

# 実施報告書

<シンガポール Food Japan 2018 出展>

日本茶輸出促進協議会

輸出環境対策部会

2018年11月

## 目次

1. 事業の目的及び従事者 . . . . . 3
2. Food Japan 2018の概要 . . . . . 4
3. 実施内容 . . . . . 5
4. 結果と考察 . . . . . 6
5. 出展の様子 . . . . . 10

# 1. 事業の目的及び従事者

## <目的>

日本茶輸出促進協議会は、シンガポールにおいて日本茶のPRを行い、シンガポールを始めその隣国（東南アジア諸国）での日本茶の輸出促進と新規需要層の開拓を図った。

## <従事者>

日本茶輸出促進協議会：

世界緑茶協会職員 2名

日本茶インストラクター 1名 他



## 2. Food Japan 2018の概要

(1) 会 期 平成30年10月25日(木)、26日(金)、27日(土)

(2) 会 場 サンテック・シンガポール国際会議展示場

(3) 主 催 Food Japan実行委員会 (OJ Events Pte Ltd)

(4) 内 容 Food Japanは、ASEAN市場最大の日本の食に特化した見本市。ASEAN市場の商品開発者（食品メーカー）、食品・飲料仕入れ責任者との商談や、一般消費者へのダイレクトなマーケティングが行われる。日本茶輸出促進協議会はこの見本市で、仕入れ担当者、一般消費者を対象に多様な日本茶と楽しみ方を紹介した。

ア 日本茶のPR（種類・効能の説明、試飲）

イ 日本茶の嗜好調査

公式HP [www.oishii-world.com](http://www.oishii-world.com)

### 行程概要

月 日	内 容	備 考
10月23日（火）	日本発→シンガポール着	シンガポール泊
10月24日（水）	出展準備	〃
10月25日（木）	会期1日目	〃
10月26日（金）	会期2日目	〃
10月27日（土）	会期最終日、片付け・搬出	〃
10月28日（日）	シンガポール発→日本着	

### Food Japan 2018の全体概要

来場者全体（速報値）括弧内は昨年実績。

10月25日（木） トレードデイ	10月26日（金） トレードデイ	10月27日（土） 一般公開	合 計
4,341名 (4,292名)	1,723名 (1,836名)	5,148名 (4,933名)	11,212名 (11,061名)

### 3. 実施内容

(1) ブースの種類 パッケージブース (3×3=9 m<sup>2</sup>) を2ブース設置、計 18 m<sup>2</sup>

(2) ブースの構成 18 m<sup>2</sup>

(3) 協議会ブースでの事業内容

ア 日本茶のPR

- ①多様な日本茶商品の展示と試飲 (随時)
- ②来場者からのアンケート回収による嗜好調査
- ③日本茶に関する説明 (種類、産地、製造法、効能、楽しみ方等)
- ④日本茶に関する冊子の配布、蘭字ポスターの掲示

