

かごしま茶通信

公益社団法人 鹿児島県茶業会議所

鹿児島市南栄3丁目12

TEL(099)267-6063

FAX(099)267-6957

<http://www.ocha-kagoshima.jp>

発行責任者

会頭 柚木 弘文



令和5年度 鹿児島県茶業振興大会を開催

令和5年度鹿児島県茶業振興大会「2023かごしまお茶フェス in 霧島・湧水」を12月2日(土)に霧島国際音楽ホールみやまコンセールで開催しました。大会の開催にあわせて、12月2日(土)～3日(日)の2日間、お茶や農産物の販売などを行う消費者イベントも盛大に開催され、とても賑わいました。

式典は、霧島市の無形文化財に指定されている「天孫降臨霧島九面太鼓保存会」の太鼓演奏で開幕し、大塚鹿児島県副知事を始め、森山衆議院議員のほか地元選出国會議員など多数の来賓の出席の

中、茶業功労者、茶品評会及び茶経営改善コンクールなどの各種表彰の後、大会スローガンを採択しました。

柚木茶業会議所会頭は、「鹿児島県茶業は、全国トップレベルで、多様な消費者ニーズに応える生産体制を整えている。一層の銘柄確立と消費拡大に取り組む。」とあいさつ。

最後に、始良・伊佐地区茶業青年の会の宇都口会長が大会スローガンを朗読し、満場の拍手で採択され、幕を下ろしました。

大会スローガン

- 躍進する「かごしま茶」 茶業関係者が一致団結し、品質・量ともに日本一の産地を確立しよう
- 魅力ある「かごしま茶」 消費者ニーズに対応した安全・安心で多種多様な茶づくりを進めよう
- 未来につなげる「かごしま茶」 足腰の強い産地づくりと技術革新で次代を担う人材を確保・育成しよう
- 世界にはばたく「かごしま茶」 おもてなしの心「茶いっぺ」とともに「KAGOSHIMA 'CHA'」の魅力の世界に広めよう



年頭のごあいさつ

公益社団法人 鹿児島県茶業会議所

会頭 柚木 弘文

新年あけましておめでとうございます。

茶業関係の皆様には、御家族お揃いで希望に満ちた新年をお迎えのこととお慶び申し上げます。

また、皆様には、かねてから鹿児島県茶業会議所の業務・運営に対しまして、格別の御理解と御協力を賜り心より感謝申し上げます。

さて、鹿児島県の茶業は、生産者の意欲的な取組と県をはじめ関係機関の御支援により、全国生産量の約3割を占める産地に成長するとともに、品質面においても非常に高く評価され、量・質ともに全国トップレベルの産地として発展しています。昨年は、福岡県で開催された全国茶品評会で普通煎茶10kgの部で20年連続となる産地賞を獲得するとともに、仕上げ茶を競う日本茶アワードで二度目となる最高賞の日本茶大賞を獲得するなど、「かごしま茶」の実力を改めて全国に発信することができました。

このような中、全国の茶生産の状況は、茶園の4割が中山間地に位置し、乗用型摘採機等の大型機械の導入が困難な傾斜地や小区画茶園が多く、産地の縮小が懸念されています。

本県では、これまで茶園の基盤整備や乗用型機械化体系の導入など、大規模・低コスト生産に取り組んできました。また、多くの品種や全国一の有機栽培面積を有するなど、多様な消費者ニーズに対応できる生産体制を整えてきています。

こうした取り組みにより、国内外の茶業関係者からの「かごしま茶」への期待は、ますます高まってきております。

しかしながら、販売環境は、外国人観光客等のインバウンド需要喚起の動きがあるものの、新型コロナウイルス感染拡大以前に比べ依然として厳

しい状況が続いています。さらに、円安やウクライナ・パレスチナ情勢など、国際的な要因等による生産資材等の高騰も収まっていません。このような時こそ、消費者の期待に応える一大産地として、国等の施策も十分に活用しながら健全な茶業経営を維持し、安定的な生産・供給に努めて行く必要があろうかと思えます。

お茶は、古くから人々の健康づくりや生活にゆとりと潤いをもたらすかけがえのない食品として、暮らしの中に深く根づき、日本人の美意識やおもてなしの心を育む文化としても発展してきました。

コロナ禍によりライフスタイルが変化し多様化しておりますが、これに合わせた商品開発やお茶の飲み方・楽しみ方の提案、日本茶の持つ健康機能や癒やし効果のPRなど、新たな視点で消費者にアプローチする取組も大切な事であると考えます。

茶業会議所では、コロナ後の社会様式等の変化も注視しながら、「かごしま茶」の魅力や特長を前面に出したPRを行い、「かごしま茶」の知名度向上と販路拡大・消費拡大に取り組んでまいりますので、皆様の一層の御理解と御協力をお願い申し上げます。

最後に、今年のお茶が気象災害を受けることなく順調に生産され、活発な取引がなされるとともに、茶業に携わる皆様のますますの御健勝と御活躍を祈念申し上げ、年頭のごあいさつといたします。





年頭のごあいさつ

鹿児島県農政部

部長 米盛 幸一

令和6年の年頭に当たり、謹んで新年のお喜びを申し上げます。

皆様には、日頃から茶業振興を通じ、本県農業の発展に多大な御貢献をいただき、心から感謝申し上げます。

さて、昨今の茶業を巡る情勢は、少子高齢化に伴う国内市場の縮小に加え、生産資材価格の高止まりなど、依然として厳しい状況にあります。昨年嬉しかった話題もありました。

8月の全国茶品評会では、「普通煎茶10kg」の部において、本県が20年連続となる産地賞を受賞することができました。

また、農林水産祭「農産・蚕糸部門」では、南九州市の株式会社戸川製茶様が、鹿児島県の茶業者では32年ぶりとなる「天皇杯」を受賞するなど、生産者をはじめ関係者の御努力が実を結び、素晴らしい成果を得ることができました。

さらに、10月の「燃ゆる感動かごしま国体・かごしま大会」の際には、来県された多くの皆様に、「かごしま茶」を積極的にPR・情報発信し、多くの方々から御好評をいただきました。

さて、令和5年の茶栽培面積は全国では36,000haと前年から900ha減少する中、本県においては、8,140haとほぼ前年度並みの面積を維持しており、本県の荒茶生産量の全国シェアは年々拡大傾向にあります。

また、海外需要に対応できるてん茶の生産量及び有機JAS認証面積は共に全国1位となっており、令和4年度の輸出額は、前年度より17%増の約13億4千万円に上るなど順調に伸びております。

県といたしましては、『「かごしま茶」未来創造プラン』に基づき、本県茶業が有する強みや潜在力(ポテンシャル)を生かし、「儲かる茶業経営の実現」に向けて、多種多様な茶づくりの推進や、販路拡大の取組として、イベントやSNSを活用したPR活動などに取り組んでおります。

特に、荒茶加工施設等の整備・再編など効率的な生産体制づくりを進めるとともに、かごしま茶の付加価値向上を図るため、収益性の高い品種への新・改植等の取組や、海外需要に対応できる新品種「せいめい」の産地化及び有機栽培茶の生産拡大など、さらなる茶業振興に取り組むこととしています。

