

1 JETROロサンゼルス事務所 及び 在ロサンゼルス日本総領事館

- ・調査日 平成29年11月9日（木）
- ・調査先 JETROロサンゼルス事務所
在ロサンゼルス日本総領事館
(アメリカ・ロサンゼルス)
- ・説明者 JETROロサンゼルス事務所
所長 西本敬一
次長 浅井康孝
在ロサンゼルス日本総領事館
総領事 千葉明
領事 菊間茂
領事 島内のり子
南加静岡県人会
会長 蒲原孝郎



増田 享大

空路日本からロサンゼルス空港に降り立つと、鮮やかな太陽と青空に迎えられ、入国・税関審査の後、専用車にて最初の視察地JETROロサンゼルス事務所に向かった。

JETROロサンゼルス事務所は来年で開所60周年、JETROは米国内に6カ所、カナダに1カ所、北米では計7カ所の事務所を構え、法人や日系企業への支援を行っている。

1 JETROロサンゼルス事務所

(1) 南カリフォルニアの概況

西本所長から、「10のキーワードで巡る南カリフォルニア」と題したパワーポイントをもとに、北米及び南カリフォルニアに関する基礎的な状況を伺った。

南カリフォルニアは、温暖な気温と低い湿度、年間降雨日数も34.2日と文字通りパーフェクトな気候。ロサンゼルス郡の人口は1,024万人、多様な人種が混住し、白人26%、ヒスパニック系48%、アジア系15%で、ヒスパニックとアジア系の多さは全米平均の約3倍にも上る。



西本敬一所長

ロサンゼルスは文字通りの車社会で、7車線にも及ぶフリーウェイが走り、16歳から運転免許取得可能で高校生が車で学校に通うのも日常的。その一方、慢性的な渋滞は深刻で、2028年のオリンピックに向けた渋滞解消対策が重要な課題となっている。新車販売ではトヨタ21%、ホンダ13%、日産9%と依然日本車は人気で、街中を走行するプリウスも目立つが、近年では電気自動車テスラの人気が急上昇している。

また、南カリフォルニアは米国一の物流拠点とも言われ、アジアと米国間の貿易貨物の80%を扱う「北米物流のゲートウェイ」。運送・通関・倉庫等の物流系企業に加え、日系の食品・製造・小売等各企業の拠点も多い。

伝統的に日本人や日系コミュニティが多いことでも知られ、その人口は全米最多。多くは移民で、90歳代の日系2世から7世と確固たる日系コミュニティが存在し、州内には39県人会が組織され、新聞、雑誌等の日本語メディアも充実している。



西本所長の説明を聞く筆者と団員

(2) ロサンゼルスの多彩な魅力とトレンド

日本食に対する人気は年々上昇しており、日本食レストランは州内に6万9千軒と、ニューヨーク（4万5千軒）等を凌ぎ全米一店舗数が多い。またその評価も高く、レストラン情報誌「ZAGAT SURVEY」ではベストレストラン上位5位内に日本食レストラン3店が入る。しかしレストランの経営者に日本人は少なく、8割以上が中国・韓国系の経営者とされている。

また、ハリウッドに代表される映画、映像、音楽、ゲーム等のコンテンツやIT関連企業も集積し、スタートアップ企業を支援する投資も拡大している。

特に、全米一規制が厳しい環境先進地としても知られ、それに理解を示す富裕層も多く在住する。

電気自動車のテスラ（TESLA）は、1台1300～1400万円と高額だが人気で、同社が4.5万ドルの大衆車クラスを発売予定と公表するや予約が殺到しているという。

政治的には、同州は伝統的な民主党基盤だが、共和党のトランプ政権が誕生したように、都市部以外では共和党支持多数地域も多い。今後の経済政策が注目されるが、その成果は市場が判断するものと住民は冷静に政権運営を見ている。

現地での話題としては、タクシーより便利なUBER（ウーバー）が安心・安価な乗り物として一躍利用者が急増し、同州でも日常的な乗り物として愛用されている。スマホ等の携帯端末による予約と決済、客と運転手双方の点数評価など、安心・快適度も高く、世界815の都市で利用されていると言われるが、今後さらに拡大することが予想される。



筆者の質問に答える浅井次長

(3) 主な質疑応答

(質問) 北米経済の状況と本県産業の進出の可能性について

(回答) 実際に景気は好調。労働者賃金、土地価格とも下がることなく上昇しており、リーマンショック以前より着実感がある。アマゾンに代表される新規産業の誕生や経済の新陳代謝も旺盛である。

