

## 転換期の在来産業経営：大正後期・昭和戦前期における小規模醤油醸造家の事例に即して

花井, 俊介  
九州大学経済学部：教授

<https://doi.org/10.15017/4363596>

---

出版情報：経済學研究. 65 (4), pp.43-70, 1998-12-28. 九州大学経済学会  
バージョン：  
権利関係：

# 転換期の在来産業経営

—— 大正後期・昭和戦前期における小規模醤油醸造家の事例に即して ——

花 井 俊 介

## 1. はじめに

本稿の課題は、田崎醤油（茨城県真壁町）の事例に即して、大正後期・昭和戦前期における農村市場向け小規模醤油醸造家の経営動向と経営基盤を明らかにすることにある<sup>1)</sup>。本稿が対象とした大正後期・昭和戦前期は、醤油醸造業にとって大きな転換期であった。最大手メーカー関東三印（キッコーマン、ヤマサ、ヒゲタ）は東京市場の醤油需要が飽和状態に達したのを承け、東京市場における競争を抑制する一方、競って地方市場（地方都市部）へと進出を開始した<sup>2)</sup>。三印の地方都市部市場への侵入は大きな波紋を呼び起こした。地方都市市場を圧迫された地方中規模醤油醸造家は活路を農村醤油市場へと求め、この結果、農村醤油市場でも激しい競争が展開し始めたのである。しかも、大正15年（1926）の醤油税廃止による自家醸造の展開と昭和恐慌による農家経済への打撃は、農村

醤油市場における競争構造をいっそう激化させ、また同時に複雑化させた<sup>3)</sup>。

このような当時の醤油醸造業の状況を踏まえ、本稿では次の3点を検討課題の中心に据えることとしたい。

- ①この農村醤油市場の構造変動が、典型的な農村市場向け小規模醸造家であった田崎醤油の経営にどのような形で影響を及ぼしたかを明らかにすること。
- ②市場の変容に対し、田崎醤油はいかなる経営戦略を展開し、どの程度の経営成果を収めたか（あるいは収め得なかったか）を検討すること。
- ③後述のごとく、田崎醤油はこの市場の変動に耐えて経営を継続したが、それが可能となった在地小規模経営ならではの根強い経営基盤について検証すること。

次に、在来産業史研究との関連で、これらの検討課題を焦点に据えた意味について若干説明しておきたい。

在来産業史研究において数々の重要な提言を

1) 田崎醤油関係史料は、現在、真壁町歴史民俗資料館（茨城県真壁郡真壁町）に「田崎洋佑家史料」（以下、「田崎史料」と略記）として寄託されており、本稿の分析は同史料群に全面的に依拠している。なお、利用した田崎史料には整理番号を付記する。  
2) 関東三印の東京市場での協同行動（「三蔵協定」）、地方市場への進出とその限界については、拙稿「三蔵協定前後期のヤマサ醤油」（林玲子編著『醤油醸造業史の研究』所収、吉川弘文館、1990年）を参照。

3) 個別経営史料に即した検討ではないが、長妻廣至はヤマサ醤油（株）に残されている昭和初年の調査史料を利用し、当時の関東農村醤油市場の変貌（自家醸造の展開、中規模醸造家の進出）や農村市場向け小規模醸造家の対応についてすぐれた概観を行っている（長妻「近代醤油醸造業と農村」<前掲林編著『醤油醸造業史の研究』所収>）。本稿の分析は、長妻論文の指摘を個別経営史料に即して裏付ける試みである。

行ってきた中村隆英によれば、明治期以来順調に発展してきた在来産業部門も、大正後期（第一次大戦以降）には転換期（「変容と衰退」）を迎えたとされている<sup>4)</sup>。中村が着目する転換の内容とは、在来経営の一部が中小工業化していったこと、その他の中小在来経営の没落と淘汰が進み始めたことであり、この転換を規定した条件としては、消費需要の変化、在来経営自身の変化（伝統的生産様式からの脱皮）、近代産業大経営の在来産業市場への進出が指摘されている。すなわち、中小工業への脱皮も進まず、また製品市場の変貌にも十分対応できなかった中小在来経営の淘汰が進み始めたということになる。

この中村の指摘は、在来諸産業全体のマクロ的趨勢とその特徴を抽出した点できわめて重要といえよう。しかし、例えば、醤油醸造業については長妻慶至が中小経営の根強い存続を主張しているように<sup>5)</sup>、中村のいう淘汰の進行状況には在来産業部門間でかなりの差異があったと考えられる。と同時に、中村自身が確認しているように、戦後復興期に再び在来諸産業は生産を回復していくのであり<sup>6)</sup>、在来産業部門全体としても、戦前期における中小経営の淘汰の進行には一定の限界が存在したと推測されるのである。従って、残されている課題は、中村が注目した大正後期以降の在来産業の転換について、

その内実と限界を各産業部門に即して具体的に解明していくことであろう。

その場合、転換の内実に関しては、転換を規定した在来製品市場の変容とそれが在来中小経営に与えたインパクト（経営状況の悪化）を具体的に明らかにする必要がある、また転換の限界については、経営環境の変化に対する在来中小経営の対応（経営戦略の変化とその成果）、淘汰を抑制した根強い経営基盤を検討することが要請されよう。上述した本稿における具体的な検討課題3点は、これらの論点に対応して設定されたものである。

しかしながら同時に、本稿での検討は、単に転換期の在来産業に関する問題の解明だけに目的が限定されているわけではないことも指摘しておきたい。というのは、転換期における中小経営の淘汰の限界、換言すれば在来中小経営の根強い経営のあり方を検討することによって、逆に、明治期以来、在来産業が順調に発展を続けることができた条件の一端を照射することが可能となると考えるからである。この点で、本稿における検討は、近代における在来産業の発展条件を検出し、その展開の論理を豊富化していこうとする近年の諸研究<sup>7)</sup>と課題意識を共有するものである。

その際、本稿では特に小規模醸造家の「在地

- 
- 4) 中村隆英「在来産業論の発想」（同『明治大正期の経済』所収、東京大学出版会、1985年）。但し、中村によれば、転換が強く現れたのは在来製造業分野であり、商業分野など第三次産業については拡大が続いていたとされている。
- 5) 前掲長妻「近代醤油醸造業と農村」。
- 6) 中村隆英「戦後在来産業の動向と変容」（同編著『日本の経済発展と在来産業』所収、東京大学出版会、1997年）。本論文で中村は「戦時中に一時壊滅した在来産業が、戦後復興期に戦前そのままいってもよいような形に再建され」たことを明らかにしている（p.7）。

7) 最近の研究としては、前掲中村編著『日本の経済発展と在来産業』第II部所収の各論文が様々な角度（同業組合活動の役割、家内工業形態と農家労働力配分戦略との適合性、情報化の進展とその利用など）から在来産業の展開基盤を解明している。また、同書執筆メンバーの一員でもある谷本雅之はかかる視角をさらに進めて、工場制度の形成に帰着するような近代産業部門の発展パターンとは異なる在来的経済発展に固有の展開論理を解明すべきだとする注目すべき議論を提起している（同『日本における在来的経済発展と織物業』名古屋大学出版会、1998年）。なお、同「近代日本における“在来的”経済発展と“工業化”」（『歴史評論』539号、1995年3月）も参照。

性」という点に着目して検討を試みることにする。近代ヨーロッパにおける最終消費財生産部門（≒在来産業部門）の展開を論じた柳澤治によれば、近代産業部門製品（原料、半製品）が広範な市場領域に流通したのに対し、それを購入して加工を施した最終消費財生産者の製品市場は局地的・地方的領域に限られていたとされている<sup>8)</sup>。確かに、在来産業経営（≒最終消費財生産者）の製品市場は、程度の差はあれ、局地的に限定されているケースが一般的であり、そうした市場の狭さと在来諸経営の小規模性とは相互規定的関係にあったとみることができよう。しかし、このことは必ずしも在来経営の脆弱さだけを意味するわけではない。本稿では、在来産業諸経営が局地的・地方的条件に制約されると同時に、それを基礎として存立していた点に注目したい。市場領域が「在地」周辺に限定されていたということは、逆に「在地性」を生かして領域内における濃密な経済的・社会的諸関係を構築し、それ利用することを可能とした<sup>9)</sup>。もとより、田崎醤油、田崎家が地域内部で取り結んでいた経済的・社会的関係すべてについて分析することはできないが、原料購入や製品販

売などに田崎醤油が「在地性」をいかに活用していたかについて可能な限り解明を試みることにする。

## II. 大正末・昭和戦前期における田崎醤油の経営的位置

田崎醤油の創業時期は不明だが、残存資料から推定すると、18世紀末から19世紀初頭の近世後半期と思われる<sup>10)</sup>。但し、近世期、明治・大正前半期の同経営に関する史料は断片的にしか残されていないため、詳しくその動向を知ることができない。もっとも、創業から明治20年(1887)頃までは、田崎家に小作料として現物納入された小麦・大豆で醤油醸造原料を賄っていたとする記録があり<sup>11)</sup>、その生産規模はかなり限定的であったと推測される。明治20年頃からは小作麦・大豆だけでは不足するようになり、原料の購入を開始したとされているので、生産量も増加したと思われる。しかし、後述のように田崎醤油の生産石高は大正後期でも500石に満たなかった。醤油醸造業においては、近世末までに

8) 柳澤治「ヨーロッパにおける最終消費財生産の資本主義化の意義」〔歴史学研究〕No.636, 1994年。なお、同論文は最終消費財生産部門（≒在来産業諸部門）が、産業革命後も広範に展開するのは後発国特有の現象ではなく、ヨーロッパ資本主義諸国でも一般にみられたことを指摘しており、在来産業の展開を後発の歪みにすぎないとするような理解に対する有力な批判となっている。しかしながら、柳澤の場合、在来産業は消費財革命までは生き残ったものの、結局は近代産業部門によって駆逐され、淘汰されていく産業部門ととらえられており、在来産業固有の展開論理や発展パターンを積極的に重視する見解とはやや異なっている。

9) 特に、在来経営者が互いに狭い市場領域＝販売圏内で製品を販売し合い、また購入し合うために、製品販売においても、また原材料や日用品購入においても、相互に固定的な顧客関係が生じやすくなる点、金銭や土地の貸借などを媒介として特別な関係が形成されやすい点などが注目される。

10) 田崎醤油の創業時期に関しては確実なデータが欠いている。戦後作成と推測される資料をみると、「天明七年正月頃ならんと云とも天保参年正月頃が確実なり」との記載があるが、抹消が加えられて「天明七年」が「天保七年」に、「天保参年」が「文久参年」に改められている（大正13～昭和32年「醤油醸造関係建築、器材等計算簿」、田崎史料B 544）。従って、抹消後の記載では天保～文久期（1830～60年頃）の創業となるが、同社史料中には文化期の経営文書が残されているので、天保以降の創業とは考えられない。抹消前の「天明七年正月」創業とすれば、史料の残存状況と矛盾しないが、このメモの信憑性自体にはなお疑問が残る。とはいえ、少なくとも文化期以前に醤油醸造を始めていたことは確実であり、メモに「天明」との記載もあるので、現時点では18世紀末～19世紀初頭の創業と推測しておく。

11) 創業について記した注10の史料によれば「明治の初年頃より小作料麦、豆全部を醤油として販売し、明治二十年頃よりは原料麦、豆買入、醤油の製造を拡張せり」とされている。

都市向け大規模醸造家と周辺市場向け中小規模醸造家の二層構造が形成されたとの指摘があるが、少なくとも生産規模からみた場合、田崎家は一貫して後者に属していたと考えられる<sup>12)</sup>。

さて、本稿が対象とする大正後期以降の同経営において、まず注目されるのが合資会社への改組であろう。大正12年(1923)12月に田崎醤油店は合資会社組織に改められ、翌13年(1924)1月から田崎醤油合資会社として営業を開始した<sup>13)</sup>。合資会社設立時の資本金額は2万4,000円であり、社員は2名(無限責任社員田崎庄蔵、有限責任社員田崎清五郎)、各々1万2,000円を現物出資する形で設立された<sup>14)</sup>。合資会社に改組した理由を記した文書はないが、おそらく税法上の有利さを背景とした個人企業の「法人成」

の流れに沿ったものと思われる。

では、合資会社改組後において田崎醤油の生産規模はどの程度であり、醤油醸造家全体の中でどのような位置にあったのであろうか。

まず、合資会社改組後の生産と販売の動向をみよう(表1)。合資会社改組当時、田崎醤油ではすでに醤油以外に味噌の生産も行っていたが、さらに昭和7年度(1932年)からソース、8年度(1933)からは酢の生産も手がけるようになった。とはいえ、売上総額に対するウェイトをみると、ソース・酢(「その他」)はごく僅かであり、味噌は生産量・売上総額比ともに大きく伸ばしたものの、味噌、ソース・酢(「その他」)の売上合計はせいぜい総売上の20%を占めたにすぎなかった。最大の商品である醤油の生産量<sup>15)</sup>はほぼ一貫して増大し、大正末期の400石台から昭和10年度(1935)以降はほぼ600石台に達した。もっとも、醤油売上は伸び悩んでおり、昭和恐慌期に大きく落ち込んだ後、再び増加に転じるものの、結局大正末期水準(2万円台)を回復できない状況で、醤油売上の総売上に対する比率も味噌売上の増加によって低下した。しかし、それでもこの時期には総売上の80%以上を醤油に依存し続けていたのであり、同経営の中心は醤油生産に置かれていたといつてよい。茨城県内醤油醸造業者の平均生産量は大正14年(1925)330石、昭和10年(1935)399石であったから<sup>16)</sup>、田崎醤油は茨城県の単純平均をやや上回る生産規模であったということができよう。

