


「茶旅」
 (41) 日本が市場として見られなくなってきた
 “こぼればなし”
 コラムニスト 須賀 努



毎年3月初旬、千葉幕張メッセでFOODEX（国際食品・飲料展）が開催される。そこでは世界中から集まった各国政府及び食品、飲料関連企業が出展し、自国・自社の産品を売りこもうとしている。今回参加した感想などを述べてみたい。

今回はほぼ初めてヨーロッパのブースに足を運んでみた。これまではどうしても茶産地からの出展に着目してしまっていたが、消費国の動きも見る必要があると最近感じているからだ。フランスエリアでは、おしゃれなカフェスタンドを持ち込んだ、フレバーティーの会社が目を惹いた。日本では主流になることはない、と言われていたフレバーティーだが、これからの

若者たちは、こういう演出でお茶を飲むようになるかもしれない。

ベルギーのブースでは、レモングラスを入れたチャイの試飲をした。ベルギー自慢のワッフルなどと組み合わせると、意外とイケるかもしれないと感じる。イギリスの会社は何とカレーのスパイスであるターメリックを入れたチャイを作り、『ロンドンではターメリックチャイが流行り始めた』というが、にわかには信じがたい。それでもチャイが一つのテーマとなり、こここれまででないフレバーを入れるというコンセプトが見て取れる。確かに消費者の多様なニーズに対応するには、様々なトライが必要だ。

安定した出展があるのはインド及び

また』と率直に答えてくれた。

今や如何に売り上げ儲けるかが第一の中国からは既に見放されてしまった日本市場。中国茶のマーケットは本場にないのだろうか。もう一つ、常に熱心に売り込みに来ていた台湾にも変化があった。今年は筆者が親しくしていた人々がついに来なくなってしまうのだ。彼らは日本の市場開拓が難しいことを十分に知りながら、それでも台湾茶の良さをアピールして、何とか日本への輸出を果たそうとしていたのでとても残念だ。

彼らもやはり日本自体には興味があり、日本人で台湾茶に興味がある人々がいることも分かっている。FOODEXの時期ではなく、その前後に日本にやってきて個別セミナーなどを開いていた。聞けば『個人的には常に日本市場を意識して、何とか入りたいと思っているが、会社単位で考えると、ブースを構えても採算が全く取れず、それが何年も続けば、経営者と

スリランカのブース。ダーズリンやセイロンティは日本市場においては優等生かなと思う。それでもブースの方に聞くと『日本市場が伸びているとは感じられない』『日本でも国産紅茶がブームだと聞いたが本当だろうか』など、今後の市場状況には懐疑的な意見も一部で聞かれた。また同時にダーズリン茶の供給不安、セイロンティの質低下などを心配する日本側バイヤーの声もあった。

実は数年前にFOODEXに参加した頃は中国各地から沢山の茶関連企業が参加していたので、そのブースを回るだけでも1日掛かり、大変だったことを覚えている。だがここ2、3年、中国企業で茶を専門に売りに来る場所は殆どなくなり、他の商品の間に茶が陰に隠れて陳列されている、または健康茶など、茶葉本来のものではないものしか、目に付かなくなってきた。

懇意の中国人茶商に聞くと『数年前は中国茶を海外に売り込むために政府

しては決断せざるを得ない』という状況のようだ。

今や日本の茶市場全体は、残念な状況だと世界から見られていることを認識した方がよい。ある日本人から『最近いい台湾茶が手に入らなくなっている』とか、『30年前のキーマン紅茶は素晴らしかったが、今はいい物がない』などという意見を聞いたが、それは現地にいい物が少なくなったこともあるだろうが、日本人の購買力の低下により、いい物が手に入らなくなつた面もあるのだと思う。

20年ぐらい前より台湾茶商が何軒も日本上陸を果たし、店を構えた。それが10年前には多くが撤退や縮小に追い込まれ、ついにはこの3月末で、渋谷の老舗、華泰茶荘がその営業を終了したという。ある意味でこれは象徴的な出来事。日本における中国茶、台湾茶の将来に暗雲が立ち込めている、と言つては、言い過ぎだろうか。

(すが つとむ)



写真:FOODEX 開幕式