

第2号

日本うどん学会誌



日本うどん学会

since 2003

Japan Academic of Udon

目 次

巻頭語	1
-----	---

《自由論題研究報告》

(1) 「仏教とうどん」	2
田中俊男 (独立行政法人雇用・能力開発機構)	
(2) 「学生のうどん食文化に関する一考察」	12
上田喜博 (四国大学)	
(3) 「うどん伝来の一考察」	18
山野明男 (愛知学院大学)	
(4) 「若者の麺類消費にみる麺市場の動向」	23
三宅耕三 (香川短期大学)、森貞俊二 (松山東雲短期大学)、 上田喜博 (四国大学)、武林正樹 (株・セントレディス)、 松井久美子 (瀬戸療護園)	
(5) 「日系製麺企業における中国進出と企業展開の実態」	37
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) 小泉隆文 (東京農業大学大学院研究生)	
(6) 「麺と文人 その1」	43
森貞俊二 (松山東雲短期大学)	

《シンポジウム》

「麺文化を活かした地域おこし」	51
パネリスト：駄田井 正 (アジア麺文化研究会)	
熊谷真菜 (日本コナモン協会)	
渡辺英彦 (富士宮やきそば学会)	
森貞俊二 (日本うどん学会)	

日本うどん学会・会則	66
------------	----

第3回日本うどん学会全国大会参加者名簿	69
---------------------	----

賛助会員・協賛会員	70
-----------	----

役員名簿	71
------	----

巻頭語

“うどん道” 葛折

日本うどん学会
会長 三宅耕三

日本うどん学会第三回全国大会は「麺と地域貢献」をキャッチフレーズに錦秋の 11 月 19 日（土）香川県の瀬戸内短期大学に 100 名近い参加者を迎え開催されました。研究発表 6 編の報告と「麺文化を活かした町おこし」をテーマとしたシンポジュームの二部構成でした。

研究発表の内容は「仏教とうどん」「麺と文人」のユニークな内容、「うどん伝来の一考察」と銘打った歴史的考察、そして「学生のうどん食文化に関する一考察」「若者の麺類消費にみる麺市場の動向」「日系製麺企業における中国進出と企業展開の実態」をテーマに食文化・マーケティング的な内容が発表されました。その内容は文献に沿いながらの独自の展開、あるいはデータを駆使しながらの科学的手法等研究方法はいろいろでしたが、各発表は斬新で示唆に富んだ内容でした。

続いて、アジア麺文化研究会駄田井正氏・日本コナモン協会熊谷真菜氏・富士宮焼きそば学会渡辺英彦氏・日本うどん学会森貞俊二氏の論客をお迎えしてのシンポジュームは、ユーモアを織り交ぜながら核心をついた内容が展開されました。麺をこよなく愛しているパネリストのご指摘は本学会の全国大会に相応しいものでした。

本誌に掲載しておりますシンポジュームの内容をご高覧いただければ、これからの町づくりの何らかの参考になると確信しております。

このような日本うどん学会の細やかな活動が、今後のうどん等麺類の持続的発展に少しでもお役に立つことができれば幸甚です。

最後に、第四回全国大会は本年の秋頃に香川短期大学が当番校で開催することになりました。会場については未定です。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 1 月吉日 学会事務局にて

「仏教うどん」

田中俊男(独立行政法人雇用・能力開発機構)

まずもって我が町の短期大学にて研究発表をさせて頂くことに關しまして感謝を申し上げます。それと少し前書きの長い論文ですので誠に申し訳なく思います。前回の第2回日本うどん学会全国大会にて発表しましたごとく、この地域は讃岐うどんが特に安いところであります。理由はしごく簡単なことで、空海の生まれた善通寺のとなりの町であるのと、非常に田園風景が広くのんびりとした地域で、司馬遼太郎の作品「空海の風景」、の対象になった地域で、善意な信徒が多い地域に相当するからである。私の観念では、空海(仏教)—讃岐うどん、は切り離せない。讃岐うどんには仏教の歴史が脈々と流れていると考える。空海が密教を伝えたと同時に讃岐うどんも広まったと考えます。前回の続きで少し詳しく説明しなければならない所があった。仏教で言えば「三教指帰」は早く子供達に読ませたほうが良いと思われる。「秘密曼荼羅十住心論」「秘藏宝鑰」は人として早く身に付けていれば、なかなか良いと思われる。ただ都会の人から見れば競争力に少し欠ける土壌であるかもしれません。しかし、心身の教育、特に心の教育には本当に良い地域である。争いは敵意心より成りたつので敵意心を持たない教育が必要である。この地域は、兼業農家が多く商売人はあまりいないが「無財の七施」は良く出来た地域で、讃岐うどんが安いので「鬼も笑い出す」と言っても過言ではない。この気持ちで、讃岐うどんをすすれば非常に有り難い心境になる。ここで学生諸君に解るように説明を入れます。説明の無いところは辞書を引いて下さい。「生かすいのち」の人生教訓で人様にお布施といって物と心の分かち合いを行う。仏教で説くところの布施の行は三施と七施を基本とする。「三施」は第一に飲食施 第二に珍宝施 第三は身命施 例え物に恵まれなくとも身命によって施しの行が出来ることを説いている。「無財の七施」とは

一、眼施一人に好かれる優しい眼差しであります。

二、和顔悦色施—なごやかな顔と微笑の施しであります。

三、言辞施—心のこもった優しい言葉によって人びとを力づけ他人を救う。

四、身施(力施)—自分の力を他人に貸すこと。他人の荷物を持ってあげるとか。

五、心施—善の心の施しによって他人に喜びを与える。

六、床坐施—自分の座席を他人に譲ることである。

七、房舎施—自分の住居を多くの人に開放して他人の便に供し、社会奉仕をすることです。

それはそれとしまして、前回の発表にて「酢」の重要性を述べましたが、今はNHKの「がってん」でも何回も取り上げられています。少しでも世間の皆さんに健康で有ってほしいものです。

前回の続き好きで私どもの厚生会より資料が手にはいりましたのでお知らせします。

年間受診回数の多い順。

1. 高血圧
2. 皮膚炎、湿疹等
3. 糖尿病
4. がん
5. かぜ
5. 胃炎及び十二指腸潰瘍等
7. 脊椎症、椎間板ヘルニア・腰痛
8. 遠視・近視
9. 角膜炎・緑内障
10. 心臓病(狭心症、心筋梗塞等)

となっております。香川県は全国平均の5～7倍の讃岐うどん消費量ですので、高血圧は誠に1位であるとのデータより推察されます。どうして仏教を出したかの理由は単に空海のみならず、教えを身に付け実践することで讃岐うどんも美味しく打てるし、お客様のもてなしの方法も解かりますので載せました。また客も教えを意識すれば美味しくいただけると思うからです。

緒論

この西讃は、他の地域のようにドジョウうどん、のように他県から来られた方がギョッとびっくりするような讃岐うどんはあまり売ってはいない地域である。大根うどん、とか、柚子うどん、酢だちうどん、それに普通のカケうどん、ちくわうどん、きつねうどん、釜揚げうどんのような、おとなしい讃岐うどんが多いところである。うどんとか、ソーメンが良く売れ次いで少ないがラーメンと言う事で、毎日、どこかのテレビで宣伝しているラーメン屋さんは大きい店が昔は有ったが讃岐うどんに比して、客の入りが少なく、また高いので客が来なくなり閉店した。また信向心など宗教は、世の中にて出世には関係ないが、仮に大学をでて出世した場合には子供の時から身に付けた力は発揮できるので関心が無いよりは有ったほうがよいと思われる。盗賊とか人殺しのような殺伐とした事件が本州の方では増えている世の中にては仏教とかキリスト教は、知らないで損をすると言う時代になったとだけ言っておきます。人様の世話をして自分を癒す方法は最低限でも会得出来るようになると思われます。

それでは讃岐うどんに関心の在る方はうどんのところだけを、少し仏教に関心の在る方はそのところを読んでみてください。決して損にはなりません。徳を積んで頂きたいと願います。

ナーガールジュナの「菩提心論」にいう。「世の常の者は世間の評判や利欲、生活用具にとらわれ、ただ自らの安逸につとめ、むさぼり・いかり・愚かさ・あるいはあらゆる感覚の対象に対する欲望をほしいままにしている。真言を實踐する者は、まさにこれらをぬぐい捨てなければならない。」
「物にはきまった性質はない。どうして人はつねに悪人であることがあろうか。チャンスにめぐり合えば、なみの者でもすばらしい道を願う。教えにしたがえば、世のつねの者でもすぐれた人になろうと思う。……だから本来のさとりがうちにもよおし、目ざめた者の光が外にかがやき出せば、たちまち自らの欲望をおさえて、しばしば他の者に与えてやる。あたかも、樹木の芽が種子より芽ばえ

つぼみ
て蕾となり葉がのびるように、善心の芽ばえ、は次第に成長する。花びらが開き、実をむすぶように、善心は発展する。そして善き行為の不十分なのを反省し、悪しき行為はこれを恐れいましめる。」と。

また儒教の「五常」は仏教では「五戒」と言う。儒教に説く人の人たる道を次第に習い、仏教に教える善を慕い学ぶ。

「人の人たる道とは仁義、礼智、信である。又その実行である。

仁、を仏教では殺さないことと名づける。おのれの身になって他に与えてやる。

義、は他のものを取らぬことである。おのれのものを節約して他に与えてやる。

礼、は男女の道を乱さぬことである。人の世にはすべて礼儀によって秩序がある。

智、は酒に乱れぬことである。つまびらかに事柄を決定し、よく道理をとおす。

信、はうそをつかぬことである。いえば必ず実行する。

この五つをよく行なえば四季は順和で、万物の構成する五つの元素が乱れざること月のように明らかである。」と。

「十善戒」とは

1. 不殺生 ふせつしょう 殺すことなかれ。
2. 不偷盗 ふちゅうとう 盗むことなかれ。
3. 不邪淫 ふじやいん 貞潔なれ
4. 不妄語 ふもうご うそをつくことなかれ。
5. 不綺語 ふきご へつらいごとをいうことなかれ
6. 不両舌 ふりょうぜつ 二枚舌をつかうことなかれ。
7. 不悪口 ふあくく 悪口をいうことなかれ。
8. 不慳貧 ふけんどん むさぼることなかれ。
9. 不瞋恚 ふしんに いかることなかれ。
10. 不邪見 ふじあけん 誤った見解をいだくことなかれ。

江戸時代の慈雲尊者は「人の人たる道といふは、この十善にあるぞ。人たる道を全くして賢聖の地位にも到るべく、高く仏果をも期すべきなり。この道をうしなえば、鳥獣にも異ならず、木頭にも異ならぬなり。」と（生命の海＜空海＞ 宮坂宥勝、梅原 猛 角川書店 昭和47年）

「前の生涯で善をおさめれば今の生涯で人となることができる。この生涯に善をおさめなければ、また迷いの世界に脱落しよう。春に穀物の種を播かなければ、どうして秋の収穫がえられようか。仏教を信仰する男女すべての者は、この五戒・十善の教えを敬わなければならない。」詳細は「秘密曼荼羅十住心論」に述べてあるとおりである。

概論

書物にも書いてあるが、体力の次に素直さが必要である。そのためにも早く子供たちに勉学を家庭にて行なう。親が苦勞して行動していることは子供達もまねをする。しかし言っているだけの事は、絶対子供達はしない。

正にその通りである。大人になって気が着くが皆そうである。逆に親は子供を見てまた素直になる。親が死ぬほどの苦勞をすれば子供は自立が早く、欲しい資格もすぐ取ってしまう。

また、うどんを食いながらのお寺の旅をしてみました。福沢諭吉訓話を見つけました。

ちょっと紹介します。福沢諭吉訓話

- 一．世の中で一番楽しく立派な事は一生を貫く仕事を持つことである。
- 二．世の中で一番みじめな事は教養のないことである。
- 三．世の中で一番淋しい事は仕事のないことである。
- 四．世の中で一番みにくい事は他人の生活をうらやむ事である。
- 五．世の中で一番尊い事は人のために奉仕して決して恩に着せないことである。
- 六．世の中で一番美しい事はすべてのものに愛情を持つことである。
- 七．世の中で一番悲しいことはうそをつく事である。

自分自身の問題ばかりであり正に道德の基本である。

若いときは少し無茶苦茶になりがちであるが、この教えをも身に付けて実行してみると良い人生がおくれると思います。

これは伊予のお寺にて見つけました(新四国曼荼羅霊場)が西伊予は非常に信仰心の厚そうな場所で「十三仏霊場」がありました。

十三仏を解説しますと

不動明王 初七日の仏様 ご真言 なうまく さんまんだ ばざらだん せんだまかろしやだ そ
わたや うん たらた かんまん

「ちよろずの悪魔降伏なしたもう 威徳は高し 南無不動尊」

「仏説聖不動經」によりますと南無36童子を唱え最期に「南無帰命頂礼大日大聖不動明王四大
八大諸憤怒尊」

を三回唱えます。(すべて所求円満せしむ、吉祥を得ん。)など良いことばかりの結果となる。

釈迦如来 二七日の仏様 ご真言 なうまく さんまんだ ぼだなんばく

「とこしえに驚のみ山にましまして うき世の人を救う尊さ」

文殊菩薩 三七日の仏様 ご真言 おん あらはしやなう

「清涼の山にまします文殊師利 知恵の利剣をさずけたまえや」

普賢菩薩 四七日の仏様 ご真言 おん さんまや さとばん

「白象にのりて衆生を守ります ふげんぼさつをたのめ諸人」

地藏菩薩 五七日の仏様 ご真言 おん かかかび さん まえいそわか

「たのみ無き無仏世界の衆生をば 救くわでやまぬ 南無地藏尊」

弥勒菩薩 六七日の仏様 ご真言 おん ばいたれいや そわか

「のちの世に出でたもうべきみ仏は みろくぼさつぞ 仰げ人びと」

薬師如来 四十九日の仏様 ご真言 おん ころころせんたり まとうぎ そわか

「薬師ぶつ 願え人びと 身の病い 心の病い いえざるはなし」

観世音菩薩 百ヶ日の仏様 ご真言 おん あろりきやそわか 「世の中に種々のすがたをあら
わして 救う衆生の限りしられず」

七観世音と申しまして

1. 聖観世音 しょうくわんぜ おん ご真言 おん あろりきや そわか

2. 千手観世音 せんじゆかんぜ おん ご真言 おん ばざらたらまきりく
3. 十一面観世音 じゅういちめんかんぜ おん ご真言 おん まかきやろにかそわか
4. 馬頭観世音 ばとうかんぜ おん ご真言 おん あみりとうどはんばうんはつた
5. 如意輪観世音 にょいりんかんぜ おん ご真言 をん はらだはんどめいうん
6. 准胝観世音 じゆんていかんぜ おん ご真言 おん しゃれいそれいそんていそわか
7. 不空縑索観世音 ふくうけんじやくかんぜ おん ご真言 おん はんどまたら あぼきやしやてい そろそろそわか

で三十三身に姿を変えて衆生を済度されます。

勢至菩薩 せいしほきつ 一年の仏様 ご真言 おん さんざん さく そわか

「大勢至 智慧の光に照らされて 三途のやみも消えうせぬべし」

阿弥陀如来 三年の仏様 ご真言 おん あみりた ていせい から うん

「ごくらくの国にまします弥陀如来 迎えたまえや 罪深き身も」

阿闍如来 あしゅくによらい 七年の仏様 ご真言 おん あきしうびや うん

「ひんがしの国にみ法を説きたもう あしゅく如来のりやく迎がん」

大日如来 だいにとによらい 十三年の仏様 ご真言 おん あびらうんけん ばざら だとばん

「み仏の中にすぐれし大日の 光にもるるものとはなし」

虚空蔵菩薩 こくうぞうぼきつ 三十三年の仏様 ご真言 なうぼう あきや しゃきやらばや おん ありきや まり
ぼり そわか

「こくうぞう 迎げば高しもろ人の のりもたからも願うまに」

これはなんともいえない霊場であると思います。

「新四国曼荼羅霊場」では愛染明王をご本尊とした寺がある。

愛染明王 女性の為の仏様 ご真言 おん まからぎや ばぞろしゆにしゃ ばざらさとば じゃく うん ばん こく。

霊場巡りで疲れたとき「うどん」をすすればおいしくいい感じである。またうどんが安いのでほっとして気持ちが安らぐ。それと古いお寺には古い神が宿っているということで神社は省略したが私は郷社に30年太鼓獅子を奉納している。今年も無事、神社への奉納が終わりました。

四国八十八ヶ所の最初のお寺である竺和山霊山寺の詩を思いだしますと「霊山の釈迦の御前に巡りきてよろずの罪も消え失せにけり」。ご本尊は釈迦如来である。

この奥の院が「新四国曼荼羅霊場」の第1番 八葉山東林院であり ご本尊は薬師如来である。最期の医王山大窪寺にある詩を詠いますと「南無薬師諸病なかれと願いつつ詣れる人は大窪の寺」。ご本尊は薬師如来である。

つづきまして五岳山善通寺の詩は「我れ住まばよも消え果てじ善通寺深き誓いの法のともしび」。
ご本尊は薬師如来である。なんともいえず響きが良い。

次に「秘密曼荼羅十住心論」であるが簡単に解説をいれますと

第一住心 異生羝羊心—倫理以前の世界 無知な者は迷って、わが迷いをさとっていない。雄羊のように、ただ性と食とのことを思いつづけるだけである。

第二住心 愚童持斎心—倫理的世界 他の縁によって、たちまちに節食を思う。他の者に与える心が芽ばえるのは、穀物が播かれて発芽するようなものである。

第三住心 嬰童無畏心—宗教心の目覚め 天上の世界に生まれて、しばらく復活することができる。それは幼な児や子牛が母にしたがうようなもので一時の安らぎにすぎない。

第四住心 唯蘊無我心—無我を知る ただ物のみが実在することを知って、固体存在の実在を否定する。教えを聞いてさとり者の説は、すべてこのようなものである。

第五住心 抜業因種心—おのれの無知を除く 一切は因縁よりなることを体得して、無知のもとをとりぞく。このようにして迷いの世界を除いて、ただひとり、さとりの世界を得る。

第六住心 他縁大乘心—人々の苦悩を救う 一切衆生に対して計らいの愛の心を起こすことによって、大なる慈愛がはじめて生ずる。すべての物を幻影と観じて、ただ心のはたらきのみが実在であるとする。

第七住心 覺心不生心—いっさいは空である あらゆる現象の実在を否定することによって実在に対する迷妄を断ち切り、ひたすら空を観ずれば、心は静まって何らかの相なく安楽である。

第八住心 一道無為心—すべてが真実である 現象はわけへだてなく清浄であって、認識における主観も客観もともに合一している。そのような心の本性を知るものを称して、仏(大日如来)というのである。

第九住心 極無自性心—対立を超える 水にはそれ自体の定まった性はない。風あつて波が立つだけである。さとりの世界はこの段階が究極ではないという戒めによって、さらに進む。

第十住心 秘密莊嚴心—無限の展開 密教以外の一般仏教は塵を払うだけで、真言密教は庫の扉を開く。そこで庫の中の宝はたちまちに現れて、あらゆる価値が実現されるのである。

(日本の思想全 20 巻 第 1 巻 最澄・空海集 編集解説 渡辺照宏 1969 年筑摩書房刊より)

(生命の海<空海> 宮坂宥勝、梅原 猛 昭和47年 角川書店より)

四国巡礼で「お接待」があり他の地域の人から見れば何と思えるか解からないが、非常に有り難いことである。「うどん一杯」が特に有り難いのである。これから冬になってゆきましますのでなお喜ばれます。キリスト教でいえば「一杯の水」でありましょうか。この讃岐は全国で一番の水不足の地域であり工業が発達しなく農業の国であり今年は何年にもない厳しい年であったが台風と溜め池の

おかげで助かりました。ところで、最期の秘密莊厳心であるが、「悟り」ではあるがこれは未だに、未完であり個人により違う。他者のために悟りを開き自分に帰る。顕教にても大変なのに、密教にて同じようになるはずはない。人の心の発達段階で同じ結果ができれば世の中本当に楽にて平和な時代が続く。ただ途中の行動は人により違う。答えが一樣でないで例え科学技術が発達した現代でも宗教は続くのである。その一番重要なことは人格形成と心の癒し方にもいろいろ有ることである。同じ教育を受けても、考え方が少し回り道をする人とか、ストレートに行く人を思えばその違いがわかる。

「愚かな世のつねの者でも、ある時に一つの思いが生ずることがある。その者はことのわずかばかりを思念してよろこびを生じ、しばしば実行する。秘密主よ。これがはじめて善業の可能性が生ずることである。また、これをもとにして父母をはじめとして親族たちに施しをする。これが第二の芽ばえ、である。また、この施しをもって親族でない他人に与えてやる。これが第三の蕾のふくらみである。またこの施しをもって徳のある立派な人に与える。これが第四の葉のひろがりである。また、この施しをもって、よろこんで芸能の人に与え、またすぐれた仏者にささげる。これが第五の花びらの開きである。また、この施しをもって親しみ愛する心を起こし、その心をもってあらゆる人びとに与える。これが第六の実りである」と。

「物は心がないから、そのまま姿を現します。ですが、人は心をもっていますから、賢愚はちょっと見ただけでは知り分けがたいのです。」

「貴賤、いずれの者も口ではよいことをいっても、その心と行いはすべてよくありません。自分が教えに背いていることを一度も反省したことがなく、かえって他人が聖典に説かれた理法に反していることをあげつらって、これをそしります。いってみれば、自分の足のはれものをかくして他人の足のはれものをあばき出すようなものです。」これは自分を棚に上げて人を悪く言うことである。

(日本の思想全 20 巻 第 1 巻 最澄・空海集 編集解説 渡辺照宏 1969 年筑摩書房刊より)

本論

私は学生時代、高松が一番遠い良い町と思っていたものである。その後、宇高連絡線の讃岐うどんもよかったが、高松駅の立ち食い讃岐うどんもよかったと思っていた、しかし今はその跡形も無い。私が大学を受ける時初めて県外に出て本州に渡った。この時、電車に特急券、とか急行券、とか指定席の券がいるなど初めて知った。日本の基礎は農業であり漁業である。工業とかサービス業は其の次である。人間の脳は専門分野につきましたら、その方向に向くのに半年から1年は時間が掛かるのだそうです。ある程度即戦力になるには時間は掛かりますが、職業能力開発施設とか短期大学と大学と専門学校も優れた授業をしていれば即戦力にもなる。私は今、職業能力開発機関にいますが優秀な指導力を持っている方が多い。本州の大学の工学部にいった時、皆同じレベルの者かと思っていたら英語、数学、ドイツ語などで単位を落とし確か入学の時は1科で40名いたと思っていたが卒業時期には29名になっていた。普通、大学では英語、数学は特に勉強をしなくても、高校時代によく勉強をしていた者は同じことの繰り返しで試験を受ければ通ります。それで教養課程はいらないといった議論にもなったのかとも思いますが学力の低下が激しかったのですね。専門分野になれば別ですが。それと子供たちの食べ物屋さんはあるが大人の食べ物屋さんが無いとどこかの人がこぼしていたがせめて昼飯くらいは、うどん定食位は食べてほしいものである。この地域は中讃よりは讃岐うどんが安い。鳥坂峠を越えて丸亀方面に行きますと少し高くなる。兼業農家ばかりであったが、讃岐うどん屋さんがかなり出来たし繁盛しているようである。われわれの年代ではカップラーメンとかインスタントラーメンはまったく体のことを思って食べなくなり

ました。若い年代の時は気にせず食べておりましたが、農業機械を製造していた企業も時代の変遷とともに、35年前より全国で初の機械での製麺業が発展した。特に食品機械である。建設機械(クレーン等)、運搬機械(自動車等)も私の専門であったが、一時のオイルショックで、不況でこの地域は中小零細企業が多く、就職では高卒だけの方のほうが有利であった。しかし企業にて当時(約30年前)、汎用コンピュータの要員を募集していた企業があったが、情報工学科はまだ大学には無かった時代であった(しかし電気工学があったので大学には汎用コンピュータは置いてありFORTRANが巾を利かしていたが、社会に出ると圧倒的にCOBOLであった。次にASSEMBLERだったでしょうか。特に地方程この傾向は強かった。今でもCOBOLは全体の半分以上のシェアを占めている。その次にJAVAが20%とVBとC#が20%位です。それぞれ用途が違います。かつて巾を利かした言語FORTRANは無くなった。C言語は万人には向かない。わかりやすい言語は無くならない。)。技術計算でもBASICで十分である。昔は媒体変換の大きな機械ばかりで汎用コンピュータなどはやっと奥に行けば使える感じでありました。パソコンなどはまったく販売していない時代であり本屋さんに行けばマイコン(MY COMPUTER又はMICRO COMPUTERの略)が少し経って出た時期でした。今あるPCの(OS)WindowsXPと種々の安いソフトなどその当時有れば何を言われても怖くはなかったであろう。私は別の学問をその時から、またゼロから企業にてすることになったように思います。若いころは体力と学力です。企業では体力をつける仕事もさせてくれる。若いときは資格をとり素直にやる気があれば何とかなるが年を取れば、特に素直さが必要になる。讃岐うどんを作っている方はお客様にいかに喜んで食べてもらうかの信念で働き、歳をとれば若い者の育成に情熱を燃やしている。健康的で頼もしい限りである。

各うどん屋さんをたまにめぐってみると塩分の少なさ(減塩の努力)がよくみえた。小さな文字でラベルに書いてあるのを丁寧に読んで見ると、当社の醤油で30%減塩に成功しましたと書いてありました。その次には「葱」が増えていること。大きな束にしてたくさん出してくれているのでハサミで好きなだけ切って食べられるので楽しく、水は幾らでも飲めるように、ちょっと気がつけば客に満足していただけるよう大変な努力をしている。讃岐うどんがここまで良くなっている(努力をしている)のがよく見えました。とにかく讃岐全域を見てみますと昼飯のときのうどん屋さんは活気にあふれにぎやかなままである。高松に勤めているが、愛媛ナンバーの車とか京都ナンバーの車で7~8人乗って「どこのうどん屋さんが美味しいですか」と聞かれたことがかなり在る。其のときはうれしい限りである。つい11月のことですのでブームは大分長く続きそうである。しかし私は讃岐うどんよりはたこ焼きが好きでたこ焼きを晩飯代わりにしていることが多い。特に風邪を引きかけた時は必ずたこ焼きでソースを多くかけてもらって2箱は食べ暖かくしてすぐに寝る。これで風邪が治る。風邪薬は飲んだことがない。この地域ではラーメン屋さんよりうどん屋さんには列が来ている。県内どこも同じようです。(食育、体育、音育)

お店のづくりも、食育の観点からと音育の観点から美味しく組合せばいい雰囲気になると思われます。体育は個人の問題であります。

終わりに。

讃岐うどんは空海が伝えたと言われているので 日本では、1200年の歴史を持つ食べ物である。1200年もあれば完成された食べ物であるが、現代は健康食にしている。ところで学会にて、空海が伝えたと言った文献が無いと意見がでましたがうどんづくりは覚えて置けばよいもので、特に文献、資料などは必要は無いと考える。大学入試とか資格試験と同じで頭の中にどれだけのものがあるかという試験をするが同じようなもので偉大な空海にとってはさほどたいしたことではな

いと思われる。食べ物として麦を使って簡単に出来よいものを讃岐に持ち帰ってくれたものである。うどんは値が安いからうどんである、従ってうどんは別腹といっていなくても売れるのかなと思います。さぬきの夢2000はよく出来ていると聞いている。しかし100%の粉では麺がやわらかくコシが少し柔らかいとので、別の粉を少し混ぜたほうがコシがしっかりとて美味しいとの事である。従ってラベルの表示を確実にすることが肝要である。

ところで、空海が伝えたうどんと仏様の中で、毎日、お世話になっている神様は2つあります。^{さんぼう}三寶

だいこうじん 大荒神(台所) と うすき まだいなうおう 鳥枢娑摩大明王(トイレ)でそれぞれ

ご真言は おん けんばや けんばや そわか それと
おん くろだう うんじゃく そわか である。

最期に遅れましたが、「讃州七福の寺」の七福神を紹介いたします。

七福神法話

1 恵比寿 日本生まれの神 地獄、餓鬼、畜生、修羅、人、天、を踏み出して仏教では七の数字が尊重されている。「つり上げし魚を宝と抱きしめて、わらう恵比寿の神のご威徳。」

