

4-(3). 販売面-1

【課題】

過去、うれしの茶を大量に輸出をしていた背景はあるものの、現存の茶商において輸出に取り組んできた歴史は浅い。故に以下の点が個別課題となっている。

- ① 海外バイヤーのネットワーク不足
- ② 海外市場マーケティング
- ③ 商談及びフォローアップのスキル

【取組内容】

茶分散型輸出対応

輸出への取組みが浅いことや、地域が小さいこと等の弱点をむしろ逆手に取り、それを強みとする戦略。

大規模産地では、複数の事業者が同一の市場へ個々にアクセスをし、結果として地域内での牌の奪い合いになっている。他産地の状況を鑑み、嬉野市では当面、1市場1茶商の原則を設ける。これにより地域全体としては、輸出先が広範囲になり、また各茶商間の無駄な競争を避けることが可能となる。更に本協議会を通じて、各市場の状況を共有することで、茶商間の相互補完を図ることも可能になり、地域全体としての輸出力強化につながると考える（茶商間の相互補完による融通は、現状、国内では実施している）。

このシステムは、海外の農業事業者組合では、既に導入されているが、国内では稀であり、まさに「地域循環型輸出モデル」を目指す嬉野市ならではの輸出戦略となり、他地域が真似できないものとなると思う。

4-(3). 販売面-2

前述の個別課題については、以下の方法にて解決を図りたいと考える。

① 海外バイヤーのネットワーク不足

各種の海外展示会・商談会への出展を軸とする。今回、後述の輸出戦略に基づき、ジェトロ佐賀によって提供された候補展示会・商談会は、次項のとおりである(リスト1参照)。前述の「茶商分散型輸出対応」において、ジェトロの各種の支援メニューも活用し、即効性のあるバイヤーとの関係性構築を図っていききたい。

② 海外市場マーケティング

有力な輸出対象国について、ジェトロ佐賀を通じて、リサーチして頂いた調査結果である(リスト2参照)。この種のマーケティングリサーチを定期的を実施し、協議会内で生産者を含めて共有することで、産地として輸出国のニーズに沿った生産～加工～販売を行うことができるようになる。まさしく、小さく後発の産地故に可能になる機動的な対応と考える。

③ 商談及びフォローアップのスキル

商談及び商談後のフォローアップには、経験値が必要である。展示会・商談会に継続的に出展することで、その経験値は向上するが、当初は、民間コンサルによるハンズオン支援を予定している。後述の民間コンサルは、GFPグローバル産地計画の策定にも深く関わっている他、過去のうれしの茶の海外展開においても価格面・展開面で新境地を切り開いてきた経緯がある。上記②のマーケティングリサーチの結果も共有し、リスト1の展示会開催がない場所等については、独自の個別商談をセッティングすることも期待でき、これらを複数年継続することで、各茶商のスキルアップを図っていききたい。

