

## 令和2年度霞ヶ浦学講座第13講「霞ヶ浦が育んだ土浦の醤油醸造」実施報告案

実施日時：令和3年3月21日（日）13:30-15:00

場所：霞ヶ浦環境科学センター多目的ホール

講師：堀部猛氏（土浦市立博物館学芸員） 参加者数：30名

講演タイトル「霞ヶ浦が育んだ土浦の醤油醸造」

### 概要

土浦市立博物館より堀部猛学芸員をお招きし、土浦の醤油醸造の歴史についてお話を伺いました。土浦での醤油づくりは、江戸中期頃に始まり、醤油屋仲間が結成され、「醤油屋仲間証文帳」が明和2年（1765年）から昭和23年（1948年）まで書き継がれるなど、現在に至るまで300年近い長い歴史があります。

スライドを駆使した堀部さんの語りを通して、受講生の皆様は「土浦での醤油醸造業のはじまり」、「近世土浦の醤油醸造業の特質」、「近代土浦の醤油醸造」について学習し、江戸時代から明治大正昭和に至る醤油醸造の変遷と土浦・霞ヶ浦との関連についてふれることができました。

### 以下要旨

霞ヶ浦は、江戸時代以前は内海でした。その後、利根川東遷により流路が開かれ、常総地域は大都市江戸と結ばれました。

江戸で流通する醤油は、関西産の下り醤油が主流でしたが、18世紀以降、江戸市場の需要にこたえるように銚子や野田、土浦など関東各地で醤油の醸造が活発になりました。醤油は樽に詰め、船で出荷することから、関東地方では、大消費地である江戸と水運で結ばれることが醤油醸造業を成立させる条件でした。野田・銚子は代表的存在で、当時の「関東醤油番付」にも醸造家が多く並んでいます。また、茨城県域では、土浦・石岡・江戸崎などが産地として成長しました。これは大消費地である江戸と結ばれたこと、醤油の原料となる大豆や小麦を近隣から入手できることなどが大きく作用しました。大豆や小麦の主要な産地は、霞ヶ浦周辺の農村です。銚子や佐原の醸造家も石岡や土浦の穀物商を介して調達していました。

土浦では、享保7年（1772年）に大国屋（国分）勘兵衛が土浦に出店し、醤油醸造業を始めます。大国屋の醤油は、偽物が出回るほど評判の醤油でした。大国屋勘兵衛家に続き、土浦の町では多くの醸造家が現れました。色川三郎兵衛家は川口（土浦市）に新たな醸造蔵を構え、醤油醸造を開始しました。

大国屋勘兵衛家が土浦で醤油醸造業を始めた理由としては、大きく2つをあげることができます。

- ・土浦が城下町であり、人とモノが集まり、お金が動く町場であり、新たに醤油醸造に参入しやすい環境でした。
- ・霞ヶ浦から町の中心部にいたる川口川（今は埋め立てられています。現モール505沿い）に、高瀬舟が接岸できる200間（およそ360m）もの川口河岸が整備されるなど流通インフラの整備などにより、広い商圈を持つ地方都市として発展していく素地が18世紀前半に形成されました。

また大国屋勘兵衛家は土浦出店の際、醸造道具を佐原より調達しています。柏の醸造家も土浦の醸造家より醸造道具（大桶）を譲り受けています。このように霞ヶ浦・利根川を介した常総地域の醤油醸造家のネットワークや地域内での物流が、醸造業を支えていました。

醤油の販路は当初江戸向けの出荷が主流でしたが、次第に「地売り」（地元向けの販売）が展開されていきました。色川家では 19 世紀半ばには積極的に地売りに乗り出しました。歳末大売り出しでは、二日間で五千人も人が集まったとされています。大国屋勘兵衛家も 19 世紀半ばころに販路に変化がありました。土浦向けの地売りが伸び、上物から次物（なみもの）へと比重が移っています。このように 19 世紀には土浦が地方都市として成長し、周辺農村も含め醤油の購買層が増加し、地売りが増えていきました。おもに土浦や周辺地域に出荷する中小の醸造家が存立しており、近代土浦の醤油醸造の基本構造となっていくます。

近代になると土浦の醤油醸造をリードしてきた大国屋勘兵衛家は明治 13 年(1880 年)に、色川三郎兵衛家も土浦町の水害対策に尽力した色川三郎兵衛英俊の代（明治後半）に廃業しました。一方、中規模以下の複数の醸造家はその後も堅調な生産を続けました。江戸・東京市場に頼らない周辺市場向けの生産に移行しながら明治末年まで順調に推移しています。そして主力醸造家は柴沼庄左衛門家に交代しています。

大正時代、醸造業界は、第一次世界大戦勃発直後の経済の停滞と回復、つづく戦後恐慌により大きな影響を受けました。野田では野田醤油会社が設立（現キッコーマン）、銚子ではヤマサとヒゲタがそれぞれ経営統合や機械化を進め、近代的な企業へと変わりました。三印と呼ばれるキッコーマン・ヤマサ・ヒゲタは、地方市場にも進出していきます。大正から昭和はじめにかけての経済的な変動、三印をはじめとする大規模醸造家の成長により土浦の醸造家の多くは苦境にたたされました。

さらに戦争が経営に深刻な影響を与えました。原材料の不足と高騰、醸造を担う労働力の不足、統制経済の強化が経営を直撃しました。

昭和 27 年刊行の『土浦商工名鑑』には七つの醸造家が載せられていますが、昭和 52 年の『土浦商工名鑑』では三家となっています。この間の高度経済成長期に、三印はナショナル・ブランドへと成長していきました。

文責：小川

