



<HP掲載用資料>

## **2019年度 日本茶プロモーション実施報告（北米）**

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2020年5月

## 目次

- 2019年度プロモーション全体像
  - 着眼点
  - 目的と戦略
  - キャッチコピーとロゴ
- 2019年度プロモーションの施策内容・成果
  - プロモーションの全体成果
  - オフライン施策
    - 消費者イベント
    - 戦略広報
    - 実店舗販促イベント
  - オンライン施策
    - プロモーションサイト
    - 動画コンテンツ
    - Amazon日本茶特集ページ
    - デジタル広告

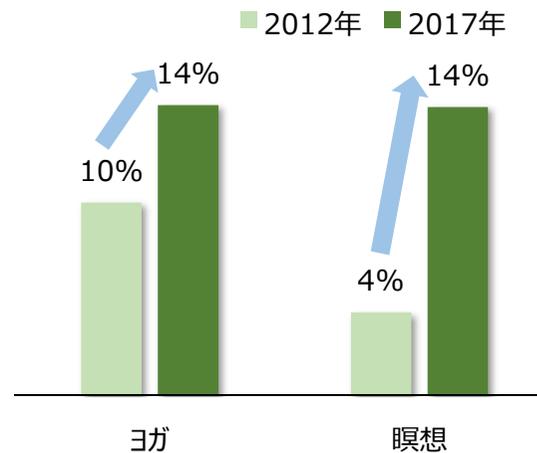
# 2019年度プロモーション全体像

## 日本茶プロモーション全体像 - 着眼点

米国の「ミレニアル世代×頭脳労働者」層は、マインドフルネスに関心が高いことと、日本茶に豊富に含まれるテアニンの機能に着目し、同層をターゲットに「日本茶=マインドフルネス・ビバレッジ」を訴求しました



