





杉田 武男 社長

西尾市のあいや抹茶原料メーカーとして、現在、欧米向けの輸出を中心に業績を拡大し続いている。海外向けの出荷増加やBCP（事業継続計画）を踏まえ、倉庫を増築しているほか、研究開発体制を強化。今後も躍進が期待される。併せて、地域をあげて「西尾の抹茶」のPRにも取り組む。今回、杉田武男社長に話を聞いた。

(宇佐見勇一)

—今期（24年1月

中心に予想以上に好調に推移している。

杉田 今期、コロナただ今年は当社の明けの影響を受け、欧米への輸出は業務用を契約農家で栽培される茶葉の品質が例年通り

## あいや

良好的な半面、収量は1割程度減少。特に海外向けは有機原料がほとんどの量を確保するのに苦労した上に、生産が追い付かなくなるほど、今も対応に追われている。

一方、国内は物価高で買い控えが進み、苦戦が続いている。ただ、

グローバルリスクを考慮すれば、地盤を強固にするためにも、輸出はもちろん大切だが、同時に国内での売上げを拡大させる必要があるとも感じており、値上げラッシュが落ち着くところもある。来期に期

# 欧米輸出好調、研究開発強化も

良かつた半面、収量は1割程度減少。特に海外向けは有機原料がほとんどの量を確保するのに苦労した上に、生産が追い付かなくなるほど、今も対応に追われている。

一方、国内は物価高で買い控えが進み、苦戦が続いている。ただ、



西尾市にあるあいや本社

杉田 欧米市場では

度が急速に増え、今期海外市場での動向は、依然として強い。また、当社の欧洲法規が急激に増え、今も対応に追われている。

法人では直接取引を基づいて輸出拡大している。本店、現地の情勢を熟知している従業員を採用している。短期間で顧客に抹茶の魅力が

人気ドバイでの展示会で輸出拡大につい

度が急速に増え、今期海外市場での動向は、依然として強い。また、当社の欧洲法規が急激に増え、今も対応に追われている。

度が急速に増え、今期海外市場での動向は、依然として強い。また、当社の欧洲法規が急激に増え、今も対応に追われている。

度が急速に増え、今期海外市場での動向は、依然として強い。また、当社の欧洲法規が急激に増え、今も対応に追われている。

度が急速に増え、今期海外市場での動向は、依然として強い。また、当社の欧洲法規が急激に増え、今も対応に追われている。

度が急速に増え、今期海外市場での動向は、依然として強い。また、当社の欧洲法規が急激に増え、今も対応に追われている。

度が急速に増え、今期海外市場での動向は、依然として強い。また、当社の欧洲法規が急激に増え、今も対応に追われている。

# カートップに聞く



杉田武男社長

あいや

あいやは、1960年ごろから、抹茶を食品加工原料として販路を拡大しているバイオニア企業の一つだ。

2009年には、退色防止抹茶「グリーミナルOM」を開発。11年にはスイーツブランド「西条園」を開発するなど、画期的な商品と戦略で常に脚光を浴びている。コロナ禍で健康の観点などから、国内外問わず、抹茶に多くの関心が集まっている中、杉田武男社長に話を聞いた。

(宇佐見兄弟)

始まったコロナ禍によ  
り、20年から  
杉田 同年6月ごろ  
る影響は。

期 杉田 輸出ルートを

から、欧米で経済を持  
ち直す動きが活発とな  
ったことや健康志向が  
高まることで抹茶に  
関心が高まることを  
背景に、ECサイトを  
中心に輸出ルートは非  
常に好調だった。国内  
でもECサイトでの業  
績は伸長したものの、  
わが国ではお茶文化が  
浸透しているため、欧  
米ほど、目立ったもの  
ではなかった。

今期(23年1月  
新店をオープンする予  
定で、今後も産地であ  
る西尾の魅力を積極的

に発信していく。  
——昨今、高まって  
いる抹茶原料に対する  
要望への対応は。

——今後の展望は。

## 国内外の相乗効果を軸に

は、記録的なインフレとウクライナ危機の影響に伴い、特に10月以来、低調に推移している。とりわけ欧州は、ウクライナ危機の長期化に伴い、苦戦が続くと見込んでいる。

は、非常に多様化している。さらに国内外問わず、本物志向が強化に伴い、またおり、個々の要望に忠実に対応していくと見込んでいる。

は、国内の業者も引き続き、コロナ禍の影響を受けることなく、今期も引き続

ただ、退色防止抹茶「グリーミナルOM」も含め、まだニーズに飲料メイド、飲食店などを中心

に堅調に推移している。また当社運営の西条園抹茶力は、今年、行動制限がなくなったため、規則がなくなりたため、前期内に比べ、好調に推移している。来春には移してある。今期ここまで

