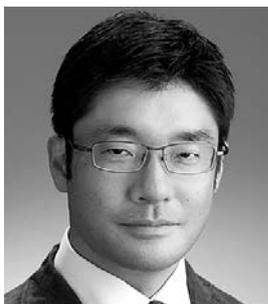


抹茶に関する地域ブランドの情報デザイン ～抹茶に関する価値評価体系の共創に向けて～

How can Japan's matcha-producing regions be revitalized through their regional branding strategies?



児玉 徹：流通経済大学 流通情報学部 教授

略 歴

株式会社電通、九州大学及び筑波大学准教授、カトリックルーヴァン大学法学部（ベルギー）招聘教授（Visiting Fellow/Global Law Professor）、コロンビア大学及びデューク大学（米国）法科大学院客員研究員（Visiting Scholar）、オークランド大学（ニュージーランド）メディア研究科客員研究員（Research Fellow）等を経て、現職。筑波大学大学院国際経営プロフェッショナル専攻（MBA）でも教鞭を執る。

[要約] 本稿では、茶業界全体を取り囲む状況を見ながら、抹茶に関する地域ブランドの情報デザインにおいて浮上する様々な課題を指摘する。そして、それら課題を通底する「抹茶に関する価値評価体系の共創」の重要性について述べる。

1. 拡大する抹茶産業と 地域ブランド政策

日本の茶産業が減退傾向を続けている。2005年から2020年にかけて、日本国内の荒茶の生産量は約10万トンから約7万トンに減量し、茶の栽培面積は4.9万ヘクタールから3.9万ヘクタールに減少した（農林水産省，2021，p.21）。さらに全国の茶農家数は、2005年から2020年にかけて約5.3万戸から約1.2万戸へと激減した（農林水産省，2021，p.11）。

他方で、日本の茶産業の減退傾向の中で、抹茶の原料となる碾茶（てんちゃ）の生産量は、2009年から2020年にかけて、1,480トンから2,736トンへと急増している（農林水産省，2021，p.3）。抹茶の需要が国内外で急速に拡大しているからである。

碾茶生産の産地としては、京都府の宇治と愛知県の西尾が知られており、2012年にはこれら府県で全国の碾茶生産量の8割近くを占

めた。しかし煎茶産地として名高い鹿児島と静岡が碾茶への転換を本格化させたこともあり、2020年にはこれら府県のシェアは4割程度まで低下した。煎茶生産から碾茶生産への転換は、今後、全国の様々な茶産地で広がるであろう。

また世界的な和食ブームもあって、日本産の緑茶の輸出額は、2014年において約78億円であったのが2020年は約162億円となり、2倍以上に増加したが、同輸出額の61%が抹茶を主とする粉末茶である（農林水産省，2021，p.19）。

日本の茶産業の牽引役となっている抹茶（及びその原料となる碾茶）は、数多くの主体がその生産・流通過程で関わり、産地における雇用創出、地域経済の活性化、ツーリズムなどの派生産業の発展、日本の食文化の海外普及、伝統的な茶道や新しい茶文化の構成要素としての位置付け、日本の文化外交の対

象物としての位置付けなどの観点から、重要な産業を形成している。

他方で、抹茶・碾茶の生産・流通を担う主体の多くは小規模の茶農家や流通・加工業者であり、特に茶農家は高齢化と後継者不足という深刻な問題に直面している。抹茶産地の地域ブランドを如何に構築して普及させるかは、こうした主体にとって極めて重要な政策課題である。農産物の地域ブランドを考える際に最も重要になることの 하나가、地域ブランドの構成要素となる情報群を如何に抽出して組み合わせ、発信するのか、という情報デザインの観点である。

本稿では、こうした背景と現状を踏まえながら、抹茶に関する地域ブランドの情報デザインに関するいくつかの分析視座を示す。

2. 抹茶とは何か

2.1 抹茶を如何に定義するか：抹茶に関する情報デザインの構成要素

そもそも抹茶とは何か。この問いについて答えることが、抹茶に関する地域ブランドの情報デザインにおける最初の出発点となる。先ず、抹茶一般に関して、如何なる条件を満たせば抹茶と称し得るのかを一律に定めた法律は存在しない。他方で、抹茶業界においては、抹茶であるための様々な条件が、その生産プロセスと関係付けながら、慣行的に認識されてきた。

この点に関して参考になるのが、日本茶業中央会が2019年に公表した「緑茶の表示基

準¹⁾」における抹茶の定義 (pp.23-24) である。「緑茶の表示基準」では、「抹茶（碾茶）については、緑茶表示適正化推進委員会が名称及び定義を検討するに当たり、以下の用語の内容を整理し意識統一したものである」という文言のもとに、抹茶は「碾茶を茶臼等で微粉末状に製造したもの」と定義され、さらに抹茶の原料となる碾茶については「摘採期前に棚施設等を利用して茶園をよしず、コモ、寒冷紗などの被覆資材で2～3週間程度覆った『覆下茶園』から摘採した茶葉を蒸熟し、揉まないで碾茶炉等で乾燥させて製造したもの」と定義されている。そして「緑茶の表示基準」には、「なお、碾茶炉等で揉まないで乾燥された秋碾茶、モガ茶等の原料茶葉は、食品加工用碾茶と称して専ら食品加工用原料に供されるものと理解する」という文言も挿入されている。

この「緑茶の表示基準」における抹茶の定義と、桑原（2019）に掲載されている情報 (pp.14-17) をもとに、抹茶の情報デザインに関する複数の視点と、各視点の検討ポイントをまとめたものが、図1である。以下に、各視点と検討ポイントの内容を見てみたい。

①栽培方法、被覆資材の素材

抹茶であるための最も重要な要素の一つは、原料茶葉の栽培方法において、覆下栽培を採用することであると言えよう。路地栽培から生産される茶葉は碾茶にはなり得ず、通常、抹茶の原料としては使用しない。

覆下栽培を行うことで、茶葉における甘み

1 「緑茶の表示基準」は日本茶業中央会のウェブサイトからダウンロード可能：<https://www.nihon-cha.or.jp/standard.html>

図1：抹茶の情報デザインに関する視点と検討ポイント

視点	検討ポイント
栽培方法	覆下栽培（棚式 or 直がけ） or 路地栽培
被覆資材の素材	伝統的素材（よしず、コモ、寒冷紗） or 新資材
茶期	一番茶 or 二番茶 or 秋番茶
摘採方法	手摘み or ハサミ刈
製造方法	碾茶炉（煉瓦製 or 非煉瓦製） or モガ製
材料粉碎方法	茶臼による粉碎 or 粉碎機による粉碎

成分のアミノ酸（テアニン）の増加、渋味の原因とされるカテキン類（タンニン）の減少、そして被覆による特殊な香り（覆い香）の発生、葉緑素（クロロフィル）の増加などをもち、抹茶に特徴的な要素が形成される（堀江, 2018; 原口, 2015）。この覆下栽培が茶葉にもたらす官能的特徴に関する情報が、抹茶そのものの情報デザインの中核にある。

覆下栽培の二つの方法（「棚式」or「直がけ」）については、「緑茶の表示基準」では特に指定されておらず、他方で被覆期間は「2～3週間程度」とされている。

伝統的な生産方法は「棚式による覆下栽培」であり、例えば、地理的表示「西尾の抹茶」の生産基準では、「伝統的な『棚式覆下栽培』で茶葉の栽培を行う」「茶樹を直接被覆資材で覆う簡便な『直がけ栽培』は行わないこととする」と明記され、さらに一番茶と二番茶のそれぞれに関する最低被覆期間も規定されている（図2）。

被覆資材の素材については、伝統的な生産方法ではよしずやコモ、寒冷紗を使うが、近年は機能性の新素材を使うことも多く、地理的

表示「西尾の抹茶」の生産基準でもこの点は指定されていない。「緑茶の表示基準」では、「覆下茶園」には「新資材・簡易な被覆方法などの栽培管理技術など」が含まれるとされている。

なお、食品加工用抹茶の原料となる茶葉の栽培においては、簡易な「直がけ」を採用したより短い被覆期間での覆下栽培において生産される傾向が強まる。「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」の第1回検討会議の概要では、棚式と直がけの違いは抹茶商品において1/3から1/2の価格差となって現れること、同プランの第5回検討会議の概要では、直がけでの被覆栽培を採用した場合には産地に風評被害をもたらす可能性があることが、それぞれ述べられている。

②製造方法

摘採した茶葉を蒸熟し、揉まないで碾茶炉等で水分を抜いて乾燥させることで、抹茶の原料となる碾茶が製造されるわけだが、「緑茶の表示基準」では、伝統的な煉瓦製の碾茶炉だけでなく、それと同程度の機能を有する非煉瓦製の碾茶炉も使用され得ることが明記されている。

桑原（2019）は、茶葉を堀井式碾茶炉で焙ることによって生み出される「焙炉香」を抹茶の要素として重要視する（桑原, 2019, pp.14-17）。地理的表示「西尾の抹茶」の生産基準では、「三河式碾茶乾燥炉（レンガ積み五段網・遠赤外線による乾燥方式）で水分を抜いて荒茶碾茶に加工する」と明記されている（図2）。

「モガ」については、桑原の「建設費用の

高価な碾茶炉を使用しないで、煎茶の製造機械を利用して製造される碾茶様の揉みこみの少ない茶葉「製造工程は煎茶製造工程から揉捻工程と精揉工程を省いたもの」という定義が参考になる（桑原，2016a, p.28）。「緑茶の表示基準」では、「モガ茶」は食品加工用碾茶と称して食品加工用原料に供されるべきものであることが述べられている。

③材料粉碎方法

碾茶を粉碎して粉末状にしたものが抹茶となるわけだが、「緑茶の表示基準」では、茶臼（石臼）だけでなく、「石臼に準じた機能を備えているもの」、つまり機械式の粉碎機も、抹茶の生産において用いられ得ることが明記されている。

他方で桑原（2019）は、石臼で挽くことによって生み出される「臼挽き香」が重要であることから、石臼で挽くことを抹茶の重要要件としている（p.17）。この点に関連して、地理的表示「西尾の抹茶」の生産基準では、「愛知県岡崎市産の御影石でできた茶臼」の使用義務とともに、さらに「1分間に60回転以下の速度を目安に微粉末状に挽いて抹茶を製造」という条件まで明記されている（図2）。

