

# 京都文教大学オリジナルグッズ「學茶」

——「日本茶に関するアンケート」から——

竹内裕子

## 序

町おこし、地域の連携、大学等の教育機関と地元の協力など、地域レベルでのさまざまな活動の奨励と必要性が語られるようになって久しい。本稿は、京都文教大学が取り組んだオリジナルグッズの制作、販売をとおして、新しい大学の取り組みの1つについて論じるものである。

宇治市に位置する京都文教大学では「宇治茶」を使ったオリジナルグッズを販売している。このグッズは京都文教大学職員が中心となり制作し、2001年7月に発売された。グッズ制作にあたっては、「宇治市内に位置する大学であること」と「宇治の特産品であるお茶」との関わりが重視された。この論文では、オリジナルグッズとしてのお茶の販売と、近年のお茶ブームでの大学生、短大生の「お茶」への関心から、大学オリジナルグッズ販売までの経緯と、アンケート結果による学生の反応をみる。

アンケートは、2001年度、2002年度の京都文教大学人間学部文化人類学科開講科目「自文化を考える（2001年度杉本星子担当、2002年度松田凡担当）」の授業時に実施した。2000年度より筆者は同授業において、アンケートの作成、実施、分析に関する数回の講義を担当し、2001・2002年度は「お茶に関するアンケート」として受講生を対象にまず、被調査者としての役割をさせ、その分析結果を授業時に公開してきた。今回のアンケート結果はその時のものであり、

2001年度は120名、2002年度は169名からの回答を得たうえで、統計ソフトSPSS10.0 Jにより解析をおこなった。

## 1. 「學茶」ーオリジナルグッズの作成

「宇治」と聞いて連想するものの一つは「宇治茶」であり、「茶葉」を素材とする商品も多く出まわっている。京都文教大学では、かねてより大学のオリジナルグッズの制作、販売が計画されていた。2001年、職員の間でこれまでの課題に取り組むためのいくつかのプロジェクトチームが発足し、一つのチーム「文教チャチャ茶」が文教オリジナルグッズの制作と販売にあたることとなった。

そのグッズ制作の1つのきっかけとなったのが、服部製茶場代表者服部明信さんからの学生の茶摘体験への誘いであった。1999年、宇治市では「第4次総合計画」の策定が検討されており、「まちの人の声をきくため」に市民公募による「宇治市市民まちづくり会議」委員によって提言書がまとめられた。（この提言は「宇治市第4次総合計画」に反映されている。）「まちづくり会議」委員であった服部さんと同会議の委員長を務めた川本卓史学長補佐により、「宇治に位置する大学」と「宇治の特産品であるお茶」の接点がつくられた。

その後、その誘いは佐々木昭道学生課課長へ伝えられ、「お茶摘みとオリジナルグッズ」、「宇治にある大学だからお茶いこか」と、宇治茶と関連するグッズの制作が

計画された。2001年5月、京都文教大学学生が宇治市宇治白川にある服部製茶場でお茶摘をした。そして、服部さんから秋の肥料入れなど今後の畑の手入れにも関わることが提案され、何も関連のないところからグッズをつくるのではなく、関わりのあるところから制作し、それを京都文教学園のグッズの一つとすることとなった。

宇治で収穫された茶葉のみの煎茶の販売の準備が行われ、6月に煎茶とグリーンティーの試飲会が大学で催され、その時にお茶の「ネーミング」と「パッケージデザイン」が募集された。そして、「學茶」という商品名と、「學茶」、「京都文教」というロゴの入ったデザインが採用された。7月には、100g入り1000円、50g入り500円で販売が開始され、学内掲示、大学の案内パンフレット、ホームページ、学園広報誌、学生の保護者あての案内などにおいて宣伝されるようになった。

## 2. 京都文教生と「學茶」

ここでは、2001・2002年に実施したアンケート結果をもとに、日本茶に対する好み、「宇治茶」、そして「學茶」の認知度などをみていき、京都文教生と「學茶」について、オリジナルグッズとしての商品価値、グッズの売り方、宣伝などの販売戦略について考える。

