持続的生産強化対策事業のうち茶･薬用作物等地域特産作物体制強化促進事業

令和6年度

実績報告書

日本茶業体制強化推進協議会

はじめに

この報告書は、農林水産省補助事業「令和６年度持続的生産強化対策事業のうち茶・薬用作物等地域特産作物体制強化促進事業」の実績報告書である。

日本茶は、人々の生活にゆとりと潤いをもたらすかけがえのない食品として暮らしの中に深く溶け込むとともに、日本人の美意識や心の拠り所、コミュニケーション機会を提供するものとして、和文化の発展に大きな役割を果たしてきた。

他方、最近の茶を巡る情勢については、少子高齢化の進展に伴う人口減少等により経済全体が低成長のなか、ライフスタイルの変化などもあって、お茶の国内消費動向は緑茶飲料が増加傾向にあるものの、緑茶（リーフ茶）が減少傾向にあることから、全体としては漸減してきている。

このような厳しい状況を少しでも緩和すべく、茶業関係者が長らく磨いてきた技術や、地域の文化を活かした日本茶の新たな魅力や愉しみ方を国内外に発信して、新たな繋がりを創出し、国内需要の回復・輸出の喚起等茶業の振興と日本茶文化の発展を図っていく必要がある。

このため、今年度は国内外の消費者・事業者に向けて日本茶の普及、日本茶文化・健康機能性等を情報発信するため、①消費者向けＰＲキャンペーンの実施、②留学予定選抜者による留学先でのお茶と茶文化のセミナー等及び日本茶カンファレンスの開催、③日本茶のオンライン謎解きゲームを呼び水としたお茶初心者の若年層の開拓、④九州の茶業者と協力した茶の淹れ方・日本茶文化体験等の提供、⑤さつまいも博と連携した全国の若手茶生産者が生産した茶の消費者向け普及宣伝活動、⑥急須等茶器の総合的な展示会の開催と全国の銘柄茶を急須で試飲する消費者向け体験活動及び⑦日本茶オンラインファンコミュニティを整備・運営し、これを活用した日本茶ファンの育成等を実施した。

これらの取組の成果が今後の茶業振興と日本茶を取り巻く諸情勢の好転に繋がることを願ってやまない。

日本茶業体制強化推進検討会
委員長　大森正司

目　　次

Ⅰ　事業概要 1
１．事業目的 1
２．成果目標の具体的な内容 1
３．事業実施体制 2

Ⅱ　事業実施内容 4
１．茶の需要拡大に資するイベントの実施 4
（１）日本茶ＰＲキャンペーン２０２４の開催 4
（２）Japan Tea Expo（日本茶博覧会）の開催 16
（３）九州オチャモノガタリ２０２４の開催 30

２．茶の需要拡大に資する取組の実施 63
（１）日本茶エバンジェリストの育成及び日本茶カンファレンスの開催 63
（２）日本茶オンライン謎解きゲームの実施 85
（３）急須と日本茶展の開催 107
（４）日本茶ファンコミュニティの整備・運営 143

II-2.茶の需要拡大に資する取組の実施（２）日本茶オンライン謎解きゲームの実施での使用イラスト

Ⅰ.事業概要

1.事業目的

日本茶は、人々の生活にゆとりと潤いをもたらす、かけがえのない食品として、暮らしの中に深く溶け込むとともに、日本人の美意識や心の拠りどころ、コミュニケーション機会を提供するものとして、和文化の発展に大きな役割を果たしてきた。

他方、最近の茶を巡る情勢については、少子高齢化に伴う人口減少等により、経済全体が低成長のなか、ライフスタイルの変化などもあって、お茶の国内消費動向は緑茶飲料が増加傾向にあるものの、緑茶（リーフ茶）が減少傾向にあることから、全体としては漸減してきている。このような厳しい状況を少しでも緩和すべく、茶業関係者が長らく磨いてきた技術や地域の文化を活かして、日本茶の新たな魅力や愉しみ方を国内外に発信して、新たな繋がりを創出し、国内需要の回復・輸出の喚起等茶業の振興、日本茶文化の発展を図っていく必要がある。

このため、今年度は、国内外の消費者・事業者に向けて日本茶の普及、日本茶文化・健康機能性等を情報発信するため、①消費者向けＰＲキャンペーンの実施、②さつまいも博と連携した全国の若手茶生産者が生産した茶の消費者向け普及宣伝活動、③九州の茶業者と協力した茶の淹れ方・日本茶文化体験等の提供、④留学予定の選抜者による留学先でのお茶と茶文化の紹介及び日本茶カンファレンスの開催、⑤日本茶のオンライン謎解きゲームを呼び水としてお茶初心者の若年層にお茶に触れ、関心を高める機会を提供、⑥急須等茶器の総合的な展示会の開催と全国の銘柄茶を急須で試飲する消費者向け体験活動及び⑦日本茶オンラインファンコミュニティを整備・運営し、これを活用した日本茶ファンの育成等を実施した。

2.成果目標の具体的な内容

達成すべき 成果目標	目標値 （令和６年度）	目標値の考え方	事後評価の 検証方法
地域特産作物に関する普及・啓発に資する取組を３地域以上で実施すること。	主要地域６箇所において、伝統的な日本茶文化の普及・啓発を行うとともに、新たな日本茶文化の創造における実証を行う。	主要６地域（東京、神奈川、京都、福岡、熊本、鹿児島）において国内外の消費者・食品関連事業者等に日本茶・茶文化を普及する取組等を実施する。	主要６地域（東京、神奈川、京都、福岡、熊本、鹿児島）の取組への参加動向等を把握して、日本茶文化等の普及手法を提案する。

3.事業実施体制

(1)日本茶業体制強化推進協議会実施体制

日本茶業体制強化推進検討会

①東京地区での茶の普及推進

茶の普及推進イベント(日本茶PRキャンペーン2024)の開催

東京交通会館において、①来場者への水出し冷茶の呈茶活動及び全国の銘茶PR活動の実施、②全国の主要８産地毎にブースを設けてテイスティング体験を行い、産地毎の味や特徴の違いを紹介、③日本茶インストラクターによる美味しいお茶の淹れ方セミナーを開催したほか、来場者から日本茶に関するアンケート調査を実施し結果の集計・取りまとめを行った。

②神奈川地区での茶の普及推進

茶の普及推進イベント(JapanTeaExpo日本茶博覧会)の開催

川崎市等々力競技場催し物広場において開催する若年層に人気の「さつまいも博」とコラボしてブース出展し、①全国の煎茶、抹茶、和紅茶等の試飲とサンプリング及び日本茶人気投票を実施。②煎茶、抹茶、和紅茶の基本的な淹れ方、点て方講座を開催、③日本茶×さつまいもスイーツのティーペアリング講座を開催、④来場者から日本茶への意識アンケート調査を実施し、結果をレポートに取りまとめた。

③九州地区での茶の普及推進

茶の普及推進イベント(九州オチャモノガタリ)の開催

①食・観光・サービス専門学校と九州の茶産地・茶業者が連携した茶と食の産学官連携プロジェクトによる新商品の開催、模擬販売の実施、②大型展示会「Food Expo Kyushu 2024」への出展、③九州茶消費拡大イベントの福岡県、鹿児島県、熊本県下での実施、④大学生を対象とした「鹿児島お茶大學」の開催、⑤子ども茶会等を開催するなど、九州茶のＰＲと日本茶文化体験の機会を提供した。

④日本茶エバンジェリスト育成等

茶の需要拡大に資する取組の実施

日本茶を国内外に普及できる若い人材を育成するため、日本茶に興味にのある海外留学予定の大学生を30名（第3期生）選抜し、お茶に関するオンラインセミナー、茶産地ツアーにより、日本茶に関する知見を身に着けた後、各々の留学先で日本茶のＰＲ活動を行った。また、東京、京都において、留学を終えた第１・Ⅱ期生と留学前の第Ⅲ期生、お茶関係者・団体が一同に集い、壮行と情報交換等を兼ねたグローバルティーパーティーを開催した。

⑤日本茶オンライン謎解きゲームの実施

茶の需要拡大に資する取組の実施

日本茶のより一層の普及のため、時間や場所の制限を受けない「オンライン謎解きゲーム」を作成、公開し、特に一般、小中学校等の幅広い若年層に日本茶に触れてもらう機会を作った。謎解きをしていく過程でのヒントや解説を参考にしながら、日本茶についての主要な「急須」などの5つの用語をクイズ方式で楽しく学習してもらい、参加者の日本茶への関心、知識を深めた。

⑥急須と日本茶展の開催

茶の需要拡大に資する取組の実施

銀座 GALLERY ART HOUSE において、料理のプロ「ミシュランシェフ」が愛用する急須を展示して、ミシュランシェフの視点から急須の魅力や愛用しているポイントなどを紹介し、急須と日本茶の魅力を伝えた。また、来場者には急須で淹れたお茶の醍醐味を知ってもらうため、日本茶インストラクターが指導し、自身で急須を使って淹れたお茶を試飲体験してもらった。

⑦日本茶ファンコミュニティの構築・運営

茶の需要拡大に資する取組の実施

クオン社の220万人が参加するコミュニティプラットフォームを活用して、日本茶ファンで構築される6,130名のコミュニティを5ヶ月で構築・運営した（2025年2月7日時点では8,528人）。この中で、日本茶ファンの体験や価値を可視化するとともに、ファンの相互交流による共感を醸成し、日本茶への理解を深めた。日本茶コミュニティの運営、分析には最先端のデータサイエンス・テクノロジーを駆使してファン化の要因を抽出した。なお、JTAと連携しながら情報の受発信を行った。

【事務局】
（公社）日本茶業中央会

(2)日本茶業体制強化推進検討会委員

役職	氏名	所属
委員長	大森　正司	NPO法人日本茶普及協会　理事長
委　員	秋庭　浩平	日本紅茶協会　専務理事
委　員	橋本久美子	株式会社吉村　代表取締役
委　員	徳永　睦子	一般社団法人お茶結びプロジェクト　理事長
委　員	鈴木　貞美	公益社団法人日本茶業中央会　専務理事
委　員	宮崎　保博	全国茶生産団体連合会　専務理事
委　員	藤田　文敏	全国茶商工業協同組合連合会　専務理事
委　員	桐島　俊昭	日本茶輸出組合　理事長
委　員	伊藤　智尚	公益社団法人静岡県茶業会議所　専務理事
委　員	原田　和也	公益社団法人京都府茶業会議所　参事
委　員	光村　　徹	公益社団法人鹿児島県茶業会議所　専務理事
委　員	奥村　靜二	NPO法人日本茶ｲﾝｽﾄﾗｸﾀｰ協会　専務理事
委　員	大羽　昭仁	株式会社未来づくりカンパニー 代表取締役
委　員	君野信太郎	東京茶協同組合　理事長
委　員	柏木　元樹	NPO法人日本茶ｲﾝｽﾄﾗｸﾀｰ協会　東日本ﾌﾞﾛｯｸ長
委　員	加藤　伸之	東京茶業青年団　団長
委　員	田中　仙堂	大日本茶道学会　会長
委　員	海野　俊堂	一般社団法人全日本煎茶道連盟　理事長
委　員	松本　靖治	一般社団法人国際日本茶協会　副理事
委　員	後藤　健治	三重県茶業会議所　常務理事
委　員	永田　幸三	株式会社伊藤園　生産本部副本部長
委　員	山西　康弘	ｻﾝﾄﾘｰ食品ｲﾝﾀｰﾅｼｮﾅﾙ株式会社ｼﾞｬﾊﾟﾝ事業本部 商品開発部長
委　員	西條　　啓	三井農林株式会社飲料原料本部兼購買本部　本部長
委　員	川谷眞佐枝	NPO法人現代喫茶人の会　副理事長
委　員	尾藤　　環	辻調理師専門学校　企画部長
委　員	谷河　吉己	京懐石吉泉　亭主
委　員	和多田　喜	茶茶の間　店主

（注）令和７年３月現在の委員

Ⅱ　事業実施内容

１．茶の需要拡大に資するイベントの実施

（１）日本茶 PR キャンペーン 2024 の開催

①背景・目的

急須でリーフ茶を淹れてお茶を飲む機会が若者を中心に減少するなか、産地・消費地の茶業者が連携し、日本茶の魅力や多様性を積極的に発信するため、全国茶産地のリーフ茶を日本茶のプロである日本茶インストラクターが、その美味しさ、産地毎の違いや特性、お茶の淹れ方の提案など、消費者等に分かりやすく伝え、日本茶への理解と関心を深めてもらい、リーフ茶の消費拡大と新たなる需要の開拓を目的とする。

②事業内容

ア　急須より簡単なフィルターインボトルで淹れた本格的な水出し茶の紹介及び全国の銘茶 PR 活動を実施

イ　全国茶産地の銘茶を試飲してもらうことで産地毎の味や特徴の違いを紹介

【全国８産地の銘茶】
・本山茶（静岡県）
・伊勢茶（三重県）
・朝宮茶（滋賀県）
・宇治茶（京都府）
・瀬戸内茶
（岡山県、香川県、愛媛県、徳島県、高知県の茶を合組した瀬戸内茶）
・大山茶（鳥取県）
・宮崎茶（宮崎県）
・かごしま茶（鹿児島県）

※R5 年度 5 産地の参加から、R6 年度では新たに滋賀、京都、宮崎が加わり、計 8 産地の参加となった。

ウ　日本茶インストラクターによる美味しいお茶の淹れ方セミナーを実施

エ　日本茶に関するアンケート調査を実施

なお、取組の詳細は、以下「実施報告書」のとおりである。

「日本茶PRキャンペーン2024」実施報告書

主催者：日本茶業体制強化推進協議会
実施者：東京都茶業協同組合東京茶業青年団、日本茶 PR キャンペーン実行委員会
後援：農林水産省
協力：全国茶業連合青年団、NPO 法人日本茶インストラクター協会

１．事業目的

急須でリーフ茶を入れてお茶を飲む機会が若者を中心に減少するなか、産地・消費地の茶業者が連携し日本茶の魅力や多様性を積極的に発信していくことは喫緊の課題である。その一方で、日本茶カフェが若い人たちにも親しまれているなど、日本茶のポテンシャルは決して低くないと言える。茶業界として需要を喚起したい「リーフ茶」について、日本茶のプロである茶業者がその美味しさ、産地による違い、入れ方の提案などを消費者に分かりやすく伝えることで、日本茶への興味、理解が深まることが期待される。

本事業は、急須より簡単に作れるフィルターインボトルで入れた本格的な水出し茶の紹介、各産地の新茶のテイスティング体験など、様々な角度から日本茶の魅力を発信し、リーフ茶の消費拡大と新たなる需要の開拓を目的とする。

２．事業内容

＜事業名称＞

日本茶 PR キャンペーン 2024

＜実施日時＞

2024 年 6 月 30 日（日）10 時～16 時

＜実施場所＞

東京交通会館（千代田区有楽町 2-10-1）
サンプリングエリア（１F)、ブースエリア（３F グリーンルーム）

＜当日参加者数＞

サンプリングエリア…約 2500 人　　ブースエリア…約 600 人超

＜実施内容＞

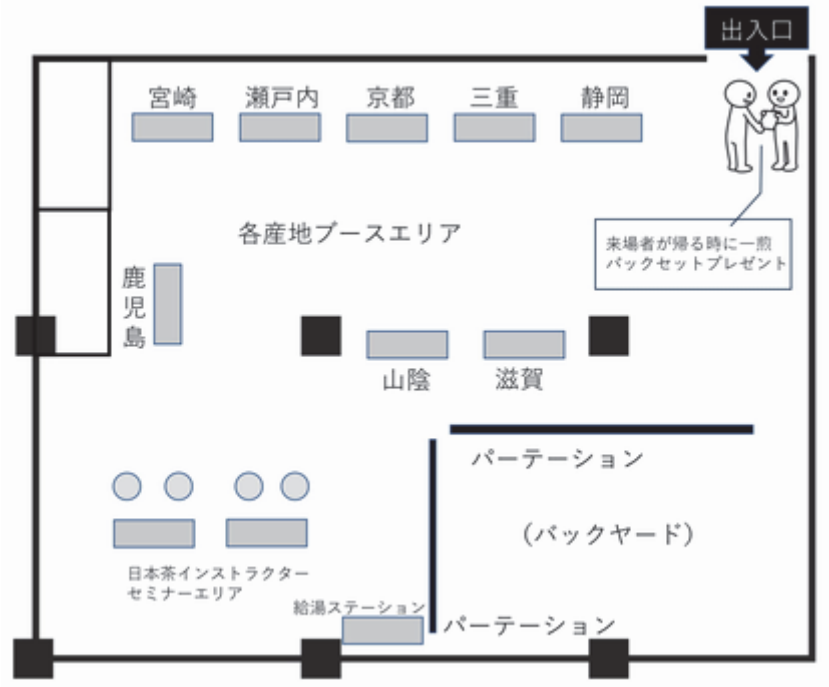
１F サンプリングエリアでは水出し冷茶を通行人に呈茶し、PR キャンペーンチラシや、冷茶の作り方チラシを併せて配布した。３F ブースエリアでは、全国 8 産地（静岡、三重、滋賀、京都、瀬戸内、山陰、宮崎、鹿児島）のブースを設け、試飲を含めた全国の銘茶ＰＲを実施し、産地毎の味や特徴の違いを紹介した。（参考：昨年実施時は 5 産地）また、３F 同会場内には日本茶インストラクターのセミナーを行うエリアを設け、随時インストラクターが美味しいお茶の淹れ方を参加者に説明しながら実際にお茶を淹れ、それを参加者が試飲するミニセミナーを行った。

３F 来場者には、一煎パック（５産地）セットをプレゼントし、同封の QR コードよりオンラインによるアンケートを実施した。（アンケート結果は別添参照。）

＜当日進行スケジュール＞

	イベント会場、実施内容	
時間	1F サンプリングエリア	3F ブースエリア
9：00	スタッフ会場到着、荷物搬入、事前ブリーフィング	
9：20	・試飲用テーブル設営 ・水出し茶準備、紙コップ・チラシ等準備 ・広報用着ぐるみスタッフ準備	・各ブーステント設営 ・各産地スタッフによるブース準備 ・各コーナーケトル湯沸かし準備 ・ミニセミナーエリアでは、インストラクターがセミナー準備
10：00	【水出し茶の呈茶開始】 ・呈茶担当スタッフは紙コップに入れた水出し茶を来場者に提供する。その際 3F のブースエリアも案内する。 ・誘導スタッフは、サンプリングエリアにいる来場者に 3F でのイベント開催を口頭にて告知し、ブースエリアへの導線を案内する。 ・着ぐるみスタッフはサンプリングエリア近くでイベント案内をする。	【ブースでの接客開始】 ・産地団の１～２名が担当 ・来場者へ新茶のテイスティング ・産地の茶の PR 【ミニセミナーエリア】 ・日本茶インストラクター３名が担当 ・セミナー希望者が３～５人程度集まったら随時ミニセミナーを開始。１回のセミナーは 10 分程度。 ・来場者に産地一煎パックをプレゼント
15：30	呈茶終了、撤収作業開始	
16：00	完全撤収	

＜3F ブースレイアウト図＞



３．広報関連

（１）イベントポスター、チラシ

（２）SNS での告知（Facebook，X にて告知）

https://www.facebook.com/share/p/Gb9oyeLXgefsUZMo/?mibextid=WC7FNes

https://x.com/tokyochakumiai/status/1802883317039346030?s=46&t=hkdfTzXeNtZqTRPag_Xzxw

４．当日の様子写真

（会場内イベント案内掲示）

（1F サンプリングエリア）

（3F 各産地ブースエリア）

（日本茶インストラクターによるセミナー）

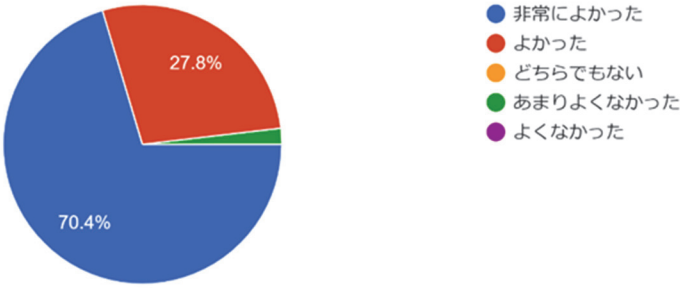
（プレゼントの一煎パックセット…5 産地で 1 セット）

（日本茶キャンペーン参加スタッフ）

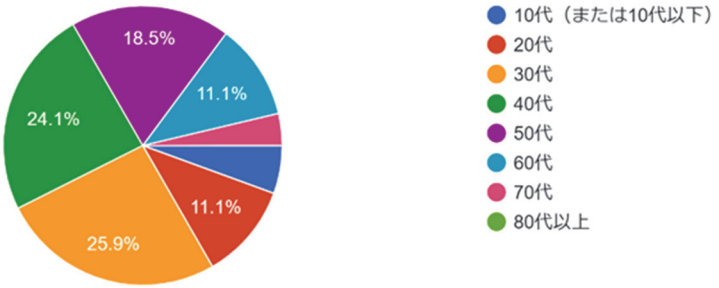
５．アンケート結果

・アンケート回答期間：2024 年 6 月 30 日～2024 年 7 月 11 日
・回答者数：54 名（回答率 9%）
・回答方式：オンラインアンケートフォームからの回答（QR コードからアクセス）

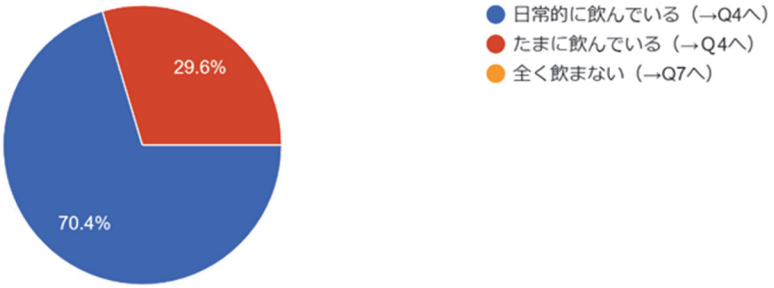
Q1.本日のイベントの感想をお願いします
54 件の回答



Q2.年齢層
54 件の回答

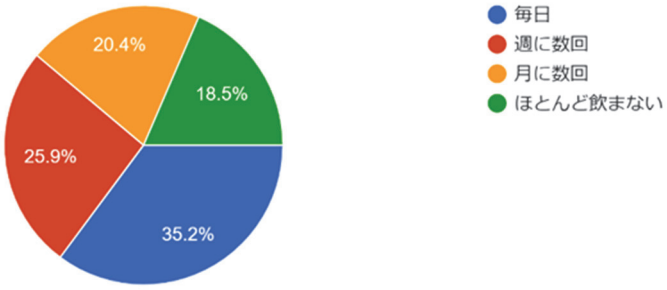


Q3.普段、日本茶を飲みますか？（リーフ、ペットボトル含む）
54 件の回答



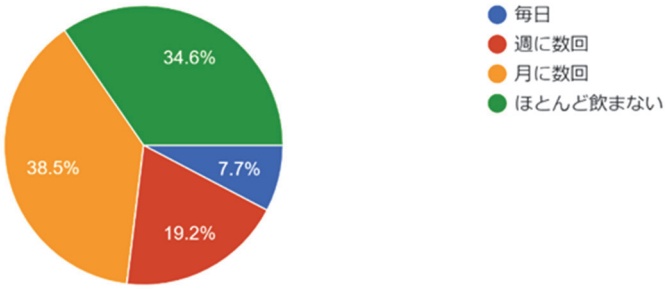
Q4.「急須を使って茶葉から入れた日本茶」を飲む頻度について

54 件の回答



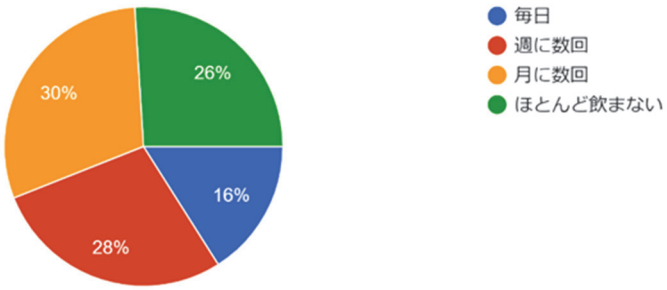
Q5.「ティーバッグを使っていれた日本茶」を飲む頻度について

52 件の回答



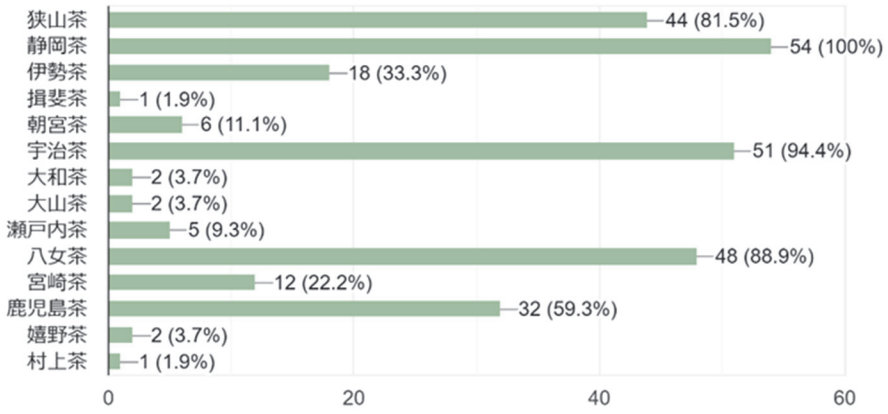
Q6.「ペットボトルの日本茶」を飲む頻度について

50 件の回答



Q7.お茶の産地として知っているものを全て選んでください

54 件の回答



Q8.何かご意見がありましたらご記入ください
いろいろな産地の茶を同時に楽しめるイベントありがとうございます。
偶然通りがかって立ち寄りました。美味しいお茶をありがとうございました。
お茶好きなので楽しいイベントでした。知らなかった地域の試飲も出来き、お土産ももらって、ありがとうございました。日本の豊かな土壌で生産されるお茶は世界に誇れる一級品ですね。応援の意味も込めて本日試飲した全てのお茶を購入したいと思います
ティーポットでお茶を淹れています。
素敵なイベントありがとうございます。お茶が大好きなのでこれからも飲みたいと思います。いつも地元の八女茶ばかりですが、他のも試せて良かったです♪
色々な産地のお茶の飲み比べが出来てよかったです。
お茶の魅力を再認識しました。大山茶美味しかった〜
最近、八女茶をきっかけに日本茶に興味を持ちました。各地のお茶をもっと知りたいので、またぜひこういったイベントをお願いしたいです。
講座が良かったです。
八女茶が甘くて大好きです
コーヒーや紅茶も飲みますが、やはり日本茶の繊細な旨みが好きです。日本茶を盛り上げていきましょう！
急須で入れたお茶はすごく美味しいことを、若い人やお茶に馴染みのない人がお茶の良さを知って、飲むようになってお茶専門店が増えたらいいなと思います。
予定なくふらっと立ち寄ったのですが、非常に有意義で楽しかったです。特に好みだった大山茶についてはすぐに調べてしまいました。飲み比べができるといろんな産地を知るきっかけになるので、またこういったイベントがあると嬉しいです。

日本茶の種類を知らせたいのか、入れ方のレクチャーがしたいのか、購買に繋げたいのか目的がなんなのかよくわからないイベントだと思った。せっかく色んな種類の試飲やサンプルまで配るなら協力しているお茶屋さんもwin-winになるようなイベントだったらもっと楽しかったと思う。
頂いた10gずつのサンプル茶葉ですが、宮崎茶のシーリングがされておらず、帰宅しましたら透明PP袋の中が茶葉だらけなっていました。
お茶が産地によってこんなに違うのに驚きました。お茶を飲み比べるのは家では難しいので初めて、貴重な機会でした。お土産のお茶はとても嬉しいです。
普段見慣れ無いお茶が、試飲できてよかったです。味の違いが、あるのにもびっくりしました。買う時に地域も意識しようと、思いました。
たくさんの産地のお茶を飲み比べ出来て楽しかったです
飲み比べ、楽しく参加させていただきました。またこんなイベントがあるといいです。試飲した茶葉の販売や、有料のセミナーなどあっても良いなと思いました！
色々なお茶を飲み比べたり、お茶の淹れ方を聞けたりと良い経験ができました。
お茶の飲み比べは、初めての体験で、立ち寄って良かったです。新しい発見がありました！
たくさんのお茶の産地を知ることができて良かったです。
本格的なお茶が飲めておいしかった
美味しくて楽しかったです。
茶葉の産地である事を知らなかった地域もあったので勉強になりました。また定期的に開催してほしいです。
お茶の試飲だけで販売ブースがなかったので、採算が取れるイベントだったのかちょっと不安に… 都道府県のアンテナショップが多い立地でのイベントだったので「イベント帰りに、どこのお店で各地域の茶葉を買えるか」の誘導もあればありがたかったです。
このようなイベントがありましたならばまた参加したい。
地元のお茶を知らなかったので、知ることができて良かったです。お土産もありがとうございました。また次もあったら参加したいです。
各名産地のお茶が試飲でき良かったです。会場でも販売されていたら良かったと思う次第です
色んなたくさんのお茶を飲まさせていただき、お茶がこんなにも味があってその味も産地それぞれというのがよくわかりましたこのお茶は和菓子に合いそうとかおにぎりを食べるのにはこのお茶とかお寿司だったらこのお茶とか考えながらいただいてました。イベントに参加させてもらい、お茶に関してもっと学びたくなったので勉強してみたいと思います！

６．総括

今年の日本茶 PR キャンペーンも、特に大きなトラブルもなく大きな成功を収めることができた。午前中は好天に恵まれ、午後には雨がぱらつき始めたもののイベントにはあまり影響は出なかった。

1 階サンプリングエリアには多数の通行人が立ち寄り、冷茶を楽しんでいる様子が見受けられた。今年もポスター、のぼり、茶娘、キャラクター着ぐるみなどを活用し、通行人にイベントの視認性が高くなるように図った。来場者は約 2500 人に上り、昨年以上の賑わいを見せた。

3 階ブースエリアでは、昨年より産地の数が増え、8 産地のブースを設営し、各産地の新茶のテイスティングを行った。前回と同様に各産地ブースを一定間隔で配置し、来場者が無理なく回っていけるようにした。そのため、来場者数が昨年より多い 600 名超となったが大きな混乱はなかった。

参加した団からも「集客力があり、よいイベントだった」という声も聞かれた。消費地側である来場者がいろいろな産地を知ることができたと同様に、産地側にとっては東京の集客力、購買力を改めて認識する機会にもなり、産地と消費地をうまく結びつけるという点でも成果があったイベントになったと思われる。

昨年の反省点を踏まえ、今年は「給湯ステーションの設置」と「来場者アンケート」を行った。

給湯ステーションは、各ブースがそれぞれお湯を沸かすことにより会場のブレーカーが落ちてしまうことを防止するため、お湯を沸かす場所を 1 か所に集約し、各ブースはそこから必要に応じてお湯をもっていく形式に変更した。

来場者アンケートは、プレゼントの一煎パックの中にオンラインアンケートフォームのリンクを掲載し、回答してもらったが、イベント自体への全体的な感想は「よかった」「非常によかった」という回答が多数を占めた。またイベント自体への記述式の回答でも多くの感想、意見などを知ることができた。

本イベントが消費地の人にとっては、様々な産地のお茶や産地の人たちと触れ合える大変貴重な場であると同時に、日本茶を楽しんで体験できる場となっていることがアンケートから分かった。また、産地と消費地をつなげるという点でも、独自性が高く大変有意義なイベントであると考えられる。今後もこういったイベントを通して産地のお茶の認知促進、購買につなげていくと同時に、日本茶というポテンシャルの高い日本文化のコンテンツの担い手として、日本茶業界の発展に寄与していきたいと考える。

以上

（報告書作成：東京茶業青年団団長　加藤伸之）

（２）Japan Tea Expo（日本茶博覧会）の開催

①背景・目的

「若年層に日本茶の魅力を知ってもらうきっかけを作る」ことを目的とし、２０代から３０代の若年層に人気の高い「さつまいも博」（令和６年１１月来場者数約３万人）とコラボして、日本茶の魅力を届けることを意識したフェスティバルを開催した。

② 事業内容

ア．川崎市等々力競技場催し物広場において開催する若年層に人気の「さつまいも博」とコラボしてブース出展し、全国の煎茶、抹茶、和紅茶等の試飲とサンプリングの実施に併せて、日本茶人気投票を行った。

イ．煎茶、抹茶、和紅茶の基本的な淹れ方、点て方講座を開催した。

ウ．ステージ企画として、お家で楽しむ簡単ティーペアリング講座の実施とともに若手茶業者による対談形式での座談会を開催し、参加者に日本茶の魅力等を共有してもらった。

エ．来場者から日本茶への意識アンケート調査を実施し、集計結果をレポートに取りまとめた。

なお、取組の詳細は、以下「実績報告書」のとおりである。

「秋の日本茶博覧会」 実施報告書

主催者: 日本茶業体制強化推進協議会
実施者: JAPAN TEA EXPO実行委員会　（株）Kooga　国際茶の湯団体茶柳会
協力: さつまいも博実行委員会

急須でリーフ茶を淹れてお茶を飲む機会が若者を中心に減少するなか、産地・消費地の茶業者が連携し、日本茶の魅力や多様性を積極的に発信するため、全国茶産地のリーフ茶を日本茶のプロである日本茶インストラクターが、その美味しさ、産地毎の違いや特性、お茶の淹れ方の提案など、消費者等に分かりやすく伝え、日本茶への理解と関心を深めてもらい、リーフ茶の消費拡大と新たなる需要の開拓を目的とする。

１.事業目的

本イベントは「若年層に日本茶の魅力を知ってもらうきっかけを作る」ことを目的とし、若年層に人気の高いさつまいもイベント『さつまいも博』とコラボすることで、従来は日本茶だけでリーチすることが難しかった層に向けて日本茶の魅力を届けることを意識して開催した。

（※秋のさつまいも大収穫祭の来場者数は約3万人）

日本茶を飲むハードルを下げるために、日本各地の様々な日本茶の飲み比べ、お茶の基本的な淹れ方・点て方セミナーの開催、さらに茶業界に興味のある若年層へ向けて若手茶業者のトークイベントを実施した。

２.事業内容

＜事業名称＞

「秋の日本茶博覧会2024」 Produced by JAPAN TEA EXPO

＜実施日時＞

11月1日（金）から11月4日（月）10時～17時の4日間

＜実施場所＞

神奈川県川崎市等々力競技場　催し物広場
協賛ブースエリア　ステージエリア
〒211-0052 神奈川県川崎市中原区等々力１－１

＜イベントコンセプト＞

「今日、ここからお茶はじめ」

＜メインターゲット＞

日本茶への興味関心が特別高くはない若年層（20代～30代）
何となく日本茶が好きで、興味を持ち始めた若年層（20代～30代）

＜当日参加人数＞

試飲ブース・・・約3000人
セミナーブース・・・200人超
ステージエリア・・・約500人

＜実施内容＞

（1） 日本茶の試飲と人気投票

日本各地の様々な種類の日本茶（煎茶、抹茶、和紅茶、烏龍茶、釜炒り茶、ほうじ茶、番茶）を試飲してもらい人気投票を実施した。

また、試飲ブースでの無償提供では、日本茶の価値までを伝えきれないため、サンプリングで使用する茶はオンライン上で販売が行われている物を選定し、オンラインでの購入をすすめる事で認知向上と購入への導線を設計した。

〇サンプリング茶一覧

和紅茶	関東	吉田茶園
烏龍茶	中部	マルヒ製茶
抹茶	九州	星野製茶
煎茶	近畿	おぶぶ茶園
ほうじ茶	中国	Tea Factory Gen
阿波番茶	四国	Kamikastu Teamate
釜炒り茶	九州	甲斐製茶園

（２）基本の淹れ方・点て方セミナー

煎茶、和紅茶、抹茶の基本的な淹れ方（点て方）講座を開催した。

初心者へ向けてのセミナーのため、気軽に楽しめるようライトな内容になることを意識して1回30分程度で開催した。4日間で合計200人超がセミナーに参加した。（立見客も含む）

〇タイムテーブル（4日間同様のスケジュールで実施）

時間	内容	人数
10:00～	煎茶の淹れ方	10人
11:00～	和紅茶の淹れ方	10人
12:00～	抹茶の点て方	10人
14:00～	煎茶の淹れ方	10人
15:00～	和紅茶の淹れ方	10人
16:00～	抹茶の点て方	10人

（3） ステージ企画

以下の2つのトークショーを実施した。

① ティーペアリング入門「お家で楽しむ簡単ティーペアリング」

＜ペアリング例＞

ア．焼き芋×ほうじ茶

芋を焼いた際に起こるメイラード反応と、それによってできる香り成分「ピラジン」がほうじ茶と共通しているため、同じ要素でのペアリングとなり相性が良い。

（注）スイーツの価格は「さつまいも博」イベント会場内での提供価格

イ．クリームチーズと安納芋タルト×抹茶

クリームチーズのコクと、安納芋の甘さに対して、抹茶の旨みとほのかな苦味がマッチする。

チーズと抹茶の香りの相性も良い。

ウ．安納芋カヌレ×和紅茶

カヌレのバターの香りと、和紅茶の香りの相性が良い。

また、芋の強めな甘みを和紅茶のタンニンがさっぱりと流してくれる。

ティーペアリングのコンサル事業を行っている、株式会社Logiconnecteaの代表　河野知基　さんを講師に招き、イベント会場で提供されている、さつまいもスイーツと日本茶を用いて、ティーペアリングを実施した。

②　ここから始める茶しごと「若手茶業者座談会」

20～30代の若手茶業者を複数名招き、「お茶を好きになったきっかけ」や「日本茶事業に関わろうと思った理由」、「日本茶の魅力」などを対談形式で参加者に共有してもらった。

３.広報関連

＜広告運用概要＞

期間: 2024年10月15日 ～ 2024年11月3日

対象広告: JAPAN TEA EXPO関連広告

＜結果＞

（１） 結果詳細

・クリック数: 4,369回

・リーチ数: 90,994人

・表示回数: 145,702回

・費用合計: 120,000円

・平均単価：約27.3円

＜インターネット広告の効果を測る指標：CPCとは＞

Instagramストーリーズ広告のクリック単価（CPC）は、ターゲティング設定や競合状況によって変動しますが、一般的には50円から200円程度とされています。

㋡今回の広告キャンペーンでは、1クリックあたりの費用が約27.3円（CPCが低いほど費用対効果が高い）となっており、業界平均と比較しても非常に効率的な結果となった。

この成果は、ターゲティング戦略やクリエイティブの質が高かったことを示しており、今後も同様の戦略を継続することで、さらに良い結果が期待できる。

（２） 総括（今後の課題と対応策）

・まとめ

今回の広告は無料トークショーの認知獲得を目的としており、サイトへの遷移数（クリック数）は確認できましたが、実際に来場した人数との関連性が把握できていません。これにより広告の効果測定が不十分であり、成果を正確に評価することが難しい状況です。

・解決策

<u>来場者との紐付けを行う仕組みの導入</u>

広告をクリックしてサイトに遷移した人がどの程度来場につながったかを把握するために、以下の方法を取り入れます。

┗対策①：来場者特典の提供

- 広告を見た人が会場で「特典」を受け取れる仕組みを作ります。
- 例：「広告を見た方は、こちらのページ画面をご提示ください」 と呼びかけ、特典を渡す。
- メリット：広告の効果測定がしやすくなる。
- 特典例：お茶の試飲券、イベント限定グッズ、割引クーポンなど。

