

日本産海外有望農林水産物品目発掘調査研究  
日本茶  
(フランス)

2016年3月  
独立行政法人日本貿易振興機構 (ジェトロ)  
パリ事務所

本報告書で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

## 目次

1. 概要 .....	1
2. フランスにおける茶市場の現状 .....	1
図 1 茶・コーヒーの家計消費額（単位：100 万ユーロ） .....	2
図 2 茶製造組合の会員卸業者の取扱量・額 .....	2
図 3 大型店（スーパー等）におけるホットドリンク市場の内訳 .....	3
図 4-1 緑茶に関する調査 .....	4
図 4-2 フランスの所得分布（2011 年、世帯所得） 出典 .....	5
図 5 国別の茶消費量（2007～2009 年平均と 2009～2011 年の比較） .....	6
3. 日本からフランスへの茶の輸出の現状 .....	6
図 6 緑茶の日本からフランスへ向けた輸出額・量 .....	6
4. フランスにおける緑茶の販売状況 .....	7
図 7 煎茶・茶葉の価格 .....	11
図 8 煎茶・ティー・バッグの販売価格 .....	11
図 9 ほうじ茶・玄米茶の販売価格 .....	12
図 10 抹茶の販売価格（対消費者） .....	13
図 11 緑茶に関する調査 .....	13
5. フランス人の緑茶の嗜好について .....	14
図 12 緑茶に関するアンケート結果 .....	15
6. 考察 .....	21
図 13 フランスにおける日本茶 S W O T 分析 .....	23

## 1. 概要

フランスにおける日本茶市場は、東日本大震災の影響による大幅縮小から回復を見せ、震災前の水準に戻りつつある。一方で、まだ飲料市場に占めるシェアはわずかである。

緑茶に関しては、中国産を使用している茶販売業者も多く、現地スーパー等に置かれている「緑茶」も多くが中国産である。

このような環境ではあるが、緑茶については、その健康効果が浸透していること、日本食ブームであること、有機の需要が伸びていることなどポジティブな要素があり、また、解消すべき課題も明確であることから、今後伸びる余地のある分野である。

本報告書では、消費者への意向・嗜好調査、関係者へのヒアリング、店舗調査等で収集した情報を元に、日本茶のフランス市場における展開可能性について記載する。

## 2. フランスにおける茶市場の現状

フランスにおける茶（紅茶、緑茶など）市場は、大型スーパー等で販売されるものだけでも、約2億5,000ユーロ<sup>1</sup>（日本円で約330億円<sup>2</sup>）であり、長期に渡り増加傾向を見せている。流通量がこの20年で倍以上になったと言う関係者の声もある。

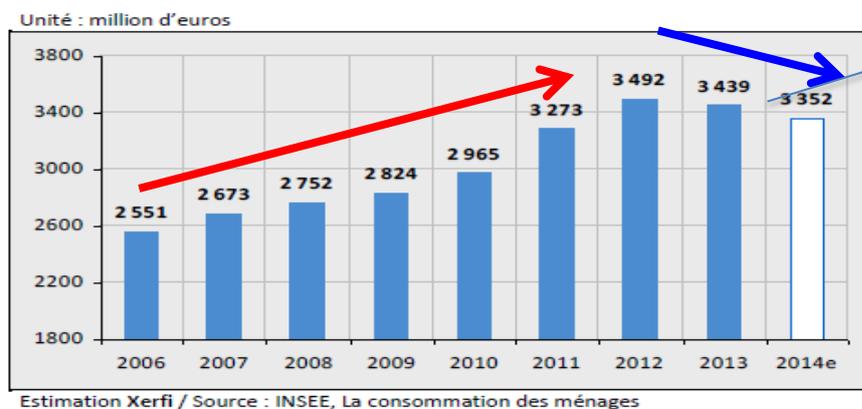
ホットドリンク（コーヒー、茶、ハーブティー等）市場全体を見ると、図1の通り、不況の中でも消費額は長期的に増加を続けていたが、ここ数年は頭打ちとなっている。しかし、緑茶は図2の通り、増加傾向を保っている。

フランスにおける緑茶は、約10年前に、著名な医師が、緑茶（煎茶・玉露・抹茶など）には、抗癌作用があるカテキンが最も多く含まれている、といった記事・書籍を出版したことに端を発し、消費量が増加したと言われている。実際に、David Servan-Schreiber 医師の著書 ANTICANCER には、抗癌作用がある飲料として、「sencha」、「gyokuro」、「matcha」が挙げられている。緑茶の抗癌作用が言われ始めたのが2006年であり、図2のデータでも、緑茶の取扱量の2006年から2007年にかけての大幅な増加が見て取れる。この頃を境にスーパーマーケットや茶専門店の商品にも、「Sencha」という名前の商品が増えた。しかし、「Sencha」は必ずしも日本の緑茶を指すわけではなく、中国産等の「Sencha」が、高級茶専門店でも販売されている。

<sup>1</sup> IRI *via* LSA (octobre 2014), cumul annuel mobile à fin juin 2014

<sup>2</sup> 1ユーロ=132円（12月21日）で換算

図1 茶・コーヒーの家計消費額（単位：100万ユーロ）



右肩上がりであった消費量が2012年以降頭打ち  
(注) 日本茶だけでなく紅茶・コーヒーも含んだ取扱量。

図2 茶製造組合の会員卸業者の取扱量・額<sup>3</sup>

① 緑茶

年	取扱量 (トン)	前年比 (%)	取扱額 (百万ユーロ)	前年比 (%)
2005	1.388	-6.6	41	-2.4
2006	1.499	8.0	47	14.6
2007	1.832	22.2	61	29.8
2008	1.775	-3.1	67	9.8
2009	1.786	0.6	47	-29.9
2010	1.890	5.8	52	10.6
2011	1.830	-3.1	50	-4.8
2012	1.856	1.4	50	1.8
2013	1.987	7.0	51	1.2
2014	2.011	1.2	52	2.0

大幅増

2005年と比較し増加

<sup>3</sup> Syndicat du Thé et des Plantes à infusion ([http://www.theetinfusions.fr/chiffre\\_the\\_france.htm](http://www.theetinfusions.fr/chiffre_the_france.htm))  
Copyright(C) 2016 JETRO. All right reserved.

## ② 紅茶

年	取扱量 (トン)	前年比 (%)	取扱額(百万ユーロ)	前年比 (%)
2005	5.924	-4.3	177	0.6
2006	5.888	-0.6	178	0.6
2007	5.831	-1.0	179	0.6
2008	5.592	-4.1	168	-6.1
2009	5.315	-4.9	115	-31.8
2010	5.329	0.3	115	0.7
2011	5.103	-4.2	113	-2.5
2012	4.975	-2.5	113	0.0
2013	5.059	1.7	107	-4.8
2014	4.949	-2.2	107	-0.6

2005年と比較し減少

ホットドリンク市場で、一番シェアが大きいのは図3のとおりコーヒーであり、茶が占めるのは全体の1割以下である。コーヒーと茶の市場規模の差を見ると、フランスにおいて茶を普及させるのは、パンが主食の国に米を普及するような覚悟が必要であることがわかる。

茶の中で、消費が最も多いのは紅茶で、緑茶の数倍の消費量がある。しかし、図2の通り、近年、紅茶の消費が減少傾向であるのに対し、健康志向に伴い、緑茶の消費は上昇傾向にある。なお、図3にあるInfusionsとは、ハーブティーの一種で、女性が夜に好んで飲む。

図3 大型店（スーパー等）におけるホットドリンク市場の内訳

Unités : million d'euros, part du total en %, croissance sur un an en %

	Valeur	Part	Croissance	Volume	Part	Croissance
Cafés torréfiés	1 016,0	37,9%	-8,2%	124 391	60,4%	-4,5%
Cafés dosettes	838,1	31,2%	5,6%	43 917	21,3%	6,7%
Cafés solubles	449,6	16,7%	-4,2%	27 835	13,5%	-2,6%
Thés	240,1	8,9%	1,6%	6 887	3,3%	-1,1%
Infusions	142,08	5,3%	-2,0%	3 056	1,5%	-3,3%
<b>Total</b>	<b>2 685,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>-2,4%</b>	<b>206 086</b>	<b>100,0%</b>	<b>-1,9%</b>

(\*) Hors boissons chocolatées

Traitement Xerfi / Source : IRI via LSA (octobre 2014), cumul annuel mobile à fin juin 2014

ある調査では、フランス人の10人に6人が茶（緑茶だけでなく、紅茶等の他の茶も含む）を飲み、茶のフランス人一人当たり年間消費量は230g（約3日に1杯茶を飲んで換算）となっている<sup>4</sup>。

<sup>4</sup> <http://www.chakaiclub.fr/chiffres-production-consommation-the/>  
Copyright(C) 2016 JETRO. All right reserved.