次に、全国の醸造家の中での位置についてみよう。表2から醤油醸造家の階層構成をみると、

- 12) 谷本雅之「銚子醤油醸造業の経営動向」(前掲林編著『醤油醸造業史の研究』所収)。なお、中規模醸造家を周辺市場向けとして一括することに対しては疑義が表明されている(鈴木ゆり子「江戸近郊農村における醤油醸造」<横浜開港資料館・横浜近世史研究会編『19世紀の世界と横浜』所収、山川出版社、1993年>)。確かに立地条件によっては江戸=東京都市市場に出荷するケースが存在したことは事実だが、問題はそうした大都市向け中規模醸造家の事例が別類型として設定しうるほど顕著な存在であったか否かであろう。また、鈴木論文は、江戸=東京都市市場向中規模醸造家が松方デフレと醤油税導入を契機に衰退し、大醸造家による東京市場の寡占化が進展することを示唆している。しかし、この時期から寡占化が進み始めるとはいえ、東京市場に大規模醸造家(関東三印)による寡占状況が出現するのは大正末年近くであり、醤油税導入から約35~40年も経過した後であった。従って、寡占化の進展と醤油税導入による中規模醸造家の脱落とを直接結びつけるのは困難であり、寡占化の進展を説明するためにはさらにいくつかの媒介項(特に第一次大戦期における消費需要の変化)を加えなければなるまい。また、醤油税導入直後には松方デフレから脱出しており、税導入がおしなべて中規模醸造家すべての経営に決定的な影響を与えたかについてもさらに検討を要すると思われる。
- 13) 昭和12年6月1日~昭和14年2月「会社定款、営業用保存書類」(田崎史料B90)。
- 14) 従来の醤油店の営業資産を再評価して、庄蔵と清五郎が折半して現物出資した形をとったと思われる。なお、合資会社改組に際して一部追加的な出資が行われた可能性もあるが、詳細は一切不明である。

15) 表1に示されている生産量は諸味仕込石高でも、生醤油製成石高でもなく、番水混入・火入れ後の製品生産石高である。

16) 『茨城県史 近代統計編』p.379より算出。

表1 田崎醤油各種製品の売上・生産動向

年度	醤油			味噌			その他		売上額 総計 D
	売上額 A	生産量 B	売上比 A/D	売上額 B	生産量 C	売上比 B/D	売上額 C	売上比 C/D	
	円	石	%	円	貫	%	円	%	円
1924 (大13)	21,275.9	415.84	97.1	642.2	...	2.9	-	-	21,918.1
25 ( 14)	23,127.8	460.83	96.0	957.3	1,522.0	4.0	-	-	24,085.0
26 ( 15)	17,887.1	410.28	94.1	1,112.0	1,897.0	5.9	-	-	18,999.1
27 (昭2)	15,673.4	406.91	89.8	1,785.6	3,518.7	10.2	-	-	17,459.0
28 ( 3)	18,346.8	462.06	91.4	1,723.7	3,209.0	8.6	-	-	20,070.5
30 ( 5)	13,989.8	496.51	85.9	2,292.1	5,397.0	14.1	-	-	16,281.9
31 ( 6)	14,451.3	590.04	88.7	1,848.0	5,501.0	11.3	-	-	16,299.3
32 ( 7)	13,887.9	516.81	87.4	1,852.0	5,205.0	11.6	158.3	1.0	15,898.2
33 ( 8)	13,814.0	554.46	85.9	1,797.6	4,952.0	11.2	467.1	2.9	16,078.7
34 ( 9)	14,115.9	585.95	84.5	1,992.0	5,883.0	11.9	598.3	3.6	16,706.2
35 ( 10)	16,010.0	648.77	87.5	1,870.7	4,770.0	10.2	423.6	2.3	18,304.3
36 ( 11)	14,387.3	573.40	81.7	2,677.8	6,465.0	15.2	539.8	3.1	17,604.8
37 ( 12)	18,113.8	602.12	82.4	3,217.3	6,762.5	14.6	647.3	2.9	21,978.3
38 ( 13)	19,990.5	632.96	84.0	3,203.3	6,309.0	13.5	606.5	2.5	23,800.3
39 ( 14)	19,681.0	601.10	79.2	4,235.2	7,215.0	17.0	940.0	3.8	24,856.2

出所) 田崎史料 B96「決算簿」(大13~昭4), B131「決算表」(昭5~15)より作成。

注) 1. 粕 (=副産物)の売上は表掲せず。

2. 醤油生産量は製造・販売された醤油の石数。

3. 本表の味噌売上は田崎醤油で製造・販売された味噌の売上金額。後掲表7の味噌売上には一部に他店購入の再販分を含むため、本表の数値と一致しない場合がある。

4. 「その他」はソース・酢。…は不詳(データ欠)、-はゼロ。

その特徴は下層ほど分厚くなる点にあったことがわかる。大正14年(1925)では、100石未満の零細醸造家が全体の46%と半分近くを占め、次いで100~500石(41.9%),500~1,000石(7.1%)という順に高い比率を示し、これら下の3層で全体の94.6%を占めていた。醸造規模と販路との関係については、1,000石未満が経営所在地周辺の農村を販路とする零細・小規模醸造家、1,000石以上1万石未満が、程度の差はあれ地方都市部や大都市部を販路に組み込み、またその所在地周辺部を販路として併せ持つ中規模醸造家、1万石以上は東京など大都市向けの大規模醸造家と指摘されている<sup>17)</sup>。田崎醤油は大正14年度460石の生産を記録している(前掲表1)、この分類に従えば、最零細の100石未満層ではないものの、在地農村市場向け小規模醸造家の上

層部分(下層ほど分厚くなるため)に属していたとみることができよう。

もっとも、この点を確認するためには、さらに当時の田崎醤油の販路を検討しておく必要がある。表3は「得意先元帳」から大正後半期における同経営得意先の地理的分布をみたものである。「得意先元帳」は文字通り販売先の内から「得意先」のみを抜粋した帳簿と考えられるので、同経営の販路すべてを網羅してはいない。従って、限界はあるが、得意先データ件数も106件と十分な量に達しており、その分布は販路の地理的範囲を近似していると想定できよう。表によれば、得意先106件の内、真壁町および真壁町周辺村で69件、全体の65%を占めている。これに真壁郡に隣接する西茨城郡を加えると89件、84%となり、さらに県外でも真壁郡に隣接している栃木県芳賀郡<sup>18)</sup>を含めると98件、92.5%に達する。すなわち、同経営の販路は真壁町およ

17) 前掲長妻「近代醤油醸造業と農村」p.427。

表2 規模別醤油醸造家数(全国)

年	規模	100石 未満	100石 ～500石	500石 ～1000石	1000石 ～2000石	2000石～ 10000石	10000石 以上	合計
1905 (明38)		5,146 (55.5)	3,292 (35.5)	508 (5.5)	209 (2.3)	83 (0.9)	33 (0.4)	9,271 (100.0)
1910 ( 43)		7,009 (61.8)	3,441 (30.3)	519 (4.6)	225 (2.0)	98 (0.9)	47 (0.4)	11,339 (100.0)
1915 (大 4)		5,755 (55.5)	3,590 (34.6)	591 (5.7)	272 (2.6)	139 (1.3)	16 (0.2)	10,363 (100.0)
1920 ( 9)		5,121 (51.0)	3,807 (37.9)	642 (6.4)	320 (3.2)	140 (1.4)	18 (0.2)	10,048 (100.0)
1925 ( 14)		4,797 (45.6)	4,415 (41.9)	750 (7.1)	348 (3.3)	193 (1.8)	27 (0.3)	10,530 (100.0)

出所) 前掲長妻「近代醤油醸造業と農村」p.426, 表3。

注) 1. 休造数を除く。

2. 溜を含む。

表3 田崎醤油の得意先分布(1919～24年, 大正8～13年)

地域	得意先 件数	比率	備考
真壁町内	31	29.2%	
真壁町隣接村	38	35.8%	樺穂村, 長讀村, 古里村, 雨引村, 谷貝村など
県内他郡(西茨城郡)	20	18.9%	真壁郡北東に隣接
県内他郡(その他)	2	1.9%	那珂郡, 稲敷郡各1件
県外(栃木県)	9	8.5%	芳賀郡(真壁郡北側に隣接)
県外(その他)	4	3.8%	東京3件, 松本1件
不明	2	1.9%	
合計	106	100.0%	

出所) 田崎史料 B89「得意先元帳」(大10～13年), B85「得意先元帳」(大8～13年)より作成。

びその周辺農村が中心で、残余の販路も県内近隣農村および隣接他県の市場がほとんどすべてを占め、これら以外の相対的に遠隔地の市場にはほとんど依存していなかったことがわかる。その意味で、田崎醤油は典型的な在地周辺農村市場向け小規模経営と位置づけられよう。

すでに指摘したように、田崎醤油が合資会社に改組した大正末期は、大手醤油メーカーの地方市場進出の始まりと醤油税廃止に伴う自家醸造の展開によって、地方農村醤油市場が大きく

変貌し始めた時期であり、長く深い昭和農業恐慌の打撃は市場の混乱にさらに拍車を掛けた。この激しい市場の変動に対して、典型的農村市場向け小規模醤油醸造経営であった同社は、いかなる経営方針で臨み、どのような経営成績を取めたのであろうか。次節以下では、まずこの点から検討していくこととしよう。

### III. 醤油市場の変貌と生産方針の変化

管見の限りでは、合資会社改組後における田崎醤油の生産方針について記述した史料は残されていない。しかし、醤油製造関係の数値データを利用すれば、結果論的にはあるが、同社がどのような方針で生産を行ったのかを推測で

18) 田崎庄蔵氏に対する聞き取り調査によれば、栃木県芳賀郡に比較的多数の得意先が存在したのは、同郡に田崎家の親戚があったためとのことである。なお、田崎庄蔵氏に対する聞き取り調査は、林玲子と花井を聞き手として1994年1月10日に実施された。以下、「田崎庄蔵氏聞き取り調査(1994年1月)」と略記する。

表4 田崎醤油の生醤油・番水製造量推移

年度	生醤油	番水	対生醤油 番水比率	使用粕量	粕1貫当 番水製造量
	石	石		貫	石
1925 (大14)	352.8	158.0	0.45	4,988	0.03
26 ( 15)	329.2	143.8	0.44	4,542	0.03
27 (昭2)	273.5	147.7	0.54	3,592	0.04
28 ( 3)	326.8	178.0	0.54	4,245	0.04
29 ( 4)	284.1	145.4	0.51	3,110	0.05
30 ( 5)	340.3	209.9	0.62	4,270	0.05
31 ( 6)	392.8	240.7	0.61	5,251	0.05
32 ( 7)	349.4	220.3	0.63	4,487	0.05
33 ( 8)	360.8	266.8	0.74	4,903	0.05
34 ( 9)	379.4	284.7	0.75	5,366	0.05
35 (10)	361.0	338.0	0.94	5,125	0.07
36 (11)	244.6	325.6	1.33	4,014	0.08
37 (12)	246.4	337.7	1.37	3,603	0.09
38 (13)	252.9	369.7	1.46	3,797	0.10
39 (14)	237.4	346.4	1.46	3,099	0.11

出所) 田崎史料 B96「決算簿」, B131「決算表」より作成。

注) 生醤油, 番水製造量は火入前の数値。

きよう。そこで、まず合資会社改組後における同社醤油製品の品質推移について、いくつかの数値データによって明らかにしてゆこう。

生醤油と番水の製造量の動向をみると(表4)、第一に番水の製造量が増加を続け、それに対応して生醤油製成量に対する番水の比率も一貫して増大したことが判明する<sup>19)</sup>。従って、同社では番水混合率を次第に高め、醤油製品の品質を全体的に低下させていたとみられる。第二に、番水製造に利用された醤油粕量と番水製造量とを比較すると、粕1貫目から製造される番水量が増加し続けていたことが注目される<sup>20)</sup>。これは生醤油に混合される番水自体の品質が次第に

悪化していたことを示している。すなわち、同社の場合、番水混合率の増大と番水自体の質の低下という二重の意味で製品の品質を低下させていく生産方針をとったと考えられる。

もっとも、表4に示されているのは全体としての品質の低下であり、同社が製造していた「富士庄」など個々の銘柄にどのような品質の変化がみられたか、あるいは従来なかった低級品銘柄が新たに設けられたのかなど、品質低下が個別銘柄レベルでどう進行したかについては十分に知ることが出来ない。そこで、品質の全体的な低下の中で同社製品の内容と構成がいかに変化したかをさらに検討しておこう。

表5は同社醤油製品の銘柄別生産量を示したものである。同表から、田崎醤油ではもともと「富士庄」(「別口富士庄」)「亀甲庄」(「山庄」という3銘柄の醤油を製造していたことがわかるが、最高級品(上物)は「富士庄」、中級品(中物)が「亀甲庄」、低級品(並物)が「山庄」であり、昭和2年度(1927)から造られるようになった「別口富士庄」は、品質的には「富士庄」

19) 熟成した諸味は压榨工程にかけられ、生醤油(または生揚醤油)が搾出され、粕が残る。この粕にはまだ醤油分がかなり残されているので、これに希食塩水を加えて再び压榨して得られた液汁を番水または番醤油と呼ぶ(野白喜久雄他著『醸造学』講談社サイエンティフィック、1982年)。

20) 使用粕量に対して番水製造量を増大させる方法としては、①最初の番水を搾る際に、粕に浸潤させる食塩水量を増大させる、②1回番水を搾出した粕にさらに食塩水を再浸潤させて搾る、の2通りが考えられる。



