

2022年6月19日朝刊

記事を読んで、問いに答えなさい。

①静岡茶の販路開拓の仕掛けの例を、記事中の森町の茶問屋の取り組みから説明しなさい。



小園とまち横丁で作られるリンゴあめ。抹茶やほし茶などの味を調える。5月、森町

## 令和の静岡茶

・7

大型連休中、森町の小園とまち横丁で行列ができたのは、リンゴあめとわらび餅の売店だった。蜂蜜で真っ赤に輝くリンゴに粉末の抹茶をまぶしていく。あめを片手に土産として茶を買い客も目立った。

2008年開業の横丁を運営するのは、地元老舗茶問屋の鈴木長十商店。敷地内には木造建屋のかりんどう専門店や詰め放題の茶店、カフェなどが並び、17年に季節の茶や

### 第2章 岐路からの挑戦

#### ③ 販路開拓に仕掛け

茶器を扱う同社本店も移し、小園神社と一体となり門前ににぎわい創出を図ってきた。同社で作る茶は、各種コンテストで入賞を重ねてきた。他方で、横丁を活用した販売手法にも工夫を凝らす。新型コロナウイルス禍から集客が回復する中、着目したのがリンゴあめだった。地産地消にこだわり、長坂養蜂場（浜松市北区）の蜂蜜を使用。あめに振りかける抹茶や和紅茶などの粉も厳選した。

②地元で生産された農作物などを、地元で消費することを何とよいか。文中から漢字4字で抜き出さなさい。

( )

③あなたが、もしある商品を販売する立場になった時、消費者はどのような点に魅力を感じて購入すると考えるか。あなたの考える視点を説明しなさい。

## 対面、店づくりの一手

鈴木洋太郎専務は「消費者はおいしいお茶やお菓子があると認知して初めて店に来る。その認知と行動を促すための仕掛けが欠かせない」と話す。

今年の新春商戦では、静岡市と静岡呉服町名店街が開いた新茶PRイベントが話題になった。静岡茶商工業協同組合のブースが2日間の計8時間、約5000円の茶を計画以上の約2千袋売り上げた。関係者にイベントへの積極出

店や履き自線の対面販売が消費拡大につながるなどの希望をもたした。

「待てばお客さんが来る時代ではない」と説くのは、組合の広報・企画担当の大家書美江さん。コロナ禍で試飲サービスが難しくなり、対面販売のあり方も変わった。イベントでは「お茶のプロ」日本茶インストラクターらが店頭に立ち、市内17産地の茶の特徴を紹介しながらおいしい入

ワンコインのお茶は、興味を持った通りすがりの客に次々と売れていった。大家さんは組合が運営する「R静岡駅北口地下の日本茶カフェ」喫茶一茶の茶器刷新やスタッフの接客技術向上も推進している。

5月の売り上げは前年比2倍以上となった。消費拡大に向けた次の一手を考える。売れないとばかり言っている仕方がない。できる限りは「やるべき」と強調する。

年 組 名前

## 解答例

2022年6月19日朝刊

記事を読んで、問いに答えなさい。

①静岡茶の販路開拓の仕掛けの例を、記事中の森町の茶問屋の取り組みから説明しなさい。

(例)森町のある老舗茶問屋は、地元にある小国神社の門前で販売するりんごあめに、厳選した粉末の抹茶をかけた地域でとれる蜂蜜をかけたなど消費者に対してお茶の認知度の向上に努めた例。

②地元で生産された農作物などを、地元で消費することを何と  
いうか。文中から漢字4字で抜き出しなさい。

( 地産地消 )

③あなたが、もしある商品を販売する立場になった時、消費者はどのような点に魅力を感じて購入すると考えるか。あなたの考える視点を説明しなさい。

(例)商品の価格、商品の質、商品を販売する人自身の魅力など。



小国とまち横丁で作られるりんごあめ。抹茶やほし茶などの味を調える。5月、森町

## 令和の静岡茶

・7

### 第2章 岐路からの挑戦

#### ③ 販路開拓に仕掛け

茶器を扱う同社本店も移し、小国神社と一体となり門前のにぎわい創出を図ってきた。同社が作る茶は、各種コンテストで入賞を重ねてきた。他方で、横丁を活用した販売手法にも工夫を凝らす。新型コロナウイルス禍から集客が回復する中、着目したのはりんごあめだった。地産地消にこだわり、長坂養蜂場(浜松市北区)の蜂蜜を使用。あめに振りかける抹茶や和紅茶などの粉も厳選した。

## 対面、店づくりの一手

鈴木洋太郎専務は「消費者はおいしいお茶やお菓子があると認知して初めて店に来る。その認知と行動を促すための仕掛けが欠かせない」と話す。今年の新春商戦では、静岡市と静岡県静岡市店街が開いた新茶PRイベントが話題になった。静岡茶商工業協同組合のブースが2日間の計8時間、約5000円の茶を計画以上で約2千袋売り上げた。関係者にイベントへの積極出

店や顧客自線の対面販売が消費拡大につながるなどの希望をもたした。「待てばお客さんが来る時代ではない」と説くのは、組合の広報・企画担当の大塚善美江さん。コロナ禍で試飲サービスが難しくなり、対面販売のあり方も変わった。イベントでは「お茶のプロ」日本茶インストラクターらが店頭に立ち、市内17産地の茶の特徴を紹介しながらおいしい入

ワンコインのお茶は、興味を持った通りすがりの客に次々と売れていった。大塚さんは組合が運営する「R静岡駅北口地下の日本茶カフェ」喫茶一茶の茶器刷新やスタッフの接客技術向上も推進している。5月の売り上げは前年比2倍以上となった。消費拡大に向けた次の一手を考える。売れないとばかり言っている仕方がない。できる限りは幸々やるべき」と強調している。

年 組 名前