

「あいちの茶」振興計画（第7次愛知県茶業振興計画書）の概要

策定趣旨等

◆策定の根拠
「お茶の振興に関する法律」（平成23年法律第21号）

◆計画の性格
「食と緑の基本計画2020」の個別計画とし、「あいちの茶」の生産振興、消費拡大等に取り組むための基本的な方針

◆計画期間
2016年度（平成28年度）～2020年度（平成32年度）までの5年間

数値目標【平成32年度】（ ）内は現況

○ 荒茶生産量	930t（908t）
○ 有機栽培茶園の面積拡大	50ha（36ha）
○ GAP手法、IPMの導入	4産地（1産地）
○ 新商品の開発	10商品（4商品）

現 状

- 平成26年の栽培面積、荒茶生産量は、564ha（全国第14位）、908t（全国第10位）で、平成22年（前計画策定時）のそれぞれ88%、98%
- 平成26年の抹茶の原料である「てん茶」の荒茶生産量は、539tで、京都府に次いで全国第2位
- 平成26年の普通せん茶の生産者価格は、一番茶が2,271円/kgで、平成22年と比較すると98%となっているが、過去3年間は上昇傾向
- 平成26年の全国の一世帯当たりの緑茶購入量は、892gで、平成22年と比較すると93%となっているが、近年は横ばい傾向
- 平成26年の全国の緑茶購入量は、若年層ほど少ない傾向で、20・30歳代の購入量は50歳代の3～4割程度
- 平成26年の全国の緑茶の輸出量、輸出額は、3,516t、78億円で、平成22年のそれぞれ158%、184%
- 他県のせん茶産地がてん茶生産へシフト
- 世界的な和食ブームに加えTPP大筋合意により、輸出拡大への期待の高まり

問 題 点

- 【生産】
- 輸出に対応できる施肥、防除体系が確立できていない
 - 加工用抹茶の産地間競争の激化
 - 担い手不足、生産農家の高齢化による茶園面積の減少
 - 全国レベルの品評会で上位入賞数が少ない
- 【流通】
- 消費者のライフスタイルの変化によるせん茶の価格低迷
 - 生産者による価格決定ができない
- 【消費】
- 「あいちの茶」の知名度は全国的に低い

計画がめざす姿

- 輸出拡大に対応できる栽培体系の確立と普及を実現
- 主に中山間地域において、せん茶栽培からてん茶の有機栽培等への転換、機械化や作業受託等による生産性の向上、GAP手法等を導入することにより、経営基盤の強化、環境への配慮と安全・安心な茶生産を実現

- 茶商工業者、海外バイヤー、ジェトロ等との情報交換・連携強化による輸出の促進、直接販売の拡大、新たな販売ルートの開拓及び新商品の開発・商品化等を進めることにより、「あいちの茶」の需要拡大を実現

- 大消費地での大型イベント等への参加や「あいちの茶」の強みを活かした積極的な宣伝・PR活動、体験ツアーや茶育活動の実施等により、「あいちの茶」の知名度を向上

施策の柱

◆「あいちの茶」の生産振興

◆「あいちの茶」の需要拡大

◆「あいちの茶」の知名度向上

施策の展開

- 輸出に対応できる栽培体系の確立と普及
 - ・ 輸出国の残留農薬基準に対応できる生産技術の確立と普及
 - ・ 中山間地域における有機栽培技術体系の確立と普及（主に豊田加茂、新城設楽地域）
- 経営の安定
 - ・ せん茶栽培からてん茶栽培への転換（主に新城設楽地域）
 - ・ 機械化によるコスト低減、作業受託等の推進
- 環境への配慮と安全・安心な産地づくりの推進
 - ・ GAP手法、IPMの導入促進

- 「あいちの茶」の輸出促進
 - ・ 輸出拡大に向け、海外バイヤー、ジェトロ、茶商工業者等との情報交換・連携強化
- 販路開拓や新商品の開発支援
 - ・ 直接販売の拡大及び新たな販売ルートの開拓支援（主に新城設楽、豊橋、田原地域）
 - ・ 関連企業等への茶生産に関する情報提供及び新商品開発の推進
 - ・ 高級品質な抹茶の特長を生かした加工品の開発等、他産地との差別化支援

- 「あいちの茶」の強みを活かしたブランド力の強化
 - ・ 県内外に向けた積極的な宣伝・PR活動の実施
 - ・ 全国レベルの品評会における上位入賞
 - ・ 体験ツアー等による消費者への理解促進
- お茶の文化の振興
 - ・ 茶文化を伝えるイベントの開催
 - ・ 茶の歴史や機能性を伝える茶育の推進