

かごしま茶通信

公益社団法人 鹿児島県茶業会議所

鹿児島市南栄3丁目12

TEL(099)267-6063

FAX(099)267-6957

<http://www.ocha-kagoshima.jp>

発行責任者

会頭 柚木弘文

かごしま茶新茶初取引会



令和3年産



かごしま茶の好況を祈願

2年ぶりに、新茶初取引会と八十八夜の献茶祭が開催され、茶業関係者が令和3年産のかごしま茶の好況を祈願しました。昨年は、新型コロナ対策が判然としておらず中止となりましたが、今年も、人数制限を行いソーシャルディスタンスを確保するなど対策を講じながらの実施となりました。

新茶初取引会は4月5日に開催され、最初に本県茶業の発展と令和3年産茶の順調な生産流通を祈願する神事が執り行われ、引き続き式典が行われました。式典の中で、柚木弘文県茶業会議所会頭は、「生産量、生産額ともに日本一になることを期待しま

す。」と挨拶しました。最後に、澤田了三県茶商業協同組合理事長の手締めにより式典は終了しました。

立春から数えて八十八夜となる5月1日に献茶祭が開催され、県茶業の発展に貢献された樋渡次右衛門翁の記念碑に新茶が献納されました。献納は、煎茶道知足庵流の一門の方々により、伝統の作法にのっとり厳かに執り行われました。県茶商業協同組合各社より提供いただいた献納茶の新茶は、鹿児島女子短期大学と養護老人ホーム慈眼寺寿光園へ贈呈されました。



令和3年度事業計画及び収支予算

(公社)鹿児島県茶業会議所

I 基本方針

本県の茶業は、関係者の積極的な取組により、全国生産量の3割を占めるまでに発展し、品質面においても全国茶品評会で17年連続となる産地賞や農林水産大臣賞を受賞するなど、量・品質ともに全国有数の産地となっている。一方、緑茶の消費面では、リーフ茶と緑茶飲料の消費額が逆転するなど、簡便な形態での飲用に移行し、リーフ茶の消費が減少傾向にある。また、新型コロナウイルスの発生により、催事・イベントの中止など茶の販売環境は、前例のない厳しい状況にある。

このような中、安全・安心でクリーンなかごしま茶の情報発信等の地道な努力を積み重ねることにより緑茶需要の回復を図るとともに、かごしま茶の国内外へのアピールを継続する。

かごしま茶の販路拡大については、引き続き「新茶まつり」、「お茶一杯の日」のイベントやふれあい活動を実施し、「かごしま百円茶屋」の開催等を通じて「かごしま茶」の魅力・茶文化を消費者に伝える。

また、新たな情報発信・知名度向上の手段として、SNS(Instagram)や、Web広告を積極的に活用し、IT利用世代へのPRに努める。

かごしま茶の県外での販売拠点となる「かごしま茶販売協力店」については、かごしま茶販売促進フェアの実施や販促資材の支援等によりかごしま茶の販売拡大を図る。

かごしま茶の輸出については、サプライチェーンシステムによる輸出仕向け茶の生産・流通の拡大を図るとともに、国内外でのかごしま茶のPRや商談会により販路の開拓・拡大を図る。

鹿児島県茶業振興大会は薩摩川内市で開催する。

さらに、県茶市場の円滑、適正な運営と債権損失補償事業の適正な運営に努め、かごしま茶の流通の拡大を図る。

II 実施計画

1 かごしま茶流通拡大対策事業(公益目的事業)

(1) 茶業振興対策事業

県茶業振興大会を開催し生産農家の意欲向

上と茶業振興の意思統一、消費拡大を図るとともに、全国組織・関連団体と協調し我が国の茶業振興の連携を図る。

① 県茶業振興大会事業

・式典等(11月28日(日) 薩摩川内市)、
県茶品評会等審査会9月

② 全国関係団体連携事業

・茶業中央会事業(公社)日本茶業中央会等の活動)
・全国お茶まつり等助成事業～全国お茶まつり(埼玉県)

③ かごしま茶情報発信事業

・かごしま茶通信の発行(3回)
・SNS(Instagram)を活用した情報発信
・会議所ホームページによる国内外への情報発信

(2) かごしま茶ふれあい事業

茶業専門家の緑茶の普及活動や若者の緑茶とのふれあいを支援するほか、専門店・消費者へのかごしま茶の認知度向上などの活動を通して、日本の食文化における緑茶の普及定着と安全・安心でクリーンなかごしま茶の流通の拡大を図る。

助成事業の活用

- ・国内消費：①「かごしま茶」魅力創出事業(県補助金)
- ・輸出：(かごしまの農林水産物輸出促進事業ビジョン推進事業)
 - ②「かごしま茶」の新たな販路開拓支援事業(県補助金)
 - ③日本茶輸出促進協議会事業

① 消費者お茶ふれあい事業

- ・日本茶インストラクター支部支援(県内外支部への対応強化)
- ・茶業青年団等活動支援～かごしまCHAガール・T1グランプリの活動支援
- ・子ども達等のお茶とのふれあい活動支援
- ・かごしま百円茶屋の展開(コロナの終息状況を考慮して実施)
- ・新茶祭り等イベントの開催
令和3年新茶まつり(5月8日・9日)、お茶一

- 杯の日(11月23日)
 - ・量販店等一斉キャンペーンの支援
 - ・観光客等への「かごしま茶」のPRとふるまい(空港、仙巖園等)
 - ・ホテルとタイアップしたPR(宿泊客等を対象)
 - ・かごしまお茶大使の活用(5名)
- *現在委嘱者…①榎木孝明、②国生さゆり、③宮下純一、④哀川翔、⑤桂竹丸
 - ・かごしまお茶大使の委嘱(追加)
 - ・かごしま茶サポーター育成・支援(県外で活動するサポーターを育成支援)
- ② かごしま茶知名度向上対策事業
 - ・電照看板等の設置(鹿児島中央駅、天文館)、市電等の車内広告
 - ・マスコミによるPR等(新茶PR、冷茶など季節毎の発信)
 - ・お中元、お歳暮時期でのPR(ラジオCMの作製・放送)
 - ・web広告によるPR
 - ・かごしま茶宣伝資材の作製(従来+ティーバック)
- ③ 販売協力店等対策事業
 - ・宣伝販売求評会の開催(4月、11月)
 - ・販売協力店の強化
 - かごしま茶販売促進フェア(5月・11月)
 - ・産地ツアーの実施
- ④ かごしま茶ブランド確立事業
 - ・クリーンなかごしま茶づくりの推進
 - ・茶のかごしまブランドの推進
 - ・かごしま標章茶の推進、かごしま茶ブランド確立推進委員会の開催

- ⑤ かごしま茶輸出対策事業
 - ・かごしま茶輸出対策実施本部等の開催
 - ・かごしま茶輸出サプライチェーンの推進
 - 輸出向け実証圃の設置、残留農薬の試験(日本茶輸出促進協議会との連携)
 - ・海外バイヤー招聘による商談会の開催、情報の発信(英文HP)
 - ・海外におけるかごしま茶のPRと販路の開拓・確保
 - 在米コンサルタントの設置(FDA登録、活動報告等)、茶商による商談活動の支援
 - 海外の茶コンテストへの出品支援
 - ・日本茶大使を活用した「かごしま茶」の魅力発信
- (3) 茶市場運営事業
 - 出荷者、買受人、卸業者と緊密な連携の下、茶市場運営委員会を開催し、円滑な茶市場運営と荒茶流通を図る。
 - ・茶市場運営委員会の開催
 - ・茶市場催事の開催 新茶初取引会(4月)、献茶祭(5月)、新春初取引会(1月)

2 債権損失補償事業(収益事業会計)

- 茶市場における卸業者の債権の損失を補償することによって、取引の活性化と安定化を図る。
- ・買受人の信用調査の実施
- ・履行保証保険への加入
- ・債権損失限度額審査委員会の開催

3 管理事業(法人会計)

