

今回で紹介するのは、静岡県島田市にある高森商店の常務取締役・高森茂幸氏。昭和26年から続く老舗の三代目として、長年「湯日(ゆい)」地区のお茶を全国に広めるため尽力されています。現在は、培ってきた知識と経験を生かし、オリジナルブランド「茶お！」を立ち上げ、柔軟な発想と行動力で新たな取り組みに挑戦中。ポップな似顔絵が印象的なパッケージに込められた想いや背景についてお話を伺いました。

他にはできない、 自分だけのやり方を武器に —— 新たな市場を切り拓く

株式会社高森商店 常務取締役
高森茂幸氏



茶お！のパッケージはマイパケを使用。
似顔絵イラストが映える。



「つゆひかり」の価値を高めたい —— 原点は地元への想い

高森商店の経営では、創業当初から「地元・湯日地区のお茶農家さん第二」という理念を貫いてきました。中でも「つゆひかり」という品種は、湯日ならではの味わいをもつ非常においしいお茶です。しかし、静岡県内では未だに「やぶきた」が最高という価値観が根強く、つゆひかりの知名度や評価は限られていました。

そこで、つゆひかりの魅力を広めるべく、市の認定制度「島田の逸品」に応募することに。シンプルな無地袋に自作の浮世絵シールを貼っただけのパッケージでしたが、見事に認定を取得することができました。これが、ブランド展開の第一歩です。

ブランド「茶お！」の誕生

「島田の逸品」ではリーフ茶で出品しましたが、ギフト市場への提案では採用に至らない日々が続きました。そこで私は、「もつと目を引くデザインが必要だ」と考え、浮世絵のテイストをポップなイラストにアレンジすることを思いつきました。デザイナー探しに奔走する中、

ノベルティと「マイパケ」で 広げる可能性

「茶お！」では、極小ロットでパッケージをカスタマイズできる、吉村さんの「マイパケ」を活用しています。例えば、ティーバッグ300個にオリジナルイラストをつけて6万円で提供。コスト的にも実現しやすく、企業やイベントのノベルティとして人気を集めています。

さらに「似顔絵入り」のノベルティはインパクトがあり、依頼主からは「中身は一番いいお茶にして！」とリクエストされることもあるんです。もちろん、中身のお茶には特にこだわり、ほとんどがつゆひかりを使用。こうした独自性が、商品の価値をさらに高めているのではないかと考えています。

「いずれ日本を代表するお土産にしたい」と語る高森氏



かつて住んでいた大磯での縁から、理想的なパートナーと出会い、オリジナルパッケージが誕生しました。

ブランド名「茶お！」は、イタリア語の挨拶「Ciao(チャオ)」に由来し、親しみやすさと明るさを込めています。

専務取締役 高森直昭さんと社員の松浦さん。
スタッフの力が経営を支えている。

工場では蒸しから仕上げまで行う



現在は女性スタッフ2名とともに営業活動を展開中。将来的には「茶お！」を日本を代表するお土産に育て、インバウンド市場にも展開していくことを目指しています。

消費者が専門店で足を運ぶ ための間口を広げたい

私たちが作るお茶を飲んで、消費者に「お茶ってこんなにおいしいものだっただんだ」ということを知ってもらいたいです。今スーパードカってティーバッグ50個で299円とかのリーズナブルなお茶が多く並んでいますよね。そこで、量販店さんに掛け合って、うちのお茶を置いてくれないかと営業してみました。すると一件だけ取り扱ってくれる量販店さんが現れました。ティーバッグ20個で598円と今あるものと比較すると値段は高価ですが、それだけ自信がありました。今はまだおいでくれる量販店さんは少ないけれど、消費者さんがお茶に触れるとっかかりになれるような立ち位置を確立できれば、専門店さんに足を運んでくれる人が増えるんじゃないかなと思っています。お茶は本当の自然食品ですから、専門店さんのお茶を飲んでほしい、そう願って取り組んでいます。

茶雑菓の理念

茶雑菓のお店から
「日本茶で日本を元気に」します。

社会性: 私たちは、日本茶エントリーユーザーを増やし、お茶のある暮らしを拡げます。
科学性: 私たちは、お茶のプロではない強みを活かし、ディファレントな挑戦をします。
人間性: 私たちは、経験と体感の循環で、ワクワクと感動のスパイラルを生み出します。

