平成 28 年度

土佐茶業界の現状

～悪循環？！～

１１７０４９３　　横田将司

指導教員　　岡本博公

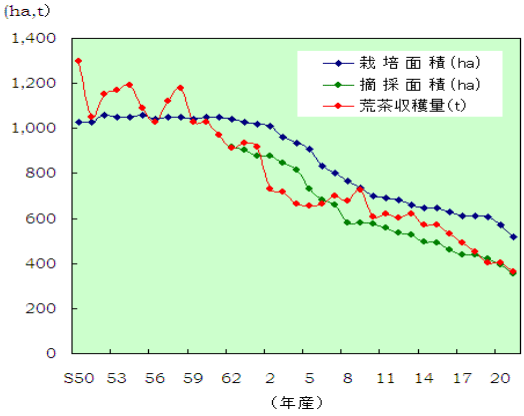
高知工科大学マネジメント学部

１．本研究の課題

近年では、消費者の生活様式やニーズの多様化によってコンビニエンスストアの台頭が進み、プロダクトライフサイクルの短い多種多様な飲料が現れては消えています。こういった中で、人々の緑茶離れが進んでいき、ますます人に飲まれなくなり、需要が減少しています。

図表１にあるように高知県での土佐茶の栽培面積、摘採面積、荒茶収穫量の全てが昭和５０年から平成２０年くらいまでに凡そ半分くらいに減少しており[1]、需要側のニーズの減少と同時に供給側の生産の減少によって業界が衰退していることは明らかです。私が暮らす高知県は全国の緑茶生産量および生産面積が１６位となっているにも関わらず、そのことは多くの県民にあまり認知されておらず、全国と比べてみても緑茶を購入していないというデータがあります。

図表：１　土佐茶の現状



出所：高知県ＨＰ「土佐茶のページ」より

本研究では、全体的に衰退している緑茶業界の中で、生産量の順位と消費の順位が大幅に異なる高知県のお茶、所謂土佐茶業界の現状について明らかにします。生産農家や JA 全農高知へのヒアリング、高知県にあるスーパーマーケットで調査を行った結果、土佐茶の普及と流通において悪循環が発生していることが分かったのでそのことを詳述します。

２．全国の緑茶業界の現状

まず初めに緑茶業界の特色について説明します。

茶の生産には３つの工程があります。まず①茶園における生葉の栽培をし、それを摘採、送風加湿、蒸熱、冷却、葉打ち、粗揉、揉捻、中揉、精揉、乾

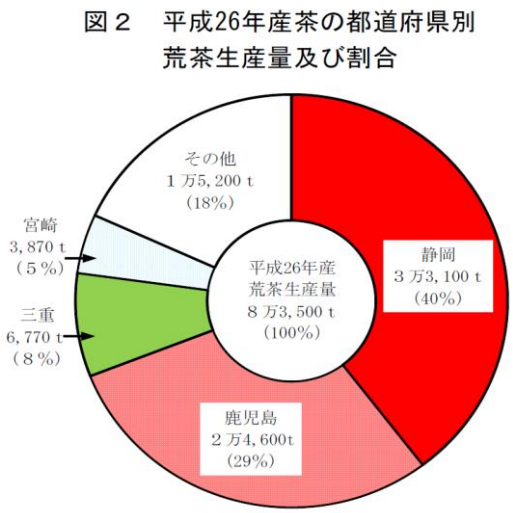
燥という工程を経て緑茶の原料である荒茶へと加工し、それを仕上げ茶に加工して販売店に卸します[2]。

茶葉は摘採する時期によって名前と価格、品質が決定します。まず４月から５月に摘採するものが一番茶で緑茶の中で最も価格と品質が高く、次に６月から７月に摘採されるものが二番茶となり、８月から９月上旬のものが三番茶、９月上旬から１０月上旬が四番茶、１０月下旬から１２月までが秋冬番茶、一月から三月までが冬春番茶となっていて、一番茶と二番茶で茶園の売り上げの８割から９割を占めています[3]。