に、国内においては、目立った成長が難しいといわれるが、わが国は抹茶に関する豊富な知識と最先端の技術を持つおり、抹茶の真価を理解してくれるお客様が大勢いる。こういった国内市場で、当社はさらにノウハウや技術を磨いていく。そ

心にニーズが高まる有机栽培の抹茶については。杉田特に欧米では、残留農薬に関する基準が厳しくなっている。これに加えて、少しでも基準値を上回る数値が出てしまつと返品と

なるため、当社では契約農家への指導と数値分析を徹底している。さらに、近年ではIMA(OECD)やOCIA(米国)などの認証よりも残留農薬の数値を気に掛ける取引先が増えている。そのため当社は分析数値でお客さまに納得してもらうように心掛けている。

——今後の展望は。

三河  
100年企業

# 食べる抹茶 トツブへ駆ける

西尾市上町

宇治とは別の道で販路の開拓に挑むも、相次いだのは食品メーカーからの厳しいダメ出し。茶の業界では十分な衛生管理も、アイスや菓子業界では通用しなかった。食品メーカーからの要求に応えるために、改革を断行。製造工程の衛生管理

もう一つの強みは、百三十年の長い歴史で培った契約農家との強い信頼関係。あいやと茶農家が手を携え

抹茶の製造工程を紹介する杉田社長=西尾市上町の抹茶ミュージアム「西条園和く和く」で

飲む抹茶から食べる抹茶へ。今や当たり前となつた抹茶入りのアイスやチョコレート、ラテ…。茶道という固定観念を捨て、食品加工へとかじを切つた経営判断が、西尾の一企業を業界トップクラスの抹茶メーカーへと押し上げた。

古くから温暖な気候と矢作川流域の肥沃な土壤で茶栽培が盛んだった西尾市、深い味わい、豊かな香り、鮮やかな緑を生み出す上質な茶葉を生産していたものの、ブランド力や知名度で京都・宇治に後れを取つていた。活路を求めるのは、まだ誰も手を付けていなかつた。1960年ごろ

**あいや** 1888(明治21)年創業。社名のあいやは草創期に茶のほか、藍染めの染料となる藍玉の製造を手掛けたことにちなんだ。2014年には経済産業省の「グローバルニッチトップ企業100選」に選ばれた。17年には製造工程を見学できる抹茶ミュージアム「和(わ)く和(わ)く」を開設した。■あいや=0563(56)2233

年二回の米国での食品展示会を指揮した杉田社長は、「抹茶アイスや抹茶チョコレートを『それでもか』というくらい振る舞つた」と懐かしくむ。展示会でできた縁を

後、オーストリア、ドイツ、中国、タイと展開。杉田社長は、米国の現地法人の初代社長を務めた。

あいやには、受け継がれる格言がある。「抹茶を忘れない、抹茶から離れる」。過去も未来も販売する物は、抹茶が主力商品であることに変わりはない。た

めに、メールやサンプルを送り続ける地道な活動が実を結び、世界的な抹茶ブームの下地をつくった。

当初付けていた「power of green tea(緑茶の粉)」という注釈は今や消え、「MATCHA(抹茶)」が世界共通語となつた。健康ブームの流れに乗り、「米国、欧洲、中国、東南アジアの四

市場をさらに成熟させていく」という。あいやには、受け継がれる格言がある。「抹茶が主力商品であることに変わりはない。た

めに、時代に合わせて変えていかなければならぬ。老舗ながら従来の枠にとらわれない発想力こそ、最大の武器に違いない。(角野峻也)

■ □ ■ ■

人々に求められ、地域社会に深く溶け込んだ企業が、この三河地方にも多く存在している。その歴史を振り返り、現在を知ることは、この地方の魅力をあらためて感じ、愛着を深める機会になるのではないかどうか。このコーナーでは三河地方で100年以上続く企業を紹介していきます。

人々に求められ、地域社会に深く溶け込んだ企業が、この三河地方にも多く存在している。その歴史を振り返り、現在を知ることは、この地方の魅力をあらためて感じ、愛着を深める機会になるのではないかどうか。このコーナーでは三河地方で100年以上続く企業を紹介していきます。

