



A TEA BRAND THAT CELEBRATES
HOKKAIDO'S LOCAL INGREDIENTS A TEA BRAND

keywords

WINE GRAPES SOIL SUN
WATER LEAVES UNIQUENESS
ONE OF A KIND ALCOHOL-FREE
WISDOM PEOPLE SUSTAINABILITY
IDEAS CULTURE HERITAGE

book title

outline

Hokkaido Tea Brand Book

We have created a unique tea using the leaves of wine grapes grown in various regions of Hokkaido.

北海道茶



INTRODUCTION

はじめに

北海道が夏らしくなってきた6月上旬、
海に見える小高い丘の上にあるモンガク谷ワイナリーの木原さんの元へ取材に出かけた。芽吹いたばかりの小さな葉を見極めながら、丁寧に一枚ずつ摘み取られていく「芽かき」が行われていた。きれいな緑の若葉が太陽に透けてとても美しく、ただ土に返されていくのが少し切なくなった。“おいしそう”という表現が合っているかはわからないけれど、まるでタラの芽のような柔らかいブドウの葉が、もう一度何か新しい形にできる気がしてならなかったのだ。そして、木原さんが「この葉にも新しい価値が生まれたらいいのに」と話していたことが忘れられなかった。

“あのときの芽かきの葉が、もしかしたらお茶にできるかもしれない。”
不意にそう思ったある日、いろんな点と点が結ばれ、線になっていくような感覚があった。
“捨てられる運命だった葉に新しい価値を創る。”
一つのテーブルで同じ品種のブドウの葉からできたワインとノンアルコールのお茶を愉しむ。ワイングラスに入ったお茶を子どもや妊婦さんも飲む。いつもと違う時間を楽しみ、みんなが笑顔になる。そんな情景が思い浮かんだ。
何かをはじめる時は、こんな感じでワクワクが止まらなくなるものだ。
こうして、北海道TEAのプロジェクトは、2019年に小さくスタートした。

The meaning behind our work

取り組む意味

私たちが暮らす北海道には、たくさんの魅力ある素材があります。しかし、まだ世の中の人たちに知られていないものや、残念ながら廃棄されてしまっているものなども。そのすべてに光を当てるほどの大掛かりなことは難しくても、私たちの手で受け取って深掘りし、味を見極め、新たな価値をつけていくことはできます。それが「北海道TEA」です。

この北海道TEAを通じて、新しい仕組みづくりは“簡単ではない”と思いました。一見、三方良しのように見えるプロジェクトですが、捨てられているのには、人手や安全性の問題、流通方法、製造機械など、理由があるのです。

だからこそ、商品化を優先するのではなく、現場を知り、自分たちの考えを持った上で、北海道TEAにとっての最善の仕組みを考えていくことを大切にしてきました。

「廃棄されるものをどうやって有益なものにするか？」

「これは環境にとって本当良いことなのか？」

「この想いはまだ見ぬ“誰か”に届くだろうか？」

色々な事に考え巡らせ、逡巡しながら

初めてのことを遂行する苦しみをも感じて進めてきました。

迷ったときに思い浮かべるのは、この先に笑顔になる人の数。私たちのプロジェクトではありますが、私たちの“ため”のプロジェクトではありません。地域・環境がよくなり、このプロジェクトを通じて何かを考えるきっかけになる。北海道TEAを通じて、愛を持ってプロジェクトを前に進めていく様子を一人でも多くの方に知っていただく。

どこかで新しいものが生まれるような小さな原動力が産まれることが、「取り組む意味」だと思っています。



取り組む意味 / 01

Heritage of Japanese tea culture.

