

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



かごしま茶新春初取引会開催

1月6日、かごしま茶流通センターで、恒例の新春初取引会を開催いたしました。今年も、新型コロナウイルスの感染防止のために参加者人数を制限した中での開催となり、約110名の茶業関係者が参集しました。

当日は、柚木茶業会議所会頭、松園県農政部長、坂元茶生産協会長のあいさつの後、澤田茶商業協同組合理事長の手締めで、今年のかごしま茶の盛況を祈念しました。





年頭のごあいさつ

公益社団法人 鹿児島県茶業会議所

会頭 柚木 弘文

新年あけましておめでとうございます。

茶業関係の皆様には、御家族お揃いで希望に満ちた新年をお迎えのこととお慶び申し上げます。

また、皆様には、かねてから鹿児島県茶業会議所の業務・運営に対しまして、格別の御理解と御協力を賜り心より感謝申し上げます。

さて、昨年の県茶市場の取引状況を見ますと、一番茶は3月中旬の気温の上昇とともに一斉に芽が伸び、早場産地では順調な生産がなされ、中間・遅場産地で雨の影響等により摘採遅れ等が発生したものの、取扱数量はほぼ前年並み、本茶価格は前年対比105%となりました。その後は、二番茶での降雨等による日照不足や朝晩の低温、三・四番茶での燃油高騰による製造コストの上昇や価格安の見通し等から、減産傾向となり、茶市場の取扱量は前年を下回りました。

一方、販売環境は、外国人観光客の入国制限の撤廃などウィズコロナ政策により需要喚起の動きがあるものの、新型コロナウイルス感染拡大の波が収まらず、厳しい状況が続いています。

このような中、鹿児島県の茶業は、広大な畑地と恵まれた気象条件のもとで、生産者をはじめ関係の皆様のご意欲的な取組により、荒茶生産量は全国の3割以上を占め、品質面におきましても、全国茶品評会の普通煎茶10キロの部において19年連続産地賞を獲得するなど、品質・量ともに全国トップレベルにあります。さらに本県は、多くの品種や全国一の有機栽培面積を有するなど多様な消費者ニーズに対応できる生産体制を整えてきております。

しかしながら、日本経済のグローバル化の中で

急速な円安やウクライナ情勢などの影響により、生産から流通業界まで、あらゆる場面で資材等の高騰が続いております。消費者の期待に応える一大産地として、国等の施策も十分に活用しながら健全な茶業経営を維持し、より一層安定的な生産・供給に努めて行く必要があります。

お茶は、古くから人々の健康づくりや生活にゆとりと潤いをもたらすかけがえのない食品として、暮らしの中に深く根づき、日本人の美意識やおもてなしの心を育む文化としても発展してきました。

コロナ禍によりライフスタイルが変化し多様化しておりますが、これに合わせた商品開発やお茶の飲み方・楽しみ方の提案、日本茶の持つ健康機能や癒やし効果のPRなど、新たな視点で消費者にアプローチする取組も大切です。

茶業会議所では、コロナ後の社会様式等の変化も注視しながら、「かごしま茶」の魅力や特長を前面に出したPRを行い、「かごしま茶」の知名度向上と消費拡大に取り組んでまいりますので、皆様の一層の御理解と御協力をお願い申し上げます。

最後に、今年のお茶が気象災害を受けることなく順調に生産され、活発な取引がなされるとともに、茶業に携わる皆様のみずみずしの御健勝と御活躍を祈念申し上げ、年頭のごあいさつといたします。





年頭のごあいさつ

鹿児島県農政部

部長 松 園 英 昭

令和5年の年頭に当たり、謹んで新年のお喜びを申し上げます。

皆様には、日頃から茶業振興を通じ、本県農業の発展に多大な御貢献をいただき、心から感謝申し上げます。

さて、令和4年産の取引状況を振り返りますと、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が依然としてある中、ここ数年続いていた相場の下落に歯止めがかかり、数量・単価ともにほぼ前年並の結果となりました。

令和4年の本県茶栽培面積については、全国では36,900haと前年から1,100ha減少する中で、ほぼ前年度並みの面積である8,250haを維持しており、荒茶生産量の全国シェアは年々拡大傾向にあり、また、てん茶面積、有機JAS面積ともに全国1位となっております。

さらに、昨年の全国茶品評会においても、「普通煎茶10kg」の部での19年連続となる産地賞受賞や、個人部門でも農林水産大臣賞をはじめとして輝かしい成績を収め、「かごしま茶」の品質が全国トップレベルであることを改めてアピールすることができ、大変明るいニュースとなりました。

これもひとえに、日頃から高品質な「かごしま茶」を生産されている生産者をはじめ、関係の皆様方のたゆまぬ御努力の賜物と考えております。

一方、茶をはじめ、農業を取り巻く情勢は、燃油、肥料・飼料、被覆資材等の価格高騰、急激な円安等の影響を受け、大変厳しい状況が続いております。

県といたしましては、『「かごしま茶」未来創造プラン』に基づき、本県茶業が有する強みや潜在力（ポテンシャル）を生かし、「儲かる茶業経営の実現」に向けて、多種多様な茶づくりの推進や、販路拡大の取組として、JRや航空会社と連携したPR活動などに取り組んでおります。

特に、荒茶加工施設等の整備・再編など効率的な生産体制づくりを進めるとともに、かごしま茶の付加価値向上を図るため、収益性の高い品種への新・改植等の取組や、海外需要に対応できる新品種「せいめい」の産地化や有機栽培茶の生産拡大などさらなる茶業振興に取り組むこととしています。

また、今年は、「燃ゆる感動かごしま国体・燃ゆる感動かごしま大会」や「第47回全国高等学校総合文化祭」など、「かごしま茶」をPRする絶好の機会があります。茶業関係者が力を結集して、「かごしま茶」を国内外に向けて情報発信するとともに、活発な販売活動を展開し、日本を代表する茶産地として、さらに羽ばたくことを期待しております。

本年が「かごしま茶」にとりまして、大きな飛躍の年になりますよう、また、皆様方の御健勝、御多幸を心から御祈念申し上げ、新年の挨拶いたします。





年頭のごあいさつ

一般社団法人 鹿児島県茶生産協会

会長 坂元 修一郎

新年あけましておめでとうございます。

年頭にあたり、謹んで新年のお喜びを申し上げます。

さて、令和4年産茶は、茶芽の揃いが良く4月は寒害や強風等の影響もなく、早場地域では順調な生産となりました。しかし、中間・遅場地域では天候の影響を受け、適期摘採が困難な状況もありました。

