

アメリカにおける輸入緑茶の期間別需要分析

2026年5月

公益財団法人中部圏社会経済研究所

本レポートは、当財団『研究の場』事業の2025年度の成果報告となります。『研究の場』は、当財団の研究力強化の一環として2024年度に創設されました。研究者の卵である大学院生等をインターンとして迎え入れて共同研究を行い、大学の研究と社会課題を結びつけることを企図しています。

『研究の場』では、4月のインターン受け入れ以降、研究テーマの擦り合わせ・調査方針の決定からはじまり、調査・データ分析の実施、財団内での中間報告・指導内容の反映等研究の深掘りを経て、翌年3月に財団内での最終報告を実施します。

この間、本レポートの著者であるインターン（中尾 祥子氏）の担当教授である名古屋大学 園田 正教授をはじめ、当財団のEBPM事業においてご指導いただいている愛知学院大学 石橋 健一教授など、多くの方のご指導・ご助言をいただきました。ご支援いただいた皆様にはこの場をお借りして改めてお礼申し上げます。

アメリカにおける輸入緑茶の期間別需要分析

元 名古屋大学大学院経済学研究科社会経済システム専攻 中尾 祥子

【ポイント】

本レポートは、アメリカ市場における緑茶需要の変化を整理し、日本産・中国産・その他産の輸入緑茶を比較することで、産地間の差別化の程度を実証的に明らかにすることを目的とした。

① 背景分析

まず、戦前のアメリカ市場における緑茶消費の歴史と、その後、現在にかけて紅茶・コーヒー中心の習慣へ転換した経緯を整理した。次に、2017年の抹茶ブーム以降のアメリカ市場を見ると、日本は抹茶のマーケティングを進めた一方、中国は国内市場を重視しつつ、価格競争力を背景に新興国へ軸足をシフトしており、両国の戦略の違いが市場動向にも反映されていた。最後に、自治体・農協のヒアリングから、日本産緑茶が必ずしも差別化されていない現状、現地での嗜好実態、抹茶ブーム以降の国内生産の変化を把握した。

② 計量分析

1994年から2025年までの月次データを用い、3期間に区分した上でLA/AIDSモデルにより期間別の需要分析を行った。結果、需要構造には期間ごとの差異が見られた。特に2017年以降の第3期においては、日本産の支出弾力性（消費者の緑茶全体への支出の変化に対する当該国産緑茶需要の変化）と嗜好トレンド（非価格要因）の上昇が見られ、普及活動が一定の成果を上げていることが窺えた。一方、他国産との競合関係を示す交差価格弾力性は上昇し、日本産の相対価格が上昇した際には日本産から需要が離れる可能性も明らかになった。

今後は、緑茶市場拡大に対応するため、「供給基盤の強化」と「日本産の差別化」を両輪で進める必要がある。

1. はじめに

東海地方は、全国生産量第2位の静岡県、第3位の三重県、そして「西尾抹茶」で知られる愛知県を擁する日本有数の緑茶生産地域である。また、総務省家計調査(2023)によれば、東海地方はお茶の購入量が全国で最も多く、この地方は生産だけでなく、消費の面でも高い存在感を示していると言えよう。

国内市場では、図1に示したように2001年以降、緑茶の平均購入価格は長期的な下落傾向にある一方で、緑茶の輸出価格は上昇のトレンドにあり、その背景には抹茶の国際的な需要の高まりがある。アメリカ農務省によると、2017年に日本産緑茶(以下、「日本産」)はアメリカの緑茶市場において総輸入額・シェアともに中国産緑茶(以下、「中国産」)を上回った。本レポートでは、この2017年以降を「抹茶ブーム」と定義する。農林水産省は「茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針」(2025)で、国内需要の減少を上回る速さで輸出が拡大すると見込んでいる。輸出拡大は茶葉振興策の一つと位置付けられている。

緑茶は産地段階で最終消費される形に近い荒茶まで加工されるため、輸出の利益が生産者や地域社会に還元されやすい。また気候や品種、加工方法の違いが味に直結することから、他産地品との差別化が図りやすいとされている。こうした特性から緑茶

