

平成27年度農林水産省補助事業

ジャパン・ブランドの確立に向けた取組

事業実施報告

1. 事業の目的

(1) 輸出環境の分析

日本茶の輸出動向をみると、歴史的には明治の初めから国策により積極的な輸出が行われている。明治・大正期は生産量2万トン台の大部分が輸出されており、輸出先国もアメリカ中心に行われている。昭和に入って、海外でのコーヒーとの競合、中国茶の増加、国内の消費拡大等の影響を受けて、減少傾向となり、平成3年に253トンと過去最低の輸出量を示した。その後年々増加し、平成17年には千トン台に、平成22年には2千トン台になった。

一方、輸出金額は、平成17年21億円から25年には66億円に増加している。ここ10年の傾向は国内の消費が減少する中で、輸出全体の5割近くを占めるアメリカを中心に、対象国もその輸出額は少ないものの、平成16年の39か国から25年には49か国になっている。

これは日本緑茶の機能性や品質の高さが評価されてきた背景があるものと考えられる。しかし、日本茶は品質的には優れているが価格的には競合する中国産などに比べ高価であり競争力がそがれていること、国内の輸出茶生産体制、各国の輸入条件に合った輸出体制等が未整備であることなど今後の輸出拡大を進めるうえで重要な課題が指摘されている。

(2) 輸出対象国・地域において標的とする市場の絞込み

そのため日本茶は価格訴求ではなく、品質と日本茶の付加価値である日本文化の優位性を訴える必要があり、日本茶が持っているストーリーや背景を消費者や消費者に直結するバイヤーをターゲットとした海外での日本茶のPRを積極的に進める必要がある。また、先に世界無形文化遺産に登録された「和食」と日本茶文化を一体的に世界に向けて情報を発信するとともに、その手法として、日本茶セミナー、試飲会などの啓蒙活動や学識者に対し茶の貴重な情報の提供が、日本茶の輸出を増大するには有効と考えられる。

このため、特に日本茶の消費拡大が期待できる、アメリカをはじめ、香港、台湾、シンガポール等の安定市場に加え、EU、ロシア等の新興市場において、日本茶の品質、技術的な優位性や伝統的な日本の茶文化を提示することが効果的なツールとして考えられる。

(3) マーケティング要素の組み合わせによる最適化

日本茶の特徴は、その製造方法が蒸気による生葉の蒸しを行うことで高品質を保ち、色彩、香り、味がバランスよく生成され、世界的にも特徴のあるお茶の生産がなされている。高品質・

カテキン等の機能性成分による効能、日本食との融合による茶の効能等茶をいかに海外の消費者にアピールするかその手法を確立し対応する必要がある。

そのためには、輸出先国の趣向調査等を行い商品開発を進めるとともに、日本茶のおいしい淹れ方、日本茶を飲用だけに絞らず高品質な抹茶を利用したお菓子への利用等多用途利用法についてもセミナー等を通じPRする必要がある。

また販売方法については、日本茶は急須で淹れる、茶器を愉しみながら飲用することが基本、お茶の効果も一番得られる方法であり、海外においてこの手法を茶文化とともに普及することが重要である。しかし、よりお茶を簡便に味わえ飲みやすい環境を提供することも重要でありその一手法としてティーバッグ等の活用も効果的である。

これらをその国に適した方法で選択し普及させることが重要である。

以上を踏まえ次を目的として事業を実施した。

日本茶は歴史的には過去かなりの輸出量があったが、世界の飲用が大幅に変化したこと、我が国の生産・輸出体制も国内の需給関係の均衡の不安定化等により、生産量が減少する中で国内消費の減少が引き続き起こっていることなどを踏まえ、

- ①輸出用茶の生産体制の整備を図るため、栽培・加工技術の確立をはかる。
- ②輸出先国の食品衛生関係の規制に対応した生産体系を確立する。
- ③高品質な日本茶の良さを、おいしいお茶の淹れ方などのセミナー、日本食文化と組み合わせた活用等を通じ積極的にPRする。
- ④富裕層だけでなく中間層をもターゲットとした新規需要の開拓
- ⑤日本茶の安全性や健康イメージ、カテキンなど機能性成分による効能のPRにより輸出拡大を図る

2. 輸出の現状

○日本茶の輸出量の推移

	平成20年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
輸出額(億円)	33	42	47	51	66	78
輸出量(トン)	1,701	2,232	2,387	2,351	2,942	3,516

お茶の輸出動向をみると、歴史的には明治の初めから国策により積極的な輸出が行われている。明治・大正期は生産量2万トン台※の大部分(8~9割)が輸出されており、輸出先国もアメリカ中心に行われた。昭和に入って、海外でのコーヒーとの競合、中国茶の増加、国内の消費拡大等の影響を受けて、減少傾向となり、平成3年に253トンと過去最低の輸出量を示した。その後年々増加し、平成17年には1千トン台に、平成22年には2千トン台になった。一方、輸出金額は、平成17年21億円から26年には78億円に増加している。ここ10年の傾向は国内の消費が

減少する中で、全体の5割近くを占めるアメリカ(25年31億)を中心に、ドイツ(8億)、台湾(4.4億)、香港(1.7億円)等のほか、輸出対象国もその輸出額は少ないものの、平成16年の39か国から25年には49か国に増加している。これは日本緑茶の機能性や品質の高さが評価されてきた背景があるものと考えられる。しかし、日本茶は品質的には優れているが価格的には競合する中国産などに比べ高価であり競争力がそがれていること、国内の輸出茶生産体制、各国の食品衛生規制等輸入条件に合った輸出体制等が未整備であることなど今後の輸出拡大を進めるうえで重要な課題が指摘されている。

