



# 愛国製茶株式会社

会社案内

2017

## 社長挨拶

愛国製茶は創業以来、「お茶の心を伝える」ことを社是として、お客様に日本茶の「本物の味と香り」を伝え続けて参りました。

愛国製茶は茶園からはじまり、丹精込めてつくられた日本茶に宿る心と、おいしいお茶に喜び、時に感動を覚えたお客様の心を結び、今までも、これからも、お茶の心を伝え続けます。



愛国製茶株式会社  
代表取締役社長

**馬場章夫**

### 「お茶の心」とは



「お茶の心」とは、全国各地の茶園にはじまる生産者の、お茶を愛しみ、美味しいお茶をつくるために一年間茶園のことを思い続ける茶葉を育む心。

「お茶の心」とは、新茶を迎え、1年間丹精込めて育てられた茶葉を愛しみ、最高の味と香りを引き出すために、昼夜問わず製茶機械と寝食を共にする茶師の心。

「お茶の心」とは、仕事を終えた安らぎのひと時、お気に入りの一服で自分の時間を取り戻したお客様の心。

家族団欒の食事を終えて、家族で囲む食卓での一服に安らぎを感じたお客様の心。

大切な商談でお得意様から頂いたおもてなしの一服で冷静な自分を取り戻したお客様の心。

敬老の日のおばあちゃんへの贈り物で見た笑顔に、生まれたことへ感謝したお客様の心。

# 会社の歴史

History

## 社名の由来



創業者であり、慶応義塾大学の建学に携わった漢文学者・馬場丈太郎は、晩年、息子の二代社長・馬場謹爾と共に、戦争前の食べ物と世相不安に苦しむ東京に「和敬の心」を保つために「お茶を頂く時間」の大切さを説き、娘の嫁ぎ先である静岡県の製造業者より、直接日本茶を仕入れ、卸売りを始めました。

戦時中は民間物資の流通が乏しく、お得意先は、陸軍、満州軍、宮内省などが中心でした。

昭和16年に法人設立。この時、時代に即し「愛国製茶」と名づけられましたが、3年後には終戦。軍は無くなり、宮内省のお取引も縮小、百貨店が息を吹き返して流通の主役となっていましたが、「愛国製茶」という名前は残りました。

## 戦後の復興と茶業の拡大



昭和30年になると消費も盛んになり、静岡県の製造業者に生まれ育った泰男（先代社長）が後継者になると、その知識と、百貨店様の販売力をお借りすることで、いくつもの問屋を通る複雑な日本茶の流通経路を飛び越し、静岡県内の各名産地、九州八女、京都宇治などより直接お茶を仕入れるようになりました。

良品廉価でお客様の信頼を得、安定的に売上を伸ばし、店頭での地位を強固なものにしました。また、直接生産者の顔がお客様に見えるMDを最初に取り入れ「静岡生粋やぶ北茶」の先駆けとしての基盤を築きました。

## 新市場の開拓と挑戦



日本人の育んだ文化を持つ最高の健康飲料である日本茶を伝え続けるために、従来の事業はしっかりと継続しながらも、新しい取り組みを実践し続けています。

洋風文化やファッションとの融合をはかる森英恵氏デザインのギフトセットを、百貨店にて先行独占販売を行い、1999年秋には、情報発信の最先端、表参道に「Tea-Tsu（ティー・ツー）」をオープンしました。

また、近年多様化する仏事ギフトの戦略商品として、和洋を問わず、有名老舗ブランドとのアソート商品を、供給システムでの優位性の確立により共同開発し、お客様への提案シーンに合わせたバラエティあふれる商品を展開し、ご法要を中心としたギフトマーケットに新風を吹き込んでいます。



# 愛国製茶のこだわり

Formalities

## 自社ブランド



愛国製茶は、産地との新しい流通に先鞭をつけると、次に嗜好品である日本茶に産地から製法まで、こだわりを持ったオリジナルブランド「茶通人（ちゃつう）」〔登録商標〕を開発いたしました。

約40年前の当時はまだ、深蒸しタイプの煎茶は一般的ではありませんでしたが、葉肉が厚く養分に富み、深蒸し製法に最適で、後に深蒸し茶の代表産地となる、掛川地区の厳選した優良茶園の茶葉を使用しての、鮮やかな緑の水色と、滋味深い甘みは話題となりました。

