



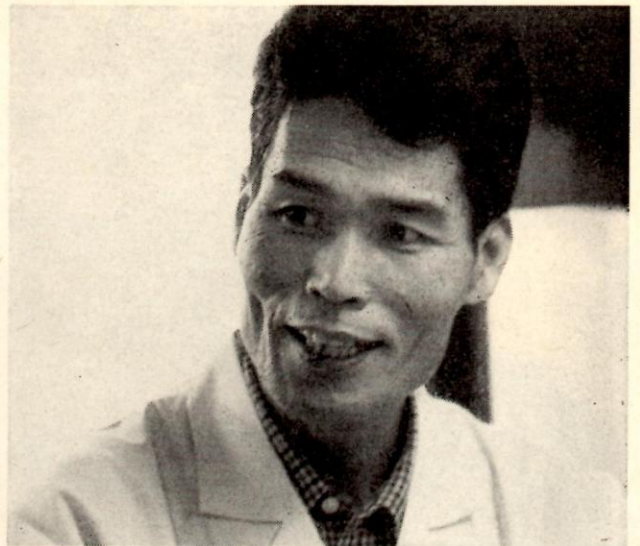
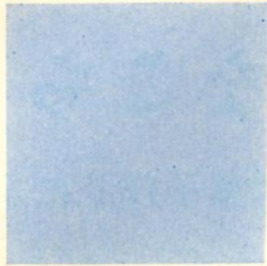
# きなこちゃん

—駄菓子作りに生きる—

駄菓子と呼ばれる菓子があ  
 る。ごく、ふだん着の  
 ごくねだんの安い  
 おいしい菓子である。  
 子どもたちは昔から、路地裏  
 で駄菓子を食べて大きくなり、  
 駄菓子は、子どもたちにたべ  
 られて広まっていった。  
 愛知県名古屋市。  
 ここで、懸命に駄菓子を作っ  
 ている人たちがいる。  
 その菓子を、全国に売ろうと  
 頑張っている人たちがいる。



三宅武夫さんは、旅出し専門の小  
 物問屋・港屋商店の五代目社長であ  
 る。その三宅さんが、命のつぎに大  
 切にしているバッグがある。  
 このズシリと持ち重りのする大き  
 なバッグを手に、三宅さんは月のう  
 ち三分の一を旅に暮らす。北海道、  
 東北、東京、ときには九州や四国に  
 も足を伸ばし、問屋さんを訪ねては  
 注文をとる。三分の一というのは、  
 社長、専務、常務の三人が順ぐりに  
 営業に歩いているからである。  
 そのバッグの中にぎっしりとつま  
 っているのが、次ページの写真のよ  
 うな商品見本である。



■山田勝彦さん 51歳

目をこらして見てください。  
これが、三宅社長が秋から冬に売  
る「菓子」の一部。メーカーがそれ  
ぞれの思いをこめて作った数々だ。  
昔からの菓子もあれば、今シーズン  
が初お目見えという菓子もある。  
ただ、この菓子がならばのは、デ  
パートでもスーパーでもコンビニで  
も、パン屋でもない。

駄菓子屋さんの店先である。

三宅さんは、業界で「小物」と呼  
ばれる、一つ30円以下のお菓子を扱  
う菓子問屋なのである。旅出しとい  
われるのは、卸し先が地元でなく、  
全国にわたっているからだ。

ここ名古屋には、港屋さんのよう  
な問屋が50軒はある。少ないようだ  
が、これはけっこうな数だ。では、  
なぜ名古屋に、こんな問屋さんが多  
いのか。名古屋こそ、駄菓子のメー  
カーが、大小とりまぜ、ざっと五百



■三宅武夫さんと山田さん 三宅さんの名刺  
には、〈玩具問屋〉港屋商店と書いてある。  
これは、アテモノや玩具も扱うからである。

社近くも集まっているからである。  
それも、港屋のある西区押切町あた  
りがメッカ中のメッカだ。  
今日も、美濃街道に面した港屋さ  
んの事務所に、やはり押切町に本拠  
をかまえる、ひとりの菓子メーカー  
の主人が訪れた。ヒット商品「きな  
こちゃん」を生み出したヤマヨ製菓  
社長・山田勝彦さんである。ヒョロ  
リと細高い彼こそ、私が名古屋でぜ  
ひ会いたかった人である。

