

# 茶事記

さ  
じ  
き

第87号

2022年  
春夏

## 茶事記 第87号（春夏）目次

- 巻頭エッセイ ごきげんよう
- クローズアップ・ピープル 経営者登場⑤  
株式会社宇治園 代表取締役社長 重村桜子氏  
株式会社山城物産 代表取締役社長 岡本志津代氏
- 消費者に迫る⑤ お茶に関する座談会
- ガンバルこの人⑮  
加藤銘茶本舗 加藤進氏 あづさ氏
- 異業種に学ぶ⑯  
株式会社大鵬 代表取締役 大屋幸子氏

# ごきげんよう

明石哉子

自分で自分をごきげんにする

それはとても役に立つ  
人生を明るくするスキル

自分で自分をごきげんにする

それはとてもかんたん  
すぐに手に入るスキル

お茶の葉をひとつかみ  
お湯を注いで深呼吸

深く深く 香りを嗅ぐ

胸が 開く

息を 吐く

心の 淚おりが 解き放たれる

若葉の 生命力

萌える 茶畠のみどり

キラキラの陽射し

ね

新茶を淹れる 数十秒

自分で 自分を ごきげんにする時間

(あかしかなこ・エッセイスト)



画：光永 梨江

## 第2弾 女性経営者対談

# コロナの中での価値観の変化を どう日本茶に結ぶか?



株式会社宇治園  
代表取締役社長  
重村桜子氏

積極的な経営で明日を拓く経営者をご紹介するこのコーナー。  
前回反響を呼んだ、女性経営者お一人の対談、第2弾です。

ご登場いただく株式会社宇治園の重村桜子さんは2020年8月に、株式会社山城物産の岡本志津代さんは2021年4月に社長に就任されました。心斎橋宇治園さんは専門店、山城物産さんは量販店と、お茶を商うフィールドは異なり、今回の対談が初対面。リニューアルしたばかりの当社関西営業所にお越しいただきお話を伺いました。

株式会社山城物産  
代表取締役社長  
岡本志津代氏



写真の時だけマスクを外しましたが、ぶっちゃけトークで盛り上がりました。

●お二人の社長になるまでの人生を、まずお聞かせいただけますか？

**重村** 私は1968年生まれ。三人姉妹のお茶屋の長女として生まれました。

24歳で婿養子をとつて3人男の子を産んで、「親孝行カンペキやん」って冗談を言つたりしていたのです。

夫が事業を継いで私は専業主婦人生と想定していましたら、35歳の時に夫（当時は宇治園本部長）から「子会社の喫茶部門やらへんか」と言われて。下の子が幼稚園に入ったところで、「カフェのマダム、左うちわでええんちゃう？」って

ノリで引き受けたら、とんでもない。仕入れ、シフト、メニュー作り、ゼリーの仕込み、白玉の仕込み、バイトの穴が空いたら休みでも現場に立ち、お正月も休みがないという日々。

●**カフェのマダム**というには、怒涛の日々です

**重村** 経理も見といて、と言われたけれど、文部なんで簿記知識ゼロ。弥生会計の本を先生に、見よう見まねで月次決算を出して。

1店舗でしたが、5年間で4店舗にしました。新店舗の設計の打合せも食器の選定もやつて。自分のもだから投げ出すことはできないと必死でした。

●**当事者意識、ハンパないですね（笑）。**  
**岡本** 私は1963年生まれの二人姉妹



の長女です。学生時代は店頭販売の手伝いをしたこともあったんですが、大学を出て金融機関に就職。そこで社内恋愛して、夫の転勤になりました。

もともと山城物産はスーパー一筋の会社です。自画自賛になりますが、うちの営業部隊は素晴らしい、どこでも切り込んで量販店の棚割りを取ってきます。だからこそ、消費の現場が既にお茶を飲まなくなっている、という危機感が足りなかつたという側面もありました。

