

第3号

日本うどん学会誌

うどん道

Dec., 2006

日本うどん学会

since 2003

Japan Udon Association

目 次

巻頭言 「うどん道」 啜 (会長・三宅 耕三)	1
<基調講演>	
「メソポタミアから九州・四国まで」	2
奥山 忠政 (『麺の世界』編集長)	
<特別講演>	
「変化の兆し、うどん・そば店の未来予想図」	7
藤井 薫 (株・大和製作所)	
<自由論題研究報告>	
(1) 「麺と文人・その2」	16
橋本 可奈・藤堂 聡美・浅田 加奈子・酒井 詩織 森貞 俊二 (松山東雲短期大学)	
(2) 「わが国における小麦生産とうどん消費の関連性について」	20
小泉 隆文 (東京福祉保育専門学校) 数納 朗 (社・日本農業法人協会) 石塚 哉史 (財・日本こんにゃく協会)	
(3) 「食文化からみた讃岐うどん」	27
樋口 明夫 (松山東雲女子大学)	
(4) 「空海とうどんの関連性についての一考察」	31
田中 俊男 (雇用・能力開発機構香川センター)	
<特別研究報告>	
(5) 「博多うどんの誕生と現状」	37
田口 俊英 (多め勢)	
(6) 「現代韓国の麺文化」	39
藤本 わかな (料理研究家)	
<シンポジウム>	
「麺文化、競合と融合」	49
パネリスト：武林 正樹 (株・セント・レディス) 坂口 光一 (九州大学) 井上 知弘 (株・電通) 西表 宏 (香蘭女子短期大学) 数納 朗 (社・日本農業法人協会) コーディネーター：上田 喜博 (四国大学)	
日本うどん学会・会則	61
第4回全国大会参加者名簿	64
賛助会員・協賛企業	65
役員名簿	66

巻頭言

“うどん道” 暇

日本うどん学会

会長 三宅耕三

日本うどん学会第四回全国大会は「麺文化クロスロード・九州&四国」と題した全国大会を平成18年9月9日に福岡県太宰府市で「アジア麺文化研究会」の協力を得て開催しました。麺文化の現状報告や将来を探る議論に約100人の参加者が耳を傾けました。

まず始めに、奥山忠政氏の「メソポタミアから九州・四国まで」と題した基調講演、続いて、藤井薫氏の「変化の兆し、うどんそば店の未来予想図」と題した特別講演が行われました。その後、会員の研究報告4編と「アジア麺文化研究会」のメンバーによる2編の研究報告が行われました。

6編の研究報告を内容面でみると、3編の麺文化論研究、2編の歴史的研究、そして小麦生産・消費に関する「地産地消」の統計分析が展開されました。いずれの研究もそれぞれの方法でアプローチしている意欲的な研究ばかりでした。

引き続き、「麺文化、競合と融合」をテーマとした5人の論客によるパネル討論会が開かれました。坂口光一氏（九州大学）西表宏氏（香蘭女子短期大学）井上知弘氏（株電通九州）武林正樹氏（株セントレディス）数納朗氏（社日本農業法人会）のパネリストによって麺文化のルーツや地域性についての議論が展開されました。1時間30分の限られた時間でしたが、麺文化についてそれぞれの専門的立場からのご意見は会場に足を運んだ人を十分満足させた内容でした。

講演、研究発表、シンポジウムは本誌に掲載されている内容をご覧いただければ、うどん文化論とこれからのうどん産業の発展に何らかの参考になると確信しております。

このような学会活動が、これからのうどん等の麺類の持続的発展に少しでもお役にたつことができれば、日本うどん学会の存在意義はあると考えております。

最後に、第五回全国大会は平成19年9月に四国大学（徳島市）が当番校で開催することになりました。多くの会員の研究報告並びにご参加をお待ちしております。

平成18年12月 学会事務局にて

メソポタミアから九州・四国まで

奥山 忠政
(『麵の世界』編集長)

メソポタミア文明は「コムギ文明」

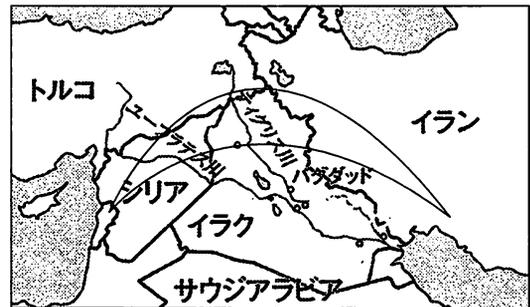
西アジアに住む人々が狩猟・採集生活から農耕生活に移り、定住を始めたのはBC15,000年ごろからで、最後の氷河期が終わったBC12,500年には、「肥沃な三日月」地帯に定着している。この一帯には豊富な穀物が自生していたからで、その中に「麦」があった。

「メソポタミア」と呼ばれる地域は、「肥沃な三日月」の弧の内側の少し外れたところにあり、ここに村落が出現したのはBC9000年のころであった。

「メソポタミア」というのは「川の間土地」を意味するギリシャ語で、チグリス川とユーフラテス川にはさまれた一帯を指す。広大な流域をもつ両河はたえず氾濫にみまわれていた。「氾濫」といっても島国の日本で経験するような激しいものではない。

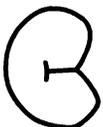
川がジワーッとあふれ平野が水浸しになり、しばらくしてゆっくり引いていく。水が引いたあとに、上流から流されてきた「麦」が芽生えているのを見た人々は、これを積極的・組織的に栽培することを思いつき成功した (BC8500年ごろ)。

「メソポタミア文明」の誕生である。メソポタミア文明は「コムギ文明」と言うことができ、その生産性と人口扶養力によって余剰の富が蓄積され、王権が誕生し、都市化が進んだ。



「肥沃な三日月」地帯

麦は稲と同じ「イネ科」だが、食料としてみた場合の大きな違いの一つは、実の粒が薄皮で覆われているということである。「オオムギ (barley)」のほうは石で押しつぶすと実も割れるが薄皮も千切れるため、それを飛ばしたあと煮て食べることができた。一種の粒食である。これに対して「コムギ (wheat)」は薄皮がはがれにくい上、一部がもろい実の中に食い込む「粒溝」があるため、これを取り除くには、いったん全体を粉碎したのち、薄皮と実の部分を分離するという



小麦の断面図

方法を探らざるをえない。このことが効率的に行われるようになったのは「石臼と篩ふるい」が発達したことによる。篩は、この段階では獣皮に穴をあけたような素朴なものだった。

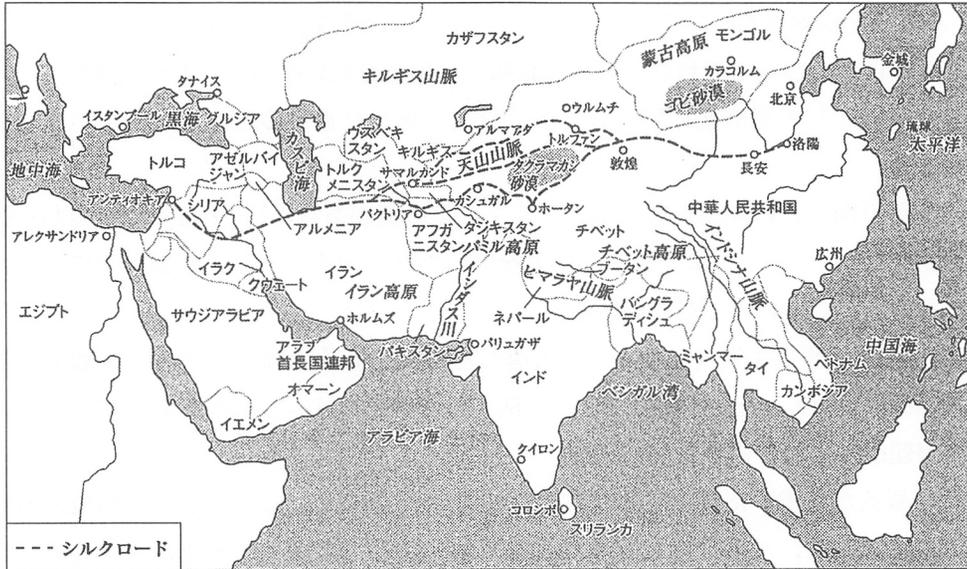
石臼は水車と結びついていっそう進化していった。

粉にされたコムギは、水で練って再び固めて食べるしかない。そのとき人々はその塊が粘弾性をもった別の物質になっていることに気づいた。コムギ粉に含まれているタンパク質のグリアジンとグルテニンが水分と出会って作り出す不溶性の物質で、のちに「グルテン」と呼ばれるもの

である。グルテンこそコムギ特有の、かつ最大の特徴物質であり、「麺」の基本となるものである。

コムギ粉を練った塊はちぎって展ばされ、具材を包んだものと想像されている。すなはち「餃子」である。「コムギと石臼と餃子」はセットになって東に伝わり、アフガニスタンからパミール高原を越えて中国の西域に至った。こんにちアフガニスタンには「オシャク」と呼ばれる餃子があり、中国の新疆ウイグル地区には「ジュワワ」と呼ばれる餃子がある。(甲斐大策『餃子ロード』／1998／石風社)・1960年にはトルファン(吐魯番)近くのアスターナ(阿斯塔那)遺跡から「餃子」とみられる炭化した食物が発見され、話題になった。

留意すべきは、ここまでコムギ粉文化を担ったのは、トルコ系遊牧民だったということである。



「シルクロード」＝「コムギロード」

麺、中国に興る

多数説では、前漢の武帝が張騫を西域に遣わしたとき(BC139～BC126)コムギとその製粉法を持ち帰ったとしている。しかしながらBC5世紀にすでに初期シルクロードのあったことが明らかにされており、胡麻・胡瓜・胡豆・葡萄・石榴などの食べ物^{ざくろ}がもたらされていたというから、コムギがなかったとは考えにくい。実際、河北省邯鄲^{かんたん}の戦国時代(BC403～BC221)の遺跡から回転式石臼が発見されているのである。「シルクロード」は「コムギロード」でもあった。

ともかく「麺」は中国で生まれた。そのことにふれる前にどうしても避けられないのは、基本的字義についてである。

「麺(麩)(ミエン)」は本来コムギ粉そのもののことである。その麺で作った食べ物を「餅(ピン)」という。餅は、調理法にしたがって「蒸餅・焼餅・油餅・湯餅」と分類されるが(青木正児)、このうち「湯餅」は「麺片(餛飩・餃子)」と「麺条(うどん・素麺)」に分かれる。こんにち「餛飩＝饅頭＝うどん」と考えられがちだが、かつては「餛飩」は具を包んでいた。現在でもこのような食べ物はあり、広東語では「雲吞(ワンタン)」と言っている。「麺条」が餃子に由来することの名残りと言える。

現代日本では「細長い食べ物」を「麺」と総称しており、そば・ビーフンまで含めているが、本来的には正確とは言えない。(そのため「めん」と表記することが多い)。他方、コムギ粉食品であれば「麺」でいいことになり、餃子はもちろん、お好み焼き・たこ焼き・やせうま・だんご汁などが含まれる。以上は理屈だが、報告者は慣用的用法として、これらすべてを「麺」と呼ぶ

ことにしている。以下適宜「麺」と「麺条」を使い分けることにする。なお、現代中国では両者を区別することなく簡体字の「面」を使用している。

「麺条」が中国の文献に初めて現われるのは、後漢時代の『四民月令』^{しみにがつりよう}という歳時記（2世紀前半）で、「水引餅」^{すいじんべい}と呼ばれるものが相当すると言われている。コムギ粉を練った塊を肉汁の中で手もみしながら伸ばしていったらしい。ただしいへん能率が悪く、祭祀用だけで、一般に普及はしなかったと考えられている。

唐の時代（618～907）、こんにち見られるような「切り麺」技術が成立し「麺条」が誕生した。「不托」と総称されているが、何時のころからかを特定するのは難しいらしい。「不托」という妙な呼称は手のひらを使わないという意味で、麺棒を使い始めたことを意味している。

大宝元年（701）の遣唐使に随行した山上憶良^{やまのうえのおくら}が麺条を食べることができたかどうかは不明である。

杜甫に『槐葉冷淘』^{かいようれいとう}という、大暦2年（767）作の詩があり、「・・・近くの市場から採れたてのコムギ粉が来ていたので、（エンジュの）葉をついた汁と滓をいっしょに麺条を作らせ、鼎でグツグツ煮てもらった」というくだりがある。

このことから、延暦23年（804）に入唐^{にっとう}した空海（弘法大師）が明らかに麺条に接していたことがわかる。そのことと、讃岐うどんが生活文化として根付いている事実との間には、「製粉」普及という課題が残されている。

唐の時代に麺条が発達したのは、第一に、2年3毛作農法でコムギの生産量が飛躍的に増大したことであり、第二に、「碾磑」^{てんがい}と呼ばれる水車製粉機と「絹篩」の普及による良質コムギ粉のコストダウンがあったことであり、第三に、「醬」という発酵調味料が発達したことなどによる。

宋の時代になると麺料理は大きく発展し定着する。貨幣経済が成熟し商工業が活発になり、外食が発達したという背景があった。

ことに南宋（1127～1279）になると、首都臨安（現在の杭州）には食文化の花が開いた。南北の食文化が融合したのだが、第一の事件は、麺を練るのに「鹹水」^{かんすい}を使うようになったことである。北の地域と同じように麺を打っても、臨安あたりでは風味が出ない上酸敗しやすい。このことに気づいた料理人が、北の地域の水に含まれているある種の成分を見つけ、添加し始めた。「鹹」の発見であり「中華麺」の誕生である。第二の事件は、「箸」を常用するようになったことである。それまでは米飯は匙で食べられていたが、江南の粘質米を食べるようになって箸食が普及したと『箸』（向井由紀子・橋本慶子／2001／法政大学出版会）は記すが、麵食との関連も重視すべきであろう。のちに麵食がシルクロードを西に進み中央アジアの遊牧民に普及するとき、箸も同道しているのである。

麺、日本に伝わる

『古事記』（712）に、須佐之男命が^{おおげつひめ}大宜津比売を殺すと、屍体の「頭に蚕^{かしら}生り、二つの目に稻^{こな}生り、二つの耳に粟^{あずき}生り、鼻に小豆^{ほと}生り、陰に麦^{まめ}生り、尻に大豆^{まめ}生りき」とあり、麦が古くからある穀物であることをうかがわせる。弥生時代に伝えられたと言われているが、確実な遺跡出土品は古墳時代のものだそうだ。

歴史時代に入ると、麦（オオムギとコムギ）は稲の裏作となるため政府はしきりに奨励策を講じるが、なかなか普及しなかった。理由は、粉にするための臼が普及しなかったからである。

『日本書紀』（720）推古18年3月条に、高麗僧・曇徴が「碾磑」を造ったと記され、「みずうす」と読ませている。さらに『令義解』（833）では「碾磑」を、「石碓也。米ヲ作ルヲ碾ト曰ヒ、麵ヲ作ルヲ磑ト曰フ」と注釈している。しかしながらこれ以外のことは伝わっておらず、たとえ稼動していたとしても、宮廷内での例外的なことと考えるほかない。ほとんどの貴族邸や寺院では木臼とたて杵で製粉していたであろう。能率は悪いが、その程度のコムギ粉需要しかなかったと考えられる。

ご当地太宰府・観世音寺の境内には「碾磑」の実物が無造作に置かれており、誰でもいつでも見学することができる。1984年に実地調査した三輪茂雄氏は、臼の目形から「これでは小麦の皮を破ることは絶対に不可能である」としている（『麺の世界』第2号/2005）。しかし製粉史における意義は不変である。

本題に戻って、コムギ粉から作られた「素餅」がどのようなものだったかだが、菓子説と素麺説があり、結論として、石毛直道氏は「素餅＝素麺＝麦縄＝素麺」としている。（『文化麺類学ことはじめ』1991/フーディアム・コミュニケーション）。

鎌倉時代、貞応2年（1223年）、南宋の慶元府（現在の寧波）に着いた道元は、老典座の訪問を受けた。「麺汁のダシに使う椎茸をわけてくれないか」というのである。『典座教訓』のもととなった有名なエピソードで、「教訓」以外のことはふれられていないが、報告者は、滞在中感慨深く「うどん」を喫したにちがいないと想像し、それが禅寺の「うどんのおやつ」（点心）として伝えられていると類推している。ただ、僧房の外には伝わらなかったであろう。

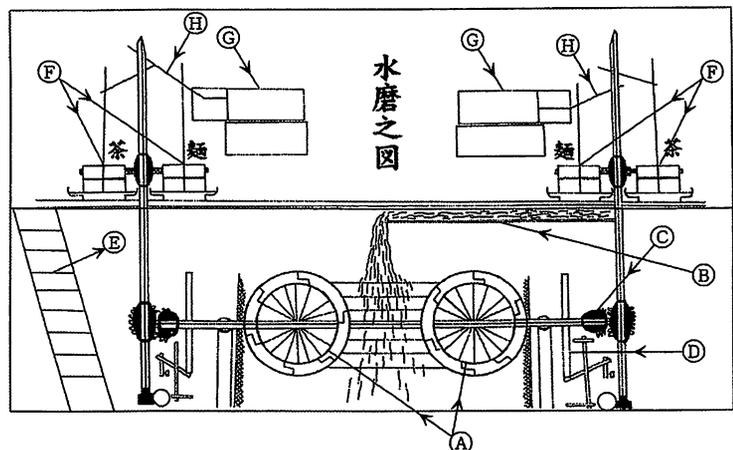
一般には、仁治2年（1241）に宋から帰国した円爾（聖一国師）が、水車製粉法とともにうどんをもたらしたとされている。円爾は帰国後の2年間那の津（現在の博多）に滞在し、宋出身の貿易商・謝国明の寄進によって承天寺を建立した。そのゆえをもって、地元では承天寺を「饅頭発祥の地」としている。

円爾は那の津のあと京都・東福寺に移ったため、持参した「水車製粉プラント設計図」（『大宋諸山之図』中「明州碧山寺水磨様」）は同寺に国宝として保存されている。

もう一点留意したいのは、円爾が満田弥三右衛門という博多商人を伴い織物の技術を学ばせたということである。

ここでいう技術は、僧衣に使われる羅・紗・絹のような「振り織」のことで、これは即「篩」に応用されるものである。

以上いくつかの「うどん伝来」での課題は、伝えられた「饅頭」が具を包んだワントン状のものか、現在のような切り麺かということである。切り麺の起源は文献からは決しがたいため、石毛氏は搦め手からのアプローチをこころみている。すなはち麺棒や麺板の木工技術の発達から類推して、鎌倉時代から南北朝時代にかけてとしている（石毛前掲書）。そうであれば伝来時はワ



「水磨様」(写し)

ンタン状だったということになる。

麺王国への道

切り麺の普及は水車製粉の普及と表裏をなすが、「醤油」という調味料の誕生と普及も重要な要素をなしている。「原料～製品～消費」は均衡して進化するはずだからである。

日本の「醤油」は、室町時代の僧・覚心かくしんが宋の径山きんざんから持ち帰った味噌製法を紀州湯浅で指導するうち「溜たまり」に着目し、実用化したのに始まる。1603年に長崎で出版された『日葡辞書』に xoyu とあり、別名 sutate と記されているという。sutate は「簀立」のことであり、ザルを味噌樽に差し込んで溜を取り出していたことがわかる。調味料としては、ほかに麴こ・味醂あじ・砂糖・塩などが大衆化していた。

時代背景として、市民社会の成熟と貨幣経済の発達があった。最初の象徴的な大プロジェクトが大阪城築城と言える。これを機に「外食」が誕生した。江戸が開かれると、都市化の進展にもなっていっそう盛んになっていった。

いっぽう、うどん文化の土台の上に「そば」が発達した。天正2年（1574）、長野県木曾郡大桑村定勝寺の仏殿改修工事竣工祝いの寄進目録に「振舞ソバキリ」とあるのが文献初出と言われている。「うどん・そば」は、江戸時代を通じて日本特有の食文化として確立していった。

ここで注目すべきは「道」「流」という日本特有の精神主義である。直接「～流」といった表現は使われていないにせよ、茶道や華道にならったと思われる流儀が秘伝を伴って確立されていった。「ウマミ」「コク」「コシ」のような感覚や概念はこのことと無縁ではないであろう。これらに対応する外国語はない。

明治末期から大正末期にかけて、浅草・札幌・喜多方にそれぞれ独立に「ラーメン」が誕生した。「うどん・そば」文化という豊穡な土壌があつてのことである。

麺文化最大の特質は「庶民性」にある。「屋台」は、このことと不可分の関係にある。こんにち、日本では福岡市と広島県呉市以外で公認されていないが、アジア各国の都市ではヒューマンな空間として活力を供給し続けている。

以上、メソポタミアから九州および四国までの「コムギ文明」の伝播と、その上に花開いた「コムギ文化」を概観してきた。

ユーラシア大陸のはずれに位置する日本は、道中さまざまの麺文化の遺伝子を引き継いだ究極の「融合」の場と位置づけられよう。画期的な「融合」は熾烈な「競合」から生まれる。「鍛えられた感性と技の複合」を与件とするからである。

これは「文化受容力」でもあり、「文化発信力」とも言える。

「麺の文化力」は単に文化の問題にとどまらず、65億の人類が抱える飢餓問題の帰趨とも関連することを忘れてはならない。

変化の兆し、うどん・そば店の未来予想図

藤 井 薫

(株)大和製作所

皆様こんにちは、ただ今ご紹介に預かりました大和製作所の藤井です。宜しくお願いします。今からお話しすることは、私が仕事を通じて体験したことを簡単にまとめてお話できればと思います。

私は元々、川崎重工で飛行機や船の設計を行っていたエンジニアでした。6年間川重に在籍しましてその後、自分で設計業（機械設計業）を開業致しました。私は讃岐うどんの本場である讃岐香川県で育ったものですから、機械設計をおこなっていく内に、次第に製麺機の製造依頼が増えていき、段々と製麺機の製造販売に特化するようになりました。

最初に販売を始めた所がこの九州です。ですから私にとってこの九州という地は、古くからのお客様に支えられて来た当社の「原点」とも言えるような場所で非常に懐かしく感じながらお話をさせて頂いております。

その後、私は機械の製造販売から、麺の製造販売も始め23年前に現在の「讃匠」という会社を設立しました。また、合わせましてうどんの直営店、「亀城庵」も6年前から運営しております。したがってうどん・そば・ラーメンの麺の機械から、麺の製造販売、さらにうどんの直営店と麺に関する3事業を通して、私が体験したことを元にお話させて頂きたいと思います。

