

(報告書)

持続可能な茶業をめざした地域資源マネジメント

—大和茶を事例として—

助成研究者 山本芳華(平安女学院大学国際観光学部 地域資源マネジメント)

共同研究者 清水夏樹(京都大学学際融合教育研究推進センター 農村計画)

1. 研究目的

茶は全国各地で生産されている日本を代表する嗜好飲料であり、茶を呈するふるまいは茶道として確立され、日本文化の「もてなし」の象徴ともなっている。この研究ではこのような日本に不可欠な嗜好品である茶を対象として、「持続可能な茶業をめざした地域資源マネジメントにおける戦略モデル」の確立に向けた提言を行う。茶栽培面積は全国的に減少傾向となっているが、その傾向の著しい奈良県の大和茶ⁱ栽培地域を対象とする(図1)。また、茶を取り巻く地域資源として、土地、農家という側面に加え、茶を取り巻く文化やその地域の生活習慣なども含めた検討を行うこととする。

そのための主な研究項目は、①茶業において効果的な地域資源マネジメント戦略が構築されているのかどうかを明らかにする。②茶業従事者である茶農家に対する実態調査、消費者動向調査、家庭における茶文化の現状調査から持続可能な茶業のための要素を導き出す。以上をもって、③持続可能な茶業をめざした戦略的地域資源マネジメントのあり方について示唆する。

2. 研究方法

前述の目的を具体化するための研究方法として、①茶業における地域資源マネジメント戦略の構築状況調査、②持続可能な茶業に求められる要素の洗い出しのための、茶業従事者へのインタビュー調査と消費者アンケート調査、さらに小学生アンケート調査の実施、以上をもって、③持続可能な茶業のために何が必要となるかの検討を行いたい。茶農家側からのみでなく、大和茶を生産する地域における小学生に対して家庭内の茶文化の現状に関する調査研究を加えたことで、将来的な茶の消費動向もふまえた持続可能な茶業のための要素を導き出す。



図1 大和茶栽培地域(大和高原)

ⁱ 大和茶は、「100% 奈良県内で栽培されたお茶」という定義となる。(奈良県大和茶研究センターにおける2017年4月27日実施のインタビュー調査より)

3. 研究成果

関西地域の茶業の地域資源マネジメントに関する近年の先行研究については、宇治茶の一大生産地域である和束町で茶畑景観や茶文化を地域における資源としてまちの活性化に活用した茶源郷プロジェクトについて述べた和束町雇用促進協議会、和束町商工会（2012）のレポートがある。ここでは、茶畑景観、茶を取り巻く茶文化そのものを地域資源として扱っている。また、同じく和束町で生産される和束茶における栄養成分の分析と茶を使った食育についてまとめた細見（2012）がある。この論文は教育的な観点からまとめられており、本論文のように茶業そのものに着目した調査研究ではない。以上をふまえて、茶生産地域における地域資源の活用方法の手段として、大和茶の茶業経営におけるエコツアーの可能性について、Yamamoto（2016）では、大和茶生産地域でのインタビュー調査を行った。これは、Shimizu（2016）で紹介されたエコツアー事例の一環としてである。そこで、この地域における主要産業は茶業であり、茶にかかわる地域資源の持続可能性が地域に強く求められていることが理解できた。さらに、山本・清水（2018）では、2015年から実施してきた近畿農政局、奈良県、奈良市、山添村、大和高原北部土地改良区、茶農家、平安女学院大学ⁱⁱによる大和茶PRイベントの活動内容とその効果について取りまとめた。大和茶PRイベントで茶を試飲することによって将来に向けた大和茶への購買意欲がアップすることもアンケート調査結果より明らかにした。これらの経緯を踏まえて、本研究では、さらに大和茶の現状、さらには現時点の地域戦略でもある茶業振興基本計画における重点課題の把握とともに、茶農家へのインタビュー調査、2017年の秋実施の大和茶PRイベントにて試飲を行った人に対する日本茶および大和茶に対する消費者アンケート調査、さらに茶業や日本の茶文化の次世代を担う小学生に対する日本茶にかかわる生活アンケートを実施することで、様々な側面から持続可能な茶業をめざした地域資源マネジメントの要因を追求する。

3.1 茶業における地域資源マネジメント戦略の現状構築状況調査

奈良県は、茶生産地域として国内でも上位に属するエリアとなっている。農林水産省「茶統計年報」、「工芸作物統計」及び「作物統計」のデータを取りまとめた「平成29年度茶関係資料」によると、奈良県は静岡県、鹿児島県、三重県、宮崎県、京都府、福岡県などと並ぶ全国有数の荒茶生産量となる茶産地であり、茶生産量は必ずしも少なくはない。古くより大和茶の生産地域は近隣の宇治茶とともに茶どころとして有名である。しかしながら、近年の茶の栽培面積の減少は深刻な状況である。奈良県茶の栽培面積は、昭和60年に1,530haあったものが、平成28年には706haへとほぼ半分以下に減少していることがわかつ

ⁱⁱ 2017年からは京都大学も参加している。

ている。宇治茶の生産地である京都府では、昭和60年に1,730haであったのが、平成28年に1,580haとの微減となっているのに比較しても奈良県は大幅減となっているⁱⁱⁱ。一方で、価格に関する経年データを見てみると、緑茶（普通せん茶）の一番茶価格では、奈良県は、1キログラム当たりの金額において昭和60年に2114円であったのが、平成28年には970円と減少である。一方で京都府は、昭和60年に2,618円であったのが、平成28年に3,026円と増加となっている^{iv}。

奈良県には、茶業振興推進を目的とした中期課題と振興方針を5カ年毎に示す「茶業振興基本計画」が存在する。平成24年を基準年次とした25年～29年度までの5カ年計画について示している。これは、行政が打ち出したこの地域の茶業に関する地域資源マネジメント戦略の一つともいえる。以下に、この計画の記述より大和茶の現状を記す。表1によると、茶園管理の機械化により一戸あたりの経営規模は年々拡大している。また、農業法人組織は平成24年実績で6団体となり、大型機械を含めた機械化が進んでいることがわかる。また常用型摘採機の導入面積が平成24年実績で419haとなっていることから、組織化とともに広範囲で省力化が進んでいることがわかる。

表1 担い手の実績と計画

	年次	農家戸数	認定農業者数	認定農業者の作付シェア	エコファーマー認定	農業法人組織	乗用型摘採機導入台数	乗用型摘採機導入面積
実績	19年	1,010戸	133件	40%	11件	6団体	140台	224ha
	24年	485戸	126件	60%	54件	6団体	156台	419ha
計画	29年	400戸	110件	65%	60件	10団体	155台	465ha