●**バイヤーさんの要望を理解して提案できる、ということと、リアルな消費者の現実やニーズとの間にはギャップがあるということですね。**

**岡本** 私が関西に戻つてから、スーパー卸ではでき�新しい日本茶の需要喚起のために、別

会社の宇治和束園でドリップのお茶とかクラウドファンディングとか、新しいチャレンジを始めました。本業であるスーパー卸とは別の部分で、ペットボトルのお茶やコーヒーを飲んでいる消費者に日本茶の魅力に気づいてほしい、と考えたのです。

●**お二人とも専業主婦の後に、お父様の事業に脇から入る。共通していますね。そこから経営者に転じるのですね。**

**重村** 夫が社長になるタイミングで、カフェ事業をしていたグリーン商事は宇治園に吸収され、私は専務になり、心斎橋の本店店長も兼任しました。

社長である夫から、「心斎橋という一等地にあつて家賃相場を考えたら、あの本店はおかしいやろ、変えられるのは君しかいない」と言わつたんですが、自分はずつと見てきた光景なんですが、何がおかしいのか最初はわからな



山城物産の会長の名を冠にしたグレードの高い粉末茶。

**重村** これを一度リセットしなければ、若い人は響かない、と覚悟を決めて、吉村さんの既製品で日本茶の「チギフト」に挑戦しました。

具体的には、どう変えていたのですか？

**岡本** 徐々にはムリ、と決断し、閉店後に、バイクの子も含め全員で、全部の商品を一度棚か

らおろしました。

当時はまだ言語化できていなかつた

ですが、ファーストラインとセカンドラインを分けることが大切です。ファーストラインは、茶専門店としての看板商品。ブランディングされた看板茶です。セカンドラインは、カジュアルで機動性重視。

お茶を飲んでいない人がターゲットで、思わず手に取つて買いたくなる、プレゼントしたくなることがポイントです。量は多くなくていい。グラム単価ではなく

手ごろな総額を狙います。

「お茶は無難」とおっしゃる方がいま

すけれど、それは過去の話ですよ。急須を持たない人が多い現在では、茶葉を贈

るために相手に急須があることを把握している必要があるのです。ですから、ティーバッグや粉末茶をいかに自分以外の人に配りたくなるようにするか、という目線で考えます。

**岡本** 従業員の方の抵抗はありませんでしたか?

ありました(笑)。この商品は、●●

さんという常連さんのお気に入りだから

ないと困る、と言つて、元の陳列に戻

そうとします。このような特定の方が購入される商品を「引き出し商品」と名付け、引き出しにしました。●●さんが来店されたら、「●●さんのために

とつてありました」と引き出しから出せばいいのです。お客様は常連さん感が増して喜ばれるし、売り場はすつきりして、コンセプトが明確になります。

● 戰うのではなく代案をだして、社員さんを巻き込んでいかれたのですね?

重村 まずスタッフの意識が変わりまし



コンセプトが明確になった宇治園心斎橋本店  
豊富なセカンドラインも魅力。

ゼロ。どん底の中で社長就任です。その

頃、父が余命宣告をされまして、以前から延命治療はしないと公言していたの

で、それならばと4か月、家族で介護チームを作つて看取りました。終わりがあつたから、またコロナというタイミングだったから、悔いなく見送ることができました。

● キティーちゃんのフィルターインボトルとか、日本茶をベースとした健康茶の

ブランド「古傳葉膳」の展開など、そばから見ても破竹の勢いがありました。同じ時期、岡本さんはどんな仕事をされていましたか?

**岡本** 紿茶機の事業を売却したことが忘

れられない思い出です。オフィスや病院などへの卸事業は、紿茶機を置かせていいだくところから始まり、継続的なご注文をいただける堅実な事業だったのですが、自販機やユニマットの登場など、

時代の大きな変化に追いつかなくなり、どんどん落ちていきました。儲からなくて、事業を継続している限りは、メンテナンスなどに時間が取られ、新規事業に人を振り向けられないのです。そこで思い切つて紿茶機部門を売却しました。その一年後にコロナ。あのタイミングで撤退の決断をして、本当によかったです。

