

## これまでの調査（参考人招致、県内外調査）の振り返り

## 1 第4回（令和6年7月9日）「参考人招致」

公益財団法人四日市市文化まちづくり財団 四日市国際交流センター  
所長 西浦 尚夫 氏

## 【参考人の発言要旨】

- ・ 茶産業共通の課題として、一番茶価格の下落が挙げられる。価格の安定には、リーフ茶の需要拡大が必要となるが、若者のリーフ離れが顕著となっている。
- ・ 伊勢茶特有の課題として、これまで他府県への原料供給地となっていたことから、茶業関係者と最終消費者との接点が乏しく、商品開発力、マーケティング力に劣ることが挙げられる。
- ・ 伊勢茶の振興にとって最も必要な取組は、次世代に対して伊勢茶の価値訴求をしていくことだと考えている。その目的は消費習慣化の促進だが、その際ブランド化につながらない価値訴求にならないように注意しなければならない。

## 【主な質疑応答】

- ・ ブランド戦略は最終消費者が一番大事とのことだが、農林水産物の価格決定権を流通業者が握っていることがほとんどであることとの関係をどのように考えたらよいか。（村林委員）
- サプライチェーンはなかなか変えようと思っても変えられない部分が非常に多い。しかし、消費者の認知を変えることで、徐々に価格決定権も生産者に移ってくると思われる。（西浦参考人）
- ・ 高級ブランド化を進めていくには、伊勢茶で進めていくのが良いのか、よりローカルな名称で進めていくのが良いのか、どちらが良いと考えるか。（杉本委員）
- シェアで劣っている中、伊勢茶を押し出していけないと、市場での競争には勝てないと思われる。（西浦参考人）
- ・ 伊勢茶の消費を増やしていくためには、県内消費を増やしていくべきか、県外消費を増やしていくべきか、どちらが良いと思うか。（中瀬委員）
- 最初は県内消費を第一に考えていくべき。三重県民がまず伊勢茶についての認識をきちんとしていないと、県外や海外に行っても安定しないのではないか。（西浦参考人）

## 2 第5回（令和6年8月22日）「参考人招致」

### ① 公益財団法人三重県生活衛生営業指導センター

専務理事 藤川 和重 氏

#### 【参考人の発言要旨】

- ・ 生活衛生同業組合にヒアリングしたところ、一部の飲食店で誤った認識もみられるが、一方で、積極的・無意識的に伊勢茶を利用しているケースもあると思われる。
- ・ ヒアリングによると、伊勢茶の利用にはコスト、ブランドイメージ、仕入先等が課題となっているようである。
- ・ 伊勢茶を利用する飲食店におけるPR活動、伊勢茶を利用していない飲食店等への利用促進等といった県全域でのキャンペーンが必要ではないか。また、利用促進のためには、飲食店側の購入メリットを見出す必要がある。

#### 【主な質疑応答】

- ・ コーヒーや紅茶と同様に、飲食店で伊勢茶をメニューとして売り出すような取組というのは可能か。（舟橋委員）
- お茶にお金を払うということと、高いお茶がいかに売れるかが未知数なので、そのような発想にならないと思われる。成功体験があれば追従する飲食店も出てくると思う。（藤川参考人）
- ・ 地産地消の動きが今後も進めば、伊勢茶の提供も地産地消と絡めながらやっていくことも一つの方法だと思う。（杉本委員）
- 飲食店の方々は地域に貢献することに関して非常に理解されていて、みんなやっていこうという思いがある。我々だけではできないので、県の関係部局や議会とともに進めていく動きになればよいと考えている。（藤川参考人）
- ・ 既に流通面での関係性が成立している中で、伊勢茶に変更する理由としては、どういったものがあるのか。（世古委員）
- 飲食店からするとわざわざ伊勢茶に変えるのは非常に手間で、全体で進めようという話にならないと利用促進は難しいと感じた。（藤川参考人）
- ・ 例えばお茶のキャンペーンを行うときに、茶業団体だけでなく、消費者に近い生活衛生同業組合と連携をとることは非常に重要だと考えているが、どう思うか。（津田副委員長）
- 生活衛生同業組合としても同じ思いだと思う。ただ、キャンペーンを行う上では、一過性とならないよう継続的に行うことをお願いしたい。（藤川参考人）