次は全国の緑茶業界の現状についてです。

現在衰退している緑茶産業において、生産額の割合を示したものが以下の図表２となっています。

図表：２　全国の荒茶生産額

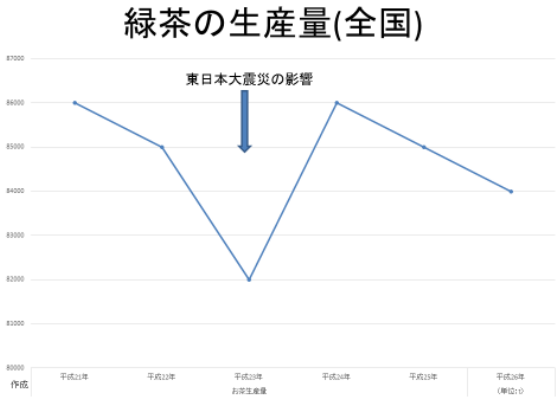


出所：農林水産省「農林水産統計」より引用

このグラフより分かることは静岡県、鹿児島県、三重県、宮崎県といった、お茶で有名なこの４県で市場のおよそ８割を占めていることです。この中で高知県は１６位ほどの生産量となっています[4]。

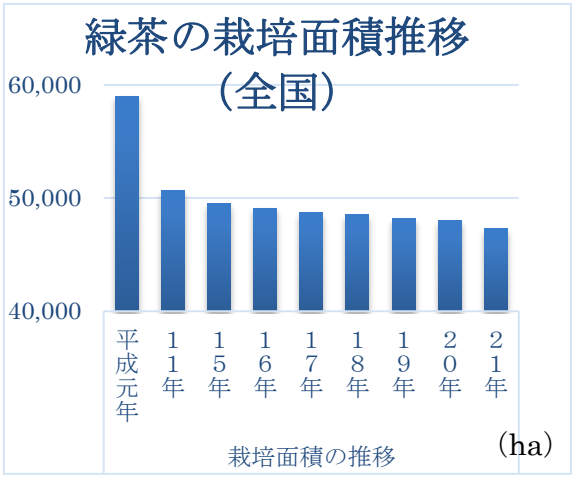
次に全国の緑茶と生産面積の推移について述べたいと思います。

図表：３　全国の緑茶の生産量推移



出所：農林水産省「農林水産統計」より作成

図表：４　緑茶の栽培面積推移（全国）



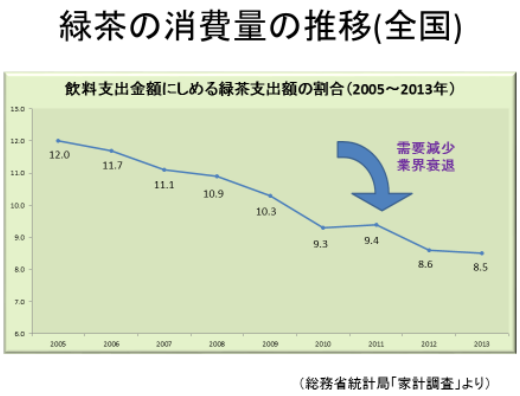
出所：農林水産省「農林水産統計」より作成

図表３のグラフは平成２１年から平成２６年までの全国の緑茶の生産量の推移を表したもので、図表４のグラフは平成元年から平成２１年までの緑茶の栽培面積を表したものです。生産量は平成２３年に

発生した東日本大震災の影響で周辺にある生産地からの出荷が出来ず、著しい減少が見られましたが、翌年には回復しました。しかしさらにその翌年には減少し始めていることからこの生産量の回復も一時的なものであったことが分かります。栽培面積は平成元年と比べると面積が１万２千ヘクタールも減少しています。

この生産量と栽培面積の減少の原因としては先に述べたように緑茶の消費量の減少が挙げられます。

図表：５　緑茶の消費量の推移



出所：総務省統計局「家計調査」より

このグラフは飲料支出金額に占める緑茶支出額の割合を表したもので、平成１７年から平成２５年の間に少しずつ緑茶の需要が減少し、生産量と栽培面積が減少したことで業界が衰退していることが分かります。