ジェトロパリ事務所が行った調査では、フランス人の 90%以上が緑茶を飲んだことがあると回答しており、緑茶の浸透が進んでいることがわかる(図 4)。ただし、年数回程度しか飲まない者が多く、緑茶が日常生活に完全に入り込んでいるわけではない。また、緑茶を飲まない者にその理由を聞いたところ、「緑茶を選ぶ理由がない」という回答が多かった。このことから、まだ緑茶を飲む良さが伝わっていない層も存在することがわかる。

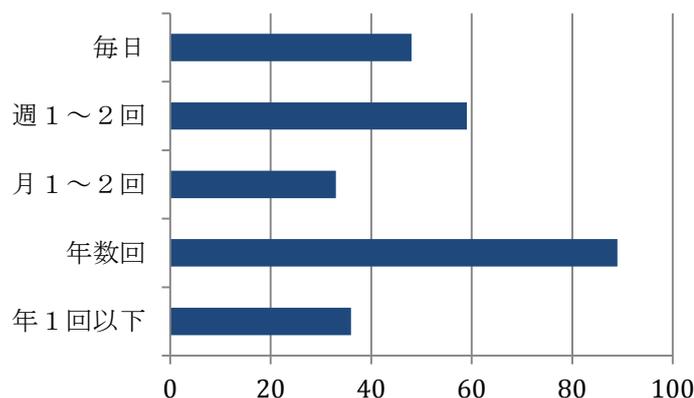
図 4-1 緑茶に関する調査<sup>5</sup>

(質問 1) あなたは緑茶を飲んだことがありますか？

1. はい	265	91.70%
2. いいえ	24	8.30%

(質問 2) 質問 1 で「①はい」と答えた方にうかがいます。どのくらいの頻度で飲みますか？一番近いものを選んでください。

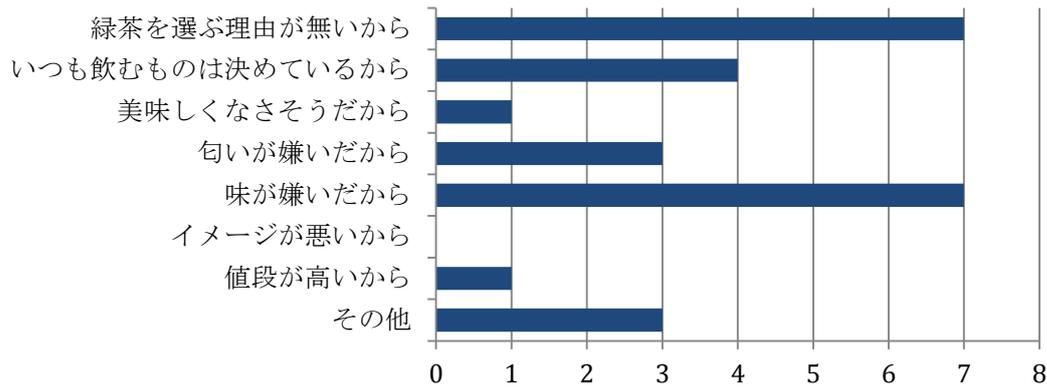
1. 毎日	48
2. 週 1～2 回	59
3. 月 1～2 回	33
4. 年数回	89
5. 年 1 回以下	36



(質問 3) 質問 1 で「②いいえ」と答えた方にうかがいます。あなたが緑茶を飲まない理由は何ですか。

1. 緑茶を選ぶ理由がないから	7
2. いつも飲むものは決めているから	4
3. おいしくなさそうだから	1
4. 匂いが嫌いだから	3
5. 味が嫌いだから	7
6. イメージが悪いから	0
7. 値段が高いから	1
8. その他	3

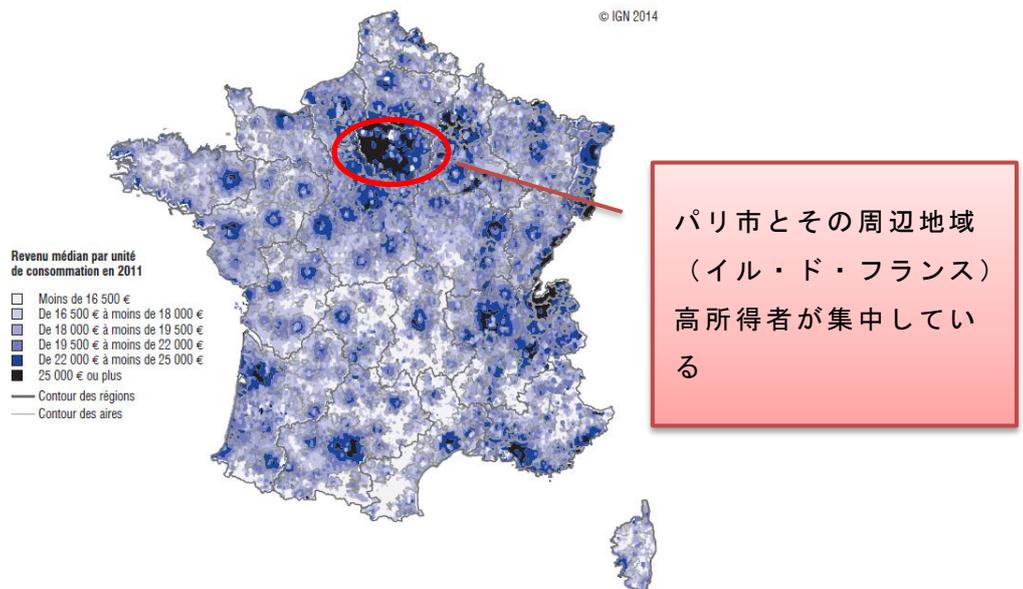
<sup>5</sup> ジェトロパリ事務所調査 (2015 年 12 月～2016 年 1 月実施) 回答者 : 289 人 (女性 : 152 人、男性 : 131 人、無回答 : 6 人。20-29 才 : 91 人、30-39 才 : 57 人、40-49 才 : 63 人、50-59 才 : 47 人、60 才以上 : 28 人、無回答 : 3 人。イル・ド・フランス地域圏居住者 113 名)



どのように茶を淹れるかを見ると、茶をティーポットで淹れる割合は4割以下で、多くの消費者はティー・バッグを使用している<sup>6</sup>。実際に、スーパーマーケットで販売されている茶は、ほとんどがティー・バッグである。最近では、南部鉄器（またはそれに似せた鉄器）で茶を提供するのが流行しており、カフェでも鉄器の急須（ティーポット）で茶を提供する店が多いが、急須に緑茶のティー・バッグを入れて提供するだけの場合もある。

茶葉は、茶専門店（Palais des thés, Mariage frères, Betjeman&Barton, KusmiTea 等）で販売される。茶専門店は、パリ市内には多数あり、高級茶葉を中心に販売している。関係者によると、これらの店の売上は、年間約10%増と、順調に推移している。フランスの茶製造組合（Syndicat du Thé et des Plantes à infusion）の調査によると、茶の消費者は首都圏のイル・ド・フランスとフランス西部地方に集中しており、高所得層が多い。

図 4-2 フランスの所得分布（2011年、世帯所得） 出典：INSEE



<sup>6</sup> <http://www.chakaiclub.fr/chiffres-production-consommation-the/>  
Copyright(C) 2016 JETRO. All right reserved.

