

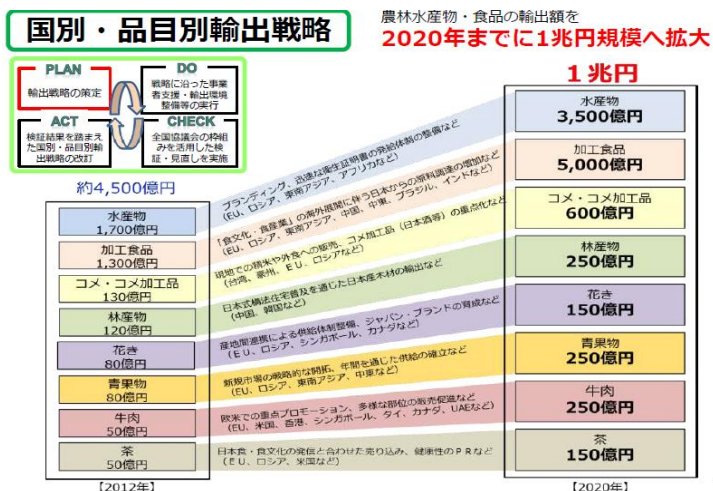
第 55 回インナー大会・プレゼンテーション部門
企画シート

所属	西武文理 大学 高瀬 ゼミナール	
チーム名	チーム KNT	
テーマ	伝えよう！日本茶文化～地域活性化への第一歩～	
連絡先① (代表者)	代表者名	田中 帆夏
	電話 自宅： _____ 携帯： _____	
	アドレス 携帯： _____ P C： _____	
連絡先② (副代表者)	副代表者名	宮下 美紅
	電話 自宅： _____ 携帯： _____	
	アドレス 携帯： _____ P C： _____	
参加者氏名	田中 帆夏 宮下 美紅 鈴木 千夏 江畑 奈央 藤本 正紀 増田 小夏	
	(合計人数) 6名	
使用機材	主催者常備機材	参加者持込(有・無)
	・ PC(PowerPoint 2013) ・ プロジェクター	

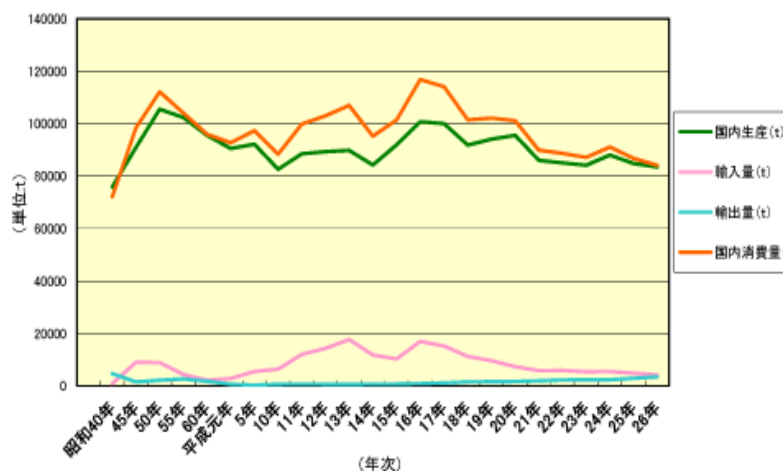
<テーマ設定理由>

現在、日本への訪日外国人観光客数は増加傾向にある。日本政府観光局（JNTO）の資料によると、訪日観光客はリーマンショックが起きた2009年、東日本大震災が起きた2011年を除き増加している。訪日外国人観光客の増加により、日本文化である、歌舞伎や能などの日本舞踊、OnePieceやNarutoなどのアニメ、寿司やすきやきなどの日本食が広まっている。その中で、健康志向の高まりもあって、日本食は世界中で大きな人気を得ているが、残念ながら日本茶はあまり広がっていない。図表1にある現在の日本の輸出金額と2020年までの目標の輸出金額を見ても水産物やコメ・コメ加工品に対し、日本茶の市場規模が圧倒的に小さいことがわかる。また、図表2は日本茶の現状を表したグラフである。このグラフからもわかるように、消費量は平成16年をピークに下降傾向にあり、生産量も3割近く落ち込んでいる。それに呼応するように生産量も2割前後落ちている。しかも、生産量に比べ日本茶の輸出量（図表2の一番下の青線）は圧倒的に低い。このことから、海外での日本茶の普及率は極めて低いと考えられる。

(図表 1)



(図表 2)



そこで私たちは、日本茶の魅力が外国人に伝え、なじみを持ってもらえれば輸出量が上がり、それに伴って、海外での消費量も上がるのではないかと考えた。そうすれば、将来的には日本茶の生産量も増え、日本茶の生産農家の生計も向上するはずである。そこでまず、私たちにできることはないかと考えたとき、私たちの通っている大学がある埼玉県狭山市は「狭山茶」で有名などころなので、今回は「狭山茶」にスポットを当て、外国人に日本茶の普及を図ることにした。

