

# 1. 「お〜いお茶」の開発ストーリー

## ◆ 約10年の歳月を経て、缶入りのお茶を開発

1970年代、ファストフードやコンビニエンスストア、自動販売機の誕生・普及によって、食の多様化や洋風化が急激に進み、飲料も例外ではありませんでした。このような時代に、急須でいれるという手間のかかるお茶は、若い世代を中心に日本人の生活から遠ざかりつつありました。

このようななか、当社は、“緑茶をいつでも、どこでも、自然のままのおいしさで多くの人たちに味わっていただきたい”という思いで、持ち運びのしやすい缶入りのお茶の開発に乗り出しました。原料や加工方法、抽出方法など計67,200通りの試作を行い、約10年の歳月を経て、1984年に世界初の緑茶飲料「缶入り煎茶（せんちゃ）」（現：「お〜いお茶」）が完成しました。



1970年代の茶葉（リーフ）製品売り場

## ◆ 屋内で飲むお茶をアウトドア飲料に

発売当時、日本では“お茶はタダで飲めるもの”、“お茶なんか”というのが常識。営業をしてもなかなか「缶入り煎茶」を取扱ってもらえませんでした。

ある営業担当の社員が地方へ出張する時、新幹線のホームでお弁当を購入しました。その時、お弁当と一緒にプラスチック容器入り緑茶（ポリ茶瓶）が売られているのを見て、“缶入り煎茶”も、お弁当と一緒に買っていただこう”と考えました。その後、お弁当屋をはじめ、当時増えはじめていたコンビニエンスストアへ営業を行うことで、取扱い店舗を徐々に増やしていきました。

缶入りの緑茶の登場は、それまでの家庭で急須でいれて飲むというインドア飲料だった緑茶を“いつでもどこでも飲みたいときに飲める”という簡便性を備えたアウトドア飲料とし、日本人の食文化に大きな影響を与えるきっかけとなりました。


 1985年2月発売  
世界初の緑茶飲料  
「缶入り煎茶（せんちゃ）」


「缶入り煎茶」を営業車に積み込む

## ◆ 商品名「煎茶」の読み方がわからない！

「缶入り煎茶」は、当時低迷を続けていた緑茶（リーフ）市場を活性化するものと大いに期待していましたが、販売数量は伸び悩んでいました。そのような中で、「“煎茶”の読み方がわからない。」そんな問合せが入り、その後も“まえ茶？ぜん茶？”、さらには“日本のお茶か？”という問合せが相次ぎました。商品名を「煎茶」としたのは、茶業界では一般的な呼称であったためですが、名称に関する相次ぐ問い合わせを受け、当社では急遽、大学生に向けたお茶に関する意識調査を実施しました。

日本茶に関する大学生の意識調査

### Q: 「日本茶」を何と呼ぶか

**1位〉緑茶**

2位〉日本茶

3位〉グリーンティー

4位〉煎茶

その結果は、衝撃的なものでした。「日本茶を何と呼ぶか？」との問いに対して、答えはダントツトップで“緑茶”。“煎茶”は期待から大きく離れて4位でした。「缶入り煎茶」というネーミングは、急須でいれた時と同じ高品質であることの自信でもありましたが、当社と若い消費者の間では、日本茶の呼び方一つで大きな認識の違いがありました。

### ◆ 「お〜いお茶」ブランドの誕生

意識調査から得た結果を踏まえて、若年層における“緑茶”の持つ商品価値をさらに精査すると、緑茶は家庭的、しかも極めて自然な飲み物であることが分かりました。このため、家庭的な雰囲気演出し、さらに売り場のショーケースの中から語りかけるような商品名を検討。そして、当時、俳優・島田正吾さん(故人)がおっとりした口調で呼びかける緑茶(リーフ)製品のTV-CMで語りかけていた言葉「お〜いお茶」を採用することとなりました。



左：1989年2月発売「お〜いお茶」  
右：当時のTV-CM

また、自然な飲み物というイメージを具体化するため、古来、竹を水筒に用いていた感覚を取り入れることで、現在でもおなじみの“竹のデザイン”とすることも同時に決まりました。

