

秋田県の発酵食品地場産業を中心にした地域活性化事例の研究

—革新的経営者による多様な地域資源を活用した企業・地域革新の取組み—

熊坂 敏彦¹

A Study on Regional Revitalization Centered on the Local Fermented Food Industry in Akita Prefecture

—Initiatives for Corporate and Regional Innovation Leveraging

Diverse Local Resources Led by Innovative Entrepreneurs—

TOSHIHIKO Kumasaka

1. はじめに

「地方創生」が叫ばれて久しいが、「人口減少」、「東京一極集中」は止みそうになく、地方経済は衰退化にある。そうした中で、地域の活性化を図り、持続可能な地域社会を創る上で、地場産業を含む地域の産業の果たす役割が大きくなっており、再評価する必要がある。

本稿は、少子高齢化率が極めて高く、2024 年の人口減少率は 11 年連続全国最下位になる等、我が国有数の「条件不利地域」であり、「地方創生」分野の「課題先進地域」である秋田県を対象とし、同県の地場産業の一つである発酵食品地場産業を中心にした企業・地域革新の取組み事例について現地ヒヤリング調査²を行ったものである。そして、それら事例の中に、新しい地域産業政策へのヒントを発見しようとするものである。同時に、本稿は、拙著『循環型地場産業の創造』（2022）で提起した「循環型地場産業」や新しい地域産業政策としての「統合型地域産業政策」等の概念をふまえて、それらを検証し、新しい地域における革新的な事例を追加することも目的としている。

秋田県の中で発酵食品地場産業に焦点をあてた理由は以下の通りである。すなわち、秋田県の産業特性は、農業（特に、米作り）のウェイトが大きく、それらを利活用した食品産業のウェイトが大きいこと、特に、古くから麴、日本酒、味噌、醤油、漬物等、多様な発酵食品地場産業が集積していることである。そもそも、発酵食品産業は、微生物と人間との協働・

¹ 昭和女子大学現代ビジネス研究所 研究員

² 現地ヒヤリング調査は、①2025 年 8 月 27 ～29 日：秋田市、五城目町、男鹿市、②2025 年 11 月 6～7 日：横手市、湯沢市の 2 回実施した。

共生を前提として成り立ち、すぐれてエコロジックで、環境にやさしく、持続可能性が高い循環型産業といえる。また、それらは、日本文化・日本食文化を代表する地場産業であり、それらが立地する地域は、新しい地域産業政策としての「観光まちづくり」の重要な要素となる地域資源・観光資源が豊富である。このような秋田県の代表的な地場産業のひとつである発酵食品地場産業を中心にした地域活性化の取組み事例に学び、「地方創生」の新しい方向性やもうひとつの解決策の参考に供したい。

2. 秋田県における多様な発酵食品地場産業の集積

2.1 多様な農林水産系地域資源

秋田県は、東北 6 県の中でも多様な農林水産系の地域資源に恵まれた県であり、それを活用してユニークな発酵食品地場産業が形成された。

秋田県は、日本有数のコメどころである。耕地面積に占める水田率は東北一（日本 6 位）であり、横手盆地・秋田平野・能代平野の稲作が有名である。収穫量は、新潟、北海道に次いで 3 位。また、1964 年に八郎潟干拓により大潟村が誕生し（170 km²）一大生産拠点となった。そして、この米と冬の積雪によって個性的で豊かな発酵食文化が形成された。麴、清酒、しょつつる、ハタハタ寿司、漬物、いぶりがっこ、納豆、きりたんぽ鍋等があげられる。

秋田の発酵食品地場産業の形成には、秋田県の歴史・文化も深いかわりを持っている。第 1 は、秋田の交流交易性の歴史の深さである。すなわち、①大陸との交流・交易の歴史が深く、秋田は日本海を媒介に広がる北の世界の扉であった。8 世紀には渤海国との交流貿易の歴史もある。②江戸時代には、「北前船」の寄港地（男鹿市船川地区）として、北海道、関西圏、加賀藩等との交易関係も深く、産業形成に影響があった。第 2 は、佐竹藩による産業振興である。佐竹義宣が、1603 年、水戸から転封されたのち、秋田杉、桶樽業、稲庭うどん等、産業振興策を積極的に推進した。それが、発酵食品産業を含む地場産業の形成発展に影響を及ぼしている。第 3 は、関連諸産業が連携しあうことにより発酵食品地場産業が発展したことである。特に、発酵食品地場産業は桶樽産業との関係が深い。秋田の桶樽産業は、秋田杉を利用して発展したが、1955 年代にプラスチックやアルミに敗退するまで、秋田には 300 軒もの桶樽屋があったという。秋田杉を利用した桶樽は、酒樽、味噌醤油樽、漬物樽等として利用され、秋田の発酵食品地場産業の発展に大いに貢献した。

2.2 多様な発酵食品地場産業

秋田には、上記のように地域諸資源を活用した多様な発酵食品地場産業が集積している。清酒、納豆、みそ、しょうゆ、しょつつる（魚醤）、漬物、ハタハタ寿司、稲庭うどん等である。秋田は、酵母研究の先進地であり、新政酒造（秋田市）の協会酵母、今野商店（大仙市）の種麴等が有名である。それらを利用した秋田の酒もまた全国的に有名であり、秋田産の米、低温、軟水から生まれ、「山内杜氏」が醸す秋田の銘酒は、清酒課税移出数量等の全国順位で兵庫、京都、新潟、埼玉に次いで 5 位（令和 6 酒造年度）。納豆は、「檜山納豆」で有名だが、横手市が発祥地であるといい、同市には「納豆神社」（沼館八幡神社）もある。

