株式会社梅林堂

京で菓子修業した久兵衛

お菓子は、今では“スイーツ”と言われ、生活には欠かせない食べ物ともなった。しかも、和菓子は茶道で抹茶を点てた時に添えられた古い歴史があり、茶の湯の広まりとともに京都周辺で和菓子の製造も発展してきた。茶会で大事な役割を担う和菓子は独自の文化を持ち、家庭で食する和菓子とはまた違った趣があり、“主菓子”とも言われる。今年で創業148年の歴史を刻む梅林堂の創業者、久兵衛も若い時に京の都に上り、その主菓子作りを修業して帰郷した。

生まれ育ったのは現在の熊谷市別府で、農家だった実家を継ぐ必要がなかったことから、早くにして菓子職人を目指して上方に上ったらしい。40歳を過ぎて修業を終えた久兵衛は、江戸時代末期の1864年（元治元年）に、実家から程近い中山道沿いの石原村（現在の本石町）の一角で商売を始める。６代目当主の栗原良太社長によると、「当時は菓子屋を興すと言うよりも、旅人相手に“あんころ餅”のようなものを売る茶屋を細々と始めたらしい」と話すが、時代が時代だったことを考えると、厳しい環境下での出発だったことは容易に察せられる。

和菓子には大きく二つの分け方があって、茶席に出す主菓子に対して団子や餅、赤飯で作る生菓子があり、久兵衛は主菓子の修業をしたものの、関東では京に比べて茶の世界が狭く、主菓子を作っても販路が狭いため、餡子で包むような生菓子作りに専念したようだ。

昭和初期ごろの店舗内

1890年（明治23年）に引退した後、家業を長男の寅吉に譲り、翌年には69歳で他界する。２代目を継いだ寅吉も菓子修業に出ており、東京の『凪月堂』で菓子作りを学んだ。

職人として優秀だった寅吉は、新しい菓子の開発にも貪欲で新作を次ぎから次へと世に出している。常時販売はしていないが、現在でも当社の記念日などのイベント時に製造する“荒川さざれ”という菓子は、寅吉が考案した商品。卵の白身だけを使い、砂糖と片栗粉で練った当時では高級菓子で、見た目は卵ボーロに似ているが、「明治の時代に材料をどのように調達していたのか分からない」と良太社長は話す。

２代目で事業規模が拡大

寅吉が家業を継いだころには、既に店構えも広くなり、製造する菓子の品数も増えてきた。当時製造していた菓子は、菊の形をした最中や小麦粉を使った甘い煎餅などだが、明治も末期になって製糸産業が隆盛するとともに主菓子も作るようになった。というのは、

熊谷周辺に製糸工場が多数立地し、関係者が接待に利用する料亭・料理屋も増加。これらの店では茶菓子を出したり、土産用として客に持たすのが慣例で、そのために桜餅などの生菓子も作るようになり、各店に納めるようになったという。料亭・料理屋に生菓子を納入する営業を一手に引き受けたのが寅吉で、多方面に販路を拡大して事業の規模を拡大させている。

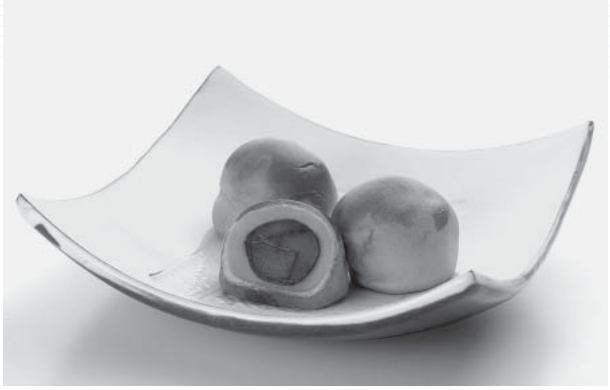
２代目寅吉は、大正の時代まで経営者として辣腕をふるい、菓子作りという事業を成長させて一代を築いた。３代目を継いだ徳太郎は、規模を維持するに留まり、またわずか４年の当主期間で47歳の若さで他界してしまう。しかし、幸いなことに２代目寅吉がまだ存命中で、徳太郎の亡き後の事業を一時的に引き継ぎ、４代目を継ぐ利一郎にバトンタッチする。

