

専修大学社会科学研究所
2015年度春季実態調査（関西）特集号
2016年3月14日～17日
（2016年7月・8月合併号）

目 次

2015年度春季実態調査（関西）行程概要／ミニ・フォトエッセー	大矢根 淳	1
大阪の街を考える―「いちびり」と笑い―	福島 義和	16
大阪府5地域の産業構成と地域連関について	高橋 義博	20
[ヒアリング報告] 大阪府商工労働部「大阪産業経済リサーチセンター」	町田 俊彦	27
「百舌鳥・古市古墳群」の世界遺産登録事業について	宮崎 晃臣	37
古代日本史における「史観」の変遷 ―百舌鳥・古市古墳群を歩いて―	村上 俊介	59
廃藩置県とお城のその後	原田 博夫	76
地産地消を活用して全国の企業と日本各地の経済発展の促進を ―ヒガシマル醤油の地産地消活動と地方経済活性化努力をその事例として―	飯田 謙一	87
たつの市の伝統的地場産業―淡口醤油、手延素麺、革産業―	柴田 弘捷	100
地域における特産品を取り巻く課題 ―「揖保乃糸」と「三輪素麺」を事例として―	石川 和男	111
ケーススタディ：醤油の老舗ブランド [Ⓢ] 「ヒガシマル」	梶原 勝美	124
* 調査合宿の合間に	吉田 雅明	138
編集後記		139

2015 年度春季実態調査（関西）行程概要／ ミニ・フォトエッセー

大矢根 淳

はじめに

2015 年度春季実態調査（関西）は、2016 年 3 月 14（月）から 17（木）の三泊四日、「関西における地域再生の種々の試み」をテーマとして、大阪の難波から堺、河内、大阪南港、姫路、たつの（龍野）、播磨をめぐった。部分参加者も含めて 21 名（所員 16 名、参与 5 名）の参加を得た。

今年度春の実態調査では北信方面を巡ったが、この度も例えばワイン醸造所など同趣旨の訪問先が用意されていて、年度内あるいは年度をこえて同一論題を考え続けることもできたし、関西ローカルそれも大阪独特の社会環境（商店街、お笑い・古典芸能…）にどっぷりつかれることもできた。さらに世界遺産・姫路城や登録をめざす百舌鳥・古市古墳群など、世界遺産を基軸に据えた地域づくりの現場をじっくり歩く機会を得た。六次産業化や地域再生の試みは、宮寄晃臣研究会担当（所員:経済学部）の専らとするところであるが、宮寄所員は今回も事前に何度も現地に赴き、現場との交渉・調整を重ねていただいたところで、この実態調査が実現している。この場を借りて、篤くお礼申し上げたい。

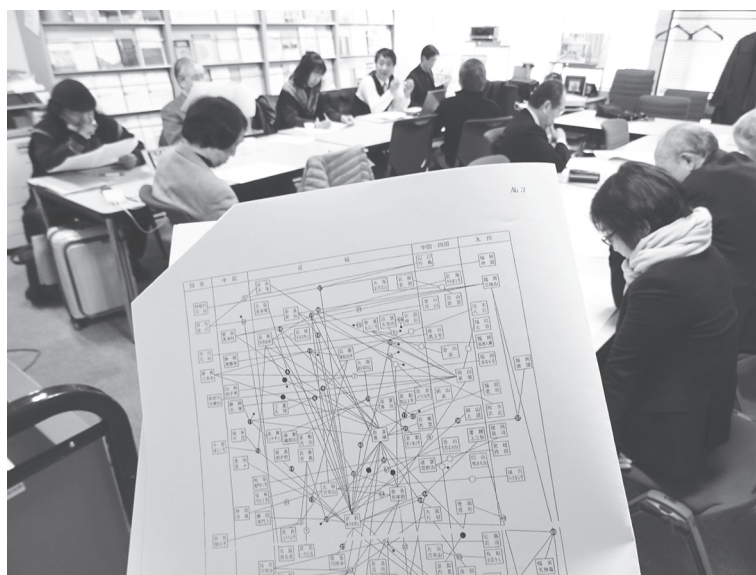


写真 1：事前学習

また特に今回は、古墳群について事前学習(3月11日)を踏まえたところでの現地踏査となった。事前学習では土生田純之所員(文学部歴史学科)に「百舌鳥・古市古墳群について」と題する研究会報告(写真1)をお願いした。多くの所員の参加を得て、詳細なレクチャー、活発な議論が交わされた。こうした歴史学的研究は、人文研マターとの思いこみも社研面々にはありがたいが、世界遺産を基軸とする地域創成を考える際には不可欠の知識である。学部授業で考古学そして「古墳からみた国家形成」を講義されている土生田所員は、この事前学習の中で「巨大古墳はただ単に壮大な無駄」との刺激的な言葉をおきながらも、いやいやそうではなく、そこには「被葬者の後裔と信じる人々の誇りと団結を促すという重要な意義を担っている」と説いて、参加者一同を深く納得させた。事前学習を経たところでさらに現地を歩きながら再び土生田所員にレクチャーを受けて感得したところを、本号では村上所長、宮寄所員が書かれているのでご覧いただきたい。

実態調査行程

この度の実態調査の行程を次に記す。

【初日：3月14日】

初日昼前、新幹線の新大阪駅・改札に一同、集合した。ここから地下鉄で天満駅に移動して、日本一長い商店街である「天神橋筋商店街」を歩いた。JR大阪駅から一駅のJR天満駅まで、南北2.6kmの間に約600店舗が立地して、この商店街は1丁目から7丁目までの構成を持ち、キタやミナミのように大阪観光スポットの一つともなっている。全国でシャッター商店街などと言われていることからすると、ここのこの賑わいには驚かされる。商店街のあらゆるところから看板、のぼりがせり出して賑わいを演出しているが(写真2)、大阪市都市景観委員会によると「様々な業態が集積し看板やショーウインドウに表出している様相と、生活に密着したにぎわいがある。中でも文楽人形をモチーフとした2丁目の立体看板は認知性が高く、景観資源として捉えられる」(大阪市・北区の都市景観資源：<http://www.city.osaka.lg.jp/toshikeikaku>)とされていて、平成22年3月、大阪市北区の都市景観資源に登録されている。都市の商店街の看板というと、屋外広告物法で「看板、立看板、はり紙及びはり札並びに広告塔、広告板、建物その他の工作物等に掲出され、又は表示されたもの並びにこれらに類するものをいう」(屋外広告物法第2条第1項)とされて規制の対象となるものとのイメージが強い。最近では歩道にせり出した自動販売機も見かけなくなった。ここ天神橋筋商店街の看板の数々は、激しく視界に飛び込んでくるものの決して歩行を妨げる形態ではない。巧みに賑わいを演出している。



写真2：天神橋筋商店街

商店街を歩いて、上方寄席の「繁盛亭」(写真3)に向かう。正式名称「天満天神繁盛亭」は、

「日本三大祭の一つ天神祭で有名な大阪天満宮を参拝して頂いて裏側、北へ抜けると、上方落語の定席、天満天神繁昌亭がございます。皆様のご厚志で60年ぶりに復活した噺の席は、おかげさまで開場以来大入りを続けております。上方落語協会所属の落語家が連日出演しております」(HPより：<http://www.hanjotei.jp/>)



写真3：上方落語の定席・繁盛亭

と、上方落語協会会長の桂文枝によって説明される寄席である。今回は昼席公演として仲入りを含んで計10演目（写真4）を堪能した。

繁盛亭を後にして夕方、なんばのホテルにチェックして本日の公的スケジュールは終了。東京からの移動、そしてあいにくの雨の中、日本一長い商店街を踏破したことで一行、疲れたことと思われる。銘々夕食後、休息をとった。しかしながら今回は、この上方お笑いの世界の第二部がオプションとして用意されていた。「なんばグランド花月」（写真5）の吉本興業公演、吉本新喜劇などを観覧した。繁盛亭もそうであるが、やはりテレビではなく生で観覧する醍醐味はひとしお。さらに周囲に座る大阪のオバチャンの反応（笑いのタイミング）をも、我々はその一つの新鮮なネタとして楽しんでいることに気づいた。

 天満*天神繁昌亭 昼席公演（午後1時～4時10分頃終演予定） <small>第495回 2016年3月14日（月）～2016年3月20日（日）</small>											
14 月	桂 三語	桂 まめだ	笑福亭 仁福	自楽亭 輝輝 キングス	桂 古坊	笑福亭 呂龍	豊米家 大治郎	桂 あやめ	轉座 栄隆	桂 福団治	
15 火	月亭 天使	桂 まめだ	笑福亭 仁福	自楽亭 輝輝 キングス	桂 古坊	笑福亭 呂龍	豊米家 大治郎	桂 あやめ	轉座 栄隆	桂 福団治	仲入り 2時40分頃より
16 水	桂 三語	桂 まめだ	桂 古坊	自楽亭 輝輝 キングス	笑福亭 仁福	笑福亭 呂龍	豊米家 大治郎	桂 あやめ	轉座 栄隆	桂 福団治	
17 木	桂 三語	桂 まめだ	笑福亭 仁福	自楽亭 輝輝 キングス	桂 古坊	桂 福団治	豊米家 大治郎	桂 あやめ	轉座 栄隆	笑福亭 呂龍	
18 金	桂 三語	桂 まめだ	笑福亭 仁福	自楽亭 輝輝 キングス	桂 古坊	笑福亭 呂龍	豊米家 大治郎	桂 あやめ	轉座 栄隆	桂 福団治	
19 土	桂 三語	桂 まめだ	笑福亭 仁福	自楽亭 輝輝 キングス	桂 古坊	笑福亭 呂龍	豊米家 大治郎	桂 あやめ	轉座 栄隆	桂 福団治	

写真4：繁盛亭の本日の演目



写真5：なんばグランド花月

【二日目：3月15日】

朝8時にホテルロビーに集合して、南海線で堺東駅下車、堺市役所に向かった。堺市役所では、「世界遺産登録をめざす『百舌鳥・古市古墳群』の取り組み」と題して、詳細なパワーポイントデータおよび各種パンフレット等をご用意いただきレクチャーを受けた（写真6）。堺市文化観光局世界文化遺産推進室の室長・宮前誠さん、主幹・十河良和さん、主査・立道勝広さんに詳細にレクチャーいただき、大変お世話になった。

レクチャーの前には、最上階の展望ロビーから古墳群の立地をご説明いただき、一同記念撮



写真6：堺市文化観光局世界文化遺産推進室



写真7：堺市役所展望ロビーにて



写真8：土生田所員による解説つき踏査

影（写真7）。ここでいただいた『百舌鳥古墳群ワーキングマップ～歩いて知るいにしへのロマン・謎・神秘～』（写真8）は、この後、この日の午後、土生田所員の案内で古墳群を踏査する際に、各自手許で広げて地図として使いとても重宝した。

なお、社研ではここ堺市をフィールドとした研究を何度か行っている。最近では、2008年度夏季実態調査でお世話になっている（その成果は社研『月報』2008年度・2+3合併号）。また、それと前後して、社研特別研究助成のグループ研究で現地で度々フィールドワークをさせていただいて、2008年度末に叢書12として専大出版局より『周辺メトロポリスの位置と変容』（宇都榮子・柴田弘捷 編）を刊行している。

レクチャーの後、チャーターバスで移動して、百舌鳥古墳群（仁徳天皇陵：写真9）から土生田所員の案内で踏査が始まった。「ここからはしばらくは歩きますが、見ての通り、この辺りは平地ですから、それほどの苦にはならないと思います」とのことで、一同、和気藹々と歩き始めた。ところが考古学者の基礎体力は、デスクにかじりついて本を読んでいる面々とは桁が違うことにすぐに気づかされることとなる。「そこに見える古墳を少し俯瞰してみましよう」ということで、線路脇の14階建てマンションの非常階段をズンズン昇っていく。「えっ!? エレベーターじゃないの?」、7階あたりで途中棄権する所員も出だす。このマンションは古墳研究に就く者がしばしば闖入させてもらっているもので、だから礼儀正しく静かに昇らなくてはならないとのこと（階段がキツイと叫声をあげるのは厳禁!!）。最上階から古墳を俯瞰し、その位置・方向を説明していただいて（写真10、写真11）、ここまで昇って来る意義を納得。



写真9：仁徳天皇陵よりスタート



写真10：14階建てマンションを上り（1）



写真11：14階建てマンションを上り（2）

昼食は踏査途上の国道 170 号線沿いのうどん蕎麦居酒屋「重市」(写真 12)。午前中の踏査でお疲れの方は、食後もここの一室を借りてそこでお待ちいただくこととなった(ぜんざいも美味とのこと)。

一行は午後、土生田所員の案内で次は古市古墳群の踏査に出発した。小高い丘に登ると、辺



写真 12：昼食は種市で



写真 13：まちなかいたるところに古墳が(1)

りにいくつもの古墳、周囲の山並みが目に入る。この丘も古墳の一つ、そしてその後に詣でた神社(写真13)も古墳の一つに建てられたものだとのこと。古墳が日常生活のいたるところにデフォルトとして存在している。国道高架橋の下で、工事現場のように見えるが(写真14)、これも一つの古墳だという。

重市待機組と合流して、夕方、チャーターバスで河内ワインの工場見学(写真15)に向かう。



写真14：まちなかいたるところに古墳が(2)



写真15：河内ワイン

ここ河内で採れるブドウは、もちろんここで醸造されて貴重・高価なワインとなるが、少ないブドウが甲州に買い取られてそこで醸造され、甲州ワインとして売られることになるという。在京の社研メンバーは甲州ワインには馴染みが深いが、河内ワインについて知るものは少なかった。多くのワインを試飲させていただく(写真16)。河内地域(柏原・羽曳野・太子町・八尾)には現在、7社のワイナリーがあるが、「河内ワイン」として販売しているのは、ここ(株)河内ワインのみであるという。他の醸造所、例えばカタシモワイナリーは「河内ワイン レギュラー」、「カタシモ河内ワイン」と、飛鳥ワイン(株)は「河内産ワイン」などとブランディングしている。

河内ワインにはワイナリー直営レストラン「金食堂」が併設されていて、一行はここでディナーとなった。河内ワインの代表取締役専務・金銅真代さんは経営につく傍ら、母校・関西学院大学の教壇にも立つ。フランス語に長けていて、フランス・ブルゴーニュでフランス語による創作落語を披露した経験を持つ。桂三枝からワインにちなんで「ロマネ・金亭(コンテイ)」という芸名をもらっている。今度もフランス語でシャンソンや浪曲まで披露していただいた(写真17)。すばらしいフランス語に感動して、こちら社研サイドからも飯沼所員よりフランス語で歓声が飛んだ。もちろん料理も格別で、宮寄所員が特別にリクエストしていたローストビーフを含むコース料理を堪能。社研の奇才、吉田所員は、旅先でスラスラと水彩画を描く(編集後記を参照のこと)。2004年度春季実態調査(北京)でも円卓の中華料理を描き主客騒然とさせたものだが、この度もすばらしい料理の数々をその場で描き、金銅氏を驚かせた(写真18)。



写真16：河内ワイン各種の試飲



写真 17：金堂専務によるフランス語落語・浪曲



写真 18：社研・吉田所員の描くディナー

【三日目：3月16日】

朝8時ホテル発で、地下鉄を乗り継ぎ、大阪南港・コスモスクエアにある大阪府商工労働部商工労働総務課リサーチグループ（大阪産業経済リサーチセンター）に向かった。大阪経済の動き、特に、本社機能の東京集中が進む中での大阪府産業政策レベルの対応のあり方、そして、

来阪外国人旅行者数の増大、大阪の地域ブランド戦略の動向などについてレクチャーしていただいた。大阪産業経済リサーチセンターからは、総括研究員・北出芳久さん、主任研究員・須永努さん、山元敏也さん、町田光弘さん、松下隆さん、そして副主査・中井章太さんが、詳細な資料（『大阪の地域ブランド戦略のあり方』や『産開研論集』抜き刷りなど）を用意・配布してレクチャーしていただいた（写真 19）。非常に限られた時間内であったことで十分に質疑を行うことができなかつたのは残念である。本号・町田論文や高橋論文をご参照いただきたい。



写真 19：大阪産業経済リサーチセンター



写真 20：姫路城

移動の途中で弁当をかき込み、新幹線で大阪から姫路に移動して、午後いっぱい世界遺産・姫路城を巡った。駅から真っ直ぐ北に延びる大手前通りの向こうに姫路城がそびえる。石垣が14.85m、建物が31.5mなので10数階建てを昇る観覧となる。銘々、体力・興味に応じて探訪することとなった(写真20)。夕食は銘々声を掛け合って、私は地元食材を使う居酒屋に。

【四日目：3月17日】

最終日は朝9時に姫路駅前のホテル日航をチャーターバスで発ち、まず最初は、ヒガシマル醤油の見学に向かった(写真21)。快活な、ヒガシマル醤油・営業連絡部・顧客サービスチーム・主任・松本慎次郎さん(写真22)、これを見守る副部長・村田達雄さんに丁寧に工場をご紹介いただき、その後、会議室にて、専務取締役・生産本部長・薦田裕さん、製造部部长・一鷹栄二さんより、うすくち醤油の醸造・素材調達・営業…、そして地域活性化と農商工連携の連関について詳細なレクチャーをいただいた(写真23)。

この後、近くの「うすくち龍野醤油資料館」を見学し(この資料館の入館料はなんと10円!!(写真24))、合わせてこの界隈の龍野の武家屋敷を散策した。

ここから移動して、「揖保の糸資料館・そうめんの里(播磨手延素麺生産者協同組合)」に向かい、まずはここで昼食として素麺定食をいただき、その後、資料館を見学した(写真25)。

14:40、チャーターバスは資料館を発ち姫路駅に。バス下車で一同解散となった。多くの参加者は姫路から新幹線に乗車して帰京したが、今回は現地集合・解散であったため、この後、自身の調査企画をつなげている所員もあって、それぞれ帰路につくこととなった。



写真21：ヒガシマル醤油



写真 22 : ヒガシマル醤油・丁寧なご案内



写真 23 : ヒガシマル醤油・詳細な解説



写真 24 : うすくち龍野醤油資料館



写真 25 : 揖保の糸資料館・そうめんの里

大阪の街を考える — 「いちびり」と笑い —

福島 義和

はじめに

大阪の都市整備が中央政府の支持無しで実施されてきたことは、よく知られたことである。港湾や道路の整備、市電など公共交通機関の整備などである（鳴海・橋爪、2007）。その事例の一つが掘割の発達した「水都大坂」で約 200 の橋のうち、幕府の公儀橋が 12 か所に過ぎず、残りは町人たちが出資した町橋であった事実（角野、2007）。それらの底流には、大阪人のもつ「合理性」や「革新性」が見え隠れする。東京で関東大震災のあった 1923（大正 12）年には、大阪市長になった關一が実施した地下鉄御堂筋線やキタ・ミナミの都市の二極構造の構築、さらには都心と郊外のネットワーク化など、思い切った政策が採用されている。あの南北を貫く美しい御堂筋の道路が、いろいろなパレードの舞台になっていることは大阪市民の誰もが知るところである。

1章 「いちびり（逸ぶる、市ぶる）」と笑い



写真1 太左衛門橋からみたハッピーファイブ



写真2 道頓堀橋からみたハッピーファイブ

まず、写真1・2をご覧ください。ファッションビルの途中から顔を出す観覧車（正式名はヘップファイブ、1998年に竹中工務店が建設）は、おそらく東京では見かけないだろう。優等生の建築の多い東京には、笑える建築はない。「面白かったらええやんか」精神が、街を面白くし、ミナミの街を創造している。この「いちびり」の行為が一種のトリックスター的な感覚を助長し、次々と大阪の街に仕掛けを設置する。当然、「いちびり建築」の建設には建築規制が厳格であればあるほど、街が画一的になり、「笑い」がなくなり、地域性も欠落する。

今、どこかの政党のポスターが、「脱中央集権化」と声高に叫んでいるが、ではどのような街を創造していくのか？東京への対抗意識だけでは、街は創造できない。その際一つの考えが、楽しく、笑える建築の建設である。まず、建築を眺める観客を大切にしなければならない。つまり、街の市民が楽しめる空間を創造していくことが重要である。

2章 大阪都構想は本当に無意味なのか？

橋下氏の「大阪都構想」はポピュリズムに翻弄されたハシズムで、「大阪の民主主義」を崩壊するディメリットの多い政策であるといった批判が多い。最初に大阪都構想の基本枠を示した図1を見てください。

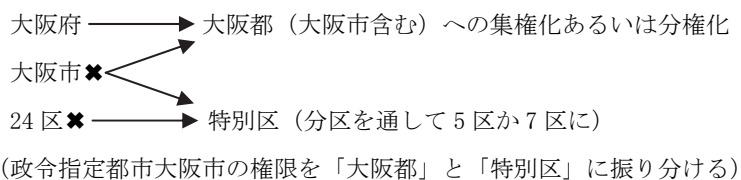


図1 大阪都構想と二層制（福島解釈）

大阪市をなくして「二重行政」を是正し、効率的な行政を行う。当然このような「効率性」だけが前面に出ると、従来の大阪市の重要な役割である都市計画や教育の権限はどうなるのか？「大阪都」への集権化の弊害が生まれないか？確かに現在の大阪市や堺市の都市計画を、新しい「大阪都」で十分に担当できるのか、の課題はあるが、現在24区の行政区を合区していくつかの特別区に再分類し^(注1)、各特別区の風通しをよくして、身近な特別区に市民の多様な意見や要望をくみ上げる制度は効率的だし、二重行政の無駄もある程度解消できる。ただ橋下氏も二重行政の克服ばかりを主張するのではなく、特別区による市民レベルのサービス向上の可能性を具体的に主張すべきではなかったか？東京を意識するあまり、制度の変革（もちろん重要である）に力が入りすぎ、肝心な大阪市民へのサービス向上が強く語られなかったと、少

なくとも筆者（当時東京在住）には感じられた。

小括として、「阪神・淡路の震災でも証明されたが、地域社会のもつ力、大阪でいえば「いちびり」と「笑い」がどんどん許容される、柔軟な社会の構築を政治家も再認識してほしい」。ハードは大胆に、ソフトはきめ細やかに。

（注1）区割り試案で考慮された項目は以下の4点。

①人口規模（30万人と45万人） ②都市機能の集積性（集積性と多核化）

③地域性（地域間の結びつき、過去の分区・合区）④移動手段（鉄道網など）

特に、北区と中央区を合区にするか、分区にするかが重要な区割りになる。具体的な区割りは地形（埋立地など）や歴史、防災なども考慮する必要がある。

3章 大阪から何を学べるか—いちびり精神とレジリエンス—

中央集権型社会が強まると、市民が見えなくなる怖さがある。被災の現場になかなか救助に向かえない。最近の被災地の報道で時々中央の指示を待たずに被災地に迅速に向かう場面に遭遇する。ある意味では時間との闘いである。上からの情報を待っている暇はない。その一方で、被災地の地域社会がもつ成熟度や脆弱性が問題になってくる。つまり、日頃の付き合いが欠如し、避難訓練やハザードマップへの認識が弱い社会では、回復力（レジリエンス）も脆弱である。このように考えると、大阪の下町に残る祭り（住吉さんや生根さんの祭り）を支える文化が大きくクローズアップされてくるし、中央に依存しない「いちびりの建築」を多数、建設し続けるエネルギーは、笑いに紛れながらも場所の持つ、計り知れない魅力を生み出している。「公助」よりもまず「自助」や「互助」が立派に育つ社会が、まだまだ大阪の下町を歩くと残っている。この下町のもつローカルな、脱中央集権的な、しなやかな社会が、まさにレジリエンスの高い社会にならないだろうか。あのナンバの観覧車もしなやかな社会であればこそ、「いちびり精神」で建設されたものなのかもしれない。

今後の詳細な検証が必要であるが、「レジリエンスの三角形」の縮小化（図2参照、文献1）、つまり自然災害などの危機発生に対して、いかに「時間の短縮化（横軸）」と「地域社会の機能の増強（縦軸）」を図るかが大きな課題になる。繰り返しになるが、大阪のもつしなやかな街づくりに学ぶところは多いはずである。蛇足であるが、ちょうど今、イギリスがEUから離脱することが国民投票で明らかになったようだが、移民問題を抱える多文化共生の難しさを痛感している。社会が分断・解体に向かう中、「いちびり」と「笑い」の精神が街づくりには大切である（注2）。

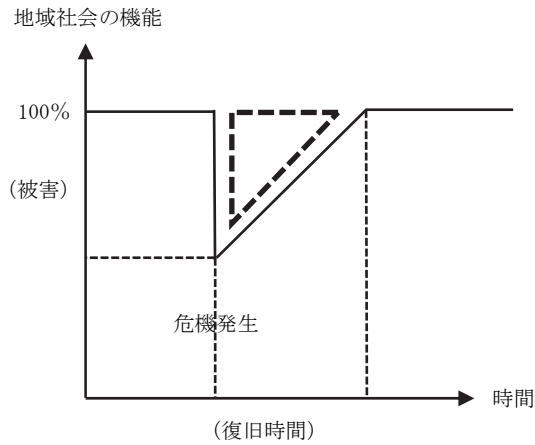


図2 レジリエンスの三角形の縮小化 (文献1 p51 の図表 2-1 を基に作成)

(注2) 関西大学は、「なにわ大阪研究センター」を開所(2016. 4.3)し、住吉大社などの名所研究、古地図などを利用した防災研究、そして上方演芸に代表される大阪の「笑い」に着目した研究を開始した。

(参考文献)

1. 「レジリエンス社会」をつくる研究会(2016)『しなやかな社会の挑戦—CBRNE、サイバー攻撃、自然災害にたちむかう—』日経BPコンサルティング
2. 藤井聡・村上弘・森裕之(2015)『大都市自治を問う—大阪・橋下市政の検証—』学芸出版社
3. 鈴木亘(2013)『脱・貧困のまちづくり「西成特区構想」の挑戦』明石書店
4. 砂原庸介(2012)『大阪—大都市は国家を超えるか—』中公新書
5. 長田直之(1999)「大阪の「いちびり」建築」(「ギャラリー間『建築マップ大阪・神戸 TOTO 出版、pp66-67)』
6. (社)大阪自治体問題研究所編(2009)『道州制と地方自治を問う』自治体研究所
7. 大阪市立大学 都市研究プラザ(2007)『フォーラム 大阪の空間システムを考える』

大阪府 5 地域の産業構成と地域連関について

高橋 義博

はじめに

大阪府は、製造業について見ると、愛知県、神奈川県に次いで全国 3 位の出荷額があり、府を 5 地域（大阪市地域、北大阪地域、東大阪地域、南河内地域、泉州地域）⁽¹⁾に分けると、地域ごとの産業構成に特徴が見られる。

ところで地域の産業特化の状況を考える場合、産業間で投入・産出の関係があることから、出荷額だけでなく、中間投入を考慮した正味の出荷額についても見てみる必要があるだろう。実際、そうすることによって他地域との関係を考えることができる。地域間産業連関表は正にそうした地域間の結び付きをとらえたものである。とはいえ、必要なデータが常に整備されているわけではない。また、そうしたデータがあるとしても、取引は個別企業の間で行われているものであるから、たまたま地域内企業と取引しているのか、あるいは他地域企業と取引しているのかによって、データの数値は違ったものとなる可能性がある。とすれば、この場合、産業連関表は純粋に技術的な意味での投入係数とはいえなくなる。

一方、純粋に投入・産出の技術的關係が分かっているならば、地域出荷額のデータから当該地域での中間投入が計算でき、これから、中間投入を除いた地域からの出荷額が推定できる。そして、ある産業についてこの出荷額がマイナスとなる場合には、他地域からの投入が行われているわけであるから、地域間での依存関係の状況についても、ある程度の知見を得ることができるだろう。

こうした観点から、以下、大阪府 5 地域の製造業 24 業種⁽²⁾について考えてみよう。そのために、まず地域ごとの中間投入を推定する。ここでは大阪府産業連関表を使うが、いうまでもなく、利用可能なデータとしては、技術的な意味での投入と産出の関係を最もよく反映していると考えられるからである⁽³⁾。

推計の方法

推計のアイデアは簡単で、次のように考える。産業連関表 A を次のように分割する。

A_{11}	A_{12}	A_{13}
A_{21}	A_{22}	A_{23}
A_{31}	A_{32}	A_{33}

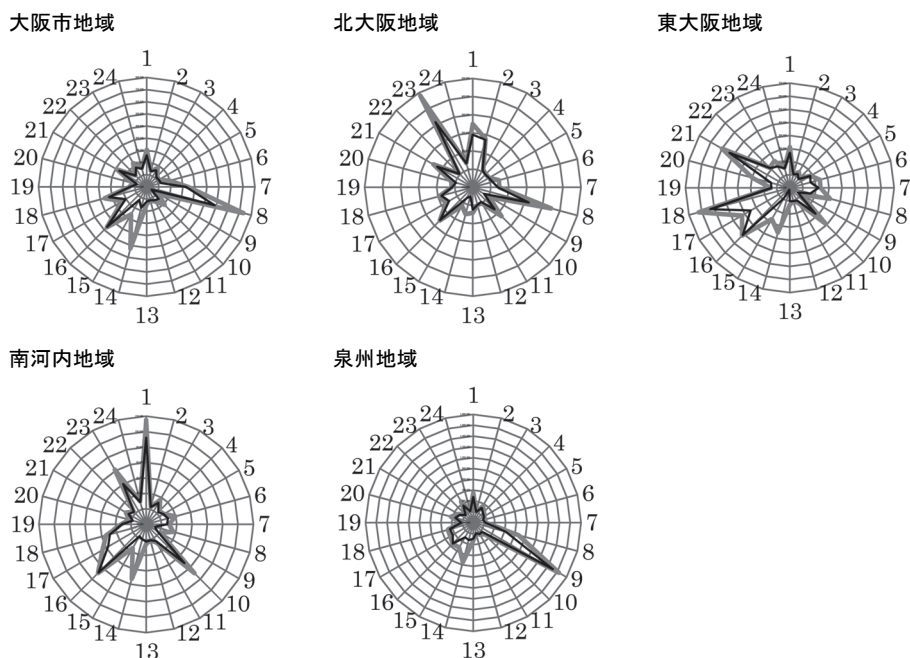
ここで、 A_{22} を製造業 24 業種から同 24 業種への投入係数部分とする。 x_i を*i*地域の出荷額、 b_i を最終生産として、それぞれ同様に分割する。このとき、 $x_{i2} - A_{22}x_{i2} = A_{21}x_{i1} + A_{23}x_{i3} + b_{i2}$ は*i*地域における 24 産業からの正味の出荷額（地域内他部門及び地域外への出荷額と最終生産としての出荷額）を表す。したがって、この値がマイナスになっていれば、他地域からの投入ということになる。では、実際、どの地域のどの業種について、この値がマイナスになっているのだろうか。

推計には「2007 年大阪府産業連関表（108 部門）」を用いた⁽⁴⁾。地域ごとの出荷額については「2015 年度版 なにわの経済データ---統計で見る大阪経済の現状---」に掲載されているデータ（2013 年のデータ）を用いている⁽⁵⁾。（なお、使用データの間には 6 年の隔たりがあるのは、やむをえない。）

結果

結果は図 1 と表 1 に示した。これから分かるように、いずれの地域においても正味出荷額が

図 1 5 地域の産業特化の状況



太い線が出荷額、細い実線が推定された正味の地域出荷額を示している。値がマイナスとなっているデータがあるので、レーダーチャートの中心はゼロではない。また、図の半径は同じに表示してあるが、地域ごとに経済規模に大きな違いがある。縮尺単位の違いは、目盛り線の数に表れている。1 から 24 までの 24 業種の具体的な内容については注(2)を参照。

表1 計算結果

(単位：百万円)

		大阪市地域	北大阪地域	東大阪地域	南河内地域	泉州地域	合計
1	食料品	159,325	190,194	167,734	92,112	275,195	884,560
2	飲料	34,267	171,302	6,609	3,136	5,862	221,176
3	繊維工業製品	57,511	8,372	22,742	11,997	115,705	216,328
4	木材・木製品	12,000	▲ 1,042	▲ 4,914	2,182	52,978	61,204
5	家具・装備品	14,967	3,085	80,975	6,139	32,090	137,256
6	パルプ・紙・板紙・加工紙	22,379	14,171	63,993	9,299	▲ 10,653	99,188
7	印刷・製版・製本	225,388	38,779	118,710	7,429	22,754	413,058
8	化学工業	484,422	221,028	64,062	▲ 8,008	422,172	1,183,676
9	石油製品	▲ 53,878	▲ 28,003	▲ 28,495	▲ 3,512	1,506,396	1,385,841
10	プラスチック製品	39,759	70,822	179,155	50,582	31,253	371,572
11	ゴム製品	26,838	▲ 7,169	12,662	4,519	33,918	70,768
12	なめし革・毛皮・同製品	13,526	313	3,901	1,112	▲ 8	18,843
13	ガラス・ガラス製品	19,889	23,422	1,484	2,107	90,096	136,998
14	銑鉄・粗鋼	78,114	▲ 48,909	▲ 85,467	▲ 212	126,000	69,525
15	非鉄金属製錬・精製	23,566	▲ 29,996	▲ 8,144	▲ 2,508	105,257	88,176
16	金属製品	365,048	155,769	410,566	67,947	334,997	1,334,327
17	はん用機械	102,889	51,642	246,354	37,405	239,123	677,413
18	生産用機械	223,751	79,451	529,998	28,997	247,084	1,109,281
19	業務用機械	39,270	15,572	41,014	11,601	21,679	129,135
20	電子デバイス	▲ 17,122	▲ 3,389	49,607	▲ 1,942	142,940	170,094
21	産業用電気機器	163,317	127,435	434,229	6,525	88,872	820,379
22	通信機械・同関連機器	31,798	4,703	113,684	2,802	2,588	155,574
23	輸送機械	82,073	313,738	88,968	40,132	163,323	688,234
24	その他の製造工業製品	55,745	36,832	54,521	9,908	19,818	126,515

(▲はマイナスを表す)

マイナスになる産業がある。大阪府産業連関表(表3)を見ると、化学工業、石油製品、プラスチック製品からは、ほぼすべての製造業に対して投入が行われていることから、裾野が広い産業であることが分かる。ガラス・ガラス製品、銑鉄・粗鋼、非鉄金属からは金属製品、各種機械、電気・電子産業への投入が行われている。また、電子部品・デバイス、産業用電気機器産業からも各種機械産業などへ投入が行われている。こうしたことから、これらの産業の裾野もかなり広いといえる。では、これらの産業について地域別に見てみよう。

表1から分かるように、5地域のうち、泉州地域ではパルプ・紙、なめし革・同製品以外はすべてプラスであり、全体の生産規模から見ても、この地域が特別な地位にあるといえる。特

に石油製品について見ると、泉州地域以外はすべてマイナスになっており、これを表2の出荷額と比べると、他の4地域では、石油製品のかなりの部分を泉州地域に依存していることが推定される。また、北大阪地域、東大阪地域、南河内地域では銑鉄・粗鋼、非鉄金属の多くを地域外に依存していることが分かる。電子部品・デバイスについては、東大阪地域と泉州地域がプラスで、他の3地域はマイナスになっている。

木材・木製品については、北大阪地域と東大阪地域がマイナスとなっており、大阪市地域と泉州地域などから中間投入が行われていると考えられる。

表2 地域別出荷額

(単位：百万円)

		大阪市地域	北大阪地域	東大阪地域	南河内地域	泉州地域	合計
1	食料品	205,247	248,338	211,017	115,094	347,755	1,127,451
2	飲料	35,271	175,230	7,020	3,347	6,444	227,312
3	繊維工業製品	80,504	14,825	38,550	16,557	156,048	306,484
4	木材・木製品	23,115	1,736	6,967	4,476	81,043	117,337
5	家具・装備品	17,372	4,426	84,862	6,562	34,618	147,840
6	パルプ・紙・板紙・加工紙	98,088	50,225	137,589	19,492	24,060	329,454
7	印刷・製版・製本	243,849	47,180	135,435	10,043	32,481	468,988
8	化学工業	732,938	349,517	219,097	16,573	669,390	1,987,515
9	石油製品	11,139	5,240	6,233	1,428	1,636,065	1,653,437
10	プラスチック製品	110,020	125,584	289,793	69,179	91,791	686,367
11	ゴム製品	39,637	2,275	33,518	6,974	49,047	131,451
12	なめし革・毛皮・同製品	15,978	596	4,971	1,372	750	23,667
13	ガラス・ガラス製品	40,891	40,342	29,226	5,180	127,654	243,293
14	銑鉄・粗鋼	424,581	52,775	253,928	52,793	549,890	1,333,967
15	非鉄金属製錬・精製	159,986	18,460	175,442	15,206	322,938	692,032
16	金属製品	370,141	158,891	416,428	68,984	339,837	1,354,281
17	はん用機械	136,182	71,429	323,370	45,908	294,557	871,446
18	生産用機械	263,020	93,498	622,987	34,122	290,607	1,304,234
19	業務用機械	42,988	17,046	44,897	12,699	23,732	141,362
20	電子デバイス	24,140	23,078	196,660	2,934	229,544	476,356
21	産業用電気機器	190,006	152,493	501,042	10,415	120,374	974,330
22	通信機械・同関連機器	33,389	7,589	117,244	3,234	4,361	165,817
23	輸送機械	126,399	482,860	137,137	61,773	251,448	1,059,617
24	その他の製造工業製品	60,399	39,533	59,351	10,776	23,698	143,448

大阪府「なにわの経済データ(2015年度版)」より転記

さらに、表1と表2を比較すると、地域内で、中間生産物としてかなりの部分が再投入されていることが分かる。また、2つの視点から見た産業特化の様子を見比べると（図1参照）、よく似ているが、2、3の箇所の特徴が現れており、特に銑鉄・粗鋼、非鉄金属などが中間投入として重要であることが分かる。

おわりに

ここでの目的は、より小さな地域における中間投入額を計算し、それから地域としての正味の出荷額を推定、その値がマイナスになる産業と地域を探ることで、地域における産業間の相互関係を調べようというものである。以上見てきたように、ここで用いた方法で、一地域が他地域に何を・どれくらい依存しているのかが推定できる。勿論、推定された数値は投入係数から推計された数値であって、実際の取引あるいは物資移送を捉えたものではない。とはいえ、ここで行ったような分析は、地域間の依存関係、物資の地域間移送等を考える際に何かしら有益な手掛りを与えているように思われる。

注

- (1) 府内5地域の範囲は以下の通り。
大阪市地域：大阪市
北大阪地域：豊中市、池田市、箕面市、能勢町、豊能町、吹田市、高槻市、茨木市、摂津市、島本町
東大阪地域：守口市、枚方市、寝屋川市、大東市、門真市、四條畷市、交野市、八尾市、柏原市、東大阪市
南河内地域：富田林市、河内長野市、松原市、羽曳野市、藤井寺市、大阪狭山市、太子町、河南町、千早赤阪村
泉州地域：堺市、泉大津市、和泉市、高石市、忠岡町、岸和田市、貝塚市、和泉佐野市、泉南市、阪南市、熊取町、田尻町、岬町
- (2) 産業中分類による。24業種は以下の通り。
1.食品、2.飲料・たばこ・飼料、3.繊維工業、4.木材・木製品、5.家具・装備品、6.パルプ・紙・紙加工、7.印刷・同関連業、8.化学工業、9.石油製品・石炭製品、10.プラスチック製品、11.ゴム製品、12.なめし革・同製品・毛皮、13.ガラス・ガラス製品・窯業・土石製品、14.銑鉄・粗鋼、15.非鉄金属、16.金属製品、17.はん用機械器具、18.生産用機械器具、19.業務用機械器具、20.電子部品・デバイス・電子回路、21.産業用電気機械器具、22.情報通信・同関連機械器具、23.輸送用機械器具、24.その他の製造業
- (3) 「平成23年（2011年）産業連関表 取引基本表（生産者価格評価）（統合中分類）」によっても同様の推計作業を行ったが、推計値に差異があるものの、ほぼ同様の結果を得ている。
- (4) 推計には「平成17年大阪府産業連関表（108部門）基本取引表」を用いた。基本取引表の各セルにある取引額を各部門の生産額で割ると、投入係数が計算される。したがって、投入係数に生産額を掛けると、逆に取引額が分かる。ただし、「府内5地域の製造業産業中分類」は大阪府産業連関表（108部門）と比べ産業分類が異なるので、産業連関表を組み替えた。（表3を参照）
- (5) 北大阪地域と南河内地域の石油製品部門及びその他の製造工業製品については、個々の事業所の額が秘匿その他の理由により不明であるために、地域出荷額が不明である。しかし大阪府全体での石油製

品部門及びその他の製造工業製品の出荷額は、それぞれ1,660,105と193,757（単位：百万円）であることが分かっている。したがって、2地域の合計出荷額は石油製品6,668、その他の製造工業製品50,309になると計算される。そこで、いずれの生産額も2地域の合計出荷額に比例すると便宜的に仮定し、これを案分した。

参考文献・資料

- (1) 大阪産業経済リサーチセンター（大阪商工労働部商工労働総務課）：「2015年度版 なにわの経済データ---統計で見る大阪経済の現状---」，（2015年9月）
- (2) 2007年大阪府産業連関表（108部門）、
http://www.pref.osaka.lg.jp/toukei/sanren_e/sanren_e-io08e000xls.html
- (3) 平成23年（2011年）産業連関表 取引基本表（生産者価格評価）（統合中分類）
http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/ichiran.htm

