

醤油醸造業の産業特性と地域振興との係りについて

—和歌山県湯浅町、千葉県銚子市・野田市の事例を中心に—

熊坂 敏彦¹

Regarding the industrial characteristics of the soy sauce brewing industry and its relationship to regional development — Focusing on cases from Yuasa Town, Wakayama Prefecture, and Choshi City and Noda City, Chiba Prefecture —

KUMASAKA Toshihiko

1. はじめに

醤油醸造業は、わが国特有の発酵醸造に係る「地域産業」としてそれぞれの地域の食文化や地域経済社会と深くかかわりながら発展してきた。その中には、産地を形成し、市場を大都市や全国に拡げて成長して「地場産業」²として発展したところもある。

本稿は、醤油醸造業の産業としての特徴を整理し、地域との経済的な関係を基軸として、「地域産業」から「地場産業」へさらに「企業城下町」へと発展した産業集積パターンや地域振興との係り方、特にものづくり・ひとづくり・まちづくりの三位一体的な地域貢献の実態及び可能性について整理・分析するものである。事例として、醤油産地の中から醤油醸造発祥の地と言われる和歌山県湯浅町、「4 大産地」、すなわち千葉県野田市、千葉県銚子市、兵庫県たつの市、香川県小豆島町の中から上位 2 産地にあたる銚子市、野田市を取り上げ、醤油業界関係者と地方自治体の関係者に対して醤油醸造業と地域振興や地域産業政策との関係を中心にヒヤリング調査を実施する。特に、新時代の地域産業政策の柱のひとつである「観光まちづくり」への取組みに焦点をあて、醤油醸造業の「循環型地場産業」³としての特性や発展可能性を探る。

2. 醤油醸造業の産業特性

2.1 醤油醸造業の特徴

¹ 昭和女子大学現代ビジネス研究所 研究員

² 本稿において、「地場産業」とは特定地域に同一業種の中小企業が集中立地し、産地を形成して、市場を広く全国や海外に求めた産業を指している。これに対して「地域産業」は、産地を形成せず、市場を主としてそれぞれの地域内に限定したものを指している。

³ 熊坂 (2022)

醤油醸造業の特徴を整理すると以下の 5 点があげられる。

第 1 は、醤油醸造業は、わが国特有の発酵醸造産業の一つで、味噌、みりん、酢、鰹節などと並んで、和食文化を支える調味料産業である。

醤油の主原料は、大豆、小麦、塩であり、製法（本醸造方式）は、大豆と小麦に麹菌を培養して醤油麹をつくり、それを食塩水に仕込んで、約 6 か月間発酵熟成させ、これを圧搾し、清澄させて、火入れ（加熱殺菌）し、瓶詰め・包装を行い製造する。このように、醤油醸造業は、微生物などの力による発酵・醸造⁴によって生産を行う「生命産業」「バイオインダストリー」の一つであり、他の製造業とは違って、元々環境にやさしい循環型産業としての側面を有する。

第 2 は、醤油発祥の歴史については諸説あるが、わが国では飛鳥時代にさかのぼる古い歴史を有する産業である。

醤油のルーツは、古代中国の「醬（ジャン）」であるといわれ、飛鳥時代までには日本に伝わり、「醬（ひしお）」として定着し、平安時代後期にはわが国独自の調味料の一つとして大きな地位を占めるに至った。また、鎌倉時代に禅僧覚心が中国の径山寺（きんざんじ）から径山寺味噌の製法を持ち帰り、紀州由良の興国寺で周辺の村人たちに径山寺味噌の作り方を教えたというが、その製造過程で桶の底にたまった液体が醤油になったという説がある。

醤油が生業として営まれたのは室町時代末期からで、関西に湯浅、堺、龍野、小豆島等の産地が形成され、追って、関東にも銚子、野田等の産地が形成された。江戸時代には、関東で江戸の人々の嗜好に合わせた「濃口（こいくち）醤油」の生産が始まり、全国に広まった。この関東の醤油は、安永・天明期（1772～89）を境に、それまで主流であった関西の「下り醤油」（溜醤油）を制し、文化・文政期（1804～30）には江戸市場を席捲した⁵。そして、大正から昭和初期にかけて、家業が組織化されて企業（会社）となり、近代化された醤油工場が建設され、野田のキッコーマン（株）や銚子のヤマサ醤油（株）のような国際企業も出現し、今日に至っている⁶。

第 3 は、醤油醸造業は、個人や小規模零細企業が全国一円に立地した地産地消型の産業であり、「地域産業」であって、それぞれの地域・風土や食文化に合った多様な醤油企業から成り立っている。

醤油は地域性の強い産品であり、日本の気候風土の多様性を反映し、各地の食文化と密接な関係をもちながら、日本全国各地で多様な醤油が生産されている。関東の銚子と野田は、

⁴ 発酵とは、「微生物の働きにより有機化合物が変化する現象と定義されるが、一般的には微生物による人間にとって有用物質生産を指す。」（館 2024）。醸造とは、「麹を使用して、我国の伝統的な発酵食品を製造すること」をいう。（館 2024）。

⁵ 『千葉県の歴史 別編 民俗 2』千葉県史料編集財団編（2002）三 醤油の町・野田 293-320 頁

⁶ 小栗（2010）

「濃口醤油」、兵庫県の龍野は「淡口（うすくち）醤油」、山口県の柳井は「再仕込み醤油」⁷、愛知県の碧南は「白醤油」⁸を生産している。

現在、日本の醤油は、JAS（日本農林規格）により 5 種類に分けられている。すなわち、「こいくち」、「うすくち」、「たまり」、「さいしこみ」、「しろ」の 5 種である。2023 年における種類別構成比は、「こいくち」84.9%、「うすくち」11.4%、「たまり」2.1%、「さいしこみ」0.9%、「しろ」0.7%である⁹。醤油生産量の 85%は「こいくち」であり、一般的に醤油という場合は「こいくち（濃口醤油）」を指している。

