

●株式会社玉露軒

創業150余年の老舗茶屋が描く HPによる販売拡大戦略

取材・監修 アイ・モバイル株式会社

愛知県清須市で、5代続く日本茶店として地域に親しまれてきた株式会社玉露軒。先代から始まった地域のスーパーへのテナント出店や、近年始めた通信販売など常に時代のニーズに合わせた販売戦略を選択してきた。今、挑戦しているのは、インターネットを活用した新たな販路の開拓だ。創業から150年超という歴史ある茶屋を切り盛りする5代目の川口大輔氏に話を聞いた。

明治初期からの日本茶専門店

事業内容は？

川口 玉露軒は、明治初期となる1868年から続く日本茶専門店です。創業以来、愛知県清須市で地域の方々に支えられてきました。私の父にあたる4代目が、地域のスーパーマーケットにテナントを出店したことをきっかけに、本店のある清須市はもろろん、名古屋などにも店舗を広げています。以前は日本茶のみを取り扱っていましたが、スーパーから「和菓子も扱ってほしい」という声をいただき、抹茶ソフトクリームや和菓子の販売にも取り組んでいます。介護施設などの法人向けに日本茶の卸売販売もしていますが、売上げの大半は個人消費者向けです。



ヨシツヤ清洲店



抹茶ソフトクリーム



株式会社玉露軒
愛知県清須市西枇杷島町西六軒 96
ホームページ▶

大切にしてきたことは？

川口 日本茶専門店として、緑茶や玄米茶、ほうじ茶など日本茶の魅力伝え続けようと日々精進しています。時代の変化に伴い、全国的に緑茶の消費量は徐々に減少しています。清須市でも、以前は日本茶を専門に扱う茶屋が5軒ほどありましたが、現在は当店だけとなっています。だからこそ、日本茶の魅力を多くの方に発信し、日本茶文化を次世代に受け継いでいきたいと思っています。

販売戦略は？

川口 これまでは地域に根ざした茶屋として対面での販売をしていましたが、新たな取り組みとして通信販売を始めました。日本茶の専門店としてのブランディングや商品のブラッシュアップもしながら、清須市や愛知県だけでなく全国に玉露軒のことを知っていただく挑戦をしています。その一つの戦略として、HPを通じた販売をスタートさせました。また始めたばかりですが、地元の和食料理店とコラボして地元産の米を使った「玄米茶スイーツ」の開発とオンラインでの販売も計画しています。

専門店としての価値を高める

HPを刷新するきっかけは？

にある商品と同じものを並べるだけでなく、オンライン用に魅力ある商品をもっと開発していきたいと思っています。たとえば清須市の名所である清州城や城主織田信長公にちなんだ清須信長茶シリーズやパッケージに愛知県を拠点とする漫画家さんのイラストをコラボで活用させていただいた日本茶「香り命」、先ほどご紹介した玄米茶スイーツ、抹茶をたっぷり使った濃い抹茶餡などユニークな商品を今後も積極的に取り入れていこうと構想しています。

今後のHP活用ビジョンは？

川口 当初の目的である、販路拡大に向けて本格的に力を入れていきたいですね。販売サイトでは商品の数・商品の情報量をもっと増やして、「買いたい」と思っていただけのコンテンツづくりをしていく必要があります。コーポレートサイトでは、当店の歴史やコンセプトをしっかりと伝え、店舗ではなかなか伝えられないストーリーを知っていただく場にしていくつもりです。今後、HPが一つの大きな売り上げの柱として成長していくことを期待しています。

川口 先代から四半世紀以上お世話になっている税理士法人赤堀会計事務所監査担当者の服部慎太郎氏に相談したのがきっかけです。商品の陳列方法などさまざまな視点から経営のアドバイスをしてもらっていた中で、HPを制作するならアイ・モバイルさんと紹介していただきました。加えて、国や地域の補助金の活用もアドバイスいただき、HP制作費も補助金を充てて制作することができました。

コンセプトは？

川口 無料でショッピングサイトを開設できるサービスを使ってオンライン店舗を運営しています。また、店舗のブランディングや信頼性を高めるためのコーポレートサイトの制作をアイ・モバイルさんにお願しました。150余年の歴史をしっかりと伝え、専門店としての価値を高めていきたいというのがコンセプトです。

制作時に苦労したことは？

川口 当店のイメージに合ったデザイン事例を何パターンか提案していただいたので、とてもスムーズにHPを制作できたと感じています。ちょっとした写真の追加や更新も、直感的に操作できるので、制作時だけでなく完成後も使いやすいですね。

HP開設の効果は？

川口 今まで取引のなかった地域の敬老会の方から「粗品として使うお茶を販売してほしい」と反響がありました。また、地元の農協さんとの取引や、餡屋さんと抹茶餡を製品として開発しないかなどのお声がけもいただき、新たな広がりを感じています。抹茶餡は、名古屋城近くの金シャチ横丁での販売にもこぎつきました。

SNSを活用した仕組みづくり

川口 SNSも活用していますね。川口 インスタグラムとフェイスブックに商品や店舗の様子を投稿

しています。おかげさまで、当店の抹茶かき氷やソフトクリームを

インスタグラムに投稿してくださる方も増えていきます。投稿に2000以上の「いいね」が集まるなど、効果は想像以上。「SNSを見て来ました」と来店くださる方もいて、確実に変化を感じています。今後は、HPと販売サイト、SNSをうまく連動させながらお客さまの目にとまる仕組みづくりをしていきたいと思っています。

今後どんなことに挑戦を？

川口 実店舗とオンライン店舗では、消費者の目にとまる商品の属性も少し違います。今後は、店舗

この記事への感想やご意見、サービスに関するご質問がありましたら、アイ・モバイル株式会社までお問い合わせください。
◇BEST ホームページ導入サポートダイヤル ☎0120-957-705

TKC会員限定先様限定ホームページサービス
オンライン決済にも対応!BEST ホームページのご紹介サイトはこちら
<https://www.tkc.imobile.co.jp/>

