

# 茶畑を次世代に残す

---

お茶を飲む習慣をつくるために

2024.08.22

株式会社 T-BOX

松本 壮真

# 概要

---

## 会社概要 - 株式会社 T-BOX -

---

所在地 | 愛知県名古屋市

創業 | 2020年9月

資本金 | 300万円

店舗 | 名古屋市  
※2021年5月オープン

取扱茶葉 | 伊勢茶

従業員数 | 10人  
※役員：1人  
社員：1人  
アルバイト：8人

事業内容 |

- ・ 日本茶カフェの運営
- ・ EC販売
- ・ 卸売り

特徴 |

### ① 上質な茶葉

→ 日本茶インストラクター、天皇杯受賞農家茶師が品質を見極めて選定

### ② 新しい挑戦を続ける

→ 朝ボトル  
→ 淹れ方の説明をするカフェ  
→ Chabaco戦略

# 店舖概要 - mirume 深綠茶房



## Our Vision

# Cha-novative Company

私たちは伝統を大切にしつつ、お茶をアップデートすることで、本格的な日本茶をカジュアルに楽しむ文化をつくることを目指します。



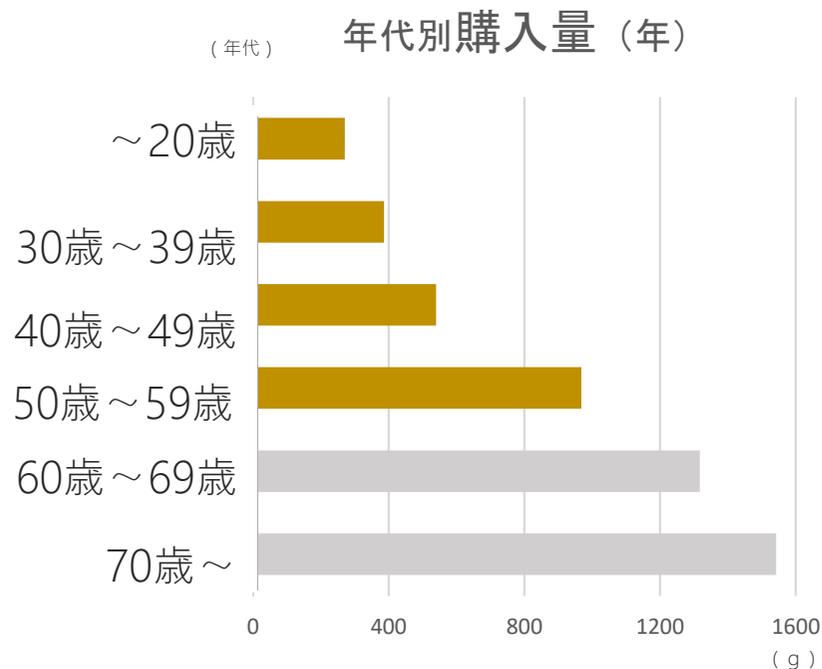
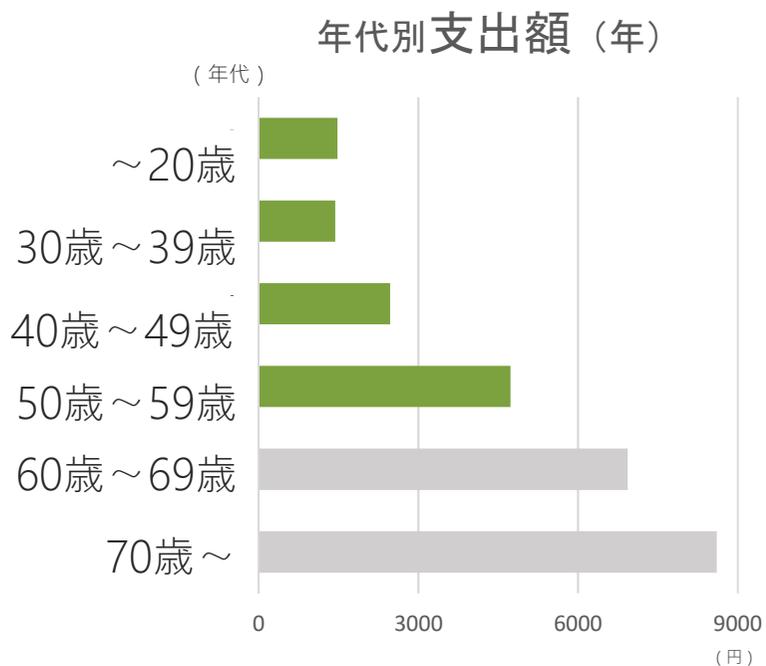
# 業界分析

