

農林水産省大臣官房デジタル戦略グループ 御中

令和3年度データを活用した産地と消費者をつなぐ
実証プロジェクト（海外マーケット）委託事業
実績報告書

令和3年10月29日

実績報告書の構成

はじめに：委託事業の概要 ----- P2

1. 実施調査資料 ----- P3

1-1. 調査概要 P4～7

1-2. Google上での重点キーワード検索 P8～9

1-3. Google上でのトレンド調査報告 P10～25

1-4. Instagramユーザー生成コンテンツ調査 P26～31

1-5. YouTube動画ボリューム調査 P32～36

1-6. 調査サマリー（結論） P37～39

2. ワークショップ実施報告 ----- P40

3-1. 実施概要、背景とねらい P41

3-2. 参加者、プログラム P42

3-3. ワークショップ概要 P43～44

3-4. ワークショップに対する評価 P44

3-5. ワークショップの振り返り P45

3. 消費者データ活用手引き資料 ----- P46

2-1. データ活用の手引き P47～50

2-2. データ活用の展開ロードマップ P51～55

はじめに：委託事業の概要

■背景

農林水産省では、農・食分野のDXを実現するために「農業DX 構想」を策定したが、そのコンセプトである「農業DX の目指す姿である消費者ニーズに的確に対応した価値を創造・提供する農業への変革（FaaS(Farming as a Service))の実現に向けて、現在、消費者を起点としたバリューチェーン全体のプレイヤーをデータで結び付けていく方策を検討している。

また、国内の食市場が縮小する一方で、世界の食市場は今後大幅に拡大することが見込まれる中、農林漁業者の所得向上を図るためには、海外のマーケットを獲得していくことが重要であり、農林水産省では、農林水産物・食品の輸出額を2025年に2兆円、2030年に5兆円とする目標を設定している。

この目標の達成のためには、海外のニーズを把握したマーケットインの発想で、海外市場で求められる産品を生産・輸出していく必要があり、海外の市場動向を徹底的に調査・分析する必要がある。

ついては、将来的な生産者・産地への横展開方策を見据えて、産地が消費者データを活用する有益性を実証するとともに新しい価値創造できるデータ、フィードバック及び活用の方法論を検討する。

■茶産業の課題

農林水産省が実施している各種品目振興施策において、需要の拡大をどのように実現するかは共通の課題である。本事業で対象となる日本茶は、国内での消費が伸び悩んでいる一方で、世界の緑茶貿易量は増加すると予測されており、茶産業において海外需要を取り込んでいくことが重要です。ターゲットとする消費者のニーズや関心を把握・実証することにより、訴求力の高い商品生産や販売実施を推進するとともに、茶産業の今後の目指すべき方向を明らかにし、海外に向けた情報発信の方策について検討する。

■プロジェクト概要

海外における、茶の消費の仕方、茶種、飲み方、日本の茶への関心等をビックデータにより調査。本調査では近年輸出が伸びており、かつマーケットが大きいアメリカ、EU圏の中からイギリスを対象として実施。

1. 実施調査資料

1. 調査概要 P4～7
2. Google上での重点キーワード検索 P8～9
3. Google上でのトレンド調査報告 P10～25
4. Instagramユーザー生成コンテンツ調査 P26～31
5. YouTube動画ボリューム調査 P32～35
6. 調査サマリー（結論） P36～38

1. 調査概要

調査内容

対象国において一般的に使用されている検索エンジンであるGoogleにおいて、「どのようなワードが検索されているのか」を割り出し、外国人消費者目線で重点キーワードを分類。さらに、Google 上で重点キーワードを検索している方の「地域・検索トレンドの推移・関連して検索されているキーワード」を割り出します。

併せて、対象国で使用されている Instagram およびYouTube 上で、「重点キーワードで、消費者はどのようなコンテンツを発信しているのか」を割り出します。これらのデータから、「現地に刺さるマーケティング」の仮説を導きだします。



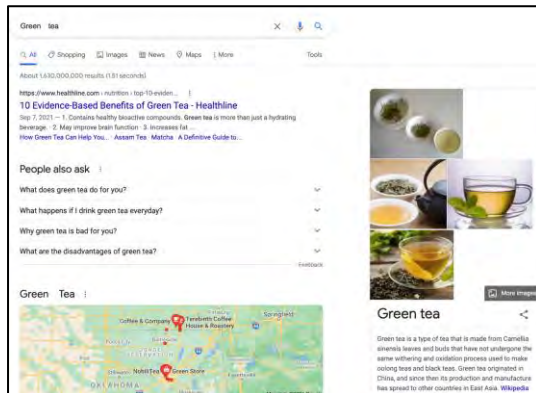
調査内容

- Google 上での重点キーワード検索
- Google 上でのトレンド調査
- Instagram ユーザー生成コンテンツ調査
- YouTube 動画ボリューム調査

Google・Instagram・YouTube とは？



世界での検索エンジン市場シェアの約70%を占めており、モバイルに関しては約75%のシェアを占めている。ユーザーの利便性を追求するアルゴリズムが働き、検索結果の上位は「よりユーザーにメリットがあるコンテンツ」が表示されるように最適化されている



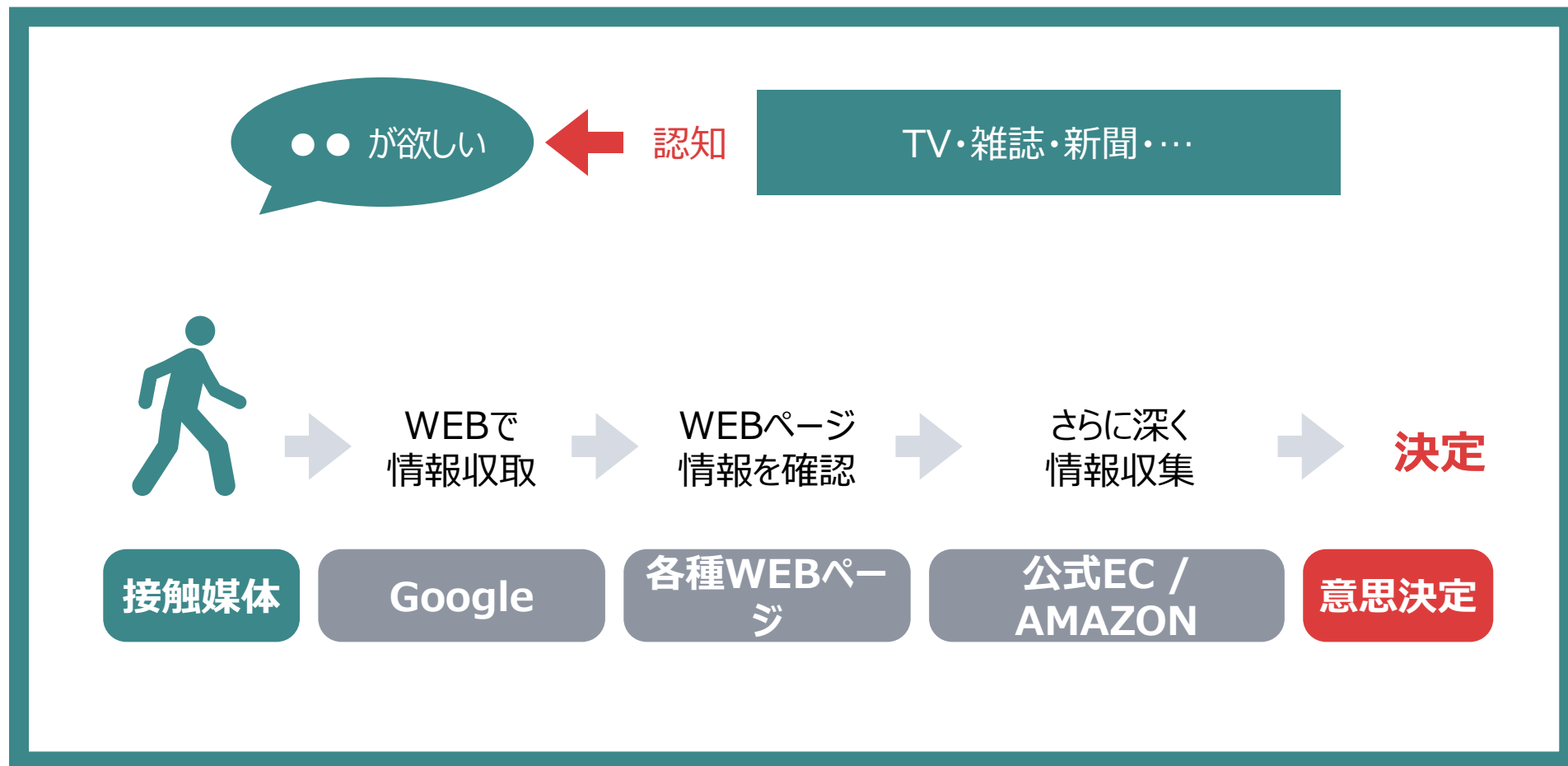
グローバルで毎日2億人以上のユーザーがアクセスしているSNS。写真、動画をメインとしたSNSであり、よりビジュアルに特化したコンテンツが好まれる傾向にある。直近では検索機能、ショッピング機能なども追加され、Instagram内での消費意欲が向上している。



世界で最も人気の動画配信プラットフォーム。日本においては10代～50代にかけて幅広い年齢層のユーザーに利用されている。個人・企業がファンを獲得し経済圏をつくるプラットフォームとしても注目度が高い。YouTubeにて多くのフォロワーを集めるユーチューバーはエンターテインメントから専門的な話題まで多種多様存在する。



ビックデータ活用は現地消費者のインサイト把握に有効



2. Google上での重点キーワード検索

ファンキーワード ファネル (US・UK)