今日は時間の方が限られておりますので、十分にお伝えすることができるかどうか分かりませんがお話しして行きたいと思います。

[A]. うどん店の歴史

まず私が一番初めにうどんに触れたのは今から50年位前になります。香川県は私が幼少の頃にはそれ程、うどんという物が盛んではなく、製麺所とうどん店というのが分離していました。製麺所で作った麺を仕入れて調理して提供するのがうどん店でした。そのうちうどん、うどん店の中でも自家製麺（自分で麺を作る）のところ徐徐に出来てきました。香川県で一番最初に考えられたメニューは「ざるうどん」で、これは「ざるそば」からの派生です。「川福」といううどん店の創業者の方が、この「ざるうどん」を広めまして、それが第1回目のうどんブームの「原点」でないかと思います。その後、「釜揚げうどん」が出てきましたが、これは「ざるうどん」の派生です。それから「生醤油うどん」。

これは茹で上がった刺身の様な麺に醤油をかけて食べる非常にシンプルな食べ方です。その後、「ぶっかけうどん」が登場します。これは天井などのようなどんぶりご飯の代わりが麺になった状態、どんぶりの変化形です。最近では「ぶっかけうどん」が非常に人気で、私どものお店でも非常によく出るメニューになっております。

ところで、うどんではありませんが、私が丁度 関東営業所を設立した頃、今から20年ほど前に「寿司」「寿司バー」とかいった物が非常に盛んになりました。「寿司バー」が日本からアメリカで流行しカリフォルニアロールなど日本に無い新しい「寿司」の形となってまた日本に帰って来たのです。

そういったことから、うどんも単に今までのうどんでは無く、和・洋・中が融合された状態がすでに起きております。

当社のお客様で、非常に進化し 大変ヒットしているお店が六本木にあります。メニューの中でも人気の「釜玉」に明太子を絡めたメニューは想像しているよりも遥かに美味しい料理です。熱いご飯の上に明太子を乗せて食べるのは美味しいですが、それと同じ様にうどんに明太子を絡めて食べるという非常に新しい食べ方です。

また、「クリームうどん」というのは、普通のスープで無くクリーム状なのです。これも大変美味しい料理となっております。次に「イカ刺し」の様な「うどんの刺身」や、「サラダうどん」「ホタテのクリームうどん」「梅酢のうどん」等も、皆さんが食べられたら「うどん」という物はこんなにも美味しい食べ方があるのかということを知っていただく非常に面白い料理になっています。

私が知る限りこの店は、こういったメニューで一番進んでいるうどんの店舗じゃないかと思えます。この店で日商100万ほどの売上です。非常に成功しているお店です。元々 大阪

が本社ですが、関東に進出して 東京六本木が1号店で、この後、丸の内、新宿歌舞伎町と、非常に新進的な新しいタイプのうどん店を次々に展開しております。

もう一つの成功パターンをご紹介します。

「丸亀製麺」という、今年上場したこちらも非常に成功している会社です。フードコート、特にイオン ショッピングセンターの中に、「長田本庄軒」という焼きそばのお店や「丸醬屋」というラーメン店を出店しています。この店舗の特徴はいずれもお客様の目の前で麺を作り目の前で焼いたり茹でたり、パフォーマンスをすることによってお客様に非常に人気のあるお店です。

讃岐うどんの「丸亀製麺」は、讃岐うどんといいながら、本社は兵庫県 加古



六本木「つるしんたん」とメニュー↓



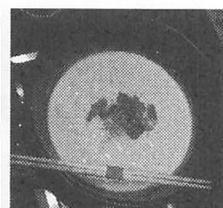
明太子のおうどん、その他



梅酢うどん



うどんの刺身

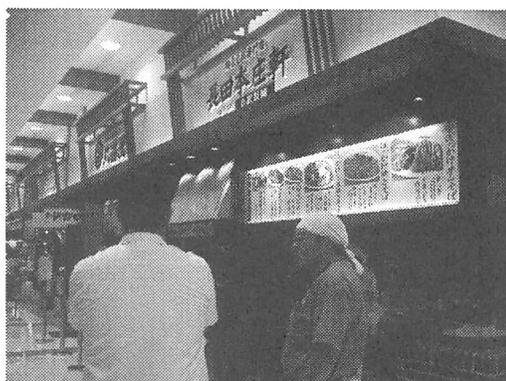


クリームうどん



⇐「丸亀製麺」↓





【長田本庄軒】

川なのです。兵庫県の方が本場香川県以上に成功しているのです。「丸亀製麺」はこの博多にも確か店舗を構えています。お客様からよく見える場所に麺機を置いて、麺打ちをして茹釜で茹でるという作業をしています。当然、この機械は当社の製麺機をご使用頂いておりますが、この会社は全国に毎年30店～40店の店舗を展開しておりますので、当社のショールームを全国に開いて頂いているようなものです。本当に当社にとっては大変ありがたいお客様でも有ります。今こういったスタイルの店舗が非常に成功しております。



【丸醤屋】

2年程前に、ニューヨーク・ロス・バンクーバーをずっと周って来ました。外食産業はアメリカが日本よりもかなり進んでいるといわれている中で、アメリカでもお客様の目の前で実演しているのを見せるといったスタイルの店が非常に成功しておりました。

同じように日本でもこういった方向になってきたことを、非常に強く感じております。

この辺が今の一つの未来系としてご紹介させていただきました。

【B】. 現在の外食産業全体の大きな問題点

①. 『人件費の高騰』『労働力の高齢化と質の低下』

現在の麺の専門店並びに、外食産業を取り巻く一番大きな問題点の一つが、『人件費の高騰』です。特に私共もうどん店を運営しておりますので非常によく分かるのですが、まずパートさんは募集しても来ないのです。パートさんとか店長とか色々な人を募集しますが、応募者が居ないわけではないのですが、若い人が来ないということで労働力が高齢化しているということ、お店のイメージに合った方がいないということです。

外食産業に適した方がいないことから外食産業がすでに魅力ある事業では無くなって来ているということが感じられます。

②『顧客の進化に企業・店舗が追い付いていない』

町のうどん店・そば店において、お客様の方がどんどん進化しているのに、お店の方はメニューも店作りも、20年前、30年前の古いビジネスモデルのまま営業されているのです。その為に、

お客様の心を捉えられていないということが非常に大きな問題点だと思います、要するに『マーケットの質が変化』してしまっている。

実際にどうということかという、顧客のレベルが上がってきているのに、お店をやっている経営者の方は往々にして“井の中の蛙”になってしまっているということなのです。

お店の中ばかり居て外になかなか出ない方が多い。ところがお客様の方は、インターネットとか海外旅行等から様々な体験をしています。例えば、博多の何区にあるお店の御主人は年中お店から出ない。ところがそのお店に行くであろう周辺のお客様はインターネットとか旅行とかで色々な良い店を体験しています。そうすると、当然お客様の方がその店へ行った時、もっと他の店ではこういったこともやっているのに、この店はやはり全然進化していないな…というような印象を強く感じます。つまりお客様の方がプロで、店舗サイドの方が素人というような逆転現象が起こって来ているということになります。こういったことは、当社がお客様に機械を販売した場合、10年前20年前に納品した状態のままの営業スタイルを変えずにずっと営業されているというようなことも同じです。

③『業種間の壁が無くなってきている』

和・洋・中の融合化でラーメンの様に何でもありの世界になってきています。

先程申し上げたように「うどん」「そば」と言うのは和食だからといって和の文化だけでなく、洋風メニューも取り入れています。逆の例でいえば、日本で「スパゲッティ」の店で成功しているお店に行きますと、本来「スパゲッティ」というのはイタリア料理で洋風なはずなのですが、メニューの内の半分以上が和風メニューなのです。先程の明太子とか色々なメニューの大半がもうすでに融合されたメニューになっているのです。そうしますと「うどん」「そば」なども、もっともっと洋風の材料や洋風の良い点を取り入れて、「うどん」「そば」の美味しさを旨くアピールできるのでないかと思います。

④『何でも屋の時代から専門特化の時代へ』

これは先程のビジネスモデルが古くなっているということとも繋がってきます。例えば30年前GMSのダイエーとかニチイとかサティとかが非常に元気が良かったのに、今ではダイエーもサティも破綻してしまっただけでなく、要するに、ダイエーに行けば食品から衣類・電気製品まで何でも買える非常に便利なお店でした。しかし今は衣類であればユニクロだとか、しまむらだとか、或いは、電気製品はヤマダやコジマだとかそういった専門店化の時代になってしまい総合化の時代は難しくなっているのです。うどん店の場合ですと、カレーうどんに特化したカレーうどん専門店とかそういった時代となってきました。

[C]. 既存のそばうどん店特有の問題点

次に、『既存そばうどん店特有の問題点』として、店主の高齢化だとか、跡継ぎがいないということが、私どもが非常によく感じる問題点です。それから案外、うどんそば店を経営されている方が分かっていないことですが、生活者の方から見放されている理由として、麺料理という物は『栄養のバランスが取れていないメニューが多い』ということです。

例えば、「天ぷらうどん」とか「天ぷらそば」の場合、澱粉質と天ぷら等、カロリーが高い食事

になってしまっています。私も少しカロリーの取りすぎなのですが、現代の我々はカロリーを取りすぎて太りすぎというのが現代の日本人食生活の一番大きな問題点です。もっと痩せたいと思っている方は非常に多く、カロリーの取り過ぎの為に糖尿病だとか成人病が蔓延しています。

その為 健康に対する意識レベルの高いお客様、裕福な方ほど健康に対する意識レベルが高いと思われませんが、そういった良いお客様を獲得できていないということになります。健康に対する意識レベルが高ければ高い程、そういったメニューを敬遠しがちになる現象が起こって来ます。

[D]. 対策

対策としては、食は人間の命を支えていますので、やはり料理の『基本の徹底』ということが大切です。それと『変化への対応』ということです。また、『職人的手作りの良さを残しながら生産性を上げ続ける』ことが重要であるということです。

[E]. 麺専門店事業の本質

最初に申しましたが私はこの業界の中で、全くの異業種から入って来ました。

そして機械工学のエンジニアとしてこの業界を見てきたのです。

そういった異分野のものから見た麺の専門店をあらゆる角度から見たらどういった風に見えるか。また、麺専門店の構成要素など、物を見る時 見る方向によって見え方が変わって来ます。したがって麺専門店も見る方向によっては見え方が全く変わります。

それを、私なりに体験してきた見え方、これをご説明しますと、『麺専門店の本質』は、明確なコンセプトの上に『商品力』・『店舗力』・『サービス力』の3つの魅力で成り立っています。麺専門店だけに限りませんが、この『商品力』・『店舗力』・『サービス力』の3つの魅力で周辺のライバル店とお客様の取り合いとなっているのが非常に大きな特徴です。近隣の店舗とのお客様の取り合いになった時に、お客様を取られてしまっは負けてしまう。その時の一番の武器が『商品力』です。昔の戦国時代で例えると刀や弓や鉄砲に変わるものが『商品力』で、それから城に相当するのが『店舗力』、それから兵隊に相当するのが従業員の『サービス力』です。この3つの魅力をコンセプトという一つの串でさした状態が一番理想的な麺の専門店の姿では無いでしょうか。ですからこの『商品力』・『店舗力』・『サービス力』の3つの魅力が、コンセプトに沿っている状態が『麺専門店の本質』といえるのです。



うどん店の「ホール」というのは非常に高度なサービス産業でお客様の心をケアする部分です。そして「厨房」というのは高度な組立工場、科学です。“Just in Time”でオーダーを受けたものをいかに正確に早く作って提供するかが厨房部分です。したがって、麺専門店というのは製造小売業であります。一般的な粗利が、製造業：40～50%、卸業：10～15%、小売業：20%前後となります。したがってこれを全部足したら70%前後ですから、麺専門店は非常に粗利が高いビジネスです。つまり儲かりやすい事業といえます。但しお客様が来てくださればの話です。ですから麺専門店を成功させようとする、お客様に来て頂くことだけを考えれば成功します。

それから『麺の専門店はお客様を元気にする』ということです。例えば活気のある店が繁盛します。なぜ活気のある店が繁盛するかというと、活気のある店によってお客様が元気づけられるからだだと思います。葬式を行っているような暗いお店は繁盛しません。1つは活気が必要ということ。もう1つは麺の専門店だけでなく飲食店は食べ物を提供します。食べ物の本質というのは人間に活力を与え、命をつないで行くものです。

今年の2月、ヒューザーが耐震偽装で大問題を起しました。人間生活のうちに必要な「食」と「住」というのは人間の命に直結したビジネスです。ヒューザーの小嶋社長が「私は知らなかった」ということを言った訳ですが、人間の命に直結したビジネスでそれは通用しない話です。やはり食にたずさわる人たちは食の安全性とか体に良いものを十分理解した上でやって行かなければいけないと思います。要するに飲食店の本質というのは、提供する食べ物をもって、お客様を体の中から健康にし、またお店の活気でお客様を元気にするというのが麺の専門店を含む飲食店の使命でないかと思います。例えば、モスバーガーの使命は「活力再生産の場の提供」です。要するに、ただハンバーガーを売って儲けようと言うのが使命では無く、来店されたお客様を元気にしてお帰り頂くというのが、モスバーガーの使命なのです。従って、提供する料理も美味しいのは当たり前で、それから健康にいい食材を使っていますし、また心地よい雰囲気でも温かいサービスをします。こういったことが麺の専門店の使命と繋がってくるのではなかろうかと思います。

そして、麺の専門店は『常に進化』しなければならない存在だと言うことです。人間の歴史とは進化の歴史ですが、地球上で一番弱かった生物の人間がどんどん進化して強かった恐竜が滅んでしまったという歴史上の事実があります。麺専門店も進化しなければ当然生き残れないのです。

麺の専門店で提供しているのはどんぶり一杯のうどん、せいぜい何百円とか数千円くらいまでの料理です。しかし、お客様のお店に伺って、その店のうどん一杯の料理を見れば、店の御主人・オーナー・店主の方の生き様、考え方、レベルすべてがそのうどん一杯に現れて見えてくるのです。何百円の料理ではありますが、どんぶり一杯の芸術作品として一人ひとりのお客様と真剣勝負することです。例えば私どものお店「亀城庵」でも1日に200人から300人のお客様が来られます。ですから「亀城庵」にとって200人のうちの一人という風に考えてしまうと、それなりのサービスになってしまいます。そうではなく今日そのお客様にとってはたった1度の昼の食事になりますから、そういった一人ひとりのお客様といかに真剣勝負して行くかが今後も、非常に重要な課題だと思います。これらが私から見る麺の専門店の姿でないかと思います。

[F]. うどんそば店の未来系

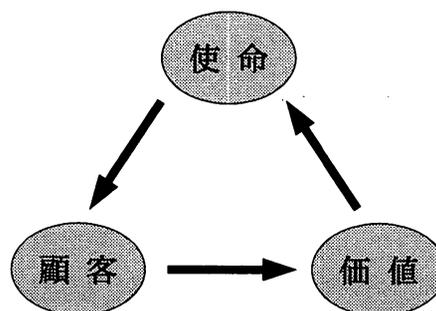
『うどんそば店の未来系』としてはどういった形が今後 将来的に生き残り、勝ち残っていけるうどんそば店になるかをお話します。

一番重要な1つが、『明確な使命に基づく経営』です。まず使命やお客様を明確にすること。例えば、使命が明確になってくるとお客様も明確になってきます。私はよく実際に店舗をやっている方に「あなたのお店のお客様は一体誰ですか」ということをお聞きしますが、「老若男女すべてお客様」だと答える方が多いです。多くの方が考えがちですが、実際はありえない話で、若い方にも合う店とか或いは、お年寄りにも合う店だとかを一度に作ってしまうとファミレスみた

いになって誰にも焦点を置いていないという店になりがちです。分かりやすく例えると女子大学と男子大学があるとします。女子大学の前で出店するお店と、男子大学の前で出店するお店は当然やり方を変えないとうまく行きません。男子大学の前で出店する場合は量目が非常に大事な要素になります。ところが女子大学の前で出店するお店は量目よりもむしろ、健康志向だとか見た目のきれいさだとかが、非常に重要になってきます。従って、狙うお客様によって重要視するものが変わってきます。

先程申し上げたモスバーガーは売り上げが年商で1千億円ほどで、ハンバーガーで一番大きなマクドナルドは4千億ほど売り上げております。注意して見ておきますと気がつくのですが、モスバーガーに行くお客様とマクドナルドに行くお客様とでは基本的に違います。モスバーガーの使命は「活力再生産の場の提供」ですから、原材料にも美味しさにもこだわり、温かいサービスだとか心地よい雰囲気を提供していますから、当然マクドナルドと比べても値段が高くなります。しかしその価値を理解する人がモスバーガーへ行くのですから使命を明確にすることが重要です。同じように麺の専門店の場合でも、店を運営して行く上で、使命を明確にすることによって、当然その価値を理解するお客様しか来ない、呼べないという風になって来ます。使命を明確にすることで、お客様が明確になって来ます。そこで提供する価値も明確になって来ます。『使命』『顧客』『価値』この3つが『コンセプト』という言葉になります。

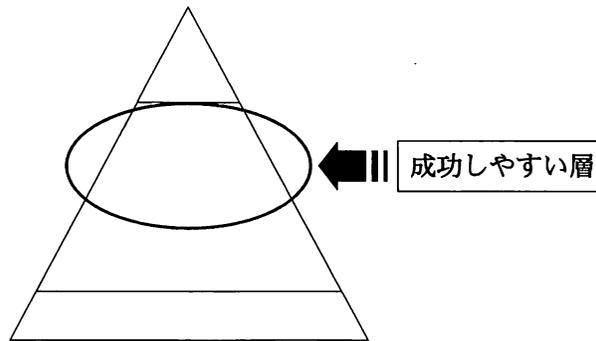
『コンセプト』を明確にすることによって店のお客様、方向性も明確になってきます。そうするとそこで働いている人達も当店の使命はこうだからやらなければいけないという意志を持つことができます。要するに、単にうどんを売って儲けるだけではないということ、そういったコンセプトでお客様を元気にしてお帰り頂くことが当店の使命だということを明確に打ち出すことが大切です。そうすれば、良い人材が中々来ない時代でも、人材として活用できないような方でも、こういった使命を明確に打ち出したことで一緒に頑張りたいという人を作ることが出来るようになってきます。要するに普通の店のままであれば人材として力を発揮できなかった人も明確なコンセプトにより強力な人材に育て上げることが出来るということになって来ます。これからの飲食店というのは、「人材教育・人材育成の場が外食産業、麺の専門店だ」という風になってこない、中々成功しないのではないかと考えます。したがって、使命・価値観の共有が出来ることがお客様、従業員となってきます。



次に、『より専門特化』プロ意識、プロのレベル、専門特化する事によりこういったことが可能になります。

最後に、『成功方程式に則ったビジネスモデルを構築する』ということが非常に重要です。例えば一つの事例として、顧客層のピラミッドがあったとします。その一番上の頂点のお客様と、一番下の多層のお客様をねらうお店だとしたら、これは非常にコストのかかるお店です。分かりやすく例えればアメリカのウォールマートが一番下の多層のお客様をねらって大成功しました。ウォールマートの店は非常に大きいですが、そういった店を作らないと一番下の多層のお客様は

狙えない。一番上の頂点のお客様と、一番下の多層のお客様をねらうお店は非常に投資が大きくなりコストがかかります。小資本であり資本をかけないで成功しようとするアッパーミドル層を狙った方が非常に成功しやすいのではないかと私の体験の中で感じております。



丁度、時間になったようですので私の方の話を終えさせていただきます。
ご清聴どうもありがとうございました。

麺と文人・その2

橋本可奈・藤堂聡美・浅田加奈子・酒井詩織
森 貞 俊 二 (松山東雲短期大学)

今回、文人達の作品の中から「うどん」「そば」「ラーメン」など、麺の使用頻度調査の結果を発表する予定であったが、時間不足のために、急遽、昨年第3回の全国大会で発表できなかった、「うどん派」に変更させていただいたことをお許し願いたい。

まず、うどん派文人であるが、うどん派文人にも、根っからのうどん派と、もともとは蕎麦など他の麺好きだったのが、うどん好きになった転向派に分類できると思う。その転向派の代表として、このうどん学会の理事でもあり、今、テレビで毎日のように活躍している、勝谷誠彦からみていくことにする。

勝谷誠彦は、1960年、関西は兵庫県生まれである。彼は「いつか旅する人へ」の中で「蕎麦通殺しうどん地獄」「うどんをバカにしていた。なめていた。それが、私のこれまでの麺人生だった。蕎麦には、哲学がある。語るべき何ものかがある」と書いているように、もともとは蕎麦好きだったことがうかがえる。

うどん学会の理事をされている関係か、あるいは、お世辞かも知れないが、「麺哲学だけでなく、人生哲学まで、私はあやうく揺らぎそうになったのであった。おそるべし！讃岐うどん」と言っているように、蕎麦から饅頭への転校生の代表として考えていいのではなかろうか。

頻度調査の結果であるが、「いつか旅するひとへ」の作品の中では、うどんは40箇所、そばは28箇所登場している。その他の作品にも饅頭や蕎麦に触れている箇所は多くあったが、全てに目を通していないのでここでは割愛する。

続いて、根っからのうどん派であるが、これには田山花袋、壺井栄、林芙美子、正岡子規、芦原すなお、敷村良子など多くの文人が浮かんでくる。

田山花袋は、栃木県邑楽郡生まれ。本名を録弥といい、大食いで、生まれ故郷、群馬県館林の名産品であるうどんを好んだと言われている。彼の小説にはうどん屋が「大衆食堂」のように登場しているが、この群馬・栃木にかけては、香川の讃岐同様、むかしから有数の小麦粉の産地、うどん地帯となっている。「ピール一本傾けて、饅頭の盛りを三杯食った」と書かれているように、かなりの饅頭好きだったことが分かる。

田山花袋は、うどんも自分で打っていたようで、そのことが嵐山光三郎の「文人暴食」の中で「うどんは自分で打たなければ気がすまず、そのくせ不器用だからうまくゆかなくてぼつぼつと切れて、まずいうどんをつきあわされる家族は閉口した」と書かれている。頻度調査の結果では、「田舎教師」の中にはうどんが10箇所、そばが12箇所、「朝」の作品の中にはうどんが1箇所、そばが0箇所、「ネギ一束」の中にはうどん・そばともに0箇所であった。

次に、香川の讃岐とも関わりがあった、林芙美子と饅頭との関わりについて取り上げたい。林芙美子は、山口県門司市生まれ。尾道市で少女時代を過ごし、尾道高等女学校を卒業後、多くの

職を転々としながら詩を書き始める。自伝的小説「放浪記」が、ベストセラーになり、1951年に47歳で急逝するまで、第一線の女流作家としての活躍を続け、女流文学賞を受賞した「晩菊」など多くの作品を残している。

