができた。私は高知県出身であるが、実は、今回の調査で高知県が隠れた茶所であるということを知り初めて知った。もちろん私のように、地元の特産品やそれを生産する方々の取り組みを知らない消費者は数多くいると思う。なので、毎日口にするお茶や食べ物は、どこで、どのようにして、どのような思いで生産されたのか、消費者にきちんと伝わるような取り組みが増えていったらいいなと感じた。そして、私自身も一消費者として、積極的に生産者の取り組みに目を向けていきたい。

最後に、この報告書の制作に協力してくださった方々、岩佐和幸先生、ゼミのメンバーには感謝しています。本当にありがとうございました。

岩佐ゼミナール既刊報告書

- 2000 年度 岐路に立つ土佐マグロ漁業 ― グローバル化の荒波の中で ―
- 2001 年度 国境を超えるショウガと国内産地の選択 ― 高知県窪川町のショウガ農家を中心に ―
- 2002 年度 自然体験型観光とまちづくりへの課題 ― 「くじらのみえる町」 大方町からの報告 ―
- 2003 年度 高知直売所物語 ― グローバルからローカルへ 地産地消の取り組み ―
- 2004 年度 高知の農業の新たな主役 ― 外国人研修生と女性リーダーを中心に ―
- 2005 年度 外国人研修生と地場産業 ― 愛媛県今治市のタオル・縫製業を中心に ―
- 2006 年度 国際化する地域と外国人労働者 ― 広島県西部地域を中心に ―
- 2007 年度 国境を超える労働力と地域産業 ― 広島県江田島市のカキ養殖業と中国人研修生 ―
- 2008 年度 グローバル化する食／ローカル化する食 ― カツオ一本釣りと高知オーガニックマーケットを事例に ―
- 2009 年度 「村の直売所」 さんさん市の発展に向けて ― 日高村さんさん市活性化委員会最終報告書 ―
- ジェンダー格差をこえて ― 高知の女性の労働実態 ―
- 2010 年度 ローカリティの表現体として喫茶店と龍馬ブーム
- 2011 年度 回転寿司のグローバル化と地域 ― 高知市内の寿司業界を中心に ―
- 2012 年度 ユズ産地・高知県における加工業の発展と農業

ブレンド産地からブランド産地へ ― 隠れた名品・土佐茶の再生を求めて ―

2014 年 3 月 31 日 発行

編集・発行 高知大学人文学部国際社会コミュニケーション学科 岩佐和幸ゼミナール

Tel : 088-844-8244 (研究室直通)

Fax : 088-844-8249 (学科事務室)

e-mail : kiwasa@kochi-u.ac.jp

<http://souls.cc.kochi-u.ac.jp/?&rf=59>

印刷 株式会社 リーブル

〒780-8040 高知市神田 2126-1

Tel : 088-837-1250