



静岡県における茶業の現状と課題



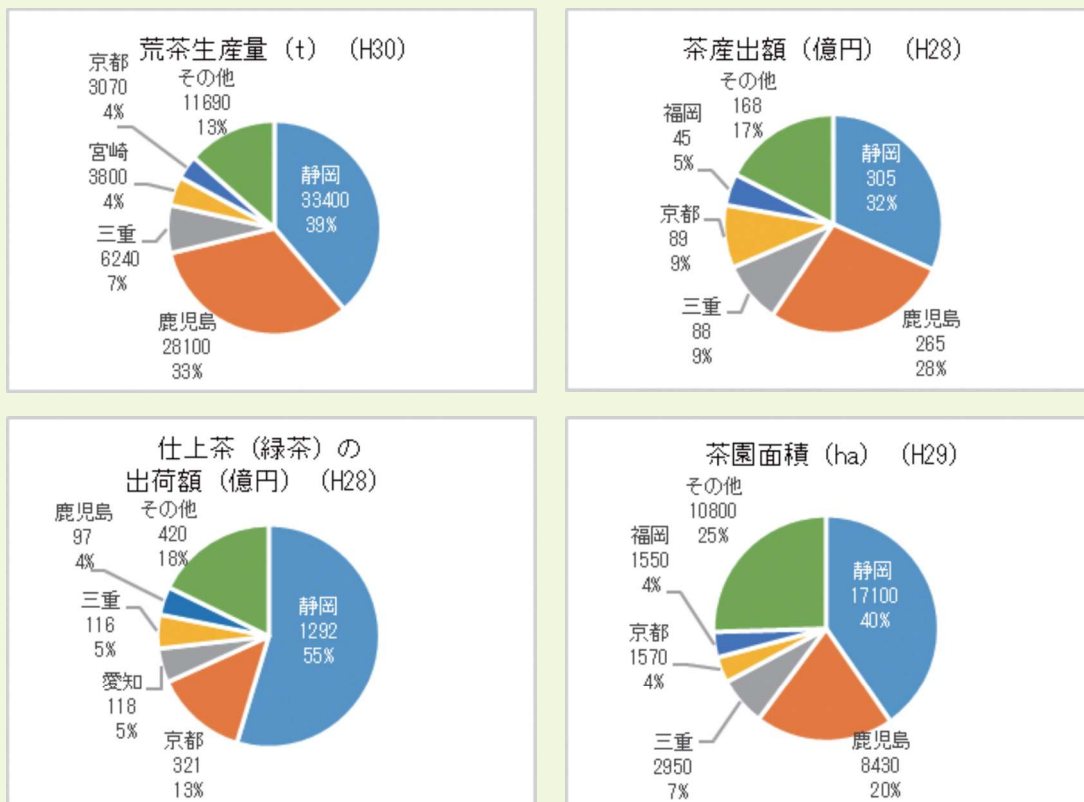
茶業の現状

(1) 生産動向

まず、県下の状況ですが、全国に占める静岡県の割合は、荒茶生産量で約4割(平成30年)、茶産出額で約3割(平成28年)となっています。また、仕上茶(緑茶)の出荷額は5割を超え(平成28年)、茶園面積は4割(平成29年)と、静岡県はいずれの指標も全国一であり、日本一の茶産地であるといえます。しかしながら、例えば、本県における近年の荒茶生産量や茶産出額は減少傾向を示すものの、本県に次ぐ鹿児島県はこれが増加傾向を示すなど、鹿児島県との差は年々縮小しています。

一方、本市について見てみると、茶栽培農家数は県内1位ですが、茶栽培面積は県内5位であり、1戸当たりの茶栽培面積は県内13位(いずれも平成27年)となっています。これは、本市の茶生産は、主として急傾斜地で行われ、省力化や作業負担の軽減が進まず、その結果、茶園の集約化が進んでいないことを示唆しているものと考えられます。