今後も茶業関係者が力を結集して、「かごしま茶」を国内外に向けて情報発信するとともに、活発な販売活動を展開し、日本を代表する茶産地として、大きく飛躍することを期待しております。

本年が「かごしま茶」にとりまして、実り多き年になりますよう、また、皆様方の御健勝、御多幸を心から御祈念申し上げ、新年の挨拶といたします。





年頭のごあいさつ

一般社団法人 鹿児島県茶生産協会

会長 坂元 修一郎

新年あけましておめでとうございます。

年頭にあたり、謹んで新年のお喜びを申し上げます。

さて、令和5年産茶は、一部気象の影響が見られたものの、比較的順調な生産となりました。

価格は、品質重視の生産が行われましたが、曇天や降雨の影響で、被覆の効果が小さくやや色のりが悪かったこと等から、前年をやや下回って推移しました。また、在庫過多や低温による品質低下の影響もあり、やや厳しい市況となりました。

二番茶以降は、被覆により一番茶に配合できる品質の高い製品は一定の需要があったものの、ドリンク原料用の引き合いが例年に比べて低調であったこと等から、軟調な相場展開となりました。

生産環境面では、長引く重油や肥料などの生産資材高騰により、われわれ生産者にとっては厳しい環境の中での生産が続いております。

そのような中、昨年は農林水産祭で南九州市の河川製茶が最高賞の天皇杯を受賞し、鹿児島県の茶業界では32年ぶりの快挙となりました。

また、全国茶品評会普通煎茶10kgの部では、農林水産大臣賞に加え、20年連続産地賞を受賞し、本県産茶の品質がトップレベルにあることや、玉露やかぶせ茶の部で入賞し、需要に対応した多様な茶の生産が進んでいることをアピールすることができました。

このような中、生産協会では、安心・安全な茶づくりを基本に、今後も本県ならではの特色を最大限に生かしながら、良質茶の生産や更なるコストの低減、生産性の向上などに、関係機関・団体と一体となって、積極的に取り組んでまいります。

生産面では、生産者の経営を圧迫している生産

資材高騰対策として、国の燃料価格高騰緊急対策（茶セーフティネット構築事業）の事業参加者のとりまとめを行い、経営安定の支援を行ってまいります。

また、販売面におきましては、多くの本協会会員の皆様方が、輸出に対応した有機栽培茶・てん茶などの生産や直接販売などに取り組んでおられますが、更なるお茶の消費拡大と付加価値向上を図るため、会員の皆様の支援を行うとともに、県と連携して、飲料用原料茶やてん茶の生産安定や緑茶、紅茶の効率的製造技術の開発等を支援してまいります。

さらに、「かごしま茶」の認知度向上と消費拡大を図るため、県茶業会議所と連携した「かごしま百円茶屋」の開催や、日本茶インストラクターを招いた「茶産地ツアー」、若者を対象とした「かごしまお茶マルシェ」の開催、インスタグラムを活用したかごしま茶のPR活動等を行ってまいりますので、皆様方の御支援・御協力をお願いいたします。

結びに、本年産茶が気候に恵まれ、販売においてもよい年となりますよう、また、皆様にとりまして実り多い年となりますよう、お祈り申し上げ、年頭のごあいさつとさせていただきます。





新年のごあいさつ

鹿児島県茶商業協同組合

理事長 澤田 了三

明けましておめでとうございます。

茶業関係の皆様方には、新年を迎えいかがお過ごしでしょうか。

昨年を振り返りますと、ロシアのウクライナ侵攻に終息の兆しが見えないなか、中東での武力衝突が勃発し、多数の死傷者やインフラの破壊等がみられ、世界各地に影響が拡大しています。国内においても、燃料や穀物等の輸入が滞り、原材料や商品価格の値上がりで日常生活に支障を来しています。

ただし、昨年夏ごろから「新型コロナウイルス」の流行が下火になり、飲食店や観光施設を始め、賑わいを取り戻し、経済活動に明るさが見受けられるようになってきました。

このような状況下、県内茶商においては、消費者の嗜好の変化による販売量や価格の低迷・燃料費の値上がりによる経費の増加等、厳しい状況が続き対応に苦慮しています。

これらの対策として、昨年も9月の九州茶商交換会と11月の統一販売会（東京会場を始め、静岡・京都・福岡の4会場で開催）を開催し、今年1月には「新春九州茶商交換会」及び「京都府茶交換会」の開催を予定し業績拡大を目指します。

そのほか、春と秋に開催される「お茶まつり」への出店や小学生向け「お茶の淹れ方教室」等の各種イベントへの積極的参加、さらにネット販売にも力を注ぎ「かごしま茶」の新たなファン開拓を目指し業績アップに努めています。

さらに、昨年11月に茶の理解を深めるために開催した小学生向けイベント「T-1グランプリ」には、約80名の参加があり、事前にお茶屋を訪ねて勉強

し大人顔負けの知識を身に着けている子供もいて将来に希望が持てる気がしました。

また、昨年10月には「かごしま国体」・「全国障害者スポーツ大会」が、51年ぶりに鹿児島県内各地で開催され、全国各地から多くの選手や観光客の来訪があり、多様な飲食品の賞味や観光地の視察等楽しんでもらったようです。

競技においては、障害のある人たちが懸命に走ったり飛んだりする姿に感動し、自分の甘さを痛感しました。

これからは、私たち茶業界も新しい発想と熱意を持ち、これまであまり茶に興味を示さなかった世代向けの商品開発・販売に力を注ぐことで取引拡大も望めるのではないのでしょうか。

今年4月には、トラックドライバーの時間外労働の規制強化（いわゆる2024年問題）により、都市部の消費地に遠い当県では輸送コストの増大が懸念されています。この対策として重量の軽い粉茶やティーパック・ネット取引等の比重を高めていくことを検討したり、ニーズの高い有機茶の販売に力を注いでいくことが望まれます。

今年一年、茶業界に係わる皆様方のご健勝とご多幸を祈念し、年頭のご挨拶とさせていただきます。



流通情勢



令和5年産実績と今後の情勢



J A 県経済連 茶事業部

1 令和5年産茶の取扱概況(県茶市場)

一番茶は、2月～3月の平均気温が平年より高く推移したため、早生品種を中心に生育が早まったものの、4月以降は日照不足や冷涼な気温が続いたことで、中間遅場産地や晩生品種では、減産となるなど、品種間差、産地間差が明確な年となった。販売面では、降雨や曇天に見舞われ、日照不足による色のり不十分な製品や不揃いな製品が目立ったことから、品質を重視した生産に取組まれた産地もあり、一部良質な製品が見られたものの、流通在庫過多の影響と内質に乏しい製品も多くみられたことから、総じて厳しい販売状況であった。

二番茶は、一番茶摘採後に夜温の低い日が多かったことや、日照不足等により、茶期前半が減産となったが後半は収量が持ち直し、取引数量は前年並みとなった。販売面では一番茶配合用やドリンク原料の引合いが、前年に比べ低調であったことや、病害虫の被害も多くみられ、被覆製品、露地製品ともに軟調な相場展開となった。

