

日本食の海外普及 ～緑茶輸出拡大を目指して～

奥村康平 山口凜己 勝田梨央 川井彩加
藤澤駿丞 橋本泰知 大橋柚介

南山大学経済学部
寶多康弘研究会

発表の流れ

1.動機・背景

2.目的

3.主な結果

4.先行研究との類似点・相違点

5.分析

6.政策提言

7.まとめ

8.今後の課題

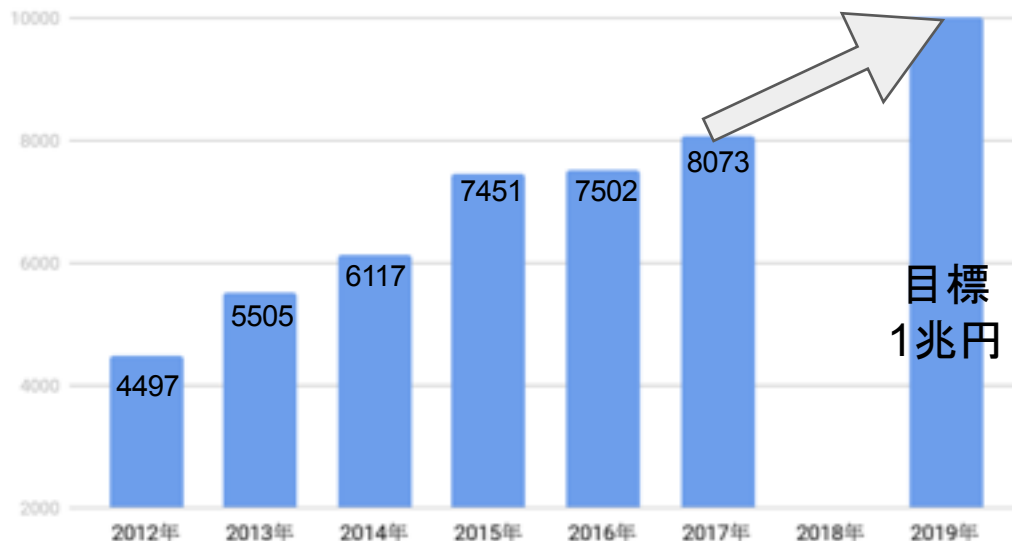
9.参考文献

1. 動機・背景

- ① 農林水産物の輸出増加計画
- ② 日本茶の輸出を増加させる伸びしろ
- ③ 抹茶ブームの発生
- ④ 政府の目標

①農林水産物の輸出増加計画

農林水産物輸出額推移

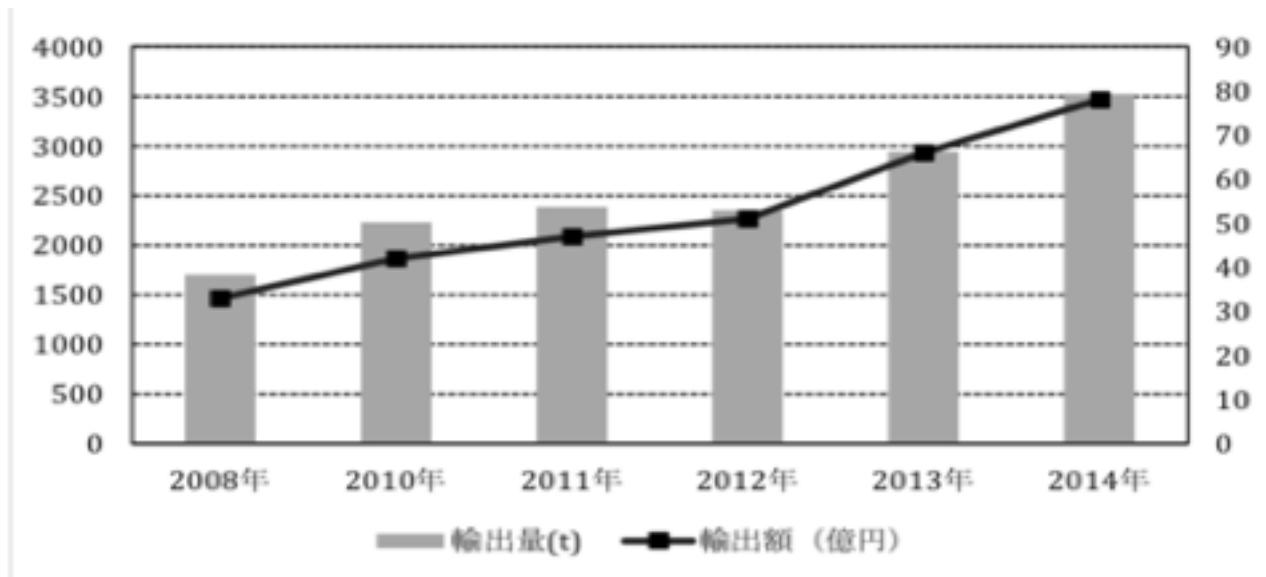


出典：農林水産省平成28年度