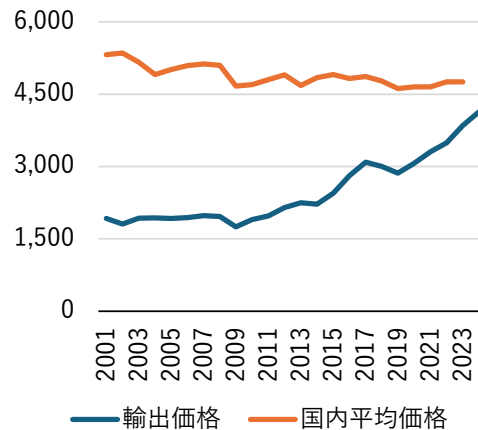


図1：日本産の輸出と国内平均購入価格の推移(円/kg)

出典：財務省『貿易統計』(統計品別推移表)および総務省統計局『家計調査』(第5表)より筆者作成

輸出が注目されている。しかし、日本産の差別化がどの程度成立しているのか、そして海外市場での位置づけが時期によってどのように変化してきたのかは、必ずしも十分に検証されてこなかった。とりわけ、抹茶ブーム以降において日本産が他国産とどのような競合関係(代替・補完)にあるのか、各国の輸出戦略の違いがどこで生み出されたのかを明確にすることは、今後の緑茶の輸出拡大と生産維持・拡大を考えるうえで重要であり、東海の名産である緑茶を将来にわたって確かな産業として維持するうえでの一助となりうる。

本レポートでは、日本産の輸出需要構造を分析する対象としてアメリカ市場に着目する。図2のとおり、アメリカにとって日

本は緑茶の最大の輸入元であり、また日本にとってもアメリカは最大の輸出先である。

アメリカの緑茶市場は日本産・中国産・その他産緑茶（以下、「その他産」）により構成される。その中でも、中国産は低価格帯の

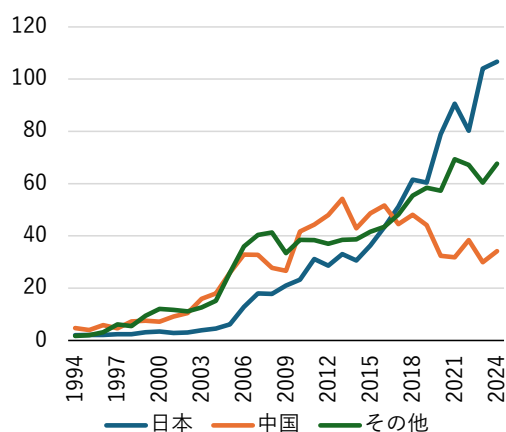


図2: アメリカ市場の緑茶の総輸入額 (100万ドル)

出典:アメリカ農務省のデータベースより筆者作成

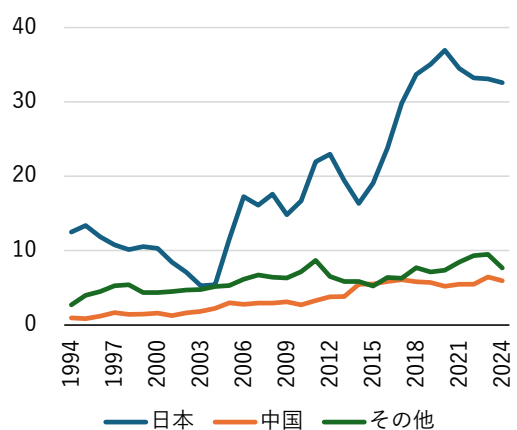


図3: アメリカ市場における緑茶 1 キロ当たりの輸入額 (ドル/kg)

出典: 図2に同じ

商品が多く流通し、日本産が重視する品質・ブランド価値とは異なる市場戦略をとっているとみられる (図3)。本レポートでは価格要因に加え、品質・ブーム・トレンドなどを含む非価格要因がどの程度影響を与えているかにも着目する。

2. 背景分析

(1) アメリカ市場の緑茶需要の変遷

現代のイメージとは異なり、戦前のアメリカでは緑茶が日常的な飲料として広く消費されていた。

以下では Hellyer (2022)を中心に、アメリカにおける緑茶消費の変遷を概観する。

1800年代には明確な要因は特定されていないものの緑茶の方がよく飲まれていたとされる。クリームやミルク、砂糖を加えたラテ風の飲み方で 1836年には消費する茶の4分の3以上が緑茶であり、90%以上が紅茶であるイギリスと様相が異なっていた。当時、緑茶の大半は中国産であり、後に日本産が輸入されるようになった。

