

# 2023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）

2023年5月

# 着眼点

日本イメージが最も強い抹茶においては、粉末で全ての栄養成分を余すことなく摂取できるということが、体に良いものは積極的に摂取しようという世の中の健康トレンドに合致していることに着目

## 抹茶の製造方法

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



きめ細かな粉末の抹茶の完成



旨味や栄養成分を丸ごと摂取できる



## 世の中の健康トレンド

控える健康から摂取する健康へ



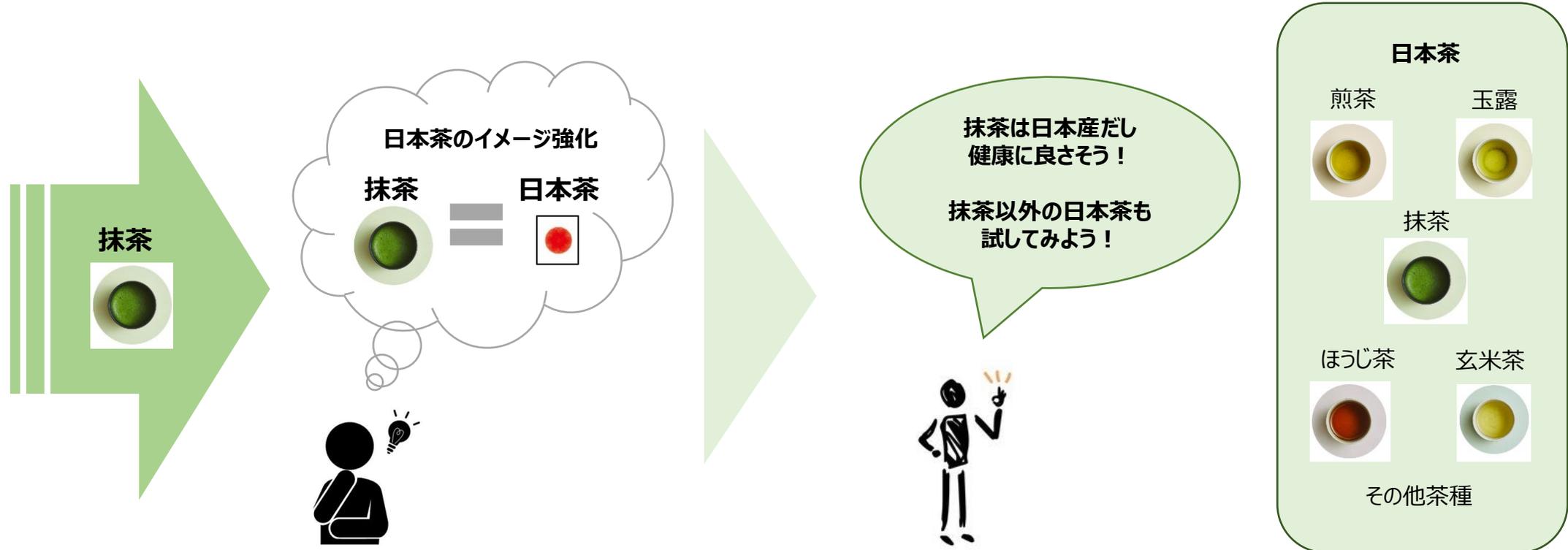
脱脂肪・グルテンフリーなど



免疫強化・予防など

# 目的と取組方針

日本茶の中で認知が高く、既に流通されており、世の中の健康トレンドに合致している抹茶をコミュニケーションの全面に立てることで、ターゲットに対して日本茶のイメージを確立しその他茶種全体に横展開していく



## 主な施策の方向性

### -ToB : 象徴的な抹茶ドリンクの開発

ToBに対して、分かり易くアイコンック（象徴的）な抹茶ドリンクを開発しSober curiousドリンクの象徴にしていくために、高級和食店等で実際に導入し、そこを発信拠点にSober curious層へ波及させていく

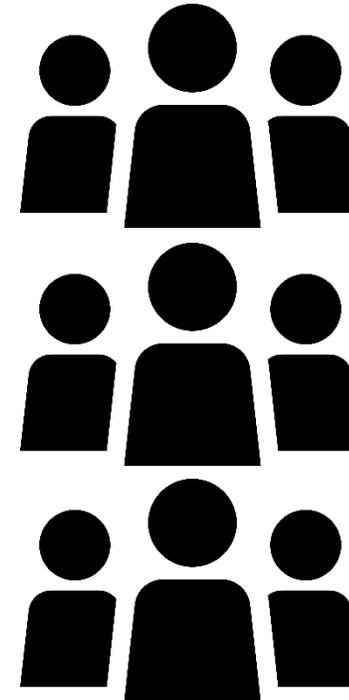
【アイコンックな抹茶ドリンクの開発・導入】



例) ノンアルコールの釜炒り茶スパークリング (左)、煎り番茶ハイボール (右)