#### <ネーミング変更後の販売数が増加>

売り場から呼び掛けているようで、家族だんらんやコミュニケーションの場で飲むお茶のイメージをした商品名「お〜いお茶」は、幅広い年代の皆様からご好評をいただくことで販売数量も急拡大。1989年度の売上金額は前年度比2倍以上、「缶入り煎茶」の発売翌年度と比較して6倍以上の約40億円に伸ばしました。



## 2. 時代にあった「お〜いお茶」を続々と発売

### ◆ 世界で初めての「ペットボトル入り緑茶」登場

リキャップできるという利便性を持つペットボトル容器は、今後の飲料容器の主力になると考え、「お〜いお茶」ペットボトル製品の開発に着手しました。開発の課題になったのは「オリの発生」。「オリ」とは、緑茶抽出後2〜3日で緑茶に含まれる成分が粒状の浮遊物として大量に発生し、沈殿する現象のことです。身体に害はありませんが、透明なペットボトルでは見栄えが悪く風味も損ないます。

そこで当社は、おいしさを損なわず「オリ」を除去する方法を研究し、たどり着いた方法が「ナチュラル・クリアー製法(1996年に特許を取得)」でした。これは、天然の目の細かい「茶こし(マイクロフィルター)」を使用することで、緑茶本来の香りと味わいをそのままに、透き通ったお茶の色を引き出す製法です。この製法を開発したことで、1990年3月にペットボトル入り緑茶飲料(1.5L)が世界で初めて誕生しました(500ml ペットボトル製品は1996年11月に発売)。



左：1990年3月発売  
1.5L ペットボトル製品  
右：1996年11月発売  
500ml ペットボトル製品

### ◆ 業界に先駆けて「ホット対応ペットボトル入り緑茶」登場

ペットボトルは温まりにくくて、加温販売には適さないだろうという飲料業界内の定説のなか、秋冬季が最需要期である緑茶を加温販売に対応したペットボトル製品で発売できないかと研究をすすめるなかで、ペットボトルは缶と同じように温まる特性を持つことが判明したため、ホット対応ペットボトル容器の開発に着手しました。

しかしペットボトルは、缶と比較して緑茶の大敵である酸素を通しやすい素材。加温すると酸素がペットボトル容器を通過しやすくなり、あっという間に酸化して品質が劣化してしまいます。また人の味覚は、冷たいお茶よりも温かいお茶の方が薄く感じる傾向があるため、味味の調整も求められました。

そこで、従来の原料茶葉の加工や抽出温度・時間など全てを見直すとともに、酸素を通しにくいホット対応ペットボトル容器を開発。2000年10月より、業界に先駆けてホット対応ペットボトル製品を発売しました。同時にウォーマー（加温器）の無償貸与などにより新たな売場を提案し、温かい飲料を提供する「ホットペット市場」を開拓しました。



2000年10月発売  
ホット対応ペットボトル製品

### ◆ 「NS<sup>(※)</sup>システム」の導入と環境配慮型ペットボトルの採用

従来、「お〜いお茶」に採用していた「温水充填方式」は、容器の殺菌を兼ねて内容液を高温に加熱して充填しますが、長時間高温状態が続くため容器に耐熱性と強度が必要であり軽量化は困難。一方で、生産数に比例して伸長する資源の使用量増加に伴う社会的影響を考慮し、軽量化による社会・環境への貢献が課題でした。そこで、容器の軽量化が期待できる充填方式の開発に取り組み、2010年6月に独自の充填方式「NSシステム」として稼働開始しました。

「NSシステム」は、容器内の殺菌に薬剤を使用せず無菌状態で常温充填するため、「温水充填方式」と比較して容器に求められる耐熱性と強度が低くすみます。これにより、水や資源の使用量削減などによる環境負荷低減に貢献し、軽量化・薄肉化した環境配慮型ペットボトルの採用にもつなげることができました。