2.3 秋田県の発酵食品地場産業の地位と秋田県の関連政策

秋田県の食品製造業は、事業所数は最も多く、従業者数及び出荷額は電子部品・デバイス・電子回路に次いで大きく、県内の主要産業として位置づけられる。また、本県の食品製造業は、発酵食品の割合が高いことが特徴である。³

秋田県は、県政の運営指針である「～大変革の時代～新秋田元気創造プラン」を補完し、県内中小企業の振興に向けた施策の方向性を明らかにする指針として「秋田県食品産業振興ビジョン」を策定（2022 年 12 月）、食品産業振興及び地域経済の活性化を示している。その中で「目指す姿」として、「秋田らしさを超える新たな価値を創造し、国内外の市場で優位性を確保する食品産業を実現する。」とうたい、「秋田らしさを超えていくための新たな取組」として、①食のリーディングカンパニーの創出、②時代のニーズを先取りした商品づくり、③若い世代の斬新なビジネスアイデアの実現支援、④それぞれの強みを活かし展開する「事業者間連携」の推進の 4 項目を挙げている。⁴

以下の事例研究では、上記の秋田県の産業政策ビジョンも念頭に置きながら、それぞれの地域レベル、企業レベルでどのような新しい取組みがどのように展開されているかを見ていきたい。

3. 発酵食品地場企業を中心にした革新的な取組み事例

3.1 秋田市：老舗酒蔵・新政酒造（株）の企業革新と「オール秋田化」の取組み

3.1.1 新政酒造（株）の企業革新

県都・秋田市の商業地・川反に立地する 1852 年創業の老舗酒蔵・新政酒造（株）の佐藤祐輔社長による様々な企業革新と「オール秋田化」志向の取組みは、本稿のテーマを象徴した内容となっている。

当社は、5 代目蔵元の佐藤卯兵衛が協会酵母の一つである「6 号酵母（新政酵母）」を発見し、全国新酒鑑評会で 2 年連続首席を獲得したことから全国の酒造りで有名企業となった。現社長の佐藤祐輔氏は、1974 年生まれ、51 歳。東京大学文学部卒業後、フリーライターをしていたが、2007 年に帰郷し醸造に係るようになった。伝統を受け継ぎながらも、画期的な企業革新を行い、2012 年に社長に就任。以下のように、目覚ましい成果を上げ、全国から注目されている。



佐藤祐輔社長

第 1 は、製品転換・高付加価値化である。従来の普通酒中心（85%）から高級酒へ製品転

³ 秋田県観光文化スポーツ部 食のあきた推進課『秋田県食品産業振興ビジョン』（令和 4 年 12 月）

⁴ 同上

換を図り、2014 年からは全商品生酴純米づくりに移行した。この過程で、従来の量産型経営から「手づくり・少量多品種型」の高級酒生産へ企業革新が図られた。仕込みサイズを小さくし、醸造期間を長くすることで、細やかな酒造りを志向し、全国の日本酒通から高い評価を得るに至った。そして、自ら「蔵元杜氏」として製造現場に係り、その営為を「作品づくり」と呼び、「亜麻猫」、「No.6」等、ユニークな製品群を「作品」と称している。この結果、生産量は半減したが、収益率は高まり、文字通り高付加価値経営を実現させた。

第2は、酒づくりの「オール秋田化」を目指していることである。原料米を全量秋田県産に切り替えた。自社圃場のある秋田市河辺地区を中心とする酒米栽培は30町歩超まで拡張し、無農薬栽培も行い、酒米専用高度もみ乾燥処理施設も建設した。酵母は、先祖が発見した「6号酵母」のみを用い、酒母製法は、江戸時代初期からの伝統的な「生酴(きもと)」へ収束。さらに、3年前から全量木桶づくりへ転換。そのために自社内に2024年には木桶工房をつくり、堺市の木桶メーカーで修業した2人の職人を抱えて、秋田杉を利用した木桶製造にも着手した。佐藤社長は、「木桶工房は醸造の伝統技術を後世に受け継ぐために立ち上げた」といい、自前で製造・補修できる体制を構築した。このように原材料や設備などの「オール秋田化」を志向し、「無添加化」「個性化」「高級化」を実現し、ブランド力の高い「作品」制作に取り組んでいる。

第3に、販売面で、全国に特約店ネットワークを形成して、経営の安定化を図っていることである。これは、「地産地消」を超えて「地産外商」(外貨獲得)の経営を目指すものであり、秋田県の持続的な成長戦略に貢献しているものと評価できる。

第4は、同業種・異業種交流、事業者間連携に積極的に取り組んでいることである。そのひとつが、技術交流集団「NEXT5」への参加である。これは、2010年に、当社の他に秋田醸造、栗林酒造店、山本酒造店、福祿寿酒造の秋田県内5酒蔵の若手経営者が組成し、共同で品質向上や商品開発に取り組み成果を上げた「オープンイノベーション」の一つである。現在、活動は休止中であるが、交流は継続し、参加各社の企業革新のみならず広く地域革新に影響を与えている。

