

茶れんじゃー

2021年度 PP演習 最終成果報告会

参考資料

社名 茶れんじゃー

社員 代表 松永遥加

副代表 駒井彩乃

書記 久保朝香

広報 小林愛

会計 中村奏瑛

【プロジェクト概要】

京田辺玉露の文化を広めるプロジェクト

主なターゲット層：若年層(玉露に馴染みのない高校生・大学生が中心)

方法：YouTube上の動画投稿

内容：お茶に関する授業動画、玉露の淹れ方講座

玉露を使ったバラエティ(運動会/茶香服/茶殻調理)

コラボ動画(キララちゃん/たけのこロケット)、#Shorts動画(撮影の裏側編) など

【プロジェクト決定までのプロセスと具体的な活動詳細】

1 京田辺市の現状把握と改善点の列挙

→京田辺市ホームページや”京田辺市「お茶の京都」マスタープラン”などを基に京田辺市についてSWOT分析を行い、京田辺玉露の知名度向上に特化したプロジェクトを行うことに決定。

2 京田辺玉露の基礎的な知識習得と生産/販売における現状をリサーチ

→京田辺市役所や玉露販売を行う小売店の公式webサイトの熟読、京田辺玉露生産/販売関係者の方々にお話を伺った。

[ご協力いただいた方々](社名 五十音順)

祥玉園製茶株式会社 小林様 舞妓の茶本舗 田宮様

3 事業決定：京田辺玉露の文化を広めるプロジェクト

→関係者の方々のお話を伺った結果、当初検討していた「玉露の紙パック飲料」はコストと玉露の特性の両面を鑑みて妥当なプランではないと判断した。

一方で玉露を淹れて振る舞うことによって生まれる”コミュニケーション文化”が

徐々に消失しているという現状を新たに知り、それらの保護/普及/継承を行う事がプロジェクト内容として最適であると結論づけた。

その後、主なターゲット層を玉露に馴染みのない若年層に設定して京田辺玉露の文化・歴史を広めるプロジェクトを行うことに正式決定した。

なお、若年層に身近な動画投稿サイト(YouTube)への動画投稿をプロジェクトの主軸とした。

[ターゲット層(若年層)設定の背景]

→玉露を介したコミュニケーション文化の保護/普及/継承を目的とする上では、
これからの時代を担う若者へアプローチする事が最適であると考えたため。

[動画投稿をプロジェクトの主軸とした背景]

[1]新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点

プロジェクト始動時(2021年5月)は新型コロナウイルス感染の第5波の渦中であつたため、その後も感染拡大が継続することを想定して、少人数で対面もしくはオンラインで行えるプロジェクトであることを最優先事項に設定した。
※プロジェクト進行中も感染リスクに憂慮し、原則マスク着用にて撮影を行った。

[2]その他SNS(Facebook/Twitter/Instagram/LINE)との親和性の高さ

現在、コミュニケーションツールとして生活の一部になっているSNSと動画投稿サイトYouTubeの親和性は非常に高く、#(ハッシュタグ)やURLを使った“人から人への情報の波及効果”が見込めるため。
マーケティングリサーチに関する情報サイト「Marketing Research Camp」で、ネットリサーチサービス「Fastask」を利用して実施した『動画&動画広告 月次定点調査 (2017年11月度)』では、いいねやシェアをする頻度が最も高いプラットフォームにYouTubeが選ばれている。
また、近年台頭している動画系SNSプラットフォーム(TikTokなど)はショート動画(時間上限が60秒~3分程度)を主軸にしているため、多くの情報量を伝える動画の投稿にはYouTubeが最適であると判断した。

[3]大学での学びを生かせるため

メンバー全員がメディア創造学科生であり、各々がデザイン・イラスト・SNS・動画撮影・音楽作成などに関心が高くかつ基礎知識を習得していることから、動画投稿であればそれらを融合して活かす事ができると考えた。

[4]同テーマ(京田辺/玉露について)だが発信元の違うコンテンツとの差別化

京田辺市や玉露の魅力を伝えるYouTubeチャンネルは他にも存在しているが、そこには学生目線のコンテンツがほぼない事が挙げられる。
10,20代で学生の私たちだからこそその切り口(バラエティ形式の動画や率直な感想/意見など)が視聴者のニーズにマッチするのではと予想した。

4 企業理念の決定

→プロジェクトを進めていく基盤となる企業理念を以下のように決定した。



5 各種助成金の交付申請作業

→動画撮影においては玉露を初めとする食材の他にも必要備品が多数想定されたため、以下の二種類の助成金制度を利用した。収支の詳細は本資料の末尾に記載。

[1]学科内助成金(この授業内で交付されるもので、上限は1万円)

[2]京田辺市ええまちつくろう事業補助金-学生いきいき補助金

[ご協力いただいた方]

