

創業から140年以上の歴史があり、名古屋のいろいろな文化を牽引する株式会社青柳総本家。その5代目の長男で、コロナ禍においても前向きに組織改革を標榜する取締役の後藤稔貴さんにお話を伺いました。

## 株式会社青柳総本家

取締役・GOTO TOSHITAKA

後藤 稔貴さん

### Company Data | 会社概要

株式会社青柳総本家

[創業] 1879年  
[所在地] 名古屋市守山区瀬古1丁目919  
[TEL] 052-793-0162  
[URL] <https://www.aoyagiuirou.co.jp>  
[事業内容] 和菓子・洋菓子の製造販売



守山直営店

# 老舗の名におごらず 時代とともに変わり続ける



青柳総本家の「柳に飛びつくカエルのマーク」をモチーフにした人気商品「カエルまんじゅう」。愛くるしいカエルの目と口は、職人が一つひとつ手作業で焼き入れをしているため、よく見るとそれぞれが違う表情をしています。

商品へのこだわりと  
チャレンジ精神が  
もたらした不動の地位

弊社の創業は明治12年。初代、後藤利兵衛が大須観音の門前にのれんを出したのが始まりです。開店当初は蒸し羊かんの店でしたが、原材料の小豆がなかなか手に入らなかった時代背景などもあって、いろいろを販売する店になりました。当時のいろいろは1本4銭。夕方になると近所の子どもたちが5銭玉を握りしめ、毎日のように行列をつくっていたと聞いています。いろいろの原料は地域によって異なり、名古屋では米粉が主に使われています。弊社では職人の技術と伝統的な製法により、お米の風味と上品な甘さ、もっちりとしたやさしい食感にこだわって作っています。

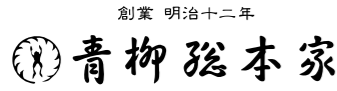
名古屋名物と言われるまでになったいろいろですが、そもそもそのきっかけは弊社の3代目が昭和6年に旧国鉄名古屋駅の売店やホームで立ち売りを始めたこと

によりです。昭和39年に東海道新幹線が開通した際には、名古屋で青柳総本家1社だけが車内販売を認められ、それから一気に全国各地へと、「青柳いろいろ」の名が知れ渡っていきました。元々、日持ちしない生菓子として扱われていたが、昭和40年代後半に特殊なフィルムで密閉しながら蒸し上げる革新的な製造技術を開発したことによって日持ちするようになり、遠方の方にも食べていただける名古屋を代表するお土産として、その地位を確立しました。

「柳に飛びつくカエル」を模した弊社のロゴマークは、平安時代の書道家・小野道風の故事にちなみ、柳の枝に向かってカエルがあきらめずに何度も飛び跳ねる姿を杉本健吉画伯がデザインしたもので、弊社のチャレンジ精神を表しています。140年以上にわたって事業を続けてこられたのも、先代たちの商品に対するこだわりとチャレンジ精神の賜物です。



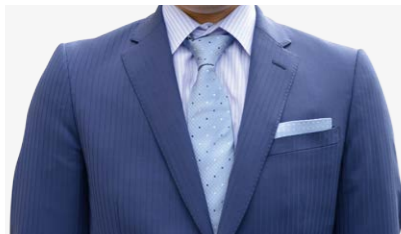
＼ 社名の由来 /



「青柳」の屋号は、創業者の後藤利兵衛が旧尾張藩主の徳川慶勝公から賜りました。英語で柳をウィロウ(Willow)と言いますが、最初は蒸し羊かんの店だった弊社が、後にういろ屋になることを考えると何か因縁めいたものを感じます。

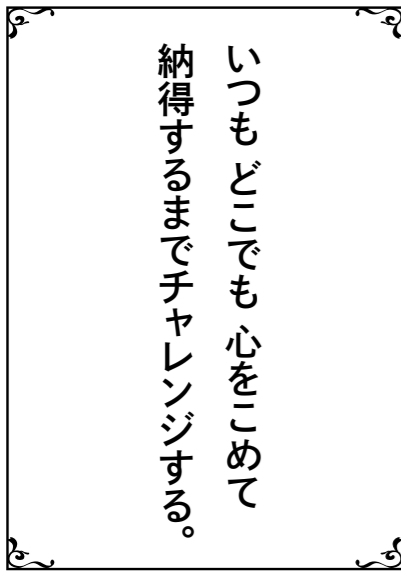
＼ 愛用のアイテム紹介 /

青色のスーツ



父親である社長が青色のスーツをいつも着用していたことから、私も青色のスーツを愛用するようになりました。組合や会合に参加した際、2人揃って青色のスーツで挨拶すると、相手に必ず顔を覚えてもらえます。

