

## 2018年度 日本茶プロモーションについて（米国）

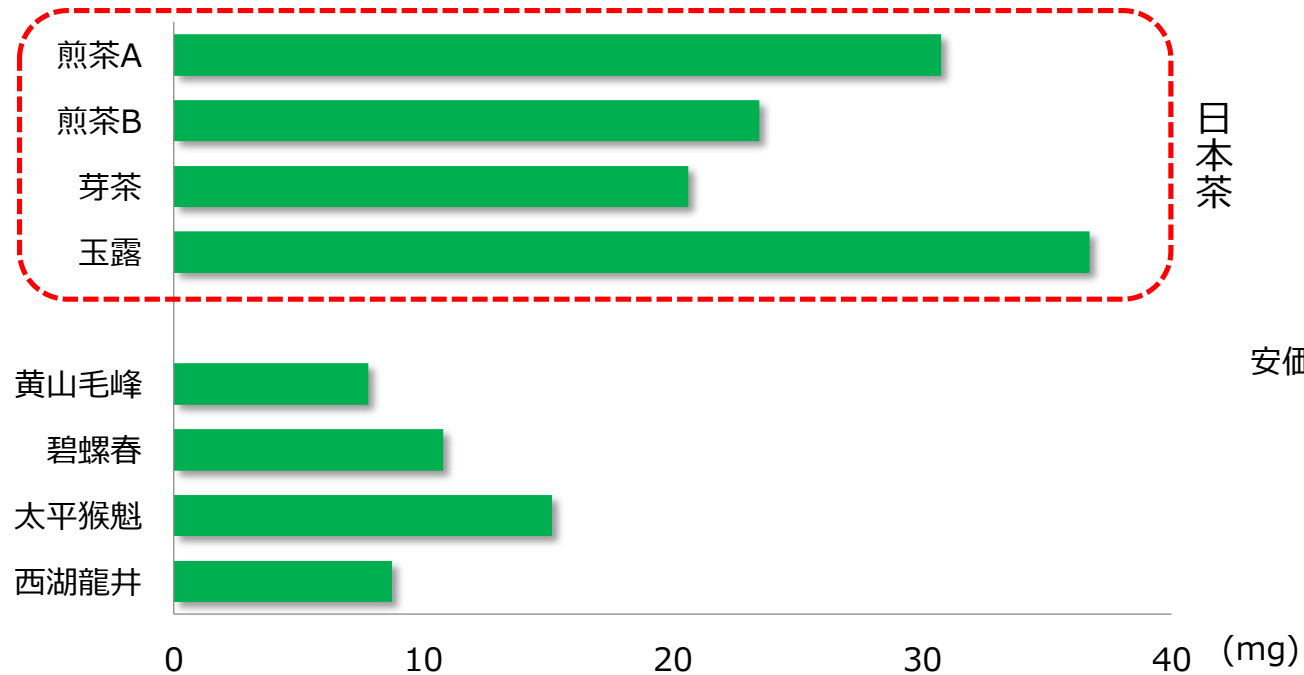
日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

