

和菓子業界の伝統と革新

関西大学 社会学部 上野ゼミ
社23-1576 古賀 瞳見
社23-1613 辻井 久美
社23-1714 山本 美玖

アジェンダ

- 1.活動目的
- 2.和菓子の歴史
- 3.堺の歴史
- 4.堺における千利休の歴史
- 5.堺の和菓子屋にみる伝統継承
- 6.考察
- 7.まとめ

1.活動目的

堺の和菓子業界においてどのように革新が行われ、それがどのように堺という地域社会の発展に貢献しているかを明らかにすることである。

2.和菓子の歴史

起源

縄文時代＞木の実や穀物を加工した素朴な食べ物

発展

奈良・平安時代＞中国から唐菓子が伝来

日本独自の形成

中世～室町時代＞米や豆を使った和菓子が発展

完成形

江戸時代以降＞職人技が発達

和菓子は時代と共に進化し、日本文化を象徴する存在へ

3. 堺の歴史

『国際貿易で繁栄した自治都市堺』



4. 堺における千利休の歴史

- ・ 堺の商人の町で生まれ育つ
- ・ 安土桃山時代を代表する茶人
- ・ 茶道を通じて「詫び・寂び」を完成
- ・ 和菓子にも大きな影響を与えた
- ・ 簡素さと静けさを重んじる「わび茶」を大成



出典：堺市博物館蔵「千利休」

5.堺の和菓子屋にみる伝統継承

- 堺の和菓子屋3社の事例研究から堺における和菓子の伝統継承について考察

①浜寺創菓庵 美乃や

- 明治42年(1909年)創業
→今年で117年目
- 製品のイノベーションによる伝統継承
- 「モノの始まりなんでも堺」の精神を
体現
- 代表銘菓：スイートポテト



素材と製法へのこだわり

- ・時代に応じて材料を変化
- ・芋の質に徹底的にこだわる
 - ー粘り気の強い芋は使用しない
 - ーなると金時や宮崎県産の芋を使用
- ・G7大阪・堺貿易大臣会合で採用され、防衛省から絶賛



②福栄堂

- ・明治40年(1907年)創業
→今年で119年目
- ・地域文化の継承による伝統継承
- ・浜寺公園前で地域に根差した菓子作り
- ・代表銘菓：松露だんご



浜寺ゆかりの菓子作り



代表銘菓
松露だんご



ちん電 どら焼



堺燈台 もなか



浜あそび

③本家小嶋

- 室町時代天文元年(1532年)創業
→今年で494年目
- 伝統製法の継承による伝統継承
- 地域に支持された味を守り続ける
- 代表銘菓：芥子餅



素材と製法へのこだわり

- ・ 代表銘菓「芥子餅」は4世紀に渡り伝統の味を継承
- ・ 最高品質の原料を使用
- ・ 添加物一切不使用
- ・ 一子相伝の製法
- ・ 手作り、当日製造販売



