

2022年度 3月修了 修士論文

# 黒山の地域産業振興の課題とその解決法

-地域に根差す土産品「柚子胡椒」の創出-

—Issues and solutions for regional industrial development in KUROYAMA—

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科

スポーツ科学専攻 健康スポーツマネジメント研究領域

5022A323-7

松澤 亜希子

研究指導教員： 中村 好男 教授

## 目次

第1章 緒言.....	7
第1節 研究の背景.....	8
1-1 黒山の地勢.....	8
1-2 黒山の歴史の変遷.....	9
1-3 問題の所在.....	10
1-4 研究の目的.....	10
第2章 地域の産業の現状.....	11
第1節 黒山の地域の産業の現状についての事前の調査.....	11
2-1-1 林業.....	11
1-2-2 梅.....	12
1-2-3 柚子.....	13
第2節 越生(黒山)の柚子の課題と可能性を探る調査.....	14
2-2-1 町役場産業観光課農業担当者の柚子に対するコメント.....	14
2-2-2 農協の調査.....	15
I 越生町の柚子出荷実績.....	15
II 越生全体の生産者の柚子の出荷量と販売金額の実績.....	15
III 2022年11月の越生町加工研究所の卸値Kg 単価.....	16
2-2-3 黒山のプロデューサーへのインタビュー調査.....	17
黒山の柚子生産者の柚子に対する悩み.....	17
II 生産者のコメント.....	18
III 栽培上の問題.....	18
IV 消費の問題.....	18
第3節 追加調査.....	21
2-3-1 越生の主な柚子の消費方法.....	21
2-3-2 越生町特産物加工研究所とは.....	22
2-3-3 2022年度の越生特産物加工研究所への柚子玉の参考卸売価格.....	24
2-3-4 選果漏れ廃棄される柚子.....	24
調査結果.....	25
第3章 解決のヒント.....	26
第1節 「柚子胡椒」という加工品に着目.....	26
3-1 黒山の柚子の特徴.....	26

3-2 柚子胡椒に着目.....	26
3-3 柚子胡椒とは.....	27
3-4 柚子胡椒の利用方法の例.....	27
第2節 研究方法.....	28
調査 2-A 川津食品の先行事例調査.....	28
調査 2-B 黒山の歴史的資源の調査.....	28
<b>第4章 調査 2-A 先例調査 川津食品.....</b>	<b>29</b>
柚子胡椒製造元 川津食品へのインタビュー調査.....	29
4-1 柚子胡椒製造元 川津食品有限会社と川津峰之氏について.....	29
4-2 川津食品と黒山の類似環境.....	30
4-3-1 会社の歴史・会社運営などについて.....	31
4-3-2 川津食品の歴史.....	31
4-3-3 川津食品の柚子胡椒の特報となる製造方法・秘訣について.....	34
4-3-4 不作年の対策.....	35
4-3-5 他に香りを持続させる秘訣はあるか？.....	35
4-3-6 川津食品の柚子の皮むきの秘訣は？.....	35
4-3-7 製造におけるその他の特徴はあるか？.....	36
4-3-8 こだわりの分岐「無添加」.....	36
4-3-8 過疎地において、どのように地域住人を巻き込む事ができたのか？.....	37
4-3-9 高齢女性パート「柚子むきレディース」の仕事への感想.....	37
4-3-10 川津食品の社会貢献について.....	38
4-3-11 なぜ辺鄙な前津江村に若い従業員が集まるのか秘訣は何か.....	39
4-3-12 川津食品の取引先である柚子生産者.....	39
調査 2A の結果.....	40
<b>第5章 調査 2-B 地域資源調査.....</b>	<b>41</b>
調査 2B の結果.....	41
5-1 黒山の越生町指定文化財.....	41
5-1-1 修験道との関わり.....	41
5-1-2 渋沢平九郎と村人の関わり.....	42
5-1-3 山伏と「柚子胡椒」の関わり.....	43
5-2 追加調査 黒山の土産品事情について.....	44
<b>第6章 考察.....</b>	<b>45</b>
考察の視座.....	45
A) 廃棄されてしまう柚子皮の有効活用による課題解決.....	46

B)	柚子胡椒製造による社会的効果の可能性.....	47
C)	付加価値をつけることで経済の活性が期待.....	47
D)	地域に根差す土産品としての意義.....	48
<b>第8章</b>	<b>結語.....</b>	<b>49</b>
	結論.....	49
	今後の展望.....	49
<b>第9章</b>	<b>謝辞.....</b>	<b>50</b>
	引用文献.....	51
	参考文献.....	52
	付録.....	55
	予備調査.....	55
1)	埼玉の柚子の調査.....	55
2-1	隣町で力を入れてる最北最古の「桂木ゆず」の調査.....	56
2-2	越生町と毛呂山町の販路の違い.....	57
2)	その他.....	58
2-1	全国の柚子の収穫量の推移.....	58
3)	その他の地域の成功例.....	59
3-1	高知県のKOCHI YUZU.....	59
3-2	KOCHI YUZU の戦略.....	59
3-3	北川村の就農.....	59
4)	日本の柚子の栽培推移.....	60
5)	川津食品の高級柚子胡椒.....	63

## 図表目次

図 1 埼玉県における越生.....	8
図 2 黒山の位置.....	8
図 3 地域のシンボル黒山三滝.....	9
図 4 修験道の名残の残る黒山.....	9
図 5 著名人に愛された鉱泉宿.....	9
図 7 越生のオリジナルブランド紅梅.....	12
図 8 名勝越生梅林.....	12
図 9 黒山の荒廃する柚子畑.....	13
図 10 郷土料理の代表となっている柚子まき.....	22
図 11 加工研究所の商品.....	23
図 12 越生特産物加工研究所の「ゆずこしょう」.....	24
図 13 柚子の棘.....	25
図 14 黒山に柚子の視察に来られた川津氏.....	29
図 15 柚子むきレディースの作業風景.....	35
図 16 塩蔵した柚子.....	36
図 17 川津氏と柚子むきレディース.....	37
図 18 食糧新聞 2019 年 9 月 23.....	38
図 19 川津食品の従業員の皆さん.....	40
図 20 渋沢平九郎と自決の地.....	42
図 21 黒山三瀧の唯一の土産屋.....	44
図 22 そうか病を削除している工程.....	46
図 23 黒山の柚子胡椒づくりに参加する地域の方々.....	46
図 24 パッケージのイメージの各オリジナルキャラクター.....	48
図 25 町外からきた協力者に採り方の指導をする黒山の生産者.....	49
図 26 埼玉県内の柚子栽培面積.....	55
図 27 桂木ゆず.....	56
図 28 川津食品の高級柚子胡椒.....	63

表 1 越生の柚子栽培の隔年結果 .....	15
表 2 黒山の生産者の作業種類 .....	17
表 3 生産者インタビュー .....	20
表 4 越生町特産物加工研究所 .....	23
表 5 前津江村と黒山の比較 .....	30
表 6 川津食品の沿革 .....	33
表 7 川津食品の柚子胡椒製造の特徴 .....	34
表 8 越生と毛呂山の柚子の販売ルートの違い .....	57
表 9 全国の柚子収穫量の推移 .....	58
表 10 全国の柚子の栽培面積・収穫・出荷量 .....	62

## 第1章 緒言

東京都心から60km圏内、電車で1時間強、埼玉の中心部。そのような地域でも少子高齢化・過疎化の流れに逆らえない地域がある。

2018年 著者は、研究対象地域に拠点を移した。そこで地域住民からこの地域は、かつて町の中心的な場所であり毎日が祭りのように賑わう場所であったと聞き驚いた。現在は、あと数年のうちに限界集落となる地域である。この話を聞いた当時は、閑散と寂れた観光地跡といった感じで過去の繁栄期を生きた地域住民の一部の人たちだけが、再びこの地域を「昔のように 地域住民と観光者の交流で賑わう場所に」と各々立ち上がり錆び付く環境の美化を図り、観光客を再び呼び戻すためのさまざまな取り組みを行っていたが、どれも思うような結果にまで結び付かず落胆、疲弊していた時期でもあった。

しかし、2019年コロナ禍以降、自然環境を余暇に求める傾向から「黒山三滝」に観光客が一気に押し寄せる事態が起こった。自治体や企業等は、この追い風を利用しようと所謂「地域おこし」となるような観光客集めのイベントを開催しているが、一過性のもので昔のように地域住民と観光客の交流の図れる機会や飲食店や土産屋も閉まっていることもあり、地域の経済の活性に繋がっておらず、住民はボランティアで協力するが、地域にとって有益な効果は生めておらず不満や無関心の方向に傾きつつある。竹ヶ原によれば、「その土地で暮らす住民は暮らし続けることを諦めていない。ただ、どのように取り組んでいけばよいのかわからないだけである。だからこそ住民主体のプロセスは必要となる。」と指摘し「住民の主体性を持った参加のためには「小さな経済」を含んだ関わりや仕掛けが必要である。」(竹ヶ原, 2021)<sup>1)</sup>と考えられている。2022年以降は、海外からのツアー観光客が急増していることもあるが、このことから「経済的」「社会的」効果を生み出せる地域産業資源がないため、この現象を活かせていないのではないかと考えた。そこで土産品の創出に着目した。観光学における土産品の基本的機能として、「史跡・民族・建設・風光が観光客の魅力となっているのと同じく、その土地を訪問する観光客を喜ばせる観光資源となるもの。国際観光事業の面においては、土産物それ自体が外貨をもたらすばかりか、日本の風土と歴史を代表して海を渡ることになるから、声なき宣伝媒体として重要な役割を果たすものである。」とされている。(鍛冶, 2006)<sup>2)</sup>

本研究では、黒山の「土産品」となりうる地域の産業資源の再考とその課題を発掘し、解決法を提案する試みを行った。尚、この研究は黒山の存続を願う地域住民有志の集いにおける地域づくりのための第一歩目となる研究である。

## 第1節 研究の背景

### 1-1 黒山の地勢

本研究の対象地域とする黒山地区(以下、黒山)は、埼玉県の中央部、入間郡越生(おごせ)町の最西部にあり一級河川「越辺川(おっぺ)」の最上流の谷間の中山間地域である。日本観光百選 100 名爆のひとつ「黒山三滝」をシンボルとする風光明媚な景観が残る。

越生町全体の地勢は、都心部より 60Km 圏に位置する関東平野と外秩父麓地が会う地帯にあり、関東三大梅林「名勝 越生梅林」が有名な梅の町でもある。越生町の特徴は、東部と西部で異なる。「駅」周辺を中心地は、平地で海拔 65m、そこから最西部へ 7 km ほど走り標高 300m からが黒山となる。中心街が雨の日は、黒山は降雪となるような寒冷地でもある。



東経 139 度 12 分～19 分

北緯 35 度 55 分～59 分

面積 40.39Km

図 1 埼玉県における越生



面積 662.4Km

(出典:国土地理院)

図 2 黒山の位置





図 3 地域のシンボル黒山三滝

### 1-2 黒山の歴史の変遷

黒山は、平安時代からの歴史が残り室町時代には山岳宗教の修験者 山本坊栄円によって開山され「黒山三滝」を「熊野三社」に見立てた山伏の村として関東随一霊場となるまでに発展していった。江戸時代には、新吉原で「寒菊尾張」の暖簾を揚げた尾張屋三平(新井宗秀)が故郷の黒山三滝を江戸中に宣伝し行楽地として繁栄させた。明治になると鉱泉が湧き湯治場となりなお一層、歓楽街としても集散地として賑わった。昭和に入り高度経済成長期が訪れると納涼レジャースポットとして大型観光バスが週末に押し寄せてくるような観光地といった流れで急速に発展していった。



図 4 修験道の名残の残る黒山



図 5 著名人に愛された鉱泉宿

### 1-3 問題の所在

#### 黒山の抱える問題

1955年に梅園村黒山は、越生町に編入した。町としての機能の中心は、当然のことながら平野部の中心街へと移行していく。高度経済成長期以降はそのセオリーに漏れず都市集中型の就業形態による若者の流出がはじまり、2012年になるといよいよバイパスが開通するが、町の期待とは裏腹に、これまで鎌倉街道の宿場町として機能していた町内を通過点とし、黒山の観光客は激減。温泉宿は全て廃業となり、2018年には、当時の賑わいなどすっかり跡形もみせないほど衰退し、閑散としていった。

しかしその後、2020年コロナ禍以降、自然環境を余暇に求める傾向から「都心から1時間のパワースポット」「癒しスポット」と宣伝されたことを機に「黒山三滝」に観光客が一気に押し寄せ人の往来が戻りはじめる現象が起きている。特に、2021年2月よりNHK大河ドラマにて放映された渋沢栄一を主人公とした「青天を衝け」では、三瀧街道の入口の「渋沢平九郎の自決の地」を参拝する観光客が増えている。続いて2022年1月から放映された「鎌倉殿の13人」のロケ地は、鎌倉街道を中心として展開し、近隣の比企氏ゆかりの地へ聖地巡礼に訪れた観光客が、黒山三滝まで足を伸ばして来場する。更に2022年以降は、海外からのツアー観光客が急増している。このような観光資源がありながら、旅館は廃業、飲食店土産屋も土日に開店する2軒のみで、「経済的効果」と「社会的効果」を生み出せるような地域産業資源、或いは名物となるような土産品の存在もなく経済を活性化させる機会となるこの現象を活かせていない現状がある。

### 1-4 研究の目的

地域存続のためには、黒山において社会的経済的効果を生み出す産業資源となるものが必要であると考え。そこで、本研究の目的は「黒山の地域産業の課題発掘とその解決法を明らかにすること」とした。