第 4 は、原材料調達や市場との近接性や輸送面の有利性など立地条件がそろった一部の地域で全国市場を対象とした製品を生産して成長し、「産地」を形成した「地場産業」でもある。

醤油の「4 大産地」として、野田（濃口醤油、千葉県）、銚子（濃口醤油、千葉県）、龍野（淡口醤油、兵庫県）、小豆島（濃口醤油、香川県）があげられ、それら「4 大産地」のシェアは約 5 割を占める。

醤油産業の産業発展パターンは、①個人企業や零細企業を中心とした在来型「地域産業」から出発して、②企業規模拡大、協業化や集中化等によって「産地」が形成されて「地場産業」（「産地型集積」）へ発展し、さらに、③産地内の統括的企業が大企業に成長してキッコーマン（株）の野田のように「企業城下町」（「企業城下町型集積」）と呼ばれる地域も出現した、とみることができよう。

第 5 は、醤油醸造業は、「大企業」と「中小零細企業」（含む個人）が併存し、「地域産業」と「地場産業」が併存した「二重構造」を特徴とする産業である。これは、他の発酵醸造産業にもみられる特徴であるが、特に、清酒製造業に同様の特徴が多くみられる¹⁰。

2.2 醤油の主要産地とその形成・発展要因

本稿では、「4 大産地」に「醤油醸造発祥の地」・湯浅を加えた 5 産地を取り上げ、産地の特徴、産地の系譜と歴史、産地の形成・発展要因などを整理する（表 1）。「4 大産地」の生産シェアは、およそ 5 割を占める。また、それらのルーツは、野田を除く他の 3 産地が紀州・湯浅とかかわりを有している。

2.2.1 5 産地の特徴と歴史

和歌山県湯浅町は、和歌山県の中部西岸に位置し、わが国の「醤油醸造発祥の地」とされる。鎌倉時代に、禅僧・覚心が中国の径山寺（きんざんじ）より径山寺味噌の製法を持ち帰

⁷ 「再仕込み醤油」は、主として西中国から北部九州にかけて生産、使用されている醤油で、他の醤油が塩水で仕込むのに対して、この醤油は生醤油（きじょうゆ）を使って仕込み、仕込み期間が 2 年と長く、濃厚で甘みを帯びた醤油である。（井奥 2003）

⁸ 「白醤油」は、主に東海 3 県でつくられ、使用されているもので、小麦のみでつくられ、透明に近い醤油である。（井奥 2003）

⁹ 日本醤油協会（2024）

¹⁰ 熊坂（2022）102 - 105 頁

り、そこから生まれた溜まり醤油の作り方が広まったといわれる。湯浅は、熊野古道の宿場町であり、海岸線の良い海上輸送の要衝の地である。16 世紀前半に醤油産地が形成された。徳川御三家のひとつである紀州藩の保護のもとで大発展を遂げ、最盛期には 92 軒の醤油企業が存在したという。しかしながら、明治中期以降、産地間競争に敗れて停滞・衰退し、今や、「古い産地」となっている。現存する醤油企業も少数の老舗企業のみである。そのうち、(株)角長(かどちょう)は、天保 12 (1841) 年創業の老舗醤油蔵であり、溜醤油の伝統技法を維持している。そして、今も利用されている工場や蔵は、国重要文化財に指定されている。湯浅町の古い街並みは、文化財として「伝統的建造物群保存地区」に指定されており、また、2017 年には、醤油醸造に関するストーリーが『「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地紀州湯浅』として日本遺産に認定された。

香川県小豆島は、瀬戸内海東部の海上交通の要衝として古くから栄えた島である。紀州湯浅に醤油づくりを学んだとされるが、醤油業の始まりは、江戸時代、16 世紀末ごろである。関西地区にありながら濃口醤油の産地であり、江戸後期から昭和期に発展した。醤油企業は、明治初期には 400 社もあったというが、その後同業組合結成(158 社)等で淘汰され、現在は、マルキン醤油(株)(現 盛田(株))を中心に、大手企業と中小企業が混在した醤油地場産業産地となっている。

兵庫県龍野(現たつの市)は、関西地区を代表する醤油産地であり、「淡口醤油(うすくちしょうゆ)」の一大産地である。小豆島同様、紀州湯浅に製法を学んだとされるが、産業化されたのは安土桃山時代であり、播磨の国守赤松一族の家臣団が龍野に移り天正年間(1573~1592)に醤油醸造業を始めたといわれている¹¹。また、清酒製造業との兼業や清酒製造業からの業種転換も多かったといわれる。江戸中期に淡口醤油が開発され、明治期には会社化され、藩直営の醤油製造所の払い下げ(1869)や合併などによって、大手醤油企業であるヒガシマル醤油(株)が 1942 年に設立されている¹²。

千葉県銚子市は、太平洋沿岸の漁業基地として有名であるが、黒潮交流の中で歴史的に紀州との交流が深く、紀州からの移住者が江戸期に醤油の製法を伝えた。地元豪農であった田中玄蕃家(ヒゲタ醤油(株))と紀州移住者である濱口儀兵衛家(ヤマサ醤油(株))が濃口醤油メーカーとして成長し、関東地域で野田よりも 30 年程度早く産地が形成された。1753 年に関東地方で最初の「銚子造醤油仲間」が結成され(11 軒)、1888 年に同業組合が設立された。1914 年に田中、濱口、深井の 3 家が「三蔵合併」して銚子醤油を設立。1928 年に濱口儀兵衛商店がヤマサ醤油(株)に、1976 年に銚子醤油がヒゲタ醤油(株)に社名変更した。こうして銚子の醤油産業は、ヤマサ醤油(株)とヒゲタ醤油(株)の大手企業と地元の需要に対応した少数の小規模企業に再編されて今日に至っている。

