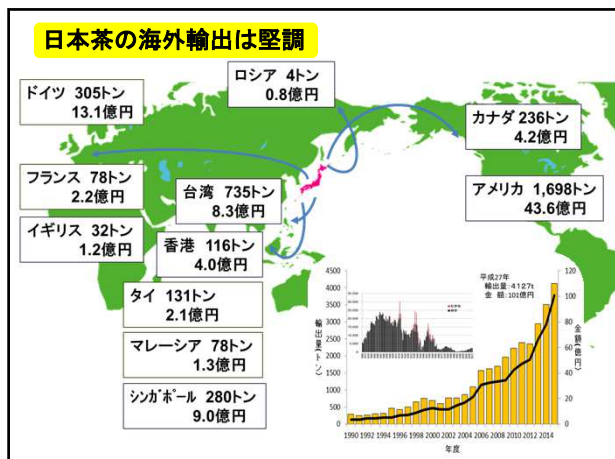


- ### 静岡県茶業の現状と課題
- ①茶の消費構造の変化
⇒さまざまな茶の提案・消費拡大が必要
 - ②茶価の低迷
⇒需給の歪みの解消、市場形成能の確立
 - ③生産量の減少
⇒優良農地の確保、担い手の養成
 - ④やぶきた一辺倒
⇒改植事業の利用、多彩な茶種の形成
 - ⑤国内人口の減少
⇒海外輸出の推進
 - ⑥輸出(インバウンド含)の増大
⇒輸出対応型茶の生産方式の確立



輸出ターゲット国は？

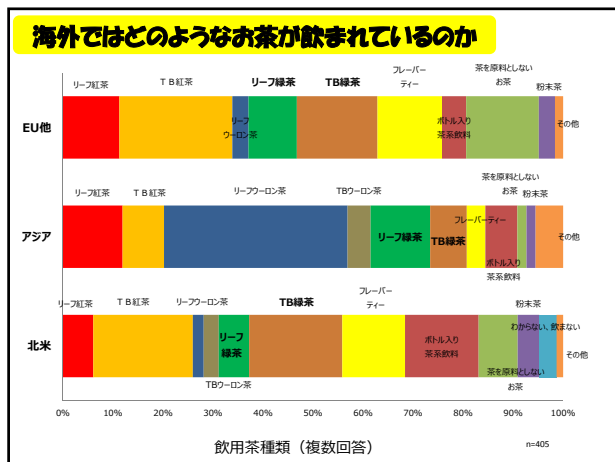
日本茶は、文化性・機能性面から世界の憧れの嗜好品

急増するハラル対応は!?

国	方向性とマーケティング
新興市場	<ul style="list-style-type: none"> EU: 中間層までをターゲットとする。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。 ロシア: 相手国の嗜好に合った商品の開発。800トンといわれる高級緑茶市場の取り込み (2008年の日本からの輸出実績は20トン)。
安定市場	<ul style="list-style-type: none"> 米国: 日本茶の健康イメージや機能性成分をPR。現状を維持しつつ、健康的であることをPRし市場を拡大。相手国の嗜好に合った商品の開発。 シンガポール: 中間層もターゲットとした新規需要層の開拓。茶の世界市場の貿易中拠点として、日本茶を強く発信。 台湾: 中間層もターゲットとした新規需要層の開拓。 香港: 中間層もターゲットとした新規需要層の開拓。

米国での販売例

農水省Pより



アウトパウンドに対応したマーケティング戦略の構築

目的: 緑茶は機能性面から世界的な関心事となっている。なかでも、日本茶は歴史文化性も高いのみならず、唯一の製法で加工されることから高付加価値型商品ともなっている。そこで、競争力をより一層高めるため、差別化を強化し、輸出に適合した商品づくりとそのマーケティング戦略を構築する。

おわらい:

- ① 研究対象: 抗ストレス性商品
- ② 対象市場: 高所得者市場、ハラル市場
- ③ 商品グレード: 機能性強化型商品

・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
・成分による日本産品質のデフォルト化

④ 戦略の波及: マニュアルの作成
⑤ 達成目標: 日本茶輸出倍増化

今日の研究対象: 高級抹茶 (高品質飲料用粉末茶、食品原料用粉末茶、粉末茶)

飲用場面: リーフ茶 (簡便飲用茶)

食品素材場面: 粉末茶 (香味と機能性を活かした加工食品)

海外茶市場の構造モデルの提示