表 3 製造業 24 産業の投入係数

	食料品	飲料	繊維工業製品	木材木製品	家具装備品	ハルプ紙板紙加工紙	印刷製版	化学工業	石油製品	プラスチック製品	ゴム製品	なめ革毛皮製品	ガラスガラス製品	鉄粗鋼	非鉄金属精製	金属製品	はん用機械	生産用機械	業務用機械	電子デバイス	産業用電器	産業用運送機	輸送機械	その他製造工業製品	
食料品	0.19715	0.04179	0.00177	0.00029	0	0.00119	0	0.00494	4E-06	6.2E-05	0	0.00267	0.00054	8.3E-07	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00039	
飲料	0.00123	0.02061	-1E-05	0	0	0	0	3.6E-05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
繊維工業製品	0.00145	0.00008	0.21882	0.00668	0.00347	0.00071	0.00035	0.00018	0.00063	0.01422	0.00367	0.00355	0.00043	0.00186	0.00083	0.00142	0.00061	0.00057	0.00229	0.00395	0.00116	0.00141	0.00141	0.00739	
木材・木製品	0.00028	0.00045	0.0002	0.27634	0.07274	0.00438	0.00103	3.1E-05	0	0.00027	5.3E-05	0.00295	0.00015	0.00323	0.00022	0.00022	0.00016	0.0009	4.2E-06	0.00046	0.00021	0.00046	0.00046	0.01889	
家具・装備品	0.00037	0.0002	0.00069	0.00045	0.01746	0.00047	0.00174	0.00038	1.2E-05	0.00072	0.00074	7.4E-05	0.00094	0.00018	0.00019	0.00039	0.00025	0.00019	0.00082	0.0008	0.00194	0.00048	0.00048	0.00512	
ハルプ紙・紙板紙・加工紙	0.01396	0.01998	0.01009	0.01257	0.01726	0.00504	0.10409	0.01406	2E-06	0.00511	0.00553	0.01092	0.0133	0.00223	0.00221	0.00013	0.00172	0.00014	0.00113	0.00444	0.00763	0.00215	0.00052	0.01857	
印刷・製版・製本	0.01096	0.00239	0.0028	0.00102	0.00293	0.01429	0.04747	0	2.7E-05	0.00298	0.001	0.00181	0.00285	0.00022	0.00039	0.00032	0.00135	0.00132	0.00559	0.00217	0.00239	0.00786	0.00171	0.0035	
化学工業	0.01127	0.00763	0.11224	0.05971	0.02239	0.02387	0.03041	0.2496	0.00133	0.17397	0.17335	0.0125	0.03643	0.00374	0.02566	0.00833	0.00493	0.00303	0.0118	0.01086	0.01685	0.00378	0.00619	0.04114	
石油製品	0.00852	0.00578	0.01041	0.02318	0.00409	0.00636	0.00518	0.06201	0.03719	0.00385	0.00711	0.00371	0.0444	0.00631	0.00683	0.00433	0.00039	0.00497	0.0046	0.00304	0.00232	0.00131	0.00322	0.02688	
プラスチック製品	0.01472	0.02333	0.00771	0.00496	0.02255	0.02173	0.04072	0.0141	9.4E-05	0.17445	0.03621	0.05407	0.00572	1E-05	0.01931	0.00145	0.00488	0.00504	0.0175	0.00945	0.04282	0.02579	0.01212	0.05174	
ゴム製品	0.00017	8.7E-05	0.00248	0.00023	0.00117	0.00065	0.00066	0.00032	1.9E-05	0.00043	0.05451	0.02585	0.00074	0.00069	0.00011	0.00211	0.00551	0.01586	0.00679	0.00092	0.00527	0.00358	0.0112	0.00537	
なめし革・毛皮・同製品	3.4E-05	5.4E-06	0.00228	0.00015	0.0005	6.2E-05	5E-05	4E-05	1.4E-05	3.5E-05	6E-05	0.12433	7.5E-05	3.8E-05	1.1E-05	0.00019	5.3E-05	7E-05	0	9E-05	3.8E-05	5.8E-05	8.1E-05	0.00114	
ガラス・ガラス製品	0.0012	0.01463	0.00061	0.0003	0.02375	0.0004	2.4E-05	0.0063	0.00038	0.00423	0.00122	5E-05	0.08839	0.00574	0.01163	0.00281	0.00927	0.00164	0.00335	0.02375	0.0105	0.00209	0.0071	0.00684	
鉄鉄・粗鋼	0	0	7.2E-05	0.00077	0.07934	0	0	1.4E-05	0	0.00141	0.00003	0.00017	0.00516	0.49592	0.0047	0.23032	0.10065	0.07834	0.01503	0.00413	0.0402	0.00826	0.03449	0.00915	
非鉄金属製錬・精製	0.00180	0.00149	5.8E-05	0.00147	0.01812	0.00025	0.00246	0.00533	4E-06	0.00207	0.00225	0.00171	0.00798	0.01327	0.44158	0.07078	0.04064	0.01278	0.00604	0.0382	0.06504	0.02479	0.0168	0.04317	
金属製品	0	0	8.1E-05	0.00156	0	0	0	0	0	0	0	3.3E-05	2.1E-06	0.01154	0.0006	3.3E-06	0	2.5E-05	0	1.5E-05	0.00194	0.00763	0		
はん用機械	0	0	3E-05	0.00404	0	0	1.7E-05	4E-06	0.00349	0	0.00285	0.00029	0.00013	0.00111	0.01277	0.0418	0.01441	0.00256	0.00686	0.00443	0.00862	0.00862	0.0006		
生産用機械	0	0	0	0	0	0	0	0	1.4E-06	0	0	1.3E-05	0	5.1E-06	0.00092	0.14866	7.8E-05	0	0.00011	0	0.00013	3.7E-06	0		
業務用機械	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.08649	0	0	0	0	0		
電子デバイス	8.9E-07	5.4E-06	2.7E-06	0	0	3.1E-05	0.00073	4.7E-06	1.4E-06	0	0	0	1.2E-06	0.00045	5.1E-06	0.00771	0.005	0.10285	0.23597	0.08296	0.02936	0.00279	0.01282		
産業用電気機器	0	0	2E-05	0.00036	0	4E-06	3.3E-06	0	1.4E-05	0	0	0	8.7E-05	0.00125	0.02049	0.01722	0.02123	0.01317	0.02123	0.07727	0.01851	0.0187	0.001		
通産機械・同産運送機	1.8E-06	1.6E-05	1.6E-05	0	1.1E-05	5.2E-06	1E-05	4.7E-05	1E-06	1.4E-06	1.3E-05	2.3E-05	1.3E-05	2.9E-06	3.1E-06	2.8E-05	0.00039	0	0.00021	5.1E-05	0.01863	0.00545	9.6E-05		
輸送機械	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00023	0	0	0	0	0.35021		
その他の製造工業製品	0.00022	0.00105	0.00745	0.00208	0.00745	8.3E-05	2.2E-05	1.1E-05	2E-06	8.1E-05	0.00019	0.01626	0.00238	0.00016	0.00058	0.00014	0.00096	6E-05	0	0.00011	0.00022	0.00045	0.0002	0.04919	

[ヒアリング報告]

大阪府商工労働部「大阪産業経済リサーチセンター」

町田 俊彦

大阪産業経済リサーチセンターは、府立産業能率研究所（大正 14 年設置）と府立商工経済研究所（昭和 25 年設置）が昭和 62 年 9 月 1 日に合併した大阪府立産業開発研究所を前身とし、平成 22 年 4 月 1 日に同研究所が大阪府商工労働部商工労働総務課へ再編したことにより生まれた。

研究員は、大阪府立産業開発研究所時代は 50 名以上であったが、現在は 16 名である。大阪の経済動向に関する調査を担当する経済リサーチグループと中小企業の経営状況や課題に関する調査を担当する企業リサーチグループから構成されている。

次のような刊行物を発行している。

① 調査報告書

平成 26 年度には『「三次元積層造形技術（3Dプリンター）の活用」に関する調査研究』、『大阪の地域ブランド戦略のあり方』など 10 件の報告書を刊行

② 『おおさか経済の動き』

大阪経済の情勢（月別データで大阪経済の景気動向をグラフ化、分析）、大阪府景気動向指数、大阪府景気観測調査、最近の消費動向、中小企業の動き（業種別景気動向調査）などの内容で四半期ごとに発行し、前年のまとめと併せて年 5 回発行

③ 『なにわの経済データ 統計でみる大阪経済の現状』

年 1 回発行

④ 『産開研論集』

同センターの研究員による自主的な研究論文集で、年 1 回発行

I 「大阪府の産業経済の現状」と「大阪府の地域ブランド戦略のあり方」についての説明

まず同リサーチセンターから、①「大阪府の産業経済の現状」と②「大阪府の地域ブランド戦略のあり方」について説明を受けた。

1 大阪府の産業経済の現状

配布された同リサーチセンター編『なにわの経済データ 統計でみる大阪経済の現状』2015年度版にもとづき、説明された。以下は報告の概要であり、一部、リサーチセンターの刊行物からの抜粋を含む。

(1) 大阪経済が日本経済に占めるシェア

全国経済に占めるシェアを名目県内総生産の対全国シェアみると、リーマン・ショックにより愛知県が平成19年度の7.3%から平成20年度の6.8%へ低下したのとは対照的に、大阪府は落ち込みが小さいことから7.8%から7.9%へ上昇した(表1参照)。21年度には再び7.8%へ低下したが、その後は一進一退で推移し、24年度は7.8%になっている。

表1 名目県内総生産と対全国シェア

		大阪府	東京都	愛知県	全国計
実数 (十億円)	平成14年度	39,264	94,355	33,801	498,009
	15	38,981	96,275	33,621	501,889
	16	39,324	98,084	34,646	502,761
	17	39,236	99,380	35,384	505,349
	18	39,436	99,871	36,734	509,106
	19	40,024	99,932	37,469	513,023
	20	38,914	97,254	33,320	489,520
	21	36,768	91,674	32,105	473,934
	22	36,744	91,375	31,710	480,233
	23	37,140	92,857	32,694	473,905
24	36,843	91,909	34,359	474,475	
対全国 シェア (%)	平成14年度	7.9	18.9	6.8	100.0
	15	7.8	19.0	6.7	100.0
	16	7.8	19.5	6.9	100.0
	17	7.8	19.7	7.0	100.0
	18	7.7	19.6	7.2	100.0
	19	7.8	19.5	7.3	100.0
	20	7.9	19.9	6.8	100.0
	21	7.8	19.3	6.8	100.0
	22	7.7	19.0	6.6	100.0
	23	7.8	19.6	6.9	100.0
24	7.8	19.4	7.2	100.0	

出所:大阪府商工労働部・大阪産業経済リサーチセンター『なにわの経済データ 統計でみる大阪経済の現状』2015年度版、9頁。

(2) 完全失業率

大阪府の完全失業率(年平均)は東京都、神奈川県、愛知県といった他の主要都府県

よりも高い水準で推移してきた。平成 26 年には 25 年の 4.8%から 4.6%に低下しており、改善した。最近では人手不足感が出ている。

(3) 民営事業所

大阪府には平成 26 年に東京都に次いで多い 40 万 3,852 の民営事業所（対全国シェア 7.4%）がある。産業別にみると、「卸売業・小売業」の事業所が最も多く、府内全事業所の 25.9%を占めている。「製造業」の事業所数は同 10.8%で、全国割合の 8.5%より高く、全国的にみても集積度は高い水準にある。

(4) バランスがとれた製造業の業種構成、基礎素材型産業に傾斜

大阪府の製造業の特徴を製造品出荷額等レベル(平成 25 年)でみた業種構成の面からみよう。表 2 は製造業（産業中分類）を下記の産業 3 類型に区分して、東京都、愛知県および全国計と比較したものである。

生活関連型産業…食料品・飼料・飲料等、繊維工業、家具・装備品、印刷・同関連業、なめし革・同製品・毛皮、その他の製造業

基礎素材型産業…木材・木製品、パルプ・紙・紙加工品、化学工業、石油製品・石炭製品、プラスチック製品、ゴム製品、窯業・土石製品、鉄鋼業、非鉄金属、金属製品

加工組立型産業…はん用機械器具、生産用機械器具、業務用機械器具、電子部品・デバイス・電子回路、電気機械器具、情報通信機械器具、輸送用機械器具

大阪府の特徴は、基礎素材型産業の比率が 53.3%と全国計（39.5%）を大幅に上回っていることである。

表 2 製造品出荷額等の産業 3 類型別構成
—平成 25 年—

	大阪府	東京都	愛知県	全国計
製造業計	100.0	100.0	100.0	100.0
生活関連型産業	15.6	30.1	7.7	17.0
基礎素材型産業	53.3	17.9	22.0	39.5
加工組立型産業	31.2	52.0	70.3	43.5

出所：『なにわの経済データ』2015 年版、37 頁。全国計については経済産業省「工業統計表 市区町村編」2013 年版をもとに筆者算出。

表 3 は産業中分類の特化係数により、大阪府、東京都および愛知県の製造業の業種構成をみたものである。当該業種の製造品出荷額の構成比の全国平均に対する倍率である。特化係数が

1を超える（下回る）と、その都道府県において当該業種の構成比が相対的に高く（低く）、特化している（いない）ことを示す。

表3 製造業の産業中分類別特化係数－製造品出荷額ベース、平成25年－

	大阪府	東京都	愛知県	全国計
食料品	0.8	1.0	0.4	1.0
飲料・たばこ・飼料	0.4	0.5	0.3	1.0
繊維	1.5	0.6	0.8	1.0
木材・木製品	0.9	0.2	0.4	1.0
家具・装備品	1.5	1.7	0.6	1.0
パルプ・紙・紙加工品	0.9	0.7	0.4	1.0
印刷	1.6	7.9	0.5	1.0
化学	1.3	0.5	0.3	1.0
石油製品・石炭製品	1.7	0.1	0.3	1.0
プラスチック製品	1.1	0.4	0.9	1.0
ゴム製品	0.8	0.7	0.9	1.0
なめし革・同製品・毛皮	1.2	8.4	0.4	1.0
窯業・土石	0.6	0.8	0.7	1.0
鉄鋼	1.4	0.3	0.9	1.0
非鉄金属	1.4	0.3	0.4	1.0
金属製品	1.9	0.8	0.7	1.0
はん用機械	1.6	1.0	0.6	1.0
生産用機械	1.6	0.8	0.7	1.0
業務用機械	0.4	1.8	1.2	1.0
電子部品・デバイス・電子回路	0.7	0.8	0.1	1.0
電気機械	1.1	1.4	0.9	1.0
情報通信機械	0.4	3.7	0.6	1.0
輸送用機械	0.3	0.9	2.8	1.0
その他の製造業	0.9	3.0	0.5	1.0

出所：『なにわの経済データ』2015年版、36頁。

産業中分類では基礎素材産業のうち特化係数が1を上回っているのは、金属製品（1.9）、石油製品・石炭製品（1.7）、鉄鋼業（1.4）、非鉄金属（1.4）、化学工業（1.3）、プラスチック製品（1.1）など広範囲に及んでいる（表3参照）。一方、加工組立型産業の比率は31.2%で全国計（43.5%）を大幅に下回っている。愛知県では輸送用機械（特化係数2.8）、東京都では印刷・同関連業（7.0）のような特化係数の非常に高い業種がみられるのに対して、大阪府はそうした突出して高い業種はなく、各業種がバランスよく集積しているとしている。

（5）商業

卸売業の年間商品販売額は、平成3年をピークに減少傾向にあり、26年には39兆3,062億

円になっている。大阪府の対全国シェアは、平成14年12.9%、19年12.6%、26年10.8%と低下傾向にある。一方、東京都の対全国シェアは、平成14年38.7%、19年39.9%、26年43.2%と上昇している。

卸売業の事業所数の業種構成（平成26年）をみると、大阪府では繊維・衣服等卸売業の比率が15.8%と突出して高い（全国計6.9%）。従業者の業種構成でも、大阪府では繊維・衣服等卸売業の比率が13.4%と突出して高い（全国計6.6%）。

小売業の年間商品販売額は平成3年をピークに低下傾向にあり、対全国シェアは平成3年の8.1%から26年の6.6%へ低下している。

小売業の年間商品販売額の業種構成をみると、無店舗小売業が全国平均（8.9%）を上回る10.4%、各種小売業が全国平均（9.2%）を上回る10.2%と比率が高い。大阪府の小売業は集客力が強く、他府県の購買力や訪日旅行者によるインバウンド消費が小売販売額増加の大きなウエイトを占めている。

（6）サービス業

平成24年のサービス関連産業Bの売上金額の対全国シェアをみると、不動産業・物品賃貸業が11.4%、情報通信業が9.9%と業種計の比率（8.7%）を上回って高く、ビジネス系に傾斜している。

（7）府内における巨大企業（資本金100億円以上）の本社数の推移

総合商社の本社は東京都と大阪府の東西に立地していた。高度成長期の中期にあたる1965年には大阪に本社を置く総合商社の方が、東京に本社を置く総合商社より多かったが、高度成長末期の1970年には逆転している。東京と大阪の双方に本社を置く複数本社も拡大しており、1978年には13%を占めるようになった。

『なにわの経済データ 統計でみる大阪経済の現状』2015年度版には、同リサーチセンターが『会社四季報』（東洋経済新報社）にもとづき独自の基準で作成した巨大企業（資本金100億円以上）の本社数の推移が掲載されているので、併せて紹介する（表4参照）。

大阪に本社を置く資本金100億円以上企業の本社数（第Ⅰ分類～第Ⅲ分類企業小計）は、1984年の76社から1999年の156社まで増資などによって増加している。ただし第Ⅳ分類企業（大阪に本社を置いていたが、現在は置いていない企業）が、1989年の2社から1999年の7社に増加しており、1990年代後半に本社の東京などへの移転が進行したことが窺われる。2000年代に入ると、第Ⅰ分類企業（大阪府のみに本社を置く企業）と第Ⅱ分類企業（複数本社制を採用し、大阪府に主たる本社を置く企業）を中心に大阪府に本社を置く企業が1999年の156社から

2014年の108社まで減少している。一方、第Ⅳ分類企業は1999年の7社から2014年の39社へ増大しており、2000年代以降、東京都などへの本社移転が加速化したことが示されている。

表4 大阪府内における資本金100億円以上企業の本社数の推移

単位：社

	第Ⅰ分類 (単独本社)	第Ⅱ分類 (複数本社 ・[主])	第Ⅲ分類 (複数本社 ・[従])	第Ⅰ分類 ～第Ⅲ分類 小計	第Ⅳ分類 (元大阪 本社)
昭和59年	47	22	7	76	-
平成元年	88	41	11	140	2
平成6年	91	49	12	152	2
平成11年	92	51	12	156	7
平成16年	75	45	17	137	17
平成21年	72	36	11	119	31
平成26年	69	30	9	108	39

注：第Ⅰ分類(単独本社企業) …大阪にのみ本社を置く企業

第Ⅱ分類(複数本社企業[主]) …複数本社制を採用し、大阪に主たる本社を置く企業

第Ⅲ分類(複数本社企業[従]) …複数本社制を採用し、他都府県に主たる本社を置く企業

第Ⅳ分類(元大阪本社企業) …1984年以降のいずれかの調査時点で大阪に本社を置いていたが、現在は置いていない企業

出所：『なにわの経済データ』2015年版、22頁。

2 大阪の地域ブランド戦略のあり方

(1) 「大阪の地域ブランドのあり方」についての調査

人口減少と高齢化が進む中で、地域の活力を維持するため、地域ブランドが注目されている。それは単にモノづくりだけではなく、小売業者、消費者を巻き込んで地域の魅力を向上させる総合的・長期的な取組である。大阪府内には、幅広い業種にわたり、数多くの地場産業が存在する。その中には、ナンバーワン・オンリーワンといった事業者も少なくない。しかし、長い歴史や高度な技術をもちながらも、必ずしもその知名度は高くはない。

大阪府ではこれまで後述するような大阪の地域ブランド力を高める努力をしてきたが、東大阪や堺など府内各地の地域ブランド力向上の取組効果をかさ上げする役割が求められる。

リサーチセンターでは、包括連携協定先である大阪経済大学中小企業・経営研究所と共同で、府内外の事例をもとに、持続的な地域ブランド力向上による地場産業の活性化の方策について調査を実施し、その結果を『大阪の地域ブランド戦略のあり方』としてとりまとめた。

本調査では、地域ブランドを「地域で磨かれた商品・サービスが、一般的に知られ、選好され、常用されることで、持続的な地域経済の活性化がなされる取組の総体」と定義している。

(2) 大阪府における地場産業の現状

国の取組への対応としては、①2006年に始まった地域団体商標制度に大阪府からは11品目が登録しているが、全国で573件あることを鑑みると多いとはいえない。②農商工連携への取組についても、大阪府内の農林水産資源を活用した事例は少ないが、むしろ大阪は全国から優れた素材を集め、商品として仕上げる加工技術や販売力が強みである。③JAPANブランドへの大阪府における採択例としては、「泉州こだわりタオルブランドの構築」、「堺の伝統産業の世界ブランド化プロジェクト」等がある。

地場産業における地域ブランド化の取組として、本調査では「泉州タオル」を取り上げた。泉州タオルについては、質疑で今治タオルとの比較が論じられたのでそこで紹介したい。泉州タオルは堺の刃物と同様、問屋のブランドの下でOEM生産を行ってきた点が特徴的である。日本製の和包丁は、世界的な和食ブームに乗って国際的にも高い評価を受け、大阪等の問屋のブランドで販売されているが、大半は堺で生産されている。

(3) 大阪府におけるこれまでの取組

① 大阪ブランド戦略

2004～2006年度の3年間、産学公をあげて取り組んだ。「大阪の再生」を目的に、大阪のブランド資源の発掘・再評価、価値の明確化・魅力の増大、統一的メッセージの発信が行われた。同戦略では、多岐にわたるブランド資源を17分野に分けて掘り起こし、整理・分析した上で発信した。それによって、これまでにない力強いムーブメントを引き起こす土台ができた点が、大きな成果としてあげられる。

② 大阪産（もん）ブランド

2008年度からスタートした。大阪の農林水産物と加工食品を一体的にPRする取組である。2010年度からは、「大阪産（もん）」の中から、大阪の特産と認められる加工食品（大阪府内産の原材料の使用を前提とせず）に位置づけられる「大阪産（もん）名品」の認証も始まった。認証商品を製造販売する事業者の有志による「大阪産（もん）名品の会」では、大阪（伊丹）国際空港で年2回1ヶ月間ずつ期間限定ショップを開催するなど、自主的な取組がみられる。

③ 大阪製ブランド

食品の「大阪産（もん）」に対する工業製品版として、2012年度にスタートした。概ね発売から2年以内の「新製品開発」、デザイナー等との連携による「クリエイティブワーク」、大阪の伝統工芸品・地場産業で伝統技術を受け継ぎつつ新たな創意工夫が凝らされた「地場・伝統技術」の3部門に分かれ、これまで33社・商品が認証されている。企画展やバイヤー参加による交流会をMOBIO（ものづくりビジネスセンター大阪）で開催する等、認証製品の認知度向上

とともに、「大阪製」のブランド力を高める取組がなされている。

④ 大阪ミュージアムショップ事業

大阪府内に製造・加工・事業所を有する事業者が、ネット通販のノウハウに関する「大阪通販道場」を受講し、ネット通販に適した商品を開発し、実際にインターネット通販サイト「大阪ミュージアムショップ」で販売するというものである。2012年12月～2014年3月まで開設され、「大阪通販道場」は6期にわたって開講され、104の事業者が修了した。

(4) 地域ブランド認証制度の事例分析

① 『東大阪ブランド』

東大阪商工会議所、(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構、東大阪市工業協会、東大阪ケーブルテレビ(株)、東大阪市等により、2002年に設立された「東大阪ブランド推進機構」により運営されている。認定基準は最終商品であり、製品の主要部分の製造、企画設計のオリジナル部分を自社で行っており、「ナンバーワン」・「オンリーワン」・「プラスアルファ(従来製品にはない付加価値)」のいずれかに該当することである。2014年8月現在、69社128製品を認定している。

② 『堺技衆』 堺商工会議所

堺商工会議所により運営されている。中世の「会合衆」を元にブランド名を「堺技衆」とし、2006年の堺市政令市移行に合わせて制度が発足した。認証基準は「テクノロジー」・「コミュニケーション」・「イノベーション」と経営財務である。製品認証ではなく企業認証であることが特徴で、2014年現在の有効認証企業数は88社である。

③ 『すみだモダン』

東京都墨田区は、職人の技が生きる伝統産業や、生活用品、各種機械、金属加工等のものづくりが盛んで、大阪との共通点が少なくない。すみだ地域ブランド事業は2008年度にスタートした。事業の中核といえるブランド認証事業は、商品部門と飲食店メニュー部門から成り、認証商品・メニューは「すみだモダン」と総称される。4年間で商品81件、飲食店メニュー30件が認証されている。認証商品のアンテナショップ「すみだ まち処」が、東京スカイツリータウン・ソラマチ5階にある。認証審査やモニタリング等に区民の参加機会も多く、「住民参加型」が特徴である。

(5) 地域ブランド戦略に関する今後の展開に関して

検討すべき点として、①地域中小企業に対する組織化の推進や人材育成の支援の強化、②地場産業と伝統工芸品産業の振興、③中小企業におけるデザイン活用促進、④「大阪ブランドの

日」の制定と集中的なイベント展開への誘導による啓発があげられる。

行政機関の地域ブランド支援事業の限界克服のために、事業が終了し、補助金が打ち切られた後も、事業者が続けていける仕組みが必要である。様々な面における縦割を排除してゆくことも必要である。

II 質疑

1 製造業のバランスのとれた業種構成について

専修大学社会科学研究所の側から①バランスのとれた業種構成は電機産業衰退の結果で「弱み」ではないか、②化学工業、石油・石油製品のウエイトが高いが、プラント・素材産業でも雇用吸収力に限界があるのではという意見が出された。

リサーチセンターの側から大阪府の基礎素材産業としての化学工業の中心は医薬品製剤製造業で雇用吸収力が高いという回答が出された。加工組立産業は雇用吸収力が高いとは一概にはいえない。太陽電池モジュール製造は加工組立型産業に属するが、装置産業で雇用吸収力は小さいという指摘もなされた。

2 本社の東京集中と大阪府の対応、情報サービス業の振興策

専修大学社会科学研究所の側から①本社所在地で徴収される法人税の動向を指標としても、本社の東京集中の加速化がみられる、②雇用吸収力が高い情報サービスは、本社から発注されることが多いので、東京への集中度が著しい。本社の「東京集中」に対して大阪府はどのように対応しようとしているのかという質問が出された。

リサーチセンターの側から、2000年代以降の大阪圏からの本社移転には、企業合併が重要な契機であるとし、具体的ケースとして、藤沢薬品（大阪圏に本社）と山之内製薬、大丸（大阪圏に本社）と松坂屋の合併があげられ、いずれも合併後の新会社の本社は東京都に置かれている点が指摘された。大阪府として本社の「東京集中」への対応策は打ち出されていないという。

情報サービス業の「東京集中」に関して、ソフトウェアは管理ソフトウェアと組込みソフトウェアに大別され、「東京集中」が激しいのは前者に係る業務系ソフトウェア業である。一方、組込みソフトウェア業は分散型であり、松江市のルビーなど、開発者が当該地域にいれば東京以外の地域で組込みシステム産業が発展する可能性を有しているという示唆に富む指摘が行われた。

3 泉州タオルの特徴

専修大学社会科学研究所の側から、有名なアートディレクターを登用して地域ブランドを確立し、海外進出企業も出ている今治タオルとの比較が質問された。

リサーチセンター側は、製造機械、製法、製品等、同じタオル製造であっても泉州タオルは今治タオルとは大きく異なることが強調された。泉州タオル産地は、日本のタオル産業発祥の地であり、織った後に漂白と水洗いをする「後晒し」製法のため、吸湿性が良く清潔で、肌触りがいいことが特徴である。

2004年に「泉州こだわりタオル」を商標登録、2007年には「泉州タオル」を地域団体商標としてとして登録した。また2006年にはJAPANブランド育成事業に採択された。一連の取組は産地の知名度向上とデザイン力の向上につながり、組合（大阪タオル工業組合）事業で毎年50種以上の新商品を発表し続けている。

タオルはOEM生産の比率が高く、製造企業による独自ブランド展開は卸商の抵抗等、難しい部分もあったが、大阪・東京での展示会を重ねる間に、泉州こだわりタオルのブランド価値が卸商の間にも認識されるようになった。新商品が従来の主力である白タオルに取って代わろうということではなく、こだわりタオルが産地のブランド力全体を向上させ、結果として白タオルの販売力も向上する。白タオルをあくまで主力に位置づけ、従来の取引関係を大切にすることで、多くの事業者の理解と参加が得やすかったのではないかと判断している。

主力が浴用の白タオルであることから、中国を中心とした低価格の輸入品に大きな影響を受けた。泉州タオルの生産縮小も、品質指向の高まりとともに、最近、底を打ったようである。抗菌性をもったタオルなど品質指向の高まりに対応した新商品が開発されている。

「百舌鳥・古市古墳群」の世界遺産登録事業について

宮崎 晃臣

はじめに

2015年度春季実態調査は「関西における地域再生の種々の試み」を実地で調査することを目的に計画された。「地域再生の種」が数多く存在する関西にあって、今回の調査では1日目（3月14日）に「笑い」（繁盛亭、なんばグランド花月、大阪市）、二日目に「世界遺産登録事業」（百舌鳥・古市古墳群：堺市文化遺産推進室、大仙陵古墳、堺市/古室山古墳、大鳥塚古墳、野中宮山古墳、藤井寺市/誉田御廟山古墳濠、羽曳野市）と「6次産業化」（河内ワイン、羽曳野市）、3日目に「大阪府経済の現状」・「地域ブランド」（大阪府商工労働部・大阪産業経済リサーチセンター）と「世界遺産」（姫路城）、4日目に「農商工連携」（ヒガシマル醤油、たつの市）と「地場産業」（揖保の糸資料館、たつの市）が「地域再生の種」として選ばれた。

関西、とりわけ大阪は江戸時代に「天下の台所」として物流、商業が栄え、大阪の繊維産業は明治の近代工業化を先導し、戦後は松下グループ、三洋電機、シャープ等電機産業が日本経済を牽引する大きな力となった。ところが三洋電機は業績不振から2011年にパナソニックの完全子会社になり、そのパナソニックも2012年3月期に7721億円の史上最悪の赤字を計上し、シャープも同期に3800億円の赤字、2000人の希望・早期退職者を募ったところ、2960名がこれに応募した。パナソニックも本社従業員7000人を半減することが報じられ、雇用問題が深刻となった。シャープは2016年4月2日に鴻海精密工業との間で買収契約を結んだ後、鴻海によってなおも国内3000人規模のリストラが検討されている旨が報道された¹。

全国規模で電機産業（現産業中分類では電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業）は1990年代まで日本のリーディング産業であった。従業者数で見るとピークは1991年で198万2887人を数え、同年輸送機械産業の98万3530人の倍の受け皿を有していた。また製造品出荷額等ではピークは1997年で60兆3814億円を計上し、輸送機械産業の47兆4481億円をゆうに超えていた。ところが最新の2014年時の調査では従業者数は101万5897人にピークの51.2パーセントに、製造品出荷額等もピークの65.4パーセントに大きく落ち込んでいる。

この凋落の主因は2点あると考えられる。まずは90年代半ばの1ドル=80円を超える円高、南巡講話後の中国の積極的開放政策を契機とする、日系の大手のみならず中堅・中小のエレク

¹ 日本経済新聞 2016年5月14日朝刊

トロンクス企業の東アジア就中中国での事業展開によってもたらされた。その特徴は主力量産品のみならず高付加価値品まで生産移管した点、部品の現地・周辺調達、製品の逆輸入等の国際調達が進展した点、さらに現調率の向上は調達部品による設計のリプレースを伴うため、設計開発自身も現地化が本格的に始動した点である。こうした事業展開が生産・雇用の進出先代替効果を増大させ、国内の生産・雇用に不可逆的な負の逆輸入効果をもたらし、国内産業空洞化の安全弁ともいべき部品の輸出誘発効果をも減少させ、国内の産業空洞化を短期間にもたらしてしまった。またデジタル化の進展、モジュラー型オープンアーキテクチャの普及によって東アジアの後発メカにキャッチアップされ、国際競争力が一気に低下した点。その典型はデジタル型液晶テレビであり、情報携帯端末機である。いずれもグローバルイゼーションに関連するもので、20年余の間に電機産業の従業者数が100万人弱失われたのである。では他の製造業部門で雇用の受け皿として安定している産業があるだろうか。電機産業が100万人弱も従業員を減少したことによって、輸送機械産業が電機産業に匹敵する980万505人の従業者数を擁している（2014年現在）が、1991年と比較すると、3025人と小幅ながら減少しており、今後同産業で雇用の受け皿が拡大することもまざらないと考えられる。リーマンショック後自動車市場のボリュームゾーンは新興国の中間層にあり、そこをターゲットにした現地化戦略が各日系自動車メカによって実行されており、また今後電気自動車（EV）、燃料電池車（FCV）が普及すれば、自動車の造り方も内燃機自動車の摺合せ型の生産がそれだけ減少し、モジュラー型オープンアーキテクチャが自動車製造の場にも拡大するものとなると考えられるからである²。グローバル化が進めば、グローバルシティの首都圏が繁盛し、地方は逆にますます疲弊する。その構図は関西、大阪でも同様であろう。またこの間に1997年に「労働者派遣法」の改悪で、派遣先がネガティブリスト化され、2004年には製造業への解禁も施行され、非正規雇用が広がり、雇用に占める非正規雇用の割合は2012年で38.2パーセントまで拡大した。グローバ

² 日系自動車メカの新興国現地化戦略については宮寄 [2014] ならびに宮寄 [2015] を参照されたい。なお、ホンダは4人1組で複数の部品を組み付ける新生産方式（10%の作業効率向上）を日本ではなく、タイ工場に初めて導入した（日本経済新聞2016年5月13日朝刊）。このことは、日系自動車メカにとって市場も生産拠点多もターゲットが新興国に置かれているということを実証している。また、日産自動車も系列の自動車部品メカ最大手のカルソニックカンセイの全株を売却する検討に入ったと報道されている（日本経済新聞2016年5月13日朝刊）。日産は「カルソニックカンセイの株式売却で得た資金をEVや自動運転車の性能向上に役立つ人工知能（AI）の分野での提携や技術開発に投じる」とされており、またそれだけでなく「電気自動車（EV）や自動運転車など『進化』する自動車にあわせ部品の調達網を刷新する」目的もあり、国内自動車産業のアーキテクチャの変化に伴う系列再編成の動きとみなければならない。そうであるなら、この動きは日産だけに限定されるものでなく、日本国内の自動車産業全体の今後の動向と考えなければならず、自動車部品メカもEV、FCV向けモジュールの開発に傾注するか、内燃機自動車の生産が続けられる新興国への現地化戦略に勤しむかの選択が迫られる。セットメカと部品メカの新興国向け現地化戦略はそれだけ国内産業の空洞化を促進し、またモジュール化も電機産業が歩んだ轍を踏むことに通じるのであるから、自動車産業にこれ以上の雇用の受け皿を期待することはもはやできなくなったといえよう。

ル化の進展で地方の雇用の受け皿は順次小さくなり、新自由主義的政策の影響で縮小した雇用に不安定化要因も加わった。新たな雇用の場を見出し、作り出さなければならない。そのためにはありとあらゆる雇用機会を見出していかなければならないので、関西、とりわけ大阪ではその機会の種は多方面に潜んでいると考えられ、これら種子を育てる種々の試みを学ぶことは大いに参考となる。本稿ではその中でも「百舌鳥・古市古墳群」の世界遺産登録事業を対象に学んでいきたい。

1. 観光産業への高まる期待

グローバル化の進展で地域の雇用に不安定化するなか、雇用機会のひとつとして観光産業への期待が高まっている。とりわけ訪日外国人旅行者数が近年増大しており、「インバウンド収入」の存在が大きくなっている。

表－1 訪日外客数（総数）

	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
総数	5,211,725	6,137,905	6,727,926	7,334,077	8,346,969	8,350,835	6,789,658
アジア計	3,511,513	4,208,095	4,627,478	5,247,125	6,130,283	6,153,827	4,814,001
韓国	1,459,333	1,588,472	1,747,171	2,117,325	2,600,694	2,382,397	1,586,772
中国	448,782	616,009	652,820	811,675	942,439	1,000,416	1,006,085
台湾	785,379	1,080,590	1,274,612	1,309,121	1,385,255	1,390,228	1,024,292
3か国計	2,693,494	3,285,071	3,674,603	4,238,121	4,928,388	4,773,041	3,617,149
3か国割合	51.7%	53.5%	54.6%	57.8%	59.0%	57.2%	53.3%

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
総数	8,611,175	6,218,752	8,358,105	10,363,904	13,413,467	19,737,409
アジア計	6,528,432	4,723,661	6,387,977	8,115,789	10,819,211	16,642,418
韓国	2,439,816	1,658,073	2,042,775	2,456,165	2,755,313	4,002,095
中国	1,412,875	1,043,246	1,425,100	1,314,437	2,409,158	4,993,689
台湾	1,268,278	993,974	1,465,753	2,210,821	2,829,821	3,677,075
3か国計	5,120,969	3,695,293	4,933,628	5,981,423	7,994,292	12,672,859
3か国割合	59.5%	59.4%	59.0%	57.7%	59.6%	64.2%

資料：日本政府観光局（JNTO）より作成

表－1 は 2003 年からの訪日外国人旅行者数の推移である。2009 年、2011 年の訪日外国人旅行者数の減少はリーマンショックならびに東日本大震災・福島第 1 原発事故によるもので、2012 年に 2007、2008 年水準に回復した後、2013 年から訪日外国人旅行者数は急増する。

表-2 から顕著なように、この急増の主要因は中国人旅行者の増大にある。そのプッシュ要因は中国の経済成長によって中間層の厚みが増したことがあり、プル要因としては2012年末以降からの円安とビザ発券条件の緩和があり、2015年は2012年と比べて3.5倍の約500万人の中国人観光客が来日し、「爆買い」とともに莫大なインバウンド収入がもたらされた。2015年の訪日外国旅行者の内訳は韓国人旅行者が20.3パーセント、中国人旅行者が25.3パーセント、台湾人旅行者が18.6パーセントで、この三か国で64.2パーセントを占め、この三か国を含むアジアからの訪日旅行者は84.3パーセントを占めている。ひるがえって2003年からの推移をみると、この3か国からの旅行者の割合は5割を占めており、2015年は突出して多かったといえよう。

表-2 訪日外客指数（2012年=100）

	2012年	2013年	2014年	2015年
総数	100	124.0	160.5	236.1
アジア計	100	127.0	169.4	260.5
韓国	100	120.2	134.9	195.9
中国	100	92.2	169.1	350.4
台湾	100	150.8	193.1	250.9

資料：日本政府観光局（JNTO）より作成

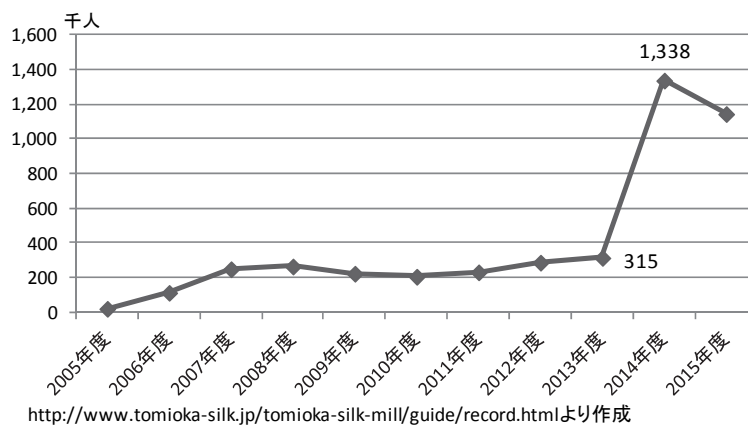
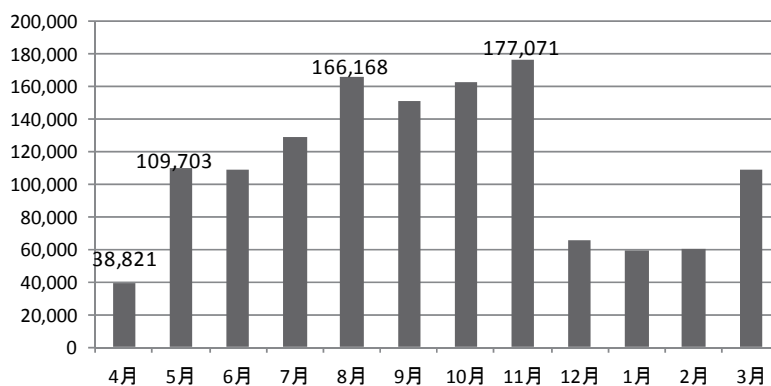


図-1 富岡製糸場入場者数

観光産業がクローズアップされてきた今日において、集客効果が桁違いとなる世界遺産は各地の垂涎的になる。図-1を一瞥しただけでこのことは容易に判明されよう。2013年度に富

岡製糸場入場者は31万4516人であったものが、2014年度には133万7720人に、この1年で100万人の増加をみたのである。



<http://www.tomioka-silk.jp/tomioka-silk-mill/guide/record.html>より作成

図一2 2014年度富岡製糸場月間入場者数

2014年度の月間入場者数を図一2でみると4月の3万8821人から5月には10万9703人に急増し、その後も11月に17万7071人に増大を続けた。富岡製糸場は2005年10月1日に前所有者の片倉工業株式会社から富岡市に管理が移管され、2006年1月にユネスコ世界遺産暫定リストに記載され、2012年7月12日に文化審議会世界文化遺産・無形文化遺産部会世界文化遺産特別委員会にて、世界遺産への推薦が了承、同24日に文化審議会世界文化遺産・無形文化遺産部会にて、世界遺産への推薦が了承され、8月23日に世界遺産への推薦が政府として正式に承認され、9月25日に「富岡製糸場と絹産業遺産群」の推薦書（暫定版）がユネスコ（the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization）へ提出され、翌2013年1月31日にはその正式版がユネスコに提出された。こうした長い準備があつて、9月25日からイコモス（International Council on Monuments and Sites、ICOMOS、国際記念物遺跡会議）の現地調査が行われ、2014年4月26日にイコモスによる評価結果及び勧告が提出され、それを受けて6月21日にドーハでの第38回ユネスコ世界遺産委員会にて「記載」が決議された。2014年の4月から5月にかけての富岡製糸場の入場者の急増はイコモスの評価結果及び勧告が大きく報道されたことによる。世界遺産があらためて非常に大きな「観光資源」であり、「巨大ビジネス」であることがこの事例からも窺われるのである。では当初からユネスコの世界遺産は「ビジネス」だったのであろうか。

2. ユネスコの世界遺産

1972年ユネスコ総会で「世界の文化遺産および自然遺産の保護に関する条約」が採択された。「よく知られているように、世界遺産条約は、1960年代にアスワンハイダムの建設によってエジプトのアブハンメル神殿（ヌベア遺跡）が水没する危機に直面した際、国際協力によってこの遺産を移転保存しようとする運動を契機に締結されることになった。世界遺産は、大きく自然遺産と文化遺産に分けられるが、自然遺産についてはアメリカの国立公園などではじまった自然保護活動、文化遺産については欧州諸国の考え方が反映されていた」（安江 [2011]、31～32頁）。この条約のキーコンセプトは「人類共通の遺産の保護・保全」であり、まずこれら遺産は人類共通のものであり、かつその保護・保全活動の目的はそれぞれの文化固有の意味を慮り、尊重すること、そのことによって「文化の相対性」を理解し、この理解が世界の平和を心の中に築くことに繋がるとされた点である。ユネスコ設立の精神がここにも反映されていた。1945年11月に採択された「ユネスコ憲章」前文には以下のように記されている。

「この憲章の当事国政府は、その国民（their peoples）に代って次のとおり宣言する。

戦争は人の心の中で生れるものであるから、人の心の中に平和のとりでを築かなければならない。

相互の風習と生活を知らないことは、人類の歴史を通じて世界の諸人民の間に疑惑と不信をおこした共通の原因であり、この疑惑と不信のために、諸人民の不一致があまりにもしばしば戦争となった。

ここに終りを告げた恐るべき大戦争は、人間の尊厳・平等・相互の尊重という民主主義の原理を否認し、これらの原理の代りに、無知と偏見を通じて人間と人種の不平等という教義をひろめることによって可能にされた戦争であった。

文化の広い普及と正義・自由・平和のための人類の教育とは、人間の尊厳に欠くことのできないものであり、且つすべての国民（the nations）が相互の援助及び相互の関心の精神をもって果さなければならない神聖な義務である。

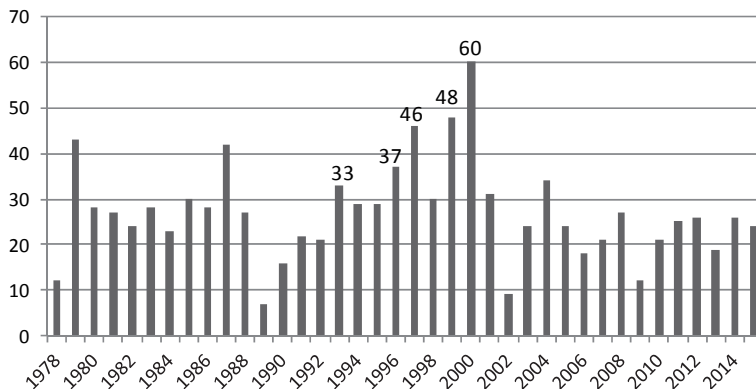
政府の政治的及び経済的取極のみに基く平和は、世界の諸人民の、一致した、しかも永続する誠実な支持を確保できる平和ではない。よって平和は、失われないためには、人類の知的及び精神的連帯の上に築かなければならない。

これらの理由によって、この憲章の当事国は、すべての人に教育の充分で平等な機会が与えられ、客観的真理が拘束を受けずに探究され、且つ、思想と知識が自由に交換されるべきことを信じて、その国民（their peoples）の間における伝達の方法を發展させ及び増加させること並びに相互に理解し及び相互の生活を一層真実に一層完全に知るためにこの伝達の方法を用いる

ことに一致し及び決意している。

その結果、当事国は、世界の諸人民の教育、科学及び文化上の関係を通じて、国際連合の設立の目的であり、且つその憲章が宣言している国際平和と人類の共通の福祉という目的を促進するために、ここに国際連合教育科学文化機関を創設する」³。

第2次大戦終結直後に、この戦争が「相互の風習と生活を知らないこと」、「無知と偏見を通じて人間と人種の不平等という教義をひろめること」によってもたらされた反省に立ち、この過誤を繰り返さないため、世界各地の諸人民の「風習と生活」を知り、それぞれの「文化」の独自性を当然であるものとして理解する必要がある、そのための教育、科学の重要性に思いが馳せられていると考えられよう。



