

令和7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

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7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。

最近の茶を巡る情勢については、国内では人口の減少や原材料価格の上昇に伴う諸物価の高騰などにより経済全体が低調な中、ライフスタイルの変化などもある中、日本茶の国内消費動向は緑茶飲料が堅調であるものの、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。

他方、海外では日本の食文化の浸透などが進みつつある中で、煎茶を上回って抹茶などの粉末茶の輸出が伸長してきている。

このような状況を踏まえて、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楽しみ方を国内外の若い消費者向けに発信して、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大阪・関西万博の開催に合わせた日本茶応援消費拡大キャンペーンの展開、②消費者向けPRキャンペーンの実施、③お茶を淹れるパフォーマンスをアピールし、お茶の楽しみ方を発信する日本茶淹れ方選手権の開催、④若年層ファン獲得のため日本茶の新しい楽しみ方を提案する日本茶博覧会の開催、⑤日本茶学生サークルの交流促進と日本茶エバンジェリストの育成、⑥環境意識が高い若者をターゲットにマイボトルでマイお茶体験の実施、⑦九州各地の茶業者と協力して茶の淹れ方・日本茶文化体験等の提供、⑧日本茶ファンコミュニティを活用した消費者意識把握調査の実施及び⑨活動状況等について情報発信力を強化するため日本茶業体制強化推進協議会ホームページの拡充・整備を実施した。

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. 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

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2025の開催	4
(2) 日本茶博覧会「Ocha×」の開催	14
(3) 九州オチャモノガタリ2025の開催	32

2. 茶の需要拡大に資する取組の実施

(1) 大阪・関西万博の開催に伴う日本茶応援消費拡大キャンペーンの展開	67
(2) マイボトルでマイお茶体験の実施	72
(3) 日本茶淹れ方選手権の開催	88
(4) 国際日本茶学生サークルの設立	101

3. 需要・消費動向等調査の実施

(1) 日本茶ファンコミュニティを活用したインサイト把握調査の実施	134
-----------------------------------	-----

4. 情報発信ツールの整備

(1) 日本茶業体制強化推進協議会ホームページの拡充・整備	162
-------------------------------	-----

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。

最近の茶を巡る情勢については、国内では人口の減少や原材料価格の上昇に伴う諸物価の高騰など経済全体が低調な中、ライフスタイルの変化などもあって、日本茶の国内消費動向は緑茶飲料が堅調であるものの、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。他方、海外では日本の食文化の浸透などが進みつつある中で、煎茶を上回って抹茶などの粉末茶の輸出が伸長してきている。

このような状況を踏まえて、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楽しみ方を国内外の若い消費者向けに発信して、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。

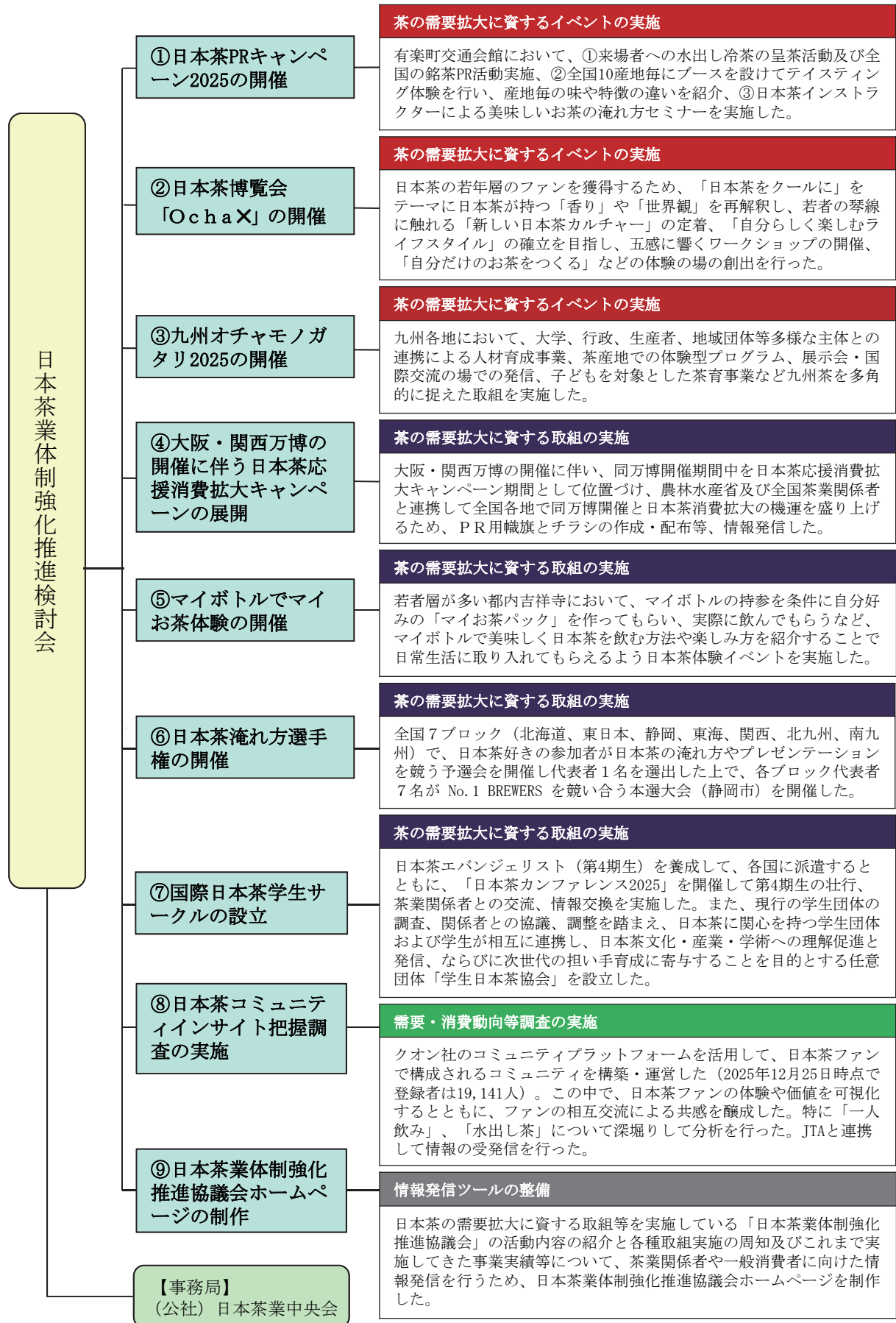
このため、今年度は、国内外の消費者・事業者に向けて日本茶の普及、日本茶文化・健康機能性等を情報発信するため、①大阪・関西万博の開催に合わせた日本茶応援消費拡大キャンペーンの展開、②消費者向けPRキャンペーンの実施、③お茶を淹れるパフォーマンスをアピールし、お茶の楽しみ方を発信する日本茶淹れ方選手権の開催、④若年層ファン獲得のため日本茶の新しい楽しみ方を提案する日本茶博覧会の開催、⑤日本茶学生サークルの交流促進と日本茶エバンジェリストの育成、⑥環境意識の高い若者をターゲットにマイボトルでマイお茶体験の実施、⑦九州各地の茶業者と協力して茶の淹れ方・日本茶文化体験等の提供⑧日本茶ファンコミュニティを活用した消費者意識把握調査の実施及び⑨活動状況等について情報発信力を強化するため日本茶業体制強化推進協議会ホームページの拡充・整備を実施した。

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7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10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10地域(北海道(札幌市)、東京都(港区、江東区、渋谷区、吉祥寺)、茨城県(古河市)、静岡県(静岡市)、愛知県(名古屋市)、京都府(京都市、和束町)、大阪府(大阪市)、福岡県(福岡市)、長崎県(東彼杵町)、鹿児島県(鹿児島市))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10地域(北海道(札幌市)、東京都(港区、江東区、渋谷区、吉祥寺)、茨城県(古河市)、静岡県(静岡市)、愛知県(名古屋市)、京都府(京都市、和束町)、大阪府(大阪市)、福岡県(福岡市)、長崎県(東彼杵町)、鹿児島県(鹿児島市))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



(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 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	石渡 哲也	NPO法人日本茶インストラクター協会 専務理事
委員	松本 靖治	一般社団法人国際日本茶協会 理事
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	木幡 勝則	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	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	馬場 章夫	東京都茶協同組合 理事長
委員	君野 玄一	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	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ジャパン事業本部 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

(注) 令和8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 2025 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試飲体験してもらい、その美味しさ、産地毎の味の違いや特性を理解してもらおう。また、日本茶のプロである日本茶インストラクターが、美味しいお茶の淹れ方を分かりやすく提案するミニセミナーを実施し、消費者等に日本茶への理解と関心を深めてもらうことで、リーフ茶の消費拡大と新たな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体験してもらうことで産地毎の味や特徴の違いを紹介したほか、好きなお茶（産地）の人気投票を実施。

【全国 10 産地の銘茶】

- ・ 狭山茶（埼玉県）
 - ・ 静岡茶（静岡県）
 - ・ 伊勢茶（三重県）
 - ・ 美濃茶（岐阜県）
 - ・ 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 年度は 5 産地、R6 年度は 8 産地、R7 年度は 10 産地が参加）

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

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 2025」実施報告書

実施主体：日本茶業体制強化推進協議会

実施者：東京都茶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していくことは喫緊の課題である。

一方、抹茶ラテなどの商品をはじめ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潜在的な需要は非常に高く、茶業界として更なる需要と魅力を喚起し「茶葉から飲む日本茶」について、茶師十段など有する我々茶業者がその美味しさ、産地による違い、淹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。

本取組は、急須より簡単にお茶を作れる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、各産地の新茶のテイasting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 2025

<実施日時>

2025 年 6 月 22 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 3500 人、ブースエリア…約 600 人超

＜実施内容＞

1F サンプル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。冷茶は、都内専門店4店舗の同一価格の茶葉で冷茶用にブレンド・推奨する茶葉を用意し、時間帯によって味を変えて紹介した。

3F ブースエリアでは、全国10産地（狭山、静岡、三重、岐阜、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：前年度は8産地が参加）

また、3F 同会場内には日本茶インストラクターがミニ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実施した。この茶葉も都内専門店の同一価格の茶葉を用意して、1F サンプルエリアとの対比を意識した。

3F 来場者には、一煎パック5産地セットをプレゼントし、一番好きだった産地や感想などを記入できるメッセージ台を設けて、任意で記入投票してもらった。

＜当日進行スケジュール＞ ※イベント会場、実施内容

時間	＜1Fサンプルエリア＞	＜3Fブースエリア＞
8:15	(スタッフ会場到着、荷物搬入)	
9:00	(事前ブリーフィング)	
9:20	<ul style="list-style-type: none">・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	<ul style="list-style-type: none">・各ブース設営・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	<p>【水出し茶の呈茶開始】</p> <ul style="list-style-type: none">・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のブースエリアにも案内する。・誘導スタッフは、サンプル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	<p>【ブースでの接客開始】</p> <ul style="list-style-type: none">・産地団の1～2名が担当。・来場者へ新茶のテイスティング実施。・産地の茶のPR。 <p>【ミニセミナーエリア】</p> <ul style="list-style-type: none">・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名程度集まったら随時ミニセ

リングエリア近くでイベント案内をする。

ナーを開始。

・ 1回のセミナー時間は10分程度。

・ 来場者に産地一煎バックブ
レゼント。

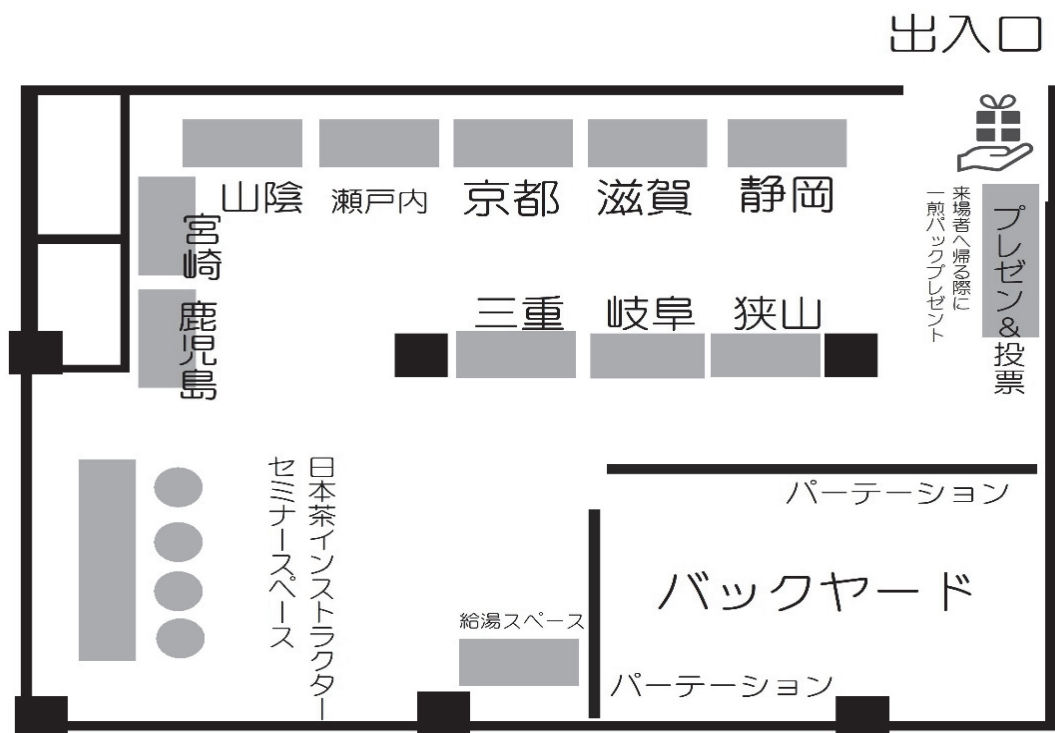
16:00

(呈茶終了、撤収作業開始)

17:00

(完全撤収)

<3階ブースレイアウト>



3. 広報関連



東京都茶協同組合「X」にてPR

<https://x.com/tokyochakumiai/status/1932014820678894013>

当日の様子と来場御礼のポスト

<https://x.com/tokyochakumiai/status/1936743053982871948>

4. 当日写真

1階「サンプリングエリア」





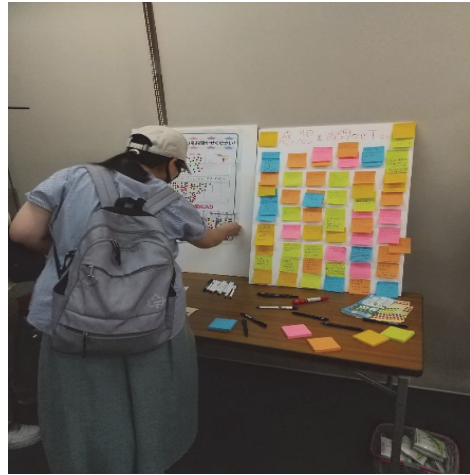
3階「グリーンルーム」





「インストラクターによるセミナースペース」





5. 総括

本年の日本茶PRキャンペーンは都議会議員選挙の投票日と重なり、また6月では異例の猛暑の日となった為、前年に比べ通行人の数は少なかったように感じられましたが、逆に興味を持って立ち止まってくださる方は多く、結果、昨年よりも多くの方に呈茶をすることが出来ました。

1階サンプリングエリアにおける冷茶は、都内4店舗の専門店のお茶を時間替わりで使用し、変化を持たせることで、通行の行き帰りの度に寄ってくださる方や多くの種類・嗜好を体験して頂く工夫をしました。

今年もポスター、のぼり、茶娘など、通行人にイベントの視認性が高くなるようにするとともに、暑さ対策も考慮して、短時間で前後を交代するなどして安全対策にも配慮しました。

3階ブースエリアでは、昨年より産地の数が増え、10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い、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ただけるようにしました。

ブースは増えましたが、昨年の会場スペース活用のフィードバックを活かして効率的に配置することで、昨年同様来場者数が600名超となりましたが大きな混乱はなかったと思います。

また各団も、同一価格の茶葉を用意してもらい、品質の違いではなく、産地・嗜好性の違いを楽しめるようにした為、1日で15種類以上の飲み比べができ、来場者も大変興味深くテイスティングされている姿が印象的でした。

参加団からは昨年同様「集客力があり、よいイベントだった」という声が聞かれた。

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。

また、アナログ的な「好きな産地」投票を行うことで、消費地・東京における嗜好の特徴、また消費者の日本茶の味のトレンドを視認することができ、結果をとっても興味深く共有することが出来ました。

昨年の反省点を踏まえ、今年は会場の回遊性・見た目と清潔感に配慮し、ただの飲み比べだけではなく、その場所・有楽町でお茶を飲む雰囲気重視しました。

具体的には、床面のブルーシートの配置を変え、各ブースがどこの産地なのか一目でわかるようにスタンドポップを配置しました。

来場者からは、「大変面白かった」「お茶の味がこんなに違うとは初めて知った」「お気に入りの産地を見つけられた」「またこれらのお茶を購入したいと思った」「まずは急須を買いたい」「定期的に有料で良いのでやって欲しい」「次はいつ開催するのか?」「このお茶はどこで買えるのか?」「おみやげまでもらえて、謎にお得なイベント」「日本茶ってこんなにすごいんですね」など、多くの嬉しいお声を頂きました。

また、私どもが行う消費地における産地のPRは、ただ生産地が東京に宣伝に来て、呈茶をして帰っていただく、若しくは自店の商品のPRだけのそれとは異なり、全国の青年団という茶業を担う公共性の高い仲間が開催することにより、流通の上でも滞りのない経路であるので、スムーズなPRができ、一過性のイベントではなく、その後の消費者の興味をつなぎとめられ、嗜好性や説明責任を負える我々消費地の専門店がいるという点でも、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お茶の認知促進、購買につなげていくと同時に、茶産地のPRや地域の活性化の一助となり、日本茶という現在世界的にも大変注目されるとともに、日本の戦略輸出農産物にも挙げられ、日本の伝統文化でもあるコンテンツを、正しく継承、伝授していける担い手として、日本茶業界の発展に微力ながら寄与していきたいと考えております。

以上

(東京茶業青年団団長 君野 玄一)

1. 茶の需要拡大に資するイベントの実施

(2) 日本茶博覧会「OchaX」の開催

① 背景・目的

日本茶の若年層のファンを獲得するため、「日本茶をクールに」をテーマに、日本茶が持つ「香り」や「世界観」を再解釈し、五感に響く体験型ワークショップの開催や「お茶を飲む」だけでなく、「自分だけのお茶を作る」、「お茶の香りに癒される」などの体験の創出によって、若者の琴線に触れる「新しい日本茶カルチャー」の定着、「自分らしく楽しむライフスタイル」の確立を目指す。

② 事業内容

令和7年11月8日から9日の2日間、Glocal Point Aoyama を会場にして日本茶博覧会を開催した。参加者数は318名。

「お茶×(カケル)」をコンセプトに、異業種・異分野とコラボレーションしたコンテンツを実施した。

ア. 体験型ワークショップ

- (ア) お茶×お酒
- (イ) お茶×染め物
- (ウ) お茶×ミルク
- (エ) お茶×お香
- (オ) お茶×ハーブ

イ. 展示企画

「お茶」をテーマとした応募のあったアート作品132点から一次審査を通過した5点が展示され、来場者の投票によりグランプリを決定した。

ウ. 広報宣伝活動

Web 広告 (SNS) を中心に広報宣伝活動を実施した。

広告の延べ表示回数は184万回、実績としての到達人数は155万人となった。



会場入口

	HARB STAND ハーブレンド体験	HOLON オリジナルお茶割体験	長峰製茶 茶染め体験	INCENSE KITCHEN 宇治抹茶のお香づくり
10:00	10:00~15:00 ※本会場に定員が限ります。 事前予約は不要です。		10:00~11:00	10:00~11:00
11:00		11:00~12:00		
12:00			12:00~13:00	12:00~13:00
13:00		13:00~14:00		
14:00			14:00~15:00	14:00~15:00
15:00		15:00~16:00		
16:00			16:00~17:00	16:00~17:00
17:00		17:00~18:00		
18:00			18:00~19:00	18:00~19:00
19:00		19:00~20:00		

ワークショップのスケジュール

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年度 日本茶博覧会「Ocha×」 実施報告書

実施主体：日本茶業体制強化推進協議会

実施者：株式会社Kooga / 国際茶の湯団体茶柳会

後援：農林水産省

協賛：株式会社吉村

1. 事業基本情報

(1) 事業名称

Ocha× 2025 (オチャカケ)

(2) 開催日時

2025年11月8日(土) 10:00 ~ 20:00

2025年11月9日(日) 10:00 ~ 19:00

(3) 会場

Glocal Point Aoyama

(東京都港区北青山2丁目10-29 日昭第2ビル)

(4) 実施体制

主催：日本茶業体制強化推進協議会

実施者：株式会社Kooga / 国際茶の湯団体茶柳会

後援：農林水産省

協賛：株式会社吉村

(5) 参加者数

318名

(6) ターゲット層

- ・ 18歳～25歳の学生・若手社会人層
- ・ 26歳～35歳のライフスタイル感度が高い層
- ・ 日本茶への関心は薄いですが、カフェ文化等に興味を持つ層

2. 企画背景および実施目的

(1) 背景 (昨年度の課題からの発展)

昨年度実施した「秋の日本茶博覧会2024」では、約3,000名の参加者を得たものの、中心層は40代～50代であり、若年層へのリーチに課題を残した。アンケート分析からは、日本茶は「健康的・伝統的」という機能的な信頼を得ている反面、若年層からは「古い」「敷居が高い」と捉えられ、日常の選択肢に入りにくい現状が浮き彫りとなった。現代の若年層は、商品のスペック（味や成分）以上に、その場の雰囲気やストーリーに心を動かされる「エモ消費（精神的・感情的な充足を重視する消費）」の傾向が強い。従来機能的な訴求だけでは、この層の心を掴むことは困難であった。

(2) 今年度の実施目的

上記の課題を踏まえ、本年度は「日本茶をクールに」をテーマに、日本茶が持つ「香り」や「世界観」を現代的に再解釈した。「エモ消費」を喚起する装置として、五感に響くワークショップや空間演出を展開。「Ocha×(カケル)」という切り口で、単に「お茶を飲む」のではなく、「自分だけのお茶を作る」「お茶の香りに癒やされる」といった体験を創出した。若者の琴線に触れる「新しい日本茶カルチャー」を定着させ、「自分らしく楽しむライフスタイル」として確立することを目的とした。

3. 実施内容および成果

イベント当日は、「お茶×(カケル)」をコンセプトに、異業種・異分野とコラボレーションした以下のコンテンツを展開した。会場は終日、20代～30代を中心とした来場者で賑わい、これまでの日本茶イベントとは一線を画す活気に包まれた。

(1) 体験型ワークショップの実施状況

- ・ お茶×お酒「クラフトジンでの茶割り体験」(協力：HOLON GIN)



日本各地の植物を用いたクラフトジンとお茶の香りの親和性に着目。ポタニカルの香りと温かいお茶の湯気が重なり合う空間の中で、参加者が自分好みの「茶割り」を作る体験を提供した。参加者は香りや味の変化を真剣な表情で確かめており、「家でも試してみたい」という声が多く聞かれるなど、夜の喫茶需要の開拓につながる成果を得た(集客率84.0%)。

・ お茶×染め物「廃棄茶葉を使ったお茶染め体験」(協力：長峰製茶)



再生茶園で収穫された茶葉や製造過程で出る廃棄茶葉を染料として活用し、布を染め上げる体験を実施した。サステナビリティへの関心が高い若年層の共感を呼び、集客率は95.6%に達した。参加者はそれぞれの感性で模様を選び、完成品を手にして「お茶をこんな形で楽しめるとは」と驚きの声を上げていた。

・ お茶×ミルク「オリジナル抹茶ラテ作り」(協力：武蔵野デーリー)



上質な抹茶とミルクを組み合わせ、参加者が自身の感覚で配合を調整する体験を実施した。香りや泡立ちを確認しながら一杯を仕上げるプロセス自体が楽しみとなっており、完成したラテを写真に収めSNSで発信する参加者が多数見受けられた。集客率は90.0%となり、カフェ文化を通じた日本茶への入り口として高い有効性が確認された。

・ お茶×お香「抹茶を使ったお香作り」(協力：INCENSE KITCHEN)



廃棄予定の抹茶を再利用し、お香として蘇らせるワークショップを実施した。木型を使って丁寧に
お香を成形する体験は「懐かしくて落ち着く」と好評を博し、集客率は100%(満席)を記録し
た。喫飲以外の「香り」という側面から日本茶の文化的価値を再認識させる機会となった。

・ お茶×ハーブ「試飲&ブレンド体験」(協力：HERBSTAND)



煎茶・和紅茶・ほうじ茶をベースに、ハーブや花を自由に組み合わせるブレンド体験を実施した。「植物の恵みを取り入れる」という文脈でお茶を再解釈し、自由な発想で日本茶を楽しむ姿勢を引き出した。

(2) 展示企画：クリエイターズ・コンペティション



若手クリエイターを対象に「お茶」をテーマとしたアート、デザイン、写真、映像作品を公募したところ、132点の応募があった。会場には一次審査を通過した個性豊かな作品が展示され、来場者投票によるグランプリ決定戦を行った。若者の感性で「再編集」された日本茶の表現は、来場者に強い視覚的インパクトを与え、お茶の新たな可能性を感じさせる場となった。

< グランプリ受賞作品 >



受賞者：

松下稚奈 × akane ban

作品名：

滲みの香 - 茶 × 書 × 感覚をひらく

※その他の作品写真は[こちら](#)から

審査員コメント：

審査員1

「抹茶を墨に見立て、書く」という行為の詩的な転換が、“香り・視覚・時間感覚”を重ね合わせた感覚の覚醒体験として表現されており、高い独創性を示しました。静けさの中に漂う余白をテーマとする点で、日本茶が本来持つ“間(ま)”や“気配”にフォーカスしており、哲学的で深い作品です。

審査員2

完成度という点では、作品の一貫性とコンセプトは非常に高いですが、視覚的にもう一段階魅せる展開や、他者参加型体験への発展性があるとさらに評価が伸びた可能性があります。

す。抹茶を書道に使う取り組み自体は、他にも事例はありますが、この作品は、見て、嗅ぐことで、感覚をひらくという、内省的で能動的な関わりを呼びかけるものと理解しました。コンセプトが精緻で、茶文化に寄り添いながらも新しいとらえ方や解釈を加えていこうという意識を感じました。

クリエイターの声：

【アーティストステートメント】

「滲みの香－茶×書×感覚をひらく」

私たちはいま、速さと効率に追われる日々の中で、時間を味わう感覚や、香りのかすかな変化に気づく余白を失いつつある。

そんな失われつつある感覚をもう一度手繰り寄せるように、抹茶を墨に見立て、筆に含ませて書く。

香りが立ちのぼり、筆跡はゆっくりと滲み、書くという行為は、ただ言葉を残すということだけではなく、“変化を見守る時間”へと変わっていく。

香りは少しずつ薄れ、滲みは深まっていく。そのわずかな進行を感じ取ろうとするとき、私たちは“止まっているようで動き続けている時間”の存在に気づく。

この体験は、癒やしや整えを求めるためのものではない。むしろ、ふとした沈黙の中に漂う空白や、ゆっくりと流れる間に戸惑う感覚をそのまま受け入れながら、静けさの奥にある“何かが動き出す瞬間”をそっと見つめる試みである。

静けさを「刺激の欠如」と感じる人もいるだろう。けれども、その静けさの中には、心や感覚がゆっくりと目を覚ますような微かな兆しが潜んでいる。

この静けさの感覚は、作品の中にもそっと息づいている。

滲む線と香りの余韻が、慌ただしい日常の中で立ち止まる小さなきっかけとなり、忘れていた“ゆっくり感じる力”を思い出す助けになればと思う。

書と香のあいだに流れる“間(ま)”こそ、私たちの感覚をそっとひらき、再び世界とやさしくつながるための静かな導きになる。

【解説文】

「滲みの香－茶×書×感覚をひらく」

現代の私たちは、速さと効率のなかで日々を過ごしている。

便利さを手に入れる一方で、立ち止まる時間を失い、目の前の小さな変化や、かすかな香りに気づく力が鈍くなってはいないだろうか。

“感じる”という行為は、いつの間にか後回しにされてしまった。

茶葉の製造過程で生まれる廃棄抹茶は、そうした社会の速度に取り残された素材である。本来は香りも色も豊かなのに、市場の基準や流通の効率から外れた途端、価値を失ってしまう。

私たちはこの素材を墨として用い、書の行為を通して「感覚をひらく」ための素材として再生させたい。

筆をとり、抹茶の香を含んだ墨を紙にのせる。香りが立ちのぼり、筆跡はゆっくりと滲んでいく。

書くという動作は、何かを記録するための手段というだけではなく、その滲みの進行を見守るための呼吸のような時間へと変わる。

香りは少しずつ薄れ、色はわずかに深まる。その微かな変化に意識を向けたとき、“止まっているようで動き続けている時間”の存在に気づく。

本体験が目指すのは、癒やしや整えではない。

静けさを感じたときに、むしろ不安や戸惑いを覚える人もいるだろう。しかしその沈黙の奥には、感覚が静かに還ってくるような瞬間が秘められている。

静けさとは、刺激を失うことではなく、微細な動きを感じ取るための入り口かもしれない。

「滲みの香」は、廃棄抹茶という見過ごされた素材に再び呼吸を与え、速すぎる社会の中で捨てられてしまった“余白の時間”を取り戻す試みである。

滲みの進行や香りの変化を観察する行為は、感覚を再び呼び起こすための小さなリハビリテーションでもある。

書く人、見る人、嗅ぐ人—誰もがその時間を共有できるように、展示空間には、筆跡とともに香りのグラデーションが漂う。来場者は、香りが薄れるあいだ、滲みが深まる光景を静かに見つめる。

そこに生まれるのは、“静止しているようで変化している”時間の体験。

それは、動かないことを強いるのではなく、「変わりゆくものと共に在る」という新しい静けさの形である。

滲みは消えず、ゆっくりと呼吸を続ける。その穏やかな進行に意識を向けることで、いつの間にか閉じていた感覚がそっとひらかれていく。

廃棄抹茶の再利用というサステナブルな実践と、書や香の文化がもつ精神的な深さ。

そのふたつが交わる地点に、“感覚を取り戻すための実践方法＝クラフトフルネス”がある。

「滲みの香」は、過去の技法を懐古するのではなく、日常の中に眠る静けさを、現代のリズムに引き戻す試みである。

書と香のあいだに流れる“間(ま)”が、忙しい日常の中で、ほんの一瞬でも立ち止まるきっかけになればと願う。

その静かな余白の中で、誰もが自分自身の呼吸と世界の呼吸を重ね合わせていく。

(3) 受賞者インタビュー (Webメディア「note」掲載記事より抜粋)

本事業の成果発信の一環として、公式noteにてコンペ受賞者へのインタビュー記事を掲載した。独自の視点で日本茶を再編集し、「Ocha×賞」を受賞した物語運輸株式会社・五十嵐氏への取材内容から、その「声」を以下に抜粋する。

【掲載記事概要】

記事タイトル：廃棄抹茶から“香り”を愉しむ姿に変える

取材対象者：Ocha×賞 受賞 / 物語運輸株式会社 代表取締役CEO 五十嵐氏

掲載URL：<https://note.com/japanteaexpo/n/nbd6f99a6ab6f>

<記事本文より抜粋>

—今回の作品の核心となる“茶殻のアップサイクル”という発想は、どこから生まれたのでしょうか？

五十嵐：1年ほど前、焼き物の名産地として知られている愛知県・常滑(とこなめ)で急須づくりに携わる機会があったんです。そのとき現地の方がお茶を淹れてくれた後、茶殻を細かく刻んで食べさせてくれたのですが、その体験にとっても感動して。「茶殻」という捨てるはずのものが「食べるもの」という新しい価値に変わる瞬間を目の当たりにした気持ちになりました。一煎目、二煎目、三煎目とお茶を抽出して飲むことを楽しみ、最後は茶殻まで食べていただく。その実体験がなかったら、このワークショップの発想は生まれなかったと思います。

—今回のコンペの「日本茶を再編集する」というテーマをどのように捉えましたか？

五十嵐：日本茶の世界には、国内で年間5.6万トン以上廃棄されている「廃棄抹茶」という課題がある一方で、海外では抹茶ブームが起きていて消費がどんどん増えています。その両側面を見たときに、茶殻をうまく活用して体験コンテンツに落とし込めば、エコフレンドリーな循環サイクルをつくることができ、日本茶を「再編集」できているのではないかと考えました。

—この先、日本茶はどのように変わっていくと思いますか？

五十嵐：ワインやコーヒーと同じように、日本茶もスペシャルティの時代に入りつつあると感じています。仙台に行ったらずんだシェイクを飲むように、その土地に行ったらその土地の日本茶

を飲む、そんな文化が根づいてほしいです。この日本茶マーケットを、一過性のムーブに終わらせずに、10年、20年先まで続くような転換期にする。そこが大事だと思います。

<制作クレジット> edit : Misako Yoshida / write : Hanae Kinoshita / 2025年12月収録

※その他記事は以下にて順次公開 : <https://note.com/japanteaexpo>

4. 広報宣伝活動の実績と分析

Web広告(SNS)を中心とした「広く知らせる期」と「購入を促す期」の2段階戦略を展開した。

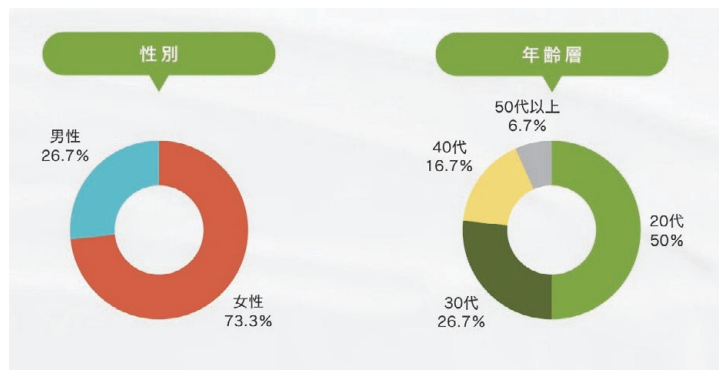
- ・ 到達実績 : 広告の延べ表示回数は184万回、実数としての到達人数は155万人に達した。
- ・ 費用対効果 : 1人に情報を届けるコスト(到達単価)は0.15円と極めて低コストで推移し、興味関心層への効率的な認知拡大に成功した。
- ・ クリエイティブ : 写真や動画を多用したポップな世界観の広告が奏功し、従来の日本茶層以外からの流入を大幅に獲得した。



※実際に配信した広告クリエイティブ

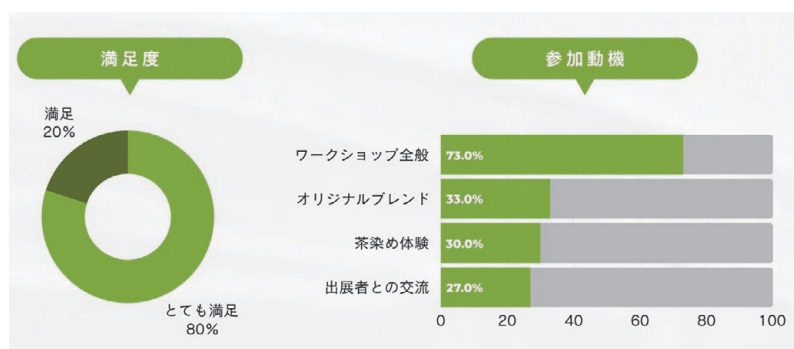
5. 参加者分析およびアンケート結果

(1) 参加者属性の変容



来場者の年齢層は20代が50%、30代が26.7%を占め、全体の約7割以上が女性であった。既存の日本茶イベントと比較して圧倒的に若年層・女性層の比率が高く、新規層の開拓という当初の目的を十分に達成した。