### (1) 調査対象と調査方法

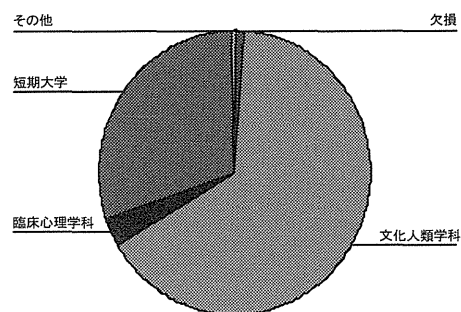
本アンケートの調査対象者は、「自文化を考える」を履修する京都文教大学、京都文教短期大学の学生であり、この授業は、人間学部文化人類学科1回生に必修授業として開講されている。そのため受講生の多くは1回生であるが、臨床心理学科、短期大学に所属する学生も受講することができる科目である。2001年度は10月4日、2002年度は10月31日に実施した。2001年度は回答者120名、男性45名(37.5%)、女性74名(61.7%)、不明1名(0.3%)であり、

2002年度は回答者172名、男性53名(30.8%)、女性116名(67.4%)、不明3名(1.7%)である。2002年度は大学での所属についてもきいた。文化人類学科112名(65.1%)、臨床心理学科6名(3.5%)、短期大学51名(29.7%)、その他1名(0.6%)、不明2名(1.2%)であった【グラフ1】。

調査方法は、調査票をもちいたアンケート調査とし、授業時間中に無記名で回答をしてもらった。アンケートを実施するにあたり、調査の意図、結果の取り扱い等の事項についてはアンケートの表紙に明記するとともに、回答の前に筆者が音読した。

### 【グラフ1】

Q. あなたの所属を教えてください。  
<2002年度>



### (2) 日本茶の好みと飲み方

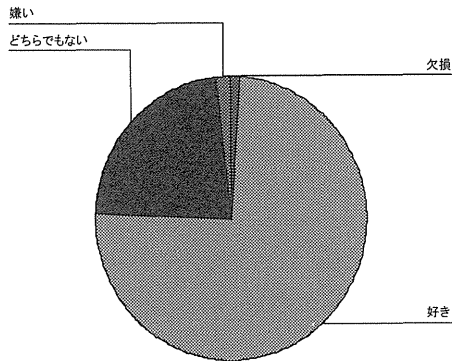
「日ごろ以下の飲み物をどの程度頻繁に飲みますか。」という質問をし、「水、日本茶、ウーロン茶、コーヒー、紅茶、炭酸飲料水、果汁入り飲み物」などを選択肢としてきいたところ、日本茶を「よく飲む、時々飲む」と答えた人は最も多かった。2001年度は79.2%、2002年度は73.8%であり、数ある飲み物の中で日本茶を飲む機会が多いことがわかる。そして、「日本茶が好きか」という質問には、2001年度、好き82.5%、どちらでもない15.8%、嫌い0.8%、不明0.8%、2002年度、好き74.4%、

どちらでもない22.7%、嫌い1.7%、不明1.2%であり、2002年度の結果では、ほぼ75%が「好き」と回答しているように、日本茶は好まれ、よく飲まれている【グラフ2】。

そして、「日本茶を飲むとき、どのようなお茶を飲むか」という質問（2002年度）に対しては、「1. 茶葉から出したお茶、2. ティーバッグを使ったお茶、3. ペットボトルのお茶」の選択肢で聞いたところ、「よく飲む、時々飲む」と答えたのは、ペットボトル（76.3%）、茶葉（64.1%）、ティーバッグ（52.1%）の順で、いろいろな形で出された日本茶を飲んでいることがわかる。

近年多くのメーカーから多様な製品が販売されているペットボトルのお茶を手軽に飲む機会が増加しているなかで、日本茶は好まれ、それを飲む機会も増加していると思われる。

【グラフ2】  
Q. あなたは「日本茶」が好きですか。  
<2002年度>



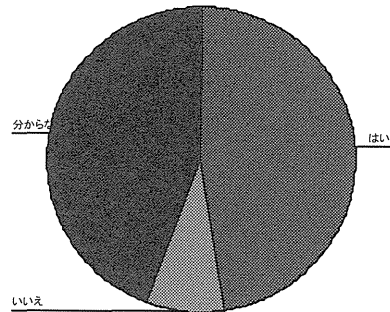
### (3)「宇治茶」の認知度

このように、日本茶を飲む機会があっても「宇治茶を飲む」という機会はどのくらいあるのだろうか。「宇治茶を飲んだことがありますか」という質問には、2001年度は、47.5%が「はい」と答え、44.2%が「分からない」、8.3%が「いいえ」として

