

I-2. 亀屋良長（6月18日（水）10:45 ～ 12:15）

講師：亀屋良長株式会社専務取締役、吉村良和様

みなさんおはようございます。先ほどご紹介にあずかりました、亀屋良長の吉村良和です。今日は和菓子と新しい取り組みについての話をさせていただきます。話をさせていただくに当たって、私は六年前に脳の手術をしており、あまりスムーズに言葉が出てこないのも、メモを見ながら話させてもらいます。私ども亀屋良長は、江戸時代の享和3年、西暦でいうと1803年創業です。四条堀川にあるんですけど、昔の京都の商業がすごく狭くて、新町とか室町とかのほうで京都の中心だったんで、ギリギリ端の、角地に創業したみたいです。で、なぜこの地に創業したかという、和菓子には水をたくさん使うんですよ。そのために初代は地下水がきれいなこの土地を選んだと聞いています。今でも井戸水を使っております。この地で代々商売をさせていただき、今年で211年になります。私で8代目です。先ほど井戸水を使うといいましたけど、井戸水をなぜ好んで使うといいますと、餡子とか餅を炊くときとてもいい香りがして、おいしく炊けます。和菓子は大きく分けて砂糖とお米の粉と豆、3つの原料から作っています。ですから、ご飯を炊くと一番分かるんですけど、普通の水道水で炊いた場合と違ってすごく香りがたちます。お茶も入れると同じ茶葉でもすごく香りがいいです。味もよくでます。非常にありがたいことですね。

私どもの代表銘菓があります。創業以来作っているお菓子です。私どもの烏羽玉といいます。黒糖を使った漉し餡に、溶かした寒天をかけて、芥子の実をあしらっています。古くからの取引先としては、東本願寺さんや、神社仏閣、お茶の先生などです。その他に生菓子、上生菓子があります、お花の形とか色んな細工のしたお菓子です、その他、羊羹など全般に作っています。

昔から伝わっている家訓がありまして、「懐が澄む」という家訓です。2代目の人が考えた家訓と伝え聞いております。意味は誰に懐が見られてもいいように適正な利潤をあげながら、経営を継続していくという意味です。

その他、菓匠会という老舗の、京菓子の会に属しています。菓匠会というのは、出来たのは明治時代ですけど、江戸時代には、その前身がありました。徳川幕府は砂糖の輸入によって金の流出を防ぐため、京都の菓子業者の数を248件に制限しました。京都はお菓子屋さんが昔からいかに多かったかということがわかると思います。明治になり、政権が変わると、上菓子屋仲間も解散しまして、

上菓子屋仲間の流れを組んだお菓子屋が菓匠会という会をつくっております。現在は 19 軒の京菓子屋が入っております。京都の老舗和菓子屋といいますと、手堅い商売で安泰であると思われがちですが、不況の波の影響を受けて、老舗という看板に胡座をかいている時代ではなくなってきました。そして、和菓子を買うお客様は、50 代以上の女性がほとんどで、若い方は洋菓子を好んで購入する傾向も危惧していました。

みなさん、和菓子と洋菓子、よく口にするのはどちらですか。洋菓子の方が多く見受けられます。

こういった現状があり、年々バブル以降売り上げは落ちています。

お聞きしたいんですけど、お干菓子って食べたことがありますか。和菓子屋もあまり宣伝していないのもいけないんですけど、洋菓子はやっぱり目にする機会も多いですし、食べた感じも慣れ親しんだ、牛乳をつかったり卵をつかったり、食べやすいっていうのもありますね。そういう状況で和菓子は今現在、洋菓子に押され気味です。私としては若い方にも和菓子に興味を持ってもらうきっかけ作りが必要だと感じておりました。50 代以上の女性のお客様がほとんどで、若い方が少ないということは、時間が経つにつれてお客さんが減っていくってことになるって思ったんですよ、ですからその今若い方に和菓子を知ってもらわないと、歳をとると油ものが苦手になって和菓子に流れていく、という人もいますけど、果たしてそうかなと思うんです。50 代以上の方は、若い時に和菓子に慣れ親しんでいたと思うんです。ですから、今若い方が和菓子に親しんでないと、果たして和菓子の需要が歳をとったからといって、増えていくのか疑問もあります。

