



みどり戦略との関連性

背景

10,000円相当の寄付金品 (10,000 yen equivalent donation items) distribution by prefecture:

県 (Prefecture)	金額 (Amount)
静岡県 (Shizuoka)	3100
神奈川県 (Kanagawa)	1237
千葉県 (Chiba)	259
東京都 (Tokyo)	220
福岡県 (Fukuoka)	190
埼玉県 (Saitama)	124
三重県 (Mie)	60
宮崎県 (Miyazaki)	60
熊本県 (Kumamoto)	60
鹿児島県 (Kagoshima)	60
その他 (Others)	60

図1 令和元年から6年における減少した茶栽培面積単位(ha)

目的

取り組み内容(放棄茶園の復興 & 六次産業への挑戦)

☆放棄茶園の復興

☆六次産業への挑戦

付加価値の向上のため、**生産・加工・販売**を通して行った。
学生主体で新しい発想を取り入れ、地域資源を活かした加工や販売方法に挑戦した。

結果

☆放棄茶園の復興



圖2 放棄茶園(復興前)



図3 放棄茶園(復興後)



図4 放棄茶園通路完成

整備前(図2)は人の背丈の約2倍ほどあったチャノキを伐採したことで、腰ほどの高さにまで低くなった(図3)。
また、茶園と周囲の森林との境界を明確にし、通路を整備することで、**作業や移動がしやすい環境**を作れた(図4)。



図5 茶摘みの様子

伐採後、初めての茶摘みを実施した(図5)。伐採直後の春は収量が十分に確保できず、少量の摘採にとどまったが、**香りが豊かと評判の在来種の特徴**はしっかりと残っており、**付加価値の高い在来茶**の生産につながる可能性が感じられた。

☆六次産業への挑戦



図6 弊サークルで行った六次産業の図

生産： **高齢化で管理が難しくなった茶園**で、春整枝から収穫、草むしりなど茶園管理を行った。

加工： **若者向けに手に取ってもらやすい**パッケージの作成や品質向上のための仕上げ作業を行った。

販売： オリジナルブレンドティーや「お茶×ポップコーン」など、**お茶を活かした新商品**を開発・販売した。

生産から販売までを一貫して行うことで、**消費者と生産現場のつながりを深める**事ができ、お茶の新たな可能性を広げられた。

まとめ・展望

来年度は整備範囲を広げ、より多くの放棄茶園を再生していく予定である。2回目の茶摘みではチャノキの成長に伴い収量の増加が期待されるため、**在来種特有の香りを最大限に活かした製茶**に挑戦したい。

六次産業への挑戦によって、**生産者の思いや消費者に届くまでの過程を正確に共有**できるようになり、現場の声をより効果的に届けられるようになった。特にオリジナルドリンクは若年層を中心に好評であり、**お茶の新たな可能性を創出する取組**となった。

また、在来茶を使った新商品の開発や、地元イベント・オンラインでの販売展開を進め、**地域全体でお茶の価値を高める循環づくり**を目指す。