「奈良県茶業振興基本計画」4頁より引用

奈良県には、昭和40年以降国営大和高原北部総合農地開発事業などで大規模に新規造成された茶園が309haあり、これらの茶園を含めて茶葉が適正に摘み取れる経済樹齢の35年程度を超えている茶樹も多々ある。そのため、生産性への影響が懸念される。製茶工場は平成6年ごろから再編整備され、FA（ファクトリーオートメーション）の大型工場の受益面積が県全体の約40%を占めている。流通の現状としては、平成10年より景気低迷による贈答用茶の需要減退・ペットボトル飲料の普及に伴うリーフ茶の消費減退により価格低迷

ⁱⁱⁱ 平成29年度茶関係資料3頁参照。このデータは、農林水産省「茶統計年報」、「工芸農作物統計」及び「作物統計」による。また、京都府では、平成22年に1580haとなってからは継続して同じ面積を維持している。

^{iv} 「平成29年度茶関係資料」40頁参照。

が心配されている。茶農家からの荒茶は90%が奈良県農業協同組合広域茶流通センターを通じて集出荷されており、農協を核とした施肥・栽培管理記帳運動、異物混入対策にも取り組んでいることには、高い評価がある。しかしながら、大和茶としての流通に関しては、大和茶は高原で栽培されていることもあり、全国的に見ても遅場産地であり^v、「大和茶」としての流通も少ないため、「大和茶」そのもののブランド力は弱いと記されている。

これらの現状を踏まえたうえで、重点振興対策として取り上げられているのが、表2に示す項目である。

表2 「奈良県茶業振興基本計画」における重点振興対策

(1)生産者の経営の安定	作業性と生産力の向上
	担い手の育成
(2)加工及び流通の高度化	大和茶のブランド力の向上
	加工施設の整備
(3)品質・付加価値の向上の促進	安全安心な大和茶の確保
	高品質化・付加価値の向上
(4)消費の拡大	大和茶の消費拡大
	食育への取り組み
	輸出への取り組み
(5)お茶の文化の振興	お茶の文化に関する理解の増進
(6)その他	生産指導体制

* 「奈良県茶業振興基本計画」2-3頁参照のうえ筆者作成

山本・清水（2018）で言及した大和茶PRイベントは、国をはじめ、複数の組織が協力しながら、表2（4）大和茶の消費拡大の目的のもとで開催されている。

さらに、教育・文化的側面での大和茶振興にかかわって基本自治体がどのような取り組みを行っているのかについて、インタビュー調査を行ったところ、奈良市は、「大和茶の煎茶体験」という急須を使用して大和茶を飲む授業を市内の小学生に対して行っている。詳細については、アンケート調査概要において後述する。さらに山添村においては、中学新一年生を対象とした茶業にかかわる青年部の協力のもと、茶の手もみ教室の後、もんだお茶を飲むという茶業に直結した授業を行っている。さらに、大和茶研究センターでは多くの小学校に施設見学の機会を与えている。実際に茶畑、茶摘み、茶工場を見学し、大和

^v九州地域などの一番茶が出てくる時期には、大和茶は標高の高いエリアでの栽培のため、まだ収穫ははじまっていない。通常、茶の価格は一番茶が一番高く、市場の取引は早ければ早いほど高値が付くという商慣習が存在する。（2018年4月22日株式会社静岡茶市場インタビュー調査より）その点において、大和茶の収穫が本格化するころには、他の地域での一番茶はすでに出荷しているという状況である点においてハンディがある

茶の生産加工プロセスの全体を学ぶ場を提供している。また、奈良市は、「茶良（ちゃら）」という大和茶をより深く知ってもらうための一般向けの活動を行っている^{vi}。「茶良」のホームページによると新茶の茶摘みの時期には、茶摘み体験も募集しており、茶に興味のある広い世代に普及啓蒙を行っている。

3.2 持続可能な茶業に求められる要素の洗い出し

3.2.1 茶農家の実態調査

茶業従事者である茶農家に対するインタビュー調査を茶の収穫が始まる前の2017年4月27日、一番茶が終了したのちの2017年8月18日に実施した。1.5～2時間で以下の質問内容についてたずねた。①お茶の生産農業について（茶業従事者数（雇用者含む）、後継者の有無）②生産の現況（地域、茶園数、土地所有権、年齢、茶の種類、機械設備、土地改良による点滴灌漑の導入）③販売ルート、消費者、加工方法についてである。

その結果、図2に示すように従来型の農協・茶商へ荒茶を売るタイプ（カテゴリーA）、伊藤園などの大手飲料メーカーとの包括契約を結ぶタイプ（カテゴリーB）、生産農家自らが、ネット販売などを通じて自らの茶を消費者まで届けるタイプ（カテゴリーC）、従来型の農協・茶商への販売ルートも確保しながら、自分の生産した茶を自らのブランドで売るハイブリッドタイプ（カテゴリーA+C）と様々なタイプが存在することが判明した。

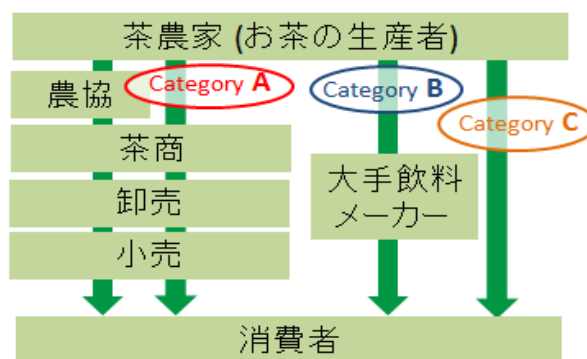


図2 茶農家から消費者への製品の流れと茶農家の分類

^{vi} お茶の奈良「茶良」のホームページに詳しい。 <https://www.yamatochara.com/> 2018/04/20 アクセス

(1) カテゴリーA

カテゴリーAは、大和茶生産農家において、一般的な販売ルートを持つグループである。前述の奈良県茶業振興基本計画では、90%が当てはまると記載されている。このカテゴリーに属する茶農家では、毎年、茶市場において荒茶の価格が変動することによって収入が不安定になることが問題となっている。この状況に対応するためにコスト削減や省力化を目指して、農業組合法人に入っている農家も多い。法人では、常勤作業員がいる茶工場を所有し、施肥方法等を含めた合理的な品質管理システムを共有している。農業法人の構成員の中で、茶農家を辞める場合は、他の構成員がその茶農家が所有していた茶畑を引き継ぐ形で茶園放棄地にならないように地域資源管理を行っている。

