



有限会社紀の国屋

代表取締役社長 曾我部 岩雄氏

「こだわりの銘菓」の店 東京のはずれから広がってきた



代表取締役社長 曾我部 岩雄氏

取材・構成 ● 西原 勝洋

経済評論家

三多摩というよりは、神奈川県北部も含めた武蔵野台地。そこに23店の販売網を展開して和菓子を製造・販売するのが有限会社紀の国屋だ。おそらくJR中央線の吉祥寺より東に住む人々は「紀の国屋なんて聞いたこともない」と言うだろう。しかし、立川、八王子、橋本、三鷹などの住民にとっては「こだわりの和菓子の名店」だ。創業の地は、東京の「はずれ」ともいえる立川市。戦後の創業だから、老舗でもない。それなのに「武蔵野台地の銘菓」の店として輝くのは、和菓子の創作（開発）への情熱と、製造過程での「こだわり」が、消費者の支持を集めているからだ。

ズブの素人が和菓子作り に乗り出す

羊羹といえど、日持ちする和菓子の代表格だ。餡を固める寒天の量によって練り羊羹、水羊羹の区別がある。寒天の代わりに小麦粉や葛粉を餡に混ぜて蒸し固めたのが蒸し羊羹だが、蒸し羊羹にもいろいろある。

紀の国屋の「上り羊羹」は、漉し餡に水と、少量の小麦粉を加えて、弱い蒸気で長時間蒸し上げてつくる。「上り」とは、将軍への献上を意味する。ものすごく柔らかい羊羹だ。

技術的に難しく、日持ちもしないため、「上り羊羹」をつくれる和菓子屋は日本中に数店しかない。後発の紀の国屋は工夫を重ねて、添加物なしで20日ほど持つ「上り羊羹」をつくり出した。

こうした和菓子の「開発」（創作と改良）を一手に引き受けてきたのが、2代目社長の曾我部岩雄氏（77）だ。とあって、岩雄氏は和菓子の職人として育ったわけではない。

創業者の曾我部熊吉氏も、和菓子と

は無縁だった。八百屋を営んでいた時に、和菓子職人と知り合いになった。その勧めで、甘味喫茶店を開き、1948年に和菓子の製造販売へと進んだ。

岩雄氏は早稲田大学商学部を出た。菓子メーカーに就職したのは「いずれは父の後を継ぐのだろうか」との思いが頭の隅にあつたからかもしれない。しかし、和菓子は食べるだけ、つくったことはなかった。

そんな岩雄氏が紀の国屋に入ったのは、店の売り上げが減り始め「このままでは……」の状態に陥つたからだだった。

紀の国屋に座つてみて、岩雄氏が驚いたことがある。

「アレ、和菓子製造業界では『商品開発』をしないのか」ということだった。

和菓子業界には 「商品開発」がなかった

和菓子職人が、修業時代から貯えてきた手持ちの技法と知識だけで、昔か

らあつた商品をつくる。それがすべてだった。

改めて和菓子の創業〇〇〇年の「名匠店舗」を覗くと、なるほどだ。〇〇〇年も変わらぬ商品を並べて、「伝統の技」を誇っているが、新作和菓子には、なかなかお目にかかれない。

私の飲み仲間にも、それなりに伝統がある和菓子店のオーナー兼職人がいた。彼が「売れない」とぼやくので、「この地名は誰でも知っているし、ここのシンボルの樹木も有名だ。それを活かして、新作」を」と私なりにアドバイスしたのだが、ダメだった。岩雄氏の話聞いて合点がいった。