表5 田崎醤油の製品銘柄別生産動向

年度	上物		中物	並物	下物			その他	合計
	富士庄	別口 富士庄	亀甲庄	山庄	ヒゲ福	山菱	下物		
	石	石	石	石	石	石	石	石	石
1925 (大14)	230.8	—	241.4	35.5	—	—	—	—	507.7
26 ( 15)	233.4	—	186.3	50.6	—	—	—	—	470.3
27 (昭2)	180.7	33.2	133.6	61.7	—	—	—	—	409.2
28 ( 3)	215.9	60.2	161.4	44.2	—	—	—	—	481.7
29 ( 4)	200.9	35.0	157.3	30.4	—	—	—	—	423.6
30 ( 5)	238.9	79.1	136.0	39.4	—	38.2	—	—	531.5
31 ( 6)	283.1	79.0	159.8	20.1	64.4	—	—	—	606.3
32 ( 7)	256.2	43.5	163.0	11.1	—	—	73.0	—	546.8
33 ( 8)	286.8	—	207.4	47.8	93.3	—	—	—	635.3
34 ( 9)	290.3	—	211.1	51.0	74.3	—	—	—	626.6
35 (10)	286.1	—	268.1	61.8	80.2	—	—	—	696.3
36 (11)	216.0	—	253.1	—	121.7 *	—	—	—	590.7
37 (12)	207.3	—	279.3	—	—	—	117.2	25.2	629.1
38 (13)	208.0	—	286.0	—	130.0 *	—	—	30.0	654.0
39 (14)	219.0	—	236.9	—	146.8 *	—	—	—	602.7

出所) 田崎史料 B96「決算簿」, B131「決算表」より作成。

注) 1. 火入後の「製成量」を表掲。

2. \*を付した昭和11・13・14年度の「ヒゲ福」には「山庄」分が合算されている。

3. —はゼロ。

と「亀甲庄」の中間に位置していた。同表で注目されるのは、昭和恐慌が本格化する昭和5年度(1930)以降に「ヒゲ福」「山菱」「下物」など新たな醤油銘柄が製造されるようになったことであろう。これらの新製品はもともと造られていた並物「山庄」よりもさらに品質的に劣る下物製品であった。

次に、表6で上物(富士庄)、中・並物(別口富士庄～山庄)、下物(ヒゲ福以下)に分けて生産比率をみると、①上物は昭和9年度(1934)までは45%前後を維持したが、その後急落して30%台に落ち込むこと、②中・並物は恐慌前の昭和4年度(1929)までは50%台を占めたが、恐慌下で40%台へと低落し、一時的には40%を割り込むに至ること、③最下等の下物は恐慌下で次第にウェイトを増し、昭和14年度(1939)には25%近くを占めるようになることが判明する。すなわち、田崎醤油の場合、昭和恐慌に突入すると、中・並物から下物へと生産をシフトさせ、さらに昭和10年度(1935)以降はそれま

で維持してきた上物生産をも抑制して、下物生産をいっそう拡大させていったということができよう。

しかしながら、田崎醤油における低品質化路線は、このような「ヒゲ福」以下の下物生産の拡大だけによって進められたわけではなかったことに注意すべきである。銘柄別の品質変化を示した表7によれば、同一の銘柄であっても、この間に品質の劣化が急速に進められていたことがわかる。例えば、上物「富士庄」をみると、昭和11年度(1936)から番水(ないしアミノ酸)が混合されるようになっており、「別口富士庄」「亀甲庄」などの中物もこの間に番水およびアミノ酸の混合比率を大きく増大させていた。「山庄」「ヒゲ福」「山菱」など並物・下物の番水混合率も高まり、ついには生醤油を一切使用せず、すべて番水あるいは番水・アミノ酸で製造されるようになっていくのである。

従って、この過程で本来中物製品であった「亀甲庄」は事実上並物へと転落し(「山庄」の番水

表6 田崎醤油の製品銘柄別生産比率

年度	上物	中・並物				下物				その他 製成量	事実上の並 物・下物の 比率
	富士庄	別口 富士庄	亀甲庄	山庄	計	ヒゲ福	山菱	下物	計		
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
1925 (大14)	45.5	—	47.5	7.0	54.5	—	—	—	—	—	7.0
26 ( 15)	49.6	—	39.6	10.8	50.4	—	—	—	—	—	10.8
27 (昭2)	44.2	8.1	32.7	15.1	55.8	—	—	—	—	—	15.1
28 ( 3)	44.8	12.5	33.5	9.2	55.2	—	—	—	—	—	9.2
29 ( 4)	47.4	8.3	37.1	7.2	52.6	—	—	—	—	—	7.2
30 ( 5)	44.9	14.9	25.6	7.4	47.9	—	7.2	—	7.2	—	14.6
31 ( 6)	46.7	13.0	26.3	3.3	42.7	10.6	—	—	10.6	—	13.9
32 ( 7)	46.9	8.0	29.8	2.0	39.8	—	—	13.4	13.4	—	15.4
33 ( 8)	45.2	—	32.6	7.5	40.2	14.7	—	—	14.7	—	22.2
34 ( 9)	46.3	—	33.7	8.1	41.8	11.9	—	—	11.9	—	20.0
35 ( 10)	41.1	—	38.5	8.9	47.4	11.5	—	—	11.5	—	20.4
36 ( 11)	36.6	—	42.8	—	42.8	20.6	*	—	20.6	—	20.6
37 ( 12)	33.0	—	44.4	—	44.4	—	—	18.6	18.6	4.0	63.0
38 ( 13)	31.8	—	43.7	—	43.7	19.9	*	—	19.9	4.5	63.6
39 ( 14)	36.3	—	39.3	—	39.3	24.4	*	—	24.4	—	63.7

出所) 田崎史料 B96「決算簿」, B131「決算表」より作成。

注) 1. \*印の「ヒゲ福」の比率は、「山庄」分を含む。

2. 「事実上の並物・下物」の基準については、本文 (p.52) の説明を参照。

3. 「別口富士庄」は、この間次第に番水混入率を高め、中物「亀甲庄」に近づくこと、また「亀甲庄」自体も同様に番水混入率を高めていること (以上、後掲表7) を前提として本表をみると、品質が低下した中物「亀甲庄」の代替として「別口富士庄」が製造されていたように考えられる。従って、本表では「別口富士庄」を中物に含めた。

4. —はゼロ。

表7 田崎醤油製品銘柄別番水・アミノ酸混合比 (生醤油1に対する割合)

年度	上物	中物			並物	下物			その他	
	富士庄	別口 富士庄	亀甲庄	山庄	ヒゲ福	山菱	下物	生揚 代用品	アミノ酸 醤油	
1928 (昭3)	0	0.67	1.51	4.42						
29 ( 4)	0	0.67	1.67	4.12						
30 ( 5)	0	0.90	1.61	4.18						
31 ( 6)	0	1.03	2.13	4.39	9.97	☆				
32 ( 7)	0	1.04	2.13	5.43			9.03			
33 ( 8)	0		2.04	6.59	24.57					
34 ( 9)	0		2.15	10.67	33.77					
35 ( 10)	0		2.49	21.97	☆					
36 ( 11)	0.08		3.31	☆	☆					
37 ( 12)	0.14 ※		6.71 *				★	2.55 *		
38 ( 13)	0.14 ※		6.81 *		★			2.25 *	1.23 *	
39 ( 14)	0.13 ※		9.55 *		★					

出所) 田崎史料 B96「決算簿」, B131「決算表」より作成。

注) 1. 表中の各種記号の意味は以下の通り。

※はアミノ酸混合割合

\*は番水・アミノ酸混合割合

☆は番水のみで製成 (生醤油使用ゼロ)

★は番水・アミノ酸のみで製成 (生醤油使用ゼロ)

2. イタリックは、「事実上の並物化」ないし「事実上の下物化」を示す。

混合率<昭和3年度>の凌駕),最終的には下物化した(「下物」の番水混合率<昭和7年度>の凌駕)といってよい。並物の「山庄」も同様に

事実上の下物へと転落し、もともとの下物はその品質をさらに低下させたのである。すなわち、全体としての並物・下物生産へのシフトは、前

掲表5・6でみた以上のペースで進行したと考  
えねばなるまい。試みに生醤油1に対し番水4  
以上を並物(「山庄」の水準)とし、番水9以上  
を下物(「ヒゲ福」「下物」の水準)として、こ  
れら事実上の並物・下物生産量の全生産量に対  
する比率をみると(前掲表6)、昭和8年度  
(1933)にはすでに20%を超え、昭和12年度  
(1937)以降は全体の60%以上を占めるに至っ  
ていた。

このように田崎醤油の場合、大正末・昭和初  
年における農村醤油市場の変容(自家醸造の拡  
大と地方中規模醸造家の農村市場進出)に対し  
て、並物・下物などの下級品生産を拡大するこ  
とで活路を見出そうとしていたといえよう。

もっとも、大正末・昭和初期に真壁町周辺農  
村において自家醸造がどの程度展開したか、あ  
るいは地方都市市場を追われた中規模醸造家が  
どの程度進出してきたかなどの詳細については  
現時点では明確でない。しかし、茨城県庁農林  
課では、大正15年(1926)以降、自家醸造に対  
する奨励を実施しており、県の奨励事業が昭和  
恐慌の勃発とともに終了すると、今度は代わっ  
て各郡農会と町村農会が技術員を派遣して自家  
醸造の指導を行っていた<sup>21)</sup>。この結果、県内にお  
ける推定自家醸造石高も昭和6年(1931)の2  
万石から昭和9年(1934)には4万5,000石へと  
急激に増大した<sup>22)</sup>。もっとも、自家醸造は地域的  
には新治、西茨城、那珂郡で最も盛んに行われ  
たようであるが、他郡が低調であったというわ  
けではなく「県内農村ハ全般ニ涉リテ自家用醬

油ノ醸造ヲナス者多ク」と指摘されている。真  
壁に比較的近い下館町、土浦町に関しても「自  
家用醸造」によって最も影響を受ける層として  
各々「小醸造家」、「農家ニ得意ヲ有スル醬油醸  
造業者」があげられており、自家醸造が農村市  
場向け小規模醸造家に脅威を与えつつあったこ  
とがうかがわれよう<sup>23)</sup>。地方中規模醸造家の農  
村市場進出についても、県内では最も規模が大  
きな醸造家の一つである柴沼庄左衛門(昭和6  
年推定造石高5,500石)が、関東三印の県内都市  
部市場進出を承けて販路を真壁郡などの農村市  
場にシフトさせつつあったと報告されていた  
が<sup>24)</sup>、同時に「虫掛ノ柴沼庄左衛門ノ如キハ其ノ  
主ナル得意先ノアル地方ナル真壁郡地方一帯ニ  
自家醸造隆盛ヲ来セシ結果、売行不振トナリ大  
分仕込ヲ減石セル模様ナリ。自家用醬油ニ押サ  
レテ醬油ノ値段ヲ大分引下ゲタルモ何等効果表  
レズ大ニ苦慮シツツアル模様ナリ」とも指摘さ  
れていた。大規模醸造家の地方都市市場進出→  
地方都市市場向け中規模醸造家の農村市場進出  
という連鎖的作用や自家醸造の勃興を通じて真  
壁郡内農村市場における競合は激しくなりつつ  
あったとみてよかろう。こうした競合状況に  
いっそう拍車を掛けたのが、昭和恐慌の勃発で  
あり、購買力の低下した農村醤油市場の激しい  
争奪戦が展開したのである。

では、田崎醤油が推し進めた低級品化は、具  
体的にはどのような購買層をターゲットにした  
ものだったのであろうか。

この点を考える上で興味深いのは、昭和9年

21) 昭和9年10月「茨城県ニ於ケル自家用醬油ノ状況ニ関スル調査概要」(ヤマサ醤油所蔵史料 A-S9-94)。以下、茨城県内の自家醸造の動向に関する記述は、特に断らない場合、同史料による。

22) 昭和6年の茨城県内自家醸造石高は昭和6年「近県ニ於ケル醬油醸造業ノ情勢」(ヤマサ醤油所蔵史料 特17-44)による。

23) この点については長妻が前掲調査(注21)を利用してすでに指摘している(前掲長妻「近代醬油醸造業と農村」p.456、表12)。

24) 前掲長妻「近代醬油醸造業と農村」pp.405~406。但し、柴沼(新治郡藤沢村虫掛)の動向に関する調査報告が作成された時点は昭和6年(1931)である。

(1934) 4月に行われた茨城県下館町(現下館市)における聞き取り調査である<sup>25)</sup>。その中で同町のヤマサ醤油特約店主は、地元醤油の値段と自家醸造のコストについて「土地醤油」の「生揚物」小売価格3円～3円20銭位に対し、「自家用ナレバー1円六〇位ニテ造り得ルヲ以テ利益ナリト農家ハ称シ居レリ」「此ノ如キ状態ニテ此ノ地方ニ於ケル醤油醸造家及販売業者ハ何レモ営業上困難ヲ感ジツゝアリ」と証言していた<sup>26)</sup>。

そこで、これを同時点(昭和9年)における田崎醤油各銘柄の販売価格と比較しよう。田崎醤油「相場帳」をみると、当時は上物「富士庄」が3円(9升詰)、中物「亀甲庄」1円90銭(同)、並物「山庄」1円40銭(同)であり、最も品質の悪い下物「ヒゲ福」などの価格は不明だが、当然「山庄」よりもさらに低価格であったはずである<sup>27)</sup>。もっとも、この時点では「亀甲庄」は品質劣化により事実上並物化しており、同様に「山庄」も下物化していた。この点を勘案して対照させれば、①上物(「富士庄」)はほぼ「生揚物」(生揚醤油)と同等の価格に、②並物(「亀甲庄」)は自家醸造を若干上回る価格に、③下物上層(「山庄」)は自家醸造と同等の価格