北米企業の間で広がるマインドフルネス

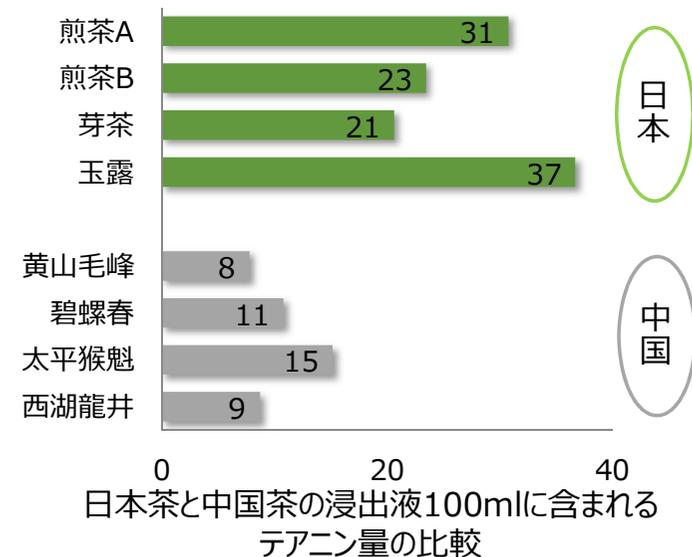


米国成人のマインドフルネス関連作法を  
実践している人口割合

出所：米国保険福祉省論文データよりJFOODO作成

<緑茶に含まれるテアニンについて>

- ・ 緑茶には、リラックス効果をもたらすテアニンが含まれている
- ・ 緑茶の中でも、特に日本茶はテアニンが豊富である



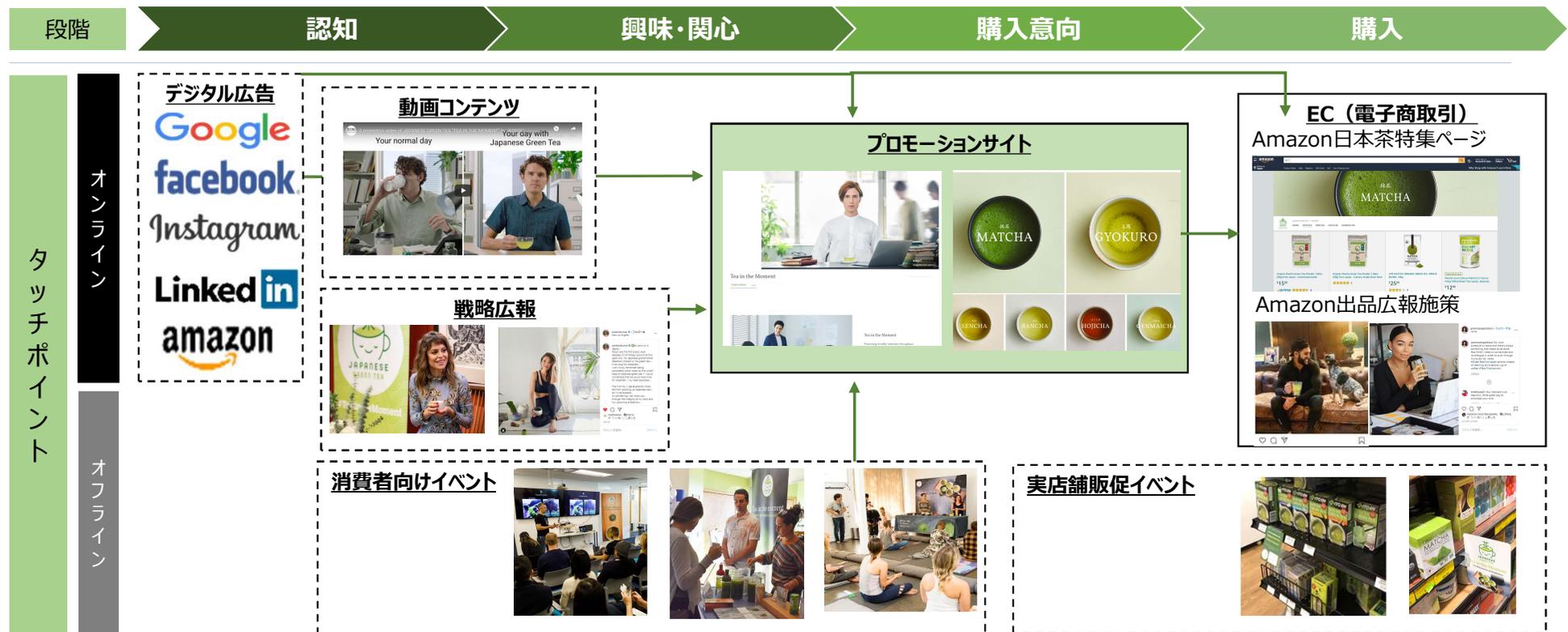
出所：農研機構資料よりJFOODO作成

(※) 「マインドフルネス」とは、今、この瞬間に集中できる状態のこと。禅の瞑想をベースとしている。

# 日本茶プロモーション全体像

## - 目的と戦略

「日本茶 = マインドフルネス・ビバレッジ」のポジショニング確立をととして日本茶の消費拡大につなげるために、プロモーションサイトを軸としたオンライン施策と、消費者イベント等のオフライン施策を組み合わせ実施しました



## 日本茶プロモーション全体像 - キャッチコピーとロゴ

日本茶を他国産緑茶と差別化し、ターゲットが日本茶を見たら、「日本茶＝マインドフルネス・ビバレッジ」を思い起こさせることを目指して、キャッチコピーとロゴを使用しながらプロモーションを実施しました

<キャッチコピー>

# TEA in the Moment

- 複数の仕事をこなしながら時間内のアウトプットが求められる頭脳労働者にとって、日本茶を飲むことでマインドフルネスを得られ、まず目の前のことに集中できる状態を作ること。
- 「Be in the moment」を参考に作成した造語。