## ② 株式会社T-BOX 代表取締役 松本 壮真 氏

### 【参考人の発言要旨】

- ・ 伊勢茶mirumeは、20～30代のお茶好きではない顧客層をメインとした日本茶専門店を営業しているが、初心者に徹底的に寄り添うことで伊勢茶を届けている。
- ・ これからもお茶好きではない人に積極的に届けていくため、「朝ボトル」、会社内のコミュニケーションツールとしての活用等にも取り組んでいる。
- ・ このほか、生産者が安定的に高品質のお茶を提供できるよう、生産者にコストに見合った代金を先払いするプロジェクトにも取り組んでいる。
- ・ 伊勢茶のブランディングとして効果的なのは、「食育」、「インバウンド」及び「茶販売者の強化」だと思われる。短期的なギャンブルではなく、中長期的に確実に効果が出るものに取り組むべき。

### 【主な質疑応答】

- ・ 今後、有機農法で生産されたお茶の需要は伸びると考えているか。(杉本委員)
- 有機農法で生産されたお茶でないとだめという人は少数だと思うが、慣行農法で生産されたお茶と比較して有機農法のものを選ぶ人は増えていくと思う。(松本参考人)
- ・ 県として伊勢茶のブランドで売り出すのと、それぞれの産地ブランドで売り出すのとどちらが良いと考えるか。(辻内委員)
- 限られたリソースの中でブランディングを進めるなら、伊勢茶ブランドで押し出すのが良いと思う。(松本参考人)
- ・ お茶をアップデートするとのお話だったが、飲み方については急須にこだわらないとの考え方でよいか。(村林委員)
- 会社の方針としては、ティーバッグは再現性が高いため、急須にこだわらない。ただ、個人的には、急須文化も残していきたいと考えている。
- ・ お茶に限らず、日本の農業はこの5年が勝負だと考えているが、短期的に取り組むべきことは何だと考えているか。(辻内委員)
- お茶の需要が減少する中、農家を支援するというより、販売する人の支援をするのが良いと思う。(松本参考人)

### 3 県内調査（令和6年10月28日）

農業研究所 茶業・花植木研究室茶業研究課（亀山市）

#### 【調査概要】

- ・ 輸出に向けた病虫害防除に関する取組について、県では輸出を想定した病虫害防除指針を作成しており、その中で、農業研究所は、年間防除体系の検討、試験データ等を提供している。また、中央農業改良普及センターでは、病虫害防除指針等に基づき、生産者や農協職員を対象とした研修、指導等をしているほか、国へ残留農薬基準の改正要望をしている。
- ・ 新品種の開発及び普及に関する取組について、農業研究所では、かぶせ茶として優良な品種を選定している。また、中央農業改良普及センターでは、生産者組織による苗木の供給体制を確立に向けた取組とともに、生産者向けの研修会を開催するなどして、今後の改植に向けた判断材料を提供している。
- ・ 新技術の開発として、農業研究所では、伊勢茶販売力向上を目指した機能性茶の開発、②蒸気を利用した「茶の有機栽培向け乗用蒸気除草機」の実証試験等をしている。

#### 【主な質疑応答】

- ・ 県内では、傾斜地にお茶の生産地があるイメージだが、大規模化や機械化はそぐわないのか。（中瀬委員）  
→ 市場単価を上げるのは難しいので、基本的に低コスト化が必要になるため、機械化が必要になる。一方で、特徴のあるお茶を作って高単価で経営をできているところもある。（中央農業改良普及センター）
- ・ 生産者が茶樹の改植をやりたいと思ったときに、しっかりできる体制になっているのか。（中瀬古委員長）  
→ 改植すると4～5年程度未収益となってしまうため、経営的には難しい。また、一度改植すると、その茶樹を40～50年程度使うこととなるが、変化が速い状況の中で適切な茶樹の見極めが難しいといった問題がある。（中央農業改良普及センター）
- ・ 人事異動によって担当者が変わることで、トラブルがあった場合に農家が相談しにくいといった問題が起きていると聞かすが、どう思うか。（山本委員）  
→ 農業職は、普及、行政と研究の職場の中から、異動することとなっている。現在は、異動のサイクルが短くなっているため、ご指摘の点は技術系職場の課題となっていると思う。（農業研究所）

