

行政院農業委員會

第 99 年度補助國外短期研究報告書

日本茶道及罐裝飲料茶對年輕人喝茶習慣造成之影響

【關鍵詞：日本、年輕人、罐裝飲料茶】

國外短期研究人員：茶業改良場 陳俊良

補助計畫編號：99 農科-4.1.1-科-a2(4)

研究期限：99 年 10 月 18 日至 99 年 12 月 19 日

前往國家：日本

國外研究機構：鹿兒島縣立短期大學

報告繳交日期：100 年 03 月 17 日

出國報告(出國類別：研習)

日本茶道及罐裝飲料茶對年輕人喝茶習慣造成之影響

服務機關：行政院農業委員會茶業改良場

姓名職稱：陳俊良 助理研究員

派赴國家：日本

出國期間：99年10月18日~12月19日

報告日期：100年03月17日

經費來源：行政院農業委員會

壹、摘要

台灣和日本有著類似的喝茶文化，大部分的年輕人都習慣飲用罐裝飲料茶，覺得用熱水泡茶嫌太麻煩。根據台大茶作學調查的結果，有泡茶習慣的學生不到十分之一，年輕人普遍不喜歡泡茶是一個值得注意的現象。在罐裝飲料茶方面，從添加膳食纖維到最近熱賣的茶花添加物，皆是由日本傳進台灣，日本熱賣的茶飲料也被引進台灣來販賣。本次研究希望藉由問卷調查，探究日本年輕人對茶的印象與接受程度，作為日後將台灣茶推廣給年輕人時所訂定之策略參考。

調查結果顯示，日本年輕人最喜歡的飲料為茶，其次為咖啡。去便利商店最常買的飲料為茶，其次為果汁。最重視的是茶的味道。自己不用熱水泡茶的原因主要是家裡面有人會泡，其次是嫌麻煩。

貳、目次

壹、摘要	1
貳、目次	1
參、本文	2
一、目的	2
二、行程	2
三、研習過程與所得	2
(一) 茶業研討會與推廣活動 (發表研究海報一篇)	2
(二) 日本茶業產製銷概況與推廣策略	10
(三) 問卷調查結果	13
(四) 茶道部與茶育研究會	18
四、研習心得與建議事項	20

參、本文

一、目的

台灣和日本，有著類似的喝茶文化。台灣的茶藝和日本的茶道，都是文化的瑰寶，吸引了一些對茶有興趣的年輕人投入；台灣與日本大部分的年輕人也習慣飲用罐裝飲料茶，對於用熱水泡茶興趣缺缺，嫌太麻煩。根據多年來在台大茶作學課堂中調查的結果，有泡茶習慣的學生不到十分之一，年輕人普遍不喜歡泡茶是一個值得注意的現象。

在罐裝飲料茶的研發方面，台灣始終跟著日本走，從添加膳食纖維、油切系列，到最近熱賣的茶花添加物，皆是由日本引進台灣。現在更有廠商直接將日本熱賣的茶飲料引進台灣來販賣。

本次研習希望藉由對日本茶道與茶業從業人員的接觸以及問卷調查，了解日本茶業真實的情況與相關單位的因應對策，並探究日本年輕人對茶的印象與接受程度，以作為日後將台灣茶推廣給年輕人時所訂定之策略參考。

二、行程

10月18日抵達東京，進行街頭問卷調查。

10月26日抵達靜岡縣參加 ICOS2010 茶研討會與茶葉祭典 2010。

10月28日參訪寺田製作所株式會社及獨立行政法人野菜茶業研究所金谷試驗研究據點。

10月29日參訪古田株式會社及三重縣四日市水沢農業協同組合。

10月31日抵達鹿兒島縣，在木下朋美老師所服務的鹿兒島縣立短期大學進行為期一個多月的茶業研習，包含茶拍賣市場見習，參加多次茶業研討會及推廣活動，進行日本茶葉官能品評及香氣分析，並針對學生進行問卷調查。

12月7日返回東京，進行街頭問卷調查及給茶據點調查。

12月19日返台。

三、研習過程與所得

(一) 茶業研討會與推廣活動 (發表研究海報一篇)

本次赴日研習二個月多期間，適逢日本一年中農產作業接近收尾，開始舉辦各式各樣的推廣活動：如展售會及祭典等，及舉辦各種研討會的時期。在這段期間總共參加六場茶業研討會及四場大型茶業相關推廣活動，詳如表 1。

表 1.參加之茶業研討會及推廣活動明細		
日期	會議或活動名稱	地點
10月26-28日	ICOS2010 國際茶業研討會	靜岡縣
10月29-31日	世界茶葉祭典 2010	靜岡縣
11月2日	COOP 生產者與消費者聯合發表會	鹿兒島市
11月7日	有機農產品展售會	鹿兒島市
11月9日	伊佐地區茶業女性大會	霧島市
11月14日	鹿兒島縣茶葉祭 2010 於南九州市	南九州市
11月23日	喝茶一杯日茶葉展售活動	鹿兒島市
11月23日	縣民喝茶健康講座	鹿兒島市
11月28日	野菜茶業研究所枕崎據點創立 50 周年研討會	枕崎市
11月31日	茶葉發展方向與品種之關係研討會	鹿兒島市

