



『関西企業ヒストリア』

～その強さの秘密・転換点を探る～

創業から70年以上の歴史を重ねる会員企業を取りあげ、時代の荒波を乗り越えて、長い期間にわたって生き残り成長してきた強さの秘密、その歴史の転換点を探ります。

第43回 創業 1830年(天保元年)

株式会社 本田味噌本店

大宮御所の御用をたまわり創業

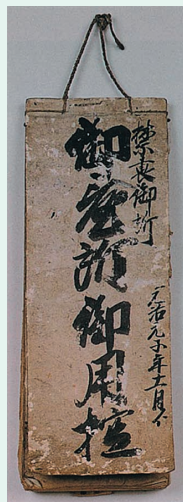
1830年▶ 本田味噌の創業は江戸時代の後期、1830年。もと丹波杜氏の当家初代・丹波屋茂助が、腕に覚えの麴づくりの技を見込まれ、宮中のお料理用に味噌を献上したのがはじまりです。以来、禁裏御所御用達としてもっぱら宮中にお納めをしていました。(宮中へ商品を納入する業者のことを、幕末までは「きんりごよう」と呼ばれていました。)

「味噌屋といえる商売せい」

代々伝えられてきたこの家訓をもとに、京の料理を支える「うまい味噌」を提供することを使命として、200年間にわたって京都御所の西側・室町一条において、味噌の製造・販売に携わってきました。「味噌は世界に誇る食文化」を信念に現在にいたっています。



禁裏御用鑑札



禁裏御所御台所御用控

祝い事に欠かせない白味噌を「西京白味噌」と命名し販売

1867年▶ 京都の正月といえば、白味噌仕立ての雑煮が想起されます。雑煮が庶民に定着するのは、江戸時代になってからのことですが、白味噌もこの頃から京都の食卓にあがるようになってきました。当時、江戸を「東京」と呼び、京都を西の京、すなわち「西京」とも呼んだことから、当社の味噌を西の京の味噌、「西京白味噌」と命名し、広く親しまれるようになりました。当時貴重だった米をたくさん使う白味噌は、宮中のハレの儀式などで重用され、まさに華やかな都ではぐくまれた調味料でした。



現在の商標

1867年、明治維新によって、天皇は東京にうつられました。それにともなって、公家ばかりでなく、御所や公家の御用を務めていた商人たちも東京に転居し、京都の衰退ぶりははなはだしいものがありました。

明治時代前期の交通事情では、白味噌を京都から東京へ運ぶことは容易ではありませんでした。白味噌は他の味噌と違って、保存がききません。それに、京都の水と、京都と

いう風土でつくってはじめて独特の風味がでるのであって、東京では製造できませんでした。こういう理由により、本田家は東京へ移らず、京都に残ったのでした。

東京遷都により直面する存亡の危機に対し、それまでもっぱらとしていた「禁裏御用」から、一般市場へと大きく販路を転身させることにより回避しようとしてきました。

販路拡張、東京へ進出

1925年▶ 一般市場に販路を拡大して売り上げを伸ばし、1897年には店舗に隣接して工場を建設しました。

日露戦争（1904～05年）に際しては、陸海軍御用を務め、事業を拡張して今日の繁栄の基礎をつくりました。

1925年頃からは、徐々に機械らしきものが導入され、未熟ではありましたが計画生産も可能になり、月間生産量も約一万貫（37.5トン）となりました。販路拡張のため、東京方面に積極的に進出もしました。経済の好調にもささえられて、東京では高級料亭などで白味噌を使った料理が人気を博し、当社の味噌の需要も急速に伸びたのでした。

新しい白味噌製造法の開発

1936年▶ こうした需要に対応すべく、新しい白味噌製造法を開発し、1936年に特許を取得しました。白味噌は、価格が高いという短所のため、なかなか普及しませんでした。白糠を用いることによって、品質を落とすことなく、しかも安価に白味噌を提供できるようになり、新たな需要にもこたえられるようになりました。また、この時期は太平洋戦争がはじまる5年前でもあり、物不足が深刻になりかけていただけに、有益な発明でした。ところが、しだいに戦時色が濃くなり、統制経済へと移行するようになると、白味噌のような嗜好性の強い高級品は販売がむずかしくなり、特に白味噌は、主食の米をもっとも多く原料として使用するので、ついには製造中止を余儀なくされました。そして、工場の主な働き手も召集され、ますます白味噌の製造は思うにまかせなくなりました。



「西京白味噌」



株式会社に改組

1950年▶ 当社は、戦後いち早く白味噌製造の再開をはかりました。前社長の本田茂は、戦地から復員して家業に従事し、西京白味噌を復活させました。

1950年には株式会社に改組。この頃から、東京方面・北海道など各地に「西京白味噌」は発送されていきました。朝鮮戦争による特需で、日本経済に復活の兆しが見えはじめ、食べることもままならない時代から、一部の人々の間では、ようやく嗜好品にも手が届くようになってきました。