┗対策②：QRコードを活用

- 広告やサイト上にQRコードを表示し、来場者に会場で読み取ってもらうことで効果測定が可能になります。
- 実施例：広告から特定のQRコード付きページへ誘導し、QRコードを会場で確認。

４. 当日の写真

５. 意識調査アンケート結果

＜概要＞

（１）実施日程・場所

11月3日～11月23日

超芋まつり会場 / イベントSNS(Instagram/X)

（２）アンケート対象者

イベント来場者 / イベントSNSアカウントフォワー

（３） 回答者数

119名

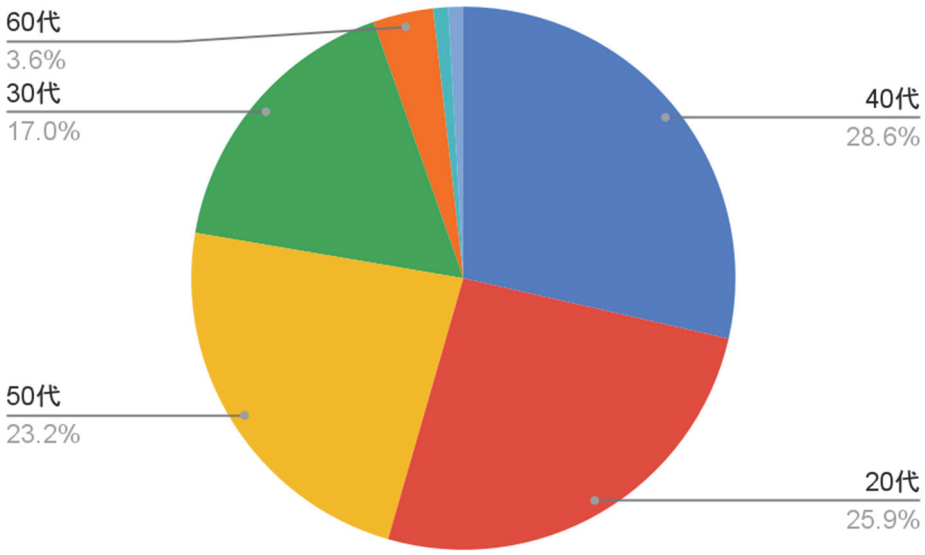
（４）目的

日本茶に対するイメージや普段の飲み方についての把握

＜回答＞

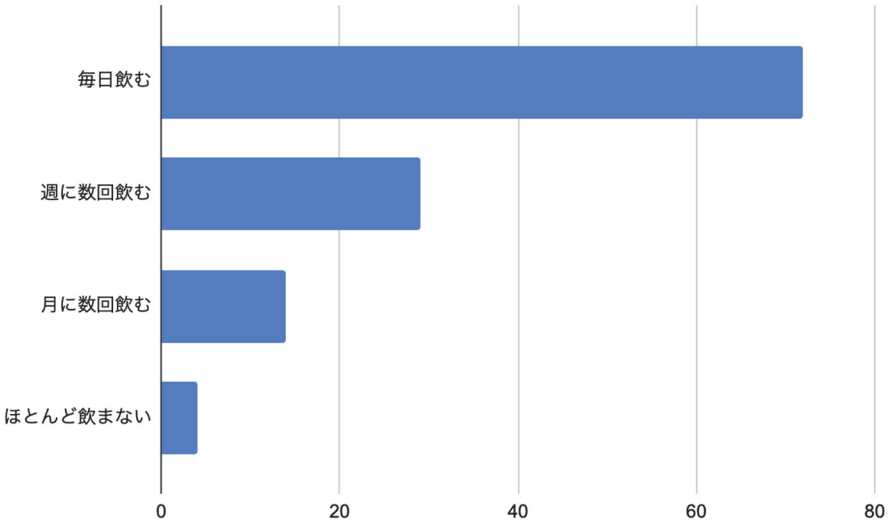
①　回答者プロフィール

年齢層

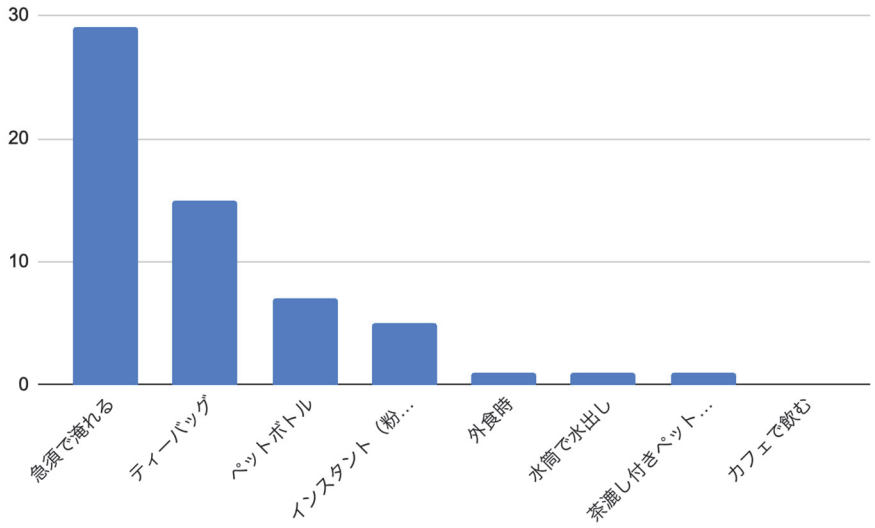


②　日本茶の飲用習慣

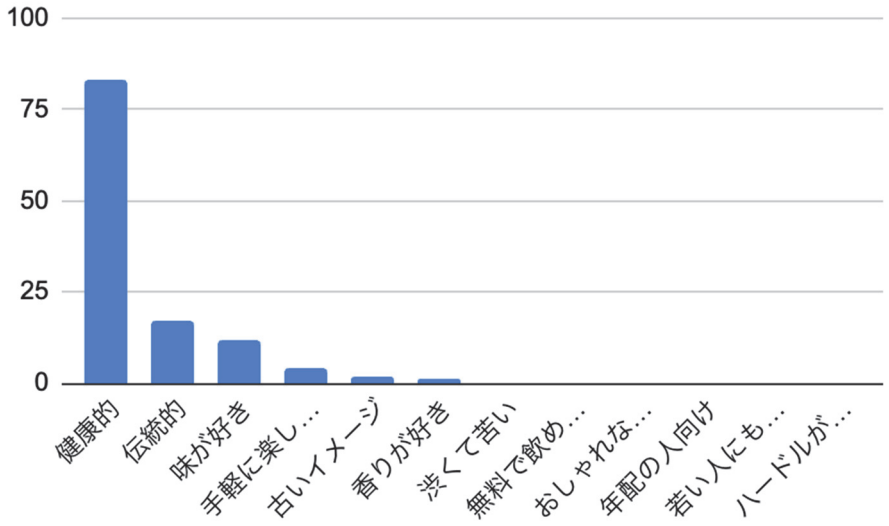
②-1：日本茶の飲用頻度



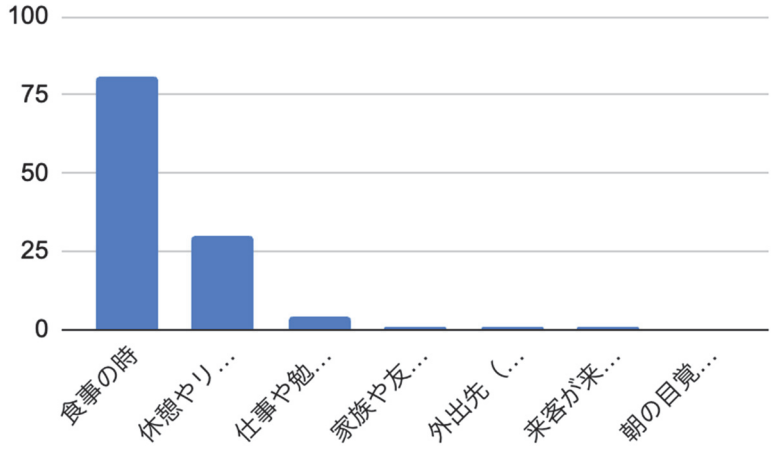
②-2：飲む形態



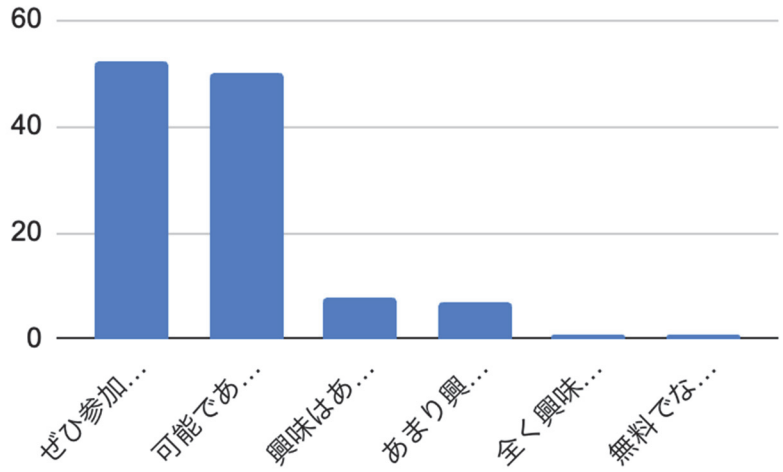
②-3：日本茶に対するイメージ



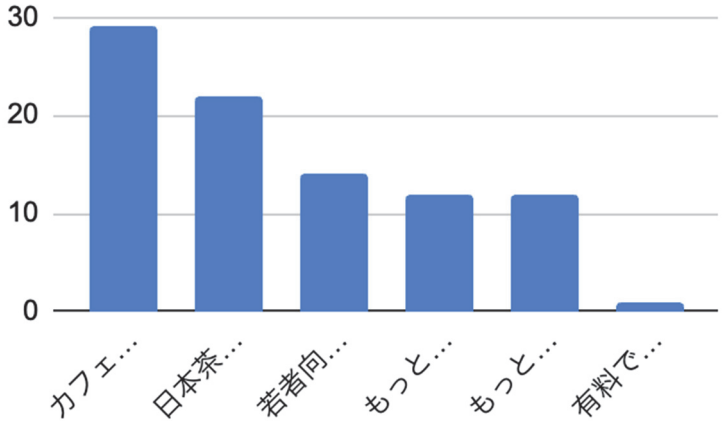
②-4：日本茶を飲む場面



②-5：日本茶について学ぶ意欲



②-6：日本茶に対する意見や希望



〈全体の傾向〉

アンケート結果から、日本茶に対するイメージは**ポジティブな意見**が大半を占めました。特に「健康的」というイメージが圧倒的に支持されており、日本茶の価値が健康志向と強く結びついていることがわかります。

① ポジティブなイメージ

- **健康的**（83件）： 最も多く選ばれた意見であり、日本茶が「健康に良い飲み物」として広く認識されていることが示されています。
- **伝統的**（17件）： 日本茶は「伝統文化の象徴」としてのイメージも根強いことがわかります。
- **味が好き**（12件）： 味の良さを評価する意見も一定数あり、日本茶の美味しさが飲用の動機となっている層が存在します。
- **手軽に楽しめる**（4件）： 少数ですが、手軽さを評価する意見も見られました。急須やティーバッグなどの利用が考えられます。
- **香りが好き**（1件）： 香りの良さに注目した回答はわずか1件で、まだ大きく認知されていない印象です。

② ネガティブなイメージ

ネガティブな意見はほとんど見られず、「渋くて苦い」「敷居が高い」「古いイメージ」といった項目は、選択されないか、少数派にとどまりました。

- **古いイメージ**（2件）： 少数派ながら、日本茶が「古くさい」と感じられることも一部にはあるようです。
- **その他項目（渋くて苦い、ハードルが高い、おしゃれなイメージなど）： 0件**

③ 少数派の意見

「香りが好き」「古いイメージ」が少数派の意見として見られましたが、回答数は極めて少なく、全体的にはポジティブな印象が圧倒的です。特に「おしゃれなイメージ」や「若い人にも合う」といった項目は選ばれず、日本茶の現代的な側面や若年層への訴求は今後の課題といえます。

④　日本茶の飲用頻度と習慣

- 回答者の約60%（72名）が「毎日飲む」と回答し、日本茶が日常的に愛飲されていることがわかる。
- 主な年齢層は40代～50代が中心で、次いで20代も一定の存在感を示した。
- 飲み方は「急須で淹れる」（29名）が最多で、次いで「ティーバッグ」（15名）。「ペットボトル」や「カフェ利用」は少数派。

⑤　日本茶に対するイメージ

- ポジティブなイメージ：「健康的」（83件）が圧倒的多数で、日本茶の健康価値が広く認識されている。
- 「手軽さ」や「おしゃれさ」といった現代的なイメージは浸透していない。

⑥　日本茶を飲む場面

- 「食事の時」（80件）が最多で、食文化との結びつきが強い。
- 「休憩・リラックスタイム」（30件）でも需要が確認された。

⑦　学びの意欲と希望

- 「ぜひ参加したい」（52名）、「可能であれば参加したい」（50名）と学びへの関心が非常に高い。
- 「カフェで気軽に楽しみたい」（29件）や「若者向けデザインを増やしてほしい」（14件）といった要望が目立つ。

＜考察・まとめ＞

①　アンケート結果の総括

- 飲用頻度：「毎日飲む」が約60%（72名）で、主な年齢層は40代～50代。
- 飲み方：「急須で淹れる」（29名）が最多、次いで「ティーバッグ」（15名）。
- イメージ：「健康的」（83件）が圧倒的に多い一方、「手軽さ」「おしゃれさ」は浸透していない。
- 飲む場面：「食事の時」（80件）が中心で、リラックスタイム（30件）も一定の需要あり。
- 学びの意欲：「参加したい」（約9割）。「カフェで気軽に楽しみたい」や「若者向けデザイン」への要望が目立つ。

②　今後の施策・改善点

- 若年層向けアプローチ
- 手軽でおしゃれなパッケージや商品開発、SNS活用で若者層へ訴求。

- 気軽に楽しめる環境づくり
- イベント内で試飲カフェやセット商品の提案を実施。

- 体験型コンテンツの提供

急須の使い方や水出し茶作りなどのワークショップを展開。

③　次回のイベント提案

- テーマ：「お茶をクールに ～手軽で新しい日本茶体験～」
- ターゲット：20代・30代の若年層。

・戦略：

- 手軽な体験ブース（急須、ティーバッグ試飲など）。
- SNSやインフルエンサー活用で「おしゃれな日本茶」を発信。
- カフェコラボで新たな飲用シーンを提案。

④　まとめ

今回はお茶とは異なる業界のイベントへの出店となったが、比較的お茶への関心が高い方々にアンケートにご回答いただいた。結果からは業界の課題が浮き彫りとなり、日本茶は「健康的」「食事に合う」という強みを持つ一方で、若年層には「手軽さ」や「おしゃれさ」が不足していることが明らかになった。今後は、体験型コンテンツを中心に、「手軽」「楽しい」「新しい」という切り口で日本茶の魅力を発信し、幅広い世代への訴求を図る必要がある。

（３） 九州オチャモノガタリ２０２４の開催

①オフィス DE お茶会の開催

ワーキングパーソンに日常の中で日本茶に触れ、その魅力、おいしさを体感していただくため、日本茶インストラクター、茶育指導士が地域企業（九州博報堂本社）のオフィスに出向き、日本茶体験を実施した。

②子ども体験フェスティバルふくおか茶育体験会

子どもたちへの茶道文化の体験を提供するため、福岡国際センターにおいて煎茶、抹茶体験、お茶クイズを行った。

③九州茶の食業人セミナー

九州茶の認知向上とメニュー導入を促進するため、福岡空港セミナールームにおいて、九州茶メニューの試飲、活用事例の紹介、参加者とのディスカッションを行った。

④鹿児島お茶大學

鹿児島茶のポテンシャル発信と若者育成を行うため、鹿児島女子短期大学において、お茶に関する講義、パネルディスカッション、茶淹れワークショップを行った。

⑤Food Expo Kyushu 2024 九州茶 PR ブース出展

大型展示会を通じた九州茶のＰＲ・認知向上を図るため、福岡国際センターで開催された「Food Expo Kyushu 2024」（10 月 8～9 日）において、九州茶の魅力を伝え、お茶の楽しみ方や文化発信をめざし、九州圏内のお茶の生産、加工、流通事業者と一体になった取組の場を創出するとともに、専門学校生によるお茶の産学官連携活動 PR ブースも出展した。ブース内に展開した「Ocha-Bar」コーナーでは九州茶スパーリングティー、水出し茶の試飲も行った。

⑥福岡県農林水産まつり（一日目）“八女茶の淹れ方教室”

旧福岡県公会堂貴賓館において、八女茶の美味しさや文化を発信するため、茶育指導士による八女茶の淹れ方教室の開催、煎茶道点前体験を行った。

⑦福岡県農林水産まつり（二日目）“八女茶の子ども茶会”

旧福岡県公会堂貴賓館において、家庭における茶文化の導入を促進するため、子どもたちが主体となって行う茶会で煎茶手前の披露やおもてなしを実施した。

⑧熊本茶ティーペアリング

熊本茶の新しい楽しみ方を提案し、地域の魅力を発信するため、熊本市内のフレンチレストランにおいて、熊本県産食材を使用した料理と個性的な熊本産茶葉を活用したお茶とのティーペアリングを行った。

⑨茶と食の産学官連携プロジェクト

鹿児島県産のお茶の認知拡大のため、食・観光・サービス専門学校と茶産地・茶業者が連携して児島県産のお茶と特産品を題材にした新商品開発を行うとともに、コンテストで選ばれた新商品の博多駅構内での模擬販売、メディア発表を行った。

⑩子ども茶育 in 北九州の開催

茶育を地域に根付かせ、行政や地域企業が主体となって継続できるモデルを提案するため、地元小学生を対象に煎茶体験、お茶当てクイズを実施した。

⑪九州茶情報制作・発信

各イベントの記録撮影、イベント配布物の制作を支援するとともに、九州茶普及活動について SNS を活用して PR を行った。

なお、取組の詳細は、以下「実績報告書」のとおりである。

令和 7 年 1 月 29 日

令和６年度 九州茶普及推進事業

「九州オチャモノガタリ 2024」活動実績報告書

実施者：一般社団法人 お茶結びプロジェクト

九州茶普及推進のビジョン

令和 6 年度の事業提案書に沿い、以下のビジョンを基に事業を実施しました。

１．**九州茶オピニオンリーダー育成** 食と茶の関係を文化的かつ実践的立場で学び、九州茶を普及し続けるオピニオンリーダーを育成。
２．**九州茶業体制の強化推進・消費拡大** 地域行政や国内外企業との連携を通じて、九州茶業の強化と消費拡大を目指す取組を推進。
３．**青少年茶育事業** 幼少期から青年期の子どもたちに日本茶文化を体験してもらい、茶育指導を通じて礼法やおもてなし精神を学ぶことで、次世代の茶文化人を育成。

○実施概要

令和 6 年度の事業は、九州茶を地域文化・生活の中に根付かせることを目的に、一般消費者、青少年（学生～児童)、飲食店事業者や、外国人を対象とした様々な取組を実施しました。

特に、地域の茶業者や企業との連携により、多角的な視点から日本茶文化の普及と九州茶の認知拡大を図りました。

新たな試みとして学生向けに特別カリキュラムとして開催した「お茶大學」や、オフィスに出かけて情報発信する「オフィス DE お茶会」、また子どもたちを主体に日本茶文化を体験させる「子ども茶育体験」など、幅広い層を対象に事業を展開しました。

○実施スケジュール及び主な事業内容

以下は、令和 6 年度に実施した事業の概要を時系列でまとめたものです。

日時	実施事業及びその内容	実施場所	開催県
7 月 11 日	**オフィス DE お茶会**: 目的: ワーキングパーソン向けの日本茶体験イベント。 参加者数: 約 100 名 主な内容: 煎茶手前体験、九州茶歌舞伎、出前茶寮など。	九州博報堂 QHub	福岡
7 月 31 日	**子ども体験フェスティバルふくおか茶育体験会**: 目的: 子どもたちへの茶道文化の体験提供。 参加者数: 4,200 人中、体験者 100 名 主な内容: 煎茶・抹茶体験、お茶クイズ。	福岡国際センター	福岡
9 月 12 日	**九州茶の食業人セミナー**: 目的: 九州茶の認知向上とメニュー導入促進。 参加者数: 50 名 主な内容: 日本茶メニュー試飲、活用事例紹介。	福岡空港セミナールーム	福岡
9 月 17 日	**鹿児島お茶大學**: 目的: 九州茶の認知向上とメニュー導入促進。 参加者数: 50 名 主な内容: 日本茶メニュー試飲、活用事例紹介。	鹿児島女子短期大学	鹿児島
10 月 8 日～9 日	**Food Expo Kyushu 2024 九州茶 PR ブース出展**: 目的: 大型展示会を通じた九州茶の PR・認知拡大。 参加者数: ブース来訪者約 300 人 主な内容: 「Ocha-Bar」コーナーでの九州茶スパークリング試飲提供。	福岡国際センター	福岡
11 月 2 日	**第 24 回 福岡県農林水産まつり 八女茶の淹れ方教室** 目的: 八女茶の美味しさや文化を発信する体験教室。 参加者数: 84 名 主な内容: 煎茶道手前体験、外国人向けの多言語対応。	旧福岡県公会堂貴賓館	福岡
11 月 3 日	**第 24 回 福岡県農林水産まつり 八女茶の子ども茶会**: 目的: 子どもたちが主体となって行う茶会で、家庭における茶文化の導入を促進。 参加者数: 茶育塾生 10 名、茶会参加者 54 名 主な内容: 煎茶手前披露、保護者や観光客へのおもてなし。	福岡県公会堂貴賓館	福岡
11 月 7 日	**熊本茶ティーペアリング**: 目的: 熊本茶の新しい楽しみ方を提案し地域の魅力を発信。 参加者数: 30 名 主な内容: 熊本産茶葉を活用したティーペアリングコース。	フレンチレストラン魚座	熊本
10 月～11 月	**茶と食の産学官連携プロジェクト**: 目的: 地域の茶業者と調理専門学校が連携して行う商品開発プロジェクト。	福岡ホテル・ウエディング	福岡

日時	実施事業及びその内容	実施場所	開催県
	参加者数: 学生 22 名 主な内容: 商品開発実習授業、模擬販売。	&製菓調理専門学校	
11 月 23 日	**子ども茶育体験 in 北九州:** 目的: 地域の茶業者と調理専門学校が連携して行う商品開発プロジェクト。 参加者数: 学生 22 名 主な内容: 商品開発、模擬販売。	桃園武道場	福岡
年間	**九州茶情報制作・発信:** 各イベントの記録撮影、イベント配布資料の制作、九州茶普及活動への広報・業務支援	事務局	実施地域

＜参画・協力企業・団体の一覧（順不同）＞

行政団体： 福岡県青少年育成県民会議、北九州市教育委員会、福岡県園芸振興課、鹿児島県福岡事務所（県産品振興課・観光振興課）、嬉野市役所 産業振興部 茶業振興課

企　　業： ㈱九州博報堂、一般社団法人九州の食、株式会社スピナ（北九州市施設指定管理業者）、梅園菓子処、フレンチレストラン魚座

茶業関連団体・茶業者： 公益社団法人鹿児島県茶業会議所、一般社団法人鹿児島茶生産協会、うれしの茶活性化委員会、JA かごしま茶業、知覧農園、お茶の富澤、IKKYU 合同会社、JA 熊本経済連 茶業センター、岩永製茶園、宮崎茶房、木屋芳友園、東坂茶園、お茶のカジワラ、辻利茶舗

教育機関： 学校法人 滋慶学園 福岡ホテル・ウエディング＆製菓調理専門学校、鹿児島女子短期大学、鹿児島純心大学

その他関連団体： NPO 法人 Wing-Wing、Food Expo Kyushu 実行委員会、古儀茶道藪内流福岡支部青年会

運営協力： XIZO 株式会社、合同会社 オネストパシュー、TEA FOREST JAPANESE、蘊-日本茶専門店-、TEA NINE

○事業実績

１．オフィス DE お茶会

目　　的： オフィスで働くワーキングパーソン向けに、日本茶の味と魅力、伝統的なお茶遊びや新しい茶の楽しみ方を体験していただくためのイベント。

期　　間： 令和 6 年 7 月 11 日（木）10:00～16:00

開催場所： 九州博報堂 QHub（福岡市中央区天神）

対　　象： 日中のワーキングパーソン約 100 名

実施内容： 本年度、新たな取り組みとして「オフィス DE お茶会」を実施。ペットボトルでの飲用が主流となった現代に、日本茶本来の味わいや淹れ方の違い、茶葉や地域による味の違いを体感してもらう場を提供した。特に 30 代を中心とした中堅世代に日本茶の魅力を訴求することで、将来的なユーザー開発の可能性を高めたと考えられる。当日は、会場が終了時間まで来場者で賑わい、多くの参加者が日本茶の奥深さを再発見する機会となった。

具体的な取り組み

（１）出前茶寮

九州茶と地元企業の軽食（おかき、デーツバター、お茶チョコレート、麹アイスクリームなど）を提供し、ティーペアリング体験を実施。

（２）煎茶手前体験

徳永睦子による煎茶手前指南を実施。

（３）仕事はかどるふるまい茶

八女の玉露ほうじ茶を参加者が自由にテイクアウト可能なサービスを実施。

（４）九州茶歌舞伎

九州各地の茶葉を使った茶歌舞伎（味や香りの違いを当てる遊び）を体験してもらい、全問正解者には「満点茶歌舞伎」のステッカーをプレゼント。

茶歌舞伎は特に人気を集め、予定より開催回数を増やして対応した。参加者全員が「満足」と評価し、初めて日本茶に触れるきっかけとして高い効果を示した。

写真:

使用したお茶の種類

- 出前茶寮: 八女煎茶（水出し)、高千穂烏龍茶、有機知覧紅茶
- 煎茶手前体験: 八女煎茶
- ふるまい茶: 八女玉露ほうじ茶
- 九州茶歌舞伎:

  【産地別】福岡かぶせ茶、長崎蒸し製玉緑茶、鹿児島深蒸し茶、宮崎釜炒り茶、熊本釜炒り茶

  【品種別】八女煎茶やぶきた、きらり 31、さえあかり、さえみどり、白葉茶

参画企業・団体： ㈱九州博報堂、UMEYA BRAINERY、㈱麹王子、一休合同会社、知覧農園、木屋芳友園、東坂茶園、お茶工房田中園、宮崎茶房、岩永製茶園

参加者数や層の特徴： 約 100 名の 20～50 代の働き盛りのビジネスパーソン、来訪客、近隣オフィスの方々が参加。

メディア掲載や反響：

・九州博報堂「Q ラボ」の HP に掲載

オフィス DE お茶会 記事

https://q-lab.jp/acts/3649/

２．子ども体験フェスティバルふくおか茶育体験会

目　　的：夏休み中の子どもたちに煎茶や抹茶など日本に息づく茶道文化を体験してもらい、お茶文化への興味を深めるきっかけを提供する。親子で参加することで、家庭でのお茶淹れの大切さを認識してもらうとともに、福岡県青少年育成県民会議や教育委員会に対して、日本茶文化に基づいた文化人育成の重要性を訴求する。

期　　間：令和６年７月 31 日 10:00～16:00

開催場所：福岡国際センター（福岡市博多区）

対　　象：幼稚園生～小学生の子どもたち

実施内容と成果・具体的な取組：茶育指導士や茶道家有志によるお茶の文化体験を実施。「お茶のことをひとつだけおぼえてかえろう」をテーマに、日本茶の生産や文化、歴史、ことわざを取り上げたクイズや、煎茶・抹茶の淹れ方や作法の指導が行われた。

- **煎茶体験**
  茶葉の量、お湯の温度、抽出時間の説明を行い、子どもたちが親をお客に見立てて急須でお茶を淹れた。「どうしたら美味しいお茶を淹れられるか」という具体的な知識を学び、初めてお茶を淹れる子どもたちも多く、親の笑顔を見て満足げな様子が見られた。
- **抹茶体験**
  日本で茶道文化が根付いている背景や、茶道の学びが現代にどう役立つかを解説。茶道具に触れながら抹茶を点てる体験を行い、和の作法の重要性について親子ともに再認識する機会を提供した。

クイズでは「八十八夜」の意味や、お茶がどのように作られるかについて学び、興味を深めた子どもたちも多かった。

使用したお茶の種類：福岡県主催のイベントで、八女産の煎茶と抹茶を使用。

- **煎茶体験**：八女煎茶
- **抹茶体験**：八女星野抹茶

参画企業・団体：　福岡県青少年育成県民会議、福岡県教育委員会、NPO 法人 Wing-Wing、古儀茶道藪内流福岡支部青年会、梅園菓子処

参加者数や層の特徴：

- フェスティバル来場者数：約 4,200 人
- 体験参加者：事前予約した 4 歳～12 歳の子ども 100 人
  - 煎茶淹れ方体験：50 名
  - 抹茶点て方体験：50 名

子ども体験フェスティバルチラシ：

写真：

メディア掲載：

- 福岡県青少年育成県民会議の活動報告動画に掲載（1:42～）。
  活動報告動画
  https://fukuokakenminkaigi.jp/report/detail/10d1a887-17b8-4f2a-99d9-811b16461cda

３．九州茶の食業人セミナー

目的：

- 九州の飲食店事業者や食品生産者に向けた九州茶の認知向上。
- 新たな日本茶の楽しみ方や活用方法を提案し、飲食業界でのメニュー導入を促進する。

期間：令和６年９月 12 日（火）18:00～19:30
開催場所：福岡空港 セミナールーム（福岡市博多区）
対象：九州の飲食店事業者、食品生産者
実施内容と成果、具体的な取組：

（１）セミナー内容

九州茶の魅力を広め、飲食業界での実践的な活用を目指して以下の内容を実施：

・九州茶の楽しみ方を事例別に紹介し、実践的なメニュー提案を行った。
・交流会のファーストドリンクとして八女玉露を呈茶し、特別感を演出。
・九州茶を活用した集客イベントの事例を紹介。
・飲食・食品イベントでの日本茶活用例や導入事例を共有。
・日本茶インストラクターによる「九州茶の特性」と「美味しい淹れ方」のショートレクチャーを実施。
・八女玉露を使った日本茶メニューを試飲しながら、参加者とディスカッションを行った。

（２）実施効果

・参加者は九州茶の多様性と新しい楽しみ方を体感。
・飲食店経営者や食品事業者が日本茶メニュー導入への意欲を示し、スタッ

フ研修や指導を希望する声もあった。

・地元生産者や飲食業界の関係者が交流する場としても活用され、意見交換が活発に行われた。

写真:

使用したお茶の種類： 八女玉露、八女煎茶

参画企業・団体： 一般社団法人 九州の食、蘊-日本茶専門店

参加者数や参加者層の特徴：

・参加者：50 名

・層： 一般社団法人九州の食の会員、九州圏内の農業生産者、食品関連事業者、飲食店経営者、ホテル・観光施設経営者

反響：

・日本茶メニューに対する関心が高まり、導入を検討する飲食店経営者が多数。

・飲食店スタッフやレストランスタッフ向けの日本茶研修を要望する声が寄せられた。

４．鹿児島お茶大學

目的：

- 鹿児島茶の持つ大きなポテンシャルを、異なる視点（生産、流通、インストラクター、外国人起業家など）から伝え、未来への興味を促進する。
- 食を学ぶ学生に茶と食の関係を深く学ぶ機会を提供し、将来の職業や発信活動に活かす人材を育成する。
- 茶業関係者の積極的な関与を通じて、持続可能な鹿児島茶産業を目指し、雇用促進や若者の業界参入のきっかけを創出する。

期間：令和 6 年 9 月 17 日（火）13:00～16:30

開催場所：鹿児島女子短期大学　講義室・調理実習室

対象：

- 学生: 鹿児島女子短期大学（生活科学科　食物栄養学専攻）および鹿児島純心大学（看護栄養学部 健康栄養学科）の 1～3 年生（19～21 歳、女子学生）24 名
- 茶業関係者および卒業生: 鹿児島県の茶業関係者、卒業生の社会人 30 名

実施内容と成果、具体的な取組：今年度初開催となる「鹿児島お茶大學」は、未来を担う若者たちに日本茶の伝統や魅力を感じてもらい、鹿児島茶産業の持続可能な発展を目指して実施。以下の 3 部構成で実施した。

（1）講演会

- 「鹿児島茶の今 ～鹿児島茶産業の近況と未来について考えよう」
  講師: 公益社団法人鹿児島県茶業会議所 光村徹専務理事
- 「日本茶の歴史と文化」
  講師: お茶結びプロジェクト理事長 徳永睦子氏

（2）パネルディスカッション

テーマ: **「お茶の未来を語ろう ～日本茶、新時代の幕開け～」**

登壇者の主な発言内容:

- **IKKYU 合同会社 ジョエル・サムブク・ブロイゼ氏**
  「外国人起業家の視点から、鹿児島茶の世界市場における強みを発信」。鹿児島茶の品質や特長を世界にアピールする方法として、デジタルマーケティングの重要性を強調。外国人が求める「物語性」と「地域独自のストーリー」が鹿児島茶にはあると語った。
- **ティータイムアーティスト 竹中昌子氏**
  「九州茶の全体像から見る鹿児島茶のポジションとその可能性」。九州の各地で異なるお茶文化を学ぶ中で、鹿児島茶がいかに豊かな特徴を持つかを解説。地域ごとの違いを活かしたブランディング戦略を提案。
- **知覧茶コーディネーター 川口塔子氏**
  「現場の視点から見た鹿児島茶の課題と可能性」。生産現場での日々の課題や新

たな挑戦について語り、持続可能な茶産業のために、生産者と消費者がより近い関係を築く必要性を強調した。

（３）茶淹れワークショップ

- ティータイムアーティストや日本茶インストラクターとともに、鹿児島茶と他の九州産地の茶を淹れ比べるワークショップを実施。
- 学生たちは茶葉の量や温度の違いを体感し、飲み比べた感想をディスカッション形式で共有。
- 茶の生産者以外にも広報やイベント事業など、多様な職業の可能性を知る機会となり、日本茶の将来性への興味が深まった。

イベントの最後には、**鹿児島市内の茶業者に就職した卒業生**から学生への激励メッセージが寄せられた。

使用したお茶の種類：

- 鹿児島県：深蒸し茶、有機煎茶、紅茶　　福岡県：かぶせ茶

参画企業・団体：　鹿児島女子短期大学、鹿児島純心大学、公益社団法人鹿児島県茶業会議所、JA かごしま茶業㈱、一般社団法人鹿児島茶生産協会

写真：

メディア掲載：

MBC 南日本放送： TV ニュースで放映

南日本新聞社： 9 月 17 日朝刊・経済面

5．Food Expo Kyushu 2024 九州茶 PR ブース出展

目的：

- 大型食品展示会における九州茶の PR と認知向上。
- 独自の推進分野に取り組む九州茶関連企業や茶産地団体らの交流の場を創出。
- お茶の新たな用途利用に関する研究開発者の支援およびその成果の普及。

期間：令和 6 年 10 月 8 日（火）、9 日（水）10:00～17:00

開催場所：福岡国際センター（福岡市博多区）

対象：国内外の食品バイヤー、食品流通関連事業者、飲食店関連事業者、食品メーカー

実施内容と成果、具体的な取組：「九州茶 PR ブース『お茶の九州アイランド。2025』」を九州各地の茶産地と協力して出展。ブース内には木製のカウンターバーを設け、気軽に立ち寄れる「Ocha-Bar」コーナーを展開。九州各地の茶葉を使った水出しやスパークリングティーと、それに合わせた軽食を提供。

具体的な取り組み：

（１）Ocha-Bar の展開

- 日本茶インストラクターや茶育指導士が Ocha バーテンダーとしてカウンター内で接客。

- 来訪者に茶葉の特徴やエピソードを説明しつつ、九州茶スパークリングを提供。

（２）産地ごとの茶葉の提供

- 1 時間ごとに福岡、佐賀、熊本、鹿児島の茶葉を用意し、地域ごとの特長を体感できる形式に。
- 各地の茶業者や茶業課職員が直接参加し、茶産地の魅力を来場者に伝えた。

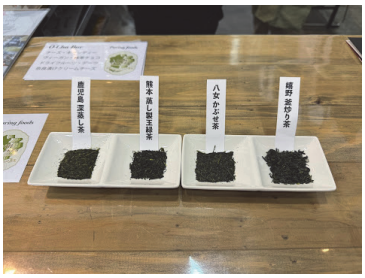
（３）来訪者の反応

- 茶葉の地域ごとの違いを知り、数回カウンターを訪れる来場者も見られた。
- 飲食店やホテル業界の来訪者が、新たな日本茶の飲み方に深く興味を示した。

実施効果：

- 地域の茶葉の特徴を伝える機会創出となり、九州茶の多様性を認知させる場となった。
- 飲食業界や宿泊業界の関係者に、日本茶メニューの導入や新しい飲み方の提案として関心を持ってもらうことができた。
- 九州圏内の茶関連事業者一体となった取組を推進できた。

写真:



使用したお茶の種類：

- **福岡県**：八女かぶせ茶
- **熊本県**：蒸し製玉緑茶
- **佐賀県**：嬉野釜炒り茶
- **鹿児島県**：深蒸し茶

参画企業・団体：　Food EXPO Kyushu 実行委員会（主催：福岡県、福岡市、福岡県商工会連合会、ジェトロ福岡、福岡地域戦略推進協議会、

福岡商工会議所)、JA かごしま茶業㈱、JA 熊本経済連　茶業センター、嬉野市役所　産業振興部　茶業振興課、IKKYU 合同会社、FURUSATO JAPAN LTD.

