1852年（嘉永5年）の創業から172年、地域に愛され、地域と共に歩み続ける和菓子の老舗。「不易流行」の精神で、古いものを守りつつ新しいものを提供し続ける

TOP INTERVIEW TP

株式会社 柏屋　代表取締役社長　本名（ほんな） 創（そう）

創業172年の和菓子の老舗、㈱柏屋（本社：福島県郡山市）の本名創社長に企業理念や事業内容の変革、また関連事業や今後の抱負などについてお話を伺いました。

（聞き手：弊社社長　下山田 和司）

船の羅針盤になぞらえ、企業として目指すべき方向を指し示す企業理念。

企業理念についてお聞かせください。

社長　企業理念は5つの条項に分かれており、「われらの星座」というタイトルがついています。

安心安全な美味しい食の提供を通じて幸福な社会に奉仕したい。そして未来を信じ、人間の目を信じ、人間性を尊重して取り組もう。

また新しい考えは材料の知識や機械の知識などすぐれた知恵から生まれるもので、仕事には誠意を尽くして取り組み、お互いが協力する必要がある。会社の成長と社員の生活の豊かさは一体であり全員が一丸となって励もう、という内容です。

企業理念には何故、「われらの星座」というタイトルがついているのでしょうか。

社長　船乗りが星を頼りに大海原を進む時の羅針盤になぞらえ、企業が目指す方向を指し示す星座になるようにと制定したのがこの理念です。コロナ渦で一時期は休止していましたが毎日朝礼で唱和しているので、数年弊社に在籍されている方は自然と口をついて言葉が出てくるほど社内では浸透しています。

この企業理念はどなたが作成されたのでしょうか。

社長　もう50年以上前になりますが、「青い窓」という児童詩集の初代代表の佐藤浩先生と祖父の4代目・本名（ほんな）

善兵衛、祖父の弟で当時専務だった本名昇三が議論を重ね、弊社としてあるべき姿をまとめたのが「われらの星座」でした。

2022年（令和4年）に博進堂さまという新潟にあるアルバムの制作会社が、創業100周年の特別企画として理念型企業の企業理念集を編集されましたが、その第1社目に弊社が選ばれました。4代目や5代目から聞いた話も掲載されていて、私自身もこの冊子を読んで企業理念の社内と社外からみた両面での解釈について学ばせていただきました。

われらの星座

われらは　すぐれた食品と
かぎりない幸福を社会に提供する

われらは　人間の未来を信じ
人間性を尊重する

われらは　叡智にもとずく
創造力をつねに啓発する

われらは　誠意と協力をもって
業務を遂行する

われらは　より幸福な生活のできる
会社を築きあげる

企業理念「われらの星座」

信用を守り続ける。「暖簾は革新」であり、塗り替えていくもの。時代に則した提案の継続が経営の根幹にある。

老舗菓子店として、代替わりの際の決めごとなどはあるのでしょうか。

社長　幼少期から「社長になったら好きなことを好きなようにやっていい」と言われてきましたが、絶対に守らなくてはならない約束が二つあります。一つは安心安全な食品提供の継続で、長年にわたり築き上げてきた「信用」を守り続けること。

もう一つは「柏屋さん」と地元の方々に「さん」付けで親しまれる老舗和菓子店として、その呼称に相応しい立ち居振る舞いをすることです。

6代目社長として、経営に対する考えをお聞かせください。

社長　弊社には200以上の家訓がありますが、私が一番大切にしているのは「暖簾は革新」という家訓です。暖簾は「守るものではなく、塗り替えていくもの。時代にあった提案をし続けていくことが企業存続の肝」と私は思います。「もっとお役に立てないか」「もっと楽しいご提案ができないか」と常に考え続ける、そうした弛みなき追求が経営の根幹にあります。

和菓子づくりや純粋な和の心の伝承に向け、店舗経営のあり方を再考し、強化する。

経営方針についてお聞かせください。

社長　少子化で生粋の日本人が徐々に減少する一方で、経済活動のグローバル化に伴い海外から日本への移住者は増加すると思います。そのため和菓子づくりをしっかり伝授できるあり方や、純粋な和の心の伝承に向けて店舗では何を表現すべきかについて真剣に考える必要があります。

