

「かごしま茶」振興ビジョン（仮称）検討委員会（第1回）
議事概要

1 日 時

令和8年6月3日（水）午後2時から午後4時まで

2 場 所

ホテル自治会館（鹿児島市）

3 出席委員

吉野委員、光村委員、永田委員、田原委員、坂之上委員、前原委員（代理：本村委員）、岡村委員、西委員、上永田委員、石橋委員、長船委員、橘木委員、荻野委員、木下委員、大平委員

4 概 要

鹿児島県農産園芸課から資料に基づき、「かごしま茶」振興ビジョン（仮称）の策定について及び本県茶業をめぐる現状と課題について説明した後、意見交換。

委員からの主な意見の概要は以下のとおり。

（鹿児島県経済農業協同組合連合会・吉野委員）

今回まとめていただいた現状・課題分析については、よくまとまっている。

令和7年の秋冬番茶や令和8年の一番茶など荒茶価格が急激に変化しているの、こうした直近の情勢の変化もビジョンには加味していただきたい。

消費への対応についても、これまでのリーフ茶の消費回復の継続も大切だが、ラテなどの国内外での消費形態の変化もあるので、給食のあり方も含めて、当ビジョンに加味していただきたい。

（公益社団法人鹿児島県茶業会議所・光村委員）

令和6年まで約20年間にわたり茶価は低迷していたが、令和7年以降、茶を取り巻く環境は大きく変化している。

令和6年11月に京都を訪問した際には、インバウンド需要の拡大により抹茶商品の販売制限が行われるなど、世界的な抹茶需要の高まりを実感した。

その後、令和7年産茶は好調な価格で推移し、令和8年産一番茶についても堅調な相場となっている。生産現場としては、ようやく長年の価格低迷から脱し、その恩恵を感じ始めているところである。

一方で、世界的な抹茶需要の拡大を受け、今後は海外でも抹茶生産が進むことが予想されるため、現在の状況が将来にわたり継続するかについては慎重に見ていく必要がある。

今回の価格上昇の背景には、健康志向や日本食人気に加え、コーヒー市場の変化も大きく影響していると考えている。コロナ禍以降、コーヒー豆相場が大きく上昇する中で、海外ではコーヒー以外の新たな選択肢として抹茶ラテが広がった。また、海外の著名人やSNSによる発信が相まって、“MATCHA”の認知度は急速に向上した。

現在では、“MATCHA”は単なる流行ではなく、世界中のカフェで定番メニューとして定着しつつあり、一過性のブームではなく構造的な需要へ変化していると感じている。

今後、低価格帯の抹茶飲料については中国産等に置き換わっていく可能性がある。

一方で、海外には品質を重視し、日本産抹茶を積極的に取り扱う事業者も存在していることから、そうした事業者との連携を強化し、日本産ならではの価値を高めながら高品質市場を確保していくことが重要である。

総じて、茶業を取り巻く環境はこれまでにないスピードで変化している。今回のビジョンにおいても、こうした世界市場の変化や輸出需要の拡大を十分に踏まえ、従来の国内市場中心の発想に加え、世界市場を見据えた産地づくりやブランド戦略の方向性を盛り込む必要があると考える。

(特定非営利活動法人鹿児島県有機農業協会・永田委員)

元々、有機農業は、環境にやさしい農業技術の行使が基本的スタンスで取り組んできている。

現在、有機認証取得者の約7割が茶となっており、当初、茶に対しては、「経営面で儲かるから取り組むのでは」と思っていた。しかし、申請時の調査確認等で茶の申請者と意見交換する中で、皆さん有機JASの技術取得に誠実に対応されているとの印象が変わった。

当協会としても、引き続き、有機茶の推進や輸出に協力していきたい。

(一般社団法人鹿児島県茶生産協会・田原委員)