## 最高の品質



近年は、産地表示が厳格化され、生産量の過半を占めていた静岡県はもとより、鹿児島、福岡八女など九州の生産量も大きく伸び、お客様も、いつものご愛用の銘茶だけでなく、その土地、風土、生産者のこだわりなどに興味を持たれるようになりました。

愛国製茶は、高品質で、旬の情報を求めるお客様の集う都心部の大手百貨店をお得意様とさせて頂く強みを活かして、品評会や農林水産祭などで、天皇杯、農林水産大臣賞などに輝く全国の生産家や、技術審査会でずば抜けた茶の審査技術を持つ茶匠のつくる商品をいち早く確保し、「高級マーケットでは愛国製茶だけがお届けできる」産地との絆を築いています。

## 安定した供給システム



昭和62年には静岡県富士宮市に新工場を建設。原料加工（荒茶製造）からパッケージ、包装までの全工程を持ち、加えて立地に留意し、自動包装設備や製品ストック機能など、現在のシステム販売に不可欠な、多種、大量、スピードのレスポンスを可能にしました。

静岡県内の商品を市場に集め、消費地の専門店への流通を取りまとめていた中間の仲買業者を飛び越し、生産者と直接取引を行うことによって中間コストを省いた、廉価でおいしいお茶をお届けすることに成功しました。

# 社長インタビュー

Interview I

「お茶の心を伝えるために、  
やれることは何でもやる。  
それが愛国製茶の社是で  
あり、強みです。」(馬場章夫社長)



## 業界の現状と今後の見通し

### 愛国製茶はどのような事業を展開されていますか？

日本茶の卸売り事業を主要事業にしています。販路は、百貨店の食品売り場、返礼品（お中元、お歳暮）などの外販を展開しています。

新しい取り組みとしては、日本茶を中心としたアソートギフトです。昔からお茶と海苔は贈答品の組み合わせとしてよくありましたが、高級な和菓子やブランデーケーキなどの洋菓子、日本茶だけでなく、コーヒーや紅茶なども合わせて扱っています。

また通信販売も手がけていますが、自社のHPでのみ展開しています。

### 日本茶の販売の業界全体はどのような動向にありますか？

お茶の農家さんが作った茶葉を愛国製茶は販売していますが、全体の流れで言えばお茶の生産、流通、小売などの全体を「茶業」といいます。

茶業の全体の中で生産量は、20年前10万トンあったものが、減少の一途をたどっており、現在は8万トンになりました。そして、現在生産されているお茶の30%がペットボトルの原料になっています。つまり、急須（きゅうす）で飲むお茶というのは、ものすごく量が少なくなっているというのが現実です。

昔はどここの街にも商店街（個人商店の集まり）があり、その中に日本茶の専門店が1軒はあるのが当たり前でした。しかし今は小売店は減ってしまっていて、なかなか見かけなくなりました。つまり茶業は、経営が難しい業界であると言えると思います。

### 2020年の東京オリンピックに向けて売り上げは増えるのではないのでしょうか？

外国人観光客も増えるでしょうし、実際に、私どもの店舗でも外国からのお客様がとても増えていますので、ビジネスチャンスであると捉えています。

具体的には、和の文化、「茶道」とか「着物」だとか、そういう日本独自のものが注目されてくると思います。日本の文化を楽しむ中で、どのようにしたら喜ばれる日本茶や商品を提供できるかを考えています。

### いま企業として力を入れていることはありますか？

日本茶の小売業全体は縮小傾向ですが、同時にライバル企業も減っているのも事実です。つまり、「愛国製茶にしかできない仕事」というものがあるということです。本当に品質の高いお茶、いい製品を扱える企業が少なくなっているので、それがお客様からの信頼につながっていると思います。



最近力を入れているのは、百貨店のカタログギフトなどで人気になっている、東京国立博物館の「風神雷神屏風図」をモチーフとした新しいギフト商品です。日本の国が、和の文化を発信していこうという姿勢に変わってきたので、愛国製茶も新しい販路を模索しています。