(2) 満足度と意識変化



アンケートにおける満足度は「とても満足(80%)」「満足(20%)」を合わせて100%という極めて高い評価を得た。

自由記述では「お茶の新しい楽しみ方を知った」「自由な発想で体験できた」「雰囲気が心地よかった」等の意見が多数寄せられた。特に「ワークショップ全般(73.0%)」への関心が高く、単なる「モノ(茶葉)」の提供ではなく、「コト(体験)」を通じたアプローチが、若年層の日本茶に対する心理的ハードルを下げるために有効であることが実証された。

6. 総括および今後の展望

本事業「Ocha×2025」は、単なるイベント開催にとどまらず、次世代における日本茶文化の再定義という重要な一歩を記すものとなりました。

会場を埋め尽くした若者たちの熱気と、五感を通じてお茶を楽しむ真剣な眼差しは、日本茶が決して「古色蒼然とした伝統」ではなく、現代の感性と融合することで「クールなカルチャー」へと進化し得ることを如実に証明しました。参加者アンケートに見られた「お茶はもっと自由でいいのだと知った」という言葉こそが、本事業の最大の成果であり、長年業界が模索してきた若年層開拓への確かな解であると確信しております。

従来の「作法としての日本茶」から「ライフスタイルとしての日本茶」へ。この価値観の転換はまだ始まったばかりです。今回蒔いた小さな変化の種を、一過性の流行で終わらせることなく、確かな「文化」として定着させていくためには、継続的な発信と場の創出が不可欠です。

次年度におきましては、今回得られた知見を基盤としつつ、さらに異分野との連携を深化させ、より驚きと発見に満ちた体験を創出してまいります。「日本茶は面白い」——そう感じる若者が一人でも多く増え、彼らが日常の中で急須を手にする未来を目指して、我々は挑戦を続けていく所存です。本事業の成果が、日本茶産業の明るい未来への架け橋となることを願い、報告の結びといたします。

1. 茶の需要拡大に資するイベントの実施

(3) 九州オチャモノガタリ2025の開催

① 福岡お茶大学 参加ゼミ生向けプレセミナー ―日本茶の向こう側―

10月開講の「福岡お茶大学」の本講義に向けて、日本茶の基礎知識と九州の茶文化への理解を深め、学生が日本茶に興味を持ち、今後の学習研究・テーマへ発展させるきっかけをつくるため、外国語学部ゼミ生を主対象として導入プログラムを実施した。

② 子ども茶育教室 in 子ども体験フェスティバルふくおか2025

幼児から小・中学生の子どもたちを対象に、日本文化への興味と理解を深めるため、煎茶の淹れ方体験及び武家茶道による抹茶点前体験を提供した。

③ オフィス DE お茶会 with エフコープ生活協同組合

日常的に忙しく働くワーキングパーソンに向け、オフィスという身近な空間で九州茶の魅力を体験してもらうため、ティーペアリング体験、煎茶手前体験、九州茶歌舞伎(利き茶体験)、休憩スペースでのふるまい茶(温かいほうじ茶)の提供を実施した。

④ 鹿児島お茶大学 2nd 鹿児島茶、次代へ。学ぶ、味わう、つながる。

鹿児島茶の魅力を「学ぶ、味わう、つながる」体験を通じて、若い世代と茶業者らの交流を促進し、次世代の鹿児島茶の未来をつなぐため、お茶の品種・技術革新などに関する特別講演、「茶の鑑定、格付け」に関する映像上映と解説、かごしま茶歌舞伎を実施した。

⑤ Food Expo Kyushu 2025 O-CHA BAR 出展

九州茶の魅力を国内外の食品バイヤー、飲食事業者へ発信するとともに、「日本茶の転換期」にふさわしい新しい価値提案を行うため、O-CHA BAR(木製カウンターバー)を設置して、八女煎茶 Fizz(煎茶ソーダ)、八女ほうじ茶 Fizz(ほうじ茶ソーダ)を提供し、来訪者と情報交換を行った。

⑥ 福岡お茶大学 ―お茶がつなぐ未来の日本と世界

福岡発の新しい「日本茶文化教育」モデルとして、大学生と茶業界をつなぎ、地域文化から世界へ羽ばたく次世代人材を育成するため、学生、留学生、茶業者を主対象として、合同ゼミ(テーマ:お茶で日本と世界を結ぶ)、公開ゼミ(テーマ:今、お茶と人と世界の関わり)の開催、八女茶の玉露、抹茶を使った呈茶、煎茶点前を行った。

⑦ 茶育体験活動推進スタッフの育成と親子煎茶のおもてなし体験 in 苅田町子どもフェスティバル

幼少期からの茶育を通じて、日本のおもてなし文化および家庭での急須文化を次世代に伝えるため、苅田町の子どものフェスティバルにおいて、体験活動推進スタッフ向け茶育レクチャー、親子向け茶育教室「親子煎茶のおもてなし体験」を実施した。

⑧ スイス経済界代表団 日本茶体験セミナー in 九州国立博物館

スイス経済界代表団 15 名が福岡を視察する公式プログラムの一環として、日本茶文化の紹介、体験による日本茶の価値・美意識・おもてなし文化の理解促進、お茶を通じた日本とスイスの文化交流の促進を図るため、九州国立博物館の茶室にて、国際文化交流セミナー（九州茶の歴史、製法、特徴の解説、試飲とチーズなどとのペアリング体験）を開催した。

⑨ ティーペアリング in 東そのぎ —茶文化の進化・お茶とフレンチ—

そのぎ茶、長崎茶と地元食材を組み合わせた「新しい日本茶の楽しみ方」を創出するため、長崎県東そのぎ町を舞台に、そのぎ茶生産農家、一般の方々を主対象として、フランス料理とのティーペアリングを行った。「生産者×料理人×淹れ手×企画者」による連携モデルが提示でき、また、「お茶×料理×地域文化」は観光コンテンツとしての可能性が高く、ティーツーリズムの観点からも重要性が再認識された。

⑩ 九州 8 県緑茶飲み比べ体験・子ども茶育発表会 in 芦屋釜の里

福岡県農林水産部園芸振興課との協働により、芦屋釜の里で開催されたイベント会場内で、来場者が九州茶の多様性を体験的に理解し、子どもたちが学びを実社会で発揮する舞台を作るため、九州 8 県の多様な緑茶を飲み比べる体験プログラム、子ども茶育発表会（お運び、九州茶の違いの説明）を実施した。

なお、取組の詳細は、以下「活動実績報告書」のとおりである。



令和7年度 九州茶普及推進事業
九州オチャモノガタリ 2025
活動実績報告書

令和8年1月13日

実施主体：日本茶業体制強化推進協議会
実施者：一般社団法人 お茶結びプロジェクト





人を育む九州茶、 文化として未来へ。

お茶は、人を育む文化です。
九州の茶業・茶文化は、
人と人をつなぎ、学びの場を生み、次の世代を育んできました。
本事業では、子どもから大人まで多様な担い手とともに、
九州茶を「体験し、学び、伝える」取り組みを展開しました。

1. 実施概要

令和 7 年度は、九州各地において、大学・行政・生産者・地域団体など多様な主体との連携による人材育成事業、茶産地での体験型プログラム、展示会・国際交流の場での発信、子どもを対象とした茶育事業など九州茶を多角的に捉えた取組を実施した。

■事業概要	
実施事業数	10事業
実施地域	九州3県7市町村
述べ参加者数	1,065名
連携団体・機関	大学・行政・生産者・地域団体等

■令和7年度実施スケジュール

実施日	実施事業
7/2(水)	福岡お茶大学 参加ゼミ生向けプレセミナー －日本茶の向こう側－
8/20(水)	出張型茶育教室 in 子ども体験フェスティバルふくおか 2025
9/11(木)	オフィス DE お茶会 with エフコープ生協
9/16(火)	鹿児島お茶大学 －鹿児島茶、次代へ。学ぶ、味わう、つながる。－
10/7・8(火・水)	Food Expo Kyushu 2025 O-CHA BAR 出展
10/17(金)	福岡お茶大学 －お茶がつむぐ未来の日本と世界－
10/26(日)	親子煎茶のおもてなし体験 in 苅田町子ども体験フェスティ バル
11/9(日)	スイス経済代表視察団 九州茶体験 in 九州国立博物館
11/13(木)	ティーペアリング in 東そのぎ
11/15・16(土・日)	九州 8 県緑茶の飲み比べ体験・子ども茶育発表会 in 芦屋 釜の里

■今年度事業のビジョン

ビジョン 1:九州茶オピニオンリーダー育成

本事業では、学生・留学生・社会人を対象に、日本茶を「知る・味わう・語る」体験を通じて、次代の九州茶の担い手となる人材育成に取り組んだ。大学連携による「九州お茶大学」を軸に、講義・実践・対話を組み合わせた学びの場を創出し、若い世代が日本茶文化を自らの言葉で発信できる素地を育んだ。

ビジョン 2:九州茶業体制の強化推進・消費拡大

行政・生産者・飲食店・企業・観光・メディアなど多様な主体と連携し、九州茶を「文化」「食」「観光」の文脈で再定義する取り組みを展開した。展示会で O-CHA BAR、茶産地でのティーペアリング、外国人キーパーソン向け日本茶体験などを通じ、国内外へ向けた九州茶の新たな発信モデルを構築した。

ビジョン 3:青少年茶育事業

親子煎茶体験や子ども茶育発表会を通じ、幼少期から日本茶文化に触れる機会を創出した。地域の子ども体験サポーターや伝統文化施設とも連携し、「家庭にお茶を取り戻す」ことを重視した茶育活動を展開。子どもたち自身が伝え手となる姿は、茶文化の次世代継承を象徴する成果となった。

事業の様々な取り組みを通じ、九州茶を「飲料」ではなく、人を育て、人をつなぎ、地域をつくる文化資源として立体的に発信することができた。

事業の個別詳細報告は次頁以降の通り：

2. 事業個別詳細

【事業個別詳細①】

福岡お茶大学 参加ゼミ生向けプレセミナー 日本茶の向こう側

(7月2日/西南学院大学 百年館)

参加者	主対象	実施形態	開催地域
35名	外国語学部ゼミ生 大学関係者	オピニオンリーダー 育成	福岡県福岡市

●10月開催の「福岡お茶大学」本講義に向け、受講および合同ゼミ発表予定の学生を対象に導入プログラムを実施した。日本茶の基礎知識と九州の茶文化への理解を深め、学生が日本茶に興味を持ち、今後の学習・研究テーマへ発展させるきっかけをつくることを目的とした。

■事業概要

事業名:福岡お茶大学 参加ゼミ生向けプレセミナー「日本茶の向こう側」

実施日:令和7年7月2日(水) 会場:西南学院大学 百年館

対象:外国語学部ゼミ生30名、大学関係者5名(計35名)

協力:西南学院大学 外国語学部 北垣・河原ゼミ

■実施内容

(1)講義:福岡お茶大学プレセミナー 「日本茶の向こう側」



学生が茶文化を知らない前提に立ち、「なぜ今、日本文化(和食とお茶)を学ぶ必要があるか」を起点に解説した。(世界の茶情勢、日本茶の歴史、製茶方法による分類、成分・効能、茶の新しい可能性、食育・茶育等)

(3)ディスカッション:テーマ「今、お茶を学ぶ意味」

講義と体験を踏まえ意見交換を行い、日本茶を文化・ライフスタイルの観点から学ぶ意義を深めた。

(2)九州茶の飲み比べ体験 (クイズ含む)

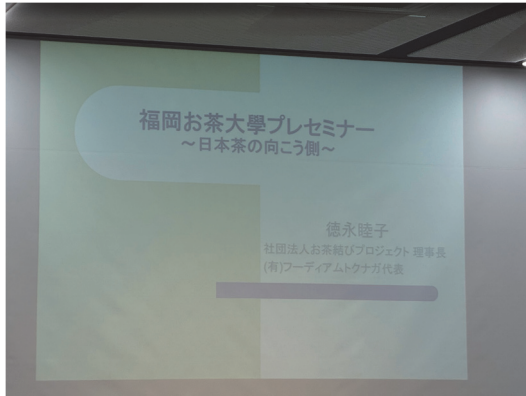


抹茶・煎茶・ほうじ茶・ウーロン茶・紅茶を飲み比べ、香り・味・色の違いと製法・発酵度の違いを比較できる構成とした。

学生は「お茶は作り方・淹れ方で変化する“体験型の飲み物”」であることを理解した。



■主な活動写真



* 日本茶の基礎知識セミナー



* 九州茶飲み比べ



* 茶葉の色・香りなど五感で確認



* 日本茶の体験価値を興味喚起

■使用した茶(九州茶の多様性提示)

八女煎茶(福岡県)/八女ほうじ茶(福岡県)/高千穂烏龍茶(宮崎県)/知覧紅茶(鹿児島県)/八女抹茶(福岡県)

■成果・効果

- 学生の日本茶への関心向上: 飲み比べにより香味の違いを実感し、今後の講義・発表への意欲が高まった。
- 若者世代への“入口”づくり: 体験を通じ、SNS 世代が発信できる素材と動機が生まれた。
- 10 月本講義へ向けた基礎理解の醸成: 背景理解が進み、より深い学習につながる基盤が整った。

■本事業のポイント

- ① 「なぜ今、お茶を学ぶのか」を軸に、文化と社会背景をセットで提示
- ② 講義+飲み比べにより、香味・色・発酵度・製法の違いを体感的に理解
- ③ 10 月本講義に向け、学生の学びを研究・発表へつなぐ導入設計を実現

■参加者の声(抜粋)

「九州にいろいろな茶産地があると知って驚いた」
「急須で淹れたお茶の方が香り豊かだと初めて知った」
「お茶文化を学ぶことで、海外の友人とも話題が広がると思った」

■次につながること

本プレセミナーで得た視点と体験を土台に、10 月開催の本講義・合同ゼミ発表に向けて、学生が主体的に研究・発表準備を進める流れを形成した。

【事業個別詳細②】

子ども茶育教室 in 子ども体験フェスティバルふくおか 2025

(8月20日/福岡国際センター)

参加者	主対象	実施形態	開催地域
90名	幼児～小学生	出張型茶育	福岡県福岡市

●福岡県青少年育成県民会議が主催する「子ども体験フェスティバルふくおか 2025」において、幼児から小・中学生の子どもたちを対象に、煎茶の淹れ方体験および武家茶道による抹茶点前体験を提供し、日本茶文化への興味と理解を深めることを目的に実施した。

■事業概要

事業名:子ども茶育教室 in 子ども体験フェスティバルふくおか 2025

実施日:令和7年8月20日(水) 会場:福岡国際センター

対象:事前申込の幼児～小学生90名と保護者

主催・協力:福岡県青少年育成県民会議、NPO法人Wing-Wing、古儀茶道藪内流 福岡支部青年会

■実施内容

(1)煎茶体験(急須で淹れる八女煎茶)



茶育指導士が、茶葉の量・湯温・抽出時間など基本のコツを分かりやすく指導した。子どもたちは保護者を「お客様」に見立ててお茶を淹れ、“自分の手で淹れたお茶が誰かを喜ばせる”という「おもてなし実体験」を通じて日本茶への興味を深めた。

(2)武家茶道・抹茶体験



福岡で活動する茶道流派有志の協力により、武家茶道の背景を紹介し、抹茶の点て方、茶碗の扱い方、挨拶の作法など、茶道の基本に触れる体験を実施した。子どもたちは「茶筥で点てる」「一礼する」「静かに心を整える」体験を楽しみ、抹茶への関心が高まった。

(3)お茶の文化ミニ講話

「お茶のことをひとつだけおぼえて帰ろう」をテーマに、子ども向けにアレンジしたミニ講話を実施した。

(例)八十八夜とは／茶葉はどこを摘むのか／抹茶と煎茶の違い などパネルを用い、楽しみながら学べる構成とした。



■主な活動写真



* 未来子どもチャレンジ応援プロジェクト

■使用した茶

八女煎茶(福岡県)/八女抹茶(星野村)

■成果・効果

- 子どもの自主性と“おもてなし”の心が育まれた
- 日本茶を“生活文化”として知るきっかけになった
- 茶育を通じた家庭内コミュニケーションの兆し
- 八女茶の地域文化としての価値を若い世代へ伝達

■本事業のポイント

- ① 子どもが「親へお茶を淹れる」体験を通じて学ぶ“おもてなし”の心
- ② 礼法・姿勢・挨拶など、茶道が持つ日本文化教育の要素
- ③ 地域産業としての八女茶の価値を伝える食育・茶育の観点
- ④ 家庭における急須文化の再認識



* 煎茶と抹茶の体験ブースを運営

■参加者の声(抜粋)

「急須を使ったお茶のいれ方をはじめで知って面白かった」
 「抹茶を自分で点てられてうれしかった」
 (保護者)「子どもが家でも急須で淹れたいと言い出した」
 (保護者)「自分ではしてあげられない体験を子どもができてよかった」

■次につながること

本イベントの出張型茶育教室は、福岡県が養成する「未来子どもチャレンジ応援事業者」および「子ども体験サポーター」との取組へつながり、地域の茶育体制づくりの足掛かりとなった。

■【事業個別詳細③】

オフィス DE お茶会 with エフコープ生活協同組合

(9月11日/エフコープ生協本部)

参加者	主対象	実施形態	開催地域
170名	ワーキングパーソン	消費拡大イベント	福岡県篠栗町

●日常的に忙しく働くワーキングパーソンに向け、オフィスという身近な空間で九州茶の魅力を体験してもらうことを目的に実施した。働き方の多様化により、オフィス内のコミュニケーション機会やリフレッシュのニーズが高まる中、日本茶を通じた「癒し」「交流」「学び」の時間を提供する取り組みとして、対象企業と共同で企画した。また、エフコープが普段から取り組む地域協働・食育活動との親和性を活かし、オフィス茶文化体験をモデルケースとして「ワークスタイル×日本茶」の新しい価値提案を行うことを狙いとした。

■事業概要

事業名: オフィス DE お茶会 with エフコープ生活協同組合
(ワークスタイル×日本茶 体験プログラム)

実施日: 令和7年9月11日(木)

会場: エフコープ生活協同組合 本部棟 1F 会議室(福岡県篠栗町)

対象: エフコープ職員 170名

協力: エフコープ生活協同組合 管理本部・サービス事業課/合同会社オネストパシュア

■実施内容「九州茶×働く場」

(1) 出前茶寮(ティーペアリング体験)



エフコープ取扱い茶商品と軽食・菓子を組み合わせ、ミニ・ティーペアリングを提供した。飲み比べにより味覚体験を広げ、意外な組み合わせや好みのペアを見つけることで、「日本茶は食との相性で無限に楽しめる」ことを体感してもらった。

(2) 煎茶手前体験(そのぎ茶)



そのぎ茶を使用し、茶葉量・湯量・湯温、茶器の扱い方など、日常のお茶淹れにも役立つ知識を学ぶ機会を提供した。

■ティーペアリングの組み合わせ例

八女煎茶/抹茶入り玄米茶/深蒸し茶 × 和菓子・玄米せんべい・フィッシュ&ナッツ・黒糖かりんとう・チーズ・チョコレート等

(3)九州茶歌舞伎(利き茶体験)



コープ茶商品と九州茶を織り交ぜ、五感を使って茶の違いを当てる茶歌舞伎を実施した。正解者には「満点茶歌舞伎」ステッカーを配布し、参加者が真剣に利き茶に向き合うことで会場は終始にぎわった。

(4)仕事はかどる“ふるまい茶”



休憩スペースに「ふるまい茶コーナー」を設置し、温かいほうじ茶を自由にテイクアウトできる形式で提供した。香ばしい香りが会場全体に広がり、体の温まりや気分転換として好評を得た。

■主な配布資料

お茶&FOODS ペアリングシート

お茶と foods を結び、お好みのペアを見つけましょう。

星野茶かがやき	和菓子
抹茶入り玄米茶	玄米せんべい (ごまごま・まびんび)
深むし茶	フィッシュ&ナッツ
	黒糖かりんとう
	チーズ (キャンディーチーズ・スモークチーズ)
	ファミリーチョコレート (ミルク・ビター)

令和7年度九州茶普及推進事業
九州 オチャモマガタリ
OFFICE de OCHAKAI

DE お茶会 オフィス

OFFICE de OCHAKAI
毎日のお茶を 仕事はかどる お茶一煎

2025 09.11
11:00~14:00

PROGRAM
 出勤茶会 ~九州茶と軽食のペアリング体験~
 煎茶点前体験 ~徳島産子による点前指導~
 茶歌舞伎 ~京都時代のお茶遊び、利き茶体験~
 ふるまい茶 ~デスクで楽しむほうじ茶~

会場：エフコープ本部棟 1F 会議室①②
 主催：日本茶業体制強化推進協議会
 企画：一般社団法人 お茶結びプロジェクト/協力：エフコープ生活協同組合

お茶の種類

生葉

- 不発酵茶 (緑茶)
 - 煎茶
 - 深蒸し茶 (日本式)
 - 新芽を蒸した後、揉捻・乾燥。
 - 玉露
 - 一番茶の生葉間に日光を照射し、日光を通して乾燥した新芽を煎茶と同様の過程で作る。
 - 碾茶 (抹茶)
 - 抹茶、玉露と同様に乾燥した新芽をそのまま乾燥させておく。
 - 冠(かぶ)せ茶
 - 摘み取り1~2週間前に茶葉に覆いし、新芽を煎茶と同様の工程で作る。
 - 玉露(たまりよ)茶
 - 煎茶の成形工程を省き、蒸玉露に仕上げたもの。
 - 番茶
 - お茶や軽い新芽を原料として、煎茶同様の工程で作る。
 - 発酵茶
 - 釜炒り煎 (中国式)
 - 青柳(あおやぎ)茶
 - 玉露(たまりよ)茶
 - 半発酵茶
 - 烏龍(ウーロン)茶
 - 発酵茶
 - 紅茶

お茶の種類 (味の特徴と淹れ方のポイント)

煎茶の種類：一番茶・二番茶・三番茶・四番茶

緑茶	玉露	ほうじ茶	ほうじ茶
煎茶	かぶせ茶	深蒸し茶	ほうじ茶
煎茶	碾茶	上級煎茶	煎茶
煎茶	碾茶	煎茶	煎茶

淹れ方：淹れ方によって、淹れ方によって、淹れ方によって。

水出し茶

ボトルにお茶ティーバッグ(※茶葉)を入れるだけ！

淹れ方：淹れ方によって、淹れ方によって、淹れ方によって。

お茶	淹れ方	淹れ方
煎茶 (深蒸し)	淹れ方	淹れ方
烏龍	淹れ方	淹れ方
紅茶	淹れ方	淹れ方

■主な活動写真



*エフコープ生協 本部棟 1F 会議室で開催



*会議室特設会場

■使用した茶(全てコープ商品)

八女煎茶(福岡県/そのぎ玉緑茶(長崎県)/知覧深蒸し茶(鹿児島県)/抹茶入り玄米茶/ほうじ茶

■成果・効果

- ワーキングパーソンへの九州茶の魅力発信に成功
- 日本茶を活用した職場コミュニケーション向上に寄与
- 日本茶によるリフレッシュ/メンタルケアの可能性を提示
- “社内研修”“組合員交流”への応用可能性を確認
- 茶を通じたコミュニケーション研修・マナー研修としての展開に加え、本部職員と地域の組合員との交流促進にも有効性が期待できる。

■本事業のポイント

- ① オフィス空間で実施することで、参加のハードルを下げ、身近な茶文化体験実現
- ② ティーペアリング/茶歌舞伎など参加型コンテンツで、交流と学びを同時創出
- ③ ほうじ茶の香り・茶と食・和の所作を通じ、リフレッシュやメンタルケアの可能性を提示

■参加者の声(抜粋)

「煎茶のお手前が素敵な時間でした。茶歌舞伎で知識欲が掘り起こされ、今後も様々な産地のお茶に触れてみたいです。」

「お湯だしのお茶を冷たくして飲めることに発見があり、おいしくいただけました。楽しかったです。」

「緑茶を飲み比べると特徴が分かりました。普段ゆっくり飲む機会がないので参加できてよかったです。」

■次につながること

生協本部の職員が、お茶を通じて交流し、自社取扱い茶商品や日頃の組合員との協働活動に対しても新たな視点を獲得する機会となった。今後は社内研修や組合員交流の場での展開も視野に入る。

■【事業個別詳細④】

鹿児島お茶大学 2nd 鹿児島茶、次代へ。学び、味わう、つながる。

(9月16日／鹿児島女子短期大学)

参加者	主対象	実施形態	開催地域
77名	大学生・社会人 茶業者	オピニオンリーダー 育成	鹿児島県鹿児島市

●鹿児島茶の魅力「学ぶ・味わう・つながる」体験を通じて、若い世代と茶業者らの交流を促進し、次世代へ鹿児島茶の未来をつなぐことを目的に開催した。鹿児島県は全国有数の茶産地であり、深蒸し茶、多様な品種、加工技術、産業の広がりなど、個性豊かな茶文化を育み、茶産業を発展させてきた地域である。令和7年度は荒茶生産量日本一となり、世界からも注目を集める茶産地となっている。本プログラムでは、茶業現場で活躍する専門家による講演、茶の鑑定・格付け上映、参加型ワークショップ「かごしま茶歌舞伎」を軸に構成し、参加者が鹿児島茶の奥深さと産地の未来を“体感的”に学ぶ機会を創出した。

■事業概要

事業名：鹿児島お茶大学 2nd 鹿児島茶、次代へ。学び、味わう、つながる。

実施日：令和7年9月16日(火) 会場：鹿児島女子短期大学

参加者：学生24名(4大学・1専門学校)/一般参加30名/茶業・大学関係者23名

協力：公益社団法人 鹿児島茶業会議所/農研機構 枕崎茶業研究拠点/鹿児島県大隅加工技術研究センター/JA かごしま茶業株式会社/鹿児島製茶株式会社/株式会社 三州園/NPO 法人 日本茶インストラクター協会 鹿児島県支部/鹿児島県経済農業協同組合連合会 企画開発課/公益社団法人 鹿児島県特産品協会 ブランド支援センター/JA 鹿児島県中央会 農政広報部/鹿児島ヤクルト販売株式会社/鹿児島大学/鹿児島女子短期大学/鹿児島純心大学/鹿児島県立短期大学/今村学園ライセンスアカデミー ほか

■特別講演(3本)

- 「茶産地日本一であり続けるために若者に伝えたいこと」
講師：光村 徹 氏(公益社団法人 鹿児島茶業会議所 専務理事)
- 「21世紀の茶業を支える農研機構の新品種」
講師：吉田 克志 氏(農研機構 枕崎茶業研究拠点)
- 「鹿児島県のフリーズドライ緑茶とその可能性」
講師：山崎 栄次 氏(鹿児島県大隅加工技術研究センター 研究専門員)

■実施内容「特別講演 → 上映プログラム → ワークショップ」

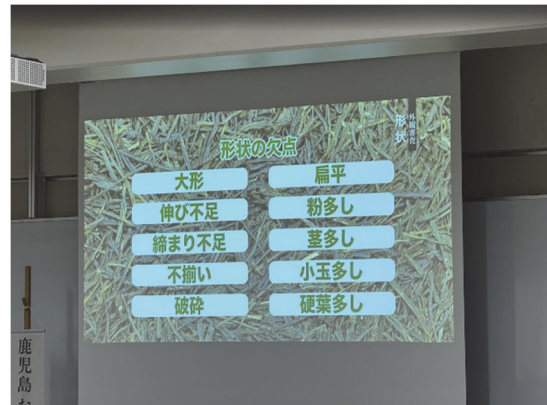
(1)特別講演

講演では、若い世代が担う地域茶産業の未来、品種・技術革新の歴史的背景、フリーズドライ鹿児島茶の可能性、世界市場での有機栽培茶の優位性等を、現場の実務者が分かりやすく解説した。

(2)上映プログラム(茶の鑑定・格付け)

「茶の鑑定・格付け」に関する映像上映と、日本茶シニア・インストラクター中禮雅治氏による解説を行った。茶審査の評価手順、香気・水色・滋味の審査基準、茶葉の見極め技術など、普段触れる機会の少ない“プロの世界”を学ぶ機会となった。

ティーブレイクでは、鹿児島県産フリーズドライ緑茶・ほうじ茶の試飲を、販売事業者の紹介を交えて実施した。



(3)参加型ワークショップ「かごしま茶歌舞伎」



中禮雅治氏の解説、日本茶インストラクター協会鹿児島県支部のサポートのもと、JA かごしま茶業(株)スタッフが出題者となり実施した。

- 茶歌舞伎の歴史・意義・現代での楽しみ方
- 茶葉を拝見しながら出題茶の特徴を説明
- 茶種・品種の違いを香り・味で判別する実践体験
- 鹿児島茶を飲み比べ、茶を“言葉で表現”するワーク

参加者は真剣かつ楽しく取り組み、会場は大いに盛り上がった。

■主なメディア配信



*KTS 鹿児島テレビ アーカイブニュース動画(QR から視聴可能)



利益に挑戦する大学生ら
 16日 鹿児島市の鹿児島女子短期大学
 お茶をテーマとしたワークショップ「鹿児島お茶大学」が16日、鹿児島市の鹿児島女子短期大学であった。日本茶業体制強化推進協議会（東京）が主催し、鹿児島県内の大学生ら約80人が参加した。

県産茶の魅力深掘り 鹿女短大で「お茶大学」

大学生や茶業関係者の約80人が参加し、茶業の現状や茶の鑑定方法、利き茶などを通じて、県産茶への理解を深めた。

県大岡山加工技術研究センターの山崎大次郎研究員が、フリーズドライ緑茶について講演。茶の需要拡大に向け、おいしさ・簡便性を両立する商品が必要と考えたという、「水出し茶と同じ味や香りを守りつつ、茶殻が出ない商品ができた」と説明した。

参加者は、深蒸し煎茶、浅蒸し煎茶、蒸茶、ほうじ茶、ウーロン茶の利き茶にも挑戦。「難しい」という声も飛び交う中、クイズ感覚で県産茶を楽しんだ。

鹿児島大学水産学部3年の湯ノ口夢叶さん(20)は「浅蒸しと蒸茶の色が似ていると難しかった。インターンシップで茶を学んでいるが、まだ知らない品種もあり参考になったと話した。(池端 弘一郎)



茶の銘柄当てに挑戦する学生ら
 鹿児島女子短大で2回目の「お茶大学」
 【鹿児島】地域を支える茶業の魅力を若い世代へ伝えようと参加型のワークショップ「鹿児島お茶大学」が9月中旬、鹿児島女子短大（鹿児島市）であった。日本茶業体制強化推進協議会（東京）が主催し、今回で2回目。県内の大学生や茶業関係者など約80人が参加した。

飲んでイベント参加・投稿を

の関心が強い。かごしま茶を意識して飲んで、茶のイベントに参加し、交流サイト（SNS）に投稿してほしい」と呼びかけた。

急須を使わず茶殻が出ないフリーズドライ緑茶の講演もあり、参加者がその味と香りを試飲した。

茶の産地や銘柄を当てる「茶歌舞伎」では、深蒸し煎茶やほうじ茶など県産の5種類の茶を飲み比べ、銘柄当てに挑戦した。

参加した学生は「改めてかごしま茶の魅力を知ることができた。SNSを利用してお茶のおいしさや魅力を発信したい」と話した。

*南日本新聞9月17日朝刊

*日本農業新聞9月24日九州版

■使用した茶(全て鹿児島茶)

- ティーブレイク:鹿児島製茶(株)提供
フリーズドライ知覧茶/フリーズドライほうじ茶
- かごしま茶歌舞伎:JA かごしま茶業(株)提供
深むし煎茶(さえみどり)/浅むし煎茶(はるもえぎ)/白折茶/ほうじ茶/ウーロン茶(やぶきた)

■成果・効果

- **鹿児島茶の“奥深さ”と“可能性”を多角的に学ぶ機会を創出**
講演・映像・体験の三方向から学ぶことで、理解が立体的に深まった。
- **若い世代が茶業と関わるきっかけを創出**
講師陣が現場のリアルを語ったことで、茶業に対する関心やキャリア意識が高まった参加者も見られた。
- **参加者同士の交流を通じて地域連携が強化**
大学・生産者・研究者の三者がつながり、今後の地域プロジェクトに発展可能な土壌が整った。
- **座学だけでは得られない“体験的学び”が実現**
特に茶歌舞伎は、香り・味の違いを自分の感覚で理解する経験となり、日本茶への興味が広がった。

■本事業のポイント

- ① 講演・映像・体験を組み合わせ、鹿児島茶を多角的に理解する「立体的学び」を実現
- ② 若い世代が茶業の“現場のリアル”に触

■参加者の声(抜粋)

「関係機関の方々の努力があるのだと再認識できた。茶歌舞伎も感想を話しながらできて良かった。」

「品種別・茶期別・産地別で鑑定できることに衝撃を受けた。」

「もっとお茶について知り、他の人にも知ってもらいたい。『お茶といえば鹿児島』のイメージが付くと嬉しい。」

「お茶好きな方と交流できるイベントがあったら嬉しい。茶歌舞伎はいろんなところでやってほしい。」
(改善意見)

「ターゲット層が分からず内容が難しいと感じた。誰に何を伝えるかを整理した上で企画してほしい。」

■次につながること

多数の参画・協力団体と連携して実施できたことで、鹿児島お茶大学を継続・推進する基盤強化につながった。今後

■【事業個別詳細⑤】

Food Expo Kyushu 2025 O-CHA BAR 出展

(10月7日・8日／福岡国際センター)

体験者数	PR 対象	実施形態	開催地域
430 名	食品バイヤー・ホテル 飲食業者・行政関係	キーパーソン向け 認知向上	福岡県福岡市

●Food Expo Kyushu 2025 において、九州茶の魅力を国内外の食品バイヤー・飲食事業者へ発信するとともに、「日本茶の転換期」にふさわしい新しい価値提案を行うことを目的に、O-CHA BAR を出展した。近年、抹茶需要の急増が煎茶にも波及し、価格高騰・原料不足・流通品質の混乱など構造的課題が顕在化。一方、ホテル・BAR・レストラン等のハイクラス市場では、ペアリング・料理・ドリンクとしての日本茶需要が確立されつつある。本事業では、単に「お茶を売り込む」のではなく、「お茶を活かせる人(淹れ手・インストラクター)」と「活用したい人(バイヤー・シェフ)」をつなぐ場として、実践的なコミュニケーションの場を創出した。

■事業概要

事業名:Food Expo Kyushu 2025「O-CHA BAR」出展

実施日:令和7年10月7日(火)・8日(水) 会場:福岡国際センター(福岡市)

PR 対象:国内外の食品バイヤー、飲食店関連事業者、行政関係者、ホテル業界、特産品担当者等

EXPO 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

協力:蘊-on- 日本茶専門店 日本茶淹師チーム／TEA FOREST JAPANESE

来場規模:EXPO 来場者数:2日間延べ 5,216 名

O-CHA BAR ブース来訪・試飲提供者数:2日間合計 430 名

■出展テーマ

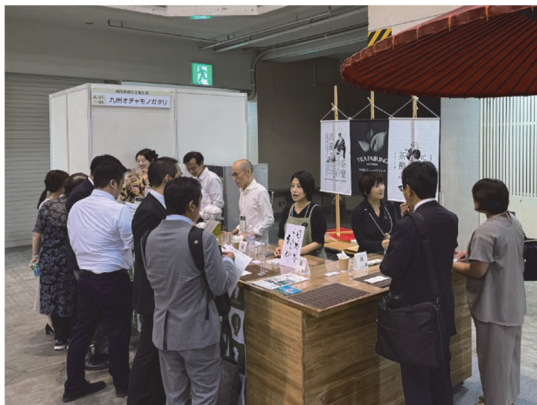
「日本茶の転換期に、上級茶の価値づけを再構築する」

－ “日本茶の未来を一緒に創る人” と出会う O-CHA BAR －

■実施内容「特別講演 → 上映プログラム → ワークショップ」

(1)O-CHA BAR の設置(カウンター形式)

