松阪西部商工会　経営発達支援計画事業

市場動向調査（製茶業）

1．製茶業の外部環境

松阪西部商工会管内の基幹産業である製茶業の需要動向調査を行うにあたり、製茶業のおかれる外部環境の分析を行う。

● 緑茶消費量の推移

【国内の茶の消費量は、ペットボトル茶飲料の需要拡大がとまった平成 16 年以降減少を続けており、特に緑茶（リーフ茶）の需要縮小が顕著である。】

緑茶及び茶類全般の消費量の推移について、統計資料をもとに検証する。国内の茶類の消費量は、平成 16 年に 116,823ｔあった消費量が年々減少し平成 26 年には 84,164ｔまで減少している。特に緑茶消費量の減少が顕著にみられる。紅茶・ウーロン茶の消費量は、少ないながら安定して推移している。

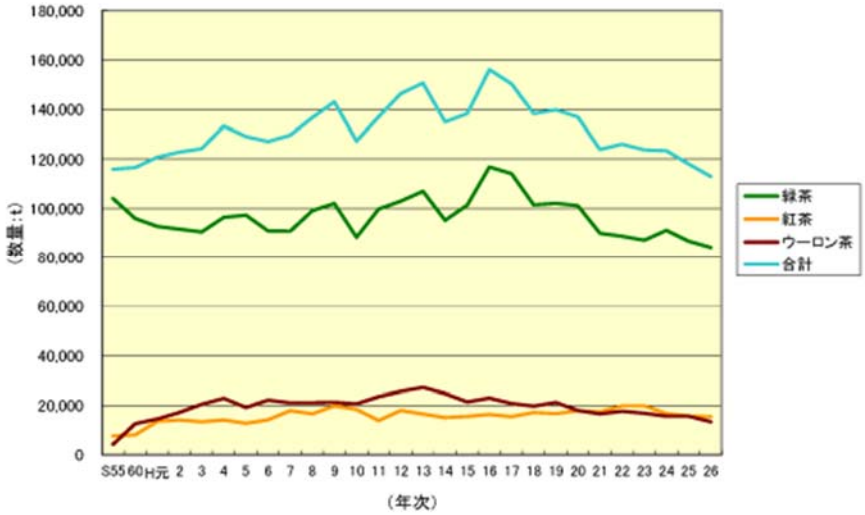


図１　茶類の消費量の推移　（全国茶生産団体連合会・全国茶主産府県農協連連絡協議会）

茶類の消費量の推移から、国内の茶類消費量が減少を続けている現状が確認されたが、特に減少の大きい緑茶の消費量減少について更に細かくみていく。

１世帯当たりのリーフ茶消費量の推移を確認すると平成 13 年以降減少傾向が続いている。また、ペットボトル等で販売される茶飲料の消費量をみると、一人当たり茶飲料の消費量は、平成 17 年まで急増したが、それ以降は横ばいで推移している。上記から、国内全体の緑茶消費量の減少は主にリーフ茶消費量の減少が要因となっていることが伺える。