価格は、早場地域においては一番茶らしい良質茶が生産され好市況で推移したものの、中間・遅場地域では、天候の影響もあり、品質が不安定で、やや厳しい市況となりました。

二番茶以降は、ドリンク原料の引き合いが弱く、総じて軟調相場となりましたが、有機栽培茶など輸出向け茶については、高単価で取引されています。

生産環境面では、重油や肥料などの生産資材高騰により、われわれ生産者にとっては厳しい環境の中で市況を見ながらの生産となり、中切り・深刈り更新が例年に比べ多い状況にありました。

緑茶を取り巻く情勢は、若者のリーフ茶離れや消費者の簡便志向等により、国内消費量は減少傾向が続いているものの、新型コロナウイルス感染症拡大の前後で比較すると、若い世代を中心に緑茶を飲む機会が増えたとする農林水産省の調査もあります。

ピンチをチャンスに、引き続き、消費拡大を図ることが重要となっています。

本県の2021年度の茶輸出額は、新型コロナウイルス感染症拡大による家庭での巣ごもり需要と経済活動の回復傾向による外食需要等の増加により、抹茶や有機栽培茶を中心に伸び、過去最高額とな

りました。

全国茶品評会では、普通煎茶10kgの部において本県が19年連続で産地賞を受賞し、さらに、玉露の部において産地賞3位に入賞しました。

個人の部では、普通煎茶10kgの部で農林水産大臣賞をはじめとする多数の特別賞を受賞するとともに、玉露やかぶせ茶の部でも入賞するなど、本県産茶の品質がトップレベルにあることや需要に対応した多様な茶の生産が進んでいることをアピールすることができました。

このような中、生産協会では、安心・安全な茶づくりを基本に、今後も本県ならではの特色を最大限に生かしながら、良質茶の生産や更なるコストの低減、生産性の向上などに、関係機関・団体と一体となって、積極的に取り組んでまいります。

また、販売面におきましては、多くの本協会会員の皆様方が、輸出に対応した有機栽培茶・てん茶などの生産や直接販売などに取り組んでおられますが、更なるお茶の消費拡大と付加価値向上を図るため、会員の皆様の支援はもとより、健康面からのお茶の機能性について、関係機関や大学と連携した機能性分析・評価に向けた取組を今年度も継続して行ってまいります。

さらに、茶業会議所と連携し、「かごしま茶」の認知度向上と消費拡大を図るため、県内外でのイベント等の実施やPR活動を行ってまいりますので、皆様方の御支援・御協力をお願いいたします。

結びに、本年産茶が気候に恵まれ、販売においてもよい年となりますよう、また、皆様にとりまして実り多い年となりますよう、お祈り申し上げ、年頭のごあいさつとさせていただきます。



新年のごあいさつ

鹿児島県茶商業協同組合

理事長 澤田 了三

明けましておめでとうございます。

茶業関係の皆様方には、新年を迎えいかがお過ごしでしょうか。

昨年を振り返りますと、「新型コロナウイルス」が蔓延しワクチン接種の効果も追いつかないのか終息が見通せない状況にあり、未だにマスクも外せない日常が続いております。外国のマスクなし生活が日本ではできないのかと疑問に感じます。

政府は経済活動を活性化するため、旅行代金の補助制度を設けたり外国人の入国を緩和しています。これにより、観光施設も賑わいを取り戻しつつあり関連業界も明るさが見受けられるようになりましたが、他の業界への波及はまだ薄いように感じます。

また、昨年2月にはロシアがウクライナに武力侵攻を行い、多数の死者やインフラの破壊等多くの被害が発生しており、日本でも燃料や穀物等の輸入が滞り、原材料や商品価格の値上がりで日常生活に支障を来しています。

このような状況下、県内茶商においても、消費の低迷や移動の制限、販売会の延期・中止等で取引量や価格面にも影響があり、新しい販売戦略を模索しているのが現状です。

対策の一環として、「新型コロナウイルス」感染予防対策を徹底し、10月の九州茶商交換会と11月の統一販売会（3年ぶりの東京会場を始め、静岡・京都・福岡の4会場で開催）を開催し、今年1月には「新春九州茶商交換会」及び「京都府茶交換会」の開催を予定しています。その為にも、「新型コロナウイルス」の早期終息が望まれます。

また、昨年11月から12月にかけてサッカーの

ワールドカップが開催され、日本がドイツやスペインを破り決勝トーナメントに進出し大いに盛り上がりました。あわせて、サポーターが試合終了後のスタジアムを清掃をする等、世界中に日本の評価が高まりました。特にこれに係わったのは若い人達が中心で、「ATARIMAE(当たり前)」の精神で行動したことが世界から賞賛を浴びました。

私たち県内茶商におきましては、今年度も従来同様、県内外での販売会や共販事業の他に、春と秋に開催される「お茶まつり」への出店や小学生向け「お茶の淹れ方教室」等の各種イベントへの積極的参加、さらにネット販売にも力を注ぎ「かごしま茶」の新たなファン開拓に努め業績アップを目指しますが、今後は、若い世代向け商品の開発・販売や営業活動を若い職員（女性も含む）に任せる等、新しい発想が望まれます。

なお、県内では2年先延ばしされた「かごしま国体」・「全国障害者スポーツ大会」の開催や昨年世界遺産に登録された奄美諸島や屋久島等への観光客の増加が期待されていますので、茶業界もこのような機会を好機と捉え、売り上げ増進に努めたいと考えます。

今年一年、茶業界に係わる皆様方のご健勝とご多幸を祈念し、年頭のご挨拶とさせていただきます。



流通情勢



令和4年産実績と今後の情勢



J A県経済連 茶事業部

1 令和4年産茶の取扱概況(県茶市場)

一番茶は、3月中旬以降の気温の上昇とともに、一斉に芽が動き出し、4月以降も寒害や強風等の気象の影響を大きく受けず、全県的に短期集中型の生産となった。早場産地を中心に、新茶らしい品質良好な製品が上場され、4月中旬以降は、暖かい雨等の影響により適期摘採が困難となったものの、摘採位置を考慮した生産が励行され、品質維持が図られたことから、総じて引き合いの強い販売展開となった。