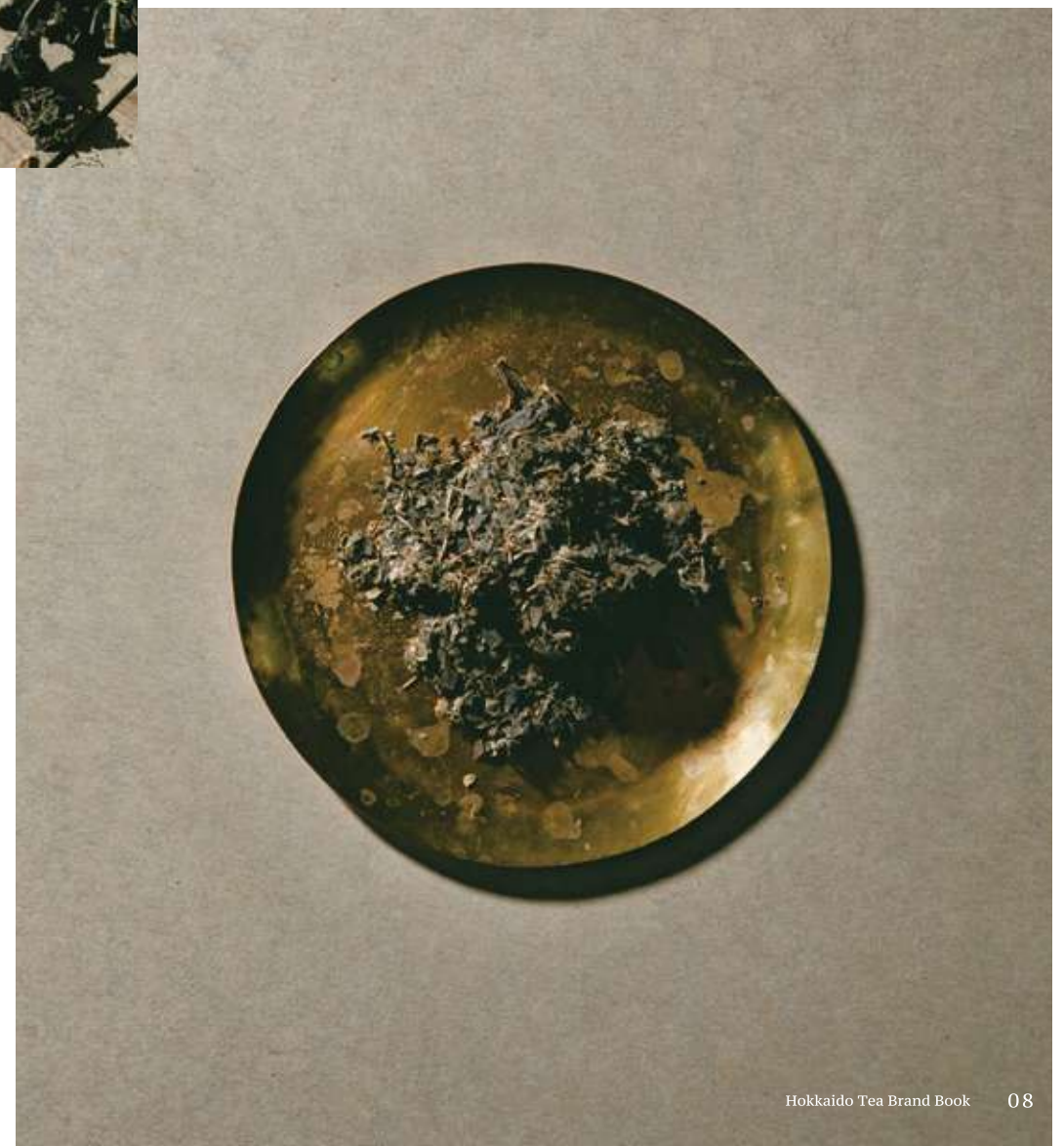
日本の茶文化の継承



日本人の生活に深く根付いている「茶文化」。その最たる「茶道」は、中国から伝わった茶の製法を元に、日本で独自に発展し、武野紹鷗や千利休らによって完成したとされています。元々の中国の茶文化が「茶を美味しく飲むこと」に重点を置いていたのに対し、日本の茶文化は「もてなし」と「しつらい」の美学であり、「和を持って心を通わすこと」に重点を置いていました。北海道TEAはそんな日本の茶文化に共感し、一杯の茶に集い共に時を過ごしながら、心を通わすきっかけづくりを提供したいと考えています。また、茶葉が栽培されない北海道に根付いた素材の魅力を引き出す発酵方法を模索し、「北海道の茶」という新しい視点から、日本の茶文化の発展と継承に関わっていきます。



発酵前の北海道TEA
ふんわりとした葉を砕き茶葉の状態で
お茶にする



Fostering the wine culture of Hokkaido.