3.1.2 逆転の発想による「まちづくり」

佐藤社長は、今後の経営展開プランの中で、秋田市郊外の自社圃場近くに「森と田んぼの中の小さなレストラン」の計画を有している。日本中から知り合いのシェフを呼んできて週末に営業(年間52週稼働、宿泊はなし)、内外から「新政ファン」を秋田に呼び寄せ、美しい自然の中で美味しい日本酒と料理を味わっていただくという計画である。インバウンドや地域活性化の原動力となる「ガストロノミーツーリズム」⁵「発酵ツーリズム」「酒蔵ツーリズム」の新しいモデルとなろう。

⁵ 「ガストロノミーツーリズム」とは、「各地域に内在している食文化の魅力を再発掘し、地域の食文化を楽しむツーリズムである。」「その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズムである。」等と定義される。尾家建生・高田剛司・杉山尚美(2023)

さらに、自社圃場の無農薬栽培を拡張して完全無農薬の蔵になること、自社圃場周辺の林・秋田杉を守り、木桶文化を守るために、林業への進出も検討している。「オール秋田化」の範囲がさらに広がり、環境と人にやさしい循環型の地域企業を目指しているようだ。

佐藤社長は、「様々な指標で秋田県がワーストをとればとるほどファイトが湧き、仕事が面白くなってくる」と言い、人口減少社会、過疎化が進む中で老舗酒蔵がどう生きるか、観光まちづくりやインバウンドとのかかわりをどうするか、逆転の発想で将来を見据えた企業・地域革新に取り組んでいるようだ。

3.2 男鹿市：「よその」・ベンチャー企業家による「まちづくり」

3.2.1 男鹿市の概要

福岡県出身で、上述の新政酒造（株）で4年半、蔵人として酒造りの修行をし、スピンアウトして2020年にベンチャー企業・稲とアガベ（株）を立ち上げた岡住修兵氏は、男鹿市で日本酒による新しい酒造り文化・まちづくりの創造を目指して取り組んでいる。そして、男鹿市と連携して、清酒製造免許を申請し、新規参入可能な「日本酒特区」⁶とすることで、男鹿市を若い醸造家が集まり、世界中から人々が集まる「酒の聖地」に変えようという夢を持っている。男鹿市もこれを全面的にサポートし、官民一体の「まちづくり」を進めている。

男鹿市は、秋田県北西部、男鹿半島に位置し、古い歴史を有した町である。江戸期には北前船の日本海交易の拠点として栄えた。主要産業は、農業と水産業、観光業である。男鹿半島は日本ジオパークに認定され、また「なまはげ」はユネスコ無形文化遺産に登録されるなど、観光資源に恵まれ、年間200万人の入込客がある。発酵食品地場産業では、ハタハタ漁によるしょっつる製造が有名だったが、ハタハタ漁が下火化し、衰退している。人口減少率は、県内トップクラスで、ピーク時の6万人から2.2万人まで減少した。また、高齢化率も46.4%と県内トップ水準にある。

こうした中で、男鹿市は産業振興策として「観光まちづくり」に注力している。2022年に「魅力ある寒風山ビジョン」を作成。200万人の入込客は、コロナ後に、徐々に回復中であり、岡住社長の、「通過型観光客が多かったのは、男鹿市のホテル不足によるもの」との分析を受けて、現在宿泊施設の増設などでも連携している。

3.2.2 稲とアガベ（株）⁷の男鹿市における多様な仕掛け

岡住社長の男鹿市への思いは次のようである。男鹿には寒風山の良い水があり、コメもあるが、現在酒蔵がない。男鹿で地酒を造りたい。そして、酒を起点にした複合事業・地域創生事業を起こしたい。日本酒は広告媒体であり、誘客のコンテンツである。コンテンツがな

⁶ 現在、日本酒（清酒）は、製造事業者の新規参入・新規製造免許取得が認められない規制がある。男鹿市と当社は、新規の製造免許取得を可能とする「日本酒特区」を用いて新規参入を実現すべく、国に申請中である。

⁷ 稲とアガベ（株）HP：<https://inetoagave.com>

いと人は来ない。「ファンビジネス」を、ものづくり系のコンファレンスで提案し、ユーザーズで発信、全国から男鹿に人を集め、宿泊客を増やしたい。農業体験、自然体験、教育旅行等により、東京からも人を誘致したい。

こうしたことを実現するために、足元の複合事業として様々な企業と連携しながら、以下のような取組みが進められている。2021 年に男鹿市に「稲とアガベ醸造所」（旧 JR 男鹿駅駅舎の利用）をオープン、「クラフトサケ」づくりを始め、レストラン「土と風」（完全予約制）を立ち上げた。2023 年に食品加工所兼セレクトショップ「SANABURI FACTORY」（酒粕によるマヨネーズ製造、駅前通りの空き店舗活用）、ラーメン店「おがや」（旧駅前の空き店舗活用、メニュー開発は博多ラーメン・一風堂のオーナー）、2024 年に宿「ひるね」（一棟貸・2 棟、ゲストハウス 1 棟、電力会社の旧社宅を改装）、2025 年にホテル「かぜまちみなど」（旧港湾会館をリノベーション）等、次々にまちづくり事業を立ち上げている。

この結果、町の中に新しい動き、ひとの動きが出てきた。稲とアガベ関連の雇用（30 人程度）、事業やイベントに係る関係人口や交流人口の増加など、地域活性化に寄与し、男鹿市の地域ブランド力の向上にも貢献中である。