３．土佐茶業界の現状

先に全国の緑茶業界は消費者が緑茶をあまり購入しなくなったことから生産量や栽培面積が減少し、それによって業界が衰退していると述べました。

３-１　土佐茶について

まず土佐茶業界の現状について明らかにします。

そもそも土佐茶とは何なのでしょうか。土佐茶とは苦味が少なく、味わいの豊かな良質なお茶です。高知県のお茶は水はけがよくミネラルを豊富に含んでいるので茶樹の生育に最適であり、高知県の山間部では「山茶」と呼ばれる全国的にもお茶の原料としても用いられるヤブキタという品種が自生しています[5]。お茶は直射日光に当てると渋み成分のカテキン類が発生し、旨みも価格も減少します。

また昼夜の寒暖差があまりなかった場合、昼間に光合成をしたことで得られるグルコースやデンプンなどの糖類が、夜も暖かいと光合成はしないが活動は続けるため生み出した成分がただ消費するだけとなってしまいます。そのため、夜は気温が低くなった方が植物の活動を抑制し、糖類は消費されずに植物内に蓄積されてお茶の旨みや甘みを増加させるので、昼夜の寒暖差は良質な緑茶を生産せるために非常に重要なものとなっています[6]。

主な茶園では新芽の収穫前に一番茶で１４日以上、布を被せて日光を遮ることでお茶の成分であり、旨み甘み成分であるテアニンが光合成によって渋み成分であるカテキンに変化することを抑えることで品質の高い高級なお茶、所謂かぶせ茶を生産しています。基本的にかぶせ茶を生産するためには先に述べた、茶樹に布を被せるという手間の掛かる作業を行わなければならないので生産者への負担は大きくなります。しかし高知県では土佐茶のほとんどが日照時間の短い、昼夜の寒暖差が激しい山間部の急傾斜地で育っています。この急激な温度変化から

谷間を覆う様に濃い霧が発生するため、自然に品質の高いお茶を生産することができます[7]。

土佐茶の主な分布は以下のようになっています。

図表：６　高知県の土佐茶分布

出所：高知県ホームページ「土佐茶のページ」より引用

図表６から分かるように土佐茶の主な産地は近くに川が流れている山間地であり、寒暖差によってこの川から放射霧と呼ばれる霧が発生します[8]。この地形的条件によって土佐茶は良質なものとなっています。

私が２０１５年の５月２１日にヒアリング調査に伺った、吾川郡仁淀川町にある株式会社池川茶園では、濃い霧が発生する状況の中、茶樹にさらに布を被せて二重の覆いをすることでより品質の高い土佐茶を生産していました。

また同年の１１月６日にヒアリング調査に伺った吾川郡いの町にある国友商事株式会社では元々建設業を中心に事業を展開していたところ、現社長が会社を平成１０年に継いでから建設業の仕事のない４月から６月頃にできる新事業として土佐茶事業を開始し、茶の品質の高さとマーケティング戦略によって高知でも有名なお茶となりました。

３-２　土佐茶業界の現状

次に先に軽く触れた土佐茶業界の現状について詳しく述べたいと思います。図表１から栽培面積と摘採面積、荒茶収穫量の減少から土佐茶業界は衰退していると述べました。その原因とは何なのでしょうか。その衰退の要因としては大きく分けて以下の点が挙げられます。

①　お茶価格の低迷

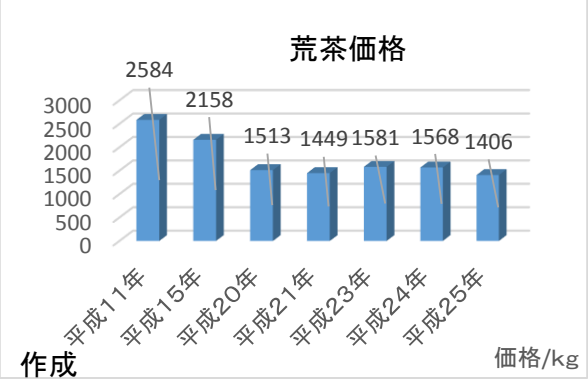
②　生産農家の高齢化

③　深刻な後継者不足

④　急傾斜地での経営の難しさ

この４つの要因によって産地の維持が困難となっていることが土佐茶業界の衰退に繋がっていると考えられます。

図表：７　荒茶価格推移



出所：高知県産業成長戦略（農業部門）より作成

初めにお茶の価格の低下についてですが、図表：７は平成１１年から平成２５年までの間の高知県での緑茶の原料である荒茶の価格の変化について高知県産業成長戦略（農業部門）のデータから作成したもので、平成１１年には１kg あたりおよそ２６００

