

「よこすかしろ」を巡るまちおこしと課題：
白下糖を将来へ残す為に

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-01-11 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 川合, 里香 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10297/9969

「よこすかしろ」を巡るまちおこしと課題

～白下糖を将来へ残す為に～

川合里香

- 1 はじめに
- 2 大須賀地区における砂糖づくりのはじまり
- 3 これまでの「よこすかしろ」を使ったまちおこし
- 4 よこすかしろ保存会の設立と特徴
- 5 「よこすかしろ」に対する地元住民の想いと、「よこすかしろ」の将来
 - 5.1 「よこすかしろ」に対する地元住民の思い
 - 5.2 「よこすかしろ」の継承方法と不安
 - 5.3 サトウキビ生産者と収穫量の推移
- 6 おわりに：考察

1 はじめに

初めて静岡県掛川市大須賀地区を訪れた際に驚いたのは、海岸沿いの畑でサトウキビが栽培されていたことである。大須賀地区の砂糖について調べると、江戸時代では砂糖が特産品だったが昭和 30 年代ごろに衰退し、のちに 1989（平成元）年のまちおこしで「よこすかしろ」として復活したとわかった。

「よこすかしろ」はどのように大須賀地区のまちおこしに活用されていったのか。また、地元住民は「よこすかしろ」をどう捉えて、将来に継承していきたいと考えているのだろうか。

本章では「よこすかしろ」を取り巻くまちおこしの経緯を見ながら、「よこすかしろ」はまちおこしの材料として大須賀地区にどのように貢献し、どうすれば将来に残せるのかを考えていきたい。

なお、2008（平成 20）年以降、正式な商標登録は「よこすか・しろ」だが、本章では静岡新聞などのメディアや遠州横須賀倶楽部の使用法に則って「よこすかしろ」の表記を用いる。

2 大須賀地区における砂糖づくりのはじまり

ここでは、『浅羽風土記』（原田 1957）、『大須賀町誌』（大須賀町 1980）、「静岡県大須賀

町における砂糖キビ栽培と白下糖『よこすかしろ』の製造復活——白下糖製造を復活させ、町おこし（中山・岡田 1996）を参考に静岡県掛川市南部に位置する大須賀地区での砂糖づくりの始まりから現在までをまとめる。

静岡県掛川市南部地域での砂糖づくりは 1790（寛政 2）年に横須賀藩主西尾隠岐守忠移が領民にサトウキビの栽培を教えたことから始まる。言い伝えによると横須賀藩の武士、潮田信助がサトウキビの栽培法と製糖法を習得する為に四国へ渡り、現地でとれた苗とともに帰郷したという。また江戸時代の記述として西尾隠岐守忠移の年譜では、幕府による砂糖奨励政策に対する褒美として白銀が家臣に贈られたことが記されている。

私たちが調査した大須賀地区は幕末まで製糖産業が盛んで、廻船問屋によって日本全国へ「横須賀白」という銘柄で取引されていた。製糖産業は、明治から昭和初期にかけて続くが、戦時中の贅沢品製造制約、外国産の安価な白砂糖の流入により、昭和 30 年代までに衰退していった。

産業としての衰退とともに製糖は大須賀地区から姿を消していったが、サトウキビは絶滅したわけではなく、農地の防風などに利用されていた。次節ではこの残されたサトウキビから作られた白下糖にまつわる大須賀地区でのまちおこしについて述べる。

3 これまでの「よこすかしろ」を使ったまちおこし

本節では、「最北限の砂糖キビ産地 静岡県掛川市における地砂糖『よこすかしろ』の再興について」（大須賀町商工会 特産品委員会 2011）、「静岡県大須賀町における砂糖キビ栽培と白下糖『よこすかしろ』の製造復活——白下糖製造を復活させ、町おこし」（中山・岡田 1996）、「第 14 号認定（平成 23 年 6 月 17 日）」（2011 経済産業省関東経済産業局）、聞き取り調査をもとに、1989（平成元）年以降の白下糖「よこすかしろ」によるまちおこしの流れを見る。