近代的な菓子メーカーにいたからこそ「この業界には『商品開発』という概念からして存在しない」と思えたのだろう。

和菓子業界は、それなりに「出衆が上がつてしまった業界」であり、『商品開発』という概念はとっくに消滅していたのだ。

私の飲み仲間は、何代も続いた



旧本店

店舗兼住宅を大手食品スーパーに売却して、保養地に豪邸を建て引き込んだ。それも一つの幸せな人生に違いないが、日本の文化向上に資することではない。

それとは、まったく別の道歩んだのが紀の国屋の岩雄氏だ。

試行錯誤から生まれた「こだわり」

店にいる和菓子職人たちに新しい和菓子をつくらうという意気込みはまったくなかった。それどころか、既存の商品を改良しようという意欲すらも感じられなかった。

「自分でするしかない」

岩雄氏は「銘菓」とされる和菓子を買い求めてきては、じっくりと観察し、味わうことから始めた。

その結果、「有名な和菓子店はどこも、尊敬すべき技術を持っている」と悟った。

しかし、紀の国屋としては感心してばかりはいられない。

眺めては食べ、閃いたアイデアでつくってみて失敗し……それでも、試行錯誤を何年も続けられれば、さまざまなのが分かってくる。

「和菓子の基本は餡だが、それは練

り方により、微妙に違いが出る。練り方を変えることで、いろいろな表現ができる」

紀の国屋はある時から、全量を自家製餡に切り替えた。

「やはり、良い原材料を使わなくてはいけない」

漉し餡に使う小豆は北海道産、粒餡は大納言、黒糖は沖縄産から厳選する。水は武蔵野台地の地下水。100メートルの地下から汲み上げている。

「和菓子に限らず、売れる新商品には、漠然たる感覚ではあれ、そもそも潜在的な需要がある」

さらなる試行錯誤。「アイデアを100出して、売れる和菓子は1つあるか、どうかです」。

独自の道を歩んで、大手デパートやスーパーから出店依頼が

そうした苦闘の連続の中から誕生した代表作の1つが「おこじゆ」だ。原型は「どら焼き」だが、特徴は皮にある。小麦粉に黒糖と純粋はちみつを加えて、独特の手法で焼き上げる。

「おこじゆ」とは、奥多摩地域の方言で「3時のおやつ」のことだ。

「浅草の栗善哉を何とか大福にした

い」との一心で作り出したのが「あわ大福」だ。栗と餅を混ぜた生地の中に大納言の粒餡がたっぷり包まれている。

添加物をまったく使っていないので、製造した日のうちに食べなくてはならない。したがって宅配にも応じられない

が、これを食べようと本店を訪れるファンが少なくない。

売上げの面から言えば「相国最中」だ。

これには大納言餡と栗餡の2種類がある。

大納言餡に包み込まれているのが求肥だ。この相性がいい。

栗餡は大手亡豆（白いんげん）に刻んだ栗を混ぜ込んでいる。どちらも、普通の最中の倍ぐらいの大きさで、1つ180円だから割安感がある。

他所にはない餡子菓子が常時12種。そして季節限定の和菓子が9種ある。

岩雄氏は和菓子創作が軌道に乗る



あわ大福

と、支店を出した。初めは小平市の一橋学園駅前に自前で出した。が、それ以降はJRの駅に併設されたショッピング施設や、伊勢丹、東急、京王などデパート、イトーヨーカドーやマルイなど大型スーパーマーケットへの出店が増えた。

どれも頼み込んで出店したのではなく、誘われての出店であることが、岩雄氏の密かな誇りだ。

後継者は慶應大学院 理工学研究科を卒業

3代目は既に決まっている。岩雄氏の長男、吉弘専務（36）だ。

慶應義塾大学大学院理工学研究科を卒業して日本アイ・ビー・エムに4年間勤務して、2013年に紀の国屋に入社した。

「漠然と、いつか言われるかなとは

思っていました。社長から会社を継いでほしいという話があったため決断しました」という。

大型パソコン用のソフトを主軸とする企業のサラリーマンから、和菓子メーカーの経営者へ。職種も、社内の立場もまったく変わった。

しかし、異業種から来た後継者が「前の会社では……」式の我を張らずに、新たな産業文化を静かに注入していく

企業は、伸びる率が高いようだ。

吉弘専務は「これまで社長が独りで担ってきた商品開発部門の組織化」を大きな課題として挙げた。

そして「100年続く和菓子屋にしたい」と語った。

が、ちょっと待て。既に72年の歴史があるのだ。「200年は続く」の気が持つてもらいたい。

東南アジアでは、日本のスナック類・

駄菓子がたいへんな人気を集めている。東南アジアの所得水準がもう一段上がったなら、本格的な和菓子の輸出先になるかもしれない。日本の「名匠和菓子店」に、輸出に取り組める人材がいるだろうか。紀の国屋3代目ならできるとは言えないだろうか。

冒頭に「吉祥寺より東に住む人々は……」と述べたが、実は2002年3月には、新宿の京王百貨店のれん街にも出店している。都心の支店はまだここだけだが、「武蔵野台地だけ」の殻は既に破っているのだ。

和菓子ファンの一人として、紀の国屋が武蔵野台地の土台をしっかりと守りつつ、そこで開発した「こだわりの和菓子」が、日本中に広まることを期待したい。（にしはらかつひろ）

有限会社紀の国屋

- 代表取締役社長 曾我部 岩雄
- 創業 昭和23年
- 設立 昭和27年
- 資本金 710万円
- 社員数 260名
- 売上高 13億1500万円
- 事業内容 和菓子製造・販売
- 本社 東京都武蔵村山市三ツ藤1-93

■ 電話 042-560-3010
■ <http://www.wagashi-kinokuniya.co.jp>

きよぼし銀行 立川支店会員



おこじゅ



相国最中