

農林水産省委託

平成30年度

茶の流通合理化に関する調査委託事業

報告書

平成 31 年 3 月

(2019 年)

株式会社 国際開発センター

平成 30 年度 茶の流通合理化に関する調査委託事業

目次

1.	調査の概要.....	1
1.1	調査の背景・目的	1
1.2	調査の内容.....	1
1.3	調査の方法.....	1
2.	茶の流通構造（バリューチェーン）	4
3.	仕上げ茶の産業規模の推計.....	6
3.1	仕上げ茶の定義	6
3.2	産業規模の推計	7
4.	茶の取引実態.....	9
4.1	茶市場取引のデータ	9
4.2	流通・小売段階における取引実態・動向	9
4.3	仕上げ茶の価格形成要因	14
4.4	価格決定要因のまとめ	21
5.	香港における抹茶等の流通.....	24
5.1	香港への茶の輸出動向	24
5.2	関連する経済社会指標	25
5.3	香港における茶の流通と今後の市場拡大可能性.....	27

表 目次

表 1-1：調査対象（茶商、茶等専門小売店）	2
表 1-2：調査対象（茶商、茶等専門小売店以外の小売業者、流通業者）	3
表 4-1：各茶市場の取扱数量(kg)	9
表 4-2：各茶市場の取引金額(千円)	9
表 4-3：茶等専門小売店の仕入先の割合の平均(%)	11
表 4-4：茶等専門小売店以外の小売業者の仕入先の割合の平均(%)	12
表 4-5：茶商の仕入先の割合の平均(%)	12
表 4-6：茶商の卸先の割合の平均(%)	13
表 4-7：茶商の卸先の割合の平均(%)（抹茶、粉末茶等のリーフ以外）	14
表 4-8：価格形成要因に関するデータのまとめ	16
表 4-9：売れ筋の仕上げ茶の在庫、売れ筋の仕上げ茶に加工できる荒茶が入手できたかどうかに関するデータ	17
表 4-10：茶商の仕上げ茶小売価格の決定要因	18
表 4-11：茶等専門小売店などの仕上げ茶小売価格の決定要因	20
表 4-12：茶業界の競争力強化のために必要な施策	22
表 5-1：緑茶の輸出量増減率	24
表 5-2：緑茶の輸出価格増減率	25

図 目次

図 1-1：調査フロー	2
図 2-1：茶の流通経路	4
図 3-1：茶の生産プロセス	6
図 3-2：仕上げ茶の取扱量、取扱額	7
図 4-1：荒茶・仕上げ茶の加工と流通	10
図 4-2：100 グラムあたりの緑茶の平均価格（円）	15
図 5-1：緑茶の輸出量推移	24
図 5-2：緑茶の輸出金額推移	25
図 5-3：香港の人口、人口予測と GDP 成長率	26
図 5-4：香港への訪問客数推移	26
図 5-5：香港における茶の流通図	27
図 5-6：中国の一人当たり GDP と GDP 成長率	28

概要

【1. 調査の概要】

本調査は、茶の流通段階ごとの産業規模や取引実態、海外市場流通の実態を把握し、生産者に有利な流通構造の確立の検討を行うとともに、合理的な流通体系の確立を推進することをもって農業の競争力の強化を図ることを目的に実施したものである。具体的には以下の3つの項目について調査を実施した。

(1) 流通ルートに応じた付加価値の評価

荒茶にさらなる付加価値を加えた仕上げ茶の加工、卸売、小売の各段階における取扱量や取扱額を把握することにより、仕上茶の産業規模を推計する。

(2) 流通合理化に向けた取引実態調査

流通・小売段階における茶の価格形成過程や価格形成要因、取引形態を明らかにする。

(3) 抹茶等の海外市場流通の拡大に向けた調査

香港における抹茶・粉末茶等の流通実態について把握し、今後の市場規模拡大に関する将来予測を行う。

【2. 茶の流通構造（バリューチェーン）】

茶の流通は、「生葉流通」、「荒茶流通」、「仕上げ茶流通」の3つに大別され、茶が生産者から消費者に渡るまでのサプライチェーンは、間に茶商をはじめとする流通業者が介在する間接流通が大半を占めており、取引形態も多様である。茶商は卸売り、保管、包装といった流通機能のみならず、製造、加工機能を持つ。

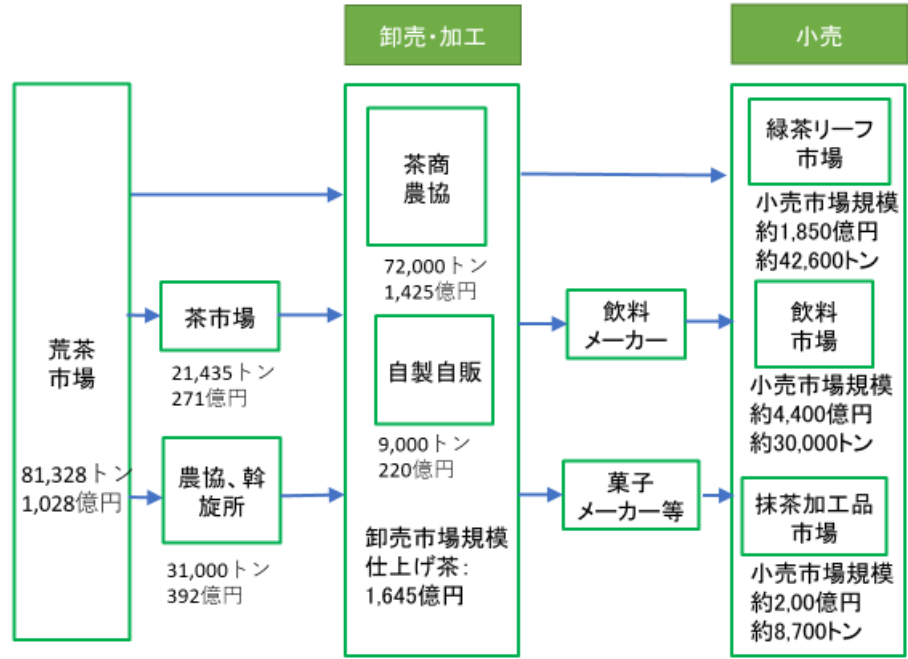
仕上げ茶の小売りは主に茶の専門小売店やスーパー、百貨店等が担っている。近年では茶農家自らが自園自製自販で通信販売などを活用して消費者と直接結びつくケースもある。また、主にペットボトルを中心とした緑茶ドリンクも茶の流通で主要な位置を占めるほか、菓子や食品などに含まれる加工用原材料も、茶の流通で一定の位置を占めると考えられる。

【3. 仕上げ茶の産業規模の推定】

本調査で仕上げ茶の産業規模を推計するにあたっては、①ティーバッグ、茶葉などの緑茶リーフ、②主にペットボトルを中心とした緑茶飲料、③抹茶や荒茶葉を粉砕したものを原材料とする菓子などの加工品、を対象とした。

荒茶の2017年の全国の産出額は1,028億円、産出量は81,328トンである。荒茶が仕上げ

茶に加工されることによる、卸売り段階での付加価値は 1,645 億円と推計される。加工された茶が緑茶リーフ、ドリンクなどの形で販売される小売市場では、緑茶リーフの市場規模が 1,850 億円、緑茶ドリンク市場は 4,400 億円、抹茶加工製品の市場規模は 2018 年に 200 億円と推計され、全体では 6,450 億円の小売市場規模となる。一方、取扱量については、緑茶リーフ市場が約 42,600 トン、緑茶ドリンク市場が約 30,000 トン、抹茶加工品市場が約 8,700 トンと推計される（いずれも 2017 年の推計値で、荒茶換算量）。

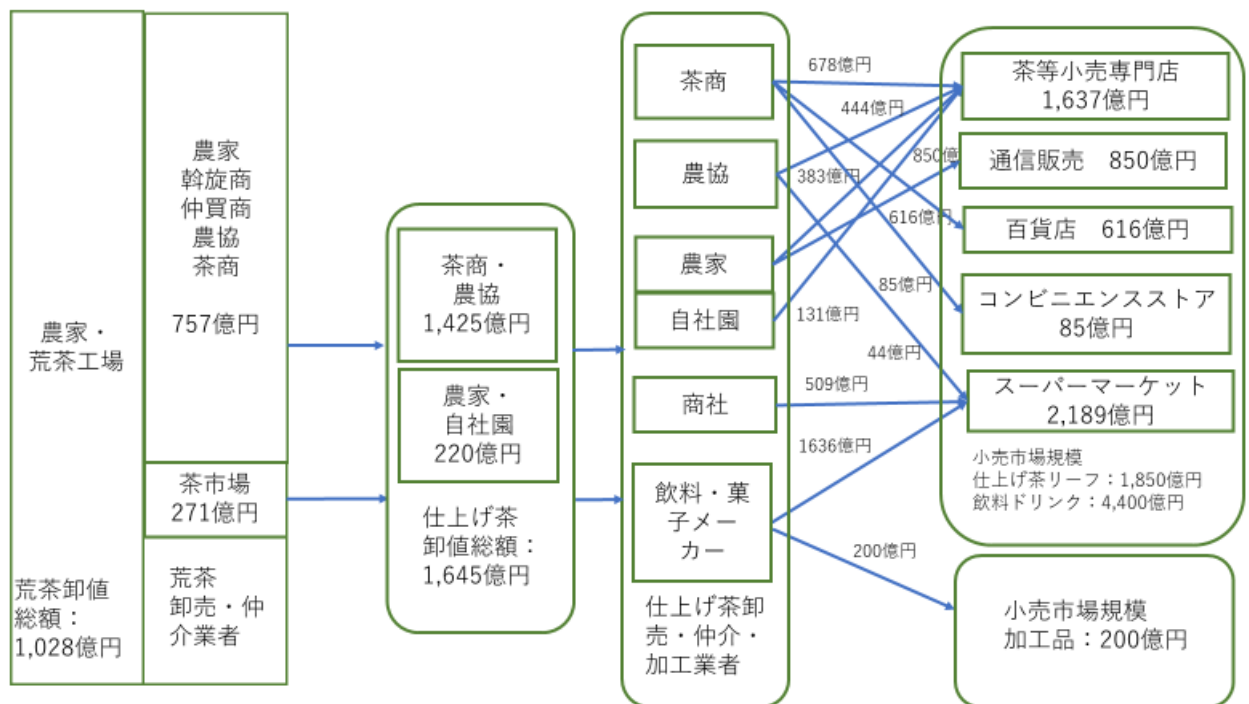


出典：調査チーム

図 1: 仕上げ茶の取扱量、取扱額

【4. 茶の取引実態】

図 2 は荒茶の加工・流通、荒茶の仕上げ茶への加工・流通、仕上げ茶の小売のあらましを示したものである。



出典：調査チーム

図 2: 荒茶・仕上げ茶の加工と流通

茶の価格形成要因について、2014 年～2018 年までの 5 年間の仕上げ茶や荒茶の品質、需要、在庫、売れ筋の仕上げ茶の在庫や売れ筋の仕上げ茶に加工できる荒茶が豊富に入手できたかどうかに関して東京都、静岡県、京都府、鹿児島県の茶商や茶等専門小売店に対して質問票調査を実施した。

