



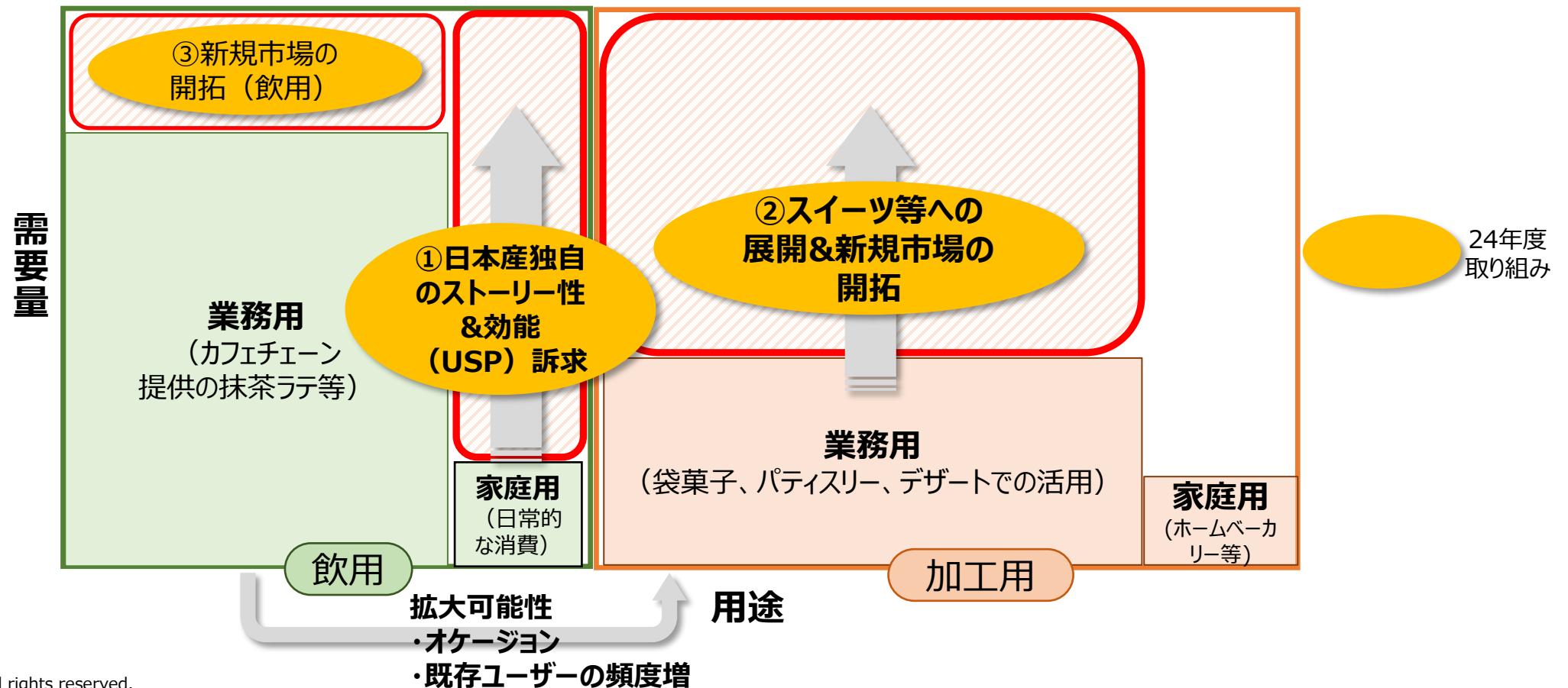
2024年度 米国における日本茶プロモーション取り組み方針

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2024年11月

24年度の目的と取り組み方針・狙い