夏茶は、二番茶同様ドリンク原料の引合いが弱く、軟調な相場が想定されたことや製造コストの増加もあり、一・二番茶後の中切り、深刈り等の更新園が例年より多くみられた。また、下物を中心に軟調な相場展開が続いたことから、相対取引が増

加し、市場利用率は低下した。

秋冬番茶においても流通在庫過多の影響からドリンク原料の引合いが低調であり、軟調な相場展開となったことから、品質重視の生産や本整枝の製造を控える工場も増加し、積極的な生産が進まず、取扱量は減少した。一方、JAS有機認証茶については、輸出向け原料としての引き合いも強く、堅調な販売状況となった。また、JAS有機認証茶は、煎茶、及び碾茶についても、輸出向け原料やインバウンド需要として強い引合いがみられており、当面その傾向が続く見通しである。

「かごしま茶」の広報面において、新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、「お茶いっぱいの日」や「かごしま茶マルシェ」等、イベント開催や対面販売等が積極的に実施された。また、通信販売を中心とした各社のホームページや広告等、SNSを活用した広報活動も盛んになっており、地道ではあるものの、消費拡大に向けた取組が増加している。

県茶市場の取扱いは、数量11,102トン(前年対比95%)、平均単価884円(前年対比93%)となっており、夏茶以降の茶市場利用率の低下や栽培面積の減少、荒茶価格の低迷により市場取扱量は減少傾向であり、各茶期とも取扱量はコロナ禍以前に回復してはいない。

令和5年産茶取扱実績表(全県)

(単位:t、円、%)

茶期	区分	令和5年度				令和4年度				前年対比			
		本茶	番茶	出物	合計	本茶	番茶	出物	合計	本茶	番茶	出物	合計
1番茶	数量平均	3,160	837	420	4,418	3,141	927	441	4,509	101	90	95	98
		1,846	534	714	1,490	2,004	609	832	1,602	92	88	86	93
2番茶	数量平均	2,545	80	360	2,985	2,530	87	358	2,975	101	91	101	100
		727	303	356	671	832	408	458	775	87	74	78	87
3番茶	数量平均	1,323	228	107	1,658	1,629	256	108	1,992	81	89	99	83
		405	305	233	380	479	376	281	455	85	81	83	84
4番茶	数量平均	284	38	4	327	318	15	10	342	89	263	39	95
		373	304	244	364	446	352	294	437	84	86	83	83
秋冬番茶	数量平均	-	1,644	71	1,715	-	1,873	38	1,911	-	88	185	90
		-	286	94	278	-	286	111	283	-	100	84	98
合計	数量平均	7,313	2,827	962	11,102	7,617	3,158	955	11,730	96	90	101	95
		1,138	362	479	884	1,224	392	595	949	93	92	81	93

※ラウンドにより合計が一致しない場合がある。

2 生産動向

(1) 茶栽培面積

令和5年度の全国茶栽培面積は、36,000haであり、前年に比べ900ha(3%)減少した。

主に高齢化による労働力不足や荒茶価格の低迷、生産コストの増加により廃園等が増え、傾斜地を中心に、栽培面積の減少がすすんでいる。減少幅の一番大きい東海地区では、静岡県を中心に前年に比べ約500ha減少している。次に減少幅の大きい地区は、九州地区であり、鹿児島県が110ha、熊本県50ha、宮崎県が30ha、福岡県10haと九州地区全体で、前年に比べ約200ha減少している。

・茶栽培面積推移 (農林水産省統計より県抜粋) (単位:ha)

県名	R3年産	R4年産	R5年産	R4差異	R3差異
埼玉	783	729	726	△3	△57
静岡	14,500	13,800	13,300	△500	△1,200
三重	2,640	2,590	2,590	0	△50
京都	1,550	1,540	1,530	△10	△20
福岡	1,520	1,500	1,490	△10	△30
熊本	1,130	1,100	1,050	△50	△80
宮崎	1,270	1,230	1,200	△30	△70
鹿児島	8,300	8,250	8,140	△110	△160
他	6,307	6,161	5,974	△187	△333
全国	38,000	36,900	36,000	△900	△2,000

(2) 一番茶の荒茶生産量

主産5府県における一番茶の荒茶生産量については、暖冬傾向により例年より早い生産開始となったものの、4月以降の低温により芽伸びが緩慢となったことや全国的に相場が低調であったことから、静岡県を中心に減産となり、栽培面積の減少と相まって全体で20,998トンと

・一番茶の荒茶生産量推移 (農林水産省統計より主産5府県) (単位:t)

県名	R3年産	R4年産	R5年産	R4差異	R3差異
埼玉	381	418	428	10	47
静岡	9,680	10,500	9,060	△1,440	△620
三重	1,980	2,370	1,960	△410	△20
京都	1,060	1,160	1,110	△50	50
鹿児島	7,950	8,140	8,440	300	490
主産県計	21,051	22,588	20,998	△1,590	△53

なり、前年産に比べて1,590トン減少した。

また、本県の一番茶の荒茶生産量は、8,440トン(前年比103%、300tの増)となった。

3 輸出入動向

(1) 輸入量

輸入量は、コロナ禍が落ち着き、消費の拡大が期待されたものの、円安の影響や国内荒茶価格の低下、国産志向の高まり等により、輸入量は減少傾向が続いている。ただし、ここ数年は国内大手メーカーによる海外での原料生産も本格化し、オーストラリアやベトナムからの入荷量は増加傾向となっている。最もシェアの高い中国の平均価格は900円前後となっている。

令和5年は9月末現在。【輸入量2,298トン(前年同期比99%、前年同期差17トン減)】

緑茶の輸入量 (財務省貿易統計より) (単位:t)

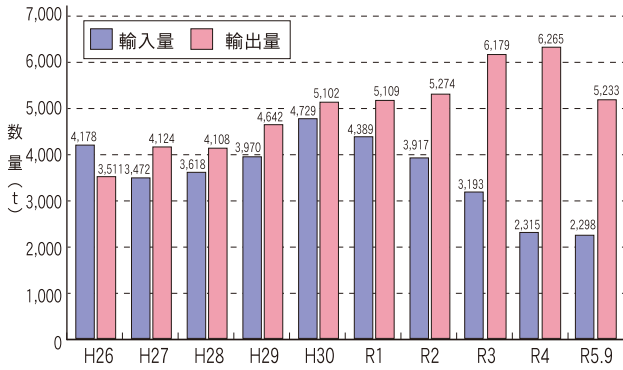
国名	R1	R2	R3	R4	R5.9月末
中国	3,669	3,386	2,869	2,707	2,017
オーストラリア	247	207	144	220	173
ベトナム	280	215	99	76	56
その他	193	109	81	85	52
計	4,389	3,917	3,193	3,088	2,298