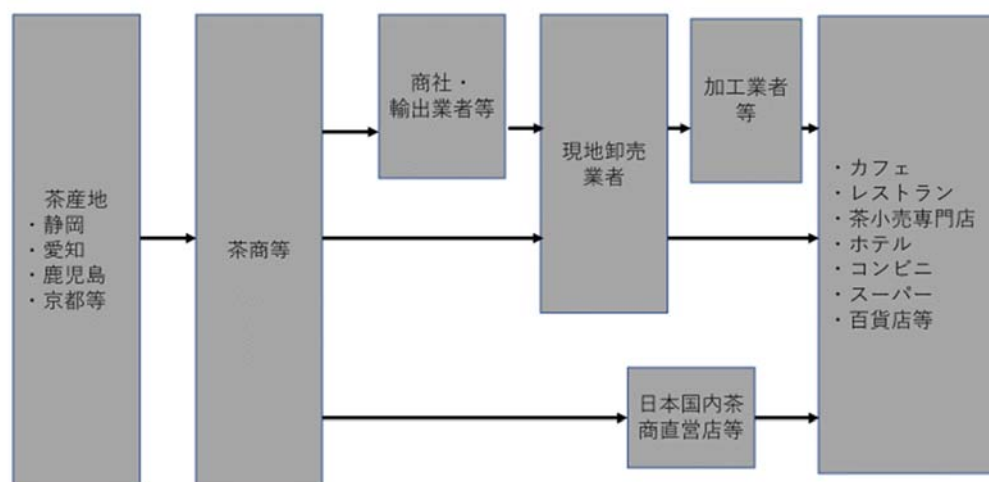
調査結果から、茶商や茶等専門小売店が品質を価格決定要因の重要な要素としてみていること、そして実際に品質の良い茶を入手していることが示された。しかし、品質の良い茶を入手しているにもかかわらず、茶全体に対する需要は高いとは言えず、需要が高くないために在庫量も多いことが示された。

一方で、茶商が売れ筋であると思っている仕上げ茶に関しては、全体として在庫をより多く持ってもいいと思い、また売れ筋の仕上げ茶にするための荒茶を必ずしも豊富に入手できていたわけではないことが示された。加えて、売れ筋の仕上げ茶にするための荒茶を多く入手できたという茶商の回答が相対的に良かった地域では、緑茶の平均価格も高いことが示された。これは、消費者のニーズに合うような茶を提供できると、茶の平均価格が上がり、全体としての需要喚起、最終的には茶業界の競争力の強化につながる可能性があることを示している。

【5. 香港における抹茶等の流通】

香港への緑茶の輸出に関し、2018 年は量ベースで約 17 万 3,000 kg（前年比-16.1%）、金額ベースで約 8.6 億円（前年比-28.8%）と前年よりも減少した。

日本から香港への茶の流通構造については、図 3 のとおり図式化した。



出典：調査チーム作成

図 3: 香港における茶の流通図

今後の市場動向については、香港での日本食や日本文化への関心の高さや、所得水準が伸びていることから、一定程度の伸びが期待される。しかし、一時期市場を席捲していたいわゆる抹茶ブームは一旦は収束した感がある。一方で、抹茶ラテのような加工飲料/菓子の消費者層による、本来の茶や抹茶の消費拡大の可能性はある。日本政府が実施中の農林水産物の輸出促進政策も輸出の伸びを後押しすると思われる。一方で、中国経済の先行きが不安定なことや、中国製の茶葉や抹茶の流入が、拡大傾向にマイナスに作用する可能性がある。

1. 調査の概要

1.1. 調査の背景・目的

我が国の農業が将来にわたって持続的に発展していくためには、その構造改革を推進することとあわせて、流通の合理化を図ることが重要である。

本調査は、茶の流通段階ごとの産業規模や取引実態、海外市場流通の実態を把握し、生産者に有利な流通構造の確立の検討を行うとともに、合理的な流通体系の確立を推進することをもって農業の競争力の強化を図ることを目的に実施したものである。

1.2. 調査の内容

以下 3 つの項目について調査を実施した。

(4) 流通ルートに応じた付加価値の評価

平成 28 年の荒茶の産業規模は 960 億円にのぼる。荒茶にさらなる付加価値を加えた仕上げ茶の加工、卸売、小売の各段階における取扱量や取扱額を把握することにより、仕上茶の産業規模を推計する。

(5) 流通合理化に向けた取引実態調査

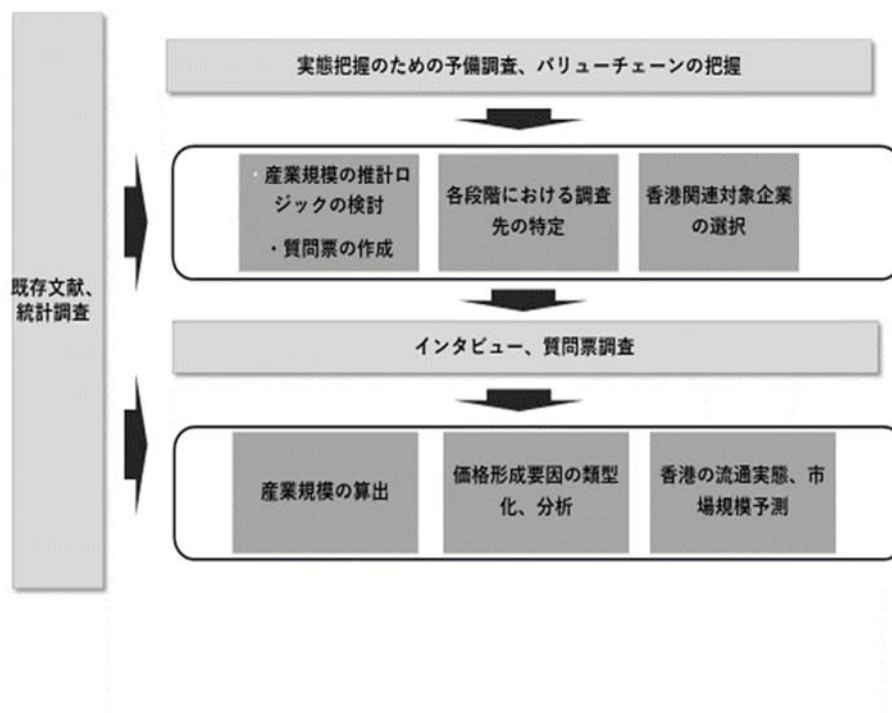
流通・小売段階における茶の価格形成過程や価格形成要因、取引形態を明らかにする。

(6) 抹茶等の海外市場流通の拡大に向けた調査

2017 年の緑茶の日本からの国別輸出額は香港が第 4 位となっており、他国と比して単価が高くなっている。また、香港への来港者数は 58,472 千人にのぼり、そのうち約 7 割が中国本土からの訪問となっている。本調査では、香港における抹茶・粉末茶等の流通実態について把握し、今後の市場規模拡大に関する将来予測を行う。

1.3. 調査の方法

本調査は図 1-1 のフローで実施した。



出典：調査チーム

図 1-1: 調査フロー

調査項目（１）～（３）の実施にあたっては、既存統計・既存資料などを参考にしたほか、関連機関/企業へのヒアリング調査を実施した。特に調査項目（１）と（２）に関しては、表 1-1 に示すとおり、大都市（東京都、京都府）および茶生産県の県庁所在都市（静岡市、鹿児島市）を対象に、茶商と茶等小売専門店への質問票調査を実施した。茶商と茶等小売専門店の一部には訪問調査も実施した。また、表 1-2 のとおり、その他の小売業者や流通業者に対しても質問票調査を実施した。

表 1-1：調査対象（茶商、茶等専門小売店）

	大都市（東京、京都）		茶生産県の県庁所在都市（静岡、鹿児島）		合計	
	質問票	訪問	質問票	訪問	質問票	訪問
茶商	80	15	80	15	160	30
茶等専門小売店	20	10	20	10	40	20

出典：調査チーム

表 1-2: 調査対象（茶商、茶等専門小売店以外の小売業者、流通業者）

カテゴリー	調査数	備考
飲料メーカー	3	業界売上シェア上位社
菓子メーカー	3	業界売上シェア上位社
食料品等スーパー	5	業界売上シェア上位社
総合スーパー	3	業界売上シェア上位社
コンビニエンスストア	2	業界売上シェア上位社
百貨店	3	業界売上シェア上位社
通信販売	3	茶を取り扱う通信販売事業者
茶市場	3	静岡茶市場、鹿児島県茶市場、JA 全農京都茶市場
産地直送、斡旋業者	5	産地直売 2 社、斡旋業者 3 社

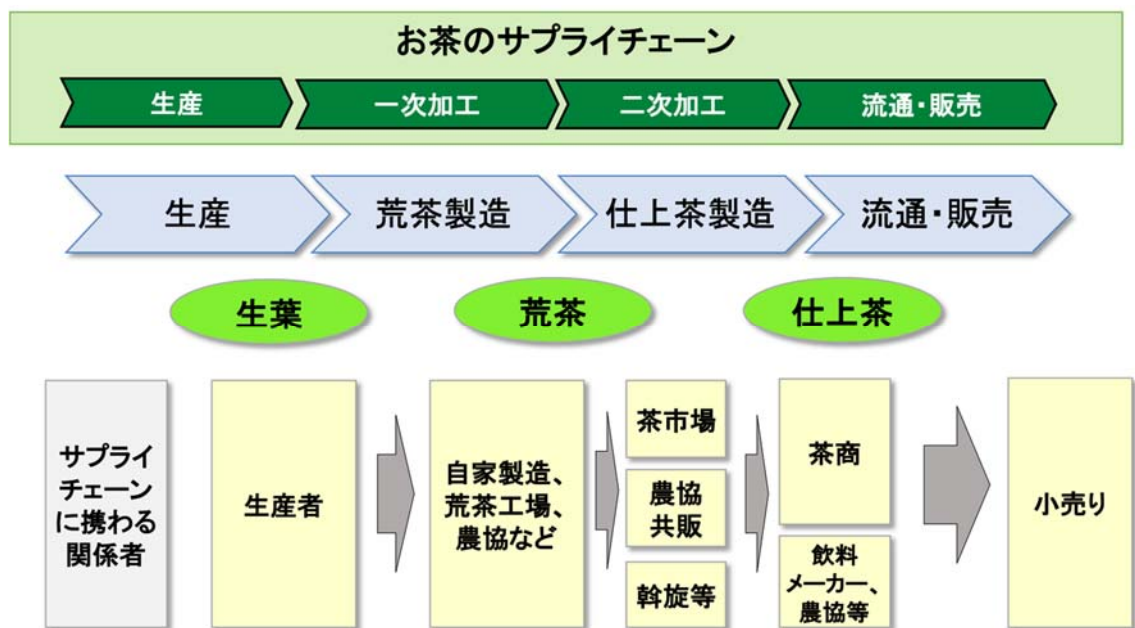
出典：調査チーム

2. 茶の流通構造（バリューチェーン）

茶は、他の農産物とは異なり、茶葉や緑茶ドリンクという加工された形で消費者に届けられる。加工品としての特徴を有することから、生産者から消費者に至るまでのサプライチェーンに介在する関係者が多岐に亘る。