1. ICOS2010 國際茶業研討會

國際茶業研討會每 3 年舉辦一次，2010 年為第 4 屆在靜岡縣靜岡市 GRANSHIP(グランシップ)舉行，舉辦時間為 10 月 26 至 28 日。26 日為研討會報到及 2 場的講座，27 日為以生產主題的專題報告及健康與益處的研究報告海報展示，28 日為以健康與益處的專題報告及生產方面的研究報告海報展示。在內容方面，有各國茶葉栽培生產及科學研究的情形，日本茶業的現況，新式農機具及栽培管理方式的發展與使用，茶葉機能性成分的解析萃取與應用等。要特別一提的是，日本過去主要生產不發酵的綠茶，但近年來綠茶的銷售似乎有走下坡的趨勢，因此現在日本也開始從事部分發酵茶的研究，如製作方法與香氣成分分析等，值得注意。



圖 1.ICOS2010 會場標示及研討會報告投影片

本次與會提出了研究報告海報一篇，題目是「白毫烏龍茶製程色素成分變化之研究」。內容簡單介紹葉綠素，類胡蘿蔔素，花青素，多酚類等色素成分在白毫烏龍茶製作過程中的變化。發表內容已經過林場長木連修飾過，將一些較為敏感的技术性的內容刪除，報請會內核准後才張貼。在海報展示中有數位與會人員對研究內容或白毫烏龍茶有興趣而提出詢問，本人皆以日文加以回答並進行意見交流，並趁空檔時間請他們協助我進行問卷調查的工作。可惜的是海報展示會場禁止對海報拍照，因此一些其他學者研究成果的精采圖片表格無法順利的保存下來。



圖 2.於海報展示會場留影

2.世界茶葉祭典 2010

世界茶之祭 2010(世界お茶まつり 2010) 活動期間為 10 月 28 至 31 日，本次主題為「O-CHA 為世界的語言」，其目的就是為了茶產業的創新產出與擴大；O-CHA 文化的普及與創造；針對世界的茶需求擴大。活動展場也在 GRANSHIP，展出內容包羅萬象，從栽培及製茶用農機具到泡茶的器具、茶保健食品、茶麵條等多元化產品等。動態活動還有茶業指導員競賽，茶職人的特殊茶葉沖泡品嚐方式，茶道表演等，各產地的茶農也使出渾身解數，以親和易懂的方式和便宜的價格(100 到 600 日圓左右)讓參加民眾體驗自己的產品。其中伊藤園(茶飲料廠商)的攤位令人印象深刻，除了比人高的「お~お茶」寶特瓶之外，還展示了許多用「茶渣」製作的環保商品，從信封、筆記本之外，甚至還有椅子等家具，值得參考學習。台灣的茶商也有與會展出，從攤子前人群聚集的情況就知道台灣茶在日本受歡迎的程度。



圖 3.世界茶之祭會場展示情形

3. COOP 生產者與消費者聯合發表會

COOP 為生產協同連合組織的意思，成立的主要目的在於到產地以合理的價格購買新鮮的農產品直接快速地運送到消費者所在地，形成生產者、消費者及公司三贏的局面。其組織感覺上有點像台灣的農會。同時還會請消費者組織智囊團及試吃團，開發設計符合消費者需求的便當或產品等。事實是在鹿兒島的日子還蠻依賴 COOP 的超市，因為有新鮮且比外面便宜的食物可以購買，省了不少銀子。本次聯合發表會進行各種食品的開發簡報，並展示鹿兒島短大紀念茶以及茶點心還有各種生鮮魚貨等等。

4.有機農產品展售會

於海豚公園舉辦的有機農產品展售會吸引了許多民眾的參加。許多農產品價格低廉，剛上架的新鮮蔬果不到半小時就被搶購一空。在木下小姐的引薦之下和兩位有機茶農及一位紅茶抹茶達人進行了訪談。茶農均表示剛開始進行有機栽培的前五年病蟲害嚴重，都是慘澹經營，但是在政府及研究單位的幫忙之下，產量品質漸漸提昇，其中一位已進行有機栽培十五年，收入早就遠超過進行慣行農法的時期，且自行製作的有機肥還可以販賣增加收入。紅茶抹茶最近在日本開始流行，也登上了許多美食雜誌，喝起來香氣普通但收斂性強，十分有特色。

5.伊佐地區茶業女性大會

於霧島市舉辦的茶業女性大會，主要是就由研討會的方式，引導並鼓勵女性(尤其是家庭主婦)利用空閑的時間投入茶業相關產業，譬如茶業知識的傳授，茶葉多元化產品的開發製作與販賣等，以增加地區生產力並提高女性自我成就感。就立意而言是相當好的。當天所發放的茶花便當使用了加了茶粉的調味料，茶蕎麥麵及茶漬物等，是我所吃過最好看又好吃的便當。



圖 4.利用當地食材及茶葉做成的茶花便當

6. 鹿兒島縣茶葉祭 2010 於南九州市

鹿兒島是日本第二大的產茶縣，每年都會在縣內不同的地方舉辦縣級的茶葉祭。而南九州市是合併了鹿兒島最知名的茶葉產區「知覽」市及周邊兩個行政區而成的新城市，這次在南九州市舉辦的茶葉祭據說是有史以來規模最大的一次。現場有教民眾如何泡茶、評鑑茶及手揉茶，還有茶道表演及各種茶餐食譜公開。各家茶業機械公司及研究單位也紛紛展出自己的研究成果。在現場看到有針對日本茶葉如何提升「名牌力」以增加產值的研究報告，頗具參考價值。