## 第2章 地域の産業の現状

### 第1節 黒山の地域の産業の現状についての事前の調査

ここでは、事前調査として黒山の産業について調査を行った。

#### 2-1-1 林業

地域を支えてきた代表的な産業には、「林業」がある。その歴史は、徳川三代将軍である家光が江戸城建築のために植林をさせたのがはじまりとなっている。その後、江戸で火災が多く発生するようになったことによる復興用木材がきっかけで林業が盛んになった。江戸からみて西の川から木材が運ばれてくるという意味合いで「西川材」と名付けられた。関東大震災の復興や戦後の住宅復興期に活躍し、大正時代になるとこれまで筏に頼った運搬は、鉄道輸送へと切り替わったが、建築や建具としても活躍し黒山の産業を支えてきた。地域の林業従事者の話では当時、昭和中期頃の最盛期では一本あたり数十万から百万単位の報酬が得られたと言う。しかし、高度経済成長期の影響は、担い手となる若者の町外への流失や海外から安価に仕入れられる輸入材の出現を生み出されるといよいよ黒山の林業は、高齢化も加えて減退期を迎えていった。

コロナ禍で輸入材不足により国産材に注目が集まるという期待があったが、黒山の林業従事者は、大手メーカーの流通には乗っておらずその恩恵を受けることは出来なかった。

## 1-2-2 梅

林業の他には、梅と柚子がある。

越生の梅の歴史は古く南北朝時代まで遡り、現福岡県の太宰府天満宮より武蔵国小杉村へ天満宮を分祀した際に、梅が植えられたのが越生の観光梅林の始まりの起源である。(教育委員会)越辺川左岸は砂地で水はけがよく、梅の栽培に適していた。その実で梅干しを作れば、kg 単位で生梅を出荷するよりも1粒あたりの単価が100円以上と高額となる。それまでは、背の高い立派な観光梅林だった「名勝越生梅林」であるが、次々と米農家が梅農園へと転向し、梅干し販売目的の梅を育てるために背丈の低い梅林へと変貌させていった。

その過程において越生の梅ブランドは確立してきた。人気の「白加賀」、越生オリジナルブランドの「紅梅(べにうめ)」は、果肉が厚く高い評価を得ている。しかし、「越生の梅は、市場性を持っているが故に、評価が厳しくなる。そのため選果漏れや落下した梅の救済を考え、昭和55(1980)年に町は、第三セクターとなる特産物加工研究所(以下、加工研究所)」を設立し、研究を重ね特産品としての生産及び販売に至るようになってきた。(越生町企画財政課) このように、梅は既に、町をあげて越生を代表する特産品として越生町の産業を支えているため問題はないが、黒山の梅農家は、既に柚子農家へと転身してしまっている。



図 6 越生のオリジナルブランド紅梅



図 7 名勝越生梅林

### 1-2-3 柚子

越生町の指定する2大特産品の一つ黒山の「柚子」に着目してみるとかつて埼玉県は、日本一の柚子の出荷量を誇っていた。その半分以上がこの地域であり、最もよい栽培条件であるとされる標高300-500m付近に栽培されている。朝晩の寒暖差、日照時間、傾斜地、非常に適した環境ではある。しかし、栽培条件の厳しさや高齢化を理由に農家や生産者が減退。「越生特産物加工研究所」においても、主な加工品は「ジュース」と「ジャム」が代表的であり品種は梅ほど多くない。町の担当者も「柚子は、梅と違い農家さんがそれぞれがんばってくれている。もちろん、加工研究所でも研究をしているが梅に比べ手間も掛かり、利が出にくい。やめていく農家も多く梅のようにはっていない課題がある。」(越生町役場 農林水担当)という。また、既に高齢化などで手がつけられず荒廃した柚子畑が黒山のあちらこちらにみられる。



図 8 黒山の荒廃する柚子畑

柚子は、剪定をし続けないとどんどん背が高く伸び収穫しにくくなる。放置された柚子の畑は、このように蔦が絡まり棘が密集して手が付けられず野生化してしまう。空き家問題と同じように荒廃した柚子畑だけが残されてしまうケースも少なくなっている。

## 第2節 越生(黒山)の柚子の課題と可能性を探る調査

ここでは、越生町役場・JA いるまの・黒山の柚子生産者にインタビュー調査を行いそれにより、必要な情報を集めた。

### 【調査目的】

黒山の柚子の抱えている課題を発掘し解決の材料を探すためであった。

### 【調査方法】

現状の課題と過去の栽培の様子などの情報収集をするため、越生町役場・生産者・JA・関係者などを対象に1時間程度のインタビューを行った。生産者インタビューは慣れていないため、自由に話してもらい、以下のポイントを掘り下げる質問を行った。現状の出荷状況、仕事との両立の具合、以前との違い、過去の柚子農園の様子、継承の経緯、今後の考え等について調査した。

### 2-2-1 町役場産業観光課農業担当者の柚子に対するコメント

- 梅は人気も歴史もありプロモーションもしやすいが、柚子は正直イマイチわからない。
- 柚子は梅に比べて、加工品の種類も少なく利が出にくい。
- 生産においても隔年結果性の難点がある。
- 越生の柚子については、梅のような情報がない。
- 越生の「明日の柚子を考える会」があるが、現在活動しているのは4~5軒程度。
- 高齢化でやめてしまい切ってしまったところはいいが、そのまま荒廃している柚子畑もある。

越生町の担当者としては、柚子については分からないことだらけであり、なんとかしたほうがよいという気持ちもあるということであった。

## 2-2-2 農協の調査

### I 越生町の柚子出荷実績

柚子の生産は、このように隔年結果性という課題がみつかった。

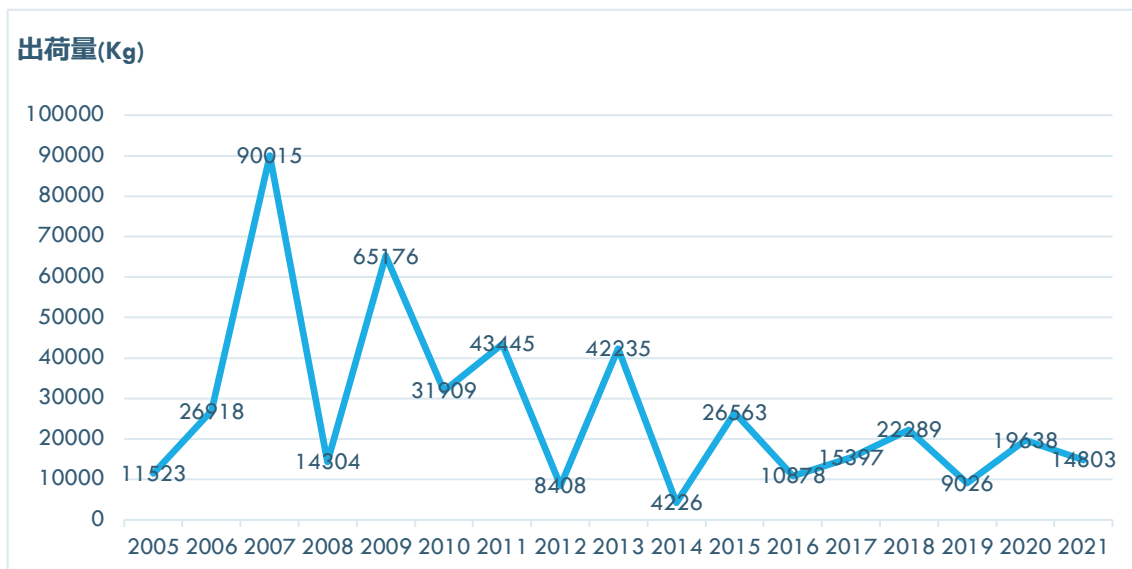


表 1 越生の柚子栽培の隔年結果

### II 越生全体の生産者の柚子の出荷量と販売金額の実績

越生町全体の生産者に対しての出荷と販売金額となる。

年	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
販売金額 (円)	3266765	3959931	12179250	2198496	5487183	3075495	3841476	1178377
出荷数量 (Kg)	11523	26918	90015	14304	65176	31909	43445	8408
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	5310703	499752	346189	1621640	2483739	2729774	1135042	3327146
	42235	4226	26563	10878	15397	22289	9026	19638
								14803

### Ⅲ 2022年11月の越生町加工研究所の卸値 kg 単価

越生町特産品加工研究所へ生産者が収めるときの買取金額が以下である。  
 毎年月毎に変動するが、大体この前途±50円程度とのことだった。

搾汁用柚子	98円/kg
柚子玉	158円/kg

#### ※ 東京卸売市場 824円台 2022年11月

補足

以下は、兼業で行っている柚子生産者がミニマムで行っているという作業  
 これらの内容を仕事や休日に、場所によっては25度を超える急傾斜の中で梯子を使いながら行っている。

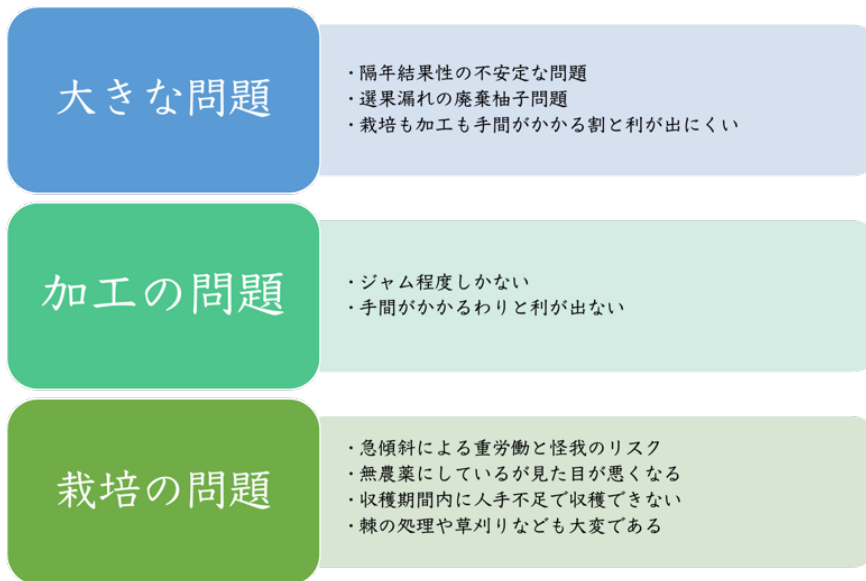
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
剪定		←→										
お礼肥	←→											
元肥			←→									
追肥						←→						
草刈り				←→								
摘果								←→				
棘取									←→			
収穫										←→		



## 2-2-3 黒山の生産者へのインタビュー調査

### 黒山の柚子生産者の柚子に対する悩み

インタビュー対象は、黒山では若手となる 70 代男性 2 名  
兼業農家であるが、実際は利が出ないので出来る範囲で週末や仕事後に、ミニマムな作業を  
実施している。



### 主な作業内容

剪定	徒長枝の撤去。棘との戦い。急斜面の梯子の上で行う。朝から夕まで 2、3 本出来ればよい。兼業だとしっかりやるのは難しい。
草刈	養分の確保のため毎週のように草刈りをする。これが一番大変。通常だと除草剤を使う。
消毒	柚子は、皮を食するので消毒(農薬散布)は行わない。JA に出荷する際は必須となる。
摘果	隔年結果を慣らすための作業で最近では出来ない。摘果とは、長く実をつけていると翌年実がなくなるため青いうちに採る作業。
棘取	柚子玉を傷つけないように、棘を撤去する作業。容易でない。
収穫	越生の収穫期間は、短い。霜の降りる 12 月上旬までとなる。

表 2 黒山の生産者の作業種類

## II 生産者のコメント

- 手間がかかる割と利がない、仕事を休みにしてまで作業はできない。
- 隔年結果性なので同じ手間をかけて育てても収入も不安定である。
- 昔と違い見た目が重視される時代となった。少しの傷でも売れず廃棄となってしまう。
- 昔は反対にどんな柚子でもいい値段で売れていた。
- 柚子は、皮を食するので農薬は使いたくない。
- 農薬を使わないと虫の足跡傷や日焼けなど見た目が悪くなる。
- 市場に出すなら農薬必須だが、農薬は使わないので加工所に安価で売るしかない。
- 加工品もジャム程度で利が出ないので希望が持てていない。
- 約1,5ヶ月間が収穫の時期だが兼業、人手不足で取りきれない柚子が残ってしまう。
- 人を雇ってまで収穫すると大きくマイナスになってしまう。
- 辞めてもいいかと思うこともあるが、必要としているお客さんがいると思うと簡単に辞められない。

## III 栽培上の問題

- ◇ 急傾斜での作業は危険を伴うだけでなく重機が入らないので労力がかかる。
- ◇ 柚子には強烈な棘があり危険である。
- ◇ 草の手入れ、草刈りなどをまめにやる必要がある。
- ◇ 隔年結果性で同じに手を焼いても不作と豊作と繰り返される。
- ◇ 高齢化・後継の問題など生産者はみんなこれからが不安である。
- ◇ ここ数年、周りの家もどんどん柚子の木を切ってしまうと寂しくなる。
- ◇ 大変だが、購入希望先があるのでその分だけでも取れるようにしている。
- ◇ 棘が非常に危険で傷だらけになってしまう。
- ◇ 過去には、何度も選定した枝の棘が長靴を貫通し大怪我をした。

## IV 消費の問題

- ◆ 以前は、庭先販売もよく売れていたが、近年は、圧倒的に売れなくなっている。
- ◆ 柚子は、量を消費するようなものではない。
- ◆ 一般家庭で一度の大量に買うものでもない。
- ◆ 昔は、卸した柚子が、東京の高級料亭で使用されると聞いて嬉しかった。