茶（特に緑茶）の消費量は、この10年で増加している。しかし、他国と比較すると、フランスの茶の消費量は、同じEU内の英国より大幅に少なく、ドイツと比較しても少ないなど、伸びる余地がある市場である。

図5 国別の茶消費量（2007～2009年平均と2009～2011年の比較）

（注）農林水産省資料を引用



### 3. 日本からフランスへの茶の輸出の現状

日本からフランスへの茶の輸出は、そのほとんどが緑茶である。輸出ルートとしては、日本からフランスへ直接輸送される場合と、EU内の他国を経由して輸送される場合がある。特に、ドイツの小包装の緑茶の輸出先はフランスが第一位となっており、この中には、日本産の緑茶も含まれると考えられる。

図6は日本からフランスへ直接輸出された緑茶の輸出量・額である。東日本大震災の後、輸出額は大きく落ち込んだが、安全性に関する説明、放射性物質検査結果のデータ収集、自費での検査等を関係者が重ねた結果、輸出額、量ともに回復し、2015年は2億2,000万円、77トンとなった。この数字は震災前の輸出額・量に迫っている。引き続き数字を伸ばし、震災前の輸出額・量を超えていくために、新規の消費者・顧客の獲得が重要な段階となっている。

図6 緑茶の日本からフランスへ向けた輸出額・量



## 対フランス緑茶輸出

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
緑茶輸出額(千円)	125,157	134,576	165,494	222,714	197,739	292,761
緑茶輸出量(kg)	27,412	28,684	36,237	58,655	56,022	78,472

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
緑茶輸出額(千円)	207,156	104,792	153,369	169,570	220,014
緑茶輸出量(kg)	63,474	40,167	56,042	61,193	77,728

出展:貿易統計 (HSコード:090210 及び 090220 の合計)

## 4. フランスにおける緑茶の販売状況

前述のとおり、フランスにおいては、「Thé vert (直訳して緑茶)」がかなり浸透している。スーパーのお茶コーナーでは、紅茶に並び多くの「Thé vert」が販売されている。大手スーパーは、「Thé vert」のプライベートブランドを販売している場合も多い。

しかし、これらの「Thé vert」の多くは、ミントや柑橘等のフレーバーがつき、甘みを加えられており、日本の「緑茶」とは別の味となっている。これは、多くのフランス人が、緑茶の渋みや苦味が苦手であることを踏まえ、飲みやすくしているからである(フランス人の緑茶に対する嗜好については後述)。なお、茶葉の産地は(記載していないものも多いが)、日本産はなく、中国産が多い。販売価格は、スーパーではティー・バッグ 20~30 袋入りで、1.5~3 ユーロ(198~396 円)が多く、日本から輸出された緑茶より非常に安価となっている。

## 商品例



(表面)



茶葉の原産地が  
Chine = 中国産

ミントが入っている

(裏面の原材料・生産地に関する情報)



(甘みなしの緑茶)



(かんきつ風味)



(ミント味、色は茶色に近い)

冷茶を飲む習慣は、まだフランスには根づいていない。冷茶については、大手スーパーが1種類、米国産の甘みを加えた緑茶を販売しているが、その他は、日系・アジア系小売店でペットボトルの緑茶、麦茶が販売されている程度である。

日本産の茶葉は、主に、①日系食品を取り扱うアジア系・日系等の小売店、②茶専門店（日系、フランス系）で販売されている。

日系・アジア系の小売店は、煎茶だけでなく、玄米茶、ほうじ茶、抹茶を揃え、ティー・バッグ、茶葉、パウダーと幅広い商品を扱う。30種類以上を取り扱う店もある。

日系の茶専門店は、小売りだけでなく、外食、ホテル等への卸も行っている場合が多い。フランス系の茶専門店では、「Thé vert」として、中国産等、日本産以外の緑茶を販売し、日本産の茶は「日本の茶」というカテゴリーで販売している場合もある。また、別の茶専門店では、フレーバー付きの「Thé vert」に中国産の茶葉を用い、フレーバーのない「Sencha」にのみ、日本産の茶葉を使用しているケースも見られた。

高級茶メーカーの多くは、煎茶に日本産の茶葉でなく、中国産の茶葉を使用している。これは、価格面の問題、原発事故による影響、中国産の流通ルートが確立されているといった原因が考えられる。日本産の茶葉は、価格面で他産地よりも高いことから、卸先も高級ホテル・レストラン等が中心となるが、こういった場所の利用者の多くは、健康・安全に気を使う層であるため、未だに東日本大震災の原発事故の影響も見られる。例えば、原発事故を理由に取引を断られ、その後何度アプローチしても、原発事故を理由に取引再開を断られている、といったコメントも関係者からあった。

日本からの茶葉の輸出に際しては、農薬規制の関係から、多くが有機栽培となるが、EUまたはフランスの有機認証マークを付けている商品は少なく、日本の有機JASマークのみを添付している商品が目立った。健康のために緑茶を飲む消費者がフランスには多いが、このような消費者は有機栽培も好む傾向にあることから、フランスまたはEUの有機マークの添付があるほうが望ましいと考えられる。

価格については、茶の種類（煎茶・ほうじ茶・抹茶、茶葉・ティー・バッグ）により大きく異なるので、以下、種類ごとに記載する。

### 【煎茶・茶葉】

小売価格は、緑茶の品質により非常に幅があるが、茶専門店以外（アジア系小売店舗等）では、煎茶でも 100 g 10 ユーロ（1,320 円）以下の商品を取り扱っており、高級な商品でも 30 ユーロ（3,960 円）を超えるものはない。

一方、茶専門店では、100 g 10 ユーロ以下で販売されている茶葉は少なく、100g15～70 ユーロの価格帯が多い。一袋を 100 g でなく 50 g にして、商品の単価を抑えている場合もみられた。中国産の緑茶と比較してみると、例えば、ある茶専門店では、中国系の緑茶は 100 g あたり 6～30 ユーロで販売されているが、同じ店舗の日本産緑茶は 30 ユーロを超えるものが多く、中国産より高い。別の茶専門店では、日本産の煎茶は 16.6 ユーロ、中国産茶葉を用いたフレーバー緑茶は 14.2 ユーロと、1 割ほど日本産の方が高い。

フランス系の茶専門店では、他の産地の紅茶等と日本茶の価格を比べると、図 7 の茶専門店 C においては、セイロン・アッサム・ダージリン等の茶葉は、5～20 ユーロの価格帯がほとんどであり、日本産の茶（7～67 ユーロ）は、紅茶より高い価格設定となっている。また、図 7 の茶専門店 D では、紅茶は 13～16 ユーロの価格帯が多く、日本産の茶は、高い方の部類に入る。なお、フランス系の茶専門店では、煎茶等の茶葉を大きな缶で紅茶と同じように長期間保存している場合も多く、酸素や湿気により劣化するため、密閉性の高い容器に入れ短期間で飲みきるのが良いとされている日本茶に最適の保存環境と言い難い店舗も多い。

### 【煎茶・ティー・バッグ】

日系・アジア系小売店で販売されるティー・バッグの煎茶は、産地によって大きく価格が異なる。図8の調査では、日本産の場合、一袋当たりの単価は0.4～0.6ユーロだが、米国産、中国産は一袋当たり0.18、0.06ユーロと非常に安価で販売されている。入っている個数にばらつきはあるものの、日本産の煎茶は、多くが1箱あたり10ユーロ程度で販売されている。米国・中国産は、一箱（16袋や20袋入り）が3ユーロ以下で、価格面で、前述の大手スーパーに販売されている「Thé vert」と変わらない。

一方で、茶専門店での販売単価は、日本産の場合1袋0.7ユーロ～と高級なものが多い。中国産であっても、有名な茶専門店で売られている煎茶は、1袋0.5ユーロと、スーパーで販売されている中国産を使った「Thé vert」の5倍近い価格となっている。この他、2ユーロ/袋で煎茶を販売しているティーサロンもあるが、これは「高い」と感想を持つフランス人も多かった。

(商品例)



茶専門店 KUSUMI TEA のオーガニック専門ブランド LOV ORGANIC では煎茶の茶葉だけでなくティー・バッグを販売している。商品には「SENCHA ORGANIC GREEN CHINA TEA」と記載されており、中国産だが価格はスーパーで販売されている「Thé vert」より高い。