水曜、木曜、金曜、土曜日に掲載します

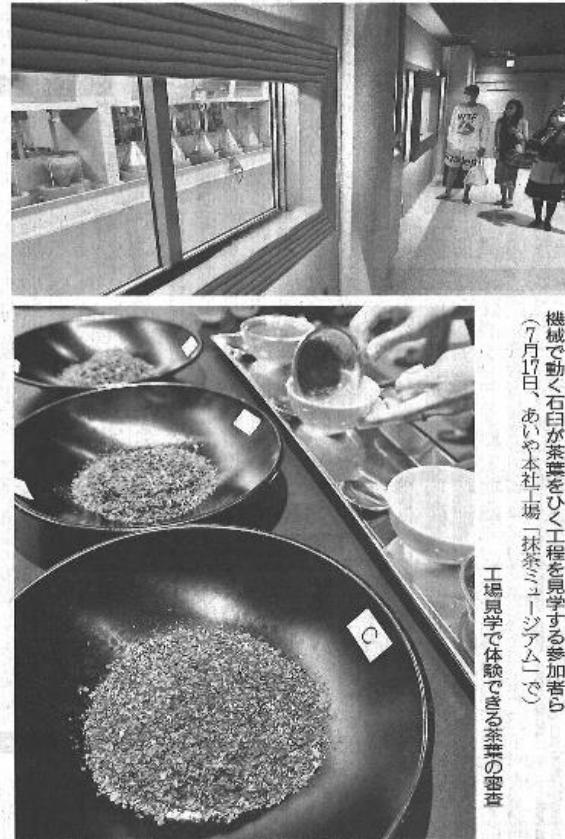
## TOKAI ECONOMY



工場見学では茶葉を臼でひく体験ができる

# 広がる抹茶フレーバー

この茶臼こそ、「一番の製造の要」(杉田武男社長)だ。上下の御影石が回転するため、中心



尾市は全国シェア(市場占有率)の約20%をしめる、有数の産地でもある。そのてん茶を工場の1~4階にある御影石の茶臼でひく。湿度と温度を一定にした室内で自動的に回され、数羽の抹茶がひき出されける量は、わずか40kgほどという。

この茶臼こそ、「一番の製造の要」(杉田武男社長)だ。上下の御影石が回転するため、中心

抹茶は茶道用だけではなく、ペットボトルの緑茶や菓子類など幅広く使われるようになつた。海外向けは売上高の半分を占める。1983年に北米への輸出を始めた。アイスクリーム用に使われ始めてから、少しずつ用途が広がつた。杉田社長は「米国向けは前年比5%ずつ伸びている。カフェなどフードサービスの伸び率は大きい」と期待する。

工場は1階と3階が抹茶ミュージアムの見学コースだ。小型の茶臼で茶葉をひく体験ができる。参加した女性は「臼を回すのは意外に重い」と語っていた。ミュージアムの見学は予約制で、新型コロナ感染の再拡大を受け、今月17日から31日までは休止する。

自立して職人たちが手入れし続ける茶臼。そこで生まれた緑色の微粒子は、滋味あふれる格別な味だ

工場に一歩入ると、かぐわしい抹茶の香りが漂っていた。愛知県西尾市のあいや本社工場では、24時間動き続ける1000台の茶臼から抹茶が作られている。荒茶から翠や葉脈を取り除いて精製したのが、抹茶の原料となるてん茶だ。西

白の表面に刻まれた「臼」が詰まつたりする。臼立てと呼ばれる熟練の職人が、溝を引き直して茶臼のメンテナンスを日々行っている。あいやは、1888年創業の杉田商店が源流だ。当時から抹茶の原料の茶葉から製品に至るまで、品質にこだわってきた。茶葉は地元の西尾市をはじめ、京都・宇治、九州・八女といった国内の代表的な産地の農家と直接取引する。

「必ず買い取らせていただくかわりに、栽培方法などのリクエストも聞いていただきことで品質を高めている」と杉田社長は説明する。抹茶は茶道用だけではなく、ペットボトルの緑茶や菓子類など幅広く使われるようになつた。海外向けは売上高の半分を占める。1983年に北米への輸出を始めた。アイスクリーム用に使われ始めてから、少しずつ用途が広がつた。杉田社長は「米国向けは前年比5%ずつ伸びている。カフェなどフードサービスの伸び率は大きい」と期待する。

工場は1階と3階が抹茶ミュージアムの見学コースだ。小型の茶臼で茶葉をひく体験ができる。参加した女性は「臼を回すのは意外に重い」と語っていた。ミュージアムの見学は予約制で、新型コロナ感染の再拡大を受け、今月17日から31日までは休止する。

臼立て職人たちが手入れし続ける茶臼。そこで生まれた緑色の微粒子は、滋味あふれる格別な味だ

# きめ細かく「個」に対応

西尾市の抹茶業界は、地域ブランドの取得などを通じて、特産品の価値を高めることに力を注いできた。近年高まつたブランド力は、地域観光の大好きな魅力にもなってきた。新型コロナウイルス感染拡大は、そうした取り組みにどんな影響をもたらすのか。求められる変化を含め、西尾商工会議所の前会頭で抹茶メーカー「あいや」の杉田愛次郎会長(72)に話を聞いた。

(聞き手・宇佐美尚)

—新型コロナウイルスの影響はどうか。

抹茶メーカーとしていえば、欧米向け輸出は非常に低迷したが、六月以後は薄日が差してきた。一方で国内は、巣ごもり需要のおかげで思つたよりは堅調。全滅はなんとか避けられたという感じだ。抹茶の健康的なイメージが受け入れられていると思う。