参加者数や参加者層の特徴：

- 九州茶 PR ブース来訪者: 約 300 人
- Food Expo Kyushu 2024 の開催実績:
  - ✧ 出展数: 291 社・団体／256 ブース（内 茶関連団体・企業 12 社）
  - ✧ 来場者数: 4,804 人（2 日間、延べ数）

Food Expo Kyushu2024 関連報告記事：

- ジェトロ福岡の公式ニュースで紹介
  ニュース記事
  https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/10/a2f186e77b6f72cc.html

６．福岡県農林水産まつり（一日目）“八女茶の淹れ方教室”

目的：

- 福岡県園芸振興課と共に市民に広く八女茶の美味しさを伝える。
- 煎茶道の簡単なお手前を体験してもらい、日本茶文化を観光客や外国人に発信する。
- 美味しい八女茶の淹れ方をレクチャーし、生活の中での日本茶の楽しみ方を見直すきっかけを提供する。

期間：令和 6 年 11 月 2 日（土）10:00～16:00

開催場所：　福岡県公会堂貴賓館（福岡市中央区）第 24 回 福岡県農林水産まつり会場内

対象：　農林水産まつり来場者、日本人観光客、外国人旅行者

実施内容と成果、具体的な取組

重要文化財である旧福岡県公会堂貴賓館を会場に、茶育指導士による八女茶の淹れ方教室を実施。特に以下の点に注力した：

（１）煎茶道の手前体験

茶育指導士の指導のもと、参加者が煎茶道における手前を体験。初めて茶道の作法に触れる方が多く、真剣に取り組む姿が見られた。

（２）多言語対応

英語堪能なスタッフを配置し、外国人観光客にも対応。外国人専用の参加枠を設け、インバウンド観光客の参加を促進した。

実施効果

- 子どもから大人まで、幅広い層が日本茶文化に触れる貴重な機会となった。
- 全体の 30%を占めた外国人参加者からは「日本文化を体験できた」という感謝の声が多く寄せられた。
- 県外からの旅行者や中国、マレーシア、韓国、シンガポールなどからのインバウンド観光客が多く、国際的な注目を集めた。

参加者の声

- 「日本茶を淹れるのに作法があるのを初めて知った」
- 「日本茶がおいしいということを知った」
- 「淹れ方でこんなにも味が変わるのかと驚いた」
- 「普段どこでこのような体験ができるのか知りたい」

写真:

使用したお茶の種類： 八女煎茶（福岡県園芸振興課指定）

参画企業・団体： 福岡県農林水産部 園芸振興課、JA 八女

参加者の数や参加者層の特徴

- **総数**: 84 名
- **層**: 農林水産まつりの来場者、日本人観光客、外国人旅行者

メディア掲載や反響： 参加者からの声やその反響は、今後の活動や他イベントへの誘導に繋がる貴重な意見となった。

７．福岡県農林水産まつり（二日目）“八女茶の子ども茶会”

目的：

- 親子で日本のお茶の伝統文化を学び、子どもたちが急須でお茶を淹れるスキルを習得する。
- 家庭で日本茶を取り入れる習慣を促進する。
- お茶を使ったおもてなしの経験を通じて、和のコミュニケーション能力を強化する。
- 子どもたちを媒介にして、保護者や地域住民の日本茶への興味・関心を高める。

期間：令和 6 年 11 月 3 日（日）10:00～16:00

開催場所：福岡県公会堂貴賓館（福岡市中央区） 第 24 回 福岡県農林水産まつり会場内

対象：茶育教室参加者の子どもたち、農林水産まつりの来場者、日本人観光客、外国人旅行者

実施内容と成果、具体的な取組

（１）実施内容

農林水産まつり 2 日目は「八女茶子ども茶会」を開催。会場を設え、子どもたちが煎茶のお点前を披露。

- 茶育教室に参加した 10 名の子どもたちが着物姿でお茶を振舞う形式で実施。
- 徳永睦子氏の指導のもと、1 回 10 名の参加者を迎える茶会を 6 回開催し、合計 54 名が参加。

（２）実施効果

- 地元住民だけでなく、外国人観光客や県外からの来場者が多く、普段とは異なる形で日本茶を楽しむ機会を提供。
- 子どもたちの父兄や親戚も積極的に参加し、子どもたちの成長と努力に感動する様子が見られた。
- 参加者は茶会を通じて八女茶の美味しさやお茶文化の奥深さを体感した。

写真:

使用したお茶の種類： 八女煎茶（福岡県園芸振興課指定）

参画企業・団体： 福岡県農林水産部 園芸振興課、JA 八女、NPO 法人 Wing-Wing

参加者数や参加者層の特徴：

- **子ども茶育教室塾生**：10 名
- **茶会参加者**：一般来場者、子どもたちの父兄、保護者、親戚など 54 名

参加者の反響：

- 「子どもたちのお点前に感心した」
- 「日本茶をこのような形で飲むのは初めてで、最初は緊張したが、とてもいい経験になった」
- 「八女茶がおいしかった」
- 「お茶と和菓子の組み合わせがうれしかった」
- 「子どもたちがとてもかわいかった」

８．熊本茶ティーペアリング

目的：

- 日本茶の価値を高めるため、レストランシェフと共同し、九州茶のドリンクコースを体験できるティーペアリングランチ会セミナーを開催する。
- 熊本茶の個性や魅力を深堀りし、地域の食材とのマリアージュを通じて新しい日本茶の楽しみ方を提案する。

期間：令和 6 年 11 月 7 日（木）12:00～14:00

開催場所：フレンチレストラン魚座（熊本市南区）

対象：一般参加者、熊本県の茶業関係者・団体、行政担当者、地元の茶道家

実施内容と成果、具体的な取組

（１）実施内容

熊本市のカジュアルフレンチレストラン「魚座」の協力を得て、フルコース料理と熊本茶を組み合わせた「ティーペアリング」を開催。料理には熊本県産の食材を使用し、それぞれのメニューに合うお茶を厳選してペアリングした。

- ティータイムアーティスト竹中昌子氏とお茶の富澤。代表　富澤堅仁氏が協力し、熊本茶のペアリングコースを考案・提供。
- 各メニューに合わせたお茶の特徴や生産のエピソードを、参加者にプレゼンテーション形式で紹介。
- 食事とともに地域の歴史や日本茶文化を体感できるイベントとして好評を博した。

（２）実施効果

- レストラン魚座の岡田伸夫シェフが提供する熊本県産食材の季節料理と熊本茶のマリアージュが、単なる食事の枠を超えて、地域の食文化や日本茶の歴史を体験できる機会となった。
- 地元熊本から参加した生産者や茶道家、行政関係者が一般消費者と直接交流し、お茶に関する情報交換や語らいの場としても機能した。
- 熊本茶の多様性と可能性に触れることで、参加者の関心を高め、地域の茶産業への理解を深めた。

（3）提供したティーペアリングメニュー

ウェルカムドリンク

蒸し製玉緑茶
熊本県球磨郡相良村　川上製茶

前菜の三種盛

お料理　リゾーニのココット
熊本県産太秋柿と梨のクリームチーズ
冬瓜のペニエ

お茶　単一品種きらり 31 スパークリング
熊本県上益城郡益城町　株式会社お茶の富澤。

スープ

お料理　熊本県産栗かぼちゃのブルーテ

お茶　白茶
熊本県上益城郡山都町　岩永製茶園

魚料理

お料理　天草産天然真鯛のポワレ
オリーブオイルのエミュルション

お茶　釜炒り茶
熊本県菊北郡芦北町　お茶のカジハラ

お料理 Presented By Uoza　ティーペアリング Selected By Shoko Takenaka (TEA FOREST JAPANESE)

肉料理

お料理　熊本県産和牛の赤ワイン煮

お茶　紅茶
熊本県山鹿市鹿北町　藤本製茶

デザート

お料理　ドームショコラ

お茶　深煎り焙煎ほうじ茶
熊本県上益城郡益城町　株式会社お茶の富澤。

アフタードリンク

蒸し製玉緑茶と熊本みかんのスパークリングアレンジティー
熊本県宇城市松橋町　JA 熊本経済連茶業センター

UOZA TEA FOREST JAPANESE teatime artist & repertory

使用したお茶の種類

- **蒸し製玉緑茶**（川上製茶）
- **単一品種きらり 31**（お茶の富澤。）
- **白茶**（岩永製茶園）
- **釜炒り茶**（お茶のカジワラ）
- **和紅茶**（藤本製茶）
- **深煎り焙煎ほうじ茶**（お茶の富澤。）
- **蒸し製玉緑茶**（JA 熊本経済連茶業センター）

写真:

参画企業・団体：レストラン魚座、㈱お茶の富澤。、TEA　FOREST　JAPANESE、JA 熊本経済連 茶業センター

参加者の数や参加者層の特徴：

- **総数**：30 名
- **層**：一般参加者、熊本県の茶業関係者、地元の茶道家

反響：

- 熊本県農林水産部門に関わる地域団体や行政職員から、「熊本茶のポテンシャルを改めて感じた」という声が寄せられた。

９ 茶と食の産学官連携プロジェクト

目的：

- 鹿児島ブランド産品としてのお茶の認知拡大。
- 調理・料理業界における九州茶オピニオンリーダーの育成。
- 和食調理師専門学校生に対し、お茶の料理活用と茶文化に関する理解を深める。

期間：

授業・プレゼンテーション：令和 6 年 10 月 1 日、8 日、15 日、22 日、29 日、11 月 5 日、19 日（計 7 回）

モニタリング：令和 7 年 1 月 18 日（博多駅マイング広場でモニタリング実施）

開催場所：

・　学校法人 滋慶学園 福岡ホテル・ウエディング＆製菓調理専門学校

・　博多駅マイング広場（モニタリング・模擬販売）

対象：福岡ホテル・ウエディング＆製菓調理専門学校の学生

寿司和食調理コース 3 年：7 名

・　創作農業コース 3 年：7 名

・　寿司和食調理コース 2 年：4 名

・　ホテルレストランコース 2 年：4 名

実施内容と成果、具体的な取組

（１）授業内容

鹿児島県産のお茶と特産品（茶美豚、柑橘・花良治みかん）を題材にした商品開発と調理演習を実施。

- プロジェクト説明および職業人講話（鹿児島県農業や県産品の紹介）
- 日本茶の歴史や文化、ティーペアリングの概念、日本茶活用メニュー事例の紹介
- 茶と食材を活用したブレーンストーミング・試作演習（計 3 回の試作）
- メディア向けプレゼン予選（22 品）、本選プレゼン（10 品）、審査
- 11 月 19 日：プレゼン本選にて生徒の制作した作品の最終選考が行われ、鹿児島茶を使った４品が優秀作品として表彰。
- 令和 7 年 1 月 18 日に博多駅での鹿児島県主催イベントに出品され、模擬販売演習（博多駅マイング広場でモニタリング販売実施、95%の目標達成率）

（２）今年度ブラッシュアップした内容

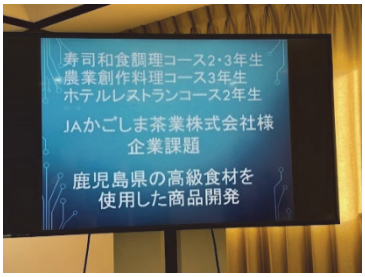
- JA かごしま茶業株式会社の参画により、地域の茶業者が講話を実施。
- お茶料理研究会のコンテストへ作品を出品。表彰には至らなかったが、今後の継続参加を促進。
- 生徒が考案した商品アイデアを、一般消費者向けにモニタリング販売。

（３）成果物例（鹿児島茶を使用した表彰４作品）

- **まるッとムース**：温州ミカンとせいめい抹茶を使用したムースを抹茶チョコレートでコーティング。
- **茶美豚のリエット**：抹茶を使用した茶美豚リエット、紅芋や竹炭を用いた三色展開。
- **わんぱくおにぎり**：茶飯おにぎりを茶美豚で巻いたボリューム満点の一品。
- **ねぎの茶美豚巻き～ウーロン茶揚げ～**：ウーロン茶をまぶした揚げ物。

授業風景：

プレゼンテーション風景：



表彰作品・表彰者の一例

一般消費者向けのモニタリング

使用したお茶の種類

- 深蒸し茶（さえみどり、ゆたかみどり、あさのかブレンド）
- 荒仕立て茶
- せいめい抹茶（鹿児島の新しい品種）
- 鹿児島県産ウーロン茶

参画企業・団体：学校法人　滋慶学園　福岡ホテル・ウエディング＆製菓調理専門学校、鹿児島県福岡事務所（県産品振興課・観光振興課）、JA かごしま茶業株式会社

参加者数や層の特徴：

- 参加者: 福岡ホテル・ウエディング＆製菓調理専門学校の学生 22 名
  - 寿司和食調理コース（1・2 年）
  - 創作農業コース（3 年）
  - ホテルレストランコース（2 年）

Web 掲載記事：

企業 HP で活動報告記事をアップ

鹿児島県産品を磨く　～産学官 企業プロジェクト～

https://h-pursuit.com/2024/12/17/%e9%b9%bf%e5%85%90%e5%b3%b6%e7%9c%8c%e7%94%a3%e5%93%81%e3%82%92%e7%a3%a8%e3%81%8f%ef%bd%9e%e7%94%a3%e5%ad%a6%e5%ae%98-%e4%bc%81%e6%a5%ad%e3%83%97%e3%83%ad%e3%82%b8%e3%82%a7%e3%82%af%e3

%83%88/
若い料理人の卵が鹿児島食材に挑む ｜ Honestpursuit オネストパシュー
https://h-pursuit.com/2025/01/19/%e8%8b%a5%e3%81%84%e6%96%99%e7%90%86%e4%ba%ba%e3%81%8c%e9%b9%bf%e5%85%90%e5%b3%b6%e9%a3%9f%e6%9d%90%e3%81%ab%e6%8c%91%e3%82%80/

模擬販売の反響

- 学生が開発した鹿児島茶を活用した新メニューを一般消費者向けに販売。
- 目標販売数の 95%を達成し、多くの来場者から好評を得た。
- 会場となった博多駅マイングからも九州茶イベントに取り組みたいとの意見も上がった。
- 2 月に専門学校主体で取り組む食イベントにも「わんぱくおにぎり」の採用が決定した。

消費者の声:

- 「お茶を使ったスイーツは魅力的で色が美しい。」
- 「茶飯のアイデアが面白い。自宅でも試してみたいので、レシピを教えてほしい。」
- 「他の九州茶も試してみたい。」
- 「学生の説明が丁寧で、茶の魅力が伝わった。」

モニタリング結果:

- 目標販売数の 95%を達成。
- 年齢層は 30 代～50 代が中心で、特に女性に好評。

１０．子ども茶育体験 in 北九州

目的：

- 小中学生へのお茶文化の普及と、茶育指導士による次世代を担う「お茶の未来人」の育成。
- 日本茶が我が国の貴重な農作物であることの理解を深める。
- お茶文化を用いた地域交流を促進する。
- 茶育を地域に根付かせ、行政や地域企業が主体となって継続できるモデルを提案する。

期間：令和 6 年 11 月 23 日　13：00～15：00

開催場所：桃園武道場（北九州市八幡東区）

対象：北九州市の地域児童、地域教育団体、地域企業

実施内容と成果、具体的な取組：

（１）実施内容

- **背景**：７月の「子ども体験フェスティバル」の成功を受け、福岡県青少年育成県民会議の呼びかけにより、北九州市教育委員会や株式会社スピナと共同で企画。スピナが運営する指定管理施設「桃園武道場」を活用して開催。
- **プログラム内容**：
  - ✧ 日本茶の文化や歴史、生活での実践方法を紹介。
  - ✧ 「お茶当てクイズ」「お茶ことわざクイズ」を実施。
  - ✧ 煎茶のお手前や和室での作法を学び、茶会を体験。
- **地域企業の関与**：株式会社スピナが CSR 活動の一環として参加。継続可能な茶育のモデルを模索し、地元茶屋「辻利茶舗」との連携を図った。

（２）具体的な成果

- 地元児童に対し、日本茶文化に触れる貴重な体験を提供。
- 茶育塾生の中学生・高校生が実施者としてプログラムをサポート。煎茶出前の披露や水屋作業を通じて、自身の学びを活用した。
- 地域行政や企業との連携の強化。スピナは茶育の継続を強く希望し、辻利茶舗や地元茶育指導士との連携可能性を探る姿勢を示した。

使用したお茶の種類：

- **煎茶体験**：八女煎茶
- **お茶当てクイズ**：
  - 鹿児島ウーロン茶・嬉野紅茶・八女煎茶・抹茶・熊本ほうじ茶

参画企業・団体：福岡県青少年育成県民会議、NPO 法人 Wing-Wing、北九州市教育委員会、株式会社スピナ（北九州市施設指定管理業者)、辻利茶舗

参加者の数や参加者層の特徴：

- 小中学生：16 名（参加者）※10 名募集のところ参加希望者が多かったため、参加枠を増やして対応した。
- 保護者および地域企業職員：20 名（視察・参加）
- 茶育塾生（中学生・高校生）：実施者側として参加

募集チラシ:

福岡県青少年育成県民会議 「子ども体験コンサルタント派遣事業」
開催日
11/23【土】
集合 12:50
解散 15:00
荒天の場合は中止することがあります。
子ども茶育体験
和室のマナーとお茶の頂き方を体験します。
主催／株式会社スピナ
場所
桃園武道場
北九州市八幡東区桃園3-1-4
西鉄バス：「陣山」徒歩7分
参加費
無料
持ち物
水筒（水分補給用）
足袋または白の靴下
注意事項
7歳以下のお子様は保護者同伴
小中学生10名限定
先着順：10名になり次第、終了
お申し込みはこちらより
株式会社スピナ
093-482-2611
平日（土・日・祝休）
10:00~17:00
【活動に関するお問い合わせ】NPO法人Wing-Wing 070-5278-4204 info@wing-wing.org

写真:

地域行政、NPO 団体・企業の反響：

- 「日本茶の魅力を地域に広める取り組みとして非常に価値がある」
- 「子どもたちが和室での作法や茶会を体験する姿に感動した」
- 「地域住民の間で、日常的に日本茶を取り入れる方法が広がるきっかけとなった」
- 株式会社スピナから「市の管理施設で継続可能な茶育プログラムを模索したい」との意見があり、連携団体との協力を検討中。
- 教育委員会担当課から高評価を受け、北九州市での茶育推進活動への期待が寄せられた。
- 企業の本気度が高く、茶育指導士の養成方法を調査済みで、煎茶を中心に家庭でも実践可能なモデルを希望。

１１．九州茶情報制作・発信

各イベントにおける取材記事、開催報告等の Web・メディア掲載 URL まとめ：

- オフィス DE お茶会：九州しあわせ共創ラボ Q ラボに掲載
  https://q-lab.jp/acts/3649/
- 子ども体験フェスティバルふくおか茶育体験会：福岡県青少年育成県民会議の活動報告動画に掲載（1:42～）
  https://fukuokakenminkaigi.jp/report/detail/10d1a887-17b8-4f2a-99d9-811b16461cda
- 鹿児島お茶大学：MBC 南日本放送の当日夕方 TV ニュースで放映
  https://newsdig.tbs.co.jp/articles/mbc/1432128?display=1
- Food Expo Kyushu 2024：ジェトロ ビジネス短信記事に Expo 関連記事が掲載
  https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/10/a2f186e77b6f72cc.html

・ 茶と食の産学官連携：企業 HP で取り組みを紹介
鹿児島県産品を磨く～産学官 企業プロジェクト
https://h-pursuit.com/2024/12/17/%e9%b9%bf%e5%85%90%e5%b3%b6%e7%9c%8c%e7%94%a3%e5%93%81%e3%82%92%e7%a3%a8%e3%81%8f%ef%bd%9e%e7%94%a3%e5%ad%a6%e5%ae%98-%e4%bc%81%e6%a5%ad%e3%83%97%e3%83%ad%e3%82%b8%e3%82%a7%e3%82%af%e3%83%88/
若い料理人の卵が鹿児島食材に挑む
https://h-pursuit.com/2025/01/19/%e8%8b%a5%e3%81%84%e6%96%99%e7%90%86%e4%ba%ba%e3%81%8c%e9%b9%bf%e5%85%90%e5%b3%b6%e9%a3%9f%e6%9d%90%e3%81%ab%e6%8c%91%e3%82%80/
・ お茶結びプロジェクト公式 Facebook でのイベント開催報告
https://www.facebook.com/ochamusubi

＜アンケート結果＞

以下、主要事業で実施したアンケート内容の概要と集計結果です。

１．オフィス DE お茶会

実施日時：令和 6 年 7 月 11 日

実施場所：九州博報堂 QHub

アンケート概要：

・ アンケート回答者数：25 名（参加者の約 45%）
・ 主な設問内容：
  ➢ 参加満足度
  ➢ 日本茶への興味の変化
  ➢ 感想・意見

結果：

・ 満足度：96%が「非常に満足」、4%が「満足」と回答。
・ 日本茶への関心：80%が「日本茶に興味を持った」と回答。
・ 自由回答：
  ➢ 「日本茶の淹れ方を初めて知り、とても勉強になった。」
  ➢ 「九州茶歌舞伎は楽しく、また体験したい。」
  ➢ 「お茶の魅力を再確認しました。ゆっくり淹れる余裕を持ちたい。」
  ➢ 「産地の違いを学べて、もっと試してみたくなりました。」

２．鹿児島お茶大學

実施日時：令和 6 年 9 月 17 日

実施場所：鹿児島女子短期大学

アンケート概要：

- アンケート回答者数：24 名（学生参加者全員）
- 主な設問内容：
  - プログラム全体の満足度
  - 学んだ内容の印象
  - お茶文化への興味の変化

結果：

- **満足度**：100%が「非常に満足」と回答。
- **日本茶への関心**：95%が「お茶文化についてさらに知りたい」と回答。
- **自由回答**：
  - 「普段飲んでいるお茶の背景を学べて感動しました。」
  - 「お茶の味の違いを体験できて新鮮だった。」
  - 「講義内容が深く、お茶の歴史や生産の現場をもっと知りたい。」
  - 「かぶせ茶の味わいが特に印象に残りました。」

３．Food Expo Kyushu 2024

実施日時：令和 6 年 10 月 8 日～9 日

実施場所：福岡国際センター

アンケート概要：

- アンケート回答者数：約 310 名（来場者のうち提供人数から算出）
- 主な設問内容：
  - 新しい飲み方（炭酸割り）への満足度
  - 九州茶の新しい楽しみ方の発見
  - 感想・意見

結果：

- **満足度**：98%が「非常に満足」と回答。
- **新しい飲み方の発見**：90%が「煎茶の炭酸割りに興味を持った」と回答。
- **自由回答**：
  - 「煎茶の炭酸割りが新鮮でとても美味しかった。」
  - 「スパークリング茶は初めてで驚いた。」
  - 「お茶の深い香りと炭酸の組み合わせが素晴らしかった。」
  - 「洋菓子とのペアリングが最高でした。」
  - 「新しいお茶の楽しみ方を提案する場として価値があった。」

総括

九州茶普及推進ビジョンに照らし合わせて総括いたします。

ビジョン 1：九州茶オピニオンリーダー育成

九州茶と食の関係を深く学び、実践的に広める活動を通じ、次世代のオピニオンリーダーの土壌を築きました。

ビジョン 2：九州茶業体制の強化推進・消費拡大

茶産地連携を強化し、行政、企業、団体が一体となって九州茶業の新しい価値を創出しました。

ビジョン 3：青少年茶育事業

地域密着型の茶育活動を通じ、未来の日本茶文化を担う若者の育成に成功しました。

今後の展望：

1. **鹿児島お茶大學の継続・九州お茶大學のエリア展開**
   九州各県での開催を検討し、茶産業と連携した地域独自の茶文化普及を強化します。
2. **Food Expo Kyushu の九州茶 PR ブースの発展**
   九州茶業に関わる行政・事業者とのさらなる連携を推進します。
3. **地域密着型の茶育活動の拡大**
   北九州市を中心に地域と連携した茶育プログラムを確立し、持続可能なモデルを構築します。

以上

２．茶の需要拡大に資する取組の実施

（１）日本茶エバンジュリストの育成及び日本茶カンファレンスの開催

①背景・目的

ア．　日本文化の紹介を求められる機会の多い留学生を対象に、留学前にお茶のセミナーやお茶の産地ツアーを行うことによって、お茶に関する知識、情報を取得してもらい、留学後、お茶民間大使（日本茶エバンジュリスト）として留学先で日本茶のＰＲ活動を行う。

イ．　昨年、一昨年の日本茶エバンジュリストとして、各国で活動いただいた留学生（第 1 期生、第 2 期生）から留学先での感想、体験を披露いただき、今年度の留学予定者（第 3 期生)、お茶関係者・団体と情報交換を行う場を設けて今後の海外向け日本茶ＰＲに資する。

②事業内容

ア．　文書審査、面接などを経て、7 月に今年度のエバンジュリスト（第 3 期生）の 30 名を選定した。30 名には留学前に茶葉・茶器を提供するとともに、オンライン日本茶セミナー、お茶産地ツアーを開催してお茶に関する知識、体験の場を提供することにより、対象者の資質向上を図った。

イ．　7 月 20 日（茨城県、吉田茶園)、27 日（京都府、おぶぶ茶舗）には、第 3 期生を対象にお茶産地ツアーを実施し、現地での座学講義、茶畑での実地研修を行った。

ウ．　7 月 21 日（東京都)、28 日（京都府）には、第１期、第 2 期、第 3 期生及びお茶関係者・団体を対象として、壮行と情報交換を兼ねた「日本茶カンファレンス（グローバルティーパーティー)」を開催した。

エバンジュリスト（第１期生、第 2 期生）から留学先での活動報告(具体的な活動･体験及び日本茶の受け入れ状況などの生の声の紹介)と今年度のエバンジュリスト（第 3 期生）の自己紹介を行った。その後、出席エバンジュリストの淹れたお茶を参加者でテイスティングして、意見・情報交換を行った（お茶飲交流会)。

第 3 期生は、お茶民間大使（日本茶エバンジェリスト）として、各々留学先においてミニセミナー、ワークショップ等を開催し、日本茶の PR に努めた。

エ．　令和 7 年 1 月 18 日に留学先からオンラインで対象者による報告会を開催し、具体的な活動の内容について確認した。

なお、取組の詳細は、以下「実績報告書」のとおりである。

令和 7 年 2 月 10 日

日本茶エバンジェリストの育成及び
日本茶カンファレンスの開催事業実績報告書

主催者：日本茶業体制強化推進協議会
実施者：一般社団法人国際日本茶協会

■事業概要

本事業は、2024 年秋に留学予定の日本人留学生より、「日本茶エバンジェリスト」を募集し、日本文化の中核である日本茶について留学前に学んでいただき、留学先でお茶を広めるもらう事業である。今年度、第 3 期生を募集した。

全国の大学から日本茶エバンジェリストを募集し、52 名の応募があり、14 大学 30 名を選抜し、世界 15 カ国 26 大学にて日本茶の PR を行った。

また、これから留学する日本茶エバンジェリスト（第 3 期生）の壮行と留学を終え帰国した第 2 期生、お茶関係者との交流も兼ねて、日本茶カンファレンスを開催した。

■実施スケジュール

○募集期間	: 2024 年４～５月
○書類選考	: 6 月 3～7 日
○面接	: 6 月 4～14 日
○オンライン日本茶セミナー	: 6/24、7/１,8,15
○日本茶カンファレンス	: 7/21 東京、28 京都
○茶畑見学ツアー	: 7/20 東京、27 京都
○留学先への移動	: 8 月中旬～
○留学先での日本茶ＰＲ	: 9 月～
○留学先での中間面接	: 10 月 14～25 日
○オンライン報告会	: 2025 年 1 月 18 日

■募集

3 年目の本年度は、昨年度の募集に協力的だった大学と、さらに右記の派遣留学生が多い大学、そしてエバンジェリスト卒業生の協力を得ながら、募集を行った。

最終的に 18 の大学当局（派遣留学をサポートする部署）とエバンジュリスト卒業生の協力（ポスター掲示、チラシ配架、SNS での情報発信）により、結果 19 大学から 52 名の応募があった。

SNS 発信の成果により、岩手大学、岡山大学など、こちらから募集できていない地域・大学からも応募があったのは、望外の喜びであった。

また本年度の応募者の特徴として、全体の 36%（19 名）が男子学生であった。昨年度は、13%（男子 9 名/全体 68 名）から大きく男子学生からの応募が伸びた。

学校名	国公私	派遣数（人）
東京大学	国立	2,649
関西学院大学	私立	1,367
早稲田大学	私立	1,361
東京外国語大学	国立	1,187
京都大学	国立	1,182
千葉大学	国立	1,083
立教大学	私立	967
東洋大学	私立	956
関西外国語大学	私立	935
明治大学	私立	928
大阪大学	国立	875
芝浦工業大学	私立	837
同志社大学	私立	837
立命館大学	私立	837
慶應義塾大学	私立	817
中央大学	私立	778
近畿大学	私立	767
名古屋外国語大学	私立	763
京都産業大学	私立	751
神戸大学	国立	679

2022（令和 4）年度
日本人学生留学状況調査結果
（日本学生支援機構）

■選考・面接

応募 52 名を応募フォーム（書類)、自己 PR 動画、面接にて選考し、30 名を選抜した。

今年度より、書類選考合格者 32 名には、面接に先立ち、自己 PR 動画を作成してもらった。面接前に面接官がそれを視聴し、Zoom にてオンライン面接を行った。それにより面接時間をより有意義に使うことができた。

選考は、応募書類の記載事項による書類選考後、自己 PR 動画、面接により、熱意、これまでのお茶への関わり、行動力、リーダーシップ、プロジェクトマネジメント力などを総合的に評価し、選考した。

大学名	応募者数
東京大学	8
大阪大学	8
京都大学	7
青山学院大学	6
中央大学	5
東洋大学	3
東京外国語大学	2
立教大学	2
立命館アジア太平洋大学	1
岩手大学	1
深圳大学東京学院	1
同志社大学	1
神戸市外国語大学	1
立命館	1
新潟大学	1
岡山大学	1
慶應義塾大学	1
宮崎大学農学部卒	1
大阪市立大学	1
総計	52

大学別応募者数

日本茶エバンジェリスト第3期生30名

エバNo,	性別	出身地(都道府県)	大学名	留学先の国名	留学先の大学名	留学期間
1	女	大阪府	東京大学	スウェーデン	スウェーデン王立工科大学	2024年8月~2025年6月
2	女	静岡県	新潟大学	トルコ	アンカラ大学	2024年9月～2025年8月
3	男	静岡県	深圳大学東京学院	中国	深圳大学	2024年8月～2025年7月
4	女	神奈川県逗子市	東洋大学	ドイツ	マールブルク大学	2024年9月～2025年7月
5	女	東京都	東洋大学	イタリア	ボローニャ大学	2024年8月から2025年8月
6	女	兵庫県神戸市西区	東京大学	イギリス	サウサンプトン大学	2024年9月～2025年6月
7	男	大阪	京都大学	中国	北京大学	2024.9～2025.1
8	男	東京都	東京大学	スウェーデン	チャルマース工科大学	2024年8月～2025年6月
9	女	大阪府	大阪大学	スペイン	マドリード自治大学	2024年9月～2025年7月
10	女	神奈川県	立教大学	アメリカ合衆国	ワシントン大学	2024年9月～2025年6月
11	男	京都府	大阪大学	フランス	ボルドー大学	2024年9月～2025年6月
12	男	神奈川県横浜市鶴見区	京都大学	ドイツ	ハイデルベルク大学	2024年9月～2025年7月
13	女	大阪府	大阪市立大学	デンマーク	Nordfyns Højskole（フォイスコーレ）	2024年8月～12月
14	女	千葉県	東京大学	スウェーデン	ストックホルム大学	2024年9月～2025年6月
15	男	神奈川県	東京大学	カナダ	ブリティッシュ・コロンビア大学	2024年9月～2025年5月
16	女	東京都	青山学院大学	スイス	ジュネーヴ大学	2024年9月～2025年6月
17	女	山口県宇部市	京都大学	カナダ	ブリティッシュ・コロンビア大学	2024年9月～2025年4月
18	女	三重県四日市市水沢	中央大学	ドイツ	ルートヴィヒ・マクシミリアン大学ミュンヘン	2024年10月～2025年7月
19	女	神奈川県	中央大学	フィリピン	フィリピン大学ディリマン校	2024年8月～2025年6月
20	女	兵庫県	京都大学	オランダ	ワーヘニンゲン大学	2024年9月～2025年8月
21	女	北海道釧路市	岩手大学	台湾	国立嘉義大学	2024年9月~2025年6月
22	女	兵庫県三田市	神戸市外国語大学	台湾	国立台湾師範大学	2024年2月～2024年12月
23	男	東京都大田区東嶺町19-13	同志社大学	アメリカ合衆国	カリフォルニア大学アーバイン校	2024年9月～2025年6月
24	女	東京都	東京外国語大学	中国	北京大学	2024年9月～2026年7月
25	女	静岡県浜松市	青山学院大学	フランス	Groupe EDH	2024年9月～2025年6月
26	女	京都府	大阪大学	イタリア	ミラノ工科大学	2024年9月～2025年2月
27	男	千葉県	青山学院大学	アメリカ合衆国	ワシントン大学	2024年9月～2025年6月
28	男	埼玉県	東京大学	アメリカ合衆国	シカゴ大学	2024年10月～2025年3月
29	男	京都府	大阪大学	アメリカ合衆国	カリフォルニア大学サンタバーバラ校	2024年9月～2025年6月
30	女	東京都	中央大学	カナダ	ブリティッシュ・コロンビア大学	2024年3月～2025年3月

■茶器と茶葉、教材の郵送

各日本茶エバンジェリストにテキスト等教材および茶器と茶葉（急須、煎茶碗、抹茶碗、茶せん、煎茶、玉露、抹茶など）を送付した。昨年度の実績も踏まえ、今年度は３万円分の茶器と茶葉を進呈した。

合格発表、合格者からの受諾連絡後、すぐに茶器と茶葉、教材を発送した（6/18）。合格者のうち、2名はすでに留学中であったため、留学先（台北とバンクーバー）に送付した。

■オンライン日本茶セミナー

オンラインセミナーは、合計８時間（4 週にわたり毎週月曜日 2 時間）実施した。

講師には、静岡県立大学学長補佐・大学院食品栄養環境科学研究院特任教授・附属茶学総合研究センターセンター長・中村順行先生に基調講演（お茶の歴史、機能性、品種など）をお願いした。他の講義は、国際日本茶協会代表・鈴木シモナと副理事・松本靖治、アンナ・ポイアンが担当した。

▼セミナー収録映像
https://www.youtube.com/playlist?list=PLqHe4NvQiqV1xPOLa1iUF0uKcDIQHtXNX

また今年度、第 3 期より復習も重視した。特にお茶の淹れ方を各自で復習してもらった。もはや一般家庭には、急須、茶筅・茶碗などはないのが当たり前であるため、お茶の淹れ方を全く知らない学生が一般的である。そのため反復練習が必須であり、それはオンラインセミナーの時間だけでは到底時間が足りないため、今年度より「グループでの復習＆録画方式」を採用した。

復習は、3〜4 人のチーム別にオンラインで実施してもらった。それにより、第 3 期生 30 名の親睦を深める効果も生まれた。（復習会はオンライン会議システムで録画するように指示し、その映像はこちらから視聴可能。）

▼復習会動画リンク集

第１回
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xlQXVMSoKnMwwcyGNaCM6UYsXwyTgjpkIkUwu5IyYjc/edit?gid=1754799216#gid=1754799216&range=B2

第２回
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xlQXVMSoKnMwwcyGNaCM6UYsXwyTgjpkIkUwu5IyYjc/edit?gid=327618683#gid=327618683&range=B2

第３回
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xlQXVMSoKnMwwcyGNaCM6UYsXwyTgjpkIkUwu5IyYjc/edit?gid=282838129#gid=282838129&range=B2

第４回
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xlQXVMSoKnMwwcyGNaCM6UYsXwyTgjpkIkUwu5IyYjc/edit?gid=1433507528#gid=1433507528&range=B2

■茶産地ツアー（関東/関西）

茶産地ツアーは、関東圏と関西圏で実施した。

関東圏は、吉田茶園（茨城県古河市)、関西圏は、京都おぶぶ茶苑（京都府和束町）にて実施した。(写真参照)。

茶産地ツアーでは、茶畑見学、茶工場見学、お茶のティスティング、お茶の淹れ方の実践などを行なった。

また、日本茶カンファレンス、茶産地ツアーでは、実際に対面する機会（関東・関西は分かれるが）を設け、こちらでもエバンジュリスト同士の人的交流も図った。

関西での茶産地ツアーでは、農林水産省近畿農政局地方参事官の永濱亨氏にもご参加いただき、多大なる協力をいただいた。

■日本茶カンファレンス（東京/京都）

日本茶の未来を作る場として、日本茶カンファレンスを本年も実施した。その際、これから留学する日本茶エバンジェリスト（第 3 期生）の壮行会と留学を終え、帰国した第 2 期生)、お茶関係者との交流会も兼ねて、日本茶カンファレンスを実施した（詳細は別紙参照)。

■留学

留学先には、最も早い学生は 8 月 2 日前後に旅立った。

■留学先での中間面接

留学後、一ヶ月ほど経ち、現地での生活が多少落ち着いた 10 月に中間面接を実施した。中間面接も Zoom にてオンラインで、10 月 2〜6 日に実施した。面接時間は、各人 30 分程度。現地の状況を聞き、また現地にてどのようにして日本茶 PR 行なうかについて、 実践的なアドバイスを行った。

■報告会

日本茶エバンジェリストとしての活動を報告してもらう報告会を 1 月 18 日に実施した。

世界 18 カ国に点在する日本茶エバンジェリストのために、時差を考慮し、10 時〜（北米大陸向け）と 16 時〜（欧州大陸向け）の 2 回実施した。

事前に留学先での活動内容のプレゼンテーションとその発表動画を収録・アップロードしてもらい、報告会では、概要説明、質疑応答を各自 10 分間程度で行なった。

第 3 期より、現地（留学先）のスーパー、茶専門店、カフェなどの日本茶事情も調査・報告をしてもらった。アメリカ、カナダの西海岸（LA, バンクーバーなど）では、日本食スーパー、アジアンスーパーなどでかなりの種類の日本茶を手に入れることができる状況であるが、他の地域では、日常生活で日本茶を手に入れるのはなかなかむつかしい状況である。

▼エバンジュリスト 3 期生のプレゼン一覧
https://drive.google.com/drive/folders/1UYClB9DS-4Sn1GS3rVGC2qRxOcCjxiLw?usp=drive_link

▼それぞれの活動発表の動画
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1xlQXVMSoKnMwwcyGNaCM6UYsXwyTgjpkIkUwu5IyYjc/edit?gid=1741197515#gid=1741197515&range=H1

▼最終報告会
10 時～
https://youtu.be/sOmTvRCxeVM?si=57mKB6OVaLuewwUE

16 時～　欧州大陸向け
https://youtu.be/jV9PR9AeXDM?si=sYA91WApMAD2FX97

日本茶エバンジェリストの留学期間は、概ね半年と 1 年に分かれるため、一部の者は既に帰国していたが、大半はまだ留学先にいて参加した。そのため、今回の報告会以降にも日本茶エバンジェリストの活動は続けている。

■総括

本事業、日本茶エバンジェリスト養成プログラムは、今年度が 3 年目。第 1、2 期の反省を活かし、細かい点をさらに数多く改善した。
日本茶エバンジェリスト第 3 期生を通じて、15 カ国の特に若者を中心に日本茶の普及が今も続いている。
第 3 期より、現地の日本茶事情も調査を開始できた。次回からは、茶会の内容だけでなく、開催回数、参加者人数といった定量的な側面も計測したい。
また、日本茶カンファレンスを実施し、日本茶エバンジェリスト 1、2 期生、また両会場で合計 150 名の茶業者を中心とした参加者との交流を図ることができた。2 か国語以上が話せる優秀な人材である日本茶エバンジェリストが茶業界で就職、活躍していただく契機となればありがたいと考えている。

今回、30 名が 15 カ国に留学し、各国で日本茶の PR を行った。正確な人数は把握できないが、各日本茶エバンジェリストが、数回～数十回の日本茶 PR を行った。規模は、各回により異なり、数名～100 人規模に及ぶものまであった。想定となるが、数千人の人々に日本茶の PR を各国で実施できたと思われる。
また、参加者の大半は、若く優秀で、今後国際的に活躍する可能性のある影響力のある人々になる人材であり、波及効果も大きいと思われる。

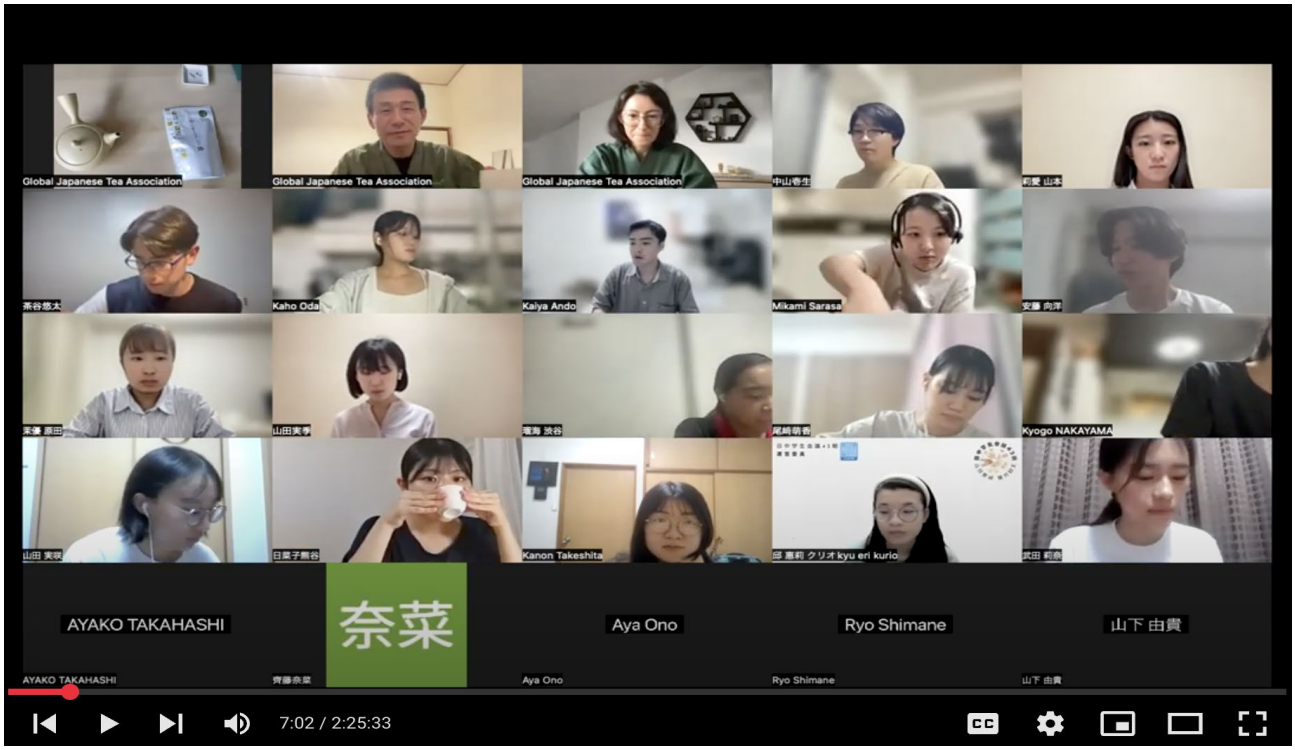
余談であるが、当協会の代表・鈴木シモナ（旧姓：シモナ　ザバツキ-テ）は、リトアニア出身であり、イギリスの大学に留学していた。留学先にて日本人留学生と寮で同室となり、その際に飲んだ一杯の日本茶が現在の活動につながっている。
そのような事例を考えると PR 人数もさることながら、どんな人に伝えるかという点も重要である。

また若者の日本茶離れが進んでいると言われる昨今にあっても、少数ではあるが一部の若者の中では日本茶の人気や日本茶への熱い思いが存在する。それがまさに日本茶エバンジェリストに応募した学生たちであるが、そういった学生は、日本茶エバンジェリスト以外にももちろん存在し、その数が増えている。これらの若者を育てることが今後の日本茶の消費拡大、日本茶業界に貢献できると考えられる。

■参考資料・写真

○募集チラシ・ポスター

■オンライン日本茶セミナーの状況



■茶産地ツアー（吉田茶園（茨城県古河市））の状況

■茶産地ツアー（京都おぶぶ茶苑（京都府和束町））の状況

■エバンジェリスト名刺

Kyoto Univ.
京都大学
農学部

Canada
カナダ

Univ. of British Columbia
ブリティッシュコロンビア大学

from Yamaguchi
山口出身

Global Japanese Tea Association
国際日本茶協会

Japanese Tea Evangelist(3rd Gen)
日本茶エバンジェリスト（第3期生）

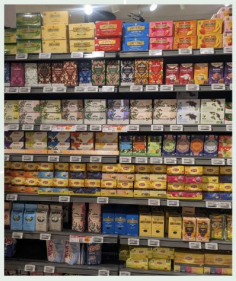
@gmail.com
https://gjtea.org/
@japaneseteaevangelist

■留学先の日本茶事情

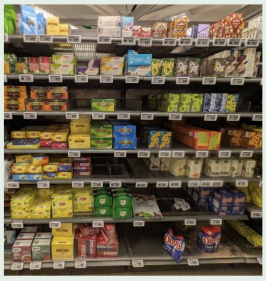
○ストックホルム（スウェーデン）

Grocery Stores in Stockholm / スーパー

Ica supermarket



Coop



Hemköp

○アンカラ（トルコ）

トルコでの日本茶事情 Japanese Tea in Turkey

日本茶はほとんどみかけない
Japanese tea is rarely seen.

