

# 茶事記

さ  
し  
き

第91号

2024年  
春夏



## 茶事記 第91号 (春夏) 目次

- 巻頭エッセイ 新茶を見つける
- クローズアップ・ピープル 経営者登場③  
今吉製茶有限会社 代表取締役 今吉耕己氏
- ガンバルこの人④⑨  
株式会社甘露園 代表取締役 田村千夏氏
- ニュース&トピックス 茶雑菓通信vol.3
- 異業種に学ぶ⑩  
株式会社ソイルワーキングス 蜜香屋 石山陽介氏

画：齋藤 穂波美

# 新茶を見つける

明石 哉子

新茶の香りは淡いから

顔を近づけ 深く吸い込む

新茶の味は淡いから

ていねいに淹れて

ゆっくり愉しむ

コーヒーみたいに

向こうからは

ぐいぐい来ない

今年の 生まれたての 新茶を

私が見つけてあげなくちゃ

はあ ふう ほお

淡い香りと

青い味と

とっぷり向き合う時間こそが

自分を、見つける時間になる



画：光永 梨江

(あかしかなこ・エッセイスト)



# 絶景の日本茶カフェで、霧島茶の魅力を発信



今吉社長。霧島茶と地元霧島をよくしたい、という心が伝わってくる。

今吉製茶有限公司 代表取締役 **今吉 耕己氏**

積極的な経営で明日を拓く経営者をご紹介しますこのコーナー。  
今回登場いただくのは、鹿児島県霧島市の今吉製茶さん。2023年夏にオープンした、TOKI KIRISHIMA 時キリシマは、日本茶を生かした充実のランチも味わえる日本茶カフェ。取材におうかがいしたのは雨天の平日。それにも関わらず、若い女性たちの順番待ちが出来ていて盛況でした。  
今吉社長は4代目経営者。ここに至るまでの軌跡をお話いただきました。



ゆったりと「時」が流れる店内は、カフェ&物販スペースで34坪。平日雨でも満席で、地元ナンバーの車も多い。

少しだけ独立したスペースを設けるなど、とてもおしゃれな雰囲気。



## ●大正6年創業

創業は1917年。初代は茶農家として、お茶づくりに邁進。二代目の祖父は、「いろいろなことに手を出した」と社長が評するようになり、甘藷や肥料も生業に加え、1952年には今吉茶生産有限会社として、法人化を果たした。道路や空港などの世の中の流れを感じて、現在の地に引っ越した。電気も通っておらず、自力で電柱を買い、電柱を立てたという。三代目の父はパイオニア。事業の選択と集中に力を注いで「茶」に一本化し、茶工場など生産設備に力を入れ、作ったお茶を自分の手で売りたいと店売りや近隣の卸売りをスタート。葬儀や近隣の小さいスーパーに販路を拓き、作ったお茶にどうやって付加価値をつけるか、という茶生産者には稀有な発想があった。

## ●自社が目指すお茶

物心ついたときから「今吉家 本家本元の跡取り」という選択肢以外、考えたことがなかったという今吉社長は1965年生まれ。大学までは野球三昧の日々で、卒業後はわき目もふらず家業に入ることを選んだ。  
まずは畑。そして茶工場。必死に習得する過程で、もつと技術を磨きたい気持ちが高まり、外部の勉強会に参加するようになる。また県外に出向けばお茶を買いあさり研究を重ねた。当時の関東はドロドロの深蒸し、京都は形状がピンとして色は薄く、静岡はホッとするような味わい。では、自分はどんなお茶を目指すのか？と自社の目指すお茶を模索した。

## ●父の背中から学ぶ

たどりついた答は3つに集約される。  
第一に色がきれいな緑であること。第二に香りが先に薫とすること。第三に飲んだ瞬間に「うまい」と言わせるインパクトがあること。そういうお茶を目指して、ブレンド技術、品種や蒸しの方法、茶畑の作り方などに改良を加えていった。先代のやり方と対立し激しくやり合うことも多かったが、お互い譲らなかつたという。  
しかし、社長が作ったお茶が茶問屋から「よかのをつくるようになったが」と評価され、市場での単価が上がると、父は経営者の座を未練なく息子に譲った。  
「今思うと、父は経営者としての心構えを