なお食品加工用抹茶の生産においては、大量生産可能な機械式粉碎機が使用される傾向が強まる。

④茶期

飲用抹茶には、専ら、一番茶か二番茶が使用され、高級抹茶には一番茶のみが使用されることも多い。

地理的表示「西尾の抹茶」の生産基準では、一番茶または二番茶が使用され得るとし

つつ、それぞれについての最低被覆期間も規定されている（図2）。

食品加工用の抹茶には、二番茶以降の茶葉（特に秋番茶）が用いられる傾向が強まる。「緑茶の表示基準」では、「碾茶炉等で揉まないで乾燥された秋碾茶」は、食品加工用碾茶と称して食品加工用原料に供されるべきものであることが述べられている。

⑤摘採方法

桑原（2019）によれば、茶葉の摘採方法の観点から抹茶かどうかを区別することは通常行われぬ（桑原，2019, p.16）。

茶葉の摘採を、かまぼこ型の茶刈り機を使う「機械摘み」（俗称「ハサミ刈り」）の方法で行うことは多い。乗用摘採機も平野部にある茶園を中心に広く導入されている。機械摘みの方が、手摘みと比較して、人件費が格段に安く、時間もかからない。ただし機械摘みを行うためには、茶の木の枝が自然に広がった樹形では新芽の部分だけを上手く刈ることができないため、茶の木を定期的に刈り込んで、かまぼこ型の樹形に整える必要がある。また機械摘みでは、品質の悪い古葉や茎などを一緒に収穫してしまう可能性もある。

食品加工用抹茶に使用するための原料茶葉の摘採においては、専ら、機械摘みの方法が採用される。桑原（2019）によれば、1996年においてハーゲンダッツが製造する抹茶アイスの人気が高騰して、抹茶の加工食品への利用が勢いづくこととなり、その結果、京都南部の茶栽培地が煎茶生産から碾茶生産に切り替わり、同地において大量生産型の機械摘み（ハサミ刈り）による茶葉の摘採方法が普及

した（桑原, 2019, p.22）。

他方で、抹茶の伝統的な生産方法においては、茶葉の摘み取りは手摘みで行う。手摘みは、自然仕立て（枝の自然な広がりを持続したままの栽培形態）の茶の木に対して行われ、樹形を無理に整える必要がなく、茶の木に負担をかけることがないと考えられている。「茶摘みさん」「摘み子さん」と呼ばれる新芽だけを手摘みで効率的に収穫する技能を身につけた熟練職人の存在も大きい。特に高級抹茶に使用される原料茶葉は手摘みによって収穫されることが多く、「手摘み」という文言を茶商品のブランド名称に挿入することも行われる（本稿3.3）。そうした商品の販促活動においては、「茶摘みさん」「摘み子さん」が自然仕立ての茶園で手摘みを行うイメージも頻繁に発出される。

2.2 伝統的製法に依拠した地域ブランド構築の困難化：地理的表示「西尾の抹茶」の取り下げ

抹茶産地にとって、図1に記した各視点に関する検討ポイントに基づきつつ、当該産地で維持されてきた伝統的な生産方法を軸に据えた地域ブランドの情報デザインを創出することは、他のライバル産地との競争戦略上、有効である。しかしそうすることが昨今の抹茶産業を取り巻く状況において難しくなっている。このことが露呈したのが、地理的表示「西尾の抹茶」の取り下げである。

愛知県の西尾（西尾市と安城市、吉良町の一部）では、茶畑の面積約200ヘクタールの98%以上で碾茶が栽培されている。愛知県全体での2019年における碾茶の生産量は494トンで、全国順位は第4位である（愛知県, 2021, p.3）。西尾で生産される碾茶は、全国茶品評会や全国農業コンクール、関西茶品評会出品茶審査会などで多くの受賞歴を誇り、業界内で高い評価を受けてきた²。他方で、食品需給研究センターが発行した「地理的表示事例集2018³」では、抹茶産地としての西尾の一般的な知名度は高くはなく、そのことが西尾の生産者を、抹茶産地としての西尾の地域ブランドの確立へと駆り立てたことが記されている（pp.18-19）。

2007年4月に西尾の地域ブランド推進を担う西尾茶協同組合が設立され、2009年2月には「西尾の抹茶」が地域団体商標に登録された。そして2017年3月には、地理的表示「西尾の抹茶」が農林水産省によって登録された。当該地理的表示の生産基準では、西尾における伝統的な抹茶生産方法に依拠した生産方法が規定されていた（図2）。西尾の伝統的な抹茶生産方法に依拠した地域ブランド構築を目指したのは、宇治抹茶（本稿3.3）との差別化を図る意図もあったであろう。

しかし、地理的表示「西尾の抹茶」は、西尾茶協同組合からの農林水産省に対する申し立てにより、2020年に登録が取り消された。同組合がそのような申し立てを行った理由

2 農林水産省のウェブサイトに掲載される地理的表示「西尾の抹茶」に関する情報には、こうした受賞歴の詳細も含まれている：https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act/register/27.html?utm_source=pocket_mylist

3 同事例集は、一般社団法人食品需給研究センターが運営するウェブサイト「地理的表示保護制度 中央相談窓口」よりダウンロード可能：<http://www.fmr.or.jp/gidesk/pamphlet/>

図2：地理的表示「西尾の抹茶」の生産基準上で定められていた条件

視点	条件
茶葉の栽培地	愛知県西尾市および安城市
茶期	一番茶及び二番茶のみ
栽培方法	伝統的な「棚式覆下栽培」で茶葉の栽培を行う。茶樹を直接被覆資材で覆う簡便な「直がけ栽培」は行わない。 <ul style="list-style-type: none"> ●一番茶：4月頃の新芽が伸び始める 時期から25日以上の期間、茶棚の上に遮光資材を広げて被覆した条件下で栽培されたもの。 ●二番茶：12日以上期間、茶棚の上に遮光資材を広げて被覆を行い、一番茶同様、茶棚の上に遮光資材を広げて被覆した条件下で栽培されたもの。 ●立地条件や気象条件により、定められた被覆期間より早く摘採時期を迎えた場合は、一番茶および二番茶について、止芽（茶葉が生育し枝の頂点に最終開葉する茶葉）が開き、2cmを超えたことを目安として確認したうえで、摘採されたものを原料として使用する。
被覆資材の素材	指定なし
摘採方法	指定なし
製造方法	三河式碾茶乾燥炉（レンガ積み五段網・遠赤外線による乾燥方式）のみ
材料粉碎方法	愛知県岡崎市産の御影石でできた茶臼により、1分間に60回転以下の速度を目安に微粉末状に挽いて抹茶を製造

は、図2に記される伝統的な抹茶生産方法は手間がかかり、その生産コストを抹茶価格に上乗せして販売する必要から当該方法で生産される抹茶の出荷価格を約3,000円/kgに設定していたが、市場で需要が高いのは出荷価格が1,000円/kgの抹茶であり、需要と供給が一致しなかったから、というものであった⁴。

現在、西尾茶協同組合は、新たに地理的表示「西尾の碾茶」の申請を農林水産省に行っている最中で（愛知県，2021，p.18）、この地理的表示の登録が認められれば、簡易な方法で生産した碾茶についても「西尾の碾茶」の地理的表示を使用できるようになるという。

地理的表示制度を生み出し世界に広めてきた欧州では、産地で長期間にわたり生産されてきた農産物の社会的評価と伝統的生産手法に基づいて、当該産地名が地理的表示に指定される。これは日本でも同じであり、2015年に農林水産物等に関する地理的表示制度が設立されて以降、40都道府県の112産品につい

て地理的表示が登録されてきた（2022年3月3日時点）。しかし現在、抹茶・碾茶の産地が茶業界で社会的評価を確立して地理的表示の指定を受けたとしても、当該産地の伝統的生産手法に依拠した地域ブランド商品を展開することが難しく、当該地理的表示を維持することすら困難になっていることを、上述の事例は物語っている。

2.3 五つの観点から見えてくる抹茶のコモディティ化

上述の地理的表示「西尾の抹茶」の取り下げ事例から見えてくるのは、抹茶のコモディティ化が進んでいるという事実である。この点を以下に確認したい。

① 下落傾向にある碾茶の取引価格

抹茶のコモディティ化は、第一に、抹茶の原料となる碾茶の取引価格の下落傾向に現れている。

本稿1で述べたとおり、抹茶の高需要を受

4 日経新聞2020年2月2日付記事：https://www.nikkei.com/article/DGXMZO55160110S0A200C2CR8000/

けて、抹茶の原料となる碾茶の生産に乗り出す茶農家が全国的に増加傾向にある。その背景には、碾茶が煎茶に比べて生産者価格が高い、という事実がある。2020年には、仕上げをする前の荒茶の価格（全茶期平均）において、煎茶が1,088円/kgであるのに対して、碾茶は2,168円/kgと約2倍であった（農水省, 2021, p.4 / 全国茶生産団体連合会調べ）。

しかし碾茶の生産が様々な産地で活発化し、その生産量が全国的に増加してきたことで、碾茶の価格は近年下落傾向が顕著になっている。碾茶の価格は、2017年には3,278円/kgであったのが（全国茶生産団体連合会調べ）、上述のとおり2020年にこの値は2,168円/kgとなり、3年間で30%以上下落した。京都府では、過去5年で宇治産などの碾茶価格が半分に値下がりしたという⁵。

②需要が高まる食品加工用抹茶

碾茶価格の下落の背景には、碾茶を原料に生産される抹茶の使用用途に関して、飲用のものよりも、食品加工用（抹茶アイスクリーム、抹茶ラテ、抹茶ケーキなどへの使用）のものの方が、圧倒的に需要が高い、という事実がある。抹茶の年間生産量のうち、5%が飲用、95%が食品加工用として用いられている、という指摘もある（桑原, 2016b, p.20）。本稿2.2で出荷価格が1,000円/kgの抹茶が特に需要が高いことを述べたが、この価格帯の抹茶は専ら食品加工用に供されるものであろう。

食品加工用の抹茶の価格は、飲用のそれと

比較して低い。食品加工用抹茶の需要が国内外で増加する中、より低コストで簡易な方法による碾茶生産に力を入れる生産者が急増し、需要増加を上回る量の食品加工用碾茶が生産された結果、碾茶価格の下落にむすびついている、という構造がある。

国内において、抹茶の加工食品への利用は1985年頃から始まり、特に、1996年にハーゲンダッツが製造する抹茶アイスの人気が高騰したこと、そして2005年にスターバックスが製造する抹茶ラテの人気が高騰したことが、食品加工用抹茶の製造を後押しした（桑原, 2019, pp.21-23）。この傾向は日本から海外に輸出される抹茶でも見られ、例えば米国でも、日本から輸出される抹茶の多くは、大手カフェチェーン中心に小売店・日本食店・アイスクリーム店などで流通している⁶。