質問内容	A さん	B さん
柚子栽培のきっかけ	50年ほど前、柚子で600万を稼いだという生産者がでて一斉に柚子栽培が流行った時に父親が植えた。	50年程前のブームに、いち早く父親が梅畑から柚子畑に移行した。当時は、梅と養蚕を行っていた。梅や大麦、米と兼業していたが柚子だけになった。
兼業との現在の状況	仕事があるので出荷も辞めてしまった。とにかく割が悪い。	とにかく利が出ないので、兼業とはいえない。仕事ではない。仕事を休んでまでは出来ないものだ。
出荷状況	自家用と以前からの取引先のみ	以前は、農協に出していたが現在は、加工所と以前からの取引先店のみ。加工所は搾汁用に安く出す程度。
主な出荷先	-なし	越生町加工研究所
手入れで大変なこと	ほとんど今は手をかけていない。傾斜がきついから何をやるにも一苦勞。かと言って放置できないからそれが大変だ。	急斜面の草刈りが容易でない。剪定も処理が大変で怪我のリスクがある。何度も梯子から落ちた。歳をとったので昔のように行かない。
主な柚子の使われ方	手もかけられないのでいい柚子は取れない。加工用といってもジャム程度しかない。利に合わないよな。	ジャム、柚子まき、砂糖漬け 柚子胡椒を知ったのは最近 柚子は食べるにも手間はかかる。 昔は、料亭に売っていた。
問題 困っていること	手間が掛かる上に利が出ない。 最近、鹿が若い木を食べてしまうようになり枯れてしまう。こんなことは、今年初めてだ。	引き継いでくれるかどうか、引き継がせても負担になってはいけない。
過去の柚子栽培状況で知っていること	小学校から中学生になる頃、とにかく一体が柚子畑になっていった。初めは、よかつたろうがみんながやり始めたのですぐ儲からなくなった。	昔は、梅も柚子も見た目は関係なく高く売れたので収穫も楽だった。最近は見目が重要になってよ棘を取ったり、手間が増え大変になった。ちょっとの傷は売れない。柚子を楽しむ需要も無くなったと感じる。

現状の傾向	ほとんど放置。とはいえ、草刈りなどは行っていて、収穫時にはなるべく採れるだけは収穫している。	収穫期間 1.5 ヶ月のうちに期待する量を取り切ることは不可能。出荷しても安いので仕事を休んでまでやる仕事ではない。この先思うと農家はみんな不安だと思う。
隔年結果性の状況について	柚子の木も大変だから仕方ない。こちらは、大体わかっているが、価値の変動や足りないときは困った。	こればかりは、木も疲れるんだろう。柚子の木なりに体力温存しているように感じる。隣の畑の木と調整がきいて隔年にしてくれたらいいんだけどね。

表 3 生産者インタビュー

### 第3節 追加調査

#### 2-3-1 越生の主な柚子の消費方法

越生町の担当者とJ Aいるま野がまとめた柚子の主な使われ方、加工法については以下のようなものであった。

- 柚子まき
- 柚子の酢のもの
- 柚子のはちみつ漬け
- みわ漬け
- 柚子の甘露煮
- 柚子の砂糖漬け
- 柚子ジャム
- 柚子みそ
- 小芋のみそ田楽
- 柚子みそおでん
- 柚子ゆべし
- 柚子入り蒸しパン
- カブの柚子酢漬け
- 柚子酢

(越生町役場・J Aいるま野・越生町観光協会、「ゆずのしおり」)

その他、地域住民への聞き取り調査によると柚子の利用法としては、他に以下のものがあった。

- 柚子ローション…種を焼酎につけたもので、必要によりグリセリンを加える。化粧水としてだけでなく手荒れ防止にも利用される。
- 柚子八味…柚子の皮を干し乾燥させ細かく砕き七味と混ぜ調合し薬味として使う。特徴としては青のりも加わる。
- 柚子なべ…近年、越生の郷土料理的な存在として紹介されている。

その他、一般的に、冬場は湯冷めがしにくくなることから冬至以外でも風呂に入れて使用する風習がある。

上記は、ポピュラーなものを掲載した越生町が柚子の利用・販売促進のために開発したしおりである。ここにも柚子胡椒の記載はない。

柚子胡椒に関して地域住民への聞き込み調査では、「ここ最近こそ耳にするようになったものの作ったことはない。」「昔はなかった。」「知らなかった。」「最近、初めて食べた。」という回答であった。

黒山住民 30 名の方が「以前は知らなかった」と 100%が回答した。

ヒアリング調査 実施日 2022 年 12 月 12 日 n 数=30



図 9 郷土料理の代表となっている柚子まき

柚子まきは、越生町の代表的な郷土料理で、正月には必ず出てくる。近隣地域では、見られない越生独特の郷土料理である。

黒山の生産者の主な出荷先としては、「越生町特産物加工研究所」への出荷であったため、補足調査を行った。（農協への出荷は農薬などの必須条件がある）

### 2-3-2 越生町特産物加工研究所とは

昭和 55(1988)年 越生町が主には、落下梅や選果漏れ梅の救済に直営加工所として建設した加工所である。その後、越生町の第三セクターとして「越生町特産物加工研究所」株式会社となった。今回の調査では現在、発売されている越生特産物加工研究所の主な柚子加工商品は、以下の 9 種類である。これに対し梅製品は、15 種類ほどの加工品がある。他に、種類の梅干しなどもある。今回は、細かい出荷数などの数値的なデータを頂くことはできなかったが、関係者の話によると越生町特産物加工研究所の柚子加工品のシェアのほとんどは

「ゆず之介」という清涼飲料水であった。「ゆず之介」は、越生町のロングセラー商品である「元気100梅」と並ぶ人気商品となっている。平成24(2012)年には、優良故郷食品中央コンクールにて農林水産省局食糧産業局長賞を受賞し、年間21万本売れている人気商品である。従って、特産品加工所への出荷される柚子のほとんどが、搾汁目的のものとなっている。(関係者談)

### I 越生町特産物加工研究所の柚子加工製品

商品名	種類	主要部位
ゆず之介	清涼飲料水	果汁
ゆずジャム	ジャム	皮
ゆずの潤い	化粧水	たね
ゆず胡椒	調味料	皮
柚子羊羹	菓子	果汁
柚子七味唐辛子	薬味	皮
ゆず丸しぼり	果汁 100%清涼飲料水	果汁
ゆず寒天	菓子	果汁
柚子のしずく	オイル	

表 4 越生町特産物加工研究所

このように、越生町特産物加工研究所の加工のメインは、搾汁となっている。人気 No. 1 商品は、ゆず之介清涼飲料水と寒天、ゆず七味



図 10 加工研究所の商品

越生特産物加工品研究所の独自の「ゆずこしょう」のパッケージと本品

ここでも既に「ゆずこしょう」は製造されているが、九州のものと違い甘味が強く佃煮のような風味で調整をされている。

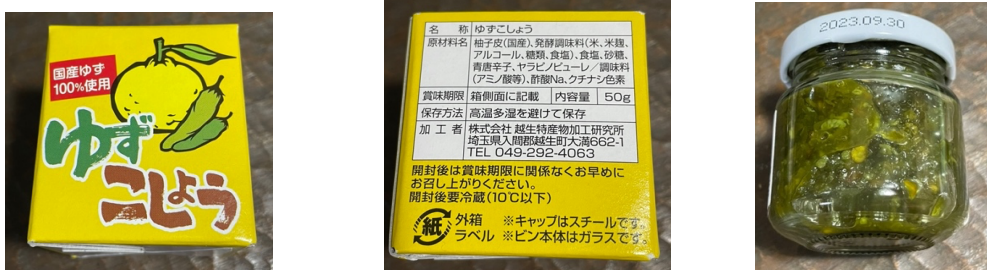


図 11 越生特産物加工研究所の「ゆずこしょう」

### 2-3-3 2022 年度の越生特産物加工研究所への柚子玉の参考卸売価格

搾汁用柚子	98 円/1kg
加工用柚子	158 円/1kg

1kg あたりの柚子玉の目安個数は、大玉で 7 個ほどとなる。加工所では、コンテナ 1 カゴ当たり 15Kg で計算される。つぶれ、傷防止の為、少し余裕を持たされている。(関係者談)

2022 年度は、加工研究所の柚子の集荷希望量よりも生産者が柚子を収穫できなかつた為、収穫の人材を雇って収穫を行った。柚子農家側は「相場的に、人を雇ってまで収穫しても儲けは出ない。返ってマイナスになってしまう。」といったことがあった。

### 2-3-4 選果漏れ廃棄される柚子

柚子農家では、「柚子玉」として出荷される方が身入りがよい。そのため「見た目」が重視されるが、市場に出すためには農薬の使用が必須となる。しかし、黒山の生産者は、皮を食することを考慮しており、農薬を使用しない生産者が多い。それにより品質には影響はなくても日焼けや虫の足跡傷などがついてしまい「見た目」に悪く廃棄の対象となる。また、柚子の木自体も高齢化してくると棘も太く固くなる。収穫時期には、棘による傷を防ぐため、棘の処理を行う作業もしなければならないが、高齢の兼業農家がほとんどのため、時間や作業の難易度が高くなるため棘の処理まで至らない。すると収穫時に棘による傷ものも多く出てしまう。更には、剪定が及ばず高い枝の柚子を高枝切り鋏で収穫するため落下した柚子



などは痛みが早くなる。



図 12 柚子の棘

### 調査結果

越生町特産物加工研究所にとどまらず町の推奨する柚子の利用においても香りを楽しむ「薬味」としての役割が強く皮を多く使うものも少ない。また、生産者をはじめとしたインタビューから以下のような悪循環が生まれていたことがわかった。

生産者は、皮を食すのが主のため農薬を使わない。農薬を使わないと虫がつき選果漏れが多くなる。選果漏れの柚子は廃棄となる。黒山の農家は兼業であり高齢化・急傾斜のリスクもあるが、手間の割と利が悪いので摘果や棘取りが出来ていない。よって隔年結果性と選果漏れ廃棄という悪循環の問題を抱えていた。

## 第3章 解決のヒント

### 第1節 「柚子胡椒」という加工品に着目

#### 3-1 黒山の柚子の特徴

黒山の柚子の特徴として、九州のものに比べると実が大きく非常に皮の肉厚の柚子である。柚子皮には、ビタミンCが豊富に含まれているだけでなく、食物繊維でもある「ペクチン」を多く含んでいる。ペクチンは、コレステロールの抑制や血糖値の急な上昇を抑える作用や善玉菌を増やすことで腸内環境を整えるなど働きを持つ。皮には、「ユズノン」と呼ばれる油胞組織がある。このため肉厚な黒山の柚子はとても香りが強いという特徴がある。「九州のものに比べると口に含んだ瞬間に広がるフレッシュな香りの特徴がある。」(柚子胡椒製造元 川津峰之談)

#### 3-2 柚子胡椒に着目

そこで本研究では、無農薬で良質だが、見た目に劣るため選果漏れ廃棄されてしまう「柚子皮」の活用を検討するため九州の「柚子胡椒」という加工品に着目した。「柚子皮」の使用頻度、使用量という視点で見ると越生町特産物加工研究所の柚子皮を使う商品は、「ゆずこしょう」以外は、「柚子七味唐辛子」と「柚子ジャム」等となる。「柚子七味唐辛子」の量は、製造工程からも少量なのが伺える。また、「柚子ジャム」の使用頻度も毎日食卓に並ぶわけではない。しかし、九州では、「柚子胡椒」が各家庭に常備されており、無くなれば補充されるような調味料の位置づけとなっている。(神谷, 2021)<sup>2)</sup>九州では、このわさびやカラシと同等に常備され、どこの家庭にもあるという調味料の柚子胡椒である。その文化を持ち込むことで関東でも継続的な購買につながる可能性がある。また、軌道に乗ってくると加工をする上で人材が必要となり雇用を産める要素ともなりうる。といった点から第4章では、調査2-Aでは、中山間過疎地において日本一の「柚子胡椒」のシェアを占めるまでに成長した柚子胡椒製造元川津食品の先例調査を行った。調査2-Bでは、柚子胡椒を販売するにあたり「土産品」という付加価値をつけることとし、観光産業資源と成り得るか黒山の歴史や観光資源についての地域調査を行った。

補足として「柚子皮」を活用したいというその着眼点としては次のような意図もある。

地域住民にとって柚子は、「余すことなく使える。」と言われ、皮から種まで大切に使用されてきた果実である。越生町特産物加工研究所では、搾汁用としての加工が主となっているため、柚子果汁をしぼる中身が求められる。そのため何れにしても柚子皮の利用商品の量に比べると中身の使用が多くなる。ここでも廃棄されていく柚子皮の利用は有効であると考えられる。

### 3-3 柚子胡椒とは

柚子の研究者である神谷によると「九州を中心に発達した調味料で「ゆず」「唐辛子」「塩」のみで作られる。家庭作られてきた調味料として口伝継承のため、正確な発祥地の限定は難しいと思われるが、大分県日田市天ヶ瀬町が発祥と言われている。諸説あり、日田市天ヶ瀬町高塚地蔵尊の参道で農家のお母さんたちが、売り始めたものとか、英彦山の修験道が生み出したというもの。佐賀や熊本で生み出されたなどの説もある。」(神谷禎恵、2021)

### 3-4 柚子胡椒の利用方法の例

「以前は、鍋物、味噌汁が主流だった。中でも大分の郷土料理でもある「だんご汁」に柚子胡椒が添えられていることは日常で、比較的山間部の調味料だったものが、その後、流通の発達でイタリアンやフレンチなどでもメニューとして見かけることも増えた。味わいのバランスが魅力的な上に、それぞれの個性としての辛味や香り、色合いを演出できることでも幅を広げた理由が窺える。」(神谷, 2021)

「九州では、お刺身、焼き鳥、おでん、湯豆腐、鍋料理、魚料理、餃子、焼肉、うどん、蕎麦、お味噌汁など幅広い料理に香り高い脇役として親しまれおり、近年どこのスーパーでも飲食店でも見かけられる。柚子胡椒味のお菓子、コンビニエンスストアの惣菜、おでんなど幅広い食分野で使用されている。」(川津食品 HP より)