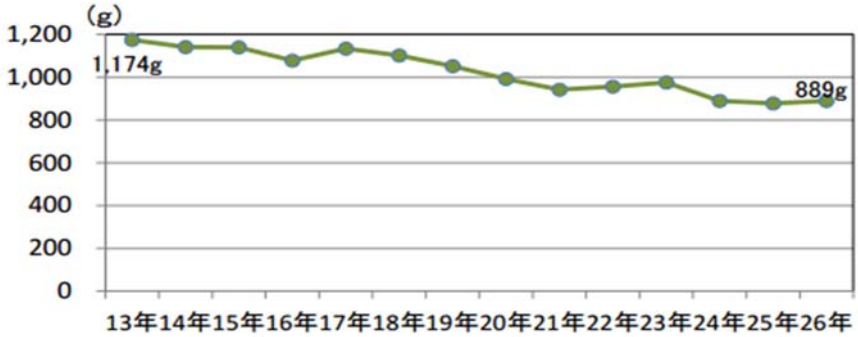


図２　１世帯当たりのリーフ茶消費量の推移　（「茶をめぐる情勢」農林水産省より）

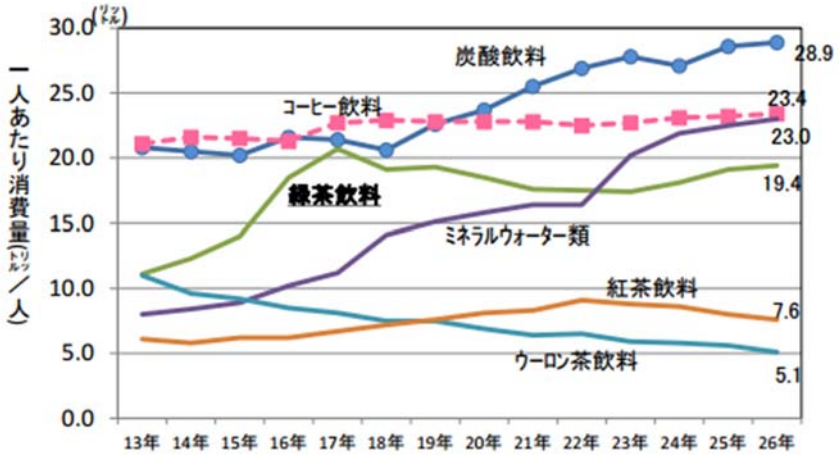


図３　一人当たりの清涼飲料等の消費量の推移　（社）全国清涼飲料工業会　資料

- 緑茶価格の推移

【茶の価格は、平成 17 年以降低下傾向にある。また、茶種や茶期によって価格差が大きい。三重県で生産の多いかぶせ茶についても。一番茶と二番茶では倍以上の価格差がある。】

お茶の価格については、ペットボトル緑茶飲料の需要の伸びがけん引した形で、平成 16 年までは上昇した。その後、ペットボトル緑茶飲料の需要の伸びが落ち着いてきた事もあり、価格が低迷している。

一方で、茶種別による価格差と茶期別の価格差が、非常に大きく製茶する茶種・茶期により収入に大きな差が発生している。三重県内の製茶業者は、「かぶせ茶」の生産が多く玉露などの茶種と比較して販売価格が低くなる傾向が強い。

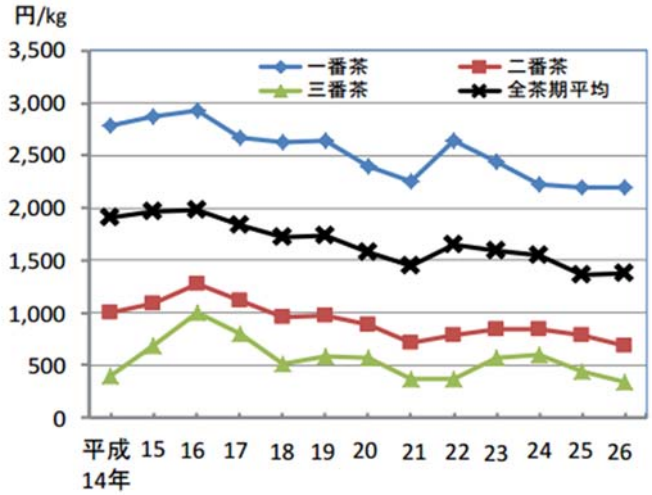


図４　お茶価格の推移　荒茶・せん茶（全国茶生産団体連合会調査）

単位：円/kg

	生葉（H25年産）	おおい茶			せん茶		番茶	その他緑茶
		玉露	かぶせ茶	てん茶	せん茶	玉緑茶		
一番茶	－	5,746	1,998	3,773	2,199	1,888	616	1,009
二番茶	－	－	716	1,789	683	615	316	789
三番茶	－	－	－	－	340	309	290	103
秋冬番茶	－	－	－	700	346	284	285	407
全茶期平均	191	5,746	1,513	3,088	1,373	1,430	338	638

図５　H26 年荒茶　茶種・茶期別の平均価格（全国茶生産団体連合会調査）

- 緑茶の輸出動向

【国内消費量が低迷する中で、海外への輸出量は増加傾向にある。今後世界的な茶の貿易量増加と本格的な“和食”の輸出政策に合わせた茶の輸出増が期待できる。】

緑茶の輸出は、昭和 40 年以降減少傾向にあったが、海外の日本食ブームなどの影響により最近の 10 年間で急激に輸出量が増加しており、平成 26 年の輸出量は、平成 16 年のおよそ４倍であった。輸出先の 50%弱がアメリカである。

