

## 海外における日本茶ブランド構築のための JFOODOの取組みについて

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）  
センター長 中山勇  
2026年5月11日

Copyright©2026 JFOODO. All rights reserved.

### 本資料の内容

- JFOODOとは
- 米国における日本茶のプロモーションについて

## JFOODOとは

## JFOODOとは

JFOODOは、海外消費者向けに日本産農林水産物・食品のプロモーションに特化した組織であり、日本産のブランディングを通じた需要拡大・輸出促進をミッションとしている



The **Japan Food Product Overseas Promotion Center**  
日本食品海外プロモーションセンター

### JFOODOのミッション

日本の食文化と食品を世界の人々に魅力的に提案、発信し、「日本産」の価値を向上させる

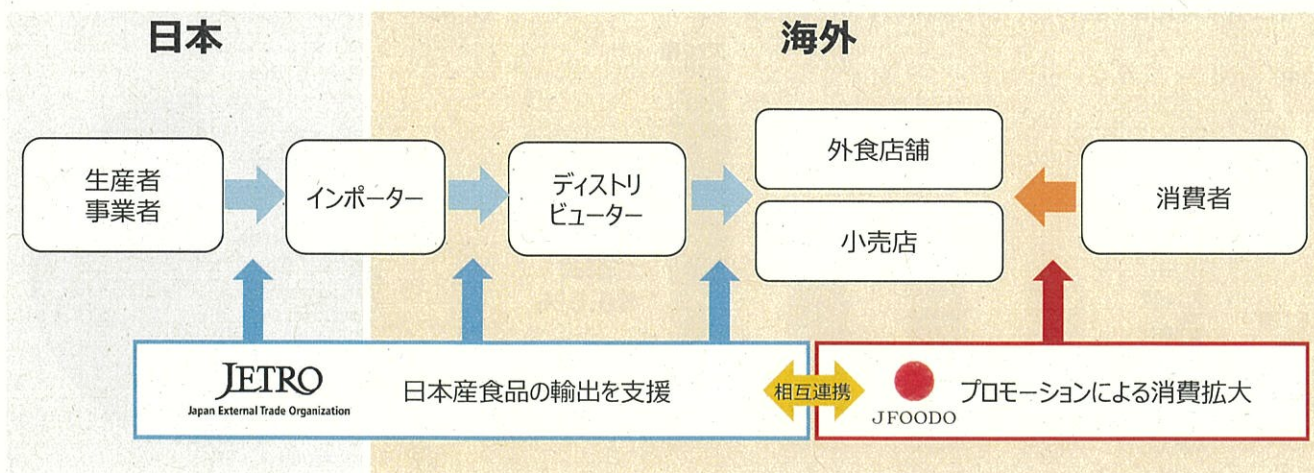
## 組織概要

日本産農林水産物・食品の輸出拡大に向けたブランディングを目的に、オールジャパンでの消費者向けプロモーションを担う新たな組織として、2017年に創設された

<b>名称</b>	日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO/ジェイフードー) The <b>J</b> apan <b>F</b> ood <b>P</b> roduct <b>O</b> verseas Promotion Center		
<b>拠点</b>	本部	東京	
	海外	ロンドン、パリ、香港、中国、シンガポール、ロサンゼルス	
<b>センター長</b>	中山勇 ((株)ファミリーマート前会長)		
<b>執行役</b>	平野賢一 ((独)日本貿易振興機構理事)		
<b>人員体制</b>	【2026年4月1日時点】 51名 (国内40名、海外11名)		
<b>業務内容</b>	日本産農林水産物・食品のブランディングに向けた消費者向けプロモーションの実施 ※品目等カテゴリー全体のオールジャパンでのプロモーション		
<b>部署</b>	海外プロモーション事業課	(品目プロモーション、食文化発信、政策対応等)	
	海外プロモーション管理課	(予算・経理、人事、企画、管理業務等)	

## JFOODOとJETROの支援対象範囲

JFOODOは海外消費者向けプロモーションを通じて日本産食品の需要・消費拡大を図り (BtoC) 、  
JETROは商流構築支援を通じて日本産食品の輸出を後押しする (BtoB)