霧島連峰をのぞむ茶畑

背中で見せてくれました。お茶時期は睡眠2〜3時間で、一番キツイところを下の方にさせて自分に背負う。自分だけの利益優先ではなく、まわりの人のため、世のためというスタンスを大切にしています」

## ●日本茶はなくなる?!

1996年頃に、鹿児島大学の准教授の講演で「日本茶は将来的になくなる」という話を聞いて、衝撃を受けたことが、今吉社長の経営の根っこにある世界観だ。  
当時の子育て世代は、既に家庭でお茶を淹れていない。故に子どももペットボトル茶や麦



※ワイズ  
**WHAIS**  
ワイズ Women's Housing, Architecture and Interior Specialist  
 女性設計士集団。  
 内藤園様、椿茶園様、おづつみ園様など  
 数多くの実績がある。



ティーバッグが、  
 ちょっと格の高いギフト  
 になるようにと、「時」と  
 いうコンセプトで  
 リニューアルした。



の自分たちが色々意見を出し合うよりも、未  
 来のお客様の客層に近い人たちにお任せする  
 方が理にかなっているでしょう(笑)」  
 集客、メニュー開発、接客などの練習の場と  
 位置付けて、まずは本店のリニューアルをワイ  
 ズに依頼しオープンしたのが2022年春。  
 スタッフもそろい、本店が軌道にのったタイミ  
 ングで絶景カフェを建設。開店してからずっと

「いやもう、笑いごとじゃなくて、ご飯が不味  
 い日が続きました。しかし、ここで嘆いていても  
 始まらない。それまでやったことのなかった生葉  
 を買うこと、紅茶を作ることには挑戦しました。」  
 とにかくピンチでうずくまらず、突破するた  
 めに行動する人なのだ。



ワイズがリニューアルした本店カフェ外観

●土からカフェへつなぐ  
 「今、24歳の次男が畑をやっています。今  
 吉製茶は、土を知り、畑を知り、製造を知り、  
 その上で商品開発をして、消費者に届ける。入  
 り口から出口まで、創意工夫をしてお茶に関  
 わることに自社の価値があるので、まずは畑  
 からです」と語る社長に、日本茶のこれからを  
 訊いてみた。  
 「日本の人口は減り続ける。急須はお茶好  
 きの人しか使わない特別なモノになる。ティ  
 ーバッグやスティックで日本茶を飲むのが当た  
 り前になる。外国に日本茶が売れていく。既に  
 起きていることですが、この傾向はますます  
 加速すると思っ  
 ます。この時代の  
 変化に対応でき  
 る生産技術と伝  
 える技術を両輪  
 で磨いていくこ  
 とがますます大  
 切になっていくと  
 思います。」

## 今吉製茶有限公司

本社所在地  
 〒899-6404  
 鹿児島県霧島市溝辺町麓3391  
 TEL:0995-59-2017  
 FAX:0995-59-2233

文：橋本久美子



ランチメニューは「まごはや  
 さいい」になぞらえて、とて  
 もヘルシー。  
 食前茶、ミニスイーツもついで  
 1,980円。どれも店内で調  
 理している。



コスモス畑の向こうに霧島連峰が見える。(取材時は雨模様で残念)

●ピンチから次の一手へ  
 2004年、専務から社長になって初めての  
 投資は、煎茶の工場だった。カワサキの200  
 キロの生産ラインを入れ、1.5億円を投資し  
 た。直後に茶価が暴落した。  
 「いやもう、笑いごとじゃなくて、ご飯が不味  
 い日が続きました。しかし、ここで嘆いていても  
 始まらない。それまでやったことのなかった生葉  
 を買うこと、紅茶を作ることには挑戦しました。」  
 とにかくピンチでうずくまらず、突破するた  
 めに行動する人なのだ。