1880年までの20年間で、日本産は中国産と価格が同程度にもかかわらず20%以上シェアを伸ばし、44%ほどのシェアだったとされる。その要因は移民問題による中国への否定的な見方や、万博を通じて形成さ

¹ カナダ、スリランカなどが該当する。割合が小さく、流動的なため今回の研究ではその他としてまとめて扱う。

れた日本への比較的好意的な態度にあると
考えられている。アメリカ国内でも中西部
は日本産を消費している地域であり、1887
年にミネソタ州で消費された茶の90%以上
が日本産だったとする記述もある。

しかし 1890 年代に日本産輸出は大きな
困難に直面した。それは①当時中国・日本で
より鮮やかな色にするために使用されてい
た着色料がアメリカで品質問題を引き起こ
したこと、②スリランカをはじめとする南
アジアの紅茶産地の台頭である。

南アジアではイギリス主導による栽培・
加工が行われており、機械生産による紅茶
を清潔で品質が高いと宣伝する一方で、東
アジア人の作り方が不衛生であると訴える
ことで支持を獲得し、紅茶の消費量は急拡
大した。結果、現代まで続くアメリカの紅茶
文化が形成された。これらの状況を受け日
本国内でも生産の機械化が進み、着色料も
使用しない、現在の煎茶と同様の茶が作ら
れるようになった。

当時、日本国内では番茶の消費が一般的
であり、煎茶は85%が輸出される、輸出特
化型の商品であった。アメリカでの需要が
減少した結果、煎茶の売り先を日本国内へ
転換し、今日もっとも飲まれている緑茶が
普及していった。(Hellyer (2022))

この歴史的経緯はアメリカが緑茶に対す
る需要が存在していた市場であり、その需
要は原産国に対する文化的イメージや国際
環境の変化によって大きく転換し得ること

も示している。そのため、現在の緑茶輸出拡
大を単なる新現象と捉えるのではなく、歴
史的に変化を繰り返してきた市場の延長線
上に位置づけることが重要である。

(2) 日中の輸出戦略の相違

図1を見るとアメリカ市場では 2017 年
以降の日本産は大きく伸長する一方で、中
国産がシェアを縮小しており、両者の動き
は対照的である。このような状況の背景に
は、2010 年代における日中両国の輸出戦略
の違いがあると考えられる。

A. 日本による段階的マーケティング

この時期には日本産の中でも、特に抹茶
が持つ健康効果への関心がアメリカ市場で
高まった。抗酸化作用やダイエット効果と
いった抹茶の健康効果がテレビやマスメデ
ィアに取り上げられたことで、消費者が惹
きつけられ、抹茶関連商品の市場も拡大し
た。(日本茶輸出促進協議会 (2017))。

日本産また、抹茶が飲料や食品の「フレー
バー」としても普及し、需要拡大に寄与した。
大手カフェチェーンにおける抹茶関連飲料
の期間・店舗限定販売を契機に、抹茶や関連
飲料は定番メニューとして定着し、販売店
舗も拡大した。

I. 中国による国内・新興国重視の戦略

中国では 2010 年代に中国国内における
茶消費が大きく拡大していた。瞿・小野
(2018) によるアンケート調査では、2007
年と 2017 年を比較すると茶を最も飲む人

は 21.5%増加しており、茶の需要が拡大していたことがうかがえる。

加えて、中国には古くから喫茶文化が根付いており、茶は単なる嗜好品ではなく、精神的・文化的価値を伴う消費対象として位置づけられている。そのため、中国の消費者は茶の良し悪しや、細かな味の違いを認識し、高級茶に対して高い購買力を有していると考えられる。特に上級茶葉は国内市場において供給不足になることもあり、海外輸出に回す必要性がなかった(JETRO(2017))。

2010年前後にEUや日本で茶葉の残留農薬検査基準が改定され、中国産に対する検査が強化された。その結果、2013～2014年にかけて、中国産がEUおよび日本市場において残留農薬基準超過を指摘された事例が33回に達し、これに伴い輸出量も減少したことが報告されている(JETRO(2017))。