(2) 輸出量

海外において、健康意識の高まりにより抹茶飲料等無糖飲料の需要が増えており、また、円安の影響もあり、欧米や東南アジアを中心に増加傾向となっている。本年も取扱量は堅調に推移しており、9月末現在で、前年同時期を上回っている。また、アメリカ、ドイツでは4,000円~5,000円前後、台湾では1,000円前後の茶が中心に取引されている。アメリカでは粉末状(抹茶や粉末茶)での

・緑茶の輸出量 (財務省貿易統計より) (単位:t)

国名	R1	R2	R3	R4	R5.9月末
アメリカ	1,485	1,941	2,254	2,123	1,990
台湾	1,389	1,407	1,497	1,477	1,201
ドイツ	346	307	506	438	282
シンガポール	324	240	307	294	140
カナダ	162	163	211	301	140
その他	1,403	1,216	1,404	1,632	1,480
計	5,109	5,274	6,179	6,265	5,233



・緑茶の輸出入量推移 (財務省貿易統計より)

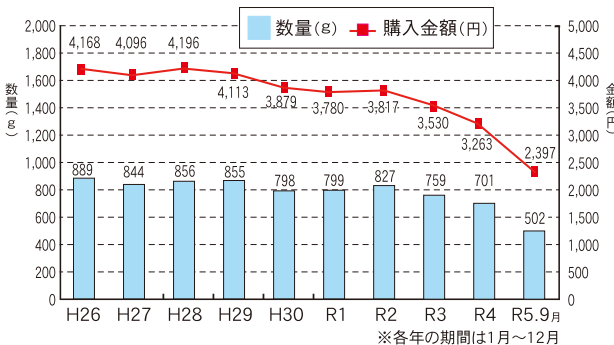
輸出割合が高まっており、ドイツ、台湾ではリーフ茶の割合が高い。

令和5年は9月末現在。【輸出量5,233トン(前年同期比112%、前年同期差565トン増)】

4 緑茶の消費動向

(1) 一世帯あたり購入数量・支出金額

一世帯あたりの緑茶の年間購入数量・支出金額については、平成28年以降、数量・金額ともに減少傾向であったが、コロナ禍となった令和2年は巣籠もり需要から若い世代を中心に茶を飲む頻度が増加したこともあり、数量は827g、金額は3,817円と前年を上回り、やや回復傾向となった。しかし、その後は再び減少しており、令和3年は、茶販売促進緊急事業による茶の消費対策等もあり、数量759g、金額3,530円と、これまでにない水準まで落ち込んだ。令和5年9月現在、数量は502g、金額は2,397円となっており、前年同時期の513g、2,394円とほぼ同等の実績となっている。購入平均価格においても、ここ数年は460円前後で推移している。



・一世帯あたり購入数量・支出金額(総務省家計調査より)

(2) 市町別一世帯当たりの緑茶購入量

市町別一世帯当たりの緑茶購入量は、上位の市町に大きな変動はないものの、1位の静岡市の購入量が昨年の2,007gから1,828gに減少するなど、総体的に購入量は減少傾向となっている。鹿児島市が前回の5位から8位へと順位を下げっており、お茶とのふれあい事業やPR活動等茶の消費拡大に向けた取組を強化する必要がある。

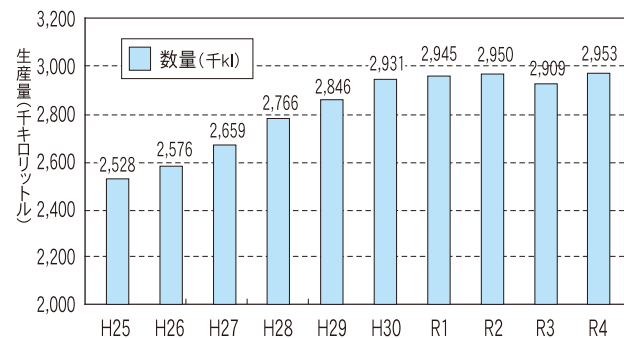
・市町別一世帯当たりの緑茶購入量(R2~R4の平均購入量)

順位	市	購入量	前回 (R1-R3)	順位	市	購入量	前回 (R1-R3)
1位	静岡市	1,828g	1位	6位	堺市	1,047g	7位
2位	浜松市	1,298g	2位	7位	名古屋市	1,001g	8位
3位	相模原市	1,179g	3位	8位	鹿児島市	943g	5位
4位	長崎市	1,158g	4位	9位	福井市	935g	12位
5位	奈良市	1,116g	6位	10位	宮崎市	899g	18位
					全国平均	762g	792g

※総務省家計調査(品目別:都道府県庁所在市及び政令指定都市)

(3) 緑茶ドリンクの年次別生産量

緑茶ドリンクの生産量については、巣籠もり需要のあった令和2年の2,950千klを上回り、令和4年は、2,953千klと増加した。背景として一般の緑茶飲料だけでなく、嗜好性に富んだ飲料や免疫力や機能性を強化した飲料が増加し、濃い茶系や機能性表示食品、トクホなど健康系飲料がけん引した。なかでも、茶カテキンによる内臓脂肪の減少、ケルセチン配糖体に注目した脂肪代謝力の向上、記憶力と血圧正常化に寄与するGABAを機能性関与成分として配合した製品、プラズマ乳酸菌の入った機能性表示食品、カフェインゼロ等、以前にも増して、各社研究がすすめられており、製品が多様化してきている。



・緑茶ドリンクの年次別生産量(日本茶業中央会調べ)

5 最近の動向

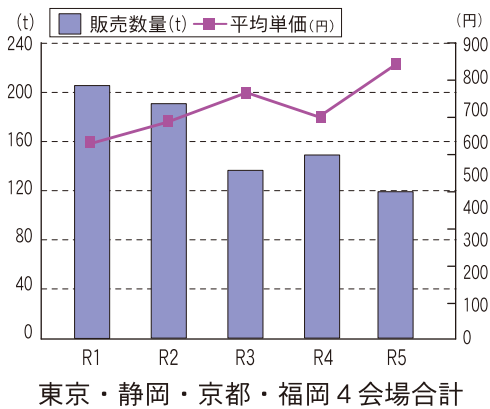
(1) 「かごしま茶」統一販売会(11/7~10)

令和5年度の統一販売会は、東京が仕上茶、他地区が荒茶の取引が主であり、静岡以外の地区では前年を上回る取引数量となったが、静岡での秋冬番茶等の取引が低調であったこともあり、総体では前年度を下回る取引数量となった。また、単価については、茶種により価格は異なるものの、出物の取引が少なかったこと等もあり、東京以外の地区で前年を上回った。

・各会場の取扱実績

(単位:kg、円)

場 所	R 4		R 5		前年対比	
	数量	単価	数量	単価	数量	単価
東 京	1,413	3,598	1,435	3,452	102%	96%
静 岡	113,420	543	79,513	719	70%	132%
京 都	20,396	920	24,634	980	121%	107%
福 岡	12,817	1,032	13,513	1,033	105%	100%
合 計	148,047	667	119,095	841	80%	126%