---

## 年代別お茶の支出額と購入量

年齢と緑茶の消費量・支出額は比例しており、今後は消費量・支出額ともに減少していく事が予測される。

支出額/購入量ともに60代以上が過半数を占めており、このままでは確実に業界全体として衰退していく



出典：総務省家計調査「緑茶の年齢層別の消費動向」

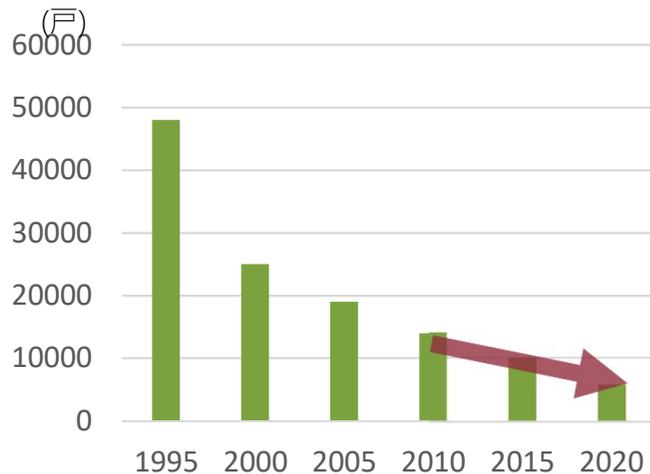
## お茶農家数と栽培面積の推移

お茶農家数と栽培面積は一貫して減少している。経営体の減少に比べて面積の減少が少ないのは農家が大規模化している為である。

10年で58.3%減

※2010～2020年の10年間で分析

### 茶栽培経営体数

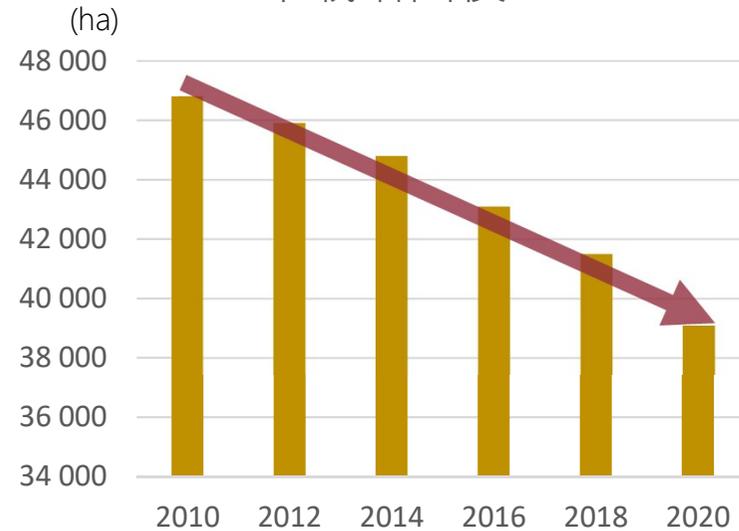


※調査対象が主要産地のみとなっているため、静岡県を経営体を参考にした

出典：農業センサス

10年で16%減

### 茶栽培面積



出典：農林水産省 果樹及び茶栽培面積

- ソーラーパネルのある景観 -

---



# 現在のビジネスモデル

---

## 現在のビジネスモデル

カフェは「お茶好きを増やす場所」、物販は「すでにお茶を飲む人にお茶を売る場所」、朝ボトルは「習慣をつくる場所」として機能している

カフェ



**【目的】**  
お茶好きを増やす