(2)提供メニュー(ノンアルコール日本茶カクテル)



木製カウンターバーを設置し、日本茶インストラクター／日本茶淹師がバーテンダーのように立って接客・メニュー説明を行う形式を採用した。
「美しい一杯」の演出、抽出の所作、グラスウェアの選定など、ハイクラスの飲料文化に合わせたパフォーマンスを重視した。

(3) レシピへの QR 導線 (Google フォーム連動)



カウンター周辺に QR コードを掲示し、読み取り後にレシピ(抽出方法、シロップ構成、バランス)、導入ポイント、相談窓口に移移する仕組みを構築した。

「飲んで終わり」ではなく、飲む→活かしたくなる→相談する、という循環を狙った。

- ・レシピ(抽出方法、シロップ構成、バランス)
- ・店舗導入のポイント
- ・日本茶プロフェッショナルへの相談連絡窓口

■主な活動写真



*FOOD EXPO KYUSHU 会場

- 「百億の昼」八女煎茶 Fizz(煎茶ソーダ)
八女煎茶の青々しい香気が炭酸で立ち上がる、明るい世界観の一杯。
- 「千億の夜」八女ほうじ茶 Fizz(ほうじ茶ソーダ)
焙煎香と余韻の深さを強調した大人向けの Fizz。バー・ラウンジ導入を想定した味設計。

(4) 来訪者との対話 行政・地域担当者／ホテル飲食業者



- 自治体の農政課、特産品担当、観光部局等の視察が多く、「次年度の普及推進事業を自地域で開催したい」という声が複数上がり、新たな開催候補地との関係構築につながった。
- 「ホテルのウェルカムドリンクに採用したい」「ノンアル専門バーで使える」「料理とのペアリングを提案できる」など、飲食事業者からの反応が良好で、日本茶プロフェッショナル人材の需要も確認できた。



*八女煎茶／八女ほうじ茶 Fizz の提案

■使用した茶

八女煎茶(福岡県)／八女ほうじ茶(福岡県)
※ほか、九州産茶葉の展示・説明を実施。

■成果・効果

- 日本茶の価値づけを再構築する出展となった
- 日本茶の“ハイクラス活用”への関心の高さを確認
- 行政・特産品担当者との新たな接点が生まれた
- 日本茶の「人材価値」を視覚的に伝える成功例となった
- 淹れ手が所作・抽出・演出・解説を行うことで、“**人がいることで茶が輝く**”価値を伝えられた。

■本事業のポイント

- ① 活用の“文脈”を提案:単なる試飲ではなく「お茶の未来」を語る場へ
- ② ハイクラス領域への本格アプローチ:ホテル・BAR・レストラン導入を想定した提供設計
- ③ “淹れ手の価値”を可視化:誰がどう淹れて魅せるかで価値が変わることを提示
- ④ QR 導線の設計:『体験→レシピ閲覧→導入相談』の循環をつくる

■参加者の声(抜粋)

「ホテルで提供したいレベルの美しさだった」
「お茶のプロに直接相談できるのが良い」
「日本茶の未来を感じた」

■次につながること

Food Expo Kyushu は、変化し続ける国内外のニーズを把握する機会であり、今後も“活用者と淹れ手をつなぐ場”として継続的にアップデートしながら、九州茶の新しい需要創出と普及推進に活かしていく。

■【事業個別詳細⑥】

福岡お茶大学 —お茶がつなぐ未来の日本と世界

(10月17日／西南学院大学)

参加者数	主な対象	実施形態	開催地域
95名	学生・留学生 社会人・茶業者	オピニオンリーダー 育成	福岡県福岡市

●福岡発の新しい「日本茶文化教育」モデルとして、**大学生と茶業界をつなぎ、地域文化から世界へ羽ばたく次世代人材を育成**することを目的に開催した。多文化社会の中で生きる学生が、日本茶という伝統文化を“自らの強み(Cultural Asset)”として捉え、国際共生・地域産業・文化継承の視点を持って世界と調和しながら活躍できる素地を育むことを狙いとした。

- ① 大学生と茶業界を直接結び、共に学ぶ場をつくる
- ② 日本茶文化を携えて世界と調和できる国際人の育成
- ③ 世界最前線の日本茶発信者と触れ、学生の興味喚起と育成につなげる
- ④ 福岡の茶業界と学生・留学生の“交じわり”を生み出す
- ⑤ 日本茶文化を自らのアイデンティティとして語る学生を育てる

■事業概要

事業名:福岡お茶大学 —お茶がつなぐ未来の日本と世界—

実施日:令和7年10月17日(金) 会場:西南学院大学 百年館(福岡市)

参加者:学生・留学生 51 名／一般参加／26 名／茶業・大学関係者 18 名(総計: 95 名)

共催・後援:共催 西南学院大学 外国語学部(北垣・河原ゼミ)・名義後援 福岡県
参加・協力:西南学院大学 茶道部(裏千家)／福岡県農林水産部園芸振興課／福
岡県茶生産組合連合会／八女伝統本玉露推進協議会 ほか

■公開ゼミ登壇者

座長:北垣 徹 氏(西南学院大学 副学長 教育・研究担当／外国語学部教授)

登壇者(お茶の語り人):

- ・ジョエル・サムブク・ブロイゼ氏(IKKY 合同会社 アソシエイト／在福岡スイス名誉領事)
- ・竹中 昌子 氏(TEA FOREST JAPANESE 代表／ティータイムアーティスト)
- ・浅川 亮平 氏(蘊-on- 日本茶専門店 代表／日本茶淹師)

■実施内容 第1部～第3部

第1部:合同ゼミ



テーマ「お茶で日本と世界を結ぶ」

7月のプレセミナーで学んだ基礎知識をもとに、学生が研究成果を発表した。

(例)日本茶の歴史文化の再調査／世界の嗜好飲料との比較／日本茶が提供できる国際的体験価値 等

茶業者・行政担当者・茶専門店オーナー等が聴講し、学生の視点と茶業界の視点が交差する双方向の学びを形成した。

第3部:西南茶会



八女伝統本玉露 呈茶:八女茶 600年の歴史紹介 VTR と玉露解説を交え、ウェルカムドリンクとして八女伝統本玉露をミニグラスで提供。大学職員による煎茶手前も披露。

第2部:公開ゼミ



テーマ「今、お茶と人と世界の関わり」

主な話題:お茶に導かれたストーリー／世界で求められる日本茶の価値／経験価値として届ける重要性／国際対話・平和の象徴性／茶文化人の可能性／若者への期待 等
参加学生からは「海外で自分の言葉で伝えたい」「茶業界のキャリアに興味が出た」などの声が上がった。



五感で味わう日本茶を体現する時間として、八女抹茶 呈茶:西南学院大学 茶道部(裏千家)が、留学生にも分かりやすく作法・いただき方・お点前を解説。最後は「一盃生平和一

「One Bowl, One Peace」のメッセージで締めくくった(“お茶が平和をつむぐ”)。

■主な活動写真



*煎茶道のお手前披露



*西南茶道部の呈茶

■使用した茶

八女伝統本玉露／八女抹茶

■主な配布資料

福 岡
お茶大学
お茶在りし処、学び舎
O-CHA ACADEMY
2025 FRI 1017
開催時間 15:00 ~ 18:30
参加費 無料
開催場所 西南学院大学 百年館 多目的ホール

お茶がつむぐ
未来の日本と世界

茶文化と共に国際交流の最前線に活躍するゲストたちと共に、「O-CHA」の魅力が多角的に体験できる一日。茶を味わい、知り、語る。福岡から世界へ広がるお茶の新しいかたちと出会えます。学生、留学生、社会人、誰もがつかう「茶の一滴」が、ここにあります。

第一部 | 会費ゼロ 15:00~16:45
テーマ:『お茶で日本と世界をつむぐ』
発表: 片岡洋一郎氏(茶師)・河津良一氏(茶師)・高橋尚也氏(茶師)

第二部 | 会費ゼロ 16:50~17:55
座談会テーマ:『今、お茶と人と世界の関わり』
座長: 北塚 雅 氏 (西南学院大学 茶学専攻 教授) / (外部講師 茶学専攻)
司会: 竹中 昌子 氏 (NPO 公益社団法人 O-CHA 代表理事)

第三部 | 会費ゼロ 17:55~18:30
『私が愛した八女伝統本玉露』 - selected by Aoi -
『八女抹茶の豆蔵』 - 西南茶会 -
※一般参加可※ / 事前申し込み

茶の魅力に導かれ、今、語る。

■ 座長

北塚 雅 氏 (西南学院大学 茶学専攻 教授・研究担当/外部講師 茶学専攻)

1995 年京都大学大学院文学部社会学専攻専攻修了。日本茶商社特別研究員、京都大学人文科学研究所助手を経て、2002 年に西南学院大学文学部茶学専攻専攻の教員として登壇。研究領域は 19 世紀フランスの社会思想。現在、フランス国際文化研究や導入研究等の授業で『グローバル・リーダー・レクチャー』を展開。好きな飲み物はワイン。

■ お茶の語り人

ジョエル・サムブ・プロイゼ 氏 (NPO 公益社団法人 O-CHA 代表理事)

1978 年 11 月スイス・ジュネーブ生まれ。2006 年法学博士号取得。2002 年に新橋執行で初登壇。2009 年に家族と来日。東京大学で博士研究員を務める。2011 年に福岡市に移住。2014 年に日本茶の美味しさに魅了され、2017 年 1 月に創業者 3 名と共に九州茶の海外への輸出、産地視察を行う合同会社「株式会社 O-CHA」を設立。福岡市在住。2022 年 11 月、福岡市茶業振興会に特別顧問に就任。福岡は食文化、教育、テクノロジー。

竹中 昌子 氏 (TEA FOREST JAPANESE 代表/ティエティムアーティスト)

2024 年「日本茶の 30 年」に選出。福岡市内にて和菓子職人として働く中で、日本茶の学びはじめ。和菓子職を離れてともに『TEA FOREST JAPANESE』日本茶のイベント会社をスタート。NPO 法人日本茶振興会常務理事。一般社団法人日本茶フェアトレード推進協議会常務理事・コーディネーターの職も兼任。八女伝統本玉露ブランド「オチアチ」NPO 法人日本茶フェアトレード協議会の常務理事兼常務。現在ティエティムアーティストとして活動し、フアンタレントランでのティーベアランド体験セッションや、八女茶フェアトレード常任講師をつとめ、国内外から茶産地を訪れる日本茶ファンを育てている。

浅川 亮平 氏 (選 - O-CHA 日本茶専門店 代表/日本茶師)

1989 年山形県早稲生まれ。東京工科大学メディア学部を専攻し、卒業後、東京でグラフィック制作、デザイナー業に従事。社会人生活の中で、日本茶に魅力に取りつかれ、一転、日本茶の飛び込み修行を決意。八女製茶村へ移住し、製茶職人として入社。製茶工場、営業、農作業、製茶に従事。2022 年 職 - O-CHA 日本茶専門店を個人経営として設立。日本茶の産地としても、日本茶に関する商品開発やイベントや講演のセッションも行う。現在、福岡市城南区友成の店舗には、世界中から茶客が訪れる。日本茶の味わい方に関する知識や習得できる講座も開催中。

西南茶会 ~ 西南茶人と共に、お茶のひとこと ~

八女伝統本玉露の豆蔵

TEA CEREMONY @ welcome drink としてゲスト講師 Jelle 氏が選出した八女伝統本玉露を、「21 世紀、世界に導く茶」として皆様にお届けいたします。日本茶イベントクアターによる開催を交えつつ、八女茶 60 0 年の歴史をご堪能ください。

茶師 高橋尚也氏 中村江氏 (教育文化庁 数珠師ご依頼) によるお茶実演もご用意。

八女抹茶の豆蔵

西南学院大学 学際文化会 茶室部によるお茶の豆蔵。知られぬほどに奥深い茶室の魅力を伝えるお茶と茶室部。お茶の歴史とともに芳醇な味わいの八女抹茶を一つのひとこと。

■成果・効果

- 大学生と茶業界が直接つながる新しい文化教育モデルを確立
- 日本茶を通じて“世界と対話する力”が育まれた

■参加者の声(抜粋)

「世界とお茶がつながる話が印象的だった」
「ウェルカムドリンクの本玉露の味が忘れられない」
「複数回のセミナー形式で、八女茶の歴史や

- 最前線の専門家から刺激を受け、学生の意欲が向上
- 福岡の茶文化(玉露・抹茶)への認知向上

現状も学びたい
「食材とのペアリングに興味がある」
「ゲスト講師のストーリーが興味深かった」

■ 本事業のポイント

- ① 学生×専門家が共に学ぶ「学(まなぶ)」の場を実装し、文化教育モデルを提示
- ② 国際的に活躍する“お茶の語り人”の実例から、茶文化とキャリアの可能性を可視化
- ③ 玉露・抹茶の呈茶を通じ、五感で味わう“文化そのもの”の体験を提供

■ 次につながること

行政担当者や八女地域の茶業団体との連携が進み、福岡県初のお茶大学として継続的な展開に向けた土台が形成された。グローバルシティ福岡らしい国際色豊かな学びの機会として、今後の発展が期待される。

■【事業個別詳細⑦】

茶育体験活動推進スタッフの育成と親子煎茶のおもてなし体験 in 苅田町子どもフェスティバル (10月26日/苅田町立中央公民館)

参加者数	主な対象	実施形態	開催地域
50名	子ども・保護者 体験サポーター	青少年茶育	福岡県京都郡苅田町

● 苅田町の子どもフェスティバルにおいて、県民会議が養成する「未来子どもチャレンジ応援事業者」や体験活動推進スタッフ(子ども体験サポーター・プランナー)と共に、親子で楽しむ「煎茶のおもてなし体験」を企画・実施した。幼少期からの茶文化教育(茶育)を通じて、日本のおもてなし文化および家庭での急須文化を次世代に伝えることを目的とした。

■ 事業概要

実施日:令和7年10月26日(日) 会場:苅田町立中央公民館(福岡県京都郡)

参加者:子ども27名/保護者19名/体験活動推進スタッフ4名

イベント主催:苅田町子ども会育成連合会

イベント共催:福岡県青少年育成県民会議/福岡県/苅田町教育委員会 生涯学習課

運営協力:NPO 法人 Wing-Wing/県民会議 体験活動推進スタッフ

■ 実施内容 体験活動スタッフ育成→茶育教室協働開催

- (1) 体験活動推進スタッフ向け 茶育レクチャー
- (2) 親子向け茶育教室「親子煎茶のおもてなし体験」



体験教室開催前に、スタッフ向けに茶育指導の意義と運営のポイントをレクチャーした。

(内容)

- ・地域における茶育教室の意義
- ・お茶が育む心とカラダの健康
- ・日本の煎茶文化
- ・茶育指導の実践(お茶の種類／美味しい淹れ方の教え方)



八女煎茶を使用し、親子で学び・体験できる茶育プログラムを共同で実施した。

(内容)

- ・お茶が教えてくれる日本人の日常作法
 - ・お茶にまつわることわざ紙芝居
 - ・茶園はどこにある？／日本茶の種類
 - ・茶葉の色や香りの観察
 - ・八十八夜と一芯二葉
 - ・煎茶のいただき方／急須の持ち方
 - ・湯量・湯温の測り方／丁寧に淹れる練習
- 紙芝居方式で分かりやすく伝え、中学生 2 年生の茶育教室卒業生が煎茶手前を披露。後半は子ども自身が注ぐ実践体験を行った。

■主な活動写真



*中学生茶育塾卒業生の煎茶手前披露



*お茶のことを紙芝居で分かりやすく伝える



*所作を意識してお茶を淹れる稽古



*急須での初めてのお茶淹れ

■使用した茶

八女煎茶

■成果・効果

- **家庭でのお茶時間復活のきっかけに**
子どもがお茶を淹れる楽しみを知り、保護者から「家に急須を探します」「家族時間に取り入れたい」といった声が多く、家庭への波及が期待された。
- **煎茶道を楽しく体験できる教育的価値を確認**
おもてなしの所作を学ぶことで、子どもだけでなく保護者・スタッフにも日本茶文化の幅と奥深さを伝えられた。
- **地域事業としての“茶育モデル”の有効性を確認**
福岡県および苅田町の行政担当者にも好評で、今後の九州各県での茶育事業展開の可能性が広がった。

■本事業のポイント

- ① 「スタッフ育成→親子教室」の2段階構成で、地域に残る茶育モデルを設計
- ② 紙芝居・観察・手前披露・実践体験を組み合わせ、子どもが飽きない構成を実現
- ③ 体験活動推進スタッフ自身の学びと意欲を引き出し、次地域展開の芽を形成

■参加者の声(抜粋)

(子ども)
「初めての体験で、お茶について詳しく教えてもらった」
「作法だけでなく、掛け軸の知識やお茶の種類も知れて興味が持てた」
「絵を見せて教えてくれて分かりやすかった」
「授業で習ったことが生かしてよかった」
「少し工夫するだけでお茶の感じ方が変わっておいしく感じた」
(保護者)
「日本人として学べて光栄だった」
「お手前をしたお兄ちゃんがとても素敵で感動した」

■次につながること

県民会議との取組を起点に、地域の子ども体験サポーターと協働した茶育イベントへと発展できた。今後も市町村領域を拡大し、茶育指導人材の育成と地域への定着を進めていきたい。

■【事業個別詳細⑧】

スイス経済界代表団 日本茶体験セミナー in 九州国立博物館
(11月9日／太宰府市)

参加者数	主な対象	実施形態	開催地域
15名	スイス経済界代表団	海外認知向上	福岡県太宰府市

●スイス経済界代表団が福岡を視察する公式プログラムの一環として、九州国立博物館の茶室にて、日本茶文化と九州茶の魅力を体験していただく国際文化交流セミナーとして開催した。

目的は以下の3点である。

- ① 九州地域の豊かな日本茶文化を、スイス経済界代表団へ紹介する
- ② 日本茶の価値・美意識・おもてなし文化を、呈茶とペアリングで体験的に理解してもらう
- ③ 日本とスイスの文化交流を促進し、「お茶を通じた国際対話と友好」を育む

■事業概要

事業名:スイス経済界代表団 日本茶体験セミナー in 九州国立博物館
実施日:令和7年11月9日(日) 会場:九州国立博物館 茶室 宝満亭(福岡県太宰府市)

対象・参加者:スイス経済界代表団 15名

協力:在福岡スイス名誉領事館/九州国立博物館 交流課

■実施内容

(1)日本茶文化プレゼンテーション



九州のお茶の歴史・製法・特徴を解説し、“なぜ日本のお茶は世界的に評価されているのか”を、文化・農業・健康性・精神性の観点から紹介した。

(主な内容)

- ・九州茶の産地分布(八女・嬉野・知覧・東そごぎ等)と特徴
- ・不発酵茶と発酵茶の違い
- ・日本茶の「旨味・香り・渋み」のバランスガイド
- ・茶文化と日本人の美意識(侘び・寂び・和敬静寂の文化)

(2)3種の日本茶 × ペアリング体験



日本茶アドバイザーおよび博物館の茶室担当スタッフと共に、試飲とチョコレート&チーズとのペアリング体験を実施。

- 水出し玉露(八女)
八女伝統本玉露を低温抽出で提供。
- 高千穂ウーロン茶(HOT)
九州産発酵茶として紹介。
- 八女抹茶(薄茶)
運営チームによる点前で提供し、いただき方も解説。

■主な活動写真



*九州国立博物館 茶室 宝満亭



*抹茶点前と茶室の設えでおもてなし体感

■使用した茶

八女伝統本玉露(水出し)/高千穂烏龍茶(HOT)/八女抹茶(薄茶)

■成果・効果

- 九州茶の魅力を国際的リーダー層へ伝える貴重な機会となった
- 日本茶が「文化資源」であることを国際的に示した
- スイスと九州の茶文化・経済交流が前進
- 国際茶文化プロジェクトのモデルケースを創出
- 文化施設(博物館)×国際代表団×日本茶文化体験という構図は、今後の国際茶文化事業の標準形となり得る。

■本事業のポイント

- ① 国際的なリーダー層に対し、九州茶を“文化資源”として直接発信
- ② 茶室という文化空間で、水出し玉露・ウーロン茶・抹茶を五感で体験
- ③ スイス食文化(チーズ・チョコレート)とのペアリングにより、国際的な応用可能性を提示

■参加者の声(抜粋)

八女伝統本玉露の旨味と芳香の強さに「まるでスープのよう」と驚きの声が上がった。ウーロン茶の華やかな香りとすっきりした味わいで、チョコレートとの相性が好評だった。茶室の設えや「和敬清寂」の精神も紹介し、日本のおもてなし文化を体感する時間となった。スイスブランドのチーズ&チョコレートを用い、「日本茶は食と組み合わせることで新しい価値が生まれる」という概念を体験的に提示した。

■次につながること

国際的な視点から日本茶の価値を再確認するとともに、文化施設を活用した国際交流型の日本茶体験は、今後の海外発信やインバウンド施策にも応用可能な枠組みとして展開が期待される。

■【事業個別詳細⑨】

ティーペアリング in 東そのぎ -茶文化の進化・お茶とフレンチ- (11月13日/古民家レストラン Little Leo)

参加者数	主な対象	実施形態	開催地域
20名	東彼杵茶農家 一般人	茶産地共創	長崎県東彼杵町

●長崎県東そのぎ町を舞台に、そのぎ茶・長崎茶と地元食材を組み合わせた“新しい日本茶の楽しみ方”を創出することを目的に開催した。

東そのぎは高品質な茶産地であり、若手茶農家の女性たちによる「茶花-chaka-」など地域ぐるみの情報発信も活発である。

本事業では、茶花-chaka-/ティータイムアーティスト竹中昌子氏/古民家レストラン Little Leo 宮副玲長奈シェフ/お茶結びプロジェクトの4者が連携し、「そのぎ茶×フレンチ」という食文化体験を共創した。加えて、国際日本茶協会 松本靖治氏の協力のもと、産地理解の促進、地域観光の可能性調査、希望者による製茶現場視察までを含む総合事業として実施した。

■事業概要

事業名:ティーペアリング in 東そのぎ - 茶文化の進化・お茶とフレンチ -

実施日:令和7年11月13日(木)

会場:古民家レストラン Little Leo(長崎県東彼杵郡東彼杵町)

参加者:20名(一般参加者、東そのぎ茶生産農家、福岡からの来訪者等)

■事前の交流・準備(茶産地での戦略会議・情報収集)

実施期間:令和7年9月29日~10月31日

実施エリア:長崎県東彼杵町

対象:東そのぎエリア茶生産農家

目的:生産者との交流、イベント開催への理解促進、使用茶の探索と選定

■参画・協力団体(主要)

(生産者)おのうえ茶園／尾上製茶／中山製茶園／茶花-chaka- ほか

(茶関連事業者)国際日本茶協会／長崎いけどき茶 ほか

(提供・企画)TEA FOREST JAPANESE／古民家レストラン Little Leo

■実施内容 茶産地育成事前戦略会議→共同開催

(1)開催地の茶生産者と交流・意見交換

松本氏の呼びかけで、茶花-chaka-、Little Leo 宮副シェフ、関係者が集まり、イベント方針・料理コースの方向性・情報発信・使用茶の選定等について意見交換を行った。淹れ手の竹中氏を座長として、産地の現状や各農家の取組を共有し、ペアリングの設計へつなげた。

(2)使用茶の探索と選定

竹中氏が東彼杵町の生産者を戸別訪問し、茶の収集と選定を実施した。多様な茶が集まり、東彼杵らしい豊かなティーメニュー構築が実現できた。



(3)ティーペアリング体験会(20名)



「そのぎ茶×地元食材×フランス料理」をコンセプトとした特別コースを提供した。竹中氏からは抽出温度・香りの引き出し方などペアリングの工夫や茶葉のストーリーが語られ、宮副シェフからはフランス料理の視点で見た日本茶の可能性が共有された。


また、若手生産者が多数参加し、自身の茶がペアリングに用いられた感想や特長、農園の想いを直接語ったことで、参加者は“茶の向こう側にいる人”と“土地を味わう意味”を深く理解する機会となった。

(4) 製茶工場等視察(希望者)



イベント後、福岡からの参加者が製茶(てん茶)工場・茶畑・販売店等を見学し、製造工程(FORTHEES Co.,Ltd.)、品質管理、若手生産者の活躍などを現地で学んだ。

■当日配布したコースメニュー

ウェルカムドリンク 蒸し製玉緑茶～月の香～ 製造者：中山製茶園		ティーペアリング Presented By Little Leo Selected By Shoko Takenaka (TEA FOREST JAPANESE) ※お茶は全て東彼杵産と添ります。	
前菜の三種盛り 秋刀魚のコンフィ キノコのマリネ バルサミコと大村産菜種ヴァージンオイル		肉料理 千綿猪の赤ワイン煮込み ジャガイモのムースソース	
前菜 千綿猪のテリーヌ 自家製マスタードを添えて		デザート パンナコッタ・ア・ラ・メゾン	
魚料理 長崎県産鮮魚のポアレ ソースプールブラン 魚のムースと共に		アフタードリンク 蒸し製玉緑茶～澄～×東彼杵産みかん 製造者：尾上製茶	
烏龍茶 製造者：まるせい西井製茶		そのぎ和紅茶 製造者：ふくだ園	
釜炒り製玉緑茶～炒香～ 製造者：茶友		Light TEA FOREST JAPANESE teatime artist & repository  <small>参加者アンケート</small>	

■主な活動写真



*ティーメニューの解説



*ジビエ×そのぎ烏龍茶



*テロノワールを語るシェフ

■使用した茶(全て長崎県東彼杵町)

蒸し製玉緑茶～月の香～(中山製茶園)／蒸し製玉緑茶～和の掬～(おのうえ茶園)／烏龍茶(まるせい酒井製茶)／釜炒り製玉緑茶～炒香～(茶友)

■主な配布資料 案内チラシ等

～茶文化の進化～ お茶とフレンチ

ティーペアリング in 東そのぎ

with 古民家レストラン Little Leo

そのぎ茶、長崎茶と地元食材を
組み合わせて楽しむ新しい食文化体験で、
東彼杵町の魅力を発信します。
新しい日本茶、新しいフレンチの楽しみをご堪能ください。

2025年11月13日(木)
場所：古民家レストラン「リトルれお」
長崎県東彼杵郡東彼杵町 瀬戸町 1301

時間や料金については裏面をご覧ください。

時間	12:00 スタート 14:00 終了予定 (11:30 受付開始)
料金	7,000円(税込)
定員	先着20名様
内容	フランス料理とそのぎ茶、長崎茶のコース体験 お茶：蒸茶、蒸茶、炒茶など レストラン：200坪 長崎の手造り家屋が広がる個性派レストラン

古民家レストラン Little Leo 宮崎時長泰
長崎県東彼杵町に2019年開業。2019年「Little Leo」をテーマに、五感で楽しむ、お茶とフランス料理のペアリングを提案。お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。

ティータイムアーティスト 竹中昌子
茶葉の個性を大切にし、お茶とフランス料理のペアリングを提案。お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。

ティーペアリング監修 料理研究家 徳永隆子
調理学の知識を活かし、お茶とフランス料理のペアリングを提案。お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。

ご予約は URL または QRコードより行ってください

予約 URL: <https://teappp.jp/ochamamibiki03>

ご予約方法：上記 URL もしくは QRコードよりご予約ください。
① 営業時間・店舗・事務室へのお電話でのご予約受付があります。
② ① ② 日本茶産地活性化推進協議会 / 産地法人 お茶の国プロジェクト
お茶の国プロジェクトは本産地に700産地を擁し、一級産地法人としてプロジェクトを推進し、お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。お茶の魅力を伝えることで、お茶とフランス料理のペアリングを提案。

予約 QRコード 会場 MAP

■成果・効果

- 東そのぎの茶産地の魅力を“食体験”で可視化
ティーペアリングは消費者にとって分かりやすく、地域の魅力を伝える強力なツールとなった。
- 生産者×料理人×淹れ手×企画者による連携モデルを構築

作り手(茶花)・表現者(竹中氏)・料理人(宮副氏)・企画者(お茶結びプロジェクト)が共創した取り組みは、日本茶文化の進化を象徴する事例となった。

- 産地交流を通じた教育効果が高かった
視察により、消費側の参加者が産地の視点でお茶を理解する学びが得られた。
- Webメディアでの情報発信につながった
地域情報サイトで紹介され、東そのぎの魅力とティーペアリングの新規性が発信された。
—LIVING ふくおか・北九州—
【長崎県東彼杵郡】そのぎ茶を味わう至福の時間、フレンチと日本茶のペアリング
https://mrs.living.jp/fukuoka/town_gourmet/reporter/6490999



*QR より記事閲覧可能

- 茶産地の新しい観光素材としての可能性が見えた
“お茶×料理×地域文化”は観光コンテンツとして可能性が高く、ティーツーリズムの観点からも重要性が再認識された。

■ 本事業のポイント

- ① 産地側(生産者)と提供側(料理人・淹れ手)をつなぐ“共創モデル”を構築
- ② 茶葉のストーリーと抽出設計を料理と合わせ、産地のテロワールを体験化
- ③ 体験会に加え、希望者の製茶工場視察を組み込み、学びの深度を高めた

■ 次につながること

産地の多大な協力により現地開催が実現し、生産者側にも自らの茶の価値を高める意識づけが生まれた。今後、地域の生産者が主体となってティーペアリングを開催する際にも、連携して取り組みたい。

■【事業個別詳細⑩】

九州 8 県緑茶飲み比べ体験・子ども茶育発表会 in 芦屋釜の里 (11月15日・16日／遠賀郡芦屋町)

参加者数	主な対象	実施形態	開催地域
254名	一般・地域住民	地域共生 認知向上型	福岡県遠賀郡芦屋町

●福岡県農林水産部園芸振興課との協働により、芦屋釜の里で開催されたイベント会場内で、

- ①九州 8 県の多様な緑茶を飲み比べる体験プログラム
- ②茶育を学ぶ子どもたちによる「子ども茶育発表会(お運び・説明の実践)」を実施した。

来場者が九州茶の多様性を体験的に理解するとともに、子どもたちが学びを実社会で発揮する舞台をつくり、行政・文化施設と連携した「広域茶文化教育モデル」の創出を目指した。

■事業概要

事業名：九州 8 県緑茶の飲み比べ体験・子ども茶育発表会 in 芦屋釜の里

実施日：令和 7 年 11 月 15 日(土)・16 日(日)[2 日間]

会場：「八女茶×芦屋釜の里 ～600 年の歴史と伝統～」イベント会場内(福岡県)

遠賀郡芦屋町)

イベント主催:福岡県/芦屋町

運営体制:お茶結びプロジェクト/九州茶育指導士会/茶育教室の子どもたち

飲み比べ参加実績:2日間合計 254名(1日目:113名/2日目:141名)

■協働

福岡県農林水産部 園芸振興課/芦屋釜の里/茶育教室参加家庭

※飲み比べ提供茶・開催チラシ・体験配布資料:福岡県農林水産部より提供

■実施内容

(1)九州 8 県緑茶の飲み比べ体験



九州各県の個性ある緑茶を飲み比べでできる特設会場を設置し、時間帯ごとに4県ずつ組み合わせを変えて提供した。

(2)子ども茶育発表会・お運び実践



茶育教室で学ぶ子どもたちが「お運び(呈茶サービス)」を担当し、来場者へ各県のお茶の特徴を説明した。

子どもたちの丁寧な所作と一生懸命な説明に、来場者から笑顔と拍手が起こり、学びの成果を披露する価値の高い時間となった。

(3)来賓への九州茶説明(2日目)



2日目には芦屋町町長、福岡県議会議員等が来場。子どもたちが直接お茶を運び、九州茶の多様性や製法の違いを説明した。行政関係者からは「子どもたちの説明力に感動した」「九州のお茶文化を守り広げる取組として意義が大きい」とのコメントが寄せられ、茶育の重要性と地域連携の価値が強く認識される機会となった。

(4)お気に入りの茶に投票



来場者は香り・味・後味・色合いを比較し、気に入った一杯に「お気に入りシール」を投票する参加型方式とした。「飲み比べが楽しい」「県ごとの違いがよく分かる」と好評で、幅広い年齢層が積極的に参加した。

■主な活動写真



*九州8県の特徴的な緑茶



*時間帯ごとに4県の緑茶を提供



*特徴を説明をしながら呈茶



*子どもたちのお運びの様子

■提供した茶(九州8県行政部署より福岡県が調達し提供)

福岡県:玉露／佐賀県:釜炒り茶／長崎県:蒸製玉緑茶／熊本県:蒸製玉緑茶／大分県:釜炒り茶／宮崎県:煎茶／鹿児島県:煎茶／沖縄県:煎茶

■成果・効果

- 九州 8 県の茶の個性を“体験的に理解”できるプログラムとなった
飲み比べ方式により、**来場者は味・香りの違いや地域差を明確に体感し、満足度の高い体験となった。**
- 子どもたちの茶育成果が社会で発揮され、地域から評価された
お運びや来賓への説明を通じ、子どもの成長が見える形で評価され、教育効果が高く次年度への期待が高まった。
- 行政(福岡県農政部門)との協働により、広域的な九州茶 PR が実現
行政連携により発信の幅が広がり、「九州はひとつの茶文化圏である」というメッセージが強調された。
- 参加型(シール投票)により、楽しさと理解が促進された
投票形式は多様な来場者の興味を引き、参加意欲を高める有効な仕掛けとなった。
- 茶文化×子ども教育×地域伝統文化が融合した新しいモデルを提示
芦屋釜の精神性と日本茶文化、子どもの学びが調和し、文化イベントとして価値の高い成果が得られた。

■本事業のポイント

- ① 九州 8 県の茶の多様性を、飲み比べという分かりやすい体験で伝える
- ② 子ども茶育の成果を、来場者への呈茶・説明という実践で発表する
- ③ 行政・地域文化施設と連携した、広域型の茶文化教育モデルを提示する

■次につながること

九州 8 県飲み比べは希少性の高い体験として好評で、参加者の嗜好を把握できた。投票結果から玉緑茶・釜炒り茶のポテンシャルも見いだされ、今後の企画展開に向けた示唆が得られた。

■主な配布資料 飲み比べ緑茶の種類・特徴

八女茶 × 芦屋釜
 600年の歴史と伝統

福岡県産の抹茶や緑茶、花きなど
 福岡県の魅力を堪能できる2日間

令和7年
 11/15(土)
 16(日)

芦屋釜の里
 〒807-0141 福岡県遠賀郡芦屋町大字山原1558-3
 Tel: 093-223-5881
 開館時間: 午前9時30分～午後6時
 (入館受付 午後4時30分まで)
 休館日: 毎週月曜 祝日にあたる場合は翌平日
 入館料: 1日観覧以上 200円
 高校生・中学生・小学生 50円