茶の流通は、「生葉流通」、「荒茶流通」、「仕上げ茶流通」の3つに大別される。生葉流通は茶の産地で生産、摘採された生葉が荒茶工場に持ち込まれるまでのプロセスである。荒茶流通は荒茶が茶市場、農協等を通じて茶商に流通するまでのプロセスである。仕上げ茶流通は荒茶が加工され、消費者に渡るまでのプロセスを指す。

茶が生産者から消費者に渡るまでのサプライチェーンは、間に茶商をはじめとする流通業者が介在する間接流通が大半を占めており、取引形態も多様である。茶の流通経路はおおむね図 2-1 のようになっている。



出典：調査チーム作成

図 2-1: 茶の流通経路

荒茶から仕上げ茶への流通で大きな役割を果たしているのが茶商（製茶問屋）である。茶商は卸売り、保管、包装といった流通機能のみならず、製造、加工機能を持つ。静岡県などの茶産地の茶商の多くは荒茶の再製工場を有している。消費者の好みに合わせた仕上げ茶となるようにブレンドや火入れといった仕上げ茶の再製を行い、茶の専門小売店やスーパーなどに卸している。茶産地以外の茶商は、産地の茶商から買い付けているケースがほとんどである。茶商（茶問屋）は江戸時代から続く大変古い業態であるが、近年その数は減少傾向

にある。

荒茶の流通の売り手と買い手を仲介するものとしては、茶市場の他に斡旋商が関わる場合もある。斡旋商は茶商と異なり自らで在庫を持たず、茶の売買の対価として手数料を得ている。斡旋商が流通に介在する割合は地域によって異なり、特に静岡県が多い。

仕上げ茶の小売りは主に茶の専門小売店やスーパー、百貨店等が担っている。茶を扱う専門小売店の数は減少傾向にある。近年では茶農家自らが自園自製自販で通信販売などを活用して消費者と直接結びつくケースもある。

主にペットボトルを中心とした緑茶ドリンクも茶の流通で主要な位置を占める。緑茶ドリンクに関しては、飲料メーカーが茶商などから買い付け、自社で製造加工し、スーパーやコンビニエンスストア、自動販売機などで販売している。同様に、菓子や食品などに含まれる加工用原材料も、茶の流通で一定の位置を占めると考えられる。

3. 仕上げ茶の産業規模の推計

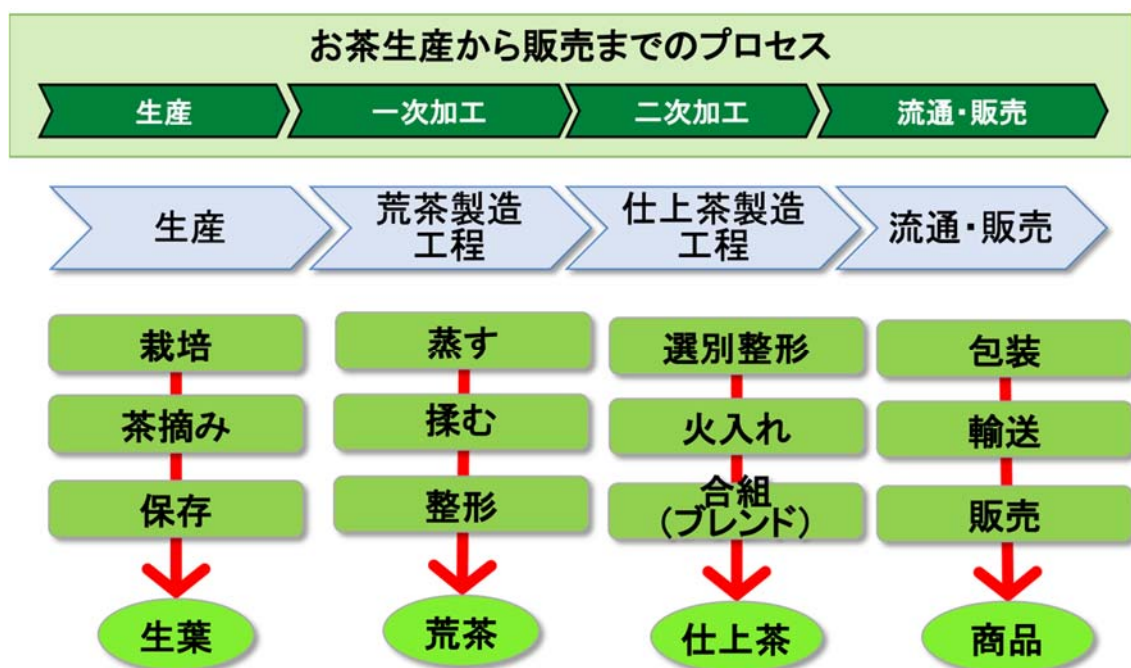
3.1. 仕上げ茶の定義

本調査で仕上げ茶の産業規模を推計するにあたっては、①ティーバッグ、茶葉などの緑茶リーフ、②主にペットボトルを中心とした緑茶飲料、③抹茶や荒茶葉を粉碎したものを原材料とする菓子などの加工品、を対象とした。

一般に緑茶リーフのことを指す仕上げ茶とは、荒茶をさらに乾燥させ、形を整え、精製する仕上げ工程を経たお茶である。仕上げ茶は、荒茶の持つ味わい、香り、色などがさらに研ぎ澄まされ、使い勝手が良く、長期に保存し易くなっている特徴がある。

仕上げは、荒茶を仕入れた製茶問屋（茶商）、荒茶工場に併設された仕上げ工場などで行われる。その工程では、ふるい分けや切断によって茎を除去し茶葉の形を整え、火入れによって乾燥させると同時に独特の茶の香りや味を引き出し、冷却して風味を守り、複数のお茶をブレンド（合組）して製品の調整・配合と均一化を図る。

仕上げ工程、ならびにそれに携わりお茶の持ち味を最大限に引き出す繊細な五感の茶師によって、お茶が年間を通して同じ品質で提供され、さらに、産地のみならずそれ以外の地域の人々の様々な好みにも対応することが可能となっている。

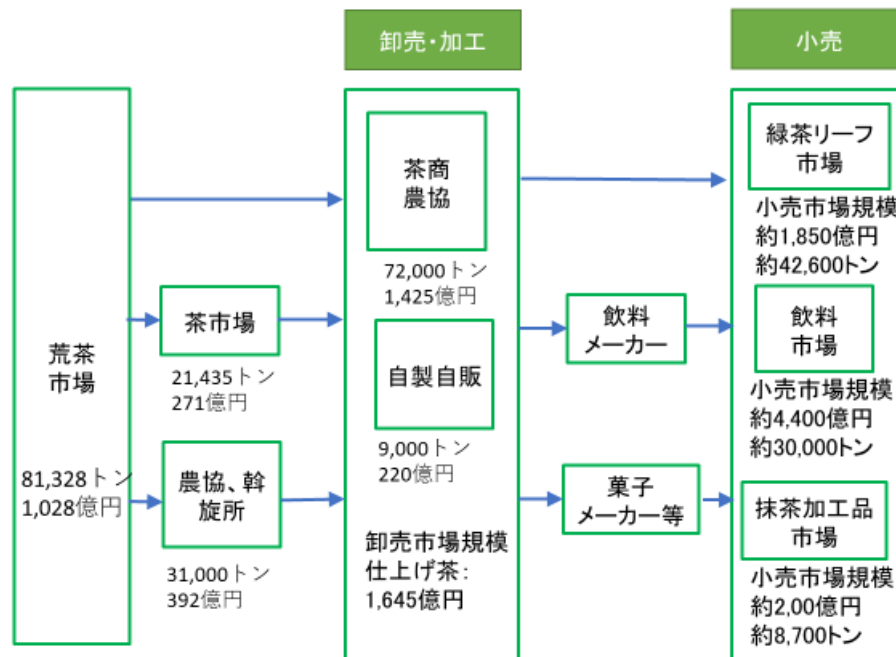


出典：調査チーム

図 3-1 茶の生産プロセス

3.2. 産業規模の推計

荒茶から仕上げ茶あるいは緑茶ドリンクなどの加工品に至るまでのバリューチェーン各段階での取扱量、取扱額を図 3-2 の通り推計した。



出典：調査チーム

注：図中の量（トン数）は荒茶換算。

図 3-2: 仕上げ茶の取扱量、取扱額

荒茶の 2017 年の全国の産出額は 1,028 億円¹、産出量は 81,328 トンである²。荒茶は茶市場、農協、斡旋所等を経由して、もしくは茶商等が直接生産者から買い付けることで卸売・加工される。荒茶が仕上げ茶に加工されることによる、卸売り段階での付加価値は 1,645 億円と推計される。本調査のヒアリングや質問票回答の結果を総合すると、荒茶の仕入れから仕上げ茶の卸売りまでに、加工費、輸送費、冷蔵保管費、問屋利益等を加えると荒茶原価から仕上げ茶の卸売値は約 1.6 倍となると考えられた。荒茶の仕入れ値や仕上げ茶の卸売値は種類や品質によって様々であるが、この倍率は一定であると想定して、荒茶の産出額の 1,028 億円の 1.6 を乗じて仕上げ茶の卸売値の総額を 1,645 億円と推計した。

加工された茶が緑茶リーフ、ドリンクなどの形で販売される小売市場では、緑茶リーフの

¹ 農林水産省「生産農業所得統計」

² 公益社団法人日本茶業中央会「平成 30 年版茶関係資料」

市場規模が 1,850 億円³、緑茶ドリンク市場は 4,400 億円⁴、抹茶加工製品の市場規模は 2018 年に 200 億円⁵となり、全体では 6,450 億円の小売市場規模と推計される。一方、取扱量については、緑茶リーフ市場が約 42,600 トン、緑茶ドリンク市場が約 30,000 トン、抹茶加工品市場が約 8,700 トンと推計される（いずれも 2017 年の推計値で、荒茶換算量）。緑茶リーフ市場は一世帯あたりの緑茶購入量に世帯数を乗じたものを推計のベースとした。緑茶ドリンク市場については、年次別のドリンクの生産数量に推定原料使用率を乗じた。抹茶加工品市場は推計に必要なデータの入手が困難であったことから、荒茶の産出量から緑茶ドリンク、緑茶リーフの生産使用量を減じたものを推計の根拠とした。

³ 総務省「全国消費実態調査」

(<https://www.stat.go.jp/data/zensho/2014/index2.html#kekka>) および平成 27 年度国勢調査 (<https://www.stat.go.jp/data/kokusei/2015/kekka.html>)

⁴ 伊藤園 2018 年 4 月通期 決算説明会資料

⁵ 大手飲料メーカー調べ

4. 茶の取引実態

4.1. 茶市場取引のデータ

各茶市場における年間の取扱数量は表 4-1 の通り、京都茶市場で約 1,856 トン、静岡茶市場で約 500 トン前後、鹿児島茶市場で 14,000 トンから 15,000 トンとなっている。