● お父様も娘の社長就任を見届けて、安堵して旅立たれたのではないでしょうか。

**重村** コロナで時間に余裕ができたので、社内の労務管理を女性目線で整えることに注力しています。忙しいと休日出勤をして振替休日を取らずに手当で済ませる、という今までの融通という名のテキトーな労務管理から脱却しようと奮闘中です。「24時間戦えますか?」という価値観を引きずついたら若い子は続

きません。公休8日+有休1日。この有休は「アンテナ高くして趣味に時間を使つてね」と言っています。趣味はYouTubeを見るのも買い物す



キッチンスペースで。

「ここでイベントやって配信したいですね」

● 今まで社内では当たり前だったことを断捨離することでスタートを切られたのですね。宇治園さんは2020年8月、山城物産さんは2021年4月。いずれもコロナの中での社長就任です。

重村 コロナで鎖国ですよ。ピタリと心斎橋の人通りがなくなり、インバウンドも



## フィルターインボトル。

「茶葉を水出し。まだ知らない人はたくさんいるのではないか」



刻音(ときね)。

「茶葉で淹れるきっかけを作る茶器だと思います」



関西営業所1階ショールーム

このあと、お気に入りの商品の前で写真撮影。

のでも、自分で「これが趣味」と言い切  
れば何でもいい(笑)。そういうところ  
から、活力や発想力が生まれてくるん  
じゃないかと思うんです。

●スーパーのお茶は、コロナの中で堅調だったのではないですか？

岡本 食品業界は男性の世界です。バイヤーさんの幹部はほぼ男性です。逆に女性社長というのは覚えてもらいやすいというメリットもあって、社長就任のご挨拶に精力的にまわりました。車の中でも一対一になつて対話をする1日同行は本当にいい時間で、社員さんに教えてもらうことは多いです。これからのことと一緒に考えていくこうと感じています。

ペットボトルの普及と食生活の変化によつて、日本人の味覚は大きく変化しました。京都の高校でお茶の教室をやると、家庭に急須がある子は数名。私たちが美味しいと感じるアミノリツチなお茶の味は好まれないのです。

味を追求するだけではなく、このライフスタイルの変化をどう生かして商品提案をしていくのかが大切ですし、「お茶のある暮らしがいいよね」ということが伝わるようにするのが先決ですね。コロナで価値観は変化しました。おうちの時間は増えたし、健康や免疫力にも関心は高まっています。「和」であることの価値もあがっている。ここからがほんとの勝負だと思います。

皇村 お茶に限らず、米・酒など日本の伝統食品は男性が圧倒的に多い世界ですが、逆に女性社長はリア感があって新しいことをするんじやないかと期待された

株式会社宇治園

本社所在地 〒542-0085

大阪府大阪市中央区心斎橋筋1-4-20

TEL:06-6252-7800

株式会社山城物産

本社所在地 〒550-0015

大阪府大阪市西区南堀江4-24-6

TFI :06-6531-1818



業態は異なるが、課題は共通していたお二人。

り、応援してもらいやすいです。「ええもん作つといたらええねん」というスタンスから脱して、どうやって手に取つてもらえるか、「これええねん、みてみて」って口コミしてもらえるか。買い物に行く人の7割が女性なんですから、女性目線で磨いていきたいですね。

## お茶に関する座談会



株式会社吉村は、茶業界と消費者を結ぶパッケージを目指して、消費者実態調査を1995年から続けています。コロナの中、前回に続きZoomオンライン形式で実施した今回は、静岡県の料理専門学校へ通う、食に関心のある学生さんに参加していただきました。事前にフィルターインボトルや抹茶ミニシェイカーなどをお送りして、実際に使った感想も伺いました。

### ◆静岡の子の日常茶飯は日本茶ではない?

Aさん：普段からお茶は急須で淹れています。ついさっき、お昼にも飲んだばかり。ティーバッグで淹れることもあります。

Bさん：私は、記憶にないくらい飲んでないかも。味のない飲み物が好きで、最近はずっと水素水です。お寿司屋さんでもあがりではなく「お水ください」って(笑)。

Cさん：ペットボトルのお茶は飲みます！たぶん家に茶葉はないんじゃないかな…。

Dさん：紅茶やジャスミンティーが好きです。緑茶はあれば飲むくらいですね。親戚のお茶屋さんから、特別な来客のときだけはいいお茶をもらつて淹れる感じ。

Eさん：母が淹れてくれるのによく飲みますけど、私自身は最近コーヒーにハマっています。産地や焙煎の違いをいろいろ試して自分好みを探っている途中で、今日のマイボトルの中身もコーヒーです。