この規制強化は、中国産が高付加価値市場において品質・安全性の面で追加的なコストを負担する必要性を高め、規制が厳しい国への輸出を困難にしたと考えられる。

また中国政府は2015年に「一帯一路」経済発展戦略を打ち出し、各省・市の地理的優位性を活かしながら、アジア、ASEAN、中東、ヨーロッパ、アフリカ諸国との貿易関係を強化する方針を明確にした(JETRO(2017))。この政策の下で、農薬規制が比較的緩やかで、価格競争力を重視する市場への輸出が促進された結果、中国産

の輸出先は次第にアフリカなどの新興国市場へとシフトしていったと考えられる。実際に、2015年における中国産の輸出先構成を見ると、アフリカ向けが総輸出量の63.1%を占める一方、アメリカ向けはわずか3.1%にとどまっている(JETRO(2017))〔データ出所：中国税関〕。

このような輸出戦略の転換により、中国産はアメリカ市場でも高付加価値市場での展開よりも、価格競争力を活かした低価格帯商品として供給されるようになった。その結果、アメリカ向け輸出量は縮小し、中国産は同市場において緑茶を牽引する存在ではなくなっていったと考えられる。

(3) 現在のアメリカ市場への供給対応：

県庁、農協とのヒアリングを通じて

ア. 差別化・競合に対する指摘

(ア) 緑茶の差別化の現状

アメリカ市場での緑茶の差別化について、ヒアリングでは「日本産であることが意識されているのではなく、“Matcha”のブランドイメージが強い」と指摘があった。

つまり、現状その多くが日本産であるMatcha製品はMatchaブランドだから売れているのであって、それが中国産であるか日本産であるかといった点を消費者は区別していない可能性がある。抹茶がブームになるほど需要が急増しているものの、必ずしも「日本産」の需要の増加には結びついていないと考えられる。

また、品質差に基づく価格転嫁は十分に進展していない。これらの課題に対応するため、品質評価の客観性および透明性の向上を目的として、茶商が実物を確認した上で評価を行う新たな取り組みが 2025 年度より開始された。

日本国内の産地ブランドに関して、宇治抹茶は依然として強い知名度を持ち、それに鹿児島茶が続く。「しずおか」の発音が外国人にとって難しいこともあり静岡茶の認知は高いとは言えない。そのため静岡県庁では静岡茶輸出拡大協議会を設置し、静岡茶の認知向上を目指している。

(イ) 嗜好に関する指摘

ヒアリングでは、ほうじ茶を「香ばしさ」を武器にコーヒーユーザーへ訴求するなど、製品特徴に応じたマーケティングの動きがあることがわかった。またアメリカ市場では、溶けやすさ、色の鮮やかさが重視され、日本とは評価基準が異なる点も明らかになった。

イ. 国内の緑茶生産に関する指摘

(ア) 高価格帯製品への移行

緑茶の生産面については、単価が高い茶の生産が進められている。静岡では煎茶よりも取引価格が高い抹茶の生産が拡大している²。

有機栽培の茶も通常の 1.5~2 倍の価格で

取引されているが、導入に向けた投資や生産にかかる労働力を考慮すると、抹茶生産の方がより高い収益性が見込まれている。つまり、抹茶自体に付加価値があることが分かった。また、供給面での最大の課題として輸出向け供給量の不足が指摘されている。

(イ) 原材料高騰に対する取り組み

資材価格の値上がりや、いわゆるトランプ関税などの問題も足元に存在するが、近年は茶葉の価格高騰によりサプライチェーン全体の価格水準が押し上げられている。特に抹茶に関しては 1kg 当たり 1 万円に迫る値上がりが起こっている。そのため、原材料高騰のコストはある程度はカバーできているとの見方も示された。

(ウ) 輸出を行わない国内農家への影響

輸出用に抹茶に加工される茶葉の割合が増えていることに伴い、国内向けの茶葉供給が減少傾向にある。その結果、国内茶葉の価格も上昇しており、輸出を行わない事業者にも茶葉の値上がりから利益を得られていることが窺えた。

3. 計量分析

本レポートで計量分析を行う目的は、①背景分析で示した日本産・中国産・その他産の違いが市場データにどのように表れてい

² 正確には抹茶に加工される「てん茶」の生産が拡大している。

るのかを検証すること、②ヒアリングで指摘された原産地差別化の不十分さが実際の価格や需要の代替関係に反映されているかを確認すること、の2点である。

以下の分析では、対象をアメリカ市場における、日本産 ($i = 1$)、中国産 ($i = 2$)、その他産 ($i = 3$) の3財とし、観測期間は1994年1月から2025年7月までの378か月(31年7か月)を以下の3つの期間に分けたものとする。