資料:各種資料より作成

図-3 世界遺産登録数

2015年6月28日から7月8日にかけてボンで開催された第39回ユネスコ世界遺産委員会で文化遺産23件、複合遺産1件計24件が新規に登録され、この結果、世界遺産は1031件（文化遺産802件、自然遺産197件、複合遺産32件）となった⁴。1000件への道のりのなかで、図-3にみられるよう1990年代の急増ぶりが突出している。世界遺産に込められた「人類共通の遺産の保護・保全」という当初の責務と並行して「巨大ビジネス」への期待が込められるようになったのである。現在では各国1年間で推薦できる枠は文化遺産、自然遺産各1件ずつに制限

³ 訳は文部科学省 <http://www.mext.go.jp/unesco/009/001.htm>、括弧内は原典で引用者による。

⁴ 文化庁記念物課世界文化遺産室、「第39回ユネスコ世界遺産委員会について（概要）」[2015]、登録された23件の中には「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」も含まれている。審議候補は38件（うち4件は拡張申請）で、そのうち2件の取り下げがあって、36件について審議されたので、登録は約3分の2となる。

表-3 日本における世界遺産

1	法隆寺地域の仏教建造物	文化遺産 / 1993 / (i)(ii)(iv)(vi)
2	姫路城	文化遺産 / 1993 / (i)(iv)
3	屋久島	自然遺産 / 1993 / (vii)(ix)
4	白神山地	自然遺産 / 1993 / (ix)
5	古都京都の文化財（京都市、宇治市、大津市）／	文化遺産 / 1994 / (ii)(iv)
6	白川郷・五箇山の合掌造り集落	文化遺産 / 1995 / (vi)(v)
7	原爆ドーム	文化遺産 / 1996 / (vi)
8	厳島神社	文化遺産 / 1996 / (i)(ii)(iv)(vi)
9	古都奈良の文化財	文化遺産 / 1998 / (ii)(iii)(iv)(vi)
10	日光の社寺	文化遺産 / 1999 / (i)(iv)(vi)
11	琉球王国のグスク及び関連遺産群	文化遺産 / 2000 / (ii)(iii)(vi)
12	紀伊山地の霊場と参詣道	文化遺産 / 2004 / (ii)(iii)(iv)(vi)
13	知床	自然遺産 / 2005 / (ix)(x)
14	石見銀山遺跡とその文化的景観	文化遺産 / 2007 / (ii)(iii)(v)
15	平泉仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群	文化遺産 / 2011 / (ii)(vi)
16	小笠原諸島	自然遺産 / 2011 / (ix)
17	富士山－信仰の対象と芸術の源泉	文化遺産 / 2013 / (iii)(vi)
18	富岡製糸場と絹産業遺産群	文化遺産 / 2014 / (ii)(iv)
19	明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業	文化遺産 / 2015 / (ii)(iv)

出典：http://www.unesco.or.jp/isan/list/asia_2/、算用数字は登録年、時計数字は世界遺産登録基準（注5参照）。

⁵ 登録の際に準拠される基準は以下のとおりである。

世界遺産リストに登録されるためには、「世界遺産条約履行のための作業指針」で示されている下記の登録基準のいずれか1つ以上に合致するとともに、真実性（オーセンティシティ）や完全性（インテグリティ）の条件を満たし、締約国の国内法によって、適切な保護管理体制がとられていることが必要です。

世界遺産の登録基準

- (i) 人間の創造的才能を表す傑作である。
- (ii) 建築、科学技術、記念碑、都市計画、景観設計の発展に重要な影響を与えた、ある期間にわたる価値感の交流又はある文化圏内での価値観の交流を示すものである。
- (iii) 現存するか消滅しているかにかかわらず、ある文化的伝統又は文明の存在を伝承する物証として無二の存在（少なくとも希有な存在）である。
- (iv) 歴史上の重要な段階を物語る建築物、その集合体、科学技術の集合体、あるいは景観を代表する顕著な見本である。
- (v) あるひとつの文化（または複数の文化）を特徴づけるような伝統的居住形態若しくは陸上・海上の土地利用形態を代表する顕著な見本である。又は、人類と環境とのふれあいを代表する顕著な見本である（特に不可逆的な変化によりその存続が危ぶまれているもの）
- (vi) 顕著な普遍的価値を有する出来事（行事）、生きた伝統、思想、信仰、芸術的作品、あるいは文学的作品と直接または実質的関連がある（この基準は他の基準とあわせて用いられることが望ましい）。
- (vii) 最上級の自然現象、又は、類まれな自然美・美的価値を有する地域を包含する。
- (viii) 生命進化の記録や、地形形成における重要な進行中の地質学的過程、あるいは重要な地形学的又は自然地理学的特徴といった、地球の歴史の主要な段階を代表する顕著な見本である。
- (ix) 陸上・淡水域・沿岸・海洋の生態系や動植物群集の進化、発展において、重要な進行中の生態学的過程又は生物学的過程を代表する顕著な見本である。
- (x) 学術上又は保全上顕著な普遍的価値を有する絶滅のおそれのある種の生息地など、生物多様性の生息域内保全にとって最も重要な自然の生息地を包含する。

※なお、世界遺産の登録基準は、2005年2月1日まで文化遺産と自然遺産についてそれぞれ定められていましたが、同年2月2日から上記のとおり文化遺産と自然遺産が統合された新しい登録基準に変更されました。文化遺産、自然遺産、複合遺産の区分については、上記基準（i）～（vi）で登録された物件は文化遺産、（vii）～（x）で登録された物件は自然遺産、文化遺産と自然遺産の両方の基準で登録されたものは複合遺産とします。

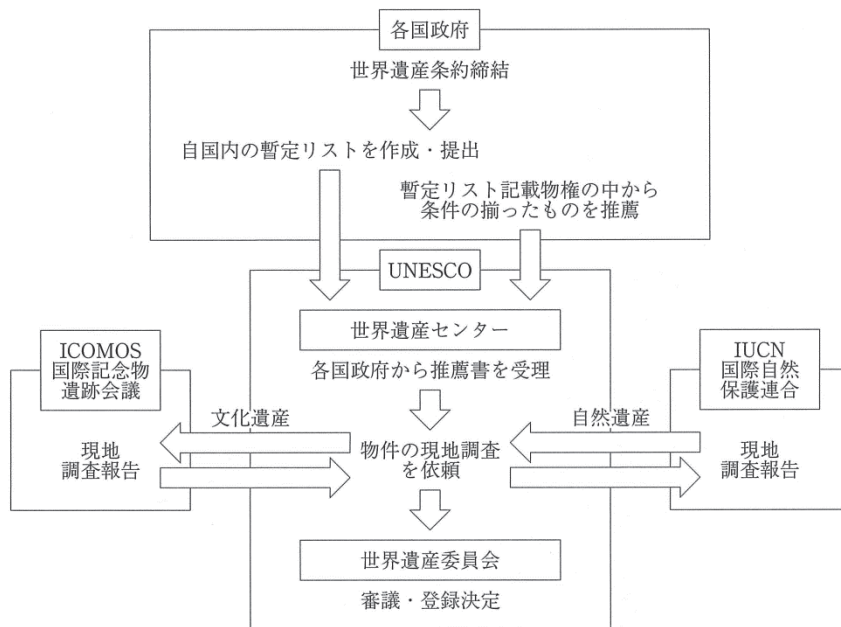
出典：http://www.unesco.or.jp/isan/decides/

されている。それでも審議候補が 36 件に上っており、今後はより狭き門となろう。

日本における世界遺産は表-3 のとおりである。さる 5 月 17 日にイコモスが国立西洋美術館（フランスの推薦枠で、7 か国共同推薦「ル・コルジュジェの建築作品—近代建築運動への顕著な貢献」の構成資産のひとつ）を「登録」の評価としてユネスコ世界遺産委員会に「勧告」した。7 月 10 日からイスタンブールで開かれる第 40 回ユネスコ世界遺産委員会でこの「勧告」が承認されれば、「登録」が決定され、日本における世界遺産は 20 件を数えることとなる。

3. 世界遺産登録プロセス

日本を例に世界遺産登録プロセスを文化遺産に即して簡単に整理しておきたい。



出典：『世界遺産年報』2008、日経ナショナルジオグラフィック社、45 頁
ただし引用は安江 [2011] より

図-4 世界遺産登録プロセス（安江 32 頁）

前段として日本政府からのユネスコ世界遺産センターへの推薦までのプロセスを整理しておきたい。まずは世界遺産条約を批准しなければならない。日本は同条約に締結時の 1972 年に署名しておきながら、批准するのに 20 年を要した（木曾 [2015]、18 頁）。表-3 のリスト初登録 1～4 が 1993 年に登録された所以である。批准を前提に、政府はまず暫定リストを世界遺産セ

ンターに提出しなければならない。文化遺産は文化庁、自然遺産は環境省が中心に、各都道府県からの要望を審査し、暫定リストに掲載するか否かを決定する。現在暫定リストに掲載されているのは表-4の10件である。この暫定リストに記載されると、本格的な準備にかかり、電話帳ほど厚みのあるノミネーション・ファイル（世界遺産登録推薦書）を現地の市町村と当該都道府県は英文で作成しなければならない。政府は準備のできた物件から最も登録の可能性の高いものを選び、その推薦書を登録の目指す前年の2月1日までにユネスコ世界遺産センターに提出する。現在この10件で募集はストップしている（木曾 [2015]、65 - 68 頁）。

表-4 日本における世界遺産暫定リスト (2016年5月現在)

名 称	所在地	記載年	推薦後の経緯等
古都鎌倉の寺院・神社ほか	神奈川県	1992年	2012年推薦、 2013年不登録勧告
彦根城	滋賀県	1992年	
飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群	奈良県	2007年	
長崎の教会群とキリスト教関連遺産	長崎県	2007年	2014年推薦、 2016年一旦取り下げ
国立西洋美術館（本館）	東京都	2007年	2016年（フランス枠推）、 イコモス「登録」勧告
北海道・北東北を中心とした縄文遺跡群	北海道 青森県 岩手県 秋田県	2009年	
宗像・沖ノ島と関連遺産群	福岡県	2009年	2015年推薦決定
金を中心とする佐渡鉱山の遺産群	新潟県	2010年	
百舌鳥・古市古墳群	大阪府	2010年	
平泉-仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群-（拡張）	岩手県	2012年	

資料：各種資料、報道より作成

後段はユネスコ-イコモス連携による審査、調査、提言と評価である。推薦書を受け取ったユネスコ世界遺産センターはイコモスに審査、調査を依頼し、イコモスはチームを作り推薦書を査読し、同年8月、9月に現地調査を行い、レポートを作成し、パリに持ち帰り、20人ほどでこのレポートを基にパネルミーティングを開き、それを踏まえ、申請国に注文、問題点を提言し、追加の情報を要求し、翌年春の最後のパネルミーティングで「登録」、「情報照会」、「登録延期」、「不登録」の4段階の評価を下し、ユネスコ世界遺産委員会にその評価を勧告し、同委員会は夏の会合で評価を決定し、「登録」が決定されると「世界遺産リスト」に正式に記載されることとなる（木曾 [2015]、68 - 71 頁）。

4. 「百舌鳥・古市古墳群」の世界遺産登録事業について

(1) 「百舌鳥・古市古墳群」の特徴

①歴史的背景

登録事業をみる前に、「百舌鳥・古市古墳群」について確認しておきたい。まず、歴史的背景から。

古墳時代は3世紀中葉頃から6世紀末葉までで、3世紀中葉から4世紀後半までの前期、4世紀後半から5世紀末葉までの中期、5世紀末葉から6世紀末葉にかけての後期に区分されるようである。この時代は中国では220年に後漢が滅んだのちの南北朝時代にあり、『三国志』、『魏書』東夷伝、倭人条に卑弥呼が遣使を送ったのが239年とされる。倭国は29か国からなり、その盟主が邪馬台国として扱われていたという。天理市の石上神宮に伝わる七支刀には「中国東晋の年号である秦和四年（369年）に倭王に贈るために百済で百練の鉄を用いて七支刀がつくられたと銘打ってあるとのこと（大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、11頁）。東晋の後の南朝宋の『宋書』には421年に倭王讃が、438年に同じく珍が、443年に同じく済が、462年に同じく興が、478年に同じく武が宋に遣使を送ったと記述されている。またこの5世紀後半朝鮮半島では鮮卑に侵攻された高句麗が南下策を採り、475年には百済の都漢城が一時陥落する（大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、50頁）事態にもなった。石上神宮七支刀の銘文にあるようにすでに百済と倭国はそのような関係が成り立っていて、「百済は、倭国を味方に引き入れてあくまで高句麗と対決しようとする。鉄資源をはじめ先進文物を朝鮮半島に求めていた倭国も、この百済と同盟を結んで朝鮮半島に出兵することになる」⁶。大陸では581年に隋が中国を再統一する。「百舌鳥・古市古墳群」の時代は4世紀後半から5世紀末葉までの中期に相当し、東アジア情勢は以上のように中心国が南北朝に分裂し、周辺国が例えば朝鮮半島では高句麗が北朝に、百済が南朝に朝貢しながら、鮮卑に侵攻された高句麗はその失地の代わりを求め百済に侵攻し、倭国も海を渡って出兵するという切迫した事態にも直面していたと考えられる。中心部の振動が周辺に二重三重の波紋をもたらし、倭国にもその波紋が及んでいた。その中で倭国も援軍を求められほどの軍事力を有し、また出兵して守らなければならないほど、朝鮮半島南部に倭国にとって必要なものがあつたのであろう。その一つとして鉄が考えられる。「魏書」東夷伝には「朝鮮半島東南部に位置した『弁辰』の地域を紹介する記事に、『国鉄を出す、韓、噉、倭、みな従ってこれを取る。』とあり、倭国が古墳時代以前より、朝鮮半島東南部で産出する鉄を求めていた」（大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、34頁）。また「朝鮮半島から日本列島に持ち込ま

⁶ 五十嵐 [2013]、34頁。筆者がこの書から引用するのはすべて白石太一郎「歴史遺産としての百舌鳥・古市古墳群の価値」からで、氏は大阪府立近つ飛鳥博物館館長である。

れた鉄素材の候補としては、鉄鋌と呼ばれる薄い鉄板があ」(同上) げられ、この「鉄鋌は瀬戸内海沿岸を除くと近畿地方以外ではほとんど出土していない」(同上) ないことを考えると、朝鮮半島からの鉄資源は畿内の勢力がほぼ独占的に入手していたと考えられる。「日本列島において鉄鉱石や砂鉄を原料とする鉄生産がはじまるのは6世紀以降と考えられ」(同上) るので、朝鮮半島からの鉄素材の搬入は鉄の限られた供給源であり、その鉄を独占的に入手していた畿内の勢力は朝鮮半島の一定の勢力、百済と密接な関係を有し、かつ倭国内で相当な権力を有していたと考えなければならない。

②古墳群としての特徴



出典：大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、30 頁

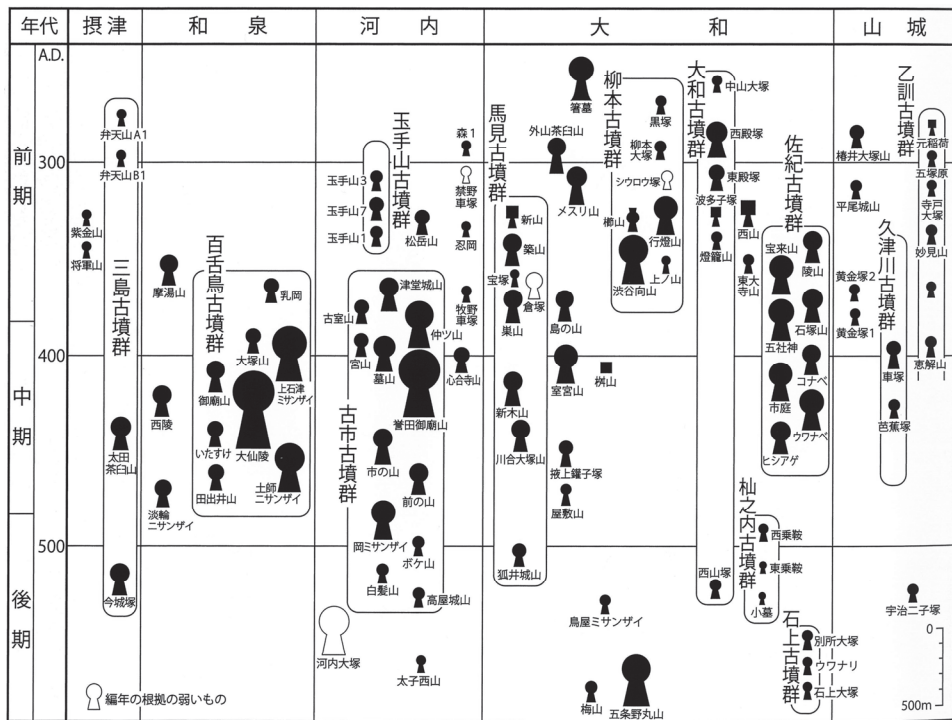
図-5 畿内の大型古墳群の分布

羽田から伊丹への空路で着陸態勢に入ってきて見えてくるのは多くの古墳と野球グラウンドである。「定型的な前方後円墳の成立（奈良県箸墓古墳）以後は各地の最高首長墓は常に後の畿内の大王墓（全長 200m以上の前方後円墳）の相似形で縮小形が採用されている」⁷ とのことである。この「墳丘長 200メートル以上の大型前方後円墳が四墓以上営まれているのは、大和の奈良盆地東南部のオオヤマト古墳群、同じくその北部の佐紀古墳群、同じく西南部の馬見古墳群、さらに大阪府南部の河内の古市古墳群と同じく和泉の百舌鳥古墳群の五大古墳群である」（五十嵐 [2013]、28 頁）。その位置は図-5 で確認していただきたい。

「それらの中でも日本列島最大の前方後円墳である大仙陵古墳（仁徳天皇陵古墳、墳丘長約 500メートル）を中心に形成されているのが大阪府堺市の百舌鳥古墳群であり、大仙陵古墳に次ぐ第二位の誉田御廟山古墳（応神天皇陵古墳、墳丘長約 420メートル）を中心に形成されているのが、大阪府羽曳野市・藤井寺市の古市古墳群である。そのうち百舌鳥古墳群では、すでに失われたものを含めて 102 墓の古墳が知られており、そのうち前方後円墳が 37 墓、円墳が 56 墓、方墳が 9 墓であり、墳丘長 200メートル以上の大型前方後円墳が 4 墓存在する。一方古市古墳群では、前方後円墳が 31 墓、円墳が 51 墓、方墳が 37 墓、墳形不明 8 墓の合計 127 墓が知られており、うち墳丘長 200メートル以上の大型前方後円墳が 7 墓も存在する」（五十嵐 [2013]、29 頁）。これらのうち、「世界遺産登録推薦書原案（概要版：平成 27 年度）『百舌鳥・古市古墳群』」に資産として掲載されているのは図-7 にあるように、百舌鳥古墳群で 27 墓、古市古墳群で 32 墓である。これらのうち 34 基が陵墓に指定され、宮内庁の管理下に置かれている。その関係上「埋葬施設などの発掘を伴う調査などは行われぬ」（五十嵐 [2013]、29 頁）。しかし、埴輪の「中でも最も数多い円筒状の円筒埴輪は周濠の外部の外堤上などにも立てられていて、その破片などは比較的たやすく採取することができ」（同上）、「最近ではこの円筒埴輪の年代研究が進み、墳丘それ自体の形式や一部知られている埋蔵施設や副葬品の内容などと相まってそれらの古墳のおおよその造営年代を想定できるようになってきている」（五十嵐 [2013]、30 頁）そうである。

図-6 は「近畿地方の大型古墳を円筒埴輪の編年研究の成果などをもとに、造営時期によって整理したものである」（五十嵐 [2013]、30 頁）。畿内の古墳群の造営分布は大和・柳本古墳群から佐紀古墳群さらに百舌鳥・古市古墳群に変遷し、百舌鳥・古市古墳群内については「最初の大王墓は古市古墳群の仲津山古墳（仲姫皇后陵古墳、墳丘長 286メートル）であり、次いで百舌鳥古墳群の上石津ミサンザイ古墳（履中天皇陵古墳、365メートル）、次いで古市古墳群に誉田御廟山古墳（応神天皇陵古墳、420メートル）、次いで百舌鳥古墳群に大仙陵古墳（仁徳

⁷ 2016年3月11日専修大学社会科学研究所会議室にて開催された研究会（2015年度春季実態調査のための事前研究会）で土生田純之所員（文学部教授）が用意された資料「百舌鳥・古市古墳群について」。



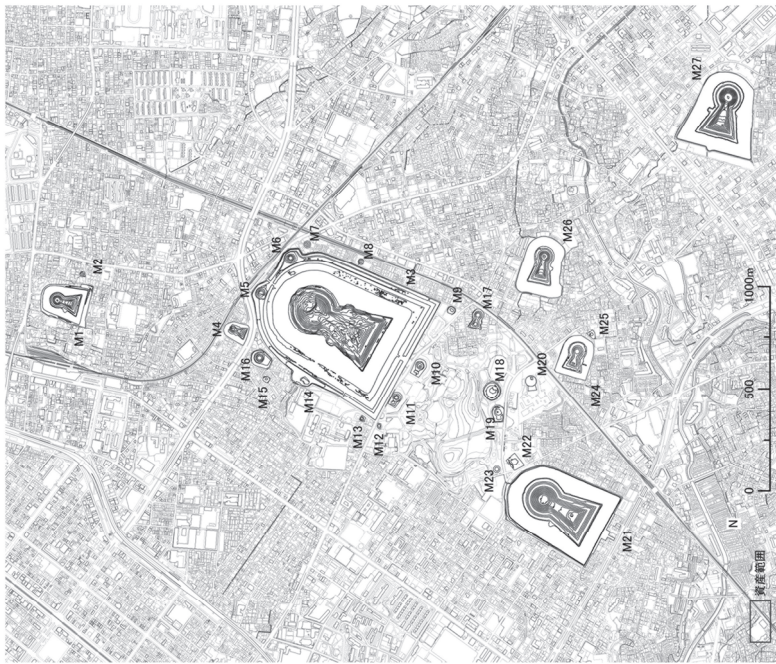
出典：大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、31 頁

図-6 畿内における大型古墳の変遷

天皇陵古墳、約 500 メートル) が順次営まれ・・・古市古墳群と百舌鳥古墳群に交互に営まれた」(五十嵐 [2013]、32 頁)。

百舌鳥・古市古墳群の特徴は大型墳墓が多く、「倭の五王」の時期と重なり、これら大型墳墓が大王墓と考えられる。では先の古墳群の変遷をどのように考えればよいのであろうか。注 7 の資料によると、諸説の中で「②王権を構成する複数の系譜の中で、各時代にヘゲモニーを掌握した系譜の本寛地に築造したという説。③王権の系譜には変化がない。各時代に王権が最も重視した土地に大王墓を築造したという説。例えば 5 世紀にはそれまでの奈良盆地から大阪平野に築造するがこれは『倭の五王』に象徴されるように海外との関係を重視したあかしであるとみる」説が有力で、「古墳の威信財(同時にこれは各地の首長に配布されている)は、柳本古墳群が鏡、やや遅れて石製腕飾類、佐紀古墳群では筒形銅器や巴型銅器、そして百舌鳥・古市古墳群では武器・武具・馬具と変化しており、今日では②を中心として他の要素が混じったものと考えることが一般的である」(注 7 の資料)とされている。

第 2 の特徴は「大王墓を中心としてその周囲には小規模墳(陪塚)が築造され」ている。「この点は、特に『畿内』大王墓に特有であり、地方の首長墓にはほとんど認められない」(注 7



出典： http://www.mozu-furuichi.jp/conference/headquarters_thirteen_dl/gidai01.pdf

図一 資産分布図

の資料)とされている。「古市古墳群中の墓山古墳の陪冢である野中古墳から…本来 300 枚に及ぶ鉄鋌」(大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、34 頁)が出土し、他に「武器や農工具…などとともに 11 組の甲冑が整然と納められ」ていた。同じ墓山古墳の陪冢である西墓山古墳にも「二基の埋蔵施設におびたしい量の農工具(鎌・手鎌・鋤先・斧・鑿など)と武器類(大刀・剣・短剣・槍・矛など)が納められ」ていた。また「応神天皇綾古墳の陪冢であるアリ山古墳では…大量の鉄鏃、鉄槍、鉄刀、農工具が三層に分けて埋蔵されて」いた。同じ陪冢である誉田丸山古墳から金銅製鞍が江戸時代に出土したといわれている。百舌鳥古墳群でも「履中天皇陵古墳の陪冢である七観古墳…から大量の鉄製品の出土が知られてい」(大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、35 頁)る。またここから出土した龍文帯金具は龍の透かし彫りがほどこされ、鍔板にハート形の垂飾金具が付けられている。

先にふれた鉄鋌ならびにそれを素材に使った鉄製品(農工具から武器・武具)が百舌鳥・古市古墳群から出土したということは、ここに埋葬された人物が朝鮮南部と密接な関係を有し、それなりの農業生産力ならびに軍事力を管理しえた大王であったことを想像させるに十分な根拠となろう。

また、馬具の出土も大きな意味を有する。「弥生時代から古墳時代前期の日本列島には馬は見られず、倭人たちは乗馬の風習を持っていなかった。倭国が百済と同盟を結んで高句麗と戦うためには、まず騎馬戦術・騎馬文化の受容が大前提となる。自国の存亡がかかる百済は、その南の伽耶諸国とともに、多くの技術者を倭国に送って、馬具の生産技術や馬匹の生産方法などを積極的に伝える。それは単に騎馬文化にかかわる技術にとどまらず、さまざまな金属生産技術、製陶技術、土木・建築技術などから、文字文化や学問・思想にまで及ぶ広範なものであったと想定される」(五十嵐 [2013]、37 頁)。

以前より朝鮮半島南部と密接に関係を有していた百舌鳥・古市を本貫地とする勢力が、鮮卑の侵攻を契機とする高句麗の南下という東アジアの激動によって、ますます東アジアとの関係性を強めていかざるをえなくなった。その過程の中で馬術、馬の飼育技術、また金属製馬具の生産技術、金属加工技術、また須恵器にみられる製陶技術、さらには文字文化が多くの渡来人から伝播され、勢力のさらなる拡大につながったと想像される。海外情勢の激動が、こうして首長連合の覇権を大和地域から河内・和泉地域へと変遷させた大きな要因になったと考えられる。

(2) 「百舌鳥・古市古墳群」の世界遺産登録事業

百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録推進本部会議のホームページでは登録事業を暫定リストに掲載されるまでと、それから世界文化遺産登録に向けての過程と 2016 年度以降のマイルストーンを以下のように整理されている。

世界遺産暫定一覧表に記載されるまで

平成 18 年度	文化庁が全国の自治体に対し世界遺産暫定一覧表記載資産候補を公募（それまでは、国が選定してユネスコに推薦）
平成 19 年 9 月 26 日	大阪府・堺市・羽曳野市・藤井寺市が共同で、世界遺産暫定一覧表記載資産候補として「百舌鳥・古市古墳群」を文化庁に提案
平成 20 年 9 月 26 日	文化審議会世界文化遺産特別委員会が「世界遺産暫定一覧表への記載が適当（但し条件付）」として選定
平成 20 年 10 月	百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録有識者会議を設置
平成 21 年 8 月	百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録推進府市合同会議を設置
平成 22 年 11 月 22 日	ユネスコ世界遺産暫定一覧表に記載 ・平成 22 年 6 月 14 日 文化審議会世界文化遺産特別委員会で記載了承 ・平成 22 年 10 月 6 日 世界遺産条約関係省庁連絡会議で記載了承

世界遺産暫定一覧表記載から世界文化遺産登録に向けて

百舌鳥・古市古墳群は、平成 30（2018）年度の世界文化遺産登録をめざしています。

最 短 ス ケ ジ ュ ー ル	平成 23 年度	平成 23 年 5 月 12 日 ・百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録推進本部会議設置（大阪府知事、堺市長、羽曳野市長、藤井寺市長等で構成） ・最短で平成 27（2015）年の登録をめざすことを決定
	平成 24 年度	・文化庁との協議や有識者からの意見聴取を行いながら推薦書（原案）を作成 ・大阪府内外への情報発信の強化、機運醸成に向けた取組みを実施
	平成 25 年度	平成 25 年 6 月 4 日 ・大阪府副知事と地元 3 市長が文化庁長官に推薦書（原案）を提出 平成 25 年 8 月 23 日 ・国の文化審議会世界文化遺産特別委員会が開催され、百舌鳥・古市古墳群の推薦が見送られた 平成 25 年 11 月 26 日 ・文化審議会の結果や指摘されている課題等を踏まえ、新たな目標として平成 29（2017）年の登録（平成 27 年の国内推薦）をめざすことを決定
	平成 26 年度	・国との協議や有識者等からの意見聴取を行いながら推薦書（原案）を作成 ・大阪府内外への情報発信の強化、機運醸成に向けた取組みを実施 平成 27 年 3 月 ・文化庁長官に推薦書（原案）を提出
	平成 27 年度	平成 27 年 7 月 28 日 ・国の文化審議会世界文化遺産特別委員会が開催され、「百舌鳥・古市古墳群」の推薦が見送られた。 平成 27 年 8 月 24 日 ・推進本部会議を開催し、文化審議会の結果等を踏まえ、新たな目標として平成 30（2018）年の登録（平成 28 年度の国内推薦）をめざすことを決定
	平成 28 年度	・日本の推薦候補資産に選定 ・国がユネスコ世界遺産センターへ推薦書を提出
	平成 29 年度	ICOMOS（イコモス）による審査・現地調査
	平成 30 年度	ユネスコ世界遺産委員会で登録決定

※「平成 28 年度」以降のスケジュールは予定です

出典：<http://www.mozu-furuichi.jp/jp/approach/towards.html>

また、同ホームページ上に世界遺産登録推薦書案（概要版）が推進本部会議に付されたものとして3通、文化庁に提出されたものが1通、推進本部会議に付された「推薦書の概要」が1通掲載されている。注5に掲載してあるユネスコの「世界遺産の登録基準」に対応した記述箇所を各紹介しておきたい。

第4回会議（2013/03/23）「世界遺産登録推薦書案（概要版）」

推薦書案の概要

4 登録の価値証明

① 適合する評価基準と証明

- ii 倭の五王に代表される、東アジア社会の交流を現す端的な物証
- iii 前方後円墳を通じて共通のイデオロギーを持ち、墓の規模や形態により社会的地位を示す仕組みが作られている。百舌鳥・古市古墳群はそのような仕組みを創り出した倭の文明を最もよく残している稀有な物証
- iv 倭独自に生み出された形状や外観を持つ前方後円墳が数多く存在し、かつ巨大。規模や形状の多様な古墳が同時に群在しており、世界各地の古代の王墓群の中でも顕著な典型例
出典：http://www.mozu-furuichi.jp/jp/conference/headquarters_fourth_dl/gidai3-2.pdf

2013/06/04 文化庁提出 世界遺産登録推薦書原案（概要版）「百舌鳥・古市古墳群」

3 登録のための価値証明

① 適合する評価基準と証明

- ii 倭の五王に代表される、東アジア社会の交流を現す端的な物証
- iii 前方後円墳を通じて共通のイデオロギーを持ち、墓の規模や形態により社会的地位を示す仕組みが作られた倭の文明を最もよく残している稀有な物証
- iv 倭独自に生み出された形状や外観を持つ前方後円墳が数多く存在し、かつ巨大。規模や形状の多様な古墳が同時に群在しており、世界各地の王墓群の中でも顕著な典型例

② 完全性と真正性

大小の規模の前方後円墳、帆立貝形墳、円墳、方墳が王墓とともに存在し、王家の墓群を構成する要素が整っており、価値を証明できる完全性と真正性は保たれている。

③ 類似資産の比較分析

主に東アジアの類似資産（王墓・皇帝陵など）と比較分析

出典：http://www.mozu-furuichi.jp/jp/promotion/allure/research_dl/genan_gaiyou.pdf

第7回会議 (2014/04/14) 「推薦書の概要」

顕著な普遍的価値の証明

【評価基準の適合】

(評価基準 ii)

百舌鳥・古市古墳群には、当時の朝鮮半島や中国とのつながりを反映した品々が副葬されていて、東アジア社会での交流の存在が端的に示されている。

(評価基準 iii)

巨大前方後円墳をはじめ数多くの古墳が築かれた百舌鳥・古市古墳群は、古墳築造の背景にある古代日本の文明の存在を示す無二の物証である。

(評価基準 iv)

7代にわたる巨大な王墓とその周辺に数多く分布する関連者の墓で構成された百舌鳥・古市古墳群は、東アジアの古代社会における王墓群の顕著な見本である。

出典：http://www.mozu-furuichi.jp/jp/conference/headquarters_seventh_dl/gidai3_6.pdf

第9回会議 (2015/03/19) 「世界遺産登録推薦書案（概要版）」

4. 顕著な普遍的価値：

評価基準 (iii) (iv) に適合すると考えられる。

(iii) 古墳時代の文化の稀有な物証

- ・墳墓の形と大きさで政治的身分を表すという古墳時代の文化の特質を示す
- ・古墳群の階層性のもっとも顕著な事例

(iv) 古代国家形成過程という人類史上の重要な段階に伴う巨大王墓の顕著な事例

- ・日本列島における古代国家形成過程を示す巨大モニュメント
- ・墳墓の巨大化が世界でもっとも発達した事例の一つ

出典：http://www.mozu-furuichi.jp/jp/conference/headquarters_nine_dl/gidai01.pdf

第13回会議 2016/03/23 「世界遺産登録推薦書案（概要版）」

4. 顕著な普遍的価値：

評価基準 (iii) (iv) に適合すると考えられる。

(iii) 古墳時代の文化の稀有な物証

- ・多様な墳形（前方後円墳、帆立貝形墳、円墳、方墳）と大きさ（400m以上～20m程度）
- ・5つの階層によって示される権力構造

(iv) 古代国家の形成過程に築造された巨大王墓

- ・墳墓の巨大化が世界でもっとも進んだ事例の一つ

出典：http://www.mozu-furuichi.jp/jp/conference/headquarters_thirteen_dl/gidai01.pdf

下線、ボールドは原文のままである。この2013年から2016年にかけての推薦書案（概要）の各ユニセフの登録基準に対応した各記述だけをここで取り出した。2014/04/14の「推薦書の概要」まで準拠する登録基準はii、iii、ivの3点であったが、2015/03/19の「世界遺産登録推薦書案（概要版）」と2016/03/23の「世界遺産登録推薦書案（概要版）」ではiiは除外されている。元ユネスコ日本政府代表部特命全権大使である木曾功氏はその著書『世界遺産ビジネス』で以下のように強調されている。

「登録を目指す時、…もっとも重要となってくるのは、説得力のある推薦書をかけるかどうかです。

世界遺産に登録されるためには、『顕著な普遍的価値』が求められています……。関係者はOUV（アウトスタンディング・ユニバーサル・バリュー）と言っていますが、このOUVというのはよくよく考えてみると実は非常にフジーな概念です。

言い換えれば、『“世界的にすごい物、がなければいけないよ”という曖昧模糊とした要求です。しかしそれでも申請する側は推薦書でOUVを証明する必要があるのです。

そのためには、『すごい』と思えるストーリー（物語）を言葉を尽くして語るしかありません。読んだ人の誰もが、『たしかに普遍的な価値がある』と納得できるストーリーを描けるかどうか—それが世界遺産登録の核心なのです」（木曾 [2015]、75頁）。

登録プロセスを知り尽くされているだけに、「顕著な普遍的価値」を如何に叙述するか、この重みがたちどころに伝わってくる。

さて、先に挙げた推薦書5点の比較で最も顕著なのはiiの扱いである。2015年3月19日の第9回会議に付された推薦書原案以降、iiは形の上でオミットされている。もう一度iiを掲載しておきたい。

(ii) 建築、科学技術、記念碑、都市計画、景観設計の発展に重要な影響を与えた、ある期間にわたる価値感の交流又はある文化圏内での価値観の交流を示すものである。

ある期間にわたる価値感の交流について、これを百舌鳥・古市古墳群に即して、本拙稿でのこれまでの記述に限定して考えると、東アジアとの交流の中で、首長連合の覇権が大和から河内・和泉連合に移り、その過程が同時に東アジアからの種々の技術・文化の伝播とその定着とみることができる。

ある文化圏内での価値観の交流については、同様に考えると、「定型的な前方後円墳の成立(奈良県箸墓古墳)以後は各地の最高首長墓は常に後の畿内の大王墓(全長 200m以上の前方後円墳)の相似形で縮小形が採用されている」点である。

大和から百舌鳥・古市に覇権が移動しても、この畿内の大王墓が各地の最高首長墓の基準である点が変わらず、百舌鳥・古市古墳群に埋蔵されていた各王が倭国の大王として権威づけられていた。また大和からのこの地への覇権の移動の重要な要因になったのが東アジアとの交流であった点を考え合わせると、いずれも百舌鳥・古市古墳群の王権を特徴づける核心であると考えられる。したがって「顕著な普遍的価値」からこの重要な叙述を除外することは不思議に思えて仕方がない。東アジアとの交流については2014年4月14日の「推薦書の概要」までの3点の推薦書案にはその叙述がなされている。加えてすでに登録されている日本の世界遺産には多くがこのiiを登録基準への適合として登録が認められている。順を追ってみていくと、「法隆寺地域の仏教建造物」、「古都京都の文化財」、「厳島神社」、「古都奈良の文化財」、「琉球王国のグスク及び関連遺産群」、「紀伊山地の霊場と参詣道」、「石見銀山遺跡とその文化的景観」、「平泉仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群」、「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」、「富岡製糸場と絹産業遺産群」の10件、したがって世界文化遺産の三分の二を占めている。

「顕著な普遍的価値」に関する叙述において東アジアとの交流に関する叙述が除外されていたとはいえ、2015年3月19日の「世界遺産登録推薦書案(概要版)」の資産概要には、それが残されていた。「古墳時代は、東アジアの交流を背景として、日本列島で古代国家が形成されていった最初の時代と考えられている」、「この時代、大陸から新たな技術や生活様式が伝えられ、人々の暮らしは大きく変化した」、と。ところが5点の推薦書の中で最新バージョンである2016年3月23日の「世界遺産登録推薦書案(概要版)」では、「資産概要」の中でも東アジアとの交流に関する叙述は見受けられない。つまり「世界遺産登録推薦書案(概要版)」全体から東アジアとの交流が除外されているのである。

畿内の古墳群における百舌鳥・古市古墳群の独自性をもう一度確認しておきたい。それはまず墳丘長200メートルを超える巨大な前方後円墳が各4基、7基を数える点。第2に多数の陪塚を有し、第3に副葬品として数多くの東アジア由来の品や東アジア由来で当地に定着した技術・文化によって生産されたものが出土している点である。第3点からは東アジアからそうした技術・文化が人の渡来を伴っていたことを容易に想像させる点も含まれている。箸墓古墳以来巨大な前方後円墳は畿内に多く築かれるようになった。巨大な前方後円墳という点を強調するのであれば、大和地域を含めて登録することも考えられるであろう。首長連合の覇権が大和から河内・和泉に移り、その権力が増したことで、この地の前方後円墳が巨大化し、陪塚も数

多く築造されたと考えられる。その権力が増したのも、東アジアとの関係性をこの地域の大王が持っていたからであり、この点から東アジアとの関係性を叙述するのが妥当のように考えられる。東アジアとの関係性の中で「日本列島における古代国家形成過程」(2015/03/19「世界遺産登録推薦書案(概要版)」)が示されたのであり、端緒において国家が近隣諸外国との関係性により大きく規定されているということをここで確認することによって、国家は常に近隣諸外国との関係性を重視しなければならないという普遍的使命がここで喚起されるのである。それが「人の心の中に平和のとりでを築くことにつながるのではないだろうか。

参考文献

- 五十嵐敬喜、岩槻邦男、西村幸夫、松浦晃一郎 [2013]、『古墳文化の煌めき—百舌鳥・古市古墳群を世界遺産に—』、ブックエンド
- 大阪府立近つ飛鳥博物館 [2013]、『考古学から見た日本の古代国家と古代文明』
- 木曾功 [2015]、『世界遺産ビジネス』、小学館新書
- 宮寄晃臣 [2014]、『IT/グローバル資本主義下の長野県経済再考』、専修大学社会科学研究所月報 No.615 <http://www.senshu-u.ac.jp/~off1009/PDF/smr615.pdf>
<http://www.senshu-u.ac.jp/~off1009/PDF/smr615-a2.pdf>
- 宮寄晃臣 [2015]、『グローバル資本主義の変容と日本経済』、SGCIME 編『グローバル資本主義の変容と中心部経済』第8章、日本経済評論社
- 安江則子 [2011]、『世界遺産学への招待』、法律文化社

古代日本史における「史観」の変遷 — 百舌鳥・古市古墳群を歩いて —

村上 俊介

2015年度の社研春期合宿研究会は、大阪府、たつの市の地域再生策の種々の試みについての実態調査を目的とした。訪問先は、百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録を目指す堺市役所、大阪産業経済リサーチセンター、たつの市ヒガシマル醤油などであった。百舌鳥・古市古墳群見学に関しては、事前研究会と現地案内には、土生田純之所員に大いに協力してもらった。

事前研究会では、土生田所員から、3世紀中頃の前方後円墳である奈良箸墓古墳を画期とする古墳時代について、弥生時代から古墳時代への推移、および5世紀前半の百舌鳥・古市古墳群の特徴（＝王墓築造地の移動・陪塚の存在）と意味（＝同一氏族のシンボル）、権力構造の展開（＝首長連合からその統合と王権の機構化）に関する解説を受け、また現地では大仙古墳（伝仁徳天皇陵）や誉田古墳（伝応神天皇陵）周辺を歩きながら、また立ち入り可能な周辺の古墳内で、説明を受けた。

現地にて、私をもっとも印象深かったのは、この百舌鳥・古市古墳群見学だった。4世紀末から5世紀前半の古墳時代中期、まだ畿内の権力が畿内・西日本などを支配するまでには至っておらず、日本列島のクニグニの権力構造が北部九州、吉備、出雲、紀伊などとの連合体であったらしい段階で、畿内の一地域に小山のような巨大墳墓を築造するだけの動員力・組織力があつたことに、古代の人々のエネルギーを感じないわけにはいかなかった。

私は日本列島の古代史の中で、以前からずっと気になっていたことがあつた。それは古代における日本列島と朝鮮半島の交流関係である。弥生時代から古墳時代に、朝鮮半島から数多くの人々の渡来があつた。そのとき、明らかに朝鮮半島は先進地域で、日本列島は後進地域であつたはずだ。それなのに4世紀中に倭は任那日本府を設置し、5世紀にたびたび朝鮮半島に出兵をして百済や新羅を支配下に置いたと言われていた。それを私は信じられなかった。しかし今回の合宿研究会で、巨大古墳に見て、日本列島から朝鮮半島への古代人のエネルギーの逆流はありえたかもしれないと思うようになった。ただし、どう考えても倭による百済や新羅の支配・経営などは考えられない。だとしたら、どういう交流関係だつたのか、やはり疑問は残つたままだつた。

私が20代（1970年代）の頃、鈴木武樹というドイツ文学者でありタレント教授（明治大学）がいた。私の手元に今、雑誌『現代のエスプリ』107号（1976年）がある。この特集号「古代の朝鮮と日本」、編集・解説が鈴木武樹のものである。テレビによく出演するタレント教授とし

てしか知らなかったこの人物が、「東アジアの古代文化を考える会」の中心人物で、かつ既成の古代史観に過激な異議申し立てをしていることを知って見直していた矢先、彼は 1978 年に 40 代半ばにして急逝した。古代史研究論文では誰からもいっさい引用されることのない彼の古代史に関する著書のうち何冊かを改めて読んでみると、確かに過激であり、しかし同時に面白かった（鈴木武樹 1975、1976、1977）。そこには当時の既成の古代史観にある、渡来人の日本列島社会に及ぼした影響の過小評価、「任那日本府」による朝鮮半島の支配・経営を既成事実とする視点への批判がたたきつけられていた。私が古代の日本列島と朝鮮半島の関係に関心を持つのは、この記憶のせいである

