

話題が必要な緑茶市場(伊藤園・吉田マネジャー)

緑茶は日本の伝統文化であり、国内茶系市場で大規模を誇るが、「あつて当たり前」故に話題になりづらいというジレンマがある。興味喚起、トライアル獲得には何が必要なのか。市場の状況、課題に

ついで伊藤園マーケティング本部リーフブランドグループの吉田達也ブランドマネジャー(写真左上)に話を聞いた。

(聞き手 石母田 豊)

——市場の状況は
形態ごとに違うが、トータルで見ると良いとは言えない。

最大規模のリーフは急須文化の衰退で長年の縮小傾向にあり、コロナ禍初期の20年には巣ごもり消費の恩恵を受けたが、その後は再びダウントレンドに戻ってしまっている。

「緑茶はあつて当たり前」の環境が影響しているとも考えられ、当社も「お〜いお茶」ブランドで販売するPETボトル入りが全国に普及していることも無関係ではないだろう。実際に飲

み比べると違いは分かると思うのだが、品質レベルが高くなったPETボトル入りで満足する消費者も多いのだろう。

——リーフへのトライアル機会がない？
流通量が多

くどこでも買えるPETボトル入りに満足していることから、自発的なトライアルを期待するのは難しい。

リーフを買う以前に急須を留意しなければならぬし、これは衝動的には発生しない消費行動だろう。

やはり、業界がトライアル機会を提供していく必要がある。

当社が10月1日「日本茶の日」に合わせ恒例化している店頭での試飲販売イベント「大茶会」のようなリアル体験もあると好ましい。厚生労働省にも認定された「伊藤園ティーティスト」社内検定の資格を持つ社員も参加する。Web活動も重要だが、急須で入れた緑茶の良さが最も伝わるのはリアル体験だ。

子どもたちへのアプローチも不可欠

働省にも認定された「伊藤園ティーティスト」社内検定の資格を持つ社員も参加する。Web活動も重要だが、急須で入れた緑茶の良さが最も伝わるのはリアル体験だ。

——飲んでほしい層は
ターゲットを絞る考えはないが、特に子どもたちには積極的にアプローチしていきたい。「急須を使う」という行動を日々の生活における選択肢の一つにしてほしいからだ。ある程度大人になってから生活リズムを変えるのはとても難しい。

この考えは「大茶会」などトライアル機会の提供を長年続けるなかで辿り着いた。緑茶は文化であり、生活に溶け込まないと文化とは言えないのではないか。将来ユーザーになってくれ

る。——ティーバッグはどうか
年によって違いはあるものの、長期的に伸びている。簡便性、個食の特徴が現代社会の生活スタイルにマッチしていることもあるが、品質の向上が大きなプラス要因になっていると見ています。

——インスタントは流行ってもよさそうな気もするが
伸びているが、最も新しい形態であり市場規模はまだ小さく、いちカテゴリーとして確立しているとは言えない。当社の「さらさら」とける「お〜いお茶」シリーズがトップシェアと見られるが、プレイヤーは限定的だ。

ただ、伸びしろは感じている。特に若年層を中心に普及しているマイボトルの存在は追い風だ。マイボトルの中心はティーバッグが主流で、より簡便性に優れているという点でインスタントは入り込む余地がある。このほど新発売した「さ

らさらとけるお〜いお茶 抹茶入り緑茶 500ml用スティック」(同右下)はパッケージでマイボトルを訴求している。



らさらとけるお〜いお茶 抹茶入り緑茶 500ml用スティック」(同右下)はパッケージでマイボトルを訴求している。

——健康性への関心は
エビデンスも多く付加価値となり得るが、競争の激しい領域で期待値には届いていない。ルイボステイヤーごぼう茶など所謂「健康茶」に先んじられている。これらはノンカフェインであることも印象が良いものかもしれない。

当社では「お〜いお茶 プレミアムティーバッグ」さらさらとける「お〜いお茶」で展開する機能性表示食品「濃い茶」が非常に良い推移だが、緑茶の健康需要そのものとは言い切れない。戦略的にPETボトル入りとも連携しているから

ほか、リーフの機能性表示食品「一番摘みのお〜いお茶」シリーズなどがあり、今は様々な角度から提案している段階だ。



しでは存続できず、おいしさを磨いていくことは緑茶産業全体の持続可能性を向上するという点からも欠かせない。

このほど新発売した「水出しティーバッグ 贅沢なお〜いお茶 一番摘み緑茶」(同左下)は、旨みのある一番茶を100%使用し、おいしさを追求した製品だ。水出しという飲用提案もできる。今年の「大茶会」でも紹介する予定だ。

ポテンシャルは確信しており、健康志向が極まっている現代でチャンスがないはずはない。製品だけでなく情報を継続的に発信していくことも不可欠で、当社としては「ウェルネスフォーラム」にも引き続き力を入れていく(3月に第9回を開催)。

業界に必要なことはトライアルを獲得するには、嗜好性や健康性はもちろん、何よりも「おいしい」が重要だと考える。