お茶を飲む

お茶に関する検索を行う層であり、少なからずお茶への興味関心を持つ。

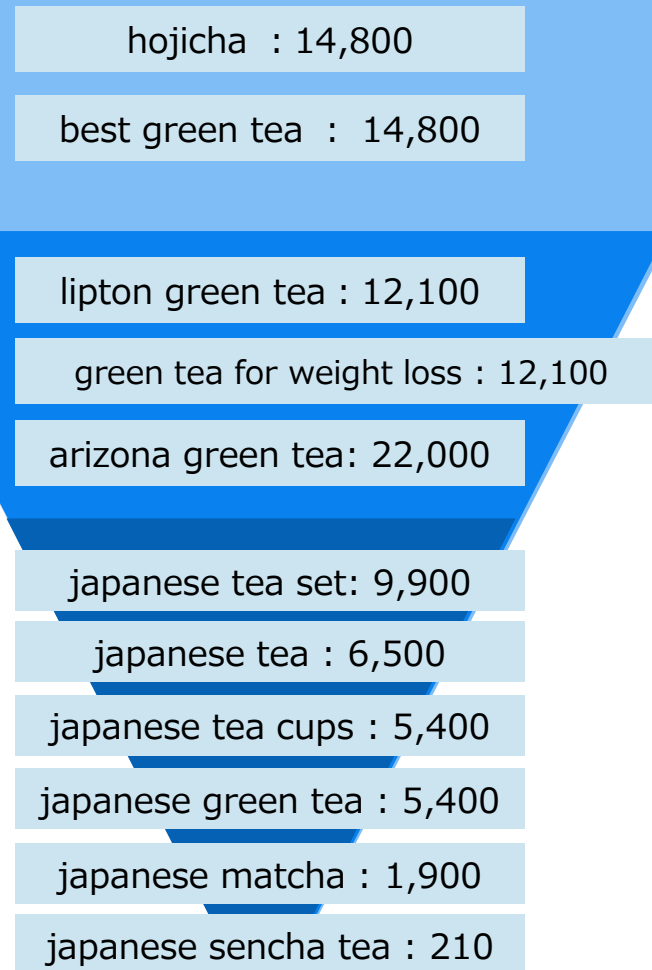
他国ブランドのお茶を飲む

日本産へのこだわりはないものの、お茶のブランドを認知し、他国のブランドのお茶を購入している。また、お茶を飲むべき理由を複数持つと考えられる。

日本のお茶を購入する

お茶はお茶でも、「日本のお茶」への興味や理解があり、実際に飲む。

その際、商品情報だけではなく、日本のお茶をより楽しむための情報が掲載され、原産地・口コミ等が掲載されている信頼感の高いECページでの購入や、SNS等での情報収集を行う。



※月間検索回数

3. Google上でのトレンド調査報告

(参考) お茶のおかれている認知度について

ファンキーワードや、お茶のキーワードボリュームと、両国で一般的に飲まれている飲料の検索ボリューム等と比較。両国とも飲料ではコーヒー関連のキーワードが上位だが、“macha”、“green tea”は一定飲料ジャンルとして確立したボリュームを持っている。“tea”関連を国別に見ると中国茶のボリュームが多くなっている。

■USA

キーワード	月間検索ボリューム
coffee	6,120,000
beer	450,000
coca cola	450,000
tea	368,000
matcha	201,000
starbucks drinks	201,000
cappuccino	135,000
espresso	135,000
green tea	135,000
latte	110,000
chamomile tea	110,000
oolong tea	60,500
matcha latte	49,500
china slim tea	27,100
japanese beers	22,200
hojicha	14,800
chinese tea	12,100
japanese tea	6,600

■UK

キーワード	月間検索ボリューム
coffee	1,220,000
bubble tea	165,000
afternoon tea	110,000
tea	74,000
coca cola	74,000
beer	60,500
matcha	40,500
green tea	33,100
cappuccino	33,100
chamomile tea	27,100
matcha powder	18,100
oolong tea	12,100
slimming tea	4,400
chinese tea	3,600
japanese beers	3,600
japanese tea	1,900
japanese green tea	1,000

※計測期間：2020/09/01 - 2021/08/31 月間検索ボリューム：計測期間中の月別の平均値

USA

ファンキーワード調査結果

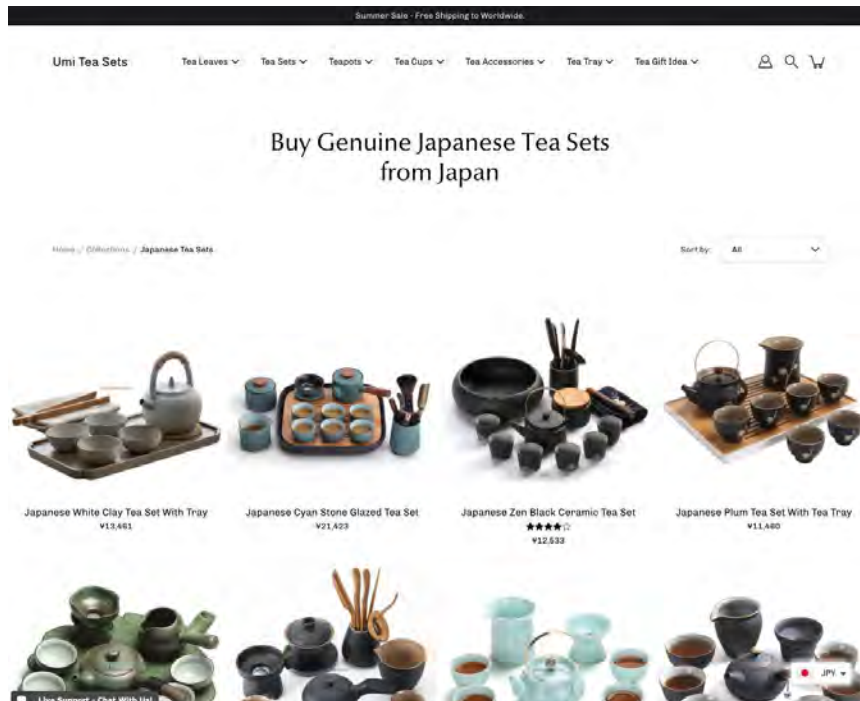
ファンキーワードは「Japanese〜」がついているものor日本のお茶メーカーのブランド名を指名で検索している方と定義した。単に「お茶のジャンル」を検索する方はお茶への興味関心度合いが薄く、明確に「Japanese〜」をつけて検索を行う方は「日本のお茶」の情報を求めていると考えられるため。

	キーワード (英語)	キーワード (日本語)	月間検索ボリューム	詳細 (KW用途)
ファン キーワード	japanese tea set	日本茶セット	9,900	japanese tea setのECサイトが多い
	japanese tea	ジャパニーズティー	6,600	japanese teaを紹介する記事が多い
	japanese tea cups	ジャパニーズティーカップ	5,400	japanese tea cupsのECサイトが多い
	japanese green tea	日本 緑茶	5,400	・日本茶のECサイトが多い ・人気のサイト
	japanese matcha	ジャパニーズ抹茶	1,900	・日本茶のECサイトが多い ・人気のサイト
	japanese sencha green tea	ジャパニーズ 煎茶 緑茶	390	japanese sencha green teaのECサイトが多い
	japanese sencha tea	ジャパニーズ煎茶	210	japanese sencha teaのECサイトが多い
	japanese matcha tea	ジャパニーズ 抹茶	1,000	抹茶パウダーの紹介記事が上位に掲載されている
ファン予備軍 キーワード	arizona green tea	arizona green tea (商品名)	22,200	商品ページが表示される https://nywreiko.hatenablog.com/entry/2016/02/
	lipton green tea	リプトン 緑茶	12,100	商品ページが表示される https://www.lipton.com/us/en/our-teas/green-tea
	green tea for weight loss	減量になる緑茶	12,100	緑茶に関する、減量の効能が表示される
	best tea for weight loss	減量に最も効く緑茶	9,900	減量に効く緑茶の紹介記事
	green tea fat burner	green tea fat burner (商品名)	8,100	商品ページが表示される https://www.amazon.com/Applied-Nutrition-Strer
	matcha slim	matcha slim (商品名)	6,600	商品ページが表示される https://www.amazon.com/Matcha-Slim-Supplem
	best green tea for weight loss	最も減量に効く緑茶	4,400	減量に効く緑茶の紹介記事
	gunpowder tea	gunpowder tea (商品名)	3,600	商品ページが表示される https://www.amazon.co.jp/Numi-%E8%8C%B6-3
	sencha naturals matcha	sencha naturals 抹茶 (ブランド名 +	210	商品ページが表示される https://www.senchanaturals.com/
	sencha ariake	sencha ariake (商品名)	20	商品ページが表示される https://www.palaisdeslthes.com/en/sencha-ariake
潜在顧客 キーワード	matcha	抹茶	201,000	抹茶とは、抹茶の利点
	green tea	緑茶	135,000	緑茶とは、緑茶の利点
	matcha powder	抹茶パウダー	60,500	ベストな抹茶パウダーの紹介
	matcha green tea	抹茶	49,500	抹茶とは、抹茶の利点
	matcha latte	抹茶ラテ	49,500	抹茶ラテレシピ
	hojicha	ほうじ茶	14,800	ほうじ茶の紹介
	best green tea	ベスト 緑茶	14,800	緑茶の紹介
	sencha	煎茶	9,900	煎茶とは、煎茶の利点
	matcha green tea powder	抹茶パウダー	9,900	抹茶パウダーの商品紹介
	genmaicha	玄米茶	8,100	玄米茶とは、抹茶の利点
	best matcha powder	ベスト抹茶パウダー	8,100	ベストな抹茶パウダーの紹介記事
	gyokuro	玉露	3,600	玉露とは、玉露の利点
	sencha tea	煎茶	3,600	煎茶とは、煎茶の利点
	organic green tea	有機 緑茶	3,600	organic green teaのECサイトが多い
	sencha green tea	煎茶 (緑茶)	2,400	煎茶とは、煎茶の利点
	hojicha tea	ほうじ茶	1,600	ECサイト
	genmaicha tea	玄米茶	1,600	玄米茶とは
	kyusu	急須	1,300	ECサイト
	gyokuro tea	玉露	1,300	ECサイト
	kyusu teapot	急須 ティーポット	1,300	伝統的な急須、日本式の急須に関して、ECサイト
	hojicha powder	ほうじ茶 パウダー	1,000	ECサイト