- 法人を管理するための、総会・理事会等の会議、事務所の運営、人件費の支出を行う。

~~~~~

# 令和3年度 収支予算

(単位:千円)

| 科 目          | 令和3年予算額(A) | 令和2年予算額(B) | 増減(A)-(B) |
|--------------|------------|------------|-----------|
| I 一般正味財産増減の部 |            |            |           |
| 1. 経常増減の部    |            |            |           |
| (1) 経常収益     |            |            |           |
| 受取会費(計)      | 540        | 540        | 0         |
| 受取経済連会費      | 180        | 180        | 0         |
| 受取茶生産協会会費    | 180        | 180        | 0         |
| 受取茶商協会費      | 180        | 180        | 0         |
| 受取負担金(計)     | 57,190     | 57,190     | 0         |
| 受取経済連負担金     | 17,572     | 17,572     | 0         |
| 受取生産協会負担金    | 21,476     | 21,476     | 0         |
| 受取茶商協負担金     | 18,142     | 18,142     | 0         |
| 負担金軽減積立収入(計) | 6,355      | 6,355      | 0         |
| 負担金軽減積立収入    | 6,355      | 6,355      | 0         |

(単位:千円)

| 科 目                | 令和3年予算額(A) | 令和2年予算額(B) | 増減(A)-(B) |
|--------------------|------------|------------|-----------|
| 受取履行保証保険負担金(計)     | 2,820      | 3,570      | △ 750     |
| 受取経済連負担金           | 1,970      | 2,500      | △ 530     |
| 受取茶商協負担金           | 850        | 1,070      | △ 220     |
| 運用益(計)             | 18,010     | 18,010     | 0         |
| 債権損失補償準備特定資産運用益    | 17,600     | 17,600     | 0         |
| 国債簿価調整             | 410        | 410        | 0         |
| 受取補助金(計)           | 6,900      | 5,471      | 1,429     |
| 受取県補助金(魅力アップ対策)    | 3,200      | 3,146      | 54        |
| 受取県補助金(輸出拡大対策)     | 2,900      | 1,725      | 1,175     |
| 受取補助金(国産茶需要拡大補助金)  | 800        | 600        | 200       |
| 雑収益(計)             | 530        | 20         | 510       |
| 雑収入                | 530        | 20         | 510       |
| 経常収益計              | 92,345     | 91,156     | 1,189     |
| (2) 経常費用           |            |            | 0         |
| ① かがしま茶流通拡大事業      | 71,916     | 63,477     | 8,439     |
| ア 茶業振興対策事業         | 8,670      | 3,681      | 4,989     |
| (7) 茶業振興大会開催事業     | 5,461      | 532        | 4,929     |
| (4) 全国関係団体連携事業     | 1,981      | 1,851      | 130       |
| (7) かがしま茶情報発信事業    | 1,228      | 1,298      | △ 70      |
| イ かがしま茶ふれあい事業      | 62,162     | 58,862     | 3,300     |
| (7) 消費者お茶ふれあい事業    | 24,454     | 25,404     | △ 950     |
| (4) かがしま茶知名度向上対策事業 | 25,520     | 21,520     | 4,000     |
| (7) 販売協力店等対策事業     | 5,275      | 5,290      | △ 15      |
| (4) かがしまブランド確立事業   | 873        | 758        | 115       |
| (4) かがしま茶輸出対策事業    | 6,040      | 5,890      | 150       |
| ウ 茶市場運営事業          | 1,084      | 934        | 150       |
| ② 負担金軽減額への補てん金     | 6,355      | 6,355      | 0         |
| ③ 債権損失補償事業         | 6,842      | 8,292      | △ 1,450   |
| ④ 管理事業             | 24,832     | 24,515     | 317       |
| 経常費用計              | 109,945    | 102,639    | 7,306     |
| 当期経常増減額            | △ 17,600   | △ 11,483   | △ 6,117   |
| 2. 経常外増減の部         | 0          | 0          | 0         |
| (1) 経常外収益          | 0          | 0          | 0         |
| (2) 経常外費用          | 0          | 0          | 0         |
| 当期経常外増減額           | 0          | 0          | 0         |
| 他会計振替額             |            |            | 0         |
| 当期一般正味財産増減額        | △ 17,600   | △ 11,483   | △ 6,117   |
| 一般正味財産期首残高         | 72,956     | 43,410     | 29,546    |
| 一般正味財産期末残高         | 55,356     | 31,927     | 23,429    |
| II 指定正味財産増減の部      |            |            | 0         |
| (1) 受取債権損失補償負担金(計) | 6,800      | 6,300      | 500       |
| 受取債権損失補償県内取引負担金    | 6,500      | 6,000      | 500       |
| 受取債権損失県外取引負担金      | 300        | 300        | 0         |
| (2) 債権損失           |            |            | 0         |
| 当期指定正味財産増減額        | 6,800      | 6,300      | 500       |
| 指定正味財産期首残高         | 1,457,009  | 1,452,580  | 4,429     |
| 指定正味財産期末残高         | 1,463,809  | 1,458,880  | 4,929     |
