

第4回「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」政策検討会議 要約

- 1 日 時 平成26年9月1日(月) 午後1時30分から午後4時30分まで
- 2 場 所 京都府庁西別館 301会議室
- 3 内 容 「アクションプラン及び京都府茶業振興計画の中間案について」

【山なり茶園地域の生産対策について】

- ・京都品種への転換について書いて頂いているのは大変良いと思うが、煎茶からてん茶への移行と機械で刈る玉露もある。「煎茶から覆い茶へ」という書き方が望ましい。
- ・第一回目の検討会で、機械化の話があったが、その後トーンダウンした気がする。
- ・てん茶の機械や収穫機械等、改良できるなら茶研の機能強化と併せて進めていきたい(事務局)。
- ・機械系ハードについては、今後も検討していくが、ICTをもっと活用できないか。国等からも茶研や農家を通じて何か出来ないかオファーが来ている。この先、ICTは進んでいく。お茶の世界でどんなことが出来るか考えていかないと(事務局)。

【高級茶(手摘み茶)の継承対策について】

- ・摘み子確保の支援対策について、ハローワークが提案されているが、茶摘みは本当に短期間の雇用なので、どれほど集まるか疑問。
- ・摘み子さんは、家事の合間に来られる方も多く、近所の方でないと難しい。以前から、宇治市の茶生産組合では広告を出しているが、茶園の場所と連絡先が分かるようになっており、そこへ直接連絡してもらっている。チラシの経費がかかるが、宇治市から1/2補助して頂いている。
- ・宇治市では、人は集まるが、人件費がかさむことが問題となっている。最低賃金は年々上昇して経費を圧迫している。賃金の補助ができないか。
- ・技術研修と言っても誰が教えるのか。初めての方については、これまでは生産者側で教えてきた。歩合制であり、摘み子側も時間が惜しいため、研修期間はとれない。
- ・苦い経験だが、高度経済成長期に人が集まらなくなって、ハローワークを利用して、遠方からバスで人を連れてきて茶摘みをして頂いた。摘み子集団にはチーフがいて、摘み方を教えた。大変なのは、まかない。お風呂や泊まる場所も問題となる。4～5年続けたが結局廃業した。
- ・摘み子について、和東町でもハローワークを考えたが、賃金がネックとなったため、ボランティアホリデーを提案し、実施した。
- ・ボランティアホリデー等のポータルサイトを活用するという手段もある。
- ・ボランティアは全国の市町村に入ってもらい、たいてい行政が仲介する。
- ・和東では農家民宿で宿を提供して昼は働いてもらっている。
- ・最近では学生のインターンシップが増えており、大学と連携するのも1つの手。

【担い手対策について】

- ・トップ企業はノウハウの継承について考え始めている。誰が見ても分かるマニュアル作りが必要。担い手確保の中に、数だけでなく、技能を伝えるということも盛り込んで欲しい。
- ・担い手支援対策の中で、貸し手への支援は手厚いが受け手への支援が手薄と感じる。青年給付金はすごい制度だが、実際にはハードルが高すぎてほとんどの人が受け取れない。それ以外には、受け手にはほとんど支援がない。担い手を育てるなら、貸し手より受け手への支援を。
- ・茶研の研修はものすごく評判が良い。やめてもらおうと困る。必ず続けて欲しい。
- ・これまでに茶研で研修を受けた茶商、生産者は 190 名程。技術や知識の修得以外にも茶商と生産者のつながりができることに大きな意味がある。他府県にはないと思う。絶対に続けていく（事務局）。
- ・丹後の国営開発農地での実践農場が成果を上げつつある。本年度からは宇治茶アカデミーを開校する。マネジメントやビジネスに力を入れて支援していきたい（事務局）。
- ・茶研の建替えについては、本年度に構想をつくり、H28 年度には着工したい。建物だけでなく、気づきやイノベーションを生み出す様々な研究をしていきたい。ICT 分野でもきちんとデータ化して、生産者や企業に伝えていきたい（事務局）。
- ・振興計画の担い手確保の目標値について、現状維持となっているが、リタイヤする人の後に後継者や新しい人を入れていかないといけないが対策は。
- ・担い手支援への具体的な施策については、もう少し詰めていく必要がある。山城地域は比較的后継者が多いため、規模拡大等の支援をしたい。特に心配なのは中丹地域。現地の状況を踏まえながら検討していきたい（事務局）。
- ・後継者問題について、当事者に聞き取り調査しては。
- ・後継者が育つには、親が生き生きして働いている姿が大事。
- ・茶商の理解・協力が不可欠。
- ・全国的には、生産者戸数は H30 年には 1 / 2 ~ 2 / 3 になると言われている。振興計画の目標では 1,000 戸維持となっているが、将来を正しく予想した上で、どうすべきかを書くべき。
- ・静岡のある生産法人の経営者は、お茶はまだまだ儲かると言っていた。経営者の考え方ひとつで経営は変わる。