北海道のワイン文化を盛り上げる



北海道・余市のワイナリー
ドメーヌタカヒコにて

近年、世界中から注目されている北海道のワイン。私たちも、このプロジェクトを始めるまでは知らないことばかりでした。しかし畑を訪ねるようになって知った、生産者の思考や技術。天気によって左右されながらも毎年続く挑戦は、まるでドラマをみているかのようなストーリーがありました。

私たちが北海道のワイン文化を語るには、まだ積み重ねている歴史に大きな差があります。しかし、こんなに素晴らしいワインや景色、土地があることを伝える一人にはなりたい。例えば、ワイナリーに車で訪れたときに運転している人がワインは飲めなくとも同じブドウ品種のお茶を飲めたり、各ヴィンヤードのワインとお茶の飲み比べもきっと楽しい。これからも、私たちらしく北海道と向き合っていけたらいいと思っています。



農作業には、私たち消費者には見えていない細かな作業がたくさんあります。その作業過程で出る未活用の素材を利用し、生産者の労力軽減・価値化につながる取り組みを目指しています。それは同時に今までにない新しい仕組みを作ることでもあります。だからこそ難しく、多くの課題がありますが、生産者や様々な方に協力いただきながら、一步一步継続的に、実現可能な形を実験し模索し続けています。

取り組む意味 / 04

Developed with sustainability in mind.

未来へ繋がる仕組み



ブドウの若葉の加工には、葉の選別など様々な繊細で細かい手作業があります。この作業を障がいがある方の就労を支援する合同会社カレイドスコープの皆さんにご協力いただいています。そこで働く方々の高い集中力と仕事へのひたむきさのおかげで、私たちの製品づくりを継続的に行えるようになりました。北海道TEAの仕組みが「農福連携」の一つのロールモデルになることができればうれしく思います。



カレイドスコープ取材時の作業風景

取り組む意味 / 03

A new, unique non-alcoholic product.

ノンアルコールの新しい提案

ノンアルコールバーの登場など、盛り上がりを見せているノンアルコール市場。しかし未だ、アルコールとノンアルコールの間には微かな温度差があるように感じます。私たちが目指すのは席を並べた全員が同じ温度感で心地よく楽しむ食卓。例えば、家族の食卓でワインと同じ品種の茶を用意して、味わいを比較する会話をみんなで楽しんだり。アルコールを飲めない日も、茶と食事とのペアリングで、食の楽しさや奥深さを味わったり。アルコールと同じ温度で楽しんでいただける存在を目指しています。





Creation of a new, unique value.



With gratitude and respect for our predecessors, we will continue to move forward into the future.

SCREENING

人との出逢い

PEOPLE

WITH

新しいことをはじめるのは難しいことだけで、
私たちにとっては壁しかありませんでした。
そんな壁を乗り越えられたのは、
たくさんの方々との出逢いがあったから。

ブドウの葉を分けてくれた人、
茶の作り方を研究してくれた人、
量産するための方法を一から挑戦してくれた人、
農福連携の形を模索してくれた人。

まだまだここでは語り尽くせませんが、
心ある方々と一緒にできたからこそ、
みんなの想いを届けたいと
思い続けることができました。

MONGAKU VALLEY WINERY

Shigeaki & Yuko Kihara

モンガク谷ワイナリー 木原茂明さん・ゆうこさん

海を見下ろすように立つブドウの樹や、セミセルフビルドの家、札幌軟石の醸造蔵。
この地でブドウや自然と向き合いながら、着実に夢を広げる木原さんファミリー。

木原さんとの何気ない会話が 北海道TEA誕生のきっかけに。

赤 木原さんは、北海道TEAのはじまりのきっかけを作ってくださった大切な存在です。出逢いのきっかけは、仕事で関わらせていただくことになり、畑を訪れるようになったことですね。

木 そうですね。時々畑に来てくれたときに、いろんな話をしましたね。初めて逢ってからもう5年くらい経つのかな。

赤 そうやって畑に通っていたときに、たまたま立ち会ったのが「芽かき」の作業。この時、初めて見たのですが、ブドウの生育を考えながら一枚一枚手作業で葉をとっていくのが、すごく繊細な作業で驚きました。

木 成長に欠かせない大切な作業ですが、同時に青々とした葉をそのまま土に返してしまうことがもったいなく感じていました。海外では料理に使われていると聞いていたので、我が家でもてんぶらにしたこともあるんです、なんて話をしていましたよね！

赤 はい！そのときの何気ない会話が頭にずっと残っていて、私にも何かできることがあるんじゃないかとずっと考えていました。お茶だったら持ち運びも軽いし、長期保存もできるし、ワインを飲めない人にも飲んでもらえるしいんじゃないかと閃いて。居ても経ってもいられず木原さんに相談したんですね。

