

# 抹茶が食べ物になる日

～抹茶スイーツ事情～

文 小山 雅由 (山政小山園 取締役)



フランスを中心に「MOCHI」スイーツとしてブランド化しており、抹茶味は人気の商品となっています。

## 抹茶は飲み物ではなく、食べ物に

そのように新たな市場を獲得した抹茶の、直近二十年の生産量と価格の変化を見てみましょう。抹茶の原料葉を「てん茶荒茶」と言いますが、その国内の生産量と平均単価というデータがあります(全国茶生産団体連合会発表及び(公)日本茶業中央会「茶関係資料」より)。てん茶荒茶の年間生産量は、二〇〇〇年一、〇一〇トンから二〇一九年には三、四六四トンと約三倍以上に増加しています。一方その平均単価は、一キロ当たり二〇〇〇年の四、二四一円から二〇一九年の二、四九八円まで半減に近い勢いで下降しています。

世界的な抹茶スイーツブームによって、食品加工用抹茶のニーズが高まり、比較的安価なてん茶荒茶の生産が急増した結果、このような変化につながったと考えられます。抹茶はそのまま点てて飲む「飲み物」のみならず、市場全体におけるその用途や品質の実態から、もはや調理していただく「食べ物」でもあるといってもいいかもしれません。

## 抹茶本来の味わいのギャップ

抹茶は本来、上級品ほど苦渋みが少なく旨みが豊か。そして覆い香と呼ばれる抹茶特有

## 抹茶を愛する人が世界中に

茶の湯文化を経て、日本を象徴する飲料となった抹茶。抹茶スイーツブームによって、いまや世界的な人気を獲得しています。アジアではドリンク・スイーツの人気フレーバーとして定番化。北米ではコーヒーに代わる健康志向のカフェイン含有飲料、またキヌアやチアシードと並ぶスーパーフードとしても注目されています。ヨーロッパでも、日本の和菓子がジャパカルチャーに関心の高いフ

ます。

これからは、抹茶本来の味わいを感じられるような品質の高い抹茶を使用し、加工で風味が失われにくい生菓子ベースの抹茶スイーツが求められてくるでしょう。また、抹茶を「食べたこと」はあるが、「飲んだこと」はないという方が、改めて抹茶を飲みたくなるような、新しい飲み方の提案をしていくことが望まれます。それにより、市場規模が拡大しつつも全体としての低品質化が進む抹茶業界において、伝統的に続いてきた香り豊かな味わいの抹茶づくりを守り続けることにつながるのではと期待しています。

## ATELIER MATCHA の試み

二〇二一年八月、山政小山園ブランドの抹茶カフェ「ATELIER MATCHA (アトリエ マッチャ)」が、東京の人形町にオープンしました。ごちそう抹茶メニューとして、上級抹茶を贅沢に使用した、様々な新感覚のドリンク・スイーツを提供するお店です。また、濃く点てた抹茶を、ショットグラスでお出ししたり、お薄点てした抹茶を、美しい緑色を楽しめる耐熱グラスで、HOTでもICEでも味わっていたりするなど、抹茶そのものを気軽に飲んでいただけるような新しいスタイルをご提案しています。

「畑からテーブルまで」をテーマに、茶園から一貫して抹茶を製造する山政小山園だからできる、本来の抹茶の味わいをお届けする



ATELIER MATCHA (アトリエ マッチャ)  
by Yamamasa Koyamae  
所在地: 〒103-0013 東京都中央区日本橋人形町1丁目5-8  
営業時間: 9時～18時 (ラストオーダー17時45分)  
電話: 03-3667-7277 URL: <https://ateliermatcha.com/>

ことで、抹茶をもっと美味しく、気軽に楽しんでいただける取り組みを始めています。是非一度、足を運んでみてください。

のよい香りがふくよかです。一方、抹茶を(点てて)そのまま口に運ぶのではなく、様々な原料を混ぜ合わせ、オーブンで焼くなどの調理も行う製菓利用。それに使われる抹茶は、苦み渋みが強くても許容され、むしろ苦渋みが強い方が適しているという用途さえあります。ブームの商品は定番化されるに従い価格競争力が求められますので、品質よりコストを優先するケースも多いと思われる。このように、市場に多く流通する製菓用抹茶の苦渋い味わいが、本来の風味であるという、間違った認識が広がることがあるとすれば、残念です。

## これからの、抹茶スイーツ

抹茶が定番フレーバーになった今、改めて抹茶の味わい・品質に目を向ける作り手や消費者が増えているのも事実です。三十年前と比較して、昨今のコンビニスイーツであっても良い抹茶を感じる商品は増えてきてい



小山 雅由 (こやま まさよし)  
一九八〇年、京都府宇治市生まれ。株式会社山政小山園取締役。大学院卒業後、営業やマーケティングプランナーを経験し、ブランドコンサルティング会社に入社。その後、同社に転職。家業に入社して以降はマーケティングの責任者として、ブランドデザインや商品企画、プロモーションを手がける。二〇一九年から辻製菓専門学校非常勤講師。