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/dai21/siryou4.pdf>

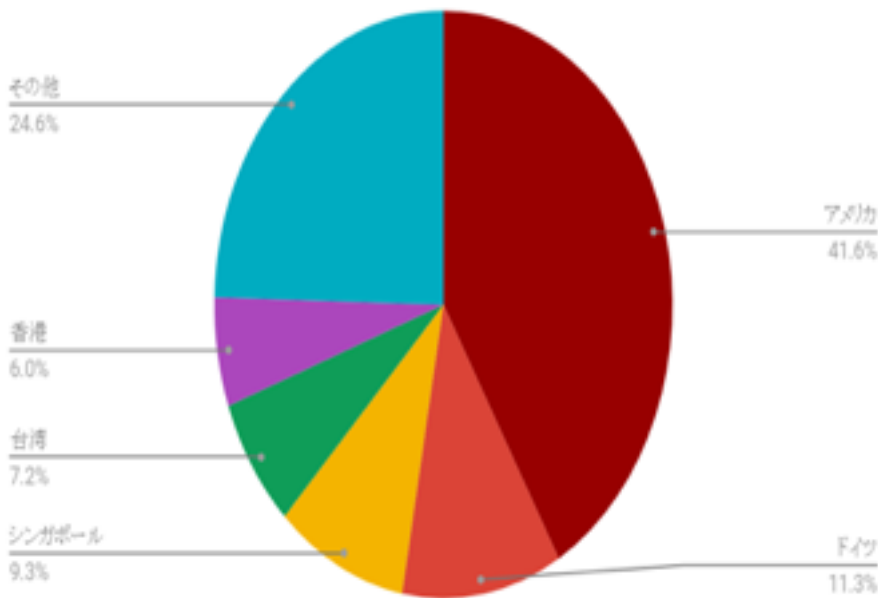
②日本茶の輸出を増加させる伸びしろ

緑茶の輸出額・輸出量の推移



出典:平成27年度農林水産省補助事業『「ジャパン・ブランドの確立に向けた取組」事業実施報告』平成27年度www.nihon-cha.or.jp/export/results/pdf/h27-01.

緑茶国別輸出割合



輸出量全体の50%を占めるアメリカを中心に、2004年の39か国から2013年には49か国に増加している。

出典：平成27年度農林水産省補助事業『「ジャパン・ブランドの確立に向けた取組」事業実施報告』平成27年度 www.nihoncha.or.jp/export/results/pdf/h27-01.