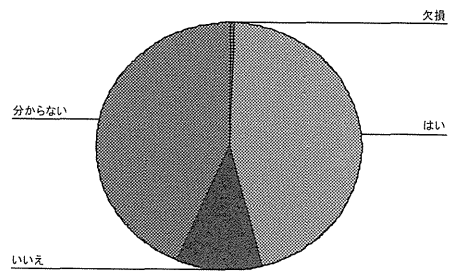
いる。2002年度は、45.3%が「はい」、43.6%が「分からない」、10.5%が「いいえ」、不明0.6%である【グラフ3】。

「宇治茶」を飲んだことのある学生は過半数近くいるものの、同時に「分からない」と答える者も多く、飲んだことのある学生の割合と2～3%の差があるのみである。たとえ宇治茶を飲む機会があったとしてもそのお茶を「宇治茶」と認識しながら飲んでいないことが予想できる。

【グラフ3】  
Q. 「宇治茶」を飲んだことがありますか。  
<2001年度>



<2002年度>



### (4)「學茶」の認知度

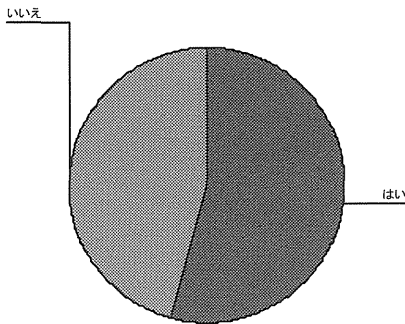
では、オリジナルティー「學茶」の場合はどうだろうか。2001年度の結果からは、

54.2%が「はい」と答え、2002年度にはそれが57.6%と多少の増加をみることができ【グラフ4】。大学としての認知度をみるために、「學茶の販売を知っているか」と「所属」とのクロス集計により、大学生、短大生の認知度を比べると、大学生の64.6%が「學茶」の販売について知っており、短大生は46%である【グラフ5】。大学生への認知度は3分の2程度に留まっており、短大生にいたっては過半数を割っている状況にある。まずはグッズの存在を学生たちに知ってもらう必要がある。

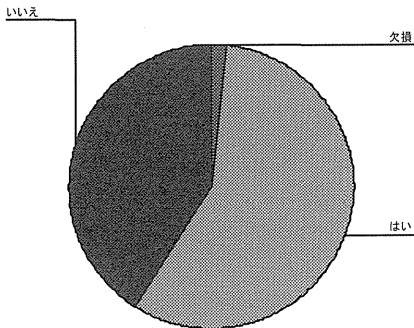
【グラフ4】

Q. “大学オリジナルティー「學茶」が販売されていることを知っていますか。

<2001年度>

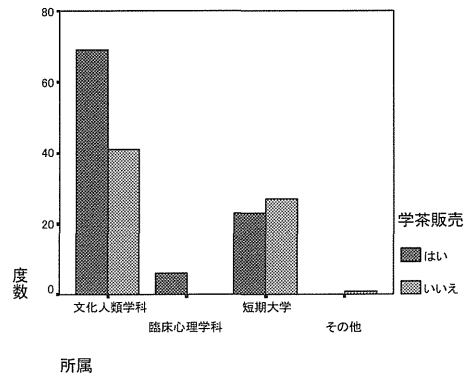


<2002年度>



【グラフ5】

「學茶販売」と「所属」のクロス集計表



(5) オリジナルグッズとしての「學茶」とその購入

オリジナルグッズとして「學茶」が販売されていることがまだあまり知られていないと思われる中で、どれだけの学生たちが実際に「學茶」を購入したのでしょうか。2001年度65名が「學茶」について知っていたが、その中で購入したのは2名であり、購入理由は2001年度の2名は「お土産」として購入し、2002年度の4名のうち3名は「お土産」として、1名が「大学オリジナルのものだから」と答えている。

