



JFOODO

2024年度 日本茶（米国）プロモーション実施報告

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

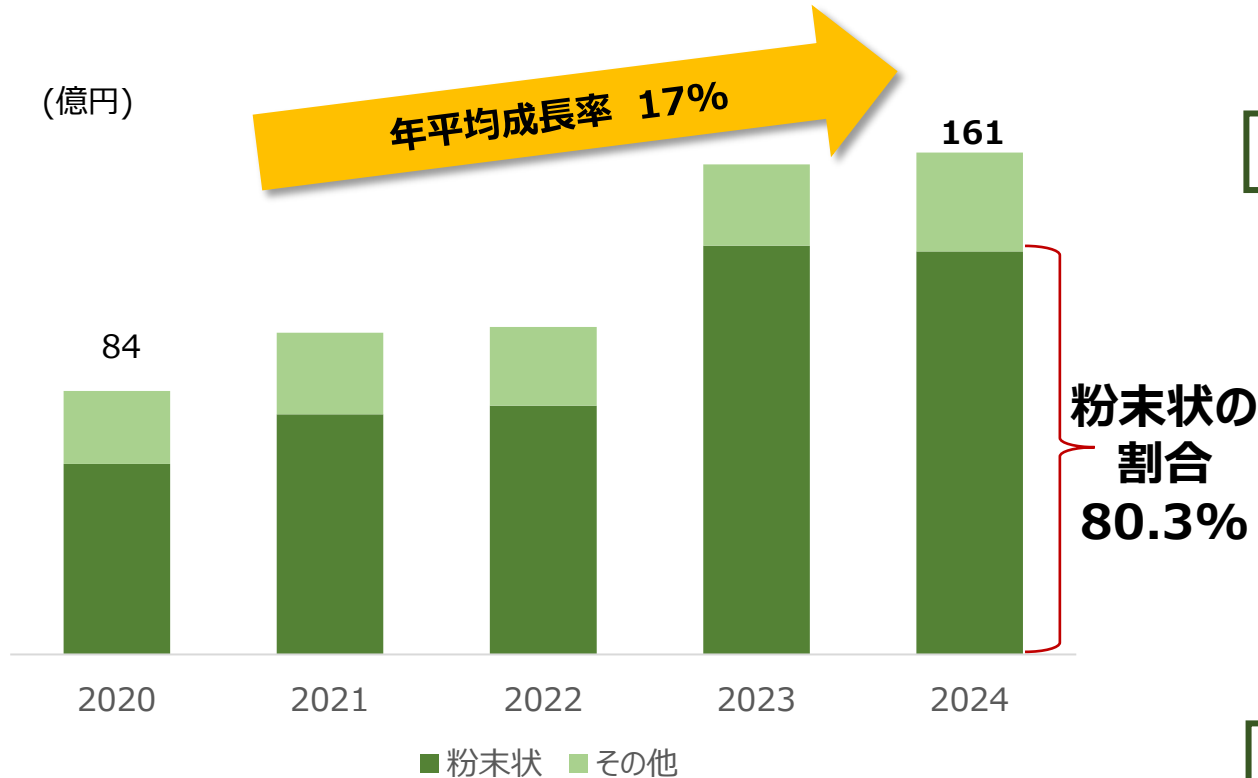
2025年8月

2024年度の着眼点

米国消費者に馴染みがある抹茶について、抹茶ラテに代表されるような従来からの飲用での活用に加えて、ボリュームゾーンである食用での活用に着目しました

【米国向け日本茶輸出額の推移と粉末状のものが占める割合推移】

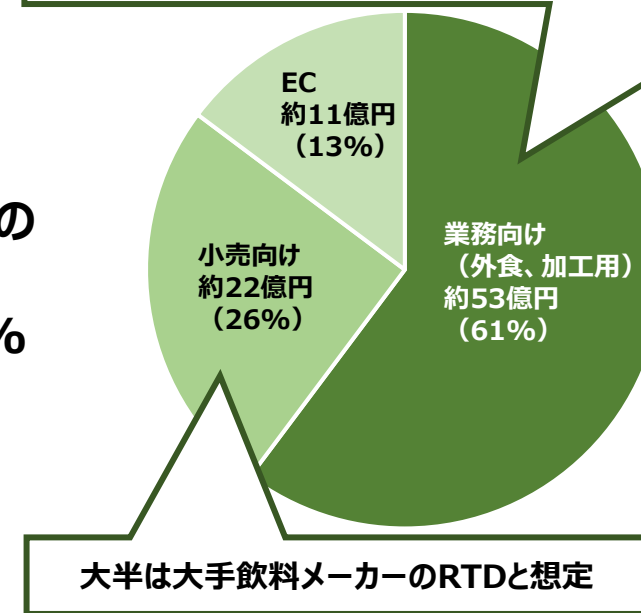
【2020年度米国向け緑茶輸出額の想定チャネル内訳】



出所：財務省 貿易統計よりJFOODO作成

※業務用（特に現地大手プレイヤー向け）の割合が高い

外食35億（内約30億が米大手カフェチェーン）、加工17億



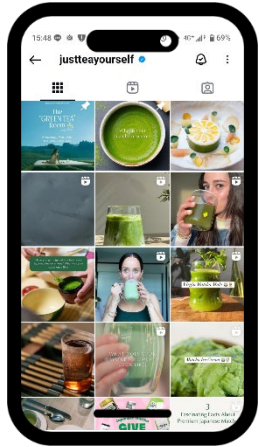