に、④下物下層(「ヒゲ福」など)は自家醸造コストすら下回る価格に各々設定されていたとみることができよう。従って、田崎醤油が進めた低級品化戦略(並物・下物生産の可及的拡大)は<sup>28)</sup>、第一に自家醸造を現に行っているか、あるいは自家醸造か醤油購入かの選択に直面しているような階層の需要を喚起すること、第二に自家醸造すら行なうことができないような低所得者層、換言すれば、おそらく恐慌の打撃によって醤油市場の圏外へと転落した階層の需要を再び掘り起こすことに、その主たる目的が置かれていたと考えられるのである<sup>29)</sup>。

と同時に注目すべきは、田崎醤油の場合、少なくとも昭和10年度(1935)頃までは上物「富士庄」が製品の40～50%程度の比率を維持し続けていたことである(前掲表6)。このことは恐慌下における農村醤油需要の趨勢が一律に低級品へと向かったわけではないことを示唆してい

25) 前掲調査(注21)所収。

26) 昭和9年時点の茨城県内における自家醸造コストについては前掲調査(注21)にいくつかのデータが示されている。列挙すれば、「一升ノ生産費十二、三銭乃至十七、八銭位ナリ」「(那珂郡では…引用者、以下同様)一升十六銭ニテ上ルト宣伝シツゝアリ」「(石岡町では)一升十銭乃至十五銭位ニ上ル趣ナリ」「(石岡町では)一升十六銭位ニテ出来ルト言ヒ伝へ居レリ」「(新治郡では)一升ノ生産費八金十二銭ニ上ルトノコトナリ」などであり、これらから考えると、樽代を別にすれば、9升の製造コストは最低で1円前後、最高で1円60銭程度と考えられよう。なお、コストの差が比較的大きかったのは、農家によって番醤油製造量に差があったためと考えられる。

27) 「昭和八年十月起 相場帳」(田崎史料B163)に記載された昭和9年(1934)2月改定「本店客値段」による。

28) いうまでもなく、このような低級品化は田崎醤油独特の戦略ではなく、当時の農村市場向け醸造家の間では広くみられた対応である(前掲長妻「近代醤油醸造業と農村」)。その意味で、農村市場向け醤油醸造家間における競争局面では、それは戦略といえるほどの意味を持ち得たわけではなかった。本節でこれを戦略として位置づけたのは、主として農村市場に進出してきた中規模醸造家や自家醸造との競争局面を想定してのことである。農村醤油市場の構造変動の中で、何故地方群小醸造家が容易に淘汰されなかったかを検討するのが本稿の課題であるから、田崎醤油に特異の対応よりも、むしろ小規模醸造家に共通してみられた戦略を重視するのは当然であろう。

29) 自家醸造を行うためにはある程度の資金が必要であり、それが可能であったのは中農以上で、経済力のない小農には自家醸造すら不可能であったことが指摘されている(前掲長妻「近代醤油醸造業と農村」pp.463～468)。なお、長妻によれば、昭和恐慌期に自家醸造を行う階層が中農を中心としつつも下層の一部にまで拡大したとのことであるが、それは、県から補助金が交付されていた地域に限定されていたと指摘されている。茨城県の場合、昭和恐慌に突入すると、県は予算不足から自家醸造の奨励事業を中止してしまうのであり、自家醸造が下層にまで拡大したと想定することは困難であろう。

る。すなわち、上物に対する根強い嗜好は恐慌に伴う醤油価格全体の低落と相俟って、一定の上物需要を農村市場に残し続けたものと考えられる。但し、在地小規模醸造家がこの農村上物市場を確保するためには、価格低落に耐えつつ、進出してきた中規模醸造家との競合に対抗していくことが要請されたのであり、その経営的な負担は相当に厳しかったと推測されよう。

以上をまとめれば、田崎醤油は、農村醤油市場の上層部分では地方中規模醸造家を交えた厳しい価格競争に対抗する姿勢を維持すると同時に、下層部分においては低級品化を通じて自家醸造による醤油商品市場の蚕食に応酬するとともに、醤油需要の枠外に転落した階層を再び市場に取り込むことを狙っていたといえよう<sup>30)</sup>。

#### IV. 経営の動向

第Ⅲ節で明らかにしたように、田崎醤油では、合資会社改組後まもなくして始まった農村醤油市場の構造変化に対して、中規模醸造家と自家醸造との挟撃にいわば正面から対抗していく生産方針をとった。では、こうした戦略は、経営的にはいかなる負担を強いるものであり、また

どのような経営成果に結びついたのであろうか。幸い、合資会社改組以降については、ほぼ完全に決算数値が残されているので、それを利用しつつ、大正末・昭和戦前期における同社の経営動向を追跡していくこととしよう。

#### 1. 貸借勘定の分析

**経営不振** 同社の貸借勘定をまとめた表8からまず指摘できるのは、全般的な経営不振である。表掲した大正13年度(1924)を起点とする16年間の内、利益を計上したのは6ヶ年、利益金累計はわずか1,006円にすぎない。一方、損失計上年は10ヶ年に及んでおり、損失累計も1万9,274円と利益金累計を大きく上回っていた。そもそも合資会社改組当初から経営は停滞的であったが(対払込資本利益率0.6~1.3%)、大きく悪化するのは大正15年度(1926)以降である。同年度の3,500円を超える大きな損失によってわずかな繰越利益が消失し、翌年度に2,800円近い繰越損失が引き継がれることになった。しかもその後、繰越損失は次第に膨張し、特に昭和恐慌下で大きな損失を計上したために昭和7年度(1932)期初(=昭和6年度末)には1万1,000円近くに達した。以後、繰越損失額は若干減少するが、それでも昭和14年度(1939)まで8,000円近くの繰越損を抱え続けたのである。

繰越損失の拡大は、負債の増大と固定化をもたらした。銀行に対する負債(借入金・当座借越)の合計は、大正13・14年度(1924・25)には7,600~8,600円程度であったが、大正15年度(1926)に一挙に1万5,000円強に増大し、昭和7年度(1932)には2万1,000円を超えた<sup>31)</sup>。もちろん、膨張分には生産増加に伴う運転資金の増大による部分も含まれているが、それでも大正14~昭和7年度における負債純増(1万1,979

30) 表5~7によれば、昭和12年度(1937)頃を画期として、番水やアミノ酸混入率が急速に高まり、低級品化のスピードが大きく加速していったことがわかる。但し、この前後から戦時統制により大豆、小麦など原材料の入手が困難となっていったので、アミノ酸の混入や番水の加増は能動的な経営戦略としてではなく、原材料入手難に対する受動的な対策として選択されたと考えべきであろう。しかしここから、もしも戦時統制による制約が生じなければ、田崎醤油は低級品化路線の転換を図ろうとしていたなどと想定することはできない。その意味では従来からの低級品化戦略は、昭和12年度(1937)以降も一貫していたと考えられる。ただ、低質化が加速したのは、低級品化路線の意図的な強化によるのではなく、原材料不足という戦時の状況に規定された結果であったということになろう。

円)の内、90.3% (1万0,814円)は繰越損失の増加分によって占められていた。この結果、昭和7年度(1932)においては、使用総資本(自己資本+負債)の約4分の1(23.7%)が繰越損失のカバーというまったく非生産的な用途に固定化されてしまうこととなった。

さらに注目されるのは、昭和7年度(1932)以降における繰越損失の圧縮が必ずしも経営回復による利益計上を通じて達成されたわけではなかった点である。同年度を境に当期損失と前年度より引き継いだ繰越損失額との合計が翌年度に引継がれる繰越損失額と一致しなくなるが、このことは帳簿外から何らかの資金が導入され、繰越損失の補填に使用されたことを示している。試みに簿外から流入した資金額を算定すると表9の通りであり、昭和7年度(1932)から13年度(1938)までの累計流入額は8,244円にものぼった。すなわち、同経営の繰越損失は、貸借勘定上ではこの間(昭和7年~14年度)に1万0,814円から7,949円に圧縮されたが、もしも簿外からの資金流入が存在しなければ、逆に1万6,000円強に拡大していたのである。

この流入資金の源泉は経営者の田崎家以外にはあるまいが、同家はいったいどのようにして

31) 子細にみると、大正15年度(1926)~昭和3年度(1928)については、借入金が若干の減少を示すのに対して当座借越(常磐銀行真壁支店)が激しく膨らんでいる。すなわち、本来短期で返済されるべき当座借越が損失発生のために焦げ付いていたのである。短期返済が困難となったのを承けて、昭和4年度(1929)には短期負債から長期負債への切り換えが行われ、茨城農工銀行下館支店から一挙に1万円を超える追加借入金(より長期の負債)が導入され、当座借越の焦げ付き部分の借替えが行われた(当座借越残高が繰越損失発生前の大正13・14年度<1924・25>並水準、換言すれば通常状態のレベルに戻った)。しかし、昭和恐慌に突入すると、損失の発生によって再び当座借越が増大し、昭和7年度(1932)には借入金+当座借越の合計額が2万1,000円に拡大していったのである。

表8 田崎醤油の貸借勘定

年度	固定資産				流動資産(運転資産)				資産計				資本・負債				資本・負債計			
	建物	営業用機器器具	現金・貯金	預金・債権	貸付代金	貸付代金	貸付代金	貸付代金	繰越損失	当期損失	繰越損失	繰越損失	自己資本	繰越利益	借入金	当座借越		買掛金	受取金	奥勘定
1924(大13)	7,317	374	2,602	629	6,228	440	1,988	124	9,330	2,182	576	31,789	24,000	326	5,000	2,642	5,000	2,642	147	31,789
25(大14)	6,951	366	2,472	234	5,578	433	2,054	433	13,016	2,429	456	34,348	24,000	473	4,700	3,856	201	814	304	34,348
26(大15)	6,604	1,014	2,348	278	7,195	1,311	1,578	705	12,397	1,826	216	39,956	24,000	777	4,510	10,672	39,959	38,321	39,959	
27(昭2)	6,274	963	2,462	115	8,434	235	1,894	659	12,886	580	333	38,321	24,000	177	4,301	10,020	38,321	38,321	38,321	
28(大16)	5,958	915	2,407	233	10,572	957	430	911	11,672	1,829	423	40,044	24,000	795	4,001	11,169	40,066	40,066	40,066	
29(大17)	5,960	978	2,703	248	11,590	526	1,041	203	1,080	1,732	516	42,459	24,000	15,493	2,747	15,493	42,459	42,459	42,459	
30(大18)	5,960	978	2,841	341	12,965	584	977	242	1,340	720	399	42,987	24,000	15,050	3,947	15,050	42,987	42,987	42,987	
31(大19)	5,960	978	2,897	280	13,579	747	936	175	5,687	1,007	494	44,906	24,000	14,321	6,214	14,321	44,906	44,906	44,906	
32(大20)	5,960	978	2,999	181	13,738	771	1,352	330	7,218	1,442	464	45,381	24,000	14,321	7,016	13,781	7,600	213	45,381	
33(大21)	5,960	978	3,002	342	13,445	71	365	177	6,611	772	480	45,381	24,000	1,369	7,930	39,002	34	36,881	45,381	
34(大22)	5,960	978	3,090	176	8,634	225	346	1,428	6,036	1,120	199	36,881	24,000	11,000	3,591	11,000	3,591	77	39,002	
35(大23)	5,960	978	3,162	330	10,594	327	346	1,428	6,828	15	288	38,803	24,000	11,000	3,024	11,000	3,024	508	38,803	
36(大24)	5,960	978	3,227	434	10,066	315	225	1,021	6,439	865	268	38,803	24,000	11,500	2,549	11,500	2,549	421	38,803	
37(大25)	5,960	978	3,297	351	11,075	234	234	1,633	5,534	1,371	449	38,803	24,000	11,062	7,800	38,828	102	56	38,828	
38(大26)	5,960	978	3,347	269	10,565	113	441	1,680	5,387	1,685	836	38,828	24,000	11,500	3,170	11,500	3,170	102	38,828	
39(大27)	5,960	978	3,482	386	9,617	258	258	2,282	3,626	1,662	1,112	38,828	24,000	11,500	2,224	11,500	2,224	73	39,232	

出所) 田崎史料 B96「決算簿」、B131「決算表」より作成。  
 注) 1. 昭和15年3月1日決算の資産「貸金」には便宜的に組合出資金(醤油組合25円)を含めた。  
 2. 田崎醤油台合会社の決算年度は、3月1日から翌年2月末日までである。  
 3. 空欄はゼロ。

表9 簿外からの資金流入

年 度	流入額
	円
1932 (昭7)	461
33 ( 8)	4,295
34 ( 9)	950
35 (10)	1,189
36 (11)	500
37 (12)	-65
38 (13)	914
累 計	8,244

出所) 前掲表8より作成。

注) 流入額の算定法は以下の通り。

①前年度が損失計上年度の場合

$$\text{流入額} = \text{前年度期初繰越損失} + \text{前年度損失} \\ - \text{当年度期初繰越損失}$$

②前年度が利益計上年度の場合

$$\text{流入額} = \text{前年度期初繰越損失} - \text{前年度利益} \\ - \text{当年度期初繰越損失}$$

資金を捻出したのであろうか。当時の田崎家の家産状況については資料不足のため全貌が把握できないが、昭和3年(1928)時点で少なくとも田7町7反余、畑4町6反、合計12町3反の小作地を持ち、有価証券についても東京電燈株53株(額面2,650円)を所有していたことが確認できる<sup>32)</sup>。従って、同家は醤油醸造業を軸としつつ、そのほかに地主経営や家産運用のための有価証券投資を行っていたといえよう。とすれば、資金を捻出するためには、これら醸造業関連以外の資産が活用された考えるのが自然であろう。しかし、残念ながら、これらの資産を売却処分したのか、あるいは資産を抵当に資金借入れを行ったのかなどについては一切不明である。ただ、この点に関わって興味深いのは「(損失を補填するために)山を売った」という証言である<sup>33)</sup>。同家の山林所有の動向についてはデータがないため詳細を追跡できないが、証言に従えば、山林=家産処分を通じて醤油醸造経営の立直しが図られていたことになる。