2 大黒天 インド生まれの神 ご真言 おんまかきやらやそわか。「打つ槌に宝の雨をふらしつつ、無福の民を救うおん神。」

3 毘沙門天 インド生まれの神 ご真言 おん べいしらまんだやそわか「魔を降す猛き姿にひきかえて、情けあまる福德の神。」

4 弁財天 インド生まれの神 ご真言 おん そらそばていえいそわか「ひく琵琶の妙なる音にも似たるかな、福を喜ぶ もろ人の声。」

5 福祿寿 中国生まれの神「仰ぎみる その頭の長きこと、延寿の徳を与えます。」

6 寿老人 中国生まれの神「玄鹿のいのち長きにあやかれと、杖を引きつつ世を救う神。」

7 布袋尊 中国の仏教僧として実在した人。一人のお坊さんが七福神の船出の乗ることが出来たところに大きな意味があるらしい。「限りなき宝の布袋みてはげめ、笑う門には福きたるなり。」

この霊場を巡り讃岐うどんを食べば誠に幸せの感覚で心が一杯になりお腹も一杯になります。

そういえば昔(20 年前)、善通寺にあったときの香川短期大学の教員ではじめて出勤したとき、学生も事務職員も見分けがつかないので、どちらにも「おはようございます〜!」と言っていたのを思い出しました。先端技術の開発も普通の仕事も総て同じ事の繰り返しですね。それで、そのあいだに食育と体育と音育は大変重要な要素で、健康的な生活に必要なのです。これからは人口の減少により進学もし易くなり、就職もし易くなります。自分の能力に合った仕事は必ずどこかに有ります。しかし現代の若者は、修身(わが身を修める)の授業が無く、正に家庭生活からの躰が大事である。仏教とかキリスト教は他者を癒し、自分も癒す教えなのです。癒しが中心で周辺に道徳があるわけでは。うどんを食べるのにそんなに仏教を意識するのかの質問には、やはり意識します。昔から地域の秋祭りとか法事に決まってうどんが出る。これは歳を取った証拠かもしれない。最期に教えの戒律は全部守れぬことがあるがそこは人間の弱さを思い知るだけで皆同じ事である。最近、毎日TVの報道にて変な事件とか交通事故が多いが総て道徳(心)の崩壊者で有ると思っている。最期に長寿十訓を改めて思い出しました。

1. 少肉多菜 2. 少塩多酢 3. 少糖多果 4. 少食多咀 5. 少怒多笑 6. 少煩多眠
7. 少言多行 8. 少欲多施 9. 少衣多浴 10. 少車多歩

これは自分自身の意思の問題ですので、この長寿十訓を守り食生活に気を付けましょう。

結言。

今後、讃岐うどんは地域起こしより進んで世界へ進出するものであります。特に消費物資であるので多く食べて頂く工夫が大事である。そのためには何べんも言いますが「無財の七施」は非常に大事である、特に女性が身に付ければ恐ろしい武器になる。讃岐うどんもすでに大手の企業は大陸へ進出しています。にぎり寿司と刺身に足して讃岐うどんが世界に広がると考えます。

教えを確実に身に付けて心身共に修行を積んだ方が讃岐うどんを打っていただくと食べる方も本当に美味しく思うし、実際良い讃岐うどんが出来るのである。唯の評判だけでなく、自分が作った讃岐うどんに自信を持つことが繁盛の秘訣である。

最後に、讃岐うどんは人格を積んだ職人さんが打っていただければ食べる方もそれなりに緊張もするし値段が特にこうだとはいえないはずである。それを思うとある程度の年齢で教えがしっかりと身についた職人さんのところが繁盛するのは自然の成り行きだと思います。それと、お店は一度開店しましたら、本日は休日は良いが準備中とか、玉切れなどの看板は出来るだけかけない事、人の寄り方が段々減ります。朝何時から昼何時まで営業とはっきりと書いておくこと。固定客がある程度できるまでは頑張ること。大学の受験でも2時間とか3時間しか睡眠をとらない受験生が多いと聞き、皆他の者も頑張ります。総て繁盛は通常の3倍の努力が必要であると私は心から思います。生活が掛かっているのですから一生懸命頑張るのは当たり前ですね。体力をつけて頑張ってもらいたいと願います。地域だけで頑張るお店と世界へ進出するお店と色々あって、業界は活気づきます。私が目指すところの「日本文化の世界への進出」を願ってやみませんし、讃岐発、を特に願います。

参考文献等

- (日本の思想全 20 巻 第 1 巻 最澄・空海集 編集解説 渡辺照宏 1969 年筑摩書房刊)
- (生命の海<空海> 宮坂宥勝、梅原 猛 共著 昭和47年 角川書店)
- (新居祐政布教著昨全集 新居祐政著 平成十年 高野山出版社)
- (理趣経、心経、観音経 高野山教学部 昭和63年 日本仏教普及会)
- (聖 経 聖使命菩薩讃偈 甘露の法雨、天使の言葉、続々甘露の法雨)
- (人生は思うように変えられる。マーフィの成功法則 昭和49年 産能大出版部刊)
- (日本はこうなる 糸川英夫著 1986年 講談社)
- (真理の花たば 宮坂宥勝著 昭和44年 筑摩書房)
- (親鸞から空海へ 親鸞と密教の核心 織田隆弘著 平成二年 密門会出版部)
- (心の法則 原田豊實著 昭和50年 産業能率大出版部刊)
- (空海の風景 司馬遼太郎 昭和59年 中央文庫)
- (映画 空海)(映画 ベンハー)(映画 汚れ無き悪戯)(国宝 空海展)
- (般若身経の読み方 ひろ さちや著 昭和63年 日本実業出版社)
- (素直な心になるために 松下幸之助著 昭和51年 PHP研究所)
- (般若心経講話 寺河俊海著 昭和52年 高野山出版社)
- (社会福祉事業概論 一番ヶ瀬康子著 昭和59年 誠信書房)
- (「病い」の存在論 徳永幸子著 1984年 地湧社)
- (社会学 福武 直 濱島 朗 編 昭和60年 有斐閣双書)

「学生のうどん食文化に関する一考察」

上田喜博（四国大学）

1. はじめに

うどんの原料は小麦、この小麦の原産地は定かでないが、文献によれば、一説には中国原産の作物であると主張されている。

中国華北平野で小麦が本格的に栽培されるようになったのは、漢（前漢）の時代からであるといわれているが、この時代に麺類が誕生した。そして唐代になって、小麦生産量の増大と製粉技術の革新により麺は発達していった。当時麺料理は、湯餅（タンビン）と呼ばれていたのであるが、湯（タン）は漢方薬を煎じたものやスープの意、餅（ビン）は小麦粉食品の意であり、よって湯餅はゆでたり、スープで煮た小麦粉食品を指していた。宋代（960～1279年）に入り湯餅という言葉は用いられなくなり、麺類に発展した。

麺が料理の1カテゴリーとして独立したのは、これが中国全土に普及し、大衆的な食べ物となり、様々な種類の麺料理が作られるようになったからだといわれている。そして、この時代に麺文化が完成したのである。

小麦と水と塩、これさえあれば出来るうどん、あまりにもシンプル故に奥深く、その土地ごとの味付けがあり、こだわりがあるうどん、そんな食品だからこそうどんは全国各地に普及しているのであろう。

うどんをはじめとするそば、ラーメン等の粉食は、もはや我が国の食生活には欠かすことの出来ない文化といえよう。

本稿は、若者が麺文化（特にうどん・ラーメン）に対してどのように認識しているかを調査したものである。

2. 調査方法

本学に在学する学生にアンケート調査を実施した。調査期間は平成16年10月15日～22日である。方法は、調査用紙を学生に配布し、回答後直ちに回収した。対象学生数は、大学・短大併せて594人である。

3. 結果及び考察

調査対象者594名中、男子が53名、女子が541名であった。

また出身地別では、徳島県が434名（73%）、香川県22名（3, 7%）、愛媛県28名（4, 7%）、高知県24名（4%）、その他86名（14, 5%）であった。

生活スタイル別では、自宅生が384名（64, 6%）、マンション・アパート生141名（23, 7%）、寮生69名（11, 6%）であった。

まず全体について見てみると、麺類に対する嗜好（図1）については、86%の学生が好き、13%が普通と答え、嫌いと回答した学生はわずか3名にすぎず改めて日本人の麺

類好き、麺文化の定着を実感させられた。

次にうどんとラーメンについて質問した（図2）。

「どちらが好きですか」という問に対して、うどん52％、ラーメン47％という結果になり、うどんを好むものが5ポイントほど上回った。

「麺類をいつ食べるか」（図3）については、うどんは昼食（64％）が最も多く、ついで夕食（28％）、その他（3％）、夜食（2％）の順であった。“その他”の内訳は、“風邪の時”、“いつでも”、“食欲がないとき”、“食べない”等である。また、ラーメンは1位昼食（55％）、2位夕食（31％）、3位夜食（7％）、4位その他（3％）となった。ここでのその他は“飲酒の後”、“気が向いたとき”、“食べない”等である。

「月に何回位食べるか」（図4）については、うどんは3～5回（41％）が最も多く、1～2回（37％）、6～10回（15％）、それ以上（5％）の順であった。それに対してラーメンでは1～2回（49％）が1位、次が3～5回（36％）、6～10回（10％）という結果であった。

「どこで食べるか」（図5）では、うどんは自宅（44％）、専門店（41％）、学生食堂（12％）の順であった。ラーメンは専門店（48％）が最も多く、次が自宅（45％）であり、両方で93％を占め、うどんの場合とやや異なる結果となった。ちなみに学生食堂は2％であった。

「麺類を食べるときに選ぶ基準」（図6）は、うどん・ラーメンともに1位種類（45％、54％）、2位お手頃価格（25％、20％）、3位安さ（18％、12％）であった。その他も（10％、11％）とかなり高い比率であったが、これは“おいしさ・味”という回答が圧倒的に多く、それ以外では両者とも“その時の気分で”というものであった。

次にうどんについての質問をしてみた。

「食べるときに入れたい具材」（図7）について尋ねたところ、1位はわかめ（299件）、2位天かす（280件）、3位薬味（262件）、以下天ぷら（241件）、卵（186件）、肉（159件）の順であった。その他として、とろろ昆布、梅干し、コロッケ、ショウガ、キムチ、芋等と様々な回答がでた。

「何を一緒に食べるか」（図8）（サイドメニュー）では、うどんのみ（294件）が最も多く、次がおにぎり（228件）、いなり寿司（87件）、揚げ物（53件）おでん（46件）であった。その他では、ご飯が圧倒的に多く、ちらし寿司、玉子焼き、何も食べないというものもあった。

「讃岐うどんを知っているか」という質問では、99％の学生が“知っている”と答え、内90％が食していた。

本県のたらいうどんについても同様の質問をしてみたところ、認知度は87％とかなり高い数値を示しているものの、食したことがあるとの回答は74％であり、今後認知度を高めるようなマーケティング戦略の必要性を痛感した。

最も讃岐うどんについて云えば、讃岐うどんはいまや統一ブランドによる産業需要の喚起に成功しており、ブランド力は非常に強い（注1）。それに対して、たらいうどんに対するマーケティング戦略ははなはだ不十分といえる。

「讃岐うどんのイメージについて」（図9）（複数回答）では、1位おいしい（79％）、2位こしがある（69、4％）、が極めて高く、以下歯ごたえがある（33％）、安い（3

2%), のどごしがよい(28, 3%), つやがある(24, 6%), 庶民的(20, 9%)と続いている。

たらいうどん(図10)では、1位おいしい(49, 3%), 2位大人数で食べる(31, 8%), 3位こしがある(29, 3%)、4位庶民的(19%), 5位あっさりしている(17, 2%) 6位のどごしがよい(16, 8%)の順であった。

次に県別データの比較を試みた。

まず「麺類に対する嗜好の度合い」(図11)では、麺類を最も好むのは香川県(90, 9%), 2位徳島県(88%), 3位その他(82, 6%), 4位愛媛県(75%), 5位高知県(70, 8%)であった。

「うどんとラーメンとではどちらが好きか」(図12)という質問では、香川ではやはりうどんを77%余の学生が好み、ラーメンとの回答は20%余であった。それに比べて、高知、徳島、その他ではうどんを好むものの割合はそれぞれ58, 3%, 52, 3%, 51, 2%と過半数を占め、ほぼ同様な結果であったが、愛媛はうどんの愛好者は4割弱であり、ラーメンの方が好まれる結果となった。

「月に何回位食べるか」(図13)では、うどんは1~2回と答えた割合は高知が最も多く(50%), 続いてその他(44, 2%), 愛媛(39, 3%), 徳島(35, 7%), 香川(22, 7%)の順であった。

3~5回との回答は、どの県も40%前後でほぼ同様であったが、6~10回は、香川が32%と際だった数値を示した。10回以上では愛媛の7, 1%が目立った。

ラーメンでは1~2回と答えた割合は香川が極めて大きく(59, 1%), その他も過半数(51, 2%)を占めた。3~5回というのは、高知の4割強から香川の2割強まで、うどんに比べてややばらつきが見られた。6~10回は愛媛の18%が際立っており、ラーメンを好む比率の高い愛媛の実態を示す結果となった。高知の無回答の割合(12, 5%)もやや気になる数値であった。

「麺類を食べにいったときの基準は何か」(図14)という質問では、うどんは香川はお手頃価格(40, 9%), 種類(27, 3%), その他(18, 2%), 安さ(13, 6%)の順であり、地元で讃岐うどんを食べる場合、“お手頃価格”が県民のポピュラーな意識であることが分かった。

それ以外の県では、どこも“種類”が4割強で最も大きく、徳島(25, 8%)とその他(25, 6%)は“お手頃価格”が、高知(29, 2%)と愛媛(28, 6%)は“安さ”が2位で続いた。

ラーメンは“種類”が食べるときの最も大きな要因であるが、香川はここでも“お手頃価格”という回答が4割と他県を圧倒しており、麺を食べるときの意識の違いが感じられた。

讃岐うどん、たらいうどんについての県別データは、前述した全体のデータからほぼ推察可能であるが、「讃岐うどん」と「たらいうどん」の地元以外での認知度の相違は極めて大きく、あらためてたらいうどんのより一層のコマーシャルの必要性を痛感した。これからは、せめてたらいうどんを認知している学生が、もう少し食してくれるような方策を検討しなければならないのではなかろうか。

4. おわりに

農林漁業金融公庫が実施した「中食や外食の利用に関するアンケート調査」によれば、外食をする場合、消費者が最も多く食するのは麺類のようである（図表1）。このように元来日本人は麺類好きといえるが、今回調査対象としたうどん、中でも讃岐うどんがなぜこれほどまでに香川県民に愛され、顧客満足を獲得しているのでしょうか。主な要因については前述したように、讃岐うどんに対するマーケティング戦略、即ちブランド構築への取組が成功した結果であろう。

今回のアンケートは、質問項目が主に麺そのものについてであったが故に、“種類”と“価格面”というわずかな変数で店舗選択の有無を確認したわけであるが、外食サービス業態における顧客満足要因をより詳細に把握するためには、図表2のように飲食要因だけではなく、店舗環境要因も重要な影響を与えており、ハード・ソフト両面から考察しなければならない。ただその場合、店舗選択要因と顧客満足要因を分けて考える必要がある。何故なら、店舗選択要因は入店前に飲食或いはサービスに関する事前知識に基づいて判断するものであるのに対して、顧客満足要因は出店後に感じるものであるからである。

特に近年、生活環境の変化に伴い、フードサービスに対する顧客の意識は変化してきている。前述のアンケート調査によれば図表3に見られるように、今までの顧客に安い価格でおいしいメニューを提供しさえすれば顧客満足が得られるという考え方から、それに加えて、食材や栄養のバランスを意識する人が全体の7割を占めるようになってきている。

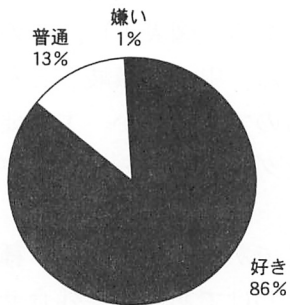
また、健康・安全志向が強いと思う人も6割を占めており（図表4）、ただ味と価格ばかりでなく、多くの要素をフードサービスに望んでいる傾向を示している。

麺類とこれらの要素との相関関係がどの程度のものなのかは分かりかねるが、消費者がうどん店を選択する場合、その選択基準は他のフードサービス店を選ぶ場合とは異質なのかも知れない。それは例えば、フードサービス店を選ぶ場合、駐車場の有無が極めて大きな要素であるのに対して、うどん店の場合はそうでもないからである（図表5、図表6）。ともあれ、うどん店選択には、“味”と“価格”は2大要素のようである。

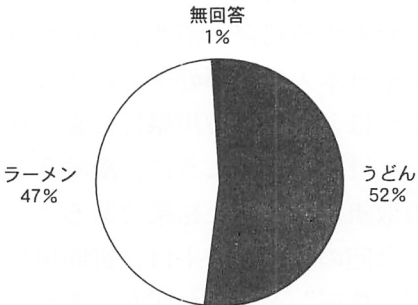
よって、これから尚一層うどん食文化の振興を図っていくためには、味、価格へのこだわりはもとより、食材や健康面にも配慮し、関係者（うどん店、関連企業、行政）が一体となってより好ましいブランドイメージの確立に取り組んでいく必要がある。

うどんに関するアンケート調査 全体

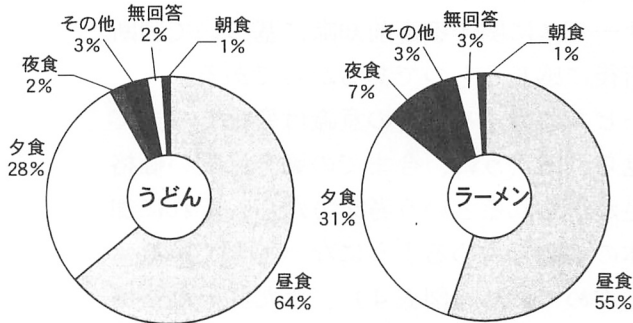
1. あなたは麺類は好きですか。



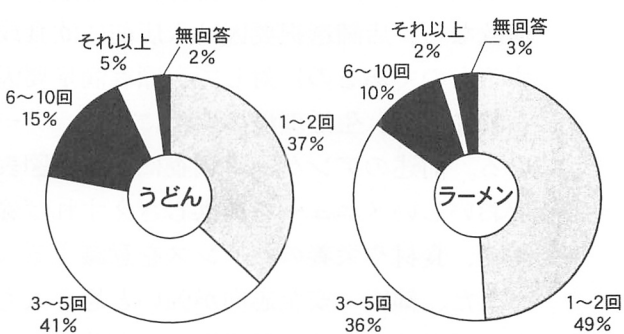
2. 問4の①、②と答えた人で、「うどん」と「ラーメン」とではどちらが好きですか。



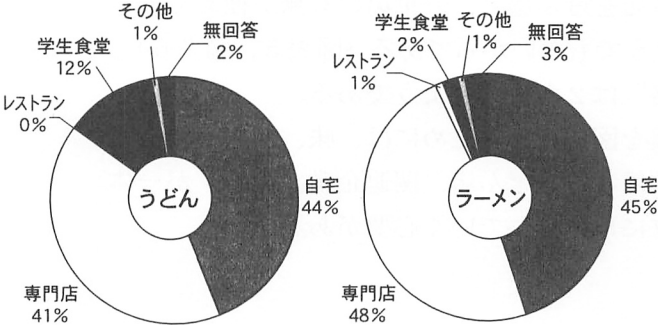
3. どんなときによく麺類を召し上がりますか。



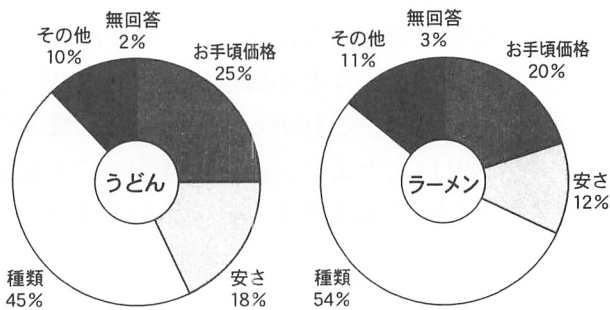
4. 月に何回くらい食べますか。



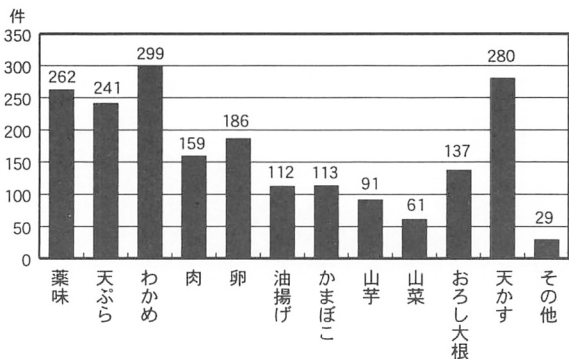
5. どこで食べることが多いです。



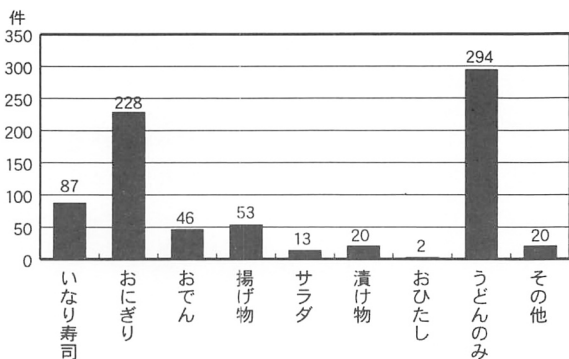
6. 麺類を食べにいったとき選ぶ基準はなんですか。



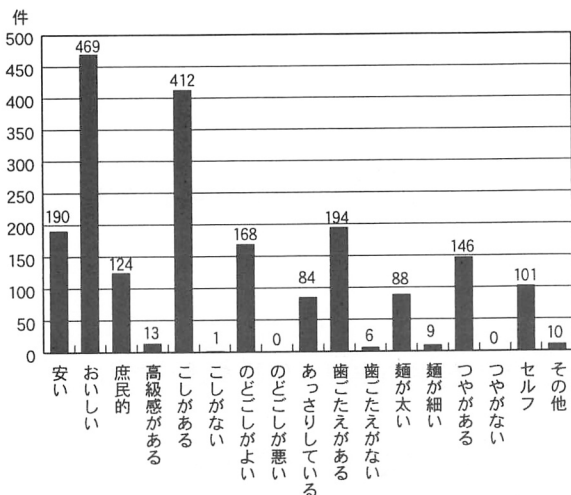
7. 「うどん」についてお尋ねします。食べるとき入りたい具材はなんですか。（複数回答可）



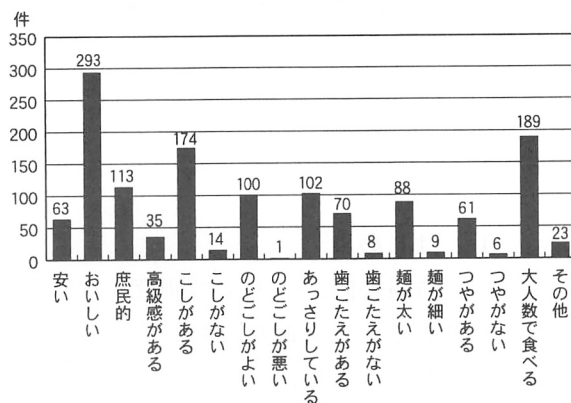
8. うどんを食べるとき何を一緒に召し上がりますか。（複数回答可）



9. 「讃岐うどん」に対してどのようなイメージをお持ちですか。
(複数回答可)

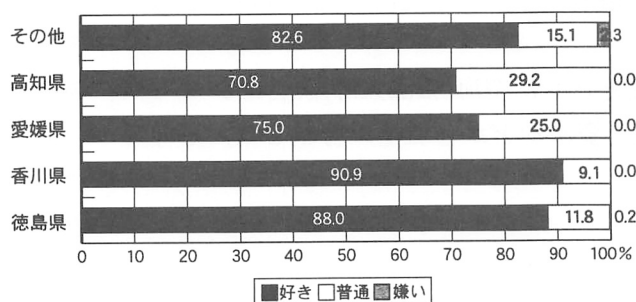


10. 「たらいうどん」に対してどのようなイメージをお持ちですか。
(複数回答可)

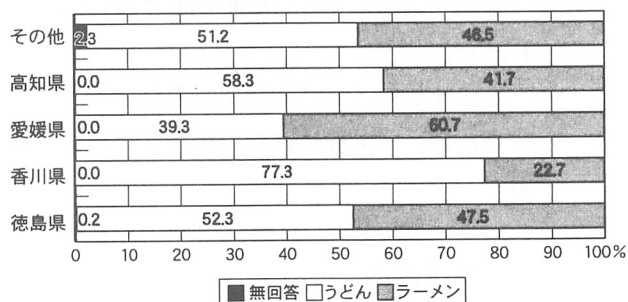


うどんに関するアンケート調査 県別

11. あなたは麺類は好きですか。

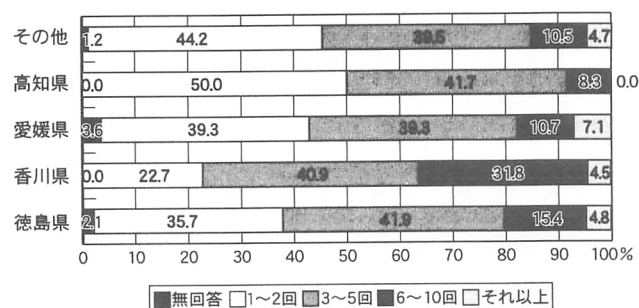


12. 問4の①、②と答えた人で、「うどん」と「ラーメン」とではどちらが好きですか。

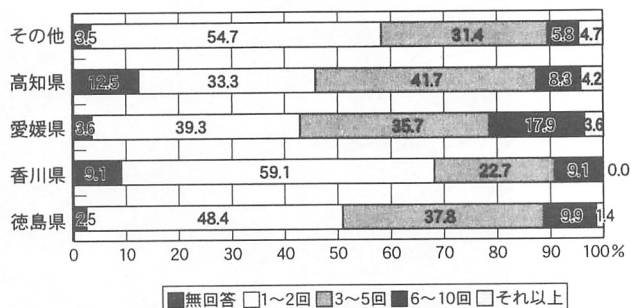


13. 月に何回くらい食べますか。

【うどん】

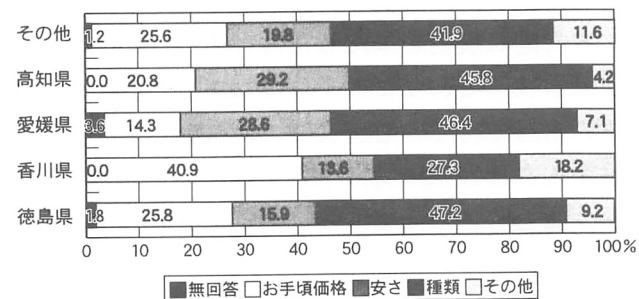


【ラーメン】

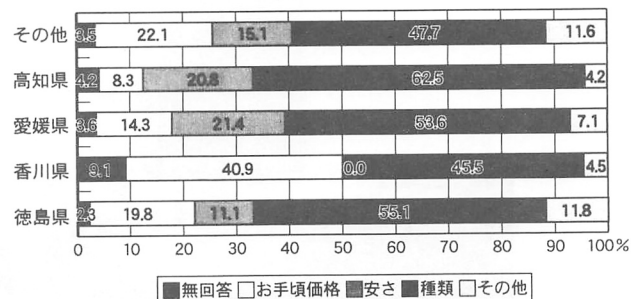


14. 麺類を食べにいったときの基準は何ですか。

【うどん】



【ラーメン】



「うどん伝来の一考察」

山野明男（愛知学院大学）

1 はじめに

この報告は、うどんの研究を専門としない筆者が、うどん伝来の空想・仮説を述べたものであることを最初にお断りしておく。

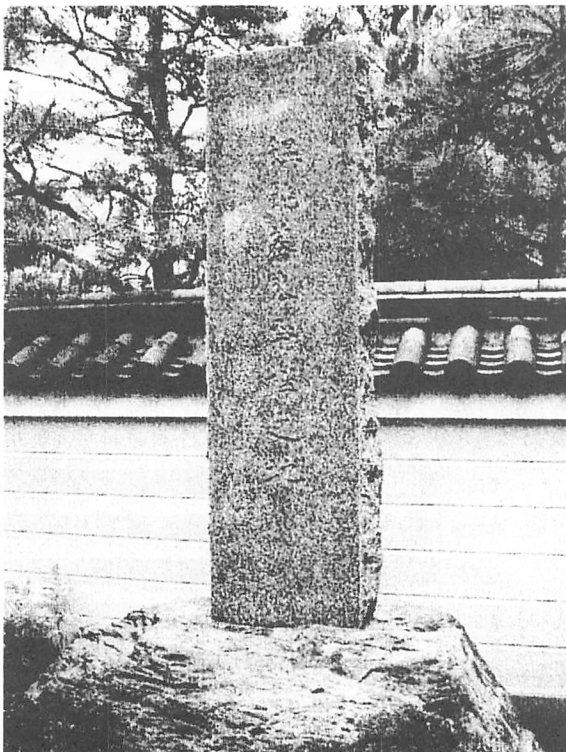
うどんの伝来については、そもそも「うどん」とは何かから論議しなければならない。伝来は、うどんという現在の形からみるのか、麵の加工方法でみるのか、うどんの語源となった菓餅の「索餅」・「混沌」などからみるのか、によって異なってくると思われる。全国に広がるいくつかのうどん産地は、うどんの伝来からそれぞれに地方独特のうどんの形に変化した。