—西尾の抹茶業界はブランド化を進め、市内観光の核にもなってきた。観光面

## 再生の針路

三河経済インタビュー



「個人の満足度を高めるサービスを」と話す杉田さん=西尾市錦城町で

### あいや会長 杉田愛次郎さん(72)

も難しい。そういう意味で、多くの人を招く観光はしづらくなっている。家族レベルと個人レベルをターゲットにするしかない。

—人と人の交流が少なくなる分、個人が重視されるといふ。感染を避けるために家にいることが増えれば、個人や家族といった小さな単位で時間を使うようになる。本を読むとか、音楽を聴くとか。私自身も海外出張などがなくなつて時間が

すぎた・あいじろう 1947年、西尾市生まれ。大学卒業後、紅茶メーカー勤務を経て「あいや」に入社。89年から約30年間社長を務め、現在は会長。2013年から6年間、西尾商工会議所の会頭を務めたほか、西尾茶協同組合代表理事、市観光協会会长なども歴任した。

きめ細やかな対応をして満足度を高めることだろう。いってみれば「かゆいところに手が届くサービス」が重要だ。スピードだったり、好みの味付けだったり。食事でいえば「少しあげけれど、これはうまいい」と思つてもらえるような。個人の好みに合わせた付加価値を高めることが大切だ。これまでのように出掛けられなくなれば、お金を使う場所も少なくなつてくる。付加価値を高められれば、これまでよりも少し高い金額でも、消費者には受け入れられるのではないか。

# Matcha 海外に浸透



黒いシートで覆われた茶畠で行われる茶摘み—西尾市で（あいや提供）

## 西尾 老舗メーカー「あいや」

西尾市の老舗抹茶メーカー「あいや」が、抹茶の海外輸出を始めて35年以上たち、2019年は初めて全出荷量の半分を輸出が占めるまでになった。国内トップクラスの生産量を誇り、オバマ前米大統領が好んだ抹茶味のアイスクリームでおなじみの「Matcha」表記を海外で定着させたことでも知られる。

## 輸出35年「生活の中心の味に」

国内でも抹茶味の菓子のバラエティーが増え、通年で売られている。杉田社長は、今後はおいしさに加え、抗酸化作用などより高い機能性が求められると説明。「中国や韓国も生産しているが、合わせても世界の市場に行き渡る量ではない。独り勝ちを目指すのではなく、みんなで切磋琢磨してレベルを押し上げていきたい」と力を込める。

西尾の茶畠で茶摘みが行われる。茶摘み前の約1カ月間、シートをかぶせてうまみを引き出すという。あいやは1888年創業。1983年の米国輸出を皮切りに、海外への抹茶輸出をこの20年ほどで2・5倍以上に増やし、19年は出荷量約1300㌧に達した。「Matcha」のスペルも元々、同社が米国で売り込む際に統一したものだ。

海外でも抹茶味のアイスクリームやラテが販売され、親しまれるようになっている。抹茶味のアイスはオバマ氏の大手のアイスクリームメーカー「Matcha」やコーヒーチェーンに出荷して販路を拡大し、米国のか、ドイツ、中国、タイなどにも現地法人を設立してきた。

西尾市の老舗抹茶メーカー「あいや」が、抹茶の海外輸出を始めて35年以上たち、2019年は初めて全出荷量の半分を輸出が占めるまでになった。国内トップクラスの生産量を誇り、オバマ前米大統領が好んだ抹茶味のアイスクリームでおなじみの「Matcha」表記を海外で定着させたことでも知られる。

トをかぶせてうまみを引き出すという。

あいやは1888年創業。

1983年の米国輸出を皮切

りに、海外への抹茶輸出をこ

の20年ほどで2・5倍以上に

増やし、19年は出荷量約1300㌧に達した。

「Matcha」のスペルも元々、同社が

米国で売り込む際に統一した

ものだ。

海外でも抹茶味のアイスクリームやラテが販売され、親

しまれるようになっている。

抹茶味のアイスはオバマ氏

の好物として来日時に話題

に。あいやは、いずれも外資

大手のアイスクリームメーカー

やコーヒーチェーンに出荷

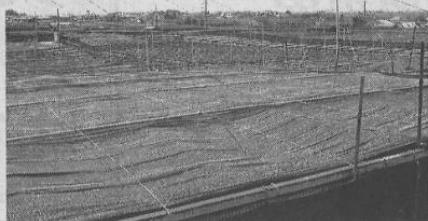
して販路を拡大し、米国のは

か、ドイツ、中国、タイなど

にも現地法人を設立してき

た。

# 〔Matcha〕海外で浸透



西尾市上町横町屋敷、杉田武男社長、電話0563・56・2233)が、名古屋駅前の「大名古屋ビルヂング」内に開設した店舗「西条園抹茶カフェ」が人気を集めている。西尾市の本店力フェに出向かなくても「西尾の抹茶」を使用した抹茶ソフトクリームなどが楽しめることが、買い物客だけでなくオフイスに勤務する人々のリピーターも獲得している。