**【概要】**  
お茶の淹れ方からすべて一人ひとりの顧客に説明するだけでなく、積極的に顧客にお茶の事を伝えている。  
「急須を初めて見る」という顧客も多いため、お茶好きを増やす下地はあると考えられる。

物販



**【目的】**  
普段からお茶を飲む人に茶を買ってもらう

**【概要】**  
まずは飲んで知ってもらう。  
シンプルではあるがそれが最も分かりやすいと思われ、来店客には試飲を勧めている。  
お茶の淹れ方を書いた紙を渡すだけでなく、公式LINEを用意し顧客の質問にも直接答えている。

朝ボトル



**【目的】**  
日常的にお茶を飲む習慣をつける

**【概要】**  
予定通りではあるが、朝ボトル購入客から①ティーバッグで飲むようになる②ボトルを購入し茶葉をを買って自分でつくる事に移行する人が増えてきた。  
ここで新しい取り組みをしていきたいと考えている。

# 短期計画

---

## 短期計画 - 認知を広げる/人を育てる -

カフェ、物販、朝ボトルのそれぞれの特徴を活かして認知を広める。  
さらに中長期計画に向けて人を育てる。

### カフェ



#### 【進め方】

お茶のことを伝え、  
お茶好きな人を増やす

#### 【概要】

カフェにおいてはしっかりとお茶の説明をし、ファンを増やしていく。

また『日本茶インストラクター育成講座』を行い、

お茶のプロフェッショナルを育てる。

