

西尾の抹茶（西尾茶協同組合・愛知県）

厳格な定義をもとにPR戦略を図り、
ブランド力を高める道を選択した西尾茶

社団法人中部開発センター

客員研究員 坂口 香代子

「西尾市」と聞いて、その特産品をズバリ言い当てられる人はそう多くないだろう。一般に西三河と呼ばれる愛知県中央部に位置する西尾市は、実は、全国1、2を争う「抹茶」生産量を誇る抹茶王国である。そう聞いても、茶道をたしなまない人にとって遠い存在に思えるかもしれない。しかし、今やアイスクリームの定番品となった抹茶アイスをはじめ、さまざまな抹茶商品が店頭に並ぶのは、西尾茶が昭和30年代に茶どころとしての生き残りをかけて抹茶を食品へ応用する道を開いたからである。そして今年、西尾茶は、また新たな段階へと歩みを進めた。2月に『西尾の抹茶』として、「抹茶」に限定した地域ブランド^(※)の全国初となる認証を受けたのである。この地域ブランド認証への取り組みこそ、西尾茶が再び、生き残りをかけて取り組むチャレンジのスタートであった。他の茶どころとの違いを強くアピールするブランド戦略に、地域を上げて立ち上がったその姿を紹介する。

(※) これまで非常に厳しかった「地域名と商品・サービス名」が結びついた商品の商標権の登録要件を緩和し、地域の活性化などに役立てようという新しい制度が2006年4月1日の商標法改正によりスタート



1. 「西尾の抹茶」とは

歴史と自然にあふれた 三河の小京都・西尾

西尾市は、愛知県の中央を北から南へ流れる矢作川流域の南端にあり、三方をゆるやかな丘陵地に囲まれ、残る一方は三河湾を望む、人口約10万人の都市である。

もともと西三河の平野は、矢作川が運ぶ堆積土からできたといわれ、西尾は、豊かな実りをもたらす矢作川の恩恵を受けて、縄文の頃から継続的に暮らしが営まれてきた歴史と自然あふれる地域。1221年（永久3年）には足利義氏により「西条城」が築城され、その後、1764年（明和元年）に松平家の居城となり、六万石の城下町として栄えた。現在も京都所司代を勤めた板倉勝重・重宗など板倉家の菩提寺として名高い長円寺をはじめ、多くの神社仏閣が点在し、長い伝統をもつ芸能や祭りなどが受け継がれており、「三河の小京都」とも呼ばれている。

全国的にも珍しい 「抹茶」に特化した茶どころとして

その西尾市の北西部、矢作川左岸一体にある小高い丘陵地「稲荷山」に広がるのが、約100ヘクタールにもおよぶ茶畑（市全体では149ヘクタール）である。

お茶の産地は静岡茶や宇治茶をはじめ全国各地にあるが、西尾茶は、全国的にも非常に珍しい「抹茶」に特化した茶どころであるのが特徴で、西尾茶の全生産量の99%を抹茶が占めているのである。

抹茶に使われるのは、日光を避けて育て、蒸したのちに葉柄を取り除き乾燥させた「てん茶」と呼ばれる茶葉。西尾市を中心に隣接する安城市と吉良町の2市1町で年間約400トン（2007年実績）のてん茶が生産されており、全国生産量の約20%のシェアを誇る。これを原料に同地域で製造された抹茶が、『西尾の抹茶』となる。



愛知県の西三河地方に位置する西尾市。



西尾城の一部が復元され、城下町の面影を今にとどめる西尾市歴史公園（愛知県観光協会提供）。



稲荷山に広がる茶園風景。

『西尾の抹茶』を育てた 3つの好条件

西尾市とその周辺地域で、抹茶の生産が盛んになったのは、次の3つの条件が揃っていたからだといわれている。

1つは、矢作川と矢作古川に囲まれた三角州に位置する稲荷山一帯が、抹茶に使用するてん茶栽培に適した水はけの良い砂質壤土であったこと。砂地につくられる茶葉は、淡白で穏やかなうまみとコクが特徴。抹茶は、茶葉をすりつぶし粉末にしたものをそのまま飲むため、苦味や渋みが少ないことが抹茶に適した原料の条件なのである。