<ロゴ>



日本茶のパッケージやプロモーションコンテンツにロゴを掲載した際、サイズが小さくてもターゲットの目に付きやすいように、人の顔をモチーフにしている  
(2017年度に作成し、2019年度も継続利用)

## 2019年度プロモーションの施策内容・成果

## プロモーションの全体成果

JFOODOの日本茶プロモーション施策によって、現地消費者の「日本茶=マインドフルネス・ビバレッジ」のコンセプト認知が促進され、購入意向が高まりました

JFOODOプロモーション施策に対する接触者と非接触者の比較  
(米国在住の消費者に対してオンライン上で実施した調査より)

### コンセプト認知

Q: 日本茶を飲むことでマインドフルネスを実践できることを知っていますか？  
→【はい】の回答を「認知した」回答者として集計

施策非接触者 27% < 施策接触者 88%

### 購入意向

Q: どれくらい日本茶を購入したくなりましたか？  
→【とてもしたい／したい】の回答を「購入意向がある」回答者として集計

施策非接触者 56% < 施策接触者 95%

# オフライン施策

## 消費者イベント - 目的と概要

北米の「ミレニアル世代×頭脳労働者」に対して、日常でマインドフルネスを得ることの大切さを伝え、試飲を通じ「日本茶=マインドフルネス・ビバレッジ」を体感してもらい、日本茶の購入意向率を高めました

### 消費者イベント概要

開催時期：10月上旬～11月中旬

開催都市：(IT系企業オフィス)サンフランシスコ、ニューヨーク、バンクーバー  
(ヨガスタジオ)ロサンゼルス、ポートランド

セミナー参加者：495名（オフィス442名、ヨガスタジオ53名）

テイasting：マインドフルネスに効果的なテアニンが特に豊富に含まれている抹茶と玉露に使用

日付	10/9	10/10	10/11	10/17	10/18	10/23	10/25	10/25	10/26		10/28	11/15	11/16	11/17	
都市	サンフランシスコ			ニューヨーク		バンクーバー	ニューヨーク	ロサンゼルス			バンクーバー	ポートランド			
会場	Google TC3	SAP Labs	YELP HQ	Etsy HQ	YELP NY	Traction On Demand	Google NY Office	Mystic Journey	Yoga Works	Hyper Slow	SAP Labs Vancouver	Yoga Pearl	Yoga Union	Yoga Pearl	
開始	12:00	15:30	12:00	16:00	12:00	13:00	14:00	18:30	8:00	11:30	13:00	15:00	16:00	Talk Booth 14:00 9:00	Talk Booth 14:00 11:00
終了	13:00	16:30	13:00	17:00	13:00	14:00	15:00	19:30	13:00	13:00	16:00	16:00	21:00	15:00 16:30	15:00 18:00
登壇者	オスカー・ブレケル			森宗碧		Pedro Villalon	森宗碧	Melissa Salazar	サンプリング & テイastingのみ	Melissa Salazar	Pedro Villalon	サンプリング & テイastingのみ	Lauren Harris		

# 消費者イベント

- IT系企業オフィスの様子



# 消費者イベント

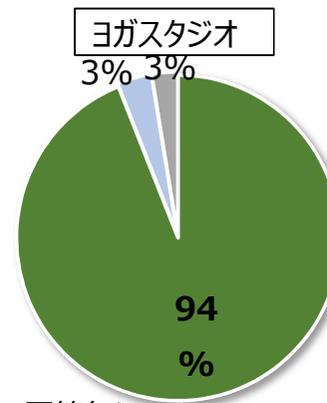
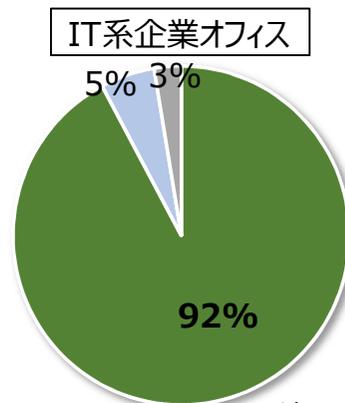
- ヨガスタジオの様子