西尾市の老舗抹茶メーカー「あいや」が、抹茶の海外輸出を始めて35年以上たち、昨年は初めて全出荷量の半分を輸出が占めるまでになった。国内トップクラスの生産量を誇り、オバマ前米大統領が好んだ抹茶味のアイスクリームでおなじみの「Matcha」寿司を海外で定着させたことも知られる。

社長の杉田武男さん(45)は「塩や砂糖と同じく生活の中でも、心の味になるよう、純粋に良いものを作つていい」と話す。海外での販路拡大も意欲的だ。

同市は、抹茶の原料となるてん茶の全国有数の産地。4月下旬、市内に広がる茶畠は、黒いシートで覆われており、風が吹くとシートの切れ目から緑鮮やかな茶葉がのぞいた。西尾茶協同組合によると、茶摘み前の約1カ月間、シートをかぶせてうま味を引き出すという。

あいやは1888年創業。1983年の米国輸出を皮切りに、海外への抹茶輸出をこの20年ほどで2・5倍以上に増やし、昨年は出荷量約13

00㌧のうち輸出分が約650㌧に達した。「Matcha a」のスペルも元々、同社が米国で売り込む際に統一したものだ。

海外でも抹茶味のアイスクリームやラテが販売され、親しまれるようになっている。

抹茶味のアイスはオバマ氏の好物として来日時に話題に。あいやは、いずれも外資大手のアイスクリームメーカー「ヨーロッパ・チーン」に出荷して販路を拡大し、米国ほか、ドイツ、中国、タイなどにも現地法人を設立してきた。

国内でも抹茶味の裏子のバラエティーが増え、通年で売られている。杉田社長は、「商品はおいしさに加え、抗酸化作用など、より高い機能性が求められる」と説明。「中国や韓国も生産しているが、合わせても世界の市場に行き渡る量ではない。独り勝ちを目指すのではなく、みんなで切磋琢磨(せつさたくま)してレベルを押し上げていきたい」と力を込めた。

## 輸出全出荷量の半分に

### あいや

西尾市の老舗抹茶メーカー「あいや」が、抹茶の海外輸出を始めて35年以上たち、昨年は初めて全出荷量の半分を輸出が占めるまでになった。国内トップクラスの生産量を誇り、オバマ前米大統領が好んだ抹茶味のアイスクリームでおなじみの「Matcha」寿司を海外で定着させたことも知られる。

西尾市の老舗抹茶メーカー「あいや」が、抹茶の海外輸出を始めて35年以上たち、昨年は初めて全出荷量の半分を輸出が占めるまでになった。国内トップクラスの生産量を誇り、オバマ前米大統領が好んだ抹茶味のアイスクリームでおなじみの「Matcha」寿司を海外で定着させたことも知られる。

西尾市の老舗抹茶メーカー「あいや」が、抹茶の海外輸出を始めて35年以上たち、昨年は初めて全出荷量の半分を輸出が占めるまでになった。国内トップクラスの生産量を誇り、オバマ前米大統領が好んだ抹茶味のアイスクリームなどが楽しめることが、買い物客だけでなくオフイスに勤務する人々のリピーターも獲得している。

西尾市の老舗抹茶メーカー「あいや」が、抹茶の海外輸出を始めて35年以上たち、昨年は初めて全出荷量の半分を輸出が占めるまでになった。国内トップクラスの生産量を誇り、オバマ前米大統領が好んだ抹茶味のアイスクリームなどが楽しめることが、買い物客だけでなくオフ

(5) 2021年(令和3年)6月16日 水曜日 中経部

## 抹茶メーカー あいや



人気を集めている大名古屋ビルヂングの「西条園抹茶カフェ」

## “西尾の抹茶”スイーツ提供 テークアウト実験店 店舗展開に生かす

テークアウト実験店 店舗展開に生かす

カフェ商品は、定番商品「西尾の濃い抹茶ソフト」(540円)のほか、同店舗限定の「西尾抹茶ラテエスプレッソ」(同)など約20種類を提供している。飲食店舗は、西尾本店とグローバルゲート店(名古屋市中村区)に次いで3店舗目。今回、テークアウト実験店と位置付け、季節限定商品などを投入しながら今後の店舗展開に生かす。