2つ目は、名古屋に地理的に近く、経済力を持った市場が近くにあったこと。

そして3つ目に、てん茶を挽く茶臼に適した御影石の一大産地が、となりの岡崎にあったこと。

西尾には、「よい原料があり、よい道具があり、よいお客さんがいた」という、高品質のものを安定してつくりあげるための条件が揃っていたのである。



西尾市とその周辺地域に豊かな恵みをもたらす矢作川。



現在、『西尾の抹茶』使用のナショナルブランド商品も次々発売されている。

食品加工用抹茶が9割。

◇抹茶ブーム、の陰の仕掛け人

近年、『西尾の抹茶』は、主に茶道で飲まれるお茶としての用途から、アイスクリーム、チョコレート、パンなどの菓子類をはじめとする食品の加工用原料としても売上を伸ばしており、現在ではその加工用が9割以上を占めている。

『西尾の抹茶』を活用した大手食品メーカーから出されているナショナルブランド商品も数多い。

3つの厳格な基準を持つ

地域ブランド『西尾の抹茶』

今年（2009年）2月、『西尾の抹茶』は、特許庁が認証する地域団体商標、いわゆる「地域ブランド」を取得。「茶」の地域ブランドは、宇治茶、静岡茶、伊勢茶、美濃白川茶など全国に12例あるが、「抹茶」に限定した地域ブランドは全国初である。その取り組みへの経緯は後で述べるが、特筆すべきは、全国の茶どころの中でもめずらしい、



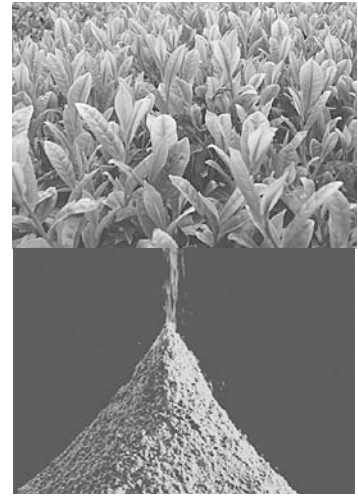
「西尾の抹茶」ブランドマーク。

非常に厳格な基準を設けたことである。

「愛知県西尾市・安城市・幡豆郡吉良町で生産された茶葉を、同地域においててん茶加工・仕上げ精製し、茶臼挽きした抹茶」だけを『西尾の抹

【コラム・「抹茶」と「煎茶」の違い】

一般的に「緑茶」と言われる日本茶には、大きくわけて「煎茶(煎じ茶)」と「抹茶」がある。我々が日常、茶葉を湯で煮出して飲む一般的なお茶が煎茶で、一方の「抹茶」は、主に中世までに確立した茶道用として飲まれてきたものである。製造方法も異なり、煎茶は摘んだ茶葉を蒸した後、熱を加えながら細く尖った形になるまで揉んで風味を出す。抹茶は摘んだてん茶の新芽をじっくり蒸して、茎や葉脈を取り除き、柔らかい葉肉だけを細かく挽くのである。いわば、煎茶は茶葉の抽出液を飲むもので、抹茶は茶葉をまるごと食べるようなものである。なお、抹茶と一見間違えそうなものに「粉茶」があるが、こちらは緑茶を作る過程でできた粉を集めたもので、抹茶とは別ものである。



茶』と定義づけたのである。

原産地あるいは加工地だけで商標が使える場合が多い他地域に比べ、どちらも明確に地域を規定し、しかも非常に限られた地域に限定している点、さらに加工方法まで細かく規定しているところが、地域ブランドとしての『西尾の抹茶』の大きな特徴である。この規定は引用から食品加工用原料までのすべてを対象としている。

