



# 「辰岡の水出し赤ちゃん番茶」 近江随一の茶どころで生まれた名物番茶 ブランドの価値を 再定義し、 開発・販路開拓へ

代表取締役  
大谷 広幸 氏



## 清香園 辰岡製茶株式会社

本社／滋賀県甲賀市土山町  
北土山982  
創業／昭和5年（1930年）  
従業員／4名  
事業内容／製茶業 卸・販売



## 事業の沿革・概要について教えてください。

茶どころとして知られる土山の地で古くから茶業に携わり、1930年（昭和5年）に創業しました。私は四代目の娘婿にあたり、五代目社長になります。昔は茶の栽培も手掛けていたそうですが、義父が製茶技術に優れた人で、40年ほど前から加工販売に事業を絞ってきました。現在は茶農家や荒茶製造業者より仕入れた荒茶の仕上げ加工・保管・包装を行い、卸販売と直接小売を行っています。地元土山の茶葉を使用することにこだわっており、とくに義父が開発した「辰岡の水出し赤ちゃん番茶」は当社の主力商品になっています。

## 御社の強みやアピールポイントは？

当社の番茶は長く「こがね番茶」の名称で親しまれていましたが、あるときお

客様から「我が家では水出しで飲んでいる」「続けていると体調も良く、血糖値も下がった」という声が寄せられました。研究機関に依頼して成分を調べてみたところ、糖類の一種でインスリンと同じような働きをして血糖値の上昇を抑える効果があるとされる「ポリサッカライド」が多く含まれることがわかりました。そこでさらに焙煎の工夫を独自に重ね、常温の水で成分とうまみをじっくり引き出すことを可能にしたのが現在の商品です。

カフェインが少なく、子どもからお年寄りまで安心して飲んでもらえるように



との思いから、赤ちゃん番茶の名で販売したところ、爆発的なブームを呼びました。当時私は別に会社勤めをしていましたが、製造が追いつかない状況を助けるかたちで入社し、以来、職人かたぎの義父のもとで製茶を一から学びました。

ペットボトルの普及による茶葉の販売量の低迷や類似商品の台頭などもありましたが、味には絶対の自信があり、また、培ってきたブランド力で、同様商品のなかでも売上一位を保ってきました。

## 当協会の専門家派遣を利用した経緯についてお聞かせください。

2022年に代表に就任してからは、経営について学ぶ必要性を感じ、今後の事業の方向性などを具体的に計画したいという思いを抱くようになっていましたが、何から始めればいいのか手探りの状態が続いていました。

そんななか、取引のある金融機関経由で滋賀県信用保証協会の専門家派遣制度のことを知りました。以前から保証協会とはお付き合いがあったので、ちょうど訪問してくださった担当の方に相談してみたところ、現状の課題を解決するために同制度の活用を提案いただきました。

## 当協会の経営支援を実際に利用してみた感想を教えてください。

実は以前にも外部コンサルティングを依頼したことがあったのですが、一般的なマーケティング指導に終始する内容だったこともあり、少し物足りないものでした。ところが派遣されてきた中小企業診断士の先生との面談が進むにつれ、帳簿の検証方法や経営の問題点がわかるようになってきました。自社の課題に正面から向き合うことができ、これまで感覚的に進めてしまっていた経営を見直す大きなきっかけになりました。

具体的な課題として挙げたのは「営業力の不足と、販路の行き詰まり」です。長年ブランド力に依存し、何もしなくて

も売れるという状況が、かえって経営を悪化させていたことに気づき、まずは新商品の開発と価格改定を実施しました。

赤ちゃん番茶には従来、茶葉売り1種とティーバッグ大小2種の計3商品がありましたが、サービスエリアなどを見ると、他社はお土産用に小さく手ごろな商品をラインナップしているのに対し、当社は対応ができていませんでした。

さらに、茶葉売り商品は「甲賀ブランド」の認証を取得していますが、ティーバッグにはそれが無く、取扱店から「売りにくい」という声があり、課題として認識していました。今回、診断士の先生に背中を押されるかたちで申請したところ、思っていたよりもあっさりと承認が得られ、拍子抜けしてしまったほど…。

商品の価値を再定義したことで、顧客にも納得していただける価格改定も可能になり、新商品として開発した「ジップロック付きの少量パック」なども順調に売上を伸ばしています。また、保証協会からは販路拡大支援の提案をいただき、新たな市場や顧客層へのアプローチも進みました。

## 今後の目標や夢、また専門家派遣を検討されている方へのメッセージをお願いします。

2025年7月には地元商工会開催の商談会にも初参加しました。申請には保証協会の担当者の方も同行してくださり、当日は予想していたより多くの商談を行う



STEP 01  
抱えていた課題  
経営状態の把握、  
販路の行き詰まり

STEP 02  
協会からの支援  
中小企業診断士の派遣、  
商談会への参加支援

STEP 03  
支援の効果  
商品アイテムの開発、  
商談会での成約



ことができたうえ、成約に至ったものもありました。現在も月1回の専門家との面談など、継続して支援いただいています。

今後は収益力のある持続可能な経営体制を築くことを目標に、商品開発や販路拡大に努め、地域に根ざした「あってよかった」と思われる存在であり続けることが私たちの使命だと感じています。また、次世代に「継ぎたい」としてもらえる会社づくりをめざしていきたいと思っています。

今回の保証協会の支援を受けて、外部の視点を素直に受け入れることの大切さを痛感しました。経営に正解はありませんが、第三者の客観的なアドバイスは視野を広げる大きなヒントになります。課題を明確にし、前向きに行動することで経営は必ず前進します。私たちは資金面だけでなく、経営全体を支えてもらうことができました。支援を最大限に活かし、ぜひ一歩前へ踏み出してみてください。