1989（平成元）年に旧大須賀町で地元商工会を中心にまちづくり実行委員会が設立される。前述の「横須賀白」にヒントを得て、まちづくり実行委員会はまちおこしの基軸を三盆白に精製される前の白下糖に据え、製糖産業が復活した。この試みは地元マスコミ各社に取り上げられるなど反響は大きく、耕作地は拡大し、サトウキビの生産量も増加していった。

サトウキビの生産量増加に伴って、衛生環境、作業効率の改善の為に、1993（平成 5）年に県単事業の「新ふるさと活性化事業」の一環として建設された「大須賀物産センターサンサンファーム」（以下、サンサンファーム）へ製糖工場が移設された。さらに 1994（平成 6）年には事業全体がサンサンファームへ引き継がれ、白下糖は「よこすかしろ」または「横須賀白」という商品名で販売された。以下、本稿では白下糖に関係する事業をよこすかしろ事業と呼ぶ。

当時の「よこすかしろ」について、A 氏（男性、50 代）は「ほとんどお土産用、二次製

品加工用に消費されていた」という。しかし、よこすかしろ事業開始から約 20 年が経過した 2008（平成 20）年ごろ、栽培農家の高齢化で栽培量が減少し、また、製糖工場でも作業員の高齢化・人員不足が深刻化した。他にも白下糖の生産が地域産業から、サンサンファームによる独占事業的な展開に移行したことや、白下糖の品質悪化が問題視されていた。そして同時期に大須賀町商工会が収入・利益を上げる為に運営費を求めて再移管を要求していたことも重なり、よこすかしろ事業は大須賀町商工会へと戻された。

大須賀町商工会は 2008（平成 20）年度に中小企業庁による地域資源活用全国展開プロジェクトに「よこすかしろ」を使った黒糖酒開発事業をエントリーし、農商工連携枠で採択を受けた。さらに大須賀町商工会は事業の再移管に合わせて、同年に事業全般の実施主体として「新まちづくり実行委員会」という委員会組織を設立した。

2010（平成 22）年に「よこすかしろ」と「掛川産砂糖キビ」が国による静岡県地域資源に認定された。また、2011（平成 23）年には中小企業地域資源活用促進法に基づく地域産業資源活用事業計画に「よこすかしろ」を使ったあめ玉を軸に「よこすかしろ」の菓子製品事業が認定されるなど順調に進んでいった。

しかし、再移管後 1 年目に起きたサトウキビの不作による白下糖の品質低下や、マーケティングの甘さによって大須賀町商工会は多額の借金を抱えることになる。2012（平成 24）年には静岡県や掛川市の中小企業団体や監査委員などの指導が入り、大須賀町商工会はよこすかしろ事業から一切手を引くことになり、2013（平成 25）年度から事業全体がよこすかしろ保存会へ移管された。

4 よこすかしろ保存会の設立と特徴

よこすかしろ保存会（以下、保存会）設立当初から代表を務めている B 氏（男性、50 代）によると 2013（平成 25）年度、大須賀町商工会は、よこすかしろ事業を①商工会会員であること②町内在住であること③品質の高い「よこすかしろ」をつくることを条件に、外部団体へ委託した。この際に、B 氏ら地元有志によって保存会が設立され、事業の継続が図られた。

設立の際に B 氏は「当時のよこすかしろ事業では、絶対に採算が取れないとわかっていた」ことから、事業の方向性を、利益を重視せず『利益が取れないなら、それでいい。苦しくても「よこすかしろ」を続け、「文化として残す』』という方向に変えた。コスト削減の為、工場規模縮小やサトウキビの買い取り価格を大幅に下げたことで生産者が減少したので、わずかな生産量でもサトウキビを栽培してくれる生産者の収穫量に合わせて「よこすかしろ」の生産も少なくしている。

「文化として残す」とは、質の良い「よこすかしろ」を作って地元住民に「よこすかしろ」を誇りに思ってもらおうということである。大須賀地区の中でも横須賀は調味料の砂糖、塩、酢、醤油、味噌が地元で作られていることから「さ・し・す・せ・そ」がすべて揃う