6 令和6年産茶に求められるもの

令和5年については、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行し、今まで困難であったイベント開催や対面販売等の実施が可能となり、また、通信販売を中心とした各社のホームページや広告等、SNSを活用した広報活動も盛んになっており、茶の消費拡大に向けた取組が進められている。そのような状況下においても、国内需要については、人口の減少や他飲料との競合等により厳しい状況が続いているが、上級クラスの在庫は少ないとの情報もあり、良質な荒茶生産を期待する声

も聞かれる。また、コロナ禍以降減少していた訪日外国人数は、10月には251万人となり、コロナ禍以前並みの訪日外国人数となり、インバウンド需要への期待が高まっている。

海外における健康志向の高まりや円安により輸出品への引合いが強くなり、海外において日本茶の需要が非常に高い状況となっている。海外での日本茶需要の拡大を受け、煎茶、碾茶問わず、輸出向け製品として、輸出国の栽培体系に応じて栽培した製品や有機栽培茶の引合いが強くなり、特に有機栽培茶は、需要に供給が追いついていない状況となっている。同様の傾向が当面続く見通しだが、今後、有機栽培茶の面積、生産数量の増加に伴い、品質面への要求が高まることが考えられる。有機栽培茶においても上級クラスの生産に向けた品質向上対策を図り、米国や台湾、EU、その他諸外国に望まれる製品づくりに取り組む必要がある。

一方、円安や不安定な国際情勢に起因する肥料費や燃料費など、生産コストは高止まりの様相が強く、年間を通じた茶期毎における製造原価の算出、作業の効率化等を図る必要があるため、「ちゃびおんネットシステム」をはじめとする様々な生産システムを活用しながら、収支計算を意識した荒茶生産に努めていただく必要がある。一方で、生産コストの抑制に向けた取組が、減肥による品質低下に繋がる懸念があるため、「ミドリッチシリーズ」をはじめとする低コスト肥料の活用や分施、施肥後の耕うんによる吸収効率の改善等対策が必要である。

また、煎茶の生産に限らず、碾茶や玉露、紅茶、ウーロン茶といった特別茶の生産も、多様化するニーズに対応していくために生産者として必要な取組となる。

今後は、基本となる適正な肥培管理、適期防除等の圃場管理や、次年度を意識した摘採・整枝、原料・生葉処理量に合った荒茶製造等、持続可能な農業生産の実践に向けてSDGsに対応した、世界に羽ばたく安全・安心な「かごしま茶」の生産に引き続き取組んでいただきたい。

〔研究最前線〕

仕上げ茶における品質(香味)の 数値化と見える化

農業開発総合センター 茶業部

1 はじめに

消費者の緑茶購入先は、茶小売店のほかにスーパーやコンビニエンスストア、通信販売等と多岐にわたっています。しかし、味や香り等の品質を表記した仕上げ茶は少なく、消費者が購入する茶の品質情報を試飲販売以外で得ることは難しい状況にあります。緑茶の消費量を増加させるには、品質の高い茶を提供するほかに、消費者が購入する茶の品質をイメージできる情報を提示する必要があります。そのためには、品質の見える化（ラベル表記）が有効な手法です。

そこで、仕上げ茶の代表的な品質であるうま味、渋味、火入れ香味、水色について機器による分析値と熟練者の官能評価を基に品質の目安となるラベルを作成し、消費者の感覚との適合性を検討しましたので紹介します。

2 うま味、渋味の数値化

仕上げ茶のうま味、渋味を数値化するため、近赤外線分析（茶成分分析計）、味覚センサー、高速液体クロマトグラフィー（以後、HPLC）を用いて機器による分析を行いました。仕上げ茶は、市販茶、かごしま標章茶審査会基準茶及び出品茶の計69点（令和3～4年度産）を供試しました。

機器分析では、アミノ酸類やカテキン類、カフェインなどの化学成分の含有量や推定値が測定でき、仕上げ茶1点あたり28種類の分析値が得られました。

得られた分析値を用いて主成分分析を行った結果、うま味に寄与する分析値は、HPLCによるアミノ酸総量と近赤外線分析における中性デタージェント繊維(NDF)であると考えられました。同様に渋味に寄与する分析値は、HPLCに

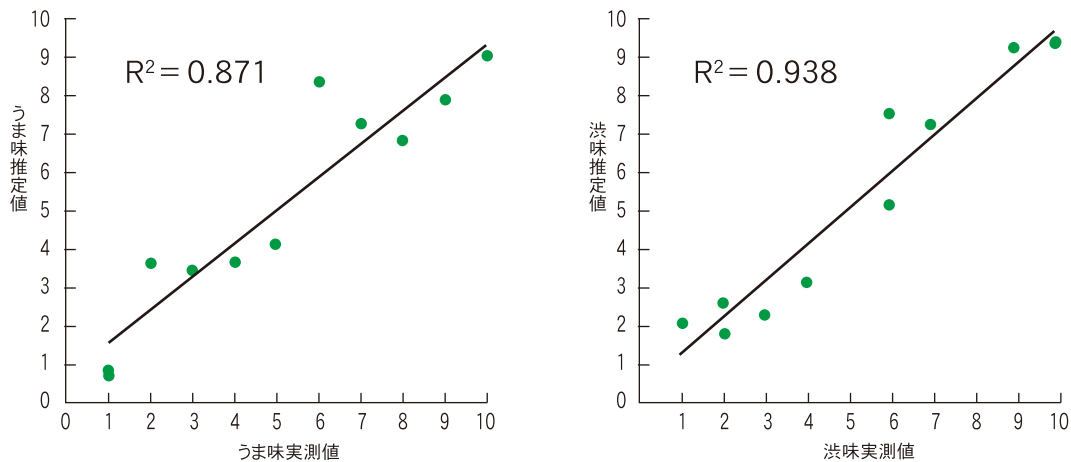


図1 官能評価の実測値とモデル式による推定値（左：うま味、右：渋味）

注1) うま味推定値=(0.014×アミノ酸総量 (HPLC))+ (0.213×NDF(近赤)) - 5.297

2) 渋味推定値=(0.047×エステル型カテキン (HPLC)) + (-0.017×カフェイン (HPLC)) - 5.887

3) 実測値は当部研究員3名、OB1名の官能審査により決定した

よるエステル型カテキンとカフェインであると考えられました。

熟練者の官能評価を目的変数、上記で得られたうま味、渋味に寄与する分析値を説明変数とし、重回帰分析を行いモデル式を作成しました(図1)。モデル式から得られた各推定値を5段階に表示することで、ラベルの尺度としました。

3 水色の数値化

水色は、消費者が茶の品質を判断する際の重要な部分となっています。このことから仕上げ茶の品質を示す指標の一つとして水色の画像情報から数値化を行いました。

水色は、茶碗に浸出した水色をデジタルカメラで撮影し、画像から色相角度及び明度を算出しました。

消費者に水色の官能評価を実施したところ、評点は明度の低い順になったことから、明度を用いてラベルの尺度としました。

4 見える化とラベル適合性

機器分析から得られたうま味、渋味、水色に官能評価による火入れ香味を加え、ラベルを作成しました。ラベルは、アンケートでわかりやすいと回答が多かった、レーダーチャート型(図2)とランク型(図3)を作成しました。ラベルの尺度は表1のとおりです。

