

全国の産地から厳選した茶葉を独自の製法でブレンドし、長年、名古屋名物「妙香園のほうじ茶」を提供し続けてきた株式会社妙香園。老舗茶舗の四代目として、伝統の味を守りつつ、新たな事業展開にも積極的に取り組む代表取締役の田中良知さんにお話を伺いました。

Company Data | 会社概要

株式会社妙香園

【創業】1916年  
【所在地】名古屋市熱田区沢上2-1-44  
【TEL】052-671-0228  
【URL】https://myokoen.com/  
【事業内容】茶、精選加工販売



# 時代を超えて 心を潤すお茶を提供し続ける



老舗の味を守りつつ、最高級ほうじ茶「名古屋ほうじ茶 鷺」47.5g/税込1,080円(写真上)や「妙香園の茶コレート」税込2,160円(写真左下)など新しい美味しさも提供しています。商品購入後は、すべてのお客様に金箔入り抹茶「妙香」の呈茶サービスを行なっています(写真右下)。※新型コロナウイルスの影響により、一部店舗ではティーバッグの配布へと変更。

## 株式会社妙香園

代表取締役・TANAKA YOSHITOMO

田中良知さん



「ほうじ茶」を基軸に名古屋の老舗茶舗として全国的な知名度を確立

当社は、大正5年に曾祖父の田中秀吉が「田中茶店」の名で創業しました。後に二代目富治郎が、ブランド化を目的として現在の「妙香園」へと社名を変更。戦後の復興にあわせて、名古屋市内を中心に店舗を拡大していきました。現在は、看板商品として「ほうじ茶」が浸透し、幅広いお客様にご愛顧いただいています。当社のほうじ茶が広く認知されたきっかけは、昭和32年に開業した名駅地下街サンロードへの出店です。店先で茶葉を炒ったところ、その香ばしい香りが地下街一帯に広がり、誘われるように多くの買い物客が訪れた結果、広くその名が知れ渡りました。また当時お茶のパッケージといえば、緑を基調とした紙包装一辺倒だった中、赤や金をあしらった華やかなデザインで、防湿性に優れたアルミ包装の当社が

ほうじ茶はお土産として大変重宝されました。平成18年には、名古屋市優秀土産品審査委員会にて、名古屋市長推奨品にも選定されました。

かくして多くの皆さまにご最良いただき、当社は平成28年に創業100年を迎えました。私は事業を継承していく中で、伝統を守りつつ、時代に合わせて少しずつ革新していくことを大切にしています。核となる部分は守り抜き、時代にそぐわなくなった部分を調整していくイメージです。具体的には、これまで50〜60代の中高齢者をターゲットに事業活動を行なってきましたが、将来的に売上が低迷する可能性を危惧し、近年は若い世代に向けた事業展開もしています。そして、少しでも多くの方々がお茶に親しむきっかけを提供する目的で、私自身が広告塔として多くの人と会い、一枚でも多く名刺を配るよう心掛けています。

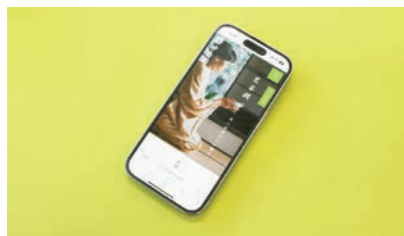
社名の由来 /



大正5年に、曾祖父が自身の名を冠した「田中茶店」として創業。その後、二代目富治郎がブランド化を目的に、修業先であった京都・宇治の茶屋から「妙」の一字を賜り社名を変更し、現在まで脈々と受け継いでいます。

愛用のアイテム紹介 /

iPhone 14 Pro



古格を重んじる老舗企業だからこそ、時流を読むことが大切だと考えているため、最新サービスを利用する目的で、iPhoneの新機種が発表されると、毎回発売日に最新のものへ機種変更しています。毎日使用するものなので重宝しています。

仕事で大切にしていることは /

苦難は忍耐を、  
忍耐は練達を、  
練達は希望を生む

学生時代に習った、聖書の一節に書かれている言葉です。仕事で苦難に直面した際はこの言葉を思い出し、希望ある未来を思い描いて前向きに取り組むよう心掛けています。



あつた宮宿会

毎月1日(1月を除く)に、熱田神宮参道で朔日市を開催しています。老舗4社(きよめ餅、亀屋芳広、妙香園、あつた蓬萊軒)のコラボ商品「あつた宮餅」は、ここでしか購入できない限定商品で、売上は会の活動資金に充てています。