静岡県には、今一度アメリカの魅力を確認していただきたい。中国やアジアに進出した企業のアメリカ回帰が始まっている。アジアへの進出が成功しても世界で通用するとは限らないが、アメリカで成功すれば、そのビジネススタイルは世界に通用する。

(質問) 人件費の上昇やそれに伴う企業負担もあると思うが、産業構造自体に変化が起きているのか。

(回答) 確かに、企業にとって労働コスト上昇は負担。トヨタの移転もそれが1つの要因であったと見るべき。

モノづくりの世界で付加価値が低いものは成功が難しく、ターゲットを絞った戦略が重要で、吉野家やダイソーは低所得層やヒスパニック系を対象に絞ったビジネス展開で成功している。

2 在ロサンゼルス日本総領事館

千葉総領事らから、ロサンゼルスと友好提携60年を迎える三島市の話を始め、お茶や映画産業等、日本や静岡からの企業進出の可能性等についてお話を伺った。



千葉明総領事

(1) 企業進出の現状とその可能性

同総領事館では、企業支援にも積極的に取り組んでおり、JETRO同様、南カリフォルニアにおける日系企業や日本食レストランの多さを伺った。静岡県内の企業と連携する機会も多く、最近でもヤマハ(株)、ヤマハ発動機(株)からLAフィルハーモニーのイベントで多大な御寄付をいただき事業を手掛けたばかりという。

特に、カリフォルニアでは和食と同様お茶も大変人気で、抹茶専門店もあり、「昆布茶」も人気が高くビジネスチャンスがある。お茶に関しては飲食店で有料で提供するなどの新たな売り方を探求中である。

また、南カリフォルニアだけでも在留邦人は10万人弱、日系人も20万人以上と大きなマーケットが存在し、日系人のみを対象とした商売も十分成り立つ可能性はある。

この他にも、医薬品や航空関連企業も多く、物流拠点としての利便性も高いが、歴史的に住民に手厚い行政サービスが政治文化とも言え、そのため基本賃金も高く、それを支えるための法人税も高い。労働組合が強い地域でもあり、高い法人税率と強い労組を敬遠し、他地区への移転も近年目立ってきている。

(2) 行政のバックアップの重要性

ハリウッドの映画コンテンツ産業は今後も魅力的なマーケットであり、静岡県でもロケ誘致を積極的にすべきとの激励も受けた。

ロケ誘致には道路使用許可等の警察本部の協力も不可欠だが、誘致が成功すれば撮影場所が聖地と



(左から) 島内領事、菊間領事、千葉総領事

なり、観光需要の増加等、経済波及効果は大きい。しかし日本はロケ誘致に消極的な自治体が多く、韓国や台湾では補助金を出して誘致活動を展開する自治体もあるなど、かなり積極的である。

本県にとって「ちびまる子ちゃん」は大変有望。また同州は地震も多いことから災害対策分野での連携も期待される。

飲食関連では、日本ではイスラム系のハラールが有名だが、ユダヤ系の富裕層も多く、調理方法等に戒律があるコーシャ認定料理も今後需要が高まる可能性は高い。

お茶は、日本産同士の差別化が難しく、進出に積極的な九州・鹿児島産等に対しての特色付けが重要で、ワサビ、サクラエビ、シラス、ウナギなどと連動したアピールも必要だと思う。

(3) 主な質疑応答

(質問) 静岡県には日本酒の銘酒もあるが、進出の可能性は。

(回答) 「サケ」は人気で現在約300銘柄が販売されており、「瀬祭」やにごり酒も人気がある。香りや味付け等、他国のテイストや文化を取り入れた商品開発は重要で、ハウス食品等が先行しているが、今後その可能性はさらに高まる。

(質問) ユダヤ系の食事の規制(コーシャ認定)とはどのようなものか。

(回答) 調理方法が主で、食材としては豚、海老、鱗のない魚等はNG、親子丼もNG。しかしアルコールはOKで、すでに福井県や日本酒メーカーの松竹梅等はコーシャ認定を取得し積極的に売り込んでいる。

3 まとめ

本県の産業や企業の海外進出を考えた場合、距離の近さや親日感をもとにアジア近隣諸国へ進出する企業も多く、本県の地域外交もアジア中心と言えるが、将来的に世界に通用するビジネスの定着、拡大を考えれば、世界ビジネスの登竜門とも言うべき米国志向を今以上に高める意義は深い。