そんななか、4 年前、パリで二つ星レストランのシェフパティシエをしていた、藤田という女性が、妻の知人を介してうちの店で働きたいとメールがきました。彼女は 6 年間フランスで働いていましたが、パリで行われていた和菓子講習会にたまたま参加し、衝撃を受けて、即帰国を決意して、うちに連絡が入りました。入社後半年ほどで、[Satomi Fujita by 亀屋良長]という新しいブランドを立ち上げました。このブランドは、和と洋にとらわれない自由な発想で和と洋の技術、素材を融合させ、今までなかったお菓子をつくっています。一番の人気商品は、今お出ししている、マロンという商品です。烏羽玉とマロンは一緒の形をしていると思います。一度、試食してみてください。烏羽玉が昔からあるお菓子、マロンは新しく作ったお菓子です。マロンは烏羽玉の製法とほぼ同じな

んです。しかし、烏羽玉は黒糖の漉し餡ですけど、マロンは国産栗と生クリーム、ラム酒が使われており、和の見た目をしているのですが、洋のエッセンスも加味したお菓子です。その他、クリームチーズをつかった桃山、桃山というのは餡を包んで焼いたようなお菓子です。あとチョコレートを使ったお菓子などを作っています。今では年間で12種類くらいのアイテムができました。

烏羽玉とマロンは、見た目は同じなんですけど味は違って、栗に生クリーム、ラム酒を使ってモンブランを想像させる味です。

何故、このようなブランドを立ち上げたのですかという質問を良く受けます、躊躇はなかったのですかと、そもそも和菓子の歴史を紐解くと、外国のお菓子を日本風にアレンジしてきた側面があるんです。奈良時代、小麦粉と水を練って、ネジって揚げたようなもの、唐菓子が中国から入ってきました。室町時代には饅頭などの点心と言われるものが入ってきました。点心の一つに最初、肉饅頭みたいなものがあります。日本に入ってくると中の具材に小豆を使いました。何故、小豆かというと、昔から小豆には霊力があると言われてまして、小豆を入れた饅頭ができました。安土桃山時代には、「カステラ」や「ボーロ」、飴細工の「有平糖（ありへいとう）」などの南蛮菓子が伝わりました。今では和菓子として、広く知られているものばかりです。私はそのような歴史を学んでいるなかで、なぜ洋菓子の技術を取り入れている京都の和菓子屋が少ないんだという疑問がずっとありました。和菓子と洋菓子の融合は昔から行われていたことなので、さほど躊躇することなく違和感はありませんでした。私自身、自然な流れと思いました。

このブランドの特徴は、和菓子の知恵と洋菓子との知恵との融合にあると思います。和菓子は基本となる素材の味を引き出すのに重点を置きます。例えば、餡が良い例です。何度も煮汁を捨て、雑味を取り除いて、アクをのぞき、小豆の柔らかな味を引き出す。そこに砂糖を加えて菓子を完成させます。引き算をして、そこに小豆の味を引き立たせるために甘みを加えます。一方洋菓子は、素材の組み合わせによって生まれる新たな味を作り出す作業です。例えばスポンジ生地は、卵、砂糖、小麦粉で作りますが、三つの素材が合わさってできるお菓子です。足し算をして新たなものを創造する手法です。藤田の良さは和の素材の良さを引き出し、そこに洋の知恵である何を足せばよいかを判断して、トータルにして新しいお菓子を作り出すところにあります。商品開発は、藤田の出すアイディアに和菓子の側面から私がアドバイスをして、これを足したら

いいのではないかと、これを引いたらいいのではないかと、違う食材を足したらどうなるかと、意見を出しながら行っています。初年度は、正直あまり売れなかったんですけど、テレビや雑誌で取り上げていただく機会が徐々に増え、認知度も上がるにつれ年々売り上げも上がり、今では全体の 20% くらいの売り上げになっています。新しいお菓子を作り出す作業は大変ですけど、僕もすごく楽しくて、楽しみながらできていることも、認知度が上がってきたポイントなのかなと思います。やっぱり、楽しんでつくとお客さんにも楽しさが伝わるのではないかなと思います。

あともう一つ、弊社の大きな転機となったのは、SOUSOU さんとの出会いです。この出会いは、4 年前にお寺でのお茶会のお菓子を頼まりました。そのお茶会をプロデュースしておられたのが SOUSOU さんの若林社長でした。それからのご縁で SOUSOU さんの喫茶で毎月お菓子をつくっております。メロン、マンゴー、リンゴなどを使って欲しいと要望があります。京都の老舗の和菓子屋ではあまり使わない素材です。当初は驚きの連続でした。毎回とても刺激的で戸惑うことも多いですが、とても勉強になっています。柔軟な考えだったり、たくさんの引き出しができました。