## 第2節 研究方法

調査 2A では、川津食品の成功事例をまとめた。川津社長へのインタビューを遠方のため主に電話で行うこととした。その内容から、黒山における「柚子胡椒」のへの活用を検討し、更に深掘りをしてインタビュー調査を重ねて行った。黒山で製造していくことも踏まえ、製造だけでなく運営などの話も掘り下げ聞き出し、黒山における可能性を探った。調査 2-B として黒山の観光資源の発掘調査を行った。

### 調査 2-A 川津食品の先行事例調査

#### 【方法】

川津峰之社長への半構造化インタビューにより黒山で柚子胡椒加工を行うにあたり調査 1 の課題解決のヒントを探した。

1 回目 60 分 以下の質問について自由に話してもらった。

- ① 川津食品の柚子胡椒の製造方法について
- ② 隔年結果性や不作年の対策

その他、川津食品の創業から現在までの沿革・道のりについて質問した。

2 回目 60 分 1 回目を参考に

- ③ 川津氏が法人化の過程で、どのように周囲を巻き込んだのか当時の状況について自由に話してもらった。
- ④ 3 回目 40 分 2 回目を参考に会社の成長と共に地域や社内で起きたこと様子や変化したことについて話を聞いた。

### 調査 2-B 黒山の歴史的資源の調査

九州の調味料である柚子胡椒をどのように地域の土産品として根付かす事ができるか。黒山の歴史や観光資源についての地域調査を行いコンセプトやパッケージにできそうな要素を探した。

#### 【方法】

地域に精通する人物を巡りインタビューを行いながら、聞き取りと地域住民の書き残した文献や図書文献等の調査を行った。

#### 【対象者】

主な、インタビュー対象人物は、越生町教育委員会文化財担当石川氏、黒山地区の住民 5 名、そのほか地域に関する情報調査として修験道関係者 3 名に協力頂いた。

## 第4章 調査 2-A 先例調査 川津食品

### 柚子胡椒製造元 川津食品へのインタビュー調査

川津食品の川津峰之社長に調査協力を依頼し、電話でのインタビューを3回に分けて行った。調査の期間：2022年10月から2023年1月初旬 全3回

#### 【インタビューの目的】

- 川津食品の成功事例から廃棄される選果漏れ柚子の有効活用方法の解決策のヒント
- 柚子の加工を行うことでもたらされている効果を見出すこと。

#### 4-1 柚子胡椒製造元 川津食品有限会社と川津峰之氏について

関東地方においては、近年になりメディア等で取り上げられはじめた柚子胡椒は、菓子・惣菜など広く活用され風味を楽しむ流行のものとなっている。2022年には、芸能人の木村拓哉氏が、お気に入りの「My 柚子胡椒」（川津食品謹製 粒柚子胡椒）を持ち歩いて、外食先で使用されていることがテレビ番組でも取り上げられた。この関東の「柚子胡椒」ブームの火付けの仕掛け人となったのが、九州を代表する柚子胡椒製造元 有限会社川津食品（以下、川津食品）の川津峰之社長（以下、川津氏）である。



図 13 黒山に柚子の視察に来られた川津氏

#### 4.2 川津食品と黒山の類似環境

川津食品は、大分県日田市前津江村にある柚子胡椒製造元である。福岡との県境にあり日田の中心街から 18Km ほど離れ標高約 500m の場所に位置する。過疎化、少子高齢化が進んでいる地域である。

黒山の標高は約 300m～黒山からみるとかなりスケールが大きい立地状況、景観なども非常に似ている地域である。

	前津江村	黒山
最適な標高に位置	500m 以上	300m 以上
地域の状態	過疎指定地	過疎がはじまっている
移動手段	車	車・バス 10 時-16 時台のみ
中心街まで	約 19Km 以上 (日田市と福岡県の境)	約 7Km 以上 (毛呂山と吾野の境)
日常主要施設	駅から 3 Km 圏内に集約	駅から 2Km 圏内に集約

表 5 前津江村と黒山の比較

## 【主なインタビュー内容のグループ分け】

1. 会社の歴史・会社運営などについて
2. 川津食品の柚子胡椒製造方法・秘訣について
3. その他

### 4-3-1 会社の歴史・会社運営などについて

川津氏は、もともと前津江村役場の職員であった。2002年 いち早く「柚子胡椒」流行の兆しを得て家業の「柚子胡椒工場」を継承。2004年 家業の家内工業レベルの「柚子胡椒工場」法人化し、2006年 工場を拡大させ準備を整えた上で、2008年 東京進出 東京ビックサイト東京商談会で大多数の商談を成立させた。関東に柚子胡椒の名前を広げた。

現在は、日本一のシェア(年間 150t 以上)を誇る柚子胡椒製造元として、新商品の開発や各大手メーカーや地域商品とのコラボレーションなどの広がりもみせている。更には、黒山と似た過疎地に、本拠地を構え地域の高齢者を巻き込むところからはじまっていた。

### 4-3-2 川津食品の歴史

#### 第1期 創業から立ち上げ

##### 創業2018年までの歴史

- 1961年 創業 先代川津英美氏 柚子胡椒製造・農作物加工販売
  - 1973年 川津峰之社長誕生
  - 1996年 前津江村役場勤務  
椿ヶ鼻ハイランドパーク支配人
- 2002年 峰之氏が2代目 家業継承
- 2004年 9月27日 人差し指第一関節切断。入院中に法人設立決意
- 2004年 10月1日 有限会社川津食品設立。従業員6名。臨時アパート10名。(病院ベットで代表取締役となる)
- 2006年 9月 赤石搾汁工場稼働 手作業→機械化、ライン作業開始。
- 2007年 10月 福岡県朝倉郡東峰村 宝珠山加工工場稼働。
- 2008年 2月 川津家謹製ブランド東京商談会へ初出店 契約数多数に驚く
- 2009年 6月 「粒柚子胡椒」発売開始
- 2009年 10月 瓶詰め充填工場 東峰工場を稼働開始 (数年後、本社工場の限界を見越し)



2006~2009年 主たる製品で拡大に向けた基盤を構築

## 第2期 川津氏の代としての転換期

- 2010年 4月 「甘酸っぱい柚子こしょう YUZURICH」 **新発売初回オーダー1000本即完売**
- 2010年 9月 YUZURICH 第24回東京ビジネスサミット「隠れた逸品大賞」 **金賞受賞**
- 2010年 10月 日本テレビ系番組「満天★青空レストラン」に**登場**。同年同番組**通販売り上げNo.1**
- 2011年 10月 YUZURICH「日本野菜ソムリエ協会」調味料選手権**入賞**
- 2011年 11月 YUZURICH「楽天市場0-1グルメ決定戦 新創作料理部門**大賞受賞**」  
YUZURICH・柚子胡椒は、お取り寄せランキング**上位に定着**
- 2012年 3月 YUZURICH全国優良ふるさとと食品コンクールにて(財)食品産業センター会長を**受賞**  
**<この時点からYUZURICHは一人歩き始まる>**



- 2012年 8月 先代川津英美氏逝去 川津食品の目玉商品「柚子殿」誕生
- 病床で自ら製造した**高級柚子胡椒「柚子殿」**を限定販売。



2010年～柚子胡椒以外の新商品開発 さまざまな賞を受賞  
メディアに出演

## 第3期 更なる上々の気流に乗る

- 2013年 4月 YUZURICHシリーズ第2弾 「甘酸っぱい果汁たっぷり柚子ポン酢」
- 2013年6月 **KBCテレビ「アサデス」**にておすぎさんが大絶賛紹介
- 2014年 ドバイ、ベトナム、台湾へ**海外販売に向け本格化**
- 2014年12月 日本有数の国産無投薬鰻の山田水産(株)と柚子胡椒**コラボ企画“鰻と柚子こしょう”**発売
- 2015年 1月 柚子こしょうが全国的に認知されはじめた。同時に、「**柚子胡椒風調味料**」を憂い  
本物の香りと味を全国へと大手コンビニ、惣菜メーカーをはじめ**1.5g小袋**を販売。
- **全国展開。**
- 2016年 「**TORIKUMIX**」本格化。
- 佐賀県江口農園の「**たけおバクチー**」、みやぎ農園の「**沖縄マヨネーズ**」、  
ホテルグレイジュの兵頭シェフの**生チョコ**などと**コラボ**  
**県外・他商品とのコラボ**
- 2017年 2月 **宮崎県との取り組み** 国産「シロチョウザメ」国内初の輸出開始
- 2018年 1月 日田地区**商工会青年部** 共同開発新商品「**わさびペッパー**」販売開始





## 沿革

創業	昭和36年
設立	平成16年10月
資本金	300万円
従業員数	25人
代表者	代表取締役 川津 峰之
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 柚子胡椒・唐辛子加工食品の製造仕入れ販売</li> <li>・ シャクナゲの生産及びシャクナゲ園の経営</li> <li>・ 園芸用樹木、園芸用品の生産製造販売</li> <li>・ 水産物・海産物・農産物・畜産物・食料品の製造加工販売</li> <li>・ 水産物・海産物・農産物・畜産物・食料品の製造加工販売のアドバイザー及び講演活動</li> <li>・ 水産物・海産物・農産物・畜産物の加工品の仕入れ販売及び加工委託製造品の仕入れ販売</li> <li>・ 畜産飼料製造委託品の仕入れ販売</li> <li>・ 食品製造加工機械の仕入れ販売及び輸出入</li> <li>・ 水産物・海産物・農産物・畜産物・食料品の製造工場の経営</li> <li>・ 飲食店、社員食堂の経営</li> <li>・ 上記各号に付帯する一切の事業</li> </ul>
本社所在地	〒877-0212 大分県日田市前津江町大野 2256 番地
ホームページ	<a href="https://www.yuzu-kosyo.jp">https://www.yuzu-kosyo.jp</a>
E-mail	<a href="mailto:info@yuzu-kosyo.jp">info@yuzu-kosyo.jp</a>
TEL	0973-53-2501
FAX	0973-53-2413
取扱商品	柚子胡椒、柚子胡椒加工品、その他柑橘類果汁 柚子加工食品、その他農産物加工品
主な販売先	食品製造メーカー、ホテル、外食チェーン店、レストラン その他の飲食店、高級スーパー、食品卸販売業者、通販会社

表 6 川津食品の沿革

### 4-3-3 川津食品の柚子胡椒の特報となる製造方法・秘訣について

製造方法については、一般的に作られる方法と越生特産品加工研究所のもと川津食品の製造方法を比較できるように表にした。川津食品の柚子胡椒の皮は、薄くは剥かない。

	一般的な柚子胡椒	川津食品	越生町加工研究所のゆず胡椒
原材料	柚子皮 唐辛子 塩 柚子果汁	柚子皮 唐辛子 塩	国産柚子皮・発酵調味料(米・米麹アルコール・糖類・食塩)砂糖・ヤラピノピューレ・アミノ酸等調味料・酢酸Na・クチナシ色素
製造方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 青い柚子の皮を薄くむき,細かくみじん切りする.</li> <li>② 種を取り除いた青唐辛子を細かくみじん切りする.</li> <li>③ すり鉢で,みじん切りにした青唐辛子と柚子の皮をすりつぶす.完全にすりつぶさないことで風味を生かす.</li> <li>④ 塩を加え味を整える.また,柚子のみの部分を搾った果汁を適量加える.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⑤ 柚子皮を細かくみじん切りし塩蔵する.</li> <li>⑥ 唐辛子を細かくみじん切りし塩蔵する.</li> <li>⑦ 一定期間保存後、ミンサーにかけて調合する.</li> </ul>	製造方法非公開 不明
備考	日持ちは塩加減に依存する.通常は少量ずつ作り,1週間程度で使い切ることを想定する.	<b>仕込んだ柚子は塩蔵しておけば2年は保存可能である。</b>	

表 7 川津食品の柚子胡椒製造の特徴

#### 4-3-4 不作年の対策

従業員の方の回答

「万が一の不足時においては、本来は、より良い柚子を求めることや九州全体を盛り上げる意図もあるが産地を九州として表記し幅広くカバーするようにしている。」とのことであった。

#### 4-3-5 他に香りを持続させる秘訣はあるか？

川津氏の回答

「確かに柚子胡椒は、香りが命。それには、どんなに大量に生産するようになった現在でも、変わらない手作業によって「油胞」を潰さないように素早く剥く。生産者さんからのバトンをしっかり繋ぐ。丁寧に素早い柚子皮の手剥きやね。」

#### 4-3-6 川津食品の柚子の皮むきの秘訣は？

収穫後、すぐに剥き、剥いたらすぐに仕込みに入ること。早朝に収穫し集荷してきた柚子は、その日のうちに全て剥く。川津氏は、第一期の立ち上げ期から今も販路の拡大に走っている。受注が伸びるにつれ既存の従業員だけでは足りず、繁忙期になると柚子の皮むきをする人材を募集する必要がある。その期間になると期間限定のパートには「通称 柚子むきレディース」と呼ばれる地域の高齢女性たちが集まってくる。そして「お茶のみ」と「おしゃべり」を楽しみながら高速で柚子の皮むきを行っていく。口以上に手を動かしながら、柚子皮の香りの肝となる「油胞」を潰さぬように剥いていく。農繁期から正月まで 約 60 名の地域高齢者である柚子剥きレディースが集まって、4ヶ月の間、毎日1日1t以上の柚子皮を剥く。



図 14 柚子むきレディースの作業風景

#### 4-3-7 製造におけるその他の特徴はあるか？

「うちの特徴は、ブレンド。ブレンドをすることで香りを立たせている。塩蔵した柚子皮を2種類から4種類までブレンド調整してちょうど塩梅のよい柚子胡椒をつくっている。これで寝かせた塩蔵の柚子で香りの調整(演出)ができる。」