まず筆者は、小雑誌の『麵都博多』を紹介し、わが国のうどん発祥の地といわれている「博多」説を、次に薄味であり腰の強さで有名な讃岐うどんから空海(弘法大師)説を取り上げた。

そこで、うどん伝来の一考察と題して、博多説とともに空海(弘法大師)説をあわせて検討したい。この報告は、現時点で把握できた両説と資料などから若干の考察をしたものである。

2 博多説について

『麵都博多』を読んで、まずわが国のうどん発祥の地「博多」説を検討したい。最近、筆者は現地の博多へ出かけ、「饅飩蕎麦発祥之地」の碑のある承天寺で「中世博多うどん」



の接待を受けた。この「中世博多うどん」は、小麦の胚芽やふすまを入れて少しにごった色のうどん、牛蒡の天ぷらがのり、味は讃岐うどんとそう違いはなかった。

この「博多」説によると、鎌倉時代、九州の博多において聖一国師が中国の宋から持ち帰った水力による製粉機械の図面「水磨の図」があり、粉食文化が開花したことは確かであろう。文化のルーツからみても、鎌倉時代において中国に近く貿易港の役割を果たした博多の町は、文献も残っておりこのような説が出されるのも当を得ている。よって、機械により製粉され大衆に受け入れられたうどんが、鎌倉時代に商都博多にもたらされた

り製粉され大衆に受け入れられたうどんが、鎌倉時代に商都博多にもたらされたことは歴史的事実として認めたい。

しかし、うどんが大衆化・一般化されたのと、発祥の地は異なると思われる。確かに、機械がもたらされ新しい製粉技術は伝わったが、石臼で粉にする技術は、それ以前に存在したと考えられるからである。よって、博多がうどんの発祥地と決めるには十分とはいえない。

3 空海(弘法大師)説

讃岐では弘法さん信仰が強く、空海が讃岐うどんを中国から伝えたとの伝承がまことしやかに使用される。讃岐うどんが多く使用される空海伝來說を、このままにしてよいのかという問題もある。

このようにうどんは、空海(弘法大師)が中国から持ち帰ったとする説を、多くの讃岐の人は取り入れなが

写真 饅頭蕎麦発祥之地の碑 承天寺(博多) らも、確かな文献をまだ発見していないのである。まず、証拠を示す確かな文献の発見が待たれる。空海説は、インターネットのHPでも多く引用されるが、この内容が正しいかは不明なのである。

しかし、まず状況証拠から固めてはどうだろうか。空海は中国の唐から多くの新しい知識を得て帰ったという。空海の生誕の地である讃岐平野は、雨が少なく比較的乾燥の気候であり、あまりかんがい施設の発達していなかった平安時代初期には、稲よりも乾燥に強い麦類の栽培は奨励されただろうし、実際に小麦が栽培されていたという説もある。

空海は、唐の都長安に滞在した。長安を含む中国の華北地方は、瀬戸内地方と同様に乾燥が強く今でも畑作地帯であり、乾燥に強い麦が多く栽培されている。その時代にすでにうどんらしき麺は完成しており、空海は、この食物のことを当然知識として持ち帰っていたと思われる。

そこで、空海が唐で目にした新しい切り麺のうどんを生誕地の讃岐に紹介しても不思議ではないのである。現在は、吉野川からの香川用水が引かれ、かんがい施設は整い農業経営は安定しているが、讃岐の当時の農業生産は、水不足により稲作が十分に行えない状況であったと思われる。

昔の僧侶、とくに空海(弘法大師)のような人物になると、帰国してもまず地元の産業や食生活を考え、これらのことを伝授するのが普通のパターンであった。今のように、それぞれの専門家がいて、指導を仰ぐ状況にはなく、地域の知識人といえは僧侶がそれに該当していた。

これは、筆者の今までの研究調査(農業地理学を専門)から、農村部において、特産物で産地形成している地域の多くは、その発端を僧侶による作物の導入がよくあげられるのである。例えば、愛知県で示すと西三河の西尾に碾茶(抹茶)栽培や稲沢市の植木・苗木栽培などである。よって、平安時代初期に空海によって讃岐に切り麺のうどんが伝えられた可能性は大と思われる。

4 資料からの考察

さらに具体化できる資料を集め論評したいと思うが、インターネットや文献から現在ま

で把握できた状況を報告したい。うどんの記載の HP は多くあるが、その中でまとまった HP に次の 2 つの資料がある。

1) 資料「空海が唐から伝えた？」

うどん王国・讃岐発〔麺の博物館〕によると、「空海が唐から伝えた？」というタイトルで次のような記述がある。

空海の生まれ故郷である香川県には「讃岐のうどんは弘法さんが唐から持ち帰った」という言い伝えがあります。平安時代(804 年)に遣唐使船に乗って大陸に渡った空海は、①長安(現、西安)に滞在しますが、長安の周辺は広大な小麦耕作地帯でした。数百年前に生まれた麺食文化は、この地で大きく開花しました。空海が密教を学んだ青龍寺をはじめとする寺々には、麺料理専門の僧がいたといわれており、その技術を空海が持ち帰ったとすることは不自然ではありません。唐からの麺の伝来は空海帰朝のおよそ百年前ですから、初の伝来者とはいえません。でも、大衆の生活技術に深い関心を持っていた彼のことです。何らかの麺作りの新しい智恵を持ち帰った可能性を否定できません。②唐の新技术「切り麺」は、空海がもたらしたのではないかという、状況証拠も存在します。讃岐うどん空海伝来説の出所は、この辺にありそうです。

番号と下線は筆者が挿入 〔うどん王国・さぬき発「麺の博物館」より〕

2) 「うどんの歴史とさぬきうどん」

また、日清冷凍食品株式会社 WEBSITE「恐るべき冷凍うどん」によると、「うどんの歴史とさぬきうどん」と題し、次のような記述がある。

さぬきは香川県の旧国名ですが、今ではうどんの代名詞のようになっています。気候温暖な瀬戸内海沿岸、日本有数の穀倉地帯として歴史を歩んできた讃岐平野がうどんの発祥地なのです。讃岐生まれ(海岸寺)の弘法大師が遥か奈良時代に伝えられたと言われていいます。弘法大師は西暦 804 年、遣唐使として中国に渡り真言宗を学びました。故郷に戻った 806 年に持ち帰った③唐菓子がうどんの源流と言われていいます。それは、④小麦粉にアンコを入れて煮たもので「混沌(こんとん)」と言われていました。それが「餛飩(けんとん)」となり煮て熱いうちに食べるものだから「温飩(おんとん)」となり、それが転じて「饅飩(うんとん)」となり現在の「うどん」になったと言われていいます。

番号と下線は筆者が挿入〔日清冷凍食品株式会社 WEBSITE「恐るべき冷凍うどん」より〕

3) 若干のコメント

上記、2 つの資料から次のようなことが言えるのではないかと思います。

まず、第 1 点は、下線①麺食文化の存在、②空海が唐から持ち帰った小麦を原料とした麺の新たな技術、③唐菓子の存在などから空海が麺を持ち帰ったことは、確かなように思われる。小麦粉から麺にすることは、当時すでに大陸から伝わっていた。そこで、空海が持ち帰った技術を庶民に伝えたことは容易に想像できる。

第2点は、下線④の小麦粉にアンコを入れて煮たもの部分である。これを読んで筆者は、讃岐に現在も伝わる正月の「餡入り雑煮」を思い出した。この「混沌」と「餡入り雑煮」



は、似ているのではないか。もしかして歴史を紐解けば、混沌にたどり着くのではないかと想像するようになった。現在、香川県で食されている餡入り雑煮は、もちろんもち米でついた餡餅であるが、これが小麦粉から変化したと取れなくもないのである。興味をもてるのは、この「餡入り雑煮」の分布をみると、香川県のみの分布となっている点である。

伝承料理研究家の神戸山手大学教授の奥村孟彪生先生の「日本列島雑煮文化圏図」によると、その中の「白味噌文化圏」の中に高松・丸亀のみが「あん餅を煮る」となっているところに注目した。よって、唐菓子が餡入り雑煮とうどんに分化したとも考えられる。

また、索餅という麺菓子が中国から日本に伝えられたが、1959年おやつカンパニー(株)から、インスタントラーメンの製造工程で出るダスト麺をスナック菓子として再加工したものとして「ベビースターラーメン」が登場した。これはリ・ボーン(re-born)食品でもある。これはうどんの元が「索餅」からきたものと考え、おやつカンパニーの「ベビースターラーメン」は、麺菓子という元の姿に復活したと捉えられないかと思う。

5 まとめ

以上の考察から、簡単にまとめると現時点で次のことが言えるのではないと思われる。

第1 博多説は「大衆化・一般化」といったいわゆる普及の説であり、うどん発祥の地といえるか疑問である。

第2 空海がうどんに関してどのような伝播を行ったかを示す文献の発見が待たれるので

ある。

第3 確かに空海は麺技術を持ち帰っているはずである。讃岐の国に何らかの影響を与えていると思われる。

第4 ④の混沌は「餡入り雑煮」に変化したと考えたい。「餡入り雑煮」が香川県のみが存在することが以前から不思議であった。この点を混沌に置き換えてみた。

第5 麺菓子として「ベビースターラーメン」が復活した。これはうどんの元が「索餅」から来たものと考ええると、おやつカンパニーの「ベビースターラーメン」は、元の姿に復活したと捉えられないかと思う。

以上、これまでの知見やHPなどによりうどんの伝来を空海説にもっていけないか検討しているところである。研究は空想・仮説から始まる。まだ研究の緒に就いたばかり、ご意見ご批評をいただければと思う。

「麺市場調査Ⅲ」

－若者の麺類消費にみる麺市場の動向－

三宅耕三（香川短期大学）
森貞俊二（松山東雲短期大学）
上田喜博（四国大学）
武林正樹（株・セントレディス）
松井久美子（瀬戸療護園）

<目的>

3年前、弘法大師の古里讃岐の地は「さぬきうどんブーム」一色に塗りつぶされていた。観光客は讃岐の地をテーマパークとする「うどん劇場」に酔い、あちこちのさぬきうどんの店に長蛇の列ができたことは記憶に新しい。今、あの狂騒的なシーンを見ることは稀であるが、休日の昼食時ともなれば超有名店に列をなす若者がいることは確かである。

他方、博多ラーメン（長浜・久留米ラーメンを含む）、沖縄そば（沖縄ソーキそばを含む）等の人気も現地（博多・那覇）を見る（今夏）限り、以前と変わりなく高く、その人気に翳りは見られない。つまり、ラーメン・うどんのブームとは関係なく、日本人の食生活に麺類は深く根ざしていると考えられる。このことは「最近のわが国におけるうどん・そばの消費動向の実態」（小泉・石塚・数納、日本うどん学会創刊号）研究とも符合する。（注1）

うどん・そばの消費量が増えていることは事実であるが、その消費のすべてが飲食店（店舗）というわけではない。消費拡大に「カップ麺（即席麺）」、「冷凍麺」の果たす役割も大きい。なかでも、安価と簡便性の特長をもつ「カップ麺」は若者間に広く浸透し、その市場規模は年々増大している。（注2）さらに、冷凍技術等の進歩によって半生麺、冷凍麺の伸びも著しく（注3）、3種類の麺（以下は3麺と称す）市場は熾烈な戦いに入っている。

そこで、本研究はヒット商品の発信源になることが多い若者がいつ、どこで、なに麺を食べるかの消費行動を調べた。

この調査結果から、これからの麺類市場の方向性と課題を検討した。

尚、麺類分類は「一般麺（飲食店中心）」、「カップ麺（全ての即席麺）」、「冷凍麺（半生を含む）」に大別し調査した。

<対象・方法>

前回と同様に筆者らが関連している専門学校（含む二部）・短大（含む二部）・大学の学生を対象に平成17年7月下旬から8月上旬にかけて6県（7校）でアンケート調査を実施した。

調査方法は教室に学生を集め、別紙（最後に掲載）の質問項目にその場で回答していただき直ちに回収した。アンケート用紙配布後、「一般麺」「カップ麺」「冷凍麺」の3麺の区別は説明を加えた。質問項目12のうち、最初の項目は複数回答、他の11の項目は単数

回答とした。尚、県区分は学校の所在地とした。

<結果>

アンケート総数 536 名、有効回答数 536 名。県別でみると、愛知県 18 名、愛媛県 76 名、徳島県 132 名、香川県 99 名、福岡県 102 名、沖縄県 109 名。性別は女子 486 名、男子 50 名。学生の年齢は 18 歳 95 名、19 歳 230 名、20 歳 112 名、21 歳 56 名、22 歳 11 名、23 歳以上 32 名。学生の 95%以上が学校の所在する県に在住している。

本結果は 6 県総合（以下は全体と称す）と県別に分類している。

全体からみた「好きな麺類」（複数回答）はラーメン（412 ポイント）、パスタ（400 ポイント）、うどん（387 ポイント）の順である。これを県別でみると、沖縄の沖縄そば以外はほぼ各県ともラーメン、パスタ、うどんが上位にリストアップされている。うどんの本場とみられている香川ではラーメンが最も好まれ、うどんは僅差で次点である。同様に、ラーメンのメッカとみられる福岡でもパスタが最も好まれ、うどん、ラーメンが同数で 2 位に並んでいる。

とは言え好かれる麺と実際に食べる麺とには一部差がみられる。全体からみた「最も多く食べる麺」（3 麺合わせて）はラーメン（37.9%）が最も多く、次いでうどん（31.0%）、パスタ（20.3%）の順である。これを県別でみると、愛知、愛媛、徳島は全体順位とほぼ同じである。香川ではうどん（63.6%）が全体の 2/3 弱を占め、ラーメンはその半分である。パスタは僅か 4%である。これに対し福岡はパスタ（37.3%）がトップであるが、2 位ラーメン（29.4%）、3 位うどん（24.5%）との差は小さくなく、バラツキがみられる。意外にも沖縄ではラーメン（48.6%）が最も多く食べられている。好きな麺として好位置につけている沖縄そばではあるが、食べられる順位は 29.4%と次点である。

全体からみた 3 麺（一般麺・カップ麺・冷凍麺別）の消費割合は、一般麺（52.2%）がトップ、次いでカップ麺（32.5%）、冷凍麺（10.3%）と続いている。県別では愛媛のみがカップ麺（43.4%）が一般麺（39.5%）を僅かの差で抑えトップである。他の 5 県は一般麺がトップ、次いでカップ麺である。

全体からみた、「麺類を食べる際のポイント」は味（49.4%）が 1 位、次いで簡便（29.9%）、価格（11.9%）と続いている。これを県別でみると、愛媛のみが簡便（47.4%）が最も多いが、他の 5 県は全体の順位に準じている。

全体からみた「食べる時間帯」は昼食（64.6%）が多く、2 位夕食（25.9%）とは大きく離れている。県別でみると、徳島は昼食（52.2%）と夕食（37.1%）の差が少ないが他の 5 県は全体からみた割合とほぼ同じである。

全体からみた「誰と一緒に食べるか」は一人（35.6%）で食べるが全体の 1/3 を占めている。次いで、友人（29.1%）、家族（27.4%）の順である。これを県別にみると愛知、愛媛、香川、福岡は全体とほぼ同じであるが、徳島、沖縄には特異性がみられる。徳島は友人（35.6%）がトップ、次いで家族（28.0%）、一人（25.8%）と続いている。沖縄は全体と同じく一人（37.6%）がトップであるが、2 位家族（34.9%）との差は僅かである。

次に、一般麺、カップ麺、冷凍麺の消費傾向を順次みる。

全体からみた、「一般麺で最も食べる麺」はうどん（34.0%）が首位、次いでラーメン（25.9%）、3 位パスタ（23.3%）である。これを県別でみると、香川、沖縄を除いた 4 県

は順位・割合とも全体像に近い。香川の場合はうどん（67.7%）が群を抜いて高く、次いでラーメン（23.25）であるが、3位パスタ（7.1%）は他県に比べ極端に低い。沖縄の場合は沖縄そば（42.2%）がトップ、次いでラーメン（35.8%）、3位パスタは以外にも12.8%と低率である。そして、一般麺でうどんを最も好む者は皆無に近い。

全体からみた「カップ麺で最も食べる麺」はラーメン（83.0%）が圧倒的多数を占めている。次いでパスタ（5.4%）、焼きそば（4.5%）の順である。そして、食べない若者も5.4%占めている。これを県別でみると、愛知（88.9%）、香川（87.9%）、沖縄（86.2%）、愛媛（85.5%）の4県でラーメンが85%を超えている。徳島（79.5%）、福岡（76.5%）が80%以下である。カップ麺を食べない若者が愛知、福岡、徳島には10%近くいる。他の3県は2%前後と低率である。

同様に冷凍麺を全体でみると、うどん（63.8%）が群を抜いて高く、次いでラーメン（7.8%）、パスタ（6.5%）と続いている。冷凍麺を食べない若者は16.8%とカップ麺に比べ3倍近い。食べる割合を県別でみると、香川（82.8%）、愛媛（71.1%）、徳島（68.2%）の四国勢が上位を占め、次いで、愛知（61.1%）、福岡（57.8%）が続いている。沖縄（26.6%）は他の5県に比べ極端に低率である。冷凍麺を食べない若者は沖縄を除いた5県は10%台である。

次に、一般麺、カップ麺、冷凍麺をどの程度食べるかの消費量の結果である。

一般麺を1週間に何食食べるかを、全体でみると1食（38.1%）が最も多く、次いで2食（23.3%）、3食（17.0%）の順である。1週間単位でとらえるとまったく食べない若者が10%近く占めている。これを県別でみると、愛知では3食（55.6%）が最も多い。香川は2食（23.2%）がトップであるが、1食・3食も20%を超えている。愛媛、徳島は全体データとほぼ同じ傾向である。福岡は1食が40%を超え、3食（20.6%）も多い。沖縄では1食（55.0%）が半数を占め、2食（22.0%）がそれに続いている。食べない若者は愛媛（14.5%）がトップ、次いで沖縄（12.8%）、福岡（9.8%）、徳島（9.1%）が続いている。

カップ麺を1週間に何食食べるかを、全体でみると1食（41.0%）が最も多く、次いで2食（14.4%）、3食（6.9%）と続いている。しかし、1週間単位でみると、食べない若者が34.0%を占めている。これを県別でみると、6県とも最も多いのは週1回である。なかでも愛知（55.6%）、沖縄（45.9%）は高率である。最も低率は香川の33.3%である。しかし、香川は週2回の比率が26.3%と他県に比べて高い値である。次いで、週2回をみると愛媛15.8%、他の4県は10%前後である。また、週3回でみると香川は11.1%を占めているが他の5県は5%前後である。カップ麺を1週間に1食以上食べない若者のトップは徳島の43.9%、次いで、福岡（39.2%）、愛知（38.9%）、沖縄（32.1%）、香川（25.3%）、愛媛（22.4%）と続いている。

冷凍麺は1週間ではなく1ヶ月単位とした。冷凍麺を1ヶ月に何食食べるかを、全体でみると、1ヶ月に1食（28.9%）が最も多く、2食（18.8%）、3食（8.8%）の順である。しかし、1ヶ月間1食も食べない若者が34.1%占めている。これを県別でみると、1食のトップは香川（37.4%）、次いで徳島の34.1%が続いている。2食では福岡が最も高く23.5%である。次いで徳島（18.9%）である。3食になると福岡のみが16.7%と高いが、他の5県は押しなべて一けた台と低率である。冷凍麺をほとんど食べない若者は全体で34.1%を

占める。そのトップが香川（43.4%）である。次いで、沖縄（42.2%）、徳島（37.8%）、愛知（33.3%）、福岡（25.5%）、愛媛（15.8%）の順である。

<考察>

本研究も前回同様与えられた条件下での調査のため、各県の調査対象者数と性別にバラツキがあることは否めない。対象者が女性だけの学校は松山東雲短期大学・福岡女学院大学。愛知みずほ大学・四国大学（徳島県）・香川短期大学・四国医療専門学校（香川県）・沖縄女子短期大学（女子短大の名称であるが男子学生在籍）には男子学生が在学している。尚、以下の「3 麺」とは一般麺・カップ麺・冷凍麺を総合した名称である。

好きな麺類のトップはラーメンであったが、パスタがうどんを抑え 2 番目に支持されている。県別でみてもパスタの人気は高く愛知・徳島・福岡では好まれる麺 NO1 である。この調査の対象者が女性中心であったことと調査時期が酷暑であったことが影響している可能性は高い。また、「うどん王国」香川でラーメン支持派がうどん支持派を上回ったのは意外である。

とは言え、好きな麺と実際に最も食べる麺とには違いが生じている。ラーメン・うどんの場合、各県で好きと食べるは符合するが、パスタは地域差があり、人気ほどは食べられていない。特に、強力な郷土麺をもつ沖縄と香川では好きと食べる相関度は低い。「おしゃれ、都会的センス」のイメージを持つパスタに女子学生が憧れる気持ちは理解できる。しかし、実際問題として沖縄・香川には沖縄そば・うどん店が多く、パスタ専門店は少数である。それに対し福岡の場合は大都会であるがゆえに食べる機会も多くあると考えられる。また、ラーメン・うどんはカップ麺・冷凍麺の商品が多く出回っているが、パスタの商品化は少ないことが背景にあるのではないだろうか。

次に、多く食べる麺の消費手段は一般麺、カップ麺の支持が高い。カップ麺支持の理由は調査対象が学生であったことも一つの要因であろう。冷凍麺を食べる若者が少ないのはメーカーのコミュニケーション不足も挙げられるが、大きな理由は昼食中心に麺が食べられていることからすれば当然の結果である。

麺を食べる際に味を求める若者が多数である。これは一般麺の場合と推察できるが、カップ麺は味ではなく簡便さを求めていることは愛媛の結果がこれを証明している。

麺を食べる時間帯については昼食派が 2/3 を超えている。味・価格・簡便等から昼食に麺が選ばれるのではないだろうか。ただ、徳島の若者だけは夕食に食べている者が他県に比べ 10 ポイントほど高い。この点は他の要因からしても不可思議である。

先ほどの徳島の夕食に関連性があるとすれば、誰と一緒に食べるかを徳島は友人がトップである。つまり、下宿生の比率が高ければ夕食と友人が結びつく可能性は極めて高い。次に、沖縄も前回調査（注 4）と同様に家族と食べるが他の 5 県に比べて 10%ほど高い値を示している。これは昼食・夕食を問わず、沖縄の家族の強い絆の具現化であろう。

一般麺でみると、ラーメンは全体の支持を受けているが、うどんの場合沖縄での支持は極めて低い。その理由は郷土麺沖縄そばの存在があることは確かである。しかし、博多ラーメンをもつ福岡ではパスタがトップ、そしてうどんがラーメンを 12%ほど引き離している事実からみれば、福岡の若者はそれほど博多麺を郷土麺として意識していないのかもしれない。

このようにみると、ラーメンはまぎれもなく全国区、うどんは準全国区、沖縄そばは地

方区、パスタは都会の地方区と考えられる。うどんは一部の地域の市場活動を活発にすれば全国区も夢ではない。さらに、食べたい麺 NO2 の実績を持つ都会派パスタは全国区になる要素は十分である。さぬきうどんブームのような契機がパスタを全国区に押し上げる可能性は極めて高い。

次に、カップ麺と言えはラーメンが主役である。若者の 95% が食べるカップ麺、その内 88% の若者がラーメンを支持している。焼きそばに関心のある若者が 5% ほどいるが、他の麺に食指を伸ばすものは皆無に近い。カップ麺業界の意識は定かではないが、今後の市場活動の参考になることは確かである。

同様に冷凍麺と言えはうどんである。冷凍麺を食べない若者は全体の 15% 程度であるが沖縄は 27% と他の 5 県に比べて極めて高い比率である。食べない若者が最も少ない香川と比較すると 17 ポイントの差がある。この背景は冷凍麺の普及度の差であろう。要は業界の沖縄市場進出への是非の問題がここにはあるように思う。

一般麺を食べる量については前回調査（注 5）同様香川の麺食量は他の 5 県を圧倒している。その中身はラーメンも含んでいるが Q2 の結果から判断すればうどん中心の麺好きと言える。一般麺が好きでない学生も 10 人に 1 人いることがわかった。さらに、カップ麺は 3 人に 1 人がその傾向であるが、Q8 の結果を参考にすると 1 ヶ月もしくは 1 年間単位では食べていると考えられる。他方、カップ麺を食べる若者は 1 週間に 1 ～ 2 食食べていることからすれば、食べる、食べない、の二極化が生じているかもしれない。食べる若者に合わせた商品開発、食べない若者の場合はその理由を明確にしての対策がメーカーにとって必要である。冷凍麺は 1 ヶ月間まったく食べない若者が 3 人に 1 人いる。カップ麺と同じ結果であるが、冷凍麺は 1 ヶ月単位の調査である。1 ヶ月食べない場合は年間消費量ゼロと推察すべきであるが、Q9 の結果を参考にすると、冷凍麺の場合も年間何食か食べていると考えられる。このようにとらえると、沖縄の若者の 4 割強が冷凍麺をまったく食べていないとは言えない。香川も沖縄同様 4 割強が冷凍麺をたまにしか食べないことを意味している。この両県の若者があまり食べない理由は沖縄の場合、業界の PR 不足、香川の場合は安価のうどん店が多く、冷凍麺を食べる必然性がないと考えられる。食べない若者が少ないのはカップ麺と同じく愛媛がトップである。言葉を換えれば、愛媛の「姫君」は節約家志向だろうか。定かな根拠はない。

< 結語 >

1. 3 麺（一般麺・カップ麺・冷凍麺）全体でみると、若者は麺好きであり、ラーメン・パスタ・うどんはその代表的な麺である。ラーメン・うどんは「好き」と「食べる」値が吻合するが、パスタは「好き」と「食べる」の値が 5 県で背馳している。また、昼食にカップ麺を中心とする麺類を食べる若者が多いことがわかった。
2. 一般麺でみると、若者にとって身近な麺と言えは、ラーメン・うどんである。パスタはお気に入りの麺であるが消費行動との結びつきは薄い。カップ麺の場合はラーメン、冷凍麺はうどんをイメージする若者が大半である。
3. 麺類をたまにしか食べない若者は一般麺で 1/10、カップ麺・冷凍麺とも 1/3 と推察できる。