二番茶は、生産の最盛期となる5月下旬からの降雨や曇天による日照不足、朝晩の低温から芽伸びが進まず、昨年と同様に減産傾向となった。一番茶に配合できる製品は終始安定した価格で取引されたが、ドリンク原料用への引き合いの弱さから、露地ものを中心に厳しい取引となった。

夏茶についても、燃油高騰による製造コストの上昇やドリンク原料の在庫薄で堅調な取引となった前年に比べ軟調相場が想定された事等から、一・二番茶後の中切り、深刈り等の更新園が例年より多く、取扱量は減少した。販売面では、二番茶の減産による手当てが進んだものの、総じて厳しい販

令和4年産茶取扱実績表(全県)

(単位:t、円、%)

茶期	区分	令和4年度				令和3年度				前年対比			
		本茶	番茶	出物	合計	本茶	番茶	出物	合計	本茶	番茶	出物	合計
1番茶	数量	3,141	927	441	4,509	3,121	1,015	385	4,521	101	91	115	100
	平均	2,004	609	832	1,602	1,916	612	841	1,532	105	100	99	105
2番茶	数量	2,530	87	358	2,975	2,504	95	358	2,956	101	92	100	101
	平均	832	408	458	775	899	399	510	836	93	102	90	93
3番茶	数量	1,629	256	108	1,992	1,630	307	124	2,061	100	83	87	97
	平均	479	376	281	455	550	352	302	506	87	107	93	90
4番茶	数量	318	15	10	342	279	57	9	345	114	26	111	99
	平均	446	352	294	437	536	349	318	499	83	101	92	88
秋冬番茶	数量	-	1,873	38	1,911	-	2,038	48	2,085	-	92	79	92
	平均	-	286	111	283	-	309	108	304	-	93	103	93
合計	数量	7,617	3,158	955	11,730	7,534	3,512	923	11,969	101	90	103	98
	平均	1,224	392	595	949	1,232	403	597	940	99	97	100	101

※ラウンドにより合計が一致しない場合がある。

売状況となった。

秋冬番茶は、ウクライナ情勢や円安による肥料や農薬、燃油価格の高騰の影響もあり、再生産価格が高まったことに加え、ドリンク関連の引き合いが低調であったため、軟調な相場展開となったことにより、積極的な生産が進まず、取扱量は減少した。

県茶市場の取扱いは、数量11,730トン(前年対比98%)、平均単価949円(前年対比101%)となっており、夏茶以降の茶市場利用率の低下や栽培面積の減少により市場取扱量は減少傾向であり、各茶期とも取扱量はコロナ禍以前に回復してはいない。

2 生産動向

(1) 茶栽培面積

令和4年度の全国茶栽培面積は、36,900haで、前年に比べ1,100ha(3%)減少した。主に高齢化による労働力不足により廃園等が増え、傾斜地を中心とし、栽培面積の減少がすすんでいる。減少幅の一番大きい東海地区では、静岡県が700ha、三重県が50ha、東海地区全体では、前年に比べ約750ha(4%)減少している。次に減少幅の大きい地区は、九州地区であり、鹿児島県が

50ha、宮崎県が40ha、熊本県30ha、福岡県20haと九州地区全体で、前年に比べ170ha(1%)減少している。

・茶栽培面積推移(農林水産省統計より果抜種) (単位:ha)

県名	R4年産	R3年産	R2年産	R3差異	R2差異
埼玉	729	783	825	△54	△96
静岡	13,800	14,500	15,200	△700	△1,400
三重	2,590	2,640	2,710	△50	△120
京都	1,540	1,550	1,560	△10	△20
福岡	1,500	1,520	1,540	△20	△40
熊本	1,100	1,130	1,170	△30	△70
宮崎	1,230	1,270	1,330	△40	△100
鹿児島	8,250	8,300	8,360	△50	△110
他	6,161	6,307	6,405	△146	△244
全国	36,900	38,000	39,100	△1,100	△2,200

(2) 一番茶の荒茶生産量

主産5府県における一番茶の荒茶生産量については、全国的に大きな気象災害も見られず、相場も堅調であったことから、本県や静岡県を中心に増産傾向となり、栽培面積は減少傾向となっているものの、全体で22,588トンとなり、前年産に比べて1,378トン増加した。

また、本県の一歩茶の荒茶生産量は、8,140トン(前年比102%、190tの増)となった。

・一番茶の荒茶生産量推移(農林水産省統計より主産5府県) (単位:t)

県名	R4年産	R3年産	R2年産	R3差異	R2差異
埼玉	418	381	440	37	△22
静岡	10,500	9,680	9,420	820	1,080
三重	2,370	1,980	2,090	390	280
京都	1,160	1,060	1,250	100	△90
鹿児島	8,140	7,950	8,010	190	130
主産県計	22,588	21,051	21,210	1,537	1,378

3 輸出入動向

(1) 輸入量

輸入量は、コロナ禍による減少傾向に歯止めがかからず、円安の影響もあり、本年も昨年以上の減少傾向となっている。国内産志向や国内価格の低下等により、国内産への利用傾向にあるが、ここ数年は国内大手メーカーによる海外で

の生産も本格化し、オーストラリアやベトナムからの入荷量も増加傾向であり、品質も向上している。シェアの高い中国の輸入価格は800円台前半となっている。

令和4年は9月末現在。【輸入量2,315トン(前年同期比96%、前年同期差98トン減)】

緑茶の輸入量(財務省貿易統計より) (単位:t)

国名	H30	R1	R2	R3	R4.9月末
中国	3,918	3,669	3,386	2,669	2,029
オーストラリア	277	247	207	144	165
ベトナム	343	280	215	99	61
その他	191	193	109	81	60
計	4,729	4,389	3,917	3,193	2,315

(2) 輸出量

コロナ禍での海外の健康意識の高まりにより、日本茶等無糖飲料の需要が増えており、また、円安等の影響もあり、欧米や東南アジアを中心に増加傾向となっている。本年も取扱量は堅調に推移しており、9月末現在で、前年同時期を上回っている。アメリカ、ドイツでは4,000円前後、台湾では1,000円前後の茶が中心に取引されている。また、アメリカでは粉末状(抹茶や粉末茶)での輸

・緑茶の輸出量(財務省貿易統計より) (単位:t)