<リスト1>

展示会名	開催国	開催都市	開催会期	開催頻度	ウェブサイト	過去の実績	
						出店数	来場者数
Food & Hotel Malaysia (FHM) 2021	マレーシア	クアラルンプール	2021年09月21日 ~ 2021年09月24日	2年に1回	https://www.foodandhotel.com/	1700社	30000人
MIFB 2021 - Malaysian International Food & Beverage Trade Fair	マレーシア	クアラルンプール	2021年07月28日 ~ 2021年07月30日	毎年	https://mifb.com.my/	450社	20138人
Food, Beverage, and Chef Festival	インドネシア	Solo	2021年05月28日 ~ 2021年05月30日	毎年	https://www.foodbeverageindonesia.com/		
30th VIETNAM INTERNATIONAL TRADE FAIR	ベトナム	ハノイ	2021年04月14日 ~ 2021年04月17日	毎年	http://vietnamexpo.com.vn/	513社	21500人
VIET FOOD & BEVERAGE + PROPACK VIETNAM	ベトナム	ホーチミン	2021年08月12日 ~ 2021年08月14日	2年に1回	http://foodexvietnam.com/	550社	16472人
FHV2021- International Food & Drinks, Hotel, Restaurant, Food Japan 2021 - 9th ASEAN Exhibition of Oishii Japanese Food & Beverage	ベトナム	ホーチミン	2021年09月07日 ~ 2021年09月09日	2年に1回	https://foodnhotelvietnam.com/	466社	13729人
FHA (Food&HotelAsia) - Food & Beverage 2021	シンガポール	シンガポール	2021年10月21日 ~ 2021年10月23日	毎年	https://oishii-world.com	209社	10828人
ANUGA 2021	ドイツ	ケルン	2021年03月02日 ~ 2021年03月05日	2年に1回	https://www.fhafnb.com/		
BIOFACH 2021 - オーガニック食品見本市	ドイツ	ニュルンベルク	2021年10月09日 ~ 2021年10月13日	2年に1回	https://www.anuga.de/	7972社	169653人
HOGA - Trade Fair of Hotel, Gastronomy & Catering	ドイツ	ニュルンベルク	2021年02月17日 ~ 2021年02月20日	毎年	https://www.biofach.de/en	3448社	47561人
IGW - International Green Week Berlin	ドイツ	ベルリン	2021年01月17日 ~ 2021年01月19日	2年に1回	https://www.hoga-messe.de/home.html		
SIAL Canada	ドイツ	ベルリン	2021年01月15日 ~ 2021年01月24日	毎年	https://www.gruenewoche.de/	1810社	400000人
Gulfood	カナダ	トロント	2021年09月21日 ~ 2021年09月23日	毎年	https://sialcanada.com/en/	1000社	18500人
WorldFood Moscow	アラブ首長国連邦	ドバイ	2021年02月21日 ~ 2021年02月25日	毎年	https://www.gulfood.com/	1600社	50000人
PRODEXPO 2021 - 28th INTERNATIONAL EXHIBITION FOR FOOD, BEVERAGES, FOOD RAW MATERIALS	ロシア	モスクワ	2021年09月21日~2021年09月24日	毎年	http://world-food.ru/Home	1560社	30710人
InterFood Azerbaijan	ロシア	モスクワ	2021年2月08日 ~ 2021年2月12日	毎年	https://www.prod-expo.ru/	2660社	68600人
	アゼルバイジャン	バクー	2021年05月19日 ~ 2021年05月21日		https://interfood.az/		

<リスト2>

国・地域		企業名（日本語名等）	企業名（アルファベット）
EU	オーストリア	日本屋	NIPPON YA Handelsges.m.b.H
	オーストリア	テーガーテン	Teegarten Handels GmbH
	ドイツ	(有限会社)ジェイアイケー	JIK GmbH
	ドイツ	(有限会社)SSP	SSP Kosumgüter Trade & Consult GmbH
	ドイツ	(有限会社)JFCドイツ	JFC Deutschland GmbH
	ドイツ	(有限会社)Zeekei	Zeekei GmbH
	ドイツ	(有限会社)Japan Food Express	Japan Food Express GmbH
	イタリア	ユニオントレード	Uniontrade s.r.l.
	イタリア	フーデックス	Foodex srl
	イタリア	オリエンタル	Oriental srl
	イタリア	ロンジーノ&カルデナル	Longino & Cardenal S.p.a.
	イタリア	エム.フランコ ラヴァーノ	M. Franco Ravano S.r.l.
	イタリア	エンメジーエンメ-アリメンターリ	MGM-Alimentari s.r.l.
	スペイン	トーキョー屋(株)	TOKYO-YA,S.A
英国	英国	Japan Center Group Ltd.	Japan Center Group Ltd.
	英国	S.K.Y. Enterprise UK Ltd	S.K.Y. Enterprise UK Ltd
中東	UAE・ドバイ	Summit Trading Co. L.L.C.	Summit Trading Co. L.L.C.
	UAE・ドバイ	AGSS Co. L.L.C.	AGSS Co. L.L.C.
	UAE・ドバイ	JFC Gulf	JFC Gulf
	UAE・ドバイ	Middle East Fuji	Middle East Fuji
	UAE・ドバイ	Deans trading Co.,WLL.	Deans trading Co.,WLL.
	UAE・ドバイ	Gurumeya	Gurumeya
	UAE・ドバイ	Classic Fine Foods LLC	Classic Fine Foods LLC
	UAE・ドバイ	1004 Mart LLC	1004 Mart LLC
旧ソ連圏	ロシア	ニッポン	NIPPON
	ウズベキスタン	Subsidiary company "Anglesey Food"	Subsidiary company "Anglesey Food"
	ウズベキスタン	ボルトン・トレーディング(アジア)	Balton Trading (Asia)