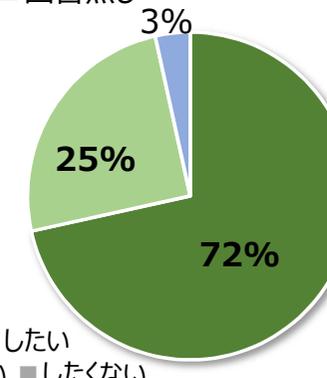
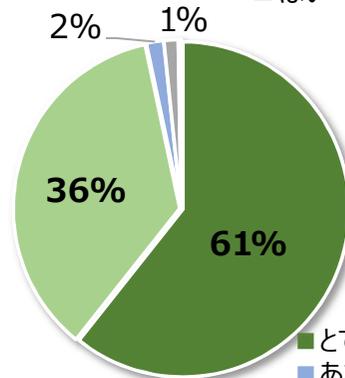
## 消費者イベント - 成果

イベント実施の結果、参加者の90%以上が「日本茶 = マインドフルネス・ビバレッジ」を認知・理解(SNSによってさらに参加者以外にも拡散)、95%以上が日本茶に対する購入意向を持ちました

問：イベントを通して、日本茶を飲むことがマインドフルネスにつながることを認識できましたか？



問：イベントを通して、どの程度日本茶を購入したくなりましたか？ (【「とてもしたい」「したい】の回答を「購入意向がある」と集計)



SNS上での拡散例  
#teainthemoment  
(一部抜粋)

## 戦略広報

### - 目的と概要

「日本茶=マインドフルネス・ビバレッジ」をより戦略的に広報するため、自身でも日本茶に親しみを持ち、米国の成功した女性起業家として知られるSophia Amoruso氏によるメディア向けイベントを開催しました

#### メディアイベント概要

○メディアキャラバン

日時：2019年10月22日（火）午前

会場：Good Housekeeping Wellness Lab  
(NYのハーストメディアタワー内)

概要：Amoruso氏のトークイベント、参加者の日本茶試飲に45名のメディア関係者・インフルエンサーなどが参加。

○メディアブリーフィングイベント

日時：2019年10月22日（火）午後

会場：Japan Society

概要：マインドフルネスの実践方法や日本茶のベネフィットについてAmoruso氏から説明、参加者の日本茶試飲に加えて、茶道家 長野佳嗣(よしつぐ)氏が茶道を披露し参加者も体験。15名のメディア関係者・インフルエンサーなどが参加。



Amoruso氏のトークイベント



長野氏による茶道披露・体験

## 戦略広報 - 成果

主要なビジネス・ウェルネスメディアでの記事露出、インフルエンサー等によるソーシャルメディアでの投稿により、記事・投稿へのリーチ数は、当初想定を超える結果を得ました

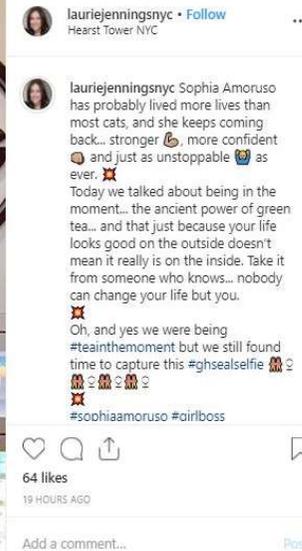


**Girlboss CEO Sophia Amoruso Shares How She Avoids Burnout And How Other Entrepreneurs Can Too**



Want to be an entrepreneur or are you already one? The data below shows just how increasingly popular the career move is becoming. Whether you crave freedom, creating your own way of delivering outcomes or filling in a gap in the market, the entrepreneurial road can be rewarding, and yet, stressful at the same time. It's a bit like parenting, and when you have the two combined, a lack of self-care and stress can really creep up on you if you're not intentional.

I found these statistics on our economy, entrepreneurial trends and perhaps the future of work noteworthy.