32) 大正15年~昭和21年「申告書・調査票・配給申込書等綴」(田崎史料B107)による。

33) 「田崎庄蔵氏聞き取り調査(1994年1月)」による。

流動資産の特徴と運転資金調達 続いて同経

営における流動資産の特徴をみよう。表8をみると金額的に大きいのは諸味や原料・材料在庫など生産に関わる流動資産部分および売掛代金・貸金など販売関係を中心とする他人への信用供与部分である。表10にこの流動資産=運転資金の合計と、その内訳を示したが、売掛金、貸金など他人への信用供与部分と、諸味、原材料・製品・粕在庫など生産関係の運転資金部分とを合わせると、ほぼ運転資金全体の95%以上を占め続けていたことがわかる。

諸味などの生産に関わる運転資金が大きな金額を占めるというのは醤油醸造経営の一般的特徴である。醤油醸造の場合、諸味を仕込んでから熟成するまでに約1年という長期の醸造期間が必要であり、期末の貸借勘定には期中に仕込まれた諸味在庫全額が計上されることになる。そのため、期末の流動資産が膨張し、必要資本量が増加するとともに、長期間にわたって資金が固定化されたのである。

売掛金など信用供与部分が大きいのは、農村市場向け小規模醸造家としての特徴を示すものであろう。すなわち、製品販売をほぼ全面的に都市問屋に委託していた大都市市場向け大規模醸造経営とは異なり、農村市場向け小規模醸造家の場合、販売の中心は農家などの消費者に対する直接販売や小売業者への小口販売であった。しかも、代金の決済については即時払いではなく、掛売→一定時期毎の決済という形で行われるのが通例であり、こうした小口掛売を中心とした販売のあり方が運転資金中の売掛代金の額を増大させたのである。試みに都市向け大醸造経営銚子醤油会社(ヤマサ醤油)の運転資金の内訳を掲げたが(表11)、売掛など他人への信用供与が運転資金に占める割合を比較すると、田

表10 田崎醤油の資金調達と運用状況

年 度	自己資本	負債	A + B	運転資金	うち売掛・うち製品・原材		損失補填
	余裕金	合計			貸金比率	料・諸味比率	
	A	B		合計			
	円	円	円	円	%	%	円
1924 (大13)	14,033	7,642	21,675	21,496	38.2	56.8	0
25 ( 14)	14,683	9,571	24,255	24,559	31.1	68.0	0
26 ( 15)	14,811	15,182	29,993	26,455	33.2	60.8	3,535
27 (昭2)	14,301	14,321	28,622	25,678	40.2	58.4	2,944
28 ( 3)	14,720	16,066	30,786	27,025	42.7	56.5	3,739
29 ( 4)	14,359	18,240	32,599	29,079	43.4	53.9	3,739
30 ( 5)	14,221	18,997	33,218	24,131	57.9	38.3	9,087
31 ( 6)	14,165	20,906	35,071	24,257	59.8	35.9	10,814
32 ( 7)	14,063	21,550	35,614	24,816	56.9	42.4	10,814
33 ( 8)	14,060	21,381	35,441	23,634	58.4	39.8	11,806
34 ( 9)	13,972	12,881	26,853	17,973	49.9	49.2	8,880
35 ( 10)	13,900	14,925	28,825	20,972	51.6	46.8	7,930
36 ( 11)	13,835	14,532	28,367	19,689	52.8	45.0	8,479
37 ( 12)	13,835	14,560	28,395	20,659	53.6	44.7	7,979
38 ( 13)	13,715	14,828	28,543	19,680	53.7	44.9	8,862
39 ( 14)	13,580	15,292	28,872	19,075	51.0	47.0	9,796

出所) 前掲表 8 より作成。

表11 ヤマサ醤油の運転資金内訳

年次	1924 (大13). 12		1925 (大15). 12		1931 (昭6). 3		1933 (昭8). 3	
	円	%	円	%	円	%	円	%
諸味・原材料・製品	2,297,938	88.1	2,894,700	71.7	3,651,328	62.1	3,831,958	65.4
売掛金・仮払金など	311,856	11.9	1,141,400	28.3	2,227,282	37.9	2,026,794	34.6
合計	2,609,794	100.0	4,036,100	100.0	5,878,610	100.0	5,858,752	100.0

出所) 前掲拙稿「三蔵協定前後期のヤマサ醤油」pp.400-401より作成。

崎醤油の方が数段高い水準を示していたことがわかる。

中農以下の小農民や町場の一般庶民など常に十分な現金を所持しているとは限らない消費者たちにとって、取りあえず必要な商品を掛けて購入できるというのは魅力的なシステムであり、逆に在地農村市場向け小規模醸造家にとっては現金販売では開拓し得ない市場部分を掛売によって開拓し、顧客とすることが可能となった。その意味で掛売は販売戦略として重要な意味をもっていたといえよう。しかし同時に、掛売には当然回収のリスクが伴う。特に、掛売は資金力の乏しい階層の購買力を引き出す販売方法であっただけに、リスクもまた大きかったと考えられる。表 8・10によれば、大正末期から昭和恐慌期にかけて売掛金の絶対額も、運転資金中

の割合もともに上昇していくが、これは不況、恐慌下で掛売という販売戦略のもつデメリットが前面に現れ始めたことを意味するものである。すなわち、恐慌期にかけて売掛金回収が次第に困難となり、焦付きが膨張し始めたのである<sup>34)</sup>。事実、田崎醤油では恐慌下の昭和 8 年(1933)に「信用録」を作成し、主要な顧客一軒毎にその信用状態について甲～丙の評価を行っており<sup>35)</sup>、売掛金の焦付きが看過し得ない

34) 既述のように、田崎醤油では恐慌期に低品質・低価格製品へと生産をシフトさせていく。これは一つには従来の顧客層の購買力の低下に対応した動きであったが、もう一つには購買層の範囲をさらに下層へと拡大しようという方針にもとづくものであった。とすれば、より下層への販売ターゲットの拡張によって掛売のもつリスクはいっそう増大したと想定しうるのであり、その結果が焦げ付きの拡大につながったとも考えられよう。



経営問題となっていたことが示唆されている。

では、これら流動資産に充当される運転資金を、田崎醬油はどのように調達していたのだろうか。まず、運転資金に充当し得る自己資本余裕金についてみると(表10)、おおむね1万4,000~1万5,000円程度であったことがわかる。一方、必要とされた運転資金(流動資産)合計額は1万9,000~2万9,000円にのぼっており、不足分については銀行からの借入れ(負債=他人資本)によって賄われた<sup>35)</sup>。すなわち、大正末・昭和初期の時点で田崎醬油はすでに自己資本という制約を超えた事業活動を展開するに至っていたのであり、醬油醸造業は田崎家の家産運用における一選択肢という消極的な位置づけではなく、家としての中軸的な事業(「家業」)となっていたとみることができよう<sup>37)</sup>。さきに田崎家は昭和恐慌下に所有山林を売却して醸造業の損失補填を行ったと指摘したが、こうした行動も醸造業が田崎家にとってもった意義の重

要性を反映しているように思われるのである。

もっとも、自己資本余裕金と負債の合計は当該年度に必要なとされた運転資金量を大きく上回っており、導入負債はたんに運転資金不足分のカバーのみに利用されたわけではなかった点にも注意せねばならない。では、運転資金として利用されていない負債は何に充当されていたのだろうか。いうまでもなく、その用途は繰越損失のカバーであった。繰越損失(損失補填必要資金)と運転資金の合計は自己資本余裕金と導入負債の合計額に一致しており、その点が確認できよう。もっとも、これはあくまで結果論であり、もともと繰越損失のカバーを目的として負債が導入されたというわけではない。より正確に云えば、そもそも運転資金として利用された負債が損失発生のために返済不能となって焦げ付き、結果的に固定債務として翌年度に引き継がれる形で累積していったのである。

## 2. 損益勘定の分析—収益不振の構造—

以下では、田崎醬油の経営不振を導いた構造について収支両面から検討しておくこととしよう。まず、田崎醬油の損益勘定を示した表12によって同社の収入の動向をみると、そのほとんどが

ていたのであり、企業経営者としての側面を強めつつも、同時に家産の維持・増殖をはかる資産家的側面を併せ持っていたと考えられよう。近代における在来産業経営者は、多くの場合、これに類する経営行動をとっていたと推測されるが、上記のように考えるならば、他人資本を導入したからといって、ただちに彼らの家産と企業経営が分離した近代的産業企業家として位置づけることはできまい。彼らは特定の事業分野をはっきりと中軸に据え、その事業経営を自己の活動の中心として積極的に関わったが、それはあくまで家と未分離の事業、すなわち「家業」として意識されていたのである。なお、田崎醬油における負債導入が何を担保として可能になったかは明確ではないが、田崎家が所有する有価証券や不動産が当座借越の根抵当として、あるいは長期負債の担保として活用されていた可能性は高いと考えている。

35) 昭和8年「信用録」(田崎史料B170)。

36) 「奥勘定」を他の負債と同一視するのはやや問題だが、形式上は返済義務を完全に免れているわけではないので、表8・10では一括して負債に含めた。なお、表8に明かなように、少なくとも期末の貸借勘定にみる限り、田崎醬油の資金調達上で「奥勘定」が果たした役割は無視し得るほど小さかった。

37) この点に関わって、事業活動が自己資本によって行われたか、あるいは自己資本の枠を超えて拡大したかに着目して、資産家的側面をもつ地方企業家から近代産業企業家への変貌をみようとする議論がある(前掲谷本「銚子醬油醸造業の経営動向」)。確かに負債=他人資本の導入によって事業を拡大しようとする姿勢には企業経営者としての積極的な自覚が示唆されており、資産家から企業経営者への変貌を検討する際の一つの重要な論点といえよう。しかし同時に、負債=他人資本導入がいったい何によって可能となったのかという点についてもさらに考慮すべきと思われる。特に注意を要するのは、事業関係以外の土地や有価証券などの家産を抵当に事業資金を借り入れるというしばしば見られたケースである。この場合、家産所有は負債導入の前提であり、負債依存による事業拡大は一定の家産を維持することによって可能となった。すなわち、事業の積極的展開と家産の維持は不可分に結びつい

醤油・粕など醤油関係品・副産物の売上によって占められていたことを確認できる。収入合計の動きは醤油売上額の動向に規定されており、大正末から昭和恐慌期にかけて大きく落ち込んだ後、昭和12年度（1937）から回復に向かうものの、大正末期の水準に戻ることはなかった<sup>38)</sup>。

さて、昭和5年（1930）から本格化した昭和恐慌の下で醤油売上が減少し、農産物価格が恐慌前水準に復し、農家経済も復調した昭和12年（1937）頃から醤油売上が回復していくのは、農村醤油市場としては当然の動きであろう<sup>39)</sup>。しかし、注目されるのは、田崎醤油の場合、昭和恐慌以前（大正末年）から売上が低落傾向を示し始めていたことであり、昭和2年度（1927）には早くも恐慌期に近い売上水準に落ち込んでいたのである。このことは、すでに恐慌前から自家醸造の展開や地方中規模醸造家の進出などによって真壁周辺の農村醤油市場において構造変化が進展し、田崎醤油の経営に深刻な影響を及ぼしつつあったことを示唆している。大正13年度（1924）～昭和3年度（1928）は醤油生産石数も410～450石前後に停滞しており（前掲表1）、生産（≒出荷）数量の伸び悩みの下における醤油価格の低落が売上の不振を導いていた。

38) 但し、表12の味噌売上（昭和2年度<1927>以降）は正確には売上金額ではなく、粗益金額（おそらく売上額から原材料費を差し引いた残額）である。同様に、昭和7年度（1932）以降のソース、8年度（1933）以降の酢も粗益金が計上されている。従って、同表の数値は収入合計を示したものとはいえない。副産物を除いた売上金額としては、前掲表1（ないし後掲表13）に示された数値の方がより正確である。但し、実質的なトレンドについては両表の差は大きくなく、表1（ないし表13）の数値によって収入合計をみても、昭和恐慌期にかけての落ち込み、その後の回復という点では異なるイメージを与えるものではない。

39) 清水洋二・西田美昭「農業と地主制」pp.256～260（大石嘉一郎編著『日本帝国主義史2 世界大恐慌期』第6章、東京大学出版会、1987年）

こうした大正末以来の農村醤油市場の変容は昭和恐慌下でも基底として一貫していたが、恐慌による醤油需要の減退は市場の競争をいっそう激化させていくこととなった。既述のように、田崎醤油ではこれに対して番水混入によって生産石数を増大し、下物・並物生産を拡大するという積極的な対抗策をとったが、収入（売上）合計は回復するどころか、さらに一段と減少を示し、昭和11年度（1936）まで1万5,000円前後に停滞し続けた（前掲表1・4）。しかも、並物・下物生産の拡大による農村下層市場への進出は、掛売のリスクを増大させた。この減退した収入合計の中には掛売分も含まれていたが、すでに指摘したように、恐慌下における売掛金の焦付きは重大な経営問題となっていったのである。

