

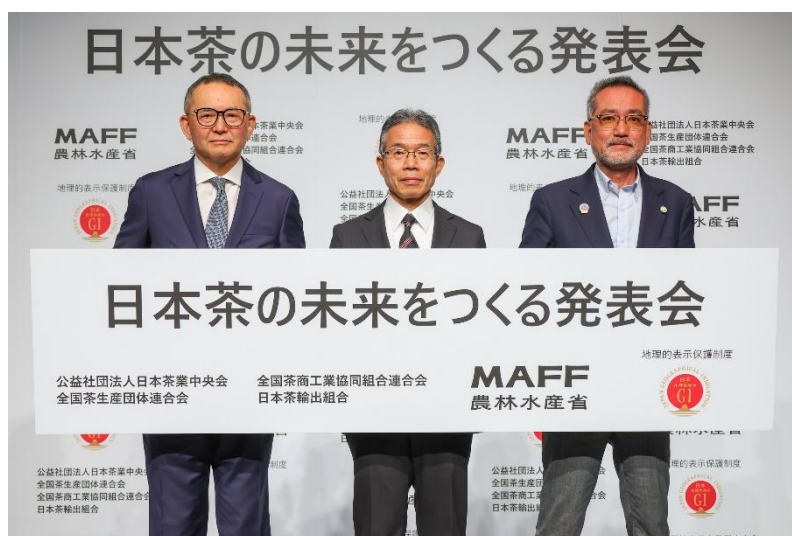
2026年5月吉日

報道関係各位

公益社団法人日本茶業中央会
全国茶生産団体連合会
全国茶商工業協同組合連合会
日本茶輸出組合

日本茶の未来に向けた新たな取り組み、 ナショナル GI の意義と展望について発表。

公益社団法人日本茶業中央会（会長：上川 陽子）、全国茶生産団体連合会（会長：吉田 利一）、全国茶商工業協同組合連合会（理事長：佐々木 余志彦）、日本茶輸出組合（理事長：桐島 俊昭）は、昨今の日本茶を取り巻く急激な市場環境の変化を背景に、国内での持続可能な日本茶生産体制の支援・整備、また海外市場での日本茶の価値向上を目指す今後の取り組みに関する発表会「日本茶の未来をつくる発表会」を、5月11日（月）に開催しました（後援：農林水産省）。



当日は、農林水産省・大臣官房・生産振興審議官（兼農産局）の佐藤紳氏から、日本茶の現状（茶産業の概況、消費動向など）について説明があり、その後、日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）のセンター長である中山 勇氏が海外における日本茶のブランディングの取り組みを発表しました。最後に、日本茶業中央会専務理事の鈴木貞美よりナショナル GI の意義と今後の展望が語られました。

■茶をめぐる情勢について

（農林水産省・大臣官房・生産振興審議官（兼農産局）：佐藤紳氏）

発表会当日は、農林水産省・佐藤 紳氏が登壇し、日本茶の現状（茶産業の概況、消費動向など）や、輸出の更なる促進に向けたブランド価値の維持・向上に向けた取組の1つとし

での GI 制度について説明がなされました。



「GI を推進することで、産地の保護に加え、差別化された製品のブランド価値の維持・向上に繋がります。」と、この取り組みに対して農林水産省としてのメッセージを発信しました。また、「お茶の基本方針として、お茶で世界を魅了し、次世代に茶業・茶文化を継承することを掲げている。今後も茶業関係団体のみなさまと連携していきたい。」と、今後の茶業振興への決意を述べ締めくくりました。

■海外における日本茶ブランド構築のために

(日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO) センター長・中山勇)

農林水産省・佐藤 紳氏のプレゼンテーションを受けて、日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO) センター長・中山 勇氏が登壇しました。JFOODO の成り立ちやミッション、海外輸出の促進に関して米国でのプロモーションを中心に説明がなされました。



その中で GI マークに関しては「日本産が持つ特色として 8 つのブランディングファクターを JFOODO は定めています。GI マークが出来るとこの日本産という特性がより効果的・効率的に訴求できるのではないか」と大きな期待が寄せられました。また海外だけでなく

国内に関しても「海外で日本産を守るだけではなく国内の生活者にとっても日本茶の価値を見直す大きな一歩になるではないか」と述べこの取り組みを歓迎しました。

■ナショナル GI の意義と展望について
(日本茶業中央会専務理事・鈴木貞美)

最後に、日本茶業中央会 専務理事・鈴木貞美が登壇。なぜ、いまナショナル GI が日本茶に必要なのかを説明しました。



「日本茶としての特徴を備えた国産のものだけを日本茶として登録して国内・海外で拡げていきます。例えば販売店やスーパーマーケットで生活者にとっても分かりやすく美味しいものを提供していきたい。」と述べつつ今後のスケジュールなどもあわせて説明。「海外での需要の高まりや茶価の高騰など、現在様々な課題もありますが、今回のGIマークを機会に美味しい日本茶の安定供給を目指していきたい。」と語り、この取り組みへの強い覚悟で発表を締めくくりました。

参考： [■GI マークとは](#)



農林水産物・食品等の名称で、その名称から当該産品の産地を特定でき、製品の品質等の確立した特性が当該産地と結びついているということを特定できるもの。

地理的表示 (GI : Geographical Indication) とは、地域で育まれた伝統を有し、その高い品質等が生産地と結びついている農林水産物や食品の名称を知的財産として保護する

制度です。登録された地理的表示を使用できるのは登録した基準を満たす商品だけなので、消費者は信頼して商品を選択することができます。

地理的表示（GI）保護制度は、もともとフランスやイタリアなど欧州で生まれた制度で、欧州では、チーズ、ハム、ワインなどさまざまな産品で多数の地理的表示が登録され、保護されています。世界では既に 100 カ国以上で導入されており、日本では 2015 年から導入され、現在、国内 167 産品が登録*されています。

制度は通常、国ごと（EU の場合は EU 全体で 1 つの制度）に設けられます。その一方で、魅力的な産品は世界に流通するため、各国の制度の枠を超えて地理的表示を保護する仕組みが必要です。

そこで、国同士が協定を結び、相手国が登録している地理的表示を自国内で保護するかわりに、自国が登録している地理的表示を相手国内で保護してもらう仕組み（相互保護）が整えられつつあります。日本で、2019 年 2 月に欧州連合（EU）との間で経済連携協定（EPA）を発効し、GI の相互保護が開始され、2021 年 1 月には日本と英国との間でも EPA が発効され、GI の相互保護が開始されています。

制度の大枠	効果
地域ならではの環境で長年育まれてきた特色ある産品のみ登録可能。	地域共有の財産として、産品の名称が保護される。
産品の名称を生産地や品質等の基準とともに登録。	登録された基準を満たす産品のみが地理的表示を使用できる。
登録された産品は「地理的表示」と「GI マーク」が使用できる。	GI マークによって、消費者は他産品とひと目で区別できる。
地理的表示の不正使用は行政が取り締まりを行う。	訴訟等の負担なく、自らのブランド価値を守ることができる。

* 農林水産省 地理的表示保護制度(GI) 登録産品一覧 (2026 年 3 月 25 日現在)



地理的表示の相互保護制度

日本と同等の水準と認められる GI 制度を持つ海外の国と GI リストを交換し、相互で保護する制度を整備。現在、EU、英国との間で相互保護を行っている。

自国における相手国GIの保護
相手国GIの模倣品を取締り

相手国における自国GIの保護
自国の農林水産物のブランド化
自国生産者のGI登録の負担軽減