FAO（国際連合食料農業機関）によると、今後世界における緑茶の貿易量の見通しは 2023 年までに 68.4 万ｔまで伸びると予測されており年間 6.1%程度の拡大が見込まれている。

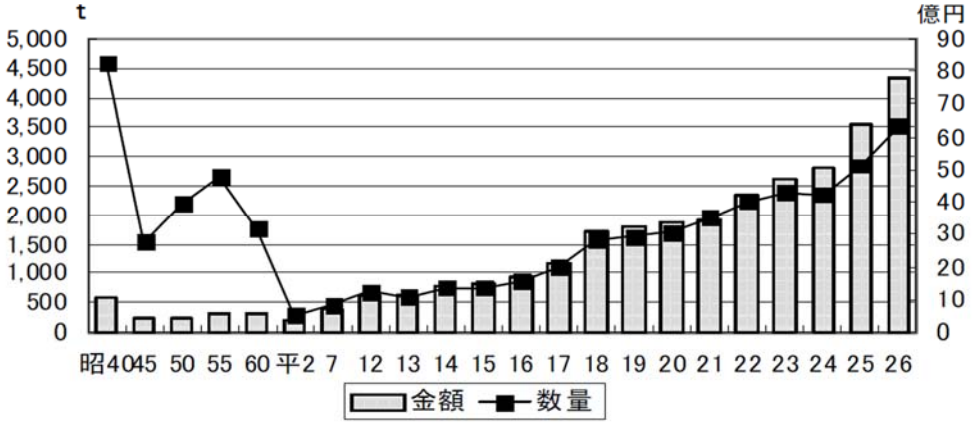


図６　緑茶の輸出状況（財務省通関統計より）

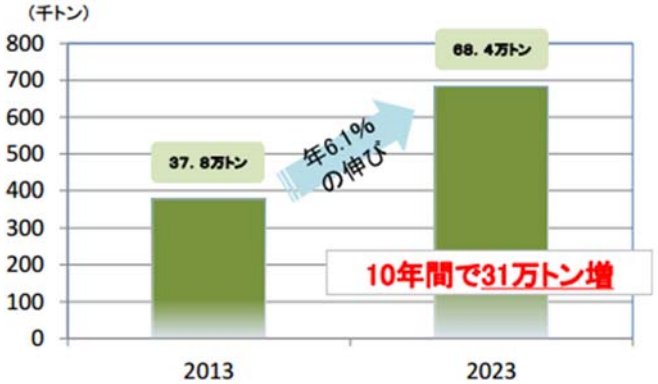


図７　世界における緑茶貿易量の見通し（「茶をめぐる情勢」農林水産省より）

- 三重県の茶の生産量と特徴

【三重県は全国３位のお茶の生産地である。特に近年需要が高まっている加工用原料茶については全国第 1 位の地位にあり、全国シェアの 44%と非常に高いウエイトを占める。】

三重県産茶の全国的な地位についてみると、栽培面積、荒茶生産量は静岡県、鹿児島県に次ぐ全国第３位のシェアをもつ主要生産県である

また、かぶせ茶等のおおい茶では、全国第 1 位の地位にあり、全国シェアの約 24%と高く、近年需要が高まっている加工用原料茶についても、全国第 1 位の地位にあり、全国シェアの 44%と非常に高いウエイトを占めている。

中心的な産地は、北勢地域と中南勢地域にあり、当商工会管内の松阪市（旧飯南町及び飯高町）では深蒸し煎茶が生産されている。

県内の茶の生産は、全国有数であるが関東の狭山茶(埼玉県)、玉露の宇治茶(京都府)など全国のブランド産地の茶と比較すると、「伊勢茶」は他府県産の銘柄茶の原料用茶として出荷されることも多く、今後、流通・消費段階で「伊勢茶」のブランド化を確立することが課題であり、行政、関係組合、生産者が一体となり「伊勢茶」ブランドの発信に取り組んでいる。