なお本稿2.1で述べたとおり、飲用抹茶と食品加工用抹茶の間には、生産方法の観点からいくつかの違いが認識されているが、それらの違いは法的に定められたものではなく、両者を如何に区別するのは抹茶業者が自らの基準に従って決めている。ある抹茶メーカーが製造販売する食品加工用抹茶と同品質の抹茶が、他社では飲用として製造販売されている、ということもあり得る。

③食品加工用抹茶において産地情報は重視されない

消費者は、抹茶加工食品の購入判断において、抹茶の産地情報を重要視しない。このこ

5 毎日新聞2021年9月11日付記事：<https://mainichi.jp/articles/20210911/ddf/012/040/005000c>

6 日本茶輸出促進協議会（2017）『『米国における抹茶流通・消費動向調査』報告書』（p.15）：<http://www.nihon-cha.or.jp/export/news/2018/news180215-2.html>

とは、多種多様な抹茶産地がそれぞれの魅力を実際立たせた地域ブランドを展開する上で大きなハードルとなる。

栗原（2013）によれば、消費者は、抹茶加工食品の購入判断において、価格やメーカーブランドは重要視するが、抹茶の産地情報を重要視しない（pp.127-128）。抹茶を自宅で飲用する習慣がある消費者は、抹茶加工品の購買において、抹茶の産地情報にこだわる傾向があるといえるが、それでも価格やメーカーブランドと同じ重要性を産地情報には感じない（栗原，2013，pp.127-128）。

例外として、宇治抹茶については、加工食品に用いられた場合でも強固なブランド吸引力を有しているが（本稿3.3）、近年は、食品加工用抹茶については「国産」であれば十分に「宇治抹茶」である必要はないとの傾向も強まっている⁷。

そもそもアイスクリームや焼き菓子のような加工食品においては、その生産過程において行われる加熱処理において、抹茶が有する香りや官能的特徴が変容してしまう。このことから、メーカー側がいくら「産地独自の抹茶の官能的特徴」をPRしたところで、消費者への訴求力も限定的にならざるを得ない。

④食品加工用抹茶であっても「抹茶」と表示される

食品加工用抹茶として製造されたものが、「加工用抹茶」「食品用抹茶」「工業用抹茶」と表示されながら出荷されたとしても、それ

がアイスクリームやケーキなどの製品に使用された場合には、「加工用」等の文字が消えて、単に「抹茶」と表示されることが多い（桑原，2019，p.17）。

つまり、抹茶アイスや抹茶ケーキの購入者は、当該商品で用いられている抹茶が食品加工用に生産されたものかそれとも飲用に生産されたものかを、商品情報から判断することはできない。これは、コストがかかる飲用抹茶の生産ではなく、より簡易に低コストで製造できる加工用抹茶の生産に力を入れる業者にとって都合のよい状況であり、抹茶のコモディティ化の遠因となり得る。

⑤碾茶以外の緑茶原料から製造された粉末茶が「加工用抹茶」として流通

たとえ食品加工用に生産された抹茶であっても、原料として碾茶を用いることは重要条件の一つである（本稿2.1）。しかし実際には、日本国内において、碾茶以外の緑茶原料から製造された粉末茶が「加工用抹茶」「食品用抹茶」「工業用抹茶」と表示されながら販売されているケースは多く、こうした本来の意味での抹茶ではない商品は、国内で抹茶として流通している商品の60%を占める、という指摘もある（桑原，2019，p.13-14）。

⑥価値評価体系の共創

①～⑤の複合的要因のもとで進む「抹茶のコモディティ化」から脱却するためには、消費者と生産者を含む関連主体の間で抹茶に関する一定の価値評価体系が共創され、その価

7 毎日新聞2021年9月11日付記事では、「菓子や飲料では『宇治抹茶使用』の表示が重宝されてきたが、安価な茶葉が増え『国産抹茶』でもいい、と変わってきた」という全国茶生産団体連合会会長のコメントが紹介されている：<https://mainichi.jp/articles/20210911/ddf/012/040/005000c>

価値評価体系を基盤に「抹茶を飲んで味わう文化」が発展し、さらに消費者の側において、抹茶産地の特性が反映された抹茶を高く評価し、そうした抹茶に対して価格プレミアムを積極的に支払う文化が根付かなければならない。そうした文化的基盤のもとに、抹茶・碾茶の産地は、地域の特性を反映させた地域ブランドの情報デザインが可能となる。この点については、本稿の最後で立ち返りたい。

3. 茶の産地情報を如何にデザインするか

3.1 原料茶葉のトレーサビリティに関する情報デザイン

茶の産地はどこかと聞かれれば、茶畑・茶園を思い浮かべるのが普通であろう。しかし茶業界においては、茶の産地は、原料となる茶葉（生葉）の栽培・収穫地ではなく、「荒茶」の製造地、つまり茶畑で摘んだ茶葉を保存できる乾物状態まで加工する場所（荒茶工場の所在地）を基準として考えるのが基本となっている。この点については本稿3.2で考察するが、さらに重要なのは、市場で流通する茶商品から、その茶商品に使用されている生葉（茶葉）が実際に栽培された茶畑（茶園）までを辿ってその場所を特定することは容易ではない、ということである。

抹茶を含む緑茶の生産・流通は、緑茶の原料になる生葉の生産とその流通、生葉をもとにした荒茶（碾茶を含む）の生産とその流通、荒茶をもとにした仕上げ茶の生産（碾茶を粉

砕して抹茶を生産するプロセスを含む）とその流通、という三つの生産・流通活動から捉えることができ（図3）、それぞれのポイントにおいて、様々な主体が関わっている。

生葉のトレーサビリティの観点からは、(1) 生葉の生産・流通から荒茶の生産にかけて、合葉（ごうは）、つまり違う圃場（茶園）で摘採された生葉の混合が行われること、(2) 荒茶から仕上げ茶を生産する過程において、合組（ごうぐみ）、つまり荒茶の混合が行われること、という二つのプロセスの存在が大きなハードルとなる。

荒茶の原料となる生葉は刈り取り後に急速に品質が劣化するため、通常は茶園の近辺に立地する荒茶工場に持ち込むことになる。よって合葉は、通常、一定の狭いエリアにおいて、違う圃場（茶園）で同時期に摘採された生葉を混合することで行われる。他方で近年、荒茶工場数は、廃止や合併などを通して減少傾向にあり、生産された生葉が、従来持ち込まれていた荒茶工場とは別のエリアにある荒茶工場に持ち込まれることもある⁸。このことは生葉のトレーサビリティを複雑化させることにつながる。

合組においては、静岡産の荒茶と鹿児島産の荒茶の混合、一番茶と二番茶の混合といった具合に、産地や製造年度の異なる荒茶が混合されることが一般的であり、生葉のトレーサビリティをより一層複雑なものにする（山口, 2005, p.68）。

合葉と合組の存在により、茶商品は加工食

8 岐阜県では、荒茶加工施設の数が2012年から2019年にかけて76から60に減少したことにより、同県内の各地で、生産組合の区域を超えた生葉の加工の受け入れが活発化しているという（岐阜県, 2019, p.2）。

品の中でも特にトレーサビリティの構築が難しい品目とされている。しかし近年、様々な観点から、茶葉のトレーサビリティを確立することが、抹茶を含んだ茶の産地全体の取り組みとして求められており、地域ブランド推進においても重要な政策課題となっている。

まず、輸出先における残留農薬基準をクリアした上での日本茶輸出と日本茶に関する有機認証の推進においては（本稿5）、茶葉を生産した茶園における農薬使用の度合いや有無を確認する体制が築かれなければならない、必然的に茶葉に関するトレーサビリティの確立が求められる。JGAPやASIAGAPなどの国際水準GAPや、京都府が推進する宇治茶GAPや鹿児島県が推進するK-GAPなどのローカルGAPを含め、国内の様々な茶産地が推進するGAP認証取得においても、茶葉のトレーサビリティの確立が必要になる。

また、茶商品に使用される茶葉の栽培地を特定の地域に限定すれば、当該茶栽培地域のテロワール情報を全面に出しながらの地域ブランドマーケティングを可能ならしめるが、その場合には当然に、茶葉のトレーサビリティの構築が求められる。そうした地域ブランドの具体例として、地理的表示「西尾の抹茶」（2017年に登録されたが2020年に取り消された／本稿2.2）では「西尾の抹茶に使用する

茶葉は、愛知県西尾市および安城市において…栽培されたものとする」とされ、さらに地理的表示「八女伝統本玉露」（2015年登録）の生産基準では「八女市及び周辺市町の中山間地域…において…生産された生葉を、福岡県内で仕上げ加工する」とされており、それぞれ、「茶葉（生葉）の生産地」が特定され、地域ブランドの基盤に据えられている。

単一茶園に関するブランドを確立する場合にも（本稿4.2）、当然に、当該茶園から最終的な茶商品までのトレーサビリティを確立する必要がある。

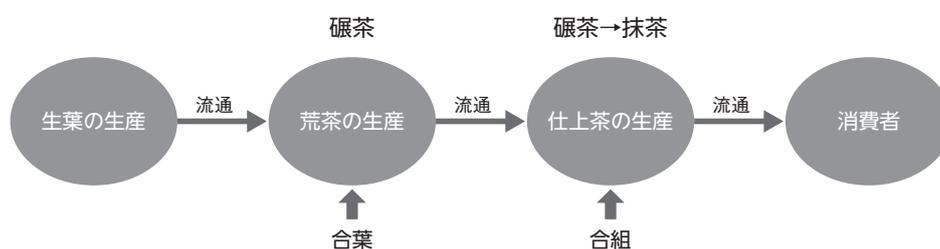
茶葉のトレーサビリティシステムにおいては、ブロックチェーンなどの革新的情報技術を活用することも有効であろう。

そして、茶商品における産地情報として「荒茶の製造地」が表示されるにしても（本稿3.2）、茶葉のトレーサビリティシステムの確立を地域ブランドの強化に結びつけたためには、如何なる指針のもとに如何なる方法で茶葉のトレーサビリティを産地全体で管理しているのかについて、広く発信する必要がある。

3.2 産地銘柄（地域ブランド）と荒茶産地の関係性

上述のとおり、茶業界においては、茶の産地は「荒茶」の製造地を基準として考えるの

図3：茶の生産・流通プロセスの概念図



が基本である。この点について、日本茶業中央会が2019年に発行した「緑茶の表示基準」では、「産地銘柄」を「荒茶を製造した都府県名、市町村名、その他社会通念として一般に認められた地名をもって産地名とし、その産地名を冠して産地銘柄とする」としている。