このように、醤油市場における競争の激化と恐慌による醤油消費の減退の下で田崎醤油の売上は不振に陥り、売上の不振は損失の発生につながった。そして、継続的な損失発生による繰越損失の累増が負債の焦げ付きと増大をもたらし、負債の固定化が資金の生産的利用を妨げていった。使用総資本が生み出す果実（＝売上額）の効率性、すなわち資本回転率をみると（表13）、そもそも0.7回前後と低いが、大正末から恐慌期にかけてさらに悪化していった原因は、これらの点に求めることができよう。

もっとも、売上が減少したとしても、それに対応してコストが圧縮できれば、収益の悪化を抑制しうるはずであろう。そこで、引続いて支出面から収益不振を脱却できなかった構造について検討しよう。表14は収支を圧迫した支出側の要因を検出するために、売上合計（＝全収入）に対する支出各項目の比率の変化を追跡したものである。

第一に、諸味（仕込済の醤油諸味）コスト<sup>40)</sup>が

表12 田崎醤油の損益勘定

年度	取 入						合計
	醤油売上	味噌売上	粕売上	ソース粗益	酢粗益	その他	
	円	円	円	円	円	円	
1924 (大13)	21,276	642	497				22,415
25 ( 14)	23,128	966	513				24,607
26 ( 15)	17,887	1,702	307			49	19,944
27 (昭2)	15,673	602	247				16,522
28 ( 3)	18,347	459	339				19,144
30 ( 5)	13,990	963	182				15,135
31 ( 6)	14,451	422	196				15,070
32 ( 7)	13,888	530	195	107		6	14,725
33 ( 8)	13,814	204	246	224	61		14,549
34 ( 9)	14,116	510	203	237	162		15,227
35 ( 10)	16,010	161	253	157	154		16,735
36 ( 11)	14,387	422	245	209	216		15,479
37 ( 12)	18,114	453	241	207	310		19,326
38 ( 13)	19,991	531	255	277	178		21,231
39 ( 14)	19,681	273	235	512	213		20,913

出所) 田崎史料 B96「決算簿」, 同 B131「決算表」より作成。

注) 1. 昭和3年度(1928)以降の「味噌売上」は「味噌粗益」。

2. 昭和3年度(1928)まで支出に原価償却が計上されているが、簡便化のため、本表では営業費に含めた。

3. 営業費の「手間」については、昭和11年度(1936)以降、製造費の「加工費」に移された。

4. 空欄はゼロ。

年度	支 出														合計	当期損益	
	諸味原価	醤油買入	製造費	その他				樽縄勘定	営業費	うち利子	うち売上 配当金	うち手間	うち食費	うち給料			うち売掛代 貸倒金
				給金	造石税	燃料費	加工費										
円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	円	
1924 (大13)	7,587	420	2,308	768	548		992	1,232	10,720	633	54	1,038	2,115	716	1,328	22,268	147
25 ( 14)	9,063		2,869	1,459	653		758	1,912	10,460	778	111	750	1,809	841		24,303	304
26 ( 15)	8,597		3,144	1,566	532		567	1,080	10,659	1,057	74	778	2,553	906		23,479	-3,535
27 (昭2)	3,590		2,768	1,294		738	735	906	9,436	1,624	56	427	2,206	1,054		16,699	-177
28 ( 3)	5,565		2,882	1,408		512	962	1,182	10,310	1,662	95	688	1,906	852		19,633	-795
30 ( 5)	9,242		2,463	1,092		384	988	984	8,014	1,400	58	380	1,855	1,045		20,704	-5,569
31 ( 6)	4,560		2,996	1,226		547	1,224	1,267	7,883	1,989	118	425	1,202	1,066		16,707	-1,637
32 ( 7)	3,311		2,701	928		468	1,305	969	7,728	1,957	134	321	1,343	798		14,709	16
33 ( 8)	3,722		3,407	1,042		557	1,809	1,158	7,731	2,296	100	404	1,312	458		16,018	-1,469
34 ( 9)	4,527		2,843	931		570	1,343	1,689	7,538	1,706	97	378	1,671	728		16,596	-1,369
35 ( 10)	4,516		3,774	1,265		338	2,171	1,650	6,718	878	70	371	1,671	627		16,658	77
36 ( 11)	3,980		5,363	1,182		447	3,734	2,081	5,870	1,355	60		1,334	437		17,293	-1,814
37 ( 12)	4,358		4,754	1,060		478	3,216	3,289	6,682	1,385	42		1,370	496		19,083	243
38 ( 13)	4,078		6,776	1,056		955	4,765	4,097	7,343	1,118	110		1,386	759		22,293	-1,062
39 ( 14)	3,510		7,342	1,358		855	5,130	3,993	7,916	1,506	239		1,585	654		22,761	-1,848

占める比率が30%台から20%台に低落し、昭和13年度(1938)以降ついに20%を割り込むに至っ

表13 田崎醤油の資本回転率

年度	使用総資本 円	総売上金額 円	資本回転率 回
1924 (大13)	31,642	22,415	0.71
25 ( 14)	34,044	24,607	0.72
26 ( 15)	39,959	19,944	0.50
27 (昭2)	38,321	17,706	0.43
28 ( 3)	40,066	20,409	0.48
29 ( 5)	42,997	16,464	0.35
30 ( 6)	44,906	16,496	0.35
31 ( 7)	45,550	16,047	0.33
32 ( 8)	45,381	16,143	0.32
33 ( 9)	36,881	16,709	0.34
34 ( 10)	38,925	18,445	0.45
35 ( 11)	38,532	17,735	0.40
36 ( 12)	38,560	22,089	0.50
37 ( 13)	38,828	23,904	0.55
38 ( 14)	39,292	24,875	0.54

出所) 前掲表1・8・12より作成。

注) 総売上高は表12の味噌・ソース・酢の粗益金を表1の売上金によって修正して表示した。

たことが注目される。これは諸味を压榨した生醤油に火入れを施して醤油を製造するという正統なやり方ではない方法で醤油が製造され始めたことを反映していた。すなわち、生醤油に対する番水混入率の増大やアミノ酸利用の進展のために、諸味一定量からより多量の醤油製成が行われるようになった結果といえよう。この点を別の角度から示すのが製造費の占める比率の増大であり、大正後期に10%強にすぎなかった製造費のウェイトは昭和恐慌期に20%台に、昭和11年度(1936)以降は30%台へと急上昇した。製造費を押し上げたのは加工費の増大であり、大正後期の5%にも満たない水準から昭和13・14年度(1938・39)には25%近くにまで比率を高めている。加工費の急増は番水混入に伴う添

表14 製品売上に対する各支出項目の比率

年度	対総売上高比率					
	諸味 %	製造費 %	うち 加工費 %	樽縄 %	営業費 %	うち 利子払 %
1924 (大13)	33.8	10.3	4.4	5.5	47.8	2.8
25 ( 14)	36.8	11.7	3.1	7.8	42.5	3.2
26 ( 15)	43.1	15.8	2.8	5.4	53.4	5.3
27 (昭2)	21.7	16.8	4.5	5.5	57.1	9.8
28 ( 3)	29.1	15.1	5.0	6.2	52.3	8.7
30 ( 5)	61.1	16.3	6.5	6.5	53.0	9.3
31 ( 6)	30.3	19.9	8.1	8.4	52.3	13.2
32 ( 7)	22.5	18.3	8.9	6.6	52.5	13.3
33 ( 8)	25.6	23.4	12.4	8.0	53.1	15.8
34 ( 9)	29.7	18.7	8.8	11.1	49.5	11.2
35 ( 10)	27.0	22.6	13.0	9.9	40.1	5.2
36 ( 11)	25.7	34.6	24.1	13.4	37.9	8.8
37 ( 12)	22.5	24.6	16.6	17.0	34.6	7.2
38 ( 13)	19.2	31.9	22.4	19.3	34.6	5.3
39 ( 14)	16.8	35.1	24.5	19.1	37.8	7.2

出所) 前掲表12・13より作成。

注) 総売上高は表13の数値を利用。

40) 同社の損益勘定では収入の味噌売上に粗益金が計上されているから、支出側の味噌諸味(原材料)コストについてはすでに差し引いて相殺されていると推測できる。従って、支出側に計上されている「諸味」は醤油諸味を示しており、味噌諸味は含まれていないと考えてよからう。むろん、より正確に云うならば、大正15年度(1926)までは味噌粗益金

でなく、味噌売上が計上されているので、これに対応して支出側の「諸味」には味噌諸味が含まれていたことになる。しかし、この時点では味噌生産額自体がまだ無視し得るほど小さかったのであり、「諸味」のほとんどが醤油諸味であったとみても大過なからう。

加調味料の増大やアミノ酸醤油製造関係費用（アミノ酸原材料およびその仕込関係費用）の増加によるものであり、天然醸造ではなく化学的方法を利用した醤油製造の進展が示されている。但し、諸味・製造費を合計した製造コスト全体のウェイトは、昭和6年度（1931）までの平均が50.2%、諸味のウェイトが恒常的に30%を割り込むようになった昭和7年度（1932）以降の平均が49.8%であり、大きな差異は認められない。従って、製造コスト全体としてみた場合、下物・並物生産の拡大に伴う製造方法の変化は採算の悪化を導くものではなかったといえよう。その点では、低品質化＝低価格化と見合うコストの圧縮を実現していたとみられる。もっとも、それ以上の役割、すなわち製造コストの圧縮を通じて収益状況を好転させるには至らなかった点にも注意しなければならない。

第二に注目されるのは、樽縄代のウェイトの増大である。大正13年度には5%にすぎなかった樽縄代の比率は、昭和9年度（1934）以降ほぼ10%を超え、13年度（1938）になると20%に近づいた。樽縄代は醤油樽のみならず味噌樽縄分を含んでいたが、この時期には醤油生産をはるかに上回るペースで味噌生産が急増したので（前掲表1）、樽縄代比率を上昇させた最大の要因は、味噌増産に伴う樽縄需要の増大に求められるべきであろう。もっとも、既述のごとく、この時期には醤油の増産も番水混入率増大などの低品質化を伴って進展したので、樽縄代の増加には醤油生産の拡大に起因する部分も含まれている。とすれば、醤油製造方法の変化は、すでにみたように製造コストという点では収益を圧迫するものではなかったが、容器（樽縄代）については売上げ低下に見合うコストの圧縮をはかることができなかったことになろう。すな

わち、味噌生産の拡大や醤油の増産（低品質化）は、樽縄代比率の増大を通じて経営全体としての採算を圧迫する結果につながったといえよう。

第三に、営業費のウェイトが大正15年度（1926）から昭和9年度（1934）にかけて50%台に増大し、収益を圧迫していたことを看取できる。営業費中の利子払いをみると、ほぼ同様の動きを示しているので、営業費の動向を規定した要因の一つは利子払いに求められよう。利子払いの比率を押し上げたのは、いうまでもなく、繰越損失の増大に伴う固定債務の累積であった。従って、田崎醤油の経営は、大正末から昭和恐慌期にかけて「繰越損失の発生→固定負債の増加→利子負担の増大→収益悪化→損失の継続」という一種の悪循環構造に陥っていたとみることができるのである。すでに指摘したように、繰越損失の負担を軽減するため、田崎家は昭和7年度（1932）以降、簿外から損失補填金を投入するようになったが、その目的はこうした収益不振を導く悪循環構造を断ち切ること、あるいは少なくともその悪影響を軽減することにあつたと考えてよいであろう。事実、この損失補填資金の導入により、利子払いの比率は昭和8年度（1933）の15.8%をピークに減少に転じ、昭和10年度（1935）以降はほぼ5～7%前後に落ち着いた。これに対応して営業費全体のウェイトも低下を示しており、樽縄代比率の増大による収支の圧迫を緩和する役割を果たしたのである。

## V. 経営基盤—大正後期—

第Ⅲ、Ⅳ節でみたように、農村醤油市場の構造変化の下で、田崎醤油は経営不振に喘いでいた。しかしながら同時に、田崎醤油の場合、こ

の苦境に耐えて、ともかくも経営を維持・存続しえた点にも注意する必要がある。もちろん、成績不振を脱却できなかったという点では限界があるが、それにしても大正末・昭和初年における一連の大きな経済変動に耐えることができたのには、それなりの背景があったはずである。そこで本節では、経営不振が顕在化する直前の時期、すなわち大正後期を対象として、農村在地醸造家ならではの、根強い経営的基盤の一端について検討していくことにしよう。

### 1. 原料調達

**小麦購入** 表15-Aは大正14年度(1925)「仕入帳」から同年度の小麦購入先・金額を1件毎に集計したものである。表によれば、この年に田崎醤油は41件の購入先から小麦387俵(5斗入)余を購入し、代金として総額3,536円57銭(1俵当平均単価9円13銭)を支払っていたことがわかる。

さて、これら購入先のうち、田崎醤油会社ないし田崎家と特殊な関係にある者がどの程度存在したのかを示したのが表15-Bである。ここでは特別な関係を示す指標として、①当該期の田崎醤油「得意先元帳」に記載されている醤油販売の得意先か、②田崎家「小作料取立帳」に記載されている小作人か、③特殊な購入方法(「差引取引」=小麦代と醤油代金とを差引で精算する取引方法)が採られていたかの3点を取り上げた<sup>41)</sup>。注目されるのは、これら特別な関係にある取引先が、件数ベースで41件中25件と6割以上を占め、取引金額ベースでも総計3,536円

