

「かごしま茶」振興ビジョン（仮称）の策定について（案）

1 策定の目的

- 県では、「お茶の振興に関する法律に基づく基本方針」や、「『かごしま茶』未来創造プラン（平成 31 年 3 月策定）に基づき、本県茶業が有する強みを生かし、「儲かる茶業経営」の実現に向けた取組を進めてきた。
- 本県においては、2 年連続、荒茶生産量が、全国 1 位を達成するとともに、令和 6 年の茶産出額も全国 1 位となった。さらに、海外における健康志向の高まりや日本食への関心の拡大を背景に、令和 6 年の茶の輸出額が 63.4 億円と過去最高を記録するなど、茶業を取り巻く環境情勢が急激に変化している。
- このような情勢を踏まえ、本県茶業の持続的な発展と競争力の一層の強化と「稼ぐ茶業経営」の実現を図るため、生産から加工、販売までを一体的に捉える川上から川下の流れを基本とした「かごしま茶」振興ビジョン（仮称）を、生産者、流通関係者、行政の総意の下、策定する。

2 かごしま茶振興ビジョン（仮称）の目指す姿について

かごしま茶は、昭和 9 年に募集した標語である「昇る朝日のかごしま茶」を旗印に興隆してきた。また、平成 7 年に鹿児島県茶業会議所が「かごしま茶シンボルマーク」を商標登録し、全国の走り新茶の産地としてのブランド戦略とともに本県茶業の発展に寄与してきた。



今後、生産者・茶商など茶に携わる関係者の発展を見据えた「かごしま茶」振興ビジョン（仮称）を策定し、抹茶を中心とする輸出の拡大等を通して、国内はもとより世界中の消費者を魅了する。

（国・他県における目指す姿の例）

農水省：お茶で世界を魅了し、次世代へ茶業・茶文化を継承

静岡県：静岡茶の本来価値を発信し、世界で愛され稼げる茶業へ

京都府：産業や文化と深く結びついた世界に誇る宇治茶ブランドを次世代に継承する。

3 策定内容（イメージ）

本ビジョンでは、国・茶業団体、ジェトロ等が行っている統計・調査等のほか、生産者や茶商等への調査・ヒアリングを通じて現状・課題の分析、需要予測を行うとともに、生産性向上による栽培面積の維持・拡大、茶種や品種など需要に応じた茶生産の推進、加工・流通体制の整備による県内仕上率の向上、海外販路開拓による輸出促進などの茶業振興策を整理する。

- (1) 本県茶業の現状、課題（生産、流通、消費）
- (2) 茶の需要予測（荒茶形態別、利用先別、需給バランス）
- (3) 茶業振興策
- (4) 推進体制
- (5) 地域計画（7地域：地域振興局・支庁単位を想定）
- (6) 目指す姿（目標（R12）：目標項目、目標値）

4 対象期間

令和8年度～12年度（5年間）

※ 策定：令和8年度（基準年：令和7年度）

目標年度：令和12年度

※ 中間年度に検証、必要に応じて見直しを行う

5 検討委員会等（ワーキングチーム：WT）

振興ビジョン（仮称）の策定にあたっては、茶生産者、県内茶商などの販売事業者等と一体となって、ビジョン（仮称）の検討を進める「検討委員会」を設置する。

- (1) 検討委員会
構成メンバー：生産者代表、茶商代表、農業者団体、流通・加工・販売事業者、学識経験者 等
- (2) ワーキングチーム（WT）
検討委員会の下部組織に生産者、販売事業者のそれぞれのワーキングチームを設置

6 策定スケジュール

時 期	内 容	備 考
R8. 6. 3	第 1 回検討委員会	現状分析、方向性等、地域計画様式等
R8. 6 月上旬	販売業者WT、生産者WT	
R8. 5～8 月	地域別の検討	
R8. 8 中旬	販売業者WT、生産者WT	ビジョン骨子案
R8. 8 下旬	第 2 回検討委員会	
R8. 10 中旬	パブリックコメント（1ヶ月）	
R8. 11 下旬	第 3 回検討委員会	ビジョン案

(参考)