### メディア露出とSNS投稿例

(リーチ数とは：メディアイベントを基に書かれた記事が掲載されたニュースサイトの月間ユニーク訪問者数、イベントについて投稿したアカウントのフォロワー数を合計した数)

## 実店舗販促イベント - 目的と概要

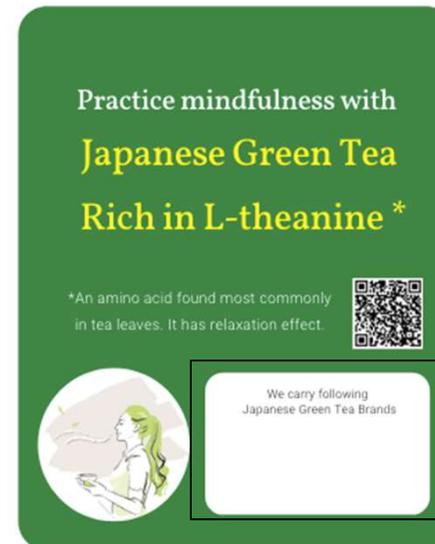
ターゲット消費者と親和性が高いと考えられるオーガニック系のスーパーマーケットを中心に、店頭で販売されている日本茶の購買を促進するため、POPを使った販促イベントを実施しました

### 実店舗施策概要

期間：2019年11月～2020年3月

実施店舗：米国の地元オーガニック系などのスーパー・小売店計12店舗(都市ではニューヨークが中心)

### 設置POPデザイン



店内で扱っている日本茶商品名、ブランド名を店舗側で記入

小型のPOPを2種類制作し、日本茶商品が置かれている棚に設置

## 実店舗販促イベント - 成果

現地店舗では元々の日本茶配架が他国産に比較して少なく、POPを設置しても日本茶の同定が難しいなか、各店舗の売上増に貢献いたしました（協力店舗への聞き込みによる調査）



図：POPを設置した様子

# オンライン施策

# オンライン施策の概略図



## プロモーションサイト - 目的と概要

「日本茶 = マインドフルネス・ビバレッジ」の認知・理解とAmazon日本茶ページへの送客率の向上を目的として、コンテンツの制作・検証を重ねながら、継続的にプロモーションサイトを改良しました

3 steps to "Tea in the Moment"



**step1.**  
Straighten your posture  
Before drinking the tea, relax shoulders, straighten your back.

**step2.**  
Drink tea slowly  
Take a sip of Japanese green tea.

**step3.**  
Take a deep breath  
Breathe in and out deeply and control one's breathing.

[amazon Shop now](#)

### 3 steps to "Tea in the moment"

(日本茶でマインドフルネスになるために「背筋を伸ばし、日本茶をゆっくり飲み、深く深呼吸をする」という3段階の作法を紹介)

Find Your Tea  
Our Japanese Green Tea recommendation



Office | Morning Scene  
Matcha and gyokuro are rich in theanine that can help you relax. Kick start your morning with matcha and gyokuro.

Our Product  
Specialty Green Teas  
Cultivate your craft tea experience with a high-quality Japanese green tea.



Life - Matcha Organic Green Tea - Prince Blend 100g  
[Shop now](#)



Life - Matcha Organic Green Tea - Kingdom 60g  
[Shop now](#)



Ito En - Matcha Love Ceremonial Green Tea  
[Shop now](#)



Maeda-en - Shiki Matcha green tea powder  
[Shop now](#)

### Find Your Tea

サイト閲覧者が日本茶の飲用目的・時間帯・場所などを選択するとおススメの茶種・商品が表示され、商品ページへ飛ぶ

### プロモーションサイトの具体的コンテンツ例

## 動画コンテンツ

### - 目的と概要

ターゲット消費者のコンセプト理解を促進し、日本茶の興味・関心喚起を図るために、機能訴求動画・インフルエンサー動画を配信し、全動画合計で約98万回再生(米国84万、カナダ14万)されました