千葉県野田市は、関東の濃口醤油の大規模産地として銚子と並び江戸時代に成長した。銚子よりも遅れて産地化したが、江戸川の水運による江戸市場へのアクセスの良さから幕末

¹¹ 小栗(2010)

¹² 柴田(2016)

には銚子を抜いて関東第一の産地になった。野田は、高梨家と茂木家を中心に醸造家（造家；ぞうか）が集積し、1781年に「野田造醤油仲間」が組成され（7軒）、1887年（明治20年）に野田醤油醸造組合が結成され（17軒）、1917年（大正6年）に造家8家の大合同によって野田醤油（株）（現キッコーマン（株））が設立された。同社は、様々な近代化（製法、工場など）を進めると同時に、組合の事業を継承し、鉄道、銀行、病院、水道等インフラ整備を行った。また、醤油醸造蔵や醤油工場を中心とした街並みを形成し、商業や樽屋町など関連する産業を集積させて、「醤油藩の城下町」（大宅壮一・命名）¹³と称されるような野田の町づくりに貢献し¹⁴、地域社会の発展に貢献しながら、今日の国際企業・キッコーマン（株）へと成長した¹⁵。そして、野田市もまたキッコーマン（株）の「企業城下町」として発展した。

2.2.2 5 産地の形成・発展要因

湯浅産地の形成要因は、①鎌倉時代に禅僧覚心による製法伝授、②海上輸送の要衝地であること等があげられ、また、発展要因としては、①紀州藩の保護、②大阪市場の近さ等があげられよう。

小豆島産地の形成要因は、①塩の産地であったこと、②原料の小麦や大豆の産地との交流が密であったこと、③木桶づくりの文化があったこと、④海上交通の要衝地であったこと等であり、発展要因としては、①瀬戸内や京阪市場が近かったこと、②観光業との連携、関連産業（手延べ素麺、佃煮等）との連携などがあげられる。

龍野産地の形成要因は、①原料調達（播州平野の大豆、麦、赤穂の塩）、②揖保川の良質な水（軟水）と水運、③清酒業との兼業化（資本、桶）等であり、発展要因としては、①龍野藩・歴代藩主の奨励・保護・育成策、②関西市場の近さ、③組合結成（1880；粗製・乱売禁止）等である。

銚子産地の形成要因は、①有力醸造家（田中家、濱口家）と資本力ある商人（漁業関係・肥料問屋など）の存在、②漁業との連携（資本、製品輸送）、③太平洋沿岸の輸送の利便性等があげられ、発展要因としては、①江戸市場の近さ、②利根川・江戸川の舟運、③組合結成等があげられる。

野田産地の形成要因は、①造家の集積（養子縁組、本家・分家間の相互扶助）と合同化、②利根川と江戸川の舟運であり、発展要因は、①江戸・東京市場の近さ、②組合結成、造家の大合同などによる集中化・近代化（技術革新・経営革新）、③ナショナルブランド化や米国への工場進出など先見性ある経営力等があげられよう。

¹³ 大宅壮一「野田 醤油藩の城下町」『僕の日本拝見』（1957）中央公論社・『大宅壮一選集 5 紀行（日本篇）』（1959）筑摩書房

¹⁴ 小川（2002）

¹⁵ キッコーマン（株）の「グローバル化」の状況は、海外比率、売上収益の77%、事業利益の89%、従業員数50%となっている。

このように見てくると、醤油産地の一般的な形成要因として、①気候が温暖で醤油醸造に適した地域で原材料の調達が容易な地域であること、②海運や舟運など製品輸送の適地であること、③製法・製造技術の伝来があったこと等があげられよう。また、一般的な発展要因としては、①大きな需要が見込める大市場に近接していること、②製品運搬などのインフラが整備されていること、③藩や行政の支援策があったこと等があげられる。

(表1) 主要醤油産地比較表

	湯浅 和歌山県湯浅町	小豆島 香川県小豆島町	龍野 兵庫県たつの市	鏡子 千葉県鏡子市	野田 千葉県野田市
人口(千人)	11	13	72	55	153
産地の区分	四大産地				
ルーツ	禅僧・覚心の径山寺味噌	紀州に製法を学ぶ	紀州に製法を学ぶ	紀州の移住者・黒潮交流	独自の起源
産地のタイプ	古い産地	産地	産地	産地	企業城下町
産地の特徴	熊野古道の宿場町・商業都市 溜醤油の伝統技法を維持 伝統的建造物群保存地区	濃口醤油中心 醤油と観光業の連携・産業観光 多様な関連産業 (手延べ素麺、佃煮)	淡口醤油の一大産地 多様な地場産業集積 (素麺、清酒、醤油、皮革) 伝統的建造物群保存地区	濃口醤油中心 漁業と醤油の町(ヤマサとヒゲタ) 紀州との黒潮交流 (紀州漁民の漁業・肥料・醤油伝授)	濃口醤油の大規模産地 キッコマンの企業城下町
産地の歴史	鎌倉時代覚心が味噌造伝授 江戸時代紀州藩の保護で発展 明治中期以降停滞・劣勢化	江戸時代に発祥 江戸後期から昭和期に発展 明治期同業組合設立(1901)	安土桃山時代酒・醤油造兼業 江戸中期淡口醤油開発(1666) 明治期に会社形態化	江戸期紀州の移住者製法伝授 有力醸造家(田中家:ヒゲタと 浜口家:ヤマサ)の成長	江戸中期から発展 明治期(1887)組合結成(17名) 大正期(1917)造家8家大合同 野田醤油(株)設立→キッコマン
産地の形成要因	鎌倉時代覚心が味噌造伝授 海上輸送の要衝地	塩の産地 原料産地との交流 木桶の文化 海運交通(瀬戸内海要衝地)	原料調達(大豆・麦・塩) 損保川の良質な水と水運 清酒業との兼業化(資本・桶)	有力醸造家と資本力ある商人 漁業との連携(資本・製品輸送) 太平洋沿岸の輸送の利便性	造家集積(本家・分家間の相互扶助) と合同化→近代化促進 利根川・江戸川の舟運
産地の発展要因	紀州藩の保護育成 大阪市場の近さ	京阪市場の近さ 観光業・地場産業との連携	歴代藩主の奨励 関西市場の近さ 組合結成	江戸・東京市場の近さ 利根川と江戸川の舟運 組合結成	江戸・東京市場の近さ 組合結成・造家の大合同 先見性ある経営力
産地の現況	江戸時代92軒→3軒	明治初期400社→18社	昭和初期62社→10社	明治後期43軒→5社	江戸期19軒→4社
代表的企業	角長	マルキン醤油	ヒガシマル醤油	ヤマサ醤油、ヒゲタ醤油	キッコマン

