

(参考資料)

平成28年度 海外への伊勢茶ブランド展開推進事業業務の概要

1. 米国における展示会等への出展及びマーケティングの概要

(1) 米国大規模見本市への出展

展示会名：International Restaurant & Foodservice Show of New York

展示会概要：ニューヨークのレストラン協会が中心となって開催される食品、食料、ホテル・レストランサービス及びフードサービス産業を対象とした食品見本市。

開催期間：平成29年3月5日～3月7日

開催地：米国 ニューヨーク

会場：ジャビッツ・コンベンションセンター

展示社数：550社

来場者数：21,000人（食品・飲料のバイヤー）

参加者：8名（うち生産者4名）

ブース規模：3.05m×3.05m = 9.3 m²

出展商品：煎茶、深蒸し煎茶、かぶせ茶、抹茶

来場バイヤー：60社（飲食店関係、現地茶商、小売店オーナー、輸入業者等）

販売実績：販売先会社 レストラン及び小売店経営

販売商品 ティン缶抹茶 6kg（30g×200個）

その他商談継続：4社

商談商品 抹茶（有機栽培、慣行栽培）

玉露（有機栽培）

煎茶



2. 伊勢茶のブランド力強化に向けたマーケティング

(1) 現地業者招へい

来県日：平成29年1月9日～11日

来県業者：International Tea Importers 3名

生産者訪問：6社



(2) 海外マーケティング活動（現地業者コメント）

- ・「かぶせ茶」に関しては、「旨味」を十分に感じる事ができ、お茶の味わいとしては、他県産のお茶との差別化が可能と思われる。ただし、「かぶせ茶」のネームバリューが、米国市場では全く無いと言って良い状況であり、ネーミングに関し今一度検討をいただきたい。
- ・「煎茶」に関しては、他県産との差別化を図る様な、伊勢茶としての「煎茶」をアピール出来るストーリーを事前に準備しておかないと、今後売込を掛けることが難しいと思われる。
- ・「深蒸し煎茶」に関しては、普通煎茶とは異なる風味を持っており、既存の煎茶とは一線を画すアイテムとして、米国市場への売込は可能と思われる。
- ・伊勢茶の場合、まだまだアメリカへの輸出可能な残留農薬基準を満たす茶が全体的に少ないと感じる。
- ・米国においては、有機栽培茶の売り上げが飛躍的に伸びており、今後もこの傾向は変わらないと思われるため、有機栽培伊勢茶の生産拡大に取り組んでもらいたい。
- ・米国では、抹茶ブームが既に到来しており、今後もその需要は更に伸びる傾向にある。そのため、伊勢茶での抹茶アイテムのバリエーションやその供給量確保に努めて欲しい。
- ・米国では、抹茶同様に、玉露は既に日本語で流通可能な商品であり、近年はとりわけ有機玉露の需要が増大する傾向にある。
- ・玄米茶、ほうじ茶、番茶も既に米国国内では流通しているが、煎茶に比べるとその流通量は全体的に少ない。
- ・米国向け輸出の場合、コンテナベースでの出荷ロット対応が不可欠なケースも多々存在するため、20フィートコンテナ＝約10トンでの供給が可能な体制作りにも努めて欲しい。
- ・コンテナ取引ベースの場合、価格帯として、1,000円/キロを切る様な伊勢茶の準備も必要不可欠となる。

- ・残留農薬基準としては、購入優先順位として、有機栽培茶＞慣行栽培茶（US&EU基準満たす）＞慣行栽培茶（US基準満たす）との位置付けとなる。
- ・リーフ茶に関しては、テイン（茶なのでカフェインでは無く「テイン」）の無い日本茶を扱われている業者も多数存在するため、テイン無し伊勢茶の引き合いも多数ある。テイン無し伊勢茶に関しては、今後、十分に米国市場で戦えるアイテムと思われる。
- ・加工用抹茶に関しては、通常の抹茶では無く、一度抽出液化したものをパウダーにした抹茶アイテムを探されている業者が存在する。インスタント抹茶としての販売目的で使用される。
- ・既に輸入されている他県産の日本茶との差別化に繋がる様な伊勢茶の提供を希望されるケースが非常に多い。
- ・小売用アイテムとして購入する場合、日本茶における他社との差別化のため、個性的で洗練されたパッケージを準備して欲しい。また、抹茶に関しては、缶タイプで、かつプルトップ型の缶での提供を希望されるケースがほとんど。

3. 事業に参加した生産者の意見

- ・米国向け茶葉の生産に加え、有機栽培茶葉の生産にも取り組みたい。
- ・有機栽培茶でのかぶせ茶、煎茶、抹茶の生産に本格的に取り組みたい。
- ・米国残留農薬基準を満たす事よりも、より融通の利く無農薬茶葉の収穫に今年の秋番茶から取り組みたい。
- ・まずは、米国残留農薬基準をクリアする生産の検討から始めたい。
- ・米国基準を満たす深蒸し煎茶の生産に取り組みたい。
- ・有機栽培茶園の新たな確保に加え、米国残留農薬基準を満たすかぶせ茶の生産に取り組みたい。
- ・1番茶の有機栽培茶の活用方法として、抹茶入り煎茶を検討したい
- ・米国市場での有機栽培茶の重要性を確認出来た
- ・小売アイテムに関しては、パッケージへのこだわりが必要であることが判った。
- ・米国市場での抹茶や玉露の人気の非常に高い事を確認出来た。
- ・他県産との競争も考えると、伊勢茶ならではのアイテム作りが必要である事を確認出来た。
- ・単純に美味しい伊勢茶では無く、米国の市場で求められる伊勢茶の生産が急務である事が判った。

3. 生産者へのフィードバック事項

(1) 米国バイヤーによる伊勢茶、伊勢茶生産者に対する評価

「かぶせ茶」「深蒸し煎茶」に関しては、三重県産伊勢茶としての独特な味わいを感じる事ができ、米国市場でも販売可能なアイテムとの評価を頂いた。ただし、他県産との差別化を明確に打ち出すための事前準備や工夫が必要との指摘あり。

「かぶせ茶」については、そのネームバリューの弱さが、米国内でのセールスにおいてマイナス要素となりかねないとのこと。「煎茶」に関しては、何が「伊勢茶の煎茶」であるのかを明確に打ち出すような工夫が必要との評価。また、「伊勢茶」に関しては、まだまだ有機栽培で生産できる生産者が極めて限られており、今後の課題として指摘を受けた。

米国向け残留農薬に関する取り組みを行っている生産者についても、まだまだ限定的であり、大口ロットでの対応も出来るような体制作りの検討が必要。

伊勢茶は、地元の特性を大いに活用した取り組みを行っている生産者も見られ、他県産との差別化を行なえる素養を持ち合わせており、伊勢茶独特の日本茶の生産に努めてもらいたいとの意見あり。

(2) 県内の茶生産者の米国向け茶葉生産に対する意向

残留農薬基準については、当然米国向け残留農薬基準に対応することは必須であるが、既に米国内では有機栽培茶の市場が拡大しており、有機栽培茶での伊勢茶生産が課題と言える。

三重県を代表する「かぶせ茶」「深蒸し煎茶」「煎茶」を今後も全面的に米国市場へPRすることは必要であるが、米国マーケットが求める「抹茶」関連の伊勢茶アイテムの開発は不可欠。

他県産の日本茶に価格面で対応して行くためには、リーフ茶に関しては、荒茶生産者と仕上げ茶生産者、抹茶に関しては、碾茶生産者と抹茶生産者といったような組み合わせを事前に考慮した上で、各種伊勢茶の開発・生産に取り組む事が必要。