| III 正味財産期末残高       | 1,519,165  | 1,490,807  | 28,358    |

(注) 一般正味財産、指定正味財産の期首及び期末残高は本予算編成時の見込額です。

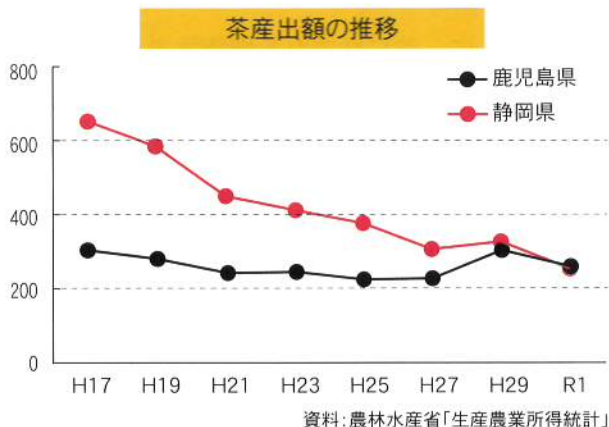
# 令和3年度 鹿児島県茶業振興対策について

## 鹿児島県農産園芸課

### 1 はじめに

本県は、茶の荒茶生産量・栽培面積ともに静岡県に次ぐ全国第2位を誇る産地であり、特に令和2年度の荒茶生産量は、全国の約34%（1位の静岡県は36%）を占めるなど、全国における本県の荒茶生産量・栽培面積のシェアは年々増加しております。

また、3月に公表された令和元年の茶産出額は252億円となり、静岡県の251億円を抜いて初めて全国1位になったところです。



品質面においても、全国茶品評会の普通煎茶10kgの部において17年連続産地賞を獲得しています。

一方で、若者のリーフ茶離れや、新型コロナウイルスの感染症拡大の影響による需要減や、価格低迷に伴い、県内茶生産者の経営は、昨年よりはやや回復してきているものの依然と厳しい状況にあります。

そこで、県においては、平成31年3月に策定した『「かごしま茶」未来創造プラン』に基づき、「儲かる茶業経営」を目指して、各般の施策

を推進しています。

中でも、近年、健康志向を背景に、海外における緑茶の人気の高まっていることから、海外で需要が高い有機栽培茶や抹茶の原料となるてん茶の生産拡大など、輸出拡大に向けた取組強化を図っています。



### 2 令和3年度主な取組内容

令和3年度の主な取組内容について御紹介します。

#### (1) 生産者の経営安定

生産者の経営安定を図るため、高収益茶種への転換や複合経営による所得向上、スマート農業技術の開発・普及による省力化、法人化による雇用条件や労働環境の整備等担い手確保対策などの取組を推進します。

#### (2) 加工及び流通の高度化

加工業者等と連携した商品開発など、6次産業化の取組による経営多角化の推進、相対による契約取引など、流通の多様化に対応し

た販売チャネルの拡大、生産者・茶商による県内での仕上茶加工への取組を推進します。

(3) 品質・付加価値の向上促進

品質・付加価値の向上促進については、栽培・加工技術の研究やその普及、ドリンク原料茶や抹茶・紅茶など多様な茶づくりの推進、消費者の安全・安心への期待の高まりに対応するため、各種GAPや有機JASなど第三者認証の取得やSDGsな茶づくりの強化などの取組を推進します。

また、有機栽培の生産拡大に向けては、「有機栽培茶生産マニュアル」を活用した技術支援等を進めています。農薬の飛散防止対策については、飛散防止カバーの適正使用と農薬使用管理を推進するとともに、他品目の生産者の理解を得ながら、令和2年度産一番茶より「収穫直前お知らせ旗」設置等の取組を進めており、設置の強化を図ります。



茶収穫直前のお知らせ旗



(4) 消費の拡大

かごしま消費の拡大については、かごしま茶屋の継続した実施や、茶販売協力店や茶商の営業活動を強化し、有機茶など多種多様な茶種を提案することで、「かごしま茶」への理解促進を図り、ファン拡大につなげていきます。

本年度静岡で開催される「全国茶品評会」においては、普通煎茶10kgの部で18年連続産地賞や複数部門での上位入賞を目指し、茶園管理と良質茶製造に向けた取組を強化するとともに、その結果を積極的にPRし、ブランド力の向上を図ります。

また、リーフ茶離れが進む若年層の消費喚起を図るため、飲食店等と連携した商品や飲み方の提案など、新たな視点でのアプローチに取り組みます。

さらに、茶に含まれる機能性を前面に出したPRを強化するため、機能性表示食品の申請に必要なデータを収集し、一連の工程をマニュアル化するなど、研究機関や大学と連携した機能性分析・評価に向けた取組を進めます。



かごしま茶(抹茶)を使用したスイーツ  
(写真提供: 県立短期大学)

(5) 輸出の促進

「農林水産物輸出促進ビジョン」に基づく輸出相手国に応じた戦略的取組の強化、「かごしま有機抹茶輸出促進基本構想」に基づく有

機栽培茶・有機抹茶の生産拡大や販路開拓に向けた取組強化、需要に対応した茶づくりや流通システムの機能強化、国際規格の第三者認証、有機JAS認証の取得促進などの取組を推進します。

#### 本県における茶栽培面積、有機栽培面積の推移

(単位:ha)

| 項目           | H29年度 | R元年度  | R2年度  | R2/H23 |
|--------------|-------|-------|-------|--------|
| 茶栽培面積(①)     | 8,430 | 8,400 | 8,360 | 96%    |
| 有機栽培面積(②)    | 532   | 637   | 712   | 322%   |
| 割合(②/①)      | 6%    | 8%    | 9%    | -      |
| うち有機JAS面積(③) | 415   | 550   | 616   | 324%   |
| 割合(③/②)      | 78%   | 86%   | 87%   | -      |
| 参考:静岡県有機栽培面積 | 242   | 193   | -     | -      |
| 参考:全国有機JAS面積 | -     | 1,368 | -     | -      |

(資料)茶栽培面積(農産園芸課まとめ)、  
有機栽培面積、うち有機JAS面積(経営技術課まとめ)

かごしま茶の海外への情報発信や販路開拓については、「かごしま茶輸出対策実施本部」を中心に、日本茶大使(海外在住の日本茶インストラクター)と連携したPR活動、海外商談会への出展、海外バイヤー招へい、国際品評会への出展等の取組を進めます。

また、海外からの需要に対応するため、「かごしま茶輸出サプライチェーン」を核に、相手国のニーズや食品安全基準に対応した茶づくりを進めます。

さらに、有機抹茶の生産を推進するため、抹茶加工施設の整備促進をするとともに県内の茶商と生産者が互いに協力し合い、全国に先駆けて、茶の新品種「せいめい」の産地化と「かごしま茶」の国内外での販路開拓に取り組む研究会を発足しました。

#### (6) かごしま茶の文化の振興

手摘み体験やお茶の入れ方教室など、児童生徒への茶と触れ合う機会を提供するとともに、茶にまつわる歴史や文化を継承し、それらを観光の資源として、インバウンド等へ情

報発信することなどにより、かごしま茶のファンづくりを進めます。

### 3 おわりに

昨年に引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大を受け、新茶フェアの中止などが相次いでいます。

県においては、今後の動向を注視しながら、①県内外での「かごしま茶」PRイベント・キャンペーンの開催など需要喚起の取組、②高収益な茶種への転換や省力化に向けた大型機械導入など茶業経営改善に向けた取組、③海外の需要に対応した茶づくりなど輸出拡大へ向けた取組などを進め、引き続き、「儲かる茶業経営」の実現を目指します。

今回の「かごしま茶」産出額日本一を機に、生産量・品質・産出額ともに全国1位を見据えて「茶」と言えば「鹿児島」と言われるように生産者をはじめ、関係機関・団体と一体となって取り組んでまいりますので、一層の御理解・御協力をお願いします。

#### 【「かごしま茶」未来創造プラン】

<https://www.pref.kagoshima.jp/ag06/>

[kagoshimacha\\_mirai\\_plan.html](https://www.pref.kagoshima.jp/ag06/kagoshimacha_mirai_plan.html)



# 本県茶業を担う若者たち

～ 農業大学校茶業科新入生紹介  
ご指導・ご支援よろしくお願ひします!～

令和3年4月8日、県立農業大学校農学部茶業科に4期生8名が入学しました。学生は、いずれも就農や茶関連部門への就職を希望しており、将来の本県茶業の担い手として期待されます。

6月中旬からは、1年生が農場管理を引き継ぎ、整枝、施肥、防除等の茶園管理実習を行います。また、各自プロジェクト課題を設け、栽培・加工・病害虫・土壌肥料の知識・技術を習得する計画です。



菊永俊樹  
(南九州市)



中澤美智子  
(滋賀県)



中園駿  
(鹿児島市)



東悠一郎  
(鹿児島市)



平田卓己  
(阿久根市)



福留志憲  
(鹿児島市)



堀ノ内考奨  
(霧島市)



町英仁  
(錦江町)

今後2年間の実習や講義を通じて、本県茶業を担う人材の育成に取り組んで参ります。生産者をはじめ、流通・関連企業、関係機関、団体の皆様方のご指導・ご支援をよろしくお願ひします。

## <農業大学校夏のオープンキャンパスのご案内>

農業大学校では「夏のオープンキャンパス」を2回予定しています