### ◆フィルターインボトル、第一印象は？

Fさん：冷茶が冷蔵庫に常備してあって、それは飲みます。急須は時間がかかりそうだから使わないですね。

Aさん：紅茶屋さんでディスプレイされているのを見てフィルターインボトルのことは知っていました！学生には高価で諦めましたが、かわいいなと思つて実は気になつていました。

Cさん：私も帰りに通るお茶屋さんで売つているのを、外から見て知つていきました。遠目で見てカワイイと思うもののお店に入る勇気がなくて。

Fさん：私も！お茶屋さんの外から気になつてた！(笑)

Dさん：私は今回はじめて見ました。第一印象、とにかくカワイイ！

Bさん：アルバイト先の和食料理屋で、お客様から冷茶のご希望があつたときに使つてているんです。ずっとプラスチック製だと思い込んで

### ◆フィルターインボトルで「水出し茶」を作つてみた！

いて、手に取つて「重つ！」つて(笑)。実はガラス製であることを発見しました！

Eさん：今まで見たことない形だし、容量も多くて使いやすそうと思いました。ガラスのこの重厚感がしつかりしていて、すごくいいなと思います。

Eさん：これは味ムラなしで出来るところが気に入りました！急須で淹れるお茶は味にムラができるけど、フィルターインボトルは一度に大量に出来るから一杯ごとの味ムラがない！

Cさん：水でもすぐに味がしつかり出たのが印象的！私、待てない性格なので、色がついてすぐ、5分くらいで飲んでみたら、それでもお茶の味がして、スッキリして美味しかつたです。時間差で飲み比べたら、1時間くらい経過したところが一番美味しくて好きでした。



Dさん：私は苦いお茶が好きじゃないので茶葉が漫りっぱなしるのが心配だったけど、時間が経つても苦みがない。最後まで飲みやすくて美味しくて！発見でした！

Fさん：私も想像していたよりお茶の色がすぐについて、きれいな色でかわいくて気に入りました。以前使っていた冷茶ポットより、フィルターが細かいところもいいですね。

Bさん：アルバイト先ではいつも別の方が作っていたので、自分で作るのは初めてだったんですよ(笑)。実は、葬儀でもらったお茶のストックがいっぱいあって使い道がなくて困っていましたが、これは便利！ティーバッグじゃなくそのまま茶葉入れて、冷蔵庫に常備しておけるのがいいですね！

Aさん：割ってしまわないかドキドキ。丁寧に扱おうと思いました。

### ◆お茶屋さんのイメージは？

Cさん：スタバのようにドリンクとしてテイクアウトできると入りやすそうな気がするんですが、お茶屋さんは入りづらい。こういう新しいお茶の愉しみ方も、外から見てているだけやわからないですね。

Fさん：作られた（液体の）お茶ね！並んでいる四角い袋に入った茶葉は、むずかしくて名前を聞いてもピンとこないし、自分で上手に淹れる自信もないし。プロが美味しい淹れてくれた液体のお茶を買いたいですよね。

Eさん：スイーツもあつたら？お茶とスイーツ、一緒に買いたくなりそう。フードペアリングとかマリアージュまでいかなくても、お茶と

スイーツのオススメの組み合わせとか興味あります。

Bさん：えーっ、私の中のお茶屋さんのイメージは、おじいちゃんおばあちゃんが集まって、買い物するっていうより仲良しでしゃべってる場所という感じ。なんか常連さんの「ミニユーティで、若い人は邪魔しちゃいけないんじゃ？」って思ってしまう。