同店の松舟謙店長は「仕事や買い物だけでなく、新幹線利用といった遠方の顧客も立ち寄れる立地の良さを強みにしたい」と話している。

2022年1月期中に売り上げ3千万円を目指す」と話している。

エ内に開設した。店舗面積は約16平方㍍で、テークアウト店として近くの共有スペースで味わうことができる。

提供するのは、「抹茶バウムクーヘン」(税込み1404円)や「抹茶ラングドシャ」(14枚入り、1296円)などの土産商品とカフェ商品。一番人気は抹茶のカスタードクリームをふんだんに使用した「抹茶さくさくショコラ」(390円)とい



朝刊・夕刊

ス

# 日本経済新聞

トップ 速報 経済・金融 政治 ビジネス マーケット テクノロジー 國際 オピニオン スポーツ 社会・くらし

## 抹茶のあいや、海外社長会議 ブーム一段落も文化定着

サービス・食品 中部 愛知

2020/1/21 19:30

 保存
 共有
 印刷




その他▼

抹茶製造販売で国内トップクラスのあいや（愛知県西尾市）は21日、同市内で海外の現地法人の社長を集めた新年恒例の会議を開いた。海外では一時期の抹茶ブームは過ぎ去ったものの、文化として定着し始めている状況が報告された。同社の2020年1月期の海外売上高比率は、5年前から2割増え、約55%になる見込み。

あいやは米国、ドイツ、中国、タイなどに現地法人を持つ。各国の抹茶の販売先で最も多いのは、抹茶チョコなど食品に混ぜる加工用だ。「米国では栄養素の高い食品として注目されていて、プロテインパウダーに混ぜる事例がある」（あいやアメリカの杉田文弘社長）という。



+ 画像の拡大

あいやアメリカは抹茶がメディアで取り上げられることも多く、ここ5年毎年売り上げが前年比で2割ほどの伸びを続けてきたが、今期は前期並みに落ち着く見通しだ。ウーロン茶の消費が多い中国ではスターバックスの抹茶ラテが火付け役となり「インスタ映え」すると人気になったが、熱気は縮小傾向だという。

各国の抹茶市場を報告する、あいやアメリカの杉田文弘社長（左）とあいやヨーロッパのトマス・グルマー社長

欧州では肌に良いとして美容食品として流行している。あいやの杉田武男社長は「現地は中国メーカーの安い粗悪品が多い。ただ、栄養素に大きな差はないため、味の違いを説明するのが難しい」と話す。それでも独特の味を生かせる素地がある欧州で需要を掘り起こし「5年以内に海外売上高比率6割超えを目指したい」とした。

「宇治を常に意識してきたからこそ、挑戦を続けられる」



世界に広がった抹茶の商品を紹介する  
杉田武男社長=愛知県西尾市「あいや」で  
『創業当時の「あいや」。このころは屋号を「杉田商店」と称していた』



愛知県西尾市の抹茶だ。販路拡大を狙って北海道から鹿児島まで百八十軒に営業して間もなかつた杉田芳男(エイ)現会長は、二年かけて全国の茶販売店を巡った日々を忘れない。

若き日の芳男が手にして開けば、決まって冷やかなる言葉が返ってきた。うちほ結構。西尾つて、

「うちは結構。西尾つて、」

広を着た二十代の青年営業マンが、店先で頭を下げる。抹茶の缶を手に「サンブルだけでも置かせてください」と請うが、店主の表情は渋い。口を開けば、決まって冷やかな言葉が返ってきた。

いたのは日本屈指の産地、

「うちは結構。西尾つて、」

世界に広がった抹茶の商品を紹介する杉田武男社長=愛知県西尾市「あいや」で『創業当時の「あいや」。このころは屋号を「杉田商店」と称していた』

背 広を着た二十代の青年営業マンが、店先で頭を下げる。抹茶の缶を手に「サンブルだけでも置かせてください」と請うが、店主の表情は渋い。口を開けば、決まって冷やかなる言葉が返ってきた。

「うちは結構。西尾つて、」

世界に広がった抹茶の商品を紹介する杉田武男社長=愛知県西尾市「あいや」で『創業当時の「あいや」。このころは屋号を「杉田商店」と称していた』

## 西尾発の抹茶。世界へ

明治 150 年

▶ 食編 ◀

2

あいや

1888(明治21)年創業。社名は初期に茶のか藍染めの染料となる藍玉の製造を手掛けたことに由来する。米国、ドイツ、オーストリア、

中国、タイの5カ国にも拠点を置く。従業員数は海外を含め216人。抹茶の出荷量は年間約1200トンで業界トップ級。2017年に抹茶製造を見学、体験できる施設「和く和く」を愛知県西尾市の本社に開設した。社長は代々「愛次郎」を襲名する。