ここで重要なのは、上述のとおり、仕上茶の生産プロセスにおいて、「合組」、つまり産地の異なる荒茶の混合が行われ、茶商品に表示されている産地銘柄（地域ブランド名）から想起される地域とは違う地域で製造された荒茶が当該茶商品に使用されている場合も多くある、ということである。この点について、「緑茶の表示基準」では、「産地銘柄の範囲が都府県または市町村の区域を越える場合は、当該産地銘柄を使用する関係者が当該産地の範囲等の条件を規定する」と定められている。つまり特定の産地銘柄茶に使用できる荒茶の産地の範囲をどこまでにするかは、最終的に、当該産地銘柄茶の関係者が決定するということである。

「緑茶の表示基準」は、あくまでも日本茶業中央会が作成した自主規制であって、法的拘束力はないが、茶業界全体に対する影響力は大きい。実際に、同基準の上述の条文に基づいて、「宇治茶」「宇治抹茶」に使用される荒茶の産地として、宇治市を含む京都府全域と奈良県、滋賀県、三重県が指定されており、その荒茶産地の範囲に基づいて地域団体商標「宇治茶」「宇治抹茶」も登録されている（本

稿3.3)。ただし、「宇治茶」「宇治抹茶」に使用される荒茶の産地として、このように広いエリアを指定したことについては、他の茶産地や行政等から批判もあった⁹。

この状況下で、特定の産地銘柄茶に使用できる荒茶の産地の範囲を如何なる根拠に基づいてどのように策定するのか、そして当該産地銘柄の産地イメージを如何に醸成するのかといった点は、茶に関する地域ブランドの情報デザインにおいて極めて重要な問いとなる。これらの点に関する地域ブランド政策の具体例として、以下に、「宇治茶」「宇治抹茶」の事例と「掛川茶」の事例を見てみたい。（なお後者は抹茶ではなく煎茶に関する事例であるが、参考事例として見てみたい。）

3.3 宇治茶・宇治抹茶：「京都らしさ」を全面に出したイメージ戦略

茶に関する地域ブランドとして名高い「宇治茶」「宇治抹茶」は、一般的に「宇治市で生産された茶」とイメージされているが、宇治市の茶園面積は80haほどに過ぎず¹⁰、実際には、「宇治茶」「宇治抹茶」と称される商品には、京都府の宇治市以外の地域や、奈良県、滋賀県、三重県で生産された荒茶・碾茶を使用して製造されている（図4）。

この点に関連して、地域団体商標として登録されている「宇治抹茶」については、「京都府・奈良県・滋賀県・三重県の4府県産茶を京都府内業者が京都府内において宇治地域

9 日本食糧新聞2004年12月13日付記事：https://news.nissyoku.co.jp/news/nss-9423-0081?utm_source=pocket_mylist

10 「宇治茶と歴史・文化の香るまちづくり構想（構想本編）」の p.6を参照。同構想は宇治市の次のウェブサイトからダウンロード可能：<https://www.city.uji.kyoto.jp/soshiki/88/2946.html>

に由来する製法により仕上加工した茶を、粉碎・挽臼加工した抹茶」と定義付けられ¹¹、地域団体商標「宇治茶」については、「京都府・奈良県・滋賀県・三重県の4府県産茶を京都府内業者が京都府内において宇治地域に由来する製法により仕上加工した緑茶」と定義付けられている¹²。

ではなぜ、宇治市だけでなく、京都府全域、そして奈良県・滋賀県・三重県の3県が、宇治茶・宇治抹茶の原料となる荒茶・碾茶の産地として指定されているのか。この点については、京都府茶業会議所のウェブサイトに掲載されている以下の「宇治茶」に関する定義が参考になる¹³。

宇治茶は、歴史・文化・地理・気象等総合的な見地に鑑み、宇治茶として、ともに発展してきた当該産地である京都・奈良・滋賀・三重の四府県産茶で、京都府内業者が府内で仕上加工したものである。ただし、京都府産を優先するものとする。

これによれば、「歴史・文化・地理・気象等総合的な見地に鑑み、宇治茶として、ともに発展してきた」という事実が、宇治市だけでなく、京都府全域、そして奈良県・滋賀県・三重県の3県が、宇治茶・宇治抹茶の原料となる荒茶・碾茶の産地として指定されていることの根拠であることが分かる。しかしその

「歴史・文化・地理・気象等総合的な見地」の具体的内容については、京都府茶業会議所のウェブサイトでは明らかにされていない。

また「宇治茶」「宇治抹茶」として売られている商品について、京都府、奈良県、滋賀県、または三重県で生産された荒茶が如何程の割合使用されているのかを表示する義務はない。この点に関連して、かつて京都府茶業会議所は、宇治茶の定義に関して、京都府産の茶葉の最低使用比率を設定して、「宇治茶と呼ぶのは府内産茶葉50%以上で、ブレンドは奈良、滋賀、三重の隣接3県に限る」という条件を設けようとしたが、府内産茶葉の不足などから製造及び生産団体の承認を得られなかったという¹⁴。

他方で、京都府が発行した「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」(2014年)、「京都府茶業振興計画」(2015年)、「お茶の京都構想」(2015年)、「宇治茶の文化的景観」(2017年)のいずれにおいても、宇治茶・宇治抹茶の原料となる荒茶・碾茶の産地として、宇治市だけでなく、京都府全域、そして奈良県・滋賀県・三重県の3県が指定されていることについては、一切触れられていない。

当然のことながら、京都府産の荒茶・碾茶を100%使った宇治茶・宇治抹茶が、奈良県・滋賀県・三重県で生産された荒茶・碾茶を使用した宇治茶・宇治抹茶より、品質・官能評

11 特許庁ウェブサイトにおける「商標登録第6226519号 宇治抹茶」の情報を参照：<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/shoukai/ichiran/6226519.html>

12 特許庁ウェブサイトにおける「商標登録第5050328号 宇治抹茶」の情報を参照：<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/shoukai/ichiran/5050328.html>

13 京都府茶業会議所のウェブサイト参照：<https://www.ujicha.or.jp/%e5%ae%87%e6%b2%bb%e8%8c%b6%e3%81%ab%e3%81%a4%e3%81%84%e3%81%a6/>

14 京都新聞2004年3月25日付記事を参照。

価において必ず優れているということはない。この点を自社HP上で明記する老舗の茶商もいる¹⁵。しかし「宇治茶・宇治抹茶には、宇治市産だけでなく、京都府全域、そして奈良県・滋賀県・三重県の3県で生産された茶も使われている」という事実を全面に出すことなく、他方で、宇治市を含む京都南部の茶栽培エリアに関する様々な情報を「日本の緑茶文化の発祥の地」という一貫したストーリーのもとに再編集し（「宇治茶の文化的景観」参照）、当該エリアに関する統合的イメージを全面に出すことで、宇治茶・宇治抹茶に関する産地イメージを普及させ、それら茶の高い顧客吸引力に結びつけてきた。

「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」においては、宇治茶の上位ブランドの一つとして「京都産100%宇治茶」を位置付け、さらにその上に「手摘み」であることを明記した玉露・抹茶に関するブランドと「山なり茶園の煎茶」という二つのブランドを位置付けた図が掲載されている（図5）。「京都産100%宇治茶」が宇治茶の上位ブランドとして位置付けられているのは、上述の京都府茶業会議所による宇治茶の定義にある「ただし、京都府産を優先するものとする」という文言に沿ったものであると言えよう。さらに「手摘み」と「山なり茶園」という要素が、宇治茶の最上位ブランドの情報デザインを形成している。

「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」の第2回検討会議の概要には、「手摘み」が宇治茶・宇治抹茶の高級ブランドの重要な要素であるとの意見が掲載されており¹⁶、宇治茶・宇治抹茶の伝統性を象徴する要素として期待されていることがわかる。

「山なり茶園の煎茶」は、京都府相楽郡和東町の石寺・撰原・釜塚や同郡南山城村の田山・高尾などの地域の山なりに広がる茶畑からの茶葉からつくる煎茶である。この茶畑が有する独特の美しい景観（写真1）は、「日本茶800年の歴史散歩ストーリー¹⁷」として日本遺産に認定された遺産群の一部を形成している。急斜面にある茶園には、乗用摘採機の導入が難しい等の経営上の難しさがつきまとうが、その景観の美しさを全面に出すことでブランド化を図ろうという試みである。

「京都らしさ」を中軸に置いた地域ブランド政策の中で、京都府は、茶品種においてより高級とされる宇治種への改植も推進している（本稿4.2）。

栗原(2013)の調査によれば、宇治抹茶は、抹茶を使用した加工食品においても、強固なブランド力を発揮している。この調査によれば、抹茶を使用した加工食品について、使われている抹茶が宇治抹茶か否かで購買意欲に大きな差が出てくる。調査対象者は、例えば宇治抹茶を使ったケーキに対しては、抹茶の産地が特定されていないケーキの2倍以上の値段を

15 山政小山園のウェブサイト：<https://www.yamamasa-koyamaen.co.jp/matcha/point/difference.html>

16 「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」第2回検討会議の概要（p.2）、第4回検討会議の概要（p.2-3）を参照。

17 「日本遺産：日本茶800年の歴史散歩」：<https://home.nihonisan-kyoto.kokosil.net/ja/story>

払ってもよいとの意思表示を行った(pp.128-130)。そして、抹茶を自宅飲用する習慣のない人物においても、宇治抹茶を使った加工食品に対して高い購買意欲を示した(pp.127-128)。この調査では、「消費者の感じている宇治抹茶使用製品の知覚品質は実際の品質に基づいたものではない可能性が高い」「マスコミなどを通じて見聞きする宇治抹茶の評判、宇治抹茶を使用した製品の多さなど、宇治抹茶ブランドに対する間接的な経験の蓄積によってその評価が形成されたのではないかと考えられる」と結論づけられている (p.131)。

「京都らしさ」を全面に出すことで強固な地域ブランドを築いてきた宇治茶・宇治抹茶であるが、そのブランドイメージの中軸を担ってきた京都府南部の茶栽培地の多くは中山間地に位置し、高齢化と後継者不足に直面している。また、同地域の大きな収入源となってきた食品加工用抹茶において、宇治抹茶にこだわる声は少なくなっている (本稿2.3)。

また、宇治茶・宇治抹茶の伝統性の象徴である「手摘み」については、「手摘み」であることが消費者から評価されていない可能性や¹⁸、「摘み子」の人件費が茶園の経営を圧迫する可能性、そして「摘み子」の確保・教育システムの確立の困難性などが指摘されている¹⁹。また、京都府南部の茶栽培地は和束町を始めとした様々な地域により構成されるが、それら地域自体の知名度は低い。宇治ブランドを基盤としながら、それら構成地域の個性を際立たせた地域ブランドを確立して、さらなる高付加価値商品の生産販売、人材誘致や茶畑景観を利用した観光業の発展などにつながられるかどうか問われている。