●  
というのも、「きなこちゃん」は  
わが娘ともども、ごひいきの駄菓子  
なのである。近所にある駄菓子屋さ  
んに商品が入るたび、二人で見つけ  
ては買ってくる。油断をすると、す  
ぐなくなってしまうからだ。

桃太郎にサル、イヌ、キジの絵が  
ついた袋をあけると、プーンときな



■きなこちゃん 4個入り30円

粉が香り、小さな餅が顔を見せる。  
この「きなこちゃん」の香ばしい香  
りと嫌みのない餅の味は、最初、た  
かが駄菓子、と思っていた私の予想  
を、見事ひっくり返してくれた。し  
かも、うれしいことに3個20円(こ  
の冬から4個30円となった)と、ほか  
の駄菓子のように、きっぱりと安い  
のである。

いったい、どんな人がどんな思い  
をこめ、どんなふうに乗っているの  
だろう。知りたい。娘と駄菓子屋さ  
んに行きたびに、その思いは、しだ  
いに強くなっていった。

そしていま、その人が目の前にい  
て、三宅さんの横で笑っている。



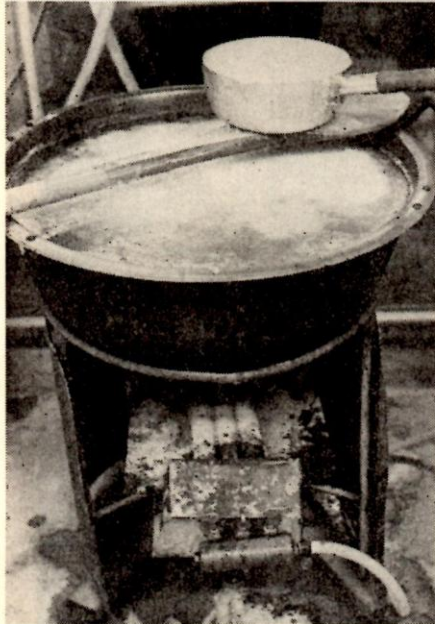
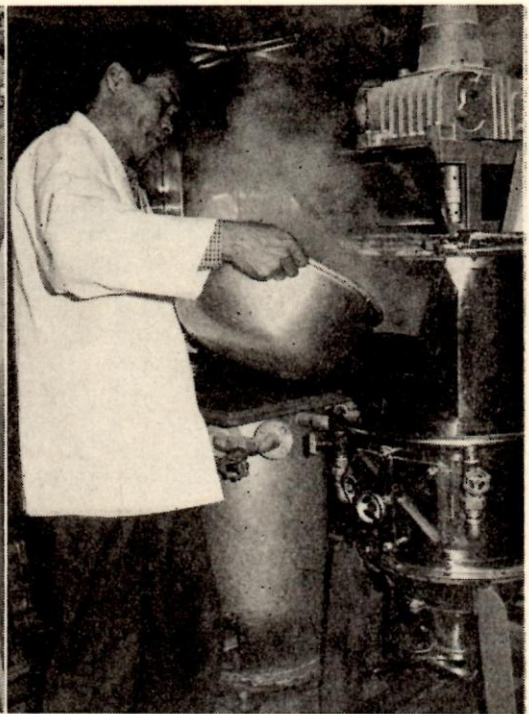
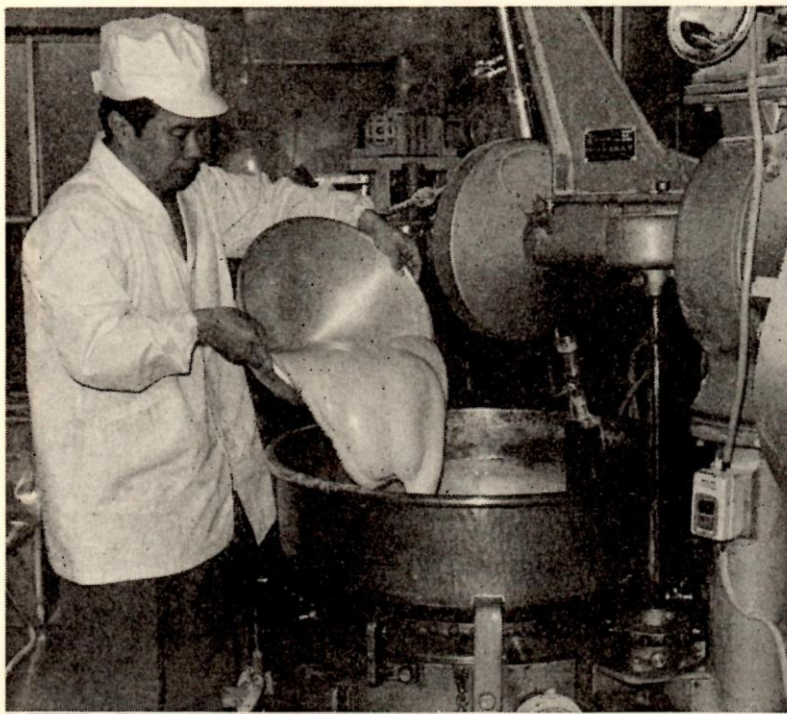
もともと秋から冬にかけては、カステラやドーナツ、餅菓子などがよく売れる。

