




# 高梨醤油の印

『しょうゆおくりわけちよう醤油送分帳』などの古文書を元に、

安永四年（1775）〜明治六年（1873）の約百年間に江戸（東京）へ出荷された銘柄（商標）「印」を一覧にした。

この表では、販売数や販売先は割愛する代わりに、その年の正月二日の「初荷」から年末まで、ほぼ江戸に出荷された順に印を掲載している。つまりその年のはじめの5種類ほどの印は〈初荷もの〉で主力の醤油印と言え、大量販売する問屋や長年販売し付き合いの深い問屋へと送られていた。また、印は正月から十二月まで平均的に出荷する印と盆暮れの季節限定の印に大別された。

高梨家では、安永四年（1775）に塩問屋と醤油酢問屋の4軒の江戸店で「宝」印を販売開始して以降、毎年のように新しい銘柄「新印」を出荷し、定番化したものも一度きりのものも合わせれば凡そ330種もの印を使用していることも、大きな特徴である。新印はまず一軒の問屋で売り出してその売れ行きにより翌年から取扱問屋を増やす方法を取っており、当時の醸造方法によるものかその多くは八月に出荷されていた。

これだけの多銘柄を売り出した背景としてはまず、原料である大豆・小麦・塩の品質や量の違いによつて諸味は上々・上・中・下の四種に分類され、また仕込み期間も6ヶ月〜36ヶ月と様々であったため、絞った醤油のブレンドによつて味・香り・色に違いが生じたであろうことが考えられる。そのほか、鯉節や甘草を加味した商品も作られていた節がある。更に、 最ジョウトリ（内田平兵衛）、 四ジガミエドイチ（高崎屋）、 フンドウ翁（近江屋仁三郎）など、得意問屋独自の印「手印」を作るなど、販売面からも印をうまく活用していた。

また、寛政十年（1798）には何らかの事情で融通したと思しき銚子の 玄蕃ヒゲタ印が醸造出荷されていることも興味深い。

このようにして江戸の消費者需要に对应して多くの印を作り、差別化をはかりながら成長を遂げた高梨の醤油は、江戸の食文化を支える存在となつていったのである。