国名	H30	R1	R2	R3	R4.9月末
アメリカ	1,594	1,485	1,941	2,254	1,617
台湾	1,217	1,389	1,407	1,497	1,141
ドイツ	373	346	307	506	275
シンガポール	307	324	240	307	214
カナダ	206	162	163	211	256
その他	1,407	1,403	1,216	1,404	1,165
計	5,104	5,109	5,274	6,179	4,668



・緑茶の輸出入量推移(財務省貿易統計より)

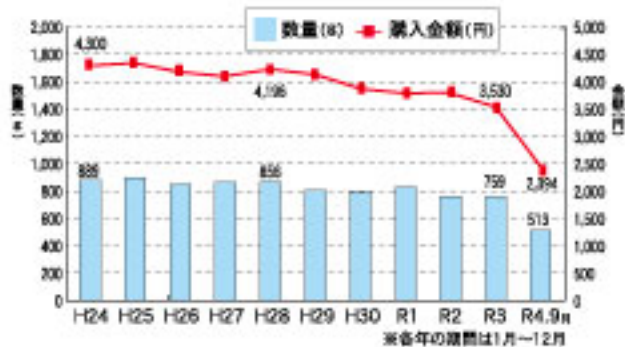
出割合が高まっており、ドイツ、台湾ではリーフ茶の割合が高い。

令和4年は9月末現在。【輸出量4,668トン(前年同期比103%、前年同期差154トン増)】

4 緑茶の消費動向

(1) 一世帯あたり購入数量・支出金額

一世帯あたりの緑茶購入数量・支出金額については、数量・金額ともに減少傾向は続いているが、令和2年は巣籠もり需要から若い世代を中心に茶を飲む頻度が増加したこともあり、購入数量は827g、支出金額では3,817円と前年を上回り、回復傾向となった。しかし、その後は減少傾向となり、令和3年は、茶販売促進緊急事業による茶の消費対策等もあり、759g、3,530円と、これまでにない水準まで落ち込んだ。さらに、令和4年9月現在、513g、2,394円となっており、前年同時期561g、2,590円を下回る実績となっている。購入平均価格においても、年々減少傾向であり、ここ数年は、460円前後で推移している。



・一世帯あたり購入数量・支出金額 (総務省家計調査より)

(2) 市町別一世帯当たりの緑茶購入量

・市町別一世帯当たりの緑茶購入量 (R1～R3の平均購入量)

順位	市	購入量	前回 (R10～R2)	順位	市	購入量	前回 (R10～R2)
1位	静岡県	2,007g	1位	6位	奈良市	1,095g	5位
2位	浜松市	1,180g	2位	7位	堺市	1,045g	6位
3位	相模原市	1,158g	8位	8位	名古屋市	1,029g	12位
4位	長崎市	1,166g	3位	9位	大津市	989g	7位
5位	鹿児島市	1,155g	9位	10位	津市	952g	4位
					全国平均	792g	805g

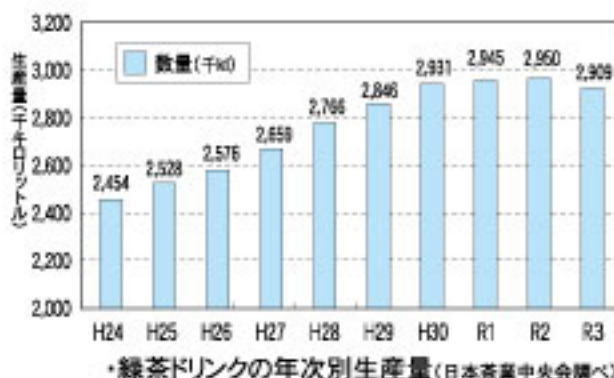
※総務省家計調査(品別別:都道府県庁所在地及び政令指定都市)

鹿児島市の市町別一世帯当たりの緑茶購入量については、前回の9位から5位へと順位を上げており、鹿児島市内における、お茶のPR活動が図られたことにより、緑茶購入量の増加につながっているものと思われる。しかしながら、静岡市の購入量は、昨年の2,198gからは減少したものの、依然として2,000g以上の購入量があり、その差は大きい。

(3) 緑茶ドリンクの年次別生産量

緑茶ドリンクの生産量については、巣籠もり需要のあった令和2年の2,950千ℓを下回り、令和3年は、2,909千ℓと減少した。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の背景のもとに、一般の緑茶飲料に代わり、免疫力や機能性を強化した飲料が増加し、濃い茶系や機能性表示食品、トクホなど健康系飲料がけん引した。なかでも、茶カテキンによる内臓脂肪の減少、ケルセチン配糖体に注目した脂肪代謝力の向上、GABAを機能性関与成分として配合した記憶力と血圧正常化、プラズマ乳酸菌の入った機能性表示食品、カフェインゼロ等、以前にも増して、各社研究がすすめられており、製品が多様化してきている。

また、抹茶ブームによる飲料形態の変化により、抹茶ラテ系の飲料や、ほうじ茶飲料の領域も広まってきている。



5 最近の動向

(1) 「かごしま茶」統一販売会(11/8～11)

令和4年度の統一販売会は、3年ぶりに東京会場も含めた全会場での開催となった。各地区

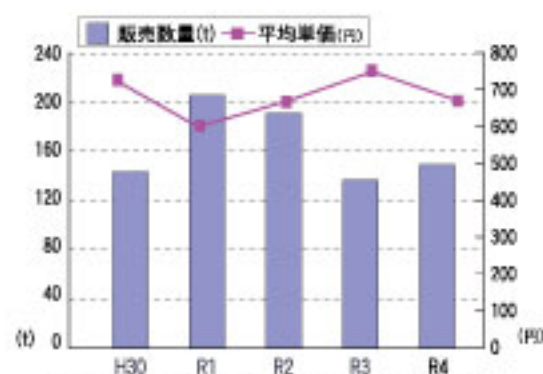
とも必要仕入れが中心であったが、静岡や京都において、下物や出物を中心に取引数量は増加したこともあり、総体では前年度を上回る取引数量となった。単価は、それぞれ必要な茶種により価格が異なるものの、全ての地区において前回を下回った。

・各会場の取扱実績

(単位:箱、円)

場所	R 4		R 3 (※R1)		前年対比	
	数量	単価	数量	単価	数量	単価
東京	1,413	3,598	※1,581	※3,793	89%	94%
静岡	113,420	543	100,836	575	112%	94%
京都	20,396	920	19,477	1,252	104%	73%
福岡	12,817	1,032	17,521	1,152	73%	89%
合計	148,047	667	137,834	744	107%	89%

