



全国の豆腐店が 30年で9割以上減少も 「豆粋」は独自戦略と 商品開発で売り上げ伸ばす なでしこ力

Power of Nadeshiko

名古屋の東隣の長久手市。古い道が交差する角地、同市西原 59 に豆腐製造販売の「豆粋」はある。見つけにくい立地だが、創業 70 年以上の老舗である。店舗販売、移動販売、飲食店へ納入の 3 本柱で、売り上げを伸ばしてきた。

こだわりの豆腐に顧客が納得し購入

豆粋の湊豆腐(くどうふ・木綿豆腐) 330 円(税込み)は店頭の豆腐販売価格である。理由は素材や製法にこだわり、大豆も、にがりも、揚げ油(菜種油)も国産だから。特に大豆は、国内 4 力所の生産地のものをブレンドしている。

「赤ちゃんの離乳食にも、お年寄も安心して食べられる」とファンが多い。手に持てば他の豆腐よりずっしり重く感じ、炒めても型崩れがおこりづらい。食べれば大豆の香りが口の中に広がる。「豆粋の豆腐だけを食べて育った幼児が、スーパーで販売する豆腐を初めて食べて(味が違うと)受け付けなかった」という話もあるほど。評判は口コミで広がり、子育て世代が客層の中心であるマルシェ「藤が丘マルシェ early bird」では、午前中で 20 万円を売り上げたこともある。

価格が上がっても国産素材にこだわった理由

京香さんの父で「豆粋」三代目の英治さんが豆腐づくりを始めたのが 30 年前、以前輸入大豆を使っていた。しかし大豆を洗っているうちに手が荒れるようになり、口に入れる食品は安全が第一

と考え国産大豆に原材料を変更。まず木綿豆腐の材料を国産に変更した。当時の価格は 120 円から 160 円に上がり、一時は 1 割売り上げが下がった。

飲食店に営業しても価格で受け入れられず、最初は全く売れなかった。しかし味の違いが歴然で、徐々に売り上げが 2 割増えた。やがて志野豆腐(絹ごし豆腐)も国産大豆に変更。ニガリも国産にかえた。

菜種油も国産に変えたのは「油で豆腐を上げる際に気持ちが悪くなる」という豆腐職人さんの声があったからだ。調べると油の生成時に添加物が入っていることなどがわかり、国産に変更。すると職人さんの不調も無くなった。

おいしさを追求。異業種とコラボ商品を次々と

素材にこだわることで価格が上がり一時は売り上げを下げるのだが、豆腐の味の良さからファンがどんどん増えていく。昨今の健康志向も後押しした。「安全安心美味しいの想いを忘れずに、ずっとやってきてよかったです」と英治さん。

豆粋の豆乳の固形分は 13.5%。一般的な豆乳の



湊豆腐(木綿豆腐)

志野豆腐とともに減農薬または無農薬の国産大豆を使用



志野豆腐(絹ごし豆腐)

初代より三代受け継がれた技法(瀬戸づくり法)で作られた絹ごし豆腐



名古屋とろ〜ふ™

飲食店 50 店舗で提供される。油であげると感動する食感が楽しめる



燻製豆腐「燻異豆(ちーず)」

約一年かけ豆腐師と燻製師で作ったコラボ商品。味は燻製のチーズのよう

※このほか、ボリュームある分厚い「生湯葉」、子供でもおいしく食べてもらえるように造った「もちもち豆腐」、寄せ豆腐を湯葉で巻いて豆乳がかかった「花豆腐」(土曜日限定)など。同じ豆腐でも様々な種類と製法がある。