(資料)各市町のHP、林・天野(2005)、小川(1990)などより筆者作成。

3. 醤油醸造業の現況と課題

3.1 醤油醸造業の現況

3.1.1 傾向的な需要・生産の減少

醤油の日本国内の生産量(出荷数量)は、人口減少、食生活の変化、調味料消費の多様化(たれ・つゆの間接消費)、減塩志向、輸出用醤油の海外生産等により年々減少し、ピーク時・昭和48年(1973)の129万klから令和6年(2023)には69万klへと半減している。ちなみに、この間の一世帯当たり消費量は、23.2リットルから4.0リットルへ、一人あたり消費量は、11.9リットルから5.5リットルへ、いずれも大きく低下している。

3.1.2 企業数の減少と中小零細企業の淘汰

企業(工場)数は、最盛期には1万社以上あったといわれるが、長期的・傾向的に減少し、昭和30年(1955)6,000社から令和5年(2023)1,035社と、この68年間に6分の1規模まで減少している。経営形態別の企業数推移をみると、昭和40年(1965)の4,441

社から令和 5 年(2023)の 1,035 社へ 3,386 社の減少のうち、個人が 1,908 社(全体の 56%)を占めており¹⁶、個人や零細企業を中心に淘汰が進んだとみることができる。

他方、その間、大手企業のシェアは拡大し、大企業と零細企業との「二極化」が顕著となった。大手 6 社(キッコーマン、ヤマサ醤油、正田醤油、ヒゲタ醤油、マルキン醤油、ヒガシマル醤油)の国内流通醤油の生産シェアは、約 60%、準大手 9 社を合わせた 15 社では約 75%に達している。

3.2 醤油醸造業のサバイバル戦略

以上のような環境変化に対応して、醤油産業は、以下のように、様々な取り組みを行っている。

第 1 は、イノベーションによる商品多様化である。本醸造への回帰、ペットボトルなど容器の多様化、丸大豆醤油・有機醤油など商品多様化、つゆ・たれ・ドレッシングなど二次加工調味料開発等があげられる。

第 2 は、国際化である。和食文化のグローバル化と連動して醤油の国際化が進められ、年々輸出が増加している。1989 年から 2023 年の間に、輸出数量は 8.4 千 kl から 41.1 千 kl へ、約 5 倍、輸出金額は 16 億円から 100 億円へ約 6 倍も伸びている¹⁷また、キッコーマン(株)やヤマサ醤油(株)など大手企業の海外進出による現地生産も増加している。最近の海外生産量は年間 30 万 kl 以上に伸長し、国内生産量の半分に近づきつつある。

第 3 は、地域との連携強化である。醤油企業の歴史的な建造物や街並みの観光資源化、工場見学、醤油づくり体験、イベント・まつりへの協賛、伝統的製品・手作り製品の再評価と土産品・特産品としての販売強化など、醤油産業・醤油産地の「産業観光」化によって、地元の自治体が推進しようとしている「観光まちづくり」¹⁸と連携・連動しようとする取り組みである。

以下、次章において、「観光まちづくり」における醤油産地と地元自治体との連携を中心に、醤油産業と地域振興との係りについて概観したい。

4. 湯浅、銚子、野田の 3 醤油産地にみる地域振興との係り

4.1 和歌山県湯浅町：醤油づくり発祥の地の歴史的建造物・街並みの活用等による「観光まちづくり」

4.1.1 人口・産業衰退への危機感と「住民との協働によるまちづくり」

¹⁶ 日本醤油協会(2024)

¹⁷ 日本醤油協会(2024)

¹⁸ 「観光まちづくり」とは、「観光」と「まちづくり」が結びついた概念で、地域が主体となって地域独自の諸資源を活かし観光振興を図って地域経済の活性化を促す活動を指し、地方自治体の新しい地域産業政策の柱のひとつとなっている。

湯浅町は、少子高齢化、人口流出による人口減少により過疎化が進んでいる、人口は 1985 年の 17 千人から 11 千人に大きく減少しており、中心市街地も空洞化した。2014 年には「過疎地域自立促進特別措置法」に基づく過疎地域の指定を受けている¹⁹。

湯浅町では、これに危機感を持ち、「住民との協働によるまちづくり」が始まった。1997 年、住民主導で 300 名体制の「まちづくり委員会」を立ち上げ、2 年間で 250 回ものワークショップを実行。湯浅の歴史や古い街並みを貴重な財産として見直し、まちづくりに活かしていくこと等が提言された。このような自主独立の気風を持った町民主体のまちづくり活動は、町の「中心市街地活性化基本計画」策定や TMO 事業活動につながり、さらに、国の重要伝統的建造物群保存地区制度の導入を導いた。

2006 年 12 月には、かつての湯浅の醤油醸造業の中心地、すなわち、醤油醸造で繁栄した当時の建物が残る北町、鍛冶町、中町、濱町を中心とする一帯、約 6.3ha のエリア（東西約 400m、南北約 280m）が、国の「重要伝統的建造物群保存地区」（以下、「伝建地区」と呼ぶ）に選定された。2007 年には、そこで「全国行灯コンテスト」や「第 1 回全国醤油サミット」が開催され、町全体の盛り上がりが入込観光客の増加がみられるようになった。「伝建地区」への来訪者数は、2007 年の 21 千人から年々増加してコロナ前の 2019 年には 68 千人まで達している²⁰。

