



お茶で1日を彩りませんか？～学生企画を紹介～

大阪市立大学商学部 圓丸ゼミの学生が お茶を救うプロジェクトを始動！

<概要>

大阪市立大学商学部 圓丸 哲麻准教授のゼミナールの学生は、「見過ごされた価値を救う」ことを目的にして、チームに分かれて活動に取り組んでいます。その中の一つのチームでは、「感覚マーケティング」*1について研究する中で、改めてお茶の魅力を実感し、「お茶」の見過ごされた価値を救うことに着目しました。

この度、お茶の「嗜好品」としての価値を改めて救うべく、圓丸准教授が繋がりのあった埼玉県川越地方に店を構える「松澤園」*2とコラボし、商品として販売を開始しました。

*1 感覚マーケティング…色、形、味、音、匂い、手触りなど、消費者の感覚に影響を与える刺激と彼らの知覚や行動の関わりに注目したマーケティング。ハプティクス（触覚技術）などのテクノロジーの進歩に伴い、その研究領域は更に広がると期待される。

*2 松澤園…1938年創業、埼玉県川越地方に店を構える老舗茶舗『松澤園』。

狭山、静岡、宇治、八女、知覧と全国各地のお茶、茶器、お茶にまつわる雑貨やお菓子を取り扱う。地域密着で茶業を営みながら、最近ではお茶を媒介にしたコミュニケーション、エデュケーション、アートやファッションといった領域とのコラボ事業を積極的に行い、お茶の楽しさを広げるファンづくりに努めている。

<経緯>

「お茶」には見過ごされた価値があります。食事中にただ飲むためだけでなく、香りや風味そのものを楽しんだり、淹れる温度による味の違いを楽しんだり、人それぞれ自由な楽しみ方で、お茶を深く味わえる価値、つまり「嗜好品」としての価値です。

今、茶葉の消費が伸び悩んでおり、総務省家計調査によると、平成15年から令和1年の16年間で、茶葉の1世帯あたりの年間支出金額が、約40%も減少しています。ヒアリングの中で、農家の方も苦しんでいることを知り、何か自分たちに出来ることはないかと、見過ごされたお茶の価値を救うため、学生たちが動き出しました。

そこで、ただの水分補給としてのお茶ではない、嗜好品として「楽しめる」お茶を目指して、「松澤園」ご協力のもと、独自のお茶商品として、学生自らがパッケージをデザインしたコラボ商品が完成しました。





<内 容>

お茶には、ストレス軽減やリラックス効果があると言われており、おうち時間が増えてストレスが溜まっている方や、自粛疲れしている方にもおすすめの商品です。

今回、学生たちが独自開発した「お茶日和」は、『時間を彩る』がコンセプトです。企画・デザインも含めて学生主体で行い、おうちで心を癒しながら、お茶を飲む時間を楽しめるようなパッケージに仕上げました。もっと気軽にお茶を楽しんでほしいという学生の願いが込められた商品となっています。



今回の企画に携わった圓丸ゼミの学生

左上から時計回りに、豊田さん・小澤さん・津山さん・藤本さん

<販売商品について>

商 品 名：大阪市大圓丸ゼミ × 松澤園 お茶日和【ティーパック】

内 容 量：ティーパック 7袋 (3g × 7袋)

(煎茶×2・ほうじ茶×2・玄米茶×2・和紅茶×1)

販売価格：1400円(税込) ※送料無料

販売期間：4月10日までの限定販売(予定)

販 売 数：51セット

購入方法：松澤園 Web サイトにて販売

<https://matsuzawaen.official.ec/items/41150571>

◇関連リンク

お茶日和 Twitter…https://twitter.com/Ochabiyori_OCU?s=09

【本プロジェクトに関する問合せ先】

大阪市立大学 商学部

准教授：圓丸 哲麻(えんまる てつま)

