

店のあり方は仕事をしろ  
店の一番鼻先で仕事

安田念珠店

安田念珠店 山本總

三方よし！

# 老舗のDNA

——百年超企業は改革を恐れない

本店の大看板

●江戸時代の天和3（1683）年に創業した京都市の安田念珠店。念珠に対する思いを「手のひらから伝わる素敵なぬくもり」と表現した十代目と、そのフレーズに共鳴した若い社員が共に念珠の新たな世界を創出する活気ある老舗企業だ。  
（取材・文・写真※を除く／関本しげる）



各宗本山からの鑑札



## 代表取締役社長 安田 容造 氏

1950年、京都府生まれ。慶應義塾大学商学部卒業。3年間の老舗仏壇店勤務を経て、安田家十代目当主として安田念珠店に入社。同社ホームページ内の『十代目の部屋』と称したコラムが面白い。



「いらっしゃいませ！」

### 【株式会社安田念珠店】

本 店／京都府京都市中京区寺町通六角角  
資 本 金／1,000万円  
従 業 員 数／60名

### 【事業内容】

念珠の製造・販売・卸・小売



大きな念珠が目印の本店外観



寺町京極商店街。  
安田念珠店は手前右にある

### 寺町とともに300年超

京都市内にいくつもある南北の通りの一つが「寺町通」。天下統一を果たした豊臣秀吉が氾濫を繰り返す鴨川の川筋を整えた際、京都防衛の意味も込めてこの辺りに寺院を集めたところからその名前が付いたといわれている。織田信長が明智光秀に討たれたことで有名な本能寺も以前は別の場所にあったが、現在は寺町通に面している。実は本能寺の変が起こったのは移転前の話で、その歴史的大事件が起こった場所の近くにある京都市立堀川高等学校が安田容造社



店の鼻先で仕事をする安田社長

長の学び舎である。生粋の地元っ子である安田社長にお話をうかがっていく。

「本店の目の前のアーケード商店街が寺町通で、そのすぐ近くにはこれまた秀吉の命によって移転してきた浄土宗西山深草派の総本山・誓願寺があります。当時の誓願寺は京都でもとりわけ信仰を集めるお寺として賑わったそうで、当店の初代・藤屋宗治郎がその参拝客を相手に商いを始めたのが安田念珠店の起源であろうと思われます」

現存する江戸時代のガイドブックにあたる『京雀』『京羽二重』には、「寺町誓願寺（現在の寺町六角）に数珠屋がある」と記されているようだ。

「創業時から今までずっと同じ場所で店を構えてきたわけですが、各宗派の念珠を製造販売し、江戸時代後期には高級念珠店として広く認知されるようになった当

店には、明治・大正時代の歴史ある鑑札（各本山による出入り許可証）も数多く残っています。ちなみにお寺さんとの取引があるところは“〇〇寺御用達”と鑑札に印が押されますが、京都では『ごようたし』でなく『ごようたつ』と読むのが一般的なんです」

今でも各寺院関係者から「ふじそうさん」と呼ばれて親しまれているのは初代の通り名から。明治以降一族が名乗ったのは「安田」姓である。

「私は安田家の十代目当主ということになっていますが、京都の場合は幕末の蛤御門の変で大火災を経験しており、当家も過去帳を焼失した関係でその辺りははっきりしていません。そんななか、私の父（安田茂氏）が養子で安田家に入り、祖父が安田藤治郎、曾祖父が安田藤三郎、その前が安田孫三郎という名で、その一つ前が安田嘉兵衛という人物だったことま

## 老舗のDNA

—百年超企業は改革を恐れない



臨濟宗妙心寺派の山田無文師が記した書（本店看板の原書） 比叡山延暦寺から送られた100年以上の用達に対する感謝状

では分かっています」

### 「あるじは店の鼻先で仕事しろ」

ところで、安田家では代々一般的に用いられる数珠を「念珠」と称してきた。ただ珠を集めて連ねた宗教上の道具というのではなく、使う人の思いがこもったものとして丁寧に扱ってきたからだ。安田社長も念珠職人として仕事をする際は、心のこもったものづくり姿勢で絹糸を組み、珠を通していく。