地域と銘打っている。B氏をはじめ、保存会のメンバーは「さ」に当たる「よこすかしろ」を地元が自慢に思っていて欲しいと願い、活動を続けている。ただし、現在の「よこすかしろ」の消費実態について、保存会のC氏（女性、60代）は「地元住民が使うのは全体の10%くらい。でもお菓子屋さんとかも入れるともう少し増えると思う。ただし、90%近くが大須賀町外の消費だと思う」という。実際に大須賀町外の商店での売り上げと、大須賀町外からの予約注文の売り上げは全体の50%以上である。また、地元では「名前は聞いたことがあるけど使ったことはない」という声が多くあった為、「よこすかしろ」の大須賀地区内での消費は少ないと考えられる。



写真1 現在販売されている「よこすかしろ」（川合撮影）

5 「よこすかしろ」に対する地元住民の想いと、「よこすかしろ」の将来

では、地元住民にとって「よこすかしろ」はどのような存在なのか。また「よこすかしろ」を将来へ残していく為に、どのように考えているのかを聞き取り調査した。

5.1 「よこすかしろ」に対する地元住民の想い

まず、地域住民の多くが「よこすかしろ」を「さ・し・す・せ・そ」の「さ」というイメージを持っていた。たとえば、横須賀在住のD氏（男性、60代）は『「よこすかしろ」には関心がなく、消えてしまってもなんとも思わないが、「さ・し・す・せ・そ」が横須賀で揃わなくなるのは勿体ない』という。地元物産店経営者のE氏（女性、60代）は『横須賀地区のアイデンティティとして「さ・し・す・せ・そ」は成立しており、「さ」は他の地域では珍しいので貴重だ』という。

一方、地元住民は「よこすかしろ」が高価な為にあまり使っていなかった。横須賀で美容院を営んでいる F 氏（男性、40 代）は『「よこすかしろ」は高価で地元住民が普段使うことは滅多にない。自分のお店では、髪染めの待ち時間にお茶うけとして使うくらい』という。

ここから、地元住民は「よこすかしろ」は高価で滅多に家庭で使われないが、町の誇りである「さ・し・す・せ・そ」を構成する産物の一つとして貴重だと捉えていることがわかった。次項では「よこすかしろ」をこれからどのように残していくのかについてまとめる。

5.2 「よこすかしろ」の継承方法と不安

保存会メンバーでサトウキビ生産者の G 氏（男性、40 代）は「よこすかしろ」を残していく為に「サトウキビの生産を生業農家ではなくて、年金暮らしなどの生活が安定した高齢者に任せるべき」という。G 氏は、サトウキビ栽培は収穫が重労働で利益も少ない為に、減反も考えているという。栽培量を減らす人もいる中、同じく保存会メンバーで、製糖工場場で働く H 氏（女性、40 代）は『「よこすかしろ」を残す為に、お菓子などに加工して需要を増やすと良いと思うが、サトウキビの収穫量が減っていることが心配』と収穫量についての不安を話す。前述の E 氏や F 氏は「よこすかしろ」を残す為に二次加工品でさらに利益を作り、生産者を増やす必要があるという。特に E 氏は「高くサトウキビを買い取って生産量を増やし、二次加工して付加価値をつけて多く売る。経済性を重視しなければ事業は続かない」という。また、前述の C 氏は保存会の資金不足が心配で「今はサトウキビのしぼり機の整備資金調達が大きな問題であり、現在の資金繰りでは事業の継続は厳しいかもしれない」という。

以上から「よこすかしろ」を将来へ残していく為に、生産者の増大とサトウキビ収穫量の増加、また、付加価値のついた二次加工品の企画・販売で利益を得るべきと地元住民は考えていること、しかしながら、こうした方向性は現在の「よこすかしろ」を「文化として残す」方針とは矛盾している部分があることがわかった。

次項では「よこすかしろ」の課題の一つである生産者の推移をまとめる。

5.3 サトウキビ生産者と収穫量の推移

以下に提示した保存会設立時から 3 年間の生産者と収穫量の推移からどうして「よこすかしろ」の生産量が安定しないのかを考える。ここでの生産者数というのは、社会福祉法人の事業や OEM として保存会に加工を依頼し、生産される砂糖も含むが 2 年目と 3 年目に農場だけの貸与者は生産者とはみなさない。