- 1 1994年1月から2005年12月まで：
日本産の輸入額シェアが低下傾向にある期間
- 2 2006年1月から2016年12月まで：
日本産の輸入額シェアが増加へ転換した期間
- 3 2017年1月から2025年7月まで：日本産の輸入額シェアがアメリカ市場で1位である期間(抹茶ブーム)

輸入額と輸入量に関するデータは米国農務省の農作物貿易のデータベースであるGATS³から、消費者物価指数は米国労働統計局のConsumer Price Index for All Urban Consumers (CPI-U), All Items, U.S. City

³ このデータの出所は商務省、米国国勢調査局、外国貿易統計局である。またアメリカにおける緑茶の輸出は090220(3キログラム以上の緑茶)と090210(3キログラム以下の緑茶)の2つのコードによって分類される。本レポートでは総体としての緑茶需要を把握することが目的のため、この2つを合算して緑茶輸出データとして扱う。

Average から入手した⁴。

アメリカにおける輸入緑茶の需要について、LA/AIDS分析を用いて消費者需要を分析した。この手法はミクロ経済理論の消費理論に依拠しており、複数の財を同時に扱うことができるという利点を持つ。

$$w_{it} = \alpha_i + \beta_i \ln \left(\frac{Y_t}{P_t} \right) + \sum_{j=1}^n \gamma_{ij} \ln p_{jt} + t_i \cdot TR_t + \sum_{s=2}^{12} d_{is} \cdot DM_s + e_{it} \quad (1)$$

今回の分析では、LYUら(2021)の先行研究で利用された変数を参考に上記の式を推計した。各変数は下記の通りである。

- 1 α_i : 定数項
- 2 $\frac{Y_t}{P_t}$: 支出(総輸入額 Y_t をラスパイレス指数⁵で割ったもの)の変化
- 3 p_{jt} : 日本価格、中国価格、その他価格(総輸入額を総輸入量で割り消費者物価指数で除して実質価格に変換したもの)
- 4 TR_t : タイムトレンド(月)
- 5 DM_s : 各月の季節的傾向
- 6 e_{it} : 誤差項

⁴ 消費者価格調査(Consumer Price Index Survey)がデータの元になっている。

⁵ $\ln P_t = \sum_{i=1}^n \bar{w}_i \ln p_{it}$ によって計算された価格指数。物価の変動度合いを表す指数の一つ。基準時と同じ数量の財を購入した時の、基準時と比較時の総額の比率によって計算される。

また、 β_i 、 γ_{ij} 、 t_i 、 d_{is} はそれぞれの変数が w_{it} に与える影響を測るパラメーターである。

4. 分析結果

(1) 交差価格弾力性

交差価格弾力性は*i*国産が価格変化した際に、*j*国産の輸入額シェア（以下、「*i*国産価格→*j*国産需要」）がどの程度変化するかを表す指標である。交差価格弾力性がプラスに大きいほど、両者の代替関係が強い。表1の交差価格弾力性は全てプラスであり、代替関係にあることが推測できる。

第1期：中国産は日本産とも代替関係にあるが、特にその他産に代替されやすい。一方、日本産価格→中国産・その他産需要の交差価格弾力性は相対的に小さく、代替されにくい。

第2期：日本産の市場参入が進み、日本産と中国産・その他産の代替関係が強まったことが示唆される

第3期：日本産価格→中国産・その他産需要の交差価格弾力性が上昇しており、日本産価格の上昇により、中国産・その他産へ需要シフトがしやすくなったことがうかがえる。中国産については、中国産価格→日本・その他産需要の交差価格弾力性の値が他期間よりも小さいことから、ニッチな財として差別化が強まっていることが推測される。

表1：交差価格弾力性

	日本	中国	その他
第1期 日本		0.393 ***	0.254 ***
1 中国	0.144 ***		0.390 ***
期 その他	0.106 ***	0.442 ***	
第2期 日本		0.387 ***	0.214 ***
2 中国	0.250 ***		0.439 ***
期 その他	0.140 ***	0.443 ***	
第3期 日本		0.158 ***	0.251 ***
3 中国	0.330 ***		0.254 ***
期 その他	0.332 ***	0.160 ***	

