

京都『亀屋良長』の 愛と幸せを届けるお菓子づくり

豆・豆料理探検家 五木のどか

● 代々受け継ぐ菓子づくり

1803（享和3）年、京都・四条醒ヶ井さめが いに創業者、文平氏が『京菓子司 亀屋良長』の暖簾を掲げた。江戸時代に始まり明治・大正・昭和・平成・令和と220年以上、この地で京菓子をつくり続けてきた。現在は八代目店主の良和さん（1973年・京都生まれ）が職人を束ね、経営の指揮を執っている。

従業員数56名、100種類ほどのお菓子をつくり、季節によって販売商品が少しずつ変わる。本店内に『亀屋良長』を含む3つのブランドを展開。『Satomi Fujita by KAMEYA YOSHINAGA』は、フランスでシェフパティシエを務めた藤田怜美さんとのコラボレーションブランド。亀屋良長で修業して開花した「和洋の粹にとらわれない自由なお菓子」がコンセプト。『吉村和菓子店』は、身体にやさしい素材にこだわってつくる京菓子のブランド。八代目夫人の由依さんが店主を務めている。

取材は本店の応接室で、吉村社長が対応してくださった。和菓子教室を開催する隣の部屋との間仕切りガラス壁一面に、歴代の菓子木型がずらりと展示されている。江戸時代から代々和菓子づくりに取り組んだ職人さんたちの魂が、守り神となってそこに宿っているように感じた。



八代目 吉村良和社長



文政十年、嘉永元年など江戸時代からの木型が残る

●累計86万枚を売る「スライスようかん」●

最初に亀屋良長のお菓子を知ったのは、百貨店のお土産売場。目に飛び込んできた愛らしい包装紙の豆せんべい「一陽来福」。そら豆・青えんどう・黒大豆の3種類がそれぞれ、豆のサヤのような素朴な形のせんべいに焼き込まれている。ほんのり甘く豆率の高いせんべいだ。

画期的な新商品「スライスようかん」が発売されたのは2018年9月のこと。現社長の奥さま・由依子さんが「羊羹を何とか手軽に食べやすくしたい」と考え続け、スライスチーズをヒントにひらめいたアイデア商品だ。一目で食べ方がわかるトースト画のパッケージも、ヒットの由縁であろう。

購入後、自宅でぐつぐつ波打つ「ようかんで作るあんトースト」を目指し、2回、3回と焼き時間を変え、見た目にもおいしい焼き上がりを模索した。食べる前からワクワク楽しませてくれる参加型の商品だ。

小倉バター味に加え、1枚で小倉味と半々に2味が楽しめる季節限定品も登場。焼き芋味・カカオ味・いちご味・パッションフルーツ味が加わり、著しく売上枚数を伸ばした。発売から7年、スライスようかんは2025年12月末迄に累計86万枚を売り上げるメガヒット商品となっている。同時にスライスようかんは、1803年創業の京の老舗・亀屋良長の名を全国に浸透させた。



バレンタイン時期のスライスようかん・カカオ味 2枚入・648円

●創業220有余年、「烏羽玉」「醒ヶ井水」とともに●

亀屋良長の創業時より220年以上受け継がれる看板商品「烏羽玉」は、こし餡と波照間島の黒糖でつくった餡玉うばたまを寒天で包み、ケシの実を飾った上品な味わいのお菓子。ほおずきや金柑ほどの小ぶりの餡玉は京都の人に代々親しまれてきた。今や京の伝統菓子となり、「うば玉」「烏羽玉」「老玉」などの

菓名で多くの和菓子屋さんがつくられている。

京都・四条堀川の交差点から1本東の筋に「醒ヶ井通」という細い道がある。四条通に面した亀屋良長は、創業者の文平氏が1803年に良い水を求め四条醒ヶ井の地に店を構えた。さかのぼること平安時代に、六条堀川の源氏の館に、のちに「京の三名水」とうたわれた「左女牛井」の井戸があった。左女牛井は、亀屋良長で和菓子づくりに重用する醒ヶ井水と同じ水脈にあったと聞く。

「およそ60年前、鉄道の地下工事で一度は水が枯れてしまいました。しかし、30年ほど前、自社ビル建設時に地下80メートルまで深く掘ったことでよみがえり、それから潤沢な水が出ています」とのこと。豆を洗い、餡を焼き、菓子を蒸し、寒天を煮溶かし葛を溶く。食材をあつかう職人たちの手も清める醒ヶ井水。亀屋良長の和菓子づくりに欠かせない材料の一つである。

