

お茶の飲用実態 ～お茶の飲用機会を広げるために～

リラックスの文脈にはもっと深く入り込めそう（ハーブティー・ブレンド茶・フレーバーティーとどうすみ分ける？）

味わいについて、エントリーモデルが存在していない？（お茶の味わいは難解？）

香りについて、あまり理解されていない？（コーヒー、紅茶、ハーブティー、フレーバーティーとの差がある）

漠然とした清潔感・健康感が付帯している（明確な機能は、“殺菌”？）

ほかの飲料と比べて、手間がかかるイメージが固着化している（ティーバッグも紅茶ほどの理解にいたっていない）

お茶≒無料が定着しており、外で飲むときにお金をかけるという意識が希薄（産地の専門店以外は価値薄い）



Blabo!

オンライン会議室でお茶を飲むときの声を収集

お茶を飲むオケージョンを広く調査

シーン・飲用形態などの飲用目的を把握

日記調査

一日の内でお茶を飲むときに関するモニター調査

ID-POS分析



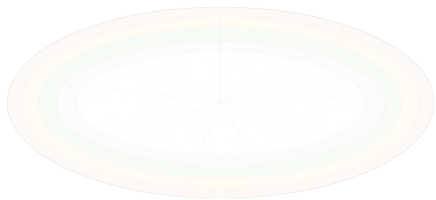
どのお茶製品を誰がどのくらい購買しているかを定量分析

茶製品の購買実態・トレンドをデータ分析

商品の購買層、伸長している茶葉を把握



伸長しているトレンドのお茶飲料を定量分析



上記の調査・分析からオケージョンマップを作成

オケージョンマップを検証リサーチ

アンケート調査を実施



作成したオケージョンマップをアンケートで定量調査