現在の「伝建地区」の観光施設の設置状況を見ると、①「工場見学施設」3 件（角長醤油資料館、甚風呂、旧栖原家住宅フジイチ）、②「商店」3 件（角長、太田久助吟製、藤野米穀店）、③「宿泊施設」1 件（千山庵）、④「飲食店」2 件（北町茶屋「いっぷく」、喫茶あさも）、⑤「喫茶休憩所」2 件（café First Drip、庵茶屋の和）、⑥「ギャラリー・展示室」2 件（北町ふれあいギャラリー、岡正）等があり、江戸時代の醤油醸造の町にタイムスリップしたようなエリアが存在する。また、このエリアでは、「湯浅まつり」（花火）、「ギョギョッとお魚まつり」、「シロウオまつり」など、町が関与したイベントや祭りが開かれている²¹。このように、それらは、「産業観光」の内容を含んでおり、湯浅町が推進しようとしている「観光まちづくり」の一環を成すものと言える。

4.1.2 伝統的老舗醤油企業の「観光まちづくり」との係り²²

（株）角長（かどちょう）は、天保 12 年（1841）創業の江戸時代から続く老舗醤油蔵である。家訓の「一業をせよ（他業に手をだすな）」をかたくなに守り、「蔵付き酵母」と伝統的な手作りの技による溜まり醤油「湯浅たまり」や開発に 10 年を要した「濁り醬（にごりびしお）」等を製造販売している。高価格商品であるが、湯浅の土産品としての需要が多い。

（株）角長は、「伝建地区」の一角を占めており、町の「観光まちづくり」に協力・貢献している。工場見学施設として「角長醤油資料館」と「職人蔵」があり、生産現場の見学の

¹⁹ 山本（2017）

²⁰ 湯浅町提供資料より。

²¹ 2024 年 5 月 29 日・30 日、湯浅町、湯浅商工会・からのヒヤリング。

²² 2024 年 5 月 29 日、（株）角長 6 代目加納誠社長にヒヤリング。

ほかに歴史的な史料の展示、ビデオでの説明、土産品の販売等を行い、観光客を受け入れている。また、2022 年、「角長（加納家住宅）」11 棟（主屋、仕込み蔵、醤油蔵、麹室、穀蔵など）が国重要文化財（建造物）に指定されたが、町の教育委員会と相談しながら活用策を検討している。

4.1.3 町や商工会の「観光まちづくり」への取組み

湯浅町の地域振興政策の中心は、「醤油醸造発祥の地」としての湯浅の歴史や「伝建地区」の古い街並み・歴史的建造物を貴重な財産として見直してまちづくりに活かし、「観光まちづくり」を推進することにある。湯浅町の関係者は、「湯浅は町の面積が小さいので、企業誘致よりも観光を中心とした地域活性化を考えている。観光や商業で町への流入人口を増やし、町を活性化して、和歌山に次ぐ商業都市を目指したい。」という。また、「これまでの湯浅の観光は、「伝建地区」内の散策が中心であり、滞在時間が短いことが課題であった。現在、JR 湯浅駅周辺と「伝建地区」の間の古民家などを活用し、まちなかへ観光客が流れる仕組みづくりを進めている。」と具体的なまちづくり構想を語った²³。

このように湯浅町では醤油醸造業の歴史と文化財などを活かした「観光まちづくり」を官民一体となって推進しており、「産業観光」²⁴のモデルとなる取組みが数多くみられる。町の入込観光客数も、増加傾向にあり、2005 年度の 320 千人から 2019 年度には 540 千人へ増加した（ただし、その後コロナによって入込客は半減している）。

4.2 千葉県銚子市：「交流」と「連携」による地域活性化の長い歴史

4.2.1 銚子市における「交流」と「連携」による地域活性化

銚子は、「地域間の交流」と「産業間の連携」によって地域活性化を果たした長い歴史を持っている。

まず、「地域間交流」についてであるが、銚子は、黒潮の太平洋沿岸とそこに注ぐ大河・利根川に接した交流の拠点と言える好立地にある。銚子には、古くから黒潮に乗って紀州から多くの人々が移住して漁業（地曳網漁による鰯漁）を発展させ、また、関西の木綿栽培を支える肥料としての干鰯（ほしか）生産を発展させ、さらに、それら漁業で儲けた資金を紀州の伝統的な醤油製造技法を活かした醤油醸造業につぎ込み、それを発展させた²⁵。紀州と銚子を結んだ「黒潮の縁」は、今でも親密なものとして維持されている。ヤマサ醤油（株）の工場に隣接する妙福寺に、「紀国人移住碑」が建っている。また、100 年以上続く「木国（もっこく）会」という組織があり、毎年 100 人以上の交流が続いている。ヤマサ醤油（株）とヒゲタ醤油（株）のトップが同会の代表を務め、事務局はヤマサ醤油（株）にある。和歌山県広川町の「稲むらの火」のおまつりには、ヤマサ醤油（株）の会長が出席するという²⁶。

銚子は、利根川で野田とも結ばれている。江戸時代に利根川の改修によって銚子に利根川

²³ 2024 年 5 月 29 日・30 日、湯浅町、湯浅商工会・からのヒヤリング。

²⁴ 地場産業による「産業観光」の類型と事例は、熊坂（2022）128 頁参照。

²⁵ 小川（1990）129 頁

²⁶ 2024 年 10 月 23 日、ヤマサ醤油株式会社本社にヒヤリング。

が近づいたことで、海運よりも舟運の安全性と経済性が高まり、利根川の舟運で物流が発達した。そして、江戸市場に向けた製品輸送と帰りの船で原材料の仕入れを行う効率的な輸送方法によって銚子の醤油醸造業は飛躍的に発展した。利根川で結ばれた銚子と野田との関係は、醤油醸造業を巡るライバル関係にあるだけではなく、幕末から明治期にかけて江戸・東京市場を確保するための情報交換や問屋と対等に交渉し、流通・販売力を強化するために両産地が中心になって組合を設立する等の協調行動も見られた²⁷。このような江戸時代から今日に続く両産地の「競争と協調」の関係は、両産地の発展の原動力になってきたようだ。