また、新しいギフト商品として、紅茶のウェッジウッドやロイヤル・コペンハーゲンを扱うようになっています。

「日本茶の会社が、なんでこんなことをやっているの？」と思われるかもしれませんが、会社の事業収益を上げていくためには非常に効率的なやり方だと考えています。

日本茶も紅茶も同じお茶で、管理の方法も似ています。日本茶は仏事などの返礼品としては昔から使われていますが、結婚式などではほとんど使われない。しかし、紅茶という新たな商材を扱うことで、新しい販路が拡大するだけでなく、日本茶を扱ってきたノウハウを活かすことができ、事業として相乗効果を期待できます。



海苔や鰹節のかわりに、日本茶を使ったお菓子や、日本茶の関連商品として洋菓子を売られるようになったというのがはじまりです。

抹茶の洋菓子は1999年にはじめたので、茶業の中でも抹茶の販売を手がけたのはとても早かったです。最盛期には、抹茶菓子の単独店舗が7店舗ありましたが、今は日本茶との併設で3店舗になりました。

近年は、京都の抹茶菓子のお店が増えています。京都といえば抹茶の強いブランドがありますから、なかなか本場には勝てなく、お菓子だけで成功することはできませんでした。しかし、そのときのノウハウが現在のお菓子とお茶のセットの返礼品に活かされています。



つまり、時代が変われば、事業の方向転換を迫られるときがあるということです。

**いまの若い人で急須に入れてお茶を飲む人は減っていると思います。しかし、ペットボトルのお茶を飲む人は多いです。ペットボトルのお茶を販売はしようとは考えないのでしょうか？**

皆さんがおっしゃる通り、急須がない人にお茶（茶葉）は売れません。ペットボトルのお茶を飲んでいる人が多いからです。

では、「ペットボトルを売ればいいのか？」といってもペットボトルの業界は大企業が市場シェアを奪いあっており、大激戦となっています。

ペットボトル飲料を試作品として作ってみるということはあるかもしれませんが、それは商売ではなく、おまけでやるような話です。つまり、本業でペットボトルをやって成功する確率はゼロに近いと思います。あれはペットボトルの飲料業界であり、茶業ということではないと考えています。

したがって、ペットボトル業界に参入することはできません。ただ、ペットボトル業界とは別の、1本5千円～1万円というような高級ボトル飲料の市場は小さいながらも出てきています。このような事業を新たに手がけていくというのは、若干可能性はあるかもしれません。

## 新しい事業展開について

**アソート(組み合わせ)商品などを扱うようになったのはどのような理由からですか？**

日本茶の専門店というのは昔は東日本、西日本と分かれていて、東は海苔、鰹節などを一緒に、西は茶道具を売っていました。以前は、弊社でも海苔、鰹節を一緒に売っていましたが、海苔や鰹節は、今ではスーパーで買うのが当たり前になり、いまやコンビニでも扱っているため、売れなくなっていました。

## 海外では日本茶ブームであるような話も聞きますが、海外進出は考えていらっしゃいますか？

今の段階ではものすごく難しいと思います。もしやるとしても慎重にやらなければいけないですね。

海外で成功している飲食業界の日本企業をみると、地域の食材を使って、地域の人がオペレーションしているように思います。それができなければ、飲食業はうまくいかないと考えています。郷に入っては郷に従えということでしょう。

まずは、外国からくるお客様に、日本の独自のものをうまく宣伝して、売っていくということをやらなければならないと思います。海外進出はまだまだ先の話ですね。

## お茶の心を伝えるために

### 愛国製茶の強みはどのようなところにあるとお考えですか？

基本的には、日本茶の専門店であるということです。静岡県富士宮に工場がありますが、静岡茶だけを扱っているわけではなく、日本全国のおいしいものが集まってきます。

たとえば、茶師10段の優れた職人が作ったお茶や、天皇杯を受賞したお茶など、市場に出回りにくいような希少な茶葉も必ず扱っています。

静岡の川根でも掛川でも、九州のお茶でも、本当に品質の高いものが集まってくるというのが愛国製茶の強みだと思います。愛国製茶なら最高のお茶を売っているということが、お客様から評価いただいている点です。