当ビジョンを策定するにあたって、ビジョンが先にくるのではなく、生産者がいるからビジョンが必要というスタンスで取り組んでいただきたい。

生産現場では、高齢化や担い手不足、労働者不足などが深刻であり、外国人の方々の力も借りながら茶生産に取り組んでいるところ。

後継者や従業員の確保のためには、給与の確保や労働環境の整備が必要。

全国の栽培面積や生産量が減少する中、鹿児島県が維持できたのは、機械化などで対応してきた。

今後、さらに1戸当たりの栽培面積が増加する中においては、労働力の確保が必要だと感じている。

(鹿児島県茶業女性の会・坂之上委員)

茶業女性の会は28名で活動しており、研修等を通じてスキルを高めている。

今回の現状分析資料は、研修でぜひ活用したい内容だった。

自社にカフェを併設してワークショップなどを開催しているが、県民の消費者に県産茶を飲んでほしい、将来への投資として、お茶を買える・飲める場所をつくった。

資料の中で、40代以上の簡易簡便化志向への対応が必要とあったが、同時に、急須を使った基本的な入れ方を伝えることも大切だと思っている。

また、リーフ茶離れもあると思うので、若い世代に対しても、マイ急須を支給する取り組みを復活してほしい。

(鹿児島県茶業青年の会・前原委員(代理:本村委員))

前原会長から、後継者の確保や、仕事を任せる・一緒に仕事をできる仲間が増やすために、当ビジョンを「生産者が儲かる」ビジョンにしてほしいということと言付かっている。

自身が小学生向けに、お茶の入れ方教室を行う中で、急須を持っている児童を確認するとクラスに4~5人程度と回答があり、家庭に飲める環境がない状況。

こうした中で、一煎パックでリーフ茶を提供するのではなく、家庭環境の変化に対応して、ティーバックを2個にするなど取り組みを切り替え、裾野を広げることが必要ではないか。

全国茶品評会やコンテストについて、産地賞や特別賞だけでなく、受賞していなくても光があたるようにしてほしい。八女では、上位に何人・何%入っているなど、言い方を変えることで厚みが増すし、出品者もやる気が出ると思う。

(鹿児島県茶商業協同組合・岡村委員)

茶の価格が、令和7年の秋冬番茶など高騰しており、一県民としては誇らしいこと。

しかし、消費地においては、価格改定や終売となっており、不安やお叱りの声がある。

産地問屋としては、この価格が当たり前になるように、地道に底上げに取り組んでいく。

静岡県の茶商と話をする、鹿児島は、有機栽培やてん茶、ドリンク原料などに迅速に取り組んでおり、すごいと言われる。日本茶業界の先頭を走っているのは「かごしま茶」だと思っており、今回のビジョン策定でさらに飛躍できるように携わっていきたい。

最近の情勢についてだが、出荷したいのに出荷できない状況や静岡県の茶商の倉庫が満杯となり鹿児島で保管する状況もあり、物流・倉庫などの対応も課題と感じている。

(鹿児島県茶商青年団・西委員)

今回の現状分析は、よくまとまっており、貴重な資料と感じている。

茶商としては、現在の高値で仕入れているが、売れるか不安に感じている。

国内需要が見込めない中で、その価格に見合った売り先として海外へ輸出していかないといけない状況でもある。

今年の価格が高いと思っているが、5年後どうなっているか見通せない。

(公益社団法人鹿児島県貿易協会・上永田委員)

輸出は本県施策の柱の一つ。

当初は、和牛や水産が中心だったが、近年は茶も柱になってきた。最近、中東にも行ったが海外では抹茶の需要がある。

資料にもあった地理的表示 (GI) 保護制度も含め、ブランディングが重要であり、その中で「かごしま茶」の強みは何なのか可視化していく取組が必要。

(独立行政法人日本貿易振興機構鹿児島貿易センター・石橋委員)