店舗西側で提供される「醒ヶ井水」、北陸新幹線延伸ルートにかかり水脈が絶たれることが懸念されている



看板商品の「烏羽玉」6個入・540円

● 製造の現場へ

烏羽玉とスライスようかんの製造現場を見学。白い製造服のスタッフさんが12～13名、包装室に3～4名。ベテラン職人さんと若手が同じ空間で一緒に働く。その日は4～5種類ほどが同時進行でつくられていた。

烏羽玉班は4人がかり。1人は包餡機が丸めた餡玉を、取り板に1個ずつ整然と並べ、寒天液に渡す。寒天液がたぎる銅鍋の両側で、1人が左手で餡玉3つを網に置くと、もう1人は寒天液をお玉ですくってかけ、網に置いた人の右手が餡玉を取り板に並べる。餅つきの搗く人と、間の手を入れる人のように、見事に息が合っている。その隣では烏羽玉150個を6個入りケースに並べる人の手が、目にも止まらぬ速さで動く。調理用手袋の先が開いた右手の人差し指と中指で、ケシの実を付ける。



烏羽玉の製造



絶妙にスライスする

奥では季節限定のスライスようかん カカオがカットされていた。2層2味を合わせた羊羹の塊、両側に細長く平べったい鉄板を置き、両手に持った針金をスライドさせ切っていく。「2.5ミリと5ミリ、厚さの異なる板を交互に置いてスライスします。和菓子では昔からある手法です」と聞くも、手品でも見ているようで、あまりの速さに目が追いつかない。仕組みを理解できぬまま、塊は10枚ほどにスライスされた。

機械カットの自動包装では？ と訊ねた。「機械化しようとしたことはあるのですが、羊羹は粘りがあるため機械では切れませんでした」との答え。機械カットの麺と手切りの麺に違いがあるように、機械スライスと人の手がスライスした羊羹も、味わいに違いがあるはずだ。

● インドヨガの相川圭子さんとの出逢い ●

菓子屋になることを切望するでもなく24歳で家業に入った良和さん。パブル崩壊直前に完成した鉄筋コンクリート5階建の自社ビルの借金を知る。老舗和菓子店の売上は年々下がり続け、30代は会社を守ること、伝統を守ることの重圧がストレスとしてのしかかっていた。

そんな日々の中、不注意から頭部に流血するケガを負い、脳に腫瘍があると発覚。8時間に及ぶ開頭手術〜リハビリ期間を経て、半年後に社業に復帰。

放射線治療、抗がん剤治療、投薬治療、健康食品摂取、中国整体、坐禅、ヨガ…。良いと思うものを次から次に試していった。そして、ヒマラヤ大聖者・ヨガマタ相川圭子さんの説く、ヒマラヤ秘教に基づく瞑想とヨガを知る。

「相川先生に師事できたことが大きな転期となり、瞑想をすることで、自分が変わっていくのが分かりました」。苛立ちや不安が消え、雑念は去り、感覚が研ぎ澄まされ、生きることの意味が見えてきた。仕事への向き合い方が変

わり、人様への接し方や家族との関わりが好転した。同時に、お菓子の見方も変わった。「自分の中の無邪気な面が、音楽を奏でるようにお菓子にも表現でき、お菓子を手にしてくださる方の幸せを思うことが菓子づくりの根っこになりました」。



現場に入ると職人の顔になる吉村社長

● テキスタイルブランド『SOU・SOU』との出逢い

同時期に、もう一つの出会いがあった。2010年頃、妙心寺のお茶会で紹介されたのが『SOU・SOU』創業者の若林剛之さん。SOU・SOUとは「新しい日本文化の創造」をコンセプトにする京都発のテキスタイルブランドである。

お寺さんから、若林さんプロデュースでお茶会のお菓子を依頼された。難題を叶えることで刺激を受け、和菓子の縛りが外れていった。2011年～16年には、SOU・SOUデザインの手拭い柄から連想する生菓子を創案した。24節気、京都こども歳時期、野菜ごよみなど年ごとにテーマが変わる。月に一つ、丸6年続いた創作和菓子。のちに編纂された単行本は、6年分の写真日記のよう。「こうして本になると感慨深いです」と、吉村社長は添えられた。



