



「チャオシル」再生ビジョン案

——“茶を知る”から“暮らしを味わう”へ——

① 新しいコンセプト

「チャオシル：地域と人が出会う食と暮らしの拠点」
お茶を“文化の一部”として捉え直し、
嬉野の暮らし・野菜・人・自然をまるごと味わえる場に。

② チャオシルの課題と解決の方向

現状の課題	解決の方向
観光客頼みで来館者が少ない	地元民・働く人・ドライバーの日常利用を増やす
「展示を見て終わり」型	「食べて・話して・買って・関わる」体験型へ
建設費に見合う回収がない	低コスト運営・地元協力による持続型モデルに
内容が“お茶”に偏る	「暮らし」「野菜」「発酵」「癒し」を包含

③ チャオシル内の新ゾーニング案

エリア名	内容
 野菜カフェテリアゾーン	あなたの提案「セルフ選択式の地元野菜カフェ」 → チャオシルの“心臓部”として設置
 地域食文化展示コーナー	「お茶」だけでなく、「昔の保存食」「農具」「野菜の暮らし史」などを紹介
 生産者マルシェスペース	農家・加工者が週末販売できる小スペース（惣菜・野菜・味噌など）
 休憩＆読書エリア	地元雑誌・農業や食に関する本を置いた、静かな憩いの空間
 ワークショップ室	キクイモ料理教室・味噌づくり・野菜の漬け込みなどの体験講座

④ あなたの「野菜カフェテリア」位置づけ

- ・ チャオシルを“食べて感じるミュージアム”に変える中心的存在。
- ・ 「お茶」は食後やセルフドリンクコーナーに自然に配置（押しつけない）。
- ・ 観光客も地元客も同じテーブルを囲める、“地域の食卓”。

⑤ ブランドメッセージ（再定義）

Cha-O-Shiru（チャオシル）

「お茶を知る」から、「暮らしを味わう」へ。

嬉野の人と畑と食卓が出会う場所。

⑥ ロゴ・サイン提案（方向性）

“Cha-O-Shiru”のローマ字表記は残しつつ、副題を変更：

→ Cha-O-Shiru — Life & Local Table —

外観はミュージアム的な堅さより、「ナチュラル&ウッド」調に。

看板に「すぐ食べられるランチ」「地元野菜の惣菜カフェ」などの分かりやすい案内を追加。

⑦ 運営イメージ

- ・ 運営：チャオシル運営委員会＋地域協力団体
- ・ 人員：カフェ（調理1・会計1）＋地元サポーター数名
- ・ 食材供給：地元農家・直売所・家庭菜園グループ
- ・ イベント協働：地域NPO・食育団体・キクイモ生産者会など

⑧ 期待される効果

項目	効果
来館者数	観光客＋地元利用で倍増見込み（特にランチタイム）
地域経済	野菜の地産地消・小規模農家の販路拡大
イメージ	“お茶だけでない嬉野”という新しい発信軸
継続性	低コスト・高回転の持続可能運営

⑨ 将来的な展望

- ・ チャオシルマルシェ：週末限定の小規模市場を常設化

- ・ チャオシルレシピ集：地域野菜料理の冊子を作成
- ・ チャオシルブランド：惣菜・スープ・キクイモチップスなど加工品開発

(春日：デローラ多加子)