3.2.3 男鹿市の支援と連携

男鹿市は、補助金の供与、男鹿市がチャレンジ施設として買い取り周辺広場を整備して指定管理資産としている JR の元男鹿駅舎を賃貸、日本酒製造及びどぶろく特区の免許申請を男鹿市と共同で行うなど様々な支援を行っており、市長も新しい考え方の人を応援したいとしている。

3.3. 五城目町：地元経営者と「よそのの」との融合による「まちづくり」

3.3.1 五城目町の概要

五城目町は、秋田市の北方 30 km、干拓による大潟村の東方に位置した人口 7 千人強の小さな町である。人口減少と高齢化（高齢化率 46.3%）が著しい町である。主たる産業は、農業と林業である。この他、製材、家具、建具、打刃物、醸造業（酒、味噌、醤油、漬物）等の商工業が発達している。かつてこの地は交通の要衝地であり、海の幸と山の幸の交換と人と人をつなぐ場として 530 年もの歴史を有する朝市が栄えていた。町の中心部の 500 メートルの街道沿いで、毎月、0, 2, 5, 7 のつく日に開かれ、観光朝市ではなく、地元住民のための市場として機能してきた。

この町の中心部・朝市通りに立地する老舗酒蔵・福祿寿酒造（株）の渡邊康衛社長を中心にした 6 人衆によるまちづくりプロジェクト「発酵パークプロジェクト」は、小さな町の大きなインパクトあるまちづくりの試みとして注目されている。

3.3.2 福祿寿酒造（株）・渡邊康衛社長の企業革新と「まちづくり」への取組み

福祿寿酒造（株）は、16 代続く町内唯一の老舗酒蔵で、「福祿寿」や「一白水成」の醸造元である。先代社長は、2005 年から 2025 年まで 20 年間、五城目町長を務めた。また、渡邊社長は、既述の NEXT5 の最若手のメンバーであった。

当社の渡邊康衛社長による企業革新と「まちづくり」への取組みは以下のとおりである。

第 1 は、商品転換・高級酒への転換である。この 20 年間に、普通酒 95%から特定名称酒 95%へシフトし、高級化を図った。

第 2 は、「地産地消」をベースにしていることである。酒米は、契約農家 9 人で、町内比率が 9 割と高い。販路は、秋田県内が約半数を占める。

第 3 は、同業種の事業者間連携や異業種とのコラボレーションによる商品開発への取組みである。①



渡邊康衛社長

「NEXT 5」のメンバーの一人⁸として、自社の商品開発や現場の改善に連携のメリットを生かした。②大潟村の松橋ファーム・松橋拓郎氏とのコラボによる「農釀」プロジェクトがある。松橋氏が生産した大潟村のコメで酒を造ってほしいと持ち込まれ、当社が「農釀」ブランドで製造・販売をすることになった。イベント等を通じた両社の顧客の相互交流が図られる等、コラボの成果もみられる。

第 4 は、酒蔵の歴史的な建造物や土地を利活用した「まちづくり」への取組みである。発酵文化の交流拠点「下タ町醸し室 HIKOBE」(売店・カフェ)を運営している。さらに、町内の同世代の経営者や移住者などと一体となり、そのリーダーとして以下のような革新的な「まちづくり」に取り組んでいる。

3.3.3 6 人衆による「まちづくり」プロジェクト：「発酵パークプロジェクト」

五城目町には、地元生まれの同世代経営者 4 人と移住者 2 名の 6 人が中心になり、「発酵パークプロジェクト」という「まちづくり」プロジェクトがある。渡邊社長を中心にした 6 人衆は、「飲み仲間」であり、多様多才な顔ぶれの異業種チームである。①渡邊康衛（共同代表者、福祿寿酒造社長）、②小熊隆博（共同代表者、直島プロジェクトに関与したアート・デザイナー、プロデューサー、合同会社みちひらき代表、U ターン）、③幼馴染のバス会社社長（秋田中央交通株式会社渡邊社長）、④林業（有限会社佐藤林業社長、地元の後輩）、⑤建設業（株式会社菅与組社長、地元）、⑥丑田俊輔（経営コンサル業・ハバタク株式会社社長、移住者、夫人が地元出身）である。このメンバーが議論してきたことは、五城目は泊まるところがない、タクシー会社もない、それなら自分たちで会社を立ち上げようと、2023 年 4 月、地元金融機関や町の支援を得て民間ベースで「まちづくり」事業・「発酵パーク株式会社」を立ち上げた。

「人が”発酵”し、まちが”発酵”する」をキャッチフレーズに、宿泊施設の整備、五城目を拠点とした秋田を広域で巡るツーリズム等の事業に着手。第 1 弾として 2024 年 6 月に、朝

⁸ 渡邊社長による「NEXT 5」の評価は、①自分の蔵を客観的に見ることができた。②5 人の蔵元がそれぞれの蔵を回って技術的に手の内を明かしあい気づきや業務改善につなげることができた。ということである。(2025 年 9 月 12 日 電話ヒヤリング)