圖 5. 鹿兒島縣茶葉祭 2010 於南九州市

7. 喝茶一杯日茶葉展售活動及縣民喝茶健康講座

11 月 23 日是日本的勞動節，當天休息一天。在鹿兒島中央車站處舉辦了「喝茶一杯日」的展售活動（台灣的喝茶一杯日是定在 4 月 7 日）。活動內容包括茶葉試飲宣傳販賣，百元茶屋，手揉茶表演，茶葉問答大賽，茶葉計重大賽，並展示了「鹿兒島好茶大賽」得獎的茶葉。在附近的醫生會館則舉辦了縣民喝茶健康講座，由於名額有限，需事先報名才能參加，我透過木下小姐的關係也取得了邀請函。主講的內容有現任某藝人談喝茶與

快樂的生活，及大森正司教授主講茶與健康。現場高朋滿座，但演講的內容就一位茶業從業者聽眾而言是稍微淺顯了一點。



圖 6.鹿兒島縣喝茶一杯日活動與演講會

8.野菜茶業研究所枕崎據點創立 50 周年研討會

野菜茶業研究所是一個法人機構，這次赴日我參訪了位在靜岡縣的金谷研究據點及位在鹿兒島縣的枕崎研究據點。其中枕崎據點由於位處日本的南端，因此任務主要在於茶葉種源的收集與保存，及新品種的育成。日本最早獲得的紅茶種源也保留在此。研討會主要在介紹目前日本茶業的狀況，及枕崎據點的沿革及被賦予的使命。研討會結束以後，得以參觀野菜茶業研究所的遺傳資源保留區，才知道日本已經有可以釋出牛奶香味的品種（台灣的台茶 12 號金萱可以釋出牛奶香）。而本場最近在研究的紫芽茶，該據點也已經育成新品種名為「陽光口紅」。在參觀的過程當中得以和根角先生(枕崎據點主管)交換意見，發現目前台日雙方在品種育成的取向是相同的：目標為育成高香品種，及高兒茶素低咖啡因品系的選拔。之後為恭賀該據點成立 50 周年（本茶改場已成立超過 100 年），留下一個「茶」字作為紀念。所幸幼時勤練書法，雖自高中畢業後就沒拿過毛筆，但功力還在，沒有丟台灣人的臉，現場賓客看了無不稱讚說寫得好。



圖 7.野菜茶業研究所枕崎據點參觀紀實

9.茶葉發展方向與品種之關係研討會

本會邀集了靜岡縣茶業研究中心的中心長中村順行先生，鹿兒島農業開發總合中心的佐藤昭一先生，及野菜茶業研究所的學者，針對新育成品種及「茶葉發展方向與品種之關係」的議題進行簡報，同時邀請各縣市政府的茶業相關業務承辦人及各地的製茶公司代表與茶商代表進行會談，主要的內容圍繞在是否需要育成新品種，及如何推廣新品種這兩個議題上。本次研討會收穫良多，得知許多日本茶業在產官學各部份的考量，政策的擬定與推動，並且在會後和舉辦茶葉品評比賽的官員做長時間的會談，了解了日本茶業推廣的方式與品評會的執行過程。



圖 8.茶葉發展方向與品種之關係研討會

(二) 日本茶業產製銷概況與推廣策略

1. 日本茶業的產製銷概況：

日本主要是生產蒸製的綠茶，有常見的「煎茶」，採收前須用黑布遮蔭茶樹以提高茶葉品質的「玉露」及「遮蔭茶」等。而「抹茶」則是以類似「遮蔭茶」的栽培管理，但在製茶時先將茶葉風乾成一片一片，除去梗之後再用石磨研成細粉狀。日本的茶葉主要是以機器大面積栽培為主，平均每公頃的產量較台灣為高，以機器採收後交由大型製茶工廠進行製作。一間兩百坪的製茶工廠只需兩個人就能夠管理，全都是自動化的機械。

日本種植茶樹品種主要以**やぶきた**為主，生產面積佔全國 76%，靜岡縣全縣種植**やぶきた**佔 90% 生產面積。依據日本農林水產省統計資料 2010 年一番茶生產量其採摘面積約為 31,300 公頃(圖 9)，茶菁收穫量為 134,800 噸，其中主要生產茶葉縣市為靜岡、鹿兒島、三重、京都、埼玉及奈良縣，但因 2010 年 3 月及 4 月受到低溫霜害的影響造成靜岡縣及三重縣每 10 公畝平均茶菁收穫量減少，比 2009 年減少 11,100 噸。在毛茶生產量方面，2010 年生產量為 27,900 噸，也是因茶菁收穫量減少的緣故，比 2009 減少 2,400 噸，以縣市別區分毛茶生產量其中以靜岡縣 14,200 噸為第一，其次為鹿兒島縣 7,770 噸，三重縣為 2,710 噸。