3.4 掛川茶：露呈した産地イメージ浸透度の低さ

静岡県掛川市及びその周辺は、普通煎茶よりも蒸し時間を長くした「深蒸し煎茶」の産地として知られ、掛川産の茶は全国茶品評

図4：宇治茶・宇治抹茶に使用される荒茶の生産地²⁰



写真1：和束町石寺の山なり茶園の風景



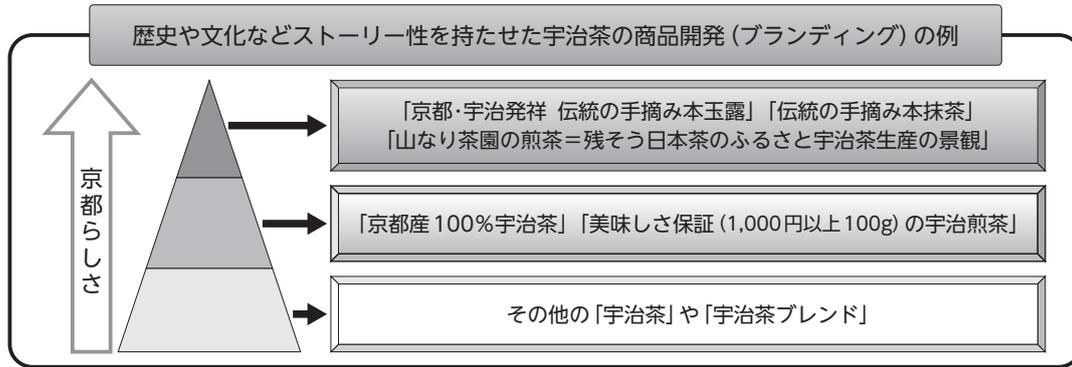
京都府, 2015a, p.9からの抜粋

18 「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」第4回検討会議の概要 (p.3) を参照。

19 「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン」第4回検討会議の概要において、「摘み子」に関するこれらの課題が指摘されている (pp.1-2)。

20 Discover Japan 2021年5月19日付記事からの引用：<https://discoverjapan-web.com/article/60927>

図5：宇治茶のブランド開発の例



京都府, 2015a, p.16からの抜粋

会などでも数多くの賞を受賞し、業界内での社会的評価を確立してきた²¹。掛川茶振興協会のウェブサイトによれば、掛川市内には、約1,400軒の茶農家、約30軒の荒茶工場、約40軒の茶問屋があるという²²。

掛川茶については、2006年に掛川茶振興協会が「(掛川市と)隣接する境界域で生産された荒茶」と定義していたが、この定義が不明瞭であったため、定義改訂の要望が農業団体からあったことから²³、2019年に掛川茶振興協会は、「掛川茶とは、掛川市及び掛川市に隣接する合併前の旧金谷町、旧菊川町、旧小笠町、旧浜岡町、旧袋井市、旧浅羽町及び森町の範囲において生産される気候、土質、地形、栽培管理、製造方法等が同様な荒茶を100%原料として仕上げ加工したもの」「ただし、掛川市内の荒茶工場で生産される荒茶原

料を75%以上とするものに限る」という新たな定義を設定した²⁴。地域団体商標「掛川茶」の定義は現状で「静岡県掛川市産の緑茶」とされているが²⁵、この定義は掛川茶振興協会が設定した上述の新定義に変更される予定であるという²⁶。

掛川茶の原料となる荒茶の産地として、掛川市とともに「掛川市に隣接する合併前の旧金谷町、旧菊川町、旧小笠町、旧浜岡町、旧袋井市、旧浅羽町及び森町」も含めた点については、「茶問屋は隣接自治体の特徴あるお茶も集積し、仕上げ加工することで掛川茶の味を作り上げてきた」「生産農家も隣接自治体へ経営茶園を拡大することで生産性を高め、高品質な特徴あるお茶を作り上げてきた」といった歴史的背景を根拠とした。この根拠情報は掛川市のウェブサイト上でも公開され

21 JA掛川市のウェブサイトには掛川茶（深蒸し煎茶）の数々の受賞歴が掲載されている：<https://www.ja-kakegawa.jp/tea/>

22 掛川茶振興協会ウェブサイト：<https://www.kakegawa-greentea.jp/know/>

23 中日新聞2019年3月2日付記事：https://www.chunichi.co.jp/article/37065?utm_source=pocket_mylist

24 掛川市のウェブサイト参照：<https://www.city.kakegawa.shizuoka.jp/gyosei/docs/7913.html>

25 特許庁ウェブサイトにおける「商標登録第5082404号 掛川茶」の情報を参照：<https://www.jpo.go.jp/system/trademark/gaiyo/chidan/shoukai/ichiran/5082404.html>

26 筆者による掛川市産業経済部お茶振興課に対するインタビューによる。

ている²⁷。掛川茶発祥の地である掛川市で生産された荒茶の最低使用比率を定めているという意味で、上述の宇治茶・宇治抹茶の定義より踏み込んだかたちとなっている。

掛川茶ブランドでは、荒川市内の荒茶工場生産される荒茶の中でも特に品質の高いものを選び出して、掛川仕上茶品評会において優勝した茶師によって製造される「天葉（あまね）」という上位ブランドが展開されている²⁸。「天葉」は、2015年に一般財団法人食品産業センターの地域食品ブランド表示基準制度に基づく「本場の本物」に認定された²⁹。

また掛川茶の生産エリアは、世界農業遺産に認定された「静岡の茶草場農法」の生産エリア（掛川市、菊川市、島田市、牧之原市、根本町）と一部重なっており、後者に関して「静岡の茶草場農法」推進協議会が運営する認証制度³⁰で認証されれば、掛川茶ブランドとともに、「静岡の茶草場農法」ブランドも同時に活用できることとなる。茶草場農法は、茶園周辺で刈り取ったススキやササなどを、茶畑に有機肥料として投入する農法のことであり、投入する草を刈り取る採草地（茶草場）の存在が貴重な生物の保全に貢献しているという点が評価されて、当該エリアは2013年に世界農業遺産に登録された。

「天葉」ブランド及び「静岡の茶草場農法」ブランドは、掛川茶の上位ブランドと

して機能し、掛川茶ブランドを牽引することが期待されている（図6）。他方で、静岡県立大学経営情報学部岩崎研究室が2016年に実施したアンケート調査の報告書（掛川市, 2017, pp.19-59）には、(1) 対象となった東京都の消費者2500人のうち、73.8%が掛川市のイメージが浮かばないと回答、(2) 同対象者のうち、掛川茶の名前を聞いたことがあると回答したのは37.9%、掛川茶を飲んだことがあると回答したのは17.2%、(3) 同対象者中1934人が掛川茶のイメージについて「なし」と回答、(5) 世界農業遺産「静岡の茶草場農法」の茶を知っていると回答したのは同対象者の6.8%、といったデータが掲載されている。

上述のとおり掛川茶は茶業界において一定の社会的評価を確立してきたが、にもかかわらず掛川茶の一般消費者に対する全国的知名度は低く、産地イメージが浸透していないことを、これらデータは物語っている。掛川ブランドと他の産地ブランドとの差別化、「掛川らしさ」「掛川茶」「掛川の茶産地」「静岡の茶草場農法」「天葉」といった多様な要素の相関関係の明確化、それら要素の統合的で明確なストーリーとビジュアルイメージの発信、日本の緑茶文化の歴史的な脈における「掛川」の位置付けの明確化と発信など、様々な課題があろう。そしてこれらの情報デザイン

27 掛川市のウェブサイト参照：<https://www.city.kakegawa.shizuoka.jp/gyosei/docs/7913.html>

28 JA掛川市のウェブサイト参照：https://www.ja-kakegawa.jp/shop/tea_amane.php

29 掛川市のウェブサイトにある2015年3月18日付記事を参照：<https://www.city.kakegawa.shizuoka.jp/gyosei/docs/8390.html>

30 「静岡の茶草場農法」推進協議会のウェブサイト参照：<https://www.chagusaba.jp/wp/archives/category/nintei>

が効果を発揮するためには、「多様な茶の価値を評価する基準・能力」が生産者と消費者を含む様々な関係主体の間で共創されなければならない。

掛川市が2021年に同市内の茶農家を対象に実施したアンケート調査によれば、茶農家の平均年齢は63.8歳と高齢化が進み、後継者の有無に関する質問に対しては、有効回答を得た337人のうち、84%の282人が後継者なしと答えたという³¹。これは掛川茶産業の存亡に関わるものである。こうした危機的状況を打破するためにも、茶農業に対する多様な支援策とともに、掛川茶に関する強固な地域ブランドの構築が求められている。

4. 品種の多様化に向けて

4.1 「やぶきた」一強の状態から脱することはできるか

日本では100以上の茶品種があると言われるが、中でも大きな栽培面積を誇るのが緑茶品種「やぶきた」であり、国内の全茶園面積の約70%が「やぶきた」である（図7）。「やぶきた」は、1970年代に全国的に普及し、

日本の茶業を支える基幹品種として認知されてきた。

「やぶきた」は、抹茶の原料となる碾茶用としても多く栽培されている。京都府では、一番茶碾茶の品種構成は、栄養系品種95%、在来種5%であるが、栄養系品種は「やぶきた」52%、その他煎茶品種26%、碾茶品種17%という構成となっている（吉田, 2021, p.1）。

武田（2007）は、「やぶきた」がこれほどまでに日本で普及し、他方で他の品種がさほど普及しなかったことの要因として、主に以下の四つの要因を挙げている（武田, 2007, pp.19-21）。

1. 「やぶきた」が有する高品質、多収性、多くの茶産地に適応する広域栽培適応性、煎茶、碾茶、玉露、かまいり茶などへの広い茶種適応性。
2. 1960年以降、実生茶園から栄養系茶園に替わる段階で多くの品種が導入されたが、当時は「やぶきた」に優る品種がなかったことから、1960～1970年

図6：掛川茶ブランドの概念図³²



31 静岡新聞2022年2月25日付記事： <https://www.at-s.com/news/article/shizuoka/1031171.html>

32 掛川市、JA掛川市、「静岡の茶草場農法」推進協議会のウェブサイトにある関連情報をもとに筆者作成。

代にかけて次第に同品種を中心とした増殖体系に集約されていった。

3. 「かなやみどり」が1970年、「おくみどり」と「さやまかおり」が1974年に育成され、さらに1980年代になると続々と優良品種が育成されるようになったが、茶の木のような永年生木本作物では新品種が育成されても直ぐには十分な苗の供給ができず、このため増殖に弾みのついた「やぶきた」中心の増殖体系を止めることは出来なかった。
4. 1970年代中頃から1980年代にかけて、茶の生産現場では、可搬型摘採機の普及による摘採能力の飛躍的な向上、製茶機械の大型化と高性能化が起こり、農家の改植・新植意欲が最高潮に達して大量の苗木の需要があったが、当時において優良品種の苗木を十分に供給出来たのは「やぶきた」であったため、必然的に同品種が普及した。

