

～プレゼントキャンペーンなのに、難しすぎてごめんなさい～ 「お～いお茶 トリップ」企画担当者からの お詫び&経緯報告書を公開

応募総数187,080通の中から選ばれた茶レンジャーの
クイズ正答率は、伊藤園史上最低の0.67%を記録

株式会社伊藤園（社長：本庄大介 本社：東京都渋谷区）は、リニューアルした2022年品質の「お～いお茶」の発売に合わせて、2022年3月14日（月）より、「お～いお茶」を飲み比べて、33年間の歴史の中で進化し続けて来た味わいの変化を解き明かす「#お～いお茶タイムトリップ」キット、さらにその正解者に「茶畑トリップ」をプレゼントする「お～いお茶 トリップ」キャンペーンを実施してまいりました。

この度、4月9日（土）に「#お～いお茶タイムトリップ」キット当選者において飲み比べクイズの正解発表を行ったところ、**まさかの正答率が0.67%*1という事態が発覚**したことをお知らせいたします。これは、想定していた正答率を大幅に下回るものであり、過去伊藤園「お～いお茶」ブランドとしてTwitterで実施したクイズキャンペーン**史上最低の正答率**となります。この結果、クイズ正解者の中から抽選で25組50名にお届けするはずだった茶畑トリップの**当選資格者がわずか20名となり、ご招待枠が余ってしまうという事態**を引き起こしてしまいました。

ここに、気軽に楽しんでいただくためのキャンペーンにもかかわらずクイズが難しすぎたことに関して深くお詫びをさせていただくとともに、今回の自体を引き起こした企画・開発担当者からのお詫び&経緯報告書を公開させていただきます。

*1:飲み比べクイズに茶レンジャーで、キット当選者数3000名に対して、期限までに解答を投稿し、正解だった20名の比率



どうしてこうなった①

「お〜いお茶トリップ」の概要と「#茶レンジャー」キャンペーンのこれまで

今回実施した「お〜いお茶トリップ」キャンペーンは、もともと伊藤園が2021年6月から展開している「#茶レンジャー」募集キャンペーンの第三弾企画として企画したものです。「#茶レンジャー」募集キャンペーンは伊藤園が「お茶のチカラ」の”おいしさ”と”たのしさ”をリアルに体感していただくための取り組みであり、茶畑で摘まれるお茶の生の葉が様々な工夫と加工を経て「お〜いお茶」になるまでの過程を、“キット”の形で一般の生活者の皆様にお届けし、様々な“お題”に茶レンジしてもらうことで、おいしさの秘密やお茶というものの価値を改めて実感していただくことを目指すものでした。

第一弾「#茶畑エクスプレス」（2021年6月）では、茶畑から摘んだお茶の葉をキット化し、24時間以内に全国で24名の「#茶レンジャー」にお届け。生のお茶の葉をご自宅で加熱しながら“手もみ”をする体験を行っていただきました。



第一弾キット



第二弾「#真夏の火入れ大作戦」（2021年7月～8月）では、実際の「お〜いお茶」の“荒茶”*2とそれを“火入れ”するためのグッズをキット化。1000名の茶レンジャーの皆様へ、世界に一つ自分だけの「お〜いお茶」づくりを楽しんでいただきました。



第二弾キット



*2：“荒茶”とは通常店舗で販売されているお茶の一段階手前の状態を指し、通常畑で収穫された茶葉は荒茶の状態に製茶工場に運ばれ、製茶工場で“火入れ”加工を行います。“火入れ”は茶葉に命を吹き込む工程とも言われ、荒茶の形状やサイズなどそれぞれに合った加熱をすることで、茶葉に香りや味の深みなどを増すものです。

この「#茶レンジャー」募集キャンペーンの集大成として企画したのが今回の第三弾「お〜いお茶 トリップ」です。お届けするキットは、リニューアルしたばかりの「2022年品質のお〜いお茶」1本と、過去の味を再現した「飲み比べ用お〜いお茶」3本。1996年、2002年、2005年の味を再現したラベルのない「飲み比べ用お〜いお茶」を飲んで、どのお茶がどの年代かをヒントをもとに当ててもらおうというお題を「#茶レンジ」としました。

<参考>

キャンペーンサイト：<https://www.itoen.jp/oiocha/oiochakun/timetrip/>

WEB-CM『タイムトリップ』篇：<https://youtu.be/NdxT4XZnLB4>



第三弾ベキット①



第三弾キット②

1996年 (26年前)