表 4-1.：各茶市場の取扱数量(kg)

茶市場	2018 年	2017 年	2016 年
京都	1,856,251	1,860,108	1,881,718
静岡	5,349,538	4,848,221	4,679,977
鹿児島	14,915,035	14,368,126	14,070,091

出典：静岡茶市場、京都府茶業会議所、鹿児島県茶業会議所

各茶市場における年間の取引金額は表 4-2 の通りで、京都茶市場で約 40 億円から 50 億円、静岡茶市場で約 50 億円前後、鹿児島茶市場で 140 億円から 160 億円程度となっている。

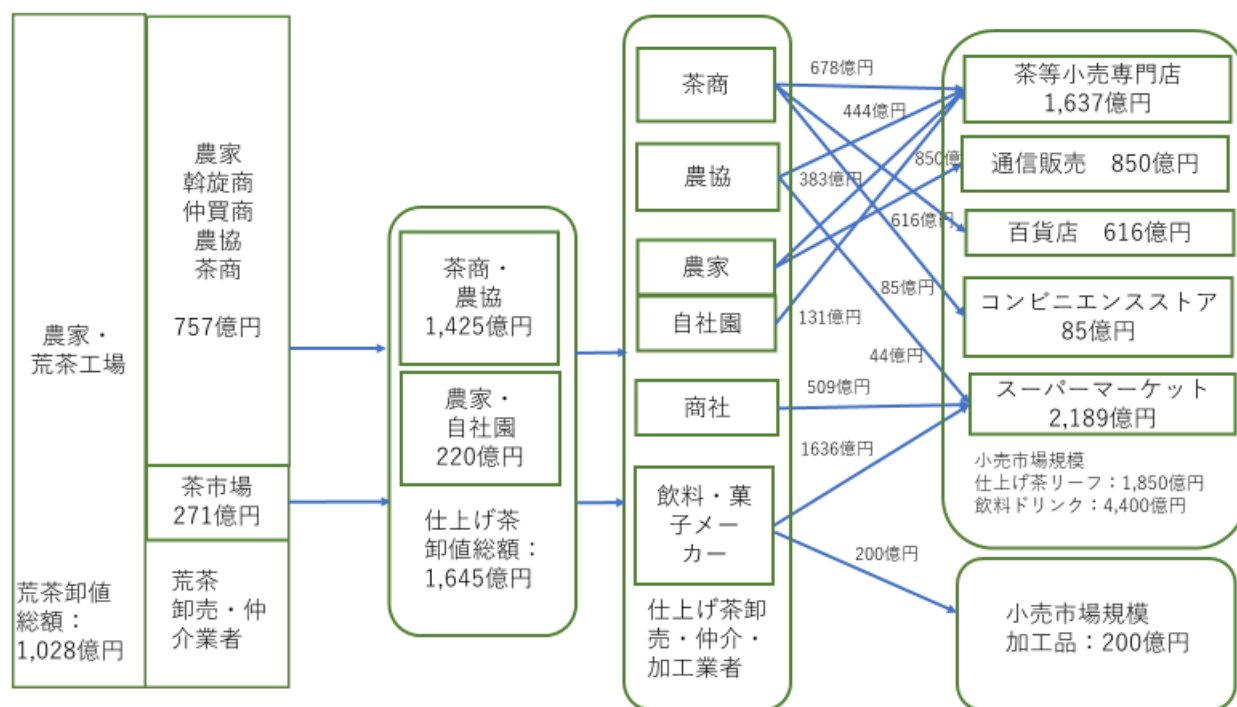
表 4-2： 各茶市場の取引金額(千円)

茶市場	2018 年	2017 年	2016 年
京都	4,245,677	4,830,903	4,437,175
静岡	4,815,766	5,137,867	4,869,382
鹿児島	13,927,945	15,762,170	14,691,313

出典：静岡茶市場、京都府茶業会議所、鹿児島県茶業会議所

4.2. 流通・小売段階における取引実態・動向

図 4-1 は荒茶の加工・流通、荒茶の仕上げ茶への加工・流通、仕上げ茶の小売のあらましを示したもので、図 3-1 と後述の本調査で収集した表 4-3 から表 4-7 までの各業者の仕入先、卸先のデータとを合わせて作成した。



出典：調査チーム

図 4-1: 荒茶・仕上げ茶の加工と流通

荒茶の卸売値の総額は 1,028 億円で、そのうち 757 億円は農家、幹旋商、仲買商、農協、茶商により、271 億円は茶市場によって流通している。荒茶は茶商・農協、農家・自社園によって仕上げ茶に加工され、その卸値の総額は 3 章で示したとおり 1,645 億円である。

その内訳は茶商・農協が 1,425 億円、農家・自社園が 220 億円と推計される。仕上げ茶は茶商、農協、農家、自社園、商社、飲料・菓子メーカーにより、仕上げ茶リーフや飲料ドリンクなどの加工品として卸され、茶等専門小売店、通信販売、百貨店、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどを経由して消費者へ販売される。

小売段階における仕上げ茶の市場規模は仕上げ茶リーフで 1,850 億円、飲料ドリンクで 4,400 億円、合計で 6,250 億円である。仕上げ茶リーフとドリンクは、茶等専門小売店、通信販売、百貨店、コンビニエンスストア、スーパーマーケットなどで販売される。

仕上げ茶リーフと緑茶ドリンクの小売金額の内訳は、総務省「全国消費実態調査」と本調査で得られたデータを組み合わせて作成したものである⁶。「全国消費実態調査」から、茶等専門小売店、通信販売、百貨店、コンビニエンスストア、スーパーマーケットのそれぞれから、

⁶ 加工品については、スーパー等の小売店への販売割合に関するデータが得られなかったため、図 4-1 で仕上げ茶リーフ、緑茶ドリンクと分けて記載している。

消費者が緑茶（リーフ、ドリンク）を購入している割合を計算した。この割合に、前述の小売市場規模の 6,250 億円を乗じて、各小売店での販売総額を算出した。さらに、本調査で得られたそれぞれの小売店側の仕入れ先ごとの割合のデータを組み合わせることで、流通金額を算出した。

上述の方法によると、その内訳は、6,250 億円のうちの 1,637 億円分が茶等専門小売店により売られる。茶等専門小売店の仕入れ先の内訳は茶商（678 億円）、農協（444 億円）、農家（383 億円）、自社園（131 億円）となっている。850 億円分は通信販売によるもので、全額分が農家から仕入れられている⁷。百貨店の割合は 616 億円で、全額分が茶商から仕入れられている⁸。コンビニエンスストアの分は 85 億円で、全額分茶商から仕入れられている⁹。スーパーマーケットの分は 2,189 億円で仕入れ先は農協（44 億円）、商社（509 億円）、飲料・菓子メーカー（1,636 億円）となっている。コンビニエンスストアとスーパーマーケットの分はいずれも仕上げ茶リーフと緑茶ドリンクが含まれている。加工品は 200 億円の全額分が飲料・菓子メーカーから仕入れられている¹⁰。

本調査で収集したデータによると、表 4-3 にある通り、茶等専門小売店の仕入れ先は、全体では農家からが 23.41%、茶商から 41.39%、農協から 27.17%となっている。東京都では茶商からが 66.66%、京都府では農家からが 25.00%、茶商から 36.25%、農協から 38.75%、静岡県では農家から 32.72%、茶商から 40.90%、農協から 26.36%となっている。鹿児島県では、茶商から 50%、農協から 50%となっている。

表 4-3: 茶等専門小売店の仕入れ先の割合の平均(%)

仕入れ先	全体 (N=40)	東京都 (N=6)	京都府 (N=14)	静岡県 (N=15)	鹿児島県 (N=5)
農家（農業法人を含む）	23.41	0	25.00	32.72	0
茶商	41.39	66.66	36.25	40.90	50
農協	27.17	0	38.75	26.36	50
菓子・飲料メーカー	0	0	0	0	0
海外（輸入）	0	0	0	0	0
その他	8.01	33.33	0	0	0

出典：調査チーム

⁷ 本調査で得られたデータに基づくものであるため、留意が必要。

⁸ 同上

⁹ 同上

¹⁰ 同上

茶等専門小売店以外の小売業者の仕入先は、表 4-4 にある通り、スーパーマーケットでは菓子・飲料メーカーから 74.75%、農協から 1.99%となっている。百貨店では、茶商から 100%、通信販売では農家から 100%となっている。

表 4-4: 茶等専門小売店以外の小売業者の仕入先の割合の平均(%)

仕入先	スーパー (N=6)	百貨店 (N=1)	通信販売 (N=1)
農家（農業法人を含む）	0	0	100
茶商	0	100	0
農協	1.99	0	0
菓子・飲料メーカー	74.75	0	0
海外（輸入）	0	0	0
その他	23.25	0	0

出典：調査チーム

茶商の仕入先は、表 4-5 にある通り、全体では農家から 25.74%、産地の茶商から 9.02%、産地の農協から 11.15%、産地県の茶市場から 36.11%、仲買商から 0.17%、となっている。東京都では産地県の茶市場から 23.33%、産地の茶商から 18.88%、産地の農協から 14.44%となっている。京都府では産地県の茶市場から 44.90%、産地の農協から 12.62%となっている。静岡県では農家から 40.21%、産地の農協から 11.19%、産地の茶商から 11.08%となっている。鹿児島県では、産地県の茶市場から 63.38%、農家から 20.34%となっている。

表 4-5: 茶商の仕入先の割合の平均(%)

仕入れ先	全体 (N=114)	東京都 (N=9)	京都府 (N=42)	静岡県 (N=46)	鹿児島県 (N=17)
農家（農業法人を含む）・荒茶工場	25.74	11.11	15.04	40.21	20.34
産地の茶商	9.02	18.88	5.09	11.08	7.84
産地の農協	11.15	14.44	12.62	11.19	5.81
産地県の茶市場	36.11	23.33	44.90	20.5	63.08
仲買商	0.17	0	0.24	0.21	0
斡旋商	6.65	4.44	7.28	9.02	0
海外（輸入）	0	0	0	0	0
その他	11.11	27.77	14.80	7.60	2.90

出典：調査チーム

本調査で収集した、茶商の緑茶リーフの卸先についてのデータは表 4-6 にある通りで、全体

では茶等専門小売店へは 49.27%、通信販売（表 4-2 の調査対象の通信販売ではなく、広く通信販売全体を指す）が 16.54%となっている。東京都では百貨店へは 30.00%、通信販売へは 24.28%、茶等専門小売店へは 21.42 %となっている。京都府では茶等専門小売店へは 50.13%、通信販売へは 13.15%となっている。静岡県では茶等専門小売店へ 48.97%、通信販売へ 21.13 %となっている。鹿児島県では、茶等専門小売店へ 63.91%、菓子・飲料メーカーへ 20.00%となっている。

表 4-6: 茶商の卸先の割合の平均(%)