次に、「産業間の連携」については、既述のように、銚子の漁業と醤油醸造業との間の深い関係の中に見出される。経営面での資本関係や人的関係、輸送面での連携、漁業関連産業（干鰯生産、干鰯肥料の移出等）との関係等である。

4.2.2 銚子における 2 大企業：ヤマサ醤油（株）とヒゲタ醤油（株）

ヤマサ創業家の濱口と、「三蔵合併」により 1914 年創立の銚子醤油合資会社を源流とするヒゲタ醤油（株）の初代社長濱口は、遡れば和歌山県広川町出身の兄弟同士であり、両社ともに紀州に縁の深い企業であるといつてよい。2004 年以降、ヒゲタ醤油（株）はキッコーマン（株）と資本提携を行いその傘下に入ったが²⁸、ヤマサ醤油（株）とヒゲタ醤油（株）は紀州ルーツの企業同士として親しい関係にあるようだ。

銚子は「漁業と醤油の町」として有名だが、JR 銚子駅の周辺に、巨大な漁港と醤油工場があり、独特な風景と香りを漂わせている。国道 126 号を挟んで東側にヤマサ醤油（株）、西側にヒゲタ醤油（株）の広大な敷地を持つ工場群が存在する。ちなみに、ヤマサ醤油（株）の銚子本社工場の規模は、敷地が 7 万坪（東京ドーム 4 個分）あり、そこに第 1 工場、第 2 工場、本社、研究所、2 万リットルのタンク 1,000 基等が配置されている。従業員は 800 名、生産量は、日産 40 万リットルである。2011 年以降、ボトリングは成田工場で行っている。

2 社ともに工場見学と関連施設を有している。ヤマサ醤油（株）は、「ヤマサしょうゆ味わい体験館」であり、ヒゲタ醤油（株）は「ヒゲタしょうゆ史料館」である（ヒゲタ醤油（株）は、コロナ以降工場見学を停止している）。ヤマサ醤油（株）の工場見学ツアーは、平日、1 日 6 回、各 1 時間のコースが設定されており、醤油の歴史や製法の映画、原料サイロ、麹室、仕込み蔵等の見学、売店等があつて、海外からの見学者も目に付く。

4.2.3 ヤマサ醤油（株）の地域振興への貢献：もの・ひと・まちづくりへの貢献²⁹

ヤマサ醤油（株）は、地元企業として地元を大事にしている。

まちづくり面では、銚子市にコミュニティセンターを寄付したり、上記のように工場見学ツアーの設定などにより、市の地域振興に貢献している。同社の担当者は、工場見学につい

²⁷ 2024 年 12 月 26 日、小川浩先生より聴取。

²⁸ ヒゲタ醤油（株）とキッコーマン（株）の提携関係は、長く、非継続的な歴史があり、1937 年～1947 年に資本提携、1966 年に販売委託、2004 年に資本提携という経緯がある。

²⁹ 2024 年 10 月 23 日、ヤマサ醤油株式会社本社にヒヤリング。

て、まだバス 1 台分の受入れしかできず、土日休日の受入れができていないこと等、今後の課題も多いと言う。

ひとつづくり面では、市内の小中学校へしょうゆづくりの出前授業を行っている。次世代を担う子供たちへの食育を含めた教育活動も重視している。

ものづくり面では、ヤマサの研究者が開発した「核酸調味料」が、のちに医薬品開発につながっており、コロナワクチン開発等でも社会に貢献している。銚子の未来産業として、醤油由来の医薬品産業が発展する可能性がある。

4.2.4 銚子市の「観光まちづくり」政策

銚子市の観光は、初点灯から 150 周年を迎えた「犬吠埼灯台」や荒波に削られた断崖絶壁が 10 km も続く「屏風ヶ浦」等の名勝旧跡が多く、また、海産物や野菜などの食材にも恵まれており、コロナ前の入込客数は年間 280 万人を超える。そのためか、醤油産業を「産業観光」に位置付けて地域振興に活かそうという「観光まちづくり」政策は、必ずしも積極的であるようには見えない。この点は今後の課題であり、古くから交流がある紀州・湯浅の「産業観光」による「観光まちづくり」への取組みをもう一度学びなおすことも重要であるように思われる。

4.3 千葉県野田市

4.3.1 野田における「企業城下町」の形成：キッコーマン（株）と野田市の関係のはじまり

野田（野田産地）の発展は、キッコーマン（株）の発展と軌を一にしている。それは野田市がキッコーマン（株）の「企業城下町」と言われる所以である。「企業城下町」とは、「特定の大企業ないし同系列の企業グループが立地することによって発展し、そうした企業の存在なくしては都市機能が維持されない都市」³⁰と定義される。

野田は、江戸時代に形成された³¹醤油地場産業の町であったが、その後、「企業城下町」へ進化した。野田がキッコーマン（株）の「企業城下町」になったのは、いつごろからであろうか。その始まりは、明治 20 年（1887）野田醤油醸造組合の結成まで遡る。さらに、決定的な時期は、大正 6 年（1917）12 月、茂木・高梨・堀切一族が資本を合同し、キッコーマン（株）の前身である野田醤油（株）が設立されてからとみられる。

4.3.2 野田醤油醸造組合と野田醤油（株）の地域・社会貢献事業

まず、野田醤油醸造組合は、一般的な同業組合としての性格を超えて、野田の近代産業の基盤整備と地域社会の福祉に大きな役割を果たした³²。すなわち、野田人車鉄道（株）設立（1900 年、1925 年廃止）、野田町一柏間の千葉県営軽便鉄道敷設の働きかけ（1911 年開