③抹茶ブームの発生

	2006年	2016年	10年間の伸び (倍)
輸出量(t)	1,576	4,108	2.6
輸出額 (百万円)	3,063	11,551	3.8



出典:スターバックス コーヒー ジャパン 株式会社

出典:『茶をめぐる情勢』農林水産省 平成29年6月

<http://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/attach/pdf/ocha-2.pdf>

④政府の目標

政府の目標

茶の輸出額を2020
年までに50億円の輸
出増大する



抹茶の輸出拡大に
大きな可能性

政府の方向性

日本食・日本文化を
セットにした
売り込み



日本の他の食品・物
の輸出拡大に繋がる

2.目的

- ①緑茶、特に抹茶に焦点を当て、農林水産物の分野から現状分析を行う
- ②メリッツモデルを使った分析を行う
- ③抹茶生産者への聞き取り調査による課題点発見。
- ④前項の結果を用いて生産性向上のための政策提言

3.主な結果

- ①抹茶ブームに伴う輸出量増加によって農林水産物全体の輸出量増加が期待される。
- ②貿易理論に基づいて分析した結果、理論に一致した。
- ③聞き取り調査により抹茶生産企業の現状や課題が明らかになった。
- ④抹茶生産企業の合同出資会社設立支援を政策提言とし、これにより生産性向上が期待できる。

4. 先行研究との類似点・相違点

類似点

Melitz(2003)とhelpmanの国際貿易理論を
先行研究と同じモデルを用いた点

相違点

当モデルを実際にある企業の生産性を年
代ごとに導出し、その企業の貿易状況に
ついて分析を行った点

5.分析 ー現状分析

・中国産緑茶の存在

	2013年	2014年	2015年
輸出量 (t)	264,523	249,177	272,145
輸出額 (米ドル)	932,493,145	952,601,208	1,005,352,317

出典:『競合国輸出環境調査(中国・緑茶)』日本貿易振興機構(ジェトロ)
https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2017/cdc7e3f80bc753f5/Kyogo_chn.pdf

メリッツモデルを用いた分析—分析方法①

メリッツモデル

新々貿易理論 Melitz(2003)の貿易経済モデル

労働の生産性が輸出閾値を上回る企業は輸出固定費用を賄うことができるため、輸出を選択し国際的企業になる。

生産性が輸出閾値に満たない企業は輸出固定費用を賄えないため輸出を選択せず非国際的企業になる。

分析方法②

伊藤園のFDI開始時(2000年代初旬)とその後の直近5カ年の生産性を比較

算出方法 (PL法)

労働生産性=付加価値額 / 労働者数

損益計算書より

付加価値額=売上高営業収益-売上原価営業原価-販売費及び一般管理費+人件費+賃借料 +租税公課+減価償却費

分析結果（伊藤園の労働生産性）

年	2002	2003	2004	2005	2006
生産性	14.1	15.4	15.6	15.5	16.1

年	2013	2014	2015	2016	2017
生産性	35.0	38.6	37.9	40.0	42.6

二社の聞き取り調査の共通点

認証を取得する際に障壁が発生。

- ・ハラル・コーシャ認定→該当の原料不使用という証明・知識。
- ・初期の段階には認証取得のための新しい工場の設立・改造。
- ・認証取得が最低条件として、かかる経費（初回コンサルタント費用、社内チーム人件費、更新審査費用）を投資とみなすものの、費用対効果が未知数。

二社の聞き取り調査の共通点

- ・国際ビジネス(認証)

英語が公用語。語学力が求められる。

- ・FSSC22000・ISO22000

→人件費や維持による事務作業。

→初年度には必ずコンサルタントを雇う。チームを構成し、取り組む人件費。

- ・正しい生産農家の判断基準。

→仕上げ加工した原料の工程のチェック表、仕上がった茶葉のブレンド工程。

膨大な書類の保管。

二社の聞き取り調査の共通点

- ・有機認証→認証で有機製品を加工する工程を取得するためのもの。
- ・生産農家は、栽培過程において有機栽培を証明するもの。農薬が検出されてしまった場合の補償問題、確認のための農薬検査費用(扱い量、ロット毎の頻度による)が問題。
- ・海外顧客からの要求→自由貿易証明書、特定原産地証明書、植物検疫証明書(検疫検査)、原産地証明書などの各証明書の提出。