卸先	全体 (N=101)	東京都 (N=7)	京都府 (N=38)	静岡県 (N=44)	鹿児島県 (N=12)
茶等専門小売店	49.27	21.42	50.13	48.97	63.91
百貨店	9.61	30.00	7.89	10.00	1.75
スーパー	4.43	5.71	3.28	5.34	4.00
コンビニエンスストア	0.39	0	0.78	0.22	0
通信販売	16.54	24.28	13.15	21.13	5.91
商社	8.91	14.28	8.94	9.31	4.16
菓子・飲料メーカー	6.63	0	9.21	1.81	20.00
海外（輸出）	1.08	1.42	2.10	0.45	0
その他	3.09	2.85	4.47	2.72	0.25

出典：調査チーム

本調査で収集した、茶商の抹茶、粉末茶等のリーフ以外の卸先についてのデータは表 4-7 にある通りで、全体では茶等専門小売店へは 47.87%、通信販売が 16.50%となっている。東京都では茶等専門小売店へは 46.66%、百貨店へは 23.33%、通信販売へは 20.00 %となっている。京都府では茶等専門小売店へは 45.85%、菓子・飲料メーカーへは 20.00%となっている。静岡県では茶等専門小売店へ 45.92%、通信販売へ 23.88 %となっている。鹿児島県では、茶等専門小売店へ 63.75%、菓子・飲料メーカーへ 16.25%となっている。

表 4-7: 茶商の卸先の割合の平均(%) (抹茶、粉末茶等のリーフ以外)

卸先	全体 (N=73)	東京都 (N=3)	京都府 (N=35)	静岡県 (N=27)	鹿児島県 (N=8)
茶等専門小売店	47.87	46.66	45.85	45.92	63.75
百貨店	6.91	23.33	6.71	6.29	3.75
スーパー	1.91	0	1.14	2.96	2.50
コンビニエンスストア	0.13	0	0.28	0	0
通信販売	16.50	20.00	12.00	23.88	10.0
商社	7.67	6.66	7.71	8.88	3.75
菓子・飲料メーカー	15.41	0	20.00	10.92	16.25
海外（輸出）	0.95	3.33	1.42	0.37	0
その他	2.60	0	4.85	74.07	0

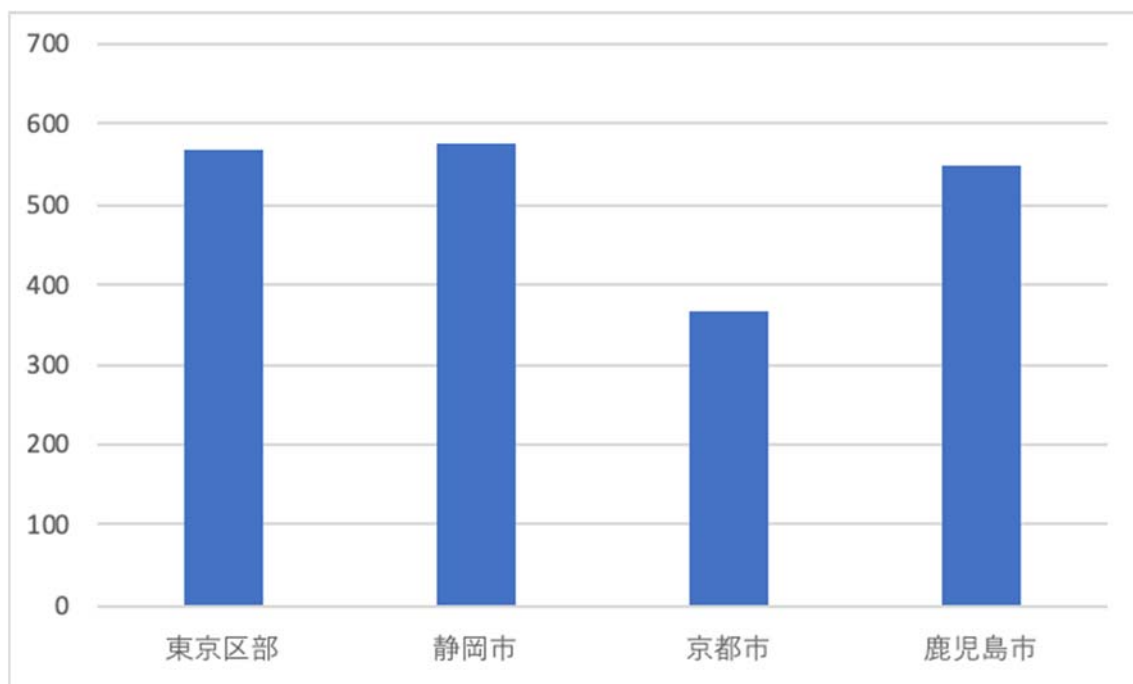
出典：調査チーム

4.3. 仕上げ茶の価格形成要因

本節では、仕上げ茶の価格形成要因を既存統計および、関係者への質問票・訪問調査から得た定量・定性的なデータを元に分析する。

図 4-2 は総務省の「小売物価統計調査年報」による、緑茶の 100 グラムあたりの東京区部、静岡市、京都市、鹿児島市の地域ごとに 2014 年から 2018 年までの価格を平均した値を図にしたものである。静岡市が最も高く 576.6 円、次に東京区部で 569.2 円、次に鹿児島で 547.4 円、そして京都市で 367.0 円となっている¹¹。

¹¹ 総務省「小売物価統計調査年報」 <https://www.stat.go.jp/data/kouri/doukou/3.html>



出典：総務省 小売物価統計調査年報

図 4-2: 100 グラムあたりの緑茶の平均価格 (円)

価格形成要因に関する質問票調査結果

本調査では、茶の価格形成要因に関してのデータを収集するために、仕上げ茶や荒茶の品質、需要、在庫に関して、「仕上げ茶の品質は概してよい」「仕上げ茶の需要は概して高かった」、「仕上げ茶の在庫量は概して望ましい以下の量であった」という設問分を設けた。そしてそれぞれにどの程度同意するか、5 を「全くその通りだと思う」、4 を「ある程度そうだと思う」、3 を「どちらとも言えない」2 を「そうだとは思わない」、1 を「全くその通りとは思わない」をそれぞれの程度を表す数値として、2014 年から 2018 年のそれぞれの年についての回答を得た。しかしながら、回答では経年による大きな変化がみられなかったため、これらのデータの平均値を全体と地域ごとで以下の表にまとめた。

表 4-8 にある通り、仕上げ茶の品質については、各県の茶等専門小売店等の小売店や茶商の回答の平均は 4.00 前後で概して良いが、需要については 3.00 前後で概して高いとは言えず、在庫に関しては概ね 1.00 前後で、在庫が望ましい以下の量ではなかったことを表している。すなわち、品質は高いものの、仕上げ茶に対する需要が高くないため、在庫も多いという結果になっている。また、前述の緑茶の平均価格や、世帯の緑茶の購入総額のように地域差は明らかではなく、地域が価格形成要因を説明する結果とはなっていない。

表 4-8: 価格形成要因に関するデータのまとめ

業種・地域			仕上げ茶の品質 は概してよい	仕上げ茶の需 要は概して高 かった	仕上げ茶の在庫量 は概して望ましい 以下の量であった
小売店	茶等 小売 専門 店	全体(N=23)	4.08	2.64	1.30
		東京都(N=3)	4.25	2.75	0.75
		京都府(N=8)	4.16	2.41	1.42
		静岡県(N=11)	4.02	2.83	1.22
		鹿児島県(N=1)	4.00	2.48	1.68
	スーパー(N=6)		4.08	2.99	1.29
	百貨店(N=1)		4.20	3.40	1.00
茶商	全体(N=129)		4.37	2.88	1.28
	東京都(N=11)		4.73	3.55	0.73
	京都府(N=55)		4.28	2.70	1.46
	静岡県(N=48)		4.33	2.94	1.37
	鹿児島県(N=15)		4.53	2.88	0.77

出典：調査チーム

表 4-9 は「売れ筋の仕上げ茶の在庫が豊富であった」と「売れ筋の仕上げ茶に加工できる荒茶が豊富に入手できた」の設問文に回答者が合意した度合いについて、2014 年から 2018 年のそれぞれの年のデータを平均したものある。

これらのデータからはある程度の地域差が見られる。売れ筋の仕上げ茶の在庫量が最も豊富であったとする東京都では 3.81、次に鹿児島県で 3.62、次に静岡県で 3.41、京都府が 3.14 であった。

売れ筋の仕上げ茶に出来る荒茶が入手できたかどうかについての認識は、茶商全体で 3.59、地域別では東京都が最も高く 4.06、次に静岡県で 3.70、次に鹿児島県で 3.59、そして京都で 3.42 であった。他方、茶市場の認識は全体で 3.06、地域の別では静岡が一番高く 4.00、次に鹿児島で 3.00、京都で 2.20 であった。

これらのデータ及び図 4-2 で示したデータをつき合わせると、売れ筋の仕上げ茶に加工できる荒茶が豊富に入手でき、売れ筋の仕上げ茶の在庫が相対的に豊富である地域（東京都や静岡県）の方が、緑茶の平均価格は高いということが言える。緑茶の平均価格を上げるには、

その地域の売れ筋の仕上げ茶の在庫を豊富に揃えることが一つの方法として考えられる。

表 4-9: 売れ筋の仕上げ茶の在庫、売れ筋の仕上げ茶に加工できる荒茶が入手できたかどうかに関するデータ

業種・地域		売れ筋の仕上げ茶の在庫 が豊富であった	売れ筋の仕上げ茶に加工で きる荒茶が豊富に入手でき た
茶商	全体(N=129)	3.36	3.59
	東京都(N=11)	3.81	4.06
	京都府(N=55)	3.14	3.42
	静岡県(N=48)	3.41	3.70
	鹿児島県(N=15)	3.62	3.59
市場	全体		3.06
	京都		2.20
	静岡		4.00
	鹿児		3.00

出典：調査チーム

表 4-9 の売れ筋の仕上げ茶の在庫量についての結果は概ね 3.40 前後で、在庫は必ずしも十分でなかったことを表し、改善の余地があることを示している。茶商は独自の仕上げ茶のブランドをもち、顧客である小売店と繋がって緑茶の市場を作ってきた存在である。茶商には小売店の固定客がいて、特定のブランドの仕上げ茶を一定量卸すことを求められていることも多い。茶商はそれぞれの緑茶ブランド維持のために、様々な味の荒茶をブレンドする必要があるが、表 4-9 のデータは、それぞれの売れ筋の仕上げ茶にするための荒茶がもっと豊富に入手できた方が良いと考えていることを示している。

仕上げ茶全体の在庫量は望ましい以上にあると思っている一方で(表 4-8)、売れ筋の仕上げ茶にできる荒茶、そして仕上げ茶の在庫はもっとあった方が良い(表 4-9)と思っていることから、生産者と市場との間にズレが生じているものと考えられる。茶商は仕上げ茶を作る荒茶が提供されるのであれば、独自のブランドの仕上げ茶にブレンドするために求めている荒茶を探す手間が省けることから、相応に荒茶の仕入れ値を上げて良いと述べている。農家・荒茶の生産者が茶商とより緊密に協力し、茶商の求める荒茶が提供出来るようすることで、売れ筋の仕上げ茶にできる荒茶の生産を可能にし、売れる仕上げ茶の在庫も豊富にすることで産業全体の売り上げが上がる可能性が示されている。

次に価格形成要因について更に詳細に調査するため、価格形成に重要な役割を果たす茶商及び小売店に対してインタビュー調査調査を実施した結果をまとめる。

茶商が仕上げ茶の小売価格を決定する要因に関して、i)過去5年間の過去の売り上げ実績、ii) 荒茶の産地、iii) 荒茶の品質や等級、iv)他茶商の類似商品との売値比較、v)他の小売業者（百貨店、スーパー、コンビニ、通販など）の類似商品との売値比較、vi) 1個あたりの利益率、vii)その他、の項目から優先順位を付けてもらった。各要因5点満点で示されるその結果（全体平均値および各地域の平均値）が表4-10である。

表4-10：茶商の仕上げ茶小売価格の決定要因

価格決定要因	売上実績	産地	品質や等級	他茶商の類似商品との比較	他小売業者の類似商品との売値比較	利益率	その他
全体	3.28	3.19	4.91	1.26	0.74	1.60	0.00
東京	3.00	3.14	5.00	1.14	0.71	1.79	0.00
京都	3.34	3.26	4.97	1.15	0.57	1.71	0.00
静岡	3.25	3.08	4.76	1.41	1.06	1.43	0.00
鹿児島	3.32	3.24	5.00	1.32	0.56	1.56	0.00

(n=155, 内訳：東京14、京都65、静岡51、鹿児島25.)