茶雑菓
Chazakka

茶雑菓通信
vol.6

エントリーユーザー

しながわ土産に認定！
「戸越銀座の抹茶ビール」



茶器を持たない

日本茶エントリーユーザーが
お茶に会い、
お茶を暮らしに取り入れて、
お茶をプレゼントしたくなる。
そんな連鎖をイメージして、
いろんな仕掛けをしています。



ライトユーザー

プレゼント



東京都品川区戸越1-19-17-1F
11:00-18:00 (定休日 月曜日・火曜日)
03-6426-2828
chazakka_tenpo@yoshimura-pack.co.jp



茶雑菓の
最新情報は
こちら！



新橋の烏森神社で「シェイク&ドリップ」のイベントを開催。ティーバッグをシェイカーに入れてカクテルのようにシェイク！豊かな味わいを楽しめる。

常識にとらわれず、視点を変える

私が大切にしているのは、「今あるやり方が本当に正解なのか？」という視点です。たとえば、お茶畑には農家に依頼して「かぶせ(遮光)」をしてもらっています。「味が均一になる」と反対されることもありましたが、狙いはそこにあります。「いつ飲んでも同じ味で楽しめる」ことがブランドの信頼につながると考え、試行錯誤の末、当初500kgだった仕入れ量は今や5tへと増加しました。確実に需要が広がっています。

自分たちだけの「武器」で勝負する

茶価が下がっている今だからこそ、価値あるお茶をつくる農家さんと一緒に「武器」を持つことが重要です。価格競争に巻き込まれるのではなく、自分たちだけのやり方を確立することが、生産者・販売者・消費者すべての幸せにつながると確信しています。自分にしかない強みを信じ、時代に合わせて挑戦し続けていきたい。静岡・湯島の地から、これからも新たなお茶の魅力を発信し続けます。

文：川嶋里沙

株式会社高森商店

〒427-0022
静岡県島田市本通6丁目6046-6
TEL:0547-36-6522 FAX:0547-37-8944



https://www.fukamushi.jp/



茶お！ブランドサイト
https://chao-world.com/

静岡 やすみ園さま(2025年2月)



お店の入り口で、ほうじ茶の試飲と和風フレーバーのチョコレートの人気投票でお客様の足を止めて、店内へ誘導してから丁寧な商品説明で、お客様が笑顔で商品を購入される姿をたくさん拝見させていただきました。試飲・試食の提供の仕方や遊び心ある人気投票(シール貼り)、商品陳列レイアウトから商品説明、店内ドリンク提供・販売など、どれも学ぶべきことがたくさんあって、「あっ」という間の楽しい二日間でした。(後日、お取り寄せやレストランへの納入につながりました)

熊本 山陽堂様(2024年4月)



活気ある街、活気ある店、活気ある皆様に刺激を受けました。ジャスミンほうじ茶の人気っぷりに、慌てておりますが、緑茶も上々の反応だったという事で、これからもプレずに自分達の味を作りたいと思います。
(ジャンミンほうじ茶は人気で「定番のお茶」になりました)
※「定番のお茶」について、詳しくは茶事記93号12ページへ。

月替わりのお茶を担当したお茶屋さん、店頭に立った感想をご紹介します。

静岡 めくとい様(2023年5月)



お茶が若い人にもよく売れ、グラム単価ではなく嗜好品として選ばれ、店頭での新茶の飲み比べ投票では、2煎めの水出しのお茶でも「おいしい」と感動していただけるなど、驚くことばかりでした。新シリーズ、通販サイト、Instagram等につきましても、茶雑菓出店があったからこそ設立まで行うことができました。(2026年5月に再出店が決まりました!)

月替わりのお茶パートナー、2026年6月まで決まりました!

店舗のお茶パートナーお申込▶



	2025 年	2026 年
1月	東京 さつき濃神谷園様	静岡 八幡屋様
2月	静岡 静岡やすみ園様	福島 中郷屋様
3月	京都 お茶の流々亭様	狭山 宮野園様
4月	埼玉 お茶のはなさき様	茨城 石山製茶工場様
5月	静岡 市川製茶様	静岡 nukutoi やまさ製茶様
6月	石川 茶のみ仲間様	八女 お茶の大幸園様
7月	静岡 石田茶店様	
8月	茨城 大島園様	
9月	静岡 一煎様	
10月	京都 壺之庄様	
11月	宮崎 園茶舗 Green Tea Fields 様	
12月	静岡 静岡茶市場様	