ファンキーワード調査 で上位に表示されたWEBページ

「japanese tea set」「japanese tea cups」などの検索結果では、茶道に使用する茶器などを販売するECサイトが上位に表示されるほか、サイト内では販売だけでなく「禅」「茶室」「侘び寂び」など日本文化に関する解説がされたものが多く、日本への強い関心をもったユーザーが訪問していると思われる。

japanese tea set



japanese tea cups



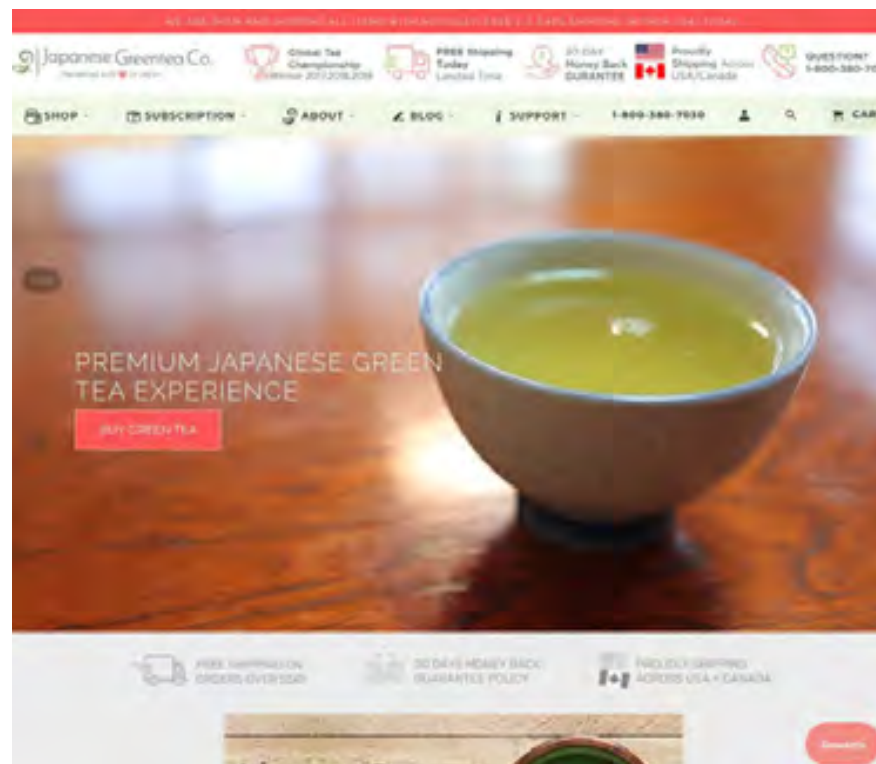
ファンキーワード調査 で上位に表示されたWEBページ

「japanese tea」「japanese green tea」で上位表示されるサイトはいずれも日本人及び日本企業が運営するECサイトとなっており、月間でアメリカを中心に10万ユーザー近くが訪問する人気サイト。「日本から直送」「日本の農園で栽培」訴求点としており動画や記事コンテンツでわかりやすく日本茶について説明をしている。

japanese tea



japanese green tea



ファンキーワード調査 で上位に表示されたWEBページ

「japanese sencha tea」では「japanese matcha tea」では現地企業が運営するECサイトが表示されている。

japanese senchaを販売しているHarney & Sonsは、高品質なハーブティーを中心として販売を行うアメリカでも有力なお茶の販売会社。Macha.comでは厳選された日本茶葉の抹茶を販売しており、良いコメントが目立つ。

japanese sencha tea

SAVE 25% SITEWIDE
USE CODE: HARNEYFEST21

1-800-832-8463 FAQ TEA 101 BLOG PODCAST YOUR PERFECT TEA QUIZ

HARNEY & SONS
MASTER TEA BLENDEERS

SHOP TEA ▾ ICED TEA ▾ WARES ▾ GIFTS ▾ SALE

HOME / ALL / JAPANESE SENCHA

50518
JAPANESE SENCHA
★★★★★ 713 reviews

\$ 20.99 **\$ 4.11** PER CUP

ONE-TIME PURCHASE: \$ 20.99
SUBSCRIBE & SAVE (10%): \$ 18.89

Subscription details

PACKAGING TYPE
SACHETS TEABAGS LOOSE

UNIT
BAG OF 50 SACHETS
BOX OF 20 INDIVIDUALLY WRAPPED SACHETS
CLASSIC TIN OF 20 SACHETS

QTY
1 ADD TO CART

PAIRS WELL WITH

Free US Shipping on all orders
Ships within 2-4 business days.

japanese matcha tea

Wholesale Health Benefits Lab Results

SHOP MATCHA
JAPANESE TEAS

MATCHA.COM
MATCHA KARI

GET STARTED
MATCHA PRIME

MATCHA TEA ▾

All Matcha
All Ceremonial
Daily matcha
Matcha Accessories
Apparel

VIBE ▾

Focus
Energize
Relax

JAPANESE TEA ▾

All Japanese Teas
Specialty Teas
Tea Accessories
Green Teas

Save 15% Choose a product below and then choose Matcha Prime

Organic Matcha Tea Set
\$139.00
★★★★★ 58 reviews

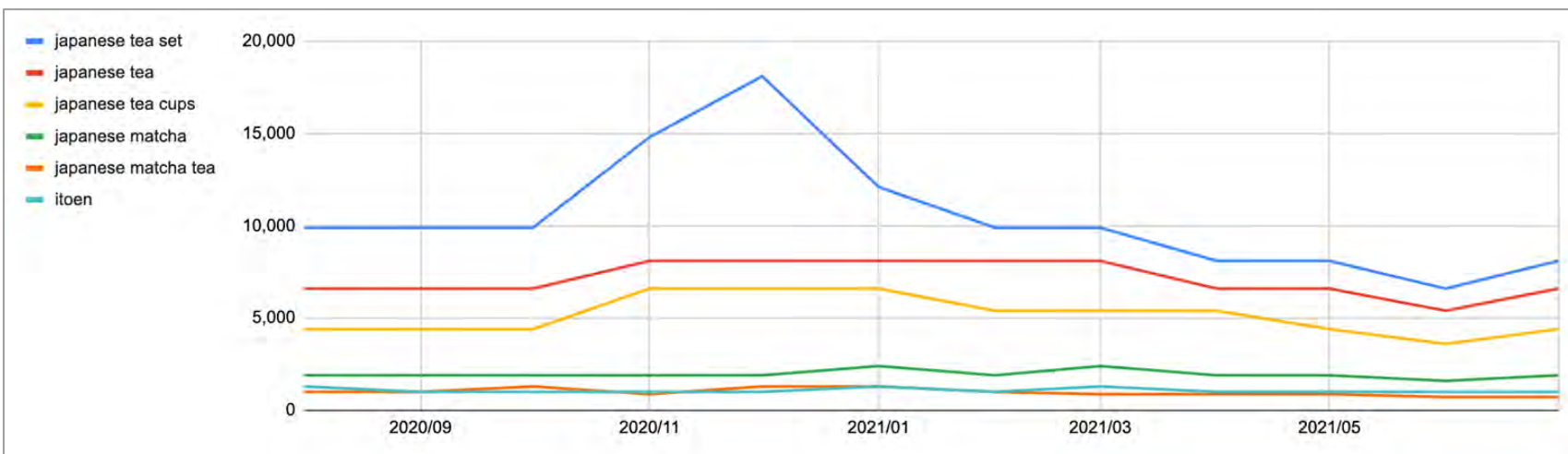
Organic Superior Matcha
from \$39.00
★★★★★ 88 reviews

"Matcha on the Go" Organic Ceremonial Stick Packs
\$32.00
★★★★★ 29 reviews

検索トレンド調査 結果

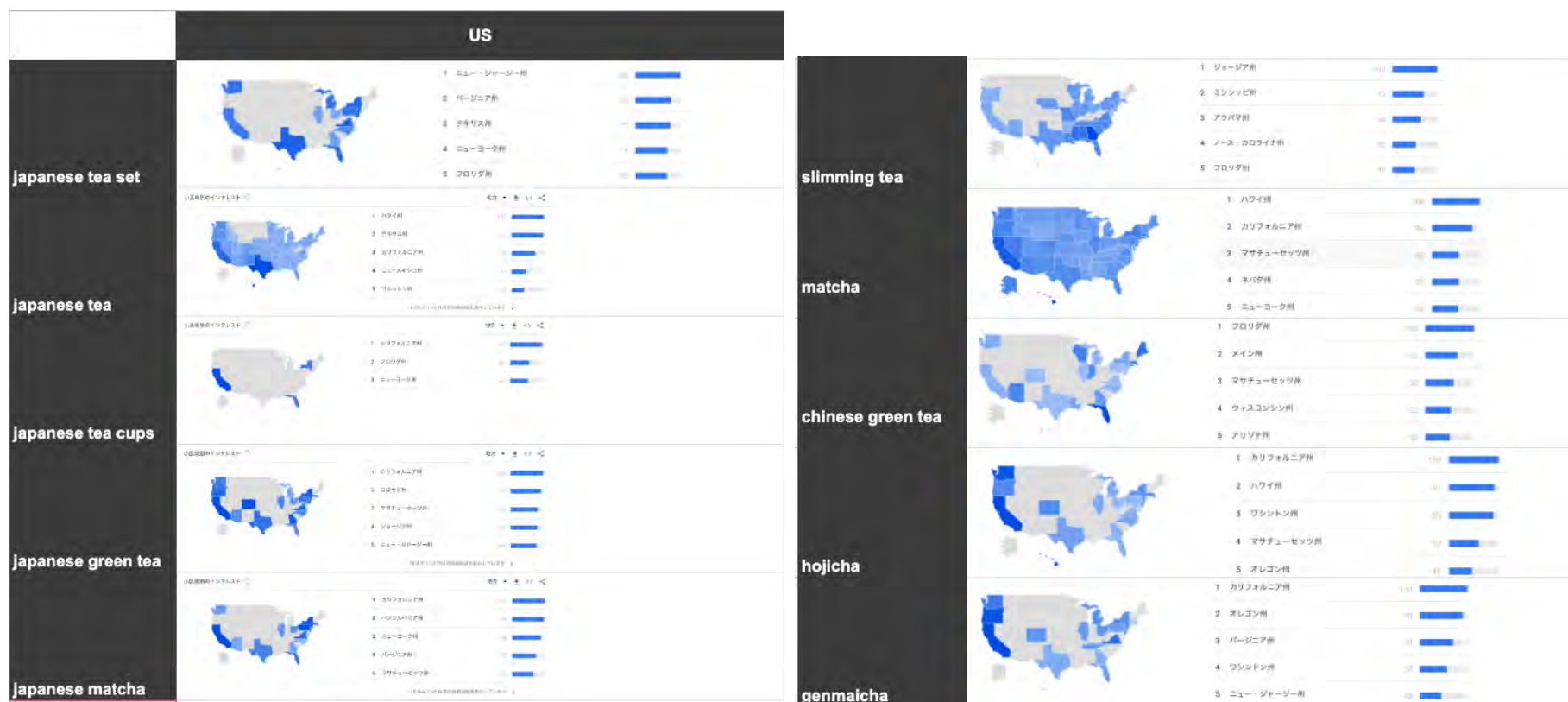
今回ファンキーワードとして調査したキーワードは、おおむね横ばいとなっているものの、「Japanese tea set」のみ、2020年11月・12月・1月の3ヶ月間のみ、約1.5倍まで伸長している。仮説だが、ブラックフライデー等のEC商戦で、ECモールがセールを出したことが原因ではないかと考えられる。