二社の聞き取り調査の共通点

- ・中国による「西尾抹茶」の商標登録
- ・抹茶の定義がない→買い手は中国の抹茶を本物と勘違い
- ・手作業から機械への導入ができない
→少量多品種。費用的不効率。

6.政策提言

抹茶生産企業の合同出資会社設立支援

- ・少量多品種により不可能であった機械化の実現
- ・人材不足、資金不足の解決と海外進出、設備投資の実現
- ・生産性向上と国際競争力の上昇

現行の政策

JETRO（日本貿易振興機構）

-日本食のプロモーション

日本茶輸出促進協議会

-海外での日本茶普及活動

JFOODO（日本食品海外プロモーションセン

ター） -緑茶の精神機能性を用いたプロ

モーション

中小企業庁

-事業継承のM&A支援

農林水産省

日本食、緑茶のプロモーション

抹茶のプロモーション

- 新型機械導入支援

◎ 効率化 2工程→1工程

合同会社設立のメリット・デメリット

メリット	デメリット
コスト削減・効率化	設備投資に資金必要
迅速な意思決定	対立の危険性 —意思決定の停止
柔軟な経営可能 自由な利益配分	
設立費用が安い	
株式会社へ変更可能	株式発行による資金 調達不可能（合同会社 の特性）

7.まとめ

- ・抹茶、緑茶の輸出量増加は農林水産物全体の輸出量増加につながる
- ・抹茶生産企業の労働生産性向上により海外展開が進む。
- ・抹茶生産企業の合同出資会社設立支援を政策提言。生産性向上が期待できる。

8. 今後の課題

- ・財務省貿易統計に品目に緑茶はあるが、抹茶がないため抹茶の貿易額・量などが把握困難
- ・企業より回答を得られず、聞き取り調査のサンプル数が少数
- ・中国の安価な模倣品と商標登録の対策について言及ができていない
- ・中小企業などの損益計算書の入手ができないため、国際企業と非国際企業の比較が困難

9.参考文献

・伊藤園総合レポート 2016

(https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/company/corporatebook/backnumber/2016/it_oen_report_all_2016.pdf)

・伊藤園総合レポート 2017

(https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/company/corporatebook/backnumber/2017/it_oen_report_all_2017.pdf)

・行政書士法人「合同会社設立ドットネット」(<https://www.llc-kobe.net/houjinka/>)

・公益社団法人日本茶業中央会 別紙 p1.2 (<http://www.nihoncha.or.jp/pdf/meisyou180710.pdf>)

・田中鮎夢(2015)『新々貿易理論とは何か』

・日本貿易振興機構(ジェトロ)2017年3月『競合国輸出環境調査(中国・緑茶)報告書』p.7.8.9.19.20.21

([https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2017/cdc7e3f80bc753f5/Kyogo_chn .pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/_Reports/02/2017/cdc7e3f80bc753f5/Kyogo_chn.pdf))

・農林水産物平成25年8月『茶の輸出戦略(参考資料)』p.2.3
(<http://www.maff.go.jp/e/export/kikaku/pdf/cha.pdf>)

・農林水産物平成28年2月『農林水産物・食品の輸出の現状』
p.5

(https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/kyouka_wg/dai1/siryou6-1.pdf)

・農林水産省『農林水産業の輸出力強化戦略』平成28年5月
(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/nousui3.pdf>)

・西尾茶協同組合 2010年

(<http://www.nishionomattya.jp/chiikibrand/index.html>)

・日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)「米国における日本産緑茶プロモーションのご案内」

(https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfoodo/project/greentea/2018_greentea_outline.pdf)

・農林水産省『品目別の輸出力強化に向けた対応方向』

(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/all_himmoku.pdf)

『平成 30 年度において 講じようとする中小企業施策』

(http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H30/PDF/chusho/06Hakusyo_H30sesaku_web.pdf)