

# ベトナムでの抹茶ブーム分析と日本のECサイトでの購入増加について

2025年3月27日から知覧一番山農園の抹茶商品にベトナム人を中心とした外国人購入が急増した背景について調査した結果をご報告します。

## ベトナムZ世代で爆発的に広がる抹茶文化

ベトナムでは2025年3月頃からZ世代を中心に「抹茶×ココナッツジュース」という新しい飲料トレンドが急速に広がっています。この斬新なドリンクは抹茶クリームの緑とココナッツジュースの白みがかかった透明感を2層で表現した見た目の美しさと、抹茶のほろ苦さとココナッツの豊かな香り、後味の甘さが絶妙にマッチした味わいが特徴です<sup>[1]</sup>。

SNSを中心に爆発的に話題となり、瞬く間に若者たちの間で人気を集めました。特にTikTokやInstagramでは抹茶関連コンテンツが多数拡散され、インフルエンサーによる紹介動画が180万回再生を超えるなど大きな注目を集めています<sup>[1]</sup>。

## 自宅での抹茶消費トレンドの拡大

特筆すべきは、カフェでの消費だけでなく「自宅で抹茶を点てる」という新しい文化がベトナムで急速に広がっていることです。茶筌、茶碗、茶杓などの道具を購入し、高級な抹茶に数十万VND（数千円）を投資する若者も増えています<sup>[2]</sup>。

2022年より日本の茶道具を専門に販売している店舗によると、ベトナムにおける抹茶需要は昨年末から急増しており、直近月の売上は前月の2倍、2023年末と比較すると5倍に達するほどの人気ぶりです<sup>[2]</sup>。

## 東南アジア全域に広がる抹茶ブーム

この現象はベトナムだけでなく、タイを含む東南アジア全域に波及しています。興味深いことに、この「抹茶ココナッツジュース」トレンドは元々タイの若者たちの間で流行し、次第にベトナムに伝わったとされています<sup>[1]</sup>。

タイでも2024年末頃から「抹茶フィーバー」が起こり、2024年12月には「抹茶（Matcha）」のGoogle検索数が過去20年間で最高記録を更新しました<sup>[3]</sup>。

## 知覧一番山農園の抹茶が注目された背景

貴社の商品が突然注目された理由として、以下の点が推測されます：

1. **国際的な日本産抹茶への信頼性**：「長い歴史の中で大切に守られてきた日本の茶道文化、安全で質の高い抹茶を作る日本の製造技術に敬意を表し、価格が高くても日本産の抹茶を購入したい」という消費者が多い」とされています<sup>[2]</sup>。

2. **知覧茶の国際的な認知度向上:** 「ジャカルタのコーヒーショップで提供される抹茶の中には、日本から直輸入された高品質なものも少なくありません。日本各地の抹茶、特に鹿児島県産の抹茶などが、その豊かな風味と色合いで評価されています」との記事が見られます<sup>[4]</sup>。
3. **3月27日の重要なメディア露出:** 奇しくも3月27日には「抹茶withフルーツ」というキャンペーンが発表され、「抹茶の原料となる、てん茶の生産量は令和5年に4,176トンを記録し、ここ10年では最高の数値となりました。海外での認知上昇やインバウンド需要の高まりで、抹茶はますます注目を浴びています」と報じられています<sup>[5]</sup>。

## 購入急増の具体的要因

これらの情報を総合すると、急増の理由は以下のように推測できます：

1. **SNSでの情報拡散:** 3月25日付けで公開された「ベトナムZ世代の間で大流行の新抹茶体験」という記事<sup>[1]</sup>の公開に合わせ、その記事内か関連SNSで貴社商品へのリンクが共有された可能性が高いです。
2. **健康志向と価格メリット:** 「味、香り、文化的魅力だけでなく、茶葉の栄養素を余すことなく摂取できるその栄養価の高さも、抹茶が注目される理由のひとつ」とされており<sup>[2]</sup>、貴社の商品が2個セットで合計200gという割安感もアピールポイントになっています。
3. **世界的な抹茶市場の急成長:** 抹茶市場は2023年から2030年にかけてCAGR 6.87%で成長し、81億4,000万米ドルに達すると予測されるなど、世界的な需要が高まっています<sup>[6]</sup>。

## 今後の見通しと提案

この現象は一時的なものではなく、東南アジアにおける抹茶ブームの本格化の一部と捉えるべきでしょう。

今後は、ベトナム語や英語による商品情報の充実、ベトナムのインフルエンサーを活用したプロモーション、「抹茶×ココナッツ」のレシピ提案など、ベトナム市場を意識した販売戦略の強化が効果的と考えられます。

(参考: サーチ結果の詳細な分析とともに、ベトナムのSNSを直接調査すれば、どの具体的なポストが貴社商品のリンク拡散の発端になったかが特定できる可能性があります)

## 結論

ベトナムを中心とした東南アジアで抹茶ブームが拡大し、特に3月下旬からのSNS拡散と日本の抹茶関連報道が相まって、貴社商品の認知度が急速に高まったことが購入増加の主要因と考えられます。今後もこの傾向は続く可能性が高く、国際市場向けのマーケティング戦略の強化が有効でしょう。

✻

1. <https://tnc-trend.jp/vietnam95/>
2. <https://wkvetter.com/?p=80168>
3. [https://thai.tokyo-sme.com/business\\_info/column/2025/02/vol-14/](https://thai.tokyo-sme.com/business_info/column/2025/02/vol-14/)
4. <https://blog.chirancha.net/814/>
5. <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001681.000046210.html>

6. <https://www.gii.co.jp/report/ires1608993-matcha-market-by-grade-cafe-ceremonial-classic.html>