碾茶工場の外観。

●マイナスをプラスに転じる  
 現在のカフェの正面には、霧島連峰が広が  
 る。絶景カフェと言われる所以だ。  
 もとは、段々畑の茶畑を埋め立て、碾茶工  
 場を作ったのが2017年。ご先祖様から受  
 け継いだ土地をどう活かすか、太陽光発電に  
 契約する寸前まで行ったが、有明の堀口園さ  
 んから碾茶の話聞き、伊藤園さんという出  
 口がきちんとあるのであればと碾茶工場建設  
 を決断。役所に相談し、補助金も申請し、  
 5.5億円の投資をした。  
 碾茶は堅調で、多方面から商談に訪れる人  
 が「この景色はすごいね」「外国人バイヤー  
 を連れてきたいな」「絶景だね」と絶賛する。  
 太陽光発電への課  
 題を感じていた局  
 面でその言葉が  
 響き、「霧島茶を  
 愉しめる絶景カ  
 フェを作ろう」と  
 決断した。

●ワイズとの出逢い  
 決断したら、迷わず行動するのが今吉社  
 長だ。まず銀行や地元商工会に行き、補助金  
 の道筋をつけた。どんなカフェにしたらよい  
 か、全国各地を見て回った。吉村の内覧会に  
 も参加した。そんな中、「ワイズに頼もう」と  
 心が決まった。  
 「悩む時にはアンテナを張り巡らせ、自分の  
 目で確かめる。するとふっと心が決まる  
 瞬間がやってくるんですよ」ワイズが女性設  
 計士の集団であることが決め手でした。地元



テイクアウトをして、絶景を眺めながら一息つく。  
 霧島ドライブに日本茶が寄り添う。



今回ご紹介するのは、尼崎の甘露園3代目でありながら、抹茶ビールの元祖「茶カフェ&ダイニング桜里」、日本茶のカスタムティーショップ「水滴々」の運営も行う田村千夏氏です。提供されるお茶の美味しさだけでなく、こだわりが光る店舗や商品のおしゃれさも人気の理由となっています。

田村氏は日本で39名しかいない「日本茶鑑定士」を始めとし、日本茶に関する数多くの資格を持つ専門家ですが、プライベートでは長年ハーレーを愛車としている一面もあり、そのギャップとエネルギーに圧倒されるインタビューでした。

## 抹茶ビールのパイオニアが語る 「伝統×個性」。

株式会社甘露園  
代表取締役 田村千夏氏



「お茶は一煎目まで委員会」を作りたい」と笑顔で語る田村さん。



大阪心斎橋にあるカスタムティーのお店「水滴々」。茶葉とトッピングをそれぞれ選ぶことができる。



水引がオシャレなカスタムティー。

■田村さんは甘露園さんの次女としてお生まれになったそうですが、いつごろから実家を継ぐことを考えていたのでしょうか。

小学生のころには決心していました。両親がすごく商売を大切に、楽しそうにしている姿を間近で見ていたので、当たり前前に自分もこの仕事をするのだと考えるようになりまして。最初は勉強を兼ねて他の仕事をしていて、22歳のときに甘露園に就職しました。

■「日本茶インストラクター」を始めとし、多くの資格をお持ちと伺っています。どのような経緯で修得されたのでしょうか。

10代のときにアルバイトとして店頭に立っていたころ、お客様から「若いもんよりわしのが茶を知っている」と言われたことがありまして。そのとき「せやな、確かに私何も知らん」と腑に落ちて、お茶の勉強がしたいと思いました。ただ当時お茶を勉強する方法が茶道しかなかったため、まずは茶道を学び始め、そのあと日本茶インストラクターの存在を知り、勉強して修得しました。勉強嫌いだっただけで、絶対1年で合格してやると決めて、必死でした。

