



# 有限会社 山輝園

## 知的資産経営報告書

～日本茶の素晴らしさを全世代に伝える～



### 目次

代表取締役あいさつ ..... P1  
取締役専務あいさつ

経営理念 ..... P2

沿革 ..... P3  
当社の知的資産 ..... P4～7

今後の事業展開 ..... P8～9  
実践すべきテーマ ..... P9

現在価値のステップ ..... P10  
将来価値のステップ ..... P10

重要評価指標 ..... P11  
商品紹介 ..... P12

# あいさつ

今日の山輝園が在るのは  
皆さんの力添えのおかげです。

山輝園は創業から今日まで  
お客様の事を第一にひたすら  
走り続けてまいりました。

卸売業を中心に約20年。  
考え方を一新し、多店舗展開を始めて約20年。  
様々な困難に立ち向かい、それに打ち勝ち  
今日まで営業を続ける事が出来ました。  
これはひとえに皆さんのご協力の賜だと思えます。  
その時代に柔軟に対応しお客さま第一の心は  
これまでもこれからも変わることはありません。  
日本茶の素晴らしさ、嬉野茶の素晴らしさを  
これからの世代にも伝えていきましょう。

代表取締役社長 伊藤輝博

人は宝です。会社は人だと考えています。  
従業員一人一人の力がこの会社を創っています。  
今まで社長が創り上げてきた土台に、現代の需要を取り入れた商品を作る。  
それは最前線でお客様と接する販売スタッフの声が  
本社のスタッフに届き、話し合い創り上げていきます。  
全ては皆さんの力なんです。  
それを最大限に生かしていきたいと思っております。  
お茶離れが進む昨今、本当に必要とされる会社になるために  
お客様のニーズに合った商品を創造し  
日々の努力を行ってまいります。

取締役専務 伊藤健太



# 経営理念

## 経営理念

日本茶の素晴らしさを  
全世代に伝える

## 経営方針

常識にとらわれることなく  
お茶を身近な存在として定着させる

## 事業内容

茶小売業・茶卸業・茶製造業



# 沿革

## 沿革

## 知的資産

昭和 48 年	創業・大分パルコ店開店	
昭和 53 年	有限会社山輝園 設立	
昭和 54 年	窒素ガス充填を始める	(技術)品質への意識を持つ
昭和 56 年	本社移転 不動山へ	(立地)嬉野茶の聖地へ拠点を持つ
昭和 60 年	佐賀店開店	
平成元年	催事・物産展販売を始める	(人材)社長の販売力・茶の煎れ方が 更に磨かれる
平成 11 年	分岐点	(風土)常識にとらわれない お客様目線の考え方を持つ
平成 12 年	早岐店開店	(人材)地元の顔と言うべき人材
平成 13 年	長崎街道ティーロード開店	
平成 14 年	多久店開店	(人材)徹底した管理を行える人材
平成 15 年	多良見店開店	(技術)土産品用にと外装にこだわる
平成 16 年	和多屋別荘売店に入る	(人材)売場を華やかにできる人材
平成 18 年	日野店開店	
平成 20 年	パラダイスガーデン売店	
平成 21 年	LUXU 嬉野開店	
平成 22 年	神泉閣売店開店 モラージュ佐賀店開店	製茶工場設立 (人材)物理的で頭のキレる人材 (人材)北野の仕上げ加工力 (人材)農家さんとの繋がりを持つ
平成 23 年	LUXU 分社	

# 当社の知的資産(人的資産)

## 社長

どういう人材？

荒茶仕入時の目利き力  
型にとらわれない、煎れ易い煎れ方  
人を引き付ける話術

もたらす効果は？

商品に価格以上の価値をもたらしている

お客様の声は？

当社の1,000円のお茶を他県で販売したとき、  
1,500円のお茶ぐらいの品質と言われる。  
その煎れ方だったらウチでも煎れれそう

## 伊藤京子(奥様)

どういう人材？

お客様の名前と注文を覚えている

もたらす効果は？

常連感がくすぶられている

お客様の声は？

他の者が電話に出ると、奥さんはいないの？と指名される。

## 専務

どういう人材？

お茶の目利き力(闘茶会での優秀な成績を持つ)  
オリジナル商品をいくつも創り上げた感覚  
一瞬でお客様を笑顔にする話術

もたらす効果は？

商品価値の向上に繋がる  
稀少価値のある商品ができる  
売り上げを上げられる

お客様の声は？

ココでしか買えないからわざわざきたよ  
何も買うつもりなかったのについつい買わされた(笑いながら)



