

鹿屋市茶業青年の会緑萌会と市長との「“本気”で語ろう会」 会議録

団体名	鹿屋市茶業青年の会緑萌会
日時	平成 29 年 2 月 8 日（水） 16:00～17:50 まで
場所	庁議室
参加者	鹿屋市茶業青年の会緑萌会（安藤雅人会長外 8 名）
	市長、政策推進課課長補佐、関係課長外

意見交換

- 1 農繁期の雇用確保について
- 2 茶の銘柄確立に向けた取組について

○ 鹿屋市茶業青年の会緑萌会の紹介及び会員の自己紹介

○ 市長あいさつ

緑萌会の皆さんにおいては、日頃からかのや茶の普及啓発活動を頑張っていたいており、その姿をよく拝見している。本日は「“本気”で語ろう会」ということで、行政としてやれること、またやってほしいことについて忌憚のない意見を大いに語っていただき、将来に向かって行政と生産者が同じ方向、目線を一緒にしていければと思っている。

市では、以前は市民が結婚したら急須を配るという慣習があり、とても面白い取組みだと思っていた。廃止になった理由は様々だろうが、鹿屋らしい良い取組だったと思う。

茶業に関しては、茶市況の良いときは反当 60 万～70 万円であったのが、現在は半分の 30 万円くらいまで落ち込んでおり、非常に厳しいと思う。私が県庁に在職していた時代には、独身の女性が結婚したい農家の一番がお茶農家だった。これは所得が高かったことはもちろんだろうが、茶は永年作物であり、機械化・省力化も図られており外から見るとキレイなイメージがあったからだと思う。

（意見交換）

1 農繁期の雇用確保について

宮下： 私たちが今苦勞している一つは、農繁期の労働力が上手く確保できないことである。市長が話されたように、ほとんどが機械化されてはいるが、茶園に寒冷紗を被せる作業は手作業で、且つ一番忙しい時期で労働力が足りていない。

市長： シルバー人材センターを利用していると聞いているが。

宮下： シルバー人材センターにお願いしているが、サツマイモの植付け時期と重なることもあり、なかなか労働力を確保できていない。

市長： 期間限定の作業なのか。

岩元： 一番茶の摘採が始まる4月から二番茶が終わる6月頃までである。全て手作業であり、1メートル間隔で洗濯バサミで留めないといけないため、人手が必要となる。

市長： シルバーが集まらないということなのか。シルバーの日当はいくらくらいなのか。

田原： 5,000円から6,000円くらいである。

市長： 作業は汚れるのか。

宮下： 梅雨時期なので雨が降ることと、降灰のあるときは汚れる。

市長： 作業日時は決まっているのか。

田原： だいたいの作業時期と日時は決めるが、決めた日に来られないということもある。茶農家同士で取合いのような状態になっている。

市長： 一度雇った人を「来年もまたお願いする」といったように囲込みはできないのか。

岩元： お願いはするが、やはり次の年もそう上手くいかない。

市長： 昔の農業と言えば、家族や地域の人たち皆で作業をして、そこが終われば皆で次に移るといった形だったが、それは出来ないものなのか。

門之口： 茶農家の場合は、特に一番茶は出荷が早いほど値段が高いため、どこよりも早く出荷したいと考えるため難しい。

市長： シルバー人材センターに人が少ないのか。

田原： 人は少ないと思う。

市長： 市では「農援隊」制度もあるが、まだあまり実績が上がっていない。シルバー人材センターにも話をしてみるが、例えば建設業の作業員は、年度末は受注で忙しいが、年度始めは余裕があったりするので相談してみてもどうか。

宮下： 建設業の方たちが来てくれると助かる。時給を上げてでも来てほしい。

市長： 繁忙期は夜通しですることもあるのか。

岩元： そこまではしない。

池田： シルバーも高齢化が進み、また自分たちの父親世代も高齢化が進んでいるため、寒冷紗の被せ作業員全体の高齢化が進んでいると言える。

市長： 補助者はほとんどがシルバーなのか。

岩元： 寒冷紗の被せ作業の補助はシルバーだけである。

市長： 特別な技術が必要なのか。

田原： ほとんど必要としないが、広い茶園を歩き回るため体力は必要である。

市長： 異業種の年間の繁忙期以外などで相談してみるのも良いかもしれない。岩元さんは何人くらい雇っているのか。

岩元： 10人ほどである。私のところは鹿屋市でも一番の早場地帯であるため、先に確保できるが、それが遅場地帯の茶農家が確保しにくい原因にもなってしまっていると思う。