また、何が得意かと言えば、「売るのが得意な会社」と言えるかもしれません。ギフト商材を包装したり、セットアップしたりすることを強みとしています。本社が東京にあり、設備を持っていて、ある程度の規模の人員がいて、販売網があって、消費者に向けて動ける会社というのは、そんなに多くあるわけではないと思います。そのような強みを活かしていきたいですね。

### 愛国製茶の企業理念はなんですか？

私は愛国製茶の四代目の社長ですが、愛国製茶は「お茶の心を伝える」というのが変わらない社是です。言うのは簡単だけれども、それをどうやって伝えていくかが問題。

三代目までは、景気がよい時代で、日本全体が成長していた。そのような時代では、いいものを作り、いいものを集めてくれたらよかった。しかし、今のようにお茶が売れない時代では、いいものを出すのは当たり前で、それだけではなく、「お茶の心を伝えるためには何でもやる」ということが必要だと考えています。

先ほどお話したとおり、博物館の風神雷神をモチーフにしてみたり、海外ブランドの紅茶と組み合わせたギフト商品を開発したり、何でもやって、買ってもらえるように工夫するということです。

愛国製茶の日本茶を守るため、お茶の心を伝えるために、あえてウェッジウッドやロイヤル・コペンハーゲンと提携するということが必要なのです。そうしないと茶業を続けていけない。お茶の心を伝えていくための手法は時代とともに変わっていくと考えています。

### 最後に、地元高田馬場に対してどのような想いがありますか？

愛国製茶の2代目社長である馬場謹爾（きんじ）は43年の長きにわたり新宿区の区議会議員を務めた人でした。つまり、愛国製茶の会社は、地域とともにあったと言っても過言ではありません。

街の様子は大きく変わってきてはいますが、高田馬場にある企業、住民、学校や、地域に根ざした人たちみんなが高田馬場を元気にさせられればと考えています。





# 若手社員 インタビュー

Interview 2

若手社員の代表として、営業職の斉藤様にお話をお聞きしました。

## 仕事内容とやりがいについて

**現在の業務内容について教えてください。**

2017年9月から営業補佐の仕事に就いています。これまでは入社してからずっと販売の仕事をしていました。主に、百貨店の店頭でお客様に直接お茶を販売する仕事でした。今年で入社から13年目になります。

現在の営業の仕事ははじめてでまだ慣れていないので、営業の仕事を勉強中です。早くベテランの営業マンの仕事を引き継いで、百貨店などの販売店に商品の提案などをしていけるようになりたいと思っています。

**販売の仕事ではどのような大変さがありましたか？またどのような工夫をされてきましたか？**

お茶という商材は「嗜好品」ですので、お客様の好みもいろいろです。お客様に合った味をご案内、ご提案しなければなりません。

どのような味が好みなのか、どのような場面で使うのか、利用シーンなどについてお話をしながら、お客様の好みを詳しくお聞きしていきます。

また、常連のお客様の場合は、以前ご提案をした商品を参考にして、その商品との違いを説明するなど工夫をしました。

はじめてご購入いただくお客様でも接客の方法を工夫することで、愛国製茶の常連客になってくれます。私のことを信頼してくれたお客様にご指名を受けるとうれいですし、お客様が新しいお客様を連れてきてくれるというようなこともありました。お客様が喜んでくれたり、信頼をよせてくれたりすると、やりがいにつながります。

**愛国製茶の職場の雰囲気はいかがですか？**

表現が難しいですが、和気あいあいとしているというか、家庭的な雰囲気ですね。居心地のよい会社だと思います。

**外国人観光客のお客様は増えていますか？**

店舗によりますが、新宿などの都心の店舗では観光客のお客様は確実に増えています。近年は、「爆買い」で大量に日本茶を購入されるお客様もいて驚きましたね。

## 就職活動を行う学生へのメッセージ

**これから就職活動を行う学生へメッセージをお願いいたします。**

やはり自分がやりたいことを見つけるということが大切なのではないでしょうか。興味があること、自分がやりたいことでないと、仕事として長く続けることができないと思いますので、学生時代にやりたいこと、自分が打ち込めるものをぜひ見つけてください。