出所：JFOODO調べ

2024年度プロモーション施策

- 公式SNSでのファンコミュニティの形成

抹茶を前面に立て、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コンテンツを積極的に拡散・波及したことで公式Instagramのフォロワーは48,400人を達成しファンコミュニティとして成長しました

JFOODO 日本茶公式アカウント
@justteayourself

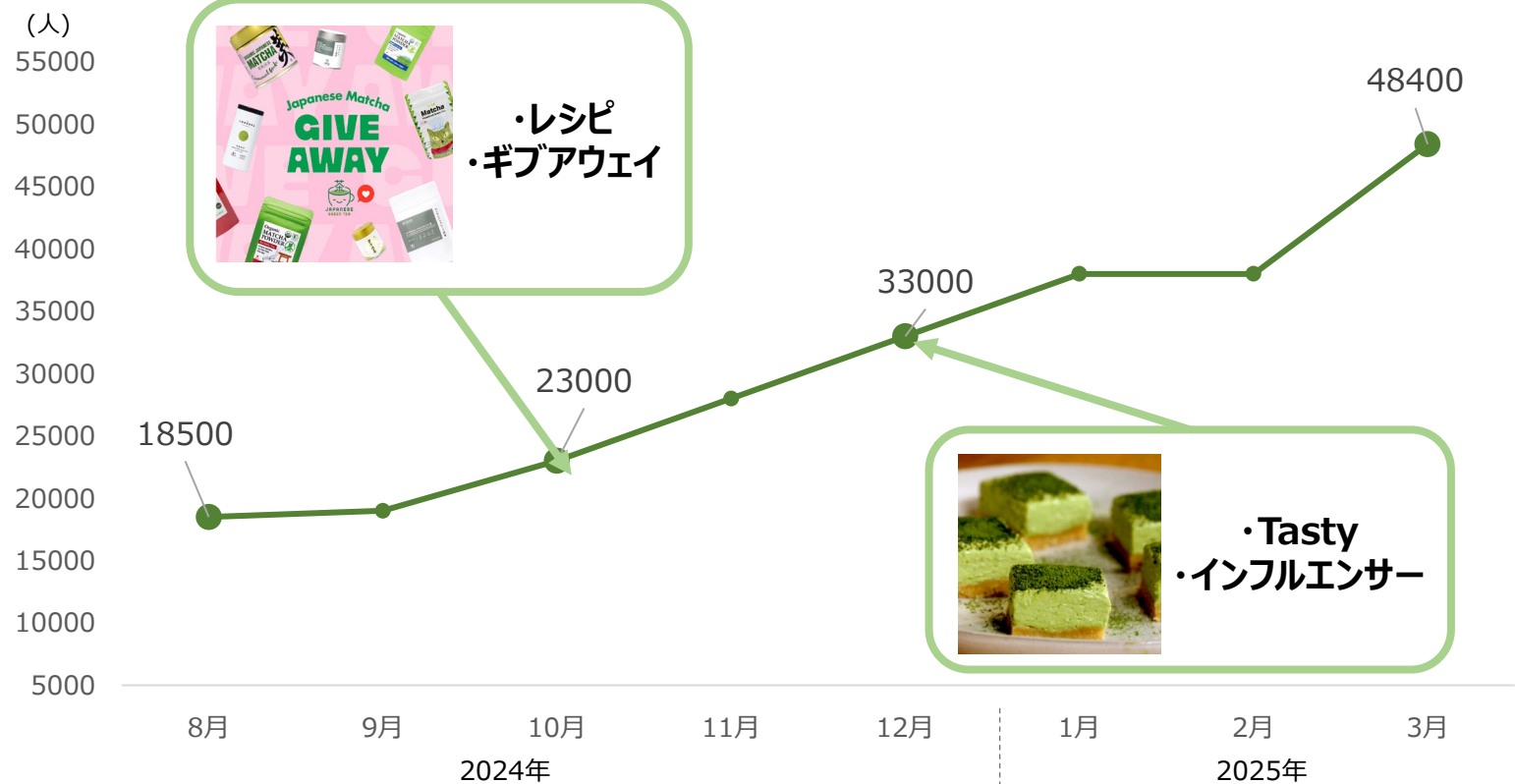


施策開始時：18500人

↓
2025年3月時点：48400人

フォロワー数
2.6倍

【Instagramフォロワー推移】



2024年度プロモーション施策

- 新規需要開拓施策

高品質な日本産抹茶の特長を活かしたメニューを開発したことで、店舗の売上に寄与した結果、事業終了後も長期的な提供意向を示した提携先が7件にのぼり、日本茶の喫食・飲用方法の選択肢を多様化させました