57銭のうち2,160円47銭と61.1%を占めていたことであろう。特に、田崎家小作人からの購入分は金額比でも4分の1近くを占めたのみならず、平均購入単価が8円93銭と全体平均9円13銭よりも安価であった。なお、農村小規模醸造家が容易に淘汰されなかった一因として、周辺農家と直接取引することのメリット、すなわち一般相場よりも安価である点、買付人などの取引コストが節約できる点が指摘されている<sup>42)</sup>。そこで、表15-Aで非農家(穀物商など)と確認できる取引先(取引先番号1, 2)と、農家と推測される取引先(取引先番号3以下)とに分け、購入比率(数量・金額比)、購入平均単価を計算すると、非農家取引が全体の37.4%(数量)、37.8%(金額)、1俵9円22銭であったのに対して、農家取引は62.6%(数量)、62.2%(金額)を占め、1俵9円8銭と若干安価であった。従って、田崎醤油の場合も、小麦仕入数量・金額全体の60%を地元農家との直接取引が占めたことには、それなりのメリットがあったように思われる<sup>43)</sup>。

**大豆購入** 続いて、大正14年度(1925)の大豆購入先・金額をみると(表16-A)、田崎醤油は奥勘定を含む48件の購入先から内地大豆約180石(平均購入価格1俵当11円9銭)、1件から外国大豆96袋を購入し、代金として総額5,190円余を支払っていたことがわかる。

そこで、小麦の場合と同様に、これらの購入先のうち、田崎醤油会社ないし田崎家と特殊な関係にある者がどの程度存在したのかを表16-

41) もちろん、血縁関係の有無や地縁に基づく日常的関係の親密さなど、経済活動に規制を与え得る条件はこれら以外にも様々に想定できよう。しかし、本論文では、現時点で史料的裏付けをもって確認が可能な条件だけに限定せざるをえない。

42) 前掲長妻「近代醤油醸造業と農村」pp.442~443。  
43) 厳密に言えば、単に価格のみの比較では不十分で、小麦の等級(品質)をカウントする必要があるが、データの制約からそれは不可能である。その意味では、これらの比較(小作人購入分と一般購入分、非農家取引と農家との直接取引)から得られる結論はラフな推定にすぎない。

表15-A 田崎醤油の小麦購入 1925 (大正14) 年度

購入先 番号	購入量	購入金額	備考
	俵	円	
1	114.0	1,045.30	得意先, 差引取引
2	31.0	291.08	
3	16.0	154.55	
4	2.0	20.00	小作人
5	5.9	51.65	小作人
6	4.0	34.00	小作人
7	0.9	8.80	
8	12.0	105.55	小作人
9	8.0	69.20	小作人
10	3.0	25.50	
11	2.0	17.00	小作人
12	3.0	25.50	
13	4.0	35.95	
14	1.1	11.23	得意先, 差引取引
15	7.0	59.70	
16	6.0	53.40	小作人
17	6.0	53.40	小作人
18	2.0	18.00	
19	2.0	17.70	小作人
20	12.7	110.13	小作人
21	15.0	136.30	
22	2.7	27.44	小作人
23	6.0	51.60	小作人
24	2.0	17.90	
25	2.0	16.78	
26	8.0	66.34	得意先
27	4.0	36.80	小作人
28	4.0	37.00	小作人
29	14.0	128.72	
30	1.0	8.90	得意先
31	1.0	8.95	
32	8.0	74.70	小作人
33	1.9	19.87	
34	0.9	10.75	小作人
35	3.2	37.00	得意先
36	2.0	16.98	小作人
37	8.0	72.00	
38	39.0	356.50	
39	4.0	36.40	得意先
40	6.0	54.00	小作人
41	12.0	114.00	得意先
総計	387.2	3,536.57	平均単価 9.13 (円/俵)
	100%	100%	
非農家取引	145	1,336.38	平均単価 9.22 (円/俵)
	37.4%	37.8%	
農家取引	242.2	2,200.19	平均単価 9.08 (円/俵)
	62.6%	62.2%	

出所) 田崎史料 B206「仕入帳」, B89「得意先元帳」(大10~13), B85「得意先元帳」(大8~13), B103「小作取立帳」より作成。

- 注) 1. 1俵は5斗入。  
2. 単価は俵当の価格。

表15-B 特殊な関係に基づく小麦購入 1925 (大正14) 年度

	件数比	金額	金額比	備考
		円	%	
差引取引	2/41件	70.03	2.0	
得意先より購入	7/41件	1,319.17	37.3	
小作人より購入	18/41件	841.3	23.8	8.93(円/俵)
重複分を除く合計	25/41件	2,160.47	61.1	

出所) 表15-Aに同じ。

- 注) 1. 単価は俵当価格。  
2. 件数比, 金額比は各々取引先総件数, 購入総額に占める比率。

表16-A 田崎醤油の大豆購入 1925 (大正14) 年度

購入先 番号	購入量	購入金額	備考
	斗	円	
1	10.0	21.77	小作人
2	25.0	55.55	
3	5.0	10.70	小作人, 得意先
4	110.0	238.98	
5	85.0	188.16	
6	5.0	11.10	
7	28.0	60.11	得意先
8	10.0	20.96	
9	8.0	16.63	
10	1.5	3.00	得意先
11	45.0	100.43	得意先
12	5.0	10.41	小作人
13	98.6	225.49	得意先
14	10.0	21.73	小作人
15	15.0	31.90	
16	17.5	38.40	小作人
17	20.0	43.47	
18	20.0	40.81	小作人
19	105.2	209.98	
20	119.5	272.64	得意先
21	135.0	303.83	得意先
22	30.0	68.03	得意先
23	20.0	45.44	
24	104.3	238.56	得意先
25	10.0	22.72	
26	15.0	34.08	得意先, 差引取引
27	54.5	124.96	
28	10.0	20.83	
29	10.0	19.58	
30	5.0	10.42	小作人
31	30.0	62.50	小作人
32	5.0	11.36	
33	158.3	360.16	
34	92.7	215.84	得意先
35	22.7	56.91	
36	17.3	44.81	
37	5.0	10.42	
38	95.0	204.76	
39	4.0	8.43	小作人, 得意先
41	10.0	20.18	
40	10.0	22.72	
42	5.0	10.41	小作人
43	20.0	41.66	
44	5.0	10.41	
45	5.0	10.41	小作人
46	30.0	62.46	小作人
47	40.0	88.88	得意先
奥勘定	110.0	242.22	
内地大豆	1,802.1	3,995.2	平均単価 11.09 (円/俵)
総計	100%	100%	
非農家取引	45	100.43	平均単価 11.16 (円/俵)
	2.5%	2.5%	
農家取引	1,757.1	3,894.8	平均単価 11.08 (円/俵)
	97.5%	97.5%	
外国大豆		1,196.16	
内地・外国大豆総計		5,191.37	

出所) 表15-Aに同じ。

- 注) 1. 内地大豆の購入は通常5斗入の俵単位で行われていたが, 4.5斗入や4斗入もみられる。本表では1俵5斗入換算で単価を算定。  
2. 原史料によれば, 購入された内地大豆180石2斗の内, 120俵(60石)は醸造に利用されず, 10月17日にI, H(商人か)に転売された。その際, 「乾燥不十分」のため, 俵当77銭の差損を被った。  
3. 外国大豆については, 購入量単位である袋の容量が不明のため, 内地大豆との数量, 単価比較はできない。尚, 外国大豆の購入先は, S, S, 1件のみである。

表16-B 特殊な関係に基づく大豆購入 1925 (大正14) 年度

	件数比	金額	金額比	備考
		円	%	
差引取引	1/49件	34.08	0.7	
得意先より購入	13/49件	1,630.024	31.4	
小作人より購入	12/49件	308.45	5.9	10.53(円/俵)
奥勘定より購入	1/49件	242.22	4.7	11.01(円/俵)
重複分を除く合計	24/49件	1,938.474	37.3	

出所) 表15-Aに同じ。

- 注) 1. 俵当価格は1俵を5斗入として計算。  
2. 件数比, 金額比は各々取引先総件数, 購入総額に占める比率。

Bで確認しよう。なお、特別な関係を示す指標は基本的に小麦と同じであるが、大豆の場合、「奥勘定」からの購入分が存在するので、それを指標に加えた。この「奥勘定」からの購入分は、田崎家に現物小作料として納められた大豆を会社が買い取った形で処理されたものであろう<sup>44)</sup>。同表をみると、大豆購入に関しても、特別な関係にある取引先が件数ベースで49件中24件と約5割を占めており、取引金額ベースでも総計5,190円余のうち1,938円余と40%弱に達していたことが判明する。田崎家小作人からの購入分は金額比では6%程度にすぎないが、比較的性格の近い奥勘定からの購入分と合わせると、全体の11%弱（内地大豆の14%弱）を占めた。この奥勘定や小作人からの購入の場合、単価が安かった点に特徴があり、奥勘定からの購入平均価格は1俵（5斗）11円1銭、小作人からの購入平均価格は10円53銭で、いずれも内地大豆全体の購入平均単価11円9銭を下回っていた。特に、小作人からの購入単価が相当に低い水準に抑えられていた点が注目されよう（但し、外国大豆については購入単位〈袋〉の容量が不明のため、比較は不可能）。また、内地大豆について、穀物商人（取引先11番）との取引と農家（取引先11番以外）との直接取引を比較すると、取引金額では圧倒的に農家直接取引が多く、取引価格にも、非農家取引が平均1俵当11円16銭、農家直接取引が11円8銭であり、小麦購入の場合と同様に、直接取引には一定のメリットが存在したと想定できよう。

44) いうまでもなく、「小作人からの購入」は「奥勘定からの購入」とは意味が異なり、小作料を支払ったのちに小作人の手元に残った大豆を田崎醤油が購入したものである。

## 2. 技術者の確保

表17は大正末（15年時点）において田崎醤油に雇用されていた者達に関する情報をまとめたものである。残念ながら蔵方（職工）と店方（店員）の区別は不明だが、この時点で同社は7名の雇人を抱えていたことが確認できる。注目されるのは、この7名のうち4名が田崎家小作人によって占められていたことであろう。彼らに対する賃金などの処遇については不明だが、小作人であるからといって特に低賃金で雇用できたとは考え難い。むしろ、この点で興味深いのは、醤油醸造における技術主任であり、また生産現場の責任者でもあった杜氏に小作人を採用していたことである。表によれば、杜氏は番号1のI. I（～大正14年12月）、番号2のI. S（大正15年1月～昭和7年12月、I. Iの息子）、番号3のI. K（昭和8年1月～、I. Iの孫）であり、代々小作人のI家が独占していた。すなわち、小作人雇用の意義は、杜氏のような特殊な技能を要する労働者を小作人として定着させることを通じて、経営の技術的な基盤を安定化させることにあったと考えることができよう。

## 3. 製品市場

表18は大正後期の「得意先元帳」に記載された得意先106件（真壁郡内69件）の中に原料買付先、田崎家小作人、差引取引による代金決済がどの程度含まれていたかを示したものであり、得意先＝重要な顧客のうち田崎醤油ないし田崎家と特別な関係にあるものが提示されている。まず、差引取引をみると、大豆や小麦などの原材料以外に魚、砂糖、牛乳など実に様々な日用品にわたって行われており、合計は26件、全体106件中の約4分の1を占めていた。田崎醤油に



表17 田崎醤油の従業員 (1926<大正15年>在籍者)

番号	氏名	住所	雇入	解雇	履歴	田崎家との関係
1	I. I	真壁町	明治4 (1871).1	昭和12 (1937).12	大正14.12杜氏辞任	小作人
2	I. S	真壁町	明治37 (1904).2	昭和15 (1940).12	大正15.1杜氏任命, 昭和7.12杜氏辞任	小作人
3	I. K	真壁町	大正11 (1922).1	……	昭和3.1~4.12兵役, 昭和8.1杜氏任命	小作人
4	K. O	真壁町	大正12 (1923).1	昭和20 (1945).12		小作人
5	Y. H	長瀬村	大正14 (1925).1	昭和5 (1930).12		
6	H. T	長瀬村	大正15 (1926).1	昭和4 (1929).12	昭和4.12~兵役 (一時解雇)	
7	H. B	大村	大正15 (1926).1	昭和4 (1929).12		

出所) 田崎史料 B10「職工名簿」, B157「出勤簿」より作成。

注) …は不詳。

表18 特殊な関係にある得意先の件数・比率 (1919~24年, 大正8~13年)

特殊関係の指標	件数	総件数中の比率		真壁郡内 郡内件数中の比率	
		件	%	件	%
小麦代との差引取引	2	1.9	1	1.4	
大豆代との差引取引	10	9.4	10	14.5	
その他との差引取引	14	13.2	10	14.5	
計	26	24.5	21	30.4	
小麦買付先	7	6.6	7	10.1	
大豆買付先	13	12.3	13	18.8	
計	20	18.9	20	29.0	
田崎家小作人	2	1.9	2	2.9	
重複分を除く総計	27	25.5	24	34.8	
得意先件数	総件数106件		郡内件数69件		

出所) 田崎史料 B89「得意先元帳」(大10~13), B85「得意先元帳」(大8~13), B103「小作料取立帳」(大14~昭13), B100「仕入帳」(大14~昭14)より作成。

注) 「その他との差引取引」としては、魚代、砂糖代、牛乳代、手間賃、渋柿代、竹代、麴代、縄代、台秤代、塩鮭代、木炭代、朝顔鉢代、品代(取引品不明)との差引取引が行われた。

とって最大の地盤であった真壁郡内だけに限ってみると、さらにその割合は高まり、69件中21件、約3分1近くが醤油と何らかの品目を差引で取引していたのである。小麦・大豆の買付先との取引も比較的多く、20件(全体の約5分の1)にのぼったが、それらはすべて真壁郡内に所在しており、郡内における得意先の3割を占めた。なお、事例数は少ないが、小作人が醤油の得意先となるケースも2件みられる。最後に以上に示した密接な関係をもつ得意先すべてについて重複分を除いて合計すると、全体で27件(26%)に達しており、主要販売市場である真壁郡内については24件、郡内得意先の35%にの