2. 「西尾の抹茶」のこれまで

鎌倉時代中期、

「実相寺」創建とともに始まった西尾茶

西尾で茶栽培が始まったのは、今から約700年前のこと。鎌倉時代の中期、1271年(文永8年)に西条城主吉良満氏が「実相寺」(じっそうじ)を創建した際に、開祖として招いた聖一国師(しょういちこくし)が、宋(中国)から持ち帰った茶の種を境内に蒔いたのが、その始まりといわれている。聖一国師は、茶の薬用性を説いた『喫茶養生記』(日本最初の茶書)を著した臨済宗の開祖・栄西(えいさい)禅師の弟子で、京都の東福寺などを開いた高僧である。栄西や聖一国師は、宋での生活で、お茶に養生延命の効力があることを実感し、また飲むと頭が冴えることから禅の修行に欠かせないとして茶の効用を広めていったのであ



西尾市上町下屋敷にある西尾茶のルーツ「実相寺」。

る。また、当時、生野菜を食さなかった僧たちにとって、お茶はビタミンを補給するのに必要不可欠な、現在でいうところのサプリメントの役割を果たすものだったのである。

1884年(明治17年)、任意組合発足。

大正末期に「てん茶」の栽培・製造が本格化

史実として残るのは、今から約350年前の西尾藩政時代に、茶樹栽培に対して「茶代」を課税したという文書。すでに茶園が存在していたことがわかるが、西尾で本格的な茶樹栽培が始まるのは、明治に入ってからである。家康の伯母の菩提を弔うために建てられたと伝えられる「紅樹院」の住職、34世足立順道が、稲荷山一帯の地形や気候が宇治に似通っていることに気付き、1872年(明治

5年)、京都の宇治から茶の種を持ち帰り、境内を開墾して茶園を開き、製茶技術をこの地に普及させることに努めたといわれている。

1884年(明治17年)には、任意組合「幡豆郡茶業組合」が組織され、稲荷山台地一帯に開拓集団茶園の造成が進められた。その後、先にも紹介した矢作川の肥沃な土壌、上質な茶を育てる条件の川霧の発生、温暖な気候という恵まれた自然条件のもと、茶栽培はどんどん拡がり、地場産業としての礎が築かれていったのである。

当初は、玉露など高級茶の生産を目指しており、てん茶の栽培・製造が主になるのは大正末期になってから。その後、三河式トンネルてん茶機が考案された昭和10年代以降、西尾茶は抹茶の産地として飛躍的な発展を遂げていく。

高度経済成長期の「増産不況、に 「食品への活用」という販路開拓に挑戦

しかし、高度経済成長へと歩みを進めた1960年(昭和35年)ごろ、西尾茶は非常に大きな危機を迎える。

戦後復興がひと段落した1950年(昭和25年)ごろから食糧増産が叫ばれ、その中でお茶もその例外にもれず、茶畑の全国的な拡大路線が始まった。茶樹は5～8年で収穫時期を迎える多年草であり、1950年ごろからの拡大路線がちょうど1960年(昭和35年)ごろの大増産につながったのである。価格は一気に暴落。西尾茶はまさに地場産業として生き残れるかどうかの危機的状況に陥ったのである。品質はどの産地にも負けない自信があったものの、増産不況の中で大きく浮かび上がってきた課題は、「ブランド力」の弱さだった。茶道と

いう文化的要素の強いものへの販路だけでは、宇治や静岡という圧倒的なブランド力を持った産地にどうしても負けてしまう。

そこで、「先人たちは、従来の茶道用とは別に、何とか勝てるマーケットを開拓しようと、食品加工用原料としての抹茶の用途に目をつけ、食品メーカーへの販路拡大を思い立った」(西尾茶協同組合)のである。

もともと抹茶には優れた効能(コラム参照)があり、食品の原料としても利用価値は高いと考えたのである。

しかし、当時、抹茶団子や抹茶ようかんなど和菓子への活用はすでにそれぞれの産地で行われていたものの、抹茶クレープ、抹茶ラテ、抹茶アイス、抹茶チョコレートなど、洋物へ活用された例はほとんどなく、まさにその先駆者としてのチャレンジだった。