図：JFOODOとJETROの支援対象範囲

## 米国における日本茶のプロモーションについて

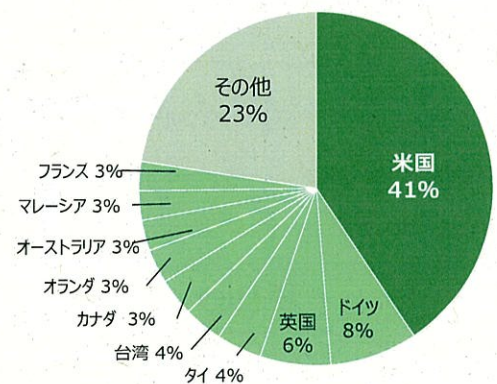
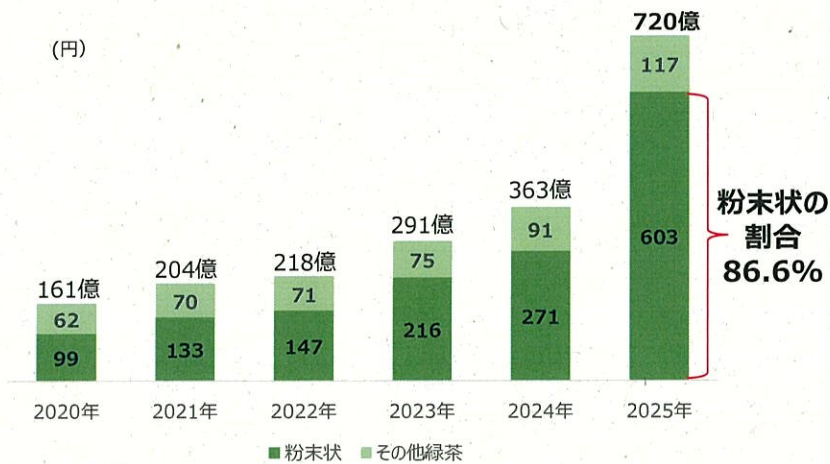
### 全世界向け日本茶の輸出状況

- 拡大する需要と最大輸出国である米国

日本茶の全世界向け輸出額は前年比98.2%増と好調に推移しており、売上構成比は上位10の国・地域で77%を占めるが、最大の仕向地は米国で41%の構成比率である

【日本茶輸出額の推移と粉末状のものが占める割合推移】

【2025年 輸出仕向別構成比率（額）】



出所：貿易統計よりJFOODO作成

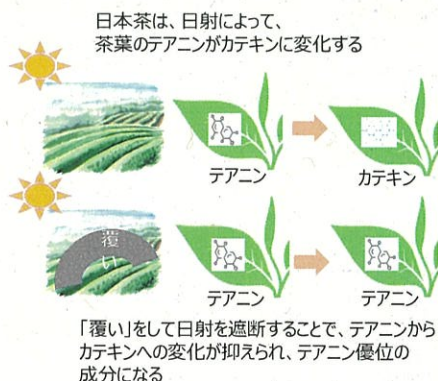
## 米国におけるプロモーション - ブランディングによる差別化と有償提供の促進

2017年の設立当初より「日本茶 = マインドフルネスビバレッジ」をコンセプトとし、米国において日本茶のブランディングによる差別化を行うことで輸出拡大を図っている

【JFOODO日本茶公式サイト】



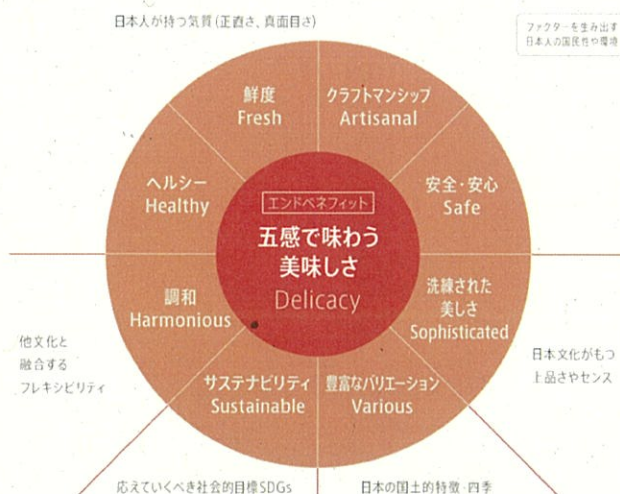
なぜ日本茶 = マインドフルネスなのか



## ブランドビルディングファクター - 日本人の国民性や環境から抽出した8つの要素

「日本産」がもつ特色として、8つのブランドビルディングファクター定めており、各品目の特性に合わせて組み合わせることで日本産ブランドを訴求している

日本の食品・食文化の価値を形成する特色ある資質



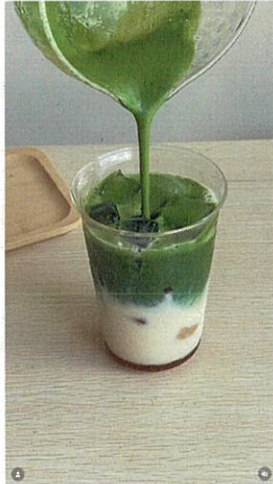
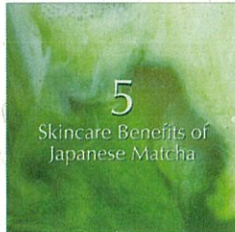
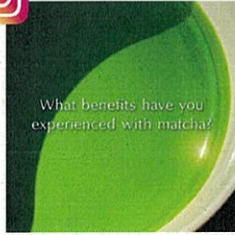
## 日本茶のブランディング

