

私の京都新聞評

土居 好江

東京での老舗と言えば「三代百年」。京都で老舗と言えば、創業300年以上を指す。100余年の味噌の山利商店の中村高春店主が「うちには歴史が浅くて」と語る。世界の300年以上の老舗の53%が日本にあり、京都への偏在ぶりが目立つ。

1月16日の朝刊13面(地元経済面)の記事によると、京都府内の147社が今年、創業から百周年以上の節目の年を迎えるという。この147社を含めて、創業100



0年を超える企業は1403社を数え、千年以上の企業(団体含む)も複数存在する。

元日の「日本人の忘れもの 知恵会議」次世代へのメッセージ」欄(75面)で、宗教学者のカール・ベッカー氏は「明治維新後、日本の急速な経済発展を可能にしたのも、京都から石田梅岩の石門心学が行き渡ったから」と述べている。このまちの商家の主や使用人らは、石門心学を学び、「正直・勤勉・儉約質素」に、長い間、徹

してきた。京セラ(本社・伏見区)の創業者・稲盛和夫氏も、この志を糧に一代で世界的な企業を築いた。稲盛氏の著書は中国の書店にも平積みされており、京都が育んできた思想と実践は、時代も海も越えて今に生き続ける普遍性を持つている。

そんな京都の職人は平安時代から「見覚え聞き覚え、見て習え」で技を磨く。ものづくりのまち・京都はこのように究極の技と感性を磨き続けた。幕末に「田舎の学文より京の昼寝」という諺があっ

京の老舗の貴重さ実感

た。それを作家の司馬遼太郎は「田舎の三年、京の昼寝三日」と言い換えた。だから京都には絶対的に超えられない何かがあると。昼寝しているだけでも皮膚から最上級の本物が吸収されていくものがあった。江戸期、偽物の小判を見分けるため10年間、本物しか見ない修業があったが、本物に囲まれると本物がわかる価値の基準ができる。何世代も繰り返した結果、京都ならではの目利きと技術と共に最高級のもので出来上がる。これが京都ブランドだ。

今宮神社(京都市北区)の参道にあるあぶり餅の「文字屋和輔」の創業は西暦1000(長保2)年。以来、あぶり餅一品種の商いを続ける世界的にも貴重な存在だ。「神様への恩返しとして、代々家業を継いできただけ」と女将・長谷川奈生さんの言葉は重みがある。おもてなしの源泉がここにある。顧客を喜ばせることを第一に、千年の間、涸れることのない井戸水で、同じ製法であぶり餅をつくり続けている。応仁の乱の際の炊き出しも口伝で継承され、歴

史の生き証人でもある。京都の老舗は大きくすることよりも長く続けることに軸を置き、信用、志、顧客重視となによりも品質重視の商いを通じて、人間としての成長と経済の成長も目指す。

京都の魅力は、商いや芸術、鍛え続けた心のあり様にある。人間の可能性を究める技術と商い、富を独り占めしない姿勢と生き方が京の宝だ。
(言わずも文化観光研究所理事長) 次回の土居さんの評は3月10日に掲載します。