コアコア新聞

コんなヒトにワクワク
アんなコトにドキドキ
コんなモノにソワソワ
アんなトコにゾロゾロ

コアコア新聞公式サイト
http://chikouken.jp/koakoa

お茶カ

さぬきマルベリーティー　香川県さぬき市

讃岐のおばちゃんたちが奮闘して作る桑茶

昔から養蚕の盛んな地方で愛飲されてきた桑茶。その健康効果が改めて注目される今、パッケージに描かれた「おばちゃん」の可愛らしさでヒット商品となったお茶がある。

パッケージのモデルにもなった大川町のおばちゃんたち。

香川県さぬき市大川町の山間部は昭和時代に養蚕が盛んだった地域。しかし、養蚕産業の衰退により桑畑は耕作放棄地として荒地となり、近隣では猿などの野生動物による農作物被害が急増した。そこで対策として桑を低木化し、猿に桑の実を採らせて他の農地に近づかせないようにしたことから、副産物として大川町のJA女性グループによる手摘みの桑茶が生まれた。大川町の桑茶は蒸して揉み、乾燥させる独自の製法により、鮮やかな緑、くせのない風味ととろみのある甘みが特徴だ。

この大川町の桑茶に惚れ込んだのが高松市の日本茶専門店である有限会社西森園の代表取締役、西森丈士さん。

日本茶の消費が低迷傾向にあるなか、西森さんは地域に密着した農産物で、付加価値が高く、かつ将来性が見込める原材料を10年にわたり探していた。

自然農法で作られる大川町の桑茶はノンカフェインで、鉄分をはじめとする天然ミネラルを豊富に含む、魅力的なもの。

「最初に飲んだとき、このお茶なら売れる！と確信し、製品化に踏み切りました」

しかし、当初「讃岐の桑茶」と名づけた商品は、パッケージも素朴で、テスト販売では他の商品に埋もれてしまった。

試行錯誤を繰り返し、桑を英語で表現することに思い至った西森さん。音の響きがよく、消費者にも興味を持ってもらえそうな「さぬきマルベリーティー」にようやく商品名が決定。

しかし製品の良さを伝えるパッケージが生まれるまでには、まだしばらくの時間が必要だった。

「桑の葉のイメージにとらわれていて、半年ぐらいはピンとくるデザインがなく、迷走していました。ある日、デザイナーが描いてきたおばちゃんのイラストを見て、そうだ、おばちゃんに桑の葉を抱かせた収穫場面にしよう！とひらめきました。讃岐のおばちゃんたちが奮闘して作る桑茶にぴったりのデザインができたときは、本当にうれしかったですね」（西森さん）

デザイン性の高さから発売後まもなく女性誌を筆頭に多くの雑誌やSNSで紹介され、ネットでの売り上げが急増した。2016年度の「かがわ県産品コンクール」では優秀賞を受賞するなど、県内外で高く評価されている。今年はさらにフレーバーを増やし、スイーツなど関連商品も発売予定だという。

「さぬきマルベリーティー」のヒットにより生産地は活気づいている。

「原料である桑の葉には農薬や肥料を使っていないので、製品原価のほとんどが人件費です。桑茶が売れ、増産されればされるほど、生産家の収入として直接的に還元されます。手摘みの桑茶は収穫から製茶場での加工まで1日で行わないと、赤っぽくなってしまうため、人手が必要なんです。一昨年、加工に携わった方は約25名、昨年が45名と、生産の増加が雇用に直結しています」（西森さん）

自然の恵みと人の力によって生まれた桑茶は、地域のコミュニティを広げてくれている。

「桑茶が目標とする生産量に到達した段階で生産農家を法人化し、地域に貢献できる産業に育てていきたいですね」

地域の未来を見据え、西森さんは将来の夢を語ってくれた。

（梅村知代）

桑の若葉から不純物を丁寧に取り除き、鮮度の高い状態で製茶場へ運ぶ。

1 桑の葉を花束のように抱いたイラストが愛らしい。2 独自の製法で作られた桑茶は鮮やかな緑色。

取材協力・写真提供＝西森園　http://www.nishimorien.com/