「一袋に4個入ったハヤシグドーナツVや大きいハキングドーナツVが、今年の売れ筋だね。それに緑日のチョコバナナをかたどったハバナヤンVにハキナこちゃんV、それからハわたがしVも意外にいいよ」  
旅から帰ったばかりの三宅さんが話している。

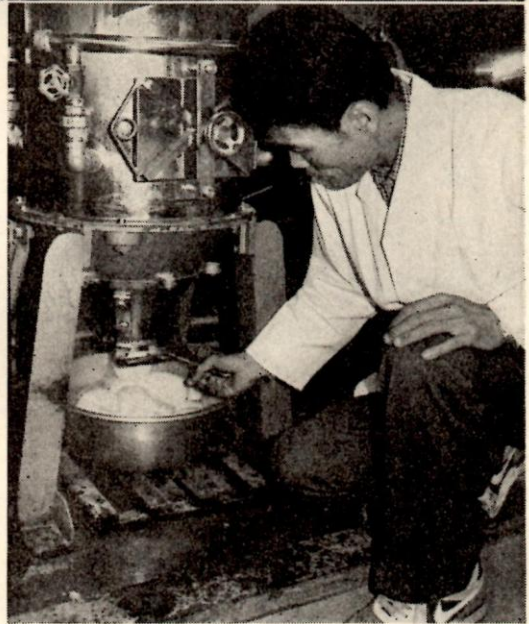
「スナック菓子も相変わらずいいし、どうしてかわからないけど、梅の菓子が、けっこう出るようになった。甘いだけのお菓子は、ますます子どもに受けなくなったね」

その言葉に、山田さんはウンウンとうなずいている。メーカーにとつて、三宅さんのような問屋は、じつに貴重な情報源だ。こんなおしゃべりの中から、新製品のアイデアが生まれたこともある。

そればかりではない。小物菓子は問屋さんに扱ってもらって初めて、駄菓子屋さんの店頭に並び、消費者である子どもたちの目にふれるのである。それだけに、問屋さんとのつき合いは大事だし、問屋さんも商品を見る目が大事になってくる。売れるものを的確に選んで届ける問屋でなければ、きびしい競争を勝ち抜けない。



■工場で まず八蒸煉機Vに餅粉と水を入れて(右上)20分、できあがった生地を下から取り出し(右下)、攪拌機に移す(上)。移しているのは、ふだんは犬山で働いている工場長さん。左は、餅にまぜるシロップを煮詰めている釜。でき上った餅はケースにとり(次頁・右上)、一日おいて固める(次頁・右下)。