緑茶はある→中国、インド産
There are Green tea, from China and India

アンカラ大学日本食サークルや、日本好きな家庭
→興味をもって勉強してくれているニッチな層がある
Ankara University Japanese Food Circle and Japan-loving families
→There is a niche group of people who are interested in Japan

アンカラ大学の日本文化サークル色々

日本食サークルのプレゼン

お茶売り場で唯一見つけた緑茶

○台北（台湾）

Convenience store　コンビニ

日式綠茶
Japanese green tea

綠茶玉露
Green tea Gyokuro

旨味日式綠
Umami
Japanese green tea

日式深蒸綠茶
Deep steamed
Japanese green tea

○ロスアンジェルス（ＵＳＡ）

ほうじ茶、玄米茶、煎茶、想像以上に種類が豊富！
They sell a lot of variations in here!

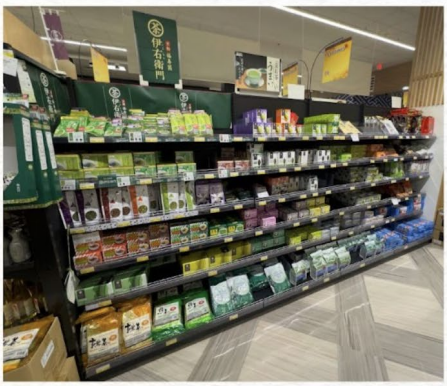
値段もピンキリで
2ドル（三百円）から
12ドル（千九百円）ほどと
比較的お手頃に手に入ります。

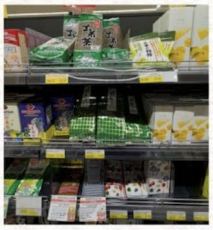
○シカゴ（USA）

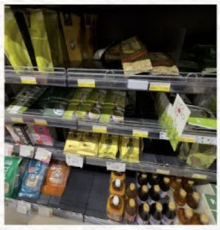
Field Survey - Mitsuwa

シカゴのダウンタウンからバスと電車で1時間半ほどの場所にあるアーリントンハイツには日本人が固まって住んでいるため、日系スーパー Mitsuwaがある。従業員も日本人が多い。
日本茶の品揃えは豊富であり、日本製品を欲しがる外国人も多く手に取っていた。H Martもそうであるが、基本日本で手に入る価格の2倍～3倍はかかる。
ちなみに、お～いお茶の2Lペットボトルは1000円ほど。

Arlington Heights, located about an hour and a half from downtown Chicago by bus and train, is home to a large Japanese community. As a result, there is a Japanese supermarket, Mitsuwa, where many of the employees are Japanese. The selection of Japanese tea is extensive, and many foreigners interested in Japanese products were seen picking them up. Similar to H Mart, the prices are generally 2 to 3 times higher than what you'd pay in Japan. For example, a 2-liter bottle of Oi Ocha costs around 1,000 yen.







○ミラノ（イタリア）

Wagashi Utatane

日本人夫婦が経営

和菓子屋兼カフェ

■留学先での日本茶 PR 活動状況

○パリ（フランス）

○バンクーバー（カナダ）

Tea Activities

I served Japanese tea and told my friends how to make Matcha
Gathering roommates for tea ceremony provided an opportunity to discuss the rules for living in the dorm
お茶を通して、ルームメイトとの距離を縮めました

○ウィーン（オーストリア）

ウィーン
ティーフェスティバル
Vienna tea festival

いけどき茶のブースでお手伝い
/Support in the *Ikedokicha* booth

○台北（台湾）

For classmate and roommate

クラスメイトやルームメイトにお茶を振る舞いました！

○北京（中国）

Japanese Tea Evangelist Report

日中学生会議

Japan－China Student Conference

- 中国側参加者だけでなく日本側参加者にとっても学びの多い内容
- 楽しみながら文化体験ができ、参加者から高評価
- Educational and engaging for both Chinese and Japanese participants
- Received positive feedback as an enjoyable cultural experience

○アンカラ大学（トルコ）

活動① チャイ休憩タイムで日本茶パーティー
Activity 1: Japanese Tea Party with Cay Break Time

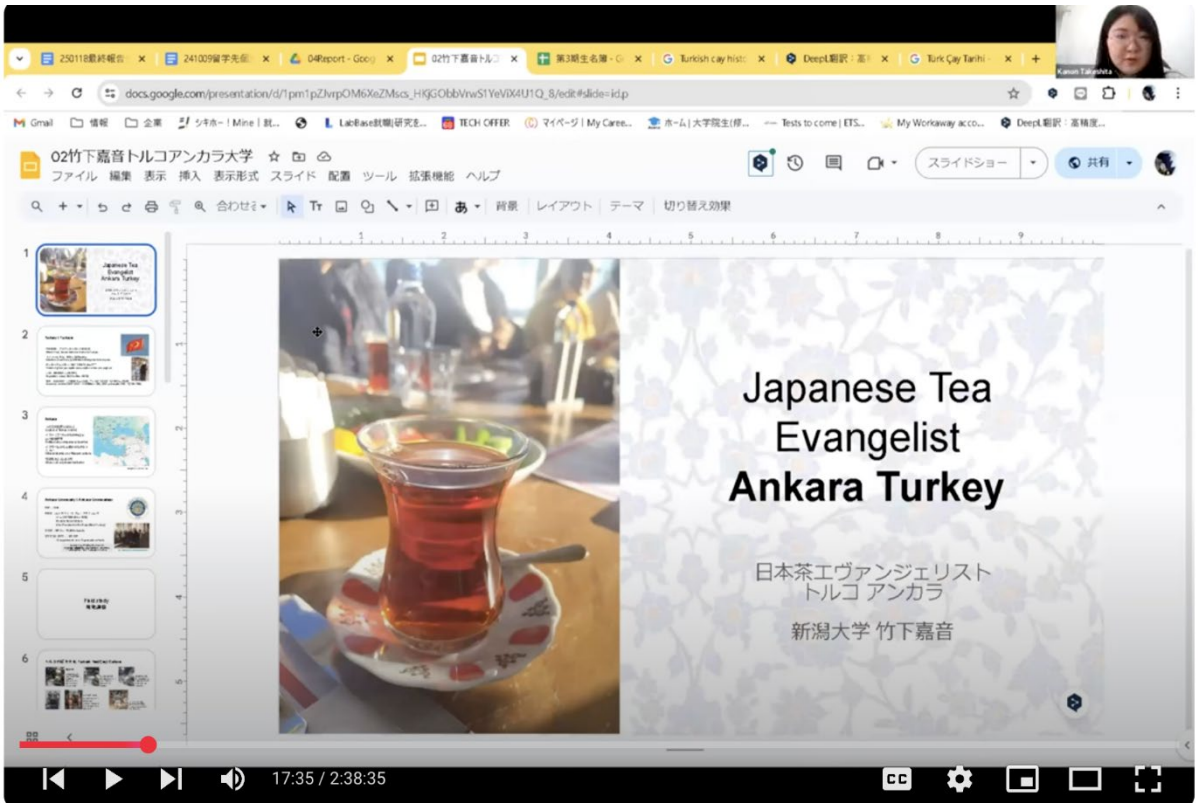
・日本のものという点でまず大変喜んでくれた
They were very pleased with was the fact that it was from Japan.

・味に抵抗がある人も多いかと想定していたが、好評だった
I expected that many people would not like the taste, but it turned out to be okay.

・香り高さが好評だった
The aroma was well received.

・最低でも10人は集まってお茶会をするので、給仕が大変な上にかなり待たせてしまった
The tea party was a lot of work for at least 10 people, and we had to keep them waiting for a long time.

■報告会（オンライン）の状況



日本茶カンファレンス 2024 実績報告

■概要

日本茶の未来を創る「日本茶カンファレンス 2024」を東京と京都にて実施した。

今年度は、昨年度につづく２年目であり、昨年度事業「日本茶の３０人」選出者６名（３名ｘ２会場）から、日本茶を革新する最前線について、ご講演いただいた。

また日本茶エバンジェリスト第３期生の壮行会、そして第２期生の報告（グローバルリポート）を茶業者、国内外のお茶好きが集まり、交流し、日本茶の未来について語り合った。

■期日、会場、来場者数

◎　**東京会場**　（7 月 21 日 13：00～18：00 懇親会 18:20～20:00）
東京国際交流館
来場者数：81 名

◎　**京都会場**　（7 月 28 日 13：00～18：00 懇親会 18:20～20:00）
京都市国際交流会館
来場者数：65 名

■式次第

◎　**式次第：**
12:30　受付開始
13:00　イントロダクション
13:20　「日本茶 30 人」選出者 3 名による講演
14:30　休憩
14:45　グローバルリポート（第 2 期生による活動報告）
16:15　日本茶エバンジェリスト第 3 期生の紹介
17:00　ティーパーティー（お茶を飲みながら参加者全員での交流会）
18:30　懇親会（食事と飲み物アルコール含む）※有料　4000 円
20:00　終了

◎ご講演「日本茶の 30 人」（敬称略）

東京会場	京都会場
小山和裕（抽出舎）	山形連（茶縁むすび）
岩本涼（TeaRoom）	中村英志（売茶中村）
谷本幹人（TOKYO TEA JOURNAL）	松本壮真（mirume 茶房）

◎申込ウェブサイト：日本茶カンファレンス 2024
https://gjtea.org/jp/japanese-tea-conference/

■来場者別の目的

◎　**今年度選抜の日本茶エバンジェリスト（第 3 期生）**
- 留学直前壮行会
- 留学先での日本茶 PR イベント実施のための予行演習
- 日本茶エバンジェリスト同士および茶関係者等との交流

◎　**昨年度選抜の日本茶エバンジェリスト（第 2 期生）**
- グローバルリポート（留学先での日本茶 PR 活動紹介）

・ 日本茶エバンジェリスト同士および茶関係者等との交流
・ 交流により日本茶業界への就職の糸口をつける

◎ 日本茶業界関係者

・ 日本茶エバンジェリスト同士および日本茶ファンとの交流
・ 優秀な人材（第１期生）のリクルーティング
・ 日本茶ファン（語学堪能で日本茶が好きな方々）との人脈構築

◎ 国内外の日本茶ファン

・ 日本茶茶業界関係者との人脈構築
・ 日本茶エバンジェリスト同士および日本茶ファンとの交流

■実施状況

◎企画・広報

今年度は２年目であるため、昨年度の下地をもとに、さらなる企画の充実、幅広い広報に取り組むことができた。特に昨年度事業である「日本茶の３０人」選出の６名（２会場ｘ３名）から、日本茶の最前線についてご講演いただいた。講演内容は、英語逐次通訳し、国内外からの参加者に対応した。

また今年度より第３部・懇親会も加え、さらに参加者同士の交流を図り、この場に端を発する日本茶の未来がより生まれやすい環境づくりに努めた。

今年度は、両会場で１４６名の参加があった。

◎第１部・発表

「日本茶の３０人」選出者による革新の最前線の講演は、刺激的だった。保守的になりがちな茶業界にあって、かくも革新的な取り組みができることを茶業者、学生に伝えることができたのは、今年度の大きな進歩と言える。

しかし今年度は、第１部・発表が合計４時間の長丁場となってしまった。その理由は、「日本茶の３０人」選出者３名による講演、日本茶エバンジェリスト２期生によるグローバルリポート、第３期生の壮行会を途中休憩を挟みながらも続けて実施したことによる。来年度以降は、第１部・発表を２つに分けて、間に第２部（お茶を飲みながらの交流会）の形式にしたほうが良いと思われた。

◎第２部・ティーパーティー

第 2 部では、日本茶エバンジェリスト第 2,3 期生が 6 種類のお茶を淹れながら、来場者全員が交流し、大いに盛り上がった。お茶の淹れ方についてもリハーサルで練習したこともあり、昨年度より格段に丁寧に淹れることができた。

すでに卒業・就職した第１期生も来場し、更に深い交流が生まれ始めた。

来年度以降は、日本茶関連企業の参加をさらに促し、この場をきっかけに茶業界に就職する状況（雇用創出の機会）を生み出したい。

◎第３部・懇談会

懇談会では、参加者全員がさらに打ち解けて交流できた。

今後は、日本茶の 30 人選出者のドリンク（茶割、ドラフトティー（窒素ガスで発泡させたお茶）など）の試飲、体験（竹の移動茶室でのお茶会、COLDRAW（常温真空抽出機）のデモなど)、展示もできる場にするなど検討する。

■写真

○日本茶カンファレンス（東京会場）の状況

○日本茶カンファレンス（京都会場）の状況

（２）日本茶オンライン謎解きゲームの実施

①背景・目的

日本茶のより一層の普及のためには、従来の購買層以外に対しても広報を行い、興味・関心を喚起し、消費活動を促すことが必要となる。

このため、地域の制限を受けないオンライン型を採用した「日本茶をテーマにしたオンライン謎解き」を開催して、より幅広い層（特に一般、小中学生などの若年層）に日本茶、日本茶文化に触れてもらう機会を作り、購入・消費拡大へとつなげていく。

②事業内容

参加者は、謎解きをしていく過程でのヒントや解説を参考にしながら、可愛いキャラクターの子猫のちゃちゃを看板猫とするため、ぶんぶく急須とぶんぶく茶釜と一緒に日本茶についての５つの用語（急須、茶碗、硬度、カテキン、緑茶）をクイズ方式で楽しく学習してもらい、参加者の日本茶への関心、知識を深めた。

ゲーム開催の告知・周知のため、3 回に分けてプレスリリース配信会社を活用して情報発信を行うとともに、謎解きイベントの総合サイトの X 公式アカウント、日本茶業中央会のホームページ、JTA サイトを通じての周知活動を行った。

参加者へのアンケートを行って、お茶の志向やゲームへの感想を把握するとともに、5 問回答者にはキャラクターのプレゼント画像を提供した。

公開期間は、令和 6 年 8 月～10 月までの 3 か月をキャンペーン期間として設定したが、この間のアクセス数は約 2,600 であった。

なお、取組の詳細は、以下「実施報告書」のとおりである。

子猫のちゃちゃ

ぶんぶく急須

ぶんぶく茶釜

令和 6 年 11 月 29 日

日本茶をもっと身近にするオンライン謎解きゲーム事業
『めざせ、看板ねこ！
～子猫のちゃちゃと一緒にお茶謎解き！～』
実施報告書

主催者：日本茶業体制強化推進協議会
実施者：株式会社バス・コーポレーション

１．事業目的

日本茶のより一層の普及のためには、従来の購買層以外に対しても広報を行い、興味・関心を喚起し、消費活動を促すことが必要となる。

これまで日本茶とは縁遠かった層に対して働きかけるため、「日本茶をテーマにしたオンライン謎解き」を開催し、より幅広い層（特に一般、小中学生などの若年層）に日本茶に触れてもらう機会を作り、購入・消費拡大へとつなげていくのが、本事業の目的である。

オンラインで、日本茶をテーマにしたオンライン謎解きゲームを無料開催し、従来の日本茶の購買層・消費層とは異なる世代にアプローチしつつ、謎解きを通して、日本茶文化や日本茶に関連する地域に積極的に触れてもらい、興味・関心をより持ってもらうことを目指す。

地域の制限を受けないオンライン型謎解きにすることで、遠方や海外にお住まいの日本人でも気軽に謎解き体験を通して、日本茶に触れることが可能となる。

※謎解きゲームとは

観光地などでの街歩き促進企画として主流だったスタンプラリーの代わりに、街の各所に謎解き（クイズ）の設問・ヒントを用意し、謎をすべて解けば指定のゴール地点に行くことができるという体験型ゲームのこと。

2014 年にスタートした、東京地下鉄株式会社と株式会社 SCRAP が共催する人気シリーズ『地下謎』では、2023 年にはシリーズ累計動員数が 40 万人を突破した。謎解きイベントの参加者は年間 500 万人以上、市場規模は 500 億円を超えると言われており、最近では、地方自治体や観光活性化のために、産学連携で積極的に開催されることも多く、注目を集めている。特に 20 代～30 代の若年層に人気があり、謎解きが好きな層は、常に新しい謎解きを積極的に求めているため、口コミにもつながりやすい。従来のスタンプラリーと違うのは、街歩き謎解きの場合、謎を解くために現地の風景や情報、場合によってはお店の人との交流などが必要になる点です。そのため、参加者は自ら興味・関心を持ってその地域へと自主的に赴くことになる点である。

実際に街歩きと合わせて行なう街歩き型謎解き以外に、場所や天候などの制約を受けないオンライン型謎解きも人気が高い。

２．実施内容

（１）事業名称

日本茶をもっと身近にするオンライン謎解きゲーム事業

（２）制作・実施期間

・制作期間：2024 年 6 月～8 月
・実施期間：2024 年 8 月～10 月末

（３）実施場所

下記 URL にてサイト公開・謎解きゲームを実施。
https://nihon-cha.or.jp/nazotoki2024/
※コンテンツ自体は、期間終了後も無料で公開中。
また、2024 年 8 月 6 日～7 日の「こども霞が関見学デー」に合わせて、農林水産省内にてミニポスターの掲示も行った。

（４）実施内容

①謎解き問題の作成

日本茶に関連する単語を複数ピックアップし、その単語が謎解きの回答となるように問題を作成した。謎解き問題は全５問とし、徐々に難易度を上げていくようにした。また、最終問題はそれまでも１～４問の回答がヒントとなるようにした。

問題はいずれも画像形式で出題し、回答の単語は参加者が web 上で入力し、送信する。入力された単語は、漢字・ひらがな・カタカナいずれであっても、合っていれば正解とした。

出題画面には、問題を解くためのヒントを表示するようにした。また、正解後の画面では、正解の単語についての解説文を表示し、より日本茶について詳しく、興味が持てるようにした。

＜回答として使用した単語＞

・１問目「急須」
・２問目「茶碗」
・３問目「硬度」（※水の硬度）
・４問目「カテキン」
・５問目「緑茶」

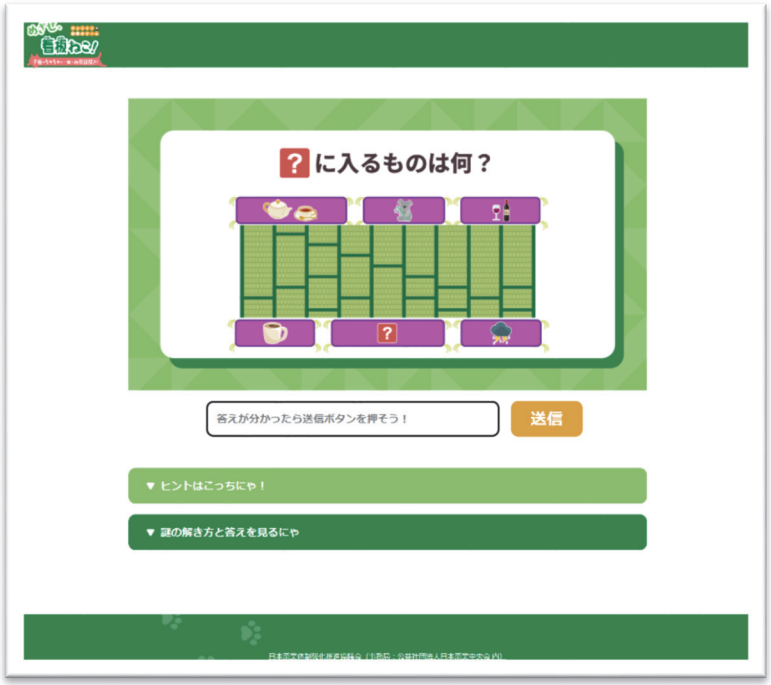
回答として用いる単語は、日本茶業体制強化推進協議会と（株）バス・コーポレーションで協議し、各単語の解説文章と合わせて作成・選定した。

＜出題画面＞

・１問目

に入るものは何？
答えが分かったら送信ボタンを押そう！
送信
▼ ヒントはこっちにゃ！
▼ 謎の解き方と答えを見るにゃ

・２問目


に入るものは何？
答えが分かったら送信ボタンを押そう！
送信
▼ ヒントはこっちにゃ！
▼ 謎の解き方と答えを見るにゃ

・３問目

変換表
「茶」「チャ」「ちゃ」
1つ 緑 事 度
2つ 食 硬 茶
3つ 抹 温 化
食事
温度
?
答えが分かったら送信ボタンを押そう！
送信
▼ ヒントはこっちにゃ！
▼ 謎の解き方と答えを見るにゃ

・４問目

?
答えが分かったら送信ボタンを押そう！
送信
▼ ヒントはこっちにゃ！
▼ 謎の解き方と答えを見るにゃ

・５問目

・正解、不正解それぞれの場合の画面

②イメージキャラクターの作成

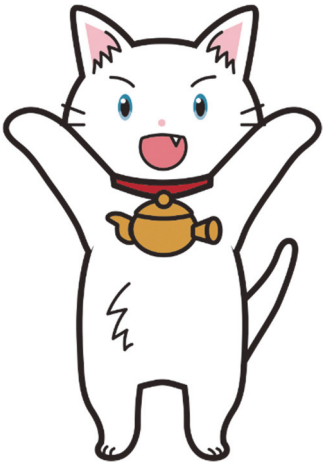
謎解きに対してより親しみを持ってもらい、遊んでもらいやすくするために、謎解きページのイメージキャラクターを作成した。

実際に謎を解く参加者に対して、助けを求める（＝謎解きに挑戦するように促す）「子猫のちゃちゃ」と、解説・アドバイス兼出題役として登場する「ぶんぶく茶釜」「ぶんぶく急須」の３体である。

キャラクター同士の会話を通して謎解きページへ進めるようにし、解説や後述のプレゼント画像でもキャラクターを使用した。

お茶の葉や茶器などを直接モチーフにすると、お茶がそれほど身近ではない層にとっては、キャラクターの元ネタ・モチーフ元がわかりづらく、愛着を持ちづらいのではと

いう考えから、年齢層を問わず親しまれる動物をメインモチーフとしている。
　下記キャラクターは今回の謎解きゲームのために作成したオリジナルのものであり、他のイベントやゲーム体験、パンフレットなどの広報物でも使用可能である。



「子猫のちゃちゃ」

「ぶんぶく急須」

「ぶんぶく茶釜」

③プレゼント画像の作成

全５問の謎解きを正解した参加者に向けて、キャラクター３体を使ったプレゼント画像を作成し、ダウンロードできるようにした。

謎解きページはパソコン、スマートフォン・タブレットどちらからでも閲覧できるようにしているため、参加者の環境に合わせて、パソコン版とスマートフォン版でそれぞれサイズを変えた画像を用意した。

パソコン版（1200 ピクセル×675 ピクセル）

スマートフォン版（1200 ピクセル×1200 ピクセル）

④謎解きページの制作

謎解きページはWordPress（※）を使用して制作し、公益社団法人日本茶業中央会のサーバー内に設置した。同会のホームページからリンクを貼り、茶業関係者も気軽に謎解きページへアクセスできるように誘導を行った。

（公社）日本茶業中央会トップページ

オンライン謎解きページ

（※）WordPress…コンテンツ管理システム（CMS）のひとつ。機能の拡張性が高く、管理のしやすさから多くの企業や教育機関でも導入されている。日本国内では、2022年9月時点でCMSを使って作られたサイトのうち、WordPressで作られたものは84%を占めているといわれる。

⑤告知動画の制作

作成したキャラクターを使用して、ミニストーリー仕立ての告知動画を制作し、YouTube チャンネル「日本茶ドア・チャンネル」に投稿・公開した。

キャラクターのひとりである「子猫のちゃちゃ」がどうして謎解きに挑むことになったのか、そして参加者（あなた）に助けを求めるのかを 1 分 20 秒程度の動画にすることで、より多くの人に興味を持ってもらい、謎解きページについて検索・アクセスしてもらうのがねらいである。

https://www.youtube.com/watch?v=ev4a5p2lpxk

⑥SNS への投稿機能

謎解きページでは、各問正解後、また全問正解後の画面で、X（旧 Twitter）に投稿できる機能も追加した。SNS に投稿してもらうことで、新たに興味を持った人にページにアクセスしてもらい謎解きに挑戦する、また日本茶に関する謎解きゲームがあることを知ってもらう口コミ効果がねらいである。

ハッシュタグ「#目指せ看板ねこ」も記載し、ハッシュタグをたどっていけば謎解きに挑戦している人が可視化されるようにした。（※アカウントを非公開にしている人が投稿した場合、そのアカウントをフォローしている人しか投稿を見られないのは X の仕様）

X（旧 Twitter）に投稿するときの画面

⑦アンケートの設置

全問正解者向けに、Google フォームを利用したアンケートを設置し、回答してもらえるようにした。メールアドレスなど個人情報の収集は行わず、年齢・性別などは選択式とした。アンケート結果は、専用の回答確認用 URL から確認・CSV 形式でのダウンロードもできるようにした。

⑧プレスリリース等による告知

オンライン謎解きゲーム開催の告知・周知のため、3 回に分けてプレスリリース配信会社@press（アットプレス）を活用して情報発信（プレスリリース配信）を行なった。

また、謎解きイベントの総合サイト「アソビプラネット」の X（旧 Twitter）公式アカウントからも同様に、開催の告知を行なった。さらに、公益社団法人日本茶業中央会のホームページ、JTA サイト、「日本茶ドア」サイト、YouTube「日本茶ドア・チャンネル」でもゲーム開催の周知を行なった。

@press（https://www.atpress.ne.jp/）によるプレスリリース配信

アソビプラネット公式アカウントからの告知

プレスリリースの掲載結果

プレスリリースの掲載結果は下記の通り。

1 回目（2024.6.27）

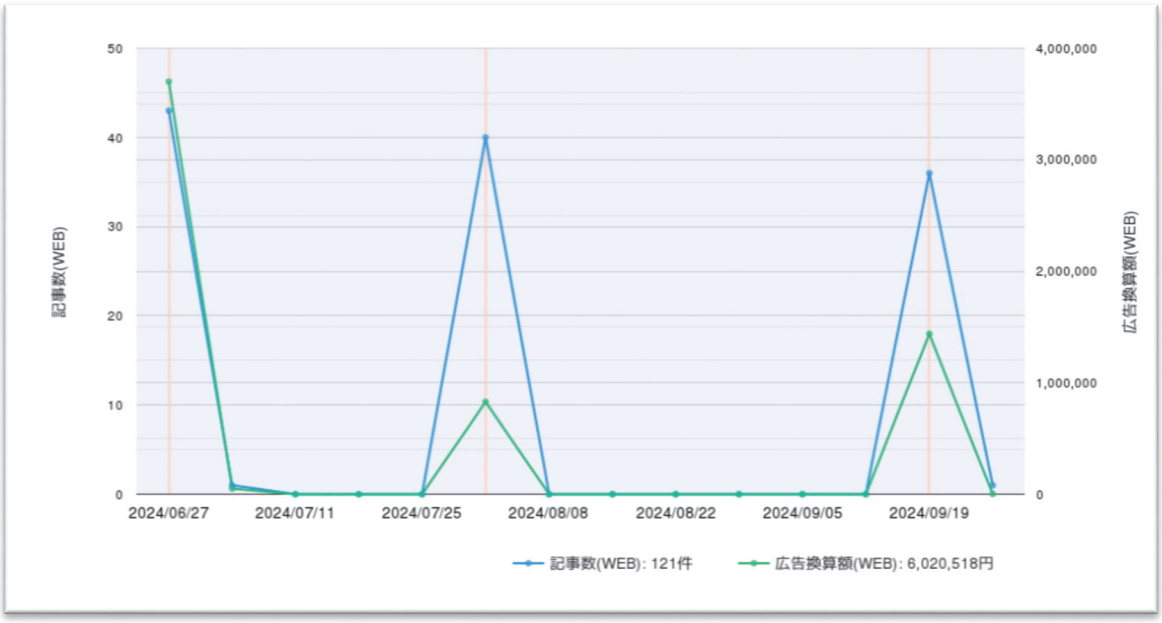
Web 掲載数：44　／　広告換算値合計（※）　3,750,488 円

2 回目（2024.7.25）

Web 掲載数：40　／　広告換算値合計（※）　829,531 円

3 回目（2024.9.5）

Web 掲載数：37　／　広告換算値合計（※）　1,440,499 円



▲配信 1 回目　　▲配信 2 回目　　▲配信 3 回目

（※）広告換算値

新聞・雑誌・WEB ニュースサイトなどのメディア上で「記事」として掲載された際の露出成果や認知効果を、同じ枠を広告として購入した場合の広告費に換算し、その金額で評価する成果測定手法。

今回の広告換算は@press 提供の測定方法を使用して換算している。

・(1) サイトが既に保有している記事を閲覧させる力(≒PV 数)と(2) ソーシャルメディア上へ記事を波及させる力を数値化して「サイト価値」を算定し、そのサイトの TOP ニュース記事の価値を算定。

・その後、記事の掲載場所(≒掲載階層)による「記事の読まれやすさ」を算定し、掲載階層に応じた「記事の価値」を算定

・ソーシャルメディア上で記事が拡散されたことによる「記事の価値」の拡大値を加算

・キュレーションメディア上に記事が掲載されたことによる「記事の価値」の拡大値を加算

という方式で算出している。

（@press「広告換算とは」https://www.atpress.ne.jp/service/pr_guide/ad_conversion/）

ア. 実際のプレスリリース記事例

日本茶をもっと身近にするオンライン謎解きゲーム『めざせ、看板ねこ！ ～子猫のちゃちゃと一緒にお茶謎解き！～』2024年8月上旬から開催予定［公益社団法人日本茶業中央会 日本茶業体制強化推進協議会］

2024年6月27日 @ＰＲＥＳＳ 1940文字

日本茶業体制強化推進協議会（所在地：東京都港区・公益社団法人日本茶業中央会内）は、日本茶をもっと身近にするオンライン謎解きゲーム『めざせ、看板ねこ！ ～子猫のちゃちゃと一緒にお茶謎解き！～』を公式サイト内で２０２４年８月上旬から開催予定です。公式サイト： ｈｔｔｐｓ：／／ｗｗｗ．ｎｉｈｏｎ－ｃｈａ．…

ログイン後、無料でお読みいただけます。（無料コンテンツ）

残り1790文字

HTML版 0円

日経IDで閲覧

日経コンパス https://www.nikkei.com/compass/content/ATPKDB399688/preview

日本茶をもっと身近にするオンライン謎解きゲーム『めざせ、看板ねこ！ ～子猫のちゃちゃと一緒にお茶謎解き！～』8/1に公開！お茶の知識は不要・ひらめき重視の謎解きゲーム

@Press フォロー 2024/08/06 1 Picks

NewsPicks https://newspicks.com/news/10371905/

ヘイグ - 総合ゲームメディア（攻略/Wiki/ニュース/コミュニティ）
https://h1g.jp/news/20240926018008.html

（５）実施結果

①アクセス数（2024 年 11 月 1 日現在）

キャンペーン期間中（2024 年 8 月～10 月）のアクセス数は約 2,600。現在もページは公開しているため、下記カウントはキャンペーン期間中のみのものである。（下記の表はアクセス順上位から並べている）

▼各ページ・プログラムへのアクセス数

ファイル名	アクセス数	概要
/nazotoki2024/answer.php	3852	謎解きの回答入力と正解・不正解のチェックを行うプログラム。参加者がどれくらい謎解きにチャレンジしたかという指標になる。
/nazotoki2024/nazotoki/	2609	謎解き（1～5問）の一覧ページ。 このページから各謎解き出題ページへ遷移する。
/nazotoki2024/	2452	謎解きページのトップページ（index.html） ニュースリリースなどの各記事からのリンクからアクセス可能。
/nazotoki2024/nazotoki/mondai5/	1655	謎解き 5 問目の出題ページ。 一番難易度が高い問題のため、何度も再挑戦＝ページにアクセスする人が多かったものと考えられる。
/nazotoki2024/nazotoki/mondai3/	1381	謎解き 3 問目の出題ページ。
/nazotoki2024/nazotoki/mondai4/	1379	謎解き 4 問目の出題ページ。
/nazotoki2024/nazotoki/mondai1/	1399	謎解き 1 問目の出題ページ。
/nazotoki2024/nazotoki/mondai2/	1361	謎解き 2 問目の出題ページ。
/nazotoki2024/clear/	470	全 5 問正解したときに表示されるクリア画面。
/nazotoki2024/download/	438	全 5 問正解後にダウンロードできるプレゼント画像のページ。 パソコン、スマートフォンで自動で表示切替もあり。

トップページよりも、謎一覧ページの方が、アクセス数が多いのは、1 回で全問解くのではなく、何回かに分けて謎解き一覧ページに直接アクセスして謎解きに挑戦した可能性が考えられる。

また、日を分けて設問に挑戦した参加者に対しては、ブラウザアプリのキャッシュ（アクセスしたサイトデータを、一時的にブラウザに保存する仕組みのこと）を利用して、キャッシュのデータが保存されていれば、回答済みのものを改めて最初から解き直さな

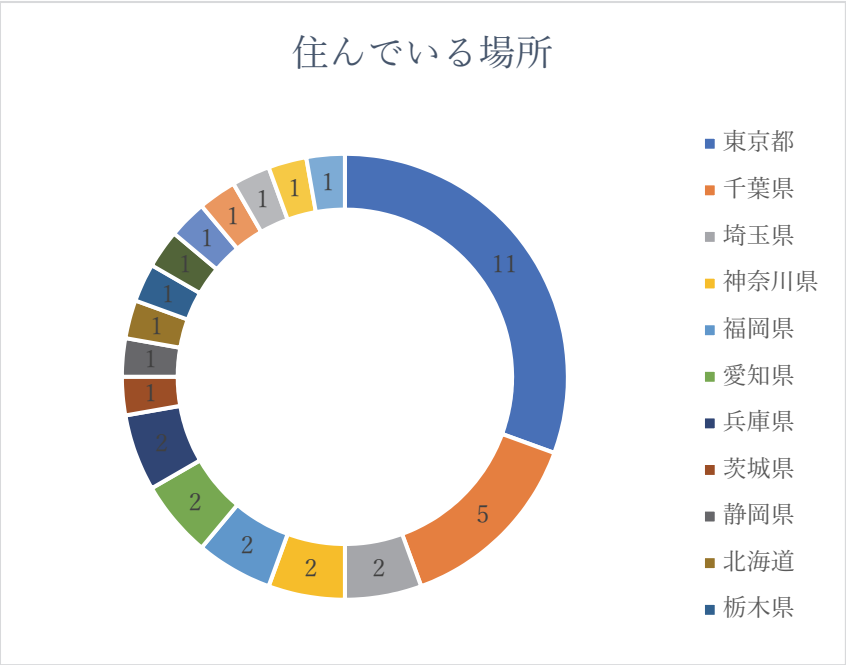
くても、途中の問題から始められるようなゲームの仕様としたため、最難関の問 5 の出題ページのアクセス数が他の設問より多くなったと考えられる。