■大阪の茶業青年団に所属されたのはそのあとですか？

日本茶インストラクターの鹿児島での研修で知り合った方からお誘いいただいたの

■「茶カフェ&ダイニング桜里」と言えば元祖抹茶ビールですね。

最初は抹茶の焼酎割りを始めて、次が抹茶ビールでした。始めたころは「ホップが消える」だの「何がしたいかわからない」だの散々言われたりもしましたね。私はお酒を飲まないですが、頭の中の理想を、従業員やお客様に飲んでもらい実験しています。美味しいと言う人が多ければそれが正解だと考えています。

■頭の中の理想を具現化する力が素晴らしいと思います。お茶メニューを作る際のこだわりについて教えてください。

一番茶の1煎目しか使わないということ。口の中に気持ち良い味が広がるというのがお茶の特長ですが、それが薄れる2煎目のお客様を帰したら、「また飲みたい」という欲求を自分たちで奪っていることになってしまいます。あとは温度も大切ですね。

「水滴々」のカスタムティーは、冷たいものはきつちり冷たく、温かいものはしつかり

がきつかけです。ちなみに研修で茶畑に入るといふことを知らなくて9センチのミュールを履いていってしまい、畑に両足嵌りながら歩く羽目に(笑)。そのあと「茶審査技術六段」「茶道裏千家専任講師」を修得しました。

■「茶カフェ&ダイニング桜里」を出店されたのはいつごろでしょうか。

2007年に「茶カフェ桜里」を甘露園の支店として出店し、2012年に独立して、「茶カフェ&ダイニング桜里」となりました。昔はコーヒーマスターや紅茶にはお金を払うけれど、日本茶には出さないという人が沢山いました。そこでお金を払って美味しい日本茶を飲んで欲しいと、起業して尼崎に創ったのが「茶カフェ&ダイニング桜里」です。尼崎と言えば甘露園が桜里」と言われるまで、他の地には進出すまいと思っていました。



鉄の一輪挿し。バイク屋さんに注文して作ってもらったというこだわりの品です。

温かい。だからこそ美味しく、お客様の感動に繋がります。感動には必ず温度が伴っていますし、感動までいかないと行動には結びつきません。

■「水滴々」は昨年オープンされたカスタムティーのお店ですね。出店のきっかけは何だったのでしょうか。

国際カフェイン学会から案件の依頼を受けた際に、お茶とローズマリーやディールは相性が良いのではないかと考え、作ったことがきっかけでした。好評で他の場所からも依頼を受けるようになり、手ごたえを感じて、出店を決心します。

ただ、抹茶ビールを始めたときに、自分の発信力の弱さを感じたんですね。尼崎で始めても発信力が弱いから、東京や京都の方が元祖という扱いを受けています。二の舞

元祖抹茶ビール。







茶雑菓  
Chazakka

茶雑菓通信  
vol.3

地元・戸越銀座商店街にオープンした「茶雑菓-ちゃざっか-」は、地元の方から「お茶屋さん」と呼ばれるお店になりました。開店から一年。茶器を持たない日本茶エントリーユーザーにどんなアプローチをし、結果はどうだったか、数字もオープンにしてお伝えしていきます。



おかげさまで一周年



夏休み子ども店長



人気投票ボード



お酒×お茶BARは月イチ夜営業



研修中の社員と銀ちゃん

地元キャラとコラボ 品川土産に認定

## テイクアウト と 物販 をつなげる?!

一番手ごたえを感じたのは、テイクアウトメニューで若者を店内に呼び、そこから実際にお茶の体験をしてもらう(一緒に体験して初めてメニューが完成する仕掛け)ことで、自家消費の物販への道筋でした。抹茶ソフトを食べても、抹茶の購入にはつながらない。私たちは、どのメニューも「専門性より再現性」を重視して、お客様と一緒に作り、物販につなげています。

(11月実績:抹茶ビール115杯→抹茶プレミアムセット96個購入→抹茶スティックセット47個購入)

毎週末、吉村の社員が研修として店に立ち、実際にエントリーユーザーと会話し販売しています。なるほど、と思っただけの提案ができるために、私たちは現場を大切にします!