図 7 煎茶・茶葉の価格

商品		販売店	価格(ユーロ)
有機煎茶(日本産) 100g	茶葉	日本食品小売	4.65
Sencha(日本産) 100g	茶葉	日本食品小売	5
Matcha iri sencha(日本産) 100g	茶葉	日本食品小売	8.6
Sencha(鹿児島産) 100g	茶葉	日本食品小売	11.15~17.5
深蒸し茶(静岡産) 100g	茶葉	日本食品小売	21.25
京の露(京都産) 100g	茶葉	日本食品小売	23.5
Sencha(日本産) 50g	茶葉	アジア系食品小売	4.45~4.83
伊右衛門茶(日本産) 50g	茶葉	アジア系食品小売	6.85
Thé Sencha Supérieur Bio (京都産) 100 g	茶葉	日本食品小売 (HP販売のみ)	15.3
Thé Sencha Premium Bio (京都産) 100g	茶葉	日本食品小売 (HP販売のみ)	27.1
Sencha(日本産) 50g	茶葉	茶専門店A	16~18
缶入り煎茶(日本産) 50g	茶葉	茶専門店A	31~57
フレーバー緑茶(日本産) 50g	茶葉	茶専門店B	8~8.5
緑茶(日本産) 量り売り。価格は100gあたり	茶葉	茶専門店C	7.45~67.26
緑茶(産地不明。日本産でないことは確認。) 量り売り。価格は100gあたり	茶葉	茶専門店C	5.83~34.13
Sencha(静岡産) 100g	茶葉	茶専門店D	16.6
フレーバー緑茶(中国産) 50g	茶葉	茶専門店D	142

(注)産地は都道府県名を明記しているものは都道府県名、明記していない日本産商品は「日本産」と記載している

2015年ジェトロパリ事務所調べ

図 8 煎茶・ティー・バッグの販売価格

商品	販売店	価格 (ユーロ)	1袋あたり価格 (ユーロ)
おーいお茶(2g×20袋/日本産)	日本食品小売	7.4	0.37
よく出るおいしいプレミアムティー・バッグ 抹茶入(1.8g×20袋/日本産)	日本食品小売	9.6	0.48
薫る茶 深蒸し煎茶(2.5g×10袋/日本産)	日本食品小売	6.2	0.62
Sencha tea bag(2.2g×20袋/日本産)	日本食品小売	12.2	0.61
煎茶(3g×16袋/アメリカ産)	アジア系食品小売	2.85	0.18
緑茶 ティー・バッグ(2g×20袋/中国産)	アジア系食品小売	1.15	0.06
Sachet Sencha Yuzu(2g×10袋/日本産)	茶専門店A	14	1.4
Sachet Sencha Tsuki(2g×10袋/日本産)	茶専門店A	16	1.6
フレーバー煎茶(10袋/日本産)	茶専門店B	6.5	0.65
オーガニック煎茶(2.2g×20袋/中国産)	茶専門店C	10.8	0.54

2015年ジェトロパリ事務所調べ

### 【ほうじ茶・玄米茶】

ほうじ茶、玄米茶については、現地系スーパー等での扱いはないが、煎茶と違い、硬水（フランスの水道水）でも味・香りが感じられるという感想をもつ人や、煎茶にはない風味を好む人もおり、取扱っている茶専門店も多い。また、玄米茶は、フランス人が気にするカフェインの量が少なめという特徴も持つ。最近では、ほうじ茶を使ったアイスクリーム等のスイーツを作るパティシエも出てきており、活用が広がりつつある。価格は、煎茶と比較し、同額か安めに設定している場合が多い。まだ、中国産を見かけることはほとんどなく、以下の表においても米国製造の2品以外の製造地は日本である。

図9 ほうじ茶・玄米茶の販売価格

商品		販売店	価格(ユーロ)
Poudre de thé Hojicha Bio 100 g	茶葉	日本食品小売	7.7
Thé Genmaicha Bio 100 g	茶葉	日本食品小売	8.3
Genmaicha hafubuki 200g	茶葉	日本食品小売	14.45
Hojicha 100g	茶葉	日本食品小売	3.9
JAS Hojicha BIO 100g	茶葉	日本食品小売	4.6
JAS Matcha iri genmaicha 100g	茶葉	日本食品小売	11.15
Sachet Genmaicha avec macha 50g	茶葉	茶専門店A	12
Genmaicha (量り売り。価格は100gあたり)	茶葉	茶専門店B	16.6
Genmaicha 100g	茶葉	茶専門店C	9.23
Hojicha 100g	茶葉	茶専門店C	15.05
ほうじ茶(3g×16袋)※製造地アメリカ	ティー・バッグ	アジア系食品小売店	2.85
玄米茶(3g×16袋)※製造地アメリカ	ティー・バッグ	アジア系食品小売店	2.85
Sachet Genmaicha avec macha (2g×15袋)	ティー・バッグ	茶専門店A	12

(注)「※製造地アメリカ」と記載している商品以外の製造地は日本

2015年ジェトロパリ事務所調べ

### 【抹茶】

抹茶は、最近ではスイーツに使われることが多く、良く見かけるものとなってきた。小売店でも取り扱っているが、価格が高価な事、飲み方が特殊なことから、購入するのは一部の層に限られている。親しんでもらうために、一般消費者向けに抹茶セミナーを定期的に行う茶専門店もある。

なお、パリ市内の小売店調査時に販売されていた抹茶は、全て日本で製造されたものであったが、インターネット等で、中国産抹茶のような、日本産以外の抹茶を見かけることもある。菓子などに使う分には、産地による品質の差を感じる人は少ないだろう、という関係者の声もある。このほか、日本以外の国で、日本の抹茶とは異なる製造工程で生産され、味が異なる商品が「抹茶」として扱われ、日本の抹茶と同等のものとして（価格は安価で）販売されることに警鐘を鳴らす関係者もいる。

図 10 抹茶の販売価格（対消費者）

商品	販売店	価格(ユーロ)	10gあたり価格 (ユーロ)
Yuki matcha 20g	日本食品小売	13.1	6.6
Matcha 30g	日本食品小売	11.4	3.8
Matcha 4-GO 30g	日本食品小売	7.8	2.6
Matcha kyomukashi 40g	日本食品小売	20.95	5.2
Matcha Impérial Bio 30 g	日本食品小売 (HP販売のみ)	19.2	6.4
Matcha Supérieur Bio 100 g	日本食品小売 (HP販売のみ)	13.3	1.3
Matcha Premium Bio 50 g	日本食品小売 (HP販売のみ)	13.6	2.7
Matcha premium biologique 500 g	日本食品小売 (HP販売のみ)	125.97	2.5
Matcha supérieur biologique 500 g	日本食品小売 (HP販売のみ)	60.5	1.2
缶入抹茶 140g	茶専門店A	31	2.2
Matcha 100g	茶専門店B	39.38	3.9
Matcha Supérieur 30g	茶専門店B	31.5	10.5

2015年ジェトロパリ事務所調べ

緑茶を飲むフランス人に対して、その購買場所を聞いたところ、茶専門店とハイパーマーケット（日本でいう大型スーパー）が多かった。このうち、ハイパーマーケットと答えた消費者は、中国産のティー・バッグの緑茶を飲んでいると考えられる。また、自分では購入せず、外食時や友人の家で飲む、というフランス人も多い。

また、緑茶の産地としてイメージする国を聞いたところ、「中国」と答えた者が半数となった。このことから、ハイパーマーケットで緑茶を購入している消費者は、必ずしも日本産だと誤解して購入している訳ではないことがわかる。