そして、強力な郷土麺（注 6）をもつ香川・沖縄を筆頭に若者の冷凍麺消費量は少な

い。また、カップ麺は食べる者と食べない者の二極化がみられる。一般麺はカップ麺・冷凍麺とは違い、地域の実情に応じた消費量が若者間に万遍無く食べられている。

4. 俯瞰すれば、各県とも若者に焦点を合わせたパスタ店の開業は魅力ある市場である。とは言え、パスタのカップ麺・冷凍麺の商品開発は疑問である。

うどん・ラーメン・沖縄そば等の麺類店開業についてのデータはない。次回の研究テーマの課題とする。

カップ麺の便益は簡便・安価である。若者の味覚に合ったマーチャンダイズが市場開発のポイントである。

冷凍麺は誰といつ食べるかを考慮すれば若者には不釣合いの商品である。お母さん方に的を絞ったマーケティング戦略が求められる。

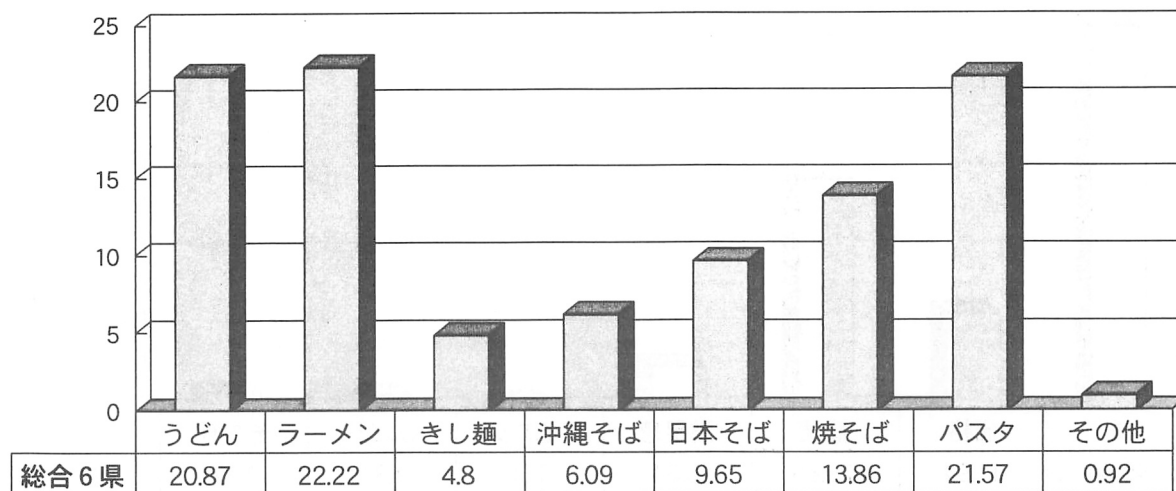
＊本研究を実施するにあたり、調査にご協力いただいた愛知みずほ大学・松山東雲短期大学・四国大学・四国医療専門学校・香川短期大学・福岡女学院大学・沖縄女子短期大学の学生の皆様に深謝いたします。

<参考文献>

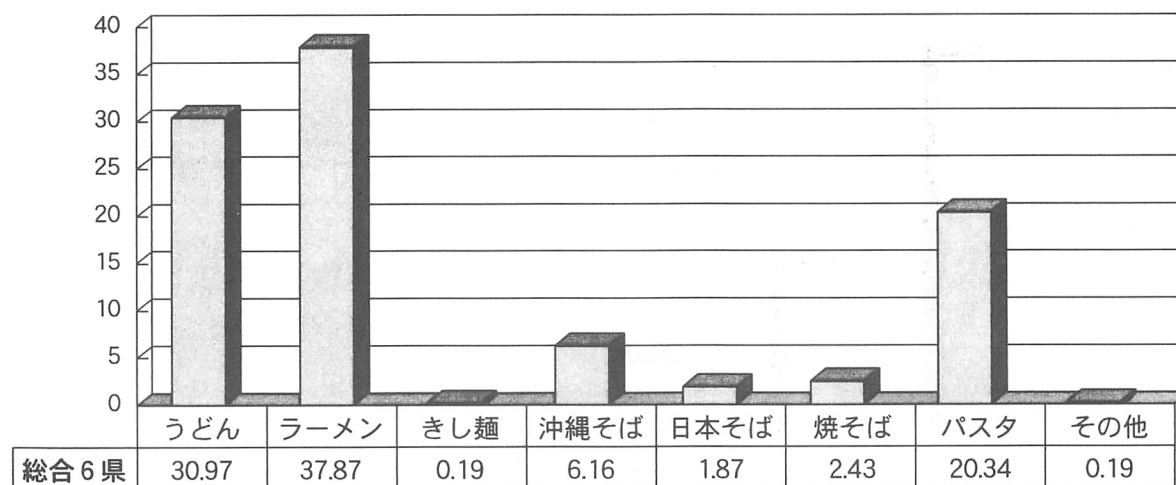
- 注 1) 小泉隆文・石塚哉史・数納朗「最近のわが国におけるうどん・そばの消費動向の実態」 日本うどん学会誌創刊号 2005年1月
- 2) <http://www.instantramen.or.jp/japanese/data/data04.html>
社団法人日本即席食品工業協会
- 3) <http://www.reitoumen.gr.jp/sub3.html>
中間法人日本冷凍めん協会
- 4) 三宅耕三・岡田雅樹・武林正樹「異文化からみた郷土麺の認知・行動について」 日本うどん学会誌創刊号 2005年1月
- 5) 三宅耕三・岡田雅樹・武林正樹「同上誌」
- 6) 香川のさぬきうどん、沖縄の沖縄そば、博多ラーメン等のように該当地域の名称をブランドにしている麺をさす。