2022年11月の開店から2024年までにご協力いただいたお茶屋さんはこちら



月替わりのお茶へのご参加方法



※定番のお茶は試飲せず、月替わりのお茶を水出しで人気投票をしています。

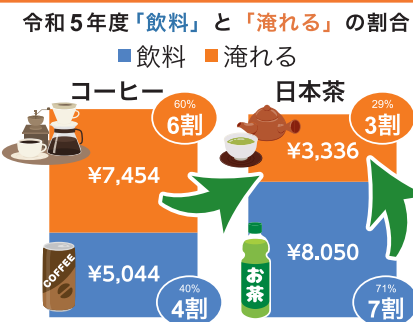
- ① お茶は3種類の緑茶・ほうじ茶・和紅茶or玄米茶などを基本としてきましたが、定番のお茶ができたため、個性的なお茶での冒険が可能になりました。ご相談ください。
- ② 吉村は、売価の7割で購入させていただき、一か月終了後は返品をさせていただきます。
- ③ フィルターインボトルで(冬でも!)精力的に水出しで試飲をしています。試飲の茶葉は買い取りさせていただきます。
- ④ パッケージは吉村製であることが条件です。
- ⑤ 取り扱い後に購入できるように、ECサイトはエントリーの必須条件です。インスタライブ、店頭での販売は、必須ではありません。

「日本茶のあるすてきな暮らし」をイメージさせるチラシ

隔月のチラシは、ペットボトルを飲んでる層やコーヒー派など、日本茶をうちで淹れないヒトたちに届くことをイメージしてつくっています。イベントは「ナチュラルアイシングクッキー」や「ねりきり」のワークショップ、無添加化粧品の体験会やお酒×日本茶の「お茶BAR」など。参加者が日本茶に出会う場にとどめ、ふと気づいたら日本茶好きになっている、買いたくなっている、そんな「場」を創出します。

裏

「淹れる」人の割合 コーヒーVS日本茶



令和3年~令和5年平均 家計調査年報より抜粋

新茶も水出しでテイasting。「失敗しない」がキーワード

「茶葉入れて水入れて放置して30分」「誰でもおいしく淹れられる」「カフェイン少ない」「茶葉が広がってからフィルターで濾すから、水出し専用でなくても大丈夫」「ひとりっばなしでも苦くならないからお代わり(二煎目のこと)できる」
3種類のお茶を飲み比べて人気投票してもらう間、ずっと茶器のトークをしています。



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。

唯一無二の「蔵人体験」 地域資源を「体験」に変え、 世界へ届ける力と想いとは

株式会社KURABITO STAY 代表取締役 田澤 麻里香氏

「蔵に泊まり、蔵で仕込む」。長野県佐久市にある体験型宿泊施設「KURABITO STAY」は、江戸時代から続く老舗・橘倉（きつくら）酒造の敷地内に位置する。築100年の元・蔵人宿舎をリノベーションして生まれたこの場所は、仕込みの時期には実際に酒造りにも参加できるという唯一無二のプログラムを備えた「蔵人体験宿」だ。地域資源の価値をここまで高められるのか——そう感じさせてくれる驚きが、この場にはある。その中に込められた仕掛けと想いを知るために、現地を訪ねた。

●想いのある経営者との出会い

旅行代理店やワイン輸入業のキャリアを経て、地元である小諸市に戻った代表の田澤麻里香さん。

橘倉酒造の敷地を奥へ進むと、想いのこもったロゴがお出迎え



そこで「自分で運転しなくて良いバスだからこそ、地域のお酒を飲めるツアーにしよう」と酒蔵巡りツアーを発案。受け入れ先を探す中で、佐久市で創業330年の歴史を持つ老舗・橘倉酒造の井出民生会長（当時社長）が、隣の市の話にも関わらず「地域が盛り上がるのなら」と快諾してくださったことが、橘倉酒造との出会いとなる。

それから交流が続く中で、あるときに田澤さんが築100年の元・蔵人宿舎を見つけ、井出平社長（当時専務）に「なにかできたら面白いです」と話したところから、この物語が始まることとなった。

●旅行代理店時代に学んだ 「安さが生む負の連鎖」

田澤さんが旅行代理店で働いていた2009年〜2013年はデフレ真只中。旅行業界では1週間の欧州ツアーがサーチャージ込みで8万円台に。サービスの質が落ち、現場は疲弊し、顧客も不満を募らせる。「誰も幸せになっていない」と感じ、田澤さんは一度業界を離れた。

その後働いたワイン業界では、一転して「どう

付加価値を上げるのか」を切磋琢磨する世界。その中で田澤さんは、語ることによる価値の大切さに気付いた。価格ではなく物語で価値をつくる——その発想は、現在の蔵人体験にも息づいている。

