

インド市場調査（茶製品）

インドでは、国内・外資系企業ともに、ダージリンやアッサム産の緑茶茶葉やティーバッグを販売している企業が多いが、抹茶は日本から輸入して販売されているものが多い

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

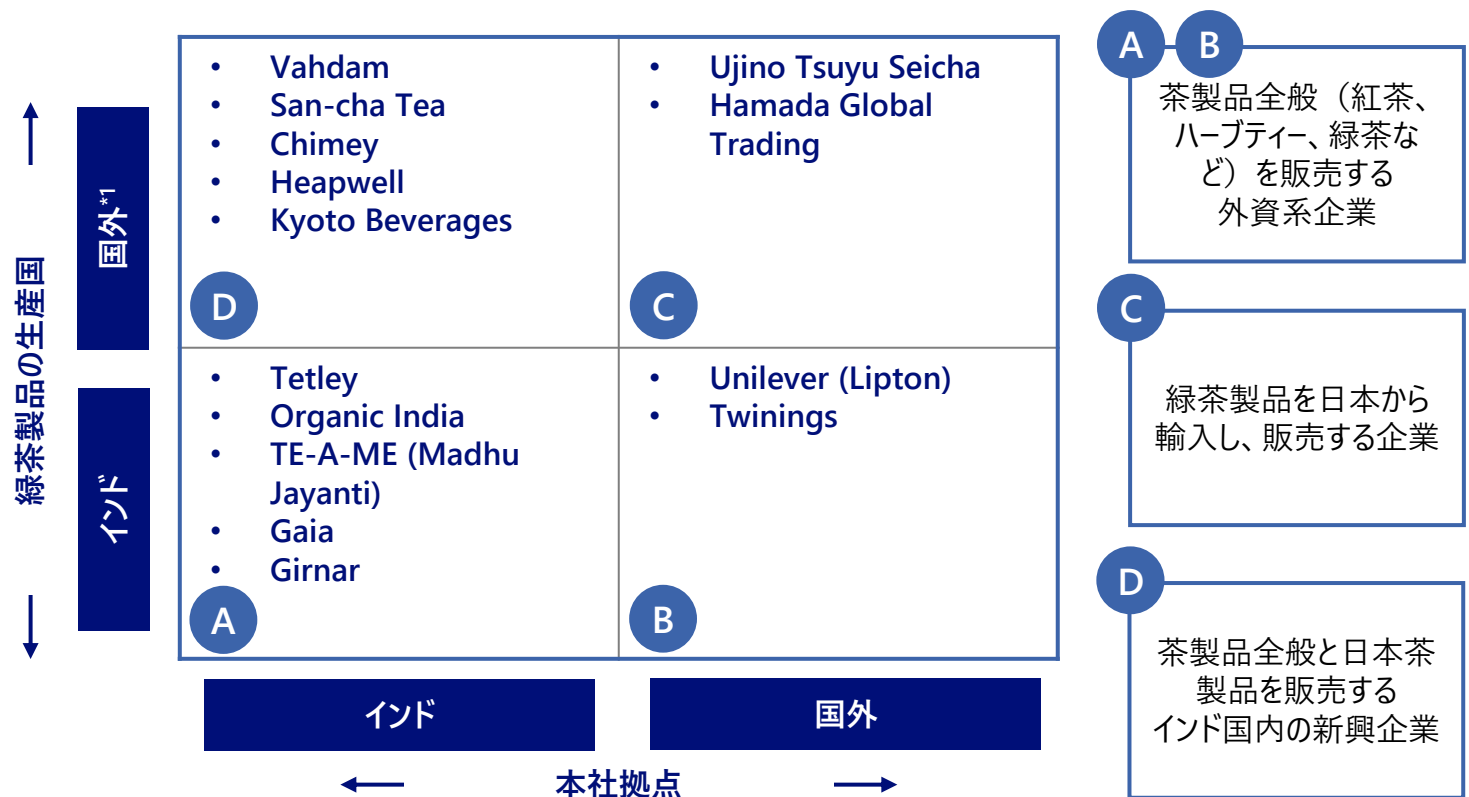
お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

主要企業

緑茶販売業界の主要プレーヤー



国産の商品を販売するインド企業は、伝統的なスパイスなどを含んだ緑茶製品を販売し、また幅広い層に手が届きやすい価格帯で販売し、大衆からの支持を獲得している (1/2)

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業

1米ドル = 83.22 (INR)

ブランド名/製品	現地価格		商品説明 (品質、数量推移)
	価格	販売場所*1	
Tetley 蜂蜜レモン緑茶 	\$2.04 (25袋入り)	BigBasket.com	■ 原材料名：緑茶(98.5%)、レモン風味(0.9%)、ビタミンC(0.62%)、蜂蜜風味(0.02%) ■ 抗酸化物質が豊富
Tetley ビタミンC、 ジンジャー、 ミント、レモン 	\$2.04 (25袋入り)	BigBasket.com	■ 原材料名：緑茶(98.5%)、レモン風味(0.3%)、ビタミンC(0.62%)、蜂蜜風味(0.3%)、ミント風味(0.3%) ■ 抗酸化物質が豊富
Organic India ホーリーバジル、 レモン、 ジンジャー 	\$2.57 (25袋入り)	BigBasket.com	■ 原材料名：緑茶(25%)、レモン風味(3%)、ホーリーバジル(17.5%)、ジンジャー(45%)、レモングラス(9.5%)
Organic India ホーリーバジル、 ザクロ 	\$2.57 (25袋入り)	BigBasket.com	■ 原材料名：緑茶(32%)、ザクロ・ラズベリー風味(6%)、ホーリーバジル(49%)、ハイビスカス(13%)

*1：上記価格で販売される販売チャネル

国産の商品を販売するインド企業は、伝統的なスパイスなどを含んだ緑茶製品を販売し、また幅広い層に手が届きやすい価格帯で販売し、大衆からの支持を獲得している (2/2)

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業

1米ドル = 83.22 (INR)