表 1 サトウキビ生産者数と収穫量

年度	生産者	総収穫量	1人当たりの収穫量
1年目 2013（平成25）年	14名と2団体	25.315t	1.582t
2年目 2014（平成26）年	19名と2団体	32.601t	1.481t
3年目 2015（平成27）年	14名と1団体	19.455t	1.215t

表 2 サトウキビ生産者数

1年目のみ	1～2年目	2年目のみ	2～3年目	3年目のみ	1～3年目	1と3年目
5名	3名1団体	6名	3名	5名	6名1団体	1名

出展：表1、2ともに、よこすかしろ保存会のデータより川合作成

上記の表から、保存会関係者や地域住民からは生産者の数が減っているという声が多く聞かれたのに対し、1年目から2年目にかけては生産者と総収穫量が増加していたことがわかる。ただし、一人当たりの収穫量は10kg減少しており、サトウキビの小規模栽培化が進んだと考えられる。サトウキビ生産者は入れ替わりが激しく、3年間続いている生産者は全体の約2割である（2年目は新規に始めた9名の内6名が1年間で辞めてしまった）。さらに、B氏によると農作物は気候による影響を受けやすく、収穫量は不安定だという。生産者の入れ替わりが激しく、生産量も不安定なことがサトウキビ収穫量への不安につながっている。

以上から、地域の声とサトウキビ生産の現実の乖離が浮き彫りになった。次節では本稿の締めくくりとして「よこすかしろ」を巡るまちおこしの経緯や将来について考察する。

6 おわりに：考察

本節では、「よこすかしろ」を観光人類学の視点から捉え、地元住民にとってどのような意味があるものなのか、将来へ残していく為にどうすれば良いのかを考察する。

まちづくり実行委員会の設立を契機に江戸時代からの製糖技術と掛川産サトウキビが注目され「よこすかしろ」が誕生し、地元産業復活と地域活性化の為に活用されてきた。大橋健一によると、「文化が観光の資源として利用され、さまざまな文化要素に価格が付けられ、観光商品として観光客の消費の対象となる」（大橋 2001: 173）ことである「文化の商品化」は、「よこすかしろ」にも当てはまる。大橋によると「文化の商品」には対極した2つの見方がある。一方はグリーンウッドが指摘する否定的な意見で、「文化の商品化」を文化本来の意味の変容、喪失、破壊の過程と捉える見方である。もう一方は、マッキーン、F.F.

による観光活動が「ある伝統を保存し、改革し、そして再創造する過程を強化する」（マッキー 1991: 167）というもので、「文化の商品化」によって衰退しつつある伝統文化が保存、再創造されることで地域のアイデンティティが維持できるという見方である。大橋はこの 2 つの議論で「文化の商品化」について論じるのは不十分で、観光客などの外部の者と、文化の担い手である内部の者との相互作用が文化の持つ意味を生み出すと述べている。製糖産業と製糖技術の再創造によって「さ・し・す・せ・そ」という横須賀のアイデンティティが創出されたことは「よこすかしろ」の「文化の商品化」の肯定的な面といえる。しかし、私は、「よこすかしろ」を巡るまちおこしの流れは「文化の商品化」の後、保存会への移行に伴って「商品の文化化」が起きたのではないかと考える。商品とは売れるからこそ事業を続けるもので、「文化の商品化」という枠の中では、売れない文化は商品として続かない。しかしながら、保存会が赤字覚悟で「文化として残す」と決断したのは「よこすかしろ」という商品によって「さ・し・す・せ・そ」が揃う町という新しいアイデンティティのもと、「よこすかしろ」が重要な位置についたからである。結果、商品としての継続が厳しい状況をもくぐり抜け、守られてきたのである。

また、現在の保存会は脱成長的な組織といえる。ラトゥーシュ,S.によると、脱成長とは経済成長による利潤を追求するあまり、自然環境や人類に悪影響もたらす「生産主義中毒」の現状を批判し、人間的な活力という観点から見た文化的な生存、尊厳ある生活の営みの実現を目指すことである（ラトゥーシュ 2010）。保存会は子どもたちに「よこすかしろ」を受け継いでいきたいという想いから生産量が少ないにも関わらず、毎年 1 回、大須賀地区内 2 つの小学 6 年生に「よこすかしろ」を贈呈している。また、製糖工場で働く人の中には、『「よこすかしろ」よりもここで働く人たちが好きだから工場に勤務している。利益追求の生産体制では人間関係が薄くなるので反対だ』という人もいた。「よこすかしろ」を通じて新たに成立した人間関係や地域の誇りは、利益よりも町の誇りや人の繋がりを重視する方向性だからこそ得られるものである。