利一郎も２代目と同じ東京の『凪月堂』で修業を終えていたが、３代目の死去から２年後の２代目寅吉が他界した1927年（昭和２年）に、跡目を継ぎ経営に乗り出すことになる。わずか26歳の時だった。父と祖父を相次いで亡くした利一郎にとっては心細かったであろうが、根っからの負けず嫌いと豪放磊落な性格で苦難を乗り越え、さらに事業を発展させた。菓子作りの腕前以上に才覚を発揮したのが営業能力で、その努力を示すエピソードが残っている。

夕方、一日の仕事を終えた利一郎は、着物に白帯を締めた粋な格好で家を出る。行き先は料理屋で、一杯呑みに行くのだった。ほぼ

株式会社梅林堂略年表

- **1864年（元治元年）**　京で和菓子の修業を終えた久兵衛が現在の熊谷市石原で、旅人や近隣住民を相手に菓子の製造販売を始める
- **1858年（安政５年）**　２代目、寅吉誕生
- **1878年（明治11年）**　３代目、徳太郎誕生
- **1890年（明治23年）**　初代、久兵衛が商売を軌道に乗せて隠居。経営の全権を２代目当主を寅吉に譲る
- **1891年（明治24年）**　創業者、久兵衛死去。享年69歳
- **1901年（明治34年）**　４代目、利一郎誕生
- **1921年（大正10年）**　販路を広げ事業規模を拡大させた２代目、寅吉が引退。後を３代目の徳太郎に任せる
- **1925年（大正14年）**　３代目、徳太郎が47歳の働き盛りで急逝。２代目、寅吉が４代目、利一郎の後見役となる
- **1927年（昭和2年）**　２代目、寅吉が69歳で死去。４代目、利一郎が家業を引き継ぐ
- **1952年（昭和27年）**　株式会社として法人化する
- **1958年（昭和33年）**　熊谷市内中心部の本町に初めて出店する。
- **1965年（昭和40年）**　４代目、利一郎死去。享年64歳。５代目、儀一が社長に就任し、深谷店の出店を機に多店舗展開に乗り出す
- **1966年（昭和41年）**　本庄店出店
- **1968年（昭和43年）**　熊谷駅前店出店
- **1969年（昭和44年）**　キンカ堂店と行田店を同時にオープン
- **1976年（昭和51年）**　鴻巣店出店。以後、定期的に出店を続け、儀一の代で店舗数が16カ所を超す
- **1993年（平成５年）**　儀一、社長職を６代目良太に譲り隠居。
- **1995年（平成７年）**　この年、桶川店・上尾店・伊勢崎店を一挙にオープンさせ、出店攻勢をさらに強める
- **2011年（平成23年）**　年内に新設店舗を開設予定



こだわりの自家製餡で作った「渋川栗」

毎晩のことで、料理屋も一カ所に止まらず、はしご酒が常。周囲では『馴染みの仲居でもいるのだろうか』と噂のしていたが、何のことはない。事実は菓子を納めている得意先回りで、夜は夜で代金を払って酒を呑むことで日頃の恩を返す、顧客のアフターケアに余念がなかったのである。利一郎は、２代目が築いた料亭・料理屋への納入基盤を必死に守っていたわけで、文字通り“セブンイレブン”的に朝から夜遅くまで働き詰めだった。

話はそれるが、熊谷の和菓子の代表格と言えば“五家宝”が有名で、川越の芋菓子と草加の煎餅と並んで埼玉の三大銘菓の一つだが、五家宝の誕生経緯には諸説あり、そのうちの一説として茨城県の水戸で作られた菓子との言い伝えもある。その伝承の一つに『吉原殿中』という菓子があり、文政年間（1818～1829）に水野源肋という武士が水戸藩から忍藩に移り、成田用水の水役人を務めていたが、後に武士を捨てて故郷に戻り吉原殿中を参考にして五家宝を作ったという説がある。水野源肋はその菓子を中山道沿いの茶店で売り出して『水戸屋』を創業したが、利一郎は当時の水戸屋主人の先代と仲が良かったという。残念ながら水戸屋はその後廃業してしまった。