出典：調査チーム

この表から品質や等級、売上実績、産地が重要であると言える。このうち品質や等級、産地についての結果を以下に記す。

価格決定要因としての「(荒茶の) 品質や等級」とは、概して次のような回答であった。

天候や気候に大きく左右されるため、同じ産地、場所から得られた荒茶であっても、一番茶や二番茶の品質（味など）、それらの風味、それぞれの収穫量は毎年異なる。そのような状況の中、自社のこだわりの製法やブレンド（合組）を駆使して仕上げ茶の品質は毎年同様に保つ必要がある。また、自社農園の場合には品質調整がある程度やり易いと言えるが、気候変動等に強く影響されることは他と同様である。従って、仕上げ茶の品質を保つために、それぞれの荒茶の風味、違い、出来具合を考慮した上で、そのブレンド（合組）をバランス良く配合する必要がある。即ち、ブレンドするそれぞれそれぞれの荒茶の品質、価格、配合の割合によって、仕上げ茶のグラム当たりの価格が毎年若干異なってくるので、小売価格を決定する要因として重要度が高い。

上記の概況に加え、静岡、京都、鹿児島における聞き取り調査では、品質を重視する姿勢として以下の各回答もあった。

静岡

- ・一番茶を中心に仕入れる
- ・有機JASを取得している農家から購入する

- ・仕入れの際に経験豊富な担当者たちの目と鼻で必ず確認する

京都

- ・特に宇治の一番茶にこだわる
- ・審査の技術大会で鍛えた目を持つ社長を中心に、質を徹底的に重視した目利きを行う
- ・機械による大量生産はせず、一つ一つを手作業によって生産している
- ・オーガニックなどの拡充を図ることを心がけている
- ・客のニーズを自社農園での生産に反映させ、それに合わせた形で毎年お茶を調整することを心がけている

鹿児島

- ・一番茶が勝負なので、高品質茶を生産する
- ・農家や茶市場との綿密なやり取りを行い、また要望を出し合う

価格決定要因としての「(荒茶の) 産地」に関しては、具体名の回答を得ることは困難だったが、静岡と鹿児島の訪問聞き取りした茶商の全てからは取り扱っている荒茶の主な産地として同じ県内が回答された。具体的には、静岡では掛川、川根、周智郡森町、天竜川流域、鹿児島では知覧、溝辺、霧島、南九州の地名が挙げられた。一方、京都の訪問聞き取りした茶商からは、荒茶の主な産地として、「宇治産」(9%)や「京都府内の各地域」(36.4%)という京都府内を示す回答も得たが、「京都の茶市場」(45%)、「宇治茶」(27%)、「昔から繋がりのある農家」(18%)といった回答で産地を明確にできないものも少なからずあった。また、東京の訪問聞き取りした茶商からの回答は、静岡、鹿児島、狭山と取り扱っている荒茶の産地が様々であった。さらに、訪問聞き取りした茶商の内、静岡の13%の茶商が主な産地として、京都の9%の茶商はその一部として、自社農園が取り扱う荒茶の産地であると回答した。

また、価格を決定づける要因は過去と変化があるか否かに関しては、「不明」との回答も訪問聞き取りした茶商の50%に上ったが、それ以外の全て(残りの50%)は、「おそらくは同じ」、「おそらくは変化なし」という回答であった。

次に、茶等専門小売店、食料品等スーパー、総合スーパー、百貨店、通信販売が仕上げ茶の小売価格を決定する要因に関して、i) 過去5年間の売り上げ実績、ii) 1個あたりの利益率、iii) 類似商品との売値比較、iv) 類似小売業者(スーパー、コンビニなど)との売値比較、v) 品質や等級、vi) その他の項目から優先順位を付けてもらった。各要因5点満点で示されるその結果(全体平均値および各地域の平均値)が表4-11である。

表 4-11：茶等専門小売店などの仕上げ茶小売価格の決定要因

価格決定 要因	売上実績	利益率	類似商品と の売値比較	類似小売業者 との売値比較	品質や等級	その他
全体	3.69	3.33	1.96	1.33	4.59	0.10
東京	3.75	3.25	2.00	1.25	4.75	0.00
京都	3.50	3.38	2.14	1.29	4.71	0.00
静岡	4.00	3.25	1.75	1.38	4.63	0.00
鹿児島	3.20	3.40	1.60	1.00	4.80	1.00

(n=51. 内訳：東京 8、京都 14、静岡 16、鹿児島 5、N.A. 8. その内、茶等専門小売店 39、食料品等スーパー4、総合スーパー3、百貨店 3、通信販売 2.)

出典：調査チーム

価格決定要因として、品質や等級、売上実績、利益率が重要であると言える。

価格決定要因としての「(荒茶の) 品質や等級」に関して、訪問聞き取りした茶等専門小売店では、客のニーズに適宜応じているかどうかを重視していた。具体的には、深蒸し茶の味を良く引き出せているかどうか（静岡）、店舗で実際に売れているかどうか（静岡）、毎年同じ程度の品質が保てているかどうか（鹿児島）、従来と同様の品質が維持できているかどうか（京都）、であった。これらのような多様なニーズに応じたブレンド（合組）調整をするため、(荒茶の) 品質が仕上げ茶の小売価格を決定する強い要因になっている。さらに、仕上げ茶の店頭での保管に際し、品質保持のために温度や湿度を一定に保つ工夫（東京）も回答された。

価格決定要因としての「(荒茶の) 産地」についても小売関係者にインタビュー調査を行なった。これに関しては、具体名の回答を得ることは容易ではなかったが、静岡、京都、鹿児島の茶等専門小売店では取り扱っている荒茶の主な産地として、訪問聞き取りした静岡の茶等専門小売店からは本山、川根、牧之原など、同じく京都では宇治、同じく鹿児島では知覧や志布志、とそれぞれ同じ県内や府内の地名が挙げられた。京都では訪問聞き取りした全ての茶等専門小売店から宇治のみが主な産地として回答されたことは特徴的であった。一方、訪問聞き取りした東京の茶等専門小売店からは、静岡（掛川）を中心とする回答もあったが、静岡、鹿児島、京都など様々な地名が荒茶の主な産地として挙げられた。

また、価格を決定づける要因は過去と変化があるか否かに関しては、訪問聞き取りした茶等専門小売店の間で、「不明」との回答も少なくなかった（35%）が、「おそらくは同じ」、「おそらくは変化なし」という回答が大半（60%）であった。一方、唯一のものだったが、20 年前と比べて、鹿児島での茶摘み機械化による変化を示唆する回答も得られた。

4.4. 価格決定要因のまとめ

前節で示したデータでは、茶商や茶等専門小売店が品質を価格決定要因の重要な要素としてみていること、そして実際に品質の良い茶を入手していることが示された。しかし、品質の良い茶を入手しているにもかかわらず、茶全体に対する需要は高いとは言えず、需要が高くないために在庫量も多いことが示された。

一方で、茶商が売れ筋であると思っている仕上げ茶に関しては、全体として在庫をより多く持ってもいいと思い、また売れ筋の仕上げ茶にするための荒茶を必ずしも豊富に入手できていたわけではないことが示された。加えて、売れ筋の仕上げ茶にするための荒茶を多く入手できたという茶商の回答が相対的に良かった地域では、緑茶の平均価格も高いことが示された。これは、消費者のニーズに合うような茶を提供できると、茶の平均価格が上がり、全体としての需要喚起、最終的には茶業界の競争力の強化につながる可能性があることを示している。

本調査の目的である流通合理化に関しては、関係機関へのヒアリング等を通じていくつかの示唆を得た。後述するように、茶商の持つ市場のニーズ、生産者側の状況を把握しながら、売れ筋の茶をブレンドするノウハウに由来する付加価値は高いと考えられる。

また、飲料市場との取引、直販、輸出への取り組みなど、自社の売上向上のための取り組みを行っている生産者や茶商は高値で取引していると考えられる。切磋琢磨をすることにより市場動向を見極め、売れ筋を提供できる競争力をつけた茶商などの流通業者の活躍の場は増えていくのではないかと考えられる。

調査の過程で、以下のような流通合理化や競争力強化に向けたいくつかの優良事例も見られた。

- 若い世代へのお茶需要を喚起するような取り組み：お茶バーなどを設置して若い世代に各種のお茶を紹介、フルーツティーやティーバッグなどの販売など。
- 通信販売による直販を行い販売に不利な場所でも利益を保っている取り組み。
- 大手飲料メーカーによる、個別の茶園を取りまとめて仕入れる取り組み。
- 海外市場を視野に入れた販売促進を行う取り組み。
- 茶単体に加え、スイーツなどの加工品やティーバックなどに加工することで付加価値を高める取り組み。
- 荒茶から仕上げ茶への加工の過程で機械技術を多く用いることで効率化を図る取り組み。

茶業界の競争力強化についての調査結果

本調査では、茶業界の競争力強化のために、「生産基盤の強化」、「流通加工の強化」、「国内需要の拡大」、「外国市場の拡大」の項目に対して、政府の政策や事業がどの程度必要だと思うか、5を「とても必要だと思う」、4を「ある程度必要だと思う」、3を「どちらとも言えない」、2を「あまり必要とは思わない」、1を「全く必要とは思わない」をそれぞれの程度を表す数値として回答を得ている。

表 4-12: 茶業界の競争力強化のために必要な施策

項目	小売店 (N=11)	茶商 (N=159)	茶市場 (N=3)	飲料メーカー (N=2)	菓子メーカー (N=4)	斡旋商 (N=5)	平均
生産基盤の強化	3.98	3.93	5.00	4.50	4.00	3.80	4.20
流通加工の強化	3.78	3.95	4.00	4.50	4.00	3.40	3.94
国内需要の拡大	4.55	4.67	5.00	4.50	4.33	4.60	4.61
外国市場の拡大	3.96	3.76	5.00	4.50	3.66	3.20	4.01