ブランド名/製品	現地価格		商品説明 (品質、数量推移)
	価格	販売場所 ^{*1}	
TE-A-ME 緑茶 	\$1.98 (40g)	Teameteas.com	■ 原材料名：緑茶 ■ 保存料不使用、砂糖不使用
Gaia 緑茶 	\$2.28 (50g)	Gaiagoodhealth.com	■ 原材料名：緑茶
Girnar ホーリーバジル緑茶 	\$3.18 (43.2g)	Amazon.in	■ 原材料名：緑茶、バジル、ラム・トゥルシー、クリシュナトゥルシー（ホーリーバジル）、ナチュラルフレーバー

*1：上記価格で販売される販売チャネル

インド市場調査（茶製品） A

Tetleyはインドのコングロマリットであるタタ・グループが所有するインドの緑茶市場最大手で、国内のみならず、米国、英国、カナダにおける緑茶のトップブランドでもある

茶製品に関する嗜好

需要

- 生産量
- 輸入量
- 輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業

企業情報

企業名 (ブランド名)	Tetley
親会社	Tata consumer products
設立年	2000年
本社	インド、カルナータカ州
売上高 (百万米ドル)	441 (飲料、インドのみ)
展開地域	国内：インド全土 海外：40カ国 (米国、英国、カナダを含む)
主要提携	-
主要投資家	Tata Consumer Productsが2000年に271万ポンドで買収
ホームページ	www.tetley.in

注) 1米ドル=83 (INR)

製品ポートフォリオ



緑茶（ティーバッグ）



緑茶（茶葉）



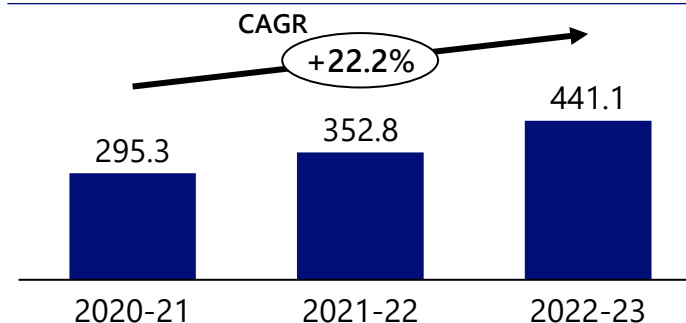
フレーバーティー



紅茶

売上^{*1}

単位：百万米ドル



*1: Tata consumer productsのインド事業飲料部門の売上、茶（紅茶、緑茶を含む）、コーヒー、水などの飲料を含む

インド市場調査（茶製品） A

Tetleyは美味しさにこだわったフレーバー緑茶を発売。タタグループの大規模な流通網を活用し、手頃な価格で大衆市場を狙う

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業（4P分析）

製品

1 フレーバー緑茶でより多くの人々にアピール



- 緑茶が初めての方や苦手な方に、アピールするためフレーバー緑茶（ジンジャー、ミント、蜂蜜、レモン、マンゴー）を発売



- ビタミンC入りバジル・フレーバー緑茶で、
- 製品の競争力強化を図る



販売チャネル

2 親会社の強力な流通ネットワーク

	概要
GT・MT	Tata Consumer Productsは2,000以上の販売代理店と協力し、140万店舗に販売(2022年10月時点)
オンライン	Amazon、BigBasket、Zeptoで購入可能

- 現在、MT（近代小売）とECマースが中心になっているが、大衆にアピールするため、個人商店への進出も検討中

価格

製品の品揃え：◎多 ○中 △少

3 リーズナブルな価格で大衆市場を狙う

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶
～400	△	◎	NA
400-1,400	◎	NA	NA
1,400～	NA	NA	NA

- 大衆市場で知名度が高い
- 緑茶の味によっては高級品も存在

プロモーション

4 持続可能なブランドとしての位置づけ

- 環境に優しい茶業を推進する取組「Tea 2030」と「Ethical Tea Partnership」の一員

SNS上でプレゼンス



5k+ Followers



882k+ Followers
875k+ Likes



20.3k+ Subscribers
23年12月時点

インド市場調査（茶製品） A

Tetleyは当初、ヨガセンターなどの主要な顧客接点を通じてプロモーションを行いながら、テレビCMで認知を高め、現在ではターゲットを絞りSNSでのマーケティングを積極的に活用している

茶製品に関する嗜好

需要

- 生産量
- 輸入量
- 輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業

広報活動

1 主要顧客接点との提携

- 緑茶市場がまだ十分に発展していなかった頃から、ヨガセンターやジム、スパ、航空会社、健康雑誌などと提携し、広報活動を実施

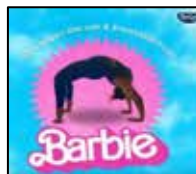
2 健康意識の高い視聴者を対象にしたTVキャンペーン

- 免疫力を高めることで、低体重／過体重や痩せすぎ／太りすぎといった体型に関するステレオタイプを打ち破るキャンペーン



3 対象顧客向けのSNS投稿とインフルエンサー・マーケティング

- 最近の出来事に関連した内容（例えば、クリケット・ワールドカップや映画など）をSNS上で投稿し広報活動を実施
- 有名ハリウッド女優をブランド・アンバサダーとして起用



包装

4 自然派素材とサステナビリティに着目したパッケージング

- 消費者に向けて、合成化学物質を使用していないことをアピールするため、自然風味を強調
- ティーバッグの生分解性と、プラスチック非使用を強調
- ナチュラルで環境に優しいテーマに合わせ、緑茶のパッケージには緑色を採用



主要提携

5 親会社のリソースを最大限活用

- コングロマリットとして幅広い流通チャネルを持つタタ・グループの販路を活用。資金調達や宣伝も柔軟に対応し、市場の顧客からの信頼も厚い

TATA
CONSUMER
PRODUCTS

6 国際的に持続可能なイメージを確立するための認証

- レインフォレスト・アライアンスと提携し、植林地の認証と持続可能な農業の実践に取り組む



インド市場調査（茶製品） A

Tetleyは緑茶製品としてティーバッグと茶葉を展開しており、主にマスをターゲットとした手頃な価格で販売している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業の製品価格帯