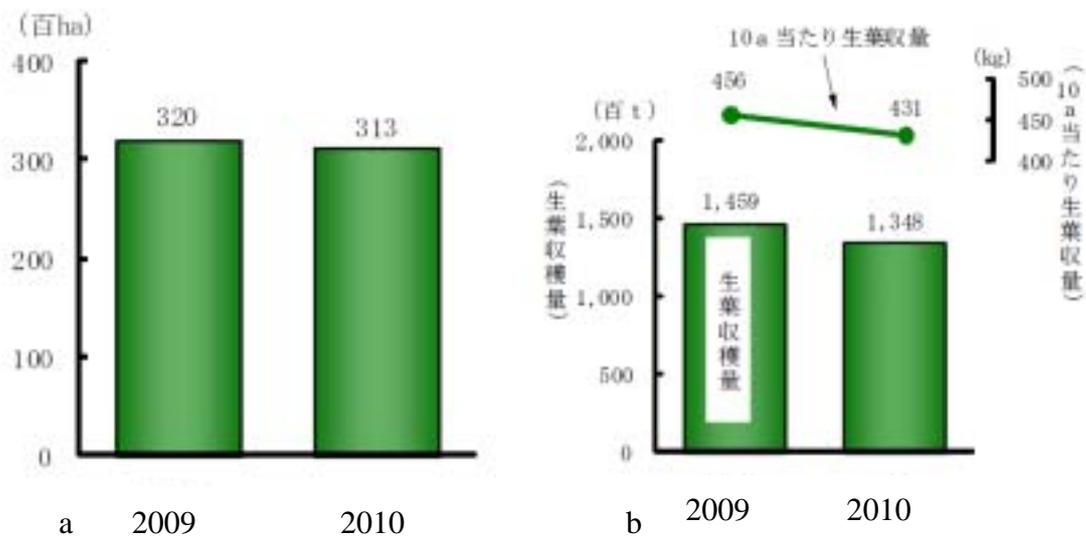


圖 9. a. 2009 與 2010 年主產縣摘採面積比較。

b. 2009 與 2010 年主產縣每 10 公畝平均茶菁收量與茶菁收穫量比較圖。

(農林水產省 2010)

目前日本全國產茶採摘面積為 31,300 公頃(圖 10)，以靜岡縣最多為 17,500 公頃，其次為鹿兒島縣 8,030 公頃、三重縣 2,920 公頃，比起 2009 年採摘面積減少 2 %，其主要原因為靜岡縣生產者高齡化，茶價與銷量不佳，生產意願降低而廢園的影響。相較於靜岡縣，鹿兒島縣因為推廣新品種得宜，加上較為溫暖可種植早生品種收益佳，採摘面積反而有上升的趨勢。

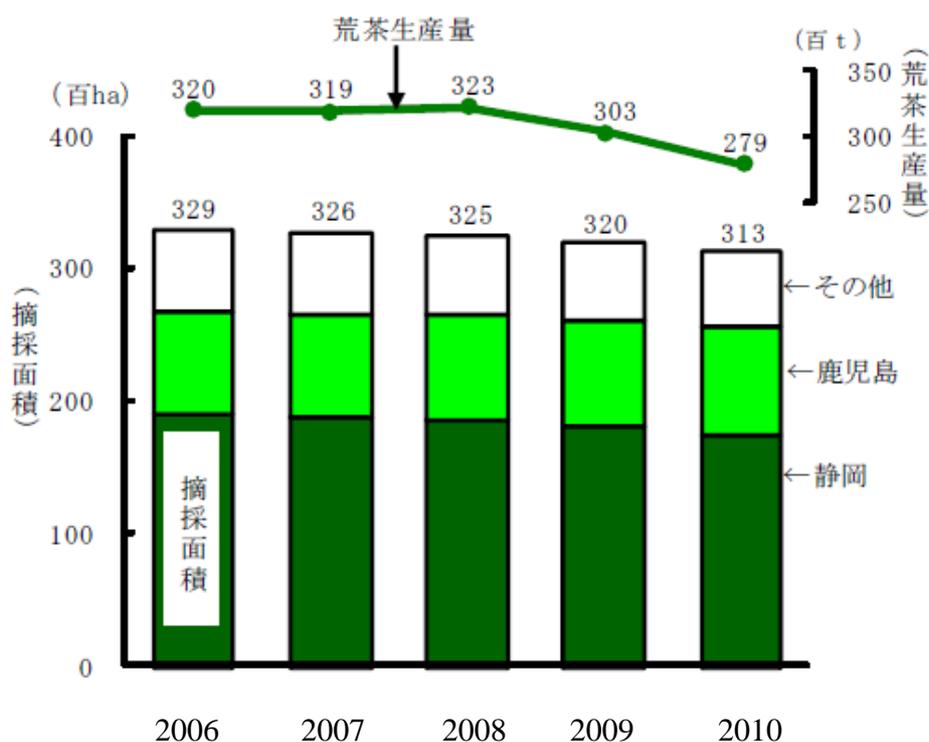


圖 10. 2006 年至 2010 年主產縣一番茶的摘採面積與毛茶生產量。

2010 年日本茶菁收穫量為 134,800 公噸，毛茶生產量為 27,900 噸如圖 11 所示，靜岡縣占全日本毛茶生產量 51%，其次是鹿兒島縣 28%，三重縣為 10%。

表 2 為日本全國標準生產茶期區分表，一番茶為 3 月至 5 月、二番茶為 6 月至 7 月、三番茶為 8 月至 9 月上旬，四番茶為 9 月中下旬至 10 月，而秋冬及春冬茶分別為 10 月底至 12 月底及 1 月初至 3 月，因此與我們產茶期類似。

