

日本における茶関連産業の展開過程と特徴

田 村 善 弘
李 炳 旻

I. 序論

日本は世界の主要な茶生産国に属し、なかでも煎茶の生産に特化している。日本国内の茶の生産は、中部以南の地域で多く行われ、静岡県のような主産地の場合、農業の重要な一つの軸を占める。さらに、茶の消費も家庭や職場を問わず、日本人の生活のなかに深く根付いている。近年、若い消費者を中心にリーフ茶からペットボトルの緑茶飲料へと消費のシフトが進むなど、消費の簡便化が進んでいる。

加えて、緑茶を食品（パン、菓子、麺類、料理、おかずなど）や外食のメニュー（飲食店でデザート、アルコール飲料など）に活用し、協力関係を創出する事例も拡大している。これは、緑茶の健康によいというイメージを活用したもので、消費者の緑茶消費の促進、緑茶に対する関心の向上等にも寄与している。

一方、韓国の場合はどうであろうか。韓国は気候条件の制約により、緑茶は南部の一部地域（全羅南道・宝城郡、康津、慶尚南道・河東、済州道など）でのみ栽培されている。日本とは異なり、緑茶の飲用（リーフ茶と緑茶飲料の全てにおいて）は一般的ではない。2000年代以降、健康志向の高まりから緑茶が注目を浴びるも、2007年の緑茶ティーバッグの残留農薬事件以後、消費が低迷した。未だに韓国の消費者の緑茶に対する不信感は消えてはいない。そのなかで、韓国では全量を輸入に依存するコーヒーが飲料市場を席卷するなど、緑茶とは対照的な様相を呈している。

今後、韓国も所得水準の向上（2018年末の1人当のGDPは3万ドル）とスローライフの普及・浸透により、緑茶の飲用への関心はさらに高まると予測される。しかし、韓国は日本と異なり、幼少期から家庭で緑茶を飲用する習慣は少ない。そのため、緑茶の飲用を面倒であると捉える消費者も多い。ここから、緑茶の渋みに対する抵抗感も強く、日本と比べて緑茶の飲用に対するハードルが高い。

以上の内容を踏まえて、本稿では日本における茶関連産業の展開過程と特徴を明らかにする。以下においては、日本における生産・消費動向を整理した後に、茶産

業と食品および外食産業の協力関係についてみている。ここでは、茶を利用した飲食物品に注目しているが、こうした日本の取組みが初期段階にある韓国の茶産業に対して重要な示唆を与えると考えるためである。

II. 緑茶の生産動向

2017年の時点における日本の茶産業の規模は、荒茶段階で1,028億円である¹。また、主要産地としては静岡県、鹿児島県、三重県、京都府、福岡県がある。上位三県で全国の栽培面積の約7割を占める。

表1 主産地別の茶生産の特徴（2017年）（単位：ha、t）

順位	地域	栽培面積	生産量	生産の特徴
1	静岡県	17,100	30,800	「煎茶」、特に「深蒸し茶」。
2	鹿児島県	8,430	26,600	「煎茶」中心、茶の品種が多様。
3	三重県	2,950	6,130	「かぶせ茶」全国1位。
4	京都府	1,570	3,160	「玉露」・「碾茶」全国1位。
5	福岡県	1,550	1,920	「玉露」全国2位。「かぶせ茶」も多い。
6	宮崎県	1,410	3,770	「煎茶」中心。「釜炒り茶」全国1位。
7	熊本県	1,300	1,290	「玉緑茶」全国3位。
8	埼玉県	871	698	主に「煎茶」。
9	佐賀県	841	1,170	「玉緑茶」全国2位。
10	長崎県	747	718	「玉緑茶」全国1位。
11	奈良県	701	1,710	主に「かぶせ茶」・「碾茶」。
12	愛知県	538	880	「碾茶」全国2位。
	全国	42,400	82,000	

資料：農林水産省「茶をめぐる情勢」2019年1月。原資料は「世界農林業センサス」。

このように、緑茶は地域別に生産されている。例えば、「煎茶」は静岡県、鹿児島県、宮崎県、「かぶせ茶」は三重県、福岡県、玉緑茶は佐賀県、熊本県、玉露や抹茶は京都府のようになっている。