ほうじ茶工場風景

## 北野 工場長

どういう人材？

生産者であり当社の製茶加工を行っている  
勉強熱心で年々仕上げ加工技術がうまくなっている  
荒茶を見て、その時の気温・湿度により火入れの温度調整を変更できる感覚

もたらす効果は？

お茶に精通している。  
品質向上に繋がっている。  
生産者からの加工委託を貰えている

お客様の声は？

お茶の飲み歩きしたけど此処のが一番おいしかった。  
少量から加工してもらえて助かる。

## 本社スタッフ

どういう人材？

真面目で細かい所に目が届く事務員  
袋詰め加工の熟練スタッフ

もたらす効果は？

受注漏れがなくなっている  
納品までの時短ができ、作業効率が上がっている。

お客様の声は？

安心して注文できる。  
もう届いたの、早いね！

## 販売スタッフ

どういう人材？

地元の顔と言わべき人材  
徹底した管理を行える人材  
売場を華やかにできる人材  
物理的で頭のキレる人材

もたらす効果は？

販売員目当ての来客。  
商品ロスが少ない  
思わず立ち止まってしまう演出  
販売企画が素晴らしい

お客様の声は？

近くにきたから顔見に来たよ。  
ここのはいつも商品が新しいね。  
飾り付けが上手ね、思わずかってしまった。  
これはお得ね！



早岐店舗

## 当社の知的資産(風土)

### 風 土

どのような？

常識にとられない  
お客さま目線の考え方を持つ

もたらす効果は？

固定観念にとわれない商品が創れている  
よりお客様ニーズに答えることができる

お客様の声は？

家で湯冷まししてお茶煎れるなんて面倒でやらないよね  
簡単でおいしく飲めるから助かる

## 当社の知的資産(立地)

### 立 地

どのような？

不動山という立地。昼夜の温度差があり日照時間が短い  
嬉野の中で最も評価の高いお茶が出来ている土地

もたらす効果は？

不動山のお茶という安心感

お客様の声は？

不動山は有名よね。  
国の天然記念物の茶の樹があるところですよ。

## 当社の関係資産

### 繋がり

どのような？

お茶の生産者とのわがままがきく関係  
製茶問屋との技術を教えてもらえる関係

もたらす効果は？

当社が望むような品種や荒茶を生産してもらえる  
仕上げ中悩むようなことも指導してくれる

お客様の声は？

生産者から直仕入なら安心ね

不動山にある  
国の天然記念物  
大茶樹



# 当社の知的資産(技術資産)



ティーバック  
加工例



## 技術

どのような？

荒茶仕上げ加工場を保有  
嬉野では数件しかないティーバッグ加工機械がある  
全国でも数少ない砂炒り焙じ機械を保有  
全自動袋詰め機械・窒素充填機械を保有

もたらす効果は？

自社好みのお茶が製造できる  
委託加工の依頼がもらえている  
他社のほうじ茶に比べて味も香りも深みがある  
品質保持の向上に繋がっている

お客様の声は？

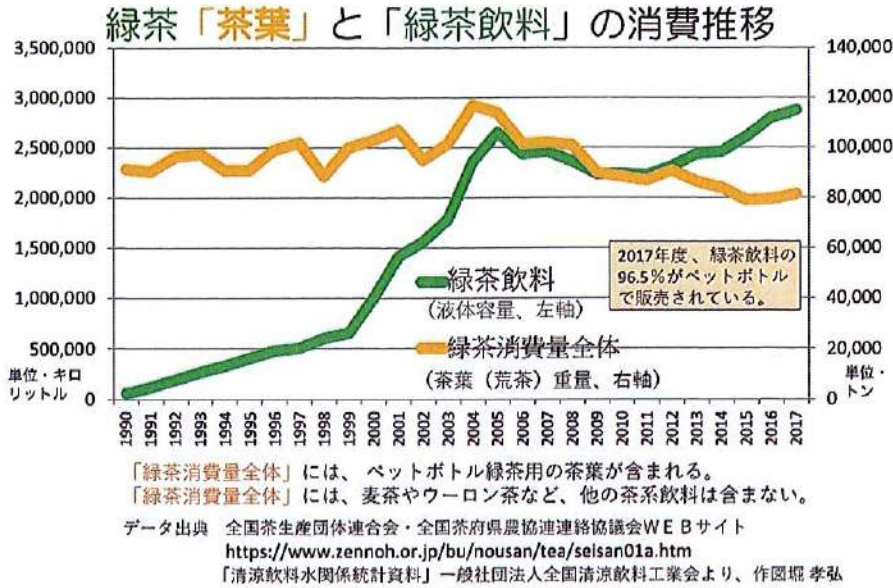
近くにあるから助かる  
小ロット対応してくれてありがとう  
ここの焙じ茶はどこよりもおいしい！



