

オンラインによる茶の機能性成分を活かした輸出戦略を考える!!



11月30日(月)

1. 茶の機能性成分の変異

茶の機能性成分量は、品種、栽培方法、摘採時期、摘採位置などにより異なることを紹介する。

2. 茶の主要成分の機能性 その1 ～茶成分全般、カテキン～

茶の主要成分のなかでもカテキン、カフェイン、テアニンなどは茶に特有な成分であるとともに様々な機能性をもつ。今回は、主にカテキンについて紹介する。

12月3日(木)

3. 茶の主要成分の機能性 その2 ～カフェイン、テアニン～

茶に特有な成分である、カフェインとテアニンの機能性について紹介する

4. 他国産茶と日本産茶との機能性成分から見た差別性

国内外で多くの緑茶が市販されているが、輸出をさらに強化するためには他国産との違いを認識する必要があり、あわせて静岡産抹茶の特質も紹介する。

12月10日(木)

5. 国内外で市販される抹茶や白葉茶の機能性の評価

国内外で市販される抹茶の抗ストレス性や白葉茶などを中心とした機能性を紹介する。

6. 機能性成分を活かしたマーケティング

海外輸出をさらに強化するために茶の機能性を活かしたマーケティングについて紹介する。

第3回

機能性成分を活かしたマーケティング

海外輸出をさらに強化するために茶の機能性を活かしたマーケティングを考える

1. 輸出の現状
2. 消費嗜好特性
3. 購買特性
4. 国産抹茶の特質
5. 輸出国の特徴
6. 販売戦略

茶学総合研究センター
中村 順行

日本茶輸出の現状

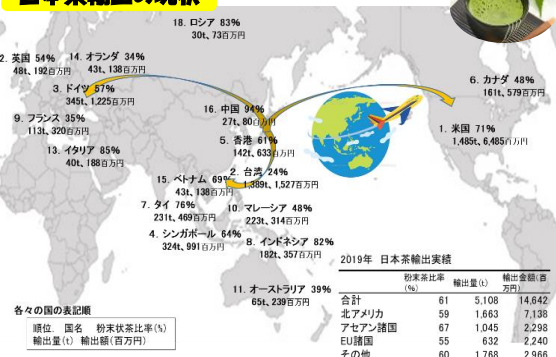
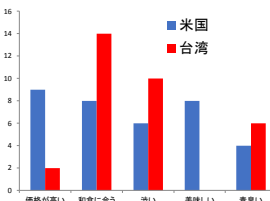
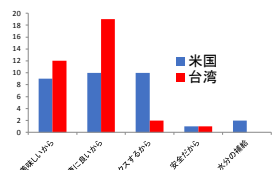


図3 世界各国への日本茶の輸出状況(2019)

輸出国のニーズは？

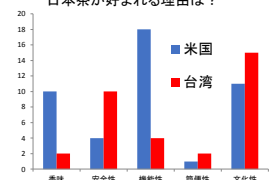
輸出対象国により異なる！

- ・飲食材としての利用
- ・リープ茶を飲む国
- ・ティバッグが主体の国
- ・有機栽培茶が好まれる環境
- ・機能性に対する評価の高低



日本茶に対する評価は？

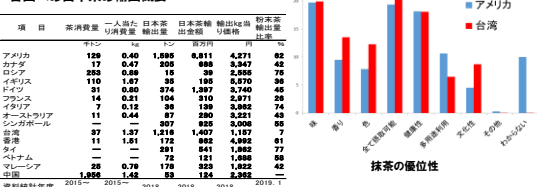
日本茶が好まれる理由は？



日本茶に期待する点は？

抹茶の輸出と優位性

各国への日本茶の輸出概要



抹茶の優位性

各国のネット上で市販される抹茶の価格

国名	抹茶のみ		混合抹茶		平均価格(円/100g)	
	点数	比率 (%)	点数	比率 (%)	上位10点	下位10点
イギリス	44	88.0	6	12.0	4,288	9,812
アメリカ	44	88.0	6	12.0	3,638	9,588
フランス	41	82.0	9	18.0	4,785	11,412
ドイツ	45	90.0	5	10.0	4,459	10,808
台湾	4	28.7	22	71.3	787	1,445
シンガポール	32	84.2	6	15.8	2,532	4,850
日本	34	77.3	10	22.7	2,042	5,330

※ 日本茶のネット上で市販されている抹茶の価格を調査した。調査対象は、日本茶のネット上で市販されている抹茶の価格を調査した。調査対象は、日本茶のネット上で市販されている抹茶の価格を調査した。

日本産抹茶の魅力(回答者140人)