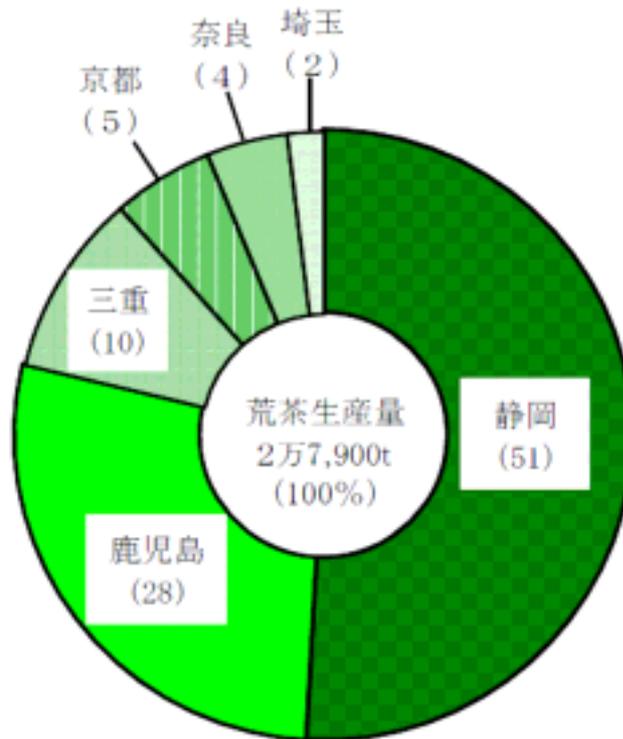


圖 11. 2010 年主產縣一番茶各縣別毛茶生產量。

表 2. 日本全國標準生產茶期區分表

茶期名	區分	茶期名	區分
一番茶	03 月 10 日 ~ 05 月 31 日	冬春秋番茶	
二番茶	06 月 01 日 ~ 07 月 31 日	冬春番茶	01 月 01 日 ~ 03 月 09 日
三番茶	08 月 01 日 ~ 09 月 10 日	秋冬番茶	10 月 21 日 ~ 12 月 31 日
四番茶	09 月 11 日 ~ 10 月 20 日		

2. 日本茶業界面臨的問題：

由於日本主要種植單一品種（やぶきた），在栽培管理、製茶及銷售上都會產生問題：滋味單調少變化、採摘期集中、天然災害及病蟲害問題。另外茶價低廉，導致茶農栽培意願低落，面積下降。加上罐裝飲料茶充斥，泡茶的人越來越少。

要解決這方面的問題，則必須栽培新品種。育種方應針對社會經濟及生活型態，生產環境的改變開發新的品種，以導入新的基因及縮短育種年限為主要目標。推廣新品種的方法為：結合品評會，教育消費者品種的差異，政府推行獎勵品種栽培，進行地區差異化及品種品牌化。

3. 日本的茶業推廣策略

爲了推廣茶葉，日本可說是無所不用其極：

- a. 舉辦大大小小的茶祭典，內容十分豐富，吸引民眾參加。
- b. 利用給茶據點及百元茶屋，讓消費者能夠以便宜的價格很輕鬆的接觸到茶葉。
- c. 建立小朋友的偶像，如茶神 888 和茶茶丸，讓小朋友對茶有興趣。
- d. 找酒店的媽媽桑推廣茶酒及茶多元化產品，一網打盡中高年齡男性。
- e. 加強推廣人員的教育及資格認定，如茶業指導員制度(adviser, instructor)。
- f. 獎勵新品種栽種，茶葉結合地方特色文化，推行茶名牌化及地域區別化等。

(三) 問卷調查結果

本次問卷調查，主要從東京都、靜岡市、鹿兒島縣三個地方共取得 164 份有效問卷，其中有受訪者有 7 成爲 20 歲以下，1 成爲 21-29 歲，2 成爲 30 歲以上。受訪者中有 7 成 5 爲學生，有 2 成爲上班族，其餘則爲家庭主婦或無職。

本次問卷調查的目的，主要是想要了解日本年輕人的飲茶習慣。內容總共有 13 題：第一題是詢問喜歡的飲料爲何；第二題是詢問家裡面是否有泡茶的習慣；第三題是詢問受訪者自己本身是否有泡茶的習慣，若沒有原因爲何；第四題是詢問受訪者若到便利商店最常買的飲料爲何及其原因；第五題是詢問在咖啡廳等店裡面最常點的飲料爲何及其原因；第六題是詢問在眾多的罐裝飲料茶種類中，最喜歡哪一種茶類及其原因；第七題詢問在選擇罐裝飲料茶的時候基準爲何；第八題是詢問在用熱水泡茶時所追求的是什麼；第九題是詢問在喝罐裝飲料茶追求的是什麼，第十題是詢問在什麼情況下會想要喝罐裝飲料茶；第十一題是詢問心目中有那些有名的罐裝飲料茶；第十二題是詢問在世界上有哪些喜歡的茶葉種類及其產地；第十三題是詢問期待市面上會出現那些茶葉相關產品。希望藉由這十三題，能夠一窺日本年輕人對於茶的看法及飲用習慣。

第一題詢問最喜歡的飲料為何，選項有茶、水、咖啡、果汁、碳酸飲料、啤酒、其他等共七項。請受訪者依照最常購買的順序填入數字。有超過 5 成的受訪者表示最喜歡的飲料是茶。主要原因是喝茶可以和許多的食物搭配，又容易喝不會對身體造成負擔。第二多的是咖啡，第三是果汁。

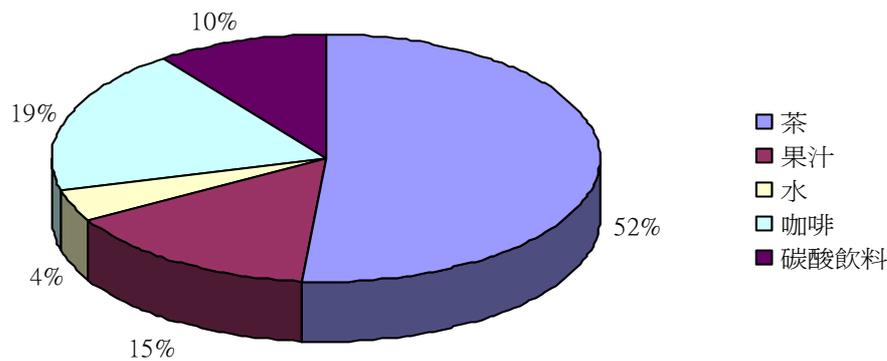


圖 12、最喜歡的飲料種類比例圓形圖

第二題詢問家裡面是否有人有泡茶的習慣，如果有是誰泡茶。結果顯示，89%的受訪者表示家裡面有人泡茶，可能是雙親，可能是自己；有 11%的受訪者表示家裡面沒有泡茶的習慣。有泡茶的受訪者家庭，有近 94%的家庭「母親」會擔任起泡茶的責任。

