

# 欧州

## EU緑茶市場で競争するには

ジェトロ海外調査部欧州ロシア CIS 課 田村 典子

日本産緑茶の対 EU 輸出拡大のためには何が必要か。ヒントは、日本との緑茶取引を手掛けるオーストリア企業の事例にある。

### 緑茶輸入が活況

EU では緑茶が人気。人々の健康志向に負うところが大きい。「緑茶は健康に良い」とのイメージは、今や欧州でも定着している。EU 統計局によると、EU の緑茶輸入総額は、2015 年には前年比 27% 増の 1 億 6,000 万ユーロだった。特に有機茶の需要は安定して高い。日本からの輸入は前年比 24% 増の 1,500 万ユーロ、580 トンだった。

ジェトロが 15 年 3 月に発表した「ドイツ日本食品消費動向調査」は、価格が高くておいしい日本の緑茶が消費者の支持を受け始めた結果ではないか、と分析している。和食人気も日本茶需要を後押し。とりわけ抹茶は、日本の技術が結集した高付加価値製品だと認識されている。今や緑茶の消費者は、初心者から緑茶ファン、日本の茶文化を熟知する層まで、そのレベルはさまざま。健康飲料として、砂糖やクリームを加えたおしゃれな飲み物として、料理や菓子用の新食材として、緑茶は愛飲されている。

EU のみならず欧州全体における茶貿易の中心はドイツだ。再輸出を通じていわば茶貿易におけるハブの役割を果たしている。ドイツからの茶輸出の約 60% が、フランス、英国、ポーランドなどの EU 加盟国向けだ。ドイツの対日本緑茶輸入額は、15 年には前年比 21% 増の 960 万ユーロ。日本は中国に次ぐ輸入先だ。多くのドイツ人は玄米茶や煎茶などの茶の種類にも通じており、日本産有機緑茶への関心も高い。鹿児島県・下堂園の有機日本茶ブランド「KEIKO」は、ドイツでも安全性が証明された有機緑茶として知られる。ドイツに次ぐ有機緑茶市場フランスは、品質重視の消費性向からも、日本産有機茶の輸出先として有望視されている。緑茶を使った各種食品も人気だ。紅茶消費が多い英国でも、緑茶消費は増加傾向にある。茶葉と急須や湯冷ましをそろえ、湯の適温を教える店もあるほどだ。オーストリアでも日本産有機緑茶が注目されつつある。茶市場は小さいが、15 年には後述するように日本との緑茶ビジネスが開始した。

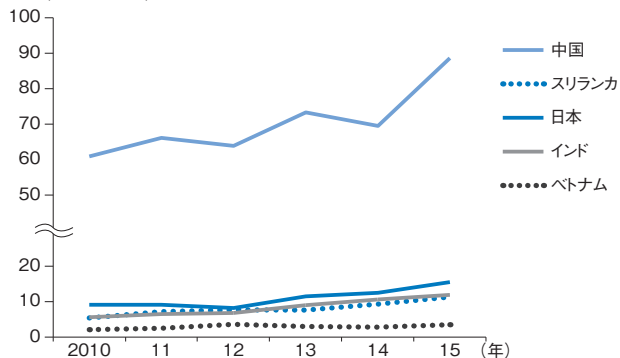
### 日本産 vs 中国産？

EU 緑茶市場における中国の存在は絶大だ。15 年、EU は金額ベースで 8,900 万ユーロ、重量ベースでは 2 万 2,500 トンの緑茶を中国から輸入した。これは、輸入先第 2 位である日本からの輸入額の 5.7 倍（図）、重量では 39 倍に相当する。輸入額の差が重量比ほど大きくないのは、日本緑茶の単価が高いからに他ならない。実際、日本緑茶の単価は中国のその 6 倍にも達する。ドイツ茶業協会によると、ドイツで 14 年に消費された茶（紅茶や緑茶を含む）の 4 分の 1 が中国産だった。欧州茶貿易の中心ハンブルクには中国との取引を 100 年以上も続けている茶商もいるという。

欧州では、中国茶は価格が手頃で、マイルドな味と

図 EU 緑茶輸入実績

(100万ユーロ)



資料：EU 統計局データ（2015年）を基に作成

いう点が好まれている。対する日本茶は、価格は高めだが、渋みのある独特の風味と品質の高さでは定評がある。一般に中国緑茶が日本緑茶の競合相手と見なされているが、両者は市場におけるすみ分けができているともいえる。EU 緑茶市場には、スリランカ、インド、ベトナムなど多くの国が参入している。日本茶の真の競合相手はどこなのか。またその対応策は何か。これらの点を検討することは、さらなる日本茶の商機発掘にもつながり得る。