期日:8月4日(水)、8月22日(日)

農業に興味や関心のある方、農大の教育内容等を知りたい方は是非ご参加ください。多数の参加をお待ちしています。申込方法は、最寄りの支庁・地域振興局の農政普及課等、または以下へお問い合わせください。

問い合わせ先:鹿児島県立農業大学校 教務指導課  
〒899-3311 日置市吹上町和田1800  
TEL:(099)245-1071

## <茶業科および全体内容(予定)>

- ★農大概要説明、入学案内
- ★学生による学科紹介
- ★農大施設見学
  - ・教室、ほ場、学生寮 など
- ★体験実習
  - ・ロボット茶摘採機実演、試乗



\*農業大学校のホームページでも確認できます。

鹿児島農大

検索



## 流通情勢

# 令和3年産 一番茶取扱概況

令和3年5月31日現在

J A 鹿児島県経済連 茶事業部

### 1. 取引概況

(1) 生育については、2月中旬から4月上旬までの平均気温が例年より高く推移したことから、各産地、各品種とも芽の動き出しが早く、萌芽期後の開葉が、例年より早い年となった。また、4月中旬以降、朝晩気温の低い日もみられ、最低気温が例年を下回ることが多かったことから、生育が緩慢となり、全体的には1週間程度早い生育となったが、中間・遅場産地では、早場産地ほど生育は早まらず、品種間差、産地間差が明確に現れた生育となった。

新茶初取引会は、昨年の開催予定日より2日早い4月5日に開催された。新型コロナウイルスの影響を考慮し、集荷場での人数を制限した開催となった。

- ・新茶の取引開始は昨年より3日早い3月24日（種子島産）
- ・新茶初取引会であった4月5日は、731点69トン（R2：4月7日 79点 4.5トン）

(2) 生産は、生育が早かったことから、下葉の硬化がみられたこともあり、摘採位置を考慮し、良質茶生産に努めたことから、収量が伸びなかった。また、中生品種に入ると、芽を待っての生産となり、各産地とも大きな摘み遅れはみられず、良品質な生産となった。

中間・遅場産地の生産が開始した4月中旬以降も気象の影響から連日の操業は見られず、芽伸びが緩慢であったことや、上位芽主体の摘採となったこと、また、特に山間産地では、品質を重視した生産がなされたことにより、収量は上がらなかった。

(3) 取引は、開始当初、生育が早く、工場の操業開始後、即最盛期となるなど、短期集中が懸念されたが、4月の最低気温が平年値を大きく下回ったことから、生育が緩慢となり、短期集中の取引とはならなかった。また、品種間差、中間・遅場産地との生育差がみられたことと、品

質を重視した摘採がみられたことから、上場量は膨らまず、4月中旬に一部、番茶・出物の上場遅れがみられたものの、降雨等で解消は早く、200トンを超える上場は3日となった。また、中生品種以降は、芽を待っての生産がみられたことと、本茶生産も隔日操業となった工場もあり、合間に番茶生産も行われ、4月20日過ぎには入荷量が減少傾向となり、4月の最終週には100トンを下回る取引となった。また、5月5日の休市明けも120トン程度と入荷は膨らまず、その後、連日50トン以下の取引となった。

【200t以上の上場 R2：1日、R1：5日間、H30：8日間、H29：5日間】

(4) 県茶市場の取扱量は、工場間格差はみられるものの、各産地とも収量が伸びず、また、中盤以降は、気温の低下から芽を迫った生産となり、生産量は昨年を下回ることが見込まれ、5月31日現在4,521トンとなっている。（前年最終4,660トン、前年比97%）

### 2. 市況

(1) 開始当初、品質については、3月の平均気温が、平年値より高い日が多かったため、早めの被覆開始が行われたものの、短期集中の生産を考慮し、摘採の前倒しにより、被覆期間を例年並に確保できなかったことと、曇天が続いたことにより、色のりの不足した製品や、下葉の硬化が早かったため、芽合いの割に白茎の見られる製品、また、かさつきのある製品等もみられた。そのため、価格は、品質差による価格差の大きい取引となったが、その中で芽格、色沢、水色の良い香味に優れた新茶らしい製品については、引き合いがあり、品種を問わず4,000円以上の取引となった。

【新茶初取引会であった4月5日の実績69トン、@2,574（前年比105%）

(前年4月7日)】

(2) 新茶初取引会以降は、早場産地で最盛期となり、新茶需要に当てはまる芽格、色沢、水色の三拍子揃った製品は、品種を問わず引き合いは強かったものの、早場産地の早生品種では硬葉の混入や、白茎の目立つ製品、水色に青みのないものが見受けられた。また、新型コロナウイルス感染症の影響による新茶販売の懸念は、昨年よりは縮小したものの、販売環境に対する仕入れは厳しく、選択買いがみられた。価格は、色のりもうひとつといった製品や水色が黄色みから赤みを呈す製品を中心に評価は厳しく、平均価格が3,000円台の日は4月2日の1日のみとなった。

【3,000円台 R3：1日、R2：1日、R1：2日間、H30：2日間、H29：4日間】

(3) 4月中旬以降、中間・遅場産地の生産が本格化すると市場は最盛期を迎えたものの例年のように数量はまとまらず、三拍子揃った製品は、引合いが強かったものの、4月13日、17日の雨や、19日、20日の朝の冷え込みの影響から、蒸しの通っていない製品を中心に外観の色沢、水色が黄色みから赤みを呈し、そのような製品を中心に評価は厳しく1,000円台中盤から1,000円を下回る製品もみられた。

一方、山間産地からは形状ものの芽合いの良い製品は、例年以上に引き合いが強く、“さえみどり”や“やぶきた”、“おくみどり”を中心に引合いが見られ、4,000円台での取引となった。また、芯があり、蒸しの効いた、やわらかみのある“かなやみどり”や“おくみどり”も引き合いがみられ、2,500円から3,000円前後

が中心となった。これらのことにより、4月15日以降3日連続で、平均価格が上昇する結果となった。

【2,000円台 R3：13日間、R2：12日間、R1：13日間、H30：10日間、H29：7日間】

(4) 5月に入ると、中間・遅場産地も終盤に入ったことと、適度に雨の日がみられたことから、入荷量は減少し、50トン前後の閑散とした取引となった。また、降雨毎に芽の伸育が進み、山間産地の揉み込みの効いた“おくみどり”等で3,000円台がみられたものの、全体に大柄のものや白茎の目立つ製品が増加したことから、水色が黄色みから赤みを呈す製品を中心に1,000円前後での取引となり、品質による価格差の大きい取引となった。

(5) 番茶については、オリンピック開催に伴うドリンク需要に不透明感があり、原料確保の為の引き合いが積極的ではなかった。また、各工場、本茶の合間を縫って生産できたことから、出回り量は増加し、選択買いが明確に表れた取引となり、本茶摘採後、番茶摘採までの期間が長いものについては、白茎の多い製品、褐色や砕けた製品等が多く、非常に厳しい評価となった。このため、価格は、取引当初、700円前後で推移し、また、二段摘みの番茶は、900円前後となったものの、一般ものの価格の中心は500円前後となり、終盤のササ色や水赤の砕けた製品等は、300円前後での取引となった。

(6) 県茶市場の本茶平均価格は5月31日現在1,916円(前年最終1,621円 前年対比118%)となった。

3. 一番茶取扱実績 (5/31現在 最終比)

単位(数量:t,平均@:円,対比:%)

|     | R3    |       |     |       | R2    |       |     |       | R3/R2対比 |     |     |     |
|-----|-------|-------|-----|-------|-------|-------|-----|-------|---------|-----|-----|-----|
|     | 本茶    | 番茶    | 出物  | 合計    | 本茶    | 番茶    | 出物  | 合計    | 本茶      | 番茶  | 出物  | 合計  |
| 数量  | 3,121 | 1,015 | 385 | 4,521 | 3,333 | 975   | 352 | 4,660 | 94      | 104 | 109 | 97  |
| 平均@ | 1,916 | 612   | 841 | 1,532 | 1,621 | 656   | 650 | 1,346 | 118     | 93  | 129 | 114 |
|     | R1    |       |     |       | H30   |       |     |       | R3/R1対比 |     |     |     |
|     | 本茶    | 番茶    | 出物  | 合計    | 本茶    | 番茶    | 出物  | 合計    | 本茶      | 番茶  | 出物  | 合計  |