Aさん：えっ、それ偏見ですよ(笑)。私にとってのお茶屋さんは「人当たりがいい」。小学生の時に行ったお茶屋さんが、試飲と一緒にお茶菓子を出してくれて、子どもにもこんなにおもてなししてくれるんだ！と感動して、そこからお茶が好きになつたんです。今はコーヒーにハマっているけど、お茶も大事(笑)。

Cさん：確かに、県外へインターインシップでお世話になるときのお土産に静岡らしいものを贈りたくてお茶を選ぶんですが、ははずせない特別な時はお茶屋さん！信頼感があります。



今回ご紹介するのは、大阪府千林の加藤銘茶本舗様。現社長の加藤進氏は三代目。創業者である祖父が静岡出身であることから、関西では珍しい静岡茶を扱う茶専門店です。地元の人で賑わう千林商店街の中で、小さな気づきと実践の積み重ねで、店舗を少しずつ変化させ、「コロナの中で大きく舵を切られました。20年前から、吉村の内覧会の勉強会に必ず参加してくださっていたご夫妻。その軌跡に深く感動した取材でした。

## 「売れないのは仕組みが悪いだけ」

小さな気づきと実践の積み重ねで、劇的に顧客の若返りを果たした茶専門店

加藤銘茶本舗  
加藤進氏 あずさ氏

千林のアーケードはいい感じで地元  
感満載ですね。

はい、この、昔ながらの商店街で育ちました。一階が店舗で二階が自宅。若い頃は、それが嫌で、すぐに家を出て自活しました。ミュージシャン志望でしたし。

当時のお店はどんな感じだったのですか？

「売れるものなら何でも置こう」というスタンスです。業者さんが営業に来て、「これ売りますよ」と言わされたら即並べる(笑)。ある時、阿蘇の万能茶を勧められて置いたらソコソコ売れるんですが、「なんで自家焙煎のほうじ茶買わんねん?」と、売れてもうれしくないんです。

ほうじ茶の機械を、お店の一一番奥に配置されたことを、「ドラマーなので全体を後ろから俯瞰するのが自分らしい」と説明されたのが印象的でした。ドラマーだったのですね。

サッカーではゴールキーパー、野球だとキヤッチャ―のような存在。昔からそういう役割が多いんです。自分が花形になるよりも、メンバーの頑張りを後ろから見守りつつ全体最適を狙うポジション。



加藤夫妻。お話を伺ったのは進社長だが、お二人で力を合わせてお店を進化させてきた。あずさんはSNS担当でもあり、茶道の嗜みを活かして新店舗の2階でセミナーもする。

プロのドラマーを断念して、高校時代から付き合っていた妻と一緒に結婚しようとなつた時に、定職がないのはさすがにマズイだろうと考えて、実家に戻りました。今から20数年前ですね。

お茶に関する知識はゼロ。専門店なんでも無知はあんやろ、と思つて。ちょうど日本茶インストラクター制度が出来たときで、勉強して一期生になりました。そもそも、人前で話すのが苦手で、お茶の淹れ方教室とか絶対に自分にはできへん、と思つていたんですが、日本茶インストラクター制度の立ち上げのタイミングだつたし、逃げられなくて。練習したら出来るようになつて、あちこちから声がかかるようになり、人前で話すこともできるようになつて、大阪の茶業青年団の団長とかPTA会長とか(笑)。父とはまったくがう人脈もできましたし、想定外の自分と出会うことにもなりました。

## ■ 加藤さんで買うことが、その方にとつての意味がある、ということですかね？

びっくりしましたね。これはどういうことなんやろ？ ドラッグストアではなくお茶屋で買いたい。だとしたら、自分は、自身が「価値がある」と目利きしたモノを集めなきゃならん。そこから、少しずつメーカーさんの仕入れ品を絞っていきました。

### ■ 次の転機は、どこでしたか？

地元の中学生の職場体験ですね。当時の店は洗い場があるし、商品は店先に並べているし、動線が悪くて、店の奥の席に座るお客様にしか接茶していなかつたんです。中学生にお茶の淹れ方を教えて、接茶に挑戦してもらつたんですよ。