では、知っていても購入しない理由はなんだろうか。複数回答できいたところ、2001年度は、20名が「値段が高い」、18名が「どこで買えるのかわからなかった」、6名が「お茶を飲まないから」、2名が「お土産としてはふさわしくない」と答えた。2002年度は、29名が「どこで買えるのかわからなかった」、23名が「値段が高い」、11名が「お茶を飲まないから」、2名が「お土産としてはふさわしくない」などと答えている。両年のアンケートの結果とも「値段の高さ」と「どこで買えるのかわからなかった」を選ぶ学生が多く、この2点はこれまでの販売方法の問題点を指摘するもので、今後検討の余地のあるところで

あると思われる。

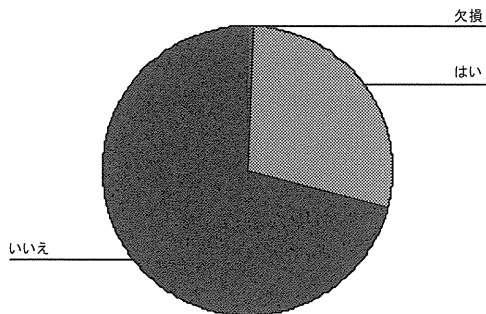
まず、「値段の高さ」であるが現在の100g入り1000円、50g入り500円という値段は市価の3割引ほどであり、販売している大学はまったく利益を得ていない。このことから考えると、有名ブランドとして売られている「宇治茶」のこれ以上の値引きは大学に損失をもたらす。そして、「購入場所」であるが、販売促進の方法としては何らかの手段があるように思われる。現在は大学学生課が購入場所となっているが、購入場所を「學茶」の宣伝とともに学生たちに周知させることができれば、さらなる販売が期待できると思われる。

「お茶」という商品については、学生たちの生活の状況に目を向ける必要がある。アンケートに答えた学生たちは、28.5% (49名) が一人で暮しているのみであり、70.9% (122名) は家族あるいは友人などとともに生活している【グラフ6】。お土産としてのグッズであるならば、帰省先がなければならず、自宅から通っている学生にとって必要ではない。そして、帰省先が静岡県などの他のお茶の産地である場合は実家から十分にお茶が送られてきており、実家がお茶農家で飲み比べるために購入する例もあったが、日常生活の中で購入する必要がない。

【グラフ6】

Q. 現在、1人暮らしですか。

<2002年度>



### (6) 学生へのアンケートから

以上のように、アンケートの結果から学生たちの「日本茶」についての好み、異なった種類の飲み物を飲む頻度、「宇治茶」とオリジナルティー「學茶」の認知度、「學茶」の購入理由などをみてきた。学生たちに日本茶は好まれる飲み物であり、ペットボトルその他の形で日常頻繁に飲まれている。しかし、宇治のブランドである「宇治茶」は学生たちにとって意識して「宇治茶」として飲まれてはいないようである。「宇治茶100%」のお茶として販売している「學茶」もオリジナルグッズとしてのまだ知られておらず、値段の高さ、購入場所の認知の低さなどの問題点もみることができた。

「宇治・お茶・大学オリジナル」という関連性は大学側からすれば分かりやすいが、学生にとっては大学オリジナルグッズとしてどの程度必要であるかという点について検討されるべきであろう。次節では、今後、学生たちに「宇治・お茶・大学オリジナル」という関連性を見出してもらうべくどのような取り組みができるのかについてみていく。

### 3. 大学オリジナル・グッズとしての「學茶」の売られ方

学生が購入するだけでなく、「學茶」は京都文教大学就職課、入試広報課、文化人類学科教員なども購入している。筆者は個人的に毎日飲むお茶として購入したが、就職課、入試広報課は企業訪問のときなど大学外への手土産として、文化人類学科教員はフィールドワーク実習の実習地への手土産としている。その他にも、来校者にちょっとした荷物にならない程度のお土産として渡すこともある。学生課課長としてこの「學茶」の制作と販売に関わっている佐々木昭道さんによれば、就職課、入試広報課が手土産に「學茶」を持参する場合は、