ルーズソックス、プリクラ、ポケベルなど…元気な若者たちから次々と新しいカルチャーがストリートから生まれ、活気があふれていた年でした。



キーワードは「ストリートカルチャー」

お〜いお茶は、業界初の小型ペットボトル緑茶(500ml)を発売。気軽にペットボトルを外に持ち歩き、お茶を楽しめるライフスタイルをつくりたい。その思いで開発された1996年のお〜いお茶は、同年特許を取得した「ナチュラル・クリアー製法」により透き通ったお茶の色を引き出しながら、ペットボトルでもお茶本来の香りとしっかりとした【味わい】をつくりあげました。



飲み比べクイズヒントの一例

どうしてこうなった②

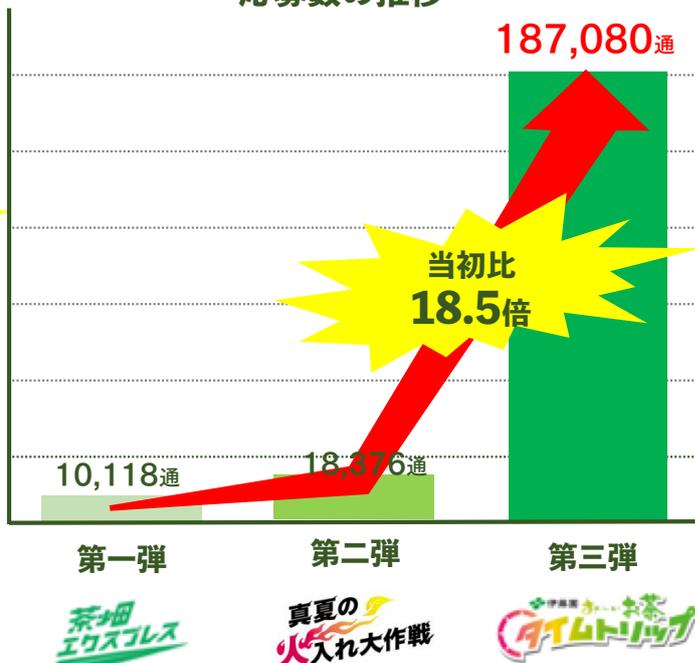
お〜いお茶 トリップキャンペーンの結果サマリー

渾身の企画であることを踏まえ、第一弾、第二弾と比較して、募集する「#茶レンジャー」の数を大幅に拡大し3000名に。2022年3月14日～27日の2週間にわたって、公式キャラクター「お〜いお茶くん」の公式Twitter上で参加者を募集しました。応募総数はこれまでの「茶レンジャー」キャンペーンの中でも最も多い述べ187,080通となり、かつてない大きな反響に確かな手応えを感じていました。

「#茶レンジャー」募集キャンペーン 当選者数の推移

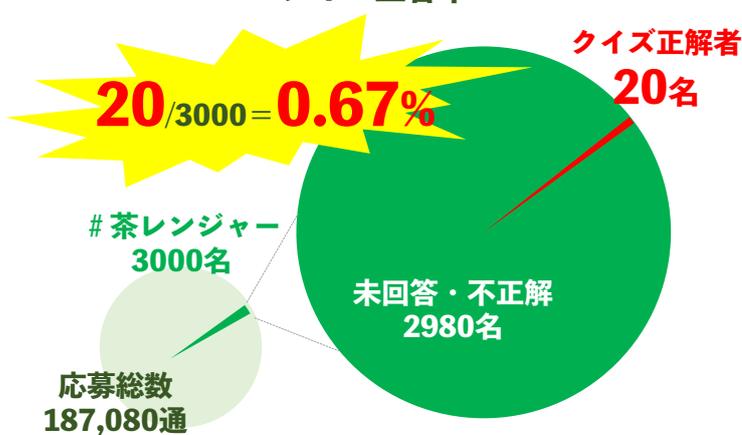


「#茶レンジャー」募集キャンペーン 応募数の推移



ところが、「茶レンジャー」当選者が飲み比べクイズの結果を投稿しはじめた3月下旬～、雲行きがどんどん怪しくなってきたのです。日を追うごとに、担当者の顔色が青くなってきました。蓋をあけてみると、正しい回答を投稿いただいている方がほとんどおらず、正解発表の翌日に正式に集計してみたところ、正解者数は3000名中わずか20名。その正答率はなんと0.67%（小数点第二位以下四捨五入）と、これまで実施したキャンペーンと比較すると群を抜いて低く、「伊藤園史上最低の正答率」となってしまったのです。