木 そうでしたね。新しい発想で面白そうだと率直に思いました。僕らだけではできないことだし、いろんな可能性が広がるような気がしてワクワクしました。

赤 前例のない試みで、経験も知識もない私たちでしたが、木原さんが最初に背中を押してくださったから、はじめの一步を踏み出せました。ざっと突っ込みどころ満載の相談だったと思うのですが、それでも応援してくれた木原さんの想いを絶対に無駄にしないようにしようと、このとき心に誓いました。それから本格的に北海道TEAを作る日々が始まり、スタッフ総出で、実際に農作業を手伝わせていただきながら、葉の収穫をしたこともありましたね。

木 真夏の炎天下の中で、石拾いや葉の収穫など手伝ってもらいましたね。

赤 実際に作業を手伝う中で生き物たちの住処を守り、共に生きるために工夫してブドウを育てる木原さんの“優しい眼差し”と想像以上に“過酷な農作業”が印象に残りました。収穫した葉で試作して、木原さんに飲んでもらって感想を伺ったり、他の生産者の方々を紹介いただいたりしながら、壁にぶつかった時は一緒に悩んだり解決策を考えてくださったり、木原さん家族の存在に本当に支えられています。

木 いやいや！そんなことはないですよ。でもお互い、夢は追い続けていきたいじゃないですか。ブドウの葉のお茶は、ワインのような酸味とコクがあって面白い味。製法や品種によってまったく味が異なり、まるでワインのように奥深い世界。ワイン作りが盛んな北海道だからこそやる意味があると感じています。これからも応援しています。

赤＝北海道TEA 代表 赤坂 木＝木原さん



Hokkaido Research Organization Tetsuji Yanagihara



やったことがないからこそ面白い 科学の力と人の温かさに支えられた商品開発。

北海道立総合研究機構 農学博士 柳原哲司さん（現）有限会社アド・ワン 執行役員

北海道の食を研究することで、世の中を楽しめる。
私たちにとって「研究」を身近にしてくれた柳原さん。



赤 最初に「ブドウの葉をお茶にしてみたい」と聞いてどう思いましたか？

柳 当時僕は道総研*で働いていたので、食にまつわるいろんな夢を抱えた人が周りにいました。話を聞いたときは「今度はそう来たか！でもおいしいのか？」と半信半疑でしたが、まずは作ってみようということでサンプルを作ってみました。そしたら、自分でも驚くほどおいしかったんだよね。びっくりして笑っちゃったもん。

赤 おいしくなかったら、その時点で諦めようと思っていました。あの時の感覚は忘れられません。あれから二、三年経ちますが、柳原さんがいなければ北海道TEAはできていないというくらい支えていただきました。

柳 僕らがお手伝いできるのは、製品を形にする道筋を整えるところまで。実際はその先に続く仕組みを実現して、商品を育てていくことの方がすごく大変なこと。北海道TEAは数々の難題をクリアしながら、やっと商品化できたけど、

柳 これはゴールではなく、スタートだからね。

赤 確かにそうですね。でもブドウの葉を商品化するまでの道のりがこんなに大変だとわかっていたら、できなかったかもしれないです。

柳 食品加工のプロの人たちはその大変さが最初からわかるから、きっとあまりやらないことだよな（笑）。赤坂さん達はよくめげずに続けてきた、すごいと思いますよ。

赤 なんのために、「誰のためにやるのか」っていうのが、自分達自身で続けていく上でも本当に重要だと思いました。

柳 「これをやって誰が幸せになるんだろう」とかね。

赤 誰も喜ばないものはやっぱりなかなか進まないですね。

柳 「こんな商品があったらすごいい」「絶対美味しい」と言ってくれる人が大切だし、心の支えにもなるよね。まずはその人のために意地で

柳 も作ろうって思えるから。どんなに美味しいものや良いものでも、実際に美味しさに気づいて買ってもらうまでが本当に難しい。だからデザインだったり様々なきっかけを経て、手に取ってもらうことの大切さが今はよくわかります。

赤 柳原さんがやってきた研究は、私たちにとって遠い世界の話じゃなくて、自分たちが日々やっていることも小さな研究の連続だと教えてもらいました。何かに悩んだ時も「課題があるのも面白いじゃん!」と目の前に起こったことをポジティブに捉えられるようになってきた気がします。