戦時中も３カ月の休業だけ

利一郎は交友関係が広く営業力に長けていたため、菓子を製造する専用の工場を所有するほどまでに家業は成長した。菓子作りの職人も多く抱えるようになり、そのうちの何人かには暖簾分けをしている。吹上や鴻巣などに暖簾分けされた職人が店を構えて和菓子を製造販売した。本家の梅林堂は、創業地の石原村から離れず、同じ場所で商売を続けていた。やがて、利一郎が40歳代になると太平洋戦争が悪化し、多くの会社が事業継続を断念する中で、利一郎は菓子には絶対不可欠な砂糖を調達して製造を続けている。物資不足で砂糖は貴重だったにもかかわらず、どうして調達できたのだろうか。

良太社長は、その秘密をこう漏らす。「戦時中ではあったが、利一郎は交友関係を生かし、砂糖をうまく調達していた」と。それでも、事業継続の危機は訪れた。５代目を継ぐ長男儀一が出兵していた1945年（昭和20年）８月の熊谷大空襲だ。その空襲で創業地の自宅から工場まで焼かれ、とうとう休業に追い込まれている。良太社長によると、「家に残る代々の家宝や遺品などすべて焼失したそうで、先祖代々の遺影を持って逃げるのが精いっぱいだったと聞いている」と言う。

終戦とともに急いで資材を集めると、店舗を建てて商売を開始したそうで、その時は父

の儀一も復員して祖父と二人で再建した。良太社長は「もし、空襲が戦争の終わる直前でなくもっと早い時期だったら、あるいは父が復員していなかったなら、商売の再開まで1年や2年という長い期間がかかっただろう。二人が揃っていたから短期間で復活できたと思う」と話す。休業期間が短く、しかも親子揃っていたことが幸運だったようだ。

とは言っても、事業再開は終戦直後の混乱期。菓子の材料調達には大きな困難を伴ったことであろうし、ましてや人々はその日の食べ物にも困窮している状況で、菓子を食べるという余裕もなかったはずだ。やはり、4代目利一郎の才覚がこの苦境下でもいかんなく発揮されたようで、戦後わずか7年で梅林堂を株式会社として法人化させている。同時に長男の儀一に5代目を継がせ経営権を委譲、当人は後見役となって5代目を支援する。

儀一は、戦時中であったことから菓子修業には出られなかったが、懸命に菓子作りの現場に立っては昔から製造している菊の最中や、寅吉が考案した荒川さざれを製造。このほかにも大福から桜餅、草餅あるいは熊谷八景という煎餅まで作っては販売していた。

当時の菓子作りは、餡から餅まですべて手作りで、商売が軌道に乗り出したある日、儀一は利一郎に提案をした。「機械を買って作りたい」と言うと、「機械では味が落ちる」と利一郎は即座に反対した。手作りの菓子作りにこだわっていたのである。結局は買っては貰えず、多店舗化とともに生産量が伸び、やむを得ず機械が導入されたのはずっと後年のことになる。

パイの生地も自社で製造している「武州路」

個人向け販売に軸足移す

一方で商売繁盛の原動力となったのは、利一郎が蓄積してきた得意先の存在だった。引き続き料亭・料理屋を中心に法人営業を展開していった結果、戦後生まれの世代が結婚適齢期を迎え、こうした店で見合いの席や結納などの祝いの席が開かれるようになり、引き出物として生菓子が置かれるようになった。