図 15 塩蔵した柚子

#### 4-3-8 こだわりの分岐「無添加」

川津氏は、「いち早く「無添加」に着目し、品質のよさにこだわったところに分岐点がある。」という。先代から家業を引き継ぐ中で最も大変だった時期は「先代にこれからの時代は、無添加であるということ説得するということだった。」という。「2000年初頭は、まだ「添加物」「化学調味料」を使うことは当たり前のことで、商品の見た目や旨味を科学的に作ることをよしとしていた。それどころか先代は、着色された鮮やかな色の柚子胡椒を誇りに思っていた。」という。デパートでは既に「無添加」と書かれた味噌や醤油などの商品が高値で陳列されていたことに気がついた川津氏は、柚子胡椒もそうであるべきだと考え、「長期に渡り先代を説得し「無添加」「無農薬」にこだわった。今思うとこれが大きな分岐点であった。」と述べた。

その他 2回目は、1回目の調査から掘り下げでの質問を行った。

4-3-8 過疎地において、どのように地域住人を巻き込む事ができたのか？  
どうして過酷な柚子剥きにすすんで参加してくれるのか？

川津氏の回答

「先代の教えである【仕事は、和気藹々とやれ】という難しいテーマをいつも掲げてきた。つまり、環境づくりに気を配った。柚子むきレディースに限らず、どうしたら関わる人たちが喜んで仕事をしてくれるか？やりがいのある職場にする事ができるか？を考えてきた。人間関係においても同じで一人一人を大切にしていることを常に伝えている。」とのことだった。

川津氏なりのその手段の一つとして、法人化以降、川津氏は毎朝、入社してきた従業員全員に味噌汁を振る舞っていた。そして「今手がけている自分たちの作業が、世間でどのように広がり、喜ばれているかをしっかり伝えている。そうすることでやりがいを持ち、柚子の皮むきの仕事にも自ら仲間をよんで参加してくれるようになった流れが出来上がってきた。だから、募集らしい募集はかけたことはない」とのことだった。

#### 4-3-9 高齢女性パート「柚子むきレディース」の仕事への感想

- ◇ 自分のような高齢者にもちゃんと給料をくださり、孫にプレゼントを買ってやる事ができる。
- ◇ 必要としてくれていることが何より有難い。自分にもまだできる事があると思えた。
- ◇ ここにきて、おしゃべりしながら仕事ができることで生活に張り合いが出ている。
- ◇ 頂いた給料で、みんなで旅行したりできる事が増えて楽しい。



図 16 川津氏と柚子むきレディース

4-3-10 川津食品の社会貢献について

2008 年以降、全国展開をはじめ海外進出も射程圏内に入ってくると山の上の僻地の工場は交通面でも流通面でも不便となってくる。日田の中心街まで 20 キロほど山を降らなければならぬ。しかし、そのような条件の悪い立地の中でも川津氏は、拠点を都心部に移すことを考えたことはなかったという。そこには、地元を大切にこそその事業であるためだからだとの考えがあった。

「地元を大切に。これこそ地域への貢献だと思っている。そういうこともあって、廃校した小学校を工場にするチャレンジをした。自分の学んだ学校で、仕事をするのはワクワクするでしょ。」とのことであつた。

**川津食品**

### 作業性改善の新工場 赤石小学校舎活用で地域開放も

川津社長



ひとりの役員会を開催した。赤石工場は、7 年間で閉校した赤石小学校校舎を改装したもので、小学校の雰囲気も残している。教室は作業場や C/G などを確保した設計となっている。なお車でのアクセスもある。本工場では、廃校した赤石小学校校舎を改装したもので、小学校の雰囲気も残している。教室は作業場や C/G などを確保した設計となっている。なお車でのアクセスもある。本工場では、

歴史的な赤石小学校舎を活用し、作業性向上と地域開放を実現した新工場。廃校した赤石小学校校舎を改装したもので、小学校の雰囲気も残している。教室は作業場や C/G などを確保した設計となっている。なお車でのアクセスもある。本工場では、



機械が並ぶ作業場



小学校を改装した赤石工場



地域の歴史を展示する

川津食品は、創業 60 年。九州の家庭に生まれた「柚子」を、今も大切に守りつづけています。柚子の味、香りを、今も大切に守りつづけています。柚子の味、香りを、今も大切に守りつづけています。柚子の味、香りを、今も大切に守りつづけています。



祝賀会で登壇した従業員一同

川津食品の歴史、創業 60 年。九州の家庭に生まれた「柚子」を、今も大切に守りつづけています。柚子の味、香りを、今も大切に守りつづけています。柚子の味、香りを、今も大切に守りつづけています。柚子の味、香りを、今も大切に守りつづけています。

〒877-0212 大分県日田市前津江町太郎2256番地  
TEL 0973-53-2501 FAX 0973-53-2413  
ホームページ http://www.yuzu-kosyo.jp

通信販売 ショップ **和心** 登録会員

図 17 食糧新聞 2019 年 9 月 23

#### 4-3-11 なぜ辺鄙な前津江村に若い従業員が集まるのか秘訣は何か

はじめは、6名ほどの従業員と地域高齢者の皮むきレディースからスタートしたが、現在は県内に留まらず福岡や佐賀、熊本などからも就職希望の若者が後を絶たないことになっている。これについて川津氏は「職業安定所に求人を出すことはあるが、金をかけて求人をしたことはない。うちは、特産品というのがよかったと思う。従業員が輝いて地域の特産品に取り組む企業は、メディアに取り上げてもらいやすい。そうして、自分自身も高校などに呼ばれたりして講演をしたりするから、うちで働きたいと思ってくれる人が増えた。従業員自体もメディアで取り上げられることや若い人たちが入社を希望することに喜びを覚えてくれるので、また一緒に一生懸命働いてくれる。よい循環により、よい人が集まってきている。うちの会社は、辞める人もないよ。」とのことであった。その他、地域を元気にしている企業として県内各地で高校生などへの講演活動も行っている影響もあった。

#### 4-3-12 川津食品の取引先である柚子生産者

川津食品では、最も優れた柚子を求めた結果、大分に限らず熊本県産の柚子を70%使用している。柚子生産者は、ベテラン高齢者である。熊本県益城郡の柚子栽培の条件は、黒山と同様に厳しい条件下で高齢化の問題もある。その中でも川津食品に対し、「最もいい柚子を届けたい。」という気持ちで日々栽培、収穫されているという。これについても何か川津食品の秘密があるのか質問した。

##### 川津氏の回答

「やはり、先代の教えの【生産者を大切にする】【即現金払い(出来る限り)】を徹底していることやね。どれだけ世間で喜ばれているか、仕事の成果を伝え続け、生産者と共にする時間も捻出し、早朝に熊本まで集荷に行きコミュニケーションを欠かさない。」とのこと。「そうすることで『川津さんには1番の柚子を 最高の柚子を』の合言葉で精魂込めた仕事をしてくれるようになっている。」という回答だった。

更には、川津食品で修行した若手従業員が、熊本の柚子農家の継承のために転職をしたケースもあった。備品などに関する取引先に対しても同様のことであった。

## 調査 2A の結果

- ① 川津食品の製造方法としては「塩蔵」と「ブレンド」いう方法を用いていた。
- ② 不作年の対策については、表記の差産地を広くカバーしていた。
- ③ 塩蔵は、2年まで保存が可能である。
- ④ 高齢者採用により作業場は、地域高齢者のコミュニティの場としての機能も果たしていた。
- ⑤ 既に九州には食卓にあるものだが「土産品」として地域住民にも購入されるようになっていた。
- ⑥ メディア等で取り上げられたことで町外・県外から若い就職希望者が続々と来るようになった。
- ⑦ 取引先の農園にも若手就農希望者が出ていた。
- ⑧ 廃校となった小学校を工場として活用していた。

など地域のための副次的な効果も確認できた。



図 18 川津食品の従業員の皆さん



## 第5章 調査 2-B 地域資源調査

次に、九州の調味料である柚子胡椒をどのように黒山の土産品として根付かせる事ができるか。またパッケージなどに適した要素で「黒山三滝」というスポットに因むものであり、購買意欲、宣伝効果となり得る歴史的、観光資源を発掘するための調査を行った。教育委員会や専門家に留まらず地域住民が地域の歴史を残すべくそれぞれが出版や文献をまとめており非常に興味深い文献に出会うことが出来た。

### 調査 2B の結果

#### 5-1 黒山の越生町指定文化財

黒山の場所は海底隆起した場所で人の歴史は、古く縄文時代にまで遡るが、現在は遺跡としては残されていない。また、観光資源としては黒山三滝以外にも周辺には、義経伝説などの歴史人物の痕跡の残る顔振峠や関東が一望できる関八州、笠杉峠などの場所や天狗、河童、狐、妖怪などの伝説が残されている箇所もいくつかあった。特に、越生町の指定重要文化財としては、(国指定2件、県の指定が14件を含み)46件ある。そのうちの6件が黒山あった。

1. 木造薬師如来像
2. 特殊植物群落
3. 下ヶ戸薬師十二神将像
4. 大平山栄円の墓
5. 渋沢平九郎自決の地
6. 石造役行者像 付 石造4軀

##### 5-1-1 修験道との関わり

この中でも下ヶ戸の木造薬師如来像は平安時代のものであると推測されているが、地域住民への調査では、この仏像の修復が行われた際に、彫り師たちが驚き不思議がっていたが、修験道との関係も深いことを伝えると納得されたという。薬師像の支柱の銘文には、1738年に山本坊立栄らによって修復が施されているという。この時代において既に黒山と京都との繋がりがあった証の一つといえるということであった。第1章で触れた通り、黒山は本山派の山本坊栄円により1398年に熊野本宮を勧請し三つの滝を那智社、新宮に見立て「関東の熊野霊場」とし随一の霊場に発展させ、最盛期には150もの配下を治め、本山派修験二十七先達に数えられる。1868年神仏習合分離以前も元々口伝継承が行われてきた修験道では

資料や文献はほとんど残っていないが、初代栄一以降、山本坊は 480 年間もの間この地で続いた。

### 5-1-2 渋沢平九郎と村人の関わり

「渋沢平九郎自決の地」は、慶応 4 年 5 月 23 日。幕末期、戊辰戦争の際に、旧幕府軍の一つとして新政府と戦っていた振武軍隊士の一人が、飯能戦争に敗れ顔振峠を逃げてきたところ茶屋の女店主が察し、黒山に下りようとする隊士に飯能から来たのであれば刀を持っていたのでは危険だと大刀を預かったという。しかし、黒山に下りたところで安芸広島藩神機隊と出会ってしまい詰問を受け、「飯能からきたか」という言葉に、腰に風呂敷に草履という出立であったのに顔色を変えてしまった。隊士は、しばらく孤軍奮闘したが、抗し難と悟り路肩の岩に座って静かに自決した。首は、晒し首にされたが、胴体は、黒山の村人たちが、名も知らぬ青年隊士を哀れに思い全同院に葬ったとある。村の人々は、事あるごとにこの話をして「脱走のお勇士さま」と呼び偲び首から上の病気の神様として崇めていたという。それから十数年後、村の住民はこの隊士が副頭取尾高惇忠の弟の平九郎であり、渋沢栄一の妻の弟で栄一が渡欧する際に、見立て養子となっていたことを知った。後に、渋沢栄一と尾高惇忠が訪れ平九郎の菩提を弔い、村人たちに感謝の意を表した記録が残っている。「自刃岩」に「渋沢平九郎自決之地」の碑を建立されている。

その後も口伝で当時様子が語られ、地域住人に静かに守られ続けてきたが、2021 年 NHK 大河ドラマ「青天を衝け」で平九郎は脚光を浴びた。2022 年現在もこの場所は、ファンの巡礼の聖地となっている。



図 19 渋沢平九郎と自決の地

### 5-1-3 山伏と「柚子胡椒」の関わり

「黒山の土産品」にふさわしいのかどうか、といった本質的な部分の問いに対して神谷の「ゆずごしょう」の先行研究の中からヒントを得て掘り下げ追加調査を行った。

大分県日田市と福岡県田川市の県境の英彦山の山伏の「福海坊」の子孫である柚子胡椒製造元の柚子ノ香本舗の林氏に電話にて調査後、資料提供して頂いた。

調査 2023年1月6-11日

林氏によると「柚子胡椒のようなものが山伏の保存食として、又薬草としての役割をもっていた。」とのこと。柚子胡椒のルーツとなる薬草と口伝・文献が残っていることがわかった。なぜ柚子胡椒のようなものをつくるのが可能だったのかは「原料である柚子は、仏教と共に伝来し、漢方薬や観賞用として栽培され唐辛子は、江戸時代に出島に入ってきた。長崎に出入りしていた英彦山山伏が、持ち帰り製薬の技術を持って、柚子胡椒を作ったと考えられている。」とのこと。更に、「山伏の家には、必ずと言っていいほど柚子の木が植えていた。山伏は、檀家周りの時にお礼や薬を持っていく。その薬の一つが柚子である。そんな山伏の家で作られたのがゆずごしょうである。英彦山でも、山伏の家系でしか作られていなかった。」(参考文献『日子の山「英彦山」』)

これについて修験道本山聖護院門跡門主によると「柚子胡椒の話は聞いたことがなかった。」ということであったが、寺庭夫人の話では「山伏は、薬草などの知識に長けており修験は口伝が多く消滅した習俗でもあり文献には乏しいが、山伏たちの生活に関わる活動範囲は大変広く地域によって様々であり、全国の末寺を回ってみるとその地域に根ざした豊かな民衆文化の基層を山伏が担っていたことに目を見張る」とのコメントを頂いた。

柚子は、飛鳥から奈良時代にかけて朝鮮半島から入ってきた植物で書物に初めて登場するのは、『続日本書紀』とされている。それ以前の『日本書紀』には、黒山から10km強にある高麗郡にて渡来人が開墾したことが記載されている。先述した「ゆず巻き」も高麗人の伝統料理とする説もあり、推測の域を出ないが、栽培条件の適したこの地域に古くから柚子が生息していた可能性は窺える。黒山の山伏が生薬に使ったかどうかは確定できなかったが、英彦山では、確認できた。また、筆者の黒山の倉庫からは、英彦山の林氏の資料にあった薬草作りの「やげん」と同じものが発見された。嘗て修験霊場として関東一勢力を奮っていた山本坊の本拠地である黒山三滝で、山伏の薬草がルーツとなる「柚子胡椒」を黒山の地域産業振興の「土産品」とすることは、的外れではないといえる。