³⁰ 中野（2009）

³¹ 1772 年、野田の高梨家が幕府に醤油冥加金を上納、1781 年には醸造家 7 軒による野田造醤油仲間が結成されており、産業基盤、産地基盤が確立したとみることができる（キッコーマンより聴取）。

³² 2024 年 10 月 17 日、キッコーマン株式会社野田本社からのヒヤリング。

通、現東武鉄道野田線)、野田商誘銀行の設立(1900年、1944年千葉銀行に営業権譲渡)、野田病院の開設(1914年、現キッコーマン総合病院)等があげられる³³。

次に、野田醤油(株)(現キッコーマン(株))が、組合で主導的な役割を果たしていた創業8家の大合同によって誕生し、上記の組合の事業は継承された。その後の事業としては、水道事業がある。1923年に通水した専用水道は、水量に余裕があったため野田町内の一般家庭(5,740世帯、24千人)にも給水する水道事業を行い、1975年に野田市に移管された³⁴。この他にも、小学校や女学校等の教育施設に対して個人あるいは組合名義で建設費用や敷地の寄付を行っている³⁵。現在、同社の地域・社会貢献事業は、公益財団法人「興風会」(1929年設立、2011年公益財団法人に移行)を中心に行われており、同法人の事業として、①育英事業(無利子貸与奨学金)、②学校教育振興事業(市内学校教職員研修、教材設備助成、市内学校への図書寄贈、褒賞事業等)、③社会教化事業(生涯学習事業、長寿大学、書道教室、文化講演会、スポーツ講演会、展覧会等)、数多くの地域・社会貢献事業が展開されている³⁶。

このように会社創立に関わった醸造家たちの経済力と影響力の大きさ、創業時から引き継がれている社会貢献を大事にする経営理念³⁷等によって、企業と地域社会がウィン・ウィンの関係で発展できる基盤づくり、すなわち、水道、鉄道、病院、銀行などインフラ事業や福祉施設の整備が展開された³⁸。それに伴い、醤油の町・野田は、醤油業を中心に樽製造業、水運業、建設業、倉庫業、住宅業、商業等、関連する諸産業の集積が進み、同社の寄付によって図書館や公園などの都市施設も設置され、「企業城下町」としての魅力を高めながら人口を増加させてきた。そして、同社は、1964年にキッコーマン醤油(株)、1980年にキッコーマン(株)と社名を変更し、醤油市場における「ナンバーワン企業」へ、「総合食品メーカー」へ、さらに、海外に8つの醤油生産拠点を置き世界100か国以上に醤油を販売する「グローバル企業」へと成長し今日に至っている。

4.3.3 企業城下町・野田の「観光まちづくり」への取り組み

野田は、他の「企業城下町」である日立やトヨタとは業種も歴史の古さも違う。また、野田は、江戸時代を発祥とする醤油地場産業の町であるが、富岡製糸工場のように過去の遺物ではなく、現在進行形の生きた町でもある。野田市の「観光まちづくり」の担当者は、「野田には「醤油の町」としての観光資源がたくさんある。近代化産業遺産の町としても価値がある。千葉県登録有形文化財300のうち、60が野田市にある。産業遺産としては、醤油

³³ 同上

³⁴ 同上

³⁵ 中野(2009)

³⁶ 2024年12月26日、小川浩先生より聴取。公益財団法人興風会ホームページ。

³⁷ 野田の造家の家訓の中に、「安易に儲けに走らないこと」「飢饉や天災に備えて蓄えを作っておくこと」等が残されており、江戸の昔より野田の造家は、災害発生時には自宅の前に「お救い小屋」を作り、地元の被災者はもとより全国の被災者の救済にあたったということである。(野田市役所)

³⁸ 朴(2010)

工場だけではなく、病院、交通、水道、公園など町を構成するトータルで見た文化資産を広くとらえることが重要である。しかし、地元の人には「醤油の町」の価値に気付いていない。それら産業遺産が現在進行形で生産活動に利用されていることも評価を妨げているのだろう。」と、課題を提起した。野田は、数多くの「産業観光」資源に恵まれながら、醤油産業の「産業観光」化がいまだまちづくりの柱になっておらず、今後「産業観光」のポテンシャルは極めて高いとみることができよう。

2024年3月に、NPO法人「そい・びーんず」³⁹が主催したバスツアーに参加した。車窓からのガイドスポットとして、実に多くの「産業観光」資産が紹介された。①「キッコーマンもの知りしょうゆ館（野田工場）」（事務所が近代化産業遺産。設立時は第17工場。稼働中の工場を見学して醤油について学べる）、②「御用醤油醸造所（御用蔵）」（近代化産業遺産。現在も宮内庁に納める醤油を醸造）③「茂木本家美術館」（12代茂木七左衛門の収集美術品4,300点を所蔵）、④「興風会館」（国登録有形文化財、近代化産業遺産。醸造家団体の寄付でつくられた既述の「興風会」による社会教化事業の場）、⑤「キッコーマン野田本社」（平成11年、会社設立80周年記念で建設）、⑥「キッコーマン中央研究所」、⑦「千秋社」（旧野田商誘銀行、近代化産業遺産）、⑧「キノエネ醤油」（国登録有形文化財、近代化産業遺産。白醤油生産）等である。

野田は、「三方が人工の川（利根川・利根運河・江戸川）で囲まれた歴史経済地理の教材であり、流山街道沿いには商家の地割が残っており、大正・昭和ロマンが残存する」と市の観光振興担当は野田の魅力を強調した。企業城下町・野田の新しい「産業観光」の具体化に期待したい。

5. おわりに：醤油醸造業の「循環型地場産業」としての発展可能性

以上、醤油醸造業の産業特性等について主要5産地を中心に整理し、特に、醤油醸造業と地域との関係について醤油醸造発祥の地・湯浅と上位2産地にあたる銚子、野田の事例を見てきたが、それらから学ぶ新しい時代の地域産業政策づくりへの示唆として、以下の諸点をあげておこう。