ノベルティ作成

新商品の販促や周年記念など、用途に応じてオリジナルのノベルティを作成します。パッケージデザインはもちろん、お茶の種類や味についても一から検討可能です。



MYOKOEN TEA STORE

2020年にオープンした、テイクアウトドリンク専門店。手軽に本格的なお茶が楽しめます。1番の人気商品は「抹茶ラテ(ICE)」税込580円。このほかにフレーバーティーの茶葉なども取り扱いがあります。



ニューヨークチーズケーキ

ZARAMEと共同開発した新しいスイーツです。当社のお茶をふんだんに使用した、高級感のある味わいが特徴。妙香園店舗・オンラインショップで販売しており、味は、ほうじ茶、抹茶の2種類です。

伝統と革新の  
バランスを大切に  
新規事業に取り組む



若年層の支持を取り込む  
新たな施策で  
新規顧客を開拓する

伝統と革新のバランスを探る中で、私が最初に取り組んだことは、看板商品「ほうじ茶」の改良でした。近年、ペットボトル飲料の普及により、日常的に急須で茶葉からお茶を淹れる人は減少しています。一方、特別なひとときには、美味しいお茶を淹れたいと思う人が多いと考え、この潜在需要に的を絞った最高級品「名古屋ほうじ茶 鸞」を作りました。開発当初は従来品の4倍以上する価格から、社内では難色を示す声も挙がりましたが、上質な品を求める層から想定以上の反響があり、今では秋季限定の熟成茶「秋茶」のシーズンになると、最上級品の販売が恒例となりました。

また、近年最も革新的な事業活動が「MYOKOEN TEA STORE」の出店です。20代半ばから30代前半をターゲットに設定し、オシャレかつ本格的な味わいのドリンクを提供しています。気軽にお茶に親しめる場を提供しつつ、来客などに用いる茶葉を購入するきっかけとしての役割も担っています。自身が参加した「名商挑戦型企業経営塾」で学んだブランディング戦略を活かして、新業態の店舗においても、ベルソナ(架空のユーザー像)を明確に定めた事業運営ができています。

若い世代に向けたマーケティングとしては、T i k T o k など若者向けの

SNSも活用しています。利用者と同世代の若い感性で発信してこそ意義があると考えているため、基本的に内容は若手社員に一任しています。投稿を見た取引先などからは、新しいツールやアイデアを積極的に取り入れる柔軟な姿勢を「ご評価いただいています」。

これら革新的な事業活動の根幹にあるのは、創業時から脈々と受け継がれている妙香園のお茶の味にほかなりません。お茶は農産物のため、同じ産地から仕入れても毎年味が異なります。そのため、いくつかの茶葉をブレンドし、役員皆で味を確かめ同じ味に仕上げています。お茶の些細な味の違いを感じ取れるよう、私は体調管理を目的に菜食主義を貫いています。社員食堂のメニューも長年、肉や魚は一切使わないベジタリアン仕様で、大豆ミートなどの代替肉を用いた食事を提供しています。

伝統と革新の融合を目指す活動の一環として、熱田地区の企業やNPO法人、地方公共団体などが協力して活動する団体「あつた宮宿会」も運営しています。「熱田を盛り上げよう」をテーマに掲げ、毎月1日に熱田神宮参道で「あつた朔日市」と名付けたマルシェを開催。交流の場として地域の方々が一堂に会するため、私はひと月で一番多くの名刺を配り、妙香園をPRしています。あわせて、MYOKOEN TEA STOREの新商品をテスト販売することもあり、市場調査の場としても有効活用しています。

※平成26〜28年、名商主催で開催したブランディングに関する学びと実践の塾

ハワイでの販売を契機に  
将来のインバウンド需要の  
回復を目指す

現在は、新型コロナウイルスの影響でインバウンド需要が低迷しているため、今後は海外への事業展開を通じて、需要の回復を目指します。その皮切りに、ハワイの富裕層向けスーパー「ホールフーズマーケット」で、当社のお茶を販売できるよう交渉中です。なぜなら、ハワイへの観光客の多くはアメリカ本土から訪れるロングバケーション目的の富裕層であり、彼らにとつて馴染み深い店で当社のほうじ茶の香ばしい香りを体感してもらい、購買意欲を掻き立てたいと考えているからです。そして、ハワイでのお土産として購入したお茶が広まれば、将来的にアメリカ本土へ参入する門戸も開かれ、いずれは「妙香園のほうじ茶」が日本土産としての地位を確立していくと信じています。