# 会社概要

Profile

商号 愛国製茶株式会社

創業 昭和8年

法人設立 昭和16年12月15日

資本金 1,200万円

従業員 100名

決算期 6月



所在地 本社本店  
〒169-0051  
東京都新宿区西早稲田3-7-9  
TEL:03-3207-1611  
FAX:03-3207-1610

静岡工場  
〒418-0021  
静岡県富士宮市杉田字中村398  
TEL:0544-23-6261  
FAX:0544-23-1775



役員 代表取締役社長 馬場章夫

常務取締役 川向信行

取締役 馬場喜代

監査役 馬場智香子

# インタビューを終えて

Learning

最初は緊張していましたが、社長がやさしく会社の概要や質問に対してご説明くださったので、その緊張感も弱まりました。本当に感謝します。社長のお話から「お茶の心を伝える」という熱意が強く伝わってきました。それから、社長の仕事に対しての態度や姿勢は、わたしが将来就職するときにすごく役に立つと思います。そして社長と若手社員の貴重な意見を受け、今後はこれらのアドバイスを就活だけではなく、職場でも活用したいと思います。

劉洋 (リュウヨウ)

この度はお話を聞かせていただきましてありがとうございました。企業は事業を継続していくために、色々な経営手段を取らなければならないと思います。そしてそのためには社員の協力が必要だと思います。企業はどうやって売上を伸ばせるかという問題と、お客様に信頼してもらうことが大切だと考えます。企業訪問に通じて多くのことが勉強になりました。また、次のチャンスがあれば、企業や業界について勉強していきたいと思います。

趨蘊瑤 (スウンヨウ)

この度は、愛国製茶株式会社の見学をさせていただいて、ありがとうございました！

社長の馬場さんの話を聞かせていただいて、御社の茶葉の製造や販売に対する気持ちは、まるで子どもを育てる親のように、心を込めていることを実感しました。また、日本の社会は仕事に対してとても真面目であるということに改めて感じました。今回のインタビューを経て、貴重な経験を得ることができました。

徐岩岩 (ジョガンガン)

愛国製茶株式会社に訪問して、勉強になりました。愛国製茶では、主に贈答用の茶葉などを販売していますが、茶葉を厳選して、品質に自信を持っていることがわかりました。この厳しい態度は愛国製茶の成功の鍵であると思います。何事にも全力を尽くすことや、厳しい態度は、これから就職や進路を決定する上で役に立つと思いました。

張澤亜 (チョウタクア)

私は、今回の愛国製茶様の訪問で、本当に多くのことを学びました。

企業訪問と「お茶の心を伝えたい」という社長とのインタビューを通して日本茶の魅力を感じることができました。

自社ブランドの販売だけにこだわらず、お茶の買い付けから商品製造、販売メンテナンスまで一社で行える強みを活かして、今のライフスタイルに合わせて、百貨店で多くのヒット商品を生み出し、百貨店様の商品差別化戦略や販路拡大のパートナーとして活躍していました。

美味しいお茶をつくり、日本茶の「本物の味と心」を伝え続け、お客様に喜びと感動を与えてくれないという社長さんのメッセージに感動しました。

私は今回の愛国製茶企業の訪問で、普段の学校生活では学べないようなことをたくさん学びました。また、大学や企業についてのお話を聞いたことによって、より一層、自分の将来に希望を持つことができ、自分を振り返る機会になりました。そして、毎日の勉強を怠らず、基礎をしっかりと身に付けていきたいと思います。為になる経験をすることができ、本当に、心から、企業訪問に参加して良かったなと思いました。

許銀花 (キョギンカ)

このたび、愛国製茶様の企業訪問をさせて頂いて、うまくお話を聞くことができるか心配しとても緊張しました。勉強不足を感じた点を含め多くの良い経験が、私にとって勉強になりました。「お茶の心を伝える」ために、いいものを作り続けて、伝えるため何でもやるという考えは、すばらしいと感じました。これから自分もやりたいこと、自分に必要なことを、たくさんの経験を通して見つけていきたいと思っています。

孫魯威 (ソンロイ)

本会社案内は、東京富士大学の「GMT（地元）企業訪問プログラム」、富士ゼロックス株式会社「志プロジェクト」の一環として作成されたものです。

作成：東京富士大学経営学科 渡辺ゼミナール  
監修：東京富士大学 専任講師 渡辺泰宏



# お茶の心を伝える



愛国製茶株式会社