価格
(INR/100g)

1,400~

400~1,400

~400



ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

インド市場調査（茶製品） A

Organic Indiaは、インドの緑茶市場におけるリーディングカンパニーの1社であり、22年度時点で38百万米ドルの売上をあげている。またインド国内だけでなく、海外市場にも輸出を実施

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

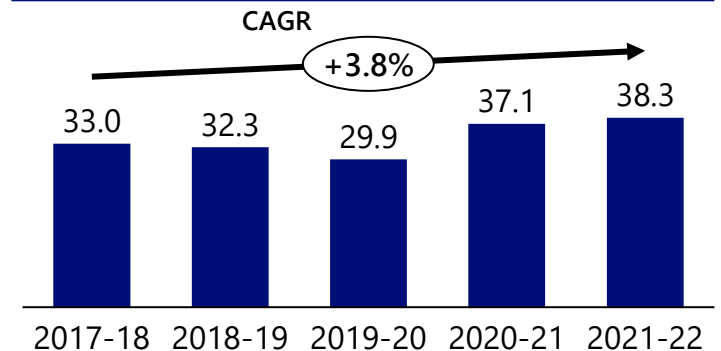
国内生産製品を扱うインド企業

企業情報

企業名 (ブランド名)	Organic India
親会社	Organic India Pvt. Ltd.
設立年	1997年
本社	インド、ニューデリー
売上高 (百万米ドル)	38.3 (FY22)
展開地域	国内：インド全土 海外：40カ国
主要提携	-
主要投資家	Fabindia - 繊維会社が63.79%株を保有
ホームページ	organicindia.com

注) 1米ドル=83 (INR)

製品ポートフォリオ



インド市場調査（茶製品） A

インドの伝統的なアーユルヴェーダハーブであるホーリーバジルを使った緑茶のパイオニアで、オーガニック製品のポジショニングとD2C販売チャネルを通じ、差別化されたブランドイメージを確立

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業（4P分析）

製品

1 癒し効果で有名な古来からインドにあるハーブ、ホーリーバジル（Tulsi）を使った緑茶

- ホーリーバジル入り緑茶を販売した初の企業
- アーユルヴェーダのイメージを生かし、緑茶と組み合わせたホーリーバジルの健康効果を強調



2 競合他社との特異性を持つ独自の緑茶フレーバー

- ホーリーバジル入り緑茶の新しいフレーバー発表し（レモン、ジンジャー、ザクロ、ジャスミン）、緑茶が苦手な人々にも、受け入れられやすい飲料を販売



販売チャネル

3 自社直営店による差別化戦略

- 2021年6月時点で、インド全土で100以上の自社直営店を運営しており、独自のD2Cウェブサイトも保有



- 売上の約70%はGeneral Tradeによるもので、残り30%は自社直営店、Modern Trade、ホームページ、Amazon、BigBasket及びZeptoなどのEコマース・プラットフォームによるもの

価格

製品の品揃え：◎多 ○中 △少

4 手頃な価格設定で大衆市場を狙う

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶
～400	NA	◎	NA
400-1,400	◎	NA	
1,400～	NA		

- 他社との競合を避けるために、高品質を提供しつつも手頃な価格設定で差別化を図っている

プロモーション

5 再生型農業を行うオーガニック・ブランドとしての位置づけ

- 農家向け再生型農業などのオーガニック農法の研修や、オーガニック認証の取得を支援

SNS上でのプレゼンス



55.4k+ Followers



471k+ Followers
462k+ Likes



3.95k+ Subscribers
23年12月時点

インド市場調査（茶製品） A

Organic Indiaは、テレビCMを通じて大衆へアプローチし、ブランドの認知を拡大
加えて、有機で有名な国際認証を複数取得することで消費者の信頼を獲得

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業

広報活動

1 テレビCMで広くアピール

- テレビCMでは、オーガニック緑茶の健康効果を強調



2 国際的に信頼性の高い認証を保有

認証一覧

- USDA(米農務省)認証
- EU/オーガニック認証マーク（原材料の95%がオーガニックであることを証明）
- Control union

USDA認証マーク



EU認証マーク



Control Unionマーク



生産

3 自社製造施設の設立

- 12百万米ドル規模の投資により、ウッタール・プラデーシュ州のラクナウに4エーカーの製造施設を設立
- 同施設はエネルギー管理の面でLEEDプラチナ認証を取得しており、月産2,500万個のティーバッグの生産が可能



包装

4 オーガニック生産と生分解性ティーバッグを強調

- パッケージにオーガニック認証を強調
- ナチュラルで環境に優しいテーマに合わせ、緑茶のパッケージには緑色を採用
- ティーバッグはオーガニックなマニラ麻で作られ、紐にはプラスチックを使わずに漂白していない綿糸を使用している



主要提携

5 オーガニック農産物の契約生産

- UP州の農家との提携を皮切りに、ラジャスタン州、グジャラート州、マディヤ・プラデーシュ州で2,500以上の農家と提携



6 Fabindiaのオーガニック調達ネットワークの活用

- Fabindiaと連携して、全国の生産者や農家からのオーガニック商品を集めるネットワークを拡大



インド市場調査（茶製品） A

Organic Indiaは、緑茶製品ではティーバッグと茶葉を販売しており、高級感はあるながらもリーズナブルな商品を提供して、独自のポジショニングを確立している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国内生産製品を扱うインド企業の製品価格帯

価格
(INR/100g)

1,400~

400~1,400

~400



ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

インド市場調査（茶製品） D

各企業は主にインド産のティーバッグや茶葉などの緑茶製品に加えて、日本の抹茶を輸入し、幅広いラインナップで製品を展開。抹茶はニッチセグメントに向けた販売が主となっている

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業

1米ドル = 83.22 (INR)