一般に古代史研究というのは苦勞が多いだろう。まだ「日本」と称する以前の紀元前数世紀から紀元 6 世紀の日本列島の有様を描こうとするとき、文献史料は限られていて、8 世紀編纂の『古事記』と『日本書紀』以外では、紀元前 1 世紀の『漢書』、3 世紀末『三国志』のいわゆる「魏志倭人伝」、5 世紀の『後漢書』、5 世紀後半から 6 世紀初頭の『宋書』「夷蛮伝」、それに朝鮮半島側から 12 世紀の『三国史記』や 13 世紀末の『三国遺事』程度。また金石文史料としては 4 世紀のものと言われる石上七支刀や日本国内で出土する文字の入った鉄剣、そして有名な 4 世紀末から 5 世紀初頭のことが刻された広開土王碑くらいである。研究者たちは、これらの分析を組み合わせ、日々発掘・発見されていく考古学調査資料を加えて、できる限り合理的な「推測」でパズルを埋めるように古代史像を描く。

ところで、その推測の背景にあるのは、その歴史像を形作る当の歴史家の「史観」あるいは現代における社会観・思想であろう。だからそうした社会観を共有するグループの違いによって歴史像は異なる。それは多分、学派ということになるだろうが、単なる古代史の一読者としては、この部分は分からないので何も言えない。他方、提示される歴史像は時代によって変化する。この時代による古代史像の変遷くらいなら私にも観察できる。その変遷を辿りながら、上記の私の疑問について考えてみたい。

1960 年代の日本古代史像

1965～67 年に中央公論社『日本の歴史』が公刊され、長きにわたってベストセラーとなった。第 1 巻「神話から歴史へ」は、井上光貞の執筆である。以下、その概略を追う。

井上は言う、「弥生式文化を構成する種々の要素は、ほとんどみな南朝鮮—対馬—北九州の経過で伝わったことはほぼ確実だが、縄文時代人は、それをうけいれるだけの力をもっていたのである。これらの新しい文化は若干の（下線筆者）移住者によって海の向こうからもたらされた可能性が大いにあるが、その人たちもやがては縄文時代人に体質的に同化され、日本人全体

が弥生式文化へと進んでいったのであろう」(176) ということで、弥生中期の銅剣や銅鉾などの武器類はそうした「日本人」の族長が朝鮮半島の族長たちと「かなり深い交渉」を持ち、「輸入」したものだとのことである。ちなみに、弥生時代は紀元前4、5世紀から紀元3世紀中ごろまでと言われているが、2003年に国立民俗博物館が、始まりは「それより約500年遡る」と発表して以来、賛否両論の議論が続いているらしい(石川比出志 2010)。

井上は、この北九州の勢力が弥生後期に畿内に勢力を移し(東遷説)、力を蓄え、4世紀後半から朝鮮出兵と国土統一を並行的に進めたという。彼は『日本書紀』に引用されている『百濟記』と、広開土王碑文に依拠して、大和政権が畿内を拠点に4世紀中葉から百濟と結んで朝鮮半島に軍事進出をして、朝鮮南部に「任那日本府」の基礎を築き、4、5世紀の転換期に頻繁に高句麗、新羅と戦ったというのである。この歴史観はすでに1960年『日本国家の起源』(岩波新書)にあり、とりわけ朝鮮出兵が朝鮮南部の鉄資源の独占、「帰化人」の日本土着、彼らによる農工生産技術の革新、それらによる日本国家の誕生への大きな役割の指摘がそれである。彼の倭による朝鮮支配史観はその後も牢固として変わらない。

このような対朝鮮半島に関する史観は、1960年代においておおむね共通している。1962年版『岩波講座 日本歴史1』では、まず弥生文化発生について、近藤義郎「弥生文化論」では、「弥生文化はすでに成立のはじめから、水稻耕作・金属器・大陸系磨製石器群・織物技術などの新しい各種の文化要素をそなえて」(近藤義郎 1962、144頁)おり、縄文文化からの「高度な技術の採用や基本的というべき習俗の転換」あるいは質的飛躍があったことを指摘しながら、そうした現象はしかし「渡来移住こそが弥生文化の成立を導いたとただちに推定することは慎重を欠く」(同 144-145頁)という。その論拠は、北九州の板付遺跡で、縄文式土器=夜臼式土器と弥生式土器=板付式土器が混在して発見され、夜臼式土器に稲籾の圧痕が発見されたことによって、縄文時代の終わりと弥生時代のはじまりが重なっている状態が見られたこと、縄文人の伝統とされる抜歯習慣が弥生人にも時に認められること、それらによって縄文時代と弥生時代の「断絶」ではなく、「移行」が想定される、という点にある。なお、現在では抜歯習慣=縄文文化という等式は相対化されている。

加えて、「かりに新来の人びとをみとめるとしても、それまでまったく交渉のないいわば文化的に異質な集団が突如として北九州から畿内にまで広がり、全地域において斉一的な弥生文化をしかも縄文文化の伝統の上に誕生させていくといった指導性をもちえたであろうか。これは疑問なしとはしえない」(同 154頁)ので、結局、弥生文化は「日本で成立した文化である」(同 144頁)と近藤は主張する。「大陸」(=朝鮮半島)からの強い影響を受けて、縄文文化とは質的に飛躍した弥生文化が、急速に畿内まで拡大していったことと、この弥生文化が日本で成立した文化であることは矛盾しない、と近藤は言うのだが、それよりも朝鮮半島から多くの渡来

人が異質の文化を携えて来たという方が分かりやすすくないか。

つぎに4世紀から5世紀の日本列島と朝鮮半島との関わりについて見ても、古代世界を考察する執筆者には、最初から日本と日本人が確固として存在するかのような無意識のイメージがすでにあって、それをもとに「外国」との関係が組み立てられているようである。

たとえば古墳の副葬品である鏡の分析によって、同じ鋳型で作られた同範鏡の分布関係とその関係網・発生地との考察から、政治的覇権掌握の地を畿内に絞り込む研究を行なって、のちの研究者に大きな影響を与えた小林行雄は（土生田所員も彼のこの業績を次節に組み込んでいる）、多くの古墳副葬品について「もしその製作地が、南朝鮮の百済や新羅であるか、北の高句麗であるかを決定することができたならば、それが購入品であったとか、戦利品であったとかいうところまで、推論をすすめることができるかもしれぬが、それは将来にまつほかはない」（小林行雄 1962、271頁）、あるいは新羅・任那などの古墳からも発見される日本の古墳と同じ副葬品（金製耳飾・帯金具・冠・履・馬具など）を、朝鮮から日本への「輸入品」とであるという視点を保持している（同 271-272頁）。

さらに「帰化人」について、藤間生大は「日本と朝鮮の歴史の上で、この五世紀から六世紀にかけての時代ほど外国出身の技術者が大きな機能をはたしたことはない」（藤間生大 1962、279頁）と述べた上で、「帰化人」とは「みずからの意志で日本にきて、土着を好んでしたかのよううけとれる内容がある。これは事実こそむく。「帰化人」の内にはそうした人もいるが、「帰化人」の多くは掠奪されてつれてこられたり、大陸の君主の贈与によって日本にきたのである」（同 279頁）と述べている。これは4世紀後半から5世紀にかけてのヤマト政権の朝鮮出兵を前提にした「イメージ」であろうが、ここにもすでに確固とした日本国家を前提とした外国人の入国というイメージがある。まだ日本という国もない時代であるにもかかわらず。もっとも彼は悪気があってそう言っているのではなく、「帰化人」は権力の犠牲者だったと言いたいようである。

1970年代の抵抗

このような日本の古代史像が一般に定着しているなか、小説家である金達寿が1970年から「日本の中の朝鮮文化」を公刊し始めた。このシリーズは、雑誌『思想の科学』に連載され、その後、『季刊 三千里』、『労働者の共済』、『韓国文化』などに場所を移しながら、1991年まで足かけ21年間かけて書き継がれ、講談社より全12巻で公刊され、さらに1983年から1995年に、補章を追加して文庫本化された（以下の引用では、発行年は時代の経過を重視して初版年を記すが、引用頁は文庫本による）。

金達寿のこのシリーズは、日本全国の弥生遺跡と神社仏閣を巡り、そこに朝鮮半島からの渡来人の痕跡を見出そうとするものだった。彼のこの仕事に対して、日本の神社仏閣のほとんどすべてが朝鮮半島からの渡来人由来だとすることへの批判もあり、一愛読者としての私自身も地名や固有名の語呂合わせ（何も彼だけのことではないが）には閉口したし、なによりも、とりわけ神社がほんとうに古代渡来人の拠り所だったのかどうか、ということが感覚的によく理解できなかった。しかし2011年に機会を得てベトナムの一農村（ナンディン省ザオタン村8,200人）を訪れたとき、村に一つある農村開祖の祖先廟のほか、この小村を構成する大小84の同族者集団が競い合うように固有の立派な「廟」を持ち祀っているのを見て、金達寿の次の言葉がやっと腑に落ちるようになった。「日本の古代における神社というものは、それ自身一つの独立国であった。「氏神」「氏子」ということばが、いまなおそのことをよく伝えているのであるが、たとえばここに一つの氏族があって、自分の村国に祖神を祭る神社を祭ると、今度はその支族がまた別なところに村国をつくってその神社を祭る、というふうではなかったかと思われる」。（金達寿1972・第3巻、76頁）

そうした留保は別として、金達寿が日本の古代史研究に対して端々で吐露する異議申し立てについては共感するところが多かった。彼はシリーズ冒頭の前書きで次のように述べる。「これまでの日本の歴史では、まだ「日本」という国もなかった弥生時代の稲作とともに来たものであろうが、古墳時代に大挙して渡来した権力的豪族であろうが、これをすべて朝鮮を「征服」したことによってもたらされた「帰化人」としてしまっている。ここにまず一つの大きなウソがあって、今日なお根強いものがある日本人一般の朝鮮および朝鮮人にたいする偏見や蔑視のもととなっているばかりか、日本人はまたそのことによって自己をも腐蝕しているのである」（金達寿1970・第1巻、3-4頁）。

その傾向は「進歩的といわれていた歴史学者たち」ですら同様であり、彼はその一例として、上記に私がすでに紹介した『岩波講座 日本歴史1』所収、藤間生夫の帰化人論を引用し、それに続けて「こういうふうであったから、私はもう日本の歴史と歴史学とには、ほとんど絶望してしまっていた」（金達寿1972、第3巻、同127-128頁）と憤慨した。

すでに「帰化人」の古代日本列島社会に果たした重要な役割を明らかにしていた上田正昭ら、金達寿が共感する日本の古代史家もいるにはいる。しかし弥生時代から古墳時代にかけて、朝鮮半島からの渡来人が果たした役割を意識的に見ないようにして、遺跡出土品を「大陸」からの「戦利品」・「輸入品」と書く古代史研究や新聞記事の傾向を彼は憤りを込めてつぎのように論じる。「『物』の背後にある『人』の存在を見落としている」こと、これはなにも誰それと限ったことではない。これまでの日本古代史学全体がそうであるといっても、決して過言ではない。「文化の伝来」とか「文化の伝播」などといったことばなどにもそういった意味が含まれてい

て、まるでその「文化」だけがひとりのこのことやって来たか、あるいは風に乗った種子かなにかのようにして飛んできた物でもあるかのように考えられている。そうでなければ…ありもしなかった「大和朝廷の朝鮮経略」戦争によって、それがもたらされたものであるかのようにみられている（金達寿 1973、第4巻、32-33頁）。この「当時、それを輸出する商社などなく、その伝来とはそれを持った人間の渡来だ」というフレーズは金達寿の十八番であり、シリーズの中で繰り返される。

一方、「帰化人」、「先進技術・モノの伝来」と不可分の関係にある「古代における日本列島の側からの朝鮮侵略・支配・経営史観」に関しては、金達寿は1972年版高校教科書『新日本史』をやり玉に挙げて、「この『新日本史』の著者は「教科書裁判」で有名な家永三郎氏である。反体制的と政府のほうからはみられているその家永氏にして、古代の部分はこれであるからあとは推して知るべしというものである。だいたい、日本の史家たちがこぞってこのように書いているその根拠はいったい何であろうか。…広開土王陵碑文にはほかならない」（同41-42頁）という。実際、ヤマト政権の朝鮮侵略というイメージの根源は『記紀』の無批判な解釈だろうが、その唯一無二の「物的証拠」は今も昔もこの広開土王碑文である。金達寿の『日本の中の朝鮮文化』シリーズ第4巻の書かれた1973年ごろは、1971年に中塚明、1972年に佐伯有清、次いで李進熙の広開土王碑研究が雑誌に発表され、とりわけ相次いで出版された李進熙の広開土王碑研究（李進熙1973、同1974）が、学界を揺さぶっていた時期であり、金達寿もこれにいち早く呼応したのだった。もっとも現在は李進熙の戦前の陸軍参謀本部将校による碑文改ざん説はなかったと一般了解されているようで、古代研究者は李進熙以前と同様、安んじてこれを利用している。

これに呼応したのが先述の鈴木武樹だった。もともとドイツ文学者である彼は、古代史関係の市民運動として1972年末に「東アジアの古代文化を考える会」を立ち上げた。この活動と内部抗争（それによって鈴木武樹が追い出される）の顛末については、『古代史の魅惑と危険』の「解説」中で友人原田三朗が詳しく紹介している（原田三朗1977）。さらに1975年『偽られた大王の系譜』、1976年『消された「帰化人」たち』、そして1977年『古代史の魅惑と危険』と立て続けに古代史関連の意見を発表し、規格外れの「疾走」の末、1978年にわずか43歳で急逝した。

彼が一連の著書の中で主張するのは次のようなことである。(1)『記紀』にのみ依拠した既成古代史の、最初から「日本」があってそれが歴史的に発展してきたかのような叙述（それを鈴木は「ネオ国学者」による「皇国史観」と呼ぶ）への強い批判、(2) しかもその「日本」の視野に、アイヌ人、琉球人、渡来人はいないかのような叙述への批判、(3) なかでも渡来人について、その古代に及ぼした影響の大きさを意識的・無意識的に避けようともしているかのよ

うな叙述への批判、これである。これはまったく正しいと思う。

もちろんこれらの既存の古代史研究への批判や、『古代史の魅惑と危険』で中・高校教科書を取り上げて、それを執筆した「ネオ国学者」の歴史観を叩くやり方も、すでに金達寿や李進熙が行なっていたのであり、その点では彼の独自性はない。しかし日本人がそれをやったということに一つの意味があった。しかも鈴木は、家永三郎と対談して、その教科書に見える古代史観を面と向かって逐一批判したり、井上光貞に対し「公開質問状」や「闘争宣言」（鈴木武樹 1977）を表明するなど、批判のやり方は激烈であった。

ちなみに、李進熙は『広開土王碑の謎』の文庫本「序」で、家永三郎の昭和 48 年（1973 年）高校教科書『新日本史』（三省堂）と、昭和 52 年（1977 年）改訂版を比較し、後者には、任那日本府という言葉がなくなり、広開土王碑の内容と、それに基づく大和政権の百済・新羅服属に関して、「近年の学界」でいずれも意見が分かれていると記されていることを指摘し、教科書における古代史観の変化に読者の注意を促している。私もまた、李が言うように、そこに、あるいは鈴木武樹の対談に応じる「家永氏の真摯な姿勢」を感じる。

なお 1972 年には井上秀雄が著書『古代朝鮮』のなかで個性的な古代史イメージを打ち出していたことも付言しておこう。井上は 3 世紀『魏志』韓伝の「韓は帯方郡の南にあって、東西は海であり、南は倭と接している」という記述から、当時の中国からは「倭」が朝鮮南部の一地域と見なされていたと解釈し、これを広開土王が戦った新羅と地続きの地域＝「倭」であるとされた。彼によれば、仮に何の疑いもなく「倭」とは日本のことであるとする者に対して、「倭が高句麗広開土王の五万の大軍と数度にわたって戦い、五世紀だけで一七回も新羅と戦わなければならない理由や、海流の激しい朝鮮海峡に大軍を渡航させる方法などが、当時の北九州の倭国や大和朝廷にあったのであろうか。任那日本府という、史料にもない幻の日本府を造作するのではなく、まず、それぞれの史料に即して新羅人が用いた倭（任那地方の別名）を再検討するとともに、古代の日本史・朝鮮史の再構成をはからなければならない」（井上秀雄 1972, 153-154 頁）と詰問した。どうもこの見解は、日本の古代史学界からは異端視されているようであるが、実際のところ、4 世紀末から 5 世紀初頭の倭の大軍が海を渡り高句麗や新羅と戦うほどの力について、私も疑問に思っていたから、井上の説は、一つの史観として興味深く読んだ。少なくとも井上の思想は、同時代の鈴木武樹らの思いと共鳴するものだった。

1970 年代－2000 年代の日本古代史像の変化

1970 年代になって、旧来の史観に対して、古代研究者の「外部」から揺さぶりがあった。ではその後は変化したのだろうか。1975 年版の『岩波講座 日本歴史』を見ると、かなりの変化

がうかがわれる。

まず弥生人の起源について、日本列島の縄文人が自ら弥生人になったというイメージが揺らぎ始めた。縄文人自らが弥生人になったという議論の論拠は、縄文人の稲作を推測できる縄文土器への粃痕付着と、弥生式墓制による墓から縄文文化の一つである抜歯習慣を示す頭骨が発見されたこと、この二つであった。佐原真は、縄文土器への粃痕付着をもって、縄文人自らが弥生人になったという議論には距離を置き、「すくなくとも晩期の縄文人が米を知っていたことは確実である」が、「弥生文化形成に一翼をになった大陸の人びとが、大挙して渡ってくるのに先だって、九州に渡航して米をもたらした可能性も十分にある。また、弥生時代に入った頃、周囲の縄文人が弥生人から米を入手した可能性もある」（佐藤真 1975、第1巻 122 頁）とする。また彼は、弥生式墓制の墓からの抜歯頭骨の存在については、弥生人と縄文人の混血による日本列島への弥生文化伝播の一例と見なしている。彼は弥生人をそのまま外部（朝鮮半島）からの渡来人だと見なしているわけではないが、弥生時代に多数の人が稲作技術を携えて朝鮮半島から渡来したことは認め、縄文人との混血しつつ日本列島に弥生文化が伝播されたというイメージを提示している。

さらに日本列島における権力・国家形成期に関しては、このシリーズの「序」を担当した直木孝次郎が、通説の再検討を強く求めている。この直木孝次郎は 1965 年版『岩波講座 日本歴史 1』の中で魏志倭人伝解説を中心とした論稿「国家の発生」を書き、1962 年中央公論社版『日本の歴史 2』「古代国家の成立」を執筆したその人である。飛鳥時代が中心となるこの中央公論社版『日本の歴史 2』の中で、彼は、「四世紀以来、大和朝廷は朝鮮半島の百済・新羅を勢力下におき、任那には、のちに日本府とよばれる出先官庁をおいて属国のように支配していた」（直木孝次郎 1962、26 頁、引用頁は 1973 年初版の文庫本より）と述べて、この点では基本的に井上と史観を同じくしていた。その彼が、1975 年版『岩波講座 日本歴史』の中では「旧説」を再検討すべし、と力説しているのである。すなわち彼は 6 世紀を古代国家成立期と設定し、それ以前を過渡期として三つの時期に分ける。第 1 が弥生時代後期の階級分化（卑弥呼の時期）、第 2 が 3 世紀末ないし 4 世紀初めから始まる古墳時代前期でヤマトに強力な首長登場、第 3 が 4 世紀末ごろから始まる古墳時代中期で応神・仁徳の時期。とりわけこの第 3 の時期について、「この時期の文献・金石文にはなお疑問の点があり、また朝鮮に「侵入」した倭人も、かならずしも大和政権の派遣軍とは断定できないことや、大古墳の造営時期にも問題のあることが指摘されている。旧説の再検討は必要であろう。この時期における朝鮮系渡来人の問題についても同様である。その多くが、はじめから大和政権に服属するものとして一掃化のために一来日したように記している『記』『紀』の伝承は、そのままには信じ難い」（直木孝次郎 1975、13-14 頁）と述べて再検討すべきことを強く求めた。

これに呼応するように、同巻のなかで、平野邦雄は『日本書紀』と、その中に引用された朝鮮側文献『三国史記』とを比較し、四世紀末から五世紀初頭における朝鮮三国と倭との関係を考察している。鈴木武樹が『記紀』だけに依拠した古代史学を批判（『偽られた大王の系譜』序文）したことへの、返答のように見える（平野邦雄 1975）。

さらに 1975 年版『岩波講座 日本歴史』第 2 巻では、吉田晶は「任那日本府」について、その存在そのものを否定するわけではないが、それが倭による朝鮮南部の領土であったとするイメージを否定した。すなわち、倭国にとって「加羅地域は海を距てて異種族の居住する地域であり、両国（百済と新羅…倭）のように古代国家形成にあたって必然的に領土的併呑を必要とする地域ではない」（吉田晶 1975、54 頁）のであり、「倭国にとっての日本府とは、加羅諸国のもっている政治的秩序と機関を利用して、先進文明・文化を一元的に受容するための組織だったのである。右のような日本府は、加羅諸国に対する統治機関でなく、ましてや軍政機関でもなかった」（同 56-57 頁）、というのである。

私にとって興味深かったのは、倭の朝鮮半島への出兵があったとしても、それは「それは一般的には先進種族に対するバルバロイの侵入という歴史的内容をもつ」（同 54 頁、下線筆者）という彼の見解であった。私の狭い読書範囲の中で、同時期を扱った朝鮮史家 梶村秀樹の一言 — 「未開の蛮族がそれゆえに機動的な軍事力たりえ…」（梶村秀樹 1977、53 頁） — の他に、それまで見かけることがなかった言葉なので印象に残った。

こうした変化はさらに続く。一つは 2000 年から公刊が開始された講談社『日本の歴史』、もう一つは 2002 年からの吉川弘文館『日本の時代史』である。講談社『日本の歴史 1 縄文の生活誌』は、その刊行直後に、旧石器遺跡ねつ造事件が発覚し、その張本人とごく親しい協力関係にあったのが、この第 1 巻の著者岡村道雄だったため、すぐに絶版になり 2002 年に改訂版が出されるという因縁付きのシリーズだった。改訂版で岡村は長い「補章」を加え、事件の顛末と反省を記している。ここでは主に第 2・3 巻を扱うが、それを支える史観は、1975 年版『岩波講座 日本歴史』と同じ地平にあると思える。

まず縄文人と弥生人の関係に関して、第 1 巻の著者である岡村道雄は、縄文時代を明るく、その文化を豊かに描くという全体のトーンからして、縄文人が少数の渡来人の影響を受けて自ら弥生文化を形成したのであって、「弥生人」はどこからも来なかった」（岡村道雄 2002、273 頁、引用頁は 2008 年初版の講談社学術文庫より。以下同様）と述べるのは予想どおりである。しかし第 2 巻「王権誕生」を書いた寺沢薫は、「縄文人から弥生人への形質変化は環境によるゆっくりしたものではなく、渡来人との混血による急激な変化であったと考えられている」（寺沢薫 47-48 頁）、と述べ、しかも両者の関係はいたって平和共存的だった、という。平和共存であったかどうかは知らないが、少なくとも朝鮮半島からの渡来人が弥生文化形成の大きな主体で

あったことは認めている。

第3巻「大王から天皇へ」を書いた熊谷公男は「任那日本府」について、「カラに対し、「任那」はおよそその対極にある語であり、倭王権の独尊的立場の産み出した、政治臭のプンプンすることばなのである」（熊谷公男 2001、23 頁）という立場から、「4 世紀以降の倭王権の半島進出と多数の倭人の渡航は、半島南部の支配のためではなく、半島側の要請にもとづく軍事援助や、その見返りとして供給されるヒトとモノの独占掌握のためであったととらえなおすべきであろう」（同 30 頁）という。そもそも 4 世紀後半から 5 世紀にかけてカラからヤマトへ流入・血肉化し定着した文物はあっても、その逆の関係は皆無に等しい一方通行なのだから、「私には、この、列島の人々の心に芽ばえたカラへの熱い思いこそが、倭王権の「任那」への執着を根底でささえていたように思えてならない」（同 61 頁）というのである。いや、カラへの熱い思いとは渡来人の「故地」へのものだったかもしれない。

彼のこの発言は次のような思想に基づく。「古代、半島から列島には断続的にたくさんの人々が渡来し、列島の住民となった。かれら渡来人（帰化人）が歴史上はたした役割は、想像以上のものであった。…この関（晃）氏のことばは、もう 40 年以上もまえのものであるが、「帰化人はわれわれの祖先」、「彼らのした仕事は、…日本人がしたこと」ということばなどはまさに至言であって、読むものにいまだに新鮮な感動をあたえてくれる。このような開かれた精神とくらべると、戦前に声高に唱えられた“大和民族の純潔性”などというスローガンが、いかに偏狭な、誤った歴史認識にもとづく排外主義のイデオロギーであったかがよくわかるであろう」（同 48-49 頁）。

次に吉川弘文館版『日本の時代史』（2002 年）を見てみよう。このシリーズは各巻複数の著者たちによって構成されており、それぞれの史観の相違が統一されていないが、いずれも近年の韓国考古学の知見を取り入れているのが目立つ。

第1巻「倭国誕生」で同名の冒頭論文を書いている吉川太一郎は、「弥生文化とは、縄文人がこうした新来の人々とその文化を取り込むことによって作りだした新しい文化にほかならない」（吉川太一郎 2002、31 頁）と述べて、縄文人の主体性に力点を置くが、他方で、設楽博己「農業の始まりと地域文化の形成」では、弥生文化は、朝鮮半島での米と雑穀を組み合わせた「網羅的生業体系」と米主体の「選択的生業体系」が、日本列島の水田稲作成立当初から見られることから、「弥生文化形成に大きな役割を演じた大陸系の文化要素は朝鮮半島南部から導入されたことが早くから説かれており、それは現在でも変更する必要はない」（設楽博己 2002、173-174 頁）と結論づけている。またその論理に基づき、縄文文化の弥生文化への自生発展説が論拠の一つとする夜臼式土器（＝突帯文土器＝縄文土器とされている）への靱痕付着に関して、突帯文土器は果たして縄文土器と言えるのか、むしろ朝鮮半島無文土器の系譜を引くのではな

いか、と疑問を呈している。

設楽はさらに朝鮮半島からの直接の影響下にあった九州から西日本の弥生文化と比較して、中部・東日本における土器・石器あるいは墓制・葬制に残る縄文文化（「縄文系弥生文化」）と弥生文化の共存などから、弥生文化の東への伝播の多様なあり方を論じている。

また中橋孝博「倭人の形成」は、縄文人と弥生人の骨の比較分析から、弥生文化渡来説に立つ。縄文文化の弥生文化への自生発展説が論拠とする主要な材料の一つが、弥生文化に属する支石墓から縄文文化の特徴である抜歯風習を示す頭骨が発見されたことにあるが、中橋は、中国江淮地域での弥生時代に近い時期の資料に抜歯習慣が見て取れること、さらに将来そうした資料が朝鮮半島からも出土する可能性を示唆して、抜歯習慣＝縄文文化という定式を相対化している。それと同時に、彼は朝鮮半島由来の「支石墓」の方を重視し、「他の文化要素とは違って葬制は伝統的色彩の濃いもの」（中橋孝博 2002、304 頁）だから、被葬者は渡来人と見なすべしと述べる。その上で、九州北部で出土する多数の人骨のうち、縄文人的特徴を示すのは10～20%に過ぎないのであって、「水稻耕作を柱とする弥生文化の形成を担ったのが縄文系の人々であるなら、2～300年後の同地域に、形質の大きく異なる渡来系の人々が大多数を占めるような社会が出現することは説明困難であろう」（同 305 頁）と結論づけている。

さらに第2巻では、田中史生は「渡来人と王権・地域」において、5世紀の倭の技術革新時代に、急増する渡来人が大きく貢献し、単に北部九州、畿内（葛城氏）だけでなく、吉備、紀伊などの首長も畿内倭王圏と接近を強めながらも、自らの拠点に渡来人を呼び込んだという。また6世紀前半の倭と百済の関係を軸とする日本列島と朝鮮半島の交流（戦争も含む）に、渡来人が果たした役割を明らかにした（田中史生 2002）。

総じてこの『日本の時代史』は、日本列島と朝鮮半島との関係に、意識的に取り組み、朝鮮半島の考古学調査の成果をかなり取り入れていながら、ほとんど「任那」について言及することがない。たとえば、吉井秀夫「朝鮮の墳墓と日本の古墳文化」では、韓国で出土される「甲冑類は、5世紀の日本列島で多く出土することから、日本人研究者の多くは、これらを日本列島から持ち込まれたとみている。ところが、福泉洞古墳群と大成洞古墳群の調査で、4世紀代の短甲類が多く発見されたこともあって、先にあげた甲冑類が日本列島で製作されたことを疑問視する説も出されている」（吉井秀夫 2002、182 頁）という見解が提示されている。これは一例だが、彼の論文は、韓国考古学の近年の急速な進展が、日本の考古学や古代史研究に再考を促す可能性を示唆している。

ここでわが土生田所員にも触れておきたい。土生田所員のこれまで長年の古墳研究は、古墳の特徴の推移をたどり、その時期の権力構造について、弥生時代における威信財の配布ネットワーク（三角縁神獣鏡の同範鏡の分布網の分析）による首長連合の時代から、1) 威信財分与に

よる関係構築を必要としないほどの権力形成、2) 王墓周辺に築造された「陪塚」(ばいちょう)から推測される王権をとりまく政治機構の整備、3) そしてそれまで移動していた首長墓築造地の固定化および陪塚がなくなることから、より一層の王権の確立が推定できること、こうして古墳時代とは、7世紀後半における「国家」成立期の前段階＝形成期として把握するところにあった。もちろん彼の研究は、さらに横穴式石室の研究や、現代の日本と韓国における古墳調査結果を踏まえた、古代の日本列島と朝鮮半島の交流についての考察など、幅広い(土生田純之 2006、2011)。

彼の主著 2006 年の『古墳時代の政治と社会』(吉川弘文館)は二部構成になっていて、第一部の中に「朝鮮半島の前方後円墳」を配し、第二部は「渡来人と古墳」と題して、古代における日本列島と朝鮮半島の関係を重視した構成になっている。その彼の視座は次のようなものである。彼は言う、近年、韓国全羅道で前方後円墳の存在が明らかになった。だが、日本列島に起源を有する前方後円墳が全羅道で発見されたことをもって、「かつての全羅道は列島の版図に入ることになりはしないか。もし上のように考えている人がいるとすればそれは大変不幸なことだ、といわざるをえない。昔、日本がおかした植民地支配という間違いを踏まえて慎重になるのは当然だろう」(土生田 2006、254 頁)。同感である。この視点を前提とした彼の本書の特色の一つは、「文化の伝播に関して、文化は決して水のように高いところから低いところに一方的に流れるものではない。人の交流のあるところ必ず双方向的な流れが認められるはず」(同 273 頁)だから、弥生時代から古墳時代の日本列島と朝鮮半島の頻繁な交流関係をこそ考察すべきだと考えるところにあると思う。彼の仕事も 1970 年代以降の古代史観の変化の潮流に属すると言ってよいだろう。

現代の日本古代史像の退行

では最近の日本における古代史観はどうであろうか。ここで材料とするのは 2010～2011 年の岩波新書「シリーズ日本古代史」(①～③)と、2013 年版『岩波講座 日本歴史』である。その執筆者たちの中には、これは金達寿や鈴木武樹らが一役買ったであろう日本列島の古代史像の、私からするとまっとうな変化から、いま退行を始めているように見える。

まずシリーズ①の石川日出志『農耕社会の成立』の弥生文化論を見てみよう。彼が「地域ごと、時期ごとの文化的差異や変化が大きいのは、縄文伝統／新来の大陸系要素／弥生独自の要素の複合が地域ごとに差異があり、各地で刻々と変貌を遂げていったから、というのが実態なのではないだろうか」(石川日出志 2010、87 頁)という視点で、単に弥生文化＝稲作という図式ではないという、たとえば前述の設楽博己らの新たな見解と歩を一にしているのはよい。た

だし石川の場合、それは北九州を入り口とする西日本への大量の渡来人による、中部・東日本への伝播の多様性ということの意味するのではない。

彼によれば、「弥生式文化人は大陸から海を越えてやってきた人々」という考えは、縄文文化と弥生文化の人びとはそれぞれ異なる民族集団—先住民／渡来人—の文化だという、明治・大正年間に生まれた考え方が前提になっている」（同 82 頁）のであって、新しい考え方は「日本列島在来の人びとが順次大陸からさまざまな技術と文化要素を取り入れて、私たちが「弥生」と冠する時代・文化をつくり出していったと考える場合が多い」（85 頁）。これが彼のスタンスである。その論拠として「1980 年代になって玄界灘沿岸の福岡県糸島市新町遺跡で、大陸系墓制である支石墓から弥生早期の人骨が出土したことで新たな問題が出てきた。なんと新町遺跡の人骨は縄文的な形質と抜歯風習をもつ事例だったのである。そのために、考古学側では、やはり縄文から弥生への変革は縄文系の在来集団が主体となってなされたという見方が出され」（同 86 頁）た、という。彼の文は意図的である。この事例は彼が「なんと」と形容するほどもはや「新たな問題」ではなく、前述の中橋孝博論文によって、その「形質と抜歯風習」を縄文文化とする視点そのものはすでに相対化されているのである。

こうして彼は、「弥生式文化人は大陸から海を越えてやってきた人々」だというのは、「戦前から戦後に引き継がれた定説」（同 82、86 頁）なのだと、繰り返すが、本当にそうなのか。その「定説」には朝鮮侵略に貢献した日鮮同祖論も含んでいるのであり、戦後になって渡来人の影響をほとんど無視した日本の古代史に異議を唱え、やっと渡来人の影響を正當に評価してきた議論を、戦前の「定説」とやらにつなげてしまっただけでは身もふたもないではないか。石川のこの意図的な議論でいくと、新しい見解は、原日本人が渡来人を受け入れた、ということになる。これは私の感覚ではむしろ戦後における「古い」見解だと思っただけだ。

シリーズ②吉村武彦『ヤマト王権』はどうだろう。彼は 4、5 世紀の倭と朝鮮半島との関係について、広開土王碑文と『三国史記』百濟本記から、「倭国が百濟・新羅を「臣民」にしたことは、まちがいなからう」（吉村武彦 2010、70 頁）と言いつつ、「高句麗広開土王の領土拡大への勲績を拡大評価する傾向が想定されるにせよ、倭の進出を否定することは不可能である」（同 70 頁）と断言している。吉村はヤマト王権成立を 4 世紀前半と想定し、それはヤマトを中心とする近畿地方の一部であり、しかも必ずしも政治的に安定していなかったとしているが、そのわずか 40～50 年後の 4 世紀末から 5 世紀初めに、百濟・新羅を支配できたのだろうか？

シリーズ③吉川真司『飛鳥の都』では、7 世紀の倭国の対外関係と国内の変動について論じている。その場合、『日本書紀』に依拠するのだが、彼によれば、近年の木簡の出土と解説により『日本書紀』の信頼性は揺らぐどころか、かえって回復してきている。これまでの『日本書紀』批判と七世紀史の再構成は行き過ぎではなかったか」（吉川真司 2011、vi 頁）、という立場

である。それゆえ 600 年の新羅との任那をめぐる戦争を『日本書紀』に従って、倭が新羅を攻撃し、5つの城を攻め落とし、新羅が和を乞うてきたので、新羅・任那から毎年「調」（貢納物）を奉ることで決着したという経緯を紹介した上で、「戦闘の事実があったと考えてよい」（同 18 頁）と結論づけている。

次に 2013、14 年公刊の『岩波講座 日本歴史』を見てみよう。このシリーズ執筆陣には、吉川弘文館『日本の時代史』に執筆した設楽博己、田中史生（すでに紹介済み）、あるいは李成市が加わっており、また岩波新書シリーズ日本古代史③『飛鳥の都』著者吉川真司もいる。設楽、田中両氏は本稿で積極的に評価しており、それゆえ古代の日本列島と朝鮮半島との関係に関する一定の歴史観を、本『講座』の数多くの執筆者すべてから照らし出すことは難しい。ここでは 1970～2000 年頃のあいだ、それ以前に比べ私の目からは良い方向に変化してきた史観から、今や退行が目立ち始めたと思われるいくつかの論考を選び取るにとどめたい。

同『講座』第 1 巻に岩永省三「東アジアにおける弥生文化」がある。岩永は弥生早期に稲作やそれに関わる文物習俗が朝鮮半島南部から入ってきたことをまずは認める。以下、引用が長くなるが後段への必要上、あえて行う。「縄文時代から弥生時代への移行期の北部九州で、稲作農耕に関わる各種文物など朝鮮半島南部と共通することから裏付けられる。具体的には、縄文後期末から米とそれに関する情報がもたらされ、晩期中庸には孔列文土器の手法や石包丁、弥生早期には水田、住居形態（松菊里型）、環濠集落、石器（農具・工具）、土器（壺）などの渡来的要素が出現したほか、精神文化にも大転換があり、墓（支石墓）、副葬用磨製石器（石鏃・石剣）、葬送習俗（埋葬姿勢など）、抜歯風習にも渡来系のものが導入された。しかし朝鮮半島南部と北部九州の文化が最も類似するこの時期でも、朝鮮半島系の無文土器文化の遺物・遺構だけで構成される遺跡はなく、朝鮮製・朝鮮系の遺物も少なく、無文土器文化そのものにも変わったわけではない。農耕文化と不可分に複合した収穫具・工具・祭具など、縄文文化にないものを選択的・段階的に導入したものの、同一機能を有するものが存在する場合には導入しなかったことからみて、縄文文化の在来伝統と規制が健全に（下線筆者）働いていた中で、なかったものだけ導入したことが「文化の連続性」をもたらした原因である」（岩永省三 2013、111 頁）という。彼はこうして弥生時代に朝鮮半島からの大量の渡来があったことを否定する。しかし、「縄文文化の在来伝統と規制が健全に働いていた」とはどういう意味か。大量の渡来の影響は「不健全」なのか。

岩永はそう考えているらしく、「渡来的形質の拡散は、縄文人と渡来人の混血集団が、他地域の縄文人の後裔と混血する形でなされ、渡来・混血集団の人口増が縄文的生業に留まった集団のそれを大きく上回り、弥生時代に入ってから汎西日本的に急激に人口が増加したとみれば、大量の渡来人を想定する必要がなくなる」（同 110 頁、下線筆者）というのだ。つまり少数の渡

来人が来て、彼らが在来人と混血し、今度はその人々が他地域でまた混血して、渡来的形質が広がったというわけだが、この論理(?)は遺伝学的に大丈夫なのか。

さらに渡来人は少数であったと想定する「必要」のある彼にとって、この「渡来人の受け入れと混血が速やかに進んだのは、渡来人・縄文人双方が排他性の希薄な双系的社会であったから」(同 112 頁)であり、このように双方ともすぐに仲良くなった風景とはどんなものか。いわく、「縄文時代にもともと人口が少なかった福岡平野を中心とした北部九州に、それほど多くない渡来人(若年～青年層主体、男女はほぼ同数)が散発的にやって来たので、スムーズに縄文人社会に受け入れられ混血が進んだが、文化規範を取り仕切ったのは縄文人の熟年(40-60歳)・老年(60歳以上)層だったので、在来文化の規範が優先され、渡来人とその混血の子供たちも在来文化の規範にそって石器や土器を作った」(同 111-112 頁)。この風景を私なりに「翻訳」ところである。“朝鮮半島から北部九州に若い男女が先進文物・技術をお土産に携えて、ぼつぼつ散発的にやって来て、縄文村落の長老たちに「初めまして、よろしく」と挨拶し、長老たちは「村に住んでいいよ、だけど我々の掟は守ってもらう」と答える。こうして受け入れられた渡来の男女は、その村に溶け込んで、在来村落の男女と結婚して混血が生まれた……”。しかし在来文化規範を重んずるはずの縄文人の熟年・老年は、支石墓や葬送習俗まで新参者のものを受け入れるほど寛容だったのだろうか。そもそもこの論文(?)、古代史の専門家から見てもどうなのだろう。専門家たちの意見を聞いてみたいものである。

次に注目したいのは同『講座』第2巻、丸山裕美子「帰化人と古代国家・文化の形成」である。彼女は「渡来人」とは、「日本の歴史学界で使用される学術用語である。「帰化人」の語に、民族差別の視点があるとして、1970年代から「帰化人」にかわって使用されるようになった。民族差別とは、戦前の日本の中国や朝鮮に対する支配の正当化に「帰化人史観」が用いられていたとする批判である。「帰化」の語に異民族に対する差別意識があることは確かであるが、それもまた歴史的な事象であって、むしろ「帰化人」を単純に「渡来人」に置き換えて免罪符とすることの方が問題のようにも感じる」(丸山裕美子 2014, 111 頁)と言い、自らは「「帰化人」の語を、自らの意志で渡来し定住した人々を中心とし、結果的に定住した人々も含め、王権あるいは国家がこれを受け入れた人や集団とその子孫に対して使用し、倭国の時代まで遡らせて用いることにする」(同 113 頁)と定義する。

それでは日本列島にまだ国家のなかった時代はどうするのかという疑問はさておき、彼女自身、「帰化人」-「渡来人」という用語の歴史は十分に知った上で、渡来人という語を使うのは「免罪符」であるというのは理解できない。上田正昭や金達寿そして鈴木武樹らが帰化人史観に対して苦闘したのは、単にそれが民族差別だからということだけではなく、広く日本の古代史研究の視座そのものに対するものであったはずだ。

丸山は自分も「渡来人」という語を使ってきたが、「今回「帰化人」のタイトルを与えられた」（同 110 頁）ということからして、それが編集委員全体の意向なのだとしたら、一人丸山の論点とのみ解するわけにはいかなくなる。金達寿や鈴木武樹らの問題提起からすでに 30 余年、私には現代の日本史古代研究がまた「プチ・ナショナリズム」に退行しつつあるように思えてならない。

大仙古墳や誉田古墳を歩き、それを築造する巨大な動員力・組織力を見たとき、これまで後進の日本列島から先進の朝鮮半島への「侵略」などあり得ないと思っていたイメージが少し変わった。「侵略」は論外だが、「出兵」はありえた、と。ただし、「先進種族に対するバルバロイの侵入」（吉田晶 1975）として。しかも玄界灘は弥生時代からそれほど往来の大障害ではなかったのだから。さらに、2013 年版『岩波講座 日本歴史 1』の中で、私の胸にストーンと落ちることを菱田哲郎が言っている。4 世紀から 5 世紀にかけて、倭にとって兵力が「交換財」だったというのである（菱田哲郎 2013、219 頁）。ヨーロッパでも古代エジプト王国におけるギリシャ傭兵、古代ローマのゲルマン人傭兵など、後進地域にとって兵力は「交換財」たりえた。しかし 4、5 世紀にヤマト政権があったとして、兵力を送ったのは、他の地方豪族勢力のクニグニでもあったろう。ではなぜそうした地域連合の協力が可能だったのだろうか。ここで私の想像を許してもらおうと、弥生時代以来、古墳時代にも多数の渡来人が朝鮮半島から渡って各地で定住しているとすれば、彼らの故地（朝鮮半島各地域）の記憶が鮮明な時代に、その故地で動乱が起きているとき、権力者の意図はどうあれ、彼らは容易に兵力動員に呼応しえた、のではないか。彼らにとっては故地の救援として。古代史研究者たちが史料と史料の間に働かせている「想像」の中に、私のこのような想像は、発見できなかった。

参考文献

- 石川日出志 2010 『農耕社会の成立』（岩波新書シリーズ日本古代史①）
- 李 進熙 1972 『広開土王陵碑の研究』（吉川弘文館）
- 1974 『好太王碑の謎 日本古代史を書きかえる』（吉川弘文館）
- 井上秀雄 1972 『古代朝鮮』（講談社、引用は講談社学術文庫 2004 年より）
- 井上光貞 1960 『日本国家の起源』（岩波書店）
- 1965 『日本歴史 1 神話から歴史へ』（中央公論社）
- 1978 「古代沖の島の祭祀」（岩波現代文庫『天皇と古代王権』2000 年）
- 岩永省三 2013 「東アジアにおける弥生文化」（2013 年版『岩波講座 日本歴史 1』）
- 上田正昭 1965 『帰化人 古代国家の成立をめぐる』（中公新書）
- 1981 『古代史のいぶき 日本文化の源流を探る』（PHP 研究所）