注：***、**、*はそれぞれ1%、5%、10%の有意水準において、0と有意差をもつことを示している。

表2：自己価格弾力性

	第1期	第2期	第3期
日本	-0.647 ***	-0.601 ***	-0.409 ***
中国	-0.534 ***	-0.689 ***	-0.584 ***
その他	-0.548 ***	-0.583 ***	-0.493 ***

(2) 自己価格弾力性

表2に示す自己価格弾力性は、*i*国産の価格が変化した際に、*i*国産の輸入額シェアがどれほど変化するかを表す指標である。

第1・2期：各財に大きな数値の開きはなく、おおむね-0.6前後である。

第3期：全ての財で第2期よりも絶対値が小さくなり、特に日本産・その他産が自国産の価格向上に対する需要変動が鈍くなっていることがわかる。

(3) 支出弾力性

表3に示す支出弾力性は、消費者の緑茶支出総額が変化した場合に、i国産の輸入額シェアがどの程度変動するかを示す指標である。

第1期：日本産は支出弾力性が小さく、支出が増える際に優先的に選ばれる財ではない。反対に中国産・その他産の支出弾力性が大きく、需要拡大の恩恵は主にそれらが受けたと推測される。

第2期：中国産の支出弾力性が大きく、中国産が需要拡大の恩恵を受けていたと推測される。

第3期：日本産の支出弾力性は3期間で最も大きく、新たに緑茶を購入する層、また今までよりも購入を増やす層の受け皿となっている可能性が高い。一方、中国産・その他産は支出弾力性が低く、市場拡大の恩恵を受けにくいことが伺える。

(4) 貢献度

貢献度は各要因がアメリカ市場における各財の需要の増減にどれだけ寄与したかを示す指標である。表4に示す嗜好トレンドは、各財の価格や消費者の支出の変化では説明できない要因を表すものである。主に品質や魅力、嗜好の変化などを反映すると考えられる。

第1期：日本産・中国産ともに月当たりの嗜好トレンドが小さく、緑茶への関心が十分に高まっていなかった。

第2期：日本産・中国産ともに月当たり嗜好トレンドが上昇し、非価格要因で需要が押し伸ばされたことが推測される。

第3期：日本産では、価格上昇に関わらず、嗜好トレンドが上昇傾向にある。これは、アメリカ市場における日本産需要になお拡大余地があることを示唆している。一方、中国産はこの時期、嗜好トレンドがマイナスに転じた。

表3：支出弾力性

	第1期	第2期	第3期
日本	0.539 ***	0.882 ***	1.385 ***
中国	1.059 ***	1.321 ***	0.739 ***
その他	1.125 ***	0.753 ***	0.655 ***

表4：貢献度分析（月あたり）

	日本産		
	第1期	第2期	第3期
日本価格	-0.0205	0.0035	-0.0175
中国価格	-0.0039	0.0010	0.0084
その他価格	-0.0001	0.0093	0.0009
支出	-0.0962	-0.0091	0.1152
嗜好トレンド	0.0124	0.1034	0.1137
TOTAL	-0.1083	0.1081	0.2206
	中国産		
日本価格	0.0056	-0.0003	0.0063
中国価格	0.0044	-0.0204	-0.0156
その他価格	0.0000	-0.0103	0.0005
支出	0.0337	0.0188	-0.0513
嗜好トレンド	-0.0908	0.0367	-0.1244
TOTAL	-0.0472	0.0246	-0.1846