一生懸命声かけて試飲してもらうとね、いつも2百グラム5百円のお茶の常連さんが「いや、おいしいわー。このお茶ちょうどいい」って百グラム千円のお茶を購入されたんですよ。

### ■ 4倍の値段のお茶が売れた！

千円のお茶を体験したら、何人かに一人は購入するのです。これをきっかけに、接茶、ちゃんとやろうと思いましたね。客数を上げるのは大変だけど、こういう方法で客単価をあげることはできるんじやないかって、コツコツ続けてみたら、じりじり結果が出てきて。以前、「接茶に抹茶豆とほうじ茶豆を一粒ずつ付けるだけで客単価は上がるとおっしゃっていたことを鮮明に覚えています。

ガラス越しに店舗の中の様子がわかり、扉を開けて入りたくなる。客層が劇的に若返った。「以前ここでお茶屋をしていたことが若者には認識されていなかった」と笑う。

テイクアウトコーナー。自家焙煎ではなく「HOME GROWN」というのはペイントしてくれた弟さんのアイデア。



茶筅で点てる抹茶ラテ。

スイーツはカヌレ。弟のお嫁さんのカヌレ専門店とのコラボ。マスコミにもたびたび取り上げられるが、「売れるお菓子なら何でもいい」ではなく、卖れたら自分たちの喜びにつながる。



店の奥にある焙じ茶焙煎機の前で。レトロでありながら清潔感があり、篩(ふるい)などの道具も加藤立ち長のいで立ても、クラフトビールならぬクラフト焙じ茶を感じさせる。



吉村さんの内覧会や椿宗善の山口社長のマーケティングの講座に参加して、必ず何か実践して店を変えていきました。豆はね、一種類よりも、二種類つけた方が格段に購買する確率が上がるんです。「どちらかを選ぶ」という心理になるんですね。

「若い人でもお茶を買う」と確信したのは、ファイルターインボトルの登場です。うちの煎茶は静岡の深蒸し茶なんで、詰まりやすいならば、と自家焙煎のほうじ茶で接茶を始めました。子どもの反応もよくて、若い人が購入されます。ほんと、驚くくらい購入の決断は速いですよ。  
僕は一切「買ってくれ」とは言いません。どうやつたら買ってもらえるかという発想で、地道な実践と小さな気づきの積み重ねです。夏場の方が、新規顧客の獲得は容易ですね。



ロゴがおしゃれ。



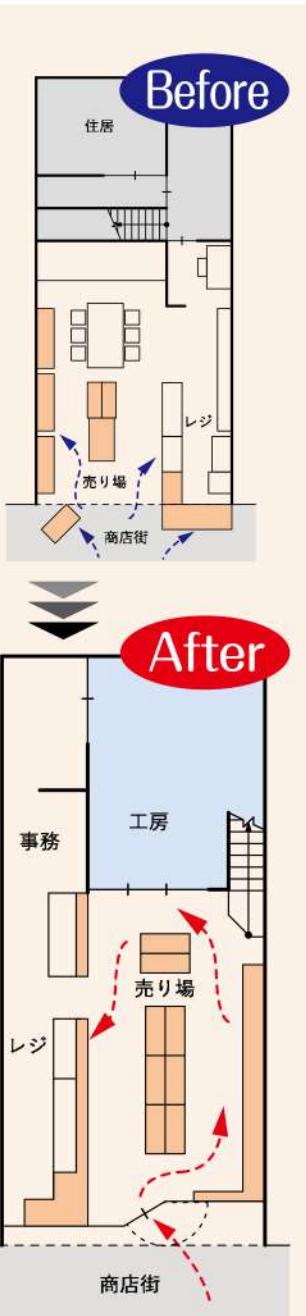
カジュアルなアイテムが楽しく配置する壁面。



ドライフルーツ。  
POPは娘さん作。

**ワイスさんを選んだのはなぜですか。**

他のお茶屋さんの事例も拝見して、女性の設計士集団であることが決め手でした。カッコよさとかデザイン性にこだわりそうな自分がいて（笑）、買い物するのは女性が多いから、その感覚を大切にしたかったのです。大阪と神奈川で距離はありましたが、Zoomの打合せでストレスはなかつたですね。