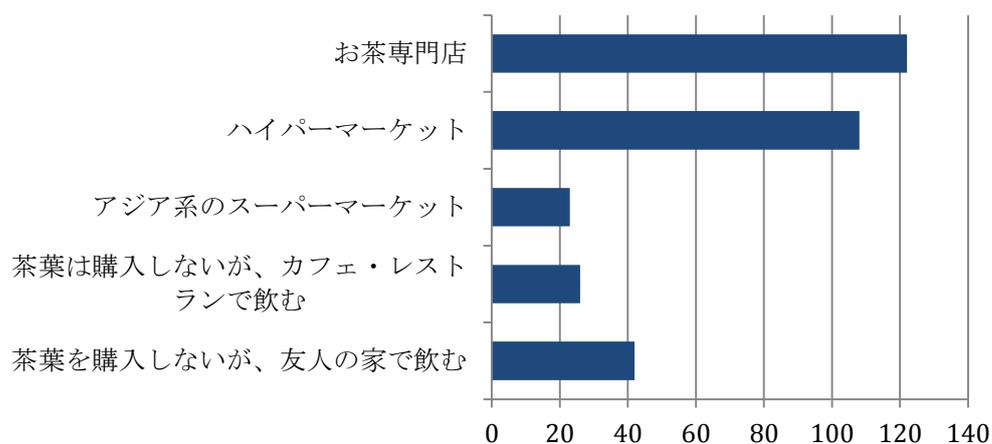
図 11 緑茶に関する調査<sup>7</sup>

（質問3）「緑茶を飲んだことがある」と答えた方にうかがいます。

購入する場所はどこが一番多いですか。

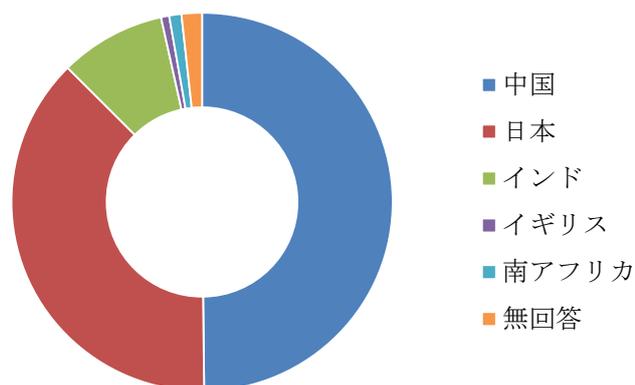
1. お茶専門店	122
2. ハイパーマーケット	108
3. アジア系のスーパーマーケット	23
4. 茶葉は購入しないが、カフェ・レストランで飲む	26
5. 茶葉を購入しないが、友人の家で飲む	42

<sup>7</sup> ジェトロパリ事務所調査（2015年12月～2016年1月実施）回答者：289人（女性：152人、男性：131人、無回答：6人。20-29才：91人、30-39才：57人、40-49才：63人、50-59才：47人、60才以上：28人、無回答：3人）



(質問4) 緑茶の原産地としてイメージするのはどこの国ですか。

1. 中国	144
2. 日本	109
3. インド	26
4. 英国	2
5. 南アフリカ	3
無回答	5



## 5. フランス人の緑茶の嗜好について

関係者からのヒアリングにおいて、フランスで緑茶を普及する際の問題点としてよく上げられるのは、①嗜好の違い、②硬水では緑茶の味・香りが活かせない、③価格、④淹れ方・保存方法が普及していない、である。

そのうち、①と②について、フランス人の好むお茶、硬水で淹れたときの味の差を調べるため、4種類の緑茶の飲み比べ調査をパリ市内で57名に対して行った。結果は図12の通りである。

うま味が定着している日本とは異なり、「うま味を理解するのが難しい」というフランス人がいるが、そのためか、日本でうまみが強いと評価されたさえみどりの味の評価は、つゆひかりより低くなった。また、自由記載を見ると、全体を通して「苦い」という感想が多く、フランス人が緑茶の苦味に非常に敏感なことがわかる。苦味については、必ずしも「苦い」＝「悪い」とは限らず、程よい苦味については評価する意見もある。しかし、濃く、味の強い茶に対し

ては、「苦すぎる」と感じる場合が多いようである。

評価の高いつゆひかりについては、その色を評価する声も多く、フランス人が視覚でも緑茶を楽しんでいることがわかる。このほか、香りに対しての感想が多く、香りも重視されることがわかる。

中国産緑茶との比較を見ると、ティー・バッグ、軟水（ボルビック）と条件を揃えて抽出した場合、日本産の緑茶の評価の方が高くなっている。感想を見ると、中国産の香り・味の弱さを指摘する意見が複数見られる。一方で、「これが良く知っているお茶だ」とする意見も多く、フランス人の中に、中国産の緑茶の味がある程度浸透していることがわかる。味の薄さは、飲みやすさや口当たりの良さという評価につながる場合も見受けられた。

軟水（ボルビック）と水道水を比較すると、同じつゆひかりでも、軟水で入れた方が水道水よりも評価が高かった。水道水で入れた場合の味の平坦さや香りの乏しさをフランス人が感じていることが感想からわかる。

これらのことから、フランス人は、緑茶の苦味に非常に敏感であること、香り、色を重視すること、日本茶や日本食に親しんでいないため、うま味を重視するわけではないこと、濃い茶を楽しむ段階にはまだ達していない者が多いこと、中国産の味・香りが薄めの茶に慣れていること等がわかる。

なお、今回の調査結果では、各緑茶の点数には優位差<sup>8</sup>は出なかったが、軟水（ボルビック）と水道水の得点差、中国産緑茶と日本産つゆひかりの得点差は、わずかの差で優位差が出なかったものである。今回の調査は、予算の関係上、調査人数に限りがあったが、軟水と水道水、中国産と日本産の中でも人気の高い茶葉について、今後より大規模な調査を行い、差異の有無について検証を深めることが望ましい。

## 図 12 緑茶に関するアンケート結果

### 図 12-1. 使用茶葉・水

使用する茶葉については、日本茶インストラクターと相談し、日本産は、①②の2種類を使用。また、日本産緑茶と中国産緑茶の違いの有無を調査するため、日本産とあまり変わらない価格で、茶専門店が販売している煎茶（③）を使用。

- ① うまみを重視した日本茶：さえみどり（茶葉/深蒸し、日本茶アワードうまいお茶部門受賞）
- ② 渋味・苦味が少なく色が鮮やかな日本茶：つゆひかり（ティー・バッグ）

<sup>8</sup> 4種類の緑茶の点数記載が揃っている55名の点数に対しt検定（ $\alpha = 0.05$ 、両側）を実施した結果

③中国産煎茶:「SENCHA」としてオーガニック茶専門店が販売している商品(品  
種不明、ティー・バッグ)

また、硬水による影響を調べるため、つゆひかりについては、以下の2種の水で抽出した。

- ・水道水
- ・ボルビック (関係者の間で、ヨーロッパの軟水ミネラルウォーターの中では日本茶に最適と評価する者が多い)

また、水出し用茶葉で淹れた冷茶の試飲を行い、冷茶についての感想も聞いた。

#### 図 12-2. 調査対象

フランス人 57 人 (協力者を Quartier Japon の SNS 等で募集。3 回に分けて実施。)

#### 図 12-3. 調査方法

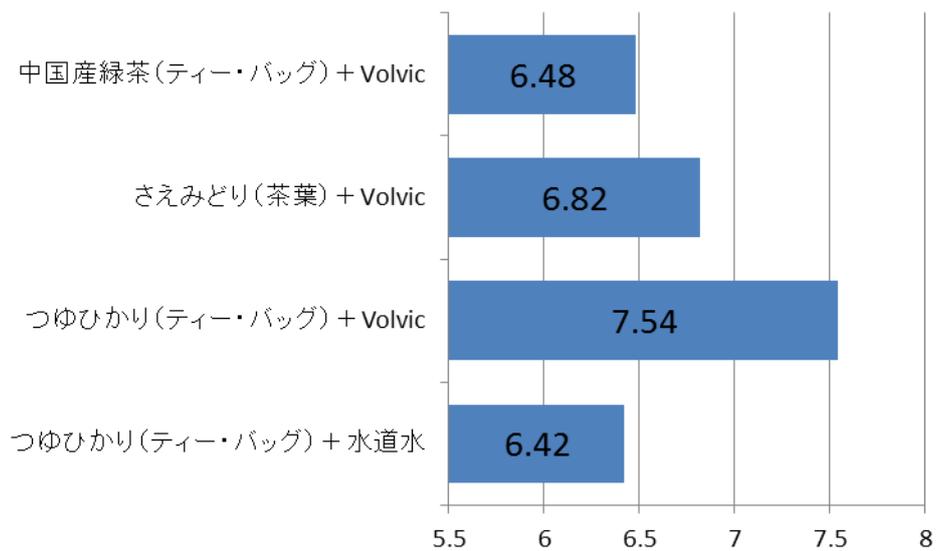
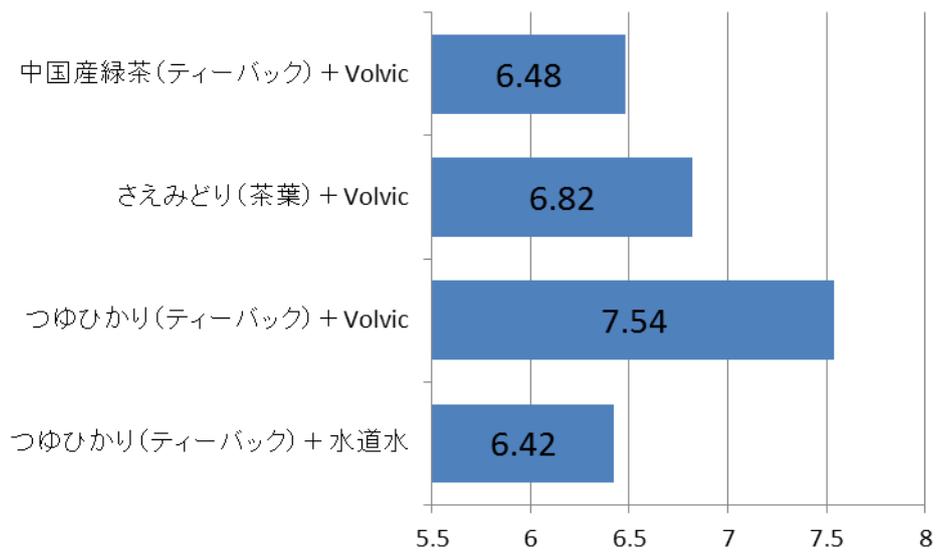
内容を知らせず、4 種類の茶を飲み、0～10 点でそれぞれの茶に点数を記載してもらおう。また、それぞれにコメントを記載してもらおう (内容を知らせないために、赤、青、黄、緑で4種類を区別する)。