第三題是詢問自己是否有泡茶的習慣。如果有，泡什麼茶。結果顯示，有 71%的受訪者自己有泡茶的習慣，這個比例遠比在台灣大學茶作學課堂上調查所得比例(10%)為高。泡的茶主要還是日本綠茶，占 89%以上，其他還有泡紅茶或烏龍茶等。自己沒有泡茶習慣的人占 29%，不泡茶主要的原因是「嫌麻煩」(38%)和「家裡面已經有人泡茶了」(54%)，其他還有像不喜歡喝熱的飲料或是覺得泡茶很花錢，是老年人的工作等原因。在 164 位受訪者中只有 2 人表示是因為喜歡喝罐裝飲料茶而不泡茶。

綜合比較第二題和第三題，可以發現家裡面沒有泡茶的受訪者(占總人數 11%)，全部自己也都沒有泡茶習慣(100%)，其不喜歡泡茶的原因主要是

因為「怕麻煩」(50%)，其次為「不喜歡喝熱的東西」(33%)；而家裡面有泡茶自己卻沒有泡茶習慣的人(占總人數 18%)，其不喜歡泡茶的主要原因是「家裡面已經有人泡茶了」(88%)，佔相當高的比例。這個調查結果跟當初設計問卷時所預先認定的：年輕人不喜歡泡茶的原因是因為怕麻煩，有相當大的差異。根據第二題調查結果，有泡茶的家庭 94%以上母親皆擔任泡茶的工作，則可以推想：許多日本家庭把泡茶當作日常生活必備的工作，像喝水一樣，因此交由負責家事的母親擔任泡茶的工作，但是不會特別去品嚐體會茶的好滋味。所以有泡茶的家庭，比較聽話的小孩有些可能會「幫忙」泡茶，而非自己喜歡泡茶喝茶，在離家獨立之後有可能就覺得泡茶沒必要而不泡茶了；而比較自我的小孩，就會覺得家裡面已經有人泡茶了自己何必泡茶，離家後可能也不會泡茶。而生長在沒有泡茶習慣的家庭，小孩子自然也不會有泡茶的習慣。如此下來造就了目前日本茶葉價格及銷量無法提升的狀況。如果能讓這些年輕人能夠重新接觸茶葉，不要把泡茶視為只是家裡每天必作的工作的話，說不定能夠對茶葉產生興趣而愛上泡茶。

第四題是詢問到便利商店會購買哪些飲料，選項和第一題相同有茶、水、咖啡、果汁、碳酸飲料、啤酒、其他等共七項，請受訪者依照最常購買的順序填入數字。結果顯示有超過 5 成的受訪者表示最常買的飲料是茶。主要原因是喝茶可以和許多的食物搭配，又容易喝不會對身體造成負擔。第二常買的是果汁，主要的原因是便宜種類選擇多。第三是咖啡。

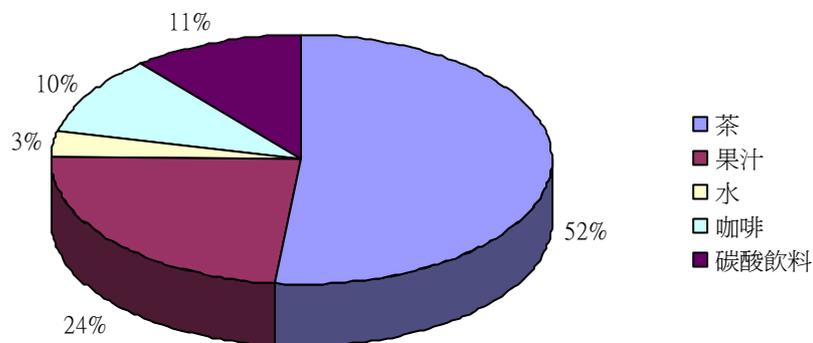


圖 13、最常買的飲料種類比例圓形圖

比較第一題和第四題的結果，發現兩題選擇完全相同的占 19%，選項中只有兩項順序對調其他皆相同的占 22%，合計 41%。兩題答案類似的受訪者，詢問其排序的原因，多半是：和任何食物都很搭，很適合吃飯的時候喝。顯見是飲食習慣與便利商店有高度依存性的人。這些受訪者對茶的喜好或印象多半和罐裝飲料茶有關。

兩題選項順序不進相同的受訪者，詢問其排序的原因，多半是：既然要花錢就要買平常在家喝不到的，或是選擇價格便宜，口味種類多的飲料。理由和前者不同。

第五題是詢問到咖啡廳(喫茶店)時最常點什麼飲料，選項有綠茶、紅茶、烏龍茶、健康茶、花茶、果茶、咖啡、果汁、碳酸飲料、其他等 10 個選項。調查結果顯示，年輕人最常點的飲料是果汁(31%)，其次為紅茶(26%)和咖啡(22%)。選擇果汁、紅茶、咖啡的原因，主要是「既然要花錢就要喝平常喝不到的」跟「來咖啡店就是要喝些不同的」與「看氣氛和心情」。綠茶反而沒什麼人點的原因也正是因為如此。

