

「茶旅」
 “こぼればなし”
 (34) 大きく変化していく
 タイ茶業界の現状
 コラムニスト 須賀 努



茶旅というのは本当に面白いものだ。7月に敢えて『茶旅をしない旅』と称して、お茶を求めない旅をしにタイへ行ったのだが、バンコックに到着した瞬間、フェイスブックにその旨をアップすると、すかさず静岡のお茶関係の知り合いから『我々も来週タイ北部へ行くよ』と連絡が入り、あれよあれよという間に、その茶葉集団に同行してチェンライとチェンマイの茶産地、茶業関係者を訪問してしまっただ。まあ、こいつがサプライズは本当に楽しい。

タイ北部にはこれまで何度か来ており、既に2015年4月号、9月号、10月号で、茶業の状況を報告しているが、今回の訪問でこの2年の間にも相当の変化があったことを確認した。まずは9月号で紹介したタイ茶だが、チェンマイとチェンライの間にある茶工場を訪れると、事務所ビルがきれいに建てられていた。御曹司は嫁を貰い、ちようど我々が訪問した前日に子供が生まれるという、めでたい場面に遭遇した。

タイ茶ビジネスは、タイの消費向上で伸びていき、新商品として投入したタイ茶アイスクリームが話題となり、バンコックのショップでは行列ができるまでになっていた。またアセアンへの進出も加速しており、業績は順調、日本人にはちよつと苦手なオレンジ色、そして甘いお茶だが、『意外と表参道あたりで若い子に飲んでもらえばおしゃれかも』という声も聞かれ、

タイ茶ビジネスは、タイの消費向上で伸びていき、新商品として投入したタイ茶アイスクリームが話題となり、バンコックのショップでは行列ができるまでになっていた。またアセアンへの進出も加速しており、業績は順調、日本人にはちよつと苦手なオレンジ色、そして甘いお茶だが、『意外と表参道あたりで若い子に飲んでもらえばおしゃれかも』という声も聞かれ、

と伸びるだろう。また今回チェンマイで新たに訪問した企業では、タイ北部で少数民族により伝統的に食べられているお茶、ミンから抽出したエキスを使って、健康によいドリンクを開発していた。ここは茶工場というよりおしゃれな研究所といった雰囲気だ。科学的な検証を行い、商品化を図っていた。ジャムなどの食品も作り、『健康志向の高まっている中流層、若者が取り入れやすいように工夫した』とターゲットも明確だった。

タイではチェンライ、チェンマイ、ナーン3県でしか茶は生産されておらず、規模も小さくコストが高く、輸出競争力には疑問が出ている。しかし今から生産量を大きく増やすことは難しく、きちんとしたマーケティングを行い、『消費者受けする品種に絞る』必要があると指摘されていた。



写真:メーファールン大学でのシンポジウム

新たな可能性すら感じられた。チェンライでは10月号で紹介した、シンハグループと合併している日本企業も再訪した。2年前は生産が始まってすぐだったが、こちらも順調に軌道になってきており、特に粉末茶の生産量は予想通り伸びているとのことだった。シンハパークと呼ばれる広大な敷地も、改装が進んでおり、巨大なテemaparkになりつつある。ヨーロッパ風の建物で、美味しいピザやソーセージなどが提供され、ティーツーリズムがより拡大された形となっていた。

4月号で訪ねたメーサローンにも上つてみた。以前は巨大市場、中国への売り込みに懸命だったが、その後2年前には製造していなかった紅烏龍茶が台湾から持ち込まれ、有機栽培という利点を生かして、ヨーロッパで人気を博して、輸出货量が伸びているという。この会社は行く度に売り先が変わっていく。努力のたまものともいえるが、販売の柱が固定されれば、もっ

何に茶を飲ませるかも課題だった。前述の企業のように、アイスなどタイ人の好む形態にして売り込む、同時に所得が向上した中流層の健康志向に訴える必要性が強調された。そしてタイ独自のブランドを確立していくことも求められている。『世界基準でアセアンの中心を目指す』というスローガンも掲げられている。

茶業が盛んでなかった関係もあり、『茶の専門家がいらない』など人材育成、また品質向上、品種の開発、茶園管理の向上など、茶業全体のマネージメントも重要なポイントとなっている。これらの点については、海外の専門技術習得に非常に関心が高く、今回のシンポジウムでも、日本側の育種や製茶機械の紹介を熱心に聞いており、日本への視察希望も出てきている。日本としてもタイをアセアンの窓口と位置づけ、相互交流を深め、市場の拡大を考

えるべきではないかと思っ。