	キーワード													
	英語	日本語	2020/08	2020/09	2020/10	2020/11	2020/12	2021/01	2021/02	2021/03	2021/04	2021/05	2021/06	2021/07
ファン キーワード	japanese tea set	日本茶セット	9,900	9,900	9,900	14,800	18,100	12,100	9,900	9,900	8,100	8,100	6,600	8,100
	japanese tea	ジャパニーズティー	6,600	6,600	6,600	8,100	8,100	8,100	8,100	8,100	6,600	6,600	5,400	6,600
	japanese tea cups	ジャパニーズティーカップ	4,400	4,400	4,400	6,600	6,600	6,600	5,400	5,400	5,400	4,400	3,600	4,400
	japanese matcha	ジャパニーズ抹茶	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	2,400	1,900	2,400	1,900	1,900	1,600	1,900
	japanese matcha tea	ジャパニーズ 抹茶	1,000	1,000	1,300	880	1,300	1,300	1,000	880	880	880	720	720
	itoen	伊藤園	1,300	1,000	1,000	1,000	1,000	1,300	1,000	1,300	1,000	1,000	1,000	1,000



検索トレンド調査 地域別

地域別にみると、「japanese tea」「matcha」はアメリカ全土から検索されているものの、「japanese green tea」「japanese matcha」「hojicha」などは西海岸・東海岸およびニューヨーク等の大都会のみで検索されている。このことから、現在日本のお茶を求める層は西海岸・東海岸およびニューヨーク等の大都会のみに存在しており、アメリカのメインストリームにおける認知度は十分ではないと考えられる。



UK

キラークワード調査 結果

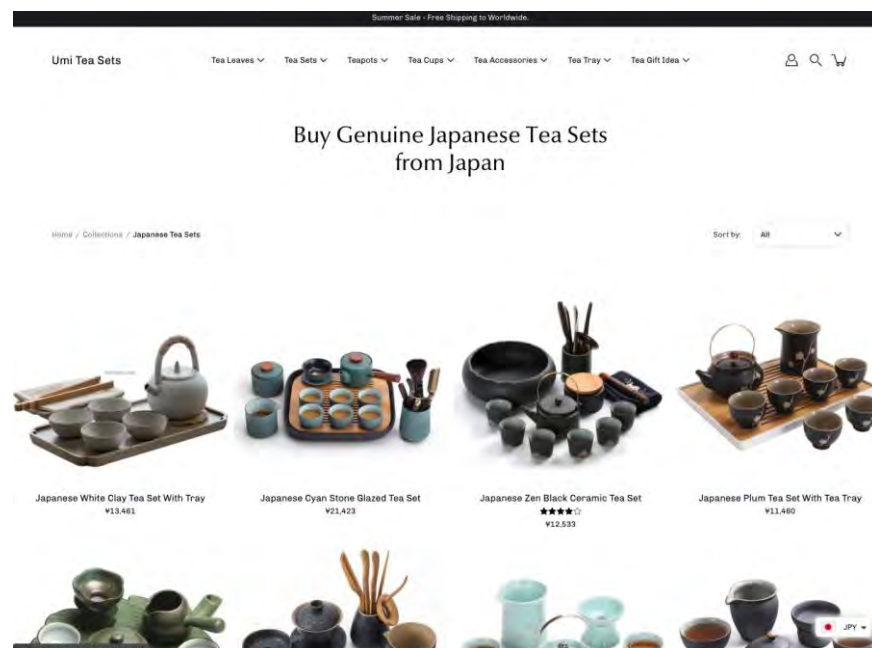
ファンキーワードは「Japanese〜」がついているものor日本のお茶メーカーのブランド名を指名で検索している方と定義した。単に「お茶のジャンル」を検索する方はお茶への興味関心度合いが薄く、明確に「Japanese〜」をつけて検索を行う方は「日本のお茶」の情報を求めていると考えられるため。

	キーワード（英語）	キーワード（日本語）	月間検索ボリューム	詳細（KW用途）
ファン キーワード	japanese tea set	ジャパニーズ ティーセット	2,900	japanese tea setのECサイトが多い
	japanese tea	ジャパニーズティー	1,900	japanese teaを紹介する記事が多い
	japanese tea cups	ジャパニーズティーカップ	1,300	japanese tea cupsのECサイトが多い
	japanese matcha	ジャパニーズ抹茶	480	・抹茶の紹介 ・抹茶のECサイト
	japanese matcha tea	ジャパニーズ抹茶	390	・抹茶の紹介 ・抹茶のECサイト
	japanese sencha green tea	ジャパニーズ煎茶 緑茶	110	ECサイトが多い
ファン予備軍 キーワード	green tea for weight loss	減量になる緑茶	4,400	緑茶が減量になる理由を解説
	tetley green tea	tetley green tea（商品名）	1,300	商品ページが表示される https://www.amazon.co.jp/Tetley/
	arizona green tea	arizona green tea（商品名）	1,000	商品ページが表示される https://nywreiko.hatenablog.com/
	best green tea for weight loss	最も減量に効く緑茶	1,000	緑茶が減量になる理由を解説
	lipton green tea	リプトン 緑茶	880	商品ページが表示される https://www.lipton.com/us/en/our
	green tea fat burner	green tea fat burner（商品名）	390	商品ページが表示される https://www.amazon.com/Applied
	matcha slim	matcha slim（商品名）	110	商品ページが表示される https://www.amazon.com/Matcha
	green tea price	緑茶 価格	70	ECサイトが多い
潜在顧客 キーワード	lipton green tea price	リプトン 緑茶 価格	20	ECサイトが多い
	tea	お茶	74,000	お茶とは、お茶ブランドの紹介
	matcha	抹茶	40,500	健康にいい抹茶の紹介、抹茶とは
	green tea	緑茶	33,100	緑茶とは、緑茶の利点
	matcha powder	抹茶パウダー	18,100	商品ページ、健康と抹茶に関して
	matcha tea	抹茶	14,800	健康にいい抹茶の紹介、抹茶とは
	matcha green tea	抹茶 緑茶	8,100	健康にいい抹茶の紹介、抹茶とは
	matcha green tea powder	抹茶 緑茶 パウダー	3,600	ECサイトが多い
	camellia sinensis	茶の木	2,900	camellia sinensisとは
	best green tea	ベスト 緑茶	2,400	緑茶 8選の紹介
	sencha	煎茶	1,600	煎茶とは
	hojicha	ほうじ茶	1,300	ほうじ茶とは
	genmaicha	玄米茶	1,300	玄米茶とは
	sencha tea	煎茶	880	煎茶とは、ECサイト
	sencha green tea	煎茶 緑茶	720	ECサイト

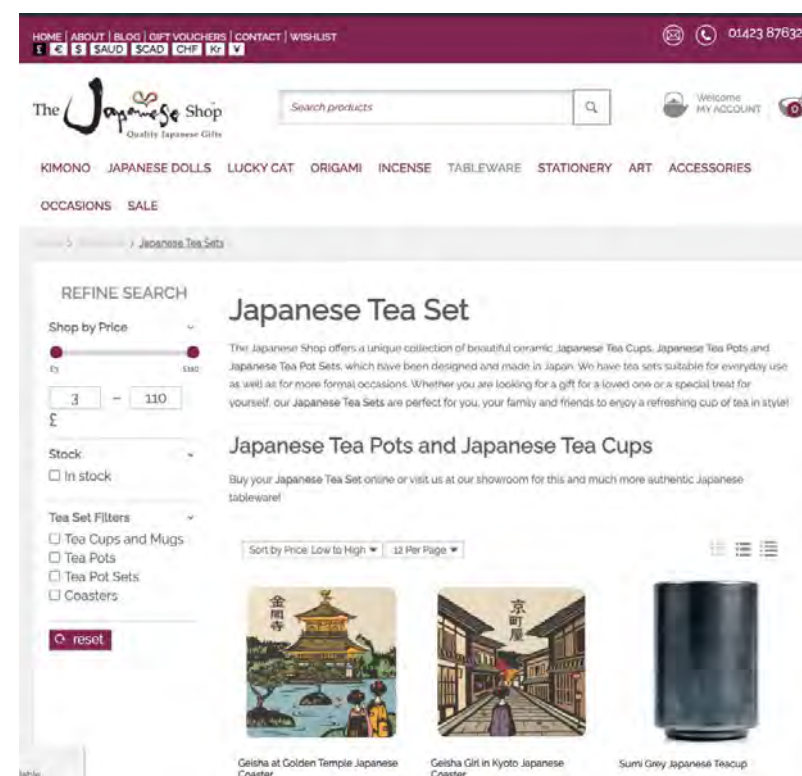
ファンキーワード調査 で上位に表示されたWEBページ

USの検索結果にも表示された「Umi Tea Sets」というECサイトが表示されるほか、「japanese tea cup」では日本人が運営を行う、着物やお香など日本文化に関連するもの全体を販売するセレクトショップ形式のECサイトが表示されており、検索ユーザーからは大きく日本文化へのニーズがあることが考えられる。

japanese tea set



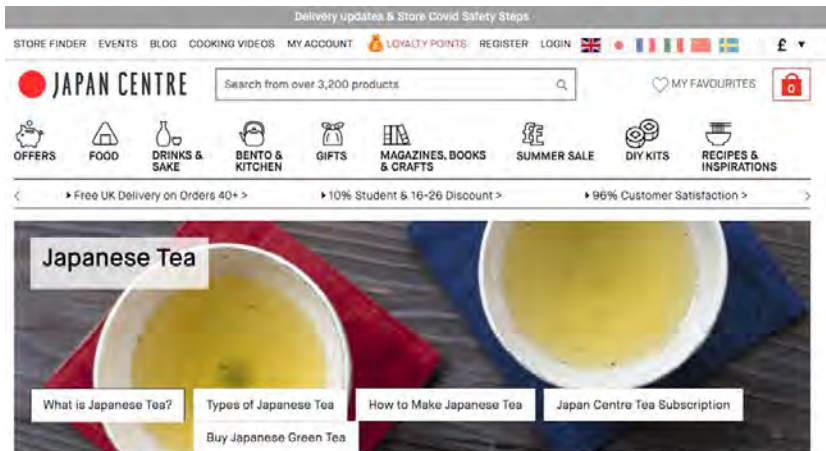
japanese tea cup



ファンキーワード調査 で上位に表示されたWEBページ

イギリスにおいて日本食販売で特に強い影響力をもつ「japanese center」のサイトが表示される。ECモールのため日本企業の煎茶、玄米茶、蕎麦茶など幅広く商品を取り扱っているほか、日本文化から日本の観光地の情報などを総合で発信しており日本に興味をもつユーザーが集まるサイトとなっている。