中央部分には看板のお茶のラインナップ。

動線の悪い店内で工夫できることは全てやつた、という気持ちでしたから、次は動線を変える改装だと考えました。まず自店の強み・弱みを書き出して、どんな店にしたいのかを、自分でパワーポイントのプレゼン資料を作りました。

これから先の人生、自分たちのやりがいを大切にしたい。好きで得意なことだけを集めた店舗にしたい。

別の場所にある工場で焙煎していた看板のほうじ茶を、店の奥に焙煎機を配置して見せて香りが店に流れたら、と想定し、まず兄弟、商店街の仲間、問屋さん、最後に一番の難関である両親と、順番にプレゼントしていきました。やらないリスクはあっても、やらない理由はない。50歳の今、決断しなければと、プレゼンをするたびに確信していました。

## コロナの中、リニューアルをされました。



お茶の時間が楽しくなる茶器をセレクト。



カラフルなティーバッグ。

いち早く、みたらしちゃんカートンも採用いただいた。



焙じ茶焙煎機のある工房から店内を見る。



若い女性が購入する場面に遭遇。  
和チャックの詰め合わせギフト。



茶審査技術九段他、入賞歴がひっそりと貼ってある。

## 加藤銘茶本舗

### 本店所在地

〒535-0012  
大阪府大阪市旭区千林  
2丁目15-23  
電話：06-6951-4056

### ホームページ

<https://kato-meicha.com/>

### 想定以上の結果だったのですね。

何よりも外観ですね。改装なのに新店舗と勘違いされることもよくあって、「梅田にあるようなおしゃれな店ができる」と言われます。通勤帰りに週に一度立ち寄っていく、目的買いではなく、「なんかないかな」というコンビニ感覚。

奇をてらったことは何もしていません。お茶が売れなかつたとすれば、それは仕組みが悪いだけだったんだ、と実感しています。

改装されてからの変化を教えてください。

客層が劇的に若返りました。以前の店は、店先に商品を並べていたので、店の中の商品を知つていただくことが難しかつたです。新店舗は、扉を開けて入ってきて、勝手に店内を回遊して、レジに来てお金を払うところに腰掛ける場所があつて接茶する。みたらしちゃん、フィルターボトル、和チャック。若い人には新しい発見なのです。ドライフルーツも自分たちが想定していなかつた売れ方です。

異業種の取り組みから、茶業のヒントをお伝えしているこのページ。いつもどちがう角度から茶業を考える、そんなきっかけにしていただければ幸いです。

## 羽田発 クラフトビール

### 異業種とのワクワクする

### 掛け算で進化

株式会社大鵬 代表取締役 大屋 幸子氏

今回ご登場いただくのは、生命保険の外交員から起業した女性経営者。クラフトビールを扱う店を、醸造メーカーに進化させ、今は醸造設備そのものの企画製造販売に着手しておられます。天空橋イノベーションシティにある80席の直営店「HANEDA SKY BREWING」でお話を聞きました。

#### ●社名の大鵬さんの由来を教えてください。

夫の実家の席数7席の小さなラーメン屋の名前です。家族経営で、後継者がなく、会社を閉じることもできない状態だったときに、自分が保険の外交で知り合った方がクラフトビールを製造していて、その販売元として蒲田に飲食店を出して社長になりました。

#### ●蒲田に出した一号店の名前が

「羽田バル」と聞きました。

クラフトビールを提供するのに、大手のビールメーカーと同じ土俵では戦えないと、地元の人はどう愛してもらいうのか、どう口コミしてもらうのか、と考えて名付けました。大田ビールと言うより、世界への玄関口である羽田と言った方が拡散されるだろうと。

#### ●2店舗目のこのお店には、醸造設備があるのですね。とても広いお店でびっくりしました。

蒲田で羽田バルという店名でやっていたことで、出店のお声がけをいたいたんです。天空橋駅直結の羽田イノベーションシティ、ライブ会場として圧倒的集客力のあるZepp H anedaに行くには必ず店の前を通るという立地です。