市長： 安藤さんはどうか。

安藤（雅）： 私のところは、今のところ兄弟が4人おり家族と知人で足りている。

市長： 現状の課題がよくわかった。他団体ともこのことで意見交換をしてみる。

2 茶の銘柄確立に向けた取組について

宮下： 私たちが行っている茶のPR活動についてだが、課題はやはり販売売上の低迷である。リーフ茶の需要が減ってきているためだが、サルuggaでのイベント活動や学校給食への提供など地道な活動も、まだまだ目に見えて効果が出ていない。売上を上げるためには、様々な取組が必要である。

市長： 「かのや深蒸し茶」のブランディングは大事なことである。南九州市では知覧、穎娃、川辺と各産地の茶を「知覧茶」に統一したが、鹿屋も統一すべきではないだろうか。そのためには品質を一定にしてロットを確保することが必須である。現在の鹿屋市内の茶農家は3パターンに分かれると思う。1つは従来通り荒茶を市場へ出荷する、2つ目は相対の取引先の要望に沿った荒茶を作る、3つ目は仕上げ茶（小売り）でも勝負するというものであるが、それぞれ出口戦略も個別である。

市長： これを統一するための一つのきっかけは、JA鹿児島きもつきの茶業センターの新設であり、これが鹿屋・きもつきのブランディングのチャンスになるはずである。

市長： 自らの経営ももちろん大事だが、将来を考えると統一を図るべきであり、ブランディングということであれば、やはり仕上げ茶（小売り商品）での勝負になると思う。

宮下： 私たち緑萌会の仕上げ茶は統一されている。

市長： 名称は何というのか。

安藤（雅）： 「緑萌会のかのや深蒸し茶」である。

市長： JA鹿児島きもつきの製品とは違うのか。

安藤（雅）： 別である。

宮下： 茶業振興会の方にもお願いはしているが、例えば表彰茶等の仕組みをつくってもらい、そのお茶を使用して統一製品を作りたいと考えている。

市長： 「かのや紅はるか」は認証審査があり、品質も統一されているため差別化が図られている。現在の緑萌会の茶はどのようにして作っているのか。

岩元： ここ何年かで県外へ出張やPR活動が増えてきたため統一製品を作った。これは茶業振興会会員から茶を集めて、それをブレンドして作っている。

市長： ブレンドの比率などはどうやっているのか。

宮下： 茶業センターで配合してもらっているが、茶の品質にばらつきがあるため毎年微妙に味が違う。

岩元： 先日の振興会の総会でも、前会長がブランド化に前向きな発言をしていたので、少なからず実現に向かっていくと思う。

市長： 皆さんの父親世代は、皆さんの活動をどう見ているのか。

宮下： 私の父親については、やはり時代が変わってきており、茶を作っているだけではだめなので、小学校での美味しいお茶の淹れ方教室など、どんどん行けと応援してくれている。

市長： 職員にもよく言っていることだが、「やっている感」はあるが「やった感」がないのではダメである。一度立ち止まってしっかりと戦術、戦略を固めてみることも大事だと思う。やるからには結果を伴わないといけない。

市長： 現状では、リーフ茶だけを販売して勝負するのは難しい。他とのコラボレーションも考えてみるべきではないだろうか。例えば、よくあるのは粉茶とお菓子だが、これは県茶業会議所でもかつて色々と取組んでいたようであるが、緑萌会の皆さんはこういった事例で上手くいっている話を聞いたことはないか。

宮下： 現在は南部給食センターで緑萌会の茶を使った磯辺揚げを作ってもらっている。

市長： それは粉茶なのか。

宮下： 茶葉をそのまま使っている。

市長： 美味しそうだと思う。大葉の天ぷらのように茶葉の天ぷらなどもあって良いと思う。こういった茶づくしの店があるのは面白いのでは。茶そばなどもある。

市長： 居酒屋やその他のお店でも、何気なくお茶を消費するような仕組みがあれば良いのだが。例えば、ピーナツ豆腐は抹茶やあずき、黒蜜をかければデザートになるかとも考える。リーフ茶の需要喚起も大事だが、日頃からお茶を口にする仕組みは、それこそ淹れ方教室などの文化浸透の趣旨にも合うものだと思う。