japanese tea



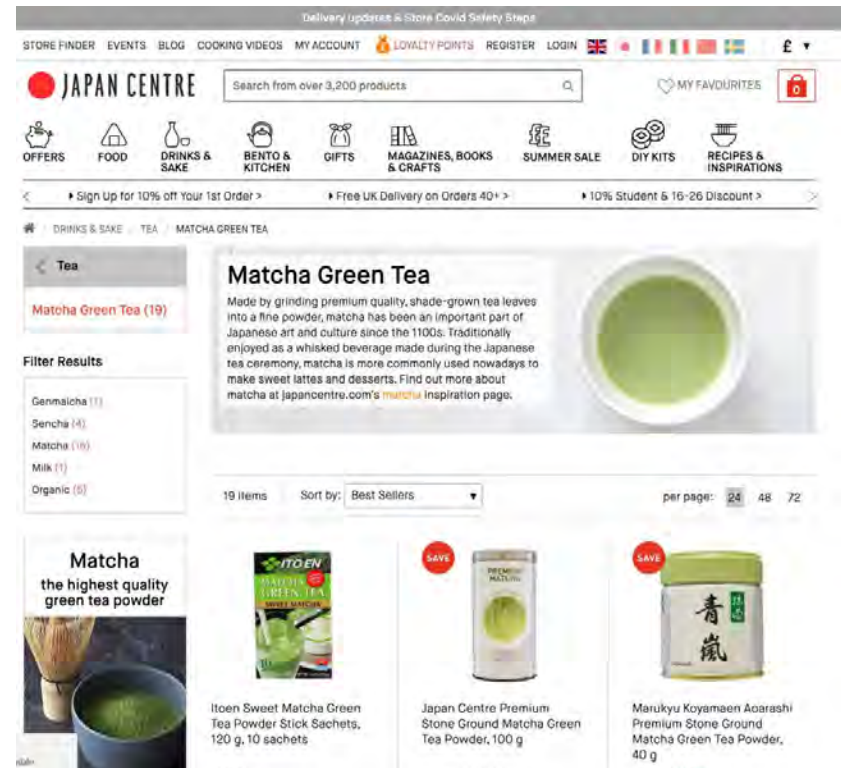
What is Japanese Tea?

From sencha and other straight green teas to roasted hojicha tea, genmaicha tea with roasted brown rice to matcha green tea powder for the Japanese tea ceremony, Japanese tea is a rich and varied world that is holding increasing amounts of fascination for tea enthusiasts here in the UK.

The vast majority of tea drunk in Japan is some form of green tea. All green tea, from the standard brew to the best green teas in Japan and other countries, is packed to the brim with health benefits. As well as the small amounts of caffeine some of us need in the morning to get started with the day, green tea also contains plenty of antioxidants for body function and protection, amino acids that aid caffeine in brain function without causing the jittery 'buzz' of coffee, compounds that aid in weight loss and weight management, and anti-aging agents that are particularly good for the skin.



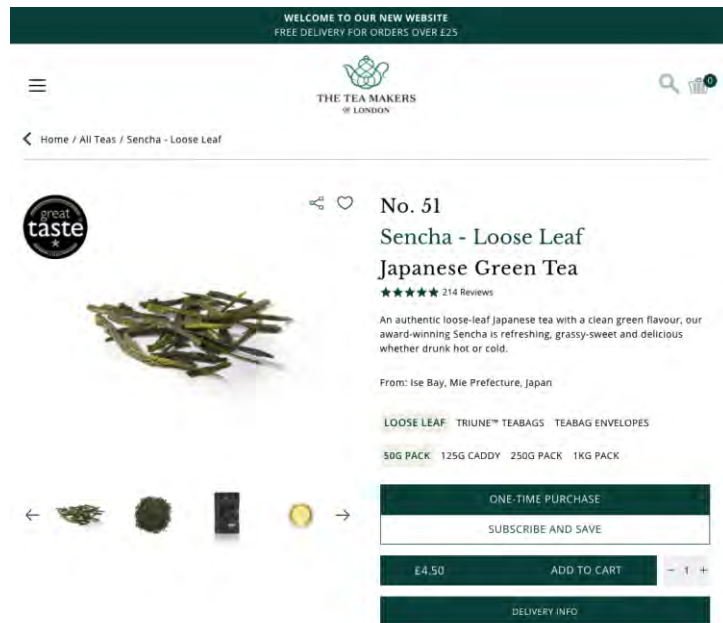
japanese matcha japanese matcha tea



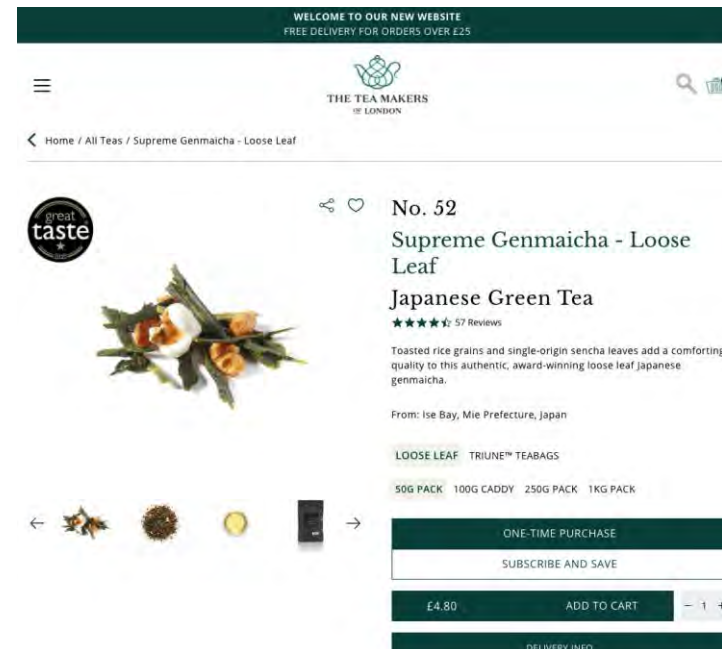
ファンキーワード調査 で上位に表示されたWEBページ

ロンドンの現地企業である「THE TEA MAKERS」が運営するECサイトが表示される。紅茶からチャイなどイギリス現地で定番の商品の中に、日本から直輸入をした煎茶や玄米茶も合わせて取り扱っている。販売ページでは、栽培された畑の地理上の優位性や健康上のメリットなどのバックグラウンドを詳細に説明している。

japanese sencha green tea



genmaicha (潜在キーワードだが、特にこのサイトでのキーワード)

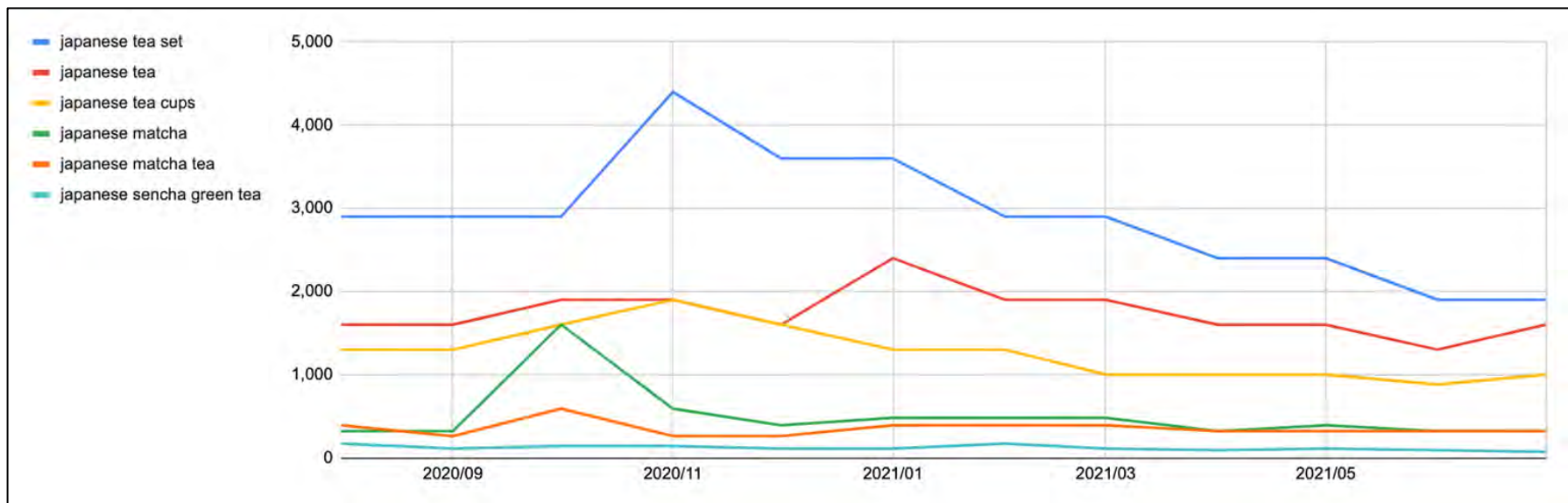


検索トレンド調査 結果

アメリカと同様に、今回ファンキーワードとして調査したキーワードはおおむね横ばいとなっているものの、「japanese tea set」のみ、2020年11月・12月・1月の3ヶ月間のみ、約1.5倍まで伸長している。

こちらもアメリカ同様に、ブラックフライデー等のEC商戦で、ECモールがセールを出したことが原因ではないかと考えられる。

キーワード													
英語	日本語	2020/08	2020/09	2020/10	2020/11	2020/12	2021/01	2021/02	2021/03	2021/04	2021/05	2021/06	2021/07
japanese tea set	ジャパニーズティーセット	2,900	2,900	2,900	4,400	3,600	3,600	2,900	2,900	2,400	2,400	1,900	1,900
japanese tea	ジャパニーズティー	1,600	1,600	1,900	1,900	1,600	2,400	1,900	1,900	1,600	1,600	1,300	1,600
japanese tea cups	ジャパニーズティーカップ	1,300	1,300	1,600	1,900	1,600	1,300	1,300	1,000	1,000	1,000	880	1,000
japanese matcha	ジャパニーズ抹茶	320	320	1,600	590	390	480	480	480	320	390	320	320
japanese matcha tea	ジャパニーズ抹茶	390	260	590	260	260	390	390	390	320	320	320	320
japanese sencha green	ジャパニーズ煎茶 緑茶	170	110	140	140	110	110	170	110	90	110	90	70



検索トレンド調査 地域別

UK に関しては、「japanese tea」「matcha」「japanese matcha」がイングランド以外の地域からも検索されているのに対し、その他のキーワードに関しては、イングランドからの検索のみという結果になった。