抹茶・粉末茶の多用途利用

抹茶ラテ、抹茶アイスのように海外から日本に逆輸入



図1-6 粉末茶を利用した料理レシピの公開割合

緑茶加工品・緑茶を使用したものについて？

	知っている	食べたこと 飲んだことがある	とても食 べたい	やや食 べたい	全く食 べたくない
(菓子類)	71.0	49.0	42.0	35.0	9.0
(飲料)	84.0	63.0	47.0	37.0	5.0
(食べ物)	54.0	35.0	40.0	36.0	5.0
(その他 の緑茶 加工品)	44.0	27.0	24.0	38.0	9.0

抹茶の主要輸出国の推移

表 B-1-(B)-2 緑茶の輸出上位三カ国の推移

年度	合計	輸出量 比率			輸出量 比率			輸出量 比率				
	千t	千t	%		千t	%		千t	%		千t	%
2005	1,096	アメリカ	353	32	ドイツ	96	9	台湾	84	8		
2006	1,576	アメリカ	666	42	シンガポール	103	7	香港	93	6		
2007	1,826	アメリカ	750	46	カナダ	137	8	シンガポール	94	6		
2008	1,701	アメリカ	776	46	カナダ	162	10	ドイツ	124	7		
2009	1,958	アメリカ	1,063	54	カナダ	149	8	シンガポール	131	7		
2010	2,232	アメリカ	1,136	51	カナダ	172	8	シンガポール	169	8		
2011	2,387	アメリカ	1,228	51	カナダ	196	8	台湾	171	7		
2012	2,351	アメリカ	1,127	48	台湾	262	11	シンガポール	207	9		
2013	2,848	アメリカ	1,406	49	台湾	365	13	シンガポール	205	7		
2014	3,316	アメリカ	1,550	47	台湾	570	18	シンガポール	256	8		
2015	4,127	アメリカ	1,698	41	台湾	735	18	ドイツ	305	7		
2016	4,108	アメリカ	1,420	35	台湾	793	19	シンガポール	342	8		
2017	4,842	アメリカ	1,407	30	台湾	1,080	23	シンガポール	343	7		
2018	5,192	アメリカ	1,585	31	台湾	1,216	24	ドイツ	374	7		

なぜ、米国と台湾を主としているのか？米国と台湾では内容が大きく異なる

米国
輸出単価 4,485円/kg
粉末茶比率 71 %

台湾
輸出単価 1,059円/kg
粉末茶比率 21 %

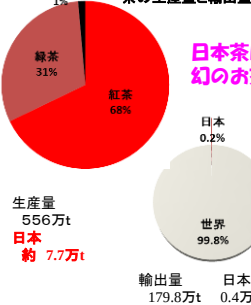


図 B-1-(B)-1 台湾とアメリカへの輸出量の推移

図 B-1-(B)-2 台湾とアメリカへの輸出価額の推移

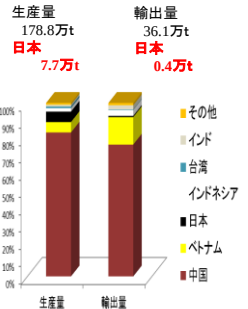
日本茶の世界における実態

茶の生産量と輸出量



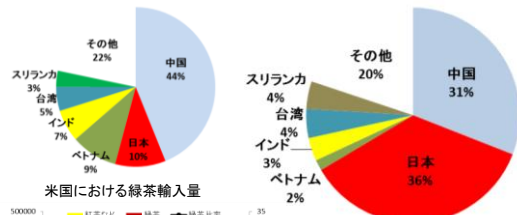
世界の茶の生産量と輸出量(2016)