(2) カテゴリーB

近年ペットボトル飲料の消費高（消費量）は、茶葉よりも高い傾向にある。飲料メーカーである大企業と契約を結ぶ農家は固定価格で10年契約をしている。企業から求められるニーズにあわせて、ペットボトル飲料用のお茶を生産する。この地域では珍しく覆いを使わない露地栽培を実施している。また、摘み取り時期についても茶葉が大きく育った後に刈り取られることもあり、他のカテゴリーとは異なる栽培方法である。農家自身で常勤作業員を雇用し、茶園を経営している。企業との契約により安定した収入が得られるため、次世代の新規参入や茶農業の後継者を確保しやすいというメリットもある。また近隣で耕作放棄になりそうな茶園がある場合には、個別に委託をうけて栽培を行っている。

(3) カテゴリーC

このカテゴリーは農家独自の生産方法等に高い関心を持つ消費者に対して、直接的な販売ルートを確認している。品質や公正価格等のニーズについて消費者動向を判断し、高い販売単価を保っている。最終的なお茶の加工には、高性能な機械を使用することもあり、製品としてのお茶を保管する冷却施設も持っている。さらに、販売のための独自の情報管理、小売りのための常勤社員なども雇用している。有機農法や無農薬といった独自の付加価値を有する傾向があるのも特徴といえる。

(4) 農家の茶栽培サイクル

大和茶栽培地域における一般的な茶農家の茶栽培におけるサイクルは、5月の初旬に一番茶が終わったのちに、約1か月後に二番茶の刈り取りを行い、8月の第三週まで荒茶のための作業を行う。さらに秋には、樹勢を整えるために刈り揃え、それを秋番茶とする。消毒作業が9月終わりから10月にかけて行われる。一般的には12月中旬から1月中旬がもっぱら休みの期間となり、その後一番茶に向けて肥料を入れるなどの作業が行われる。茶業と合わせての米作も大規模にやっている農家もいるとのことであった。複数回の収穫

にあわせて、他の農産物の栽培もおこなうことが収入の安定的な確保につながっている。今後は、農閑期に何を行うのかが、茶農家の営農意欲につながり茶業の持続可能性を支える一つのカギとも考えられる。

3.2.2 消費者のアンケート調査と小学生へのアンケート調査～消費傾向と茶文化の現状

消費者が茶をどのように入手し飲んでいるのかという消費者アンケート調査に加えて、家庭内の茶文化の現状を知るために、小学生に向けたアンケート調査に加えて実施した。以下に、大和茶 PR イベントにて大和茶を試飲された方にむけた街頭アンケート調査『大和茶アンケート』と大和茶生産地を含む奈良市内の小学生に向けた『平成 29 年度大和茶授業のアンケート』の回答について取りまとめる。

(1) 『大和茶アンケート』

2017 年 11 月 11 日（土）の 10 時から 15 時の時間にて実施した近鉄奈良駅行基広場における大和茶 PR イベントの訪問者に対して大和茶の試飲茶を提供し、A3 サイズに印刷したアンケート項目のボードを提示して質問、回答内容をウェブアンケートサイトに入力する方式で行った。質問者、質問項目の提示者、ネットアンケートフォームへの入力者の役割分担をした 3 名を 1 組とし、全 6 組が担当した。質問紙は、日本語、英語、中国語で作成、2 組を中国語・英語担当とした。有効回答数は 218 となった。

回答者の属性については、女性が約 7 割、男性が約 3 割となった。（表 3）年齢構成においては、すべての年代に回答を得ることができた。（表 4）居住地域においては、国内が 8 割以上となった。（表 5）その中でも奈良県在住は、国内と回答した 190 のうち 68 となり、国内全体の 31.2%となっている。これはアンケート実施場所である近鉄奈良駅が観光名所に近い駅であると同時に地域居住者にとっても日常的に使う主要な駅であることに起因する。

表 3 性別

	性別(1つ選択)	回答数	割合
1	男性	63	28.9%
2	女性	151	69.3%
3	無回答・答えたくないなど	4	1.8%

表4 年齢

	年齢(1つ選択)	回答数	割合
1	20歳未満	10	4.6%
2	20歳代	27	12.4%
3	30歳代	32	14.7%
4	40歳代	48	22.0%
5	50歳代	32	14.7%
6	60歳代	42	19.3%
7	70歳以上	24	11.0%
8	その他	3	1.4%

表5 居住地

	現在、どちらにお住まいですか？国内ですか、海外ですか(どちらか1つ)	回答数	割合
1	① 国内	190	87.2%
2	② 海外	28	12.8%

日本茶全般の消費動向として日本茶のいれ方そのものについてたずねたところ、「急須でいれる」人が約半数、次に続く「ペットボトル飲料」、「ティーバッグ」がほぼ同じ割合となっている。また、その他の回答として多かったものに、やかんやポットで茶葉を入れて沸かすという回答が4あった。(表6)

表6 日本茶のいれ方

Q1	あなたが最もよく飲む日本茶のいれ方は？(1つ選択)	回答数	割合
1	急須でいれる	104	47.7%
2	ティーバッグでいれる	50	22.9%
3	ペットボトル飲料	51	23.4%
4	缶入り飲料・紙パック飲料	2	0.9%
5	給茶機	4	1.8%
6	その他	7	3.2%

次に日本茶の選択で重視するポイントについての質問については、一番重視するのは、「味」であり、半数を超えた。続いて、価格、ブランド（銘柄、生産地など）が続いた。その他の回答において目立ったものは、プレゼントやもらい物であり、自らが買うことが

ないという回答が7あった。(表7)

表7 日本茶の選び方

Q2	あなたは、どのように日本茶を選んでいますか？(複数回答)	回答数	割合
1	味	126	57.8%
2	価格	70	32.1%
3	パッケージ(ティーバッグや小分け)	15	6.9%
4	パッケージデザイン	8	3.7%
5	ブランド(銘柄, 生産地など)	52	23.9%
6	手軽さ(手に入れやすい)	37	17.0%
7	その他	16	7.3%

日本茶の普段の購入場所については、「スーパーマーケット・コンビニエンスストア」が半数を超えた。その次には、「茶専門店・デパート」で2割となっている。一般的には、通常の買い物のついでに日本茶を購入していることがわかる。また、コンビニエンスストアに関しては、ペットボトル茶の購入も含まれると考えられる。(表8)

表8 日本茶の購入の場所や機会

Q3	日本茶を普段、どのような場所・機会で購入していますか？(1つ選択)	回答数	割合
1	茶専門店・デパート	49	22.5%
2	スーパーマーケット・コンビニエンスストア	121	55.5%
3	デパートやスーパーのインショップ(コーナー販売, 期間限定出店)	5	2.3%
4	アンテナショップなど地域物産販売店(例: 奈良まほろば館, 京都館)	4	1.8%
5	茶産地の現地直売所・お土産店	9	4.1%
6	通信販売(電話またはFAX)	4	1.8%
7	通信販売(パソコンやスマホなどインターネット利用)	7	3.2%
8	飲食店での販売(試飲も兼ねる)	1	0.5%
9	その他	18	8.3%

