

仕事の

余白

私たちが沖縄で高品質の紅茶作りに取り組み始めたころ、初めは緑茶の茶畑から取れる原料で紅茶の生産テストをしましたが、できた紅茶に不満があり、紅茶の苗を選び未来の価値を設定し直しました。

「私たちが沖縄で作る紅茶は日本を代表する売り場で販売され、その品質は世界に向けて発信できる」と。美味しく仕上がるまでは紅茶専門会社としては販売できません。市場の期待感を失速させ、未来の価値を失うからです。

そのため「琉球紅茶」というブランド化を進め、産地とブランドの両輪をつくることに取り組みました。その選択は、未来のポジションを決めました。私がブレンドを作ると、



内田 智子

沖縄ティーファクトリー社長

安くて美味しいものになるので、未来に生まれる沖縄100%の商品は「高くて美味しい」ことしかできなくなりませんでした。未来の価値を自分たちで選んだのです。

難しく見える目標は農家さんや支援者に話すことで約束に代わり、2009年に伊勢丹新宿本店で発売されました。「本当に実現したね」と喜んでいただいたことが昨日のようです。あれから4年、欧州や香港など紅茶がメインカルチャーの国に向き、その国の紅茶のプロにテイストリングをしてもらうチャレンジをしました。私たちよりも明らかに上の人を見つけ評価されることが未来の価値をつくと信じています。この挑戦を続け、質と量の選択では、質を取り、茶畑と一緒に次の世代に伝えたいと今日も願っています。

未来の価値を決める