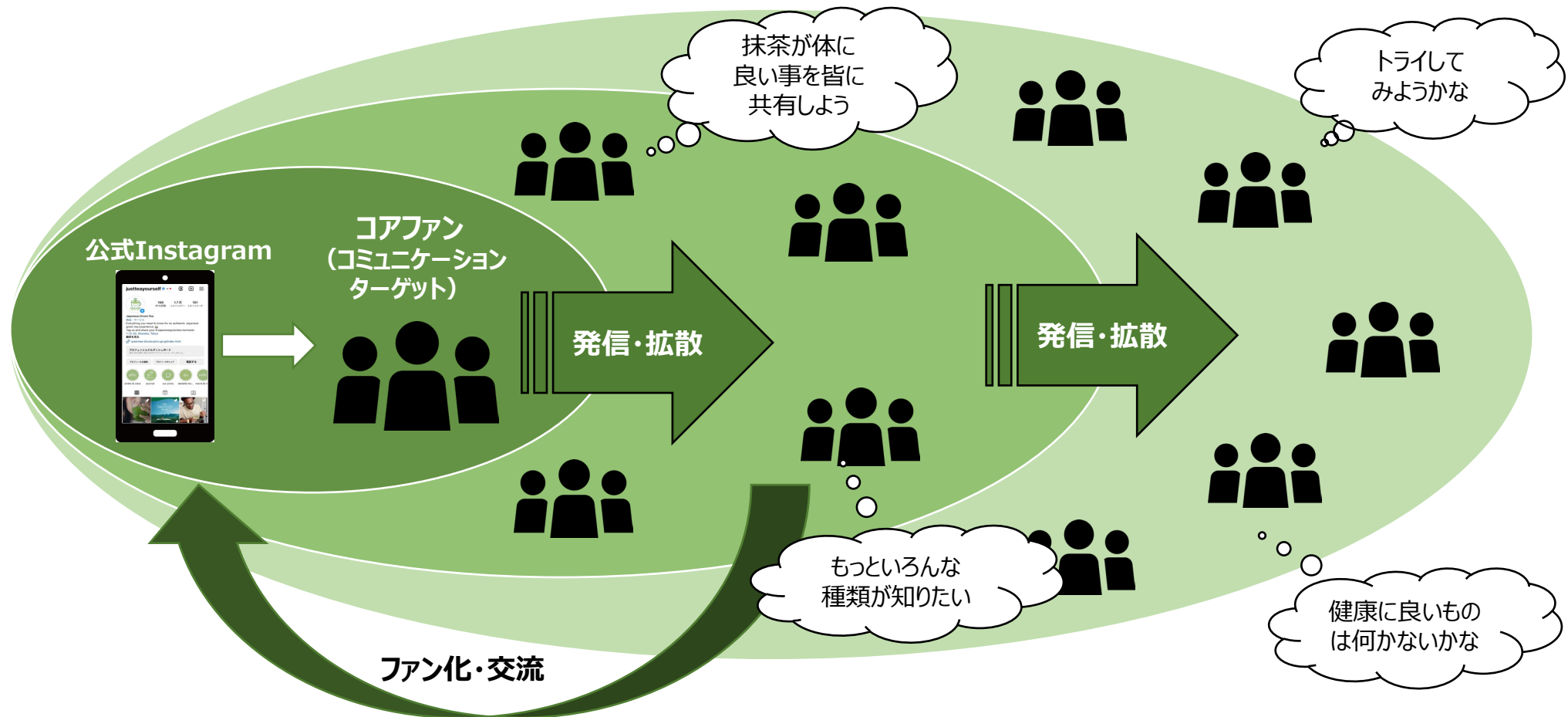
消費者と親和性の高いSNSでの情報発信を強化し、新規需要開拓として従来からの飲用に加え、ボリュームゾーンである加工用（例えばスイーツ等）への展開を視野に入れることで接点を増やし消費拡大を図ります