若者の麺類嗜好調査（総合6県）

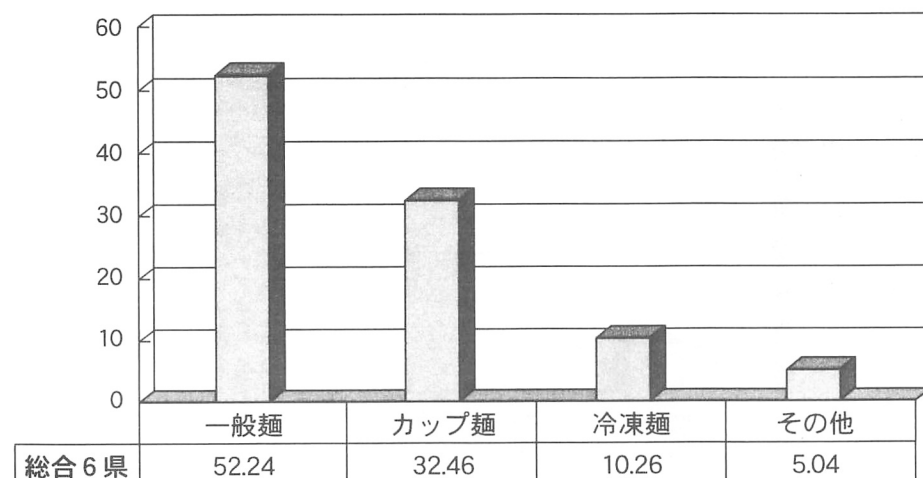
Q 1. 好きな麺類（一般麺・カップ麺・冷凍麺）は何ですか？ 総合6県



Q 2. 最も多く食べる麺類（3麺を含む）は何ですか？

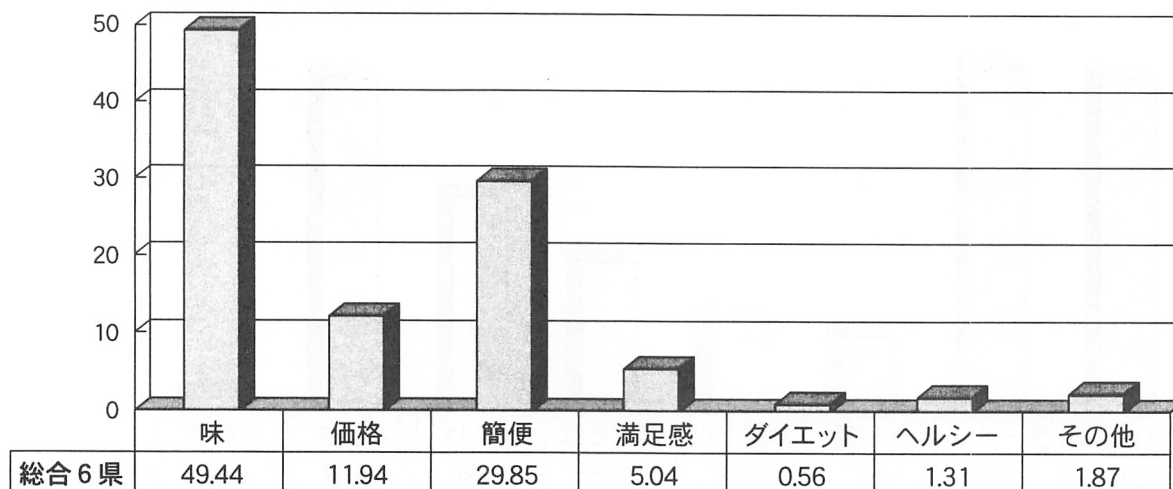


Q 3. 最も多く食べる麺（3麺を含む）の消費方法の主なものは何ですか？

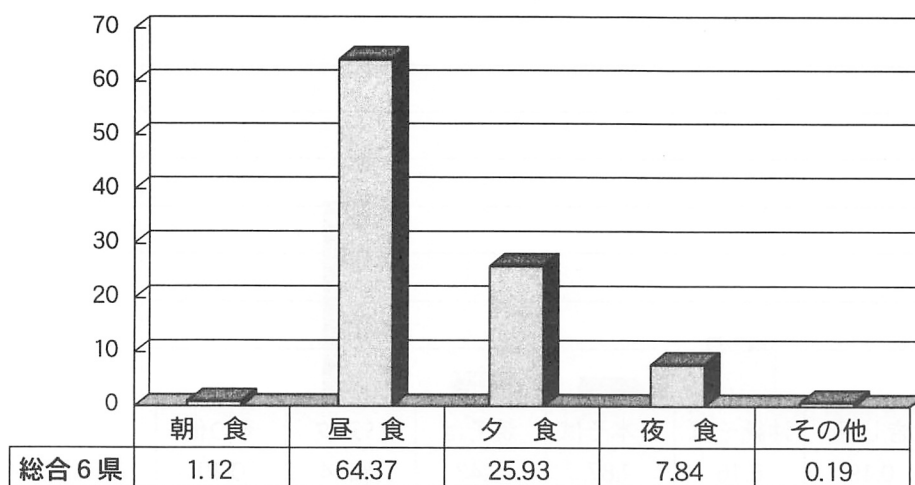


若者の麺類嗜好調査（総合6県）

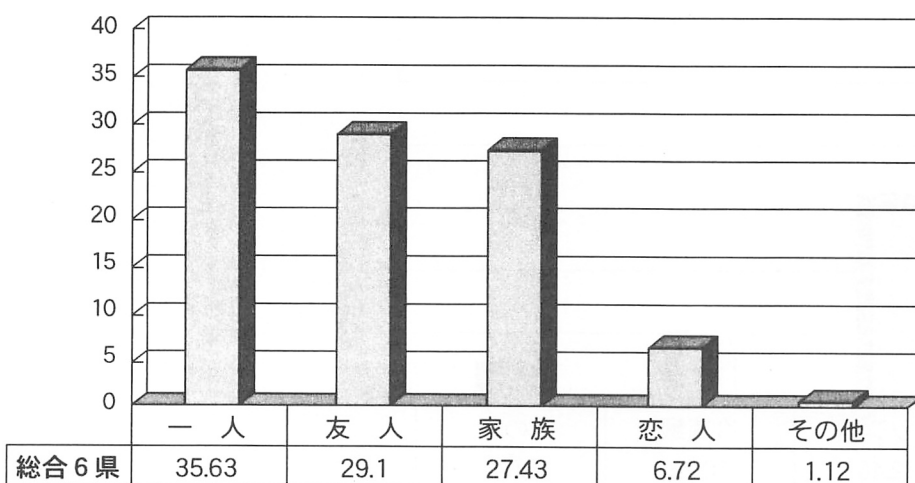
Q4. 最も多く食べる麺類（3麺を含む）の主な理由は何ですか？



Q5. 最も多く食べる麺類（3麺を含む）は主にどの時間帯ですか？

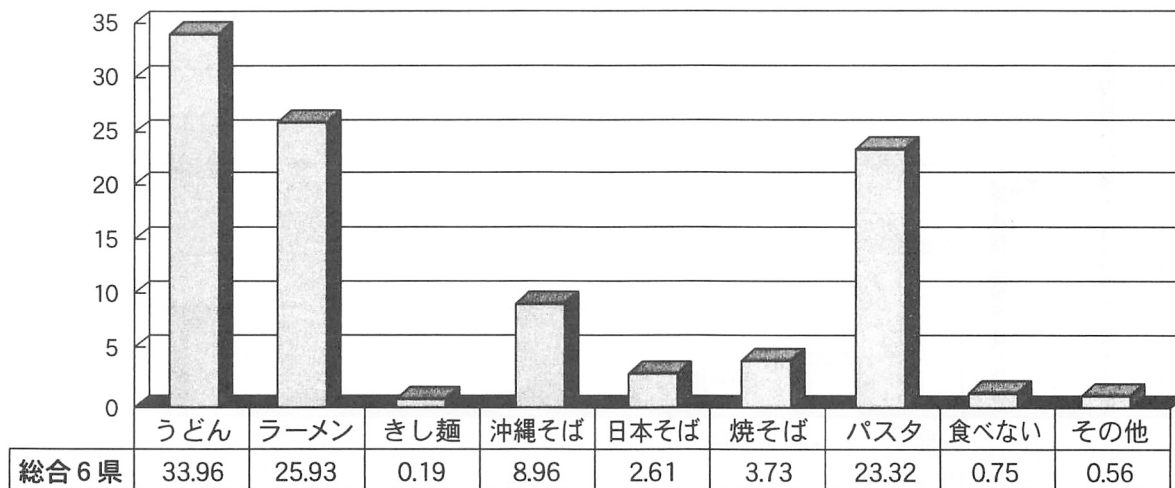


Q6. 最も多く食べる麺類（3麺を含む）は主に誰と食べますか？

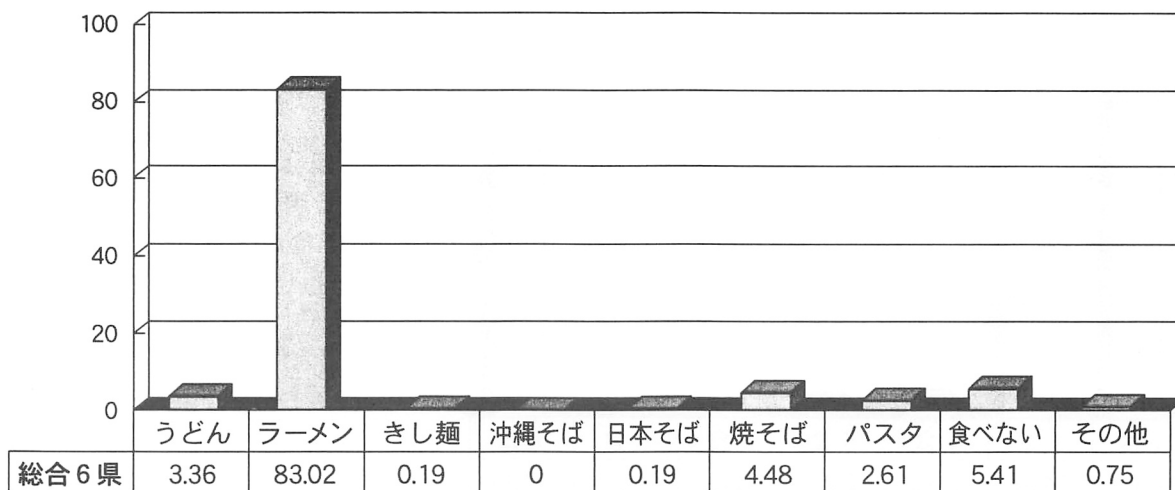


若者の麺類嗜好調査（総合6県）

Q7. 一般麺で最も多く食べる種類は何ですか？



Q8. カップ麺で最も多く食べる麺類は何ですか？

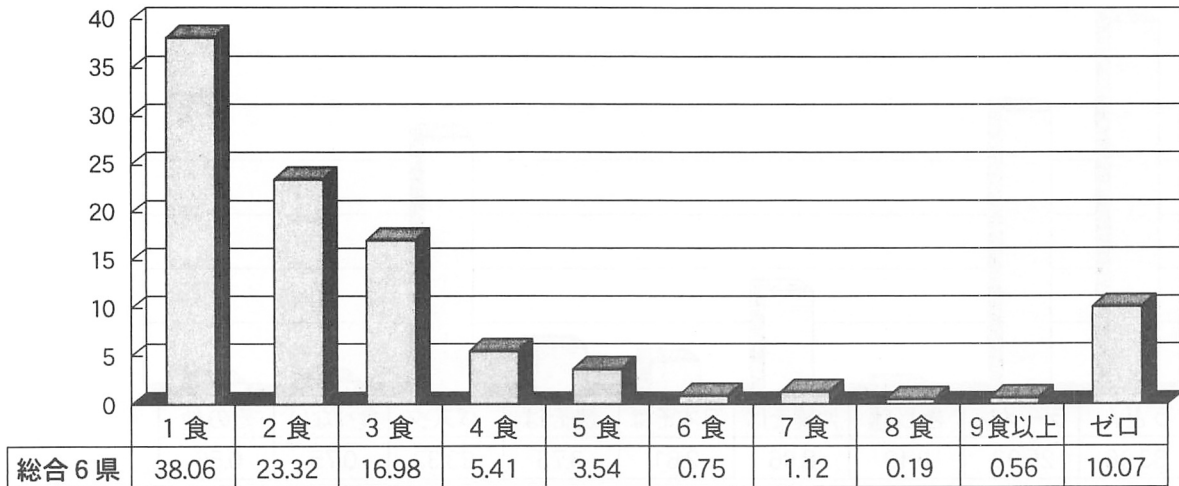


Q9. 冷凍麺で最も多く食べる麺類は何ですか？

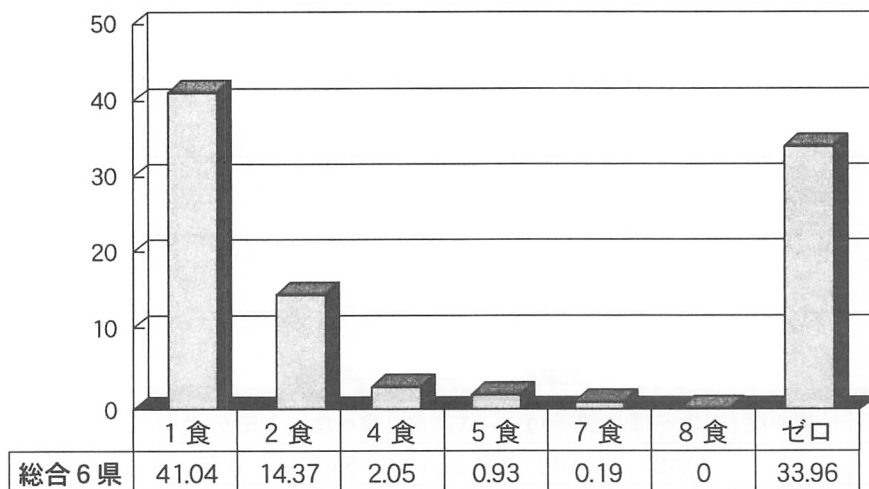


若者の麺類嗜好調査（総合6県）

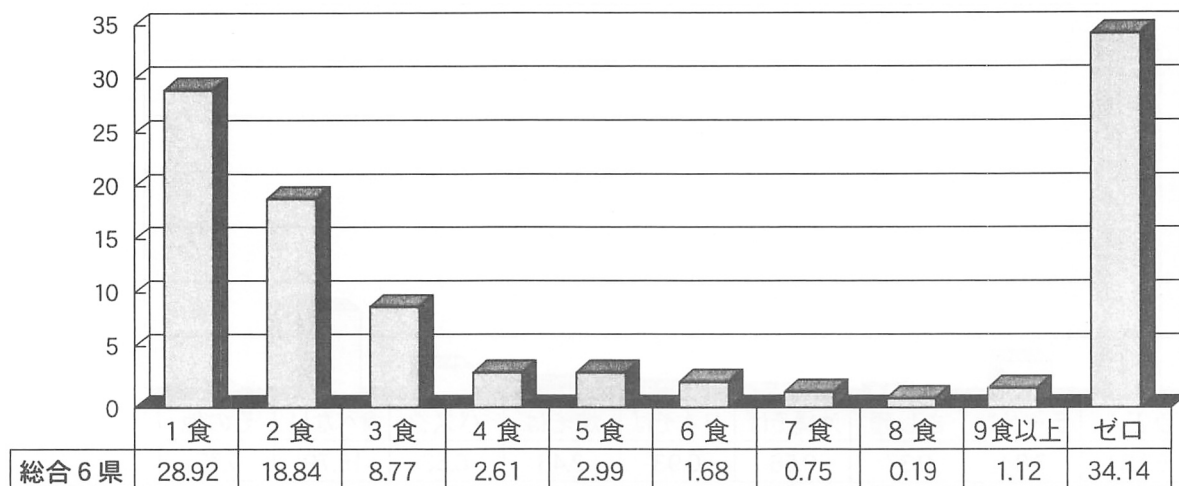
Q 10. 一般麺は1週間（7日）におよそ何食、食べますか？



Q 11. カップ麺は1週間（7日）におよそ何食、食べますか？

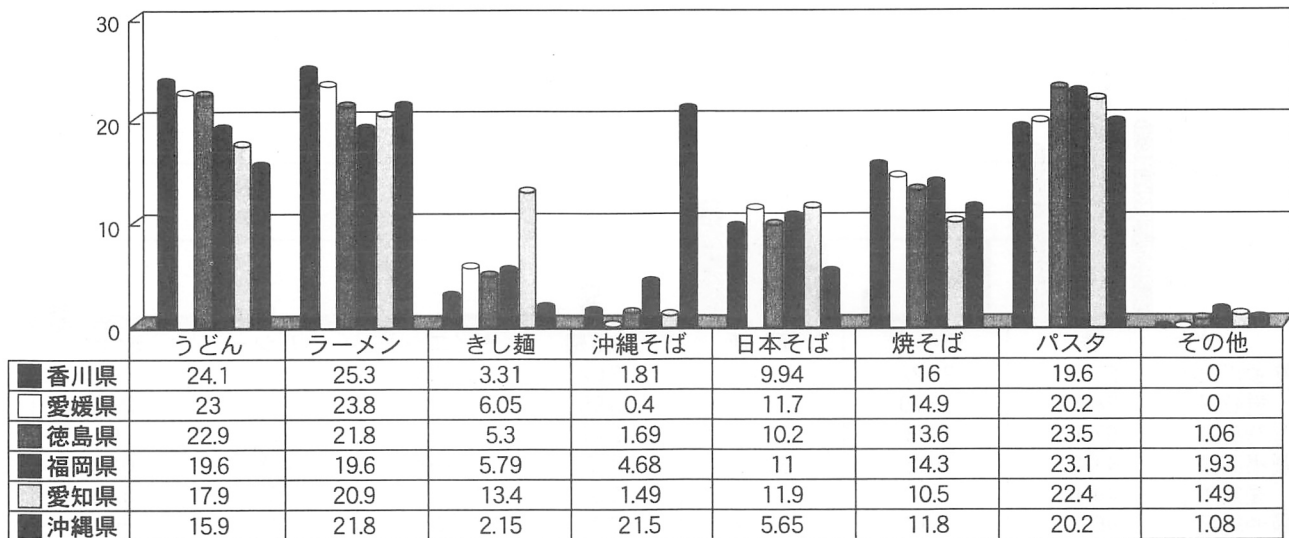


Q 12. 冷凍麺は1ヵ月（30日）におよそ何食、食べますか？

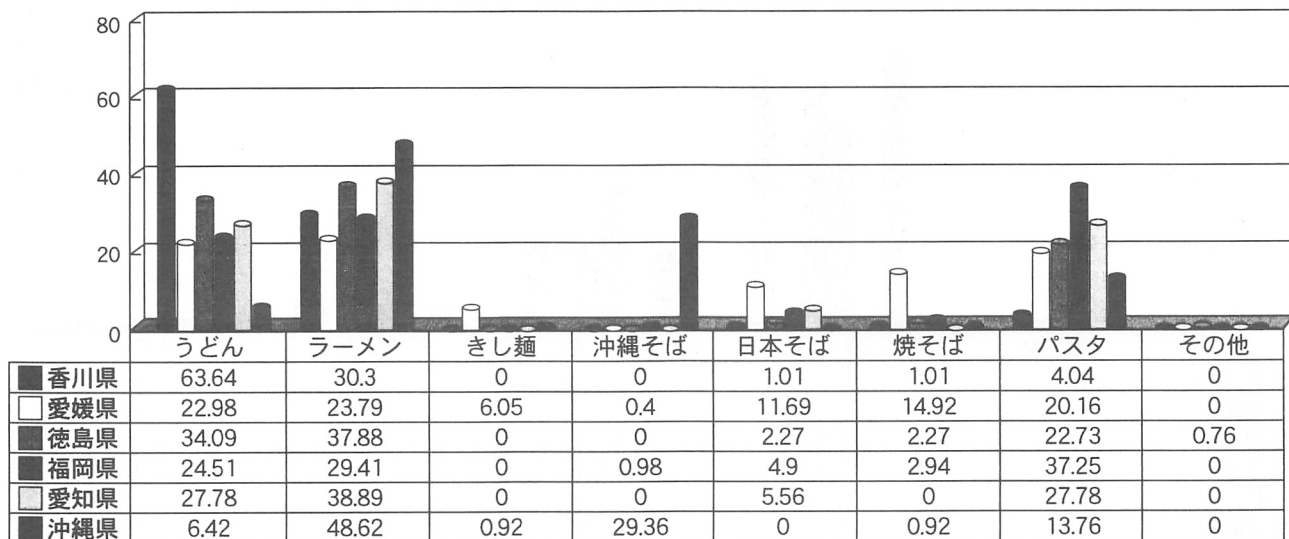


若者の麺類嗜好調査（6県グラフ）

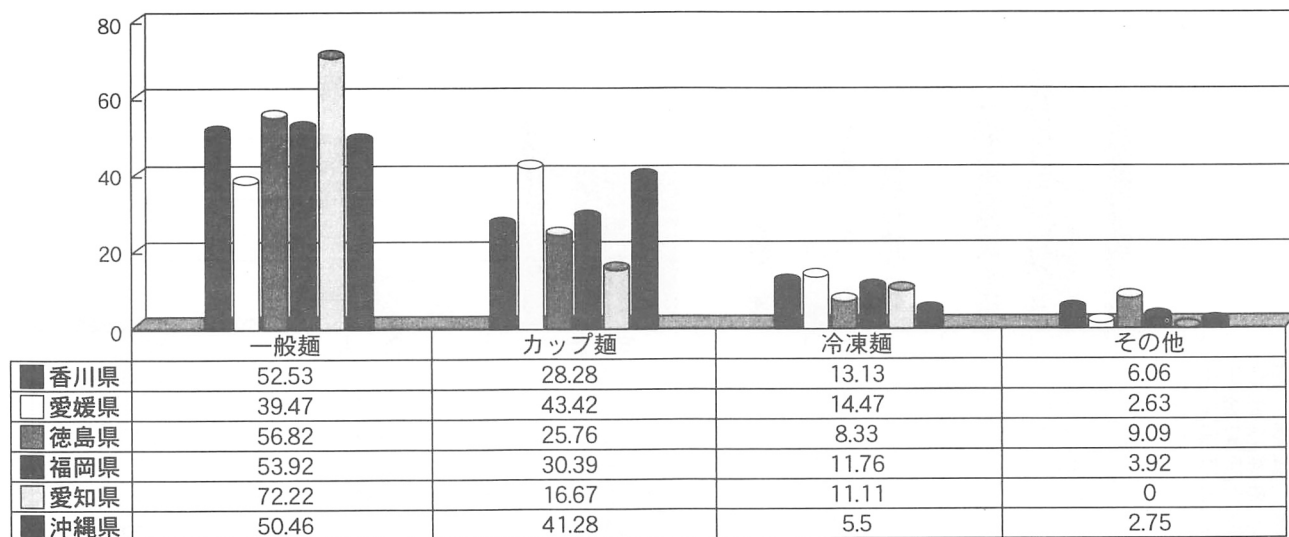
Q 1. 好きな麺類（一般麺・カップ麺・冷凍麺）は何ですか？ 6 県



Q 2. 最も多く食べる麺類（3 麺を含む）は何ですか？

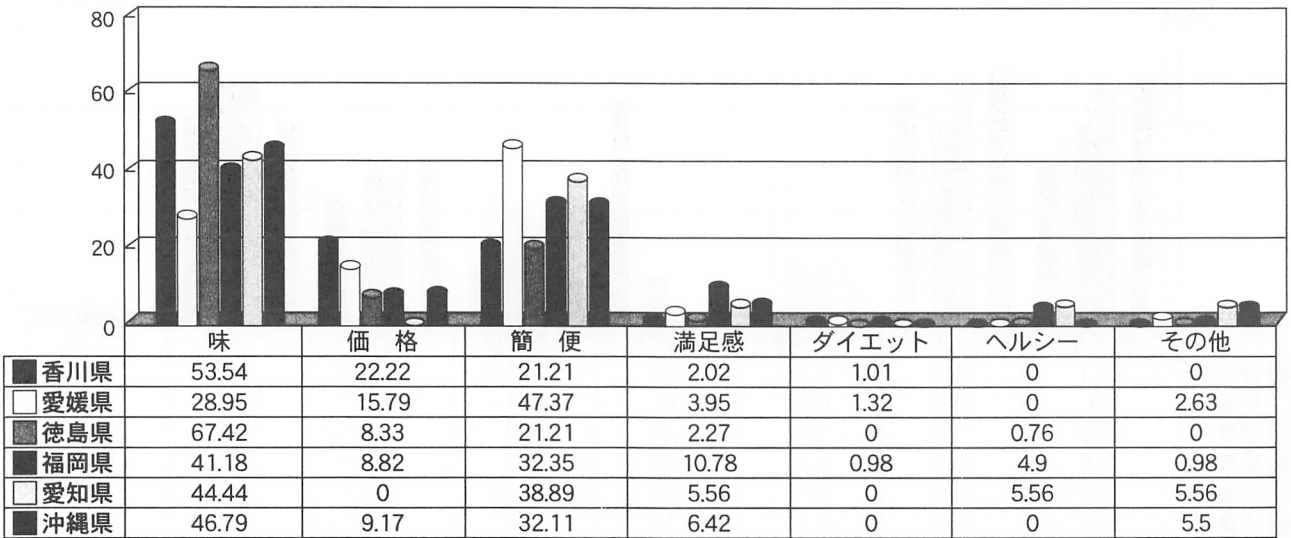


Q 3. 最も多く食べる麺（3 麺を含む）の消費方法の主なものは何ですか？

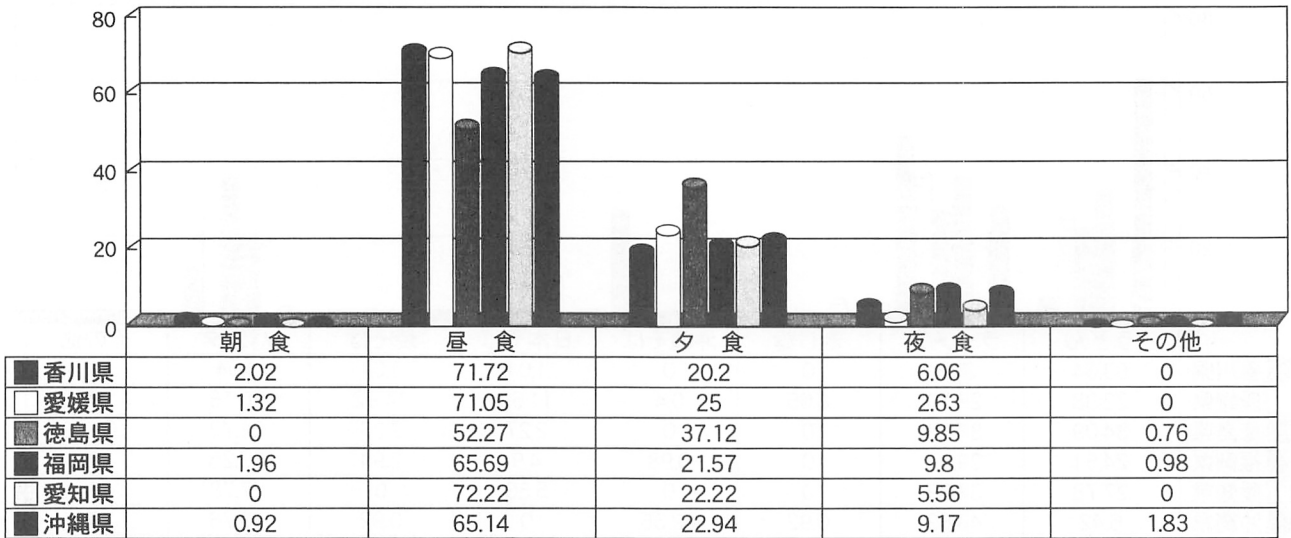


若者の麺類嗜好調査（6県グラフ）

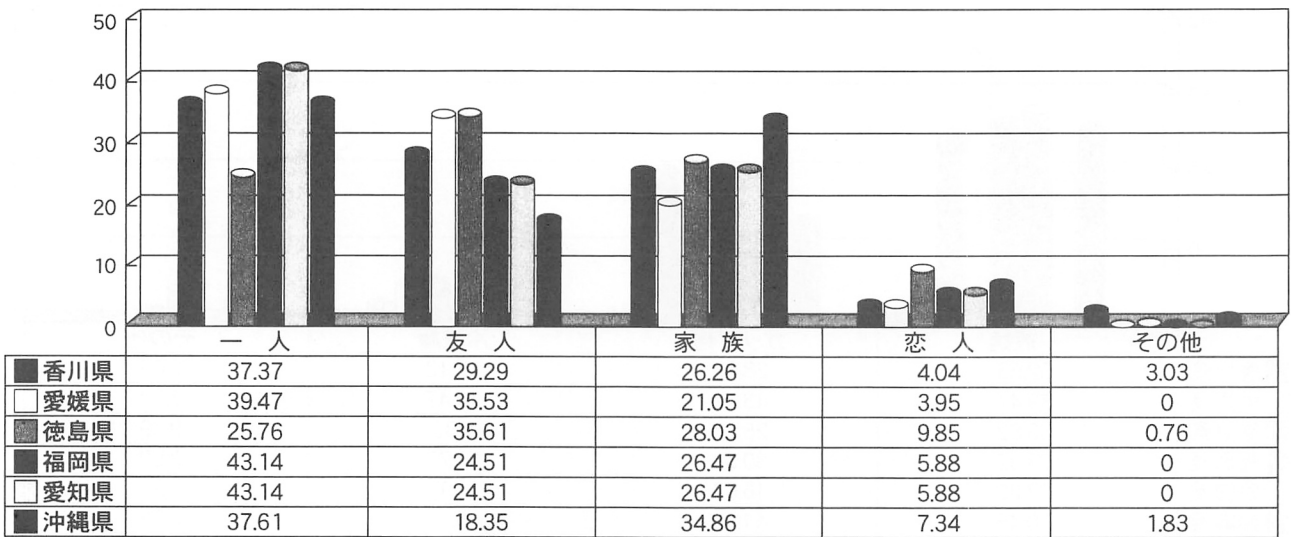
Q 4. 最も多く食べる麺類（3 麺を含む）の主な理由は何ですか？



Q 5. 最も多く食べる麺類（3 麺を含む）は主にどの時間帯ですか？

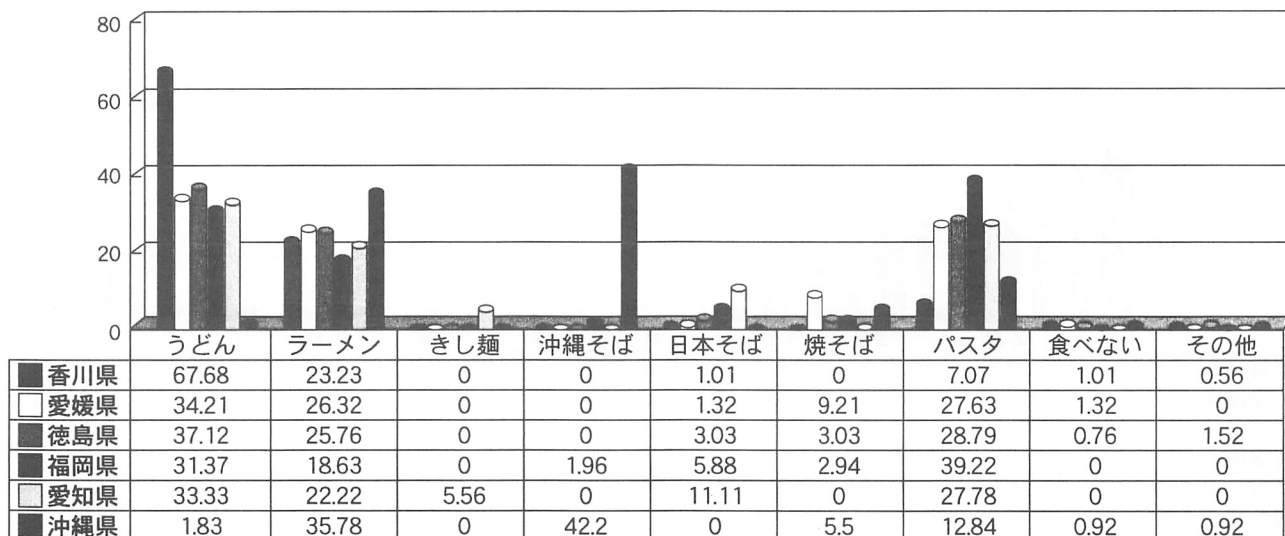


Q 6. 最も多く食べる麺（3 麺を含む）は主に誰と食べますか？

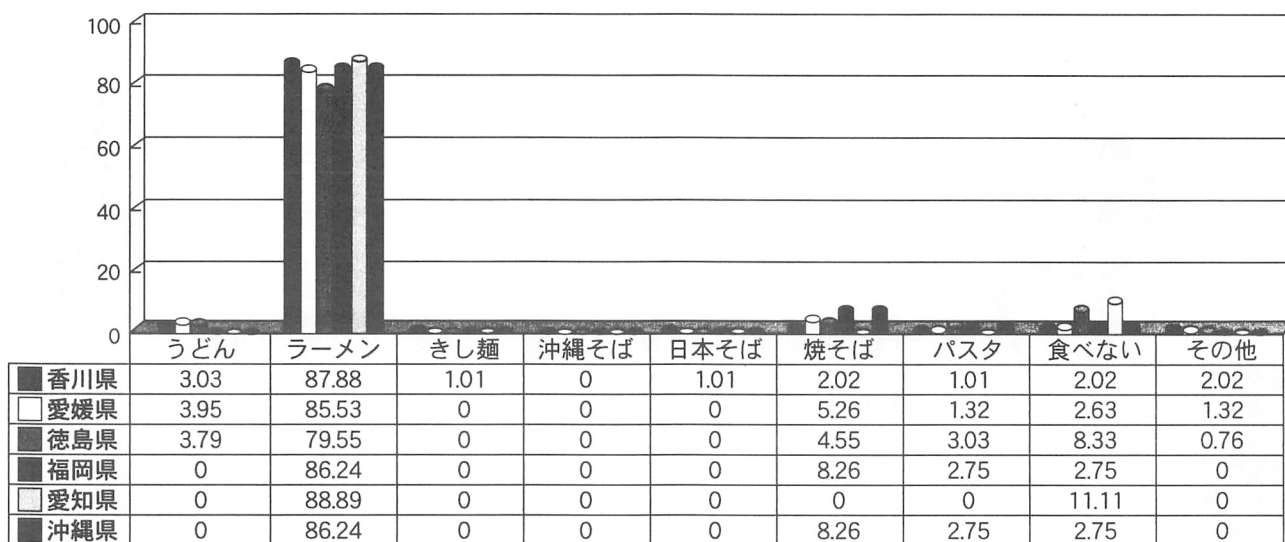


若者の麺類嗜好調査（6県グラフ）

Q7. 一般麺で最も多く食べる種類は何ですか？



Q8. カップ麺で最も多く食べる麺類は何ですか？

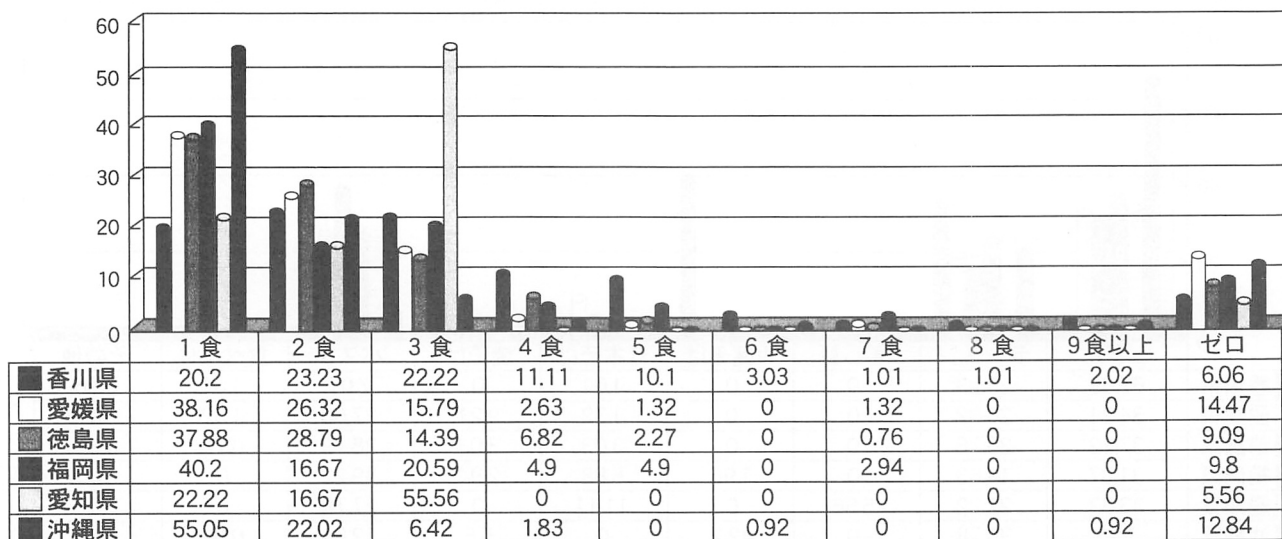


Q9. 冷凍麺で最も多く食べる麺類は何ですか？

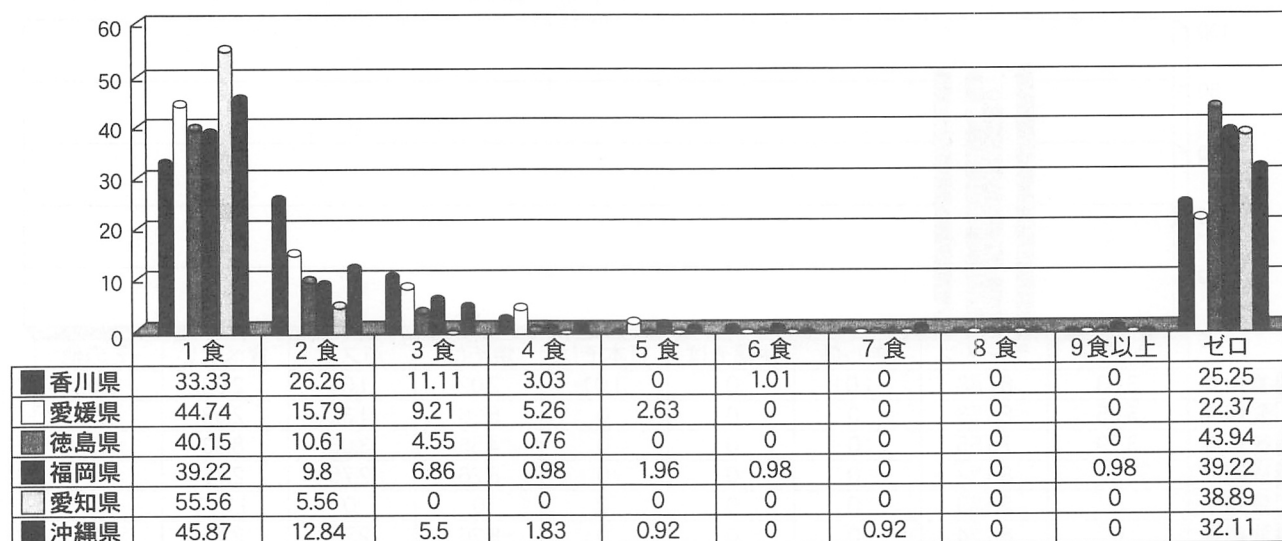


若者の麺類嗜好調査（6県グラフ）

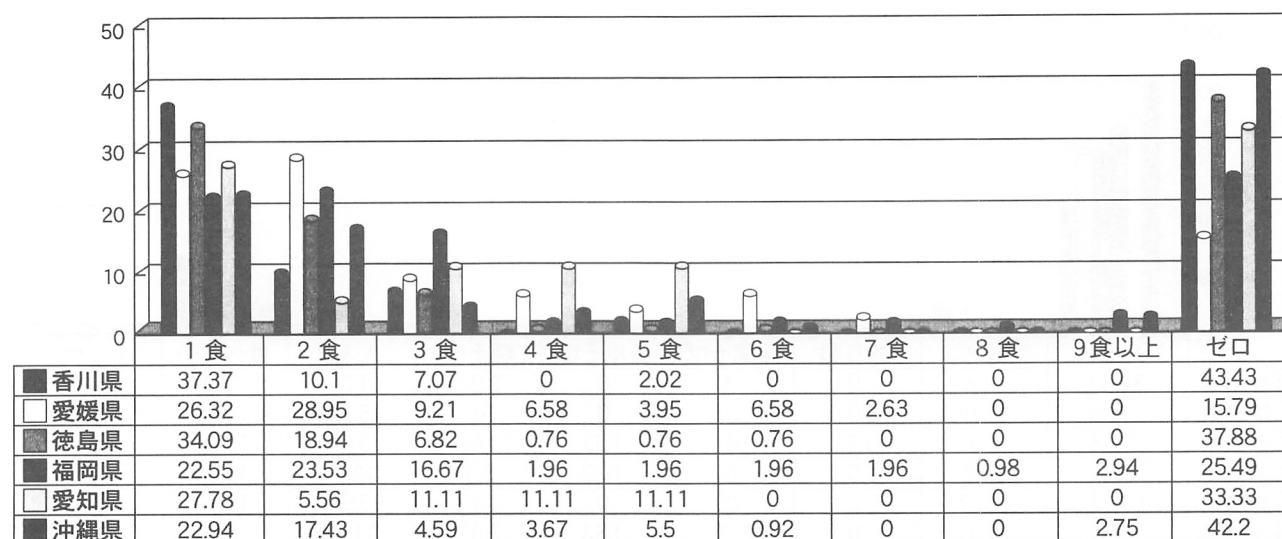
Q 10. 一般麺は1週間（7日）におよそ何食、食べますか？



Q 11. カップ麺は1週間（7日）におよそ何食、食べますか？



Q 12. 冷凍麺は1ヵ月（30日）におよそ何食、食べますか？



日系製麺企業における中国進出と企業展開の実態

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)

小泉隆文(東京農業大学大学院研究生)

I. はじめに

1. 問題意識

近年、わが国の製麺産業において「讃岐うどんブームの発生」及び「低インシュリンダイエット効果による日本そばの注目度の上昇」等の影響を受けて、麺類の消費量が増加傾向を示している。従来からうどん・そば等麺類の消費に関する研究は消費者の味覚や嗜好という消費者意識を中心に活発に行われており、既存研究も一定程度存在している¹⁾。

こうした消費量の増加と同様の麺類に関する新たなトピックとして、即席麺に代表される中国産麺製品の対日輸出量が以前よりもゆるやかではあるが増加傾向を示しているという現象があげられる。麺製品に限らず中国産食料品の対日輸出は農産物を中心に量的・品目的に拡大傾向を示しており、近年の「暫定セーフガードの発動」(2001 年)、「一部の野菜における残留農薬問題の発生」(2002 年)、「日中農産物貿易協議会の発足」(2002 年)等は、中国産の食品輸入の増大を象徴する出来事であり、日中間の農産物を巡る貿易摩擦も本格化している²⁾。

こうしたなかで日中間における麺類の貿易の実態については、国産製品と比較すると輸入製品のシェアが少ないために関連資料や統計データ等が未整備なことから、不明瞭な点が未だに存在している。そこで本稿の目的は、中国進出企業の関連データが整理されている、21 世紀中国総研『中国進出企業一覧』蒼々社(各年版)から製麺加工企業を抽出して分析することにより、日系製麺企業における中国進出の今日的な展開を進出形態、進出地域、業務内容等を中心に企業行動の特徴について検討すること、におかれる³⁾。

2. 分析方法

今回分析に用いた資料は、前述の『中国進出企業一覧』である。この資料の特徴は、多数の企業から得られたアンケート調査結果を基礎に中国進出日系企業の実態について取纏めた点にある。2003 年 2 月に 5,697 社を対象として調査を実施しており、これらの企業のデータが収集されている(2004 年版)。この資料に取り纏められた大規模な企業調査を、実際に我々日本人の研究者が中国国内において実施するのは非常に困難なものであり、当該調査結果は貴重な成果と考えられる。以下では、主要な業務内容を製麺加工とする企業の関連データを単純集計及びクロス集計した結果を中心に分析を行う⁴⁾。

II. 中国産麺製品の輸入実態

1. わが国における中国産麺製品の輸入量の推移

表 1 は、最近のわが国における中国産麺類の輸入量を示したものである。この表から、2004 年時点では総輸入量中に占める中国産比率は、「うどん・そば」27.5%、「即席麺」13.3%で

1) 主要な先行研究について[4] 小泉・石塚・数納では上柳・近、大塚・桑原等、岡、星野等の研究成果をあげている。

2) 関連する研究成果に[2] 石塚・数納があげられるので詳細は参照されたい。

3) 本稿の執筆分担は、I、IVが石塚・小泉、II、IIIが数納であり、最終的な取り纏めは数納が行った。

4) 該当する企業のデータ数は、『中国進出企業一覧』より 21 社である。

あった。近年の動向をみると、「うどん・そば」は概ね 10～20%の範囲で推移しており、1990 年代と比較すると、年次による変動はあるものの 2000 年以降の方がその構成比は拡大しつつあることが理解できる。また「即席麺」については 2003 年までは 5%前後のシェアと僅かしか占めていなかったが、2004 年には 10%以上を占める程となっている。

以上のことから、中国産麺類の輸入は、「うどん・そば」のオーストラリアや「即席麺」の韓国というわが国の最大輸入相手国における比率と比較すると低いものの、一定程度の輸入量を示している輸入相手国とは位置づけることができると思われる⁵⁾。

2. 中国国内における製麺企業の現状

表 2 は、中国国内の麺・米製品加工企業の実態について示したものである（中国国内において製麺企業に区分された統計データ等資料が現存していないため、本稿では上記の区分のデータを用いる）。2002 年時点で 282 社が確認されており、総販売額は 49 億元であった。この表から中国の麺・米製品加工企業は穀物・飼料加工企業の中において 3%程度のシェアであり、その規模は比較的小さなことが理解できる。また前年と比較すると企業数は減少傾向（85.7%）にあり、厳しい局面にあることが示唆されているといえよう。

Ⅲ. 日系製麺企業における中国進出と企業展開

1 中国進出日系製麺企業の構成

表 3 は、日系資本の製麺加工企業における中国進出の現状を示したものである。進出年次は、1990 年代中盤（1993～95 年：42.9%）に集中しており、1990 年代後半から現在にかけてその比率は低下している。この 1990 年代中盤期に企業の進出が増加した理由は、1992 年の鄧小平氏の南方視察を契機に「改革・開放」政策の進展と経済発展の加速したことが影響している。特に外資導入を促進するために建設した経済開放地域によって投資環境が整備された点に関係している⁶⁾。1990 年代後半以降における進出企業数の動向については日本国内における景気動向の低迷が影響している。

また進出形態では⁷⁾、「合併」が 57.1%と過半数を占める。この形態による進出が多い理由は、①日本と異なる体制下における企業運営を円滑化させるための現地事情の把握（法制度、商習慣、従業員管理等）、②出資先が複数存在するため低額出資での企業設立、が可能な点を重視しているためである（「独資」42.9%）。さらに日系製麺企業の中国進出の特徴として、日系資本の出資比率が過半数である企業が多く存在していることが指摘できる（14 社、66.7%）。こうしたことから、日系資本中心となった中国進出であることが理解できる。

最後に進出地域をみると、14 省市区に渡っているが、地域別の進出企業にみると、「北京市」と「広東省」の 3 社が最も多く、次いで「河北省」、「上海市」、「香港（行政特別区）」2 社であり、沿海地域（「北京市」、「天津市」、「河北省」、「遼寧省」、「上海市」、「江蘇省」、「浙江省」、「広東省」、「海南省」、「香港」）に集中している。これらの地域の進出企業数の合計は 17 社であり、全体の 81.0%を占める。これら沿海地域に日系製麺企業の進出が集中している理由は以下の通りである。①沿海部に立地しているため日中間の輸送期間

5) 財務省『貿易統計』によると、うどん・そばの最大輸入相手国であるオーストラリアからの輸入量は 1,799 トン、同様に即席麺の韓国から 2,286 トンの輸入量であった。それぞれの総輸入量に占める比率は 81.1%、49.9%であった（以上は 2003 年の数値）。

6) 日系企業の対中投資についての詳細は [3] 稲垣を参照。

7) 一般的に外資系企業の中国進出の形態は、①「独資」（外資系企業が、100%出資して現地法人を設立する形態）、②「合併」（外資系企業が中国系企業と共同で出資して設立する形態）、③「合作」（技術提携及び買付等の契約を目的とした資本関係が存在しない形態）の 3 形態となる。各形態の詳細に関しては、前掲石塚・数納、稲垣を参照されたい。

が他地域よりも比較的短期間で行える点、②経済開放区・経済技術開発区という区域⁸⁾が、多く存在するため、外資系企業が優遇され、港湾設備や高速道路等のインフラが整備されている点、③沿海地域は経済発展しており消費水準も高まっているため、対日輸出のみならず国内需要も見込める点、である。さらに中国国内において小麦粉の生産量（加工量）の多い地域との関係性をみると、上位5地域に立地している企業は、4社（19.0%）とその比率は高くなかったため、「産地立地型」という企業立地とはいいいにくい（生産量の多い上位5地域は、「山東省」、「河南省」、「河北省」、「江蘇省」、「湖北省」であった）⁹⁾。むしろ前述の様に沿海地域に集中していることから、対日輸出や国内大都市での販売に主眼をおいた「消費地立地型」であるといえよう（「表4」参照）。

2 日系製麺企業の中国進出と現地における企業展開

本節では日系製麺企業の中国における企業展開について事業内容を中心に検討していく。

第1に事業内容は進出時期によって変化が見受けられる。1990年代中盤以降、製麺事業と他事業との複合経営を行っている企業の進出が見受けられなくなっている。一般的に1990年代後半から、中国進出日系食品企業の急増に伴う企業間競争が激化により、これらの企業が事業の多角化、製品の多品目化を実施することによって中国産食料品の質的・量的な拡大傾向を引き起こしていたが、日系製麺企業は前述の動向と異なった動きを見せている（「1996～98年」及び「1999年以降」は0社）。これは他の食品企業の中国進出の目的は、販売先を日本国内へ設定したこと、いわゆる開発輸入の拠点の役割が重視されていることに対して、製麺企業は即席麺等が中国国内においても消費されていることから、他業種と比較すると多角化・多品目化を積極的に推進する必要性が高くない点を示唆していよう¹⁰⁾（「表5」参照）。