表2から、茶の種類別の生産量と荒茶価格をみると、最も一般的に生産されているのは煎茶で、荒茶生産割合で55.5%を占める。次いで、かぶせ茶（4.7%）、碾茶（抹茶を含む、3.3%）、玉緑茶（2.4%）玉露（0.3%）である。2017年時点で、荒茶1kg当の価格は、玉露が5,565円と最も高く、次が碾茶（抹茶を含む）の3,278

¹ 農林水産省『2017年生産農業統計』による。

円である。玉緑茶は1,827円、煎茶は1,476円である。ここから、玉露と煎茶の間の価格差が3.8倍あることがわかる。これは、玉露の生産過程や生産量の少なさが影響している。

表2 日本における茶の種類別の特徴と主要産地・荒茶価格（2017年）

種類	特徴	主産地	荒茶生産割合・荒茶 1 kg 当たりの価格
煎茶	最も一般的に飲まれる茶。新たな葉を蒸して揉んで乾燥させる。	全国	生産割合：55.5%
			荒茶価格：1,476円
玉露	収穫前の20日前後を被覆栽培後、煎茶と同様に製造。	京都、福岡	生産割合：0.3%
			荒茶価格：5,565円
かぶせ茶	収穫前の1週間を被覆栽培後、煎茶と同様に製造。	三重、福岡	生産割合：4.7%
			荒茶価格：1,780円
碾茶 (抹茶)	収穫前の2～3週間を被覆栽培後、茶葉を蒸した後、乾燥させずに人工乾燥して製造。碾茶を細かく粉末化したものが抹茶。	京都、愛知	生産割合：3.3%
			荒茶価格：3,278円
玉緑茶	酸化を防ぐために、茶葉をファンで炒った後に乾燥させ、手で揉捻し、小さい玉の形で製造。	熊本、佐賀、 長崎	生産割合：2.4%
			荒茶価格：1,827円

注：1) 荒茶の生産割合および荒茶価格（全茶期）は全国茶生産団体連合会の調査結果。

2) かぶせ茶および碾茶を称して、「覆い茶」と呼ばれる。

資料：表1に同じ。

次に、茶の栽培面積と生産量についてみておこう。日本の茶栽培面積は2001年から2017年の16年間で、50,000haから42,000haへと16%減少した。茶の生産量も85,000トンから82,000トンへ3.5%減少した。この間の緑茶飲料の需要増加により、2004年には茶の生産量が10万1,000トンとなったが、2007年は9万4,000トン、2010年には8万5,000トンになるなど、減少傾向を示している。

表3から茶期別の生産量をみると、リーフ茶として消費される一番茶の生産が減少する一方、ペットボトルの緑茶飲料用として使用される三番茶や四番茶、秋冬番

表3 茶期別の生産量の推移

(単位：t)

茶期別	2013	2014	2015	2016	2017
一番茶	30,956	33,264	32,530	31,515	30,192
二番茶	25,993	23,620	20,544	20,285	20,963
三番茶	6,212	5,886	5,801	6,312	7,053
四番茶・秋冬番茶	19,388	18,573	18,534	20,458	22,022

資料：表1に同じ。原資料は全国茶生産団体連合会の調査結果。

茶は増加している。その他にも、パン、菓子、麺類、アイスクリームなど食品に加えられる抹茶の需要が高まっていることを受けて、碾茶の生産量も増加している。碾茶の生産量は2006年の1,392トンから2017年には2,666トンへと11年間で1.9倍に増加した。特に、2013年以後は大幅な増加を示している。

次に、表4をもとに茶農家の1戸当たりの平均栽培面積（2015年時点）をみていこう。この場合、鹿児島県が4.3haと最も広く、次いで宮崎県の2.8ha、京都府および三重県の1.7haとなっている。これは、鹿児島県や宮崎県は平坦地に茶園を造成し、機械化が進められていることから、1戸当たりの規模が拡大していると考えられる。一方、静岡県や福岡県は伝統的に傾斜地に茶園が多く、1戸当たりの規模は小さいことがわかる。