順位	府県名	H26面積（ha）	生産の特色
1	静岡	18,100	「せん茶」、特に「深蒸しせん茶」を主体とした生産
2	鹿児島	8,670	「せん茶」を主体とした生産。多様な品種構成
3	三重	3,110	「かぶせ茶」の生産が全国1位
4	京都	1,580	「玉露」及び「抹茶」の生産が全国1位
5	福岡	1,560	「かぶせ茶」の生産が多い
6	宮崎	1,510	「せん茶」を主体とした生産
7	熊本	1,500	「玉緑茶」の生産が全国3位
8	佐賀	928	「玉緑茶」の生産が全国1位
9	埼玉	899	「せん茶」を主体とした生産
10	岐阜	882	「せん茶」を主体とした生産

図 8..お茶の生産県順位と特色（「茶をめぐる情勢」農林水産省より）

2. 事業者による新たな取組

これまで見てきたように、製茶業・茶農家をはじめとした国内の茶関連事業者は、国内需要の低迷など強い向かい風（脅威）にさらされているといえる。一方で、これらの外部環境に対して、国を挙げた施策によるバックアップ体制が徐々に整備されつつある。これらの取組に積極的な事業者の中には、主体的に改革に取り組んで高付加価値化に成功している事例もある。

- サプライチェーンの統合と新商品開発の事例

  農事組合法人　霧山茶業組合は、6 次産業化法による事業認定を受けており減少する茶の需要拡大に取り組んでいる。特徴的な取組として、生産・加工・販売を一貫して行うことで、市場のニーズ・消費者の声をダイレクトに聞き取れる体制を整備した点である。特に女性の活躍が目立ち、女性目線からの商品開発が目立っている。また、協同体経営を行うことで生産・加工の効率化をすすめコストダウンに成功している。

事例 1

- 周辺需要拡大の事例

  ヘンダ製茶有限会社は、荒茶生産以外の菓子や茶飲料の開発に取り組んでいる事例である。地元ミネラルウォーター製造会社などサプライチェーンの上下での連携強化により商品化に成功している。事業者同士の連携強化を行うことで消費者・需要者のニーズを的確に把握しより付加価値の高い製品開発が行うことができ収益性向上が期待できる。

地元の高校生・企業と連携した茶の需要拡大の取組

鹿児島県霧島市は、野菜、畜産等とともに茶の生産が盛んな地域で、ヘンタ製茶有限会社代表取締役の遠田孝一さんは、平成6（1994）年に会社を設立してから規模拡大を続け、現在は25ha（うち、自社茶園は19ha）を管理し、年間55ｔの荒茶を生産しています。

消費者ニーズを基に、渋みが少なく旨みの多いかぶせ茶を生産してきましたが、消費者の茶葉離れから荒茶生産だけでは売上が伸び悩んだため、粉末茶を使った菓子を、地元の高校生にアイデアや包装デザイン、食味評価を担ってもらい、開発・販売しています。

また、九州旅客鉄道株式会社のクルーズトレイン「ななつ星in九州」への特上煎茶と粉末茶の菓子の提供をきっかけに、鹿児島空港や鹿児島市内高級ホテルでの取扱いができ、売上増加につながっています。

さらに、地元のミネラルウォーター販売会社等と連携し、キャップに粉末茶を密封させ、いつでも淹れたてのおいしい茶を飲めるペットボトル茶を開発しました。開発では、茶葉と水が混ざりやすいよう、茶葉の乾燥度合いやキャップの構造に工夫を重ね、平成23（2011）年から販売し、好評を博しています。