🏠 東京都品川区戸越1-19-17-1F ☎ 03-6426-2828

🕒 11:00-18:00 (定休日 月曜日・火曜日) ✉ chazakka\_tenpo@yoshimura-pack.co.jp

茶雑菓の最新情報は  
こちらから!



店内には庭が見える茶室も。



クレープもバリエーション豊か。

### 株式会社甘露園

〒661-0967  
兵庫県尼崎市浜3丁目2-10  
電話: 06-6499-4431  
FAX: 06-6499-4511  
ホームページ  
<https://www.kanroen.com/company.html>

### 茶カフェ&ダイニング 桜里

〒660-0861  
兵庫県尼崎市御園町54カーム103  
電話&FAX: 06-4869-4108  
ホームページ  
<https://www.kanroen.com/>

### 水滴々

〒542-0086  
大阪府大阪市中央区西心斎橋1-6-25  
電話: 06-6252-8522  
ホームページ  
<https://www.kanroen.com/mizutekiteki/>

■最後に、これからの展開について考えていることを教えてください。

お茶の今までの伝統を簡単に否定してしまふことはただの破壊です。まずは修得し、自分の中で消化して初めて革命が起せるものだと思います。まだ足元に見失っていることがたくさん落ちていく気がするので、基本に立ち返り、自分たちの足元を見直すことが大切です。

また、私の根幹は「美味しいお茶を売ること」であり、抹茶ビールやカスタムティーは、全てそこから伸びる枝葉です。お茶はまた飲みたいと思わせることができる魅力がある飲み物なので、それをいかに広めていくかということは今後も考えています。

■なるのは嫌だったんで、自分も発信力をつけたい、尼崎だけではなく大阪に出ようというのが、「水滴々」の場所を大阪アメリカ村にした理由です。



注文が入ってから1つ1つ丁寧に抹茶を点てていました。

文: 齊藤せいら



エントリーユーザーに

## 月替わりのお茶。わかりやすく、えらびやすい事例。

11月の備前屋さんは、「緑茶」「ほうじ茶」「和紅茶」に加え「微発酵茶」という4種のお茶。特に微発酵茶は、味と香りの特徴があり、「半発酵茶である烏龍茶より緑茶に近いお茶です」という説明が伝わりました。「やぶきたとあさつゆという品種の…」という説明に比べ、既に烏龍茶を認知しているから理解しやすいのだと思います。月替わりのお茶で23万円超の売上で、茶器との相乗効果が出せた11月でした。



リーフ



ティーバッグ

	リーフ	ティーバッグ	合計
微発酵茶	84	77	161
ほうじ茶	38	38	76
和紅茶	31	40	71
緑茶	42	27	69
合計	195	182	377

## エントリーユーザーのための月替わりのお茶 くわしく

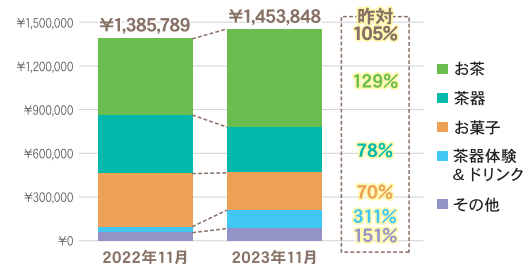
エントリーの際の参考にさせていただきたいので、くわしく説明させていただきますね。

- お茶は、3種類を基本とし、緑茶・ほうじ茶は必須。それ以外は、和紅茶・玄米茶など、初心者にもわかりやすい差異があるものをお願いしています。(茎茶・釜炒り茶などの差異が伝わりづらいものは要相談)
- 吉村は、商品をお預かりし、1ヶ月の販売数をご報告、売価の7割で購入させていただきます。月末時点の在庫は返品をさせていただきます。
- フィルターインポルトで(冬でも!)精力的に試飲をしています。試飲の茶葉は買い取りさせていただきます。
- パッケージは吉村製であることが条件です。そして、3種類に統一性があることが大切です。事前打ち合わせでご相談の上、進めましょう。
- 取扱い後に、貴社ECサイトで同じ商品を購入できることが必須条件です。また、ECサイトの価格よりも、茶雑菓の店頭売価を上げたい場合などは、事前にご相談いたします。
- 単なる委託販売ではありません。深蒸し茶100g 1,000円、というような価格とグラム数は、日常にお茶を飲まないエントリーユーザーにとってハードルが高い傾向です。あくまでペットボトル茶主流の茶器を持たないエントリーユーザーへの実験であることをご理解ください。
- インスタライブ、お茶屋さんご自身による店頭での販売は、必須ではありません。ご希望ありましたら、一緒にできることに感謝して、精いっぱい努めます。

