

販促会議

流通・小売の
デジタル
サイネージ
導入ガイド

5

May 2009
No.133

—特集 仕組みと販促を公開!

いまネットで
売られている商品



—今月も販促アイデア満載

—購買を後押しする店頭的人的販売

—ターゲットニング&ネーミングで前年比350%のマスク

—業界研究 人気ベーカーリーショップ 店頭の工夫

PACKAGE

今月の
パッケージ

MoMAデザイナーとゴディバ社長による 独創的ティーバッグと関連茶器を展開

「Tea Forte (ティーフォルテ)」



見た目も楽しめるピラミッド型ティーバッグの「Tea Forte」は、紅茶やハーブティーなど、紅茶協会厳選の茶葉を、細かく刻まずそのまま使用したオリジナルブレンドが30種類以上。人気フレーバーの詰め合わせやモダンな茶器各種は、Tea Forte日本代理店のOriginal Style Inc.のウェブサイトからも購入できる。



世界60カ国以上で愛飲されている、プレミアムティーブランド「Tea Forte (ティーフォルテ)」が日本に本格進出した。Tea Forteは、2003年にニューヨーク近代美術館のデザイナー、ピーター・ヒューウィット氏が考案した茶葉と茶器の総合ブランド。その独創的なデザインで注目を集め、全米スペシャルティ・フード小売業協会から「ベスト・グルメギフト・オブ・ザ・イヤー」「ベスト・デザイン・パッケージング」をW受賞している。現在はチョコレートの名門ゴディバのジーン・ダンキン社長を経営に迎え入れ、世界規模でブランドを展開中だ。

特に存在感を放っているのは、国際特許取得のピラミッド型ティーバッグ。原型をかたどったシンプルモダンな可愛いパッケージに収められ、普段使いだけでなくパーソナルギフトとしての人気が高い。一般的なピラミッド型のティーバッグと一線を画しているのは、お湯につけても形が崩れないことだ。その中で茶葉が自由に舞い、風味と香りを最大限に引き出す独特のスタイルで、ティーバッグの手

軽さのみならず、リラックスをもたらす見た目の愉しさ、本格的な美味しさを実現している。

また、セラミック製トレイやガラスカップなど、茶器もすべてTea Forteのティーバッグ専用デザインされ、茶葉とほぼ同比率でファンが多いのも特徴。厳選された茶葉／ピラミッド型のティーバッグ／シンプルモダンな茶器、これらの融合によるティータイム空間のトータル演出がTea Forteが目指す最大のコンセプトでもある。

もともと高級ホテルのウエルカムドリンクで体験した宿泊客から口コミ人気が広まったTea Forte。今では世界の高級ホテルや高級百貨店で親しまれ、日本でも昨年秋の高島屋日本橋本店、伊勢丹新宿本店での期間限定販売から、30代女性を中心にファンが増えている。Tea Forte日本代理店、Original Style Inc.の北 謙治氏は「今後は家具やインテリア雑貨等の取扱店において、家具や雑貨と一緒にコーディネートしたスタイルで、Tea Forteならではの空間演出の魅力を伝えていきたい」と語る。