その意味で店舗数の増加だけが目指すべき目標の全てではなく、経営判断が必要です。

では店舗のあり方に関してはどのようにお考えなのでしょうか。

社長　これからの店舗運営には物販に留まることなく、ブランディングの強化や、新たなサービスの提供が必要です。

店舗数に関してはむしろスクラップ＆ビルドで、2、3店舗を1店舗に集約することも視野に入れていますが、集約するなら4、5店舗分のパワーを発揮する必要があると考えます。

開成柏屋

他社の事例を参考にブランディングを強化。和を意識した商品として歳時記菓子を提供。

社長のブランディングのイメージについてお聞かせください。

社長　例えば北海道の「㈱六花亭」さまは札幌市や帯広市などの主要マーケットには拠点となる本店を配置し、物販と文化活動を明分化し、自社のブランディングを打ち出しています。

　また、滋賀県の「㈱たねや」さまは全国のデパートに出店するなど急成長を遂げていますが、滋賀県の近江八幡に「ラ コリーナ近江八幡」という自然をコンセプトにした巨大な施設を保有されています。「これがブランディング！」と思わせるインパクトがあり、こうした他社の事例も参考に、弊社もブランディングの強化を図りたいと考えています。

取扱商品についてはいかがでしょうか。

社長　例えば、二十四節気（にじゅうしせつき）という1年の12ヶ月をさらに半分に区切った昔の暦がありますが、その一部について、季節の歳時に色々な由来をつけた二十四節気の歳時記菓子を提供しています。旧暦10月の最初の亥の子の日に食べて1年間の無病息災を願う「亥の子餅」や、夏の暑さに負けないように願掛けして食べる「土用餅」、春には端午の節句の「柏餅」などを、柏屋風にアレンジしています。

初代がこしあんを使用した薄皮饅頭を開発。郡山宿の名物として定着。

ここからは事業内容についてお伺いしたいと思いますが、まずは看板商品である薄皮饅頭誕生の経緯からお聞かせください。

社長　1852年（嘉永5年）頃、奥州街道沿いにあった旅籠が弊社の前身で、その1階で饅頭を蒸して旅人に提供したのが起源と言われます。当時、旅籠の茶屋を通りかかった仙台藩主の次男・尾形乙次（おがたおとじ）が弊社のご先祖様、本名いのに一目惚れし婿入りを希望します。この方がのちの初代・本名善兵衛です。婿入りの条件として京都での和菓子の修行を積み、当時の東北では珍しいこしあんの製法を習得して「薄皮饅頭」を開発しました。

東北地方にはこしあんはなかったのですね。

社長　冬の寒さが厳しい東北では作物の生育が遅く、小豆の皮を捨てる発想はありませんでした。しかしこしあんの滑らかな食感と、たっぷりのあんが入った薄皮饅頭はたちまち評判になり、旅人が遠回りしてまで郡山宿に食べに来る名菓として成長しました。

材料を黒糖に替えたことで、饅頭の色が茶色に変化。

薄皮饅頭が郡山の名菓として定着したあと、転機がございましたらお聞かせください。

社長　一番大きな転機は3代目が店主を務めた第二次世界大戦後のことです。労務統制や徴兵による人手不足で菓子づくりができない苦しい状況が続きました。終戦後に事業を再開しましたが白砂糖の入手が困難で、黒糖を生地に使用したところ、より風味よくしっとり美味しい饅頭ができ、従来白かった薄皮饅頭はここから茶色い饅頭になりました。

色の変化は大きな転換ですね。

社長　成分についても白砂糖よりミネラルが豊富で保水性が高く、しっとりとしてより美味しくなりました。しかも白い饅頭は一晩で固くなりますが、茶色の饅頭は数日柔らかさが持続するので、それ以降は材料を黒糖に切替えました。