このように、ヘンタ製茶有限会社は地元の高校生や企業等と連携を進めることにより、需要拡大を図っています。

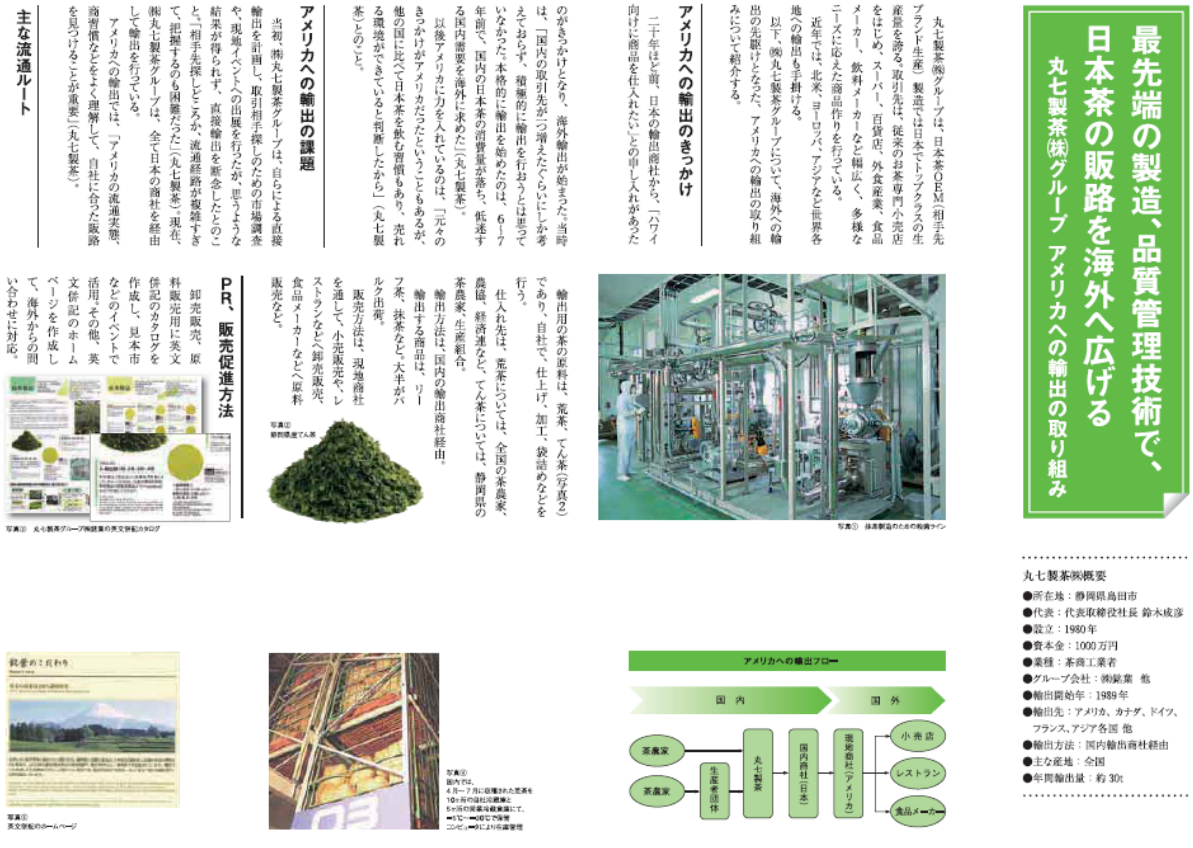
ペットボトル茶

遠田孝一さんと自社茶園

事例２

- 海外輸出による販路拡大の事例(1)

　丸七製茶株式会社グループ（静岡県島田市）は、販路に北米、ヨーロッパ、アジアなどの海外輸出先を加え、海外需要・売上拡大に取り組んでいる。国内輸出商社・現地商社を経由し、海外の小売店販売やレストランなどへの卸売販売、食品メーカーなどへの原料販売を行う。卸売販売、原料販売用に英文併記のカタログを作成、ホームページも英文併記にして海外からの問合せに対応している。また、宗教上の理由が障害とならないよう、ハラル認証・コーシャ認証も取得済み（茶業界初）。今後は輸出先の嗜好にあった商品作りをするため、現地イベントへの出展や市場調査など、海外マーケティングを強化する計画。



最先端の製造、品質管理技術で、日本茶の販路を海外へ広げる

丸七製茶㈱グループ アメリカへの輸出の取り組み

丸七製茶㈱グループは、日本茶OEM（相手先ブランド生産）製造では日本でトップクラスの生産量を誇る。取引先は、従来のお茶専門小売店をはじめ、スーパー、百貨店、外食産業、食品メーカー、飲料メーカーなど幅広く、多様なニーズに応えた商品作りを行っている。