#### 図 12-4 調査時期

2016 年 1 月、2 月

#### アンケート結果

(質問 1) 飲んだそれぞれの緑茶について 0～10 点で点数をつけてください



(質問2) 飲んだお茶についての感想を記載してください。

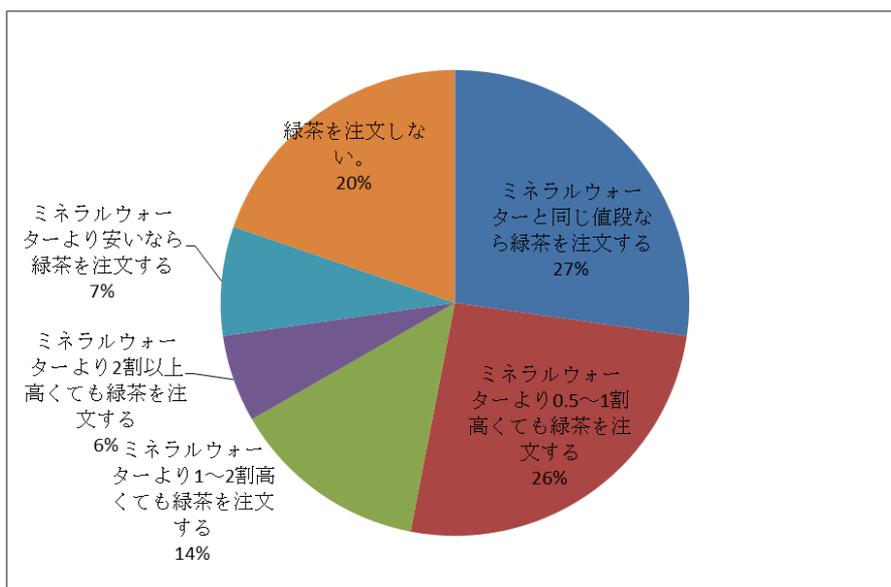
<p><b>中国茶葉(ティー・バッグ) + ボルビック</b></p>	<p>色があまりに黄色であり、干草の香りがするため、あまり好きではない。</p> <p>ニュートラルであり、他の料理(特にソースを使った料理)に合わせる事が可能である。</p> <p>このお茶は魚の甘くない料理に合うであろう。</p> <p>個人的には最もクラシックであり、好きである。</p> <p>このお茶は他のお茶より甘く、他のお茶より味が薄い。</p> <p>ソフトであるため、このお茶が一番好きである。</p> <p>味はそれほど強くない。</p> <p>あまりにニュートラルであり、味が十分でない。</p>
-------------------------------------	---

	<p>クラシックなお茶である。</p> <p>口当たりが軽いお茶であり、欧州の料理に合わせるのが難しい、しかしパティスリーとは相性が良いだろう。</p> <p>とても軽く、甘くして飲むと良いだろう。</p> <p>花の香りがし、渋みがなく、ヨードではない。</p> <p>良い香りがし、苦くなく、飲みやすい。</p> <p>少し苦味がある。</p> <p>後味が苦く、繊細さに欠ける。</p> <p>少し渋みがあり、後味があまり好きではない。</p> <p>少し苦味があるが、香りはあまりない。</p> <p>海（海藻、ヨード）の味が強い。</p> <p>味はとても良く、切った植物の香りがする。</p> <p>良い香りがし、魅力のある味である。</p> <p>風味があり、甘く、口あたりが良い。</p> <p>興味深く、驚きのある味である。</p> <p>強めの味であり、日本の寺で飲んだお茶を思い出させる。</p> <p>エネルギーのため、朝飲むのにふさわしい。</p> <p>とても良い香りがする。</p> <p>草の香りがするが、飲みやすい。</p>
<p><b>さえみどり(茶葉)</b> <b>+ボルビック</b></p>	<p>苦すぎる。</p> <p>とても苦い。</p> <p>とても苦く、飲んだ後も苦味が続く。</p> <p>苦いお茶である。</p> <p>とても苦く、男性により好まれるであろう。</p> <p>とても辛く、刺激がある。</p> <p>とても強いが、味と香りは良い。</p> <p>香りはかなり強いが、味は軽い。</p> <p>とても香りが高く、料理とあわせるのが難しい。</p> <p>甘さと苦さがのバランスがよく、一番好きなお茶である。</p> <p>とても強いお茶であり、日本のお菓子ととても良く合う。</p> <p>大変強いので、朝起きて目を覚ますために良いだろう。</p> <p>香りがとても強い。</p> <p>とてもおいしく、飲みやすい。</p> <p>フルーティーで甘く、一番好きである。</p> <p>日中に飲みやすい。</p> <p>魚や米と合うだろう。</p> <p>おいしく、辛めの料理でも甘めの料理でも合うだろう。</p>

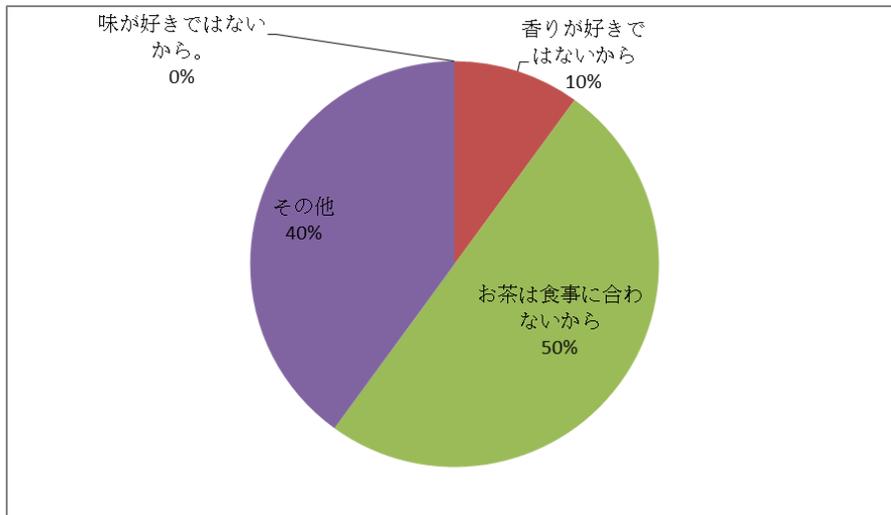
	<p>風味があり、栗の良い味がする。          バランスが良く、口あたりが良い。          苦味が少なく、色と香りが良い。          あまり味がない。          他のお茶に比べて軽い。</p>
<p>つゆひかり（ティー・バッグ）＋ポルビック</p>	<p>色がきれいで、草のような香りがし、 バランスが取れている。          良い。色と香りがよく、甘い味がし、欧米人にとってはパーフェクトである。          他よりは苦味が強いにも関わらずかなり良い味である。          繊細であり少しだけ苦味があるので、一番気に入った。          色がきれいで、野菜を調理した香りがし、少し苦味があり、繊細さに欠ける。          後味が僅かに苦く、とてもおいしい。          苦いお茶なので、バランスをとるため砂糖が必要である。          とても美味しいお茶である。          味、色、香りともにとても気に入った。          飲みやすく、香りが良い。          米の後味がして良い、日中に飲むのに良い。          ヨードの香りがし、草のような味がする。          ヨードの香りがし、感じが良い。          アスパラガスの味がするが、色がきれいである。          口の奥まで一番味がはっきり主張していた。          強いが繊細な味であり、口の中に長く残る味である。          飲みやすく、口の中に長く残る。          強い味であり、口の中に長く残る。          落ち着く、飲んだあとに気分が良くなる。          美味しい甘いものといいただくと、とても良いお茶である。          あまり味がなく、一番軽いお茶だと感じた。          あまり味がない。          おいしいが、少し平坦な味である。</p>
<p>つゆひかり（ティー・バッグ）＋水道水</p>	<p>味は強いが苦味はなく、ヨーロッパ人の味覚に合うかもしれない。          日中に飲みやすい。オーソドックスであるため、好きである。         それほど苦くなく、飲みやすく、いい色である。          味も香りも軽い。          味が平坦である。          味が薄く、かなり軽い味である。          とても軽いお茶で、控えめで、あまり香りが無い。</p>