ブランド名/製品	現地価格		商品説明 (品質、数量推移)
	価格	販売場所 ^{*1}	
Vahdam 抹茶 	\$6.00 (50g)	Amazon.in	■ 原材料：抹茶 ■ グルテンフリー、ヴィーガン
San-Cha Tea 抹茶 	\$10.88 (50g)	Sanchatea.com	■ 原材料：抹茶 ■ レインフォレスト・アライアンス認証
Chymey 抹茶 	\$8.40 (30g)	Chymey.com	■ 原材料：抹茶 ■ フレッシュで甘みのある香り
Heapwell 抹茶 	\$8.40 (50g)	Amazon.in	■ 原材料：抹茶
Dancing Leaf 抹茶 	\$8.41 (30g)	Dancingleadtea.com	■ 原材料：抹茶

*1：上記価格で販売される販売チャネル

インド市場調査（茶製品） **D**

Vahdamは、2015年に設立されたインドの新興企業で、主にインド産の茶製品を海外市場に輸出しており、2022年度時点の売上高は約10百万米ドルである

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業

企業情報

企業名 (ブランド名)	VAHDAM India
親会社	Vahdam Teas Private Limited
設立年	2015年
本社	Uttar Pradesh, India
売上高 (百万米ドル)	10.3 (FY22)
展開地域	国内：インド全土 海外：100カ国以上
主要提携	-
主要投資家	- IIFL (2021年のシリーズDで24百万米ドル) - Sixth Sense Ventures (2019年のシリーズCで10.5百万米ドル)
ホームページ	www.vahdam.in

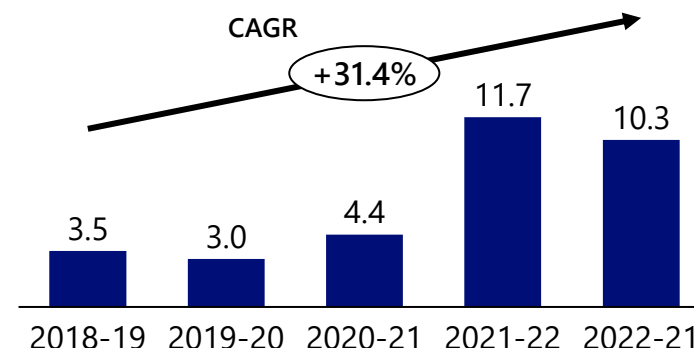
注) 1米ドル=83 (INR)

製品ポートフォリオ



売上

単位：百万米ドル



インド市場調査（茶製品） D

Vahdamは自然派由来の原料を使用したインド発のプレミアムブランドとして自らを位置づけており、中間事業者を極力使わないことで品質を保証し、欧米に輸出している

茶製品に関する嗜好

需要

- 生産量
- 輸入量
- 輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業（4P分析）

製品

1 天然の素材を使った自然派を重視

- 茶葉の品質にこだわっており、ヒマラヤ産やインドのスパイスを使ったカフワ、アーユルヴェーダハーブなど、インド固有の特徴を押し出している



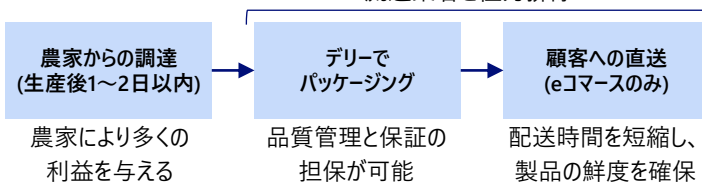
2 インスタント抹茶の販売

- 静岡県産の抹茶
- バニラやターメリック、ココアなどのフレーバー抹茶がある



販売チャネル

3 サプライチェーンの中間業者を取り除くことで、製品の品質を確保 流通業者を極力排除



価格

製品の品揃え：◎多 ○中 △少

4 輸出が主要ターゲットのため、価格設定が高い

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶
～400	NA	◎	NA
400-1,400	◎	△	◎
1,400～	○	NA	

- 欧米諸国への輸出に注力し、インドの最高級ブランドとしての位置づけを目指す

プロモーション

4 インドの高級お茶ブランドとして位置づけ

- インド茶の高品質なイメージにより、海外市場で好まれる

SNS上でのプレゼンス



107k+ Followers



51k+ Likes



3.2k+ Subscribers

23年12月時点

インド市場調査（茶製品） D

USDAやNon-GMOなどの有機認証の取得と、世界的に人気なセレブリティの支持によって信頼を確立している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業

広報活動

1 国際的に信頼性の高い認証を保有

米国市場にフォーカスしているため、米国の認証取得が不可欠:

- USDA(米農務省)認証
- Non-GMOプロジェクトの認証



2 国際的人気のある有名人の影響

- Oprah Winfrey, Ellen DeGeneres、Mariah Carey、Chris Prattなどの有名人がレコメンド



- インドのお茶ブランドで唯一、人気番組「Oprah's Favourite Things」のコーナーで2回（2018-19年）フィーチャー

- アカデミー賞のお土産袋として使われた初のインドブランド（2022年）



3 環境に優しいブランドイメージをアピール

- 非営利団体Climate Neutralの認証を取得
- RePurposeによるプラスチックニュートラル認証を取得

包装

4 ユニークなピラミッド型ティーバッグ

- 高品質な茶葉と手間のかからない調理を重視し、粉茶の代わりにリーフティーをピラミッド型ティーバッグで提供



5 インド認証をパッケージでアピール

- 「Packed in India」ラベルを使用し、輸出市場におけるインド茶の品質の評価を活用
- Non-GMOとオーガニック認証を強調



主要提携



- インドのEd-tech企業のBYJU'Sと協力し、「TEAch Me」という取り組みを立ち上げ、売上の1%を茶生産者の子供たちの教育費として寄付



- Doctor For Youと協力して、グローバル規模のコロナ緊急支援基金のクラウドファンディングを実施

インド市場調査（茶製品） D

Vahdamはティーバッグ、茶葉、日本産抹茶を販売しており、アメリカやヨーロッパなどの輸出市場をターゲットにプレミアム価格で販売

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業の製品価格帯

価格
(INR/100g)