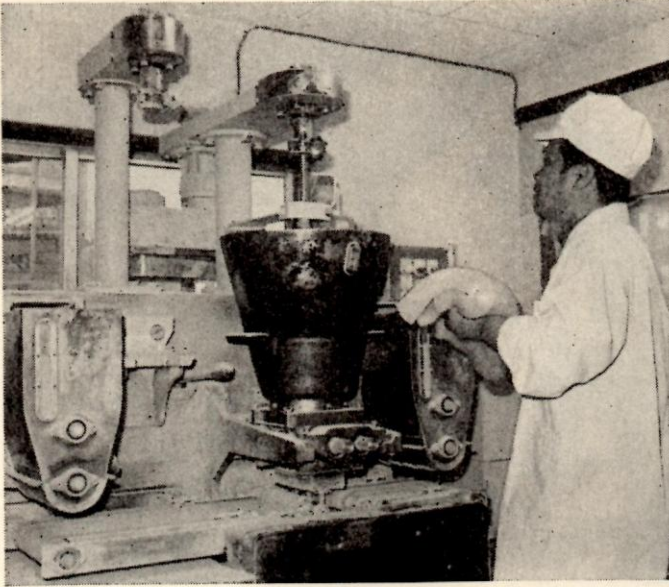
名古屋の駄菓子屋は、港屋の前を走る美濃街道から生まれた。この街道は別名枇杷島街道ともいい、江戸時代、清洲城と名古屋城を結ぶ重要な往還だった。そこに旅人向けの掛け茶屋が生まれたのはごく自然な成り行きだし、その店に出すため、三河のサツマイモを原料にした飴作りが地場の産業として発達していったのも、実に自然な成り行きである。

この歴史の古い名古屋の菓子産業は、関東大震災以後、さらに大きく発展した。壊滅した東京の駄菓子産業を埋めるかたちで、名古屋の駄菓子は爆発的な勢いで東京に入り、しだいに全国に販路を広げていったのである。日本列島の真ん中に位置する名古屋は、東西南北、どこへ運ぶにも実に便利な場所だった。

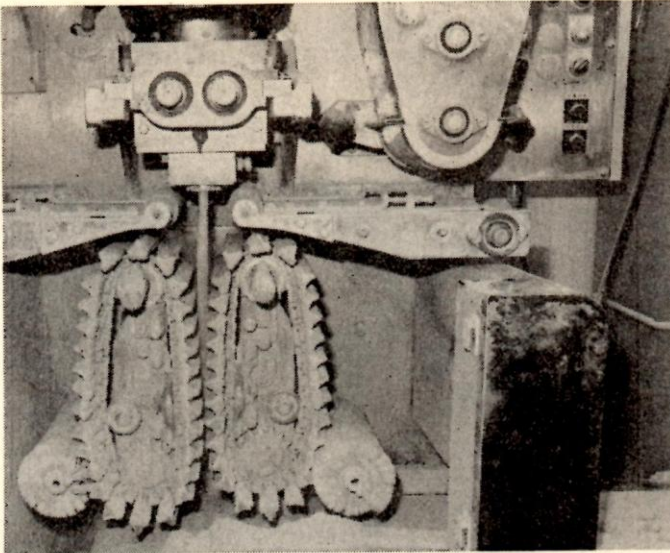
「でもねえ」と山田さんはいう。「いまはきびしい時代だね」

それは、容易に想像できることである。主な消費者である子ども数が減る一方なら、主な販売店である駄菓子屋さんも、どんどん減っている。しかも、このところの運賃の値上げなどで、問屋さんの経営にも黄色の信号がともりはじめた。

「でもねえ」と、もう一度、山田さんはいう。「駄菓子は、子どもたちにとって必需品だと思っているんですよ。それも、駄菓子屋さんで子どもたちが自分の目で選んで買ってもらいたい。だから、といたららき