大和茶の知名度については、知らなかったという回答が4割以上と高く、よく知っていたという回答よりも多くなる。全般的に知名度が高いとは言い難い結果となった。(表9)

表 9 大和茶の知名度

Q4	これまで大和茶について(1つ選択)	回答数	割合
1	知らなかった	98	45.0%
2	名前は聞いたことがあったがよく知らなかった	33	15.1%
3	なんとなく知っていた	24	11.0%
4	良く知っていた	62	28.4%
	無回答	1	0.5%

大和茶を試飲した際のイメージに合う言葉を選んでもらったところ、実際の試飲の印象としての言葉である「まろやかな」という言葉が3割を超えている。また「和風」、「健康的」というイメージも高い割合となった。一方で、「おしゃれな」「フォーマル」、「プレゼント」、「高価な」というイメージは低いという結果になった。試飲では紙コップを使用したことも影響している可能性はあるが、いずれも親しみやすい身近な存在として大和茶をとらえている傾向が見受けられる。(表 10)

表 10 大和茶のイメージ

Q5	問 5. 今、試飲した大和茶のイメージに合う言葉を選んでください(いくつでも)	回答数	割合
1	日常的な	29	13.3%
2	おもてなし	23	10.6%
3	さわやかな	26	11.9%
4	和風	50	22.9%
5	フォーマルな	6	2.8%
6	まろやかな	71	32.6%
7	高価な	9	4.1%
8	伝統	23	10.6%
9	おしゃれな	2	0.9%
10	ゆったり	28	12.8%
11	健康的な	44	20.2%
12	やさしい	41	18.8%
13	手軽な	13	6.0%
14	プレゼント	6	2.8%
15	安心	16	7.3%
16	親しみやすい	37	17.0%

大和茶の購入にあたって、入手したい情報については、「茶葉の特徴」が一番多く、さらには「お茶の煎れ方」がそれに続いている。今回のイベントでは、茶農家が試飲会場にて急須を使って暖かいお茶をふるまったことから、おいしいお茶の煎れ方という点に注目が集まった可能性がある。(表 11)

表 11 大和茶購入のための情報

Q6	あなたが大和茶を購入するなら、どのようなことを知りたいですか？（いくつでも）	回答数	全体 (n=218)%
1	お茶の煎れ方	81	37.2%
2	茶葉の特徴	96	44.0%
3	お茶の効能	47	21.6%
4	茶葉の生産方法	22	10.1%
5	茶葉を作っているひと	25	11.5%
6	茶葉の生産地	41	18.8%
7	茶葉の活用方法(料理・菓子)	6	2.8%
8	茶葉の活用方法(日用品)	4	1.8%
9	その他	7	3.2%

大和茶の購入できる場所の希望として挙げられているのは、日本茶を普段購入している場所の回答と同じく「スーパーマーケット・コンビニエンスストア」が半数を超えている。続いて「茶専門店・デパート」との回答となっている。これは大和茶と日本茶で傾向は変わらないことがわかった。(表 12)

表 12 大和茶購入の場所や機会

Q7	あなたが大和茶を購入するなら、どのような方法で購入したいですか？3つまで選んでください。（複数回答）	回答数	割合
1	茶専門店・デパート	70	32.1%
2	スーパーマーケット・コンビニエンスストア	123	56.4%
3	デパートやスーパーのインショップ(コーナー販売, 期間限定出店)	27	12.4%
4	アンテナショップなど地域物産販売店(例: 奈良まほろば館, 京都館)	30	13.8%
5	茶産地の現地直売所・お土産店	35	16.1%
6	通信販売(電話または FAX)	5	2.3%
7	通信販売(パソコンやスマホなどインターネット利用)	18	8.3%

8	飲食店での販売(試飲も兼ねる)	12	5.5%
9	その他	2	0.9%

また、茶畑を見た経験があるかどうかについての設問については、見たことがあるとの回答が約 8 割弱となった。(表 13)

表 13 茶畑を見た経験の有無

Q8	茶畑を見たことがありますか？(1つ選択)	回答数	割合
1	はい	169	77.5%
2	いいえ	46	21.1%
3	わからない	2	0.9%
	無回答	1	0.5%

(2) 『大和茶授業アンケート』

奈良市内の小学生に対して奈良市が実施している「大和茶の煎茶体験」という急須を使って大和茶を飲む授業の一環として実施するアンケート調査項目の中で家庭内の茶文化の現状についてたずねた。このアンケートは、大和茶栽培地域の将来的な茶業の担い手であり、次世代の茶の消費者である若い世代が家庭でどのような茶の消費を行っているかについて明らかにすることを目的とした。実施時期は、2017年11月30日(木)から2018年2月9日(金)奈良市内の小学校5校に実施した。対象学年とクラスの人数は表14のとおりである。授業内にて急須で大和茶を味わった後に、大和茶に関連するアンケート項目について回答を求めた。今回の調査では、有効回答数は236となった。内訳としては、小学3年生が230名、小学4年生が19名、小学5年生が14名であった。(表14)

表 14 『平成 29 年度大和茶授業のアンケート』実施の概要

実施日時	小学校区分	学年 クラス	人数
11月30日(木) 3限 10:45-11:30	A 小学校	3年生1クラス(1組17名) 4年生1クラス(1組19名)	36
12月5日(火) 3限 10:50-11:35	B 小学校	5年生1クラス(1組14名)	14
12月7日(木) 1限 8:45-9:30 4限 11:30-12:15	C 小学校	3年生4クラス(1組29名、2組28名、 3組29名、4組29名)	115

1月19日(金) 3限 10:45-11:30 4限 11:35-12:20	D小学校	3年生2クラス(1組25名、2組24名)	49
2月9日(金) 2限 9:35-10:20 3限 10:45-11:30	E小学校	3年生2クラス (1組25名、2組24名)	49

普段よく飲んでいる飲み物については、むぎ茶が6割弱と高い割合となった。また、緑茶、ほうじ茶と続くが1割以下の結果となった。(表15)

表15 日常生活での飲物

Q 1	普段、よく飲んでいる飲物は何ですか？		回答数	割合
1	むぎ茶		140	59.3%
2	緑茶		20	8.5%
3	ほうじ茶		20	8.5%
4	ジュース		18	7.6%
5	その他		38	16.1%
	その他の内訳	ウーロン茶	2	0.8%
		牛乳	5	2.1%
		水	14	5.9%
		ルイボスティー	3	1.3%
		上記以外の飲物 (カモミヤール茶・黒豆茶・ゲアハ茶・ 紅茶・コーン茶・コーンポタージュ・ スパードリンク・たまねぎ茶・ どくだみ茶・プアル茶・ はとむぎ茶・番茶・抹茶・ ミルクティー・ヤルト・野菜ジュース他)	14	5.9%

