

# 日本の甘藷問屋の草分けが放つ、 サツマイモ菓子のニューウェーブ

## 事業内容

1876年、初代・齋藤小平次氏が甘藷（サツマイモ）問屋「川小商店」を創業。1984年、川小商店小売り部門が発足、翌年サツマイモ菓子専門店「興伸」1号店を台東区駒形に出店。1988年、川小商店から独立、有限会社興伸を設立、屋号を「おいもやさん」とする。名物「大学芋」をはじめ、スイートポテト、芋ようかん、アップルポテトなど、サツマイモ菓子を多彩に展開、運営する。※2012年、有限会社興伸の事業を親会社である株式会社川小商店に移管し、現在は株式会社川小商店として営業。

## 特許登録番号と内容

商標登録第 3195699 号	おいもやさん
商標登録第 5048415 号	おいもやさん
商標登録第 5048416 号	おいもやさん興伸

(2011年2月現在)



会長 齋藤興平さん

## 明治9年、大川(隅田川)端の駒形河岸に 甘藷(サツマイモ)問屋を開業

“焼き芋”といえば冬の代名詞、しかし最近では、大学芋や芋ようかん、スイートポテトなど、サツマイモを使った菓子のバリエーションも多彩である。有限会社興伸は、サツマイモを材料とする菓子の専門店。本社のある台東区・駒形に1985年1号店を開業、現在は浅草、巢鴨、外神田、根津、大丸東京店などに13店舗の直営店を展開する。



看板商品の大学芋。使われるサツマイモには、ベニコマチ・ベニサツマ・カモテなど、季節に応じてもっともおいしい品種が選ばれる。

同社の歴史は、親会社である川小商店が創業された明治9（1876）年にさかのぼる。埼玉・川越で芋作り農家を主とした村の長（庄屋）だった初代・齋藤小平次氏が、川越～浅草間の舟運が発達していたことから、浅草・駒形河岸に甘藷問屋「川小商店」を開業。以来、同商店は、日本を代表する甘藷（サツマイモ）問屋として、永く一筋の道を歩んできた。

「私は同社の三代目、そしてサツマイモ菓子専門店として独立した『有限会社興伸』の初代です」（現在は、親会社の川小商店に事業移管し、株式会社川小商店として営業）。齋藤興平会長はそう話す。130年余り、サツマイモを扱っている同商店。関東大震災や第二次世界大戦など、二代目、齋藤直衛氏は明治・大正・昭和・平成と98歳でなくなるまで、日本の激動期と軌を一にしてきた。その間、サツマイモの栽培地でジャガイモの栽培・需要拡大を推進したこともある。「ポテトチップスが大当たりするなど、ポテトチップス草創期の原料確保・供給等に一時代を築いたこともありました」。

「おいもやさん 興伸」のサツマイモ菓子は、こうした永い歴史と背景の基に製造されている。

## 伝え続ける 家伝の蜜

「おいもやさん 興伸」の直営店では、大学芋・芋ようかん・スイートポテトや、りんごと組み合わせたアッ

## COMPANY DATA

所在地：所在地：東京都台東区駒形 2-1-26  
電話番号：03-3842-8522 URL：http://www.oimoyasan.com/  
設立：1876年 資本金：資本金：1500万円  
売上高：非公開 従業員数：75人（2012年10月現在）

ブルポテトなどを販売している。中でも人気商品は、黄金色に輝く大学芋。サツマイモは、ベニサツマやベニコマチなど、契約栽培による高品質のものを使用、からめる蜜は“家伝”の製法だ。「うちでは良質な材料と味へのこだわりを重視しています。『大学芋』も、作り立てを味わっていただくために工場から半製品にして店に運び、それぞれの店舗で調理します」

サツマイモにからめる蜜は永い間試行錯誤を重ねた秘伝の味。その配合は工場長にしか教えないという。

同社では、社長を会長の奥さまが務め全店舗を統括、息子さん三人も事業にかかわっている。長男はインドネシア、ベトナムなど、海外の契約農家からの材料調達を、次男は千葉県の工場関連とベニコマチの産地の業務、三男は国内原料と卸部門を担当している。

「事業を継げ、といったわけでもないけれど、自然にこの形になりました」

## 幼なじみの一言で 「おいもやさん」の称号を

齋藤会長は、生まれも育ちも浅草・駒形。下町文化を代表する浅草が幼い頃からの遊びのテリトリーだ。幼なじみにも、老舗商店主・歴史ある企業の経営者が多い。興伸が、1988年、屋号を「おいもやさん」に決めたのは、幼なじみのこんな一言がきっかけだった。

「200年以上続いている老舗『駒形どぜう』の会長が、小学校の同級生なんです。彼があるとき、『お前んこも商品そのものを屋号にしたら。うちが“どぜう”だから“いもや”はどうだ』と。これがヒントになって

## 伝統ある風土、 そこで育まれた地縁が財産

奥さまは東京は駒込出身で、一家揃って“チャキチャキの江戸っ子”である齋藤会長宅。「子供たちは、うちには帰る田舎がない、なんていつているけどね（笑）」。知財を申請した経緯にも見られる通り、地縁によるコミュニケーションの豊かさ、観光資源・江戸前の食文化などの伝統が、ビジネス



スイートポテト。サツマイモ本来の自然な甘さを生かした優しい味



アップルポテト。青森県産紅玉と鹿児島県産ベニサツマをドッキングした季節限定商品

『おいもやさん』という屋号になりました」

屋号を「おいもやさん」にしたものの、齋藤会長は、それで商標登録を申請する考えはなかったという。「おいもやさん」では、ごく一般的な名称と映り、商標として認められるとは思えなかったからだ。しかし、そこへまた仲間の一言が。

「近所に住む知り合いの弁理士さんが、『ダメかもしれないけど一度申請してみたら？ 弁理士の報酬は成功払いでいいからさ』と」

無理かもしれない、そう思った商標登録権だが、申請してみると意外にスムーズに、1996年に取得できた。同社の場合、これら知財の取得はご近所仲間によってもたらされたものといってもいいかもしれない。

現在も齋藤会長は、町会長やロータリークラブ、浅草商店連合会、商工会議所など台東区内、特に浅草エリアの世話役として忙しい。

「今日もこれから浅草ビューホテルに行って、人と人を引き合わせるんです。さまざまな用事で、ほとんど毎日ビューホテルに行っていますね（笑）」

会長によれば、浅草っ子の特徴は、「おせっかい好きなこと」だそうだ。伝統に支えられた地縁が、自然に人の縁につながり、さらに二代目、三代目へと未来に向けてビジネスの輪を広げていく。

## 知的財産活用のポイント

の推進力につながる。しかし江戸前の老舗も、最近は後継者難に悩むところがあるという。「お婿さんで、優秀な後継者も登場していますよ。私は必ずしも血のつながりにこだわることはないという考え。外から新しい血が入ると、ぐっと商売が伸びたりするんです。それも、この土地の永い伝統があってこそ、だろう。