■餅を球断機に入れる（上）。その球断機の内部（下） 三本の棒状になった餅は、両側から迫るキャタピラみたいなベルトで小さく切られる。



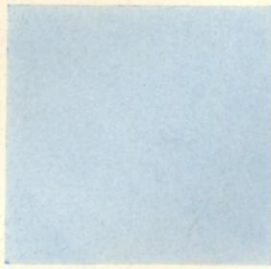
れいごとになるけど、私は胸を張って駄菓子を作っているんです」  
 一度食べたこともたちが「おいしかった」といつてくれるお菓子、そして必ずもう一度食べたくなるお菓子、せめて十年は寿命のあるお菓子……山田さんの理想だ。「子どもたちの目は、母親よりずっときびしいですよ。そのきびしさに耐えうるお菓子を作っていきたいんです」  
 その山田さんの工場に、案内してもらった。

●

この奥でもアンコ玉を作っているし、そちらにはセンベいの工場があります、と山田さんはいうのだが、押切町を歩いただけでは、駄菓子の町という印象はない。せいぜい水あめや香料を扱う材料屋さんが数軒、目につくだけである。

「問屋さんに卸すだけですから、大きな看板を上げる必要はないんです」たしかに、山田さんの工場も、ほんの小さな看板しかかかっていなかった。

ヤマヨ製菓のような小物菓子のメーカーは、ある種類の菓子だけ専門で作っているところが多い。ガムだけのところ、ドーナツだけの会社。ヤマヨ製菓も、きなこちゃんどぜりーの2種類だけだ。そして、この二つとも、山田さんが社長になってから始めたものである。



父親の与<sup>あたえ</sup>さんは松露（砂糖がけしたアンコ玉）ひとすじだった。しかし、大学を出て、編浜製菓という大きな菓子メーカーに就職した山田さんには、松露に自分の将来が託せるとは思えなかった。ではなにか。豊橋には日本のゼリーの9割を作るメーカーが集まっている。そして、当時のゼリーは高級品だった。よし、それなら、おれはおいしくて安い、駄菓子のゼリーを作ってやろう。



■きな粉のかかった餅をトレイに入れる

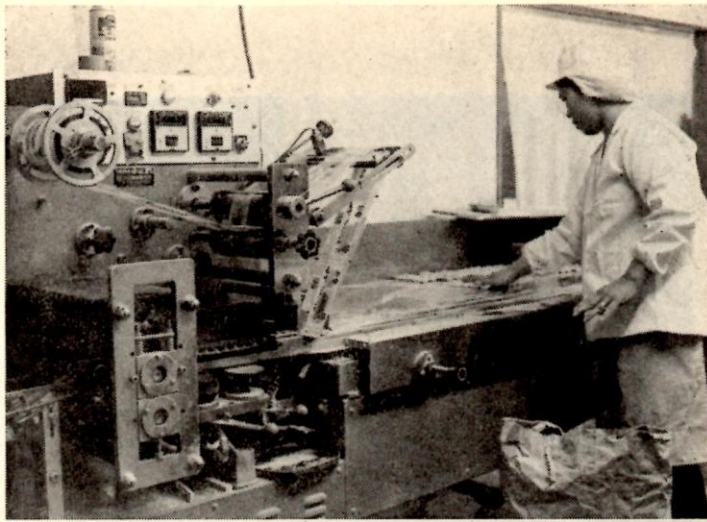
試作には同僚たちが手伝ってくれた。あんこを炊いていた釜で父がゼラチンを練り、あずきを納めてくれていた材料屋から香料を買った。そして、できたゼリーを食べた父親の頭が大きくうなずき、山田さんはスツパリと機械を入れ替えた。「和」から「洋」への大転換である。賭けは当たり、売り上げは伸びていく。しかし、山田さんにはしだいに不満がつのっていった。このままのゼリーでは、どうやってもオリジナリテイが出せない。それに、仕上げに砂糖をまぶすやり方では、できたときの生地のおもしろい出ない、甘いだけの味も気に入らない。

ある日、喫茶店に入った。そしてコーヒーと一緒に出てきたスティックシュガーを見て、これだ！と思っただ。この袋を透明にして色とりどりのやわらかなゼリーを入れる！そんなゼリーはどこにもない。