# 今後の事業展開を行うにあたっての外部環境分析

## 外部環境

お茶のペットボトルの印象が強すぎて本来の日本茶文化が衰退している。



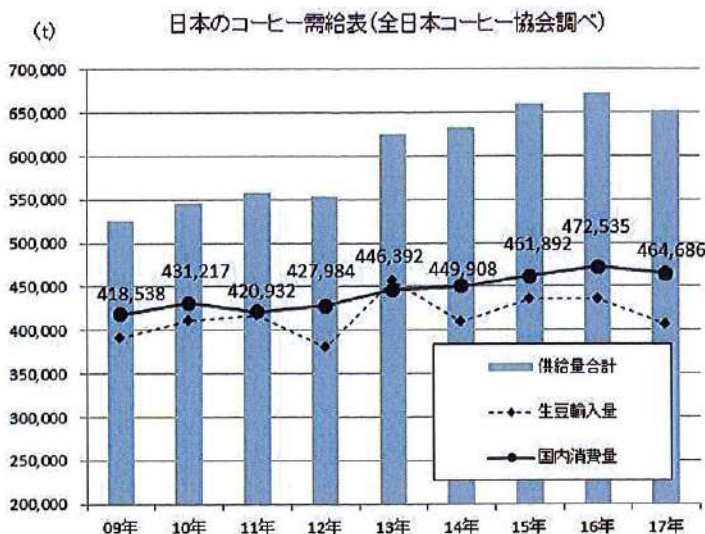
緑茶飲料の上昇により茶葉の消費量が下降しております。しかしながら、考えてみると、お茶を飲む機会は、ペットボトルにより、増えていると考える事が出来ます。

日本人がお茶を嫌いになったわけではありません。

## 茶葉使用の減少の理由



煎れるのが面倒臭い  
煎れたあとの処理が大変  
洗い物が増える  
ペットボトルが楽ちん



コーヒーの需要は増え続けています。最近ではこだわって、豆を挽く所から自分でやるという人もよく耳にします。

コーヒーは手間をかけて飲む。お茶は手間をかけてまで飲む価値が無い、求められてない。

課題は若い世代へお茶の持つ素晴らしさ・本来の価値を伝えていくことだと思います。

茶葉で煎れる魅力・文化が継承されていない。  
このままではお茶文化自体がなくなる可能性がある。

## お客様と日本茶のかけ橋を創る

### お客さまへの切り口

## 嗜好の細分化・悩みの多様化・抗ウイルス作用

### ・嗜好の細分化

お客様の嗜好を細分化させる必要がある。  
当社の人的資産(販売スタッフ)によりお客様の声を集める。  
お客様が求める物は時代によって異なる。  
それを何処よりも早く商品化できる技術と人財が揃っている。

### ・悩みの多様化

ストレス社会において人体に様々な影響を及ぼしている。  
現代でコーヒーやフレーバーティー等、香りがもたらす  
アロマの効果で癒しを求める人が増えている。  
当社の知的資産を用い、フレーバーグリーンティーを創る

### ・抗ウイルス

今、最も厄介な新型コロナウイルスにも効果がある可能性  
があると言われている緑茶。  
古来よりお茶は薬として用いられていた。  
お茶の産地の癌死亡率は少なく、風邪予防や、0-157予防  
様々なウイルスをよぼうしてくれる。  
特に茶カテキンは抗がん作用としてメディアでもよく取り上げられる。  
日常的にお茶を飲む習慣をつけることは様々な予防につながる。