主催: 福岡県・芦屋町 / 協力: 福岡県茶業青年の会・一般社団法人お茶結びプロジェクト
 花あふれるふくおか推進協議会

八女茶 × 芦屋釜

九州各県の茶飲み比べ

<p>福岡県: 玉露</p> <p>600年を超える歴史と伝統を誇る「福岡の八女茶」は、茶の品質を競う全国茶品評会「玉露の部」において、25年連続で日本一を受賞。量より質を大切に丁寧なお茶づくりによる、「甘くてコクのある豊かなうま味」が特長です。</p>	<p>佐賀県: 釜炒り茶</p> <p>茶の品質を競う全国茶品評会「釜炒り茶の部」において、7年連続で日本一を受賞した雄野南部釜炒り茶業組合が作るお茶です。香ばしい釜香と豊かなうま味を追求した釜炒り茶。ぜひお召し上がりください。</p>
<p>長崎県: 蒸製玉露茶</p> <p>全国のお茶コンクールである日本茶AWARDにおいて、7年連続受賞した長崎そのま茶西海園のお茶です。新緑の香り・色鮮やかな色・若葉のやわらかい風味、甘味とうま味を感じられるお茶です。</p>	<p>熊本県: 蒸製玉露茶</p> <p>くまもと倍付認証茶「芳雅のこころ」は、品種・樹齢・産地成分(アミノ酸やテアニン等)等の厳しい基準に合格した最高品質のくまもと茶です。その中でも、熊本の茶匠が厳選を重ねたほんの一握りのお茶「芳雅のこころ 五ツ星プレミアム」は五ツ星の名にふさわしい上品な甘みがお楽しみいただけます。</p>
<p>大分県: 釜炒り茶</p> <p>因尾茶は大分県南部の佐伯市本匠因尾地区で生産される。昔ながらの伝統を守る釜炒り茶で、香り良くさらばりした味が特徴です。今回は大分県茶品評会玉露茶の部で4年連続1等1席を受賞されている小野農園の因尾茶を用意しました。</p>	<p>宮崎県: 煎茶</p> <p>宮崎県が育成した品種「はると34」のシングルオリジン茶です。「はると34」は旨味の強い「さみどり」と濃緑で色沢に優れる「さきみどり」を交配して育成された品種であり、鮮やかな緑色の水色と旨味が特徴です。</p>
<p>鹿児島県: 煎茶</p> <p>鹿児島産茶葉の中でも産地・生産者にこだわり作成した逸品で、新鮮な緑茶の芳ばしい香りのお茶です。しっかりとした形状と、濃緑な色、旨味を求めて選び抜かれた茶葉は、お茶文化の重みと余韻を感じさせる品格ある逸品として産されました。上級煎茶の甘みを是非ご堪能ください。</p>	<p>沖縄県: 煎茶</p> <p>呉我路茶は、沖縄本島北部の名産市呉我(ごが)・嵐山(あらしやま)地区で栽培される特産のお茶です。やんばる(山原)の豊かな自然に育まれたお茶は、すっきりとした味わいと上品な香りが特徴です。</p>

3. 九州茶イベント情報発信

お茶結びプロジェクト Facebook ページにて活動報告を実施。

<https://www.facebook.com/ochamusubi>



*QR から閲覧可能

4. 事業総括

令和7年度の九州茶普及推進事業は、「人がつながり、文化がつながり、九州がひとつになる一年」となった。福岡・長崎・鹿児島をはじめとする九州各地でのイベント、大学との連携、国際来賓への日本茶体験、そして子どもたちの茶育事業の定着など、これまでにない広がりや深まりを見せた。

本年度の取り組みを、事業の3本柱に沿って総括する。

ビジョン1:九州茶オピニオンリーダー育成

大学生・若者を対象とした福岡お茶大学、鹿児島お茶大学の実施により、**将来の日本茶発信者(Storyteller)となる人材層が確実に厚みを増した**。特に福岡お茶大学では、国際交流(留学生参加)、世界で活躍する日本茶専門家の講話、玉露呈茶などを通じ、“文化を携えて世界と対話する力”を育成する教育モデルが確立した。参加学生からは「日本茶を学び続けたい」「海外で伝えたい」といった声が多く、学びの持続性と深い興味を生む成果となった。

ビジョン2:九州茶業体制の強化推進・消費拡大

Food Expo Kyushu の O-CHA BAR 出展、ティーペアリング in 東そのぎ、スイス経済代表団への日本茶体験など、**飲食業界・行政・国際関係者との接点が飛躍的に増加した一年であった**。お茶を「飲む」から「文化として体験し、料理と合わせ、語る」方向へ価値転換を図る取り組みが成功し、九州茶の新しい市場(ホテル・レストラン・観光・インバウンド)への可能性が明確となった。生産者との連携モデル(茶生産農家 × 淹れ手 × 料理人)も形成され、“**人を中心にしたお茶の価値づくり**”が実践段階へ大きく前進した。

ビジョン3:青少年茶育事業

親子煎茶体験、芦屋釜の里での子ども茶育発表会など、幼少期からのお茶文化体験が着実に浸透してきた。子どもたちが来場者・来賓に向けてお茶を運び、九州茶の違いを説明する姿は高く評価され、“**学びの社会実装**”が具現化した。また、**子ども体験サポーターとの共同茶育教室実現は、地域に茶育活動を広げる大きな一歩となった**。家庭での急須利用や親子コミュニケーションの再生にもつながり、茶育が地域文化の継承に大きく寄与していることが確認された。

■【総合評価】

令和7年度は、九州各地が連携し、「九州茶」という一つの文化圏を形成し始めた一年であった。また「九州のお茶が、人を育て、人をつなぎ、地域をつくる」という確かな手応えも示した。教育・観光・飲食・国際交流・青少年育成を横断する事業構造が整い、九州茶の未来を担う“人のネットワーク”が明確に広がったことが最大の成果である。

5.今後の展望

これまでの成果と社会的広がりを踏まえ、次年度以降は以下の方向へ深化し、価値を携えた九州茶を国内外へ届けるための基盤づくりを進めていく。

①大学連携の強化と「九州版 O-CHA アカデミー」の形成

福岡・鹿児島成功モデルを九州各県へ横展開し、「九州茶を学ぶ教育プラットフォーム」を整備する。

②飲食・観光分野との連携をさらに深化

ティーペアリングのモデル地域を増やし、未開催県(茶産地)での開催を検討する。ホテル・レストランでの日本茶導入支援を本格化する。

③国際交流プログラムの拡充

スイス代表団への提供実績をもとに、九州茶を軸にした国際茶文化プログラムを継続的に実施する。

④茶育の体系化と子どもたちの“発表の場”のさらなる創出

九州各地での親子茶育体験を充実させる。

⑤九州茶の横断連携事業の拡大

「九州はひとつのお茶文化圏」を提唱し、各県飲み比べモデルの継続実施。

九州茶の“多様性そのものが価値”であり、この価値を九州全体で共有し、発信していく段階へと進む。

以上

2. 茶の需要拡大に資する取組の実施

(1) 大阪・関西万博の開催に伴う日本茶応援消費拡大キャンペーンの展開

① 背景・目的

4月13日～10月13日の間で大阪・関西万博が開催され、また、6月8日～15日までの間には、万博会場内において日本茶ブース出展（政府出展）が実施されることを受け、当協議会では万博開催期間中を日本茶応援消費拡大キャンペーン期間として位置づけ、全国的な消費拡大運動を展開した。

② 事業内容

具体的には、農林水産省及び全国の茶業関係者と連携して全国各地で同万博開催と日本茶消費拡大の機運を盛り上げるため、PR用幟旗とQRコードを付したチラシを作成・配布し、一般消費者等に情報発信することとした。

なお、取組の詳細は、以下「添付資料」のとおりである。

事 務 連 絡
令和7年5月1日

日本茶文化・茶業関係者 各位

日本茶業体制強化推進協議会
会長 大森 正 司

大阪・関西万博の開催に伴う日本茶応援消費拡大キャンペーンの展開について

常日頃より日本茶文化・茶業の推進にご尽力いただくとともに、日本茶業体制強化推進協議会の事業にご理解・ご支援をいただき、誠にありがとうございます。

当協議会では、大阪・関西万博での日本茶ブース出展（6月8日（日）～15日（日））のPRとともに、同万博開催期間中（4月13日（日）～10月13日（月））を日本茶応援消費拡大キャンペーン期間として位置づけ、全国的な運動を展開することとしました。

具体的には、農林水産省と連携して、全国各地で同万博開催と日本茶消費拡大の機運を盛り上げるため、PR用幟旗とQRコードを付したチラシを作成・配布し、消費者等に情報発信することとしました。

茶業関係者各位におかれましては、何かとお忙しい中ではありますが、本運動の実施にご理解を頂き、消費者等へのチラシの配布、幟旗の設置やホームページ上での情報掲載など、広告・啓発にご協力いただきますよう、よろしくお願いいたします。

また、茶業関係者の皆様におかれては、配布されたチラシにQRコードを付しておりますので、関係情報の閲覧について併せてよろしくお願いいたします。

（問い合わせ先）

日本茶業体制強化推進協議会

（事務局：（公社）日本茶業中央会内）

TEL:03-3434-2001

専務理事 鈴木 s.suzuki@nihon-cha.or.jp

(取組名)

令和7年度大阪・関西万博日本茶応援消費拡大キャンペーンの展開

(開催期間)

大阪・関西万博開催期間（日本茶応援消費拡大キャンペーン期間） 令和7年4月13日～10月13日
日本茶政府ブース出展期間（EXPOメッセ「WASSE」） 令和7年6月8日～6月15日

(キャンペーン配布物)

日本茶PRのぼり旗 1,000枚
日本茶PRチラシ 50,000枚

(配布先)

1,000ヶ所（1ヶ所・1セット）のぼり1枚、チラシ50枚）

○日本茶業体制強化推進協議会関係者	36	セット
○全国茶生産団体連合会関係者	21	セット
○全国茶商工業協同組合連合会関係者	943	セット
<u>合計</u>	<u>1000</u>	セット

日本茶の政府出展期間
2025年6月8日(日) - 6月15日(日)
EXPOメッセ「WASSE」

未来につながる伝統文化

万博で日本茶

を味わおう!

Let's Enjoy!



ぜんぶのいのちと、
ワクワクする未来へ。

開催期間 2025年4月13日(日) - 10月13日(月)
開催場所 大阪 夢洲(ゆめしま)

未来につながる 伝統文化

万博で日本茶

を味わおう!





OSAKA, KANSAI, JAPAN
EXPO 2025

ぜんぶのいのちと、
ワクワクする未来へ。

開催期間 **2025年4月13日(日) - 10月13日(月)**
開催場所 **大阪 夢洲 (ゆめしま)**

日本茶の政府 出展期間 **2025年6月8日(日) - 6月15日(日)** EXPOメッセ「WASSE」

美味しいお茶の淹れ方

煎茶の基本的な淹れ方

- 湯を十分に沸騰させたお湯を注ぎ、70-80℃に冷めます。
- 茶葉は1人分・約3g(ティースプーン1杯程度)を目安に急須に入れます。
- 1のお湯を急須に注ぎ、約30秒待ちます。(お好みにより調整してください)
- 湯気が均一になるように差し込みます。急須にお湯が溢らないように気をつけてください。

煎茶には、淹れ方に気をつけてください。

水出し茶

ボトルにお水とお茶を入れるだけ!

水出しのお茶は低温抽出なので、渋みや苦味が出にくく、甘くまろやかなお茶ができます。冷蔵庫で約2-3時間ゆっくり抽出。茶葉で作る場合はフィルターや茶漉しがついているボトルをご使用ください。お水1000mlあたり、茶葉は約10g、ティースプーンだと約3杯。

茶葉が茶葉のままにオススメです!

水出しフルーツティー

もおすすめ!

緑茶	お水	700ml
ミントティー	緑茶(茶葉)	10g
	ミント	適量
	レモン	適量

冷蔵庫で約2時間、それ以降は、動かさず取りやすいように、レモンを取り出して保存する。

和紅茶	お水	700ml
フルーツティー	和紅茶(茶葉)	10g
	オレンジ	適量
	リンゴ	適量

冷蔵庫で約2時間、オレンジ以外の柑橘類を入れてもよい。紅茶の代わりにほうじ茶でもOK

4つの日本茶産地

京都府 / KYOTO
宇治茶

上品な香味と甘み、豊かな香り。

鹿児島県 / KAGOSHIMA
知真茶

まろやかな味わいと爽やかな香り。

静岡県 / SHIZUOKA
川根茶、掛川茶、天竜茶、...

飲みと飲むのバランスが良く、爽やかで香り高い。

三重県 / MIE
伊勢茶

まろやかな甘みとコク、豊かな香り。

日本では、北は秋田、南は沖縄まで、さまざまな地域でお茶が栽培されています!

万博の日本茶ブースでは4つの産地のお茶が登場します!

もっと日本茶を知りたい方に!

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

日本茶専門のウェブサイト「Japan Tea Action」では、美容や健康をサポートする機能やリラックス効果など、日々の暮らしを楽しく健やかにする日本茶のチカラを伝えています。

日本茶ぐらし

日本茶農産物強化推進協議会は、農林水産省や関係団体と連携し、お茶の消費拡大を図るため、様々な暮らしの中でお茶を楽しむ「日本茶と暮らしプロジェクト」を実施しています。

※(主催者) 日本茶農産物強化推進協議会
協賛団体) 農林水産省・経済産業省・文化庁・内閣府・農研機構・茶業協会・(公社)日本茶業中央会・日本茶輸出促進協議会・全日本生産者団体連合会・全日本茶業工業協同組合連合会・日本茶輸出組合・(公社)静岡県茶業協会・(公社)京都府茶業協会・(公社)鹿児島県茶業協会・三重県茶業協会・(株)ランタン・(株)食村・(財)世界茶業協会・NPO法人 日本茶インストラクター協会

71

2. 茶の需要拡大に資する取組の実施

(2) マイボトルでマイお茶体験の開催

① 背景・目的

環境意識が高い若い世代にとって、SDGsのために実施したことのある行動として「マイボトル」の使用は上位となっており生活に馴染んでいることから、日本茶をマイボトルで楽しむイベントを実施することとし、マイボトルを持参した人を対象に、自分の好みに合わせてマイお茶パックを作ってもらい、その場で実際に飲んでもらうことで、マイボトルで茶葉から楽しむ日本茶をPRし、体験を通して、日常生活にも取り入れてもらえるよう誘導する。

② 事業内容

若者層が多い武蔵野市吉祥寺において、マイボトルで楽しむ日本茶体験イベントを実施した。

(実施方法)

- ア. 参加の条件としてマイボトルを持参してもらう。
- イ. 会場には、リーフ茶数種類とお茶パックを用意し、自分好みの「マイお茶パック」を作ってもらう。
(体験自体に創造性を加えることで、魅力度をアップさせる。)
- ウ. マイボトルで美味しく日本茶を飲む方法、楽しむポイントを日本茶インストラクターやパネルなどでレクチャーする。体験後には、普段の生活に取り入れてもらえるよう誘導する。
- エ. JTAサイトでイベントの開催及びコンテンツの詳細を情報発信する。

なお、取組の詳細は、以下「実施報告書」のとおりである。

マイボトル・マイお茶パック事業

「マイボトルで楽しむ、私の日本茶づくり」事業実施報告書

実施主体：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。

本事業は、若い世代の生活様式に根付いている「マイボトル文化」と日本茶を掛け合わせ、日常の中で日本茶を手軽に楽しんでもらう機会を創出することを目指して企画・実施した。

調査では、若者の多くが環境配慮行動としてマイボトルを利用しており、さらに「ボトルに入れる飲料は水が中心」という実態が示されている。そこで今回、日本茶を“水出し”で簡単に楽しめるという点に着目し、マイボトルで持ち運びやすいお茶パックとともに、日本茶のマイボトル飲用スタイルを提案した。特に、夏場に「水出し茶」が手軽で身体にも優しい選択肢であることを訴求し、日本茶を知らない層の「日本茶＝温かい飲み物」という固定的なイメージの転換を図った。

また本イベントでは、自分好みの茶葉を自由に選び、組み合わせて作る「マイお茶パック」の体験を中心に据えた。日本茶インストラクターによる茶葉の特徴や、マイボトルでの最適な抽出方法のレクチャーを行い、“自分で選んで作る楽しさ”とともに、日常生活の中に日本茶を自然に取り入れるきっかけづくりを目的とした点が、本事業の大きな特徴である。

2. 事業内容

<事業名称>

マイボトルで楽しむ、私の日本茶づくり

自分で選び、つくり、味わう。マイボトルで楽しむ“あなたにちょうどいい”日本茶体験

＜企画背景＞

近年、若い世代では、環境配慮行動としてマイボトルを持ち歩くことが日常的な習慣となっている。各種調査でも、若者の多くが「マイボトルを利用している」と回答し、実施している SDGs 行動の上位に挙がるほど生活に浸透している。また、マイボトルに入れる飲料のほとんどが水であり、手軽さに基づく選択が中心であることも読み取れる。一方で、日本茶、とくに茶葉から淹れるリーフ茶は「丁寧に淹れる時間が必要」「温かい飲み物」という固定的なイメージもある。日本茶は水出しでも十分においしく、渋みが抑えられ、甘みや旨味が感じられるなど、夏場の水分補給や健康対策としても優れた特徴を持っているにもかかわらず、若者層の認知はまだ高くない。

こうした状況を踏まえ、若者の生活習慣として根付いた「マイボトル文化」と、マイボトルで手軽に楽しめる形で日本茶の魅力を結びつけ、水出し茶としての飲み方を提案することが有効であると考えた。特に、「自分で茶葉を選ぶ」「自分でお茶パックをつくる」という行為が、日本茶をより身近に感じ、生活習慣に取り入れるきっかけになると判断し、マイボトル用お茶パックや水出し茶の魅力を伝えるイベントとして企画した。本事業では、自分の好みに合わせて茶葉を選び、ブレンドしてつくる「マイお茶パック」の体験や、インストラクターによる水出しのコツ・淹れ方レクチャーを通じて、日本茶が若い世代のライフスタイルに自然に溶け込むことを目指したものである。

＜実施内容＞

●マイお茶パックづくり体験

会場には、6種類のリーフ茶（煎茶・深蒸し煎茶・ほうじ茶・萎凋茶・くき茶・かぶせ茶）を用意し、参加者が好みの茶葉を自由に選び、組み合わせて「マイお茶パック」を作成できる体験ブースを設置。各茶葉の特徴を紹介する説明パネルも掲出し、試飲などで香りや味わいの違いを理解しながら、自分だけのブレンドを作る楽しさを提供した。

作成後は、会場設置のウォーターサーバーから手持ちのマイボトルに水を入れ、その場で水出し茶として完成させる流れとした。これにより、「自分で作ったお茶を、普段使いのマイボトルですぐに楽しめる」という再現性の高い体験を実現した。

さらに、イベント連動施策として、JTA サイト内に「マイお茶パック診断」ページを新設。来場者はQRコードからアクセスし、「〇〇なあなたに」というスタイルで、おすすめの茶葉組み合わせを提示する仕組みとした。イベント後も、診断ページを通じてさまざまな茶葉の組み合わせを試したくなる継続的な興味喚起を狙った。

●マイボトルで日本茶を楽しむレクチャー

体験ブースには日本茶インストラクターが常駐し、茶葉の特徴やおすすめのブレンド、水出し茶のつくり方、マイボトルで美味しく楽しむためのポイントを参加者へ直接レクチャーした。レクチャーでは特に以下の点を重点的に伝えた。

- ・ マイボトルで手軽に日本茶を楽しむ方法

- ・ 水出し茶が簡単に作れ、洗みが少なく飲みやすいこと
- ・ 夏場の水分補給や夏バテ対策としても優れていること

こうした説明により、「日本茶は温かいお茶」という固定的イメージからの転換を促し、参加者がイベント後も日常生活の中で水出し茶を取り入れたくなるよう配慮した内容とした。

<実施日>

2025年9月25日（木）～27日（土）10:00～18:00

※準備、片付けの時間は除く。

<実施場所>

シーソーズ吉祥寺（東京都武蔵野市吉祥寺本町 2-28-3）

アクセス：吉祥寺駅から徒歩7分、東急裏の大正通り沿い



<来場者数>

9月25日(木): 約48名
 9月26日(金): 約61名
 9月27日(土): 約75名

<スケジュール>

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
全体		全体企画					実施		
会場		会場リサーチ	仮予約申請	仕様見学・外装、装飾等打ち合わせ					
保健所、イベント保険			保健所打ち合わせ	飲食営業許可申請	イベント保険				
ツール類品制作			各種ツール制作			納品			
クリエイティブ関連PR			空間装飾などの関連ツールデザイン制作	特集サイト制作	SNS運用・PR関連運営展開		反応収集		

<イベントメインビジュアル>

ポスター、WEB・SNS等、看板、会場内装飾等、各種ツールに使用。



<マイお茶パック診断 (https://japanteaction.jp/bottle2025/gogumi) >

※来場者限定で閲覧可能



<事前告知 (SNS 中心) >

japanteaction
essays (シーズンズ)

japanteaction イベント開催！マイボトルで楽しむ「あなただけの日本茶づくり」

9月25日〜27日の3日間、東京・吉祥寺にて、日本茶の水出し体験イベント「マイボトルで楽しむ、私の日本茶づくり」を開催します。

このイベントでは、好みの茶葉を自由に組み合わせる「マイお茶パック」を作り、水出しして味わう体験をご用意しています。

近年、マイボトルを持ち歩く人、増えていますよね。そんなマイボトルで楽しんでほしいのが水出し茶です。

水出し茶は、カテキンやビタミンCなど、暑さには負けない成分がたっぷり。夏/宇治対策にもぴったりの上、カフェイン控えめ。暑い夏でもゴクゴク飲める、からだにやさしいお茶スタイルです。

日本茶インストラクターの話を聞きながら、自分好みの味を見つけよう。
「あ、なんかいいかも」と思える小さな発見がきっと待っています。

暮らしのこと、職場のこと、自分らしさのこと。

マイボトルで気軽に始める、冷たい日本茶でらして体験してみませんか？
遊ぶ、つくる、味わう体験を、ぜひお楽しみください。
詳細は、プロフィールのリンクからご覧ください！

インサイトをを見る もう一度責任

👍🗨️🔖

👤 tomoko_japanesetea、他74人が「いいね！」しました
9月21日

概要 ①	
ビュー	2.4万
投稿でのインタラクション	0
プロフィールのアクティビティ	653
ビュー ①	
ビュー	2.4万
リーチ数	1.2万
インタラクション ①	
「いいね！」	75
保存数	46
コメント	0
シェア数	0
プロフィールのアクティビティ ① 653	
プロフィールへのアクセス	27
外部リンクのタップ数	608
ビジネスの住所のタップ数	0
フォロー数	18

3. 当日の様子 <会場外観>



<参加者の様子>







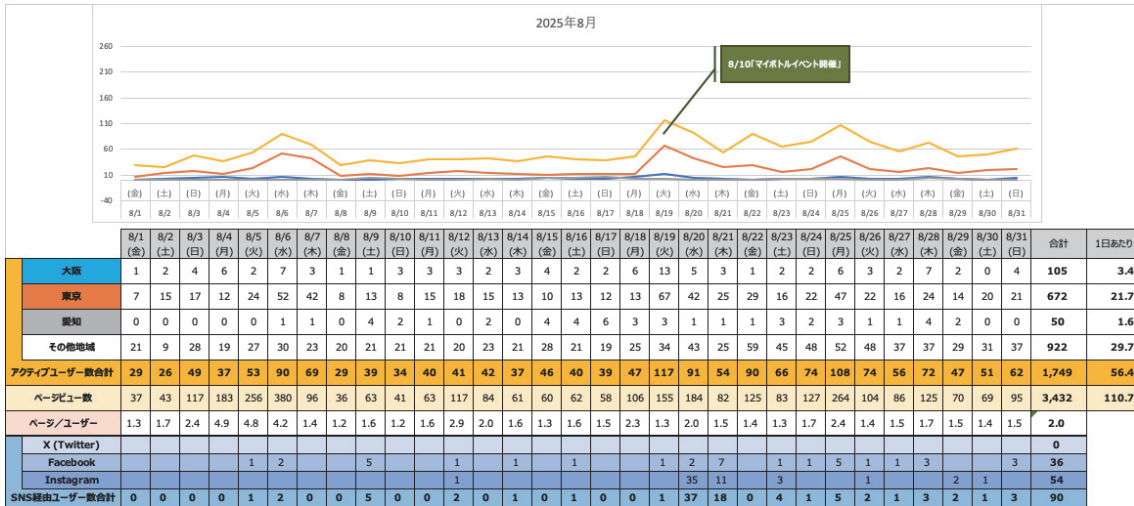


4. WEB・SNS 反応、来場者の声

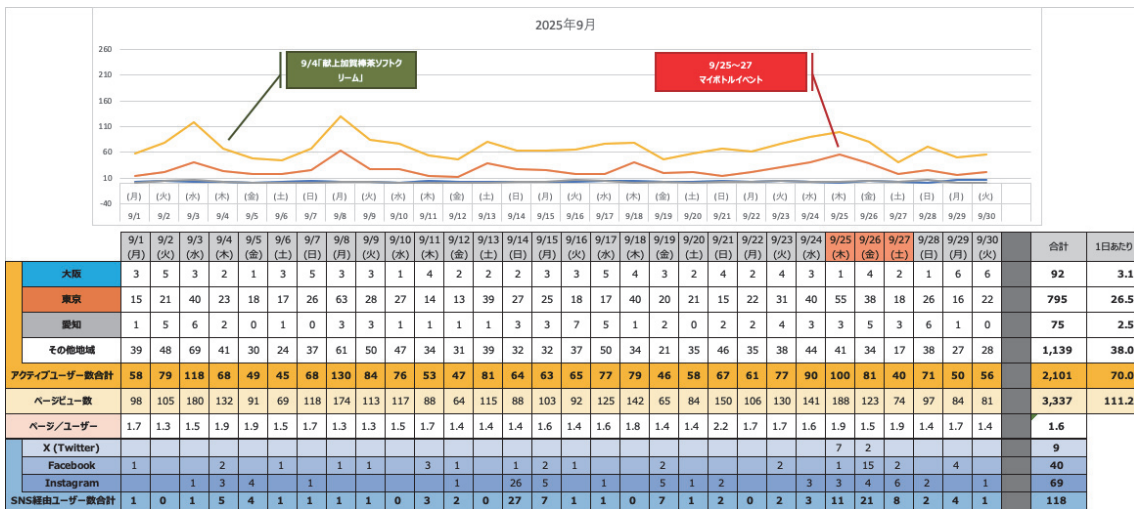
<WEB アクセス数>

・ イベント前後の JTS サイトへのアクセスユーザー数

< 8月 > アクティブユーザー数 : 1749 人 / ページビュー数 : 3432



< 9月 > アクティブユーザー数 : 2101 人 / ページビュー数 : 3337



・ 9月 25 日～27 日 イベント期間中アクセス

アクティブユーザー数 : 221 人 / ページビュー数 : 385

< Instagram 反応(一部) >





＜お客さまの声、スタッフの感想(一部)＞

- ・ 体験していただいたお客様は、全体を通して非常に楽しそうな様子で、日本茶を選ぶ時間そのものを前向きに捉えている様子が見られました。
- ・ 水出しで手軽に日本茶を楽しめることを知らない来場者が多く、「思っていたより簡単にできる」という点に驚きの声が多く聞かれた。
- ・ 「合組（ブレンド）」というゲーム性を持たせたことで、参加者はすべての茶葉に興味を示し、それぞれの特徴を確認しながら試飲を行い、自分の好みに合った組み合わせを主体的に選んでいた。
- ・ (若い女性)「いつもマイボトルに水を入れていたけど、飽きていたので、茶葉で簡単にできることが知れてよかった。」
- ・ (高校生)「違う組み合わせも試したい。毎日違う組み合わせで入れたら楽しそう。」
- ・ 体験後も茶葉の特徴や組み合わせについて質問する来場者が多く、関心の高さがうかがえた。
- ・ 想定していた体験時間を超えて滞在する参加者もあり、内容に満足している様子が見られた。
- ・ 別の組み合わせを試したい、また周囲の人に紹介したいという理由から、開催日をまたいで複数回来場する参加者も見られた。

- ・ 体験後、自宅での取り入れ方や継続的な楽しみ方について相談する声が複数あった。
- ・ (若い女性)「「難しそう」というイメージがあったが、パックを入れるだけでいいので簡単。」
- ・ (高校生)「茶葉のお茶は温かいものしかないと考えていた。(冷たいものはペットボトル)」

以 上

2. 茶の需要拡大に資する取組の実施

(3) 日本茶淹れ方選手権の開催

① 背景・目的

近年のお茶を巡る情勢は、消費者の簡便化志向の高まりに伴い、リーフ茶から緑茶飲料へ消費がシフトするなどの要因により、お茶の消費が伸び悩むとともに価格も低迷している。

また、生産面では、従事者の高齢化や労働力不足等により、お茶の生産維持が懸念されている。

こうしたなかで、日本の伝統文化である日本茶文化の振興と普及を目指し、日本茶の魅力を再発見してもらうため、「お茶を淹れる行為そのもの」をエンターテインメントとして捉え、新しい視点で日本茶を楽しむ機会を提供する。

具体的には、日本茶好きな参加者達の高度な技術や知識を活用しつつ、淹れ方のパフォーマンス性や、産地や生産者などのストーリー性を付加することで多種多様な日本茶の淹れ方を紹介し、日本茶の楽しみ方を身近で親しみやすいものに進化させ、次世代への日本茶文化の継承と新たな日本茶の魅力を広く一般消費者に情報発信するため、「日本茶淹れ方選手権」を開催する。

② 事業内容

参加者は全国の「日本茶好き」を対象とし、全国7ブロック（北海道（札幌市）東日本（東京都港区）、静岡（静岡市）、東海（名古屋市）、関西（大阪市）、北九州（福岡市）、南九州（鹿児島市））で予選会を開催し、代表者1名を選出した上で、静岡市で開催される「世界お茶まつり」会場内において、各ブロック代表者による日本茶の淹れ方やプレゼンテーションを競う本選大会を開催する。

また、本選大会では優秀賞「No.1 BREWERS」を決定・表彰する。

なお、取組の詳細は、以下「実績報告書」のとおりである。

日本茶淹れ方選手権実績報告書

NIHONCHA BREWERS CHAMPIONSHIP (NBC) 2025

実施主体：日本茶業体制強化推進協議会

実施者：NPO 法人日本茶インストラクター協会

1. 事業目的

現在お茶の情勢は、消費者の簡便化志向により、リーフ茶から緑茶飲料へ消費がシフトし、こうした変化への対応に遅れお茶の消費が伸び悩み、価格が低迷している。また生産面では、従事者の高齢化や労働力不足等により、今後お茶の生産が維持できなくなる恐れが出てきている。

このような中、日本の伝統文化である日本茶文化の振興と普及を目指し、日本茶の魅力を再発見するとともに、「お茶を淹れる行為そのもの」をエンターテイメントとして捉え、新しい視点で楽しむ機会を提供する。

日本茶を淹れることが得意な人達等による高度な技術や知識を活用しつつ、淹れ方のパフォーマンス性や、産地や生産者などストーリー性を付加することで、日本茶の魅力を広く消費者へ伝える。

また、観客参加型の要素を取り入れ、多種多様な日本茶の淹れ方を紹介し、一般消費者へも日本茶の楽しみ方を、身近で親しみやすいものに進化させることで、次世代への日本茶文化の継承とこれまで知らなかった情報を発信するとともに、日本茶の生産振興と新しい日本茶の需要拡大のために「NIHONCHA BREWERS CHAMPIONSHIP」を開催する。

2. 事業内容（予選会から本選実施まで）

- (1) 参加者は全国の日本茶好きを対象（インストラクター及び一般参加者）とし、全国7ブロック（北海道（札幌市）・東日本（仙台市）・静岡（静岡市）・東海（名古屋市）・関西（大阪市）・北九州（福岡市）・南九州（鹿児島市））での予選会を開催の上、代表者1名を選出し、各代表者による日本茶の淹れ方やプレゼンテーションを競う本選大会を開催した。
本選大会は、「No.1 BREWERS」のほか優秀賞を決定する全国大会。
- (2) 本大会は、NPO 法人日本茶インストラクター協会の組織力を活用し、予選会から本選大会を開催することにより、一般消費者等へ日本茶の普及を図った。
- (3) また、今後は本選会場を順次、全国7ブロックを巡り開催することとし、全国の茶産地又は中核都市での開催により、全国各地の一般消費者等にお茶の楽しみ方や、お茶を淹れるパフォーマンスをアピールするとともに、美味しいお茶を呈茶し味わってもらうことで、お茶の魅力を再認識してもらった。

3. 予選会（ブロック予選）の開催

- ・開催日：2025年7月19日～9月7日の間で開催。
- ・開催地：北海道（札幌市）、東京（港区）、大阪（大阪市）、福岡（福岡市）
鹿児島（鹿児島市）
※東海、静岡については、参加者1名のため予選会は未開催。
- ・出場者：ブロックでの代表者の選出方法は、自薦・他薦を問わず出場者を募り、予選会を開催し代表者を決定。
- ・審査：パフォーマンス審査を実施。
- ・ルール：予選会で使用する茶は出場者各自が選択・用意。
使用するお茶は日本国内で栽培・製造された日本茶。
- ・開催案内：ホームページで告知。

4. 本選大会の開催

- ・開催日：2025年10月26日（日）
- ・開催地：静岡グランシップ（静岡市）世界お茶まつり会場内
- ・出場者：全国7ブロックの代表各1名が参加。
北海道ブロック 眞島一義
東日本ブロック 劉 昂
静岡ブロック 川手洋司
東海ブロック 古市晴比彦
関西ブロック 西 瑠偉
北九州ブロック 今村由美
南九州ブロック 江口昌子
- ・審査員：草間こずえ（北海道茶業者）
木村好成（日本茶インストラクター協会副理事長）
和田 健（静岡県茶業者）
望月希美（静岡県茶業者）
小島康平（静岡県茶業者）
- ・本選大会審査：一次審査・課題茶審査（審査内容は別添開始要領のとおり）
二次審査・パフォーマンス審査（同上）
三次審査・観客審査 観客46名による投票（同上）
- ・ルール：本選大会二次・三次審査で使用する茶は出場者各自が選択・用意。
使用するお茶は日本国内で栽培・製造された日本茶。
- ・審査結果：優勝 西 瑠偉
準優勝 劉 昂
新人賞 眞島一義
- ・開催案内：ホームページで告知。

5. その他

・ 出場者からの声

練習を繰り返したがうまくお茶を淹れることができなかったが、多くの観客の前で表現ができ貴重な体験ができて良かった。

・ 来場者からの声（抜粋）

お茶の淹れ方をたくさん見ることができ、勉強になった。

専門家の淹れたお茶は、どれも美味しくいただくことができた。

出場者のパフォーマンスと説明を拝見して、お茶の淹れ方に感動した。

6. 運営上の改善点

ブロック予選会の出場者を確保し、イベント全体の質の向上を図る。

7. 総 評

予選会参加者の募集告知が上手くいかなかったため、出場者が少ないブロックがあったが、本選会では高度なテクニックをもった出場者が集まり、パフォーマンスを含め、出演者自身のお茶に対する熱い思いが伝わってきた。

本選会場には、約200名が来場し、色々なお茶を飲んでもらい、パフォーマンスを見て楽しんでいただくことができた。

また、多くの観客に色々なお茶の淹れ方を紹介することができたことで、来場者の興味を高め、日本茶の需要拡大に繋がる効果があったと思われる。

今後は、SNSを活用した募集告知や出場者のパフォーマンスを配信することが必要と感じた。

予選会の様子



本選 二次審査の様子



本選 三次審査の様子



本選 表彰式の様子



本選 表彰式後（出場者7名、審査員5名、他運営スタッフ）



（優勝者：前列中央、準優勝者：左から2人目、新人賞受賞者：右から2人目）
（中列4名：表彰者以外の出場者）

本選会場外観





**NIHONCHA
BREWERS
CHAMPIONSHIP
2025**

2025.10.26

@ SHIZUOKA



まじま かずよし

眞島 一義 北海道エリア代表

選定茶：【グリーンティ五島 五島茶「息吹」】

北海道ブロック・日本茶インストラクター 26 期の MAJIMA です。一体どんな奴？「情熱溢れる引き出し人」です。700 名のスポーツ選手を育てた泣き笑いの日々から、情熱を注いで個性を引き出す経験を積み重ねました。

日本茶もまた、個性の豊かさが魅力です。その素敵な個性を引き出して、情熱溢れるプレゼンをします。よろしくをお願いします。



りゅうこう

劉 昂 東日本エリア代表

選定茶：【根洗松銘茶 蘭龍】

ジャスミン茶の町である北京出身、東洋史専攻。何故お茶を飲む？そこにあるから、そこにあるお茶を飲む。土地土地のお茶を飲む。私にとって最も偉大なるお茶は高級茶や希少茶ではなく、生活に溶け込むお茶であり、面白いお茶です。