当初、このチャレンジには想像以上の困難が待っていた。まず、食品メーカーの反応が非常に



抹茶の食品加工用原料としての道を大きく開いた抹茶アイス商品。

【コラム・「抹茶」の効能】

近年、茶葉は、その成分であるカテキン、タンニン、カフェイン、フラボノイドなどが発ガンを抑制するほか、血圧上昇の抑制、老化防止、糖尿病防止、虫歯や口臭の予防、抗菌などに効果があることが医学的に証明され、見直されている。特に茶葉を粉末にしてそれをまるごと食す抹茶は、水に溶けにくいビタミン類まで摂取できるものとして大きな注目が集まっている。

鈍く、「抹茶味？」と問い返されることがほとんど。今では当たり前だと思えるミルクと抹茶のコンビネーションも、食品メーカー側には非常に大きな冒険だと受け止められていたのである。

結果、食品への活用が軌道に乗るには、約10年の歳月がかかったが、抹茶味のアイスクリームの成功を皮切りに、西尾茶は、抹茶の食品加工食品向けの用途開発に大きく舵を取るようになったのである。(チャレンジの経緯、内容は[インタビュー／『西尾の抹茶』のこれから]] 参照)

現在、西尾茶では、欧米、アジアなど世界各国に販路を広げ、海外展開を図る製茶メーカーも多い。

高級茶葉の生産地として 業界では高い評価を得る西尾茶

西尾のてん茶は、深い緑、上品な香り、穏やかなうまみとコクが特色で、『西尾の抹茶』は、「まろやかな味わい」の抹茶として、お茶の業界内ではその品質が非常に高く評価されている。

これは、西尾市とその周辺地域の恵まれた自然条件だけによるものではなく、その栽培方法によるところも大きい。一般に、てん茶の茶樹は、成長の過程で一定期間、日光をあびないように覆いが被せられる。こうすることで、大きな葉をつくり、濃い緑色に変化するのである。また、茶葉に含まれる渋み成分（タンニン）が抑制され、甘み成分（テアニン）を増やす効果も狙うのである。



稲荷山での棚田生産の様子。

西尾のてん茶は、その覆い方に特徴があり、被覆資材を茶園につるした棚にかぶせて日光を遮光する「棚下生産」によって栽培されており、こうすることで茶樹に直接かぶせるよりも高品質な茶ができるのだ。

茶摘みは、毎年5月上旬から6月上旬に行われ、非常に色鮮やかで柔らかな新芽を、丁寧に手で摘み取っていく。

最近では、省力化とコストダウンを図るため、生産者は棚下でも作業ができる棚下用乗用型摘採機の開発、導入にも力を入れている。すでに西尾市と吉良町の計200ヘクタールのうち、約2割で乗用摘採機が稼働。刈り取る高さをミリ単位で調節できるため、これまでの可搬型に比べて古葉の混入が大幅に減るなど成果を上げている。

さらに、品質管理への意識も高い。最近ではバイオテクノロジーを取り入れた害虫防除に加え、クリーンルームでの製品製造も実現。抹茶では不可能と言われていた有機栽培の開発に取り組み、



立春から数えて88日目となる八十八夜（今年は5月2日）には、毎年かすり姿の女性たちによる茶摘みが行われる。



19世紀の石臼（右上）と、現在の茶臼製法の様子。

業界で初めて有機栽培茶の認証を取得したのも西尾茶のメーカーである。

もう一つ、『西尾の抹茶』の加工技術の特徴は、今なお、古来から漢方をつくるために使われた薬研（やげん）と同じ茶臼によって丹精込めて茶葉を挽き上げる「茶臼製法」にこだわっているところ。さまざまな製法も試してきたが、「優れた抹茶をつくるためには、茶臼製法が一番よく、現在もこれを凌駕するつくり方はない」（西尾茶協同組合）のだという。

