

【省力化への取り組みと製品茶の販売拡大】

Bさん： まず、霧山茶業組合の法人設立についてですが、今日来ている4名とも2代目になります。親の代に始めた事業でして、昭和40年頃にその当時の夫の親達が、朝も暗いうちから夜も星が出るまで、そういう仕事をしながらも、なかなか生活が安定しない、苦しい生活をしていて「公務員並み、せめて地元の農協の職員並みの生活をしたい」、「安定した給料を得たい」、そういうことを目標にあげて、農業でどうやって実現していくかということから始まった事業だと聞いております。

5戸10名の仲間と共に始めて、昭和42年頃から場所を選定し、用地の取得、造成、植栽し、昭和58年の4月に農事組合法人という形で正式に設立しました。

平成7年に5戸の農家のうちの3戸の方が、後継者が育たなかったり、いろいろな事情で脱退するという最大の危機を迎えました。その当時、人手が減ることで、経営の内容なども大きく転換をし、高知県で初めての乗用のお茶の摘採機などもいれ、現在、効率化を進めることができ、大幅なコスト削減が可能になりました。

そのような事情の中で一番の特徴は、2代目に移る時に後継者がいなかったり、自分の家庭の中から後継者が育たなかった時にどうするか、この優良な農地をどういうふうにして次の世代に移すかという事業の継承という経験をしましたので、農地を含めた資産の全てを法人が所有し、次の世代にスムーズな生産資材の継承ができるような形をとっております。

もうひとつの特徴としては、平成7年に2戸になった段階で機械化が進み、女性2人の労働力というのが少し浮いてきたということや、お茶の場合は、粗茶という一次加工で出荷することが主体だったんですけども、製品茶として物を仕上げるといふことに、これからはシフトしてくる時代になってくるということもあって、その頃から少しずつ、私達女性二人が、市場調査をしたりとか商品の作り方とか、あるいは、味覚やお茶の味を見極める力とか、そういうものを独自に勉強して、この15年培ってまいりました。

ここ2、3年のことですけれども、お茶の市場での取り扱い価格が急激に下落し、山間部ではお茶の栽培をやめた農家も大分出てまいりました。そういうことがあって、それまでやってきた製品茶の販売のバランスをもっと増やすということに力を入れています。

昨年は、製品茶だけの方でしたら、前年度の128%ぐらい。今年も10%くらい伸びております。金額的には全体の量から言うと2割に足るか足りないくらいですけれども、もう少し伸ばしていきたいと思っております。

これからの課題としましては、粗茶加工の施設というのが老朽化しており、これを建て替えるには何千万円というお金が要ります。それから、製品茶をこれからもっと伸ばしていくという面においては、もっと高度な衛生環境や、仕上げの加工施設も必要になってきます。この2つのことについては、これから資金計画をしっかりと

り立ててやっていかなくてはいいけないですが、なかなか困っている状況です。

3番目としては、従来の慣行の栽培以外に有機栽培への転換も視野に入れ、管理技術の習得のための情報交換とか視察等、計画的に行っていきたいと思っています。九州にモデルになる方がおられるので、勉強をしに行きたいという話も出ています。

最後になりますが、やはり、高知のお茶というのが、今までブレンド茶としての流通に甘んじていたところがあり、それを何とか「高知のお茶」として消費者の皆様にも認識いただけるような広報活動とか、試飲とか、いろんなイベントへの参加というのを、法人という組織の利点を生かして、自分達が率先して出て行って、高知のお茶を広めていきたいと思っています。その中で「土佐霧山茶」という名前を知ってもらって、ブランド力をつけていきたいと思っております。

その一環ですけれども、地域の方とどれだけ向き合っていけるかというのを私達女性は特に考えており、先日も地元の日高中学校から職場体験ということで男子3人を受け入れましたけど、子供達の体験とか、そういう活動も積極的に行なっていくつもりですが、いつまでもそういうボランティア的なことではなくて、これもひとつの事業の一環として、黒字にはならなくてもトントンでいけるくらいの事業として成り立たせることができるような体験とか交流という手法も考えていきたいです。

知事： 2代目に移る時に後継者がいない場合という問題、戸数が急激に減ったりして存亡の危機になったりする。法人形態の1つの強みとして、そういう時、今日おられるように従業員として雇えるということもあったりするんでしょうね。そういう中で、雇用の場としての農業みたいなものをもう一段、二段、推し進めていく。人を雇えるようにしやすくするにはどうするか、そのあたりもっと進めたいと思います。

Bさん： お茶の場合で言うと、技術的なことを身につけてもらうまでにすごく時間がかかる。それからお茶の良し悪しを感覚として身につけてもらわないといけない。生産して出荷するだけでしたら、味とか見た目ですべて終わるかもわからないですけど、加工の過程を通るということは、加工の全てを把握してないといけないということと、仕上がったお茶についての知識ということも必要になってくるし、人材を育成する期間がものすごく長くかかるということもあります。これから、うちの息子達がやるとなれば、一定期間必要になるし、また全然関係のない第三者の方がやりたいと言えば、受け入れることも可能ですが、時間がかかるということ承知の上で入っていただくということが必要になってくると思います。

知事： それともう1つ、加工施設の建て替えについては、(そちらの事業は)アクションプランには入っておられますか。

Bさん： 今の所は(入っていません)。

知事： また是非そういうところもご検討いただければ。加工施設なんかでしたら、結構いろんな所で、やっていますから、是非、またご検討も賜れればと思います。

それから、最後の「ブレンドからブランドへ」という話は、これは是非とも絶対に進めていきたいお話だと思います。静岡のお茶がうまいのはなぜかという、土佐茶がうまくブレンドされているから。いろんな機会を使っていただいて、是非、前に進めて行けるようにと思います。

ただ、そのブランドにするためには、自分で加工しないといけないんですよね。

Bさん： 製品への加工については、今、農家の方も個人でやって売っている方がおられますけど、ほとんどの場合、全農さんや市内のお茶屋さんで加工施設を持っているところに1回委託加工で出して、それをまた持ち帰って袋詰めしたり、あるいはその場で袋詰めをしてもらおうという形をとっているんです。うちのこだわりとしては、自分のところで全部仕上げたい。パッケージまで全部仕上げたいという思いがあります。

一部の商品については、可能になっておりますけれども、お客さんのニーズによってどんどんアイテム数が増えてくる。また、時代によってもそういうところにも敏感でありたいと思っていますので、やはり臨機応変にお客さんのニーズに合わせて商品を増やしていくためには、自分達のところで全てを完結できる形へ持っていきたいというのがあります。そのためにはやはり莫大な資金が必要になってくることもありますので、徐々にではありますが、今、進めている最中です。

知事： ブランド化していくためには、そのお客さんの少量多品種のニーズに応えていくことは是非とも重要ですか？

Bさん： そうですね。お茶というのは嗜好品です。私がお茶をおいしいと思っても、果たしてどれくらいのお客さんがこの茶が好きだと言ってくれるかということがあります。コーヒーなんかもいろんな味があるのと同じように、お茶も世代によっても違うし、男性女性でも好まれるお茶が若干違いますし、そういうところに敏感に、とにかく原料はたくさんあるわけですから、その中から1つひとつを選び出して1つの商品に仕上げていくという形をとっていきたいと思っています。

知事： 地域アクションプランの中で、仁淀川地域で「仁淀川流域茶のブランド化」とあります。茶についての高知県の農業政策は、「ブレンドからブランドへ」という、一言でいえばそういうことだと思っていますので、またいろいろお知恵も賜りたいと思いますし、逆にいうと、いろいろ機会もありますので、是非使っていただきたいと思っています。