

茶の輸出戦略（案）

平成 2 5 年 4 月

農林水産省

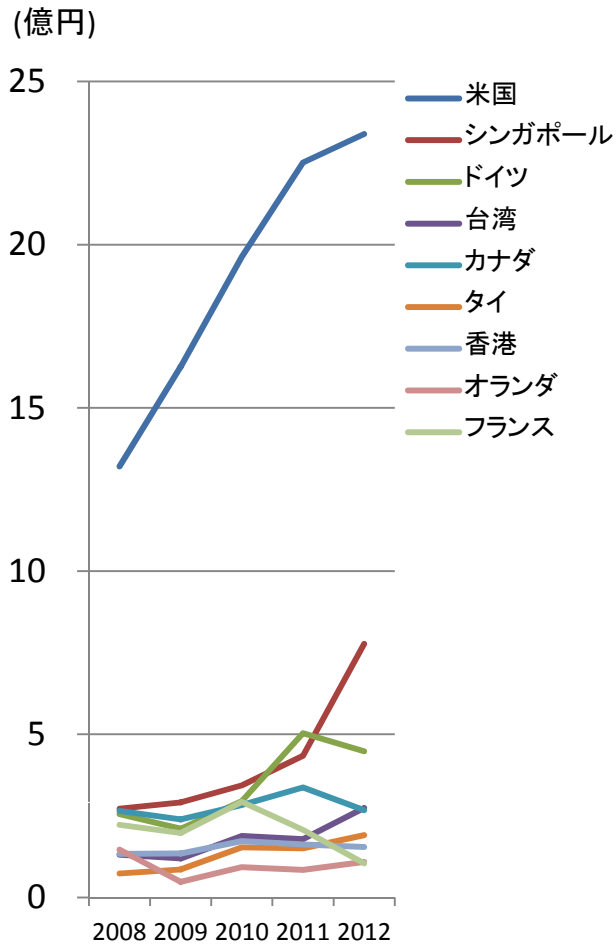
1 現状

- 輸出額は増加傾向にあり、平成24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。

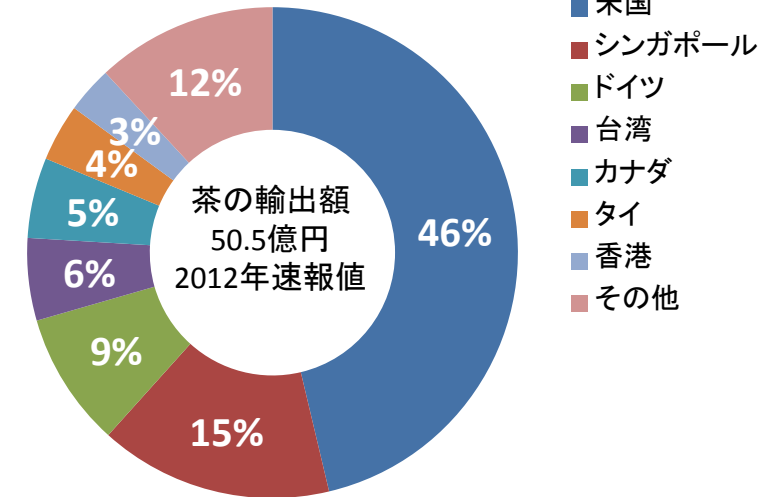
日本からの緑茶の輸出額の推移

米国における緑茶輸入実績(H23)

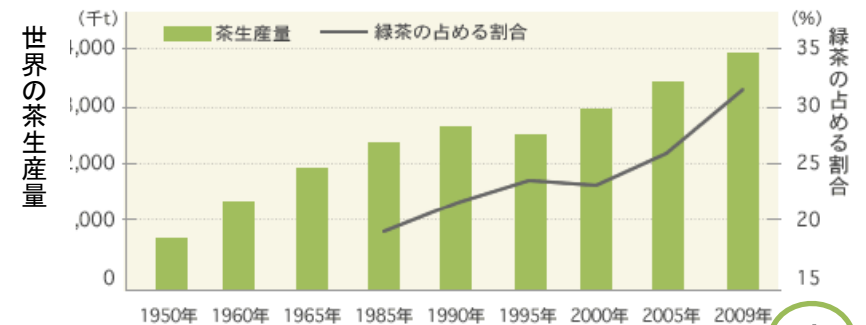
輸出額の国別割合



	数量	数量	金額	金額	単価
	トン	シェア %	千USD	シェア %	
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



緑茶が近年世界のトレンドに



日本茶業中央会「茶関係資料」

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規制により日本茶の輸入量は伸び悩み。

	強み	弱み	チャンス	脅威
米国	<ul style="list-style-type: none"> 健康食品としてのイメージと地位を確立している。 高品質。 	<ul style="list-style-type: none"> 他国産に比べ価格が高い。 風味や味が米国の一般消費者に好まれない場合がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 市場規模が拡大している。 消費者の関心が高い。 茶の全量を輸入している。 	<ul style="list-style-type: none"> 米国人の好みに合う他製品との競合。 中国産等競合国の台頭
シンガポール	<ul style="list-style-type: none"> 日本茶に対する評価が高い。 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 市場の飽和感。 	<ul style="list-style-type: none"> 健康志向が高い。 高所得者層からの人気。 外食レストラン多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 放射性物質の残留
EU(ドイツ、フランス等)	<ul style="list-style-type: none"> 日本に対するイメージが非常に良い。 緑茶消費が増加。 世界の茶流通の拠点。 	<ul style="list-style-type: none"> 残留農薬基準問題によるネガティブなイメージ。 		<ul style="list-style-type: none"> ドイツと中国の間に強いパイプ。 価格面で不利。