彼女の代表作品である放浪記は、現在、森光子が、主人公林美美子を演じ、上演1800回、でんぐり返しも同じ数だけこなしたことが話題になっている。「清貧の書」の中で、

「赤飯に支那蕎麦、大福餅にうどん、そんな拾銭で食べれそうなものを楽しみに空想して、私は、二枚の拾銭白銅をチリンと耳もとで鳴らしてみた。」

とあるように、彼女にとってはうどんもご馳走だった。「黄色いちゃんぼん鯉鮎の一杯を親子で分けあった長い生活、」とあるように、生活は決して裕福なものではなく、鯉鮎そのものが、裸電球やせんべい布団などの貧乏三点セットの代名詞のような使われ方をしている。さらにこの貧乏描写にうどんを添えた文章が、「魚介」の中で次のように記述されている。

「私は、一人立ちしていても貧乏だし、お夏さんは親のすねかじりで勿論お小遣いもそんなにないので、二人は財布を見せあいながら、狐うどんを食べた」

「酒は呑みだし金はなしで、敷布団を一枚屑屋に一円五十銭で売って焼酎を買うなり。……お米が足りなかったので鯉鮎の玉を買ってみんなで食べた。」

次は、私の住んでいる松山生まれの俳人、正岡子規であるが、彼はわずか35歳という若さで亡くなっている。子規の書いた「仰臥漫録」は、食べ物日記のようなもので、子規がなくなるまで、どのようなものを食べていたのかがよく分かる。

「明治35年3月10日 月曜日 晴

晩飯 小田巻（鯉鮎） さしみの残り ……」

この日記から分かることは、とにかく子規はさしみが好きだったこと、うどんの中でも小田巻鯉鮎が好きだったということである。

わずか二日後の3月12日に、「小田巻き蒸し鯉鮎」を注文しているが、その注文していた「小田巻き蒸し鯉鮎」が届いていないと、子規は愚痴をこぼしたりしている。

カリエスで寝込んだままの子規にとっては、喉越しのいいうどんが食べたかったのかもしれない。『子規全集』の第一巻月報9の学生時代の父と子規の中には、「非常に健啖な男で、鍋焼鯉鮎を十杯食うとか十二杯食うとかは度々聞く処で」とあるように、病弱の子規ではあったが、痩せの大食いで、食には人一倍の執着心があったように思える。

うどん、そば、その他の麺類についての頻度調査の結果では、

【墨汁一滴】がうどん1箇所。ソバ0箇所。

【仰臥漫録】はうどん2箇所、ソバ1箇所、そうめん2箇所。

【叙事文】ではうどん5箇所、ソバ0箇所となっていたが、他の作品には当たっていないので、お許しいただきたい。

次に取り上げる加藤有二であるが、彼は、東京都小平市出身の歴史学博士。1988年に武蔵野手打ちうどん保存普及会を結成し、以来会長を務めていた。それと同時に、国学院大学名誉教授でもあり、また、博物館学の第一人者でもあった。彼は『うどん打ち』を生涯のテーマとし、地元小平市を中心に手打ちうどん講習会を開いたりしている。

周囲の者達は『うどん博士』と呼んでいたようであるが、その所以は、うどんの歴史研究を学

問的に追求したり、全国各地のうどんの文化を紹介したりと、うどんに関する大きな功績を世に残したためだと思われる。彼が執筆した『男のうどん学』は、1988年徳間書店から発行されたものである。また、彼が亡くなる、わずかひと月前の2003年10月20日に、リオン社から発行された『わが家はうどん主義!』と、既述の『男のうどん学』両書ともうどんに対する愛情があちこちに記述されているのが感じとれる。

自宅に『有山庵』といううどん小屋まで建て、自らうどんを手打ちし、近所の方たちを招いて振舞っていたりするなど、類を見ないほどのうどん好きだったようで、彼が生涯をうどんに捧げ、亡くなるまでうどんを愛していた様子が汲み取れる。

次は芦原すなおであるが、彼は、土器川沿いのおいしい鯉鮓屋に恵まれた讃岐鯉鮓のメッカ、香川県は観音寺出身の作家である。早稲田大学大学院博士課程を中退後、映画化もされた『青春デンドケデケデケ』で第105回直木賞を受賞している。

『讃岐うどんなら、日に三度、毎日食っても飽きない。』

この作品の主人公というのは実はこれを書いた芦原氏自身がモデルとなっているが、その彼が「青ネギしか具はないというのにそれでもおいしい」と言って食べているのである。不味くて高いどころかの鯉鮓ではなく、一杯70円から100円の「素うどん」や「かけうどん」でも、安くて美味しいうどん屋さんが讃岐にはたくさんある。

『「ほうか、来たか、ずー」と、富士男はうどんをすすり込みながら気のなさそうな返事をした。』
『ぼくもうどんをすすりながら尋ねた。』

会話をしているにもかかわらず両者とも、うどんを食べることに集中しており、あまり会話の内容には興味がないかのように感じられる。

それは「気のなさそうな返事をした」と書かれていることから推測できる。

ただ単に、話の内容に興味がなかっただけだとも取れるが、『ぼくは叫んでうどんの汁を全部飲み干した』と書かれているように、それはうどん自体が美味しかったことも、この人自身がうどん好きだったことも同時に表現されているように思える。『やかましゃい!』と感情を露わにしながらも、汁を最後まで飲み干しているのだ。

これは主人公と母親とのやりとりであるが、

『「ごはんは?」「海でうどんでも食べる」「気いつけての!』

このように何かと彼が食べる食事には『うどん』が登場するが、彼にとって『うどん』は『お米』に変わる主食のようなものだったのであろう。

芦原すなお作品の頻度調査の結果は、

『青春デンドケデケデケ』はうどん、27箇所、ソバ、2箇所であった。『嫁洗い池』ではうどんが2箇所、そばが0箇所。『ミミズクとオリーブ』ではうどんが9箇所、そばが0箇所、ソーメンが4箇所、ラーメンが1箇所というような結果であった。ただ、彼の作品には一貫して、鯉鮓を好意的に取り扱っていることがうかがえる。そのことは、東海林さだおの、著書の解説の中で、芦原すなお自身が『私は香川の出身で、うどんが大好きだ』と書いていることから読み取れるのではなからうか。

最後に、私の住んでいる松山とも大いにかかわりのある敷村良子を取り上げたい。彼女は1961年に愛媛県松山市で生まれ、松山東高等学校を卒業後、専門学校を経てコピーライターになっている。彼女は高校時代にボート部に所属していたが、その経験をいかして執筆したのが「が

んばっていきましょい」である。映画化に始まり、去年ドラマでも放送されたので記憶に新しいところであるが、その中には、何度もうどんが登場している。

「誰が決めたわけでもないけど、昼はいつもうどんに決まっていた」

うどんはこの主人公だけでなく、まわりの人にとっても身近な食べ物であり、昼にすぐ食べて出かけたり、うどん屋さんでうどんか焼きそばを食べた後、市内に戻ってきて更にうどんを食べたり、一日に二度もうどんを食べているなど、血気さかんな生徒にとって手頃な食べ物だったのであろう。

主人公である悦子が『近所のうどん屋でアルバイトをした』との記述も、本来、アルバイト先を決める際には、自分が経験してよく知っている仕事を優先的に考えるので、最終的にアルバイト先に『うどん屋』を選んだのも、うどんのことをよく知っていたたからではないだろうか。

この敷村良子作品の『がんばっていきましょい』の頻度調査では、うどんが6箇所、そばが0箇所であったが、他の作品については時間の関係で調査できなかったことをお詫びする。

以上、取り留めのない研究発表でお耳を汚しましたこと、平にお許し下さいますように。

わが国における小麦生産と うどん消費の関連性について

小泉 隆文 (東京福祉保育専門学校)
数納 朗 (社団法人 日本農業法人協会)
石塚 哉史 (財団法人 日本こんにゃく協会)

1. はじめに

近年、わが国では食育や地産地消の観点から、国内産や地場産の食材を活用することがすすめられている。地産地消や食育を融合させた定義を持つ「スローフード」という言葉も市民権を得るようになってきた¹。このような地産地消は地域農業振興の一環として全国各地で取り組まれている²。

また一方では、2000年に入り、いわゆる「うどんブーム」が到来した。今でこそ当初の勢いはないものの、むしろ依然として継続している感がある。

以上のような現状をふまえ、本稿では「うどんブーム」によって、国内の小麦生産に影響が及んだかどうかという点について、統計分析によって実態を把握してみたい。

調査対象地域としては、日本3大うどんの産地を取り扱う。すなわち、「稲庭うどん」の秋田県、「水沢うどん」の群馬県、「讃岐うどん」の香川県である。これらの調査対象地域において名物うどん発祥の背景を概観した上で小麦生産について分析する。さらに、小麦生産以外に「うどんブーム」を後押ししている要因についても触れながら考察を行うこととする。

2. うどんブームの検証

先述したように、「うどんブーム」は2000年に入ってから到来した。それが顕著に現れたことの一つに、讃岐うどん店の東京進出があげられる。讃岐うどん店の東京進出は2002年頃から始まり、東京から首都圏、さらには地方都市へと、その進出規模は拡大していった。その後、新たな出店がなされる一方で、場所によっては退店を余儀なくされる場合もあったようだが、結果としては、これらのうどん店は定着しており、「うどんブーム」は現在も継続しているといえよう。いまだに、お昼時の讃岐うどん店では長蛇の列がみられるが、その要因の1つとしては「手軽で、早く、低価格」ということがあげられるだろう。

うどん・そばの消費を扱った研究成果があるが、この中で、『本格的なうどんブームがこれか

¹ 一般的に、スローフードの定義は、①消えてゆく恐れのある伝統的な食材や料理、質の良い食品、酒を守る、②質の良い素材を提供する小生産者を守る、③子どもたちを含め、消費者に味の教育を進める、とされる。

² うどんの地産地消については関東農政局のホームページで「村うどんあきる野三里」、「さがみ地粉うどん」が紹介されている。以下のURLを参照されたい。

<http://www.kanto.maff.go.jp/chiiki/genchi/gj0405/04052105.html>

<http://www.kanto.maff.go.jp/chiiki/genchi/gj0511/05110720.htm>

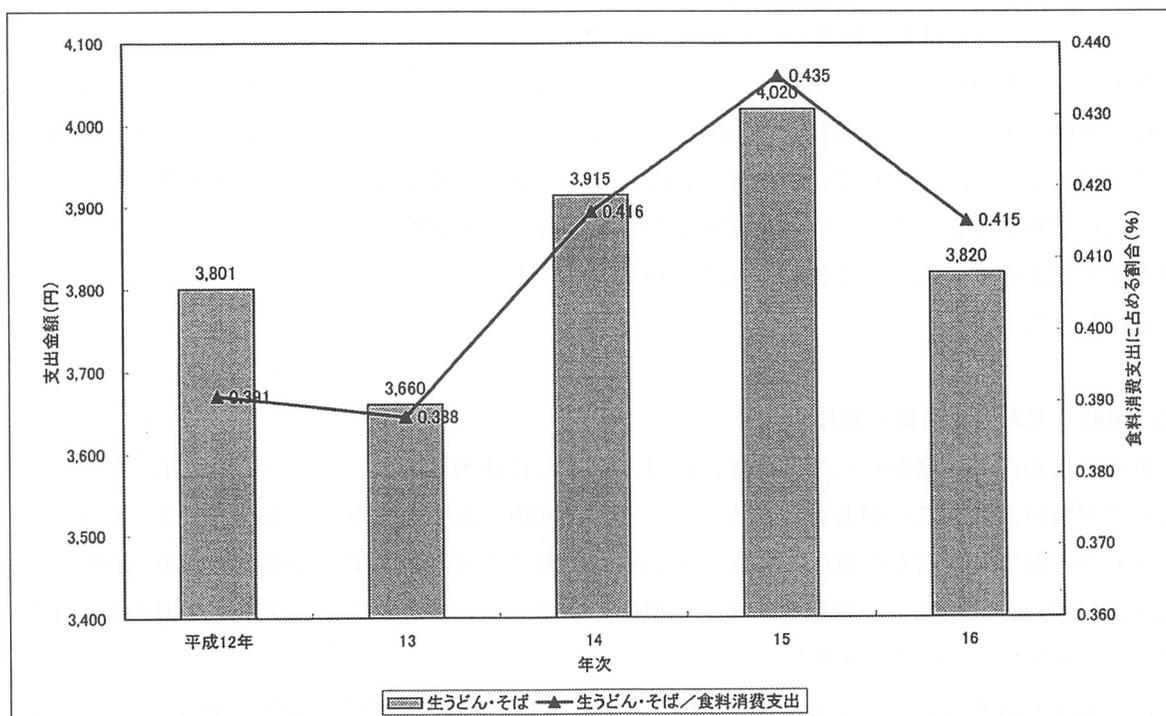
ら到来することも期待できよう』と展望が述べられている³。このことをふまえ「うどんブーム」の到来について改めて検討してみよう。

図1には生うどん・そばの消費支出金額等の推移を示した。うどんとそばの区分は統計上されていないが、この指標で援用することとする。

生うどん・そばの消費支出金額をみると平成12年3,801円から15年4,020円まで増加傾向である。しかし平成16年は3,820円と若干減少している。また、食料消費支出に占める生うどん・そばの消費支出金額の割合をみると平成12年0.391%から15年0.435%まで上昇していたが、その後16年では0.415%まで低下している。

このことから、平成12年から15年まではうどんブームが家庭にも浸透していたものの、その後16年からは若干下火になりつつあると認識して良いであろう。

図1 生うどん・そばの消費支出金額等の推移



資料：農水省『家計調査報告年報』各年版より作成。

3. 日本3大うどん産地における名物うどん発祥の背景

(1) 稲庭うどん（秋田県）発祥の背景

稲庭うどんはがいつ頃発祥したのかは不明であるが、17世紀の文書には出展されており、その歴史は大変長い。もともと稲庭吉左衛門商店、佐藤養助商店の2店だけで作られていた。さらにその昔は稲庭商店だけで作られていたのだが、もし稲庭商店に事故が起こった時に、稲庭うどん作りの技術が途絶えてしまい、伝統技術を継承するものがないということで、特別に佐藤商店に伝授したのであった。確かに、10kgの小麦粉から完全な製品は1/3しかできないといわれており、当時技術の伝承は大変困難だったと思われる。

³ 文献[6]参照。

昭和初期の農業状況をみると、秋田県は特に小麦生産が盛んだったというわけではない。県内で特徴的な作物といえば米や大豆であり、小麦と大豆との輪作が行われていたに過ぎない。しかしながら当時の稲川町（現在は湯沢市の一部）では、昔から良質の小麦が生産されており、佐竹藩主はこの麦でうどんを作らせ、それが稲庭うどんの発祥と伝えられている⁴。

(2) 水沢うどん（群馬県）発祥の背景

水沢うどんは、群馬県榛名山麓にある水沢観音への参詣客にうどんを提供したのが最初といわれている。その後は夏場の伊香保温泉への避暑の滞在客や、節分の時期の観音参詣客を相手にするといった夏・冬だけの商売であった。その理由は、地元にはもともと「おきりこみうどん」という手打ちの煮込みうどんが普及しており、うどんが特に珍しい食べ物ではなかったからである⁵。最初は田丸屋、清水屋の2軒だけで開業されていたが、その後、水沢うどんを提供する店が増えたために、水沢うどん組合が結成されたという経緯がある。なお、このあたりの土地は「水沢」というものの、水には大変苦労した土地柄であった。

群馬県は日照時間が全国でも有数の長さであり、湿度が低いため、小麦の栽培に適した地域である。昭和9年では、小麦は31,578ha作付されている。したがって、小麦を用いた粉ものの種類はうどん、すいとん、だんご、おやき、ふかしまんじゅう、ゆでまんじゅうなど多岐にわたる。うどんは日常食であるが、「うどんぶるまい」といって、来客があった時のごちそうとしても赤飯とともにふるまわれた。このようなことから、このあたりでは、うどんは幅広く普及していたと思われる⁶。

(3) 讃岐うどん（香川県）発祥の背景

讃岐うどんの知名度が高くなった理由には、うどん自体がおいしいということに加えて、うどん好きが多いということがあげられる。「うどんは別腹」という言葉もあるほどである。また、日常の食習慣でもうどんを食べることが多いのも特徴である。例えば、田植えはじめの祝いである「さいけ」、「半夏」、田植えがすんだ祝いである「さのぼり」等、農耕儀礼や慶弔の行事などでは必ずうどんを食べる習慣があった。

香川県は年間降水量が少ないために水量が乏しく、干害がおこりやすい地域である。したがって、農業用水は古くからため池に依存してきた。現在でも15,000以上のため池が県内に存在している。このような条件の下で、稲作を中心に小麦、野菜など集約的な農業が行われてきた。小麦に着目すると、排水に適したカコウ岩系の地質や温暖な気候が小麦生産に適していた。水田の裏作としての小麦栽培にも農家は栽培意欲が強かった。昭和9年には17,513haで小麦が作付されており、反収は1.9石（=1,900合）である。収量は高水準であったようである。

このような背景があったために、うどん食が広く普及したと考えられる。

⁴ 文献 [1] [3] 参照。

⁵ 「おきりこみうどん」ともいい、打ったうどんを太めに切り、ゆであげずにたっぷり水が煮立ったところへ野菜とともにそのまま煮込むうどんのこと。

⁶ 文献 [1] [4] 参照。

4. 日本3大うどん産地における小麦生産の動向

(1) 稲庭うどん（秋田県）発祥地における小麦の生産動向

日本3大うどん産地における小麦生産の動向についてみてみよう。表1には小麦の作付面積と収穫量を示した。近年の傾向をみるため、平成12年以降は毎年の数値を示した。

表1で秋田県をみると、作付面積は昭和60年2,030haが突出しているものの、ほかの年次はすべてケタが違うほど少ない。推移をみると、平成12年から15年にかけては増加傾向にあることがわかる。

収穫量をみると、昭和60年は作付面積と連動しており4,500tと突出しているものの、他の年次はバラつきがある。平成12年以降をみると12年246tから15年1,120tまで増加しているが、その後16年は減少して710tとなっている。

このように、秋田県では「うどんブーム」到来の時期には小麦の作付面積、収量ともに増加傾向であることが明らかとなった。

表1 小麦の作付面積と収穫量の推移

(単位：ha；t)

		昭和60年	平成2年	7年	12年	13年	14年	15年	16年
全国	作付面積	234,000	260,400	151,300	183,000	196,900	206,900	212,200	212,600
	収穫量	874,200	951,500	443,600	688,200	699,900	829,000	855,900	860,300
秋田県	作付面積	2,030	519	139	104	229	319	393	315
	収穫量	4,500	1,320	259	246	451	874	1,120	710
群馬県	作付面積	13,200	11,900	9,020	7,950	8,070	8,130	8,190	7,950
	収穫量	55,200	50,900	41,700	35,300	34,100	38,000	38,300	26,900
香川県	作付面積	3,210	3,160	971	602	631	775	1,100	1,100
	収穫量	13,300	11,700	4,210	2,520	1,970	3,340	4,690	3,360

資料：農水省『作物統計』各年版より作成。

(2) 水沢うどん（群馬県）発祥地における小麦の生産動向

表1で群馬県をみると、作付面積は昭和60年13,200haから減少傾向にある。平成12年以降の近年の推移をみると、平成12年7,950haから15年8,190haと変化しており、増加傾向である。

収穫量をみると、昭和60年は55,200tであったものが16年には26,900tとなっており、収穫量は半数以下にまで落ちている。平成12年以降をみると12年35,300tから15年38,300tまで増加しているが、その後16年は減少して26,900tとなっている。

⁷ 文献 [1] [5] 参照。

このように、群馬県においても近年では小麦の作付面積、収量ともに増加傾向であることが明らかとなった。

(3) 讃岐うどん（香川県）発祥地における小麦の生産動向

表1によって香川県における小麦の作付面積と収穫量をみてみよう。作付面積をみると昭和60年に3,210haだったものが平成16年には1,100haと約1/3にまで減少していることがわかる。平成12年以降をみると、12年602haから15年、16年の1,100haまで増加し続けている。

収穫量をみると、昭和60年に13,300tだったものが平成16年には3,360tと約1/4にまで減少している。平成12年以降は、12年2,520tから翌年13年1,970tまで落ち込んだものの、その後は15年4,690tまで増加している。しかし、平成16年では減少している。

このように、香川県においては、平成12年以降は落ち込んだ年があるものの、小麦の作付面積、収量ともに増加傾向であったことが明らかとなった。

5. 小麦生産拡大以外の影響

(1) 外国産めん類の輸入数量

小麦生産の拡大以外に、「うどんブーム」を後押しした要因について検討する。表2にはうどん・素麺・そばの国別輸入数量の推移を示した。なお、統計の性質上、うどん・素麺・そばの内訳は示されていない。

表2をみると、輸入数量が多い国はオーストラリア、中国、韓国の順であることがわかる。その他に含まれる国はベトナムや台湾である。

各国別にみると、オーストラリアは平成13年1,722tから16年1,069tまで輸入数量は減少している。中国は平成13年548tから16年418tまで、韓国は平成13年455tから16年34tまで、いずれも減少している。

このようなことから、「うどんブーム」における消費拡大を支えたのは、外国産めん類ではないといえよう。

表2 うどん・素麺・そばの国別輸入数量の推移

(単位：t)

	平成13年	14	15	16
オーストラリア	1,722	1,996	1,799	1,069
中国	548	254	381	418
韓国	455	402	42	34
その他	5	1	-	-
合計	2,731	2,652	2,222	1,521

資料：財務省『貿易統計』各年版より作成。

(2) 冷凍食品の生産量の増加

うどんの消費量の増加を検討する際には、小麦からうどんを作ることだけでなく、冷凍食品、とりわけ冷凍めん類についても触れておく必要がある。したがって本節では冷凍めん類についてみてみよう。