京田辺市役所 市民参画課様

6 動画投稿

→台本作成、撮影、編集、投稿、広報などの動画投稿までの全作業をメンバーで分担して行った。

[担当業務一覧]

松永：関口先生/各種連携先との連絡対応、スケジュール管理、台本作成

駒井：動画編集、メンバーアイコンの作成、音楽作成、スケジュール管理、台本作成

久保：動画編集、会社アイコン作成、会議の出席確認、書記

中村：サムネイル作成、予算の管理、動画編集

小林：SNSの更新、動画投稿、動画編集

【社名の由来】

以下の二つの案を融合させた。

- 1 玉露を介したコミュニケーション文化を守る戦士＝戦隊モノをイメージ
- 2 企業理念の[**Spirit**] 誰もやったことがない事&斬新な事がしたい＝**Challenger**

【実績報告】

[ユースエンタープライズトレードフェア2021における特別賞受賞]

→当フェアは「アントレプレナーシップ（起業家的行動能力）を発揮できる若者の育成」を目的に毎年開催されており、全国から事業や製品開発に取り組む学生が集まり成果を発表した。（2021年11月21日にオンライン形式にて開催）

→本学と本学科(メディア創造学科)のホームページに受賞に関する記事を掲載。

[SNSのフォロワー数/YouTubeチャンネル登録者数/投稿動画の総再生回数]

- ・ Instagramフォロワー231人
- ・ YouTube動画投稿本数14本
- ・ YouTubeチャンネル登録者数41人
- ・ YouTube総再生数回4790回

ユースエンタープライズトレードフェア2021にて、「プロジェクトプランニング演習Ⅰ・Ⅱ」の受講生チームが『特別賞』を受賞しました！

2021/12/02

2021年11月21日（日）に開催されたユースエンタープライズトレードフェア2021にて、メディア創造学科科目「プロジェクトプランニング演習Ⅰ・Ⅱ」（関口英里教授）の受講生チーム、「茶れんじゃー」が特別賞を受賞しました。本フェアは起業家精神育成を目的としたアントレプレナーシップ開発センター主催の年次全国大会で、科目創設以来毎年参加しています。「茶れんじゃー」はメンバー5名の仮想企業で、「広がれ！お茶かるちゃー！！」をスローガンに戦隊ヒーローをイメージしたレンジャーとなり地域貢献活動を行っています。同チームはYouTubeによる動画配信を行い、京田辺の玉露の普及を目的とし、ユニークなコンテンツを発信しています。この機会に是非「茶れんじゃー」の作品と活躍をご覧ください。



<https://www.dwc.doshisha.ac.jp/news/2021iii>

【収支報告】

◇学科内助成金

[収入]

学科内助成金	10,000
--------	--------

合計 10,000 円

[支出]

USB メモリ	1,186
印刷代	22
名刺印刷代	154
名刺用紙	422
食器用洗剤	188
布巾	470
紙皿	242
PET カップ	527
割り箸	198
はがき	296

合計 3,705 円

◇京田辺市ええまちつくろう事業補助金-学生いきいき補助金

[収入]

学生いきいき補助金	19,000
-----------	--------

合計 19,000 円

[支出]

玉露茶葉、煎茶ティーバッグ、かりがねティーバッグ	2,484
生茶、綾鷹、ホイップクリーム	193
あんこ、塩昆布、レンチンご飯	1,298
YouTube 広告代	6,541

合計 10,516 円

◇自費

つなぎ(5着)	12,250
---------	--------

合計 12,250 円

【独自分析】

[プロジェクト内容について]

→時勢に合わせた方式を採用することを最優先にしたことにより、このコロナ禍でありながらも有意義な活動が行えた。多くの方が実際にその場に赴いての体験やコミュニケーションを行う事が難しい中でも、茶れんじゃーが代わりに玉露の魅力を多くの方にお届けできたことは動画の再生数からも伺う事ができる。

[実績について]

→動画投稿開始から半年間、手探りの状態で活動を行ってきたものの後半になるにつれて視聴者のニーズに合わせたコンテンツに転換した事が動画の再生数を押し上げたと予想する。(バラエティ形式を多く取り入れて、楽しみながら、玉露に親しんでもらうことを意識した。)

また、ユースエンタープライズトレードフェア2021における賞の獲得はプロジェクト開始時からの大きな目標でもあったため達成できたことは大変嬉しく感じている。

[取り組みについて]

→全工程を自分達のみで行ったことにより、私たちならではの目線を活かしたまま動画を提供できた。また普段であれば伺うことのできない貴重なお話も動画の中に収めさせていただく事ができたため、魅力あふれる内容をお伝えできたと実感している。実際に動画を視聴していただいた方にも大変興味深いとの感想をいただいた。

【最後に】

ここまで私たち茶れんじャーが活動を続けてこられたのも、偏にご協力いただいた方々のお力によるものが大変大きいと感じております。

この場をお借りして御礼申し上げます。誠にありがとうございました。