また、家でよく飲むお茶が、どのような形式で飲まれているかについては、煮出したお茶との回答が91人の回答となり4割弱となった。これは、表15の結果をふまえると日常的に飲まれている麦茶やほうじ茶に起因すると推測される。さらにティーパックのお茶が68人で3割弱、ペットボトルのお茶が45人で2割弱と続くが、家でお茶は飲まないとの

回答も 12 人あったことから、家庭内での茶離れも推測される。(表 16)

表 16 家庭で飲むお茶

Q2	家でよく飲んでいるお茶は何ですか？	回答数	割合
1	急須で入れたお茶	13	5.5%
2	煮出したお茶	91	38.6%
3	ティーパックのお茶	68	28.8%
4	ペットボトルのお茶	45	19.1%
5	家でお茶は飲まない	12	5.1%
6	その他	2	0.8%
7	わからない	2	0.8%

今回の大和茶授業では急須を使い、実際に緑茶を飲んだが、自宅に急須があるかどうかについては、あるとの回答が 126 人で半数を超えたものの、ないとの回答が 96 人で約 4 割となっている。急須が自宅で認識できる状況ではないという意味で、わからないという回答が 14 人あったことから、家庭内において急須で茶を飲むという文化そのものが失われつつあることが危惧される。(表 17)

表 17 家庭における急須の有無

Q3	家に急須はありますか？	回答数	割合
1	はい	126	53.4%
2	いいえ	96	40.7%
3	わからない	14	5.9%

今まで急須で入れたお茶を飲んだことがあるとの回答が 143 人で 6 割を超えたが、飲んだことがないという回答も 85 人あり、これは決して少ないとは言えない数である。

表 18 急須を使った茶を飲んだ経験

Q4	今まで、急須で入れたお茶を飲んだことはありましたか？	回答数	割合
1	はい	143	60.6%
2	いいえ	85	36.0%
3	わからない	8	3.4%

今後煎茶の大和茶を飲みたいという回答が 187 人で 8 割弱となっている。しかし、2 割の 48 人は飲みたいくないという回答もあり、一定数の小学生が煎茶そのものの味を受け入れにくいと感じている現状も把握できた。(表 19)

表 19 将来にむけて大和茶を飲みたいか

Q 5	これから大和茶を飲みたいですか？	回答数	割合
1	はい	187	79.2%
2	いいえ	48	20.3%
3	わからない	1	0.4%

煎茶の大和茶をどのような時に飲みたいかという質問については、6 割弱の 137 人が「おじいちゃん、おばあちゃんといっしょの時」また、同じような回答として 4 割弱の 89 人が「家族がそろった時」との回答をしており、自分よりも年配の家人とともに飲みたいと認識していることがわかる。さらに寒い季節にあたたかい煎茶を飲んだことも影響しているのか「寒い時」という回答が半数以上の 125 人となった。さらに「おやつの時」が朝ご飯や夜ご飯の時という回答よりも高いことから、ゆっくりと団らんしながら茶を楽しむことを望んでいることがわかる。(表 20)

表 20 大和茶を飲む場面

Q6	どんなときに大和茶を飲みたいですか？(複数回答)	回答数	割合
1	朝ごはんの時	53	22.5%
2	夜ご飯の時	64	27.1%
3	おやつの時	80	33.9%
4	喉がかわいた時	69	29.2%
5	学校がお休みの時	54	22.9%
6	友達が来た時	57	24.2%
7	家族がそろった時	89	37.7%
8	おじいちゃん、おばあちゃんといっしょの時	137	58.1%
9	寒い時	125	53.0%
10	暑い時	54	22.9%
11	その他	15	6.4%

食べ物との組み合わせについては、回答の多い順に「おまんじゅう」と合わせたいという回答 6 割以上の 152 人、続いて、「お寿司」がほぼ半数の 117 人、「おせんべい」が半数弱の 112 人となった。いずれも和の食材との組み合わせを望む傾向が判明した。(表 21)

表 21 大和茶と食べ物

Q 7	何の食べ物といっしょに大和茶を飲みたいですか？	回答数	割合
1	おまんじゅう	152	64.4%
2	おせんべい	112	47.5%
3	ケーキ	41	17.4%
4	クッキー	59	25.0%
5	お寿司	117	49.6%
6	ご飯（白米）	70	29.7%
7	パン	26	11.0%
8	豚まん	35	14.8%
9	その他	38	16.1%

奈良の伝統食の一つに、煮出した茶汁で米またはご飯を煮た粥である「茶粥」が存在する。これを食べたことがあるかどうかについてたずねたところ、「一度も食べたことがない」との回答が 6 割を超える 146 人となった。よく食べるが 6 人、時々食べるが 27 人であることを勘案しても、奈良における茶粥は小学生の世代、そして茶粥を提供する親世代において日常的に食するものとはなっていないことがわかる。(表 22)

表 22 日常生活における茶粥

Q 8	茶粥を食べたことがありますか？	回答数	割合
1	よく食べる	6	2.5%
2	時々食べる	27	11.4%
3	一度は食べたことがある	50	21.2%
4	一度も食べたことがない	146	61.9%
5	分からない	5	2.1%

4. 考察

4.1 茶業における地域資源マネジメント戦略

基礎統計データから奈良県における茶業は、荒茶の販売価格が下落し茶農家の持続可能

な茶業が成り立ちづらくなっていることがわかる。そこで、「奈良県茶業振興計画」においては、生産者の経営の安定、加工流通の高度化、品質・付加価値の向上の促進、消費の拡大、お茶の文化の振興、その他という6つの重点振興課題をとりあげ、茶農家の負担を軽減するための大型機械化、省力化をすすめ、生産能力をあげるとともに、「大和茶」そのもののブランド力の強化と茶への文化的・教育的理解などの幅の広い対応を行っている。確かに奈良県は早い段階から個人工場ではなく、共同工場を有し、機械化することで効率化したことで収穫量をあげてきたという歴史もある。さらに奈良全域をカバーする統一農協でお茶に関連する茶市場、製茶、冷蔵保管といった多種多様な役割を農協が担っており、大和茶において茶農家と農協はより深い関係にあるという特徴がある。しかしながら、この計画の中に言及されているのは、農協へ荒茶を持ち込む9割の従来タイプの茶農家を主に念頭に策定されているのではないかともおもわれる。