## 5-2 追加調査 黒山の土産品事情について

調査期間 2022 年 12 月

黒山三滝には、観光地であるにも関わらず 2019 年に 2 軒あった土産屋は現在 1 軒となっている。その土産屋も店主の高齢の「おばあちゃん」の手作りの「梅干し」「椎茸」と「こんにゃく」飲み物としては「ラムネ」が人気で、昭和時代のブリキのおもちゃ、風車がおいてある程度であった。更には 2023 年 1 月店主の具合が悪く店を閉めていたが、2023 年 2 月店主の逝去によりいよいよ閉店となった。

土産品について、地元住民への聞き取り調査によると昔からこの地域には「土産品」というものがなかったこともわかった。



図 20 黒山三滝の唯一の土産屋

## 第6章 考察

本章では、研究目的である地域存続のための社会的、経済的効果を生み出すための地域産業の課題発掘とその解決法を明らかにすることにあたり地域産業の課題であった「無農薬で良質でもあるにも関わらず選果漏れの廃棄されてしまう柚子」の有効活用を「黒山三瀧の土産品」の「柚子胡椒」として加工する解決法を用いることは、それ自体がどのような効果をもたらすことが出来るのかを明らかにするため、前章までの結果より考察していく。

既に、越生町特産物加工研究所では、「ゆずこしょう」を製造し商品にはしているが、前述した通りオリジナル商品となっている。また、ここでは「土産品」という視座から考察するに「国産柚子使用」の記載が「越生の土産」という位置づけで手に取られにくい要素となる。「黒山」の地域存続のための「土産品の開発」と考えた時、新たに黒山にて地域住民と共に「黒山の柚子胡椒」を製造することを前提として課題解決の策を考察していくこととした。

### 考察の視座

黒山の柚子胡椒の検討にあたり「ただ美味しい」「廃棄される柚子が活用できる」にとどまらず貴重な産業資源である「無農薬」で「良質な柚子」を有効活用し「地域の特産による土産品」という付加価値をつけることとした。「柚子胡椒」という加工品とし地域に根差す「土産品」にすることの意義を考察した。

#### A) 廃棄されてしまう柚子皮の有効活用による課題解決

悪循環による隔年結果性と選果漏れ廃棄という課題は、川津食品の塩蔵を用いることで解決することができる。隔年結果対策としても2年まで保存が可能であり、不作年対応も可能となる。決め手となる香のたたせ方も調合でよりよいものに工夫できる事がわかった。塩蔵した柚子皮を2種類～4種類ブレンドして調合する。この方法を使えば、種類の違う柚子のブレンドだけでなく、新しく採れた不作年の柚子と前年の豊作時の柚子を調合することが可能である。そうすることで香りの立ち方も演出できるようにもなる。そのような調合を行う「黒山の柚子胡椒」は、単なる廃棄柚子の活用に留まらず地域の特産物の特徴、特には「香」を生かしたものとなるといえる。

無農薬であるがためについてしまう虫の引っ掻き傷と日焼けなどによるもの。その他、そうか病なども「柚子胡椒」という加工品であれば、「見た目」はさほど関係がなく利用できる。そうか病に関しては、切り取りを行って使えば問題ない。更には、柚子の栽培において黒山の条件は好立地であることから非常に香りの立ついい柚子が取れる。その柚子を安価で購入することができることは、「柚子の加工品は、利が出にくい」に対して、川津食品の例同様に「無農薬・無添加」ということが付加価値となり加工品は、高値で売ることが出来る。同様に、収穫時の落下による傷や棘による傷であっても収穫後、その日のうちにすぐに仕込みに入り塩蔵するため問題ない。



図 21 そうか病を削除している工程



図 22 黒山の柚子胡椒づくりに参加する地域の方々

## B) 柚子胡椒製造による社会的効果の可能性

行政の提示する「地域福祉計画」では、地域住民が地域にコミュニティをつくるという課題がある。先例調査では、地域の高齢者の採用によって作業場自体が、行政が課題としている「地域福祉コミュニティの創造」の機能を果たしていた。更には、辺鄙な土地であるにも関わらず、就業希望者の移住、生産者の収益も上がり、やりがいに溢れる過疎農村に若手が継承にくるといった事例があった。本研究では触れなかったが付録に記載した馬路村や北川村など現在、柚子の生産日本一のシェアを誇る高知県などでは就農給付金まで出ており各自治体でも就農支援のプログラムが行われている。黒山においても土産品としての柚子胡椒づくりに取り組むことは、このような社会的効果が起こる要素を秘めている事がわかり、意義のあるものであるということが出来る。また、柚子胡椒の製造工程は、非常にシンプルな作業が多い。そのため「地域福祉計画」で地域移行されてくる障害を持つ方々の就労の場としての可能性も要素も含んでいるといえる。

### 補足 地域にとっての副次的価値の可能性

2019年より著者も黒山の地域住民の方々と「柚子胡椒」の試作を重ね行ってきた。その過程で、「黒山の柚子胡椒」に賛同し協力や宣伝をしてくれる地域住民が増え始めている。調合時に集まり、お茶を飲みながら作業をする。運転免許返納後、出歩きにくくなった高齢者も近況報告など行うことを楽しみに来る。障害を持つ方々もこのプロジェクトに参加し、作業を行っているが感想としても「得意とする単調作業を褒められるやりがい」や「楽しさ」が上がっている。このように、黒山における「柚子胡椒」製造も川津食品の前例のようなよき変化をことを起こす可能性を秘めている。

## C) 付加価値をつけることで経済の活性が期待

### 経済的効果への期待

観光学における土産品の基本的機能の観点から国内外への「土産品」となるか考察した。「史跡・民族・建設・風光が観光客の魅力となっているのと同じく、その土地を訪問する観光客を喜ばせる観光資源となるもの。国際観光事業の面においては、土産物それ自体が外貨をもたらすばかりか、日本の風土と歴史を代表して海を渡ることになるから、声なき宣伝媒体として重要な役割を果たすものである。」(鍛冶, 2006)」。本品は、消耗品であり【黒山限定販売】とすると来場のリピーターも創出できる。また、パッケージを地域に因む歴史人物「天狗」は、修験道における山伏であり、「侍」は、地域住民にとっても英雄である渋沢平九郎の独自キャラクターラベルを使用することとする。これにおいては、観光庁「訪日外国人の消費行動 2019」, 「日本の人気博物館・美術館ランキング」1位 広島平和資料館、2位 箱根の森美術館に次ぐ 3位は新宿にできたサムライミュージアム(トリップアドバイザー

2017)という結果を参考にすると外国人の購買意欲に繋がる。更には、帰宅後の話題性にも富んでいるといえる。宣伝媒体としても「品」があるのとないのでは、大きな違いがある。

「柚子胡椒」は、消耗品であり、【黒山でしか買えない】となると来場のリピーターとなることも期待できる。「黒山の柚子胡椒」は、集客産業としての役割の機能も備えている。更には、商品のバリエーションで高品質の柚子を使用する柚子胡椒は、数の限定販売を行うなどのプロモーションをかけることで高値で販売することも可能となる。(付録 図 31 参照)



図 23 パッケージのイメージの各オリジナルキャラクター

(左) 渋沢平九郎 (真ん中) 平九郎たぬき (右) 神変天狗

#### D) 地域に根差す土産品としての意義

##### 社会的効果への期待

小田切は、行政・自治体の過疎対策について、その対応は十分過ぎるにもかかわらず成功に至っていない理由に「住民の地域への誇りの空洞化(喪失)」を挙げている。そしてこれからの対策においては「誇りを再生する施策、あるいは地域づくりこそが今求められている。」と言及している。更にこれに対して十代田は、「観光がもたらす効果は、経済的な利潤にとどまらない。地域の魅力を求めて訪れる人々との交流が、地域住民による地域の歴史・文化の発掘作業や地域に対する誇りの獲得・回復につながる可能性もある」と指摘している。

よって、九州名物でもある柚子胡椒が住民にとって「地域への誇り」を再生できるものかと考察すると、地域には修験道に深い信仰が残っており住民により守り大切に継承されているものである。山伏の生菓がルーツとなる「柚子胡椒」が「山伏たちの修行場の黒山三瀧の土産品」となることは、土地の歴史を通して観光客と地域住民の会話、交流のきっかけのツールになり得る。「脱走様」と呼ばれ崇められた平九郎も住民にとっての英雄であり、口伝の残る地域では会話の弾むきっかけとなり得る。観光客にとっても持ち帰った先での話題性に富んでいる。また、このツールを通じて「交流」が発展すると地域住民の「地域への誇りの再生」に繋がっていく期待ができる。これらの要因を以て、黒山において「柚子胡椒」を「黒山三瀧の土産品」とすることは有意義であるといえる。



## 第8章 結語

### 結論

黒山において、無農薬で良質だが、選果漏れ廃棄となる柚子を「柚子胡椒」として加工し「黒山三瀧の土産品」とすることは、黒山の産業振興の課題の解決だけに留まらず、集客産業や地域福祉コミュニティの場を構築するなど地域住民にとっての活性にも繋がる副次的な価値を生み出す要素を含んでいることが明らかになった。

### 今後の展望

今回の研究では、地域存続のための地域産業における課題解決の第一歩目として解決法を見出すところまでに留まった。今後は、各先行研究や自治体が推奨するように中山間地域においても地元住民が主体となって動き、自治体と協働して行う「地域づくり」が重要とされている。このことから「黒山の柚子胡椒」はどのように地域に根付き、どう成長していくのか。それにより地域はどのように変化していくのかは継続して研究していく。また、今回は自治体等も状況が把握しきれていない部分も多く、数値的な情報データ収集に限界があり、十分な情報の算出まで出来なかった。今後は記録などデータを残していくことも必要であると考えられる。

最後に、今回の調査でわかったことであるが越生の梅は、歴史が古いだけにここに来て、古木を新たな苗木に植え替えるという転換期を迎えている。一方で黒山の柚子の木は、古いとは言えあと50年は持つとのこと。そういった意味でもこれから「黒山三瀧の土産品」「越生の土産品」として新たな地域再盛のツールとして「越生の梅干し」と並んで「黒山の柚子胡椒」が活躍してくることに期待がもてると言っても過言ではない。



図 24 町外の協力者に柚子の採り方の指導をする黒山の生産者

## 第9章 謝辞

今回、本研究の遂行にあたり誠に多くの皆様にご支援、ご協力を承り論文を完成させることができました。指導教授の中村好男先生の「松澤亜希子」を理解してくださってこそその厳しいご指導がなければ、この論文の結語をこのような形で結ぶことは出来ませんでした。ここまで導きくださいました先生の一つ一つの言葉が心にこだまします。また、OBの奥田先生には、夏の授業で「どのような論文が書きたいのか一文字で書く」機会を頂きました。私は、「生」と書き、「生きた 生かせる論文」と掲げました。その指南あってこの論文は、黒山で引き続き生かしていけると思います。道中、新原先生には、きめ細やかにご指導頂きました。また、OBの諸先輩方の伴奏型サポート、一緒に卒業を約束した同期の皆様、17期の同期の皆様がなければ、ここまで辿り着くことは出来なかったと思います。

惜しみなく情報提供や協力をしてくださいました黒山の皆様、講の皆様、修験先達の方々、越生町教育委員会石川様、越生町役場の皆様、竹内県議、岩殿観音正法寺様、修験道本山派聖護院門跡様、有限会社川津食品代表取締役 川津峰之様、従業員の皆様、JAいるまの担当者様、英彦山柚子香本舗山本様、写真提供の国政様、書ききれないほど多くの方々からご協力、応援を頂いたことで書き上げることが出来ました。

地域の新参者の私に、必要な方を繋げてくださいました三羽様がいてくださったお陰で諦めずに論文の肝を見つけ出すことが出来ました。

最後になりましたが「研究者としての視座を身につけるように」と入学を薦めてくださいました星槎大学の三橋国領先生、鷹宏道先生。このチャレンジの背中を押して協力を惜しまず、共に悪戦苦闘してくれた共同経営者のKUNIKO様。私の研究時間確保のために調整協力や応援をしてくださったアカデミー生、保護者、関係者の皆様、そして家族に、この場をお借りして心からの感謝を申し上げまして本論文の締めとさせていただきます。

深謝

## 引用文献

- 1) 竹ヶ原公,2021『『住民主体の町づくり参加プロセス』についての考察-青森県平内町藤沢区における住民参加意識のステップから-』地域社会研究第14号
- 2) 鍛冶裕之,2006『観光のなかの土産研究』,社会科学,77.45-70
- 3) 神谷禎子,2021『ゆずごしょう』,日本調理科学会誌,vol.45.no.4 201-205
- 4) 十代田朗,2011『観光まちづくりのマーケティング』学芸出版社
- 5) 坪井明彦,2009『特産品のマーケティング戦略』明治大学商学論叢,91(3):21-32h
- 6) 内藤敏樹,2007『特産品開発と地域ブランド化』長岡大学研究論叢
- 7) 和田充夫,2002『ブランド価値共創』,同分館出版

