

お茶資源を活用した観光商品化に関する研究

静岡産業大学 情報学部

教 員：准教授 土居繭子、非常勤講師 吉野亜湖、
准教授 柯麗華

参加学生：大久保綾音、大野佑佳、野崎啓介、他27名

1 要約

本研究の目的は、島田市のお茶を活用した新たな観光商品の開発を目指すことである。静岡産業大学の学生と島田市の飲食店（6店舗）が、島田市のお茶を活用した新たな商品を開発することで観光客誘客に結びつけることを目指して事業を進めた。本研究を通じて、今後の島田市や店舗のPRにつながる第一歩を踏み出したと考えられる。さらに、実際、ニュースや新聞で取り上げられるなどして、視聴者・購読者へのアプローチにつながった。

2 研究の目的

本研究は「島田市のお茶を活用した新たな観光商品の開発を目指すこと」を目的とする。具体的には、お茶という島田市の観光資源を活用しつつ、歴史復元メニューや歴史にインスパイアされて開発されたメニューを提供できる飲食店を作り、観光客誘客に結びつける。

3 研究の内容

島田市では、お茶を活かした商品化について、これまでも様々な試みがなされてきたが、個人旅行が主流となりつつある現在、個人客をターゲットにした観光商品の充実化が必要となっている。また、2020年のオリンピックに向け、インバウンド観光客へのアピールも急務である。

一方、静岡産業大学では、学生が主体的に問題解決を行なっていく課題解決型の授業が実施されている。静岡の特産でもあるお茶資源を題材に、地域で起こっている課題の解決方法を地域の方々と一緒に考えていくことは、地元の産業や社会のあり方を知る上でも本学学生にとって価値のある経験になると考えられる。

そこで、本研究では、島田市の地域課題解決事業にエントリーし、学生とお茶資源の観光商品化を考えていくことにした。

<地域への貢献>

地域への貢献として、以下の4つが考えられる。

- 島田市の歴史が楽しめるメニューを作ることで、歴史ある島田の広報に役立つ。
- お茶資源を活用したメニューを開発することで、島田のお茶のPRになる。
→飲食店と大学生と一緒に企画・実施することで、大学生の新鮮な発想をメニュー開発につなげられ、飲食店側も1回限りのイベントメニューではなく、継続的に提供するメニューとして商品化できる。
- 曆食を提供する店舗間のつながりを生み、今後のイベントなどで協力しあえる体制を作ることができる。
- 学生とメニューを共同開発することで、若者視点の情報発信を行うことができる。加えて、外国人留学生の自国へのPRも行えるので、インバウンド観光客対策にもなる。ゆくゆくは地元の高校生も巻き込み、若者の地元への理解を深めることができる。

<学生への学びの提供>

また、大学としては学生へ以下の学びの提供ができると考えた。

- 学生は島田市の歴史を調査し、背景を知った上で課題に取り組む。文献調査というアカデミックな調査方法を学ぶことができ、さらに地域の歴史を知ることで地域への理解が進む。
- 各店舗との協働作業を通し、実社会での仕事の進め方を学ぶことができる。
- 同年代の人だけでなく、様々な年齢層の方と話す機会を持つことで、視野を広げられる。
- 考えた商品が実際に店頭並び、商品化の動きが続くことで、その場限りの「授業課

題」としてではなく、学生が地域とつながる意識を生む。

4 研究の成果

(1) 当初の計画

当初の計画は以下の通りであった。

- 1 静岡産業大学「伝統文化演習」授業の受講生（外国人留学生含む）と島田市飲食店（5店舗程度・9月実施予定）が5グループに分かれて、それぞれ島田市の歴史を調べ、それにちなんだメニュー開発を行う。
- 2 メニューが出揃ったところで、一同集まり、試食会（お披露目会・12月実施予定）を行う。
- 3 完成したメニューをそれぞれの店舗で提供する（年明け予定）。
- 4 市、店舗、大学生がSNSなどで情報発信を行う（適宜）。
- 5 ④までのメイキング過程をテレビ局に追ってもらい、ニュースや新聞などでアピールする。（2018年度以降、継続して店舗を増やし、マップ作成やガイドブック作成などをして2020年のオリンピックまでに海外からの観光客も誘客できるようにすることが目標である。ゆくゆくは高校生も巻き込み、若者の視点を生かしたメニューづくり、情報発信を行えるようにする。）