表4 主産地別の農家1戸当たりの茶の栽培面積 (単位: ha)

区分	静岡	鹿児島	三重	京都	福岡	宮崎	熊本
2000	0.7	1.5	0.5	0.9	0.5	1.2	0.6
2005	0.8	2.1	0.9	1.1	0.8	1.7	0.8
2010	1.0	3.0	1.3	1.3	0.9	2.2	1.1
2015	1.3	4.3	1.7	1.7	1.2	2.8	1.2

資料：表1と同じ。原資料は「世界農林業センサス」。

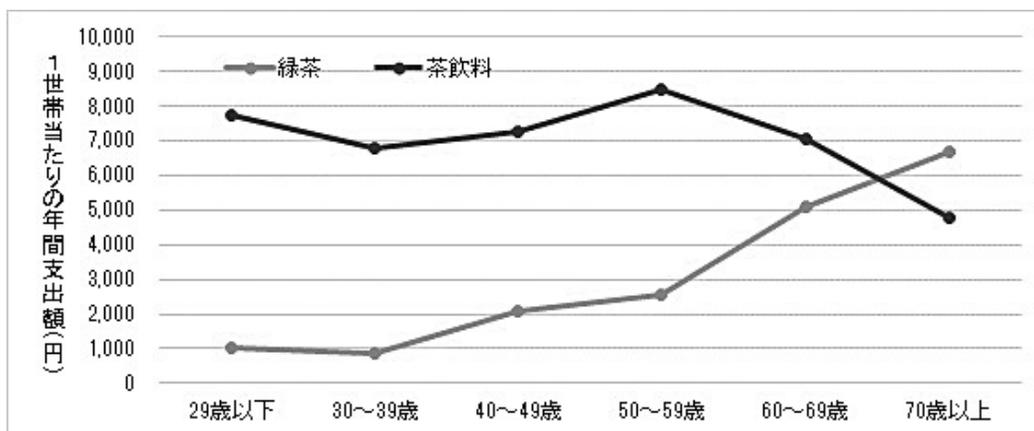
Ⅲ. 緑茶・茶飲料の消費動向

総務省の「家計調査」によれば、1世帯当たりの緑茶（リーフ茶）の年間消費量は2002年には1,140gであった。しかし、2016年には856g、2017年には855gへと減少した。これは、15年間で緑茶（リーフ茶）の消費が25%減少したことを意味している。

また、1世帯当たりの年間の緑茶消費支出金額（リーフ茶＋茶飲料）は、2002年の10,559円から2016年には10,831円、2017年には10,765円へと増加している。内容別には、「リーフ茶」の支出金額が6,095円から4,113円へと32.5%減少した一方で、茶飲料は4,464円から6,652円へと49.0%増加した。2007年時点では、茶飲料が5,749円、リーフ茶が5,378円で両者の割合がおよそ全体の半分程度となっている。すなわち、2007年から茶飲料の支出額がさらに増加していることがわかる。

この変化の根底には、若者層を中心とした伝統的な「リーフ茶」の緑茶消費から簡便な茶飲料への転換があるといえる。もちろん、図1に示すように、60代までは茶飲料の支出額が「リーフ茶」より多いが、年齢層が下がれば下がるほど、「リー

図1 年齢別の緑茶（リーフ茶）と茶飲料の消費動向（2017年）



資料：表1と同じ。原資料は総務省「家計調査」。

表5 緑茶の購入先の変化

(単位：%)

購入先	2009年 (A)	2014年 (B)	B - A
一般小売店	38	26	-12
スーパーマーケット	29	35	6
コンビニエンスストア	1	1	0
百貨店	10	10	0
生協・購買	4	4	0
ディスカウントストア	1	4	3
通信販売	9	14	5
その他	8	6	-2

資料：表1と同じ。

フ茶」への支出は少なくなっている。

表5は2009年と2014年の間の消費者の緑茶の購入先を示したものである。一般小売店（茶専門店）が大幅に減少した一方、スーパーマーケットと通信販売、ディスカウントストアなどが増加したことがわかる。茶類の小売業の事業所数は、2002年から2014年（6,381ヶ所）の間に、46%が減少した。

