

# 茶の輸出戦略 (参考資料)

---

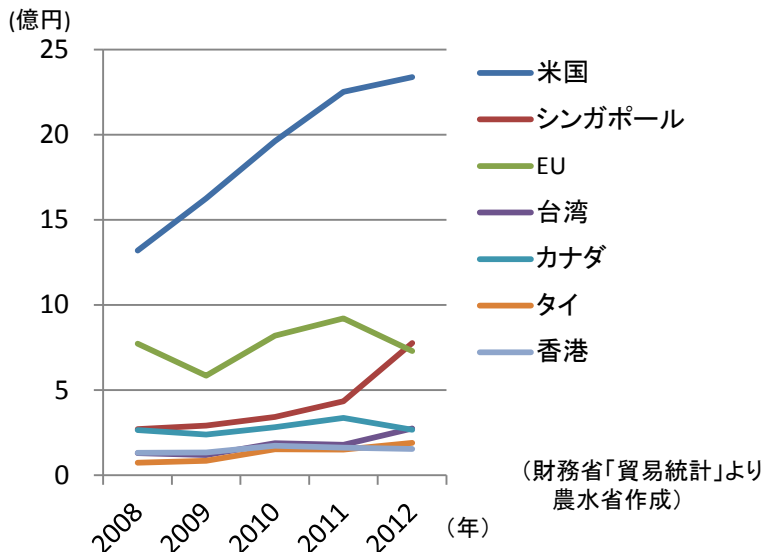
平成25年8月

農林水産省

# 1 現状

- 輸出額は増加傾向にあり、2012年の輸出額(50.5億円)は5年前と比べ約1.5倍。その約半分を米国が占める。
- ドイツ、フランスなど、EUでは震災以降減少傾向。
- 世界的な健康志向の高まりから、各国における緑茶の需要が増加してきており、他国産に比べてブランド力がある日本茶が進出しやすい状況。

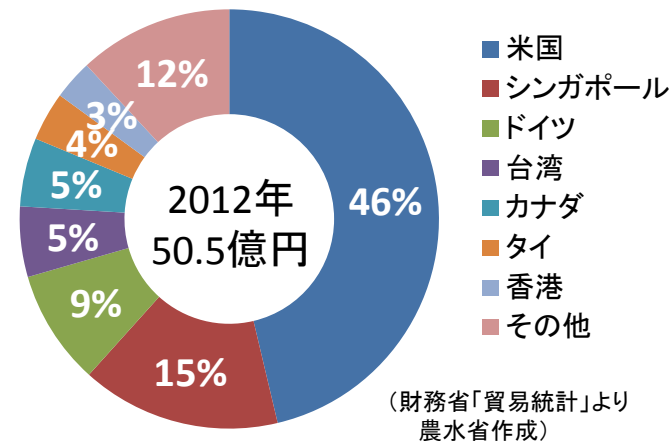
日本からの緑茶の輸出額の推移



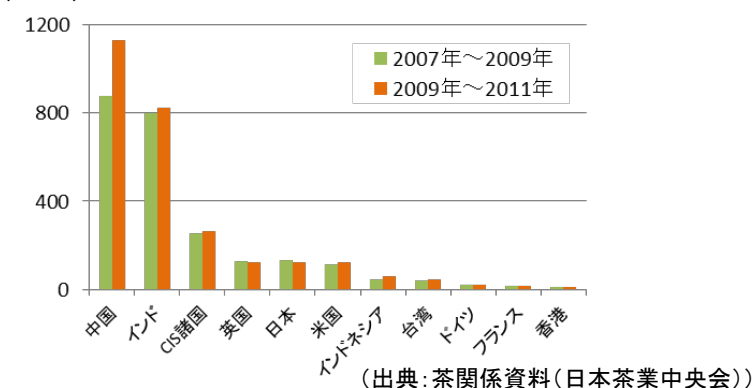
米国における緑茶輸入実績(2011年)