厳格な食品業界で通用しないことを知らされたのだ。然とした業界の序列に、芳男は歯がみした。

当時は芳男の家族ら十人余りで営む零細企業。正攻法で売れないと、同業他社が手を付けていない分野で勝負できない

業界の開拓だった。

人づてに紹介を受けた大手乳業メーカーから視察が舞い込んだ。新たな氷菓を開発するという。千載一遇のチャンスに芳男は喜び勇んで工場を案内したが、担当者は意外にも天井を指さした。「蛍光灯に力バーがない。落ちて混入したらどうする」。次々と口をつく衛生管理のダメ出し。業界では十分な水準が、より手掛けた。桁違いの需要は

芳 男の入社から三年を経た七五年ごろ。あいやの抹茶を使ったカップ入り氷菓が大手乳業から世に出た。濃い緑に染まった水をすくい、口へ運んだ芳男は「期待で胸がいっぱいになった」。アイスクリークにクッキー、チョコレートと共に抹茶味の食品を

挑戦は終わらない。九九年、二十五歳の若手社員だった芳男の長男武男(エイ)は自身、米国へ渡った。まだ海外で無名に等しかつた抹茶を輸出するためだ。現地の知人の会社事務所で、机一つを借りて開拓を始めた。欧米、中国と続き、次に見据えるのは開拓途上の東南アジア。「宇治の金看板を營に意識してきたからだ」。武男へ受け継がれていた武男へ受け継がれていた。

翌2000年、食品の展示会に出演する道が開けた。ブースを訪れた現地の飲料メーカーから「抹茶」は今春五代目社長に就いた。野武士たる振る舞と芳男。野武士たる振る舞は、野武士たる振る舞は、「MATCHA」になつたばかりの一つになった。

知名度で宇治の足元にも及ばなかった西尾の抹茶は、世界に通じる味に育てた。

挑戦は終わらない。九九年、二十五歳の若手社員だった芳男の長男武男(エイ)は自身、米国へ渡った。まだ海外で無名に等しかつた抹茶を輸出するためだ。現地の知人の会社事務所で、机一つを借りて開拓を始めた。欧米、中国と続き、次に見据えるのは開拓途上の東南アジア。「宇治の金看板を營に意識してきたからだ」。武男へ受け継がれていた武男へ受け継がれていた。野武士たる振る舞と芳男。野武士たる振る舞は、「MATCHA」になつたばかりの一つになった。

知名度で宇治の足元にも及ばなかった西尾の抹茶は、世界に通じる味に育てた。

そこ、挑戦を続けられる」と芳男。野武士たる振る舞は、「MATCHA」になつたばかりの一つになった。野武士たる振る舞は、「MATCHA」になつたばかりの一つになった。

翌2000年、食品の展示会に出演する道が開けた。ブースを訪れた現地の飲料メーカーから「抹茶」は今春五代目社長に就いた。野武士たる振る舞と芳男。野武士たる振る舞は、「MATCHA」になつたばかりの一つになった。

挑戦は終わらない。九九年、二十五歳の若手社員だった芳男の長男武男(エイ)は自身、米国へ渡った。まだ海外で無名に等しかつた抹茶を輸出するためだ。現地の知人の会社事務所で、机一つを借りて開拓を始めた。欧米、中国と続き、次に見据えるのは開拓途上の東南アジア。「宇治の金看板を營に意識してきたからだ」。武男へ受け継がれていた武男へ受け継がれていた。野武士たる振る舞と芳男。野武士たる振る舞は、「MATCHA」になつたばかりの一つになった。

喫茶店

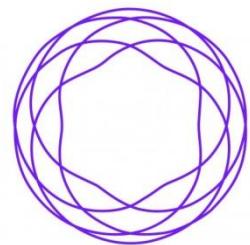
明治と今な時代だった





# (株)あいや 近年の受賞歴

- 2003年 「愛知ブランド企業」認定  
 2007年 経済産業省「元気なモノづくり中小企業300社」選出  
 2007年 「第41回グッドカンパニーワード」優秀企業賞  
 2014年 経済産業省「グローバルニッチトップ100選」選出  
 2015年 「100年企業顕彰」大賞  
 2016年 日本ギフト大賞・愛知賞  
 2017年 経済産業省「地域未来牽引企業」選出  
 2019年 愛知サービス大賞「特別賞」受賞  
 2023年 にしお事業所 環境賞 受賞