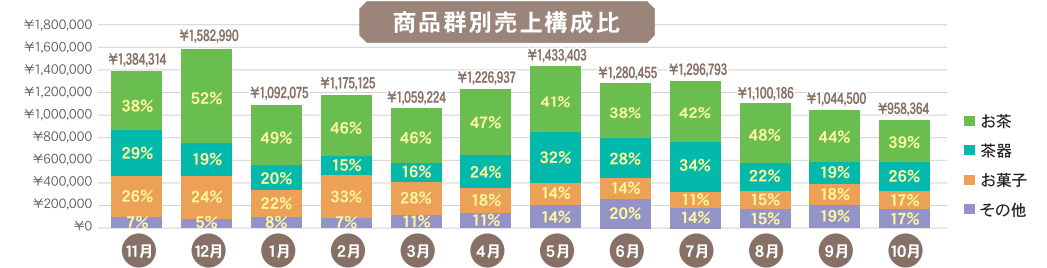
## 店頭での体験 から 家庭内の日本茶消費 につなげたい!

1年前に比べ、体験からの物販が土台になりました。ここまで来られたのは、エントリーして支えてくださったお茶屋さんのおかげです。今までにない絆がたくさんできました。ありがとうございました。きっと正解は一つじゃないから。だからこそ、日々、日本茶のすてきさを届けることに試行錯誤し続けたいと思います。

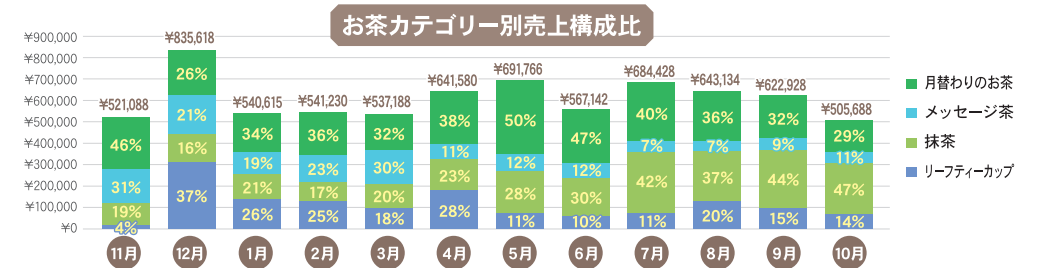
文：橋本久美子



## お茶は売れるか?? 売上の内訳、包み隠さず一挙公開!!



「茶雑菓」という店名にもあるように、「お茶」「茶器をはじめとするお茶まわりの雑貨」「お菓子」が商品の3つの柱です。その他は、テイクアウトメニュー・ワークショップ参加費などですが、特にテイクアウトメニューの割合は「抹茶ビール」が看板メニューとなったことで増加しています。



日差しが強くなり、メッセージ茶は店頭でどどんと置かなくなったら売上は減少しました。一方、抹茶ビールのテイクアウトから物販につなげる流れができた抹茶は堅調で、固定客・リピート客が付き茶販売の一番の柱に育ちました。リーフティーカップは、「ほうじ茶 × 梅酒」「緑茶 × 焼酎」などの温かいテイクアウトのお酒メニューで、物販への流れを作ることにたどり着きました。