- 2013 『渡来の古代史 国のかたちをつくったのは誰か』（角川選書）
- 岡村道雄 2002 『縄文の生活誌』（『日本の歴史 1』 講談社）
- 梶村秀樹 1977 『朝鮮史—その展開』（講談社）
- 金 達寿 1970—1991 『日本の中の朝鮮文化』 第1巻～12巻、講談社
- 熊谷公男 2001 『大王から天皇へ』（『日本の歴史 3』 講談社）
- 小林行雄 1962 「古墳文化の形成」（『岩波講座 日本歴史 1』、岩波書店）
- 近藤義郎 1962 「弥生文化論」（『岩波講座 日本歴史 1』、岩波書店）
- 佐原 真 1975 「農業の開始と階級社会の形成」（1975年版『岩波講座 日本歴史 1』）
- 設楽博己 2002 「農業の始まりと地域文化の形成」（『日本の時代史 1 倭国誕生』 吉川弘文館）
- 鈴木武樹 1975 『偽られた大王の系譜』（秋田書店）
- 1976-1 「概説・古代の朝鮮と日本」（『現代のエスプリ』 107号）
- 1976-2 「加羅・任那と天皇族神話」（『現代のエスプリ』 107号）
- 1976-3 『消された「帰化人」たち』（講談社）
- 1977 『古代史の魅惑と危険』（亜紀書房）
- 田中史生 2002 「渡来人と王権・地域」（『日本の時代史 2 倭国と東アジア』 吉川弘文館）
- 寺沢薫 2000 『王権誕生』（『日本の歴史 2』 講談社）
- 直木孝次郎 1962 『日本の歴史 2 古代国家の成立』（中央公論社）
- 1965 「国家の成立」（1965年版『岩波講座 日本歴史 1』）
- 1975 「原始・古代史序説」（1975年版『岩波講座 日本歴史 1』 岩波書店）
- 中橋孝博 2002 「倭人の形成」（『日本の時代史 1 倭国誕生』 吉川弘文館）
- 原田三朗 1977 「武樹・古代史・東アジアの古代文化を考える会」（『古代史の魅惑と危険』）
- 土生田純之 2006 『古墳時代の政治と社会』（吉川弘文館）
- 2011 『古墳』（吉川弘文館）
- 菱田哲郎 2013 「古墳時代の社会と豪族」（2013年版『岩波講座 日本歴史 1』）
- 平野邦雄 1975 「ヤマト王権と朝鮮」（1975年版『岩波講座 日本歴史 1』）
- 藤間生大 1962 「四、五世紀の東アジアと日本」（1962年版『岩波講座 日本歴史 1』）
- 丸山裕美子 2014 「帰化人と古代国家・文化の形成」（2013年版『岩波講座 日本歴史 2』）
- 吉井秀夫 2002 「朝鮮の墳墓と日本の古墳文化」（『日本の時代史 2 倭国と東アジア』 吉川弘文館）
- 吉川真司 2011 『飛鳥の都』（岩波新書シリーズ日本古代史③）
- 吉川太一郎 2002 「倭国誕生」（『日本の時代史 1 倭国誕生』 吉川弘文館）
- 吉田 晶 1975 「古代国家の形成」（1975年版『岩波講座 日本歴史 2』）
- 吉村武彦 2010 『ヤマト王権』（岩波新書シリーズ日本古代史②）

廃藩置県とお城のその後

原田 博夫

はじめに

今回の訪問地（2016年3月16日（金）午後）の一つに姫路城というのがあった。実は私は小学校の高学年時、夏休みの宿題に「日本の城」という作文をまとめて、そこでは確か、姫路城が最も美しい城であるという、実際には見てもいないのに、一応の評価を下したことがあった。それを知った、近所の同級生の父親が（別の小学校の校長先生でその後、地元の教育委員長なども歴任される著名な方だったが）、大いにほめてくれたという話を間接的に聞き、少し鼻が高くなったことを記憶している。そんなこともあって、この際、ぜひとも「平成の大修理」も済んで装いも新たになった、まだ見ぬ姫路城には足を運びたい、と思った次第である。

別名‘白鷺城’とも称される優美なお城は観光客でにぎわっており¹、まだ見る前の想定よりはやや小ぶりながらも、白亜に輝き、JR 姫路駅北口から真正面に望むことができた。多くの観光客の賑わいの中で、2015年3月末に再オープンした姫路城では、これまでの観光客誘致数ナンバーワンだった熊本城を追い抜いたことが誇らしげに謳われていた²。

ところが、2016年4月14日の前震（M6.5）・16日の本震（M7.3）および相当回数の余震からなる熊本地震の影響で、熊本城は大いに損壊し、修復の具体的な見込みは立っていない状況だと聞いている³。このような状況下では、姫路城への観光客は対照的にさらに増加しているものの、観光客数に関する熊本城との比較のフレーズは、おそらく自粛されているのではないかと推測している。

このように、現在は、お城は、お膝元の地域住民のシンボルであることに加えて、有力なインバウンド観光資源として認知されているようである。本稿では、このような位置付けがどのような経緯を経て確立したのかを、検討してみたい。

¹ お城（姫路城）そのものの評価は、内藤（2011）を参照。

² 姫路城の2015年度の集客は、姫路市の当初予想180万人をはるかに上回って280万人を突破し、熊本城の持つ城の入場者最高記録222万人（2008年度）を塗り替える勢いであることが、報じられている（『日本経済新聞』2016年3月28日朝刊31面）。

³ 熊本市の試算によると、熊本城の石垣は全体の3割で修復が必要な状態で、その修復費用は354億円に上るそうである。しかもこの試算には、天守などの建造物については算出できていないため、含まれていない（『日本経済新聞』2016年6月12日朝刊）。

廃藩置県への道程

そもそも、お城は、江戸時代の各藩の政治権力の象徴であると同時に、執務権力の組織機関で、かつ領主の家政の場でもあった。天守閣がシンボルだとすれば、外敵に備える何重かのお濠で囲まれた城郭に立ち並ぶ櫓や建築物には領内を統治・支配するためのそれぞれ執務機関が置かれていた。領主の家族・使用人たちは一番奥まった「奥」で生活し、このエリアで家政が執り行われた。支配階級の武士は、お城に近いところに家屋敷を構え、平時では登城してそれぞれの役職を執務していたが、一朝事あるときは、武器で固めて、お城での防御に備える手はずになっていた。町人・職人は、城下町の割り当てられた区域に居住（生活・仕事）し、農民・漁民などは、さらに周辺の農村・山村・漁村に居住（生活・仕事）していた。戦国時代・安土桃山時代の封建領主間のいくさでは、お城を直接攻めるか戦略的に枢要なポイントをめぐる攻防が主だったが、その戦術としては、城下町や領民への攻撃が不可避だった。しかし、徳川氏による幕藩体制下では、ほとんどの藩で、家臣団が武器を固めてお城に籠る事態は出現せず、まして、城下町や領民へ他藩からの危害はほとんど発生せず、太平の世を謳歌していた。状況に変化が見られたのは、幕末になってからで、本格的な攻防戦は、江戸城開城前後の戊辰戦争（慶応4年1月3日（1868年1月27日）～明治2年5月18日（1869年6月27日））での官軍と奥羽列藩の戦いに限定されているといい。とはいえ、会津若松城をめぐる攻防は「白虎隊の悲劇」とともに⁴、日本人の記憶に鮮烈に刻まれている。

以下は、『近代日本総年表』（第3版、岩波書店、1991年）のうちから、該当箇所を抜粋したものである。年月日については、明治5年までは日本の年号・陰暦を用い、それを斜字体（イタリック）で示した。

慶應元年9月29日（1865年11月17日） 朝廷、兵庫開港を4国代表に約した罪により、老中阿部正弘・同松前崇広の免職・処罰を要求。10月1日、免職・謹慎。

慶應元年10月1日（1865年11月18日） 將軍家茂、名古屋藩主徳川慶恕を上京させ、条約勅許と兵庫開港を奏請し、將軍職の辞表を関白に提出。

慶應元年10月5日（1865年11月22日） 天皇、条約は勅許、兵庫先期開港は不許可との勅書を、朝彦親王・関白二条斉敬に渡す。

慶應2年1月21日（1866年3月7日） 萩藩士木戸孝允ら、坂本竜馬の斡旋により京都薩摩藩邸で、西郷隆盛らと倒幕のための薩長提携を密約。

⁴ 慶応4年8月23日（1868年10月8日）新政府軍、会津若松城を囲む。同日、白虎隊、飯盛山で自刃。明治元年9月22日（1868年11月6日）、藩主松平容保、開城降伏。

慶應2年12月25日(1867年1月30日) 天皇没。2月16日、諡号を孝明天皇と決定。

慶應3年1月9日(1867年2月13日) 睦仁親王踐祚。

慶應3年6月22日(1867年7月22日) 高知藩士後藤象二郎・坂本竜馬ら、鹿児島藩士西郷隆盛・大久保利通らと会見、**大政奉還の薩土盟約**を結ぶ。

慶應3年10月13日(1867年11月8日) 前右近衛権中将岩倉具視、鹿児島藩主父子あての倒幕の詔書を大久保利通に、萩藩主父子官位復旧の宣旨を広沢真臣に手交。

慶應3年10月13日(1867年11月8日) 徳川慶喜、在京40藩重臣を二条城に集め、**大政奉還**を諮問。

慶應3年10月14日(1867年11月9日) 高家大沢基寿、将軍慶喜の命により大政奉還上表を朝廷に提出。

慶應3年10月24日(1867年11月19日) 徳川慶喜、朝廷に**征夷大將軍の辞表**を提出。10月26日、朝廷、諸侯上京まで待つべきを指示。

慶應3年12月9日(1868年1月3日) 鹿児島・名古屋・福井・高知・広島藩兵警護の宮中で、王政復古派公卿が集まり、**王政復古の大号令**を出す。同夜の小御所会議で、慶喜に**辞官・納地**を命ずることを決定。

慶應4年1月3日(1868年1月27日) 旧幕府軍、鳥羽・伏見で鹿児島・萩藩兵と戦い敗れる(～1月4日、**鳥羽・伏見の戦**、**戊辰戦争**起る)。1月8日、慶喜、大阪出帆。

慶應4年3月13日(1868年4月5日) 大総督府参謀西郷隆盛と旧幕府陸軍総裁勝安芳、江戸鹿児島藩邸で会見、**江戸開城**を交渉。3月14日、交渉成る。

慶應4年3月14日(1868年4月6日) 天皇、紫宸殿で、公卿・諸侯を率い、**5か条を誓約(五箇条の誓文)**、億兆安撫・国威宣揚の宸翰を出す。

慶應4年7月17日(1868年9月3日) 天皇、**江戸を東京とする詔書**を出す。

慶應4年8月27日(1868年10月12日) 天皇、**即位の大礼**をあげる。

慶應4年・明治元年9月8日(1868年10月23日) **明治と改元**し、一世一元の制を定める。

明治元年9月20日(1868年11月4日) 天皇、東幸のため京都出発。10月13日、東京着、**江戸城を東幸の皇居**とし、**東京城と改称**。12月8日、東京出発、京都に帰る。

明治元年10月15日(1868年11月28日) 北会津郡・大沼郡の農民蜂起し、名主・肝煎を襲撃、徴税帳簿を焼却(～10月17日)。10月28日、榎原村で<世直し>を申し合わせる。

明治元年10月28日(1868年12月11日) 新政府、**藩治職制**を定め、各藩に**執政・参政・公儀人・家知事**をおく。

明治元年12月7日(1869年1月19日) 東北諸藩処分**の詔書**出る。

明治2年1月20日(1869年3月2日) 鹿児島・萩・高知・佐賀4藩主、連署して**版籍奉還**

を上表（1月23日、発表。以後、諸藩主の上表あい次ぐ）。

明治2年3月（1869年） 諸侯、東京に召集を命じられ、続々と上京。

明治2年5月18日（1869年6月27日） 五稜郭開城、榎本武揚以下降伏（戊辰戦争おわる）。

明治2年6月17日（1869年7月25日） 諸藩の版籍奉還を許し、藩知事（274人）を任命（～6月25日）、公卿・諸侯の称を廃し、華族とする。

明治2年7月11日（1869年8月18日） 政府、官吏を勅授官・奏授官・判授官に分ける。7月27日、勅任官・奏任官・判任官と改称。

明治2年7月27日（1869年9月3日） 政府、府県奉職規則を定める。

明治2年8月10日（1869年9月15日） 天皇、初めて太政官に親臨し、議事を聴く。

明治2年9月26日（1869年10月30日） 王政復古の論功行賞の詔書出る。

明治3年2月20日（1870年3月21日） 政府、常備兵編成規則を各藩に達する（士族・卒族のほか、新たに兵隊取立を禁止）。

明治3年2月22日（1870年3月23日） 政府、府藩県に、外国からの借金および歳入・物産を抵当とする物品の購入を禁止。2月25日、各国公使に通告。

明治3年4月22日（1870年5月22日） 政府、府藩県に、外国人にたいする負債額および償還方法の報告を命ずる。

明治3年5月28日（1870年6月26日） 集議院開院、藩制を諮問（～9月10日）。

明治3年5月（1870年） 政府、戸籍編成に関連し、府藩県に、管下の石高・戸口の申告を命ずる。

明治3年9月10日（1870年10月4日） 藩制改革を布告（職制・海陸軍費・公廩費・家禄などの大本を示す）。

明治3年10月2日（1870年10月22日） 諸藩常備兵員を定める（1万石につき兵60人）。

明治3年11月13日（1871年1月3日） 府藩県に徴兵規則を達する（士族・卒・庶人にかかわらず1万石につき5人）。

明治3年12月22日（1871年2月11日） 各藩常備兵編成定則を定める。

明治4年1月（1871年） 徳島藩知事蜂須賀茂韶、廃藩を建白。

明治4年2月13日（1871年4月2日） 政府、鹿児島（薩）、山口（長）、高知（土）3藩の兵を徴して親兵を編成することを命ずる。

明治4年4月4日（1871年5月22日） 戸籍法を定める（行政区画の区を設置、戸長・副戸長をおく）。明治5年2月1日、施行（壬申戸籍）。

明治4年5月10日（1871年6月27日） 新貨幣条目を定める（新貨幣の呼称は円・銭・厘。10進1位法。旧貨幣の1両を1円とする。日本最初の金本位制）。

明治4年7月14日(1871年8月29日) 天皇、在京56藩知事を集め、廃藩置県の詔書を出す(3府302県)。

明治4年8月23日(1871年10月7日) 留守官を廃止(東京遷都の最終決定)。

明治4年10月3日(1871年11月15日) 宗門人別帳(寺請制度)廃止。

明治4年10月7日(1871年11月19日) 旧藩知事惜別を名とする暴動に対し、即決処罰を命ずる。

明治4年10月28日(1871年12月10日) 府県官制を定める(府知事・県知事の設置)。11月2日、県知事を県令と改称。

明治4年11月13日(1871年12月24日) 全国の県を改廃(~11月22日、3府72県)。

明治4年11月(1871年) 大蔵省に命じて、旧藩の外国債を処分させる。

明治4年11月27日(1872年1月7日) 府県奉職規則を廃止、**県治条例**を定める。

明治4年12月27日(1872年2月5日) 新紙幣発行の旨布告

明治5年2月15日(1872年3月23日) 土地永代売買の禁を解く(前年の大蔵卿大久保利通・大蔵大輔井上馨の建議による)。

明治5年3月9日(1872年4月16日) 親兵を廃止、近衛兵をおく。**近衛条例**を定める。

明治5年4月18日(1872年5月24日) 藩債はすべて大蔵省に引き受け、処分することを定める。

明治5年7月4日(1872年8月7日) 売買・譲渡にかかわらず、すべての土地に地券を交付することを達す。(壬申地券の交付本格化)。

明治5年11月9日(1872年12月9日) 太陰暦を廃して太陽暦を採用するとの詔書(明治5年(1872年)12月3日を明治6年(1873年)1月1日とする。昼夜12時を24時に改める)。

明治5年11月15日(1872年12月15日) 国立銀行条例・国立銀行成規を定め、銀行設立を許可。

明治6年(1873年)3月3日 旧藩府債償還の処分を定める(天保14年以前のもは公債としない等)。

明治6年(1873年)3月25日 藩債処分のため、新旧公債証書発行条例を定める(発行額2,339万5,550円)。

明治6年(1873年)3月25日 地券法施行のため、土地名称を皇宮地・神地・官庁地・官用地・官有地・公有地・私有地・除免地の8種に規定。

明治6年(1873年)5月5日 皇居および太政官・宮内省庁舎炎上、赤坂離宮を仮皇居とする。

明治6年(1873年)5月12日 大蔵省地方官合同で、**地租改正法案可決**。5月19日、同案を太政官に提出。

明治6年(1873年)7月28日 上諭・地租改正条例を布告。地租改正施行規則、地方官心得書を頒布(旧法廃止。すべての土地に地券新設。地価3/100を地租とし、府県庁・郡村の公費を1/3以内とする)。

明治6年(1873年)11月10日 内務省をおく。

明治6年(1873年)12月27日 秩禄奉還の法を定める(家禄・賞典禄100石未満の者で奉還を願う者は、永世禄6ヵ年分・終身禄4ヵ年分を、現金および公債証書をもって支給)。

明治7年(1874年)1月17日 副島・後藤・江藤・板垣ら8人、**民撰議院設立建白書**を左院に提出(『日新真実誌』1月18日に掲載)。

明治7年(1874年)3月28日 **秩禄公債証書発行条例**を定める(1873年の秩禄奉還の法に基づき、家禄引換公債証書を支給)。

明治7年(1874年)5月2日 **地方長官会議開催の詔書**出る。議員憲法および規則を定める。

明治7年(1874年)6月 西郷隆盛、鹿児島に私学校を設立。

明治8年(1875年)2月20日 酒類税則(10月1日施行)・車税規則(1月1日遡及施行)を定める。

明治8年(1875年)4月14日 **元老院・大審院をおき、地方官会議を設け、漸次立憲政体を立てるとの詔書**出る。

明治8年(1875年)8月24日 家禄奉還を停止し、秩禄公債証書発行条令を廃止(士族授産の失敗による)。

明治8年(1875年)8月30日 地租改正は明治9年(1876年)末をもって一律に完了すべき旨、府県に達する。

明治8年(1875年)9月7日 家禄・賞典禄を金禄に改正(支給額は各地貢米の明治5年~7年の3ヵ年平均価格をもって決定)。

明治8年(1875年)11月30日 **府県職制および事務章程**を定める(県治条例を廃止)。

明治9年(1876年)5月12日 地租改正に承服せむ者にたいし、地価を一方的に決定し、収税を命ずると布告。

明治9年(1876年)8月5日 金禄公債証書発行条例を定める(華士族の家禄・賞典禄を廃止し公債を支給)。

明治10年(1877年)1月4日 地租を減ずる詔書出る。

明治10年(1877年)1月30日 鹿児島私学校生徒、草牟田村の火薬局、磯の海軍造船所を占領し、大阪砲兵支廠に移送中の兵器弾薬を奪う(**西南戦争の発端**)。

明治10年(1877年)9月24日 西郷隆盛(文政10年生、51歳)・桐野俊秋(天保9年生、40歳)ら、城山で自刃(**西南戦争おわる**)。

明治11年(1878年)4月10日 **第2回地方官会議**、開会式(議長伊藤博文)。三新法などを審議し、5月3日閉会。

明治11年(1878年)7月22日 **郡区町村編制法**を定める(府県会規則・地方税規則と共に**三新法**と呼ばれる。大区・小区制をやめ、行政区画として**郡町村**を復活。別に<人民輻湊>の地を区とし、郡・区長、戸長をおく)。**地方税規則**を定める(従来の府県費・区費を地方税とし、地租の1/5以内とする。営業税・雑種税は戸数割により徴収。また、地方税支弁費目を定める)。

明治11年(1878年)7月25日 **府県官職制**を定める(明治8年(1875年)11月30日の府県職制および事務章程は廃止)。

明治11年(1878年)9月11日 **愛国社再興大会**、大阪で開催。再興合意書で、大阪に事務所開設、毎年3月・9月の大会開催など決定。

明治12年(1879年)3月20日 **東京府会開会**(府県会規則による府県会の最初。各府県会あいついで開会)。

明治13年(1880年)2月5日 **第3回地方官会議**を開会(議長河野敏謙)。区町村会法・備荒儲蓄法などを審議し、2月28日閉会。

明治13年(1880年)3月15日 **愛国社第4回大会**を大阪で開催(2府22県から代表参加)。3月17日、**国会期成同盟**を結成、片岡健吉・河野広中を請願提出委員とすることなどを決議。

明治13年(1880年)4月17日 片岡健吉・河野広中、<国会を開設するの弁可を上願する書>を太政官に提出。太政官・元老院、共に受理せず。5月11日、顛末書を地方代表に送付。

明治13年(1880年)11月5日 **工場払下概則**を定める(内務省・工部省・大蔵省・開拓使に官設工場の漸次民有化を命令)。

明治13年(1880年)11月10日 **国会期成同盟第2回大会**を東京で開催(2府22県より代表67人参加)。大日本国会期成有志公会と改称、次会を翌年10月1日に開催とし、憲法見込案持参のこと、遭変者扶助法などを決議。

明治13年(1880年)11月26日 河野広中・杉田定一・内藤魯一ら10人、愛国社解散・政党組織などを討議。

明治13年(1880年)12月15日 沼間守一を座長とし、松田正久・山際七司・河野広中・植木枝盛ら**自由党結成同盟4ヵ条**を定める。

明治14年(1881年)3月 **参議大隈重信**、**国会開設意見書**を左大臣有栖川熾仁に提出(明治16年より国会開設、永久中立官の下での政党内閣制などを主張)。

明治14年(1881年)7月21日 参議兼開拓长官黒田清隆、開拓使官有物の払下げを太政大臣に申請。閣議、有栖川左大臣・大隈参議らの反対で紛糾したが払下げに決定。7月30日勅

裁。8月1日発表。

明治14年(1881年)10月11日 御前会議で、立憲政体に関する方針、開拓使払下げ中止、大隈重信の参議罷免などを決定(明治14年の政変)。

明治14年(1881年)10月12日 明治23年に国会開設する旨の詔書発せられる。

明治14年(1881年)10月18日 自由党結成会議、浅草井生村楼で開会(沼野守一ら嚶鳴社系不参加)、自由党盟約・自由党規則を決定。10月29日、総理に板垣退助を選挙。11月9日、板垣、就任を受諾。

要するに、慶應年間(1865年～1868年)では、討幕をめぐる薩長と徳川幕府サイドの攻防・神経戦が激烈で、オセロゲームに例えれば、双方が連日のように新たなカードを繰り出して黒白が日々反転し、形勢が定まらない状況だった。たとえば、鹿児島藩主父子あての討幕の詔書に対して、徳川慶喜が大政奉還を上表し、さらには、朝廷に征夷大將軍の辞表を提出したあたりの展開がそれである。つまり、政治的にも軍事的にも、天下の帰趨はまだ決着がついていなかった。

しかし、王政復古派の公卿による王政復古の大号令が出され、同夜の小御所会議で徳川慶喜に辞官・納地を命ずることが決定され、鳥羽・伏見の戦いを契機に戊辰戦争が始まると、討幕勢力の軍事的攻勢が高まり、徳川幕府サイドは守勢一方となった。もはや政治的にも、趨勢は決した。この後(慶応4年・明治元年の前半)半年足らずの間の、江戸城の開城、五箇条の誓文、江戸を東京への改称、明治改元、東京遷都などの一連の流れは、錦の御旗を前面に出して(天皇ご自身がというよりは、討幕派の公卿・薩長勢力が推し立てて)、関東・東北地方の制圧を進めた⁵。

翌明治2年の前半は、鹿児島・萩・高知・佐賀4藩主の上表から始まった版籍奉還が各藩におよび、ついには6月17日(1869年7月25日)、諸藩の版籍奉還が許され、藩知事(274人)が任命された(～6月25日)。加えて、各藩主は華族と称された。要するに、この時点で、日本全国の封建領主は、その政治力・統治権の根拠を失った。この事態に対して、当然に予想される各藩の反発・抵抗は極めて少なく、むしろあっけないくらいだった。たとえば、藩主・武士と一般の農民・町民の意識のずれを、会津戦争に従軍した高知藩士・板垣退助は、後年、「一般の会津の人民は城を応援しようというような気持ちは全然ない。自分の身を守り、自分の財産を守ることで一杯であって、城がどうなろうが、殿様がどうなろうが、そんなことは全然気

⁵ この時代転換をもって明治維新とするのは事後的な過大かつ歪んだ評価で、そもそも当時の人々はこの時代転換を「御一新」と呼んでいた、とする指摘もある(原田(2015)(2016))。佐々木(2001)、安丸(1979)なども参照。

にしていない。殿様と一般の庶民との間に強い情義があるというようなことは嘘だ。自分はこのように感じていた。」と記している⁶。この意識のずれは、会津に限らず、濃淡はあれ、おそらく日本全国に及んでいたと思われる。

しかし、まだ、旧体制は一掃されていない。新政府は、政治権力の確立のために軍事力を固める必要があり、薩長土3藩の兵力で親兵を編成した(明治4年2月13日(1871年4月2日))。さらに同時期、経済的・財政的基盤を固めるために、主要な輸出品・輸入品の管轄権を既存の開港場だけでなく各藩所管分も掌握するとともに、各藩の藩債・借財の情報収集に努め、新規藩札の発行などの停止を命じ、各藩の統治機能・経済力の解体に取り組んでいた⁷。

しかし、その仕上げは、廃藩置県である。初めに廃藩置県を申し出たのは、徳島藩知事蜂須賀茂詔の建白(明治4年1月(1871年))だとされる。日本全国での実施は、明治4年7月14日(1871年8月29日)に、天皇が在京56藩知事を集め、廃藩置県の詔書を出したことで(3府302県)。これによって、各藩主の固有・伝来の統治権は喪失し、新政府から任命された府知事・県知事(その後、県令)として統治機構の一翼を担う役割に限定されることになった。ただし、県のその後の統廃合などもあり、初代の知藩事は旧藩主が任命されたケースが多いが、2代目以降はほとんどの場合、新政府のいわゆる維新官僚だった⁸。加えて、旧藩主はその家族ともども、東京に居を移すことを命じられた。この事態に対して、岡山・島根・愛媛・香川の諸県の住民が、廃藩置県による旧藩主の東京移住に反対して騒擾を起こす事案が発生している。それに対しては新政府も、明治4年10月7日(1871年11月19日)、旧藩知事惜別を名とする暴動に対し、即決処罰を命じている。

その後、明治5年(1872年)・6年(1873年)にかけて、壬申地券が交付され、旧藩債の処分が決まり、秩禄奉還の法が定められた。要するに、財政破綻していた旧藩の債務を新政府が肩代わりすることが、具体的に動き出したのである。この段階になると、全国の旧藩の中核(藩主・支配層など)は、物心両面で天皇・新政府に従うことが明確になった。新政府は、さらに、地租改正条例により、富裕な町人・農民に納税義務を負わせて、自らの財政基盤の強化を図った。

しかし、下級士族とりわけ討幕運動を進めた西南諸藩の志士たちは、新政府の方針・政策ならびに人材抜擢の偏り(国学・国粹主義者が排除され、洋学者・洋行帰りが優遇)などに不満

⁶ 中村(2015、(上)p.209)によると、板垣退助『自由党史』(上下2冊、明治43年(1910))に、その記述があるようである。ただし、この板垣の述懐は、功成り名を遂げた板垣晩年のものであり、相当に割り引いて評価すべきものである。

⁷ 勝田(2000)、佐々木(1989)、松尾(1986)などを参照。

⁸ たとえば、後の初代首相伊藤博文も兵庫県知事だった(この県は、開港場だったこともあり、最初から新政府の直轄だった)が、目ざとい伊藤は、明治元年11月、姫路藩主・酒井忠邦の(祖父・忠績、父・忠悰と分裂しながらの)建議をきっかけとして、版籍奉還を全国諸藩で実施すべきとの建白「兵庫論」を出している(松尾(1986)第2章)。

を募らせていた。その流れは、不平士族の反乱という形と、民撰議院開設運動という2つの潮流で現れた。前者の代表例は西郷隆盛を担いだ西南戦争であり⁹、明治10年（1877年）1月30日から9月24日の間、九州全域とりわけ熊本・鹿児島を中心に、町民・農民も含む兵隊に新式装備で固めた新政府軍と、士族が旧藩時代の旧式武具で対峙して戦うという構図だった。これによって、不平士族の旧弊・時代錯誤は白日のものなり、もはや時代は戻りえない、という認識が全国的に明らかになった。

後者は、副島・後藤・江藤・板垣ら8人が明治7年（1874年）1月17日に左院に提出した民撰議院設立建白書に端を発している。したがって、当初は、西南諸藩の不平士族の運動に連動していた。その後、明治8年（1875年）4月14日、元老院・大審院をおき、地方官会議を設け、漸次立憲政体を立てるとの詔書が出たにも拘らず、西南戦争などがあったため、この議論（民撰議院設立）は頓挫していた。この間、新政府は維新草創期の元勳の時代から¹⁰、由利公正、伊藤博文、大隈重信などの維新官僚の時代に世代交代していたが（清水（2013）第1章）、このことが打倒藩閥政治を旗印にした政治運動を全国各地に巻き起こし、それが、国会期成同盟につながっていった。代表例が、明治13年（1880年）3月15日、愛国社第4回大会（大阪）で国会期成同盟が結成され、さらに、同年11月10日、国会期成同盟第2回大会（東京）などである。

藩閥政府サイドがこれ（国会開設・政党結成）に抵抗・躊躇しているところに事態を急変させたのが、明治14年（1881年）3月、参議大隈重信が、国会開設意見書を左大臣有栖川熾仁に提出したことである。この意見書では、2年後の明治16年より国会開設などが主張されていた。これが、当時の政権中枢に危機感を抱かせ、北海道開拓使払い下げ問題の処理に連動する形で、明治14年（1881年）10月11日、政変が起き、参議大隈重信は罷免された。その翌日（10月12日）、10年後の明治23年（1890年）に国会開設の詔書が発せられた。さらに、同年10月18日、自由党が結成され、政治情勢は国会をめぐる戦いに移行することになった。

お城はどうなったのか

激動の明治維新の時代を振り返ると、旧幕藩体制下での支配の象徴だったお城は、藩主・士族がそこに居住しなくなり、かつ詰め（勤務）なくなると、支配装置としてはもはや無用の長物となった。しかし、その巨大な空間・スペースは、なお、新時代の統治機関や教育機関の施設に転用されることになった。明治時代の県庁舎・市庁舎・小中学校などは、その名残である。

⁹ この戦いに臨んだ西郷自身の意図は、もう少し別のところにあった可能性がある（中島（2014））。

¹⁰ 大久保利通、西郷隆盛、木戸孝允など、いずれも明治10年（1877年）前後に命を落としている。

しかし、それを支える人材は、もはやそこには留まらなかった。そもそも旧藩主やその家族は新首都・東京に移住しているし、家臣（士族）の中でも明治維新の時点ではまだ子供だった世代は、続々と東京に上京して上級学校に進学し、中央集権国家の新政府の官吏になるべく、上昇志向を掻き立てられた。地元に残った人々（旧士族や商人・商工業者など）も、日々の生活に追われている状況では、とても、お城の行く末や維持管理に関心を振り向ける時間的および資金的な余裕もなかったと推測される¹¹。さらに、昭和前期には（昭和 20 年まで）、そのスペース上の広さと立地上の拠点性から、お城は軍事施設の格好の設置場所になった。しかし、それはお城の建造物としての魅力というよりは、スペース確保の観点からであった。

こうした経過を経て、たとえば熊本城の場合、西南戦争の直前に焼失していた本丸などの建築群は、長いことそのまま放置されていたが、昭和 35 年（1960 年）、天守閣（鉄筋コンクリート造り）が再建された。こうした施設面での整備もあって、姫路城が復興なる前年までは、熊本城は最大の観光客数を誇っていたのである。つまり、今や、お城は、地元民の精神面でのシンボルであるだけでなく、観光客呼び込み（インバウンド）の有力な資源・素材でもあるようだ。150 年間の時代変遷を踏まえれば、こうした変容は当然なのであろうか。

参考文献

- 勝田政治（2000）『廃藩置県―「明治国家」が生まれた日―』講談社選書メチエ。
佐々木寛司（1989）『地租改正―近代日本への土地改革―』中公新書。
佐々木克（2001）『江戸が東京になった日―明治二年の東京遷都―』講談社選書メチエ。
清水唯一朗（2013）『近代日本の官僚―維新官僚から学歴エリートへ―』中公新書。
内藤昌編著（2011）『城の日本史』講談社学術文庫。
中島岳志（2014）『アジア主義』潮出版社。
中村隆英著、原朗・阿部武司編（2015）『明治大正史（上・下）』東京大学出版会。
原田伊織（2015）『明治維新という過ち―日本を滅ぼした吉田松陰と長州テロリスト―』改訂増補版、毎日ワNZ。
原田伊織（2016）『官賊と幕臣たち―列強の日本侵略を防いだ徳川テクノクラート―』毎日ワNZ。
樋口雄彦（2016）『幕臣たちは明治維新をどう生きたのか』洋泉社。
松尾正人（1986）『廃藩置県―近代統一国家への苦悶―』中公新書。
安丸良夫（1979）『神々の明治維新―神仏分離と廃仏毀釈―』岩波新書。

¹¹ 清水（2013）、樋口（2016）などに、幕臣・士族たちのさまざまな転身・上昇志向の実例が紹介されている。

地産地消を活用して全国の企業と日本各地の経済発展の促進を —ヒガシマル醤油の地産地消活動と地方経済活性化努力をその事例として—

飯 田 謙 一

1. はじめに

2015年度の専修大学社会科学研究所の春季合宿調査が、2016年3月14日から17日の期間、大阪府や兵庫県の企業と、自治体の研究機関を訪問する形で実施された。大阪府では大阪市、堺市、羽曳野市を、そして兵庫県では姫路市とたつの市などを訪れた。社会科学研究所が毎年春季と秋季に実施する実態調査は、海外では各国の大学や研究機関を訪問して、社会、経済、経営などの事項に関して幅広く意見交換を行ったり、共同研究の機会を作るなど様々な活動を行っている。また同時に現地の日系企業を訪問して、海外現地に進出して活動を行っている日系企業の経営管理や、活動の実態などの調査を実施している。また日本国内では、全国の地方自治体や各種の研究機関、それに日本各地で活躍する様々な分野の企業を訪問して、全国各地域の自治体や、様々な産業分野の企業が厳しい経済環境の中で、実際に日々どのような活動と努力を行っているのか、その実態を直接見聞して、様々な視点から研究・解明する目的のために、長年にわたって実施されてきている。そして実態調査の参加者は、各自の研究領域の視点から、論文や実態調査報告書を執筆して、社会科学研究所の年報や所報に掲載するか、または個人的に各種の論文や、研究報告書などの様々な形式で作成して、その研究成果を逐次公にしている。

此度の調査合宿は、2016年3月14日（月）午前、東京を発って午後大阪に到着し、大阪市では、我が国でもその規模が大きく、最も繁盛している商店街といわれている、天神橋筋商店街を訪れた、当日はあいにくの大雨であったが、雨天にもかかわらず、長い商店街を多数の客が訪れて買い物をしており、商店街の各店舗が活気に満ちたビジネスをしている姿を、目の当たりにすることが出来て、商都といわれている大阪 business の活気を肌で感じる事が出来た。また千日前商店街なども訪れ、多数の買い物客や観光客で活気に満ちた、商店街の活発な商業活動の姿を見て歩くことが出来た。

3月15日（火）は、大阪堺市に移動して、陵墓が多く存在し、近年多数の外国人観光客が興味を持って訪れていると言われている、仁徳天皇陵や他の陵墓が存在する百舌鳥、古市古墳群に関して、堺市の職員から懇切な説明を受けた後、仁徳天皇陵やその他の周辺の陵墓を見学した。その後、大阪羽曳野市に移動して、全国の市場に主に通信販売や、量販店などの販売活動を積極的に活用し、ワインを全国市場に多量に出荷販売することにより、ワイン通販国内売上

高第1位の地位を連続7年保持している、河内地域のワイナリーの一つである、株式会社「河内ワイン」^{注1)}を訪れ、羽曳野市周辺で生産されるワインに関して、その地で古くから葡萄の樹が栽培されることになった歴史と、河内ワインの歴史、葡萄を生産する樹の特性などに関して詳しい説明を受けた後、ワイン製造工場の見学をした。そしてワイン王国の山梨県と、肩を並べる生産量を誇る河内ワインに関して、羽曳野市のワインセラーが、現地ワインの生産拡大と、全国的な市場におけるワインの販売の拡大を、他のワイン産地とは異なってインターネットを活用した通信販売や、大型量販店での販売を活用したり、著名なレストランなどとも積極的に提携して販売促進を行う。また新しいワインの開発などを積極的に行うなど、河内ワインの普及と市場の拡大に努力している販売促進活動の実態、それと同時にその地域の発展を目標にして、地域経済の発展のために様々な努力をしていることに関して詳しい説明を受けた。

3月16日(水)は午前中、大阪府商工部大阪産業経済リサーチセンターにおいて、大阪府における産業集積の変遷などに関する詳しい報告と説明を受け、その後我々参加者と積極的に意見交換を行った。午後は姫路市に移動して、昨年、長年にわたった改修工事を完了したばかりの姫路城の、改修後の観光客のその後の動向などに関して、姫路城の観光センターの担当者から聞き取りを行った。姫路城でも各国から訪れている外国人観光客が多く、我が国を観光する外国人の数が、近年急速に増加していることを、ここでも実感することが出来た。

3月17日(木)は、兵庫県姫路市から同県のたつの市に移動して、午前中はヒガシマル醤油株式会社を訪問し、同社の醤油の製造工程などに関して、詳しい説明を受けながら工場見学をした。工場見学の後、ヒガシマル醤油に関して、会社の歴史、製品開発や生産活動に対する取り組み、優れた製品を生み出すために全社一丸となって、日夜努力している活動実態や、優れた製品を日々製造するための、原材料の大豆や小麦などの品質の確保のために、日々同社が中心となって、取引業者や様々な農業関係組織との協力のもとに、多岐にわたる活動を行っていること。そのために地元たつの市とその周辺地域の農業生産者の協力を得て、地産地消の活動に積極的に取組みながら、地域経済の再生と発展を図るために、農水産省と経済産業省が推進している農商工連携活動などにも取り組み、地産地消活動をより活発に推進している実態などに関して、詳細な資料を基に詳しい説明を受けた。同社を訪問した後、同社が関係している、国登録有形文化財「うすくち龍野醤油資料館」を訪れ、当地で淡口醤油が生産されてきた歴史の説明を受けた。その後、全国的にも有名な「揖保の糸」のブランドで、素麺を全国に生産出荷している兵庫県手延素麺協同組合の、同じたつの市所在の資料館「素麺の里」を訪問して、同所で行われている作業工程を見学し、播州素麺の由来と歴史、播州素麺の特殊な生産システムや、その販売方法などに関して詳しい説明を受けた。ここでも良質な原料を生産するために、たつの市とその周辺の農業生産者や素麺生産者が、協同組合の厳しい原料や、品質管理の下で

製品の生産を行い、同時に地元穀物種苗業者高田商店などと協力して、素麺の生産と全国販売、ならびに地元での製品の販売促進のために、日々努力している実態に関して知ることが出来た。ここでも地域の産業発展のために、地産地消の活動が、麺の生産者やそれを支える農業生産者、麺を全国に販売する販売業者などが、協力して積極的に行われていることを知り、地域経済の発展のために、地域での様々な企業と農業生産者が、ともに努力をしていることについて理解することが出来た。

此度の調査では河内ワイン、ヒガシマル醤油、それに揖保乃糸の各社において、いずれも優れた品質の製品を生産するために、先ず優れた原材料を入手する方法として、各企業自身が積極的に地域の農業をはじめとして、他の関係する産業や企業と積極的に連携し、地域全体の産業を積極的に育成したり活用する動き、すなわち企業が地域の産業とともに、地域を発展させて行く努力を行っていることを知り、各企業の積極的な意図とその努力を、明確に感じ取ることが出来た。上で取り上げた各社が、積極的に地域経済の発展に貢献するために行っている活動は、今日、我が国全体に深刻な問題となって来ている日本経済の停滞、特に全国ほとんどと言える地域、地方における社会変化と関連している、まさに深刻な経済問題を解決するための、重要で有効な手段の一つと筆者は考えた。^{注2)} 現在我が国は、ますます深刻な経済状態に追い込まれ、また深刻な社会問題が発生するのではないかと考えられる。それらのことを早急に解消するために、何らかの有効な対策を立てなくてはならない局面に、直面していると考えられる。そのためには全国すべての産業が業種や規模を問わず、お互いに協力してこの深刻な経済危機を乗り切っていくなくてはならないと考える。その時に有効な解決の一手段となるのが、日本の全ての地域における大多数の企業が、先ず初めに行うべきこととしては、各地域で関連する企業や産業と積極的に連携して、その地域の発展を目指して提携、協力することではないかと筆者は考える。その一歩として此度訪問する機会を得た企業が、様々な形で、地域の発展を目指して取り組んでいる活動は、注目に値すると筆者は考えた。

すなわち、全国各地の企業は生存と維持ならびに発展のため、そして地域の経済の底入れと堅実な発展を促すために、積極的に取り組む必要があると考える。全国の多数の企業が他の産業や企業と協力して、共存共栄が図れるように、既存の産業構造を変え、新しい形の産業構造を構築していかなくてはならない時代が、今日すでに到来している。我が国のすべての企業はその業種や規模を問わず、今後の生存・維持と発展をするために、現時点で我が国のすべての産業や企業が直面している、この深刻な事実を真剣に認識して、我が国の大多数の企業が、全国的にまた地域的にも、相互に助け合って、自らの維持・存続と発展を、新しい方法や手段に関して真剣に考え、取り組んでいかなくてはならないのではないかと、筆者は考えている。^{注3)}

そこで、此度の合宿調査で訪問した各企業が、地域経済発展のために、地産地消活動はじめ

様々な活動に、積極的に取り組んでいる事実を知ることが出来た。このことから我が国のあらゆる分野の企業が、日本経済の活性化を果たすために、先ず地域経済の活性化に努力していく事が大切であると筆者は考えた。そのための基本的な手段として、地域経済発展のための一手段として、先ず初めに、所在する地域の企業や様々な産業と提携して、その地域の発展のために、先ず地域でなにか出来るのか、それをその地域で活用しながら地域の発展につながる事業や、活動を積極的に見つけ出し、それを実行に移していく努力をすべきであると考え。その第一歩として地産地消活動や、農商工連携活動に積極的に取り組む姿勢を、持つべきであると筆者は考えた。そこで小論では、地域経済の発展に積極的に取り組んでいる企業の活動の代表例として、ヒガシマル醤油株式会社が、現実に積極的に取り組み実施している、同社の活動、特に地域経済の発展のために行っている、一手段である地産地消の活動に関して紹介して、地産地消の活動が^{注4)} 地域の経済の発展、さらには現在深刻な状態にある日本経済全体の発展のための、有効な一手段であると考え、論述することにした。

小論では、地域経済の発展に様々な形で貢献している企業が、全国的に多数存在しているが、その中で此度の実態調査で訪問した企業の中から、ヒガシマル醤油株式会社をその一例として取り上げ紹介する事にしたい。^{注5)}

2. ヒガシマル醤油株式会社とヒガシマル食品株式会社について

それでは以下に、ヒガシマル醤油株式会社と、ヒガシマル食品株式会社に関して、会社の歴史・経営理念・ならびに市場に出荷している製品、それに同社の特質ならびに積極的に取り組んでいる事柄などに関して、概略的にはあるが取り上げ、その上で筆者が同社に注目した事柄に関して述べる事にしたい。

ヒガシマル醤油株式会社に関しては、同社の会社案内やホームページなどで公表されている、会社の歴史・経営理念・ならびに市場に出荷している製品、それに同社の特質と積極的に取り組んでいる事柄などに関して、概略的に取り上げながら、筆者が注目した事柄に関して述べる事にしたい。

a、ヒガシマル醤油株式会社に関して

全国醤油情報センター (<http://www.soysauce.or.jp>) の資料によると、2012年(平成24年)の我が国の年間醤油出荷数量は、約825,000KLであったが、2015年(平成27年)のその出荷数量は790,165KLと、醤油の出荷数量は年々減少しており、醤油醸造業企業も、全国で最盛期には1万社を超えていたが、現在では約1,500社程に減少している。それも醤油製造を本業と

