

全 体 報 告 書

事業名称	天日干し番茶「美作番茶」の食文化ストーリー創出・発信事業
現状・課題	昭和30年代には、美作市海田地区を中心に、個人工場、共同工場を合わせて20か所ほどの製茶工場があったが、傾斜地での作業性や高齢化、過疎化の影響もあり、小規模農家の廃業などで、製茶工場は現在4か所と減少している。 そのうち伝統製法により美作番茶を継続的に生産している生産者は2社のみとなっている。 美作番茶を含めた日本茶全体の課題ではあるが、お茶は普段飲みの飲料として食事についてくるものとの認識が根強く、お茶に対して正当な対価としてお金を支払う文化が定着していない。特に美作番茶を含む番茶は、煎茶と比べても安価なお茶との印象が強く、販売価格をあげることが難しいことから、製造の手間に対して販売価格が見合っていない。また、美作番茶はお茶の葉の形状を保ったまま商品化されることから嵩張り、輸送コストがかかることから全国に流通させることが難しく、販路の拡大に課題が生じている。 このような状況から美作番茶の販売利益は上がらず、事業者も煎茶の製造を事業の主力とすることから、美作番茶の生産は減少の一途を辿っている。 製造している2社のうちの1社は、事業者が高齢化してきているが後継者がおらず、事業継承のための後継者を探し始めるなど、美作番茶を継承していくことが難しい状況となっている。
事業目的	本事業を通じて、美作番茶の製造工程の独自性とローカル性を資料動画や報告書図録等を通じて視覚的に明示し、美作番茶が持つ食文化ストーリーを万人に分かりやすく伝える。このことで、美作番茶の文化的価値を高め、文化財保護法に基づく無形の民俗文化財の登録を実現することで美作番茶の高付加価値化を図る。 また、美作番茶の食文化ストーリーをイベントやホームページ、リーフレット等を通じて視覚的に発信し広く伝えることで認知度を高める。 このことにより、商品価格が製造コストに見合った価格となり、事業者の収益性を高めることで、事業の継続に繋がることを目的とする。併せて、認知度が高まることで、美作番茶の生産に興味を持つ人との繋がりを創出し、事業継承を見据えた後継者の確保に繋げる。 これらの活動を通じて、美作番茶という食文化を次世代に繋いでいくことを目指す。

事業概要	(1) 調査研究事業 ① 文献・実地調査（美作） ・ 美作番茶についての文献調査 ・ 有識者による実地調査 ② 実地調査（他地域） ・ 有識者による他の地方番茶の産地の実地調査（ヒアリング調査） ③ 報告書・食文化ストーリーの作成 ・ 上記、調査の結果を報告書にまとめ、食文化ストーリーを作成する。 ④ 図録・資料動画の制作 ・ 美作番茶の文化的価値を視覚的に明示するための図録及び資料動画を制作する。 (2) 保護継承事業 ① 地域住民を対象とした食文化継承講座の開催 ・ 市民及び県民、観光関連事業者を対象として、美作番茶の認知度向上のための講座を開催する。 ② 継承者の募集 ・ 首都圏でのイベント等の開催を通じて、美作番茶に興味を持った若者を対象に、地域おこし協力隊制度等を活用して産地入りして生産者から継業する取組を支援する。 (3) 発信等事業 美作番茶の製造工程の独自性やローカル性、生産者にまつわる食文化ストーリーを広く発信し、美作番茶ファンの獲得に繋げる。そのために、以下の事業を展開する。 ＜情報発信資材の制作＞ ① 食文化ストーリーPR資材の制作 ・ イベント等で使用するリーフレット、ポスター、チラシ等を制作する。 ＜国内外への発信＞ ① PR活動の実施 ・ 2022年から取り組んでいる「銀座のお茶プロジェクト」の継承発展と、美作茶アンバサダー（美作茶の魅力を伝えるために任命）によるSNS等を活用したPR活動を展開する。 ② 美作番茶伝道師の任命 ・ 美作番茶の伝道師として生産者等の数名を委嘱し、イベント等での魅力の発信を行う。 ＜イベントへの出展＞ ① 番茶フェスティバル ・ 前述の銀座のお茶プロジェクトと関連し、銀座の老舗百貨店「松屋銀座」で開催されている「番茶フェスティバル」に出展し、認知度向上を図るとともに、集客効果を活かして継承者の募集にも繋げる。 ② 岡山後楽園 茶つみ祭 ・ 日本3大庭園のひとつ、岡山後楽園に海田茶の茶園があり、毎年茶つみ祭が開催され、海田茶摘み踊り保存会が茶つみ娘による茶つみ踊りを披露している。その活動を支援するとともに、PRブースを出展して、認知度の向上に繋げる。
------	---

