



①T-1グランプリに向けて、子どもたちにお茶の入れ方を指導する坂元さん。  
②店内では、茶葉のほか、市内の製菓事業者と商品化したお菓子も販売

Smiling faces of miyakonojo

# の風景

坂元さんは、約260年の歴史を誇る都城茶をより全国に広めていきたいと、若い人が興味を持つようなパッケージを考案したり、インターネット販売や県外などのイベントに参加したりしながら、その普及を図ってきました。

しかし一方では、日本人の食の変化に加え、お茶のペットボトルの普及に伴い、急須で入れる茶葉の消費が減少してきました。

本来のお茶の味を知らない子どもが増えることや、日本の茶文化

に広がる、扉を開けると、茶の香りが広がり、緩やかな時間が流れる非日常に引き込まれます。この特別な空間でおいしいお茶などの提供や茶文化の普及に努めているのが、坂元寛之さんです。



日本茶専門店  
shop&cafe「日向時間」  
ひろゆき  
店主 坂元 寛之 さん



## 子どもたちに 茶本来の味を伝えていく

の衰退を危惧するようになった坂元さんは、茶葉の消費拡大のほか、茶本来の味を家庭で再認識してもらうことが重要だと考え、その育成に力を注ぐことを決意。市内の製茶関連業者の仲間と一緒に、子どもたちに茶文化を伝承する方法や、お茶の入れ方の指導方法などのアイデアを出し合い、楽しく学びながらお茶の入れ方を競うコンテストを企画。平成18年に、「ティーワングランプリ」を初開催しました。小学生約60人が集まった同コンテストは盛況となり、多くの小学生がお茶について学び、触れました。

この企画は、多くの同業者が趣旨に賛同し、10年前からは、みやざき茶推進会議に引き継がれ、全国各地でも開催されるようなイベントに成長しました。

「イベントに参加した子どもたちが家庭でも急須でお茶を入れていたり、興味を持ち続けていたりする話を聞くときが一番うれしい」と笑顔を見せる坂元さん。「茶文化の伝承やその普及に力をいれてきたが、今後は、一杯のお茶を中心に、自分の名の一文字でもある、寛ぎの時間や空間をプロデュースできる人を増やしていきたい」と次なる夢を描いていました。