静岡県の全国シェア



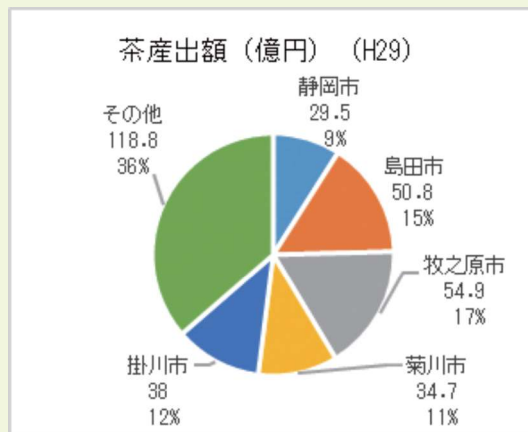
資料:静岡県茶業の現状

静岡市の県内シェア

静岡県市町別茶生産関連データ(H27)

	茶栽培農家数 A		茶栽培面積 B		1戸当たり茶栽培面積 C=B/A	
	戸	順位	ha	順位	a/戸	順位
静岡市	1,493	1位	1,135	5位	76	13位

資料:農林業センサス(2015年)



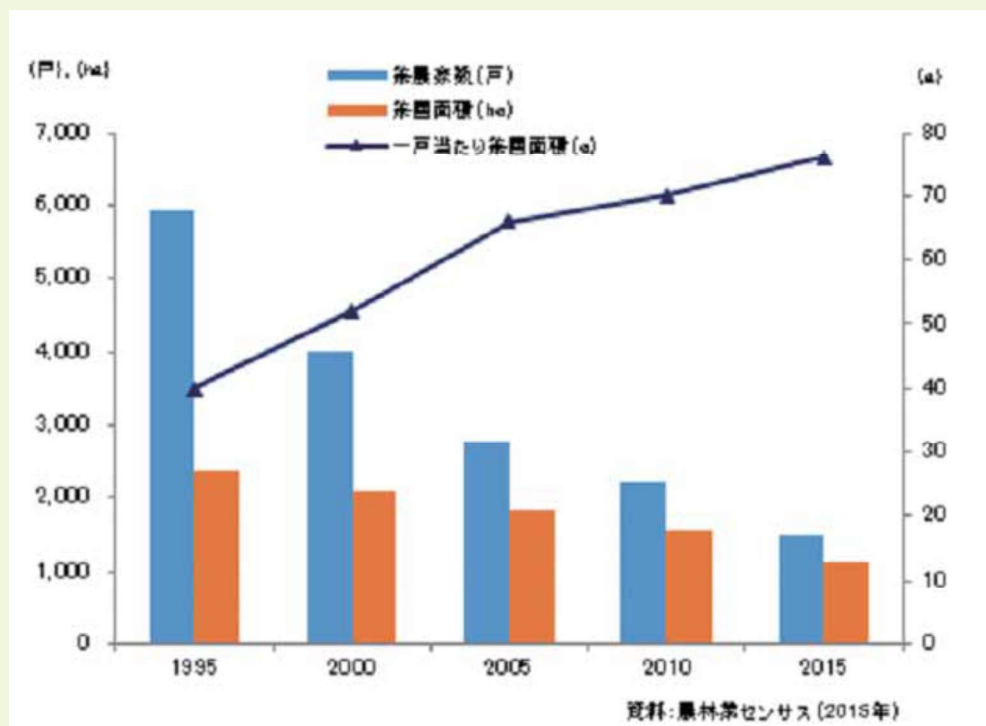
資料:平成29年市町村農業産出額(推計)

1戸当たり茶産出額(万円)(H29)

順位	自治体名	金額
1位	磐田市	799.36
2位	袋井市	581.90
3位	富士宮市	475.73
⋮	⋮	⋮
14位	静岡市	197.59

資料:平成29年市町村農業産出額(推計)
農林業センサス(2015年)