#### 4 第6回（令和6年11月5日）「参考人招致」

全国農業協同組合連合会三重県本部

農産部茶販売課長 前田 順士 氏

##### 【参考人の発言要旨】

- ・ 全国第3位である伊勢茶の認知度は低く、中長期的なプロモーションが必要となる。特に、県外におけるプロモーションよりも、三重県に来る旅行客や県民向けにプロモーションしていきたいと考えている。
- ・ 特に、子どもに対し、食育を通じてPRしていきたいと考えている。例えば、月に一回の程度で給食に伊勢茶を提供できないか、行政で調整していただけるとありがたい。
- ・ 県も伊勢茶振興班ができてから、消費に対して感度よくプロモーションしていただいているので、非常に評価している。

##### 【主な質疑応答】

- ・ お茶の場合、生産をやめた人の農地を仲介する仕組みは機能しているのか。  
(舟橋委員)
- お茶は永年作物であり、これまでの茶樹の管理によって品質に差が出てくるため、仲介が難しい。また、茶葉の生産量に見合った荒茶工場が必要となるので、引受けが難しい面もある。後継者不足等で、生産体制は危機的な状況に近付きつつある。(前田参考人)
- ・ 給食に伊勢茶を提供する目的として、伊勢茶の消費量の増加ではなく、食育の推進としている理由は何か。(杉本委員)
- お茶を飲むということは「文化」であり、簡単には無くならないと考えている。家庭でお茶を飲む機会が減ってきているので、次世代に継承するために、学校教育で伊勢茶を通じた食育を行っていきたい。(前田参考人)
- ・ 三重県産の茶葉でも、他府県に持っていくと伊勢茶にならないと思うが、実際に三重県産の茶葉を県内で仕上げ販売している数量は把握可能か。(長田委員)
- 流通の関係で、伊勢茶として売られているものを統計的に把握するのは困難。(前田参考人)
- ・ PRが進んで需要が増えたとしても、もっと生産しようといった状況はならないのではないか。(世古委員)
- むしろ需要が少ない状況。そのためにブランド力を強化するとともに、安定的な価格で供給できるようにしていきたいと考えている。(前田参考人)

## 5 県外調査（令和6年11月13日～11月14日）

### ① ふじのくに茶の都ミュージアム（静岡県島田市）

#### 【調査概要】

- ・ かつては静岡県製茶指導取締条例による規制を行っていたが、時代にそぐわない面が出てきたことから、当該条例の廃止に向けたパブリックコメントを行ったところ、多数の反対意見等が出た。そこで、再検討を行い、従前からの着色規制を残すとともに、新たに茶業振興策等を加えた静岡県茶業振興条例を平成31年に制定した。
- ・ 教育現場への静岡茶の提供及び静岡茶の食育の機会の確保するため、小中学校の児童生徒の静岡茶の愛飲の促進に関する条例を平成28年に制定した。この条例に基づき、県内小中学校の70%が通年での静岡茶の愛飲に取り組むことを目標に、静岡県の教育委員会及びお茶振興課が取組を行っている。
- ・ （公財）世界緑茶協会は、世界お茶まつりで得た人的ネットワーク等をさらに発展させていくための仕組みとして設立された。大別すると、協会は、①茶文化の提案と普及、②茶に関する情報の集積および発信に関する事業を行っている。

#### 【主な質疑応答】

- ・ 三重県では県内各地の産地ごとのブランドも強いが、静岡県でも同様となっているのか。（舟橋委員）  
→ お茶は静岡と知られているが、静岡茶としてのブランドはあまり強くなく、各地のブランドが個別にプロモーションをすることが多くあった。今後、その対策として静岡茶のリブランディングをしていきたい。（静岡県お茶振興課）
- ・ 公立小中学校は市町教育委員会が所管しているが、市町教育委員会への関与は県教育委員会とお茶振興課のいずれが行っているのか。また、市町への財政的援助は行っているのか。（長田委員）  
→ 市町教育委員会への関与は、県教育委員会が所管している。また、現在、予算措置は行っていない。（静岡県お茶振興課）
- ・ 愛飲促進条例ができた平成28年から平成31年にかけて、お茶を提供している小中学校が急増したとのことであるが、その理由は何だと考えているか。（津田副委員長）  
→ 小中学校にお茶を提供したことが要因にあると考えている。（静岡県お茶振興課）