#### <機能訴求動画>



ターゲットが日常をイメージしやすいオフィスを背景に、日本茶の飲用者と非飲用者の業務に取り組む様子を対比させた動画をYouTubeにアップ。日本茶がもたらすマインドフルネスの機能的価値を訴求。

#### <インフルエンサー動画>



サンフランシスコ篇



ロサンゼルス篇



バンクーバー篇



ポートランド篇

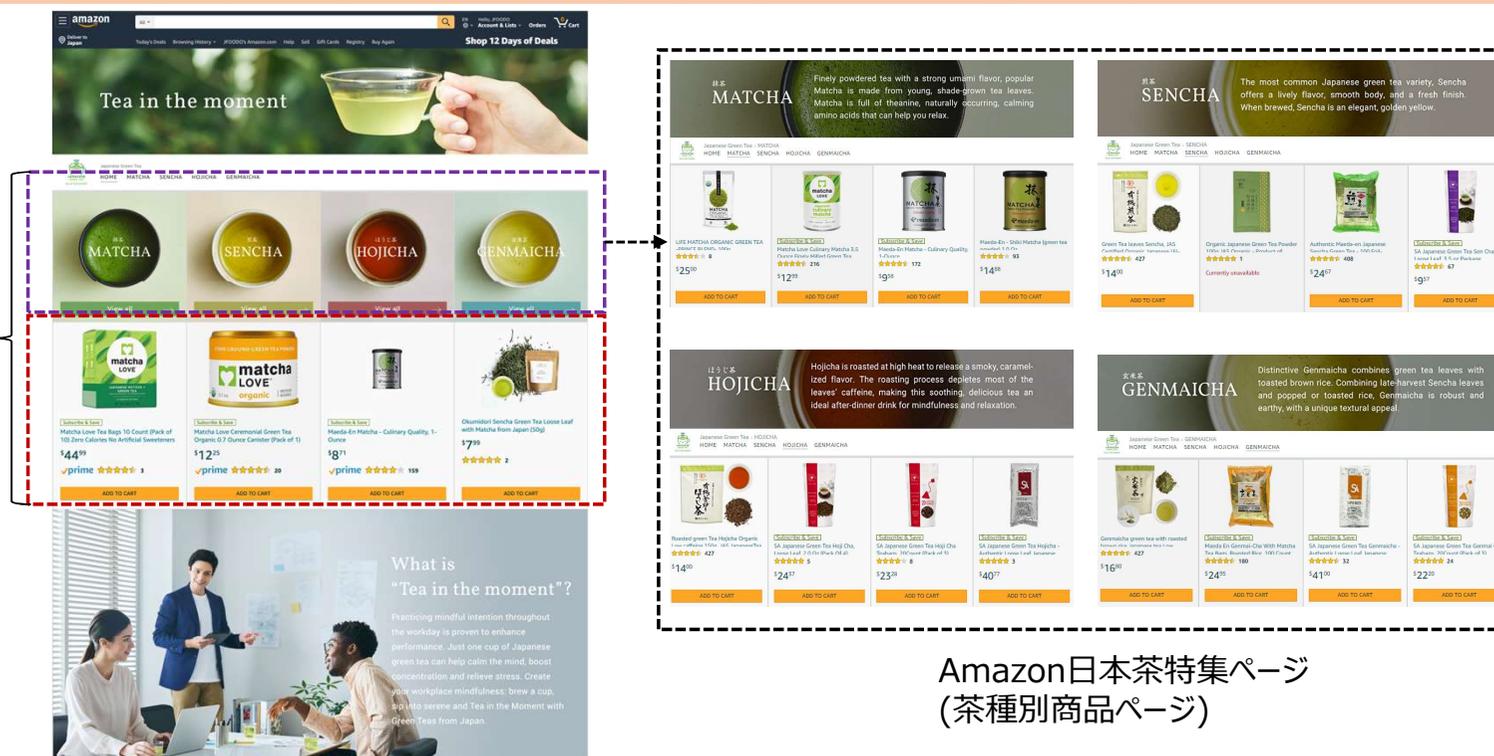
消費者イベントの様様(セミナー様子、参加者へのインタビュー等)を動画化し、プロモーションサイトに掲載。