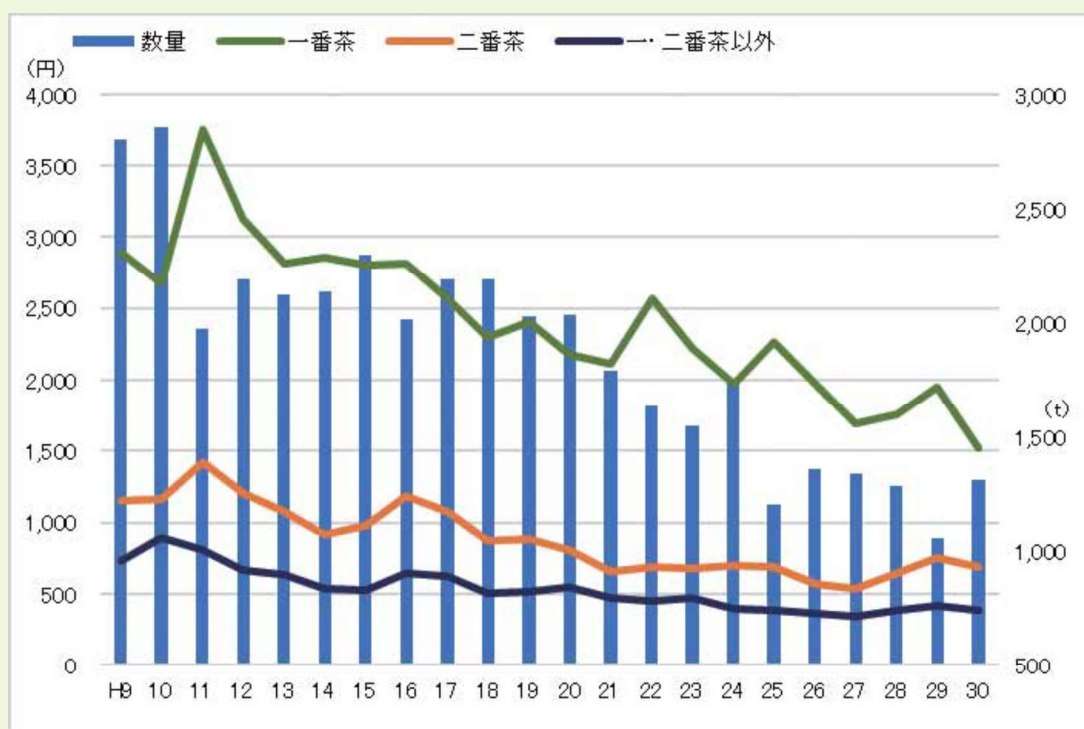
静岡市の茶生産農家数の推移



(2) 流通動向(国内)

荒茶価格は、いずれの茶期においても低下傾向ですが、特に、一番茶の価格低下が顕著であり、ピーク時より約2,000円/kg低下しています。また、静岡茶市場における取扱数量も年々下がっています。これは、茶生産量の減少に加え、市場を通さない取引も増えていることが一因であると考えられます。

県内一番茶の取引数量と茶期別平均単価



資料:(株)静岡茶市場

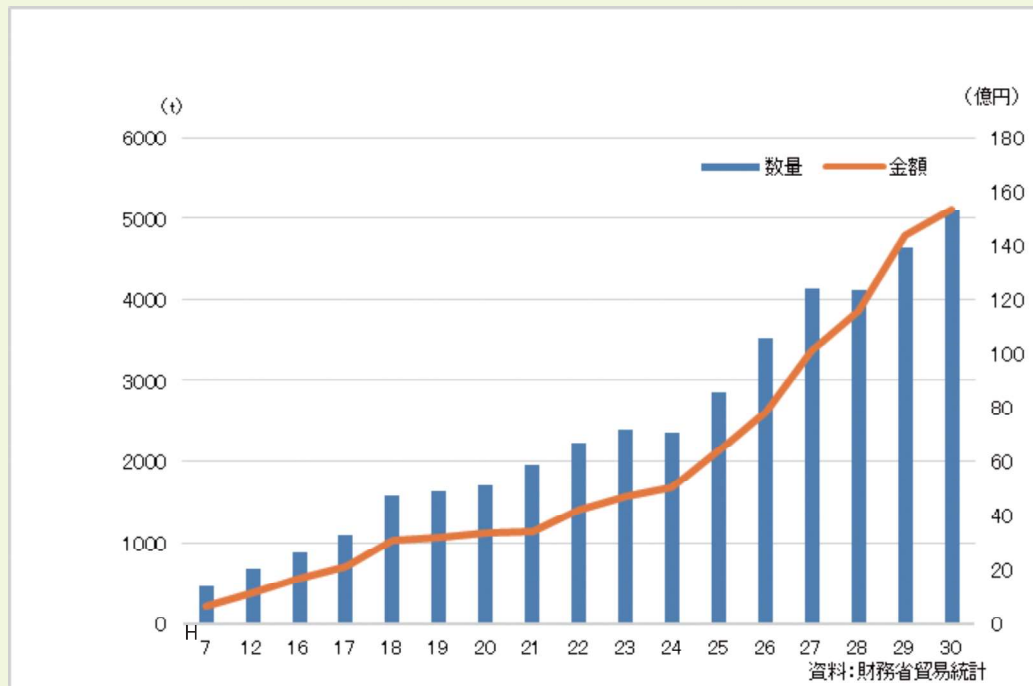
(3) 流通動向(海外)