## ② 掛川市役所（静岡県掛川市）

### 【調査概要】

- ・ 茶業は掛川市において基幹産業であるが、10年後に産地として継続しているか大変厳しい状況となっている。そのため、令和4年に掛川市のお茶振興計画を抜本的に見直し、最重要指標として茶園面積と産出額について令和8年度における目標を設定した。
- ・ 掛川市商工会議所青年部からの提案を機に、掛川市緑茶で乾杯条例を平成31年に制定した。この条例に基づく取組として、登録店舗のPR、メニュー研究のための情報交換会、生産者による新商品の開発支援等を行っている。
- ・ 静岡の茶草場農法は、農業と生物多様性との両立が大きなポイントとなり、平成25年に世界農業遺産に認定された。静岡県と掛川市を含めた認定地域の4市1町で推進協議会を設立し、実践者の認定、PR活動等を実施している。

### 【主な質疑応答】

- ・ お茶のフェアトレードの詳しい仕組みについて教えていただきたい。（辻内委員）
  - 今年度の取組としては、生産者と茶商があらかじめ価格、量、品質等を定めることにより、生産者が相場に左右されずに、収入の安定化を図るとともに、品質の安定化等も目指している。（掛川市お茶振興課）
- ・ 掛川市立の学校における静岡茶の愛飲に関する取組について教えていただきたい。（杉本委員）
  - 静岡県の条例ができる前から、市内の茶業関係者の協力により、学校でのお茶の提供、お茶のいれ方講座、手もみの実演等を行ってきた。今後は市内統一でより効果のある取組を行っていきたいと考えている。（掛川市お茶振興課）
- ・ 掛川市緑茶で乾杯条例を制定したとのことだが、市民の方は緑茶で乾杯することを文化だと捉えているのか。（長田委員）
  - 掛川市の周辺では焼酎を緑茶で割る風習があることもあり、緑茶で乾杯する文化を醸成することで、情報発信とともにお茶を広めていこうと考えている。（掛川市お茶振興課）
- ・ 静岡県と4市1町で推進協議会を設けているとのことだが、主に事務を担っているのは静岡県と掛川市のどちらなのか。（山本委員）
  - 認定当初は掛川市が事務局を担っていたが、認定後に県全体でのPRを行うため、事務局を県に移管した。（掛川市お茶振興課）

## 6 県内調査（令和6年12月16日）

### ① 株式会社川原製茶（多気町）

#### 【調査概要】

- ・ 北勢はかぶせ茶中心で、特に海外向けの抹茶が非常に売れていて、むしろ足りないような状況となっている。また、南勢も古くからのお茶の産地であり、我々としても県の方も借りて伊勢茶のブランド力を高めていきたい。
- ・ 物価高騰の影響もあり、今年の販売情勢は非常に厳しい。その中で、海外で注目されていることもあり、抹茶と有機栽培のお茶の売れ行きが強い。
- ・ 川原製茶は、卸売や小売だけでなく、海外販売も行っており、県のプロジェクトと協働して、シンガポール、香港、ドバイ、アゼルバイジャン等に展開しようとしている。

#### 【主な質疑応答】

- ・ 伊勢茶の定義を緑茶に限っているとのことだが、条例を作る上で、緑茶に限らず、広く対象とすることについてどう考えるか。（村林委員）  
⇒ 川原製茶としても和紅茶を作っているが、伊勢茶に含まれない。条例においては、対象を広げてもらえるとありがたい。（川原製茶）
- ・ 海外への販路拡大には言語や商慣習の壁もあることから、県も支援するに当たっては、丁寧なフォローアップが必要だと思うが、その点課題等あるか。（辻内委員）  
⇒ 海外での営業は大変なので、海外事業者との結びつきをフォローしてもらえる支援は重要。県のプロジェクトで協業していた企業も専門の担当者がいて、フォローしてくれていた。しかし、担当者が代わってしまうと苦労した。
- ・ 北勢ではかぶせ茶を生産しているが、南勢でもかぶせ茶の生産をやりたいと考えているのか。（中瀬委員）  
⇒ 現在はかぶせ茶の需要が強いのでできるならやりたいが、かぶせ茶を作るには多くの労力が必要となるので、それが一番のネックとなっている。（川原製茶）
- ・ 今後、海外では抹茶だけでなく、せん茶も人気になるとお考えのようだが、その理由は何か。（津田副委員長）  
⇒ 現在、抹茶が売れているが、そのほかに有機栽培のリーフ茶も売れているから、いずれせん茶も売れるだろうと考えている。