　この変化は柏屋の歴史でも大きなイノベーションだったと思います。

柏屋薄皮饅頭せいろ

世界発となる包餡機の共同開発に成功。量産体制と品質管理の両立で業績が向上。

確かに大きなイノベーションですね。

社長　初代がつくったこしあんを2代目が引き継ぎ、3代目が色を茶色に変え、続く4代目のイノベーションは世界初の「包む」ことが可能なロボットの開発でした。先日他界された宇都宮のレオン自動機さまの名誉会長・林虎彦さまとの二人三脚で、お互いの課題を解決することで世界初の包餡機を開発しました。この機械の開発のお陰で供給能力は格段にアップし、交通網の発達による商圏拡大と併せて業績は飛躍的に上昇しました。

機械化と商圏の拡大で次のステージに上がったのですね。

社長　当時は、生地が手につかないようにする「手粉（てこな）」（小麦粉）の量を人の感覚で調整できるので、手作りの方が美味しいとされていました。5代目の父は「手作りより旨い饅頭を機械でつくる」という目標を掲げ、8年かけてその目標を実現しました。独自に開発した製造機は味の向上と共に生産能力も一段とアップし、現在も現役で稼働中です。また蒸した饅頭を冷ますためのクリーンルームも新設し、量産体制と品質管理の両立により売り上げは格段に伸びました。

環境問題への意識を高め、賞味期限の長期化と資源の節約に積極的に取り組む。

現在、6代目が取り組まれている課題にはどのようなものがあるのでしょうか。

社長　「賞味期限の長期化」という課題に取り組んでいます。ライン上の工夫で7日の賞味期限を8日に延ばし、5個入りの「スマートパック」への変更で15日に延ばし、さらに検査と試食を重ねて現在は30日まで飛躍的に延長することに成功しました。

　個人的には、8日目より30日目のスマートパックに入った饅頭の方がしっとりして美味しく感じるほど品質には自信があり、食の廃棄削減にも大きく寄与しています。

賞味期限の長期化は経営上も大きな意味がありますね。

社長　脱酸素材でカビなどの発生を抑制し、しっかりと密閉されているため水分が逃げずにしっとり感が長持ちして、商品ロスを大幅に削減しました。

　お取引先さまは返品の手間がなくなり、仕入商品を計画通り売り切れるので経営上の効果も大きなプラスです。

SDGsの観点でも大きいですね。

　パッケージを以前の巾着袋の形状からトレーとシールに簡略化したので、パッケージ1個当たり9%近いプラ削減を実現できました。

　また商品性に問題がない範囲でチーズタルト檸檬（れもん）のパッケージの個包装を見直して上部を少しカットしたり、薄皮饅頭の包装も5mm程度短くしました。主力商品の1日の生産量は10万個を超えることもあるので個包装を2〜3cm短くするだけでも相当な資源節約に繋がり、SDGsの理念にも適っていると思います。

冷却室

個包装室

毎年、北海道へ足を運んで小豆を仕入れ、時代の求める風味や味の調整に取り組む。

あんこの風味や味については、どのように対応されているのでしょうか。

社長　毎年秋になると北海道に足を運び、粒の大きさや品質について現物を見ながら生産者や業者の方と顔を合わせて商談します。同じ地区で収穫した同じ品種の小豆でもその年によって特徴に差が出るので、今年はA地区の品種をこれくらい、B地区の品種をこれくらいというように細かく分けて仕入れます。

仕入れを決定される際には、具体的にはどのような作業をされているのでしょうか。

社長　まずは種類と産地で小豆を分け、砂糖を加えずに1種類ずつ炊いて、商品開発メンバーと試食しながら風味や味を調整します。十勝産の品種で「えりも」という美味しい小豆をメインに数種類の品種を混ぜ合わせ、コーヒーをブレンドするように風味や味をつくりあげていきます。

昔の3代目や4代目の時代には甘い饅頭が美味しいと評価されましたが、今の時代には甘すぎます。その時代に合わせて甘さや味を調整しなければならず、これが毎年恒例の行事となっています。

薄皮饅頭以外の製品についてはいかがでしょうか。

社長　2023年（令和5年）7月には薄皮饅頭のあんこを使用した食べきりサイズの一口羊羹を、こしあん、つぶあんに宇治抹茶を加えて3種類発売しました。また9月には、「柏やき」というどら焼きをリニューアルし、福島県産小麦を100%使用したどら焼き「福どら」を開発しました。粒あんとあんバターとチョコレートの3種類をアソートで詰め合わせたところ大好評で、売上は数倍に伸びました。