## 実践すべき戦略及びテーマは…

ストーリーにより付加価値を持たせ

全ての世代に合わせ

個別の悩みや欲求に対応したお茶を提供し

お客様が、知人・友人に紹介し

「SNSに載せました」・「知人にも教えたよ」

などと言う言葉を頂けるようになりましょう。

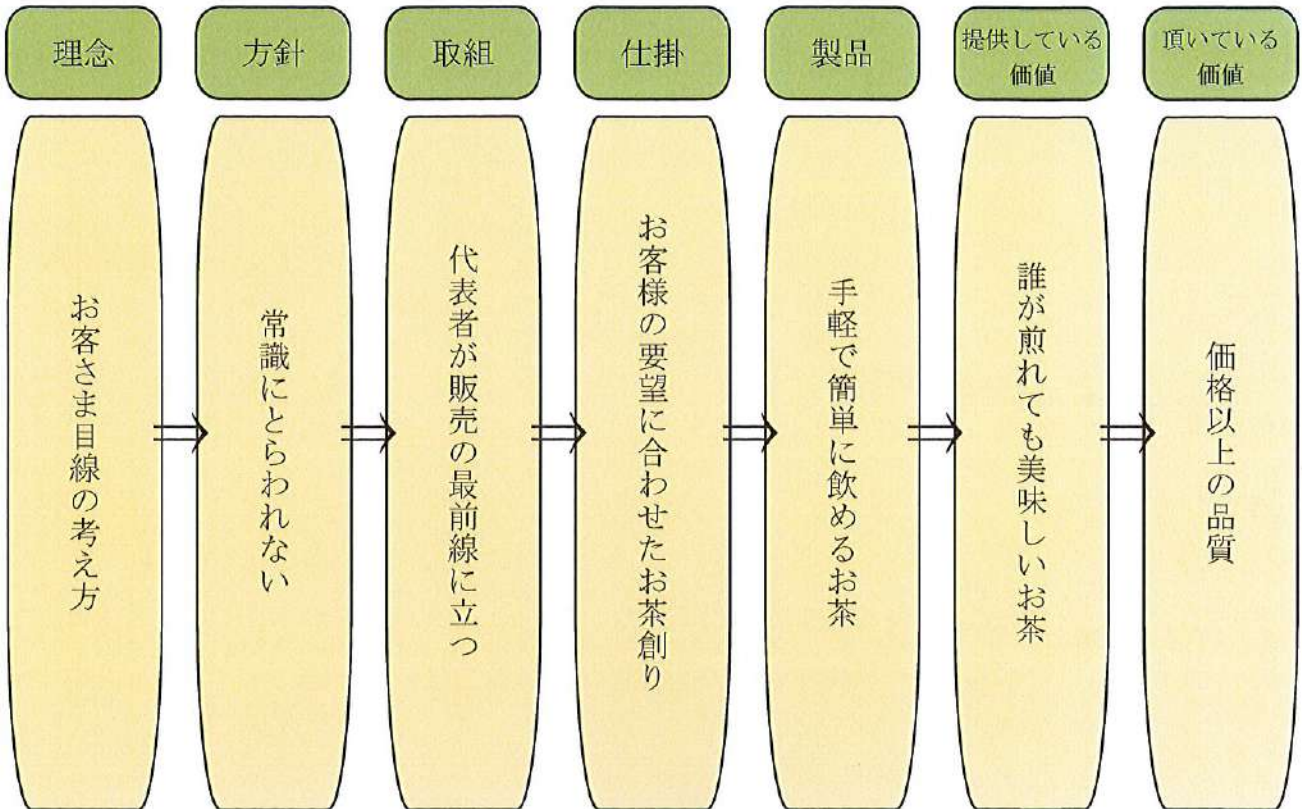
他社との違い・優位性を明確にします。

同業他社はお茶を売っているが、

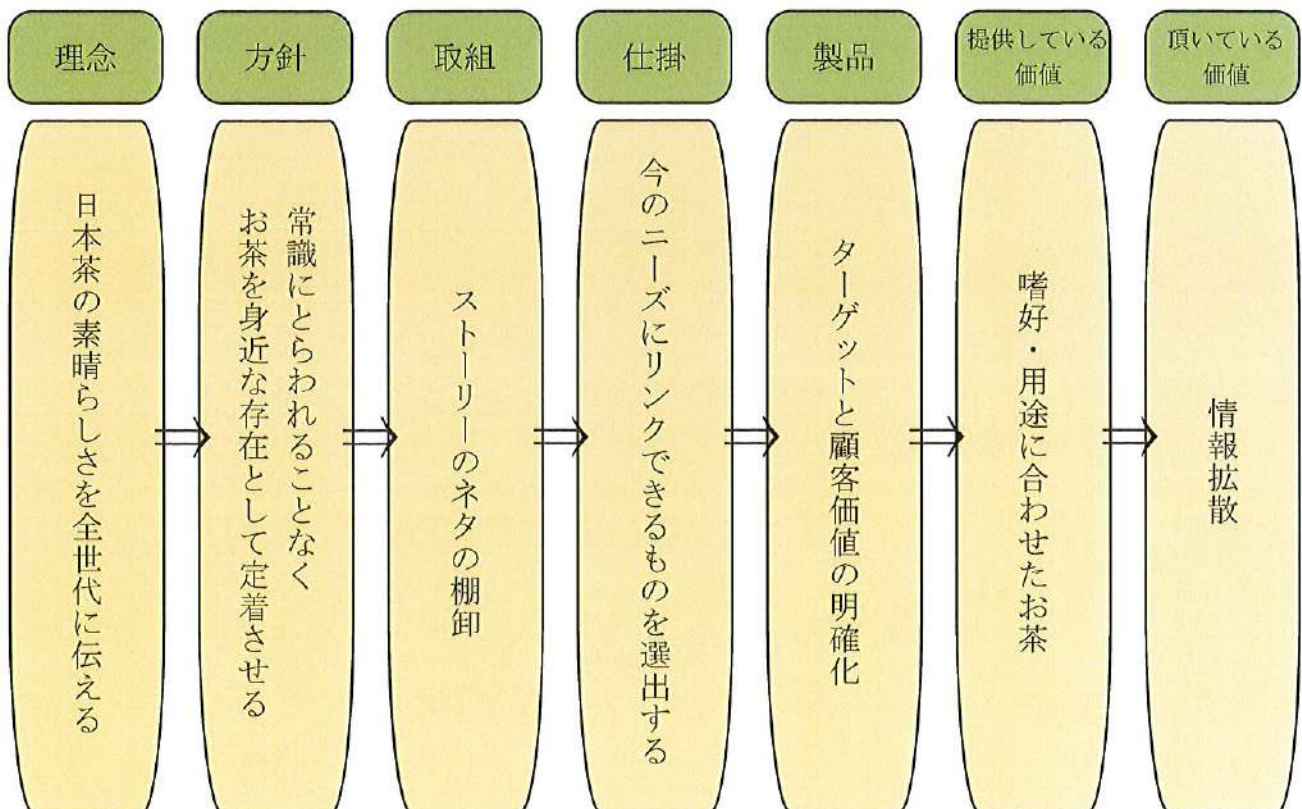
P9 当社はストーリーを売っていきます。



## 現在価値のステップ



## 将来価値のステップ



# 重要評価指標

## 「拡散につながる言葉」

では、何を以て方向性通りに事業展開ができているのか？

売り上げが伸びてきた。

顧客数が増えて来た。

SNS 等でよく見かけるようになった。

指標はみるところや考え方によって様々です。

当社では、来店されたお客様の言葉を指標とします。

毎日の日報に口コミ回数を記入して下さい。

これを増やしていくことこそが、未来の山輝園を創造するものです。

皆さんの日々の努力なくしてこれを達成することはできません。

これからの日本茶文化、これからの嬉野茶、これからの山輝園を

みんなの力を合わせて創りましょう。

# 将来ビジョン

今後、1年以内に事業承継を行います。

既存の商品のストーリー化、その為のネタの棚卸、

その中から今のニーズに合わせた商品提供。

ターゲットを明確にし、嗜好・用途に合わせたストーリーの提供。

お客様の口コミの把握。

社長が今まで築き上げてきたゆるぎない土台に、新しい価値を創造していきます