IV. 茶の価格動向

表6に示すように、茶の価格は種類別の価格差はもちろん、茶期別にも相当な価格差がある。さらに、これには品質による価格差も加わるため、農家別にもより大きな差があるとみることができる。表7は中国からの輸入緑茶の価格であるが、ここから、日本の秋冬番茶の価格と同じレベルにあることがわかる。

表6 茶期別・茶の種類別の価格（2017年産荒茶）（単位：円/kg）

茶期別	覆い茶			煎茶		番茶	その他 緑茶
	玉露	かぶせ茶	碾茶	煎茶	玉緑茶		
一番茶	5,565	2,174	3,815	2,255	2,273	695	1,219
二番茶	—	1,159	2,412	868	886	579	718
三番茶	—	—	—	679	715	503	417
秋冬番茶	—	—	—	465	—	364	414
茶期全体の平均	5,565	1,780	3,278	1,476	1,827	418	709

資料：図1と同じ。原資料は全国茶生産団体連合会の調査結果。

表7 中国産の輸入緑茶の年度別の価格推移（単位：円/kg）

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
245	252	261	285	382	476	582	520	577

資料：図1と同じ。原資料は財務省「貿易統計」（CIF 価格）。

V. 茶の流通構造

茶の流通経路には、生産者（生葉生産者、荒茶製造業者）が緑茶を製造し、消費者に直接販売する直接流通（自園・自製・自販）も存在するが、両者の間に流通業者が入る間接流通が主流である。流通経路は、おおよそ荒茶流通業者（農協共販、斡旋商、茶市場など）、茶商（仕上、加工業・卸売業）、消費地の卸売商および小売業者（専門店、スーパー、百貨店など）になる。

そして、この茶の流通システムは、地域によりかなり異なる。代表的なものが、全国第1位の静岡県と第2位の鹿児島県²である。また、京都府の茶流通経路も若干特徴的である。ここでは、静岡県と京都府の流通経路をみていく。

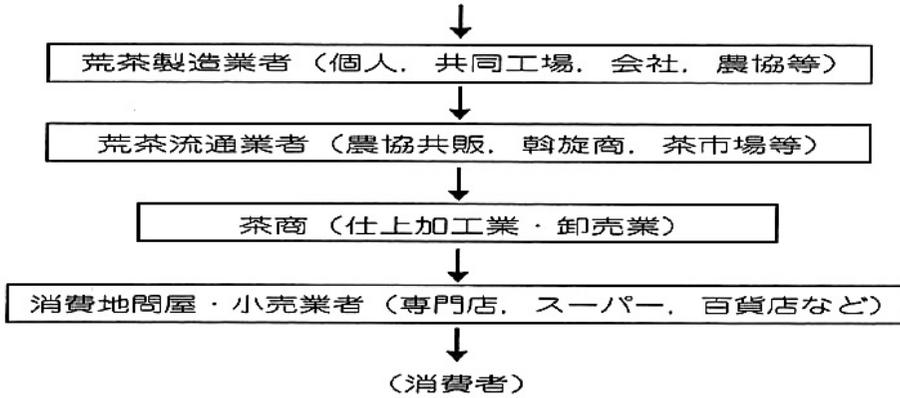
図3は静岡茶の流通経路である。静岡県では、斡旋商と仲買商の役割が重要で、茶市場が取扱う量は相対的に少ない。静岡県内の荒茶生産量に占める静岡茶市場の割合は、2010年時点で18%程度である。また、静岡県は全国の仕上茶出荷額の約6割を占める集産地であり、県内で生産される荒茶のほかにも、県外の茶、輸入茶がそれぞれ1万3,800トン（県内の流通量の22.2%）、8,000トン（同12.9%）程度が流入している³。

図4から京都府の茶の流通経路をみると、流通力とブランド力が強い京都の特性

² 鹿児島県は茶市場が重要な役割を果たす。また、鹿児島県の茶市場は産地市場としての性格が強く、県外からの荒茶の流入はほとんどない。詳細は、日本茶業中央協会資料を参照のこと。