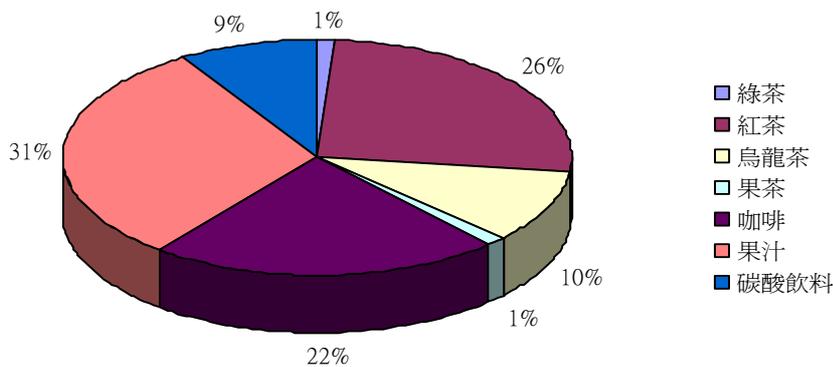


圖 14、在咖啡廳最常點的飲料種類比例圓形圖

第六題是詢問在眾多的罐裝飲料茶當中，最喜歡的是哪一種茶類？選項有綠茶、紅茶、烏龍茶、健康茶、茉莉花茶、果茶、其他等七個選項。調查結果如圖 15。最喜歡綠茶的佔 39%，主要原因是冷的熱的都能喝，很方便。最喜歡紅茶的佔 11%，喜歡紅茶。選擇烏龍茶佔 39%，理由是喝起來對身

體有益處。另外還有健康茶及茉莉花等。

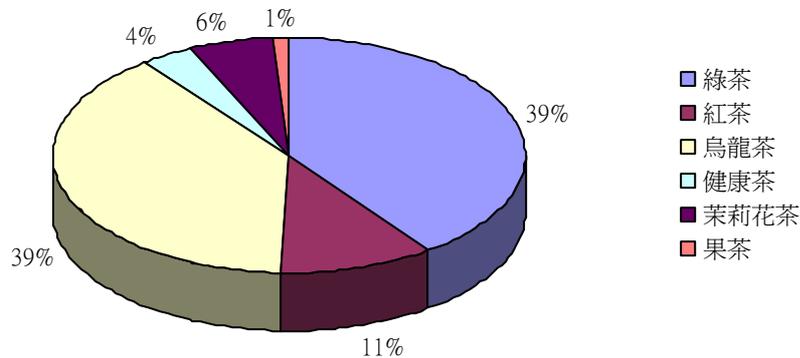


圖 15、罐裝飲料茶中最喜歡的口味比例圓形圖

第七題詢問在選擇罐裝飲料茶的時候，會以哪一項作為基準？選項有：容易喝，澀味強，包裝，廣告，香氣，甜味，對身體好等。結果顯示，有 86% 的人因為「容易喝」來選擇。其次是「對身體好」佔 52%。第三是「包裝」佔 34%。

第八題詢問在喝茶時(除了罐裝飲料茶之外)，所追求的享受是什麼？選項有：治癒感，美味，香氣，脂肪分解，澀味，解渴，甘甜，爽快感，其他等。結果顯示，第一為「美味」，佔 47%，第二為「有治癒感」的人，佔 26%。接下來為香氣，脂肪分解，解渴。但茶異並不大。

第九題詢問在喝罐裝飲料茶時，所追求的享受是什麼？選項有：治癒感，美味，香氣，脂肪分解，澀味，解渴，甘甜，爽快感，其他等。結果顯示，第一為「美味」，佔 56%，第二為「解渴」佔 21.1%。第三為「爽快感」佔 19%。

綜合比較第八題跟第九題可發現不管是泡茶或是罐裝飲料茶，受訪者最注重的還是茶的「美味」程度。兩題選項勾的一模一樣的有 38%，顯示這些受訪者對於泡茶和罐裝飲料茶兩者的差異並不清楚。而兩題答案不盡相同的受訪者，在第八題(喝茶)的選項往往有勾選「治癒感」和「香味」，而在第九題(罐裝飲料茶)就往往會勾選「解渴」和「爽快感」。

第 10 題是詢問在何時會想要來一瓶罐裝飲料茶。第一名是「喉嚨乾」的時候，第二名是「吃飯中」。表示日本年輕人用餐時往往搭配喝茶。

第 11 題詢問受訪者心目中有哪些罐裝飲料茶可以稱得上名作？有將近 40% 以上受訪者回答為健康茶類，如爽健美茶，身體巡茶等等。另外可口可樂公司的綾鷹也相當有人氣。因為在瓶子裡有類似真正泡茶才會產生的濃稠物質，讓人覺得喝了想再喝。

第 12 題是想藉由他們對世界茶區的了解，得知受訪者對茶業認識的深淺。可是這次受訪的學生，大多只知道鹿兒島縣的產茶地方，對茶的認識不夠深。

第 13 題是詢問受訪者想吃到或用到任何茶葉做的東西。如茶蛋糕等，作為日後進行多元化商品開發的參考。最多人希望看到的茶多元化商品是茶蛋糕，其次是化妝品。

(四) 茶道部與茶育研究會

一千多年前，日本人心儀唐朝，於是全國仿唐，派遣遣唐使到長安留學。從文字、衣冠、飲食、儀節等方面下手，徹底地進行唐化的大化革新，影響深遠。直到現在，日本人穿和服的習慣，就是日本人的唐化運動所造成的文化現象之一。