	取組内容	具体的な取り組み	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
1	事業承継	理念の承継	→				
2	商品のストーリー化	ネタの棚卸・紐付	→				
		香りの商品作成		→			
3	ターゲットの明確化	商品価値明確化	→				
		顧客価値明確化		→			
4	嗜好用途に合わせたお茶創り	市場調査	→				
		サンプル作成		→			

## 嬉野茶 玉匠



100 g  
1,000 円

山輝園を代表するお茶。  
不動山で摘んだ茶葉のみを使用し  
当社のブレンド技術により  
まろやかで深みのある旨味があり  
後味には自然な甘味が残ります。

## 熱湯煎茶



200 g  
1,200 円

山輝園の看板商品  
「湯さましするのが面倒」  
このような声をよく耳にします。  
その声を解決しようと社長自ら考案した  
熱々のポットの熱湯でも美味しく  
煎れられるお茶です。  
独自の焙煎技術で火入れしてあるので  
他社には真似できない逸品です。

## お茶っ葉ふりかけ



80 g  
600 円

うれしの名物と成長した  
当社オリジナルブレンドのふりかけ  
和多屋別荘の食事会場用として  
開発したこのふりかけは  
その味をお土産にしたいとの声が多く  
商品化されました。  
全国ふりかけ総選挙 TV では  
西日本で No. 1 となりました。  
その後も数多くのテレビ番組で紹介され  
様々な企業に取引依頼を受けました。  
しかし、手作りで大量生産出来ない為  
当社のみでの販売を続けております。