| 数量  | 3,504 | 970   | 356 | 4,830 | 3,905 | 1,041 | 421 | 5,368 | 89      | 105 | 108 | 94  |
| 平均@ | 1,865 | 798   | 858 | 1,576 | 1,844 | 845   | 927 | 1,578 | 103     | 77  | 98  | 97  |

4. 品種毎（本茶）取扱実績（5/31現在 最終比）

| 品種名    | R3年産取扱数量(t) | 平均価格(円) |       |       | 対比(%) |       |
|--------|-------------|---------|-------|-------|-------|-------|
|        |             | 令和3年    | 令和2年  | 令和元年  | R3/R2 | R3/R1 |
| ゆたかみどり | 1,120       | 1,757   | 1,618 | 1,934 | 109   | 91    |
| さえみどり  | 556         | 2,675   | 2,396 | 2,804 | 112   | 95    |
| あさのか   | 138         | 1,957   | 1,525 | 1,863 | 128   | 105   |
| あさつゆ   | 139         | 2,197   | 1,846 | 1,888 | 119   | 116   |
| やぶきた   | 676         | 1,739   | 1,419 | 1,493 | 123   | 116   |
| かなやみどり | 82          | 1,634   | 1,070 | 1,190 | 153   | 137   |
| おくみどり  | 106         | 2,297   | 1,862 | 1,754 | 123   | 131   |

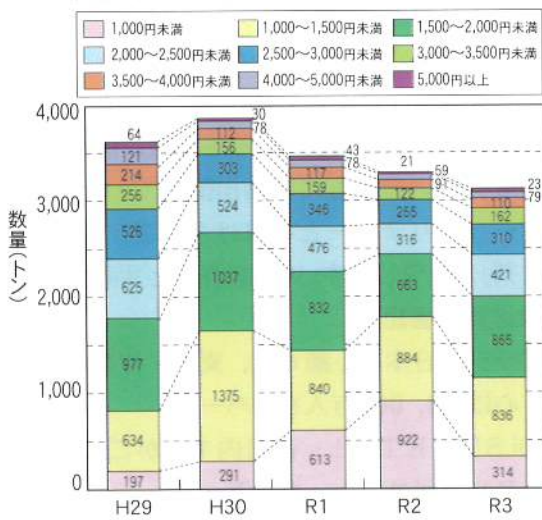
5. 県茶市場地区毎取扱実績（5/15現在 最終比）

(単位:t、円、%)

| 茶産地     | 数量  | 令和3年  |     |       |       | 前年対比 |     |     |     |
|---------|-----|-------|-----|-------|-------|------|-----|-----|-----|
|         |     | 本茶    | 番茶  | 出物    | 合計    | 本茶   | 番茶  | 出物  | 合計  |
| いぶすき    | 数量  | 1,062 | 435 | 89    | 1,587 | 95   | 137 | 117 | 105 |
|         | 平均@ | 2,166 | 636 | 829   | 1,671 | 112  | 91  | 124 | 104 |
| 南さつま    | 数量  | 944   | 226 | 69    | 1,239 | 90   | 97  | 137 | 93  |
|         | 平均@ | 1,752 | 584 | 955   | 1,494 | 121  | 94  | 110 | 116 |
| さつま日置   | 数量  | 339   | 19  | 69    | 427   | 136  | 55  | 119 | 125 |
|         | 平均@ | 1,315 | 633 | 695   | 1,184 | 130  | 119 | 144 | 136 |
| 北さつま    | 数量  | 118   | 68  | 14    | 200   | 99   | 74  | 100 | 89  |
|         | 平均@ | 2,513 | 652 | 1,695 | 1,821 | 124  | 107 | 170 | 132 |
| 鹿児島いずみ  | 数量  | 9     | 10  | 1     | 20    | 94   | 206 | 73  | 127 |
|         | 平均@ | 1,996 | 684 | 520   | 1,253 | 110  | 93  | 101 | 92  |
| あいら     | 数量  | 126   | 66  | 34    | 226   | 83   | 84  | 98  | 85  |
|         | 平均@ | 2,141 | 681 | 644   | 1,489 | 135  | 107 | 131 | 129 |
| そお鹿児島   | 数量  | 55    | 32  | 24    | 111   | 59   | 79  | 89  | 69  |
|         | 平均@ | 2,352 | 551 | 948   | 1,525 | 139  | 84  | 123 | 120 |
| あおぞら    | 数量  | 216   | 44  | 26    | 285   | 88   | 81  | 65  | 84  |
|         | 平均@ | 1,752 | 429 | 828   | 1,464 | 128  | 69  | 148 | 127 |
| 鹿児島きもつき | 数量  | 212   | 102 | 55    | 369   | 84   | 91  | 118 | 90  |
|         | 平均@ | 2,021 | 577 | 774   | 1,437 | 119  | 83  | 126 | 110 |
| 種子屋久あまみ | 数量  | 32    | 12  | 2     | 45    | 86   | 163 | 70  | 98  |
|         | 平均@ | 1,447 | 683 | 916   | 1,222 | 112  | 102 | 113 | 105 |
| 合計      | 数量  | 2,894 | 971 | 358   | 4,223 | 94   | 106 | 115 | 98  |
|         | 平均@ | 1,929 | 620 | 843   | 1,536 | 117  | 94  | 127 | 113 |

※ラウンドにより合計は一致しない場合がある。

6. 価格帯別取扱実績（5/31現在）



7. 苦情茶並びに欠点茶の内容別発生件数（5/31現在）



県茶生産協便り

# 2021年度の 新たな取組みと活動状況について

(一社)鹿児島県茶生産協会

県茶生産協会では、茶の消費拡大を図るため、新型コロナウイルスの感染症予防の観点等から水筒を所持する機会が増えた小学生はもとより、その親やビジネスマン等に対し、急須で入れたお茶だけでなく、マイボトルを活用した飲み方を啓発するポスターとマグネットシートを作成し、ポスターは小学校に、マグネットシートは協会会員に配布しました。

このポスターやマグネットシートを見た方が、茶の消費が停滞する夏場の水分補給として、また冬場は風邪予防に、これまで以上に緑茶を飲んでくれることを期待しています。



## 1 茶業後継者等育成事業

第三者認証の取得は、品質の向上や販売先への信頼性を確保し有利販売につながることから、第三者認証の取得を推進するため、認証取得に必要な資格の経費を一部支援します。

＜支援対象者＞（原則 1工場で1名）

協会会員とその家族、茶工場の従事者

＜助成額＞

予算の範囲内で経費の1/2以内

## 2 茶業経営向上活動事業（新規分）

### (1) 県内外の消費宣伝活動等に係る支援

県内外において本県産茶の消費宣伝活動を実施する各市町・地区振興会組織（青年の会、女性の会含む）に対して経費の一部を助成します。

＜助成の対象となる活動＞

商談会・展示会・試飲販売会等への出展、宣伝用資材（チラシ、一煎バック等の作成）など

＜助成額＞

予算の範囲内で200千円を限度額として、経費の1/2以内

### (2) 県外観光客へのかごしま茶のPR（予定）

鹿児島空港で、鹿児島を訪れる県外観光者に各産地のお茶を振る舞いかごしま茶をPRします。

- (3) 販売促進資材の作成  
イベントや県外で、かごしま茶をPRするために、簡便な入れ方でおいしく飲めるティーバックを一番茶で作りました。



### (4) テレビCM等による「かごしま茶」PR

#### 1) テレビCMによるPR

「かごしまの大地で育ったみどり鮮やかな“かごしま茶”をどうぞ！」でテレビCM放送中です。



＜放送番組＞

- ①MBC放送（あさチャン！内）  
・毎週月曜日6時45分前後に15秒
- ②KTS放送（めざましテレビ内）  
・毎週木曜日6時45分前後に15秒

