

# 日本茶 海外で人気沸騰の理由は？

## 日本茶の主な輸出先と輸出量の推移



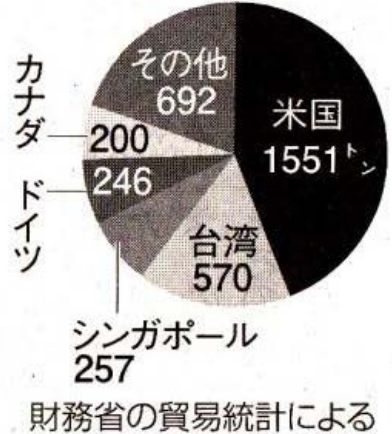
インドネシアで販売されている日本茶「ICHIOCHA」アサヒグループホールディングス提供



米国で販売されている「Oi Ocha」伊藤園提供



## 主な輸出先 (2014年)



海外で日本茶人気が増え、日本からの輸出量も、この10年間で約4倍に増えた。人気のわけは？

### ヘルシー志向

### 米企業注目

「Oi Ocha」「matcha LOVE」

東京都渋谷区の伊藤園本社の応接室には、アルファベットで書かれた海外向けの日本茶のペットボトルが並ぶ。「グーグルなど米国西海岸にあるIT企業の社員食堂で飲まれ、頭がスツキリすると評判です」。岩田孝浩広報部長は話す。西海岸だけで数十社と取引し、米国全体で年間25億円を売り上げる。

ブームを引っ張るのは、肥満が社会問題化する米国に広がるヘルシー志向だ。日本茶に含まれるカテキンの脂肪の燃焼を促す効果が注目を集めている。飲み物としてだけでなく、抹茶味はケーキやアイスなどのスイーツとしても人気で、伊藤園もニューヨークに今年、抹茶ドリンクや抹茶ソフトクリームを出す専門店を準備中だ。

アジアにも日本茶が進出している。アサヒグループホールディングスは2013年から、インドネシアでペットボトル入りの日本茶を1本約50円で売り出す。

元々、緑茶を飲む習慣があり、「高品質な日本産」のイメージが売れた。

### 国内消費が減

### 輸出に活路

海を渡る日本茶が増え、国内の農家も輸出にシフトしている。茶の生産量が日本一の静岡県、御前崎市の「やまなみ茶園」の増田剛巳社長は「昨年、米国など27カ国・地域に274トンを輸出。日本の輸出量全体の約8%を1社で占める。輸出に活路を見いだすのは、国内で茶の消費量が減っているからだ。総務省の家計調査によると、1世帯あたりの日本茶の購入量は、14年が889gと20年前より約25%減った。一方、14年のコーヒーの購入量は2398gと記録の残る00年以降で約4割増えた。日本茶輸出促進協議会の担当者は「日本茶以外の飲み物を選ぶ人が増えた」と話す。

環太平洋経済連携協定(TPP)は日本茶輸出の追い風となるのか。日本茶にかかると関税がゼロになることから「静岡や鹿児島が世界有数の茶所とよばれる日も近いかもしれませぬ」。安倍晋三首相は昨年10月、農産物輸出の目玉になると強調した。

だが、実は日本を除くTPP参加11カ国のうち8カ国はすでに関税がゼロ。日本茶への関税があるのは、ベトナム(22.5%)、メキシコ(10%)、ペルー(6.8%)の3カ国だけで、輸出量も13年で0.8%と全体の1%に満たないという。

### 残留農薬が壁

### 緩和求める

日本茶輸出組合の谷本宏太郎副理事長は「輸出のハードルは関税よりも国ごとに厳しく設定されている残留農薬基準だ。基準の緩和と統一に向けて政府には動いてもらいたい」と話す。日本茶の残留農薬の基準は各国で異なり、ある農薬は欧州で日本の基準の数百分の1という厳しさだ。こうしたなか、取扱量の8割が海外向けの「やまなみ茶園」では、系列も含め約32軒の茶畑で、農薬を使わない有機栽培や減農薬栽培に取り組み。病害虫対策に高価なフェロモン剤を使って虫の繁殖を防ぐなど、10年以上かけて輸出向けの栽培方法を確立した。増田社長は「海外を目指すなら先はない」と話す。

(渡辺洋介)