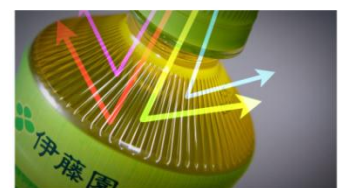
(※) NS=Non-Sterilant (殺菌剤を使用しない) の略



### ◆ 現代の飲用シーンや販売シーンに対応した新製品の登場

「冷めてしまったペットボトルのお茶を、温めなおして飲みたい」。現代における飲用シーンの多様化に対応するため、電子レンジの加温に対応した製品の開発に着手。通常のペットボトルでは電子レンジでの加温の際に収縮して内容液がこぼれる可能性があります。そこで、耐熱性が高く電子レンジで温めてもおいしさを保つことを実証したペットボトルを採用。2016年9月に、「ちびだら飲み」需要に対応した増量タイプの新型電子レンジ対応製品を発売しました。

また、LEDライトの普及により従来と比較して強い光が常に当たるようになった売り場に着目。緑茶が劣化する原因の一つである「光」からおいしさを守るため、ラベルでは守りきれない肩部をカット形態にして光を乱反射させる新型容器を2017年5月に採用。現代の働き方をはじめとした生活習慣の変化にともなう「ちびだら飲み」や技術革新にともなう販売環境の変化に対応した新製品を続々と発売しています。



左：電子レンジ対応製品  
上：新型ペットボトルの肩部の  
カット形態参考図

### 3. 「お〜いお茶」の原料への“こだわり”

#### ◆ 自分の目で確かめる原料調達

緑茶飲料の競争が激化し、品質の良い原料茶葉の調達が難しくなっている国産茶葉市場。多くの飲料メーカーは、外部の仕入れ問屋などを介して原料調達をするなか、当社では仕入れ担当の社員が茶市場などで原料茶葉の仕入れを直接行っています。



#### ◆ “おいしさ”を畑から育てる「茶産地育成事業」

国内の緑茶飲料の市場規模は、20年前と比較して約4倍に伸長しています(2017年比)。一方で、茶農家の数や茶園の栽培面積が減少し、国内の緑茶生産量も緩やかな減少傾向が続いています。このような状況から、当社では原料茶葉の安定確保と品質の維持向上のために、独自の「茶産地育成事業(契約栽培・新産地事業)」に取り組んでいます。

##### <既存産地での“契約栽培”>

当社は、静岡県や鹿児島県をはじめとした日本各地の茶農家との間で、茶葉(リーフ)製品や「お〜いお茶」などの飲料製品に使用する茶葉を生産していただき、それらの茶葉を全量買い取りする“契約栽培”を行っています。担当の社員が、年間に15~20回、約100日は茶産地へ直接足を運び、生産農家と原料茶葉の品質などについて協働することで、品質の向上を実現しています。