第2に、資本金額の構成をみると、「500万ドル以上」の高額資本による企業の進出が多い（15社、71.4%）。年次別にみると「1989年以前」2社、「1993～95年」7社、「1996～98年」3社、「1999年以降」1社と各年代において進出していることが読みとれる。これは一般的にいわれている中国進出日系食品企業における少額資本の企業の比率が高いという点と比較すると、中国進出日系製麺のケースは異なっており、特徴的であるといえよう（「表6」参照）¹¹⁾。

IV. おわりに

本稿では、日系製麺企業における中国進出の展開について検討してきた。最後に今回の分析から得られた特徴を以下に纏めていこう。

①日系製麺企業による中国進出は1990年代半ばに進出が行われており、1990年代後半からはその動向は停滞している。進出地域をみると、沿海地域の都市部を中心に「消費地立地型」の傾向を示していることが明らかとなった。

②日系製麺企業による中国進出は、一般的にいわれている中国進出日系食品企業の傾向と比較すると独特な傾向を示していた。それは事業内容が製麺加工に特化（事業内容の固定化）し

8) 「経済開放区」は、対外開放を推進するために沿海開放地帯内10省市県に288市県が設置されている。これらの地域は、外資系企業に対する企業所得税の優遇税率を実施している。また「経済技術開発区」は、臨海工業・港湾都市を中心に外資・技術の導入を目的として設置された区域である（32カ所）。前者の優遇税率に加え、一定期間のタックスホリデー、海外送金・輸入設備等の免税措置が適用され、輸出加工区としての性格が強い区域である。

9) 『中国食品工業年鑑』2003年版、参照。

10) 石塚による日清中糧食品有限公司のヒアリング調査（2000年、2001年）から。また前述の企業については〔1〕阿久根・徳永・石を参照。

11) 前掲、石塚・数納によれば、中国進出日系食品企業の多くは100万ドル以下の資本金額であった。

ている点と資本金の高額な企業の進出が各年次を通じて行われていた点の、2点に特徴づけられる。

こうした2つの傾向は、他の食品企業が日本国内向けの開発輸入を最優先とした中国進出の目的と設定していることに対して、製麺企業は中国国内への消費も一定程度存在しているという販売区域の差異が明確に反映されていた。いわゆる日中両国への販売を視野に入れた中国進出ということである。

では、こうした日系製麺企業の動向は今後いかなる展開をとげると予想されるのか。当研究グループは、これまでの調査結果や今回の分析等から、近年の輸入量の増加を鑑みると、短期的な視野では中国進出日系製麺企業の対日輸出量はゆるやかではあるが増加傾向を示していくものと推察している。また2000年以降における日系製麺企業の中国進出件数は停滞傾向にあり、新規の進出企業数が大幅に登場するとは予測しにくく、前述の輸入量の増加幅を巡って今後は現在進出している企業間の競争が激化すると予想できる。

以上のように中国進出日系製麺加工企業の動向に関しては注目する必要性が高まっていると思われることから、当研究グループは、今回分析した点を中心（特に事業内容について）に更なる深化した分析を行っていきたい。

参考文献

- [1] 阿久根優子・徳永澄憲・石敏俊「東アジアにおける日本の食品産業の経済環境による立地選択分析」『2002年度日本農業経済学会論文集』日本農業経済学会、2002年。
- [2] 石塚哉史・数納朗「日系食品企業における中国進出の今日的展開に関する一考察」日本農業市場学会『農業市場研究』筑波書房、第62号、2005年（掲載予定）。
- [3] 稲垣清『中国進出企業地図』蒼々社、2002年。
- [4] 小泉隆文・石塚哉史・数納朗「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—』創刊号、2005年。

表 1 最近のわが国における中国産麺類の輸入状況

	うどん・そば			即 席 麺		
	総輸入量	中 国		総輸入量	中 国	
		実 数 (kg)	構成比 (%)		実 数 (kg)	構成比 (%)
1998年	1,459	199	13.6	1,974	5.9	0.3
1999年	1,914	223	11.6	2,281	31.0	1.4
2000年	2,162	193	8.9	2,315	42.7	1.8
2001年	2,731	548	20.1	2,665	165.5	6.2
2002年	2,652	254	9.6	3,420	191.1	5.6
2003年	2,222	381	17.2	4,583	71.3	1.6
2004年	1,521	418	27.5	5,795	768.3	13.3

資料：財務省『貿易統計』から作成。

表 2 中国国内の麺・米製品加工企業の現状

(単位：社、億元、%)

		穀物・飼料加工企業					
		全 体			麺・米製品加工企業		
		企業数	販売額	資本金	企業数	販売額	資本金
2001年	実 数	5,021	1,305	260	329	39	14
	構成比	100	100	100	6.6	3.0	5.4
2002年	実 数	4,747	1,413	268	282	49	19
	構成比	100	100	100	5.9	3.5	7.1

資料：『中国食品工業年鑑』中華書局、各年版から作成。

表 3 日系製麺企業における中国進出の現状

番号	地域	企 業 名	進出 形態	資 本 構 成			事 業 内 容	従業員数 (人)	契約期間 (年)	資本金 (万ドル)	操業開始 年 次 (年)
				日本資本 (%)	中国資本 (%)	その他 (%)					
1	北京市	北京京都銀龍食品有限公司	合併	51	49		乾麺、即席麺の製造・販売	100	12	30	1995
2		北京京日味千食品有限公司	独資	100			生麺、半加工麺の製造・販売	150	30	160	1995
3		北京未来国際食品有限公司	合併	30	70		LL麺の製造・販売		15	579	1994
4	天津市	康師傳控股有限公司	独資	66		34 台湾	即席麺、菓子、飲料の製造・販売	19244		2800	
5	河北省	日清食品華北有限公司	独資	100			即席麺の製造・販売	259	50	1250	1995
6		日清中糧食品有限公司	合併	71	29		即席麺の製造・販売	154	50	1100	1995
7	遼寧省	大連寿賀食品有限公司	合併				LL麺、生麺の製造・販売			237	1992
8	吉林省	吉林松原緑原総合農牧有限公司	合併	47	53		蕎麦加工	50	15		1996
9	上海市	上海日清食品有限公司	独資	100			即席麺の製造・販売	609	50	2500	1996
10		日清食品中国投資有限公司	独資	100			即席麺事業の販売促進		50	3000	2001
11	江蘇省	昆山統一食品有限公司	独資	10		90 台湾	即席麺、飲料、乳製品及び醤油の製造・販売	2338		4400	
12	浙江省	杭州愛使口可食品有限公司	合併	67	33		即席麺、乾麺、スープ、具材等製品の製造・販売			918	1995
13	河南省	河南南徳食品有限公司	合併	25	75		LL麺、生麺の製造・販売		15	500	1995
14	広東省	広東宝成忠貿易有限公司	合併	25	75		即席麺の製造・販売			40	1996
15		広東順徳日清食品有限公司	合併	72	13	15 香港	即席麺の製造・販売	440	50	1300	1995
16		珠海金海岸永南食品有限公司	合併	70	30		即席麺及び飲料の製造・販売	459	30	840	1993
17	海南省	海南東洋水産有限公司	独資	100			即席麺の製造・販売	250	40	1320	1988
18	四川省	上海佳東食品有限公司	合併	97	3		即席麺の製造・販売		70	1000	1996
19	陝西省	西安富士食品有限公司	合併	30	70		LL麺の製造・販売		15	2995	1996
20	香港	永南食品有限公司	独資	100			スナック麺、即席麺、飲料の製造・販売	254		300	1989
21		香港日清有限公司	独資	100			即席麺の製造・販売	121		619	1984

資料：21世紀中国総研『中国進出企業一覧』から作成。

表 4 中国国内における地域別小麦粉生産量の推移

	1999年	2000年	2001年	2002年
全 国	2,897.4	2,759.0	2,327.5	2,702.2
北 京	35.0	36.0	27.0	23.0
天 津	14.4	17.1	22.1	31.9
河 北	168.9	309.1	286.9	340.5
山 西	25.9	19.5	17.3	14.0
内モンゴル	130.8	101.7	26.7	23.7
遼 寧	68.3	47.4	39.0	43.0
吉 林	4.2	3.3	2.7	1.9
黒龍江	23.4	24.9	16.5	36.6
上 海	18.9	7.0	11.2	12.7
江 蘇	238.0	291.8	255.0	275.7
浙 江	48.8	39.8	33.4	33.0
安 徽	60.6	66.9	58.6	7.8
福 建	23.3	21.0	17.8	24.5
江 西	16.8	21.4	6.3	7.1
山 東	434.7	510.7	537.3	684.1
河 南	691.2	418.2	512.7	619.0
湖 北	128.3	151.6	107.6	111.4
湖 南	20.6	18.8	16.2	14.9
広 東	83.1	72.2	81.2	74.6
広 西	20.7	17.5	19.5	19.8
海 南	1.8	1.3	1.1	1.5
重 慶	6.2	3.3	2.2	0.4
四 川	38.1	32.4	33.5	24.3
貴 州	3.9	3.2	3.3	2.7
雲 南	95.6	10.0	4.0	4.0
チベット	0.9	54.0	3.5	1.9
陝 西	52.0	71.1	81.2	79.3
甘 肅	148.1	152.8	58.1	78.6
青 海	41.0	6.2	2.9	3.0
寧 夏	46.4	47.9	3.8	4.6
新 疆	207.5	181.1	38.8	43.1

資料：『中国食品工業年鑑』中華書局、各年版から作成。

表 5 中国進出日系製麺企業の進出年次と事業内容（クロス集計）

(単位：社、%)

	1989年以前		1990～92年		1993～95年		1996～98年		1999年以降		不 明		合 計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
製麺業	2	12.5	1	6.3	7	43.8	5	31.8	1	6.3	0	0.0	16	100.0
製麺業＋その他	1	20.0	0	0.0	2	40.0	0	0.0	0	0.0	2	40.0	5	100.0
合 計	3	14.3	1	4.8	9	42.9	5	23.8	1	4.8	2	9.5	21	100.0

資料：表 3 と同じ

表 6 中国進出日系製麺企業の進出年次と資本金額（クロス集計）

(単位：社、%)

	1989年以前		1990～92年		1993～95年		1996～98年		1999年以降		不 明		合 計	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
99 万ドル以下	0	0.0	0	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0
100～199万ドル	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
200～499万ドル	1	50.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0
500万ドル以上	2	13.3	0	0.0	7	46.7	3	20.0	1	6.7	2	13.3	15	100.0
不明	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
合 計	3	14.3	1	4.8	9	42.9	5	23.8	1	4.8	2	9.5	21	100.0

資料：表 3 と同じ

「麺と文人 その1」

森貞 俊二 (松山東雲短期大学)

文人の中には、好んで食べ物について書きまくったものもいれば、全くといっていいほど書かなかった文人もいるが、少なくとも江戸時代以前の文学に共通してみられる大きな特徴は、食事の快楽、食べ物の味覚、調理の楽しみなどといったものが文学表現の対象になっていないことであり、いわば食べ物不在、食欲不在の文学といえる。その食べ物について書かなかった文人の代表として紫式部や清少納言がいる。

わが国の文学史上画期的な傑作、54帖に及ぶ一大長編恋愛物語「源氏物語」や知性の書とされている「枕草子」にしても、これらの作品にはほとんど食べ物が登場しない。したがって、これらの作品からは、当時の文化、特に食生活についてうかがい知ることが出来ないが、それではなぜ食べ物が登場しなかったのでしょうか。

6世紀に百済からわが国に伝来した仏教思想には、不殺生戒（殺すなかれ）、不偷盗戒（盗むなかれ）、不邪淫戒（性行為・浮気するなかれ）、不妄語戒（うそをつくなかれ）といった基本的な四つの戒律に加え、日常の生活規範に関する250に近い戒律がある。当時、人間の持っている欲望は、すべて煩惱の仕業であると考えられていた。その欲望の中でも、生まれながらにして持つ食欲と性欲は、いかんともし難い煩惱であり、その煩惱から解脱しなければ仏に近寄ることができず、一切の食欲や性欲を絶つことが仏に近づく最良の道だと考えられていた。そのような思想から食欲や性欲は、好んで口にすべきものではなく、また、低次元のものと考えられていたために、これが大きな原因で文学に登場しなくなったのではなかろうかというのが、樋口清之などが取り上げる一つの大きな理由である。

確かに、食事の場面や食べ物に関する記述がみられないのは、食欲をいやしいこととする仏教思想の反映かもしれないが、当時の人々には、食欲と同じく性欲もまた恥ずべき欲望だという考えがあった。にもかかわらず、『源氏物語』の大部分が男女の色恋沙汰を扱った一大恋愛物語りであることはまぎれもない事実であり、仏教思想の影響だとするには問題がある。

人が何かを記録として残そうとするには、それなりの理由がある。後世に伝えたい知的情報たりうるもの、歴史に残る一大イベント、誰も経験したことのないような大きな感動などがなければ記述されることはなかろう。男と女の愛や性欲は書いても、食欲にふれなかったのは、やはりこの時代の食べ物に対する感動や喜びのようなものがなく、記述に値する対象ではなかったからではなかろうか。

紫式部や清少納言などとは別に、東大法科を卒業後、農商務省に入り、日本民族学会の初代会長といたった経歴を持つ柳田国男も、食べ物の「うまい」「まずい」について書かなかった文人の一人と言える。

彼の膨大な著作をみると、日本人の衣食住に関する論考が一つの核になっているが、食べ物や料理の味についてふれた記述は余りない。餅や団子や米についての記述はあっても、それらが直接間接に食文化に繋がるような表現や言葉は見受けられない。「柳田にとっては、人間が生きていくうえの食のみが問題であって、味などどうでもよかったと」するのは、嵐山光三郎の見解である。

「十歳にして三木家へ預けられ、12歳で茨城県布川町の長兄宅に寄宿し、26歳で柳田家の養子となった身では、生涯のほとんどが食客」であって、食事がうまいまずいと言える立場になかった」のではなかろうかと。（「文人暴食」 嵐山光三郎著 マガジンハウス 130頁）

一方、現在活躍中の文人の中にも食べ物について書かなかった一人、井上ひさしの場合を取り上

げてみよう。彼も、「手鎖心中」、「吉里吉里人」など数多くの作品を書いているが、不思議と食べ物についての記述はない。彼の元妻節子さんが次のようなことを言っている。

「あの人、食べものには全然、興味のない人なんです。お酒も飲まないし……それに歯も悪いから人前でものを食べるのがきらいで、外へ食事をしに行くこともめったになかった」、「三つ子の魂、百まで、ですから。あの人は孤児院で育ったかたですから、孤児院のメニューがメインなんですね。だから、私とはまるで違っていて…」と。（『美女・美食ばなし』 塩田丸男著 集英社文庫 231ページ）

確かに、井上ひさしは全く食べ物に興味がなかったのかもしれない。事実、こんなことを書いて世の女性たちの批判をしてしるから面白い。

「識者はこの料理書ブームを分析して『家事の手間が省け、主婦に経済的、時間的余裕が出来たので、凝った料理を作りたがるのではないか。いけば趣味としての料理、レジャーとしての料理の時代がはじまったのである』と言うが、冗談ではない、というのがわたしの本音だ。われわれ亭主族が切望しているのは『家事』としての料理である。見てくれはどうでもいいから、安くて口にも合い、栄養学上からみてもまあまあ合格の手料理。その上にもし望むことが許されるならば、『めしをたのむ』と台所に向かって言えば五分か、せいぜい十分以内に出来あがってきて（ということは材料はなるべく自然の形を損なわないもの）、食べるのにフォークだスプーンだナイフだなんだというような七面倒な作法を必要とせず、もうひとつ希望を言わせていただくなら、新聞や雑誌を読みながら食べることの出来る料理、そういう料理に飢えているのである。外観は厚化粧のごとく毒々しくきらびやかだが、やたら材料費のみ高く、口にもあわず、食べ方がまた高等数学の解法よろしく難解で、新聞や雑誌を調味料のひとつとして利用できぬ『趣味』としての料理など、犬に喰わせるがよい」

（『日本亭主図鑑 料理書』 井上ひさし 新潮社 32頁）

「料理書ブームが続くかぎり、つまり主婦の知能が三歳の童子以下であるという状態が続くかぎり、われら亭主の前途は暗い」（前掲書33頁）

「それも大切なことであろうが、亭主に塩加減のよくきいた料理を作ってやることできぬ主婦など、わたしに」いわせればもはや主婦ではない。上方弁でおだやかにかいえば、『ほんま、あほとちやうやろか』というところである。（前掲書 197頁）

一方、好んで食べ物について書いている文人も多くいるわけであるが、その中でも、特に麺を好んで取り上げている文人とそうでない文人、さらには麺について取り上げている文人の中にも、ラーメン派、蕎麦派、うどん派に分けることができよう。

この場合の分類基準を明確にしておかなくてはならないが、作品の中で「自分はうどんが一番好きだ」とか、「うどんが死ぬほど食べたい」などと自ら記述しておれば、その文人は「うどん派」に位置づけている。また、作品中におけるそれぞれの文字の使用頻度によっても分類している。例えば「そば」の文字と「うどん」の文字の使用頻度数を調査し、圧倒的に「そば」あるいは「蕎麦」もしくは「そば」の文字数が、「うどん」あるいは「饅頭」もしくは「うどん」に比して圧倒的に多ければ、「そば派」に属し、逆であれば「うどん派」に入れている。その根拠は、人間嫌いなものは余り書きたがらないであろうとの判断からである。勿論、文中に「うどんは不味い」とか「うどんは馬子が食うものだ」などと否定的な表現をしておれば、これらは使用頻度とは無関係に評価している。問題は、商政策上のことかも知れないが、ある作品では、「うどんが一番好きだ」と書いておきながら、別の作品では「ラーメンが一番好きだ」と書いてあったり、ひどいのはあらゆる箇所、「一番好き」なものが次から次へと変わったりしていることである。このような場合には、分類不能として扱っている。

まず、「ラーメン派」であるが、この派に属する文人の数多い中、とりわけ奥山忠政、原田宗則、

東海林さだおをとりあげておこう。奥山忠政は、アジア麺文化研究会の理事であり、「全国 20 万店、年間 20 億食とも言われ、日本の食文化の代名詞となったラーメン。そのルーツから日本での変遷と発展、麺とスープを軸とした様々な分類、各地のご当地ラーメン、地域経済活性化の役割まで、ラーメンの全てが網羅された初のラーメン学大全」と紹介された「文化麺類学・ラーメン篇」や「ラーメンの文化経済学」などの著書がある。

奥山先生がラーメン大好き人間、ラーメン派であることは、ご自身に確認をさせていただいているので、間違いない。

また、原田宗則は、「笑ってる場合」（集英社文庫）の中で、「ラーメンそれは唐突食物「一週間に一、二度という頻度で、特に真夜中、どうしてもラーメンが食べたくて、矢も楯もたまらなくなることがある」「そうになったらもう原稿どころじゃなくなって、『とにかくラーメンを食べるまでは、他のことは一切中止。ラーメンを食べる思考回路のみで行動すべし』」というような状態になってしまう。あッ、今も原稿を書いている最中に、唐突にラーメンが食いたくなってしまったので、これにて失礼する。では」と書いているから、彼も「ラーメン派」に入れて間違いなからう。

東海林さだおは、うどん、そば、ラーメンは勿論のこと、キャベツの丸かじり、なまずの丸かじり、伊勢海老の丸かじりなどなどと、ありとあらゆる食べ物について書きまくっている文人であるが、ラーメンが今ほどの大ブームではなかった頃に発刊された「ラーメン大好き」（新潮文庫 1985 年）は、人気店の店主へのインタビューを収録しラーメンの魅力について 26 名の愛好家が考察した作品である。

編者の東海林さだおが、「ラーメン大学」で学んだスープ、具材の調理法、麺のゆで方などのコツについて密かに教え、またどのようにしてラーメンを食するかを、「ジョージ君」の視点で述べたものであり、ラーメンへの熱い思いが語られている。

一方、「そば派」に属する文人も結構多い。平林たい子、杉浦日向子、武者小路実篤、獅子文六、坪内逍遙、斉藤緑雨などといった面々であるが、紙面の関係で夏目漱石のみを取り上げる。

東京生まれの漱石は、『吾輩は猫である』、『倫敦塔』、『草枕』、『坊っちゃん』（舞台は愛媛の松山）、『二百十日』など多数の作品の残しており、「そば」や「うどん」についての記述も随所に見られる。

「東京に帰って、いの一に蕎麦を食った。やはり蕎麦は江戸だ。麺は固いし、つゆも濃くて旨い。……松山の蕎麦ときたら食べたものではない。麺は柔らかくもっさりしててまずい。そのうえつゆときたら、やけに薄く食った感じがしない」

「航海は、無事にここまで来たが、下痢と船酔いには大閉口だ。しかし、昨今は大いに元気を回復。外国人と洋食と西洋の風呂と西洋の便所で窮屈千万。一向に面白くなく、早く茶漬けと蕎麦が食いたい。……暑くて閉口。二百十日には、上海へんで出会った」

「漱石と松山」 中村 英利子著 アトラス出版 93 頁

漱石の蕎麦好きは、「吾輩は猫である」を読んでみると、さらにハッキリする。この小説はかなりな長編である。「坊っちゃん」が 156 頁なら、「吾輩は猫である」は 480 頁に及ぶ。

「美学者の迷亭がこの体を見て、産気のついた男じゃあるまいし止すがいいと冷かしたからこの頃は廃してしまった。C 先生は蕎麦を食ったらよかろうと云うから、早速かけとみりをかかわるがわる食ったが、これは腹が下るばかりで何等の機能もなかった」

「吾輩は猫である」で最初の蕎麦の文字が出てくるところであるが、この文章からは、漱石は蕎麦が好きか、饅頭が好きかはわからない。

「頭は善かったが、飯を焚く事は一番下手だったぜ。曾呂崎の当番の時には、僕あいつでも外出をして蕎麦で凌いでいた」

「ほんとに曾呂崎の焚いた飯は焦げくさくって心があつて僕も弱った。御負けに御菜に必ず豆腐を

なまで食わせるんだから、冷たくて食われやせん」と鈴木君も十年前の不平を記憶の底から喚び起す。

ここでもまだ分らない。

「次には帽子を取って鍔と鍔とを両側から押し潰して見せる。潰れた帽子は麵棒で延した蕎麦のように平たくなる。それを片端から蓆でも巻くごとくぐるぐる畳む。「どうですこの通り」と丸めた帽子を懐中へ入れて見せる」

これにいたっては、蕎麦を比喩に使っているだけである。注目したいのはこれからである。大事な箇所であるだけに、長文ではあるが、引用しておきたい。

「おいちょっと御見せと云うのに」「まあ待っていらっしゃいよ。美しい髪ですね。腰までありますよ。少し仰向いて恐ろしい背の高い女だ事、しかし美人ですね」「おい御見せと云ったら、大抵に見せるがいい」と主人は大に急き込んで細君に食って掛る。「へえ御待遠さま、たんと御覧遊ばせ」と細君が鉢を主人に渡す時に、勝手から御三が御客さまの御誂が参りましたと、二個の笊蕎麦を座敷へ持って来る」

「奥さんこれが僕の自弁の御馳走ですよ。ちょっと御免蒙って、ここでもつく事に致しますから」と叮嚀に御辞儀をする。真面目なような巫山戯たような動作だから細君も応対に窮したと見えて「さあどうぞ」と軽く返事をしたがり拝見している」

「主人はようやく写真から眼を放して「君この暑いのに蕎麦は毒だぜ」と云った。「なあに大丈夫、好きなものは滅多に中るもんじゃない」と蒸籠の蓋をとる。「打ち立てはありがたいな。蕎麦の延びたのと、人間の間が抜けたのは由来たのもしくないもんだよ」と薬味をツユの中へ入れて無茶苦茶に掻き廻す」

「君そんなに山葵を入れると辛いぜ」と主人は心配そうに注意した。「蕎麦はツユと山葵で食うもんだあね。君は蕎麦が嫌いなんだろう」「僕は鰻鮓が好きだ」「鰻鮓は馬子が食うもんだ。蕎麦の味を解しない人ほど気の毒な事はない」と云いながら杉箸をむざと突き込んで出来るだけ多くの分量を二寸ばかりの高さにしゃく上げた。「奥さん蕎麦を食うにもいろいろ流儀がありますがね。初心の者に限って、無暗にツユを着けて、そうして口の内でもくちやくちややっていますね。あれじゃ蕎麦の味はないですよ」

「何でも、こう、一としゃくいに引っ掛けてね」と云いつつ箸を上げると、長い奴が勢揃いをして一尺ばかり空中に釣るし上げられる。迷亭先生もう善かろうと思って下を見ると、まだ十二三本の尾が蒸籠の底を離れないで簀垂れの上に纏綿している。「こいつは長いな、どうです奥さん、この長さ加減は」とまた奥さんに相の手を要求する。奥さんは「長いものでございますね」とさも感心したらしい返事をする」

「この長い奴へツユを三分一つけて、一口に飲んでしまうんだね。嚙んじゃいけない。嚙んじゃ蕎麦の味がなくなる。つるつると咽喉を滑り込むところがねうちだよ」と思い切って箸を高く上げると蕎麦はようやくの事で地を離れた。左手に受ける茶碗の中へ、箸を少しずつ落して、尻尾の先からだんだんに浸すと、アーキミジスの理論によって、蕎麦の浸った分量だけツユの嵩が増してくる。ところが茶碗の中には元からツユが八分目這入っているから、迷亭の箸にかかった蕎麦の四半分も浸らない先に茶碗はツユで一杯になってしまった。迷亭の箸は茶碗を去る五寸の上に至ってびたりと留まったきりしばらく動かない。動かないのも無理はない」

「少しでも卸せばツユが溢れるばかりである。迷亭もここに至って少し 躊躇の体であったが、たちまち脱兎の勢を以て、口を箸の方へ持って行ったなと思う間もなく、つるつるちゅうと音がして咽喉笛が一二度上下へ無理に動いたら箸の先の蕎麦は消えてなくなっておった」

「見ると迷亭君の両眼から涙のようなものが一二滴眼尻から頬へ流れ出した。山葵が利いたものか、飲み込むのに骨が折れたものかこれはいまだに判然しない。「感心だなあ。よくそんなに一どきに飲

み込めたものだ」と主人が敬服すると「御見事です事ねえ」と細君も迷亭の手際を激賞した。迷亭は何にも云わないで箸を置いて胸を二三度敲いたが「奥さん箸は大抵三口半か四口で食うんですね。それより手数を掛けちゃ旨く食えませんよ」とハンケチで口を拭いてちょっと一息入れている」

漱石は、明治39年に「二百十日」を発表しているが、これは漱石が熊本滞在中の明治32年8月29日から9月2日にかけて阿蘇旅行をした時の経験談である。内牧温泉の山王閣という旅館に泊まり、阿蘇神社に参詣して、阿蘇中岳に登ろうとするが、二百十日の台風の暴風雨に遭い道に迷ってしまう。漱石はこの作品を書くまでに、コンラッドの「闇の奥」、「青春」、「タイフーン」等の作品をいくつか読んでおり、「二百十日」がこの『タイフーン』を下敷きにして書かれたものではないかとも推測されている。

この「二百十日」には、「蕎麦」の文字はたったの2箇所しか出てこないが、「鯉鮓」は25箇所も出てくる。ただ、残念なことに、どこにも鯉鮓のいいこと書いてくれていない。登場人物の「碌さん」を、反っ歯でうどん嫌いに仕立て上げているところを見ると、やはり、漱石は鯉鮓が好きではなかったのだ。

「二百十日」に書かれている鯉鮓の箇所を些か長いがここに引用しておくことにする。

「うふん。時に昼は何を食うかな。やっぱり鯉鮓にして置くか」と圭さんが、あすの昼飯の相談をする。

「鯉鮓はよしよ。ここいらの鯉鮓はまるで杉箸を食うようで腹が突張ってたまらない」

「では蕎麦か」

「蕎麦も御免だ。僕は麴類じゃ、とても凌げない男だから」

「じゃ何を食うつもりだい」

「何でも御馳走が食いたい」

「阿蘇の山の中に御馳走があるはずがないよ。だからこの際、ともかくも鯉鮓で間に合せて置いて……」

「この際は少し変だぜ。この際た、どんな際なんだい」

「剛健な趣味を養成するための旅行だから……」

「そんな旅行なのかい。ちっとも知らなかったぜ。剛健はいいが鯉鮓は平に不賛成だ。こう見えても僕は身分が好いんだからね」

「だから柔弱でいけない。僕なぞは学資に窮した時、一日に白米二合で間に合せた事がある」

「痩せたらう」と碌さんが気の毒な事を聞く。

.....

