

# 山寺通信 7月

梅雨から夏へと季節は変わっていきます。異常気象と言われても生活そのものは変わらないように見えます。ただ経済活動はかなり変化しています。消費の世界では、パイが小さくなっているようにも見えます。現実には、陣取り合戦が激しくなり業種間の境界が見えなくなっています。いわゆる従来の社会通念は壊れてきました。壊される価値と壊されない価値をしっかりと見極める必要があります。お茶ドリンクでお茶の領域が侵食されていますが、急須で淹れた現実のお茶の価値はどうでしょうか。嗜好面、実際に飲み比べてみたらお茶に軍配は上がるでしょう。味では勝ちます。価格でも勝ちます。健康面も当然勝ちます。しかし茶器を用意する/茶葉を捨てる、洗う等手間がかかり負けます。問題は、嗜好商品ですからファンを増やせばいいのです。ドリンクメーカーのマスコミを使った宣伝に対しては、試飲と言う形、わかりやすい茶器の使い方-蓋なし急須、持ち出すことができるキャリティーボトル。ドリンクメーカーが冷たい茶系ドリンクに力を入れているのは、消費者に支持されているからです。コンビニとかスーパーなど買いやすい売り場です。そこは開かれた店と言う表現もできます。また会話のいらぬ店とも言われています。完成された製品を売っているからです。でもお茶は完成されているのでしょうか。完成と言うより、色々な味を作れる、付加価値もある、対面販売の中に会話やテラシ、試飲用品などが渡せる媒体にもなります。最近当社に色々な方からの問い合わせがあり買っていただく量が増えました。異業種ではないのですが、よく販売されている方がいます。「新結合」「新しい切り口」「新しいとらえ方」「新しい価値用法」それらがはっきりとわかるようにディスプレイされています。夏は屋外で水分補給が必要、本物の味は美味しい、経済的でもどのように伝えるか。やはり、試飲が一番効果があります。フィルターインボトルは、世界中茶専門店でも売れました。わかりやすい説明がされたからです。デパート、量販店、雑貨屋では普通商品並みでいまいちでした。お茶とセットで説明する製品としてより具体的に客を説得できます。

## ペットボトルとキャリティーポット **ポスター-A3**

YAMADERA 水出し用

キャリティーポット 対 ペットボトル

VS

ペットボトル

今年、本物の茶葉で  
本当の味 本当の旨味  
コストもペットボトルより安い

着せ替えバッグ

保冷・保温バッグ

HARIO

ご家庭用(冷蔵庫等々) フィルターインピッチャー

カークボトル

茶葉を直接入れるから急須です

## カバー袋 8種

## 保冷穂保温袋(ズック)¥900

紅茶珈琲

cm  
6.5/22.5

タンブラー