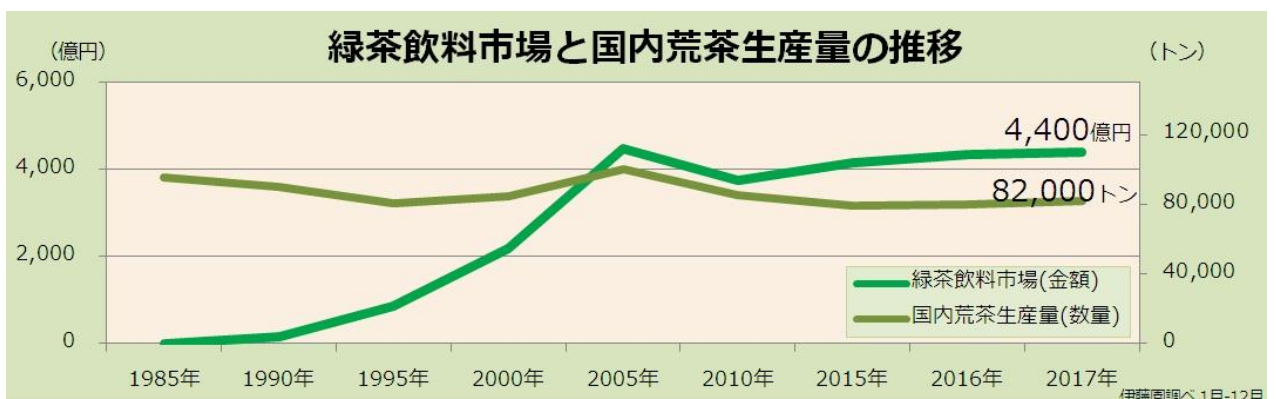
鹿児島県にある契約茶園

##### <茶畑づくりから始める“新産地事業”>

日本国内では農地の遊休化による耕作放棄地が深刻な問題となっています。お茶は土地利用型の永年作物で、将来の市場性と併せて考えると、今後長期的に農地を活用できる作物として好適なものの一つです。そこで、当社が生産に関する技術やノウハウを全面的に提供し、地元の事業者や自治体が主体となって茶園の造成と茶葉を生産いただき、生産された茶葉を全て買い取る“新産地事業”を積極的に推進しています。生産性と環境保全の両立を図り、持続可能な事業活動を目指しています。2001年に宮崎県都城地区から始まり、鹿児島県、長崎県、大分県、佐賀県の5県7地区で「お〜いお茶」などに使用する原料茶葉を“茶畑づくり”から実施しています。



機械化による省力管理を前提にした大分県にある大規模茶園(約50ha)



## 4. “日本の文化”の発展に向けて

### ◆ 日本でのお茶の歴史

日本のお茶は約 400 年周期で革新的な変化があり、日本人の“より身近な飲み物”へと発展してきました。

<b>800 年頃</b>	中国の進んだ制度や文化を学び、取り入れようとしていた奈良・平安時代に、遣唐使や留学僧によってお茶の種子が日本に持ち込まれる。その後、お茶の栽培が奨励され、僧侶や貴族階級に喫茶の風習が広がる。
<b>1200 年頃</b>	栄西禪師が中国から持ち帰った種子を京都で栽培。また、日本初の茶の専門書「喫茶養生記」を著してお茶の効能を説き、深酒の癖のある将軍 源実朝に本書を献上。以後、幕府の庇護のもと、茶の風習が武士階級に広まる。
<b>1600 年頃</b>	「茶の湯の文化」が広がり、千利休によって現代まで続いている茶道が確立。一方で、一般庶民にも飲み物としてのお茶が浸透する。

当社が世界初となる緑茶飲料を発売したのは 1985 年。江戸時代にお茶を飲む習慣が庶民へと広がってから約 400 年後の出来事です。最近では、緑茶のさまざまな健康性や日本の伝統飲料としての価値が見直され、注目を集めています。「お茶の伊藤園」として、今後も「日本の文化」とともに歩み続けます。

### ◆ “お茶の文化”の普及・啓発活動

当社は、お茶のリーディングカンパニーとして、社員によるお茶文化の普及・啓発イベント「伊藤園 大茶会」及び「お茶セミナー（おいしいお茶のいれ方教室）」を全国各地で開催しています。

2013 年の和食のユネスコ無形文化遺産登録や訪日外国人の増加などを背景に、世界でも和食とともにお茶の人気が高まっています。当社グループには、お茶に関する高い知識と技術を持つ社員に資格を与え、社内外へお茶文化の普及・啓発などを目指す、厚生労働省認定の「伊藤園ティーテイスター社内検定」があります。有資格者は、“茶師”として全国各地で茶文化の普及・啓発活動を行っており、その代表的な取り組みが「伊藤園 大茶会」と「お茶セミナー」で、年間の開催数は 1,800 回を超えています（2017 年度）。



2017 年には世界遺産にて大物アーティストとコラボしたプレミアム LIVE を実施。参加者限定で当社社員による呈茶を行う。



### ～伊藤園 大茶会～

生活シーンに合わせたお茶のさまざまな“おいしさ” “楽しみ方”などを、「伊藤園ティーテイスター社内検定」の有資格者が茶師として、幅広くお客様へお伝えします。量販店様の店頭を中心に開催し、茶師が入れたお茶のふるまいや「おいしいお茶のいれ方」を実演するほか、浅草寺（東京都台東区）などの観光スポットや世界遺産である日光東照宮（栃木県日光市）・厳島神社（広島県廿日市市）などで行い、国内外の多くの方々に「日本の文化」や「お茶」に触れていただく機会をつくっています。