事業全体の
成果・効果

本事業は、美作番茶を将来に継承していくために調査研究・保護継承活動・発信等事業を一体的に実施した。この事業により、美作番茶の特徴である「茶葉を煮る」「煮汁をかける」という独自製法や、毎日飲み続けられる生活のお茶としての文化的価値を客観的に整理することができた。

併せて、口伝で継承されてきた製造工程を報告書・図録及び記録動画として記録することができた。文献がほとんど残っていない技術を映像として残したことは、将来の担い手の育成にも繋がるものとする。

また、短編映画の上映会やワークショップを通じて地域住民や観光関係者に価値を共有し、地域内の認知度向上とシビックプライドの醸成に繋がった。さらに、銀座でのイベント出展やSNS発信、ロサンゼルスでの紹介などにより、国内外へ美作番茶の持つストーリーを国内外へ発信することができた。

加えて、生産者を「伝道師」として位置付け、都市圏での認知拡大を進めるとともに、地域おこし協力隊制度を活用した継承者受入体制の整備により、美作番茶の将来への継承に向けた一歩となったと考える。

本事業により、美作番茶は単なる特産品ではなく、地域の生活に根差した文化として整理でき、保存・発信・継承の持続的な体制整備の礎ができたことが、本事業の最大の成果と考える。

なお、交付申請時の目標・効果等及びその指標の設定に対する達成度は次のとおり
<目標>

1. 美作番茶の販売単価の向上（事業開始時から10%上昇）

→ 1社において、美作番茶の小売り単価の変更はないが、ティーパック商品と卸価格は全体で15%程度の値上げを行っている。

2. 美作番茶の生産量の増加（事業開始時から10%上昇）

→ 令和7年度においては、長雨により1週間程度作業ができなかったことにより生産量は25%程度の減少となっている。

3. 事業継承候補者の確保（1社の事業継承候補者を確保）

→ 達成

事業別報告書

事業名称	天日干し番茶「美作番茶」の食文化ストーリー創出・発信事業
区分	(1) 調査研究事業
事業内容	(事業概要) ① 文献・実地調査の実施（美作） ② 実地調査の実施（他地域） ③ 調査報告書・食文化ストーリーの作成 ④ 図録・資料動画の制作
	(実施項目・詳細) ① 文献・実地調査の実施（美作） 令和7年8月26～27日に美作市海田地区で有識者による実地調査を行った。実地調査においては、有識者による製造工程の視察、及び生産者へのヒアリング調査等を行った他、海田茶のルーツと言われる真木山の長福寺の跡を訪れ視察を行った。 文献調査については、美作市観光文化課文化財担当者の協力の元、美作市のお茶に関する記述のある文献資料の調査を行ったほか、有識者の満木氏による関連資料の調査を行われた。 ② 実地調査の実施（他地域） 令和7年8月4日に高知県長岡郡大豊町の株式会社大豊ゆとりファームを訪れ、美作番茶のルーツの可能性が示唆される「基石茶」の製造工程の視察及びヒアリングを行った。 また、令和7年10月1日に奈良県吉野郡大淀町の嘉兵衛本舗を訪れ、美作番茶と比較されることの多い「吉野大淀日干番茶」の製造工程の視察及びヒアリングを行った。 ③ 調査報告書・食文化ストーリーの作成 文献調査・実地調査の結果を受けて、（一社）日本茶アンバサダー協会の監修・協力のもと、調査報告書及び食文化ストーリーの作成を行った。 ④ 図録・資料動画の制作 美作番茶の文化的価値を視覚的に明示し、食文化ストーリーがより分かりやすく伝わるように、調査報告書に付帯する図録の制作を行った他、製造工程に関する文献がなく、口伝により継承され、作り手の経験と身体感覚によって製造されている美作番茶の製造工程を後世に伝えるために記録動画を制作した。
成果・効果	文献・実地調査の実施については、有識者による実地調査と生産者のヒアリングにより、美作番茶の製造工程の特異性が「煮る」「煮汁をかける」であることを明らかにすることができた。そして、工程の具体的手順、判断基準、身体感覚に基づく技術継承の実態を記録した。このことにより、美作番茶が地域固有の生活文化として継承されてきた実態を学術的に裏付ける資料を整備することができたと考えられる。 また、美作市内の文献資料及び関連史料の調査により、美作地域における茶の歴史、番茶文化の歴史について、一定の整理をすることができた。 他地域との比較調査については、発酵工程を伴う基石茶との比較により、美作番茶の煮る工程に特徴を持つことの明確化ができ、日干工程を特徴とする吉野大淀日干番茶との比較により、美作番茶の煮汁をかける工程の特異性を再確認できた。これらの製法の違いを通じて、美作番茶の技術的独自性を整理することができた。 調査報告書・食文化ストーリー作成については、調査・研究結果を基に、美作番茶の歴史、製法、生活文化における位置づけを整理することができた。このことにより、これまで口伝で継承されてきた美作番茶の製造工程を文献資料として伝えることができるようになった。 図録・資料動画の制作については、図録の制作により、製造工程や文化的背景、作り手の思いなどを視覚的に整理することができた。そして、記録動画とともに、文献が残っていない美作番茶の製造工程を映像で記録することで、作り手の身体動作、判断のタイミング、道具の扱いなどの技術要素を記録することができた。今後の事業継承や学校教育などに活用が見込まれるとともに、食文化ストーリーを広く周知するツールとしての役割を担う資料となる。