日本茶の海外への輸出状況は、輸出数量・輸出金額ともに顕著な右肩上がりとなっています。

特に、近年ではこれが大幅に増加しており、この10年間で輸出数量は約2.5倍、輸出金額は約5倍となっています。また、世界の緑茶生産量も増加しており、生産量は10年間で約2倍となっています。

海外での和食ブームや健康志向の高まりを背景として、現在、日本茶の輸出は、明治期(茶・生糸で外貨獲得)、戦後期(戦後の食糧輸入に対する見返り)に続く第3の波(海外での和食・茶ブーム)が到来しています。なお、世界で緑茶需要が増加する中で、今後、海外産の安い緑茶との競争が予想されます。

日本茶の輸出状況

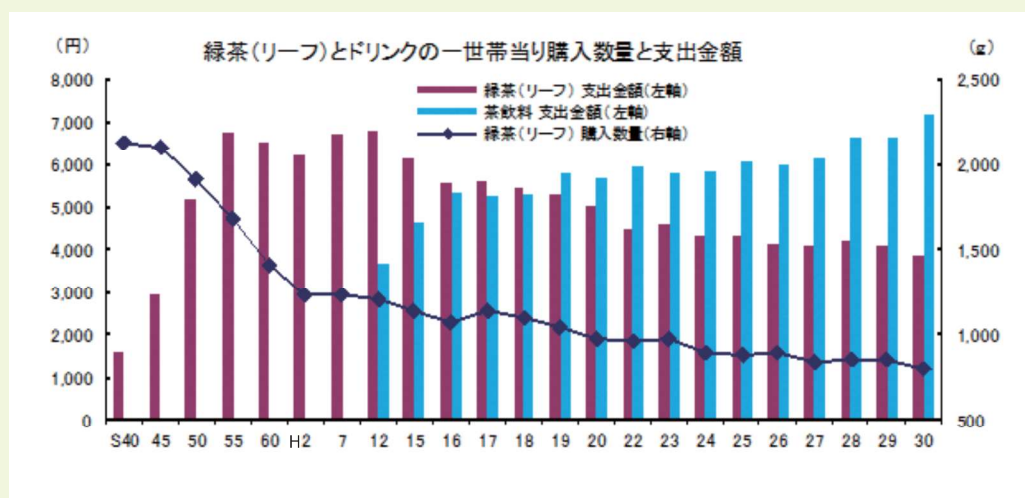


(4) 消費動向

ここ10年間の国内における一世帯あたりの緑茶(リーフ)の購入数量・支出金額は、右肩下がりとなっています。一方で、一世帯あたりの茶飲料(ペットボトル等)の支出金額は増加を続けており、支出金額については平成19年頃を境に茶飲料(ペットボトル等)が緑茶(リーフ)を上回る状況となっています。

静岡市は、一世帯あたりの緑茶(リーフ)の購入数量は微増、支出金額は微減と、全国と比較すると需要の落ち込みは見られていません。また、平成30年における一世帯あたりの緑茶(リーフ)の購入数量・支出金額はいずれも日本一であり、リーフでお茶を入れることやお茶を贈る文化が生活に根付いていると考えられます。

緑茶(リーフ)の購入数量・支出金額



(2018年実績)

年間支出金額			年間購入数量		
順位	自治体名	金額(円)	順位	自治体名	数量(g)
1位	静岡市	10,104	1位	静岡市	2,333
2位	浜松市	7,628	2位	浜松市	1,704
3位	長崎市	6,371	3位	津市	1,407

注)全国の二人以上世帯(農林漁家世帯を除く)

資料:総務省「家計調査年報」



第1次計画の実績と評価

第1次計画では、基本計画の目標像を「地域力が高い真のお茶のまちへ」とし、「お茶のまち静岡市」を誇りに思う市民の割合:100%」を目標指標として掲げました。

そして、3つの分野、【産業】「人々の心を引きつけるお茶をつくるまち」、【生活／文化】「お茶が生活・文化の一部となり心やすらぐまち」、【都市／交流】「お茶を中心に交流の輪が広がるまち」、にそれぞれ主要指標を設け、計70事業を実施したところです。