市通り近くの古民家をリノベーションした宿泊施設「市とコージ」がオープンした。従業員 1 名で、食事は出さず、朝食は朝市で、夕食は地元の食事処、居酒屋、喫茶店でもってもらうようにした。大学生の合宿利用（秋田大学、国際教養大、慶応大、宇都宮大など）等もある。渡邊社長は、「単なる「観光スポット」ではなく、「ひと」と触れ合ってこの町の良さを分かってもらいたい。われわれは、接待役である。」と語る。現在、第 2 の宿泊施設も検討中であり、何かを見に行くではなく、何かを感じてもらい、体験してみる「観光」を企図している。「発酵ツーリズム」もその中に含まれるという。渡邊社長のいう「観光」は、「もの」を見せるだけでなく、「ひと」が関わって醸し出すものを志向しており、伝統の朝市との連動も視野に入れている。

3.3.4 「発酵パークプロジェクト」の地域活性化効果：朝市通りにみる変化

500 年以上の歴史を持つ伝統の朝市は、20 年前に町はずれにイオンモールができて以来活気を失っていたが、「発酵パークプロジェクト」に触発されて、朝市の行われるエリアに新しいプロジェクトが立ち上がり、通りも町も活気を取り戻している。

地元 4 人の女性の企画により伝統ある朝市に加えて、日曜日限定で開催される「ごじょうめ朝市 plus+」がスタートした。フリマ感覚の出店やアート系やクラフト系の参加も増え、若者が気軽に出店できるチャレンジの場となり、日曜市には 3 千人も客が集まる。

「昼間のスナック」・「いちカフェ」(地元出身の坂谷彩)、アートギャラリー「ものかたり」(小熊隆博・美恵子夫妻)、「貸し棚おおみや」、「子供のあそびば」(丑田俊輔)等、朝市通り周辺に多くの魅力ある店舗や仕掛けが出現した。⁹

こうして、朝市の活性化と多様なお店の出店により、朝市通りの空き店舗が減少し、活性化した。朝市通りには、店舗が 31 店あるが、現在 21 店が営業中であり（空き店舗率は約 3 割）、空き店舗は減少傾向にある。

3.3.5 「シェアビレッジ」¹⁰

6 人衆の一人で、「よそもの」・移住者・丑田俊輔氏の「シェアビレッジ」など多様な取り組みも特筆される。

丑田氏は、福島県会津若松市出身で、東京で教育・経営コンサルティング企業・ハバタク(株)を営んでいたが、2013 年、五城目町が小学校の廃校を利用して設立した「BABAME BASE」というレンタルオフィス、地域活性化支援センターに入居することになり、秋田出身の夫人と子供を伴って 2014 年に五城目町に移住した。五城目町は、もともとよそ者への違和感を持たない風土があるといい、移住者が多い土地柄であるが、丑田氏は地元の人たちに溶け込み、上記 6 人衆の有力メンバーとして、まちづくりの取組みに積極的に係わってきた。

丑田氏らが最初に取り組んだのが、町の中心部から車で 15 分ほどのところにあり、解体の危機にあった築 135 年の古民家再生プロジェクト・「シェアビレッジ」である。クラウド

⁹ 工藤尚悟 (2025)

¹⁰ シェアビレッジの HP : <https://sharevillage.co>

ファンディングを通じて全国から 800 人を超える人の協力を得て 500 万円の資金を調達し、北秋田市出身の武田氏、大潟村松橋ファームの松橋氏、地域おこし協力隊の柳澤氏など地元若者と交流を深めながら古民家を再生。2015 年、古民家ゲストハウス「シェビレッジ町村（まちむら）」をオープンさせ、協力金（「年貢」）を納めた協力者（「村民」）が自分の故郷として田舎暮らしを体験できる取組みをはじめた。結果的に、この活動は 2,000 人を超える「村民」を擁するまでとなり、移住や多拠点居住へつながっている。さらに、2024 年には五城目の山あいの遊休地に、里山の自然・地域コミュニティとつながり循環型の暮らしを体感できる 1 棟貸しの宿・新たな集落「森山ビレッジ」（5 棟）を完成させた。

3.4 横手市：「よこて発酵文化研究所」の全国ネットワーク形成

3.4.1 横手市の概要

横手市は、人口 7.9 万人の秋田県第 2 の都市である。横手は県内有数の米どころ。米から作られる麴を使った発酵技術が根付き、「発酵の町」として有名である。麴、味噌、醤油、日本酒、漬物（いぶりがっこ）、納豆など多様な発酵食品の地場産業が集積している。

横手のまちづくりのコンセプトは、横手らしさの原点であり、横手市全域の共通財産である「食」と「農」からのまちづくりである。2004 年には民間有志と行政でつくる「横手発酵文化研究所」を発足させ、「発酵」をキーワードとしたまちづくりが、企業・市民・行政の協働で進められている。

また、秋田県が推進する「発酵ツーリズム」の代表的なエリアとして横手市増田地区がある。ここは、秋田藩と仙台藩を結ぶ脇街道の中継点として物資の集散地のひとつとして栄えた地区であるが、古い酒蔵などが残り、2013 年に国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている。

3.4.2 「よこて発酵文化研究所」

2004 年に、合併 20 年を記念して前市長が市民、企業、行政が連携して「発酵」をテーマにした「まちづくり」を推進することを目的に、「よこて発酵文化研究所」を設立した。同研究所の活動内容は、土づくりを基本とした地産地消運動やスローフード等の研究、食育・食農教育・食文化の啓発活動（学校の味噌づくり教室、発酵塾など）、発酵を活用した新商品開発の支援、食文化・発酵料理等の情報発信、県内外の発酵に取り組む地域・自治体・企業とのネットワークの強化等である。設立後 20 年が経過し、多くの成果を発揮しており、「全国発酵食品サミット」（年 1 回開催）、「全国発酵のまちづくりネットワーク協議会」（2009 年設立、事務局横手市）のリーダー役として全国レベルでも活躍している。