国・地域		企業名（日本語名等）	企業名（アルファベット）
ASEAN	マレーシア	Izumida Sdn Bhd	Izumida Sdn Bhd
	マレーシア	K2MARKETING SDN BHD	ケイツーマーケティング
	シンガポール	IMEI（EXIM） Pte Ltd	IMEI（EXIM） Pte Ltd
	シンガポール	Inter Rice Asia Pte Ltd	Inter Rice Asia Pte Ltd
	シンガポール	JFC（S） Pte Ltd	JFC（S） Pte Ltd
	シンガポール	Kenryu Impex Pte Ltd	Kenryu Impex Pte Ltd
	シンガポール	Kirei Japanese Food Supply Pte Ltd	Kirei Japanese Food Supply Pte Ltd
	シンガポール	My Outlets Pte Ltd	My Outlets Pte Ltd
	シンガポール	Soon Seng Huat（Singapore） Pte Ltd	Soon Seng Huat（Singapore） Pte Ltd
	インドネシア	PT Masuya Graha Trikenca	PT Masuya Graha Trikenca
	インドネシア	PT Sukanda Djaya	PT Sukanda Djaya
	インドネシア	CV. Libra Food Service	CV. Libra Food Service
	インドネシア	PT. Kartikawira Adisukses	PT. Kartikawira Adisukses
	インドネシア	PT. Indomaru Lestari	PT. Indomaru Lestari
	インドネシア	PT. Anugerah Indo Mandiri	PT. Anugerah Indo Mandiri
	インドネシア	PT Pandurasa Kharisma	PT Pandurasa Kharisma
	インドネシア	PT Seafer Lumina Capital （Indoboga, anggurmerahsubur.com/）	PT Seafer Lumina Capital （Indoboga, anggurmerahsubur.com/）
	インドネシア	PT Indosps Bogatama Sukses	PT Indosps Bogatama Sukses
	インドネシア	PT SUBUR ARTA UTAMA	PT SUBUR ARTA UTAMA
	ベトナム	OSHITSU Vietnam Im-Ex & Service Trading Co.,Ltd	OSHITSU Vietnam Im-Ex & Service Trading Co.,Ltd
	ベトナム	AKURUHI GROUP	AKURUHI GROUP
	ベトナム	フックロング トレーディング プロダクション有限公司	Phuc Long Trading Production Company Limited
	ベトナム	OPERA株式会社	OPERA JOINT STOCK COMPANY
台湾	台湾	微風百貨股份有限公司	BREEZE SUPER CO., LTD.
	台湾	新光三越百貨股份有限公司	SHINKONG MITSUKOSHI DEPARTMENT STORE CO., LTD,
	台湾	太平洋崇光百貨股份有限公司	Pacific SOGO CO., Ltd
	台湾	遠東都會股份有限公司	FAR EASTERN CITYSUPER LTD.
	台湾	太冠國際開發事業有限公司	Taicrown Co., Ltd
	台湾	盛裕貿易有限公司	FLOURISHING TRADING CO., LTD.
	台湾	大樂購物中心	Dollars Mall

4-(4). 経済性

【課題】

経済性の面においては、以下の3つの経済性向上を両立させることが、嬉野市の「地域循環型輸出モデル」の核になる。

- ① 生産者の市場供給価格（入札価格）の向上
- ② 茶商による輸出販売価格の向上
- ③ 価格帯別のターゲット市場の設定

②茶商による輸出販売価格の向上

従来の在京商社を通じた間接貿易では、原価率が低く、取り扱う嬉野市内の茶商において、メリットのある取引とは言えない現状があった。しかしながら、今回これを各国向けの直接貿易とすることで、目標原価率を達成し、利益率を向上させる。更には茶商の営業努力により、その利幅が実感できる方向での展開を目指す。

【取組内容】

①生産者の市場供給価格（入札価格）の向上

現状は、国内市場への供給価格（単価）が輸出用に比べて高価であり、加えて輸出茶は残留農薬規制等、追加の対応が必要になるため、生産者が輸出に対して消極的になっている。これは、③にも大きく関連するが、輸出にあたっての「需要と供給のアンバランス」・「生産者と茶商間の情報共有（戦略共有）の不徹底」に起因するものが大きい。そこで、本協議会では、うれしの茶の輸出額・生産者による市場供給単価（入札単価）の計画を作成し、共有することで、この解決を図る。