<日本茶の現状>

私たちは狭山茶の現状を知るために、狭山市にあるお茶園「宮野園」さんの宮野部長に話を伺った。日本茶が外国人に普及しない理由として、「急須を使う文化がない、日本茶は原価が高い、お茶になじみがない」という3つの大きな問題が挙げられた。宮野園さんもこの現状を打開するために、ただ単に日本茶を販売するだけではなく、お茶摘み体験や、お抹茶講座などの付加価値をつけて、外国人へ日本茶の普及を目指しているが、現実はどういうようには進まないようだ。

この話から、実際に外国人がどの程度日本茶について知っているのか、日本茶を飲んだことはあるのかを、銀座で訪日外国人観光客100人に対してアンケートを実施した。私たちは、お茶を知っている人は半数、お茶を飲んだことのある人は少数であると予想したが、結果はほとんどの外国人が日本茶を知っており、飲んだことのある人も7割ほどいた。しかし、日本茶を飲んだことのある人も「日本に来たから飲んだ」「自分の国では飲んだことがない」という人が多かった。また、飲んだことがあっても「味が嫌い」という外国人が多かったのである。こうした状況を打開するために、私たちはお茶の良さ、お茶の楽しみ方などを伝えるプランの実施に向け進めている。

<日本茶の魅力を伝えるプランの提案>

私たちは、訪日外国人観光客が帰国後に、自分の家族や友達に日本茶のことを広めてもらえるようなプラン、また、日本茶の味が嫌いな外国人が多かったことから、その国の味覚や文化に近付けた日本茶の楽しみ方を広めるために次のようなプランを考えた。私たちの考えたプランは、まず日本茶について知ってもらい、次に日本茶を実際に飲んでもらう、そしてなじみを持ってもらい自分の国でも飲んでもらう。

①狭山茶ブログ作成 ⇒ ②ティーパック入り小袋作成 ⇒ ③小袋に URL 添付 ⇒ ④外国人に配布

①「狭山茶ブログ作成」(図表 2)

ブログの内容は、日本茶の入れ方や、実際に私たちがお茶園で体験したこと(お茶摘み体験)、味が嫌いな外国人のために、日本茶のお菓子や料理などを英語で記載し、お茶の楽しみ方がたくさんあることを知ってもらう。また、宮野園さんの電話番号・HP も添付することで、そこから直接お茶摘み体験の申し込みや、狭山茶を購入できるようにした。写真や動画を多く載せることで、文字だけでなく想像しやすくする効果や、気軽に読めるようなブログにした。

②「ティーパック入り小袋作成」

宮野園さんにご協力頂き、サンプルで配布できる狭山茶のティーパックを提供していただいた。それを日本のイメージである富士山やひらがながデザインの小袋に入れ、日本らしさが強調されたパッケージにした。

③「小袋にブログ URL 添付」(図表 3)

英文で作成した狭山茶ブログの URL を名刺ほどの大きさの紙に記載し、小袋の裏に張った。図表 4 は実際に小袋に添付したカードである。カードには私たちの活動内容と英文で作成した狭山茶ブログの URL を記載しており私たちのブログにアクセスできるようになっている。

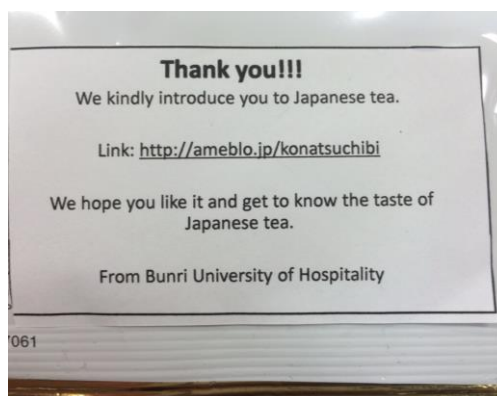
④「外国人に配布」

実際に、銀座で外国人 100 人に配布した。配布のねらいとして、まずは実際に飲んで狭山茶の味を知ってもらうこと。また添付されている URL から狭山茶ブログにアクセスしてもらい、お茶の飲み方や飲むだけではないお茶の楽しみ方を知ってもらい、自分の国でも日本茶を飲んでもらう、日本茶の良さを広めてもらうというねらいがある。

図表 2



図表 3



<日本茶の展望>

私たちは、この狭山茶ブログを定期的に更新していき、その中でただ飲むだけではない、体験や新しい日本茶の楽しみ方や魅力を継続的に紹介していく。それによって、外国人が日本茶に興味を持ってもらい、まずは日本茶を試してもらうことを考えている。それから、日本茶を親しんでくれれば自然と飲む回数が増え、世界での消費量増加も期待できる。また、ブログでお茶摘み体験などを紹介していることから、それを目的に実際に日本を訪れた際に観光地だけではなく狭山にも訪れてもらい、結果として地域活性化に繋がると考えている。