3. 地域ブランド確立への取組み

「現実」と「イメージ」の間にある

非常に大きな乖離

こうしたさまざまな条件、努力が実を結び、西尾茶は抹茶に特化した茶どころとして抹茶生産のトップシェアを誇る地位を築き、現在に至っているわけだが、しかし、長く、一つの非常に大きな難題に頭を悩まされてきたのである。それは「知名度の圧倒的な低さによるブランド力の弱さ」（西尾茶協同組合）だ。

2005年に行われた「全国の茶の知名度ランキング」調査（電通東日本）では、1位が静岡茶（43.1%）、2位が宇治茶（28.9%）、3位が八女（やめ）茶（10.4%）となっており、西尾茶あるいは西尾の抹茶はランキング外だった。抹茶においても、歴史的背景や茶道文化の発達などの影響から、「抹茶＝宇治」というイメージが圧倒的に強いのである。

つまりこれは、西尾の抹茶が入っていることを売りにしにくいということであり、製菓および食品メーカーが抹茶製品を売り出す場合にも『西尾の抹茶』という産地名が前面に出ることはほとんどなかった。

「ペットボトル茶」の登場による

第二の危機に立ち上がった地域

そこに、ペットボトル茶の登場による第二の大きな危機がやってきた。

近年、お茶産業は大きな転換期を迎えている。「増産不況に次ぐ第二の危機的状況にあるといってもいい」（西尾茶協同組合）状態だ。お茶産業を大きく煎茶産業と抹茶産業とに分けるとすると、今、煎茶産業は、ペットボトル茶に席卷されて、疲労困憊状態にある。素人考えは、ペットボトル茶の登場で若者にもお茶を飲む習慣が定着し、全体として大きな需要の底上げが行われたのではないかと思うのだが、事実は深刻だ。使用される単価が全く違うのである。一般に流通する煎茶の卸値を仮に1kg3,000円だとして、ペットボトル茶の場合はその3分の1、1kg1,000円前後で取り引きされる。ペットボトル茶が登場し、お茶全体の需要がいくら増えても、1kg1,000円ぐらいの商品の流通が主流では、つくれどもつくれども儲けは少なく、一般的な生産農家はギブアップ状態。産地で考えれば、「安い茶葉を大量生産できる大規模な集団茶園を持つ産地は恩恵に浴するが、その他の圧倒的に多い茶産地は瓦解していつてしまう」のである。

その煎茶産業の危機が、1968年ごろから抹茶産業にも大きな余波となって押し寄せてきた。抹茶産業は、食品への活用という活路を見出したことにより、順調に売上を伸ばしてきており、そこへ、全国各地で危機に直面した煎茶産業に従事する人たちが鞍替えという形で参入してきたのである。

抹茶で生き残る道を選択してきた西尾茶は、さらにその中で生き残るためには、これまで大きな課題だと認識しつつも積極的には取り組んでこなかった『西尾の抹茶』ブランドの確立に、産地をあげて立ち上がったのである。

生産者・製造卸・小売業者三者一体の 「西尾茶協同組合」を設立

産地が結束して取り組むターゲットにしたのが、2004年にスタートした特許庁の「地域ブランド」の取得だった。

まず、生産者で組織する西尾市茶業組合が2005年4月に地域ブランド取得に向け、検討を開始。2007年6月には、組織強化に向け、西尾市茶業振

【西尾茶協同組合 概要】

所在地：〒445-0851 西尾市住吉町4丁目18-4
TEL 0563-57-2261

組合員数：西尾市・安城市・吉良町の2市1町の茶業関係者55人

地域ブランドに認定されたブランド名：西尾の抹茶

興協議会を母体に生産農家、メーカー、小売業者三者一体の組合員55人の法人団体「西尾茶協同組合」を設立。同年7月に特許庁へ商標出願をした。

結果的には、2005年の検討開始から数えると足かけ4年の今年、2009年2月に念願の地域ブランドを取得した。4年かかった理由は、やはり「十分な生産量がありながら認知度が低いこと」（西尾茶協同組合）。その中で、西尾茶協同組合は、市や商工会議所とともに、「それを払拭するためにブランド化するのだという`思い、を国に説得する取り組みをまさに地元をあげて行った」（西尾茶協同組合）のである。

