

東北 VALUE SIGHT 山形



乃し梅本舗 佐藤屋 八代目
佐藤慎太郎 (さとう・しんたろう)

1979年、山形市十日町生まれ。
山形東高校卒業後、誰も自分を知らない土地に行きたいと鳥取大学に進学。卒業後、京都で茶道各流派家元に入入りする「末富」にて5年間修業。2007年末、山形に戻り和菓子工場勤務を経て現在常務取締役。
株式会社 佐藤松兵衛商店
〒990-0031 山形市十日町三丁目10-36
TEL 023-622-3108・FAX 023-642-4804
<http://satoya-matsubei.com>

創業から190年。代々続く老舗にあって、八代目の慎太郎氏は「老舗とは何か？」を切り口に、地元山形に貢献するべく日夜奮闘している。自らの信念のもと、地元産にこだわった素材選びからソーシャルメディアを活用した情報発信まで、まさに“進化する老舗”を地で行くその取り組みに注目した。

伝統が全てではない。地域に愛され、必要とされる仕事をしてこそその老舗

「佐藤屋で、ど〜ぞ〜」のCMをご存知だろうか？このCMの店こそ、銘菓「乃し梅」の元祖として、私まで八代190年の歴史を紡ぐ「乃し梅本舗 佐藤屋」である。

元来、紅花の色素抽出に使われた梅が多く栽培されていた山形において、最上家の御典医であった家が伝えていた秘薬を菓子として完成させたものが「乃し梅」である。その成立までには、素材・製法に試行錯誤をした記録が当家に残り、その苦勞がしのばれる。そして完成したこの菓子は抜群の日保ちを誇り、一時期大陸まで輸出され、今も日本中で広くご愛顧を頂いている。

「老舗とは何か？」を考えて

老舗とは「仕事を似せる」からきていると聞く。確かに、伝統の銘菓となった「乃し梅」は代々佐藤屋の作り上げた製法を受け継ぎ伝えて、佐藤屋を老舗と称されるまでにしてくれたのだろう。

しかし、私はただ単に先代の仕事を真似し、自らのものとするだけで今の評価があるとは思わない。恐らく七代に渡る先達は、その代の時流に気を使いながら、あくまで「佐藤屋」としてのスタイルは失わずに、しかし気付かれない程少しずつの変化を加えてきたのだろう。

地域のお客様に「やっぱり変わらずに美味しい」と賞され続けたからこそ、190年商いを続けさせていただけなのだ。そしてその評価があるからこそ、自信を持ち県外にも打って出られた訳である。地元「山形」で立ててこそ老舗、地元「山形」を立ててこそ老舗なのだ。

「山形」の「老舗 佐藤屋」であるために

さて、私が考える老舗像は先に述べた。では佐藤屋が本当に「山形」の老舗であるか？ というのが

私が真っ先に取り組んでいる課題である。

例えば素材。それまでも「乃し梅」に使う梅は全て山形の梅で賄っていたものの、まずは契約栽培に取り組んだ。これはやはり山形の銘菓としてお出しする以上、昔と変わらず、むしろより良い梅を作っていたら、使っていくことが当然であろうと考えたからである。

また、山形で自らの姿勢を貫き、美味しいものを作っておられる方にお会いし、それを素材として菓子を作ることで、その素材もご紹介する事にも取り組んでいる。お茶屋さんから自家製のほうじ茶を頂いたり、お醤油屋さんから自分好みの醤油を探してみたり、豆腐屋さんには山形の大豆だけで作る豆乳を頂いた。この過程で、それぞれの作り手が語ってくれる素材たちへの話は大変勉強になり、菓子職人として成長させてくれるだけでなく、菓子里に物語を添えてくれる。

それまで原料は原料専門業者に注文し、「醤油」「抹茶」「豆乳」などと平板に呼ばれていた素材たちを見直すことで、山形の街の人、素材の持つ魅力を引き出そうと考えたのである。

加えて山形の風土についても見直してみた。歳時にしても季節の色にしても、山形には独特のものがある。どうしても関東や京都を向きがちな和菓子の世界の中で、自分なりに見た、山形の四季の色を映した菓子を作ろうという取り組みは、茶席を中心に高評価を頂いており、少なからず地元を意識しようとしている方がおられるのだ、と手応えを感じている。

このような菓子作りによって、少しでも山形の方々が故郷を見直してくれるような事があれば、私達にとっても嬉しいことであるし、地元で育てられたご

恩を少しでも返すことになると思う。

「山形」を見直し、「山形」にこだわることで、佐藤屋の存在する意義をお客様に見出していただくことが老舗にとっては必要であろう。

「老舗らしさ」を疑う

今、佐藤屋では、山形市の「初市」「花笠まつり」などの街中の催事では若手総出で参上し、限定品を作り、声を張って人だかりを作る。声がかれば学校や病院などでの実演に自転車で出向く。モンテディオ山形を観光客誘致の装置ではなく地元再生の切り札と考え、公私共に応援し、一部の社員や友人は熱狂的なファンとなりその輪を広げている。また、和菓子屋には縁遠く思われるITに手を出し、売り出しや新製品の企画の際に、お客様とTwitterやFacebookでやり取りもする。全くの他業種と提携したイベントも企画している。そのどれもが、ご覧になった方が驚かれる程に従来の「佐藤屋」からかけ離れていることだろう。

このような活動は「老舗なのに」という表現をされることが多いが、私はこの手の活動を「老舗らしくない」などとは毛頭思わない。先にも述べたとおり、老舗とはその地元を立てられてあるものであり、地元を立ててこそ老舗である。「あたりまえ」と思われているイメージの外に飛び出し、地元を面白くすることができれば、そこに住む人々にとっての佐藤屋は、きっと単な

る菓子屋として以上の親近感というのを感じてもらえるだろう。そして親しみを感じ、一步を踏み出して飛び込んでくれた人の中に「山形」も捨てたものではないな、という思いが生まれてくれたら最高である。

前へ！

あの地震以降、私は政治や大きな組織の愚鈍さにほとんど嫌気がさしている。大きな組織がどっちを向くにも四苦八苦する姿に苦笑するしかない。佐藤屋は、殆どの工程を手作業で行う家内工業を少し大きくした程度の菓子屋である。それが故に、私の意志を投げかけ、響いてくれた同志と共に走ることができる幸せを感じて、これからも良い意味で周囲を裏切り、社員が誇りを持てる店にしていきたい。

とは言え、実のところは私が佐藤屋に戻ってまだ3年余り。佐藤屋八代190年の歴史を思うと気が遠くなるのも事実であり、最大の課題は我が息子（1才）にこの楽しさを如何に伝えるかである。



街中の催事にて