



社長からみなさまへ

富山はよい水に恵まれたところです。中央アルプスの頂きに降った雪はミネラル分を豊富に含んだ水源となって、河川をまた地下水脈を通じて富山の大地を潤します。大地には米・大豆・さまざまな野菜・山菜が実ります。また、大地の栄養分を吸収した水は富山湾へと流れ込みここで「キトキトの魚」の名で知られる豊富な水産資源を育てるのです。

このような自然体系の恩恵を背景に、富山の食文化は、実に多様で個性あふれるものです。富山の食文化の一端を担う私たちの味噌・醤油づくりもまた、豊かな富山の自然なくしては語れません。自然の恵みに感謝し、また先人たちの残してくれた自然を守り、次世代に繋ぐ気持ちを忘れずに日々の生産に取り組んでいきたいと念じております。

近年、日本の「食」は画期的な変貌をとげました。グローバル化、ファストフード化、個食化、レトルト化。しかし、日本人の食生活がいかに変化しようとも味噌醤油は日本食の原点です。240年の伝統に培われた技法を大切に継承しながら、日々改良のために精進を続けることが当社の使命であり、ポリシーです。

では、皆様方の益々の御清栄を祈念しつつ、以上を当社の紹介の言葉とさせていただきます。

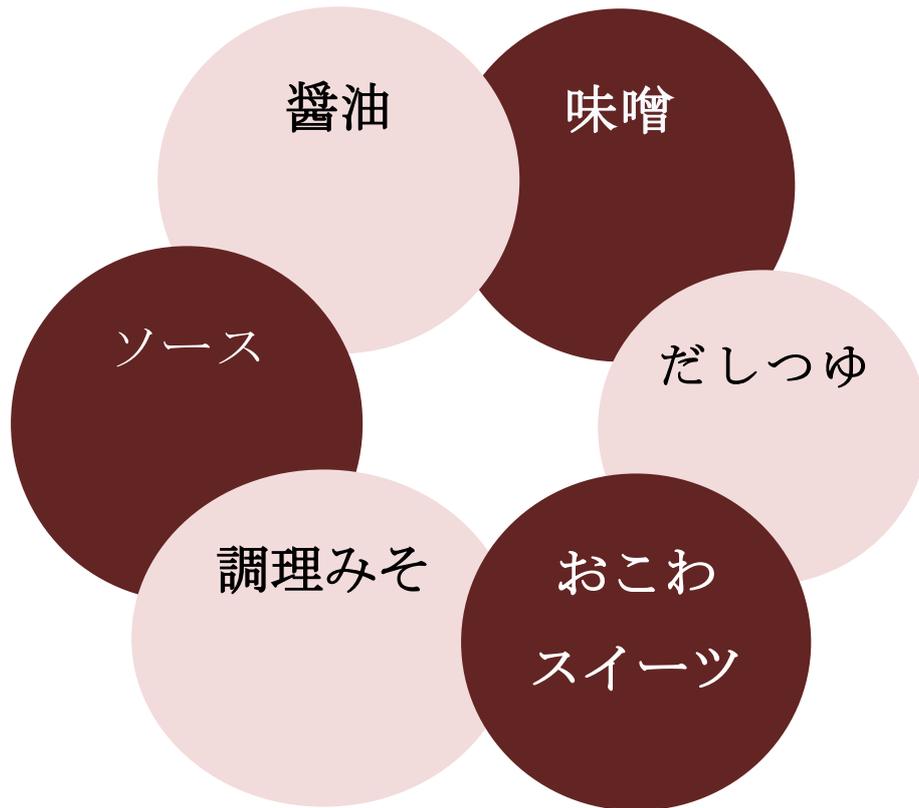


代表取締役社長 山本衛



■ 事業概要

当社は、醤油・味噌から始まる食の総合メーカーとして様々な商品を開発しています。

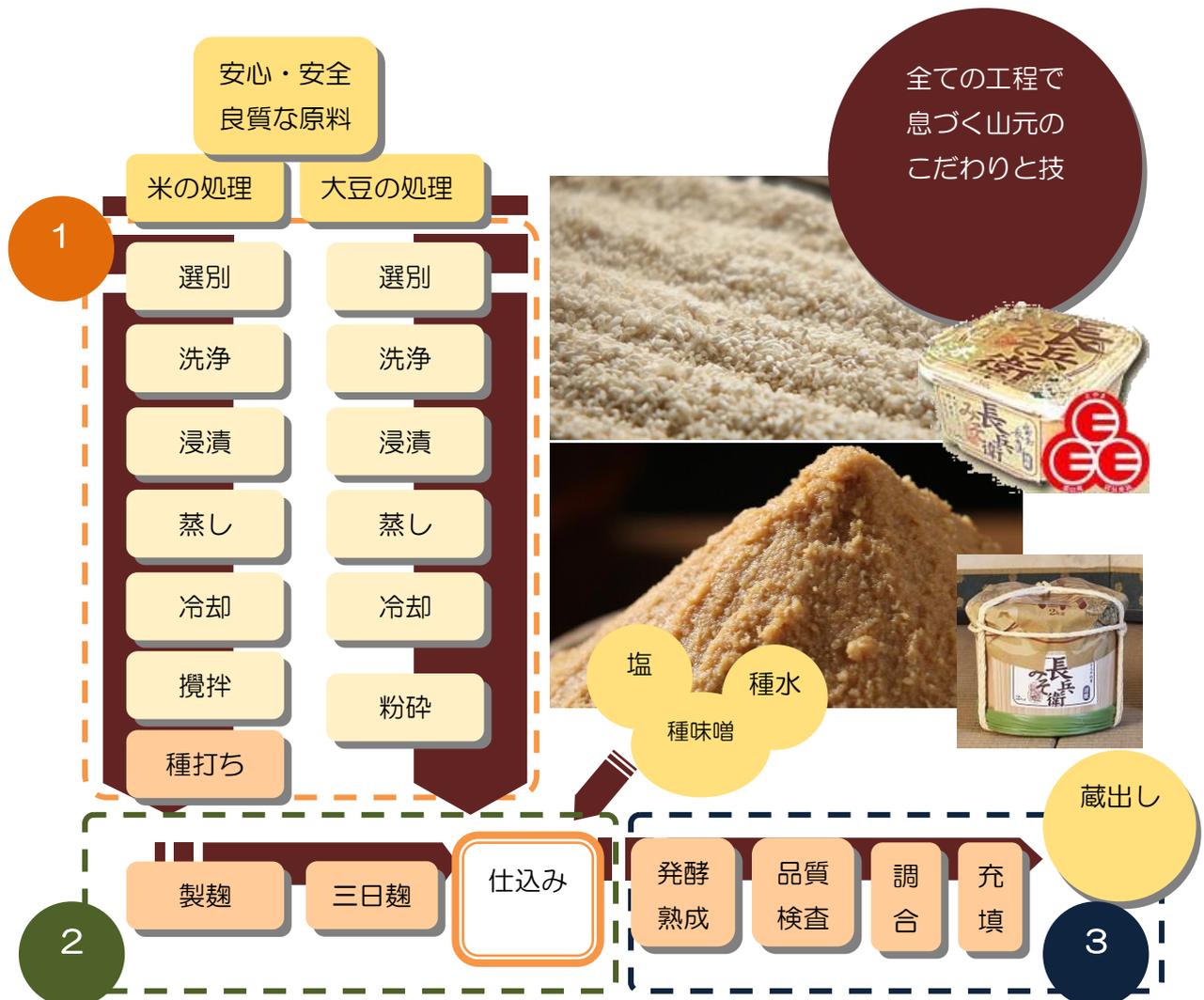




■ 伝統的な製造技術とこだわり商品

原材料費の低減は、輸入品などを活用すれば可能な部分もありますが、当社の築きあげてきた固有の味を失うことにも繋がりがねません。また、安全で地域に根差した良い商品を作りたいというコンセプトから、伝統的な製法や、生産者の顔の見える地元原料を活用したこだわり商品づくりに努めてきました。