クイズ正答率



通常のTwitterキャンペーンと 今回のキャンペーンの正答率の比較



どうしてこうなった③

キャンペーン企画担当者ならびに開発担当者からのお詫び&経緯報告書を公開

この結果を踏まえ、今回キャンペーンの企画担当者ならびに過去のお〜いお茶の再現にも関わった開発担当者それぞれからのお詫び&経緯報告書を公開させていただく運びとなりました。それぞれのコメントは以下の通りです。

企画担当者からの経緯報告

みなさま、今回こんなにも難しすぎるクイズを出してしまったのは、よくよく考えると本当にありえないことだと、深く反省しております。このたびは、改めまして本当に申し訳ございませんでした。思えば、れいねん、少しずつ味を進化させているにも関わらず、その事自体が全くもって誰にも気づかれず、知られていない。その事にたいするいきどおりが、今回の企画の発端だったように思います。

とう社は、1989年に「お〜いお茶」を誕生させてからというものの宇宙で一番お茶のことを考える会社として邁進してきました。

えいえんに、誰にも知られないままに、その進化を続けるのは、ほんとうに孤独な戦いでもあります。

のみ比べという方法で、この進化を皆さまにも共有したい。

ちゃんと、知ってもらいたい。そういった思いで企画したのですがかんぜんに、そのことが独りよがりだったのかもしれない。

らいきは、より親しみやすい企画を届けるべきだと、改めて考えています。

株式会社伊藤園
#茶レンジャーキャンペーン
企画担当 カツノ



開発担当者からのお詫び

めめ、この度は大変多くの皆様にご参加いただいたにも関わらずなんと想定外の結果となりましたこと、深くお詫び申し上げます。たくさんのTwitter上でのコメントに目を通させていただきました。はやく、結果とともに感謝の言葉をお伝えすべきだと考えましたが、このような事態を受けて、思い悩むことも多く、コメントの発表がのびてしまったことも、深く反省しております。

しばらく、原因について私自身もじっくり考えました。おそらく、こんぼんは、私たち伊藤園が「お茶バカ」すぎたことにあるのではないかと、それこそが、全ての原因であると考えております。

にもかかわらず、発売から33年間長きにわたって「お〜いお茶」を飲みつづけて頂くお客様がこんなにも多いことに、深く、感謝しなければいけない。改めてそう感じました。

でも、その一方で、私たちは進化を止めるべきではないとも思います。これは、伊藤園という会社がたちあがった昭和の時代から、平成をこえれいわの時代まで、茶畑から本当のおいしさを届ける事に、全てをかける、私たちの意地でもあります。どうか皆様、かわらぬご愛顧を、よろしく願いたします。

株式会社伊藤園
「お〜いお茶」開発担当
笹目



飲み比べクイズの回答受付中はもちろん、正解後のTwitterにも多数投稿された「難しすぎる」のお声に、キャンペーン企画担当者ならびに開発担当者は真摯に向き合っていました。今回の反省を踏まえ、伊藤園「お〜いお茶」でもこれからも真摯にお茶づくりに向き合い、少しずつでも進化させて参ります。そして、わかりにくいかもしれないその進歩を少しでもわかりやすくみなさまのもとに届けることに、尽力して参ります。みなさま、この度は多くの「#茶レンジ」本当にありがとうございました。

リベンジ茶ンスのお知らせ

このニュースリリースを読んで、本キャンペーンに興味を持っていただいた方に朗報です。

4月28日までの期間限定で、Amazonで対象商品を購入し、専用応募フォームに必要事項と**とても簡単なクイズ**の回答を入力して支払い明細書とともにご応募いただいた方の中から、抽選で総計5,000名様に「お〜いお茶タイムトリップ茶レンジキット」をプレゼントするキャンペーンを実施しております。

当初の「トリップキャンペーン」で惜しくも「#茶レンジャー」に選ばれなかった方、締め切り後にキャンペーンを知った方も正答率*%の「お〜いお茶タイムトリップ茶レンジキット」に茶レンジする茶ンスですので、よろしければぜひご参加ください。

【キャンペーン名】

Amazon購入者限定企画 お〜いお茶「タイムトリップ」キャンペーン

【キャンペーン期間】

■対象購入(注文)期間：2022年3月28日(月)～2022年4月28日(木)23時59分

■応募期間：2022年3月28日(月)～2022年4月30日(土)23時59分