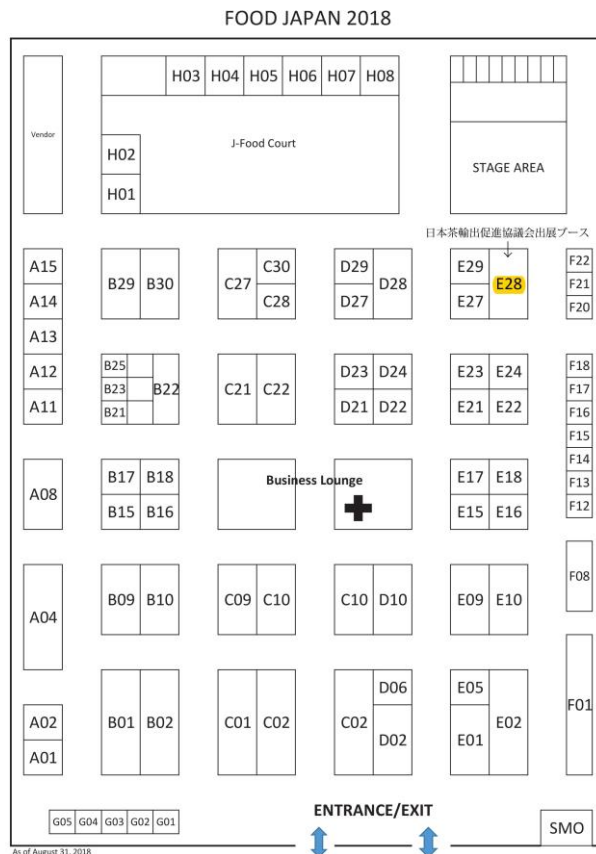
イ 嗜好調査

- ①来場者からのアンケート回収による嗜好調査

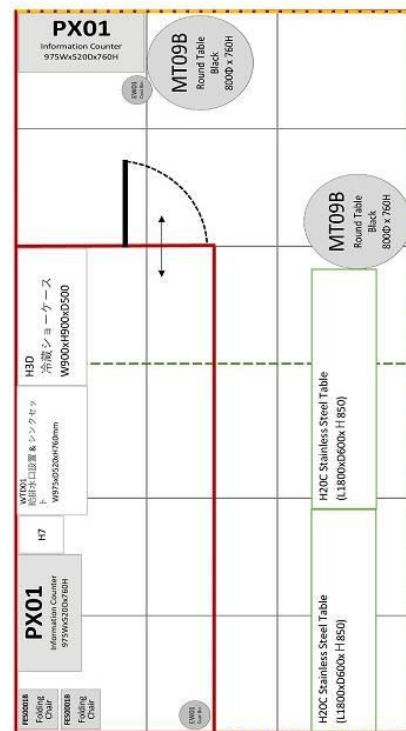
ウ バイヤー情報の収集

- ①バイヤー等の連絡先と取引を希望する茶商品等の情報を収集
- ②現地で得たバイヤー情報を展示茶提供社に戻し、輸出の拡大を図る

ブース位置 (E28)



ブースレイアウト図



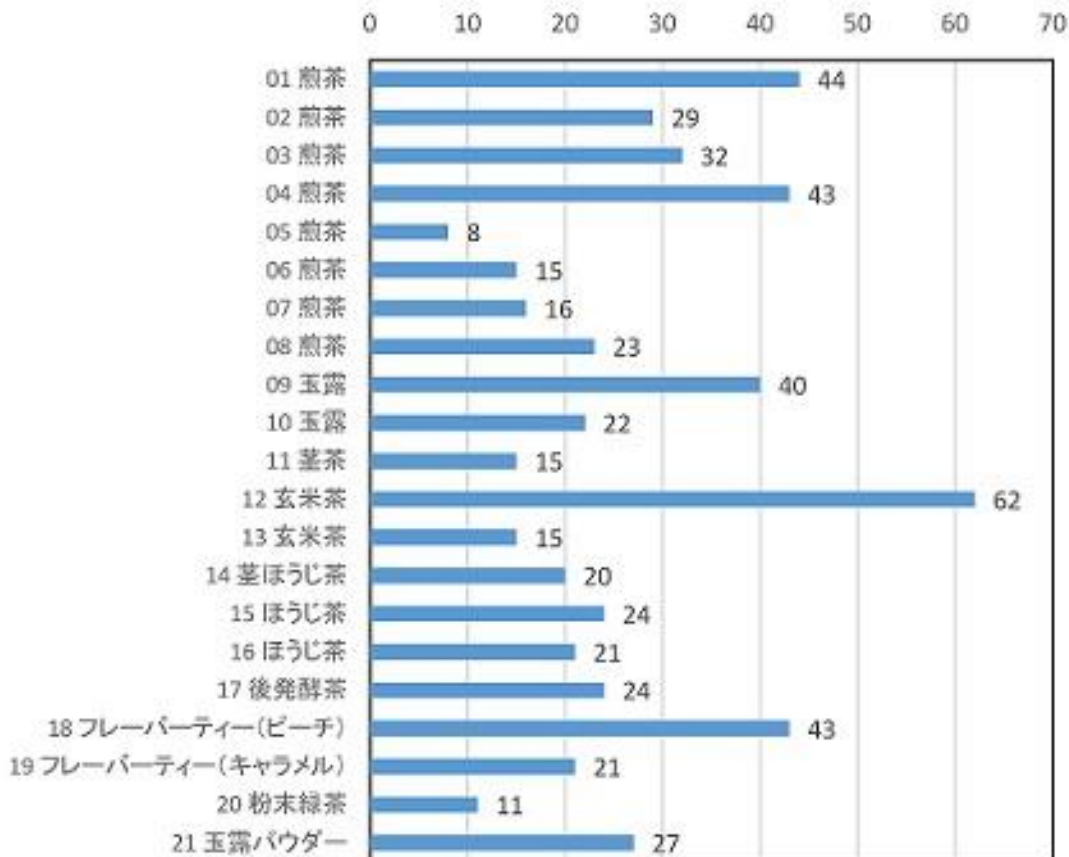
## 4. 結果と考察

ブース来場者数等

ブース来場者				500名程度
(うちアンケート回答者)				237名
(うち取引希望バイヤー情報取得数)				43件
※連絡先の記載のないバイヤーは含まない				
日別 アンケート 回答者数	10月26日 (金) トレードデイ	10月26日 (金) トレードデイ	10月27日 (土) 一般公開	合計
	58名	75名	104名	237名

