わだい

完成！八女農茶

～生徒たちの思いが形になったペットボトル茶開発までの足跡～

福岡県立八女農業高等学校教諭　平田　陽一

「先生，学校で作ったお茶は飲めないんですか」
「学校で作ったお茶を飲んでみたい」

生徒の何気ない要望が茶業作物専攻生17名の開発魂に火をつけることとなりました。

平成８年より始めた茶の無農薬栽培を継続実施していく中，食の安全性を問う事件や健康を再認識させる社会の流れにより本校の茶に対する社会の要請は次第に高まり，大手百貨店での新茶販売が脚光を浴びるようになりました。１年間を通して大切に管理を行ってきた茶園が若草色に染まる八十八夜前後。生徒達が必死に収穫し，学校にある製茶施設を駆使し，製茶した新茶は，あっという間に消費者に購入していただくようになりました。生徒達は口々に食の安全性や健康に対する消費者の意識の高さに驚くばかりでした。

本校では，農作物の栽培管理や動物の飼育と同時に研究課題を設定し解決するプロジェクト学習を継続して実施しています。平成17年度の生産技術科茶業班のプロジェクト学習活動の中で，「古代茶の復元活動」に取り組みました。本校生産のお茶は，市販のお茶と違い，昔ながらの味がするとの消費者の声がきっかけで，もっと昔の茶の味はどんなだろうと考え，研究活動をスタートしました。試行錯誤の結果，何とか古代茶の復元に成功し，九州国立博物館のオープニングイベントで来館者に披露することができました。このことがマスメディアを通じて多方面に伝わり飲料化の話も持ち上がりました。かねてから茶業班では美味しい茶の飲み方についての学習を進めており，また生徒からの茶の飲料化要望も根強くありました。そこで本格的に飲料開発についてのプロジェクト学習に着手することを生徒共々確認し，研究に入りました。

研究に入る前に，生徒全員で商品についてのコンセプトを検討しました。誰に飲んでもらいたいか，ネーミングは，容器は，味は，ベースカラーは，キャッチコピーは，そして商品全体のイメージは。このコンセプト検討に３ヶ月を費やしました。一番の課題は作っても売れるのかと言うことでした。これほど大手メーカーの商品が市場にあふれている中，プライベートブランド商品が存在感をどこまで消費者に伝えられるだろうかという点でした。「作っても売れなければ保存期間の短いペットボトルでは厳しいのでは」「保存期間の長い，缶のお茶にしては」など容器と賞味期限についての検討，販売促進活動が最後まで慎重に議論されました。最終案として次のことを決定し製品化に着手しました。商品コンセプトは①生徒（青少年）の健康を考える商品である。②生徒が生産した100％八女農業高校産茶葉を使用する商品。③生徒が商品の生産・企画に関わることの３点とし，ネーミング・キャラクター等は生徒のアイディア，容器は500mlペットボトルと決定しました。

議論の最中でも同時進行で一般に出回っている飲料の市場調査を行いました。インターネット検索により飲料メーカーの商品ラインナップを確認したり，実際に近隣のスーパーやコンビニへ行き，品揃え状況や価格などを調査しました。意外に商品数が多いこと，季節限定商品もあること，大手メーカーの商品がほとんどであること，混成茶の人気も高いこと。普段何気なく購入しているお茶ですが，バリエーションが豊富であることなどが理解できました。

商品化第１段階……商品の味を決定する

多種の市販されているペットボトル茶を購入し，メンバー全員で試飲し理想の味について検討を重ねました。10人10色という言葉通り，メンバー全員の味の好みに対する意見は全く異なりました。最終的には官能審査法を使い点数化し模範となる市販品を数品に絞り込みました。これと呼応して，本校生産の茶葉を使った茶の抽出を試みました。温度条件，茶葉の量，希釈倍率などを繰り返し行い生徒の考えた美味しいお茶のサンプルを４パターンまで絞り込