②アンケート回答

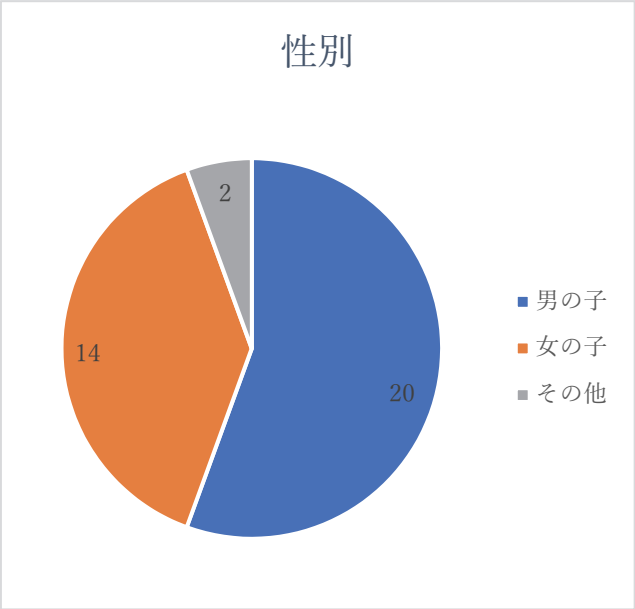
有効回答数は 36。そのうち 1 件は苦言であったものの、それ以外はおおむねオンライン謎解きに対して楽しめた、面白かったという回答が主である。

ア．住んでいる場所

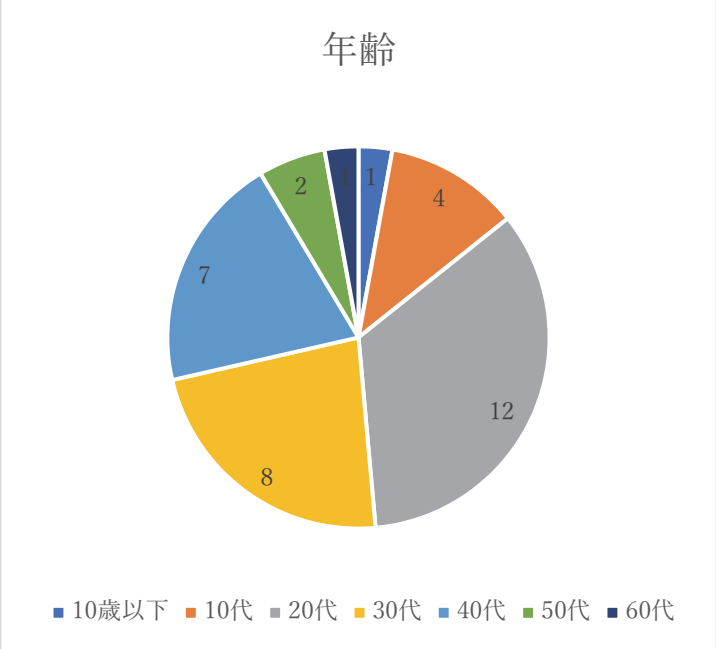
東京都が最も多く、海外（イギリス）からの参加も 1 件あった。



イ．性別

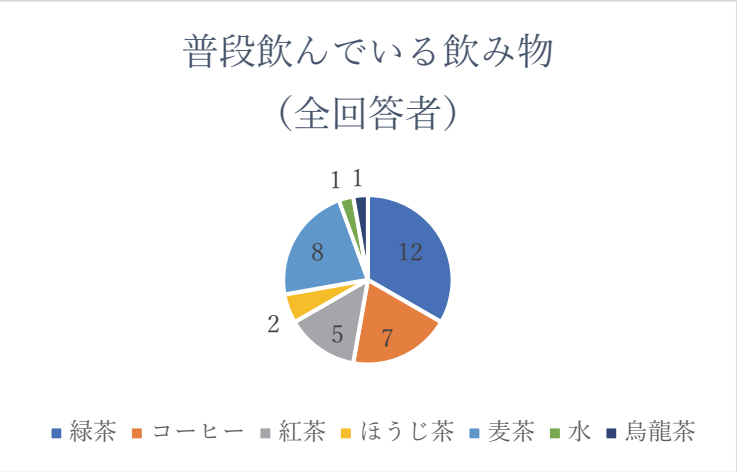


ウ．年齢



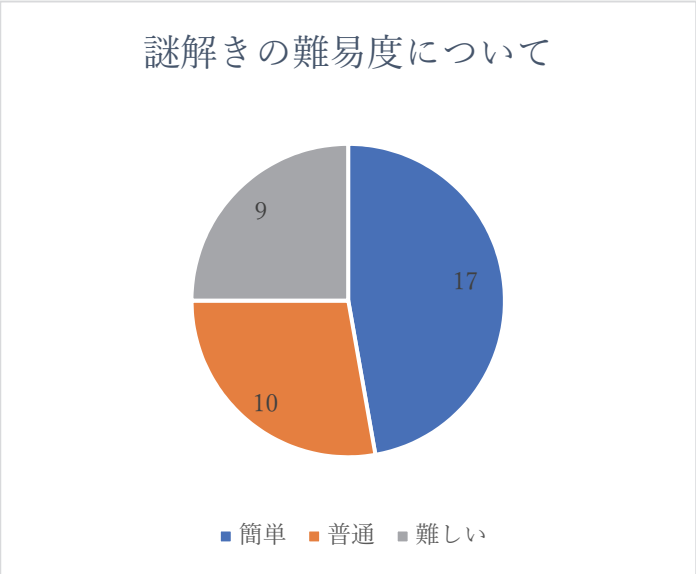
エ．普段飲んでいる飲み物

開催時期が夏（８～９月）の影響もあってか、10 代では「麦茶」の回答が比較的多い一方で、「緑茶」と答えたのが 20 代男女合わせて 5 名と、日本茶をテーマにした謎解きのためか、若い層でも日常的に緑茶を飲んでいる人が多い傾向があった。



オ．謎解きの難易度

日本茶に日頃触れていない層にも楽しく参加してもらうため、「日本茶の知識がなくても、ひらめきで解けるが、ひらめきがないとなかなか解けない」といった難易度設定にした結果、「簡単」と「普通」「難しい」で約半々といった結果となった。「簡単」と答えたのは謎解きゲームに慣れた若い層や、子どもや孫世代といっしょにクイズ番組を楽しむ層の参加が多かったためと思われる。



カ．自由回答

- 少しずつ問題が難しくなっていって、最後がなかなか解けず難しかったですが、楽しかったです。キャラクターも可愛いです。（女性・30 代）
- 謎解きクイズはあまりやらないので、解き方のコツがわかるまでは難しかった（男性・30 代）
- 難しかったです。（女性・20 代）
- 4 番目が脈絡がないと思う、もっとわかりやすい関連づけをした方が良いと思う（男性・40 代）
- 気軽に謎解きができて面白かったです。（女性・40 代）
- 子供向けに良い問題だと思います。（男性・50 代）
- 難しかったけど楽しかったです（男性・40 代）
- 看板の『木』の部分だけ心に引っかかったまんま（男性　　40 代）
- 答えの枠に正解が分かったら送信とあるから入力せずに送信したら不正解になった
  キュウスはカタカナだけを正解にすべき
  アミダの意味ないし、畳に見えない
  コーヒーだと思ったらココア
  カミナリ？雷雨？分かりにくい
  表がイマイチ
  カテキンね、答えを見ても感動しない
  最後の問題、有名企業の名前とかならいいけど最初にサラリと読んだだけでは無理
  解答見ながら進めること前提ならばもっと簡単にすべき
  全体的に解けなくても悔しくないから、つまらない
  ぶんぶく茶釜はどこいった、登場ないならいらない
  （50 代）
- たのしかったにゃ～（女性・20 代）
- 面白かった。（男性・40 代）
- ちゃちゃかわいい！（男性・20 代）
- お茶が美味いにゃ～（男性・30 代）
- 猫派です（男性・40 代）
- 無し　　（男性・10 代）
- もちょっと謎があるとうれしいな（男性・30 代）
- ページを行ったり来たりせずに謎一覧や必要な看板を見れる作りにするといい（男性・30 代）
- スマホで遊びましたが問題画像が小さくて拡大も出来ないので苦労しました。お話や問題そのものは可愛いくて面白かったです。またやってくれたら嬉しいです。（女性・61 歳）
- 楽しかったです。（その他・20 代）
- おもしろかったにゃ！（男性・20 代）
- 面白かったです！　もともとお茶が好きなのでより楽しめました！（男性・10 代）

- 面白かった（男性・20 代）
- なかなかおもしろかったです。でも難しかったです。（女性・60 代）
- Tanosikatta（男性・20 代）
- ちゃ　　（男性・30 代）
- にゃ　　（女性・40 代）
- ちゃちゃがかわいかった。（女性・10 歳以下）
- 楽しかったです。（男性・20 代）
- Good（男性・20 代）
- 2 問目と 5 問目が難しくて、解説まで見てようやくわかりました。（女性・30 代）
- にゃ〜（女性・30 代）
- 楽しかった！！！！！（女性・10 代）
- 猫とたぬきが可愛い（女性・20 代）
- 楽しかったです✋みんなかわいい〜（男性・20 代）
- ラス謎に 3 問目の矢印を使っているのが綺麗だと思いました。面白かったです！（女性・10 代）
- お茶とその周辺のことがいろいろ知れて面白かったにゃ〜（女性・20 代）

３．まとめ

これまで、「日本茶」要素を含む謎解きは、周遊型（外で行なうタイプ）では茶産地をメインにいくつかの事例があったが、2024 年現在、オンラインでの謎解きゲームで「日本茶」をテーマや謎解き要素に組み込んだものはなく、今回の取り組みは茶業界の中でも先駆的なものだったと考えられる。

今回の謎解きゲームは、3 か月間で 2600 を超えるアクセスを得て、アンケート結果でも、若年層を中心に楽しく謎解きに参加して日本茶への興味・関心を持っていただけたものと伺えた。また、子猫とたぬきのキャラクターも可愛いと好印象であった。
このことからも、所期の目的は果たせたものと考える。

日本茶に興味を持つ入り口を、「淹れて飲むお茶」だけでなく、今回のようなオンライン謎解きゲームなど、これまで縁遠かった業界や媒体・表現を組み合わせて広げていくことも、若年層へのアピールにつながるものと考えられる。今後も、従来の取り組み以外にも、幅広く柔軟に考えていくことが、日本茶の消費拡大にもつながると思われる。

（３）急須と日本茶展の開催

① 背景・目的

若い世代を中心に日本茶離れが加速している中で、日本茶と深い関係にある「急須」を通して、日本茶（リーフ）の普及啓発に繋げることを目的として、食に興味・関心の高い層や、コロナ禍以降で増加した「丁寧な暮らし」層に向けて、「急須」のプロダクトとしての魅力、ひいては日本茶の魅力を訴求する展示会を開催した。

② 事業内容

銀座「GALLERY ART HOUSE」において、食・料理のプロ「ミシュランシェフ」が愛用する急須とともに食・料理のプロの視点から急須の魅力や愛用しているポイントなどの紹介と併せて展示することで、来場者に急須と日本茶の魅力を分かりやすく伝えた。

また、一煎目と二煎目の違いなど、お茶の味わいを自分でコントロールできる急須の醍醐味を知ってもらうため、お茶のプロである日本茶インストラクターが指導し、自身で急須を使って淹れたお茶を試飲体験してもらった。

なお、取組の詳細は、以下「実施報告書」のとおりである。

令和 7 年 1 月 10 日

急須と日本茶展「一流シェフ愛用の急須展」

事業実施報告書

主催者：日本茶業体制強化推進協議会
実施者：株式会社未来づくりカンパニー
東京都港区赤坂 3-13-4 第 3 吉田ビル 3F

1. 事業目的

Web サイト「Japan Tea Action」（http://japanteaaction.jp/）は、日本茶専門のメディア型 Web サイトとして未来づくりカンパニーが運営し、消費者にとって興味・関心のある日本茶コンテンツをセレクトして、深掘りしながら情報発信・PR を展開している。

本事業では、ミシュランシェフが愛用する急須をあつめた展覧会を企画・実施し、料理のプロであるミシュランシェフの視点から、急須や日本茶について語ってもらい、愛用する急須と一緒に展示紹介することで、急須・日本茶の魅力を伝えることを目的とする。

また、展覧会では、急須の展示と同時に、日本茶インストラクターによる急須体験（来場者自身が急須でお茶を淹れる体験をし、日本茶インストラクターが淹れ方をレクチャー、サポート）を実施した。

2. 事業内容

＜事業名称＞

一流シェフ愛用の急須展

＜企画背景＞

若い世代を中心に日本茶離れが加速している中で、日本茶と深い関係にある「急須に着目。昨年度、大学生を対象に実施した急須体験にて、急須というプロダクト自体に興味を持つ若者が多かったことから、お茶そのものの PR ではなく、周辺の茶道具に興味を持ち、形から入ることで日本茶にたどり着く訴求ルートもあると考えた。

急須は、世代によっては急須自体が日常的な道具ではなくなった今、逆に少し珍し

いおしゃれなアイテムとして認識される可能性がある。また、日本茶（リーフ）の普及に急須は欠かせず、セットで PR することで、消費者の暮らしの中に取り入れられる可能性が高まる。

既存の急須展では、産地ごとや作家ごとなどのカテゴリーで実施されていることが多いが、今回は、食に興味関心の高い層や、コロナ禍以降で増加した「丁寧な暮らし」層にとって、ニュース性があり関心が高いテーマとして、「ミシュランシェフ」に着目した。

急須は日本茶を淹れるための道具であると同時に、シェフたちがこだわりを持って選ぶ個性と美の象徴であり、それぞれのシェフがなぜその急須を愛用するのか、その選定理由やこだわり、日々のお茶に込められた想いを深く掘り下げ、普段なかなか触れることのできない視点で急須の魅力を紹介することで、日本茶の普及啓発に繋げる企画である。

＜実施内容＞

●ミシュランシェフが愛用する急須、インタビューパネルの展示

数十名のミシュランシェフの中から、日本茶に関する造詣が深い方や愛用している急須がある計９名のミシュランシェフをセレクト。愛用している急須をお借りし、展示すると同時に、事前に各シェフに急須の愛用理由や、日本茶についてインタビューを行い、その内容をパネルで展示した。

また、JTA サイト内に、シェフが愛用している急須と、おすすめの日本茶の公式 HP へのリンクを掲載。展覧会後に購入できるよう、来場者に QR コードカードを配布した。

●急須体験

日本茶インストラクターによる急須体験を実施。来場者自身が急須でお茶を淹れる体験をし、日本茶インストラクターが淹れ方をレクチャー、サポートする形で進行した。

レクチャーのポイントとして、「同じ茶葉で１煎、2 煎と味の変化を楽しめる点」「極めれば、好みの味にコントロールできる点」などの急須で淹れる意味、面白さを中心に伝えることを心がけた。急須体験に使用したお茶は、下記の 3 種類

- 川手シェフおすすめ：ティーファーム井ノ倉　　かぶせ煎茶気宇（KIU）
- 髙木シェフ、藤井シェフおすすめ：丸八製茶場　献上加賀棒茶
- 前田シェフおすすめ：すすむ茶屋　こくまろ（煎茶・鹿児島茶・合組茶）

＜実施日＞

2024 年 12 月 13（金）～15 日（日）

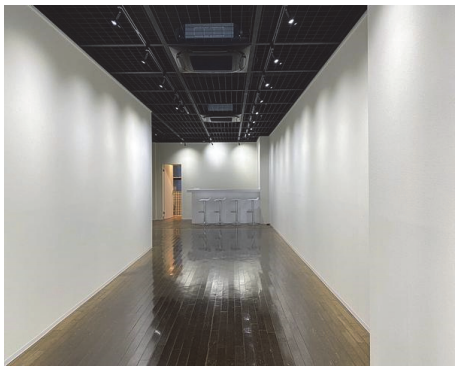
13～14 日 ／ 10：30～17：30

15 日 ／ 10：30～17：00

※準備、片付けの時間は除く。

＜実施場所＞

GALLERY ART HOUSE（〒104-0061 東京都中央区銀座 4-4-5 旗ビル）



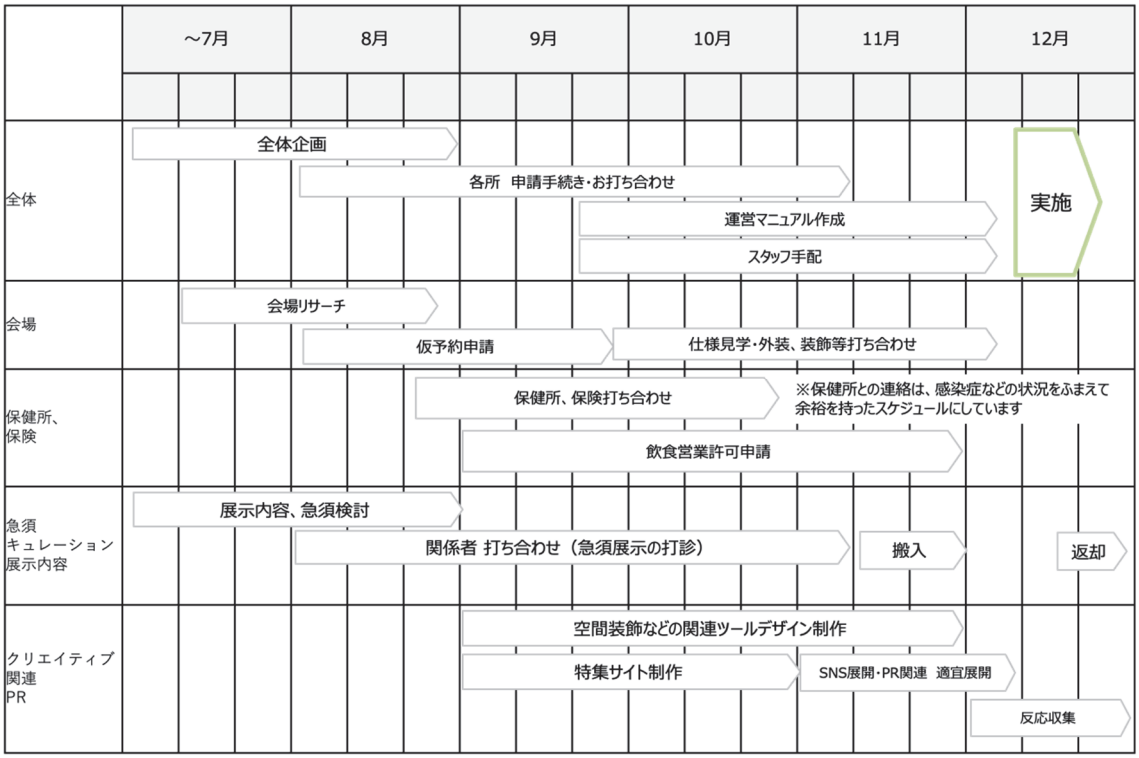
＜来場者数＞

12 月 13 日（金）：約 50 名

12 月 14 日（土）：約 120 名

12 月 15 日（日）：約 80 名

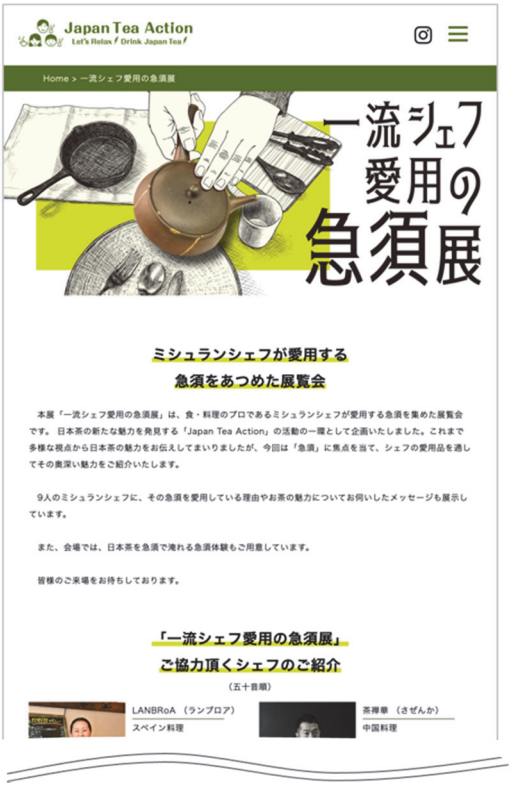
＜スケジュール＞



＜急須展メインビジュアル＞

ポスター、ポストカード、WEB 等、各種ツールに使用。

＜特設 Web サイト(https://japanteaaction.jp/kyusuten)＞



＜シェフ急須、日本茶リンク集（https://japanteaaction.jp/kyusuten/osusume）＞
※来場者限定で閲覧可能

＜ミシュランシェフについて＞

・ご協力いただいたミシュランシェフ９名

（料理のジャンルが偏らないように、また、東京以外に店舗を構えるシェフで調整）

LANBRoA （ランブロア）

スペイン料理

磯部 美木子 シェフ

ミシュラン ビブグルマン

東京・用賀

茶禅華 （さぜんか）

中国料理

川田 智也 シェフ

ミシュラン 三ツ星

東京・麻布

Florilège（フロリレージュ）

フランス料理

川手 寛康 シェフ

ミシュラン 二ツ星

東京・麻布台

cenci （チェンチ）

イタリア料理

坂本 健 シェフ

ミシュラン 一ツ星

京都・岡崎

日本料理 銭屋

日本料理

髙木 慎一朗 シェフ

ミシュラン 二ツ星

石川・金沢

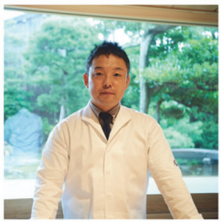
瓢亭

日本料理

髙橋 義弘 シェフ

ミシュラン 三ツ星

京都・南禅寺／東京・日比谷



御料理 ふじ居

日本料理

藤井 寛徳 シェフ

ミシュラン 二ツ星
富山・岩瀬

Arroceria Sal y Amor

（アロセリア サル イ アモール）

スペイン料理

前田 庸光 シェフ

ミシュラン ビブグルマン
東京・代官山

日本料理 龍吟

日本料理

山本 征治 シェフ

ミシュラン 三ツ星
東京・日比谷

・各シェフ愛用の急須

氏名（所有者）	お店	ジャンル	急須
磯部 美木子	LANBRoA （ランブロア）	スペイン料理	作品名：急須 マロン 岩手県の南部鉄器　岩鋳「マロン」シリーズ
川田 智也	茶禅華 （さぜんか）	中国料理	渡辺陶三　佐渡野坂粗土　急須 お茶ブランドHOJO （野坂粗土　酸化焼成　手作り急須）
川手 寛康	Florilège（フロリレージュ）	フランス料理	作品名：平宝瓶？ 茶方薈(さぼえ)
坂本 健	cenci （チェンチ）	イタリア料理	作品名：不明 金工家　中村友美・作　銀色のこぶりの急須
髙木 慎一朗	日本料理 銭屋	日本料理	作品名：不明 多治見の蔵珍（ぞうほう）窯製
髙橋 義弘	瓢亭	日本料理	作品名：二代宮川香雲 竜谷窯 鉄絵急須
藤井 寛徳	御料理 ふじ居	日本料理	作品名：三浦竹泉 白磁 御煎茶器 京都　清水焼　窯元
前田 庸光	Arroceria Sal y Amor （アロセリア サル イ アモール）	スペイン料理	作品名：すすむ急須２
山本 征治	日本料理 龍吟	日本料理	作品名：初代 三浦竹泉製 「紫釉雲鶴紋水注」共箱 京焼（清水焼）の窯元、三浦竹泉（ちくせん）、初代竹泉（1853年（嘉永6年） - 1915年（大正4年））の急須。 ※箱も一緒に展示希望。

・取材内容

質問内容は、下記４点

①その急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

②どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

③日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

④日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

・各シェフの解答

■磯部シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

小ぶりで容量も多くはないので、朝起きた時、仕事から帰った後、事務仕事の合間など、ちょっと一息入れたい時に気軽に使える所が気に入っています。

丸くて可愛らしい型でほっこりした気持ちにさせてくれます。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

さすがに夏場は熱いお茶を飲む機会は少なくなりますが、少し気温が下がってくるとやはり温かいお茶が飲みたくなります。

また、時間に追われて余裕がない時には、なかなかゆっくりお茶を淹れるゆとりはなくなってしまいます。くつろぐ時間が出来ると、のんびり美味しいお茶が飲みたいな、と思います。本当は忙しい時にこそ、気分転換でお茶を淹れられる余裕があれば良いのかもしれないですが、なかなかそうもいかないですね。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

私が一番好きなのはほうじ茶です。名古屋の妙香園というお茶屋さんのほうじ茶は、昔から慣れ親しんだ味で、今でも定期的に家族に送ってもらって飲んでいます。子供の頃、店舗の前を通るといつも大きな焙煎機で焙じていて、とても香ばしい香りがしていた事を思い出し、いつ飲んでもホッとする味わいです。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

和食にはどんな物とでも合うと思います。

普段甘い物はあまりいただかないのですが、和菓子はたまに食べたくなります。そんな時は日本茶が欲しくなります。甘いお菓子にはもちろんですが、お煎餅、おかき、あられ等のしょっぱいお菓子でも美味しいですね。

■川田シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

佐渡ヶ島の野坂と呼ばれる黄色の土を使った朱色の急須です。

陶器を焼く長い歴史を持っている中国江蘇省にある宜興（ぎこう）では、黄色の土が朱泥と呼ばれ、最も性能の高い土の１つと知られています。焼き上がると朱色になるため朱泥と呼ばれます。この急須に使われる佐渡ヶ島の野坂は宜興の朱泥と近い特徴があります。

また、陶芸の酸化焼成と還元焼成の違いは、急須に淹れるお湯の性質にも変化をもたらすので、急須と土によってお茶の味わいも変わります。

この酸化焼成した野坂の黄色の土の急須で淹れるお茶は味わいがすっきりとし、香り高くなる傾向があり、上質なコクも感じられます。そのため、緑茶などの日本茶を淹れるのに適する良い土、良い急須だと考えています。

※急須×茶葉×お湯（水質や温度）

この掛け算によって奥深いお茶の世界は無限に広がります。そのため、日本茶(茶葉)の味わいを考える上で、どの急須を選ぶかはとても大切、さらにその急須をどの土で作っているのか、今回はそのことも踏まえて急須を選びました。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

朝起きてからモーニングティーというか、お茶を飲みます。

仕事柄、中国茶や台湾茶を飲むことも多いですが、海外の友人をもてなす時に日本茶を淹れることも多いです。自分のお店「茶禅華」のお料理に併せてご用意するティーペアリングコースにも、海外のお客様には日本茶を 2〜3 種類入れることもあります。

以前に体調を崩した時、食べ物や飲み物の味わいを感じにくい時がありました。そんな時に急須で淹れたお茶だけは美味しいと感じることができました。その実体験からも、お茶は“薬”や滋養でもあり、癒しにも通じると思っています。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

HOJO の月ヶ瀬在来煎茶

奈良県奈良市の月ヶ瀬という場所で作られた日本茶です。自然農法でのびのびと茶葉がゆっくりと育つため、細胞の密度が濃いので味わいが濃く、それでいてきめ細やか、ミネラル豊富で香り高いお茶です。出汁でいう一番出汁のような印象です。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

蒸したハスの実、松の実、東洋的なドライフルーツをかじりつつ、緑茶を飲むのは良いですね。大地からのエネルギーが舌の上で立体化するように感じます。

昆布出汁で漬けたザーサイの浅漬けを薄くきったものも日本茶に合いますね。

■川手シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

茶方薈（さぼえ）で購入した平宝瓶、シンプルなところが気に入っています。

取手がない。平たい。ぱっと蓋をあけてお湯を注げる。一煎目、二煎目、三煎目まで楽しめ、機能的にも便利です。

5〜6年使っています。使いこんでいるから展示するにはボロボロかもしれません(笑)。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

レストランに出勤して、朝まず急須で淹れた日本茶を飲んでいます。個人的には、夕方や夜より日本茶は朝に飲みたいですね。その理由があるというよりは、ルーティンです。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

奈良の月ヶ瀬､ティーファーム井ノ倉の日本茶｡自分のレストラン｢フロリレージュ」でも使っています。その中でも、かぶせ煎茶 気宇（KIU）が好きです。

奈良に井ノ倉さんを訪ね、茶畑にも伺いました。どの人が作っているお茶か、お茶だとわからない場合も多いですが、作り手がみえる、知っている、その安心感が井ノ倉さんのお茶を選ぶ理由として大きいです。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

僕は和菓子好きで、あんこ好き、和菓子全般にやっぱり日本茶はかかせない、相性抜群です。自分のレストラン「フロリレージュ」では、デセールにあんこも使います。

また、お店の小菓子としてご用意する琥珀糖は、表面の砂糖が結晶化してシャリシャリしていて、日本茶には特におすすめです。

■坂本シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

やかんなども作る金工家（金属でものづくりをする)・中村友美（ゆみ）さんの急須。

現在、中村さんは奈良在住。銀色で小ぶり。“経年劣化”の様も美しい。

「日本茶と急須」という今回のテーマを考えると、愛用する急須の中でも、この急須を展示して頂くのが良いと思い、選びました。

※もう１つ候補があり､どちらの急須にするか考え中｡ご参考までにもう１つの急須。

大谷哲也さんの急須。滋賀にて大谷哲也&桃子ご夫妻で「大谷製陶所」を 2008 年に開窯。坂本シェフは大谷ご夫妻とプライベートでも親交がある。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

急須でお茶を淹れて飲む。その時間を作ること自体が大切なので、忙しい中でも、日頃から意識して心がけています。

レストラン「チェンチ」では、コース料理に併せてドリンクコースとしてティーペアリングコースもご用意。料理に併せて日本茶、台湾茶、中国茶を中心に選び、急須などで淹れています。

また、営業前の朝にスタッフがお茶を淹れてくれたり、お客様に急須でお茶を淹れた後の二煎目のお茶を皆で飲んだり、休みの日に家族や友人とも楽しんだりしています。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

製茶房「嘉栄」代表、林嘉人さんの作る和束茶（読み方：ワヅカチャ)。京都の宇治の南に位置する和束町は 800 年前から続く京都最大のお茶の生産地｡その宇治茶の主産地、和束町にて、林さんは無農薬、無化学肥料など、自然栽培のお茶づくりにこだわっています。

自然栽培のお茶は、うまみは強く、有機のお茶は色が美しいなど、素材として林さんのお茶を信頼しています。「チェンチ」でも林さんのお茶を使っていて、姉妹店の食材店＆カフェ「アニーナ（marina)」＆オンラインで販売もしています。

お煎茶は、温度の違いでも異なる味わいも楽しめますね。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

自分のお店「チェンチ」「マニーナ」のドルチェからあげると、例えばアマゾンカカオ餅。カカオと蓮粉、粗糖で作っています。わらび餅のような食感とアマゾンカカオの風味が、日本茶ともよく合います。

名古屋「すや」の栗きんとん、「和久傳」のれんこん菓子・西湖のような素朴な和菓子、塩っ気のあるおかきにも日本茶は合いますね。

■髙木シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

デザインと容量が良い。父が生前、大文字さん（表参道の食器屋さん）で購入したもので、三十年以上経つ現在も全く問題なく使っており、これでお茶を入れることが日常となっているから。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

仕事の合間に座った際には飲みたくなります。

また、デスクワークの際はコーヒーよりもお茶を飲む機会が多いです。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

丸八製茶場の献上加賀棒茶。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

「Shoko Hirase」のクッキー。甘さだけではなく、繊細な塩味が棒茶にすごく合います。

また「中田屋」のきんつばや「浦田」の愛香菓も私の中ではお茶との定番の組み合わせとなっています。

■髙橋シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

馴染みのある京焼が好きです。

この急須は形が興味深く、デザインとしても楽しいです。鉄絵も可愛いです。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

朝食時と夕食時に急須で日本茶を淹れます。お店のスタッフや家族と一緒に飲みます。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

日本茶もいただきものが多いので、お煎茶、お番茶、韃靼そば茶など、いろいろと飲んでいます。個人的には下堂園のお煎茶が好きです。香りもうま味の余韻も程よいです。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

朝食時の鮭茶漬け。急須で淹れる美味しいお煎茶は欠かせません。

また、和菓子全般と日本茶の相性はやっぱり良いですね

■藤井シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

京都の清水焼の窯元、三浦竹泉の白磁の御煎茶器になります。

染付なども素晴らしい作品が多いのですが、私はこの白磁の御煎茶器が優しいぬくもりのある、そしてやわらかい雰囲気を持っていて好んで使わせていただいております。

日本料理人である私は、食器としての陶磁器も多数所有していますが、現代の物も素晴らしいですが、いわゆる骨董品。そこに時代の経過が伴った風合い、味わいは何とも言い難い魅力があり、幾人かの手元を渡り歩いてきたであろうと想いを馳せることで、淹れたお茶の味わいも、より深みを増します。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

日々、ゆとりを持って行動しようとしてはいますが、知らず知らずのうちに時間に追われて慌ただしく過ごしてしまいがちです。そんな中でも束の間にできた少ないゆとりのある時間に心を落ち着かせ、ゆっくりとお茶を淹れます。いただいている最中は、あえて何も考えないようにして、ゆっくりと外の景色を眺めたり、遠くにそびえたつ富山が誇る立山連峰を眺めます。そうして自然からいただく漲るパワーと美味しいお茶で心も身体も充分に満たされ、また第一線に戻っていきます。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

・献上加賀棒茶～茎の部分だけを焙煎したもので、昭和天皇にも愛されたお茶です。茎が薄緑がかっているように浅い焙煎で本来の香りや味わいを残したものです。

・土佐東津野の一番摘み煎茶～まずは爽やかな香り、そして甘味、旨味、渋みのバランスが絶妙です。聞けば、その美味しさを追求するため浅蒸しにこだわり続けている貴重な村とのことです。両方のお茶とも、石川県の丸八製茶場の相談役に伺いました。

日本屈指のお茶の御会社の相談役ご夫婦も、創業間もないころは、スーパーの店頭に立ち、お茶を淹れて買い物に訪れたお客様にアピールしていたとのお話を伺ってから、

自分の歩んできた道とも重ね合わせ、こちらのお茶を淹れて初心忘れることなく、今後も励んでいく誓いを新たにする時間を作るようにしています。。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

大徳寺納豆。疲れている時の、塩分補給もでき、酸味も相まって、お茶のお供に抜群です。

■前田シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

同じ鹿児島出身、従兄弟がお茶屋をしています。お茶を若い人たちに普及しようと、自由が丘にてお茶のスタンドカフェ「すすむ茶屋店」を営み、鹿児島の日本茶や、お茶の道具、急須や茶筒などを若いデザイナーなどと作って販売もしています。その中の１つ、気に入って使っている急須を選びました。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

前述のような親戚がいるのが大きく、身近に日本茶がある生活をしてきました。

自宅で朝、家族と一緒に急須で日本茶を淹れて飲みます。自分が小さい頃からそうだったので習慣になっています。

日本茶を飲むと優しい気分になったり、すうっと疲れがほぐれたりします。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

すすむ茶屋店ではさまざまに調合したお茶を販売しています。その中でも煎茶のこくまろ（煎茶・鹿児島茶・合組茶）が好きですね。マイルドで上品、飲み進めるうちに、こくが出てきます。もう１つ、すすむ茶屋のくきほうじ茶（茎ほうじ茶・棒ほうじ茶）もおすすめです。鹿児島産のお茶の新芽、その茎だけを茶色くなるまで焙煎しています。すっきりとしていて上品な甘みも感じます。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

あんこなど和菓子と日本茶が合うのはもちろんですが、洋菓子と日本茶もあうと思います。例えば、シュークリームなど油分の多い洋菓子と濃いめにいれた日本茶はおすすめ、よろしければ試してみて下さい。

■山本シェフ

1：今回お借りする急須を愛用する理由：魅力、ポイントなど

京焼（清水焼）の窯元、三浦竹泉（ちくせん）、初代竹泉（1853 年（嘉永 6 年） － 1915 年（大正 4 年））の急須。

骨董は、どんな人たちのもとで、どんな風に歩んでここに辿りついたのか、その歴史

を感じたり、想いを馳せたりできるところも良い。
　えも言われぬ日本的な深みがある紫色、愛らしい絵柄、急須に蓋をする時の音がまた良い。

2：どんな時に急須で日本茶を淹れますか：シーン、気分など

寒くなってくると急須で淹れた日本茶を飲みたくなります。

3：日頃に飲んでいる等おすすめの日本茶：理由、ポイントなど

前島東平さんの朝比奈玉露。
　日本茶に極限の旨みを求めた芸術品。静岡県藤枝市岡部町の前島東平さんは全国茶品評会において、最上位の農林水産大臣賞を２度獲得した方。
　日光を遮った昔ながらの手法で、柔らかい新芽だけを、じっくり時間をかけて育てた、東平さんの玉露は「東平玉露」と呼ばれています。茶畑を見学に行った際に淹れてもらったお茶に感動し、私が急須を使うきっかけとなりました。

4：日本茶におすすめのお茶菓子や食べもの：理由、ポイントなど

お客様などからいただきものが多いので、そういうものに合わせてお店のスタッフと一緒に日本茶を飲むことが多いです。和菓子だけではなく、焼けたバターの香りが好きなのですが、例えば、フィナンシェのような焼き菓子と日本茶の相性も良いと思います。

3. 当日の様子

＜展示内容＞

■磯部シェフ

■川田シェフ

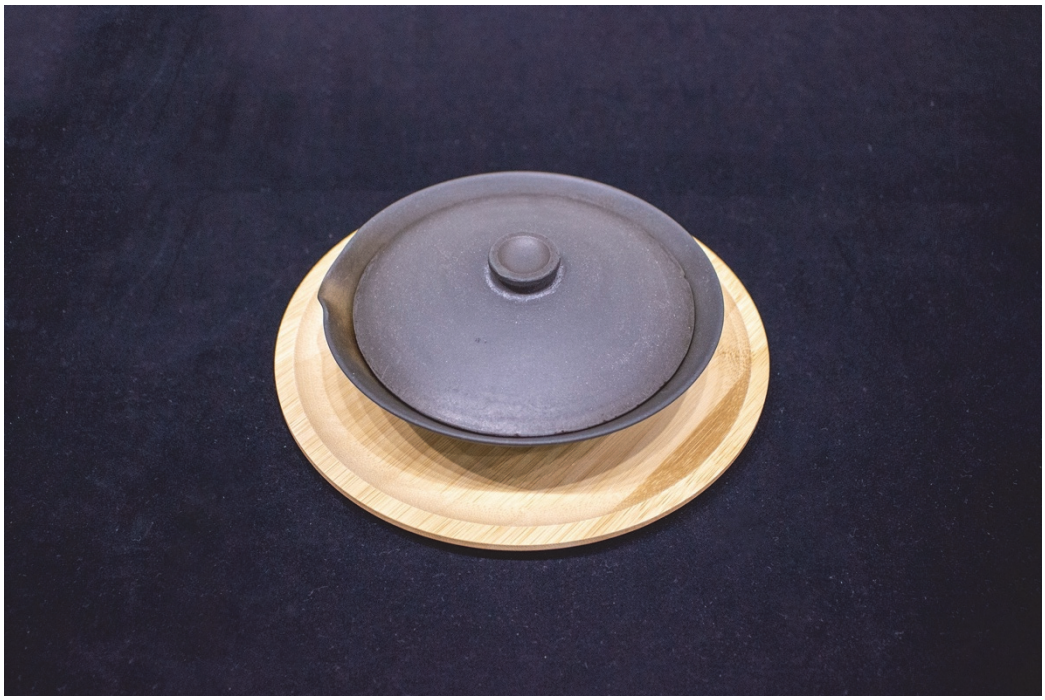
急須×茶葉×お湯（水質や温度）
この掛け算によって奥深いお茶の世界は
無限に広がります。
川田 智也