事業別報告書

事業名称	天日干し番茶「美作番茶」の食文化ストーリー創出・発信事業
区分	(2) 保護継承事業
事業内容	(事業概要) ① 地域住民を対象とした食文化継承講座・ワークショップの開催 ② 継承者の募集 (実施項目・詳細) ① 地域住民を対象とした食文化継承講座・ワークショップの開催 市民、県民及び観光関係事業者を対象に、美作番茶の食文化ストーリーを伝え、美作番茶の認知度向上と理解を深めることで文化保護の機運を醸成するために、短編映画「美作物語 Story1 誰も知らない美作番茶」の上映会を令和7年12月14日に行った。 上映会では、美作番茶の作り手である黒坂氏、小林氏を招聘し、アメリカ・ロサンゼルスで開催された映画祭「JFFLA」において、美作番茶のワークショップを行ったことを紹介した他、美作物語で映し出された美作番茶の製造にまつわるストーリーを踏まえて、作り手による美作番茶の認知・普及活動を行った。 ② 継承者の募集 首都圏で実施している「銀座のお茶プロジェクト」、イベント「喫茶葉去～葉茶のいろはを体験～」及び短編映画「美作物語」の公開を通じて、美作番茶の認知度を高める活動を行っており、興味を持った若者を対象に継承者の募集を促進している。 また、海田園黒坂製茶において、継承者を募集するために地域おこし協力隊の企業募集を開始した。
成果・効果	地域住民を対象とした食文化継承講座・ワークショップの開催については、当初予定した形から変更した形となったが、美作番茶をテーマとした短編映画が国際的な映画祭にノミネートされ、アメリカ・ハリウッドで美作番茶のワークショップを実施したことが、続編作品の最優秀作品賞受賞と合わせて、美作番茶を地域住民に認知させる絶好の機会ととらえ事業を実施した。 上映会は令和7年12月14日、美作市役所で実施したが、事前の予約だけで100名の募集定員を超える参加希望があり、立ち見がでるほどに盛況であった。その盛り上がりを受けて市内の公民館での巡回上映を実施することとし、令和8年2月1日に開催した公民館での上映会でも100名の会場が満員となった。 国際映画祭でのワークショップ実施事例を紹介したことで、地域外・国外で評価される文化であることが参加した多くの地域住民に共有され、地域内での価値認識の向上に繋がった。 また、短編映画の映像を通じて、美作番茶の製法や生産者の思いを視覚的に共有することができたとともに、会場での生産者の語りを通じて、美作番茶への思いや美作番茶が持つストーリーを地域住民に感じてもらうことができたと思う。 また、継承者の募集については、これまでの美作番茶のブランディング活動により認知度が高まっていることと、イベント等への出展により、同業で同じ課題を抱えている他地域の生産者の事例を知ること、継承者の確保のために生産者が自ら企業型の地域おこし協力隊を募集するきっかけとなった。 その成果として、全国から2名の応募があり、そのうちの1名を採用、3年間の任期の間に黒坂氏が持つ美作番茶を含めた海田茶の生産技術を継承していくこととなった。