※東京は前回は(R1)で合計には含まれていない



東京・静岡・京都・福岡4会場合計

6 令和5年産茶に求められるもの

令和4年については、全国的なコロナ禍のなか、イベント開催や対面販売等で困難な場面もあったが、通信販売、ホームページや広告等コロナ禍での営業対策が講じられ、新茶売りにおいても一部回復基調となった。感染状況が落ち着きをみせた夏以降は、移動制限の緩和によるインバウンド需要の回復やお茶いっぱいの日やかごしま茶マルシェ等のイベントも、感染対策を講じながら開催され、コロナ禍以前までではないものの回復基調となっている。

また、国内需要については、減少傾向にあるものの、2年半にわたって実施されてきた、新型コロナウイルス感染症の水際対策が、入国者数の撤廃、訪日客の個人旅行解禁など、大幅に緩和され、10月

の訪日外国人数は前月比倍以上の50万人と、回復途上であり、インバウンド需要への期待が高まっており、このことにより、評価を得た日本茶が、輸出茶となって海外への販売が更に広がることも期待できる。現状、海外での日本茶需要の拡大を受け、煎茶、碾茶問わず、輸出向け製品として有機栽培茶の引き合いが強まっている。今後も同様の傾向に期待が持たれるが、有機茶の栽培面積、生産数量の増加に伴い、品質面への要求も高まることが考えられる。したがって有機栽培茶においても上級クラスの生産に向けた品質向上対策を図り、米国や台湾、EU、その他諸外国への有利販売に繋げる必要がある。本年は、JAS有機認証茶についても、輸出向け原料としての強い需要が見られた。

一方、円安やロシアのウクライナ進行に起因する肥料費や燃料費など、生産コストは高止まりの様相が強くなり、収益確保をこれまで以上に意識した生産が必要となり、年間を通じた茶期毎における製造原価の算出、作業の効率化等を図る必要があるため、「ちゃびおんネットシステム」をはじめとする様々な生産システムを活用しながら荒茶生産に努めていただきたい。しかしながら、栽培面では、肥料費の高騰が、減肥による品質低下に繋がる懸念があるため、分施や、施肥後の耕耘により吸収効率を高める等の対策が必要となってくる。また、生産される茶種の多様化も必要であり、煎茶に限らず、玉露や紅茶、ウーロン茶といった特別茶の生産も更に必要になってくる。

また、令和5年10月から施行されるインボイス制度に対応した出荷先との協議や茶工場から生業農家への精算方法についても、工場内でしっかりと協議する必要がある。

今後においても、安全、安心な「かごしま茶」づくりの実践をすすめるため、基本となる適正な肥培管理、適期防除等の圃場管理や、次年度を意識した摘採・整枝、原料・生業処理量に合った荒茶製造等を心掛け、SDGsに対応した世界にはばたく「かごしま茶」を生産して頂きたい。

【研究最前線】

ロボット施肥機の開発と作業性能

農業開発総合センター 茶業部

1 はじめに

高齢化や後継者不足等による担い手不足が深刻な課題になっている中、当部は、平成25年度からロボット茶摘採機を始めとするロボット茶園管理機の開発を行っています。開発は、茶園管理機械製造のパイオニアである松元機工(株)と、センサや制御装置、プログラミング等を手がける㈱日本計器鹿兒島製作所と三者共同で進めています。

ロボット茶園管理機は、他品目のロボット農機が使用している衛星測位システムを使わず、方位センサで方向を定めて、超音波センサ等で茶株を検知しながら茶うねに沿って走行させることで、無人走行を実現しました。

2 ロボット施肥機の開発

ロボット茶摘採機に続いて、ロボット中切機を開発(令和2年10月第272号参照)し、さらに、ロボット施肥機を㈱寺田製作所も含めて共同開発しました。ロボット施肥機が、ロボット茶摘採機等の動きと異なる点は、茶うねの両側

に肥料を散布するため、旋回時の移動が、1列とばしで茶うねに進入することです(図1)。そのため、旋回時の移動距離が3.6mと倍になるので、よりセンサの正確性が求められます。プログラム修正や動作試験を重ね、ロボット施肥機の無人走行を実現しました。

また、普通肥料と堆肥の両方を散布するため、アタッチメントを2種類作りました(写真1)。ロボット施肥機の肥料を散布するタイミングは、茶うねに進入して、本体後部に設置している超音波センサが茶株ありを検知したら、肥料散布を開始します。茶うねから出る時は、超音波センサが茶株なしと検知したら肥料散布を停止します。よって、ロボット施肥機に肥料を投入して、茶園にセットし、開始ボタンを押せば、設定した列数を自動で肥料散布するので、その間、オペレータは監視をすることになります。

3 作業精度と作業時間

作業精度として、目標施肥量に対する実質施肥量の散布誤差を調査しました。その結果、普通肥

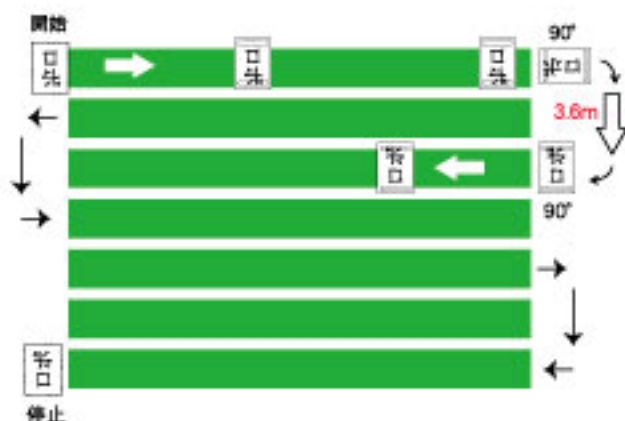


図1 ロボット施肥機の無人走行イメージ



写真1 左:普通肥料用(M社製)
右:堆肥用(T社製)