### ～お茶セミナー（おいしいお茶のいれ方教室）～

学校、公民館、福祉施設、名所旧跡など、さまざまな会場や参加者を対象に開催しています。「伊藤園ティーテイスター社内検定」の有資格者が茶師（講師）として、「おいしいお茶のいれ方」や保存方法、健康性等、生活に役立つお茶の知識をお伝えし、生活シーンに合わせたお茶のさまざまな“おいしさ” “楽しみ方”などを体験していただきます。

### <伊藤園ティーテスター社内検定>

「お茶の伊藤園」としてお茶の文化や魅力をお伝えするために、お茶に関する高い知識を持ち、社内外にお茶の啓発活動を行なう社内資格制度です。1 級から 3 級までの資格があり、2018 年 5 月時点で有資格者数は 2,160 名です。

### ◆ 新俳句大賞を通じた俳句文化の継承

日本の文化が育んだお茶を取扱っている当社が、同じく伝統的な日本の文化である俳句の一般愛好者に貢献できないか。松尾芭蕉の「奥の細道」300 周年や依万智氏の「サラダ記念日」の販売部数が 260 万部になるなど伝統的な短詩形文学の世界に新たな関心が寄せられていたなか、作品発表の機会が少ないことを受けて、1989 年に「お〜いお茶」の誕生とともに「伊藤園 お〜いお茶新俳句大賞」をスタートしました。現在では、第一回からの累計応募句数が 3,370 万句を超える、応募作品数日本一(※)の創作俳句コンテストに成長しました。

日本の伝統文化である俳句を、創作上の制限を設けない「新俳句」にアレンジし、より垣根を低くして今まで以上に多くの方々に楽しんでいただく。そして、その発表の場として「お〜いお茶」のパッケージを使用し、一服のお茶を飲みながら俳句をつくる楽しさを皆様に味わっていただけるよう、今後とも現代にあった新しい文化活動として発信していきます。

(※) 月刊公募ガイド調べ (2018 年 10 月 1 日現在)



入賞作品 2,000 句は「お〜いお茶」のパッケージに掲載。

## 5. 沿革・トピックス

1985 年	世界初の緑茶飲料「缶入り煎茶」を発売
1989 年	「お〜いお茶」誕生。同時に「同 玄米茶」「同 ほじ茶」を発売 「伊藤園 お〜いお茶新俳句大賞」を開始
1990 年	世界初のペットボトル入り緑茶飲料 (1.5L) を発売 「お〜いお茶」初のリーフ製品、ティーバッグ製品を発売
1993 年	現在の大容量の定番、2L 製品を発売
1996 年	現在主流容器の 500ml ペットボトル製品を発売 「ナチュラル・クリアー製法」の特許を取得
2000 年	業界に先駆けてホット対応ペットボトル製品を発売
2001 年	摘みたての新茶を使用した「お〜いお茶 新茶」を発売 (季節限定品の展開を開始)
2002 年	累計販売本数が 50 億本を突破 (500ml ペットボトル換算) 「お〜いお茶」(500ml ペットボトル製品) のパッケージ (容器) を初めて一新
2003 年	「お〜いお茶」が全ての茶系飲料の中で販売数量 No.1 ブランドに (年間ベース)
2004 年	渋みのきいた濃い味わいの緑茶飲料「お〜いお茶 濃い味」(現・「お〜いお茶 濃い茶」) を発売
2005 年	「お〜いお茶専用茶葉」を原料として試験的に採用 (翌年から本格採用)
2006 年	累計販売本数が 100 億本を突破 (500ml ペットボトル換算)
2007 年	自動販売機を除く店頭販売用に新型 500ml ペットボトル製品を発売
2010 年	無菌充填方式「N S システム」と軽量化した環境配慮型ペットボトルを採用
2011 年	累計販売本数が 200 億本を突破 (500ml ペットボトル換算)
2016 年	ちびだら飲み需要に対応した、増量タイプの新型電子レンジ対応製品を発売
2017 年	累計販売本数 300 億本突破 (500ml ペットボトル換算) 新型ペットボトル「鮮度ボトル」を採用
2019 年	「お〜いお茶」発売 30 周年

### 【問い合わせ先】

株式会社伊藤園 広報部広報室 TEL : 03-5371-7185 FAX : 03-5371-7184  
お客様相談室 TEL : 0800-100-1100 (フリーコール)