# Amazon日本茶特集ページ

## - 目的と概要 (ページ改良)

日本茶(マインドフルネス・ビバレッジ)の購買チャネルとしての機能性を高めるべく、Amazon.com内に日本茶特集ページを設置し、コンテンツの制作・検証を重ねながら継続的に改良を行いました

茶種・商品の表示について、  
複数パターン用意して検証。  
↓  
茶種別商品ページへの遷移率、  
商品オーダー率が最も高い右記の表示方法を採用。

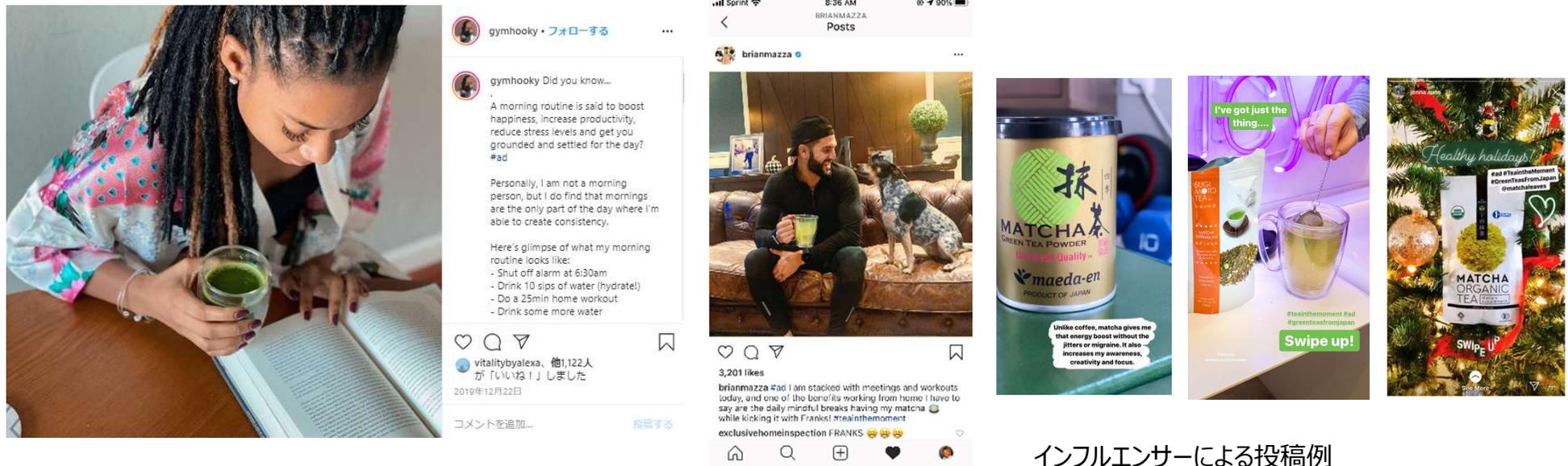


Amazon日本茶特集ページ  
(茶種別商品ページ)

Amazon日本茶特集ページトップ(Amazon Storefront)

## Amazon日本茶特集ページ - 目的と概要 (Amazon出品商品広報)

ミレニアル世代に影響力を持つインフルエンサーを活用して、Amazonで購入可能な日本茶の飲用シーンをInstagram・Amazon Storefrontに投稿し、フォロワーへの商品の露出を増やして購買促進につなげました



インフルエンサーによる投稿例

# デジタル広告

## - 目的と概要

Amazon日本茶特集ページにターゲット消費者を呼び込み(プロモーションサイト経由を含む)、日本茶のオーダー数を増加させるため、インターネット広告やSNS広告等のデジタル広告を発信しました