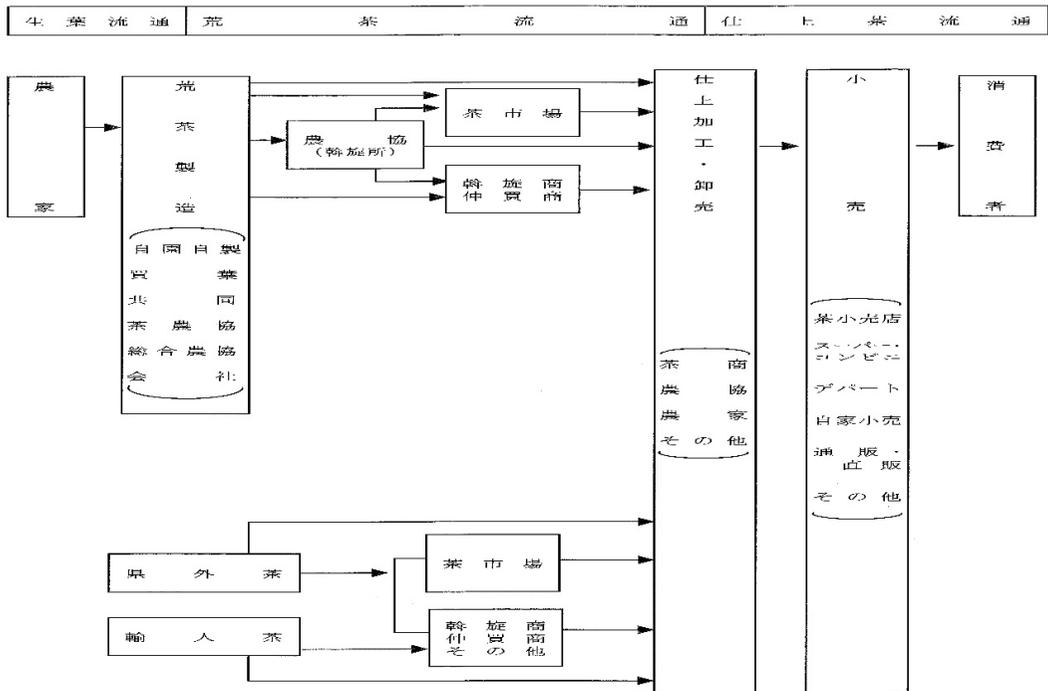
³ 岩崎邦彦（2012）、pp. 109-111。

図2 茶流通の担い手
(生葉生産者)