ぼっていた。

以上の検討を総合すれば、田崎醤油は真壁町周辺の農村地域を中心として在地経営特有の根強い経営基盤を有していたということができよう。すなわち、原料購入については、在地農家からの直接買付のメリットを生かしただけではなく、在地地主としての地位(小作人・奥勘定からの購入)や在地醸造家としての地位(醤油得意先からの購入、差引取引)を多方面に利用しつつ、原料確保と低価格購入を実現していた。これらの点は製品販売についてもほぼ同様にあてはまる。特に、主要市場である真壁郡内において、差引取引や原料買付先との取引を通じて局地的な商品販売における互恵的ネットワークを形成していた。さらに、醸造現場においては、醤油生産の技術的核となる杜氏を小作人化し、生産の質的な安定を図る努力も行っていたのである。もちろん、こうした経営基盤は絶対の盤石さをもっていたわけではなく、実際に大正末から昭和初期に廃業に追い込まれた小規模醸造家も少なくない<sup>45)</sup>。しかしながら、「小規模性」や「局地性(販売圏の狭さ)」という一見不利な

45) 例えば、昭和農業恐慌下の茨城県内では「(自家醸造のために) 県内醤油醸造業者ノ蒙ル影響甚大ニシテ、農村ニ販路ヲ有セル者ハ販路全ク杜絶ノ有様ナリ。…昭和八年中ニ右ノ事情ノ結果廃業セルモノ六〇戸アリ(何レモ田舎ノ小ナル醸造家トス。)」と報告されている(前掲昭和9年「茨城県ニ於ケル自家用醤油ノ状況ニ関スル調査概要」)。

条件を抱えていたはずの農村市場向醸造家が一樣に淘汰されなかった理由の一端として、こうした「在地性」を生かした経営の展開という点が考慮されるべきだと思われる。少なくとも、大手あるいは中規模地方醸造家が農村醤油市場を掌握していくためには、この局地的なネットワーク関係を掘り崩していくことが要請されたのであり、たんに一般的な品質差や価格差に訴えるだけでは困難だったのである。

## VI. おわりに

最後に、本稿の検討結果を総括し、その示唆するところを若干述べておきたい。

大正後期の田崎醤油は、真壁郡内農村を販路とする典型的な周辺農村市場向け小規模醤油醸造家であった。田崎醤油は大正12年(1923)末に合資会社に組織を改めたが、この頃(大正末)を境として同社の地盤であった郡内市場は醤油市場全体の再編の渦に巻き込まれていくこととなった。三印など大手メーカーによって地方都市市場を脅かされた地方中規模醸造家の一部は、小規模醸造家の販売地盤である農村市場へと販路を転換し始めた。同時に、農村における醤油購入量(=醤油商品市場)自体が自家醸造の拡大によって次第に制限されていったのである。この農村市場における競争構造の変化は、昭和5年(1930)以降における昭和恐慌の本格化の中でさらに加速されていった。農業恐慌の深化に伴って農村購買力は低下し、醤油購入から自家醸造への切り換えがいつそう進むと同時に、中規模醸造家の農村市場への進出が本格化した。こうして、田崎醤油は下級品市場では自家醸造と、上級品市場では地方中規模醸造家との競合を強いられるようになっていったのである。

競争の激化は田崎醤油の売り上げを強く圧迫していくこととなった。醤油価格の低落と製品の販売(≒生産)の伸び悩みによって、同社の経営成績は大正15年度(1926)を境に暗転を余儀なくされた。昭和恐慌の勃発は、低迷していた田崎醤油の経営状況をさらに悪化させるものであった。恐慌下で繰越損失はいつそう増大し、それに対応して負債の焦げ付きが拡大した。非生産的な負債の増加は、売上高の低迷と相俟って資本回転率も悪化させたのである。同社の場合、辛うじて経営破綻は免れ、厳しい恐慌を乗り切ったが、恐慌後も経営成績を回復することはできなかった。経営の完全な復調をみないまま、同社は戦時統制期を迎えていくのである。

このように、田崎醤油は、経営不振に終始つきまとわれながらも、何とか戦前期における醤油市場の大きな構造変動を乗り切り、経営を継続させることに成功した事例とみることができよう<sup>46)</sup>。もっとも、大正後期以降の農村醤油市場の激しい変化を考えれば、根強く生き残った小規模醤油経営の場合も、その多くが田崎醤油と類似の経営状況に陥っていたと推測される。おそらく経営の完全な回復を達成したケースは少ないであろう。従って、小規模醸造家の淘汰の限界に関する一般的な条件を析出しようとする場合、田崎醤油が経営の復調に至らなかったこと自体は問題とはなるまい。むしろ一般的には、経営破綻の危機に遭遇しつつも、何故経営が継続し得たのかこそが重要となるはずだからである。この点に関して、田崎醤油の事例分析から得られる示唆は、以下の通りであろう。

第一に、経営の存続を可能とした最も直接的な条件としては、田崎家から経営危機打開のた

46) 田崎醤油合資会社は戦後まで経営を維持したが、昭和43年(1968)に廃業を余儀なくされた。

めの資金が導入されたことが挙げられる。田崎家から導入された累計8,200円余の資金によって、同社は繰越損失＝焦付き負債の大幅な拡大を抑制し、利子負担の増大に起因する経営悪化の悪循環構造を緩和することが可能となった。その場合、注目されるのは、田崎家が資金捻出にあたって家産の一部（山林）を処分していた（と推測される）ことである。ここからはまず、醸造家のような資産家的側面の強い在来産業経営者の場合、その分散的な資産所有自体が在来的事業経営の継続を支える根強い基盤となっていたことが指摘できよう<sup>47)</sup>。しかしより興味深いのは、山林という相対的に安定した収益の期待し得る資産を売却して、取立て経営難に陥っていた醤油醸造事業に追加的資金を投入したことである。こうした投資行動は、田崎家にとって醤油醸造が山林・田畑所有などと同列の、単なる資産増殖のための一手段ではなく、投資の判断が単に収益性のみで規定されない事業分野として位置づけられていたことを示唆するものである。このような事業分野、すなわち家として行うべき本来の事業と認識されていた分野を「家業」と呼ぶとすれば、こうした「家業」意識と資産家的側面の結合が、転換期における在来醤油経営を底辺で支えていたことになろう<sup>48)</sup>。

第二の条件として指摘すべきは、農村醤油市場の変容に対して、田崎醤油が旧態然とした経営方針で臨んだわけではなかったことである。上物については従来の生産方針をある程度維持

して中規模醸造家に対抗したが、他方で、農村醤油需要の水準低下に対応して、中等品生産の

48) この点に関わって、在来的経済発展（蓄積）と近代産業の勃興との関連を、在来的蓄積を体現する資産家の投資主体としての行動類型に即して解明しようとする興味深い試みが行われている（谷本雅之・阿部武司「企業勃興と近代経営・在来経営」＜宮本又郎・阿部武司編『日本経営史2 経営革新と工業化』所収、岩波書店、1995年＞）。この議論においては、相対的にリスクな近代産業企業（特に地元企業）に対して積極的な出資と経営関与を行った「地方企業家的資産家」を企業勃興を最先端で支えた階層と位置づけ、経営には関与しないものの、リスクな出資に名望家として応じた「地方名望家的資産家」の活動を地方における企業勃興（イノベーターの企業活動）を資金面で広範に支えた意義をもったものと評価している。但し、議論の関心が、在来的経済発展と企業勃興との関連を問うことに置かれているため、在来的蓄積を利用した投資活動も近代産業企業の設立という局面に限って問題とされ、対象時期も企業勃興期に限定されている。もちろん、近代産業への出資という大きなリスクを伴う“飛躍”の構造を解明する試み自体十分に意味があるが、同時にそうした“飛躍”を含めて在来的蓄積を達成した資産家には多様な投資機会（多様な投資の選択肢）が存在していたのであり、また投資は常に移転（引上げによる他部門への移転投資）可能であったことに注意しなければならない。その場合、近代における在来産業の展開を考察する立場からすれば、谷本らの議論とは逆に在来的蓄積の在来的事業経営への再投資（経営発展を目指した新規追加投資ないし移転追加投資、経営建て直しのための新規救済投資ないし移転救済投資）こそが問題となるはずであろう。仮に、こうした投資活動を在来的投資（表現が熟していないが）と呼ぶとすれば、在来的投資を支えたメカニズムの解明が要請されているのである。その点を考察する手がかりとして、本稿では在来経営における根強い「家業」意識を取り上げた。なお、在来的投資機会は、谷本らが想定したように、企業勃興期には近代産業への投資に比して一般的にリスクが小さかったと考えられるが、在来産業の転換期には必ずしも他の投資機会に比してローリスクであったとはいえない。にもかかわらず、在来的投資（在来的事業）を容易に放棄しなかった在来産業経営者の投資行動を解明すること、すなわち、家産の維持・増殖をはかる資産家としての意識、家本来の事業を維持していこうとする「家業」意識、地方名望家としての意識に重層的に規定されたその投資活動を明らかにすることは、近代日本における在来産業の展開基盤を検討する上で、重要な論点となりうるのではないかと考えている。但し、本稿で取り上げた「家業」意識がどのようにして形成され、また在来的事業の経営にとっていかなる機能を果たしていたかなど、「家業」意識の内実をより具体的に検討し、豊富化していくことについては、今後の課題としたい。

47) 例えば、茨城県高濱町のある醤油醸造業者は、昭和恐慌下における小規模醸造家の根強さについて「農村ニ販路ヲ有スル造家ハ休造スルモノ多シ。然レドモ多クハ他ニ資産ヲ有スル者ノナシ居ル仕事ナルヲ以テ、醤油ガ赤字トナルト雖モ倒産スルマデニハ至ラズ。」と指摘している（前掲昭和9年「茨城県ニ於ケル自家用醤油ノ状況ニ関スル調査概要」）。

縮小、並物・下物生産を可及的に拡大する方針を採り、自家醸造農家およびさらにその下に位置する階層の需要を喚起すべく努めていた。下級品生産へのシフトは、経営環境が悪化した昭和恐慌期に特に急速に進められた。もちろん、売上高の回復や赤字経営からの脱却という経営目標も達成されず、また、掛売金の焦付き増大が新たな経営問題を引き起こした点などからみると、これらの経営努力の成果には限定的な評価を下すべきであろう。しかし同時に、恐慌下における農村醤油需要全体の減退と低水準化は明らかであった以上、従来通りの上物・中物中心の生産方針で臨んだ場合、より大きな打撃を受けたことは想像に難くない。その点で、下級品生産へのシフトが恐慌による打撃を一定緩和する機能を果たしたことは否定できない。事実、田崎醤油の場合、番水・アミノ酸混入率を緩和して従来の生産方針に戻ることは十分可能だったのであり、にもかかわらず、一貫して低質化方向が追求され続けたのである。このことは、低級品化が経営的に一定のメリットをもたらしていたことを示すものとする。

第三に重要なのは、田崎醤油が真壁町および周辺農村地域に在地経営特有の根強い基盤を有していたことである。田崎醤油では、原料購入や製品販売などに、在地の醤油経営者として築き上げてきた取引関係、在地の地主としての地位を活用していた。特に、差引取引や原料買付先との取引を通じて局地的な商品販売における互恵的ネットワークを形成していたことは、他の醤油経営が同社地盤に参入するのを抑止する機能を果たしたと推測される。

以上の諸点は、1920年代以降の在来産業の転換期において在来中小経営の淘汰が容易には進まなかった理由<sup>49)</sup>、従ってまた、戦後復興期に在

来産業が生産を回復するための基盤がある程度温存しえた背景の一端を示すものと思われる。と同時に、第一・第三の論点は、近代における在来中小経営の根強い発展の基盤をも示唆するものであろう。

もっとも、醤油生産方法の変化、特にアミノ酸製造の拡大は、大豆・小麦という原料購入を媒介とする域内ネットワーク構造の弱体化を予想させるものであり、また、伝統的な生産方法の部分的な放棄は在来産業経営としての性格の希薄化を意味するということもできよう。本稿では、これらの点について十分な検討を加えることができなかった。但し、アミノ酸利用が急拡大（＝製造費のウェイト急増）するのは昭和12年度（1937）前後からであり、戦時統制に伴う物資不足に強く規定されていたことは想像に難くない。とすれば、戦時の特殊状況に規定された一時的な動向とみることもできるのであり、直ちに在来経営としての根強い経営基盤の喪失や在来的性格の変化に結びつけて論ずるのは適当ではないことになろう。いずれにせよ、これらの点は戦後における同社経営の動き（特に化学的製造方法の拡大傾向が継続するか否か）をも視野に含めて議論されるべきであり、その本格的な検討は今後の課題としたい。

49) もっとも、在来中小経営の淘汰を抑制した条件より明確にするためには、本稿のように淘汰を免れた経営事例を分析するだけでは不十分であり、類似の経営的条件を有しながらも廃業に追い込まれた経営事例を取り上げ、両者の明暗を分けた条件の差異を比較検討していく必要があるが、この点は今後の課題としたい。

付記：1998年1月の社会経済史学会・経営史学会合同九州部会において本稿の概要を報告し、出席者各位より有益なコメントをいただいた。また、田崎洋佑氏ご夫妻ならびに故田崎庄蔵氏は、同家史料の閲覧・利用に便宜をはかって下さった上に、史料だけでは理解できなかった様々な点についてご教示いただいた。これら各位に対して、記して感謝したい。なお、本稿は平成10年度科学

研究費基盤研究(C)(2)「近代日本における在来産業の発展構造に関する基礎的研究－醬油醸造業の事例に即して－」(課題番号10630077, 研究代表者花井俊介)による成果の一部である。

[九州大学経済学部助教授]