円で取引されていた土佐茶が平成２５年にはその価格のおよそ半値近くであるおよそ１４００円で取引されており、生産農家・茶園の経営が年々厳しいものとなっていることが分かります。この価格の減少の背景には先に述べた、消費者の生活様式の変化やニーズの多様化によって多種多様なペットボトル飲料の出現による緑茶消費の減退と原産地表示の厳格化によってこれまで静岡県などへのブレンド用原料として出荷されていた分が規制されたからです[9]。

次に生産農家の高齢化についてですが、高知県主要産地での６５歳以上の基幹的農業従事者の割合は平成１７年で５８％という非常に高い数値でしたが、平成２２年にはさらに増加して６３％となっています[10]。これは超高齢化社会である日本の中でも特に高齢化の進んでいる高知県では必然的なことかもしれません。売上高の約８割を占める一番茶と二番茶の摘採時期である、４月から７月の間はほとんどの茶園では重労働を強いられることになりますが、高齢化が進むことで作業効率が落ち、品質の悪化に繋がっています。

次に深刻な後継者不足についてです。先に述べたように生産量のおよそ８割を占める一番茶と二番茶の生産時期に重労働を強いられるということは高齢化する生産農家だけでなく、これから就農しようとする若者に対しても大きな影響を持っています。一部の生産農家では後継者が不足していることから、複数の生産者で工場の機械設備を共同利用し、工程をオートメーション化することで人手不足を補っています[11]。

最後に急傾斜地での経営の難しさについてです。緑茶生産量の上位に位置している鹿児島県は、傾斜の低い広大な土地で大規模に緑茶を生産し、機械設備を用いて効率的に栽培しています。しかし、土佐茶の主要産地のおよそ６０％が急傾斜地であり[12]、これによって茶園規模の拡大と機械設備を用いた作業の効率化が困難となっていて、工場を増加させることも維持することも難しくなり、今では工場数が多い時と比べると三分の一程にまで減少しています。山間部の川の近くの急傾斜地で栽培しているからこそ品質の高いお茶が生産することが出来るのだが、その立地によって規模が拡大できず、作業の効率化も出来なくなっているため、非常に難しい状況にあるといえるでしょう。

つまり、お茶の価格が低迷したことで生産農家の収入は激減し、一時期に重労働を強いられるため若者は就農せず、生産農家の高齢化が進み、工場・機械設備を導入して規模の拡大と作業の効率化をしようとしても茶園が急傾斜地にある為に導入できません。このように、以上の４つの問題が作用しあって土佐茶業界は衰退しているものと考えられます。

４．再び本研究の課題

ここで改めて本研究の課題について述べたいと思います。

総務省統計局の家計調査から、全国の緑茶消費量が分かるのですが、平成 26 年度の緑茶消費量の上位 3 は静岡県、三重県、奈良県で、ワースト３は沖縄県、鳥取県、高知県となっています。静岡県や三重県などの生産量が上位にある県の緑茶消費量が多い一方で、沖縄県や鳥取県といったお茶をあまり生産していない県の中に生産量 16 位の高知県入っていますが、消費量では 45 位なのは何故なのか、という生

産量と消費量との不一致を検討することが本研究の課題です。

しかし静岡県や三重県は昔から高品質なお茶の生産地という認識があり、静岡県には静岡茶、三重県には伊勢茶という非常に有名なお茶がある、ということです。そこから多くの人に広く飲まれています。JA 全農高知や各生産農家へのヒアリングでは生産した土佐茶の一部を他県（静岡県や京都府など）に出荷しているということから、品質の高い土佐茶が高知県内であまり知られていないのは、実は県内で土佐茶が流通しておらず、消費者まで行き届いていないからではないか、それは何故かという新しい課題が生じます。土佐茶は何故県内消費が少ないのでしょうか。

