

輸出事業計画

※申請者名：一般社団法人滋賀県茶業会議所

品 目：茶

1. 輸出における現状と課題

【現状】

「近江の茶」は、最澄が茶の種子を唐から持ち帰り滋賀県内に播いたのが日本茶の始まりとされているなど、日本でも最古級の産地である。生産者および栽培面積は減少傾向にあり、栽培面積は約300ha（令和2年）、ここ数年の生産量は500～600tで推移している。近年国内での「近江の茶」を取り巻く情勢が厳しくなる中、人口増加・経済発展が著しい新興国市場、健康志向・和食ブームに沸く北米や欧州市場等、新たな需要が見込まれる海外市場での販路拡大を見据え、輸出拡大に取り組んでいる。

【課題】

輸出先国ごとの残留農薬基準や包装資材の規制など、異なる対応が必要である。オーガニック茶が求められているが、手間とコストがかかるため有機JAS認証の取得が進まない。併せて「近江の茶」の認知度は、他産地に比べ高いとはいえない状況である。

2. 輸出事業計画の取組内容

【生産】・茶園管理にスマート農業技術を導入することにより労力不足を補う効率的な生産体制の構築を目指す。

・有機栽培を推進し、JAS認証取得者を現状の7件から10件に増やす。

【加工】・製造工程でDX技術を導入し、効率的な製造を目指す。

・ベテランスタッフから若手スタッフへの技術継承を円滑に行うため、研修会や意見交換などを実施する。

・老朽化した設備等については、順次点検し必要に応じて更新を図っていく。

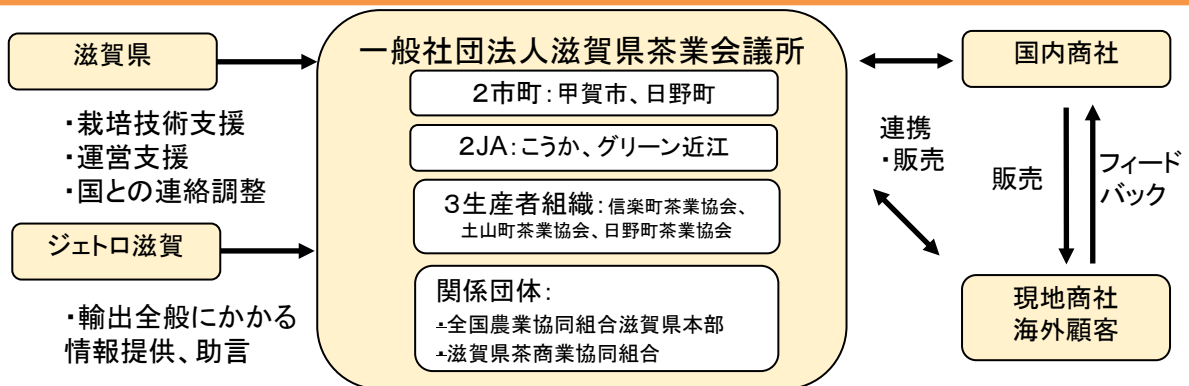
【流通】・輸出手続きを円滑に実施するため、県やJETROと連携し輸出ノウハウを蓄積し、直接貿易の比率を引き上げていく

【販売】・滋賀県に関心を寄せてもらえる国をターゲット国と定め、他県産や他国産の茶との違いを県の魅力と共に伝えられる現地バイヤーや国内商社等のパートナーと協働した販路開拓を進める。

・ターゲット国のニーズに合致した新製品開発を行う。アジアでターゲットとする台湾については地場産品である信楽焼とセットで、アメリカ合衆国やEUに向けては粉末茶で魅力を発信していく。

・茶の消費を促進するのではなく、茶を楽しむ・体験する価値を提供できる販促活動を商談会等の中で積極的に展開し、他産地との価格競争に巻き込まれない工夫を実践する。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

近江の茶		現状(令和3年度)	目標年(令和9年度)
滋賀県	輸出額(円)	3億	6億
	輸出量(t)	99.7	200