4. Instagram ユーザー生成コンテンツ調査

Instagramユーザー生成コンテンツ調査 結果

Instagram は画像で訴求するという性質上、写真映えするコンテンツが人気の上位を占めることから、お茶のドリンクやお菓子など映えやすい投稿が人気となった。

また、日本人や日本企業がいいね等を稼ぐため、ハッシュタグとして活用することも多い。

さらに中国、台湾、アジア全域のアカウントから「Japanese tea」として、自国のお茶を日本製であるかのように印象付けて投稿をしているケースも目立った。

	投稿ボリューム	特徴 / 傾向
#japanesetea	379,000	日本人の海外向けの投稿が大半を占める。海外のユーザーからの投稿も「抹茶」に関連した「映える写真」「スイーツドリンク形式」「抹茶を使った菓子の画像」がほとんど。
#matcha	552,000	本キーワードの投稿は抹茶と他の食べ物及び飲み物との組み合わせが多い。また、抹茶をスーパーフードとして紹介する投稿も存在した。
#japanesematcha	30,000	茶道に関する投稿がメイン。その他にも抹茶ラテや抹茶のスイーツなどの投稿がある。
#greentea	8,836,000	お茶のお菓子を作る動画が上位に表示されていた。また、茶葉自体の投稿も多い（日本茶インストラクターを自称する海外のインフルエンサーの方が存在した）
#japanese tea set	2,956	伝統的なデザインの日本の茶器の写真が大半

#japanese green tea	104,000	お茶を沸かしている写真や、お茶を注いでる写真が上位に表示されていた。海外の方の投稿が多い。
#japanese matcha tea	2,250	茶葉やフェイスマスクの商品紹介が上位を占める。
#arizona green tea	34,000	arizona green teaの商品や、グッズに関する投稿が上位を占める。
#lipton green tea	8,864	Liptonの茶葉や抹茶ラテに関する、投稿が大半を占める。
#green tea for weight loss	416	緑茶がダイエットに効くという旨が記載されたコンテンツが多い。デトックスカクテルレシピなどの投稿もある。

#chamomilletea	111,000	人気投稿は基本的に画像に構成される。ティーバックの映え写真が多い
#gingertea	214,000	海外の投稿が殆ど。ジンジャーティーに関する知識のクリエイティブが多い
#blacktea	1,219,000	茶の入れ方を指南しているもの、持ち帰り用のお茶を宣伝しているもの、茶葉の産地から情報を届けているものなど多岐にわたる情報がある。
#oolongtea	270,000	#blackteaと同一の投稿であることが多く、中国、台湾、韓国からの投稿（自国向けのプロモーションコンテンツ）が多い。その他、英語でのコンテンツは東南アジアの国々からの発信もあるが、欧米圏からの発信は少ないように見受けられる。

代表的な投稿（例）



#japanesetea

ポイント

映える色合いの写真

+

取り入れやすいお菓子

代表的な投稿（例）



引用 : <https://www.instagram.com/p/CS6fGvdoY4n/>

#japanesetea

ポイント

一見すると日本のお茶のようにも見えるが、おそらくこれは台湾茶セットで緑茶を入れている。このような投稿が散見される。

代表的な投稿（例）



引用 : <https://www.instagram.com/p/CSz-K89hzoV/>

#matcha

ポイント

リラックス効果のある食材の紹介の中に、抹茶が紹介されている。
オーガニックな素材+健康訴求での投稿への反応が良い。

代表的な投稿（例）



#japanesematcha

ポイント

抹茶の色合いをきちんと立たせること

+

現代の器に日本の茶道具を合わせることで日本らしさを演出。

5. YouTube動画ボリューム調査

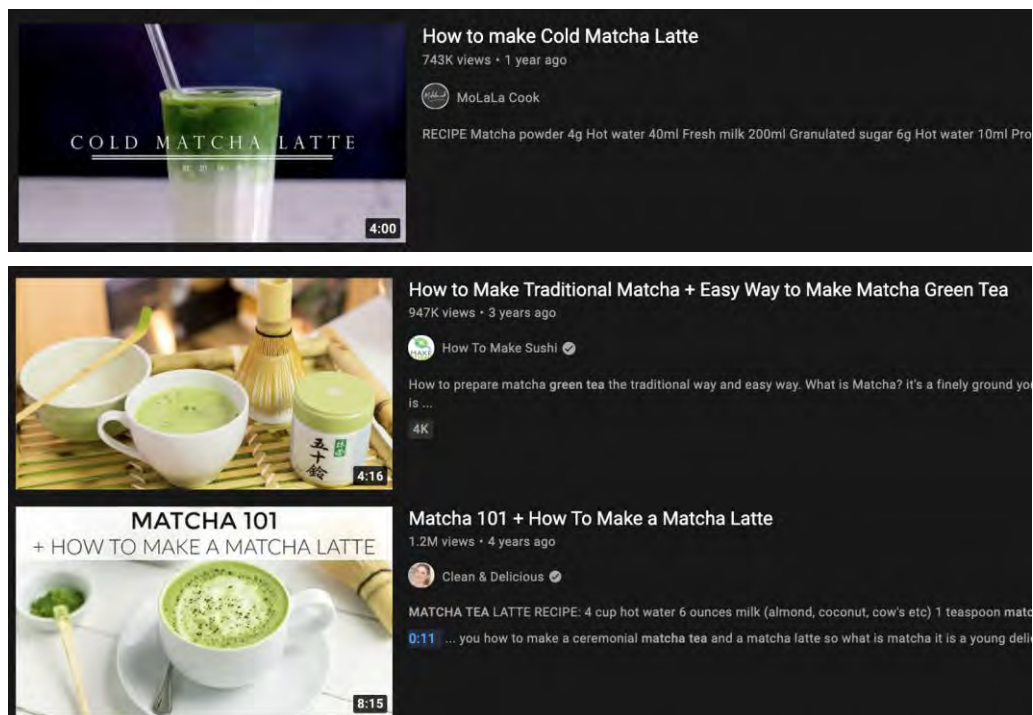
YouTube検索ボリューム調査 結果

YouTubeの動画上では「Tea」を単語に組み入れたスラングが上位に表示されてしまい、お茶に関連したプロモーションを行う難易度が高いと推察される。

キーワード	ボリューム						
tea spill	79,000	here's the mf tea original	4,500	giorno drinks tea	2,900	tea for one led zeppelin	1,900
tea	23,000	milk tea	4,400	compost tea	2,900	green tea coffee	1,800
sipping tea in yo hood	23,000	tea errors	4,100	tea party	2,900	bring me the horizon sugar	1,800
bubble tea	21,000	bubble tea dark cat	3,900	bone apple tea	2,800	tea asmr	1,800
here for the tea	16,000	consent tea	3,600	tea time	2,800	tea spill james charles	1,800
davids tea	14,000	boston tea party	3,500	nirvana pennyroyal tea	2,800	tea clips	1,800
daytime tea time	13,000	stay frosty royal milk tea	3,500	asmr tea	2,700	green tea coffee	1,800
sippin tea in yo hood	9,200	here's the mf tea	3,400	flat tummy tea	2,700	tea and toast	1,700
tea by ali	8,800	green tea	3,400	sugar honey iced tea bring	2,700	chai tea	1,600
tea ceremony	8,800	green tea	3,400	how to make bubble tea	2,600	turmeric tea	1,500
heres the mf tea	7,400	time for tea	3,300	pennyroyal tea	2,500	how to make tea	1,500
im sippin tea in yo hood	6,400	tea eye winner	3,300	tea egg	2,500	tea and consent	1,500
sugar honey iced tea	6,300	coffee green tea	3,200	spill the tea	2,400	herbal tea	1,500
tin tin toast and marmalade	6,100	coffee green tea	3,200	james charles tea	2,400	long island iced tea drink	1,500
tea for two	6,000	double tea	3,200	mango tea	2,300	how to make boba tea	1,500
the tea	5,800	japanese tea ceremony	3,000	macha y el oso	2,200	green tea benefits	1,400
boba tea	5,200	mad tea party	3,000	how to make milk tea	2,200	tea tree oil for acne	1,400
tea consent	4,700	tea for the tillerman	3,000	cartier tea	2,200	ginger tea	1,400
kraut and tea	4,600	japanese tea ceremony	3,000	matcha tea	2,100	long island iced tea	1,400
		dark cat bubble tea	2,900	cat stevens tea for the tiller	1,900	green tea benefits	1,400
						milk tea recipe	1,300
						spilling the tea	1,300
						ice tea	1,300
						hot tea	1,300
						afternoon tea	1,300
						cold brew tea	1,200
						the tea party	1,200
						brown sugar milk tea	1,200
						herbal tea artificial music	1,200
						tea for the tillerman full album	1,200
						cocoa tea	1,200
						freddie gibbs flat tummy tea	1,200
						thai tea	1,200
						tea and lou	1,200
						led zeppelin tea for one	1,200
						oof tea	1,200
						zinus memory foam 12 inch	1,100
						matcha green tea	1,100
						zinus memory foam 12 inch	1,100
						chon sleepy tea	1,100

代表的な投稿（例）

エンゲージメント率の高い投稿



matcha tea

ポイント

抹茶ラテや抹茶系のスイーツなどレシピの投稿が多く見られるが、一部お茶の点て方など日本文化に関連のある投稿がされている。

代表的な投稿（例）

エンゲージメント率の高い投稿



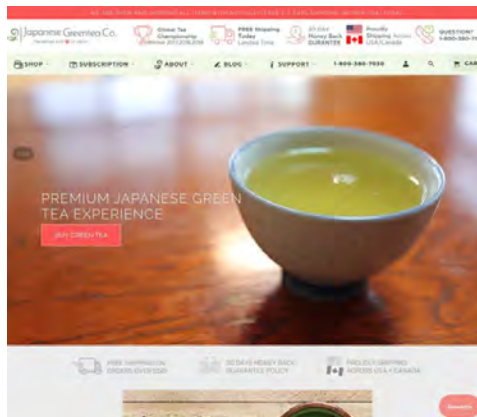
green tea

ポイント

日本の雰囲気を感じさせる小道具を活用し、日本のお茶を入れている点。

ソーシャルリサーチから見えてきたプロモーションの方向性

日本のお茶ファンへ有効なコンテンツ
(=ファン化を促すWEBコンテンツ)



現地消費者との
SNSコミュニケーションチャネル



購買まで至らせる訴求軸



6. 調査サマリー（結論）

・ファンキーワードは「Japanese〜」がついているものor日本のお茶メーカーのブランド名を指名で検索している方と定義した。単に「お茶のジャンル」を検索する方はお茶への興味関心度合いが薄く、明確に「Japanese〜」をつけて検索を行う方は「日本のお茶」の情報を求めていると考えられるため。