市長： 他用途への転換ということで考えると、お茶では何ができるか。例えば、からいも団子にきな粉を使ったものがあるが、抹茶や粉茶を使ったらどうだ

ろうか。リーフ茶のようにそれだけでメインにはならなくても、混ぜ物にすることで用途が広がり面白いと思う。

宮下： 何年か前に鹿屋市でもスイーツコンテストを開催した。玄人・素人問わず茶を使ったスイーツレシピを作ってもらい入賞したものを商品化してファミリーマートでも販売された。

市長： 粉茶をお菓子に使うものはよくある。瀬戸内海地方ではみかん鍋というものがあるが、普通の考えでは理解されにくいものでも、話題性が抜群である。

市長： 料理に使えないだろうか。例えば豚しゃぶのスープでもいいし、炊飯にお茶を使ってみるのも斬新だと思う。固定的な考えを持たず、全ての料理にお茶を使用するという考えで試してみるのも良いかもしれない。つけ揚げも面白いと思う。

市長： リーフ茶のブランディングのために、若い力と発想で大いに取組んでほしいが、何を・誰をターゲットにするかなどしっかりと練らないといけない。

市長： 一般にお茶は健康に良いと言われているが、志布志市長との話の中で面白いものがあつた。志布志市は小学校内に給茶器が設置されているなど、周辺の市町より茶の消費が多く、「今インフルエンザが流行っているが、志布志市内の小学校でインフルエンザで学級閉鎖になっているところはない」と言っていた。

宮下： やはり茶の効果だと思う。

市長： 学校給食にもっと使ってもらってはどうか。

宮下： 学校給食の飲み物と言えば牛乳であるが、お茶でも良いと思う。

市長： 先程の話で学校給食に使ってもらっているということだったが、他にはどのように使われているのか。

安藤（雅）： 粉茶が多いと思う。

市長： それは夏茶か。

安藤（雅）： 一番茶である。

市長： 高価な一番茶を使うのはぜいたくなのでは。

安藤（雅）： 夏茶だとどうしても渋くなる。深蒸し茶の一番茶は特に甘みがあるため美味しく口にしてもらえる。

市長： どのくらい使われているのか。

安藤（雅）： 年間を通して使ってもらっている。

市長： 先日読んだ本の中に、「ブランディングとは団結力である」というのがあった。生産者と関係者だけでなく一般市民も一緒になって「かのや深蒸し茶」を応援してもらい当事者意識を持ってもらうような取組が必要だと思う。そのためにはPR活動が大事である。市民を仲間に引き込むために、統一した製品を「なぜ売するのか」、「誰をターゲットとするのか」など戦略を練ってほしい。

市長： 静岡や京都の宇治の茶は知名度も高く売れているが、皆さんは鹿屋の茶と味を比較してどう思うか。

安藤（雅）： 県外へPR活動に行き緑菴会のお茶を飲んでもらおうと、「静岡のお茶より美味しい」という声もたくさん聞くので、鹿屋の茶は美味しいと思っている。

市長： 霧島酒造はCM効果で広まったが、その場限りの美味しいという言葉だけでは中々知名度は広がらない。市民の皆さんが、例えば贈答用でお茶を買ってくれればいいのだが。

市長： ふるさと納税の返礼品にお茶を出しているのか。

安藤（雅）： 個人で出している者もいる。

市長： ふるさと納税返礼品は、高価なものが人気がある。本日商工会議所で、アグリフード商談会があったが、この中で吾平の「えごま」は健康に良いと評判で、100cc弱で1万円もするが売れているという話を聞いた。また別の商談会ではA5ランクの牛肉が100gで2,000円とかなり高価だったが、ターゲットは一部の富裕層ということであった。逆に、昨年行ったシンガポールの商談会では、出展者は一部の富裕層ではなくミドル層までターゲットを広げていた。つまり物や販売方法でターゲットを明確にするべきということである。それが消費者目線なのかもしれない。