カリフォルニア州だけをとっても、多様な人種による巨大な市場が存在し、日系企業の進出、拡大の余地はまだかなりあると感じた。人種や階層、地域など緻密な分析をもとに明確なターゲットを絞った進出、展開が重要だとのお話はJETRO、総領事館のいずれからも伺った共通項で、今後の本県産業や企業進出の戦略にも参考にすべきだと強く感じた。

海外進出の内容も、単に1つの産物や1企業としての売り込みではなく、多様な産物を始め製造業、防災関連産業等も含めたオール静岡での売り込みも重要であり、物産展の開催やその支援、企業団のパッケージ化等、県にとっても様々な支援策が考えられる。

県人会などの日系コミュニティー等とも連携した海外進出支援の仕組みづくりが求められ、今後の施策展開に活かしていくべきだと感じた。



西本敬一所長を囲んで



千葉明総領事を囲んで

2 カリフォルニア州立大学ドミンゲスヒルズ校

- ・ 調査日 平成 29 年 11 月 10 日 (金)
- ・ 調査先 スタブハブ・センター
ベロ・スポーツセンター
(アメリカ・カーソン)
- ・ 説明者 シーズンチケット担当 (スタブハブ・センター)
ダニエル・ベリー(Daniel Belli)
マネージャー (ベロ・スポーツセンター)
トラビス・スミス(Travis Smith)



渡瀬 典幸

時差の影響からか、体のだるさを感じながらも、ロサンゼルスに近い日差しの中、2日目の視察先であるカーソンのカリフォルニア州立大学ドミンゲスヒルズ校を訪れた。

カリフォルニア州立大学ドミンゲスヒルズ校は1960年創立の州立大学であり、ロサンゼルス近郊のサウスベイと呼ばれる地域に位置する中規模大学である。この地域には多くの日系企業があり、日系人が集中している地域としても知られている。ロサンゼルス近郊のダウンタウンにも程近く、世界的に有名なディズニーランド、ハリウッド、ビバリーヒルズ、ユニバーサルスタジオなどの巨大アトラクションがあり、魅力たっぷりの街である。同大学では45の学士号課程、22の修士課程を提供し、約17,000人の学生が学んでいる。

特記すべきは、ロサンゼルスオリンピック時に8,500人が収容できる自転車競技会場を設置したことである。その後、施設は陸上競技場となったが、オリンピックの遺産(レガシー)として「スタブハブ・センター(サッカー場:27,000人収容・テニスコート:8,000人収容)」、「ベロ・スポーツセンター(屋内自転車競技場:2,450人収容)」が大学の敷地内にあり、学生たちは身近にアメリカのプロサッカー、テニス、自転車競技を堪能している。



スタブハブ・センター

1 スタブハブ・センター

命名権取得者がホーム・デポからイベントチケット販売サイトのスタブハブへ替わり、2013年6月から施設名称が変更された。アメリカのプロサッカーリーグのロサンゼルス・ギャラクシーがホームスタジアムとして使用中である。サッカー専用スタジアムの他、陸上競技場、テニスコート、自転車競技場がある。

(1) サッカー専用スタジアム

メジャーリーグサッカーが誕生して2番目に作られた、メジャーリーグサッカー最大のサッカー専用スタジアムである。

2003年6月、それまでのローズボウルに代わってロサンゼルス・ギャラクシーのホームスタジアムになった。オープニングイベントはペレなどサッカー界の要人が出席して盛大に開催された。



ダニエル・ベリー氏と筆者

この施設をホームスタジアムとするロサンゼルス・ギャラクシーは1995年に創設され、1996年のメジャーリーグサッカー創設時から籍を置くクラブチームである。

メジャーリーグサッカーは20のクラブチーム（アメリカ：17チーム、カナダ：3チーム）で構成されており、ロサンゼルス・ギャラクシーは2002年、2005年、2011年、2012年、2014年の5度、総合優勝を勝ち取っている強豪チームである。2007年7月には、2002年サッカーワールドカップ大会でイングランド代表としてエコパスタジアムでもプレーし、レアル・マドリードなどで活躍したデビット・ベッカムが加入し、活躍したことでも有名である。

平均観客動員はここ数年25,000人を超えており、プレーオフ時には満員の27,000人を数える時もある。入場料は大会により変わるが、最低20ドルからで、駐車場料金は15ドル。観客席には車椅子専用の観戦場所も用意されており、バリアフリーにも十分配慮されている。経営状態は大変良いとのことである。