一方、事業継続には経済性が重要だという人もいる。彼らは二次加工品を企画・販売し、生産者へ十分な報酬を与え、サトウキビの生産量を増やすべきだという。白石善章によると、この「よこすかしろ」のような地域特徴をブランドとしてイメージした、農水産物や加工品などの「財」やイベントなどの「サービス」を地域資源ブランドといい、地域資源ブランドが商品化されると、その価値イメージが拡がり地域全体のイメージが高まって地域ブランドとなる（白石 2012）。薄上二郎によると、地域ブランドによって得られる地域活性化には、①地域の雇用創出②関係者の所得向上③関係者のやる気、やりがいの向上④知名度やイメージの向上⑤地域への訪問者の増加（薄上 2010）という 5 つの側面がある。これは生産性と利益を重視した保存会に至る前までの「よこすかしろ」事業のやり方と同じである。つまり「よこすかしろ」には、地域住民のアイデンティティを支える文化的役割と、商品として対外的に大須賀地区をアピールし、経済効果をもたらす地域ブランド的役割の 2 つの特徴があるが、保存会は前者の文化的役割を重視し、まちづくり実行委員会

から新まちづくり実行委員会までは後者の地域ブランド的役割を重視しているのだ。

現在、「よこすかしろ」は生産者不足と保存会の資金不足に悩まされている。また、地元の「よこすかしろ」消費量は少なく、たとえ地域のアイデンティティでも住民との関わりが浅ければ廃れていく可能性もある。一見、「よこすかしろ」の文化的役割を重視する人びとと地域ブランド的役割を重視する人びとの方向性は反対のように見えるが、両者ともに「よこすかしろ」を残したいという想いは同じだ。これまで「よこすかしろ」は地元住民の協力によって厳しい状況でも継続できた。これからも多様な考え方を取り入れ、住民同士で協力しながら「よこすかしろ」の将来について考えていけると良いのではないだろうか。

参考文献

薄上二郎

- 2010 「地域ブランド推進と地域の雇用創出・人材開発——事業のライフサイクル理論と分析手法の応用——」大分大学経済学部編『地域ブランド戦略と雇用創出』白桃書房、65-85。

大須賀町誌編纂委員会

- 1980 『大須賀町誌』大須賀町。

大須賀町商工会 特産品委員会

- 2011 「最北限の砂糖キビ産地 静岡県掛川市における地砂糖『よこすかしろ』の再興について」『特産種苗』12: 141-144。

大橋健一

- 2001 「観光と文化」岡本伸之編『観光学入門 ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣、169-186。

経済産業省関東経済産業局

- 2011 「第14号認定（平成23年6月17日）」経済産業省関東経済産業局ホームページ（2016年10月19日取得、
http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/chikishigen/nintei_ichiran_14.html）。

白石善章

- 2012 「地域ブランドの概念的な枠組——地域ブランドの意味とその開発を求めて——」田中道雄・白石善章・濱田恵三編『地域ブランド論』同文館出版株式会社、15-29。

中山暢・岡田昇

- 1996 「静岡県大須賀町における砂糖キビ栽培と白下糖『よこすかしろ』の製造復活——白下糖製造を復活させ、町おこし」『砂糖類月報』4: 5-13。

原田和

- 1957 『浅羽風土記』美哉堂書店。

ラトウーシュ,S.

2010 『経済成長なき社会発展は可能か？——〈脱成長〉と〈ポスト開発〉の経済学』
中野佳裕訳、作品社。

マッキー、F.F.

1991 「観光活動の理論的分析を目指して——バリ島に見る経済の二元構造と文化的包摂」 嘉手川暁・久保田孝幸訳、三村浩史監訳、バレーン・L・スミス編『観光・リゾート開発の人類学——ホスト&ゲスト論でみる地域文化の対応——』勁草房、165-191。