好みのお茶の投票結果

Please choose your favorite teas.  
(Multiple answers are allowed.) n=237



展示茶一覧（順不同）

・展示会にはシンガポールをはじめ、東南アジア諸国から大勢のバイヤー等が来場していた。当協議会ブースには会期中500名余の来場者があり、237名からアンケートを回収するとともに、展示・試飲提供した日本茶商品の商談等を希望するバイヤー43件の情報を収集した。現在、収集したバイヤー情報をもとに日本茶商品の製造（販売）業者が、現地バイヤーとの接触を始めている。

・シンガポールでは温かいお茶を好む傾向があるが、今回は日本茶の新しい需要を喚起するため、8茶種（煎茶・玉露・茎茶・玄米茶・ほうじ茶・後発酵茶・フレーバー茶・粉末茶）による「冷茶」のプロモーションを行ったところ、来場者の反応は大変好評であった。また、健康への関心は高く、冷茶の効能についても興味深く聞く人が多かったことから、「冷茶」需要を喚起していくことで日本茶のマーケットも拡大していくものと推察された。

・抹茶については、粉末茶との違いなど日本の抹茶の品質や特徴を十分に体感できるよう冷茶の8茶種とは別に専用コーナーを設けた。来場したバイヤー等の関心も高く、価格が高くても高品質な抹茶を求める引き合いが多かった。

・また、展示会主催者によるコンペ企画「アイスクリームチャレンジ」（※現地の学生が展示会の登録食材を使って革新的なアイスクリームを競い合うコンペ）に応募したところ、「玄米茶（粉末）」が予選を突破し本選（2019年1月最終選考）へと進んだ。

・多様な日本茶商品を提示し、試飲による嗜好の把握を行ったことで、同一茶種でも、内質（香り・味）の違いによる反応から、現地で好まれる味の傾向を把握することができた。また、現地の人達に選ばれやすいパッケージの色調や図柄の傾向・好みを知ることができた。

※詳細は次ページ表を参照



茶種別にみた現地の嗜好や傾向等

煎茶	<ul style="list-style-type: none"> <li>・深蒸し煎茶よりも、飲み慣れていないであろうと思われる比較的品質の高い旨味や甘みの感じられる普通煎茶を好む</li> <li>・品種による特徴的な香り（今回は静7132）は非常に好評</li> </ul>
玉露	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旨味が強く感じられるものを好む</li> </ul>
玄米茶	<ul style="list-style-type: none"> <li>・茶の味自体よりも玄米の香ばしさが感じられるものを好む</li> </ul>
焙じ茶	<ul style="list-style-type: none"> <li>・雁が音（茎）ほうじのすっきりとした香りよりも、葉の部分が含まれた焙じ香の強い茶を好む</li> <li>・香り同様、味もしっかりとしたものを好むため、葉の部分が多くのタイプ及び細かい葉で作られたティーバッグを好む</li> </ul>
フレーバー茶	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フルーツ等の香りをつけたフレーバー茶は、茶をあまり飲まない層を中心に驚きとともに受け入れられ好評</li> <li>・ただし、日常的に茶を飲用する人には香りが強すぎる印象</li> </ul>
抹茶	<ul style="list-style-type: none"> <li>・品質の異なる抹茶を試飲提供したが、価格の差に関わらず、かなりの割合で高品質な抹茶への引き合いの方が多い</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・茶＝健康に良いという考えは定着しており、身体に一番良いお茶はどれか、という質問も多かった</li> <li>・苦いお茶を好む人たちも少なからずいる</li> <li>・健康への関心が強く、湯温による抽出成分の違いなどの説明も興味深く耳を傾けていた</li> <li>・有機への関心は以前と比べ高くなってきているが、欧米諸国には満たない印象</li> <li>・パッケージの色調は赤系を好み、デザイン的には花や動物をあしらったもの及び日本を象徴する絵が描かれたものが好まれた</li> </ul>

## 5. 出展の様子