図2には冷凍めん類（うどん）の生産数量の推移を示した。ここではうどんの中でも生めんとゆでめんの2つを取り上げた。

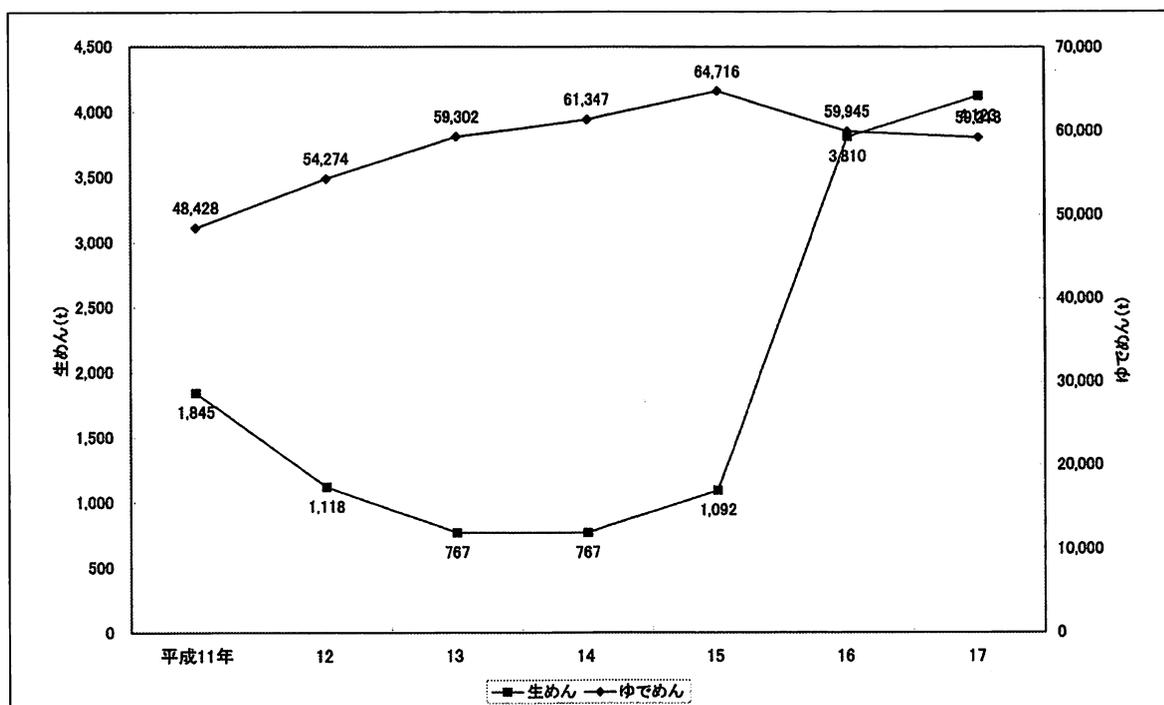
図2をみると、生めんとゆでめんでは、ゆでめんの生産量が生めんに比べ、圧倒的に多いことがわかる。いくら冷凍といえども、生めんは日持ちがしないからであると考えられる。

生めんの生産数量の推移をみると、平成11年1,845tから13年、14年767tまで減少していたが、その翌年の15年では1,092tまで増加している。

一方、ゆでめんの生産数量は、平成11年48,428tから15年64,716tまで増加し続けていたが、16年では59,213tと若干減少している。

このように生めんとゆでめんの生産数量の推移は異なった動きをしているが、平成16年の生めん生産数量の急激な伸びが興味深い。この年にはゆでめん生産数量が減少していることから、消費の志向がゆでめんから生めんへと転換したということが、要因の1つとして考えられよう。

図2 冷凍めん類（うどん）の生産数量の推移



資料：農水省『米麦加工品関連指標』より作成

6. おわりに

これまでの分析から次の点が明らかとなった。①今回の分析対象地域に限ってみると、秋田県の「稲庭うどん」を除いた群馬県の「水沢うどん」と香川県の「讃岐うどん」は、小麦の生産がさかんに行われていた地域であるという背景があったために、名物うどんが誕生したという点、②「うどんブーム」が到来したと思われる平成12年以降は秋田県、群馬県、香川県においては、

小麦の生産量は増加傾向にあった点、③めん類の輸入数量は減少しているが、冷凍めんの生産数量は増加しているという点、である。

国内産の小麦収穫量が増加しているということは、数量だけみるとうどん原料の供給が潤沢となっているといえる。このことは「うどんブーム」を支えた要因の1つになっていると考えられる。また、地産地消でうどんを生産する条件も整っているといえる。しかしながら、一方で冷凍うどんの生産量も増加傾向にあったことを考えると、冷凍めんも「うどんブーム」を支えた要因の1つであるといえる。

今後は国内産小麦から製造したうどんと、冷凍めんの価格分析などが必要と思われるが、この点については他日を期したい。

参考文献

- [1] 長井恒『うどん通』、東京書房社、1986年。
- [2] 石毛直道『文化麺類学ことはじめ』、フーディアムコミュニケーション、1991年。
- [3] 「日本の食生活全集秋田」編集委員会編『日本の食生活全集5 聞き書 秋田の食事』、農山漁村文化協会、1986年。
- [4] 「日本の食生活全集群馬」編集委員会編『日本の食生活全集10 聞き書 群馬の食事』、農山漁村文化協会、1990年。
- [5] 「日本の食生活全集香川」編集委員会編『日本の食生活全集37 聞き書 香川の食事』、農山漁村文化協会、1990年。
- [6] 小泉隆文・石塚哉史・教納朗『最近のわが国におけるうどん・そばの消費動向の実態』日本うどん学会『日本うどん学会誌—うどん道—』、2005年。

食文化からみた讃岐うどん

樋口 明夫
(松山東雲女子大学)

はじめに

現在に伝わる食べ物のことを考えるとき、その伝来と食文化という2つの面があると思われる。食文化とはその伝来した食べ物をその地域で育てはぐくんできたという面である。

前者はこの食べ物はどこそこの国から伝わったとか、だれそれという方がもって帰られたとか言われるものである。一方、後者はその伝来の食べ物に工夫をこらし、現在の食べ物にしたという一面である。たとえば、日本で食べる中華料理であるが、本場中国の中華料理と違うと言われる。それは、日本で食べることを、つまり日本の気候・風土・日本人の嗜好などを考え、そうした味にしているのであって、決して料理法の未熟を意味しているわけではない。

本稿はこうした食材に工夫をこらし美味しく頂くといった食文化の視点を通して、讃岐うどんについて考察したい。

1. 讃岐平野の米作と麦作

讃岐平野は雨が少なく、麦作には乾燥適地で全国でも一番収量が多いとされる。米作に関して、雨量の不足に備え溜め池をつくり、讃岐米として銘柄を確立し、良質で収量も多いとされてきた。ただ、各戸の耕作面積は少なく、5反(50アール)くらいとされ、そこでできた米は貴重な収入源としてとっておく必要があった。

こうした中、人々は小麦に目をつけ、美味しく頂くことを考えついたものと考えられる。このことは、讃岐平野の雨量の不足を補うべく、溜め池を多量につくったことと併せ、もともと讃岐の人々の文化の高さを思わせるところである。

2. 食文化

食文化とは食材に文化を加え、美味しく頂くといった文化である。実際に筆者がフランス系カナダ人から聞いたケーキと羊羹の話がある。

そのカナダ人によると、実際食べてみてケーキより羊羹の方が甘いと言う。それは、昔の日本には糖度の高い砂糖はなかったので、昔の日本人は、ケーキ並のより高い甘味を出すために粘り・粘度をつけ舌に押しつけた。糖度が同じの砂糖が入手できる現在になれば、羊羹の方が甘く感じるのであるということである。ここに昔の日本人の食文化の高さを見た経験がある。科学的に厳密を期せば、昔の日本の砂糖精製の原料・純度や羊羹に含まれる砂糖のパーセントなど調べよう

もないが、一応の説得力をもつ話である。

食材が良いことが美味しく頂くといったことに、大きな要素であることはわかりきっている。たとえば、現代で言えば、主食としては、麦、粟、稗、黍などに比して、こしひかりが美味しいことを知らないものはいない。しかし、その食材がないか少ない場合、どうするのかといった問題がある。

讃岐米は貴重な収入源であり、残しておきたい。そうした場合に、食材の小麦に目をつけ美味しくして頂くことに幾多の工夫が見られるのが讃岐うどんである。

食文化としてどのようなものがあるか簡単に記してみると以下のごとくである。

- 1) 下ごしらえ（洗う、切る、剥く、あく抜き、除去、粉化など）
- 2) 加熱（煮る、焼く、蒸す、揚げる など）
- 3) 和える
- 4) 調味料
- 5) 粘り、コシ
- 6) 乾燥
- 7) ねかし（発酵・熟成）
- 8) 配色、取り合せ
- 9) 盛り付け、配膳 など

たとえば、1) 下ごしらえのうちの（粉化）を取上げて述べれば、石毛直道によると、以下のようにある。

コムギの場合は、粒食にするわけにはいかない。コメやオオムギとちがって、コムギの種子はかたく、吸水しづらいので煮たり、蒸して食べることはむりだ。種子の内部は、もろく、さくいので、精白のために圧力を加えるとモロモロにくだけてしまうため、粒食をするわけにはいかない。粉食にするほかない作物なのだ。石毛直道『麵の文化史』（講談社、2006年）104頁。

世界中で行われているコムギの粉化ということは一大食文化であることがわかる。こうして見ると、山里の食材を活かした蓬餅一つは、粉にしたり、焼いたり、蒸したり、混ぜたり、餡を入れたり、なんとかして美味しくして頂こうと工夫をこらしてきた山里の人々の食文化を感じ、本当に有り難くなってくる。

讃岐うどんであるが、上記の食文化の中の（1）～（9）のすべてを駆使しているとも言え、食文化の高さと深さを有していると言える。

3. 讃岐うどんの現状

讃岐うどんが食べ物として供される状況を簡単に記すと以下の通りである。

- 1) うどん打ちの技術
踏み付け、熟成、土三寒六など高い技術を有する。

2) うどんつゆ

昆布、いりこ、かつお・鯖節、味醂などを使ってコクのある、だし汁、つゆ汁、かけ汁をつくり出すことに成功している。

3) 味

コシが強く、粘りがある麺をつくり出している。

4) 種類

主なものを挙げるだけでも以下のようにあり、加えて、だし汁、つゆ汁、かけ汁、材料、薬味、トッピングなどを考えると、数え切れない種類となる。

(1) 素うどん

(2) つけうどん

(3) ゆでごみ

(4) ぶっかけ

(5) しっぽうどん

(6) けんちんうどん

(7) 打ち込みうどん

5) 提供場所

製麺所タイプ、セルフタイプ、食堂タイプと3種ある。加えて、至るところに多数あり、気安に安価に楽しめる。

6) 文化として根付く

讃岐の年間習俗に根付いている。法事、村祭り、離乳食、田休み、年越しの折りなどに供される。また、うどん踏みは子どもの仕事など文化として定着している。

7) 文化的完成度

外国産小麦を使ってもびくともしないだけの文化的完成度を有している。

4. 食文化の衰退傾向とその事例

食材に工夫をこらし美味しく頂くといい日本古来の食文化の衰退傾向が見られることは残念であり危険である。なぜならば、ないならばみずから工夫するというのではなく、他所から取ってくるという資源の分捕り合戦や領土の奪い合いにつながる危険性があるからである。

事例 (タイ米騒動)

1993年の米凶作の際に、タイから輸入した米を日本式の調理方法で食し、美味しくないといった不平不満を口にした事例である。タイ産の米を日本式の調理方法で食して美味しいはずがないこともわからなくなっている。日本古来の食文化を忘れた嘆かわしい事例と言える。いつでもどこでも何でも手に入る高度産業社会の生み出す文化の貧困を示す事例と言えるが、多種多様な食材に目が行かず、美味しいと言われるものだけを美味しいとして食べる単一化した工夫なき文化として、反省を要すると思われる。

原因としては、高度産業社会の常時の豊富多様な食材の提供とそれに伴う食文化の衰退が挙げられるが、みずから工夫しハンディを克服することをしないと文化全般にわたる衰退化現

象があるとすれば、危険である。

おわりに

—人間文化の再考・再生の象徴的事例としての讃岐うどん—

文化 (culture) の定義が揺れている。日本語の代表的大型辞典を少し参照してみる。『日本語大辞典』(講談社、1990年)によれば、その語義の最初に①《cultureの訳語》自然に働きかけて、人類の生活に役立たせる努力とある。ところが、そうした定義は『広辞林 第5版』(三省堂、1973年)や『広辞苑 第5版』(岩波書店、1998年)によると、語義の第3番目に下がっている。『大辞林 第2版』(三省堂、1995年)や『大辞泉』(小学館、1995年)に至っては、そうした定義に代わって、その努力・工夫の結果を文化と見ることになっている。もともと文化とは、努力・工夫の成果やその享受を意味するのではなく、人間の自然との闘い・格闘であったのではないかと思う。

食文化からみた讃岐うどんの本稿を終えるにあたり、ないものは工夫してそれに替わるものをつくり出すといった文化の本質に思いが至る。讃岐うどんはそれを主食において達成している。

現代に見られる多くの破壊・殺戮・流血を伴う資源の分捕り合いや領土の奪い合いもこうした文化の本質に思いが至るときには、止むのではないかという私の夢もある。世の中、世界中で争い、事件が絶えない今、一見、国は豊かになり、人は文化的になっているように見えるが、本当にそうなのであろうかという思いがする。もしかして文化の本質を見失い、文化に夢を託せないと悲観的になるのであれば、世界中のそう思う人に人間文化の再考・再生の象徴的事例としての讃岐うどんをぜひ味わって頂きたい。そうして夢をなくさないで欲しい。

参考文献

1. 石毛直道『麵の文化史』(講談社、2006年) 100-158頁。
2. 大久保裕弘『誰でもできる手打ちうどん』(農文協、2004年) 76-82頁
3. 大塚滋『食の文化史』(中央公論社、1975年) 79-84頁
4. 日本の食生活全集 香川編集委員会『聞き書 香川の食事』(農文協、1990年) 173頁、183頁
5. 岡田哲 編『日本の味探求事典』(東京堂出版、1996年) 43-49頁
6. 下田吉人『日本人の食生活史』(光生館、1998年)

空海とうどんの関連性についての一考察

田中俊男
(独立行政法人 雇用・能力
開発機構香川センター)

はじめに

日本うどん学会が発足して全国大会が4回目になりましたが、うどんの伝来について、空海説以外に博多説があるとの事で、それではと調査を行なってみました。私は中国・長安の青龍寺にて恵果和尚より灌頂を受けた空海（774～835）が大宰府に滞在していたことから九州福岡の土地は無視出来ないことと思っておりました。遣隋使、遣唐使など多くの人々が福岡から中国大陸に渡っております。それで調べてみれば見るほど福岡にはそれなりのものが次々とでてまいりましたが「うどん」との関連性はどこまであるのかはつきりしません。また、特に昔のことであるのでどのような道具を使って麦を粉体にしたかも調べてみました。私の専門は生産機械工学と情報処理ですが、大学工学部4年生の時自動制御工学研究室にて「粉体」制御の勉強をしていました。

麦は約2500年以前（縄文時代後期）より有った様で、「うどん」は奈良時代の遣唐使より伝えられたとの説があります。奈良時代は710年～794年までで、794年～1185年の約400年が平安時代となります。「索餅」といって734年よりの奈良正倉院文書に「麦繩」とあるのは「索餅」のことであるらしい。製法は小麦粉と塩が原料で手延べで作られていたそうです、また「餛飩」は貴族に食せられ、僧侶により一般庶民に広められたの事です。その他に「はくたく」というのもあったらしい。これらルーツとされる唐菓子（全部で18種類ほどある）の中で何種類かが次々と時代の影響を受け次第に「うどん」に変わってきたようです。室町時代に今の「うどん」として完成され江戸時代には完全に庶民生活に根づいてきました。空海の遣唐使は31歳ごろです。隋時代は589年から617年であり、唐時代は618年から907年です。遣隋使の派遣期間は（600～614）で第1回の遣隋使は倭国の主張が隋にとっては野蛮人のようであるとのことで中国のしきたりを教わってきたらしい。

聖徳太子が考えた608年の遣隋使の小野妹子一行は有名ですが、「うどん」には関係あるかないかまだ分かりません。遣隋使の派遣は3回ですが、遣唐使は618～907年の間19（18）回派遣されており（うち3回は途中で中止）、20年に1度、2～4隻の船で100～600人の規模であったらしい。遣唐使の調査だけでも大変な研究となります。有名な方は順に、1回目がみの目いぬ犬上御田がみのみたすき歟、7回目山上憶良やまのうえのおくらから始まり、最澄、空海、円仁、円珍などです。遣唐使廃止後国交は無くなりましたが商人の渡航が頻繁になってきたようです。鎌倉時代には臨濟宗、曹洞宗などの禅宗が盛んになり各有名宗派が揃います。

大陸では、麦を粉体にするための道具は「すりうす」「すりいし」が紀元前6000年以前中国

の古代遺跡より発見されている。また石臼は約3000年前、西アジアで発達し、シルクロード（絹の道）を経て中国大陸に伝わったとされている。他には約4000年前より麦、とうもろこし、米など穀物を挽くためにあった。目立ても良くできていたとのこと。別に約8000年前から石臼の活用が判明している説もあり、ヨーロッパでは約6000年前より使われていた。各説をまとめますとかなり古くからあったと言うことです。また「ロータリーカーン」と言って回転式石臼も紀元前1200年代にヨーロッパに在ったらしい。小麦栽培の始まりは紀元前8000年ころで、イラク（メソポタミア）、イラン、トルコ、ヨルダン、イスラエルあたりに近い山地で生まれたといわれている。そして、ユーフラテス川あたりから紀元前8000年あたりの石臼と石皿と麦の炭化種子が発見されている。そしてシルクロードを経て中国大陸にきたらしい。

日本の麺の歴史はかなり遅れて600年代に、遣唐使により中国からもたらされたものとの説があります。何回も出ますが「索餅」とか「餛飩」また「はくたく」が「うどん」のルーツらしい。（日本うどん学会第3回全国大会で、愛知学院大学の山野明男先生の説にて）。私も確認いたしました。しかし、遣唐使は16回派遣されており述べ人数にすれば少なくとも数千人は下らない数である。このルーツとされるものが、「切り麺」になったらしい。「そば」はやはり約2500年前（縄文時代晩期）に「そば」の実があって、佐賀県唐津市より昔の痕跡が見つかっています。根源は中国雲南省から伝わったとのことである。「そば」は「うどん」の製法により今のようになったらしい（1614）。それまでは焼きもちや雑炊、すいとんのような形で食されていた様である。「そば」には他に長野県・信州本山宿と山梨県・甲州天目山の2箇所が発祥の地としてあるらしいが聞き伝えの域であるとのこと。遣唐使は何千人もおり空海だけではない。空海は奈良時代から平安時代である。「うどん」は日本では最低1200年前よりの歴史がある食べ物であると私は考えています。その他、新聞の記事を見ても空海が伝えたと言われている記事が載っていますが、ちょうど善通寺の創建1200年の祭りが、四国讃岐で執り行われていたので、記事を読んでみました。その中で地元の新聞の記事には空海が伝えたと言われる「讃岐うどん」、とか業者による「讃岐うどん供養」などが総本山善通寺で執り行われました。遣唐使として大陸へ行った方であれば誰でも見てきているとか、知っている方は多いのではなかったかと推察いたします。

餛飩蕎麦はご当地福岡にて、謝国明が建てられました承天寺（じょうてんじ）（1242完成）に発祥の地としての石碑があり讃岐高松でも有名であります。鎌倉時代の聖一国師（しょういちこくし）（1202～1280）より「うどん」「そば」「ようかん」「饅頭」の製法と博多織（臨濟宗の戒壇院の住職から聞きました）が初めて日本に伝えられたとのこと。従いまして、大陸においては遣唐使の時代から宋の時代まで「うどん」等の食文化が進んでいたと思われれます。また日本におきましても唐菓子から次第に「うどん」の食文化が平行的に進んだと推察されます。最終的に年代の差もありませんが聖一国師の年代で製法が融合されたということになったと推察されます。

何年か前の新聞記事に、「うどん」が讃岐の奥に伝えられた所と言って写真入で場所が載っていました。唯、空海が遣唐使を2年で切り上げ、33歳で九州筑紫に帰着し（遣唐使は通常20年間）、観世音寺（かんぜおんじ）（746完成）に2年間ほど滞在しておられたようです。初めて建てたお寺が博多の東長寺（806完成）で、空海が建てたお寺では一番古いお寺です。

〔善通寺（813完成）は唐の都長安の青龍寺を模して建てられました。「教海」→「如空」

→「空海」が生誕されたところは御影堂のところですが、年代が合わないのは御影堂だけでなく、薬師堂（金堂）、釈迦堂、五重の塔など全部出来るのに時間が掛かったとされる。四国霊場開創は空海42歳の時（815）で、讃岐満濃池を修築したのは48歳の時である。『十住心論』をまとめられたのは57歳の時である]

「うどん」は四国讃岐では空海より始まるとの意識が圧倒的に多い。また、「うどん」を作る為の麦を挽くらしい石臼は奈良時代にありました。元は奈良時代の寺院を作る為の石臼であつたらしい。観世音寺には奈良時代の寺院を造る為に必要な朱とか金の鉱石の湿式粉碎の為の直径1メートル少しの回転式石臼がありました。『日本書紀』によれば610年ごろより作つたらしい。これを「碾磑」と言う。この石臼と同じものが中国にもあつたのこと。一つは敦煌文物博物館に展示、もう一つは洛陽の少林寺にあり（625）唐の代一皇帝より賜つたものらしい。古代における朱と金の製造は寺院の建設には必要不可欠である。とすれば、麦を挽く石臼はすぐに作れると考えます。これで「うどん」の元は空海の時代以前よりより作ることは可能であつたと言ふことが出来ます。「うどん」の元祖は奈良時代よりあつたかもしれません。しかし、四国讃岐では密教の信者とか他の「讃岐うどん」が好きな方達の思いですので空海説は動かし様がありません。なんとなれば遣唐使が伝えたとの説が強いとその中の一人である空海は大変な文化と業績を残されているからであります。それと四国讃岐では「うどん」を伝えた人物名が空海以外には出てこないのです。

お寺の法要で民家では必ず「うどん」を出します。また、讃岐では全域ではないが西讃では家を新築した時は隣近所の人を風呂に招待して「讃岐うどん」を接待いたします。これでその方は一生チュウブという病にはならないと近所のお年寄りに聞きました。我が家の分家が新築をして新しい風呂が出来ました時、私は招待を受けましたので新築の風呂に入って「讃岐うどん」を一杯頂きました。湯船につかって「うどん」を食べるなど非常に美味しい食べ方だと思ひました。実際、美味かったです。

1200～1400年前の中国大陸では空海が留学した青龍寺の周りは麦畑が多くあつたようです。「うどん」の源は中国大陸で、西洋にはやはりパンがあります。（ちなみに米は中国大陸から北九州に縄文時代から弥生時代の始めに伝わつたらしい）

