



# 山陰堂

真摯に和菓子をつくり続け  
ここでしか買えない味を守る

プロフィール	
社名	株式会社山陰堂
住所	山口県山口市市中町6-15
電話	083-923-3110
代表者	竹原雅郎 代表取締役
創業	1883 (明治16) 年
従業員	35名



▲「古都」の老舗らしい堂々とした店構えが目を引き



▲山陰堂の店内。このほかに直営の支店が県内に4店舗ある ▲店内に置かれている、大正時代に使われていた石臼 ▲昭和初期の店舗、当時からこの奥で和菓子製造していた

## 妻の考案した菓子が名物に

京都を模したまち並みから、室町時代には「西の京」と呼ばれ栄えていた山口市。このまちに山陰堂はある。創業は明治16(1883)年、当時から店の名物としてつくり続けている「名菓舌鼓」は、昔も今もすべて手づくりだ。創業者の竹原彌太郎は、津和野藩(現在の島根県津和野町)の食客として代々暮らしてきたという。

「もともと今の広島県竹原市の武家でしたが、戦国時代に戦に敗れて津和野に逃げてきたそうです。そして武士の時代が終わり、彌太郎は妻のマツと山口に出てきて、菓子屋を始めました」と、七代目社長の竹原雅郎さんは言う。社長としては七代目だが、兄弟が継いだりしているため、初代から数え

ると、世代的には四代目に当たる。

「山口は山陽ですが、山陰の津和野から来たので店名を山陰堂としたようです。店の前の商店街も以前は街道で、通りを中心にまちが栄えていました。しかし彌太郎はもともと武士ですから、菓子などつくりたくない。一方で妻のマツには茶の心得があり、茶席の菓子を自分でつくっていました。そこでマツが新たな菓子と考案。それがうちを代表する菓子となったんです」

求肥と白あんで作られるお菓子は「舌鼓」と名付けられた。大正に入って、地元山口市出身の寺内正毅総理大臣がこの地を訪れた際にこの舌鼓を食べたところ、その味をいたく気に入り、名前に「名菓」を加えたいと言ったことから「名菓舌鼓」となった。「総理大臣に言われたものの、実

が入ってくるようになるまでは休業を続けました。その間は大変苦しかったと聞いています」

## 当主は営業と経営に専念する

七代目の竹原さんは広島大学の卒業後、そのまま広島で就職。平成10年に戻ってきて、父が六代目を継いでいた店の家業を手伝うようになる。そして23年、社長を継ぐこととなった。

「七代目は私でなくても従兄弟なら誰でもよかった。私自身もほかの誰かに継いでもらいたかったのですが、手を挙げる人がいない。まあ、私は子どもころから店で父の姿を見ていたので、流れからして次は自分かな、とは思っていましたけどね」と竹原さんは笑う。

山陰堂では、代々の社長はすべて経営者。和菓子をつくる職人は別にいる。

「とはいえ、六代目の社長は工場ですりくりをかじっているの、職人と対等に話もできます。私も工場の手伝いをしてきました。その上で当主が営業や会社経営に専念してきたからこそ、店がここまで大きくなったのだと思います」

竹原さんは、先代が残してきた



「名菓舌鼓」は、昔ながらの製法を守り、すべて手づくり



▲七代目社長の竹原雅郎さんは山口商工会議所の常議員も務めている。「四代目が商工会議所の設立に協力したこともあり、遺言として“商工会議所の頼みは絶対に聞け”と。以来、議員を代々務めさせていただいています」

▲四代目が開発した携帯しるこ「母の袖」。お湯を注ぐとお汁粉になる。母のマツさんをしんのてつくったという

はしぶしぶ付けたようです。三代目はそこまでの菓子と違っておらず、名菓と名乗るはおこがましいと。なので、名前は名菓舌鼓ですが、包み紙などには名菓の字を小さい字で入れています」

## 駅での販売が大当たり

店が大きく発展したのは、昭和に入って四代目が後を継いでから

だった。四代目は東大を出て銀行に入り、コロンビア大学に留学していたこともあったという。「四代目は私の祖父に当たります。ほかに店を継ぐ人がいないから戻ってこいと言われ、東京から戻ってきたそうです。戻ってきてからは、あれもしようこれもしようとして次々とアイデアを出し、新しいことを始めていきました」

一番の転機は、山口駅で和菓子売り始めたことだった。当時、駅では駅弁とお茶くらいしか売られていないことに目を付け、四代目は駅に掛け合い、列車が駅のホームに着くと、駅弁と同じスタイルで乗客にみやげ物として和菓子を売り始めた。「これで売り上げがぐんと伸びました。また、名菓舌鼓が山口市の銘菓として知られるようにもなりました」

戦時中は物資不足のために休業を余儀なくされた。しかし、戦後から数年たつて店を再開した。「再開に時間がかかったのは、正規に仕入れた材料以外は使わないと決めていたからです。終戦直後は闇市の材料を使ってつくるのが当たり前前でしたが、それはやらないと。なので、正規のルートで材料

ものを、これからいかに工夫して広めていくか」。これに重点を置いていたという。

「お菓子はすでに数多くあるので、新商品はつくりません。新しいことも始めません。例えば、ネット販売などを始めてそのコストを価格に転嫁してはお客さまに申し訳ない。これからも地元のお客さまを大切に、観光客の方々にもお土産としてお買い求めいただけたいと思っています」

来年は明治維新150周年、かつての長州藩・山口県にも数多くの観光客が訪れるだろう。そして帰途に就く日には、その手に山陰堂の名菓舌鼓があるかもしれない。

## 山陰堂の強さの秘密

- 一、先代がつくりあげてきた菓子の製法を守ってきたこと
- 二、欲を出さずに真面目に菓子づくりに取り組んできたこと
- 三、当主の役割と職人の役割をうまく分ける経営理念