ギネスに挑戦！

「まちなか1万人・西尾大茶会」を開催

その一つが、2006年10月8日に、西尾茶協同組合の前身となる「西尾市茶業振興協議会」が提案し、市役所や商工会議所などと実行委員会を組織して開催した「まちなか1万人・西尾大茶会」である。当日、町中のメインストリート、全長約1.5キロに赤い毛氈を敷きつめ、その上で1万4,718人が2人ずつ向き合って正座、互いに相手の抹茶を立てあった後、一斉に抹茶を飲むという大茶会は、「にしお」にちなんで午後2時40分にスタート。前記録の7,520人を上回り、見事ギネスブックに認定されたのである。

抹茶の産地としてのPRと市中心部の活性化を目指して、話題性の高いギネス更新にチャレンジしたものの、プロジェクトを進める段階で、愛知県や西尾市といった「官」、西尾商工会議所や



ギネス記録を見事更新した「まちなか1万人・西尾大茶会」の様子(2006年10月8日)。記録はその後、インドのティーパーティに抜かれた。

デンソー、西尾信用金庫などの地元企業の「産」、そして西尾市内の小中学生を中心に約2,500人がボランティアに志願してくれるという「産・官・民」を巻き込んだ一大イベントに発展したことで、地域の一体感を構築。また、ギネスに挑戦したことで、国内はもとより世界へ「西尾＝世界一の抹茶の産地」というイメージが発信され、大きなPR効果を生んだのである。

「抹茶＝西尾」を印象付ける 「おもてなしの日」を宣言

西尾市では、体験学習として「全校茶摘み」を1941年(昭和16年)にスタートしており、1949年(昭和24年)からは全中学校の全校生徒と、茶生産地域の小学校4～6年生へと広げて実施。アルバイト代も支給され、修学旅行や部活動の予算の一部として使われている。また、「全校茶会」を開催する小・中学校もあり、子どものころからお茶に触れ、親しみ、交流することが自然に身につけているのである。また、春に盛大に行われる市民大茶会のほか、時折々にお茶会や野点が開かれ、「抹茶を点てておもてなしをする」ことが西尾の文化として根付いている。しかし、これらは、外へ向かってPRされることはなく、外からはまったく見えない西尾の日常であった。

その西尾の抹茶の里としての姿を積極的に発信することで、『西尾の抹茶』の知名度アップを図ることに、その後次々と取り組んでいく。

ギネス認定からちょうど1年後の2007年10月8日、「10月8日は『おもてなしの日。』とする宣言を行い、1周年記念イベントを開催。毎年、前後1週間を「おもてなし週間」として、西尾大茶会での感動をつないでいく茶会や文化交流イベントなどを開催している。

これら、地域をあげての、地域を巻き込んでの取り組みが、『西尾の抹茶』に対する国内の菓子・飲料・食品メーカーの関心呼び、全国から引き合いが増加。地域ブランドへの認定前から、『西尾の抹茶』使用とパッケージに記載される商品の誕生を促していった。さらに消臭剤やサプリメントへの利用も注目され、抹茶の世界を広げる西尾茶の取組みが、「抹茶＝西尾」を強くアピールできる「抹茶」に特化した地域ブランドの認定へとつながったのである。



手もみ茶体験。



石うす挽き体験。

4. 「西尾の抹茶」のこれから

インタビュー



西尾茶協同組合 代表理事 杉田 芳男 氏
西尾市茶業組合 組合長 稲垣 富宏 氏

自然をまるごと食す抹茶の良さに こだわった地道な努力が成功の要因

—いまでは当たり前のように多くの一般消費者に受け入れられている抹茶製品ですが、西尾茶のチャレンジがその可能性を開いたとは知りませんでした。軌道に乗るまで10年ほどかかったとのことですが、どのような取り組みの経緯があったのでしょうか？