## ② 有限会社中森製茶（度会町）

### 【調査概要】

- かつては最大で9ヘクタールもの栽培面積で営農していたが、高品質なお茶を作るため、戦略的に栽培面積を減らしていった。
- お茶の市場価格が下がり続けていることから、規模縮小とともに、市場出荷から全量直売に切り替えていった。
- 「楽しむ」ことを追及しており、積極的なSNSでの情報発信や国際交流を行っている。

### 【主な質疑応答】

- 耕作面積を減らしているとのことだが、以前と比べて会社の利益としてはどうか。（辻内委員）  
⇒ おおむね市場出荷していた頃とおおむね同じ利益くらいまでできている。（中森製茶）
- 後継者不足の理由として、農作業はとても大変であるので、子どもたちに継がせたくないといった事情もあると聞いているが、規模を縮小することで休みやすい環境となっているのか。（中瀬委員）  
⇒ 利益をとれるような販売戦略に力を入れており、農作業の時間としてはかなり少ないと思う。一般論として、一番茶の収穫時期は個人農家だと寝る間もなく働くこととなるが、耕作面積を減らすことで、一番茶の収穫時期でも無理なく働けるようになった。（中森製茶）
- 伊勢茶の定義は緑茶に限られているが、条例を作るに当たって、緑茶に限らず、広く対象とすることについてどう考えるか。（村林委員）  
⇒ 実際に紅茶を作っている方も、日本茶の品種で作っている方が大半なので、伊勢茶の中に紅茶を入れてもらったほうが良いのではないか。（中森製茶）
- 県として条例を作り、「伊勢茶」を推進しようとしたときに、地域の農家の方はどのように思われるだろうか。（世古委員）  
⇒ いい条例ができたとしても、面白そうだから乗ろうといった雰囲気の農家が少ない。新しいことをしようとする、反対意見をはねのけないとできない。（中森製茶）

### ③ 度会町役場（度会町）

#### 【調査概要】

- ・ 度会町は昭和 30 年頃から、茶の生産振興に力を注いできた。現在の栽培面積は最盛期の 40%ほどしかないが、度会町として、地域の主要作物として販路拡大、学校給食での提供等に努めている。
- ・ かつては「わたらい茶」でPRしていたが、伊勢茶ブランドができてから、販売戦略としては伊勢茶のブランドをPRしつつ、児童生徒への食育においては地元の特産品であることを強調するため、度会茶としてPRしている。
- ・ 度会町は、保育所及び小中学校において、急須に入れたお茶を飲む機会を提供することや、給食メニューでお茶を使ったメニューを提供してもらうなど、未来を担う子供たちに向けた地元のお茶を通じた食育活動を行っている。
- ・ お茶の需要を高めていかないと、生産者のところに利益が帰ってこない。そのため、県議会が条例を制定することにより、伊勢茶のPRをしていただくことは大変ありがたい。

#### 【主な質疑応答】

- ・ 南勢が主に生産するせん茶は後がない状況だが、何とか残していきたいと考えている。再来年の関西茶品評会を起爆剤にしたいと考えているが、ご所見を聞きたい。（西場議員）
- ⇒ 生産者は自分が作ったお茶が一番うまいと思っているが、一方で、なかなか品評会に出してくれない。町としても受賞の際の褒賞金を出しているが、微々たる額に過ぎないので、何とか品評会に出してくれないかお願いしている状況。（度会町長）
- ・ 伊勢茶を売り込むには、歴史、ストーリーを掛け合わせて打ちだしていくことも大事だと思うが、ご知見があればご紹介いただきたい。（津田副委員長）
- ⇒ （度会町に近い）伊勢神宮を活用したPRは制約が厳しい。（度会町長）