JETRO として、企業における輸出の個別支援や、国際見本市でのジャパンパビリオンの出展支援などを行っている。

JETRO では、海外バイヤー向けにオンラインカタログサイトを開設しているが、鹿児島の茶は令和 6 年に 3 件の登録だったものが、令和 7 年には 24 件と 8 倍となった。

また、先日、海外バイヤーを 3 件、鹿児島に案内したところであり、今回のビジョン策定は時流に則ったものと感じている。

ナショナル GI の紹介もあったが、同時に「かごしま茶」の定義などもビジョンの中で検討していく必要がある。

(特定非営利活動法人日本茶インストラクター鹿児島支部・長船委員)

インストラクター協会として、小学生を対象としてお茶の入れ方教室などを行っており、「明日の消費者を育てる」という視点で行っている。

小学生などは、おいしいお茶を飲んだという経験が重要。

短大生などと交流する中で、お茶の入れ方教室を受けたことがあるとか、急須が家にあるなど話しかけられることが増えたが、10 年以上続けてきた成果だと感じている。

こうした子供たちが県外へ行った際にも「かごしま茶」の魅力を伝えてくれることを期待している。

本村委員の言うように、急須の無い家庭も多いので、もらったリーフ茶をティーバックに詰め替える方法やその際の入れ方などの知識を教えることも必要。

若年層の消費量が少なく、年齢が高いと飲むという分析もあったが、40 代以降の方々がお茶を飲む習慣を辞めないで、飲み続けてもらうことが若年層への浸透の上でも大切。

子どもたちが、祖父母の家で飲んだ経験のある子は多く、入れ方教室などでは、その経験を聞いているところ。こうした、お茶を飲む文化は、皆で育てていくことが必要。

今回の現状・課題分析を通して、ニーズに応える力・ニーズに合わせた商品を作ることが必要であることも理解した。

また、今後、鹿児島県が茶業界のリーダーシップをとっていく県になっていくことも感じた。

(公益社団法人鹿児島県観光連盟・橘木委員)

抹茶・緑茶は、訪日外国人にとって、日本らしさを紹介するコンテンツということで認知され、人気が高い。

これは、食文化や健康志向の高まり、抹茶ラテの普及が後押ししていると考えられる。

こうした伝統、健康、トレンドといった複合的要素を強みとして、訪日客が日本で体験したい食文化として求めている。

当連盟には、海外旅行会社から、工場見学や視察体験の照会のほか、旅行商品に組み込みたいなどの依頼を受けている。

振興ビジョンで「稼ぐ茶業経営」を考える上で、観光との関わりという視点からいうと、販路や収益源の多角化として新しいサービスを取り込むことは考えられるところ。

本県では、品種別の飲み比べ、ブレンド体験、茶工場に併設した料理店、茶畑・工場見学、お茶入れ体験など、品種の多さを生かした体験や食との融合、地域資源との掛け合わせといった、観光を取り込んだ新しいサービスの取り組みも行われており、こうした「かごしま茶」を求めて来られる観光客をターゲットに稼ぐ茶業経営の取組を行うことで、お茶農家は新たな収益源が確保でき、観光客としても日本一のお茶どころで日本らしさを堪能できる、相乗効果が生まれると考えているので、こうした視点もビジョンに取り込んでいただきたい。

(鹿児島県立短期大学・木下委員)

鹿児島県内のお茶を使った給食の取組を調査している。

志布志市では昨年からは月に1回お茶を使った給食を行っているほか、南九州市や鹿児島市松元や屋久島町などでも給食に取り組んでいるが、自身の子供が通う鹿児島市の学校給食では提供がなかったり、地域・学校で差がある状況。

生産量・産出額・品質が日本一で、次は消費量でも日本一ということだが、そのためには、食育・給食が大切。

ワーキングチームについては、生産・流通があるが、消費・文化面でもあればよいと思う。

説明のあった消費量日本一の静岡市の取組はすごいと感じたし、鹿児島でもそうした取組ができたらと思う。