

第1回茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針 有識者検討会 議事概要

1 日時:令和2年3月2日(月)15:00~17:00

2 場所:生産局第1会議室(農林水産省本館2階)

3 出席委員:

大森委員、中島委員、林委員、藤田委員、杉本委員、角川委員、竹内委員、橋本委員
(中村委員は欠席)

4 概要:

橋本地域対策官から資料を説明の後、茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針見直しの骨子案について意見交換。

委員からの主な意見の概要は以下のとおり。

○日本における喫茶の流行は、栄西が持ち帰った抹茶法の第1次、蒸し製法による煎茶の第2次、ペットボトル茶の第3次まで位置づけられるが、大量消費市場を舞台とする第4次が見えてこない。旧来の飲用法に沿ったものではなく、急須から一旦離れてみる発想が必要。新たな流行を創出するために、過去に学ぶとともに、広い視野から時代をとらえることが必要ではないか。

○骨子案に「新たな需要の創出」というキーワードが盛り込まれたのは良いこと。お茶そのものに焦点を当てるのではなく、視点を変えてみるのが重要。同じお茶でも常温、氷、お湯で淹れるとそれぞれ違った特徴が出て、好みも分かれる。「大吟醸を冷や(常温)で呑む」のは旨味を感じられる温度帯だから。だとすれば、新茶は常温で淹れるなど、飲み方に焦点を当てて需要創造ができる。海外の方を含め、これまでお茶を味わったことの無い方でも、お茶の良さが分かればお金を出して習慣的に飲むようになる。買ってもらうためには順番が大切で、まずは知ってもらう、正しい淹れ方を教育するという上から目線ではなく、楽しいという体験をすることで好きになってもらう、そして初めて買いたくなる。お茶とそれに関連した体験を含め、いかにしてお茶の魅力を伝えていくのかを考えていくべき。

○現在の茶価が低下している状況では、効率的な生産を進めることが一つの対策であるが、生産性の低い傾斜地では難しい。そうした中山間地域については、特徴のある茶の生産を行って残していくのか、ある程度辞めるのか整理していくことが必要。

○かつて10万トンの生産量が近年は8万トンに落ちて来ているのは頭の痛い話。例えば米飯からシリアルと牛乳へと食生活が変化したことは、お茶消費が伸びない理由のひとつ。解決のためにも異業種とも組んで消費拡大の取組を行うことも重要。また、学校給食でお茶を提供するなどして、小中学生のお茶を飲む機会を増やす取組も重要。海外ではお茶の好みが日本と異なるので、相手の嗜好に合わせて茶を提供していくべき。

○これまで茶工場の大型化を図ってきたが、結果として似たような茶が大量生産されて魅力が減

ってしまった。過去も現在も主力品種は「やぶきた」だが、これを上回る品種がないという事情もある。「やぶきた」をベースに品種の分散を図ることも重要だが、品質の良いお茶を作って訴求していくことが必要。

○現行の基本方針をうまく活用できなかったことは反省点。「お茶の魅力発信」の文言は良いと考えるが、そのためには効率的な情報発信が必要。

○消費者ニーズに応えるべく、ワインボトルにお茶を入れた高級商品もあるが、まだ消費者に良いお茶の情報が届いていない。ほうじ茶や玉緑茶なども評価が高いが東京では手に入らないとの声を聞く。しかしながら、多くのお茶生産者は販売の方まで手が出せないのが実情。

○消費者ニーズに応えきれていないと感じるので、基本方針に「消費者ニーズに対応」する文言の追加は良い。喫茶店でお金をとってお茶を提供するなど、お茶が飲める場面や接点をどのように作っていくかが課題。

○中国のホテルの部屋には良質なお茶が置いてあったが、日本はお茶の産地でもそのような取組は少ない。インバウンドや大学生に本格的な日本茶を飲ませ、SNSなどで盛り上げてもらえば効果的に広まると思うが、誰が仕掛けるかが課題。

○若者は煎茶に対してはペットボトルの価格以上は支出しないが、抹茶だとカフェなどでかなり高額まで支出する。若者は茶殻が出ることを嫌うので、抹茶は若者のニーズにも合っている。出口戦略として、家庭でも抹茶ラテのようにカフェで提供されるような形態で抹茶を飲むようになればよい。アイルランドの祝祭日である3/17のセントパトリックデイは、街中が緑一色にされるが、世界の様々な街で開催されている。ここでビールに抹茶を加えて提供すればお茶の消費が増えるのではないか。このような仕掛けを考えていくべき。

○国際お茶の日は5月21日に設定されており、このような機会を活用して茶の消費拡大につなげたい。例えば母の日などにお茶を淹れるのはどうか。

○多くの人が集まる場所に、簡易的な茶室を作って茶を提供してはどうか。

○抹茶ビールのようなお茶の利用の仕方について、アイデア募集を行って「お茶の奨励賞」などあげてはどうか。取り上げられることにより、モチベーションの向上やその波及効果が期待出来ると思う。また、茶の機能性の研究については日本が一番進んでいるが、商品に直接的な効能を記載して表示することは難しいので、どのようにうまくPRできるかも検討すべき。

○日本にはお茶の日は産地ごとにばらばらに設定されている。お茶の振興に関する法律で統一して定めたらどうか。

○新しい文化を創出していく中で、お茶の消費を伸ばしていくことが必要。

○品質の違う茶を飲めば味が分かるようになる。児童や若者に茶を早い段階から飲んでもらうことが必要。

○若者はSDGsに関心が高いので、味ではなく、日本茶は国産のため輸入商品よりフードマイレージ的に環境に良いことをPRすることも効果があると考ええる。

○お茶をPRするパンフレットや資料を業界で作成し、茶業関係者が誰でもアクセスできるようなサイトがあると良い。

○日本酒の世界は復活してきているが、酒造メーカーが経営者のマインドを持って個性のある酒造りに取り組んできた結果である。茶業界も後継者が肝要だが、こうした経営感覚を持った人材育成が重要。

○飲食店でお茶を提供する場面、料理に合わせたお茶を提供する場面が増え日本茶のプロとして要請を受け、飲食店にお茶の淹れ方の指導に出向くことがある。お茶を飲む現場で日本茶インストラクターはプロとして、消費者などに正しい知識と技術を伝えていくことができると考えているので、お茶の飲用現場で是非日本茶インストラクターを積極的に活用いただきたい。

○今日出た意見を具現化するための体制作りも考える必要がある。

以上