1,400~



400~1,400



複数のフレーバーがある

~400



複数のフレーバーがある

ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

★ 日本から原材料を輸入

San-Cha Tea boutiqueは、1981年にマスターティーテイスターのSanjay Kapur氏によって設立された企業である

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

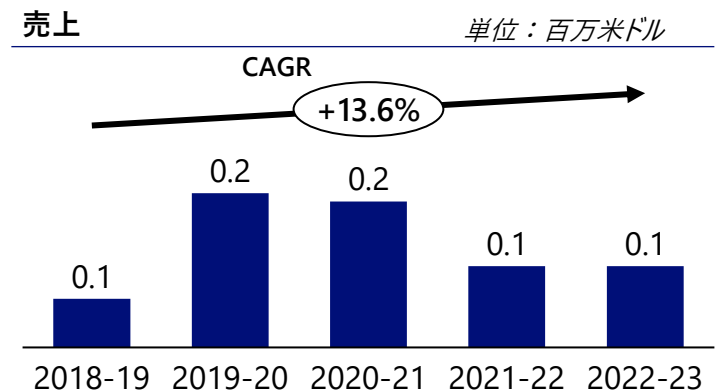
日本抹茶を扱う新興企業

企業情報

企業名 (ブランド名)	San-Cha Tea Boutique
親会社	San-Cha Tea Boutique
設立年	1981年
本社	インド、ウッタール・プラデーシュ州
売上高 (百万米ドル)	0.1 (FY22)
展開地域	国内：インド全土 海外：26カ国
主要提携	デリー・ムンバイ免税店、WHSmithなど 空港における小売店
ホームページ	sanchatea.com

注) 1米ドル=83 (INR)

製品ポートフォリオ



インド市場調査（茶製品） **D**

インド産をはじめとした世界各地の幅広い数の茶製品が並べられている実店舗と、D2Cウェブサイトで販売。日本産の抹茶は3種類を展開

茶製品に関する嗜好

生産量

需要

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業（4P分析）

製品

1 世界各地の緑茶

- インドをはじめ、中国、フランス、日本など世界各地の緑茶を提供



2 抹茶・玄米茶を発売

- 日本の宇治茶や宇治抹茶及び、玄米茶を提供



販売チャネル

3 グルメ・ティー・ショップでの無料試飲と独自のD2Cウェブサイトによる販売

- 1981年にデリーの代表的な紅茶店「Aap ki Pasand」から始まり、現在はインド8都市で11店舗の「ティーブティック」（高級紅茶店）を展開
- 無料配送を提供する独自のD2Cサイトも保有



茶の調達：インド、日本

- 一部のMTショップ及びAmazon、BigBasketで購入可能

価格

製品の品揃え：◎多 ○中 △少

4 主に高級品セグメントを対象

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶
～400	○	◎	N/A
400-1,400	◎	○	
1,400～	△	○	○

- 世界一流の製品と独特の風味を持つレガシー・ブランドとして位置づけ

プロモーション

5 著名なティーテイスターである創業者の信頼性を生かす

- 国際紅茶学会理事であり、著名なティーテイスターでもあるサンチャの創業者の信頼性を生かす

SNS上でのプレゼンス



24.4k+ Followers



79k+ Followers
79k+ Likes



1.5k+ Subscribers
23年12月時点

インド市場調査（茶製品） **D**

高級感のある特徴的な缶パッケージを提供することでプレミアムなポジショニングを築いており、政府会合等の訪問時の贈答品として知られている

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業

広報活動

1 公式訪問での贈答品として知られている

「Aap ki Pasand」茶は、歴史あるブランドで、公式訪問における贈答品として知られている：

- ・インド首相訪日
- ・ソビエト・ロシア大統領のインド公式訪問

2 国際的に信頼性の高い認証を保有

認証一覧：

- ・USDA(米農務省)認証
 - ・レインフォレスト・アライアンス認証
- (100%持続可能な方法で生産された茶の調達)



3 世界中へ配送可能

- ・国内：無料配送
- ・海外：39米ドル以上の注文の場合、無料配送
- ・国際宅配便パートナー：India Post, DHL

包装

4 持続可能な材料を使用したユニークで高級感のある缶パック

- ・高級感を感じさせる缶のパッケージで、湿気やにおいからお茶を守り、新鮮さと香りを長持ちさせる
- ・どのフレーバーにも花のモチーフのユニークなデザインを取り入れ、顧客にアピール
- ・100%生分解性素材を使用したティーバッグ
- ・色鮮やかな布袋パッケージングもあり、お土産として人気



主要提携

5 高級立地での小売店との提携



主要な場所にある空港などの小売店と提携し、幅広い顧客に向けてインド産の特産品やギフト商品としてアピール

SanCha Tea は、主に中・高価格帯をターゲットに、紅茶や緑茶の茶葉/ティーバッグ、そして日本産抹茶、および茶ケーキ、ティーポットなどを販売

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

日本抹茶を扱う新興企業の製品価格帯

価格
(INR/100g)

1,400~

400~1,400

~400



複数のフレーバーがある

後発酵茶



複数のフレーバーがある

ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

★ 日本から原材料を輸入

インド市場調査（茶製品）

世界的に有名なLiptonやTwiningsは幅広い製品を展開
販売している緑茶製品の一部はインド国内で生産から販売まで行っている

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況（インド国内の茶葉を一部使用）

1米ドル = 83.22 (INR)

ブランド名/製品	現地価格		本社	商品説明 (品質、数量推移)
	価格	販売場所*1		
Lipton Pure & Light 	\$7.51 (100個)	BigBasket.com	米国	■ 原材料：緑茶、香料 ■ ティーバッグタイプ
TWININGS Pre Green Tea 	\$949 (130g/100 bags)	Amazon.in (EC)	イギリス	■ 原材料：緑茶 ■ ティーバッグタイプ ■ Pre Green tea以外にも、フルーツフレーバーなど約10種類の緑茶フレーバーのラインナップがある