他方で、1990年代以降、「やぶきた」単一栽培による病害虫の多発、作期集中、香味の

画一化、茶園の老朽化による収量や品質の低下等の様々な弊害が顕在化してきた（武田，2007，p.21）。また、「やぶきた」が普及してから約30年が経過して、耐用樹齢を過ぎていることから、「やぶきた」の改植の必要性が認識されてきた（武田，2007，p.21）。

農林水産省発行の「茶をめぐる情勢」によれば、全国の茶園面積の37.1%が樹齢30年以上と老園化しており、収量や品質の低下が懸念されているが、改植の実施面積は全体の約9%にとどまっているという（農林水産省，2021，p.12）。茶栽培地における改植の必要性は、『『あいちの茶』振興計画』（愛知県，2021，p.12，19）、『『かごしま茶』未来創造プラン』（鹿児島県，2019，p.6）、『京都府茶業振興計画』（京都府，2015，p.5）、『伊勢茶振興計画』（三重県，2021，pp.45）、『佐賀県茶業振興計画』（佐賀県，2021，p.3）といった自治体発行の政策文書においても述べられている。

本来「やぶきた」は、煎茶には向くが、飲用の高級抹茶に使用される碾茶原料には適さないとされている。2021年に開催された第75

図7：産地別の品種構成

	静岡	鹿児島	京都	愛知	全国
ゆたかみどり(早生)	0.04	27.0	0	0.4	6.3
さえみどり(早生)	0.6	13.1	1.0	1.2	4.3
さやまかおり(やや早生)	1.9	0	0.8	1.5	2.2
やぶきた(中生)	90.5	32.3	61.4	57.9	70.7
さみどり(中生)	0.03	0	8.3	19.6	0.7
おくみどり(晩生)	0.7	4.8	11.9	13.6	3.4
その他	6.2	22.7	16.8	5.6	12.5
合計	100	100	100	100	100

2020年度農林水産省調べ/農林水産省，2021，p.11からの抜粋

回全国茶品評会出品茶審査会」の「てん茶」部門において受賞した1位から50位の碾茶の品種は、「あさひ」「さえみどり」「うじひかり」といった碾茶用品種が占めており、「やぶきた」は一つも含まれていない³³。なお桑原(2019)は、「あさひ」を「現在、碾茶品種の中でもっとも高値で取引される品種」、「さえみどり」を「手摘み碾茶では一番栽培面積、生産量の多い品種」、「うじひかり」を「旬に摘採、製造された時の品質は『あさひ』なみに高い」と表現している(pp.30-31)。

4.2 抹茶産地が推進する茶品種の多様化策

抹茶のコモディティ化からの脱却という観点からは、国内の抹茶産地が、それぞれの地域の特性に合致した多様な抹茶品種を追求し、産地と特定抹茶品種の結びつきに焦点を当てた地域ブランドを確立・普及して行くことが望まれる。こうした中、様々な茶産地において、「やぶきた」を基盤に据えた茶産業からの転換を図る動きが出始めている。

以下にその具体例と展望について述べる。

①宇治種への転換を推進する京都

例えば京都は、「やぶきた」が多くを占める他の抹茶産地との差別化を図って、約10ある飲用抹茶向きの独自品種への転換を農家に促し、価格の押し上げを目指している³⁴。特

に注目されている品種は、在来種を基にして京都府茶業研究所(京都府宇治市)が育成した「鳳春(ほうしゅん)」や「展茗(てんみょう)」といった宇治種である。これら品種は、香味や色味などの評価が高く、「やぶきた」の1.5倍以上の高値で取引されており、さらにこれら品種は、すでに農林水産省に品種登録されていて、他の都道府県では導入できないという制約があるため、宇治茶の地域ブランド価値を高めるための中核に据えられた³⁵。京都府は、2022年度からの5年間で計100ヘクタールにおいて宇治種への改植が行われることを目指しており、こうした高級品種への改植における農家の経済的負担を軽減する補助制度を拡大し、宇治種の苗木を育成する生産拠点を新たに設ける方針である³⁶。

なお京都府は、「鳳春」や「展茗」の栽培技術に関する農林センター茶業研究所の研究成果をウェブ上で公開している³⁷。

②抹茶用新品種「せいめい」

国立農研機構は、政府のイノベーション創出強化研究推進事業「実需者の求める、色・香味・機能・性成分に優れた茶品種とその栽培・加工技術の開発」の助成により、被覆栽培への適性と抹茶および粉末茶への加工適性に優れた「せいめい」という名の新品種を開発し、2020年にその研究成果を公開した³⁸。

33 埼玉県庁のホームページ上の「第75回全国茶品評会出品茶審査会」に関するサイトに掲載されている「審査結果一覧(てん茶)」を参照：<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0904/news/page/news2021111901.html>

34 京都新聞2021年3月13日付記事：<https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/527913>

35 同上

36 同上

37 京都府のウェブサイト参照：<https://www.pref.kyoto.jp/chaken/kenkyuseika.html?mode=preview>

38 農研機構が開発した新品種「せいめい」に関する情報は、同機構のウェブサイトから入手可能：<https://www.naro.go.jp/collab/breed/0200/0206/073702.html>

愛知県が2021年に発表した『『あいちの茶』振興計画』では、「付加価値の高い茶生産による経営の安定」という項目において、「今後はさらに高品質で特色のあるてん茶の生産拡大を図るため」として「色合いと旨みに優れた『せいめい』など優良品種への改植」を推進することが述べられている (p.12)。

③高耐病性品種

近年、有機栽培茶の生産が国内の各地で活発化する中で (本稿5)、「炭疽病及び輪斑病に抵抗性を有する晩生の良質多収性の品種であり、生葉収量は『やぶきた』より2割程度多く、品質も同水準である³⁹⁾」とされる「はるのなごり」のような、有機栽培に適した品種を導入することも考えられる。

地球温暖化が害虫や病害の増大をもたらすことが懸念される中、高耐病性品種の開発・導入は日本の茶産地においてますます求められるだろう。

④シングルオリジンの茶園ブランド

近年、茶の地域ブランドの一形態として注目されているのが、単一の茶園で生産された単一品種の茶葉のみを使用して茶商品を製造し、当該茶園の名称を全面に出したブランド展開を行うことである。こうした「単一畑・単一品種」を基調とした茶ブランドは、「シングルオリジン」と呼ばれることもある。シングルオリジンは、ワインの世界では高級ワインによく見られる商品形態であるが、合組 (本稿3.1) が頻繁に行われる茶産業においては特別のブランド価値を持ち得る。茶品種に

対する消費者の関心を喚起する役割も果たし得る。

シングルオリジン抹茶のブランド展開において、当該茶葉の品種特性、当該茶園を取り巻く自然環境、当該茶園での「一番茶」「棚式被覆」「手摘み」「石臼」などを基調とした伝統的生産方法 (本稿2.1)、有機栽培の実施 (本稿5.2)、中山間地における壮大な茶畑景観などの要素も効果的に組み合わせることで、当該茶園ブランドが当該茶園が位置する茶栽培地全体の地域ブランドの牽引役として機能することも期待される。

⑤抹茶品種に関する価値評価体系を築けるか

生産者が多様な抹茶品種を開発・導入したとしても、消費者の側でその価値評価ができなければ、抹茶市場の発展には結びつかない。このためには、多様な抹茶品種のそれぞれに関する価値評価体系が、生産者と消費者を含む様々な関係主体の間で共創されなければならない。その推進策の一環で、多様な茶品種と国内外の様々な食文化との組み合わせを創出・推進することも必要である。ワインの世界では、原料ブドウ品種に関する情報デザインが、ワインと他の様々な食文化との組み合わせにおいて重要な役割を果たしている。この点を含め、茶産業がワイン産業から学ぶことは多い。

またワインに関しては、「果実酒等の製法品質表示基準」において、原料ブドウの表示について「単一品種を表示するには当該品種を85%以上使用する」「二品種を表示するに

39 同品種は農林水産省のウェブサイトで紹介されている：<https://www.maff.go.jp/j/seisan/gijutsuhasshin/techinfo/cha.html>

は当該二品種合計で85%使用し、量の多い順に表示する」といった法的基準が規定されている。茶品種の表示方法に関しても、一定の法的基準を設けることは、茶に関する品種文化の活性化に資するであろう。

5. 環境保全型の地域ブランドに関する情報デザイン

5.1 拡大する有機栽培茶の生産

現在、日本産の茶の輸出において最も重要な課題の一つが、輸出相手国の残留農薬基準値（MRL/ Maximum Residue Levels）を満たした茶生産を如何に行うか、という点である。この点に対処するため、農林水産省などの様々な機関が、輸出相手国の残留農薬基準値に関するデータの収集や残留農薬基準を満たすための防除体系の構築、農薬代替防除技術の開発・導入を推進している。

この流れの中で、日本の様々な茶産地が、残留農薬基準を満たし、さらに地域ブランド価値も高めることができる有機栽培茶の生産に力を入れている。欧米市場における有機栽培茶の需要は高く、例えば2020年のEU向けの国産茶の輸出量において、有機JAS認証茶は86.6%を占めた。こうしたことから、国内における茶の有機JAS格付実績も増加傾向を続けており、2018年における茶の国内総生産量（81.5トン）の6.1%が有機JAS認証を受けている（農林水産省、2020b, p.8）。

全国の抹茶・碾茶産地においても、環境保全型農業の導入・推進を通じた地域ブランド

の確立が、今後ますます重要な課題となっていくであろう。そうした取り組み事例はすでにいくつも存在しており、例えば静岡では、茶生産者、碾茶加工業者、茶商が共同出資をして「静岡オーガニック抹茶」という会社を設立し、川根本町などにおいて保有する農地において、有機栽培による抹茶の生産を推進している⁴⁰。

他方で、上述のとおり、日本の茶産業が有機農業に注意を向けるようになったのは、輸出相手国が設定する残留農薬基準値を満たす必要性が出てきたからであり、海外市場における有機農産物に対する需要の高まりがあったからであった。様々な地方自治体が発行する茶業振興計画においても、有機茶栽培の推進の根拠を、こうした「海外市場での要求・需要の高まり」に置いている。