問題は味つけである。固形のゼリーとちがって、今度の製品では甘さを控え、そのかわり酸味をかすこことができる。山田さんは当時10歳と7歳だった娘の友だちを呼び、クエン酸の量をちがえて作った4種類のゼリーを、こどもたちに食べてもらった。



■奥さんの臣子さん



■トレイに入れた餅を包装機にかけて包装する(上)。いま、駄菓子屋に並ぶお菓子は、ほとんど手が触れぬよう包装されている。そのあと、完成品を25個ずつまとめて透明なパックに詰める(下)。要所に機械を使っているが、基本的には手仕事だ。



新しいお菓子……。

山田さんは大学時代からフィギュアスケートをやっている。その関係で、寒くなると、よく仲間や家族と金沢や福井へ滑りに行く。その帰り道、おみやげにと、奥さんが福井名物、羽二重餅を買い込んだ。

それを見たとき、きなこちゃんのアイデアがひらめいたのである。駄菓子の世界も、スナック菓子などの流行で欧米風のお菓子がはばをきかせている。だからこそ、これからのこどもたちには和風の、やわらかなお菓子がいいのではないか。まんじゅうとか大福。それも和菓子屋

さんのものとは一味ちがう、そんな餅菓子はできないか。

頭の中で、基本的なイメージは、しだいにかたまっていた。しかし、今度の新製品は大難産だった。人工的な味つけはしたくなかったから、大好きなきな粉を使おうと考えたが、きな粉に砂糖をまぜたら、すぐにしっけて商品にならない。しかも、長持ちさせるには糖度を65以上にしないでいけませんが、それでは甘すぎて、とても子どもたちの舌に合いそうもない。どうにかして甘みを消さなければいけない。

ヒントを出してくれたのは父親だった。「ウグイスモチのやり方はどうだ」

ウグイスモチに使われている餅はとても甘い。しかし、かかっている青きな粉に甘さが殺されて、そんなに甘く感じない。そうだ、きな粉に入れる砂糖を、餅に入れればいいんだ。きな粉のこげた苦みで、たぶん甘さは消されるだろう。しかも、やってみたら、砂糖なしのきな粉はいつまでも湿気なかった。砂糖が湿気と呼んでいたのである。

餅はできるだけ一口で食べられるよう、小さくした。大福餅のようにも大きくできたが、そうすると、子どもたちが自分の小遣いで買うものではなくなくなってしまふ。一口サイズ

で食べやすく、のどにつまらせることもなく、口の中できな粉が溶けたら、つるつるとのどに入り、次も買いたいなど思わせるくらい味の味をのこす。こうして、きなこちゃんの原形が完成した。