＼ 仕事で大切にしていることは /



弊社の歴史の変遷をたどると、伝統を守っているようでありながら、実際は常に変化し続けてきました。そのことから、仕事では納得できるまでチャレンジし、時代とともに変化していくことが、老舗であっても成長するためには必要だと思っています。



カエルのミルク風呂

人気商品「カエルまんじゅう」をミルクシェイクに乗せ、まるでカエルがミルクのお風呂に浸かっているようなビジュアルが写真映えするとSNSで話題の人気スイーツ。「KITTE名古屋店」と「喫茶Willows」で販売しています。



アンコマンないと

全国の有名和菓子舗の跡継ぎがDJとして集い、音楽を流している間に、参加者へ和菓子を配って食べてもらうイベント。異業種の人たちが参加するため、そこでの出会いがビジネスチャンスにつながっています。



青柳ういろ

国産の米粉からできている「青柳ういろ」は、もちりしたやさしい食感と上品な甘さが特長。米を収穫した年の天候や気温によって味や舌ざわりが異なるため、職人がその微妙な違いを見極めながら生地を仕込んでいます。



5色の青柳かき氷

「青柳ういろ」をイメージして作った5色の自家製シロップをお好みで混ぜて食べるかき氷は、なめらかな舌触りの冷やういろと、温かいほうじ茶が付いて1,000円(税別)。9月末まで「KITTE名古屋店」と「喫茶Willows」で販売中です。

名古屋土産を  
日本土産に育て上げ  
名古屋の発展に貢献する



時代の変化を注視し、お客様にとって最適な商品を提供する

菓子業界全体を見渡すと、主要顧客の高齢化や若者の和菓子離れなどの影響で倒産したり、後継者の不在や人手不足でやむなく閉店したりする老舗菓子店が後を絶ちません。私が実感しているのは、お客様ニーズの変化です。昔に比べて1世帯あたりの人数が減ったことで、弊社の商品においても、安くて量の多いものより、高価であっても少量のものが売れています。そうした時代背景や、お客様の嗜好の変化についていけないと、老舗であっても厳しい経営状況に陥ってしまうのではないのでしょうか。その点で弊社は、お客様のニーズをうまくつかんできたと思います。なぜなら、主力商品のういろは、味と食感へのこだわりはそのままだ、時代とともに変わるお客様嗜好に合わせて原材料を少しずつ変えながら改良を続けてきたからです。それ以外の部分においても、他社のういろに負けない自信があります。分かりやすいところでは、商品パッケージなどのデザインが挙げられます。私の祖父にあたる4代目は、経営者というよりも芸術家で、戦時中はカメラマンとして活躍し、フランス人形の写真を刊行するほどの写真家でもありました。その芸術的感覚は弊社の商品パッケージにも反映され、当時の「青柳ういろ」の文字や包装紙などは、日本を代表する工業デザイン

ナーの柳宗理氏に依頼して手掛けてもらったものです。芸術的感覚を大切にすることは、今も社内に根付いており、商品企画や販売戦略に活かされています。

また、ういろに固執することなく、焼き菓子の製造にも取り組んできたことで、「カエルまんじゅう」「きしめんパイ」「青柳小倉サンド」といった人気商品が生まれました。なかでも、弊社の代名詞でもあるカエルのマークをモチーフにした「カエルまんじゅう」は、今後さらに売り伸ばしを図り、日本を代表するお土産にしていきたいと考えています。それが実現できれば、名古屋の発展にも貢献できるはずです。このように、先代たちの努力の結晶が形として残っているのは、私たちの誇りであり、事業を展開していく上での大きな原動力となっています。

2018年9月末には、飲食事業として弊社の人気商品「青柳ういろ」や「カエルまんじゅう」を使った甘味や軽食が楽しめる「喫茶Willows」を港区にオープンしました。何度も改良を重ねたメニューは、若い世代にも美味しいと好評で、新たな可能性を感じています。今後は直営店舗の強化にも注力し、もつと名古屋名物を食べていただける場を創出するとともに、弊社のファンを増やしていきたいですね。



ピンチを組織変革のチャンスと捉え、次なる成長に備える

新型コロナウイルス感染症対策では、社員の安全を第一に考え、全店舗を約1カ月間閉める決断をしました。営業再開後の売上は前年比30%と厳しく、売上が落ち込んでも営業利益を出せるような組織体質の改善が急務です。老舗でありがちなどんぶり勘定でやってきた部分もあるので、製造から販売までの作業工程の見直しと精査が今後の私の使命です。また、この機会にトップダウン型からボトムアップ型の組織へと変革し、社員のアイデアや意見を事業に取り込んでいきたいと考えています。チャレンジとチャレンジを恐れず、真摯な姿勢で信用と信頼を大切にできた弊社であれば、きっと実現できるはずです。