急須×茶葉×お湯（水質や温度）
この掛け算によって奥深いお茶の世界は
無限に広がります。
川田 智也
TOMOYA KAWADA

■川手シェフ

“一煎目、二煎目、三煎目まで楽しめ、
機能的にも便利です。”
川手 寛康

“一煎目、二煎目、三煎目まで楽しめ、
機能的にも便利です。”
川手 寛康
HIROYASU KAWATE
この急須を愛用している理由を教えてください。
どんな時に急須で日本茶を淹れますか？
おすすめの日本茶はありますか？
日本茶に合うおすすめのお茶菓子はありますか？



■坂本シェフ

急須でお茶を淹れて飲む。
その時間を作ること自体を大切に。
坂本 健
KEN SAKAMOTO

急須でお茶を淹れて飲む。
その時間を作ること自体を大切に。
坂本 健
KEN SAKAMOTO

■髙木シェフ

“父が購入したもので、
三十年以上経つ現在も使っています。”
髙木 慎一朗

“父が購入したもので、
三十年以上経つ現在も使っています。”
髙木 慎一朗
SHINICHIRO TAKAGI
ミシュラン 二つ星
［日本料理 銀座 ／ 石川・金沢］
日本料理
この急須を愛用している理由を教えてください。
どんな時に急須で日本茶を淹れますか？
おすすめの日本茶はありますか？
日本茶に合うおすすめのお茶菓子はありますか？

■髙橋シェフ

馴染みのある京焼が好き。
形が興味深く、鉄絵も可愛いです。

馴染みのある京焼が好き。
形が興味深く、鉄絵も可愛いです。

■藤井シェフ

東の間にできた少ないゆとりのある時間に
心を落ち着かせ、ゆっくりとお茶を淹れます。

東の間にできた少ないゆとりのある時間に
心を落ち着かせ、ゆっくりとお茶を淹れます。

■前田シェフ

日本茶を飲むと優しい気分になったり、
すうっと疲れがほぐれたりします。
前田 康光

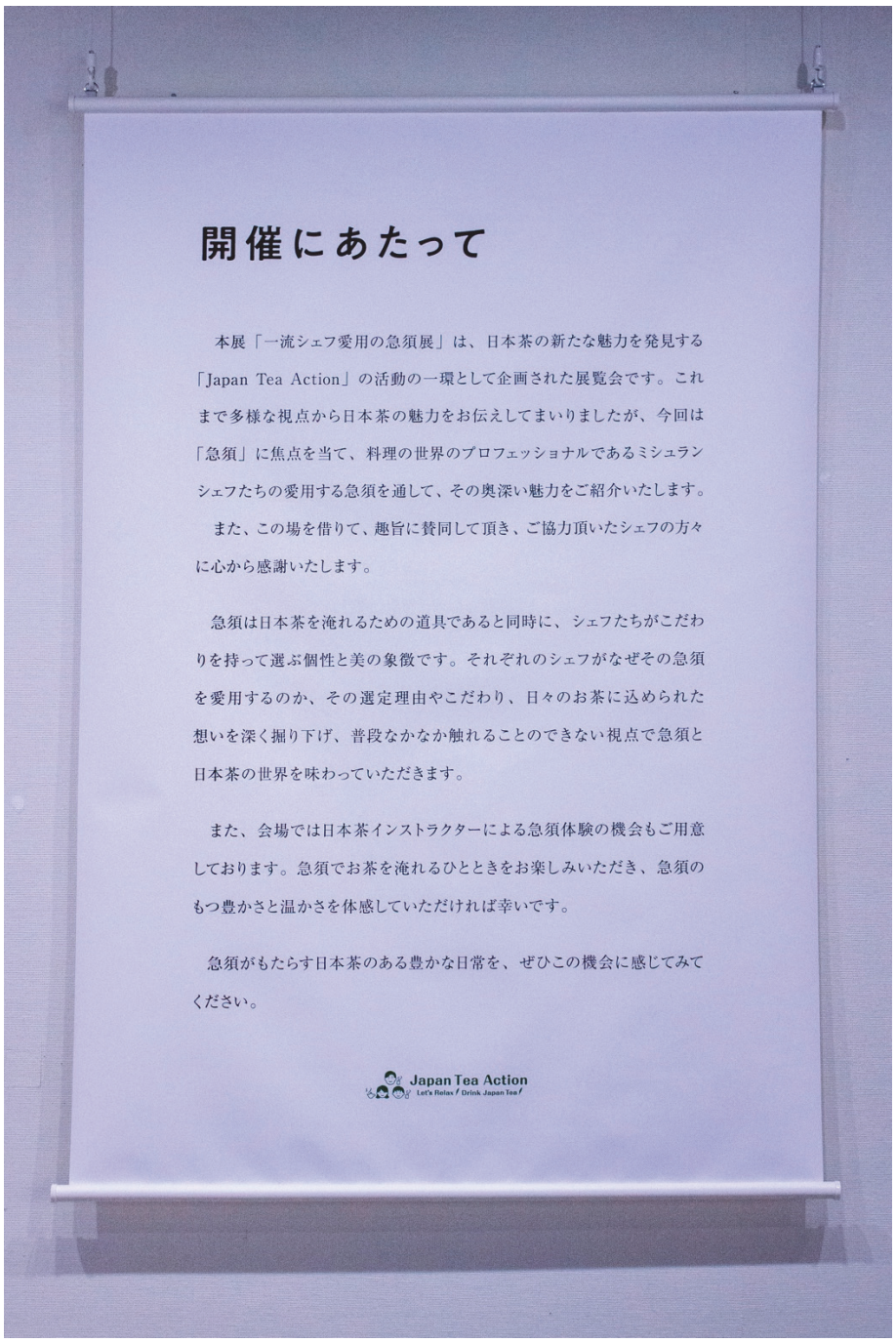
日本茶を飲むと優しい気分になったり、
すうっと疲れがほぐれたりします。
前田 康光

■山本シェフ

“どんな人たちのもとで、どんな風に歩んで
ここに辿りついたのか。
その歴史を感じ、想いを馳せる。”
山本 征治

“どんな人たちのもとで、どんな風に歩んで
ここに辿りついたのか。
その歴史を感じ、想いを馳せる。”
山本 征治

＜挨拶文＞



開催にあたって

本展「一流シェフ愛用の急須展」は、日本茶の新たな魅力を発見する「Japan Tea Action」の活動の一環として企画された展覧会です。これまで多様な視点から日本茶の魅力をお伝えしてまいりましたが、今回は「急須」に焦点を当て、料理の世界のプロフェッショナルであるミシュランシェフたちの愛用する急須を通して、その奥深い魅力をご紹介いたします。

また、この場を借りて、趣旨に賛同して頂き、ご協力頂いたシェフの方々に心から感謝いたします。

急須は日本茶を淹れるための道具であると同時に、シェフたちがこだわりを持って選ぶ個性と美の象徴です。それぞれのシェフがなぜその急須を愛用するのか、その選定理由やこだわり、日々のお茶に込められた想いを深く掘り下げ、普段なかなか触れることのできない視点で急須と日本茶の世界を味わっていただきます。

また、会場では日本茶インストラクターによる急須体験の機会もご用意しております。急須でお茶を淹れるひとときをお楽しみいただき、急須のもつ豊かさと温かさを体感していただければ幸いです。

急須がもたらす日本茶のある豊かな日常を、ぜひこの機会に感じてみてください。

Japan Tea Action
Let's Relax / Drink Japan Tea /

＜会場の様子＞

＜急須体験の様子＞

3種類のお茶から
お選びください
ティーファーム井ノ倉
かぶせ煎茶気字（KIU）
すすむ茶屋
こくまろ（煎茶・鹿児島茶・合組茶）
丸八製茶場 献上加賀棒茶

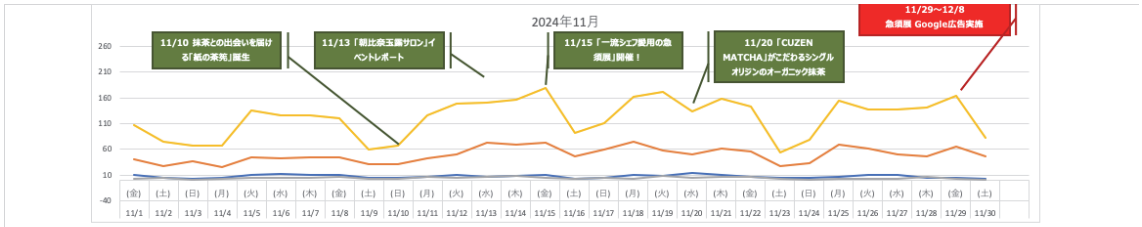
煎茶
GREEN TEA
INOKURA

4. WEB・SNS 反応、来場者の声

＜WEB アクセス数＞

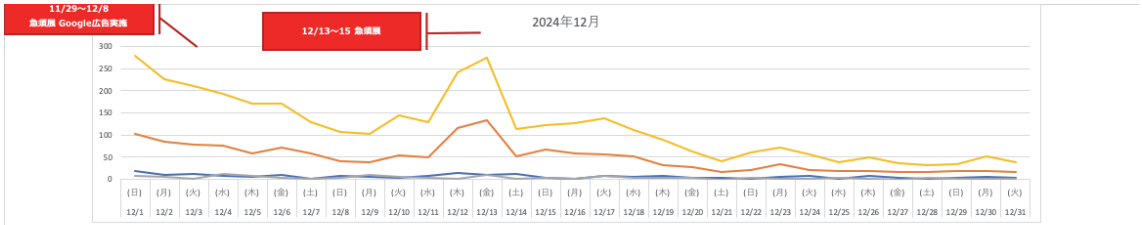
・急須展実施前後の JTS サイトへのアクセスユーザー数

＜11 月＞アクティブユーザー数：3636 人 ／ ページビュー数：5623



	11/1 (金)	11/2 (土)	11/3 (日)	11/4 (月)	11/5 (火)	11/6 (水)	11/7 (木)	11/8 (金)	11/9 (土)	11/10 (日)	11/11 (月)	11/12 (火)	11/13 (水)	11/14 (木)	11/15 (金)	11/16 (土)	11/17 (日)	11/18 (月)	11/19 (火)	11/20 (水)	11/21 (木)	11/22 (金)	11/23 (土)	11/24 (日)	11/25 (月)	11/26 (火)	11/27 (水)	11/28 (木)	11/29 (金)	11/30 (土)		合計	1日あたり
大阪	11	4	3	5	10	13	10	10	4	4	7	10	7	8	10	3	5	10	9	14	10	6	4	5	6	11	11	4	4	2		220	7.3
東京	41	27	36	25	44	43	45	45	31	31	43	50	73	70	72	47	59	75	58	50	61	56	27	34	69	61	51	47	66	47		1,484	49.5
愛知	3	5	1	3	5	5	4	6	2	3	6	4	6	9	4	2	4	3	8	5	6	6	3	1	2	3	2	6	3	0		120	4.0
その他地域	53	38	27	34	76	65	67	60	23	30	71	85	65	69	93	39	42	74	97	65	81	76	20	38	78	63	74	84	91	34		1,812	60.4
アクティブユーザー数合計	108	74	67	67	135	126	126	121	60	68	127	149	151	156	179	91	110	162	172	134	158	144	54	78	155	138	138	141	164	83		3,636	121.2
ページビュー数	186	86	84	103	205	183	191	161	72	101	228	252	297	302	299	131	154	257	266	229	220	202	71	118	252	191	195	197	275	115		5,623	187.4
ページ／ユーザー	1.7	1.2	1.3	1.5	1.5	1.5	1.5	1.3	1.2	1.5	1.8	1.7	2.0	1.9	1.7	1.4	1.4	1.6	1.5	1.7	1.4	1.4	1.3	1.5	1.6	1.4	1.4	1.4	1.7	1.4		1.5	
X (Twitter)																														2		2	
Facebook		1		2						1	3	1	1	1	1	1			1				2					2	1		18	
Instagram										4	4	1	1	1	10	2	1			1							1		3	7		36	
SNS経由ユーザー数合計	0	1	0	2	0	0	0	0	0	5	7	2	2	2	11	3	1	0	1	1	0	0	2	0	0	0	1	0	5	10		56	

＜12 月＞アクティブユーザー数：3661 人 ／ ページビュー数：5697



	12/1 (日)	12/2 (月)	12/3 (火)	12/4 (水)	12/5 (木)	12/6 (金)	12/7 (土)	12/8 (日)	12/9 (月)	12/10 (火)	12/11 (水)	12/12 (木)	12/13 (金)	12/14 (土)	12/15 (日)	12/16 (月)	12/17 (火)	12/18 (水)	12/19 (木)	12/20 (金)	12/21 (土)	12/22 (日)	12/23 (月)	12/24 (火)	12/25 (水)	12/26 (木)	12/27 (金)	12/28 (土)	12/29 (日)	12/30 (月)	12/31 (火)	合計	1日あたり
大阪	19	11	12	7	5	11	2	7	6	4	8	15	11	12	4	2	7	6	9	4	3	2	5	7	1	7	4	2	4	5	3	205	6.6
東京	102	84	78	76	58	71	58	42	39	55	50	117	134	52	67	59	57	52	32	28	17	22	34	22	20	20	16	16	19	19	17	1,533	49.5
愛知	9	6	1	12	8	4	1	4	10	6	3	2	11	2	3	1	8	3	3	3	0	3	1	1	3	2	0	3	1	2	2	118	3.8
その他地域	149	126	120	98	101	85	68	54	47	80	69	107	119	47	49	65	67	51	46	28	21	34	32	26	14	21	16	12	11	25	17	1,805	58.2
アクティブユーザー数合計	279	227	211	193	172	171	129	107	102	145	130	241	275	113	123	127	139	112	90	63	41	61	72	56	38	50	36	33	35	51	39	3,661	118.1
ページビュー数	437	306	329	285	354	274	223	139	136	275	235	373	403	176	208	184	233	209	109	94	49	91	126	70	52	68	48	45	49	62	55	5,697	183.8
ページ／ユーザー	1.6	1.3	1.6	1.5	2.1	1.6	1.7	1.3	1.3	1.9	1.8	1.5	1.5	1.6	1.7	1.4	1.7	1.9	1.2	1.5	1.2	1.5	1.8	1.3	1.4	1.4	1.3	1.4	1.4	1.2	1.4	1.6	
X (Twitter)												12	1	1	1																	15	
Facebook	9	3				3			2	7	6	11	62	32	9																	144	
Instagram	4					1	4			1	5	3	2	2	1	1			1													25	
SNS経由ユーザー数合計	13	3	0	0	0	4	4	0	2	8	11	26	65	35	11	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	184	

・12/13～15 急須展期間中アクセス

アクティブユーザー数：511 人 ／ ページビュー数：787

＜Instagram 反応(一部)＞

愛用の急須展
@japanteaaction
気になっていた展示へ…🍵

お目当ては、日本茶インストラクターの方に
お茶の淹れ方をレクチャーしてもらえる企画
他の方の淹れたお茶と飲み比べさせてもらえて
味の違いにびっくりした🍵@japanteaaction

愛用の急須展
一流シェフ愛用の急須展
2024年12月13日(金)〜15日(日)　明日まで　是非
GALLERY ART HOUSE
〒104-0061 東京都中央区銀座4-4-5 旗ビル
［アクセス］ 銀座和光の裏、シネスイッチ銀座並び
@japanteaaction
@nihoncha_seikatsu

藤井さん　もうこれだけでファンになってしまうよ
@kakitani_naoko
@japanteaaction
@nihoncha_seikatsu
@maruhachiseichajo

フォロー中
一流シェフ
愛用の
急須展
9人のミシュランシェフが愛用する急須&おすすめの
日本茶の、公式HPリンクを掲載しています。
気になった急須や日本茶は、こちらからチェック！
Check!

1/6
ショップで紹介する
リクエスト
いいね！: hitorishizuka_sadou、他
pono.chan 一流シェフ愛用の急須展

japanteaaction
ストーリーズに追加
メッセージを送信...

＜お客さまの声、スタッフの感想(一部)＞

- （若めの女性)「展示されている急須の中で茶方會が一番好きでした」
- （年配の女性)「興味深く見させていただきました」
- （年配の女性)「こんなものがいろいろ見ることができて幸せ。これだけでも銀座に来た価値があった。」
- 「興味深いアプローチですね。」「いつもペットボトルだから、急須なんて忘れていたが、興味が出てきた」
- 「それぞれのシェフのイメージにぴったりな急須で、個性があって面白い。」
- 「シェフが使っているだけあって素敵な急須。」
- （急須体験後)「家でもぜひやってみたい！」
- （急須体験後)「煎を重ねる毎にお茶の味が変化していき、面白かった」
- （急須体験後)「お湯の温度の違いでこんなに味が変わるということを初めて知った。」
- （親子で来場した小 6 娘さま）宝瓶に興味があり「クリスマスプレゼントは宝瓶にする！」とのこと。
- 「お茶によって浸出時間を変えることを初めて知った。」
- （若い女性)「淹れたお茶の葉がきれいで、食べてみたいと思った。(かぶせ茶)」
- 「自分の好みの味（旨味が多い一煎目よりも、少し渋みを感じられる二煎目のほうが好きなど）を知ることができて楽しかった。」
- 「ティーバッグで簡単に淹れることしか考えていなかったが、嗜好品として急須がとても素敵だと思った。欲しくなっちゃう。」
- 「奈良のお茶を飲んだ事がないが、こんなにお茶に旨味があることに驚き」
- 「一煎目、二煎目、三煎目で味が違うことを知らなかった。」
- 急須体験でお茶を選ばれた後で「あ、このお茶は〜の急須を紹介している〇〇さんのおすすめのお茶だね」とシェフと紐づけて思い出している方が多かった。
- 「このお茶を淹れる時にはこういう形の急須を使った方が良いですか？」など急須の種類の視点の質問も多かった。
- 2 人連れでいらっしゃったお客様の多くは「どの急須が好きか」を結構話していた。
- シェフの文章パネルの写真を撮っている方が多かった。
- 海外のお客様は急須の素材（土、鉄など）が気になっている方が多かった。

以上

（４）日本茶ファンコミュニティの整備・運営

①背景・目的

日本茶への理解促進、PR、プロモーション活動に役立てるため、クオン社の 220 万人が参加するコミュニティプラットホームを活用して、日本茶ファンコミュニティを育成し、その中で、日本茶ファンの体験や価値を可視化するとともに、ファンの交流による共感を醸成し、ファン化の要因、メカニズムを解明する。

②事業内容

ア．クオン社のコミュニティプラットホームを活用して、日本茶ファンのコミュニティを構築し、５か月の運営で登録者（ユーザー）6,130 人を実現した（2025 年 2 月 7 日時点では 8,528 人）。

イ．この中で、日本茶ファンの体験や価値を可視化するとともに、ファンの交流による共感を醸成し、日本茶の理解を深めた。

ウ．日本茶コミュニティの分析には特許技術のデータサイエンス・テクノロジー（AI によるビッグデータ分析）を駆使してファン化の要因を抽出して、PR、プロモーション活動に活用した。なお、JTA と連携しながら情報の受発信を行った。

エ．ファン化について、日本茶ファンコミュニティに参加しているユーザー290 名に対して態度変容に関する調査を行い、分析を行った。

オ．その主な結果は以下のとおり。

- 日本茶に対する意識としては、消費者コミュニティに特化した消費者の意識と行動を反映させたロイヤルティモデルの 4 つのブランド意識、認知（関心がある、もっと知りたい）、感情（愛着がわく、満足できる）、意欲（もっともお気に入りだ、次も必ず選びたい）、貢献（友人に勧めたい、この商品やこの企業のために何かしてあげたい）の側面に分けて分析。通常は、段階的に減少する傾向にあるが（認知→感情→意欲→貢献）、日本茶に関しては感情面（愛着）での意識が高かった。
- お茶を飲む頻度では、42.8%のユーザーが「煎茶をほぼ毎日飲む」と回答し、麦茶が 29.3%で続いた。また、36.2%のユーザーが「茶葉でほぼ毎日飲む」と回答し、ティーバッグが 19.0%で続いた。ペットボトル、紙パックは「週に数日飲む」ユーザーが多い傾向にあった。

・ 「お茶を飲むとき、誰と一緒に飲むか？」との問いでは、53.3%のユーザーが「配偶者、恋人、パートナー」と回答し、28.9%のユーザーが 1 人と回答した。回答者の属性で、1 人暮らしは 10%のため、同居家族の有無にかかわらず 1 人でお茶を飲むシーンは一定数あると推察できた。
・ 「急須で淹れた日本茶を飲むシーン」については、60.5%のユーザーが「自宅でくつろいでいるとき」、58.7%が「自宅でお食事のとき」と回答があり、31.3%が「旅行や行楽先で」と回答している。
・ 「発言など能動的に活動的を行うユーザー」(Active) と「閲覧を中心とした受動的な活動を行うユーザー」(Passive) の比較では、Active は、Passive よりも「煎茶をほぼ毎日飲む」と回答した割合が 12.5%高かった。また、Passive は「1 人でお茶を飲む割合」が 30.6%で Active の 20.0%より高く、また、「自宅でくつろいでいるときお茶を飲む」が 61.4%で Active の 55.6%より高かった。
・ 日本茶コミュニティへの参加によって、「日本茶を飲むようになったユーザー」又は「日本茶を急須で淹れて飲むようになったユーザー」はいずれも 50%を超えていた。これらの回答者をファン化したユーザー（=態度変容したユーザー）と定義する。
・ 態度変容したユーザーと、そうでないユーザーとで、各トークテーマへの参加割合（投稿、拍手）を比較したところ、参加割合に有意な差があったのは、「日本茶の飲用シーン」について語っているテーマであり、このテーマがファン化に影響を与えていた。「自身の日本茶の飲用シーンについて語ること」、「他者の飲用シーンに触れること」により、日本茶を急須で淹れて飲む傾向が高まることが分かった。
・ 態度変容したユーザーの共感の集まったコメント、キーワードでは、「急須で淹れた日本茶っていいなと思ったエピソード大募集」、「日本茶は〇〇なときに飲んでいます」で二煎目の色、味の変化、温かいお茶と冷茶の味わいの違い、飲む時間の差など多様な日本茶を飲むシーンに共感が集まった。
・ また、「みんなで日本茶会議「〇〇だったらもっと日本茶を淹れる人が増える」」でも、ティーメーカーを使って手軽に飲める方法や健康機能性など日本茶の良さを知ることについての共感もでてきた。

カ. 日本茶コミュニティ全体において、ブランドがどのような言葉と共に語られているのかを分析する「共起モデル」では、コミュニティに生じる大量の対話データを、AI（共起アルゴリズム）が読み込み、それぞれの発言に含まれる、単語と単語の出現頻度を計算し、共感を寄せた共起関係を分析した。その主な結果は以下のとおり。
・ テーマ「日本茶は〇〇なときに飲んでいます」では、「共起モデル」から読み取れる飲用シーンの特徴として、年代別で違いが見られ、30 代は食事、特に軽食

やおやつのタイミングでの飲用が多く、日本茶はそれを補完する飲み物としての役割が強く、和菓子から広がるワードには、気持ちが安らぐというコメントが見られた。

40 代以上では、食事、軽食やおやつのタイミングでの飲用はあるものの、仕事中、起床後など日常の様々なシーンのうちの一つという要素が強く、リラックス効果目的の飲用も語られる傾向にあった。

・ テーマ「お茶グッズ」では、30 代以下では急須以外のお茶グッズ、40 代以上はこだわりの急須について語られる傾向であった。

なお、取組の詳細は、以下「最終報告書」のとおりである。

令和6年度事業
日本茶ファンコミュニティ
最終報告書

2025年1月14日

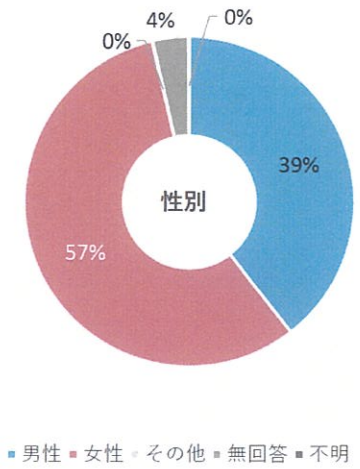
株式会社未来づくりカンパニー
〒107-0052　東京都港区赤坂3-13-4 第3吉田ビル3F
Tel:03-6230-9855 ／ Fax:03-6230-9856

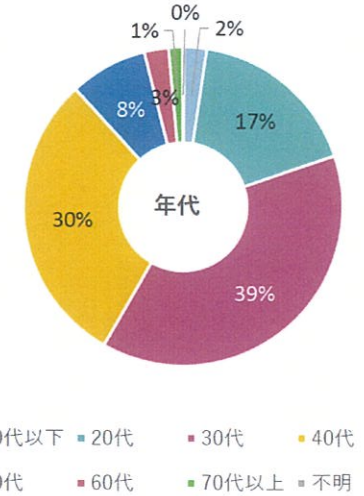
■コミュニティを通じて目指すこと
・日本茶の魅力をファンの声で可視化し、日本茶を飲用するようになったユーザーのファン化の要因を抽出することで、PR、プロモーション活動へ活用する。
■今期のコミュニティで取り組むこと
・日本茶を飲むシーンや淹れ方のコツなどの実態把握
・ちょっと豊かな時間や、暮らしの価値を感じることで日本茶を日々の生活に取り入れたくなるような場の設計

登録者数：6504人（12/23時点）

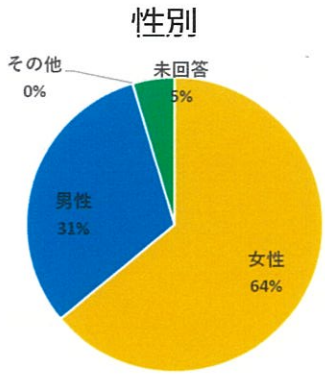
コミュニティオープン
2024年6月19日

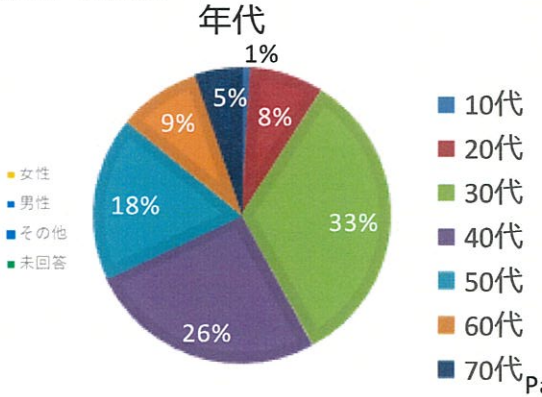
【登録者属性】





【参考】コミュニティ全体の登録者（約226万人）の属性

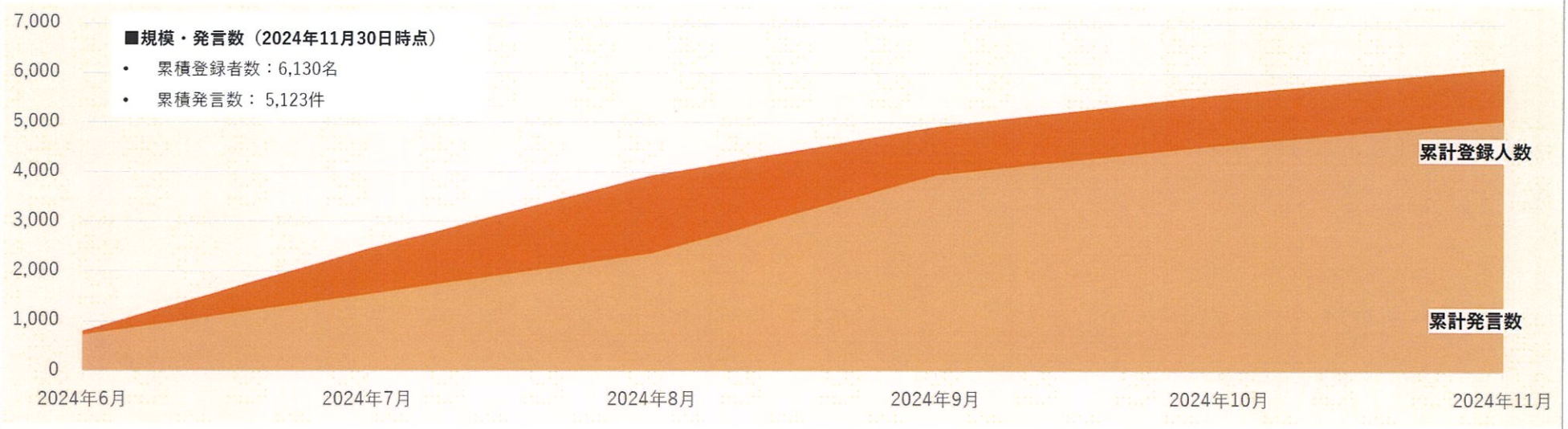




Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

5か月の運営で登録者数は約6,000人、発言数は約5,000件集まっており、コミュニティは成長している。

5か月の運営で登録者数は約6,000人、発言数は約5,000件集まっており、コミュニティは成長している



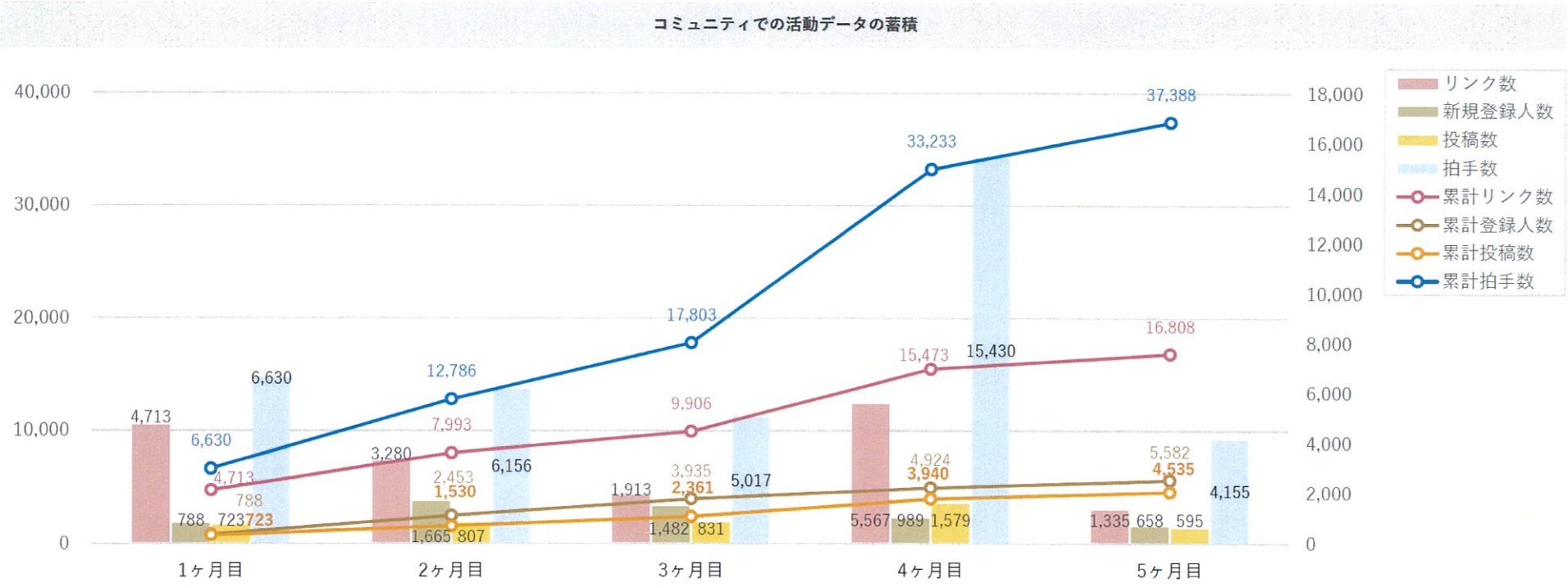
	テーマ名
施策1	日本茶のこと、みんなで話してみませんか？
施策2	日本茶の茶葉セットが当たる！日本茶ぐらしコミュニティ オープン記念キャンペーン
施策3	「日本茶」は〇〇なときに飲んでます♪
施策4	“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！
施策5	お茶を楽しく淹れるにはコレ！あなたの「お茶グッズ」も教えて♪
施策6	みんなで日本茶会議「〇〇だったらもっと日本茶を淹れる人が増える」アイデアを100文字で語ろう

Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

1－3．日本茶ファンコミュニティ概要

2024年10月時点で、コミュニティの累計登録人数は5,500名を超え、投稿・拍手のやりとりによって起きたユーザー間の関係性の総数(リンク数)は約16,000回。また、この時点で、累計4,500件を超える投稿と、累計37,300回を超える拍手がコミュニティ上に蓄積された。

コミュニティでの活動データの蓄積として、リンク数(※)、登録人数、投稿数、拍手数の推移を示す。
※リンク数：投稿または拍手により、ユーザー間に生じた関係性の総数。
・データ抽出期間：2024年6月～2024年10月



149

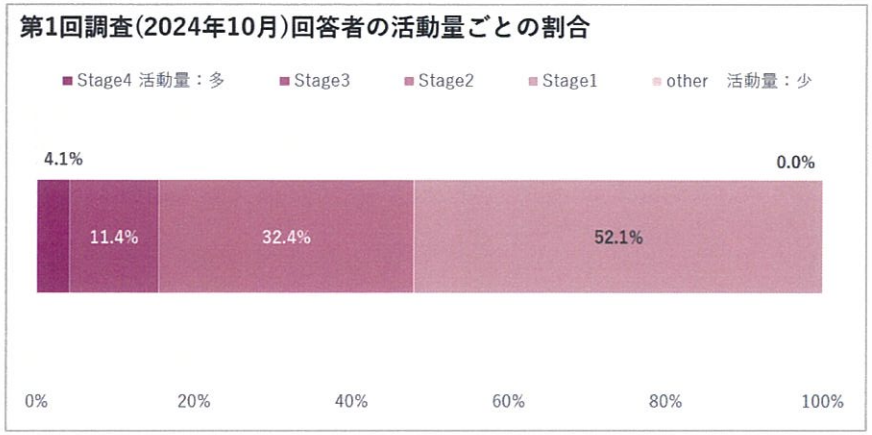
Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

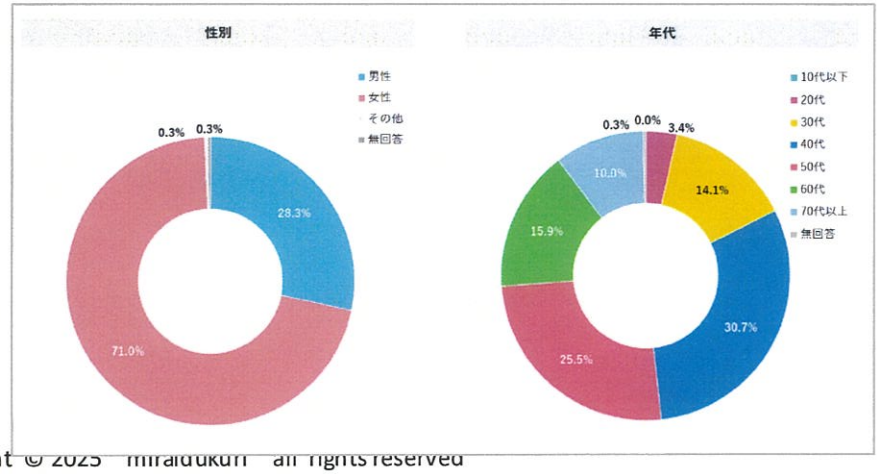
2024年10月に日本茶ファンコミュニティ参加者に対して態度変容に関する調査を実施。290名が回答。回答者の属性は下記。

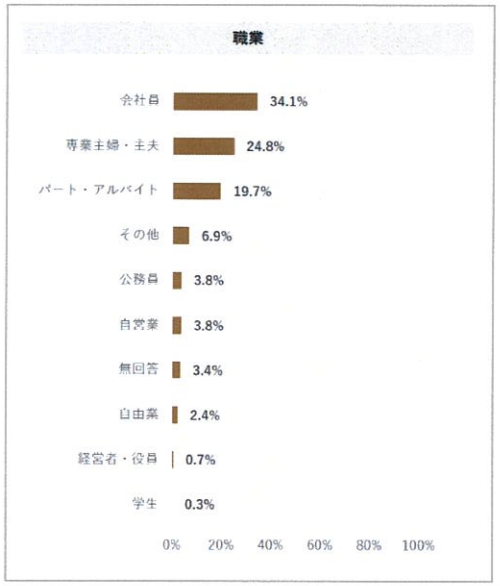
＜第1回調査：態度変容調査(2024年10月)＞

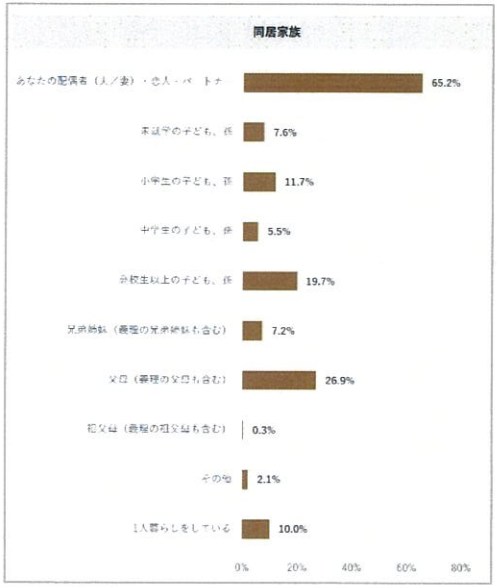
調査期間　：2024年10月18日～10月28日
対象者　：「日本茶ぐらしコミュニティ」登録者
有効回答者数　：290名
調査方法　：インターネットアンケート
設問　：日本茶に対する意識
（認知・感情・意欲・貢献の4側面における意識）、
コミュニティ参加後の行動の変化

