

「和束茶」の魅力を
ネット通販・茶畑オーナー制度で世界に

平成20・21年度 採択事業



副代表の松本靖治さん（左）。右が代表の喜多章浩氏

一杯のお茶に魅せられて茶農家に

京都の銘茶として名高い宇治茶。その産地の中で生産量も多く、日本一の高値で落札されるのが和束のお茶です。その最高品質の和束茶を栽培・育成・収穫し、製造・販売まで一貫して行うのが「お茶の通販・京都おぶぶ茶苑」。生産地の特長をそのまま生かした「荒茶」をネット通販によって産地直送しています。

「荒茶」とは、ブレンドも二次加工もされていない、茶畑でとれたままのお茶のこと。荒茶にこだわるのには理由があります。それは同社の代表であり、お茶の生産者でもある喜多章浩氏が、大学時代にアルバイトで訪れた和束町で飲んだ一杯の荒茶が原点です。今までに味わったことのない荒茶の美味しさに感動。こんなお茶を作りたい、この感動を多くの人に伝えたいと、大学を中退して茶づくりの世界に飛び込みました。その後、茶業研究所で基礎を学び、茶農家で働きながら修業すること10年。借り受けた茶畑で作る自分のお茶に納得できるようになったのを契機に、平成16（2004）年3月同社を立ち上げました。創業時から喜多氏の片腕として参画しているのが副代表の松本靖治さんです。



一杯の荒茶が京都おぶぶ茶苑の原点

ネット通販で茶葉本来の味をお届け

和束の荒茶の魅力を広めたいと思ったものの、通常のお茶の流通ルートは製茶問屋が茶葉を仕入れて加工、販売するというもので、荒茶の販売をそのルートに乗せるのは難しい状況でした。そこで考え出したのがネット通販。収穫から製茶まで一貫して行い、製茶後すぐに冷蔵保存した鮮度抜群の茶葉を、そのまま全国どこへでも届けられるのが魅力です。製茶にあたっては、茶葉は一切ブレンドせず、大きさを整える「刻み」や香りづけをする「火入れ」などの二次加工もなし。そして「極浅蒸し製法」で茶葉の香りを最大限に生かすよう努めました。これらのこだわりが、茶葉をわざわざ通販で買おうという顧客の「美味しいお茶を飲みたい」「生産者の顔が見える安全安心なお茶が欲しい」といったニーズに合致し、ネット通販を開始した平成17（2005）

年には年間約3トンの注文があったといいます。

お茶は淹れ方次第で味が大きく変わると、松本さん自身が日本茶インストラクターの資格を取得。お茶の淹れ方をネットで発信するとともに、お茶会や教室を通して、お茶の楽しみ方を紹介するなど、和束茶ひいては日本茶の魅力を広めることにも力を注いでいます。

こうした事業が認められ、平成18（2006）年、京都ホームページコンテスト最優秀賞、平成19（2007）年、ベストECショップ大賞特別賞、日本オンラインショッピング大賞最優秀新人賞などを受賞。さらに海外にも目を向け、アメリカで日本茶パーティーを行うなど、海外での日本茶の普及、販路開拓にも取り組んでいます。平成20（2008）年には英語サイトを立ち上げ、世界116カ国への直送体制を整備。現在、22カ国への発送実績を持ちます。



収穫の喜びを味わえる茶摘み体験

生産者と消費者結ぶ茶畑オーナー制度

世界中にもっと和束茶の良さを伝えたいと、販路拡大を目的とした新事業の仕組みを考えているとき、知り合いの事業主から紹介されたのが、このファンドです。平成20（2008）年度の「農林水産物を原料として行う事業」として採択されました。助成金は新たなwebサイトや広告用パンフレットの作成、決済の仕組みづくりなどの開設準備に。そして平成20（2008）年12月に「茶畑オーナー制度」が始動しました。これはネット通販による産地直送をさらに進化させ、生産者と消費者が「一緒に育てる」ところから始めようというものです。

1口あたり1日50円（1ヶ月1500円）で茶畑一坪分（茶の木約12～13本）のオーナーになれるこの制度。顧客の反応は良く、開始4日間で100人のオーナーが集まったといいます。一般的な農作物のオーナー制度に比べオーナーとの繋がりを重視し、年6回届ける旬のお茶200gと共に茶畑の様子を伝える「オーナー通信」を同梱。月単位での入退会を自由にしたり、茶摘み体験やホテルを観る茶会など、各種参加型イベントに優待するなど、さまざまな工夫がみられます。「ファンドの助成を受けることで社会的信用力が高まり、お茶のPRにもなった」と松本さん。茶畑

オーナー制度開始後の平成21（2009）年には、京都ビジネスプランコンテストの認定事業者に選ばれました。



アメリカの茶畑オーナーさん宅でのお茶会

和束茶の魅力を世界へ発信

茶畑オーナーとの絆を深め、一体となって和束茶の良さを広めていきたい。そういう思いで、平成21（2009）年度も引き続きファンドに応募。茶畑オーナーと一緒に活動するイベントを充実させるとともに、オーナー同士の結びつきを深めるためにネット上のコミュニティ（SNS：ソーシャルネットワークサービス）を開始。茶畑オーナー発案により地元中学との共同企画で「茶苗の植林体験」を行なうなど、地域と連携した取り組みにも力を入れています。

現在、茶畑オーナーは約500人。海外へのPRも強化し、5000人達成が当面の目標だといいます。これを見据えて協力をお願いする茶農家もすでに確保。「あとはいかに多くの人に知ってもらうか。とにかく飲んでもらうことがもっとも強力な販促活動です」と松本さん。平成21（2009）年には、法人オーナーである旅行会社（H.I.S）とタイアップしてホノルルマラソンの現地ブースで同社のお茶をふるまいました。また、平成22（2010）年11月には四条に「おぶぶカフェ」をオープンするなど、さまざまなチャンネルでお茶を味わってもらう仕組みを考え、実施しています。今後は約50社に上る法人オーナーとの連携も視野に入れているとか。

和束という地域に根差しながら、茶畑オーナーと共に和束茶、日本茶の魅力を海外へ発信。その熱い取り組みは続いています。

事業概要

お茶の通販・京都おぶぶ茶苑 合同会社

<http://www.obubu.com/>

代表：喜多章浩

業種：農業・小売業

創業：平成16（2004）年 設立：平成20（2008）年

住所：〒619-1213

京都府相楽郡和束町大字南小字大生水 4-4

TEL：0774-78-2911 FAX：0774-78-2215