	<p>今回の他のお茶より軽く、強くない。          味が十分に濃くない。          アーティチョークの味がする。          野菜を調理した味がする、香りは強いが、飲みやすい。          調和が取れていて、甘く、秋や春飲むのに良いだろう。          野菜の味がするが、パンチに欠ける。          苦味のバランスを取るため、砂糖が必要である。          苦みがあり、軽く、ヨードが少ない。          苦味があるが、他のお茶よりはソフトである。          苦い。          口の中に含んでいると、よりバランスが取れた味になると感じる。          花のとてもよい香りがする。          不快な香りがする。</p>
<p>その他</p>	<p>全体的に、どのお茶もおいしかったが、ソフトなお茶のほうが好きである。冷たいお茶よりも温かいお茶のほうが好きである。緑茶が好きでないが、今回の試飲のおかげで、魅力を味わうチャンスを持つことができた。          お茶はお菓子といただくとてもおいしかった。          フランスの緑茶は高い。          緑茶を飲むと落ち着き、清められた心地がする。          お茶の味を変えてしまうので、お茶と一緒にお菓子を食べるのが好きではない。</p>

(質問3) 冷たい緑茶について、レストランでミネラルウォーターの代わりに頼みたいと思いますか。思う場合はどのくらいの価格差まで許容できますか。



(質問 4) 冷たい緑茶を注文しない場合、その理由はなんですか



その他の理由：

- ・冷たいお茶は大変苦いため。
- ・体内への鉄分の吸収を妨げるので、食事中に緑茶を飲まない。
- ・緑茶は消化を妨げると思うから。

## 6. 考察

1～5における日本茶のフランスにおける現在の状況を踏まえ、SWOT分析（S：内部要因による強み（Strength）、W：内部要因による弱み（Weakness）、O：外部要因による機会（Opportunity）、T：外部要因による脅威（Threat））を行うと図13のようになる。

### 【S：内部要因による強み（Strength）】

日本茶は、緑茶、ほうじ茶、玄米茶、抹茶それぞれが独特の味をもっており、他の商品との差別化が明確にできている。今後、日本茶普及の際に課題となるのは、緑茶や抹茶の中で日本産が中国産との品質の違いを明確化できるかである。

前述の調査結果から、フランス人は、日本産と中国産の味の差異を感じることができる可能性が高い。このため、茶メーカー、レストラン、ホテル等へのプロモーションに際しては、試飲により製品の差をPRするほか、消費者の味覚調査等を大規模に行い、データを重ねて品質の差を数字でPRすることも、中国産からのシェア奪取には重要だと考えられる。

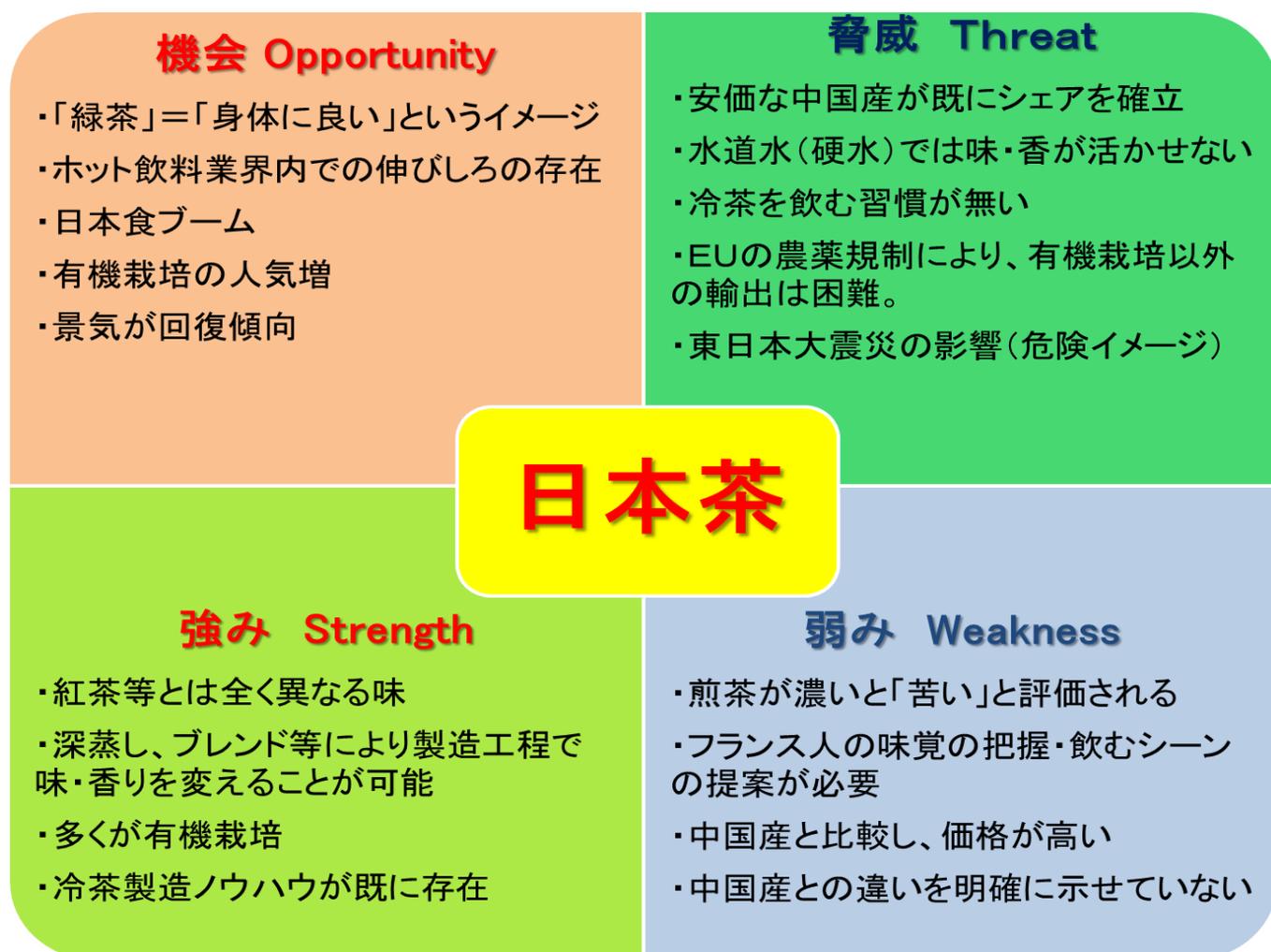
中国産との競争において、注意すべきはターゲットとする層である。大手スーパーで販売される価格は、4. で記載のとおり非常に安価であり、ここを

ターゲットにしても勝ち目は低い。狙うべきは、①高級であるが、中国産の緑茶を使用している茶専門店・メーカー（上述の LOV Organic など）、②スーパー等で「従来よりも一段高級で美味しい茶」という新たなニーズを狙った商品、が考えられる。