概ね各事業は順調に実施され、目標指標も概ね達成できたものの、主要指標のひとつである茶園の新規基盤整備面積は達成率が60%にとどまっており、計画の見直しにあたっては、注視すべき課題となっています。

また、第1次計画の目標指標である「お茶のまち静岡市」を誇りに思う市民の割合については、平成30年度調査において92%でした。他都市に比べ、静岡市内におけるお茶の購入数量、支出金額が多いことなどからも、「お茶のまち静岡市」が市内で定着し、地域でお茶を生かしていくという意識が定着してきているものと思われる。

しかしながら、令和元年度における一番茶の生産量は、対前年比20%から30%の減産、平均単価も同比10%程度安く、二番茶も同様の傾向が見られ茶価の低迷が続いていることから、これらに適確かつ迅速に対応していく必要があります。

第1次計画の実績と評価

10年後の目標指標	平成30年度
「お茶のまち静岡市」を誇りに思う市民の割合:100%	92%

達成状況総括表(H30年度末時点) ※赤字:主要指標

基本方向	目標指標	当初(H21)	計画見直し時(H26)	目標値(H31)	H30実績	達成率	達成度※
人々の心を引きつけるお茶をつくるまち	茶業経営人材育成事業受講者数	—	70人	190人	148人	77.9%	△
	茶園の新規基盤整備面積	—	60ha	150ha	90ha	60.0%	△
	協働による地域ブランド茶の創出	4銘柄	6銘柄	10銘柄	6銘柄	60.0%	△
	静岡市からの緑茶輸出相手国	10か国	12か国	15か国	20か国	133.3%	○
お茶が生活・文化の一部となり心やすらぐまち	1世帯当たり緑茶購入数量	1,868g/年	2,352g/年	2,600g/年	2,333g/年	89.7%	○
	“お茶講座”実施回数	10回/年	32回/年	35回/年	25回/年	71.4%	△
	日本茶カフェ店舗数	10店舗	17店舗	20店舗	26店舗	130.0%	○
	お茶の美味しい入れ方教室実施小学校率	56%	75%	100%	88.9%	88.9%	○
お茶を中心に交流の輪が広がるまち	「お茶のまち静岡市」ホームページアクセス数	—	9,432件	19,200件	54,981件	286.4%	○
	JR静岡駅北口地下広場「喫茶一茶」利用人数	—	33,985人	39,000人	53,671人	137.6%	○
	お茶ツーリズム体験者数	0人/年	255人/年	400人/年	358人/年	89.5%	○

達成度の評価凡例 ○ 達成(80%以上達成) △一定の成果あり(60%以上80%未満達成) × 未達成(60%未満の達成)



3 計画の見直しに係る意見聴取結果

第2次計画の策定にあたり、茶業界やお茶に対する意識などの現状を把握するため、生産者や茶業関係者、市民、大学生などに対し、意見聴取や意見交換会を行いました。

日本一計画の見直しに係る意見交換会では、認知度向上のため、「シンボルとなるものを作ること」や「飲食店でもおいしいお茶が飲めるようにすること」といった提案や、子供の頃からお茶を飲む習慣をつけるため、「小・中・高・大とお茶について継続的に学ぶことができる仕組みづくり」や「お茶のガチャガチャなど、子供がなじみやすい仕組みづくり」といった提案、静岡市のお茶を若い世代にPRするため、「ストーリー性を持った伝え方が必要」といった提案がなされました。

また、生産者や茶業関係者からは、「後継者や担い手の不足」や「高齢化」、「茶樹の老朽化」、「周辺の耕作放棄地の増加」、「荒茶価格の低迷」などが問題点として多く挙げられ、茶価の低迷やそれに伴う後継者確保が困難になっていることが伺えました。

解決のための課題として、生産面としては、担い手育成、生産基盤の整備、ネットワークの形成・連携強化が挙げられ、流通面では、情報発信、海外輸出・海外顧客の取り込み、消費面では、消費文化の定着、きっかけづくり、若者・子供への飲む機会・知る機会の拡充が多く挙げられました。これまでの顧客だけではなく、新たな顧客づくりに取り組む必要性を各関係者ともに感じていると考えられます。