日本の消費者にとっての茶のイメージは「健康にいい飲料」であり、茶園で使用される農薬の量を気にしたり、茶園での生物多様性を意識しながら茶商品を購入する者は少数派であったと言えよう。実際には、日本の茶産業は、茶園で大量の化学合成農薬を投与することを前提に発展してきたのであるが、そのことを非難するメディア報道も過去にはほとんど見られず、よってこの点に関する世間の認識は低かった。

しかし環境保全型農業への関心が世界的に高まる中で、日本の消費者の意識や購買行動も変化しつつある。ネオニコチノイドなどの農薬が自然環境や人体に及ぼす影響について

40 静岡オーガニック抹茶株式会社ウェブサイト参照：<https://soma-japan.co.jp/>

の国内メディア報道も増えている。こうした社会の変化を敏感に感じ取りながら、環境保全型農法による茶の需要を如何に拡大していくかが、日本の茶産地の地域ブランド政策における大きな政策課題となっている。

5.2 有機農業を軸にした地域ブランドの情報デザイン

茶産地における有機認証取得の総数に関する情報は、当該地の環境保全への取り組みに関する一定の客観的判断材料を消費者に与えるが、その情報を発信するだけでは、ライバル産地との差別化は難しく、強固な環境保全型地域ブランドの構築には結びつかない。

重要なのは、有機農業が有する多面的な意義を生産者が理解し、その多面的意義を消費者に対して効果的に発信することである。有機農業の多面的効果に関しては、ドイツ連邦政府のシンクタンクであるハインリヒ・フォン・チューネン研究所が2019年に発行した「Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft」（日本語訳：有機農法が環境及び社会にもたらす影響）と題する論文がある。この論文においては、528の既存の調査文献における2,816件の有機農業と慣行農業の比較調査結果を整理したところ、有機農業は、水質保全、土壌肥沃度、生物多様性、地球温暖化防止、土壌浸食防止、資源（窒素等）の利用効率、動物福祉の観点から、より優れていることが判明した旨が述

べられている（Sanders & Heß, 2019）。この論文は、日本の農林水産省が2020年に発行した「有機農業をめぐる事情」においても紹介されている（農林水産省, 2020b, p.2）。有機農業が有するこうした多面的な意義と当該産地との関係性に着目した情報デザインを行うことが、茶商品に関する環境保全型の地域ブランド政策において重要になる（図8）。

生物多様性保全に関しては、本稿3.4で触れた「静岡の茶草場農法」のような独自の取り組みと有機認証を組み合わせ、有機農法と生物多様性保全の相関関係をPRすることも考えられる。本稿4.2で述べた「はるのなごり」のような高耐病性品種を使用することによる農薬使用量の減少をPRすることもあるだろう。

中山間地にある茶園での有機栽培を推進する場合には、独特の景観に関するイメージ情報などを発信して地域ブランドの向上や茶園ツーリズムの活性化に結びつけることも重要である。本稿3.3で述べた宇治の「山なり茶園の煎茶」の事例が参考になろう。日本の茶園の約4割は中山間地に位置しており、茶栽培面積に占める中山間地の割合を県別で見ると、京都府が81.8%、鹿児島が38.6%、静岡が27.7%、愛知が26.7%となっている（農林水産省, 2021, p.12）。急傾斜地が多い中山間地の茶園では、乗用型摘採機を持ち込めず⁴¹、その分、人手と時間もかかり、経営を成り立たせるために、付加価値の高いブランド茶の生

41 「岐阜県茶業及び茶の文化の振興に関する計画」では、「これまで乗用摘採機が使用可能な傾斜度は15度以下といわれてきたが、近年ではより傾斜地に対応した低床化、軽量化が進められ、安全に使用できる適用範囲は拡大しつつある」と述べられている（岐阜県, 2021, p.8）。

産が重要になる。

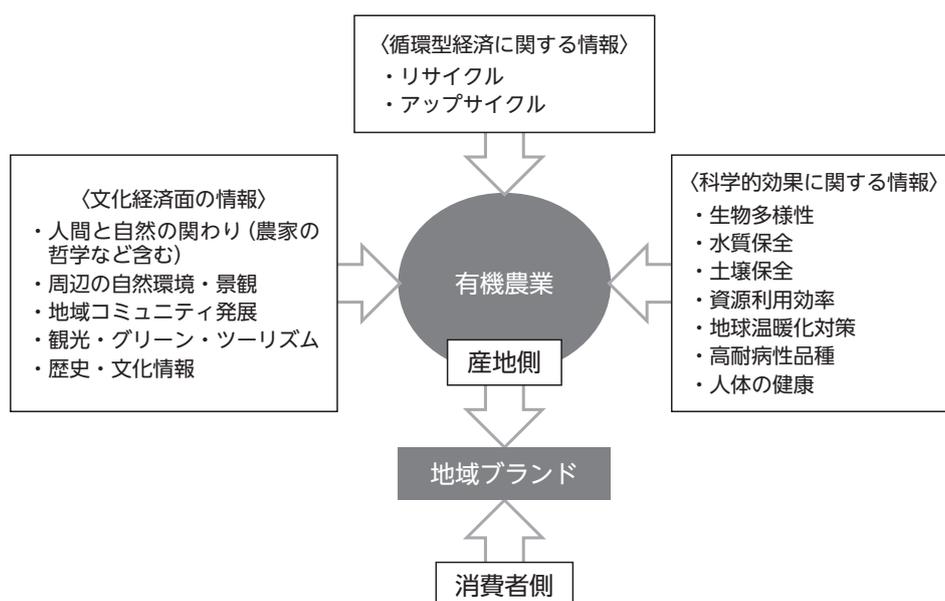
他方で中山間地は、冷涼な気温で病害虫も少ない環境であることから、有機栽培茶の生産に適している。中山間地における有機茶栽培の推進は、農林水産省が2020年に発表した「茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針」(p.10) や、「『あいちの茶』振興計画」(愛知県, 2021, p.13)、「静岡県茶業振興基本計画」(静岡県, 2014, p.14)、「第2次島田市茶業振興基本計画」(島田市, 2018, p.10-11) といった自治体発行の政策文書において述べられている。

有機農業の推進とともに、循環型経済システムの構築も行って、双方の取り組みを同時に発信することも考えられる。企業による後者の事例としては、大手茶飲料メーカーの伊藤園が、緑茶飲料の製造時に排出される茶殻

の抗菌効果や消臭効果などの特性を生かした製品を数多く創出しており、畳や建材、樹脂製品、茶殻配合紙ノートやカテキン染めタオル、表面温度上昇抑制効果がある人工芝、「お～いお茶」のペットボトル用段ボールなど、約100種類の茶殻リサイクル製品を関係会社と共同開発してきた⁴²。こうした取り組みを産地全体で行うこともあり得る(図8)。

有機農業を中軸に据えた茶の地域ブランドの展開においては、人間と自然の関わりに関して茶農家が有する哲学、茶園を取り囲む自然環境や景観、地域コミュニティの発展、茶園ツーリズムの推進、その他の歴史文化に関する情報を織り交ぜながら、茶産地の人々の暮らしと自然との関わりに関するイメージを普及することも求められよう(図8)。

図8：有機農業を軸にした地域ブランドの情報デザイン



42 食品産業新聞社2020年11月17日付記事：<https://www.ssnpc.co.jp/news/beverage/2020/11/2020-1116-1515-16.html>

6. 海外の生産主体との競争

6.1 来るべき外国産の高品質抹茶との競争 激化に向けて

日本産抹茶の海外輸出においては、様々な政策的課題が浮上する。その一つが、海外の主体が生産する抹茶との市場競争である。

日本から海外への抹茶の輸出货量が増加すればするほど、そして日本産の抹茶が海外市場で評価を高めれば高めるほど、それに触発された他国の主体による抹茶生産が必然的に活発化する。中国では、粉碎機を備えた大規模な抹茶工場が次々と建設されている。そして当該主体により生産された抹茶は、海外市場のみならず、日本市場でも流通し得る。

海外の生産主体は、日本で発展してきた抹茶生産方法を様々なメディア情報や機会を通して学ぶことができるだろう。日本の抹茶メーカーが、労働コストの低いアジアの国に抹茶・碾茶の生産拠点を構え、そこで製造された抹茶商品の当該国内での流通拡大を狙うこともあるが⁴³、その場合には、当該拠点において導入された抹茶・碾茶の生産に関するノウハウが当該国で普及することもあり得る。

現状において中国産や韓国産の抹茶は、日本産抹茶よりは品質が劣るとされており、日本産抹茶の価格と比してかなりの低価格で流通している。日本の抹茶生産者は、一定の品質を保ちつつ日本産ブランドに依拠しながら比較的高価格帯での商品展開を行うことで、

飲用抹茶であれ食品加工用抹茶であれ、中国や韓国で生産される安価な抹茶との価格競争をある程度避けることができよう。

しかし今後、そうした国々が抹茶・碾茶の生産技術を向上させて高品質抹茶を生産するようになれば、国内外の抹茶市場における日本のライバルとして浮上してくる可能性がある。この際に、「日本は抹茶文化の元祖である」といった情報を発信するだけでは、特に海外市場での競争には勝てないであろう。フランス、イタリア、スペインなどを中心に欧州で発展してきたワインの生産・消費文化が、世界に広まり、今や中国を含むワイン新興国で生産される高品質ワインが世界のワイン市場で高い評価を受けている。これと同じことが、抹茶の世界でも起こり得る。

本稿2.2で述べたとおり、日本では、食品加工用抹茶生産への偏重と抹茶のコモディティ化が進む中で、抹茶の伝統的製法に依拠した地域ブランドの展開が難しい状況にある。こうした状況が継続すれば、品質とブランド力を高めてくる海外の抹茶生産地との競争に勝ち残れない。この観点からも、日本国内において、抹茶に関する価値評価体系が社会に蓄積され、その価値評価体系を基盤に「抹茶を飲んで味わう文化」が発展していくような仕組みを構築する必要がある。

43 愛知県産業立地通商課のウェブサイトに掲載される2008年5月発行の報告書「中国へ日本式の抹茶生産方法を導入：中国の茶園で新茶の収穫が最盛期」によれば、愛知県西尾市の抹茶メーカーが、中国市場攻略のために、中国の浙江省に抹茶生産を築いたという：https://www.pref.aichi.jp/ricchitsusho/gaikoku/report_letter/index.html