日本人喝茶，也與唐化運動脫不了關係。西元八世紀，遣唐使將茶種帶回日本，同時把唐代寺院盛行的「供茶」和「施茶」方法帶回去，盛行於寺院中。一直到十五世紀左右，日本又承襲了宋代文人鬥茶的風尚，將寺院的茶道普及為講究風雅情趣的平民茶藝。

在戰國時代，日本的茶道發展到達頂峰。千利休是大阪府【土界】市富商，不但將四疊半茶室改爲僅有二疊的空間，更積極採用無名作家的陶器與茶具，並將茶前的豪華懷石料理簡化爲三菜一湯，種種措施讓茶道更容易普及。戰國時代的風雲人物織田信長與豐臣秀吉均先後重用過千利休，但茶會在信長時代只是掌握政治經濟的儀式，直至秀吉時代才普及開來。千利休除了身爲豐臣秀吉的司茶者外，同時也擔任秀吉的政治顧問，利用他的地位，把茶道發揚光大，他提倡茶室的簡朴，茶道的寂靜之心。千利休制定了茶道的四規七則，四規爲：和、敬、清、寂。七則爲：茶要濃淡適口；添炭煮茶要注意火候；隨著季節的變化，茶水的溫度要與之相適應；插花要新鮮；時間要早些；不下雨也要準備雨具；要周到地照顧所有的客人。千利休將茶道發展推上頂峰，因此而被譽爲「茶道天下第一人」，也是日本茶聖。之後，秀吉與千利休渡過一段蜜月期間，後因包括政治理念不同等種種因素，秀吉命千利休切腹結束一生。三年後，秀吉才准許千利休的孫子千宗旦復興家門。千宗旦之後，千家茶道又分爲「表千家」、「裏千家」、「武者小路千家」，三千家流傳至今，是日本茶道最有名的三大流派。

在鹿兒島縣立短期大學成立了兩個社團，一個是茶道部，由「表千家」的木下小姐擔任指導老師；一個是茶育研究會，主要是傳授茶葉專業知識，讓學生體驗世界上各式各樣的特色茶。親身體驗茶道，發現禮儀繁多，需要相當沉靜的內心才能體會箇中樂趣，尤其是跪坐…幾乎要了我的命。和茶育研究會的學生聊天是件快樂的事情，還可以練日文。針對這兩個茶葉社團，我另外製作了一份問卷，想知道他們加入社團前和加入後有何差異。結果意外的學生們的回答都很相近，加入社團的主要原因都是因爲朋友相約以及社團的內容似乎很有趣。加入社團後學習到很多茶業的知識開了眼界，對茶業更有興趣了。由此推測，如果在學校社團裡面成立茶葉相關社團，或許可以增加茶葉推廣之效。



圖 16、茶育研究會及茶道部成員

四、研習心得與建議事項

1. 日本茶業目前面臨價格、銷量無法提升，茶農栽培意願降低，栽培面積下降的情況。面對這種情況，日本致力於茶葉的推廣，從給茶據點、百元茶屋，到各式各樣的茶葉祭，甚至搬出酒店的媽媽桑來幫忙促銷。在政策上致力於茶葉的名牌化、地區差異化，加強新品種的育成，不再拘泥於綠茶而開始推出紅茶及部分發酵茶的產品，讓消費者有更多樣化的選擇以刺激買氣。台灣茶雖然遠近馳名，價格看似水漲船高，然高價位的只有 M 型分布的那一端。加上外來台式茶的魚目混珠及削價競爭，台灣低海拔茶區同樣面臨栽培意願及面積下降的情況，日本的作法值得參考借鏡。

- 2.問卷調查的結果顯示，日本年輕人平常泡茶的比率近 80%，遠高於台灣，然這麼高的比例仍有茶葉銷售下降的趨勢。主要是因為泡茶只是他們的生活習慣，並無增加消費意願的誘因，因此日本才會開始推行茶葉名牌化及地區特色差異化來促進消費。然而罐裝飲料茶的方便性與口味多樣性及貼近健康的訴求仍會繼續吸引年輕的消費者。要如何讓年輕族群在飲用罐裝飲料茶之餘，會對熱水泡茶產生興趣並持續下去是茶業界重要的課題。個人覺得可以從教育消費者著手，讓他們接觸進而了解，產生興趣後投入。像擠茶據點、百元茶屋可以讓消費者花少少錢就享受到茶。茶指導員制度可以讓消費者有疑問馬上獲得解決，台灣目前也正打算推出茶藝師及茶葉品評師的認證制度。從學校社團開始吸引同學輕鬆的接觸茶葉，利用同儕的力量帶領大家一起努力。加強新品種的育成，特色茶的開發，多元化產品的製作及現沖即飲茶，讓消費者有更多的選擇。這些都是促進茶業銷售的好方法。
- 3.本次赴日問卷調查收穫良多，擬繼續在台灣進行相關的研究，探討台灣的年輕人飲茶的習慣。
- 4.本次赴日研習得以長時間和日本人相處，深刻體驗到大和民族的認真仔細，堅持甚至於不知變通的一面。對於日本茶業的知識獲益良多，從日本茶的栽培製作，品種，商品種類，沖泡及評鑑方法，以及科學研究及政策擬定等都有更深刻的了解。相關研究刊物收集很多，海運 5000 日元兩批加上手提行李(進海關因為書本太厚 X 光穿不過還被攔下)。下次若有機會希望還能赴日研習。
- 5.日本研習花費高，月支費補助幾乎只夠支付住宿費，建議日後赴日研習人員宜選擇有供住宿的學校進行研習。