### - Instagramを活用した発信

日本茶は、ブランドビルディングファクターのうち、特に、「ヘルシー Healthy」「クラフトマンシップ Artisanal」を Instagramなどで発信し、日本産のブランド価値を高めてきた



Benefits/レシピ投稿例



Artisans投稿例



## 公式Instagramでの日本茶ファンコミュニティの形成

### - レシピによる一般化と生産者動画によるブランディング

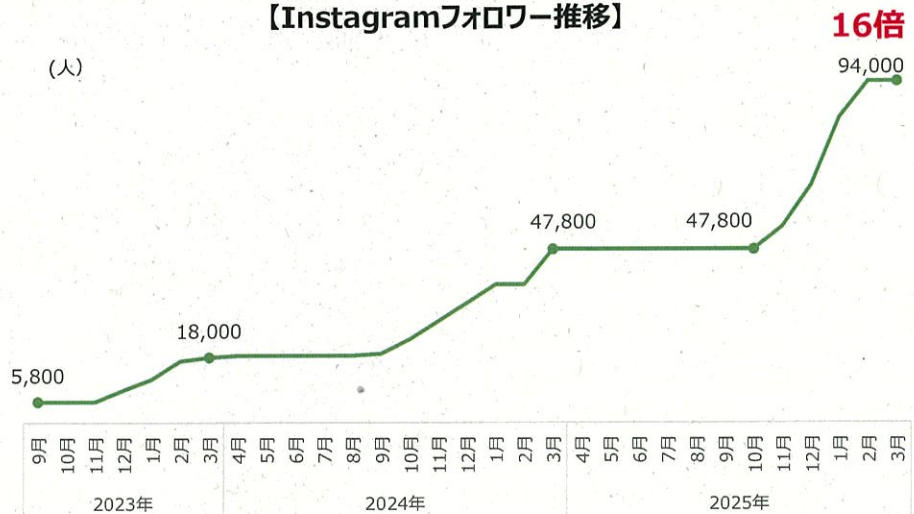
健康性を訴求した投稿や生産者動画で文化・伝統・こだわりを伝えることで他国産との差別化を行った結果、公式Instagramフォロワーは94,000人を超えるファンコミュニティに成長した

JFOODO 日本茶公式アカウント  
@justteayourself



2026年3月時点：  
94,000人

【Instagramフォロワー推移】

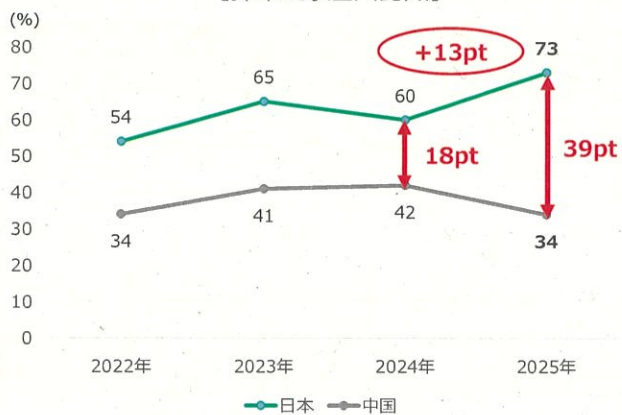


## 米国における競合国との認知差

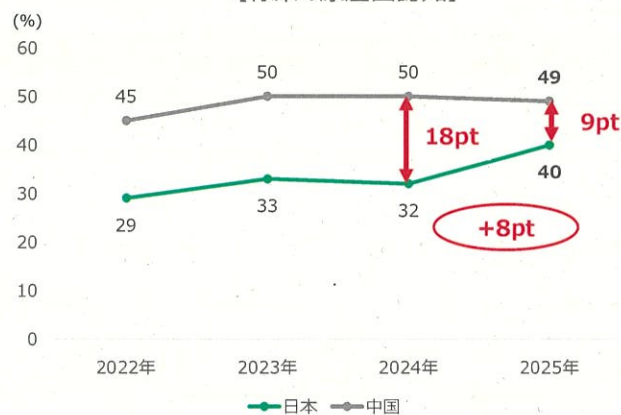
### - 日本産抹茶の圧倒的な認知度と課題

抹茶の原産国認知については、中国産との差を広げており、抹茶=日本産の高い認知が確認できただけでなく、緑茶の原産国認知についても8ポイント上昇し、中国産との差を詰めたが今後も強化が必要である

【抹茶の原産国認知】



【緑茶の原産国認知】



出所: JFOODO「2025年度Usage & Attitude調査」2025年11月実施