・次に、ファン予備軍キーワードは「現地・海外のお茶ブランド」等を検索している方と定義した。これは、ブランド名は興味関心ではなく具体的な購買ニーズの高い消費者が検索を行うキーワードであるため、スイッチングが容易であるため。

・Hojicha、sencha、genmaichaなどは検索ボリュームが一定あるものの、まだまだ「日本のもの」という認識が弱いと考えられる。

・中国の緑茶を示す「slimming tea」の検索ボリュームが12,000程度に対し、日本の緑茶は6,600と、大きく水をあけられた結果になった。

・今後プロモーションを行う際は「Hojicha」などのジャンル・お茶名ではなく「Japanese」などの「日本のもの」という想起をつけさせるプロモーションが必要。またその際は、茶器等の「日本を感じさせるもの」とセットでマーケティングを行うと効果的だと考えられる。

・また、中国産のお茶はその多くの商品が「slimming (= スリムになる)」という印象で想起をとっている。日本産のお茶も「お茶の持つ健康成分・消費者に与えるメリット」を打ち出したブランディングが必要と考えられる。

- ・地域別にみると、「japanese tea」「matcha」はアメリカ/イギリス全土から検索をされているものの、「japanese green tea」「japanese matcha」「hojicha」などは西海岸・東海岸およびニューヨーク等の大都会のみで検索されている。このことから、現在日本のお茶を求める層は西海岸・東海岸およびニューヨーク等の大都会のみに存在しており、アメリカのメインストリームにおける認知度は十分ではないと考えられる。

- ・UK に関しては、「japanese tea」「matcha」「japanese matcha」がイングランド以外の地域からも検索されているのに対し、その他のキーワードに関しては、イングランドからの検索のみという結果になった。

- ・これらの地域 × 認知の特徴を踏まえ、今後プロモーションを行う際は地域別にメッセージを変えていく必要があると考えられる。例として、ファン向けのプロモーションを実施する際は、ターゲティングを西海岸・東海岸等に絞ること、未認知地域に対しては、よりわかりやすい訴求を心がけるなどが必要。

3. ワークショップ実施報告

1. 実施概要、背景とねらい P41
2. 参加者、プログラム P42
3. ワークショップ概要 P43～44
4. ワークショップに対する評価 P44
5. ワークショップの振り返り P45

3. ワークショップ実施報告1/5

1. 実施概要

- ・ 会議名称：データを活用した産地と消費者をつなぐ実証ワークショップ①
- ・ 日 時：2021年9月21日（火） 13:30-15:30

- ・ 会議名称：データを活用した産地と消費者をつなぐ実証ワークショップ②
- ・ 日 時：2021年10月26日（火） 9:00-10:30

2. 背景とねらい

消費者ビックデータから見えてきた「海外の調査対象国における消費者・市場動向調査」結果を、お茶に係わる産地（日本農業法人に所属するお茶農家）と共有することで、分析結果から今まで気づかなかった海外市場の現状（ニーズ）への理解を深め、さらに自身での課題感などを検討し、データの活用が効果的かを検証することを目的として実施。

さらに、検証結果を元に将来的な生産者・産地へのデータ活用の横展開方策を検討する。

3. ワークショップ実施報告2/5

3. 参加者

- ・ 9/21→日本農業法人に所属するお茶農家、調査事業者、農林水産省
- ・ 10/26→日本農業法人に所属するお茶農家、調査事業者、農林水産省、アメリカ在住の日本人※現地生活者の視点での情報提供

4. プログラム

■ 9/21

1. 農林水産省 はじめの挨拶 13:30～ (5min)
2. 調査ご報告 13:35～ (30min)
3. 調査内容全体質疑 14:05～ (10min)
4. ディスカッション 1 14:15～ (30min)
5. ディスカッション 2 14:45～ (30min)
6. 本日の振り返り 15:15～ (12min)
7. 終わりの挨拶 13:27～ (03min)

■ 10/26

1. 農林水産省 はじめの挨拶 9:00～ (5min)
2. 調査ご報告 9:05～ (30min)
3. 調査内容全体質疑 9:35～ (20min)
4. ご参加者への質疑 9:55～ (25min)
5. 終わりの挨拶 10:20～ (05min)

3. ワークショップ実施報告3/5

5. ワークショップ概要

アメリカ、イギリスにおける、茶の消費の仕方、茶種、飲み方、日本の茶への関心等をビックデータによる調査結果を報告し、「調査結果からの気づき」・「日本のお茶の強み・魅力について」などについて意見交換を行った。

- 他国との違いや強みについては、仕上げ工程が日本の特徴でありこだわりである。
- 品種管理の高さは、日本のお茶の特徴。
- 海外分析結果から感覚値として持っていた海外での需要などが、データとして定量化される事で、より理解できた。
- 産地のストーリーをどのように発信できるかがポイントとなる。SNSを使ってイベント的に行う。そこでユーザーに選ばれるようになっていくのでは。さらには、色々なお茶と比べるきっかけがあると飲んでもらえるのでは？
- 現地のスーパーでは、green teaは一般的にある。次世代向けにはサブリミたいにお茶が扱われている。
- B2Cの話がメインだったが、実は30年前から茶商として海外展開を始めている。
海外においては日本のメーカー、サプライヤがダイレクトに入るのは難しい、現地に食い込む必要がある。30年前、抹茶はアメリカにはなかった。その頃と比較してかなり現地に広がっているのは、日本食の文化が広まったのは要因の一つ。はじめは、業務用として日本人の飲食店オーナー向けからスタートして広がっていった。
日本のお茶は煎茶が主体。国内外全体で生産者・茶商、現地のPR含めて、「日本の魅力」を考えないとより厳しいものになってしまう。

4. ワークショップ実施報告4/5

5. ワークショップ概要

- 日本のお茶の良さは、Made in Japanの安心感。中国は国策で抹茶を完全オーガニックで生産しており、価格では勝てない。安全、文化、おいしさ、培ってきたものを世界へアピールするといいいのでは
- 煎茶の魅力について、産地、品種、生産者の栽培など…煎茶も色々とタイプがある。魅力がそれぞれにある。商品も多様化しているので、煎茶のタイプとして紹介すればすそ野が広がりチャンス広がるのでは。
- お茶のおいしさ、日本特有のお茶の「うまみ」をしっかりと伝えた方が現地ではわかりやすいのでは。

6. ワークショップに対する評価

■9月21日開催

- Q.1ご自身にとって学びのある会となりましたでしょうか？→平均評価3（5段階評価）
- Q.2調査結果は自身の事業に活かせる気づきがありましたでしょうか？→平均評価3（5段階評価）
- Q.3ディスカッションは、有意義な時間でしたでしょうか？→平均評価2.5（5段階評価）

■10月26日開催

- Q.1ご自身にとって学びのある会となりましたでしょうか？→平均評価4（5段階評価）
- Q.2調査結果は自身の事業に活かせる気づきがありましたでしょうか？→平均評価4（5段階評価）
- Q.3ディスカッションは、有意義な時間でしたでしょうか？→平均評価4（5段階評価）

4. ワークショップ実施報告5/5

7. ワークショップの振り返り

■工夫すべきポイントについて

本調査では、マーケットインの発想で海外市場全体を俯瞰で捉える事を目的として実施しました。調査結果によりメインターゲット及び自国でのターゲットや商品価値・市場ポジショニングとの違いを理解し、現状の課題やターゲットニーズの仮説が見えてきました。

次のステップではターゲットニーズをより明確化するために調査（現地定性インタビューやブランドコミュニケーション）を行い、「ニーズ仮説検証」を実施することで、「日本のお茶の魅力や強み」を海外の消費者へどのように伝えていくかを検討へつなげていくことが重要です。

■ブランドコミュニケーション

海外における「日本のお茶」の認知度をあげていく為には、コアなターゲットのインサイトニーズを理解する事で、徐々に施策&分析を積み上げていく事でさらなる「認知拡大」へ繋げ「一過性のブーム」ではなく、深く「日本のお茶」を理解してもらい「選ばれるお茶ブランド」として海外へ広がると考えられます。

「日本文化」・「日本食」などを通じて、興味を持った人から人へ拡散してく方法が望ましいと考えられます。

3. 消費者データ活用手続き資料

1. データ活用の手続き（海外マーケット版） P47～50

2. 展開ロードマップ P51～55

1. データ活用の手引き

2. 消費者データ活用手引き資料 ①データ活用手引き（海外マーケット版） 1/3

■データ活用の概要

対象国において一般的に使用されている検索エンジンGoogleにおいて、「どのようなワードが検索されているのか」を割り出し、外国人消費者目線で重点キーワードを分類。さらに、Google上で重点キーワードを検索している方の「地域・検索トレンドの推移・関連して検索されているキーワード」を割り出します。

併せて、対象国で使用されているInstagramおよびYouTubeでの、「重点キーワードで、消費者はどのようなコンテンツを発信しているのか」を割り出します。これらのデータから、「現地のニーズあったマーケティング」の仮説を導きだします。

① Google上での重点キーワード※1検索

全世界で利用率が高い検索プラットフォームGoogleで「対象品目」に関するキーワードをリサーチします。ファン/ファン候補/潜在顧客/一般層という軸で、各キーワード（現地の言語）の月間検索ボリュームと検索結果の内容を抽出することで、「対象品目」にあったキーワードを分析します。

② Google上でのトレンド調査

「対象品目」を確認し、品目名をGoogleのキーワードプランナー※2に入れ分析します。類似のキーワードがいくつか出てくるので、そこから重点キーワードの仮説を割り出していきます。仮説をリスト化していき、Googleトレンドでトレンドを調査します。

※1重点キーワード…ターゲットがGoogle検索を実行する際に入力するであろうキーワードもしくは複合キーワードの事

※2キーワードプランナー…コンテンツ作成や広告配信のためのキーワードを見つけたり、キーワードごとの月間検索数を確認したりすることができるGoogleのツール

2. 消費者データ活用手引き資料 ①データ活用手引き（海外マーケット版）2/3

③ Instagramユーザー生成コンテンツ調査

全世界で利用率が高いSNS「Instagram」で「対象品目」に関するコンテンツをリサーチします。

①の調査で調べたキーワードのうち、重点キーワード約10個のInstagramコンテンツを特定することで、SNSでの「対象品目」の取り上げられ方や、海外現地でのリアルな声などを調査します。