「“このお茶は、大学オリジナルで学生が実際に手入れをした茶畑で収穫されたものです。”などと話すこともできる。」といい、「宇治にある大学、そして学生たちについて話をするきっかけともなる。」と話している。

そして、佐々木さんは大学が宇治にあるというメリット、土地ならではの特色を活かした活動の継続を強調する。学生たちは2001年に茶摘をした後、秋には肥料入れ、2002年5月に茶摘に参加している。学生たちが手入れをした茶畑で収穫された茶葉が大学オリジナルティーとなり販売されるとともに、このような学内の企画に参加する学生たちは地域の文化や歴史などに興味・関心をもつきっかけを与えられる機会にもなるであろう。

日本で最高級の茶葉として知られている「宇治茶」は京都府内で生産されたものをさすが、平成13年度京都府茶業進行方針の中で、「京都府農業の中で、茶の粗生産額は米に次いで第2位（品目別）となっており、最も重要な振興品目の一つである。また、全国ブランドである「宇治茶」は、生産面だけでなく、流通・文化面も含んだ地域産業の振興にとっても、欠くことが出来ない重要な位置を占めているところである（京都府農林水産部農産流通課：1）。」とされ、お茶は京都府の中でも重要視されているものである。京都府内でも茶園の面積は減少傾向にあるが、宇治市においては、平成12年（2000年）に81.8haであり、昭和62年（1987年）に93.0haであった時から年々減少している（京都府農林水産部農産流通課：58）。生葉生産量も平成12年度は344,961kgであり、和束町5,552,760kg、宇治田原町1,932,132kgと比べるとずいぶん少ない（京都府農林水産部農産流通課：34-35）。平成13年（2001年）に出された「宇治市第4次総合計画」の中でも、宇治市の重要な産業としての茶業、観光のひとつの呼びものとしての宇治茶のより一

層の発展が望まれている（宇治市：70-71）。このことから、宇治という名前を持つ宇治市がお茶を通して街づくりを進めていく中で、宇治市にある大学がそれに関わるオリジナルグッズを手がけることで大学と地域が結ばれることになるのである。

## 結 語

本稿では、京都文教大学オリジナルグッズ「學茶」の作成と販売、学生への「日本茶に関するアンケート」をとおして大学と地域を結ぶ1つの試みについてみてきた。「宇治・お茶・大学」という関連からオリジナルグッズを制作し、販売することは学生たちに大学や大学のある地域について考える1つの機会を与えている。

そして、大学オリジナルグッズとして学生のニーズ、宣伝、販売方法などいくつかの改善点があるように思われる。オリジナルグッズと大学との関連を考えると、学生のグッズに対する必要性はその商品の販売に影響する。そして、大学外へ目を向けると、オリジナルグッズにより学生たちの活動を知らせ、宇治に位置する大学であることを伝える広報的役割も果たしているといえるであろう。

今回取り上げた「學茶」は、オリジナルグッズとして愛着を持てる商品であるのと同時に、その素材となる茶葉の生育に関わる機会を持つことで学生たちに企画に参加すること、大学のある宇治という地域の文化・環境に目を向ける機会を与えている。このことから、グッズ制作、販売以上の効果があると考えられ、今後もこれ以上の効果が大いに期待できると思われる。そして、学生にとってのオリジナルグッズであることを考慮する上で今回実施したアンケートのように学生からの声をいろいろな形で聞き、とり入れていくことも大学として成功をもたらす1つの要因であるようにも思われた。大学の個性化、そして地域との連携

が重要視されている今、オリジナルグッズを通して学生、大学、地域の結びつきがみること、今後の大学、地域がどのように連携していけるのかの1つの可能性をみることができる。

#### <引用文献>

宇治市

『宇治市第4次総合計画 みどりゆたかな住みたい、住んでよかった都市』平成13年7月  
京都府農林水産部農産流通課

『平成13年度 茶業指導指針』平成13年4月  
宇治市市民まちづくり会議

『提言書—宇治市第4次総合計画策定に向けて—』平成11年8月

#### <資料>

2002年に使用したアンケート（本稿のために多少修正を加えてある。）

### 「日本茶」に関するアンケート

2002年10月

このアンケートは皆さんが日常「日本茶」をどのように飲み、「宇治茶」に関してどのような情報を持っているのかを明らかにするためのものです。「自文化を考える」の授業評価とは一切関係がありませんので、日ごろの習慣を思い出しながら回答してください。