５．土佐茶の流通

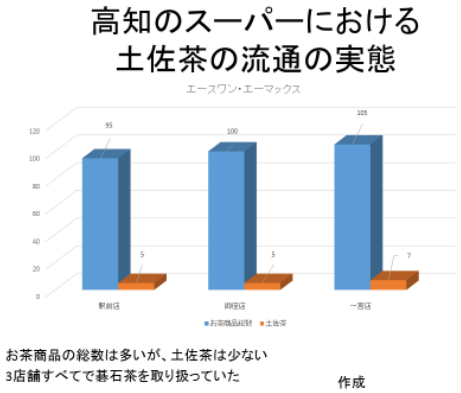
本来の課題である「土佐茶の生産量と消費量の不一致」を知るためには、新たな課題である「土佐茶の高知県内における流通の実態」を知る必要があると考えます。

５-１．流通調査

そこで私は、高知県で広く展開しているスーパーマーケット、エースワン・サンシャイン・サニーマート・バリュー、以上 4 社のスーパーマーケットを 3 店舗ずつ訪ねてみて、実際に土佐茶が消費者に最も近い存在であるスーパーマーケットでどれほど流通しているのかを調べてみました。

初めにエースワンでの調査結果についてです。株式会社エースワンは創業が昭和 51 年 5 月 22 日で、高知市神田で 6 坪のミニスーパーからスタートしました。現在では従業員数 951 名、店舗数１４、高知県外にも 4 店舗出店しているスーパーマーケットです。商品の基本価格が他のスーパーマーケットと比較してみても低く、高知県民にとってなくてはならない存在となっています[13]。

図表：８　エースワンにおける土佐茶流通の実態

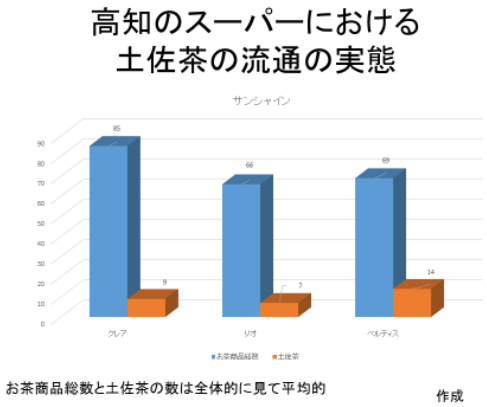


出所：スーパーマーケット調査より作成

図表９がエースワン・エーマックスでの調査結果です。左から順にエースワン高知駅前店、エースワン御座店、エーマックス一宮店となっています。どの店舗でも土佐茶商品の総数は 100 品程取り扱っているのですが、肝心の土佐茶は５～７品しかありませんでした。一方で他のスーパーマーケットでは取り扱っていない碁石茶を 3 店舗すべてで取り扱っていました。

次にサンシャインでの調査結果についてです。株式会社サンシャインは昭和 36 年 4 月 1 日に創業し、店舗数１６、従業員数 1354 名のスーパーマーケットです。高知の主婦の店として昔から地域密着型のスーパーマーケットとして親しまれています[14]。

図表：９　サンシャインにおける土佐茶流通の実態

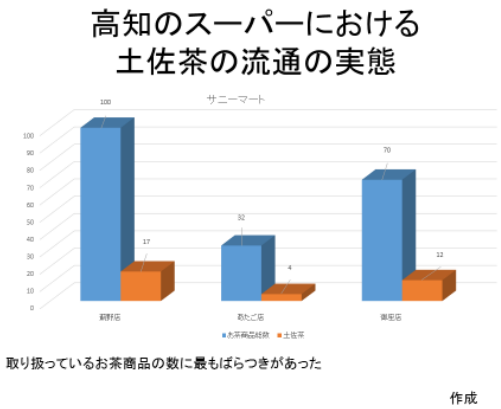


出所：スーパーマーケット調査より作成

図表：10 がサンシャインでの調査結果です。左から順にサンシャインクレア店、サンシャインリオ店、サンシャインベルティス店となっています。エースワンと比べるとお茶商品総数と土佐茶の数は全体的にみて平均的な数値でした。