緑茶の生産量と輸出量



世界における緑茶の生産量と輸出量

米国における緑茶の国別輸入量と金額



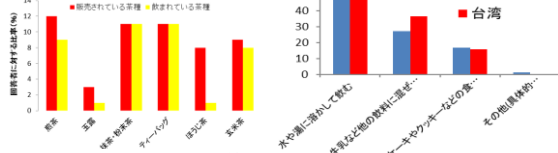
米国における緑茶輸入量

米国における緑茶輸入金額

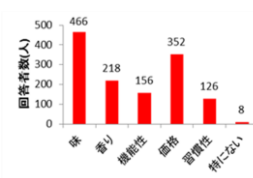
茶の輸入価格(2017)
中国 680円/kg
日本 3,343円/kg

米国における茶輸入金額の推移

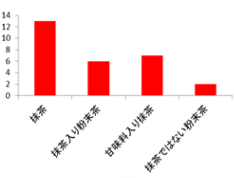
輸出国(米国)の嗜好特性



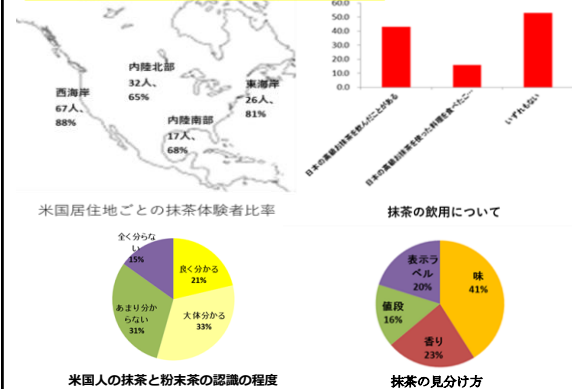
米国内で市販、飲用される日本茶の種類



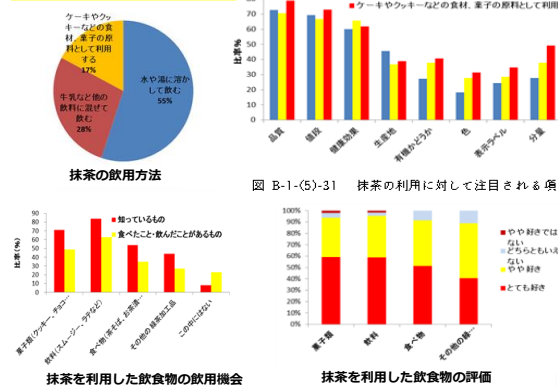
抹茶の飲用方法

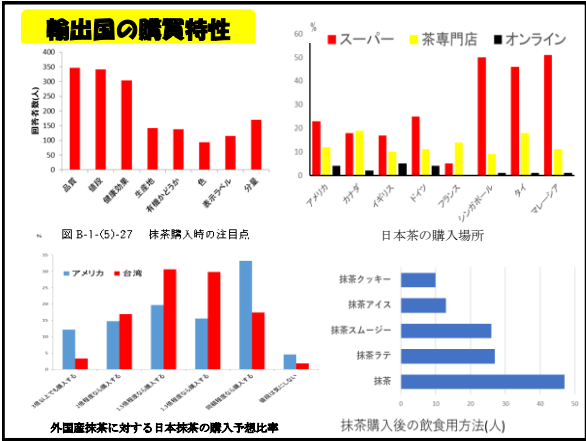


輸出国(米国)における抹茶の飲用



輸出国の消費特性





定着市場

1) ブランディングの強化

- ・抹茶品質の差別化による優位性の保持（第2回目の資料参考）
海外産抹茶と日本産高級抹茶との違いは、
・色相角度が高い ・クロロフィル含量が高い ・EGCG/EGC比率及び
・テアニンやアルギニン含量が高い ・香りが異なること

・機能性の付与

抹茶はスーパーフードとして健康機能性が期待される部分も多いため、抗ストレス効果の認められる、テアニンや（カフェイン+EGCG）/（テアニン+アルギニン）比率などから健康機能性をPRしていくことも重要となる。

・本物志向への対応、情報の発信

ブランド力を強化するためには本物の抹茶を志向する消費者の期待を裏切らない抹茶の供給はもとより、確たるエビデンスを持った健康効果などをプロモーション素材として活用し発信していくことも重要である。

2) 高品質抹茶の低コスト生産

抹茶の需要が拡大するにつれ、従来型のれんがで作られた碾茶炉が最近では効率を目指したネット型碾茶炉や機械化碾茶炉などへの開発も進んでいる。

日本産抹茶のブランディング強化のために

1. 色

⇒被覆技術、貯蔵技術

2. 旨味（テアニン、アルギニン）

⇒茶期、品種、被覆技術、施肥技術など

3. 香り（ジメチルスルファイド、ピラジジン など）

⇒被覆技術、加工技術

4. 機能性（テアニン、アルギニン、EGCG/ EGC）

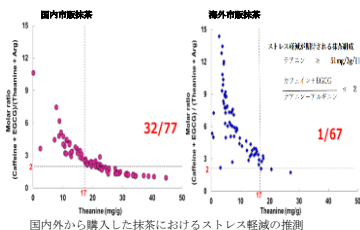
⇒茶期、被覆技術、施肥技術

5. その他

⇒文化性、ヒストリー、保管法、使用法など

日本産抹茶の機能性での優位性

国内産でも、二番茶期中盤以降の新芽から作られる抹茶ではなかなか優位に立てない



機能性表示食品

「お〜いお茶 お抹茶」

テアニンと茶カテキンの働きにより「認知機能（注意力・判断力）の精度を高める」



摂取目安量 1日2本あたりテアニン50.3mgと茶カテキン171mgを配合し、年齢とともに低下する認知機能（注意力・判断力）が気になる方におすすめです。

制約市場

1) 欧米向けには、有機栽培抹茶

EU諸国やアメリカなどへの輸出は、残留農薬の遵守や、それ以上に有機栽培抹茶の供給が重要となる。

様々な国においてオーガニックの認定制度、機関があるが、日本においては有機JASが一般的である。有機JASは、EU諸国やアメリカ、カナダはそれぞれの国の有機制度と同等と認められている。