4. 2 茶農家へのインタビュー調査

次に、茶業従事者である茶農家に対する調査の結果、従来型の農協・茶商へ荒茶を売るタイプ（カテゴリーA）、伊藤園などの大手飲料メーカーとの包括契約を結ぶタイプ（カテゴリーB）、生産農家自らが、ネット販売などを通じて自らの茶を消費者まで届けるタイプ（カテゴリーC）、従来型の農協・茶商への販売ルートも確保しながら、自分の生産した茶を自らのブランドで売るハイブリッドタイプ（カテゴリーA+C）と様々なタイプが存在し、それぞれ持続可能であるやり方が異なることがわかった。しかしながら、持続可能な茶業に求められる要素として、人材、インフラ、投資と収入のバランスの共通する三点があげられる。第一の人材については、茶農業の後継者、新規就農者の雇用（雇用創出）が挙げられる。茶農業を引き続き持続可能に継続するためには、後継者や常勤作業員（地元茶業従事者等）を確保する必要がある。また、次世代に茶農業の知識や実務の引き継ぎがなされなくてはならないことも明らかになった。第二に、インフラについてである。茶畑の拡大、農業設備、機械、貯蔵施設などがあげられる。茶業従事者の高齢化が進んでいるが、機械化による省力化が望まれると同時に、カテゴリーAなどでは、茶市場の入札価格の変動に対応するためある程度の茶畑の拡大が必要になってくる。カテゴリーBにおいても、大手飲料メーカーの要求する品質を確保するための適切な施設改修は不可欠となる。カテゴリーCでは、自らの製品を製茶する工程に加えて、貯蔵する設備も求められる。タイプは違うものの、インフラ整備は不可欠となる。第三に、投資と収入のバランスである。第二のインフラとも大きくかかわるが、投資を行う対象物と収入のバランスをそれぞれのカテゴリーが精査しなくてはならない状況である。カテゴリーAでは、持続可能な経営のための機械化、大型化、より広い茶畑の確保のための投資が必要である。また、カテゴリーBでは、長期包括契約の継続のための設備導入の投資と収入のバランスを考慮することが必要となる。さらにカテゴリーCでは、消費者による継続的購買のために消費者の嗜好に

合わせた商品開発と販売ルートの確立のための投資などが必要不可欠となる。また、一度これらのカテゴリーに属してしまうと、他のカテゴリーに完全移行することは、まったく異なる商慣習を打ち立てることとなり、かなりの労力を要することも分かった。

4. 3 アンケート調査-消費傾向と茶文化の現状把握

前述の大和茶 PR イベントでの消費者動向アンケート調査の結果より、日本茶の飲み方が茶葉使って急須でいれるという従来の方式から、ティーバックやペットボトルといった多様な形へと変化してきていることがわかった。さらに日常においてはスーパーマーケットやコンビニで日本茶を買うことが多く、大和茶においても同じように購入できることを望んでいることが判明した。山本・清水（2018）でも言及したように、今回の調査においても奈良県外での大和茶の知名度が高くないことが再確認できた。また、大和茶のイメージについては、高級・プレゼントといった特別なものではなく、日常使いで楽しめるカジュアルなものが多数であった。

さらに、奈良市内の小学生へのアンケート調査は、回答者本人の嗜好を反映するものでもあるが、回答を通じて家庭で茶を提供する親世代から子世代への食文化の引継ぎがどのように行われているのかを知ることができた。今回の大和茶授業は急須でいれる煎茶を対象としたものであったので、カフェイン摂取を危惧する家庭があることも差し引いて考える必要があるとしても、茶粥に代表される奈良でなじみの深いと考えられているほうじ茶の文化に関しても、小学生を持つ家庭で十分には引き継がれていないのではないかと危惧される。煎茶を飲みたい場面として、おじいちゃん、おばあちゃんと一緒の時や家族団らんの時、さらにはおやつの時間などゆったりしている時間に楽しみたいと考えていることがわかった。また、和食のおまんじゅうやお寿司を食べるときにお茶を飲みたいと考えている小学生が多い。全体的に、「和」「年配」「家族」「団らん」というイメージが日本茶にあることが判明した。また、このような煎茶体験があったことによって、今後大和茶を飲んでみたいという積極的な意見へと変化した効果については特筆に値する。

4. 4 他府県の茶市場の比較からみた考察

今回対象とした大和茶の事例を他府県と比較するために他産地でも調査を行った。特に大和茶における茶業の持続可能性を論じる際に問題となるのは価格の低迷である。特に大多数のカテゴリーAに属する茶農家は取引価格の変動によって収入も変動する。そのことが茶農家の生活を不安定なものにしているのは否めない。現在の奈良県内の茶市場は、奈良農協（JA ならけん）によって運営されている。茶市場において茶農家が運び込んだ茶の価格が決められるが、指定商社による入札方式となっている。現在 37 社ある登録茶商の多くは歴史的に宇治茶を取り扱う茶商が多数となっており、奈良県内の茶商はほんの少数で

ある^{vii}。大和茶は、近隣の宇治茶やそのほかの茶の材料として取り扱われており、「大和茶」ブランドそのもので消費者の手元に届くのは多くないことを意味している。以上をふまえて、他府県の状態と比較を行うために茶市場の運営についてのインタビュー調査を行った。京都府の茶市場は、全農京都が運営しており、京都府内の参加商社多数で取引がなされている^{viii}。京都の茶商は自らも自分の茶園を持つ茶農家であることも少なくない。京都府内の茶を買い支えることが、自らと近隣の茶農家を支えることにつながる認識は存在する。さらに、静岡茶のケースでは、静岡茶市場が農協とは異なる株式会社として成立しており、相対取引で茶農家誰でもが参加できる形式をとっている。地域の農協が入ることもある。茶市場に参加できる静岡県内の茶農家で構成される大手生産者団体などは連日買い手の茶商などと顔を合わせて直接茶葉を見ながら値段を交渉している。この交渉の間に静岡茶市場のスタッフが入って価格が決定する^{ix}。県内茶の取引と県外茶の取引は分けられており、異なる時間で実施されている。その点でも、静岡県内産の茶とそれ以外を区別し守っていることもわかる。

5. 結論

大和茶の統計データ、奈良県茶業振興基本計画に記された現在の戦略の把握、茶農家へのインタビュー、消費者アンケート調査、小学生へのアンケート調査を行い、多面的に持続可能な茶業に必要な要素について検討してきた。結論を変えて、茶業振興基本計画の内容を基礎に今後新たに持続可能な茶業を目指すために何が必要であるのかについて、いくつかの提言を行いたい。