*1：上記価格で販売される販売チャネル

LiptonはUnileverが持つ世界的なブランドで、紅茶やミルクティーをはじめとした幅広い商品ラインナップで知られており、インド市場では主に緑茶と紅茶を販売

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況（インド国内の茶葉を一部使用）

企業情報

企業名 (ブランド名)	Hindustan Unilever Ltd. (Lipton)
親会社	Unilever Plc
設立年	1933
本社	イギリス
売上高 (百万米ドル)	10.57 (FY22)
展開地域	国内：インド全土 海外：110カ国
主要提携	Brooke Bond Lipton India Limited は、1996年にHLLと合併
ホームページ	https://www.lipton.com/us/en/our-teas/

製品ポートフォリオ

*2:現在はインド国内での販売はしていない

緑茶



紅茶



抹茶*2



ハーバルティー*2

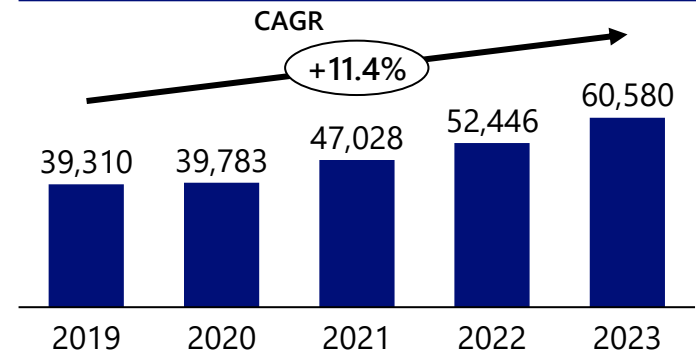


アイスティー*2



売上*1

1,000万INR



*1: Unilever全体の売上

インド市場調査（茶製品） B

インドでは、健康志向を押し出して製品を展開。価格帯も、低～中価格帯に設定しており、生活者に身近なプロモーションを通じてインド市場での認知を向上させている

茶製品に関する嗜好

需要

生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況（インド国内の茶葉を一部使用）

製品

1 緑茶の健康志向を押し出して、購買意欲を促進

- リプトンは、カテキンを豊富に含むカロリーゼロの自然派飲料、リプトン緑茶などの機能性茶を提供し、体の代謝を向上
- 緑茶がいかに健康に良いかを説明



販売チャネル

2 ブランド力を生かした幅広い販売網を持つ

オフライン:

- スーパーマーケット、ハイパーマーケットなど



オンライン:

- BigBasket, Zepto, Amazon, flipcart



価格

製品の品揃え: ◎多 ○中 △少

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶
～400	○	NA	
400-1,400	◎	NA	
1,400～		NA	

- リプトンは低～中価格帯で製品を提供
プロモーション

3 インドでのリポジショニング

- リプトンは当初、洗練された高級紅茶という位置づけで、高価格帯での販売に注力していたが、幅広い消費者向けへ転換していくため、外国人モデルを起用した広告ではなくインド人を起用した広告や、日常を反映するような広告を通じてインドの消費者へアプローチすることに成功

SNS上でのプレゼンス



60.4K 人



1,479 人



722万件いいね



2.68万人
23年12月時点

LiptonはテレビCMで緑茶の健康への寄与をアピールするとともに、サステナブルな包装で顧客からの信頼を獲得している

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況（インド国内の茶葉を一部使用）

広報活動

1 リプトンでは健康志向を高める緑茶のCMを放映

- 目的：健康意識の高い若年層に、普段飲んでいるお茶をリプトン緑茶に変えるためのプロモーション
- ターゲット：全年齢層の中流～高級所得層の紅茶愛好家
- フォーカスエリア：健康＆ウェルネス、エネルギー＆リフレッシュメント、フィットネス＆スキンケア紅茶市場規模 - 120万トン

プロモーション活動の詳細

「リプトン緑茶 フィール・ライト・フィール・アクティブ」
 “世界No.1紅茶の味を楽しもう”
 “Lipton Green tea: Feel Light Feel Active”
 “Enjoy the taste of the world's No.1 tea”



包装

2 原材料を減らしたサステナブルなパッケージで



- 原材料の使用量を減らした、廃棄しやすい製品設計
- リプトン(R)のファミリーサイズの箱は、以前より40%以上包装材を削減

3 緑茶の飲み方を記載

- パッケージ裏面に緑茶のホット、アイスの飲み方を記載



Liptonはティーバッグタイプの緑茶を複数種類展開しており、クラシックタイプやハニーレモンフレーバーがある

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の製品価格帯（インド国内の茶葉を一部使用）

価格
(INR/100g)

1,400～

400～1,400

～400



ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

Twinningsは英国ブランドだが、インドのコルカタでも製造施設を所有しており、インド国内のラグジュアリーホテルでも提供されている

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況（インド国内の茶葉を一部使用）

企業情報

企業名 (ブランド名)	Twinnings Private Limited. (TWINNINGS)
親会社	Twining and Co Ltd
設立年	1993年
本社	イギリス
売上高 (百万米ドル)	12.6 (FY 22)
展開地域	国内：インド全土 海外：130カ国
主要パートナー	販売と流通のパートナーシップ: Suntory Narang ECパートナーシップ: Interactive Avenues
ホームページ	https://www.twinningsindia.com/

製品ポートフォリオ

緑茶



プレミアム茶葉



紅茶



ハーバルティー



生産

1 インドのコルカタにて生産を行う

- Twinnings社は、西ベンガル州コルカタに自社製造施設を設立
- 流通網は、主要都市中心部の伝統的なチャネルだけでなく、近代的な小売店もカバーしており、同社はその範囲を積極的に拡大
- ハリヤナ州グルガオンに本社を置き、インド全土に展開