TEL：06-6605-2244

E-mail：temmaru@bus.osaka-cu.ac.jp

【ご取材に関する問合せ先】

大阪市立大学 広報課

担当：西前

TEL：06-6605-3411

E-mail：t-koho@ado.osaka-cu.ac.jp



◇このプロジェクトに携わった学生からのコメント

- ・小澤 遼太郎（おざわ りょうたろう）さん

■頑張ったこと

私自身が頑張ったことはプロジェクトを楽しむことです。ポジティブな感情を抱いてもらう製品を産み出すには自分自身が楽しんでプロジェクトを進める必要があると感じました。結果的に、新たな発見や学びを自身が楽しみながらプロジェクトを進めることが出来たことに加えて、デザインや広報、スケジュール設定などチームの仲間の頑張りのおかげで自信を持って製品をお届けできることを嬉しく思います。

■苦勞したこと

昨年はコロナ渦でコミュニケーションがオンラインに制限されたことに大変、苦勞しました。インタビュー調査は勿論のこと、チーム内でのミーティングなど、プロジェクトの開始当初は思うようにプロジェクトが進行しなかったのを覚えています。その中でも、自分達が楽しむことを心がけながら、ミーティングを重ねていくことで徐々に価値実現のための目標や課題が明確になり、なんとか、企画の実現ができたことを嬉しく思っています。

■アピールポイント

アピールポイントはポストカードです。ポストカードにはお茶のお勧めの入れ方がメインで書かれていますが、ティーパックのお茶でも少し水の温度を変えるだけでお茶の味は異なります。私自身、ご協力いただいたお茶屋さんである、松澤園の松澤さんに教えていただき試したところお茶が本来持つ美味しさや香りを感じることができ感動しました。この感動を素敵なデザインと共にお届けできたらと思います。

- ・津山 遥香（つやま はるか）さん

■頑張ったこと

パッケージのデザインです！お茶が話しかけてくる言葉に合わせたイメージでデザインしました。7つのシチュエーションの中で、お気に入りのデザインも見つれたりしながらお楽しみいただけると嬉しいです。

■苦勞したこと

メンバーみんなの想いをまとめて、1つの商品にしていく作業がとても難しく大変でした。それを乗り越えて「今までお茶にあまり興味がなかった人にも、お茶を楽しんでもらいたい！」という想いをぶらさず、商品として形にできたことをとても嬉しく思っています。

■アピールポイント

お茶が話しかけてくるようなデザインです！シャキッとしたい！リラックスしたい！のような気持ちに寄り添うお茶になっています。今まで専門店のお茶をあまり飲んだことがなかった人にこそ、お茶のある日常を感じていただけたらと思っています。



・豊田 帆天（とよだ ほたか）さん

■頑張ったこと

商品の魅力が「伝わる」文章を書くことを頑張りました！たとえば、商品説明文の作成です。「お茶日和」を通して、相手にどんな風にハッピーになってもらうかを想像して、考えて、言葉を紡ぎました！

■苦労したこと

企画を前に進め続けることに苦労しました。目の前の課題を一気に解決するアイデアを出す難しさを痛感しました。ですが、時間をかけて長く助走した分、心から納得できる完成品へと辿り着くことができました！

■アピールポイント

パッケージデザインと言葉です！「お茶日和」のパッケージと言葉から連想されるイメージは、人それぞれきっと違うと思います。懐かしさを感じたり、日常のありがたみを感じたりするかもしれませんが。そんなかけがえのない人の心をあたためながら、お茶を深く楽しんでもらえる商品。それが「お茶日和」です！

・藤本 優希（ふじもと ゆき）さん

■頑張ったこと

食事中に飲まれることの多いお茶を別のシーンでも楽しめるように、おすすめのシチュエーションをわかりやすい日常の挨拶で表現したことです。お茶日和が話しかけてくるようなイメージで、優しい気持ちで飲んで頂けると嬉しいです。

■苦労したこと

自分たちが本当にやりたいこと・伝えたいことが、商品を形にしないといけない焦りで見えなくなってしまい、話し合いが中々進まなかった時期がありました。しかし、全員で頭を悩ませたあの時間があったからこそ、後悔のない形で商品化できたと思います。

■アピールポイント

7つのシチュエーションに合わせて、4種類のお茶を気軽にティーバッグで楽しめるところです。朝スッキリ目覚めたり、夜は存分にリラックスしたり、お茶日和でうち時間を彩って頂けると嬉しいです。