アンケートの結果は、竹内担当の授業でお知らせするとともに、授業の教材、大学学生課資料、調査資料としてのみ使用する予定です。質問によっては外部には公表しません。このアンケートについて質問等がある場合は文化人類学科竹内裕子（F239）までお願いします。

質問は14問あります。当てはまるものの番号に○をつけてください。

#### 質問1

日ごろ以下の飲み物をどの程度頻繁に飲みますか。

選択肢：よく飲む 時々飲む

あまり飲まない まったく飲まない

1. 水
2. 日本茶

3. ウーロン茶
4. コーヒー
5. 紅茶
6. コーラなどの炭酸飲料水
7. オレンジジュースなどの果汁入りの飲み物

#### 質問2

あなたは「日本茶」が好きですか。

1. 好き
2. どちらでもない
3. 嫌い

#### 質問3

日本茶を飲むとき、どのようなお茶を、どの程度頻繁に飲みますか。

選択肢：よく飲む 時々飲む

あまり飲まない まったく飲まない

1. 茶葉（お茶の葉）から出したお茶
2. ティーバッグを使って入れたお茶
3. ペットボトルのお茶
4. その他

#### 質問4

日本茶を飲みながら食事をすることがありますか。

1. ある
2. 時々ある
3. めったにない
4. ない

#### 質問5

食事の後に日本茶を飲みますか。飲む習慣がありますか。

1. 必ず飲む
2. 時々飲む
3. 飲まない

#### 質問6

「宇治茶」を飲んだことがありますか。

1. はい
2. いいえ
3. 分からない

#### 質問7

“大学オリジナルティー「學茶」”が販売されていることを知っていますか。

1. はい → 質問8へ
2. いいえ → 質問11へ

## 質問8

あなたは“大学オリジナルティー「學茶」”を買いましたか。

1. 買った → 質問9へ
2. 買っていない → 質問10へ

## 質問9

質問8で、1. 買った を選んだ場合

どうしてあなたは“大学オリジナルティー「學茶」”を買いましたか。(複数回答可)

1. お茶が好きだから (自分で飲む)
2. お土産に (人にあげる)
3. 大学オリジナルのものだから
4. その他

## 質問10

質問9で、2. 買っていない を選んだ場合

どうしてあなたは“大学オリジナルティー「學茶」”を買わないのですか。(複数回答可)

1. お茶を飲まないから
2. 値段が高いから
3. お土産としてはふさわしくないから
4. どこで買えるのかわからなかったから
5. その他

## 質問11

現在、1人暮らしですか。

1. はい
2. いいえ

## 質問12

あなたの出身地(都道府県)はどこですか。

( ) 都 道 府 県

## 質問13

あなたの性別を教えてください。

1. 男性
2. 女性

## 質問14

あなたの所属を教えてください。

1. 文化人類学科
2. 臨床心理学科
3. 短期大学
4. その他

以上で質問は終わりです。ご協力ありがとうございました。



**ABSTRACT****“Manabi-Cha”-Kyoto Bunkyo Original Tea**

Yuko Takeuchi

This paper discusses an attempt to produce Kyoto Bunkyo University Campus Original Goods. In 2001 Kyoto Bunkyo University (KBU) introduced its product, “Manabi-Cha”, a packet of Japanese tea leaves produced in Uji City. This product was then sold as KBU original goods. KBU is located in Uji, which is famous for the production of supreme Japanese tea, or *Uji-Cha*. The University directed its attention to the relation between KBU and *Uji-Cha*.

In this paper, I try to reveal the process through which it was decided that “Manabi-Cha” would be produced as campus goods, and the reaction of KBU students’ toward this first attempt. In order to know students’ opinions, I distributed questionnaires in 2001 and 2002. From these results, I could point out that it is highly advisable to establish “Manabi-Cha” as campus goods in the future.

This is the first trial for Kyoto Bunkyo University to produce campus goods from a famous product in the area where the university is located. It also shows the possibility for future cooperation between the local community and educational institutions in the same area.