「かごしま茶」振興ビジョン（仮称）検討委員会
ワーキングチーム（WT）構成機関・団体

【茶生産者WT】

（8名）

県茶業会議所（事務局長）
県茶生産協会（副会長2名）
県経済連茶事業部
（担当次長、担当者）
県農産園芸課
（振興監、係長、担当者）

（オブザーバー）

製茶メーカー担当者
農研機構担当者

他

【茶販売事業者WT】

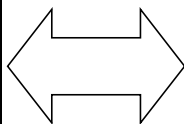
（9名）

県茶業会議所（事務局長）
県茶商業協同組合
（副理事長3名）
県経済連茶事業部
（担当次長、担当者）
県農産園芸課
（振興監、係長、担当者）

（オブザーバー）

大手飲料メーカー担当者
JETRO 鹿児島事務所担当者

他



国・主要生産県における茶の基本方針・振興計画について

1 茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針（農林水産省）

（1）茶業及びお茶の文化の振興の意義

茶は高い精神性とおもてなしの心を育む日本を代表する文化であるとともに、各地域で特色ある茶生産が行われており、特に中山間地域における重要な期間作物である。また、生産から加工・流通・販売まで裾野が広く、地域経済において重要な産業。

（2）お茶をめぐる課題

生活様式の変化等により急須を用いてリーフ茶を飲用する機会が減少するなどにより国内消費量が減少している一方、輸出は過去最高を更新しており、拡大する海外需要への対応が重要。

生産者の高齢化や繁忙期の労働力不足等により栽培面積・生産量が減少しており、今後も茶の生産が減少すれば、国内外の需要を満たせなくなることも懸念。

（3）今後の茶業及びお茶の文化の振興に関する基本的な方向性

てん茶や有機栽培など需要の変化に対応した生産、生産者の減少に対応した生産性の一層の向上、海外需要開拓等による輸出の更なる拡大、多様な消費者層に向けた魅力・情報発信等による消費の拡大、文化に関する理解増進等の取組を推進する。

（4）お茶の需要の長期見通し及び生産数量目標

国内需要の長期見通し：	R 5	7.1 万 t	→	R 12	6.3 万 t
輸出数量目標：	R 5	0.8 万 t	→	R 12	1.5 万 t
総需要量の長期見通し：	R 5	7.8 万 t	→	R 12	7.8 万 t
輸入量の長期見通し：	R 5	0.3 万 t	→	R 12	0.3 万 t
生産数量目標：	R 5	7.5 万 t	→	R 12	7.5 万 t
輸出目標：	R 6	364 億円	→	R 12	810 億円

（5）茶業の振興のための施策

ア 輸出の拡大など需要の変化に対応した生産性の高い茶生産の推進

需要の変化に対応した茶生産の推進、生産性の一層の向上等による生産基盤の強化、需要の変化への対応や生産性向上に資する技術の研究開発・導入の推進、自然災害や気候変動等のリスクへの備えの推進

イ 加工・流通の高度化の推進

加工施設の整備の推進、実需者との結びつきに基づく安定取引の推進、消費者の信頼確保等のための加工・流通の更なる高度化

ウ 輸出の更なる促進

海外市場の開拓の推進、海外需要に対応した茶生産への転換の推進、輸出先国・地域が求める輸入条件への対応、輸出産地の形成

エ 消費の拡大

多様な消費者層に向けたお茶の魅力・情報発信、お茶を活用した食育の推進

（6）お茶の文化の振興のための施策

お茶に関する文化財の保存・活用、お茶の文化に関する理解の増進

2 静岡県茶業振興計画（R7～R11）

（1）現状・課題

生産面では、担い手の減少に伴う茶園面積、生産量の減少に課題。

輸出面では、海外需要の増加に対する供給不足やブランドの未確立による認知度不足に課題。

流通・文化面では、荒茶価格の変動を踏まえ需要動向に対応した計画的な生産、生活様式の変化・多様化に対応した需要創出。

（2）今後の需要・生産予測

国全体を見ると、リーフ茶需要は今後も減少する一方、ドリンク原料・抹茶等の需要は増加する予測。一方、担い手や茶園面積が減少することで生産量は減少し、供給が大きく不足するとともに輸入量は徐々に増加すると予測。