柳 とりあえず朝元気に起きてさ、会社に行ってもいいかなと思ってさ、終わったら「あ～終わったな」と思ってさ、次の日も行こうと思ってるうちは大丈夫。頑張ってるね、これからも応援します！今度は、うちのルバーブと一緒にお茶を作ってみたいね。

赤＝北海道TEA 代表 赤坂 柳＝柳原さん
※北海道立総合研究機構の略称

Kaleido scope LLC. Junpei Kato

赤 北海道TEAは、収穫から加工まで一つひとつの工程で、世の中にない仕組みを作るところからはじまりました。自社製品作りが初めての私たちにとっては、すべてが未知の世界。表面に見えない細かいことがたくさんあって、課題を解決しながら「仕組み化」していくのが本当に大変でした。実験段階では自分たちですべてできていたことも、量産するとなると別の話。そんなときに加藤さんに会えることができました。

加 そうですね！僕はとにかく面白いことはどんどんやりたいし、やったことないことほど燃えるタイプなので（笑）。最初の依頼は、葉と茎の選別作業でしたよね。

「農福連携」を考えることで 収穫から製造までの仕組み化を実現。

赤 はい。私たち自身、経験が浅い中での確かな依頼ができていなかったはずなのに、逆に「こうしたらいんじゃない？」と教えてくれたり。壁はいくつもあって、例えば生産者によって葉の収穫の方法がバラバラで、さらに生育時期の葉によっても小さなルールが違うので、その都度葉の状態を確認しながら、丁寧に作業を行う必要がありました。天候や作物の状態によって刻一刻と生産者の状況は変化するから、朝連絡をもらって急遽畑に向かうことも。どうしても自分たちは行けなくて困っていたときに、加藤さんが余市までわざわざ葉を取りに行ってくれたこともありましたよね。初めてにも関わらずこんなに製造がスムーズに進められたのは、加藤さんがいたからです。



合同会社 カレイドスコープ
加藤純平さん
農の世界と福祉事業所にとって「できること」の幅を広げる。
壮大なチャレンジに挑む、
農福連携コーディネーター！。



加 そうだ、余市まで車を走らせて行きましたね。でも、行けるならすぐ行って、事業所のみんなができる作業の一つでも増やしたいという気持ちが湧いてくるんです。

赤 ありがたすぎます。おこがましいかもしれませんが、私たちにとって北海道TEAの一員とを感じるくらい、このプロジェクトに向き合って支えていただきました。どうしてこの仕事をしているのかなと思っていた時に、これまでの背景を聞いて納得したんです。ちょっとお話ししていただいてもいいですか？

加 僕は元々「農福連携のコーディネーター」として、生産者と福祉事業所の“感覚の溝”を埋めながら、互いが必要不可欠な存在になるべく活動をしていました。ただ農福連携は福祉を生かすための一つの選択肢。今はたまたま「農」のジャンルですが、一次産業・二次産業に関わらず全ての職種に活躍の場はあると思っていて、お互いにとってプラスになることはもちろん、いろんな可能性を広げられる活動ができたらと考えています。

赤 「農福連携」はよく聞く言葉になりましたが、私たちも現場を見ていて簡単ではないなと感じます。でも、加藤さんのように現場の意見を聞くだけではなく、実際の作業をみて、隣で作業することで改善の糸口が見え、経験を蓄積しながら根気強く向き合っていく。そうすることで、新しい道が切り拓けるんだということを実感しました。北海道TEAという商品の裏側には、こういった新しい挑戦や協力してくれる方々の想いがあります。来年以降はその部分もより追求していきたいですね。

赤＝北海道TEA 代表 赤坂 加＝加藤さん



Thank you.

AD ONE Ltd. / Hokkaido Research Organization
Rakuno Gakuen University
Hakkou Gakuen / Shinshinotsu Foods LLC.
Yoichi Seafood Processing Industry Cooperative
Photographer Takumi Sato, Ryosuke Dewa
Wine farmer / NOASTEC Foundation / Restaurants



TO EVERYONE WE MET BE — CAUSE OF HOKKAIDO TEA



今までに
出会った方との
作業風景



有限会社アド・ワン 柳原さん / 道総研 佐々木さん 山木さん
酪農学園大学 阿部先生 ゼミ生の皆さん
八紘学園 木村先生 倉石先生 学生の皆さん
新しのつフーズ 本間社長 社員・パートの皆さん
余市水産加工業協同組合の皆さん / カメラマン 佐藤匠さん 出羽遼介さん
生産者の皆さん / ノーステック財団の皆さん / レストランの皆さん