「念珠屋は派手な商売ではありませんが、親父なんかは高価な素材に余分な水分が付くことを懸念して、『お風呂から上がったばかりの手で珠を触ってはいけない』などとしょっちゅう言っていました」

安田社長の実父でもある九代目が苦労したのが戦後からの再出発である。取引先である寺々は農地解放のあおりを受けて経済的に窮乏していたことがその理由の一つだ。

「祖父の代までは、それこそ何をやってもそこそこ儲かる商売だ

ったようで、例えば、中国回りから珍しい珠が輸入されるとすぐそれを購入して念珠に仕立て、汽車に乗って東京の大きなお寺さんのところに持って行けばかなりの金額で買ってもらえたそうです。お金が入ればあとの商売を嫁さんに任せ、当主は悠々自適な生活を送っていたといえます。羨ましいですね（笑）。ところが、親父の場合はそうはいかず、敗戦後の活気がなくなった寺町で、どうやったら店の再興が図れるかということに頭を使ったようです」

九代目は2つの生きる道考えた。1つは、一般大衆に念珠を広く販売していくことで、もう1つは、鞆いっぱい念珠を詰め込んだの行商である。前者は1953（昭和28）年に3代目となる京都駅舎が完成した際、併設された商業ビル内で「京都土産」として販売したことが始まりで、その狙いは当たった。その発展的な店舗が京都駅ビル地下1階にある現在の「キューブ店」だ。

「経営的に少し問題があったの

は行商の場合で、当主が長期にわたって店を留守にすることを私の祖父の安田藤治郎が非常に心配したそうです。あるとき、祖父は親父にこう言ったそうです。『店のあるじは店の鼻先で仕事をしろ』と。それ以来、煙草が好きな父は店に戻ると一番最初に“鼻先”にある自分の座布団に座り、好きな煙草を啜えながらぐるっと店内を見回すことが習慣となったと言っていました。『今日もうちは大丈夫だ』と、そんなふう日々確認することで、親父は商売に精を出していたんでしょう。安田家に伝わる大切なマネジメントだと思います」

### 伝統と革新の間で

本店から徒歩1分の至近距離にあるのが安田念珠店の営業部。この建物の前の通りは秀吉が京都御所に参内する際に整備させたといわれる南北の「御幸町通」だ。それを教えてくれた安田社長の「社長室」もここにある。しかし、できる限り本店の“鼻先”に置かれ



20年以上のキャリアがある念珠職人も



若い人も訪れる誓願寺

た座布団に座り、祖父や先代から学んだ念珠製作に取り組むという当主としての心得も忘れてはいない。ちなみに当主専用のその席は、寺町京極商店街の賑わいを見渡すことができるベストポジションでもある。

「店の鼻先に座っていますと、実にいろいろなお客さんがやってくるのが分かります。そのなかには、古くなった念珠の修理を依頼しに来てくださった遠方からのお客様もいて、私たちはそういうお客様こそ大切にしていかなきゃこの商売は続けていけないと考えています。念珠の修理ですからその金額もわずかなものですが、親父も、『小額のお客さんほど大切にしなさい。そうすればいずれまた戻って来てくれるから』と口癖のように言っていたものです」

最近、顧客は年輩者ばかりでは

なく、京都観光中の外国人も顔を出せば、手首などに巻く「お守り」として念珠を求める若者も多く来店している。

「念珠というどうしても古臭くて、どちらかというとも葬儀のときだけに使う道具といったイメージがあると思いますが、若い人たちを中心に、ずいぶんと念珠に対する敷居が低くなってきていると感じています。私が小さいときにはよく友達から、『きみんちは人が死んだら儲かる商売やな』ってからかわれたもんですからね。私はそれにずっと違和感があって、『お買い上げいただくときには皆さん満足そうなお顔をしているのに何で?』って思っていました」