4 本市茶業に関する分析

1から3までのデータや結果をもとに、本市茶業に関するSWOT分析を実施しました。SWOT分析とは、内部環境をS(強み)とW(弱み)に、外部環境をO(機会)とT(脅威)に分類することで、本市茶業が置かれている状況を整理し、今後の施策を明らかにするフレームワークです。

まず、内部環境に係る本市茶業の強みとしては、「中山間地域の特色を活かした高品質な山のお茶」、「お茶の集散地機能を有する」、「日本一のお茶消費量・購入金額」、「手揉製茶技術など茶業者の匠の技」など、多様なお茶の産業や文化を有していることが挙げられます。本市は、産地、流通、消費のいずれの面からの特徴があり、総合力のある「お茶のまち」であるといえます。

一方、弱みとしては、「地理的特性による茶園集積・大規模経営の困難性」、「収益力低下と高齢化・後継者不足」などが挙げられます。また、強みでもある総合力が、「茶業振興に係る考えの多様化・連携不足」といえる状況ともなってしまうとの意見がありました。これまで、本市茶業が強みとしていたものが、環境の変化に伴い、新しい茶業の在り方へのチャレンジの妨げとなっている可能性も考えられます。さらに、新たな販路の一つである輸出に向けた国際認証の取得の遅れも弱みとなっていました。

次に、外部環境に係る本市茶業の後押しとなる機会としては、「世界的な日本茶需要の拡大(海外輸出量の増加)」、「2019年2月からの日EU・EPAスタート」などが挙げられます。生産量の多くが国内で消費されてきた緑茶が、健康志向の高まりなどを背景として海外でも飲まれるようになり、輸出増への追い風が吹いています。同時に、ラグビーワールドカップや東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会等の開催を契機とした外国人へのPR機会が増大しており、輸出に向けた取組は有望であると見込まれます。一方で、国内では、都内や市内においてお茶カフェが増え、抹茶を利用したかき氷やお菓子なども定着し、「お茶消費の多様化・多極化」ともいえる状況になっており、消費量の増加が見込まれる分野が登場してきています。

一方、外部環境のうち、脅威となっているものとしては、「全国的なリーフ茶需要の減少」が挙げられます。高単価での取引が期待できるリーフ茶需要の減少が、荒茶の平均単価を大きく引き下げ、生産者への大きな打撃となると同時に、リーフ茶主体で卸売りや小売りをしている卸売業者や小売業者へも打撃となっています。また、平均単価が引き下がっている要因としては、鹿児島県などの他産地での生産拡大もその1つとなっています。

内部環境

強み S

- 中山間地域の特色を活かした高品質な山のお茶
- お茶の集散地機能を有する
- 日本一のお茶消費量・購入金額
- 手揉製茶技術など茶業者の匠の技

弱み W

- 地理的特性による茶園集積・大規模経営の困難性
- 収益力低下と高齢化・後継者不足
- 茶業振興に係る考えの多様化・連携不足
- 国際認証等に準拠した世界水準の茶業の実現

外部環境

機会 O

- 世界的な日本茶需要の拡大(海外輸出量・輸出金額の増加)
- 日EU・EPAスタート(2019.2.1～)
- ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピック等PR機会の増大
- 健康志向の高まり、お茶消費の多様化、新たな楽しみ方の広がり

脅威 T

- 全国的なリーフ茶需要の減少
- 鹿児島など他産地の追い上げ、品質格差の縮小
- お茶が無料で提供される文化の定着

以上の、S(強み)W(弱み)O(機会)T(脅威)の整理により、3つの施策に取り組む必要性が分析されました。

まず、弱み(W)を補強して、機会(O)をつかみ取っていく「段階的戦略」として、規模拡大や作業の効率化が十分とはいえない本市の茶生産においても、長期的な視点で効率化、機械化を推進するとともに、農地の集約化を進めていくことで、本市茶生産の基盤を確固たるものにしていく必要があります。

次に、強み(S)を生かし、機会(O)をつかみ取っていく「積極化戦略」として、拡大している海外市場の需要を掴んでいくため、本市の持つ茶の総合力を生かし、海外からの様々なニーズに対応していくことが有効であると考えられます。

そして、強み(S)を生かし、脅威(T)を機会(O)に変えていく「差別化戦略」として、本市の持つ茶の総合力を生かし、徐々に消費量が減っている国内市場に向け、国内消費の拡大や新たな需要の創出に向けた取組を引き続き行っていきます。