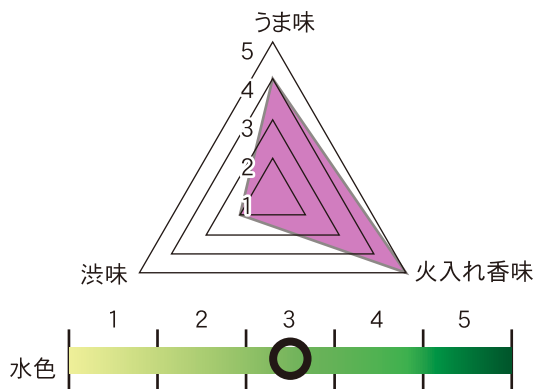


図2 レーダーチャート型のラベル

注1) 数値が大きいほど各品質項目を強く感じられる
2) 水色は表示する位置の明度を示す

作成したランク型のラベルを用いて、消費者18名にラベルの適合性を調査しました。試飲した仕上げ茶4種に対応する品質評価ラベルの選択結果は、適中率が94%となり、消費者の感覚と概ね一致しました。



図3 ランク型のラベル

注1) 星の数が多いほど各品質項目を強く感じられる
2) 水色は表示する位置の明度を示す

表1 ラベルの尺度

尺度	1	2	3	4	5
うま味	~2	~4	~6	~8	~10
うま味推定値					
渋味	~2	~4	~6	~8	~10
渋味推定値					
火入れ香味	1~2	3~4	5~6	7~8	9~10
火入れ香味(官能評価)					
水色	~60	~56	~52	~48	~44
水色(明度)					

5 おわりに

仕上げ茶の品質は、茶葉や浸出液の成分、画像情報によって、味(香味)、水色の数値化が可能となりました。また、作成したラベルは、消費者の官能評価と概ね一致し、品質を客観的に見える化できることを明らかにしました。

本技術によって、販売者が仕上げ茶を販売する際に科学的なデータに基づく品質表示が可能となります。なお、茶の成分測定は、県内の分析機関で行うことができます。また、本情報を活用することで、消費者の仕上げ茶の品質に対する理解が深まり、消費拡大に繋がることが期待されます。

(茶業部 加工研究室 中村隼樹)

県茶生産協便り

「かごしまお茶マルシェ2023」

～アミュ広場で開催しました～

(一社) 鹿児島県茶生産協会

若者に「かごしま茶」の魅力を伝え、消費拡大を図るため、「かごしまお茶マルシェ2023」を、11月24日(金)・25日(土)に鹿児島中央駅アミュ広場にて開催しました。

今回は、鹿児島の人気のお茶やさんが、バリスタならぬ「茶リスタ」となって、来場者の目の前でお茶とスイーツの「スペシャルセット」を提供するコーナーを設けました。6人のお茶やさんに登場して頂きましたが、参加者からは、「とても貴重な体験だった」「いろいろな味を楽しめて良かった」「有料でも参加したい」などの声があり、大変好評でした。



若い女性の参加が多かった
茶リスタコーナー



アンケートへ御協力
いただいた方に、
かごしま茶ティーバッグ
をプレゼントしました。

インスタグラムの御案内

鹿児島県茶生産協会では「かごしま茶ナビ@kagoshimacha_navi」というアカウントでインスタグラムを作っています。かごしま茶(茶葉)の紹介、かごしま茶を使ったスイーツやお菓子、イベントなどを投稿しています。生産者の皆様からの情報も募集しておりますので、是非、写真等を下記のアドレスに提供してください。



KAGOSHIMACHA.NAVI

Mail : info@kagoshima-cha.or.jp

会場では、かごしま茶のリーフ茶をはじめ、お茶を使ったスイーツやドリンク、陶器などが販売され、皆さん、各店舗でお茶の試飲をしながら、お気に入りのお茶を見つけていました。

開催した日は、前日の夏日から一転して、気温が下がり、来場者数への影響が気になりましたが、2日間で5,000人を超えるたくさんの方にご来場いただきました。

日本茶インストラクター「かごしま茶産地ツアー」の開催

12月9日（土）に、日本茶インストラクター鹿児島県支部の皆様を対象に、「かごしま茶産地ツアー」を開催し、鹿屋市茶業振興会の生産者の方々の茶園や茶工場の視察、乗用摘採機の試乗体験を行いました。14名の参加があり、アンケートでは、9割以上の方が「大変役に立った」と回答していただきました。

参加したインストラクターの皆様は、日頃から、小中学生を対象とした県主催の「お茶とのふれあい授業」や「かごしま百円茶屋」でお茶

の入れ方を教えていただくなどして、「かごしま茶」のPRにご協力頂いている方が多かったのですが、ツアーに参加して得た「生産者の熱意」や「産地の情報」を今後も「かごしま茶」のPR活動に生かしていただくようお願いしました。

<参加者の皆様の感想>

- 生産者と話す機会が持てて良かった
- 緑茶が仕上がる工程を知るすばらしい経験
- 鹿屋の産地に親しみがもてた
- 心あたたまるとおもてなしに感謝



☆摘採機の試乗、肩に力が入った方が多かったです



☆参加者の皆さん、これからもいっしょに「かごしま茶」を応援しましょう!

鹿児島県茶業青年の会「茶品質向上共進会審査会」の開催

県茶業青年の会では、令和5年度鹿児島県茶業青年の会「茶品質向上共進会審査会」を9月14日に鹿児島県茶業流通センターで開催しました。

県内各地の茶業青年から102点が出品され、県農業開発総合センター茶業部長を審査長に、同センター研究員、各産地の茶業技術員の審査員により、厳正に審査されました。



【個人の部】

特別賞	受賞者	地区名
鹿児島県知事賞	古城博隆	宮之城
九州農政局長賞	永山和博	顛娃
県茶業会議所会頭賞	福元良輔	枕崎
県経済連会長賞	山口涼太	末吉
県茶生産協会会長賞	池田司	有明
県茶商業協同組合理事長賞	深水杏志郎	枕崎

【団体の部】

	地区名
1位	枕崎
2位	顛娃
3位	有明

「お知らせ旗」について

一般社団法人鹿児島県茶生産協会

「お知らせ旗」について

鹿児島県茶生産協会では、「安全・安心で、信頼される産地づくり」を目指し、令和2年産の一番茶から「お知らせ旗」の導入・設置に取り組みます。

黄色の旗が目印です!!

