

# 江戸の のれんに学ぶ 事業承継と人づくり

第八回

千足屋総本店

大島博社長

ブランドを再構築し

新たな時代へと進化する

モアクリエーション代表取締役 柴田光榮

外国の方々から「日本の果物は芸術品のような」と言われるそうです。見た目に美しく、おいしく、品質の高い果物は、日本の気候風土と生産者の勤勉な取り組みが生み出しました。千足屋総本店（以下、千足屋）の6代にわたる信頼のブランドづく

り、それを芸術品にまで高めたと言ってもいいのではないのでしょうか。しかし、ブランドは時がたつと風化するものでもあります。6代目当主の大島博氏は社長就任後、ブランドの再構築に取り組みました。その軌跡とこれからについて伺いました。

「ひとつ上の豊かさ」を提供する店づくり

千足屋は江戸時代末に、日本橋葺屋町（現在の日本橋人形町3丁目）に「水菓子安売り処」の看板を掲げて果物と野菜を商う店を出したのが起源です。明治に入って3代目の当主は、外国から果物を輸入する傍ら国産果物の品質改良を進め、千足屋は日本で初めての果物専門店になります。

6代目当主の大島博社長は、アメリカとイギリスで専門店経営を学んだ後、商社での輸出入代行の仕事を経て、1985（昭和60）年に千足屋に入社します。98（平成10）年、代表取締役に就き、その後3年間、社長の立場でじっくりと先代の経営を見直しました。その結果、千足屋のブランドに守られた経営に、わずかながら時代とのズレを感じるようになったそうです。「それまでの高級果物専門店路線に



## Profile

おしま ひろし  
1957年生まれ。慶應義塾大学法学部政治学科卒業。ニューヨーク、ロンドンに遊学後、(株)ドップス・インターナショナル（輸入代行業）を経て85年(株)千足屋総本店入社。98年社長就任、現在に至る