ほか、たくさんの方々に協力していただいています



Product Features



北海道TEAとは？

もうここまでで伝わっていると思いますが改めてオサライ。北海道で作られているワイン用ブドウを生育している過程の中で「芽かき」や「除葉」と呼ばれる葉を取る作業。葉をとったり茎をカットしたらその場に落としていくのが普通なのですが、この捨てられていた葉を原料として作ったのが北海道TEAのワインブドウリーフティーです。

どんな味わい？

初めて飲むと、みんなびっくりするのでここで説明させてください。日本茶というよりはハーブティーのような飲み心地。おそらく「未知のお茶」です。お茶を淹れているときから甘くやわらかな香りがたち、一口飲むと鼻に抜ける爽やかな香りに重なるように、白ワインのような酸味が追いかけてきます。面白いのが、温度変化によって味わいが変わること。熱々の時はまろやかに感じるとはいますが、冷めてくるとエッジの効いた独特の厚みのあるクセを感じるはず。

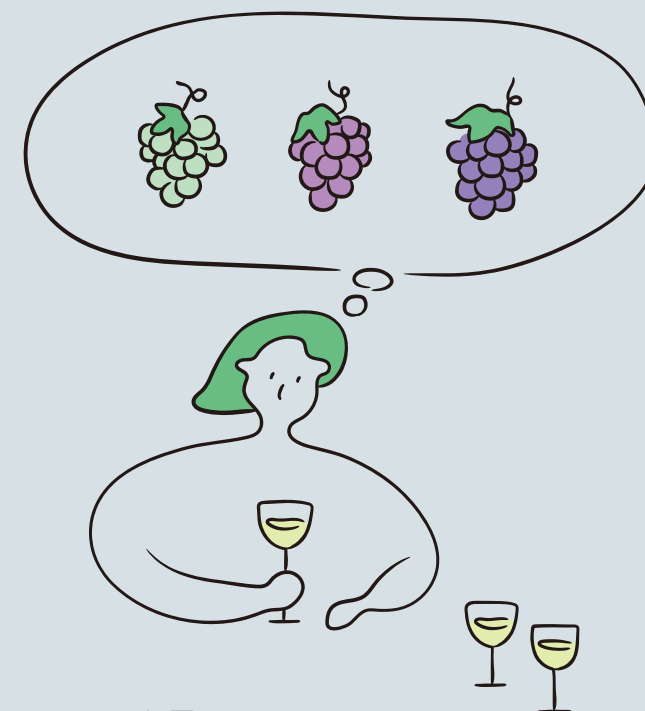
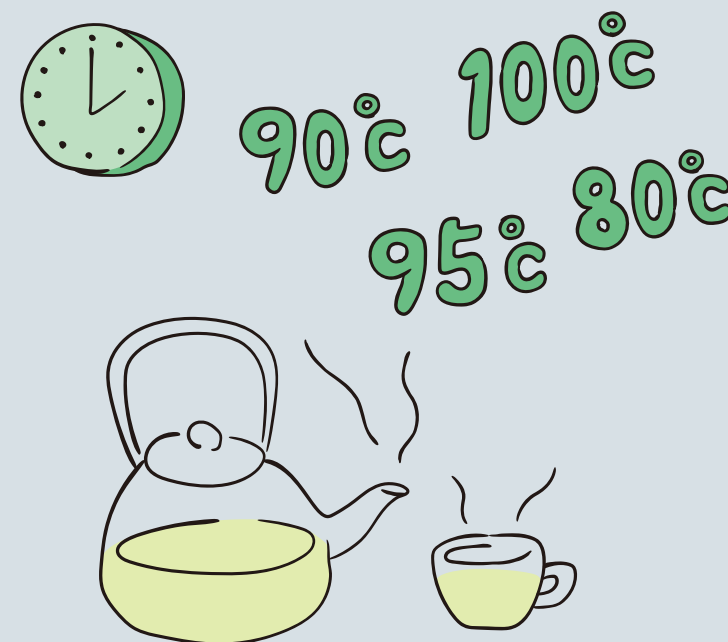


冷やして飲む？

冷やして飲むのもおすすめです。煮出してから冷やしてもよいですし、水出しもすっきりしていていい。酸味と香りが特徴的なので、氷に注いで薄まったとしてもおいしいです。夏はキリッと冷やしてワイングラスで飲むと一層おいしく。

