

現在、抹茶が世界中に広がりを見せており、海外の茶を扱う業者から日本の茶商への注文が殺到しています。ブームの始まりは中国とも言われていますが、スターバックスはそのはるか以前から、世界各国の店舗で「抹茶ラテ（コーヒー・ミルク・抹茶）」を販売していました。初めは京都の抹茶を使用し、その後三河、さらに中国産へと材料を変えてきましたが、やはり日本製の抹茶が味の良さで評価され、現在は再び「京都の抹茶」として表記されています。10年ほど前、中国から当社にも抹茶のサンプルが送られてきましたが、見た目は抹茶でも味は良くありませんでした。それでも中国国内ではその抹茶が買い占められていたようです。日本では、抹茶を点てる際に茶筌を前後に動かして「一の字」を書くように泡立てると言われています。横手急須のように手首を捻って注ぐ動作は、慣れていない人にとっては難しく、茶筌を使うこと自体がハードルに感じられるのではないのでしょうか。

現在、EUの茶店でも抹茶を取り扱う店舗が増えており、静岡を訪れたチベットやベトナムの茶商からは、「中国製ではなく国産の茶筌が欲しい」との要望がありました。こうした動きを見るに、抹茶文化は確実に世界へと広がっているようです。そして、当社でも国産茶筌は2年先まで予約が埋まっており、非常に高い需要がある状況です。驚くことに、中国製の茶筌でさえ取り合い状態になっています。関西のドン・キホーテでも抹茶と茶筌のセットが販売されており、需要の高さがうかがえます。一方で、最近は注文が減っており、おそらく供給が間に合っていないことが原因ではないかと考えています。お米の流通に似た状態です。中国製の茶筌は製法こそ異なるものの、完成品の見た目は日本製とほぼ同じです。当社では30年以上取引のある中国の工房があり、創意工夫を凝らして万単位の製造を行っています。ただ、商品が市場に出てこない状況が続けば、せっかくの抹茶ブームも下火になるかもしれません。

実際、日本へのインバウンド需要も減少傾向にあり、同様の影響が懸念されます。こうした中で、今後は「内需の喚起」がより重要になってくるでしょう。現在、常滑でもそのための取り組みが始まっています。

来月から売り出す予定のものです。 食管検査中です。

猫柄のガラスのマグカップ