他にも「嘉永餅（かえいもち）」が主力商品の檸檬（れも）に追いつきそうな勢いで売上を伸ばしています。宇治抹茶に小豆のかのこを入れた新製品を、先般大阪で開催された食のイベントで初披露しましたが、2024年（令和6年）の春には店頭に並びますので是非楽しみにしてください。

嘉永餅

嘉永餅宇治金時

「日本三大まんじゅう」として日本ギフト大賞特別賞を受賞。

貴社は、日本ギフト大賞で受賞された実績もあるのですね。

社長　少し前になりますが2017年（平成29年）に日本ギフト大賞の特別賞を受賞しました。2016年（平成28年）当時は、福島県が未だに東日本大震災の影響で疲弊している感覚が拭えず、地元復興の使命感ともう一度薄皮饅頭を全国に向けて発信したいという想いから「日本三大まんじゅう」のことを想起しました。

2016年（平成28年）に、日本で最初に饅頭を作ったとされる『志ほせ饅頭』の塩瀬総本家（東京都中央区）さま、『大手まんぢゅう』の大手まんぢゅう伊部屋（いんべや）（岡山県岡山市）さまと3社で会合し、世界中に饅頭文化を広げる「日本三大まんじゅうサミット」を開催しました。

どの企業も創業150年超の老舗ばかりですね。

社長　日本三大○○というカテゴリーにはラーメンやうどん、庭園や夜景など多数ありますが、店舗名と商品が明確なのは饅頭だけでした。こうしたユニークな発想を評価していただき、皆さまの賛同のもと記念すべき第1回目のサミットを2016年（平成28年）4月に郡山市で開催することができました。続く第2回目は2016年（平成28年）9月に東京の塩瀬総本家さまで、翌年2017年（平成29年）春には岡山県の大手まんぢゅう伊部屋さまの創業180周年に合わせて本社のある岡山で開催しました。

こうした一連のイベントが高く評価され「日本三大まんじゅう」は日本ギフト大賞で特別賞に輝くことができました。

日本で唯一の萬寿神社。
間もなく500回目を迎える朝茶会やNPO法人を通じて社会に貢献。

ここからは、貴社で長年にわたり継続されている個々の事業内容についてお聞かせください。まずは、萬寿神社についてお聞かせください。

社長　元々は奈良県奈良市にある林（りん）神社から神様をご分霊いただいた日本で唯一の神社です。ここには日本にまんじゅうを初めて伝えたと言われている塩瀬総本家さまのご先祖・林浄因命（りんじょういんのみこと）、田道間守命（たじまもりのみこと）、初代本名善兵衛命の三柱の神様をお祀りしております。

縁結びの神社として知られていますが、いつの頃からか子宝祈願の神社としても定着し、地元の方々に愛されています。

萬寿神社

続いて、朝茶会についてお聞かせください。

社長　朝茶会は2024年（令和6年）4月に記念すべき500回目を迎えます。郡山が宿場町だった頃、毎朝、神棚にお供えした一番蒸籠（せいろ）を道行く人に振舞ったのが起源で、先祖の残してくれた習慣を今に残しているのが朝茶会です。入場料は無料で、毎回30席に300人ほどのお客さまが来店されて交流を深めています。

朝茶会看板

最近の変化は、貧困で困っている方のため子供食堂などに寄付したいという想いから募金活動をはじめたことです。先日は、いわきでラーメン店を営みながら子供食堂を運営している友人や自然災害で被災された方々への義援金として送金させていただきました。

朝茶会を通じて社会にも貢献されているのですね。

社長　私はNPOの「コミュニティフリッヂ」という活動にも参加しています。「みんなの冷蔵庫」という意味で、生活に困窮されている方や学生の方に使用してもらえる場として様々な企業が協力しています。福島県のスーパー「いちい」さまでは社員寮の一部を解放していますが、弊社ではイベントの都度「柏餅」などを子供たちに送っており、今年のクリスマスにはケーキを500個支援する予定です。（※取材日　2023年11月7日）