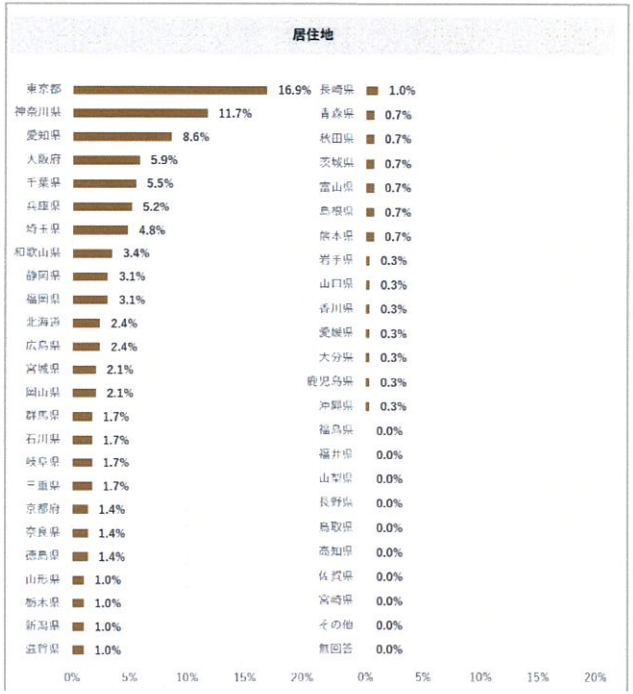
▼回答者のコミュニティでの活動量







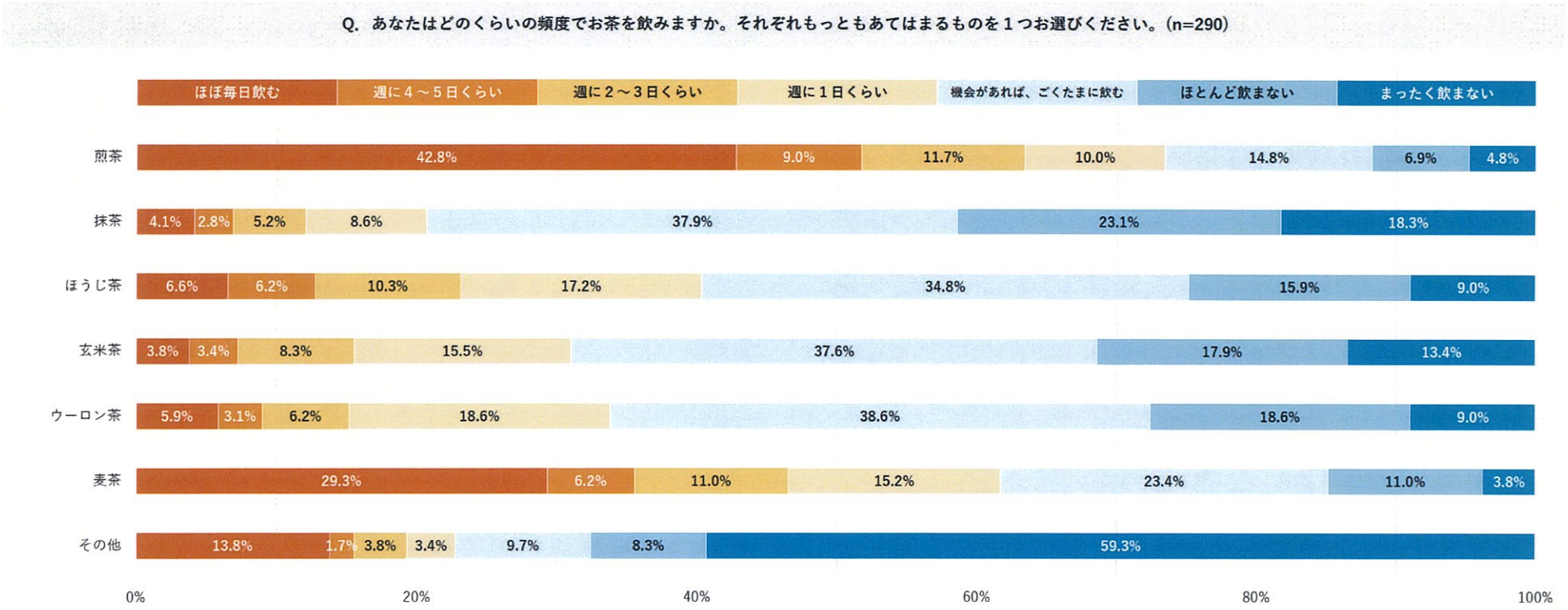




Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

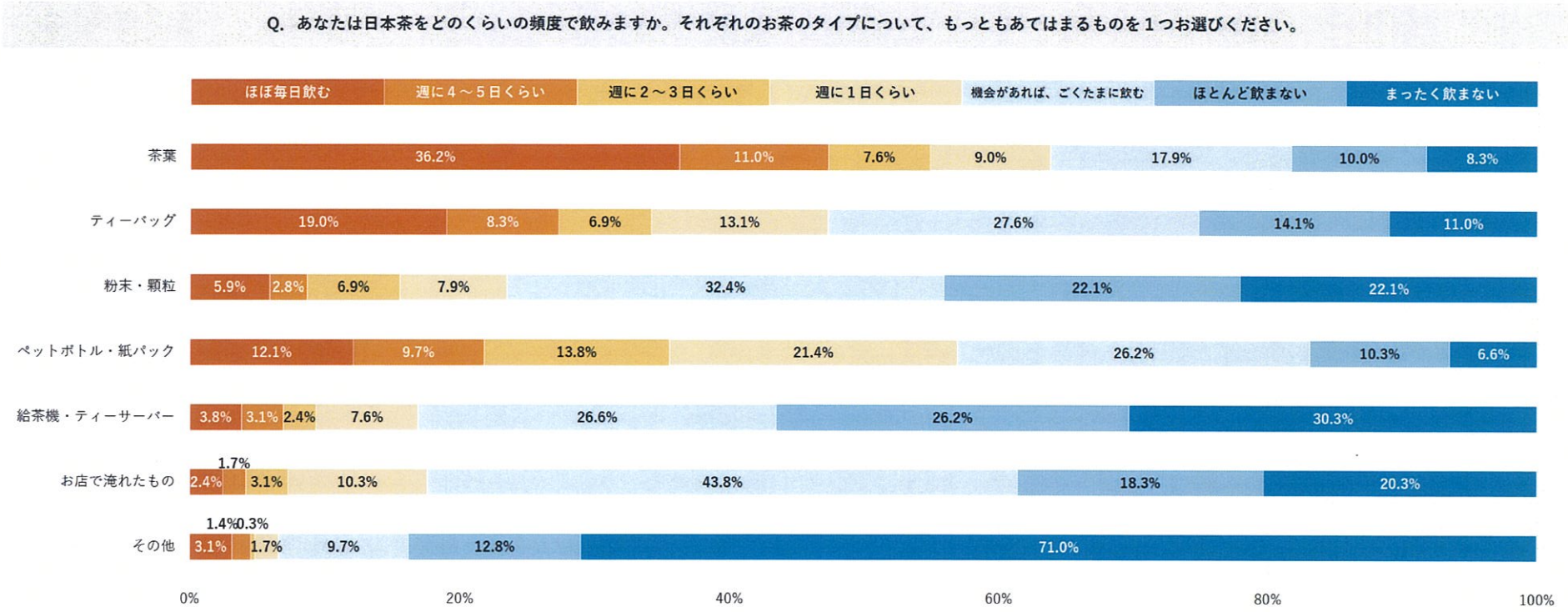
2－2．態度変容に関する調査（全体）

お茶を飲む頻度を確認すると、42.8%のユーザーが「煎茶」を「ほぼ毎日飲む」と回答していた。次いで、「麦茶」が29.3%で続いた。



Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

日本茶を飲む頻度を確認すると、36.2%のユーザーが「茶葉」で「ほぼ毎日飲む」と回答していた。
次いで、「ティーバッグ」が19.0%で続いた。
ペットボトル・紙パックは「週に数日」飲むユーザーが多い傾向にある。



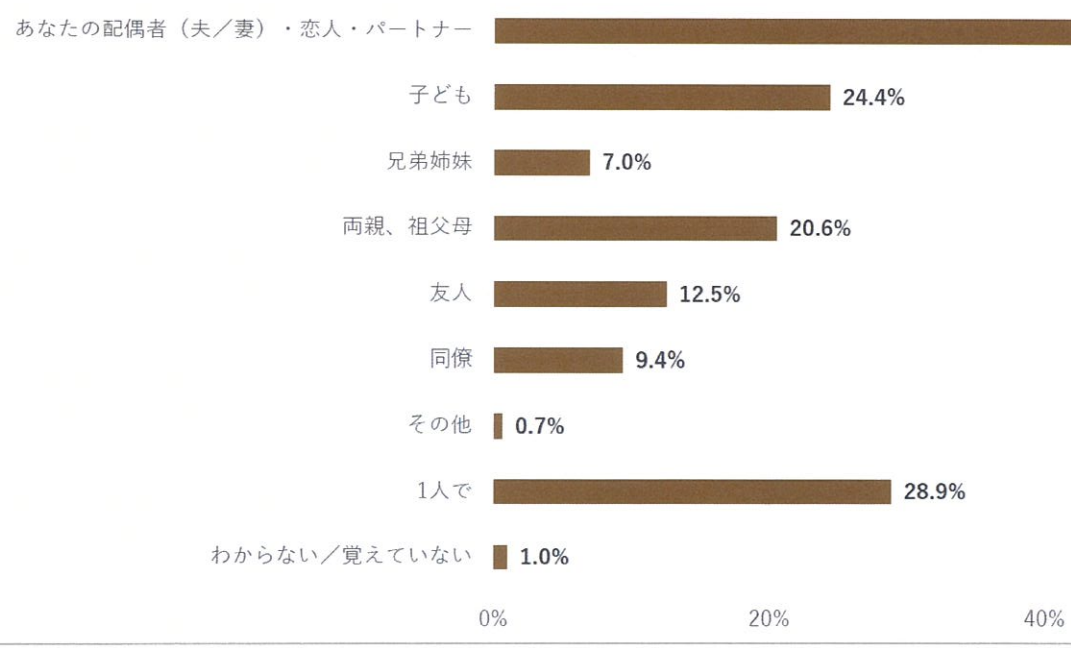
Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

「お茶を飲むとき、誰と一緒に飲むか？」という問いに対して、約3割が1人と回答。回答者属性では、全体の10%が一人暮らしだったため、同居家族の有無に関わらず1人でお茶を飲むシーンは一定数あると推察できる。

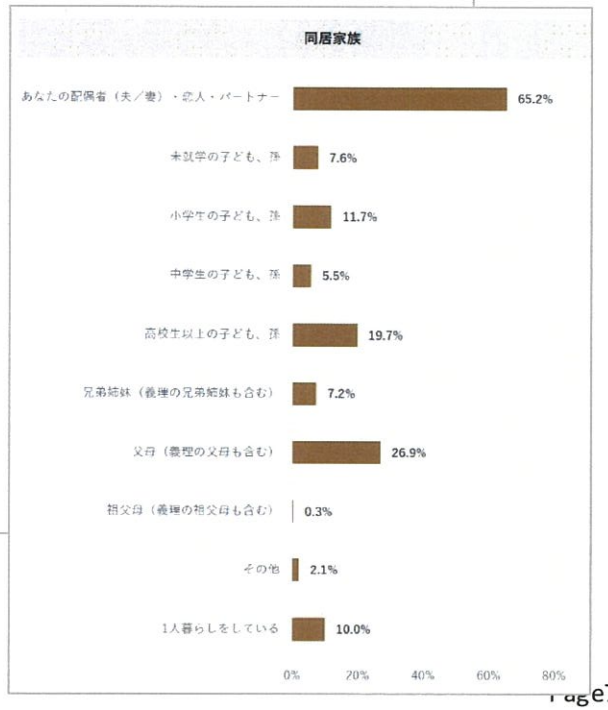
お茶を誰と飲むかについて、
5割強のユーザーが「あなたの配偶者（夫／妻）・恋人・パートナー」と回答し、
約3割のユーザーが1人でと回答している。

第1回調査(2024年10月)回答者における一緒にお茶を飲む人を確認する。
集計対象は、第1回調査(2024年10月)に回答したユーザー290名のうち、お茶の飲用頻度について「まったく飲まない」と回答したユーザーを除く287名。

Q. あなたはお茶を飲むとき、誰と一緒に飲みますか。あてはまるものをすべてお選びください。(n=287)



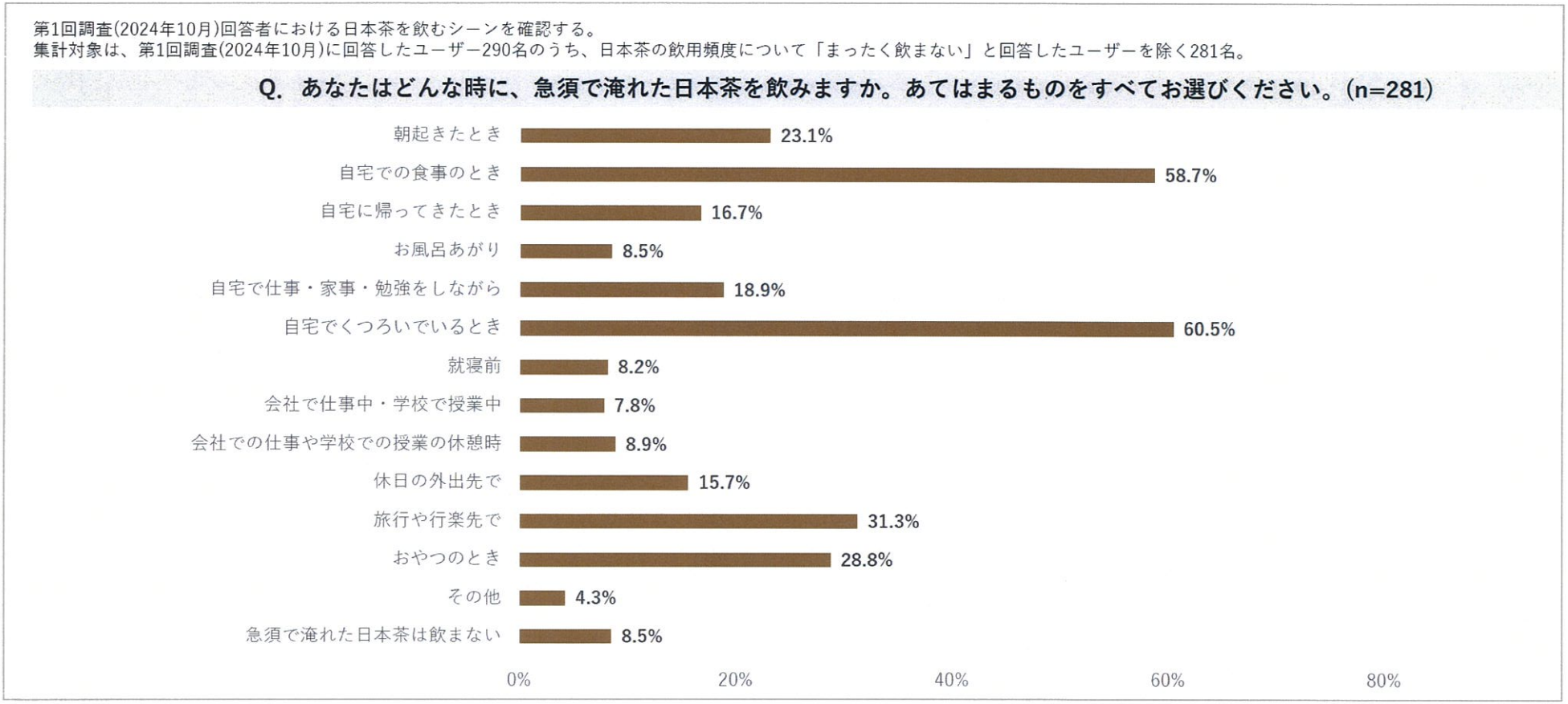
▼回答者属性



Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

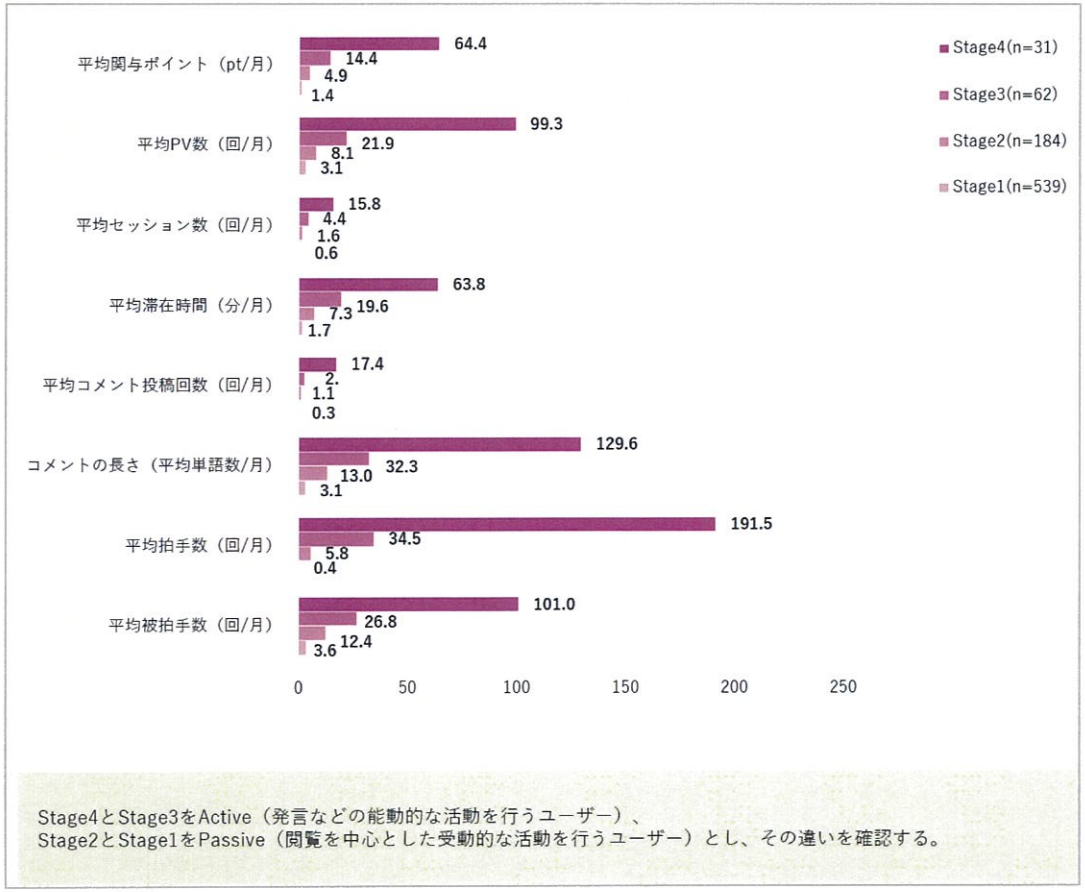
急須で淹れた日本茶を飲むシーンについて、約6割のユーザーが「自宅でくつろいでいるとき」「自宅での食事のとき」と回答していた。次いで3割が「旅行や行楽先で」と回答している。

第1回調査(2024年10月)回答者における日本茶を飲むシーンを確認する。
集計対象は、第1回調査(2024年10月)に回答したユーザー290名のうち、日本茶の飲用頻度について「まったく飲まない」と回答したユーザーを除く281名。

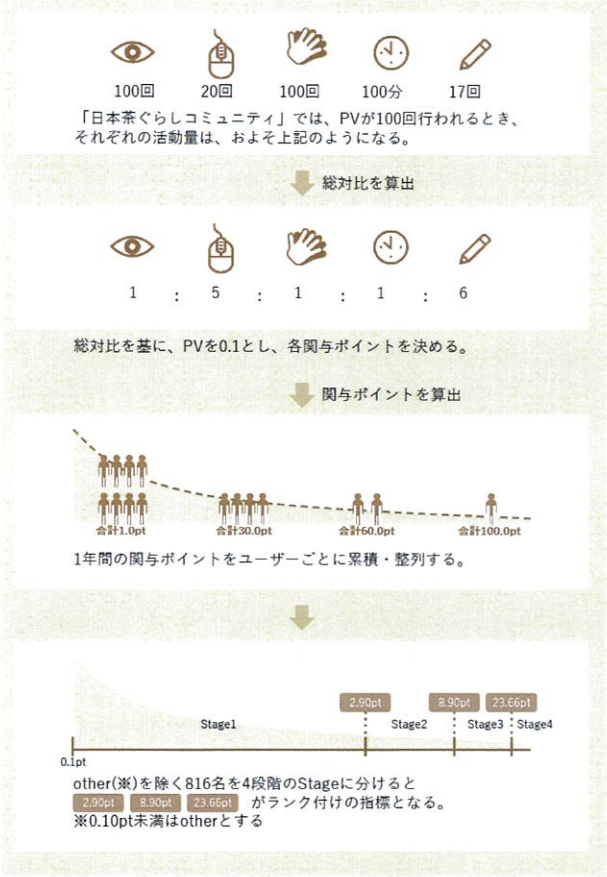


Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

ユーザーのコミュニティ内の活動量の総合的な指標として、個人の関与度の得点化を行う。
コミュニティ内の活動データのランク付けとして4段階のStageを設ける。
算出方法は、コミュニティ内の活動データを用い各ユーザーの活動をポイント化し、関与ポイントのStage1を66.6%まで、Stage2を88.8%まで、Stage3を96.3%まで、Stage4はそれ以上と各レベル境界を設定して、ランク付けを行う。
Stage4とStage3をActive（発言などの能動的な活動を行うユーザー）、
Stage2とStage1をPassive（閲覧を中心とした受動的な活動を行うユーザー）とし、その違いを確認する。



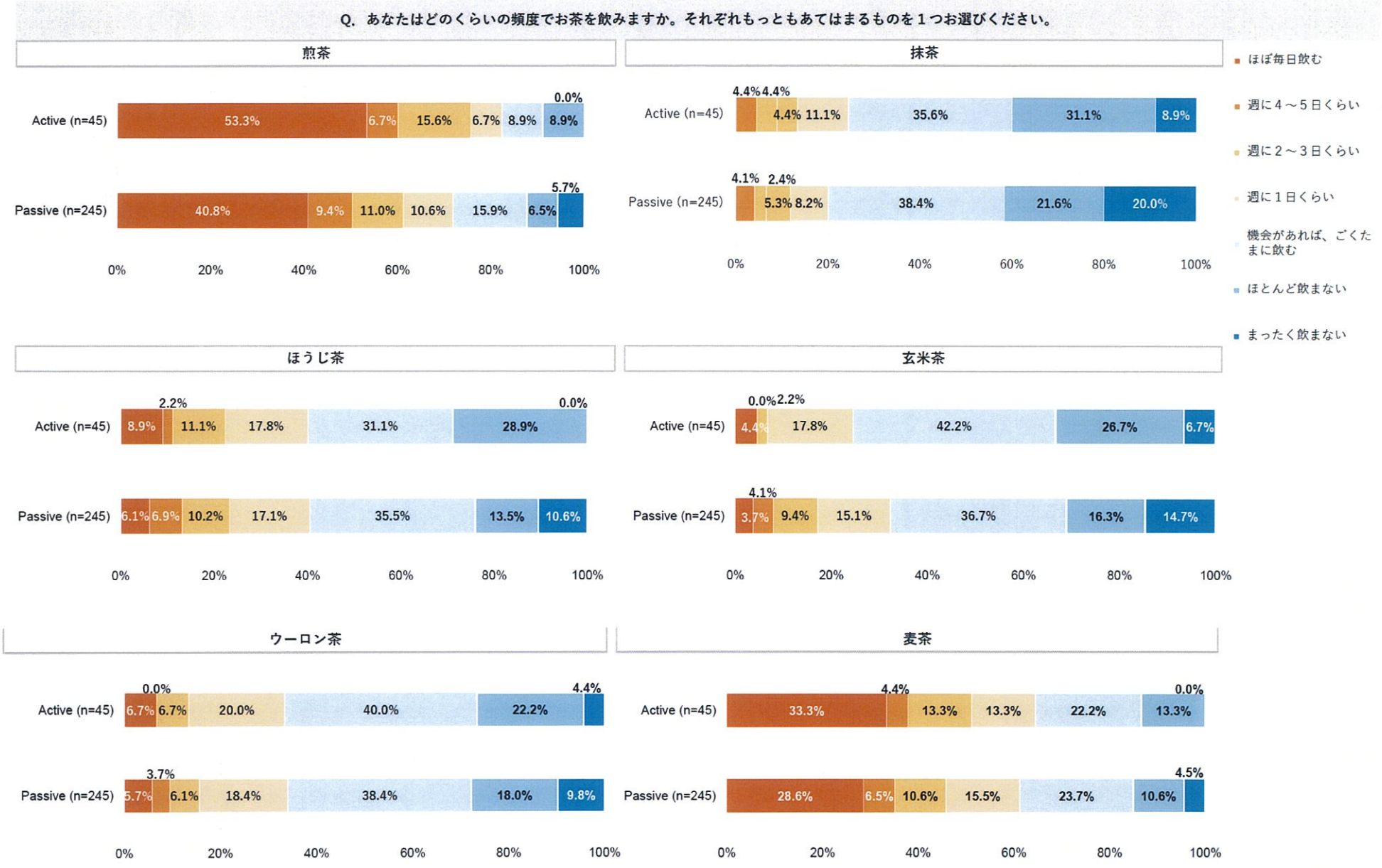
Stage4とStage3をActive（発言などの能動的な活動を行うユーザー）、
Stage2とStage1をPassive（閲覧を中心とした受動的な活動を行うユーザー）とし、その違いを確認する。



Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

2－7．活動量_態度変容に関する調査

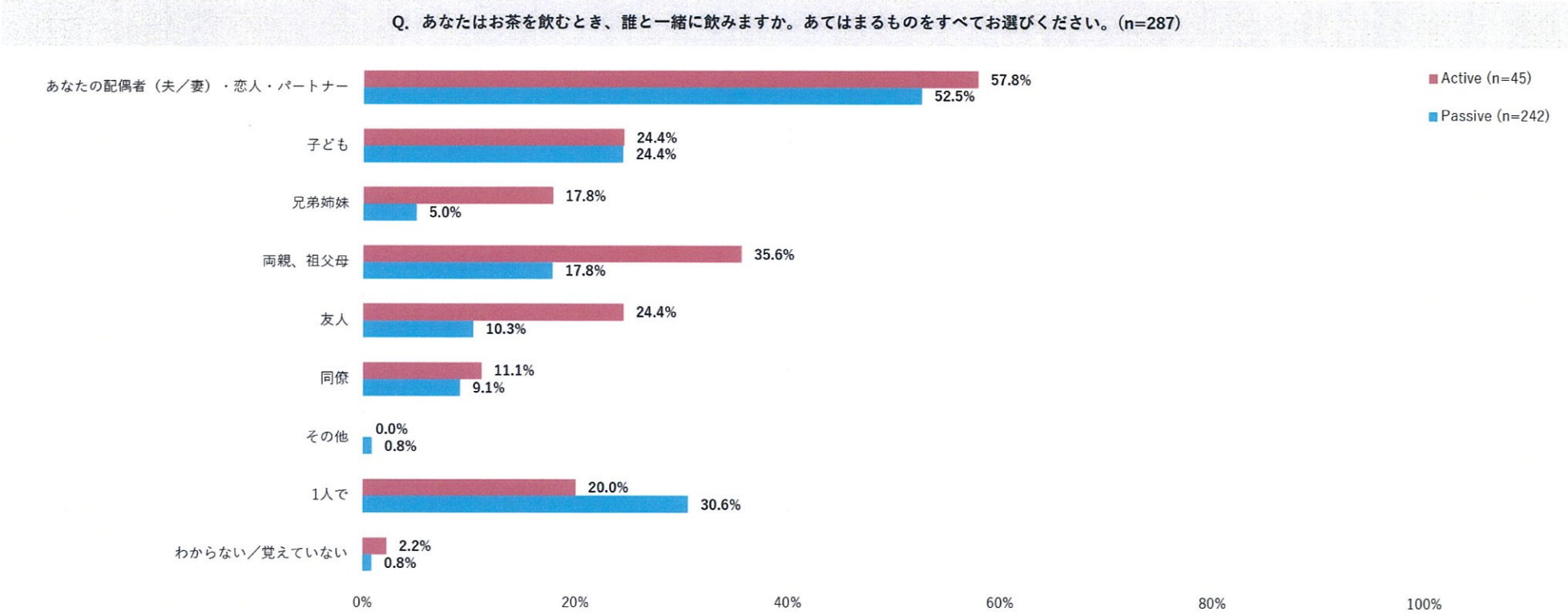
活動×お茶を飲む頻度のクロス集計。コミュニティ内への関与とお茶を飲む頻度との関係を探る。
能動的なユーザーはそうでないユーザーよりも、「煎茶」を「ほぼ毎日飲む」と回答した割合が12.5%高かった。



Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

2－8．活動量_態度変容に関する調査

活動×一緒にお茶を飲む人のクロス集計。コミュニティ内への関与と一緒にお茶を飲む人との関係を探る。
閲覧を中心とした受動的な活動を行うユーザーは「1人で」お茶を飲む割合が高い。

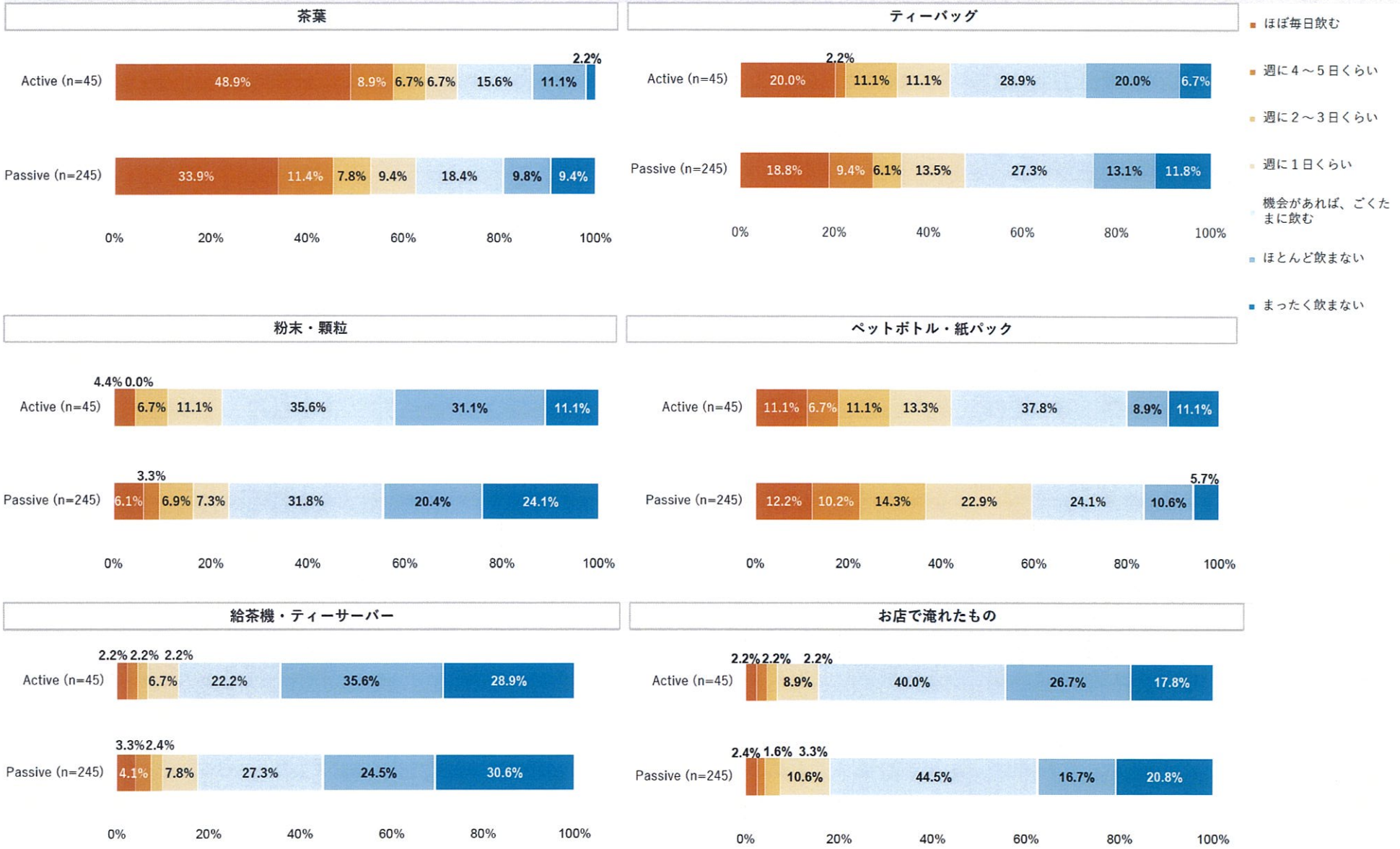


Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

158

活動×日本茶を飲む頻度（お茶タイプ別）のクロス集計。

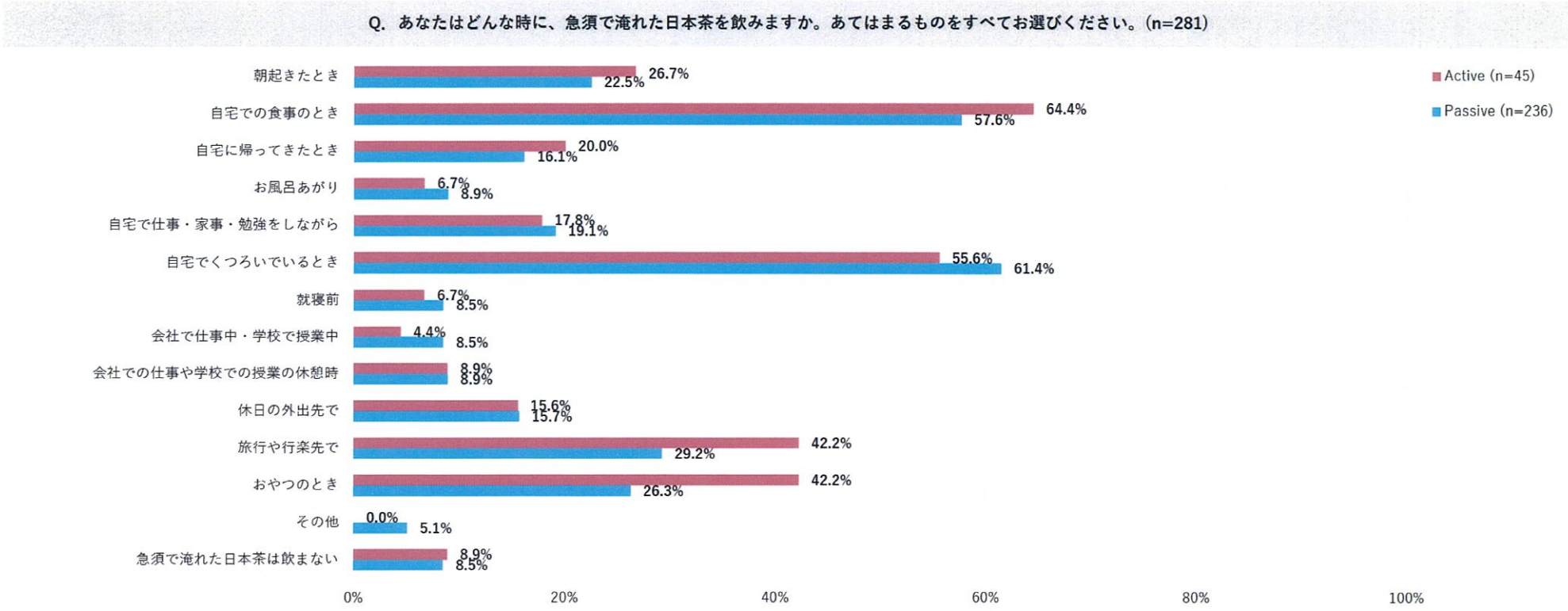
Q．あなたは日本茶をどのくらいの頻度で飲みますか。それぞれのお茶のタイプについて、もっともあてはまるものを１つお選びください。



Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

２－１０．活動量_態度変容に関する調査

活動×日本茶を飲むシーンのクロス集計。閲覧を中心とした受動的な活動を行うユーザーは「自宅でくつろいでいるとき」お茶を飲む割合が高い。



159

Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

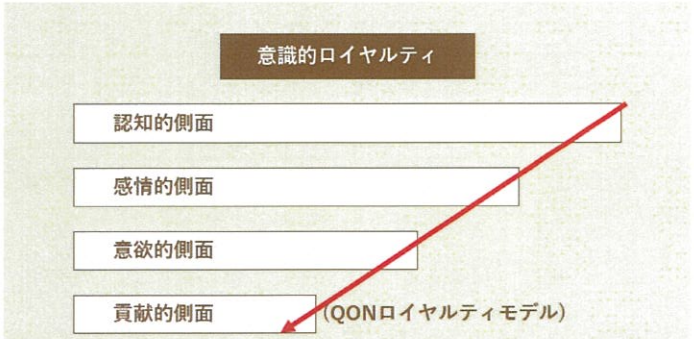
3－1．ファン化について　態度変容に関する調査_意識面

日本茶に対する意識として、認知的、感情的、意欲的、貢献的側面に分けて分析。通常は、段階的に減少する傾向にある（モデル参照）が、日本茶に関しては感情面（愛着）での意識が高い。

ブランド意識はモデルと比較して感情的ロイヤルティが高い。

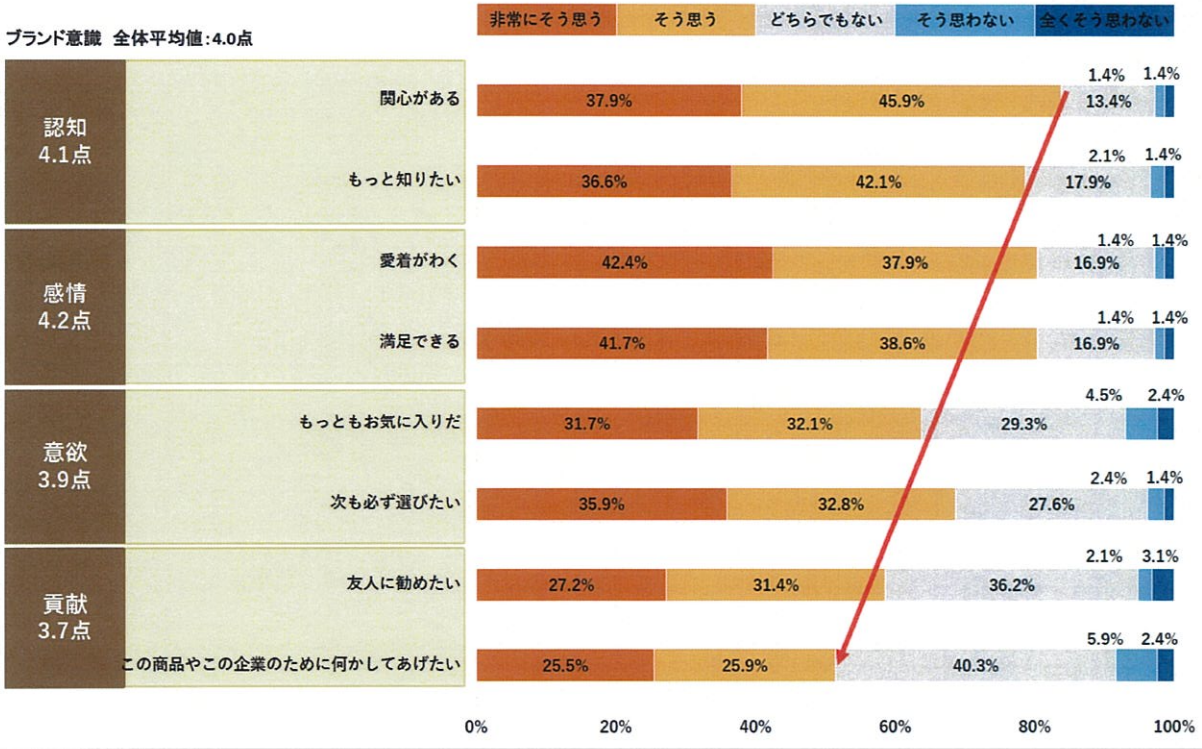
日本茶に対する意識として、Loyaltyの認知的、感情的、意欲的、貢献的側面をみる。
それぞれの側面に対し、2設問ずつ尋ね、その平均値をもとにコミュニティユーザーの意識を判断する。
また選択肢の5つの項目には、5点から1点の得点を割り振り、平均値を算出する。集計対象は、第1回調査(2024年10月)に回答したユーザー290名。