茶農家は、茶の取引価格の低迷と不安定な取引価格の変動に対応し、安定した収入を得る方法として、飲料メーカーとの直接契約方式、直接販売方式といった新たなスタイルを生み出してきた。現在も大多数を占める農協に茶を納める農家においても、農業法人設立方式を採用することによって、大規模茶工場、機械の導入による省力化といった様々な工夫を行っている。この後の戦略としては、支援がどこかの方式に偏らないように、多様化しつつある茶農家の経営スタイルを受け入れて多種多様なニーズに合わせた農家支援策を打ち出す必要がある。また、消費者アンケートからは、茶はペットボトルから急須で淹れるリーフ茶まで多種多様な方法で飲まれており、コンビニやスーパーマーケットで茶を入手することが当たり前になっていることが分かった。「大和茶」におけるイメージは単価の高い贈答用高級茶葉ではなく、まろやか、健康、親しみやすいといった日常に飲みたいお茶であった。この点において、「大和茶」ブランドをどのような戦略で売っていくかのヒントがある。これは、日常に手が届かない高級贈答用の茶ではなく、コンビニやス

vii 2018年3月26日 J Aならけん 販売部茶業課 インタビューより

viii 2018年4月16日 全農京都 インタビューより

ix 2018年4月22日 静岡茶市場 県内茶取扱い時の茶市場見学とインタビューより

スーパーマーケットでの販売も含めて、身近に親しみやすい毎日の日常にある茶を目指すことが市場からは求められていることに他ならない。また、「大和茶」の知名度をあげるために、ほかの茶にはない「大和茶の特徴」をわかりやすく打ち出すことも求められる。これができる初めて「大和茶」しかない付加価値を確立することが可能なのだと思われる。従来の茶農家が目指してきた高級煎茶としての「宇治茶」の原材料として茶市場で高く受け入れられる茶は「宇治茶」の特徴の一部を担うものであって、「大和茶」そのものの特徴として打ち出しにくい可能性もある。一般消費者とくに県外の人に「大和茶」ブランドを確立するためには、この特徴の確立が不可欠である。ただし、このような「大和茶」ブランドの確立をすべての茶農家が求めているわけではないことに留意すべきである。また、奈良県大和茶エリアの一般市民における茶文化は高価格で販売されるかぶせ煎茶の文化ではなく、茶粥に代表される庶民的な低価格のほうじ茶文化であることも踏まえたうえで、「大和茶」ブランディングの方向性を定めることも重要である。ブランド化一般に言われることであるが、「大和茶」という奈良県産お茶というくくりは、地域の茶農家にとっては納得できるものではないという現状もある。より小さい地域での「月ヶ瀬茶」「山添茶」といった地名のついた茶のブランディングをしたいと望む茶農家も少なくない。静岡においても「静岡茶」とひとくくりにはされたくないと思う茶農家も多く、「掛川茶」「本川根茶」「本山茶」などといった地域名との両立をどのように図るかということに悩みを持っている^x。これは、大和茶に限らず、ブランドの確立のために合意をとっていかなくてはならない点である。小学生アンケートからは、ほうじ茶をふくめて日本茶は日常生活であまり飲まれていないことがわかる。また、伝統食の茶粥についてもなじみがない。しかしながら、授業として小学生の段階から地域産業としての「大和茶」に触れて、理解することによって、今後はお茶を飲んでいきたいという印象に代わっている点において、教育の場が家庭に代わり茶文化をはぐくむきっかけを与えていることが分かる。今後もこのような形での教育現場からの「大和茶」の認知度を高める戦略は必要だと思われる。他府県の事例もみても、取引の価格決定の折に地域の茶を買い支える制度や文化は一朝一夕には培われるものではない。しかしながら、地元大和茶への理解を深めようと幼いころから茶に触れることのできる教育をうけることによって、将来の大和茶の文化が築かれるものと考えている。そのことによって、持続可能な茶業としての商品としての茶の価値も高まるものと期待している。茶の文化社会的な側面を重視することこそが商品としての茶の価値を高めることにつながっていると考える。

6. 謝辞

本研究は、公益財団法人たばこ総合研究センターの研究助成により大いに助けられた。

^x 2017年3月7日 静岡市役所 農業政策課 茶担当 インタビューによる

審査員の先生には、討論の場、さらには中間報告書のコメントにて適時ご指導ご鞭撻をいただき、多くの示唆を得ることができた。また、調査に協力してくださった近畿農政局、奈良県、奈良市、山添村、大和高原北部土地改良区をはじめとした多くの関連機関の皆様、快くインタビューを受けてくださった茶農家の方々、アンケートの回答をいただいた皆様、また京都府・静岡県等の他府県における茶地域の関連機関の皆様にも大変お世話になった。また、小学生に向けたアンケート調査票に関しては、教育学的知見から、平安女学院大学陳虹ブン先生、松本歩子先生にアドバイスをいただいた。ここに記して、すべての皆様に感謝申し上げる。

7. 参考文献

- ・細見和子、「京都府和束町における茶葉の生産とその利用について」、『神戸女子短期大学論攷』、2012、57巻、55-63頁。
- ・和束町雇用促進協議会、和束町商工会、「観光まちづくりレポート茶畑景観や茶文化などの地域資源を活用したまちづくり「茶源郷プロジェクト」を推進」、『センター月報』、2012、2012年第1号、26-29頁。
- ・山本芳華、清水夏樹「持続可能な茶業をめざした地域資源マネジメント - 大和茶普及イベントを通じた商品開発の動向把握について -」、『平安女学院大学研究年報』、2018、18号34-42頁。
- ・Natsuki Shimizu (2016) “The Evolution of Ecotourism: Concept and Meaning to CoHHO” The 11th Inter-University Workshop on Education and Research Collaboration in the Indochina Region, NOVOTEL hotel in Bangkok, Thailand, 2016/11/13. 【学会発表】
- ・Yoshika Yamamoto (2016) “Sustainable Green Tourism in Yamato-cha of Nara” The 11th Inter-University Workshop on Education and Research Collaboration in the Indochina Region NOVOTEL hotel in Bangkok, Thailand, 2016/11/13. 【学会発表】
- ・Yoshika Yamamoto and Natsuki Shimizu (2017) “A Study on the Tea Farming Types for Considering Sustainable Local Resource Management on the Yamato-cha, Nara Prefecture” International Symposium on the Education & Research of the Global Environmental Studies in Asia, Ta Quang Buu Library Building, Hanoi University of Science and Technology, in Hanoi, Vietnam, 2017/11/1. 【学会発表】

8 参考資料

本研究のアンケート調査において用いた『大和茶 アンケート調査』（日本語）と『平成29年度大和茶授業のアンケート』を付記する。

問 1. (1つ選択) あなたが最もよく飲む日本茶のいれ方は？

- ①急須でいれる
- ②ティーバッグでいれる
- ③ペットボトル飲料
- ④缶入り飲料・紙パック飲料
- ⑤給茶機
- ⑥その他

問 2. (複数回答) あなたは、どのように日本茶を選んでいきますか？

- ①味
- ②価格
- ③パッケージ (ティーバッグや小分け)
- ④パッケージデザイン
- ⑤ブランド (銘柄, 生産地など)
- ⑥手軽さ (手に入れやすい)
- ⑦その他 ()

