

01 井指製茶株式会社

ティーバッグで
本格的な緑茶が
気軽に楽しめる「茶飲革命」。
緑茶文化の
未来創造に向けて飛躍



工場内はお茶の芳香が漂う



新ブランドとして展開中の「茶飲革命」などのラインナップ



補助金で導入した設備。リーフタイプの茶葉を一定量ティーバッグに詰める



「茶文化の発展に寄与したい」と井指宏隆社長

data いさしせいちゃ

代表者役職名・氏名／代表取締役社長・井指宏隆

設立年月日／昭和49年9月1日

住 所／〒442-0862

豊川市市田町大道下22-2

電 話／0533-86-2273

F A X／0533-84-3811

U R L／<http://www.isashien.jp>

E-Mail／134info@isashien.jp

資 本 金／1000万円

業 種／お茶の製造・卸売

急須用茶葉の消費は減少中

日本人にとって「緑茶の文化」は切っても切れないものだろう。平成28年の農林水産省のデータによれば、日本人1人当たりの1年間の「緑茶」消費量は、22リットルと過去最高となった。その一方で、同年の1世帯当たりの「茶葉」消費量は829グラムと、同14年の1140グラムと比較すると約75%に減少している。これは、ペットボトル飲料の普及などからお茶系飲料の消費量は増えているものの、「急須でお茶を入れる家庭の習慣」は、減りつつあるということを示している。

ティーバッグで本格的な味

こうした現状を受け、当然、茶葉の生産者や卸売業者、小売店などは茶葉の消費拡大に向けてさまざまな戦略で立ち向かっている。昭和20

年創業の老舗の茶葉メーカー、井指製茶もその1社。「人々の生活にお茶で潤いを、そしてしあわせを」の企業理念のもと、新しい発想のブランディングにより、茶葉の消費拡大に取り組んでいる。

同社は現状について「急須でお茶を入れることの手間や飲んだ後の始末が急須離れの一番の要因ではないか」（井指宏隆社長）と考えた。そこで“本格”と“手軽さ”をキーワードにしたティーバッグによる「茶飲革命」を提唱。急須で入れた本来のお茶の旨味を再現するティーバッグを開発した。良質な茶葉を使用し、形状にもこだわった同社のティーバッグは、茶葉がふんわりと広がり、苦味、渋味、旨味、甘味のバランスが取れたおいしいお茶ができる。

ブランド力の強化を目指す

このティーバッグの効率的な生産

に向け、同社は「平成27年度補正ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金」を活用。リーフタイプの茶葉を一定量ティーバッグに詰めるための設備を導入した。その結果、それまで協力会社に委託していた工程を自社で全面的にまかなえるようになった。

これを受け、同社では「余力が生まれた分を新たな緑茶ファン層の開拓に充てたい」（同）としている。現在、茶飲革命は愛知県内の食品スーパーや百貨店を中心に、日本茶を楽しむ新しいスタイルのブランド品として販売している。ブランド力の強化やSNSの活用による市場開拓を進め、「若い層にもペットボトルの気軽さで、急須で入れたお茶の本格的な味わいを楽しんでもらいたい」と井指社長は意欲を見せる。

同社のティーバッグは、原料にデンプン由来の天然素材を使用した

メッシュで、健康にも環境にもやさしい。さらに「水出し」も可能で、飲み比べればペットボトルのお茶との味の違いは歴然だ。「百貨店の催事などで試飲してもらおうと、味の違いに驚かれる方が多い」（同）という。

緑茶文化伝承の一翼を担いたい

同社では今後、幅広い層に向けて、緑茶文化の浸透を図る。オフィスや事業所向けに、鮮度が保ちやすい“個包装タイプ”のティーバッグを開発し「置き薬」のイメージで使った分だけ補充・清算するような新たなビジネスモデルの確立を目指している。さらには、小学生を対象に「茶摘み体験」や「急須でお茶を入れる体験」などの校外学習や出前授業にも積極的に取り組み、子どもたちに「日本のお茶文化」を体験してもらう機会を増やしたいと考えている。

昨今の「抹茶スイーツブーム」に

乗った「緑茶スイーツ」の開発も手がけていく予定だ。「ペットボトル用の茶葉は販売単価が低く、お茶農家の経営を少なからず圧迫している。お茶農家もお茶メーカーも小売店もすべての立場の人たちが安心して茶文化の発展に寄与できるような環境づくりの一旦を担っていければ」と、井指社長の志は大きい。日本の緑茶文化の伝承という大きなテーマの一翼を、同社が担おうとしている。



百貨店の催事でアピール