※この時代は、地方番茶等民用茶は統計に計上されていない為、小さな数量になっているが、実際はこの倍くらいの生産であったと考えられる。

3. 輸出拡大の課題

- ① 一部の産地ブランドが先行している一方で世界の緑茶市場の日本茶の位置づけ、ブランドが浸透しておらず日本茶全体としてはマイナスになっている。
- ② 国内の輸出のための生産体制の整備が遅れており、基本である輸出向けの産地の育成が重要である。また輸出先国の食品衛生関係規制に見合った生産体系の確立、日本食との組み合わせなどを通じ、更なるPRを積極的に行い、日本茶の品質の優位性を周知することが重要である。

4. 課題を解決するための取組方針

① 本年度の取組方針

- ★輸出に対応した生産地の構築を図るための実証圃の設置、栽培・加工技術の確立、輸出相手国の食品衛生規制に対応した生産体制の確立を図る。
- ★ISO, FAO IGG on Tea, ITC等への参画による日本茶の国際的な位置づけを高める。
- ★日本茶の安全性や健康イメージ、カテキンなど機能性成分による効能のPR、パンフレットの作成配布、日本食との組み合わせなど日本文化と絡めた日本茶紹介情報の構築によるマーケティングの推進を図る。
- ★茶については、日本茶業中央会の会員、世界緑茶協会、日本茶インストラクター協会など関係団体が一体となって、輸出体制の整備を進める。このため平成26年に、「日本茶輸出促進協議会」を設立し、この運営により輸出の基本的な体制を整備し輸出拡大に資する。

本年度は、前記方針を実行する為、23本の事業を実施した。

この結果、財務省通関統計によれば、27年1～12月日本茶輸出額は101億円と、前年比130%の実績を得た。

5. 輸出目標額等

(1)27年度目標額の算出根拠並びに29年度までの目標額の設定および達成の考え方

最近の日本茶の輸出動向、2012年から2013年の30%台の伸びと2014年の輸出実績78億円を踏まえ、目標年である2020年の中間年である2016年100億円を中間目標として設定(成長率13.0%)した。

② 対象品目の内訳(日本茶全体)

◎輸出重点国の実績

(単位:千円)

対象国 又は地 域	品目	目標・実 績の別	平成25年度 (基準年度)	平成26年度 2014年	平成27年度 2015年	平成28年度 2016年	平成29年度 2017年
米国	日 本 茶	目標額			3,640,000	4,200,000	4,500,000
		実績額	3,130,000	3,420,000	4,363,533		
EU	日 本 茶	目標額			1,680,000	2,000,000	2,200,000
		実績額	1,300,000	1,490,000	2,063,562		
香港	日 本 茶	目標額			256,000	350,000	400,000
		実績額	176,000	227,000	394,595		
台湾	日 本 茶	目標額			621,000	750,000	800,000
		実績額	448,000	580,000	826,498		
ロシア	日 本 茶	目標額			172,000	200,000	220,000
		実績額	75,000	151,000	8,312		
シンガポ ール	日 本 茶	目標額			852,000	1,000,000	1,100,000
		実績額	640,000	790,000	896,051		
合計		目標額			7,221,000	8,500,000	9,220,000
		実績額	5,769,000	6,658,000	8,552,551		

2015年における各国への輸出量は次表の通りでした。

緑茶輸出実績(2015年速報版)

	2014年		2015年		対比	
	輸出量(kg)	輸出額(千円)	輸出量(kg)	輸出額(千円)	輸出量	輸出額
世界	3,516,050	7,798,531	4,127,154	10,106,487	117	130
1 アメリカ合衆国	1,549,524	3,416,365	1,697,549	4,363,533	110	128
2 ドイツ	246,276	1,043,163	305,377	1,310,555	124	126
3 シンガポール	255,744	794,158	280,052	896,051	110	113
4 台湾	570,057	583,208	735,211	826,498	129	142
5 カナダ	199,799	349,057	236,017	421,473	118	121
6 香港	89,381	238,078	116,404	394,595	130	166
7 タイ	168,384	321,161	144,071	289,671	86	90
8 フランス	61,193	169,570	77,728	220,014	127	130
9 オーストラリア	56,467	127,426	74,248	219,981	131	173
10 マレーシア	73,048	147,283	111,560	214,796	153	146
11 オランダ	24,539	103,061	44,399	177,921	181	173
12 英国	29,700	91,366	32,426	122,365	109	134
13 インドネシア	21,277	54,680	40,338	95,386	190	174
14 ベトナム	18,575	33,725	34,869	92,392	188	274
15 スイス	12,439	43,808	19,568	74,425	157	170
16 イタリア	21,620	43,330	18,818	43,984	87	102
17 チェコ	6,837	19,709	12,262	38,293	179	194
18 中華人民共和国	6,969	21,082	15,238	36,886	219	175
19 スペイン	9,467	22,788	16,208	33,507	171	147
20 アラブ首長国連邦	2,658	11,927	21,968	30,440	826	255
21 ベルギー	10,584	19,733	12,569	23,571	119	119
22 フィリピン	11,122	17,590	8,469	18,768	76	107
23 ブラジル	5,371	11,320	5,705	14,987	106	132
24 大韓民国	4,483	12,176	5,062	14,978	113	123
25 ニューージーランド	2,571	7,183	4,352	12,228	169	170
26 アフガニスタン	0	—	18,800	11,638		
27 デンマーク	618	6,195	1,434	9,876	232	159
28 スウェーデン	1,812	5,113	3,125	9,051	172	177
29 カンボジア	1,009	2,893	2,302	8,365	228	289
30 ロシア	5,093	16,409	3,633	8,312	71	51
計	3,466,617	7,733,557	4,099,762	10,034,540	118	130

※順位は2015年の輸出額による。