黄色の「お知らせ旗」を、収穫10日前から収穫が終わるまで茶園に設置し、「収穫直前」であることをお知らせします。

一般社団法人鹿児島県茶生産協会
氏名 連絡先

アメリカお茶市場トレンド便り



在米コンサルタント

ナチュラル・プロダクツ業界専門のコンサルタントKentreeの溝呂木（みぞろぎ）です。現在ロサンゼルスを拠点に活動、情報発信をしています。

今回はアメリカにおけるお茶ビジネスと合わせて高級スーパーのホールフーズマーケットでの食品トレンドの記事となります。かごしま茶をさらに広めるためのヒントとしていただければと思います。

ホールフーズ・マーケット、 2024年の食品トレンド予測トップ10を発表

ニュースリリース 2023年10月17日



米国の高級・ナチュラル志向系、食品チェーンのホールフーズ・マーケット（Whole Foods Market）が、2024年食品トレンド予測トップ10を発表した。



プラントベースの代替食

ベジバーガーに「野菜」を復活させる、といった植物ベースの料理の元祖がカムバックしつつある。原料がよくわからない代替肉が主流であったが、本来の「植物」の味を活かした食品が復活している。キノコ、クルミ、テンペ、豆類などを使用した商品や、プラントベースのミルクの代替品も登場している。ラベルに記載する原材料を2つに簡素化しているブランドもあるほどだ。



カカオをまるごと使ってアップサイクル

通常は廃棄されるものをアイデアや工夫で新たな命を吹き込むことをアップサイクルという。例えばチョコレートの原料となるカカオ豆には果肉があるが、通常は廃棄される。それをゼリーやジャムに加工するのだ。カカオフルーツパウダーも芳醇な香りがあり砂糖の代替品としてのビジネスになるかもしれない。



蕎麦を食べる

蕎麦はグルテンフリーで、かつ高タンパクで食物繊維が豊富なスーパーフードとして注目を集め始めており、ミルクやクラッカー、グラノーラなどでの商品展開が見込まれている。



代替シーフード

プラントベースのシーフードの中には、本物に匹敵する風味と食感を備えたものも出てきてい

る。鮭の代わりにニンジン、ホタテの代わりにトランペット・マッシュルーム、巻きずしに根菜やこんにゃくが使用される。



水の節約を意識

各企業と消費者はともに環境に対する意識が高まっており、土壌の安全性を守る取り組み、水質改善や節水に関する取り組みを進めている。食品のみならず家庭用品からパーソナルケアまで、節水をうながす商品が購買要因となるとみている。



トウガラシ

トウガラシの市場が拡大している。スコープオンペッパー、グアヒージョ、ハンガリー産ゴートホーンペッパーなどの特殊な品種は、生、丸ごと、挽いたもの、または漬け物として販売されている。スパイスや健康食品向けにトレンドが過熱している。



インスタントラーメン

インスタントラーメンの品質は高まり、特定の保存料や旨味調味料（MSG）を加えなくても定番品に匹敵する味わいになっている。

シンプルで簡単な食事を求める人々が増えている中、手軽に楽しめる麺は人気が高まっている。



ちょっとした贅沢

「ちょっとしたお菓子」を紹介する動画はTikTokでも人気がある。10ドル以下など気軽な値段で、マカロンのような可愛らしくおいしいお菓子を楽しむといったささやかな贅沢は自分へのご褒美としてちょうどいい。



女性の健康サポートを大切にする

今年はソーシャルメディアで、エストロゲン管理のための生のニンジンサラダや、女性周期に合わせたホルモン療法レシピが流行した。いわゆるフェムケアと呼ばれる、生理、妊娠、産後、更年期などの問題を緩和し、そして睡眠をサポートする製品を作る企業が増えている。



クリーンカフェイン

「クリーンカフェイン」は、カフェインに他の成分を加えた機能性のあるカフェインである。コーヒーに菌糸類、エナジードリンクにプロバイオティクスなどを加えるなどして、眠気覚まし以外の機能を期待できる製品が注目されている。

原題：Whole Foods Market Forecasts Top 10

Food Trends for 2024（抜粋）

2023年の茶ビジネスのトレンド

ジェイムズ・チャップマン 2023年11月8日



2023年の茶業界のトレンドは、マーケティング戦略、技術の進歩、製品開発、消費者の嗜好の進化など、幅広い分野に及んでいる。

継続的な成長、競争力の強化、そして優位性の確立を目指す企業にとって最も重要な7つの主要トレンドについてご紹介する。

1. 2023年のマーケティングと

ブランディングのトレンド

消費者は上質な茶そのものの消費するだけでなく、非日常的な体験価値を求めようになった。カフェでは、ユニークなインテリアや試飲コーナーで消費者を茶の世界に引き込む必要がある。企業は顧客があらゆる体験ができるようにカフェやオンラインショップを進化させている。

2. マインドフルネスとウェルネス

昔から健康のために茶が飲まれてきたが、コロナ禍を経験した今、茶を飲んで穏やかに過ごしたいと考える人がますます増えた。茶が単なるおいしい飲み物ではなく、文字通り、精神的・肉体的な健康に役立つことを学んだ。消費者はマインドフルネスに良いと知れば、即座に商品を購入する。そのため企業は、健康的なイメージを製品に取り入れ強力なセルフケアツールとして売り込み始めている。健康志向の消費者に魅力をアピールするために、茶をヨガや瞑想といった他のウェルネス活動とを結びつけるキャンペーンも行われている。

3. テクノロジーのトレンド

ビジネス戦略にはデータ分析が欠かせない。データを活用することで、企業は消費者行動や市場動向を驚くほど正確に予測し、より良い判断を下すことができる。また、データ分析ツールを使用して、情報の保存やデータを可視化したり、戦略を微調整したりするだけでなく、サ

プライチェーンを最適化し、消費者の需要に合わせた商品をカスタマイズできるようになった。



4. 茶生産における革新

ロボットとAIの統合によって、茶の生産は変貌を遂げつつある（あるいは、少なくとも企業は最新技術をどのように利用できるかを検討している）。

農園での栽培から茶を飲むためのカップの製造に至るまで、あらゆる段階でこういった革新的なテクノロジーが利用され、手作業を機械に置き換えるだけでなく、生産全体を向上させている。例えば、精密農業ツールのおかげで栽培条件は最適化され、高度な加工技術のおかげで茶の風味と香りを最高の状態で保存できるようになった。

5. 製品とフレーバーのトレンド

現代の消費者の生活のペースは早まり、健康やウェルネス志向への関心も高まっている。このような変化に伴い、企業はすぐに飲めるレディー・トゥー・ドリンク飲料（RTD）茶の製品を拡大している。定番のアイスティーから、茶ベースのエナジードリンク、ハーブティーマで、RTD茶市場はますます多様化している。各社はパッケージデザインに投資し、レベルの高い消費者に向けたユニークなフレーバーを発売し他社との差別化をはかろうとしている。

6. 伝統的、革新的、機能的なブレンド

2023年は独創的なブレンドやフレーバーがかつてないほど急増した。特に今年は伝統的な茶にエキゾチックなハーブやスパイス、フローラルな香りを合わせた独特なフュージョン・フレーバーが目立った。

これらのブレンドは刺激的な味わいだけでなく、様々な健康上の利点を兼ね備えており、健康志向の人々を惹きつけた。企業は単に新製品を発表しているだけでなく、このようなフュージョン・フレーバーや機能的な茶の淹れ方を試すことで、

茶のあり方の定義そのものを広げているのである。

7. 持続可能性と倫理的実践

今日の消費者は、自分の購買選択が環境や社会に与える影響をますます意識するようになってきている。その結果、持続可能な農法、フェアトレード、エシカル調達を優先する企業は、社会的意識の高い消費者の間で支持を集めている。