資料：岩崎邦彦 (2012)、p.109。

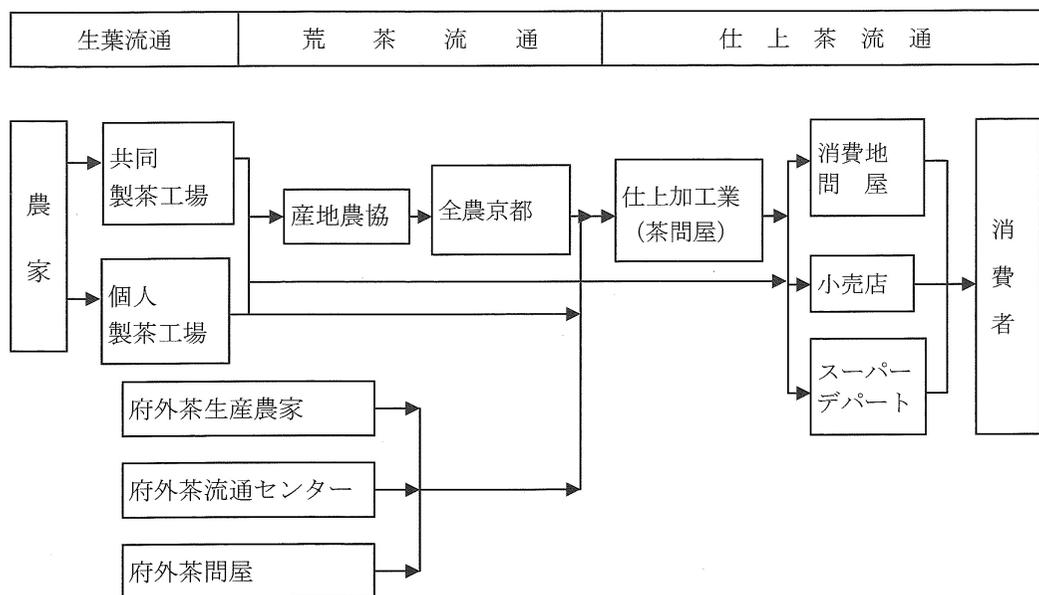
図3 静岡茶の流通経路



資料：日本茶業中央会 (2018)、p. 90。

上、荒茶の調達不足のため、外部から大量に流入していることがわかる。実際に、京都だけでなく他地域で生産された多くの緑茶関連の食品に「宇治抹茶使用」というフレーズが入っていることから確認できる。

図4 京都府における茶の流通経路



資料：日本茶業中央会（2018）、p.91。

VI. 茶の輸出状況

表8に示すように、日本の緑茶輸出額は2010年以後、大きく増加した。2017年時点の緑茶の輸出額は144億円で、これは対前年度比で24%増加したものである。緑茶輸出の増加の背景には、米国などで日本食ブームが起これ、緑茶が健康によいとの事実が浸透していったことがある。これに伴い、この10年間で3倍も増加した。主要輸出先は米国であり、他には台湾、シンガポールとドイツなどとなっている。米国やEUへの緑茶輸出額は最近の5年間で全て2倍以上増加した。

緑茶の1kg当たりの輸出価格は、2017年で3,093円であったが、これは2013年の価格が2,246円であったことを考慮すると、4年間で名目上は37.7%上昇した数値である。

参考までに、緑茶の輸入は2001年から2007年まで、中国産の原料を使用した烏龍茶の消費の増加の影響を受けて、大幅に増加した。しかし、その後、日本産の緑茶を使用した緑茶飲料の消費が増加するとともに、輸入量が大幅に減少した。2017年を基準として、この10年間の緑茶の輸出量をみると、約3倍に増加したのに比べて、輸入量は半分以下に減少した。2015年からは緑茶の輸出量が輸入量を上回っている。

表 8 緑茶の輸出実績 (単位：トン、億円)

年度	輸出量			輸出額		
	全体	(米国)	(EU)	全体	(米国)	(EU)
2005	1,096			21		
2006	1,576			31		
2007	1,625			32		
2008	1,701			33		
2009	1,958			34		
2010	2,232			42		
2011	2,387			47		
2012	2,351	1,127	216	51	23	7
2013	2,942	1,444	309	66	31	12
2014	3,516	1,550	420	78	34	15
2015	4,127	1,698	534	101	44	20
2016	4,108	1,420	596	116	48	23
2017	4,642	1,407	589	144	59	23

資料：表1と同じ。

VII. 茶産業と食品・外食産業の協力

さまざまな食品・外食産業において緑茶（抹茶が最も多い）が多く使われており、こうした傾向が広がっていることは、茶産業の発展においてプラスに作用することは間違いない。以下においては、緑茶が含まれている主要な食品を種類別に挙げながらみていくことにする。これはデータ利用の制約により、現段階での詳細な分析には限界があるためである。

緑茶が含まれる食品（チョコレート、菓子、ケーキなど）は、コンビニエンスストアやスーパーを中心に、非常に多様な製品が販売されており、外食（麺類、パン類、アイスクリーム、緑茶飲料、酒類など）もレストランやHMRとして拡大している。食品および外食の供給者の側面では、発展の可能性が高いアイテムの幅を広げることができる面でもよく、茶産業の立場からも単価が安い四番茶以降の付加価値を高め、生産額を増加させるのにもよいためである。

図5にその一例を示す。左側の商品は、抹茶を利用したスイーツで、主として全国のスーパーやコンビニなどで販売されている。一方で、右側の商品は、緑茶関連企業の施設で販売されていたものである。かりんとうは抹茶を利用しているが、佃煮は茶葉そのものを利用している点で他の緑茶関連製品とは大きく異なる。