空海は「うどん」の他に「お灸（医学）」と「散らし寿司」と土木技術も伝えたとされている。遣隋使、遣唐使の往来が多かつた九州福岡は無視できないところでもあります。九州には霊場としましては日本で一番古い「九州西国33観音霊場」（713）と近年結成された「九州88ヶ所」があります。九州八十八ヶ所の1番札所は初めて空海が建てた東長寺で、特に大宰府の観世音寺がある。（空海は長者にはお寺は造らさない主義であつた。今でも同じである。庶民を主体として瓦1枚でも板1枚でも庶民の寄進寄贈によって造りたいと、朝廷の援助を断り庶民から寄進を願っている）。調べているうちに前述しました「碾磑」（大きな回転式石臼で牛か馬で回転させていた）が出てきました。しかしこれはかなり精密にできていてまた刻まれた溝が麦を粉にするには向いてなく、先ほど記しましたごとく別の用途でした。この調査をされた先生方も麦を挽くものと期待されていようでした。しかし花こう岩で特に硬い石で石臼が出来ているのであれば、麦挽き用の石臼はあつたはずと思ひられます。「ロータリーカーン」がシルクロードを通過して中国、日本

に伝わって来たと思われます。「碾磑」は奈良の東大寺に唐臼からうすとって、南大門の西門にありました。よって西門は漢字は変わったが別名「転害門てがい」とも呼ばれています。

「碾磑」の年代が600年初期ですので空海だけであるとは言いがたいと思ひました。道具はあったという事です。これで年代が合わなくても問題は無いと思われます。日本に「うどん」を伝えた人物は何人もおられると思ひました。何千人と遣唐使が行っていたので特定はし難いだけです。またこれとって伝えたとされる人物の資料が私の近くにては、まだみつかりません。承天寺に石碑があるのでしたら根拠の資料もあるのではと思ひております。

[醤油は中国大陸より伝わった醤（ひしお）がルーツとされ紀元前700年あたりに中国大陸にあり日本へは縄文時代に伝わってきている。朝鮮半島を經由して大豆も中国大陸より伝わってきていた]

先ほども述べましたが大宰府は空海が京の都に帰る前に立ち寄ったところす。朝廷に異変がありその間大宰府にとどまっていたのですが、観世音寺で「餛飩」とか「索餅」とか「はくたく」のような「うどん」の元祖の技法を誰かに伝えていたのではと単純に思ひております。また何千人と遣唐使が立ち寄った所すので誰かが唐菓子等の技法なりを伝えて居たのではないかと思ひております。聖徳太子、行基菩薩、最澄、空海、智証大師、理源大師が四国のお寺の流れであるし、他、臨濟宗、曹洞宗など禅宗などが入ってくる。四国では霊場でないところは浄土真宗、日蓮宗などである。仮に空海としても四国讃岐だけに「うどん」の作り方を伝授したとは思ひがたい。朝廷が代わるまで観世音寺で待たされていたのと、それ以外に福岡は遣唐使のほとんどが出発して帰国している。ゆえに唐菓子が伝わっていたのでないかと思われる。前述したごとく遣唐使の数が多い。ただご当地にて有名な奈良東大寺で灌頂を受けた聖一しょういち国師（1209年）に比して時間がかかり空きすぎている。その他にも僧侶がいたが、この僧侶もかなりの力を持っていた方であつたらしい。禅宗を伝え広めた僧侶である。

現在、四国讃岐がどうして全国平均の2.5倍以上の消費量なのか。日本で一番水が不足している四国讃岐平野、1200年以前よりたびたび堤防が決壊して洪水が多かった満濃地域、下流では多くの犠牲者が毎年出ている。讃岐佐伯一族の父（佐伯田公善通さえきのたけみよしみちきょう卿）が空海に何とかしてお前の力で堤防を造ってくれないかと願った。空海は、ここで住みたいと願っている人を集めてもらいたいと言った。人々を集めてもらい50日間、昼も夜も築いた壇できとう祈祷を行い弟子と人々は必死で3倍の強さの堤防を築いた。できましたのが「88の谷川」からの水を集めて造った日本一の満濃池です。こうして四国讃岐は「うどん」とか「そうめん」が普及する土壤ができました。それに、私が思うに讃岐の人間は儉約であります。気候条件でそれ位しか食べられないと知ると「うどん」をすすめる風土で、企業は水畜産食品加工業が圧倒的に強く、農業が尊重される風土です。（今は香川用水のおかげで少し楽になりました）。たまに大型店が出店する。しかし、経費がかかる店は倒産してきました。高松市にある店が出来た時かなりの経費が要ると言っていた。瞬間これは無理だなと思った。其の通りになりました。かけうどんは70円とか90円からあります。普通120円～200円位使うだけです。しかし、「讃岐うどん」はうまいのであります。

四国讃岐では「讃岐うどん」は昔から空海が伝えたものと思ひているのでくつがえし様はありません。余りにも業績も含めて人間が偉大だからです。1200年前に大学を中退して大陸に留学して梵語を短期間（約3ヶ月）で覚え、漢字に翻訳した密教の文献（巻物）を持ち帰りました。

すごいことと朝廷も最澄も認めていました。最澄の密教はほんの一部です。空海の密教は空前絶後のことで日本の文化史上他に例が無いとのこと。うどんのルールに関する資料が奈良正倉院にあったことは喜ばしいことですが、他は言い伝えもしくは石碑である。その石碑の根拠になる資料がもしあれば教えていただきたいと思います。当時、大宰府でも「うどん」を作っていたと思われます。福岡全域でも同じ事だと思われます。僧侶は今日の研究開発者であります。お酒も開発したらしい。

学問としての調査としましては余りにも素朴で資料の少ないことですので、調査は難しいが、この学会がある限りは私達も少しでも調べなければ成らないし、文献資料を探す努力は当たり前のことである。私の結論としては「年代の差もあり誰が伝えたか特定できる資料がない限り、伝えた人は地域、地域でこの人だと思って居たらよいのではないか。四国讃岐では空海が伝えたと言われるのは当たり前で他に僧侶がいても話に出てこない。それと遣唐使の説は有力である。四国讃岐の空海はその一人である」ということになります。年越し蕎麦でも讃岐では蕎麦でなく年越しうどんと言って「讃岐うどん」を食べている方も多い。

大陸文化には大変な「モノ」とか「道具」とか「考え方」が有ったことがわかります。とすれば、その時代に変な「文化」をわが国にもたらしかつ庶民を救い人格の優れた方が代表的な人物になると思われます。伝えたと言われる人物の違いは時間の差と地域的な違いではないかと考えます。「うどん」は食文化として他のモノと同じくついできたものと思われま。

それにしても、数千人と大陸に渡って勉強をして大陸の文化をこの日本に持ち帰ってきた人物が多い割に「うどん」の分野には2名の代表者の名前しか現在のところ出ていないというのは誠に不思議であると言うしかありません。おそらく先人とか弟子またはその他にも人物がいてもかまわないとは思いますが。私の勉強不足にて発見できなかったとすればまたもう一度別の観点より調査いたします。以上「うどん」に関しての僧侶の業績を報告いたしました。また記述しました以外にもりっぱな僧侶がおられますが「うどん」に関しての調査研究ですので誠にご容赦をお願い致します。もし内容でこれと思われる節がございましたならば日本うどん学会を通じて私までご意見をお願い申し上げます。

おわりに

これからは「うどん」は国内産の小麦で作るようになります。四国讃岐には「讃岐の夢2000」という小麦ができました。その麦で作った「讃岐うどん」が讃岐の品評会で1位となり1番美味しい「うどん」となりました。

現在、映画『UDON』が上映されていますが、香川県観光協会が中国大陸にまだ「餛飩」があるらしいとのこと僧侶、学者、香川県の役人らが調査に行きました。

執筆に当たり力強いご指導を頂きました会長、三宅耕三先生には感謝と御礼を申し上げる次第でございます。

【参考文献等】

- ・日本うどん学会機関誌『うどん道』創刊号。
- ・日本うどん学会機関誌『うどん道』第2号。

- ・四国88ヶ所、四国36不動霊場、四国33観音霊場、四国別格20霊場。
- ・讃岐33観音霊場。
- ・新四国曼荼羅霊場。
- ・映画『空海』。
- ・インターネットでの検索。「ようこそHeroの食べ物うんちく」「パスタの歴史をひも解いてみる」「麦の歴史」「醤油の歴史」「遣隋使」「遣唐使」。
- ・インターネットでの検索。朝日新聞記事（同志社大学 森浩一教授、同志社大学名誉教授（粉体工学）三輪茂雄先生その他の方たちの研究）。
- ・『日本書紀』、『観世音寺戒壇院』（九州歴史資料館）。
- ・『唐代京畿地域における碾磑経営について』西岡弘晃（福岡大学大学院）1969年。
- ・映画『UDON』。

「博多うどん」の誕生と現状

田口俊英
(『多め勢』亭主)

そば屋の私がうどんの話とはと、いぶかる方がおられるかと思いますが、個人的にうどん好きですし、母方が「博多うどん」とかかわりがあるいろいろな話を聞いておりますので、知りうる限りにおいてお話ししようと思います。

母方の祖父は、もともと博多古門戸町で明治22年に生まれています。現在の福岡商業高等学校の前身の商業学校の2回生で、卒業後、中洲の現在の大洋映画館の辺りで親類がやっていた『梅福』といううどん屋を手伝っていたそうです。その頃は、職人が2～3人、朝から太い麺棒で何枚も何枚も打っていたと言っていました。ある時、橋一つ向こうの寿通に「江戸前のそば屋ができたげな。行ってみよう」と、みんなで見に行ったそうで、それが『新島』という屋号だったと、祖父は話していました。今回念のために電気ビル地下の『新島』さんに聞きにいきましたら、間違いなく明治43年～44年の創業だそうです。ということは、その頃の博多のうどんは自分のところで手打ちしていたことになるわけです。(ご参考まで、博多で一番古い製麺所は『土屋製麺』さんだそうです。現在福岡の製麺組合長をしておられる土屋輝男さんにお聞きしましたところ、明治22年～23年の創業だそうです。もちろんまだ手打ちで、機械打ちになったのは、他の製麺所と同じく大正時代と言っておられました)。

余談ですが、祖父はその後、妻(祖母)の父が熊本で開業した『為朝』というそば屋に呼ばれて行きまして、それが私の『多め勢』のルーツとなっております。

「博多うどん」の定義と特徴は次のとおりです。①うどん玉は軟らかくモチモチしている、②つゆは薄味で、特に昆布ダシが効いていて最後まで飲みほせる、③注文すれば2～3分以内に提供される、④トッピングは丸天(薩摩揚げと違って薄手)が多いが、えび天・ごぼう天(博多では“ゴボ天”と言っています)も置いている、⑤夏でも冬でも熱いうどんである。特に、「つゆにこだわる」ことが最大の特徴と言えるでしょう。

こう書いてきますと、昭和30年代の博多うどんのお店を思い出される方がおられるでしょう。店先まで匂うおダシの香り、カウンターの上の山盛りのネギ、プリプリとした丸天の歯ごたえと味、調理場の釜の中に並ぶ大きなダシ徳利……。久し振りに帰省する博多の人は、真っ先に故郷のうどん屋の暖簾をくぐったものです。『おとチャンうどん』『こたべうどん』のような名店がありました。

この頃にはもううどん打ち作業は製麺所に任せられ、うどん屋はダシ取りだけに専念するようになっていました。「博多うどん」のダシ(博多では“すめ”と言っています)は上質のラウス昆布が主で、これにイリコかサバ・ウルメを合わせるというものです。醤油はクセのない薄口を使い、特に水の良い日田の業者のものが入っていました。大きなうどん屋にも小さなうどん屋にも、昼

前には製麺所から25玉入りのうどんのセイロが届きまして、大きなところの店先には、夕方には空のセイロが何十枚も積み上げられていたものです。丸天は蒲鉾屋、ネギはネギ屋から届きました。

つまり分業体制ができたのです。言い換えますと、「博多うどん」はうどん店と製麺所の分業の上に成り立っていたのです。「玉取りうどん～薄味の“すめ”～丸天～卓上のねぎ」という取り合わせはそれなりに調和のとれたファストフードであり、博多人（特に商人）のせっかちな気質とも大いに関係していると思います。注文して10分も15分も待たされるようなうどん屋は、博多では今でも立ち行かないのです。このような「博多うどん」が何時ごろ成り立ったかははっきりしませんが、おそらく大正時代に急速に広がった製麺機とも大いに関係があるのではないのでしょうか。

本日の研究会には香川県から多数の方が参加しておられるようですが、以上述べましたように、玉取りうどんを使う「博多うどん」は、“打ちたて”“茹でたて”を前提としている「讃岐うどん」とは成り立ちが根本的に違いますし、いろいろな意味で、対極的と言えるのではないのでしょうか。

ではなぜ今日「博多うどん」が「うどんじゃない」と言われるようになったのでしょうか。大きな原因は、製麺所との分業が成り立たなくなったということにあると思います。人手不足や勤務条件が厳しくなって、早朝3時4時から製麺作業にかかり午前中に配達するということが難しくなったという状況が先ずあります。またその頃、昭和50年代、香川県のメーカーが小型の“手打ち製麺機”を次々と開発して博多のうどん店に売り込み始めましたが、このことが製麺所とうどん店の分業体制を決定的に崩壊させてしまったのです。その結果どうことが起こったかと言いますと、店は製麺に手をとられて“すめ”に専念できなくなったのです。いっぽう、天神や博多駅のようなターミナルのうどん屋さんには1日に1000人以上のお客をさばくようになり、しかも300円～400円という庶民価格を維持しなければならず、それまでのように、贅沢な材料をふんだんに使った“すめ”ができなくなったのです。

生き残った製麺所は、スーパー向けのパック詰めうどん玉、博多とんこつラーメン、博多もつ鍋用チャンポン玉などの製造に精出すようになりました。今日、「博多うどん」が箸でつまんでも切れるようになった原因は、製造方法の違いもありますが、多くは伸びたうどんを使うようになったことにあると思われます。

鎌倉時代、聖一国師によって水車製粉技術がもたらされて以来「うどん発祥の地」として知られた博多ですが、土地柄と時代相に応じて生まれ育った「博多うどん」が衰退してしまい、今日、「博多とんこつラーメン」が全国ブランドになっています。うどん党の私としましては、あの、モチモチとした、やわらかいけど独特のコシをもった「博多うどん」の再現を待ち望んでいるのであります。

現代韓国の麺文化

藤本 わかな
(料理研究家)

[1] 韓国の麺

麺の呼称

粉類に水分を加えてこねて作る細長いものを呼ぶのに「ミョン」と「ククス」という言い方がある。一般的には「ミョン(麺)」は中国の漢字由来の表現で、「ククス」が朝鮮半島固有の名称となる。ククスは茹でた麺を水につけて掬い上げるということから「掬水」という漢字をあてることがあるが、小学館の朝鮮語辞書をはじめ幾つかの辞書を引いてみると漢字表記はない。

古くから麺類が食べられたと思われるが、文献にはククスを指す「麵」の字が出るのは高麗時代の北宋からの使節団の見聞録『高麗図経』(1124年)で、高麗に到着した一行がもてなされた食事のなかに「食味十余品而麵食為先」(食味には十あまりの種類があり、その中で麵食を一番とした)という文章がある。これが「麵」という言葉の初めである。しかし中国では小麦の粉を指して麵と言っていたので、具体的な調理法の資料はないため、細長いものだったかどうかは分からない。

そのうち小麦粉を指していた麺が、やがてそれからつくる細長いものを指すようになり、小麦粉に限定せず、蕎麦粉由来のものを指すようになった。

18世紀後半から19世紀にかけての文献には緑豆や大豆、葛などの麺がみられる。

麺の位置付け

韓国の土俗信仰に根差す巫俗祭祀や、寺刹のお供えものに麺は用いられない。反面、「餅」はすべての祭りや宴会で必須の食べ物となっている。これは、餅と麺の伝統の深さが異なるためである。餅は韓国の主作物である米、もろこし、粟、大豆、小豆、緑豆などでつくる食べ物として、雑穀農業を始めたときから作られて5000余年の歴史を引き継ぎ、人々の生活に深く根を下ろしながら伝統を形作ってきた食べ物である。

これに対し、小麦栽培が始まったのは明確ではないが、百濟時代の軍倉跡から小麦が出土されたので三国時代頃からと考えられ、米などに比べると歴史が浅く、その上、収穫量が多くなかったため、麺は日常の食べ物として普遍性を持つことができなかった。現在では小麦を精製して作る麺類は韓国では日常の料理として手軽に様々な食堂で食べることができるようになったが、その貴重さの名残りゆえか、ハレの日に別食(普段は食べない特別な美味しい食べ物)として祝いの席や、歳時風俗では初物の小麦を収穫する初夏に、季節の食べ物として欠かせないものとなっている。

高麗時代の宴会は麺を食べる日でもあった。高麗では小麦が少なく、中国から買ってくるので値段がとても高く、そのため麺は豪華なご馳走であり、麺は宴会料理として用いられ宴会時でないと使われなかった。

また李朝時代の宮中では、昼食時に王様に麺類や饅頭（餃子類）を提供していたが、宴会で酒肴膳の後は「麺床（ミョンサン）」（麺類の膳）が提供された。この習慣が民間に伝わり、庶民家庭でも小麦粉は大事に保存され、ハレの日の婚礼や誕生日、還暦などの宴会がある時に麺はもてなし料理として来客にふるまわれた。朝鮮時代の冠婚葬祭の指針書『四礼便覧』にも麺は祭祀の祭物と定められているが、これは麺が長い姿をしているので長寿と追慕の気持ちが長く続くことを念願する意味に解釈される。結婚式には新郎と新婦の縁が長く続くようにという願いが込められるため、ククスが欠かせないので「ククスを食べる」といえば結婚式を挙げることを意味し、なかなか結婚しない人に対していつ結婚するのかという意味で「いつククスを食べさせてくれるのか」などと言ったりする。

また儒教による通過儀礼の冠婚葬祭では多くの人が集まるが、これをもてなす飲食の準備は大変である。多くの客をもてなし、早く回転させるためには多くのおかずを必要とするご飯より、麺類のほうが便利ということもあった。

粉食（ブンシク）の発達

先ず中国大陸との交流がある。高麗は中国を統一した宋と外交関係を結んでいた。多くの文化交流があり、商船を通じた食品交流も多かった。砂糖、コショウなどをはじめ、麵食も宋の影響であるといえる。

高麗時代の寺院は財力と人力が集中し野菜栽培や酒造業を営んだ。具体的なことは未詳だが麺の商品化も高麗時代に始まったと思われる。また小麦粉で作る蒸しパン「霜花（サンファ）」も商品化された。

次に自然条件があげられる。朝鮮半島はアジアの高温多湿のモンスーン地帯、つまり稲作地帯であるとはいえ、日本に比べると寒暖の差は厳しい大陸性気候である。とくに朝鮮半島の北部においては、最近では稲の品種改良などで米づくりの範囲は広まったが、一般的には寒さが厳しく米作に適していない。粟、キビ、蕎麦などの雑穀、トウモロコシの栽培が行われていたことにより、特に朝鮮半島の北部では蕎麦粉を使った冷麺が発達した。

また朝鮮半島では食事回数は軍隊や農業など重労働に従事する人をのぞき、1日2食が長い間続いた。この2食時代の食事と食事の間に、粉食がよく利用されるようになった。韓国では昼食のことを「点心（チョムシム）」と呼ぶが、これは中国料理の点心（麺、饅頭、餅などの粉食）と同じ表現となる。もともと朝と夜の2食であった食生活を補うために、屋ごろ軽く食べていた食事が昼食に定着したが、一種の間食のようなものであったことから、粉食は正式な食事としての認知は少なく、このようなことから「麺を食べる腹は別にある」とも言われ、今ではお腹いっぱい焼肉を食べた後にも冷麺を食べたりする。

しかし麺が今日のように一般的な食べ物になったのは、1950年代以降、特に朝鮮戦争後アメリカの余剰小麦が大量に輸入されて、小麦粉ばかりの麺も広く一般化され、スパゲッティなどの外来麺やインスタントのラーメンが常用食として広く普及していく。60年代には政府は全ての国民に対し麦の混合食とともに粉食の奨励をするようになった。国民食生活改善運動の一環として、小麦食品がまるで栄養バランスのよい食事の代表であるように宣伝された。そのため、1日に1食程度小麦粉を利用した食品が膳にあがるようになった。1957年発行『韓国料理法』の曜日別献立表はこういった状況を表わしている。

『韓国料理法』(1957) に収録された献立表

	朝	昼	夜
月	1 粟飯 2 ジャがいものスープ 3 大根の塩漬け 4 豆の塩和え	1 蒸しパン 2 豆もやし 3 キムチ 4 麦茶	1 豆ご飯 2 味噌の子ゲ 3 ぜんまいの和えもの 4 キムチ
火	1 白米飯 2 豆もやしのスープ 3 太刀魚の塩焼き 4 キムチ、カクトゥギ	1 小麦のスジェビ 2 キムチ 3 野菜の煮もの	1 豆もやしご飯 2 大根の煮もの 3 ジャがいもの煮もの 4 キムチ
水	1 さつまいも飯 2 白菜スープ 3 干したらの煮付け 4 キムチ、カクトゥギ	1 小麦の麺類 2 キムチ 3 白菜の和えもの	1 キムチご飯 2 味噌子ゲ 3 唐辛子粉をまぶしたカキの塩づけ 4 キムチ
木	1 白米 2 ほうれん草のスープ 3 半熟卵 4 キムチ、カクトゥギ	1 ビビンバブ 2 大根の塩漬け 3 麦茶	1 小豆ご飯 2 おからの子ゲ 3 魚の煮つけ 4 キムチ
金	1 青まめ飯 2 肉と大根の和え物 3 春菊の和え物 4 キムチ、カクトゥギ	1 小麦粉のとかし汁 2 野菜の煮もの 3 麦茶	1 麦飯 2 コチュジャンの煮もの 3 初かぼちゃの和えもの 4 キムチ
土	1 白米飯 2 かぼちゃのスープ 3 蒸し大根の醤油漬け 4 キムチ	1 小麦の煎餅 2 キムチ 3 カクトゥギ 4 麦茶	1 麦飯 2 大根のスープ 3 辛子明太子 4 キムチ
日	1 白米飯 2 わかめのスープ 3 生の大根 4 キムチ、カクトゥギ	1 パンケーキ 2 コンソメスープ 3 果物	1 ジャがいも飯 2 大根の醤油漬け 3 コチュジャン子ゲ 4 キムチ

[2] 製麺法による分類

ククスは分類法によって種類が多い。ククスを作る主材料は小麦粉や蕎麦粉、緑豆、ジャガイモなどのでんぷん類で、料理方法により温麺、冷麺、混ぜ麺に分けられる。また加工法により、刀切麺、押し出し麺、手延べ麺に分けられる。

「刀切麺」は主に小麦粉をこねて薄く平らに伸ばし、包丁で細く切る。包丁で切った麺ということで、カルククスといわれる（カル＝包丁、ククス＝麺）。刀切麺にはカルククスの他、うどんや蕎麦などがある。