#### 2) ラジオ放送によるPR

「かごしま茶」に関わる生産者、関東地区の販売協力店の方に電話出演していただき、パーソナリティとの掛け合いで、「かごしま茶」をPRします。※県経済連と共同で実施

＜放送局・番組＞

- ①ラジオ日本（1都6県、東京・神奈川を中心に約4,000万人をカバー）
- ②「SWEET!!」番組内で「かごしま茶」PR特別コーナーを設置

・5月24日～28日（5日間、8～10分）

3) インスタグラムによるPR



4月16日、かごしま茶ナビがInstagramアカウントを開設しました。「かごしま茶」の魅力がたくさんの方に広めていきます。

かごしま茶ナビのアカウントは、(一社)鹿児島県茶生産協会が運営していますので、是非フォローをよろしくお願いいたします。

(5) 学校への緑茶提供支援

学校での緑茶の飲用を通じて、児童、生徒に対する愛飲習慣と伝統文化の理解と継承に役立てるため、小学校等に緑茶を無償提供している取組に支援します。

<対象とする団体>

- ・市町茶業振興会や茶業青年部等の団体、茶業振興会会員

<支援内容>

- ・各地区上限5万円

産地の話題

南九州市茶業振興会知覧支部が  
県医師会へ知覧茶を贈呈

5月10日、南九州市茶業振興会知覧支部は、新型コロナウイルスの治療にあたる医療従事者に、新茶を贈りました。

新型コロナ感染者の治療の最前線に立つ医療従事者にとって心と体の癒やしになればと贈られたもので、贈呈式では県医師会の池田会長に知覧茶が手渡されました。

贈呈された知覧茶はティーバックやドリップなどで、県医師会では24時間態勢で軽症者の対応に当たる宿泊療養施設の医師や看護師に飲んでもらうことにしているそうです。

南九州市茶業振興会知覧支部様より  
鹿児島県医師会への知覧茶贈呈式



鹿児島ユナイテッドFCの  
HOMEゲームで日置茶をPR

4月25日、白波スタジアムで、鹿児島ユナイテッドとテゲバジャーロ宮崎の試合が行われました。

日置市茶業振興会は、メインスタンド前のスポンサーブースで、ブースにお越しいただいた方に日置の「ほうじ茶」のプレゼントと、新茶をお買い得価格で販売し、「日置茶」のPRを行いました。



一般社団法人鹿児島県茶生産協会

「お知らせ旗」について



鹿児島県茶生産協会では、「安全・安心で、信頼される産地づくり」を目指し、令和2年産の一番茶から「お知らせ旗」の導入・設置に取り組みます。

一般社団法人鹿児島県茶生産協会

収穫直前  
お知らせ旗

氏名  
連絡先

黄色の旗が目印です!!

黄色の「お知らせ旗」を、収穫10日前から収穫が終わるまで茶園に設置し、「収穫直前」であることをお知らせします。

県茶商協便り

# 令和2年度通常総会開催

鹿児島県茶商業協同組合

令和3年3月26日(金)当組合の令和2年度(第48回)定時総会が昨年に引き続き当組合2階会議室で、参加者の「新型コロナウイルス」感染防止に配慮しながら開催されました。

澤田理事長の挨拶に続き、議案の審議を行い原案通り可決されました。

引き続き(売)買参人組合総会及び静岡の(旬)川連幹旋との情報交換会が行われました。



## 決算概況

令和2年度の売上は前年度比6,600万円の減少(共販事業6,100万円の減少)となりましたが、純利益は前年度比40万円増加しました。

主因として、「新型コロナウイルス」の感染拡大で県外茶商の来鹿が阻まれたり、県内外のイベント中止の影響で売り上げが落ち込みました。

一方、売上に対する組合幹旋手数料の減少が限定的であったり、イベント等の中止に伴う経費の削減により最終的には収益を確保することができました。

## 次年度計画

昨年来続いている「新型コロナウイルス」感染について終息の兆しが見えない状況にありますが、ワクチン接種が開始され感染者の減少・経済活動の好転が期待されています。

このような状況下、当組合においても一昨年と同額の目標額設定や各イベントの開催を計画し業績回復を目指す予定であります。

# 澤田新執行部体制スタート

令和3年3月26日(金)開催の令和2年度定時総会で「理事並びに監事の任期満了に伴う役員改選」が行われ、選出された新理事による同日開催の第1回理事会及び3月31日(水)開催の第2回理事会で、任期2年の新体制が下記の通り決定しました。

## 1. 新役員

〔理事長〕 澤田了三  
 〔副理事長〕 佐多浩二・新原進也・濱田眞一  
 〔専務理事〕 中禮雅治  
 〔理事〕 岡村 謙・森 裕之・栗畑政茂  
 池田研太・岡 秀実(新任)  
 〔理事格〕 松永隆弘  
 〔監事〕 新山 昇・山口真一・宮原高博

## 2. 関係団体の役員

(公社)鹿児島県茶業会議所

- ①〔理事〕 澤田了三・新原進也・濱田眞一・中禮雅治・岡村 謙・森 裕之  
 ②〔監事〕 佐多浩二  
 ③〔鹿児島県茶市場運営委員会委員〕  
 濱田眞一・岡村 謙・森 裕之・栗畑政茂  
 ④〔債権損失補償限度額審査委員会委員〕  
 澤田了三・新原進也・松永隆洋  
 ⑤〔茶業功労者表彰委員会委員〕 澤田了三  
 ⑥〔かごしまブランド確立推進委員会委員〕  
 澤田了三・岡村 謙・栗畑政茂  
 ⑦〔鹿児島県茶品評会及び鹿児島県茶経営改善コンクール審査員〕  
 澤田了三・濱田眞一・中禮雅治・池田研太  
 ⑧〔かごしま標章茶審査会審査員〕  
 岡村 謙・栗畑政茂・岡 秀実



## 随想 「令和 新茶思考」

公益社団法人 鹿児島県茶業会議所

前会頭 永福喜作

昨年2020年（令和2年）は、新型コロナの影響で新茶売りの催事が開催できない上に、すべての催し物、スポーツなどのイベントが中止され、ペット茶の消費も少なく、過去にない不況になってしまった。その前年2019年は、春の暖かさで茶の芽の発育が早く、販売への対応遅れで新茶販売に活況を欠いた。

今一度、新茶に対する考え方を再考しようと思って筆をとってみた。

新茶の季節といえば初夏、「夏も近づく八十八夜…」歌にも唱われることで5月2日が旬としてマスコミにも取り上げられる。

遠州牧之原の人々は、明治維新、士族を中心に牧之原台地に上り、茶の植栽を始めた。茶は、維新後、絹糸などと並び、外貨獲得の代表品目となった。中国から榮西禅師が茶の種子をもたらし、産地の素地があったのはもちろんだが、その後の農民の茶に対する愛情の結晶と清水港の貿易港が近くにあったのが、産地として大きく育った要因であろう。

時が過ぎ、茶摘の歌が流行ってきた。作詞作曲は不詳だが、文部省唱歌の発表は、1912年（明治45年）世に出てきた。「夏も近づく八十八夜…」茶摘の歌は、今でいう在来種の茶摘歌である。今、茶の品種の大部分はやぶきた種である。杉山彦三郎氏が1908年（明治41年）発見育種したが、登録したのは昭和28年、静岡県の特産品種になったのは昭和30年。私の私見ではあるが、やぶきた種は在来種の摘採適期より7日から10日早い。例年、静岡でも早い産地の初倉、御前崎など南部では、やぶきた種の摘採適期は4月20日～25日頃である。鹿児島は、まだそれより7日～10日早い。やぶきた種が標準の適期だが、ゆたかみどり、さえ

みどりなど優れた品種は、それより4、5日も早い。鹿児島市場が例年4月5日～7日頃に開市されるのは、種子・屋久の早さもあるが、枕崎、颯娃、大根占など4月10日を過ぎるとどんどん摘採が始まるからである。静岡の産地で八十八夜の旬と思われる5月2日からすると、鹿児島は20日も早い。

すべての農産物、メロン、スイカ、イチゴ、ブドウ、ミカンなどなど、初物にどれだけ消費者が心を動かされてきたか、なぜ茶だけ早く対応できないのか。それは、八十八夜の茶摘歌の呪縛にあると思う。それは、歴史の中で占有率をしめてきた静岡に頼ってきたからであると思う。歴史の中で後発産地であるという残念さはあるが、後発でも商品のアピールでどんどん変わるのが今の時代である。静岡を飛び越え、東北、北海道へ新茶の香りをいち早く届けたい。

それから、八十八夜の季節感を八十八夜の米寿の茶として、それから11日も早い七十七夜を喜寿の茶として宣伝すれば良い。すべての初物に物語、ストーリー性のある物に消費者は心惹かれる。お茶も物語を作れば良いと思う。立春から七十七夜は喜寿の祝、八十八夜は米寿の祝、九十九夜は白寿の祝、百八歳の長生きに茶寿の祝…。10年先に日本中に広がっていることを期待したい。

今後、永遠なる「かごしま茶」の活況を祈念して…。

（日本茶業中央会 茶業功労者表彰受賞記念寄稿）

（追記）

学校での給茶で、インフルエンザの予防をうがいでやっているところも多いが、今こそ、新型コロナにこれを応用すれば病院、学校など大変助かると思うが、如何かな!!

# アメリカお茶市場トレンド便り

在米コンサルタント

ロサンゼルスを拠点に活動しておりますナチュラル・プロダクツ業界専門のコンサルタントKentreeの溝呂木(みぞろぎ)です。現在ロサンゼルスを拠点に活動、情報発信をしています。

さて今回の3つの記事を取り上げました。1つ目は、ワールドティーエキスポの新しい主催者によるお茶関係者のバーチャル会議での話された内容についてです。コロナ禍家庭向けお茶販売が増加したという話、SNSを含めたメディアとの付き合い方や使い方について興味深い見解があります。