「君は第一平生から懦弱でいけない。ちっとも意志がない」

「これでよっぽど有るつもりなんだがな。ただ鯉鮓に逢った時ばかりは全く意志が薄弱だと、自分ながら思うね」

「ハハハハつまらん事を云っていらあ」・・

「そりやどうでもいいが、ともかくもあしたは六時に起きるんだよ」

「そうして、ともかくも鯉鮓を食うんだらう。僕の意志の薄弱なのにも困るかも知れないが、君の意志の強固なのにも辟易するよ。うちを出てから、僕の云う事は一つも通らないんだからな。全く唯々諾々（いいだくだく）として命令に服しているんだ。豆腐屋主義はきびしいもんだね」.....

「いろいろある事はあるがね。ある事は君の商売道具まであるんだが□□困ったな。昨日は鯉鮓ばかり食わせられる。きょうは湯葉に椎茸ばかりか。ああああ」.....

「ともかくもか、ハハハ。君ほど、ともかくもの好きな男はないね。それで、あしたになると、ともかくも鯉鮓を食おうと云うんだらう。□□姉さん、ビールもついでに持ってくるんだ。玉子とビールだ。分ったらうね」.....

「無論の事さ。だからまず第一着にあした六時に起きて……」

「御昼に饅頭を食ってか」「阿蘇の噴火口を観て……」・・・・・・・・

「うん、ついでにその玉子を二つ貰おうか」と圭さんが云う。

「だって玉子は僕が誂らえたんだぜ」

「しかし四つとも食う気かい」

「あしたの饅頭が気になるから、このうち二個は携帯して行こうと思うんだ」

「うん、そんなら、よそう」と圭さんはすぐ断念する。

・・・・・・・・

「饅頭屋の爺さんがか」と碌さんはしきりに胸を撫で廻す。

「そうさ」

「あの爺さんが、何を云うか分ったもんじゃない」

「なぜ」

「なぜって、世の中に商売もあろうに、饅頭屋になるなんて、第一それからが不了簡だ」

「饅頭屋だって正業だ。金を積んで、貧乏人を圧迫するのを道楽にするような人間より遥（はる）かに尊（たつ）といさ」

「尊といかも知れないが、どうも饅頭屋は性に合わない。□□しかし、とうとう饅頭を食わせられた今となって見ると、いくら饅頭屋の亭主を恨んでも後の祭りだから、まあ、我慢して、ここから曲がってやろう」・・・・・・・・

そのほかに人の気色はさらにない、饅頭腹の碌さんは少々心細くなった。

きのうの澄み切った空に引き易えて、今朝宿を立つ時からの霧模様には少し掛念もあったが、晴れさえすればと、好い加減な事を頼みにして、とうとう阿蘇の社までは漕ぎつけた。白木の宮に襦袢の鳴らす柏手が、森閑と立つ杉の梢に響いた時、見上げる空から、ぼつりと何やら額に落ちた。饅頭を煮る湯気が障子の破れから、吹いて、白く右へ靡いた頃から、午過ぎは雨かなとも思われた。・・・・

「おうい。荒れて来たぞ。荒れて来たぞう。しっかりしろ」

「しっかりするから、少し待ってくれえ」と碌さんは一生懸命に草のなかを這い上がる。ようやく追いつく碌さんを待ち受けて、

「おい何をぐずぐずしているんだ」と圭さんが遣つつける。

「だから饅頭じゃ駄目だと云ったんだ。ああ苦しい。□□おい君の顔はどうしたんだ。・・・・・・・・

「ハハハハともかくもか。君がともかくもと云い出すと、つい釣り込まれるよ。さっきもともかくもで、とうとう饅頭を食っちゃった。これで赤痢にでも罹れば全くとにかくもの御蔭だ」…………

「それとも、少し休むか」

「うん」

「どうも、急に元気がなくなったね」

「全く饅頭の御蔭だよ」

「ハハハハ。その代り宿へ着くと僕が話しの御馳走をするよ」

「話しも聞きたくなくなった」…………

「おい、もう飯だ、起きないか」

「うん。起きないよ」「腹の痛いのは癒ったかい」

「まあ大抵癒ったようなものだが、この様子じゃ、いつ痛くなるかも知れないね。ともかくも饅頭が祟ったんだから、容易には癒りそうもない」…………

「大に人を愚弄したものだ。ここはどこだって、阿蘇町さ。しかもともかくもの饅頭を強いられた三軒置いて隣の馬車宿だあね。…………

「昨日は格別さ。二百十日だもの。その代り僕は饅頭を何遍も喰ってるじゃないか」

「ハハハハ、ともかくも……」

「まあいいよ。談判はあとにして、ここに宿の人が待ってるから……」

「そうか」

蕎麦好きの漱石も全く饅頭を食べなかったかというところでもない。東京で鏡子さんとの見合いをした後、松山へ戻るやいなや、堀端でうどんを食べている。ただ、食べてはいるがどこまでいっても、うどんを馬鹿にしているのか、松山を馬鹿にしているのか、松山に生まれ育った人間にとってはイヤな奴としかいいようがない。

「松山城の堀端の屋台でうどんを食った。金を払ったら、「だんだん」と言う。何がだんだんだ。失敬な奴だと思ったら、「ありがとう」の方言だという」(※ 258頁)

時間の関係で、本題の「うどんと文人」について発表できなかったことをお詫びし、許されるなら続きは次回の全国大会にでもと考えている。合掌

参考までに

「坊ちゃん」	蕎麦	17箇所
	饅頭	1箇所
「吾輩は猫である」	蕎麦	17箇所
	饅頭	2箇所
「二百十日」	蕎麦	2箇所
	饅頭	25箇所
「虞美人草」	蕎麦	8箇所
	饅頭	0箇所
「道草」	蕎麦	4箇所
	饅頭	0箇所
「門」	蕎麦	3箇所
	饅頭	0箇所
「夢十夜」	蕎麦	0箇所
	饅頭	0箇所
「野分」	蕎麦	0箇所
	饅頭	0箇所
「一夜」	蕎麦	0箇所
	饅頭	0箇所
「草枕」	蕎麦	0箇所
	饅頭	0箇所

「虞美人草」

「なるほど、蕎麦屋に藪がたくさん出来て、牛肉屋がみんないろはになるのもその格だね」

「阿爺叡山の坊主は夜十一時頃から坂本まで蕎麦を食いに行くそうですよ」

「それを夜の十一時から下りて、蕎麦を食って、それからまた登るんですからね」

「蕎麦どころじゃありませんね」

蕎麦屋の看板におかめの顔が薄暗く膨れて、後から点ける灯を今やと赤い頬に待つ向横町は、二間

足らずの狭い往来になる。黄昏は細長く家と家の間に落ちて、鎖さぬ門を戸ごとにくぐる。部屋のなかはなおさら暗いだろう。

小野さんの靴は、湿っぽい光を憚るごとく、地に落す踵を洋袴の裾に隠して、小路を蕎麦屋の行灯まで抜け出して左へ折れた。

見送ると並ぶ軒下から頭の影だけが斜に出て、蕎麦屋の方へ動いて行く。しばらく首を振り向けて、立ち留っていた小野さんは、また歩き出した。

横町を出て蕎麦屋の行灯を右に通へ出て、電車のある所まで来ると突然飛び乗った。

「門」

その時分は蕎麦を食うにしても、盛かけが八厘、種ものが二銭五厘であった。牛肉は普通が一人前四銭で、ロースは六銭であった。寄席は三銭か四銭であった。学生は月に七円ぐらい国から貰えば中の部であった。十円も取るとすでに贅沢と思われた。・・・・・・

その夕暮であったか、小六はまた寒い身体を外套に包んで出て行ったが、八時過ぎに帰って来て、兄夫婦の前で、袂から白い細長い袋を出して、寒いから蕎麦掻を拵らえて食おうと思って、佐伯へ行った帰りに買って来たと云った。そうして御米が湯を沸かしているうちに、煮出しを拵えるとか云って、しきりに鰹節を掻いた。・・・・・・

その晩はなぜ暮のうちに式を済まさないかと云うのが、蕎麦掻のでき上がる間、三人の話題になった。

「道草」

いや人間も五十になるともう駄目ですね。もとは健ちゃんの見ている前で天ぷら蕎麦を五杯位ぺろりと片付けたもんでしたがね」

健ちゃん、一遍「軽井沢で蕎麦を食って御覧なさい、騙されたと思って。汽車の停ってるうちに、降りて食うんです、プラットフォームの上へ立ってね。さすが本場だけあって旨うがすぜ」

たまに実家の父が訪ねて来ると、きっと蕎麦を取り寄せて食わせた。その時は彼女も健三も同じものを食った。その代り飯時が来ても決して何時ものように膳を出さなかった。それを当然のように思っていた健三は、実家へ引き取られてから、間食の上に三度の食事が重なるのを見て、大いに驚ろいた。

その晩寒さと倦怠を凌ぐために蕎麦湯を拵えてもらった健三は、どろどろした鼠色のものを啜りながら、盆を膝の上に置いて傍に坐っている細君と話し合った。

「坑夫」

我慢に我慢を重ねて、ここまで来たようなものの、内心ではその内もうどん底へ行き着くだろうくらいの目算はあった。

麺文化を活かした地域おこしくシンポジウム>

パネリスト 駄田井 正(アジア麺文化研究会)

熊谷 真菜(日本コナモン協会)

渡辺 英彦(富士宮やきそば学会)

森貞 俊二(日本うどん学会)

コーディネーター 三宅 耕三(日本うどん学会)

司会 進行役の三宅です。シンポジウムのパネリストの先生をご紹介させていただきます。私に近い駄田井先生から順次自己紹介をお願いします。宜しくお願いします。

駄田井 福岡の久留米市から参りました駄田井です。私はアジア麺文化研究会を主宰しています。アジア麺の研究ですが、研究会とは名ばかりで半分は遊びで楽しみながら催しております。本職は久留米大学経済学部文化経済学科で文化経済学を専門としています。このようなことから研究会を始めました。

熊谷 どうも熊谷です。本日は大阪から参りました。皆さんにお渡ししました黄色のステッカーにあるように日本コナモン協会は、「楽しく探求し、美味しく食べて、おもしろく伝えあう」民間道楽団体です。私はもともと研究者を目指した時期もあり、短大で教えていたこともあり、アカデミックな方面に進もうと思っていた時に美味しい物に出会い、引っ張られるようにこの道に入ってしまった。今日は皆さんと一緒にうどんや、私の専門とするたこ焼き、お好み焼きなど世界のいろんなコナモンについて語りあいたいと思っています。

渡辺 私は静岡県富士宮市から参りました。富士山の麓です。富士山の南側の登山口が富士宮市です。5年程前に焼きそばで町おこしをしようということで、富士宮焼きそば学会の組織を作りました。昨年ようやく「富士宮焼きそば」が商標登録され、地域ブランドとして根付き始めたところです。チョッとまじめに話しておりますが、普段の活動はオヤジギャグを中心に焼きそばを広めています。

森貞 私は香川の隣の愛媛県で、松山東雲短期大学で教鞭をとっております。専門はあってないようなもので、学部では会計、マスターでは経済学史を勉強しました。うどんについては全くの素人です。どうか宜しくお願いします。

司会 現在の組織の活動について簡単にお話してください。

森貞 うどん学会が設立されたのは3年前、第1回の全国大会は善通寺市、第2回は、私どもの大学が当番校として松山市で、今年が3回目の全国大会です。活動内容は年1回の全国大会での研究発表、それ以外に昨年は中国のアモイに麺の調査に出かけました。また、今年の2月にはアジア麺文化研究会の先生方と博多で懇談会を持ちましたが、その節には今日お見えの奥山先生や駄田井先生には大変お世話になりました。このように他の組織との交流、加えて全国大会の研究内容をまとめて、

学会誌を刊行する活動なども行なっております。およその活動内容は以上の通りです。

司会 渡辺先生いかがですか。

渡辺 簡単には話せませんが……。 (笑い) 活動内容を話しますといつも 90 分から 120 分かかります。簡単に言うと、富士宮焼きそば学会とは富士宮市の中心市街地活性化と言う目的がございまして、そのために焼きそばという素材を使って町の活性化に結びつけようということで活動を始めました。始めに富士宮にある焼きそば店の調査活動をして、焼きそばマップを作り、それから各お店を対外的にメディアにいかにかくさん載せるかの活動、例えば、イベントを持ちました。5 年前までは富士宮と言えば富士山のある町ということで富士山が前面に出ているパンフレットを作っていたのですが、最近使用している観光マップでは、富士宮は富士山のある町ですが、焼きそばが前面に出て富士山が後ろに引っ込んでしまいました。(笑い) 富士宮市はそれをステップにしまして、今、市の政策としてフードバレー構想を進めておりまして、食というものを中心にした政策を打ち出しております。

司会 それでは熊谷先生、お願いします。

熊谷 活動のことは先ほど少し話しました。協会の立ち上げはうどん学会さんと同じ今年 3 年目。実は、私は立命館大学の卒論に「たこ焼き」というテーマで論文を書いたのが私のスタートです。20 数年前なので食文化論と言う言葉もまだ乏しかったので、その当時、数年前まで国立民俗学博物館の館長をされた先生の研究があったぐらいで、グルメマップとかもほとんどない時代、その当時に食物をテーマに取り上げたいと言った時に、先生方あきれていました。その後、同志社の大学院新聞学科に進みますが、面接の時に「熊谷さん、大学院にきてまでたこ焼きやるつもりないよね」と念をおされました。そのくらい、その当時はバカ者扱いされておまして、でも、私は食物をずっとしたかったもので、あの代用食、戦時中ですね、この会場に代用食知っている人いないと思うのですが、つまり、米粒に対する粉食と言うことで、その代用食の研究で修士論文を書かせていただいたことが、私のベースにありまして、それでこれまでできております。それで、93 年に「たこ焼き」と言う、今は講談社文庫に入っております私の最初の著作がありますが、これを機にたこ焼きが全国的にブレイクいたしまして、そして、この 10 年間、たこ焼きに手をとられていたのが現実です。全国的にたこ焼きがブームになった。これももともと大阪のローカルのコナモンなんです。それが冷凍食品やフランチャイズ展開に化けて年間 3 千億円のマーケットです。そういうことがあって今は、餃子、肉まん、パンもそれから焼きそば、うどん、ラーメンなどいろいろなコナモンを視野に入れて、もう一つは各地に埋もれているコナモンの掘り起こしです。いま、八戸で「せんべい汁」というのが町おこしのテーマに上がってきています。もともとは水団とか、大分の「やせうま」とか、あう言うコナモンはおばあちゃんが作っていたけど、私達はこんなもん古くて嫌ね、そういう感じでだんだん作らなくなっている。特

に、家庭ではあまり作らなくなっている。私はできれば家庭で子供達と一緒に作ろうという動きをしています。かつこよく言えば、啓蒙活動みたいなことです。そんな難しいことでなく、一緒に楽しく食べようよ、そういう思いで、各地にいろいろお邪魔して、交流会などをやっています。

司会 どうもありがとうございました。駄田井先生お願いします。

駄田井 アジア麺文化研究会のいきさつですが、麺文化による地域作りに関連するのですが、実は久留米の町を活性化する方法はないもんだろうか、これは奥山さんと一緒に考えたのですが、久留米のラーメンで何か、町おこしができないものか。それが久留米ラーメンフェスティバルに繋がっているわけです。フェスティバルをやる場合に、ただ久留米ラーメンと言っただけでは全国になかなか認められない。また、とんこつラーメン発祥の地になっていますが、そのルーツ探しの研究をやり出しました。いったい、とんこつラーメンはどこからやってきたのか、これを調べているうちに、中国の麺との関係、東南アジアの麺の関係に行き着いたわけです。それで、ラーメンフェスティバルをやる時に他の麺や東南アジアの麺との関連がとてもおもしろいと、それに気づいたわけです。ラーメンフェスティバル自体は一つのイベントですので、作り方の特色、あるいはできたいきさつとかはやりませんが、目的はイベントの成功です。そこで、フェスティバルの過程においてイベントを主としてやるグループ、それからラーメンのルーツ探しのグループに自然と分かれるようになりました。イベントはそのグループでやっていただく、そして、ラーメンのルーツ探しからアジア麺の関連をもっと深く、楽しみながらやっているのがアジア麺文化研究会です。その研究成果は奥山さんを中心に編纂している「麺の世界」と結びつけます。

司会 今朝のテレビで久留米の高校生によるラーメン作りコンテストが放映されていましたが、これも「ラーメンフェスティバル in 久留米」のイベントの一つでしょうか。

駄田井 そうですね。

司会 ラーメンフェスティバル in 久留米が大成功しているようですが、その秘訣は何でしょうか。

駄田井 一つは時期でしょう。久留米の町のある企業が倒産しまして、そのことが全国に流れました。暗いイメージがあり、市をあげてどうにかしなければいけないとの危機感がありました。それから久留米の人はラーメンにとっても関心が深かった。例えば、一般の人にどのラーメン屋が好きかと尋ねると「どこそこのラーメンが好きや」と答えますが、久留米の人にどのラーメン屋が好きかと尋ねると「どこそこのラーメンで何曜日の何時頃のラーメンが好きや」と言います。お店の人も客の言い方から麺やスープのできあがり具合を考えているようです。もう一つはマスコミがうまく乗ってきてくれたことです。たまたま久留米出身で日本経済新聞社の野瀬さんがたくさん取り上げてくれたことです。マスコミの宣伝が効果をあげまし

た。それから。市民が熱心だったこと。これも大きい要因。

司会 ありがとうございます。富士宮も知名度が上がっていますが、秘訣がありましたら教えてください・

渡辺 富士宮の場合、始めて5年になるのですが、これはメディア戦略の一語につきます。私は焼きそばの業者でも、製麺業者でもありません。お店をしているわけでもなく、要は一市民として町づくりの素材としての焼きそばを使っているだけです。食材を追求するとか、味を良くするとか、やっているわけではなく、いかに焼きそばの対外的な情報発信をたくさんするか、ひたすらやっております。実は先日、財務省の東海財務局から電話がかかってきまして一瞬ぎくっとしました。と言うのも私本業は保険の仕事をやっていまして、まずいなあ、監査でも入るのかなあと思いましたら、東海財務局の広報誌に原稿を書いてくれという依頼でした。それに書いたタイトル「麺語学序説」。これは麺と言う語はいろいろな言葉遊びができる語彙でありまして、英語のメンに通じます。これは焼きそばのいろいろなところに活用できまして、「富士宮焼きそば学会」も実は冗談で作ったような会なんですけど、焼きそばの店の調査をする調査員を「焼きそばG麺」と言っていますが、焼きそばG麺が暗躍する町と言う売りでマスコミに出しました。いろんなイベントを打つ際にも、例えば、富士宮から対外的に焼きそばの出張サービスをしますでは、おもしろくないのでこれは「焼きそば伝道使節団」と称しまして、英語で「ミッション麺ポッシブル」といいます。例えば、北九州小倉の焼きうどんと富士宮の焼きそば対決のイベントをやる時に「天下分け麺の戦い」とかをやるわけです。また、富士宮と秋田の横手市、群馬の太田市とかで麺のイベントをしようとする時、いろんな活用ができます。非常に「多面的」に「三者麺談」とか活用ができます。要はいろんな事業をしているのをマスコミが取り上げ、それに対しネーミングとか、コピーとかを先に作っておいてマスコミにそのまま出してあげれば、そのまま使える、そういう形をとってひたすら発信をしておきます。そうすると、「三者麺談」をやった結果、富士宮と横手と太田が「三国同麺協定書」と言う形になります。「三国同麺シリーズ」と言うカップ焼きそばが商品化され、それをコンビニなんかで売り出すようになっていく。今日は若い方いらっしゃいますよね。若い方はこのような言葉を物凄く「寒い」と言うのですが、その寒さが秘訣とも言えるのです。ひたすら寒くやっております、このような冗談が、オヤジギャグがバカにならないのです。今、富士宮焼きそばは観光の戦略にも重要になっていまして、東京方面からバスで焼きそばを食べにくるバスツアーがきます。これを「ヤキソバスツアー」と言うのですが、その人たちが持っている食事券を「麺財布」と言います。(笑い) 来年からはハトバスも富士宮焼きそばツアーを組むことになっています。このようにどんどん繋がっていきますよね。まだ、いくつもあるのですが、また後で。このように対外発信をいかにするか、たくさんするか。情報がメディアにたくさん載ることが、実は、商標登録に非常に有効ですね。現行の商標法上は地名プラス商品名は登録できないのが基

本ですが、要は全国的に認知度が高まっているものに関しては例外的に認めるという。そこに繋がっていくわけです。いかにメディアに載せるかが、商標登録を早く獲得するための有効手段と言うことで、ひたすら広報活動をやっています。

司会 日本の商標登録は登録主義ですが、今のお話を聞いておりますとアメリカのような先使用主義が適用されるような気がしてきました。お二人の先生のお話を聞くと、結局はメディア対策というか、メディアをどう利用するかが町おこしの一つのポイントということになります。熊谷先生、コナモンと言え、私はたこ焼き、お好み焼き中心との印象を持っていますが、中心と言うならば、それで宜しいのでしょうか。

熊谷 私がたまたま大阪文化に取り組んでいるのは、私のテーマがたこ焼きだったということもあります。取りあえず、大阪ではコナモンという言葉がありました。ただし、そんなに歴史は長くありません。長くても十数年前だと思います。コナモンと言いだしたのも

コナモノとかコナ食とかは、長野では一般的な表現ですが、そういうところでは「コナモン」（語尾下がる）と言うそうです。大阪ローカルの言い方かと思っていましたが、蓋を開けてみるとそうでもない。それから、「コビル」、「コビリ」とおやつをさす地域もあります。これらはだいたいコナモンに集約されます。コナモンが大阪中心とは思わないのですが。大阪と言う町はお好み焼きを生んだ町ではありません。たこ焼きができたのは 70 年前の阪神タイガースが生まれた年と同じで、昭和 10 年です。ただ、お好み焼きに関しては遡りますと、千利休の「麩の焼き」と言うお茶事人のデザートにでてきたもの、これはコナを焼いてお味噌を塗ったものです。これが最初とする説があります。その後、コナが一般的に普及しまして江戸時代におそば、うどんが庶民の食べ物になり、その時に「ながし焼き」とか、「ドンドン焼き」とかに、いわゆるお好み焼きの原型みたいなものが江戸を中心に出てきます。それが、後から関西にやってきたのではないかの、考え方があります。その時に「ニクテン洋食」とか、「ニクテン」と言う言い方があるのですが、今、「ニクテン」が残っている町があります。今日も参加されてますが、兵庫県の高砂に「高砂ニクテン食わん会」がありまして、ここでは生地をひいたところにおでんのじゃがいもを入れ、肉とか野菜も入れ、焼いてソースをかけてから二つ折りにしたコナモンがあります。神戸に行くと、長田区、ここは震災の大被害を受けた町ですが、ここには半径 500 メートルのエリアに 70～80 軒のお好み焼き屋があります。長田区は小さい町ですがここにこれだけ密集していながらどこの店も繁盛しています。大阪はお好み焼きが最後に発展した町ではないかと思っています。お好み焼きは簡単なので、主婦たちの手がすいたら、駄菓子屋的に商売を始めた。それを見ていた大阪のオッチャン達がこれはいい商売のネタになる。材料費は安価でも、焼いて見せるパフォーマンスを加えて、これが付加価値ですが、千円、2 千円のお好み焼きを出すようになったと私は見えています。薄いのが神戸で、食べやすいのですが、大阪では混ぜ

焼きになってきて、具も伊勢海老を乗せるとか、ステーキを乗せるとか、だんだん華美なお好み焼きに変化してきた。つまり、発展させたのが大阪で、大阪らしいアイデアがお好み焼きに込められているなあと感じています。

司会 森貞先生、愛媛県人からみたさぬきうどんのセールスポイント、これは凄いとすることがありましたら、お願いします。

森貞 讃岐うどんのセールスポイントは、「麺の腰」にあるとか、「腰のある麺」などと言われたり、「讃岐の味を、讃岐の値段で」、一般的には、「うまくて、安くて、速いこと」などと言われております。しかし、ただ単に「おいしい」とか、「うまい」と言っても、その味が継続性を持たなければセールスポイントにはならないと思うのです。私はもともとうどん大好き人間で、今も、暇さえあれば、大学の同僚や学生と一緒にさぬきうどんツアーに出かけております。これまでに200軒以上のうどんを食べていますかね。どうしてわざわざ高い高速料金を使って100円とか、200円の讃岐うどんを食べに行くのか、香川の県民所得向上のために何故、などと常に思うのですが、やはり、さぬきに行く理由の一つはうどんの値段が安いこと、70円でうどんが食べられる。120円で卵入りが食べられる。ほんと120円ですよ。松山ではこうわいかないですよね！それに、さぬきの場合、値段の安いことに加えて、美味しいこと、だと思ふのです。何度も時間を割いて、高い高速料金を払ってでも、讃岐へ出掛けてうどんを食べようと思うのは、やはり味に継続性があり、リピーターになる要因があるからだと思います。何よりも、第2回全国大会でうちの学生が発表していますが、讃岐には沢山「怪しいうどん屋」さんがある。なにか、冒険心をそそるような・・・道がない、地図に出ていない、看板の架かっていないうどん屋さんがあって、そんなうどん屋を探しに行く楽しみ。目当てのうどん屋さんを見つけた時の感動、何か宝物をみつけたような気持ちになって、本当に嬉しくなる。何か、小さい時の思い出を甦らせてくれるものが、讃岐にはあるような気がします。翻って考えてみますと、誰も意外に地元のことはよく知らない。よそのことには目の色変えて関心をもちますが、いざ、開き直ってあなたの住んでいる地元のことをどれぐらい知っているかと尋ねられたら、あまりよく知らない。お願いですが、さぬきの方達も愛媛に来て、愛媛のうどん屋さんが少しでも活性化するように、また、儲かるように、高い高速料金を払って来て欲しいですね！ついでに、道後温泉にでもノンビリ浸かっていただいて、いま、そんな気がしています。(笑い)

司会 昨今、うどん、焼きそば、ラーメン、たこ焼き、お好み焼きなどコナモン食文化が隆盛をおびていますが、富士宮焼きそばの場合、焼きそばは自然発生か、それとも人工的に作りあげたものか、いかがでしょうか。

渡辺 熊谷さんの話しではないですが、焼きそばとお好み焼きは鉄板で作るものと言うことで、セットになっているものです。富士宮の焼きそばもお好み焼き屋さんで焼きそばを作っています。焼きそばだけを専門にやっているわけではありません。ただ、富士宮の焼きそばは他の地域の焼きそばとは違う、特徴があります。普通は

麺自体を一度蒸したものを湯通ししますので、水分が多くなります。富士宮の場合は蒸した麺をそのままドラムに入れて、冷やすものですから水分が少なく硬くなり、その麺に油をコーティングします。このように麺自体に特徴があるうえに、なおかつ、焼く時にラードを絞った絞りかすを入れます。肉は入れないで、キャベツ、肉かす、麺を鉄板で炒める、そういう焼き方です。ソースで炒めるのですが、焼いた後、鰯、鯖とか魚のコナ、だし粉と言うのですが、これをかけて食べます。この組み合わせ、コラボレーションが他の地域と比べるとチョッと変っているということがあります。このような焼きそばが生まれたのは戦後です。もともと焼きそばは昔からありましたが、富士宮の焼きそばは戦争に行かれていた人が戦地から帰ってきて、ビーフンのような食感を得られるものはないか、また、当時は食糧難だったので、米はないかもしれないが、小麦なら少しはあるのではないかと、ここから今の焼きそばの原型が思考錯誤の末に生まれてきたらしい。もともと富士宮と言う町は富士山の登山口で商業、観光などいろんな産業が盛んで、街中はごった返していました。そのような状況下で、駄菓子屋が今で言うところのファーストフード店の代わりをしていたのではないかと思います。そこで手軽に食べられる食材として、お好み焼き屋がある程度必然的にその流れの中から生まれ、庶民にも親しまれて根付いてきたと思っています。