5. まとめ

表5：分析結果のまとめ

項目	第1期 [形成期]	第2期 [移行期]	第3期 [抹茶ブーム]
市場環境	中国産が中心 (約 25 ドル/kg、シェア 44%)	日本産のシェア拡大により 市場構造に変化の兆し	抹茶ブームに伴い、日本産 価格がさらに上昇 (150 ドル/kg 超)
代替関係	中国産・その他産は代替 されやすく、日本産は比 較的代替されにくい	日本産の市場参入が進み、 日本産と各財との代替関係 が強まる	中国産はニッチ化する一方 で、 <u>日本産は中国・その他 への代替可能性が高まって いる</u>
支出 弾力性	中国産・その他産が需要 拡大の恩恵を主に受けた と推測	中国産が需要拡大の恩恵を 主に受けたと推測	日本産が需要拡大の恩恵を 主に受けたと推測
自己 弾力性	すべての財が自国産の価格に対して比較的敏感		どの財も自国産の価格変化 に鈍く、特に日本・その他 が顕著
貢献度 分析	市場全体で緑茶への関心 やトレンドが十分高まっ ていない	日本産・中国産ともに非価 格要因 (トレンドやブーム) で需要が押し上げられた	<u>日本産の嗜好トレンドは上 昇過程であり需要はさらに 拡大する余地あり</u>

6. 提言

ヒアリングでは海外市場で“Matcha”の認知が先行しており、産地の識別は必ずしも強くないとの現場の意見が得られた。計量分析でも、第3期の推計において、日本産の価格上昇時に中国産やその他産へ需要がシフトすることが確認され、日本産の需要に一定の代替可能性が存在することが示唆された。

一方、日本産は新規需要を多く取り込んでおり、嗜好トレンドが上昇過程にあることも確認された。この結果は、これまでの普及活動が一定の成果を上げた可能性を示すと同時に、市場にはなお拡大の余地が残されていることもうかがえる。

以上をふまえ、本章では、「緑茶市場の需要拡大を取りこぼさない供給基盤の強化」と「日本産を選んでもらう仕組みづくり」を提言する。

まず、供給基盤の強化について。抹茶ブーム以降、旺盛な需要によって価格が上昇する一方、輸出量は伸び悩んだ。生産体制が需要に追いついていない現状が推測され、需要のシフトを招く要因にもなりうる。

安定的な輸出量を確保するために、生産者が安心して高品質な茶葉づくりに専念できる生産・支援体制の確立が最優先である。地域における抹茶原料への加工設備投資を官民一体で支援し、植え替え補助金モデルを基盤とした地域ぐるみの経営安定化を図ることで、大ロット需要にも揺るがない供給基盤を確立することが有効であろう。

次に、日本産を選んでもらう仕組みづくりについて。今後のアメリカへの緑茶輸出で重要になるのは輸出を牽引する“Matcha”のカテゴリーの拡大に依存するのではなく、日本産の品質の違いが正しく評価される市場環境を整えることである。

現在のアメリカ市場では、抹茶は色や健康効果といったわかりやすい特徴で消費が拡大している。一方、原産地の違いは必ずしも十分に意識されておらず、価格競争に陥る可能性が大きい。そのため差別化の鍵は、日本産の強みである品質管理の厳格さや生産履歴の透明性、歴史的・文化的背景、味の安定性といった容易に模倣されない要素にある。

こうした価値を消費者へわかりやすく示し、市場の中に高級品から手ごろな価格帯

まで品質に応じ、価格が適切に反映される製品ラインを構築することが重要である。

参考文献

- Hellyer, Robert I. 著, 村山美雪 訳 (2022) 『海を越えたジャパン・ティー：緑茶の日米交易史と茶商人たち』原書房
- LYU Likun, 高橋幸也, and 前田耕司 (2021) “Identifying Factors for Expanding Japanese Green Tea Exports to the United States: From Changes in Demand Structure in the United States” 『九州大学農学部紀要』, 第 66 巻, 第 1 号, pp. 155-162.
- U.S. Bureau of Labor Statistics, “Consumer Price Index for All Urban Consumers (CPI-U), All Items, U.S. City Average.” <https://data.bls.gov/dataViewer/view/timeseries/CUUR0000SA0> (最終閲覧日：2025 年 12 月 29 日)
- USDA Foreign Agricultural Service, “Global Agricultural Trade System (GATS).” [データベース] <https://apps.fas.usda.gov/gats/> (最終閲覧日：2025 年 12 月 29 日)
- 瞿倩倩・小野雅之 (2018) 「中国茶産地における消費者の茶消費行動の特徴—河南省信陽市でのアンケート調査結果から—」 『農業市場研究』 27 巻 3 号, 62 頁
- 財務省 『財務省貿易統計 (普通貿易統計) 統計品別推移表 (A-5)』 [データベース] <https://www.customs.go.jp/toukei/srch/index.htm?M=77&P=0> (最終閲覧日：2025 年 12 月 29 日)
- 総務省統計局 「家計調査 家計収支編 二人以上の世帯 年報 (2023 年)」, 第 5 表 「時系列 (2001 年～2023 年) —二人以上の世帯 (食料「調理食品」～「飲料」)」, 第 6 表 「都市階級・地方・都道府県庁所在市別 (支出金額及び購入数量のみ) —二人以上の世帯 (食料「調理食品」～「飲料」)」
- 日本貿易振興機構 (JETRO) 上海事務所・日本貿易振興機構農林水産品支援課 (2017) 『競合国輸出環境調査 (中国・緑茶) 報告書』, 12, 15, 50 頁
- 日本茶輸出促進協議会 (2017) 『米国における抹茶流通・消費動向調査 報告書』 (アクセントチャ株式会社調査委託), 4, 5 頁
- 日本経済新聞社 (2025) 「『抹茶ブーム』世界沸かす ラテ・菓子など商品多彩、国内は品薄」 『日本経済新聞 電子版』 2025 年 6 月 7 日 (閲覧日：2026 年 2 月 9 日)
- 農林水産省 (2025) 「茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針」 25 頁