原題: Tea Trends for the Modern Tea Business:

What's Been Brewing in 2023? (抜粋)

1-茶の小売業者: 2023年の年末商戦と オンラインショッピングのデータの考察、 より多く売るための戦略とは

アーロン・キール 2023年11月8日



財務アドバイザー会社のデロイトによると、今年の米国の年末商戦の小売売上高は3.5~4.6%増加する見込みである。

デロイトの小売・消費財部門は、11月から1月にかけての年末商戦の売上高は1兆5,400億ドルから1兆5,600億ドルになると予測している。2022年の同時期の売上は7.6%増であった。



デロイトはまた、2023年から2024年の年末商戦におけるネットによる売上は前年比10.3%から12.8%成長すると予測している。その結果、今年のネットでの売上は2,780億ドルから2,840億ドルに達する可能性が高い。

2023年も販売量は伸長の見込み

デロイトの米国経済予測で知られるダニエル・バックマン氏は、「雇用と所得の増加により、2023年のホリデーシーズンも販売量は伸び続けるだろう。昨年の小売売上高増加の大部分を占めたインフレは、緩やかになるはずである。つまり小売売上総額の伸びは昨年より緩やかになると予想する。これはコロナ禍の貯蓄の減少も反映しているものだ。」と述べた。

デロイトの副会長であり、米国の小売、卸売、流通、消費財のリーダーであるニック・ハンドリノス氏は、今年の年末商戦は小売売上が好調になるはずだとの見解を示した。

「物価の上昇により個人消費が冷え込んでいるにもかかわらず、小売売上高は増加すると予想される」とハンドリノス氏は説明する。「コロナ禍後に急増したサービス支出は昨年より横ばいの兆しを見せており、コロナ前の水準と比較すると、耐久消費財への支出は依然として高い。今シーズンのネット売上は、消費者が最もお買い得な商品を探すため、引き続き好調に推移するはずである。消費者の需要や行動の変化に柔軟に対応できる小売企業は、今年の年末商戦も成長できるだろう。」

米アドビの集計によると、2023年11月1日から12月31日の間に、米国のオンライン販売は2,218億ドルに達し、前年比成長率は4.8%になると予測している。

2022年、買い物客はオンラインで2,117億ドルを消費し、前年比成長率は3.5%であった。

アドビ・アナリティクスは、アドビ・エクスペリエンス・クラウドというクラウド基盤の一部であり、米国内のインターネット小売業者上位100社のうち85%以上が利用しているアクセス解析ツールである。

「消費者は金利上昇を含むいくつかの課題に直面し、予測不可能な経済環境にもかかわらず、記録的な割引と柔軟な支払い方法によって、今シーズンの電子商取引（EC）の力強い成長が期待されています」と、アドビのグロースマーケティング担当で副社長のパトリック・ブラウンは述べる。「特に、Buy Now, Pay Later はますます主流になりつつあり、買い物客が購入ボタンを押すのがより簡単になるでしょう。」

成長を続ける「Buy Now, Pay Later」方式に注目

アドビによると、柔軟性の高い「Buy Now, Pay

Later(今すぐ買って、後で払う)」の決済方法は、今シーズン新記録を打ち立て、オンライン支出を170億ドル(前年比16.9%増、昨年比25億ドル増)にすると予想されている。

アドビは、11月のBNPL支出は93億ドルに達し、過去最大の月となると予想している。また、サイバーマンデーは7億8,200万ドルの支出でBNPL最大の日となり、2022年のサイバーマンデー1日の記録である6億5,800万ドルを上回る。

アドビによると、BNPLは今年すでに力強い影響力を見せているという。2023年現在、BNPLユーザーの消費額は467億ドルで、前年同期比14.7%の大幅増、前年同期比60億ドル増となっている。アドビによれば、BNPLの成長を牽引してきたのは食料品などのカテゴリーで、その支出シェアは前年同期比37.5%増という驚異的な伸びを示した。

アドビが1,000人以上の米国消費者を対象に実施した最近の調査では、回答者の5人に1人が今年のホリデーシーズンにBNPLを利用してプレゼントを購入する予定であることがわかった。

今年の年末商戦、特にサイバーウィークに記録的な割引が予想される。

アドビは、小売業者が不透明な消費環境と戦い、消費者が食費やガソリン代などのコスト上昇に対処し続ける中、今年のホリデーシーズンは小売店の割引率が過去最高を記録し、表示価格から最大35%割引になると予想していると述べた。

最も値引きが激しいのは、バーゲンハンターにとって買い物に最適な時期であるサイバーウィークと予想される。

サイバーウィーク(感謝祭、ブラックフライデー、サイバーマンデーを含むショッピング期間)のオンライン消費額は372億ドルに達し、前年比5.4%増、ホリデーシーズンの16.8%を占めると予想されている。

アドビは、2023年のサイバーマンデーはシーズン中、そして年間最大のショッピングデーであり続け、前年比6.1%増の120億ドルの支出を記録すると予想している。

ブラックフライデーのオンライン売上は前年比5.7%増の96億ドル、感謝祭は前年比5.5%増の56億ドルになるという。

大幅なディスカウントに牽引され、サイバーウィークの大型ショッピングデーは、ホリデーシー

ズン中、小売業者にとって重要なポイントであることに変わりはない。

サイバーウィークが最もお買い得となることが予想される一方で、消費者は早くも10月第2週からセール品を目にするようになり、割引率は18%にも上ると予想されている。

オンラインショッピング PCよりスマホが上回る

アドビは、ホリデーシーズンのモバイルショッピングが初めてPCからの注文を追い越すと発表した。

同社は、今シーズンのオンライン消費の半分以上(51.2%)がモバイルデバイスで行われると予想しており、これは小さなスクリーンでのショッピングの拡大を示す画期的な出来事である。

また、アドビによると、モバイル支出は前年比13.7%増の1,130億ドルを記録し、サンクスギビングやクリスマスなど、消費者が友人や家族と過ごす可能性が高い日に利用がピークを迎えるという。

年末商戦に成功するには、小売業者は年間を通してプロモーションをする必要がある

インテル社の小売・電子商取引アナリストであるブリタニー・ステイガー氏は、このホリデーシーズン戦線にそなえ、小売業者にいくつかのヒントを示した。

「競争力を維持するためには、小売業者はシーズンを通してセールやプロモーションを展開し、消費者の嗜好に合わせた個人的な取引をする必要があります。私たちの調査によると、最も人気のある小売のプロモーションは、パーセント割引、BOGO割引(1つ買えば2つめは割引など)、ギフトカードの提供、購入時の無料ギフトなどです。消費者と直接コミュニケーションをとることやソーシャルメディアへのアクセスはハードルが高いが、例えばハニー(Honey)のようなショッピングポータルサイトのような第三者機関と提携することで、お得な情報を一箇所に集約することができ、消費者が買い物をしやすくなります。」

原題:Tea Retailers: Consider Holiday and Online Shopping Date for 2023, Strategize to Sell More(抜粋)

(詳しくはブログにて)

<http://kagoshimacha.blogspot.com>