その他には、2003年FIFA女子ワールドカップの決勝戦、同年のMLSオールスターゲーム、2003年、2004年、2008年、2011年、2012年のMLSカップの開催地にもなっており、アメリカ代表チームのトレーニングキャンプ地や試合会場としても使用されている。

サッカー以外のスポーツとしてはラグビー、アメリカンフットボールで

も使用されている。ラグビーは2004年から2006年にかけて、I R Bセブンズワールドシリーズのアメリカ大会であるU S Aセブンズが開催された。

アメリカンフットボールでは、高校、大学のアメリカンフットボールの試合会場としても利用されている。2017年から2019年にかけては、サンディエゴからの移転を決定したN F Lのロサンゼルス・チャージャーズが暫定的に使用している。



スタブハブ・センター外観



センターを視察する筆者と団員

(2) 陸上競技場

2,000席から20,000席まで拡張可能な機能を持っており、2005年には全米陸上競技選手権大会が開催された。ロサンゼルスオリンピック時には8,500人が収容できる自転車競技場が設置されていた場所である。

(3) テニスコート（テニススタジアム）

2003年から2009年まで開催されたW T Aツアー開催場所の1つである。L A女子選手権の開催場所として用いられた他、デビスカップやフェドカップでアメリカ代表のホームゲームの際の開催場所としても度々用いられている。またJ Pモルガン・チェース・テニストーナメントを毎年開催している。アメリカテニス協会のハイレベル選手のトレーニングセンターでもある。この施設を利用して、ボクシングの世界戦も数多く行われている。

2 ベロ・スポーツセンター（屋内自転車競技場）

2004年に完成した、アメリカ国内最大級で国内唯一の屋内自転車競技場で、アメリカ・オリンピック委員会とパートナーシップを締結している。

アメリカのオリンピック代表選手のトレーニング拠点にもなっているベロ・スポーツセンターは、世界中のサイクリストの精鋭のためのトレーニング施設や国際競技の会場として利用されているほか、一般の方を対象に、す

すべてのレベルに応じたサイクル教室も行っている。

2005年には世界選手権自転車競技大会トラックレースが開催された。

- ・面積
10万平方フィート
(約9,290 m²)
- ・建設費
1,500万ドル (約17億円)
- ・客席数
2,450席
- ・備考
250メートルの屋内木製走路
(シベリア松)



トラビス・スミス氏の説明を聞く筆者

今回、我々調査団のうち4名が競技用自転車に乗り、実際に走行させていただいた。スピードが無いとバンク（傾斜）部分を走ることは難しいようで、怪我をしてもいけないので平坦な走路での走行であったが、大変貴重な体験をさせていただいた。

3 まとめ

「オリンピック後の施設利用をどのようにしていくか。」これはオリンピック開催地としては永遠のテーマであると思う。オリンピック後に大赤字になった開催地がたくさんあり、オリンピック開催を敬遠する風潮もときにはあった。

今回訪れたスタブハブ・センターは、元々は大学の施設だったものを、オリンピック後に民間会社（スタブハブ）が買い取り、プロスポーツを中心に営業を展開している。しかも、オリンピックで使用した自転車競技場は取り壊し、別の場所に屋内自転車競技場を新たに建設し、現在に至っている。二重投資のように思うのだが、スタブハブ（チケット販売会社）がそれでも利益をあげていることがすごいことだと思った。

2020年東京オリンピック・パラリンピックまであと3年。静岡県も伊豆ベロドロームにて自転車トラックレース・マウンテンバイクの競技が開催される。成功に向け準備を進めようとしているが、まだまだ国や組織委員会、関係機関との調整が必要である。

オリンピック・パラリンピックの成功はもちろんのこと、施設も含めて将来にわたるオリンピックレガシー（遺産）として、どう活用していくかが問われていくと思う。



ダニエル・ベリー氏を囲んで



トラビス・スミス氏を囲んで

3 静岡茶海外サポートデスク 及び SHUHARI Matcha Cafe

- ・ 調査日 平成 29 年 11 月 10 日 (金)
- ・ 調査先 静岡茶海外サポートデスク
SHUHARI Matcha Cafe
(アメリカ・トーランス、サンタモニカ)
- ・ 説明者 静岡茶海外サポートデスク (米国担当)
蒲原 孝郎