【ブランディングについて】

- ・主流であった煎茶が今やペットボトル（PET）に取って代わられている。茶業界の PET の捉え方は 2 つ。1 つは PET が出たことにより、リーフ茶が売れなくなったとの考え。もう 1 つは、PET のおかげでお茶を飲む人口が爆発的に増えたとの考え。その人達をいかにリーフ茶に誘導するかが課題。茶業界としてまだ上手く対応出来ていない。
- ・手摘みの最高級の宇治茶を推していくべきというのは皆認識していると思うが、それを実行できていない。
- ・ブランディングについて、プレミアムなお茶は欠かせない。

- ・商品開発については、東京オリンピックまでに等、フィニッシュラインを文面に盛り込みたい。
- ・フィニッシュラインについて、オリンピックは日本のお茶を世界に広めるという点から見ても良い区切りと思う。アクションプラン案では、輸出や世界への発信については欠けている気がするが。
- ・世界に向けては、前回のアクションプランで取り組んできた。本アクションプランは生産対策がメイン。茶業振興計画には、全て網羅して盛り込んでいく（事務局）。
- ・アクションプランについては3年程、世界文化遺産への登録についてはオリンピックを目処にしている（事務局）。
- ・ブランディングについて、手摘み茶をきちんと位置づけて全体を牽引するという考えは分かるが、業界の意見を聞くと、本当に高く売れるのかが問題となる。
- ・現状では基本的に摘み方は表に出していない。ブレンドにより価格帯を調整している。
- ・価格形成の部分について、実際にどうしていくのか、具体的な議論が必要。
- ・リーフ茶が売れなくなって久しいが、茶業界も努力はしてきたが、不可抗力的に世間のライフスタイルは違う方へ変わっていつている。
- ・PETにはない多様な飲み方等の提案が必要。
- ・商品開発も実際どうやるのか、そこが分からず苦勞している。具体的な話を詰めたい。
- ・全国展開について、尖った最高級品を筆頭にしていくのは分かるが、ダイナミックな仕掛けが必要。多少お金をかけないと東京等でPRするには、弱い。
- ・先日、日本茶アワードが開催された。静岡の議員発信。従来の品評会は外観から見て見た目が悪いと落とされるが、日本茶アワードでは、完全にブラインド（味、香り）で評価する。
- ・日本茶アワードは消費者目線の評価と言えるが、圧倒的に九州のお茶が上位に来た。特に鹿児島は行政が率先して消費者の嗜好に合わせて統一した味を目指した指導や、お茶の無料サービスなどPR活動に力を入れており、そういった結果ではないか。
- ・宇治茶が消費者の嗜好に合わせていくかどうかは慎重にならないといけないが、宇治茶とは何か、宇治茶プレミアムを確立する一方、手摘みでなくても良いものもある。
- ・京都、宇治は歴史や文化では断トツの存在なのでそれを活かして。
- ・商品開発やPRについて、オリンピックを目標としても、今年、来年には動き出さないと、2020年に完成では遅い。
- ・日本茶アワードでは、12月に受賞者が渋谷で一般の方にアピールする予定。
- ・京都発で、他府県も巻き込んで、和食や茶器などとも一緒になって売り込んでいけば、消費者も喜ぶ。
- ・誰がやるのか、やらなきゃいけないことは分かっているが、結局は人海戦術となる。メディアにアピールするにも、足を使って売りに行かないと。
- ・家計調査を見ると、消費増税で茶への支出は落ちている。5月に消費量は130%と増加したものの、金額は97%と大幅な安売りとなった。6月では量、金額とも60~70%と減少。そうすると、ますます良いところに客が集中する。
- ・関東は海苔等の乾物と茶を扱っている店が多いが、海苔等は増加している。ギフトは

お茶から代わりものに移っているようだ。

- ・ギフトや若い人向けのティーバッグの開発などに力をいれて。

【その他】

- ・丹後では気候でずいぶん苦労しているようだが、耐寒性の品種は導入しているのか
- ・多様な品種を入れている（事務局）。
- ・北限の秋田県檜山茶は、もともと宇治系の在来品種を入れたと聞くと、今では淘汰されて単一品種のようになっている。時間をかけると丹後に適したものが残るかも。
- ・新潟県の村上茶は豪雪地帯だが、それを見越して畝間に土を盛って、かえって雪が降った方が温度管理できるとのこと。
- ・トレーサビリティについては、全国で取り組まれてきている。お茶はトレサがないと売れない仕組みとなっている。
- ・茶市場では、申込書を兼ねたトレサとしている。万が一、規定外の農薬が検出された場合にも、生産者を守るため、証明のためにサンプルとともに保管している。
- ・80%は情報開示している。販売翌々日には開示できる体制で、高い評価を受けている。
- ・消費者は、茶商を通じて情報を得ることが出来る。
- ・以前、会議所から研究費の補助があった。医療や化学系の研究ができた。そういったお茶に興味のある有識者にもっとアプローチできないか。

【まとめ】

- ・アクションプラン案は事務局でまとめていただいて、方向性は示されているが、具体的に形にしていくにはもっと業界ぐるみで詰めていかないといけない。需要を伸ばしている産地は行政がかなり引っ張っていると聞く。現状は急須のない家庭が増えているという深刻な事態。子供にお茶を飲ませるところが抜けている。担い手確保のためには、経営が成り立たなくてはならない。中間案で文化のストーリー性を持たせた商品開発とあるが、これらを具体化するための議論をさらに進めて欲しい。