主な施策の方向性①

- 公式SNSでのファンコミュニティの形成

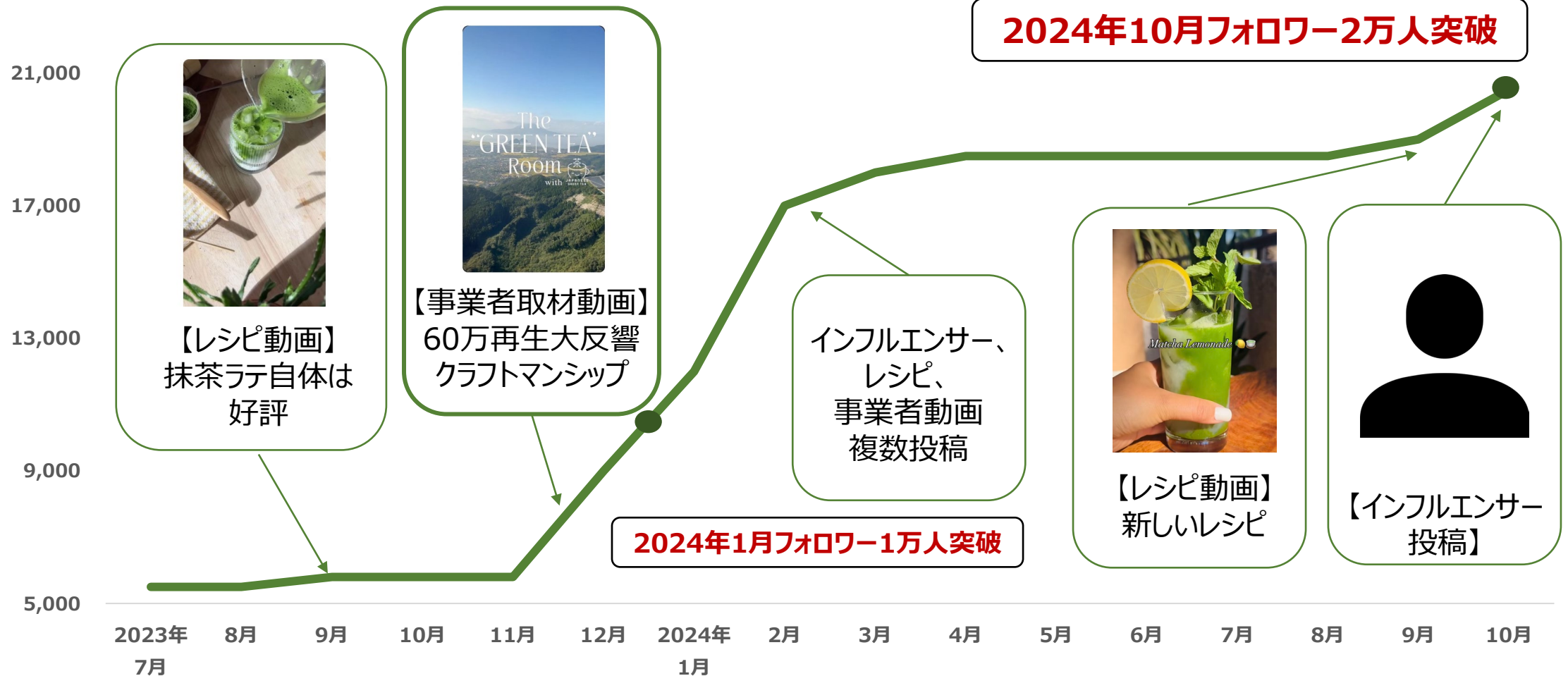
日本茶・抹茶好き及び健康に興味関心が高いターゲット層が積極的に情報を拡散・波及し、交流する仕組みを創出するために、公式Instagramをファンコミュニティの場にしていきます



参考：フォロワーの推移

これまで多岐にわたる投稿の中でも、特にレシピ動画や事業者のこだわりを訴求した取材動画の投稿が反響を呼んだことで大ヒットし、続けてヒットコンテンツを投稿できたことでフォロワーも順調に推移することができた

2024年10月フォロワー2万人突破



主な施策の方向性②

- 購買への動線整備

コミュニケーションターゲット及び形成されたファンコミュニティから波及・拡散されたメッセージをもとに、
購買意欲の高まった消費者をシームレスに購買へ誘導する動線を整備することで消費の拡大につなげます

認知

興味・関心

購入意向

購入



ストーリー性
日本産のUSP(テアニンリッチ)

購買意欲の高まった
消費者を誘導



主な施策の方向性③

- 「加工」用途の訴求

日本産ならではの優位性が伝わりやすく現地ローカルに親和性の高いメニューを開発することで、より抹茶へのアタッチメント（愛着）を高めファン層を拡大します

【抹茶の製造工程】

碾茶炉で乾燥させ茎や
葉脈を取り除き碾茶を作る

碾茶を石臼でゆっくりと挽く

きめ細かな粉末抹茶の完成

日本産の
優位性

抹茶を添加したメニュー例



主な施策の方向性④

- 飲用としての訴求

店舗での導入可能性を高めるために、簡易な工程のレシピを提示した上でSober curious層に影響力・発信力があるペアリング実施可能な店舗に数を絞って展開し、同層への波及を狙います