事業別報告書

事業名称	天日干し番茶「美作番茶」の食文化ストーリー創出・発信事業
区分	(3) 発信等事業
事業内容	(事業概要) ① 情報発信資材の制作 ② 国内外への発信 ③ イベントへの出展
	(実施項目・詳細) ① 情報発信資材の制作 美作番茶の製造工程の独自性やローカル性、生産者にまつわる食文化ストーリーを広く発信し、美作番茶ファンの獲得に繋げるために、各種PR資材の制作を行った。 (1) リーフレット イベント等出展時に、対面で美作番茶の製法や特徴を伝える際に使用する。 (2) チラシ イベント等での配布や店舗、案内所等に配置し、特設ページへの導引のために使用する。 (3) ポスター・パネル イベント等の出展時や店舗、観光案内所等に掲示し、伝統製法で手間をかけて作られていることが直観的に伝わるように使用する。また、本事業で制作したデータを自主編集してスタンダードバナーも制作した。 ② 国内外への発信 美作番茶の食文化ストーリーを国内外に発信し、ファンの獲得に繋げるためのPR活動を実施した。 (1) 銀座のお茶プロジェクトと美作茶アンバサダーによるSNSを活用した情報発信 2022年から銀座の老舗百貨店「松屋」の屋上に植樹した海田茶の茶樹をフックとして取り組んでいる「銀座のお茶プロジェクト」により任命した「美作茶アンバサダー」の皆様に、銀座の海田茶の植栽管理をお願いしており、その様子をSNSで発信することで認知度向上を図っている。 (2) 美作番茶伝道師の任命 美作番茶の生産者を伝道師として委嘱することでイベント等への積極的な参加やメディアへの露出を促し、生産者の顔が見えるPR活動を行うことで、美作番茶の魅力発信とファンの獲得に繋げている。 美作番茶伝道師に、海田園黒坂製茶の黒坂浩教氏、黒坂いづみ氏、小林芳香園の小林将則氏を委嘱し、黒坂夫妻は、松屋銀座で行われたイベント「喫茶葉去～葉茶のいろはを体験～」での普及活動に、小林氏は、アメリカ・ロサンゼルスで開催された国際映画祭「Japan Film Festival Los Angeles (JFFLA)」の上映の際に行われた日本文化特集上映イベントにおいて、短編映画「美作物語」の映画内容に関連したデモンストレーションを行い国外での普及活動を行った。 ③ イベントへの出展 (1) 喫茶葉去～葉茶のいろはを体験～ 銀座のお茶プロジェクトと関連して「松屋銀座」で開催された「喫茶葉去～葉茶のいろはを体験～」に出展し、認知度向上を図るとともに販売促進に繋げる。イベントでは、世界的にブームとなっている抹茶とは違う軸として、「葉茶」の魅力を伝えることをテーマとして、番茶、煎茶、玉露の飲み比べ体験を行ったほか、海田園黒坂製茶の黒坂氏が海田で自ら育てたお茶と銀座で生育管理をしている銀座のお茶を振舞いながら、その物語を伝えるワークショップを開催した。 (2) 岡山後楽園 茶つき祭 日本三大庭園の一つ、岡山後楽園に海田茶の茶園があり、毎年5月の第3日曜日に茶つき祭りが開催されている。令和7年5月18日に開催され、海田地区に伝わる茶つき踊りを、海田茶摘み踊り保存会が集めた茶つき娘が披露し、茶摘み体験が行われるとともに、美作番茶のPRブースを出展して認知度向上を図った。

成果・効果	情報発信資材の制作により、製造工程の独自性や生活茶としての位置付け、生産者の思い、茶葉が持つ「てり」といった美作番茶が持つストーリーを言語化、視覚化することができた。これによって、従来は生産者による口頭での説明に依存していた美作番茶の情報発信を誰でも一定水準で伝えられるようになった。 併せて、イベント出展、店舗掲示、観光案内所等で活用が可能な統一デザイン資材を制作したことで、継続的な発信体制が確立された。 国内外への発信については、銀座という首都圏を代表する立地に海田茶を植樹している地の利を活かして、継続的な発信活動を継続していくとともに、美作茶アンバサダーの活動を通じて、地域外の支援者が海田茶・美作番茶に主体的に関与する構造を形成し、共創型の情報発信体制をさらに発展させることができている。 また、生産者を「美作番茶伝道師」として公式に位置付けることで、生産者の社会的役割を明確化させるとともに、その活動を支援することで、顔の見える発信に繋がり、美作番茶ファンの獲得に寄与したと感じている。 特に、美作番茶伝道師の活動として、アメリカ・ハリウッドのJFFLAでの日本文化特集上映イベントにおいて映画と連動したデモンストレーションを実施したことで、美作番茶を「地域の特産品」に留まらず、「日本の生活文化の一例」として位置付けることができた。このことにより、美作番茶の高付加価値化に繋がったとともに、地域住民のシビックプライドの醸成にも寄与したものと考ええる。 イベントへの出展においても、銀座のお茶をフックとして、昨年まで開催してきた「番茶フェスティバル」をブラッシュアップし、「葉茶」という軸で、日本における葉茶文化の始まりである番茶、日本茶を高みに引き上げた煎茶、その最高峰である玉露という価値づけを行うことで、葉の形がそのまま残る美作番茶の価値を発信することができた。また、そのイベントにおいて、銀座と海田を結ぶストーリーを生産者が語るワークショップにより、首都圏における新規ファン層の獲得に繋げることができた。 また、毎年恒例行事となっている岡山後楽園の茶つき祭において、伝統的な茶つき踊りと連動したPRにより、来場者に直接的な普及活動を行うとともに、茶摘み娘として参加した中高校生に海田茶に触れる機会を創出することで、地域文化への理解を促進するとともに、継承の重要性を伝えることができた。
-------	--