主要輸出先国における緑茶輸入額(総額・対日)

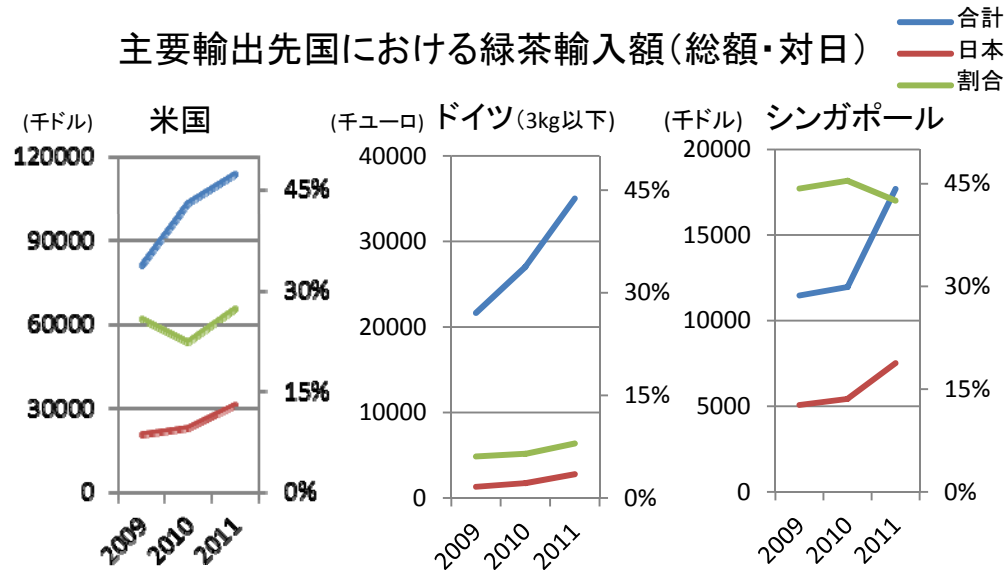
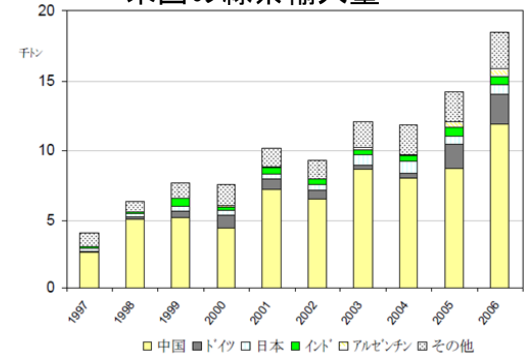


表5 大手お茶専門店での日本茶価格(ハンブルグ)

	小売価格 ユーロ/100g	日本円換算 1ユーロ=161.83円
Gyokuro	20.9	3,382
Gabalong	10.5	1,699
Japan Fancy Sencha	5.95	963
Bancha	5.4	874
中国産緑茶		
Yuncui(有機, 50g)	10.5	1,699
Huang Cha	10.9	1,764
Jade Needles(50g)	10.9	1,764
Golden Jasmin	9.45	1,529
Finest Yun Wu(有機)	7.95	1,287
Green Keemun Congou	4.95	801

*50gパックのものは2倍して小売価格を表示

米国の緑茶輸入量



3 2020年目標と対策

- 茶の輸出額 50.5億円(2012年) → **150億円**(2020年)
- 最重点国: 米国、EU、シンガポール 重点国: 香港、台湾、タイ

【生産サイドの対応方向】

- ・菱凋香緑茶(香味を持った緑茶)などの輸出に対応した茶栽培技術研究、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

		輸出環境整備	マーケティング(各国ごと)	マーケティング(共通)
最重点国	米国	・有機同等性の承認の取得	・相手国の嗜好に合った商品の開発(フレーバーティー等)	<ul style="list-style-type: none"> ・日本産緑茶のブランディング(日本産緑茶としての統一感の取れたプロモーション、食文化や食習慣とともに発信(「日本食」の象徴の一つ)) ・輸出先国のお茶の嗜好調査 ・日本茶の健康イメージやカテキンなど機能性成分による効能をPR ・急須、正しいお茶の淹れ方など日本文化とセットで売る ・世界お茶まつりなどのイベントを活用
	EU	<ul style="list-style-type: none"> ・残留農薬基準への対応(相手国の基準に沿った生産体制、相手国でのインポートトレランス設定支援) ・Global-G.A.P.の認証取得支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・中間層までをターゲット ・相手国の嗜好に合った商品の開発(フレーバーティー等) ・日本茶の安全性をPR 	
	シンガポール		<ul style="list-style-type: none"> ・中間層までをターゲット ・日本茶の安全性をPR 	
重点国	香港	・残留農薬基準への対応	・中間層までをターゲット	
	台湾	・残留農薬基準への対応		
	タイ			