近年では、北米、ヨーロッパ、アジアなど世界各地への輸出も手掛ける。

以下、㈱丸七製茶グループについて、海外への輸出の先駆けとなった、アメリカへの輸出の取り組みについて紹介する。

アメリカへの輸出のきっかけ

二十年ほど前、日本の輸出商社から、「ハワイ向けに商品を仕入れたい」との申し入れがあったのがきっかけとなり、海外輸出が始まった。当時は、「国内の取引先が（つ増えたぐらいにしか考えておらず、積極的に輸出を行おうとは思っていなかった。本格的に輸出を始めたのは、6-7年前で、国内の日本茶の消費量が落ち、低迷する国内需要を海外に求めた」（丸七製茶）。

以後アメリカに力を入れているのは、「元々のきっかけがアメリカだったということもあるが、他の国に比べて日本茶を飲む習慣もあり、売れる環境ができていると判断したから」（丸七製茶）とのこと。

アメリカへの輸出の課題

当初、㈱丸七製茶グループは、自らによる直接輸出を計画し、取引相手探しのための市場調査や、現地イベントへの出展を行ったが、思うような結果が得られず、直接輸出を断念したとのこと。「相手先探しどころか、流通経路が複雑すぎて、把握するのも困難だった」（丸七製茶）。現在、㈱丸七製茶グループは、全て日本の商社を経由して輸出を行っている。

アメリカへの輸出では、「アメリカの流通実態、商習慣などをよく理解して、自社に合った販路を見つけることが重要」（丸七製茶）。

主な流通ルート

輸出用の茶の原料は、荒茶、てん茶（写真②）であり、自社で、仕上げ、加工、袋詰めなどを行う。

仕入れ先は、荒茶については、全国の茶農家、農協、経済連など、てん茶については、静岡県の茶農家、生産組合。

輸出方法は、国内の輸出商社経由。

輸出する商品は、リーフ茶、抹茶など、大半がバルク出荷。

販売方法は、現地商社を通して、小売販売や、レストランなどへ卸売販売、食品メーカーなどへ原料販売など。

PR、販売促進方法

卸売販売、原料販売用に英文併記のカタログを作成し、見本市などのイベントで活用。その他、英文併記のホームページを作成して、海外からの問い合わせに対応。

写真①　丸七製茶グループ㈱提案の英文併記カタログ

写真②　静岡産てん茶

写真③　抹茶製造のための粉砕ライン

写真④　英文併記のホームページ

写真⑤
国内では、4月～7月に収穫された荒茶を10～16%の湿比率調整後に6～7%の荒茶保管庫にて、-5℃～-30℃で保管コンピュータにより保温管理

丸七製茶㈱概要

- ●所在地：静岡県島田市
- ●代表：代表取締役社長 鈴木成彦
- ●設立：1980年
- ●資本金：1000万円
- ●業種：茶商工業者
- ●グループ会社：㈱緑葉 他
- ●輸出開始年：1989年
- ●輸出先：アメリカ、カナダ、ドイツ、フランス、アジア各国 他
- ●輸出方法：国内輸出商社経由
- ●主な産地：全国
- ●年間輸出量：約 30t

14　13

事例３．≪農林水産省　「日本茶の輸出取組事例集」より≫

- 海外輸出による販路拡大の事例(2)

　株式会社下堂園（鹿児島県鹿児島市）は海外でのオーガニック認証を取得することで、自社生産のオーガニック茶の海外普及に取り組んでいる。日本に限らず、海外でも健康志向の広がりとともにオーガニック製品の需要は拡大しているが、海外ではオーガニック認証がないと販売しづらいとの輸出先の助言を受け、EU・日本・アメリカでの有機認証を取得。現地法人を通して茶専門店や自然食品販売店などでリーフ茶、ティーバッグ茶、緑茶チョコレートやドロップなどを多様な商品を販売している。日本茶が海外で浸透しつつある中で、さらにオーガニックマーケットの世界的な拡大に注目して販路拡大に成功している事例。

EUが認めたオーガニック茶で、欧米の緑茶市場を開拓

㈱下堂園 ドイツへの輸出の取り組み

㈱下堂園は、1954年の創業以来、鹿児島茶の普及に取り組んできたが、近年、ドイツに設立した下堂園インターナショナルを拠点に、ヨーロッパ、北米など約五十カ国へ輸出し、普及の輪を広げている。

