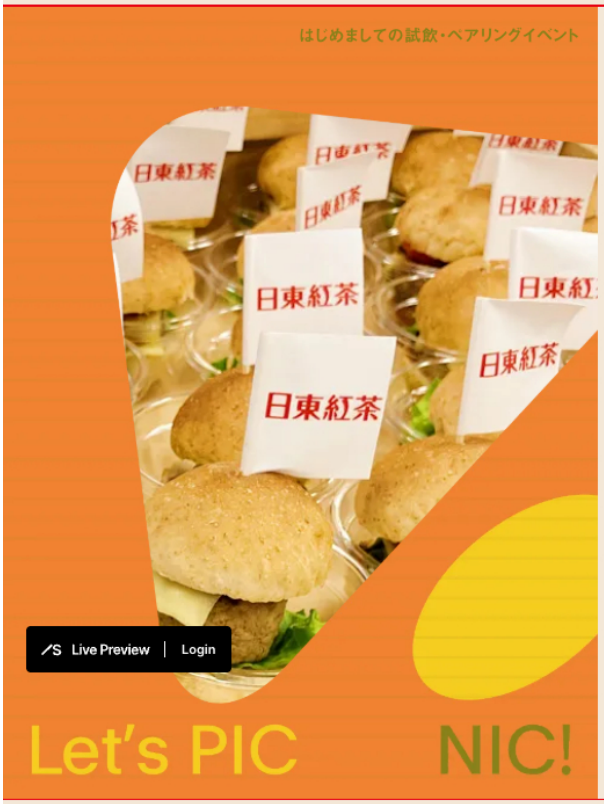


#レポート

2026.10.15

はじめましての方たちと、紅茶の新しい楽しみ方に出会う一日

ライブプレビューを表示中
このプレビューはURLを知っていれば誰でも閲覧できます。編集中の内容も反映されるためご注意ください。
閉じる

千川 里実 / 経営企画部

日東紅茶2026年秋冬の新商品が8月31日に発売となりました。それに先立ち、8月25日、約20名の“はじめまして”の インフルエンサーの皆さまをお迎えし、新商品を中心とした試飲・ペアリングイベントを開催。会場では、商品の味わいだけでなく、日東紅茶が大切にしているものづくりへのこだわりや、紅茶の楽しみ方を体験していただきました。

千川 里実(経営企画部)/ 執筆
西 美佳(経営企画部)、小関 彩恵(経営企画部)

Share　Download

日東紅茶の魅力をもっとたくさんの方に届けたい

私たちは、SNSやニュースリリースでの情報発信、イベントなどを通して、日東紅茶の魅力をお伝えする活動を日々続けてきました。しかし、まだ日東紅茶のことをよく知らない方も多いのではないかと思っています。そこで新商品発売のタイミングにあわせ、初の試みとしてインフルエンサーの方々を新商品発表会にご招待し、私たちのことを知っていただく企画を立ち上げ、始動しました。



関連する記事



「はじめまして」が一枚の写真になるまで。キービジュアルに込めた想い





「CHA-GASUMI-茶霞-」で乾杯! お披露目パーティーの夜

ツテも何もないなら、直接アプローチあるのみ

インフルエンサーの方々をご招待するといっても、当時はツテも何もない状態でした。そこで、当社のInstagramを担当する西と小関が尽力し、実現に向けて動いてくれました。日東紅茶に興味を持っていただけそうなインフルエンサーの方々へ直接ご案内をお送りしてもらい、何度もやり取りを重ねた結果、当日は約20名の方に来ていただくことができました。

小関は次のように振り返ります。

「お一人おひとりの発信を拝見しながら、『どんな方なら日東紅茶を楽しんでいただけるだろう?』と約300名の方にお声がけをさせていただきました。300件近く送るのは正直かなり大変でしたが、試行錯誤の末、後半になるにつれて返信いただける方が少し増えたように感じています。