## 参考文献

- 1) 越生町ホームページ 第三セクター等健全経営方針(令和4年6月改訂版)  
[https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/3/dai6\\_choukisougou.pdf](https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/3/dai6_choukisougou.pdf)
- 2) 越生町ホームページ 2022年度 越生町加工研究所  
<https://www.town.ogose.saitama.jp/kankou/tokusan/1593477293836.html>
- 3) 越生町ホームページ 2022年度 町政情報  
<https://www.town.ogose.saitama.jp/chousei/index.html>
- 4) 越生町ホームページ 2022年度 地域福祉計画  
<https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/6/chiikifukushikeikaku.pdf>
- 5) 越生町ホームページ 2022年度 越生町長期総合計画  
[https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/3/dai6\\_choukisougou.pdf](https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/3/dai6_choukisougou.pdf)
- 6) 埼玉県町字別人口調査 (2012-2021 結果報告書)  
<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0206/a009/r03jinnkouchyouusa.html>
- 7) 越生町第二期 越生町人口ビジョン計画(令和3年3月)  
<https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/3/54158740.pdf>
- 8) 越生町都市スマートマスタープラン(令和4年3月改訂版)  
<https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/10/toshimas.pdf>
- 9) 小田切徳美、『農山村が直面している3つの空洞化「誇り」の再生が重要課題』  
<http://www2.hokurikutei.or.jp/lib/shiza/shiza09/vol22/topic2/>
- 10) 第二期 越生町まち・ひと・しごと創世総合戦略  
<https://www.town.ogose.saitama.jp/material/files/group/3/74381421.pdf>
- 11) 観光庁 訪日外国人の消費行動に関する調査 2019  
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001345781.pdf>

- 12) 北川村ホームページ 就農  
<http://iju.kitagawamura.jp/farmer/index.html>
- 13) トリップアドバイザー 世界の人気博物館美術館 2017 の発表  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000480.000001853.html>
- 14) 毛呂山町ホームページ 教育委員会 広報もろやま 特集  
[https://yab.yomiuri.co.jp/adv/wol/opinion/society\\_090601.html](https://yab.yomiuri.co.jp/adv/wol/opinion/society_090601.html)
- 15) 早稲田オンライン 都市と対極の価値-過疎地域について考える`宮口侗地  
[https://yab.yomiuri.co.jp/adv/wol/opinion/society\\_090601.html](https://yab.yomiuri.co.jp/adv/wol/opinion/society_090601.html)
- 16) 浅見芳太郎, 2009 『浅見家の系譜概要』
- 17) 池田拓生, 2012, 『地域振興におけるキャラクター運用に関する一考察:鳥取県米子市・境港市におけるキャラクターの活用』, 観光科学研究, 5号 127-135
- 18) 岩鼻通明, 1997 『山岳修験の食文化に関する研究』 東北生活文化論文集
- 19) 引地博之, 青木敏明, 大淵憲 2009 『地域に関する愛着の形成機構-物理的環境と社会的環境の影響』 土木学会論文集 D, Vol. 65 No. 2, 101-110
- 20) 宇高哲, 1985 『武蔵越生山本坊文書』 東洋文化出版
- 21) 越生町教育委員会, 1999 『越生の歴史 I・II・III』 株式会社ぎょうせい
- 22) 越生町教育委員会, 2008 『越生町史自然編 越生の歴自然』 文化新聞社
- 23) 越生町教育委員会 2003 『越生の文化財』 アサヒ印刷株式会社
- 24) 越生町 『統計おごせ』
- 25) 菊池大樹, 『日本人と山の宗教』 講談社現代新書
- 26) 河野敏明, 1986, 『過疎農山村の特産品マーケティング』 農村研究, 東京農業大学農業経済学会 121号, p14-26
- 27) 河田真清, 2021 『寿都町における地域資源を活用した企業経営による地域産業振興の可能性』 札幌学院大学経営論集, No. 15, 45-56
- 28) 関西学院大学経済学部栗田研究室, 2018 『地域コミュニティを拠点にした住民主体の地域活性化~奈良県御所市を事例に~』 政策フォーラム研究論文
- 29) 沢村正義, 2022 『柚子をさぐる-ゆずの森より-』 フレグランスジャーナル社
- 30) 城戸宏史, 2016 『一村一品運動から紐解く地方創生』 日経研月報
- 31) JA 越生町, 越生町, 飯能農業改善普及所, 1994 『越生町特産品作物栽培の手引き』

- 32) 堂下恵, 2012 『里山観光の資源人類学』 新曜社
- 33) 中村容子, 2019, 『大河ドラマ放映を活用した地域振興の研究』長崎大学大学院博士論文
- 34) 長野覚, 1979 『修験道集落-英彦山の構造と経済的基盤』, 駒沢地理 15
- 35) 新保悟, 2008 『山岳宗教に見る修験道の特色』 文化女子大学紀要. 人文・社会科学研究, 13-28
- 36) 竹ヶ原公, 2021 『住民主体の町づくり参加プロセス』についての考察-青森県平内町藤沢区における住民参加意識のステップから-』 地域社会研究第 14 号
- 37) 野田満, 2016 『中山間地域における地域マネジメントの外部人材の活用に関する研究』 早稲田大学博士論文
- 38) 萩原八郎, 地域活性化グループ, 2011 『那賀町木頭地区 (旧木頭村) の ゆず生産を中心とした地域活性化』, 四国大学経営情報研究所年報 第 17 号
- 39) 平本毅, 2015 『コミュニティのデザイン』 デザイン学論考, vol. 4, pp16-22
- 40) 松井一郎, 長瀬雅記, 1987 『埼玉の地場産業-歴史・現状・展望-』 埼玉新聞社
- 41) 水野博介, 2015 『コミュニティシンボル論』 埼玉大学紀要(教養学部) 第 51 巻第 1 号
- 42) 宮家準, 1986 『修験道辞典』 東京堂出版
- 43) 宮地忠幸, 2011, 『中山間地域における特産品開発の地域的意義に関する考察-阿武隈高地における桑の特産品を事例として-』 国土舘大学地理学報告, No19
- 44) 宮城泰年, 田中利典, 内山節, 2019 『修験道という生き方』 株式会社新潮社
- 45) 山口泰史, 2019 『中山間地域において自発的活性化に取り組む「地域づくり組織」の共通性』 地理学 71-2
- 46) 和田崇, 2021 『スポーツまちづくりがもたらす社会経済効果-徳島県阿南市の野球の町推進事業を事例に-』 経済地理学年報, 第 67 巻 pp43-57

# 付録

## 予備調査

ここでは、越生、黒山の柚子を語る上で引き合いとなる隣町の「桂木ゆず」について、また近年「柚子による地域おこし」の代表格としての「高知県」の事例について予備調査したことを少しであるが記載した。その他、全国の柚子の生産状況と川津食品の付加価値をつけることでの成功事例の資料も添付しておく。

### 1) 埼玉の柚子の調査

埼玉県全体の柚子の調査では、埼玉の柚子の生産量は、昭和9年にはすでに、埼玉県、群馬県、栃木県が全国上位であり昭和30年代には、埼玉が全国のトップを誇っていた。県内のデータは、ここ最近のものがなく今回、得れたものは以下となるが埼玉県の中でも越生町(黒山・龍ヶ谷)が50%近くを占めていたことがわかる。

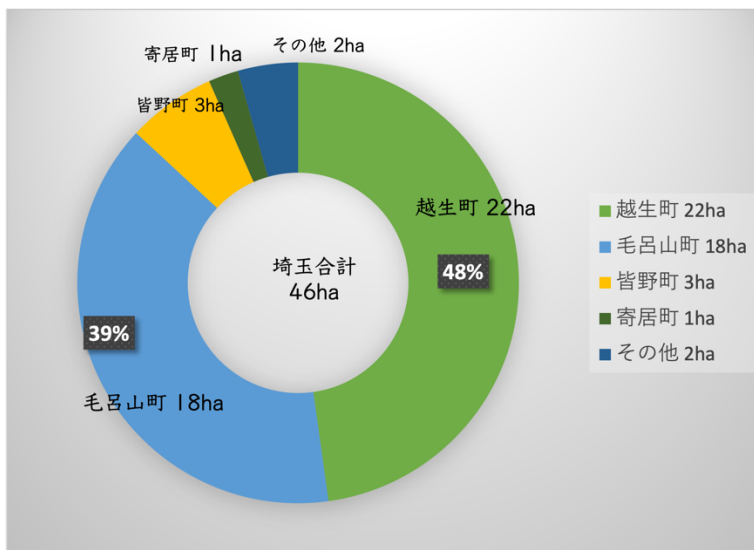


図 25 埼玉県内の柚子栽培面積

特産果樹生産動態等検査 平成 18(2006)年

## 2-1 隣町で力を入れている最北最古の「桂木ゆず」の調査

埼玉の生産量を越生と共に支えてきたのが、毛呂山町である。毛呂山の状況についても予備調査を行った。2018年あたりから特に町中に「日本最古 最北の柚子 桂木柚子」というのぼりを立てて力を入れ出した。黒山の尾根を挟んで隣の地域となる。

毛呂山町の柚子の栽培の歴史は古く、江戸後期 1820 年ごろ成立した『新編武蔵風土記』には、毛呂山町の滝之入地区（当時は瀧野入村）の土産として「柚子の実を数十駄（一駄は 135kg）を産出している」と紹介された記録が残っている。（いるま野農協担当者）

昭和初期、毛呂山町滝之入地区の串田市太郎氏が「将来日本の食文化は変わる。柚子のように香りを食べる時代が必ず来る」と考え、養蚕から経営転換をはかり農園として柚子の栽培を始めた。食材として価値のなかった時代に将来を見通した手腕は、柚子栽培を大きく発展。以来、柚子栽培は滝之入全域に広まり、「桂木柚子」の銘柄として全国に名を売るまでになった。（毛呂山町教育委員会）

### 2-1 毛呂山 「桂木柚子」の特徴

毛呂山町のブランド「桂木柚子」の販売ルートに関して調査を行ったところ以下のことがわかった。

桂木柚子は、古くからのブランドが確立されており、昭和 6(1931)年には「桂木柚子」銘柄として神田市場で販売された（郷土誌記載）公設市場を通さず直接販売できる。

つまり毛呂山町は→ 安定した価格で販売できていた。



図 26 桂木ゆず



## 2-2 越生町と毛呂山町の販路の違い

毛呂山の桂木柚子は、古くからブランド化していたため、都内等のよい顧客を持っており直接取引を行なっている。黒山の場合は、「昔は、都内の料亭等が使ってくれていたらしいが、今はそういうルートはなくなってしまった。そう言うのがわかるとつくる方も気合が入るのだけだな。」というコメントがあった。黒山の場合は直接的なルートはなかった。

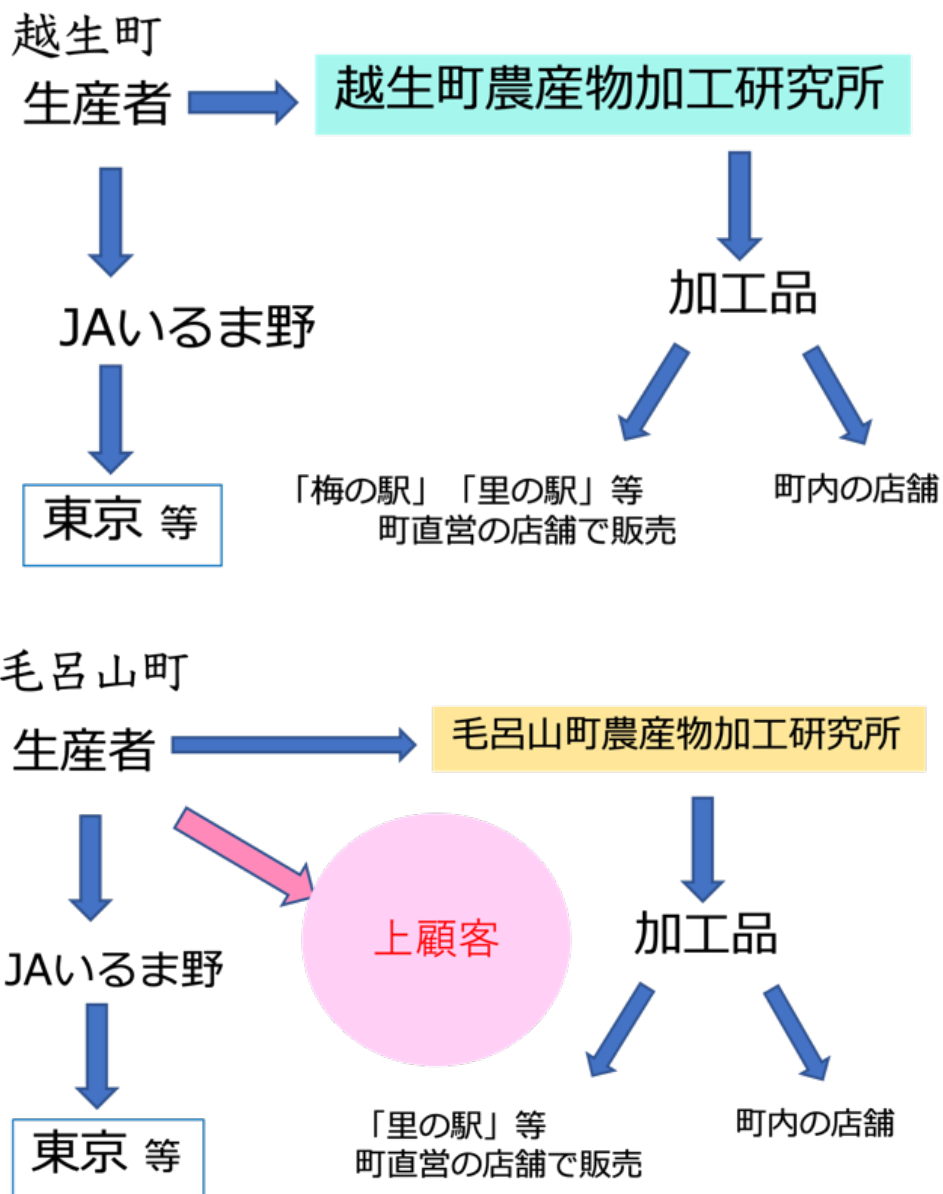


表 8 越生と毛呂山の柚子の販売ルートの違い

## 2) その他

### 2-1 全国の柚子の収穫量の推移

柚子が市場に出回った昭和 30 年代から令和元年の収穫量を見ると圧倒的に隔年結果性の影響は受けながらも伸びていることが分かる。この影響は、高知県の少子高齢化する過疎地の北川村、馬路村の柚子による地域おこしの影響が非常に大きいことがわかった。