私と一緒に「おや～ちょっと面白いのでは？」のお茶の世界を探求しましょう！

主な活動・キャリアなど

日本茶インストラクター 26 期、日本茶生活イベント運営のサポート



かわて ようじ

川手 洋司 静岡エリア代表

選定茶：【掛川市御林茶業組合『あさつゆ』】

長野県出身。1990 年代に中国・厦門に留学時に、鉄観音と中国茶器に魅了される。静岡県掛川市在住。自動車部品メーカー勤務。中国天津への駐在中に中国茶芸師の資格を取得。

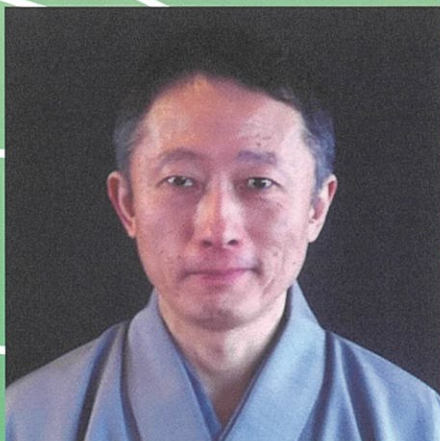
2023 年度に日本茶インストラクターを取得し、2025 年度より掛川支部（静岡県支部の公認地域支部）支部長に就任。

主な活動・キャリアなど

2025 年度より掛川支部長に就任し、支部活動として以下を開催し、運営を行った。

5 月 新茶飲み比べ会

8 月 ChaOI - PARC（茶業研究センター）、SOMA（静岡オーガニック抹茶（株））見学会



ふるいち はるひこ

古市 晴比彦 東海エリア代表

選定茶：【遠州森町産 深むし煎茶】

学卒後、8 年間のサントリー（株）勤務を経て、平成 2 年に家業である（株）東陽園に入社、平成 15 年より現職。平成 18 年 1 月全国で初めて日本茶アドバイザー養成スクールを名古屋にて開校し、以降 12 期にわたり校長を務めた。また日本茶の新しいコンセプトの商品開発に取り組み、世界緑茶コンテストにおいて 2016 年、22 年に金賞を受賞した。

主な活動・キャリアなど

東海ブロック、協会理事、協会副理事長を歴任

現在日本茶アドバイザー養成スクール名古屋校校長

日本茶シニア・インストラクター



にし るい
西 瑠偉 関西エリア代表

選定茶：【 kitaha(お茶のあさひ園) 和紅茶 】

ティールームで飲んだ和紅茶がきっかけとなり日本茶に興味を持つ。京都府南山城村の茶畑を訪れその美しさに惹かれ茶業への想いを強める中で茶師、紅茶鑑定士といった存在に憧れ 2022 年に茶業界へ入る。鮎と日本茶の専門店、老舗茶商での従事経験を経て SHIKI JAPANESE TEA のブランドマネージャーに就任する。

主な活動・キャリアなど
日本茶インストラクター
全国茶審査技術競技大会 有段
2025 年淹茶選手権最優秀淹茶賞



いまむら ゆみ
今村 由美 北九州エリア代表

選定茶：【 郷田製茶 八女煎茶 (おくみどり) 】

お茶屋の娘として育ち、福岡県を拠点に国内外で日本茶の普及活動を行っています。「Amazing Tea Time & Space」をコンセプトに、お茶の時間を自由に楽しむ空間を提案し、移動式茶室によるケータリング茶会などを展開する会社を運営しています。喜んでいただける一杯を淹れられるようになりたいと日々精進しています。

主な活動・キャリアなど
日本茶インストラクター協会 福岡県支部 副支部長、株式会社 茶時遊空間 代表取締役
福岡八女玉露振興会 所属、九州国立博物館オープニングイベント日本茶でおもてなし
世界水泳日本茶でおもてなし、International Bugatti Meeting 2025 茶香服
茶育 幼児向けのインストラクション 等
・淹茶選手権 本選出場 九州 1 位選出 (2023 年)
・NIHONCHA BREWERS CHAMPIONSHIP 北九州ブロック代表 (2024 年)



えぐち あきこ
江口 晶子 南九州エリア代表

選定茶：【 岩永製茶園 岩永 1 号 2 nd 】

幼少期よりお茶が好きで、飲むこと・学ぶこと・伝えること、全てが好きです。日本茶インストラクター歴は浅いですが、「人とお茶の良い接点を作る」を目標に研鑽を積んでおります。

主な活動・キャリアなど
小学校のお茶講座
日本紅茶協会認定ティーインストラクター

PROGRAM

■一次審査：課題茶審査

各出場者が同じ課題茶を同じ茶器で淹れ、審査員がブラインドで審査します。
純粹に淹れた茶の味と香りで勝負する審査です。（無観客での開催）

■二次審査：パフォーマンス審査 @ エントランスステージ 11:15 ~ 13:40（OPEN 11:00）

出場者が一人ずつステージ上で茶をプレゼンテーションしながら淹れるメインの審査です。
どなたでも観覧できますので、ぜひエントランスステージにお越しください。
観覧無料です。

■三次審査：観客審査 @ ホワイエ（大ホール横）14:00 ~ 14:45

出場者が観客の皆さんに茶をふるまう観客審査です。
会場にて出場者が淹れたお茶を飲み比べ、一番良いと感じた出場者にご自身の一票を投じていただきます。 *参加をご希望の方は会場受付にて申込が必要。

NIHONCHA BREWERS CHAMPIONSHIP とは

NIHONCHA BREWERS CHAMPIONSHIP とは、魅力的にプレゼンテーションしながら茶を淹れる、その技術を競う新しい大会です。

全国の予選を勝ち抜いた7名の出場者が、静岡世界お茶まつりの会場にて、その磨き抜かれた技術を存分に披露します。

出場者は自身の茶を選び、その茶について深く調べ、審査員や観衆に説明をしながら茶を淹れます。審査は提供された茶の味や香り、出場者の淹れ方、プレゼンテーションを総合的に判断し、また同時に会場で開催される観客に向けての審査試飲会を通じ、優勝、準優勝を決定します。

主催 日本茶業体制強化推進協議会

運営 NPO 法人日本茶インストラクター協会 NIHONCHA BREWERS CHAMPIONSHIP 実行委員会

NIHONCHA BREWERS CHAMPIONSHIP 2025

10.26 (Sun)

@静岡グランシップ

(世界お茶まつり 2025 内)

「淹れる、魅せる、競い合う。」

淹れるプロフェッショナルが集う
技の頂上決戦。



2. 茶の需要拡大に資する取組の実施

(4) 国際学生日本茶サークルの設立

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、留学前にお茶の知識と経験、茶器と茶葉を進呈し、留学先でお茶民間大使（日本茶エバンジェリスト第4期生）としてお茶を広めてもらう養成&実践プログラムを実施する。

イ. 各国で活動いただいた留学生（第1期生、第2期生、第3期生）から留学先での感想、体験を披露いただき、第4期生の壮行、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。

ウ. 全国の大学のお茶サークル、インカレ学生団体の実態を調査し、関係者との協議、調整を踏まえて、学生が、お茶で集まり、深め、広められるように「学生日本茶協会」を設立する。

② 事業内容

ア. 日本茶エバンジェリスト養成

第4期生として応募者73名から新規30名を選定し、エバンジェリストとして養成し、留学先で日本茶のPR活動を実施した。

イ. 日本茶カンファレンス（東京/京都）の開催

東京と京都の2会場において、第4期生、既にエバンジェリストとして活動した者、お茶関係者・団体が一同に会して、第4期生の壮行、お茶関係者間の交流、情報交換を行った。参加者は合計で205名となった。

ウ. 学生日本茶協会の設立

全国810大学のお茶サークル、インカレ学生団体の活動実態を公開情報、ヒアリングにより調査し、関係者と調整して新たに任意団体「学生日本茶協会」を設立した。

なお、取組の詳細は、以下「実績報告書」のとおりである。

国際学生日本茶サークル設立事業実績報告書

実施主体：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

I 日本茶エバンジェリスト（第 4 期生）養成事業

■ 事業概要

本事業は、2025 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 4 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、120 名が資料を取り寄せ、73 名の応募、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。

■ 実施スケジュール

- 募集期間 : 2025 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 : 7/19 東京、26 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 P R : 9 月～
- 留学先での中間面接 : 10 月 14～25 日
- オンライン報告会 : 2026 年 1 月 31 日

大学名	人数
オハイオ州立ウースター大学	1
お茶の水女子大学	1
コペンハーゲン大学	1
スミス大学	1
デリー大学	1
マサチューセッツ州立大学	1
ライデン大学	1
中央大学	1
九州大学	1
京都大学	7
大阪大学	4
大阪教育大学	1
実践女子大学	1
専修大学	1
岩手大学	1
愛知教育大学	1
慶應義塾大学	2
東京外国語大学	3
東京大学	16
東京学芸大学	2
東洋大学	6
津田塾大学	1
甲南大学	1
神戸大学	1
立命館大学	2
立教大学	2
芝浦工業大学	1
関西大学	1
関西学院大学	3
青山学院大学	6
静岡大学	1
合計	73

■ 募集

4 年目の本年度は、昨年度の募集に協力的だった全国 18 の大学当局（留学センター）、過去のエバンジェリスト卒業生および学生お茶サークル Socie-tea や一煎の協力を得ながら、募集を行った。また、今年度はきっかけポータルというサイトにも無料で本事業が掲載され、そこから 10 名程度の応募があった。

最終的には、31 大学 73 名の応募があった。今年度は、留学が日本の大学から交換留学だけでなく、留学先の大学を卒

業予定者からの応募も多かった。

今年度は、応募フォームの取寄せというプロセスを導入した。その理由は、応募フォームの記載事項が多いため、興味はあっても応募を断念する者がどのくらいいるのか知るために実施した。応募フォームの取寄せ 120 名に対し、応募者は 73 名であった。

■ 選考・面接

応募 73 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 35 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。

応募書類

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rAnL1vhSvjuVvkSRPH2yEW9s2JDemx1QChhL5Q1n6U8/edit?gid=927977701#gid=927977701&range=A1>

エバ候補生の自己 PR 動画

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rAnL1vhSvjuVvkSRPH2yEW9s2JDemx1QChhL5Q1n6U8/edit?gid=1351014052#gid=1351014052&range=B:B>

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。

今回、これまでの交換留学に加え、現地大学での卒業を前提とした（つまり留学期間が 4 年以上）、院生、博士課程、1 年留学の半期がすでに終わった留学生、逆パターンの交換留学（海外からの日本の大学への外国人留学生。日本語が堪能、日本文化への強い興味あり。）、海外企業へのインターン留学、世界一周（休学して世界の茶園やカフェを巡る日本人学生）など、これまでの交換留学の枠を超えて、日本茶を世界に広めたい応募者の中から特に熱意の高い 30 名を今年度のエバンジェリストに選抜した。

■ 日本茶エバンジェリスト第4期生30名一覧

エバNo.	性別	出身地(都道府)	大学名	留学先の国名	留学先の大学名	留学期間
1	女	石川県金沢市	大阪大学	ノルウェー	オスロ大学	2025年8月～2025年12月
2	女	埼玉県	青山学院大学	台湾	国立台湾大学	2025年9月～2025年12月
3	女	埼玉県	東京学芸大学	タンザニア、ウガンダ	現地機関、NGOに所属するため無し	2025年8月～2025年9月
4	女	チェコ	バラツキー大学	日本	東京外国語大学	2024年9月～2025年8月
5	女	神奈川県	コペンハーゲン	オランダ	マーストリヒト大学	2025年9月～2026年8月(予定)
6	女	京都府宇治市	青山学院大学	スウェーデン	Kristianstad University	2025年9月～2026年7月
7	女	愛知県	愛知教育大学	ネパール、ルワンダ	現地企業または支援団体でのインターンやボランティア活動を通じて、教育活動に携わります。	2025年10月～2026年5月
8	男	新潟県	立教大学	スペイン	バスク大学	2025年9月～2026年7月
9	男	東京都	東京大学	中国	復旦大学	2025年9月～2025年6月
10	女	神奈川県	岩手大学	スウェーデン	リンネ大学	2025年9月～2026年1月
11	女	東京都	ライデン大学	オランダ	ライデン大学	2024年9月～2027年8月
12	女	長野県	東京大学	スウェーデン	ルンド大学	2025年8月～2026年1月
13	女	岡山県赤磐市	京都大学	オーストラリア	クイーンズランド大学	2025年7月～2025年11月
14	女	千葉県	お茶の水女子大	アメリカ	UCDavis	2025年8月8日～2025年9月5日
15	男	東京都	東京大学	アイルランド	ユニバーシティ・カレッジ・ダブリン	2025年9月～2025年12月
16	女	栃木県	東京大学	イギリス	University College London	2025年9月～2025年6月
17	女	福岡県	青山学院大学	アメリカ	North Central College	2025年8月～2026年4月
18	男	愛知県瀬戸市	京都大学	ドイツ	ハイデルベルク大学	2025年9月～2026年3月
19	女	香川県	静岡大学	ドイツ	グッパータール大学	2024年9月～2025年8月
20	女	大阪府	東京大学	イギリス	ロンドン大学東洋アフリカ学院	2025年9月～2026年6月
21	女	広島県	広島県立広島敬愛	アメリカ	The College of Wooster	2025年8月～2029年5月
22	男	茨城県	東京大学	ドイツ	ミュンヘン・ルートヴィヒ=マクスミリアン大学	2025年9月～2026年7月
23	女	京都府	関西学院大学	デンマーク	オーフス大学	2025年8月～2026年7月
24	女	福井県福井市	青山学院大学	アメリカ	ワシントン大学	2025年9月～2026年6月
25	男	大阪府	東京大学	アメリカ合衆国	ジョンズ・ホプキンス大学	2025年8月～2026年5月
26	女	千葉県	東洋大学	ドイツ	マールブルク大学	2025年10月～2026年7月
27	女	東京都	慶應義塾大学	渡航予定の国は以下になります。インドネシア、ベトナム、インド、オーストラリア、トルコ、エジプト、エチオピア、モロッコ、ガーナ、メキシコ、キューバ、ペルー、ブラジル、ジョージア、ノルウェー、イタリア	世界一周。世界中の茶畑、コーヒー農園を巡ります。現地大学への通学はありません。	2025年8月～2026年2月
28	女	神奈川県	津田塾大学	フィンランド	トゥルク大学	2025年1月～2025年6月と、2025年8月～2025年12月(6月1日に一時帰国します)
29	女	東京都	京都大学	アメリカ	ウィスコンシン大学マディソン校	2025年8月～2026年5月
30	女	東京都	東洋大学	ベルギー	VIVES応用科学大学	2025年9月～2026年6月

■ 茶器と茶葉、教材の郵送

各日本茶エバンジェリストに教材および茶器・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。昨年の反省を活かし、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、テキストを送付した。

■ 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所特任教授・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=PLqHe4NvQiqV26DQLRfaUrpUNP_86sdYNE

また今年度、第 3 期よりさらに復習を重視した。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、茶筌・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、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 4 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](#) [第 2 回](#) [第 3 回](#) [第 4 回](#)

■ 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、お茶のテイスティング、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、こちらでもエバ同士の人的交流も図った。

関東での茶産地ツアーでは、昨年引き続き、農水省・永濱亨氏（本省に異動されたため関東でご参加）にもご参加いただき、多大なる協力をいただいた。

▼実施状況写真

<https://drive.google.com/drive/folders/1NjdGIVSpOmRyuq43dwaUIC58GpIXyQzP?usp=sharing>

■ 留学

留学先には、最も早い学生は7月16日に1名旅立った。そのため、日本茶カンファレンスや茶産地ツアーに参加することができなかった。

■ 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月中旬に実施した。

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を行なうかについて、実践的なアドバイスを行った。今回は、「学生日本茶協会」の学生（静岡大学一煎寺本くん、京都大学 Socie-tea 茶谷くんにも次年度以降のためにも参加してもらった。）

■ 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った最終報告会を2026年1月31日に実施した。世界中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期より実施している、現地（留学先）調査とPR活動の報告をしてもらった。今年度は世界的な抹茶人気を受けて、世界中で抹茶ラテが飲める状況が報告された。しかし、それ以外の日本茶については、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ものの、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4期生のプレゼン一覧

<https://drive.google.com/drive/folders/1f8Xpxe6SDxy5RcMqLyLJPQ7PM6p1POuK?usp=sharing>

▼それぞれの活動発表の動画

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rAnL1vhSvjuVvkSRPH2yEW9s2JDemx1QChhL5Q1n6U8/edit?gid=1351014052#gid=1351014052&range=C:C>

▼最終報告会

10 時～

<https://youtu.be/VSDAXNA6i9o?si=9yc5s-ZSCHrHJqCC>

16 時～ 欧州大陸向け

<https://youtu.be/v1iTecuSqPs?si=QrSzRauZzsCOM4li>

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4年目。第1-3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4期生を通じて、20カ国以上の特に若者を中心に日本茶の普及が今も続いている。

第4期でも、現地の日本茶事情も調査を開始できた。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が、事後のアンケートとなってしまうので、まだ改良の余地があるのが否めない。また改良したい。

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1-4期生、また両会場場で合計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20カ国以上に留学・周遊し、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。

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。以下の「Ⅲ 学生日本茶協会設立事業」にて詳述するが、これらの若者を育てることによって今後の日本茶の消費拡大、日本茶業界に貢献する具体的な活動を今年度から開始できた。こちらはまだまだ課題が山積であるが、進めていきたい。

■ 参考資料・写真

・ 募集チラシ・ポスター

2025年秋に海外留学をご予定の方へ

日本茶エバンジェリスト

日本文化を身につけて、世界に広めよう!

日本茶エバンジェリスト大募集

第4期

この秋から留学予定のあなた。このチラシを読んだらさっそく応募してください。

国際日本茶協会では日本茶を世界へ広める活動を行っており、**日本茶エバンジェリスト**(日本文化の中核である日本茶に興味があり、この秋、留学を予定している方)を全国から募集しています。

日本茶エバンジェリストに選ばれた方には、急須や茶碗などの茶器をお贈りし、オンラインでの日本茶セミナーを受講していただき、茶産地ツアー、日本茶カンファレンスにも招待いたします。(すべて無料。ただし交通費は自己負担)

そうして身につけた日本茶の知識・人脈や茶器を使って、現地(留学先)にて日本茶のPRをご自身で行なってまいります。

また、国際日本茶協会のメンバーが海外主要都市にもいるので、現地(留学先)でもサポートできる可能性があります。

■ **日本茶エバンジェリストの特典**

- ・ 約3万円相当の茶器(急須、茶碗など)、茶葉が無料でもらえる。
- ・ 日本茶のエキスパートからオンラインで日本茶セミナーを受講できる(無料)
- ・ 茶産地ツアー、日本茶カンファレンスにご招待。(※ただし、交通費は自己負担)

■ **応募条件**

- ・ 2024年秋に留学予定で、日本茶好きの方
- ・ 留学先で日本茶のPRができる方
- ・ オンライン日本茶セミナー、茶産地ツアーと日本茶カンファレンス(東京・京都のどちらか)、オンライン報告会のすべてに参加できる方

■ **選定基準**

- ・ 日本茶を学びたいという思い、
- ・ 留学先や今後の人生で日本茶を伝えてゆく情熱、
- ・ 世界じゅうに日本茶好きと仲間になりたい方

■ **募集人数: 全国 30名**

2025 4/1 - 募集開始
5/31 - 5月31日応募締切
6/2 - 書類選考結果発表
6/2-8 - 自己PR動画制作
6/3-12 - オンライン面接
6/13 - 最終選考結果発表
6/20 - 3万円分の茶器 & 茶葉のお届け
6,7月 - オンライン日本茶セミナー (6/25, 7/1, 7/15 20:00-22:00)
7/19 - 関西 日本茶カンファレンス (東京)
7/20 - 関西 茶産地ツアー (茨城・吉田茶園)
7/26 - 関西 日本茶カンファレンス (京都)
7/27 - 関西 茶産地ツアー (京都・お茶園)
8月 - 留学先での普及活動の実施
10月中旬 - 留学からのオンラインミーティング
2025 1/24 - オンライン最終報告会

日本文化の中核である日本茶について学んでいただき、こちらから提供する茶器や茶葉を留学先を持って行って、現地で日本茶を普及する活動を行っていただきます。

日本茶エバンジェリストとは?

日本文化の中核である日本茶について学んでいただき、こちらから提供する茶器や茶葉を留学先を持って行って、現地で日本茶を普及する活動を行っていただきます。

日本茶エバンジェリストの特典

- ・ 日本文化として世界中の仲間と会える!
- ・ 日本文化(日本茶の知識)が身につく。
- ・ 日本茶の茶器・茶葉(約3万円相当)がもらえる。
- ・ 茶産地ツアー・日本茶カンファレンスにご招待。(参加費・送料は無料! (ただし交通費は自己負担))

世界主要都市には、日本茶エバンジェリスト卒業生(第3期生が中心)がチャーターとして、オンラインでサポートしてくれるから安心!

現地メンバーと連携して、グローバルなネットワークで日本茶の普及活動を実施してください!

応募・詳細はこちらから!

募集期間 2025年4月1日~5月31日
<https://gjtea.org/jp/tea-eva/>

事務局: 一般社団法人 国際日本茶協会 (https://gjtea.org)
運営: 日本茶産地強化推進協議会 (事務局: 公益社団法人 日本茶業中央会)
後援: 農林水産省

日本文化を身につけて、世界に広めよう!

日本茶エバンジェリスト大募集

第3期

この秋から留学予定のあなた。このチラシを読んだらさっそく応募してください。

国際日本茶協会では日本茶を世界へ広める活動を行っており、**日本茶エバンジェリスト**(日本文化の中核である日本茶に興味があり、この秋、留学を予定している方)を全国から募集しています。

日本茶エバンジェリストに選ばれた方には、急須や茶碗などの茶器をお贈りし、オンラインでの日本茶セミナーを受講していただき、茶産地ツアー、日本茶カンファレンスにも招待いたします。(すべて無料。ただし交通費は自己負担)

そうして身につけた日本茶の知識・人脈や茶器を使って、現地(留学先)にて日本茶のPRをご自身で行なってまいります。

また、国際日本茶協会のメンバーが海外主要都市にもいるので、現地(留学先)でもサポートできる可能性があります。

■ **日本茶エバンジェリストの特典**

- ・ 約3万円相当の茶器(急須、茶碗など)、茶葉が無料でもらえる。
- ・ 日本茶のエキスパートからオンラインで日本茶セミナーを受講できる(無料)
- ・ 茶産地ツアー、日本茶カンファレンスにご招待。(※ただし、交通費は自己負担)

■ **応募条件**

- ・ 2024年秋に留学予定で、日本茶好きの方
- ・ 留学先で日本茶のPRができる方
- ・ オンライン日本茶セミナー、茶産地ツアーと日本茶カンファレンス(東京・京都のどちらか)、オンライン報告会のすべてに参加できる方

■ **選定基準**

- ・ 日本茶を学びたいという思い、
- ・ 留学先や今後の人生で日本茶を伝えてゆく情熱、
- ・ 世界じゅうに日本茶好きと仲間になりたい方

■ **募集人数: 全国 30名**

Q. どうやって応募しますか?

国際日本茶協会のホームページから応募できます。
<https://gjtea.org/jp/tea-eva/>

Q. 選定基準は?

日本茶を知りたいという思い、現地(留学先)で日本茶をPRしたいという情熱のある方を求めています。留学期間、留学前の語学力などもお聞きしますが、最も重要なのは情熱です。応募フォームにて、あなたの情熱を表現してください。

Q. 現地(留学先)でのPR方法は?

特に決まりはありません。ただ2025年1月18日のオンライン報告会までにできる限り多く実施してください。

■ PR例

- ・ ホームステイ先のご家族、寮の仲間に向けて。
- ・ イベント等で自己紹介の際に日本茶エバンジェリストとして日本茶をPRする。
- ・ 国際日本茶協会のメンバーとともにイベントを企画

Q. オンライン報告会とは何ですか?

現地(留学先)の日本茶エバンジェリストと国際日本茶協会本部をオンラインでつないで、2025年1月18日に現地(留学先)でのPR状況やその時の様子をご報告いただきます。

Q. オンライン日本茶セミナーで学べることは?

オンライン日本茶セミナーで学べることは以下のとおりです。

- ・ 煎茶、抹茶、ほうじ茶などの日本茶全般の知識。
- ・ 各種日本茶の淹れ方、海外でのPRポイント。
- ・ 日本の茶産地と製茶方法、歴史について。

お問い合わせ

国際日本茶協会 <https://gjtea.org/>
京都市下京区油小路通松原上る鐘町6-5-0-4
担当/私本晴治 TEL / 090-6129-6184

実施者: 一般社団法人 国際日本茶協会
運営者: 日本茶産地強化推進協議会 (事務局: 公益社団法人 日本茶業中央会)
後援: 農林水産省

■ オンライン日本茶セミナー



■ 茶産地ツアー（東京）



■ 茶産地ツアー（東京）



■ 茶産地ツアー（東京）



■ 茶産地ツアー（京都）



■ 留学先の日本茶事情

・世界各国の茶文化紹介（世界一周しながら世界の茶、茶園を巡るエバ）

お茶文化の発見 DISCOVERING TEA CULTURES

世界各地で出会った個性的なお茶文化
Unique Tea Cultures Encountered Around the World



モロッコ：おもてなしのミントティー
Morocco: Hospitable Mint Tea

中国茶にミントと大量の砂糖を入れたモロッカンティーは、お客様をもてなす象徴です。
Moroccan tea, made with Chinese tea, mint, and plenty of sugar, is a symbol of hospitality.



インド：日常に溶け込むチャイ
India: Chai Integrated into Daily Life

甘いミルクティー「チャイ」は街中で売られ、飲み終わった陶器は割って捨てる習慣も。
Sweet milk tea "Chai" is sold throughout the streets, with a custom of breaking and discarding the clay cups after drinking.



スリランカ：セイロンティーの故郷
Sri Lanka: Home of Ceylon Tea

紅茶だけでなく、ウーロン茶やホワイトティーも生産。家庭で食後に親しまれています。
Not only black tea, but also oolong and white teas are produced. It's commonly enjoyed at home after meals.



ロシア：健康志向のハーブティー
Russia: Health-Conscious Herbal Tea

体を温めるハーブティーが人気。中国茶もよく見かけました。
Warming herbal teas are popular. Chinese teas were also often seen.



トルコ：カフェ文化と濃いお茶
Turkey: Cafe Culture and Strong Tea

濃いトルコティーをジャムや角砂糖と一緒に楽しめます。カフェテラスで日常的に飲まれています。
Strong Turkish tea is enjoyed with jam or sugar cubes. It's commonly drunk on cafe terraces.



イタリア：エスプレッソのバル文化
Italy: Espresso Bar Culture

イタリアのバル文化は、朝のエスプレッソから始まります。カウンターの立ったまま飲むのが習慣で、社交の場として機能しています。
Italian bar culture begins with morning espresso. It's customary to drink standing at the counter, and it functions as a social gathering place.



マレーシア：植民地時代の名残でアフタヌーンティー
Malaysia: Afternoon Tea Legacy from Colonial Times

植民地時代の影響で、アフタヌーンティーの文化が継がれています。紅茶とお菓子を楽しむ優雅な時間が大切にされています。
Influenced by colonial times, afternoon tea culture is deeply rooted. The elegant time of enjoying black tea and pastries is cherished.



スウェーデン：フィーカという休憩の文化
Sweden: Fika - A Coffee Break Culture

フィーカはスウェーデンの伝統的な休憩時間で、コーヒーとお菓子を楽しみながら人間関係を深めます。
Fika is a traditional Swedish break time where people enjoy coffee and pastries while deepening relationships.

・ブリスベン（オーストラリア）



現地調査

日本食スーパー
(Genki Mart)

日本のスーパーにおいてあるような商品が入る、最も有名な日本食スーパー。充実した品揃えが特徴で、納豆やニッチなお菓子も置いてある。ここのお茶コーナーには複数のお茶関連商品が並んでいた。茶葉だけでなく、インスタント茶商品が多いと感じた。日本茶ラテの人気上昇により家で手軽に楽しみたいという需要が高まったのかも？

■ 留学先の日本茶事情

・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



・ロスアンゼルス（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!

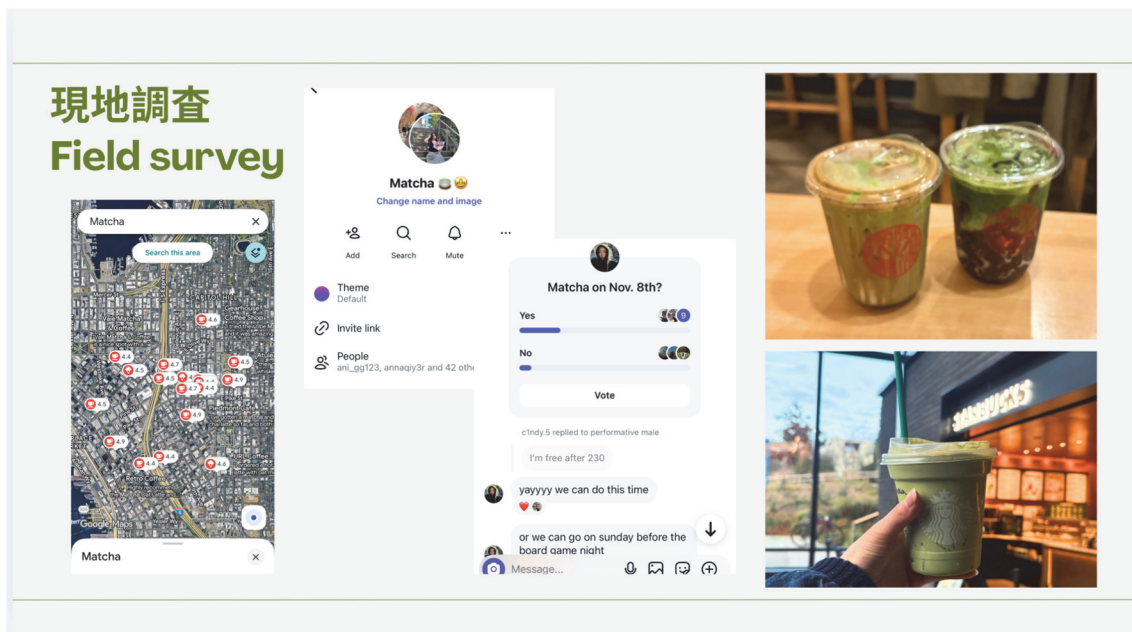
値段もピンキリで
2ドル（三百円）から
12ドル（千九百円）ほどと
比較のお手頃に手に入ります。



■ 留学先の日本茶事情

- ・ シアトル (USA)

現地調査 Field survey



The collage illustrates the field survey process. On the left, a Google Map of Seattle shows numerous red location pins across the city. In the center, a Facebook group page for 'Matcha' is shown, featuring a poll titled 'Matcha on Nov. 8th?' with a 'Yes' vote. To the right, two Starbucks matcha drinks are displayed on a table, and a hand is seen holding a Starbucks matcha drink in front of a Starbucks store.

- ・ トウルク (フィンランド)

Larana Cafe

HOME ABOUT MORE

MATCHA IS FAMOUS IN FINLAND

- ・ どのカフェでも抹茶ラテが売られている
Matcha latte is sold every cafe
- ・ Kotona & coというカフェでは、抹茶や、抹茶ラテが売られていた。
In the cafe called Kotona&Co, (ceremonial) matcha and matcha latte.



The collage shows matcha being prepared and served in Finland. It includes a person pouring matcha into a cup, a person holding a matcha latte, and a Starbucks matcha latte.

■ 留学先での日本茶 PR 活動

・パリ（フランス）

2. 日本茶PR活動 Sharing Japanese tea activities in Paris

-実際の様子:
It was like...



