

ほんまもんのお茶の味を伝えたい！
京都独特の『いぶし番茶』を全国展開

平成22年度 採択事業

代表取締役
株式会社 井六園
井上祐さん



井上 祐さん

江戸時代から続く、古くて新しい茶匠

文政元(1818)年の創業以来、190余年続く井六園。宇治茶を中心とした緑茶の製造販売を手がける老舗茶舗です。茶道の理である「一期一会」をモットーに、お茶づくりの伝統を守りつつ、「京都らしさ」、「おいしさ」、「健康」を21世紀のテーマに掲げ、時代の変化に即した新しい商品の開発に挑んでいます。

8世紀に中国から伝わったというお茶は、単なる飲み物というだけではなく、文化として日本人の心に深く根付いています。人々の暮らしに溶け込み、広く親しまれて、長年にわたり安定した需要が続いてきましたが、飲料の多様化やライフスタイルの洋風化が進んだことから、お茶の消費は減退。飲み方、楽しみ方も変化していきました。若年層を中心としたお茶離れが進む中、同社は伝統あるお茶の文化を、現代の生活様式にマッチさせていこうと、消費の変化に対応した新しいお茶を次々と提案してきました。



茶畑に直接観察、茶農家さんと話す井上さん

時代にマッチした新感覚の商品づくり

「先代である私の父は、アイディアマンで数々のヒット商品を生み出しました」と語るのは8代目となる現社長の井上祐さん。もともと茶問屋であった同社は、昭和40年代に百貨店を中心とした小売業に進出しました。先代は「小売りで勝負するには、他社にはない商品を提供しなければ」と独自性のある商品を模索しました。そして生み出したのが、日本初の緑茶ティーバッグです。当時、同業者からは邪道だとして非難されましたが、市場に出回ると大ヒット。「わが社の前進の起爆剤になった」と井上さんは言います。この他、「大福茶」の風習を商品化した『吉運大福茶』、低温で甘みのある味に仕上げる『水出し緑茶』など、次々と新しいアイディアを形にし、商品のブランド化を図ってきました。近年は、お茶の新しい楽しみ方の提案にも力を入れています。このようにお茶を新しい視点と感性で捉え、時代に合った商品を提案することで、お茶を飲まない層のお茶にふれる機会を広げようとして取り組んできま

農林水産物の活用 伝統製品の活用

した。

そうした中、平成2(1990)年に「ペットボトル入り緑茶飲料」が発売され、この20年で一気に普及が進みました。ペットボトル緑茶の消費は拡大する一方、“お茶っ葉”離れが深刻化し、急須のない家庭も増えているといいます。「このままではペットボトルのお茶の味を本当のお茶だと思う人が増えていく」と危惧した井上さんは、「茶葉で淹れた“本物のお茶”のおいしさを伝えたい」との想いを募らせ、新たな商品の開発に乗り出しました。



いぶし京ばん茶「六兵衛」。三角錐のテトラパック入り

「いぶし京ばん茶・六兵衛」の誕生

井上さんが照準を合わせたのは“新しい京番茶”。番茶とは普段に飲むお茶のことで、京の番茶といえば「いぶし番茶」です。独特のいぶし香と素朴でさっぱりした味わいが特徴で、赤ちゃんからお年寄りまで飲み、価格も手ごろなので、京都の家庭ではおなじみのお茶です。この昔ながらのいぶし番茶を復元し、今の時代に飲まれる現代の京番茶として開発したのが、『いぶし京ばん茶・六兵衛』です。

いぶし番茶は、天日乾燥させた茶葉を古式焙煎製法(直火釜焙り)で薫し上げるため、スモーキーな薫りが魅力のひとつですが、中にはその薫りが「苦手だ」「煙くさい」という声もあります。そこで、独特の味と薫りを生かしつつ、ゆず・黒豆をブレンドして、現代風のおしゃれな番茶として仕上げることにしました。クコやクマザサなど薬草も候補に挙がりましたが、決め手となったのは茶葉の風味を損なわない点。ゆずはいぶし香をマイルドにし、黒豆は味わいをまるやかにしてくれます。「ゆず、黒豆のほか、玄米も少し加味しており、味わい、薫りとも非常にバランスのよいお茶に仕上がりました」と井上さんは胸を張ります。また、茶葉を計る手間がいらず、茶殻も簡単に捨てられるように三角錐状の大型メッシュティーバッグを採用。使用時の簡便さだけでなく、味・コク・薫りを最大限に引き出す茶葉の黄金比率を保てるという利点もあります。これまでの

座布団タイプのもより茶葉が自由に泳げるので、おいしいお茶が抽出でき、紙の臭みもありません。急須で淹れた場合1パックで10~15杯とれるのでたいへん経済的。容器は紙製缶を採用、ティーバッグは土中の微生物により分解される生分解性、飲み終わった茶葉は腐葉土になるという環境配慮型の商品でもあります。

京都のブランド力を生かして全国展開

事業化の段階を迎え、商工会議所の中小企業経営相談センターでファンドを紹介されました。助成金は主に広告宣伝費、ホームページのリニューアル、サンプルの製作費などに活用しました。

お茶一筋に京ブランドを守るメーカーとして長年信頼を得てきた老舗の強みは、強力な販路を持つことです。新商品六兵衛は現在、百貨店、クオリティスーパー、通信販売など、同社の従来からの取引先の販売ルート、売場を活用し展開しています。また、東京をはじめ各地の展示会や百貨店の催事などに出席して試飲販売を行ない、全国展開にも取り組んでいます。

今回ブレンドした黒豆は丹波産、ゆずは四万十産のものを使用しました。「ゆずも京都水尾産のものを使いたかったのですが、安定供給が難しいので残念ながら…。でも、宇治の茶葉、丹波の黒豆、水尾のゆずとすべて京都産にして“京ブランド”のお茶として全国に発信していきたい。だから水尾のゆずはあきらめたくないですね」と井上さん。全国区の京番茶への夢は広がります。



「京都ビジネス交流フェア」の井六園ブース

事業概要

株式会社 井六園

<http://www.irokuen-tea.co.jp/>

代表：井上祐

業種：緑茶卸・小売業

創業：文政元(1818)年 設立：昭和45(1970)年

住所：〒601-8136

京都市南区上鳥羽岩ノ本町 87-2

TEL：075-661-1691 FAX：075-681-3288