(北川村役場・JA 高知)

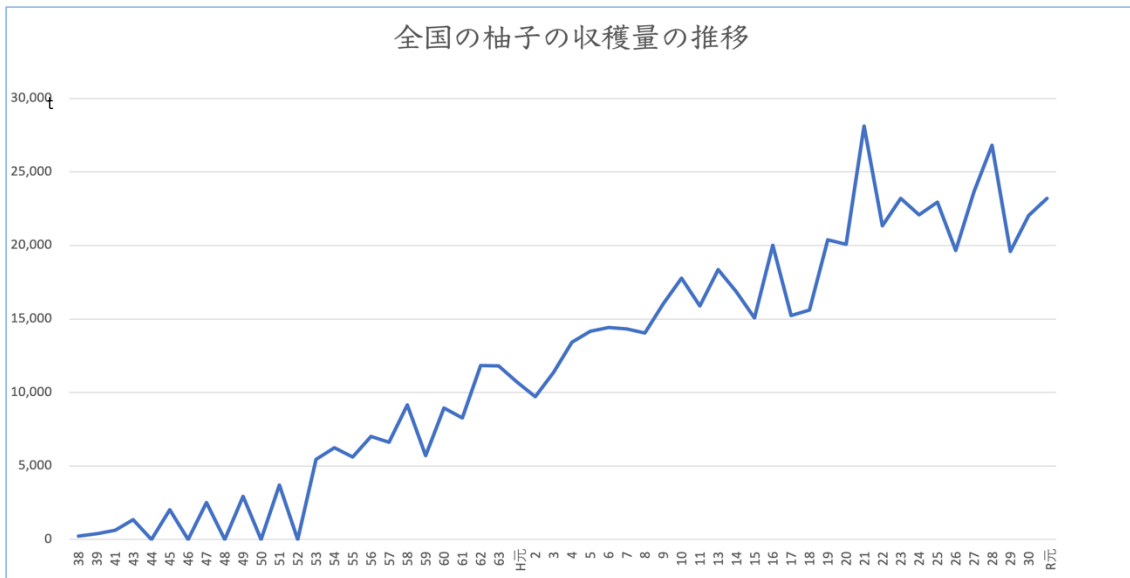


表 9 全国の柚子収穫量の推移

農林水産省 特産果樹生産出荷実績調査

表4より高知県の柚子について調べた結果、以下のことがわかった。今回は、簡単に触れる程度とする。

### 3) その他の地域の成功例

#### 3-1 高知県の KOCHI YUZU

ここで、高知県について追記しておく。2010年 高知県は、人口減少に備え国内にとどまらず海外にマーケットの目を向け成功している。自県の日本一の生産量を誇る柚子を生かし、2010年約2600万ほどであった高知産柚子の輸入額は、2019年には3億円を超えている。その背景には以下のような取り組みがあった。

#### 3-2 KOCHI YUZU の戦略

高知の YUZU は、戦略的であった。「シャワー効果」というマーケティング手法を用いてまず、シンガポールの有名シェフに利用し、提携先であったスターバックスに柚子の菓子が展開した。次に、世界的な食の発信地としても知られるフランス・パリに進出した。2011年 パリの2つ星レストランで柚子を使ったフルコースをシェフやパティシエ150名に提供したところ、「柚子玉をみたい」という流れになった。

県知事らと農林水産省に掛け合い両政府が輸出条件に承諾した。2012年には、高知県北側の柚子園が、EUの園地指定を受けることに成功した。同年10月フランスで開催された欧州最大の食品展示会「SIAL」出店を目指しEUの輸出基準を満たす柚子栽培が開始された。「SIAL」の会場では、1玉1000円の柚玉3tがあつという間に完売した。

現在では、ベルギーやスペイン、オーストラリア、デンマーク、アメリカなどでも賞味会を開催し「KOCHI YUZU」は世界の認知を広げているだけでなく、高知県の県民所得の向上にとどまらず、「誇り」となっている。これには、自治体の担当者と研究者、生産者がそれぞれ協働し合い共通の目的である地域活性のための策として成し得ていたこともわかった。

#### 3-3 北川村の就農

現在、北川村では、後継者育成のための柚子農家の就農研修のプログラムを実施している。研修制度の充実と補助金や幾つかの給付金の制度も整えられている。

4) 日本の柚子の栽培推移

昭和9年からの全国の柚子市場

年次	栽培面積	収穫量	出荷量		主産県 (収穫量 t)
				うち加工向け	
S9	13	0			石川 群馬 埼玉
28	11				
38	19	222	209		埼玉 (200)
39	95	403	183		高知 (150) 鳥取 (80)
41	241	637	410		埼玉 (130) 高知 (110)
43	231	1,355	788		埼玉 (360) 徳島 (197) 山口 (162)
44	215	0	0		埼玉 徳島 山口
45	435	2,030	1,169		徳島 (410) 高知 (401) 埼玉 (380)
46	463	0	0		徳島 高知 埼玉
47	567	2,516	1,598		高知 (775) 徳島 (500)
48	591	0	0		高知 徳島
49	772	2,925	2,088	954	高知 (1,180) 徳島 (500)
50	811	0	0		高知 徳島
51	962	3,699	2,659	763	高知 (1,639) 徳島 (500)
52	992	0	0		高知 徳島
53	1,080	5,453	4,109	1,641	高知 (2,075) 徳島 (1,060)
54	1,220	6,231	4,980	1,842	高知 (2,413) 徳島 (1,500)
55	1,367	5,615	4,973	1,499	高知 (3,119) 徳島 (1,800)
56	1,441	7,012	5,963	1,993	高知 (2,980) 徳島 (1,800)
57	1,471	6,602	5,604	2,167	高知 (2,730) 徳島 (1,550)
58	1,596	9,153	7,578	2,528	高知 (3,724) 徳島 (1,750)
59	1,698	5,712	5,395	2,326	高知 (2,360) 徳島 (1,052)
60	1,770	8,951	7,889	4,104	高知 (3,520) 徳島 (1,855)
61	1,707	8,277	7,580	2,944	高知 (3,126) 徳島 (1,840)
62	1,826	11,836	10,948	5,367	高知 (3,456) 徳島 (2,926)
63	1,972	11,798	11,046	5,868	高知 (4,785) 徳島 (2,090)

H元	1,952	10,710	9,599	5,008	高知 (3,321) 徳島 (2,230)
2	2,081	9,710	8,554	4,008	徳島 (2,865) 高知 (1,835)
3	1,939	11,376	10,319	5,813	高知 (4,241) 徳島 (2,609)
4	2,023	13,415	12,057	6,510	高知 (5,180) 徳島 (3,244)
5	2,028	14,169	12,764	7,215	高知 (5,542) 徳島 (3,316)
6	2,006	14,415	13,106	7,483	高知 (5,761) 徳島 (3,520)
7	2,010	14,331	12,525	7,623	高知 (5,740) 徳島 (3,290)
8	2,012	14,056	12,140	7,220	高知 (5,390) 徳島 (3,790)
9	1,975	16,032	14,686	9,149	高知 (7,580) 徳島 (2,965)
10	2,001	17,769	16,569	11,025	高知 (7,600) 徳島 (3,892)
11	2,034	15,893	14,474	9,829	高知 (7,410) 徳島 (2,507) 愛媛 (1,182)
13	1,944	18,354	16,306	10,675	高知 (8,520) 徳島 (3,435) 愛媛 (1,594)
14	1,942	16,861	14,676	9,353	高知 (7,525) 徳島 (3,580) 愛媛 (1,468)
15	1,875	15,071	13,688	8,894	高知 (7,019) 徳島 (2,525) 愛媛 (1,578)
16	1,924	20,001	17,231	13,332	高知 (9,783) 徳島 (3,308) 愛媛 (1,921)
17	1,872	15,231	14,323	10,128	高知 (6,711) 徳島 (2,946) 愛媛 (1,567)
18	1,968	15,595	14,580	10,470	高知 (7,291) 徳島 (2,963) 愛媛 (1,259)
19	2,034	20,378	18,845	14,181	高知 (8,942) 徳島 (3,346) 愛媛 (2,556)
20	2,024	20,073	18,211	13,826	高知 (10,041) 徳島 (4,039) 愛媛 (1,632)
21	2,107	28,107	25,438	20,805	高知 (14,431) 徳島 (3,973) 愛媛 (3,007)
22	2,151	21,326	18,081	14,327	高知 (10,706) 徳島 (3,944) 愛媛 (1,755)
23	2,177	23,190	20,451	16,964	高知 (11,252) 徳島 (4,244) 愛媛 (2,688)

24	2,216	22,076	19,241	14,679	高知 (11,384) 徳島 (3,457) 愛媛 (1,985)
25	2,237	22,934	19,566	15,693	高知 (10,849) 徳島 (4,025) 愛媛 (2,833)
26	2,238	19,665	17,096	13,691	高知 (9,949) 徳島 (3,303) 愛媛 (2,001)
27	2,199	23,671	21,021	18,237	高知 (12,125) 徳島 (3,453) 愛媛 (3,029)
28	2,278	26,809	24,297	20,872	高知 (14,051) 徳島 (3,601) 愛媛 (2,967)
29	2,244	19,600	18,023	14,745	高知 (10,060) 徳島 (2,374) 愛媛 (2,276)
30	2,236	22,044	21,033	17,217	高知 (11,662) 徳島 (2,281) 愛媛 (2,255)
R 元	2,245	23,191	21,653	17,809	高知 (12,130) 愛媛 (2,732) 徳島 (2,574)

農林水産省 特産果樹生産出荷実績調査

表 10 全国の柚子の栽培面積・収穫・出荷量

このように全国的に柚子の生産、出荷量は隔年結果の影響はあるものの右肩が上がり伸びていた。

## 5) 川津食品の高級柚子胡椒

(付加価値についての補足として)

Vol.264
大分合同新聞
2022.12.16 Fri 01



### 狙いは明確ですか？

# 自信があるから高級路線

— 一見高そうに見える価格でも、特長やこだわりを認めてくれる人にとっては適正価格になることがある。ストーリー性なども付加価値にしつつ、同一ジャンルでの高価格帯商品にどう商機を見いだすか。県内事業者を取材した。(河野仁志)

## 一子相伝のゆずこしょう

### 原料・仕込み方・数量こだわり抜く

ゆずこしょうをはじめ、ユズなどのかんきつ類果汁、農産物加工品などを製造、販売する川津食品（日田市前津江町）は、夏と冬の年2回、数量限定で高価格のゆずこしょう「柚子殿」を販売する。

「柚子殿」は、同社代々の社長の愛称でもある。現在の柚子殿は、3代目の川津峰之代表取締役社長（49）一顧写真。2012年から販売を始め、価格は80円1620円（税込み）。定番商品の「粒柚子胡椒」（60円648円・同）に比べ、はるかに高い。

ユズ、唐辛子、塩の割合の比率や青ユズ、黄ユズのバランスなどにこだわったゆずこしょうは、初代柚子殿である祖父の川津英美さんから受け継いできた。「柚子殿」では、川津社長が噛み出した原料の仕込み方をプラス。原料のユズや唐辛子もより厳選し「香りが（レギュラー商品より）3倍くらい増す」という自信の商品に仕上げていく。夏はさわやかさ、冬は豊かな香りを感じられるなど、季節や年によって微妙に異なる点もセールスポイントの一つだ。

販売は県外の一部取扱店とオンラインのみ。夏2千個、冬3千個に限っている。発売当初は各500個の販売だっ

たが、ニーズが高まった結果、現在の個数に。例年、予約開始から約20日間で完売する。今年も15日現在、冬の方が完売間近となっている。

仕入れるユズは、青果として出せるほどの品質。唐辛子は同社のゆずこしょうに合うよう、契約農家に専用で栽培してもらっている。ユズを手でむく作業は、昔ながらのやり方を受け継いでいるものだ。

パッケージにもこだわるほか、先代から続くストーリーを通じて、商品価値を高める材料にしている。「この価値、ブランドが会社や他の商品の価値も上げている」と川津社長。「柚子殿」を自社商品全体の底上げにつなげることも見据える。

3個や5個など、一度に複数購入する「コア、なファンも付いてきた。「自分にはか作れないものを、価値を分かっていた方がいい方に買ってほしい。こんなものが作れるんだと喜んでもらえれば」。柚子殿は、プライドの象徴だ。



きり種に書かれている「柚子殿」の文字は、川津社長が「こし」手書きしている。



3代目ゆずこしょうの川津社長は、香りを確かめながら梱包する。

## ■ 価値観多様化、売る側も選別する時代に

並べて売ってだけではだめ。なぜその値段なのか、商品やサービスの価値は何なのかをしっかりと伝えることが重要で、認めてもらうための工夫は必要。ここが伝わらなければ、価値を相手に認めてもらえない。発信は昔よりもやりやすく、お金をかけなくてもできる。ただ、ターゲットと価値を認めてもらうためのストーリーづくりと、その言語化は重要だ。

値段を高くすることは、今の時代に有効な手段の一つだと考える。価格競争では、資本力のある企業に負ける可能性があるから。身を削って価格を下げてても経営が苦しくなることもあるだろう。

情報が簡単に手に入り、情報が多い時代。人の価値観も昔に比べ、多種多様になったと感じる。モノが何でも売れる時代ではない。十人十色だからこそ自社の商品、サービスや価格を適正だと評価してくれる人を買ってもらえればという考え方でないと、高付加価値で高価格な商品は売れない。買う側が選別をするのと同じく、売る側も選別をする時代だ。価値観の幅が広がったからこそ、高価格にはチャンスもある。



川津食品では、社長が自ら交流サイトなどを使って自社や商品の魅力を発信している

図 27 川津食品の高級柚子胡椒