接待用の宴席でも相変わらず生菓子が出されるなど需要は堅調で、振り返ると梅林堂にとって料亭・料理屋との関係は長い歴史を刻んでいることになる。明治末期に製糸産業の工場関係者が利用し始めてから、大正・昭和時代には軍事産業の関係者が加わり、そして戦後は紙パルプ産業の関係者と、梅林堂と料亭・料理屋との関係は縁が切れず、事業を支える大事なパートナーであり続けていた。

その蜜月な関係に変化が起きるのは、多店舗展開に乗り出してからのことで、その兆しは1958年（昭和33年）大露地店の出店から現

熊谷市箱田の本社工場

れる。それまで製造販売する店舗は創業地の石原村だけだったが、良太社長によると「先代たちは、熊谷市内の中心部に店を構えるのが長年の夢だったらしく、それを実現した」と話すが、創業後初めての出店を機に法人向けと個人向けの売り上げ比率に変化が出てきたのである。何故なら、大露地店は個人向け店舗として開店させたからで、法人向け販売から個人向け販売にシフト変更した“転換店”となったからだ。

卸はせず小売り特化の経営

販路の軸足が法人から個人に移っても、大きな変化を見せなかったものがある。それは、卸を手掛けなかったことで、現在でも自社で製造した製品は、ほとんどゼロに近いほど他の小売店に卸していない。問屋に卸して自社の菓子を全国に販売すれば、さらに一層の飛躍が期待できると思うのだが、４代目の方針で法人向けから個人向けにシフト変更しても卸は絶対にしなかった。理由は単純明快だ。「販売手数料を抜かれて利が薄くなる。自分の店で売るのが一番だと」言うのが、利一郎の経営哲学だったのである。

卸の兼業はしなかったものの、経営方針においては時代に応じて若干の変更はあった。約150年の歴史があれば当然のことで、過去を振り返るとまず初代、久兵衛の時代では店売り一筋、２代目寅吉の時代になると小売りとともに料亭・料理屋への納入、つまりチャネルを広げた結果としての二軸経営への変更だ。この経営方針は４代目の前半まで続くが、後半になると小売り一筋へと原点回帰し、現在もその流れが続いている。そうした流れの中で、５代目を継いだ儀一の時代から多店舗展開に乗り出した。1965年（昭和40年）に深谷店を出店したのを機に、翌年には本庄店と続き、その後も熊谷駅前店、キンカ堂店、行田店など県内を中心に一代で16店舗を開店している。

出店攻勢は1993年（平成５年）に社長を継承した６代目の良太になってからも続き、今年３月時点では東京と群馬を含めて35店舗に達した。しかし、多店舗展開は良太社長が40歳代半ばまでに休止している。「この７－８年は店舗数を増やしていなかった。何を求めて店の数を増やしてきたのか、ふと疑問に思ったからだ」と話す。直営の販売店を増やすことで販売量も増えるのは当然だが、「規模を拡大することで本当にそれで良いのか。お客様が商品を買って、食べて喜んでもらえる物を作っているのかとの疑問を感じ、一度立ち止まってみることにした」と振り返る。

そもそも菓子に限らず、製造業にとって最

重要な課題は品質そのものだ。梅林堂ではその品質、つまり美味しい菓子作り追求して長い歴史を刻んできた結果、自家製の“餡”にこだわり、全国の菓子製造業の多くが他社で製造した“餡”を仕入れている状況の中で、現在なおかつ自家製餡で和菓子から洋菓子を作っている。この自家製餡のこだわり思想は、創業時から既に確立されていたそうで、一から餡を手作りして菓子を製造するという考えが２代目に引き継がれ、そして残された。

時代の変化に柔軟対応

自家製餡で製造した菓子の種類は現在、季節あるいはイベントなどに応じて商品を入れ替え、常時約100種類以上を販売している。和菓子だけでなく昭和時代の半ばから洋風志向に応じて洋菓子も製造するようになり、最近は和洋折衷の菓子も多くなってきた。創業間もない頃の菓子を復活製造する一方で、常に新しい菓子の開発にも余念がない。ただ、自家製餡へのこだわりほど、これまでに開発してきた菓子には執着しないと良太社長。「２代目が考案した荒川さざれといった菓子も、注文があれば作って売るが、普段は製造していない。その菓子に歴史があっても開発当時ほどの価値がなくなっているから」だと説明する。