(2) 実際の内容とその理由

- 1 上記計画に対し、静岡産業大学「伝統文化演習」授業の受講人数が予定より多かった（30名）ため、6グループ・6店舗での実施となった。授業登録が確定する10月から事業が開始された。学生達はそれぞれ島田市のお茶を試飲したり、島田市について学ぶツアーに参加したりして、メニュー開発に臨んだ。11月から1月中旬まで、学生と店舗との打ち合わせにより各グループのメニューが練られた。当初は島田市の歴史にちなんだメニュー開発を行う予定であったが、実際に学生と店舗との打ち合わせで出来上がったメニューは島田の歴史にちなんだメニューというよりは、実際に店舗で売れるということに重きがおかれたように思われる。
- 2 2018年1月30日に6グループの商品を集めてお披露目会及び試食会が行われた。当初は12月の予定であったが、12月は各店舗繁忙期であり、11月からのメニュー開発も12月では間に合わないとの判断で、1月末の開催となった。
- 3 1月30日のお披露目会以降、準備が出来次第それぞれのメニューを各店舗で提供予定である。報告書作成の2月6日現在、1店舗では販売が開始されており、既に好評であるとの報告がなされている。また、空港での販売を目指し、空港店舗との交渉を始めている。
- 4 参加学生、市、大学などがそれぞれSNSなどを通して情報発信を行っている。今後、各店舗での商品化が始まるのに合わせて引き続き情報発信を行なっていきたいと考えている。
- 5 2月6日現在まで、静岡新聞（2017年12月19日、2018年1月31日）、中日新聞（2018年2月1日）、読売新聞（2018年2月2日）に掲載された他、第一テレビ、テレビ静岡などのニュースに取り上げられた。今後、テレビ朝日などにも取り上げられる予定であり、商品や事業のアピールができていと考えられる。

(3) 実績・成果と課題

<実績・成果>

前述の「地域への貢献」に対する成果としては、お茶を活用した商品が6店舗で展開されるということで、今後の島田市や店舗のPRにつながる第一歩を踏み出したと考えられる。実際、新聞やニュースで取り上げられるなどして、視聴者・購読者へのアプローチにつながった。また、店舗と学生との共同開発ということで、学生のアイデアの中には、店舗にとって新鮮に思えるものもあった。この点で、店舗と学生との共同作業は良い作用を及ぼしたと考えられる。

共同開発された商品に関して試食会でとったアンケート結果を店舗・学生にフィードバックし、商品に生かす機会が生まれた。試食会参加者からは、島田茶をPRするための率直な意見が多数寄せられた。また、「すぐにでも商品化できる」「緑茶の新しい活用方法で面白い」など高評価を得た商品もあった。さらに、空港での販売へ向けての動きがあることで、海外の方への島田茶のPRにも期待がもてる結果となった。

一方、前述の「学生への学びの提供」に対しては、店舗との共同作業を通して、実際の商品を作る難しさや、仕事の仕方などを学生が学べたことが大きな成果となった。店舗との打ち合わせの段階で、ターゲット設定の大切さ、現場で売る際に何を重視しなければならないか、材料費なども考えて実際に売れる商品にしなければならないことなど、様々なことを学生達は学んだよう

だ。また、学生たちからは、「教室内のみの授業とは違い、刺激が多く、記憶に残りやすい」「充実感がある」との意見があがった。

<課題>

事業を通して、上記のように実りのある結果となったが、他方で、以下のように予定通りとはならない点もあった。

第一に、今回、当初の目的では「島田の歴史にインスパイアされた商品を作る」ことを目指していたが、実際には、歴史に関係のある商品とはならなかった。理由としては、(1) 実際に売れる商品考えた結果、歴史を追求するよりも、お客様の手に取りやすい商品アイデアとなったこと、(2) 開発期間が短く、歴史にちなんだメニューを練り上げる時間がなかったことが考えられる。