地域未来牽引企業

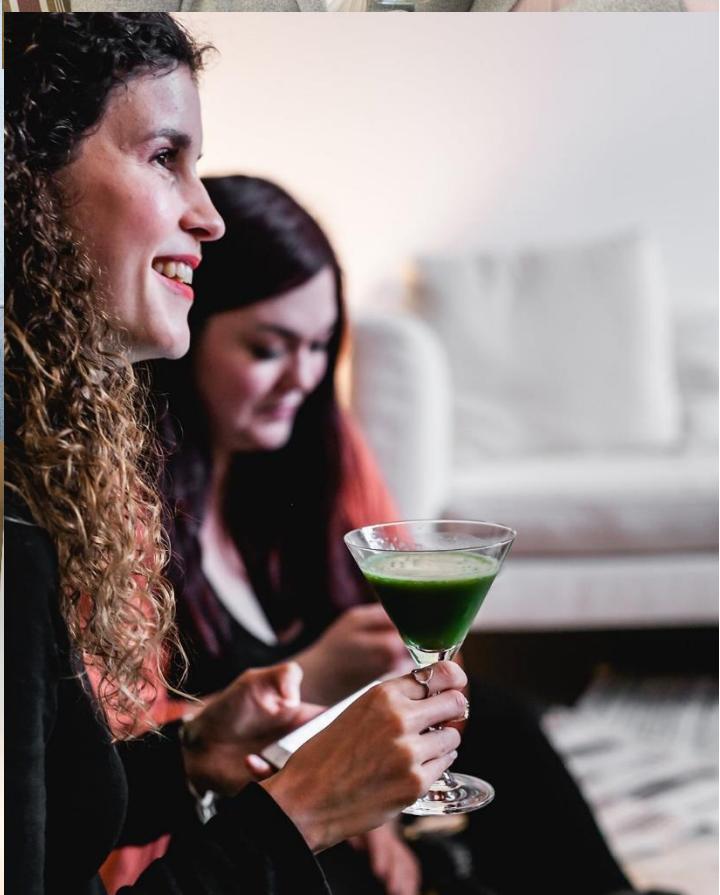


2022.3.6 TBS放送、  
儲かるお茶ビジネスで「がっちりマンデー」の取材を受けました

TBS



# あなたも、西尾市から抹茶を世界に！



# 世界では、抹茶はスーパーフードとして人気



## ■スーパーフードの始まりって？

1980年代頃、アメリカやカナダの食事療法を研究する医師や専門家の間で、身体に良い成分が突出して多く含む食品のことを「スーパーフード」と呼んでいたといわれています。

## ■どんな食品が「スーパーフード」なの？

スーパーフードの定義はどんなものかというと、薬のように法律で決められた定義はありません。協会や企業が個々に決めているため、定義にはバラつきがあり、どれが正しく、どれが間違っているというものではありません。総じていえるのは「一般的な食品より栄養価が高く、健康的な成分を多く含むもの」。このことから、サプリメントではなく料理の食材としても使って、栄養補給を目的として摂るのに適した食品と考えるといいかもしれません。スーパーフードのパイオニアブランドであるサンフード スーパーフーズや、日本スーパーフード協会は下記のように定義しています。

## ■日本スーパーフード協会による定義

- ・栄養バランスに優れ、一般的な食品より栄養価が高い食品であること。あるいは、ある一部の栄養・健康成分が突出して多く含まれる食品であること。
- ・一般的な食品とサプリメントの中間にくるような存在で、料理の食材としての用途と健康食品としての用途をあわせもつ。

# あいやは、研修旅行や、 社内交流イベントが盛りだくさん

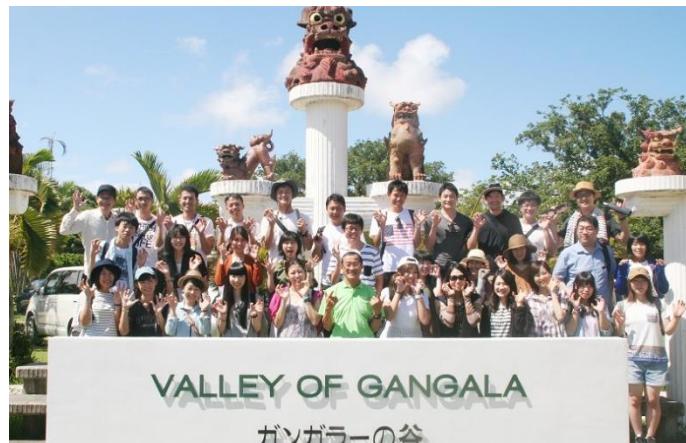
あいやでは、各種のイベントを通して、部署の垣根を超えた社員同士の交流が活発です。例えば、春の花見、バーベキュー、新入社員歓迎会、ボーリング大会、新年会などなど。入社後は、あなたもぜひたくさんイベントに参加して下さいね！



▲ 屋久島 繩文杉研修旅行にて



▲ フィリピンへのマングローブ植林研修旅行にて



▲ 沖縄研修旅行



▲ 沖縄での社内運動会にて



あいや

明治二十一年創業 お抹茶ひとすじ



株式会社あいや

〒445-0894 愛知県西尾市上町横町屋敷15

☎ 0563-56-2233

Mail: recruit@matcha.jp

担当 人事総務課

あいやについてもっと詳しく知りたい方はこちら

<https://www.matcha.co.jp/>