

## <参考> 伊藤園お〜いお茶新俳句大賞について

### ■企画誕生の背景

伊藤園が世界で初めて緑茶の缶飲料化に成功し、発売5年目にあたる1989(平成元)年は、松尾芭蕉の「奥の細道」300周年ということもあり、俳句が静かなブームとなっていました。また前年には俵万智氏の「サラダ記念日」の販売部数が260万部になり、カルチャーセンターでもこの頃から俳句、短歌の人気が高まり、伝統的な短詩形文学の世界に新たな関心が寄せられました。しかし、多くの方々は初心者ということもあって作品発表の機会がほとんどなく、発表したいという想いが強まっています。

そこで日本文化が育んだ緑茶を扱っている伊藤園が、伝統的な日本文化である俳句の一般愛好者に貢献できないか…ということで企画の検討が始まりました。

### ■企画のコンセプト1

俳句は、独自の細かい約束ごと(季語、定型など)が重んじられます。しかし、この約束ごとを満たさなくても素晴らしい句はたくさんあります。約束ごとにとらわれない表現は初心者が取り組みやすいと同時に、ベテランと同じ土俵で「表現力」を競い合うことが出来ます。

こうして、創作上の制限をできるだけ省き、五・七・五のリズムで自由に表現する「伊藤園お〜いお茶新俳句大賞」が誕生しました。従来の俳句の作風にとらわれず、広く新しい視点で審査を行うために、俳句の第一人者に加え、写真、演劇、文学…といった様々な分野の方々に審査をお願いしております。

### ■企画のコンセプト2

伊藤園の「お〜いお茶」は、世界で多くの方々に愛飲されており、そのパッケージは、メディアとしても活用できます。1989(平成元)年に誕生した「お〜いお茶」は、いつでもどこでもおいしい緑茶を飲んでいただくよう開発した、伊藤園の日本茶飲料ブランドであり、創作上の制限を設けない「新俳句」は「お〜いお茶」にふさわしいものだと考えました。短文表現の発表の場として、自社製品のパッケージを開放することは現代にマッチした新しい文化活動であると考えております。

### ■新俳句大賞の反響と貢献

第一回に41,373句であった応募作品数は、前回大会(第三十一回)で累計応募総数が3,765万句を突破いたしました。新俳句の大きな特徴の一つに、初めて俳句を創作した方からの応募が多いことが挙げられます。同時にベテラン俳人にとっても、新俳句大賞は、「俳句の新しい楽しみ方ができる場」として定着してきたようです。

最近では、俳句を取り上げたテレビ番組が人気になるなど、これまで俳句との接点が少なかった中高生や、若い世代の俳句への関心が高まっているほか、教育現場でも日本文化の継承として俳句創作が定着しつつあります。

さらに、「お〜いお茶」は、日本のみならず世界の方々に愛飲されております。新俳句大賞への海外からの応募は90カ国以上に及び、「HAIKU」としても注目されております。今後、世界のティーカンパニーを目指す伊藤園は、海外において日本の伝統飲料・緑茶の発展と、同じく日本の伝統文化である俳句を通して日本文化を守り、広く社会に伝えていきたいと考えております。