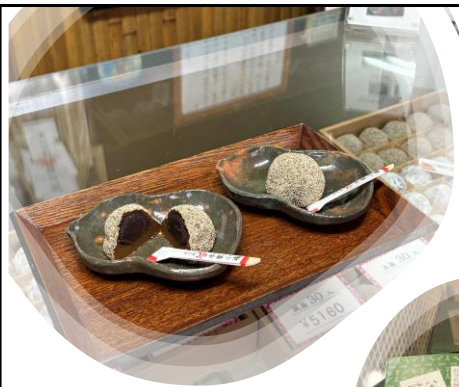
6. 考察

伝統を継承するとは

伝統の継承＝守ることだけではない

新たな価値を付加し、新たな伝統を作り続けること

伝統・地域文化は不変ではなく、社会状況に応じて変化していく



堺の伝統

堺は自治都市として発展

「自由・自立」の精神を基盤に独自文化を形成

千利休ら商人・文化人の存在

簡素な侘茶

自然との共存

庶民へも広がり、地域に共有された文化へ

ホブズボウム『創られた伝統』（1992）

伝統は「長い年月を経たもの」と思われがち

しかし実際は

- ・ 最近成立したもの
- ・ 場合によっては捏造されたりするもの

▶ 伝統産業に当てはめると

伝統は不変なものではない

意図的に作り出されるもの

堺の和菓子屋における「伝統」の再定義

店舗名	具体的な取り組み	伝統の捉え方
浜寺創菓庵 美乃や	形式にこだわらず「モノの始まりなんでも堺」の精神を和菓子において実現	精神の体現
福栄堂	浜寺公園ゆかりの菓子を、地域住民のために革新的に作り続ける	地域との共生
本家小嶋	地域に支持された「芥子餅」の味を変えず守り抜く	不変の継承

企業と地域社会

- 地域と深いつながりを持つ企業
- 利益追求だけではなく地域社会の期待に応える姿勢
- 財務的成果以上に重視されるもの
= 社会情緒的資産

社会情緒資産理論

Socio-emotional wealth:SEW

ファミリー企業が金銭的な富以外からもたらされる非財務的な効用を優先的に追及すること (gomez-Mejia et al.,2007)

SEWとは

- ・アイデンティティ
- ・家族の影響力行使能力
- ・家業の永続化
- ・家族が感情的に求めるニーズを満たす企業の非財務的側面

社会情緒的資産の重視

- ・家族の誇り：経済的利益以外に「家業の継続」「堺の看板」を維持することに強い価値を置く
- ・情緒的愛着：「堺の精神」、「地域との共生」、「不変の味を守る」ことは、店主家族のアイデンティティそのものであり、非財務的価値である
- ・意思決定：短期利益より、長期的な「暖簾（のれん）」を守ることを最優先する

社会関係資本

稲葉陽二『ソーシャルキャピタル入門』

- 「信頼」
 - 「互酬性の規範」
 - 「ネットワーク（絆）」
- ▶個人ではなくコミュニティーに存在するもの
- ▶協調的な行動を促進する

社会関係資本の構築

- 信頼の蓄積：社会情緒的資産に基づく誠実な商いが、顧客との間に強い絆を生む
- ネットワーク：堺の文化を支える存在として、茶道界や行政、地域住民と深くつながる



地域社会に不可欠な存在となり、不況や変化に強い持続可能性を獲得する

7.まとめ

- ・【不変】：創業時の製法を守り、「あの時の味」を再現し続ける。
- ・【革新】：時代の変化を恐れず、材料や売り方を変えて「今」に適合させる。

「お客様を絶対に裏切らない！」

100年前からのお客様、そしてこれからのお客様へ
堺の和菓子屋は、その「信頼」という暖簾を守るために伝統を継承し続けている。

参考文献

- ・農林水産省「和菓子の歴史」、https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/2002/spe2_01.html（2026年2月19日閲覧）
- ・堺観光ガイド「堺の歴史 | ようこそ堺へ!」、<https://www.sakai-tcb.or.jp/about-sakai/history/>（2026年2月19日閲覧）
- ・ホブズボウム E.（1992）『創られた伝統』紀伊国屋書店。
- ・稲葉陽二（2011）『ソーシャル・キャピタル入門』中央公論新社。
- ・浜寺創業庵美乃や、<https://www.minoya.com/>（2026年2月20日閲覧）
- ・福栄堂、<http://www.dan-go.com/index.html>（2026年2月20日閲覧）
- ・本家小嶋、<https://www.honkekojima.com/>（2026年2月20日閲覧）
- ・堺市「千利休」、<https://www.city.sakai.lg.jp/kanko/sakai/keisho/senjintachi/sennorikyu.html>（2026年2月20日閲覧）
- ・Gomez-Mejia, L. R., Haynes, K. T., M. Nuñez -Nickel, M., Jacobson, K. J. L. and Moyano-Fuentes, H. (2007) "Socioemotional wealth and business risk in family-controlled firms: evidence from Spanish olive oil mills," *Administrative Science Quarterly*, 52 (1), 106-137.