「押し出し麺」は蕎麦粉などを配合した生地を熱湯で練り、小さい穴が開いた製麺機に入れ、圧出してにゆるにゆると出てきたところを真下に置かれた熱湯が入った釜で茹で、冷水ですすいだ後、水気を切る。冷麺や唐麺（タンミョン）という春雨に似た乾麺がこれにあたる。なかなか噛み切れない独特のこしは生地の配合と高圧によって生まれる。

こねた生地を手で細く伸ばしてよって作る「手延べ麺」は現在では中華麺や素麺などがあるが、韓国古来の麺には見られない。類似のものがあるとすれば、うるち米で作る「トック」である。トックとは「餅」という意味で、うるち米を粉にして、少々水を加えた後、蒸し器で蒸し、これをついた後、細長く形成する。正月には必ずこれの乾いたものを薄くスライスしてスープに加えて食べる。これをトッククツ（クツ＝汁）といい、日本でいえばお雑煮である。朝鮮半島は小麦粉が貴重だったので、手延べにしやすい小麦麺は発達しなかったが、粉食としての手延べという部分は共通する。

[3] 麺料理のいろいろ

冷麺（ネンミョン）

朝鮮半島の北部でよく収穫される蕎麦だが、そのままだと蕎麦粉は粘性が弱くボロボロするので成形しづらく、つなぎが加えられるが、北部地方では小麦粉が貴重なため、小麦よりも栽培しやすく従来から使われていた緑豆の粉でつなぎようになった。小麦粉と違い、緑豆はでんぷん質が多く、粘りができるので成形の際、薄くのばすのには適さない。そのため粉を練った後シリンダーに入れて押し出す押し出し麺となった。

また蕎麦粉にでんぷんを混ぜてこね、ただ押し出した状態では、ゆるんで形が崩れてしまう。そこで押し出したものをすばやく熱して、麺に火を通して固める必要がある。次に麺が温かいままだとでんぷんが粘り、水を吸ってコシがなくなったり、麺がくっついてしまうので、流水で注ぎ余分なでんぷんを洗い流す必要がある。このコシをそのまま生かすには冷たいスープで食べた方が良いので冷麺となった。

冷麺が文献に登場するのは洪錫謨（ホン・ソンモ）『東国歳時記』（1849 朝廷の行事から民間の風俗に至るまで記された歳時記）で、冬の季節食として蕎麦粉の押し出し麺に大根キムチ、白菜キムチを入れてその上に豚肉をのせた冷麺で、『是議全書（ぜぎぜんしょ）』（19世紀末 作者不明の料理書）には新鮮なナバクキムチ（大根や白菜を色紙切りにして漬けた汁の多いキムチ）やトンチミ（大根をそのまま漬け発酵させた辛くないキムチで冬に不足しがちな野菜を補うために漬けられた）の汁をかけ、蜂蜜を溶いて入れたり、梨、白菜キムチ、茹でた牛肉をのせて粉唐辛子と松の実を散らす冷麺や、肉スープを冷やして麺にかける冷麺が登場する。蕎麦麺の歴史は焼畑をしていた地方を中心に上古時代までさかのぼると推定されるので、冷麺の歴史をこの時期に起点をおくことは難しいが、この頃に冷麺が広まっていったと考えられる。冷麺が広がっていった背景は19世紀中頃を中心にジャガイモの栽培が広がったことと関連づけられる。冷麺の麺は蕎麦粉が主材料であるが、蕎麦粉は粘性がでないので押し出すことが難しく、緑豆でんぷんを混ぜて麺を作っていた。しかし、緑豆でんぷんは生産量の少ない食品であったため、冷麺が普及する機会がなかった。ところがジャガイモが大量に栽培されるようになり、ジャガイモからでんぷんが作れるようになったことから冷麺が普及することができたと考えられる。現在ではジャガイモを初め、サツマイモやトウモロコシのでんぷんが用いられる。

朝鮮半島の麺料理で日本人に一番知られているのは「平壤冷麺（ピョンヤンネンミョン）」、別名「ムルネンミョン」（ムル＝水）である。これは蕎麦粉の麺にでんぷんを少量混ぜてこね、押し出した麺に、茹で肉やキムチ、スライスした梨、茹で卵などをのせ、トンチミの汁や肉のスープを合わせた冷たい汁、または冷たい肉スープのみをかける。（写真①）

平壤冷麺は平壤の郷土食であったものが、朝鮮戦争で避難してきた人々によりソウルに広まった。現在の冷麺は夏の暑い盛りに涼をとるためと、食欲がない時にツルツルとしたのど越しでこれなら食べられるというものであろうが、もともとは冬の食べ物だった。朝鮮半島の冬は厳しく、そこからオンドルという床下暖房という生活の知恵が生まれ、多くの家屋でこの形式がとられている。確かに韓国の冬は零下だが、部屋のなかではTシャツでも過ごせるぐらい温かかった。部屋の中は暑い涼をとるために外にでるのはちょっと、という訳で部屋の中でせめて食べ物に涼しさを求めたのが冷麺である。そのため寒さの厳しくなった12月（旧暦11月）の時食（四季の変化がはっきりしている朝鮮半島の食文化で、四季折々に産する材料でつくられ食べられたもの。

庶民はこの時食を味わうことで日常生活の無事であることを確認した)の料理でもある。

「咸興冷麺(ハムフンネンミョン)」は平壤冷麺と比べると、ジャガイモでんぷんを多く混ぜてコシの強い麺を作る。近辺の名物のエイをはじめとして、スケトウダラ、マダラ、イダコ、イカ、カレイなどの刺身を入れて、コチュジャン(唐辛子味噌)や醤油、ごま油、コショウなどの薬味を混ぜて食べる。混ぜて食べるため、ビビムネンミョン(ビビム=混ぜたもの)とも呼ばれる。コシが強く噛み切るのが一苦勞のうえ、辛さもあるので、食べるのに必死になる。

また冷麺の一種で葛粉入りの細い冷麺、「チッネンミョン」(チッ=葛)がある。普通の冷麺に比べると色が濃くなるが、あまり味は変わらない気がする。

マッククス

「マッククス」は蕎麦の産地、春川(チュンチョン)の名物料理である。春川はソウルから鉄道で1時間30分程度のところで、春川が属する江原道は平野がなく水田が少ないため、畑作の蕎麦やジャガイモ、トウモロコシの栽培が盛んである。マッククスは収穫された蕎麦を使った蕎麦粉の割合が多い麺だが、日本の蕎麦と違い、切り麺ではなく、押し出し麺なので麺にコシがある。これに胡瓜やにんじんの千切りや茹でた牛肉の薄切り、茹で卵などをのせ、スープは煮干や牛肉でとったものを麺がほぐれる程度の量をかけ、コチュジャンにごま油、醤油、ネギなどを混ぜたタレを加える。

「マッ」というのは諸説あるが、作りたての麺をすぐに食べることから、「たった今」という意味や、蕎麦を皮のついたまま挽いた粉で作るので「粗い」という意味があるといわれている。

カルククス

「カルククス」とは小麦粉をこねた生地を薄く伸ばしてそれをカル(包丁)で切った麺(ククス)という意味であることは上述した。

李氏朝鮮時代のもっとも古い料理書と言われる『飲食知味方(いんしょくちみほう)』(1670年頃、有名な儒学者である李時明の妻が一族の娘や妻に料理法を末永く伝えるために書いた)にあるカルククスの主材料は蕎麦粉でつなぎに小麦粉が使われていた。朝鮮半島全体で見れば北部は小麦の生産は少なく、小麦は貴重品であったためと考えられる。しかし、アメリカからの輸入や、朝鮮半島で小麦の栽培がだんだんと多くなり、カルククスの主材料は小麦粉が使われるようになったこともすでにふれた。それでも地域差があり、より生産の容易な南部において麺材料に小麦粉が多用されるようになった。

カルククスは小麦粉の切り麺ということで、うどんの麺と変わらないといえる。ではカルククスの特徴はというと、麺を直接スープで茹でるということであろう。そのため、スープにとろみがあり、濁っている。

スープの出汁だしには小麦の麺にはイリコの出汁が合うということで、煮干しの出汁が一般的である。この出汁は日本の植民地時代に導入されたと考えられている。その他、牛、鶏のスープなども利用される。

具にはエホバク(未熟な南瓜)などの野菜や貝類、ジャガイモなどが多く、これに好みで唐辛子などの薬味を入れる。(写真②)

コンククス

「コン」は大豆をあらわし、冷たい豆乳のスープで食べる麺である。豆乳のスープは、大豆を水でふやかして皮をとり、茹でた後冷ましてからミキサーにかけて塩で味を整えて作る。ミキサーにかける時、煎りゴマやピーナッツ、松の実などを入れて香ばしく仕上げることもある。これを茹でた麺にかけて食す。一年中食べられる専門店もあるが、夏の風物詩として暑くなると登場する。優しい味わいの上、栄養たっぷり、夏バテで食欲がない時にぴったりの麺料理である。

うどん

韓国の日本食で定着しているものの一つで、韓国でも「ウドン」と言う。うどんに使用する煮干の出汁は19世紀末に釜山地方に日本人が持ち込んだものといわれている。もともと釜山が属する慶尚南道沿海ではヒシコイワシがよくとれる。この地域では肥料や乾燥させて副菜を作っていたりしていたが、日本人が煮干として利用した。この使い方は韓国料理にもすぐに応用され、麺の出汁だけではなく、チゲ類にも利用されるようになった。日本から持ち込まれたうどんだが、もともと韓国に麺文化があり、抵抗なく煮干出汁のうどんが浸透したと考えられる。

日本料理店ではざるうどんなどもみられるが、一般的な韓国の粉食店では関西風出汁にかまぼこやおでんなどの油揚げなどのものが多い。(写真③)

ミルミョン

小麦粉を材料とした冷麺。「ミル」は小麦粉をあらわす。釜山が発祥の地で、現在では釜山を中心とする慶尚道地域で主に食べられている。ミルミョンは朝鮮戦争が始まった1950年以降、戦争で北部から避難してきた人々が故郷の平壤冷麺を再現しようと、当時不足した冷麺の材料の蕎麦粉やジャガイモの代わりに、アメリカからの援助物資だった小麦粉を代用して作られたのが始まりといわれる。麺は小麦粉をこねたものを冷麺のように押し出す。具のメインは豚肉で、主に牛肉を茹でたものをのせる冷麺と異なる。スープは豚や牛の骨や肉に玉ねぎ、にんにく、生姜などの野菜をじっくり煮込んだもので、冷麺に使うトンチミは使用しない。これに唐辛子やにんにく、すりおろした果物などを混ぜた辛いタレを好みにより加える。麺が長いので冷麺同様はさみでカットする。また冷麺がかつて寒い冬に食べられていたようにミルミョンも寒い中、ポカポカのオンドル部屋で食べるのが通とされている。

スープがない、コチュジャンのタレで混ぜて食べる「ビビムミルミョン」もある。

チャジャンミョン

「チャジャンミョン」は到るところで見かける韓国式の中華料理店で食べることができる。

韓国の伝統麺には手延べ麺はないが、近代になって華僑がもたらし、今では韓国の大衆料理として定着した「チャジャンミョン」で使われている。この中華麺に、玉ねぎ、ジャガイモ、にんじん、肉といったカレーライスのような具材に真っ黒な甘い味噌の春醬(チュンジャン)で味付けしたものを、麺の上にかけて、箸でよく混ぜて食べる。(写真④) 19世紀末から日本の植民地時代にかけて、日本に迫られ開国し、この時に清から来た人たちがチャジャンミョンを持ち込んだのが最初と言われている。山東地方を中心に多くの中国人が朝鮮半島に渡り、中華料理店を開いた。韓国の独立後は政府の経済活動制限により華僑が激減したが、1950年以降、中華料理独特の

香辛料を減らし韓国人の口にあうように変化したチャジャンミョンは今でも人気の麺料理の一つといえる。チャジャンミョンは現在、30～40代の多くの韓国人にとって、家族で初めての外食の味で、郷愁を誘うという。

また韓国で4月14日といえばブラックデーだが、これは韓国で恋人がいない男女が、全身黒尽くめの格好でお互いの寂しさを慰めるために集まり、チャジャンミョンを食べる日のこと。どうせ恋人もいないのだから、真っ黒いソースで口の周りや服を汚しても構わないといった、ヤケ食いの感があるのだが、この日が男女の出会いの日ともなる。

チョルミョン

「チョル」は韓国語でシコシコという意味の「チョルギチョルギ」からつけられた。

この「チョルミョン」は小麦粉とジャガイモでんぷんから作られている麺で、1970年初頭、仁川の製麺工場で作っていたものに、麺の押し出し機に取り付ける穴の大きさを間違えて従来のものより太い麺が出てきたのが始まりと言われている。この太い麺は固くないが、弾力がある麺となった。この麺で料理したらどうなるかと、工場の隣にある粉食店で唐辛子味噌のタレで調理して販売したところ人気が出た。

現在のチョルミョンは具は千切り野菜や卵をのせ、唐辛子や砂糖、酢などの少々甘酸っぱいソースをかけて、よく混ぜて食べる。(写真⑤)

ラミョン (ラーメン)

日本と同じくラーメン好きといえるが、日本でラーメンといえばじっくり出汁をとる生めんのラーメンだが、「ラミョン」はインスタントラーメンを指す。生ラーメンは「センラミョン」と言っていて区別している。(セン=生)。

インスタントラーメンは1963年、明星食品と韓国の三養食品の合併会社で生産されるようになった。現在は1人当たりの年間消費量は約80個。日本は約40個だから2倍である。

インスタントラーメンは韓国の食堂や専門店ですることができ、値段が安く素早く出てくるファーストフードである。トッピングは様々で、キムチやチーズ、ハム、卵、餅、餃子などがあり、スープは辛いものが多い。このインスタント麺を使って、トッポッキ(うるち米の餅を唐辛子味噌の甘辛いタレで炒めたもの)と合わせたラポッキ(ラはラミョンを表す)やプデチゲ(部隊チゲ・米軍基地から流出したハムやソーセージなどをチゲに利用したことが始まり)などは若者に人気がある。(写真⑥)

日本式の生めんのラーメン店もある。しかしインスタントラーメンは1500～2000ウォン、生ラーメンは6000ウォン前後と高値で、日本文化を勉強している人は高い生ラーメンを食べるが、そうではない人にとってはなかなか受け入れにくいようである。日本のラーメンのスープで人気があるのは味噌味で、とんこつラーメンは脂っばいという理由で支持が少ない。韓国にはカムジャタンといって、豚の背骨肉とカムジャ(ジャガイモ)を唐辛子やんにくとともに煮込んだとても美味しい鍋料理や、釜山を始めとした南部地方にはデジクックパブ(デジ=豚、クック=汁、パブ=ご飯)といって、豚骨や豚の肉、内臓を煮込んだスープにご飯を入れて食べるスープ料理がある。韓国は汁料理が主菜になるほど食事には欠かせないものであり、とんこつスープのラーメンも工夫すれば受け入れられるのではと思う。

また日本式ラーメンを韓国で作るとやはりコストがかかり高値になるので、それより安く食べられるインスタントラーメンや、おかずがたっぷりある定食を選択するのも仕方ないと思う。日本で食べる韓国料理が高いように、日本のラーメンが高くなるのは当たり前だが、もっと広く受け入れられるためには日本でも西と東で味が違うように、日本の味にこだわらず、食に対して保守的な韓国人の舌に合うように、韓国の食材で工夫する必要があると思う。

チャプチェ

「チャプチェ」は漢字で「雑菜」と書き、春雨や千切りした野菜を炒めた家庭料理である。一方で、かつての宮廷料理を現代風にアレンジした韓定食の一品としても登場する。春雨のことをタンミョン(唐麵)といい、ジャガイモやサツマイモ、緑豆のでんぷんをこねて押し出し、茹でた後冷水ですすぎ、凍結させ、もう一度冷水で解凍させ、さらに乾燥させて作る。タンミョンはチャプチェ以外にも各種スープや鍋料理に用いられる。(写真⑦)

韓国料理には欠かせないタンミョンが商品化されたのは、中国から技術をならった日本人が1912年に平壤で大量生産を始めたのが始まりといわれている。

マンドゥ(饅頭)

日本で饅頭といえば、小麦粉の生地には餡を包んで蒸したものだが、韓国の「マンドゥ」は小麦粉や蕎麦粉をこねてのばした薄い皮に肉や豆腐、野菜、キムチを細かく切って混ぜた餡を包んで焼いたり、揚げたり、スープで茹でたり、蒸したものである。いわゆる日本や中国でいう餃子のことを指す。(写真⑧)

マンドゥは高麗時代頃に入ってきたと思われるが、小麦粉の生産が多くない高麗では饅頭や餃子、包子の区別をするほど、流行しなかった。しかし、18世紀朝鮮時代に中国の『三国志』が流行し、その中にある、諸葛孔明が他国を征服して帰る途中、嵐になりそれを鎮めるために、従者が水神に人の頭を祭壇にささげることをすすめたが、孔明はこれ以上人を殺すことはできないと言って羊や豚の肉を小麦粉の生地に入れて人の頭のように作り(饅頭)、それを代わりにささげたという話から、餡が入っているものを全て饅頭というようになったといわれている。20世紀になって中国人がソウルへ、韓国人が中国へ行くようになって18世紀から言われたマンドゥという言葉は決して餃子や包子に変わることなく現在まで使われている。

スジェビ

「スジェビ」は日本でいうスイトン(水団)で、貝類や肉類、煮干の出汁に醤油で味付けしたスープに、小麦粉をこねた生地を手で薄く引きちぎりながら入れて煮る庶民的な食べ物である。具はいろいろある。昔は農家では夏に欠かすことができない主食で、夏の間、米や麦がなくなった時に食べたものである。また豊かな家でも夏の珍味として楽しまれた。

[4] 終わりに

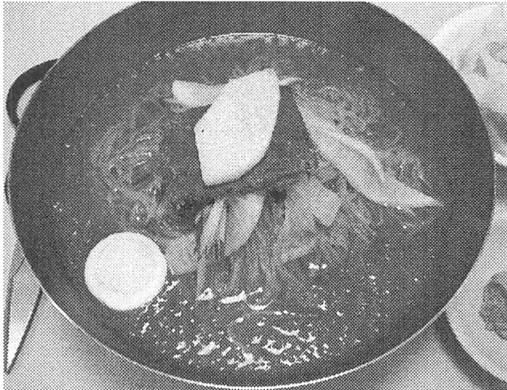
現代韓国の麵文化ということで、ソウルに留学した時や帰国してから旅行に行った際に味わったもの(マッククスとミルミョンを除く)を中心に紹介した。ソウルには様々な地域の料理が混在しているので、地方に行けば日本と同じく郷土性の強い麵も多々あると思う。今後は地方にあ

る独自性の強い麺、粉食の探求を課題にしたい。

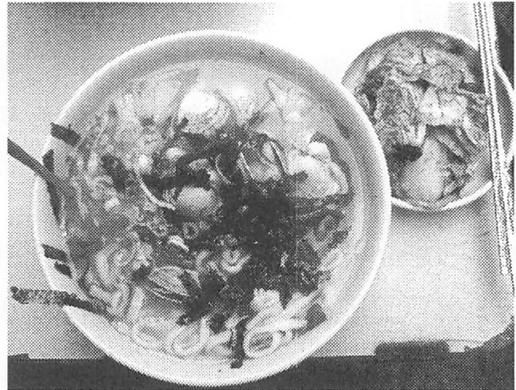
【参考文献】

- 尹瑞石『韓国食生活文化の歴史』2005 明石書店
李盛雨著／鄭大聲（佐々木 直子訳）『韓国料理文化史』1999 平凡社
李盛雨『韓国料理文化史』1985 教文社
姜仁姫『韓国食生活史』2000 藤原書店
尹瑞石『韓国の食文化史』1995 ドメス出版
黄慧性／石毛直道『韓国の食』1995 平凡社
鄭大聲訳『朝鮮の料理書』1982 平凡社
石毛直道『麺の文化史』2006 講談社学術文庫
奥山忠政『文化麺類学・ラーメン篇』2003 明石書店
辛淑玉『激辛レストラン』2003 生活情報センター

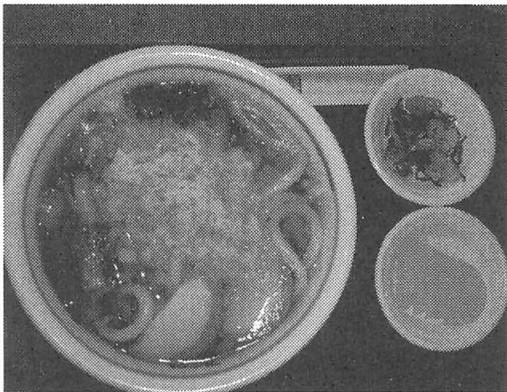
韓国^①の麺料理



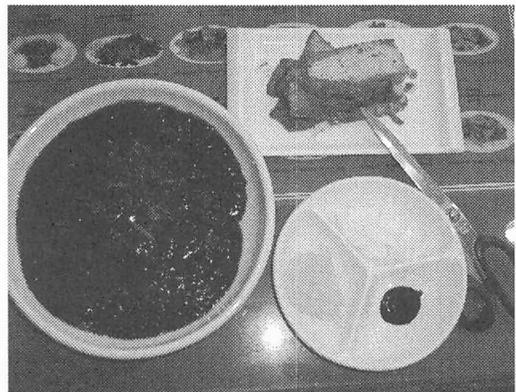
(写真①) 冷麺・汁を少し凍らせるとおいしい



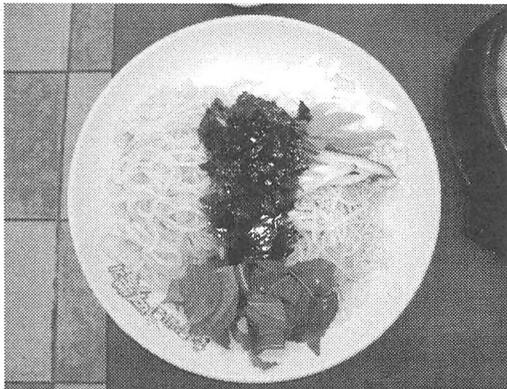
(写真②) ヘムル (海鮮) カルククス



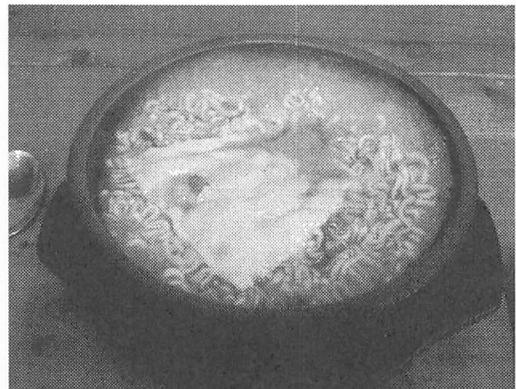
(写真③) ためぎうどん



(写真④) ジャジャンミョンにもキムチが



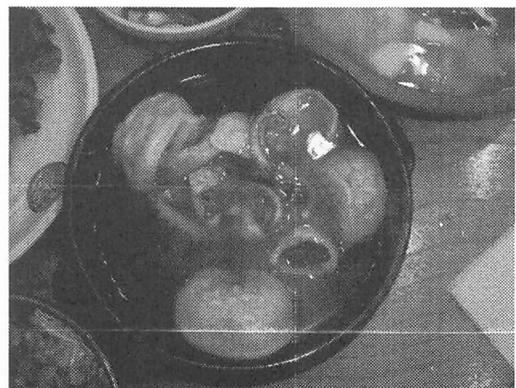
(写真⑤) チョルミョン



(写真⑥) チーズラーメン



(写真⑦) チャプチェ



(写真⑧) マンドゥ

麺文化、競合と融合

パネリスト : 武林 正樹 (㈱セント・レディス)
(発言順) 坂口 光一 (九州大学)
井上 知弘 (㈱電通九州)
西表 宏 (香蘭女子短期大学)
数納 朗 (㈱日本農業法人協会)
コーディネーター: 上田 喜博 (四国大学)
(敬称略)

