

豆腐一筋100年。時流を読んだ経営が繋ぐ老舗の暖簾。

2013年、ユネスコ無形文化遺産に登録された和食。その中で重要な役割を担う「豆腐」は、栄養価に優れ、今や日本のみならず、世界からも注目を集める食材です。しかしながら、豆腐を製造する国内の事業所数は昭和30年代をピークに減少しており、昨今では「町の豆腐屋さん」を見かけることは少なくなっています。今回のフレンズは、一世紀もの長きに亘り豆腐を製造している(株)くすむら代表取締役社長の柘植恵介さんに、老舗企業の経営の秘訣と豆腐作りへの情熱について伺いました。



株式会社くすむら
代表取締役
ツゲ ケイ スケ
柘植 恵介 さん
取締役
ツゲ カズ ノリ
柘植 一憲 さん



▲くすむらのお店は、本店（東区榎木町3-79）の他に、ジェイアール名古屋タカシマヤ、名鉄百貨店メンズ館、松坂屋名古屋店にあります。
▲手間ひまをかけた職人による昔ながらの製法が、おいしさを生み出すのです。
▲国産大豆とにがり、木曾川の伏流水をもとにした井戸水からできている豆腐は、ほんのりと甘くコクがあります。
▲「同じことをやっていると続かない。時代に合った商売をしていくことが大切です」と、柘植さん。

くすむらは豆腐 豆腐はくすむら

私の曾祖父が、弊社の前身である「楠村屋商店」を創業したのが1914年（大正3年）。以来、名古屋の地で豆腐の製造・卸売を営んでおります。

この長きに亘り会社を存続できたのは、先代経営者達の時流を読んだ挑戦がありました。初代が会社を興し、二代目は何人も豆腐の引き売りを東ね、軍需工場などへ納品。三代目は、戦後の動乱期に公設・私設市場で豆腐の販売を始め、料亭などへ卸すようになったのです。

そして四代目の私も、豆腐を中心に新たな価値を創造することで、事業を拡大してきました。

差別化戦略から 見えてきた活路

現在の経営路線へ舵を切ったのは昭和30年代、スーパーが大量販売による豆腐の安売りを始めた頃でした。スーパーへ販路を求めると、自分では価格をつけ、自分

売るのが商売」という三代目の言葉を受け、価格競争を離脱。徹底した差別化戦略をとることにしたのです。

全国を飛び回り、素材や製法の研究に情熱を注いだ豆腐は、すぐに評判になりました。その後、豆腐などを使ったお惣菜とデザートを開発。今では当たり前になったこれらの食品も、当時、製造していたのは弊社だけだったと思います。

次の100年に向けて

多くのお客様に弊社の豆腐をご提供するための次なる一手は、百貨店に進出し、ブランド力を高めること。最初は断られたものの、名古屋パルコを皮切りに、市内の百貨店に次々と出店を果たしました。さらに、本社工場の隣に「豆腐懐石くすむら」をオープン。できたての豆腐が楽しめる同店は、くすむらブランドをより確かなものにしたのです。

時流に合った経営で飛躍した100年。これからも一切妥協することなく、豆腐作りに努めて参ります。

Company Data 【会社概要】

設立 平成5年

所在地 東区榎木町3-79

TEL 052-931-1456

URL <http://www.kusumura.co.jp/>

事業内容 豆腐製品の製造・卸・販売
および新製品の開発、
豆腐料理の専門店経営

今月の表紙説明

豆腐は私の作品（子供）だと語る柘植さん。柘植さんの豆腐に対する熱い想いが、同社を支えているのです。

▲こだわりの豆腐・ゆば・豆乳を使ったお惣菜は、ヘルシーなのに栄養満点。

▲豆乳の英語名は「soy milk」。豆乳や豆腐を使ったデザートは、幅広い年代の方に愛されています。

先付からデザートまで、豆腐尽くしのコースが味わえる懐石料理店。ランチでは、できたての温かい「おぼろ豆腐」が食べ放題になるサービスも。

“豆腐懐石くすむら”
東区飯田町56（駐車場有）
TEL:052-937-0345