①については、価格もティー・バッグ 20 袋で約 10 ユーロ、茶葉 100 g で 15 ユーロ以上のものが多く、日本産でも戦うことの可能な金額設定となっている。②については、日本ブランドを打ち出すと共に、日本側も二番茶・三番茶を利用し価格を従来よりも抑え、少し高めだが手が届く（ティー・バッグ 20 袋で 4～5 ユーロくらい）、中国産より味が良い、という新しい商品コンセプトを確立できれば、一定の需要が見込める。

ただし、②については、二番茶・三番茶であっても、価格的には厳しいため、利益が出るか十分な検討が必要である。また、一番茶とあまりに味が異なると、日本茶自体の印象が悪くなり、ひいては日本茶全体の市場の減少にもつながるので、注意が必要である。明確に、「二番茶」であることを打ち出すのも一つの方法だと考えられる。

図 13 フランスにおける日本茶 S W O T 分析



日本茶のもう一つの強みは、今までに積み重ねられた製造技術の蓄積により、味・香り等のある程度希望通りに調整できることにある。例えば、前述の嗜好調査のように、フランス人が苦味や茶の濃さに敏感であることを踏まえ、また、硬水である水道水で茶を淹れるフランス人がほとんどであることから、その環境下でも、程よい味が出るような日本茶を製造することが可能であれば、日本茶の輸出量は伸びていくと考えられる。

EUの農薬のポジティブリストとの関係で、EU向けに輸出する日本茶のほとんどが有機栽培である。これは、生産者の負担、輸出に使用可能な茶園の少なさ等から、改善が必要な点ではあるが(詳細後述)、一方で、現在、フランスでは有機市場が拡大しているため、有機栽培であることは強みとなりえる。現在は、日本の有機認証マークを取得していても、EUの有機マークを使用していない商品がほとんどであるが、これを取得し、掲載することで、現在購入していない層へのPRとなると考えられる。

### 【W：内部要因による弱み（Weakness）】

前述の嗜好調査から、フランス人の多くは、苦味に非常に敏感であり、香りや色を重視し、飲料の好き嫌いを判断することがわかった。日本人の好む、旨味の強い煎茶や濃い目の煎茶は、飲みなれていない多くのフランス人にとっては、濃すぎる・強すぎる、という評価となる。また、フランスでは、フレーバーティーや、甘みを加えた緑茶も一般的である。

このように、日本での人気商品が必ずしも現地での人気につながるとは限らないため、実際にフランスで販売を行なうにあっては、嗜好調査等を実施し、自社製品の中でもどの商品が売れる可能性が高いか、何か変更すべき点があるか、検討が必要である。

どのようなコンセプトで販売するか（従来製品を販売することを希望するのか、市場に合わせて味を変えることも許容・対応できるか）によるが、日本茶の特徴を生かしつつ、上品な範囲でフレーバーをつける、甘みを付けるといった、市場に合わせた変更も視野に入れると、より購入ターゲットは広がる。

また、フランス人は、カフェインの含有量などを考え「これは朝のお茶」「これは夕方以降のお茶」というように飲み分ける場合が多い。また、日本食レストランでは、顧客から、「前は煎茶をたくさん飲んだせいか眠れなかった」と言われることもある。どのようなシーンで日本茶（その中でも煎茶、玄米茶、ほうじ茶等）を楽しむことが出来るのか、メディアや広告等を使用したPRが必要である。

### 【O：外部要因による機会（Opportunity）】

緑茶については、健康に良いというイメージが既に定着しており、また、最近の日本食ブームも手伝い、「日本産の緑茶」がまだ伸びる可能性は高い。さらに、景気が回復傾向であることも、中国産よりも価格が高く、高級品に入る日本茶には良い傾向である。

「茶」のホット飲料に占める割合はまだあまり高くないが、これはホット飲料の市場の中で、コーヒー・紅茶からのシェアの獲得により、販売量を伸ばすことができるかと解釈することも可能である。既に「ホット飲料を飲む」習慣があり、ホット飲料自体を普及しなくても良いため、関係者の負担は、他のフランスにおける未知の日本食よりも少ない。

前述のアンケート結果では、緑茶を飲む回数が、「1年に数回程度」である消費者が多かったが、これを一月に1回、一週間に1回に増やすだけでも大幅な輸出増加が見込まれる。また、同調査で、「友人の家で飲む」「カフェ等で飲む」と答えた者が、一箱、日本茶を家に購入すれば、大幅に需要が増加する。

## 【T：外部要因による脅威（Threat）】

日本茶にとっての最大の競争相手は、中国産の茶である。日本産よりも安価であり、既にスーパーで販売される緑茶はほとんどが中国産となっている。スーパーで販売する煎茶などは、価格面から、日本産の煎茶が狙うターゲットにはなり得ないが、味覚面で、多くのフランス人が、中国産の煎茶の味を「一般的な煎茶だ」と思ってしまうことが、日本茶にとっての脅威となる。抹茶については、日本の抹茶と全く質の違うものを「抹茶」として販売している例もあり、抹茶全体のイメージを下げているケースも見られる。対策として、「抹茶」の定義を関係者間で国際的に明確にし、「抹茶」と名乗ることのできる茶を制限してしまう、といった対策も考えていく必要がある。

また、多くのフランス人は、硬水である水道水では、味・香りが良くないことを知らないため、本来の日本茶の味・香・色を知らないままである可能性が高い。実際、日系茶専門店では、自社が商品を卸すホテル・レストランに対しては、おいしくお茶を淹れるための研修を行い、日本茶の魅力を十分引き出すように取り組んでいる。

硬水の問題に関しては、「軟水の方がおいしく抽出できる」ことを強みとするプロモーションの検討も、販売量拡大の一つの手法である。多くの日本茶関係者が、日本茶に最適という軟水のミネラルウォーターメーカーや浄水器メーカーに、緑茶の健康面でのメリット、イメージのよさ、水道水と軟水での味の違いを示し、共同商品の開発や共同PRの実施を働きかけるのも一つだと考えられる。これに際して、前述の嗜好調査では、わずかの差で優位差が出なかったボルビックと水道水の差を浄水器の使用も加えて大規模に実施し、データをそろえる等、基礎準備が必要である。

現在、多くの企業が進出していない、ブルーオーシャンとして冷茶市場がある。米国では最近数年で、大きく拡大している市場であり、関係者からも、今後の伸びが見込まれるとの声が聞かれる。一方で、保守的であり、冷茶を飲む文化がなく、食事には茶を飲まない、という生活をしているフランス人には、冷茶の良さをPRするとともに、食事中に飲むことがおしゃれと感じるよう、十分なプロモーションを、医師やフランスのプロモーション会社と時間をかけて行なう必要がある。またレストランで、ミネラルウォーターの代わりに冷茶やスパークリング緑茶等を勧めてもらうことも、普及の効果的な手法である。例えば、レストランで提供できる商品を開発の上、日本酒やワインのイベント・セミナーに参加し、レストラン関係者・ソムリエに日本茶を食事に合わせるメリット、おいしさを伝えていく必要がある。

農薬の規制については、既に様々な場面で、日仏双方の関係者から政府によるEUへの働きかけが行なわれているが、日本の農薬のポジティブリストへの

登録への支援、もしくは、EUのリストに掲載されている農薬の日本での効果の検証・入手・使用可能性の検証、虫の捕獲機械等の開発による低労働力での有機栽培実施技術の確立等が求められている。

また、東日本大震災の影響は大きく、フランス人の中には、まだ日本産の緑茶を避ける消費者・仕入先も存在する。このため、現在でも検査結果の提示を行なう必要に迫られる関係者もあり、金銭的に大きな負担となっている。茶葉の安全性を引き続きPRするだけでなく、必要に迫られる検査への補助のあり方も考えていく必要がある。

このように、日本茶については、市場拡大の余地は大きいですが、同時に改善すべき点、データ整備が必要な点も多く存在する。関係者がこれら課題に対して、連携し、大規模に取り組むことが可能であれば、日本茶の輸出量は今後も拡大していくものと考えられる。

日本産海外有望農林水産物品目発掘調査研究  
日本茶（フランス）

2016年3月作成

---

作成者 日本貿易振興機構(ジェトロ)パリ事務所  
農林水産・食品部 農林水産・食品課  
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32  
Tel. 03-3582-4966

---