4人兄弟の長男として家業を継ぐことをむしろ誇りに感じていた安田社長だったが、現実には厳しかったと振り返る。とりわけ学生の新規採用で苦労した経験が今につ

ながっている。

「バブルの最盛期に他の企業の皆さんと一緒に就職セミナーなどを開催しましたが、いつも私たちのブースだけ誰も座ってくれないんです。学生さんはちらっとこっちを見て通り過ぎていくだけで、みじめさでいっぱいでした」

そんなある日、安田社長は同じロータリークラブのメンバーとして、茶道裏千家前家元の千玄室氏の講演を聞く機会に恵まれた。

「千先生は88歳の大先輩で、お話を聞くと、『お前は長男だから茶道家元を継ぎなさい』と言われることが嫌だったそうです。ご本人が特攻隊の生き残り、敗戦による無常感も重なって日本古来の文化に興味を持てなくなり、なかでも古臭いイメージのあるお茶の世界に魅力を感じなかったともおっしゃっていました。しかし、千

# 老舗のDNA

——百年超企業は改革を恐れない



安田念珠店の『入社案内』。明るい雰囲気伝わってくる※

先生はしばらくしてハワイに行き、そこで裏千家のハワイ支部を作って茶道を世界中に広める活動を始めたそうです。その際に考えられたキャッチコピーが『一椀からピースフルネスを』というもので、お茶を立てることによって世界に平和を振りまいていくという決意を込めたそうです。私はなんて素晴らしい生き方だろうと感じたのと同時に、素敵な言葉の持つ魅力に惹かれました」

## 行動的な若手社員とともに

自分にも何か気の利いたキャッチコピーを作ることはできないかと悩んだ安田社長は、子供の頃から何気なく抱いていた念珠への特別な思いを『手のひらから伝わる素敵なぬくもり』として表した。

「いい言葉でしょう？ さっそ

くこの言葉を使ってホームページや入社案内を作って採用活動を始めました。すると面白いことに、『素敵な言葉ですね。どんな仕事ですか？』って聞いてくれる学生さんが現れ出したんです。なかには私が印刷物のコメントで使った『人間の純粋な思いに寄りそう商品』という一文に目が留まったという人もいて、実際にその人も社員として活躍しています。言葉の力ってものすごく大きいと実感しています」

以来、採用実績校も京都府内を中心に徐々に広がってきており、「採用で苦労することはなくなった」と安田社長は満足そうだ。

「世の中、何をしたいのか分からない若者も増えているようですが、逆に固定観念で古臭いものとして扱われてきた念珠に新たな魅

力を感じて、具体的に『ここで働きたい』と言いきって入社してくれる人材がいることが私の誇りでもあります」

若い社員とともに、どんどん新しい商いを進めていきたいと語る未来志向の安田社長である。

「売り方も工夫すればいろいろできるもので、例えば、仏壇売り場の横に当たり前のように念珠コーナーがあるという旧態依然とした売り方でなく、和雑貨のお店でカラフルな念珠を販売することもすでに始めています。おかげさまで東京も大阪も好調で、なんだか念珠が“甲斐の商品”から“生きるために必要な商品”として認識され始めたようで嬉しいですね。その原動力となっている若い社員たちも生き生きと働いていますから、私も楽しくなりますよ（笑）」

働くこと、ひいては生きることにポジティブな若い社員がいる職場は強い。だからこそ安田社長の視線も常に前へ向けられている。

「入社案内一つ作るのでも、彼らのアイデアを聞くところから始めていますが、実にいろいろな提案をしてくれるんです。古くて新しい念珠の世界をもっともっと広げる活力にしたいと考えています」

300年以上も続く大切な「ヤマフジ」の暖簾を預かる十代目は満足そうに笑った。

もうひとこと➡HP「記者の部屋」へ