	2022年	2023年	2024年
1月	店舗のお茶パートナーお申込▼ 	大阪 心齋橋宇治園様	茨城 牧ノ原様
2月		宮崎 新緑園様	奈良 藤田茶園様
3月		新潟 年頭屋茶舗様	鹿児島 浜田茶業様
4月		京都 上香園様	熊本 山陽堂様
5月		静岡 nukutoi やまさ製茶様	長崎 西海園様
6月		鹿児島 美老園様	静岡 ひしだい製茶様
7月		愛知 妙香園様	宮崎 尾崎商店様
8月		埼玉 松澤園様	佐賀 永尾製茶問屋様
9月		神奈川 菱和園様	鹿児島 JA南さつま 知覧茶業センター様
10月		宮崎 井ヶ田製茶北郷茶園様	静岡 川根茶業協同組合様
11月	静岡 お茶と、暮らしと 岩崎恭三商店様	埼玉 備前屋様	三重 深緑茶房様
12月		三重 椿茶園様	宮崎 谷岩茶舗様

「毎月、ちがう産地のお茶を扱うお茶屋さん」と地元商店街では認識されるようになりました。毎月、精力的に3種類のお茶の人気投票をして、日本茶を知り、体験して、好きになってもらう、という地道だけど希望を感じる日々です。「わかりやすさ」はキーワード。エントリーユーザーには品種の微差は伝わりにくい。でも!茶器を売るからか、ティーバッグよりも茶葉の売上の方が多いです。またパッケージと価格のサイズのわかりやすさもポイント。ここは新茶内覧会でも、深掘りしてお伝えする予定です。



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。いつもとちがう角度から茶業を考える、そんなきっかけにしたいだければ幸いです。

# 「なんかイイ」と思えることを大切に 土づくりからこだわった焼き芋屋さん

株式会社ソイルワークス 蜜香屋 石山陽介氏

今回ご紹介するのは、お芋ブームの先駆者、蜜香屋の代表 石山陽介氏。農業ベンチャーで土着菌活性資材を扱い、そこから安納芋に出会ってスイーツとしての可能性に惚れこみ、路地裏で焼き芋の啓蒙活動を開始。大阪市・中崎町にあるカフェ併設の焼き芋専門店さんである一方、おしゃれな芋けんぴは百貨店やマスコミで話題です。「焼き芋ブーム」の前に、どのようにして市場を生み出したのか。人と繋がることでアイデアをカタチにしていく、柔軟で余白のある芸大出身だからこそ(?! )の空気感にほっこり幸せを感じた取材でした。



代表・石山氏。こだわりをたくさん語ってくださいました。

## ●土づくりから社会へ

農業ベンチャーでは、製造した土着菌活性資材を農家さんにお届けして頂きました。土づくりから消費者さんの元に届くまでのサイクルをよくしているという価値を感じる一方で、もどかしさも感じるようになります。そこで、もっとシンプルに、土づくりにこだわった作物が最終製品として社会に広がるまでのサイクルを具現化した市場を創りたいと考えるようになりました。

## ●安納芋に出会う

そんな時、友人から種子島の農家さんを紹介してもらい、安納芋と出会いました。

焼き芋を食べた時のしっとり感や甘みが、スイーツとしての条件を十分に満たしていると感じ、そこに土づくりの思いを込めたら商品として成立するのではないかと考えました。何件か訪問した先に、僕が作った土着菌活性資材を使っても良いと言う農家さんが現れます。この人からお芋を仕入れ、焼き芋屋さんを始めようと考えます。

できたお芋を伝える、冬だけの「アーティスト活動」をやっているという感じでした(笑)