6.2 日本産抹茶の模造品対策

もう一つの問題は、「碾茶（覆下栽培した茶葉を碾茶炉等で揉まずに乾燥したものを茶臼等で微粉末状に製造したもの）」という抹茶の基本条件を満たさない商品（例：碾茶以外の緑茶原料をパウダーにした粉末茶）が中国等で多く生産され、それが「抹茶」という表示の元に、当該国の国内だけでなく、海外にも輸出されていることである。そうした安価な偽物の抹茶との海外市場での競争に日本産抹茶が負けてしまうこともあろう。そうした商品が日本産抹茶の輸出先で出回ること、本来の抹茶の味覚文化とは異なる味覚文化が当該輸出先国で定着してしまうかもしれない。さらに、そうした偽物の抹茶が、日本にも輸入されて、日本の抹茶産業を脅かす存在になることもあり得る。

さらに、中国においては、「宇治」や「西尾」などの日本の抹茶産地の地名を騙った模造品も生産され、中国国内のみならず、海外市場でも流通し、日本の抹茶産地に大きな打撃を与えるようになっている。

日本食糧新聞の2019年12月13日記事によれば、宇治抹茶については、以下のような事態が引き起こされてきた⁴⁴。

- 中国では、宇治抹茶の模倣品が数多く生産され、東南アジアを含んだ海外市場でも流通している。ベトナムでは宇治茶は

中国産と勘違いされている、という事態も生じている。

- 中国では「宇治」が付く茶関連の商標登録だけで、出願中も入れ191件もあり、京都府茶協同組合が中国商標局に確認した2019年9月時点で全分野での「宇治」が付く商品申請は3000件以上あった。この状況は、日本産の宇治抹茶が中国市場で流通することを阻む。
- 宇治抹茶の老舗である丸久小山園の模倣品の場合、同社の商品名「五十鈴」が「宇治五十鈴」に変えられ、社名は宇治小山園のまま、パッケージデザインがそっくりな商品が販売されている。

こうした事態に直面した京都府茶協同組合は、2019年に、中国国家知識産権局に対して、中国企業が茶製品の商標として「京都宇治」を登録していると主張して同商標の無効取り消しを請求し、その結果、2021年3月に当該請求が同局により認められた⁴⁵。

他方で、「西尾の抹茶」の名前を冠した外国産の商品も出回っており、その対策のために、西尾茶協同組合は、米国や中国、韓国、台湾など10カ国・地域に西尾の抹茶のロゴ商標や文字商標の登録を申請した⁴⁶。さらに、中国企業が「西尾」「西尾抹茶」などの商標登録をEUと中国で申請していたため、同組合は、EU当局及び中国当局のそれぞれに対

44 日本食糧新聞2019年12月13日付記事：<https://news.nissyoku.co.jp/news/ooi20191210010835043>

45 京都新聞2021年3月23日付記事：<https://www.kyoto-np.co.jp/articles/biz/534626>

46 毎日新聞2017年8月11日付記事：<https://mainichi.jp/articles/20170811/ddl/k23/040/148000c>

して異議を申し立てた⁴⁷。

このように、中国等の外国で生産される抹茶の模造品に対しては、地域一丸となった対策が求められる。この模造品対策の一環として、抹茶産地の地名を地理的表示として登録することもあり得る。地理的表示の指定を受けた産地名を商品に使用するためには、当該地理的表示について定められた生産基準を満たしながら当該産地内で当該商品を生産する必要がある。その条件を満たさない商品に地理的表示を使用する行為は違法行為となり、行政の取り締まりを受ける。

そして日本で登録された地理的表示は、他国との間の条約に基づき、当該条約相手国内においても法的保護を受けることが可能である。実際のところ、地理的表示「八女伝統本玉露」（2015年登録）及び地理的表示「西尾の抹茶」（2017年登録/2020年登録取消）は、両方とも、日本とEUの間で2018年に締結されたEPA（経済連携協定）において、相互保護の対象に含められた。

しかし本稿2.2で述べたとおり、日本において抹茶のコモディティ化が進む中で、地理的表示を利用した高付加価値型抹茶の地域ブランド政策が難しい状況となっている。

7. 抹茶に関する価値評価体系の共創に向けて

ここまで、茶業界全体を取り囲む状況を見ながら、抹茶に関する地域ブランドの情報デザインにおいて浮上する様々な課題を指摘し

てきた。それら課題を通底するのが、「抹茶に関する価値評価体系」を関係主体の間で如何に共創していくか、という点である。このためには、図1で示した各視点に基づいて、そもそも抹茶とはどうあるべきか、飲用抹茶と加工食品用抹茶の製法における違いは何か、伝統的抹茶製法はなぜ価値があるのか、といった点について、消費者、生産者、流通業者、観光業者、メディア関係者などを含む多種多様な関係者の間で、時に国境を越えて、一定の価値評価体系が築かれなければならない。この価値評価体系には、さらに、抹茶・碾茶の産地情報（本稿3）、茶の品種特性（本稿4）、茶の環境保全型農法（本稿5）などに関する知識も加わることになる。こうした価値評価体系は、「抹茶を飲んで味わう文化」が普及するための基盤となり、かつ様々な抹茶・碾茶産地がそれぞれの地域特性を反映させた地域ブランドの情報デザインを行う際の基盤となる。

こうした価値評価体系の創造においては、産地側・生産者側からの情報発信が重要であることは言うまでもないが、同側からの一方向的な情報発信だけでは構築され得ない。全国茶品評会等での受賞歴を列挙したり、「茶道文化の復興」を叫ぶだけでは、消費者を取り込むことはできない。国内外の消費者やメディア、アカデミア、観光ビジネス関係者、茶関連の資格スクール関係者、多種多様な食関連の団体や企業などが、現代的な生活スタイルや食文化、地域社会、自然環境、国際交

47 毎日新聞2017年8月11日付記事： <https://mainichi.jp/articles/20170811/ddl/k23/040/148000c>

流の中で抹茶を位置付けながら自由自在に批評し、その批評が産地側・生産者側の生産活動に反映されるような、価値共創型のダイナミックな動きが必要であろう。

ワインの世界では、そうした批評システムが国境を超えて構築されてきたからこそ、国際的な価値評価体系が発展し、世界中のワイン産地が地域の特性を反映させた地域ブランドを成功裡に展開してきた。そして、世界に数多く存在する価値あるワインの地域ブランドに対して、様々な国の消費者が価格プレミアムを積極的に支払う文化が根付いてきた。

抹茶に関する価値評価体系の共創と普及は、日本の全ての抹茶・碾茶産地にとっての重要課題である。この課題を日本の茶産業に関する文化産業政策の中核に位置付けながら、産地や国境の垣根を越えて、産官学の多種多様な関係者が力を合わせて、関連政策の立案・実施に取り組む必要がある。

〈参考文献1：論文〉

- 栗原芳彦 (2013) 「加工食品購買における地域ブランドの影響力について -抹茶加工品における宇治抹茶のブランド力を調査する-」 名古屋文理大学紀要, 13, 123-132.
- 桑原秀樹 (2019) 「お抹茶のすべて」 誠文堂新光社.
- 桑原秀樹 (2016a) 「お抹茶のすべて. 宇治煎茶の主産地『和東』はいかにして碾茶の主産地になったか。」 月刊茶, 69 (1), 24-29.
- 桑原秀樹 (2016b) 「お抹茶のすべて. 抹茶(碾茶)の歴史 その3 『流通』『用途』『碾茶生産量』」 月刊茶, 69 (5), 18-23.
- 武田善行 (2007) 「チャ育種 100 年の懐古と今後の方向」 茶研報, 103, 1-39.
- 原口健司 (2015) 「抹茶の特徴」 におい・かおり環境学会誌, 46 (2), 121-126.
- 堀江秀樹 (2018) 「抹茶の品質と機能」 茶業研究報告, 126, 1-8.
- 山口優一 (2005) 「トレーサビリティの現状と今後の展望」 野菜茶業研究集報, 2, 65-69.

- 吉田克志 (2021) 「抹茶や粉末茶に適した緑茶用新品種『せいめい』」 JATAFFジャーナル, 9 (1). <https://www.jataff.or.jp/books/order/journal/JATAFFjvol9.html#JATAFFj09-01>
- Sanders, Jörn and Jürgen Heß (eds.) (2019). Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft. Thünen Report 65.

〈参考文献2：政府・自治体の政策関連文書〉

- 愛知県 (2021) 「『あいちの茶』 振興計画」 <https://www.pref.aichi.jp/engei/kakusyuu-keikaku/index.html>
- 掛川市 (2017) 「掛川市茶振興計画」 <https://www.city.kakegawa.shizuoka.jp/gyosei/kakegawacha/>
- 鹿児島県 (2019) 「『かごしま茶』 未来創造プラン」 https://www.pref.kagoshima.jp/ag06/kagoshimacha_mirai_plan.html
- 岐阜県 (2021) 「岐阜県茶業及び茶の文化の振興に関する計画」 <https://www.pref.gifu.lg.jp/page/3137.html>
- 京都府 (2017) 「宇治茶の文化的景観」 <https://www.pref.kyoto.jp/nosei/1331098394335.html>
- 京都府 (2015a) 「京都府茶業振興計画」 <https://www.pref.kyoto.jp/nosan/ujicha-shinkoukeikaku.html>
- 京都府 (2015b) 「お茶の京都構想」 <https://www.pref.kyoto.jp/kikakuriji/ochanokyoto.html>
- 京都府 (2014a) 「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン (最終決定版)」 <https://www.pref.kyoto.jp/nosan/ujicha-ap1kokuchi.html>
- 京都府 (2014b) 「お茶の京都を支える宇治茶生産アクションプラン 第1回～第5回検討会議の概要」 <https://www.pref.kyoto.jp/nosan/ujicha-ap1kokuchi.html>
- 佐賀県 (2021) 「佐賀県茶業振興計画」 <https://www.pref.saga.lg.jp/kiji00324296/index.html>
- 静岡県 (2021) 「静岡県茶業振興基本計画」 <http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-340/chagyoh.html>
- 島田市 (2018) 「第2次島田市茶業振興基本計画」 https://www.city.shimada.shizuoka.jp/gyosei-docs/shinkokeikaku2_public_comment.html
- 農林水産省 (2021) 「茶をめぐる情勢」 <https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/ocha.html>
- 農林水産省 (2020a) 「茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針」 <https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/kihonhou.html>
- 農林水産省 (2020b) 「有機農業をめぐる事情」 <https://www.maff.go.jp/j/seisan/kankyo/yuuki/#organic-farm>
- 三重県 (2021) 「伊勢茶振興計画」 <https://www.pref.mie.lg.jp/NOUSAN/HP/p0029200019.htm>

本稿に掲載したインターネットリソースはすべて2022年3月10日に最終閲覧した。