## 内容

- 製品属性とポジショニング
- プロモーションの概要
- 各プロモーション施策

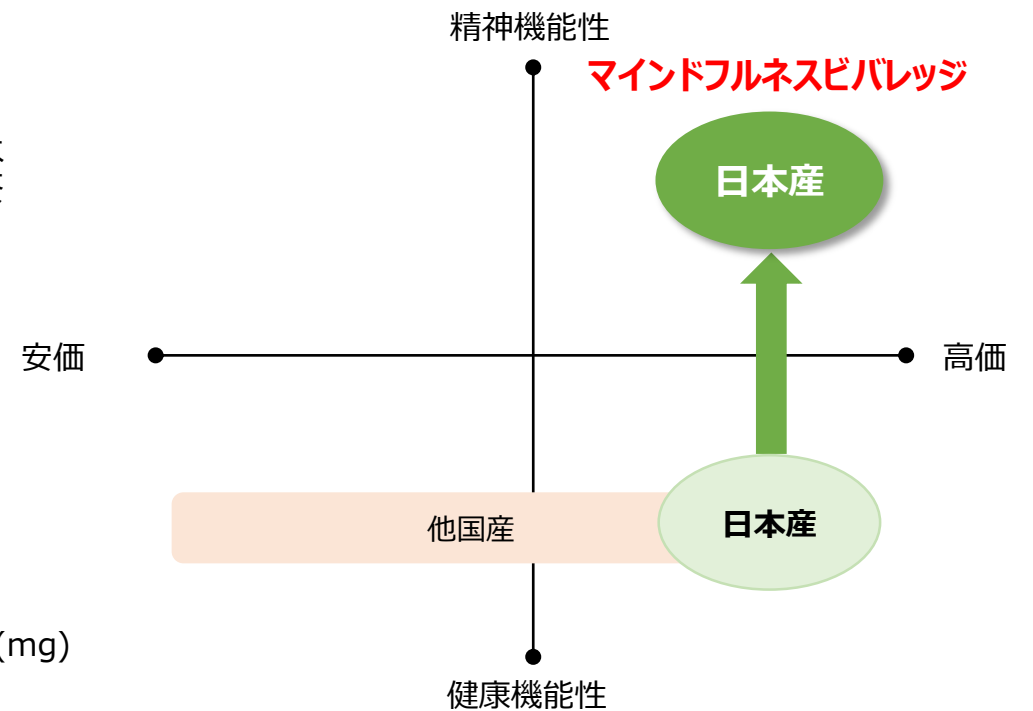
## 製品属性とポジショニング

精神機能性（集中力アップ、リラックス効果）を支えるテアニンが豊富な日本茶を「マインドフルネス・ビバレッジ」として訴求し、消費者の興味・関心を喚起します



図：日本茶と中国茶の浸出液100mlに含まれるテアニン量の比較

出所：農研機構資料より作成

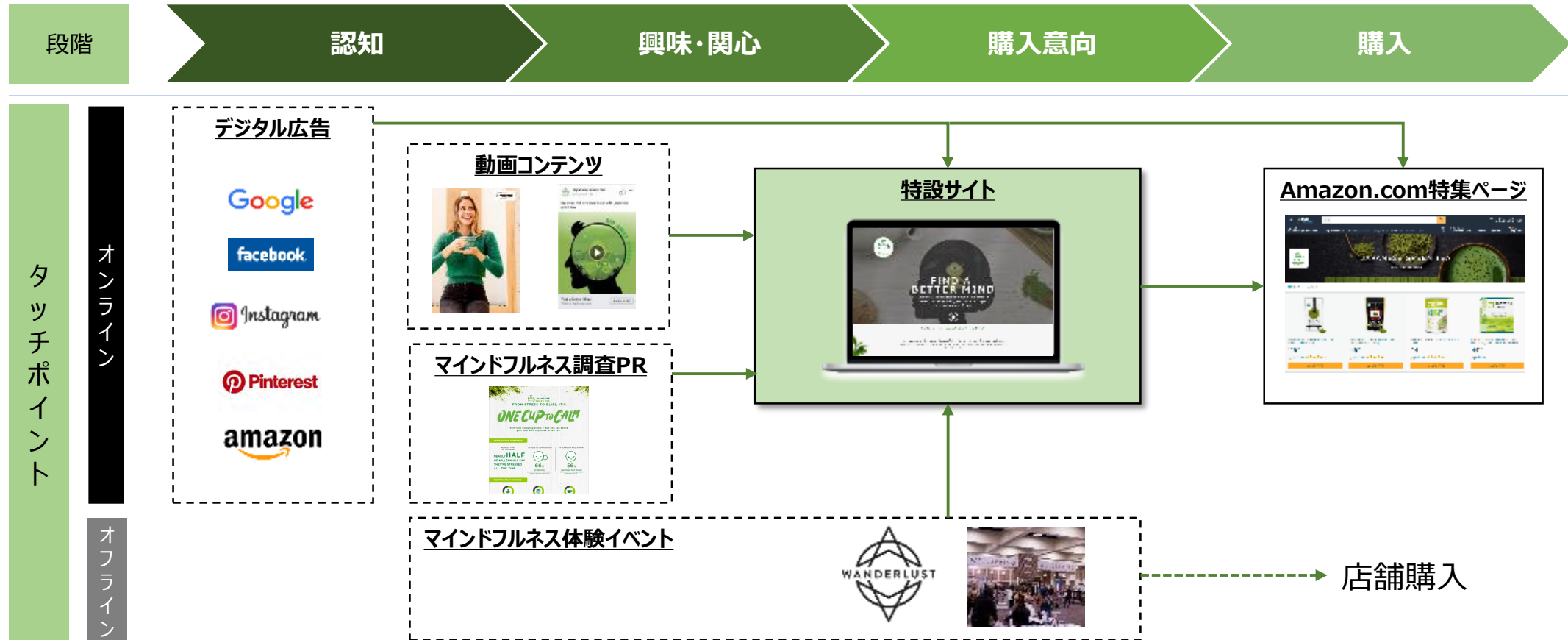


図：日本茶のポジショニングマップ

# プロモーションの概要

# プロモーションの全体像

消費者が最終的に購入に至るまでの段階において、オンライン施策を中心に各施策を結びつけることによって、オンラインとオフラインの両方で施策を実行します



# プロモーションのスケジュール

北米において茶への関心が高まる時期である秋以降に、JFOODOのプロモーションを実施しました

施策内容	2017年度	2018年度												
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
特設サイト／EC特集ページ	開設								リニューアル					← 運用 →
キャンペーンロゴ	公開								利用					← 公開 →
動画コンテンツ	第一弾公開									第二弾公開		第三弾公開		← 配信 →
マインドフルネス体験イベント									タイアップイベント					← 実施 →
調査PR										実施		配信		← 実施 →
広告	第一弾												配信増強 (1-3月)	← 配信 →