SOUSOU さんは、昔の和柄をプリントしてきて使うのではなくて、現代の和柄をつくりたいというコンセプトでやっておられる会社です。デザインも手書きで書いておられる。一番びっくりしたことは、サンプルのお菓子を作ってみてもらうと、社長さんがそれを手で、ぐちゃっとして、これのほうがええちゃうのと言ってこられた。それ見てぼくは何すんの、と思ったんですけど、形を整えたらすごくいい形になったんで、この人はすごいなと思いました。弊社のパッケージデザインはあまり統一性がなかったので、デザイナーさんを探していました。SOUSOU さんのデザインはポップで可愛いのですが、日本の伝統の上にあるデザインで、四季を表しているものが多く、とても素敵でした。それで、お菓子のパッケージデザインを依頼することにしました。快く了解いただき、今ではパッケージのデザインはほとんどを手掛けてもらっています。

最初のコラボ商品が、宝ぼち袋という商品です。ぼち袋、普通は紙なんですけど、紙だとあと捨てるだけなんで、なんか少し使えるものがあるということと、伊勢木綿という手ぬぐいを使っています。伊勢の伝統産業で、その伊勢木綿店も廃業に迫りやられる寸前でしたけど、伝統的な昔からある柄も作りつつ、こういうポップな柄の手ぬぐいを作ったら売れて、今ではすごく忙しいら

しいんです。SOUSOU さんはそういう、プロジェクトを何件かかかえていられます。伝統産業を絶やさないようにするには、売れるものを売らなければ、職人を雇えないし、技術の伝承もできないし、そういうコンセプトでやっております。中には伝統的なお干菓子、和菓子を型押ししたものが入っています。

その他の商品としては、焼き小豆があります。このお菓子、百貨店からの依頼で、エコ商品を作って欲しいと言われました。でもエコ商品といわれて検討がつかなかったんで、なんやろ思ってたんですけど、SOUSOU さんの社長様に相談したところ、捨ててるものはありませんかということを知りました。そういえば、漉し餡を作る時に出る小豆の皮は捨ててますんで、何か使えるかと思いました。そして、ボーロの生地以小豆の皮を練りこんでつくった商品です。当初は一ヶ月限定で売る商品だったんですけど、思っていたより売れて、今では烏羽玉と並ぶ看板商品です。

Satomi Fujita、SOUSOU さんとのコラボなど、当初は社員の反対意見も多かったです。けっこう保守的な業界ですので、新しいことをするのはリスクもあるし、見慣れないものは拒否反応もあったんですけど、今ではお客さんに支持されることで、なくてはならない商品になっています。その他、チョコレートの専門店 Darik さんがあるんですけど、カカオの豆を自家焙煎して、つくるチョコレート屋さんはいらないらしいんですけど、カカオの殻が廃棄としてあるので、それを頂いて、焼きカカオという商品もあり、なかなかヒットしております。

このような新しい展開をしておりますが、10 年くらい前は伝統の重みを感じ、自分の代で潰してはならないと思い、伝統を守ることにこだわり、京菓子とはなんたるものかということを書いて、融通の利かない頭でした。でも、このような頭では売り上げも下がるなかで、でもどうしたらいいのか分からず焦っていました。そんなとき、老舗の会の新年会で泥酔し、タクシーを降りたときにこけて頭を強く打ってしまいました。救急車で運ばれ頭を縫われ、念のため頭の CT をとったところ、脳腫瘍が見つかりました。ちょっとびっくりしました。母も同じ病気で亡くしていたので、一気に死の恐怖にさいなまれ、どうしようどうしようとなっていたんですけど、珍しい病気で治療法も確立されておらず、インターネットで病気のことを調べていました。そこで、ふとお世話になっていた人から頂いた中村天風さんという方の本を思い出しました。それで、手術の前に天風会というものに参加しました。抗がん剤治療の際、この方の本を読