食用加工用途

日本食レストラン以外の外食店舗において、現地ローカルの消費者に親和性の高いメニューに抹茶を活用することで、喫食機会を増やし、抹茶へのアタッチメント（愛着）をより高めました

【店舗数】
NY/LA計5件（85店舗）

【期間】
2024/9/12～2025/3/31
※店舗によって異なる

【メニュー例】

- ・抹茶もなかモンブラン
- ・抹茶シュークリーム
- ・抹茶パンナコッタ
- ・抹茶ラテアイスクリーム



抹茶シュークリーム



抹茶もなかモンブラン

飲用加工用途

Sober curious※層向けのモクテルやペアリングでの日本茶の提供により、日本産ならではの優位性を伝え外食店舗での日本茶の有償提供を促進し日本茶のブランド力を高めました

※ Sober curious：心身の健康を考えて、あえてアルコールを飲まないライフスタイル

【店舗数】
LA/NY計5件（8店舗）

【期間】
2024/10/5～2025/3/31
※店舗によって異なる

【メニュー例】

- ・ほうじ茶トニック（モクテル）
- ・抹茶ラテ
- ・煎茶ティーペアリング
- ・抹茶トロピカル（モクテル）



抹茶ラテ



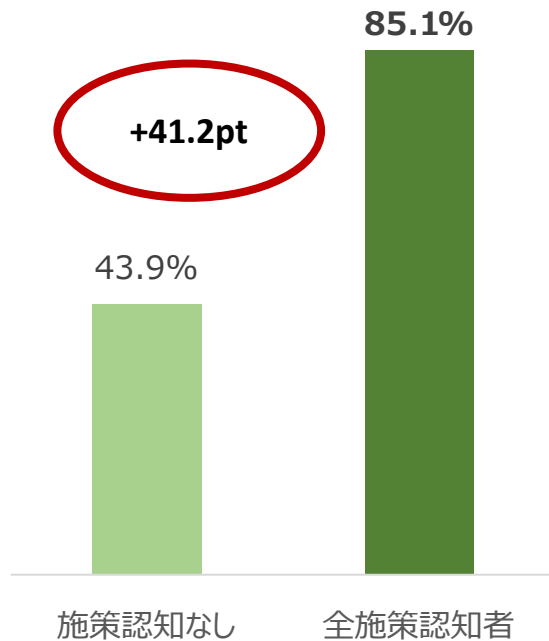
抹茶モクテル

2024年度の取組

- 効果測定

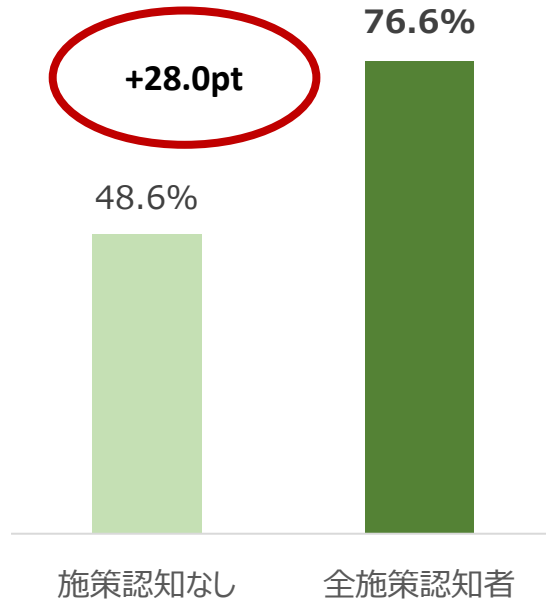
日本産緑茶・抹茶の購入意向及びコンセプト認知について施策呈示前と比べて高く獲得できただけでなく、魅力的なメニューの開発により、消費者の飲用、喫食意向についても高まる結果となりました

施策認知有無による 日本産緑茶・抹茶の購入意向率



施策認知有無による コンセプト認知率

Q：あなたは抹茶を含む日本茶が「集中もリラックスもどちらも得られる飲料」としてどの程度当てはまると思いますか。



抹茶を含む日本茶がしようされた商品の 飲用、喫食意向率

Q：一連のプロモーションを見た後、抹茶を含む日本茶に対する行動や気持ちに変化がありましたか。（複数選択）