・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！



■ 留学先での日本茶 PR 活動

- ・スウェーデン 120 人茶会（スウェーデン）



[当日の様子]



インスタをチェック!!
@cha.no.wa



November 16, 2025

- ・ダブリン大学（アイルランド）

Japanese Tea Expo イベント概要



•Dates & Visitors (開催規模)

•Held Twice in Nov: 11月に計2回開催。

•Beyond Friendship: 運営を手伝ってくれた友人の知り合いだけでなく、噂を聞きつけた多くの一般学生が来場した。

•Professor's Support (協力)

現地の日本人教授 (UCD Centre for Japanese Studies) の協力を取り付け、開催を実現。

•Personal Connections: 形式的な運営チームは結成せず、個人的な友人に一人ひとり声をかけて協力を依頼。

•Hand-made Event: 多くの友人の助けで実現した、日本の「文化祭 (School Festival)」のような温かい空間を作り上げた。

■ 最終報告会

Zoom Workplace ミーティング 表示 編集 ウィンドウ ヘルプ



1月31日(土) 11:04

ミーティング Sarira Takahara さんの画面 レコーディング... 表示

Global Japanese Tea... Yukine Fukushima 白石千晴 富田綾子 横山そよ花 寺本朋矢

Fieldwork 現地調査について

Old Main Cafe, The College of Wooster



オーディオ ビデオ 参加者 14 チャット リアクション 共有 ホストツール AI Companion ミーティング情報 アプリ レコーディングを一時停止/停止 プレイアウト ルーム 詳細 終了

II 日本茶カンファレンス 2025 の開催

■ 概要

日本茶の未来を創る「日本茶カンファレンス 2025」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 x 2 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 4 期生の壮行会、そして第 3 期生の報告（グローバルレポート）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 19 日 13：00～18：00 懇親会 18：20～20：00）

東京国際交流館

来場者数：120 名

- ◎ 京都会場（7 月 26 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：85 名

■ 式次第

- ◎ 式次第：
- 12:30 受付開始
 - 13:00 イン트로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 グローバルレポート（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 4 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

多治見智高（日本お茶割り協会理事）

イアンチェン（Yunomi.life）

濱田裕章（1899 龍名館専務）

京都会場

興柁陽一（ルーピー茶園）

一家崇志（静岡大学）

辻せりか（AO BEAT）

- ◎ 申込ウェブサイト：日本茶カンファレンス 2025

<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4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3期生）

- ・グローバルレポート（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および日本茶ファンとの交流
- ・優秀な人材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3年目であり、昨年度以上に充実した内容にできた。特に一昨年度事業である「日本茶の30人」選出の6名（2会場 x 3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1部・革新」と「第3部・国際」の間に、「第2部」として交流会を挟んだことにより、交流会が盛り上がり、また長時間のセミナー視聴にらず、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。

そして交流会では、これまでの日本茶エバンジェリストによるお茶の提供に加え、講演者である日本茶の30人（各会場3事業者）の取り組みを体験できるブースを設けた。これにより講演だけでは伝えきれない日本茶の革新の最前線を来場者がより具体的に体験できるようになった。

今年度は、両会場で約200名を超える過去最高の参加があった。

◎第1部・革新

今年度から、後援者による発表を「第1部・革新」と「第3部・国際」に分けた。「第1部・革新」では、国際日本茶協会代表の鈴木シモナより「日本茶を世界へ」の概要、そして「日本茶の30人」選出者3名による革新の最前線をご講演いただいた。特に日本茶の30人の講演は、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参加者、茶業者、学生に英語と日本語で伝えることができた。

◎第2部・交流会（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1-4期生が6種類のお茶を淹れるブースに加え、今年度より、講演いただいた日本茶の30人選出者（3事業者 x2会場）の体験ブースも設置した。

これにより昨年以上に来場者全員が交流し、大いに盛り上がった。すでに卒業・就職したエバ第1、2期生も来場し、更に深い交流が生まれ始めた。

講演で発表してもらった日本茶の30人の取り組みを紹介するブースは、これまでにない革新的な内容を体験できるブースであったため、特に人気が高かった。東京会場の茶割ブースでは、茶割（アルコール茶飲料）も試飲できた。

◎第3部・国際

第3部では、留学先での日本茶PR活動を終えた日本茶エバンジェリスト第3期生のグローバルレポート（留学先での日本茶PR活動の報告）、第4期生の壮行会を行なった。そして今年度より、世界11カ国に増えた日本茶ハブ（国際日本茶協会のパートナーでお茶の学校を現地で実施してくれている事業者）3社より、各国からオンラインおよび会場にて発表いただいた。今年度は、イタリア、カナダ（オンライン）、韓国、ドバイ（会場にて）での活動レポート、現地の状況について講演いただいた。

抹茶の世界的な人気は、伝聞で聞くことがあっても、各国の現場からの熱のこもった実話は、非常に興味深く、参加者も得るものが大きかったようである。

■ 総括

日本茶カンファレンスは、2023年より3年間にわたり、本日本茶エバンジェリスト養成事業の一環として実施し、この3年間で延べ500人以上の国内外の参加者が集う場となり内容も年々ブラッシュアップして実施してきました。来年度からは、本事業の枠を外れて国際日本茶協会主催のもと、さらにスケールアップして開催予定としています。（実施予定：2026年11月15日 品川ガーデンテラス）

これまでの3年間、本事業を共に発展させることができ、本事業からは外れますが、今後さらに発展させてゆく所存です。これまでのご支援、ご協力に感謝を申し上げますとともに引き続き、よろしく願いいたします。

■ 写真

・日本茶カンファレンス（東京）





・日本茶カンファレンス（京都）



・日本茶カンファレンス（京都）



Ⅲ 学生日本茶協会設立事業

■ 概要

ペットボトル茶の普及、スマートドリンクなどにより、お茶好きを自認する学生（若者）が増えている。さらには「ペットボトル茶以上」を求め、学生のお茶サークルも各地で設立され始めている。

日本茶の需要拡大・文化普及において、若年層（特にZ世代）の取り込みは、茶業界の未来において特に重要である。その観点からみた場合、学生のお茶サークルの萌芽は、若者自身が若者へお茶を普及するモデルそのものである。

そのような流れを加速させるべく、国内の大学におけるお茶サークルの現状を調査し、各地の学生お茶サークルをつなぎ、サポートするため、またサークル自体の設立を促進するために、現行の学生団体の調査、関係者との協議、調整を踏まえて、お茶サークルの全国組織「学生日本茶協会（旧名称:国際インカレ学生日本茶サークル）」を任意団体として設立した。

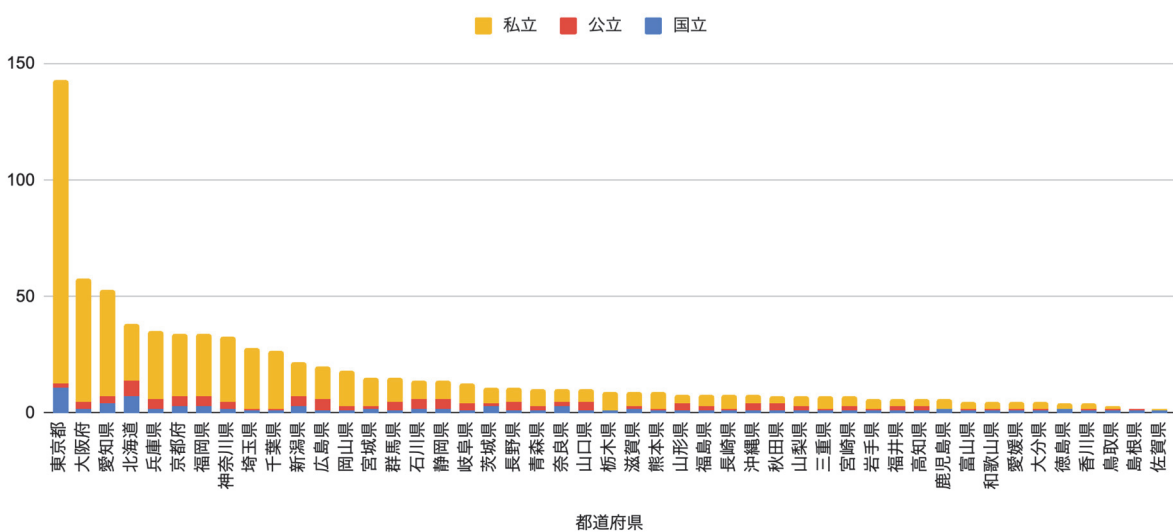
■ 調査

今年度、全国 810 大学におけるお茶サークルの有無、活動の内容について、インターネット上の公開情報を中心に調査を実施した。また「学生日本茶協会」の設立に向けて、ベンチマークとなる団体の調査も実施した。

■ 全国の大学

[別添が全国の大学一覧](#)である。大学は全 47 都道府県に存在している。しかしながら、大学の住所、学生数などについては、関東圏、関西圏、中部圏に集中している。

都道府県別大学数（国立、公立、私立）



■ インカレ学生団体の調査・ヒアリング

他の学生全国組織（インカレ学生団体）についても、ベンチマークとなりそうな団体を調査・ヒアリングした。

スポーツ系や文化系、ボランティア、企業インターンの学生サークル全国組織について調査した。これらの団体に共通するところとして、全国組織の存在理由は、社会人（大人）との連携を強める（資金提供や技術・人的な交流、大会などの運営）ためであった。

また全国組織の幹部（社団法人化している場合は、法人の代表理事や社員）として学生だけで運営している組織は皆無で、大人（大学教授や一般企業の社員、全国組織の社団法人の代表など）が参画している事例がほぼ全てであった。

スポーツや文化系でも大会のある部活（囲碁・将棋、吹奏楽など）の場合、全国大会の運営が主たる活動であるケースも多かった。

本事業であるお茶サークルの全国組織の場合、競技ではないので、現状、全国大会が存在しないこと、またインターンやボランティアのようにすでに企業や自治体などとの連携もまだ希薄であるため、存在の理由が、想定されるものの未だ事象化していない。

このような状況下であるため、調査・ヒアリングも具体的なところにまで踏み込めていない点が多々ある。ただ今回の調査・ヒアリングによってできた関係性が、今後、本「学生日本茶協会」の活動を深化させる上で、具体的な課題が浮上するたびに何度も参照、再度ヒアリングさせてもらうことになると思われる。

■ 設立

今年度の事業において、要となる全国の大学お茶サークルの全国組織「学生日本茶協会」を任意団体として設立した。

本事業開始前の2025年2月時点では、本団体名称を、「国際インカレ学生日本茶サークル」という名称を想定していた。しかし実際には「学生日本茶協会」という名称となった。また当初、社団法人を設立予定であったが、結果としては任意団体の設立となった。

この経緯に関しては、紆余曲折の連続であった。本事業開始前からの時系列で説明したい。

2025年12月：

東大紅茶同好会 KUREHA の代表・小塚健資くんが「学生日本茶協会」の設立に興味を持ってくれる。これにより、本事業を提案することが決定。

2025年6月：

810大学の公開情報調査を学生とともに開始。また法人化に向けては半年近くミーティングを重ね、一般社団法人国際日本茶協会理事・松本靖治と学生3名で一般社団法人「学生日本茶協会」を設立登記するために、原始定款作成、本店住所地の決定（国際日

本茶協会の本店と同住所) ほか必要書類をまとめ、公証人役場での定款認証に臨む。今回、学生側の主導で団体の運営をしたいという強い要望により、その意向を最大限汲んだかたちで法人設立にも臨んだ。しかしながら、書類不備により、法人化が難航。

2025年7月：

法人化について、議論を重ねているうちに学生側から自分たちの将来と一般社団法人「学生日本茶協会」の目指す未来が乖離しているとの意見が出るようになり、結果、小塚くんたちは別商業法人を立ち上げることとなり、一般社団法人「学生日本茶協会」の設立は、別の学生たちに引き継がれることとなった。

2025年8月：

一般社団法人「学生日本茶協会」の設立にむけて、新メンバー慶応大学紅茶同好会ルリアンルー・ジュ島村さん栗田くん、静岡大学一煎寺本くん、東大 KUREHA 青木くん、京大 Socie-tea 茶谷くんと会合を設ける。

2025年9月：

新メンバーのうち、京大 Socie-tea・茶谷くん、静岡大学一煎・寺本くんが中心となって活動を再開。法人化ではなく、事業を先行させ、全国の大学お茶サークルへのアプローチとヒアリングを開始。

2025年10月：

月一回の全国のお茶サークルのオンライン全体ミーティングを開始。しかしながら、全体ミーティングは、まだお互いの関係性ができてないため、頓挫。ここのサークルと関係性を作ることに作戦を変更。

2025年11月：

静岡大学一煎寺本くんが、信州大学お茶サークル RIZE と対面での面会を実施。お茶の水大学 OChas、津田塾大学梅五輪プロジェクトともオンラインミーティングを実施。

2025年12月：

「学生日本茶協会」を当初は一般社団法人化させず、任意団体として発足させることに方針変更。規約を整備。

2025年1月：

九州大学お茶サークル茶縁代表・中村くんと面会。

■ 今年度の総括、および今後について

学生お茶サークルの設立・活動は、アリーステージ（始まったばかり）

学生お茶サークルの全国調査の結果、九州大学、静岡大学、津田塾大学、お茶の水大学、京都大学、一橋大学、信州大学、慶応大学、東京大学、新潟大学、駒澤大学で、お茶サークルの設立事例を見つけることができた。そして新潟大学、駒澤大学をのぞく9校のお茶サークルにヒアリングすることができた。学生のみで設立した団体が3つ（信州大学、慶応大学、東京大学）、学生以外に教授や企業、国際日本茶協会などの社会人が設立に関与した団体が6つ（九州大学、静岡大学、津田塾大学、お茶の水大学、京都大学、一橋大学）あった。

ヒアリングできた9つのサークルは、全て設立から10年以内と若い団体で、うち6つは設立メンバーが、中心的にその活動に関与している状況であった。

今回の調査で、分かったことは、全国的にお茶サークルの設立事例があるものの、調査で把握できるほどに組織化されている団体は、全国でもまだ10校程度にとどまるのが現状ということが判明した。

つまり、茶道ではないお茶サークルが全国に設立されつつあるも、まだアリーステージ（始まったばかり）というのが現状であった。

学生サークルは、学生だけで作られるのではなく、適切な大人の関与が重要。

今回、ヒアリングした9つのサークルのうち、6つのサークルは、設立に大人の関与がみられた。

九州大学は、学生と教授らのお茶の時間から発展して、お茶サークルとなった。

（サークル名が「茶縁」となったのは、そのためだ）。津田塾大学梅五輪プロジェクトは、(株)伊藤園と津田塾大学が東京五輪2020のために発足させた日本文化PR事業がきっかけであった。現在は、伊藤園の関与はなくなったものの、発足のきっかけは企業と大学のコラボであった。静岡大学は、300年以上の歴史ある放棄茶園を守るために同大学准教授と茶園主が協力し、学生に呼びかけたのが始まりだった。

また、京都大学、一橋大学は、昨年の本事業で、日本茶エバンジェリストの修了生が中心となり、お茶で国際交流する団体に関東圏、関西圏で立ち上げ、その活動が継続している事例である。

一方、ヒアリングした3つの団体（信州大学、慶応大学、東京大学）は、学生が自主的に立ち上げたサークルであった。

9団体と少ない事例であるが、2/3の団体の設立には、企業、大学教授、協会など学生以外が関与していることが分かった。お茶サークルが設立される黄金パターンがまだ確立していないが、適切な大人の関与が、学生お茶サークルの立ち上げに大きな影響を与えることは少なくとも判明した。つまり、学生お茶サークルが今後増える背景には、適切な大人の関与があると促進される可能性があるということである。このことが分かったのは、今年度の大きな収穫である。

なぜならば、若年層（学生）への日本茶の普及方法として、適切に大人が関与すれば、学生が自主的にお茶を深め広める「学生サークル」の設立を促進することができる可能性があるということである。

今後は、この可能性を深掘りすることにより、「お茶サークル」設立のモデルが確立されると考えられる。モデル化できれば、サークル設立を促進することも可能となる。

「学生日本茶協会」の設立時期

上記のような現状を鑑みると、全国のお茶サークルのプラットフォームとなる全国組織である一般社団法人としての「学生日本茶協会」の設立は、時期尚早だったとも言える。いまだ全国のお茶サークルが10団体という最初期であるため、その全国組織の必要性もまだ具体化されるタイミングには至っていない。この点に関しては、当初の想定より、事業が先行してしまっている。それが今年度の「学生日本茶協会」の法人設立に至らず、任意団体「学生日本茶協会」（目的：日本茶に関心を持つ学生団体および学生が相互に連携し、日本茶文化・産業・学術への理解促進と発信、ならびに次世代の担い手育成に寄与すること）の設立にとどまる結果につながったと思われる。

その点で、他の学生全国組織の設立事例と、本任意団体「学生日本茶協会」の設立の経緯が大きく異なっている。他の学生全国組織の場合、個々の大学における学生サークルの活動が充実し、その全国組織の必要性が具体化したから、全国組織が設立されている。当初の本「学生日本茶協会」の場合、個々の学生サークルの発見により、全国組織の必要性が想定されるという考えのもと、その設立を本事業で計画したものの、本協会の具体的な活動や存在意義が定まらないまま、現在に至っている。今後の数年（3-5年）で個々の大学におけるお茶サークルの設立事例が増えるにつれ、全国組織の必要性も具体化されてゆくとと思われる。

つまり、今後の数年間の本任意団体「学生日本茶協会」のミッションは、個々の大学のお茶サークルを設立してゆくことにありと想定される。

■ 別添資料

- ・ [全国大学一覧](#)
- ・ [都道府県別大学数・学生数（数値とグラフ：R7年度）](#)
- ・ [全国のお茶サークル関連の公開情報調査資料](#)
- ・ [「学生日本茶協会」規約](#)
- ・ [全国の学生お茶サークル活動紹介資料](#)
- ・ [ベンチマークとなる他の学生全国組織の調査・ヒアリング資料](#)

3. 需要・消費動向等調査の実施

(1) 日本茶ファンコミュニティを活用したインサイト把握調査の実施

① 背景・目的

- ア. 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フォームを活用して、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。
- イ. 今年度は、引き続きロイヤルティ向上のメカニズムの探索と発見に努めるとともに、昨年度の分析結果をもとにデータマイニングを通じて「1人飲み」に関する仮説を抽出して深掘りするとともに、「水出し茶」についても深掘りテーマとして取り上げて分析した。また、日本茶ファンコミュニティの若年層への普及を強化した。

② 事業内容

ア. 日本茶コミュニティの概要

- (ア) 日本茶コミュニティの分析には、クオン社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た。また、JTAと連携しながら情報発信を行った。
- (イ) 今年度の日本茶ファンコミュニティは、登録者が19,141人（2025年12月25日時点）となり、コミュニティは順調に成長した。
- (ウ) 昨年との登録者属性と比較して、女性の割合、20代の割合が増加。コミュニティ全体の登録者と比較して、20代の割合が多かった。

イ. 2025年10月3日～14日でコミュニティ参加者に対して実施した態度変容に関するアンケート調査結果（274名の回答）

- (ア) 全体
- ・ 「あなたの普段の生活における考えや行動について」の設問に対して、「賛成」および「強く賛成」と回答した者の割合をみた時、「比較的大きなものは、よく考えて検討してから買う方だ」が約40%、「慣れ親しんだものが好きだ」、「新製品は評判を確かめてから買いたい」、「自分から満足する選択をしたい」が約30%となった。
 - ・ 35.8%の登録者が「煎茶」を「ほぼ毎日飲む」と回答。次いで「麦茶」が32.1%続いた。
 - ・ 27.0%の登録者が「茶葉」を「ほぼ毎日飲む」と回答。ついで「ティーバッグ」が22.6%続いた。ペットボトル、紙パックは「週に数日飲む」登録者が多い傾向に

あった。

- ・ 「あなたはどんな時に、急須で淹れたに日本茶を飲みますか？」という問いに対する回答では、「自宅に帰ってきた時」、「自宅でしごと・家事・勉強をしながら」、「おやつの時」、「お風呂上がり」、「会社で」などで昨年より増加しており、少しずつ飲むタイミングの多様化が伺えた。また、若年層は日本茶を急須で飲むシーンとして「自宅で食事のとき」と回答した者が最も多く、ついで「自宅でくつろいでいるとき」となった。
- ・ 「お茶を飲むとき、誰と一緒に飲むか？」という問いに対して、24.5%が一人と回答。今年の結果からも同居家族の有無にかかわらず、一人でお茶を飲むシーンは一定数あると推察できた。

(イ) ファン化についての調査—意識面

- ・ 通常、ロイヤルティモデルにおける4つのブランド意識のロイヤルティは、認知→愛情→意欲→貢献と段階的に減少する傾向にあるが、日本茶に対する意識的ロイヤルティは、全体的に他のコミュニティ平均と比較しても高く、特に感情的側面(愛着、満足)が高かった。

(ウ) ファン化についての調査—行動面

- ・ 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分析したところ、「日本茶を急須で淹れて飲むようになった」と回答した登録者は、「非常にそう思う」が15.1%、「そう思う」が27.1%となり、態度変容が見られた。
- ・ 急須で日本茶を淹れるようになった理由については、「急須で淹れるからこそ味わえる魅力を知ること」、「他者が楽しんでいる様子に影響された」が挙げられた。

(エ) 活動量の違いによるファン化の状況

- ・ 閲覧中心の登録者(Passive)と積極的にコメントする登録者(Active)の比較では、ブランド意識には有意差は見られなかったものの、コミュニティへの参加により閲覧中心の登録者も態度変容していた。

(オ) 態度変容したユーザーに関する調査

- ・ 各トークテーマへの参加割合を比較したところ、参加割合(投稿、拍手)に一番有意な差があったのは、「急須で淹れるからこそ味わえる、日本茶の魅力」について語っているテーマであった。
- ・ 「急須で淹れるからこそ味わえる、日本茶の魅力ってなんだと思う？」の共感の多いトピックに寄せられたコメントから、急須で淹れる日本茶について、お茶を淹れる時間や五感(香り、味など)が満たされることに魅力を感じていることが

明らかになった。

ウ. 1人飲みについての態度変容に関する調査

(ア) 1人飲みをしている登録者の約3割は家族と同居していた。また、茶葉で飲むことはあまりなく、ティーバッグを活用している割合が高かった。

(イ) 1人飲みについての共起モデルによる解析

- ・ 共起モデル（ブランドがどのような言葉と共に語られているかを分析する）から読み取れる「1人飲み」の特徴として4つのパターンが見られた。
 - i 自分時間の存分な楽しみとして
 - ii 1日の終わりに頑張った自分へのご褒美として
 - iii 家事がひと段落した時の息抜きとして
 - iv 目覚めの一杯として

(ウ) 若年層の1人飲みについてのコメント

- ・ トークテーマ「“おひとりさま日本茶時間”の定番スタイルやおすすめポイントを教えて」に寄せられた若年層（30代以下）のコメントの中で、登録者の共感（拍手）が多いコメントは以下のとおり
 - i 朝起きぬけに冷たい麦茶を飲む
 - ii リラックスしたい時に緑茶を飲む
 - iii コタツに入って温かい日本茶と和菓子で一服する
 - iv シンプルなタイプのドーナツと緑茶の組合せが好き
 - v 夜ゆっくり
 - vi お昼の休憩中
 - vii 仕事終わりや家事の終わりにホット一息、癒しの時間 など

エ. 冷茶（水出し茶）に関する事項

(ア) 態度変容した登録者の共感（拍手）が7回以上集まったコメント、キーワードのうち、「冷たい日本茶で夏の暑さを乗り切ろう！水出し茶のススメ」に寄せられたコメントを集約、分析した。

(イ) その結果、登録者の冷茶のイメージは麦茶が強く、日本茶で冷茶という考え自体がほとんど浸透していない可能性があるかと推察された。

なお、取組の詳細は、以下「最終報告書」のとおりである。

令和7年度事業 日本茶ファンコミュニティを活用した インサイト把握調査の実施 最終報告書

2026年1月20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

1-1. 日本茶ファンコミュニティ概要

日本茶ぐらしコミュニティ > 掲示板
公開 | 公式サークル

ほっと一息、日本茶のいいとこ話せ♪
日本茶ぐらしコミュニティ
Supported by Japan Tea Action

毎日の暮らしの中に、「日本茶」とのほっこり時間を作ってみませんか？
ほっと一息つける時間をみんなで作っていきましょう♪

👤 日本茶のこと、話してみませんか？
👉 サークルに参加する

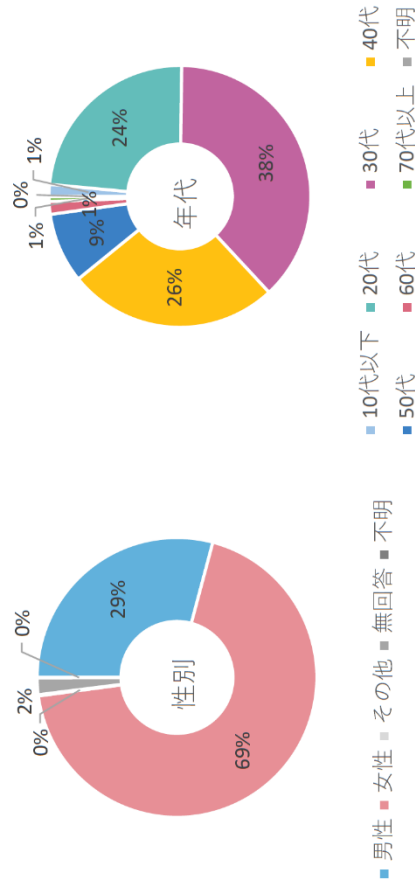
ようこそ 掲示板 アルバム メンバーリスト レター

日本茶がもっと好きになる。出会いがある！
——「日本茶」専門の情報サイト——
Japan Tea Action
詳しくはこちら >

登録者数：19,141人（2025/12/25時点）

- 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、日本茶を飲む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
 - ・引き続き、ロイヤルティ向上のメカニズムの探索と発見
 - ・初年度運営により明らかになった分析結果をもとに、データマイニングを通じて仮説を抽出（1人飲み）
 - ・若年層（特に20～30代）への普及を強化

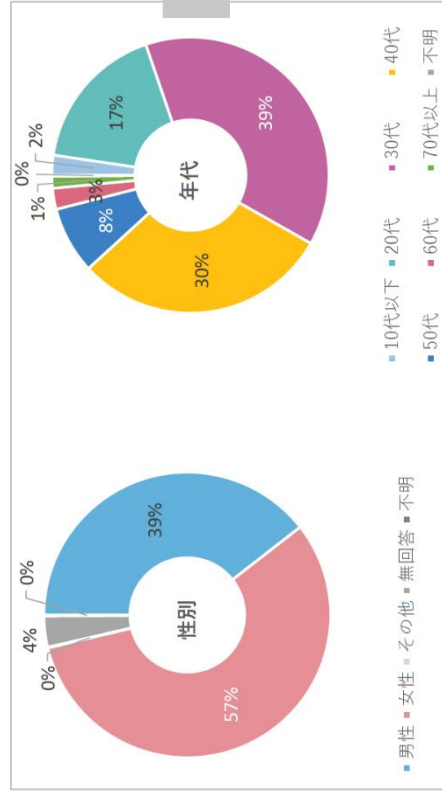
【登録者属性】



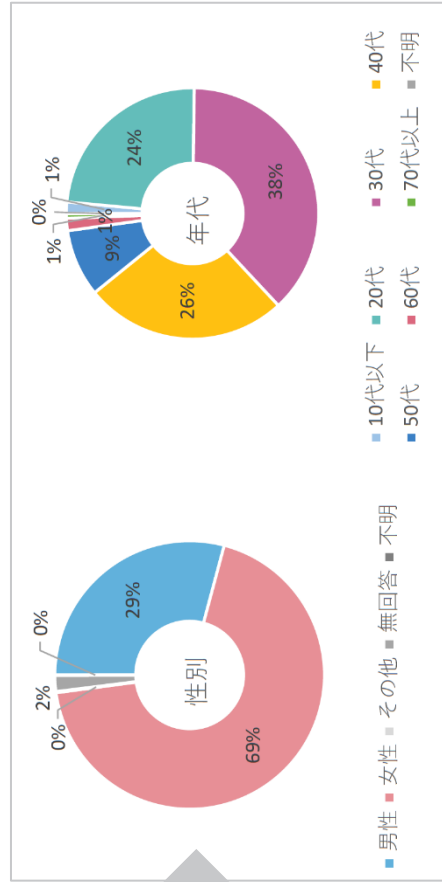
1-2. 日本茶ファンコミュニティ概要

1年目終了時点での登録者属性と比較し、女性の割合、20代の割合が増えた。コミュニティ全体の登録者と比較して、20代の割合が多いと言える。

■1年目 登録者属性

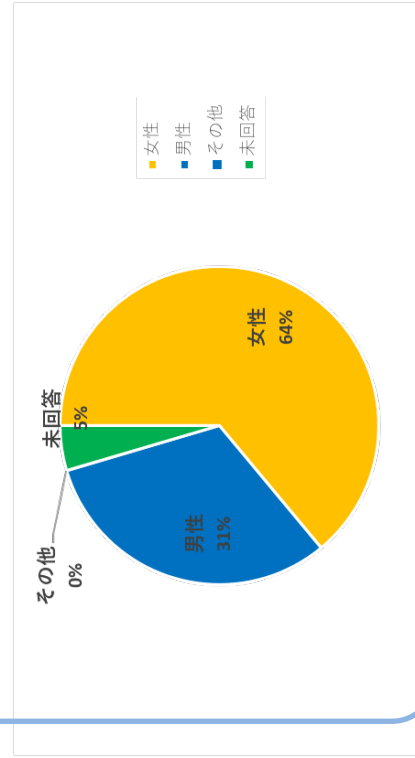


■2年目 登録者属性

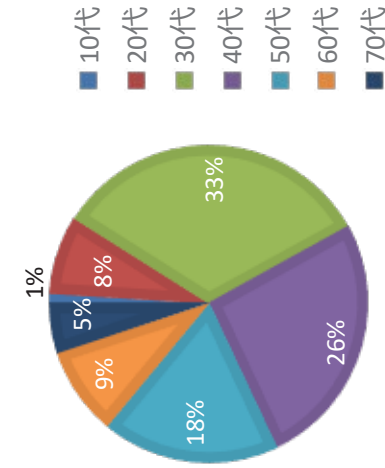


■参考：コミュニティ全体の登録者（約226万人）の属性

《性別》



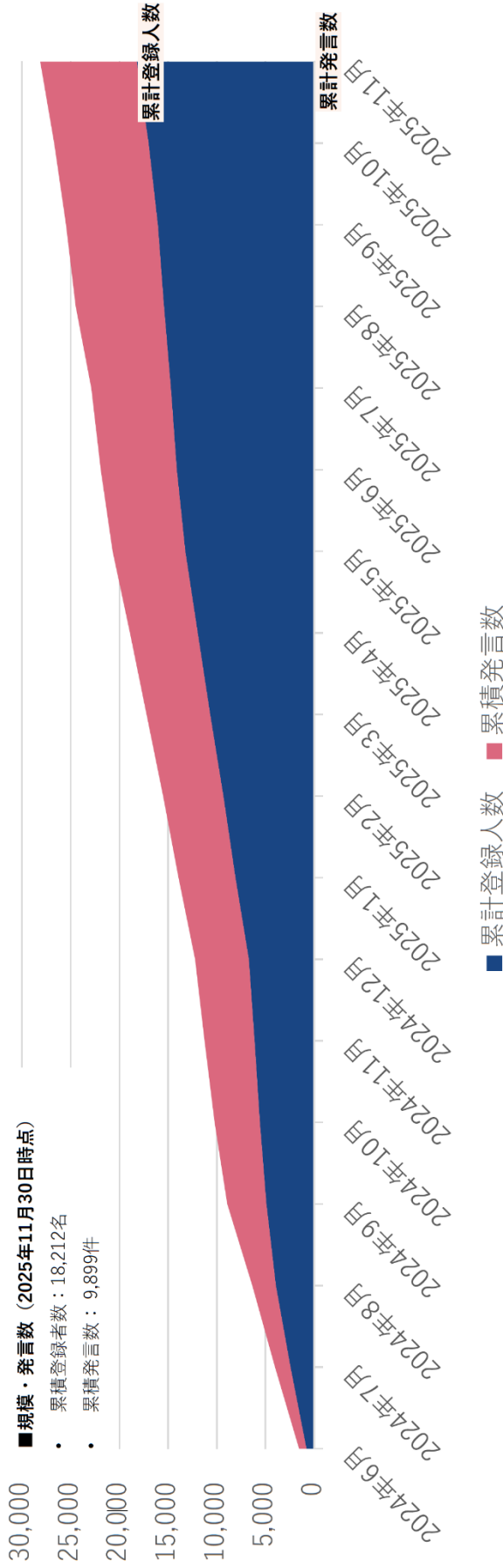
《年代》



1-3. 日本茶ファンコミュニティ概要

1年の運営で登録者数は約6,000人→約18,000人。発言数は約10,000件集まっており、コミュニティは順調に成長をしている。

登録者数は18,000人、発言数は約10,000件集まっており、コミュニティは順調に成長をしている



テーマ名	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8 日本茶でココロが整った♪エピソード大募集
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9 冷たい日本茶で夏の暑さを乗り切ろう！水出し茶のスヌメ
施策3 「日本茶」は○○なときに飲んです♪	施策10 “おひとりさま日本茶時間”の定番スタイルやおすすめポイントを教えて♪
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11 “日本茶×○○”のおすすめコンビは？
施策5 お茶を楽しむ淹れるにはコレ！あなたの「お茶グッズ」も教えて♪	施策12 急須で淹れるからこそ味わえる、日本茶の魅力ってなんだと思う？
施策6 みんなで日本茶会議「○○だったか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	施策13 マイボトルで日本茶を楽しもう♪どんなところに連れていきたい？

態度変容調査

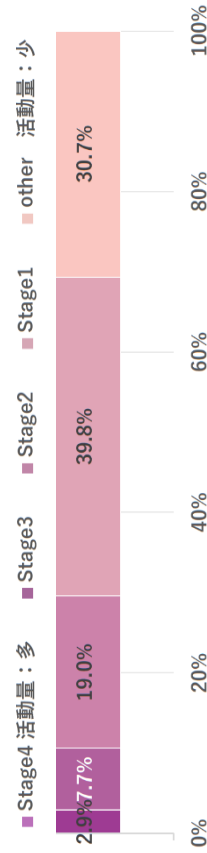
2-1. 態度変容に関する調査 (全体)

2025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。274名が回答。回答者の属性は下記。

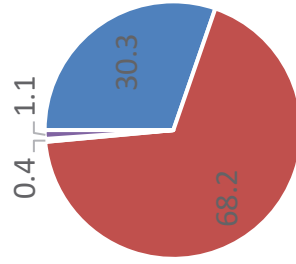
< 第2回コミュニティ定点アンケート(2025年10月) >

調査期間 : 2025年10月3日～10月14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 : 274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

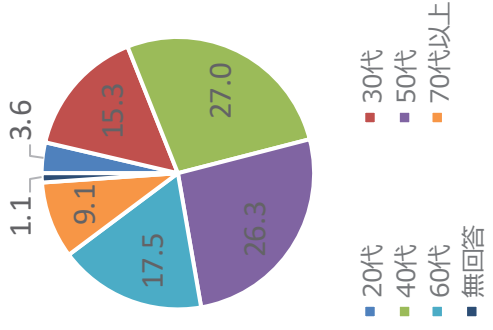
▼回答者のコミュニティでの活動量



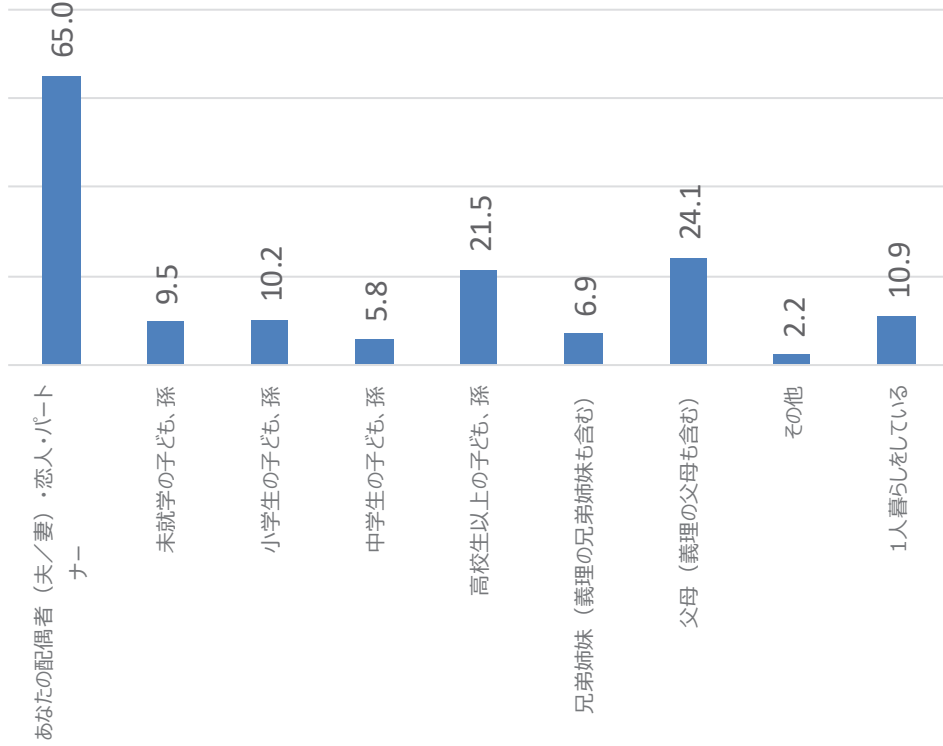
▼回答者の性別 (%)



▼回答者の年代 (%)

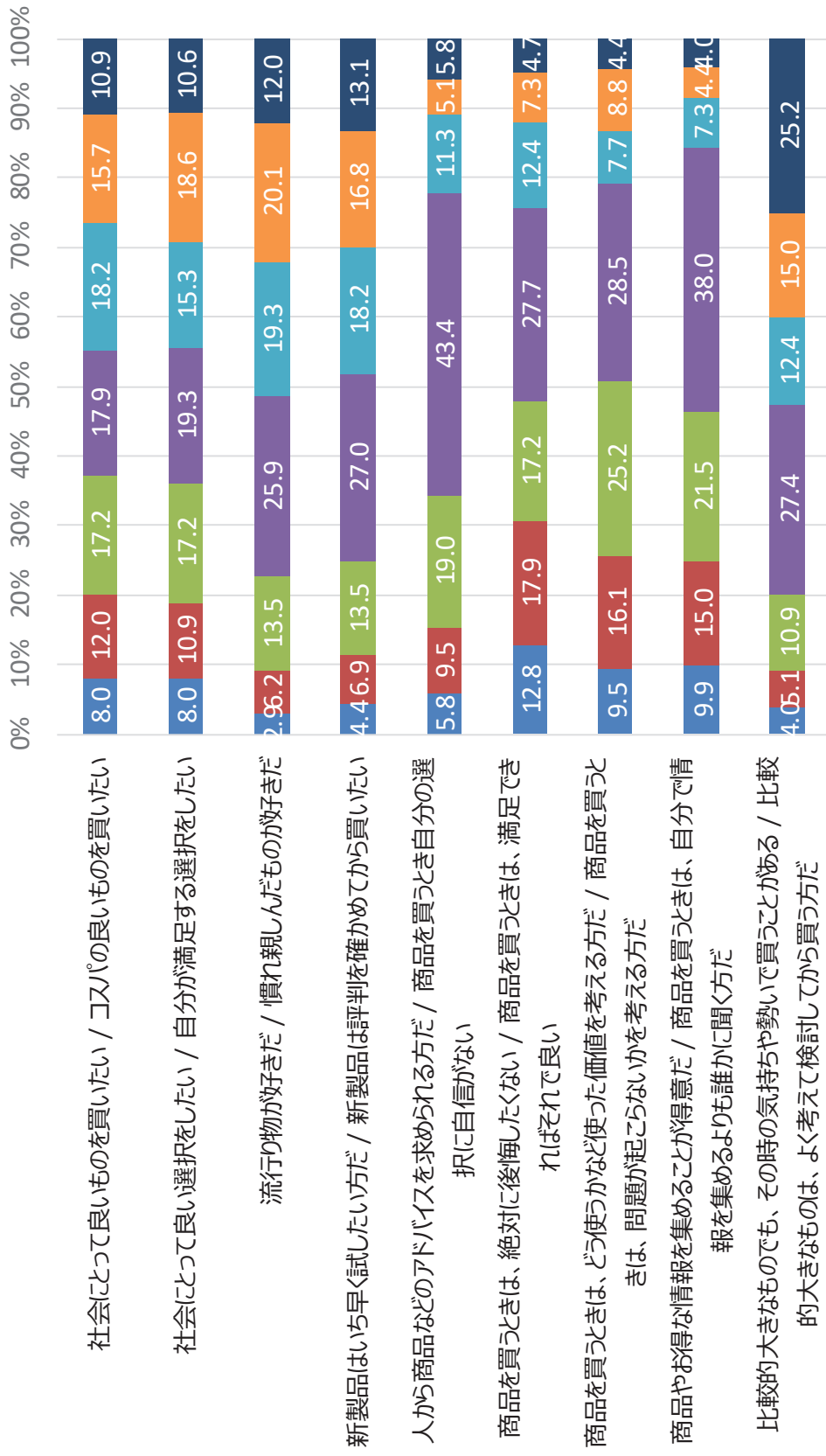


▼同居家族 (%)