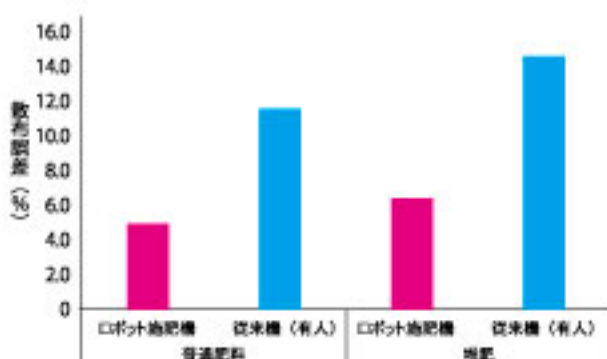


図2 ロボット施肥機の散布誤差

- 注1) 普通肥料と堆肥は別々のアタッチメントを使用
 注2) 散布誤差は施肥量の実測値と目標値の差を目標値で除した割合

料と堆肥のいずれもロボット施肥機の散布誤差が5%前後と小さく、従来機の有人走行に比べて半分以下の散布誤差になりました(図2)。

施肥機は、走行速度と肥料排出量で施肥量を調整しますが、ロボット施肥機は誰が操作しても走行速度が一定で、かつ肥料散布の開始や停止のタイミングが自動化されているため、散布誤差が小さく作業精度が安定しています。これは、肥料コストの低減や生育ばらつき低減につながります。一方、従来機の有人走行は、事前に肥料排出量を調整しているものの、オペレータの走行速度が一定ではなく、茶うねに入りする度に肥料散布の開始や停止を操作するためロスがあり、散布誤差が大きくなりました。

作業時間は、ロボット施肥機1台の無人走行と、従来機1台の有人走行、従来機を有人走行しながらロボット施肥機を同時に稼働させ監視



写真2 ロボット協調2台作業
 (手前:ロボット施肥機,奥:従来機)

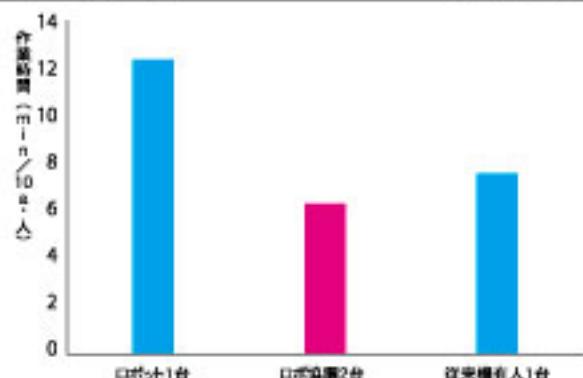


図3 ロボット施肥機の作業時間

- 注) ロボ協調2台区は、従来機を有人操作しながら、同時にロボット施肥機を稼働して監視

するロボット協調2台作業(写真2)の3パターンを比較しました。ロボット施肥機1台の場合、特に旋回や進入などを安全対策で低速に設定しているため、従来機の有人走行より時間を要しました。しかし、ロボット協調2台作業をすることで、従来機の有人走行に比べて作業時間を16%低減することができました(図3)。

4 おわりに

ロボット施肥機を含めてロボット茶園管理機は、農作業安全の向上に加え、経験の浅いオペレータでも安定した精度で作業が可能となり、人件費低減や担い手不足の解消などが期待されます。さらにオペレータの騒音や振動など作業環境の改善や、1人のオペレータによる複数台の同時作業、摘採と中切りなど2種類の同時作業、人による作業が困難な夜間や悪天候時の作業、夜行性害虫防除対策など、新たな作業体系を構築できる可能性があります。

今後、現場への普及に向けてさらなる精度向上と安全対策を進めるとともに、他のロボット茶園管理機についても開発と改良を図り、ロボット茶園管理機による作業体系の確立を目指します。

なお、本研究は、令和元～2年度「スマート農業技術の開発・実証プロジェクト」等により行いました。

(栽培研究室 野邊勝郎)

県茶生産協便り

「かごしまお茶マルシェ2022」

～アミュ広場で開催しました～

(一社)鹿児島県茶生産協会

若年層等に「かごしま茶」の魅力伝え、消費拡大を図るため、「かごしまお茶マルシェ2022」を、11月25日(金)・26日(土)に鹿児島中央駅アミュ広場で開催しました。



会場では、かごしま茶や、お茶を使ったスイーツ、茶器などが販売され、他にもお茶を使った料理コンテストや、キッチンカーでのドリンク販売など、お茶をもっと身近に感じ楽しめるようなイベントも開催されました。

特に、今年は茶農家自らが企画した一杯のお茶に込められた「想い」と「ものがたり」で勝敗を競う「トークバトルショー」では、茶農家の熱い想いに触れることができました。

併せて、11月18日から27日には、お茶マルシェ「ポップアップストア」をアミュプラザ店内でも開催し、かごしま茶



を使ったスイーツと茶葉を販売しました。

開催中は親子連れや、学生、ご年配の方までも幅広い年代に御来場いただきました。場所柄、県外の方も足を止めてくださり、昨年を上回るたくさんの方にご来場いただきました。



アンケートへ御協力いただいた方に、かごしま茶ティーバッグをプレゼントしました。

御来場いただいた方からたくさんの感想をいただきましたので、ご紹介致します。

- お茶が好きなのでとても楽しいイベントでした。また来たいと思います。
- お茶を使ったお菓子がよりどりみどりで、楽しかったです。トークショーなど珍しいイベントもあるのが良かったです。
- 鹿児島のお茶の素晴らしさを全国に発信する良い機会だと思います。
- どのお茶もおいしいです。どれを買うか悩みました。お茶大好きです。
- たまたま立ち寄りでしたが、たくさんお茶を

試飲できて、それぞれの特徴を教えてもらって、楽しかったです。

- 鹿児島に引っ越してきたばかりです。各地域のお茶があり、それぞれの特徴を知ることが出来て良かったです。

など、イベントだけでなく、「かごしま茶」に関する嬉しい感想を沢山頂き、ありがとうございました。

「かごしまお茶マルシェ2022」は、県内各地からトレンド店とお茶農家がアミュ広場に集結し、多く

の方々楽しんでいただける「かごしま茶」をPRするイベントとして定着しつつあります。



鹿児島県茶業青年の会 「茶品質向上共進会審査会」の結果

県茶業青年の会では、令和4年度鹿児島県茶業青年の会「茶品質向上共進会審査会」を9月8日に鹿児島茶流通センターで開催しました。

県内各地の茶業青年から100点が出品され、県農業開発総合センター茶業部長を審査長に、同センター研究員、各産地の茶業技術員の審査員により、厳正に審査されました。



【個人の部】

特別賞	受賞者	地区名
鹿児島県知事賞	宮脇 一成	宮之城
九州農政局長賞	永山 和博	頤娃
県茶業会議所会頭賞	古城博隆	宮之城
県経済連会長賞	池田 司	有明
県茶生産協会会長賞	福元良輔	枕崎
県茶商業協同組合理事長賞	菅田康広	有明