問 3. (1つ選択) 日本茶を普段、どのような場所・機会で購入していますか？

- ①茶専門店・デパート
- ②スーパーマーケット・コンビニエンスストア
- ③デパートやスーパーのインショップ (コーナー販売, 期間限定出店)
- ④アンテナショップなど地域物産販売店 (例: 奈良まほろば館, 京都館)
- ⑤茶生産地の現地直売所・お土産店
- ⑥通信販売 (電話またはFAX)
- ⑦通信販売 (パソコンやスマホなどインターネット利用)
- ⑧飲食店で販売 (試飲も兼ねる)
- ⑨その他 ()

問 4. (1つ選択) これまで、大和茶について

- ①知らなかった (初めてきいた)
- ②名前は聞いたことがあったがよく知らなかった
- ③なんとなく知っていた
- ④良く知っていた

問 5. (複数回答) 今、試飲した大和茶のイメージに合うことばを選んでください。

① 日常的な	⑤ フォーマルな	⑨ おしゃれな	⑬ 手軽な
② おもてなし	⑥ まろやかな	⑩ ゆったり	⑭ プレゼント
③ さわやかな	⑦ 高価な	⑪ 健康的な	⑮ 安心
④ 和風	⑧ 伝統	⑫ やさしい	⑯ 親しみやすい

問 6. (複数回答) あなたが大和茶を購入するなら、どのようなことを知りたいですか。

- ①お茶のいれ方
- ②茶葉の特徴 (香り, うま味・甘み, 渋み, コク)
- ③お茶の効能
- ④茶葉の生産方法
- ⑤茶葉を作っているひと
- ⑥茶葉の生産地
- ⑦茶葉の活用方法 (他の料理や菓子など)
- ⑧茶葉の活用方法 (日用品など)

問 7. (3つ選択) あなたが大和茶を購入するなら、どのような方法で購入したいですか？3つまで選んでください。

- ①茶専門店・デパート
- ②スーパーマーケット・コンビニエンスストア
- ③デパートやスーパーのインショップ (コーナー販売, 期間限定出店)
- ④アンテナショップなど地域物産販売店 (例: 奈良まほろば館)
- ⑤茶生産地の現地直売所・お土産店
- ⑥通信販売 (電話またはFAX)
- ⑦通信販売 (パソコンやスマホなどインターネット利用)
- ⑧飲食店で販売 (試飲も兼ねる)
- ⑨その他 ()

大和茶 アンケート調査（日本語）

問 8. (1つ選択) あなたはこれまでに茶畑を見たことがありますか?

- ①はい ②いいえ ③わからない

問 9. (1つ選択) あなた自身について教えてください

(1) 性別 ①男 ②女 ③無回答

(2) (1つ選択) 年齢

①20歳未満

②20歳代

③30歳代

④40歳代

⑤50歳代

⑥60歳代

⑦70歳以上

(3) (1つ選択) 現在、どちらにお住まいですか? 国内ですか、海外ですか (どちらか1つ)

①日本国内

②海外

(4) (自由記入) 県名もしくは国名を教えてください

→地図ボードにシールを貼ってください!

平成29年度 大和茶授業のアンケート

今日の大和茶の授業はどうでしたか？

これからも、奈良市役所では、もっとみなさんに大和茶を楽しんでいただけるように様々な取組みを行っていきます。みなさんの感想を参考にさせていただきますので、アンケートに答えてくださいね！

↓

(1) 普段、よく飲んでいる飲物は何ですか？（1つだけに○を）

1. むぎ茶
2. 緑茶
3. ほうじ茶
4. ジュース
5. その他（ ）

↓

(2) 家で、よく飲んでいるお茶はどれですか（1つだけに○を）

1. お茶の葉を急須でいれたお茶（授業と同じ） 
2. お茶の葉を煮たお茶 
3. ティーバッグのお茶 
4. ペットボトルのお茶 
5. 家でお茶は飲まない
6. そのほか（ ）

↓

(3) 家に急須はありますか？

1. はい
2. いいえ

↓

(4) 今まで、急須でいれたお茶を飲んだことはありましたか？

1. はい
2. いいえ



↓

(5) これからも授業で飲んだような大和茶を飲みたいですか？

1. はい
2. いいえ

(6) どんな時に大和茶を飲みたいですか？(あてはまるもの全部に○を) ←

1. 朝ごはんの時
2. 夜ごはんの時
3. おやつの時 ←
4. 暇がかわいた時
5. 学校がお休みの時
6. 友達が来た時 ←
7. 家族がそろった時
8. おじいちゃんおばあちゃんと一緒の時 ←
9. 寒い時
10. 暑い時 ←
11. そのほか() ←

←

(7) 何の食べ物と一緒に大和茶を飲みたいですか？(あてはまるもの全部に○を) ←

1. おまんじゅう
2. おせんべい
3. ケーキ
4. クッキー ←
5. お寿司
6. ご飯(白米)
7. パン
8. 豚まん ←
9. そのほか() ←

←

(8) 奈良の伝統食「茶がゆ」(ほうじ茶でたいたおかゆ)を食べたことがありますか？ ←

1. よく食べる
2. 時々食べる ←
3. 一度は食べたことがある
4. 一度も食べたことがない ←



←

(9) 今日のお茶の採葉の感想を教えてください。 ←

|



ご協力ありがとうございました！ ←

9 英文アブストラクト

Challenges for Sustainable Local Resource Management of Japanese Tea Farming – A Case Study of Yamato-Cha

YAMAMOTO, Yoshika (St. Agnes', Heianjogakuin University)

SHIMIZU, Natsuki (Kyoto University)

Yamato-Cha is a Japanese tea produced mainly in the Yamato highlands in the northeast of Nara prefecture. This paper examines the risks involved in creating and maintaining sustainable local resource management for Yamato-Cha farming. Questionnaire and interview surveys were conducted with various stakeholders. The findings are as follows: 1) Over the last decade, declining tea prices have threatened farmers' sustainable livelihoods. 2) Tea farmers are trying new business models to avoid damage to their livelihoods by tea-price volatility. 3) Average consumers have an image of Yamato-Cha as casual and friendly, not as expensive and suitable as gifts. 4) There is a serious decline in traditional tea culture, even in the Yamato-Cha production area. We recognize the need to preserve the cultural background of sustainable tea consumption. As a result, the approach towards a sustainable local resource management strategy needs to be from a cultural as well as commodity perspective.