※松本は『日本茶インストラクター』資格保有者

### 物販



#### 【進め方】

まずはここに宣伝費をかけて売上を上げる

#### 【概要】

地道に試飲と接客を通して着実にリピーターを増やす。

公式LINEでいつでも問い合わせが出来るようにし、お茶でありがちな「家で淹れると味が違う」という問題を解決する。

### 朝ボトル



#### 【進め方】

ホテルやレンタカーの会社とコラボして広める

#### 【概要】

朝ボトルの特徴を活かして、ホテルやレンタカーの会社とコラボし、販路を広げて認知を広げる。

すでにホテルで社商談が始まっている。

# 中長期計画

---

## 中長期計画 - T-BOXの展開 -

名古屋主要駅や住宅の集まる場所に1坪の箱型SHOPを展開する。日常の動線上に『お茶が買える場所』を配置する。触れる機会を増やす。



【名古屋路線図上店舗展開イメージ】

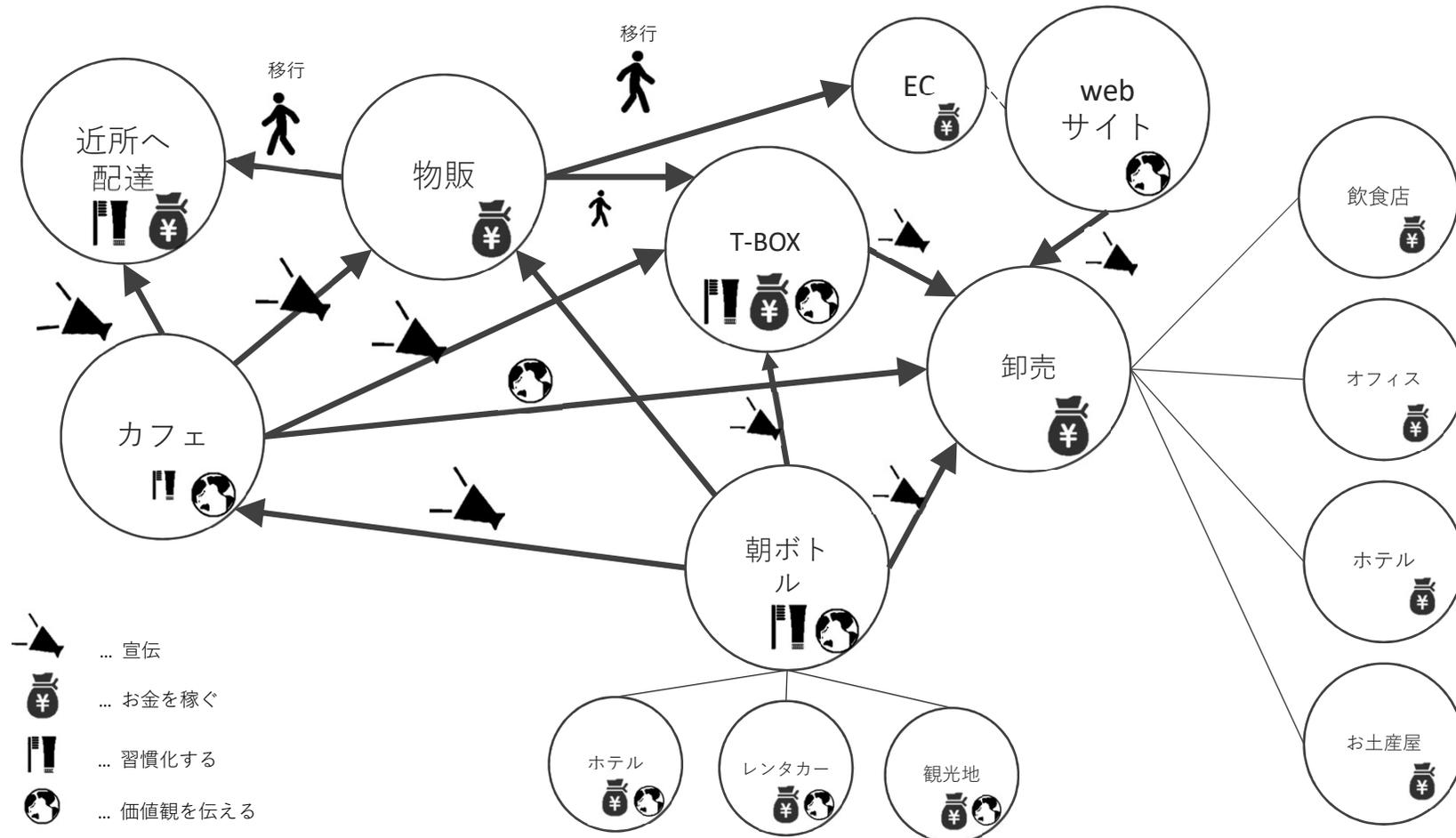
テイクアウト、物販、朝ボトルの販売を行う。短期計画で広げた認知を一気に活かす。日常の動線上に店舗を置くことで、お茶に触れる機会を増やし飲む機会を増やす目的。また『日本茶インストラクター育成講座』受講者の中で優秀な生徒をスカウトし、T-BOXで勤務してもらう。プロが本物のお茶を販売するスペースとして展開していく。