『麺通団』を仕掛けました (武林)

麺文化を生み出した「感性」が大切です (坂口)

ラーメン好き人間です (井上)

沖縄そばから「文化と食」を考えています (西表)

農学部的な視点でかかわっています (数納)

上田 こんにちは全国各地の麺は文化として地域を越えて移動し、それぞれの文化圏で独自の姿に変容しています。シンポジウムは「麺文化、競合と融合」のテーマに沿って進めてまいります。初めにパネリストの方々に、自己紹介を兼ねて麺とのかかわりについてお話ししたいと思います。

武林 私どもの会社はここ20年ばかり台湾・中国・香港と貿易をしております。麺とのかかわりですが、平成14年に『麺通団プロダクト&マネジメント』を設立して代表を務めました。その後手を引いておりますが、ずっと関心は持ち続けておりまして、ご当地福岡に5月に開業しました『福岡麺通団』も昨日見学いたしました。そのようなご縁から「日本うどん学会」の設立にもかかわった次第です。

坂口 九州大学の教員をしております。もっぱら「ユーザーズサイエンス機構」というところで仕事をしています。ひじょうに解かりずらいと思いますが、「ユーザーを基礎とした技術と感性の融合」ということで、「感性」について研究してみようということでも5年間の時限プロジェクトを展開しています。

今回の「麺文化」もそうですが、何か新しい文化が生まれるときには感性が出発点となっています。学問もそうなのですが、これからは感性がひじょうに大切になってくると思います。麺文化を生み出した背景にある感性には、日本ならではの、アジアならではの、稲作文化とかいろんな独特の地域の感受性というのが影響を及ぼしていると思います。そういう意味でも、きょうの議論を楽しみにしています。

麺とのお付き合いはあくまで麺が好きというただその一点から出発しております。それから、奥山さんが出ておられる『麺の世界』の編集のお手伝いもさせていただいております。

個人的には、さっき歴史の話がずっとありましたが、承天寺とか聖福寺とか、あるいは聖一国師・栄西・道元といった名前も出てきたわけですが、博多ということで気になるのは、麺と禅、それ

から織ですね。博多織、じつはこれも禅の坊さんが中国から持ち帰ったものです。この3つをうまくつなぎ合わせていく中で何か見方ができないか、ずっと気にしながらかわりをもってきまして、先週も博多織のイベントをアクロス福岡でやりました。やっぱり伝統のもつ重みとか深みとかを、いろんな分野で再評価していく必要があるんじゃないかと思っていますところ。博多の地から何か新しい動きを是非とも展開したいと思っている次第です。

井上 株式会社電通九州の宮崎から来ました井上です。いま坂口先生は学者という感じでいろいろお話されましたが、僕はただのラーメン好きが高じたということで、いかにラーメンを楽しむかという視点からお話させていただければと思っています。

広告代理店という立場から言いますと、やはり消費者視点と申しますか、生活者の立場から、ラーメンに限らず全般に言えるところなんですけど、お店があってお客がいるということから、お客さんがいったいどう思っているか、それを起点に考える癖がついていまして・・・

競合と融合から入ることなんですけど、お客さんがどう思うかという切り口が面白いし、一番大きな鍵になってくると思います。

西表 イリオモテ、ヤマネコではありません、西表宏と申します。麺とのかかわりということで申しますと、私は沖縄出身でございまして、沖縄には唯一「沖縄そば」というのがあります。そば粉を使わない「そば」で有名で、「沖縄そば」という名称を使う運動が1970年代に起こりました。「文化と食」というものを若干考えていきたいなと思っています。本職は古代日本文学、文化論を専攻しておりまして、香蘭女子短大に勤めております。麺については素人ではございますが、一般の麺好きの立場からこのシンポジウムに参加させていただきました。

数納 私は日本農業法人協会という農業団体に勤めております。ふつう農業というのは一般の農家さんがされているものとみなさん認識しておられると思いますが、最近2万くらい法人組織で農業を事業目的としながら経営を行っている人たちがおります。そういった方たちを支えていながら、日本の農業を底上げしようという団体です。

麺とのかかわりですが、農学部にも所属して農業的なことばかりずっと考えておりまして、麺は純粹に食べてきただけなので、とくに詳しいわけではありませんが、農学部的な視点でかわっていくことができたらいいなといったつもりで「うどん学会」に入会しております。

食文明のOSとしての「麺」

上田 本日は、前半、麺についていろいろ貴重な報告がありました。また、駄田井先生からは総括コメントの中で、文明と文化の違いについて簡潔なお話をいただきました。「麺の文化性」はシンポジウムの中心テーマでもありますので、まず坂口先生と西表先生からこれをどのように考えるかかかいたいと思います。

坂口 文化と文明、両方大事で、どういう風にうまく組み合わせて展開していくかということだと思います。私はアジア麺文化研究会の会員ですが、麺「文化」に対して麺「文明」というものをそろそろ考えた方がいいんじゃないかと思っています。「文化」というと、上部構造と言いますか、思考様式とか行動パターンみたいなことなんですけど、「文明」となると、システムとか技術とか、或いは物的な世界をどう作っていくかみたいな、そういうような面があります。麺の世界も、文化というのももちろん大切ですが、先ほど藤井さんのひじょうに面白いお話をうかがいましたが、文化を支える基本的なシステムも必要です。パソコンを例にとりますと、OSがしっかりしてない

とバグがあったり、いろんな問題を引き起こしてしまいます。OSがしっかりしているといろんなアプリケーションをその上に乗っけて展開していくことができるわけですね。そういう観点からみますと、「麺」というのは、食文明の中でOSとしてもものすごく良くできたものじゃないかと思っています。

さっき基調報告にあったように、博多に麺が伝わって800年近く経つんですね。800年の中で磨きこまれたOSです。それが今いろんな形で花咲いて、新しいタイプの麺がどんどん出ていますよね。うどんも、さっきあったように、和洋折衷も含めて出てきている。そののころを一回きちっと評価したら、もっといろんなことが展開できるんじゃないかと思います。「健康」にもつながるし、「生命」あるいは「宇宙の中での人間のありよう」とかというようなものにもつなげる議論ができますよね。

半面、じゃあアメリカの肉食文明はOSで何か楽しくなるかということ、ぜんぜん楽しくないですよ。アメリカの肉食文化で宇宙を語れるか、世界を語れるかということ、やっぱりダメなんです。栄養素だったり資源だったり餌だったりなんです。

文化の土壌となるような、そういうOSということで行くと、うまくできた仕組みですね、麺は。ここはやっぱりアジアの食のOSである麺というものをもう少し上手に、素材や料理法なども併せて、発信すべきだと思います。きょうのテーマは「競合と融合」ということですが、何と競争するかという点ですが、麺の中での競争というだけじゃなくて、欧米のちょっとイビツになった食文明、食のあり方と、競合という言い方はヘンなんです、それに新しいOSということで、世界に向けて何かモノを言っていくというのは、ものすごく大事になってきていると思います。世界のために麺ができることがたくさんあると、僕は思っています。

上田 坂口先生は『麺の世界』の創刊号で「アジアに特徴的な食文化は醗酵である」と述べておられますが、その点について……。

坂口 素人考えなんですけれども、例えばうどんは熟成ということを大事にしますが、時間の中で醸し出された食感とか味覚とかがありますね。もっといくと醗酵みみたいな要素を、それこそアプリケーションとして乗っけていくともっと広がりが出てくるんじゃないかと思っています。それがどういうシロモノになるかは分かりませんが、そのへんは、アジアならではの一つの食の文明として、僕はまだまだ発展の余地があるんじゃないかと思っています。どっかで是非チャレンジしていただければなと思っています。

上田 西表先生お願いします。

「沖縄そば」が育んだ愛郷心

西表 沖縄では1日に15万から17万食沖縄そばを食べているという現実があります。たかだか130万県民です。この麺文化を支えているのは何かということ、郷土を愛する、郷土食を愛するというものになるだろうと思います。先ほど申しましたように、沖縄そばというのは小麦粉100%です。そば粉が30%以上入っていないと「そば」という名称は使えないという全国めん類公正取引規約があるんですが、1972年の“沖縄復帰”のときにこれが問題になりまして、杓子定規な解釈では「沖縄そば」という名称の維持がひじょうに困難になったんですね。そういう状況の中で沖縄の製麺業者たちが立ち上がって「沖縄そば」という名称を使わせよということで動きました。それを契機として、沖縄そばのもつ文化性や郷土の食に対する愛着といったものを自覚

するようになったと思います。

「沖縄そば」のイメージはどんなものかと言いますと、まさしくラーメンとうどんの間の子というんでしょうか、中間的なものなんですね。「鹹水を使う」ということが最大の特徴です。

きょうの奥山さんの基調報告にありましたように、鹹水を使うという技術は中国から入ってきたわけで、日本の麺文化を考えることは沖縄の歴史を学ぶことです。沖縄はかつて中国の属国というんでしょうか、冊封を受けていました。琉球王を認証するために中国から派遣された冊封使が、自国の食文化をもって参ったと推測しているわけです。冊封使についてくる人々はだいたい広東系ですから、「沖縄そば」は福建とか台湾とか、あの辺と近似性を感じます。日本本土にはない麺文化です。

先ほど1日に17万食も消費すると申しましたが、「日常雑食」というんでしょうか、日常食だからといって決して夕食には食べません。ほとんど昼食で食べるという文化です。ですから、沖縄の麺を考えるときには、食としての面だけでなく、人間の交流という側面を考える必要があります。文物の交流は、沖縄の麺文化の歴史を支えた一つの要因ではないかと思えます。

感動を求めて、麺

上田 最近の麺ブームの原因と状況について、井上さんいかがでしょう？

井上 一つには「モノから感動へ」というのがあると思います。モノにお金を払うというのではなく、経験をお金で買うというのですね。ディズニーランドで1人1日5万円使うという話はわかりやすい例ですね。たぶん300円のうどんにもすごい労力を使う人はもはやそんなに珍しくない。僕も讃岐に行ってきたんですけど、1杯5000円くらいかかっているんですね。しかしあくまでも麺ということではなくて、その周辺にある経験を買うわけです。店を探し、店を見つけて入り、メニューを見て注文する、出てくる、食べる、お金を払う、店を出る、それらすべてに価値があり、その価値を認めてお金を払うんです。

それからもう一つはインターネットからの広がりといったことがあると思います。クチコミ文化と言ってもいいと思います。私どものマーケティング理論ではAIDMAの法則からAISASの法則へずっとシフトしてきております。ちょっと難しい話になりますが、A=Attentionは最初に注意をひくことで、次にI=Interest（興味）を持ち、D=Desire（欲求）を持ってM=Motion（始動）し、A=Action（実行）に至るということで、教科書で言われ続けていたものですが、それがAISASに変わってきているのです。どういうことかと言いますと、AIまでは同じなんですけど、ここからDに続かずS=Search（検索）に行くんですね。自分に興味を持てるか持てないかを調べて、それから直ぐActionを起こしてしまう。つまり興味があれば直ぐ行動しちゃうんです。最後のSはShare（共有）で、人にその情報を何らかの形で伝えたがる。そういった形で、自分のものとして麺文化というか、ラーメンにしてもうどんにしてもそうなんですけど、表現しやすいと思うんですよ。価格的に安いし近所に行けばすぐある。適当に比較できるさまざまな麺があって、「マイ麺」みたいなものができる。それをお互いに自慢するとか、批評するとか、それで話が盛り上がるみたいな、そういうところが一番ポイントになるわけで、その情報というのがすごく詳細で、いわば極めてマイナーなものになっている。それが昨今の麺文化の下支えをしているのではないかと思えます。

上田 数納さんいかがでしょう？

数納 私は、受け手としての一般消費者たちが今までの日本型の食生活、つまり米食を中心とした食生活からの脱却の一つの現われなのかな、と思っています。食の欧米化とは違った形の、新たな日本型食生活の形とも言えるかもしれません。自分でも家でちょっと調理すれば作れるし食べやすいという安くて手軽な簡便性。そういった点に一般消費者は惹かれて麺に接近していったのではないのでしょうか。それをうまく仕掛けて食品産業側が一般消費者に対して主張し、よほどうまくマスコミやインターネットなど、情報をうまく使って一般消費者を誘導した、その結果なのかなと思います。あと、若い女性に関してはダイエットとして麺食、麺文化に接近したということもあるでしょう。私の仕事の関係で、コメを作っている人間ですが、ダイエットのため夕食にコメを食べるのをやめて10キロやせたというケースがあります。主食としてコメを食べることは最近敬遠されつつあり、その代わりに麺を食す人が増えつつあるようです。

上田 もうお一人、武林さんいかがですか？

武林 私は讃岐うどんのことしか知りませんが、先ほどの藤井社長のお話にありましたように、香川県には人口100万人に対して800から900のうどん屋さんがあります。東京のマクドナルドが500店くらいだそうで、その圧倒的な店の密度が今日の讃岐うどんブームを後押ししたのではないかと思います。

讃岐のうどん文化は、瀬戸大橋以前の宇高連絡船のデッキのうどんに始まります。私は、昭和45年から49年までこちらの福岡大学にいまして帰省するたびに食べるんですが、決して美味しいうどんではないんですが、讃岐うどんの原風景として脳裏にしみこんでいます。井上先生の言われるAISASのうどんなんでしょうね。それが大阪万博～瀬戸大橋の開通ということで、讃岐にうどんを食べに来るといってお客さんが増えることにつながったと思います。

今話題の『UDON』という映画ですが、これには仕掛け人がおりまして、この日本うどん学会の副会長をしておりました田尾さんなんですが、800軒のうどん屋さんをいろんなタイプに分けて、あやしいうどんを探しに行くなどという「麺通団ブーム」を拡大したプロモーション的な映画です。本質的には、藤井社長のような製麺機会社や製粉会社の強力な仕掛けがそれ以前にあった、今日の讃岐うどんブームが来たんじゃないかと思っています。

ビジネスと伝播（移動）

上田 それでは議論を進めたいと思います。前半、奥山先生の基調報告「メソポタミアから九州・四国まで」がありましたが、これを参考にして「麺文化の移動性」について議論してみたいと思います。

うどんを文化性豊かな食べ物とみるか、ビジネスチャンスをもたらす商品とみるかはそれぞれの立場によって違うわけですが、移動性ということで考えるとき、最初は家庭食だったのがそれぞれの地域に根付いたものなのか、或いは営業食がビジネスとして伝わったものなののでしょうか、そのへんについてご意見をお聞かせください。

井上 僕はラーメンのことしか考えていないので、ラーメンの見地から言いますと、やっぱりビジネスとしての営業食であったと思います。これだけ多種多様なラーメンが生まれてきたのはやはり戦後ですね。戦前というか昭和の初期にはラーメンはうどんと同じ一つのアイテムだったのですが、戦後の混乱の中でどうやって稼ごうかなといったときに、自分の目に付いた材料をどう調理して販売しようかといった試行錯誤の、汗と涙が凝縮されたのがラーメンだと思っています。

またマーケティングの話になるんですけど、そういったビジュアルというか、汗と涙の物語をひくくめて、ラーメンというのは味わい深いものなんですね。汚い暖簾とか、ガンコな親父とか、法則があるわけですよ。各々お店でぜったいしてはならないことが常連のお客さんにはDNAとして染み込んでいたりする。頼み方にもいろいろありまして、例えば『好来』という店が人吉にあります。このラーメン屋さんには無言で入って無言で去れるんですよ。メニューには「ラーメン」しかありませんし、客はラーメン1杯と決まっていますから。そういう“文化”も含めて、誰が作ったわけでもないのに、結果的にはビジネスになっているんですよ。おやじさんはビジネスと思ってないでしょうけど、お客さんにとってみれば、そこが魅力で食べに行くわけです。そういったすべてを包含したものとしてのマーケティングがじゅうぶん備わっていて、それに対してさまざまな解釈が生まれ、それがクチコミで広がっていくことで新たな発想が生まれる。

例えば、とんこつラーメンは久留米が発祥だといいますが、久留米から博多、または玉名、熊本、人吉、宮崎といった流れは、「向こうで魅力的なことをやってるぞ。でもこの地方で受けるものは何だろう？」ということがあって、少しずつテイストが違ってくる。やはり「お客さんの喜ぶ顔をみたいから」が基本じゃないかと思います。そういった動機はやっぱり営業的なことなのかなというふうに思います。

上田 武林さんいかがですか？

武林 讃岐うどんではうどん屋さんを、「一般食堂タイプ」「製麺所タイプ」それから最近できております「セルフサービスタイプ」の3つに分けていますが、私の子どもの頃の思い出としては、家で何か行事があるとき、おやじがうどんを前の日から仕込むわけですね。足踏みの手伝いもさせられました。家庭内の行事に関するかぎり、今のような茹で麺でなくて、鍋にそのまま入れて味噌とか醤油で味付けする、いわゆる「打ち込みうどん」スタイルがスタートだったのではないかと考えております。それで、各家庭でうどんの打ち方が上手い者、また兄弟が多い家では次男・三男とかが地域地域で製麺所を始め蒸籠で玉卸しをする、一般食堂にも卸す、といったことが発展してドンドン増えていったということだと思います。ですからその時点で営業食品になっていたわけで、ここ20年~30年の間にビジネスとして小売タイプの製麺所になったところも多いようです。

またこれも自然発生的なんですけど、先ほど言いましたように、今日麺屋さんにうどんツアーなどプロモーションをかける人間が表に出てきて事業としてやってるという現象が見られます。

究極のビジネスという点では、加ト吉さんの冷凍うどんがあります。現在毎日140万食、年間5億食作っているそうです。それと、台湾と中国の青島にも、すごい工場ができています。そのうち「うどんといえば冷凍うどん」というふうになるのではないかなという気もしているんです。

地域で生まれ育った麺

上田 拝聴しておりますとビジネス的要素が強いのかなという印象を受けます。

移動してきた麺でなく、その地が発祥の地だというご意見もあるのではないかとと思いますが、西表先生、沖縄そばは珍しいけれども発展性が見られないというご意見も聞かれるわけですが、沖縄そばは地域発祥の麺でしょうか、それとも移動性の麺でしょうか。この辺の歴史あるいは現状についてお分かりの範囲でお話ねがえませんか。

西表 何をもって移動性というか、何をもって地域発祥性というか、ちょっと解かりませんが、

大きく考えますと、沖縄のそばは移動性というんでしょうか、中国から沖縄に入ってきて定着したラーメンとの間の子みたいなおもので、それが各地に散らばって地域性をもったそばとして発展していったという側面があると思うんですね。

先ほど営業食とか家庭食とかいう言葉があったんですが、沖縄のそばの食習慣としてはハレの日の食事だったんですね。振舞い食と言んでしょうか。私ども小さい頃には、村の祭りのときなどに客人が訪ねてきますと、食堂から取り寄せて振舞うというのが定番でした。ですから高価なもので、それがいつしか一般食というんでしょうか、行事食から一般家庭食になったというのが沖縄の麺文化史だと思います。

こんなエピソードがあります。ある伝統的な食堂に母子連れが来てそばを注文したところ、「おんな子どもにそばは出せない」と断られたというのです。これをみても、沖縄の麺文化はどうも階層性のある食事だったのかな、そういう文化性があったのかなと思います。そういう意味から見てみますと、定着・移動両方の面がみられるのではないかと考えております。

上田 数納先生、東京のそば事情で最近何か変わったニュースはございませんでしょうか。

数納 「東のそば西のうどん」と、古くから言われているようです。実際おそば屋さんの数はそれなりに多いんですけど、新しくできたという話はあまりなく、逆に、うどん屋が進出したということはよく聞きます。ラーメン屋は相変わらず健在で、いまだに新店舗ができて行列ができております。そう考えますと、東京においては「東のそば」はせいぜい現状維持が良いところで、うどんやラーメンの勢力のほうが勝っている状況ですね。

上田 武林さん、讃岐うどんについてはどうでしょう？

武林 先ほど田中先生の報告の中で、空海が20年の留学を2年で切り上げて帰国し、ご当地太宰府に2年ほど滞在していたとありました。その後朝廷から許しが出て京に入ったようですが、讃岐人からしますと、空海が持ち帰って太宰府で広めて「博多うどん」になって、京都に持って行って「京うどん」になって、故郷の善通寺に帰ってきて「讃岐うどん」になったということになります。これはたぶん後付けの話でしょうけど、田中先生のように、時間が過ぎても発表を続けるという粘り腰が讃岐人にはありまして、「コシはあるけど文化がない」という陰口もありますが、コシという点からはやっぱりうどんは讃岐が発祥の地ではないかというふうに認識しております。

」ヌードルを世界に

上田 これまでのお話で外国から移動してきた麺がかなり多いような感じを受けますが、日本から外国に移動していった麺もあると思いますが、その点いかがでしょう？

坂口 日本の食文化で、世界的によく知られている言葉というと、例えば「すし」がありますよね。麺でそれに該当する言葉で何があるかといえば、「そば」もそこまで知られていませんよね。外国の人に日本の食を楽しんでもらうにはどうしたらいいか、というのが大切な問題になっていくと思います。そういう意味で、うどん・そば・ラーメンをひっくるめた適当なキーワード、「Jヌードル」とか、「禅ヌードル」とか、そのへんの知恵を絞る必要があるんじゃないか。