佐野 愛子

1 蒲原孝郎氏について

ロサンゼルスに到着した最初の日、在ロサンゼルス日本領事館訪問の際、仲介して案内をしてくださったのが蒲原氏であった。彼は南カルフォルニア静岡県人会の会長を務めており、地域の情報に精通している人物である。

静岡市出身であり、金印わさび(株)のアメリカ駐在員として赴任し、和食の普及拡大と相まって、全米にわさび売り上げの規模を拡大していった。

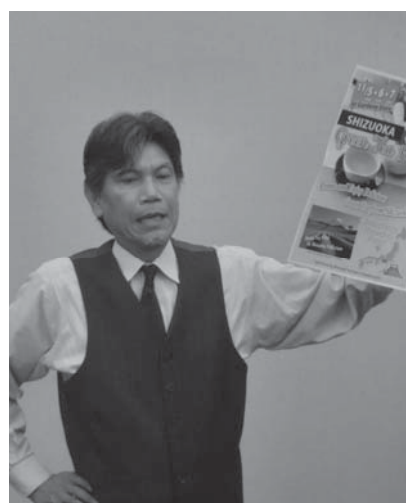
金印わさび(株)退社後、2014年、[EAT USA, LLC] という日本食に特化した対米輸出業務及び米国内販売業務の一切に関わるコンサルタント業務を行う会社を立ち上げた。

2015年から静岡茶海外サポートデスク (米国担当) として静岡県と委託契約を締結し、静岡茶の米国への輸出支援に携わっている。

2 静岡茶輸出拡大協議会と米国サポートデスクの業務内容

静岡県経済産業部農林業局お茶振興課は、県内茶の輸出拡大を支援する目的で静岡茶輸出拡大協議会を設立し、同協議会は県内の生産・加工・販売・流通業者、市町担当課など約300の企業、団体に構成されており、欧州サポートデスク、米国サポートデスクが設置されている。

米国サポートデスクでは、蒲原氏により、全会員に向けて隔月で米国茶業関連情報誌が発行されている。さらに県内業者の米国展示会の出展支援を行っており、2017年にはサンフランシスコやラスベガスでの3回のフードイベントにおいて茶業者の静岡茶ブース出展を支援した。



資料を手に説明する蒲原孝郎氏

また、訪日した折には静岡において販路拡大セミナーを開催し、個別相談会も設けて具体的なビジネス展開方法についてアドバイスを行っている。

我々静岡県議会視察団が訪米する1週間ほど前には、JA大井川、島田市、藤枝市、川根本町の首長らが訪問し、静岡茶の販路についての講話や現地案内を行ったところでもあった。



蒲原孝郎氏の説明を聞く筆者と団員

3 アメリカ茶市場の概況

明治時代から日本茶は我が国最大の外貨獲得商品であり、清水港からアメリカ西海岸に向けて大量に輸出されていた。太平洋戦争後、輸出は激減したが、最近の健康食に対する関心の高まりから、日本食がインテリ層に注目され、飲料分野でもコーラから無糖茶飲料にシフトして、お茶飲料の伸びは大きい。

米国進出茶業者としては、伊藤園、山本山など大企業が、ペットボトル、ティーバッグなどを全米で小売展開している。県内では、静岡市の白形傳四郎商店、島田市の杉本製茶、ハラダ製茶、御前崎市のやまも満寿多園などがある。これらの会社は米国に拠点を持っているので、直接貿易をして自社のお茶を輸入販売している。

これら以外にも、貿易会社を通じて輸出したり日本国内の輸出業者に販売したりする形で海外販路に乗せている茶商は数多くある。

4 静岡茶販路拡大に当たっての課題

10年ほど前までは、米国において「茶」といえば紅茶、中国茶、日本茶、マテ茶の4種にすみ分けされていた。しかし現在では、日本茶の健康機能性が注目されると、大量の中国産緑茶が廉価で出回る事態となっている。

特に、抹茶の知名度が上がるにつれて、中国産MATCHAが価格の安さで市場を占めるようになった。

アメリカ人にとっては、緑茶がどこの原産国であるかには興味がなく、Green Teaと日本茶が特に結びついていない。ましてや静岡茶の知名度は全くない。日本茶は日本に特化したものでなくボーダレス化が進み、中国、東南アジアが台頭しているという実態を如実に感じた。

5 静岡茶のアメリカ市場開発のために

まず、農薬基準の日米差を解消することが必要である。使用する農薬の種類、残留農薬の濃度などアメリカの基準をクリアしないことには輸入は進まない。さらに、「米国オーガニック」と「日本のJAS有機」など、相互の認証を共通化していくことが求められる。アメリカはオーガニック志向が大変強い。