全て自社生産のオーガニック茶を輸出し、海外では、「KEIKO」ブランドで販売を展開。日本茶以外にも、緑茶チョコレートやドロップなど、多様な商品を開発し、欧米の緑茶市場を開拓。以下、㈱下堂園による海外輸出の拠点国となっているドイツ国内向けの輸出の取り組みについて紹介する。

ドイツへの輸出のきっかけ

1991年、ドイツで開催された国際食品見本市に出展した際、下堂園ブースで試飲した自然食品販売会社（ALLCO社）の社員（現下堂園インターナショナル代表取締役）（写真②）から「商品の見本を送ってほしい」という要望を受けたのがきっかけとなり、翌年より正式に取引が始まったとのこと。

その後、1998年ドイツ国内販売及び欧米各国への輸出拠点として、ドイツに現地法人下堂園インターナショナル（以下現地法人）を設立。

写真① ドイツの自然食品販売店

写真② EUのオーガニック認定証

ドイツへの輸出の課題

当初、㈱下堂園は、慣行栽培されたお茶を輸出していたが、輸出先のALLCO社から「ヨーロッパでは、オーガニックの認証が無いと販売しづらいので、認証を取得して欲しい」という要請を受け、オーガニックへの対応を迫られたとのこと。そこで、輸出を続けるには、EUのオーガニック認証の取得が必要と判断し、有機栽培への転換を決意。3年の期間を要し、1995年にEUのオーガニック認証を取得。「有機栽培への転換にあたっては、当初年間輸出量がわずかだったこともあって、行うべきか対応に苦慮したが、今後ヨーロッパで商売を行っていくためには不可欠と考え、有機栽培への転換を決めた。ヨーロッパに限らず、オーガニックのマーケットは、健康志向の広がりとともに、今後も拡大していくであろうから、今まで以上にオーガニックの認証が重要になるのではないか」（下堂園）とのこと。

主な流通ルート

輸出する茶の原料は、自社所有の農場で生産した鹿児島県産の有機栽培茶であり、自社で仕上げ、加工を行い、現地法人で袋詰めなどを行う。

輸出方法は、直接輸出であり、現地法人を通して、自社ブランド（KEIKO）で、茶専門店や自然食品販売店などで、リーフ茶（商品名：Tenbu-Fuka）（写真③上）や、ティーバッグ茶（商品名：Sohtun）（写真③下）などを販売。

写真③

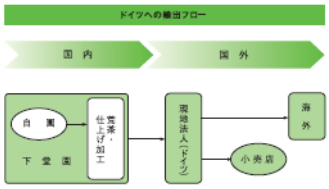
商品名：Tenbu-Fuka（リーフ茶）50g入り 24.90ユーロ

商品名：Sohtun（ティーバッグ）10×2g入り 15.85ユーロ

チョコレート
商品名：Green chocolate
10×5g入り 3.95ユーロ

ドロップ
商品名：Ginger Greeen tea Drops
50g入り 2.20ユーロ

写真④ KEIKO商品カタログ
写真出：㈱鹿 写真出：中国



㈱下堂園概要

- ●所在地：鹿児島県鹿児島市
- ●代表：代表取締役　下堂薗　豊
- ●創業：1954年
- ●設立：1991年
- ●資本金：2000万円
- ●業種：茶生産農家・茶商工業者
- ●輸出開始年：1992年
- ●輸出先：ドイツ（ドイツ経由で約50ヵ国）
- ●輸出方法：自ら直接輸出
- ●主な産地：鹿児島県
- ●年間輸出量：約10t

事例 4.≪農林水産省　「日本茶の輸出取組事例集」より≫

3. まとめ

以上のような外部環境の中、三重県においても行政を中心に「三重県茶業振興の指針」を打ち出すなど地場産業である製茶業の発展をバックアップする体制が整っている。茶業の振興にあたっては、①機械・設備の共同化による生産合理化、②伊勢茶のブランド化、③荒茶以外の多様な周辺需要拡大が課題として挙げられている。

当地域の製茶事業者においても、県内茶業関係者の中心的な役割を担って事業者間連携の強化と伊勢茶ブランドのブランド力強化・伊勢茶ブランドによる海外輸出に積極的に取組んでいくことを期待したい。