付録：各数値の算出方法⁶

1. 支出・補償弾力性を求める算出

式（1）で得たパラメーターをもとに、
非補償弾力性

$$\varepsilon_{ij}^M = \frac{(\gamma_{ij} - \beta_i \bar{w}_j)}{\bar{w}_i} - \delta_{ij} \quad (2)$$

支出弾力性

$$\eta_i = 1 + \frac{\beta_i}{\bar{w}_i} \quad (3)$$

補償弾力性

$$\varepsilon_{ij}^H = \varepsilon_{ij}^M + \eta_i \bar{w}_j \quad (4)$$

が推計される。

2. 貢献度分析の算出

i 国産のシェア式は以下のように表し、

$$w_{it} = \alpha_i + \beta_i \ln \left(\frac{Y_t}{P_t} \right) + \sum_{j=1}^3 \gamma_{ij} \ln p_{jt} + t_i TR_t + \sum_{s=2}^{12} d_{is} DM_s + e_{it} \quad (5)$$

ここでこの式を時間トレンド変数で偏微分
すると、

$$\frac{\partial w_{it}}{\partial TR_t} = \beta_i \frac{\partial(Y_t/P_t)/(Y_t/P_t)}{\partial TR_t} + \gamma_{i1} \frac{\partial p_{1t}/p_{1t}}{\partial TR_t} + \gamma_{i2} \frac{\partial p_{2t}/p_{2t}}{\partial TR_t} + \gamma_{i3} \frac{\partial p_{3t}/p_{3t}}{\partial TR_t} + t_i \quad (6)$$

を得ることができる。

ここで各項は

$\frac{\partial w_{it}}{\partial TR_t}$ ：期間あたりの輸入額シェアの変化量
 $\beta_i \frac{\partial(Y_t/P_t)/(Y_t/P_t)}{\partial TR_t} : \frac{Y_t}{P_t}$ （期間あたりの支出額）
の変化によるシェア変化量

$\gamma_{ij} \frac{\partial p_{jt}/p_{jt}}{\partial TR_t}$ ：期間あたりの価格の変化による
シェア変化量を意味している。

したがって、輸入額シェアの変化量は①
支出、②日本産緑茶価格、③中国産緑茶価
格、④その他産緑茶価格、⑤嗜好トレン
ド、の5つに分解できる。

(6)式を計算するために必要なパラメー
ターは(1)式の推定結果から得ることがで
きる。

また、 $\frac{\partial(Y_t/P_t)/(Y_t/P_t)}{\partial TR_t}$ と $\frac{\partial p_{jt}/p_{jt}}{\partial TR_t}$ はそれぞれ以
下の式の ω_a と ω_j から推定される。

$$\ln \left(\frac{Y_t}{P_t} \right) = \delta_a + \omega_a TR_t + \sum_{s=2}^{12} d_{as} DM_s + \eta_{at} \quad (7)$$

$$\ln p_{jt} = \delta_j + \omega_j TR_t + \sum_{\{s=2\}}^{12} d_{js} DM_s + \eta_{jt} \quad (8)$$

$(j = 1, 2, 3)$

⁶ LYU ら(2021)の算出方法に依拠