みました。比較対象とする市販品を２品に絞り込み，生徒サンプルとの比較を行いました。市販品との比較より独自性を重視した生徒サンプル２品のブレンドで最終的な味を決定しました。

商品化第２段階……商品ラベルを完成する

インターネット検索，商品サンプル集等を参考に図案化を行いました。鉛筆によるデッサン，色鉛筆による色づけ，コンピュータ上での図案化を行いベースカラーを決定しました。ネーミングについては茶にまつわる言葉をイメージマップを作成し絞り込みました。学校の独自性を強調する方向で生徒の意見をとりまとめ「八女農茶」を選出し，特許庁の商標に関する検索を行い独自性を確認して決定しました。

商品の販路を開拓するためには流通ラインに乗せなければならないことを学習し，JANコード（バーコード）を申請し取得しました。ラベルの印刷業者との最終確認後，原画を決定し印刷に入りました。

商品化第３段階……製造委託契約

ペットボトル製造を進めるには飲料工場を確定し，製造日時を確定しなければなりません。少量の生産であるため，大手メーカーを優先する工場として日程調整がかなり困難であることを知りました。特に，飲料需要が盛んになる７月に生産となると工場探しが大変でした。製造工場の決定およびその仲介についてはコンサルティング会社を決定し仲介にあたっていただきました。日程等の調整後，おおよその生産数の仮契約を結び，商品の内容についても最終確認を行いながら製造日を確定させました。

商品化第４段階……製造（製造立ち会い）

茶葉161kgの原料を用い茶葉の抽出を行いました。お湯の温度，抽出時間等肝心な部分については生徒共々立ち会いし，味の確認を随時行いながらペット茶の製造を進めました。自分たちが考えたラベルと味の茶が入ったボトルが製造ラインを一列に並んで流れる姿を目の当たりにし，生徒は感無量の表情でした。完成した「八女農茶」1,600ケースの山は誇らしく，努力の結晶に思えたと思います。

商品化第５段階……販売促進・営業

今回のペット茶製造の取り組みは，全国でも希にみる内容であったため多くの報道機関の取材を受けることとなりました。また，福岡県知事を訪問し，完成の報告を行うことができました。生徒共々心地よい緊張感を味わうことができました。マスコミの取材・宣伝の効果もあり，各方面からの問い合わせが相次ぎ，大手コンビニエンスストアの店頭にも設置が決定しました。大手コンビニエンスストア設置が可能になった最大の功労者は実は生徒達でした。完成した７月21日，その日のうちに学校周辺のコンビニエンスストアに営業活動を行いPRを行っていたのです。あまりの熱心さと希少性がコンビニエンスストア本部を動かしたのです。製造から２ヶ月ほどで完売しました。この事実に生徒達は自分たちの考えた企画内容，方針，将来展望を検証し直し次年度への課題を冷静に検討する姿がありました。

今回，学校独自のオリジナル商品「八女農茶」の製造を指導し，無限に成長する生徒の姿を目の当たりにしました。「やってみなければ分からないじゃないか」というポジティブな姿勢を教師が示すことで生徒のやる気が高まるのです。ましてやラベル内に生徒全員の名前を印刷したことは生徒自身にとっても最高の名誉になったことと思います。苦労する場面，そして成功し脚光を浴びる場面いずれの場面も生徒の人間としての成長に無くてはならないものだと考えます。任せながらも指導者としてしっかりと方向性を見据えた指導を行うことの重要性を今回のペットボトル「八女農茶」製造を通じて考えました。



定　価　210円（本体 200円）　©編修・発行　実教出版株式会社　発行所　〒102-8377　東京都千代田区五番町5
2007年５月20日　印刷　　TEL.03－3238－7777
2007年５月25日　発行　　代表者　島根　正幸　　http://www.jikkyo.co.jp/
（No.62は2007年９月発行予定）