今回が初めての試みだったため、より多くの方にイベントを知っていただき、日東紅茶に興味を持っていただけるよう、お茶・紅茶を発信されている方だけではなく、お子様との暮らしや時短家事を紹介されている方、本や読書について発信されている方、暮らしのこだわりについて発信されている方など、生活の中で紅茶を楽しむシーンを想像できる方に幅広くお声がけしました。

お一人おひとりに安心してご参加いただけるよう、また、できるだけ参加される方の負担にならずに当日イベントを楽しんでいただけるよう、事前・参加後のご案内方法なども丁寧に検討しました。

やり取りをさせていただく中で、日東紅茶を普段から愛飲してくださっている方から「いつも飲んでいます!」といった嬉しいお声をいただくこともあり、日東紅茶のファンの方とも直接繋がることができた貴重な機会になりました。」

コンセプトは「Tea Closet〜着替えるように紅茶を楽しんで〜」

集客を西と小関に任せながら、私はイベント当日のコンテンツ設計に集中しました。せっかく足を運んでくださる皆さまに、さまざまな切り口から紅茶を楽しんでいただき、充実した時間を過ごしていただきたいという思いから、コンテンツ内容にもこだわりました。

2026年秋冬の新商品はミルクとけだすティーバッグシリーズ、キャラクターとコラボしたインスタント商品、DAY&DAYとリーフティーシリーズのリニューアル、カフェインレスアールグレイの大容量品とバラエティー豊かなラインナップとなりました。

これらのラインナップを眺めながら、何かひとつのテーマで紹介できないかと考えました。毎日のファッションを気分に合わせて選ぶように、紅茶もその日の気分で自由に選んでほしい。そんな思いから、「Tea Closet」というコンセプトを設定。会場ではこのコンセプトを体感できる展示を用意し、フォトスポットとしても楽しんでいただける空間をつくりま

した。



紅茶の飲み比べ、そしてフードとのペアリング

発表会では、紅茶の体験コーナーもいくつかご用意しました。

リーフティーシリーズはパッケージをリニューアル。リニューアルを機に味わいの違いを知っていただこうと、リーフティーの飲み比べを実施しました。4種類の茶葉ごとの香りや味わいの違いを比べることで、同じ紅茶でも個性が異なることを実感していただけたのではと思います。

さらに、リーフティーや「nittoh.1909」（※）のフレーバードティーとケータリングを組み合わせたペアリング体験もご用意。紅茶単体で味わうだけでなく、食事やスイーツと合わせることで広がる新たな魅力を楽しんでいただきました。

会場では「食事とのペアリングに驚いた」「“食”って楽しいと思った」という声も寄せられ、紅茶とフードの組み合わせが生み出す意外性や楽しさを、参加者の皆さまに感じていただく機会となりました。





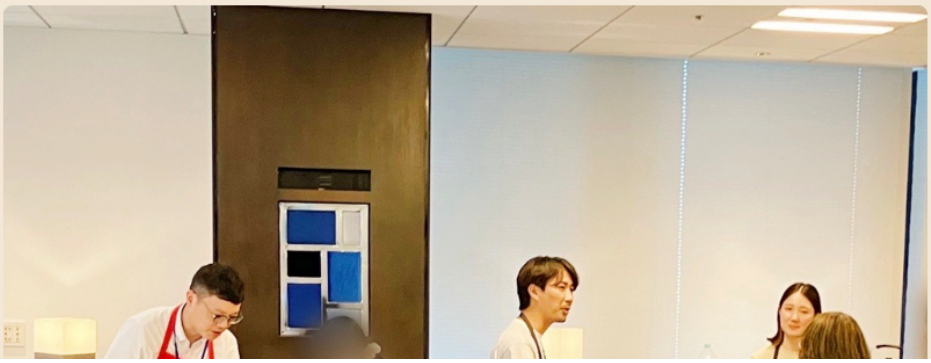


※「nittoh.1909」:長年日本で紅茶製品の販売に携わってきた当社から、「お茶を通して、つなぐ・かなえる・満たされるための場」として2021年に誕生。世界の産地のシングルエステートティーや独自製法のオリジナルティーをはじめ、「お茶は、どこまで面白くなれるか?」を追求したモノづくりとお茶の可能性を繋げて広げる体験の場を作るブランドです。

