

抹茶のサブスクリプションをブランディング

Branding Matcha Subscriptions

相澤拓海

指導教員 比留間真

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 空間・工業意匠研究室

キーワード：茶の湯、抹茶、サブスクリプション

1. 研究目的

私は高専の部活で初めて茶道に触れ、知れば知るほど、茶道の「精神」は、私たち自身も気づかないほど日本人の哲学として浸透していると感じている。しかし、茶道そのものを実際に体験し気軽に楽しめる機会や環境は特別な場所以外ではなかなか見つからない。本研究では、茶道を一般の人にももっと身近なものにするために何ができるか考えることにした。

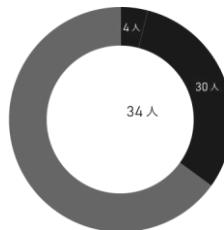
2. 調査内容・分析

まず、どんな人をコアターゲットとするか検討するため、[茶道を趣味とする人の行動者数の変化]および[過去の茶道経験]について調べた。平成8年～平成28年「社会生活基本調査」(総務省統計局)によると、茶道経験者の割合は33.7%、つまり、100人いたら1/3の34人は経験者である一方、そのうち現在は茶道の活動をしていない人は30人、その理由に「環境の変化」「機会の喪失」を挙げた人は合計12人であった。つまりこの12人は茶道を続ける「環境や機会があれば」茶道の活動を行う意欲があるものと考えられる〔図1〕。

次に、茶道に関する事業の先行事例として、実際に体験できる場所、抹茶と茶道具が定期的に届くサブスク、インターネット等でパスを購入することにより店舗で抹茶を規定回数受け取れるサービス、事前にカードを購入し自分で洗浄したボトルを持っていくとその場で選んだお茶を自由にボトリングできるサービスなどを調査した。

茶道の性質上、全くの初心者が指導者なしで一

人ではじめることは難しいため、一般の人に茶道の普及を図る事業をつくるうえでは、経験者、特に環境の変化、機会の喪失のために現在は活動していない人をコアのターゲットにするのがよいと考えた。そこで、まずはこうしたターゲットに対して環境・機会を提供すべく、気軽に道具を借りてお点前ができる店舗の空間設計、抹茶と季節のお菓子のサブスク、お茶と旅の情報誌を提案する。



100人のうち34人は茶道経験者。

うち30人は現在は活動していない。

4人は現在も継続。

12人は機会や環境があれば再開したい。

図1 過去の茶道経験 [2020.10.01 - 10.05]

令和2年度 生活文化調査研究事業〔茶道〕報告書

3. コンセプト・ターゲット

「知る・体験する・続ける、

まずはお茶にまつわる面白いトピックスが日本全国にあると思うので「お茶と旅の情報誌」をつくりそれを紹介したい。そして、「気軽に道具を借りてお点前ができる」通勤圏の「店舗」で、知り体験し続けるモチベーションを高める。また、抹茶と季節のお菓子を通信販売〔定期購入=サブスクリプション〕するシステムによって家でも時々は楽しめるようにする。この3つの仕掛けで経験者に新しい発見をしてもらい、未経験者にも広まっていくような動きをつくる。

コアターゲット範囲：25歳 - 40歳

サブターゲット範囲：20歳 - 55歳

4. アイディア展開

・ウェブサイトのイメージ [知る]

お茶と旅の情報誌“OCHATABI”と連動したコンテンツのイメージを制作した。



図2 ウェブサイトのイメージ / ロゴ検討の一部

・店舗試作模型 [体験する]

店舗の立地として有楽町高架下を前提に考えた。理由は、近隣に東京国際フォーラムやホテルなど国際的な情報発信地があり、オフィスビルなども多く通勤客の往来が多く見込まれることが期待されるからである。



図3 有楽町高架下

実際に立札[りゅうれい]を中心とするお点前[おてまえ]ができる店舗の設計と模型製作を行った。



図4・5 店舗一部 立札の点前座の試作模型

店内にはお点前をする立札の棚が置いてある場所がある。窓のすぐそばにあって往来の多い通りから中を覗くことができる。

・サブスクリプション [続ける]

店舗およびサブスクリプションで使用する抹茶と季節のお菓子のパッケージや紙袋等をデザインする予定である。



図6 季節のお菓子の試作例
[6月さくらんぼのタルト]

5. 今後の課題

調べてみると日本茶・茶道などの普及をテーマとしている事業[サブスクリプション・イベント・店舗など]は予想以上に実在することがわかった。コーヒー等は飽和に近く、また日本茶に注目が集まっているのかもしれない。この好機に上記3つの事業を提案するからには、もっともっと作り込んでいく必要がある。

参考文献

令和2年度 生活文化調査研究事業[茶道]報告書：文化庁地域文化創成本部事務局, 2021.

https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/seikatsubunka_chosa/pdf/93014801_06.pdf

茶道を趣味とする人の行動者数の変化：

平成8年から平成28年の「社会生活基本調査」[総務省統計局]

https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200533&result_page=1