# まとめ

---

## まとめ - 将来的なビジネスモデル-

 マークの所でお金を稼ぎ、そこで出た利益を『宣伝』や『習慣化』、そして『価値観を伝える』活動に当てる。稼ぐ場所とブランディングする場所を分けて長期的に継続する。



# 伊勢茶のブランディング

---

## 伊勢茶のブランディングについて.- 認知を広げる/人を育てる -

食育、インバウンド戦略、その上で茶販売者の増大、強化。

### 食育

#### 【進め方】

県内を対象に伊勢茶の食育を行い、県内での認知度を高める。

#### 【概要】

単発の伊勢茶の授業や講義で終わることなく、もっと日常的に触れられるような施策を行っていく必要があると考える。

### インバウンド

#### 【進め方】

積極的に海外顧客にアプローチする。mirumeの施策を参考に。

#### 【概要】

海外の顧客からすると静岡茶も伊勢茶も『日本茶』であるため、知名度を上げるという意味では海外に向けてアプローチしていくほうが得策。

### 茶販売者



#### 【進め方】

茶販売者と茶農家の交流情報交換の機会を設けるためにコミュニティーをつくる。

#### 【概要】

茶農家の支援や強化も大切であるが、作ったものが売れなければ始まらないため、まずは売る人を増やし強化することが大切であると考え。

## 朝ボトルとは



### 1 ボトルの受付



朝にオープンカウンターで水出し伊勢茶のボトルを受け取ります。

### 2 注いで飲む



ボトルは直接口をつけず、コップに注いでお飲みください。

### 3 もう二杯おかわり



再び水を淹れて、ゆっくり振ることで3煎目までお楽しみいただけます。

### 4 帰りに返却



洗わずに、帰りにそのまま返却します。

# mirumeのクチコミ

## Google評価 : 4.5 (口コミ件数 : 332)

味やサービスについてたくさんの好評をいただいています (一部抜粋)

 **ノムピースNomu-peace**  
ローカルガイド · 176 件のレビュー · 351 枚の写真

★★★★★ 3 か月前

数年前に茶カフェから心機一転して円頓寺商店街に来てから初来店。  
茶カフェの時も印象良かったです、更に良くなりました。  
お茶を5煎くらい飲みましたが、毎回味が違ってお茶ってこんなにも深いのかと楽しかったです。  
季節の栗きんとんも濃厚で栗の味しっかり某有名なところのやつよりも個人的には好きです。  
量を楽しむというより少量をしっかり味わうといった感じでゆったりした時間になります。  
机と椅子が木の手作り感があってシンプルでいい感じです。

次回は違うお茶を嗜みたいと思います。  
支払いはキャッシュレスでした。



 **Julian McNally**  
ローカルガイド · 31 件のレビュー · 23 枚の写真

★★★★★ 1 日前 **新規**

I had an absolutely amazing time here. I came around 2pm on a Monday and was the only customer. Was able to chat and ask all of the questions about tea and local tourism. Excellent tea and even better experience relaxing and learning about how to enjoy quality tea. Highly recommend. Family who owns this store are tea farmers and certainly know their stuff. Thank you again for a truly memorable experience.

[翻訳を見る \(日本語\)](#)



 **wen sun**  
3 件のレビュー · 1 枚の写真

★★★★★ 3 週間前 **新規**

店員非常友善！很努力講英文👍非常熱心教學泡茶。羊羹和起司蛋糕很好吃！美味しい

[翻訳を見る \(日本語\)](#)



 **강전욱**  
1 件のレビュー · 1 枚の写真

★★★★★ 2 か月前

나고야 성으로 가다가 너무 더워서 우연히 본 카페에 들렸습니다. 저희 둘이 정말 기본적인 일본어만 할 줄 알아서 영어로 주문을 해야하나 싶었는데 사장님께서 "한국분이시냐"라고 묻더니 바로 번역기를 사용해서 주문을 도와주셨습니다. 정원 한 분이 영어를 좀 하셔서 빙수를 어떻게 먹는지 설명도 잘 해주셨구요. 기본적으로 주문을 먼저하면 무료로 1인당 차를 2잔씩 주십니다. 일본의 전통 차인데 제법 맛이 있습니다. ... [もっと見る](#)

[翻訳を見る \(日本語\)](#)



## メディア掲載実績

---



日本食糧新聞



中部経済新聞



[ ] TECTURE MAG

KELLY

Life Designs

東海の暮らしをもっと楽しく

designboom®



isuta



CRC web

ガジェット通信



Cityliving