新商品の試飲とミルクとけだすティーバッグシリーズの体験

会場では、飲み比べコーナーの他に、新商品の試飲コーナーも用意しました。商品の特徴はもちろん、開発の背景やおすすめの楽しみ方についても関心を持っていただき、会場は紅茶について語り合う活気あふれる雰囲気に。

さらに、秋冬新商品の中で力を入れた商品「ミルクとけだすティーバッグ」シリーズは新パッケージへリニューアル、新フレーバーも登場し、5種のラインナップに。その5種類からお好きなフレーバーを選び、ご自身でミルクティーを作る体験をしていただきました。それぞれのコーナーには商品の企画担当もおり、商品に込めた想いやこだわりなど、企画担当から直接こだわりを聞いた参加者が、さらに熱心な質問をするなど、作り手と使い手が繋がる時間になったと感じました。





皆さまからうれしい声が続々

イベント後のアンケートでは、回答いただいた方の100%が「満足」と回答。「商品のこだわりを知ることができて嬉しかった」「社員の対応がやさしく、知識量もすごかった」「商品を作った人の思いを感じた」「美味しいから、もっと広めたいと思った」など、数多くのうれしい感想をいただきました。

なかでも、商品の味わいだけでなく、開発に携わる社員の思いや紅茶への姿勢に感動・共感する声が多く寄せられ、参加者の皆さまに、日東紅茶の商品をより身近に感じていただけるイベントになりました。

皆さまの楽しそうな様子を見て、準備の疲れも一気に吹き飛び、私自身の心も満たされた時間でした。

当日もインフルエンサーの皆さまとたくさん会話をしていた西も

「実際に会ってお話して、飲んでいただければ、きっと好きになってもらえるという自信はあったものの、日々魅力的な発信をされている皆さまに私たちの思いがどう響くか、実は緊張していました。
迎えた当日、足を運んでくださった皆さまと直接想いを交わしたり、皆さまが私たちのこだわりに熱心に耳を傾け、楽しんでいるようすを拝見できたことは何よりうれしく、確かな手応えとなりました。
さらにイベント後には、素敵な視点での投稿をたくさん発信していただきました。思い切ってお声がけして本当によかったですし、感謝の気持ちでいっぱいです。
今回いただいたご縁や繋がりをこれからも大切にしていきたいですし、発信をきっかけに、波紋のように紅茶の魅力が広がっていくのを感じています。今後もこんな風に『好き』が連鎖していくようなきっかけを、どんどん作っていきたいです。」

と振り返ります。

これからもたくさんの方に100ピクニックを通して出会いたい

今回のイベントは初めて尽くしで、本当に手探りの状態で進めてきました。インフルエンサーの方々の反応を見るまでは、緊張や不安も大きかったのですが、会場では笑顔や会話が絶えず、終始にぎやかな時間が流れていました。その様子に安堵するとともに、皆さまに喜んでいただけたことをうれしく感じました。また、試飲やペアリングを楽しむ様子を撮影される方も多く、思いが届いたのだとしみじみ感じました。

はじめましての方と一から関係を築き、「日東紅茶って面白いんだ」「紅茶って美味しくて楽しいんだ」と知っていただけた瞬間は、「届いた!」と心の中でガッツポーズをしたくなります。今後の100ピクニックでも、そんな瞬間がたくさん生まれるような出会いを重ねていきたいと思っています。





© 2026 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. 671330

一覧に戻る

NITTOH 100 PICNIC（100ピクニック）を発信する、日東紅茶100周年特設サイトです。
「100ピクニック」と称した100のアクションを、
様々な人・企業と協働し、その様子を発信してつないでいくWebサイトです。



Copyright(c) Mitsui Norin Co.,Ltd. All Rights Reserved.