



石坂博智さん

このところ豆腐製品以外に、2次加工品や総菜など、多種多様な商品アイテムを店頭で並べることで単価アップを図る豆腐店は多い。

しかし、直販店を持たない卸売りの専門の中小規模豆腐製造業者の多くには、取引先からの納入価格引き下げ要求が横行、利益を上げる方法を考えあぐねているのが現状ではないだろうか。

そうした中で、既存の販売ルートを活用、全国各地に2用、ニーズに合った商品を開発することで実績を伸ばしている豆腐業者がある。

吉兆をはじめ、高級料亭やホテル、居酒屋などをメインに、豆腐製造卸

業を営んできた新丸石物産（石坂博智社長、大阪市福島区吉野4-5-18 ☎06-6463-1115）は、3年前にコスト削減を余儀なくされる取引先の状況を逆手に、外食産業に向けた細加工

既存販売ルートをフル活用

最新

工豆腐・生湯葉を考案。定番商品に加え、先付、揚げ物、デザートなどコース料理風にアレンジした月変わりメニューを提供、今ではクチコミで広がり、全国各地に2百もの販売ルートを確立、大きく成長を遂げた。

昭和47年に大阪府高槻市で創業した新丸石物産は、52年に現在地に移転。現在、従業員数は25人。日産3千丁の豆腐と3百



▲新丸石物産では3百種類に及ぶ加工食品をすべて手作りしている

コース料理風メニューを提供 300種もの加工食品を手作り

新丸石物産(大阪市)

種類に及ぶ加工食品を注文に合わせ、すべて手作りで製造している。

「物まねでない、知恵を絞ったオリジナル商品を開発しなければならぬ。それに、やるからには徹底した下準備と設備投資が必要」と話す石坂さん。10年も前から「豆腐だけでは売り上げが伸びない」と考え、豆腐や湯葉を利用した加工食品の開発にアイデアを練ってきた。様々な飲食店を食へ歩き、料理の本を読み、試行錯誤を重ねた。同時に、作業環境を整え

るための新たな設備を構築。こうした長い準備期間を経て、販売開始に至ったのである。

2月の季節メニューは先付「春菊とろふ」（1パック800円）、前菜「百合根寒椿（70円）、吸い物」つる菜真丈つみれ（100円）、煮物「豚角あわ雪（100円）、竹の子鳴門巻（200円）、デザートには白玉豆腐、苺包み（100円）など25品。定番商品としては、豆腐しゅうまい、豆腐ハンバーグ、豆腐ゼリ、苺豆腐ムースなどが売れ筋だ。

豆腐には、北海道産とよまさり、福岡県産フクユタカ、富山県産エンレイに、水は天然ゲルマニウムを含むした鹿児島産の名水「神の水」を使用。これらの原料を見て「中途半端では取引先信用は得られない」と言う石坂さんのこだわりがうかがえる。

また、高級料亭やホテルを得意先とするだけあって、品質や衛生の管理には徹底して取り組んでいる。こうした努力が実って、板場に立つ職人たちの信頼を得た同社は、昨年9月に居酒屋チェーンの最上層とのタイアップで、新しい業態の新丸石本舗をオープンした。