各国・地域の有機認証マーク
輸出用中国の有機認証基準に準拠した
日本茶の病害虫防除マニュアル
～総合編～

2) ムスリムに対するハラール認証について

今後、抹茶の輸出が伸びているイスラム諸国ではハラール認証の取得の是非が問われるが、現状では大きな問題はない。
しかしながら、抹茶を食品加工用を使用する場合には、最終商品での認証が必要となる場合もあるので事前確認しておいた方がよい。



有望市場

1) ECの活用

最近では、世界的にEC(電子商取引)の市場規模が拡大し、コロナ禍により一気に加速している。B to B、B to C、C to Cなど様々な形態があり、どのように対応するのかにもよるが、対人販売ではないため、パッケージのデザイン性はもとより、商品説明など消費者が知りたいことを端的に表現し、他商品との差別化を図る必要があるため、消費者目線をより重要視した商品企画が重要となる。

各国におけるインターネット市場の相違⁹⁾

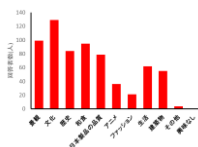
項目	インターネット利用時間	モバイルインターネット利用時間	ソーシャルメディア利用時間	EC利用時間	モバイルEC利用時間
アメリカ	6時間42分	2時間42分	2時間01分	78	39
カナダ	5時間13分	2時間20分	1時間48分	68	33
ロシア	7時間17分	3時間14分	2時間19分	60	32
イギリス	5時間28分	2時間07分	1時間34分	81	38
ドイツ	4時間25分	1時間52分	1時間15分	82	34
フランス	5時間08分	1時間59分	1時間22分	73	31
イタリア	6時間00分	2時間42分	1時間54分	77	40
オーストラリア	5時間19分	2時間13分	1時間39分	70	33
シンガポール	6時間48分	3時間05分	2時間06分	74	51
台湾	7時間57分	3時間43分	2時間03分	80	58
香港	6時間16分	3時間01分	2時間01分	70	47
タイ	9時間01分	4時間57分	3時間10分	82	69
ベトナム	6時間30分	3時間08分	2時間27分	75	59
マレーシア	7時間27分	4時間05分	3時間00分	82	64
中国	5時間50分	3時間10分	2時間00分	78	64
ブラジル	6時間17分	4時間41分	3時間38分	70	38

インバウンド市場

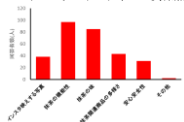
- 海外からの来日者への対応
- 体験型「コト」消費への対応



関西空港



インバウンドの日本への興味点



インバウンドに関心した抹茶のPR方法

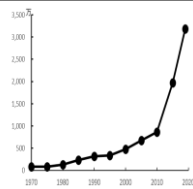
国内の主要空港における抹茶の販売状況

年度	成田国際空港	羽田国際空港	関西国際空港	中部国際空港	富士山静岡空港	鹿児島空港
2015	10	4	2	—	0	0
2016	24	6	21	11	0	10
2017	87.5	50.0	85.7	83.8	33.3	50.0
2018	8.888	4.444	6.861	4.245	5.040	1.888
2019	8.368	3.990	6.391	3.750	—	0
2020	8.561	3.512	6.301	4.245	2.888	1.471
2021	30	30	23	40	—	0
2022	35	55	40	27	72	67
2023	2.112	1.138	1.748	1.500	—	0
2024	2.790	1.033	2.388	1.051	999	596

インバウンド市場

2) 体験型「コト」消費への対応

インバウンドも観光地巡りから徐々に体験型の
ト」消費に
茶摘み体験、茶製造体験、茶道体験、茶臼挽き
験、鑑定などをはじめ、地域の文化、茶園
然観察、歴史探訪などが重要となってくる。

インパウンド来日者数の推移²⁵⁾

海外市場に対応したマーケティング戦略

ポイント

☆ターゲットの絞り込み！

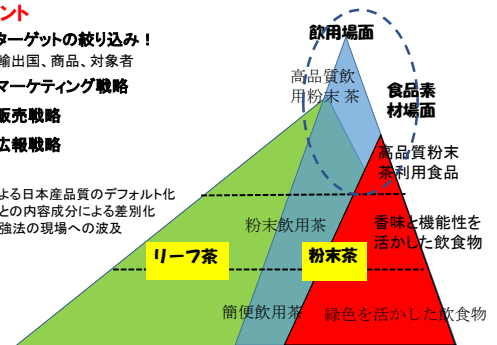
輸出国、商品、対象者

☆マーケティング戦略

☆販売戦略

☆広報戦略

- ・成分による日本産品質のデフォルト化
- ・他国産との内容成分による差別化
- ・成分増強法の現場への波及



海外茶市場の構造モデルの提示