【団体の部】

	地区名
1位	枕崎
2位	頤娃
3位	知覧

Instagramの御案内

鹿児島県茶生産協会では「かごしま茶ナビ@kagoshimacha_navi」というアカウントでInstagramを作っています。かごしま茶（茶葉）の紹介、かごしま茶を使ったスイーツやお菓子、イベントなどを投稿しています。生産者の皆様からの情報も募集しておりますので、是非、写真等を下記のアドレスに提供してください。



Mail : info@kagoshima-cha.or.jp

「お知らせ旗」について

本年も「お知らせ旗」の設置を！

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年度の一歩茶から「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**

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。

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。

今回は若い世代へのアプローチを含めたユニークなお茶の訴求の仕方についての記事となります。



新しいものへの好奇心が旺盛なアメリカの若者（Z世代=10～25歳位）の動向は気になるもの。

アメリカではZ世代の37%が一番にお茶を飲んでいる層であるというのは興味深いですね。「ポップカルチャーとお茶」、「モクテル」、「デザートのようなお茶」と聞いて「はっ？」と思われた方もぜひ今回の記事を読んでみてください。何か今度の商品開発や販売促進のお役に立てればと思っています。

茶業界が次世代を惹きつける7つの方法

Cody Wade 2022年10月5日

時代とともに生活のあらゆる側面が変化するように、私たちは今、文化の大きな変化や世代別のトレンドの移り変わりを目の当たりにしている。新世代の消費者を惹きつけるために茶業界は何をすべきか。ここでは、正しいアプローチのための7つの重

要なヒントを紹介する。

時代に即したマーケティング

1. ポップカルチャーの活用

茶は伝統文化に深く根ざしている。しかし、新世代が出てくるたびに、時代は変化していく。世代とともに変化するポップカルチャーは、社会の形成に大きな影響を与えるのだが、新世代に茶をアピールする目的で利用されることはあまりない。茶の歴史的ルーツは重んじられるべきものであるが、茶の芸術性を尊重することと、時代を反映することのバランスを取る必要がある。ポップカルチャーをうまく活用した例として、プーアル茶を主に販売するwhite2tea (<https://white2tea.com/>) はドレイクやフランク・オーシャンなどのラッパーの歌詞をパッケージデザインに採用し、若い世代を取り込むことに成功している。

2. 社会問題を重要視

新しい世代が生まれるたびに、その世代特有の社会問題が生まれるものである。少し前の世代にとっての社会問題といえば、チベットの解放、ベトナム、ベルリンの壁崩壊などがあったが、ミレニアル世代やZ世代にとって、最大の社会問題のひとつはブラック・ライブズ・マター運動である。ブラック・ライブズ・マター運動によって多くの素晴らしい社会変革が起こったが、これらはフェアトレードと透明性という重要な意義をもたらした。多くの製茶業者は、生産者である農家の人の写真を掲載しているが、Z世代はそれだけにとどまらず、彼らが消費する商品についての確実な正当性を求める傾向にある。

高品質な茶をもっと身近なものに

3. 地産地消

ベビーブーマー世代の後期とミレニアル世代の初期の人々は、かつてTeavanaの店舗でおいしい茶を手軽に楽しんでた。しかし、ミレニアル世代後期とZ世代にとって、閉店してしまったTeavanaはすでに過去のものだ。茶を提供する実店舗は全国いたるところにあるものの、多くのアメリカ人は茶を気軽に楽しめる場所を失ったのである。一方、カナダのDAVIDs TEAは、実店舗は少ないながらもカジュアルに茶を楽しむことができる人気の小売店だ。ここで重要なのは、立地だけでなくカフェやコーヒーショップの利用しやすさである。メニューをわかりやすくし、シンプルでありながらもさまざまな種類の茶を提供するスタイルは、消費者にとって茶をより身近なものにしている。茶業界と地域ビジネスの全体的な成長を促すには、企業は消費者にとっての利用しやすさを追求し、そのために地元の茶を提供することを真剣に検討する必要がある。

4. 流行にのり遅れるな

欧米のミレニアル世代やZ世代の間で、日本と韓国のスターバックスのソーシャルメディアでの人気が爆発的に高まっている。これに伴い、フローラル系ドリンク（ジャスミン茶を含む）やフルーティなティーラテが、急速に注目を集めることになった。アメリカの茶企業の市場において、これら日本と韓国のスターバックスは、企業が素早く対応できることを示す好例だ。

5. 価格を考える

企業が新しい世代を惹きつけるために、価格帯に注意も必要だ。前の世代では、年収6万ドル（800万円以上）で家を所有することは可能なラインであったが、現在では、北米のほぼすべての主要都市で、年収6万ドルは貧困ライン

とみなされている。物価の高い米国のほとんどの主要都市において、年収何千万のミレニアル世代やZ世代が家を持つ余裕はない。所得格差がより大きな問題となる米国では、良質な茶を手頃な価格で提供することは、新しい層を惹きつけるために不可欠であるが、それは必ずしも茶の品質を犠牲にすることではない。しかし、市場全体における1オンスあたり15~20ドル（1グラムあたり70円~95円）の高品質な茶を楽しめる若者は少ないだろう。



ソーシャルメディア

6. TikTokを利用する

TikTokは、ミレニアル世代とZ世代が牽引するソーシャルメディアのトップに急速に上り詰め、非常に多くの業界の運営方法を変化させた。茶業界でTikTok向けのコンテンツを作成している店舗やプロガーは少数だが、TikTokには未開拓の巨大な市場が依然として存在しており、茶業界はもはやこの可能性を無視することはできない。

7. 短い動画に注目

ショートムービーを気楽に楽しめるTikTokの特徴を取り入れ、InstagramとYouTubeは、それぞれのプラットフォームで短い動画を前面に押し出すようにアルゴリズムを急速に変化させている。

原題：Seven Ways the Tea Industry Can Attract the Next Generation of Tea Drinkers（抜粋）