杉田 まず難しかったのは、経時変化にどう対応していくかということでした。抹茶というのは、100%自然のものであり、自然の味、色、香りというものは、食品に転化する時にどうしても経時変化を起こすのです。抹茶独特の風味がとんでしまっただけでは食品に活用する意味がない。風味をどう生かすかが最大のポイントで、それを防ぎやすかったのがかき氷やアイスクリームといった冷たい食品です。冷蔵庫に入ると鮮度が落ちにくいと同じで、冷たい状況であればあるほど安定する。抹茶アイスクリームが成功し、人気を博していったことで、菓子や飲料、食品メーカーの方々のキャッチボールがしやすくなり、いろんな食品に活用する研究が活発になっていったのです。

しかし、非常に地道な取組みが必要でした。けれど、成功の要因は、その地道な取組みにあったと思っています。

—その成功の要因とは？

杉田 抹茶は、まろやかだとか、渋いとか、いわば感覚の世界で、素人にはその価値が判断しづらいのです。食品メーカーからはよく「同じような抹茶だが、単価と品質の違いは何か？」という疑問も投げかけられました。そこで、色合い、水分、粒度など指標となる数値を全面開示して品質の良さや安全性を地道に訴えていったのです。それとともに、商品の特性ごとに抹茶味に変化をつけること、地域による味覚差にも対応することを提案していったのです。

例えば、アイスクリームのような低温で甘いものに、まろやかな味の抹茶をもっていったら、その甘さに負けてしまう。そこで非常に強い渋みを持つ抹茶を提案。一方、キャンディーのような甘いけれど常温のものには、中程度の渋みを持つ抹茶。また、茶そばのように淡白な味の生地に練りこまれる場合は、渋みの少ない抹茶が適しています。粉末のかげんも重要で、なめらかな食感が求められるアイスクリームは非常に微粉末なものが必要。逆にクッキーのように少々抹茶が大きい方が風味が残っていいというものもある。地域差については、食品メーカーがどの地域に商品を投入しようとするのかによっても、好まれる抹茶味は異なるので、その用途先や地域特性により最適な抹茶を提案していったのです。その商品ごとに、抹茶の持ち味を最大限発揮できるブレンドをつくっていったわけです。抹茶の渋みや甘みというのは、生産する時から関わってきますから、販売業者と生産農家がキャッチボールをしながら、時間をかけてつくっていったのです。

抹茶は「自然そのもの」だから受け入れられるという点も非常に大きい。だから抹茶に何かを足すということではなく、「何も足さない、何も引かない」100%自然のものをブレンドで変えていく。この商品の場合は、この茶畑のこの種類の葉を選択しこうブレンドする。このブレンドの技術と提案が、成功の大きな要因だったと思います。

地域ブランド取得は 西尾茶の将来に向けたキックオフ

—では、これからについて。今年2月、地域ブランドに認定されたことは、西尾茶としては、将来に向けた非常に大きな転換点だと考えられていますね。具体的には、どのような転換点なのでしょう？

杉田 まさに、これで、「将来に向けたキックオフができる」という思いです。西尾は抹茶の一大生産地であるのに、これまで、「抹茶＝西尾」と結びつけて考えてくれる人は非常に少なかった。ものづくりは上手だけれど、PRはヘタという、まさにこの地域の縮図そのものです。これは実は、茶道から食品加工用原料として抹茶の産業化を成功させてきたことが、一方で、「抹茶＝西尾」とイメージしてもらえない一つの大きな要因になっていることも事実なのです。これは例えば完成車に使われている部品をどこがつくっているかは一般にはわからないのと同じで、一般性がないのです。業界の中では『西尾の抹茶』は非常に存在感を持って知られており、みなさんが気軽に手に取る抹茶商品の多くに西尾産が使われているにもかかわらずです。