朝茶会

子供の感性を育てるために児童詩集「青い窓」を創設。皆に愛される企画の継続に取り組む。

貴社で企画された児童詩集「青い窓」についてお聞かせください。

社長　「青い窓」は1958年（昭和33年）5月5日の子供の日に誕生した児童詩集で、今年で65周年を迎えました。空き地や池が造成され子供の遊ぶ場所が無くなり、子供の感性を育てる場所の喪失を危惧した4代目の祖父と幼馴染3人が集い、子供の夢を守りたいという発想からスタートした企画です。

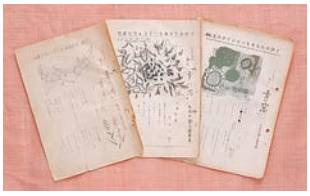
最初は1枚の詩集をディスプレイに飾って見てもらうスタイルでしたが、今では店舗に詩のパネルを掲示しつつ隔月で小冊子を発行しています。

企画として「詩」を選択したのはどういう理由からでしょうか。

社長　現在では子供たちが自分の思いを発信する場はSNSなど多様化していますが、当時は自分を表現する場などなく「詩」という形式をとったようです。5代目は31歳の若さで社長に就任しましたが、経営方針に悩んでいた時に子供の書いた詩がヒントになったと聞いています。それが「おかし」や「ポケット」という詩で、

お客さまが欲しいものを提供できる会社にしたいという想いから、一時期はドラえもんのネクタイや時計を身につけていたのを記憶しています。

皆さまに愛されているこの企画を、まずは100周年の節目を目指して継続していきたいと思います。



青い窓冊子 ガリ版刷り

現在の青い窓冊子

おかし

小学六年　武内 和子

おかしには　いろいろある
しょっぱい　おかし
あまい　おかし
あまじょっぱい　おかし
わたしたちは　じっくり
味わいながら
たべている
おかしは
みんなを楽しませてくれる

おかしは　みんなを
よろこばせてくれる
ふくれた顔も
おかしをみると
にこっとなる
おかしは
みんなに愛される
わたしもおかしのように
みんなから愛されるような
人間になろう

「おかし」

ポケット

小学三年　粟辻 安子

お母さんの　エプロンの
ポケットの中を見ると
ボタンや　はんけち　小さなえんぴつ
ちり紙や　ひもも　はいっている
そのほかにも　まだはいっている
ポケットに手を入れて
いそがしそうに　はたらいている
くしゃみをすると　すぐちり紙を
出してくれる
妹のかおがきたないと
はんけちを出して　かおをふく
おかあさんだけのポケットではない
みんなのポケットだ

「ポケット」

物価高騰の影響で、やむなく価格転嫁に踏み切る。従業員の福利厚生面の充実や、人材育成に注力。

最近の状況についてお伺いしますが、原材料費の値上がりの影響はいかがでしょうか。

社長　最低賃金の引き上げやコロナ禍による物流停滞を目の当たりにし、物価上昇はある程度覚悟していましたが予想をはるかに超えてしまい、昨年10月にやむなく値上げしました。その効果もあり今年度の業績は予定通り推移する見通しですが、値上げ後に電気料金が急激に高騰したので来年度の状況は読めません。2年連続の値上げは何とか避けたいのですが一度上昇した価格がすぐに下がるとは考えづらく、情勢を睨んでいます。

人材についてはいかがでしょうか。

社長　人手不足の状況は否めません。今期から年間休日日数を95日から110日に一気に増やすなど労働環境の改善を進めており、少しずつ人手は戻りつつあります。コロナ渦の最中に離職された方が少なからずいたことを念頭に、労働環境のさらなる整備と福利厚生面の充実により、従業員の方々の将来に対する安心感を高める体制づくりを進めたいと考えています。

人材の育成についてはいかがでしょうか。

社長　コロナ禍でここ数年間は学びの機会を作れませんでしたが、先日、菓子業者専門のコンサル業者に依頼して店長クラスのリーダー研修を実施しました。店舗営業や製造部門の人員のみならず、組織全体として後進を育成できる人材不足も認識しており、その役割を今はWebのプログラムでカバーしています。