その中でまずは、味噌づくり体験や古地図を持つての街歩き・茶歌舞伎などの体験プログラムを多く実施してみた田澤さん。ところが、1人3000円ぐらいだったきたい旨を伝えると「1人3000円ぐらいかな」と言われてしまふ。万人に受けようとするのは大手の戦略。資金も少ない自分は尖らないか、と思い直し、蔵人体験に行きついた。KURABITO STAYは「通常は体験できない蔵人体験を、お金を払つてもやりたい人」というハイパーニッチ層（と田澤さんは呼ぶ）がターゲット。「安さが生む負の連鎖を経験しているからこそ、田澤さんは、高くて来ていただける顧客に対して最高の体験・サービスを提供することで、顧客もホスト（受け入れ側）も嬉しい好循環を生み出したのだ。

●手法の掛け合わせではない、 ホスト側の「経験値」こそが鍵

田澤さんは「私はDMO（観光地域づくり法人の略称）時代に学んだことを忠実にやっているだけ」と語る。それならば、なぜKURABITO STAYと同じような施設が増えていかないのか。

「真似をする方は多くいらつしたのですが、皆さん続かないんです」と田澤さん。

なぜなら、KURABITO STAYはハイパーニッチ層をターゲットにしているから。

旅行に慣れた人ほど、体験の期待値は高い。そうした顧客に応えるには、ホスト側の経験値と設計力が求められる。チェックイン（導入）から丁寧な設計されたプログラム、空間のしつらえ、香り、接客の一言、気遣いの積み重ねでしか顧客の心に感動を届かせることはできない、と田澤さん。単に「地域資源×体験×宿泊」を掛け合わせただけでは、顧客の高い満足度は得られないことを痛感する。

●そして次のステップへ—— らしさを活かした次の展開へ

取材した際に「運命の人に巡り合えたんです！」と田澤さんが紹介してくださったのは新社員のアーリンさん。もともとはKURABITO STAYのお客さんで、通訳もできる日本酒をこよなく愛する方。そんな方に巡り合った中で、田澤さんは次のステップに進もうとしている。

「『横展開した方が良い』とアドバイスをもらったのですが、なかなかしつくりこなかったんです」と田澤さん。それもそのはず、田澤さんは地元の小諸市や隣の佐久市に思い入れがあり、それも含めて物語であり、単なる横展開は自身の価値観にもそぐわない。

そんな悩みがある中で、全国の酒蔵さんからぼつりぼつりと「自分のところでもできるかな」と田澤さんへお声がけが。「自分が運営を全てやるのではなく、サポートならできるかもしれない。」と感じることができた田澤さん。「全国の酒蔵さんのお手伝いができれば、自分らしく輪を広げることができるといいな」と考えられるようになり「と語る田澤さんの目からは、次なる繋がりを紡いでいく未来を感じることができた。

当時の宿舎を彷彿とさせる簡素な客室



田澤さん(左)、アーリンさん(中)とともに



ご協力いただく店舗のメニューを外国語対応に地域との関係からも気遣いの積み重ねを感じる



(上)蒸した酒米を運ぶ。ここにしかない体験！
(下)体験宿泊が終わったら法被を着て記念写真！(イメージ)

本物の体験を設計するには、時間も労力もかかる。しかし、だからこそ他ではできない価値になる。KURABITO STAYの取り組みは、観光や販売のあり方を見直す小さなヒントに満ちていた。
「自分たちの資源に、どれだけのストーリーを見出し、伝わるように伝えることができるか」
——その可能性に、改めて気づかされる取材となった。

文：橋本 隆生

株式会社KURABITO STAY

〒384-0301

長野県佐久市白田623-2

電話：0267-74-0588

ホームページ <https://kurabitostay.com/>



宿泊者同士が自然と交流する円卓には田澤さんの原点の光景が宿る

ラララクトス

LALALUCTUS

ティーボトル

ティーボトル？

これがあれば、急須がなくても
リーフで抽出したお茶が飲めます。

透明部分に茶葉？

そう、フィルターになっているんです。
つまり、茶漉しのついたマイボトル。
おかわりもできます。

シンプルね。

3つのパーツなのでお手入れもラクです。

茶葉が浸りっぱなしにならないのね？

そう、進化した急須とっていただければ。
オフィスでも重宝します。



1

茶こしのフタを開け、
お好みの量の茶葉を
入れる



2

ボトルにお湯を入れ、
茶こしをセットする



3

ボトルを逆さまにして
抽出する



4

お好みの濃さになったら
ボトルを戻して完成！



株式会社吉村

本社 〒142-0041 東京都品川区戸越4-7-15
☎(03)3788-6111 FAX 0120-111767
<https://www.yoshimura-pack.co.jp/>

🔥 各種SNS更新中! 🔥



日本茶を広げるための活動や、パッケージのご紹介、
経営の仕掛けなど、いろんな社員が記事を書いています。
ぜひフォローお願いします! こちらのコードをスキャン!▶▶



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	