んでいました。退院後も熱心に天風会に通い、今までの考えを見つめ直し、生きる意味、これからどのように生きていくか答えを探していました。合宿で、もうこれからは大丈夫だと感じるようになり、それから回復に向かっていましたが、数ヶ月後、ふとしたことからバランスがとれなくなり、大丈夫だと思っていたものがマイナスになり、自分でコントロールできなくなったのです。天風会の先生に尋ねてもこれという解決方法が見つかりませんでした。困っていたとき、本屋さんで、相川圭子さんのヨガの本に出会いました。そこには求めていることがスラスラ書かれていました。この方は本物だと思い、講演会に行きました。この方に会って、過去の自分が嘘のようにこだわりがなくなっていました。不安や心配事も減り、直感が働き、楽に日々を送れるようになりました。自分が変わると周りの環境が変化し、良い縁に巡り会えたり、良い流れが生まれてきました。以前は大変なことが起こると長く落ち込んでいたけど、今は嫌だなと思う一方、神様が成長の場を与えてくれているんだと素直に思えるようになりました。自分の内面の変化により会社の流れも変わり、ここ数年の新しい取り組みに結びつきました。これからも私自身が成長していかなければと思います。

老舗のお菓子屋さんっていうのは、いくつかのお店を覗いて、10年間、20年間新商品を出さないとか、すごく堅い商売をしているところが多いんで、でもバブル崩壊後年々売り上げも減って、今や老舗の看板でやっていけるところは、少なくなってきました、時代の流れが、景気が傾いてるからと、言わずに自分自身から変えていかなければと思います。

質問 中村天風さんというのはどういう方ですか？

回答 明治生まれの人です。日本人で最初にヒマラヤでヨガの修行をした人です。経営者の方って中村天風の本を読んでもらう方が多いんですよ。本をもらって、そのときは読まなかったんですけど。

質問 家業である、和菓子屋を継ぐきっかけはなんですか？

回答 僕は和菓子屋の家に生まれたんで、三人兄弟なんですよ、姉と僕と下に弟がいます。今は姉も弟も違う仕事をしています。一時期は三人一緒に仕事をしていたときもありました。僕自身はあまり和菓子屋を継ごうとかは意識していなかった。大学も家を出たい一心で長野県の大学に行きましたし。でも、就職活動していると、僕はめんどくさがりで、家に家業があるんだから、家をやってから嫌やったら辞めようという軽い気持ちで家に帰りました。それからなんやかんや14年経ってますけど。子供の時は、あんまり仕事手伝ってなかったんですけど、やっていくうちにつれて、和菓子のおもぶかさとか、こういう文化が江戸時代に完成されて、こういうものに感銘をうけて、ああこういうものが昔ながらにあるんやなあと、この様な文化が知られずに滅びるのはもったいないと思ってこの仕事をやろうと思いました。でも、継がなければならないというプレッシャーも見えないものとしてありました。老舗であればあるほど、潰してはいけないというプレッシャーと戦ってる気がするんですよ、でも潰してはいけないということに主観がおかれると、なんのために仕事をしてるのかなという気持ちになります、店の雰囲気も悪くなりますし、やっぱり従業員と経営者の幸せ、そのへんが大事かなと思います。まあ先祖は続けることを最大の目標にしていなと思うんですよ。自分の子供に幸せになってもらいたいというのが一番にあると思うんで。そう思うと楽になって色んなことができるようになりました。

インターネット販売もあまりまだ力を入れてないので、固定のお客が多いんですけど、今は自社のネット販売に力を入れていけないのかなと思います。なぜかというと百貨店とかは何割か場所代を提供しなくてはならないので、やっぱり自社で売ったほうが経営的にはいいですね。

京都以外のお客さんが増えてますね。東京においては京都ブランドが絶大だと思います。インターネットのお客さんはほとんど京都以外です。伝統文化が残っているということで皆さん京都に憧れを持ってくださる。でも老舗の何代も続いているところも、自分の価値があまり分かっていないところがあると思い

ます。その手法が確立されてしまって、それを代々続けるだけになってしまうとワクワク感もなくなってしまって、代を続かせることに目的があって、プレッシャーから会社も暗くなってしまう。それではなんのために仕事をしてるのかと思うところがあったんで、時代に合わせてなんとかしていかなければならないというところがありますし、お菓子の面でいうと、昔は乳製品が流通していなかったけど、今は色んなものが流通している。SOUSOU さんとの取り組みについては、和菓子に今まで使われていなかった素材を使ってますね。その方が食べ慣れているものが美味しいということもありますんでね、そこらも時代に合わせて変えていかなければならぬと、変えないところは変えないですけど、和菓子の伝統的な技術をもとに新しい材料を使えばいいんじゃないかと思いますね。