図5 抹茶や茶葉を利用した食品（パン、菓子・おかず）の事例



資料：筆者撮影。

VIII. 結論

日本の茶産業は安全性をベースとしつつも、圃場管理や品質管理において多くの面で力を注いできた結果、国内外の市場において消費者から信頼を獲得している。緑茶の消費が若年層を中心に「リーフ茶」から緑茶飲料へとシフトは事実であるが、緑茶飲料や茶の成分が含まれる食品や外食の消費拡大により、茶産業全体の経済規模を維持している。茶の貿易動向をみても、現在は輸出額が輸入額を大きく上回っている。

今後も日本の茶産業は、スローライフと結びついた緑茶（製品）が消費者の日常生活および食生活を豊かにし、農家や地域経済に肯定的な役割を果たすものと期待される。ただし、多くの消費者が簡便さを求めているため、高品質のティーバッグ緑茶は拡散しないのではないかと考えられる。緑茶生産も農村の高齢化と重なって伝統的な傾斜地の手作業の生産は減少し、平坦地で大規模に機械化された方式が広がっていくものと予想される。

産地の立場でみると、「リーフ茶」の消費市場が減ることで、これに対する生産者の差別化やブランド化、マーケティング戦略はいっそう激化するものと考えられる。消費地の立場からは、発酵茶である紅茶の消費拡大という世界的なトレンドが、煎茶が主流をなす日本茶産業へどのような影響を与えるのかが注目される。

参考文献

1. 今井久雄（監修）『日本茶のすべて』笠倉出版社、2018年。
2. 岩崎邦彦『緑茶のマーケティング』農山漁村文化協会、2011年。
3. 岩崎邦彦「茶の流通システム」藤島廣二・安部新一・宮部和幸・岩崎邦彦『食料・農産物流通論』筑波書房、2012年、pp. 109-111。

4. 岩崎邦彦「どうすれば、茶業界は消費者を惹きつけることができるのか？(12回連載)」『月刊 茶』静岡県茶業会議所、2017年1月～12月号。
5. 岡田晴彦『食は愛』ダイヤモンド社、2018年。
6. 大森正司『お茶の科学』講談社、2017年。
7. コ・ジェユン『ティーコミュニケーション』セギョンブックス、2015年（韓国語）。
8. 公益社団法人 日本茶業中央会『平成30年版 茶関係資料』、2018年。
9. 静岡県経済産業部農業局お茶振興課『静岡県茶業の現状』、2018年。
10. 自然産業研究所『平成28年度茶需給流通状況調査委託事業報告書』、2017年。
11. スタジオタッククリエイティブ『日本茶の事典－淹れ方・楽しみ方・文化がわかる 増補改訂版』スタジオタッククリエイティブ、2018年。
12. 高田公理・嗜好品文化研究会『嗜好品文化を学ぶ人のために』世界思想社、2008年。
13. 角山榮『茶の世界史 改版』中央公論新社、2017年。
14. 寺本益英『緑茶消費の現状と今後の展望』晃洋書房、2002年。
15. 農林水産省「お茶をめぐる情勢」、2019年1月。
16. プレケル・オスカル『ゼロから分かる！日本茶の楽しみ方』世界文化社、2018年。
17. 増田忠義「日本茶－Japan Tea の輸出と産地・オールジャパンの取組み」『農業と経済』vol. 84No. 5、昭和堂、2018年5月、pp. 74-78。
18. ディスカバージャパン編集部『Discover Japan Travel お茶の京都』樫出版社、2018年3月。
19. 中村順行編『これからの日本茶』vesta111号、公益財団法人味の素の文化センター、2018年5月。
20. 「特集 長崎のお茶」『楽』、イーズワークス、2018年9月。

付記

本稿の内容は、2019年1月1日から2月28日まで筆者らが共同研究を行った（研究テーマ：日本における緑茶関連産業の展開過程と特徴）のうち、1月中に実施した調査等の内容を整理したものである。