第二に、当初は、店舗間の繋がりを生み、今後のイベントで協力しあえる体制をつくることができると考えていたが、実際に店舗が一同に会する機会は、これまでのところ「お披露目会(試食会)」の1回のみであった。各店舗それぞれに忙しく、全ての店舗メンバーが顔を合わせる機会を持つことは難しかった。

第三に、当初は、プロジェクトの開始時期から「島田市と島田茶を盛り上げよう」と学生、島田市、店舗全体での盛り上がりを作りたい、さらにこの動きに賛同してくれる店舗を広く募りたいと考えていたが、実際には、大学の授業開始後の始動となり、時間的な余裕もないことから、協力的であった6店舗への協力をお願い、という形をとることになった。全体として「島田市、島田茶の活性化」の盛り上げを全体で共有することのないまま事業を開始することになってしまった。そのこともあり、「お披露目会(試食会)」で一つの区切りとなり、今後の展開がそれぞれの店舗様に委ねられることになってしまった。今後、継続的な展開が見込まれるかどうか、それが課題となる。

第四に、実際に事業が進んでいく上で、ほとんどの学生は熱心に取り組んでいたが、その中で学休みがちになる学生(ドロップアウトしてしまう学生)も出てしまった。「授業の一環」として取り組む学生に、責任感をもってプロジェクトを遂行させる難しさを感じた。また、授業が終わった後に、学生がどのように継続的に関わっていけるかが課題として残った。

(4) 今後の改善点や対策

上記の課題への対策として、まず「時間不足」を改善する必要があると考えられる。対策としては、事業の開始時期を早めるため、事業への募集を前年度に行い、年度始めから1年間活動できればよいと考える。大学のカリキュラムとも関係するため、できれば前年度秋までに採択が確定できれば、大学での授業で事業を進める上では動きが取りやすい。1年間時間があれば、店舗への周知などにも時間がとれ、動きに賛同してくれる店舗を広く募ることもできると考える。また、店舗同士で情報交換する機会も設けることができるのではないだろうか。学生に対しては、より準備期間を増やし、グループでの話し合い、店舗との打ち合わせに余裕を持たせることで、商品開発に関してより深く関わるできると考える。

「時間不足」改善の他に、本事業が今後継続的に展開していくための体制づくりが今後の改善点としてあげられる。本事業の成果(商品や、プロジェクトで作成したリーフレット)を島田市の他店舗にも宣伝し、この動きに賛同してくれる店舗を増やしていく必要がある。そのためには、島田茶商品開発で島田市を盛り上げようというプロジェクトチームを作り、定期的に活動をする必要があると考える。ここに、どれだけ大学と学生が絡めるか、検討していく必要がある。

5 地域への提言

前述のように、地域を持続的に盛り上げていくためには、地域の人にどれだけ主体的に動いてもらえるかが課題となると考える。本事業で完成した商品がまず注目されることが必要である。そして、その商品の広がりを島田市の他店舗にも認知してもらうことで、本事業への賛同を募ることで、参加店舗を増やし、島田市の大きな動きにつながるかと考える。そこで、本事業で生まれた商品を長く店頭においてもらえるよう、店舗へイベントなどへの声かけをしたり、観光客への宣伝を定期的に行ったりするなど、定期的なサポートが必要であると考えられる。

6 地域からの評価

試食会の参加者からは、商品に対して「茶の味や香りをもっと出した方が良い」「他の材料の味が

茶に勝ってしまっている」「島田は抹茶を作っているところが少ないので、抹茶よりも緑茶を使ってほしい」などの意見があった一方で、「緑色がお茶らしくて良い」「茶の香りがよく出ていてすばらしい」「学生らしいインスタ映えの商品で、観光客に人気が出そう」「お土産にしたい」などの意見もあった。

アンケートの結果、6店舗の商品はどれも「他の人にオススメしたい」という回答者が過半数を占め、今後の展開が期待されていると考えられる。

以上のように、本事業が一過性のものにならないよう今後も継続して取り組み、島田市と大学との連携が地域への貢献となることを期待している。