Twiningsは紅茶だけではなく、緑茶、フレーバーティーなど数多くのティーバッグアイテムを同価格で販売し、顧客からの安定的な信頼を得ている

茶製品に関する嗜好

需要

生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況（インド国内の茶葉を一部使用）（4P分析）

製品

① 職場での消費が増加していることから、ティーバッグ製品に注力

- Twiningsはティーバッグ製品に注力。職場における消費の増加や利便性への要求の高まりにより、茶葉よりも速いペースで成長を続ける
- 緑茶はまだ新興であり、インドで最も急成長しているカテゴリーの一つとして認識。健康志向が高まり、人々がダイエットのために様々な選択肢に注目する中、緑茶は徐々に人気を集めている



- 旧来の様々な様式パッケージから「固定されたパッケージング」へ変更

販売チャネル

② 食料品店やオンラインなど複数チャネルで展開

- Twinings社は、従来の食料品店だけでなく 伝統的な食料品店だけでなく、インドでの売上成長を加速させるためにECサイトやTier-II都市のスーパー、ハイパーマーケットにも進出
 - Tier-II都市：Jamshedpur, Guntur, Hubballi, Nellore, Kolhapur, Ambur, Vellore, Ballari

価格

製品の品揃え：◎多 ○中 △少

③ Twiningsは幅広い製品を展開するが、基本的にはすべて同じ価格帯での販売となっている

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶
～400	NA	NA	NA
400-1,400	◎	◎	NA
1,400～		NA	

プロモーション

④ SNSでのプロモーションにはあまり力を入れていない

SNS上でのプレゼンス



108人



150人



23万人



163人

23年12月時点

キャンペーンの定期的な実施やパッケージデザインの変化から、Twiningsのブランドイメージを一新してきた。味の想像ができるような包装にしているのも特徴の一つである

茶製品に関する嗜好

需要
生産量
輸入量
輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況（インド国内の茶葉を一部使用）

広報活動

1 “Get You Back to You” キャンペーンでは、音と視覚的刺激で消費者を惹きつける

- Twinings は、製品主導のマーケティングから消費者の感情的動機づけによる消費を促す購買へとシフト
- ビデオ広告を通じ、音と視覚的刺激によって消費者の注意を引きつけ、感情的に訴えかけることを目指した



2 “Drink in Life”キャンペーンで、自然由来を強調したブランディングを実施



- “Drink in Life”キャンペーンは、添加物などを含まないウェルビーイングに特化した紅茶である、Twiningsの新しいスーパーブレンドコレクションをプロモーション
- 消費者に身体的・精神的なメリットを提供することで、総合的なウェルビーイングにアプローチするシンプルな方法を提供

包装

3 味の想像がつくパッケージングに



- 新しいパッケージは、Twiningsの東南アジア市場向けに親しみやすいものである
- 英語が母国語ではない人々に向けても、言葉を必要とせず味と成分を伝えることが不可欠

- ボックス正面の円形の窓は2つに分割され、「両面に手書きのグラフィック・イラスト」が描かれる



主要提携



- Twinings、Interactive Avenuesと提携し、インドにおけるEコマースの存在感を高める
- Twinings社は、2012年後半にSuntory Narangan社と販売・流通パートナーシップを締結し、同国におけるプレミアムブランドの成長を加速させている。Twinings（インド）の販売チームと販売パートナーは、Suntory Naranganの組織に統合

Twining'sは、緑茶のティーバッグ10種類、その他のフレーバーティーのティーバッグが9種類を展開するなど、製品ラインナップが豊富。その他茶葉入り製品も販売

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

国外ブランド製品の状況の製品価格帯（インド国内の茶葉を一部使用）

価格
(INR/100g)

1,400～

400～1,400

～400



ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

日本ブランドでインド市場に緑茶を展開している企業は数少ないものの、宇治の露製茶とHamada Global Tradingは日本製の高品質な緑茶や抹茶製品をインドで販売している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

緑茶や抹茶を日本からインドに輸出する企業の状況

1米ドル=83.22インドルピー

ブランド名/製品	現地価格		商品説明 (品質、数量推移)
	価格	販売場所 ^{*1}	
宇治の露製茶 緑茶 	\$10.79 (40g)	Amazon.in ECサイト	■ 日本で販売されている製品とほぼ同様のものを販売 ■ ティーバッグタイプと茶葉での販売
Hamada Global Trading 緑茶、抹茶 	\$5.04 (45g)	ショッピングモール、 自社ウェブサイト	■ ティーバッグタイプと茶葉での販売 ■ 日本で販売されている製品とローカライズ商品

*1) 同価格が適用される販売チャネル

Hamada Global Tradingは、2022年に設立され、日本産の緑茶とほうじ茶製品を扱っている

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

緑茶や抹茶を日本からインドに輸出する企業

企業情報

企業名 (ブランド名)	Hamada Global Trading Pvt. Ltd. (CHIRAN)
親会社	有限会社 浜田茶業 (お茶のはまだ)
設立年	2022年8月31日
本社	インド、デリー
売上高	—
展開地域	国内：インド全土
ホームページ	Hamada Global Trading : https://chirantea.in/hamada-global-trading/# お茶のはまだ : https://chiran-omoiire.com/en/

製品ポートフォリオ

ティーバッグ



緑茶



ほうじ茶

ラテ



グリーンティー
ラテ



ほうじ茶ラテ

包装

醸造と風味をパッケージに記載することで、緑茶が初めてでもわかりやすい表示としている

- 商品には淹れ方や味の特徴（苦み、深み、旨み、渋み、甘み）等も記載
- 飲んだことのない人でも想像できるような表記の工夫が行われている



Hamada Global Tradingはローカライズ製品の販売や、日本茶の淹れ方講座など、インド人に緑茶やほうじ茶を普及する方法を模索している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

緑茶や抹茶を日本からインドに輸出する企業

製品

1 インド人用にローカライズした「ラテ」製品の販売

- 緑茶やほうじ茶の旨味や渋みの特徴を生かしながら、インド人も好みやすいミルクやクリームと緑茶を組み合わせている
- 海外の消費者にも飲みやすとした地域限定商品を販売



