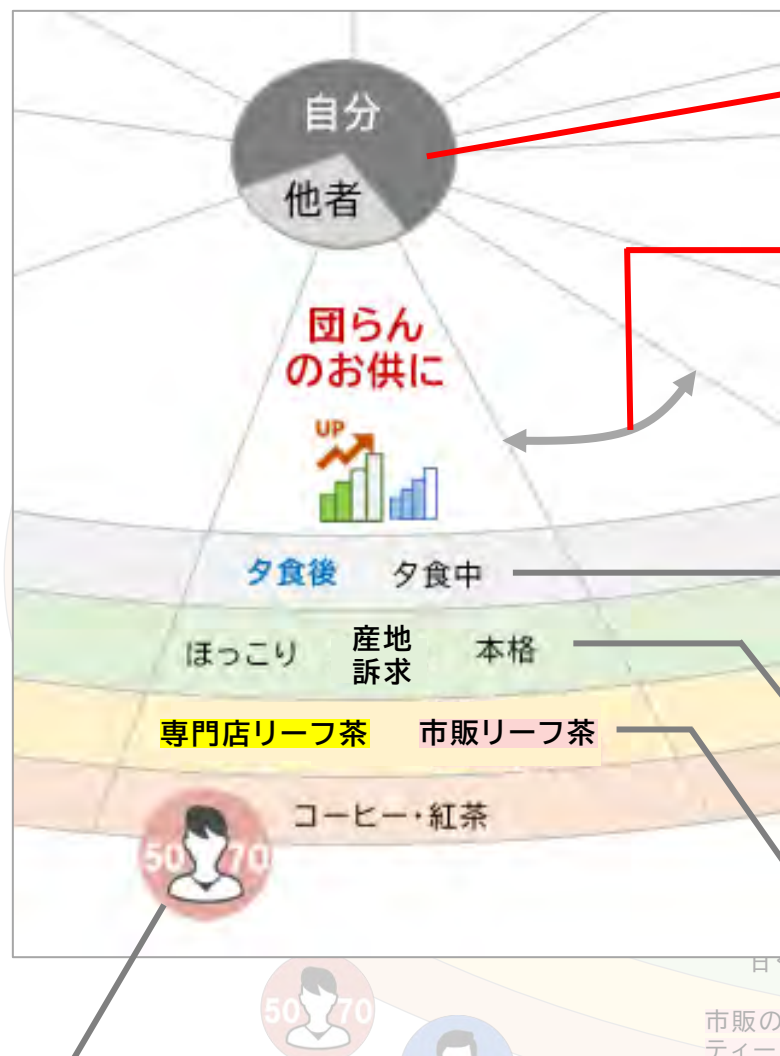


①-2. オケージョンマップの結果報告

※“広く”緑茶の生活者のニーズを可視化することで
今後緑茶(リーフ茶)が攻めるべきポテンシャルがあるポイントを把握する





： 自分向けに飲む、他者と飲む、を記載



：競合飲料も含めた全体の実施規模
4段階棒グラフで表記(右に行くほど実施規模が高い)



：緑茶における実施規模
4段階棒グラフで表記



：緑茶で今後伸長と予測
食のトレンド分析・アンケート調査より

飲用シーン

仕事の合間、間食時、夕食中などのシーンを記載

キーワード

ほっこり、本格、甘いなどの求められる特徴を記載

飲用形態

ペットボトル・リーフ・ティーバッグなどの形態を記載

主軸顧客

該当のオケージョンで緑茶を飲む人の主な性年代を記載。右図は、「10～40代の女性」を意味



競合飲料

該当のオケージョンでよく飲まれている競合の飲料を記載。