味噌は、こうじの質により品質が左右されます。米の選別、こうじの手入れ（温度・湿度管理）、品質検査には、手間をかけて、こだわり続けています。量産とコスト低減に向けて機械化・効率化を進めると同時に、味を守るために大切な伝統技法は守り続け、今でも職人の五感を活かして品質の保持に努めています。





会社概要



会社名	ヤマゲンジョウゾウカブシキガイシャ 山元醸造株式会社
所在地	本社工場 〒933-0842 富山県高岡市横田町2-6-8 TEL:0766-21-1111 (代) FAX:0766-24-9787
設立年	株式会社設立昭和26年(1951年)6月 創業安永元年(1772年)
資本金	1500万円
業務内容	味噌・醤油・だしつゆ・ソース・菓子などの製造販売





■ 事業開始からの足跡（地域とともに歩んだ歴史）

安永元年（1772年）～
創業



高岡市立中央図書館所蔵

『高岡御泊 嘉永2年』より

高岡地区を中心に味噌・種麴を製造販売

江戸時代中期の安永元年（1772年）、室屋長兵衛が、こうじ屋を開業。

現在地（横田町）は、農村と町の接点に位置し、千保川の舟運と北陸街道の交通にも恵まれたところでした。

江戸時代後期の高岡町には、室屋34軒、醤油屋20軒、味噌屋24軒、酒造屋11軒あったようです。豊かで良質な地下水の恵まれた当地は、醸造業には好適であり、また、高岡特産の大型の鍋釜は、醸造業の発展をかげながら支えていました。

大正7年（1918年）～
醤油産業の復興



仕込み桶の天日干し風景



舟運がさかんだった頃の千保川の風景

（大正時代）『千保川の記憶』より

醤油産業の復興

6代目元次郎が初めて醤油製造に着手したのは、大正時代です。高岡の醤油製造は、北前船交易が活発になった江戸時代後期から盛んになりましたが、明治29年の千保川大洪水と明治33年の高岡大火により、醤油醸造施設が失われ、壊滅状態に陥り一旦途絶えてしまいました。しかし、日清・日露戦争後、大陸から安価な大豆や塩が伏木港に陸揚げされようになり、大正7年、輸入資源を利用して元次郎を含む有志14名で「高岡醤油(株)」を起こして高岡の醤油産業を復興させました。後に、独立し、単独で醤油製造を開始するに至りました。



戦後の混乱期からの復興と高度成長期

戦後、満州鉄道の株券を含め所有していた農地を没収され窮地に立たされましたが、7代目英夫が復員後、家業を復興させるため、地域が活力を取り戻すために、事業意欲を燃やし続け、味噌・醤油が配給切符だった時代に復興を図りました。昭和26年には、株式会社を設立。社名を山元醸造株式会社と改めました。

昭和35年には、味噌・醤油醸造工場を新設。80石タンク16基を設置するなど、生産体制を整えていきました。

地元の酒屋や小売店を中心に、安定した販売を行い、また、洋食化に対応しソースの製造を開始するなど新しい展開もはじめていきました。

市場変化に対し販路拡大と地域との協業で

市場環境はめまぐるしく変化し、価格競争は激化。小売単価は下落していく中、8代目社長 衛により、新たな販路の開拓と新商品開発に注力していきました。

新潟・関西方面の卸売市場で朝売り、問屋との同行販売等、自ら行い少しずつ販路を開拓していくと同時に、各地域でのニーズを直接くみ取り、自社商品を改良していきました。

平成に入ると米不足により米が高騰。付加価値の高い新商品の開発を始めました。特に地域に根差した商品開発に注力し、自社の商品に加えて地域の良さを同時にPRしていきながら、販売を進めています。

昭和26年（1951年）～ 近代化の歩み



戦後間もなく建てられた
レンガの煙突



～現在

差別化と地域回帰