また、お茶の効能や機能性について、アメリカの消費者が納得できるように、実績ある立場からの論文発表、提言が必要である。それらをSNSなどにより若者に発信していくなど効果的に宣伝していく。

抹茶ラテ、ほうじ茶エスプレッソなど新しい形の飲み方を提案し、アメリカの若者が手に取りやすい形で売り出していくこともポイントである。

販売ターゲットを絞ることも重要であり、すべての国民対象でなく、高品質・高価値で富裕層に向けた開発を進めることが得策である。

6 市場現地視察

(1) ミツワ・マーケットプレイス (Mitsuwa Marketplace)

日系のスーパーであり、陳列商品は日本のスーパーマーケットとほぼ100%同じ。

ロサンゼルス在住の日本人家族が多く買い物に来ていた。このスーパーがある限り食生活は完璧な和食ができる。お茶は日本以上に様々な種類を販売している。



ミツワ・マーケットプレイスのお茶売り場

(2) ホールフーズマーケット (Whole Foods Market)

米系自然食高級マーケット。商品数はたいへん豊富でありおしゃれである。広い店内にこだわりのある商品がぎっしり美しく並べられている。

紅茶、ウーロン茶などのさまざまなフレーバーティーの中に、フルーツ入り緑茶、抹茶などがあり、小さなパックでの販売形態である。

(3) トレーダージョーズ (Trader Joe's)

米系食品スーパー。ホールフーズほど高級感はないが、手ごろで住民に大変人気がある。

オーガニック商品、お茶もティーバッグが主流であるが、緑茶はフレーバーティーが目立った。

(4) SHUHARI Matcha Cafe

サンタモニカ郊外の高級商店街にある緑茶カフェ。長崎市の前田製茶とクールジャパン機構、長崎県の企業を中心とするコンソーシアムが出資して出店した。

間口は狭く奥行きが長い。入口は高級感ある茶葉や茶道具の物販、すべてが日本製である。カフェの注文カウンターの奥にはテラスがあり、竹と和風の椅子、ソファが数脚の喫茶コーナーになっている。アメリカとは思えない和の空間を醸し出していた。

メニューは、抹茶ラテ、抹茶アイスクリーム、ゆずシャーベットなど、日本茶というより抹茶商品が中心である。値段は3ドルから6ドル。抹茶ラテを飲んでいたアメリカ人家族に聞いてみると、「この店は日本の有機抹茶を使用している。抹茶は身体にいい。」と得意気に話していた。

まさに米国富裕層をターゲットにした高級志向の日本茶カフェであった。



SHUHARI Matcha Cafe 店内の様子



SHUHARI Matcha Cafe 前の筆者

7 まとめ

何と言っても蒲原氏の情熱と静岡への熱い思いが印象的であり、アメリカは巨大なマーケットであることを痛感した。3億3千万人の人口があり、上位を占める富裕層は価格よりも品質やステイタスを大切にする。また、健康志向も大きな追い風である。スポーツジムに通いランニングをして、甘くないスポーツドリンクや緑茶のボトルがおしゃれなスタイルという。まさに緑茶はこれからのアメリカに求められる飲料であると実感した。

そして、和食ブームも一層広がっている。寿司やラーメンなどが多く目についたが、低カロリーでおいしい和食と相まって、日本茶はセットで提供される可能性がある。

しかし、売り方、広め方にはまだまだ課題が多い。フェスティバルなどで日本茶ブースを出すとしても、お茶だけでは広がらない。和牛、魚製品など幅広く紹介する中で、日本茶の可能性を追求していくことが求められている。

また、静岡茶というブランドを広めることはまだまだである。アメリカ人にとっては「緑茶」であり、日本製であろうと中国であろうと関係ないために、どれだけの市場が開発できるか未知数である。

県では、静岡県製茶指導取締条例について論議がされているが、アメリカのフレーバー志向を見ると、求められる製品を多く提供していかなければ生き残ることができないという危機感を持ったのも事実である。

原料としても使いやすい抹茶は、飲料、お菓子、料理などの使い方を広めることで消費が伸びると思われる。

低迷している静岡茶の活路として、巨大マーケット「アメリカ」は手ごたえが十分あり、今後、県もさらにアメリカのニーズに対応した積極的な輸出政策を支援していくことが求められる。



SHUHARI Matcha Café 前にて



蒲原孝郎氏を囲んで