## ●「焼き芋活動開始！」

お芋に出会ってから2年半が経った2009年、商店街の路地で焼き芋屋さんを始めました。

「商売」というよりも、自分が作った土着菌活性資材【リソイル】を使って

## ●6年を経て、活動から仕事へ

焼き芋活動を通して、農家さんとの繋がりは増えましたが、スケールは広がらず、停滞感すら感じるようになりました。

しかし、お芋が秘めるスイーツとしての可能性は消えず。一緒に働きたいという仲間もでき、焼き芋活動を始めてから約6年後の2015年に法人化しました。

スイーツとしてのお芋の魅力を百貨店であれば伝えられるのではな



大阪市・中崎町にある焼き芋スイーツのカフェ「蜜香屋」。

いか、また、「焼き芋」軽トラのおっちゃんというイメージを払拭できるのではないかと考え、活動拠点を百貨店に広げます。

とはいえ当時は、百貨店といえども「お芋＝野菜」の分類だったので、販売先として案内されるのはお惣菜コーナーでした。

そこで、ケーキ屋を営む後輩のお父さんにお芋スイーツを作ってもらおうよう頼み込み、その横で焼き芋を売る、というのがスイーツ売場進出への第一歩でした。何も添加しなくても

ねっとり甘い安納芋は、次第にメディアに取り上げていただけるようになり、遠方の方が焼き芋を買いに来てくださることも増えました。お芋だけ渡して終わってしまうのが申し訳なくなつて、もう少しでもなりたいと思うようになったことが、現在のカフェの業態になったきっかけです。

## ●ご縁のなかでアイデアをカタチにする

「意味のないことはあまりしたくない」という感覚があつて、「どうせ売らなら」他者がしていないことをやるなら「と考える中で今の「ニューケンピ」の形に辿り着きました。焼き芋活動を重ねるごとに、「お菓子」という形態に魅力を感じるようになりました。なぜなら、お芋が傷んでしまうと、

再加工程は難しいのに対し、お菓子であれば日持ちしたり糖度が増すなど、もう少し商品としての形になると考えたからです。そして、仲間が天ぷら屋さんがいたから、お芋を揚げ始めることになり、これが芋けんぴに繋がっていきました。

仲間に対して「どんなことが出来るん？」と聞くと、それぞれが特技を活かして関わってくれます。そうして、お芋を揚げたり、メニューを描いたり、商品を全設計せずに「ご縁を繋ぐ」という形で進めてきました。

今後も変わらず、お芋から外れることなく、何か新しいものを生み出し続けたり、お客さんとの出会いを紡ぎ続けたいと考えています。



スタッフさん手作りの看板。人との関わりの中で作り上げられた内装。



レトロな商店街に、こだわりの提灯が目印。

お芋の魅力たっぷりのスイーツ。



ハイカラなニューケンピ。百貨店でも大人気のお菓子。



## 株式会社ソイルワークス 蜜香屋 中崎町本店

〒530-0016

大阪府大阪市北区中崎1丁目6-20

電話:06-6147-9320

ホームページ: <http://mikkouya.com/>

文:鈴木杏奈



## これは何？

日本茶をドリップする茶器。  
茶葉が湿ってフィルターになります。

## 氷だし？

もちろん、お湯でも淹れられますが  
今日は水で淹れてみました。

## 出汁みたい。

よくも悪くも、揺らさないので  
尖ったお味です。

## 珈琲は抽出できる？

お買い上げになったお客様の中には  
「中挽ならイケル」とおっしゃる方もいます。

## シンプルなのに不思議ね。

耐熱ガラスと半磁器だから食洗器OK。  
茶殻も捨てやすいです。



### 5日間で刻音 40本を完売

阪神百貨店の催事では、4つの刻音  
で温冷、緑茶と焙じ茶を見せることで  
5日間で40本を完売しました。  
茶雑菓のお店では、スポットライトを  
あて、場所を目立つ位置に変えたら  
一か月5本が自然に売れるようになりました。(男性人気が高いです。)

# 刻音

“TOKINE”

沈殿抽出式ティードリッパー



**YOSHIMURA** いいね よろしく! 🍵  
 Facebook Instagram X(旧twitter)

**株式会社吉村**

吉村のSNSはコチラから!



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、いろいろな社員が記事を書いています。ぜひつながってください。

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)

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1F
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エヴォールト南栄1F
茶雑菓	〒142-0041	東京都品川区戸越1-19-17-1F

☎ (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
☎ (03) 6426-2828	