# 各プロモーション施策

# デジタル広告



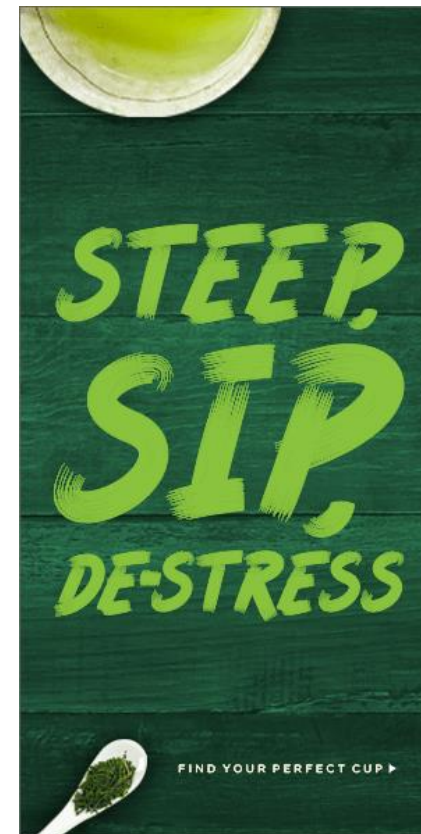
# 全体像

ターゲット世代の利用頻度が高い、SNSやGoogle等で動画広告やディスプレイ広告を実施しました



## バナー広告のデザイン

様々なデザインのバナーを使って、Googleで広告を出稿しました



## 動画を使った広告のデザイン

動画を使って、SNS（facebook, Instagram）に広告を出稿しました





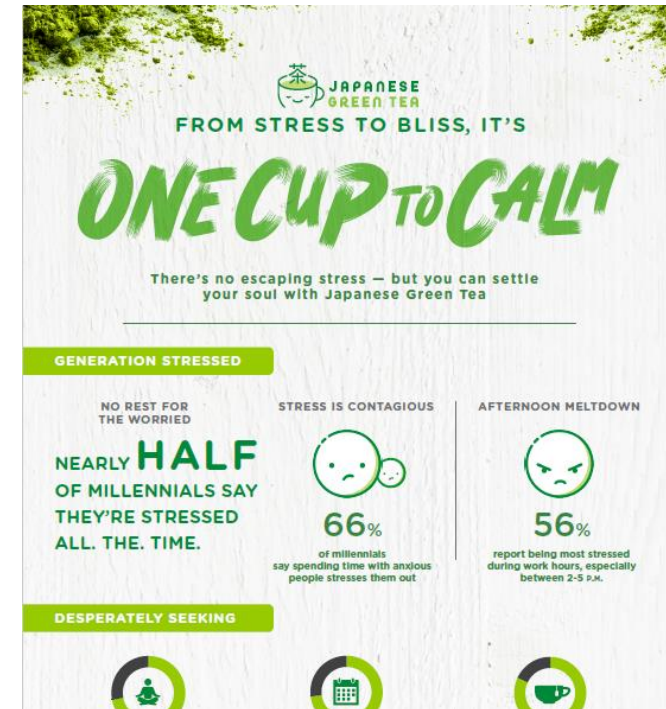
## 動画コンテンツとパブリック・リレーションズ

「日本茶＝マインドフルネス・ビバレッジ」の社会的な認知を高めるため、デジタルコンテンツを用いて広告やパブリック・リレーションズを展開しました

### ■ インフルエンサー動画



### ■ 調査パブリック・リレーションズ



## 消費者イベント

全米及び世界各国でミレニアル世代の高い人気があるアメリカ発祥のウェルネスイベントにおいて、JFOODOは展示ブース設置を始めとして、様々なアクティビティを実施しました

### ■ 日本茶体験展示ブースの様子



- イベント名 : Wanderlust Wellspring
- 会期: 2018年10月26日(金) – 28日(日)
- 会場: パームスプリングス コンベンションセンター / ロサンゼルス近郊
- JFOODOの活動内容 :

- ① スポンサーシップ協賛
- ② 展示ブースの設置
- ③ 参加事業者製品の試飲とサンプルの配布
- ④ 茶道体験イベント

### ■ 茶道体験の様子



## 展示ブース概要

展示ブースは五感で「日本茶＝マインドフルネスビバレッジ」を体験するというコンセプトの元で設計し、書道の体験などのエンターテインメント要素も持たせて、来場者とのエンゲージメントを強化しました



煎茶と玄米茶の試飲提供  
(ホット・コールド)



サウンドドームによる  
音との連携



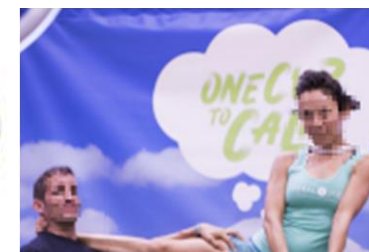
茶葉の香りを楽しむ



書道の体験



茶葉の違いを手で感じる



SNS向けフォトブース