	数量	数量	金額	金額	単価
	トン	%	千USD	%	USD/kg
①中国	13,570	69.8	44,330	39	3.27
②日本	1,419	7.3	31,164	27	21.96
③カナダ	337	1.7	10,524	9	31.23
④ドイツ	701	3.6	4,629	4	6.60
⑤インド	606	3.1	3,512	3	5.80
⑥モロッコ	158	0.8	3,350	3	21.20
⑦スリランカ	356	1.8	2,851	3	8.01
⑧台湾	327	1.7	2,536	2	7.76
⑨イギリス	119	0.6	1,297	1	10.90
⑩フランス	21	0.1	666	1	31.72
その他	1820	9.4	9,064	8	4.98
計	19,434	-	113,924	-	5.86

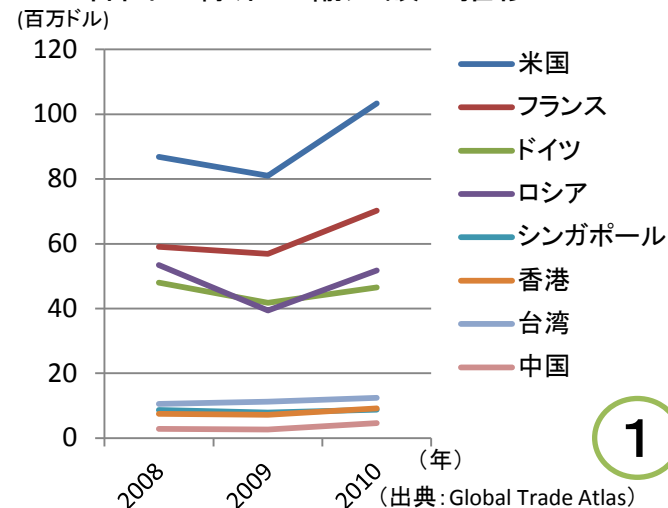
2012年の輸出額の国別割合



国別のお茶の消費量(各3年間の平均)



各国の緑茶の輸入額の推移



# 2 現状分析

- 日本茶の輸出先での店頭販売価格は種類により異なるが、現地・他国産の2～4倍程度。安いものは家庭用に、高いものは贈答用に販売されている。
- 米国は、「緑茶は健康」というイメージがあり、肥満・糖尿病等を背景に市場が増加している。
- EUでは、残留農薬問題や放射性物質に係る輸入規制により日本茶の輸入量は伸び悩みが生じている。

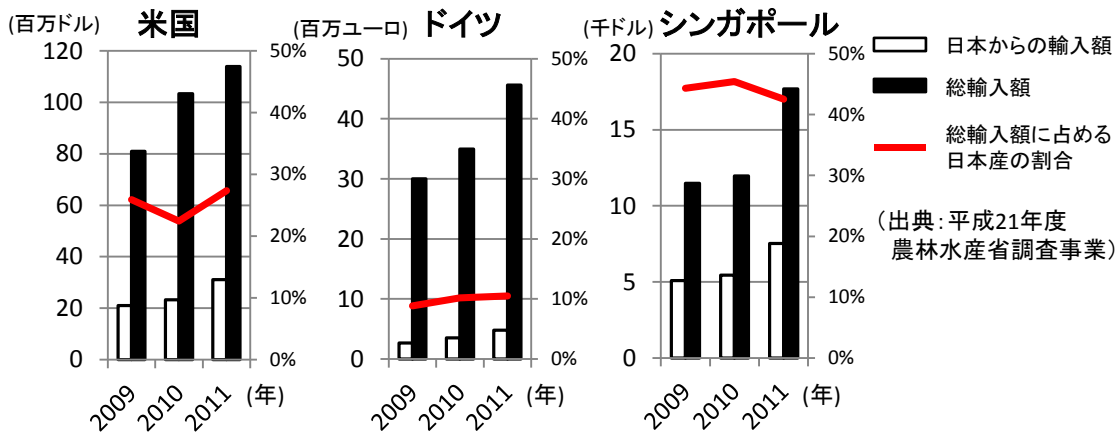
	強み	弱み	チャンス	脅威
米国	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康食品としてのイメージと地位を確立している。</li> <li>高品質。</li> <li>広く流通しており、消費者の認知度も高い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>他国産に比べ価格が高い。</li> <li>風味や味が米国の一般消費者に好まれない場合がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場規模が拡大している。</li> <li>消費者の関心が高い。</li> <li>茶の全量を輸入している。</li> <li>自然食やオーガニック食品の市場が拡大している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>米国人の好みに合う他製品との競合。</li> <li>中国産等競合国の台頭。</li> </ul>
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本茶に対する評価が高い。</li> <li>日本茶購入者の9割強が自宅用であり、家庭に浸透している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場の飽和感。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康志向が高い。</li> <li>高所得者層からの人気。</li> <li>外食レストラン多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原発事故による放射性物質に関する輸入規制。</li> </ul>
EU	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本に対するイメージが非常に良い。</li> <li>緑茶消費が増加。</li> <li>世界の茶流通の拠点。</li> <li>日本食レストランが増加している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原発事故による放射性物質に関する輸入規制、残留農薬基準問題によるネガティブなイメージ。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>ドイツと中国の間に強いパイプ。</li> <li>価格面で他国産に比べ不利。</li> </ul>

