

2. 中南米市場の開拓 JETRO事業参加による新規販路開拓の成果 ②ペルー

- ・ 2019年に静岡市とリマ市の2度の商談会に参加。 リマでは、試飲会とサンプル提供を実施。
- ・ 2020年に入り、新型コロナウイルスの感染拡大を受け、リマが完全都市ロックダウンとなり商談が寸断。
ジェトロ・リマ、ジェトロ静岡の協力を得て、個別オンラインミーティングを実施し、商談フォローやサンプル輸送などを継続。
停滞した期間を利用し、ペルーにおける商標登録の手続きも済ませるなど不可欠な準備を完遂。
- ・ 2021年約2万点の輸出契約を締結・出荷。 受注に至るまで実に2年間もの時間を要した。

JETRO静岡主催 個別商談会@静岡市（2019年7月） 静岡県産食品・飲料プロモーション兼商談会に参加@リマ（2019年11月）
1年間で日本とペルーとで2回の商談の機会を持てたことが契約締結につながった。

静岡県産食品・飲料プロモーション兼商談会(2019年11月)

静岡市での商談会を経て現地リマでの直接の商談会につながった。在ペルー日本大使館では大使をはじめとして多くの職員が弊社の取組に耳を傾けてくれた。
@リマ スイスホテル



日本大使公邸にて商品紹介。また複数の現地バイヤーと商談会を実施@JETROリマ事務所 当社撮影

3. 市場の課題 メキシコでの課題は、通関と模倣対策

- EPAやTPPに対する現地の通関業者や税関との共通理解のためのコミュニケーション
- 中国産・韓国産のSENCHA MATCHAを取り扱う企業の模倣品対策が課題。価格にも影響



MATCHA KAORIブランドの現地広告（上）を韓国産抹茶を売り込む会社が模倣しInstagramに掲載した（右）事例。

メキシコ取引会社より報告（2019年）



原材料に抹茶が入っていないにもかかわらず、MATCHA飲料として販売しているドリンク。（左）



他国産と思われる抹茶商品。産地未記載または韓国産、中国産と表示。日本国内では抹茶の定義について厳しく議論されているが、メキシコでは、「MATCHA」という言葉が先行している現状。

3. 市場の課題 ペルーでの課題は日本茶の魅力を知らってもらうことから

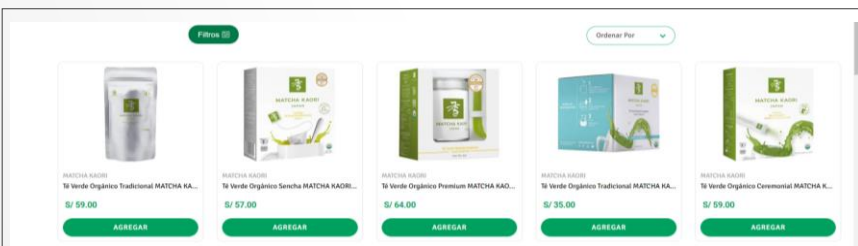
- ・ペルーでの日本からの日本茶のまとまったロットでの直接輸入は前例がなかったため、現地新聞でも大きく取り上げられた。
- ・ただ、現地人の日本茶に対する認知度が低く販売は難航。

現地広告代理店・取扱店のバイヤーとともにニーズに合ったプロモーションを模索している

- ・日系人が多いこの地で、現地人には日本茶の魅力がほとんど知られていない衝撃
- ・日本茶の価値が浸透していないこの国でどのように売り込んでいくか。



現地日系紙Peru Shimpoで抹茶の
販売開始が報じられる。レシピや効能も紹介。
2021年9月11日付



食材店のオンラインショップやアッパーミドル向けスーパーでも販売開始。



ペルー現地人に浸透させるには根気強い
普及活動が必要だと実感している。

4. 産地生産者と連携した取り組み（GFPグローバル産地づくり推進事業）

- ・ 浜松有機茶推進協議会の発足、2020年7月
- ・ 主要メンバーは当社のほか浜松市北部の春野地区の事業者と静岡県西部で輸出に力を入れている製茶会社
- ・ 同地区では山間の立地を生かし20年前から地域全体で有機栽培を開始
- ・ 有機栽培で栽培された安全性の高い茶葉を使用した製品を「HARUNO」ブランドとしてメキシコやペルーに紹介。受注出荷。

浜松有機茶推進協議会の参画事業者

丸泉砂川共同製茶組合（春野町砂川地区 29生産者）

農事組合法人田河内茶業協同組合（春野町田河内地区 23生産者）

杉本製茶株式会社（静岡県島田市）

株式会社おさだ製茶（静岡県周智郡森町）



この美しい景色は世界的にみても貴重 （2021年11月 春野町田河内地区 当社撮影）



5. 今後の挑戦

- 南米での更なる展開を検討する。
- 浜松有機茶推進協議会のメンバーと共に小さな茶産地ながらも唯一無二なグローバル産地となるべく、取組を推し進める。
- 茶業界のそれぞれの立場（生産者・製茶会社・茶商など）が少しずつ寄り添うことで貴重な茶産地を守り、茶文化を守ることができるのではないか。



茶産地に集まりながら、生産者・茶商と海外展開へのアイデアを出し合う 2021年1月
春野町砂川地区 当社撮影





香

Matcha Kaori®



ご清聴ありがとうございました

Premium Japanese Tea

MatchaKaori.com