第1は、発酵醸造産業としての醤油醸造業は、環境や地域にやさしく、持続可能な地域社会の創生に貢献できることである。地場産業である醤油醸造業は、かつてはその原材料を地元から調達し、微生物と人との協働によって製品を醸し、海や川の力を借りて市場まで製品輸送を行って発展したといういわば「森里川海」の産業といえる。まさに、持続可能な地域・産業を創造する「循環型地場産業」⁴⁰と呼ぶにふさわしい産業として存在意義がある。

³⁹ NPO法人「そい・びーんず」は、地場産業の発展・活性化などを目的として、2008年に設立され、野田市商工会議所内に事務局を置く。傘下の「発酵文化メガロポリス推進活動プロジェクト」では、「発酵・醸造」の多角的研究、シンポジウム開催、発酵・醸造を持つ他の地域との交流などを行っている。

⁴⁰ 熊坂（2022）

第2は、醤油醸造業は、歴史的な産業遺産（工場や古い街並み等）や地域ごとの食文化とのつながりなどを活かして「発酵ツーリズム」や「産業観光」（工場見学、ものづくり体験、イベント・おまつり、まちあるき）等の新しい観光の推進者として、「観光まちづくり」等の地域産業政策の重要な柱となることが期待できることである。2013年に和食がユネスコの無形文化遺産に登録されて10年が経過するが、和食の提供とタイアップしながら増加するインバウンド需要への対応すること等も重要な課題となろう。

第3は、醤油醸造業は、「地場産業」として地域に密着して発展してきた歴史があり、「ものづくり」での地域貢献はもとより、食育や教育を通じた「ひとづくり」への貢献、さらに、「産業観光」等を通じた「まちづくり」への貢献が今後とも期待できることである。

このように、醤油醸造産業は、新しい時代の地域産業、すなわち、持続可能な地域・産業づくりに貢献する「循環型地場産業」として発展する可能性が高く、新しい地域産業政策推進にも貢献することが期待できる。

（謝辞）

本研究は、2024年度昭和女子大学現代ビジネス研究所研究助成金の助成を受けたものである。記して感謝申し上げたい。ご多忙な中、快くヒヤリング調査、資料のご提供、現地案内等をしていただいた皆様方（順不同・御氏名略）、和歌山県湯浅町の関係者、湯浅町商工会の関係者、株式会社角長・加納誠社長、千葉県銚子市の関係者、ヤマサ醤油株式会社の関係者、千葉県野田市の関係者、キッコーマン株式会社の関係者、野田市郷土博物館の関係者、日本醤油協会の関係者に心から御礼申し上げたい。また、貴重なご助言をいただいた東京農業大学名誉教授・館博先生、民俗文化研究所・小川浩先生に深く感謝申し上げたい。

<参考文献>

- ・井奥成彦（2003）「醤油醸造業史研究の課題」『経済学研究』九州大学経済学会
- ・小川浩（1990）「銚子・野田の醤油—関東濃口醤油の誕生」『全国の伝承 江戸時代 人づくり風土記（12）ふるさとの人と知恵 千葉』農村漁村文化協会
- ・小川浩（2002）「醤油の町・野田」『千葉県の歴史 別編民族2』千葉県史料研究財団編
- ・小栗朋之（2010）「醤油製造技術の系統化調査」『醤油の研究と技術』日本醤油技術センター編
- ・熊坂敏彦（2022）『循環型地場産業—持続可能な地域・産業づくりに向けて』社会評論社
- ・小泉武夫（2016）『醤油・味噌・酢はすごい』中公新書 2408
- ・柴田弘捷（2016）「たつの市の伝統的地場産業—淡口醤油、手延素麺、革産業—」『専修大学社会科学研究所月報』No.637・638
- ・高橋万太郎・黒島慶子（2023）『醤油本（改訂版）』玄光社

- ・ 舘博 (2024) 「発酵のチカラ—世界に誇る日本の発酵食品—」『FOOD CULTURE』No.34
キックマン国際食文化研究センター
- ・ 中野茂夫 (2009) 『企業城下町の都市計画—野田・倉敷・日立の企業戦略』筑波大学出版
会
- ・ 日本醤油協会 (2024) 『醤油の統計資料 2023 年実績版』
- ・ 長谷川弓子 (2018) 「伝統産業 (醤油) の製品と経営の現状と課題—和歌山県湯浅町『湯
浅醤油』を事例として—」『聖徳大学研究紀要』第 29 号 聖徳大学
- ・ 林玲子・天野雅敏 (2005) 『日本の味 醤油の歴史』吉川弘文館
- ・ 日向浩幸 (2020) 「紀州湯浅醤油の伝統と革新」『地域産業のイノベーションと流通戦略
中小企業の経営革新と地域活性化』千倉書房
- ・ 朴珉怜 (2010) 「企業の社会性と経済性の両立—野田における醤油醸造産業の事例—」『公
共経営研究 e』早稲田大学大学院公共経営研究科
- ・ 三浦知子・古賀学 (2021) 「千葉県における醤油文化の地域性と課題」『第 36 回日本観光
研究学会全国大会学術論文集』
- ・ 茂木孝也 (1999) 「現代の醤油とそのルーツについて」『日本食生活学会誌』日本食生活学
会
- ・ 山下琢巳 (2002) 「容器の変遷からみた銚子における醤油醸造業と関連諸産業の展開」『歴
史地理学調査報告』第 10 号
- ・ 山本隆重 (2017) 「「醤油醸造の発祥の地」での歴史まちづくり—小規模自治体における文
化財をめぐる行政の状況—」『平成 29 年度遺跡整備・活用研究集会報告書』
- ・ 吉田元 (2018) 『ものと人間の文化史 180・醤油』法政大学出版局