次にサニーマートの調査結果についてです。株式会社サニーマートは昭和 36 年 11 月 19 日に創業し、現在では四国内に２５店舗を出店しているスーパーマーケットです[15]。

図表：10　サニーマートにおける土佐茶流通の実態

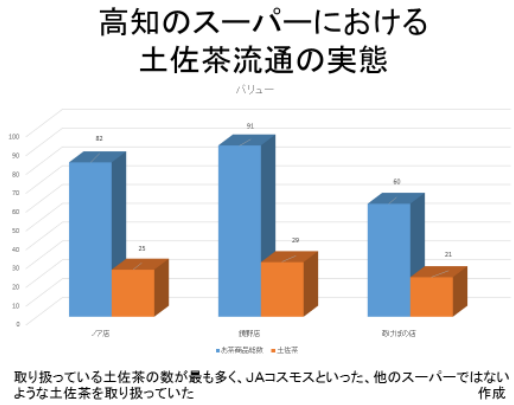


出所：スーパーマーケット調査より作成

図表 10 がサニーマートでの調査結果です。左から順にサニーマート薊野店、サニーマート愛宕店、サニーマート御座店となっています。図表をみて分かるように、取り扱っているお茶商品数、土佐茶商品数のばらつきが他のスーパーマーケットと比べて最も大きかったです。店舗面積が大きく違うことがこの結果につながったと思われます。

最後にバリューの調査結果についてです。株式会社土佐山田ショッピングセンターの経営するスーパーマーケット、バリューは昭和 38 年 1 月に設立し、店舗数３、従業員数 160 名の香美市土佐山田町に密着するスーパーマーケットです[16]。

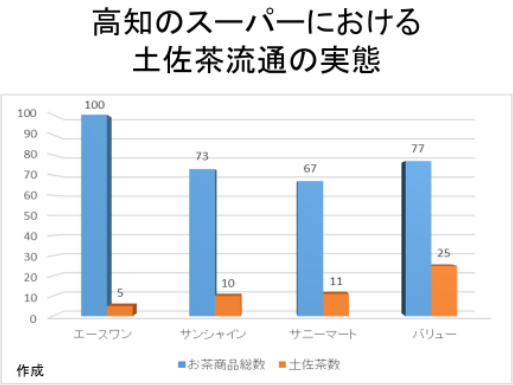
図表 11：バリューにおける土佐茶流通の実態



出所：スーパーマーケット調査より作成

図表１１がバリューでの調査結果です。左から順にバリューノア店、バリュー鏡野店、バリューあけぼの店となっています。他のスーパーマーケットと比べると規模の小さいスーパーマーケットですが、最も土佐茶の取り扱い数が多く、JA コスモスや地元で生産されたお茶などといった他のスーパーマーケットでは取り扱っていないような土佐茶を販売していました。

図表：12　各スーパーマーケットの平均値



出所：スーパーマーケット調査より作成

図表１２が各スーパーマーケットの平均値を比較したものです。バリューのみ土佐茶の取扱数が多いのですが、他のスーパーマーケットではほとんど土佐茶を取り扱っていないことが分かります。

５-２．調査結果

調査の結果として述べられることは、以下の点です。

① 消費者が日ごろ利用するスーパーマーケットで土佐茶があまり流通していないこと

② 土佐茶を目にすることがないために消費者の中で土佐茶の認知度が上がらないこと

③ 認知度が上がらず売り上げが見込めないため土佐茶は取り扱われないこと

ここでは悪循環が発生しています。そのため、スーパーマーケットに土佐茶があまり流通していないと考えられます。

ではここでさらに一つの疑問が挙げられます。それは生産された残りの土佐茶はどこに流通しているのか、ということです。

生産された土佐茶の大部分は県内の道の駅、スーパー、JA、茶専門店などのおよそ 70 店舗に卸され販売されています。しかし、幅広く展開している中、生産量の減少によって 1 店舗で扱う土佐茶の数は少なくなっているため、あまり目立っていないという結果になっています。残りの一部は県外市場（主に静岡県や京都府など）に出荷され、茶葉を用いたスイーツやパウダースティック[17]、土佐茶を提供するカフェなどに流通しています[18]。