茶の小売業者が知っておくべきZ世代の潮流

インディアナ・リー 2022年10月12日



Z世代の37%が、最も継続的に茶を飲んでいるという茶の小売業者にとって注目すべきデータがある。

この世代にとって、茶は日常に溶け込んだ身近なものであり、人気は上昇傾向にある。

そのため、Z世代の習慣について詳しく観察することで、マーケティングが容易になる。

セルフケア

セルフケアは目新しいものではなく、どの世代にとっても重要であるが、特にZ世代はメンタルケアとセルフケアを最優先事項にあげている。たとえば以下のような方法が最もよく用いられている：

- ・栄養価の高い食事をする
- ・十分な睡眠をとる
- ・運動をする
- ・マインドフルネスを実践する
- ・メンタルヘルスを管理する

身体的健康とメンタルヘルスへの効果をアピール

より良い健康習慣を身につけるために茶を飲むことは、どの世代にとってもセルフケアのルーティーンの中で重要な要素になり得る。

さらに、茶を入れる時間は、せわしない日常にゆったりとした時間を与えてくれるものである。

Z世代をブランドに惹きつけるには、健康効果をアピールすることだ。茶は朝のコーヒーに代わる素晴らしい飲み物であり、その健康的違いを強調すれば、目覚めの一杯の習慣を変化させることができるかもしれない。



ノンアルコール世代

より健康に、より心を豊かにするために、アメリカの若年層は全般的にアルコールの摂取量を減らしている。ミレニアル世代とZ世代3,400人を対象にしたある調査では、57人が「バーよりもジムに1時間行く方がいい」と答え、2018年のレポートでは、Z世代のアルコール摂取量がミレニアル世代より一人当たり20%少ないことが判明している。

さらに健康維持の観点からアルコールを口にしない「ソーバーキュリアス」運動によってアルコール消費の落ち込みに拍車がかかった。多くのZ世代は、例えばノンアルコールのカクテルといったアルコールの代替になる面白味のあるドリンクを模索するようになっている。そのひとつであるモクテルは今も絶大な人気を誇っている。

ペットボトルの茶をそのままカクテルの代用にしたり、カクテル用のソーダや水の代わりにしたりするなど、茶はアルコールの代替品として最適である。また、友人をもてなす時やパーティー用に、茶を使ったレシピをウェブサイトやSNSで公開することもできるのである。

トレンドをおさえる

現代は流行の移り変わりの激しい社会であるとはいえ、何かしばらく「定着」すると、ソーシャルメディアやインフルエンサーのおかげで人気は急上昇することがある。

Z世代に人気の茶のトレンド：タピオカ・ティー、コンブチャ(紅茶キノコ)、抹茶、ニトロ・ティー(窒素入り)、コールド・ブリュー(水出し)、Kカップ(カプセル)

ブランドと消費者を見つめ直す

長期の生き残りを目指すのであれば、Z世代の消費者を惹きつけることが不可欠だ。

こういった習慣に基づいてブランドや製品を変更することを検討し、Z世代の消費者とできるだけ頻繁につながり、積極的に関わることだ。

消費者はこれまで以上に、信頼できるブランドとの関係を求めている。この世代が信頼し支持するブランドを構築するためには、ソーシャルメディアやブログ、質の高いウェブサイトを活用して人間味を出すことで、消費者とつながりやすくすることが有用である。

原題：What Tea Retailers Need to Know
About Gen Z and Their Drinking Habits (抜粋)

デザート味のブレンドティー、 パン・製菓メーカーと共同で開発

アーロン・キール 2022年11月16日



Almost Tea (<https://drinkalmost.com/>) は、「まるでデザートのような」おいしい茶を作ることに焦点を当てた新しいブランドである。飲むと幸せな気分を味わえる。

Almost Teaは毎月、アメリカ国内で少量生産しているチョコレート職人、パン職人、菓子職人と提携し、これまでにないブレンドティーを発売した。デザートメーカーとの共同作業によって開発、吟味されているので、その味はデザートそのものだ。

同社が最初に出した6つのブレンドは、ブラウンバターパーボンブリッツ、シナモントーストマンチ、チャイキャラメルラテ、スパイクドアップルサイダー、ダブルチョコレートチャック、ラズベリーキャラメルファッジなどで、オハイオ州コロンバスのブ

ラウニーポイントとともに開発された。茶はすべてカロリーオフ、グルテンフリーで、砂糖や人工甘味料を一切使用していない。この最初の商品のひと箱には、ブラックティー2種、ルイボスティー2種、ハニーブッシュ1種、プーアル茶1種が入っている。



Almost Teaにお客様から寄せられる感想は、甘さについてのものが多い。デザートにインスパイアされた茶なので、甘さを期待されるのかもしれないが、甘くはない。甘ったるくなく、デザートの風味を茶葉で表現したことに、多くの人が驚いているという。



Almost Teaの茶は定期購入で、毎月6種類のブレンドが自動的に消費者のもとに送られてくる。または特定のフレーバーのボックスをその都度購入することもできる。(1箱26ドルから)

2022年11月21日には、より小さいサンプルセットを発売し、30個入りを購入することをためらっている消費者に気楽に試してもらえるよう、より小さいサンプラーサイズを販売する。(月15ドルで12種類) これからのホリデーシーズンのギフトとしても最適だ。

原題：Almost Tea Creates Almost-Like-Dessert Tea Blends
with U.S. Bakers and Confectioners (抜粋)

(詳しくはブログにて)

<http://kagoshimacha.blogspot.com>

事務局便り

鹿児島県茶業会議所

世界お茶まつり2022出展

(10月20日～10月23日 静岡県静岡市
コンベンションアーツセンター)

「世界お茶まつり2022」に出展しました。茶業会議所では、品種茶の試飲販売を行い、4日間で約1600人のお客様が訪れました。一番人気のあった品種は「あさのか」でした。



お茶一杯の日・かごしま2022開催

(11月23日 鹿児島中央駅アミュ広場)

昨年に引き続き感染症対策を徹底して行いました。会場では12のお茶ブースの出展やタブレット抽選やガチャポンなどのチャレンジゲームも行われ、豪華景品が当たると会場は大盛り上がりでした。



Web広告第2弾配信 (11月16日～3ヵ月間)

IT利用世代へのPR対策としてWeb広告第2弾「今日、お茶をはじめます」をYouTube、Google、Instagramで配信中です。お茶を題材としたストーリーとなっています。