2-2. 態度変容に関する調査（全体）

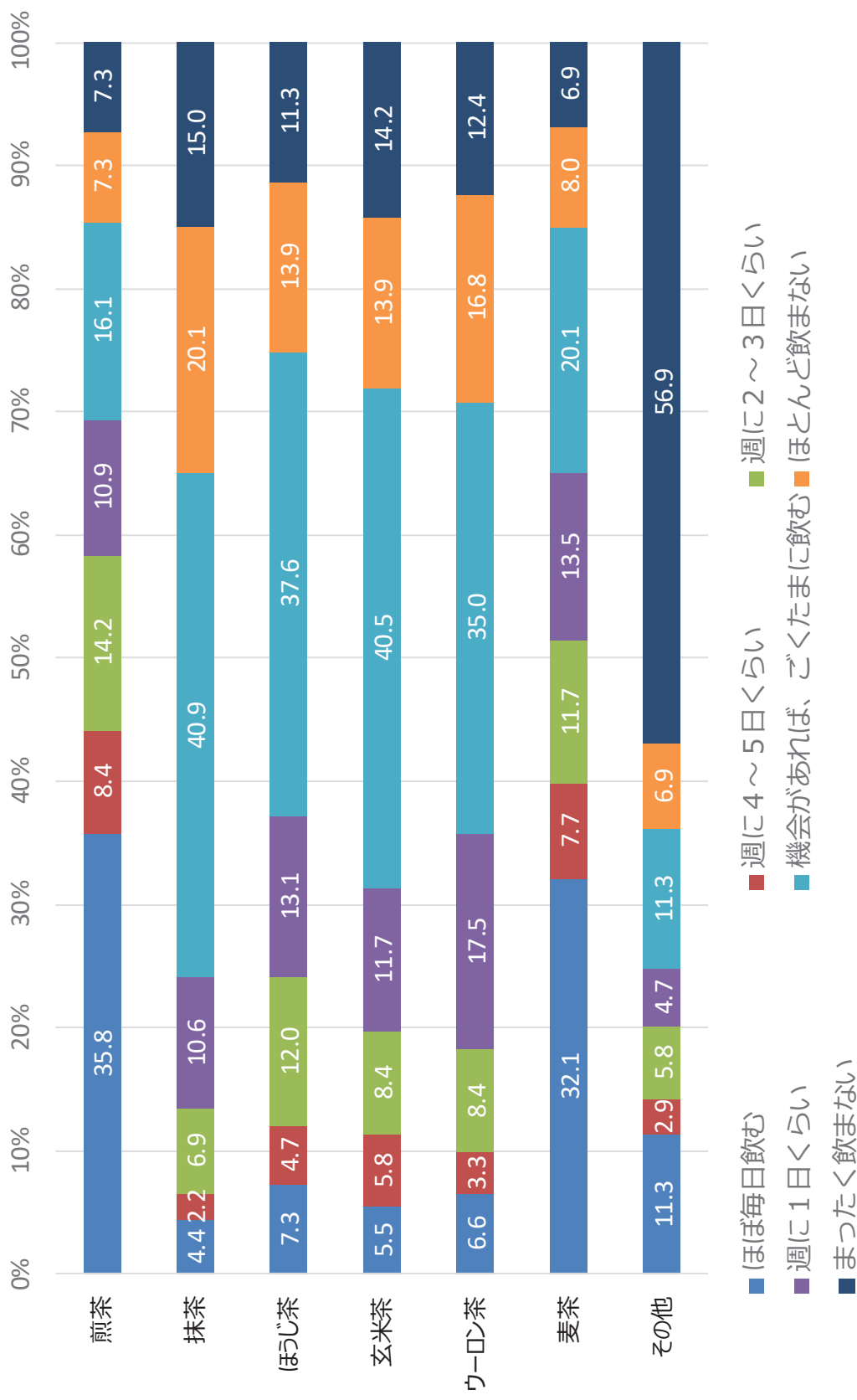
「あなたの普段の生活における考えや行動についておうかがいします。それぞれ、もっともあてはまるものを1つお選びください。」という問いに対する回答結果。



■ 強く左に賛成 ■ やや左に賛成 ■ やや右に賛成 ■ どちらでもない ■ 強く右に賛成

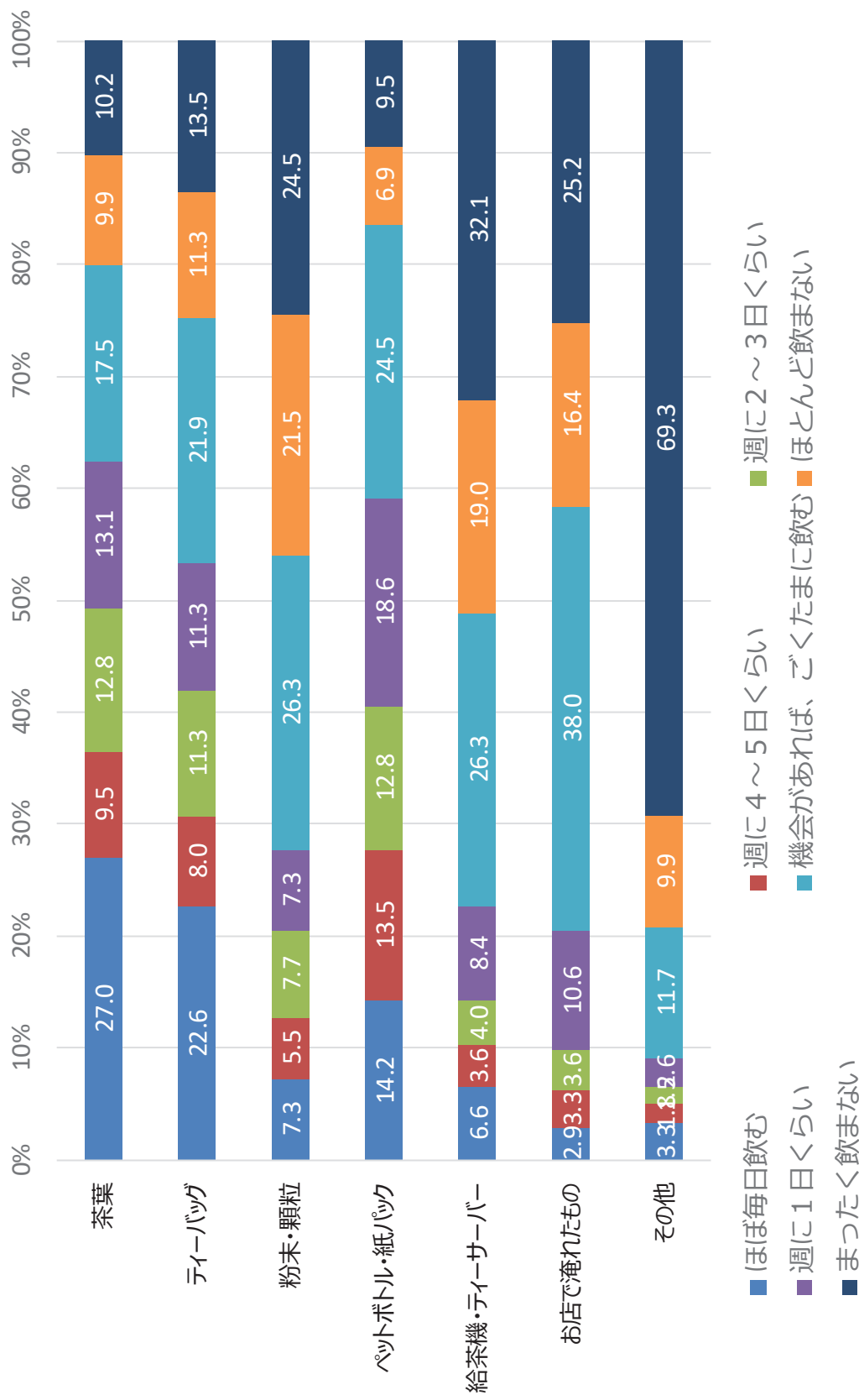
2-3. 態度変容に関する調査 (全体)

日本茶の種類ごとに飲む頻度を確認すると、35.8%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32.1%で続いた。



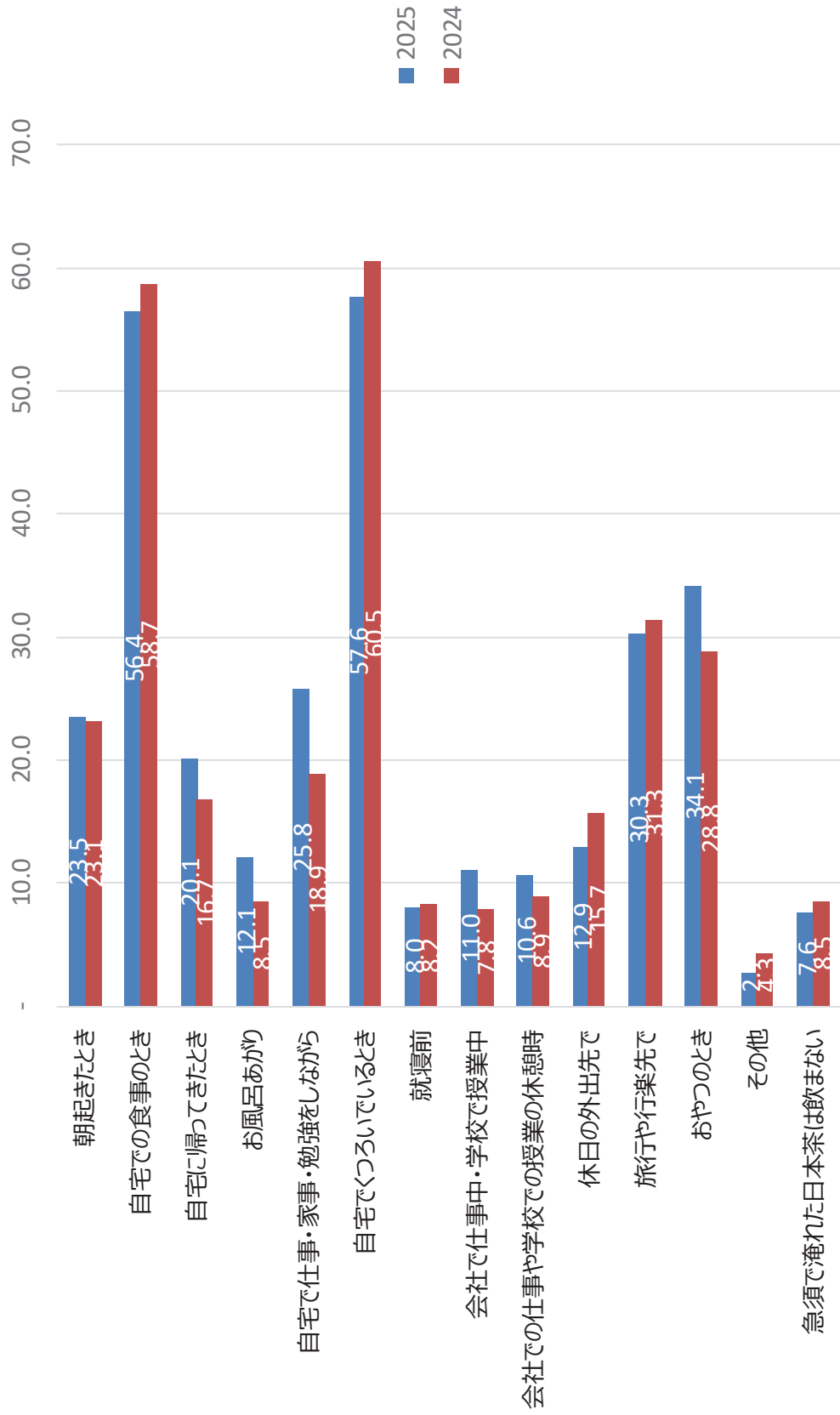
2-4. 態度変容に関する調査 (全体)

日本茶を飲む形態ごとに飲む頻度を確認すると、27.0%のユーザーが「茶葉」を「ほぼ毎日飲む」と回答していた。次いで、「ティーバッグ」が22.6%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。



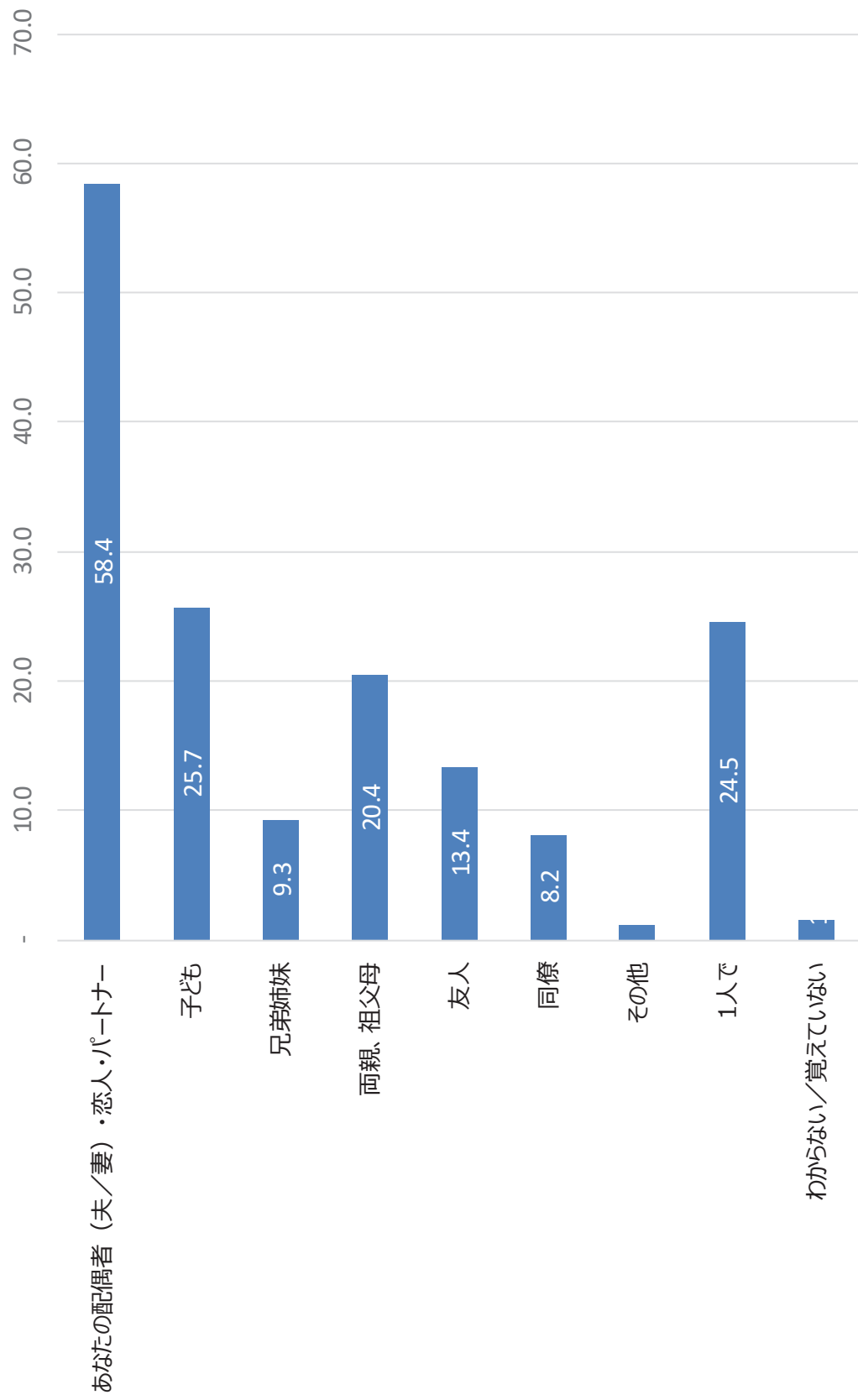
2-5. 態度変容に関する調査（全体）

「あなたはどんな時に、急須で淹れた日本茶を飲みますか。（複数回答）」という問いに対する回答結果。昨年と比較して増えた項目は「自宅に帰ってきた時」「自宅で仕事・家事・勉強をしながら」「おやつの時」「お風呂上がり」「会社で」など、少しずつ飲むタイミングの多様化が伺える。また、若年層は、日本茶を急須で飲む際のシーンとして、「自宅で食事のとき」と回答した数が最も多く、次いで「自宅できつろいでいるとき」と回答した数が多かった。



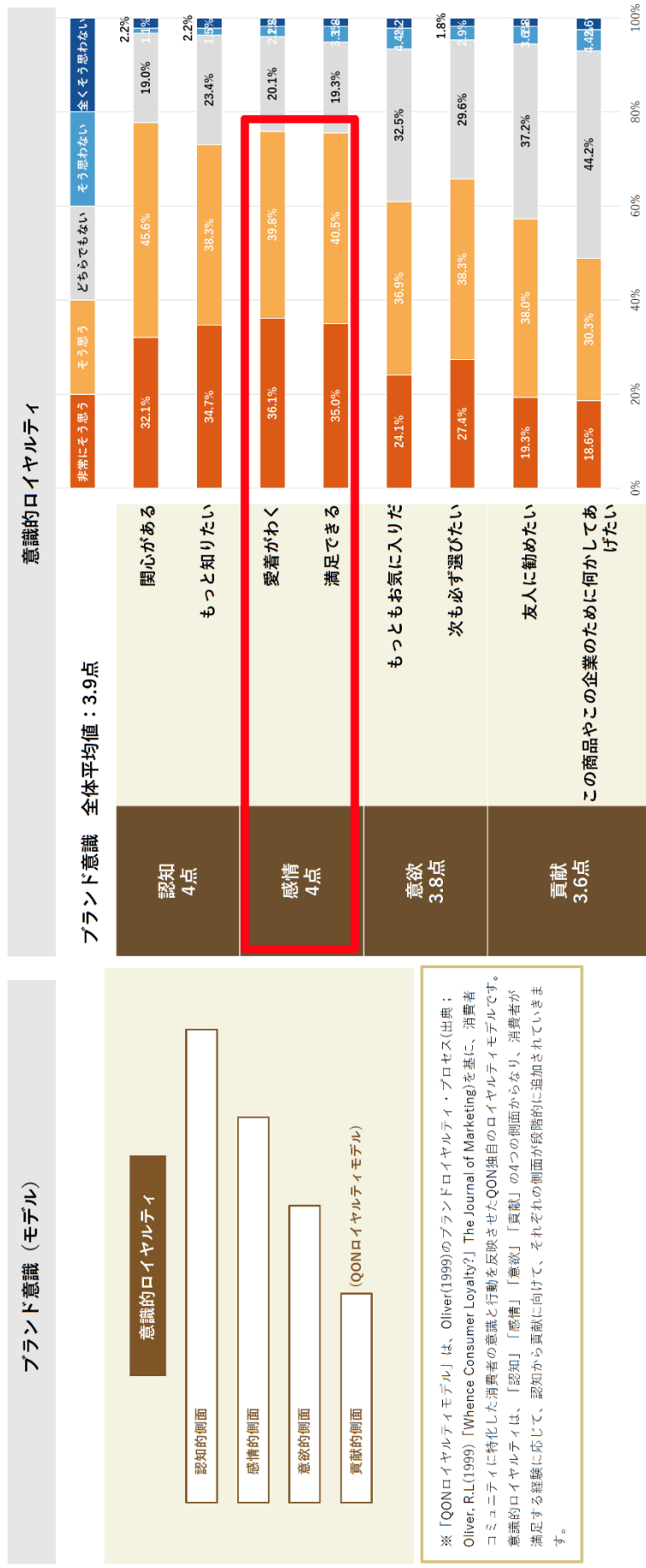
2-6. 態度変容に関する調査 (全体)

「お茶を飲むとき、誰と一緒に飲むか？」という問いに対して、24.5%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、今年の結果からも、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。



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、日本茶に対する意識的ロイヤルティは、全体的に他のコミュニティ平均と比較しても高く、特に感情的側面が高い。



3-2. ファン化について 態度変容に関する調査_行動面

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「非常に思う」15.1%「思う」27.1%「そう思う」12.7%という結果に。= **態度変容したユーザー**



3-3. 態度変容に関する調査_行動面

急須で日本茶を淹れるようになった理由について、年代に関わらず、年代で淹れるからこそ味わえる魅力を知ることや、他者が楽しんでる様子に影響されて急須で日本茶を淹れるようになってる。

「日本茶ぐらしコミュニティ」に参加することにより、「日本茶を飲むようになった（茶葉以外も含む）」「日本茶を急須で淹れて飲むようになった」のいずれかに「非常にそう思う」、「そう思う」と回答された方がいます。どのようなテーマや理由で、気持ちや行動が変化しましたか。具体的に記入ください。

30代以下

日本ならではの味だから
(Tunaさん/30代女性)

日ごろから
取り入れるようになった
(ぺんちゃんさん/30代男性)

日本茶が料理やお菓子に合うことをより勉強できたからです。
(むーあさん/30代女性)

お茶を久しぶりに飲みたくなった
(りじょうさん/30代男性)

旬の情報を得て、他の人のコメントを拝見しているうちに楽しくなり、つい飲みたくなってきました。
(茉莉香さん/30代女性)

急須で淹れるからこそ味わえる日本茶の魅力コメントを読んで、急須の良さを分かってから急須で飲むようになりました。
(カトレナさん/30代女性)

日本産の美味しい入れ方
(いにえすたさん/30代女性)

40代以上

話題に上る事で色々な種類を飲んでみたいと思うようになった
(mansunさん/40代女性)

日本茶を飲むということの楽しみの一つとしてお茶を入れる一連の動作を含めて考えるようになったから
(Koiさん/40代男性)

ふだんはコーヒー(ばかりだが、日本茶の楽しみ方がわかった。
(りこびんさん/60代女性)

他の参加者のコメントなども読み、改めて急須でいれたお茶に魅力を感じました。
(よこーたさん/40代女性)

体に良くて、カテキン成分が風邪予防や歯周病予防に効くと言っ情報がある為、積極的に飲みたいと思います。
(ちよこさん/60代女性)

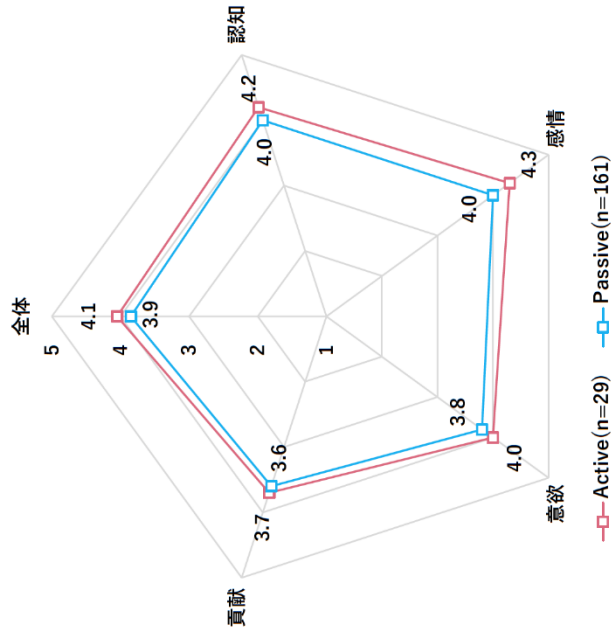
つつい水分補給のために飲んでいただけ、味わって飲むようになったり淹れ方を意識するようになりました。
(tanyaさん/60代女性)

3-4. 活動量の違いによるファン化の状況

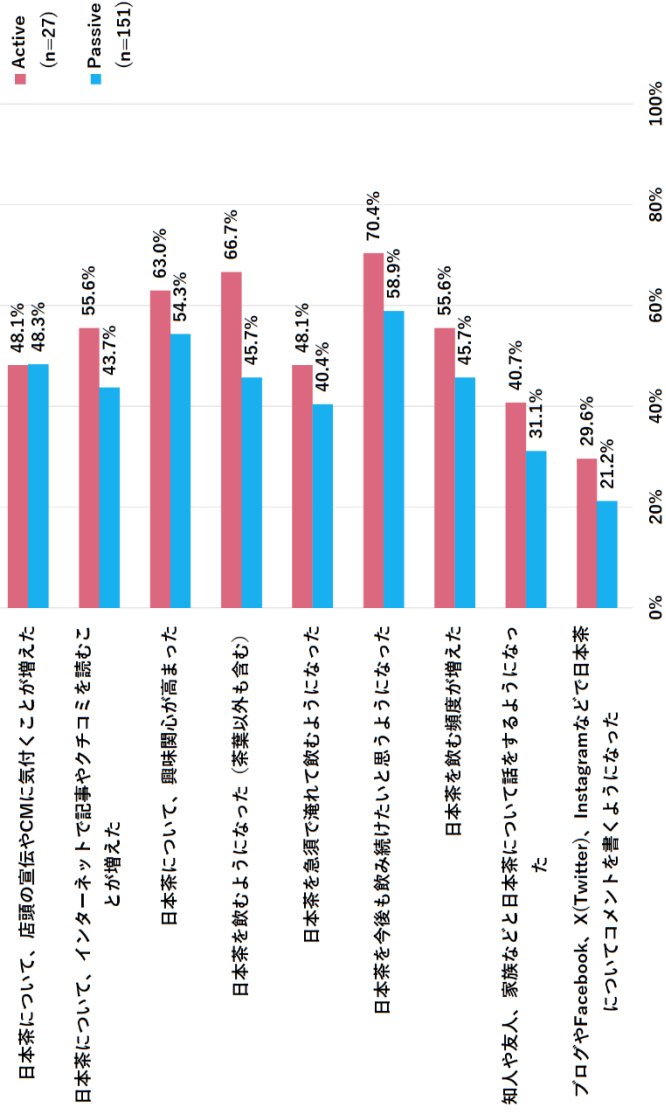
閲覧中心のユーザー (Passive) と、積極的にコメントするユーザー (Active) を比較すると、ブランド意識に有意差はなく、コミュニティ参加により閲覧中心のユーザーも態度変容していると言える。

集計対象は、第2回アンケート(2025年10月)に回答したユーザー190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除く178名。

ブランド意識(側面別平均値)

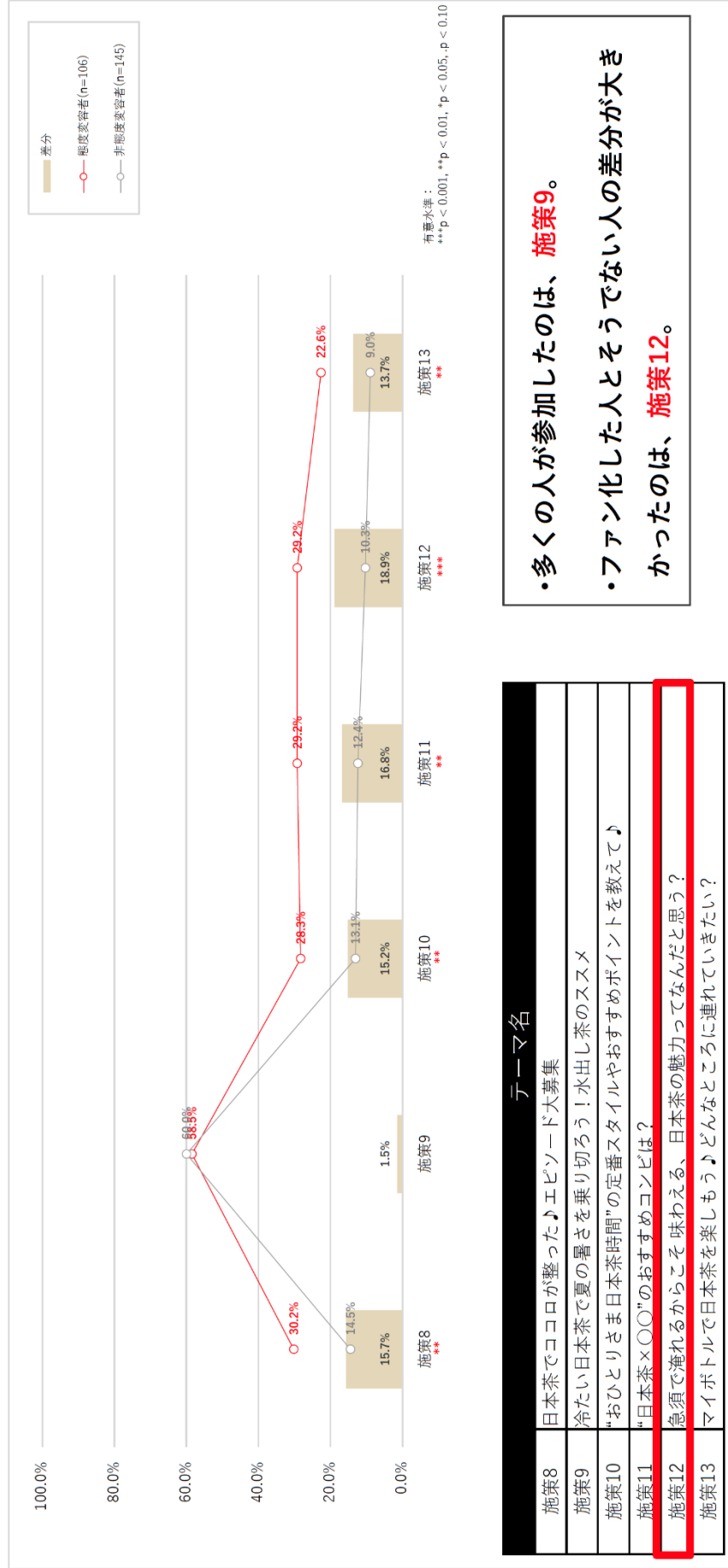


コミュニティ参加後の態度変化(T2B)



3-5. 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、参加割合に一番有意な差があったのは、「急須で淹れるからこそ味わかる、日本茶の魅力」について語っているテーマ。ただ、今年は、満遍なくほとんどの施策が態度変容に影響したと考えられる。



・多くの人に参加したのは、**施策9**。
 ・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12**。

テーマ名	
施策8	日本茶でココロが撃った♪エピソード大募集
施策9	冷たい日本茶で夏の暑さを乗り切ろう！水出し茶のススメ
施策10	“おひとりさま日本茶時間”の定番スタイルやおすすめポイントを教えて♪
施策11	“日本茶×○○”のおすすめコンビは？
施策12	急須で淹れるからこそ味わかる、日本茶の魅力ってなんだと思う？
施策13	マイボトルで日本茶を楽しもう♪どんなところに連れていきたい？

※施策9の参加者が多い理由はキャンペーン期間中だったためと考えられる

3-6. 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の共感(拍手)が多く集まった、影響を与えたコメント、キーワードのうち、「”急須で淹れるからこそ味わえる、日本茶の魅力ってなんだと思う?”」のトピックに寄せられたコメントは下記。急須で淹れる日本茶について、お茶を淹れる時間や、五感(香り、味など)が満たされることに魅力を感じている。

急須で淹れるからこそ 味わえる、日本茶の魅力ってなんだと思う？

自分好みの濃さに調整できるのが良いです。香りが良いので気分が高揚して嬉しいです。
くりゆみさん (60代 女性)

茶葉の量、お湯の温度で味が違ってくるのも面白いし、同じ量にしても入れ方ひとつで味の違いが出るのもまた面白いなと思います
急須だからこそ味わえる楽しいものですね
ミックさん (50代 女性)

急須でいれるお茶は雑味がなく美味しさがちがいますね。
あゆさん (70代 女性)

一煎目、二煎目の違い、注ぐまでの待っている時間で感じる落ち着きとかゆとり
あじきんさん (60代 女性)

コーヒー、中国茶と違って刺激が少なくて優しい味、後味が感じられるのが日本茶かも
ケビンさん (70代 男性)

急須に茶葉を入れ、湯を注ぎ、少し待って湯呑みにつぎ、茶をすすその一連の動作がなんととってもいいですね！
タラリララリンチャムさん (60代 男性)

急須を両手で包み込んでそお〜つと円を描くようにゆっくり回してみると、なんとなく茶葉ゆっくり開くような気がして、そのひとときを大切にしています。
akaibaikuさん (60代 女性)

急須でいれるお茶は雑味がなく美味しさがちがいますね。
あゆさん (0代 男性)

沸かしたお湯を注いで、茶葉が開くのをゆっくり待つのも日本茶の風情だと思えます。
りこびんさん (60代 女性)

お湯を沸かすところから始まる一連の流れが魅力的です。
ペットボトルだとふたを開けるだけで飲めちゃうので味気ないです
ばばしげさん (40代 女性)

自分一人だとなかなか急須では淹れませんが、複数人の時は急須です。自ずと団欒になりますね。皆で「このお茶はどこなの?」とか、「美味しく淹れてあるね」とか、「ありがとう」などの会話が生まれます。
小さなお茶会のイメージです。
ぼ〜りんさん (50代 女性)

深掘りテーマ①

「1人飲み」のシーン

4-1. 1人飲みについて_態度変容に関する調査

一人飲みをしているユーザーの約3割は家族と居住している。また、一人飲みをしているユーザーは誰かと飲むユーザーと比較して茶葉で飲むことはあまりない、又は全くないと回答している割合が高い。飲む頻度の割合が高いのはティーバッグ。

現在、あなたが同居しているご家族を、すべてお選びください。

	全体	あなたの配偶者(夫/妻)・パートナー	未就学の子ども、孫	小学生の子ども、孫	中学生の子ども、孫	高校生の子ども、孫	兄弟姉妹(義理の兄弟姉妹も含む)	父母(義理の父母も含む)	祖父母(義理の祖父母も含む)	その他	1人暮らしをしている
一人ですぐ飲む	a	66	31.8	4.5	7.6	6.1	19.7	27.3	-	3.0	33.3
誰かと飲む	b	199	76.4	11.6	11.1	5.5	22.1	23.1	-	1.5	3.0
		A									B

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。

[茶葉]

	全体	ほぼ毎日飲む	週に4回～5日くらい	週に2回～3日くらい	週に1回くらい	機会があればたまたまに飲む	ほとんど飲まない	まったく飲まない
一人ですぐ飲む	a	66	19.7	6.1	15.2	10.6	9.1	15.2
誰かと飲む	b	199	30.2	11.1	12.1	14.1	10.1	6.5

[ティーバッグ]