出典：調査チーム

表 4-12 はその回答を平均したもので、小売店、茶商、斡旋商はいずれの項目も4前後と重要で、特に国内需要の拡大が4.55、4.67、4.60で大変重要だと考えていることが分かった。茶市場は生産基盤の強化、国内需要の拡大、外国市場の拡大が同様に重要と考えている。飲料メーカーはいずれの項目も同様に重要であるとしており、菓子メーカーは特に国内需要の拡大が重要と考えている。

これらの結果から、国内需要の拡大、生産基盤の強化、外国市場の拡大の順番で重要であり、流通加工の強化は最後という結果となった。

いずれの関係者も国内需要の拡大が最も重要であると考えており、国内市場の縮小傾向に対する危機感がうかがわれる。流通加工の強化だけでは如何ともしがたい現実が窺われる。ただ、飲料メーカーは、安定的なドリンク市場を持っており、生産、流通、外国市場進出も行なっており、自社でコントロールできる部分が大きいためか、いずれも重要と回答している。

リーフ市場の国内需要の停滞傾向に対して、ドリンク市場が増加安定傾向にある。インタビ

ユー調査では、流通に携わる関係者の数は減少傾向にあるが、リーフ市場のみならずドリンク市場も扱う関係者は安定的に営業を継続しているという声も聞かれた。

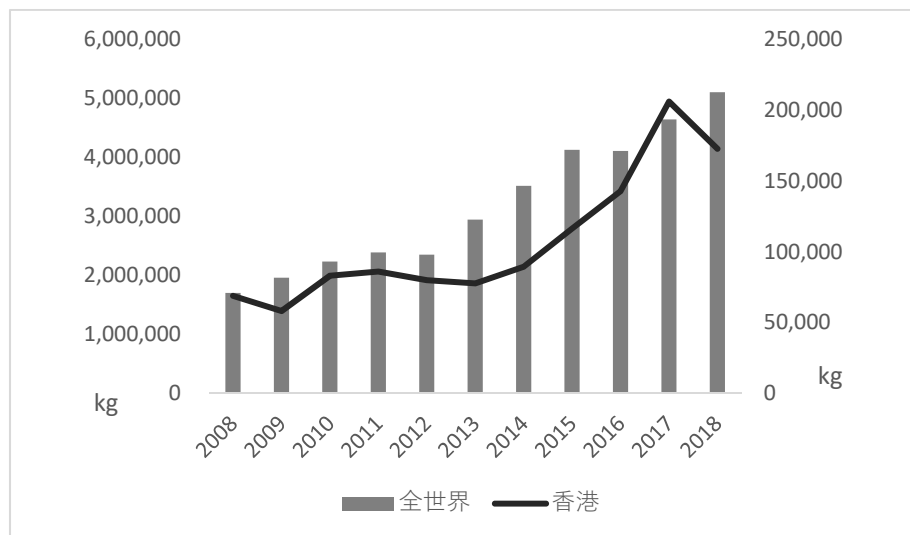
産地に近い静岡や鹿児島では、緑茶の購入金額も多く、平均価格も高い成熟した市場と言える。これらの産地には茶商の数も多く、茶商の果たす役割も大きいと想定される。流通に携わる関係者のうち、特に茶商は、市場のニーズ、生産者側の状況も把握し、4.2節で述べた売れ筋の茶、それをブレンドするノウハウなどを持っており、売れ筋の品質の茶を販売する鍵を握ると思われる。日本全国で、静岡や鹿児島並みの需要が形成されれば、国内需要の拡大の余地があるとも言える。ペットボトル市場の躍進、リーフ市場の停滞で、茶の味のわかる人口も年とともに減少傾向にあり、お茶の味のわかる人口を増やす努力が求められる。

そのためには、前述のとおり消費者のニーズにあった茶を茶商と生産者が連携することで作っていくこと、茶のみではなく抹茶を用いた加工品など流通形態を多様化することで付加価値を高めること、特に若者の茶に対する需要を喚起すること、コーヒー文化を多様化したエスプレッソマシンのように小型で品質に応じた茶葉を使い簡単にお茶を抽出できる機械の開発など、品質の良い美味しいお茶の味を伝え、簡単に味わえるような工夫による需要の拡大などが考えられる。これらのためには、生産側、市場側に精通した茶商のノウハウの活用や切磋琢磨が考えられる。

5. 香港における抹茶等の流通

5.1. 香港への茶の輸出動向

世界への緑茶の輸出は量、金額ともに近年増加傾向にある。香港向けの輸出についても、2013 年以降、2017 年までは毎年増加していた（2017 年実績：約 20 万 6,000 kg、約 12 億円）。2017 年は国別輸出額では第 4 位であった。2018 年については、輸出货量・輸出金額ともに全体では伸びているが、香港向けは量ベースで約 17 万 3,000 kg（前年比-16.1%）、金額ベースで約 8.6 億円（前年比-28.8%）と前年よりも減少している（図表 5-1, 図表 5-2）。国別輸出額では、米国、台湾、ドイツ、シンガポールに次ぐ 5 位であった。



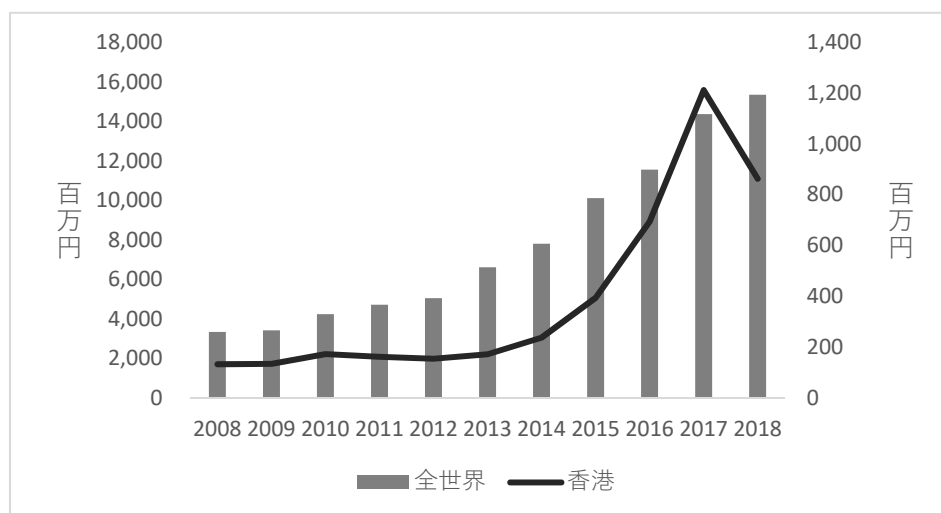
出典：財務省貿易統計

図 5-1: 緑茶の輸出货量推移

表 5-1: 緑茶の輸出货量増減率

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
対前年比	-15.6%	42.9%	3.5%	-7.0%	-2.8%	15.0%	30.2%	22.6%	44.3%	-16.1%

出典：調査チーム作成



出典：財務省貿易統計

図 5-2: 緑茶の輸出金額推移

表 5-2: 緑茶の輸出価格増減率

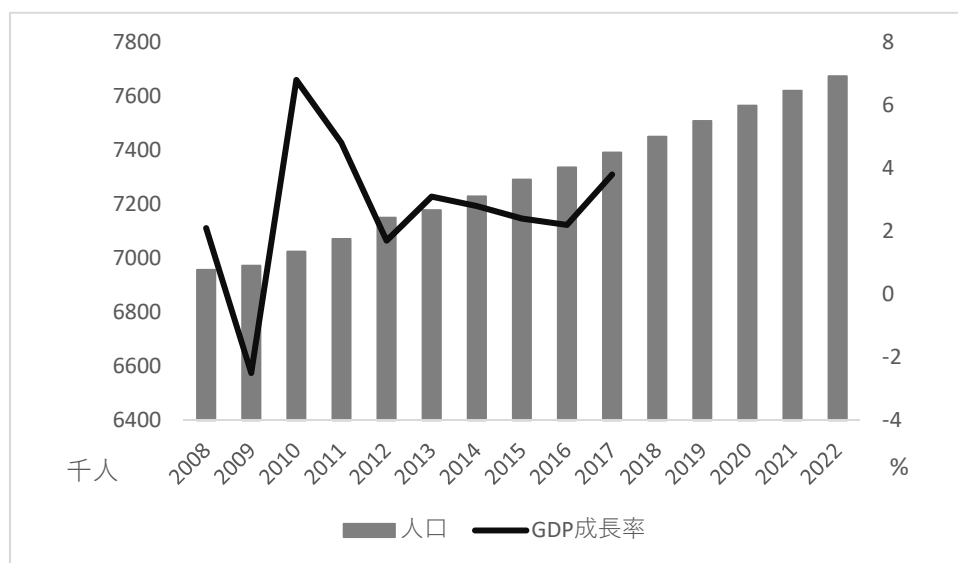
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
対前年比	1/2%	28.3%	-6.0%	-4.9%	11.7%	37.9%	65.7%	76.0%	74.4%	-28.8%

出典：調査チーム作成

一方、緑茶の輸出単価については、2017 年は 5,881 円/kg、2018 年は 4,992 円/kg と米国をはじめとする他国よりも高くなっている。これは、煎茶等に比べて単価の高い碾茶を原料とする抹茶が多く流通しているためだと考えられる。

5.2. 関連する経済社会指標

香港の人口は約 700 万人強と決して多くはない。人口は年々増加しているものの、増加率は 1%弱にとどまり、今後の人口も同程度で推移していくとみられている。経済については、近年 2.0-4.0%程度の GDP 成長率で推移しており、一人当たり GDP については、2017 年の名目値が約 46,000 ドル、実質値が約 38,000 ドルと世界でも高水準である（図 5-3）。

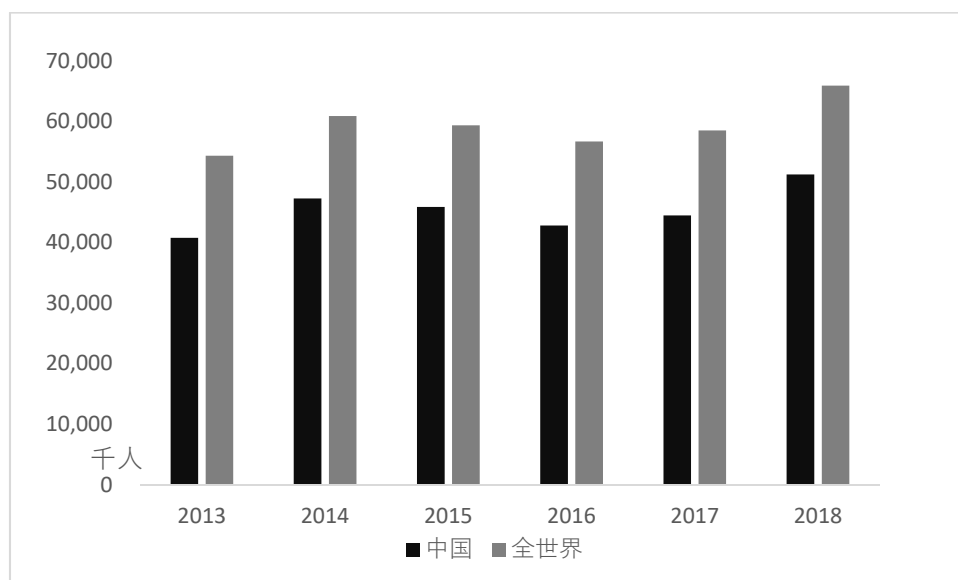


※2018 年以降の人口は予測値

出典：WB, World Development Indicators

図 5-3: 香港の人口、人口予測と GDP 成長率

一方、香港は輸出入の約半数が中国向けである等、その経済状況は隣国の中国に頼るところが大きい。また、2018 年の年間観光客数が約 5,000 万人強、GDP の 10%強を観光が占める観光大国であるが、国別訪問者数でみると、80%近くを中国からの訪問客が占めるなど、中国の影響は顕著である（図 5-4）。