して商売が成り立っているところは、もっと少ないと言われている。^{注6)}

反面、海外から我が国を訪れる観光客数は近年急増している。また海外各国において健康食として和食が注目されるようになり、和食ブームが起きていると言われている。今後、我が国を訪れる外国人観光客が増加する傾向が確実にみられ、それに伴って、海外諸国における和食が急速に普及すると言われている。また各国の料理にも活用されるようになって来ているとも言われている。そこで海外における醤油の消費が増加して、醤油の海外における市場が今後も急速に普及・拡大することが予想される。我が国の大手の醤油醸造企業は、消費市場の拡大を求めて、海外でも積極的な販売活動を、長年にわたり行ってきたと言われている。また全国の中小の醤油醸造業者も、すでに実行している企業もあると考えられるが、今後さらに積極的に海外の市場を開拓するために、海外現地の和食料理店や食品製造業者と提携するとか、協力するなどして、海外市場に積極的に進出する必要があると考えられる。また諸外国の様々な料理の味付けに、もっと活用してもらえよう研究したり、努力する必要があると考える。その際に、現在ヒガシマル醤油株式会社が製品市場の拡大のために、幅広く様々な製品の製造と開発努力を日々行っているが、そのことは市場の拡大にとって大変重要なことである。また同社が食の安全を優先して考え、有機食品の拡大と普及に真剣に取り組んでいるが、このことは我が国の醤油醸造業者も、市場の拡大を目指すと同時に、日々安全な食品を世界各国の人々に、常に提供するための活動は、人類にとり大変重要で意義のある活動であると考えられる。

ところで我が国の醤油醸造業は、大きく分けて濃口醤油と淡口醤油があり、関東甲信越から東側は濃口醤油の割合が9割を越えているが、それ以外の地域では淡口醤油の割合が1~3割ほどある。我が国の醤油醸造業者で大手メーカーといわれている企業は、キッコーマン（千葉）、ヤマサ醤油（千葉）、ヒゲタ醤油（千葉）、マルキン忠勇（香川）、ヒガシマル醤油（兵庫）、正田醤油（群馬）などがあるが、ヒガシマル醤油は関西地域では、最大手の醤油醸造企業であり、特に色が薄い淡口醤油を生産する企業である。上で述べたが2015年の我が国の醤油出荷額は、農林水産省大臣官房の統計によると790,165キロリットルであるが、その出荷額で見ると千葉県野田がその35.60%を占め首位であるが、兵庫県龍野系の醤油出荷額は14.61%を占めており、ヒガシマル醤油の生産出荷額は全国で第3位を占めている、大手の醤油醸造企業である。

さてヒガシマル醤油株式会社は、資本金5億4500万円で、兵庫県たつの市に所在している。本社ならびに工場の所在地は、淡口醤油発祥の地といわれている播州平野の揖斐川河畔、現在の兵庫県たつの市龍野町富永である。同社にはその他に同じたつの市に食品工場があり、同社の規模はたつの市では、最大規模を誇るともいえる主力企業である。同社の創業は天正年間（1580年ごろ）であるが、その後様々な経過をたどりながら、大正元年（1912年）浅井・菊一醤油醸造会社が宮内省御用達に指定され、その後昭和17年（1942年）浅井・菊一という二大

醤油の醸造会社が合併して、龍野醤油株式会社が設立された。商標は菊東を商標としたが、昭和24年(1949年)ヒガシマルブランドに変更。昭和38年(1963年)日本醤油協会から推挙され、大手五社の醤油醸造メーカーとしても推挙されて、ヒガシマル醤油株式会社に社名を変更し、粉末調味料の製造を開始「うどんスープ」を発売した。さらに昭和40年(1965年)ヒガシマル食品株式会社を設立して、粉末商品の製造部門を独立させ、「ヒガシマル食品株式会社」を設立した。昭和41年(1966年)液体商品の充実を図るために「めんスープ」を発売した。さらに様々な新製品を開発して市場に投入するなど、次々に新製品開発を積極的に行っている。そして昭和53年(1978年)、現在の本社新社屋を完成させた。また昭和55年(1980年)にはヒガシマル食品の新工場が竣工。昭和63年(1988年)にはバイオテクノロジーの研究開発と、消費者ニーズの多様化に伴う新商品の開発を進めるため、研究所を増築。^{注7)}平成4年(1992年)には液体調味料の工場が完成した。平成11年(1999年)ISO9001の認証を取得して、国際規格であるISO9001に基づき、品質マネジメントシステムを確立した。これは醤油業界としては日本国内で最初である。平成24年(2012年)ヒガシマル食品の新工場が竣工した。この工場は安全・安心な製品を提供する製造実行システムの導入がなされ、AIB食品安全管理システムに準拠した新工場が完成した。同社は現在創業以来400年の歴史を持ち、上に述べたが現在では兵庫県たつの市に、本社と工場のほかにヒガシマル食品などの工場が操業をしている。

また同社は大阪と東京に支店があり、名古屋、京都、広島、福岡には営業所を構えて、発展を続けている企業である。以上、簡単にヒガシマル醤油の歴史と、会社の規模などに関して述べてみた。

b、同社の製品に関して

次に同社をより深く理解するために、ヒガシマル醤油株式会社が、現在全国の市場に提供している様々な製品に関して、簡単に紹介する事にしたい。

同社の製品には、家庭用商品として様々な製品が全国の市場に提供されている。例えば限定販売され、入手が困難といわれている、春に仕込んで秋に搾る本来の製法を忠実に再現した、限定醸造淡口醤油「龍野の刻」がある。また100%国産の大豆・小麦・米をじっくり醸造し、^{注8)}特性の甘酒を加えて、まろやかで、こくのあるうまみを出した「特選丸大豆うすくちしょうゆ」がある。一般の醤油では厳選した原材料と、優れた醸造技術で醸し出し、健康志向に合わせた低塩醤油を開発している。また秀醇、うすくち、低塩丸大豆淡口醤油、特選有機うすくちしょうゆ、こいくちしょうゆの他に、昆布と鰹のだしを使用したこいくちと、うすくちの「だししょうゆ」等々を生産して、多品種の醤油製品を市場に提供している。同社はこれら醤油製品の他に麺つゆ、鍋料理に用いられるぼん酢。鍋つゆなどの各種様々な液体調味料を生産している。

また我が国で初めて開発した粉末調味料の、うどんスープ（西日本限定と東日本限定で、その地域だけで別々に地域限定販売している。）その他にカレーうどんスープやラーメンスープから、ちゃんぽんスープ、各種雑炊用の粉末調味料、かつおだしの素、焼きめしの素、鶏肉からあげ調味料、その他には牛丼や中華丼など、様々などんぶりもの料理に使用できる粉末調味料、それにお好み焼きや、たこ焼き用粉末調味料、さらには赤ちゃん用の野菜入りみそスープやうどんスープ、それに様々な料理に使用する粉末調味料など、考えられる限りの種類に及ぶ料理用の粉末調味料などが、市場調査に基づき、同社の研究所などで、次々に開発されては市場に送り出されている。同社の製品はインターネットを活用した、通信販売方式でも販売され、全国で容易に入手できることから、同社の販売額はかなりの額に達しているため、そのことを背景に、今後も同社では新製品が次々に市場に送り出されると考えられ、全国の家庭で広く活用されると考えられる。このように日々次々と開発・生産された製品が、絶え間なく生み出されて行くと考えられるが、このような同社の積極的な生産・販売活動の背後には、同社の確固たる経営理念が存在しており、それに基づいて、実行に移されていると考えられる。そこで次に同社の経営理念と、それに基づいて打ち出される、企業活動に関して述べる事にしたい。

ｃ、企業を支える同社の経営理念に関して

ヒガシマル醤油株式会社の経営理念は、簡潔にして明白なものである。それは①お客様からは「ヒガシマルの商品があつて良かったなあ」。②お取引先からは「ヒガシマルと取引して良かったなあ」。③全社員からは「ヒガシマルに勤めて良かったなあ」④地域には「ヒガシマルという会社があつて良かったなあ」と心から言われる会社づくりを目指すという、4つの基本的な考え方に基づいて、同社が日々運営されていることであり、この理念が会社の支柱となつて、企業活動がこの理念を実現するために行われていることである。^{注9)}

ヒガシマル醤油株式会社で注目すべき点は多々存在するが、同社の経営が上に述べた経営理念に確実に基づいて、実現されていることである。それを具体的に実現している経営姿勢は、消費者の食の安全を確実に守るために、①国産の原材料を使用して製品を生産すること。②地産地消を積極的に実施して、完全に安全を確保したうえで製品を製造して、顧客に提供するという姿勢を崩さずに、日々企業経営を実現していることである。

先ず初めに、食品メーカーとして重要なことは、何をおいても、まず「食の安全」を第一義的に実現することである。そのことを現実に証明しているのが、遺伝子組み換えをしていない原材料しか使用しないことを、固く守つて製品を生産していることである。上でも述べたが、そのことは食の安全は食品製造会社が、まず何を置いても第一義的に厳守しなくてはならない、基本事項であるからである。

そのことを厳守するために、同社が中心となり積極的に地産地消活動を行い、原材料の国内産、さらに有機栽培にこだわって、原料の大豆、小麦、米などの原材料の生産を、自らがその中心的存在となり、そのことに協力できる農業生産者を育成・指導しながら、かつ同社の原料生産方式に協力する農業生産者が、安心して生産に従事できるように、彼らが収穫した原材料の全量買い取りを保障して、農業生産者の育成と、同時に安定した原材料の収穫を守っていることである。このことは安全な原材料の安定した確保と、他の産業分野である農業の安全と、その安定を確保することに大きく寄与していると言える。

それでは次に、小論に係る同社の経営理念、それに基づいて積極的に行われている、同社の現実の経営活動について述べる事にしたい。

ヒガシマル醤油株式会社は、先ず品質への取り組みとして、安全・安心のために良質の原料を使用して、製品を生産するとしている。そのためにまず良質の原料を入手することをその基本としている。そのために醤油の基本的原材料となる小麦、米、大豆、その地に塩などの地産地消に積極的に取り組んでいる。以下にその中から、小論では特に主な原材料となる小麦の生産に関して、同社が現実に行っていることを、概略的に紹介する事にしたい。

d、原料の小麦の生産に関して

小論では紙幅の関係で、全ての原材料に関する事柄に関して、その全てを紹介することが出来ないので、具体的な例として、小麦の栽培と生産に関して、以下で概略的に述べてみると、同社は、先ず初めに品質への取り組みとして、良質の原料すなわち上質でバランスの取れた小麦を収穫するために、2001年より地元の播磨地区で、淡口醤油の醸造に適した「完熟小麦」^{注10)}の栽培を契約農家とともに開始した。

同社は上でも述べたが、消費者の食の安全を確保するため、有機醤油の生産を確実に行うために、原材料となる小麦の有機生産を契約栽培農家と現在も行っている。^{注11)}

さて同社は製品市場の拡大と、厳しくなる市場競争を生き抜くために、エコ商品の拡大を図る戦略をとる必要性に迫られ、戦略としてエコ商品採用を決定したが、その手段として、先ずそれに必要な小麦を、2006年に北海道の産地の協力を得て、地元播磨地区への導入を試みた。

そのために同社は、先ず同社自身が率先かつ主体となって、その麦を栽培するための圃場の整備を行い、その圃場で数年かけて小麦を生育する作業を行い、そしてその栽培結果をもとに、播磨地区の近隣農家を説得して生産を依頼する一方、協力してくれる農業生産者とともに、その小麦の生育に関して必要なことを一緒になって学び、協力しながら小麦の育成をし、品質の維持と向上に努めた。すなわち同社は自ら積極的に共同作業に熱心に取り組んだ。^{注12)}

また同時に、同社はこの小麦の生産を実現するために、農業生産者にとって大事なことであ

るが、収穫した小麦は同社が全量買い取る保証契約をして、一定量の安定した小麦の生産量を確保する努力も同時に行った。^{注13)}

以上、簡単ではあるがヒガシマル醤油株式会社が、醤油の醸造に不可欠な原料である小麦の生産のために、最も適した種類の小麦を栽培し収穫するために、様々な種類の中から小麦を選択し、その原産地の指導や協力を得ながら、積極的に努力して育て上げ、地域の農業生産者を育成して、今日、主要原材料として使用できるようになった事実を、ごく簡単にはあるが紹介した。上に述べた小麦の生産ばかりでなく、同社では醤油の醸造生産に必要とされる、他の主要な原材料である大豆（丸大豆）、うすくち醤油の製造に必要な、麴の原材料である米などに関しても、上に述べた小麦の生産と同様に、同じような手続きと努力を実践して、原材料の安定した確保のために努力したと言える。同社は誠心誠意、良質な醤油を生産するためには、その原料としてまろやかな風味に仕上がる大豆（丸大豆）や、甘くてでんぷん質の多い米も、2005年より、地元の播磨地区を中心に「淡口しょうゆ醸造米」の契約栽培を開始、栽培農家の拡大の取り組みを進めている。すなわち地産地消を確実に実践しながら、同社は現在全国醤油の出荷量で、第3位の地位を確保している企業として、堅実な経営を行っている。

同社の注目に値するところは、農林省や経済産業省が主導して行っている、地域を活性化する農工商連携プロジェクトにも積極的に参加して、そのベストプラクティス30にも取り上げられているが、その一環として地産地消に積極的に取り組み、上に述べた他の産業の発展にも、積極的に助力と協力を行っている。近年、多くの問題を抱える我が国の様々な問題、特に複雑かつ深刻な経済・社会問題を解決するためにも、同社が日々行っている企業活動における積極的な行動と意欲、そして真摯な経営努力は、まさに注目に値することであるし、他の企業も大いに参考にして、企業活動を実行してほしいと筆者は考える。

もし全国の他の企業も、同社と同じような取り組みを積極にして、関連する他の産業を巻き込んで、関連する産業の企業を育成しながら、ともに発展を目指す。そのことを実現することが出来るなら、我が国経済の安定と発展のために、大きく貢献すると筆者は考えている。

3. むすび

今日、日本経済は全国的に、上でも述べたように様々な要因により停滞しているが、その中でも大都市などから遠く離れた地方や地域において、深刻な経済問題や社会問題が多発し、その深刻度が日増しに増加していると言われている。特に人口減少が著しい地方において、問題はより深刻であるとも言われている。この地方や地域の問題を解決するためには、はじめに地方や地域の経済問題を、先ず解決することから始めなくてはならないとも言われている。それ

はこれらすべての問題の根源は、様々で複雑な経済問題が、我が国では大きく影響しているからである。

極端な言い方をすれば、我が国が抱える様々な問題は、その殆どが経済問題に端を発していると言えるからである。何をするにも必ず経済問題に、密接につながっているからである。

このように考えてくると、全ての問題を解決する手段として、まずは経済問題を解決しなくてはならないということになる。

確かに、全てではないが、我が国全体が抱えている様々な問題の背景には、経済的要因が密接に関わっていると筆者は考えている。現実には我が国が抱える様々で深刻な問題は、その根源には、解決をしなくてはならない経済問題が存在し、それが大きくかかわっていることが理解できる。

そこで我が国が、全国的に抱える様々な問題を解決するために、我が国がなすべきことはまず経済問題、特に地方といわれている地域の経済問題を解決しなくてはならないと言える。すなわち、地方といわれる地域の経済をまず活性化する必要がある。そこで先ず初めに考えられるのが、規模の大きな都市から離れた地方の企業や産業が、協力して所在する地域や地方において、その地域の経済発展を、同じ地域に所在する他の産業や、様々な企業と協力して、実現することではないかと考える。

タイミング良く、此度の調査合宿で訪れた、羽曳野市の河内ワイン、兵庫県たつの市のヒガシマル醤油と、同じく素麺で全国的に有名な揖保乃糸などの各社は、様々な形でその地域の経済発展のために、尽力している具体的な事例であった。そのことをこれらの企業の訪問を通して、その現実の姿を直接目の当たりにすることが出来た。

一口に地方経済の発展に貢献すると言っても、様々な方法があり、その取り組み方も様々であると考ええる。

小論では、その代表例として、ヒガシマル醤油株式会社が、地域経済発展のために行っている中の、活動のほんの一部を紹介することしかできなかったが、全国には同社と同じように、地方経済の発展に尽力している企業が、多数存在すると考えられる。

我が国における、現在の深刻な経済問題が早急に取り除かれ、山積している社会問題が解決されるためにも、ヒガシマル醤油株式会社と同じように、地方や地域の経済発展に、真に貢献する企業が多く輩出することを、筆者は心から願っている。

此度の、社会科学研究所の合宿調査では、短い期間内の時間の中で、大阪府産業センターはじめ堺市市役所、それに加えて大阪羽曳野市の株式会社河内ワインや、兵庫県たつの市のヒガシマル醤油株式会社、ならびに全国的に有名な播州そうめん「揖保乃糸」など、さまざまな企業を訪れることが出来た。そしてこのたび訪問することが出来た企業が、3社とも業種やその

形態は異なるが、様々な形で地産地消活動などの推進を積極的に実行し、そのことが地域経済の維持と発展に、しっかりと結びついていると考えた。このことはまさに地方経済の発展に、様々な形で貢献していると考えられる、現実の姿をそこに見ることが出来た。これら企業が実施している、様々な地産地消などの活動が、日本全国の特に地方の経済にとって、様々な活動を行っている企業の発展のために、必要不可欠なことではないかと思われた。長引く我が国の経済不況による、消費者マインドの冷え込みと、消費活動の縮小、特に少子高齢化に伴う市場の縮小傾向は、日本全国のすべての企業の活動にとって、大きな問題であると考え、全国のあらゆる産業分野の、すべての企業がこの問題に真剣に取り組むことが、必要不可欠な事ではないか考える。特に海外からの様々な安価な製品の流入と同時に、様々な要因が起因して発生する我が国における、全国的な消費市場の急速な衰退、などの厳しい現実の中で、特に地方に存在して活動をしている企業が、生存と発展を実現していくために、関連する産業との活発な地産地消活動を協力して行うことが、今後ますます大事になり、これこそが我が国の経済の維持と発展にとり、必要不可欠なことではないかと考えている。

今回の合宿調査でも、様々な機関や企業の皆さんの協力を得ることが出来て、大変有意義であった。此度訪問することが出来た企業各社が、その地域の発展のために、地産地消などの活動に、積極的に取り組んで企業の現実の姿を、目の当たりにすることが出来た。小論では特にその地産地消の活動に積極的に取り組み、地域経済の発展のために真剣に取り組んでいる企業の代表例として、ヒガシマル醤油株式会社で取り組んでいる活動に関して、そのごく一部ではあるが紹介した。繰り返しになるが、今日我が国の経済は様々な問題に直面しており、全国の各地域で様々な企業活動を続けている企業は、厳しい経済環境の中で、その生き残りをかけて日夜努力を行っている。特に地方の企業にとり、その経営活動は日々厳しさを増している。そのような経済環境下で発展を継続していくためには、同業の企業間競争に生き残るための単なる手段としてではなく、また自らの産業分野ばかりでなく、他の産業分野の企業や生産者とも相互に協力して、生存と維持を図っていかなくてはならないと考える。その際に必要なことは、地産地消や農商工提携など様々な機会を活用し発展させて、他の産業分野とも積極的に協力し合って、その地域の経済発展を可能にする経営を、行っていかなくてはならないと考える。その際に他の産業分野と連携しながら、事業活動を行っていくことが、特に重要なポイントであると考え。

最後に、ヒガシマル醤油株式会社に関しては、小論で取り扱った事柄の他にも、様々な形で地方の経済の発展や、種々の社会貢献活動に尽力している。それらの事柄に関しては、後日執筆の機会があった折に、改めて紹介したいと考えている。

注

- 注 1) 河内ワインのブランドで全国的に販売されているワインは、株式会社河内ワイン、カタシモワイナリー、飛鳥ワイン株式会社が製造・販売しているワインなどの商品を指すと言われているが、その他のワイナリーも多数存在していると言われている。また取り扱っているワインや梅酒の種類も数多くある。
- 注 2) 今日、日本経済は全般に停滞し、そのために深刻な社会問題が様々な形で発生していると考えられる。例えば、少子高齢化に伴う急速な人口減少。特に都会に就学や就業の機会を求めて、地方から大都市へ若年が集中する傾向が顕著になり、地方経済で市場の急速な衰退や若年労働者の不足など、地域産業に深刻な影響をもたらしている。また近年では高齢者が医療や日々の生活上の必要から、都会に回帰・集中する傾向が顕著に現れるなどで、地方の都市や地域の人口減少が、ますます顕著に見られるようになり、そのことが原因で全国各地の市場や経済はかなり停滞しており、近い将来より深刻な市場喪失により、経済危機に追い込まれると筆者は考えている。一方このことを全国の農村に目を向けてみると、農業の後継者不足から休耕地の拡大や農耕地の放棄が原因で、農村地帯の人口も急速に減少している姿が、様々な統計により明らかになって来ている。後継者不在と休耕地の急速な拡大は、地域経済の弱体化の大きな原因となっている。また都市地域に目を向けると、特に地方の都市におけるシャッター商店街の急増。すなわち商業形態の急変と後継者不在、それに伴う既存の商店街の急速な崩壊などがみられる。物の製造分野でも、就業の片寄りによる一部の産業分野における深刻な労働力不足などが、近年顕著に表れてきているなど、日本全国は上に述べた様々な要因により、特に地域の経済が急速に衰退する深刻な現象が、日本全体では一部の大都市を除いて、全国どこにでも顕著に見られるようになってきている。すなわち我が国では、今日地域社会の衰退と崩壊が急速に進行し、日本全国の殆どといわれる地域で、これらの深刻な状態が顕著に表れてきているのが現状である。このような深刻な状況を迎え、現在我が国経済を再生していくために、全国各地の企業は様々な努力をしなくてはならないと考える。
- 注 3) 日本全国各地の様々な産業は、農・商・工を問わず、お互いに他の産業分野の企業と積極的に連携して、自らの企業の発展を考えていく時代になって来ていると筆者は考えている。現在ますます厳しくなる経済環境に追い込まれつつあるすべての産業・企業にとって、地産地消などの活動や地域経済全体の活性化をすることが、必要不可欠な事柄となって来ていると言える。
- 注 4) 地産地消という言葉は、農林水産省生活改善課（当時）が1981年（昭和56年）から4ヶ年計画で実施した「地域内食生活向上対策事業」から生じた。その後バブル経済期に始まる「本物志向」が平成不況期以降も定着する一方、1990年代には安価だが安全性に深刻な問題を抱える中国産などの農産物が市場に氾濫し、食の安全の問題がクローズアップされ、国内の高い農産物でも「安心・安全で高品質」をアピールすることで市場での競争力が確保され、地産地消の流れが徐々に定着していった。このような背景を持つ地産地消活動も、今日ではその後単なる地域農業活動の促進の域をはるかに超えて、多様な分野に広がりを見せている。また農林省や経済産業省などが農商工連携活動促進を推進していることから、多種多様な地産地消活動が様々な形で全国的に普及して、多くの国民の中に浸透してきている。そして地域経済発展に、徐々にではあるが貢献してきていると考えられている。
- 注 5) その理由は、ヒガシマル醤油が現在実施している他の産業分野の育成と、共存が今後の我が国の企業が生存と、発展をしていくための重要な方策の指針となると考えるからである。
- 注 6) 我が国における醤油の消費量は、人口の減少による市場の縮小や、食生活の洋風化などの普及の拡大に伴い、嗜好の変化傾向が強まり、近年では国民の醤油の消費量は減少の一途をたどっている。上でも述べたが2015年の我が国の醤油出荷額は農林水産省大臣官房の統計によると790,165キログラムである。また総務省統計局「家計調査報告」による家庭での消費量（平成23年）によると、料飲店や加工食品から摂るしょうゆも加えた日本人一人当たりの年間総消費量（年間出荷量を総人口で割ったもの）は6.5Lになる。（平成23年）その結果、全国の醤油醸造業者の数も年々減少の一途をたどっている。
- 注 7) 同社は品質検査に科学技術を取り入れ雑菌の発生を防ぐとか、品質の安定のために常に設備の改善

をしている。一方製造工程は現在でも、室町時代以来の伝統を守っている。品質の向上を一貫して目指してきている。

- 注 8) ヒガシマル醤油では、食の安全を確保する観点から、有機醤油の生産に力を入れて生産している。有機醤油の原料として使用する原材料の大豆、小麦、米はすべて国産を使用して醸造することこだわり、製品を生産している。
- 注 9) この考え方は、YKKの創始者である有名な吉田忠雄が、その経営理念としていた善の循環と相通じるところがある。吉田忠雄は YKK の経営理念として、アメリカの鉄鋼王カーネギーの唱えていた善の循環の考え方を手本として、自らもそのことを日々の経営で実践していたと言われている。吉田忠雄の善の循環とは、他人の利益を囚らずして自らの繁栄はないとの考え方で、善の巡環は、吉田が自らの事業理念をひと言で表すために作った言葉で、善の種をまいて善を尽くしていけば、必ず報われ限りなく善は巡ると事業の指針にした。また、それは利益を顧客、取引先関連産業と自社で1/3づつ得るとの考え方で、三者が等しく利益を分け合うという考え方である。また善は循環して高まっていく。ただ回る循環でなく上昇していくと、吉田は考えていた。吉田はさらに事業を活かした社会貢献として、地域に根ざした教育や地域の活性化、さらには国際交流の支援などにも積極的に取り組んでいった。ヒガシマル醤油でも様々な社会活動を積極的に行い社会に貢献している。
- 注 10) 完熟小麦とは良質な醤油の醸造を可能にするために、生産された糖質やタンパク質などの成分を最大限に高めた小麦のことである。
- 注 11) 有機農産物とは、播種または植え付け2年以上の間、堆肥などによる土作りを行った農耕地において生産された農産物のことである。農林水産省は、有機農作物の定義を「化学的に合成された肥料および農薬の使用」を避ける事を基本として生産された農作物と定義している。
- 注 12) この事業には北海道の産地の協力と指導を受けながら行ったが、同時に同じ地元の企業、種苗卸業者である株式会社高田商店はじめ、たつの市農林水産課、龍野農業改良普及センター、兵庫県立農林水産技術総合センター、JA 全農兵庫県本部等々も熱心に協力したと考えられる。
- 注 13) 我が国の農業生産者は、政府、特に農林水産省や農協の指導に従って、従来農産物の生産を行ってきた。しかし、米をはじめとして、主要農産物は天候などにより収穫が左右されるとか、政府の政策により海外からのコメや麦など農産物が輸入されることなどにより、期待を裏切られることが多く、大多数の生産農家は、農業生産に対して大きな不信を持ってきた。そのために農業生産者が安心して生産した収穫物を、売却できる保証が重要であった。ヒガシマル醤油はその不安を除いて、原料となる小麦、大豆、米の全額買い取りを約束して、原料の確保に努力した。

参考文献について

高橋万太郎、黒島慶子著「醤油本」玄光社MOOK. 2015年4月。

佐藤亮子著「地域の味がまちをつくる」岩波書店。2006年。

全国醤油情報センター (<http://www.soysauce.or.jp>) 資料。

ヒガシマル醤油株式会社「会社案内」。

ヒガシマル醤油株式会社 ホームページ、<http://www.higashimaruco.jp/>

国登録有形文化財 「うすくち龍野醤油資料館」 ヒガシマル醤油株式会社

河内ワイン http://kawachi_wine.co.jp/index.html

揖保乃糸、兵庫県手延素麺協同組合 <http://www.ibonoito.or.jp>

大阪府商工労働部中小企業支援室「大阪製ブランド認証製品 2015」

東洋経済 会社四季報

たつの市の伝統的地場産業－淡口醤油、手延素麺、革産業－

柴田 弘捷

人口 7.7 万人強の小さな都市兵庫県たつの市とその周辺地域に、生産量で全国上位を占める「伝統的地場産業」が 3 業種も存続している。淡口醤油、手延素麺、なめし革とその加工品である。本稿では、その 3 業種の発祥、展開、現状を明らかにし、その存続条件を検討したい。

1. 淡口醤油

たつの市は千葉県の野田市、銚子市に次ぐ第 3 位の醤油生産量（薄口醤油では日本一）を誇る。龍野の醤油生産の歴史は古く、1587 年に始まったとされ、1666 年に薄口醤油が創案され、それ以来、龍野醤油は「淡口（うすくち）」を特色としてきた。

龍野に醤油生産が根付いたのは、醤油の原材料となる、軟水で鉄分の少ない揖保川の伏流水、播州平野で産出される大豆、麦、米、そして赤穂の塩の存在、加えて龍野藩の産業奨励策にあった。龍野藩（脇坂家）は醤油生産を奨励、保護・育成をし、淡口醤油の産地が形成され、業者は 1880 年には龍野醤油醸造組合を結成し、粗製・乱売を禁止し申し合わせをし、1902 年には、他地区からの龍野醤油の偽物が出回ったため、商標をつくり、品質維持に努めた。

戦後日本の醤油生産は 1973 年の 129.4 万 kl を最大量に、その後は若干の増減を繰り返しながら減少傾向をたどり、2014 年には 73 年の 61.1% の 79 万 kl となっている。その内、薄口醤油はデータがある 74 年が 14 万 kl で 11.2% のシェアであった。92 年に 16.4 万 kl（シェア 13.7%）で最大量となり、以降減少傾向となり、13 年には 10 万 kl（シェア 12.6%）となった。つまり、全醤油生産量も薄口醤油の生産量も減少傾向にある。

近年の龍野醤油業（淡口）の推移を見ておこう（表 1）。

龍野の醤油産業は、昭和初期には組合員 62 名を擁するほどに発展していた。戦時、戦後に小麦、大豆の逼迫で低迷をしたが、50 年代後半から再びその生産は活発化した。しかし、市内の業者の淘汰が進み、06 年は、12 業者、従業者数 665 人、生産量 5.3 万 kl、生産額 99 億円であった。その後も減少を続け、14 年は、10 社、従業員 578 人（06 年比 86.9%）、年間生産量 3.6 万 kl（同、68.1%）、生産額 35 億円（同、75.6%）まで減少している（表 1）。つまり龍野淡口醤油は業者数、従業員数、生産量、生産額ともに減少しているのである。とは言え、13 年時点で、全国の薄口醤油生産量に占める龍野淡口醤油のシェアは 35.3% であり、龍野は淡口醤油の一大産地である。

表 1 龍野醤油業の推移

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
組合員数	12	12	12	12	12	12	11	11	10
従業者数	665	657	654	607	618	603	590	589	578
生産量 (kl)	53,032	52,114	47,288	42,658	40,548	39,343	37,953	36,581	36,129
生産額 (100 万円)	9,899	9,660	7,844	8,992	8,529	8,238	7,989	7,511	7,485
従業者数	100.0	98.8	98.3	91.3	92.9	90.7	88.7	88.6	86.9
生産量	100.0	98.3	89.2	80.4	76.5	74.2	71.6	69.0	68.1
生産額	100.0	97.6	79.2	90.8	86.2	83.2	80.7	75.9	75.6

出所：龍野商工会議所（原資料：たつの市商工観光課）

淡口醤油の生産工程は、蒸煮した小麦と炒って砕いた大豆を混合し、そこに種麴を加えて数日間攪拌しながら発酵させ「醤油麴」にし、それを塩水（揖保川の伏流水+赤穂の塩）に入れ、半年以上かけて熟成し「諸味」にする。その諸味に甘酒を加えて搾り「生揚醤油」にする。この甘酒を加えるのが淡口醤油の特徴である。それに火入れ（殺菌・香り付け）を行い、濾過し、品質（色、味、香り）検査後、「製成醤油」となる。それを樽、瓶・ペットボトル等に充填、出荷する。

これらの工程は、昔はすべて手工業（道具と人手）であった。そして、職人（蔵人）から職人へ、蔵から蔵へと伝えられ、その蔵元（醸造元）の味が作られてきた。特に醤油酵母菌の中には、「蔵の中に長年住みついて」（蔵住み酵母）その蔵元の味づくりに、大きな役割を果たしているものもある、という<未廣醤油(株)HP>。醤油の品質の決め手は、原料（小麦、大豆、塩水）の質と麴の出来上がり、諸味、そして香り付けにある。特に、麴と諸味の生産は職人の感覚（五感）に頼るところが多く、一人前の職人になるのには13年程度かかるという。

現在は、後に見るように、いくつかの工程は機械化・自動化されてきている。

なお、生揚醤油は、龍野醤油協同組合が91年に設立した龍野協同醤油(株)（参加企業11社、従業員数61名<10年時点>）で生産し、組合員企業に提供している。これを購入して火入れ以下の工程のみで生産する企業もあれば、原料購入から、容器詰めまで一貫して行う企業もある。

以下で、今回社研で視察・ヒヤリングした醤油4大メーカーの一つで龍野最大の淡口醤油メーカー、ヒガシマル醤油(株)の発祥・展開・現況と企業特性を見てみよう。

現在のヒガシマル醤油つながる機久屋の創業は天正年間（1580年頃）と言われる。屋号は機久屋→菊屋→菊一醤油合資会社（1893年）と変化し、1869年に龍野藩直営の醤油製造所を払い受けて創業された浅井醤油と合併、龍野醤油(株)（1942年）を設立、64年に社名をヒガシマル醬

油(糊)に変更し現在に至っている。

醤油生産においては、室町時代からの伝統を守り、製造工程を変えるのではなく、品質検査に科学技術を取り入れ雑菌の発生を防いだり、品質の安定の為に設備を改善してきている。

事実、麴生産過程や諸味生産過程では熟練職人の五感に頼る伝統的な手法維持する一方、製麴場の攪拌に自動攪拌装置、装置化された諸味発酵タンクも導入され、搾りには自動圧搾機、液体部分（塩水、生揚醤油以下の工程）は、火入機（熱交換機）、濾過機、自動充填機が導入され、パイプでつながれ（工程の連結装置化）、工程管理・搬送の自動化が進んでいる。また各種の検査機器が導入され、品質検査の科学化も進められている。

ヒガシマルは、原料（小麦、大豆）の品質向上に熱心で、地産地消に取り組み、地元農家と共同して、さらには農水省、経産省による農商工連携事業「地域プレミアム食品の開発をめざした地元産完熟小麦の栽培」（08年認定）の中核となり、耕作地の2年3作手法（麦→大豆→米）を開発し、新品種の小麦、大豆の開発を行い、それを使った最高級品「龍野乃刻」を生み出した（これによって開発された小麦は地元手延素麺の原料にも提供され「揖保乃糸播州小麦」を生み出している）。

なお、ヒガシマル(株)は醤油だけでなく、64年以降、粉末調味料、各種液体調味料の製造も手掛け、調味料製造分野を拡充している。そして、88年にバイオテクノロジーの研究開発と新商品開発のために研究所を拡充し、研究員を増やし（ここ数年の研究員の採用状況を見ると、自然科学系の大卒、院修了者11年2名、12年3名、14年2名、15年1名）、現在（16年2月）50名となっている〈ヒガシマル醤油(株)HP〉。

現在のヒガシマル醤油(株)の状況は以下のとおりである。

本社・2支店・4営業所、研究所、2工場、2関連会社、1公益財団（うすくち龍野醤油資料館運営）、従業員数500人、内醤油づくり担当100人、研究員50名、生産量42,000kl/14年（うち8割が淡口）

なお、子会社に粉末調味料製造のヒガシマル食品(株)を持ち、前述の龍野協同醤油(株)にも出資している。

2. 手延素麺・揖保乃糸

たつの市及び周辺地区は手延素麺の全国シェア42.6%（2014年、2000年32.4%）を誇る揖保乃糸の産地となっている。

龍野の手延素麺600年の歴史があると言われる。その発祥の要因も、また、揖保川の清流、播州平野の小麦、赤穂の塩であった。そして江戸時代には龍野藩の許可業種として統制・保護

されていた。廃藩置県によって藩の保護を失ったが、業者たちは「明神講」を組織し、生産を維持し続けた。

生産量は、1931年に998,499箱と戦前の最高を記録し、姫路大空襲もあって敗戦の年45年には、120,000箱に激減し、戦後は原料の確保も困難になり、産地存亡の危機に陥ったこともあった。50年代後半から需要増大で、外国産小麦の導入によって生産量も増加し、50年代には100万箱（1箱18kg）を突破、2012年8月期には124万箱を記録し、売上額も170億円となった。その後若干の減少し、14年8月期は117万箱、売上高160億円弱である。

龍野の手延素麺・揖保乃糸の最大の特徴は、協同組合管理で、古くからの製造技法を守り、かつ品質の維持・向上を図ってきたことにある。

手延べ素麺の生産工程は、「こね前」に始まり、「板切」、数回の「小より」、「掛巻」、「小引き」、「小分け」工程を経て、あの微妙な手さばき（箸裁き）を必要とする「門干し」（乾燥）（かつては戸外で天日干ししていたが、衛生上の観点から現在は屋内で扇風機乾燥に変わった）になり、その後、切断、計量・結束・箱詰、検査指導員（協同組合の職員）による製品検査（太さ、色、手触り等、不合格品は廃棄処分、格付け・検査証貼付）、組合施設の専用保管倉庫での熟成を経て製品（揖保乃糸）となる。倉庫熟成期間中検査指導員により定期的に格付け状況の検査を行なわれる。その後、組合直営工場で、水分再計測、香り・麺線等を嗅覚・視覚、金属探知機、ウエイトチェッカー等で再検品し、出荷まで専用保管倉庫で保管する。

こね前から切断、計量・結束（一束ずつ生産者番号を刻印する）・箱詰までが、生産者（組合員）個々の作業であり、ここまでの工程は現在も機械化されていない。そして「門干し」までは熟練を要する手作業中心の工程であり、太さ0.9^{ミリ}以下（最も細い素麺・三神は太さ0.55～0.60^{ミリ}）を作る手わざを必要とする。倉庫に入れるまでは10月から翌4月までの期間の作業である。

ただ、62年に、需要増大の中で水車製粉を廃止し、大手の製粉業者の粉を導入している。つまり製粉部分が素麺生産業から分離されたのである。

もう一つの特徴は、小麦の選定から、生産、販売まで徹底した兵庫県手延素麺協同組合管理による品質の保持・向上、ブランド化（揖保乃糸）である。

まず、組合の変遷を見よう。

現組合の前身は、1887年に設立された「播磨揖東西郡素麺営業組合」（組合員309名、1922年に播州素麺同業組合に改称）。35年、機械素麺業者を分離して播州手延素麺工業組合に改組、62年に兵庫県手延素麺協同組合に改称、現在に至っている。

現在の協同組合の組織にも触れておこう（2015年8月現在）。

出資金148,455万円、組合員数463名（3市2町かつの市、姫路市、宍粟市、太子町、佐用

町>に分布)、本部(たつの市)、2事業所、従業員数160名、施設一部事務所、加工場、揖保乃糸史料館・そうめんの里、倉庫6ヵ所、年商153億円

組合は、手延べ製法の保持と商品ブランドの確立を図ってきた。

1906年には、「三神乃糸」「揖保乃糸」の商標登録を行い、62年に播州手延素麺の商標を「揖保乃糸」に一本化した。また、播州では、1898年に機械による素麺生産(機械素麺)も始まり、組合員(98年次33名)になっていたが、1935年に分離して、機械素麺業者手延素麺業者の組合に純化し、手延素麺を守ってきた。

近年の手延素麺業(揖保乃糸)の状況を見ておこう(表2)

表2 手延素麺業(揖保乃糸)の推移

年(8月期)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
生産者数(人)	492	480	478	471	466	457	451	442
生産数(千箱)	1,155	1,178	1,140	1,179	1,240	1,179	1,167	1,600
売上額(百万円)	16,182	16,266	15,634	16,530	16,986	16,182	15,990	15,300
生産者数	100.0	97.6	97.2	95.7	94.7	92.9	91.7	89.8
生産数	100.0	102.0	98.7	102.1	107.4	102.1	101.0	138.5
売上額	100.0	100.5	96.6	102.2	105.0	100.0	98.8	94.5

注:データは協同組員加入者についてであり、たつの市の業者だけでなく、姫路市、宍粟市、太子町、佐用町の業者も含んでいる。たつの市占める割合はおおよそ、生産者数25.8%、17.7%、売上額23.0%である。

出所:龍野商工会議所(原資料:兵庫県手延素麺協同組合)

手延素麺の生産者数(組合員数)は、減少傾向で、08年には492名いたが、徐々に減少し、15年には463名(現業者442名)となっている(たつの市内に限定すれば、122名から114名)。しかし、生産量と売上額は横ばいである。ただ、15年の生産量は前年比37%増と急増した。

現在、組合は、手延べ製法の保持、製品の等級付け(現在は、三神、特級、縹つむぎ、播州小麦、熟成麺、上級、太づくり)と関連した原料小麦粉(近年は高級品に国産小麦、さらには播州産小麦への回帰も見られる)、製品の太さ、製造者の限定(三神、特級一組合が選抜指定した熟練製造者、熟成麺一国家資格「製麺技能士」有資格者)等の権限を持っている。そして、製造業者それぞれの商品ではなく、組合が製品を買い上げ、組合ブランド「揖保乃糸」に統一し、出荷も組合が一手に行なっている。つまり、生産と販売が完全に分離されているのである。この点は他の素麺組合とは大きく異なっている(後述)。

そのために検査技能士を雇い、専用保管庫を作り、直営工場直接従業員を雇用して、包装・

箱詰を行っている。また、92年に製造者養成と製麺研究のための施設・メンテック林田を建設した。そして、若干名であるが、大学・大学院卒の採用も行うようになってきている。

このように、手延べの製法と品質維持のために、組合は生産から出荷まで、非常に強い権限を持っているのである。その源流は、龍野藩、林田藩、新宮藩の素麺製造者たちの品質保持の取り決め、違反者には二両の罰金を科すとした1865年の「素麺屋仲間取締方申合文書」〈「揖保乃糸の歴史」兵庫県手延素麺協同組合HP〉に見ることができる。また、1935年の機械素麺業者を組合から分離したことにも見られる。

組合の最大の機能は、見てきたように、「揖保乃糸」ブランドの品質の保持・向上である。

- ・原料小麦粉の一括購入→生産者へ配分→（製造）→検査→買上げ→保管→特約店へ販売
- ・結束用の等級別色帯は配分した粉量から割り出した枚数しか生産者に渡さない
- ・検査不合格品は廃棄処分させる
- ・特定の高級品は組合が選定した熟練技能者にしか生産させない
- ・価格維持のため生産量を調節（100～110万箱維持）
- ・特約店への卸価格の決定

生産者及び組合の品質保持・向上の努力は、07年から3年連続でモンドセレクションにおいて最高金賞を受賞、また、iTQi国際優秀味覚コンテストで「きわめて優秀」とされる三つ星を12年から3年連続で受賞するなどの成果として表れている。

もう一つの組合の機能は、販路拡大、国内外への発信である。

特約店の拡大、販路開拓（スーパーマーケット）であり、92年からTVCMの展開、「揖保乃糸資料館 そうめんの里」をオープン（97年）、「ミス揖保乃糸」コンテストの開催、人気アニメ（ワンピース、ハローキティ等）とのコラボ等が行われている。

国際的には、06年にハワイでメニュー提案型イベントの開催を初め、ロスアンゼルス、ニューヨーク、東南アジアでも販売促進活動を展開している。

ただし、このようなシステムは「揖保乃糸」を名乗る素麺だけに適用されているのであり、組合員が作るものであっても、他の乾麺の製造・販売には適用されない。事実、揖保乃糸を生産するところでも機械麺で他の乾麺を作り、自社で販売している業者もいる（ex.カネス製麺(株)一年商25億円強、従業員数約60人、製品は揖保乃糸、機械制素麺・うどん・中華そば等）。その場合、揖保乃糸部門の生産・販売に関して組合管理の下にあるが、他の製品の生産販売は組合とは無関係に行われる。また、手延素麺であっても組合管理から外れものは、揖保乃糸の商標を付けることは許されず、自社の商標を付けて販売している企業もある（ex.㈱ゆもと一従業員30人、手延べそうめん、乾麺類、つゆ類製造販売）。