2つ目は世界高級茶ブランドトップ10の記事となります。本文にはありませんが日本からは10位に京都宇治の伊藤久右衛門が抹茶でエントリーしています。緑茶では中国の茶商のみが入っていますが今後鹿児島からもランキングに入るところがでてくることを期待しています。

3つ目はお茶がトップアスリートのパフォーマンス向上に役立つかという興味深い内容です。メンタルだけでなくフィジカルにもプラスになるということが分かるとアスリート市場へ展開することができます。皆さんでそのようなことをご存知の方がいらっしゃれば会議所経由でぜひ私にもお知らせください。

それではアメリカ市場のそれぞれの記事の紹介となります。

## ワールド・ティー・バーチャルサミット ～成功への戦略～

アマンダ・マーフィー著 2021年3月24日

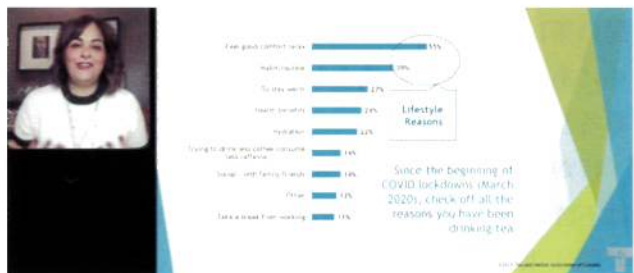


新型コロナウイルスの影響により、2020年は茶

業界でも未曾有の課題に直面することとなり、戦略の転換やバーチャルにも対応する必要に迫られました。このような流れの中、2021年3月15～16日にはQuestex社主催のワールド・ティー・バーチャル・サミット(World Tea Virtual Summit)が開催されました。専門家やプロガー、編集者などが出席し、茶ビジネスをサポートするための重要な課題を取り上げ、コロナ禍でいかに創造的に問題を解決、前進していくにはどうすべきか意見を交わしました。

### 業界の現状

カナダのTea & Herbal Associationの会長であるシャブナム・ウェーバーは、「茶業界は課題を抱えながらも素晴らしい年になりました。」と述べています。2020年は、消費者が茶に対する感情的なつながりを持ち、家庭向けの茶の販売が18%増加しました。購入増加の主な理由として、「気分が良くなる、快適、リラックス」などの心理的要因と、「習慣、日常」を含むライフスタイル関連の2つが挙げられました。



セッションの最後に、ウェーバーは、消費者がコロナ禍での12ヶ月間に行ってきた多くの習慣やライフスタイルの選択が今後もなくなることはないとし、ビジネスの革新を続ける必要がある、と締めくくりました。

### 新入社員の教育方法を再考しよう

Tea Sippers Societyの創設者であり、T Ching出版社のオーナーであるバベット・ドナルドソンは、新入社員は財産であると言います。彼らの考えを理解しようとする、また彼らのもたらすもの



が何かを知るために時間をかけるべきだと強調しました。

新入社員を教育したり、技術（茶の淹れ方など）を教えたりする際には、お客さまからよく聞かれる質問を想定し、感覚的な体験をお客様と共有できるようにすることを提案しました。「顧客を中心としたトレーニングや教育方法は、新入社員の自信につながります。従業員が自分の知識で顧客と接することができれば、本物の関係が生まれるのです」

### 2021年の茶の広報活動:6人のジャーナリスト & ブロガーに聞く5つの重要な質問と幅広い見解

World Tea Newsの編集者であるアーロン・キールは、一流のライター、ブロガー、編集者、出版社といった専門家を集め、売り込み方や、メディアとの関係を作る際の重要なヒントや注意点を提供しました。

パネルディスカッションでは、茶の広告メディアと仕事をする上での重要なポイントが紹介されました。

- ・茶の広告メディアと仕事をする前に、その出版社やメディアについて知ること
- ・各メディアの使命を理解すること（何を取材し、何を取材しないのか、どのような記事を好んで掲載するのかなど）
- ・広告メディアとの関係において自分に期待されることを明確に把握しておくこと
- ・自身のインパクトのあるストーリー提案をするために、現在のトレンドを把握しておくこと

### 茶業界のためのソーシャルメディア

Brooklyn Tea Companyの共同経営者であるジャミラ・マクギルとアルフォンソ・ライトは、ソーシャルメディアやデジタル・コンテンツを利用した戦略の重要性について語りました。フェイスブック、インスタグラム、ティックトック、スナップチャットなどのプラットフォームを利用し、コンテンツの提供、人とのつながり、またデジタル広告を活用することの重要性を説明しました。「ソーシャルメディアは、安価に自分の言葉を使って視聴者と関わるができる手段です」と述べ、ソーシャルメディアは流動的なものだが、目標とビジョンを持ち、予算を決め、いち早くサービスを利用し始めることが必要であるとしました。ソーシャルメディアを利用する際の4つのポイント①デジタル広

告を作成する際は、ターゲット市場を考慮すること②写真など手持ちのデータを利用することから始めること③データ分析のための無料の情報を活用すること④ソーシャルメディアの情報を毎日チェックすること



原題: World Tea Virtual Summit Report: Strategies for Success(抜粋)

## 2021年世界高級茶ブランドトップ10

アーロン・キール著 2021年3月24日



2021年2月23日、ブランド価値評価機関の一つである、ワールド・ブランド・ラボ(World Brand Lab)が、「2021年世界高級茶ブランドトップ10」を発表しました。このランキングには、8か国から高級茶ブランドトップ10が選出され、トワイニング(Twinings) (英国)、竹葉青(Zhuyeqing) (中国)、

| 2021 Global Top 10 Luxury Tea Brands<br>(Listed in no particular order) |           |                    |  |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------|--|
| Brand                                                                   | Country   | Major Tea Types    |  |
| TWININGS                                                                | UK        | Tea bag            |  |
| 竹葉青                                                                     | China     | Green tea          |  |
| TWG                                                                     | Singapore | Blended tea        |  |
| Harney & Sons                                                           | US        | Blended tea        |  |
| Dilmah                                                                  | Sri Lanka | Black tea, Tea bag |  |
| Tetley                                                                  | UK        | Variety            |  |
| Mariage Freres                                                          | France    | Black tea          |  |
| chaiTIME                                                                | India     | Blended tea        |  |
| TAZO                                                                    | US        | Iced tea           |  |
| 伊藤久恵園                                                                   | Japan     | Matcha             |  |

Source: WorldBrandLab.com

TWG(シンガポール)、ハーニー&サンズ(Harney & Sons)(米国)、マリアージュ・フレール(Mariage Frères)(フランス)などが名を連ねました。