3.4.3 羽場こうじ店：経営革新策と「観光まちづくり」への取組み

羽場こうじ店は、県南地区横手市増田町羽場地区にある大正 7 年創業の麴屋である。地元の米と秋田杉の麴箱を活かし、麴、味噌、塩麴、甘酒などを製造販売している。麴を大豆の 3 倍使用して仕込んだ「三重麴味噌」（「特上喜助味噌」甘口）が有名である。また、味噌の他に二次加工品として漬物も作り、販売している。

当社は、上述の増田地区で食事処「旬菜みそ茶屋くらを」を営んでいる。これは、先代社長・佐々木喜一氏が、増田地区の歴史あるまちなみを残したいという思いから、増田地区の登録有形文化財の元酒蔵を購入し、改造して食事処を始めたもので、開業後 11 年経過する。現社長夫人が自社の味噌や麴を使った「発酵料理」を提供、ショップでは、麴や味噌を量り売りし、地元の工芸品、オリジナルグッズの販売も行っている。SNS で他地域から来客も多く、外人客も多いという。

当社の先代社長は、上述の「よこて発酵文化研究所」の醸造・発酵部会での活動をきっかけに、2019 年横手市内で同じ志を持つ 4 軒の麴屋が結集し、「発酵のまち横手 FT 事業協同組合」を設立して理事長を務めている。同組合は、商品の共同開発、原材料等の共同仕入、商品の共同販売、商品の共同宣伝、味噌の製法・ブランド確立の共同調査研究等を行っている。そして、商品の共同開発の結果誕生したのが、「熟成味噌ディフェンシン」である。ディフェンシンとは、人が持っている自然免疫で、ウィルス等に対して、活性を持つ抗微生物物質ということで、発酵技術を生かし健康のための機能性を高める新商品であるとうたわれている。秋田県が目指している事業者間連携による時代のニーズを先取りした商品づくりのモデルといえよう。

現社長の佐々木雅秀氏は、福島市出身で、婿入りし、2025 年に 4 代目の社長に就任した。先代社長の偉業を引き継ぎながら、自社田で米を作り、味噌醤油を作り、食事処を運営するほか、ひとが集まる場所を作って食文化の体験ができる事業をしたいと抱負を述べる。「産業観光」には、ひとを呼ぶ力があるという。



佐々木雅秀社長

3.5 湯沢市：「あきた発酵ツーリズム」発信拠点施設整備事業

3.5.1 湯沢市の概要

湯沢市は、秋田県の最南東部に位置し、人口 3.7 万人の都市である。「醸造のまち」として有名で、「東北の灘」と呼ばれるほどに酒造りの盛んな地域である。また、伝統的地場産業が数多く集積している。川連漆器（92 社）、秋田仏壇、こけし（木地山系、工人 8 人）、稲庭うどん（400 年の歴史、18 社、佐竹藩の公式献上品として課税免除、原料調達の便宜等が図られた）、味噌醤油、漬物業、それに、日本酒（湯沢杜氏、爛漫・両関・福小町他 1 社）があげられる。

湯沢市の地場産業振興政策は、「発酵ツーリズム」拠点施設整備事業への取り組みが注目される。インバウンド客は、仙台空港からは盛岡の日帰り圏、秋田空港客は、角館・田沢湖から盛岡に抜けるというように、湯沢への滞在客は少ない。そこで「発酵ツーリズム」拠点施設整備の効果に期待している。

3.5.2 伊藤漬物本舗の製品多様化と「観光まちづくり」

当社は、創業 60 年の漬物製造・販売業であり、農家の副業として出発した。主たる商品は、秋田県の県央・県南地域を中心にした秋田県の伝統食品・「いぶりがっこ」である。これは、大根を煙で燻して作られる。

当社の 2 代目社長、伊藤明美氏は、家業を継いで 40 年になるが、伝統を守りながら様々な革新に挑戦している。

第 1 は、受け継いできた技術を新しい形に変え、高付加価値の新製品づくりである。燻製の技術は、時間管理と温度管理がノウハウである。それを活かしてそれまでの野菜の漬物から、魚や肉の加工へ、さらに二次加工品の製品化（乾燥・燻製・スライス化・パウダー化→ドレッシング、せんべい）へと商品を広げた。こうして生まれたのが、「ガッキー」（いぶりがっこを薄くスライスして乾燥したもの）、「いぶりがっこのタルタルソース」、「ドライいぶりがっこ&スモークナッツ」等



伊藤明美社長

である。第 2 は、2024 年に地元湯沢に「発酵」をテーマにしたカフェレストラン・マルシェ・発酵体験工房「五風十雨（ごふうじゅうう）」をオープンした。湯沢の「発酵ツーリズム」の新しい拠点になっている。第 3 は、伊藤社長は地域他産業とも連携しながら「観光まちづくり」にも貢献したいと考えており、湯沢市観光物産協会会長に就任。見るだけ、食べるだけではない観光を志向している。