（3）目指す姿

静岡茶の本来価値を発信し、世界で愛され、稼げる茶業へ～世界から選ばれる静岡茶を目指して～

荒茶生産量	： R 6	25,800 t	→	R 22	25,400 t
うち輸出向け	： R 6	2,830 t	→	R 22	6,970 t
抹茶・粉末茶	： R 6	3,200 t	→	R 22	8,600 t
茶輸出額	： R 6	106 億円	→	R 10	154 億円
優良品種転換	： R 6	230ha	→	R 10	418 億円 等

（4）施策の方向性

ア 茶業の構造改革による生産力の強化

多様な需要に対応した茶生産体制の強化、茶園の基盤整備や集積・集約化、有機栽培への転換の推進、スマート農業の導入による省人・省力化、気候変動等のリスクへの対応の推進、オープンイノベーションによる新たな需要創出や先端技術開発

イ 輸出拡大と供給力の強化

品種転換等によるてん茶・有機茶の生産拡大、輸出生産拠点の拡大・支援、海外販路開拓の推進、輸出に取り組む事業者へのサポート体制強化

ウ 静岡茶ブランドの構築と文化の継承

世界に向けた戦略的プロモーションや高付加価値化ティーツーリズムなど魅力ある消費体験の創出、顧客接点の拡大に向けたマーケティングの強化、世界農業遺産「静岡の茶草場農法」の維持・継承、「ふじのくに茶の都ミュージアム」による茶の魅力・歴史・文化の発信、静岡茶の愛飲の推進、国登録無形文化財「手揉み製茶技術」の継承

3 京都府茶業振興計画（R7～R11）

（1）策定の考え方

宇治茶の持つ高いブランド力をさらに発展させるとともに、スマート技術の進展や海外を含めた消費者ニーズの多様化を的確に捉え、将来を見据えたブランド戦略、生産戦略などを展開することにより、収益性の高い魅力ある茶業の実現と担い手の確保につなげる。

（2）重点課題

ア ブランド対策

- ・ 需要が減少傾向にある煎茶、玉露の新商品開発や新サービスの提供による需要創出
- ・ 本物志向や簡便化志向、健康、環境志向など、国内外の多様化する消費者ニーズへの対応

イ 生産・産地対策

- ・ 需要の拡大に伴う 加工用てん茶の高品質・安定生産、経営感覚に優れた新たな人材の確保
- ・ 最高級の手摘みてん茶・玉露の安定生産のための人材確保の仕組みづくり

ウ 文化振興・普及対策

- ・ 「京都府宇治茶普及促進条例」を踏まえた国内外への宇治茶の普及拡大、茶育の推進
- ・ 宇治茶の世界文化遺産登録に向けた構成資産の価値証明や保護措置、府民運動の強化

（3）施策の展開方向

ア 目指す姿

産業や文化と深く結びついた世界に誇る宇治茶ブランドを次世代に継承する。

〔	茶園面積：R5	1,505ha	→	R11	1,500ha	〕
	荒茶産出額：R5	71.7億円	→	R11	84.5億円	
	輸 出 額：R5	5.0億円	→	R11	10.5億円	

イ 施策の柱

（ア）歴史が裏付ける独自性とイノベーションによる多様性を活かした新たなブランド価値の創造

- ・ 玉露・煎茶等の新商品開発・サービス提供による新市場の創出
- ・ 高級マーケットのニーズに対応する宇治茶品質確保と認証制度の構築
- ・ 健康や環境、エシカルなど、異業種連携による多様な消費者ニーズへの対応

（イ）収益性の高い魅力ある茶業の実現と担い手の確保

- ・ 各産地の特性に応じた高品質化・省力化のための新技術の開発と導入
- ・ 高価格販売につながる付加価値の高い宇治茶の産地・グループの育成
- ・ 宇治茶の産地を支える新たな担い手の確保・育成

（ウ）歴史と伝統、文化に培われた宇治茶文化の継承と発展

- ・ 宇治茶文化の価値の共感・発信による普及拡大
- ・ 宇治茶の有形・無形の文化財の保存・活用の推進