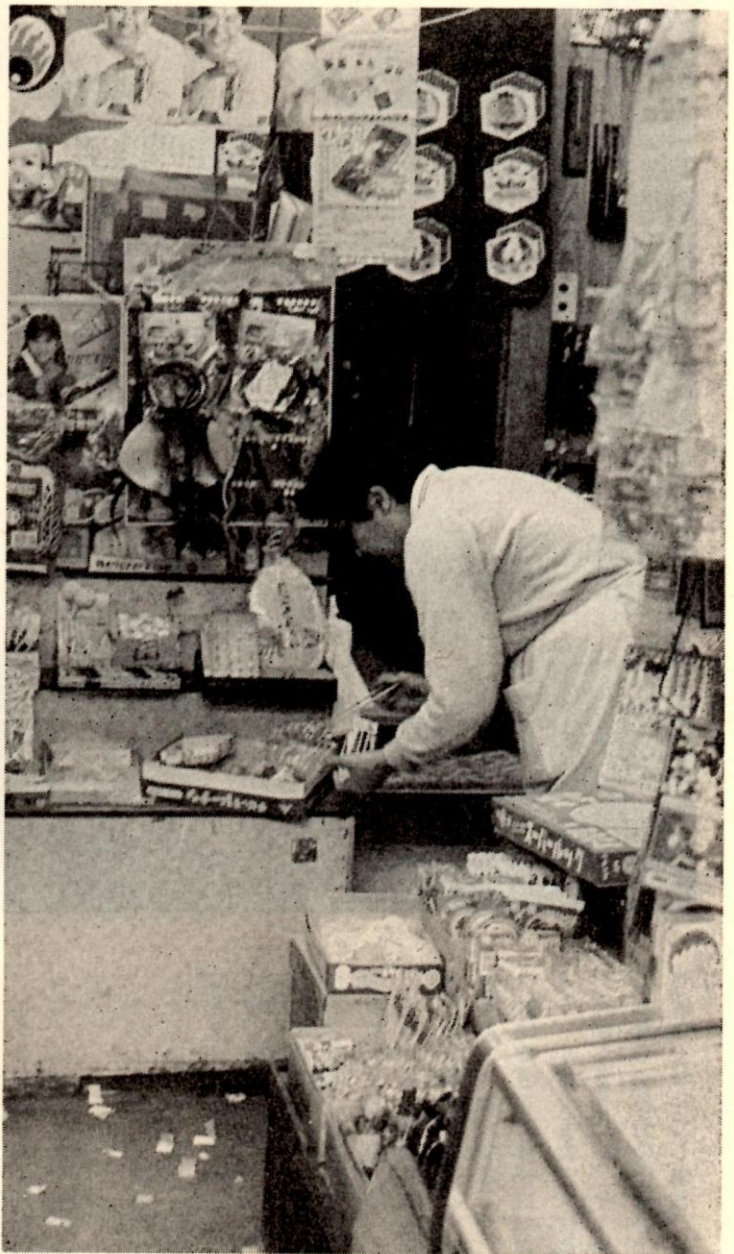
問屋さんから、店先で子どもたちの興味をひくには、包装とネーミングが大事といわれていた。包装はキビダンゴの連想から桃太郎とし、名前は長女に決めてもらった。それが、きなこちゃんという名前だった。餅菓子だが、子どもの舌には上にかかっているきな粉の味と香りがずっと印象的だったのである。

倉庫の上が、このきなこちゃんの工場である。ここで山田さん夫婦がパートさんたちと仕事をし、ゼリーは、ご両親が犬山で作っている。

据えつけてあるのは、ヒントをもらった羽二重餅を作る機械を改造したものだ。まず蒸煉機に餅粉と水を入れ、スチームを通して、餅の生地を蒸して煉りあげる。(160ページの作り方の写真参照)

その横にあるのがシロップを作る釜である。これはもともと父親が松露のあんこを煉っていた銅の釜、きなこちゃん作りに復活している。

煉り上がった餅の生地は、釜の横にある、かい式攪拌機に入れ、さしこんである一本のへら(かい)で、



■秋葉 きくさん。東京・墨田区押上で、駄菓子屋をはじめ24年になる。店の中には駄菓子はもちろん、アテモノに玩具。昔そのままの品揃えだ。前は幼稚園の保母さんだったから、こどもは好きだし、扱いにもソツがない。しかし、以前は町内に百人以上いたこどもが、今は30人。駄菓子屋組合もなくなってしまった。ふっと、ため息のひとつも出ようというものである。

シロップと少しずつ混ぜていく。よく混ぜていないと、あとで水分が出て、かびる原因になるから、シロップをゆっくりゆっくり入れていくのがコツである。

こうしてできた餅を、一日おいて固める。ケースに入れた餅は、もう表面をさわっても、ベタつくことはない。押えると、しっとりとして、こちらの圧力を撥ねかえしてくる。

コシの強さを見るため、山田さんは固まった餅を手でのばす。薄くなった餅は、つやつやと輝いている。

「パールメタというんです、この色を。こんなふうにメタリックな真

珠色に光っていないと、私がつくりたい、きなこちゃんにはなりません」山田さんは、攪拌機の具合をのぞきこみながら、合間をみては、すみっこにある球断機に、固まった餅を入れる。