ブランド意識（モデル）



※「QONロイヤルティモデル」は、Oliver(1999)のブランドロイヤルティ・プロセス(出典；Oliver, R.L(1999)「Whence Consumer Loyalty?」The Journal of Marketing)を基に、消費者コミュニティに特化した消費者の意識と行動を反映させたQON独自のロイヤルティモデルです。意識的ロイヤルティは、「認知」「感情」「意欲」「貢献」の4つの側面からなり、消費者が満足する経験に応じて、認知から貢献に向けて、それぞれの側面が段階的に追加されていきます。

ブランド意識

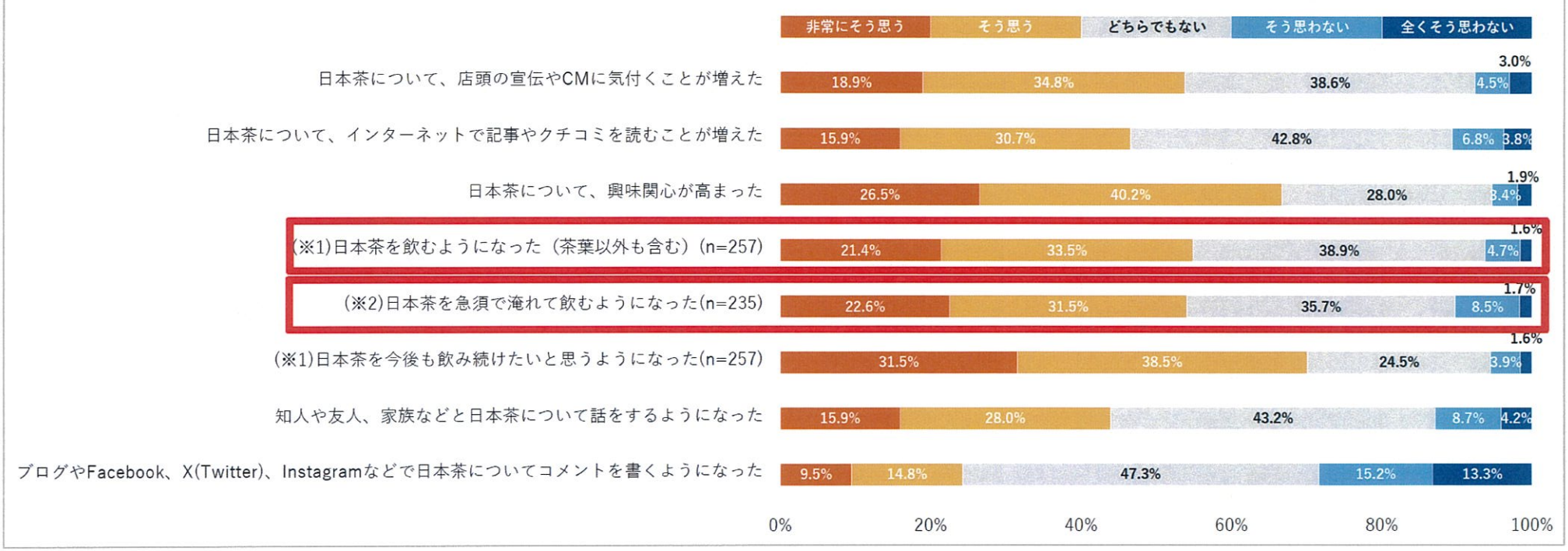


Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

コミュニティの参加によって、日本茶に対する態度がどのように変わったかについて、「日本茶を急須で入れて飲む飲むようになった」と回答したユーザーは「非常にそう思う」22.6%「そう思う」31.5%という結果に。＝態度変容したユーザー

コミュニティに参加することで日本茶を飲むようになったユーザーは50%を超えており、日本茶を急須で淹れて飲むようになったユーザーも50%を超えている。

コミュニティへの参加を通じて態度が変化したユーザーの割合をみる。
集計対象は、第1回調査(2024年10月)に回答したユーザー290名のうち、このアンケートで初めてコミュニティに参加したユーザーを除く264名。
※1：日本茶を「まったく飲まない」と回答したユーザーを除く257名。
※2：「急須で淹れた日本茶は飲まない」と回答したユーザーを除く235名。

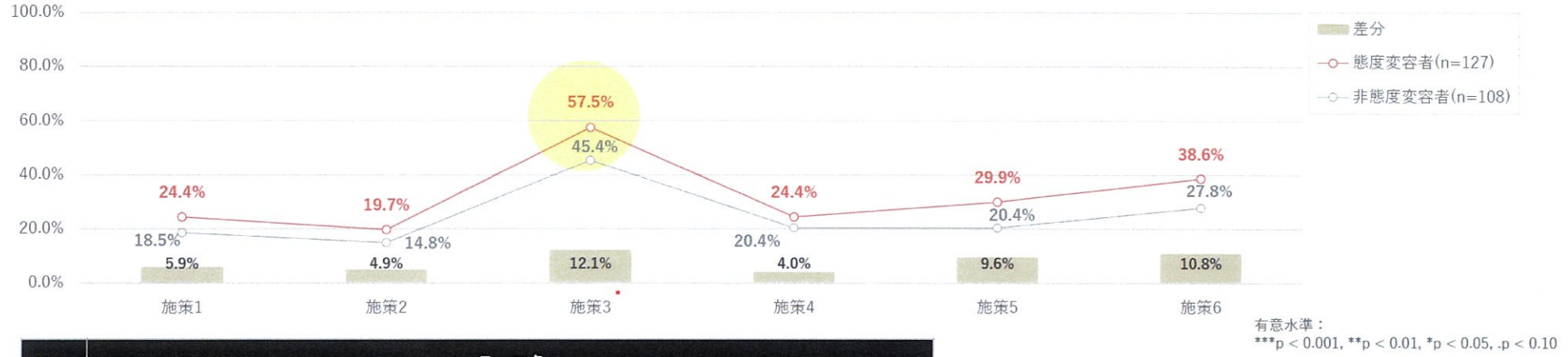


Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

3－3．ファン化について　態度変容に関する調査

態度変容したユーザーと、そうでないユーザーとで、各トークテーマへの参加割合（投稿、拍手）を比較したいところ、参加割合に有意な差があったのは、「日本茶の飲用シーン」について語っているテーマ。このテーマがファン化に影響を与えていたことが分かった。
→自身の飲用シーンについて語ること、他者の飲用シーンに触れることで、日本茶を急須で淹れて飲む傾向がある。

コミュニティで実施した各施策とファン化の関係をみる。
日本茶を急須で淹れて飲むようになったユーザー127名(態度変容者)と、そうでないユーザー108名(非態度変容者)とで、各施策への参加(投稿、拍手)の割合を比較し、
参加割合に有意な差があった施策を確認する。|

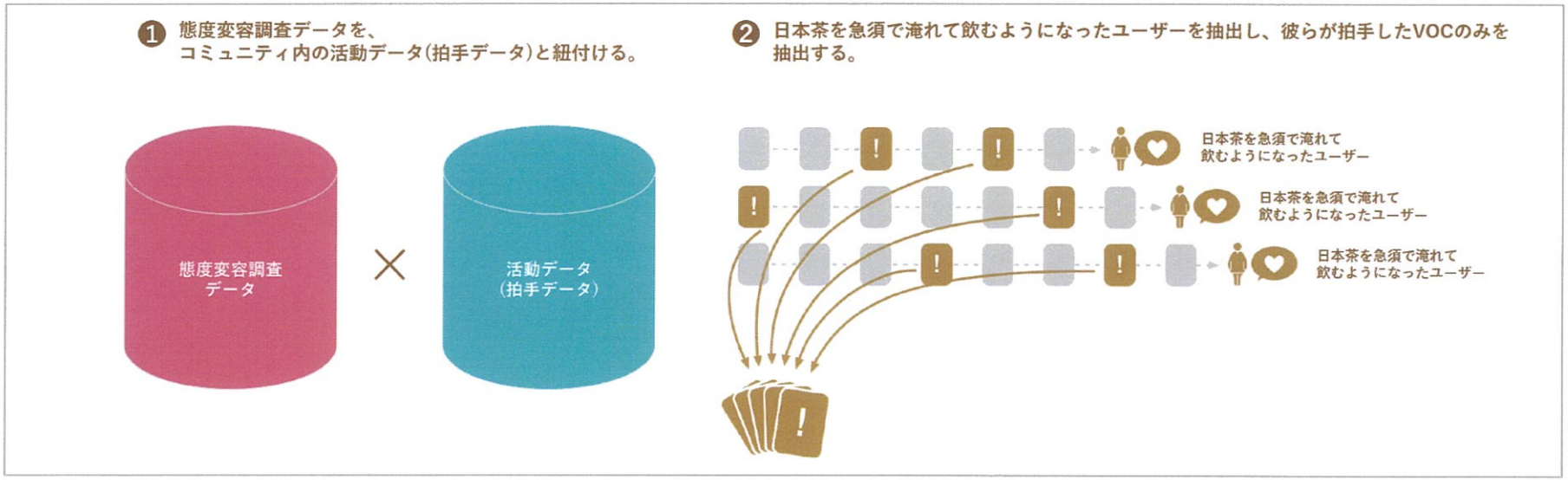


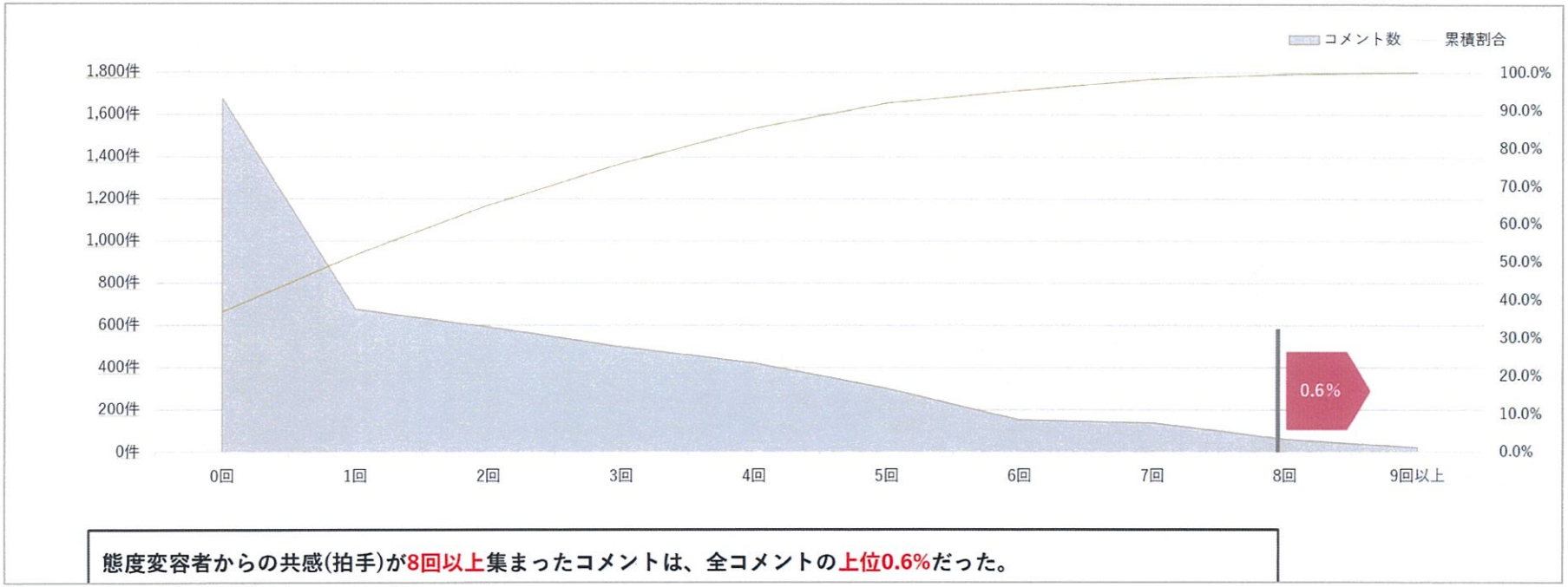
	テーマ名
施策1	日本茶のこと、みんなで話してみませんか？
施策2	日本茶の茶葉セットが当たる！日本茶ぐらしコミュニティ オープン記念キャンペーン
施策3	「日本茶」は〇〇なときに飲んでます♪
施策4	“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！
施策5	お茶を楽しく淹れるにはコレ！あなたの「お茶グッズ」も教えて♪
施策6	みんなで日本茶会議「〇〇だったらもっと日本茶を淹れる人が増える」アイデアを100文字で語ろう

- 多くの人が参加したのは、施策3。
- ファン化した人とそうでない人の差分が大きかったのは、施策3。

Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

態度変容したユーザーに影響を与えている投稿やキーワードを抽出し、ファン化の原因を分析する。
態度変容者の共感(拍手)が8回以上集まったコメントは、全コメントの0.6%だった。





態度変容者からの共感(拍手)が8回以上集まったコメントは、全コメントの上位0.6%だった。

Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

態度変容したユーザーの共感(拍手)が8回以上集まった、影響を与えたコメント、キーワードのうち、「“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！」のトピックに寄せられたコメントは下記。

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

若いころ、母に言われて煎茶を習いに行きました。 玉露やいろいろなお茶の淹れ方を、おばあ様先生に教えていただきました。 **小さな急須で入れる玉露、それは最後の1滴まで、しっかり湯呑にいれます。その最後の1滴が美味しいのよと、教わりました。 そして「甘渋苦」→最初淹れたのは甘く、二煎目は渋く、三煎目は苦くなるとも、教わり、飲んでみるとその通りでした。**

コズイコズイさん（70代 女性）9回/25回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

ここのところ暑いので水出しばかりですが、昨夜たまたま電気ケトルでお湯を沸かすことにしたので、ふと思い立って急須(と言っていいのでしょうか、強化ガラスのような、目の細かいこし器付属のものです)でいれました。茶葉はそのまま、煎茶を。一応一旦マグにとったものを注いで、2分程度で入れ物に注ぎました。で、今朝自然にさめたものを飲みました。 **水出しとは渋みが違う。濃い。濃くておいしい。 お湯の方が茶カテキンが出る、と見たことがあったような。喉の殺菌や体の抗酸化に良さそうな気がします。** 前日に入れて冷やしたお茶を翌朝に飲むの、良いのでは

リエさん（40代 女性）9回/24回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

急須で注ぐ煎茶の色の変化が好きです！**極薄い黄緑から徐々に茶葉が開き始め濃淡が増して濃いグリーンになっていく様子を見ていると心が落ち着く様な気がします。**

らんばさん（50代 女性）9回/24回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

手芸仲間の８５才位の女性がいつも茶葉を持って来て下さって休憩に飲むお茶の美味しい事。５－６人でお菓子を食べながらなので．余計美味しく思いました。 **朝起きてすぐアツイお茶を飲む時も日本人でシアワセと思います。**

チューチャンさん（70代 女性）8回/22回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

普段大量に作った麦茶を飲むことが多いですが、**久しぶりに急須で作った緑茶を飲むとホッとして癒されます。お茶の良い香りがして、改めてお茶の良さを見直します。**

アイス太郎さん（40代 女性）8回/22回

Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

態度変容したユーザーの共感(拍手)が8回以上集まった、影響を与えたコメント、キーワードのうち、「“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！」のトピックに寄せられたコメントは下記。

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

香りが良いですよねぇ　暑い夏は冷やして飲んでも美味しいです。

曇天さん（20代 女性）8回/21回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

沸騰したてのお湯ではなく、少し落ち着かせて？むしろ温めのお湯で煎れると、緑茶の甘みが凄く感じられて、びっくりしますよね！ 保冷ポットに入れておいたお湯（ポット半分ぐらいだったので熱々保温ではない）で緑茶を飲むのが大好きです。お湯が少し冷めちゃったら、急須の出番**！ 緑茶の甘みが美味しくて幸せです。 ズボラな私は、２番煎じなども楽しみ、まだ楽しみたい場合は急須をそのまま冷蔵庫にいれて、後から冷たい緑茶にして飲んだりします。**

いさえみさん（40代 女性）8回/21回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

お茶屋さんから直伝 お湯の温度調整、急須の蓋をしない、 お行儀が悪いように見えるけど最後の最後の一滴まで何とかして注ぐ。 ディープドリップが甘くてコクが一番ある　　との事です。 確かに最後の一滴まで絞り出して注いだお茶は甘い

尾道のてっぱんさん（60代 女性）8回/21回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

急須で手入れ感がとっても癒されます。お茶葉を何度か取り換える手さばきと淹れる手つきに美味しいお茶に時々技も感じることがあります。

ひまわりママさん（60代 女性）8回/20回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

そりゃもう「茶柱」にこそ。部活の試合や受験などなど朝食の縁起、母がわざとさえw

たんぼマスターさん（60代 男性）8回/19回

Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

態度変容したユーザーの共感(拍手)が8回以上集まった、影響を与えたコメント、キーワードのうち、「“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！」のトピックに寄せられたコメントは下記。

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

普段お茶って飲まないのですが、温泉地等に旅行に行った際とか和な旅館などに泊まったら、部屋に急須と茶葉が置かれているので自分で淹れてます。**そんなところで飲むお茶はすごく美味しいです♪ 久しぶりにお茶っていいな・・・と日本人であることを幸せに感じます。**

なつみかんさん（40代 女性）8回/19回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

急須で入れて飲むと日本本来のお茶の 味わいがするような気がします。 そして色々な種類のお茶が飲めていいですね。 今はエコの時代水筒を持って歩く時代ですね。 私は急須から注いで美味しいお茶を持っていきますよ。

あゆさん（70代 女性）8回/19回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

急須で日本茶淹れたのはもしかしたら小さい頃以来かもしれません。よく覚えてはいませんが、**お茶の深い味わいがして美味しく、リラックスした気分になれた気がします**

マリエさん（20代 女性）8回/19回

“急須で淹れた日本茶”っていいな♪と思ったエピソード大募集！

南部鉄瓶でお湯を沸かし急須で入れて飲んでいます。南部鉄瓶で沸かしたお湯なので味がまろやか、綺麗な色、**夏は冷茶で飲んでいます。**

サブさん（60代 男性）8回/19回

Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

態度変容したユーザーの共感(拍手)が8回以上集まった、影響を与えたコメント、キーワードのうち、
「日本茶は〇〇なときに飲んでいます♪」のトピックに寄せられたコメントは下記。
多様な日本茶を飲むシーンに共感している。

「日本茶」は〇〇なときに飲んでます♪

態度変容した人の拍手数/総拍手数

日本茶は毎日の食事の時に飲んでいます さっぱりしていて料理との相性もいいですね(^_-)-☆
ミダヤンさん(40代 女性)8回/25回

在宅の時は、寒い時期は適宜お湯を沸かして好きなときに飲んでいます（ティーコゼ？紅茶用の？冷めないカバー付けてます）そして、最近暑くなってきたから、水出しの緑茶を冷蔵庫に常備しています。思いのほか早く緑茶になるのですぐ飲めて美味しいですよ！
いさえみさん(40代 女性)8回/19回

ほぼ毎日、朝食時に飲んでます。日本人なので、やっぱり日本茶です。
にとへいさん(60代 男性)8回/25回

毎日食後に飲んでいます。 緑茶の香りがなんとも 言われないです。 癒されますね。
あゆさん(70代 女性)8回/24回

我が家は私が生まれた時から毎日飲むという習慣の両親の元育ったので**日本茶というのは常に身近にある存在ですね。 毎日新しい茶葉を入れるのでそれが朝の始まりといった感じです。スイッチが入るような感覚で、またリラックスも同時にできて重宝しています。**
きつねんさん(60代 女性)8回/24回

リラックスしたい時や疲れた時や休憩したい時などに日本茶は重宝しています。
ユッコさん(30代 女性)8回/23回

蒸し暑くても、急須で熱いお茶をほぼ1年中いただいています。 **生活に欠かせない飲みものです。**
スノウドロップさん(60代 女性)8回/22回

おもてなししたいときに出したり お茶菓子と一緒に飲んでいます
えりたんさん(20代 女性)8回/20回

仕事中に飲んでいます！
ゆさん(30代 女性)8回/21回

3時のおやつや10時ごろの小休憩に飲んでいます。主人が淹れてくれるお茶が美味しくてすき！
わぴこさん(30代 女性)8回/20回

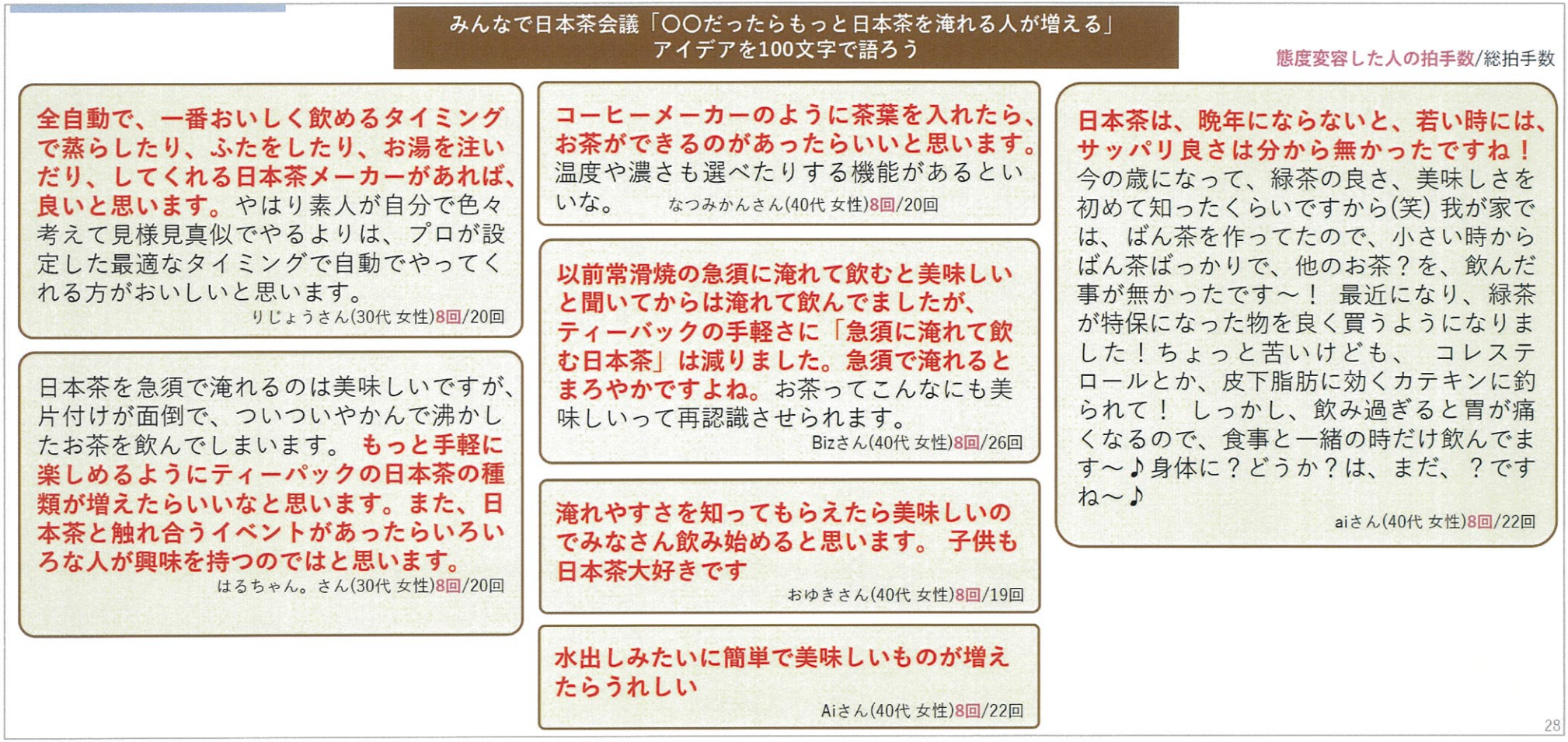
「日本茶」はとにかく一日中、喉が渇いて水分を補給したい気分なときに飲んでます 他の飲み物はほとんど飲まないです 日本茶が最高です
ひでみさん(60代 女性)8回/21回

家事等終わって一息つきたいときに 緑茶を頂きます。 日本茶にいつも癒されます。
あゆさん(70代 女性)8回/17回

毎日番茶、煎茶、玄米茶の中から選んで飲んでます。そしておやつを食べる。先日やっと番茶とほうじ茶の違いを知りました（笑）
アルシノアさん(40代 性別不明)8回/27回

Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

態度変容したユーザーの共感(拍手)が8回以上集まった、影響を与えたコメント、キーワードのうち、「みんなで日本茶会議『〇〇だったらもっと日本茶を淹れる人が増える』」のトピックに寄せられたコメントは下記。
日本茶を手軽に飲める方法や日本茶の良さを知ることについて共感している。



Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

態度変容したユーザーの共感(拍手)が8回以上集まった、影響を与えたコメント、キーワードのうち、「みんなで日本茶会議『〇〇だったらもっと日本茶を淹れる人が増える』」のトピックに寄せられたコメントは下記。
日本茶を手軽に飲める方法や日本茶の良さを知ることについて共感している。

Vol
(Voice of Influence)

みんなで日本茶会議「〇〇だったらもっと日本茶を淹れる人が増える」アイデアを100文字で語ろう

態度変容した人の拍手数/総拍手数

急須で淹れるのにもまとめて淹れるのに皆の時間が合わないし、誰が洗う問題もあって職場では好まれず、ティーバッグが妥当みたい。レバーを押せば一人前の淹れたて煎茶が出てくるマシーンがあると良いのかも。でも茶葉の質と価格がね。

ぽ～りんさん(50代 女性)8回/25回

濃いお茶を冷凍庫で凍らせて かき氷機で削り、小豆や練乳と一緒に食べると 美味しいです。 お茶をゼラチンでかためて、お茶ゼリーにしたり、ホットケーキを作る時に 牛乳の変わりに 冷やした濃いお茶で作ると 美味しいです。甘納豆を混ぜて 焼くと 更に美味しくなります。 粉末のお茶をお菓子など デザート作りに使う事が多いのですが…**濃いお茶でも 色々なデザートが作れるので、レシピコンテストをすると 多くの方が お茶に興味を持ってくれると思います**

福ちゃんはるちゃんさん(50代 女性)9回/24回

急須で飲む「日本茶」はお湯加減がポイントだそうです。 日本茶が大好きな母は日頃から言っています。 **美味しい日本茶を飲めば「日本茶ファン」が増えると思います！**

たのさん(50代 女性)8回/27回

日本茶が身体にとっても良いことをもっと知っていただきたいです。ポリフェノールはとても身体にいいし、お茶でうがいをすると風邪予防に なります。 昔、母親が茶殻で佃煮を作ってました。 茶殻も身体にとても良いそうです。 **抹茶お菓子ブームのように日本茶お菓子から広がっていくのは？と思います。**

chyakoさん(60代 女性)8回/20回

生産地や等級、銘柄等により価格差があり値段が高いですね。 ペットボトルやティパックは手軽で安いですね。**美味しくて手軽で安価だと浸透するのではないでしょうか。**

鮒寿司さん(70代 女性)8回/23回

日本茶が渋くなくて、すっきりとした味わいだったらもっと日本茶を淹れる人が増えると思います 私自身、子供の頃から渋いのが苦手で、我が家ではお茶と言えば紅茶の事を指しています **まずは日本茶が苦手な方の意見をよく聴いて、新たなる商品開発が必要だと思います**

ひでみさん(60代 女性)8回/23回

コーヒーメーカーのように数種類のお茶の味を楽しめるコンパクトなものがあったらうれしいです。お茶大好き、特に秋から冬にかけてのまったりのむのがすきです。味変で数種類のお茶がポイントです。これから日本茶広げていきましょう。

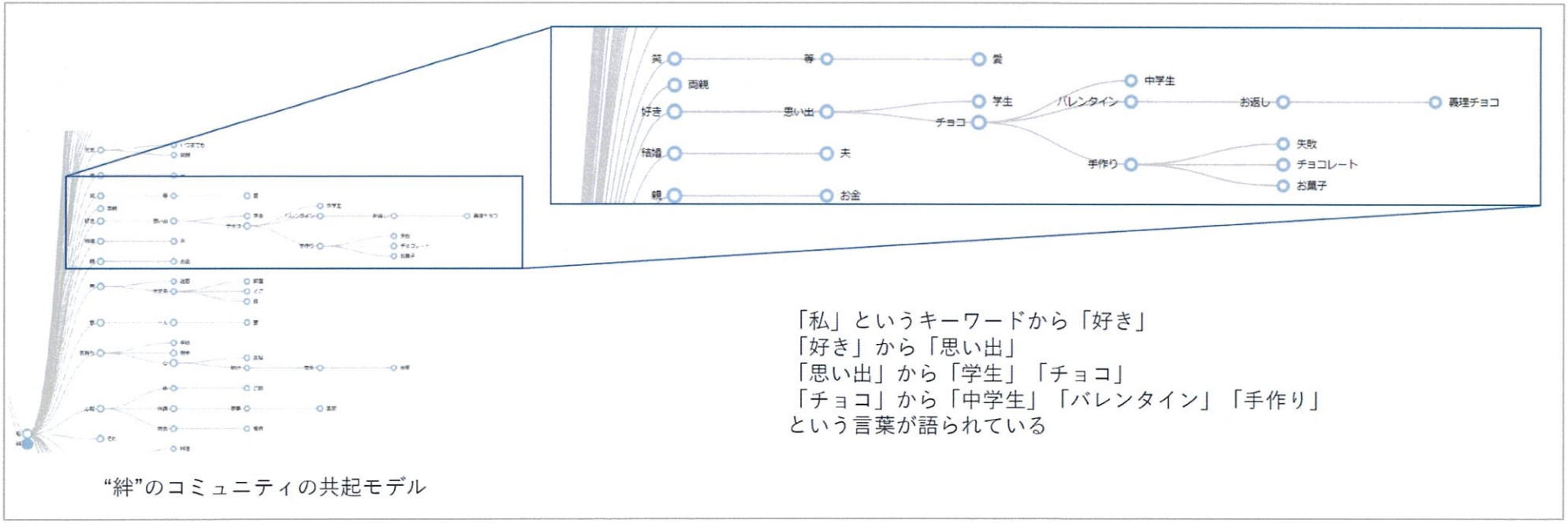
ぱぱいや123さん(60代 女性)8回/20回

Copyright © 2025　miraidukuri　all rights reserved

《共起モデルとは》

ブランドがどのような言葉と共に語られているのかを分析する「共起モデル」とは、共感を寄せた共起関係を表出することで、人の物語の背景を辿ることができる。コミュニティに生じる大量の対話データを、AI（共起アルゴリズム）が読み込み、それぞれの発言に含まれる、単語と単語の出現頻度を計算し、意味内容の距離に置き換える。

（参考）



「私」というキーワードから「好き」
「好き」から「思い出」
「思い出」から「学生」「チョコ」
「チョコ」から「中学生」「バレンタイン」「手作り」
という言葉が語られている

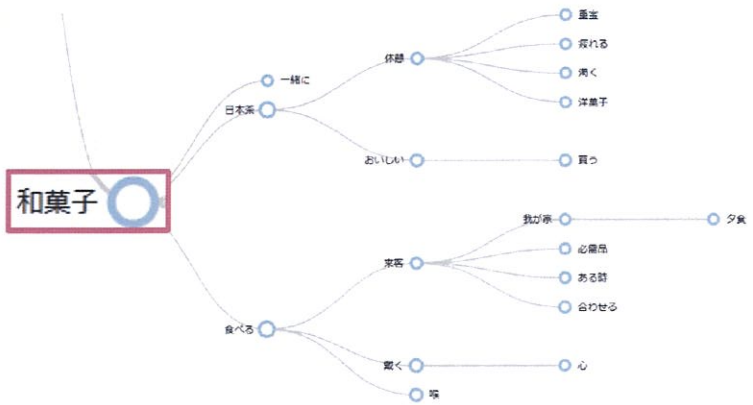
“絆”のコミュニティの共起モデル

Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

「共起モデル」から読み取れる飲用シーンの特徴として、年代別で違いが見られた。30代は食事、特に軽食やおやつのタイミングでの飲用が多く、日本茶はそれを補完する飲み物としての役割が強い。
和菓子から広がるワードには、気持ちが安らぐというコメントが見られた。

テーマ：「日本茶」は○○なときに飲んでます♪

30代以下



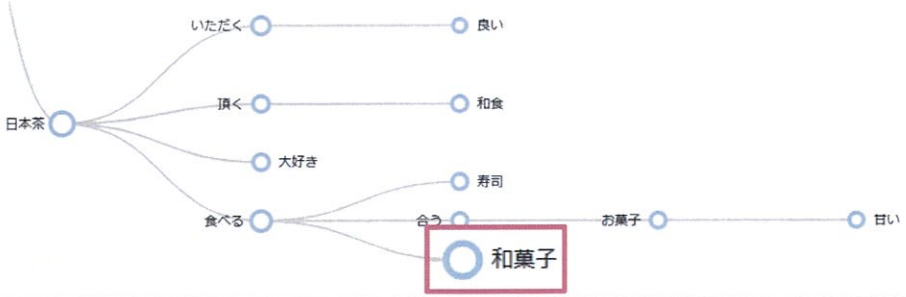
お寿司や和菓子を食べる時にやっぱり飲みたくなります。
特に餡子との相性は抜群ですね♫
コーヒーも大好きですが、**コーヒーでは補えない美味しさがお茶にはあります。**
むーあ,女性,30代

和菓子を食べる時に日本茶を戴きます。
心がほっこりします。
のんちゃん,男性,20代

和菓子を食べる時は温かい日本茶で！**ほっとします。**
そるてぃ,女性,30代

週末おいしい和菓子屋さんで素敵な**和菓子を買ってきたときに日本茶飲みます。**
ゴリラの飼育員,女性,30代

40代以上



40代以上も「和菓子」というワードが語られているが、日常の様々なシーンのうちの一つという要素が強い

171

Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

40代以上では、日常生活との密接な関わりが見られ、仕事中、起床後や就寝前などの特定のタイミングに飲用している。40代以上でも食事、軽食やおやつのタイミングでの飲用が見られるが、日常の様々なシーンのうちの一つという要素が強い。
また、癒しの効果を目的としての飲用や、得られた効果として癒しがあったことが多く語られる傾向にある。

40代以上

テーマ：「日本茶」は〇〇なときに飲んでます♪

日本茶は一息つきたい時に飲んでいます！
仕事中の一区切り、休みの日は用事を済ませた後、気付いたら飲んでます!
気持ちもリラックスして気持ちよく次の作業に進めます!
あもどん,女性,40代

仕事を終えて何か飲みたいときにお茶を飲んでいます。
リラックスできますね。
あゆ,女性,70代

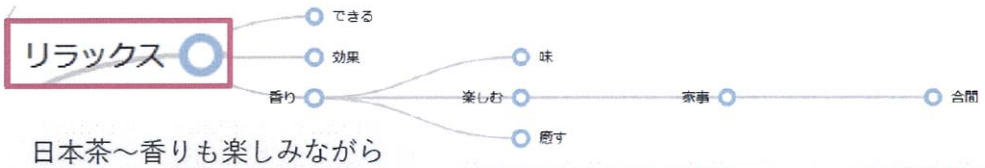
食事の時や仕事が終わってほっと一息した時に飲んでます ちょっと濃いめのお茶が好きなので 残ったお茶っ葉は 天ぷらにしても美味しいので 捨てずに 食べてます
にゃん,女性,60代

ご飯のときに飲んでます。
ご飯以外でものどが渇いたときには飲んでます。
たか,男性,60代

食事の時や喉が渇いた時に飲んでいます。
ちいかわ,女性,50代

食事の時、仕事中、喉が渇いた時、和菓子を食べる時
しなもん,女性,40代

「日本茶」は**とにかく一日中、喉が渇いて水分を補給したい気分なときに飲んでます** 他の飲み物はほとんど飲まないです 日本茶が最高です
ひでみ,女性,60代



日本茶～香りも楽しみながら飲みます。**家事の合間にリラックスしながら飲むのが多いです。**
エリンギたけのこ,女性,50代

リラックスしたいとき。
お茶の緑色がみたいとき。
お茶の香りをかぎたいとき。
まさみ,女性,40代

食事とともに飲んでいます。香りと味でリラックスできます。
ミック,女性,50代

12

Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

「お茶グッズ」ついて聞いた施策では、30代以下は急須以外のお茶グッズについて、40代以上はこだわりの急須について語る傾向にある。

テーマ：お茶を楽しく淹れるにはコレ！あなたの「お茶グッズ」も教えて♪

30代以下

サーモスの真空断熱マグカップを愛用しています！
保温、保冷能力に優れていて、温度をキープしてくれるのが良いです！

あかね,女性,20代

イギリスで購入したキャスキッドソンのマグカップを使って飲むと**日本茶も紅茶もすべて美味しく飲むことが出来ます。**☕

ユッコ,女性,30代

前に**旅行や留学でお土産に買ったマグカップを塗装が剥げたり色落ちしながらも気に入って使っていましたが**、落として割ってしまったのでショックです今は100円ショップの物…

マリエ,女性,20代

ティーポットです。
お湯の温度をきちんと計って淹れたことがないので、茶葉に合わせて淹れてみたい！と思いました。

あずきなこ,女性,30代

40代以上

南部鉄器の急須で淹れてます
普通の陶器よりも美味しく感じるのは気分的な問題なのかな？？(´▽`;)ゞ
煎茶の鮮やかな緑が映える様に、白いマグカップを使ってます近所のお茶屋さんの店頭に茶筒が並んでいて、綺麗だな～可愛いな～と思うんですが、今販売されてる煎茶は袋のまま保存出来る様になっている為、なかなか購入するに至りません。。。

ぴーたろう,女性,40代

万古焼の急須です。夫が、大の日本茶好きで、茶渋のこびりついたような、急須と、湯呑茶碗
今でも、そのままで使っていますが、この「こびりついた茶渋」がなーんとも言えず、馴染んでしまって、あまり、ごしごしとは洗いません（笑）

野うさぎ,女性,80代

母が急須のコレクターで、一部を写真に撮りました。
美味しいお茶を楽しむために、急須の使い分けをしてるみたいです。
私自身はこだわりはないのですが、お湯の温度や淹れ方等、参考にしたいと思います！

inako,女性,50代

9

Copyright © 2025 miraidukuri all rights reserved

令和６年度
茶・薬用作物等地域特産作物体制強化促進事業報告書
（全体報告書）

令和７年３月
発行：日本茶業体制強化推進協議会

私の、ゆったりとした時間が
流れ出す。

日本茶ぐらし

日本茶業体制強化推進協議会