販売チャネル

2 アジア系のモールやオンラインで発売

- ショッピングモール内のアジアンショップ
- 自社ECサイトなど

価格

製品の品揃え：◎多 ○中 △少

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶
～400	NA	NA	NA
400-1,400	◎	NA	◎
1,400～	NA		

プロモーション

3 日本茶の淹れ方講座を実施

茶道 日本茶マスタークラス



- Japanese Tea Masterclassのイベントを開催し、日本茶に関する講座を実施

SNS上でのプレゼンス



150人



23万人

Hamada Global Tradingは、主力製品を絞り4種類のラインナップで展開している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

緑茶や抹茶を日本からインドに輸出する企業

価格
(INR/100g)

1,400~

400~1,400

~400



ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

インド市場調査（茶製品） C

宇治の露製茶は約170年前から輸出に取り組んでおり、香港・シンガポールなど幅広く海外展開を行う中で、2019年頃からKYOTO BEVERAGESとパートナーを組み、緑茶製品をインドに輸出・販売している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

緑茶や抹茶を日本からインドに輸出する企業

企業情報

企業名 (ブランド名)	宇治の露製茶株式会社 (宇治の露)
親会社	株式会社福寿園
設立年	1980年9月
本社	日本
売上高 (百万米ドル)	18.4 (FY 22)
展開地域	インド国内：全土（ECチャネルによる販売） 海外：香港・シンガポールなど
主要提携	インドでの販売パートナー：KYOTO BEVERAGES
ホームページ	宇治の露： https://www.ujinotsuyu.co.jp/english/ キョートビバレッジ（インドでの販売）： https://kyoto.co.in/

製品ポートフォリオ

ティーバッグ



インスタント



抹茶



茶葉



インド市場調査（茶製品）

宇治の露製茶は、大規模なプロモーション等は実施せず、日本で馴染みのある商品をECサイトや、アジアンマートにて販売

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

緑茶や抹茶を日本からインドに輸出する企業

製品

1 日本で販売されている商品を展開

- 日本で日常的に飲まれている伊右衛門茶から茶葉、抹茶まで、日本人の嗜好に合わせた商品を販売



- 抹茶は日本国内のものと同様、缶入りで販売

販売チャネル

2 Kyoto Beveragesと連携し、ウェブサイトで販売

KYOTO BEVERAGES



3 オンラインの発売から開始し、アジアンマーケットへも拡大

- AmazonやKyoto Beveragesウェブサイトでの販売から徐々にショッピングモールなどのアジアンマーケットでの発売や、大都市のカフェやレストランでの提供を開始

価格

製品の品揃え：◎多 ○中 △少

4 インドの緑茶より高価格帯で販売

価格 (INR/100g)	ティーバッグ	茶葉	抹茶	インスタント
～400	△	△	△	◎
400-1,400	△	△	△	△
1,400～	◎	◎	◎	△

プロモーション

5 大規模なプロモーションは実施しておらず、Instagramで積極的な投稿を行っている



SNS上でのプレゼンス



186 人



1,148 人



3,397 人

日本製の高品質の製品をインドで販売しているため、その他ブランドの茶製品と比較すると高価格帯で展開している

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

緑茶や抹茶を日本からインドに輸出する企業

価格
(INR/100g)

1,400~

400~1,400

~400



ティーバッグ

茶葉

抹茶

その他

インド市場調査（茶製品）

インドの複数の輸入・販売業者が日本緑茶を輸入し、①日本のオリジナルブランド名での販売、または②現地ブランド名で再包装してインドで販売

茶製品に関する嗜好

需要

生産量

輸入量

輸出量

販売チャネル
(小売・外食・EC等)

お茶に関するトレンド

主要企業の状況
(マーケティングミックス)

輸出拡大ヒント

輸入業者・販売業者

インドにおける日本緑茶の輸入・販売業者の例

輸入業者名／販売業者名	所在地	役割	ブランド名	日本緑茶タイプ
Aap ki pasannd (San-cha)	ノイダ、ウッタル・プラデーシュ州	輸入、包装	San Cha Tea	抹茶, 玄米茶
Ark Nutra LLP	ハイデラバード、テランガナ州	輸入、加工、包装	The Tea Ark	抹茶
Chenab Impex	ムンバイ、マハラシュトラ州	輸入、包装	Meishi	抹茶
Dancing Leaf	ムンバイ、マハラシュトラ州	輸入、包装	Dancing Leaf	複数
Devyani International	ニューデリー、デリー	輸入、包装	TWG	複数
Kyoto Beverages	ジャンム、ジャンム・カシミール州	輸入	UJInoTsuyu, Yanoen	複数
Malu Global Consumer Products	ナグプール、マハラシュトラ州	輸入、包装	Chymey	抹茶
Mittal Teas	ニューデリー、デリー	輸入	Shizuru (Ocha)	複数
MRK Foods	本部	輸入	Yokoso	ジャスミン茶（中国）
Panella Foods and Beverages	ムンバイ、マハラシュトラ州	輸入、包装	TGL Co.	抹茶
Premium Lifestyles	ムンバイ、マハラシュトラ州	輸入、包装	Heapwell	抹茶
Sixty9 Solutions	ニューデリー、デリー	輸入、加工、包装	Tencha	抹茶
TCW Tea Private Limited	ムンバイ、マハラシュトラ州	輸入、包装	Tea Culture	複数
The Tea Shelf	コルカタ、西ベンガル州	輸入、包装	The Tea Shelf	抹茶
Vahdam Teas (P) Ltd	ノイダ、ウッタル・プラデーシュ州	輸入、加工、包装	Vahdam	抹茶
Vibrance Foods	ニューデリー、デリー	輸入	UJInoTsuyu, Suntory	番茶, 特茶
Wishcare	コルカタ、西ベンガル州	輸入、包装	Kimi-No	抹茶