それから、歴史の話もちろんいいんですけど、温故知新のうちの「知新」のほうがもっと重要です。新しいものをどう作っていくか、どう展開していくかを考えないと、過当競争で事業的に厳しく、担い手が出てこないという現状は打破できません。発想や技術、それからマーケティング戦略も、何か新しい切り口がないといけな。一つ考えられるのは「ローカル文化」です。

ローカルで深掘りしたら出てきた価値に普遍性を見出して世界に広げていくということです。そうした努力をしていかないと、おそらく「いいねいいね」と言いながらだんだん船が沈んでいくということになりかねない。その辺のことは、今から是非議論しておくべきテーマだと思います。

西表 沖縄県は日本でも名だたる移民県でして、戦前から南米の方にだいが移民してるんですね。沖縄コロニーというのがありまして、沖縄そばなど戦前の味のままを残しているんですね。沖縄の食文化をボリビア・アルゼンチン・ブラジルあたりに古いまま残っている。やっぱり彼らの2世・3世が伝えて「おふくろの味」だとか言うんですね。そういう意味では、移民とともに食が渡っていったという現実があるわけです。そういう人たちのアイデンティティーを踏まえて食文化の融合ということを考えていかなければならないかなと思います。ただ、メンタリティーの都合だけを見ていくのはやっぱり沖縄の食文化のナゾと思うんです。豆腐とか沖縄そばが今なお昔の味のまま南米にあるということは大事なことです。そういう意味では、日本人が移動していたところでその地域と解け合う中でその食事が取り上げられていく可能性が出てくるかなと考えています。

上田 井上さんいかがでしょう？

井上 キッカケということで言えば、ある資本が例えば中国に進出する、今成功している熊本の『味千ラーメン』とかですね、それがキッカケとなって自然発生的に日本のラーメンが評価され拡がっていく。そういうことから言えば、逆に今観光客は『ラーメンスタジアム』に行ってますよね。平日の昼間なんかほとんど台湾や韓国からの方です。これはやっぱり日本のラーメンというのが向こうでかなりブームになっているからですね。この前北九州の街を歩いていたら、「この辺にラーメン屋ありませんか」と中国人の観光客に尋ねられました。それくらい日本のラーメンのタレとダシというのはあちらでは珍しい、非常に特徴的なものなんですね。要は、彼らにとって非日常的な観光食なんです。このことから、逆に向こうに進出して彼らの日常で食べられるものとしてテイストをちょっと変えれば、チェーン展開が可能なのではないかと思います。うどんにしてもそばにしても同じと思うんですけど。

競合と融合の実像

上田 次に、日本人はなぜ外国の麺を素直に自分たちの食文化の中に取り入れることができたのでしょうか。つまり、主食と副食という組み合わせが普遍的であるにもかかわらず、両者を兼ね備えたような麺を、しかも五感や文化が違うにもかかわらず取り入れたのはなぜなのでしょう。 **坂口** ひじょうに難しい問いかけのような気もしますが、一般的には、日本人が、よく言われているように、異文化の受容能力が高いということがありますよね。それに、先ほど言ったように、麺というのが文明のOSとしてひじょうに使いまわしの利く土着化しやすいものだったということです。粉にする技術を伴って粉にしてしまえばあとはどう加工し調理するかという、比較的簡単だが奥は深いといったところがあります。あとは小麦の生産力の問題なんです。そういう意味では、たかだか100年くらいの間ですね、庶民が口にできるようになったのは。ただ、それがずっと引き継がれてきたのは、やっぱり日本の土着能力とか感性とかがあったんじゃないかという気がします。

逆に、海外に行ったとき、日本では考えもつかなかったような麺文化が展開する可能性があるわけです。すしで言うと、「カリフォルニア巻き」みたいなトンデモナイものなど、けっこう美味しいものがありますよね。そうなったときに、ほんとうに面白い麺の世界が広がっていくんじゃない

ないかという気がします。

上田 井上さんいかがでしょう？

井上 日本人って柔軟性に富むという国民性が絶対にあると思うんですね。アンパンとかカレーうどんとか焼きそばパンとか、今まで庶民が好んで食べていた食べ物のいいところ取りをしてくっつけてしまったりする。中国から伝来した麺も好き勝手に解釈して自分たちのものにしてしまう。例えば、大ざっぱに言えば、東日本は、麺というのどちらかと言えば「食事」なんですね。西日本は、どちらかという「スナック」なんですよ。例えば博多ラーメンは普通麺の量が80グラムから100グラムなんです。おなかがいっぱいにならないように食べるんですね。どちらかという、スープなんか、浸けスープみたいな感じで、全部飲まないんですよ。これが東北に行くと、例えば白河あたりだと、麺がいきなり増えて150から160グラムくらいにあるわけですよ。『大勝軒』、大行列で有名な池袋にある店なんですけど、麺が300グラムくらいあるんです。高田馬場の『べんてん』とかは大盛りは1キロあるんですよ。それくらい麺の量からして違うわけで、それが食事として成立している。主食としてとらえているということなんですね。

西日本というのは、中国文化に近いのか、スナック感覚で何かと付け合せで食べるという習慣がありますね。僕は7～8年前まで東京に住んでいたんですけど、こっちに来てビックリしたのは、うら若きOLが、うどんを頼んでさらにおいなりを食べている。「食べ過ぎだろ、それって」と思ってしまう。それくらい感覚や捉え方が地方地方で違うんですよ。麺というものを、主食にしてみたり、おやつにしてみたり、飲みのあてにしてみたり、いろんな解釈でさまざまにカタチが変わっていたのだと思います。

もう一つの問題ですけど、スープの材料が比較的手に入りやすかったという点が見逃せないと思います。例えばトリガラでとる醤油スープ。とんこつスープとかがわかりやすいと思いますけど、安い材料を手に入れてどう美味しくするか？と格闘するのが日本人は上手なのかもしれませんけど、さらにもう一つ大きな、麺文化が定着した理由として醤油文化ということもあると思います。醤油があったからこそ、どんなダシを使っても比較的容易に味が出せたのではないかと思います。

上田 いろいろと麺の多様な可能性をお聞きしたような感じです。

本日のテーマ「競合と融合」は、国内的にみますと、例えばご当地の博多ラーメンと札幌の味噌ラーメンといったような、それぞれの地域地域で独自の麺があるわけなんですけど、これらがこれからもお互いに競争しながら競合と融合を繰り返していくことになるんでしょうか。このへんについてご意見をお聞かせください。

武林 香川県庁所在地の高松市は福岡市より小さい都市ですけど、四国では唯一支店経済の町があります。ですから全国各地からの通勤族が多く、そのような方が讃岐うどん巡りをし、次の勤務地に行ってやっぱりうどんより博多のラーメンがうまいぞ、札幌ラーメンがうまいぞ、などと麺論議をします。それをうまく取り入れる店もありますし、サラリーマン生活に終止符を打って独立するラーメン店主もおられるでしょう。そういったところで、競合と融合が自然と行われるんじゃないでしょうか。ラーメンのいいところ、うどんのいいところ、博多のいいところ、札幌のいいところ、こういったものを上手に取り込むもとは、人の交流にあるんじゃないかなと思います。私の女房は小倉生まれなんですけど、焼きうどん発祥の地が小倉と聞きまして食べに行きました。大して旨くはなかったんですけど、これが発祥の地の焼きうどんかなということで味わいました。人と人の、そして男女の出会い、交流がすべての原点と思われれます。

上田 坂口先生お願いします。

坂口 一つ思うのは、ネットワークの効果ですね。ラーメンブームをずっと追ってみますと、TVやメディアで良く取り上げられるのが『博多一風堂』の河原さんです。『一風堂』が実は初めてなんですね、職人が全国規模で人的な情報交流をしてお互いにワザを披瀝し盗み合い、次の商品に活かしていくという文字通り競合と融合を仕掛けとしてやったのは。これがラーメン業界の全体的な底上げにもものすごく大きな貢献をしました。ですから、ある意味では麺文化のひじょうに重要な事件だったと思います。問題は、その次のステージを誰がどういうふうにして準備するかということが見えなくなっていて、何となく惰性で同じようなラーメン番組が続いていることです。ここをどうブレークスルーするかというのがひじょうに大事です。

もう一つとして「海外に」ということがどうしても要ると思います。それから、今までどうしても家業・生業というレベルで展開していたのですが、やっぱりビジネスとしてもっと広げていくことが重要になってくる。そうしたときにキラーコンテンツといいますか、何か突出した影響力をもった動きがいくつか出てくると、「すしの次はラーメン」といった言葉がですね、誰でも知っているというふうになってくると思います。そのへんに向けたハズミがどこからどう弾けてくるのか、楽しみにしています。

上田 井上さんいかがでしょう？

井上 ラーメンの話ばかりで恐縮ですが、昨今のラーメンブームの情報発信基地として、東京あたりの新しい店のあり方というのはすごく興味深く感じています。例えば『麵屋武蔵』という店がありますけど、『中村屋』とか『大喜』とか、このへんの人たちみんなに共通するのは、一般的に言われている弟子入りしての「修行」はしていないのですよ。まったくオリジナル、素人さんなんですね。素人さんが突然一念発起してラーメン屋さんをやろうと。『麵屋武蔵』の山田さんなんか洋服屋さんだったんですね。そんな人がいろんなところを食べ歩いたりして自分なりのラーメンを作り出して、それが一つの方向を創り出している。例えば『青葉』というラーメン屋さんが中野にあるんですけど、ここも素人さんなんですよ。素人さんだから弟子は採らないんですね。で、それを見よう見まねでやって『斑鳩』とか『和鉄』とかそっくりなラーメンを作り出す。確実に新しいトレンドが起きていますよね。地方のラーメンをうまく取り入れています。例えばダブルスープ。九州のとんこつ文化と東北の魚ダシ文化をうまくミックスしたものです。トッピングにしても、博多では考えられなかったラーメンに辛子めんたいとかを平気で作って出しています。東京の人はある意味何でも受け入れちゃうんです。何でそんなことができるかということ、やはりマーケティング戦略だと思うんですよ。10人に1人来ればいいという、それくらいの潔さで勝負できちゃうというところが一つあると思うんです。それくらい東京は市場が広い。移民文化といいますか、さまざまな地方から人が集まってきているので、受け入れてもらいやすいし融合しやすい。試行錯誤があって、それで一つの文化ができちゃっているのだと思います。

残念ながらたぶん九州の博多、久留米とか東北の白河とか、喜多方とかは変化が感じられない。それはなぜかということ、お客さんの「とんこつじゃないと食えんバイ」というオーダーが根強くあるわけで、それに応じなくては商売にならない。地方は文化を変えないという役割があり、東京は情報をかき集め進化していくための場所としての役割を担っていくというカタチはしょうがないという気がしています。

沖縄そばの場合

上田 西表先生いかがでしょう？

西表 ご当地麺の戦いというふうに言いますと、沖縄のそばは実は「閉鎖麺」だろうと思うんですね。県外になかなか持ち出せない。というのは、先ほどの公正取引規約の中に、「沖縄で茹でて何日か以内に出さなければならぬ」とかいろんな制約があるわけですね。ですから県内しか消費できないのです。おそらく沖縄の麺が競合と融合の面で、展開するとすれば、そういう規制を乗り越えていかなければならぬのではと思います。

逆に、例えば讃岐うどんが沖縄の麺業界に殴りこみをかけるとどうなるだろうかということですが、実際に流行らないと思うんですね。県民の志向する食の習慣というんでしょうか、県民性のアイデンティティーを考えると、競合・融合が展開していかないんじゃないかと考えます。

けっきょくご当地麺はご当地にあって初めて観光資源になるわけで、暑い地方寒い地方それぞれ感受性が違いますから、独自性と画一性の調整が難しいかなと、関心をもっているところです。

上田 数納先生いかがですか？

数納 ラーメンとそば、といったものの競合といった場合、やっぱりそれぞれの個性を生かしながら棲み分けをうまくしていくことかなと感じています。で、その個性を生かす或いは残すということをごどのように展開していくのかというのが大切なものであって、それが文化というものかなという気がしています。先ほど東京の順応性という話がありましたけど、寄せ集めの街でするので全国各地からいろんなものが集まって美味しいところ取りをするところなんですね。それじゃ東京の個性は何かいうと、いまいち見えない。逆に、それが東京の個性かなという気がします。ですから「文化」というのが果たして何なのかを一番最初に議論すべきだったかなと思っています。

上田 麺文化が発展した要因はいろいろ考えられますが、近年、健康とか安全とか、時代を反映したキーワードが話題に上るようになっていきます。一つ「麺と健康」についてご意見をたまわりたいと思います。西表先生いかがでしょう？

西表 沖縄では麺そのものを改革しようという機運がありまして、県内各地の特産物を練りこんで栄養面を強調して売り出そうという動きになっています。例えば、台湾に一番近い与那国島にはサクナという長命草がありますが、そのエキスを練りこんでサクナ麺、旧玉城村は今の南城市なんですけど、そこはモズクが採れるんで、それを麺に練りこんでモズク麺、また、沖縄は全般的にウコンの産地ですとウコンを練りこんだウコンそば。麺業界はそういう知恵を働かせて、地域おこしと健康志向をドッキングさせる努力をしております。

そして「ブランド化」へ

上田 最近マーケティングで顧客満足(CS=Customer Satisfaction)ということがよく言われております。「麺のブランド化」に関連して、井上さん、最後に一言コメントをお願いします。

井上 麺が美味しい、スープが美味しいという以前の問題としてシチュエーションを楽しむということがブランド化で大切なこととされています。先ほどの『一風堂』ですが、ラーメン店で初めて店内にジャズを流したんですね。内装なんかも女性向けに豪華にしたことがあってラーメン店のイメージが変わりました。これブランド化ですよ。最近の風潮といえばそれまでなんですけど、ことラーメンに関して言いますと、さっき言ったように、傾いたカウンターとか、おばさんの指がスープに入って出てくるとか、私語厳禁とかそういうのはすべてブランド化と言えます。

そこにドキドキしながら行くとか、そういうことでラーメンがどうのこうの言う以前の問題でして、そういったものはすべてブランドなんです。要は、「ブランド化」というのは大事なハコに入るようなものです。「あなたがこの中に入っています。このハコをポーンと開けるといろんな思い出が飛び出てきます」というのがブランドだと僕は思っています。そういった意味では、うどんに限らず、ある流れとか全体の雰囲気、その中に麺があってスープがあってということなので、そういう意味で、昔からブランドというのがあるって、これからも刷り込んでいくものだと思っています。

上田 有り難うございました。時間がまいりましたので、これでシンポジウムを終わります。

「日本うどん学会」会則

(名 称)

第1条 本会は日本うどん学会 (Japan Udon Association) と称する。

(目 的)

第2条 本会は広く専攻分野を異にする研究者、実務家がうどんに関する研究水準の向上に寄与することを目的とする。

(事 業)

第3条 本会は前条の目的を達成するために次の事業を行なう。

- (1) 大会および研究会の開催
- (2) 年報およびその他の印刷物
- (3) 本会の目的に資するための国際交流
- (4) その他本会の目的達成に必要な事業

(事務局)

第4条 本会の事務局は香川県内におく。

(部 会)

第5条 本会は必要な地域に部会を設けることができる。部会の設置および廃止は理事会および議会の承認を経て行なう。部会の組織および運営に関する細則は別に定める。

(会 員)

第6条 本会は、うどんに関心を有し、かつ学際的・業際的な研究交流を志向する者を会員とする。

第7条 会員は次の2種類とする。

- (1) 正会員
大学・短期大学等の教育機関又は企業等にあつて、うどんに関する研究に関心のある者。
- (2) 賛助会員
本会の目的に賛同し、本会の事業に協力する者。

第8条 会費の年額は次のとおりとする。

- (1) 正会員：4000円
- (2) 賛助会員：1口10000円以上（1口以上）

会費納入は毎年8月までとする。ただし、新入会員はその年に限り、入会承認時に納入する。

第9条 本会に入会しようとする者は正会員1名の推薦を受け「入会申込書」を本会に提出する。なお、入会の審査は理事会が行い、決定する。

(退 会)

第10条 退会しようとする会員は書面をもって本会に申し出る。会員が3年度分にわたって会費を滞納した時は、理事会の決定によって退会させることができる。

(役 員)

第11条 本会に次の役員をおく。

- (1) 会 長： 1名
- (2) 副会長： 3名以内
- (3) 理 事： 20名以内
- (4) 監 事： 2名以内
- (5) 評議員： 10名以内

第12条 会長および副会長の選出は理事の中から互選する。理事および監事は総会で会員の中から選任する。評議員は理事会が会員の中から選出する。

第13条 会長は本会を代表し、会務を統括する。副会長は会長を補佐する。会長に事故ある時は副会長から会長代行を選任する。理事は理事会の構成員として、本会の運営について審議し、決定する。監事は会計を監査する。評議員の任務等必要なことは別に定める。

第14条 役員任期は、3年とし、再任を妨げない。役員に欠員が生じた時は理事会が後任者を決定し、その任期は前任者の残存期間とする。

(会 議)

第15条 本会の会議は会員総会、理事会、評議員会とする。会員総会は毎年度1回、理事会・評議員会は会長が必要と認めた場合にこれを招集する。

第16条 次の事項は、総会の議決を必要とする。

- (1) 年度事業計画および予算
- (2) 年度事業報告および決算
- (3) 会則の変更
- (4) 会費の額
- (5) その他本会の運用上重要な事項

第17条 本会の議事は出席者の過半数をもって決定し、可否同数の場合は会長の決するところとする。

(会 計)

第18条 本会の経費は会費その他の収入で運営する。

本会の会計年度は毎年6月1日に始まり、翌年5月31日までとする。

本会の決算は監事の監査を経て、会員総会の承認を受けなければならない。

付則 1、この会則は平成15年6月14日から実施する。

〈本部事務局〉

〒769-0201 香川県綾歌郡宇多津町浜1-10

香川短期大学 三宅 耕三 研究室

TEL : 0877-49-8047 FAX : 0877-49-8047

日本うどん学会 第4回全国大会参加者一覧

2006年9月9日 太宰府市「太宰府館」

No.	氏名	No.	氏名	No.	氏名
1	青木真美	31	三宅耕三	61	劉美春
2	浅田加奈子	32	森貞俊二	62	清水虎見
3	安西良友	33	村田恵子	63	峰松栄一
4	井手正毅	34	山下恭司	64	熊谷健一
5	上田喜博	35	山路正典	65	広瀬拓也
6	江良百代	36	小島千晶	66	村上光春
7	小倉信一	37	吉留昭子	67	杉谷朝雄
8	桑原裕二	38	秋山正信	68	古川章
9	小泉隆文	39	井上知弘	69	古川正子
10	崎洋之	40	西表宏	70	江上澄郎
11	酒井詩織	41	奥山忠政	71	空間浩之
12	佐々木真由子	42	鐘ヶ江富子	72	日高達郎
13	嶋田昭正	43	木和幸子	73	秋吉栄子
14	嶋田詳子	44	佐藤俊一	74	高本奈津子
15	諏佐アヤ	45	坂口光一	75	田中ひとみ
16	上戸文洋	46	須川一幸	76	柴田芳明
17	数納朗	47	田口俊英	77	有岡和子
18	鈴木慰継	48	田中恵美子	78	古賀脩平
19	武林正樹	49	駄田井正	79	岩坂昌樹
20	田中俊男	50	土屋輝男	80	吉田修平
21	佃昌道	51	中島清	81	荒谷穎明
22	津村哲司	52	中村孝	82	黒川
23	土井裕司	53	八田浩一	83	森田
24	都丸修一	54	馬場義文	84	石田
25	藤堂聡美	55	原久能		他未登録者約20名
26	橋本可奈	56	原布士乎		
27	樋口明夫	57	浜地順子		
28	藤井薫	58	藤本わかな		
29	藤井加奈子	59	本田直也		
30	松井隆	60	水野正幸		

(敬称略)

<賛助会員>

ストレートスープのパイオニア京經

京都鯉節 株式会社

代表取締役社長 志 村 雅 之

〒601-8357 京都市南区吉祥院石原堂ノ後西町7番地

TEL 075-671-0555

<http://www.kyoto-katsuo.co.jp>

中国貿易のパイオニア（各輸出・輸入業務の代行）

株式会社 セント・レディス

代表取締役社長 武 林 正 樹

〒763-0065 香川県丸亀市塩屋町3丁目10番29号

TEL 0877-25-0822

<http://www.stlady.com>

眼鏡スペシャリストの養成校

専門学校ワールド オプチカル カレッジ (WOC)

副校長 金 子 弘

〒703-8282 岡山市平井6丁目6番11号

TEL 086-272-5566

<http://www.woc.ac.jp>

学術図書出版

株式会社 嵯峨野書院

代表取締役社長 中 村 忠 義

〒615-8045 京都市西京区牛ヶ瀬南ノ口町39

TEL 075-391-7321

<http://www.saganoshoin.co.jp>

<協賛企業>

亀城庵さぬきうどんの製造・販売

株式会社 讃匠

代表取締役社長 藤 井 薫

〒762-0002 香川県坂出市旭町1丁目1番26号

TEL 0120-45-2860

<http://www.kijoan.com>

日本うどん学会 役員名簿		
会 長	三 宅 耕 三	(香川短期大学)
副 会 長	武 林 正 樹	(株式会社 セントレディス)
〃	森 貞 俊 二	(松山東雲短期大学)
〃	上 戸 文 洋	(香川西高等学校)
理 事	田 尾 和 俊	(四国学院大学)
〃	石 原 正 裕	(株式会社 山陽放送)
〃	上 田 喜 博	(四国大学)
〃	勝 谷 誠 彦	(コラムニスト)
〃	福 田 豊	(株式会社 宮武讃岐製麺)
〃	森 敏 彰	(讃岐ラーメン はまんど)
〃	山 野 明 男	(愛知学院大学)
〃	佃 昌 道	(高松大学)
〃	津 村 哲 司	(瀬戸内短期大学)
〃	奥 山 忠 政	(雑誌『麺の世界』)
理事 (事務局長)	田 中 康 博	(株式会社 ユニオン)
監 事	山 下 恭 司	(山下税理士事務所)
〃	鷹 尾 雅 裕	(聖カタリナ女子大学)

日本うどん学会 学会誌発行責任者
 三 宅 耕 三 (香川短期大学)
 奥 山 忠 政 (雑誌『麺の世界』)

2006年12月 印刷・発行
 〈事務局〉〒769-0201
 香川県綾歌郡宇多津町浜1-10
 香川短期大学 三宅研究室
 TEL 0877-49-8047
 FAX 0877-49-8047

印刷 (株)プリンティング コガ
 福岡県大川市一木736-5
 TEL 0944-88-0027