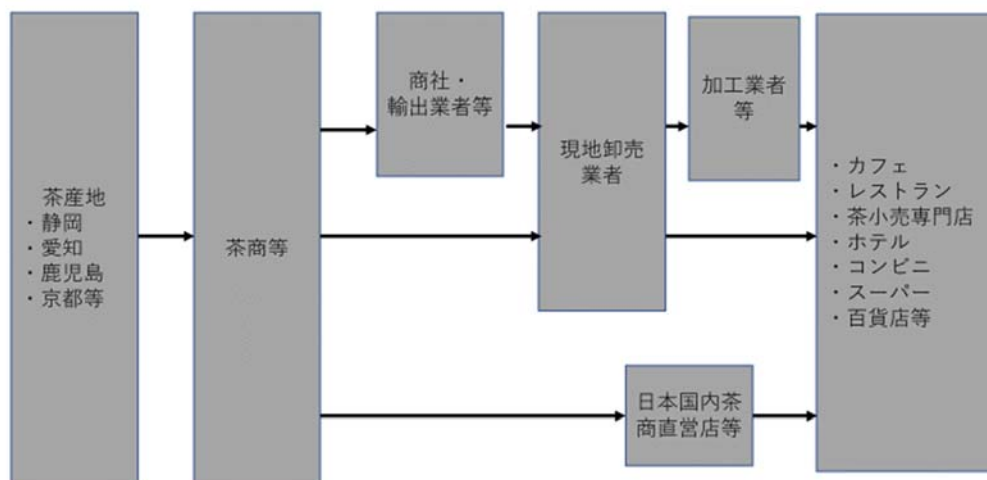


出展：香港政府観光局

図 5-4: 香港への訪問客数推移

5.3. 香港における茶の流通と今後の市場拡大可能性

既存資料や香港へ茶を輸出している企業等へのヒアリングなどに基づき、日本から香港への茶の流通構造を図 5-5 のとおり図式化した。



出典：調査チーム作成

図 5-5: 香港における茶の流通図

日本から輸出される製品は、小売り用の仕上げ茶（茶葉、インスタント、ティーバック）、製菓や飲料等、現地で加工されるものの原材料となる業務用の粉末茶や抹茶、既成の抹茶菓子等があげられる。日本からの輸出には、商社をはじめとする貿易業者を通じて行う間接輸出と、茶商自らが行う直接輸出がある。香港に輸出された各種製品は、主に現地の卸売業者を通じて、加工や小売業者に流通している。小売り用の茶については卸売業者等を通じて香港現地のスーパーマーケットや茶小売専門店、百貨店等へ、業務用の茶は、現地のカフェ、レストラン、ホテルなどで製菓・飲料用に使用されていると思われる。

香港における茶の消費の背景には、香港人の日本や日本食への親和性の高さがある。香港は日本の農産物の最大輸出相手国でもあることから、既にラーメンや寿司などの日本食や日系ブランドなどがかなり浸透している。更に、2018 年の香港から日本への訪問客数は人口の 3 割に近い 220 万人にのぼるなど¹²、日本の食文化を直に経験している人数も多い。そのため、日本茶や抹茶を使用したスイーツ（例えば抹茶アイスクリーム、抹茶チョコレート、

¹² 日本政府観光局

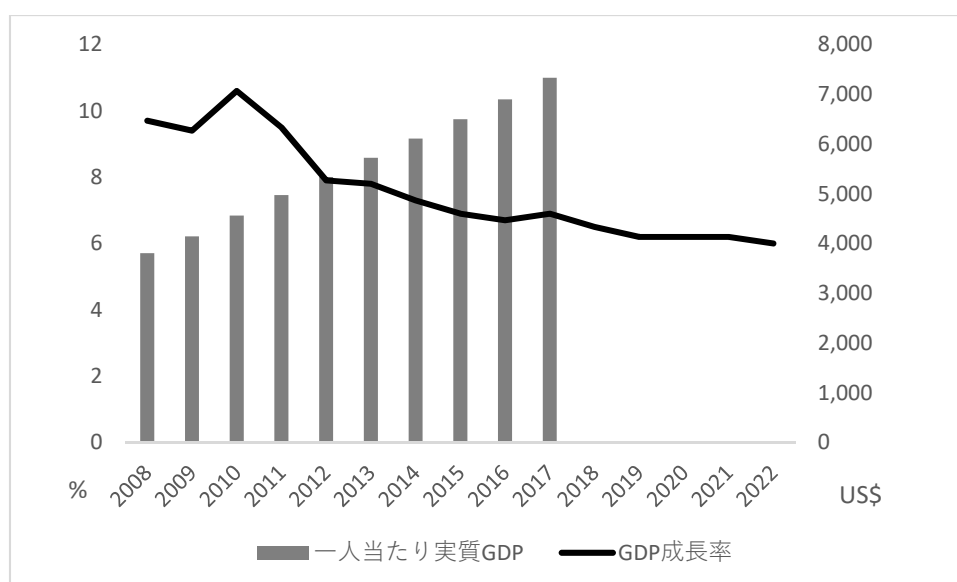
抹茶ラテ、抹茶パフェ等）に対する馴染みも高いと思われる。さらに、広い意味での茶を飲む習慣は古くから根付いている。このような香港特有の背景に加えて、健康で体に良い緑茶や抹茶が近年世界中で注目されていることから、香港では抹茶ブームと呼ぶべきものが一時期起きていたようだという声が、ヒアリングを行った複数の企業から聞かれている。また、前述の通り香港は日本と比較しても所得水準が高いため、日本産の高品質かつ単価の高い抹茶や茶葉を輸出しても消費できるだけの購買力を有する消費者層が一定程度存在すると考えられる。

また、香港には日本メーカーの緑茶ドリンクも流通しているが、東南アジア等他国の工場生産されたものが流通しているなど、必ずしも日本からの輸出品ではないようである。

なお、他国向けと比較した、日本から香港向けの茶の流通の特徴としてあげられたのは、関税を含む物流コストの相対的な安さ、輸入規制が厳しくない点、貿易上の手続きの簡便さであった。

今後の市場動向については、上述の通り香港での日本食や日本文化への関心の高さや、所得水準が伸びていることから、一定程度の伸びが期待される。ただし、抹茶ラテや抹茶スイーツなどに対する需要、いわゆる抹茶ブームは一旦は収束した感がある。一方で、抹茶ラテのような加工飲料/菓子の消費者層による、本来の茶や抹茶の消費拡大の可能性はある。日本政府が実施中の農林水産物の輸出促進政策も輸出の伸びを後押しすると思われる。

香港経済は隣国の大国中国の経済事情に大きく左右されることもあり、中国経済の動向も見る必要がある。図 5-6 は世界銀行による中国の将来 GDP の予測である。



出典：WB, World Development Indicators

図 5-6: 中国の一人当たり GDP と GDP 成長率

中国はここ数年、輸出やインフラ投資の低調などにより、経済成長が減速局面に入ったと言われている。2018 年の GDP 成長率は 6.6%で、1990 年以来の低水準であった。昨今取り沙汰されている対米貿易摩擦の行方にも左右されるが、2022 年までは 6.0-6.2%程度で GDP 成長率が推移するとみられている。上述の通り、香港と中国経済は密接に関連していることから、中国の経済成長の低迷が香港の個人消費に間接的に影響を与える可能性はある。

加えて、ヒアリングを行った複数社から、中国で製造された安価な茶葉や抹茶の流入を心配する声が聞かれた。現時点では中国製の茶葉や抹茶は安価だが品質は日本製に劣り、日本製を代替するものではないようだが、今後中国製の品質が上昇すれば、日本製の輸出に影響する可能性がある。

以上の通り、今後の市場拡大可能性を左右する要素は複数あり、直近の輸出金額/量ともに乱高下していることから、精緻な将来予測を導き出すのは困難である。全世界的にみると茶の輸出はここ 10 年以上プラスの成長を遂げていることから、増加傾向は今後も続くと考えられる。香港に関しても世界的な傾向に追随して、一定程度の拡大傾向が続くと思われる。しかしながら、抹茶への需要が落ち着いたこと、中国経済の先行きが不安定なことなどがこの拡大傾向にマイナスに作用すると考えられる。

参考資料

- 農林水産省「生産農業所得統計」
http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/nougyou_sansyutu/
- 同省 茶をめぐる情勢等関連資料（お茶のページ）
<http://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/ocha.html>
- 同省 農林水産物・食品の輸出促進対策
<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/>
- 公益社団法人日本茶業中央会「平成 30 年版茶関係資料」平成 30 年 6 月
- 総務省「全国消費実態調査」
<https://www.stat.go.jp/data/zensho/2014/index2.html#kekka>
- 同省「小売物価統計調査年報」
<https://www.stat.go.jp/data/kouri/doukou/3.html>
- 同省「家計調査報告」
<https://www.stat.go.jp/data/kakei/sokuhou/tsuki/index.html#nen>
- 食品産業新聞社
<https://www.ssnp.co.jp/news/beverage/2018/11/2018-1121-1754-14.html>
<https://www.ssnp.co.jp/news/beverage/2018/11/2018-1120-1623-14.html>
- 財務省「貿易統計」
<http://www.customs.go.jp/toukei/info/>
- 世界銀行 World Development Indicators
<https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>
- 香港政府観光局
<https://partnernet.hktb.com/en/home/index.html>
- 日本政府観光局「訪日外客統計」
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/index.html
- 自然産業研究所「平成 28 年度茶需給・流通状況調査委託事業報告書」（平成 29 年 3 月）
<http://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/attach/pdf/ocha-6.pdf>
- 藤島廣二他「食料・農産物流通論」第 7 章 茶の流通システム（2009 年 5 月）
- 静岡県「静岡県茶業の現状（お茶白書）」（平成 30 年 3 月）
<http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-340/documents/chagyonogenjo30.pdf>
- 農林中金総合研究所「荒茶の産地市場の機能変化と流通の課題」（2004 年 5 月）
<https://www.nochuri.co.jp/report/pdf/r0405in2.pdf>
- 日本茶輸出促進協議会

<http://www.nihon-cha.or.jp/export/>

- 全国茶生産団体連合会・全国茶主産府県農協連絡協議会
<https://www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/index.htm>