3.5.3 石孫本店の「観光まちづくり」

当社は、湯沢市岩崎地区で、安政 2 年（1855）創業の醤油・味噌づくりの老舗の蔵である。総勢 10 人の職人による全量手作り・木桶仕込み。商品はすべて地元秋田県産の大豆・小麦・米を用い、すべて無添加の天然醸造である。

当社は、秋田県の「発酵ツーリズム」のコースに選定されている。ガイド付きの醸造蔵の内部見学・作業見学（要予約、お土産付きで見学科 1,000 円）のほか、体験メニューもあり、生醤油絞り、味噌ボールづくり、せんべい焼き体験等が準備されている。インバウンド対応もなされており、英文パンフ、英語堪能なスタッフも備えている。岩崎地区は、もともと醸造業の集積地であるが、鹿島様という神社を中心に、近隣のヤマモ味噌醤油とも連携した「まちあるき」を企画している。

3.5.4 ヤマモ味噌醤油醸造元 高茂合名会社の経営革新と「産業観光」の取組み

当社は、湯沢市岩崎地区で、慶応 3 年（1867）創業の味噌醤油醸造元である。10 人の蔵人が 7 つある土蔵を利用して天然醸造を行っている。

現在代表を務める高橋泰氏は、7 代目であり、建築家を目指して千葉大学工学部建築学科を卒業したが、家業を継ぐために東京農業大学醸造学科に入学し、醤油博士で有名な舘博先

生の指導を受けた。2022 年に代表に就任。個人的にも親しくし、NEXT5 に学ぶことが多いとしてご縁のある新政酒造（株）の佐藤祐輔社長と同様に、伝統を保持しつつ革新的な企業経営を推進している。

第 1 は、蔵付き酵母の研究からオリジナル酵母・ヴィアンヴァーを発見し、2022 年に特許を取得、その特性を利用してワイン等革新的な製品開発を行っていることである。また、男鹿市の稲とアガベ（株）など 2 社に醸造委託をしてクラフトサケも生産し、当社のレストラン等で提供している。



高橋泰代表

第 2 は、輸出事業に着手し、歴史に対するリスペクトを持つヨーロッパ、特にパリをターゲットにして、2011 年から「ヤマモブランド」の世界展開に取り組んでいることである。味噌醤油業は伝統の保持だけで

は衰退するという危機感を持ち、海外展開に活路を見出したい考えである。そのためにパッケージデザインも大胆に変更した。さらに、アウトバウンドで海外にできた取引先にインバウンドで秋田に来ていただき、それがまたアウトバウンド（輸出拡大）につながるという構想も持っている。

第 3 は、事業の多角化として「産業観光」と取り組んでいることである。工場内に残る歴史的文化的な資源（工場・蔵、住居、日本庭園等）を再評価し、利活用することでファクトリーツアー、レストラン、ガーデンカフェ、アートギャラリー、日本庭園、茶室等様々なコンテンツを積層させて、欧米のハイエンド顧客に最終目的地として利用してもらうことを志向している。そして、当社の工場や蔵を中心にして観光の見どころを一か所に集めた「コンパクトシティ」を創造したいという。そのために、2016 年以降、蔵元の建造物を外国人客を受け入れ可能な状態にリニューアル。100 年を越す日本庭園は、足立美術館庭園を手掛けた関係者に再監修を依頼、新たに茶室も建築した。さらに、秋田市で知り合ったドイツ人のシェフをスカウトし、本格的な高級レストランも運営している。3 時間コース、施設内 3 か所で、10 皿のメニューを提供し、1 人分 3 万円という価格設定である。

このように欧米のハイエンド顧客向けの「インバウンド」の仕掛けには「とんがったコンテンツの積層」が重要であり、欧米の知的富裕層は「歴史」や「文化」に対するリスペクトがあって、そのためのコストを惜しまないという。現に、当蔵には、海外のハイエンド向けツアー会社が、通訳、冬場の足、インフラ面での対応などの心配なしに、欧米からハイエンド客を連れてくる。地元の行政や当社のコスト負担なしで、冬場の雪の多い湯沢に、外国から客が来てくれるという。

第 4 は、地域の自然・歴史・文化を掘り起こし、地域と一体となって持続可能性を高め地

域の価値を高めていきたいと考え、行動していることである。休耕地を再び原料畑に再生する取り組みをしている、民俗学者や歴史学者に学びながら蔵に残る古い文書を読み未来の事業につなげようとしている、先祖代々事業とも関係が深い岩崎地区の岩崎八幡神社の氏子総代を務めている等、地域全体の魅力的なコンテンツの創造に向けた様々な取り組みも行っている。

4 まとめ

最後に、以上の事例から得られる新しい地域産業政策へのヒントを整理しよう。それらは、それぞれの地域の「地域活性化」に役立つものであり、「ものづくり」、「まちづくり」、「ひとづくり」に係る内容である。なお、個別の事業モデル・事例研究は、地域資源や方法に特殊性が強いので、一般化はできないという議論もあるが、推進主体としての地域の企業経営者の取り組み方や手法等には共通性・普遍性もあるので、他地域の企業経営や地域産業政策の参考になるものと思料される。

第1は、それぞれの地域固有の地域資源（自然・風土・伝統・歴史・文化等）を再発見し再評価して、新商品開発や産業観光に繋げようとする地場産業経営者の企業・地域革新に注目すべきである。（新政酒造、福祿寿酒造、羽場こうじ店、伊藤漬物本舗、石孫本店、ヤマモ味噌醤油等）

