

輸出事業計画

申請者名：狭山茶輸出促進協議会、品目：茶

1. 輸出における現状と課題

【現状】

埼玉県の茶（狭山茶）は、令和2年度の作付面積825haで全国8位（資料：農林水産省「作物統計」）で、歴史の古い産地であり、県農業生産でも重要な地位を占めている。しかしながら、現在、産地の生産者の高齢化による担い手の減少や国内のリーフ茶の消費量の減少など茶産地をとりまく状況は年々厳しくなっている。そのような中、狭山茶の需要拡大に向けて、平成30年に狭山茶の生産、販売等の関係団体を構成員とした狭山茶輸出促進協議会を設立し、狭山茶産地の生産者等が一体となって、輸出拡大に取り組んでいる。

狭山茶輸出促進協議会では、欧州において見本市への出展やバイヤー等との商談を通じて、狭山茶のニーズ調査を行い、輸出の課題について把握を行ってきた。

【課題】

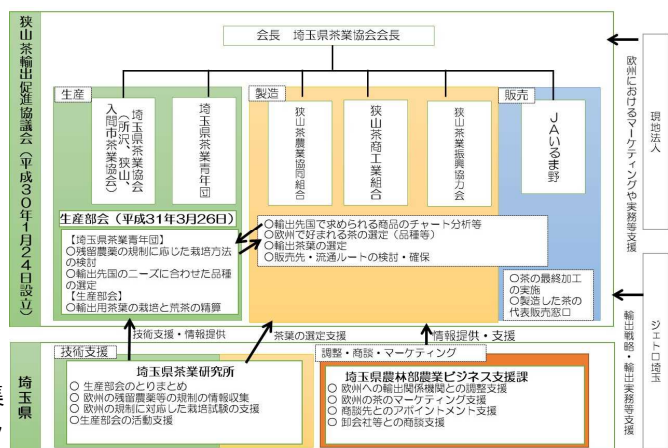
欧州をはじめ米国、アジアなど、輸出先国ごとの残留農薬基準や包装資材の規制、加工施設の登録など、輸出先ごとに規制があり、輸出先国に応じた対応が必要である。また、欧州、米国においては有機栽培のお茶が好まれており、産地での取り組みは少ないため、今後、対応していく必要がある。併せて、海外においては日本茶の中で狭山茶の認知度は低いため、他産地と比較すると選ばれる産地となっていない。

2. 輸出事業計画の取組内容

- ・すでに輸出実績のある欧州、アジア（シンガポール、タイ、モンゴル）、アメリカをターゲット国として取り組んでいく。
- ・輸出先国の農薬の基準に適合した栽培方法を確立するため、産地において栽培試験を行い、その結果を産地全体で情報共有を行っていく。
- ・欧州、米国での需要の高い有機栽培について産地で検討していく。
- ・欧州の食品に接触する素材及び製品に関する規則の要件に適合した包装資材の作成について検討を行っていく。
- ・マーケティング結果を産地で共有し、輸出先国の消費者が求める品質に柔軟に対応した商品を開発し、海外の消費者やバイヤーが好む商品展開を行っていく。
- ・狭山茶の認知度を向上させ、販路を拡大するため、輸出先国における見本市などのイベントへの出展や実店舗におけるテスト販売等を通じて、多くの消費者やバイヤーに知ってもらい、販売業者等の確保に取り組んでいく。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制

- ・生産においては、埼玉県茶業協会、狭山茶業青年団において、県茶業研究所と連携し、輸出先国の規制に応じた栽培方法の検討や輸出用茶の生産を行う。
- ・加工においては、狭山茶農業協同組合、狭山茶商工業組合、狭山茶業振興協力会において、輸出先国の求める品質等を分析し、販売する商品の選定等を行う。
- ・販売・流通においては、J Aいるま野において、販売方法や取引方法を検討するとともに、狭山茶輸出促進協議会で製造した商品の販売窓口、代金決済、商品の引き渡しなどを実施。
- ・埼玉県茶業協会は、狭山茶輸出促進協議会の事務局として全体の調整を行う。
- ・埼玉県は、埼玉県茶業協会と連携し、全体調整等を行う。
- ・ジェトロ埼玉や欧州の現地法人と連携し、輸出に関する現地情報の収集
- ・共有を行うとともに、実施した事業を検証し、次年度以降の事業に生かしていく体制を整えている。



4. 輸出目標額

- ・目標項目：狭山茶の輸出額
- ・現状（令和2年度）： 3,519千円（554kg）
- ・目標（令和6年度）： 20,000千円（4,000kg）