④ YouTube動画ボリューム調査

全世界で利用率が高い動画プラットフォーム「YouTube」上での検索ボリュームをリサーチします。

YouTube上での検索ボリュームをベースに調査を行うため、「対象品目」に関するニーズの高い動画を特定することが出来ます。

⑤ 調査結果による仮説立案

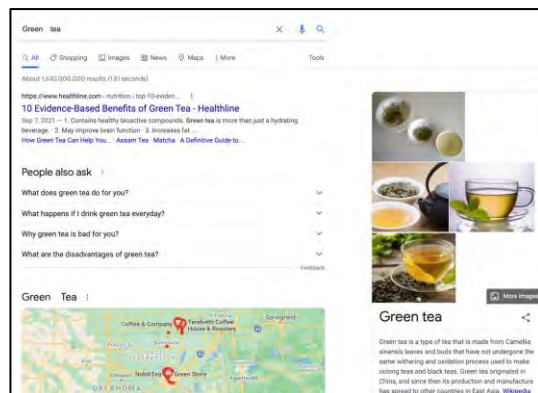
①～④で実施したリサーチの結果や、過去のSNS投稿の反応率を分析する事で、どのように改善施策を実行していくべきなのか、現在における「対象品目」の現地市場での重点課題の抽出や認知拡大する為の切り口・訴求の方法を検討します。

2. 消費者データ活用手続き資料 ①データ活用手続き（海外マーケット版）3/3

データ分析におけるGoogle・Instagram・YouTubeの特徴について



世界での検索エンジン市場シェアの約70%を占めており、モバイルに関しては約75%のシェアを占めている。ユーザーの利便性を追求するアルゴリズムが働き、検索結果の上位は「よりユーザーにメリットがあるコンテンツ」が表示されるように最適化されている。



グローバルで毎日2億人以上のユーザーがアクセスしているSNS。写真、動画をメインとしたSNSであり、よりビジュアルに特化したコンテンツが好まれる傾向にある。直近では検索機能、ショッピング機能なども追加され、Instagram内での消費意欲が向上している。



世界で最も人気の動画配信プラットフォーム。日本においては10代～50代にかけて幅広い年齢層のユーザーに利用されている。個人・企業がファンを獲得し経済圏をつくるプラットフォームとしても注目度が高いYouTubeにて多くのフォロワーを集めるユーチューバーはエンターテインメントから専門的な話題まで多種多様存在する。



2. 展開ロードマップ°

2. 消費者データ活用手引き資料 ②展開ロードマップ1/4

市場調査のデータ活用について
目的は、現状を定量的に把握する。

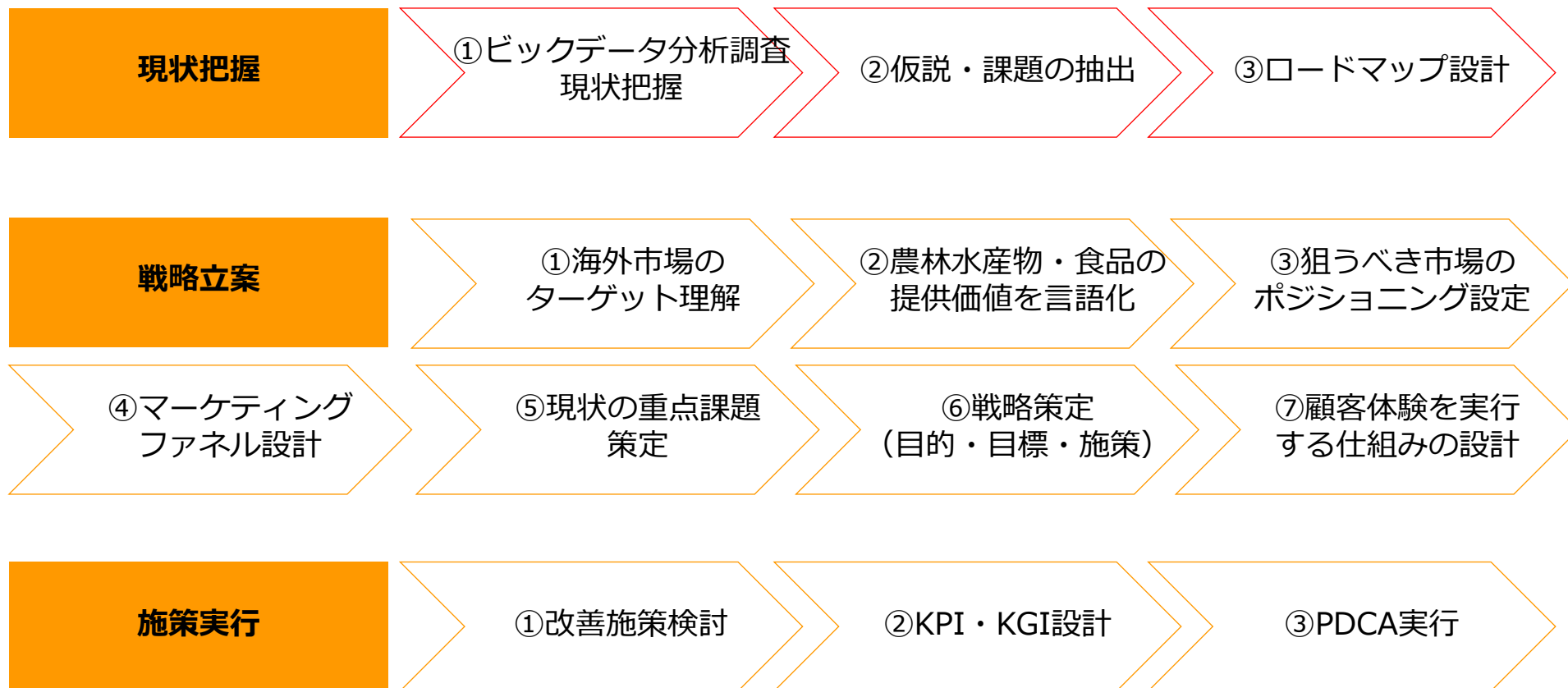
現状を把握する事で、次への改善ステップが動き出す「はじめの1歩」
市場分析→課題の抽出・整理→改善施策立案→実施→結果&分析



市場調査からマーケットニーズ（顧客の購買心理）について
仮説を出しながら、調査・分析して改善策を検討していく事が
今後の取り組みとしては、望ましい姿となります。

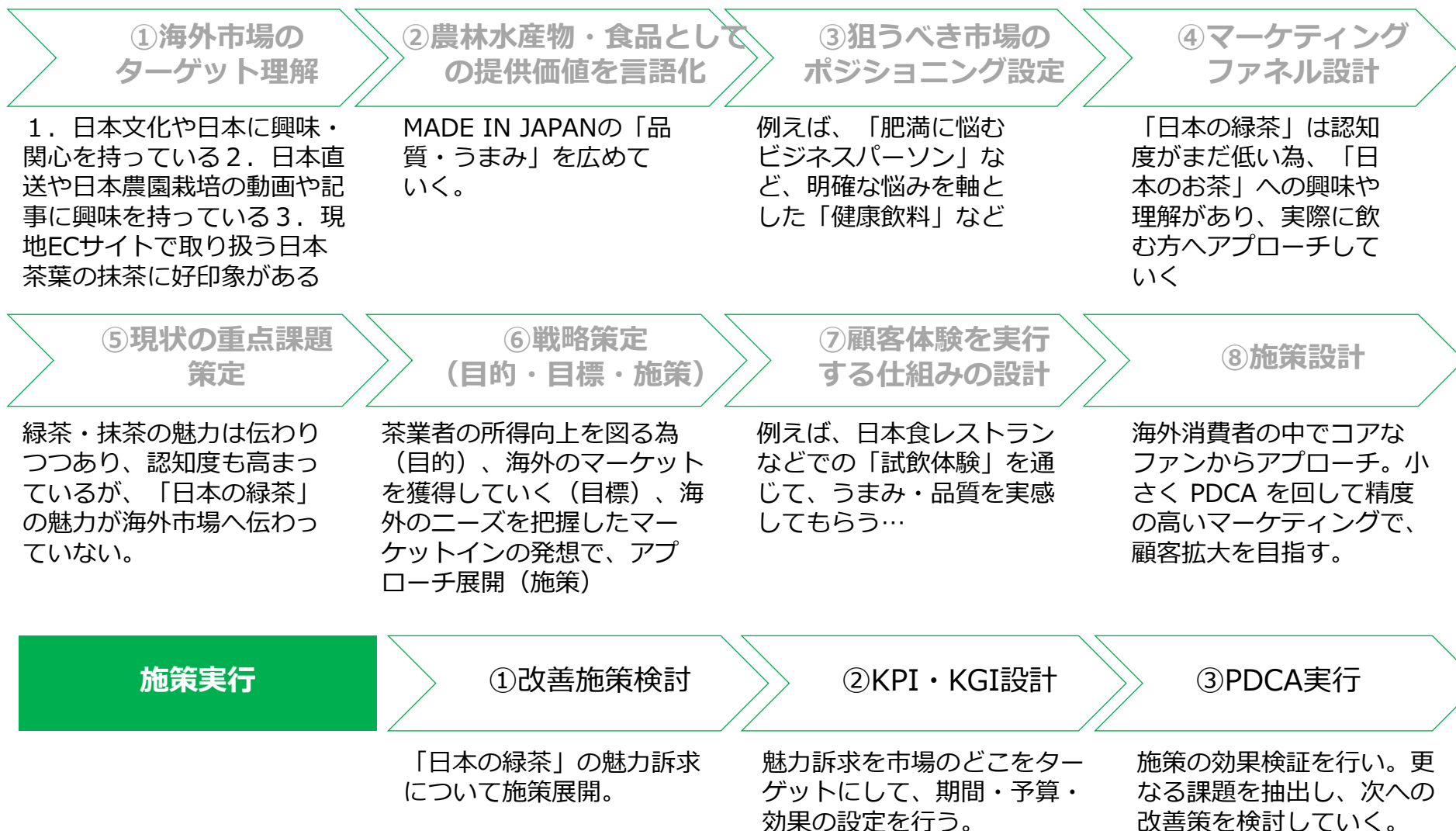
2. 消費者データ活用手引き資料 ②展開ロードマップ2/4

データ活用～施策戦略におけるロードマップ概要



2. 消費者データ活用手引き資料 ②展開ロードマップ3/4

例) データ活用～施策戦略におけるロードマップ（日本の緑茶の場合）



2. 消費者データ活用手引き資料 ②展開ロードマップ⁴/4

複数のPDCAを同時に回し
ターゲット・ペルソナ・
訴求軸 / コンテンツなどを
状況に合わせて随時修正