補足すると、熊谷は宿場町で城下町ではなく歴史と文化の中心ではない。京都の菓子と比べ歴史のある地域ではナショナルブランドとして、その価値が認められる。埼玉では京

事業継続の秘訣は「一業専心、一業一品」と話す
６代目の栗原良太社長

都ほどの価値がないことから販売しても同じようには売れないのが現状だと言うのである。と言うことは必然的に、その時代の人々の嗜好にあった菓子作りが求められるわけで、京都の老舗の菓子と別次元に考える必要があると言うのだ。

時代の変化への対応こそが肝要と言うのが良太社長の菓子作りのこだわりで、品質に対するこだわりも、また違った角度で考えている。「菓子の何を持って高品質と言うのか。１個50円の品と500円の品では、単純にコストを多額に掛けた500円の方が高品質の商品と言えるかもしれないが、味の良し悪しは人によって千差万別。時代とともに味覚も変わり、コストを掛けた菓子が必ずしも高品質とは言い切れない面もある」と話す。

だからと言って、コストを掛けた高品質商品の開発を放棄しているわけではない。自家製餡に限らず、例えば“武州路”というパイまんじゅうでも、パイの生地を仕入れずにこれも自社で製造し、梅酒味のゼリー菓子も、わざわざ梅を仕入れて漬けこんでいるほど。材料費や製造過程のコスト高を招く要因とな

本社に隣接する店舗＝熊谷市箱田

るが、「自社の味を作るためには手間暇かけて出来ることはすべてやるのもこだわりの一つ」と話す。

時代とともに変化する菓子の味覚。梅林堂では臨機応変に対応することで、消費者の支持を獲得し競争に生き残ってきたが、そこには“老舗”という優位な立場は存在しなかったと言う。「お客にとって老舗菓子屋だからといって購入する動機にはならない。信頼感はあるだろうが、当社は京都みたいな歴史のある町とか観光地で生きてきた菓子屋とは根本的に違う。美味しくなければ買っては頂けず、むしろ老舗そのものが足かせになるというか邪魔になることもあり、経営に攻撃的になれず守りに入ってしまうので意識しないようにしている」と良太社長。

継続の秘訣は“一業専心”

それでも150年近く事業を継続できたのは、「代々の一人一人が“一業専心”あるいは“一業一品”と心に定めて人のため、お客様に喜んでもらうために、と前に進むことを意識してきたからではないか」と分析する。菓子屋だからこそ一業専心が貫けて事業を継続できたとも受け取れる言葉だが、一業一品でも丸い菓子を三角、四角にするという変化も可能で、オリジナリティーの製品も自由に開発できる。その事がこの数年、多店舗展開を中断し突き当たった疑問を解消。年内には新店を開設する予定で、今後も店舗拡大を検討している。こうした積極姿勢は、米国リーマン・ショックで落ち込んだ売り上げが回復したことからで、「何が悪かったのか、今後何が必要なのかを一度立ち止まって見直した結果、昨年の春ごろから前年の売り上げに追いつくようになった」と話す。

こだわりを持つところは持ち、時代の変化に臨機応変に対応する柔軟なこだわりのなさ、そして常に過去の失敗を見直し、美味しい菓子を作り続ける梅林堂。この精神・姿勢こそが事業継続の秘訣のようだが、次世代へと引き継ぐ立場の目標としては「多くのお客様に２週間に１度は買ってもらえるような、日常生活に溶け込んだ地域の菓子屋を目指していく」と実に謙虚だ。（文中敬称略）

会社概要

社名	株式会社梅林堂
所在地	熊谷市箱田6-6-15
TEL	048-521-4651
FAX	048-523-5766
創業	1864年（元治元年）
資本金	1,600万円
従業員	400人
事業内容	和洋菓子製造販売
店舗	埼玉、群馬、東京の１都２県に35店舗