創作和菓子72点中、左から「ねぎ味噌山椒で黄金のトリオ」、「からまる蕪に旬のえんどう」、「メロンが香ったかたつむり」※写真提供 SOU・SOU

SOU・SOUコラボの創作和菓子企画と並行して、自社のブランディングも進めた。イメージカラーを決め、まとまりのないデザインを統一し、ブランドイメージをかためた。SOU・SOUデザイナーの脇阪克二さん（1944年・京都生まれ）の描く空気感を商品に反映した。脇阪さんはフィンランドの『マリメッコ』で日本人初のデザイナーとして活躍した現役のデザイナーである。

豆せんべい 一陽来福のパッケージや、小豆の煮汁ときな粉を使う「あづき餅」、小豆の皮を活用する「焼きあづき」など、亀屋良長×SOU・SOUの世界観は、現代の京都コラボによって育まれたものだった。



豆せんべい 一陽来福 6枚入・756円



あづき餅 270円、5個箱入は1,566円

● アップサイクルのお菓子

亀屋良長で使われる豆と産地、使用量を表にまとめた。北海道産の小豆や手芒豆を主に、丹波大納言・北海道産の白小豆と続く。お菓子によって黒大豆・青えんどう・そら豆なども使われている。

亀屋良長における豆の年間使用量／2025年

北海道小豆	6,222kg
北海道手芒豆	3,180kg
丹波大納言	750kg
北海道白小豆	348kg

これらの豆から日々産出される煮汁や豆の皮。亀屋良長の取り組みの一つとして、捨てられるはずの小豆の皮や煮汁を起用したお菓子に惹かれている。

◎「焼き鳳瑞〈あづき茶〉/3個・400円」は、小豆の煮汁を活用した軽い食感の焼き菓子。舌の上で溶けていくお菓子に、ゆず皮や苺の存在感をかもす。

- ◎「焼きあづき／8個入・756円」は、こしあんの副産物をぼうろ生地に混ぜて焼き上げたお菓子。ザクザク広がる甘さと小豆香があとを引くおいしさ。
 - ◎「豆かわビスケ／10枚入・648円」は、三角形の薄型ビスケット。ざくっと噛むほどにやさしい甘さを感じる。
- 副産物を活用したとは言え、いずれも凝った趣向が感じられる嗜好品である。



左：あづき茶、右上：焼きあづき、右下：豆かわビスケ

●「こだわりを捨てなさい」守るものと変えていくもの

和菓子屋に勤めて10年で一人前、と言われた時代もあった。情報があふれ時短が重視される昨今、スタッフの入れ替わりについても訊ねてみた。

「勤続50年のスタッフが80代となり先般、退職しました。この10年で独立した人は10人以上います。藤田玲美さんも、その一人です」「社内に和菓子部を設け、若いスタッフもアイデアを発表できる場をつくっています」。製造現場撮影中も職人・吉村社長に話しかけ、判断を仰ぐスタッフさんたち。

「それは和菓子ではない。和菓子屋は、こうあるべき」かつて吉村社長の中に根強くあった感覚は変わった。相川先生に言われた「こだわりを捨てなさい」の意味が、ようやく腑に落ちてきた感がある。

お得意先の特注による誂え菓子に加え、お寺・神社・百貨店、各種イベント等のコラボなど、様々もたらされる案件を柔軟に受け留め、最善を尽くした先に会社とスタッフの成長がある。コロナ禍に4割にまで落ち込んだ売上は、ネット販売や老舗菓子屋「山水會」メンバーとの詰め合わせ商品販売などで回復し、現在はコロナ禍前の1.8倍まで伸びている。



上賀茂神社に残る、1582年3月 織田信長に贈られた南蛮餅を再現。
 なんばん餅 4個入・700円

●愛から始まる和菓子づくり

吉村社長のお話には、困難を困難ととらえず発想のタネとして向き合われる印象を受けた。「新たに持ち込まれる案件は、相手を信用することから始まります。疑いは距離感を生むだけ。全面的に信頼し合って取り組んでいけば、互いの力以上の成果が発揮されます」。「失敗するのも自分の選択。しゃーないかと力を抜いて、次の案件に向かいます」。

「相川先生に師事し、瞑想をするようになり直感力が磨かれました。他社さんとの関わりに於いて判断基準は利己主義ではなく、そこに愛があるかどうか」。「お客様の想いをカタチにして喜んでいただくのが上菓子屋の始まりの姿。先祖代々受け継いできたのは、人様を幸せにしたいという想いにほかなりません」。

京都に220年の暖簾は、今日もやわらかにそよいでいる。

亀屋良長 京都市下京区柏屋町17番、19番合地 TEL 075-221-0005

<https://kameya-yoshinaga.com>

※文中の表示価格はすべて消費税込、2026年1月現在の価格です。



亀屋良長店舗