この評価は富裕層の消費者が茶の品質を測定できるように、公平で信頼できる基準を設定することを目的としています。ワールド・ブランド・ラボは、評価基準として、「ブランド力」「消費者付加価値指数」「企業発展指数」という3つの次元から独自のグローバル・ティー・ブランド評価モデルを開発しました。

イギリス、アメリカ、フランス、インド、スリランカ、中国、日本、シンガポールなど、茶産業が成熟した20か国以上から集まった、5,000以上のブランドを300に絞り込み、ビッグデータや統計を駆使し分析したうえで、世界で最も影響力のある10の高級茶ブランドを選出しました。

同社は、レポートにより解析された現在の消費傾向における特徴も報告しており、一人当たりの年間紅茶消費量が世界トップのトルコとアイルランドが、消費者ニーズを満たすために高級紅茶ブランドの輸入に大きく依存していることに注目しました。

また、小規模専門店や高所得者層向けの商品のブランド化、高級ブランドが徐々に若年層に確立してきていること、健康効果といった機能性、の3つの特徴をあげました。新型コロナウイルスの世界的大流行により、茶の効果・効能に対する消費者の意識が高まったといいます。

「お茶を飲むことの利点は、中国の人々のあいだで古くから根付いており、西洋で最もよく知られているカフェインの効果をはるかに超えています」と、ニューヨークを拠点とするワールド・ブランド・ラボの専門家メンバーであるマイケル・ライスは述べています。「お茶を毎日飲むことで、減量や消化器系の健康から循環器系の強化、糖尿病の治療、記憶力の改善まで、生活の質を高めより楽しむようになるのです」

原題: Report Names the 2021

Global Top10 Luxury Tea Brands (抜粋)

## 茶はスポーツドリンクのライバルとなり得るか?

マーティン・マルケヒュー著 2021年4月7日

### 茶と世界レベルのアスリートの食生活

茶はトレーニングや試合中の理想的な飲み物とは



言い難いが、激しい運動の前後に飲めば、疲労回復に役立つことが科学的に証明されている。大学や病院での研究では、茶を定期的に摂取することで身体に良い影響があるとされているが、茶がアスリートのパフォーマンスを飛躍的に向上させるものであると断言するのは微妙なところだろう。これらのことは、茶が世界レベルのアスリートの食事療法に適していないということではない。実際、それはまったく逆の可能性もあるのだ。

医学的な研究によると、茶の有効成分は、長時間の負荷がかかった身体の回復過程で役立つことが示されている。このことは、プロの競技者にとっても通常のフィットネスを行う一般の人にとっても同様である。ブラジルのパンパ連邦大学の神経力学部による2018年の研究では、緑茶抽出物が神経筋活性化を維持し、継続したトレーニングにより累積疲労下にあるアスリートの筋肉損傷マーカーを減少させることが発表された。

緑茶にはカフェイン効果に加え、多くの抗酸化物質の働きにより持久力が高まり、新陳代謝を活発にする効果がある。また、緑茶は炎症を抑えるのにも役立つ。一時的なカフェインによる高揚感は別として、毎日1杯約236mlの緑茶を3杯以上摂取すればこれらの利点が得られるという。

### 茶と運動能力の関係

茶とアスリートのパフォーマンスの関係性を売りにしている会社の1つにテンゾー(典座=禅宗の寺院における調理人に与えられる肩書)がある。共同設立者で、UCLAの大学バレーの選手でもあるスティーブ・オデルは企業の競争力をさぐる中で茶を選んだ。

オデルは「抹茶には他のカフェイン製品にはみられない卓抜したエネルギーがあります。そのエネルギーは一日中持続し、飲んだ人を疲れさせません。たいていの人は茶の効用を見逃しているため、その利点に焦点を絞らなければならなりません。運動前

にエナジードリンクやコーヒーを飲んで神経過敏になるよりも、有機栽培の食材をバランスよく食事に取り入れることで生産性を高めることができます」と述べた。



テンゾーは、2016年の創業以来、アメリカでも急成長している日用消費財企業のひとつとして、多くの顧客を獲得している。オデルはスポーツドリンクからの置き換えはすぐにはできなかったと言う。「大学バレーの遠征の際には、いつもコーヒーに惹かれていました。試合中に飲むことはありませんでしたが、試合の前後に飲むことが多かったのです。しかし、胃腸の調子が悪くなったり、パフォーマンスが低下したりすることもありました。しばらくすると、自分を奮い立たせるために新しい飲み物を試してみたくなりましたが、正直なところ、スポーツドリンクやエナジードリンクはあまり好きではありませんでした。砂糖のような味がするので、いつも敬遠してしまい、試合中には頭が痛くなることもありました」



「試合中のドリンクを茶に変えた他のアスリートたちと同じく、茶の味になれるまでに多少時間がかかりました。抹茶に出会ったのは偶然で、味が強すぎるのと人工的な感じがしたので最初はあまり好きではありませんでしたが、抹茶の与えてくれるエネルギー（抹茶はスプーン1杯にエスプレッソ1杯分のカフェインが含まれています）は、まさに私が求めていたものでした。」としたう

えで、試合で初めて抹茶を試すときは、ゆっくりとしたペースで始め、摂取量を調整するように注意を促した。

運動能力という観点から見た際に、オデルにとって抹茶の最も説得力のある点は、すべてが直接自然から得られるものであるということだ。人工的な香料を使用せず、有機的に摘まれた葉を使用することで、自然な味わいと純粋なエネルギーを得ることができる。「このエネルギーは、頭痛やイライラを引き起こさないの、大事な試合の前には最高の後押しになります。アスリートは自分の体に何を取り込むかを常に意識する必要があります。コートやフィールドで倦怠感や、腹痛を起こしたりしないよう、特に試合前に飲むものには注意が必要です。試合前のエネルギー補給に抹茶を試してみたいというアスリートには、100%オーガニックの抹茶をお勧めします。」

茶は、ゲータレード、ビタミンウォーター、パワーエイドなどの人工的に作られたスポーツドリンクに匹敵する市場シェアはないかもしれない。しかし、茶のブランド力は何世紀にもわたって維持されており、その健康効果はフィットネスの領域で確実に存在感を示している。茶業界がスポーツ界でより良い地位を確立するためには、現在のグローバル・ブランドが行っているようなアピールをする必要がある。セリーナ・ウィリアムズ、シモーネ・バイルス、トム・ブレイディ、クリスティアーノ・ロナウドのような、マーケティング・アイコンとなる英雄を探しだすことだ。

原題:Can Tea Rival Sports Drinks in the Athletic World?(抜粋)

詳しくはブログにて

<http://kagoshimacha.blogspot.com>

(オンライン市場の定点観測)

Amazonでのランキングを掲載してきましたが諸所の理由がありましたので掲載中止させていただきます。

今後気になるお茶商品やカフェなどがありましたら共有させていただきます。

今回はブログの中でベトナムの「The Note Cafe」というカフェを紹介しています。来店者が思い思いに書いたポストイットが店内に貼り付けられています。ぜひ見てみてください。

# 事務局便り

## 最近の動き（2月～）

鹿児島県茶業会議所

### 理事会

（2月24日 かがしま茶流通センター）

理事が開催され、令和3年度事業計画及び収支予算が決定しました。（決定内容は、2ページから4ページに掲載）

### 日本茶業中央会理事会、総会

（3月12日 Web会議）

会員の加入に関する議案が提案され、三重県茶業会議所、株式会社伊藤園、サントリー食品インターナショナル株式会社、三井農林株式会社の1団体4企業の加入が承認されました。

### 理事会

（4月5日 鹿児島サンロイヤルホテル）

令和2年度の事業報告等に関する件など5議案が提案され承認されました。令和5年度の県茶業振興大会の開催地についても協議がなされ、霧島市及び湧水町での開催が決定しました。



### 空港での「かがしま新茶」キャンペーン実施

（4月24～25日 鹿児島空港）

コロナ禍の中、例年に比べ乗降客は少ない状況でしたが、訪れたお客様に全国に先駆けて生産された

「かがしま新茶」を味わってもらい、大変喜んでいただきました。



### 養護老人ホーム慈眼寺寿光園へ新茶を贈呈

（5月7日 慈眼寺寿光園）

コロナ禍のため献茶祭を欠席された養護老人ホーム慈眼寺寿光園へ、県茶商業協同組合各社より提供いただいた献納茶の新茶を贈呈しました。

### 知事へ新茶を贈呈

（5月12日 鹿児島県庁）

塩田鹿児島県知事にかごしま茶の魅力をPRしていただくために、かがしま新茶を贈呈しました。柚木会頭が贈呈した後、CHAガールが新茶を淹れ知事に振る舞いました。知事から「とてもおいしい」と言葉をいただきました。