製造工程の近代化に着手

1965年▶ 1960年前後（昭和30年代から40年代にかけて）は、工場では機械化による近代化が急務となり、味噌の販売においても、量り売りから小袋売りへと移行していき、高度経済成長、生活の向上とあいまって、生活様式にも大きな変革がありました。味噌業界も、それへの対応ができるかが存続の鍵を握ることになり、発想の転換を余儀なくさせられました。

製造工程の近代化では、加熱殺菌および冷却工程において効率化をめざし、特許を取得。それまで加熱殺菌・冷却作業は人力を必要とし、労働力の無駄があり、合理化が問題となっていました。それに加えて、冷却速度・温度にばらつきがあり、品質の均一化がはかれていませんでした。

そこで、これらの問題点を改善すべく新たな装置を開発しました。これ以後もさまざまな改善がなされ、作業の効率化と品質の向上が推進されていきました。



ここが
転換点

**株式会社西京味噌を設立
全国銘柄へ浸透はかる**

1984年▶ スーパーマーケットなどの進出により、味噌の流通にも大きな変革がみられました。新しい市場では、価格競争が激しく、それまでとはまったく異なった営業活動が必要とされ、古くからの顧客を大切にする老舗の営業方針とはあいれなくなっていました。

そこで、1984年に本田味噌本店の販売、企画部門から独立して株式会社西京味噌を設立しました。ブランドの西京味噌をそのまま社名に起用、改めて「西京味噌」を全国銘柄として浸透させるのが狙いでした。また、新会社は、自社商品だけでなく、京都の銘品発掘も営業の基本姿勢にしており、社外品も扱うなど商社機能のメリット追求にも力を入

れ、新たな挑戦をすることになりました。

従来からの老舗としての営業は、本田味噌本店が担当し、新しい販路への取り組みや、味噌の用途開発などのチャレンジは、株式会社西京味噌が分担することになりました。こうして、老舗のブランド維持と新しい流通への対応が、矛盾することなく、果たせるようになったのです。伝統と変革という、長寿企業の多くがかかえる問題をこうして乗り切ったのでした。

株式会社西京味噌の発足によって、京都の老舗として本田味噌本店の本来の独自色がだせるようになりました。伝統に甘んじることなく、流行に流されることなく、常に顧客の声に耳を傾け、何よりもオリジナリティを心がけ、製造・販売にはげんできました。



株式会社本田味噌本店の商品

綾部工場「丹波醸房」の建設

1996年▶ 戦前から製造の効率化をはかり、機械化も進めて生産の効率化に成果をあげてきましたが、こうした地道な努力が認められ、1995年には、京都府中小企業モデル工場に指定されました。

株式会社西京味噌の設立により、順調に売り上げを伸ばし、それに合わせて増産が必要となり、新たな工場の建設が急務となりました。京都府内にしぼって候補地を検討し、諸条件を考慮した結果、綾部工業団地内に新工場を建設することになりました。1996年に綾部工場が竣工、「丹波醸房」と命名しました。「西京白味噌」を製造するにあたっては、とりわけ水が重要であり、当地に決定した最大の決め手は、良質の水が安定的に供給されることでした。また、京都府綾部市を含む旧丹波の国は、初代

丹波屋茂助の出身地でもあり、初心を忘れずに味噌づくりに専念したいという趣旨からも、最適の場所であったのです。

国道27号に隣接し、舞鶴若狭道の綾部インターチェンジから約2kmに位置するため、商品の発送にもきわめて便利です。

綾部工場すなわち「丹波醸房」ができたことによる最大の功績は、創業以来連綿と伝えられてきた伝統の技、いわゆる職人の経験と勘に頼っていた部分をデータベース化し、ハイテク技術と融合させることにより、いつでも必要ときに伝統の技術を活用することが可能となったことです。

また、製造工程に最新の制御技術と、衛生管理システムを導入することにより、衛生面でより安全な商品を消費者に提供できるようになったこと。米・大豆の洗浄、蒸煮による排水の浄化のレベルが向上し、環境保全という社会的責任をはたせたことも大きなメリットでした。さらに、業容の拡大にともない、地元の方々を多く採用し、地域の活性に新しい風を吹き込むことにつながりました。

当社が実践する「顧客第一主義」とは、品質をもっとも重視し、常に顧客のことを念頭において判断し、行動することです。事業を通じて社会に貢献し続けるために、社員ひとりひとりが「顧客第一主義」の理念を認識し、よりよい企業として大きく発展できるよう邁進してまいります。



株式会社本田味噌本店



株式会社 本田味噌本店

本社所在地：京都市上京区室町通一条上ル小島町 558

従業員数：103名（2023年7月現在） 資本金：1,500万円

事業内容：味噌製造販売、ソース・醤油・調味料の販売