将来の資産形成や、自己啓発の一環として自分の興味のあるプログラムについても視聴できるサービスを活用しはじめたところです。

優秀な従業員が弊社の財産。社員全員の力を結集して200年企業を目指す。

今後の抱負についてお聞かせください。

社長　先代となる5代目の父は強いリーダーシップを持った経営者でしたが、私は人の力を借りるタイプです。多くの人の力を借りることで、一人ひとりの力は大きくなくても前進するスピードは上がってきた気がします。

弊社には先代の父が育ててくれた優秀な従業員さんが揃っており、彼らは弊社の素晴らしい財産です。自分の代になり、こうした優秀な人材をどのように育成していくかが今後の課題です。

地域に根付き愛される老舗和菓子店として、社員全員の力を結集して200年企業を目指していきたいと考えています。

COMPANY PROFILE　株式会社 柏屋

会社沿革

1852年（嘉永 5年）		岩代国安積郡郡山宿中町本陣隣にて門前の茶屋として薄皮饅頭の製造を始める
1943年（昭和18年）		戦時統制による企業整備令のため、柏屋休業状態となる
1948年（昭和23年）	12月	薄皮饅頭の製造販売を再開
1952年（昭和27年）	7月 1日	有限会社柏屋本店として法人設立
1958年（昭和33年）	5月 1日	青い窓誕生
	9月	薄皮茶屋を本店内に開設
1962年（昭和37年）	6月14日	社報「かしわ」創刊
1963年（昭和38年）		薄皮饅頭の自動包あん機1号機導入
1964年（昭和39年）	8月 4日	柏屋製菓株式会社に組織及び商号変更
	12月	本名洋一社長就任
1966年（昭和41年）	8月30日	「連続むし機」稼動
	9月 1日	わかば製菓株式会社創立
1967年（昭和42年）	1月 1日	本名洋一、四代目本名善兵衛を襲名
1969年（昭和44年）	6月	社内に株式を公開
	11月30日	福島店開店（～昭和47年2月）
1974年（昭和49年）	5月 5日	本店新築落成
1978年（昭和53年）	9月 1日	株式会社薄皮饅頭柏屋に商号変更
1985年（昭和60年）	6月	本社社屋新築落成
	7月 3日	開成柏屋新築開店
1986年（昭和61年）	8月 5日	8.5水害により生産機能停止
	10月 1日	本名善兵衛、会長就任 本名幹司、社長就任
1990年（平成 2年）	4月	クリーンブース導入
1991年（平成 3年）		檸檬（れも）新発売
	7月 1日	創業140周年を迎える
1992年（平成 4年）	2月14日	株式会社柏屋に商号変更
1993年（平成 5年）	5月 1日	青い窓創刊35周年 STM（コンサルタント）導入
1995年（平成 7年）	2月24日	KDS薄皮饅頭生産ラインスタート
	7月 7日	本名欣二副社長他界
1998年（平成10年）	5月 1日	青い窓創刊40周年
	8月26日	8.26水害、工場敷地冠水
2000年（平成12年）	7月16日	開成林神社を「萬寿神社」に合祀して改名
	10月31日	第一回私募債発行。常陽銀行1億円
2001年（平成13年）	7月 1日	創業150周年を迎える 開成林神社より 菓祖神 萬寿神社へ改名
	10月21日	社歌かしわ「創業150周年記念CD・みんなのポケット」完成
	12月 7日	社長本名幹司 東京農業大学経営者大賞受賞 社長本名幹司 東京農業大学客員教授就任
2002年（平成14年）	4月10日	SBP販売管理システム本格稼動
2003年（平成15年）	1月 1日	菓祖神萬寿神社第1回初詣
	7月 1日	柏屋公式ホームページ開設
2004年（平成16年）	11月19日	「柏屋薄皮小饅頭」包装紙変更発売
2005年（平成17年）	2月26日	リビング郡山「わが街いい店大賞」受賞
	4月17日	百五十三年目の「柏屋薄皮饅頭」新発売及び包装紙リニューアル
	12月31日	萬寿神社初詣にて「うすかわくんじゃんけん」誕生
2006年（平成18年）	6月13､16日	創業155周年記念　社員大親睦会
	7月 1日	創業155周年記念菓「一里塚」新発売
	9月18日	人事制度改革プロジェクト発足
	10月 1日	オンラインショップ「薄皮屋」開店
2007年（平成19年）	3月 6日	主力商品価格改定　柏屋薄皮饅頭@84から@94へ
	6月18日	中長期経営計画「ワクワク・イキイキ・スマイル」発表
	7月 2日	全社5S推進室設置
	11月11日	統括本部並びにCS推進室を設置し新組織改革
	12月	洋生部門セル生産方式稼動
2008年（平成20年）	5月	青い窓　創刊50周年
2012年（平成24年）	2月14日	五代目　本名善兵衛　襲名
	5月22日	柏屋薄皮饅頭パッケージリニューアル発売
2013年（平成25年）	6月15日	冷凍・柏屋薄皮饅頭新発売
	8月11日	薄皮小饅頭・つぶあん新発売
	11月10日	柏屋オンラインショップYahoo!店開店
2014年（平成26年）	6月 4日	柏屋オンラインショップ47CLUB店開店
	6月19日	新生「柏屋本店」オープン
2015年（平成27年）	12月11日	期間限定「新あずき柏屋薄皮饅頭」発売
2016年（平成28年）	7月 1日	「柏屋165プロジェクト」開始
	9月28日	「第2回 日本三大まんじゅうサミット in 東京」開催
2017年（平成29年）	4月13日	「日本ギフト大賞 話題賞」受賞
	4月16日	「二代目うすかわくんJAPAN」デビュー
	7月 1日	「日本三大まんじゅう薄皮饅頭」の新キービジュアル採用
	10月13日	「第3回 日本三大まんじゅうサミット in Okayama2017」開催
2018年（平成30年）	5月 5日	青い窓60周年