## ○海外の「日本食レストラン」店舗数の推移

年	店舗数
2006年	約24,000店
2010年	約30,000店
2013年	約55,000店

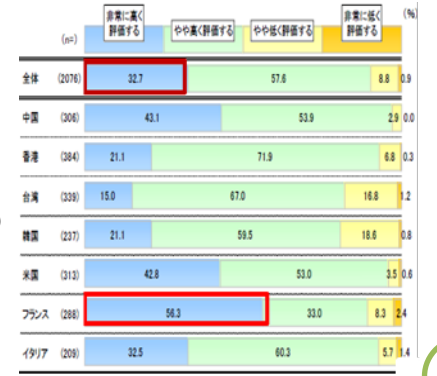
## ○主要国の緑茶輸入額に占める日本の割合

米国、シンガポールに比べ、ドイツ、ロシアの輸入額に占める日本産の割合は低い



## ○日本産緑茶に対する評価

回答者の9割以上が高く評価し、とりわけフランスで好評



# 3 2020年目標と対策

## 【重点国】

- 新興市場: ロシア、EU
- 安定市場: 米国、香港、台湾、シンガポール

## 【方向性】

- 茶器や和菓子等、日本食・食文化とセットにした売り込み

2012年の茶の輸出額 50.5億円



2020年の茶の輸出額 150億円

	国	方向性とマーケティング	輸出環境整備
新興市場	・EU	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中間層までをターゲットとする</li> <li>・相手国の嗜好に合った商品の開発（フレーバーティー等）</li> <li>・日本茶の安全性をPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・残留農薬基準への対応（相手国の基準に沿った生産体制構築、相手国でのインポートトランス設定支援）</li> <li>・原発事故による放射性物質に関する輸入規制への対応</li> </ul>
	・ロシア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相手国の嗜好に合った商品の開発</li> <li>・600トンといわれる高級緑茶市場の取り込み（2008年の日本からの輸出実績は20トン）</li> </ul>	
安定市場	・米国	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本茶の健康イメージや機能性成分をPR</li> <li>・現状を維持しつつ、健康的であることをPRし市場を拡大</li> <li>・相手国の嗜好に合った商品の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有機同等性の承認の取得</li> <li>・食品安全強化法に係る残留農薬規制への対応</li> </ul>
	・シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中間層もターゲットとした新規需要層の開拓</li> <li>・茶の世界市場の貿易中間点として、日本茶を強く発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原発事故による放射性物質に関する輸入規制への対応</li> </ul>
	・台湾	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中間層もターゲットとした新規需要層の開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・残留農薬基準への対応</li> </ul>
	・香港		

## 【生産サイドの対応方向】

- ・萎凋香緑茶（香味を持った緑茶）などの輸出に対応した茶栽培技術、加工技術の確立、病虫害に強い茶の開発
- ・有機栽培の推奨
- ・健康成分高含有品種の開発・普及（カテキン等）
- ・剪定等による茶樹中の放射性セシウム低減の徹底
- ・輸出相手国の食品衛生関係規制に対応した基準に合った生産体制の確立