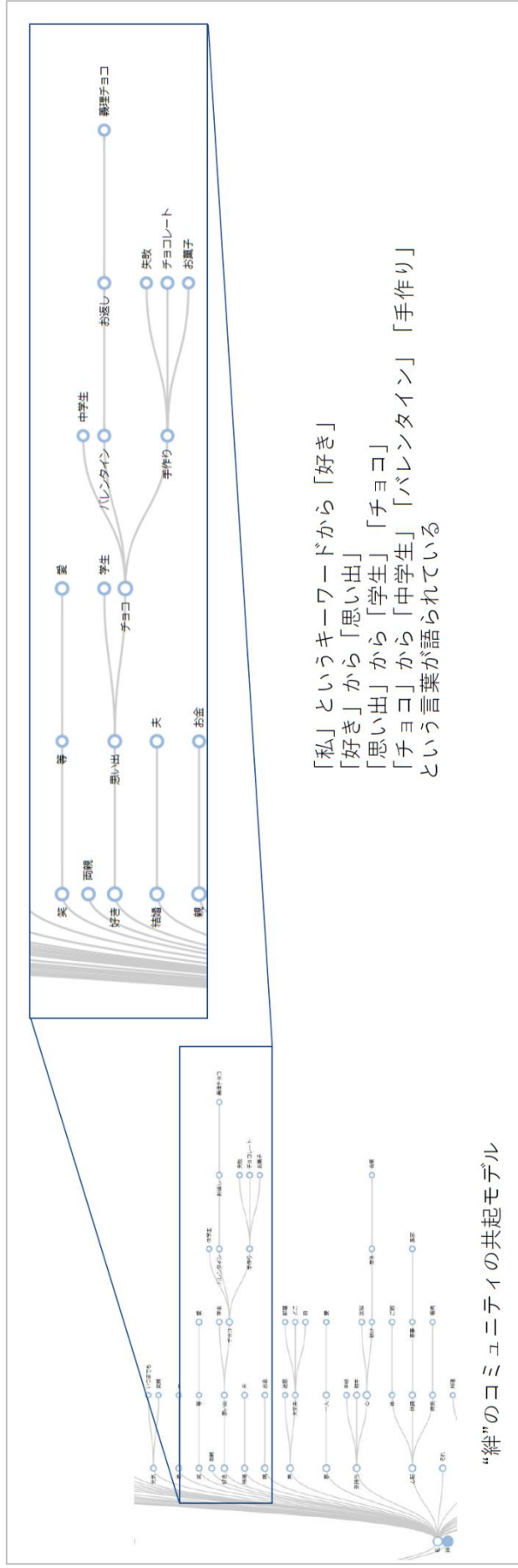
	全体	ほぼ毎日飲む	週に4回～5日くらい	週に2回～3日くらい	週に1回くらい	機会があればたまたまに飲む	ほとんど飲まない	まったく飲まない
一人ですぐ飲む	a	66	22.7	4.5	10.6	12.1	25.8	10.6
誰かと飲む	b	199	23.6	9.5	12.1	10.6	21.6	11.1

4-2. 1人飲みについて_共起モデル

《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。

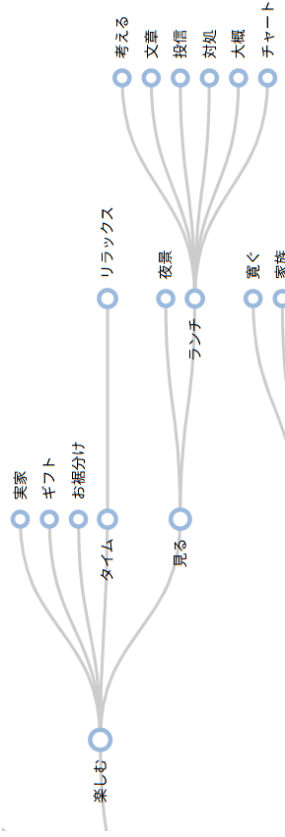
(参考)



4-3. 1人飲みについて_共起モデル

トークテーマ「おひとりさま日本茶時間」の定番スタイルやおすすめポイントを教えて♪の「共起モデル」から読み取れる「1人飲み」の特徴として大きく分けて4パターン見られた。

①自分時間を存分に楽しむ



おやつタイムに熱い日本茶を入れてのんびりするのが好きです。
1杯目、2杯目と味の変化も楽しんでいきます。

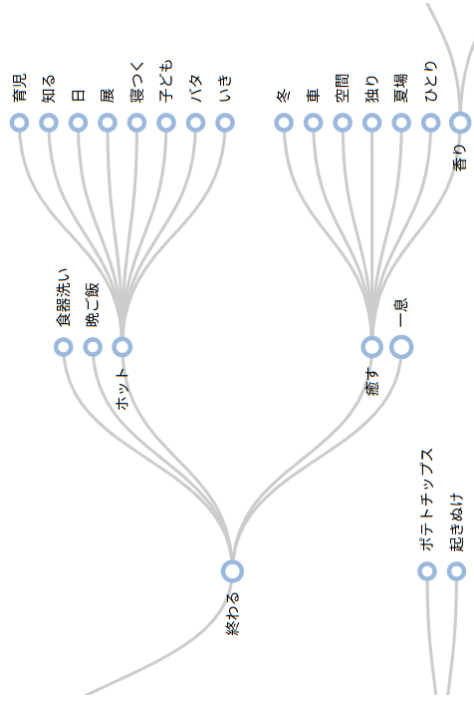
てるてるさん (60代 女性)

ノートパソコンで海外ドラマ見ながら和菓子と急須で淹れた日本茶ですね。
くりゆみさん (60代 女性)

家事で疲れた時に日本茶の香りのよい茶葉で、おいしくなるようよく蒸らしてから飲んです。

ひよどりさん (60代 女性)

②1日の終わりに頑張った自分へのご褒美として



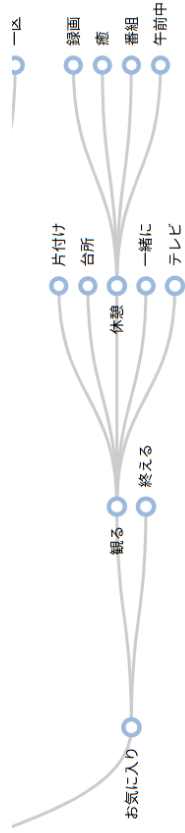
1日のバタバタした育児が、終わり子どもが寝ついた後にホットひといきホットで飲みます、急須展あるのは知らなかったです。見てみたいですね。
あまかんさん (40代 女性)

仕事終わりに車の中でひとり緑茶を飲みます！
ホットとするし、独り空間の癒しです！夏場は冷たい緑茶です♪
あもどりさん (40代 女性)

4-4. 1人飲みについて_共起モデル

トークテーマ「おひとりさま日本茶時間」の定番スタイルやおすすめポイントを教えて♪の「共起モデル」から読み取れる「1人飲み」の特徴として大きく分けて4パターン見られた。

③家事がひと段落した時の息抜きとして



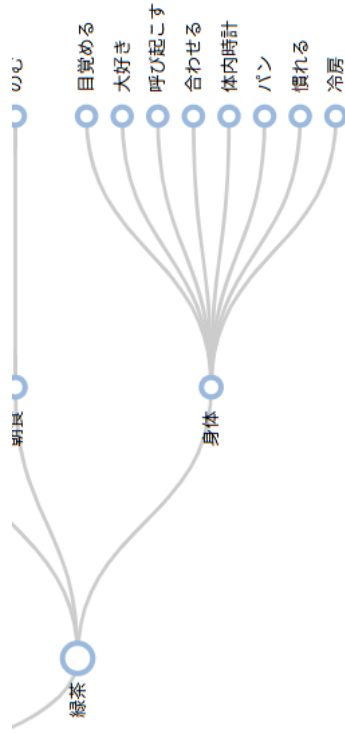
午前中の家事を終えていったん休憩。録画しておいたお気に入りの番組を観ながら、甘い物と一緒に緑茶を飲むのが、癒やしのひとときです。
まみむーメモさん (50代 女性)

晩ご飯の後の食器洗いが終わってから、ゆっくり一息。
masashiさん (40代 男性)

家事一区切りついた後水出し日本茶をおやつと一緒に楽しむ時間がほっと一息タイムです。また今日も頑張れる気がします
ひまわりママさん (70代 女性)

家庭の中の仕事が一段落してゆっくりした時間が私の日本茶の時間です。
日本茶を飲むとほっと一息できますね。
あゆさん (70代 女性)

④目覚めの一杯として



毎朝、緑茶を飲んでまだ目覚めていない身体と体内時計を呼び起こします。
朝食はパンなのですが、緑茶を合わせています。
そのくらい緑茶が大好きなのです。

ちよびんちゃんさん (50代 女性)

冷蔵庫で冷やした水出し茶を飲む
寝る前起き抜け帰宅した時気分が冴えるし胃腸の動きがよく分かる
ケビンさん (70代 男性)

4-5. 若年層の1人飲みについて_コメント

トークテーマ「おひとりさま日本茶時間」の定番スタイルやおすめポイントを教えて♪」に寄せられた若年層のコメントの中で、ユーザーの共感(拍手)が多いコメント。

■ 30代以下コメント

“おひとりさま日本茶時間”の定番スタイルやおすめポイントを教えて♪

やはり**朝起きぬけに冷たい麦茶**を飲むこと。スッキリします。(ユッコさん/30代女性)

リラックスしたいときに**緑茶**を飲みます(はるちゃん。さん/30代女性)

冬場は**コタツ**に入って**温かい日本茶**と**和菓子**で一服する(ジヨニーさん/30代男性)

和菓子ももちろんですが、最近**はシンプルなタイプのドーナツと緑茶の組み合わせが好き**です(mokuさん/30代女性)

夜**ゆっくり**(はるちゃん。さん/30代女性)

お昼の**休憩中**に(れいぼよさん/30代女性)

今日の**やること**が**全部終わった夜**に**ゆっくり**あったかいお茶を飲むのがいつものスタイルです(merukoさん/30代女性)

熱中症対策で、常時室温の麦茶かハトムギ茶を持ち歩いていきます。甘いスポーツドリンク類は、昼間に1L飲み干す事ができませんが、お茶類だと平気で飲めてしまうところが、我ながら不思議な事です。(橙乃山乱気流さん/30代性別不明)

夏は冷たい、冬は温かいものを楽しんでます。**仕事終わりや家事の終わりにホッと一息**、癒しの時間です(おこめさん/30代女性)

深掘りテーマ②

「水出し茶」のシーン

3-7. 「冷茶（水出し茶）」に関する事項について

態度変容したユーザーの共感(拍手)が7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、「冷たい日本茶で夏の暑さ乗り切ろう！水出し茶のススメ」のトピックに寄せられたコメントは下記。
冷茶のイメージは麦茶が強く、日本茶で冷茶という考え自体がほとんど浸透していない可能性がある。

特許第5815168号

Vol.
(Voice of Influence)

冷茶のイメージは麦茶が強く、 日本茶を冷茶にするという考え自体が無い可能性がある

態度変容した人の拍手数/総拍手数

冷たい日本茶で夏の暑さ乗り切ろう！水出し茶のススメ

麦茶がいつも身近にありますね。

トマトロさん (60代 女性) 7回 22回

出かける時はマイボトルに水出し日本茶を入れて外出します。猛暑でも美味しく身体を潤わせられます！

こぐまさん (50代 女性) 7回 16回

出かける時はマイボトルに水出し日本茶を入れて外出します。猛暑でも美味しく身体を潤わせられます！

こぐまさん (50代 女性) 7回 16回

冷茶でいれますね

マイケー 最高さん (40代 女性) 7回 16回

「水出し茶」はあまり飲んだことがありません！麦茶も沸かしてから粗熱が取れてから冷蔵庫で冷やして飲んでます！粗熱の取り方は冷たい水の入ったボトルとかです。フントナーさん (70代 女性) 7回 15回

水出し茶は時間かかるから自分では作らせない。ペットボトルで売ってる時は水出し茶買います
セバスチャンさん (40代 男性) 7回 15回

いつもはルイボステイですが、水出しの緑茶で気分を変えたいします

てんさん (40代 女性) 7回 14回

水出し麦茶です

ぶちとまとさん (30代 女性) 7回 14回

麦茶 夏は毎日作ってます・・・

nobuchannさん (60代 男性) 7回 14回

ほうじ茶

えだめだいすきさん (60代 女性) 7回 14回

最近は、毎日多忙すぎてペットボトルに頼りきりです

えりたんさん (50代 女性) 7回 13回

麦茶と水出し緑茶と併用です。緑茶の水出しは、苦みより甘味が強く感じるので好きです。

おおらんさん (60代 女性) 7回 13回

水だしとペットボトル半々ですね。

kcureeさん (40代 女性) 7回 12回

4. 情報発信ツールの整備

(1) 日本茶業体制強化推進協議会ホームページの制作

① 背景・目的

日本茶業体制強化推進協議会（以下「協議会」）は、農林水産省の支援を受けて日本茶の需給体制の強化推進に資するための各種取組を実施してきたが、その具体的な活動内容や実績については、公益社団法人日本茶業中央会（以下「中央会」）のホームページの中でコンテンツの掲載等により行ってきた。

この度、中央会のサーバー内に協議会単独のホームページを制作することにより、協議会の趣旨、活動内容、実績等について情報発信機能の強化を図り、茶業界及び一般消費者の認知度を高める。

② 事業内容

ア. 構成：

トップページにおいて、まず、「協議会の趣旨、経緯」及び「トピックス」（最新の活動状況）が概観できるようにした。

また、トップページの上部において、「お知らせ」、「日本茶情報」、「実績事業・報告」、「動画・映像」、「関連サイト」、「協議会について」の6項目のバナーを設け、閲覧者がクリックすることにより、活動内容・実績、制作したお茶関係動画・映像等について容易にアクセスできるようにした。

イ. アドレス：

以下の URL により、アクセスが可能。

<https://nihon-cha.or.jp/kyogikai/>

ウ. 公開日：

2025年6月20日

なお、取組の詳細は、以下「実施報告書」のとおりである。

日本茶業体制強化推進協議会ホームページの制作

実施報告書

実施主体：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

日本茶業体制強化推進協議会（以下「協議会」）は、日本茶の需給改善、茶文化の普及、茶に関する調査・分析及び情報提供等を行うなど、農林水産省の支援を受けて日本茶の需給体制の強化推進に資するための各種取組を実施している。

その具体的な活動内容や実績については、これまでは母体となる公益社団法人日本茶業中央会(以下「中央会」)のホームページの一部を借りて、コンテンツの掲載等を行ない、情報発信してきた。

このたび、国の支援を受けて各種取組を実施している独立した協議会として、茶業関係者や一般消費者の理解をより高めるためにも、情報発信機能の集約・強化を図ることとし、中央会のサーバー内に協議会単独のホームページを作成・設置することにより、協議会の趣旨、活動内容、実績等について、情報発信機能の強化を図った。

2. 実施内容

(1) 事業名称

日本茶業体制強化推進協議会ホームページ制作事業

(2) 制作期間・公開日

①制作期間：2025年4月～6月

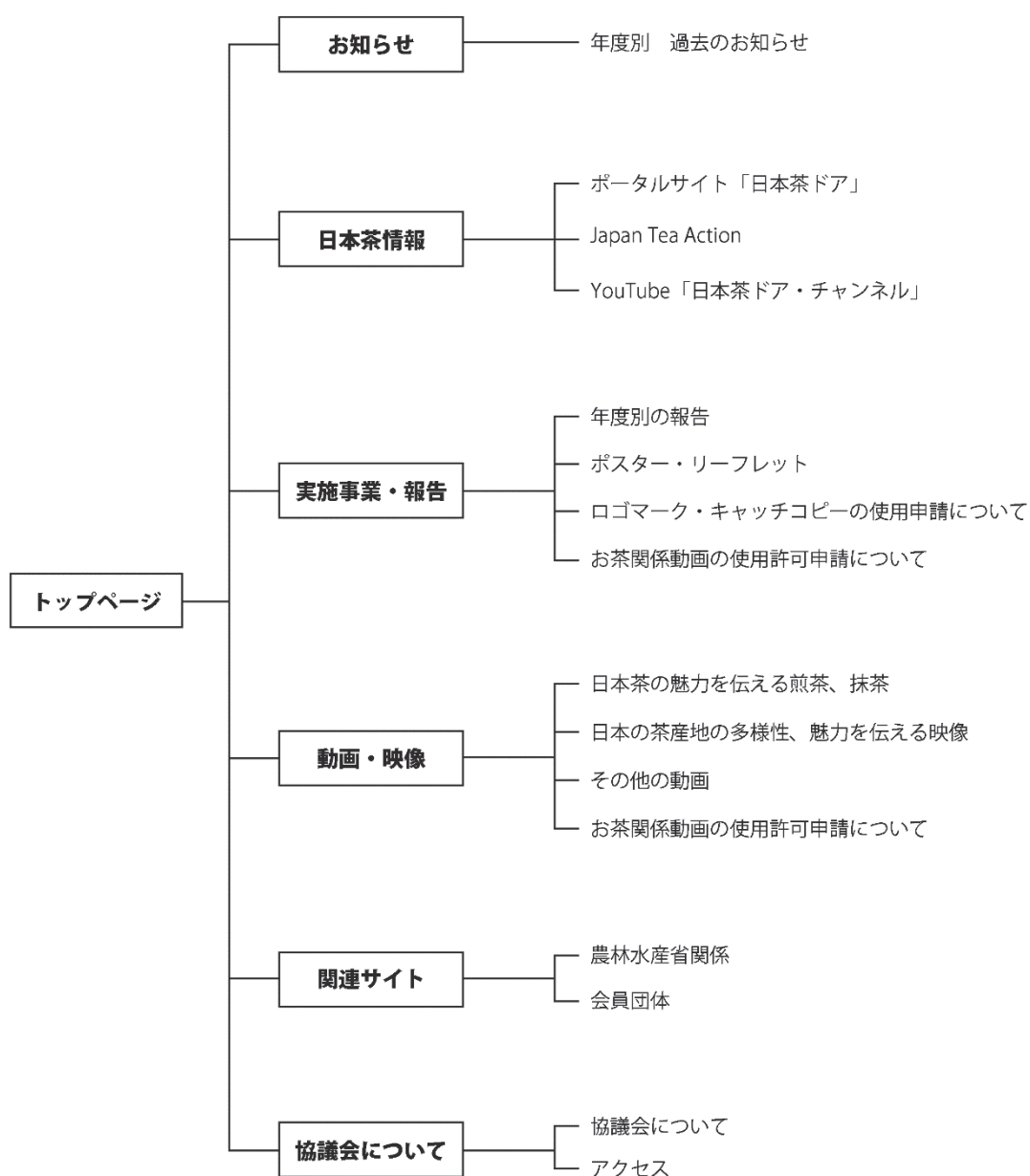
②ホームページ公開日：2025年6月20日

③URL：<https://www.nihon-cha.or.jp/kyogikai/>

(3) ホームページの構成

協議会の活動や日本茶に関するイベント等を掲載・告知する「お知らせ」、当会が作成した情報サイト（日本茶ドア、Japan Tea Action、YouTube チャンネル）をまとめた「日本茶情報」、年度ごとに事業報告を行なう「実施事業・報告」などをメインに、ロゴマーク・キャッチコピーや協議会制作のお茶関係動画の使用申請も掲載し、情報の集約と一元化を図っている。

動画の使用申請に関しては、事業実施報告のページと動画・映像ページの両方に掲載し、申請を希望する人や検索などで直接該当のページに来た人がすぐに必要な情報へたどり着けるようにした。



(4) ホームページのデザイン

① ホームページ全体

パソコン以外のスマートフォンやタブレットでも閲覧しやすいように、ページ全体はレスポンシブデザイン（使用しているデバイスの画面サイズに合わせて、Webサイトの表示を最適化するデザイン手法）を使用した。

また、文字サイズを「大」「小」と切り替えられるように切り替えボタンを設置して、閲覧側が自分の環境に合わせて、より見やすくできるように調整した。

(※下記画像は公開時のもの)



②各ページ

お知らせや実施事業報告など、年度ごとに情報をまとめているページは、左側にサイドメニューを表示し、それぞれの情報のページにアクセスしやすいようにした。年度が増えるごとにサイドメニューに年度を追加し、情報が集積できるようにしている。

ア. お知らせ

年度ごとに過去のお知らせを整理し、過去の情報にもアクセスできるようにした。

The screenshot displays the website's news archive for the Japanese Tea Industry Strengthening Promotion Association. The page features a top navigation bar with categories like 'お知らせ' (News), '日本茶情報' (Japanese Tea Information), and '実施事業・報告' (Implemented Activities/Reports). A left sidebar lists years from 2019 to 2025. The main content area, titled '過去のお知らせ・トピックス' (Past News/Topics), shows a grid of news items with dates and titles. Key items include: '日本茶カンファレンス2025' (2025.7.3), 'ホームページを公開しました' (2025.6.20), '日本茶PRキャンペーン2025を開催します' (2025.6.9), '2025年大原・関西万博において「日本茶展示」を行います。' (2025.5.15), '未来につながる伝統文化「万博で日本茶を味わおう！」' (2025.5.13), and 'お茶をはじめてみよう～チャチャッとお茶生活キャンペーン～' (2025.4.25). Each item includes a brief description and a '詳しくはこちら' (More details here) link. The footer contains the association's name, address, and contact information.

イ. 日本茶情報

日本茶ドア、Japan Tea Action、YouTube チャンネル、オンライン謎解きゲーム等のサイトを一覧で掲載し、すぐにアクセスできるようにしている。

The screenshot displays the website of the Japanese Tea Industry Strengthening Promotion Council (日本茶業体制強化推進協議会). The page is organized into several sections:

- 日本茶情報 (Japanese Tea Information):** A central section with a banner for "日本茶ドア" (Japan Tea Door) and a list of links for "日本茶ドア", "Japan Tea Action", "YouTube「日本茶ドア・チャンネル」", and "オンライン謎解きゲーム「めざせ、看板ねこ！」".
- 日本茶ポータルサイト「日本茶ドア」:** A detailed overview of the Japan Tea Door portal, including its purpose and a list of services like buying tea, tea sets, and participating in events.
- 日本茶ドア 新規登録について:** Information regarding registration for the portal, including a link to the registration page and details about the free fee structure.
- Japan Tea Action:** A section promoting the Japan Tea Action initiative, which aims to support tea culture through various activities and events.
- YouTube「日本茶ドア・チャンネル」:** A section showcasing the YouTube channel, featuring a grid of video thumbnails related to tea production and culture.
- オンライン謎解きゲーム「めざせ、看板ねこ！」 (無料):** A section for an online puzzle game, describing its theme and providing a link to play.

The footer of the website includes the organization's name, address (〒105-0021 東京都港区東新橋2-8-5), and contact information.

ウ. 事業実施・報告

協議会が実施した事業について、年度ごとに分類・集積している。

また、ポスター・リーフレットの制作物は、制作年度ごとに PDF でダウンロードできるようにしている。

また、ロゴマーク・キャッチコピーや動画はそれぞれ別途、専用ページを作成し、使用申請についても合わせて掲載した。

(ア) 事業報告 (画像は令和 6 年度のページ)

The screenshot shows the website of the Japanese Tea Industry Strengthening Promotion Association (日本茶業体制強化推進協議会). The page is titled 'Implementation and Reporting' (実施事業・報告) for the 2024 fiscal year (令和6年度). The main content area features a large illustration for an online tea puzzle game called 'めざせ、看板ねこ!' (Aim for the Sign Cat!). The illustration depicts a white cat character standing in front of a building labeled 'お茶の工房' (Tea Workshop), with two smaller cat characters nearby. Text on the illustration includes 'めざせ、看板ねこ!' and '子どもちゃちゃーと一緒に茶謎解き!' (Solve tea puzzles together with the children's chacha!).

Below the illustration, there is a section for the '令和6年度 持続的生産体制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 報告書' (Report on the Tea and Medicinal Crop Regional Specialty Crop System Strengthening Promotion Project under the Sustainable Production System Strengthening Countermeasures for the 2024 Fiscal Year). The text in this section discusses the implementation of the project, mentioning the 'Tea and Medicinal Crop Cultural Revitalization Basic Policy' (茶業及びお茶の文化の振興に関する基本方針) and the 'Tea Industry Revitalization Direction' (茶業の課題と今後の振興の方向が示されたこと). It also mentions that the project aims to promote tea culture and related products like tea bags and tea towels.

The website footer includes the association's name, address (〒105-0021 東京都港区東新橋2-8-5), and contact information. It also features a copyright notice: 'Copyright © 日本茶業体制強化推進協議会 All Rights Reserved.' and a list of services provided, such as '茶業振興' (Tea Industry Revitalization) and '茶業調査・報告' (Tea Industry Survey and Reporting).

(イ) ポスター・リーフレット

日本茶業体制強化推進協議会

ポスター・リーフレット

2025年度（令和7年度）

人間・国産肉豚の振興にむく日本産肉豚振興キャンペーン

2025年度（令和7年度）

「博覧で日本茶を味わおう！」（ポスター）

2023年度（令和5年度）

「見つけよう 味わおう 自分のお茶」（リーフレット）

2022年度（令和4年度）

「日本茶で楽しむ 贈り物のとき」（ポスター・リーフレット）

2021年度（令和3年度）

「日本茶でリラックス」（ポスター・リーフレット）

「日本茶と暮らし」（ポスター・リーフレット）

2020年度（令和2年度）

「大福茶」（ポスター・リーフレット）

「新生活をスタート」（ポスター・リーフレット）

日本茶業体制強化推進協議会

〒105-8501 東京都港区赤坂1-1-1 日本茶業体制強化推進協議会ビル3F（〒105-8501）

TEL: 03-3433-1111 FAX: 03-3433-1112

〒105-8501 東京都港区赤坂1-1-1 日本茶業体制強化推進協議会ビル3F（〒105-8501）

TEL: 03-3433-1111 FAX: 03-3433-1112

Copyright © 2025 日本茶業体制強化推進協議会 All Rights Reserved.

(ウ) ロゴマーク・キャッチコピーの使用申請について

日本茶業体制強化推進協議会

文字サイズ **小** **大**

お知らせ | 日本茶情報 | 実業事案・報告 | 動画・映像 | 関連サイト | 協議会について

ロゴマーク・キャッチコピーの使用申請について

日本茶業体制強化推進協議会では、日本茶の需要拡大、日本茶文化の普及活動の促進のため、ロゴマークとキャッチコピーを作成いたしました。
ロゴマーク・キャッチコピーは趣旨にご賛同いただき、使用申請をいただければ無料でお使いいただけます。
ぜひご利用ください。

ロゴマーク・キャッチコピーについて

本「ロゴマーク・キャッチコピー」(以下、ロゴ等という)は、日々の暮らしのなか、様々なシチュエーションで日本茶の魅力や楽しさを消費者等に感じてもらうとともに、日本茶の需要拡大や日本茶文化の普及活動を推進するという趣旨に基づき、ポスター、チラシ、ウェブコンテンツやその他の媒体に使用するものです。
ロゴマーク・キャッチコピーは趣旨にご賛同いただき、使用申請をいただければ無料でお使いいただけます。
ロゴ等は、当協議会が令和2年度及び令和5年度の戦略的生産強化対策事業(茶・製作物等地域特産作物体制強化促進活動事業)により作成したものであり、全国各地で行われる日本茶の需要拡大活動や日本茶文化の普及活動等において、広く活用を図ることとしております。
ロゴ等の使用申請は、本要領によることとします。

要領

- 1. 使用申請書の届け出について**

上記趣旨に賛同し、ロゴ等の使用を希望する者は、日本茶業体制強化推進協議会(事務局:公益社団法人日本茶業中央会)あてに、別紙様式の使用申請書に必要事項を記載の上、所定のFAX(03)3459-9518により送届・提出して下さい。
原則として使用申請書の提出をもって届け出とし、ロゴ等を使用可能となりますが、必要に応じて使用内容等について、意見、条件を付すことがあります。
また、販売している商品、サービスへの添付使用はできませんので、ご了承ください。
- 2. 使用料金について**

使用料金は、無料とします。
- 3. ロゴ等の種類**

使用申請できるロゴ等の種類は、別表(PDF)のとおりとし、表示する箇所(形状、字体、色、比率)は変更できません。
ただし、大きさは、媒体により変更が可能です。
- 4. 申請内容の変更について**

団体名、代表者名、連絡先、使用するロゴ等の種類、使用日付、使用媒体または使用期間を変更する場合は、改めて申請して下さい。
- 5. 利用者の義務について**

利用者は、関係法規を遵守するとともに、ロゴ等の機能、品位を損なうことのないように努めて下さい。
利用者が、ロゴ等を使用した取組に関し、第三者に損害を与えた場合には、全責任を負っていただきます。
なお、ロゴ等の使用に関する著作権等に対し、当協議会は一切その責任を負いません。
利用者が、上記趣旨に反するような行為や法令、公序良俗に反する行為を行ったと当協議会が認められた場合は、使用を禁止する等の措置を講ずることがあります。
- 6. 利用実績の情報提供について**

ロゴ等の利用実績を把握するため、利用者に情報提供を求め場合がありますので、御協力をお願いします。
- 7. 使用申請要領・申請書様式**

ダウンロードしてお使いください。
使用申請書に必要事項を記載の上、所定のFAX(03)3459-9518より送届・提出して下さい。

ロゴ・キャッチコピー使用申請要領・申請書(PDF)

ロゴ・キャッチコピー使用申請書様式(Word)

ロゴマーク(例)

「日本茶ぐらし」のキャラクターとロゴマーク、キャッチコピーの組み合わせの例が、キャラクター単体・ロゴ単体などでもお使いいただけます。
水だし茶のPR用に活用していただけるロゴマークや、動物(猫、丸めさ)をモチーフにしたキャラクター・画像もありますので、ご利用ください。
くわしくは別表(PDF)をご覧ください。

【申請・問い合わせ先】
日本茶業体制強化推進協議会 事務局
FAX: 03-3459-9518

ロゴ・キャッチコピー別表(PDF)



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

〒105-0021 東京都港区赤坂2-8-5
公益社団法人日本茶業中央会内(東京茶業会館5階)

Copyright © 日本茶業体制強化推進協議会 All Rights Reserved.

お知らせ | 日本茶情報 | 実業事案・報告 | 動画・映像 | 関連サイト | 協議会について

(エ) お茶関係動画の使用許可申請について

日本茶業体制強化推進協議会 文字サイズ **小** **大**

[お知らせ](#) [日本茶関係](#) [実態調査・報告](#) [動画・映像](#) [関連サイト](#) [協議会について](#)

お茶関係動画の使用許可申請について

当協議会の制作したお茶関係動画ファイルの入手をご希望される方は、下記の申請書とお申し込みください。
※使用申請書の送付はFAX（03-3459-9518）をお願いします。

[お茶関係動画の使用許可申請書（Word）](#)

お茶関係動画について

当協議会では、日本茶に関する紹介動画や、講演会・セミナー動画などを作成・公開しています。
くわしくは「[動画・映像](#)」ページをご覧ください。

[「動画・映像」ページ](#)

日本茶業体制強化推進協議会

〒105-0021 東京都港区東新橋2-8-5
公益社団法人日本茶業中央会内（東京茶業会館5階）
Copyright © 日本茶業体制強化推進協議会 All Rights Reserved.

[お知らせ](#) [動画・映像](#)
[日本茶関係](#) [関連サイト](#)
[実態調査・報告](#) [協議会について](#)

オ. 関連サイト

日本茶業体制強化推進協議会

文字サイズ **小** **大**

お知らせ | 日本茶情報 | 実施事業・報告 | 動画・映像 | 関連サイト | 協議会について

関連サイト

日本茶に関する関連サイトを一覧です。

農林水産省関係

農林水産省
農林水産省のホームページです。

「日本茶と食らぞうプロジェクト」
農林水産省の日本茶の情報発信を行うページです。

会員団体

- ・NPO法人日本茶普及協会
- ・日本紅茶協会
- ・一般社団法人お茶結プロジェクト
- ・株式会社吉川
- ・公益社団法人日本茶業中央会
- ・一般社団法人国際日本茶協会
- ・NPO法人日本茶インストラクター協会

日本茶業体制強化推進協議会

〒105-0021 東京都港区東新橋2-8-5
公益社団法人日本茶業中央会内（東京茶業会館5階）

Copyright© 日本茶業体制強化推進協議会 All Rights Reserved.

お問い合わせ | 動画・映像
日本茶情報 | 関連サイト
実施事業・報告 | 協議会について

カ. 協議会について

日本茶業体制強化推進協議会

文字サイズ 小 大

お知らせ
日本茶情報
実施事業・報告
動画・映像
関連サイト
協議会について

協議会について

(1) 協議会のあゆみ

日本茶業体制強化推進協議会は、公益社団法人日本茶業中央会に事務局を置き、日本茶の産地改善、茶文化の普及を図るために、2018年2月に設立されました。農林水産省の支援を受けて、お茶の関係団体等と連携して、お茶の需要拡大のための事業、お茶に関する調査・分析及び情報提供等を行うなどの、各種事業を実施しています。茶業界ならびに国内外の一般消費者の方々に向けて、当協議会の活動や実績について、情報発信を行なっています。

(2) 事業目的

協議会は、茶の需給改善のため、特にリーフ茶を重点とした各種方策の検討を行うとともに、茶の文化の普及に関すること、茶に関する基礎調査及び分析、情報収集・提供などを行ない、もって日本茶の需給体制の強化推進に資することを目的としています。

(3) 事業

(1) 茶の需要拡大方策とその実施に関すること。
 (2) 茶文化の普及に関すること。
 (3) その他、本会の運営に必要な事業。

(4) 会員団体

- NPO法人日本茶普及協会
- 日本紅茶協会
- 一般社団法人お茶結びプロジェクト
- 株式会社吉村
- 公益社団法人日本茶業中央会
- 一般社団法人国際日本茶協会
- NPO法人日本茶インストラクター協会

(5) 検討会の構成

- NPO法人日本茶普及協会
- 日本紅茶協会
- 株式会社吉村
- 一般社団法人お茶結びプロジェクト
- 公益社団法人日本茶業中央会
- 全国茶葉生産者連合会
- 全国茶商工業協同組合連合会
- 日本茶輸出組合
- 公益社団法人静岡県茶業会議所
- 公益社団法人京都府茶業会議所
- 公益社団法人鹿児島県茶業会議所
- NPO法人日本茶インストラクター協会
- 株式会社未来づくりカンパニー
- 東京茶業青年団
- 人口日本茶学会
- 一般社団法人全日本煎茶連盟
- 一般社団法人国際日本茶協会
- 三重県茶業会議所
- 株式会社吉野園
- サントリー食品インターナショナル株式会社ジャパン事業本部
- 三井農林株式会社飲料原料本部茶葉課本部
- NPO法人現代茶人の会

アクセス

〒105-0021
 東京都港区東新橋2-8-5
 公益社団法人日本茶業中央会内（東京茶業会館5階）

日本茶業体制強化推進協議会

〒105-0021 東京都港区東新橋2-8-5
 公益社団法人日本茶業中央会内（東京茶業会館5階）

Copyright© 日本茶業体制強化推進協議会 All Rights Reserved.

当協会の
 日本茶情報
 実施事業・報告

動画・映像
 関連サイト
 協議会について

(5) アクセス状況

ホームページ公開からのアクセス状況は以下のとおり。

アクセス解析にはサーバー付属のアクセス解析ソフト「AWStats」を使用している。

① 「/kyogikai (トップページ)」 へのアクセス

2025年 6月	228
2025年 7月	380
2025年 8月	344
2025年 9月	309
2025年 10月	412
2025年 11月	441
2025年 12月	260
2026年 1月	301
2026年 2月	122

※2026年2月20日現在

3. まとめ

今後は、本ホームページを通じて、協議会の各種取り組みや事業報告、日本茶関連のイベント開催の最新情報告知などを積極的に行い、茶業関係者や一般消費者に当協議会の活動等に対する理解を深めてもらうとともに、お茶文化の普及と需要拡大に向けた取り組みの推進に資することとした。

令和7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8年3月
発行：日本茶業体制強化推進協議会

日本茶業体制強化推進協議会