第2は、地域に人を集めるためには、様々なコンテンツ・とんがったコンテンツの創造と積層化が重要である。伝統的地場産業（本稿では発酵食品地場産業）には、伝統的な建造物、企業の古い歴史と地元社会との係り、地域の自然や他産業との係り（原材料調達など）等、多様なコンテンツ創造の資源が豊富に存在する。地場産業には、集客力があり、「産業観光」を通じて「観光まちづくり」の担い手として地域活性化に貢献できる力がある。（ヤマモ味噌醤油、新政酒造、福祿寿酒造、羽場こうじ店、石孫本店等）

第3は、地場産業の経営者は、同業他社との連携、異業種とのコラボレーションなど、ネットワーク形成によって企業革新や地域革新を強く進めることができる。（新政酒造、稲とアガベ、福祿寿酒造、羽場こうじ店、伊藤漬物本舗等）

第4は、地場産業の経営者と「よその」「移住者」の経営者が互いに知恵を出し合い、高めあうことによって、その地域に新しい風を起こすことができ、地域活性化を実現できる。地域に根差した老舗企業経営者の革新的な取り組みと「よその」「移住者」の革新的経営者・ベンチャー企業が、同じテーブルに着いて議論し事業と取り組み、競争→協調→融合というプロセスを辿ることで「まちづくり」「地域活性化」が促進される。また、地方自治体と企業家の連携による「観光まちづくり」事業によって、「交流人口」「関係人口」を増やし、移住者を増やすことができる。（五城目町、男鹿市）

第5は、発酵食品地場産業は、全国津々浦々に個性的な食文化を反映したものが存在するが、それらはそれぞれの地域を活性化させる特有のパワーを持っている。「発酵ツーリズム」、「ガストロノミーツーリズム」、「酒蔵ツーリズム」等、発酵食品を起点とした様々な呼

称のニューツーリズムや「産業観光」¹¹の担い手として「観光まちづくり」をはじめとした地域活性化策、地域産業政策に貢献できる。

また、発酵は、食品産業における「ものづくり」のみにみられるものではなく、「まちづくり」や「ひとづくり」においても重要な概念である。時間をかけて発酵食品づくり（ものづくり）がなされるように、時間をかけて長期的視点に立って「ひとづくり」と「まちづくり」も行われることが重要である。

そして、地場産業を中核にした「ものづくり」「まちづくり」「ひとづくり」が三位一体で展開され、「循環」と「融合」が繰り返されて「発酵」が進む過程で、持続可能な地域・産業づくり、すなわち「循環型地場産業」の形成¹²も進展するものと思われる。（秋田県、秋田市、男鹿市、五城目町、横手市、湯沢市等）

最後に、逆境に負けない、「逆転の発想」の重要性である。本稿で見てきた「地方創生」分野の「課題先進県」といえる秋田県において、逆境に打ち勝ちはねのけようとする数多くの取組みは、これからの「地方創生」を考えるうえで勇気づけられる。秋田県のように、寒冷地で冬場の積雪が多い「条件不利地域」においても、関係者の知恵と熱意やネットワーク形成による「コンテンツの積層化」によって「ファン」や「海外の富裕層」をひきつけ、インバウンドビジネスを成立させることができる。そして、新政酒造の佐藤社長がいうように、「様々な指標でワーストをとればとるほど仕事が面白くなってくる。逆境になればなるほどファイトがわく。」というこの「ファイティング・スピリット」こそ地域を変え、「逆転勝利」を導く原動力となろう。

謝辞

本研究は、2025 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。調査の実施にあたっては、秋田県観光文化スポーツ部食の秋田推進課の皆様、男鹿市観光文化スポーツ部男鹿まると売込課の皆様、横手市農林部食農推進課の皆様、湯沢市産業振興部商工課の皆様、秋田経済研究所、あきぎんキャピタルパートナーズの皆様、そして、発酵食品事業経営者の皆様より多大なるご協力をいただいた。記して深く感謝申し上げたい。また、現地調査に関して全面的にご支援ご協力をいただいた秋田経済研究所の相沢陽子研究員に深く感謝申し上げたい。

¹¹ 地場産業による「観光まちづくり」の一範疇としての「産業観光」の類型と事例については、熊坂（2022）126－140 参照。

¹² 熊坂（2022）

参考文献

- ・ 秋田経済研究所（2025）『秋田県の経済と産業 2025 年版』秋田経済研究所
- ・ 秋田魁新報「地方創生」取材班（2024）『地方創生 失われた十年とこれから』秋田魁新報社
- ・ 伊藤俊治（2024）『秋田一環日本海文明への扉』亜紀出版
- ・ 尾家建生・高田剛司・杉山尚美（2023）『ガストロノミーツーリズム 食文化と観光地域づくり』学芸出版社
- ・ 工藤哲（2025）『ルポ 人が減る社会で起こること―秋田「少子高齢課題県」はいま』岩波書店
- ・ 工藤尚悟（2025）『〈わたし〉から始める地方論 縮小しても豊かな「自律対話型社会」へ向けて』英治出版
- ・ 熊坂敏彦（2022）『循環型地場産業の創造 持続可能な地域・産業づくりに向けて』社会評論社
- ・ 竹内早希子（2023）『巨大おけを絶やすな！ 日本の食文化を未来へつなぐ』岩波書店