※写真は2022年度開発のノンアルコールカクテル

【Sober curious層へ発信・波及】



# 主な施策の方向性

## -ToC : オウンドメディアの更なる強化

ToCに対して、今まで好調だったオウンドメディアをメインのプラットフォームに据え更なる強化を図るため、引き続き要となる生産者記事や動画コンテンツを拡充すると共に、特に抹茶に関するコンテンツを充実化させていく

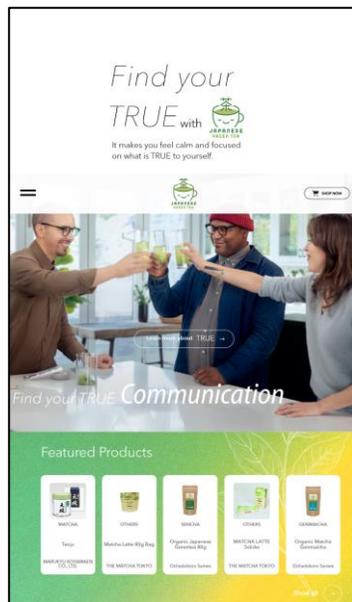
認知

興味・関心

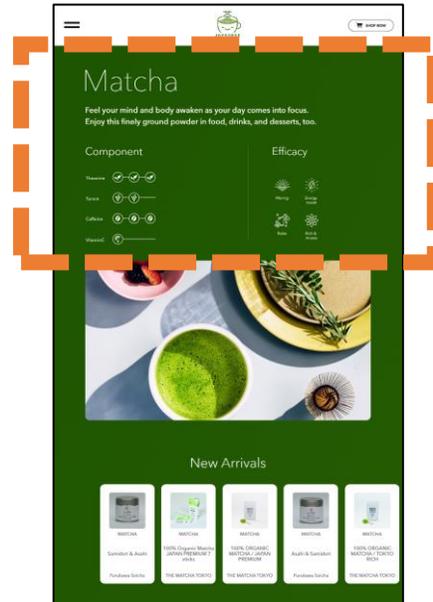
購入意向

購入

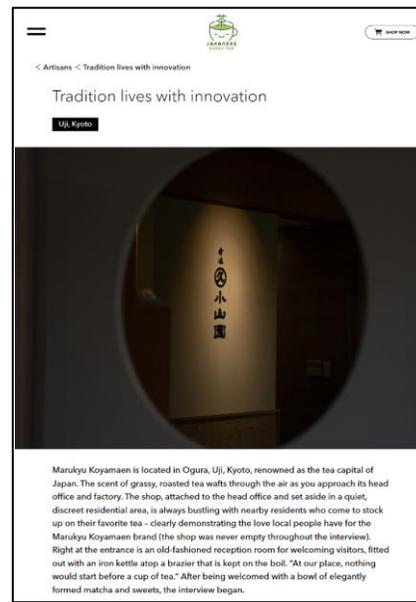
### 【オウンドメディア（プロモーションサイト）のコンテンツ拡充】



トップページ

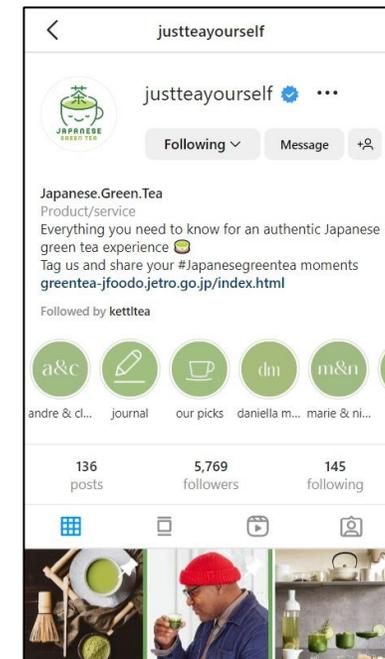


商品紹介



生産者記事

### 【Instagram運営、動画の制作等】



# 主な施策の方向性

## -ロゴの更なる利活用

日本産イメージの強い抹茶に対して、JFOODOが実施する各イベントや各施策で必ずこのマークを付記することによって、更に日本イメージを強めて中国産との差異を広げていく

日本茶ロゴマークは、JFOODOプロモーションで一貫して使用



“Matcha”といえば…

- ✓ 日本産
- ✓ Japanese Green Tea
- ✓ 食事に合う
- ✓ 飲み方も含めて楽しめる
- ✓ 健康に良い成分を丸ごと飲める
- ✓ 免疫UPにいい