これは、少なからず我々の努力不足であったことは否めません。これまで加工品で抹茶の産地名が前面に出ることは少なく、西尾茶の業者も抹茶や加工品を各自のブランド名だけで売ることが多く、産地をあげてPRしようという動きをとってこなかったのです。

ペットボトル茶の登場で煎茶価格が低迷し、全国で抹茶の原料となるてん茶生産に取り組む事例が増えている中、今、底上げを図っておかないと産地の将来に大きな影を落とす可能性が高い。『西尾の抹茶』が全体で強くならないといけないのです。素地がないと芽は出ませんが、しかし素地だけではだめで、その素地を束ねる結束力を持たないと本当の力は発揮できない。そう考えていたところに、国の「地域ブランド」制度が始まったことを知り、一つには地域の結束を固める旗印に、

一つには「抹茶＝西尾」なのだという国のお墨付きをもうことで、他地域との明確な差別化を図ることにしたのです。

『西尾の抹茶』ブランドを冠につけた商品を次々市場へ

―地域ブランド取得後、具体的にはどのような取り組みを進めておられるのですか？

杉田 まずシンプルでわかりやすいブランドマークをつくりました。このブランドマークを商品に貼って販売していくとともに、話題性のある今が大きなチャンスですから、関連キャラクターグッズの作成、販売も計画し、何よりも販促活動に力を注ぎます。

―産地として独自の地域ブランド商品を販売される方向はあるのでしょうか？

稲垣 ええ。すでに西尾茶協同組合として、『西尾の抹茶』ブランドを6商品販売しています。

一つは、山崎製パン安城工場との共同企画商品で、5種類の菓子パンです。ブランドマークの他に、説明文もパッケージに記し、愛知県をはじめ中部地域で販売し、中部の各県でのブランドの浸透を図ります。

面白いところでは、抹茶焼酎「抹茶泉（まっちゃせん）」があります。市内の相生ユニビオとの共同商品で、『西尾の抹茶』と国産米を使って丁寧に作った本格焼酎です。



西尾の抹茶入り商品。

また、西尾商工会議所が、『西尾の抹茶』と西尾産の煎茶を使用した100%の西尾茶「ふりふり踊ろっ茶」をリニューアルし、4月から発売を始めています。

杉田 ほかに、新商品ではありませんが、現在、『西尾の抹茶』の地域ブランドに適合した商品が100種類前後あります。そして半年後には、『西尾の抹茶』のブランドマークのついた商品がさらに増える予定です。

結びにかえて

定義に込めたのは、 チャレンジの精神

西尾市・安城市・吉良町の2市1町で生産された茶葉を使い、同地域で加工し、茶臼で挽いたものだけ、を『西尾の抹茶』としよう。西尾茶は、地域ブランド『西尾の抹茶』をそう定義づけた。

一方、茶の産地として強い知名度を誇り、抹茶においても「抹茶といえば宇治」と多くの人がイメージする宇治茶は、「歴史・文化地理・気象等総合的な見地に鑑み、宇治茶として、ともに発展してきた当該産地である京都・奈良・滋賀・三重の四府県産茶で、京都府内業者が府内で加工したもの。と定義づけられている。もちろん、これは「抹茶（てん茶）」に限った定義ではなく、西尾の抹茶の定義と単純に比較はできない。

しかし西尾茶が、非常に厳格な基準を『西尾の抹茶』に設けた背景には、西尾にしかできないことを明確に打ち出すことで、今こそ、宇治という巨大ブランドに地域をあげて立ち向かおうという強い思いがあるのである。『西尾の抹茶』の定義は、産地として自信を持って高品質の抹茶を提供できることを前面に打ち出した、ある意味での強烈なPR戦略の一つなのである。茶臼製法にこだわったのも、「西尾では、抹茶をつくるのに一番儲かる方法ではなく、一番おいしくつくる方法を選択している」ことをアピールしているのだ。そしてこれは、日本有数の生産量ということに甘んじ

ていてはいけないという、自らへの戒めでもある。
本物の、自他共に認める強いブランドを目指す道
を歩み始めた西尾茶のこれからに注目したい。