つまり、組合参加の製麺業者・企業は、それぞれ独立した業者・企業であるが、揖保乃糸の

生産に関しては、組合管理の一製造部でしかない形となっているし、宣伝・販売面でも組合が
いって担っているのである。

なお、兵庫県手延素麺協同組合の機能との比較の意味で、他の手延素麺産地の協同組合（奈
良県三輪素麺工業協同組合、半田手延そうめん協同組合）の機能を見ておこう。

三輪の組合は、原材料（小麦粉・塩、油）の共同仕入れ、製品検査、等級認定、三輪素麺の
品質保証として組合員証である鳥居マークの付いた帯紙で結束、ラベルを貼付し共同販売も行
なっているが、個々の製造業者は自己の製品をそれぞれのブランド商品として自由に販売活動
を行っている。半田の組合も共同購入、協同販売、共同検査、共同宣伝等を行い、かつ組合オ
リジナル製品・入魂を製造藩場している。しかし、組合員は、自己の製品をそれぞれのブラン
ドで事由に販売している。

つまり、龍野の手延素麺の大半は、原料・生産工程・熟成・保管・販売まで組合の徹底管理
によって生産された揖保乃糸で、個々の製造業者の自由度はなく、組合の力が強いことが特徴
である（量は少ないが揖保乃糸以外の手延素麺は別）。他方、他の2組合は、原材料の購入、生
産工程を検査、販売面で組合がタッチするが、生産工程のあり方を厳しく規制する力は持って
いない。半田は組合ブランドの製品を製造販売するとは言え、それは少量であり、多くは製造
業者の自由（自助努力）に任せている。

つまり、繰り返しになるが、龍野の手延素麺は強力な組合管理の下に製造販売されているの
が特徴なのである。そして、特に生産工程を厳しく規制することによって揖保乃糸の品質が維
持されているのである。

3. なめし革・革製品

兵庫県は皮革（一次製品=なめし革）と革製靴の生産額で共に全国1位を占めている。その生
産の中心地の一つがたつの市である。

兵庫県における製革業の歴史は古く、弥生時代後期に大陸からの渡来人が鞣技術を伝えた
と言われる。江戸時代中期に商品経済の発達と姫路藩の重商政策のもとで大きく発達した。当時、
鞣部門は、現在の姫路市市内を流れる市川、姫路市の東側の猪名川町・川西市を流れる猪名川
流域、西側のたつの市を流れる揖保川に沿った地域に発達し、革加工製品は姫路城下町内で作
られていた。

皮のなめし工程は、原皮の水漬・水洗から始まり、なめし革製品までに20数工程あり、その
間に何度も水を利用する工程、また乾燥工程もあり、大量の水（川）－1枚の皮を鞣すのに3
トンの水を必要とする、と言われる－と広い乾燥場（河原）が必要であり、揖保川流域はその

適地であった。また、原皮の保存や処理に塩が必要であった。つまり、揖保川（水と河原）と近接地赤穂（塩）の存在が龍野地域に製革業が発達した要因であった。

龍田地域のなめし革生産は江戸時代初期に始まり、江戸後期に盛んになったと言われる。そこで生産されたなめし革は、煙草入れ、皮文庫（書籍、手回り品を入れる革張りの手箱）、向皮（雨水や泥はねを防ぐために下駄の爪先につける）、金唐皮〈キンカラカワ〉（皮に金属箔を貼り彩色をしたもので、煙草入れなどの工芸品に使われた）、また、革紐、鎧具、柄巻、剣道具、細工用紐等の綴皮に加工された。明治期以降には靴、ベルト、鞆等用途が拡大し、特に軍用の需要が増大した。近年は、手袋、多種の革製履物、袋物、クラフト用品とその用途はさらに拡大している。ランドセル生産トップの柵セイバンも 1919 年に播磨産皮革を加工した煙管入れや財布、鞆の販売から成長している。

江戸期までは、なめし工程はもろもろの道具を使う肉体作業であったが、明治に入って機械化が進み、現在は革の等級選別、金属板に革を伸ばしながら張って乾燥する工程を除いて、ほぼすべての工程に機械が入っている。

近年、日本の皮革産業の衰退は著しく通産省調査によれば、2001 年比で 14 年は、皮革産業全体で、事業所数が 43.5%、従業者数が 42.8%、内なめし革製造業〈以下、製革業〉は事業所数で 35.9%、従業者数が 47.2%も減少している。これには、人工皮革等の出現で市場の蚕食もされてきていることも大きな要因であろう。

たつの市の皮革産業の状況どうであろうか（表 3）。01 年比 14 年の皮革産業全体で、事業所数 35.0%（91 所）、従業者数 34.1%（582 人）、製革業では事業所で 59.6%（91 所）、従業者数で 63.5%（494 人）減少である。皮革産業全体では全国よりも低い減少率であるが、製革業は全国より 12.4 ㊦も高い減少率であった。ただし、皮革産業（4 人以上の事業所）の出荷額等は、大きくは減少しておらず、3.7%減にすぎない（これには、売上額 60 億円のランドセル生産トップの柵セイバンの存在が大きい）。そして、製革業の出荷数量は 06 年比で 42.0%と大きく減少している。このようにたつの市の皮革産業、中でも製革業の衰退も著しい。

とは言え、2014 年の経済センサス基礎調査によると、たつの市の皮革産業の事業所数は 169 所、従業者数 1,125 人、うち製革業は 134 事業所、858 人で、兵庫県全体の皮革産業の事業所数（869）の 19.4%、従業者数（6,315 人）の 17.8%、出荷額（668.5 億円）の 30.8%を占め、製革業に限ると、事業所数で 51.7%、従業者数で 54.6%を占める、なめし革の一大産地なのである。事実、日本の製革業者の集まりである日本タンナー協会は 10 支部、加盟者数 315 人の組織であるが、その内 7 支部が兵庫県内に、内 3 支部がたつの市にある。しかも、たつの市の 3 支部の協会員数は合計 128 人で、全協会員の 4 割を占めている〈15.3.31 現在、日本タンナー協会データより〉。

製革業は、市内の皮革産業の事業所の 79.3%、従業者数の 76.3%を革製造業が占めている。た

表3 たつの市の皮革産業の推移

調査年	2001	2006	2009	2012	2014
皮革産業	260	170	172	168	169
事業所数 内製革業	225	143	132	136	134
製革業割合 (%)	86.5	84.1	76.7	81.0	79.3
皮革産業	1,707	1,351	1,305	1,213	1,125
従業者数 内製革業	1,352	1,048	947	908	858
製革業割合 (%)	79.2	77.6	72.6	74.9	76.3
皮革産業出荷額 (100 万円)	16,823	18,609	18,900	21,066	20,556
製革業出荷数量 (1000 枚)		1,906	1,741	1,323	1,106
事業所数 皮革産業	100.0	65.4	66.2	64.6	65.0
内製革業	100.0	63.6	58.7	60.4	59.6
従業者数 皮革産業	100.0	79.1	76.4	71.1	65.9
内製革業	100.0	77.5	70.0	67.2	63.5
皮革産業出荷額	100.0	110.6	112.3	125.2	122.2
製革業出荷数量		100.0	91.3	69.4	58.0

出所：2001、06年「事業所・企業統計」、09、12、14年「経済センサス」、出荷額は「工業統計」（4人以上の事業所）

だし、革製造業に分類されていても、革製造だけでなく鞆や手袋等の革製品製造も行っている事業所は多数ある。

たつの市の製造業に占める位置は、事業所数で 25.6%、従業者数で 9.5%を占める主要業種の一つである。ただし、出荷額の占め割合は5.5%でしかない。

従業員規模を見ると、皮革産業全体で、従業者数 50 人以上の事業所は 55 人規模の鞆製造業 1 所しかなく、5 人以下事業所が 63.1% (106)、占めている。また、個人経営が 78.7% (138 事業所) である。つまりたつの市の皮革産業は個人経営の零細事業所が大半なのである。その多くを占める製革業はその傾向はより顕著で、5 人以下が 64.9% (87 所)、個人経営が 86.6% (116 所) を占めている。

なお、たつの市内の皮革産業の協同組合は、革製造業者を中心とする神岡町沢田地区の業者たちの沢田皮革協同組合（組合員 18）と譽田町の業者を中心とする播州皮革工業協同組合（同 46）、そして手袋、鞆、ハンドバック、ベルト等革加工製品業者を中心とする揖保町松原地区に立地する松原皮革協同組合連合会（同、84）の 3 組合（全て旧・龍野市内）があり、合計組合

員数は 148 業者で、兵庫県皮革産業協同組合連合会の組合員数（272）の半数以上（54.4%）を占めており、市内皮革産業の業者の大半が加入している。ただし、(株)セイバン（本社・たつのし市揖保川町一旧・揖保川町）はこの協同組合には参加していない。

4. まとめ

3 業種ともその成立には、生産に必要な風土・地理的条件があった。一つは川（水）の存在があった。すでに見たように、醤油にも素麺にも良質な水は不可欠で、また獣皮をなめすには川と広い河原が必要であった。それを満たしたのが揖保川であった。また、運輸手段が未発達な時代には、原材料が近在に存在する必要があった。醤油と素麺の主要原料となる小麦と大豆が播州平野で生産されていた。醤油と素麺生産に不可欠の塩は赤穂にあった。獣皮は大阪から搬入できた。つまり龍野地域の風土はこの経済地理的条件を満たしていたのである。なお、舟運は重要な原材料・製品の輸送手段でもあった。

その存続・発展、産地化にはいくつかの条件があった。

一つは、時の権力の保護・育成策である。江戸時代、醤油と素麺は龍野藩の、なめし革は姫路藩の保護・奨励の下にあった。

二つは、伝統的技法を維持しながらの生産技法の革新と品質の保持・向上・ブランド化である。それには、ここの業者の自主的な努力と、古くは業者の申し合わせ、明治維新以降には、結成された業者組合（協同組合）の力も大きかった。特に醤油と素麺はそうであった。

3 業種とも全国レベルでの生産量の減少・需要の減退・競争の激化の中で、生き残りのための方策を必要としていた。

見てきたように、醤油は、製法の改良（甘酒の添加）による産地ブランドとなる「淡口醤油」の発明であり、その後は、原料となる麦の改良と液体工程の機械化・装置化で、品質の向上と生産性の上昇をもたらした。また、生産の共同も行われている。淡口醤油は、組合参加企業の共同出資による生揚醤油の生産会社を立ち上げ、生産の効率化を図っていた。手延素麺は、「揖保乃糸」の商標登録と協同組合管理の製法維持、原料小麦の品質統一と製品検査・格付け、品質管理による製品品質の保持・向上でブランド化に成功している。

なお、この過程で、農商工連携によって開発・生産された高品質地場産原料（小麦、大豆）使用によるより高品質製品の開発（ヒガシマル醤油の「龍野乃刻」、揖保乃糸そうめんの「播州小麦」）も行われた。

三つは、協同組合による市場拡大のための宣伝・販売手法の拡充と海外展開の指向である。

なお、三業種とも需要の減退の中で、業者の生き残り策としては、伝統的な製品（淡口醤油、

揖保乃糸、なめし革)以外の製品の開拓・拡充の手をうってきた。醤油業者は、他の調味料(液体、粉末)の開発、手延素麺業者は、手延うどんや機械乾麺、そして麺つゆ生産に進出、なめし革業者は革加工製品分野への進出等である。

他方、人口減少・高齢化の中で、小零細かつ伝統的産業であるがゆえに熟練技能者の確保が課題となっている。ヒガシマル醤油(株)では、60歳40年以上勤続の熟練労働者を再雇用して、技能者を確保するとともに、後継者養成を図ろうとしている。揖保乃糸では、「素麺技能士」の国家資格創設を働きかけ、資格制度を実現し、技能者養成を図っている。とは言え、熟練技能者の高齢化、後継者難の解消はむずかしい。

参考資料

- ・龍野商工会議所 HP「龍野の地場産業」
- ・兵庫電子じばさん館 HP
- ・日本醤油組合・醤油情報センターHP
- ・ヒガシマル醤油(株)視察時の聴き取り、パンフレットおよびHP
- ・兵庫県手延素麺協同組合 HP
- ・神戸新聞兵庫じばさんルポ「手延べそうめん揖保乃糸」215.12.13
- ・揖保乃糸史料館 そうめんの里視察時の聴き取り、パンフレット
- ・奈良県三輪素麺工業協同組合 HP
- ・徳島県はんだそうめん協同組合 HP
- ・兵庫県皮革産業協同組合連合会 HP
- ・日本ターナー協会 HP
- ・「事業所・企業統計」各年、「経済センサス」各年、「工業統計」各年

地域における特産品を取り巻く課題 －「揖保乃糸」と「三輪素麺」を事例として－

石川 和男

1 はじめに

近年、ノーブランドであった地域の特産品に「地域名＋一般名詞」という形で、いわゆるブランドが付けられることが多くなった。これは人口減少社会を迎え、地方の人口減少が都市部とは比較にならないほど加速しているため、地方経済の衰退に歯止めをかける対応の1つといえる。そこでは、特産品をNB（National Brand）の商品や他地域の商品と差別化する必要がある。

かつてわが国の商標法では、「地域名＋一般名詞」については、商標として承認されていなかった。その理由は、これらの商標は識別力を有さず、特定者の独占に馴染まないため、図形と組み合わせたり、全国的知名度を獲得した場合を除いて登録されなかったためである。しかし、2005年の通常国会において、「商標法の一部を改正する法律」が成立し、「地域名＋一般名詞」で構成される商標についても、ブランド育成のために早期に商標登録することが可能となった。これは翌年4月から施行され、地域団体商標制度が開始された。通常、このようにして登録された商標は、「地域ブランド」と呼ばれ、これを用いて地域マーケティングを早期から展開し、成果を上げている地域もある。他方、2015年には地理的表示制度が開始され、地域の特産品を制度上、保護する体制が整備された。ただ、特産品のマーケティングを取り巻く環境は非常に厳しく、課題も多い。そこで本稿では、古くから日本人に親しまれてきた「素麺」を事例として取り上げ、特産品を取り巻く課題やこれまでの対応について考察したい。

2 三輪素麺

(1) 三輪素麺概史

1) 素麺の神話

素麺の起源は、奈良時代に遣唐使が中国から持ち帰った唐菓子にあるとされる。また、日本の麺食文化の起源は素麺にあり、大和の国三輪（奈良県桜井市）で生産された手延素麺に遡るといわれている。手延素麺の起源についての「神話」は、827年に日本最古の神社である大神神社で神孫大田田根子子孫狭井久佐の次男穀主朝臣が、飢饉と疫病に苦しむ民の救済を祈願し、

その際に神の啓示を賜ったというものである。そこで神の仰せにより、三輪に小麦を撒き、それを水車の石臼で挽き、癒しの湧き水で捏ね延ばして糸状にしたものが素麵の起源とされる。こうして三輪の地で誕生した「三輪素麵」は、万葉の昔には大宮人が宮廷で保存食として重宝され、御供や引き出物として用いられたと伝えられている。ただ、奈良から平安時代までは、素麵の原形は「索餅」と呼ばれ、小麦粉を捏ね、縄状の麵を二つ折りに振ったものであった (<http://www.miwasoumen-kumiai.com/history/>)。

2) 三輪素麵の隆盛

日本では、鎌倉時代になると禅宗が伝来し、素麵も転機を迎えることとなった。1 つは中国の影響により油で延ばし、挽き臼で粉にする製粉技術が進み、細く長くすることが可能となった。これが中国語の素麵（スーミェヌ：素は精進物）であり、わが国でもこれをそのまま使用し、これが訛って「そうめん」となった。そして、索餅に代わって書物に「素麵」の文字が現れたのは、南北朝時代の『異制定訓往来』とされる (<http://www.ikeri.co.jp/soumen/miwarekishi.html>)。その後、三輪素麵は、江戸時代には全国的に知られるようになり、三輪から各地に素麵の技法が伝播した (<http://soumen-guide.net/archives/58>)。古くからブランド化した商品には、産地の諸条件と密接に結びついた特性を基盤とし、高い社会的評価を得たものが多い。これらは産地の生産者が、その地域固有の地理的条件を活かし、伝統的な製法などを受け継ぎ、産品の高付加価値化と差別化による努力を継続し、ブランド化に成功したからであろう。

三輪素麵については、1717年に同業者の団体である「そうめん座」が開かれ、1850年には三輪素麵専業の生産者が現れるようになった。三輪素麵の特徴は、歯触りや喉ごしのよさによる麵の細さ、コシの強さにある。そして、三輪素麵は刃物を使わず、手延べによって麵を細くする独特の製麵方法により生産している（農林水産省総合食料局 [2004] p.4）。つまり、三輪素麵は、その歴史の古さから発展したという要因もある。さらに早くから生産者や販売業者のグループ化、いわゆる同業者が集まり、自分たちの事業について、共同で協力していく枠組みが形成されていたことも影響していると思われる。

他方、三輪素麵の評価は、伊勢参りにより高まったといわれている。三輪は大阪方面から伊勢へ行く途中にあり、素麵を食べた旅人がその味を各地に伝えた。播州、淡路、半田（徳島県）、小豆島、島原など、素麵の産地が西日本に多くあるのは、小麦栽培が盛んであったことがその理由の1つであろう。それらの産地では、大神神社を分祀した神社の所在も影響しているとされる（日本経済新聞 2015.1.27）。つまり、単に生産方法が伝播したのではなく、神社を中心に拡大した可能性もあることから、文化も一緒に伝播したと考えられよう。

(2) 三輪素麵の自主規制と製品管理

1) 生産者組合の形成と活動

素麵が冬に生産されるのは、気温が低いとコシの強い麵ができるためである。三輪は盆地のために冬の気温が低く、素麵生産に適しており、晴天が多いことも乾燥させるには好条件であった。また、三輪には2本の川が流れており、小麦を挽く水車も発達した。そして、当該地域では、当初は農閑期における農家の副業として素麵生産が開始され、拡大した。1895年には、三輪で仲買業者、製粉業者を含めた素麵産業関係者団体である三輪素麵組合が結成された。その後、組織変成を経て、伝統の技法と品質を確保、継承する目的により、三輪素麵の生産業者の組合として、1947年には奈良県三輪素麵工業協同組合が結成された。現在では、奈良県に82の生産業者が存在している (<http://www.miwasoumen-kumiai.com/about/>)。

奈良県三輪素麵工業協同組合では、登録商標として「三輪素麵 鳥居印」などを有している。同組合は三輪素麵の商標登録とともに、三輪素麵が一目で分かるように、素麵を巻く帯に鳥居マークを付け、商標登録している。このマークは、三輪素麵の由来である大神神社を模したものとされている (<http://soumen-guide.net/archives/58>)。現在、同組合の従業員数は14名である。事業内容は、検査員が月に数回各生産業者を巡回し、抜き取り検査及び指導をすることを主としている。認定作業では、製品を等級別に認定し、共同仕入事業では、製品の統一性を図るため、小麦粉・塩・油など素麵の原材料を組合が一括購入し、各組合員に販売している。共同販売事業では、組合員が生産した三輪素麵を買い上げ、販売業者に販売している。また教育事業では、各組合員の技術向上や知識普及を図るため、積極的に指導及び情報提供している (<http://www.miwasoumen-kumiai.com/about/>)。したがって、現在の同組合の活動は、素麵の製品管理と組合員への便宜を図る活動が主となっているといえよう。

奈良県三輪素麵工業協同組合では、新年最初の行事として、2月5日に卜定祭を大神神社で行っている。かつては穀物価格を決める伝統行事であったが、現在では卸売業者と組合で設定された高値、中値、安値の3価格の中から、卜定の神事により、その年の相場を決定する儀式となっている。これは大神神社の後に、元恵比須神社、恵比須神社と3つの神社を回り、神への祈りが慎ましやかに行われている。三輪素麵の関係者にとっては、1年初めの神事である。また晩夏には、組合では年中行事を締める感謝祭を大神神社で行っている。これは1年の実りに感謝し、翌年の発展を祈願する行事である。そして、1年を無事に過ごせた喜びを「そうめん躍り」として表している。他方、素麵生産には長時間(36時間)を要し、熟練技術がなければ製品に色ムラができ、真っ直ぐな美しい素麵にならないこともある。これは手延素麵が手作業により生産されているため、毎日同じ仕上がりにすることは難しい面があるが、この美しさが素麵の良し悪しを決める大事な要素である。品評会では、この美しさをテーマとし、①麵線(基

準の細さ)、②色(色ムラがない)、③色澤(麺のツヤ)、④結束(同じ高さで結束)、⑤裁断(19cmに裁断)の5項目が、審査対象となっている(<http://www.miwasoumen-kumiai.com/about/>)。

2) 1980年代における三輪素麺の危機

1980年代はじめには、手延素麺は播州80万箱(1箱は18kg)、島原60万箱、小豆島23万箱、三輪8万箱が4大産地であり、岡山6万箱、淡路4万箱、徳島、四日市、熊本の各2万箱が続き、全国で186万箱が生産されていた。この頃、三輪素麺の業界では、1983年4月からの産地表示を巡って混乱が起こっていた。それは三輪素麺の大半が長崎県島原産に依存しており、1983年春以降、島原産は「三輪ブランド」として販売できなくなったためであった。さらに産地を牽引する大手卸売業者2社が正反対の対応をしたため、これをめぐる利害、思惑も渦巻き、業界の混迷は深まることとなった(日本経済新聞1982.12.8)。

1982年当時、三輪素麺としての年間販売量は、約60万箱であった。このうち約50万箱は島原産であり、三輪での生産は約8万箱であったことから、約6倍の規模にもなっていた。三輪素麺は、12月から翌年1~3月に早朝5時から生産活動をする重労働である。そして、熟成や手延には独特の勘と経験が必要であり、生産は零細な農家その大半を担っていた。このため、産地の卸売業者は、1960年頃から急増した需要を補うため、長崎県島原地方の農家に技術指導し、生産奨励をしてきた経緯があった。島原では労働力が豊富にあり、同地の素麺生産業者は360業者で年間60万箱を生産していた。当時の三輪素麺工業協同組合に所属していた160業者、8万箱を大きく引き離していたため、三輪素麺は卸売業者主導型製品となった。しかし、食品の品質表示基準により、手延素麺の産地表示も規制されることとなった。この基準は、当初の1980年施行から3年間猶予されたが、ついに1983年4月から実施され、三輪素麺の主力である島原産は、三輪ブランドでは販売できなくなった。そのため、産地卸売業者大手の一方の旗頭「池利」では、桜井市大泉に年産5万箱の大型工場を1982年10月に完成させた。もう一方の旗頭「三輪そうめん山本」では、自社ブランドで販売し、三輪ブランドにこだわらない方針を採用することとした。そして、1982年夏からは「三輪ブランド」を消し、「やまもとの素麺」など自社ブランドで販売を開始した。年間販売量は双方とも17万箱の産地大手の卸売業者2社が正反対の対応をとることを表明したこともあり、産地表示問題が一気に表面化した。ただ、他の産地卸売業者(8社)は、三輪産地で生産を増やすのが基本ではあるが、自社工場を建設するには建設費がかかり、人手、コスト高で採算が難しいという問題を抱えていた。さらに自社ブランドで販売する知名度不足が懸念材料となっていた(日本経済新聞1982.12.8)。こうした突然ではないが、期限を決められた課題への対応について、2大卸売業者が正反対の方向で動き出したことは、新たな規制以上に地域には深刻な課題を投げかけたといえる。

産地卸売業者である両旗頭の対応については、三輪素麺工業協同組合は、三輪産地の育成を

第一に考え、産地表示を契機として生産面で三輪産地の浮上を図ることになった。反対に自社ブランドを立ち上げた産地の卸売業者では、顧客は製品品質が本位であるとし、独自ブランドでの販売が顧客を欺かないと考えた。他方、1982年10月に産地卸売業者10社で結成した奈良県三輪素麺産地商友会は、三輪産地の振興を定款に謳い、これに反する動きに対しては除名で対応することとした。また大半の加盟業者は、自社工場を建設して対応した。他方、播州素麺産地は、三輪そうめん山本の自社ブランドは社名に「三輪そうめん」が入っていることを問題視し、自社ブランドでも産地表示の義務づけを農林水産省に働きかけた。このため、山本もこれに対抗する必要に迫られたため、産地協調に傾いた（日本経済新聞 1982.12.8）。三輪地域での2社の主たる卸売業者による対応の相違は、地域が一体となって、他地域からの攻勢や当該地域での生産者との関係継続について一石を投げたといえる。現在では、1980年代の状況から30年以上経過しているが、やはり顧客を正面に据えた上で、三輪素麺というブランドを死守してきたことが、需要が減少する現在でもまだいくらかなりとも光明が差している要因といえる。

3) 原産地表示問題の再浮上

先に取り上げた1980年代の問題発生以降、産地表示の問題は、他地域の製品などでもしばしば取り上げられるようになった。奈良県では、2002年8月に「三輪素麺」の産地表示問題で実態調査をした結果、県外産を「三輪素麺」として販売していた事業者が13存在していたことがわかった。ただ、その後は改善され、改正JAS法（農林物資規格化・品質表示適正化法）によって指示を行う必要がある事業者はなかったことを公表した（日本経済新聞 2002.8.24）。1980年代前半の産地表示の問題から時間が経過し、やはりこのような問題が起こるのは世の常かもしれない。

2004年には長崎県の素麺生産量は1万5千トンとなり、全国の約3割に達し、揖保乃糸のブランドが中心である兵庫県の2万トンに迫る状況となっていた。長崎県西有家町と隣接する有家町に集中する生産者は、これまで三輪の下請けとなっていたため、正確な生産量さえ不明であった。ただ、2002年に牛肉などの偽装表示問題が発生した。これにより、食品の原産地表示が厳格化され、三輪へは販売できなくなった。そこで地元の生産者111人は、2002年12月、結集して販売会社「素兵衛屋」と統一ブランド「手延素麺島原」を立ち上げた。主に薄力粉を使用する揖保乃糸は、一定期間寝かせなければちょうどよいコシが出ない。顧客にとっては、1年以上経過した「古物（ひねもの）」が食べ頃とされるが、島原産は製造直後からコシがあるので寝かせる必要はなく、小麦の香りが飛ばないうちに食べられる。素兵衛屋は順調に売上を伸ばし、2004年には黒字化したといわれる（日本経済新聞 2005.8.6）。この島原の生産業者の対応は、大手製造業者などに依存した体質では、いつの日にか販売先（市場）を喪失していく可能性を示唆している。生産が軌道に乗り、品質が安定した際には、やはり自社ブランドや地域ブ

ランドを立ち上げる取り組みをしなければならないだろう。

素麺産業では、零細経営が多い地方の産地は、高齢化の波にも襲われている。手延素麺は工程が多く、早朝3時半に起きて夕方6時頃まで働きづめとなる。後継者不在のために三輪側の言い値でしか販売できず、割に合わないという嘆きも聞かれ、毎年数人の業者が休廃業するという事態にもなっていた（日本経済新聞 2005.8.6）。このように原産地の問題だけではなく、これまで生産を担ってきた生産者の健康や事業承継問題など、多層に亘る問題が素麺だけではなく、全国各地の特産品には襲いかかっているといえよう。

4) 三輪素麺のブランド力向上

最近では、奈良県桜井市の「三輪素麺」の2つの業界団体は、2015年にブランド力向上策を発表した。同年に施行された地理的表示保護制度に三輪素麺を登録することを目指し、統一ブランド商品の開発、共同配送などを行い、奈良県や桜井市、南都銀行と連携して取り組んできた。ブランド力向上の取り組みは、三輪素麺工業協同組合と三輪素麺販売協議会によって手がけられることとなった（日経 MJ2015.3.9）。

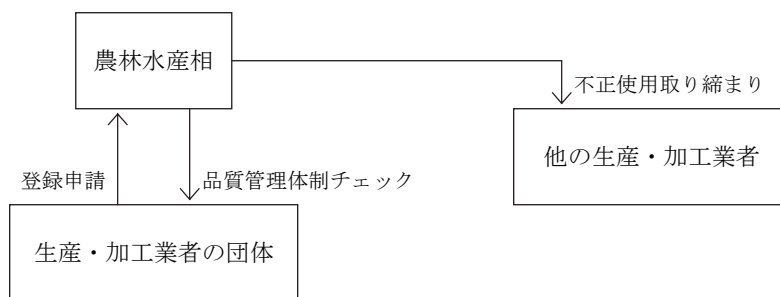
地理的表示保護は、2014年に産地を冠した商品名とともに品質基準も国に登録し、不正使用を取り締まる制度として法律が成立した。三輪素麺の2団体は、従来の地域ブランドと併せて、この制度への登録を目指した。このため品質維持・向上に向けた製造・販売業者の相互検査も導入した。さらには百貨店など、同じ得意先へ共同配送の仕組みも構築していった。また奈良県産の小麦を使用した素麺開発にも取り組んでいる（日経 MJ2015.3.9）。このように産地を守るといふ取り組みは、生産者と流通業者の協力により、大きなうねりとなった。

先にあげたように農林水産省では、2015年6月から特定産地と製法や品質、食文化が結びついた農水産品の名称を保護する「地理的表示制度」制度を導入した。対象は、野菜、果実、魚介類、加工食品、花卉のほか、木材などの工芸農産品であり、酒類、医薬品、化粧品は除かれた。複数の生産者や加工業者で構成する団体が、生産方法や品質で満たすべき基準を定めて農林水産大臣に登録申請し、認められると地名を冠した「地理的表示」や統一マークを当該団体が使用できる。地理的表示制度は、名称やマークを独占使用できる特許庁の商標権とは異なり、国が地域と気候風土、製法、社会的評判との結束や品質管理までも審査・チェックし、不正使用には除去を命じ、罰則を科すこともある。そのため、偽物の流通を効果的に排除できるため、単価や品質の向上、地域活性化などにもつながる。わが国でも中国産の模倣品が増加し、商標は訴訟など自力で不正使用を防がなければならないが、地理的表示であれば国が法的に取り締まるメリットは大きいとされる。農業の生産・加工・販売を一体化した6次産業化や、観光と融合した地域おこしも期待できるとされている（日本経済新聞 2015.3.16）。

地理的表示制度は、英語では Geographical Indication (GI) といわれるが、WTO 協定で著作

権、商標、特許とともに定めている知的財産権である。特に伝統的な高級農水産品がある EU は、他地域に先駆けて 1990 年代に導入し、PDO（原産地呼称保護）や PGI（地理的表示保護）として制度化している。アジアでは、韓国、中国、シンガポール、タイなども導入しており、日本では同制度導入のために地理的表示法が 2014 年 6 月に成立し、2015 年 6 月から施行された（日本経済新聞 2015.3.16）。この地理的表示性の仕組みを簡単に示したのが図表 1 である。

＜図表 1 地理的表示の仕組み＞



（出所）日本経済新聞 2015.3.16

3 揖保乃糸

(1) 「揖保乃糸」概史

1) 播州での素麺生産の開始

播州での素麺生産は、兵庫県揖保郡太子町に所在する斑鳩寺の寺院日記『鶺鴒引付』には、1418 年 9 月 15 日の条に「サウメン」の文字がある。また、伊和神社（宍粟市一宮町）の社殿造営の祝言に「そうめん」を使う（1461 年）もあり、この地では 15 世紀から素麺が食されてきたことがわかる。江戸時代には、龍野藩が農家の副業として許可業種とし、統制・保護した。「揖保乃糸」の産地化は、龍野藩が著名産物の保護を始めた文化年間（1804~18 年）であった（<http://www.ibonoito.or.jp/history/>）。1872 年には生産者らが「明神講」を結成し、1887 年には播磨国揖東西両郡素麺営業組合となった。1894 年には同組合が統一規格を設け、格付等級として現在の組合ブランドである「揖保乃糸」が誕生した。1906 年になると、特許局において「三神乃糸」と「揖保乃糸」を商標登録した（<https://web.pref.hyogo.lg.jp/ie07/documents/01bansyusoumen.pdf>）。その後、素麺を生産する農家が増え、生産量が増えると世の常であるが、粗製乱造により産地の信用を落とす生産者も現れた。そこで龍野藩・林田藩・新宮藩内の素麺屋仲間が、品質等を決定することとし、違反した場合には、違約金 2 両の支払を求め、素麺生産の厳しい管理を開始した（<http://www.ibonoito.or.jp/history/>）。このように播州では、早くから素麺の品質基

準を設定し、それを遵守させる風土が生まれていったといえる。

2) 品質基準の徹底

第二次世界大戦前後の混乱期には、素麺の原料である小麦の確保が困難となり、生産量が激減し、産地存亡の危機に晒されることとなった。1952年には統制経済が解除され、危機を乗り越えることができたが、1954年には播州地域で213軒あった素麺の生産工場は、1991年には60軒にまで減少した（日本経済新聞1991.8.15）。また高度経済成長期になると、兵庫県の臨海工業地帯の工場建設により、農家の働き手が工業地帯に流出することとなった。これにより、小麦生産が急減し、素麺の生産者らは国内産の小麦入手が困難となったため、外国産小麦を導入し、原料の品質統一を図ることで対応した。その後、素麺生産は順調に推移し、品質も安定していった。そして、1960年代半ばには、品質管理を徹底し、顧客に認められ、贈答用と単品商材の販売量が増え、1970年代半ばに生産量が100万箱を超えた（<https://web.pref.hyogo.lg.jp/ie07/documents/01bansyusoumen.pdf>）。

さらに1990年代になると、全国の手延素麺生産のうち、播州産が約30%を占める状況となった。播州では、生産者が約600社、3千人が生産に携わり、生産高は2万トンを超えた（日本経済新聞1996.7.9）。ただ、長く限定された地域で生産が継続した製品は、さまざまな危機に見舞われることが多い。そして、最悪の場合にはそれら製品は衰退し、産地が消滅することさえもある。しかし、揖保乃糸がこのような危機を乗り越えることができたのは、播州の素麺産業の場合、その徹底した品質基準を遵守したことに求められるのかもしれない。

(2) 兵庫県手延素麺協同組合による自主規制と品質管理

1) 生産者組合による自主規制

通常、どのような業界や企業でも、自主規制には法的拘束力がない。しかし、「揖保乃糸」を中心に生産する生産者組合である兵庫県手延素麺協同組合では、内部規律が厳格に遂行されている。同組合では、これまで組合員に一定の目標・基準を遵守させてきた。揖保乃糸の内部規律については、①品質管理ルールは、国家法よりも先に成立しており（ギルドの性質）、②生産調整ルールが独占禁止法で問題ならないのは、同業組合的に形成されたことが理由であると指摘されている（李 [2007] p.44）。

兵庫県手延素麺協同組合では、農家との生産に関する誓約書には「手延素麺・冷麦・うどんの製造に関し、貴組合の御指示に従う」という前文がある。その内容は、手延素麺・冷麦・うどん生産で使用する小麦と副素材は、組合の指示事項を厳守したもの以外は絶対に使用せず（誓約書第二条）、その生産期間は、組合決定を厳守し（誓約書第三条）、製造調製は組合係検査員の指示厳守などが記載されている。また、各農家が生産した製品は、自家消費以外は1箱も残

らずに組合指定倉庫に入庫する（誓約書第七条）。自家消費も出荷責任を超えた数量の範囲内で事前に組合へ申請し、許認可を受ける必要がある（誓約書第八条）。その他、生産に係る機器類を新規導入の際も組合の承認が必要である（誓約書第十条）（李 [2007] p.47）。このような生産者に誓約を求めることは、生産者の行動を厳しく規制する面があるが、誓約書に記載された内容を組合員全員が遵守することで、一体感のようなものが生まれる素地もある。そして、図表 2 は兵庫県手延素麺協同組合による自主規制の構造について要点をまとめたものである。

＜図表 2 揖保乃糸素麺組合による自主規制の構造＞

内部環境 (組合内統制)	①品質、製造法（工程）、生産量（内部統制ルール、外部情報収集ルール） ②人のルール、点検作成、職工数ルール、材料・方法ルール
外部環境	①価格（市場で形成され）－価格形成・維持の工夫 ②同業者組合の結成 ③市場構造 ④法環境上の影響 ⑤組織的な対応－販売網（同一ブランド内の競争の低減）←組織的工夫 *卸売業者（問屋）の状況把握－ブランド内の競争を抑制できる－独禁法の観点から検討する必要

（出所）李 [2007] p.48（一部改）

2) 顧客に対する生産履歴の開示

兵庫県手延素麺協同組合では、組合加盟の手延素麺生産者が生産する揖保乃糸について、生産履歴管理のデータベース化を開始した。現在、揖保乃糸は、たつの市中心に約 500 軒の生産者が生産しているが、以前は紙帳簿で生産記録を行うだけであった。しかし、2009 年 4 月からは、一部を組合のパソコン上のデータベースに蓄積し、顧客が履歴確認をできるように進めてきた。揖保乃糸としてブランド化される手延素麺は、毎年 10 月から翌年 4 月まで生産しているが、先に取り上げた三輪素麺と同様、組合の検査員が生産者を巡回し、製品をチェックし、小麦粉など原料の由来や生産日時等を紙に記録していた。2009 年 4 月からは 5 軒の生産者については、パソコン上のデータベースに記録し、製品トラブルなどの場合について調べやすくした。翌年には、全生産者に対象を拡大し、生産時に瞬時にデータを蓄積する方法も模索し始めた。他方、組合では素麺の一括出荷を手がけているため、小売店向けには QR コードを印刷した台紙を入れ、顧客がパスタ風に素麺を使用したレシピなどを携帯電話でも簡単に検索できるようにした。このシステムにより、顧客向けに生産履歴の提供も視野に入れるようになった（日本経済新聞 2009.4.18）。

素麺について、その生産履歴を確認しようとする顧客は、生鮮食料品等と違い、ほとんどい

ないと思慮されるが、それでも生産履歴を開示できるシステムを作り、実際に運用させることで、少し以前から消費者の食品に対する不信感を払拭しようとする努力は評価されよう。また、単に最終顧客だけではなく、卸売業者や小売店など流通業者に対しても、生産に関する情報を提供しようとする姿勢が徹底されている。

3) 商品管理の徹底と商標登録

兵庫県手延素麺協同組合では、内部統制可能な1企業レベルで商品管理を徹底している。特に価格安定化のため、顧客には歴史・伝統を訴求している。これは販売促進、商標管理が中心となっている。現在、同組合の登録商標には「宝播」「揖保乃糸」などがあるが、商標管理は組合が管轄している。商標登録している項目は、麺、酒、衣類等である。因みに現在まで商標に関わるトラブルは2件のみである。商標登録の迅速さは、1884年に商標法が制定された後、1896年には揖保乃糸として登録していることからわかる(李 [2007] p.50)。

組合は、商品在庫(現在は6倉庫)管理の下、特約店、そして小売店へ販売している。特約店同士の信頼が強く、毎期の売上は組合にも報告されている。さらに商品管理では、帯(素麺の一束ごと)に分けて品質管理をし、流通チャネルや商品の帯ごと(等級)に品質管理をしている。この帯(ID、商品追跡システム導入)管理は、2000年前後に開始されるようになった。あくまでも組織内部の価格安定策であるが、特約店から小売まで価格を市場原理に沿って管理している。さらに協働の観点では、組合は農家との間にコミュニケーションあるいは生産者からなる検査員の人的関係が保たれる仕組みを制度化している。また、検査員は生産者と組合間の信頼関係を構築する重要な役割を果たし、リスクコミュニケーションの観点からも重要であることが指摘されている(李 [2007] p.50)。

組合内部では内部規律による品質と生産量の基準、検査、違反者への制裁がある。組合内部規律を有効に機能させる手法は、①自立的な生産基準(組合の自主基準)、②生産量の調整体制、③生産検査(検査員—組合内部組織に所属)し、検査員になる者は生産者からの推薦により組合役員会で決定し、検査部は25人で構成されている。検査員は決定されると2~3年間研修し、正式に検査員となる。検査員は1人が20軒の生産者の検査を担当する(李 [2007] pp.54-55)。現在、他の素麺産地でも、品質向上やブランド化に取り組んでいる。同組合では、品質管理を徹底し、組合の基準に満たない素麺の生産者からは、買い上げ量を減らすなどペナルティも科している(日本経済新聞 2015.1.27)。つまり、揖保乃糸は単なる製品ブランドではなく、しっかりとした品質管理を基盤とし、その上にブランドが付された製品であることが、このような品質管理体制からもわかる。さらに1企業であれば、品質管理体制の徹底は、上意下達的に行えばよい面があるだろうが、様々な規模の生産者を揖保乃糸という製品ブランドにより、品質管理を徹底し、さらにそれを持続させるには多くの苦労があることは容易に推測される。

(3) 兵庫県手延素麺協同組合によるマーケティング

1) 顧客への直接的プロモーション活動

農林水産省によると、2008年の兵庫県内の手延素麺生産量は、全国の46%を占め、全国1位であった（日本経済新聞 2009.4.27）。兵庫県手延素麺協同組合では、冬の時期に検査員が各生産者を巡回し、品質に応じて等級を落としたり、廃棄させたりしているが、それは品質にバラツキが出れば、揖保乃糸自体の信頼を失うためである。このような日々の活動を大切にしながら、同組合では素麺生産において、伝統を守る一方、新しい食べ方を顧客に訴求しようとしている。特に販促面では、顧客への提案を重視してきた。たとえば、大手食品メーカーとも連携し、2006年夏からはカゴメと共同プロモーション活動に乗り出した。双方の流通先の試食会などでは、トマトソースを加えた「トマトそうめん」などのメニューを提案している（日経MJ2011.8.12）。

このような新しい食べ方を提案することで、顧客開拓の努力を続けている。また最近も、中小のメーカーでは一般的となっているPB（Private Brand）向けの出荷は全く行っていない。やはり、自身の組合ブランドで顧客に訴求していこうという姿勢が明確である。さらに毎年6、7月には、銀座の松坂屋前など全国の百貨店や食品スーパー約10会場で新メニューの試食会を実施し、計3万食を直接、顧客が味わえるようにしている。組合はレシピ開発にも熱心であり、「うなたまそうめん」「あさりのピリ辛そうめん」など、フードコーディネーターと連携し、素麺のレシピ集をウェブサイトに掲載することも行っている。ウェブサイトには100品以上を掲載し、毎週1品ずつ入れ替えている。全国の食品スーパーや公民館、集会所などでは50人規模の料理教室も年間約150回開催している（日経MJ2011.8.12）。

このような兵庫県手延素麺協同組合のプロモーション活動は、メーカーが行うのが通常であり、生産者組合が大規模、継続的に行う例は珍しい。しかし、組合が徹底した品質管理を行った製品を、直接最終顧客に訴求したいという思いと、食シーンをさらに提案することで揖保乃糸の生産維持と拡大に貢献するという信念のもと、継続的に実施していることは他地域の地域ブランドを付した製品のマーケティングにはよい刺激となろう。

2) プロモーション活動の多様化

兵庫県手延素麺協同組合では、従来の広告手法では市場の維持だけでなく、新規市場が開拓できないため、1992年からは有名女優を起用したTVCMを制作し、全国放送を開始した。さらに2001年からは全国で行っている試食イベントのために「ミス揖保乃糸」を選考し、揖保乃糸の美味しさを伝え、先にあげたようにメニュー提案をし、消費拡大にも取り組んでいる（<https://web.pref.hyogo.lg.jp/ic07/documents/01bansyusoumen.pdf>）。

1997年4月に兵庫県手延素麺協同組合は、今回訪問した「揖保乃糸資料館：そうめんの里」

を開業した。同資料館は、素麺をテーマとした初の飲食・娯楽の複合施設であり、同組合が建設、播州手延べ素麺の歴史・文化を紹介する素麺資料館を中核施設とし、手延素麺作りなども体験できるようにし、加工場見学などで歴史や文化を伝えている。そうめんの里は約 1.9 ヘクタールで、資料館に加え揖保川名物の水車小屋や、白壁の土蔵を模した見学用倉庫などを配置し、観光バス 10 台、乗用車 80 台を収容できる駐車場も備えている。県では中小企業高度化資金約 5 億 5 千万円を融資し支援した（日本経済新聞 1996.7.9）。このような大規模な事業を生産者組合として手がけることができるのも、組合自体の積極的なマーケティング姿勢とそれを支援しようとする自治体をはじめとした関係機関の存在も大きく影響している。