ちょうどその頃、クラフトビールメーカーの経営者が変わって、自分たちで醸造をしたいと考え始めました。資金は全く足りなかつたのですが、その想いをお話しすると、地元の金融機関さんを含めて沢山の協力者が現れ、ファンドを立ち上げて資金調達し、醸造所を併設した店舗に挑戦きました。



HANEDA SKY BREWING外観。ライブの時には1,000人を超える人が通る場所。



ロゴもおしゃれ。



ハートがシンボルマーク。



大屋社長。飾らない人柄で人と人を繋いでいく。

## ●それだけの協力者が集まる

秘訣は何なのでしょう？

「一人で勝とうとしない」ということじゃないでしょうか？このビル自身のオープンが、コロナの真っ只中で、出店予定の方たちは延期されたり取りやめたりされましたが、私は引き立ててくださいました。ビルで働く人達や観察にいらつしやる方たちには、テイクアウトも含めてよく利用していただいて、コロナの中なのに繁盛しました。



常時8種類のクラフトビールが楽しめる。



このタンクは輸入した。これを大田区のものづくり技術で製造しようと奮闘中。



●次の夢はですか？  
大田区はものづくり製造業の集積地です。この地の技術を結集して、クラフトビールの醸造設備を国内生産することに着手しています。門前町の池上に3店舗めの出店も決まりました。いろんな異業種の方と繋がりながら、小さいけれども明るい未来を創っていきたいと思います。

## ●山形県長井市のお野菜とか、蒲田切り子とか、いろんな方とコラボされていますね。

クラフトビールを極める、という発想ではなく、作り手の顔が見えるものを掛け算して、笑顔を創りたいのです。同業で競うのではなく、なるべく異業種の方に飛び込んで、ちっちゃい会社だからこそできる機動力で、新しいワクワクを作っていきたい。障がい者雇用にも積極的に取り組んでいます。大きくなるのではなく、長く続く会社を作りたいです。

●抹茶ミニシェイカーを使ったメニューも実現しそうです。  
異業種交流で、この抹茶ミニシェイカーを知つて、すごく面白いと思いました。今お客様は体験型であることを求めています。ですから、ぜひ、ビールや焼酎やミルクやサイダーに、自分でシェイクしてもらえたたらと考えました。スタッフのオペレーションも楽で一石二鳥です。



## 株式会社大鵬

〒144-0051

東京都大田区西蒲田7-41-8 2F

電話:03-6424-7716

メール:hanedabar0520@gmail.com

遅ればせながら



# SNS

# 毎日更新中！



Good!

詳しくはコチラから!!



- 吉村Facebook
- 吉村Instagram
- 江戸越屋Instagram
- 刻音Instagram
- 日本茶ファンInstagram

◀◀click!



経営の仕掛けや、日本茶を広げるための活動、パッケージのご紹介など、いろんな社員が記事を書いています。ぜひつながってください。

 株式会社吉村

静岡 営業所 〒425-0092 静岡県焼津市越後島408  
関西 営業所 〒601-8102 京都府京都市南区上鳥羽菅田町21番  
東北 営業所 〒984-0002 宮城県仙台市若林区卸町東1-4-20  
九州 営業所 〒816-0921 福岡県大野城市仲畑4-26-15  
南九州 営業所 〒891-0122 鹿児島県鹿児島市南栄5-10-10エヴォルート南栄1F  
静岡総合工場 〒425-0092 静岡県焼津市越後島408

本社 〒142-0041 東京都品川区戸越4-7-15

☎(03)3788-6111 FAX 0120-111767

ホームページ：<https://www.yoshimura-pack.co.jp/>

Eメール：[maruyo@yoshimura-pack.co.jp](mailto:maruyo@yoshimura-pack.co.jp)

☎(054)627-6211 FAX 0120-296804

☎(075)694-1640 FAX 0120-389221

☎(022)239-7711 FAX 0120-111797

☎(092)582-6511 FAX 0120-111737

☎(099)267-8922 FAX 0120-181727