## 日本緑茶ビジネス先行2社の事例から

オーストリア企業の2社が、満を持して日本の緑茶生産者との事業を開始したのは15年になってからだ。オーストリアに基盤を置く両社は、EU 緑茶市場の動向をグローバルな視点から見て得た成果をビジネスに反映させている。両社の経験は、日本産緑茶の事業拡大につながり得るヒントをも含んでおり、示唆に富む。

第1のヒントとしては、EU 市場に出回る日本産緑茶の類似品対策に、早急に取り組むべきだという点。類似品は、産地を問わず競合相手になり得る。その意味からも、日本産緑茶には明確な「日本産」表示が必要だろう。15年3月、オーストリア初の抹茶専門企業ヤマト・ティー（以下、ヤマト）が設立された。起業のきっかけは、00年前後から欧州市場で見られるようになった緑茶や抹茶の類似品に、トーマス・グリュマー CEO（最高経営責任者）が危機感を抱いたことだ。グリュマー CEO は、「茶の良質な味をオーストリアに普及させたい」と言う注。同社は日本産有機茶を使った抹茶や緑茶、それらに併せる形で、日本製の茶碗、茶筌、茶匙のセットも欧州で通信販売している。

第2に、日本産茶にとって重要なことは、高品質維持を徹底すべきという点。オーストリアの茶専門卸売業のテーガルテン・ハンデルス（以下、テーガルテン）は15年、同国大手飲料メーカーであるファナーと、日本産有機茶の供給契約を締結した。16年は日本産有機茶に力を入れるとして、日本の茶生産者との間で年間20~40トン規模の取引を精力的に検討中だ。テーガルテンは、日本、中国、インド、インドネシア、スリランカなどから各種茶を輸入し、オーストリアをはじめ欧州各地や北米向けに輸出している。

日本産茶の競合相手になり得るかもしれないという

意味では、緑茶以外の茶も注目に値する。同社は15年、同じくファナーとの間で中国産の最高級有機白茶の供給契約を締結。白茶とは、白銀の産毛に覆われた、希少価値の高い茶葉を使った茶。特有の効能、風味などから、EU での需要が高まっている。中には日本産緑茶の価格を上回るものもある。

同社のステファン・クリュマー CEO は、「有機煎茶はいつでも欲しい。市場では有機煎茶の需要は高く、供給が追いつかない状況だからだ」と日本産有機茶の取引に意欲を見せる。さらに「今回取引した白茶の価格は日本産緑茶のそれと同等だ。だが日本との取引で重要視するのは価格面ではなく品質面。厳しいEUの残留農薬規制をクリアすることも必須」と語り次のように続けた。「茶の持続的供給にとっては、スムーズな輸出手続きや予定通りに商品が到着する物流の確保も重要」。他方、同社は高品質な日本産有機茶の消費者発掘にも意欲的だ。有機茶を菓子などと詰め合わせて、イタリアやドイツの小売店に置くなどの工夫をしている。

第3のヒントは、日本の伝統的茶文化や茶道の紹介などを通じ、他国産茶との差別化を図るべきだという点。ヤマトは同社ウェブサイト上で、「抹茶は単なる飲み物ではない。芸術であり、創造性を育む文化」と解説する。テーガルテンのクリュマー CEO は、「お茶をおいしく淹れるにはどうすべきか、理解することが重要。その上で、番茶、玉露、煎茶など茶葉に応じた湯の適温を知ると、茶の販売は容易になる」と語る。さらには「抹茶のお点前を研究したい」と意気込む。両社の取り組みは、日本茶に関する正しい知識の普及がビジネス拡大につながることを示唆している。

欧州での販路開拓に励む日本茶企業も多い。その一例が鹿児島県のA社。強みは、有機・無農薬栽培にある。欧州現地代理店が行う茶のデモンストレーションは、日本茶の価値普及には効果が高いという。同社は空輸と船便を組み合わせたコスト削減策も考慮中だ。

EU 市場開拓には、官民連携による対応も必要だ。残留農薬規制をクリアした有機茶は、市場参入のための必須要件。有機茶とはいえ、輸出前に残留農薬分析検査を受けておく方が安心だという声もある。

注：ジェットロ「海外農林水産・食品ニュース (F&A)」3060号2015年10月26日付