球断機に入った餅は、3本の棒となつて少しずつ押し出されては、小さく切れてベルトに落ち、その上を進むうちに、きな粉がまんべんなくふりかかる。そして、しつかりときな粉をまぶされた餅は、カーテン越しの隣の部屋で、奥さんの「ななこ」や「パートさん」たちの手でトレイに詰められ、包装機にかかるのである。

悩みは、この包装費である。4個入の特注のトレイがひとつ1円20銭、袋が印刷こみで90銭、そして25個入る小口の透明パックがラベルも含めて33円だから、一袋あたり1円30銭強、それに問屋へ卸すダンボールもあるから、外側の風袋だけで4円近くかかる。売値の1割以上だ。問屋への出し値が5割としても、利益の額は見当がつく。けなげという言葉が、びつたりである。

いま、きなこちゃんは一日2万袋できる。しかし注文に応じきれず、できた製品はひっぱりだこだ。そして、人手もないから、問屋さんに取りに来てもらっている。そのたびに、もっと回してよといわれるが、山田さんは、どの問屋さんにも少なめの量しか回さない。

「問屋さんの倉庫で積んでおいてほしくないんです。量が少なければ、今日の商品が明日には向こうの二次問屋さんに回ります。そこでも足りないから、すぐに駄菓子屋さんに届くでしょう。その駄菓子屋さんでゆつくり買ってもらえばいい。こどもたちにはなるべく新鮮なうちに食べてほしいんです」

日本一を誇った名古屋の製菓メーカーも、いま減りつつある。しかし先日、山田さんは長男の豊一郎君から、うれしい一言を聞いた。「おや





じ、僕も菓子屋になろうかな」  
次女の貴美枝さんも「女が跡を継いで、なんていかんの」といって、東京の製菓学校で勉強中である。  
駄菓子屋は絶対に滅びない。

これが山田さんの信念である。よそと同じような製品だけ作ってれば、将来は暗いかもしれない。しかし、一度でも、自分の考えでどこにもなかった製品を作り出し、それがこどもたちに評価された経験があれば、駄菓子作りの素晴らしさが理屈でなくわかる。

目をとじると、駄菓子屋さんの店先で、商品を選んでいりこどもたちの姿が見えてくる。

一日に2万個のきなこちゃんが売れたということは、一日に2万人のこどもたちが買ったということである。一週間で14万人、一カ月で60万人、一シーズンで3百60万人（きなこちゃんは秋の彼岸から春の彼岸までしか作らない）、山田さんにはこの数字が少ないとは、とても思えないのである。

きなこちゃんを発売して、今年で5年目になる。そろそろまた新しい製品を考える時期が来た。

「最近では、どういうわけか商品の寿命が短くて、どんなものでも四、五年でピークがきます。だから苦しくても、いつも次の製品を考えてい



く。そして、これからもヒット商品、それも隠れたベストセラーを作っていきたい」

最近の大ヒットは、ごぞんじ、ビツクリマンチョコである。

「しかし」と、山田さんは言う。

「店の前で見ていりこどもたちは袋を破ってカードだけとり、中のチョコレートは、捨てていくんです。悲しかった」

私は食品を作っている。一度食べたこどもが、友だちに店先で、これうまかったぞ、食べてみる、そういつてすすめるような菓子を作りたい。マスコミでヒット商品などと騒がれるより、そんな子どもの声を一回でも多く聞きたい。「小さいメーカーですが、プライドは持っています。よその真似はしないし、安売りもしない。そんな私を見てきた

から、息子や娘が跡を継ごうといってくれたんだと思っています」  
そして、山田さんは、言葉をついだ。「これが名古屋の駄菓子メーカーの職人魂なんですよ」

こうして、今日も名古屋の町で駄菓子が作られ、その見本を持って問屋さんが全国を回り、あなたの町の駄菓子屋さんの店先に商品が並ぶ。そして放課後、こどもたちが集まってくる。

近所の駄菓子屋のおばさんはいう。「お金があったかいの。こどもたちは今でもしっかり手の中に握りしめて、うちの店までくるんだよ。その暖かさが生きがいだね」  
夕日が、おばさんの年齢を刻んだ顔を照らしている。