他方、兵庫県手延素麺協同組合によるグローバルな活動としては、2006 年 6 月にメニュー提案型イベントをハワイで実施している。その翌年、ロサンゼルスとニューヨークでも行い、さらには東南アジアでもプロモーション活動を行っている。また「揖保乃糸」は、2007 年 5 月には、世界的に認知度が高いモンドセレクションで最高金賞を受賞した。2012 年には iTQi 国際優秀味覚コンテストで、極めて優秀な「三つ星」を受賞した（<https://web.pref.hyogo.lg.jp/ie07/documents/01bansyusoumen.pdf>）。このようなコンテストに出品し、知名度を上げ、それを維持しようとする地道な活動も、地域ブランドや地域マーケティングには、重要であることを教えてくれる。

4 おわりに

本稿では、「地域名＋一般名詞」である「三輪素麺」と生産者組合が商標登録をした「揖保乃糸」について、その歴史を概観し、それぞれの生産組合などでの自主規制や製品管理を中心に取り上げた。また、それぞれの流通における問題や取り組んでいるマーケティング活動についても簡単に触れた。紙幅の都合により、両方の生産組合が今後取り組まなければならない各素麺の地域ブランドの側面や、その面を強調した地域マーケティングについてはほとんど触れることができなかった。

ただ、1 企業体が自らの製品について、その原材料の調達から生産・製造管理、さらには流通に至るまでを管理することが難しい状況がある反面、2 つの素麺生産組合では、組合に加入している組合員の生産を中心とした品質管理に集中し、日々取り組んでいる状況が確認ができた。また、単に「よいものを生産する」だけでなく、組合が主体となって各生産者が生産した製品を流通業者や最終顧客である消費者に向けて、多様なプロモーション活動を行っている状況も垣間見ることができた。素麺はこれまでも何百年にもわたって継続的に生産されたきたが、これまでの生産に対する努力とともに、今後はマーケティングについての努力も行わなければ、

特産品による当該地域の経済的発展は覚束ない。そこで地域団体商標登録制度と地理的表示制度について十分に理解し、今後は制度として製品や地域を守るということを考慮しなければならないだろう。2つの地域における素麺は、顧客には明確に差別化できる製品である。しかし、そこに至らない製品については、制度による保護を考慮していかなければならないだろう。

<参考文献>

- 小川宗一 [2012] 「地域団体商標制度の現状と考察」『特許研究』 No.54、pp.12-28
- 久保次三 [2005] 「新「地域団体商標」制度と地方公共団体－新制度の概要と今後の課題」『鹿児島大学法学論集』 Vol.40、No.1、pp.1-22
- 石原慎二 [2015] 「地域ブランドの概念と構成」佐々木茂・石川和男・石原慎二編『地域マーケティングの核心』同友館、pp94-104
- 中小企業基盤整備機構 [2005] 「地域ブランドマニュアル」
- 特許庁 [2015] 「地域団体商標制度について（平成27年度）」特許庁
- 内閣府知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会日本ブランド・ワーキンググループ [2005] 「日本ブランド戦略の推進－魅力ある日本を世界に発信」
- （財）奈良県中小企業支援センター [2009] 「地域力連携拠点事業支援事例集」 pp.1-41
- 農林水産省総合食料局 [2004] 「我が国の農林水産物・食品に係る地理的表示をめぐる現状と課題」 pp.1-22
- 李斗領 [2007] 「リスク法領域における自主規制の含意－揖保乃糸（兵庫県手延素麺協同組合）の事例研究－」『立正大学法学論集』第41巻第1号、pp.37-62
- <ウェブサイト>
- （株）池利 <http://www.ikeri.co.jp/soumen/miwarekishi.html>（2016.4.20 取得）
- 全国のそうめんポータルサイト <http://soumen-guide.net/archives/58>（2016.4.20 取得）
- 兵庫県手延素麺協同組合 <http://www.ibonoito.or.jp/history/>（2016.4.10 取得）
- 兵庫県 <https://web.pref.hyogo.lg.jp/ie07/documents/01bansyusoumen.pdf>（2016.4.15 取得）
- 奈良県三輪素麺工業協同組合 <http://www.miwasoumen-kumiai.com/history/>（2016.4.10 取得）

ケーススタディ：醤油の老舗ブランド[㊦]「ヒガシマル」

梶原 勝美

目次

- 1、はじめに
 - 2、[㊦]「ヒガシマル」以前
 - 3、[㊦]「ヒガシマル」創造
 - 4、ローカル・ブランドからナショナル・ブランドへ
 - 5、合併により[㊦]「ヒガシマル」（及び「菊一」）消滅し、新たに「菊東」創造
 - 6、[㊦]「ヒガシマル」再創造
 - 7、[㊦]「ヒガシマル」再びナショナル・ブランドへ
 - 8、リージョナル・ブランド、グローバル・ブランドへの展開
 - 9、おわりに
- 注

1、はじめに

2016（平成 28）年 3 月 15～16 日、専修大学社会科学研究所の実態調査で兵庫県たつの市のヒガシマル醤油株式会社とうすくち龍野醤油資料館を訪問する機会に恵まれた。

同社は関東以北の人々にとってはなじみがうすいが、関西、瀬戸内地域の人々には醤油といえば[㊦]「ヒガシマル」といわれるように高いブランド・ロイヤリティを持っている[㊦]「ヒガシマル」のブランド企業であり、400 年以上も歴史がある老舗中の老舗企業である^(注1)。

そもそも醤油は味噌とともに自家生産されてきたものであり、商品生産化されて以来、地域ごとに醤油醸造業者が存在する地場産業となり、明治期には 8,000 社以上、今日でも 1,400 社以上が存在するという産業構造の中にある。そのうえ、醤油は地域によって味が大きく異なる。同じ濃口（こいくち）でも、九州ではかなり甘めだし、関西では淡口（うすくち）の占める割合が高い。また、東海ではたまりや白醤油、山陰から九州にかけては再仕込みなど、独特の製法や味が存在する^(注2)。

その中で醤油ブランドの[㊦]「ヒガシマル」は、日本市場におけるトップ・ブランドかつ現在ではグローバル・ブランドとなっている[㊧]「キッコーマン」、セカンド・ブランドの[㊨]「ヤマ

サ) ㊦「正田」 ㊧「ヒゲタ」に続く、全国第5位のナショナル・ブランドである。

本稿では、すでに考察した1661年創業の㊨「キッコーマン」^(注3)、1662年創業の日本酒のブランド「白鹿」^(注4)より長い歴史を持つといわれている醤油の老舗企業のブランド㊩「ヒガシマル」の発展を考察する。すでに日本の中世末期ないし近世初期にはブランドが誕生し、今日まで展開されてきていることを論じてみたい。

2、㊩「ヒガシマル」以前

㊩「ヒガシマル」のブランド企業であるヒガシマル醤油株式会社の源をさかのぼり、創業から今日までを換算すれば、同社は400年以上の歴史を持つ老舗企業ということになる。しかしながら、その長いプロセスは一本道のものではなく、紆余曲折があり、一筋縄のものとは必ずしもいえない。たとえば、同社が現在展開している㊩「ヒガシマル」についていえば、後述するように創業時から継続しているブランドではない。

そこで、㊩「ヒガシマル」以前の同社のブランドを研究することから始めなければならない^(注5)。なお、以下の記述の大部分のものは同社の社史といえる『ヒガシマル醤油の歩み』^(注6)に依拠したものである。

同社が位置する兵庫県たつの市は東に揖保川、北に鶏籠山、西に的場山、白鷺山に囲まれた自然の要害の地である。

建長6(1254)年、宋の径山興聖万寿禅寺で禅を学ぶとともに、径山寺味噌の製法を修得し、帰国した信州出身の僧覚心(法灯国師)は、その後、たつの市八代に瑠璃山東光寺を開山し、ここを禅の布教の拠点としただけでなく、径山寺味噌の製法も伝授した。径山寺味噌の桶の底や味噌の上にたまった汁で食物を煮ると良い味の料理ができ、これが溜(たまり)醤油の始まりで、龍野醤油の起源となるものである。

その後、播磨国の守護職の赤松円心が播磨に京都の禅文化、食文化を伝えた。彼が伝えた料理は大徳寺料理(後の精進料理)と呼ばれ、現代の醤油に近い液状の醬(ひしほ)が使われており、京都の進んだ食生活や醤油製法を龍野に伝え、京都との繋がりを太くしたことで、後に龍野醤油が発展する素地を作ったといえる。

建武の中興以来250年間、室町幕府を支えてきた播磨国の守護大名の赤松一族は、戦国時代の末期、天下統一を目指した織田信長と豊臣秀吉に追われ没落。一族の家臣団は解散し、その中から醤油の醸造業を始める者が現れた。それは覚心が径山寺味噌製造を伝授した約300年後のことである。

文禄年間(1592~1596年)、龍野町下町(本町)で醸造業を始めた片岡治兵衛は京都に出向

き、室町時代に京都所司代の所司をした赤松家の縁故のある公家に懇願し、宮中から「菊屋」の号と菊花の紋を賜った^(注7)。これをもとに作った16弁の菊花をマークとなし、樽や瓶に付されることとなった。この16弁の菊花のマークは今日の^(東)「ヒガシマル」の間接的なルーツとなるブランドである。したがって、^(東)「ヒガシマル」は約400年もの歴史を持っていることになる。

寛文6(1666)年、円尾孫右衛門は、原料の使い方を工夫して、龍野特産となるうすくち醤油製造技術を開発した。うすくち醤油の誕生である^(注8)。

次第に、龍野のうすくち醤油は大阪、京都への出荷が増え、高瀬舟で揖保川の網干物港へ運ばれ、そこで帆船に積み替えて大阪へ運ばれ、さらに京都には淀川の30石船に積み替えて伏見まで行き、そこで再び高瀬舟に積み替え、高瀬川沿いの問屋に届けられていた。

宝暦4(1754)年、菊屋6代目を継いだ片岡治兵衛は京都へ出て醤油醸造を始めた。

文化元(1818)年、龍野と京都の菊屋が合併し、商標を「菊一」とした。1940(昭和15)年まで続いたブランド「菊一」の誕生である。「菊一」は龍野のローカル・ブランドを越え、ナショナル・ブランドの第1歩を歩み始めたのである^(注9)。

天保7(1836)年、龍野の第二の醤油醸造業者であった壺屋^(注10)が倒産し、菊屋が経営を引き受けることとなった^(注11)。

その後、「菊一」を展開する菊屋は発展し、明治維新を迎えることになった。しかしながら、この「菊一」も前述した16弁の菊花のマークと同様に現在の^(東)「ヒガシマル」と直結したブランドの源というわけではないが、いわば間接的なブランドの源である。

3、^(東)「ヒガシマル」創造

1869(明治2)年、明治維新によって財政が困窮した龍野藩は富永村(龍野町富永)にある藩直営の醤油製造所「物産蔵」を払い下げることとなり、北龍野村新町(龍野町新町)の浅井彌兵衛(初代)が新規事業として2万両で落札した。これが浅井醤油の創業で、菊屋とともに今日のヒガシマル醤油のもうひとつのルーツとなるものである^(注12)。

物産蔵が藩の川東蔵として東ノ丸と呼ばれていたことと、東から丸い太陽が昇るように社運隆盛を願って、商標を^(東)「ヒガシマル」とした^(注13)。ブランド、^(東)「ヒガシマル」の誕生である。当時は屋号を商標のようにみなしていた時代であり、^(萬)「キッコーマン」、^(ヤ)「ヤマサ」、^(カ)「カネサ」、^(井)「マルイ」といったように、記号、次に文字を発音するものが多いが、^(東)「ヒガシマル」はそれらとは逆に最初に文字そして記号を発音するという独自のものである。なお、1886(明治19)年、^(東)「ヒガシマル」の商標登録が行われた。

しかしながら、この(東)「ヒガシマル」は後述するように今日の(東)「ヒガシマル」へと継続して展開されたわけではなく、そこには紆余曲折がある。

4、ローカル・ブランドからナショナル・ブランドへ

龍野のうすくち醤油の(東)「ヒガシマル」は旧龍野藩のローカル市場から間もなく大消費地である大阪市場、京都市場へ進出した。ナショナル・ブランドへの第一歩である。それを後押しするように、1891(明治24)年、山陽線が開通し、龍野駅ができ、輸送手段が一変し、京都へは2~3日で輸送することができるようになった^(注14)。

1893(明治26)年、菊屋は菊一醤油造合資会社となり、すでに1886(明治19)年に登録した商標、すなわち「菊一」と同名の会社となった。したがって、同社はすでに1世紀以上も前にブランドの重要性を明らかに認識していたことになるのである。同社はすでに記した壺屋だけではなく、1897(明治30)年にはまるなか醤油を合併した^(注15)。

時は前後するが、1896(明治29)年、2代彌兵衛、初代彌七兄弟は(東)「ヒガシマル」のブランド企業となる浅井醤油の法人化をなし、浅井醤油合名会社を設立した^(注16)。1902(明治35)年、松尾醸造所を買収し、浅井醤油は龍野のトップメーカーとなる^(注17)。

1912(大正元)年、浅井、菊一両醤油会社がそろって宮内庁御用達に指定される^(注18)。

1914(大正3)年、第1次世界大戦の特需景気が起こり、多くの醤油業者が生産設備の拡充を図ったため、戦後、生産過剰に陥り、その打開策として、景品付き特売が始まった。問屋、小売店への招待旅行、観劇招待、花見、大相撲招待などが盛んに行われた^(注19)。

1922(大正11)年、浅井醤油は龍野醤油株式会社^(注20)を譲り受け、待望の出荷量3万石を突破、大手メーカーへと成長した。譲り受けた龍野醤油株式会社をそのまま登記しておいたため、1942(昭和17)年、浅井、菊一両醤油会社が合併した際、新会社名を龍野醤油株式会社とすることができた^(注21)。また、同年(1922年)、浅井醤油は関西に進出した関東醤油メーカーに対抗して東京の港区浜松町に支店を開設したが、翌年、関東大震災が起こり、1925(大正14)年、閉鎖した^(注22)。

1931(昭和6)年、浅井醤油大阪出張所開設^(注23)。

1933(昭和8)年、菊一醤油大阪出張所開設^(注24)。

「浅井、菊井両醤油会社は、社員の営業活動や問屋、小売店をバックアップするために、宣伝をしました。菊一醤油では、昭和に入って流行し始めたアドバルーンを揚げ、特別売出しに使いました。多いときには、大阪市内の4~5カ所に10~20本のアドバルーンが揚がり、通行人も珍しなって宣伝効果は満点でした。両社は新聞での広告も活発に行いました。全国紙の1

面の『朝日新聞』とある題字の下に掲載する突き出し広告や、連載小説の端に出す広告などです。浅井博（第3代社長一筆者注）も地方回りのとき、初めて訪れた問屋から『全国紙に広告しているヒガシマル醤油なら、信用できる』と、注文をもらった経験があります。景品付き特売の広告は、醸造関係の業界紙に掲載、このほか問屋、小売店向けにチラシを配りました。宣伝ポスターも、美人画から映画女優をモデルに使うように変わりました。阪神間の阪急、京阪など私鉄沿線や、国鉄（現 JR）の沿線には、野立て広告と呼ばれる看板を立てました。商店街にも看板を出し、夜も見える電飾看板にするなどしました。人出の多い京都の時代祭り、神戸のみなと祭りには、花電車や祭り協賛のトラックを走らせるなど、あらゆる媒体を利用しました。

浅井醤油は4月、小売店を対象に京都・南座招待セールを行いました。大阪の吉本興業が企画した東西名人会で、桂春団治、エンタツ・アチャコ、大辻史郎、木村友衛、柳家三亀松らが出演しました。小売店の人気を集め数日間、南座を貸切りにしての興業でした。あまりの好評に、大阪の小売店からの要望が出て、大阪中央公会堂で東西名人会をしました。

また、鮎狩り招待売出しも続き、鮎狩り専用列車を走らせました^(注25)。

したがって、当時の販売促進は消費者への直接的な広告を行っていたのは事実であるが、その主力は問屋、小売店へのディーラー・ヘルプスであり、「菊一」にせよ^(東)「ヒガシマル」にせよナショナル・ブランド確立の過渡的な時期であったと思われる。そのため、消費者ではなくチャンネルの問屋、小売店向けの景品付き販売競争が激化したのである。

1937（昭和12）年、景品付き販売、打ち切り^(注26)。

1938（昭和13）年、国家総動員令、発布。

5、合併により^(東)「ヒガシマル」（及び「菊一」）消滅し、新たに「菊東」創造

1940（昭和15）年、商工省が味噌、醤油を配給する切符制を採用し、その結果、醤油は自由販売から統制経済に組み込まれた。特に醤油醸造の生命線ともいえる原料が組合経由で配給を受ける浅井醤油、菊一醤油両社は、直接割り当てられる大手のメーカーと比べ不利となった。そこで、1942（昭和17）年、政府直轄の指定会社を目指し、浅井醤油と菊一醤油は対等合併し、龍野醤油株式会社が誕生した^(注27)。

醤油の大樽や瓶に張るマークは、両社の商標だった「菊一」の菊と^(東)「ヒガシマル」の東をとって「菊東」と決まり、商標登録をした。というのは、1940（昭和15）年9月1日をもって、政府が「1社1規格1マーク制」を実施したので、複数ブランドの展開は許されず、新たな合併会社である龍野醤油株式会社はブランドを「菊東」ひとつに集約することになったのである。

なお、将来に備えて㊦マークと菊一マークは継続して商標登録をしておいた^(注28)。ここに㊦「ヒガシマル」と「菊一」両ブランドは消滅したのである。

その後、1942（昭和17）年、醤油を配給制の下においた政府は、北海道、東北、南九州は甲地区で月間1人当たり醤油3合（0.54リットル）、東京など関東と北九州は乙地区で醤油3合7勺（0.66リットル）、大阪など関西、瀬戸内地域は丙地区で醤油4合5勺（0.81リットル）と配給量を決めた。配給前は月間1人当たり6合（1.08リットル）～7合（1.26リットル）の醤油を消費していたので、ずいぶん窮屈な食生活となった^(注29)。したがって、醤油はブランドの時代から一時離脱したのである。そればかりか原料も配給制となり、しかも滞りようになり、生産量が激減した^(注30)。ブランドの時代からモノの時代へと逆戻りしたのである。

1945（昭和20）年、終戦。しかし、混乱は続いた。なかでも占領下の日本の醤油産業はGHQ経済科学局の管理下に置かれ、次のような指令が出た。「原料効率が悪く1年もかかる醸造醤油を生産するのは物資難の敗戦国のすることではない。利用効率が高く、短期間につくれる化学醤油に転換するべきだ」。やがてこの指令は撤回され、業界消滅の危機が回避された^(注31)。

6、㊦「ヒガシマル」再創造

1949（昭和24）年、龍野醤油株式会社は1944（昭和19）年から6年間のブランクがあったうすくち醤油を復活し、同時にブランドを「菊東」から㊦「ヒガシマル」へと元に戻した。消費者にとって、「菊東」はなじみがなく、その結果、自由販売になった時、このブランドに対する消費者の対応には大いなる不安があった。

そこで、「菊東」を消滅させ、その代わりに、130年以上も続いた「菊一」を復活させるのではなく、浅井醤油、菊一醤油両社の合併前に数量的により多く売っていた㊦「ヒガシマル」ブランドを復活させることとした^(注32)。歴史の長さではなく、販売実績の多さを選択したのである。

ここに1886（明治19）年から約半世紀にわたって展開されたが、1940（昭和15）年に消滅したうすくち醤油のブランド㊦「ヒガシマル」が再創造され、今日に続く展開が再び始まったのである。

7、㊦「ヒガシマル」再びナショナル・ブランドへ

再創造された㊦「ヒガシマル」はローカル市場である播磨から大阪市場、京都市場に再進出することとなった。1950（昭和25）年には、戦時中休止していた大阪出張所を再開し、近畿、四国の有力問屋39社を特約店に委嘱した^(注33)。

醤油が統制の下を離れ、自由販売となり、待望のうすくち醤油(東)「ヒガシマル」の出荷を再開した。「これからは、戦争中になじんだ濃口醤油の時代。淡口醤油で競争すれば、濃口醤油に負ける」、「関西の消費者は、料理に色のつかない淡口醤油になるのを待っている」と賛否両論があったが、うすくち醤油(東)「ヒガシマル」は予想通り爆発的な売れ行きを示し(注34)、再びナショナル・ブランドの第1歩を歩み始めた。

醤油が自由販売になった昭和25年の特約店はすでにみたように39社にすぎなかったが、昭和27年春の宝塚歌劇招待の大成功によって京阪神の販売基盤を築き、次には販路を全国に広げる拠点づくりのひとつとして、特約店獲得に乗り出し、昭和28年には107社と2.7倍になった(注35)。

いよいよ(東)「ヒガシマル」は再びナショナル・ブランドへの展開を始めることとなった。

1955(昭和30)年、新聞広告、ラジオ広告、鉄道沿線の野立て看板だけではなく、大阪、京都、神戸などで電飾アドバルーンを揚げた(注36)。

1956(昭和31)年、四国4県の特約店で四国ヒガシマル会を組織した。この年、出荷量が10万石(18,000kl)を突破した(注37)。

1958(昭和33)年、試験場を醸造研究所と改称(注38)。

1959(昭和34)年、テレビの料理番組のスポンサーとなる(注39)。

1961(昭和36)年、関東大震災で閉鎖したままでいたが、東京の中央区新川に東京事務所を開設。同年、出荷量15万石(27,000kl)突破(注40)。

1963(昭和38)年、JAS(日本農林規格)が醤油にも適応され、JASマークが付き、農林省が保証する商品となる(注41)。

1964(昭和39)年、社名を龍野醤油株式会社から合併前の一方の社名かつ展開するブランド名の(東)「ヒガシマル」と同じく、ヒガシマル醤油株式会社へと変更。同年、(東)「ヒガシマル」はブランド拡張を開始し、(東)「うどんスープ」と(東)「ラーメンスープ」を創造した。なお、(東)「うどんスープ」は現在でも同じラベルでヒットを続けている寿命の長いブランドである(注42)。同年9月から「素人名人会」のテレビ番組のスポンサーとなり、同社の看板番組となる。また、広島事務所を開設。出荷量20万(36,000kl)石突破(注43)。

1965(昭和40)年、(東)「うどんスープ」(東)「ラーメンスープ」などを製造するヒガシマル食品株式会社設立(注44)。

1966(昭和41)年、出荷量206,222石(37,119kl)を達成し、業界3位の大手メーカーとなる(注45)。なお、現在では業界5位であり、シェアは5%ほどである(注46)。

1967(昭和42)年、愛知、岐阜両県と三重、長野両県の一部をエリアとする名古屋連絡所を開設(注47)。

1970（昭和45）年、出荷量25万石（45,000kl）を突破^{（注48）}。

1971（昭和46）年、ラベルに「本醸造」の文字が入る。同年、1リットルパック、**（東）**「ゆずぼん」**（東）**「えんみ」を新発売した^{（注49）}。

1972（昭和47）年、出荷量30万石（54,000kl）突破^{（注50）}。

1980（昭和55）年、生活改善提案商品として塩分20%カットの**（東）**「スイート醤油」**（東）**「ハト麦醤油」、塩分20%カットで窒素とエキス分の高い本醸造の**（東）**「ゴールデンスイート醤油」を発売^{（注51）}。

1981（昭和56）年、うすくち醤油の決定版として超うすくち**（東）**「秀醇」を発売。その他、**（東）**「かば焼きのたれ」**（東）**「すき焼き合わせつゆ」**（東）**「減塩しょうゆ」などを発売^{（注52）}。

1982（昭和57）年、**（東）**「ちょっと肉じゃが」など新発売。長野県や九州など計13県の1,700店におよぶ小売を訪問、市場調査と同時に**（東）**「うどんスープ」**（東）**「ちよとどんぶり」**（東）**「ちよとぞうすい」のサンプルを持参し、商談を進めるローラー作戦を実施^{（注53）}。

1984（昭和59）年、食品部門の進展を図ることによって、競争上に占める醤油の比率を50%以下にした総合食品メーカーを目指して、新製品を発売。**（東）**「特選そうめんつゆ」**（東）**「特選そばつゆ」**（東）**「高級めんつゆ」**（東）**「さしみしょうゆ」**（東）**「よせ鍋つゆ」^{（注54）}。

1988（昭和63）年、醤油の一般家庭の消費が停滞する中、粉末商品**（東）**「うどんスープ」**（東）**「ちよとどんぶり」**（東）**「ちよとぞうすい」などのヒットにより、昭和58年に150億円であった売り上げは180億円を突破した^{（注55）}。

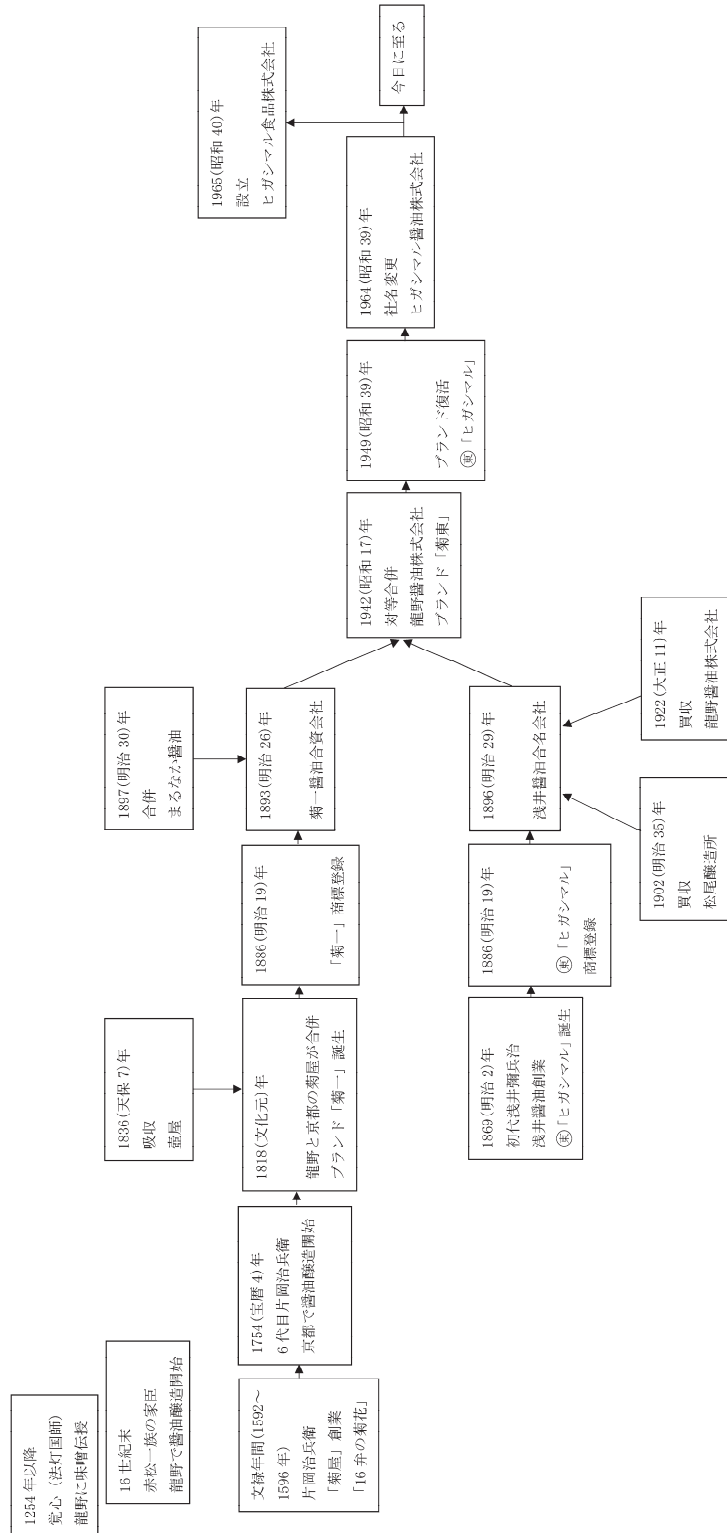
1991（平成3）年、手延素麺「揖保乃糸」を使った**（東）**「ゆでそうめん」**（東）**「あったかそうめん」を発売。同年、売り上げ200億円を突破^{（注56）}。

このように**（東）**「ヒガシマル」は醤油だけではなく、スープ、ダシ、そして、即席食品にまでブランド拡張を行いながら、着々とナショナル・ブランドへの道を歩み、今日に至っているのである。しかしながら、その道のりはたいへん複雑で理解しにくいものである。そこで、ヒガシマル醤油株式会社の前身の創業期から今日までの企業としての変遷とそのブランドの変遷を図示することとする。図表1、参照。

なお、**（東）**「ヒガシマル」について、百貨店、総合スーパー、食品スーパー、コンビニの市場調査を試みた。**（東）**「ヒガシマル」の醤油は名古屋の百貨店にはあったが、コンビニには販売されていなかった。東京周辺のスーパーの多くには、最低1種類の**（東）**「ヒガシマル」の醤油が売られており、それ以上の割合で**（東）**「うどんスープ」が売られている。その一方、コンビニには**（東）**「ヒガシマル」がみられない。沖縄の那覇においても同様であった。

2016年6月11日、**（東）**「ヒガシマル」のローカル市場である兵庫県でも若干の調査をした。神戸のJR三ノ宮駅周辺のいくつかのコンビニをみたがどこにもみられなかった。そこで、御膝

図表 1 (創業期から今日までの) ヒガシマル醤油株式会社とブランドの変遷



『ヒガシマル醤油の歩み』の記述に基づき筆者作成

元の姫路のコンビニを調査した。ファミリーマートの1軒には㊦「ヒガシマル」の醤油が売られていたが、もう1軒のファミリーマートには売られていなかった。一方、同じ姫路のセブンイレブンにはまったくなかった。翌6月12日、うすくち龍野醤油資料館を再訪問した際に乗ったタクシーの運転手さんの話では、地元たつの市周辺のコンビニには㊦「ヒガシマル」の醤油が一部では売られているが、どこのコンビニでも売られているというわけではないとのことであった。

したがって、㊦「ヒガシマル」はナショナル・ブランドとはいえ、百貨店、スーパー、コンビニなどおよそ醤油を販売しているどんなタイプの小売店にもみられるトップ・ブランドの㊧「キッコーマン」と比べると、今後、ブランド展開についてのさらなる努力が必要であるといわざるをえない。

8、リージョナル・ブランド、グローバル・ブランドへの展開

現在、㊦「ヒガシマル」はナショナル・ブランドとはいっても、ブランド企業のヒガシマル醤油株式会社の支店がある東京以北には営業の組織、拠点が無い。したがって、㊦「ヒガシマル」は日本の国外へと展開する前に、東北、北海道における認知、評価、支持を広げることがリージョナル・ブランド、グローバル・ブランドとなるより先決の課題かもしれない。

東北、北海道の消費者の味覚は薄味ではなく濃い味が好まれ、そこへの進出には醤油のブランドとしての㊦「ヒガシマル」ではなく、スープのブランドとしての展開が戦略的かもしれない。

一方、㊦「ヒガシマル」のリージョナル・ブランド、グローバル・ブランドへの展開、すなわち国外市場への展開には、㊧「キッコーマン」という大きな壁が立ちはだかっている。一般にNo.2、No.3のブランドが国外市場で展開するには、それなりの壁があり、困難を伴うが、現在No.5の醤油ブランドの㊦「ヒガシマル」ではなおさら特別な努力がいる。そのためには、醤油のブランドとしての㊦「ヒガシマル」ではなく、濃口醤油の㊧「キッコーマン」とはカテゴリーが異なる薄口醤油という新たな商品分野を確立するとともに㊦「ヒガシマル」のブランド情報を新たに再創造し、展開する必要があるかと思われる。あるいは、醤油ではなく、ブランド拡張に成功した、スープとしての㊦「ヒガシマル」を重点的に訴求するののひとつの戦略かといえるであろう。

9、おわりに

⑧「ヒガシマル」の事例研究を通していくつかの新しい発見があった。

まず、⑧「ヒガシマル」の歴史は創業以来400年にもわたるが、その間に幾度となく買収、合併を経験した日本ではかなり珍しい事例であるといえるであろう。400年の歴史を振り返ってみれば、今となっては必ずしも明確なブランドとはいえない「菊屋」の時代が約200年弱続き、19世紀前半には「菊一」ブランドが誕生した。しかし、それも約1世紀半後には、新興勢力の旧浅井醤油のブランド⑧「ヒガシマル」に統合され、今日までそれが生き残っている。

次に、醸造業者が多数存在した播磨国の龍野で激しい競争に生き残り、また、地場の醸造業者と他国の醸造業者の醤油がひしめく京都市場、そして、大阪市場で生き残ったのは、おそらく江戸時代から明治、大正、昭和と多くの醸造業者のブランド認識が希薄の中、ブランドの重要性と意義を明確ではないにせよ理解していたものと推測される。そこにはマーケティングの原型が見出されるが、それは訴求の対象が最終消費者ではなく、チャンネルに当たる問屋、小売へのものであり、今日的なマーケティングとは必ずしも一致するものではない。恐らく当時の生産技術の下では容器が樽であり、消費者には小売が量り売りをしていただいていたものと思われる。したがって、手っ取り早く販売促進を行うには対象が卸、小売とならざるをえなかった。それを象徴的に表しているのが、すでにみた昭和初期の卸（問屋）、小売への観劇招待セールである。

ようやく1960年代ごろから個別包装の時代に入り、テレビ広告が始まり、本格的な消費者へのブランド訴求が可能となり、今日的なマーケティングの時代に入っていったものと思われる。

このように⑧「ヒガシマル」は関西地方を中心としてナショナル・ブランドへと順調に発展したが、そこから名実ともにナショナル・ブランド、すなわち北は北海道から南は九州、沖縄にいたる全国市場での展開には多くの壁、ハードルが存在している。

その1は、⑨「キッコーマン」をはじめとするナショナル・ブランドへとすでに発展していた濃口醤油のブランドの存在である。

その2は、⑧「ヒガシマル」の特徴である薄口醤油が濃口醤油にならされた広範囲にわたる市場の消費者になじみが薄く、それを超えるにはかなりの困難が待ち受けている。

そのためか、⑧「ヒガシマル」は醤油のブランドとしてだけではなく、ブランド拡張を行い、スープの⑧「ヒガシマル」として、新たな⑧「ヒガシマル」ブランドを再創造し、それには大きな成功を収めている。したがって、今後の醤油のブランドとしての展開には、濃口醤油とは全く異なる商品として、薄口醤油の⑧「ヒガシマル」を訴えることが必要となるかもしれない。また、料理の材料の自然な色合いを生かすという特徴を全国の消費者に情報発信し、それを積み重ねることも重要かと思われる。ブランド企業のヒガシマル醤油株式会社は料理本を何

冊か出版していること^(注57)から分かるように努力の跡は十分に見受けられる。

現状では、異なる、新たな醤油としての(東)「ヒガシマル」とスープやだしの(東)「ヒガシマル」とのコラボレーションにより、薄口醤油の市場を広げ、(東)「ヒガシマル」のブランド発展を目指すこととなるのであろう。

それには、今がチャンスかもしれない。世界文化遺産の登録によって、世界的に日本料理が一段と注目、評価されてきている。これまでは寿司、刺身といった主に濃口醤油の料理であったが、今後は日本料理の最高峰のひとつとしての京料理が次第に脚光を浴びることとなるであろう。そうなるといよいよ(東)「ヒガシマル」の出番となり、同ブランドがリージョナル・ブランド、グローバル・ブランドへと発展する待ちに待った好機が訪れることとなるであろう。

本稿は400年にわたる兵庫県たつの市という地方の老舗醸造業者のひとつであるヒガシマル醤油株式会社が多くの競争に直面し、紆余曲折しながら、(東)「ヒガシマル」というブランドを創造し、展開し、さらに再創造し、そしてまた、ブランド拡張に成功し、ナショナル・ブランドとして今日まで展開されている特異な事例である。さらなる研究が求められるものでありたい。

注1、同社は日本型サステナブル企業の14位にランキングされている一グロービス経営大学院『創業300年の長寿企業はなぜ栄え続けるのか』p.24、東洋経済新報社、2014年。

注2、帝国データバンク資料館・産業調査部編『百年続く企業の条件』p.115、朝日新書、2009年。

注3、梶原勝美、「ブランドの展開モデルと事例研究」専修大学商学研究所報、第41巻第3号、2009年。

注4、梶原勝美、「再考:マーケティング生成論」専修大学社会科学研究所月報第593号、2012年。

注5、本稿をまとめるにあたり、うすくち龍野醤油資料館、安井卓男副館長には資料の紹介、インタビューなど、大変お世話になった。ここに感謝の意を表すものである。

注6、ヒガシマル醤油株式会社編纂『ヒガシマル醤油の歩み』pp.1-7、平成5(1993)年、ヒガシマル醤油株式会社。

注7、<http://www.higashimaru.co.jp/about/history.html>; ヒガシマル醤油株式会社編纂、前掲書、p.3。

注8、薄口醤油は濃口醤油の製法と基本的には同じであるが、大豆と小麦の処理方法に工夫をし、塩を多めに配合し、熟成期間を短めにするにより、醤油に色をつけないようにしている一林玲子、矢野雅敏編『日本の味 醤油の歴史』pp.11-12、吉川弘文館、2005年。

注9、しかしながら、京都の「他国醤油売問屋21軒」仲間には菊屋の名はみられず、中央市場である京都市場へは当初はわずかな出荷量だったと推測される一長谷川彰『近世特産物流通史論—龍野醤油と幕藩制市場—』p.49、柏書房、1993年。

注10、横山家によって天正年間(1573~92年)に創業された一同上、p.65。

注11、壺屋を引き継いだ菊屋は、1854(嘉永7)年には京都の「他国醤油売問屋21軒」仲間とその名がみられる。したがって、このころより「菊一」は京都市場においてかなりな存在感を見せ、ナショナル・ブランドへと発展をみせるのである一長谷川彰、前掲書、p.49; p.248。

注12、ヒガシマル醤油株式会社編纂、前掲書、p.8。

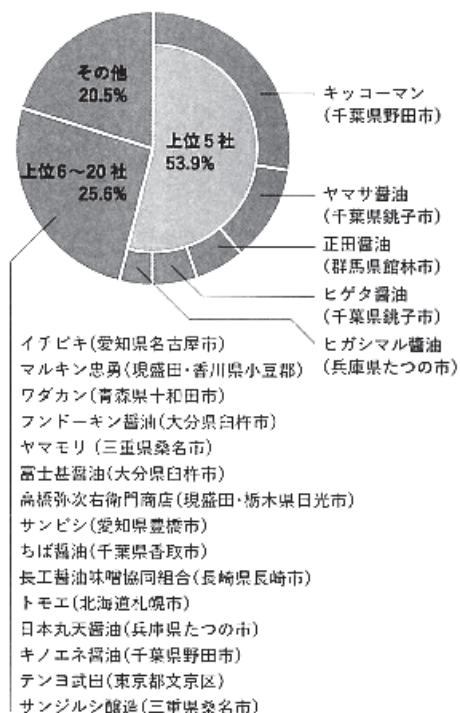
注13、同上。

注14、同上、p.9。

注15、同上、p.10。

- 注 16、同上。
 注 17、同上、p.11。
 注 18、同上、p.12。
 注 19、同上、pp.12-14 ; p.18。
 注 20、1898 (明治 31) 年、龍野醤油株式会社設立—林玲子、矢野雅敏編、前掲書、p.70。
 注 21、ヒガシマル醤油株式会社編纂、前掲書、p.16。
 注 22、同上、p.17。
 注 23、同上、p.19。
 注 24、同上。
 注 25、同上、pp.20-21。
 注 26、同上、pp.21-23。
 注 27、同上、pp.24-26。
 注 28、同上、p.26。
 注 29、同上、p.27。
 注 30、同上。
 注 31、同上、p.29。
 注 32、同上、p.30。
 注 33、同上、p.31。
 注 34、同上。
 注 35、同上、p.35。
 注 36、同上、p.38。
 注 37、同上、p.40。
 注 38、同上、p.42。
 注 39、同上、p.43。
 注 40、同上、p.46。
 注 41、同上、p.50。
 注 42、同上。
 注 43、同上、p.51。
 注 44、同上、p.52。
 注 45、同上、p.53。
 注 46、高橋万太郎・黒島恵子『醤油本』p.15、玄光社、2015 年；杉村啓『醤油手帖』p.54、河出書房新社、2014 年。なお、2014 年の主要醤油メーカーとシェアについては右の図表 2、参照。
 注 47、ヒガシマル醤油株式会社編纂、前掲書、p.53。
 注 48、同上、p.57。
 注 49、同上、p.58。
 注 50、同上、p.57。
 注 51、同上、p.68。
 注 52、同上。
 注 53、同上、p.71。
 注 54、同上、pp.72-73。
 注 55、同上、p.76。
 注 56、同上、p.79。
 注 57、たとえば、上野修三監修、ヒガシマル醤油株式会社協力『淡口しょうゆで仕上げるとびきりの和食』淡交社、平成 24 年；ヒガシ

図表 2 主要醤油メーカーとシェア



出所：高橋万太郎・黒島恵子、『醤油本』p.15、玄光社、2015 年。

マル醤油株式会社編集・制作・発行『淡口しょうゆ ほんのり、うれしい。ヒガシマル醤油でつくる淡口レシピ』; ヒガシマル醤油株式会社編集・発行『「**東**うどんスープ」「**東**ちょっとどんぶり」を使って毎日 毎食 野菜をたべよう 一品でカンペキ! おいしいごはん時間 (どき)』などがある。

* 調査合宿の合間に



河内ワイン見学

ブドウ畑でお話を伺った後に訪れたワイナリーの入口に歴戦のミゼットが。中にはピカピカの現役ミゼットも控えていました。

工場見学の後は「金食堂」での食事会。マダムの名調子と素敵な品々で至福のひとつときでした。



最終日は龍野の揖保川を渡った旧市街も訪問。ここには龍野うすくち醤油記念館があり、城山のふもとに昔からの街並みが保存されています。

もちろん、みなさん説明に聴き入るの図もあります。



イラスト・文 吉田雅明

執筆者紹介

おおやね じゅん
大矢根 淳 本学人間科学部教授
(本研究所事務局長)

ふくしま よしかず
福島 義和 本学文学部教授

たかはし よしひろ
高橋 義博 本学経済学部教授

まちだ としひこ
町田 俊彦 本研究所研究参与

みやぎき てるおみ
宮寄 晃臣 本学経済学部教授

むらかみ しゅんすけ
村上 俊介 本学経済学部教授
(本研究所所長)

はらだ ひろお
原田 博夫 本学経済学部教授

いらいだ けんいち
飯田 謙一 本研究所研究参与

しばた ひろとし
柴田 弘捷 本研究所研究参与

いしかわ かずお
石川 和男 本学商学部教授

かじはら かつみ
梶原 勝美 本学商学部教授

よしだ まさあき
吉田 雅明 本学経済学部教授

〈編集後記〉

大阪市の地場産業と商店街振興、堺市市役所の地域振興策、そしてたつの市の地場産業をめぐる春季実態調査は、21名の参加を得て3月14日から17日にかけて行われました。今回も宮寄晃臣所員の献身的奔走に感謝です。土生田純之所員レクチャー付き巨大古墳群見学は、久々に学生だったころの気持ちを思い出させてくれましたし、河内ワインさんを辞して竹ノ内街道の面影を残す路地の行灯がこれまた幻想的。その後の姫路・たつのに至るまで充実の調査旅行でした。

今回お届けする7・8月合併号は、この春季実態調査に関する参加者たちの考察を編んだものです。幸い、訪問先が満遍なくカバーされており、編集者としては一安心しているところです。参加者の一人である吉田雅明所員は、行程の合間を縫ってスケッチにいそしんでいました。そのうちの何枚かをこの特集号に掲載することにしたのですが、縮小したうえにモノクロ印刷になってしまうと魅力が半減してしまいます。それではいかにも残念なので、特別措置として1ページのみのカラー・ページ挿入を、事務局会議に諮り、承認を受けることができました。月報原稿はモノクロが原則で、論文などでのカラー印刷希望は、コストが非常にかかるので今後とも受け付けられませんが、今回だけは少し楽しんでいただければと思います。

(M.Y.&S.M.)

2016年8月20日発行

神奈川県川崎市多摩区東三田2丁目1番1号 電話 (044)911-1089

専修大学社会科学研究所

The Institute for Social Science, Senshu University, Tokyo/Kawasaki, Japan

(発行者) 村上 俊介

製作 佐藤印刷株式会社

東京都渋谷区神宮前2-10-2 電話 (03)3404-2561