③価格帯別のターゲット市場の設定

前述の「茶商分散型輸出対応」によってもたらされる最大の効果が、価格帯別のターゲット市場設定による輸出用茶の全量供給である。中山間地に位置し、高齢化が進む嬉野市では、市場に供給されるお茶の品質が、一律にならず、また二番茶では、著しくその品質が下落する傾向があるのが現実。よって、その入札単価も幅ができてしまい、これまでは、一部の価格帯の輸出用茶しか茶商が入札できないといった事象が発生していた。

しかし、GFPグローバル産地計画において「茶商分散型輸出対応」を採用することで、各価格帯別にターゲット国を選定。いかなる価格帯のお茶が供給されても、幅広く入札できる体制をとるに至った。

5. 輸出計画

- 嬉野市では、輸出用の展示園を「EU対応」とする方向であるため、EUを主な輸出先と定める。しかしながら、政治や為替等の影響を勘案し、EUの比率を30%にとどめ、北米・中東・ASEAN・旧ソ連圏・イギリス・台湾を満遍なく配置した。本協議会で作成した輸出計画は、以下のとおりである。
- 中山間地が多く、地理的には静岡や鹿児島のような大規模茶園が存在しない嬉野市の場合には、「輸出量・輸出金額合計」での勝負は馴染まない。よって、輸出に対する方針は、以下のとおりにまとめられる。
- ✓ 地域循環型輸出モデル(生産～加工～販売～生産者へのフィードバック)
- ✓ リレーションシップマーケティングによる新しいお茶の消費シーン開拓
- ✓ 茶商分散型輸出対応

◆ 輸出用茶の量的課題

輸出の取組拡大により、計画では2022年度以降、輸出用茶の輸出予定量が上回ることが推測されるため、圃場面積の拡大もしくは、生産効率(反収)向上が必要不可欠となる。

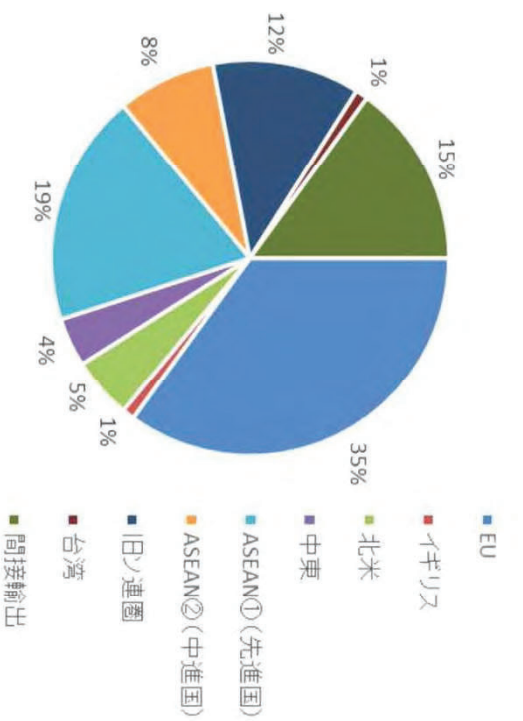


◆ 質的向上の必要性

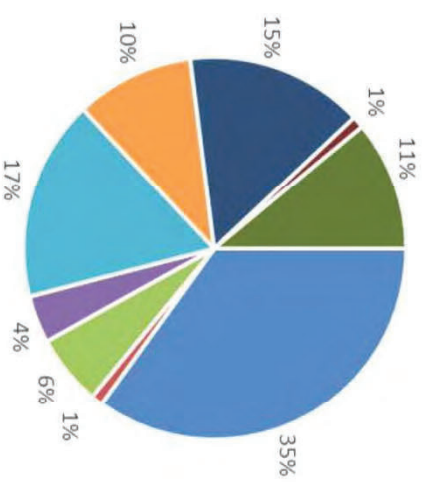
嬉野市が目指す「地域循環型輸出モデル」では、最終的に生産者の所得向上に繋がることを目指し、高利益率を確保可能な輸出対象国をターゲットとしている。しかしながら、現状、圃場から供給される茶葉の品質がこれに呼応しておらず、継続的な品質向上に向けての取組が必要不可欠な状況である。

< 2021年度～2023年度／輸出額予定推移 >

2021年度



2022年度



2023年度

