

「茶旅」

”こぼればなし”

(9) タイ人が愛したタイ茶がアセアンへ

コラムニスト 須賀 努



以前より、『タイ人はお茶など飲んでいなかった』という話を何度も聞いていたが、実は一般のタイ人もお茶を飲んでた！タイの街角のスタンドでよく売られている、『タイ茶』と呼ばれるオレンジ色のミルクティがそれではないのだろうか。その秘密を探るべく、タイ茶の老舗、『Cha-Thai社』のバンコックオフィスとタイ北部にある工場を訪ね、経営者に話を聞いてみた。

Cha-Thai社は1945年創業、今年で70周年を迎えた大手。以前は50社以上のタイ茶製造会社があったが、現在残っているは僅か2社だということで、『ライバルはコーヒー』と言い切るほどの半独占会社となってい

る。経営者一族は90年ほど前に中国広州からバンコックに渡ってきて、お茶関係の商いをしてきた潮州系華人。『タイ人が飲めるお茶』を目指して一族の人間が試行錯誤の上、タイ茶を考案、これがヒットして成長した。

現在の工場は30年前、茶葉調達に一番適した場所を探して、チェンマイとチェンライの中間地、バスが行き交う大きな道路沿いに選んだ。原料となる茶葉はタイ北部のチェンマイやチェンライの郊外、ランパーンやメーソンホーンの茶農家から直接運ばれてくるためだ。日に数トンもやってくる在来のアッサム種の生葉を使い、紅茶、緑茶などを製造している。こちらの工場にはオーナーとその長男が陣取

り、製造管理に力を入れ、バンコックのオフィスにはオーナー夫人とその娘が、マーケティング、販売管理などを担っている。完全な華人的な家族経営。工場では現在約200人の従業員を雇用しており、地元への貢献もすっかり果たしている。

日本人はあのオレンジ色を見ると敬遠してしまう向きも多いのだが、その色こそ、タイ茶成功の秘密。実はタイ人は茶色ではなくオレンジ色が美味しそうに感じられるとのこと、敢えて紅茶にフードカラーを混ぜて色を出しているそうだった。

現在同社は街のスタンドへの卸しに加えて、バンコック市内の主要駅、高級スーパーなどで自社店舗の出店を増やしている。売上げの半数は今も変わらぬ味で人気のタイ茶だが、最近ミルクグリーンティが順調に売り上げを伸ばしており、約4割を占めるまでになっているという。基本的に氷を入れてアイスで飲むのだが、タ

イ人が好むようにほのかにジャスミンのフレーバーが付けられているのが、ミソのようだ。

尚タイにもスターバックスの店舗があるが、そこでタイ人が飲んでいるのは実はコーヒーではなく、アイス抹茶ラテ、グリーンティラテが多いように見える。料金は120バーツ前後とタイの物価からするとかなり高いが、若者などがオシャレに飲んでいる。一方Cha-Thaiのアイスミルクグリーンティはスタンドで買えば僅か35バーツ。この価格差、景気に左右されないCha-Thaiに勝機があるように思っただけだが、どうだろうか？

ただ課題もある。地元タイを中心に、所得の向上と共に、健康志向に目覚める人々が増加している。社長の林氏によれば、『確かに健康は大切だが、ただ甘さを抑えればよいというもので

はない。東南アジアは暑い地域であり、タイ茶の需要が消えることはない。更にはアジアにはまだまだ価格の安い、飲み易い商品を求める層も沢山いるので、当面はこの味を維持し、需要に応えていきたい』と語る。

そこで同社はタイ国内だけではなく、周辺のアセアン各国市場へ手を打ち、ローカルパートナーに商品の卸しを始めている。比較的味覚や食習慣が近いと言われているカンボジア、ラオス、ミャンマーは勿論のこと、人口の多いベトナム、そしてイスラム圏の



Cha-Thaiバンコックオフィスにて

インドネシアなどでも同社のタイ茶及びグリーンティが好んで飲まれ始めている。甘さとこの独特の味、そしてコンデンスミルクを混ぜるところが受け入れられるのだという。もしこの動きが広がれば、『タイで生まれたタイ茶』がアセアン5.6億人の市場を獲得することも夢ではなく、今後の動向には注目していきたい。

徐々に高級志向になってきているアジアであり、甘さを控える傾向にもあるが、低価格、甘味、などを指向する国がいくつもあり、タイ茶は実に魅力的な商品に思える。最後に華人社長に『巨大市場、中国への進出は？』と聞いてみると、『全く考えていないが、中国南部から引き合いは来ている』とか。華人だから中国でビジネスが成功するとか限らない、中国市場は難しいマーケット、むしろアセアンの方が地に足が付いているのが印象的であった。

（すが つとむ）