この酸味は何？

ワインと同じ「酒石酸」がたっぷり。どうりで白ワインっぽい、どこか舌にざらっと残るような味わいがすると思いました。酸味が強いというお声もいただきますが、淹れる温度や置く時間、茶葉の量によって繊細に抽出度合いが変わるので、酸味と向かい合っていただけたらうれしいです。今後は、酸味と風味のバランスをもっと追求していきたいと思っています。



ワインと同じで 品種によっても味が違う？

品種別にも試飲してみたら、見事に味が違う。華やかなもの、コクがあるもの、酸味が強いもの、甘みがあるものなど様々です。だから飲み比べると、おもしろいんです。誰かと一緒に飲み比べをすると好みが分かれたり。そんな会話も楽しかったりします。

Drinking Ideas

楽しみ方のアイデア

ハーブコーディアルを 作って楽しんでも

ハーブや果物をシロップに漬け込んだ伝統的な飲み物に北海道TEAを加えてみたらどうだろう？酸味がアクセントになって良いかも。



いろんな甘味を足して 楽しんでも

ハーブティーを飲むように、シロップや砂糖、ハチミツなどで甘味を加えてみてはどうだろう？子どもでも楽しめるようになるかも。



コンブチャを作って 楽しんでも

人気の発酵飲料コンブチャ。ベースの紅茶や緑茶を北海道TEAに変えてみるとどうだろう？発酵同士だから相性が良いかも。



Create something new,
innovate,
pour love into it.





Hokkaido Tea Brand Book

最後になりましたが、北海道TEAの考え方に共感し、協働事業として取り組んでくれた、私たちのビジネスパートナーである「NEW,inc.」。炎天下の中での収穫や葉を選別する地道な作業から、クリエイティブ全般(ロゴ・パッケージ・WEB)、そしてこのブランドブックの膨大なページ数を共に楽しみながら作ってくれました。今年はいよいよ自社工場での生産がスタート。世の中から愛され、みんながワクワクして楽しくなるブランドをこれからも力強く生み出していきましょう。いつも本当にありがとう！

制作クレジット
ブランドディレクター：赤坂若菜(PATTERN PLANNING)
プロジェクトマネージャー：新井田早栄 / 赤坂いつか(PATTERN PLANNING)
クリエイティブディレクター：倉内法生(NEW)
アートディレクター：石塚雄一郎 / 三村啓介(NEW)
コピーライト：赤坂若菜 / 新井田早栄 / 荒巻美千子(PATTERN PLANNING)
ファクトリー設計：岩田拓(NEW)
アシスタント：伊藤美玖(PATTERN PLANNING) / 佐藤翔吾(NEW)
撮影：佐藤匠(50mm) / 出羽遼介(&BORDER)

PATTERN

website



NEW, INC.

website



北海道「TEA」を作りたいと思ったあの日から
たくさんの方々の愛の連鎖によって、この世に生まれました。
この場をお借りして、心から感謝申し上げます。
はじめた理由はシンプルで、
「そんなお茶があったらいいな」と思ったからでした。
捨てられているものに光が当たり、
お酒が好きな人も、飲めない人でも
みんなが楽しい時間を過ごせるようなもの。
もう一つは、私たちが考える「ブランディング」の意味を
自分ごととして経験し、解釈したかったから。
ブランドを作るための原点に遡った上で、
途中で起こる出来事や湧き出る感情、
仕組みを作ること、仲間と想いを重ねること。
見かけだけでない、後ろ側にあるすべてのことが
価値であることを伝えたくてこの本も作りました。
北海道「TEA」が長く愛されるブランドとなるように
育んでいくことはもちろんですが
愛を持って諦めずに課題に向き合い続ければ
誰でも新しいものやことを生み出すことができるということが
多くの方に伝わると嬉しいです。

PATTERN PLANNING
赤坂若菜



PATTERN PLANNINGは「現象をクリエイティブする会社」です。ビジネスプランを構築し、その過程の中で必要となる「見えるクリエイティブ」と「見えないクリエイティブ」をクライアントと共有し、プロジェクトを前に進めていくために伴走します。主な業務領域は、マーケティングリサーチ、ブランド企画、プロジェクトマネジメント、プロモーション戦略。トレンドや予算、エリアなどに合わせたオリジナリティのある提案を行いながら、世の中に効くブランディングを目指しています。