６．総括

これまでに述べてきたことから本研究の総括を述べたいと思います。

消費者生活様式やニーズの多様化によってペットボトル飲料が急速に普及したことでお茶の消費量の減少、それに伴ってお茶価格の低下が発生しました。価格の低下によって生産農家はこれまで通りの経営が出来なくなり生産面積を減少させたため生産量が減少したと考えられます。

高知県では生産地の６０％を占める急傾斜地という地形的条件から比較的質の高い土佐茶が自生していて、多くの生産農家が品質の高い土佐茶を生産していますが、お茶の質を高めている地形によって規模の拡大と作業の効率化が難しくなっています。また全国と同じようにペットボトル飲料の普及によって土佐茶価格が低下し、経営が厳しくなっています。一時期ではあるが重労働を強いられるので就農しようとする若者は減少し、高齢化が進んでいます。

全国では生産量と消費量の順位がおおよそ一致していますが、高知県では 16 位ほどの生産量を持つ高

知県が消費量では４５位という結果となっています。生産量と消費量の大きな乖離です。それは何故か、この課題を考えるためには土佐茶の高知県内における流通について知る必要があり、スーパーマーケットで調査した結果、あまり流通していないことが分かりました。

高知県では生産量の減少、商品量の減少、認知度の減少、消費量の減少という悪循環が発生しています。そのことが生産量と消費量の大幅な不一致につながっていると考えられます。

最近では県内で土佐茶について知ってもらうためにＣＭを起用し、土佐茶を用いた新たなスイーツが広まっています。

この研究をしていく中で、質の高い土佐茶があまり知られていないことが分かりました。高知県民に自分たちの県にも誇ることが出来るお茶があるんだ、ということを知って欲しいと思いました。

注）

1)　高知県ホームページ　参照

2)　吉田照男『図解食品加工プロセス』２０１１年 221 ページ

3)　池川茶園ヒアリング　参照

4)　高知県ホームページ　参照

5)　国友商事ヒアリング　参照

6)　地球と気象・地震を考える　参照

7)　池川茶園ヒアリング　参照

8)　6 と同じ

9)　高知県産業成長戦略農業分野　7 ページ

10)　池川茶園ヒアリング　参照

11)　池川茶園ヒアリング　参照

12)　9 と同じ

13)　エースワンホームページ　参照

14)　サンシャインホームページ　参照

15)　サニーマートホームページ　参照

16)　バリューホームページ　参照

17)　JA 全農高知ヒアリング　参照

18)　情報プラットホームお茶関連産業特集　参照

７．参考文献

・　吉田照男『図解　食品加工プロセス』森北出版株式会社　2011 年 5 月 18 日

・JA 全農高知ヒアリング資料　2015 年 6 月 11 日

・池川茶業組合ヒアリング資料　2015 年 5 月 21 日

・国友商事りぐり山茶ヒアリング資料　2015 年 11 月 6 日

・スーパーマーケット調査資料　2016 年 10 月

・エースワンホームページ (http://www.ace1.co.jp/kaisha.html)

・サンシャインホームページ (http://sunshinechain.com/corporate_prof)

・サニーマートホームページ (http://www.sunnymart.co.jp/profile)

・バリューホームページ(http://value-tsc.jp/company/)

・情報プラットホーム(http://joho-kochi.or.jp/johosi/1106/tokushu01.html)

・高知県ホームページ (http://www.pref.kochi.lg.jp/tosacha/)

・全国茶生産団体連合会 (http://www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/index.htm)

・農林水産統計
(http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sakumotu/sakkyou_kome/pdf/syukaku_tya_14.pdf)

・統計局ホームページ
(http://www.stat.go.jp/data/kakei/)

・お茶百科(http://ocha.tv/)

・宇治園ホームページ
(http://www.ujien.jp/lecture/kind/gyokuro-sencha/)

・地球と気象・地震を考える(http://blog.sizen-kankyo.com/blog/2012/02/1032.html)

・高知県産業成長戦略(農業分野)(http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/162201/files/2014011200173/2014011200173_www_pref_kochi_lg_jp_uploaded_attachment_109215.pdf)