会社概要

株式会社 柏屋
代表取締役会長　本名 善兵衛
代表取締役社長　本名 創
所 在 地　〒963-8071
福島県郡山市富久山町久保田字宮田127番地の5
電　　話　024-956-5511（代）
F A X　024-956-5551
U R L　https://www.usukawa.co.jp
資 本 金　4,600万円
創　　業　1852年（嘉永5年）
法人設立　1952年（昭和27年）7月
事業種目　菓子製造及び食品加工並びに販売（和菓子・洋菓子・喫茶）
販売エリア　福島県内主要都市、東京、仙台、那須、JR、SA、PA

After the interview

当社は1852年（嘉永5年）の創業以来172年の長期にわたり、伝統を守りながら変革を重ね、顧客との厚い信頼関係を築き上げてきました。地元郡山では「柏屋さん」の愛称で親しまれ、地域から愛されるその老舗和菓子店は、2021年（令和3年）8月に6代目の本名創社長へと承継されました。

業歴100年超の長寿企業には当社の企業理念である「われらの星座」のように、経営の拠り所となる普遍的な理念の存在などいくつかの共通点が見られますが、今回の取材で特に感じたのは「不易と流行」のバランスでした。

「不易」については、設立から75年が経過した日本で唯一の「萬寿神社」や、間もなく記念すべき500回目を迎える「朝茶会」、また創設から66年目を迎えた児童詩集「青い窓」など、地域の伝統的な文化として定着している施設やイベントが挙げられます。

一方「流行」については、安易に妥協しないものづくり精神で時代のニーズに則した味や風味にこだわりつつ、食の廃棄量削減や資源の節約という社会的ニーズにも果敢に取り組み、品質の向上と環境問題への配慮を両立させました。「不易流行」の精神が企業文化としてしっかりと根付き、バランスを保ちながら経営に反映されていることを実感しました。

6代目は「暖簾は変革」の家訓のもと、ブランディングの強化や新たなサービスの提供など、持続的な経営力の向上により200年企業を目指しています。

今回の取材でお聞きしたのは当社の長い歴史の一部ですが、業歴170年超の伝統と変革の歴史を通じた長寿企業の強みの源泉に、わずかながらも触れられた気がしました。地域と共に歩み続ける当社の変革にこれからも注目したいと思います。

（下山田記）