司会 今の話しは熊谷先生の話しと符合する部分がありますね。それから、どうして生まれたかの話しと少し関係があると思うのですが、第三者からみると、久留米ラーメンと博多ラーメンの誕生の秘話があるように感じます。駄田井先生、少し歴史的なところを。

駄田井 とんこつラーメンに関しては久留米の方が先だと思っています。それから博多ラーメンと久留米ラーメンは微妙に味が違い、内容が違います。違うと言うことははっきりしていますが、どちらが先かは別にして、麺の種類がチョッと違います。博多より久留米の方が少し太い、九州のラーメンを食べられたら分かりますが、各地のとんこつラーメンは微妙に麺の太さと味が違います。久留米の人間としては久留米と博多の味の違いが分かるのですが、九州以外の人には判別が難しいかも知れませんね。

司会 森貞先生ある時期島根大学で地域経済学の講義をされていましたが、麺による町おこしについてお話しください。

森貞 駄田井先生、奥山先生もそうですが、地域の活性化のために食べ物、特に麺を使おうというのは結構多いのではないかと思います。地域活性化は平松知事の提唱した一村一品運動からスタートしていますが、だいたい食べ物関係で村おこし、町おこしをやっているところは多いですね。遡りますと、例えば、信州のテレトピア構想、熊本のテクノポリス構想とか、アグリポリス構想とかがありました。あまり成功しているところは少ないのではないのでしょうか？リゾート構想にいたっては、どこを切っても金太郎飴のような、似たような構想になっていて、莫大な金を

使った割には失敗している事例が多い。あまり、成功しているところはありませんよね。そういう中で、食べ物によって町おこしをしているところは結構成功しているところが多いようです。先ほどから皆さん、メディアを使った情報公開で成功しているお話をされていますが、ただ、私はさぬきに来て驚いたことがあります。私が地元の人に「うどんブームはいつまで続くのでしょうか」と質問をしたことがあります。それに対し「これはブームではない。5年も10年も、いや20年も続いているのをブームと言うのか、ブームと言うのは2～3年で潰れるのがブームや、さぬきはブームでない、何年も続いているのにブームと言わないで欲しい」と言われたことがあります。まさに、その通りだと思います。ところが、私が今一番心配しているのは何かと言いますと、このブームの反動が一番恐ろしいということです。村おこし、町おこしをやることはやぶさかではありませんが、ブームが去った時の反動が心配で、下火になった時点で一体どのような影響が出てくるのか、そういったことがとても心配なのです。さぬきの場合はブームでないと言われているので安心してありますが、町おこし、村おこしのために、いろんなところで情報発信し、インフラ整備、土地を買ったり、建物を建てたり、設備投資をしたりしているわけですが、台風一過のようにブームが去った後は、どのようにするのかなあ、この辺りがとても気になります。そういう意味では愛媛県はブームを起こさないで地道にコツコツやっている。この方がいいのかなあとも思うことがあります。麺と地域おこしの答えにならないかも知れませんが、この辺りを杞憂しているところです。

司会 熊谷先生、富士宮のお話を聞いていると、歴史的・自然的に生まれたようですが、地元とあまり関連性のない麺もしくはコナモンを町おこしと結びつけるのは難しいでしょうか。

熊谷 例えば、たこ焼きで町おこしをしたい。たこ焼きのタコは獲れないがエビは獲れるのでエビを入れる。そういう事例はあります。先日、兵庫の佐用町で鹿肉がたくさん獲れる。その鹿肉を使ったコロッケを作り、牛も名産なのでホルモンを使ってホルモンうどんを町おこしの材料にとか、みなさんいろいろ工夫しています。食べ物に焦点を絞ってというところは非常に増えています。これが成功するか、どうか、今、ここではっきり結論を出す時期ではないでしょう。ただ大切なのは、もともとその土地の人が、大切にしている食文化であるべきだと思います。だから、例えば、米ばかり食べているところで、無理矢理ラーメンをもってきても、どうか。もうひとつは、その土地で取れた食材で作った物が一番美味しい。たこ焼きもその土地のコナいわゆる地粉、その土地のお野菜で、その土地で取れた物、その地の水を使うのが美味しい。たこ焼きは国民的おやつですから、たこ焼きの土壌はなくても、土地の名産で、ご当地たこ焼きは十分、可能なわけですね。秋田県横手市は焼きそばの町です。市長あげて焼きそば大好きですが、本来はお米の町です。私が横手へ行ってビックリしたのは、焼きそばはおやつと割り切っているのですね。基本的にはご飯を食べているわけです。コナモン好きの町ですが、焼きそばは一つ

のおやつとして食べている。もともと食べているか、その土地に根ざした、先ほど三宅先生から郷土麺という言葉が出ましたが、つまり、郷土に根ざした物か、郷土の根ざした食材か、または、土地のある人たちがとても愛用しているか、この辺りから考えていく必要があります。茨城県水戸市にスタミナラーメンと言うのがあります。これがまた、美味しいんですね。私も協会のコナモンツアーで企画して、みんなで食べにいきましたが、まだまだ店の数が少ないのです。水戸黄門はラーメンを最初に食べた日本人ということで、黄門ラーメンもふえています。レンコンを練りこんだ麺なんですね。これもすごく美味しいのですが、知名度という点では、まだまだ富士宮の足元に及んでいないなあと思います。すごく美味しいからといって、普及するわけでもないし、あわよくばメディアに取り上げられてブレイクしても、知名度だけで、当の町の人々が盛り上がってないのも、長続きしません。単純にはいかないのです。時代の流れ、運もふくめて、いろいろな要素が絡んで、何かポンと浮き上がってくるものだろうと思います。でも一番大事なのは、もともと地の人々が愛しているものですね。そう言う意味では、讃岐うどんは不動ですよ。文句なしに、生活食と言うか、暮らしに根ざしていますよね。これは揺るぎないほんまもんです。食べる人がいて、そして、企業とか、メーカーがそれを応援する、乗っかってビジネスをしようとする。まあ、さぬきだったら観音寺のカト吉さんの冷凍うどん、そして、行政とか、町全体で力を貸す。だけど、もう一つ要るのは、やりたがり、それを自慢して他人に言いたがりのキーマンが要ると思うのです。このキーマンを行政の人がやる場合は上手くいく場合といかない時があります。行政の人はお仕事でやっているから、お仕事を離れて凄くやりたがりのキーマンの方がいいのです。

渡辺さんの場合は行政と無関係ですが、こういう町が目立ちたがりやおじさんがいるところは凄くラッキーです。だから、そういう楽しい、おもしろがりやが住む町は何をテーマに持ってこようと、やっていけると 생각합니다。

司会 キーマンが必要なことはよくわかります。それから、地元の食材と言うのは、香川県でも「地産地消」を推奨する動きがあります。それから、横手の焼きそばはおやつとの言い方ですが、さぬきうどんは「別腹」と言っています。そう言う意味では熊谷先生のお話しは正鵠を射ているような気がします。町おこしで麺文化を利用する場合のポイントについて、渡辺先生いかがですか。

渡辺 富士宮の場合、富士宮焼きそば学会がこれまで活動していることに対し、行政からは予算をいただいております。それから、企業とか焼きそばの協会からもほとんどお金はいただいております。焼きそば学会はあくまでも市民団体ということで動いています。先ほどの話しの中で全国的にお金を使って失敗している例もありますが、富士宮はひたすらソフト戦略でやっています。この部分が非常に大きいと認識しています。ただ、行政も予算をつけていませんが人的なバックアップをするとか、業界もいいものを作っていくことが大事です。このように予算をつけて

いけませんので、仮に富士宮の焼きそばがブームであったとしても、ブームが去っても、ダメになっても元のままです。ぜんぜん何も困らない。ゼロになるだけ、いや、ゼロにはなかなか戻らないですよ。正直言って、もう5年も続いていますから。製麺関係もフル稼働状態がずっと続いていますのでなかなか簡単には元に戻らないと思います。そういった行政と業界ともう一つ目立ちたがりやと言うより、無理して旗を振っていると言ってもらいたいのですが、要は仕事と言うより、この町を自分達で活性化したい、よくしたいと言う気持ちは市民として当たり前のことで、そういった人間を上手く使っていて、私はいつも言っているのですが、おだてると木に登るやつが一人や二人いるだろう。あなたがやらないとこの町づくりはできませんよ、そうかなあと勘違いする人がいると思います。そう言う人を木に登らせて、旗を振らせてあげる第三者機関がいります。生産者がいて、販売する人間がいるだけでなく、お金を使わないで広告代理店が動いてくれるような組織、その組織をうまく活用するというのが、いいのではないか、それがダイナミックに動いていくと非常に効果的にいくと思います。

司会 今のお話しの中ではでてこなかったのですが、NPOの団体の認証をとられています、そのメリットはありますか。

渡辺 私達は富士宮焼きそば学会とずっと言っていますが、実はNPO法人作っています。「まちづくりトップランナーふじのみや本舗」と言う長い名前になっています。NPO法人にすることによって、行政の仕事を受諾することも、企業との契約もできます。契約ということになると、法人化していないと非常にやりにくいですね。実際に商標登録を取ることや商標使用許諾契約を企業と結んでいますので、このように法人化していると契約関係がきちんとできます。このような点からは意味があるように思います。だから、NPOがいいとは思いますが、法人格としてやっている意味は感じております。

司会 ありがとうございます。駄田井先生、メディアは確かに必要ですが、その他麺文化と町おこしの関係で、それを掘り起こすものがあれば教えていただけませんか。

駄田井 今回の麺文化と地域おこしですが、麺文化と言うように、文化がついているのがとても大事です。地域活性化の目的は何かということですが、抽象的ですが、持続可能な地域を形成することが目的です。自分の子孫にも同じようなものを保障する。そのためには自立性とか、地域が自立していくことが大事なのです。地域が持っている文化、文化がもっている多様性がより大事な働きをする。地域全体の持続的発展には文化の持っている多様性はとても大事な要素です。先ほどからでている地産地消は多分麺が最初だと思います。地域の特産物をどう保存するかから始まったのではないかな。例えば、小麦がよくとれるところは小麦の麺、東南アジアのように米がたくさんとれるところはビーフンを使った麺で保存させる。麺の保存で文化的に素晴らしい一つはそうめん、長く時間が経てば美味しくなる。ベトナムのラ

イスペーパーも古い方が美味しいそうです。だから、保存と同時に価値が上げられるようなものを作っている文化性と言うもの、同じ動きで地産地消と一緒にあって大きな働きをもっていくのではないのでしょうか。これは中国の麺文化と日本の麺文化をみると、中国にとって麺は主食なのです。だから、中国料理を食べた後に主食は何にしますか。麺にしますか、それともご飯にしますかと聞かれる。日本人にとって昔は麺は主食だったかもしれませんが、今は主食でない文化です。うどんと一緒にご飯を食べたり、ラーメンと一緒におにぎりを食べたりするのです。こういう特色のある文化と繋がっていくのが大事なのです。もう一つは久留米のラーメンフェスティバルの後の動きです。ラーメンの後に焼き鳥が始まっている。これが、もうチョッと発展していくのがスローフードですね。久留米のスローフードの拠点にしようじゃないか。これは別のグループなのですが、こういうものが繋がってくるのです。それから、最後にまとめて言うつもりでしたが、ここで言います。ラーメンとか、焼きそばとか、コナモン、それからうどん学会もそうなのですが、そういう小文化とか、麺とかを通じて地域づくりをやっている人たちのネットワークづくりができつつあること。お互いが刺激しあって、今日の学会もそうですがこれがずっと広がって、例えば、韓国とか、アジアとかもっと素晴らしい麺文化という、麺アジア共同体が必要です。チョッと話しが大きくなっていますが、そういうものができるだろうという気がしています。

司会 今の話しの中に地産地消がでてきましたが、スローフードは善玉で、ファーストフードが悪玉のような雰囲気があるのですが、森貞先生いかがでしょうか？

森貞 難しい話しですね。今、考えがまとまっていませんので、パスさせてください。

熊谷 たこ焼きは和風ファーストフードと言われますが、私はそうでないと思っています。たこ焼きは人前で一から手作りします。ファーストフードは裏でできた物、解凍したり、油で揚げたり。マクドナルドが悪いとはいいませんが、あれはあれで果たしてきた役割はあったと思います。これからはむしろスローフードの時代、たこ焼きも今、脚光を浴びているのはどっかにスローフード的なニュアンスがあるからです。焼いているオッチャんの顔を見ながら語らいながら食べる、こういう楽しさ、おいしさをお客さんが実感したから、ここまで全国的になったとみています。基本的には究極の手作り、スローフードでしょうねえ。今日も午前中はさぬきうどん店を回ったのですが、店にはうどんの玉が寝ころんでいて、ドンドンと麺を切る音が響いてくる。主人が「今から茹でるから釜揚げは時間かかりますよ」。このやりとりもふくめて、讃岐うどんのええ感じが、じつくりと培われている人々に愛されてる感じが、実感として伝わってくる。これがローカルフードの醍醐味ですし、この感覚が全国に広がっていく原動力になってると思いますね。

駄田井 僕はスローフードと言う言葉が嫌いです。違った言葉にすべきでないかと

思っています。日本ではすぐに英語の真似をしようとする。地産地消という言葉があるのだから地産地消で十分です。また、医食同源という言葉もあります。その土地のものをできるだけ食べることであって、料理の仕方が長いとか、インスタントでやるのとか、関係ない話で、スローフードという言葉は非常に誤解があるのではないのでしょうか。学生がマクドナルドを食べると単位をやらん。(笑い)

森貞 私、マクドナルドの株主なのですけど・・・(笑い)

駄田井 スローフードの考え方は地元で採れたものをどうやって料理するか、材料が先にある話です。だから、そういう意味でスローフードという言葉は非常にまずい言葉です。本来の意味の地産地消にマッチしていきたくらうと思います。うどんに天粕を入れるのは、残りものを有効に使っている。マクドナルドも天粕を入れたらどう。(笑い)

司会 うどん学会としては、うどんの歴史もまな板にのせて欲しいところですが、そのことは本日の発表者の山野先生にお任せををするとして、今、香川県ではコナのブランドものを売りだそうとしています。いわゆる、「さぬきの夢 2000」のことで、このブランドについての印象をお聞かせください。

渡辺 さぬきの夢 2000 ですね。これはプロジェクト X でも放映されましたね。私は富士宮もプロジェクト X で取り上げてくれないかと、思っています。この間、膳場貴子さんが富士宮にきた時、「善ば急げ」と言ったのですが、(笑い) プロジェクト X は一度挫折をしなければならない、(笑い) 何の話をしているのかわからなくなりますね。地元でとれた素材を使って、地元で作ることは付加価値が高まると思う。しかし、地元でとれたから必ず美味しいかと言えば、そうとは限らない。さぬきの夢 2000 は美味しいのですが、地元で作ったものが必ず美味しいわけではなく、輸入したコナの方が素材としていいものかもしれません。他からきた者がその土地特有の特産物を味合うという体験型が大きな意味を持っています。富士宮だって使っている小麦はほとんどオーストラリア産だと思います。なかには静岡県産の小麦を使った麺と言って、一日何食限定をしているところもあります。

値段は高いですが・・・。さぬきの夢 2000 を使ったうどんですよと言われて、その違いが分かるのですかね。ASW と夢 2000 の違い分かる方会場にいらっしゃいますか。

会場の方 それは分かります。私は製粉会社の人間ですから。香川の方はほとんど分かると思います。

渡辺 香川県人は分かるのですか。凄いですね。

司会 味もそうですが、見た目でもわかりますよね。できあがったうどん玉は ASW の方が「色白美人」かもしれませんね。

渡辺 それでは見た目は夢 2000 の方が汚いということですかね。なににせよ、明らかな違いがあることは大事です。見た目も、食べても全然違いが分からないものだ、付加価値付けができないですよ。違いは名前だけになります。名前も違い、

見た目も味も違うということであれば、これは意味があります。ただ、夢 2000 の供給は間に合うのですか。

会場の方 生産量は実際のうどん消費量で言えば、2～3%です。だから、さぬきうどんの消費量からみれば、全然お話にはなりません。

渡辺 こないだ、北海道のある町に行ったのですが、その町がカレーうどんを町おこしにしようとしているのですが、「夢 2000 は供給量が間に合わないということですが、うちの方は完全に地産地消です。完全供給ですから地元でとれた物でカレーうどんを作っているのです。」逆に、さぬきに対抗してそういう発言をされていました。それはそれで、完全地産地消、おもしろいですね。それと、限定、どちらでも付加価値は付けられますよね。もっていきようだと思います。

司会 熊谷先生、原材料のブランド化というのは、麺と町おこしの関係で付加価値があるということですが、その辺りのご意見を。

熊谷 あると思います、耳にすることも多いです。この間も、全国の製粉会社の社長さんとお話しする機会がありました。さぬきの夢 2000 は 2000 までいかないで、「さぬきの夢」だけで通っていますよね。先日ある会があったのですが、凄く、それを自負されている。プライドを持って取り組まれています。量的な面はまだまだ届かないとしても、ブランドとして持つておくのは少なくとも讃岐うどんに携わる人々のプライドとして、心の支えとなるはずです。だから物量や売り上げとは別に、そういう自慢できる特別な素材をもって、これを文化として育み、次世代に継承していく、その材料としてたいへん重要なファクターだと思います。私は地粉の時代がくると言っていますが、地酒、地ビールと同様、地粉はではじめています。でもみなさん、まだまだ知らなくて、新聞記者でもそれは何ですか、と・・・。その土地でとれた小麦をその土地でコナにするということになります。讃岐はもちろん、北海道でもいいし、北九州でもよい。各地の地粉のメニュー開発で、一同に持ち寄って、定期的に持ち回りで、イベントを開催する。こうした、エリアごとの競合関係が、地粉ブームを巻き起こし、業界全体を活性化すると思います。ぜひ、筑後とか、岩手とか、群馬とかコナ文化が深く、いい小麦がとれるところと、協定を結んで盛り上がってください。

司会 駄田井先生、コナのブランド化についてご意見を。

駄田井 僕はこれこそ地産地消だと思います。コナにこだわりを持ったらよい。ついでに、半分冗談ですが、コナを水車で挽いたらもっとおもしろくなるよ。(笑い)

司会 森貞先生いかがですか。

森貞 基本的に私は皆さんと考え方が違うかもしれませんが、メディアの功罪というのですか、全国の方がプロジェクトX「さぬきの夢 2000」をみておりますが、私も隣の県ですが、さぬきで凄く小麦が生まれたんだな—とこの番組を観ながら感心した一人です。しかし、一般消費者としてさぬきへ出かけて行ってうどんを食べる時に、おばさんに「これオーストラリア産ですか」「夢 2000 ですか」などといった

野暮な質問は決してしませんよね！ただ、直感的に麺に腰があるとか、出汁がとってもマイルドでいいなあとか、そういったことで評価しているわけですよ。美味しかったらまた来ようと思うし、不味かったら、もう二度と来たくないなどとレッテルを貼って評価しているわけです。でも、さぬきの夢 2000 に限ってはメディアの功罪、つまり、景表法違反で、讃岐の製粉会社が槍玉に挙がり、オーストラリア産と夢 2000 を混ぜ合わせた事件として全国ネットで報道されていましたが、先ほど会場の製粉業界の方が発言されたように充足率僅か 2%程度、とてもじゃないけど、混ぜなきゃやっていけない。そういう中で製粉会社に圧力かけて、夢 2000 のコナを作れと言っても出来るはずがない。圧力かけて、どうのこうのと言う以前に、そして地ゴナ、地ゴナ、讃岐の夢 2000 と言う以前に、一般消費者はそれほど地ゴナ、「さぬきの夢 2000」にこだわっていないことを充分に認識すべきではないでしょうか？

司会 麺文化による町おこしについて、貴重なご意見を賜りました。今日のご意見はこれからのうどん、ラーメン、焼きそば等のコナモンの持続的発展に繋がると確信しております。ありがとうございました。最後に本日のパネリストの方々は観光大使も兼ねているようなので、久留米、大阪、富士宮の PR をお願いします。また、森貞先生は愛媛の方ですので松山の PR をどうぞお話しください。

駄田井 久留米ではラーメンをよく食べますが、うどんもあります。久留米のうどんはさぬきに比べて柔らかい、ぜひ、久留米に美味しいうどんを食べに来てください。

熊谷 皆さん、大阪に美味しいたこ焼きを食べに来てください。朝からうどんとちく天を食べました。ちく天（ちくわの天ぷら）は讃岐では当たり前みたいで、いろんなスタイルがあるようです。たこ焼きもお店ごとにいろいろちがうんですよ。それからおだしの文化、いりこ出し、伊吹島のいりこは日本一と言われていますよね。もともと大阪と言うところはあちこちのいいものが集まってくる天下の台所でした。その結果、安くてうまい物に敏感な大阪人が、たこ焼きやお好み焼きも成熟させてきたのです。おいしさとは、味と香り、そして食感で成り立っています。コナモンは粉のブレンドや焼き方で、新しい食感を可能にします。いまもっとも注目される新食感のコナモンで、各地は盛り上がっているのが事実です。今度、愛媛県の内子の方でおもしろいコナを仕掛けようとの話もあるのですが、大洲にはお墓もありまして、そういうわけで、大阪を出てあっちこっちに出かけて、その町ならではの人と食文化に触れさせてもらってます。

渡辺さんがいい例ですが、おいしいもののそばには、必ずおいしい＝おいしい人がいるもんです。やっぱり人ありきなんです。讃岐うどんを作る人、食べる人、語る人。三拍子そろった展開が各地でもっと盛り上がってほしいですね。そして、おもしろい町、大阪へもみなさんぜひ、お越しください。

渡辺 先ほどから焼きそば、焼きそばと言っておりますが、焼きそばはここ 5 年で

一気に発信したということであって、実は富士宮というところはたくさんいろいろなものがありまして、富士山の頂上まで富士宮市でありまして、日本一標高差のある町で 35m から 3776m まで標高差があります。いろいろなところですから変化がありまして、朝霧高原という高原を抱えておりますから酪農とか、畜産関係も盛んですし、それから虹鱒の漁獲量も日本一を誇っています。いろいろな食材が豊富で、そういった意味で富士宮市としてはフードバレー構想を推進しているわけです。今回、富士宮は 4 人できました、その中に行政のフードバレー推進室長も来ております。フードバレー推進協議会の会長も来ております。それから富士宮焼きそば学会のスタッフも一人、計 4 人で来ています。富士宮は焼きそばで釣っておいて、富士宮に来たら、意外にこんなものもあるのかと、いやあるのですよ。ぜひ、富士山の麓富士登山を兼ねて富士宮に来ていただければ、全勢力をあげてご接待をいたしますので、ぜひ、宜しくお願いします。

司会 最後に愛媛の PR をお願いします。

森貞 愛媛は私のようにボーッとしている者だけではありません。日本一とつくものがたくさんあります。鯛やハマチの養殖は日本一、加えてキュウイフルーツ、裸麦も日本一、川之江や三島の製紙も日本一、日本一を数えているとキリがありませんが、何より美人の数が日本一、47 都道府県、どこの県を訪ねても、ひめ（姫）を愛する県は愛媛だけです。（笑い）そんな中でも特に PR しておきたいのは日本一古い道後温泉です。まあ、機会がありましたらゆっくり道後温泉に遊びに来てください。ついでに、愛媛のうどんやそうめんも食べていただくとありがたいのですが・・・宜しくお願いします。

司会 パネリストの皆さん、長時間の討論お疲れさまです。これを機に、固有の麺文化をもつ地域のネットワーク化が一段と進むことを願ってお開きとさせていただきます。会場の皆さん、長時間のお付き合いありがとうございました。（完）

* 発言者の内容を書き言葉に変換する際、編集の都合上、文体を若干変更しているところがあります。ご了承ください。（文責・日本うどん学会事務局）尚、本編集は協賛会員・（株）セントレディス鈴木尉継・原知彰両氏のご協力を得て作成しました。

* このシンポジウム企画に際し、多大なるご協力をいただきました奥山忠政氏（アジア麺文化研究会）に誌面を借り、厚くお礼申し上げます。

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 ACADEMY OF UDON）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理を選任する。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 役員の任期は、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召集する。

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3回全国大会参加者一覧

(2005年11月19日 瀬戸内短期大学)

No.	氏 名	No.	氏 名	No.	氏 名
1	赤 木 孝 充	31	北 野 弘 司	61	長 嶺 笑 美
2	秋 山 和 徳	32	木 村 和 夫	62	仲 村 彩 加
3	秋 山 正 信	33	久 保 真 利 子	63	中 村 佳 恵
4	浅 田 加 奈 子	34	久 保 裕 未	64	浜 池 順 子
5	荒 井 理 宏	35	熊 谷 真 菜	65	浜 久 保 沙 耶
6	石 井 香 代 子	36	桑 原 裕 二	66	原 知 彰
7	石 川 智 子	37	小 泉 隆 文	67	原 布 士 乎
8	石 塚 哉 史	38	志々 田 陽 介	68	樋 口 明 夫
9	一 柳 博 康	39	酒 井 詩 織	69	平 尾 亜 里 紗
10	井 原 樹 里	40	崎 洋 之	70	深 沢 好 幸
11	岩 本 絵 里 子	41	貞 広 紀 雄	71	古 野 絵 理
12	上 岡 亜 姫 子	42	島 崎 彩	72	別 府 護
13	上 田 喜 博	43	嶋 田 昭 正	73	牧 信 男
14	上 原 綾 乃	44	嶋 田 詳 子	74	増 田 恭 子
15	大 井 克 己	45	上 戸 文 洋	75	松 井 隆
16	大 川 俊 彦	46	白 石 貴 子	76	真 鍋 宣 展
17	大 西 真 友	47	杉 浦 奈 緒 美	77	三 浦 哲
18	尾 形 愛 香	48	諏 佐 ア ヤ	78	三 宅 耕 三
19	岡 田 雅 樹	49	鈴 木 尉 継	79	森 貞 俊 二
20	岡 原 雄 二	50	関 家 万 菜 美	80	森 貞 満 里 子
21	岡 本 真 季	51	田 尾 真 弓	81	守 谷 聡 美
22	小 河 宏 之	52	高 崎 真 実	82	山 崎 理 奈
23	奥 山 忠 政	53	武 林 正 樹	83	山 野 明 男
24	小 倉 信 一	54	駄 田 井 正	84	山 本 磨 矢
25	越 智 ひ さ え	55	田 中 香 實	85	渡 辺 英 彦
26	香 川 奈 魅	56	田 中 俊 男	86	渡 辺 祐 司
27	数 納 朗	57	荻 谷 英 生		
28	片 岡 希	58	田 村 裕 昭		
29	片 原 幸 長	59	津 村 哲 司		
30	川 井 泉	60	中 平 義 勝		

(50音順)

< 賛助会員 >

ストレートスープのパイオニア京鯉

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（各種輸出・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.stladys.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>

< 協賛会員 >

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 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>

役員名簿 日本うどん学会	
会 長	三 宅 耕 三 (香川短期大学)
副 会 長	田 尾 和 俊 (四国学院大学)
〃	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)
理 事	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 (讃岐らーめん盛)
〃	山 野 明 男 (愛知学院大学)
〃	上 戸 文 洋 (香川西高等学校)
〃	佃 昌 道 (高松大学)
〃	津 村 哲 司 (瀬戸内短期大学)
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)
津 村 哲 司 (瀬戸内短期大学)

2006 年 2 月印刷・発行

〈事務局〉 〒 769-0201

香川県綾歌郡宇多津町 1 - 10
香川短期大学 三宅耕三 研究室
T E L 0877-49-8047
F A X 0877-49-8047

印刷 (株)マルモ印刷 豊中工場
香川県三豊市豊中町陣山工業団地
T E L 0875-62-5856