市長： 市役所の茶担当は、ブランディングをどう考えているのか。

桃木： 私も緑萌会の方々と県外へPR活動に行く機会があったが、安藤会長が話されたように他産地よりも美味しいという言葉が直接耳にした。製品には自信を持てるので、それを安定して供給できる体制作りが急務だと考える。

市長： 西尾君が出しているふるさと納税返礼品はどういったものがあるのか。

西尾： 玄米コーヒーとのセットで5,000円と1万円のものである。

市長： 他の茶産地はどういう品物をふるさと納税返礼品にしているのか。

末吉： 調べてみてその情報を基に緑萌会の皆さんと情報交換をさせてほしい。

市長： 商談会やPR活動でのほめ言葉は評価の証である。自信を持って今後も取り組んでほしい。

市長： パッケージも大事である。緑萌会の製品のパッケージはどうやって作ったのか。

宮下： 地元のデザイナーに頼んで作った。

市長： 例えば小窓を作って茶が見えるようなパッケージだと品質保持に影響があるのか。

安藤（雅）： 保存が効かなくなり、劣化も早くなる。

市長： 茶筒なども効果的に使って、目を引く商品を作ってほしい。

市長： 他に話しておきたいことはないか。西尾君はよく県内外を問わず出張しているようだが、課題や反省など感じていることはないか。

西尾： PR活動をするうえで、やはり有名人を使ったりテレビ・CMで取り上げてもらう効果は絶大である。今の活動はどうしてもその場限りであり認知されているがどうかわかりにくい。

西尾： また、商談会などに行くと「ペットボトルはないのか」とよく訊かれる。商品のラインナップも拡充できればと考えているのだが、個人レベルではど

うしても難しい。

市長： ネームバリューのある人を利用するのはもちろん効果的だが、費用がかかってしまう。戦略としては SNS などの新しい情報ツールを上手く利用する方法があるし、リーフ茶からペットボトルへの転換も試してみる価値はあるのでは。

西尾： リーフ茶を飲んでもらうための、きっかけの一つになり得る。

市長： 鹿屋農業高校のペットボトル茶「青春 100%」というものがある。

市長： 鹿屋市には約 45,000 世帯あるが、一家族が 1 本ずつペットボトル茶を飲めば相当な売上になる。また鹿屋市内のコンビニは約 50 店舗だが、1 コンビニ当り 2,000 人ということになるので、コンビニでペットボトル茶を販売しても相当な売上が見込めるはず。こういった数の理論も面白いものである。

安藤（雅）： ペットボトル茶は J A 鹿児島きもつきでも作っているため、その兼ね合いも出てきてしまう。

宮下： 知らず知らずのうちにお茶を消費してもらえれば、私たちの所得も知らず知らずのうちには上がってくる。

市長： イソップ童話の「北風と太陽」のようなものだと思う。飲んでくれ飲んでくれと風を吹き込むよりも、自発的に飲んでもらえる仕組みも考えていくべきなのかもしれない。

西尾： アニメ系のパッケージも話題になったこともある。

市長： 来年度のシティセールスでは P R 動画でお茶をアピールしたいと考えている。小林市の P R 動画など、とても話題になったが、不特定多数に広がるようにしたい。

安藤（雅）： 静岡では蛇口からお茶が出るところもある。

市長： すごい取組みだと思う。しかし後発県としては別なことで勝負していきたい。

市長： 宮下君はグローバル G A P（「G-G A P」）に取り組んでいるが、県の輸出取組である「サプライチェーンシステム」は G-G A P が必須なのか。

宮下： K-GAPかJ-GAPが必須である。

市長： 今後を考えると海外戦略も重要だが、販売拠点を設けた「かのや茶を愛する茶商」との取引を拡充していただきたい。鹿屋出身でアメリカ永住者もたくさんいるはずなので、ネットワークも構築してほしい。

宮下： GAPには、費用負担の問題もある。K-GAPの残留農薬の検査機関が鹿児島にしかないため、大隅半島にもあればいいのだが。

市長： 食品を扱う農家のモラルとして、各種の検査は必要である。皆さんが市内の農家を引っ張って行ってほしい。

市長総括

若い方々と本音で話すことができ大変良かった。労働力やブランディングなど課題は山積しているだろうが、皆さんの活動で鹿屋市の茶業が必ず盛り上げることを信じて今後も大いに取り組んでほしい。行政として様々な面から応援していきたい。